

奈良が有する観光資源や歴史・文化資源を活用し、県内への誘客を促進し、観光産業を振興します。

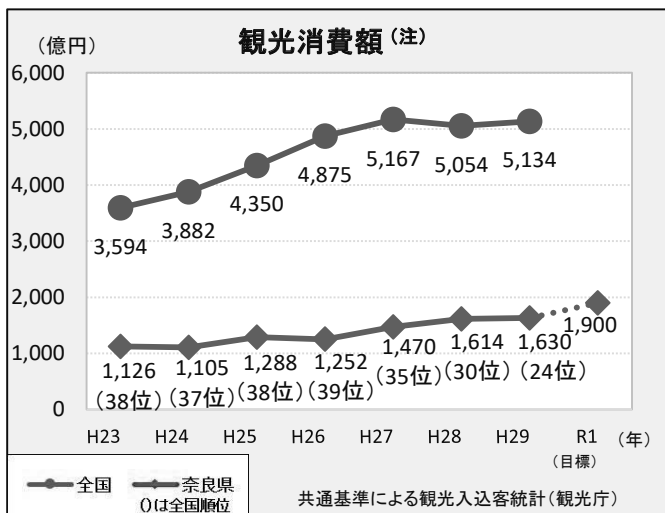
県内宿泊客増加に向けた観光の振興

目指す姿

令和元(2019)年までに、観光消費額を1,900億円にします。

主担当部局(長)名
観光局長 折原 英人

1. 政策目標(目指す姿)達成に向けた進捗状況

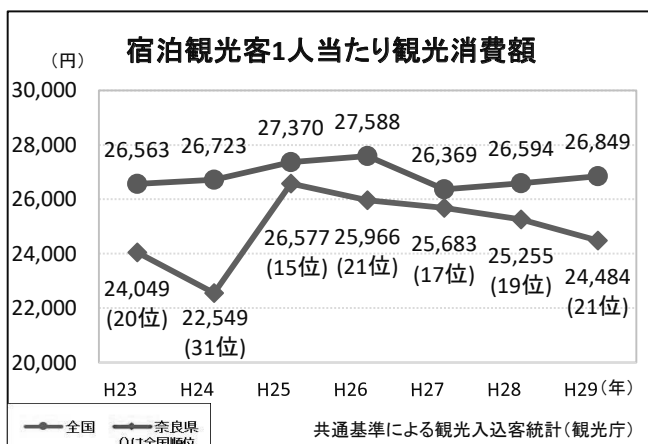


(注)都道府県により公表時期が異なるため、年により公表されている都道府県数が異なります。

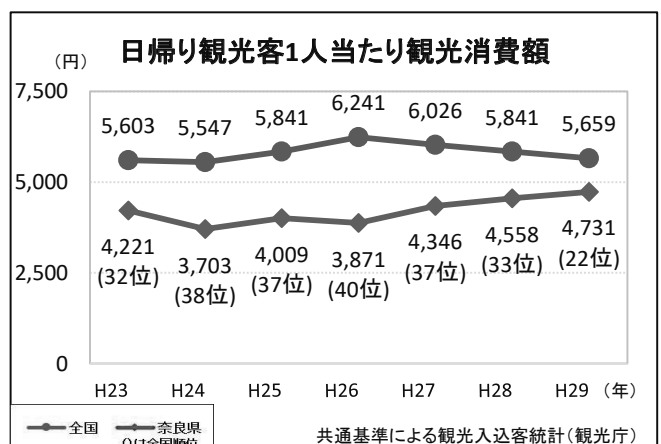
H23: 43都道府県 H24: 43都道府県
H25: 44都道府県 H26: 44都道府県
H27: 43都道府県 H28: 43都道府県
H29: 35都道府県 (令和元年7月末時点)

観光消費額(億円)					
指標	基準値		実績値	進捗率	目標値
	1,126	↑	1,630	65.1%	1,900
	H23 (2011)	504 億円	H29 (2017)	6/8 年目	R1 (2019)
進捗状況	観光消費額は増加傾向で、平成29年は1,630億円となり、平成23年から504億円増加しました。なお、進捗率は65.1%となっています。				

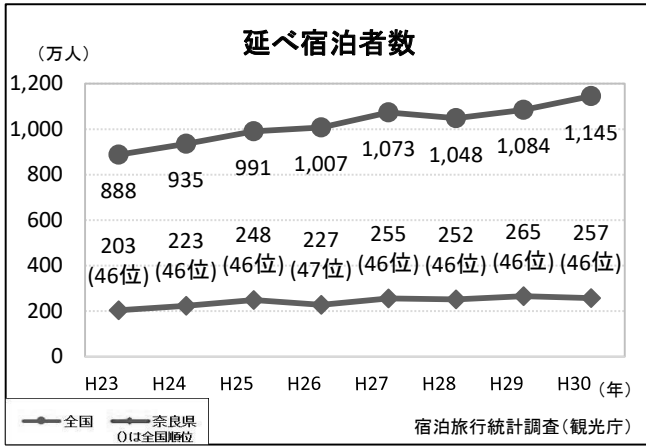
2. 現状分析



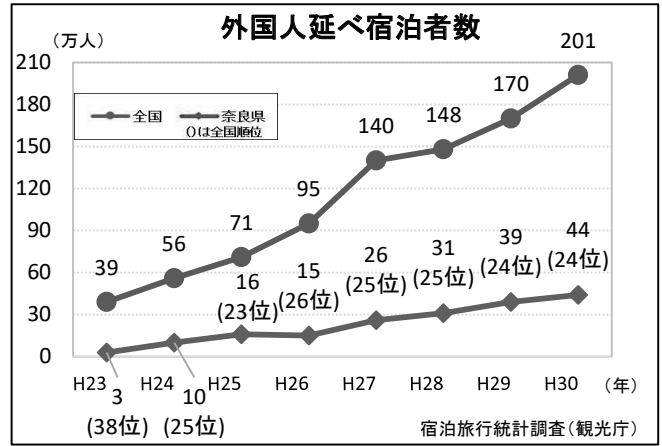
平成29年の宿泊観光客1人当たり観光消費額は24,484円となりました。(→戦略1)



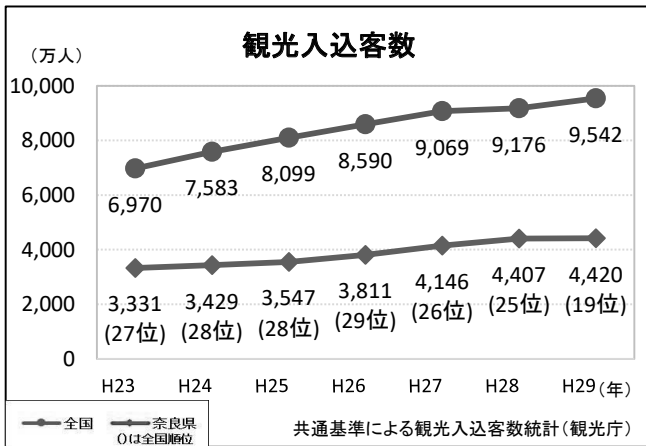
平成29年の日帰り観光客1人当たり観光消費額は4,731円となりました。(→戦略4)



平成30年の延べ宿泊者数は257万人となりました。(→戦略1)



平成30年の外国人延べ宿泊者数は44万人となりました。(→戦略4)



平成29年の観光入込客数は4,420万人となりました。(→戦略2)

3. 平成29年度の評価及び平成30年度の取組等を踏まえ、令和元年度に向けて見直した内容

外国人観光客の県内滞在時の快適性向上を図るため、平成30年度に受入環境の整備を支援する補助制度を創設しました。令和元年度は、新たに宿泊施設・観光施設のバリアフリー化、キャッシュレス化の取組を補助対象メニューに加えるなど、市町村や交通事業者等による受入環境整備に対する補助の充実を図ります。

これまで、宿泊客増加に向け、受入環境の整備やプロモーションの実施に取り組んできました。令和元年度は、秋に開催されるラグビーワールドカップ2019日本大会への訪日客をはじめ、好調なインバウンド観光客をさらに奈良に誘客するとともに、宿泊を伴う県内滞在・周遊による観光消費額を増加させるため、外国人観光客を対象として宿泊料金を割引する「奈良県インバウンド宿泊キャンペーン」を実施します。

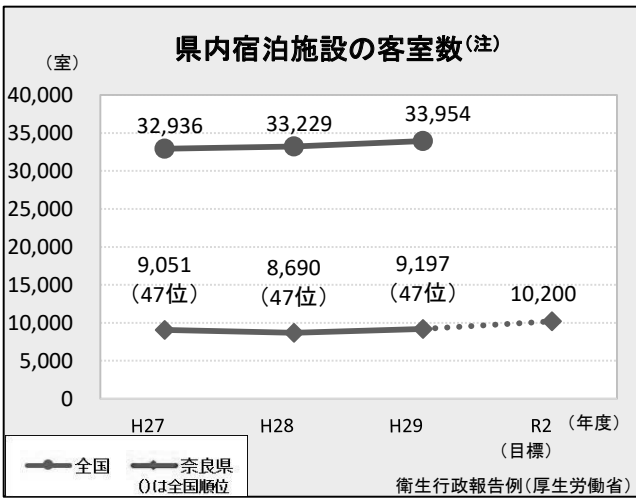
平成30年度は、フランスで開催された「ジャポニスム2018」に参画し、ギメ東洋美術館での仏像展示や、春日若宮おん祭の海外初披露を行いました。令和元年度は、イギリス・大英博物館での奈良の仏像展示をはじめ、本県が誇る自然・歴史・文化資源を戦略的に活用し、奈良の奥深い魅力を海外に向けて強力に発信します。

4. 戦略目標達成に向けた進捗状況

戦略1 意欲ある宿泊施設の取組を支援するとともに、誘致に向けた取組を強化し、宿泊施設の質と量を充実させます。(宿泊施設キャパシティの向上)

主担当課(長)名
インバウンド・宿泊戦略室長 岡本厚也

戦略目標



(注) 宿泊施設の客室数は旅館とホテルの合計であり、簡易宿所(ゲストハウス、民宿等)の客室数は含まない。

県内宿泊施設の客室数(室)				
指標①	基準値	実績値	進捗率	目標値
	9,051	9,197	12.7%	10,200
	H27 (2015)	H29 (2017)	2/5 年目	R2 (2020)

既存施設の廃止等に伴う客室数の減少要因があるものの、ホテルの新規開業が進んでおり、平成29年度の県内宿泊施設の客室数は平成27年度から146室増加しました。なお、進捗率は12.7%となっていますが、JWマリオットホテル等、今後も相次いで新規開業が予定されている状況です。

指標	進捗状況	基準値	実績値	進捗率	目標値
② 延べ宿泊者数(万人)	宿泊施設の質と量の充実等により、平成30年の延べ宿泊者数は257万人となり、平成26年から30万人増加し、進捗率は56.6%となっています。	227	257	56.6%	280
		H26 (2014)	H30 (2018)	4/5 年目	R1 (2019)

主な取組指標等

多様な宿泊施設の創出と宿泊施設の新たな魅力づくりへの総合的支援(①、②)		
制度融資(宿泊関連)利用件数(件)		
3	↑	7
H24 (2012)	2.3倍	H30 (2018)

良質な宿泊サービスの普及促進(①、②)		
民泊、簡易宿所の営業施設数(施設)		
273	↑	459
H25 (2013)	68.1%	H30 (2018)

目標達成に向けた成果

宿泊業開業志望者等を対象に、平成31年2月に開業セミナーを実施し、47名の参加がありました。(①、②)

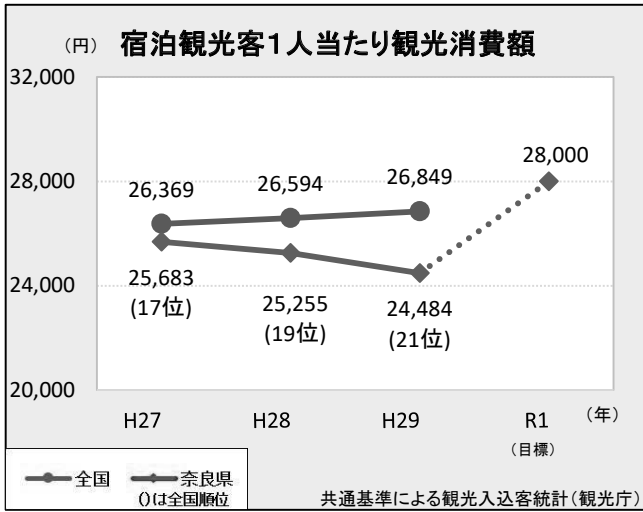
戦略2

外国人観光客の受入環境の整備を進めるとともに、「食」「宿泊」「土産物」についての観光客の満足度の向上を促します。
(滞在の快適性・ホスピタリティの向上)

主担当課(長)名

ならの観光力向上課長 桐田 健吾

戦略目標



指標	宿泊観光客1人当たり観光消費額(円)				
	基準値		実績値	進捗率	目標値
①	25,683	↓	24,484	▲51.7%	28,000
	H27 (2015)	1,199 円	H29 (2017)	2/4 年目	R1 (2019)
進捗状況	宿泊施設の多様化の影響等もあり、平成29年の宿泊観光客1人当たり観光消費額は平成27年から1,199円減少し、24,484円となりました。				

指標	進捗状況	基準値		実績値	進捗率	目標値
② 日帰り観光客1人当たり観光消費額(円)	平成29年の日帰り観光客1人当たり観光消費額は、4,731円となり、平成27年から385円増加し、目標に向かって順調に推移しています。	4,346	↑	4,731	58.9%	5,000
		H27 (2015)	385 円	H29 (2017)	2/4 年目	R1 (2019)

主な取組指標等

外国人観光客向けの受入・おもてなし環境の整備(①)		
多言語コールセンターの登録数(件)[累計]		
233	↑	664
H26 (2014)	431 件	H30 (2018)

「食」「宿泊」「土産物」の満足度の向上(①、②)		
奈良フードフェスティバル 来場者数(注)(千人)		
185	↑	211
H25 (2013)	14.1 %	H30 (2018)

案内力・説明力の向上(①)		
地域通訳案内士登録数(件)[累計]		
19	↑	47
H27 (2015)	28 件	H30 (2018)

(注)開催日数 H25:28日 H30:19日

目標達成に向けた成果

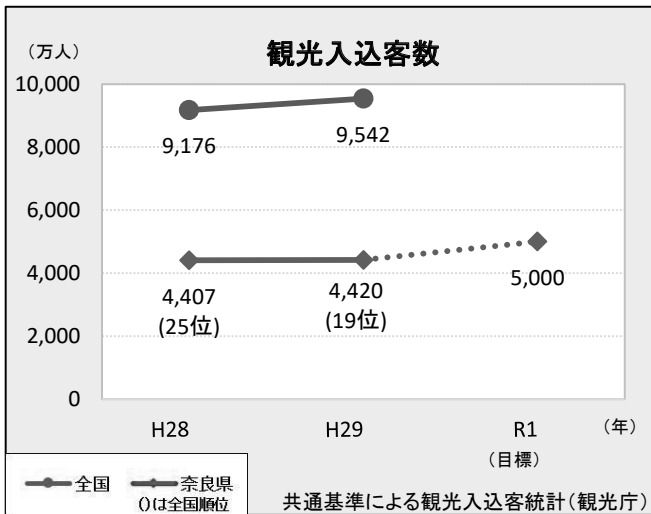
観光施設や駅前等に公衆無線LANを整備した吉野町の取組に対して、補助を行いました。(①、②)

地域で一体的にクレジットカードリーダーを導入した曾爾村観光協会の取組に対して、補助を行いました。(①、②)

戦略3 歴史文化資源を活用した観光資源の開発に取り組み、奈良の魅力を一層向上させます。(観光資源の充実)

主担当課(長)名
 ならの観光力向上課長 桐田 健吾

戦略目標



観光入込客数(万人)					
指標	基準値		実績値	進捗率	目標値
①	4,407	↑	4,420	2.2%	5,000
	H28 (2016)	13 万人	H29 (2017)	$\frac{1}{3}$ 年目	R1 (2019)
進捗状況	平成29年の観光入込客数は、平成28年から13万人増加し、4,420万人となりました。なお、進捗率は2.2%となっています。				

指標	進捗状況	基準値		実績値	進捗率	目標値
② 平城宮跡内で開催されるイベントの来場者数(千人)	平成30年度に平城宮跡内で開催されたイベントの来場者数は、新たにオープンした朱雀門ひろばの活用等により、平成23年度より9千人増加しましたが、目標値の138千人は達成できませんでした。	128	↑	137	90.0%	138
		H23 (2011)	9 千人	H30 (2018)	$\frac{7}{7}$ 年目	H30 (2018)

主な取組指標等

奈良盆地周遊型ウォークルートの造成(①)		
「歩くなら」HPアクセス件数(千件)		
650	↑	1,349
H25 (2013)	2.1 倍	H30 (2018)

奈良盆地周遊型ウォークルートの造成(①)		
ウォークルート造成数(件)[累計]		
91	↑	125
H25 (2013)	34 件	H30 (2018)

目標達成に向けた成果

ジャポニスム2018に参画し、公式企画「地方の魅力ー祭りと文化」における春日若宮おん祭の海外初披露、公式企画「古都奈良の祈り」における奈良の仏像展示等、奈良の歴史文化の重点的なプロモーションを行いました。(①)

奈良公園バスターミナルが平成31年4月13日にオープンするなど大宮通りプロジェクトは順調に進捗しています。(①)

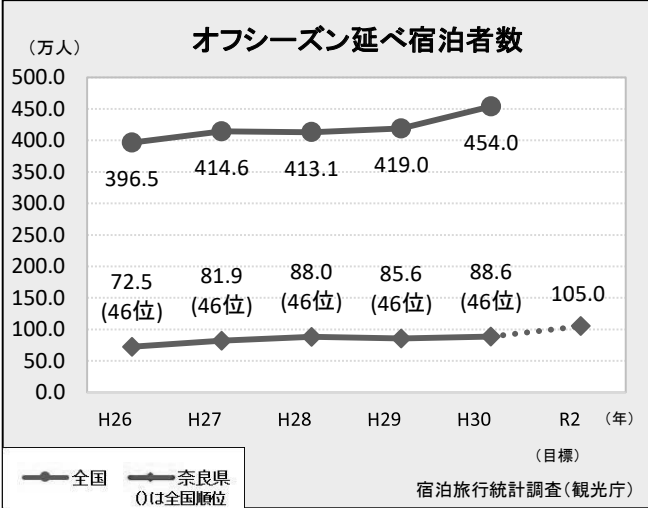
戦略4

オフシーズンの宿泊観光客を増やすため、イベントをさらに発展・充実させるとともに、新たな冬の周遊型観光の展開を図りながら、観光消費に繋がる誘客を促進します。(楽しい奈良の実現)

主担当課(長)名

観光プロモーション課長 葛本 雅則

戦略目標



オフシーズン(12月~2月、6月・7月)延べ宿泊者数(万人)					
指標①	基準値		実績値	進捗率	目標値
	72.5	↑	88.6	49.5%	105
進捗状況	H26 (2014)	16.1 万人	H30 (2018)	4/5 年目	R1 (2019)
大立山まつりや奈良マラソン等オフシーズンのイベント実施により、平成30年のオフシーズンの延べ宿泊者数は、平成26年から16.1万人増加し、88.6万人となりました。					

指標	進捗状況	基準値		実績値	進捗率	目標値
② 「うまし奈良めぐり(注)」商品販売人数	有名社寺の秘宝秘仏の特別公開等の企画の展開やWEB販促の強化を図り、平成30年度は4,208人となり、平成27年度から750人増加しました。	3,458	↑	4,208	11.8%	9,800
		H27 (2015)	750 人	H30 (2018)	3/4 年目	R1 (2019)

(注)「うまし奈良めぐり」…観光オフシーズンの観光誘客を図るキャンペーン

主な取組指標等

オフシーズンにおける誘客促進 (②)		
社寺等と連携した旅行商品の企画数(個)		
20	↑	56
H25 (2013)	2.8 倍	H30 (2018)

目標達成に向けた成果

大立山まつりを平城宮跡歴史公園朱雀門ひろばで平成31年1月26日、27日の2日間開催しました。伝統行事の披露やあったかもん等の特産品販売、立山の展示、奈良時代を学び体験できるワークショップや講話等を実施し、23,088人が来場しました。(①)

奈良マラソンを平成30年12月8日、9日の2日間にかけて開催しました。8日は3kmジョギング、9日はフルマラソンと10kmの種目を開催し、合計17,494名が出走し、約22,000人の観衆が沿道で声援を送るなど、スポーツツーリズムの推進を図りました。(①)

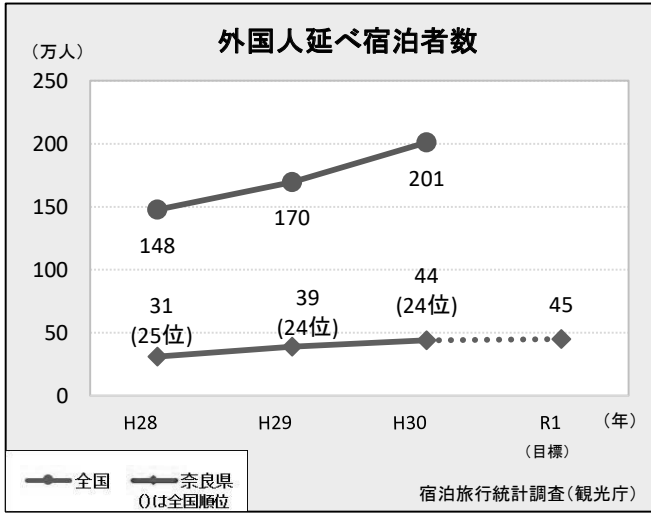
戦略5

インバウンド誘客の地力をつけることを中心に、観光誘客の強化、県域全体への周遊・滞在型観光の推進に取り組みます。
(誘客のためのプロモーション)

主担当課(長)名

観光プロモーション課長 葛本 雅則

戦略目標



外国人延べ宿泊者数(万人)					
指標①	基準値		実績値	進捗率	目標値
	31	↑	44	92.9%	45
	H28 (2016)	13 万人	H30 (2018)	$\frac{2}{3}$ 年目	R1 (2019)
進捗状況	観光PR動画を活用した海外向け情報発信や受入環境の整備等により、平成30年の外国人延べ宿泊者数は、平成28年から13万人増加しました。なお、進捗率は92.9%となっています。				

指標	進捗状況	基準値		実績値	進捗率	目標値
② 外国人訪問客数(万人)	観光PR動画を活用した海外向け情報発信や受入環境の整備等により、平成30年の実績値は258万人となり、平成28年から93万人増加し、目標を達成しました。	165	↑	258	124.0%	240
		H28 (2016)	93 万人	H30 (2018)	$\frac{2}{3}$ 年目	R1 (2019)

主な取組指標等

官民一体となった外国人観光客の誘致(①、②)	積極的なMICE誘致の推進(①、②)	首都圏を中心とした誘客の促進(①、②)
「Visit Nara」HPアクセス件数(万件)	コンベンション誘致件数(件)	奈良まほろば館の入館者数(千人)
73 → 73	276 ↓ 241	212 ↑ 274
H29 (2017) 増減なし H30 (2018)	H25 (2013) 12.7% H30 (2018)	H25 (2013) 29.2% H30 (2018)

目標達成に向けた成果

MICE誘致の推進を目的に、多数のMICE主催者や海外旅行会社等が参加する商談会に出展するなど、平成30年度は計6回の商談会に出展し、インバウンド誘客を図りました。また、誘客の促進を目的として首都圏でシンポジウムを2回開催し、計1,835人の参加がありました。(①、②)

5. 令和2年度に向けた課題の明確化

目指す姿(再掲)

令和元(2019)年までに、観光消費額を1,900億円にします。

<奈良県の持っている強み>

- 1 3つの世界遺産、国宝・重要文化財指定件数全国第3位。中国や韓国との深い交流の歴史に裏打ちされた「ゆかり」を示す遺産を含めた文化財と豊富な歴史的資源
- 2 特に平城宮跡から奈良公園エリアは文化的・歴史的資産が集積
- 3 ミシュラングリーンガイドに観光地「奈良」の三つ星を始め61カ所に星がつく等、奈良の観光地としての魅力が存在
- 4 四季折々の変化が楽しめる豊かな自然景観
- 5 東アジア諸国との深いつながり
- 6 大阪・京都への交通アクセスがよい

<奈良県の抱えている弱み>

- 7 宿泊施設の施設数・客室数ともに少ない
- 8 夏・冬に楽しめるコンテンツが少ない
- 9 市街化調整区域面積の比率が高い等開発規制が厳しい
- 10 奈良らしい土産物が少ない
- 11 飲食店が少ない
- 12 奈良市エリア外へのアクセスが悪い
- 13 関空へのアクセスが悪い

<奈良県への追い風>

- a 元号「令和」制定に伴う、万葉集や奈良の歴史への関心の高まり
- b 訪日観光客の増加
- c 2019年ラグビーワールドカップ、2020年東京オリンピック・パラリンピック、2021年ワールドマスターズゲームズ関西、2025年大阪・関西万博といった大きな国際イベントの開催
- d ホテル業界での投資意欲の高まり
- e 住宅宿泊事業法の施行
- f JRおおさか東線の全線開業
- g 欧米豪からの観光客の増加、リピーターの増加

<奈良県への向かい風>

- h 消費税増税による消費の落ち込み
- i 少子化による児童、生徒数の減少

<<強みで追い風を活かす課題>>

- [重要課題]**首都圏からの誘客強化(1,2,3,4,5,6,a,d,e,f)
- [重要課題]**インバウンド誘客の強化(1,2,3,4,5,6,b,c,d,e,f,g)
- ・JRおおさか東線全線開業を契機とした観光プロモーションの展開(1,2,3,4,6,b,f,g)
 - ・県内各地におけるにぎわいの創出(1,2,3,4,a,b,c,g)
 - ・歴史文化資源を活用した観光資源の開発(1,2,3,4,5,a,b,c,g)

<<強みで向かい風を克服する課題>>

- [重要課題]**旅行商品の造成・セールスの強化(1,2,3,4,6,h)
- ・訪日教育旅行の誘致促進(1,2,5,6,i)

<<弱みを踏まえ追い風を活かす課題>>

- [重要課題]**大宮通り新ホテル・交流拠点を活用した大型MICE誘致の強化(7,c,d)
- [重要課題]**宿泊産業の育成、支援(7,8,9,d,e)
- [重要課題]**奈良市エリア外への宿泊観光客の誘致(7,8,9,10,12,a,c,e)
- ・オフシーズン対策の推進(イベントの活性化)(8,9,10,b,c)
 - ・域外・域内アクセス交通の強化(12,13,b,c,f,g)

<<弱みを踏まえ向かい風に備える課題>>

- [重要課題]**多様な宿泊ニーズに対応したバラエティーのある宿泊サービスの提供(7,8,9,i)

6. 平成30年度の評価及び令和元年度の取組等を踏まえた、令和2年度以降の取組方針

強みで追い風を活かす課題	今後の取組方針
首都圏からの誘客強化(戦略5)	奈良県観光キャンペーンとして、県内の歴史的催事や県全域の観光素材の集中的な広報・宣伝を継続して行うとともに、奈良まほろば館での様々なプロモーション活動を行うことで首都圏を中心に誘客を図ってきました。今後も引き続き、薬師寺東塔保存修理完了や聖徳太子没後1400年を核とした奈良県観光キャンペーンの展開や奈良まほろば館での様々なプロモーション活動により、首都圏からの誘客強化を図ります。
インバウンド誘客の強化(戦略5)	急増するインバウンド観光需要に対応するため、トイレの洋式化等受入環境の整備を進めるとともに、フランスでのジャポニスム2018への参画やイギリス・大英博物館での奈良の仏像展示など、海外で奈良の歴史文化の重点的なプロモーションにも取り組みました。今後も引き続き、受入環境の整備を進めるとともに、SNSを活用した県内の多様な魅力発信や奥深い奈良の魅力を活かした特色ある商品造成などプロモーションの充実により、インバウンド誘客の強化を図ります。

弱みを踏まえ追い風を活かす課題	今後の取組方針
大宮通り新ホテル・交流拠点を活用した大型MICE誘致の強化(戦略5)	MICE誘致に向け、奈良県の現状を踏まえた国際会議の誘致・開催に関するマーケティング機能の強化・高度化を行ってきました。今後は、令和2年春開業予定の奈良県コンベンションセンターを活用した国際会議やイベントの誘致に向けた取組をより一層強化します。このため、国内外のMICE関係者との連携を図り、情報収集を行うとともに、誘致用PR動画の活用や商談会への出展、ファムトリップの実施、誘致ツールの充実、魅力的な開催支援への見直し、会議後の催しや視察旅行の奈良らしいメニューづくり等、誘致に向けたセールス活動や情報発信を進めます。
宿泊産業の育成、支援(戦略1)	県有地を活用した上質なホテルの誘致や良質な民泊サービスの活用など、宿泊施設の質と量の充実を図りました。今後も引き続き、宿泊事業者の開業やサービス向上に対する支援を実施するとともに、ホテル誘致を推進します。
奈良市エリア外への宿泊観光客の誘致(戦略4)	令和元年度は、外国人観光客を対象に宿泊料金を割引く「奈良県インバウンド宿泊キャンペーン」を県内全域で実施します。今後は、世界遺産「飛鳥・藤原の宮都とその関連資産群」の登録を推進するなど、観光資源の活用にも取り組みます。

強みで向かい風を克服する課題	今後の取組方針
旅行商品の造成・セールスの強化(戦略3)	社寺等の秘宝秘仏の特別公開や神職、僧侶による案内付きの特別企画、朝拝、滝行、また、精進料理や伝統工芸などの体験企画が好評を得ています。今後は、旅行客のニーズがモノ消費からコト消費に移行している動向を踏まえ、定番の社寺拝観については、従来の案内付き特別拝観だけではなく、これに食事や体験の要素を加えた商品や、早朝・夜間の貸切特別拝観など、より魅力ある商品造成に取り組みます。また、商品全般を通じて、キャンペーン期間を問わず、リクエストベースで幅広く受け入れが可能な企画を増やすなど、奈良の魅力を盛り込んだ特別感のある旅行商品を、多様なチャンネルを通じて旅行会社へ積極的にセールスを行います。

7. 平成30年度の評価及び令和元年度の取組等を踏まえ、令和2年度以降に見直す内容

弱みを踏まえ向かい風に備える課題	今後の取組方針
多様な宿泊ニーズに対応したバラエティーのある宿泊サービスの提供(戦略2)	「都市部での一般的な住宅」、「観光拠点周辺での古民家を活用したもの」、「山間部での自然体験を伴うもの」等、バラエティーに富んだ民泊サービスが広がりがつつあります。今後は、適正な運営を確保するための助言、開業希望者を対象としたセミナーの開催等の支援を行い、良質な民泊サービスを拡充するとともに、修学旅行宿泊、高校ラグビー宿泊の良質化、スポーツ合宿やセミナー合宿のためのホテルの整備などバラエティーのある宿泊サービスの提供に向けた取組を進めます。

