

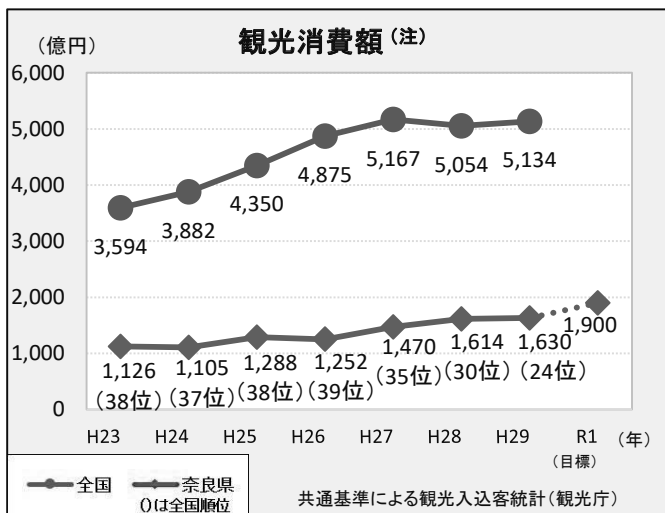
県内宿泊客増加に向けた観光の振興

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

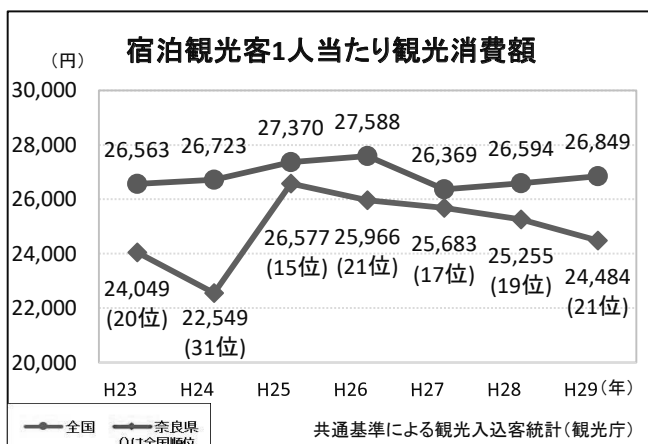


(注)都道府県により公表時期が異なるため、年により公表されている都道府県数が異なります。

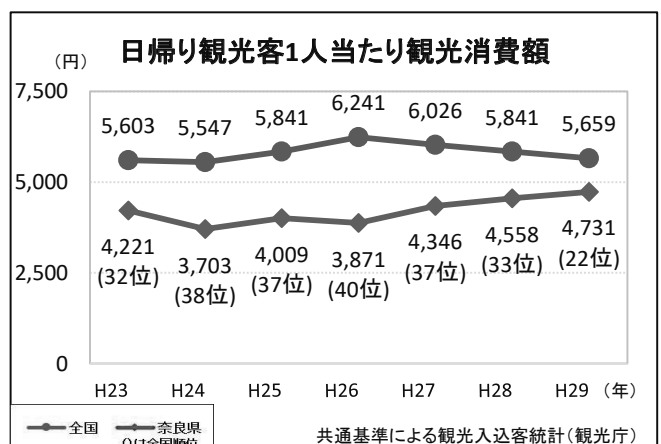
H23: 43都道府県 H24: 43都道府県
H25: 44都道府県 H26: 44都道府県
H27: 43都道府県 H28: 43都道府県
H29: 35都道府県 (令和元年7月末時点)

指標	観光消費額(億円)				
	基準値		実績値	進捗率	目標値
	1,126	↑	1,630	65.1%	1,900
進捗状況	H23 (2011)	504 億円	H29 (2017)	6/8 年目	R1 (2019)
	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。				

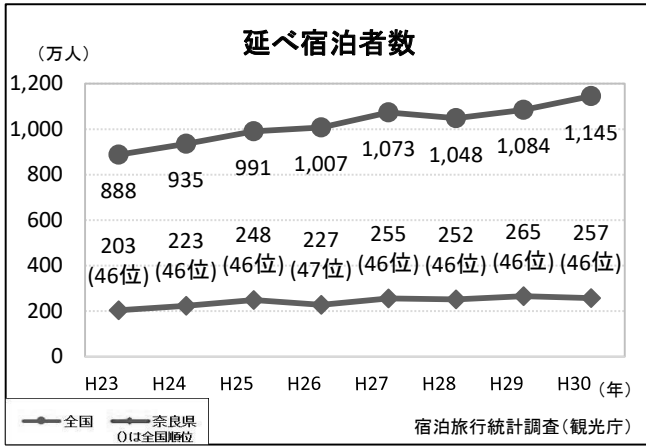
2. 現状分析



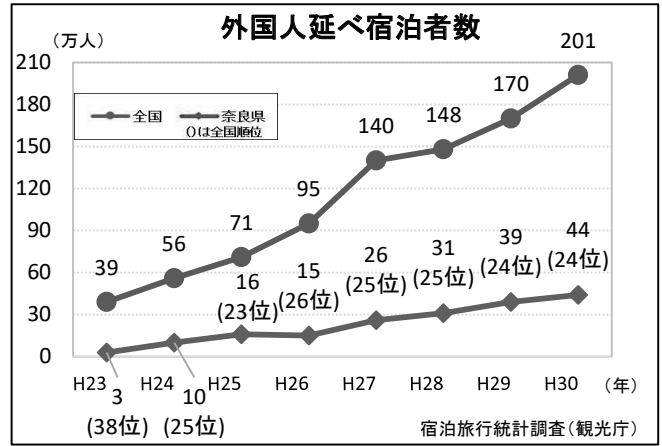
平成29年の宿泊観光客1人当たり観光消費額は24,484円となりました。(→戦略1)



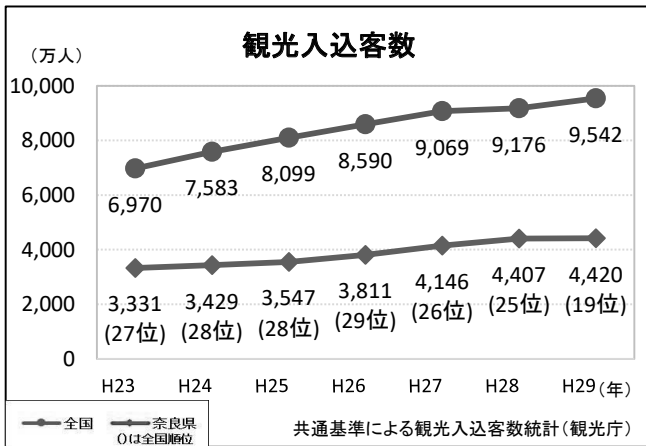
平成29年の日帰り観光客1人当たり観光消費額は4,731円となりました。(→戦略4)



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。

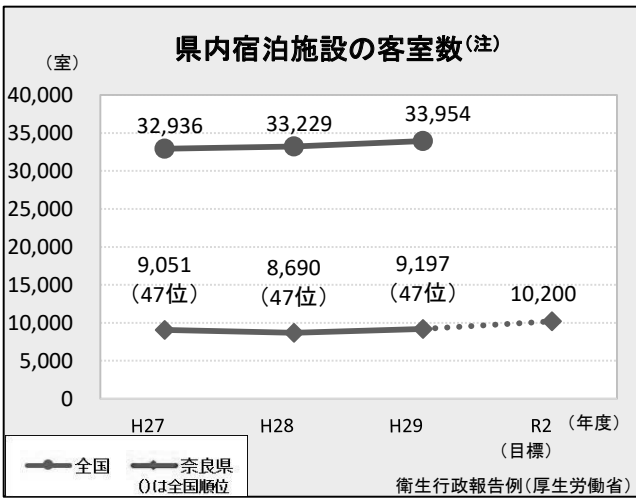
平成30年度は、フランスで開催された「ジャポニスム2018」に参画し、ギメ東洋美術館での仏像展示や、春日若宮おん祭の海外初披露を行いました。令和元年度は、イギリス・大英博物館での奈良の仏像展示をはじめ、本県が誇る自然・歴史・文化資源を戦略的に活用し、奈良の奥深い魅力を海外に向けて強力に発信します。

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)	$\frac{2}{5}$ 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)	$\frac{4}{5}$ 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)

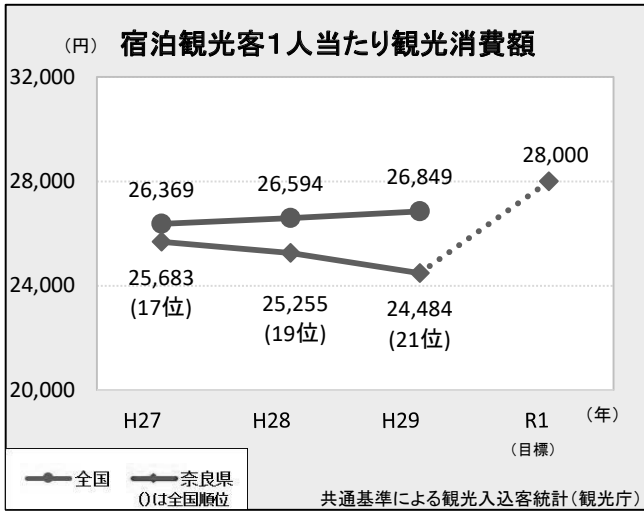
戦略2

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



宿泊観光客1人当たり観光消費額(円)				
指標	基準値	実績値	進捗率	目標値
①	25,683	24,484	▲51.7%	28,000
	H27 (2015)	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)	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

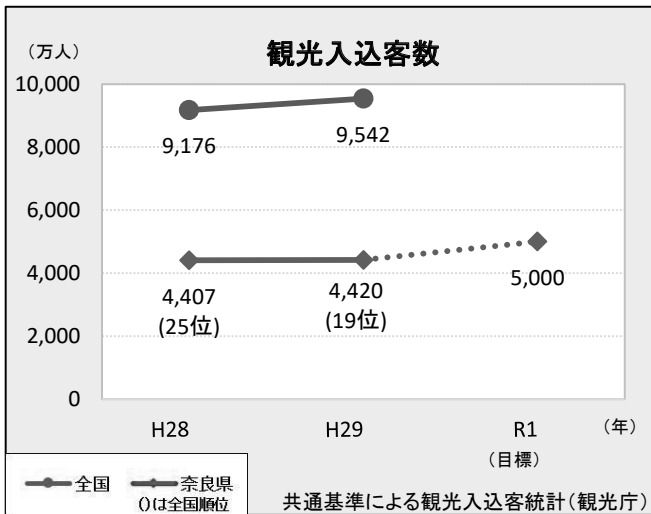
観光施設や駅前等に公衆無線LANを整備した吉野町の取組に対して、補助を行いました。(①、②)

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)	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)	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)

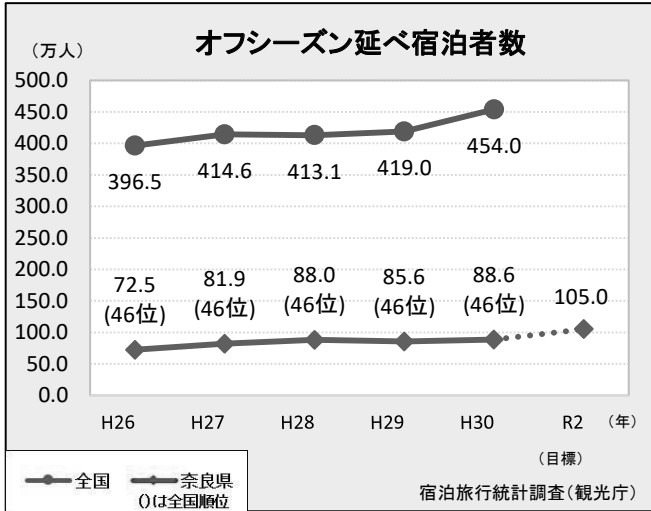
戦略4

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

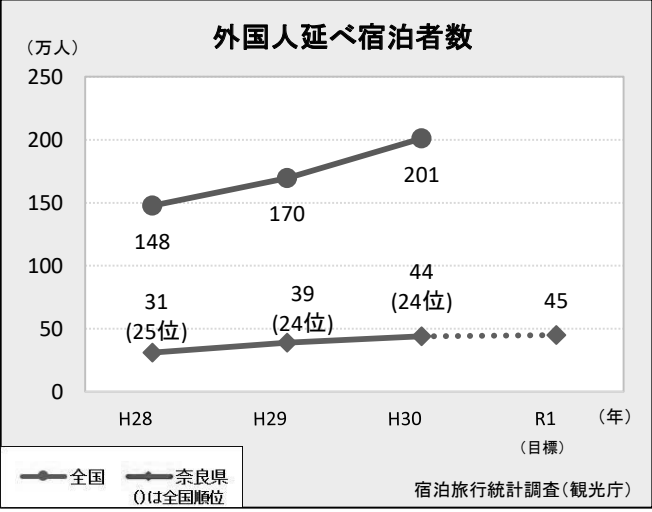
大立山まつりを平城宮跡歴史公園朱雀門ひろばで平成31年1月26日、27日の2日間開催しました。伝統行事の披露やあったかもん等の特産品販売、立山の展示、奈良時代を学び体験できるワークショップや講話等を実施し、23,088人が来場しました。(①)

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
進捗状況	H28 (2016)	13万人	H30 (2018)	$\frac{2}{3}$ 年目	R1 (2019)
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)		
「Visit Nara」HPアクセス件数(万件)		
73	→	73
H29 (2017)	増減なし	H30 (2018)

積極的なMICE誘致の推進(①、②)		
コンベンション誘致件数(件)		
276	↓	241
H25 (2013)	12.7%	H30 (2018)

首都圏を中心とした誘客の促進(①、②)		
奈良まほろば館の入館者数(千人)		
212	↑	274
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)

<<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)

<<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。

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。

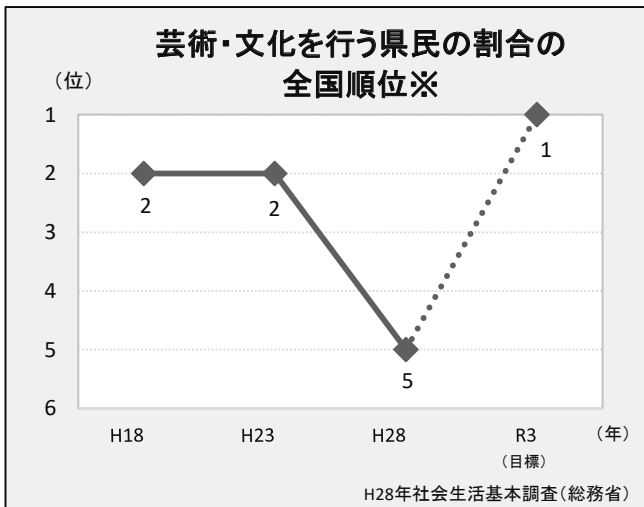
質の高いイベントの実施と県の文化力の向上

目指す姿

令和3(2021)年度までに、芸術・文化を行う県民の割合を全国1位にします。

主担当部局(長)名
地域振興部長 山下 保典

1. 政策目標(目指す姿)達成に向けた進捗状況



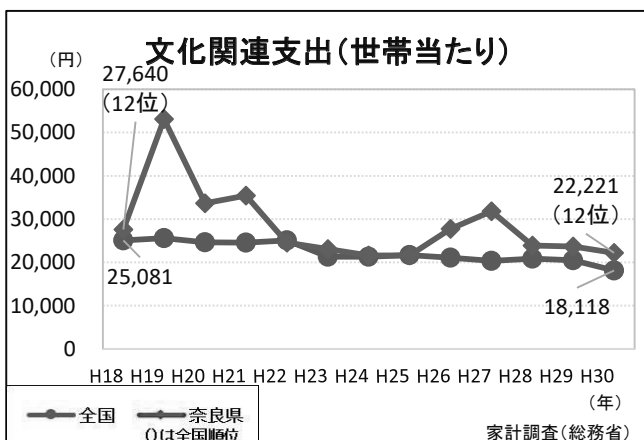
※は数値が低い方が良くなる指標です。

芸術・文化を行う県民の割合の全国順位※(位)				
指標	基準値	実績値	進捗率(傾向)	目標値
	2	5	順位を3下げました	1
	H18 (2006)	H28 (2016)	10年目	R3 (2021)

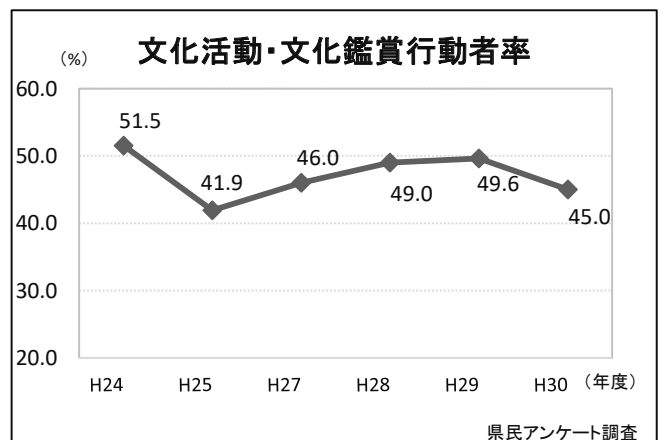
進捗状況

県民が芸術・文化に親しむ機会の創出を目的として、県内の文化・芸術団体の優れた取組に対して支援する「新たな文化活動チャレンジ補助金事業」を平成23年度から実施しましたが、平成28年度の芸術・文化を行う県民の割合の全国順位が5位に下がりました。目標達成に向け、平成30年度より、奈良の文化力のより一層の向上を図るため、「未来へつなぐ文化活動ステップアップ補助金事業」に改め、文化芸術団体等の将来的な自立を促すとともに、多くの団体が補助対象となる機会を増やしました。

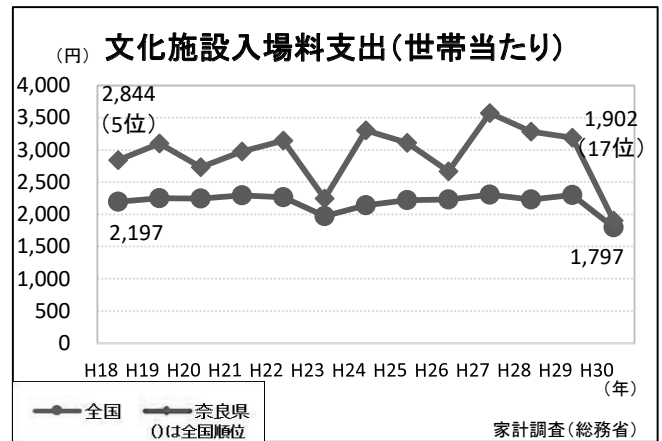
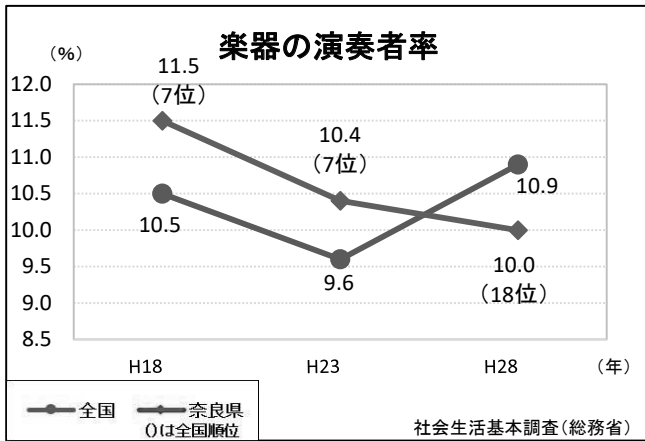
2. 現状分析



平成30年の文化関連支出(世帯当たり)は、平成18年と比較して5,419円減少していますが、全国平均を上回っています。(→戦略1)

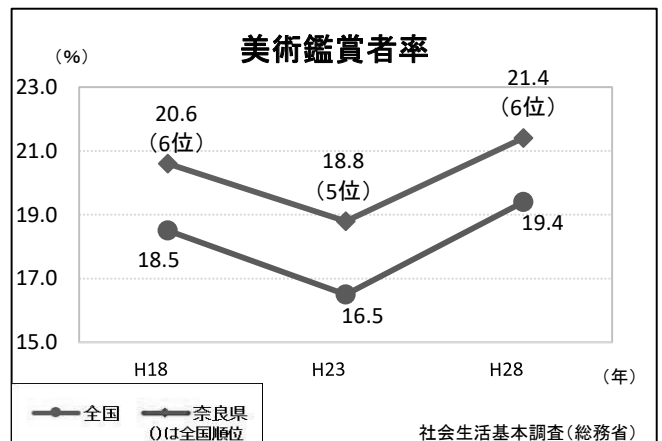
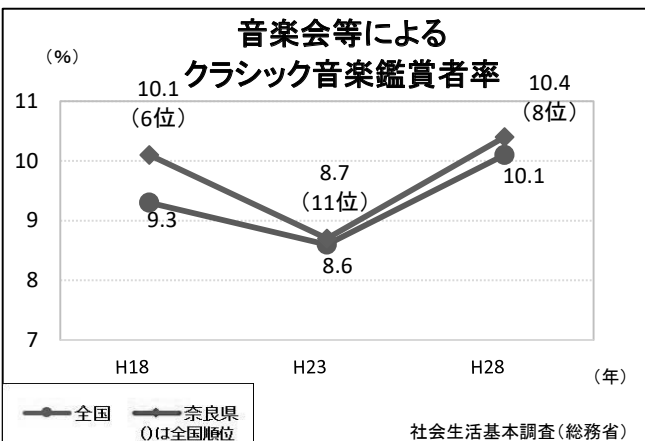


平成30年度の文化活動・文化鑑賞行動者率は、平成24年度と比較して6.5ポイント低下しています。(→戦略1)



平成28年の楽器の演奏者率は、平成18年と比較して1.5ポイント低下しており、全国平均を下回っています。(→戦略1)

平成30年の文化施設入場料支出(世帯当たり)は、平成18年と比較して942円減少していますが、全国平均を上回っています。(→戦略2)



平成28年の音楽会等によるクラシック音楽鑑賞者率は、平成18年と比較して0.3ポイント上昇しており、全国平均を上回っています。(→戦略1)

平成28年の美術鑑賞者率は、平成18年と比較して0.8ポイント上昇しており、全国平均を上回っています。(→戦略1)

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

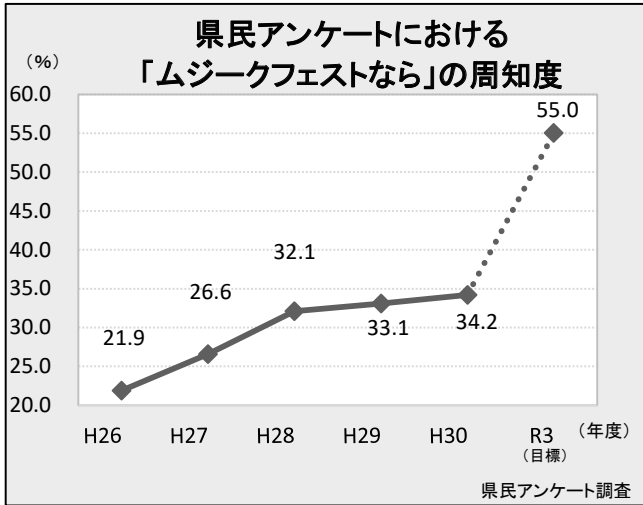
奈良県ゆかりの文献史料、歴史上の人物及びそれらに基づく伝承・旧跡等、幅広い歴史文化資源を活用した地域振興に資する取組を支援している文化資源活用補助金について、平成30年度まで、対象となる時代に制限があった部分を見直し、令和元年度は対象となる時代を拡大、第二次世界大戦終結までの事物を対象とし、より幅広い歴史文化資源に対してサポートできるようにしました。

4. 戦略目標達成に向けた進捗状況

戦略1 文化芸術への参加・鑑賞の機会や活動の裾野を拡大します。

主担当課(長)名
文化振興課長 中野 泰寿

戦略目標



指標 ①	県民アンケートにおける「ムジークフェストなら」の周知度 (%)				
	基準値		実績値	進捗率 (傾向)	目標値
	21.9	↑	34.2	37.2%	55
	H26 (2014)	12.3 ポイント	H30 (2018)	$\frac{4}{7}$ 年目	R3 (2021)
進捗状況	各種団体や、まちなかカフェ等との連携のほか、中南部東部地域においても公演を数多く実施するなど、県全体への展開について工夫を重ねて実施してきたことにより、平成30年度の「ムジークフェストなら」の周知度は、34.2%となり、平成26年度から12.3ポイント増加しています。				

指標	進捗状況	基準値		実績値	進捗率 (傾向)	目標値
② 奈良県大芸術祭及び奈良県障害者大芸術祭のイベント数(催事)	イベント募集チラシの積極的な配布に取り組んだ結果、平成30年度の実績値は714催事となり、基準値から316催事増加しています。	398	↑	714	78.6%	800
		H26 (2014)	316 催事	H30 (2018)	$\frac{4}{7}$ 年目	R3 (2021)
③ 県民アンケートにおける観光やレクリエーションのために県内各地を訪問する目的を「美術鑑賞・展覧会等、演劇・コンサート鑑賞」とする県民の割合 (%)	「ムジークフェストなら」等のイベント開催に精力的に取り組んだ結果、平成30年度の実績値12.1%となり、基準値から1.0ポイント増加しています。	11.1	↑	12.1	25.6%	15.0
		H28 (2016)	1.0 ポイント	H30 (2018)	$\frac{2}{5}$ 年目	R3 (2021)

主な取組指標等

「ムジークフェストなら」の開催(①)		
「ムジークフェストなら」の来場者数(千人)		
38	↑	130
H24 (2012)	3.4 倍	H30 (2018)

県立ジュニアオーケストラ活動の充実(③)		
県立ジュニアオーケストラの団員数(人)		
44	↑	54
H24 (2012)	22.7 %	H30 (2018)

県立美術館特別展の開催(③)		
県立美術館での特別展催事数(催事)		
3	↓	2
H24 (2012)	33.3 %	H30 (2018)

目標達成に向けた成果

平成30年9月～11月に、「第32回国民文化祭・なら2017」「第17回全国障害者芸術・文化祭」の成果を継承した「奈良県大芸術祭」「奈良県障害者大芸術祭」を一体開催し、県内全域において700を超える事業が展開され、県内外から163万人の参加がありました。(②、③)

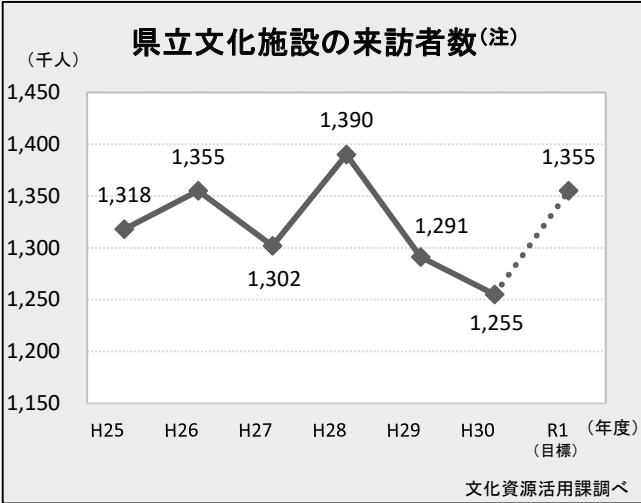
「ムジークフェストなら」において、大型野外コンサートであるムジークブラッツを県営馬見丘陵公園でも初めて開催し、約9,700人が来場するなど、中南和地域への広がりを見せました。(①、③)

「奈良・町家の芸術祭はならあと2018」を開催。39組の作家が出展し、13,600人の来場者がありました。(②、③)

戦略2 歴史を通して、県民の文化への理解を深めます。

主担当課(長)名
文化資源活用課長 酒元 健司

戦略目標



(注) 奈良県文化会館、橿原文化会館、県立美術館、万葉文化館、民俗博物館、図書情報館、橿原考古学研究所附属博物館の来訪者数を集計しています。

県立文化施設の来訪者数(千人)					
指標	基準値		実績値	進捗率(傾向)	目標値
①	1,318	↘	1,255	基準値を下回っています	1,355
	H25 (2013)	63 千人	H30 (2018)	$\frac{5}{6}$ 年目	R1 (2019)
進捗状況	平成30年度の県立文化施設の来訪者数は、橿原考古学研究所附属博物館が、改修工事のために平成30年12月末から閉館していること等により減少しています。				

指標	進捗状況	基準値		実績値	進捗率(傾向)	目標値
②	県民アンケートにおける「文化遺産や史跡が大事にされていること」の県民の満足度(ポイント)	3.58	↗	3.97	113.4%(注)	3.50
		H28 (2016)	0.39 ポイント	H30 (2018)	$\frac{2}{5}$ 年目	R3 (2021)
③	県民アンケートにおいて、住みたい理由を「世界遺産や文化財が多く、歴史的な雰囲気を感じるから」とする県民の割合(%)	35.9	↗	37.0	26.8%	40
		H28 (2016)	1.1 ポイント	H30 (2018)	$\frac{2}{5}$ 年目	R3 (2021)

(注) 目標値に対する実績値の割合を記載しています。

主な取組指標等

県立歴史関連施設を核とした施策の展開(③)			県立歴史関連施設を核とした施策の展開(②、③)			記紀・万葉プロジェクトの推進(②、③)		
補助金を通じた整備・活用への支援数(件)			ホームページ「いやす・なら」のアクセス数(件)			補助金を通じた推進への支援数(件)		
26	↗	28	66,348	↗	104,158	17	↗	19
H28 (2016)	7.7 %	H30 (2018)	H29 (2017)	57.0 %	H30 (2018)	H25 (2013)	11.8 %	H30 (2018)

目標達成に向けた成果

文化芸術振興の拠点として整備を進めている「(仮称)奈良県国際芸術家村」の施設名称を「なら歴史芸術文化村」に決定しました。また、平成30年7月に起工式を開催し、建築工事等に着手しました。(②、③)

奈良の仏像海外展示を、平成31年1月～3月フランス・ギメ東洋美術館にて開催しました。また、令和元年10月～11月英国・大英博物館での開催に向け館との交渉を進めるとともに、有識者や所有者、メディア等幅広い分野と連携して事業を推進します。(②、③)

5. 令和2年度に向けた課題の明確化

目指す姿(再掲)

令和3(2021)年度までに、芸術・文化を行う県民の割合を全国1位にします。

<奈良県の持っている強み>

- 1 学習・研究で「芸術・文化」を行う県民の割合が12.9%で、全国で5位
- 2 趣味・娯楽で芸術鑑賞・文化芸術を行う県民の割合が全国的に見て高い分野が多い
- 3 文化芸術活動に関する家計支出額が全国的に見て高い分野が多い
- 4 人口100万人当たりの博物館数が全国12位
- 5 3つの世界遺産をはじめとして文化遺産が豊富
- 6 令和元年7月1日現在、国宝203点、うち建造物については全国最多の64点の全国有数の文化財の所在を誇る

<奈良県の抱えている弱み>

- 7 多くの観客を収容できる施設が少なく、トップアーティストの招聘が困難
- 8 文化活動発表の場が少なく、アーティストは県外に活動拠点を求める傾向
- 9 県立の文化施設が老朽化

<奈良県への追い風>

- a 景気回復による文化関連消費の増加への期待
- b 歴史的な町並み等の文化的景観が多くの人に見直されつつある。
- c 2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催
- d 奈良県文化振興大綱の策定
- e 「国民文化祭」「全国障害者芸術・文化祭」のレガシーの継承

<奈良県への向かい風>

- f 著名なアーティストや作品は大都市での公演、展示に集中する傾向

《強みで追い風を活かす課題》

- [重要課題]**奈良の魅力を高め県民の参加の拡大を図る芸術祭の開催(2,3,a,e)
- [重要課題]**文化における国際交流や国際貢献の推進(5,6,c)
- [重要課題]**なら歴史芸術文化村の整備(1,2,3,5,6,a,b,d)
- ・本県の強みである歴史文化資源活用分野と芸術文化振興分野に力点を置いた施策の推進(1,2,3,4,5,6,a,b,c,d,e)
 - ・文化芸術活動を支える人材の育成(1,3,a,e)

《強みで向かい風を克服する課題》

- [重要課題]**奈良だからこそできる音楽祭の開催(2,3,6,f)
- ・文化芸術団体への支援の拡充・強化(2,3,f)

《弱みを踏まえ追い風を活かす課題》

- ・文化芸術団体や個人が行う発表の場の拡充(8,9,a,e)

《弱みを踏まえ向かい風に備える課題》

- [重要課題]**県立文化施設の整備・改修等(7,9,f)

6. 平成30年度の評価及び令和元年度 of 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
奈良の魅力を高め県民の参加の拡大を図る芸術祭の開催(戦略1)	「第32回国民文化祭・なら2017」「第17回全国障害者芸術・文化祭」の成果を継承した「奈良県大芸術祭」と「奈良県障害者大芸術祭」を一体開催し、障害の有無や年齢にかかわらず誰でも楽しめるような催しを展開することにより、県民の芸術文化活動の裾野の拡大を図るとともに、文化を奈良のブランドとして力強く発信します。
文化における国際交流や国際貢献の推進(戦略2)	平成31年1月～3月フランス・ギメ東洋美術館にて「古都奈良の祈り」展を開催する等、類いまれなる文化資源である県内の仏像等をヨーロッパの著名な美術館や博物館で展示することで、2020年東京オリンピック・パラリンピックに向け、「日本のはじまり奈良」を世界に向けて発信し、誘客につなげます。
なら歴史芸術文化村の整備(戦略2)	平成29年度に造成工事、平成30年度に建築工事に着手した、なら歴史芸術文化村を核とした文化芸術の振興により、県民生活に文化芸術が溶け込み、守り育むことへの理解を広げるとともに、次の文化芸術の担い手の育成を図ります。

強みで向かい風を克服する課題	今後の取組方針
奈良だからこそできる音楽祭の開催(戦略1)	「ムジークフェストなら」では、世界遺産をはじめとする社寺等と連携した奈良ならではのコンサートに加え、幅広い世代に音楽に触れてもらう機会を提供することにより、文化芸術活動の活性化や誘客を促進するとともに、「ムジークフェストなら」の周知度を高めます。

7. 平成30年度の評価及び令和元年度 of 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
県立文化施設の整備・改修等(戦略1,2)	老朽化した県立文化施設については、庁内に設置した「県有施設等耐震検討チーム」での専門家の意見も踏まえ、応急的補強や耐震改修等の整備・改修等を進めます。