

**重点課題**  
 1 経済の活性化  
 2 観光の振興

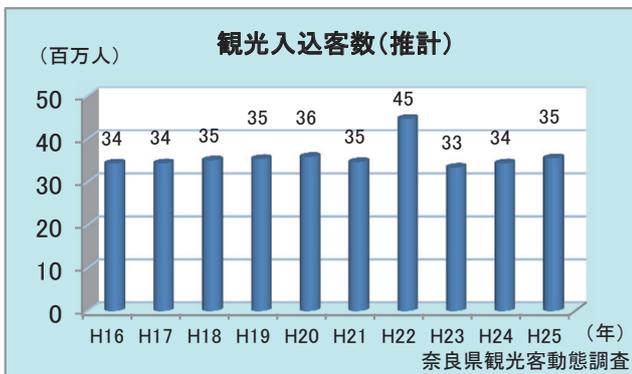
**目指す姿**  
 新しい魅力づくりを進め、ゆっくりじっくりと楽しめる観光県を目指します。



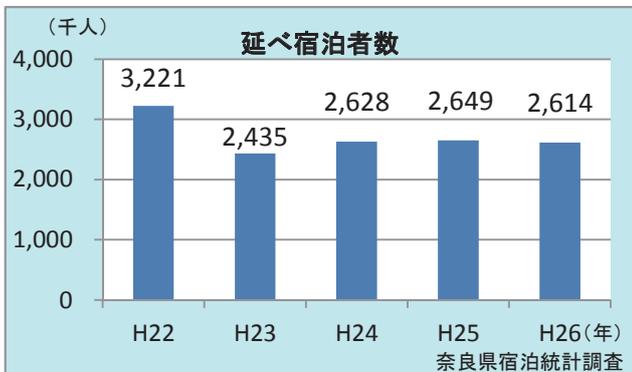
**これまでの成果**

- ・大古事記展を開催し、10万人が来場しました。(H26年10月18日～12月14日、53日間)
- ・県営プール跡地活用プロジェクトにかかるホテル事業者の公募を先行して実施し、森トラスト株式会社を優先交渉権者として選定しました。
- ・奈良に事務所があるUNWTOアジア太平洋センター関連の国際会議等を誘致しました。(H27年12月に(仮称)UNWTOシルクロード会議の開催決定)
- ・冬期誘客キャンペーン「奈良うまし冬めぐり」や春日大社第六十次式年造替奉祝行事関連の商品が好評なこともあり、商品販売数が約2.7倍になりました。(H25年度:4,474人 → H26年度:11,936人)

**1. 政策課題の進捗状況**

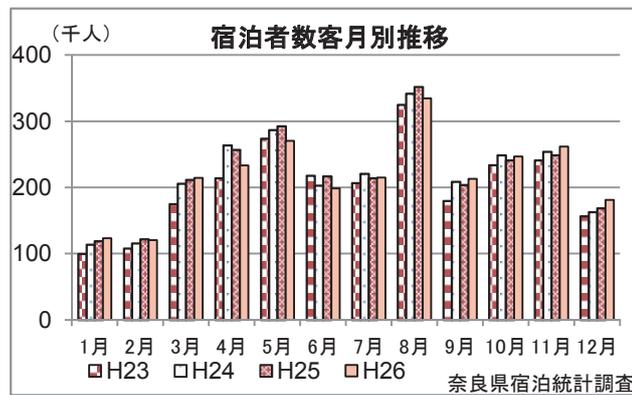


<b>目標</b>	平成27年までに、観光入込客数を4,000万人にします。(H24年:3,429万人)
<b>取組</b>	奈良県への観光客の誘致活動を行いました。
<b>成果</b>	首都圏観光キャンペーン、冬期キャンペーン、海外でのプロモーションの実施等により、観光入込客数は、平成24年、25年と増加傾向にあります。

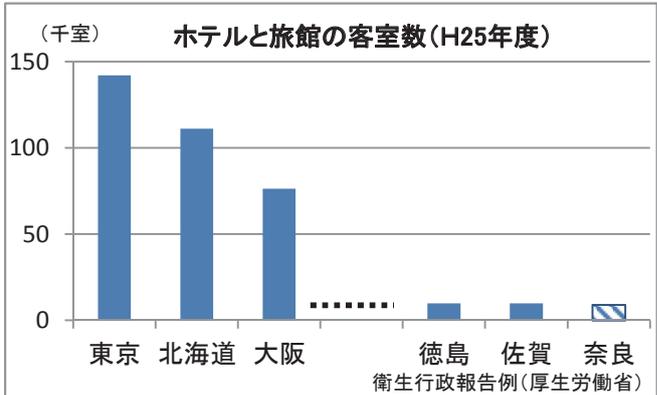


<b>目標</b>	平成27年までに、延べ宿泊者数を300万人にします。(H24年:263万人)
<b>取組</b>	奈良県への観光客の誘致活動を行いました。
<b>成果</b>	延べ宿泊者数は、平成26年4月から6月は消費税引き上げや夏場の天候不順により減少しましたが、秋以降は首都圏観光キャンペーン、冬期キャンペーン、海外でのプロモーションなどの取り組みにより前年同期と比較して増加に転じました。

**2. 現状分析**



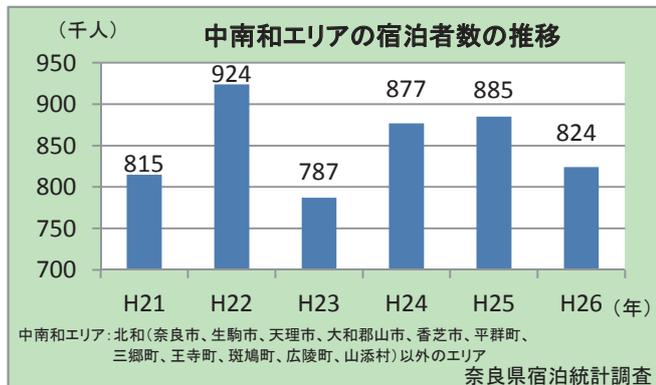
- ・12月から2月、6・7月がオフシーズンになっており、宿泊者数が低迷しています。
- ・特に1、2月は8月の1/3から1/4程度です。



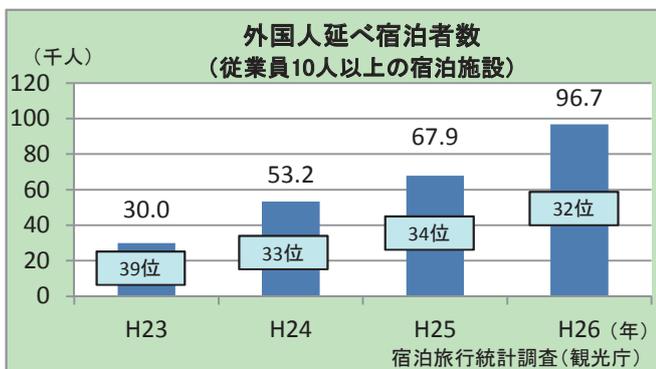
宿泊施設の施設数・客室数ともに少なく、客室数は全国最下位です。

### 3. 施策課題の進捗状況

戦略目標	▶平成27年までに、観光入込客数を4,000万人にします。(H24年:観光入込客数3,429万人) ▶平成27年までに、延べ宿泊者数を300万人にします。(H24年:延べ宿泊者数263万人)
------	--



取組	中南和エリアを含めた周遊観光の促進に取り組みました。
成果	中南和エリアの宿泊者数は、東日本大震災等の影響により平成23年は大幅に減少したものの、イベントの開催等に取り組んだ結果、平成24年以降は回復傾向にあり、平成26年は対平成21年比で1.1%増加となりました。



取組	外国人宿泊観光客の誘致活動に取り組みました。
成果	奈良県での外国人延べ宿泊者数は、全国的な訪日外国人客数の増加(H25年:10,363千人→H26年:13,413千人)を受けて、平成25年67,890人(全国34位)から平成26年96,710人(全国32位)と大幅に増加しました。

### 4. 平成28年度に向けた課題の明確化及び明確化された課題に対する今後の取組方針

平成28年度に向けた課題	今後の取組方針
奈良の魅力の収集と効果的な情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「記紀・万葉」に関する情報を収集整理し、ホームページ、プレスリリース等により幅広く情報発信します。</li> <li>・インターネットや大型ディスプレイ等を活用します。</li> <li>・「奈良まほろば館」を活用し、首都圏で情報発信します。</li> <li>・「せんとかん」を効果的に活用します。</li> <li>・JAならけんまほろばキッチン内観光案内所でのコンシェルジュによるタイムリーな情報発信を行います。</li> </ul>
オフシーズン対策の推進	誘客キャンペーンやイベントの実施、旅行商品の造成等により、オフシーズンの誘客を促進します。
外国人観光客が周遊しやすい環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多言語観光案内表示を整備します。</li> <li>・県内主要観光案内所等におけるWi-Fi環境を整備します。</li> <li>・多言語通訳電話サービス(英・中・韓・仏)を導入します。</li> <li>・外国人観光交流拠点を整備します。</li> </ul>

### 5. 平成26年度評価において見直しを行った課題、取り組み

見直した課題	見直した取組方針、見直した内容
海外からの訪問客の取り込み	東アジア、東南アジア、欧米からの訪問客を取り込むため、新たに海外観光プロモーターを設置し、切れ目のないセールス・マーケティングを行い、富裕層市場を開拓し、着地旅行商品を造成します。
オフシーズン対策の推進	オフシーズン(12~2月、6・7月)の宿泊客を増やすため、宿泊キャンペーンやイベントを実施します。