



(31) 県内イベントの充実

これまでは

海・雪のない本県では、観光客の夏枯れ、冬枯れが常態化。県内イベントも不足していました。

- ・ 冬季誘客イベント「大立山まつり」の開催
- ・ ムジークフェストならの開催
- ・ ぐれーとさまあーふえすた☆ならまち遊歩の開催
- ・ 平城宮跡内イベント
- ・ 奈良マラソンの開催
- ・ 馬見チューリップフェアの開催

もっと良くするために

さらなるイベント展開で奈良を元気にします。

- ・ 四季を通じて県内外から多くの人々に訪れていただけるよう、奈良の奥深い魅力をプランディングし、ゆっくりじっくりと楽しめるイベントを展開していきます。
- ・ 引き続き、音楽、スポーツイベントへの参加を促すとともに、東京オリンピック、サッカーワールドカップ、万国博覧会といった世界的な祭典を臨場感をもって一体的に鑑賞できる空間を創出していきます。
- ・ 次世代移動通信といった新たなコンテンツの導入や奈良伝統のコンテンツの継承により、幅広い年代層の参加を促すとともに、リアル体感を通じた学習・発見の機会を広げていきます。

目指す姿

令和3年度までに、新たなコンテンツ及び奈良伝統コンテンツを活用し、幅広い年代層の参加、来場者数の増加を図ります。

数十年ぶりに見たイベントは、なつかしく思われる人が多く、これからも定着させることが必要なんだね。



若草山焼き

そうですね。一方、若者にうけるためには、これに加えて新たなコンテンツを活用していくことも必要なんです。



主な取組

取組	令和2年度	令和3年度	令和4年度
パブリックビューイングの推進			奈良県コンベンションセンターでの実施(サッカーワールドカップ)
次世代移動通信等の新たなコンテンツの導入		リアル映像体験の導入	自動運転自動車の導入
奈良伝統のコンテンツの継承	菊人形展、大立山まつりの継続実施		



(32) 海外プロモーション・東京プロモーションの展開 (33) 「奈良まほろば館」新拠点への移転

これまででは

- 海外プロモーションの実施
 - ・フランスのギメ東洋美術館での奈良の仏像展示・ジャポニスム2018の積極参加
 - ・イギリスの大英博物館での奈良の仏像展示・観光プロモーションの実施
- 東京プロモーションの実施
 - ・鉄道事業者等と連携した奈良県観光キャンペーンを展開
 - ・古代歴史文化賞の設立、島根県等4県と連携(平成26年～)
 - ・東京日本橋に開設した「奈良まほろば館」で奈良の観光情報を発信
 - ・東京白金台に開設した「ときのもり」で奈良県の食と魅力を発信

もっと良くするために

さらなるプロモーションを展開します。

【海外プロモーション】

東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ2021関西等、日本で開催される国際的なイベントの機会を捉え、政府関係機関等との連携等により、効果的なプロモーションを展開します。

【東京プロモーション】

引き続き、鉄道事業者等と連携した奈良県観光キャンペーンを展開します。

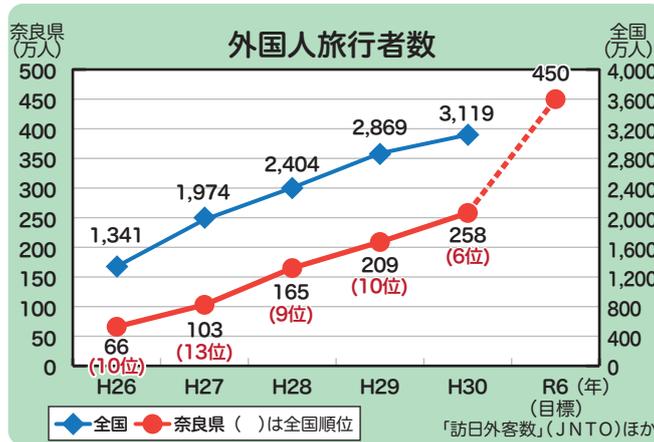
【奈良県発信拠点の移転・整備】

東京における奈良県発信拠点である「奈良まほろば館」及び「ときのもり」を新拠点に移転・整備し、ショップでの「奈良もの」の販売、レストランでの「奈良のうまいもの」の提供の充実等により、奈良県の魅力発信と誘客促進を一層強化します。

目指す姿

令和6年までに外国人旅行者数を450万人にします。

海外でも東京でも戦略的に奈良の奥深い魅力を発信するんだね。



奈良は日本の国家はじまりの地。古い木造建築物が多く残っているなど、海外から見るとすごく魅力的なところなんです。効果的にプロモーションをすることで、より多くの観光客に来てもらえるようにします。



主な取組

取組	令和2年度	令和3年度	令和4年度
外国人目線に立った情報発信	国際機関と連携した新たなツーリズムの掘り起こしとプロモーション		
大規模国際イベント開催の機会を捉えた誘客プロモーションの強化	SNSを活用した奈良の魅力発信や訪日海外メディア等への露出強化		
奈良県発信拠点の移転・整備	移転・整備	新拠点における発信	
鉄道事業者等と連携した東京プロモーション	奈良県観光キャンペーンの実施		



(34) 食の振興

これまでは

○奈良にうまいものなしと揶揄されてきましたが、
必死で奈良の食の振興を図ってきました。

- ・農産物高付加価値化(奈良県プレミアムセレクト)
- ・東京白金台(ときのもり)から奈良県の「食」と「魅力」を発信
- ・県内レストラン等との連携による情報発信
- ・NAFIC(注)の開校

(注)NAFIC・・・NARA Agriculture and Food International College
(奈良県立なら食と農の魅力創造国際大学校)の略



イチゴのブランド化

もっと良くするために

「奈良にうまいものあり」の評判を定着させます。

- 柿やイチゴ等、美味しいブランド認証農産物の販売を増加します。
- 奈良フードフェスティバルや奈良県コンベンションセンターでの食のイベント開催等により、奈良の食を楽しむ機会の拡大を図ります。
- NAFICではスペインのBCC(注)(バスクカリナリーセンター)と連携し、学生や優秀なシェフの交流による人材育成を進めます。
- 第8回UNWTOガストロノミーツーリズム世界フォーラム2020の奈良県での開催誘致等、ガストロノミーツーリズムの推進に努めます。

(注)BCC・・・スペイン・バスク地方にある世界的な4年制の料理専門大学校。

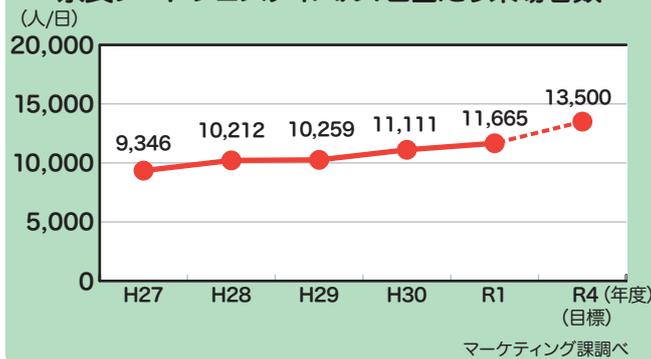
目指す姿

令和4年度までに奈良フードフェスティバル1日当たり来場者数を13,500人/日に
します。

奈良らしい景観・雰囲気の中で、「奈良の食」を楽しむイベント「奈良フードフェスティバル」は、回を重ねるごとに来場者が増えているんだね♪



奈良フードフェスティバル1日当たり来場者数



これからも、県産農産物の魅力を多くの人に知ってもらうため、奈良のおいしい食を提供し、「奈良の食」の魅力を創造・発信していきますよ!



主な取組

取組	令和2年度	令和3年度	令和4年度
県産農産物の高付加価値化	ブランド認証農産物の認知度向上、県産農産物のブランド化向上		
おいしい奈良の「食」の魅力創造と発信	奈良フードフェスティバル等「食」に関するイベントの開催		
NAFICとBCCとの連携推進	具体的な交流の検討・実施		
「食」と「農」を活かした地域活性化	ガストロノミーツーリズムの推進		



(35) 奈良インバウンド観光戦略20年ビジョンの策定と実行

これまでは

○インバウンド獲得は地域間の競争です。あらゆる観光魅力が整った観光地づくりが必要です。

- ・ 宿泊施設の質と量の充実(Accommodation)、滞在環境の快適性の向上(Amenity)、食の魅力向上(Appetite)、効率的な交通・道路体系の形成(Access)、自然・歴史・文化資源の保存・活用(Attraction)、楽しい奈良の実現(Amusement)
- ・ 魅力に実力があれば、来訪者自身が良い評価を上げてくれます(身替リピーター)

もっと良くするために

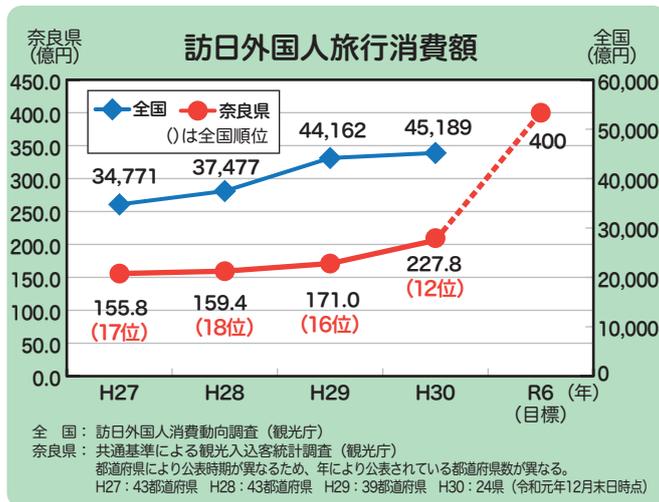
○リニア中央新幹線「奈良市附近駅」設置が見込まれる2037年を見据え、「奈良インバウンド観光戦略20年ビジョン」を策定するとともに、市町村と連携してビジョンを推進します。

- ・ ビジョンの柱立て(案)
 1. 観光地としての奈良の魅力づくり
 2. 対外プロモーションの強化
 3. 国際交流等の推進
 4. 観光振興の土台づくり
- ・ 地域ごとに協議会を立ち上げ、ビジョンの策定と実行を図ります。

目指す姿

令和6年までに訪日外国人旅行消費額を400億円にします。

最近、外国人旅行者数は増えているけど、県内で宿泊する人は少ないこともあって、外国人の旅行消費額は少ないんだね。



宿泊して周遊してもらえると県内消費が増えるので、戦略を立てて取り組んでいきます。



主な取組

取組	令和2年度	令和3年度	令和4年度
奈良インバウンド観光戦略20年ビジョンの策定と実行	観光地としての奈良の魅力づくり、対外プロモーションの強化、国際交流等の推進、観光振興の土台づくり		
	意欲ある市町村との連携・協働による地域ごとの戦略の推進		