

御所市観光戦略



奈良県御所市

令和5年3月

はじめに

本市には緑豊かで美しい自然環境の中に、神社仏閣や古墳などの様々な歴史・文化資源や由緒ある祭事等が多数存在しており、多彩で存分に可能性を秘めた観光資源に溢れております。



令和時代に突入し、新型コロナウイルスの世界的大流行を契機の一つとして、近年の観光まちづくりを取り巻く環境も変化しており、本市の現状を今一度見つめ直し、本市の観光まちづくりのあるべき姿を見据えていく必要性に駆られております。その実現に向けては、行政だけでなく市民や事業者の皆様のご協力が必要不可欠であり、それぞれが共通の目標を持って多様な連携による取り組みが行えるよう、この度の観光戦略策定に至りました。

本戦略は、①「観光資源の活用と磨き上げ」、②「美しい景観の保全と活用」、③「質の高い観光施設の整備」といった3つのコンセプトを主軸に、令和5年度から令和14年度までの10年間という長期の目標期間のなかで、戦略の分析や見直しを随時行いつつ、施策ごとに検証・修正・変更を行いながら、柔軟に戦略を推進して参ります。

最後になりましたが、本戦略策定にあたり、多数の貴重なご意見を賜りました市民の皆様、事業者の皆様に対して心より感謝申し上げます。

今後も本市の観光を通じた活性化に向け、引き続きご理解ご協力賜りますようお願い申し上げます。

令和5年3月

御所市長 東川 裕

目 次

序章 プラン策定の基本視点	1
1 背景と目的	1
2 戦略の位置付け	1
3 上位関連計画の整理	1
4 目標年次	1
第1章 御所市の観光現況	2
1.1 御所市の概要	2
1.2 観光資源の特徴	4
第2章 観光マーケットと社会情勢の動向	15
2.1 観光立国政策の概観	15
2.2 全国的な観光動向	17
2.3 奈良県の観光動向	23
第3章 御所市の観光動向	27
3.1 御所市と連携した広域圏における取り組み	27
3.2 観光アンケート調査	29
第4章 観光の課題	37
4.1 観光の現状分析	37
第5章 観光戦略	40
5.1 コンセプト	40
5.2 観光戦略	40
5.3 施策一覧	42
第6章 事業スケジュール	45

序章 プラン策定の基本視点

1 背景と目的

本市には、金剛山、葛城山、巨勢山丘陵地が作る緑豊かな自然環境や、令和3(2021)年6月に国史跡に指定された「條ウル神古墳」をはじめとする貴重な歴史資源、さらには「ススキ提灯献灯行事」や「霜月祭」といった祭りやイベントなど、多彩な観光・交流を推進していく資源があります。

また、地域資源として、ラグビーの強豪校とされる御所実業高校、文部科学省からスーパーサイエンス校に指定された中高一貫教育の場として青翔中・高校があり、御所らしさを生かした観光資源の拡充が可能であるといえます。

本戦略は本市が所有する資源を活かしつつ、近年の観光を取り巻く環境の変化や、本市の現状を踏まえ、観光のあるべき姿を見据え、その実現に向けて、行政とともに市民や事業者等が共通の目標を持って多様な連携等による取り組みが行えるよう、観光戦略を推進するため基本的な考え方を取りまとめます。

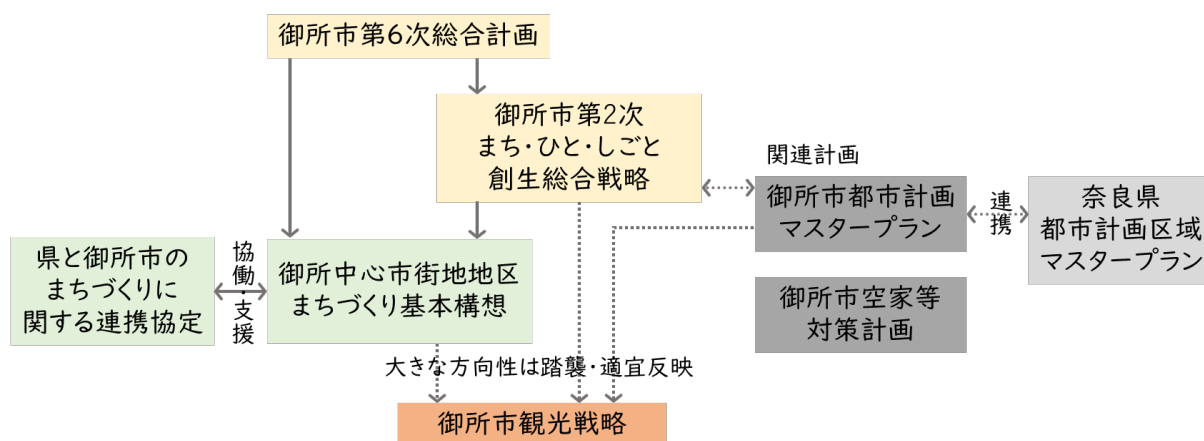
2 戦略の位置付け

「御所市第6次総合計画」「御所市第2次まち・ひと・しごと創生総合戦略」に係る、分野別計画とします。また、観光の指標となる「観光政策の最上位計画」として位置付けます。

3 上位関連計画の整理

観光戦略は、下図の計画等との整合を図って策定します。

図表 序章-1 上位関連計画と本計画との関連性



参考：御所中心市街地地区まちづくり基本構想（平成29年3月）

4 目標年次

本戦略の目標年次は令和14(2032)年度とし、令和5(2023)年度以降の10年間で社会経済情勢の変化等を踏まえつつ、PDCAサイクルを回し、概ね3～5年程度を目途に必要な見直しを図ります。

第1章 御所市の観光現況

1.1 御所市の概要

1.1.1 位置・特性

本市は奈良県北西部に位置し、西部に金剛山・葛城山が峰を連ね、南東部には巨勢山丘陵地などの標高150～350mの丘陵地があり、そこから平地の広がる緑豊かな自然に囲まれた田園都市です。市域面積60.58km²を有し、人口は24,107人（令和4(2022)年12月現在）です。県庁所在地の奈良市へは北北東に約25km、大阪市中心部には北西に約30km、近畿の空の玄関口である関西国際空港へは西に約45kmの位置にあります。鉄道は、JR和歌山線や近鉄御所線・南大阪線・吉野線で、道路は国道24号・南阪奈道路などにより、いずれも1時間前後で到達することができます。

大都市近郊に、令和3(2021)年6月に国史跡に指定された條ウル神古墳をはじめとした貴重な遺跡など、悠久の歴史に彩られた文化遺産を今に伝える歴史ロマンが漂う生活文化都市でもあります。

図表 1-1 御所市位置図



1.1.2 市の歴史

昭和33(1958)年3月に御所町、葛村、葛上村、大正村の4町村が合併し、奈良県で8番目の市として「御所市」が誕生しました。名前の由来は、市内を流れる葛城川に5つの瀬があったとする説や、孝昭天皇の御諸（みもろ）が「御所」に変わったとする説があります。

1.1.3 交通

市中心部の御所駅周辺地区には、大阪阿部野橋・尺土方面を結ぶ「近鉄御所線」と、北は王寺・高田方面、南は五条・橋本方面を結ぶ「JR和歌山線」が運行しています。

また、平成29(2017)年に京奈和自動車道大和御所道路（御所南IC～五條北IC間）の延長7.2kmが、2車線で開通しました。これにより、橿原高田ICから和歌山JCTまで京奈和自動車道が繋がり、地域間アクセスが向上しました。

- ・大阪阿部野橋<近鉄南大阪線>より約45分
- ・天王寺<JR関西本線(大和路線)>より約50分

・京都<近鉄京都・橿原線>より約約1時間40分

・近鉄名古屋＜近鉄名古屋・大阪線＞より約2時間40分

[illegible]

- ・南阪奈道路葛城ICより約15分
- ・西名阪自動車道柏原ICより約40分

奈良国道事務所管内

路線名	管理実延長(km)
供用中	24号 87.9
事業中	25号 35.7
その他自動車専用道路	163号 5.7
開通中	165号 20.2
計	149.5

道路

- 開通中
- 事業中
- 計画

(令和2年4月現在)

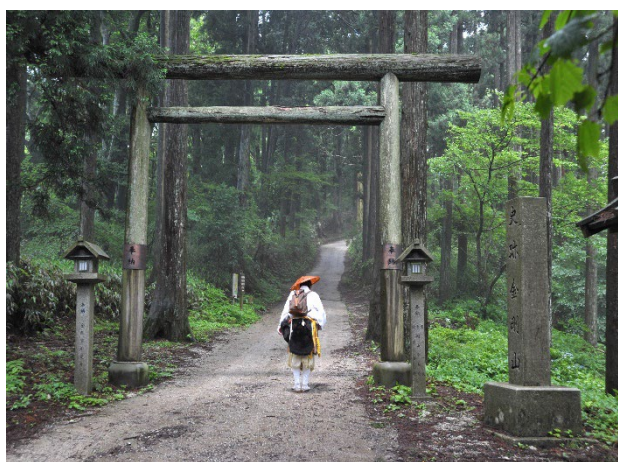
1.2 観光資源の特徴

本市の西部にある金剛山・葛城山は金剛生駒紀泉国定公園に指定されており、ヤマツツジやギフチョウ、カタクリ等の自然が豊かな、本市を代表する観光資源となっています。

中心部は、江戸時代からある町家のまち並みが残った御所まちエリア、金剛・葛城山麓には、古来より神話に登場する高天原の伝承地として伝えられるエリアがあり、「高天彦神社」や「高鴨神社」等の史跡、文化財が多く点在しています。それらを結ぶ「葛城の道」といった古道もあり、本市の悠久の歴史を体感できる場として活用されています。

そのほかにも、伝統の祭り、里山の豊かな自然とともにある素朴な生活・知恵そのものが本市の誇る地域資源といえます。

1.2.1 豊かな自然資源



金剛山

標高1125mの金剛山は、大阪府と奈良県の県境にあり、四季それぞれ、自然の美しい風物と変化に富んだ登山コースで多くの登山愛好家に人気があります。

特に冬の金剛山は大阪でもっとも多く雪の降る場所として有名で、美しくそして見事な樹氷を見ることができます。

葛城山

標高959mの葛城山は、山頂付近が高原状になっており、360度の大パノラマが楽しめます。葛城高原自然つつじ園では、ツツジの大群落に覆われており、花が咲き誇る5月上旬から中旬になると燃え立つように紅く染まり、夏は新緑、秋は山頂一面のススキ、冬は樹氷も見られ、四季を通して様々な表情を見ることができます。



葛城の道

全長約13kmの南北に連なった葛城の道には史跡が多く現存し、恵まれた自然に触れることができます。

神々の里として、天孫降臨を初めとする数々の神話の舞台が、そして古代葛城氏以来の史跡や農耕文化の営みの跡が、金剛・葛城山麓一体に広がっています。

1.2.2 奥深い歴史資源

御所まち

御所まちは、伊勢街道や高野街道などの要衝として発展し、その古い町並みの多くを今も見ることができます。江戸時代を中心に、大和緋、菜種油、運送、醸造など、様々な商売で栄え、文政13年のおかげ参りの際には、6ヵ月で9,729人の旅人が宿泊し、町をあげて接待をしたという記録文書が残っており、市指定文化財となっています。



葛城一言主神社

一言主大神と幼武尊（雄略天皇）を祀る古社です。どのような願い事でも一言の願いならば叶えてくれる「一言（いちごん）さん」として親しまれ、「無言まいり」の神として広く信仰されています。境内には「乳銀杏」と呼ばれる推定樹齢1,200年の銀杏の老木や、万葉歌碑、松尾芭蕉の句碑などがあります。



九品寺

聖武天皇の勅により行基が開基した戒那千坊の1つで、室町時代の兵火をまぬがれ今に残ります。境内や裏山の「千体石仏」と呼ばれるおびただしい数の石仏群で知られ、国重要文化財である本尊の阿弥陀如来坐像は藤原時代の作とされ、優しく円満な姿は気品高く、稀に見る秀作です。



宮山古墳

宮山古墳は、世界遺産「百舌鳥・古市古墳群」と同時代の古墳時代中期、葛城の地に突如として現れた大型の前方後円墳です。葛城氏の祖とされる葛城襲津彦の墓とみる説が有力です。墳丘長238mという破格の規模を誇り、同時期の奈良県内の古墳では最大です。大正10年に国の史跡に指定されました。

1.2.3 教育資源

奈良県立青翔中学校・高等学校

中高一貫6年間を通した理数教育の推進により、地域に貢献するとともに、科学技術創造立国たる日本の未来を牽引するサイエンスイノベーターを創出することを目的に、平成23年から研究開発を行っています。現在は第Ⅲ期（令和3年4月～令和7年3月）であり『中高6年で拓くサイエンスイノベーターへの道～古都奈良からの挑戦～』を主題としています。



奈良県立御所実業高等学校

全国高校ラグビーフットボール大会準優勝4回を誇る、ラグビー強豪校として知られています。同校が主催し、御所市民運動公園で開催される「御所ラグビーフェスティバル」は全国のラグビー強豪校が集い交流する場となっており、普段対戦することのできないチームと戦うことのできる貴重な機会となっています。

1.2.4 祭り・伝統行事・イベント

本市には歴史ある伝統的な祭りや、四季を通じて多彩なイベントが開催されています。特に、「ススキ提灯献灯行事」や「霜月祭」などは、本市を代表する行事です。各地域では、地域の伝統や文化と密接に結びついた伝統的な行事のほか、地域資源を活かしたイベントが数多く行われています。

図表 1-4 御所市の主な観光年中行事

1月1日	葛城山頂 初日の出(ロープウェイ早朝運行)
1月14日	茅原のトンド(左義長)
2月9日	恵比須神社 初えびす
2月11日	八幡神社 御田祭
4月第1日曜日	鴨都波神社 御田植祭
4月5日	葛城一言主神社 春季大祭
4月15日	極楽寺 天得如来会式
4月18日	阿吽寺 観音祭
4月18日	峯山百体観音祭
4月21日	寶國寺 春の大祭
4月20日～5月10日	高鴨神社 日本サクラ草展示
5月上旬	山麓マルシェ(葛城山)
5月上旬～中旬	葛城高原 ツツジ観花シーズン
5月3日	葛木神社 さくら祭り
5月3日	船宿寺 花まつり
5月5日	野口神社 汁掛け祭
6月16日	太神宮
7月7日	金剛山れんげ大祭
7月16日	鴨都波神社 夏季大祭(ススキ提灯献灯行事)
7月21日	寶國寺 きゅうり封じ
7月25日	東名柄天満宮 天神祭
7月30日	住吉神社 夏祭り(南郷)
7月30日	住吉神社 夏祭り(南十三)
8月21日	寶國寺孟蘭盆施餓鬼萬霊供養
9月15日	葛城一言主神社 秋季大祭
10月11日	高鴨神社 秋季大祭
スポーツの日の前日	八幡神社 ヒキアイモチ行事
スポーツの日の 前日・前々日	鴨都波神社 秋季大祭 ススキ提灯献灯行事
11月第2日曜日	吉祥草寺 採燈大護摩大祭
11月第2日曜日	御所まち霜月祭
冬至の日	葛城一言主神社 一陽来復祭

茅原のトンド

修験道の開祖・役小角（えんのおづぬ、役行者）の生誕地とされる御所市茅原の吉祥草寺で、毎年1月14日に行われる修正会の結願の行事。雄雌一対の大たいまつ（トンド）を作り、法要後、これを燃やしてその年の平和を祈ります。奈良県無形民俗文化財に指定されています。



葛城山麓マルシェ

葛城山で、ツツジの群生が広がる毎年ゴールデンウィークから5月下旬頃に併せて、マルシェが開催されます。葛城山ロープウェイの登山口駅前下で地元名店の特産品やゲストショップによる人気商品の販売、観光PRが行われています。

ススキ提灯献灯行事

鴨都波神社で、7月16日の夏季大祭と10月の秋季大祭宵宮（よいみや）に行われる祭礼行事。祭当日は、氏子の各自治会がススキ提灯と呼ばれる先端に御幣を施した3段組み10張の提灯を組み立て、古代の技法で神職が熾（おこ）した御神火を灯し奉納されます。



霜月祭

11月の第2日曜日に御所まちで行われる「催し」。町家を特別公開する「町家ミュージアム」、「縁日」など、様々なイベントが開催されます。「山伏おねり」では、近鉄御所駅前から修験道の開祖・役行者生誕の地吉祥草寺に向けて、全国から集まった山伏衆がほら貝を吹きながら御所まちを練り歩きます。

1.2.5 食文化・特産物

御所柿

甘柿のルーツと言われ、江戸時代初期、大和国御所町で褐斑がなく樹上で自然に甘くなる完全甘柿が突然変異で生まれました。甘味が強く、粘り気のある食感は「天然の羊羹」とも例えられ、極上の「御所柿」として幕府や宮中にも献上されていました。



柿の葉寿司

お伊勢参りの一行が、旅立つときにお弁当として、塩サバの薄くすいたものを握った酢飯に乗せ、殺菌作用のある柿の葉で包んだものを持たせたのが柿の葉寿司の始まりともされています。

お伊勢講の施行記録によると発祥は御所まちである可能性が非常に高いと言われています。

吐田米

吐田米は、奈良と大阪の境目にある金剛・葛城山、その山麓に広がる田園地帯の一部限定で収穫したお米のことをいいます。この地帯は、きれいな水と空気や良質な土壌、朝晩の寒暖差の大きいことなど恵まれた環境にあります。



地酒

奈良盆地は、日本酒発祥の地と言われています。純米酒にこだわっており、葛城山の恵みである地下水を井戸で汲み上げ、仕込み水に使用し製造しています。

醤油

本市内に醤油醸造蔵を持つ片上醤油では、昭和6年の創業より奈良県中部の山麓の静かな村で、奈良県産大豆を主原料として杉の大桶の中で自然の季節のままに発酵・熟成する醤油を製造してきました。天然醸造手法の無添加・無調整にこだわり、高品質の醤油を提供しています。



サンダル

農家の副業として営まれてきた奈良県のサンダル製造は、明治20年頃草履の製造として産業化されました。昭和30年～40年代のヘップサンダルブームに乗って気軽な履物として親しまれ、時代の流れや生活様式の変化に伴って、機能性やファッション性への追求・開発がなされました。現在ではサンダル履物コンテストが行われるなど一般の方にも親しまれています。

ごせブランド

御所市の豊かな土と澄んだ水によって育まれ、魅力ある歴史やストーリーを持った美味しい農林産物や加工食品に与えられる認定であり、11の商品が登録されています(令和3(2021)年2月時点)。



ヘルシエ

【特徴・こだわり】

- 珍しい、白いオクラ
- 普通のオクラと比べて、肉厚でコリコリとした食感
- 金剛山・葛城山から流れ出る澄んだ水をたっぷり蓄えて、青くさが少なく、みずみずしい
- 食物繊維豊富

【販売期間】

7月～10月末頃

宝楽(ほうらく)ししとう

【特徴・こだわり】

- 噛みやすく、ザクザクした食感
- ピーマンよりも苦くなく、通常のシシトウよりも辛くないので、野菜嫌いのお子様にもおすすめ

【販売期間】

7月～10月末頃



紫とうがらし

【特徴・こだわり】

- 肉厚で柔らかい歯ごたえ
- 辛みが少ない代わりにほんのりとした甘味がある
- 通常のシシトウ類に比べ、アントシアニン・鉄分・ビタミンC豊富

【販売期間】

7月～10月末頃



夏わけぎ

【特徴・こだわり】

- 奈良県御所市で戦前から作られてきた夏わけぎの復活
- 子宝に恵まれる縁起物としても有名で、あっさりとしたヘルシーな味で食べやすい
- カロテンや食物繊維が豊富

【販売期間】

8月～10月頃

御所芋

【特徴・こだわり】

- 御所市で作られた大和伝統野菜のヤマトイモ
- 古くから整腸薬とされてきたほど、食物繊維豊富
- 植物性たんぱく質豊富で、滋養・精力増強、疲労回復

【販売期間】

11月～3月



御所芋焼酎みかけによらず

【特徴・こだわり】

- ひとつひとつ丁寧に皮むきをした御所芋を使用した本格芋焼酎
- すっきりとしたキレのある味わいで大変飲みやすい

【販売期間】

通年（蔵出しは8月） ※御購入は、満20歳以上の方限定

掘立筍の水煮

【特徴・こだわり】

- 朝早くに収穫したたけのこをすぐに加工し、鮮度とおいしさを保ったまま真空包装
- えぐみがなくて大変食べやすい
- 薬品や米ぬかを一切使用していない

【販売期間】

通年





御所柿

【特徴・こだわり】

- 御所市で生まれた日本最古の完全甘柿
- 江戸時代には、「その味絶美なり」「柿の極品なり」と非常に高い評価を受けた
- 天然の羊羹といわれるなめらかな口触りで、大変甘い

【販売期間】

11月末～12月上旬頃

柿蜜 KAKIMITSU

【特徴・こだわり】

- 御所市産の御所柿と富有柿だけを使ったシロップ
- 抗酸化成分（ポリフェノール等）が柿の5.1倍、はちみつのは11.7倍と大変身体によいシロップ
- 柿本来の甘味だけを使用した、健康食品

【販売期間】

通年（毎年約800本ほどの生産）



西川養鶏場麦花石(ばっかせき)美人たまご

【特徴・こだわり】

- 天然石の「麦花石」を飼料に使ってにわとりを育てている
- ミネラル豊富で甘みが強く、コクのある卵

【販売期間】

通年

倭鴨(やまとがも)

【特徴・こだわり】

- 脂質と赤身のバランスが絶妙で、何度も食べたくなる旨みにあふれた合鴨肉
- くさみがないので合鴨肉を普段食べない方にもおすすめ

【販売期間】

通年



1.2.6 体験・交流

様々な体験が、市全体で多数実施されています。

図表 1-5 体験施設一覧

体験交流種別		施設名	場所
自然体験	農園	吉川農園	多田
		杉浦農園	西佐味
		GambaFarm	
		葛城山麓農園	檜原
		西川農園	櫛羅
		さんろく自然塾 うめだファーム	増
ものづくり体験	陶芸	Koen-ceramics (晃炎陶芸教室)	名柄
食体験	醤油絞り	片上醤油	森脇

1.2.7 宿泊施設その他

宿泊施設や地域の活性化・交流を促す施設が増えています。

図表 1-6 宿泊施設ほか一覧

種別	施設名	場所
宿泊	国民宿舎葛城高原ロッジ	葛城山上
	RITA 御所まち	御所まち
	宿チャリンコ	御所まち
	東風の宿	名柄
民泊	民泊 母屋 森本	西佐味
	古民家の宿 勝右衛門	今住
	さんろくのおうち	増
地域活性交流拠点施設	ごせまちセンター	御所まち
その他	御所宝湯	御所まち
	三光丸クスリ資料館	今住

第2章 観光マーケットと社会情勢の動向

2.1 観光立国政策の概観

観光分野は、日本の力強い経済を取り戻すための重要な成長分野として位置付けられます。観光立国の実現に向けて、平成19(2007)年より、観光立国推進基本法が施行されています。本法律において、観光は21世紀における日本の重要な政策の柱として位置付けられました。

2.1.1 観光立国推進基本法

観光基本法(昭和38(1963)年)を全面改正するかたちで平成18(2006)年12月に成立し、平成19(2007)年1月より施行。本法律において初めて、観光は21世紀における日本の重要な政策の柱として明確に位置付けられました。

目的	観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進に寄与すること
基本理念	観光立国の実現を進める上で下記4点を規定 ①豊かな国民生活を実現するための「住んでよし、訪れてよしの国づくり」の認識の重要性 ②国民の観光旅行の促進の重要性 ③国際的視点に立つことの重要性 ④関係者相互の連携の確保の必要性
概念の概要	図表 2-1 概念の概要 観光立国の実現 — 住んでよし、訪れてよしの国づくり — 出典:観光庁「観光立国推進基本法の概要」

2.1.2 観光立国推進基本計画

観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として「観光立国推進基本計画」を策定。「世界が訪れたくなる日本」へと飛躍するために、基本的な方針として、国民経済の発展、国民生活の安定向上、国際相互理解の増進及び災害、事故等のリスクへの備えを掲げています。

図表 2-2 方針と目標

基本的な方針	①国民経済の発展	観光を我が国の基幹産業へ成長させ、日本経済を牽引するとともに、地域に活力を与える。
	②国際相互理解の増進	観光を通じて国際感覚に優れた人材を育み、外国の人々の我が国への理解を深める。
	③国民生活の安定向上	全ての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような環境を整え、観光により明日への活力を生み出す。
	④災害、事故等のリスクへの備え	国内外の旅行者が安全・安心に観光を楽しめる環境をつくり上げる。観光を通じて東北の復興を加速化する。
観光立国の実現に関する目標	国内観光の拡大・充実	①国内旅行消費額
	国際観光の拡大・充実	②訪日外国人旅行者数 ③訪日外国人旅行消費額 ④訪日外国人リピーター数 ⑤訪日外国人旅行者の地方部における延べ宿泊者数 ⑥アジア主要国における国際会議の開催件数に占める割合
	国際相互交流の推進	⑦日本人の海外旅行者数

2.2 全国的な観光動向

新型コロナウイルス感染症の拡大により、観光需要は大きく落ち込み、全国の観光地・産業が厳しい状況に置かれています。地方経済がコロナ禍から立ち直るには、地方創生を牽引する観光地の再生が不可欠であり、これを支える観光産業の強化を推進していく必要があります。

2.2.1 令和4年度版 観光白書

観光庁では、観光の動向、新型コロナウイルス感染症が観光にもたらした影響や変化、観光業が抱える構造的な課題と改善の取組等について分析するとともに、観光立国の実現に向けて講じようとしている施策を報告しています。

観光の動向	日本の観光の動向	・令和3(2021)年の訪日外国人旅行者数は25万人(前年比94.0%減、令和元年比99.2%減) ・令和3年の客室稼働率は34.5%、令和元年に引き続き低い水準。宿泊旅行については、日本人/外国人ともに落ち込んだが、地域別にみると近畿、沖縄の落ち込みが大きい。 図表 2-3 地方ブロック別延べ宿泊者数 (図表 I -38)地方ブロック別延べ宿泊者数 (日本人・外国人別2019年比寄与度) (2021年) <table><thead><tr><th>地域</th><th>日本人 (%)</th><th>外国人 (%)</th><th>全体 (%)</th></tr></thead><tbody><tr><td>北海道</td><td>-24.0</td><td>-23.6</td><td>-47.6</td></tr><tr><td>東北</td><td>-29.7</td><td>-3.9</td><td>-33.6</td></tr><tr><td>関東</td><td>-25.4</td><td>-22.3</td><td>-47.7</td></tr><tr><td>北陸信越</td><td>-34.6</td><td>-7.8</td><td>-42.4</td></tr><tr><td>中部</td><td>-28.4</td><td>-12.7</td><td>-41.2</td></tr><tr><td>近畿</td><td>-25.3</td><td>-30.7</td><td>-55.9</td></tr><tr><td>中国</td><td>-29.2</td><td>-7.6</td><td>-36.8</td></tr><tr><td>四国</td><td>-35.8</td><td>-7.9</td><td>-43.7</td></tr><tr><td>九州</td><td>-29.7</td><td>-14.3</td><td>-44.0</td></tr><tr><td>沖縄</td><td>-44.1</td><td>-22.9</td><td>-66.9</td></tr><tr><td>全国</td><td>-28.4</td><td>-18.7</td><td>-47.1</td></tr></tbody></table>	地域	日本人 (%)	外国人 (%)	全体 (%)	北海道	-24.0	-23.6	-47.6	東北	-29.7	-3.9	-33.6	関東	-25.4	-22.3	-47.7	北陸信越	-34.6	-7.8	-42.4	中部	-28.4	-12.7	-41.2	近畿	-25.3	-30.7	-55.9	中国	-29.2	-7.6	-36.8	四国	-35.8	-7.9	-43.7	九州	-29.7	-14.3	-44.0	沖縄	-44.1	-22.9	-66.9	全国	-28.4	-18.7	-47.1
地域	日本人 (%)	外国人 (%)	全体 (%)																																															
北海道	-24.0	-23.6	-47.6																																															
東北	-29.7	-3.9	-33.6																																															
関東	-25.4	-22.3	-47.7																																															
北陸信越	-34.6	-7.8	-42.4																																															
中部	-28.4	-12.7	-41.2																																															
近畿	-25.3	-30.7	-55.9																																															
中国	-29.2	-7.6	-36.8																																															
四国	-35.8	-7.9	-43.7																																															
九州	-29.7	-14.3	-44.0																																															
沖縄	-44.1	-22.9	-66.9																																															
全国	-28.4	-18.7	-47.1																																															
コロナ禍に向き合う観光業とこれからの課題	企業の状況	・観光関連産業の営業利益は、令和元年は概ねマイナスで推移し、令和2年後半以降は、やや持ち直しの兆しもあったが、引き続き厳しい状況。																																																
	国内旅行市場の環境変化	・近隣地域内での観光(マイクロツーリズム)のトレンドは引き続き発展。																																																
	持続可能な観光の重要性	・コロナ禍を契機として、密になる有名な観光地より自然環境に触れる旅行へのニーズが高まっている。																																																
令和3(2021)年度に講じた施策、令和4(2022)年度に講じようとする施策		・国内交流の開拓・新たな交流市場開拓 ・観光産業の変革 ・交流拡大により豊かさを実感できる小物等の ・国際交流の回復・質的な変革																																																

2.2.2 アフターコロナ時代における地域活性化と観光産業に関する検討会最終とりまとめ

観光庁では、コロナ禍により落ち込んだ観光産業の強化を推進するため、検討会を設置し「アフターコロナを見据えた観光地・観光産業の再生に向けて～稼げる地域・稼げる産業の実現～」をとりまとめています。

1. 観光地の面的な再生・高付加価値化の推進、持続可能な観光地経営の確立	(1) 観光地の面的な再生・高付加価値化の推進	・地域の多様な関係者の連携の下、観光地全体としてその魅力や稼ぐ力を高める取組を推進 － 宿泊施設の改修や廃屋撤去等の計画的・継続的な取組が可能となるよう支援内容を見直すとともに、面的なDX化等も支援対象とするなど制度の拡充を図るべき － 観光地の面的な再生・高付加価値化の取組に対して法整備も含めた更なる推進策を検討し、必要な施策を講じるべき
	(2) 持続可能な観光地経営の確立	・地域における財源・人材の安定的な確保等を含めた持続可能な観光地経営を確立 － DXによる地域経営の高度化等に係る中長期的な方策・将来ビジョンの構築を検討すべき － DMOの活動による地域への貢献を客観的に把握・評価する手法を検討すべき － マネジメント・マーケティング、ファイナンス、ITリテラシーなどの地域戦略の構築に必要なスキルや、観光に関する専門的知識を習得する環境の整備を図るなどの取組を進めるべき
2. その中核を担う観光産業の構造的課題の解決	(1) 宿泊業	① 企業的経営への転換 ② 健全な事業再生の推進 ③ 宿泊サービスの高付加価値化 ④ 生産性向上の推進と担い手確保 ⑤ 地域全体での計画的な安全・安心の備えの確保
	(2) 旅行業	① 価値創造型ビジネスへの転換、送客型から誘客型へのシフト ② 新たな旅行市場の開拓 ③ 独自の強みを活かした事業の多角化の推進 ④ アフターコロナにおける旅行需要の円滑な回復等

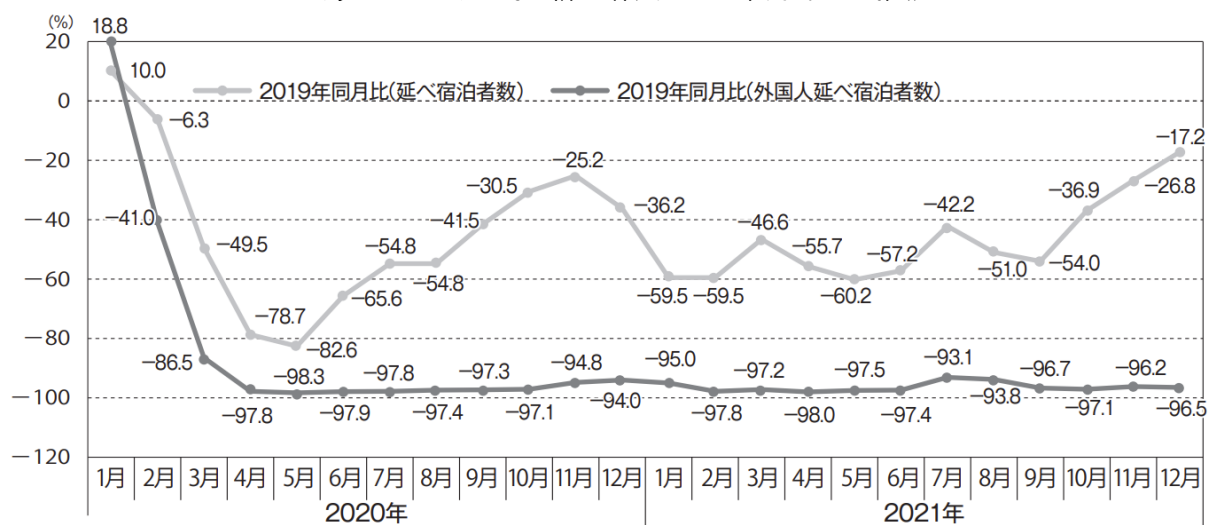
2.2.3 既存データ整理

全国的な観光動向について、既存データを元に整理し、今後の本市の観光戦略策定にあたっての基礎資料として活用します。なお、使用したデータはコロナウイルス感染拡大前後のものが混在しています。

(1) 国内宿泊観光旅行の動向

新型コロナウイルス感染症の拡大により減少した旅行需要について、国内の旅行需要は2021年秋頃から回復傾向にあることが分かります。

図表 2-4 国内延べ宿泊者数2019年同月比の推移

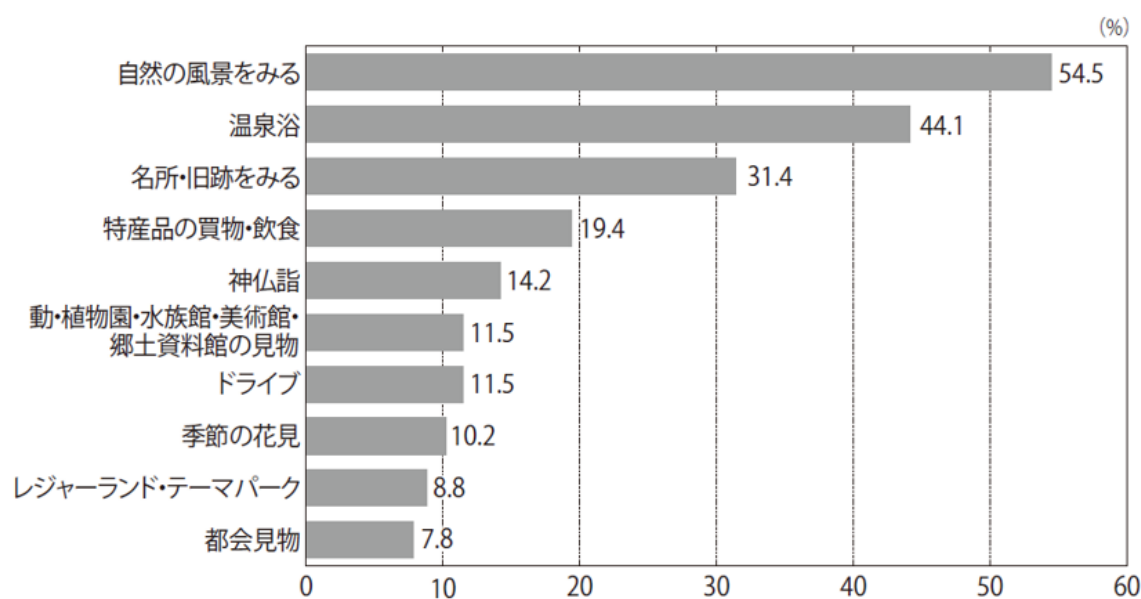


出典：観光庁「観光庁宿泊旅行統計調査」

(2) 旅行目的の変化

旅先での行動について、上位3項目は、2019年度と同じく「自然の風景をみる」（前年比4.6%増）「温泉浴」（同23.2%増）「名所・旧跡をみる」（同7.9%減）の順でしたが、2019年度は10位だった「ドライブ」が6位となるなど、コロナ禍における行動の変化が伺えます。にぎわいよりも混雑を回避した安心できる体験が旅行目的として求められています。

図表 2-5 旅行目的の変化



出典：日本観光振興協会「令和3（2021）年度版 観光の実態と志向」（令和3（2021）年9月）

(3) 宿泊旅行の同行形態の変化

2020年度は「家族」と「友人・知人」で8割弱となり、「自分ひとり」の割合が若干増加していますが、2011年度以降同行者の構成に大きな傾向の差はみられません。

図表 2-6 宿泊旅行の同行形態

(%)

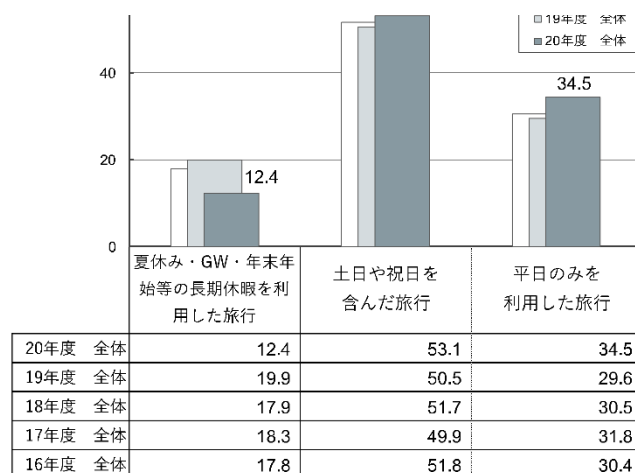
同行者 \ 年度	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
家族	56.3	55.1	56.0	55.2	55.6	56.0	57.2	56.4	55.2	57.3
友人・知人	23.2	23.4	22.4	23.5	21.2	21.3	22.0	19.9	20.6	18.9
家族と友人・知人	4.2	3.8	4.8	4.5	3.9	3.7	3.4	2.9	3.3	3.2
職場・学校の団体	2.1	2.1	1.9	1.7	2.4	1.6	1.7	1.6	1.4	0.8
地域・宗教・招待などの団体	1.1	0.9	0.7	0.8	0.6	0.6	0.5	0.5	0.4	0.2
自分ひとり	11.2	12.1	11.8	11.7	14.1	13.4	12.0	16.1	16.5	17.1

出典：日本観光振興協会「令和3(2021)年度版 観光の実態と志向」(令和3(2021)年9月)

(4) 宿泊旅行の旅行日

前年度より「夏休み・ゴールデンウィーク・年末年始等の長期休暇を利用した旅行」が減少し、「平日を利用した旅行」が増加するなど、コロナ禍で旅行日の分散化が進んでいることが伺えます。

図表 2-7 旅行日(単一回答/1人あたり最大3回までの旅行件数)

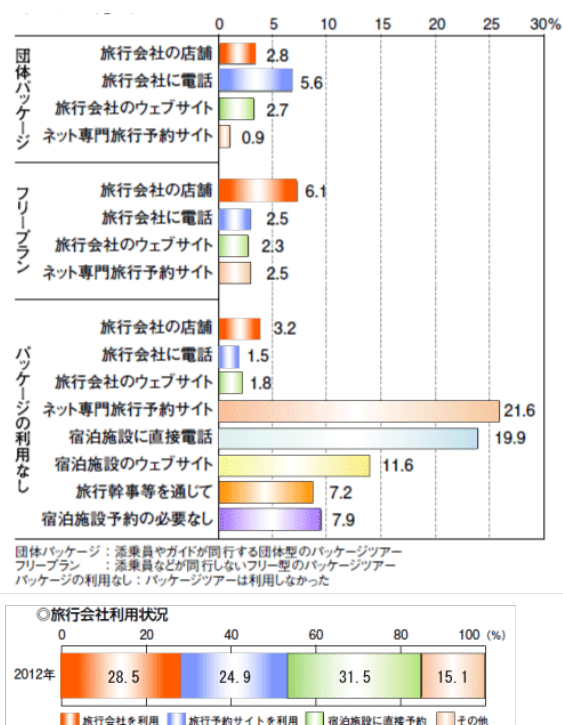


出典:「じゃらん宿泊旅行調査2021」(リクルートじゃらんリサーチセンター調べ)

(5) 国内宿泊旅行の申し込み方法

宿泊を伴う観光旅行の申し込み方法として、「宿泊施設に直接電話」をする方法と同様、「ネット専門旅行予約サイト」を利用する割合が高くなっています。次いで、「宿泊施設のウェブサイト」による割合が高くなり、ウェブサイトの情報整備の重要性が伺えます。

図表 2-8 旅行の申し込み方法



出典: (公財) 日本交通公社「旅行者動向2013」

2.3 奈良県の観光動向

2.3.1 奈良県観光総合戦略

リニア中央新幹線の奈良市付近駅の設置という長期の視点を持ちつつ、観光の目指すべき姿を定め、短期的な課題事象にも対応できる、実効性ある具体的施策を示すものとして「奈良県観光総合戦略」が策定されています。

社会情勢の変化の影響を受けやすい観光の現状に鑑み、5年間（2021年度～2025年度）の中期的な期間を設定し、施策を示しています。

主な課題	奈良県観光にかかると	
	・経済活性化のためには、1人あたり観光消費額が高い、宿泊を伴う周遊・滞在型観光を促進。県内全域への周遊につなげるため、交通・道路体系のさらなる整備やおいしい食の提供等の要素も必要。 ・観光客が訪れたいくなるような魅力の磨き上げが必要。 ・快適な旅行に必要な受け入れ環境整備の推進。 ・取組を持続的に推進していくための土台として、事業者、行政等がそれぞれの役割を認識し、自ら積極的かつ主体的に取り組む。	
長期的に目指す姿	○名実ともに「世界中に名を馳せる観光地・奈良」を実現 観光資源を磨き上げて、その魅力を広めていく	
	「ここにしかない魅力であふれる観光地・奈良」 ～奈良ならではの魅力を守り、創り、磨き上げる～	・持続可能な社会のあり方を知り学べる奈良が実現 ・観光客が幅広く楽しみ、癒される奈良が実現 ・四季を通じて楽しめる奈良が実現 ・「奈良にうまいものあり」との評価が定着
	「いつ来ても快適な観光地・奈良」 ～来てよし、居てよしの奈良になる～	・周遊拠点として確立された、泊まりたい奈良が実現 ・心地よく滞在できる奈良が実現 ・県内各地を円滑に周遊することのできる奈良が実現 ・安全・安心で持続可能な観光地としての奈良が実現
	「選ばれる観光地・奈良」 ～何度でも訪れたい奈良になる～	・国際的にも奈良のブランド力が確立・認知 ・何度でも訪れたい観光地・奈良が実現
施策の柱	総合	(1)観光振興の土台づくり
	「ここにしかない魅力であふれる観光地・奈良」 ～奈良ならではの魅力を守り、創り、磨き上げる～	(2)自然・歴史・文化資源の活用 (3)楽しむ (4)食の魅力
	「いつ来ても快適な観光地・奈良」 ～来てよし、居てよしの奈良になる～	(5)宿泊施設の質と量 (6)滞在環境の快適性 (7)便利な交通・道路体系
	「選ばれる観光地・奈良」 ～何度でも訪れたい奈良になる～	(8)プロモーションの強化

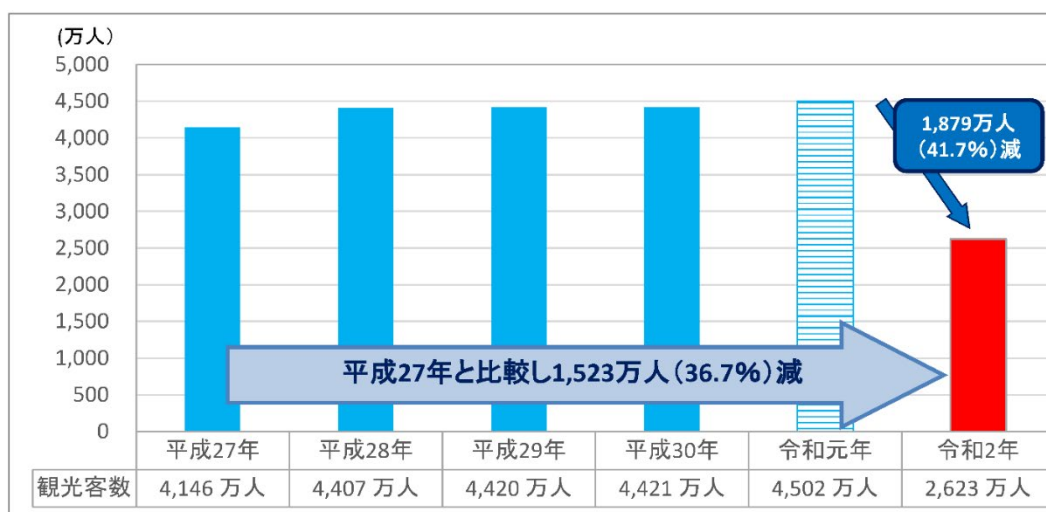
2.3.2 既存データの整理

(1) 奈良県訪問者数

令和2(2020)年の奈良県観光客数は2,623万人で前年より41.7%減少し、平成27年と比較すると36.7%の減少となりました。

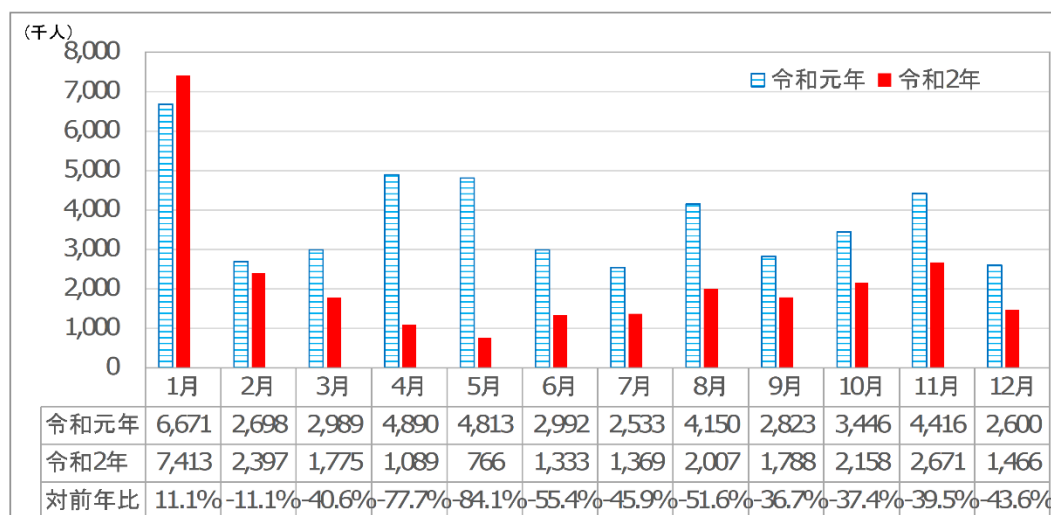
令和2(2020)年の結果を月別にみると、令和になって初めて元旦を迎えたこともあり、1月は前年を上回る観光客数となりましたが、新型コロナウイルス感染症拡大にかかる政府の緊急事態宣言の発出により、4月から5月は観光施設の臨時休業やイベント行事の中止等の影響を受け、大きく落ち込んでいることが分かります。緊急事態宣言解除後も、県境をまたぐ移動自粛の呼びかけや、各観光施設における休園・休館や営業時間の短縮等により、昨年を下回る結果となりました。

図表 2-9 延べ観光客数推移【平成27(2015)年～令和2(2020)年】



出典：奈良県観光客動態調査報告書(令和2(2020)年)

図表 2-10 月別観光客数比較【令和元(2019)年、令和2(2020)年】

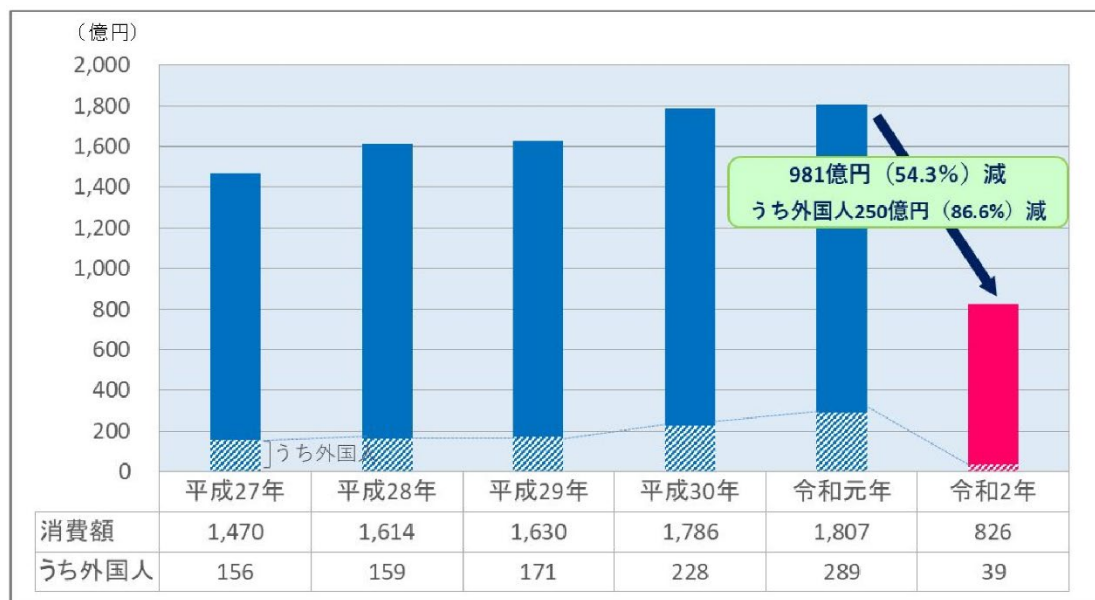


出典：奈良県観光客動態調査報告書(令和2(2020)年)

(2) 宿泊・日帰り別観光消費額

令和2(2020)年の観光消費額は前年から54.3%減少し、平成27年と比較すると43.8%の減少となりました。観光消費額が減少した主な要因としては、観光入込客数が前年から大きく減少したことが挙げられます。

図表 2-11 観光消費額の推移【平成27(2015)年～令和2(2020)年】



出典：奈良県観光客動態調査報告書（令和2(2020)年）

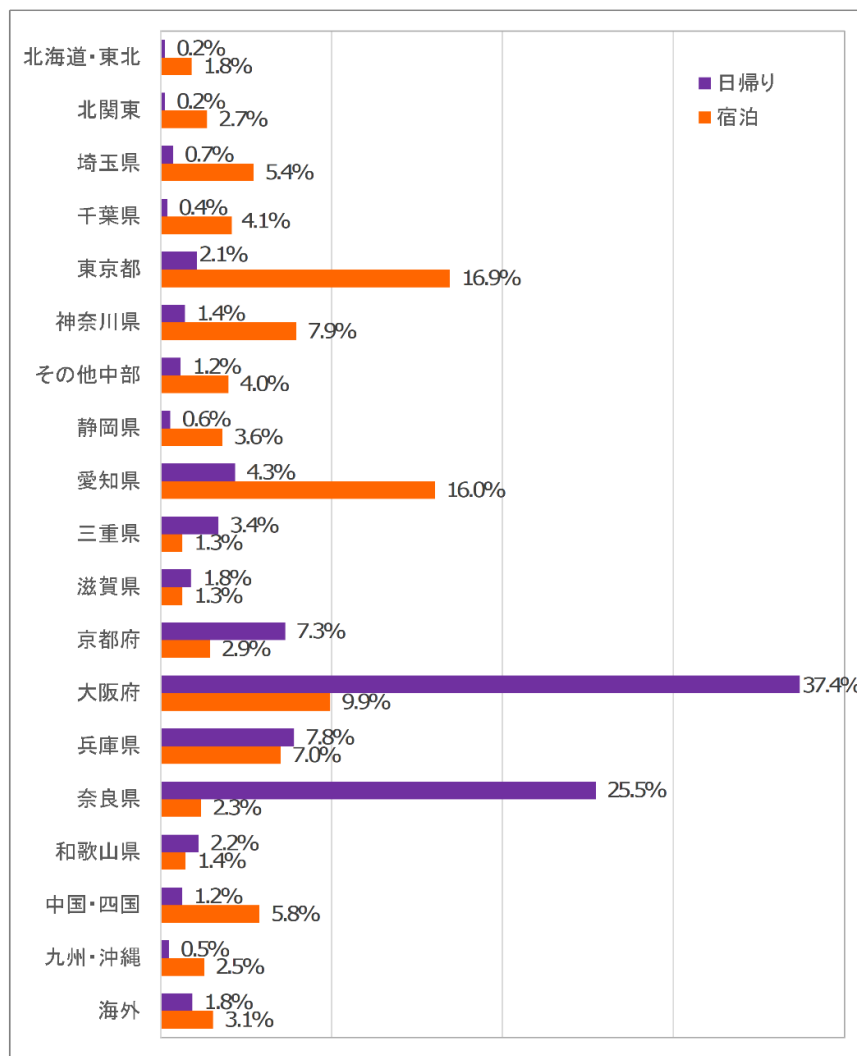
※観光入込客数(実人数)：延べ入込客数を基に、アンケート調査により得た観光客1人あたりの平均訪問地点数等を考慮し推計しています。

※令和2(2020)年外国人の項目は1-3月のみの集計値となります。(新型コロナウイルス感染症の影響により、4-12月は欠測)

(3) 来訪者の発地

奈良県への日帰り観光客は近畿圏からの来訪が多く、最も多いのが大阪府、次いで奈良県内、兵庫県となっています。宿泊観光客は関東圏や中部圏からの来訪が多く、最も多いのが東京都、次いで愛知県となっています。

図表 2-12 来訪者の発地割合



※奈良県内での宿泊を伴わない観光客を日帰り観光客として集計しています。

※回答が少数の道・県は、地域ブロックにまとめています。

出典：奈良県観光客動態調査報告書（令和2(2020)年）

図表 2-13 地域ブロック別都道府県名

地域ブロック	都道府県
北海道・東北	北海道 青森県 岩手県 宮城県 秋田県 山形県 福島県
北関東	茨城県 栃木県 群馬県
その他中部	新潟県 富山県 石川県 福井県 山梨県 長野県 岐阜県
中国・四国	鳥取県 島根県 岡山県 広島県 山口県 徳島県 香川県 愛媛県 高知県
九州・沖縄	福岡県 佐賀県 長崎県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 沖縄県

出典：奈良県観光客動態調査報告書（令和2(2020)年）

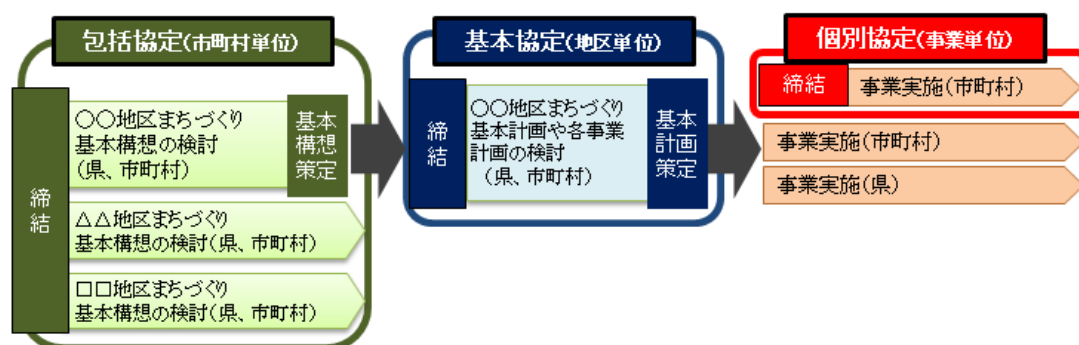
第3章 御所市の観光動向

3.1 御所市と連携した広域圏における取り組み

3.1.1 奈良県と御所市とのまちづくりに関する包括協定

「御所中心市街地地区」のまちづくりについて、「中心市街地機能と歴史・文化資源が共存した市民と観光客が集まる賑わいの創出」をコンセプトに、奈良県と御所市が協働してまちづくりを進めていくために奈良県内では9例目の自治体として締結しました。

図表 3-1 協定



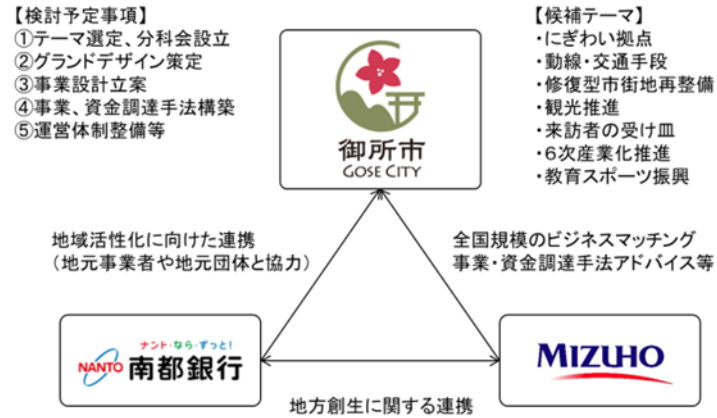
出典：奈良県HP(<https://www.pref.nara.jp/37983.htm>)

3.1.2 御所市の地方創生に関する連携協定

御所市、株式会社南都銀行、および株式会社みずほ銀行が令和3(2021)年2月24日に「御所市の地方創生に関する連携協定」を締結しました。

- (1) 協定締結日 2021 年 2 月 24 日(水)
- (2) 連携事項
 - ① まちづくりに関すること
 - ② 産業振興・イノベーションの促進に関すること
 - ③ 観光・スポーツ振興に関すること
 - ④ その他、まち・ひと・しごと創生の推進に関すること
- (3) 協定期間 協定締結日～2022 年 3 月 31 日(以降 1 年毎の自動更新)

図表 3-2 締結



出典：御所市、南都銀行およびみずほ銀行の「御所市の地方創生に関する連携協定」
の締結について(奈良県御所市／株式会社南都銀行／株式会社みずほ銀行)

3.2 観光アンケート調査

本市の観光戦略を策定するにあたり、基礎的なデータを得ることを目的に、本市内の主要な観光施設等への来訪者を対象に、アンケート調査を行いました。

3.2.1 調査概要

(1) 調査目的

御所市を訪れる観光客の特性やニーズを概観することで、本戦略の策定及び戦略策定後の取り組みに関するPDCAサイクルを回す際の基本的な情報として活用します。

(2) 調査対象

御所市内の主要な観光施設等（かもきみの湯・葛城高原ロッジ・郵便名柄館）来訪者

(3) 調査実施日

12月（17日（金）～20日（月） 4日間）

1月～4月（常設）

図表 3-3 調査結果

	12月	1月	2月	3月	4月	合計
かもきみの湯	13枚	3枚	4枚	4枚	2枚	26枚
葛城高原ロッジ	-	14枚	5枚	9枚	12枚	40枚
郵便名柄館	-	-	20枚	13枚	23枚	56枚
合計	13枚	17枚	29枚	26枚	47枚	122枚

(4) 配布・回収状況

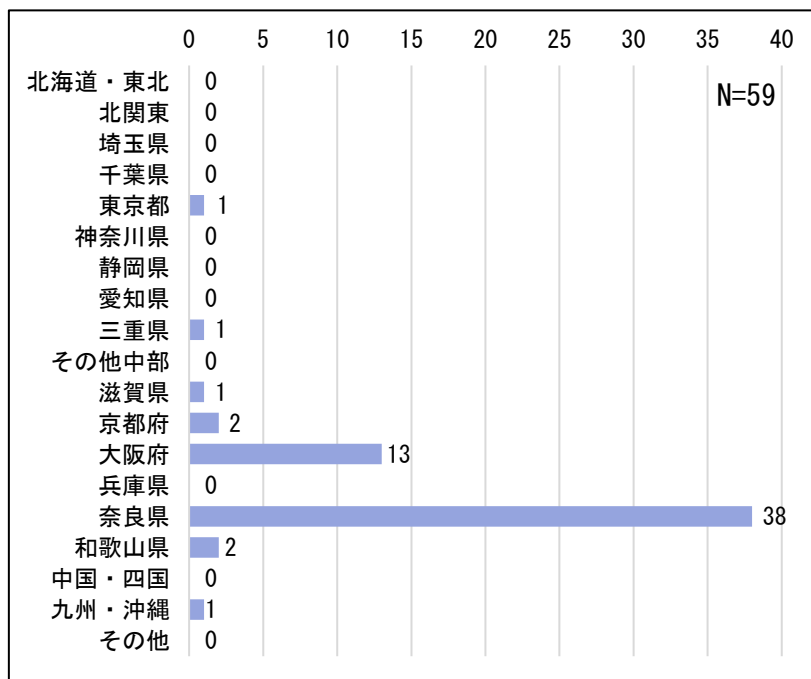
122枚 回収（男：51人、女：70人、その他：1人）

3.2.2 調査結果

(1) 居住地

「奈良県」に居住が38人で、最も多い結果となりました。この結果から、県内旅行者が全体の64%を占めていることが伺え、今後、近隣府県を含めた県外旅行者をどれほど呼び込めるかが課題となります。

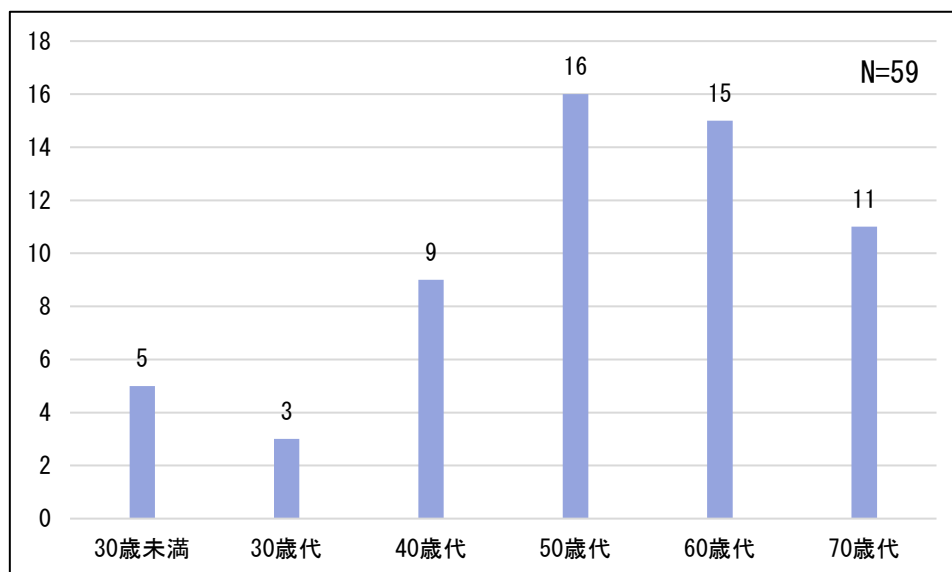
図表 3-4 来訪者の発地



(2) 来訪者の年齢層

年齢層は高いですが、幅広い年齢層の方が来訪していることが伺えます。メインターゲットとなる層において、誘客戦略が重要であるといえます。

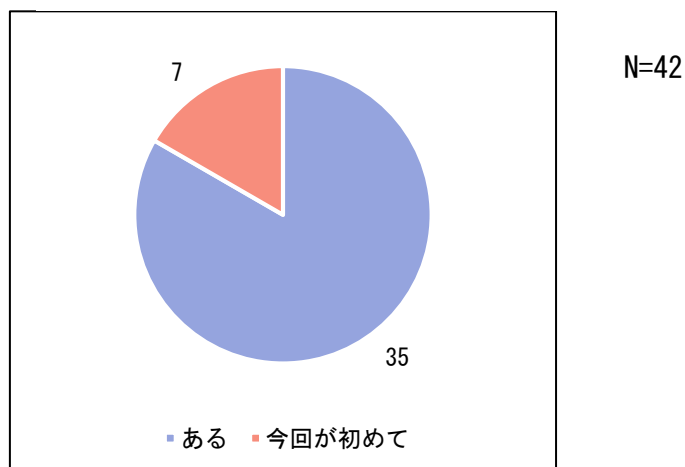
図表 3-5 来訪者の年代



(3) 本市への来訪有無

「ある」が35人で83%を占めています。リピーターを増やすことに加え、新規の来訪者をどれだけ呼び込めるかが重要になります。

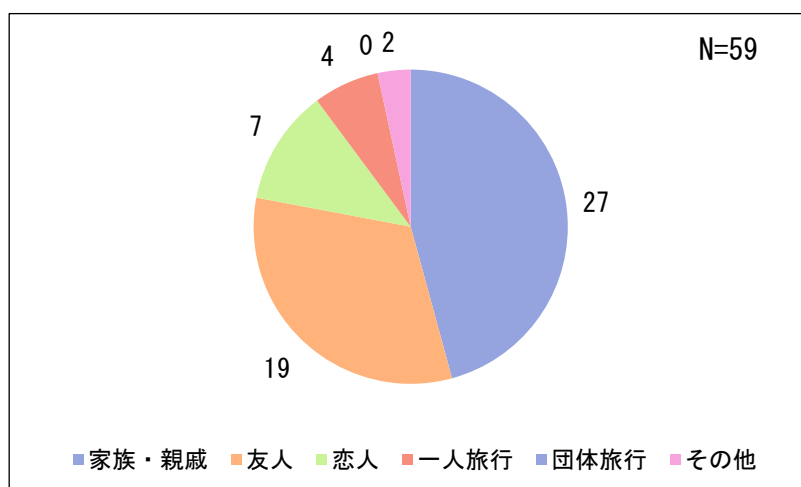
図表 3-6 御所市への訪問経験



(4) 同行形態

「家族・親族」が27人で最多であり、本市は家族・親族旅行の需要が高いことが伺えます。

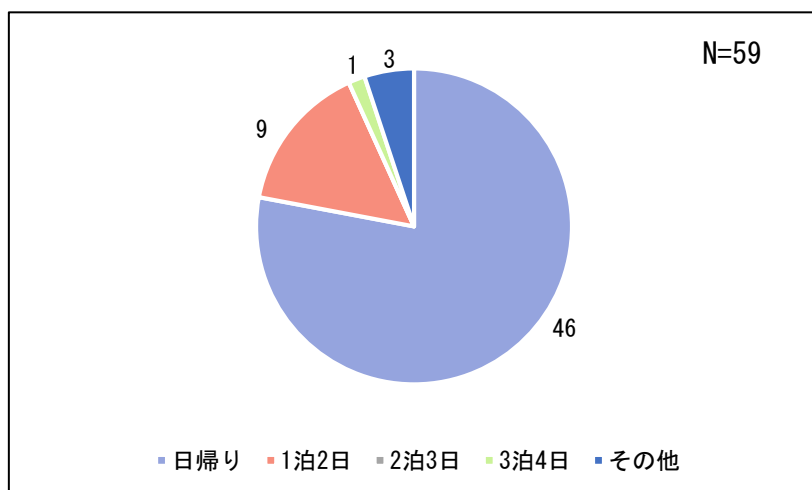
図表 3-7 訪問者との関係



(5) 宿泊利用

「日帰り」が46人と最も多く、全体の78%を占めています。今後宿泊人口をどれだけ増やしていけるかが重要になります。

図表 3-8 旅行日数

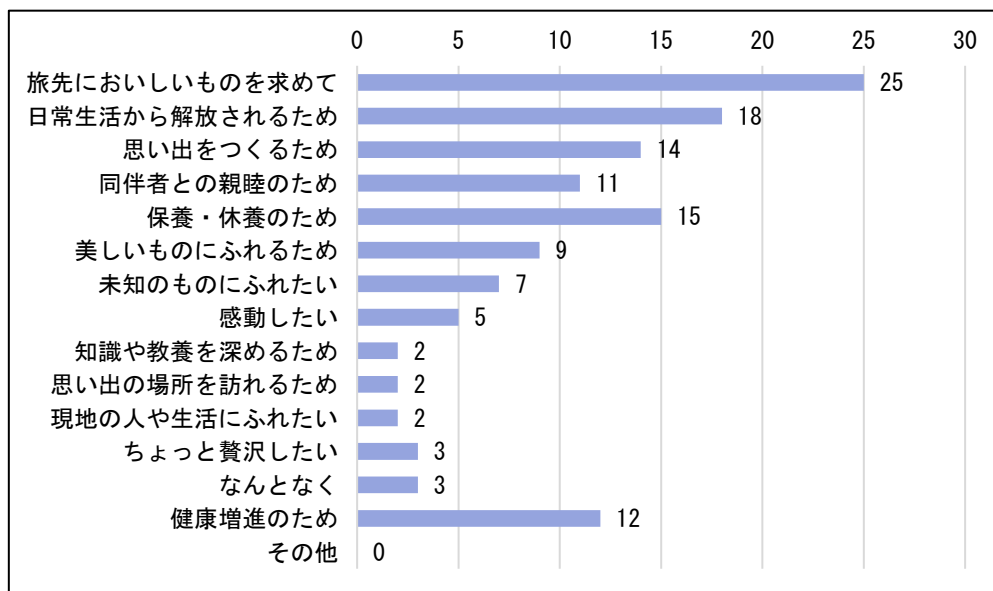


(6) 旅行(観光)先を決定する点

「旅先おいしいものを求めて」が最も多く、次いで「日常から解放されるため」「保養・休養のため」「思い出を作るため」と続きます。本市の観光に「食」と「癒し」が必要であり、整備する必要があることが伺えます。

図表 3-9 旅行先を選ぶ時に重要とする点

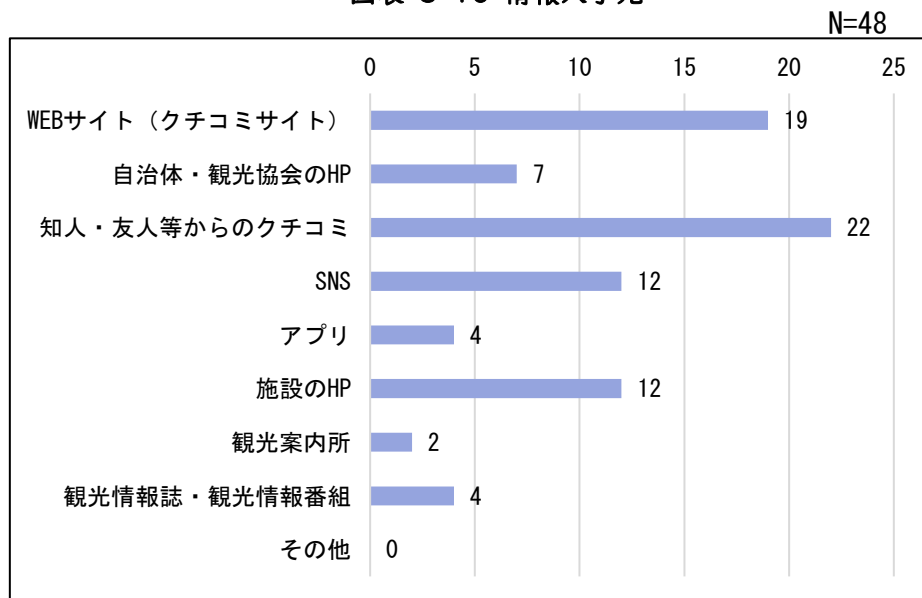
N=56



(7) 旅行(観光)情報の入手元

「知人・友人からのクチコミ」が22件と最も多く、次いで「WEBサイト」が19件となりました。

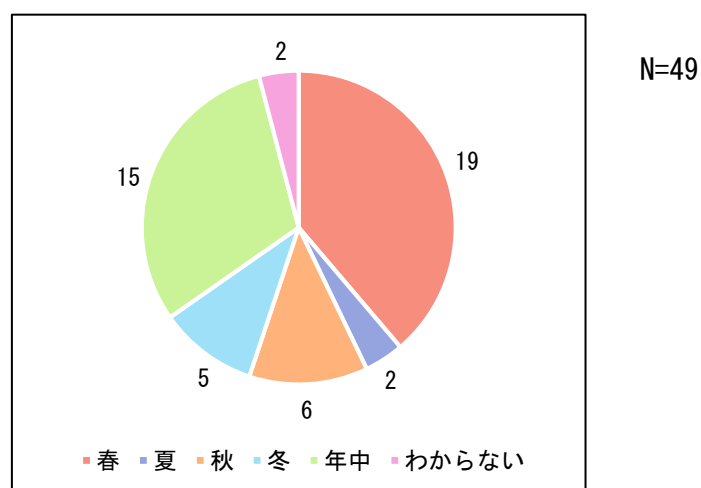
図表 3-10 情報入手元



(8) 本市の魅力的な季節

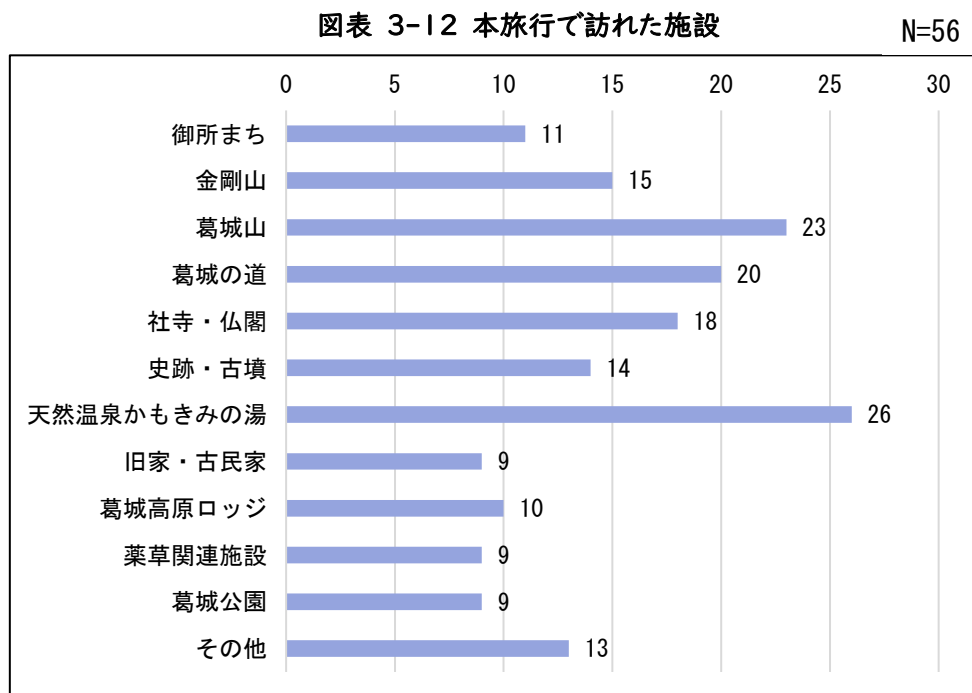
「春」19件で最も多い結果となりました。本市では、春に葛城山でツツジの大群落を見ることが出来る等、自然が豊かであることからこのような結果になったと伺えます。

図表 3-11 訪問したい季節



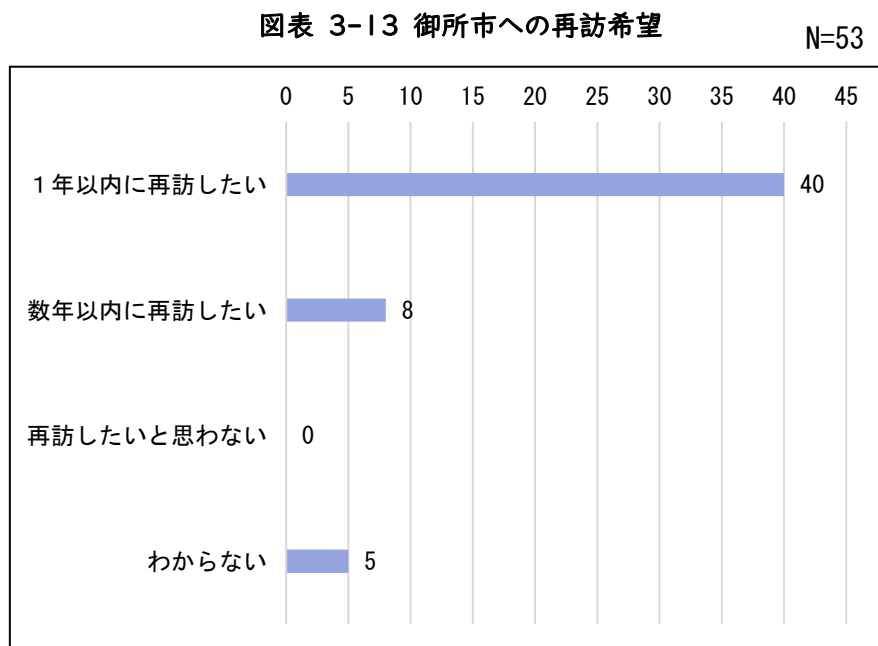
(9) 本市の主となる観光資源

「天然温泉かもきみの湯」が26件で最も多く、「葛城山」「葛城の道」が僅差で続く結果となりました。

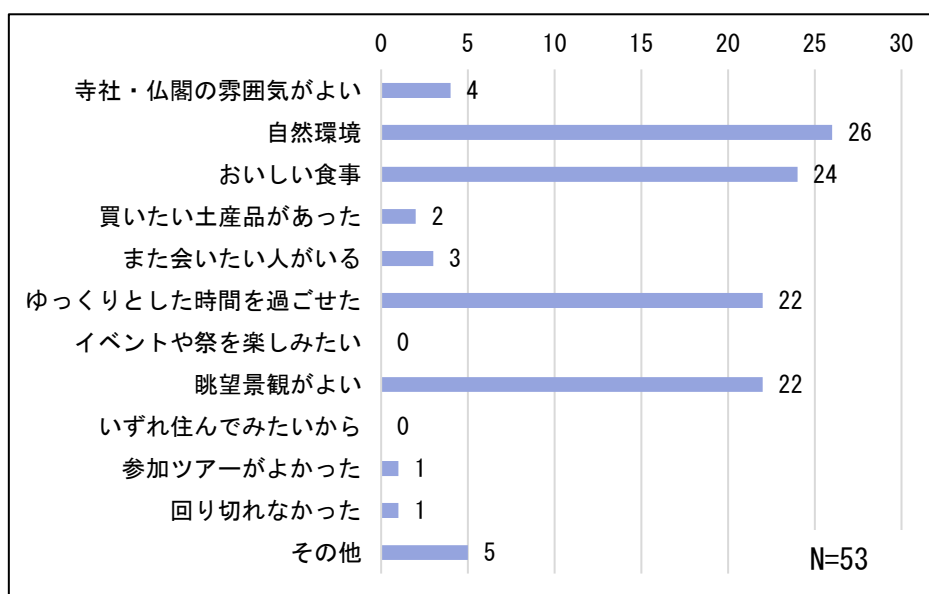


(10) 本市への再訪希望

「1年以内再訪したい」が40件と最も多い結果となりました。理由として、「自然環境」が26件で最も多く、次いで「おいしい食事」「ゆっくりとした時間を過ごせた」「眺望景観がよい」と続きます。



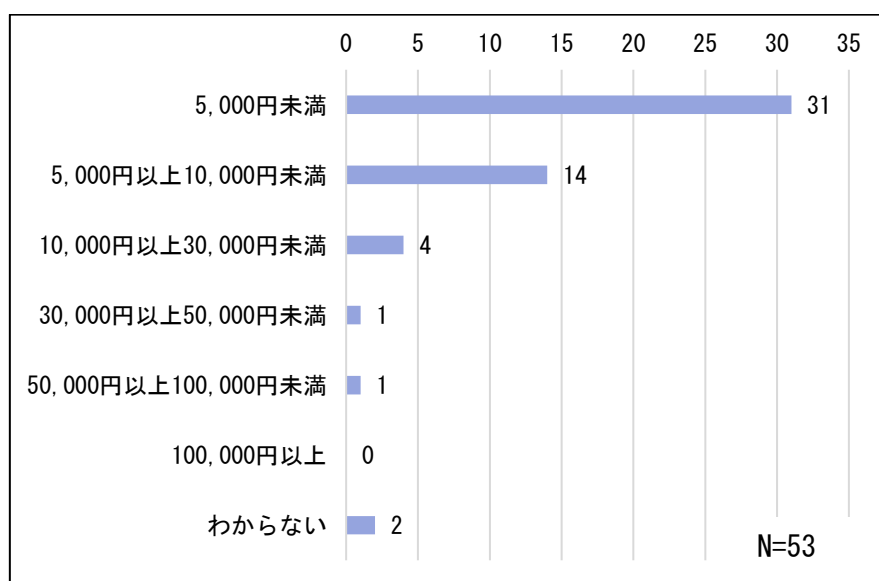
図表 3-14 御所市への再訪希望理由



(11) 観光で使用する総予算

宿泊費、交通費、飲食費、お土産 等を含めた観光する上で使用する金額は「5,000円未満」が31件と最も多い結果となり、全体の半数を占めています。

図表 3-15 御所市内で使った金額または総予算



(12) 本市が観光戦略を行っていくために必要となる施策(自由記述)

【交通】

- ・交通の利便性が悪いので、対策してほしい。
- ・車がないと行けない所が多いので、バスなどで周りやすいようになれば良い。

【景観】

- ・四季を感じる自然を観光できる公園があると良い。写真を撮りに人が集まると考えられる。

【イベント】

- ・市民祭りのようなイベントがあると良い。
- ・ご当地グルメ、名産・名物があると良い。
- ・かもきみの湯で開催されたサウナイベント等が魅力的だった。

【食】

- ・美味しい食事、お茶ができる場所がもっともっと増えると良い。
- ・葛城高原ロッジはとても気に入っている。かも鍋もおいしくリーズナブルで良い。

【施設】

- ・道の駅のような施設があると良い。
- ・おしゃれなお店があると良い。
- ・若い人も訪れたいと思うような飲食店や名物があればなお良い。

【サービス】

- ・各施設で「障がい者割引」「老人割引」制度を実施してもらいたい。
- ・葛城高原ロッジに宿泊した翌日は市内観光したいが、おすすめが分かりにくいいため、市内観光マップが欲しい。
- ・葛城高原ロッジはもう少し宿泊料金を高くして良いので、もうひとつ「つまみ」が欲しい。
- ・今回カフェが目的で訪れたので、その他の事前情報がなかった。そんな場合でも、情報が連なって情報が手に入れやすい環境だと良い。
- ・現地の案内が分からない。
- ・観光案内を充実してほしい。

【発信】

- ・SNSへの積極的な発信。
- ・観光の「目玉」があると良い。
- ・のどかさとなつかしさがとても心地よく感じる所であるため、神社や田園風景などアピールしてみしてほしい。
- ・葛城の道は素晴らしいので、もっと宣伝する方がよいと思う。できれば自転車でも押して歩けることも伝える方がよい。
- ・県内に住む私でさえも知らない史跡や古墳が沢山ある。そのあたりをもう少し宣伝してほしい。

【環境】

- ・登下校する子供たちは実に礼儀正しい。これは教育長以下教育関係者の姿勢の表れであろう。感動している。
- ・とても素敵な所で連れて来てくれた友人に感謝したい。また訪れたい。
- ・かもきみは何度も訪れたい。
- ・私はロードバイクに乗るのでサイクリングもしてみたい。

第4章 観光の課題

4.1 観光の現状分析

観光戦略を策定するにあたり、本市の観光に対する現状を把握するため、本市の強みと弱み、取り巻く外部環境の機会と脅威を整理しました。

図表 4-1 御所市 SWOT分析

強 み	弱 み
・歴史的価値のある多くの神社仏閣（高鴨神社、鴨都波神社、葛城一言主神社、吉祥草寺等） ・広範囲に残された中心市街地の古い街並み（御所まち） ・観光資源としての葛城山のポテンシャル（雄大なパノラマや夜景、ツツジの大群落など季節ごとの多様な景観） ・葛城の道及び周辺に広がる田園風景 ・地域による地域活性化の取り組み ・中高年を中心に人気のある観光資源 ・来訪者の高いリピート意向 ・おもてなしの文化	・市内に点在する観光資源（分布が把握しにくい） ・類似施設が多く集客のコアとなる施設が把握しにくい ・収益性の低い観光資源 ・中心市街地における商店街の低迷 ・空き家や空き地の増加による景観維持への懸念（御所まち） ・人の気配や生活の営みが感じにくい街並み（特に商家町を起源とする西御所町） ・高い人口減少率 ・宿泊施設不足 ・市内アクセス及び二次交通網不足 ・駐輪駐車場、休憩所（トイレ含む）不足 ・若年層への魅力不足（SNS映えする観光資源の不足） ・関西圏以外からは少ない来訪者（県内が6割）
機 会	脅 威
・アフターコロナにおける国内旅行への回帰、ニーズの多様化及び旅行スタイルの変化（滞在型、旅行先の厳選等） ・ワーケーションやテレワークなど働き方の多様化 ・食の持続可能性や健康志向等に対する関心の高まりによる地産地消や有機食品へのニーズ増加 ・持続可能な地域社会実現へ向けた舵取り役の必要性（DMO等） ・国際イベント開催を契機とした近畿圏の誘客強化（Expo2025大阪・関西万博、ワールドマスターズゲームズ関西等）←負の遺産の懸念 ・ICTなどDXによる観光コンテンツの強化 ・京奈和自動車道の全線開通	・コロナ禍におけるライフスタイルの変化（観光客、消費額の減少） ・人口減少社会による国内マーケットの縮小 及びインバウンドの減少 ・若年層の旅行や食への関心低下 ・他自体との競合による観光客の分散

上記の結果を踏まえて、機会を生かし、脅威を最小限にとどめる戦略に繋げる方法を検討します。

強み × 機会	強みを生かし、機会を得るための方法
強み × 脅威	強みを生かし、脅威を切り抜ける方法
弱み × 機会	弱みを強みに変え、機会を最大化するため方法
弱み × 脅威	弱みを把握し、脅威による影響を最小限に留める方法

図表 4-2 御所市 クロスSWOT分析

強み × 機会	弱み × 機会
・神社仏閣を巡りながら農家レストランなど地産地消の食材を活かした料理を提供する場所を増やす。 ・御所まちを散策しながら地元食材を使ったランチやお茶を楽しめるカフェや体験など街歩きの楽しさを増やす。 ・古民家をリノベーションし、ワーケーションや企業研修など長期の利用に対応可能な簡易厨房等を備えた滞在型の宿泊施設をつくる。 ・葛城山頂を御所市観光の入り口となる集客コアと位置付け、官民連携により質の高いリゾート施設として整備する。 ・アプリを利用し、葛城の道沿いの観光情報等を発信する。 ・DMO設立により、エリアマネジメントや人材育成など持続可能な地域社会を実現する。 ・経済的、時間的にゆとりのあるシニア層をターゲットとした宿泊、食事及び体験プログラム等の提供。 ・季節に応じた食の提供やイベントの実施。 ・Expo2025大阪・関西万博において、奈良県のブースで御所市の観光PRを行う（可能なものは先行整備）。 ・地元ガイドの育成や縁側などセミパブリックな空間の整備による交流の促進。	・御所市内をエリア分けし、エリアごとの特徴を明確にするとともに、各エリアのコア施設をPRする。 ・DMOを設立し、点在する観光資源の活用や維持管理について統括してマネジメントする。 ・空き家となった商店街をチャレンジショップ、シェアハウス等として活用する（小さなコミュニティの復活）。 ・クラウドファンディングやふるさと納税を活用し、景観維持や施設整備を充実させる。 ・維持管理を条件に安価で利用者へ貸与する。 ・宿坊を整備し、プログラム付きの宿泊施設として活用する。御所まちの古民家をリノベーションし、民泊施設として活用する。 ・グリーンスローモビリティの導入やレンタサイクル（原付含む）ステーションを設置し、拠点や施設間のモビリティを高める。 ・葛城の道（全長13km）に休憩施設、トイレ及びサイクルラックを設置し、散策路やサイクリングロードとして利用しやすい環境を整える。 ・SNS映えするフォトスポットの整備とプロモーション ・Expo2025大阪・関西万博など大規模イベントを活用したプロモーション
強み × 脅威	弱み × 脅威
・葛城山頂付近やかもきみの湯周辺にファミリー層が楽しめるアウトドア感のある魅力的な施設を整備する（ホテル、キャンプ場、ゴロゴロ広場など）。	・縮小する国内マーケットへの対応として、若年層をターゲットとしたSNS映えする魅力的な観光スポットの整備や演出を図る。

4.1.1 観光の課題

上記の整理を踏まえ、強みを活かし、弱みの解消に対応していくために、解決しなければならない課

題として以下の3点が挙げられます。

① 観光資源の活用と磨き上げ（葛城の道・神社仏閣・古墳）

御所市内には多くの神社仏閣や古墳などが現存し、歴史的価値が高いものも少なくありません。神社仏閣の多くは葛城の道のルート上に分散していますが、全長13kmと長く、相当な健脚でない限り徒歩で巡るのは困難です。国道309号より南部地域においては、コミュニティバスが令和5年1月11日から予約制乗合タクシー（デマンドタクシー）に再編された為、代わりの移動方法として、車や自転車の利用を強化する必要があります。ただし、現状では利用できる駐車場がほとんどないこと、車一台程度の狭隘な道を通行する必要があること、風情に欠けることから現実的には難しく、降雨でない限り自転車が有効な移動手段と考えられます。

また、古墳や遺跡などの歴史資源も市内各所に点在し、アクセスに課題があります。

こうした観光資源の多くは収益性が低く、保全や維持管理まで手が回らないことから、観光客に必要なトイレや休憩施設はほとんど整備されていません。

今後、自転車や散策により回遊を促すためには、こうした観光資源周辺の施設整備に加えて、本質的な課題である収益性を高めるためのコンテンツの創造や人手不足を解消する組織的な取り組みによる個々の観光資源を磨き上げることが必要となります。

② 美しい景観の保全と活用（御所まち）

御所まちは、寺内町の東御所と商家町の西御所からなり、江戸時代には奈良県南部の交通の要衝として栄えた地区です。江戸時代の町割りがそのまま残され、重要伝統的建造物群保存地区に値すると言われる古い街並みが現在も残されています。

しかしながら、現時点では選定されておらず、移転や人口減少等に伴い空き家や空き地が目立ってきています。また、商家町であった西御所も今は商売を営む店も少なく、回遊する楽しさが不足しています。

また、古より大和地方は薬の発展に大きく貢献してきた場所であり、現代でも市内には薬関係の企業も多く残され、奈良県薬事研究センターが置かれるなど御所は薬との関わりが深いことから、回遊性のよい立地に薬を象徴する施設を整備することも考えられます。

③ 質の高い観光施設の整備（葛城山）

御所市の代表的な観光資源である葛城山は、山頂から大阪平野や奈良盆地が一望でき、美しい夜景が楽しめる絶好のロケーションです。ロープウェイにより年間16万人の乗客を山頂まで運び、5月にはツツジの大群落、秋にはススキ、冬には樹氷など四季を通じて様々な表情を見せます。

山頂には、葛城高原ロッジ（宿泊施設、17室70名）のほか飲食施設が運営され、一部キャンプ場としての利用も可能ですが、ポテンシャルを十分に活用できていないため、より多くの観光客が長時間楽しめる環境への整備が求められます。近鉄御所駅からロープウェイ乗り場まではバスで15分、約2時間毎の運行です。

第5章 観光戦略

5.1 コンセプト

本市の現況や、観光動向等を踏まえて、本市の観光戦略を進める上での基本コンセプトとして、次を掲げます。

『 神々の降る癒しの里 』

5.2 観光戦略

前述した観光の課題に取り組むとともに、コンセプトを具体化するための戦略、さらに取り組むべき具体的施策を提示します。

① 観光資源の活用と磨き上げ(葛城の道・神社仏閣・古墳)

■ 想定するターゲット

- ・健康志向が高く、散策など体を動かすことが好きで、時間にゆとりの持てるシニア層（50代以降）

■ 想定するシーン

- ・古の道を散策して季節を感じ、神社やお寺にまつわるストーリーを聴きながら鑑賞を楽しむ。
- ・ランチは地元の有機野菜を使った創作料理で店主との会話を楽しみ、ヨガリトリートや陶芸など雰囲気のよい環境で思い思いの時間を過ごす。

■ 戦略

- ・葛城の道と歴史ある神社仏閣や古墳などは、御所らしさを伝える最も魅力的な観光資源です。収益性のある拠点整備を行い、レンタルサイクル等による移動手段の充実を図ることにより、好きなエリアを散策や休憩しながら体験などを通じてゆっくり楽しむ。

■ 施策

- ・季節や曜日に応じて臨時バスを増発するなど、徒歩による旅行者の利便性の向上
- ・自転車による移動として、レンタサイクルとツーリングの2タイプを想定。レンタサイクル利用者に対しては、サイクルステーションをエリア毎に整備。ツーリング利用者に対しては、サイクルラックを施設毎に設置
- ・主要な神社仏閣及び古墳、葛城の道沿いに休憩施設及びトイレを整備
- ・DMOを設立し、各観光資源のブラッシュアップや収益性確保の取組みを支援するとともに、運営支援や広報活動の実施
- ・農泊や民泊を整備し、宿泊環境を整えるとともに、体験プログラムを策定
- ・地産地消の農家レストランやカフェを設置
- ・名柄地区の活用
- ・ツアーコンダクター、ツアーガイドの人材育成

② 美しい景観の保全と活用(御所まち)

■ 想定するターゲット

- ・歴史的建造物、日本文化、四季折々の自然、美しい景観、地元の食材に興味がある街歩きの好きな人
- ・SNS 映えを求める若年層(20~30代の女性)

■ 想定するシーン

- ・平日、女性グループ、食べ歩き、体験、地元食材を使ったランチ。
- ・休日、女性グループ&カップル、食べ歩き、プチ贅沢なランチ&ディナー、宿泊。

■ 戦略

- ・重要伝統的建造物群保存地区の選定を目指しながら、観光戦略のキーとして活用する。

■ 施策

- ・御所まちの街並み保全(街並み環境整備事業や、地域住民によるまちづくり)
- ・御所まちの伝統的な景観を後世に残すため、伝統的建造物群保存地区条例を制定し、修理や修景の際の規定など、街並み保護のための基本的なルール作りを行う。
- ・街並み保全のためのルールに沿った、建物等のコンバージョンやリノベーションを行い、町家カフェやレストラン、ワーキングスペース、シェアハウス、宿泊施設などへ活用する。
- ・街歩きが楽しくなる仕掛け(縁側、環濠や背割りの整備・演出、サクラ、ライトアップ)
- ・サイクルステーションの整備
- ・商店街の復活
- ・地元メニューの開発、御所ブランドの充実
- ・移住者、ワーケーション、企業研修等の推進
- ・チャレンジ店舗、体験施設、薬草ミュージアム

③ 質の高い観光施設の整備(葛城山)

■ 想定するターゲット

- ・健康志向が高く、散策など体を動かすことが好きなシニア層(50代以降)
- ・アウトドア指向のあるファミリー層(30~40代前半)
- ・SNS 映えを求める若年層(20~30代の女性)

■ 想定するシーン

- ・登山やトレッキングなどを趣味とするアクティブなシニア層のグループやカップルが、リピーターとして葛城山の四季の景観を楽しむ。登山道を上った達成感と爽快感を味わった後は、カフェのひと時を楽しむ。
- ・コロナ禍をきっかけにアウトドアが趣味となったファミリー層が、都心からほど近い場所でジップラインやフィールドアスレチックなどアクティビティを楽しみながら、デイキャンプや1dayキャンプで思い出づくり。
- ・SNS映えするツツジの大群落を求めて20代の女子グループが葛城山頂へ。山頂にオープンしたオシャレなカフェでランチの後はジップラインでSNS映え。

■ 戦略

- ・御所観光の入り口として、葛城山全体を共通のコンセプトによる集客施設として整備する（SNS 映えするリゾート施設など）。

■ 施策

- ・グランピング及び SNS 映えする印象的なカフェ、レストラン、ショップなど収益性の高い施設を新設
- ・既存の葛城高原ロッジとキャンプ場はリニューアル
- ・SNS映えする質の高い集客施設（カフェ、レストラン、物販、アスレチック）を整備

5.3 施策一覧

以上の戦略方針を踏まえて目的を定め、今後10年で実施していく施策を策定します。併せて、主体的に取り組んでいく組織を明確にすべく、「御所市」「市民」「企業・観光資源」「DMO」と本施策の関連具合を【◎：中心的な役割を担う、○：補完的な役割を担う、△：協力する】で示します。

戦略① 共通					
目的	施策	御所市	市民	企業・観光資源	DMO
アクセシビリティの向上	・鉄道：年末年始やイベント時の臨時列車増発 ・バス：季節や週末の運行本数増加	○		◎	
ごせ観光ブランド	・地域観光資源のブランド力向上 ・地域ブランド構築	◎	△	○	○
プロモーション	・SNS・観光ナビ・プロモーションサイト等による広報 ・アプリ（御所市観光ナビ）のバージョンアップ	○	△	△	◎
インバウンド対応	・外国人向けコンテンツ、サイン、多言語案内	◎	△	△	◎

戦略② 収益性を確保し持続可能な観光資源化【葛城の道・神社仏閣・古墳】					
目的	施策	御所市	市民	企業・観光資源	DMO
モビリティの向上 （2次交通ネットワーク）	・季節や曜日に応じたフレキシブルな臨時観光バスの運行 ・グリーンスローモビリティの運行 ・サイクルステーション（レンタサイクル）の設置 ・サイクルラックの設置 ・公用車カーシェアリング	◎	△	○	○
回遊性の向上	・4つのウォーキングルート上に休憩施設兼トイレ設置	◎	△	○	○
地域資源の魅力向上	・観光資源のブラッシュアップ支援	○	△	◎	◎
滞在環境の改善	・民泊整備支援（一部古民家等を活用して開始） ・食事メニュー開発支援（一部飲食店にて開始）	○	△	◎	○

目的	施策	御所市	市民	企業・観光資源	DMO
アクティビティ	・かもきみの湯付近のキャンプ場整備	○	△	◎	△
観光マネジメント	・DMO設立 ・エリアマネジメントなど運営支援 ・収益性確保の取組み支援	○	△	△	◎
人材育成	・ガイドの育成プログラム ・御所検定によるボランティアの育成	○	△	△	◎
利便性	・観光案内、サイン、Wi-Fi、ユニバーサルデザイン	◎	△	○	△

戦略③ 歴史的建造物の景観保全と活用【御所まち】

目的	施策	御所市	市民	企業・観光資源	DMO
保全	・街並み環境整備事業（別事業で実施中） ・伝統的建造物群保全地区の指定 ・重要伝統的建造物群保全地区の選定	◎	◎	△	○
市内観光拠点施設の整備	・市内観光の拠点となるプラットフォームの整備	◎	△	△	△
滞在環境等の整備	・リノベーション、コンバージョンによる宿泊施設、レストランやカフェの整備（株式会社NOTE奈良にて取組み中） ・民泊整備支援（一部古民家等を活用して開始） ・食事メニュー開発支援（一部飲食店にて開始）	○	△	◎	○
住環境、店舗、ワーケーション、企業研修の推進の整備	・リノベーションによる居住支援、移住支援（株式会社NOTE奈良にて一部取組み中） ・コンバージョンによる出店支援 ・コンバージョンによるオフィス環境の整備	△	○	◎	○
ウォーカブルなまちづくり	・パブリック、セミパブリック空間の整備による回遊及び交流の推進（プラットフォーム、ポケットパーク、縁側等） ・ショップ誘導による賑わいの演出 ・環濠や背割りの活用（散策路の整備、演出等） ・ライトアップ ・街並み環境整備事業による景観整備（行燈、暖簾等共通アイテムによる街並みの統一感の演出） ・薬草ミュージアムなど観光拠点の整備	◎	△	○	○
モビリティの向上（2次交通ネットワーク）	・グリーンスローモビリティの運行 ・サイクルステーション（レンタサイクル）の設置 ・サイクルラックの設置	◎	△	△	○
体験プログラム	・着物レンタルなどSNS映えするプログラムの支援	△	△	◎	○
地域通貨	・地域通貨の導入を自治体DXで検討（金融機関と調整）	○	△	◎	○

戦略④ 御所観光の入り口的な葛城山のリゾート施設整備【葛城山】

目的	施策	御所市	市民	企業・観光資源	DMO
モビリティの向上 (2次交通ネットワーク)	・季節やイベントに応じたフレキシブルな臨時観光バスの運行	◎	△	○	△
葛城山麓マルシェの充実	・魅力向上支援 ・運営民営化支援	○	△	◎	○
観光拠点整備	・官民連携による事業構想 ・事業体の設立 ・葛城高原ロッジなどリゾート施設の整備、休憩施設やカフェの整備、リニューアル	○	△	◎	△

■取組指標

以上の施策により、当面の取組指標及び目標値を以下のとおり設定しました（目標値は「御所市第6次総合計画」による）。

指標	基準値(2019年度)	目標値(2029年度)
ロープウェイ利用者数	106,824人	110,000人
葛城高原ロッジ宿泊者数	3,220人	4,000人
Facebook(SNS)のフォロワー数	3,457人	5,000人
民泊宿泊者数	340人	500人

第6章 事業スケジュール

本戦略は、令和5年度から10年間が目標期間です。戦略の見直しを随時行いつつ、施策ごとに検証・修正・変更を行いながら、柔軟に戦略を推進していきます。

目的	施策	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14
戦略①：共通												
アクセシビリティの向上	・鉄道：年末年始やイベント時の臨時列車増発(大阪方面往復)											
	・バス：季節や週末の運行本数増加											
ごせ観光ブランド	・地域観光資源のブランド力向上											
	・地域ブランド構築											
プロモーション	・SNS・観光ナビ・プロモーションサイト等による広報											
	・アプリ(御所市観光ナビ)のバージョンアップ											
インバウンド対応	・外国人向けコンテンツ、サイン、多言語案内											
戦略②：収益性を確保しサステナブルな観光資源化【葛城の道・神社仏閣・古蹟】												
モビリティの向上 (2次交通ネットワーク)	・季節や曜日に応じたフレキシブルな臨時観光バスの運行											
	・グリーンスローモビリティの運行											
	・サイクルステーション(レンタサイクル)の設置											
	・サイクルラックの設置											
	・公用車カーシェアリング											
回遊性の向上	・4つのウォーキングルート上に休憩施設・トイレ設置											
地域資源の魅力向上	・観光資源のブラッシュアップ支援											
滞在環境の改善	・民泊整備支援(一部古民家等を活用して開始)											
	・食事メニュー開発支援(一部飲食店にて開始)											
アクティビティ	・かもきみの湯付近のキャンプ場整備											
観光マネジメント	・DMO設立											
	・エリアマネジメントなど運営支援											
	・収益性確保の取組み支援											
人材育成	・ガイドの育成プログラム											
	・御所検定によるボランティアの育成											
利便性	・観光案内、サイン、Wi-Fi、ユニバーサルデザイン											
戦略③：歴史的建造物の景観保全と活用【御所まち】												
保全	・街並み環境整備事業(構想、計画、協定)(別事業で実施中)											
	・伝統的建造物群保全地区の指定											
	・重要伝統的建造物群保全地区の選定											
市内観光拠点施設の整備	・市内観光の拠点となるプラットホームの整備											
滞在環境等の整備	・リノベーション、コンバージョンによる宿泊施設、レストランやカフェの整備(株式会社NOTEにて取組み中)											
	・民泊整備支援(一部古民家等を活用して開始)											
	・食事メニュー開発支援(一部飲食店にて開始)											
住環境、店舗、ワークション、企業研修の推進の整備	・リノベーションによる居住支援、移住支援(株式会社NOTEにて一部取組み中)											
	・コンバージョンによる出店支援											
ウォークアブルなまちづくり	・コンバージョンによるオフィス環境の整備											
	・パブリック、セミパブリック空間の整備による回遊及び交流の推進(プラットホーム、ポケットパーク、緑側等)											
	・ショップ誘導による賑わいの演出											
	・環境や背割りの活用(散策路の整備、演出等)											
	・ライトアップ											
モビリティの向上 (2次交通ネットワーク)	・グリーンスローモビリティの運行											
	・サイクルステーション(レンタサイクル)の設置											
	・サイクルラックの設置											
体験プログラム	・着物レンタルなどSNS映えるプログラムの支援											
地域通貨	・地域通貨の導入を自治体DXで検討(金融機関と調整)											
戦略④：御所観光の入り口となる葛城山のリゾート施設整備【葛城山】												
モビリティの向上 (2次交通ネットワーク)	・季節やイベントに応じたフレキシブルな臨時観光バスの運行											
葛城山麓マルシェの充実	・魅力向上支援											
	・運営民営化支援											
観光拠点整備	・官民連携による事業構想											
	・事業体の設立											
	・葛城山麓ロッジなどリゾート施設の整備、休憩施設やカフェの整備、リニューアル											

御所市観光戦略

(令和5年3月)

編集・発行 御所市企画政策課地域活性推進室

〒639-2298 奈良県御所市I番地の3

電話:0745-62-3001(代表)

.....

公式ホームページ <http://www.city.gose.nara.jp/>



〒639-2298 奈良県御所市1番地の3

TEL:0745-62-3001(代表)

FAX:0745-62-5425

<http://www.city.gose.nara.jp/>

