

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO・地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	一般財団法人 奈良県ビジターズビューロー	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	奈良県	
所在地	奈良県奈良市	
設立時期	平成21年4月1日	
職員数	業務執行理事1人 事務局28人 (平成29年4月現在)	
代表者(トップ人材: 法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者)	(氏名) 荒井 正吾 (出身組織名) 運輸省・奈良県	運輸省時代に観光部長を歴任するなど、長年、日本全体の観光施策の推進に携わる。平成19年5月より奈良県知事として、奈良県全域の観光施策の推進に手腕をふるう。平成21年4月には、旧(社)奈良県観光連盟と旧(財)奈良コンベンションビューローを事業統合し、一般財団法人奈良県ビジターズビューローを立ち上げた。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材)	(氏名) 大井 潔「専従」	クルーズ会社勤務の後、旅行会社を経営。日本におけるクルーズ市場の立ち上げ以来、市場調査、マーケティング、商品造成、広告宣伝、ホテル・サービス、イベント企画運営、営業販売などの広範な業務経験を有する。
プロモーションの責任者(専門人材)	(氏名) 川村 泰正 (出身組織名) (株)JTB西日本	大手旅行会社に29年勤務し、個人・団体向け商品の造成、プロモーション、販売、斡旋を担当する豊富な実績を持つ。また、コンベンションやインバウンド誘致の経験も豊富である。
旅行商品の造成・販売の責任者(専門人材)	(氏名) 川邊 均「専従」 (出身組織名) 奈良県ビジターズビューロー職員	旧奈良コンベンションビューローに平成14年4月から勤務し、奈良県ビジターズビューロー創立時から、コンベンション誘致、商品造成に携わり、現在は、奈良観光キャンペーン、うまし奈良めぐり等の旅行商品及びコンテンツづくりを行っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	奈良県 <ul style="list-style-type: none"> ・観光局(国内外プロモーション、観光マーケティング、観光サービス力向上、観光商品発掘等) ・地域振興部(歴史・文化素材活用、県南部東部エリア観光振興等) ・暮らし創造部(スポーツイベント活用等) ・産業・雇用振興部(産業素材活用、観光施設誘致、海外販路拡大等) ・農林部(農林水産素材活用等) ・県土マネジメント部(社会資本整備、地域公共交通等) ・まちづくり推進局(奈良公園エリア観光振興、平城宮跡観光振興等) 市町村	

(別添) 様式 1

	<ul style="list-style-type: none"> ・県内市町村観光部課 (国内外プロモーション、観光商品発掘 等)
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・県内市町村・観光協会等 (着地旅行商品の開発・販売、国内外プロモーション) ・県内主要社寺、県内主要博物館・美術館 等 (商品開発) ・奈良交通、近畿日本鉄道、JR西日本、JR東海、奈良県バス協会、奈良県タクシー協会 等 (商品開発、周遊移動支援) ・奈良県旅館・ホテル生活衛生同業組合 等 (宿泊サービスの向上) ・奈良商工会議所、奈良観光物産協会、奈良観光物産製造卸組合 等 (お土産開発、産業体験商品開発) ・奈良県農業協同組合、奈良県林業関係組合 等 (お土産開発、農林水産体験商品開発) ・奈良新聞、NHK奈良放送局、奈良テレビ等県政記者クラブ加盟社 等 (情報発信) ・JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行 等 (商品開発・販売) ・南都銀行、県内信用金庫 等 (融資・ファンド)
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件)、 (概要) DMO組織の母体となる奈良県ビジターズビューローには、理事会・評議員会等の組織があり、県、市町村等の行政や観光協会、観光事業者、交通事業者等の多様な分野の関係者が意思決定できる立場で参画している。これに加え、DMO関連の検討や協議を行うための専門委員会と日常的な調整を行う事務者ワーキングを設置し、情報共有と意思決定を円滑に行う。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>奈良県ビジターズビューローは、単独都道府県の地域連携DMOであるため、本項目については対象外と了解。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>平成 28 年度の活動概要と定量的な評価</p> <p>(活動の概要)</p> <p><u>国内外からの県内への観光客誘致促進事業</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・着地型旅行商品の企画造成 ・オフ期を中心とした着地型コンテンツの企画・造成 ・募集型企画 (主催) 旅行 <p><u>インバウンド事業の促進</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・奈良県と連携した外国人誘客のためのプロモーションの実施 ・ビジットジャパン地方連携事業を活用したプロモーションの実施 ・インバウンド対応着地型コンテンツの商品化 ・外国人向け情報発信事業 ・奈良県観光インフォメーションセンターでの観光案内・情報発信 <p><u>教育旅行の誘致促進</u></p> <p><u>効果的な情報収集・発信と関係機関へのプロモーション</u></p> <p><u>コンベンション誘致及び支援事業</u></p> <p><u>地域支援及び広報等の諸事業</u></p> <p>(定量的な評価)</p>

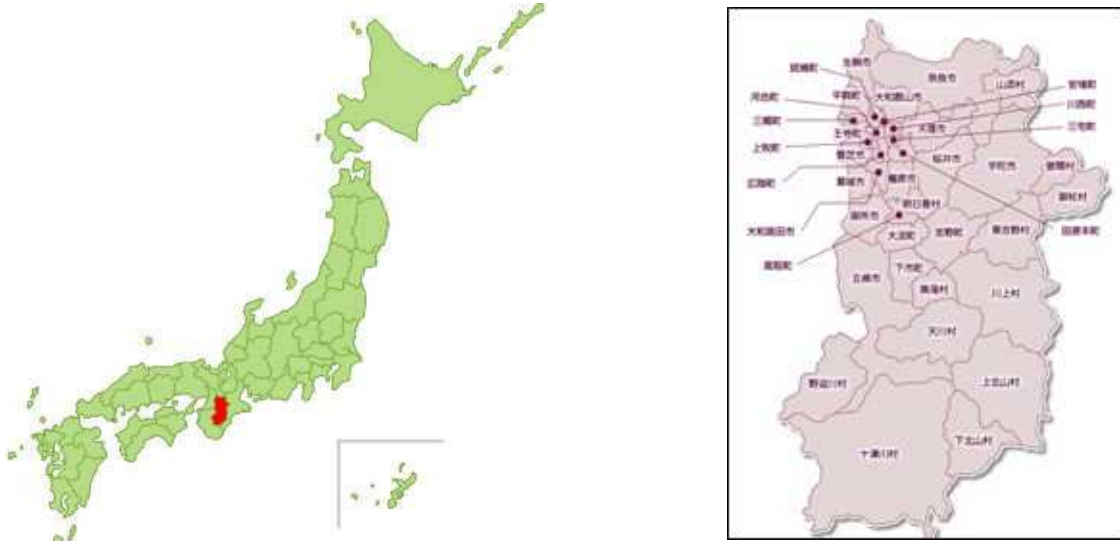
	<p>国内外からの県内への観光客誘致促進事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・着地型旅行商品の企画造成 奈良大和路歴史文化講座 (475 名) 解説つき特別拝観 (573 名) 大和路歴史巡行ツアー (157 名) ウォーキングツアー (63 名) ・オフ期を中心とした着地型コンテンツの企画・造成 奈良うまし夏めぐり (1026 名) 奈良うまし冬めぐり (5042 名) 修二会セミナー (1026 名) 春日大社式年造替記念特別企画 (9614 名) ・募集型企画 (主催) 旅行 大和しかバス (185 名) 大和しかバス七変化 (477 名) <p>インバウンド事業の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・奈良県と連携した外国人誘客のためのプロモーションの実施 海外旅行博への出展、情報提供、営業活動など (5 回) ファムトリップの実施 (9 回、参加 33 社 92 名) ・ビジットジャパン地方連携事業を活用したプロモーションの実施 海外の旅行博への出展 (2 回) ・インバウンド対応着地型コンテンツの商品化 32 企画の造成、参加 442 名 <p>効果的な情報収集・発信と関係機関へのプロモーション</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光ガイドブックの発行 (年 4 回、82.5 万部) 奈良県観光情報サイトの運営 (年間 526 万 PV) 奈良ファン倶楽部の運営 (会員数 1840 名) 大和路カレンダーの制作・販売 (7456 部) <p>コンベンション誘致及び支援事業</p> <p>国際コンベンションや大型学会議を中心に誘致活動を実施 (誘致・支援 260 件、114,895 名) 全国高校ラグビーの宿泊誘致 (19 校、6080 名)</p>
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>行政、宿泊事業者、交通事業者、旅行会社、商工会議所等の多様な分野の関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を実施。</p> <p>(実施体制図)</p> <pre> graph TD A[理事会 評議員会] --- B[事務局] B --- C[総務・広報部] B --- D[商品企画販売部] B --- E[コンベンション誘致部] C --- C1[総務・広報課] D --- D1[商品企画チーム] D --- D2[販促チーム] D --- D3[コンシェルジュチーム] E --- E1[コンベンション誘致課] style C stroke:#f00,stroke-width:2px style D stroke:#f00,stroke-width:2px style E stroke:#f00,stroke-width:2px style C1 stroke:#f00,stroke-width:2px style D1 stroke:#f00,stroke-width:2px style D2 stroke:#f00,stroke-width:2px style D3 stroke:#f00,stroke-width:2px style E1 stroke:#f00,stroke-width:2px </pre> <p>(合意形成の仕組み)</p> <p>DMO組織の母体となる奈良県ビジターズビューローには、意思決定機関である理事会・評議員会に、地域を代表する観光資源である社寺、宿</p>

(別添) 様式 1

	<p>泊事業者、交通事業者、行政の関係者が参加している。奈良県デジタルビューローは、理事会・評議員会の議案を作成し、会議を招集するなど、主導的な立場にある。(参考資料：判断基準 1/2 参照)</p> <p>また、理事会・評議員会に加え、DMO関連の検討や協議を行うための専門委員会と日常的な調整を行う事務者ワーキングを設置し、情報共有と意思決定を円滑に行う。</p>
--	--

2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

奈良県



【区域設定の考え方】

「奈良」という国内外に知られた観光地を更にアピールし観光誘客を進めるには、県全域で統一したプロモーション、旅行商品の開発・販売、県内事業者の観光力向上などに取り組み、奈良ブランドの構築を図る必要がある。県内市町村や関係事業者と広域で連携し、効果的な観光振興を推進するため、県全域を対象にマーケティング・マネジメントを行うのが適切である。

【観光客の実態等】

項目	数値(平成28年)	出展
延べ観光入込客数	4,407万人	奈良県「観光客動態調査」
延べ宿泊者数	252万人	観光庁「宿泊旅行統計調査」
旅行消費額	161,404百万円	奈良県「観光客動態調査」

奈良県は3つの世界遺産や数多くの国宝・重要文化財をはじめとする豊富な歴史文化遺産、自然景観に恵まれた観光県であり、観光産業は最大の地場産業である。

観光客入込客数は、平成23年以降、順調に増加しているものの、宿泊客と日帰り客との比率で言えば、日帰り客が90.7%、宿泊客が9.3%と、旅行消費単価の高い宿泊客の比率が低く、観光入込客数の割には、旅行消費額は少ない状況となっている。

これは本県の観光が大阪や京都に宿泊し県内の有名社寺等に立ち寄りという「通過型観光」になっていることが要因だと思われる。また、桜や紅葉を中心とする自然景観も主要な観光資源であることから観光客の入り込みは、春期・秋期が多くなり夏期・冬期に観光客数が減少し、繁閑差が比較的大きい。このことが、宿泊施設や観光関連産業の新規進出の阻害要因の一つとなっており、奈良県内宿泊施設の客室数は全国で最も低いレベルにある。

(別添)様式1

観光産業が地域の稼ぐ力として存在感を高めるためには、観光資源のブラッシュアップとともに、マーケティングによるターゲット市場の設定とプロモーションの重点化、もてなし環境の整備を通じ、観光消費額の大きい宿泊観光客の更なる誘客が必要となっている。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

- ・「古都奈良の文化財」、「法隆寺地域の仏教建造物」、「紀伊山地の霊場と参詣道」の3つの世界遺産。
- ・国宝・重要文化財などを有する数多くの社寺。
- ・相撲、能楽、茶道、清酒など日本文化発祥の地。
- ・墨、筆、茶筌など伝統産業の体験。
- ・高松塚古墳、キトラ古墳、石舞台古墳をはじめとする古代遺跡。
- ・今井町、宇陀松山、五條新町の重要伝統的建造物群保存地区。
- ・洞川温泉、十津川温泉など独自の雰囲気を持つ温泉郷。
- ・吉野山の桜、みたらい渓谷の紅葉をはじめとする、花や紅葉の観光名所。
- ・春日山原始林、大峰山系、大台ヶ原など美しい山岳景観。
- ・若草山焼き、東大寺修二会をはじめとする伝統行事。
- ・なら燈花会、なら瑠璃会、奈良大立山まつりなど、地域一体で行う新しい行事。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

エリア	件数(件)	客室数(室)	定員(人)
北和地域	158	4,426	12,154
中和地域	57	764	2,288
東和地域	31	281	1,548
南和地域	183	1574	8,028
合計	429	7,115	24,018

平成28年「奈良県宿泊統計調査」報告書より。キャンプサイトは除く。

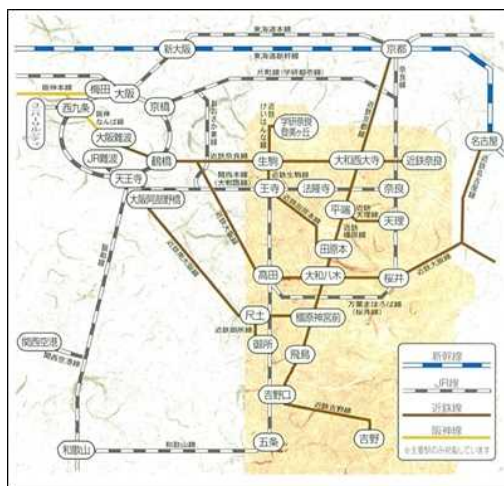
【利便性：区域までの交通、域内交通】

(区域までの交通)

区域まで所要時間1時間程度の場所に、新幹線・京都駅、新大阪駅、関西空港、伊丹空港など大型公共交通機関の主要口があり。交通アクセスは便利である。同時に、それらの地域には数多くの宿泊施設があり、県内宿泊を妨げる要因ともなっている。

(区域内の交通)

県内の主要な観光エリア間も、JR、近鉄電車及び路線バス(奈良交通)で結ばれているが交通の便は充分とはいえない。交通アクセスの悪い観光スポットも点在しているため、周遊バスやタクシーを活用した移動支援を計画している。



【外国人観光客への対応】

オーダーメイドツアーの販売

より高品質な旅行や体験に対する、外国人観光客の需要の高まりを受けて、外国人観光客向けのオーダーメイドツアーの販売を可能とする体制を構築中。

(別添) 様式 1

<p>体験プログラムの造成・販売 奈良県の魅力を手軽に体験できるよう、外国人観光客向けの体験プログラムを造成。また、旅前でも旅中でも容易に予約できるよう、WEBを通じて予約できる体制を構築中。</p> <p>観光案内所の運営 宿泊機能を備えた観光案内所「奈良県猿沢イン」を設置。英語・中国語・韓国語での観光案内のほか、旅行カウンター、外貨両替、手荷物預かり、無料wi-fi、コンビニエンスストア、レンタサイクル、日本文化体験などのサービスを提供。</p> <p>海外観光プロモーターの設置 フランスをはじめとする欧州市場に対しプロモーションを実施するため、「海外観光プロモーター」をフランスに配置。</p> <p>県内観光事業者に対する研修の実施 外国人観光客の受入環境、サービス・おもてなしの向上を図るため、県内観光事業者を対象に「おもてなし研修」を実施。</p>

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	グーグル・アナリティクスを活用して実施。
延べ宿泊者数	奈良県の延べ宿泊者数を測るため。	観光庁「宿泊観光統計調査」
観光消費額	奈良県の観光消費額を測るため。	奈良県「観光客動態調査」
来訪者満足度	奈良県を訪問する観光客の満足度を測るため。	奈良県「観光客動態調査」
リピーター率	奈良県を訪問する観光客のリピーター率を測るため。	奈良県「観光客動態調査」
外国人延べ宿泊者数	奈良県における、訪日外国人の延べ宿泊者数を測るため。	観光庁「宿泊観光統計調査」
国際会議開催件数	奈良県における、国際会議の開催件数を測るため。	日本政府観光局「国際会議統計」

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <p>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</p> <p>歴史的・文化的価値のある社寺仏閣・仏像・自然景観など観光客のニーズに応えられる観光資源が豊富(これらの旅行商品化) 世界遺産が3エリア 日本の歴史・文化の発祥の地 「日本遺産」が3件 (明日香・橿原、吉野、竹内街道) 東西南北に大型公共交通機関の主要口</p>	<p>弱み (Weaknesses)</p> <p>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</p> <p>日帰り通過型観光 奈良県中南部エリアへのアクセス 宿泊施設数(客室数)が少ない 大規模宿泊施設が少ない 県南部エリアの宿泊施設の冬季閉館 夜の繁華街 ショッピングに対するニーズに応えられる施設が少ない</p>

(別添)様式1

	<p>(東：名古屋、西：大阪、南：関西国際空港、北：京都)をもつ全国でも好環境にあり、特に大阪・京都等近隣大都市からのアクセスの良さ</p> <p>周年記念行事が豊富(H29：阿倍仲麻呂遣唐1300年、第32回国民文化祭、H30：興福寺中金堂落慶、法隆寺等世界遺産登録25周年、東大寺等世界遺産登録20周年、H31：吉野大峯世界遺産登録15周年、H32：日本書紀1300年、藤原不比等没後1300年、薬師寺東塔修理完了、H33：聖徳太子没後1400年等)</p>	<p>チャーター便・クルーズ船を受け入れる空港・港湾がない</p>
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <p>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</p> <p>社寺・自然景観等をセールスポイントとする競合観光地に近い(京都等)</p> <p>大阪・京都等近隣大都市の宿泊キャパシティがオーバーフロー</p> <p>関西エリアでのラグビーワールドカップ、ワールドマスターズゲーム、「ジャポニズム2018」の開催による、海外での認知度の向上</p> <p>インバウンド向け関西統一の交通パスの導入(関西ワンパス)</p> <p>関西広域によるプロモーション(関西広域連合、新観光広域周遊ルート「美の伝説ルート」)</p> <p>奈良県を訪問する傾向が高い中高年層人口がますます増加</p> <p>受入キャパシティの向上(新規宿泊施設の増加、大宮通りに新コンベンション施設の開業=2020年)</p>	<p>脅威 (Threat)</p> <p>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</p> <p>社寺仏閣・自然景観等をセールスポイントとする競合観光地に近い(京都等)</p> <p>膨大な客室数を有する大阪・京都等近隣大都市からのアクセス(日帰り観光の一因)</p> <p>宿泊施設の建設ラッシュ</p> <p>他地域の積極的プロモーション</p>

(2) ターゲット

<p>第1ターゲット層</p> <p>欧米豪を中心とした個人旅行者</p>
<p>選定の理由、 取組方針</p> <p>(理由)外国人宿泊者における比率が高いことなどから、欧米系の旅行者は奈良に関心が高いと判断される。また、欧米系の旅行者は旅行期間も長く、ショッピング以外の消費額も他の国籍の旅行者に比べて多いことから、奈良の旅行消費額を増加させるには最も適している。</p> <p>(取組)ビックデータ、SNS解析、アンケートなどの手法を通じて欧米系旅行者の関心を分析して、最適な体験プログラムや旅行商品を造成・販売し、奈良での滞在・宿泊・消費額を増大させる。</p>
<p>ターゲット層</p> <p>国際会議の主催者・運営者</p>

(別添)様式1

<p>選定の理由、 取組方針</p> <p>(理由)奈良県ビジターズビューローにとって、コンベンション(会議)の誘致は、訪日外国人などの誘客と並ぶ主要事業である。なかでも、国際会議は、実施期間が長く、参加人数が多いケースが多く、宿泊者数や旅行消費額の増加に効果が高い。</p> <p>(取組)様々な方法による調査を通じて、大都市などの利便性を重視するのではなく、奈良の文化・歴史・自然などを活用したユニークペニユーを地域連携で開発し、効果的な誘致を実施する。</p>
<p>ターゲット層</p> <p>首都圏を中心とした旅行者</p>
<p>選定の理由、 取組方針</p> <p>(理由)交通事業者との連携による、首都圏での観光キャンペーンが効果を挙げていること、ならびに、宿泊者のうち東京都・神奈川県からの宿泊者が高い比率を占めていることなどから、首都圏を中心とした旅行者は、奈良への関心が高いと判断される。</p> <p>(取組)奈良の魅力を深く味わうことのできる体験プログラムを充実させ、奈良での滞在日数を増加させると同時に、リピーターとして奈良を訪問する回数を増加させる。</p>

(3)コンセプト

コンセプト	「はじまりの奈良」をテーマに滞在型観光を促進
コンセプトの考え方	奈良県は日本で最も古い歴史を有する地域のひとつであり(歴史のはじまり)相撲、能楽、茶道、清酒など様々な日本文化の発祥の地でもある(文化のはじまり)。また、歴史的・文化的価値の高い社寺や世界遺産が数多く存在している。このような奈良の強み・独自性を活用して滞在型観光を促進する。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	奈良県が多様な関係者と合意した戦略を共有し、日常的なコミュニケーションを通じて、戦略の見直しを随時行う。その戦略に応じた事業を関係者と連携して実施。戦略へのフィードバックを行う。 事業に参画した事業者などから理事会・評議員会の役員を迎え、理事会・評議員会を各年3～4回程度(両会とも四半期に1度程度の割合で実施)し、関係を強化。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	平成28年度より奈良県が設置した「サービス向上委員会」と連携・協力し、通訳、語り部(歴史文化などの知識をもち、地域に対する深い思いを有する存在)、コンシェルジェの3つの存在を兼ね備えたガイドの育成に重点的に取り組む。
一元的な情報発信・プロモーション	奈良県と一体となり「奈良県観光キャンペーン」を推進。WEBなどは、市町村から情報を集約し、奈良県ビジターズビューローから発信している。 DMO・奈良県を中心とした奈良県内の着地旅行商品のワンストップ窓口機能の構築。 奈良県の東京情報発信拠点である「奈良まほろば館」を活用した一元的な首都圏プロモーション。 奈良県猿沢インを活用した県内観光情報の一元的な海外発信、県内

(別添)様式1

	周遊プロモーションの実施。 奈良県の海外観光プロモーターを活用した一元的な海外プロモーション。 一元的な観光ウェブサイト、SNS等を活用した効果的な情報発信。
MICEの積極的な誘致	奈良県が事務局を務める「奈良県国際会議・国内会議誘致推進本部」の委員として関係市、商工会議所、宿泊事業者、交通事業者などとともに、誘致の推進、受入体制の構築などを強化する。

6. KPI (実績・目標)

(1) 必須KPI

指標項目	単位	平成 26 年	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年	平成 31 年
旅行消費額	百万円	125,232	147,023	161,404	172,229	183,951	195,560
延べ宿泊者数 (外国人延べ宿泊者数)	万人	227 (14.5)	255 (25.9)	252 (30.8)	261 (35)	270 (40)	280 (45)
来訪者満足度	点	未設定	未設定	84.7	85	86	86
リピーター率	%	未設定	未設定	88.4	86	86	86

【検討の経緯】

・KPIの設定にあたっては、奈良県が平成29年2月に発行した「もっと良くなる奈良県(主な政策集)」の目指す方向性や目標値を勘案し設定する。

【設定にあたっての考え方】

旅行消費額

・「もっと良くなる奈良県(主な政策集)」では、平成31年における宿泊観光客の一人当たりの消費額を28,000円、日帰り観光客の一人当たりの消費額を5,000円と目標設定しており、この目標額に、同年に達成すべき宿泊者数および日帰り客数を乗じた金額を、旅行消費額の目標とする。経過年については、一定の伸率にて増加するものと定める。

延べ宿泊者数

・「もっと良くなる奈良県(主な政策集)」では、平成31年における延べ宿泊者数の目標を280万人と定めており、この目標値をKPIとして共有する。経過年については、一定の伸率にて増加するものと定める。

・外国人については、奈良県では、平成31年における外国人延べ宿泊者数の目標を45万人と定めており、この目標値をKPIとして共有する。経過年については、一定の伸率にて増加するものと定める。

来訪者満足度

・満足度については、標準的な満足度調査手法である7段階評価方式において、良質な観光地として評価可能な85点以上を目指し、この水準を維持する。

リピーター率

・奈良県においては、現状の旅行消費単価は新規客の方がより高い傾向にあり、リピーター率が高くなりすぎると、旅行消費額の目標達成が難しくなる。そのため、リピーター率については単純な上昇を目指すのではなく、旅行消費額の目標値を達成するための新規客とリピーター客のベストミックスを定める。このベストミックスが、現状ではリピーター率86%であるため、この水準

(別添)様式1

を維持する。(平成28年度については、その実績値が目標を上回った。)

(2) その他の目標

指標項目	単位	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	平成31年
国際会議開催件数	件	48	36	45	35	40	45

【検討の経緯】

・ K P I の設定にあたっては、奈良県が平成29年2月に発行した「もっと良くなる奈良県(主な政策集)」の目指す方向性や目標値を勘案し設定する。

【設定にあたっての考え方】

国際会議開催件数

・ 奈良県ビジターズビューローにとって、コンベンション(会議)の誘致は、訪日外国人などの誘客と並ぶ主要事業である。件数については、先行案件の引合状況などを勘案して目標を設定する。

7. 活動に係る運営費の額及び調方法

(1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
平成31年度	310,000,000(円)	
平成30年度	281,920,000(円)	

(別添)様式1

平成 29 年度 (実績)	238,227,217 (円)	奈良県からの補助金 市町村からの補助金・負担金 他団体からの補助金・負担金 事業受託収入 会費収入 事業収益収入 その他収入 繰越財源	109,481,425 33,334,000 9,606,000 8,961,837 11,508,000 37,598,951 3,211,601 24,525,403	円 円 円 円 円 円 円 円
平成 28 年度 (実績)	235,390,950 (円)	奈良県からの補助金 市町村からの補助金・負担金 他団体からの補助金・負担金 委託事業収入 会費収入 事業収益収入 その他収入 繰越財源	124,057,368 33,334,000 9,606,000 4,048,346 11,518,000 32,964,220 3,300,073 16,562,943	円 円 円 円 円 円 円 円
平成 27 年度 (実績)	145,814,331 (円)	奈良県からの補助金 市町村からの補助金・負担金 他団体からの補助金・負担金 委託事業収入 会費収入 事業収益収入 その他収入 繰越財源	84,644,617 23,914,000 2,926,000 1,000,000 11,678,000 13,674,503 4,180,023 3,797,188	円 円 円 円 円 円 円 円

(2) 支出

年度	総支出	内訳
平成 31 年度	320,000,000 (円)	
平成 30 年度	289,920,000 (円)	
平成 29 年度 (予算)	209,616,144 (円)	一般管理費 国内外プロモーション 観光イベント開催費 コンベンション事業経費 物品販売経費 観光案内所経費
平成 28 年度 (実績)	210,865,547 (円)	99,106,377 77,237,167 138,902 16,411,884 9,611,416 7,110,398 円 円 円 円 円 円
平成 27 年度 (実績)	139,572,956 (円)	一般管理費 国内外プロモーション 観光イベント開催費 コンベンション事業経費 物品販売経費 観光案内所経費
		92,814,496 11,741,339 30,402 16,007,636 9,862,044 円 円 円 円 円

(別添)様式1

	観光案内所経費	9,117,039 円
--	---------	-------------

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

<p>< 着地型旅行商品の企画・販売 > 奈良の観光資源に対し親和性の高い欧米系富裕層旅行者に対し、奈良及び関西圏を対象とした高付加価値かつ高額なオーダーメイド型の旅行商品を提案し、WEBを通じて旅行者に対し直接販売する。 奈良を訪問する外国人および日本人に対し、これまでとは違った滞在方法を提案する体験型プログラムや募集型企画旅行などの旅行商品を造成し、WEBを通じて旅行者に対し直接販売する。</p> <p>< その他 > 「奈良大和路カレンダー」の販売収入。</p>
--

8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

奈良県は、奈良県の観光振興の中核団体であり、舵取り役でもある(一財)奈良県ビジターズビューローを、奈良県における地域連携DMOとして、登録したいので、(一財)奈良県ビジターズビューローとともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	今仲 進
担当部署名(役職)	一般財団法人奈良県ビジターズビューロー総務・広報部長
所在地	奈良市池之町3 奈良県猿沢イン3階
電話番号(直通)	0742-23-8288
FAX番号	0742-23-8289
E-mail	imanaka-susumu@nara-kankou.or.jp

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	奈良県
担当者氏名	中野 律也
担当部署名(役職)	観光局 ならの観光力向上課 課長補佐
所在地	奈良市登大路町30
電話番号(直通)	0742-27-8435
FAX番号	0742-27-1065
E-mail	nakano-ritsuya@office.pref.nara.lg.jp

(別添)様式1

