

1. 地域概要

計画名	「奈良公園」及び「山の辺の道」エリアにおけるオーバーツーリズム対策事業計画
対象エリア	「奈良公園」及び「山の辺の道」
実施主体	奈良県観光局観光力創造課 船本広大
年間観光客入込数	奈良公園エリア：約1219.9万人(R5) 山の辺の道エリア：約29.7万人(R5)
年間延べ宿泊者数	奈良公園エリア：約174.8万人(R5)
主な観光資源	奈良公園エリア：奈良公園、春日大社、東大寺、興福寺、薬師寺、シカ 山の辺の道エリア：山の辺の道、石上神宮、奈良歴史芸術文化村、天理市トレイルセンター、長岳寺、大神神社、景観



奈良公園 浮見堂



山の辺の道

● 観光ビジョン

・【奈良公園エリア】

世界に誇れる奈良公園として、世界中の人々が訪問する場所でありつつも、地域と共生可能な持続的な観光力を有する地域

・【山の辺の道エリア】

「地域住民も参画する賑わいの創出」、「観光のチカラによる地域課題の解決」、「シビックプライドの醸成」の3つを柱とした観光地域づくりによる好循環の実現

● 推進体制（協議の場）

Yamanobe Project

- 令和3年10月に立ち上げられた、地域の課題やビジョン、取組などを協議するためのワーキンググループ。
- 山の辺の道エリアの観光関連事業者、住民、地元行政が参画する対話の場

行政機関	事業者	住民関係者
奈良県	天理市 トレイルセンター	山の辺の道 ファンクラブ
天理市	やまのべBASE	ホケノ山古墳 景観保全を語る会
桜井市	天理大学	天理市本通り 商店街共同組合
	など	など

2. 課題

● 主な課題

	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1. 「奈良公園エリア」の混雑	- 奈良公園エリアに、国内外の観光客が集中し、主要スポットへの人流の集中による混雑やごみ問題等が発生 - 奈良のシカへの禁止行為といった奈良固有のマナー違反問題も発生 - 上記により、県・市・観光協会等へ観光に係る苦情に対応する時間が増加。観光客の満足度低下にも影響を及ぼしている	観光客・住民
2. 「奈良公園エリア」以外に分散させる観光資源が不足	「山の辺の道エリア」は「奈良公園エリア」「西の京エリア」に次ぎ、豊富な観光資源に恵まれるエリアであるが、ルート上に宿泊・飲食等の施設が少なく、観光上の利便性が低い オーバーツーリズムを未然防止しつつ、活用していくことが求められている - 大阪万博やIR誘致等、大幅な入込客数増が想定される一方で、交通網の整備不足や、景観保全の担い手が減少しており、魅力ある田園風景が失われる可能性がある	観光客・住民

1. 「奈良公園」への混雑集中



インバウンド需要も高い奈良公園エリア

2. 「山の辺の道」受入環境の整備・増強



「山の辺の道」は、豊かな田園風景等が魅力である一方で、環境保全方法や担い手の確立が不可欠

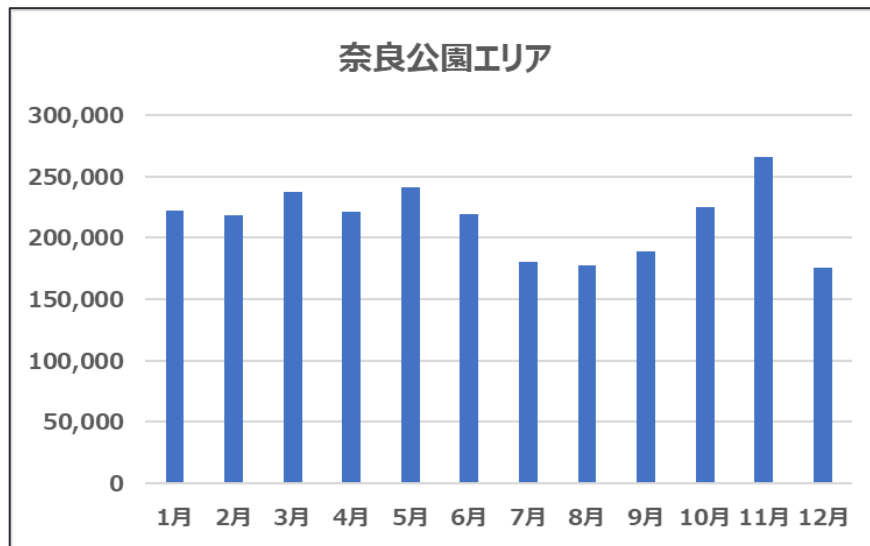
3. 背景・要因

主な背景・要因

1. 「奈良公園エリア」内の観光資源の集中と交通利便性の高さ
 - ・ 東大寺・春日大社等社寺、奈良公園等、比較的狭い範囲内に著名な観光地が立地
 - ・ 京都・大阪等近隣大都市圏から、気軽に訪れることができる（JR奈良駅・近鉄奈良駅）
 - ・ 「奈良公園エリア」の認知度が奈良県内で突出しており、また上記交通利便性の高さから、国内外観光客が日帰りで訪れ、かつ特定のスポットに集中する観光地となっている
2. 地域住民と協業した「山の辺の道エリア」の活用が進んでいない
 - ・ 「山の辺の道」は、住民の生活を縫うように通る道であり、住民と観光客の物理的距離が極めて近いこと、住民との合意形成を図りつつ、奈良公園から分散先として、魅力的なコンテンツ化していくことが必要。しかし、地域側での観光客受入に向けたマインドにばらつきがあり、地域内での合意形成が難しい
 - ・ 奈良市・天理市・桜井市と3つの自治体をまたがっており、施策のばらつき等が発生していた
 - ・ 現状、トレッキングを目的とした日帰り客中心であり、周辺観光資源への訪問や地域消費が少ない
 - ・ 「山の辺の道」周辺は、私有地が多く、耕作放棄地等、保全対策等取組が進みにくい

1. 奈良公園エリア

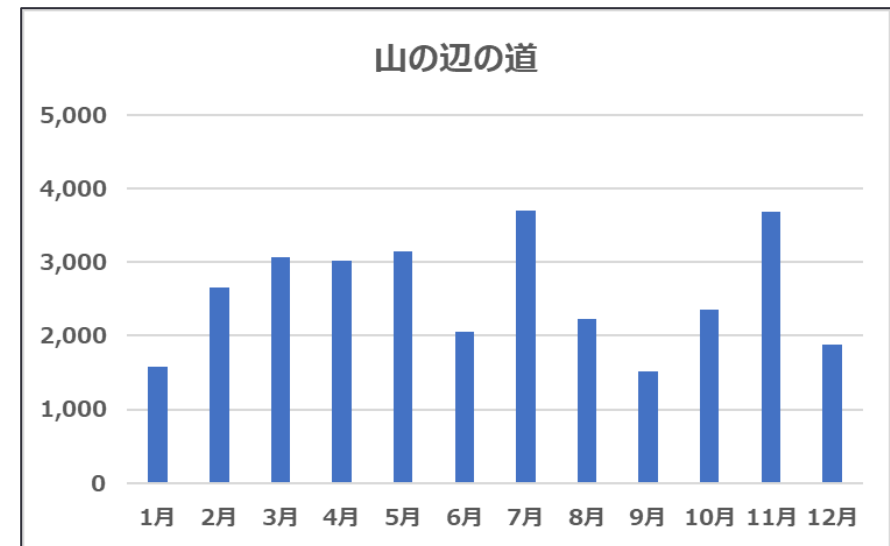
- ・ 旅行客が最も集中するエリアであり、奈良県内でも突出
- ・ R1-3年において、観光客入込客数に対し、日帰り客が約90%を占めており、宿泊客が少ない



日本人観光客人流解析（令和5年）

2. 山の辺の道エリア

- ・ 「古事記」「万葉集」ゆかりの地名や伝説が残る全長約35kmの道
- ・ 多数の古墳群や日本最古の神宮「石上神宮」や、日本最古の神社「大神神社」等、有数の資源があるが来訪者はまだ少ない

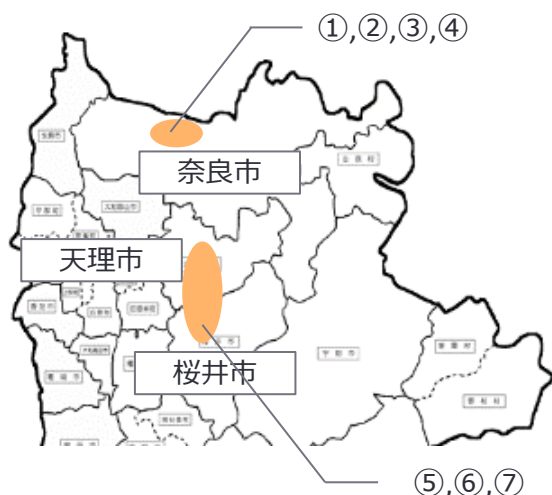


日本人観光客人流解析（令和5年）

4. 対策の概要

- 奈良県全域でのオーバーツーリズム対策として、「奈良公園エリア」「山の辺の道エリア」の二つのエリアにおいて、計7つの事業を実施する
- 「奈良公園エリア」では、既に混雑集中による課題が発生していることから、人流の可視化や誘導員配置等、時間的・空間的分散施策を実施
- 「山の辺の道エリア」はブランディング、モデルルート造成、二次交通整備等を行い、次なる観光客受け入れ地として課題の未然防止に取り組む

事業予定地



観光客の分散・平準化

取組み

- ①奈良公園エリアおよびその周辺の人流・混雑の可視化
- ②誘導員配置による人の流れのコントロール
- ③奈良公園に集中する観光客の周辺観光地への分散

内容

- 混雑している奈良公園の人流を可視化するため、センサーを設置。サイネージやweb等を通じて混雑状況をリアルタイム配信することで、人流を分散・平準化
- 住民生活道路へ観光客が流入しないようガイドを配置、直接誘導
- 奈良県内広域の周遊促進のため、インフルエンサーによるファミトリップとSNS発信、奈良公園エリアにおいて個別ガイドを実施

受入環境の整備・増強

取組み

- ④奈良公園エリアへのスマートごみ箱の設置

目的

- 鹿の保護の観点から、これまでごみ箱を設置していなかったが、近年ごみのポイ捨てや周辺店舗のごみが増加しており、スマートごみ箱設置により軽減を図る

取組み

- ⑤山の辺の道エリアを周遊・滞在型観光地とする環境整備
- ⑥山の辺の道エリアの二次交通整備

目的

- 奈良公園区域から山の辺の道エリアへ観光客を誘導する仕組みと受入環境整備が課題であるため、ブランディングや周遊ルートの造成、マップの作成を実施する
- 山の辺の道のルート内に、宿泊・飲食施設等が不足しており、宿泊先として利便性が低いことから、シェアサイクル設置やシャトルバス実証運行により周遊・滞在促進に向けた効果を図る

地域住民と協業した観光振興

取組み

- ⑦地域活動参加型ツーリズムの実施

目的

- 景観保全の担い手不足課題を解決するため、地域住民と協働する地域活動参加型ツーリズムを実施し、観光起点で関係人口を創出する

5. 主な取組み（詳細）

課題

山の辺の道エリアの受け入れ環境整備が不十分

取組み

受け入れ環境整備および地域活動参加型ツーリズムの実施

- ・ 実施期間：令和6年9月～令和7年2月
- ・ 実施主体：奈良県

事業内容

①：山の辺の道エリアを周遊・滞在型観光地とする環境整備

- ・ 周遊・滞在型観光地「山の辺」のエリア設定、周遊ルート造成及びデジタルマップ作成
- ・ 周遊・滞在型観光地「山の辺」のブランディング、ブランドブック作成及びプロモーション

②：山の辺の道エリアの二次交通整備

- ・ 山の辺の道エリアにおける二次交通（シェアサイクル及びシャトルバス）実証実験
- ・ 山の辺の道エリアに適した二次交通ビジョン作成

③：地域活動参加型ツーリズム

- ・ 地域住民等と協業した山の辺の道エリアの史跡や街道、耕作放棄地等の景観保全や農業の活動体験を観光コンテンツとする地域活動参加型ツアーの造成・実施

【背景・目的】

- ・ 観光客の集中する奈良公園エリアから山の辺の道エリアへ観光客を誘導するため、ブランディングや周遊ルートの造成、マップの作成を実施する
- ・ 山の辺の道のルート内に、宿泊・飲食施設等が不足しており、宿泊先として利便性が低いことから、シェアサイクル設置やシャトルバス実証運行により周遊・滞在促進に向けた効果を図る



令和6年度事業の目標

- 「奈良公園エリア」から「山の辺の道エリア」へ観光客を分散するため、山の辺の道エリアのブランディングや二次交通を整備することで、**山の辺の道エリアへ観光客を誘導する**
- 地域住民と協業した観光振興として、地域活動参加型ツーリズムのニーズを探る**実証実験を実施し、施策の有効性を検証する**

事業の成果／目標の検証結果

- ブランディングや二次交通を整備により、山の辺の道エリア全体の訪問者が増加**
 - 訪問者数：**25,856人（前年同期比118%）**（令和7年1月）
 - ①**環境整備**：全7つの周遊ルート及びマップの作成
 - ②**二次交通整備**：シャトルバスの利用人数：延べ112名54組
 - ③**地域活動参加型ツーリズム**：参加者27人

成果詳細（①：山の辺の道エリアを周遊・滞在型観光地とする環境整備）

事業概要

山の辺の道は1本のルートからなる古道とのイメージが強く、既存のマップも単一ルートのみ案内となっており、周遊エリアとしての面的整備ができていない

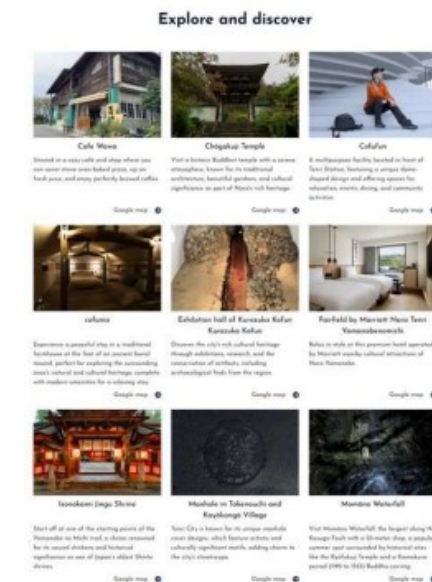
そこで本事業では、山の辺の道エリアの周遊ルート及びデジタルマップを作成した

当該ルートはGoogleMap、特設HPで公開中

全7種類のルートを造成

- Mt.Ryuo Trail
- Yamanobe no Michi-Tenri Trail
- Yamanobe no Michi-Sakurai Trail
- Tenri City Stroll
- Hasedera Temple Trail
- National Treasure Route
- Foodies in Sakurai

事業成果



作成したデジタルマップの例（Yamanobe no Michi-Tenri Trail）

ブランディング戦略の一環として、YouTubeを活用したプッシュ型マーケティングを実践。地域関係者からは、ブランディングを通じて自地域の魅力を再発見できたとの声が届いており、シビックプライドの醸成にも寄与した。

成果詳細（②山の辺の道エリアの二次交通整備）

シャトルバス運行

結果

山の辺の道ルート上から、エリア内宿泊施設にアクセスできる手段として、シャトルバスの実証運行及びアンケート調査を実施した

バスの運行ルート：奈良健康ランドから天理駅を経由し天理市トレイルセンター
便数：1日6便（3往復）
期間：12月2日～12月21日
料金：無料

延べ112名54組の利用があった
曜日別、時間帯別の利用者数は以下の通り



バスの運行料金についてのアンケートでは、「200円であれば乗車賃を支払う」という意見が最も多かった

金額	単位：人
100円	14
150円	2
200円	21
250円	6
300円	6
有料であれば利用しない	5
合計	54

令和6年度
山の辺の道を軸とする
二次交通の実証実験のための
シャトルバスを
運行します

12/2・21日

運賃無料

運行ルート
奈良健康ランド → 天理駅 → 天理市トレイルセンター

時刻表

奈良健康ランド → 天理駅	天理駅 → 天理市トレイルセンター
9:30	9:45
11:30	11:45
15:30	15:45
10:25	10:45
14:25	14:45
16:25	16:45



奈良健康ランド



天理トレイルセンター



天理駅

成果詳細（③：地域活動参加型ツーリズム）

地域活動参加型ツアー

地域の住民等が山の辺で行っている営みを観光コンテンツとして提供する、「地域活動参加型ツーリズム」の実証実験を行い、観光を活用した地域づくりと関係人口の創出につながる仕組みを構築する

ツアーA（日帰り）

ツアー名：「山の辺の道ファンクラブと触れ合う」

実施回数：2回

参加者：計12名

参加費：2,500円

募集方法：SNS（Facebook）

ツアーB（日帰り）

ツアー名：「東乗鞍古墳が語る古代の物語」

実施回数：1回

参加者：計8名

参加費：2,000円

募集方法：SNS（Facebook）

ツアーC（宿泊）

ツアー名：「日本最古の道・山の辺の道を地元ガイドと歩く」

実施回数：1回

参加者：計7名

参加費：10,000円

募集方法：SNS（Facebook）

結果

合計27名が本実証実験に参加し、**需要（参加者）・供給（地域）双方のニーズを確認**できた。需給をつなぐ民間事業者の採算性確保といった課題はあるものの、**持続可能な景観保全の仕組みとできる見込み**

【参加費について】

アンケート調査の結果、全てのツアーにおいて、モニター価格より参加者の回答価格が上回っており、**参加費については値上げの余地**がある

	モニター価格(円)	平均参加者回答価格(円)
ツアーA	2,500	3,900
ツアーB	2,000	5,250
ツアーC	10,000	14,428

【ツアーの様子】



令和6年度取り組みから見てきた課題

1 山の辺の道エリアの認知度向上

- ・ 本事業ではデジタルマップやブランドブックの作成を行ったが、奈良公園エリア等と比較すると、認知率が低いのが実情
- ・ 引き続き、「山の辺の道エリア」のブランディングに力を入れていく必要がある

2 シャトルバスの黒字化

- ・ アンケート調査結果から乗車運賃を200円として国土交通省の基準運賃をもとに収支を試算すると、1日あたり200人以上の利用が必要であることが判明
- ・ 現時点では黒字化は非常に困難

3 地域活動参加型ツーリズムの収益化

- ・ 満足度が高いコンテンツを提供できたが、今後民間企業が企画・運営した際に民間企業に収益が残るかが課題
- ・ また季節によってはツアーに見合った地域活動がない可能性もある
- ・ 今回の事業では参加者を20人として募集したが、満員となった場合は参加者を管理しきれない可能性がある。運営側の受け入れキャパシティを再検討する必要がある

令和7年度以降に取り組むべきと考えること

1 「山の辺の道エリア」のブランディングの継続実施

- ・ 次年度は奈良県のプロモーション予算を活用し、ブランディングを継続していく
- ・ YouTube等のSNSを活用した広報活動を実施し、山の辺の道エリアへの誘客数を増やす

2 国内旅行代理店に対する営業を強化

- ・ 「山の辺の道エリア」にフォーカスしたツアーを造成してもらえよう、国内旅行会社に働きかける

3 宿泊事業者が持つバスの活用

- ・ アンケート結果から、利用者ニーズは確認できたため、無償運送規制緩和を活用した宿泊事業者による地域共同でのバス運行の実現を模索していく

4 収益化に向けたコンテンツ及びツアーの拡充

- ・ コンテンツ化する地域活動を再検討し、収益化を目指す
- ・ ツアーを通じてどのような学びを提供することができるのか、という視点で、ツアー内容をブラッシュアップする