

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 2025 年 3 月 17 日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	斑鳩産業株式会社	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	奈良県生駒郡斑鳩町	
所在地	奈良県生駒郡斑鳩町法隆寺東 1-6-30 奈良斑鳩ツーリズム Waikaru	
設立時期	平成 26 年 1 月	
事業年度	1 月 1 日から 12 月 31 日までの 1 年間	
職員数	12 人【常勤 5 人（正職員 5 人・出向等 0 人）、非常勤 7 人】	
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） ※必ず記入すること	（氏名） 井上 雅仁 斑鳩産業株式会社 代表取締役 （出身組織名） 大和郡山市	東栄会商店街 会長、（一社）斑鳩町観光協会 理事、斑鳩町商工会 理事・観光委員長などを兼務し、第 5 次斑鳩町総合計画審議会委員（2019～）、斑鳩町まち・ひと・しごと創生会議委員（2016～）も務めている。また地方自治体職員として 10 年間勤務した経験を活かし、行政とのパイプ役も務めている。 2023 年 6 月、中小企業基盤整備機構から「中小企業応援士」に任命された。 また同年、中小企業庁より「はばたく中小企業・小規模事業者 300 社」に選定された。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 清水 敦子「専従」 （出身組織名） （株）ブルックスホールディングス	前職では、マーケティングとともにブランディング戦略やプロモーションを担当していた。現在、Google アナリティクスを活用した解析業務や、中小企業基盤整備機構と連携しながら、エリア内の観光施設や飲食店に対し、Google ビジネスプロフィールの推進業務など DX 化に向けたアドバイザー的役割を担っている。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 高野 美和「専従」 （出身組織名） 斑鳩産業(株)総務部	弊社では以前に総務部に所属、2019 年よりまちづくり事業部に異動し、観光地域づくり法人の事務局となる拠点施設「奈良斑鳩ツーリズム Waikaru」の管理者となっている。

各部門（例：プロモーション）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 森川 篤史「専従」 （出身組織名） 飲食業経営	弊社のまちづくり事業部 Food Section として飲食店舗の商品開発やプロモーションを行っていたが、2020 年から SNS や予約サイトの管理・海外プロモーション・体験ツアーの企画運営を担当する。また 2025 年 1 月より部長として全体を統括している。
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 深尾 星「専従」 （出身組織名）	学生時代 2 年間の海外留学を経て、アメリカで 1 年間の勤務経験がある。2019 年 6 月から弊社で勤務しており、ファムトリップの準備やインバウンドの対応、翻訳業務、体験コンテンツの造成、OTA 登録・管理などをメインに担当している。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	●奈良県 観光戦略課（マーケティング支援） 観光力創造課（プロモーション支援・観光客受入れ体制支援） 道路環境課（広域サイクルツーリズム検討支援） 産業創造課・経営支援課（中小企業・商工団体支援） ●斑鳩町 都市創生課（斑鳩町観光推進連絡調整会議・斑鳩町観光戦略実務者会議の参加、KPI・PDCA サイクルの検討、プロモーション支援、マーケティング支援、創業支援、イベントの開催、友好都市（松山市、小田原市、新潟市、知床、飯島町、太子町など）との連携）	
連携する事業者名及び役割	●WEST NARA 広域観光推進協議会（2021 年 4 月設立） 構成員：大和郡山市、平群町、三郷町、斑鳩町、安堵町、王寺町、河合町、上牧町、広陵町の 1 市 8 町 1 DMO 4 観光協会の組織で、斑鳩産業株式会社が事務局（井上事務局長・高野事務局次長・清水事務局員）を担っている。地域連携 DMO のような活動を行っており、今後、6 市 8 町 1 DMO 7 観光協会の組織化を目指している。 ●（一社）斑鳩町観光協会 （斑鳩町観光推進連絡調整会議・斑鳩町観光戦略実務者会議の参加、プロモーション活動、イベントの開催、地域資源との連携） ●斑鳩町商工会 （斑鳩町観光推進連絡調整会議・斑鳩町観光戦略実務者会議の参加、地場産業の発掘・産業振興支援） ●奈良県商工会連合会（商品開発・専門家派遣・補助申請支援） ●（独）中小企業基盤整備機構（店舗展開及び販路開拓支援・専門家派遣） ●日本貿易振興機構奈良事務所（海外展開・輸出支援） ●日本政府観光局（デジタルマーケティング・プロモーション支援） ●UNWTO 駐日事務所（奈良県）（プロモーション支援） ●法隆寺・法起寺・法輪寺・中宮寺・吉田寺・信貴山寺院などの社寺 （観光体験ツアー開発・二次交通による散策ルート開発） ●広域連携 DMO 関西観光本部 ●地域連携 DMO 奈良県ビジターズビューロー ●地域 DMO 吉野ビジターズビューロー ●東栄会商店街（商店街活性化・空き家対策） ●合同会社日本竜田揚げ協会（おもてなし・特産品の提供） ●奈良交通(株)（二次交通改善） ●西日本旅客鉄道(株)（プロモーション支援） ●近畿日本鉄道(株)（プロモーション支援）	

	●NEXCO 西日本コミュニケーションズ（プロモーション支援） ●JTB 奈良支店（コンテンツ造成） ●TOPPAN（コンテンツ造成） ●日本航空（販路開拓支援） ●近畿日本ツーリスト（販路開拓支援）
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	【該当する登録要件】①及び② （概要） 1）「斑鳩町観光戦略実務者会議」を1回（5/30）開催した。参加者は斑鳩産業株式会社・斑鳩町・斑鳩町観光協会・斑鳩町商工会となっている。国内観光客・インバウンド回復に向けた戦略を検討した。 2）「斑鳩町観光推進連絡調整会議」を1回（11/22）開催した。参加者としては、実務者会議のメンバーに加え、法隆寺、近畿運輸局、奈良県、（独）中小企業基盤整備機構、JETRO 奈良事務所、（一財）関西観光本部、JR 西日本（交通事業者）、奈良交通（交通事業者）となった。 3）2021年4月に広域観光を目的とした WESTNARA 広域観光推進協議会を立ち上げ、斑鳩産業株式会社がエリア一体の観光推進・プロモーションに向けた戦略策定を行い、実行に向けた舵取りとして事務局を担っている。創設4年目となる2024年は、総会（4月）、代表者会議（11月）、担当者会議（2・6・8・12月）を開催した。代表者会議には、市長・町長・会長（観光協会）が出席、担当者会議には行政から課長・課長補佐、観光協会から事務局長に出席いただいた。また斑鳩町商工会と連携し、ツーリズム EXPO ジャパン 2024（東京ビッグサイト）へも出店し、プロモーションを行った。 4）エリア内のボランティアガイドを組み合わせ、一日プランの造成を行った。3年計画の一年目としては、「斑鳩町&安堵町」「斑鳩町&河合町」「河合町&広陵町」の3プランを造成した。またエリア内の各商工会とも連携し、ランチ提供店舗の募集を行い、産業と観光の連携を実施している。 5）WESTNARA エリア（1市8町）でシェアサイクルの導入を進めており、2024年10月に「王寺町・上牧町・河合町・広陵町」が先行してスタートし、2025年3月に「平群町・三郷町・斑鳩町・安堵町」が運営を開始する。2025年4月以降で大和郡山市も開始予定であり、エリア内120カ所のサイクルポートで乗り捨てが可能となる。 6）2024年8月から、奈良県、奈良市商工会議所、JR 西日本、WESTNARA 広域観光推進協議会、奈良県商工会連合会、奈良市、大和郡山市、天理市、橿原市、桜井市、香芝市、大和高田市、斑鳩町、王寺町が連携し、「なら SLOW&LOOP」事業がスタートした。これは JR 大和路線・和歌山線・万葉まほろば線を円につなぎ、誘客する事業である。2025年1月から2日間有効の企画乗車券を発売している。 7）各種事業（国内プロモーション、ツーリズム EXPO ジャパン 2023 出展（インテックス大阪）、インバウンド誘客事業）は、JAL・奈良県・関西観光本部・奈良県ビジターズビューロー・吉野ビジターズビューローなど対面・WEB会議にて協議を行っている。 8）弊社（地域 DMO）斑鳩産業は旅行業第2種に登録し、体験コンテンツの統括販売・管理・予約受付・精算業務を行うとともに、アクティビティコンテンツの企画販売（現在53プラン）を行っているアクティビティ事業者でもあり、他のアクティビティ事業者（バンジー・冒険の森など）や体験コンテンツ事業者（オレンジの庭・豆風花・吉田寺など）とも密に連携を取り、体験実施状況・アンケート調査に基づきブラッシュアップを行い、集客力の促進につなげている。

	9) 斑鳩町内の既存宿泊事業者は2社となっており、1社は弊社直営の一棟貸の宿「いかるが日和」であり、もう1社は「和空 法隆寺」となっている。相互の担当者と情報交換を密にし、「斑鳩町観光推進連絡調整会議」では弊社が宿泊事業者を代表して意見を述べ、宿泊者の誘客戦略についての調整を行っている。2027年、法隆寺門前に、新たに呉竹壮がオープン予定である。 10) 令和5年12月から、エリア内の事業所（飲食店・宿泊施設・土産物店・観光案内所・観光施設等）とGoogleビジネスプロフィールのアカウント連携を行い、データ分析、来店者動向を調査し、集客・売上向上支援を行っている。（独）中小企業基盤整備機構から支援を受け、エリア内中小企業支援も併せて実施している。				
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	1) 2024年9月～12月で、奈良県観光局の補助金を受け、斑鳩町・斑鳩町観光協会とも連携し、ボランティアガイド養成講座（全5回）を実施した。会場は、法隆寺観光iセンターで実施し、講師には観光カリスマ 刀根浩志様に全5回の講師を依頼した。 2) 2025年2月18日、斑鳩町歴史まちづくり推進協議会の会合にて、次年度、地域住民に対する啓発活動として広報誌を活用したPRを行うことの協議を行った。 3) 当該エリアではないが、視察の受け入れや訪問して講演活動などを実施している。2024年度としては、①関西若手議員の会、②鳥取県三朝町、③静岡県浜松市（旧浜北市）、④兵庫県川西市となっており、参加者は、自治体職員・商工会職員・金融機関・観光事業者などである。主なタイトルとしては、「観光地域経営」や「地域の課題解決（ゼブラ企業）を目指して」などである。				
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> ・H29年度補正ニューツーリズム商品開発支援事業 体験コンテンツ12プラン造成 パンフレット作成・配布 国内・海外展示会、商談会に参加 HP多言語作成（観光案内所 Waikaru） プロモーション動画作成 ・R元年度国内海外販路開拓強化支援事業 HP改良（多言語化） 体験コンテンツパンフレット配布 国内・海外展示会、商談会に参加 ファムトリップによるSNSプロモーション インターネット広告（@Press） ・2019年～OTAサイト（多言語）登録販売 ・2019年～SNS情報発信 ・2020年 WESTNARA 広域観光推進協議会の、共通デザインポスターを作成 ・2021年 WESTNARA 広域観光推進協議会のホームページ、リーフレット、ポスターを作成 ・2022年 看板商品創出事業（モニターツアー） JAL メールマガジン・ジャルパック Twitter プロモーション ・2022年 奈良県観光総合戦略推進事業（コンテスト） チラシ作成・広報誌・SNSプロモーション ・2022年 奈良県 SNS 情報発信（ファムトリップ） ・2022年 「Att.westJAPAN」プロモーション </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	・H29年度補正ニューツーリズム商品開発支援事業 体験コンテンツ12プラン造成 パンフレット作成・配布 国内・海外展示会、商談会に参加 HP多言語作成（観光案内所 Waikaru） プロモーション動画作成 ・R元年度国内海外販路開拓強化支援事業 HP改良（多言語化） 体験コンテンツパンフレット配布 国内・海外展示会、商談会に参加 ファムトリップによるSNSプロモーション インターネット広告（@Press） ・2019年～OTAサイト（多言語）登録販売 ・2019年～SNS情報発信 ・2020年 WESTNARA 広域観光推進協議会の、共通デザインポスターを作成 ・2021年 WESTNARA 広域観光推進協議会のホームページ、リーフレット、ポスターを作成 ・2022年 看板商品創出事業（モニターツアー） JAL メールマガジン・ジャルパック Twitter プロモーション ・2022年 奈良県観光総合戦略推進事業（コンテスト） チラシ作成・広報誌・SNSプロモーション ・2022年 奈良県 SNS 情報発信（ファムトリップ） ・2022年 「Att.westJAPAN」プロモーション
事業	実施概要				
情報発信・プロモーション	・H29年度補正ニューツーリズム商品開発支援事業 体験コンテンツ12プラン造成 パンフレット作成・配布 国内・海外展示会、商談会に参加 HP多言語作成（観光案内所 Waikaru） プロモーション動画作成 ・R元年度国内海外販路開拓強化支援事業 HP改良（多言語化） 体験コンテンツパンフレット配布 国内・海外展示会、商談会に参加 ファムトリップによるSNSプロモーション インターネット広告（@Press） ・2019年～OTAサイト（多言語）登録販売 ・2019年～SNS情報発信 ・2020年 WESTNARA 広域観光推進協議会の、共通デザインポスターを作成 ・2021年 WESTNARA 広域観光推進協議会のホームページ、リーフレット、ポスターを作成 ・2022年 看板商品創出事業（モニターツアー） JAL メールマガジン・ジャルパック Twitter プロモーション ・2022年 奈良県観光総合戦略推進事業（コンテスト） チラシ作成・広報誌・SNSプロモーション ・2022年 奈良県 SNS 情報発信（ファムトリップ） ・2022年 「Att.westJAPAN」プロモーション				

	・ 2022 年 奈良県産業施策推進事業補助金（GBP セミナー） ※中小企業基盤整備機構、斑鳩町商工会と連携 ・ 2023 年 奈良県観光総合戦略推進事業補助金 (北海道プロモーション) 新千歳空港大型ビジョンでの動画放映 2 週間 観光情報雑誌「H0」2 カ月掲載 商業施設での特産品即売会の実施 ・ 2023 年 ツーリズム EXPO ジャパン 2023 ブース出展・商談会参加 ・ 2023 年 奈良県産業施策推進事業補助金 (GBP アカウント連携セミナー) ※中小企業基盤整備機構、斑鳩町商工会と連携 ・ 2023 年 MACTHA サイトによる情報発信 ・ 2024 年 インバウンド誘客事業（プロモーション） JAL 国内線機内誌掲載（R6.1） JAL「Japan Travel.com」サイト掲載（R6.1～） ツーリズム EXPO ジャパン 2024 経済産業省から、斑鳩産業株式会社が「はばたく中小企業・小規模事業者 300 社」に選定（奈良県から 2 社）
受入環境の整備	・ R 元年度国内海外販路開拓強化支援事業 奈良斑鳩ツーリズム Waikaru 英語対応スタッフ雇用 Illi・ポケットーク完備 HP 改良（多言語化）予約システム化 ・ 2019 年 奈良斑鳩ツーリズム Waikaru（観光案内所）OPEN キャッシュレス導入セミナー開催 おもてなし（ガイド育成）セミナー開催 ・ 2019 年 一棟貸の宿いかるが日和（民泊）OPEN ・ 法隆寺での飲食店などにおいてテラス席の設置などのアドバイスを行い、2021 年 1 月に 2 店舗のテラス席が完成 ・ 飲食店のテイクアウトに関するアドバイスを行い、5 店舗でテイクアウトがスタート ・ 2020 年 奈良県事業再起支援補助金（奈良県） 感染症対策としてパーテーション工事、空気清浄機などの設置、およびキャッシュレス化を実施した。 ・ 2021 年 事業再構築補助金（経済産業省）を活用し、飲食店の屋外テラス席の設置およびセントラルキッチンの設置 ・ 2022 年 4 月 1 日～WESTNARA エリア（大和郡山市・平群町・三郷町・斑鳩町・安堵町・王寺町）の観光周遊の利便性を向上させるため、奈良交通バスの生活路線について一部ルート変更し、観光客の二次交通の利便性向上・周遊促進を図るため、WESTNARA1DAYPASS（一日 500 円乗り放題パス）の販売を開始 ・ 2022 年 看板商品創出事業（観光庁）を活用し、WESTNARA エリア全体の周遊 MAP 及び地域別 MAP を作成し、4 つの観光協会に配架

	・ 2022 年に開催したエリア内事業所を対象とした Google ビジネスプロフィール登録・活用促進に向けたセミナー計 3 回（初級編 2 回・上級編 1 回）を開催（2023 年 継続開催） ・ 二次交通として E-BIKE6 台、クロスバイク 3 台・電動アシスト自転車 3 台を導入 ・ 観光再始動事業での特別体験コンテンツ造成にあたり英語ガイド養成講座を開催（計 4 回） ・ 2023 年 奈良県産業施策推進補助金を活用し、Google マップを整備した（近隣店舗を繋ぐルートや駅からのルートの整備） ・ 2023 年 飲食店の屋外テラス席の設置および離れ個室の増設 ・ エリア内 8 つのボランティアガイドと連携し、1 日コースのツアー 3 造成・販売開始 ・ 2024 年 2 月 酒販免許（奈良税務所）を取得し、7 月から日本酒発祥の地「奈良」で、利き酒体験と日本酒販売（15 の酒蔵と連携）を開始 ・ 2024 年 11 月 30 日、奈良市内の道の駅「クロスウェイなかまち」内に「なかまちキッチン」をオープンした。奈良県内の食材を生かし、家具も奈良県産の材木を活用した大型店舗となっている。1 月の 3 連休には一日 800 名の来店があった。 2024 年 12 月 7 日、法隆寺徒歩 3 分に、新たに「庭 CAFE」をオープンした。テイクアウト中心の店舗で、①日本酒利き酒体験、②斑鳩名物竜田揚げ、③大和牛などのメニューを提供開始した。
観光資源の磨き上げ	・ H29 年度補正ニューツーリズム商品開発支援事業 体験コンテンツ 12 プラン造成 二次交通整備（周遊タクシー・バギー・レンタサイクル） ・ R 元年度国内海外販路開拓強化支援事業 ファムトリップ実施 体験コンテンツブラッシュアップ 体験コンテンツ新規 12 プラン造成 計 24 プラン 二次交通整備（トゥクトゥク） ・ 2020 年体験コンテンツとして新規 10 プランが加わり、34 プランとして 2021 年 3 月から販売 ・ 2021 年 3 月から新たな二次交通の整備として、折り畳み式電動 50 cc スクーターを 4 台を設置・稼働し、さらに三輪 EV トライクを 11 月に 4 台購入し、令和 4 年 3 月より稼働 また、奈良県の補助金を活用し、新規体験が 10 プラン追加になり、合計 44 プランの販売を開始 ・ 既存体験プラン（お点前・御朱印帳づくり）について、インバウンド向け商品としてブラッシュアップを行い、インバウンド富裕層向け商品としてプラスワントリップ（関西観光本部）事業でのコンテンツとして組み込むとともに、インバウンド向け OTA サイトへの登録を実施 ・ 斑鳩町観光協会と連携し、世界文化遺産「法隆寺」、「中宮寺」、「法起寺」、「法輪寺」の 4 つを周遊可能な「4 寺周遊拝観券（2 日間有効）」を造成し、令和 4 年 11 月 23 日よ

	り販売を開始しており、2024 年度（6 月）よりインバウンドへの販売強化に向け、現在、JR 西日本「関西エリアパス」と JTRweb「楽しい関西パス」との連携（掲載） ・E-BIKE6 台を導入し、安全に走行できるコース選定を行い、2023 年 1 月より販売開始 ・2022 年 看板商品創出事業により、世界文化遺産「法隆寺」、「信貴山」を題材とした謎解きキットを造成し、あわせて行ったモニターアンケートにより改良制作を行い、2023 年 10 月より販売を開始 ・2023 年 観光再始動事業により、写経・写仏体験（法隆寺）、書道・木魚体験（吉田寺）をインバウンド向けに磨き上げ造成・販売 ・2023 年 インバウンド誘客事業により、エリア内の 23 社寺（法隆寺、中宮寺、信貴山朝護孫子寺、矢田寺、松尾寺、慈光院、龍田大社など）を周遊させる仕組みとして、社寺巡りに役立つ情報及び社寺巡り MAP と新しく造成した食コンテンツとしてプレミアムかき氷 MAP の多言語 QR コードを掲載した社寺巡り御朱印帳を開発した。2025 年に WESTNARA 広域観光推進協議会と連携し、プレミアムかき氷ガイドブックを作成する予定である。 ・2023 年 インバウンド誘客事業により、JAL 及びエリア内の飲食店と連携し、域内の農産物・特産品を活用したスローフード食コンテンツとしてプレミアムかき氷の造成を行い、2024 年度からの販売開始した。 ・2023 年 大阪関西万博に向け、アクティビティ（バギー・トライクなど）体験や日本文化（三味線・味噌づくりなど）体験を新たに造成・磨き上げを行い、インバウンドをターゲットに各種 OTA サイトへの登録を開始 ・2024 年 2 自治体のガイドツアーを連携した 1 日プランを造成販売開始 ・2024 年 10 月、大阪関西万博のサイトに、体験ツアーを掲載開始 【定量的な評価】 平成 26 年（まちづくり事業部設立） ① 和 CAFÉ 布穀藺～年間来店者数 9,000 人売上 1,100 万円 ② まほろばステーション ikarucoki～年間来店者数 3,600 人売上 400 万円 ③ 空き家再生・まちあるき拠点づくり その他 4 店舗～来店者数 23,000 人 ④ まちあるきマーケット 常楽市 出店者数 88 店舗～来場者数 5,000 人 平成 29 年 1 月～（日本版 DMO 候補法人登録以降） ⑤ 和 CAFÉ 布穀藺～年間来店者数 15,000 人売上 2,000 万円 ⑥ まほろばステーション ikarucoki～年間来店者数 5,000 人売上 500 万円 ⑦ 空き家再生・まちあるき拠点づくり その他 6 店舗～来店者数 38,000 人 ⑧ まちあるきマーケット 常楽市 出店者数 110 店舗～来場者数 7,500 人 ⑨ 奈良斑鳩ツーリズム Waikaru（2019.3）～来場者数 400 人 ⑩ 一棟貸の宿 いかるが日和（2019.7）オープン ⑪ セミナー開催 16 回 ⑫ テレビ出演 5 回、新聞・雑誌掲載 10 回以上 ⑬ 視察受入 2 回（大阪中小企業診断協会・大津商工会議所） ⑭ 講演 1 回（高知県）
--	---

- ⑮ 奈良県観光プロモーション課・SAGOJO・斑鳩産業(株)連携
●ワーケーション事業
12月12日～19日まで、信貴山ワーケーション事業（第1弾）として、東京・神奈川・愛知などから12名の方々に宿坊に泊まっていただき、実証実験を行った。第2弾として令和3年1月20日～2月17日まで4週に渡り各週3～4名の方々にお願いいただき、実証実験を実施
- ⑯ 新規体験10プランを追加し、計34プランの販売開始
- ⑰ 旅行商品として、宿泊プラン3プラン（宿坊・ホテル・民泊）と日帰りプラン（スピリチュアル・カルチャー・アクティビティ）を造成
- ⑱ 弊社直営の飲食店である和CAFÉ 布穀園は、緊急事態宣言の間に1月半の臨時休業となったものの、1月～12月末での来店者見込みが13,400人、売上見込みが20,000,000円となっている。来店者数は減少したものの、客単価が上がり、売上は昨年と同程度となった。
- ⑲ 令和2年6月新たにイタリアンの飲食店（直営店）をオープンした。コロナの影響もあり、苦戦している。インバウンドの利用者は皆無であるが、マイクロツーリズムなどの利用で、7月～12月末の来店者見込みが2,800人、売上見込みが7,000,000円となった。
- ⑳ 令和3年度において日本酒発祥の地である奈良県の酒蔵と連携し、「酒蔵ツーリズム」を実施する予定であり、協議については令和2年11月から行っている。なお、近畿経済産業局との協議も進めている。
- ㉑ 奈良斑鳩ツーリズム Waikaru はコロナにより来店者は減少した。1月～12月の来店者見込み数は750人となり、インバウンドは皆無であった。売上については、今年度からWESTNARA 広域観光推進協議会準備室から事務局費を200万円計上することができたが体験数が減少したため売上総額としては500万円の見込みである。
- ㉒ 新規体験10プランを追加し、45プランとなった。
- ㉓ 新たな土産物として、奈良県産の素材を活かしたNARA生チョコ（大和茶・古都華（いちご）・奈良酒）、イタリアンリエット（大和ポーク）など8品の商品開発を行った。
- ㉔ 二次交通の新商品として、奈良交通と連携し、WEST NARA 1 DAY PASS（500円/日・乗り放題）を4月より販売した。
- ㉕ 二次交通とアトラクション性を兼ね備えた「HYBRID BIKE」「三輪EVトライク」を導入した。
- ㉖ E-BIKE（6台）を導入し、安全な走行ルートをも3コース選定し、観光周遊の促進を行っていく。
- ㉗ WEST NARA 広域観光推進協議会 地域産品コンテストイベント（イオンモール大和郡山・地域産品出品数92品）を令和4年12月10日・11日の2日間開催し、令和5年度でECサイトへの地域産品の登録を進め、販売を開始している。
- ㉘ 2023年5月、新型コロナウイルスが5類感染症へ移行され、国内観光客・インバウンドともに徐々に回復を取り戻していったことにより、弊社直営の飲食店2店舗（和CAFÉ 布穀園・ピッチョーネ）とツアーデスク（奈良斑鳩ツーリズム Waikaru）、宿泊（いかるが日和）の売上は約52,000,000円とコロナ前を上回る結果となった。
- ㉙ 2022年に奈良県産業施策推進事業補助金を活用して行ったGoogle ビジネスプロフィール活用セミナーについて、エリア内の事業所（飲食店・土産物店・体験施設等）の集客・売上、観光客の利便性の向上強化を図るため、2023年についても同内容で4回、Google アカウント連携講座を1回開催し、事業所支援を行った。
- ㉚ 2022年の看板商品事業で造成した「法隆寺」「信貴山」の謎解きキットにつ

	いて、販売に向けた改良制作を行い、2023 年 10 月下旬より個人旅行向けに販売を開始し、2 ヶ月間の販売数は合計 130 枚ではあるものの良いスタートを切った。 ③① 2023 年に奈良県観光総合戦略推進補助金を活用し、北海道プロモーションを行った。(新千歳空港大型ビジョン動画放映 2 週間 11/6～29・観光情報雑誌「H0」12 月号・1 月号の 2 ヶ月連載・大型商業施設での特産品即売会 11/17～19 の開催) ③② ツーリズム EXPO ジャパン 2023 にブース出展 (10/26～10/29)、14 社とのマッチング商談を実施 ③③ 隣接する自治体のボランティアガイドを組み合わせ、1 日ガイドツアー 3 プラン (有料) の造成および「じゃらん」にて 2025 年 3 月より販売開始予定 ③④ 斑鳩産業株式会社直営の新規飲食店 2 店舗をオープン 2024 年 11 月 23 日 庭 café (斑鳩町) 2024 年 11 月 30 日 なかまちキッチン (奈良市) ③⑤ 2024 年 8 月～11 月 インバウンド向けガイド養成講座 参加者 46 人 講師：観光カリスマ 刀根浩志 ③⑥ 2024 年 10 月に乗り捨て可能なシェアサイクル (ハローサイクリング) が WESTNARA エリアの 4 町 (上牧町・広陵町・王寺町・河合町) で導入された。2025 年 4 月から斑鳩町・平群町・三郷町・安堵町で導入予定、2025 年度中に大和郡山市でも導入予定で、WESTNARA エリア全域でのシェアサイクルがスタートする予定である。
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること (別添可)。	【実施体制の概要】 民間企業である斑鳩産業株式会社と、奈良県、斑鳩町、近隣市町村、斑鳩町観光協会、斑鳩町商工会、奈良県商工会連合会、中小企業基盤整備機構、関西観光本部、日本政府観光局、奈良県立大学、金融機関、送客提携先など、産・学・金・官が密に連携を取りながら事業を推進する。 ●民間企業である斑鳩産業株式会社が DMO 法人に登録するメリット 1. 事業推進に対するスピード感・意思決定の速さ 2. 経営感覚の充実と戦略センスの高さ 3. 豊富な若い人材と他の民間企業との連携 4. 中小企業施策 (経済産業省・中小企業庁) の活用 ※2018 ニューツーリズム商品開発等支援事業補助金 採択 2019 国内・海外販路開拓強化支援事業費補助金 採択 5. 地方創生施策 (総務省) の活用 ※2014 地域経済循環創造事業交付金 (1 年目) 採択 2015 地域経済循環創造事業交付金 (2 年目) 採択 6. 地域未来牽引企業 (経済産業省認定) としての担い 7. 社内の不動産事業部・工事部・保険営業部による資産活用ワンストップ体制の充実 8. 日本政策金融公庫、りそな銀行、南都銀行、京都銀行、奈良中央信用金庫などの金融機関との連携 9. 斑鳩町観光戦略実務者会議を開催 (年 1 回) 参加者：斑鳩産業(株)・斑鳩町・斑鳩町観光協会・斑鳩町商工会 斑鳩町観光推進連絡調整会議を開催 (年 1 回) 参加者：斑鳩産業(株)・斑鳩町・斑鳩町観光協会・斑鳩町商工会・法隆寺・近畿運輸局・奈良県・日本政府観光局・UNWTO 駐日事務所・(独) 中小企業基盤整備機構・JETRO 奈良事務所・(一財) 関西観光本部・JR 西日本・奈良交通 10. WEST NARA 広域観光推進協議会 (令和 3 年 4 月設立)

1市8町（大和郡山市・平群町・三郷町・斑鳩町・安堵町・上牧町・王寺町・広陵町・河合町）及び4観光協会（大和郡山市・信貴山・斑鳩町・王寺町）並びに弊社（事務局）の計14団体で構成し、各種会議（総会・代表者会議・担当者会議・部会）の開催による情報共有及び合意形成、プロモーション一元化、連携事業による周遊観光の促進を図る協議会

局）の計14団体で構成し、各種会議（総会・代表者会議・担当者会議・部会）の開催による情報共有及び合意形成、プロモーション一元化、連携事業による周遊観光の促進を図る協議会

中小企業庁 ニューツーリズム全国13事例の1つに斑鳩産業(株)



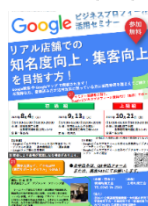
経済産業省 地域未来牽引企業 事業継続力強化計画



WEST NARA 広域観光推進協議会



GBP 活用セミナー
2022年3回開催



地域産品コンテスト
2022年12月開催



2023年4月から販売開始予定
「法隆寺」謎解き 「信貴山」謎解き



【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【WESTNARA 広域観光推進協議会】

令和3年4月 設立総会

●組 織 (1市8町・4観光協会・1DMO)

大和郡山市・平群町・三郷町・斑鳩町・安堵町・上牧町・
広陵町・王寺町・河合町

大和郡山市観光協会・信貴山観光協会・斑鳩町観光協会・
王寺町観光協会・斑鳩産業株式会社

●役 員

会 長：斑鳩町長

副会長：大和郡山市長

監 事：安堵町長

斑鳩町周辺





【区域設定の考え方】

1993 年日本で最初に世界文化遺産登録となった法隆寺の周辺地域は、平成 26 年に奈良県初となる歴史的風致維持向上計画に基づき、まちあるき観光による地域活性化を官民協働で推進する地域となった。また法起寺（国宝）、法輪寺（重文）と合わせた三塔めぐりや、女性ターゲットとした皇室ゆかりの尼寺である中宮寺（国宝）、ぽっくり寺で知られる吉田寺（重要文化財）など法隆寺以外にも魅力が満載である。これらの観光資源とともに体験ツアー（現在 45 プラン）の提供と国内・海外プロモーションを行う。2019 年 7 月には一棟貸の宿（民泊）、9 月にはホテルも完成した。

コロナ禍により 2021 年大遠忌法要（聖徳太子没後 1400 年祭）は静かに迎えることとなったが、2022 年信貴山寅年イベントには観光客の来訪が戻りつつある。2022 年 9 月頃より修学旅行生、観光客も戻り始めており、2023 年法隆寺世界文化遺産登録 30 周年、2025 年大阪関西万博に向けて、国内・インバウンドに向けたプロモーションを強化し、受け入れ態勢の整備に注力しなければならない。

体験ツアー45 プラン（2022 年 10 月時点）



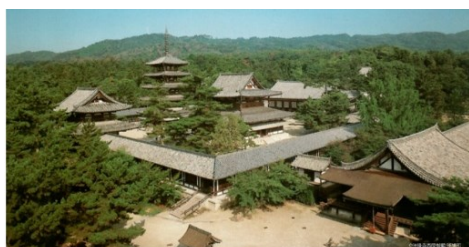
2019 年民泊・ホテルがオープン



（2026 年ホテル 1 棟オープン予定）



2023 年 法隆寺世界遺産登録 30 周年



法隆寺西院側庭/別院町

4 寺周遊拝観券
発売開始（2022 年 11 月～）



2022 信貴山寅年イベント



百人一首に詠われている「ちはやぶる 神代もきかず竜田川 からくれなひに 水くくるとは（在原業平）」「嵐吹く 三室の山の もみぢ葉は 龍田の川の 錦なりけり（能因法師）」にある竜田川は紅葉の名所であり、竜田揚げ発祥の地とされている。現在、日本竜田揚げ協会を立ち上げて、竜田揚げ上げプロジェクトを進めている。竜田揚げを斑鳩名物として日本中に発信し、竜田川周辺地域全体の活性化を目指す。また隣接する三室山は、山の半分を桜で覆い、桜の名所としても知られており、インバウンドをターゲットに竜田エリアの自然を発信する。

竜田川 紅葉



三室山 桜



竜田揚げ



※周辺エリア（平群町・三郷町・安堵町・王寺町・大和郡山市）

法隆寺に隣接するエリアは、半径6 kmの範囲に6自治体がある。斑鳩町・平群町・三郷町・安堵町・大和郡山市・王寺町である。その中には1400年の歴史をもつ資源が多く存在し、例えば平群町と三郷町にまたがる信貴山（朝護孫子寺）、千光寺、大和郡山市西部にある矢田寺・松尾寺・慈光院など、王寺町達磨寺などの歴史文化資源がある。またアクティビティとしてはバンジージャンプやジップライン、バギー・トゥクトゥク体験など豊富に揃っている。さらに奈良県で最も乗降客数が多い王寺駅（王寺町）周辺には和食から洋食まで、居酒屋やバルなど多種多様な飲食店など施設が充実しており、旅行者にとって利便性が非常に高いエリアである。

令和2年6月には、このエリア（三郷町・王寺町）において日本遺産が2件（「龍田古道」・「葛城修験」）が誕生している。

地域DMOである斑鳩産業株式会社は、斑鳩町を区域設定しているが、隣接する自治体や観光協会と連携することにより、幅広く観光資源の発掘と商品化に取り組む。令和2年6月、連携を具現化するため、「WEST NARA 広域観光推進協議会準備室」が始動し、令和3年4月に協議会を設立し、プロモーションの一元化・観光資源の磨き上げ・連携事業について協議を行っている。

このエリアにある社寺・文化歴史・自然・食・地域産品などの観光資源を組み合わせ、滞在時間の延長、域内消費の拡大を向上させるため、周遊を促進させていく仕組み・仕掛けづくりを行っていく必要がある。

1市5町 エリア内観光客数 2015年 350万人

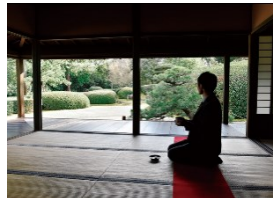


2025年 500万人

信貴山 朝護孫子寺



慈光院



JR 王寺駅周辺



【観光客の実態等(斑鳩町統計資料より)】

平成 27 年度観光客数：90 万人

平成 29 年度観光客数：107 万人（平成 29 年 1 月 弊社 DM0 候補法人登録）

平成 30 年度観光客数：98 万人

令和元年度観光客数：97 万人（令和 2 年 1 月 弊社 DM0 法人登録）

令和 2 年度観光客数：36 万人

令和 3 年度観光客数：38 万人

令和 4 年度観光客数：72 万人

令和 5 年度観光客数：54 万人

【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】

① 観光施設 国宝～法隆寺・法起寺・中宮寺・藤ノ木古墳・朝護孫子寺
重文～法輪寺・吉田寺・松尾寺・矢田寺・慈光院

② 自 然 竜田川・三室山・松尾山・矢田山・明神山
（これらを活用し、トレッキング・ハイキングのプランを造成する）

③ 文 化 各種体験プラン（茶道・書道・陶芸・ご朱印帳作り・写経・法話など）

④ イベント 多数（法隆寺年間行事、各種団体イベントなど）

⑤ アトラクション バンジージャンプ・ジップライン

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

① 2019 年 7 月 一棟貸の宿 いかるが日和 1 グループ 10 名様まで

② 2019 年 9 月 ホテル 和空 法隆寺 60 室

③ 2020 年 8 月 東横イン（王寺町）

④ 2026 年 10 月 ホテル 法隆寺パークホテル 一棟貸の宿 10 棟（予定）

⑤ 2027 年以降 法隆寺門前 ホテル開業予定（土地は取得済み・2025 年 2 月解体工事中）
また周辺エリアを含めると、信貴山宿坊やビジネスホテルも対象となる。

利便性：区域までの交通、域内交通】

① J R 法隆寺駅・・・法隆寺まで徒歩 20 分

奈良交通バス・・・JR 法隆寺駅～法隆寺を運行

西名阪自動車道 法隆寺インター・・・法隆寺まで 3 km

② 二次交通（周遊タクシー、バギー、トゥクトゥク、レンタサイクル、折り畳み式電動 50 cc スクーター（HYBRID BIKE）、三輪 EV トライク、E-BIKE

【外国人観光客への対応】

① 観光案内所

法隆寺観光 i センター（英語対応 1 名、外国人对応のガイド 50 名在籍）

奈良斑鳩ツーリズム Waikar（英語対応 1 名在籍）

JR 法隆寺駅案内所（英語対応 1 名在籍）

② F r e e W i e F i 設置

主要施設・飲食店・宿泊施設で設置

③ キャッシュレス対応

飲食店・小売店の 70%が対応済み

④ パンフレット、地図の外国語対応

通年設置している日本語パンフレット・・・10 種類（単発のイベントチラシ等は除く）

英語・中国語対応・・・6 種類

韓国語、フランス語・・・2 種類

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
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため	観光周辺の住民に対しアンケート調査を実施
顧客満足度	斑鳩町に訪れる観光客の満足度を測るため	法隆寺観光客・宿泊客・飲食店利用客などにアンケート調査を実施
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	Google アナリティクスを活用する
観光客による斑鳩町内消費金額	消費額を調査することにより、町内経済を把握するため	宿泊客・飲食店及び土産物店利用客などに対し調査を実施
観光客の居住地	観光客がどこから来ているかを調査することにより、観光客の実態を把握するため	観光駐車場のプレートナンバーによる観光客の定点調査を実施
近隣協力店舗の来店者数、売上	近隣店舗の来店者数、売上を把握するため	協力店舗にて来店者数のカウント、売上集計を実施
※斑鳩産業株式会社・斑鳩町・斑鳩町観光協会・斑鳩町商工会の4社が連携して実施する		

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

斑鳩町は人口 28,000 人、事業所数は約 1000 社となっており共に微減である。今後、斑鳩町はこの地域だけでなく近隣市町を含めた広域的なエリアでの地域経済を循環させなければならない。そして域内消費向上を見込むことが必要である。

このエリア（隣接 1 市 5 町）には、世界文化遺産法隆寺だけでなく、中宮寺、吉田寺、信貴山朝護孫子寺、松尾寺、矢田寺、慈光院など観光資源（寺社仏閣）が豊富であるため、それらを商品化して観光産業を発展させる。また JR や高速道路を利用すれば大阪市内から 30 分程度と立地は抜群であるため、交流人口を増加させることで域内消費額を向上させる。

観光業が地域の産業を牽引することで、不動産業・建設業・印刷業・小売業などの様々な業界に波及すると期待ができる。

令和 2 年から続いた新型コロナウイルス感染症は令和 5 年 5 月に「5 類感染症」へと移行され、また令和 4 年から令和 5 年 7 月まで継続された奈良県による県内観光需要促進事業「いまなら」キャンペーンにより、弊社運営の飲食店・体験ツアー・宿泊（民泊）においても国内観光の利用者が増加し、9 月頃よりインバウンドの利用も増え始めた。

令和 5 年（2023 年）は法隆寺世界文化遺産登録 30 周年を迎えた。観光再始動事業において、「法隆寺特別ライトアップ IN 斑鳩町」（10 月 21 日～11 月 5 日）の実施にあわせ、特別体験コンテンツ（非公開「国宝・西円堂」での追儺絵の衣裳体験つき特別拝観ツアー、法隆寺「写経・写仏」体験、吉田寺での書道体験、旧北畠男爵邸での精進料理ディナー）や「和空法隆寺」特別宿泊プランなど、インバウンドの誘客に注力した結果、国内観光客の来訪にも繋がった。

令和 4 年 11 月 23 日から発売を開始した 4 寺周遊拝観券の販促強化を行うとともに、エリア内の社寺巡り御朱印帳・特別御朱印の開発を行い、当該エリア固有の資源である 1400 年の歴史を活かし、周遊観光の促進を図ることとしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ■聖徳太子が建立した「法隆寺」は 1993 年日本で最初の世界文化遺産である。 ■斑鳩町内に国宝が 43 件、国指定重要文化財が 179 件を保有し、日本で最も歴史文化が豊かな寺社エリアである。 ■法隆寺のまわりには法起寺や法輪寺があり、ウォーキング客が多い。 ■二次交通（バギー・トゥクトゥクなど）が整備されている。 ■百人一首に詠まれる紅葉の名所「竜田川」が流れており自然も豊かである。 ■大阪・京都・関西空港への JR・車のアクセスが非常に便利である。 ■ガイド数が多く、150 名在籍している。 ■WESTNARA 広域観光推進協議会を設立し、広域連携を図る。 ■近隣の広陵町・河合町にまたがる「県立馬見丘陵公園」を新たなコンテンツとして活用	弱み (Weaknesses) ■宿泊施設が 2 棟完成したものの、まだまだ少ないため、旅行消費額 UP に苦戦している。 ■JR 法隆寺駅からのアクセスが悪く、バスも本数が少ないため不便である。 ■手ぶら観光の整備が整っていない。 ■町内の企業数が少なく、奈良市内や大阪・京都への若者の流出が著しい。併せて住民の高齢化も進んでおり、人口減少に伴う空き家も増加している。
外部環境	機会 (Opportunity) ■2023 年は法隆寺世界文化遺産登録 30 周年となり記念イベントを開催した。また JR 新大阪～奈良の直通便が運行し、法隆寺駅に停車した。 ■2025 年は大阪・関西万博が開催される。 ■関西広域での受入れ態勢の充実および大阪・京都・神戸以外の観光地への送客傾向が増してきた。 ■円安、物価安によりインバウンド誘客に期待ができる。 ■4 寺周遊券と JR パスのセット販売 ■周辺飲食店との連携による新たな食コンテンツの販売予定（2024 年度）	脅威 (Threat) ■新型コロナウイルス感染症の影響によりインバウンドが激減した。 ■毎年増え続ける世界遺産および日本遺産登録地への観光客流出。 ■地方創生による地域間競争が益々激化している。 ■空き家の老朽化に伴い、修復の費用が大きくかかる。また趣ある古民家の解体が進んでいる。 ■聖徳太子虚像説が浮上しており、近い将来聖徳太子が教科書から消える可能性がある。 ■大型ショッピングモールのテーマパーク化

※上記に加え、P E S T 分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

○国内ターゲット層（首都圏：宿泊） 50～70 代 または 3 世代（親・子・孫）グループ
○選定の理由 奈良県観光客動態調査の宿泊者は関東圏が 42.2%を占めている。京都市内・奈良市内とは異なり、落ち着いた雰囲気ゆつたりと 1400 年の深い歴史文化に触れる旅が求められるため。法隆寺周辺の一棟貸の宿、宿坊型のホテル、信貴山の宿坊（3 寺院）のコンセプトに合うターゲットである。 また、50 代から 70 代は、社寺・仏像・歴史に興味を持ち、時間的にも余裕が出る層であるため、法隆寺をはじめとした歴史的社寺が多い当エリアにはリピーターも多い。
○取組方針 SNS やインターネット広告等に加え、50～70 代はデジタルを苦手とする世代でもあるため、パンフレット等を作成し東京都内（アンテナショップなど）でプロモーションを行う。各エリアの観光協会や DMO と連携し、魅力の発信に努める。デジタルプロモーションの取組にチャレンジする。

○国内ターゲット層（近畿圏：日帰り） 20～30 代女性・カップル
○選定の理由 コロナ前（2019 年）の体験者へのアンケート調査では、7 割が女性となっており、女性同士が 4 割、カップル・夫婦が 4 割を占めている。女性が遊びたいと思うもの、作りたいと思うものに男性が付き合う傾向が強く、また女性同士で楽しめる体験に需要がある。45 プランある体験ツアーのうち、浴衣散策、アロマワックスバー作り、コサージュ作りなど女性向けが 15 プラン、アクティビティが 6 プランある。またトウクトウク体験は運転手付きなので、寺社巡りに最適となっており、女性をターゲットにコンテンツを磨いていく。 ○取組方針 満足度調査等を充実させ、リピートにつながる要因を分析し、その結果に基づいて体験プランのブラッシュアップを行い、ターゲット層に訴求するコンテンツを作成する。 また、飲食店と連携し、域内の農産物・特産品を活用した「プレミアムかき氷」を 2024 年度より販売開始。2025 年は広く PR するためにガイドブックを作成予定。 2025 年度中に 1 市 8 町エリアでシェアサイクルが導入させるため、広域観光が充実する。
○国内ターゲット層（近畿圏・中部圏：日帰り） 30～50 代家族連れ
○選定の理由 コロナ前においても近畿圏・中部圏の日帰り来訪者は 87.5%（奈良県観光客動態調査より）を占めていたが、コロナ禍に入り、公共交通機関を使った家族旅行を控える傾向が顕著となり、自家用車で移動する場合に、高速道路などの道路網が発達している地域が好まれており、アクセスの良いこのエリアは最適となっている。体験者へのアンケート調査では、近畿圏 6 割、中部（愛知・三重）からの来訪者 3 割となっており、気軽に足を延ばせるコンテンツとして歴史文化・アクティビティを提供する。 ○取組方針 SNS や youtube などの発信、プロモーションを充実させるとともに、OTA を活用して商品販売に繋げる。 また、子供も大人も楽しめる「法隆寺」「信貴山」を題材とした謎解きコンテンツを 2023 年 10 月より販売を開始し、2024 年より販促強化に努める。 2025 年度中に 1 市 8 町エリアでシェアサイクルが導入させるため、広域観光が充実する。
④海外ターゲット層（欧米豪）
○選定の理由 JNTO の訪日旅行データハンドブックの統計（コロナ禍前の 2019 年）では、観光目的による日本滞在中の一人当たり支出額について、28 日～90 日間の長期滞在、訪日豪州人は 47 万円、訪日外国人は 42 万円となっており、日本食、自然・景観地観光、繁華街の街歩き、ショッピングに次いで「日本の歴史・伝統文化体験」に期待している。当エリアは関空から車で 70 分、電車で 60 分とアクセスも良く、奈良・大阪・兵庫・京都へも 60 分という好立地に位置している。大阪・京都・関西空港からの優れたアクセスを生かし、法隆寺エリアの宿を、各方面に向かう拠点とすることができる。旅行者の疲れを癒し、落ち着いて歴史深い静かな朝を提供する。 ○取組方針 町の魅力、宿の魅力、交通アクセスの良さを前面に打ち出し、拠点としての機能が充実していることをプロモーションする。また定期的なアンケート調査によりブラッシュアップを行い満足度を高めることで、旅行消費額 UP につなげる。 アクティビティ（バギー・E-BIKE など）体験や歴史文化（茶道・三味線など）体験のブラッシュアップ・新規造成を行い、インバウンドの受け入れ態勢を整備したコンテンツを OTA サイト（大阪関西万博関連含む）への登録販売を行う。 また、社寺巡りに役立つ情報（拝観マナー・御朱印の意味・お勧めエリア内の社寺 23 カ所の情報・社寺マップなど）の多言語 QR コードを挟み込んだオリジナル御朱印帳を開発した。 奈良県観光局からの依頼で 2025 年 3 月末までにインバウンド向け高付加価値プラン（2 時間 20,000 円）を造成し、2025 年 4 月以降に販売開始予定である。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	《奈良観光の玄関口「北西部」エリアのブランディング》 ●国内旅行者向け 修学旅行をもう一度 ～1400 年の歴史探訪とディープな奈良～ ●インバウンド向け 世界最古の木造建築物 世界文化遺産「法隆寺」の歴史文化とともに SNS 映えする体験ツアー及び日本の歴史・文化体験
②コンセプトの考え方	●国内旅行者向け スカイツリーや新国立競技場のモデルは法隆寺（五重塔）である。これはまさに時空を超えた和のかたちと言える。法隆寺には、国宝や国指定の重要文化財が 190 以上もあり、東京上野にある東京国立博物館には法隆寺宝物館が、別棟の常設展示がされるほど、貴重で意味のある宝物が残されている。 大人になり、改めて法隆寺から 1400 年の歴史を学ぶことは非常に大切であるとする。ガイドによる 2～3 時間のツアーやお点前体験など各種ツアーを組み合わせることで、奈良・法隆寺の魅力を存分に味わうことができ、修学旅行当時の記憶を蘇らせつつも、新たな学びや気づきに心を豊かにすることができる。 ●インバウンド向け 1993 年に日本で最初に世界文化遺産に登録された「法隆寺」は世界最古の木造建築物である。例えば、柱の一つひとつにも色んな不思議がある。これらを外国語対応のガイド（50 名在籍）が同行すれば日本文化の深みに触れることができる。中宮寺には、スフィンクス・モナリザとともに世界三大微笑と言われている「国宝 菩薩半跏像」がある。1400 年の歴史を持つこのエリアは学びの宝庫である。また周辺施設では座禅体験・護摩体験・茶道体験などインバウンドに人気の体験を用意しており、宿坊での宿泊も可能である。 これらの優れた観光コンテンツは、大阪市内から 30 分で体験することができる。 斑鳩町に隣接する平群町（WESTNARA 広域観光推進協議会構成員）の「信貴山朝護孫子寺」は高野山と同じ真言宗で、修行や宿坊があり、かつ大阪市内から 45 分で訪れることができる。コロナ前に、欧州だけで 2000 泊の実績があり、伸びしろが大きいと考える。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	・第 5 次斑鳩町総合計画審議会が 2019 年 11 月からスタートし観光分野の専門家として参画する。 ・斑鳩町まち・ひと・しごと創生会議に参画し、地方創生の中で観光産業の役割について共有する。 ・斑鳩町観光推進連絡調整会議（年 1 回）・斑鳩町観光戦略実務者会議（年 2 回）を開催し合意形成を図る。 ・専門家を招聘し、セミナー（年複数回）を開催する。 ・広域連携 DMO 関西観光本部、奈良県内 DMO、観光協会等との連携、観光事業者との提携（2024 年までに 100 社）を図り、情報共有を行う。 ・周辺自治体との連携を強化し、各地域のイベントや新たなコンテンツの発掘と商品化を目指す。

	・WESTNARA 広域観光推進協議会を設立し、代表者会議（年 1 回）、担当者会議（年 4 回）、部会（年 4 回）を開催し、広域連携を図る。 （例）DMOを中心として、地域の関連事業者を集めてコミュニケーションの場を〇月に 1 回程度設けるとともに、関連事業者に対してのコンサルティング等を実施。 （例）活動の意義・内容・成果、KPI の達成状況や取組による地域経済・社会の変化の分析結果等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行うとともに、HP で公表。
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	・新商品の開発および商品化が完了した際の「売り場」の提供として、弊社の店舗や周辺百貨店等での取扱いの推進とともに、アフターコロナに向けて、東京新橋（運営：奈良県）や有楽町（運営：全国商工会連合会）のアンテナショップなどへのアプローチを行い、販売する側の意見を抽出し、事業者へフィードバックする。 ・国内や海外の商談会に参加し、来場者意見をフィードバックし、販路開拓や商品のブラッシュアップを行う。 ・（独）中小企業基盤整備機構や奈良県商工会連合会と連携し、専門家派遣などを活用し、キャッシュレスなどのサービス向上、新商品づくり、お店作り（POP やディスプレイ）などの改善支援を行う。 ・旅行エージェントやマスコミなどを対象にモニターツアーを開催し、商品・サービスのブラッシュアップにつなげる。 ・旅ナカから旅アトへと繋げるため EC サイトの運営を行い、地域商品の販路開拓を支援する。 ・社寺を題材とした体験コンテンツの造成を行い、近隣観光協会、宿泊施設においても販売可能とし、社寺拝観者数の増加、新規ターゲットの取り込み、観光客の満足度を向上させる。 ・エリア内観光関連施設（飲食店・土産物店・雑貨店など）の Google ビジネスプロフィールの登録数を向上させ、アカウント連携による集客・売上向上の支援策を講じるとともに、観光客の利便性を図る。 ・エリア内飲食店と連携し、域内の農産物・特産品を活用したプレミアムかき氷を 2024 年度より販売を開始し、新たな食コンテンツとして誘客促進を行う。 ・エリア内 9 つのボランティアガイドと連携し新たに半日・1 日ガイドツアーの造成を行い、リピーター獲得及び域内消費額の向上を図る。 斑鳩町観光推進連絡調整会議、斑鳩町観光戦略実務者会議、WESTNARA 観光部会などで、事業の進捗管理や事業内容の評価を行うとともに、斑鳩町総合計画審議会、斑鳩町歴史まちづくり推進協議会などの委員を継続して、観光推進に関する提言を行う。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	・弊社が運営する観光案内所（奈良斑鳩ツーリズム Waikaru）の機能を充実させる。 ・斑鳩産業株式会社、斑鳩町、斑鳩町観光協会、斑鳩町商工会の連携で、ホームページの更新や SNS での情報発信、パンフレット等（多言語化）の作成を行う。 ・奈良観光の玄関口を目指し、国内・海外エージェントが興味を示すようなコンテンツや 100 社の観光事業者（民間企業）との連携を図り、プロモーションを行う。 ・ファムトリップやインフルエンサーを活用し、旅中プロモーションに注

	力する。 ・ WESTNARA 広域観光推進協議会ホームページ、各観光協会 Instagram などを活用し、情報発信に注力する。 ※各 HP では、目的・内容を分けて情報発信を行っている。 ①斑鳩町 HP については、自治体主催の町内イベントや管理史跡公開等を主にしており、住民への周知、観光客への情報発信を行っている。 ②斑鳩町観光協会 HP については、町内の観光関連施設（宿泊・飲食店・土産物店・体験・レンタサイクル）情報、社寺情報、ボランティアガイド情報など、観光客への情報発信を行い「おもてなし」の役割を果たしている。 ③ WESTNARA 広域観光推進協議会 HP については、広域エリア（大和郡山市・平群町・三郷町・斑鳩町・安堵町・上牧町・広陵町・王寺町・河合町）内にある社寺・観光関連施設・飲食店・イベント情報などを発信し、周遊促進を行っている。 ④ 斑鳩町商工会、WESTNARA 広域観光推進協議会と連携し、ツーリズム EXPO ジャパン 2023、2024 に出展し、2025 年も出店予定である。昨年の実績としては、当該ブースでの商談件数は 47 件、来場者は 4 日間で 1000 人を超えた。
--	--

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後 3 年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去 3 年間の実績も記入すること。

（１）必須 K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	6,825	6,000	6,500	7,000	7,500	8,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	4,387	7,546	6,203			
		(-)	(-)	(-)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	6,000	10,000	10,500	10,500	15,500	25,500
		(0)	(1,000)	(3,000)	(4,000)	(5,000)	(6,000)
	実績	9,911	10,314	15,228			
		(0)	(62)	(1,236)			
●来訪者満足度 (%)	目標	75	77	80	82	84	86
		(50)	(50)	(55)	(60)	(65)	(67)
	実績	75	77.5	80.2			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率 (%)	目標	55	60	70	75	78	80
		(25)	(25)	(30)	(40)	(50)	(50)
	実績	68	70	69			
		(-)	(-)	(-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

平成 28 年斑鳩町観光戦略において来訪者実態調査（コンサル業務委託）を行い、その後は行政等と連携し、年 1 回サンプル数 1,000 程度での来訪者実態調査を継続している。また令和 2 年から奈良県庁が実施しているアンケート調査とも連携しデータの共有などを行う。

斑鳩町観光戦略や毎年公表している斑鳩町統計資料を基準に設定する。

2023 年 5 月には新型コロナウイルス感染症が「5 類感染症」へと移行され、国内観光客・インバウンド観光客はコロナ禍前を上回り、2025 年の大阪・関西万博の開催により大阪からの流動を見据えて目標設定を行う。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

斑鳩町が調査している社寺来訪者数を基に拝観料収入を含めた数値を基準に、法隆寺周辺の①宿泊施設、②飲食店、③土産物店、④観光案内所、に聞き取り調査を行い算出する。宿泊施設（ホテル:22,000 円 民泊:8,800 円/人）、体験ツアーについては 2023 年夏ごろよりアクティビティ体験が微増となり、体験料平均単 3,982 円となっている。拝観料は法隆寺が 1,500 円でそれ以外は 300 円～500 円である。飲食店の平均客単価は物価高による値上げもあり 1,994 円となっている。各種団体が開催するイベント（斑鳩マルシェ、紅葉まつり）などの当日の収益を計上。今後も、社寺、宿泊事業者、飲食事業者、体験ツアーデスク等と統計を取りながら戦略を立てる。

●延べ宿泊者数

令和 5 年 5 月に「第 5 類感染症」へと移行されたことにより、国内宿泊者数やインバウンドの宿泊者数が増加した。ホテルでは約 20%がインバウンドで、主に旅行会社からのアジア系団体旅行となり、一棟貸の宿では Airbnb など OTA を中心に 50%がインバウンドとなった。しかし、そもそも宿泊施設自体が少ない当地域でのインバウンド宿泊客数は少ない。

2026 年に新しく 1 棟のホテルがオープンする予定で、さらに 2027 年にも 1 棟のホテルがオープン予定であるため、連携を図った集客を行っていく。

●来訪者満足度

斑鳩町が算出した数値を基に目標値を設定する。今までは旅行者の平均年齢が高く法隆寺観光（寺社観光）に特化していた。法隆寺周辺には国宝が 43 件、国指定重要文化財が 179 件もあり、じっくり訪問すれば一日歩き回っても足りないほど文化財の宝の山である。社寺巡りを充実させるコンテンツ造成と、周遊を楽しめる仕組みを構築し、寺社観光の最終的な目標は 2025 年に 85%以上とする。なお弊社が運営する観光案内所および体験ツアーデスクでは満足度は 85%を超えている。

現在弊社で取り扱う体験プランは 60 を超えた。バンジージャンプやジップラインなどのアクティビティ、外国人向け法話体験（英語を話す住職）、書道・抹茶・木魚念仏など、日本文化に触れる体験が追加されたことで、今までの社寺訪問以外に付加価値が提供できることで満足度 UP に繋げたい。

●リピーター率

世界文化遺産法隆寺は教育旅行の一つとして、修学旅行で一度は訪れたことのある地域となっている。また、知的好奇心の強いシニア層の再訪も多い特徴がある。若年層をターゲットとする体験コンテンツの造成及び知的好奇心を刺激するツアー造成、再来訪へと繋げる仕組みを構築し、リピーター率の向上を目指す。

（２）その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●WEB アクセス 数 (ビュー数)	目標	3,500,000 (-)	4,500,000 (-)	5,500,000 (-)	6,000,000 (-)	6,500,000 (-)	6,800,000 (-)
	実績	3,173,688 (-)	4,398,514 (-)	4,822,093 (-)			
●メディア掲載 数	目標	100 (0)	50 (0)	80 (10)	100 (20)	100 (25)	110 (30)

(回)	実績	92	115	66			
		(0)	(0)	(0)			
●案内所入館者数 (人)	目標	100,000	50,000	100,000	100,000	110,000	120,000
		(100)	(500)	(10,000)	(10,000)	(15,000)	(16,000)
	実績	42,491	89,950	103,403			
		(123)	(1,220)	(2,525)			
●法隆寺参拝者数 (人)	目標	245,639	700,000	1,000,000	1,200,000	1,300,000	1,350,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	292,455	581,441	541,054			
		(-)	(-)	(-)			
●中宮寺参拝者数 (人)	目標	32,274	100,000	200,000	300,000	350,000	380,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	37,971	76,485	88,377			
		(-)	(-)	(-)			
●法輪寺参拝者数 (人)	目標	9,695	20,000	30,000	40,000	42,000	42,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	11,921	15,410	15,324			
		(-)	(-)	(-)			
●法起寺参拝者数 (人)	目標	10,105	35,000	50,000	60,000	62,000	63,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	12,244	17,457	18,544			
		(-)	(-)	(-)			
●飲食店数 (戸)	目標	40	40	42	42	43	43
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	40	40	41			
		(-)	(-)	(-)			
●土産物・雑貨店数 (戸)	目標	13	12	14	16	17	18
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	12	12	12			
		(-)	(-)	(-)			
●体験プラン数 (件)	目標	45	45	50	53	55	60
		(6)	(9)	(10)	(12)	(15)	(18)
	実績	45	45	52			
		(6)	(10)	(12)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

斑鳩町内には聖徳太子に由来する社寺が多数点在しており、中心に世界文化遺産法隆寺があり、そこから半径 1km 内に、中宮寺、法輪寺、法起寺、吉田寺、龍田神社などがある。寺社ごとの拝観者数を把握することで、滞在時間や二次交通プランも検討が必要である。法隆寺以外の社寺の拝観者数が極端に減少していることから、新たな体験の造成やその寺社独自のおもてなしなど、拝観者数増加に向けた取り組みの提案を行う。また周辺の飲食店平均年間来店者数は 10,500 人となっており、店舗数を増やすことも手段の一つと考えられる。国交省認定の斑鳩町歴史的風致維持向上計画を踏まえたテナント誘致に向け行政の優遇措置等も併せて検討する。

【設定にあたっての考え方】

●WEB アクセス数

斑鳩町、斑鳩町観光協会、奈良斑鳩ツーリズム Waikaru の HP のページビューをカウントする。国内・海外からのページビューは仕分けできない為、インバウンドを含むカウント数での報告とする。

●メディア掲載回数

斑鳩町、斑鳩産業株式会社、斑鳩町商工会、斑鳩町観光協会、社寺、その他観光事業者が取り上げられた記事等をカウントする。また、マスコミ等への取材依頼や記事投げ込みを積極的に行う。

●案内所入館者数

法隆寺観光 i センター、奈良斑鳩ツーリズム Waikaru、JR 法隆寺駅観光案内所の数値合計で設定する。

●参拝者数（法隆寺・中宮寺・法輪寺・法起寺）

斑鳩町統計資料を基に目標値を設定する。ただし、各社寺での参拝者のカウントについて日本人とインバウンドの仕分けは行っていない。

●新規飲食店数、土産物・雑貨店数

斑鳩町商工会が管理している数値を基に目標値を設定する。

●体験プラン数

60 の体験プランにおいて利用客のニーズを把握し、常にブラッシュアップを行う体制を整える。令和 3 年 4 月 WESTNARA 広域観光推進協議会を設立（事務局：観光地域づくり法人（地域 DMO）斑鳩産業（株））し、現在 1 市 8 町の広域連携に取り組んでおり、滞在コンテンツが充実することから地域全体として、来訪者、消費額、宿泊者数、満足度などすべてに向上する見込みがある。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後 3 年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去 3 年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度 聖徳太子 1400 年ご遠忌	47,349,907（円）	【国からの補助】 ￥12,000,000（事業再構築） 【県からの補助】 ￥453,000（観光地づくり補助金） 【関係団体からの負担金】 ￥4,200,000（事務局費） 【企業会費収入】 ￥351,000 【収益事業収入】 ￥2,118,325（Tourism section） 【収益事業収入】 ￥27,931,582（food section） 【自己資金】 ￥296,000
2022（R4） 年度	54,138,599（円）	【国からの補助】 ￥6,400,000（看板商品） 【県からの補助】 ￥1,904,000（観光総合戦略） 【業務委託】 ￥4,974,500 【関係団体からの負担金】 ￥6,200,000（事務局費）

		【企業会費収入】 ￥ 312,000 【収益事業収入】 ￥4,283,069 (Tourism section) 【収益事業収入】 ￥28,930,448 (food section) 【自己資金】 ￥1,134,582
2023 (R 5) 年度	53,136,193 (円)	【国からの補助】 ￥5,083,380 (インバウンド誘客) 【県からの補助】 ￥1,769,000 (観光総合戦略) 【業務委託】 ￥5,412,000 【関係団体からの負担金】 ￥6,500,000 (事務局費) 【企業会費収入】 ￥ 350,000 【収益事業収入】 ￥6,064,052 (Tourism section) 【収益事業収入】 ￥27,957,761 (food section)
2024 (R 6) 年度	67,795,231 (円)	【業務委託】 ￥5,835,000 【関係団体からの負担金】 ￥6,400,000 (事務局費) 【企業会費収入】 ￥ 220,000 【収益事業収入】 ￥6,309,450 (Tourism section) 【収益事業収入】 ￥49,030,781 (Food section)
2025 (R 7) 年度	221,700,000 (円)	【業務委託】 ￥7,000,000 【関係団体からの負担金】 ￥6,500,000 (事務局費) 【企業会費収入】 ￥ 200,000 【収益事業収入】 ￥8,000,000 (Tourism section) 【収益事業収入】 ￥200,000,000 (Food section)
2026 (R 8) 年度	238,700,000 (円)	【国からの補助】 ￥5,000,000 (申請予定) 【業務委託】 ￥8,000,000 【関係団体からの負担金】 ￥6,500,000 (事務局費) 【企業会費収入】 ￥ 200,000 【収益事業収入】 ￥9,000,000 (Tourism section) 【収益事業収入】 ￥210,000,000 (food section)

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2021 (R 3) 年度 聖徳太子 1400 年 ご遠忌	47,349,907 (円)	【一般管理費】 ￥3,000,000 【人件費】 ￥20,000,000 【設備投資・商品開発・仕入等】 ￥17,849,907 【国内プロモーション】 ￥2,000,000 【マーケティング】 ￥1,000,000 【事務局費】 ￥3,500,000
2022 (R 4) 年度 信貴山寅年 イベント 聖徳太子生誕 1450 年	54,138,599 (円)	【一般管理費】 ￥8,000,000 【人件費】 ￥23,091,000 【設備投資・商品開発・仕入等】 ￥16,847,599 【国内プロモーション】 ￥1,700,000 【マーケティング】 ￥1,000,000 【事務局費】 ￥3,500,000
2023 (R 5) 年度	53,136,193 (円)	【一般管理費】 ￥3,000,000 【人件費】 ￥25,000,000

信貴山寅年 イベント 聖徳太子生誕 1450 年		【設備投資・商品開発・仕入等】 ￥14,084,543 【国内プロモーション】 ￥5,501,650 【海外プロモーション】 ￥ 550,000 【マーケティング】 ￥1,000,000 【事務局費】 ￥3,500,000 【営業利益】 ￥500,000
2024（R6） 年度 世界文化遺産登録 30 周年	67,795,231（円）	【一般管理費】 ￥3,000,000 【人件費】 ￥35,400,600 【設備投資・商品開発・仕入等】 ￥21,659,333 【国内プロモーション】 ￥500,000 【海外プロモーション】 ￥500,000 ※プロモーションは WESTNARA 広域観光推進協議会 で実施し、負担金（500,000 円＋500,000 円）を納入 【事務局費】 ￥4,000,000 【営業利益】 ￥2,735,298
2025（R7） 年度 大阪関西万博	221,700,000（円）	【一般管理費】 ￥15,000,000 【人件費】 ￥80,000,000 【設備投資・商品開発・仕入等】 ￥100,000,000 【国内プロモーション】 ￥2,000,000 【海外プロモーション】 ￥1,000,000 【マーケティング】 ￥1,000,000 【事務局費】 ￥4,000,000 【営業利益】 ￥18,700,000
2026（R8） 年度	238,700,000（円）	【一般管理費】 ￥17,000,000 【人件費】 ￥85,000,000 【設備投資・商品開発・仕入等】 ￥110,000,000 【国内プロモーション】 ￥2,000,000 【海外プロモーション】 ￥2,000,000 【マーケティング】 ￥2,000,000 【事務局費】 ￥5,000,000 【営業利益】 ￥15,700,000

(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

- 弊社直営事業として、体験ツアー・物販販売、レストラン（大型店舗）・カフェ3店舗・民泊の運営により事業資金を確保する。
- 旅行業を生かし、奈良観光の玄関口としてプラットフォーム機能を充実させるとともに、民間企業との連携により送客手数料を収益とする。
- 弊社不動産事業部（ピタットハウスFC）、保険営業部（三井住友海上火災保険代理店）と連携し、地域住民が所有する空き家・空地・空きテナントなど遊休資産の活用を促し売上を計上する。
- WESTNARA 広域観光推進協議会の事務局として業務委託を受けながら広域連携を図る。
- 奈良県、市町から観光振興・地方創生・地域活性化に関する業務委託を受注する。
- 大手旅行会社から着地型旅行商品等の造成に関する業務委託を受注する。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

斑鳩町は、観光地域づくり法人(地域DMO)斑鳩産業株式会社と連携し、国内外の観光客誘客や着地型旅行商品造成、プロモーション事業などに取り組みます。また引き続き、専門的な知見から、審議会、協議会の委員を依頼します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

奈良県内には、奈良県ビジターズビューロー（奈良県下全域）と吉野ビジターズビューロー（吉野エリア）、弊社斑鳩産業(株)（斑鳩町エリア）があり、年1回は訪問して情報共有・意見交換を行い、観光資源の磨き上げ、体験コンテンツの造成、プロモーションなど、エリアごとで役割分担を行っている。

【区域が重複する背景】

3者DMOの登録は下記のとおりとなり、世界文化遺産を有する斑鳩町への誘客を促進させるため、弊社は2017年に地域DMO候補法人へ申請登録を行い、現在に至っている。

- 奈良県ビジターズビューロー：2016年4月に地域連携DMO候補法人、2018年3月に地域連携DMO
- 弊社斑鳩産業(株)：2017年1月に地域DMO候補法人、2020年1月に地域DMO
- 吉野ビジターズビューロー：2019年3月に地域DMO候補法人、2021年11月に地域DMO

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

奈良県ビジターズビューロー（地域連携DMO）では、主に地域DMOがある斑鳩町周辺、吉野町周辺以外をテリトリーとし、コンテンツ造成、販促支援・プロモーションなどを行っているとともに、奈良市内を中心とした飲食店・宿泊施設等事業者との連携や受け入れ態勢の整備を行っている。

吉野ビクターズビューローでは吉野町を中心とした南部エリアを対象に、弊社斑鳩産業(株)では斑鳩町を中心とした北西部エリアを対象に、二次交通事業者・社寺・飲食店・宿泊施設等事業者との連携により、二次交通の整備・コンテンツ造成・販促支援・プロモーションなどを行っている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

各DMOにおいて、関係機関・社寺・事業者等との密な連携を行うことができるため合意形成が図りやすく、スムーズな事業展開を実施することが可能となっている。

また、対象エリアにおいて重点的な連携が取れることで無駄のないコンテンツ造成・プロモーション展開を行うことができるとともに、細かな数値測定が取れるためマーケティングに活かすこともできる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	高野 美和
担当部署名（役職）	まちづくり事業部 Tourism section マネージャー
郵便番号	636-0112
所在地	奈良県生駒郡斑鳩町法隆寺東 1-6-30
電話番号（直通）	0745-75-8055
FAX番号	0745-75-8056
E-mail	takano@ikaruga-s.com

11. 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	斑鳩町
担当者氏名	上田 和弘
担当部署名（役職）	総務部都市創生課（課長補佐）
郵便番号	636-0114
所在地	奈良県生駒郡斑鳩町法隆寺西 3-7-12
電話番号（直通）	0745-74-1121
FAX番号	0745-74-1011
E-mail	toshi@town.ikaruga.nara.jp

都道府県・市町村名	観光ビジネス総研
担当者氏名	刀根 浩志
担当部署名（役職）	連携推進課（プロジェクトマネージャー）
郵便番号	541-0052

所在地	大阪府大阪市中央区谷町 5 丁目 2 番 4-407 号
電話番号（直通）	06-6777-8097
F A X 番号	
E - m a i l	tone@kankobiz.com

都道府県・市町村名	奈良県商工会連合会
担当者氏名	岡本 浩至
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	631-0824
所在地	奈良県奈良市西大寺南町 8-33 奈良商工会議所会館 4 階
電話番号（直通）	0742-53-4412
F A X 番号	0742-53-2220
E - m a i l	h-okamoto@shokoren-nara.or.jp

都道府県・市町村名	斑鳩町商工会
担当者氏名	中川 亮子
担当部署名（役職）	（事務局長）
郵便番号	636-0153
所在地	奈良県生駒郡斑鳩町龍田南 1-3-49
電話番号（直通）	0745-74-2500
F A X 番号	0745-74-1499
E - m a i l	r-nakagawa@shokoren-nara.or.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

奈良県斑鳩町

【設立時期】平成26年1月

【設立経緯】

①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】代表取締役 井上雅仁

【マーケティング責任者(CMO)】清水 敦子

【財務責任者(CFO)】高野 美和

【職員数】12人(常勤5人(正職員5人・出向等0人)、非常勤7人)

【主な収入】総収入 6,779万円

収益事業 5,534万円、委託事業 583万円 ほか(2023年12月決算)

【総支出】総支出 6,779万円

一般管理費 300万円、人件費 3,540万円、設備投資等 2,165万円、
プロモーション 100万円 ほか(2023年12月決算)

【連携する主な事業者】

(一社)斑鳩町観光協会、斑鳩町商工会、奈良県商工会連合会、
WESTNARA広域観光推進協議会、他

KPI(実績・目標)

記入日: 令和7年 3月 17日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	6,825 (-)	6,000 (-)	6,500 (-)	7,000 (-)	7,500 (-)	8,000 (-)
	実績	4,387 (-)	7,546 (-)	6,203 (-)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	6,000 (0)	10,000 (1,000)	10,500 (3,000)	10,500 (4,000)	15,500 (5,000)	25,500 (6,000)
	実績	9,911 (16)	10,314 (62)	15,228 (1,236)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	75 (50)	77 (50)	80 (55)	82 (60)	84 (65)	86 (67)
	実績	75 (-)	77.5 (-)	80.2 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	55 (25)	60 (25)	70 (30)	75 (40)	78 (50)	80 ()
	実績	68 (-)	70 (-)	69 (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

①国内50～70代または3世代(親・子・孫)

②20～30代女性・カップル

③30～50代家族連れ

④東南アジア・欧米豪(新規・リピーター)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

若年層及びインバウンド向けのコンテンツ造成・
販売、周遊を促進させる仕組みづくりに注力する

【観光地域づくりのコンセプト】

奈良観光の玄関口「北西部」エリアのブランディ
ング

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・ガイド連携ツアー造成
- ・体験コンテンツ5プラン造成

【受入環境整備】

- ・ガイド養成
- ・シェアサイクル導入支援
- ・観光客向け体験カフェ開業
- ・ガイドツアー受付一元化

【情報発信・プロモーション】

- ・ゼンリン道の駅「旅案内」掲載
- ・ツーリズムEXPOジャパン2024出展
- ・観光カード作成・配布
- ・HPリニューアル

【その他】

- ・特産品販売用ECサイトの運営

