

天理市観光ビジョン



平成 23 年 3 月

天 理 市

【目次】

第1章 ビジョンの策定にあたって.....	1
1 ビジョン策定の趣旨.....	2
2 ビジョンの期間と位置付け.....	3
第2章 天理市の観光を取り巻く現状と課題.....	5
1 全国的な観光形態・ニーズの状況.....	6
(1) 国内観光旅行の動向.....	6
(2) 観光に対する意識.....	8
2 天理市の観光の現状.....	9
(1) 市の概要.....	9
(2) 観光客の入込状況.....	10
(3) アンケート調査からみる現状・課題.....	11
(4) ヒアリング調査などからみる現状・課題.....	24
3 天理市の観光の視点.....	25
(1) 資源を活かす観光振興について.....	25
(2) 需要を喚起する観光PRについて.....	26
(3) 観光客の受け入れ態勢について.....	27
(4) 新しい観光形態や観光地イメージの創出について.....	27
第3章 観光振興の基本的な考え方.....	29
1 観光振興のコンセプト.....	30
2 観光のターゲット層.....	31
3 基本目標.....	32
4 観光振興の基本方針と戦略体系.....	33
第4章 観光ビジョンの展開.....	35
1 自然・歴史・文化を活かした観光のまち.....	36
(1) 自然・歴史・文化のまちづくり ～観光ルート整備～.....	36
(2) 内発的発展を生むネットワークづくり ～異業種交流による観光戦略～.....	37
(3) 情報によるつながりづくり ～全国・海外へ天理の魅力発信～.....	38
2 市民とともに進める心あたたまる観光のまち.....	40
(1) おもてなしの心を大切に人づくり ～ふるさと意識の涵養～.....	40
(2) 市民の参加と協働による観光推進 ～市民の理解と協力の推進～.....	41
(3) まち全体で進めるための推進体制の構築 ～観光を通じた協働のしくみ～.....	42

3	何度も訪れたいくなる観光のまち.....	44
(1)	文化施設やスポーツなどを活用した魅力づくり ～新たな観光振興の取り組み～ ..	44
(2)	体験型や学習型の観光づくり ～天理を楽しむ多様なプログラム～ ..	45
(3)	「天理名物」の育成・発掘・創出 ～天理発の観光商品開発～ ..	46
第5章	ビジョンの推進にあたって.....	47
1	ビジョンの推進体制	48
(1)	庁内の連携・協力体制	48
(2)	国・県・市町村との連携・協力体制	48
(3)	ビジョンの評価	49
2	各主体の役割	50
(1)	市民の役割	50
(2)	団体の役割	50
(3)	行政の役割	50
3	策定後のスケジュール	51
(1)	スケジュールについて	51
(2)	ビジョンの見直しについて	51
第6章	資料編.....	53

第1章 ビジョンの策定にあたって



1

ビジョン策定の趣旨

地方分権の進展・少子高齢化・人口減少等、地方を取り巻く状況は厳しさを増しています。一方、社会が成熟し、心の豊かさが重視される中、観光は、日常から離れ、様々な体験（ふれあい・学び・遊び）を通して、心身の充実やリフレッシュ、生活の質を高めるものとして見直されています。さらに観光は、幅広い分野の産業に関連し、経済の活性化や新たな雇用創出など地域の活性化の観点からも注目されています。

国では、平成 19 年 1 月に「観光立国推進基本法」が施行され、同年 6 月には、観光立国に向けての総合的かつ計画的な推進を図るため「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました。また、平成 20 年 10 月に「観光庁」を新たに設立するなど、観光振興を国づくり・地域づくりの重要な柱として推進しています。

近年の観光におけるニーズは、「団体志向から個人・家族志向」「受身型から参加・体験型」「^{*}発地型から着地型」等に変化しており、「その土地ならではの価値体験」が求められています。こうした背景をもとに、リゾート開発から地域づくり、歴史・文化の見直し、地場産業との接続、景観形成・自然環境保護等、持続可能な観光振興へと転換が図られ、地域の資源を活かした観光が各地で展開されつつあります。

本市は、大和青垣国定公園に属する豊かな自然環境に恵まれており、その山すそを南北に縫うように日本最古の道ともいわれる「山の辺の道」が通っています。道筋には創建の古さを誇る社寺や古墳が点在しており、こうした歴史と文化と自然が一体となった観光を進めています。

主な観光形態はウォーキング中心の通過型観光となっており、こうした観光客の滞在時間を延ばし経済波及効果を高めていくため、広域的な観光の取り組みをはじめ商業や農業などと連携しながら、さらなる観光振興を図り地域の活力を高めていくことが求められています。

本ビジョンは、観光振興を魅力あるまちづくりや地域の活性化を図るうえでの重要な要素ととらえ、本市がめざす観光の方向性や実行に向けた方策を明確にするために策定しました。

※「発地型から着地型」：これまでの観光が出発地の旅行業者が企画する「発地型」が主であったのに対し、「着地型」とは観光目的地側が主導になり、地域特性を活かした観光を指す

2

ビジョンの期間と位置付け

本ビジョンは、「天理市第5次総合計画」のまちづくりの将来像「つながり、にぎわい・未来を創造するまち ～人と人とのむすびつきを大切にし、みんなでつくる活力あるまち 天理市～」の実現に向けた柱の一つとして、本市の豊かな自然や文化歴史遺産を活かしながら「集客交流都市・天理」の確立をめざす具体的な方向を定めるものとして位置付けられます。

期間は平成23年度から平成27年度までの5年間としており、その間、本ビジョンに基づき各種の観光事業・施策が実施されていくことになります。

天理市第5次総合計画

つながり、にぎわい・未来を創造するまち

～人と人とのむすびつきを大切にし、みんなでつくる活力あるまち 天理市～

○施策の体系

にぎわいと活力のあるまち

└ 豊かな地域資源を活用する観光交流の推進

└ 魅力ある観光の振興

○基本方針

自然、歴史的風土の保全と活用、観光PRの強化、
地域間交流・広域観光の推進 等

天理市観光ビジョン

各種の観光事業・施策

第2章 天理市の観光を取り巻く現状と課題



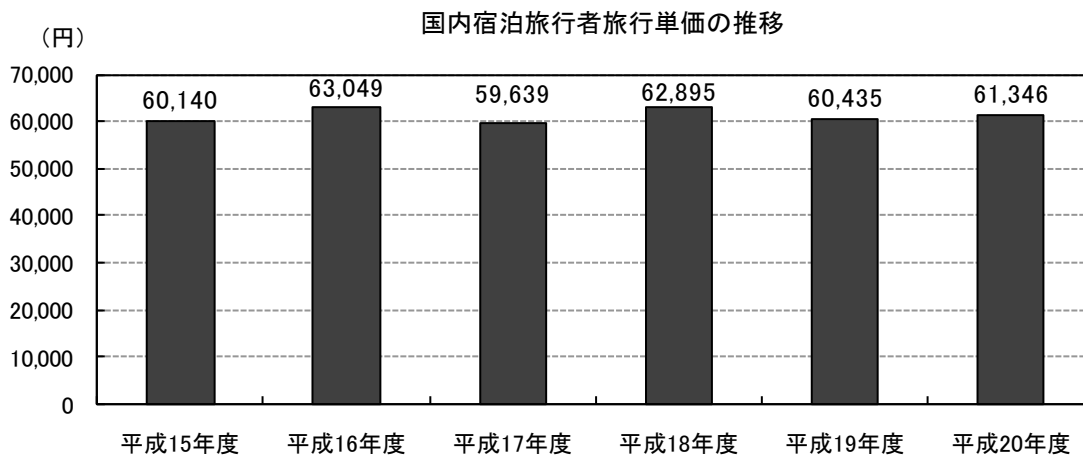
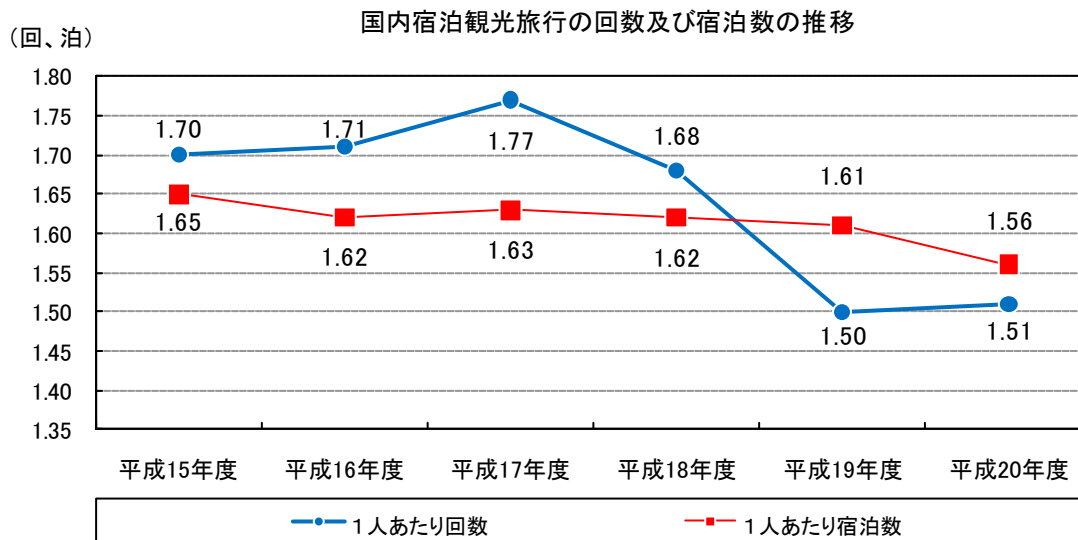
1

全国的な観光形態・ニーズの状況

(1) 国内観光旅行の動向

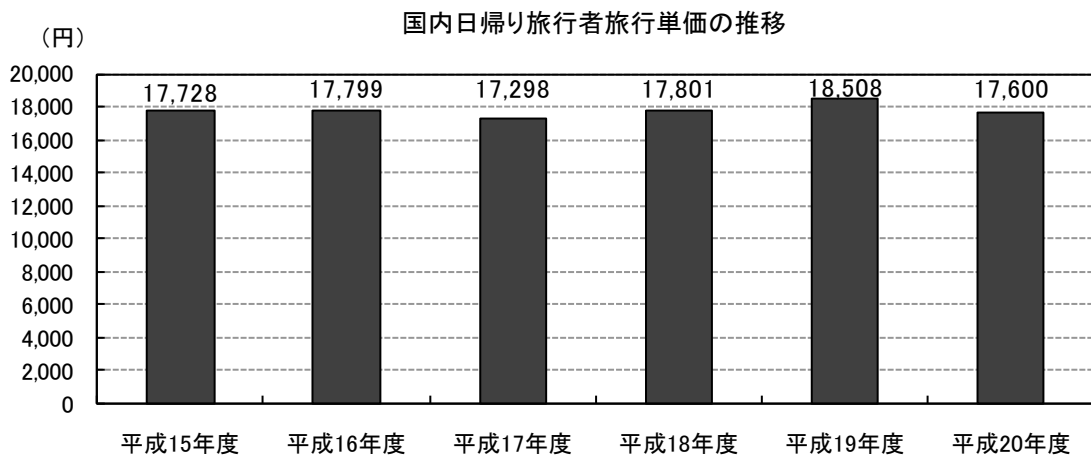
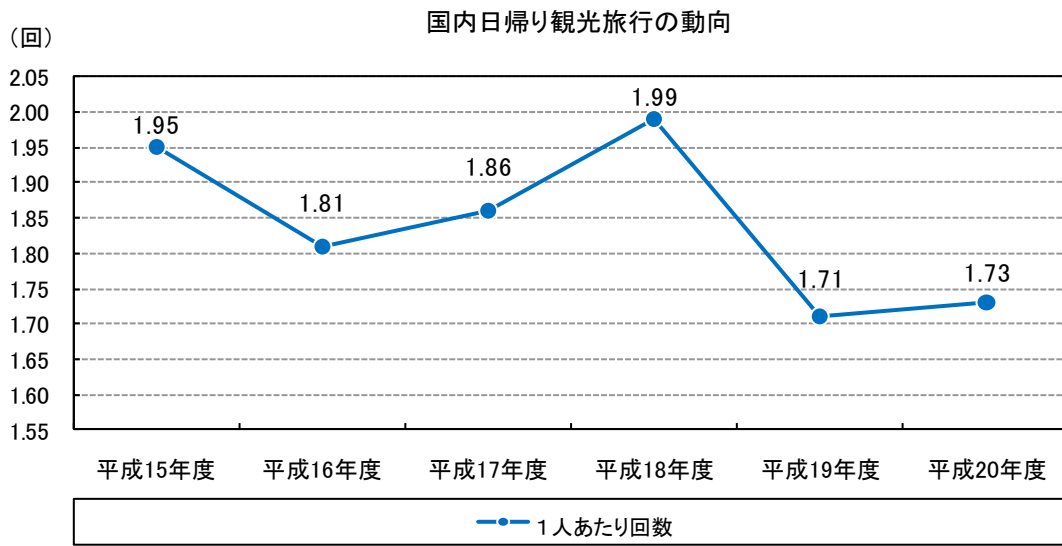
国内宿泊観光旅行の動向をみると、「1人あたり宿泊数」については、若干の減少がみられますが、「1人あたり回数」については、平成17年度をピークに減少し、平成20年度は1.51回となっています。また、国内日帰り観光旅行の動向は、「1人あたり回数」については、平成18年度をピークに減少し、平成20年度は1.73回となっており、近年の経済動向が影響しているものと考えられます。

■国内宿泊観光旅行の動向



資料：「旅行・観光消費動向調査」より

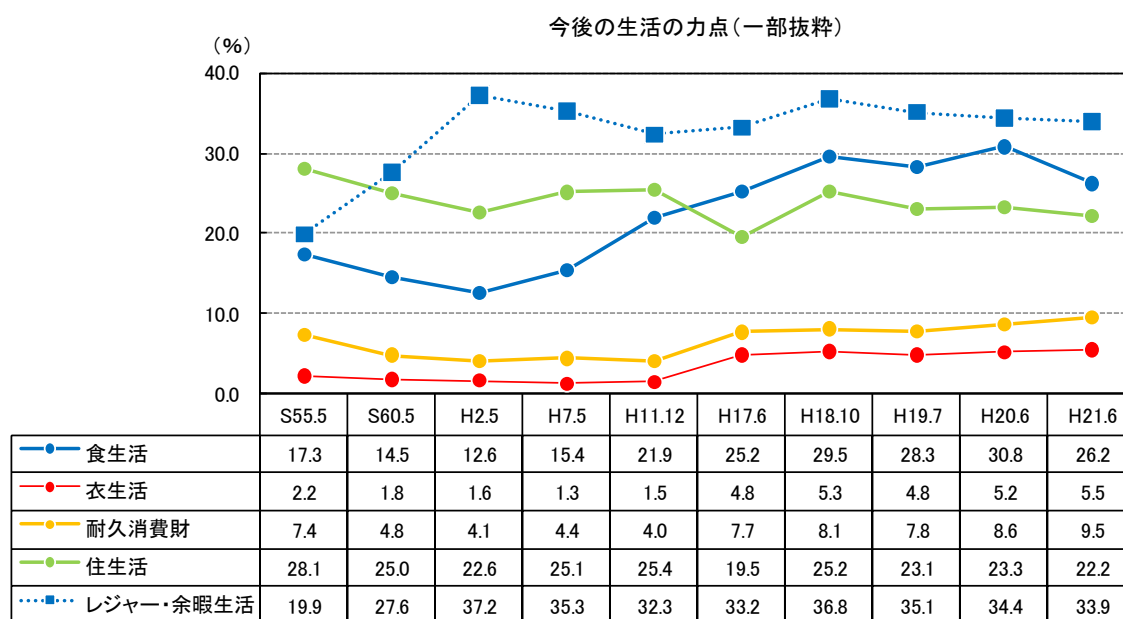
■国内日帰り観光旅行の動向



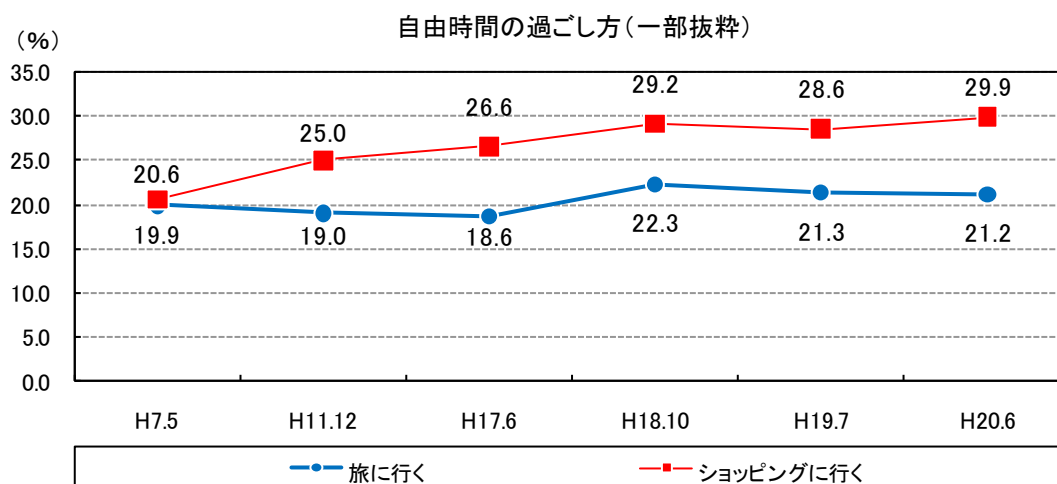
資料：「旅行・観光消費動向調査」より

(2) 観光に対する意識

国民生活に関する世論調査結果をみると、「今後の生活の力点（今後の生活において特にどのような面に力を入れたいか）」としては、「レジャー・余暇生活」のポイントが長期にわたり最も高くなっており、観光に対するニーズが依然として高いことがわかります。一方、「食生活」が近年大きく上昇しているとともに、「耐久消費財」「衣生活」も上昇傾向にあることから、食をはじめとする消費全般への関心が高まっていることがうかがえます。



資料：「国民生活に関する世論調査」より



資料：「国民生活に関する世論調査」より

2

天理市の観光の現状

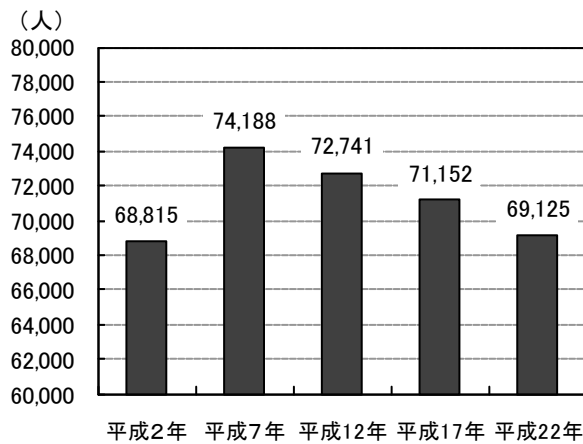
(1) 市の概要

①人口

本市の人口は、平成7年から減少し、平成22年には69,125人となっています。

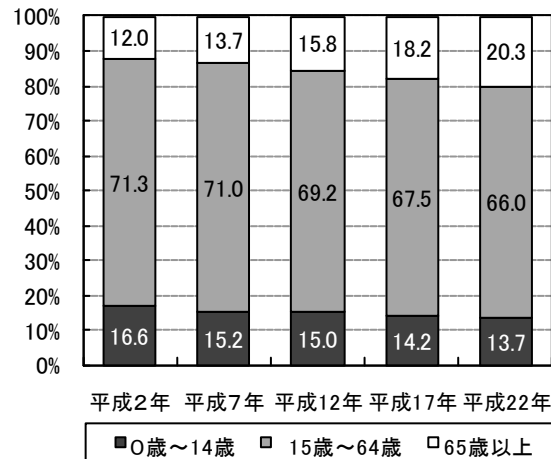
また、年齢別にみると、0歳～14歳、15歳～64歳の人口割合は年々減少、65歳以上の人口割合は年々増加しており、少子高齢化が進行していることがうかがえます。

■人口の推移



資料：国勢調査（ただし平成22年は速報値）

■年齢3区分人口割合

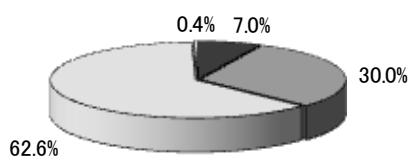


資料：国勢調査、平成22年は住民基本台帳（10月1日現在）

②産業

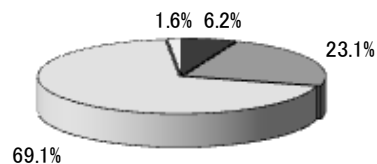
本市の就業人口総数は、平成17年では32,502人で、産業構造別では第1次産業が2,025人、第2次産業が7,493人、第3次産業が22,464人、その他が520人となっており、平成7年と比較すると、第3次産業の従事者割合が増加してきていることがわかります。

■産業別就業人口（平成7年）



■第1次産業 ■第2次産業 □第3次産業 □その他

■産業別就業人口（平成17年）



■第1次産業 ■第2次産業 □第3次産業 □その他

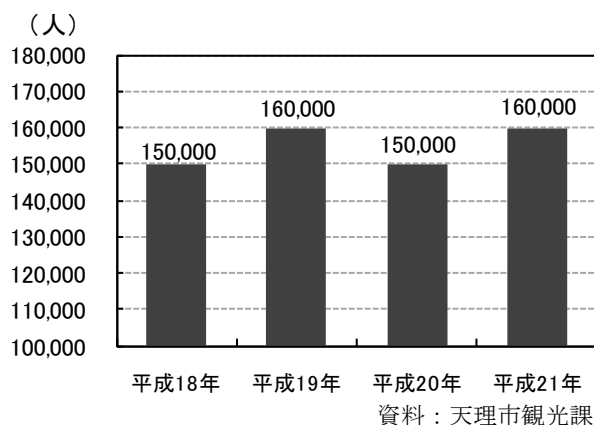
資料：国勢調査

(2) 観光客の入込状況

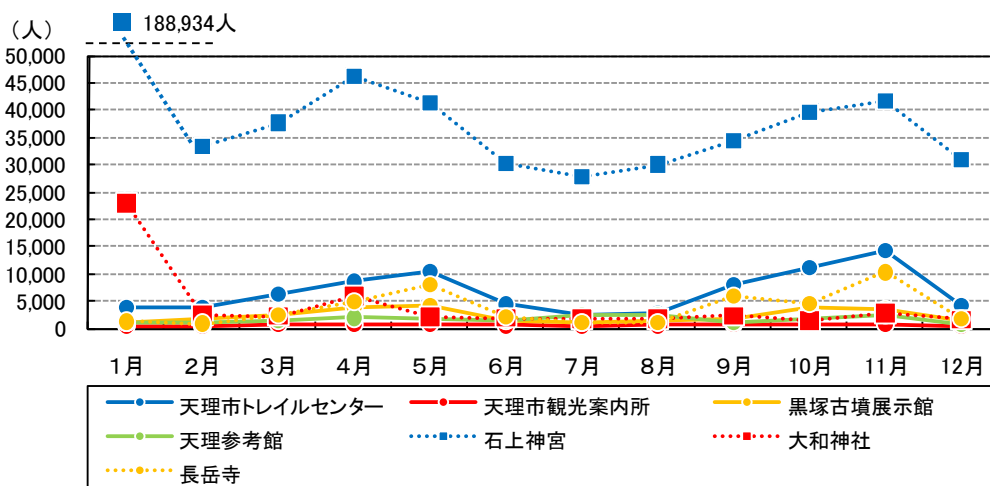
平成18年から平成21年の山の辺の道観光入込客数の推移をみると、毎年15万人から16万人規模で推移しています。

主な観光地の月別観光入込客数をみると、概ね4月から5月と、10月から11月が観光のピークとなっており、景色がよく過ごしやすい時期に観光客が来訪していることがうかがえます。「石上神宮」や「大和神社」については、初詣の参拝客のため1月がピークになっています。

■山の辺の道観光入込客数の推移



■主な観光地の月別観光入込客数（平成21年）



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	合計
天理市トレイルセンター	3,896	3,860	6,188	8,519	10,395	4,354	2,404	2,689	7,993	11,026	14,147	4,193	79,664
天理市観光案内所	486	406	582	727	817	535	520	531	751	715	727	384	7,181
黒塚古墳展示館	971	1,644	2,412	3,831	4,118	1,498	964	1,472	1,860	3,861	3,521	1,290	27,442
天理参考館	1,099	940	1,332	1,947	1,675	1,324	2,438	2,300	1,111	1,885	2,360	849	19,260
石上神宮	188,934	33,432	37,632	46,198	41,240	30,324	27,864	30,000	34,260	39,680	41,756	30,790	582,110
大和神社	23,000	2,500	2,200	6,000	2,000	1,900	1,700	1,700	2,300	1,500	2,800	1,600	49,200
長岳寺	1,260	830	2,500	4,900	8,100	2,100	1,000	1,000	5,800	4,500	10,260	1,800	44,050

資料：天理市観光課

(3) アンケート調査からみる現状・課題

①観光客の特徴

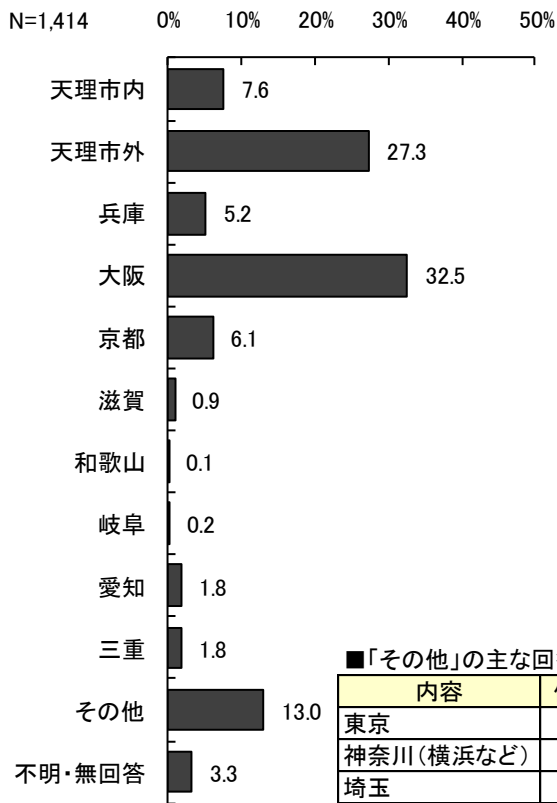
本市の観光客は、「大阪府」や「天理市外」（奈良県内）と比較的近隣から「鉄道」「自動車」で来訪する傾向がみられます。

また、「その他」の主な回答をみるとすべて関東圏からの観光客であり、割合にすると7.8%となっており、東海圏や大阪府を除く関西圏の府県よりも高くなっています。

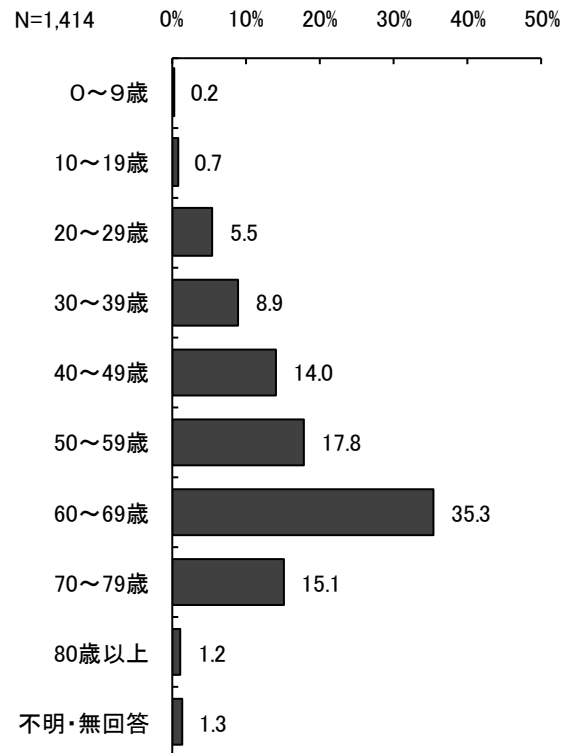
年齢層については50歳代、60歳代と子育て期が終了した世代や定年を迎えた年齢層が多くなっています。

※図表中の「N」は集計対象者総数（あるいは回答者限定設問の限定条件に該当する人）を示しています

■観光客の居住地

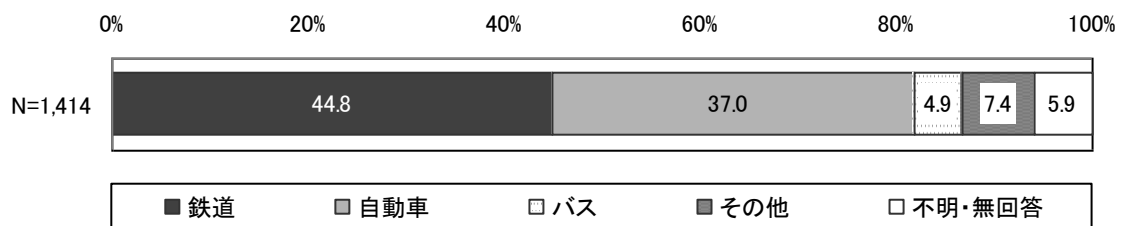


■観光客の年齢



資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成22年度実施）

■観光客が利用した交通機関



資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成22年度実施）

観光客の居住地別に利用交通機関をみると、「天理市内」や「天理市外」など近郊からの来訪については「自動車」が高くなっています。また、奈良県外からの来訪については「鉄道」を利用して来訪する傾向もみられることから、最寄りにJR万葉まほろば線、近鉄天理線の停車駅があることが影響しているものと考えられます。

■観光客の居住地別 利用交通機関 単位（％）

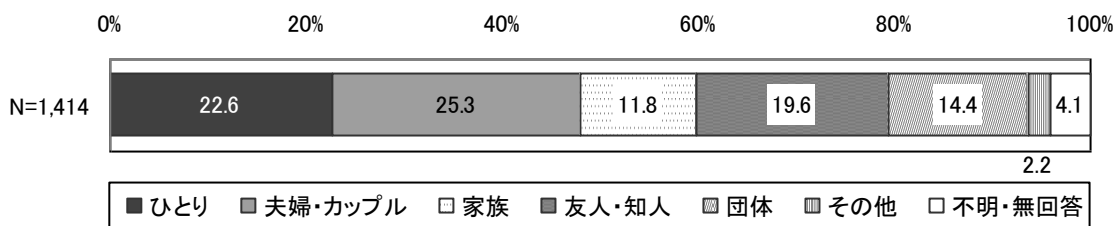
	鉄道	自動車	バス	その他	不明・無回答
全体 (N=1,414)	44.8	37.0	4.9	7.4	5.9
天理市内 (N=108)	7.4	52.8	-	14.8	25.0
天理市外 (N=386)	35.8	46.4	1.3	13.0	3.6
兵庫 (N=74)	68.9	20.3	8.1	1.4	1.4
大阪 (N=460)	50.7	33.5	8.5	3.9	3.5
京都 (N=86)	60.5	31.4	-	4.7	3.5
滋賀 (N=13)	30.8	38.5	-	7.7	23.1
和歌山 (N=2)	-	50.0	-	50.0	-
岐阜 (N=3)	100.0	-	-	-	-
愛知 (N=26)	46.2	46.2	-	7.7	-
三重 (N=25)	12.0	84.0	-	4.0	-
その他 (N=184)	59.8	19.0	8.2	3.3	9.8

資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成22年度実施）

来訪したグループについては「夫婦・カップル」での来訪が高くなっています。

また、来訪したグループ別に利用交通機関をみると、各グループで利用交通機関に顕著な差がみられます。

■来訪したグループ



■来訪したグループ別 利用交通機関 単位（％）

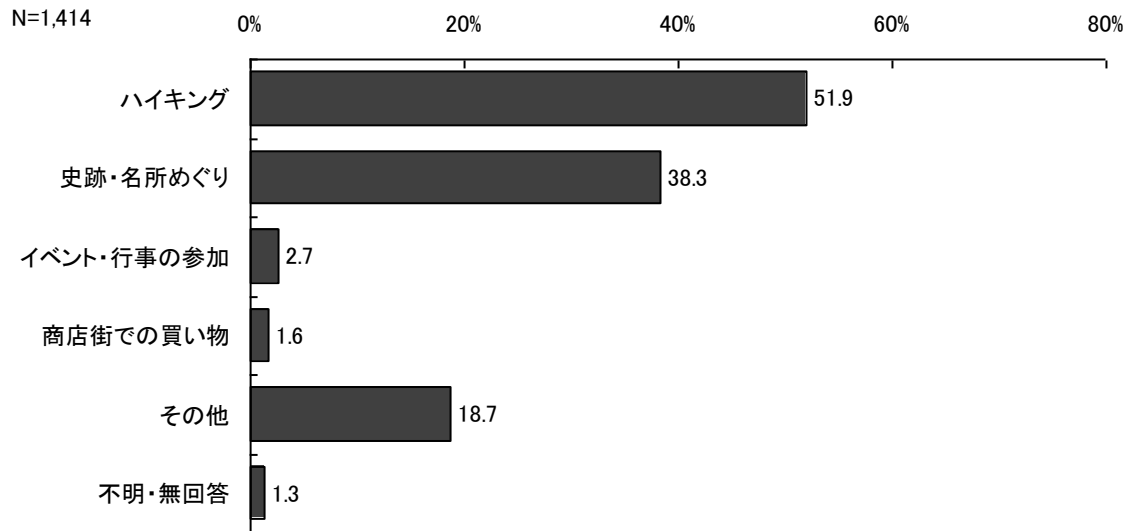
	鉄道	自動車	バス	その他	不明・無回答
全体 (N=1,356)	44.9	37.6	4.6	7.3	5.6
ひとり (N=319)	53.6	22.6	4.4	14.1	5.3
夫婦・カップル (N=358)	30.4	60.1	1.7	4.2	3.6
家族 (N=167)	22.8	69.5	-	3.0	4.8
友人・知人 (N=277)	56.0	26.4	3.6	6.9	7.2
団体 (N=204)	58.8	11.8	15.7	5.4	8.3
その他 (N=31)	51.6	32.3	-	12.9	3.2

資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成22年度実施）

市内観光拠点を訪れた目的については、「ハイキング」「史跡・名所めぐり」が中心となっており、山の辺の道とその周辺の観光地を目的としていることがうかがえます。

■観光拠点を訪れた目的

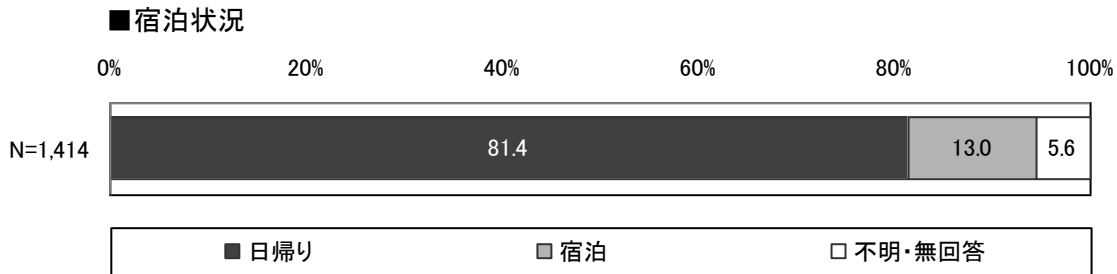
(複数回答)



資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成 22 年度実施）

②観光客の旅行スタイル

観光客の旅行スタイルをみると、ほとんどが「日帰り」で来訪している傾向がみられます。



日帰りの観光客で、観光地に来た時間別に観光地を出た時間をみると、滞在時間の大半は4時間から5時間程度となっています。

また、観光地に来た時間は「9時以前」から「10時台」が多く、観光地を出た時間は、「15時台」から「17時以降」の割合が高くなっています。

■観光地に来た時間別 観光地を出た時間 単位 (%)

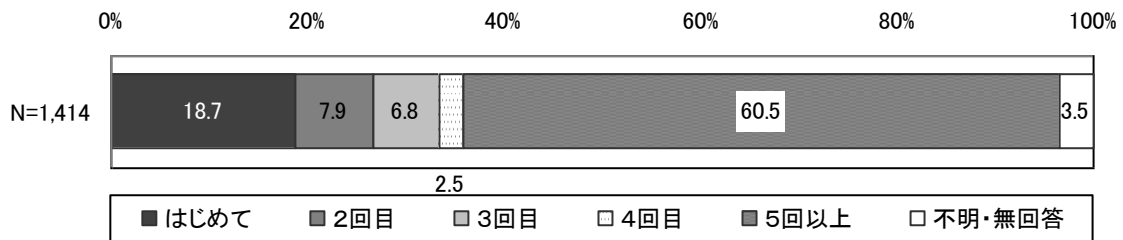
来た時間 \ 出た時間	10時台及びそれ以前	11時台	12時台	13時台	14時台	15時台	16時台	17時以降	不明・無回答
全体 (N=865)	13.4	3.1	5.7	6.6	9.6	20.8	17.6	18.4	4.9
9時以前 (N=315)	19.4	3.8	6.7	7.0	11.7	17.1	11.1	20.0	3.2
10時台 (N=284)	9.9	4.6	4.9	7.4	10.9	26.4	16.9	13.7	5.3
11時台 (N=112)	-	2.0	13.3	7.1	5.1	19.4	26.5	18.4	8.2
12時台 (N=64)	-	-	2.3	13.7	13.7	15.7	27.5	25.5	2.0
13時台 (N=33)	-	-	-	-	9.1	30.3	15.2	42.4	3.0
14時台 (N=27)	-	-	-	-	-	44.4	40.7	14.8	-
15時以降 (N=30)	-	-	-	-	-	6.7	43.3	26.7	23.3

資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」(平成22年度実施)

③観光客の再来訪状況・満足度

各観光拠点への来訪回数については、「5回以上」と回答する観光客が最も多く、近隣からの観光客が多いこととあわせ、比較的手軽に立ち寄れる観光地としてリピーターが多いことがうかがえます。

■来訪回数

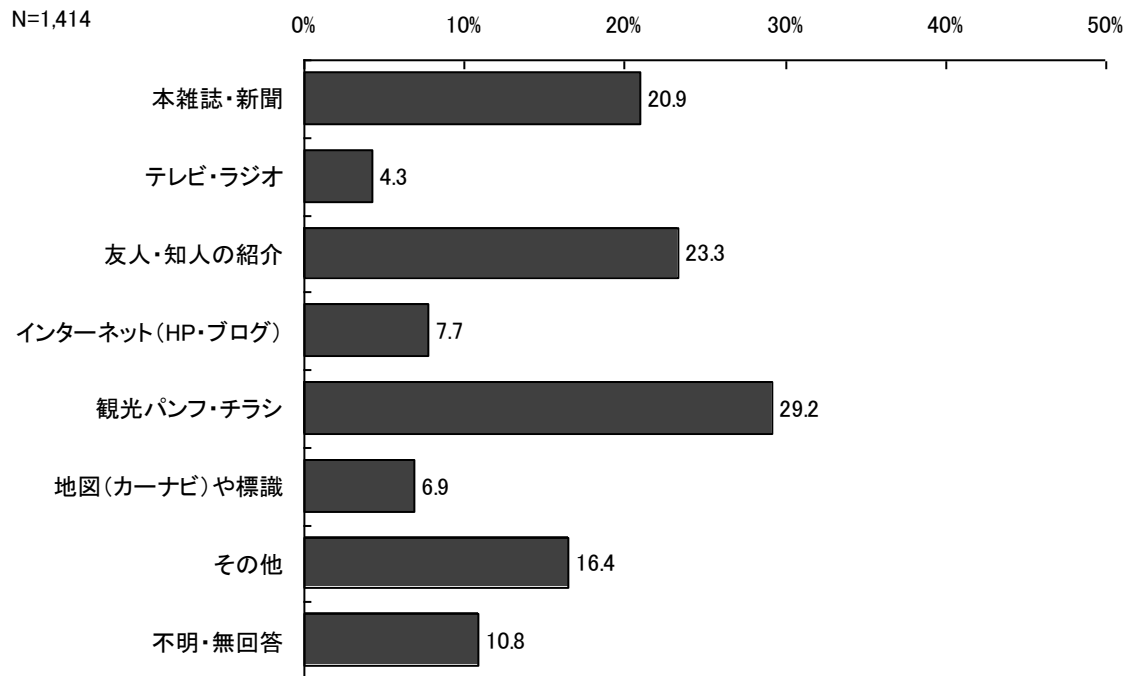


資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成 22 年度実施）

観光拠点を知ったきっかけについては、「観光パンフ・チラシ」が最も多くなっていますが、「友人・知人の紹介」で知った観光客が2番目に多くみられ、いわゆる口コミによる影響も無視できないことがうかがえます。また、「本雑誌・新聞」についても同程度の重要性がうかがえます。

■観光拠点を知ったきっかけ

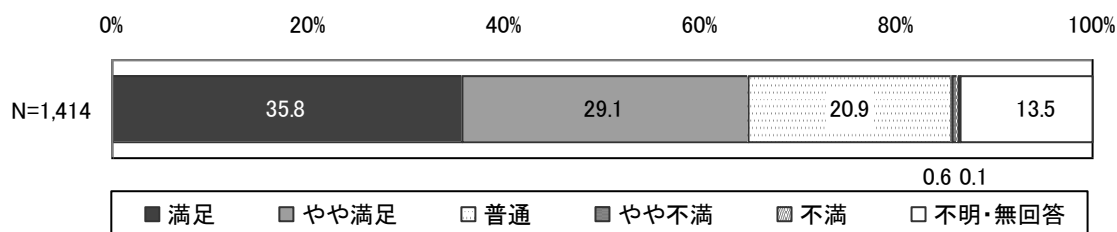
(複数回答)



資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成 22 年度実施）

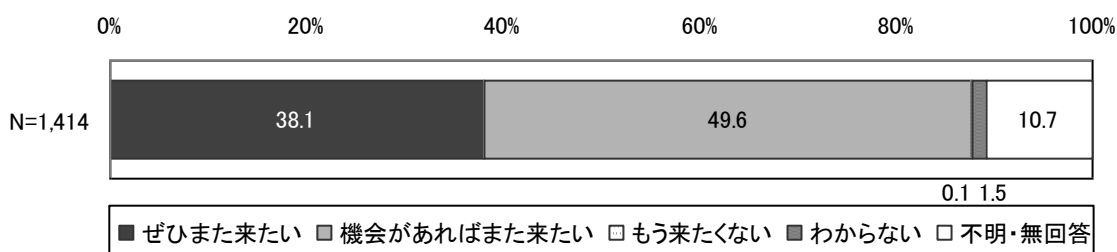
観光の満足度をみると、「満足」と「やや満足」を合わせると6割を上回っています。
 再来訪意向については、「ぜひまた来たい」と「機会があればまた来たい」の合計が約9割を占めています。

■観光の満足度



資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成 22 年度実施）

■再来訪意向



資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成 22 年度実施）

また、来訪回数別に観光の満足度、再来訪意向をみると、来訪回数が多いほど、「満足」「ぜひまた来たい」の割合が高くなる傾向にあります。

■来訪回数別 満足度 単位 (%)

	満足	やや満足	普通	やや不満	不満	不明・無回答
全体(N=1,414)	36.3	29.2	21.0	0.5	0.1	12.9
はじめて(N=265)	30.2	31.7	21.5	0.4	-	16.2
2回目(N=111)	34.2	35.1	20.7	0.9	0.9	8.1
3回目(N=96)	29.2	31.3	20.8	1.0	-	17.7
4回目(N=36)	38.9	38.9	16.7	-	-	5.6
5回以上(N=856)	39.1	27.0	21.0	0.5	0.1	12.3

■来訪回数別 再来訪意向 単位 (%)

	ぜひまた来たい	機会があればまた来たい	もう来たくない	わからない	不明・無回答
全体(N=1,414)	38.9	50.1	0.1	1.5	9.4
はじめて(N=265)	18.1	64.5	0.4	2.6	14.3
2回目(N=111)	24.3	70.3	-	0.9	4.5
3回目(N=96)	31.3	56.3	-	2.1	10.4
4回目(N=36)	38.9	47.2	-	-	13.9
5回以上(N=856)	48.1	42.4	0.1	1.2	8.2

資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成 22 年度実施）

④観光客 1人あたり観光消費額

市内で使った1人あたりの平均金額については、以下のようになっています。日帰り観光客と宿泊観光客の平均金額を比較すると、すべての項目で日帰り観光客が宿泊観光客を下回っていることから、滞在時間の長さが影響していると考えられます。

また、平成18年度の奈良県での1人あたり観光消費額と比較すると、項目別では「飲食費」「お土産品購入」で大きく差が開いています。

■ 1人あたり観光消費額

単位（円）

項 目	日帰り	宿泊
1 交通費（タクシー代やバス代）	975.4	1,408.9
2 宿泊費（市内で宿泊された場合）	-	10,876.0
3 飲食費（市内で飲食された場合）	863.0	1,995.3
4 お土産品購入（市内で購入された場合）	846.5	3,112.9
5 その他（施設入場料など）	592.0	1,077.2
6 総額	3,276.9	18,470.3

資料：「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」（平成22年度実施）

【参考：平成18年度の奈良県での1人あたり観光消費額】

単位（円）

項 目	日帰り	宿泊
1 交通費（タクシー代やバス代）	842.1	3,376.6
2 宿泊費（県内で宿泊された場合）	-	15,936.7
3 飲食費（県内で飲食された場合）	1,109.6	4,865.3
4 お土産品購入（県内で購入された場合）	1,170.3	3,617.8
5 その他（施設入場料など）	568.5	2,318.1
6 総額	3,690.5	30,114.5

資料：「平成20年奈良県観光客動態調査報告書」

⑤市民の観光に対する考え

市民に対して、市外から友人・知人が本市を訪れるとして、その人に紹介したいと思う食べ物や特産物について尋ねると、「柿」が116件と最も多くなっており、次いで、「天理ラーメン」が96件、「いちご」が81件となっています。

全体の回答者数からみると、5人に1人が「柿」、およそ6人に1人が「天理ラーメン」と答えており、市民の中である程度定着していることがうかがえます。

■友人・知人に紹介したいと思う食べ物や特産品の主な回答 (複数記述回答)

項 目	件数
柿	116
天理ラーメン	96
いちご	81
昆布、昆布製品	37
柿の葉寿司	29

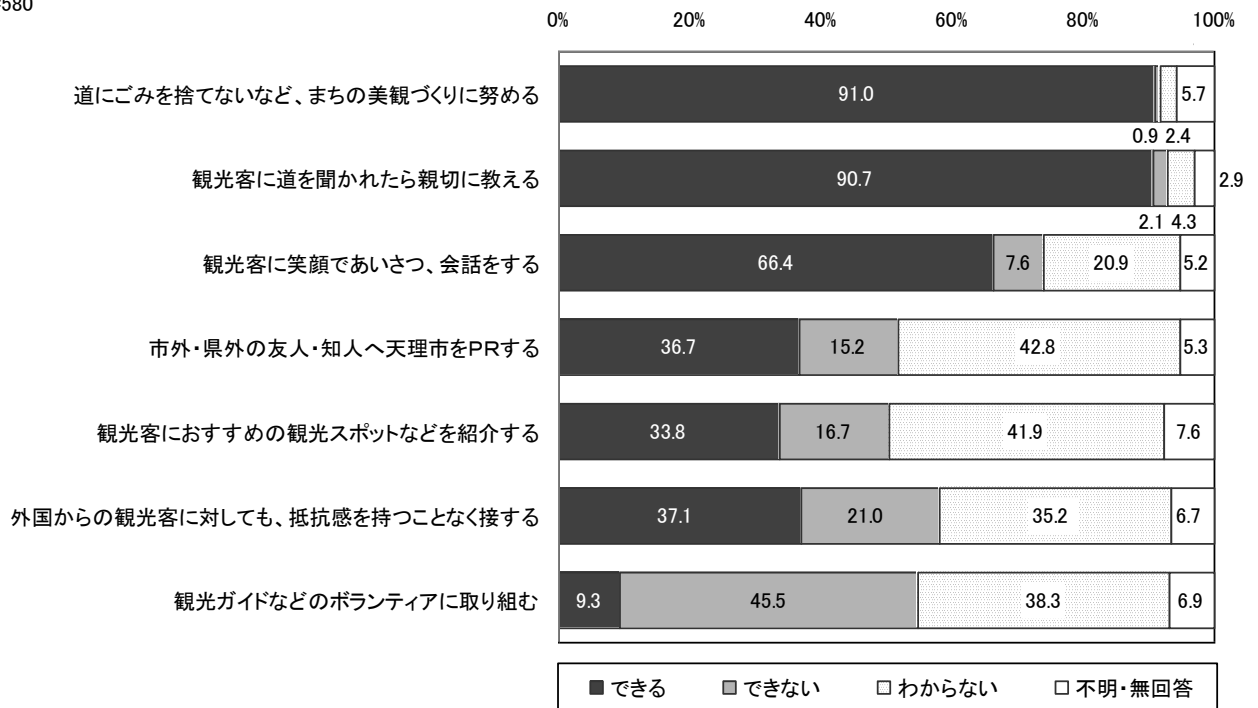
資料：「天理市観光ビジョン策定に関する市民アンケート調査」（平成22年度実施）

市民に対して、「おもてなしの心」として、自分自身ができることについて尋ねると、「道にごみを捨てないなど、まちの美観づくりに努める」と「観光客に道を聞かれたら親切に教える」では、「できる」が9割以上と高くなっています。

一方、「観光ガイドなどのボランティアに取り組む」など、市民が能動的に取り組むものについては、「できる」の割合が低い傾向にあります。

■ 「おもてなしの心」としてあなた自身ができること

N=580



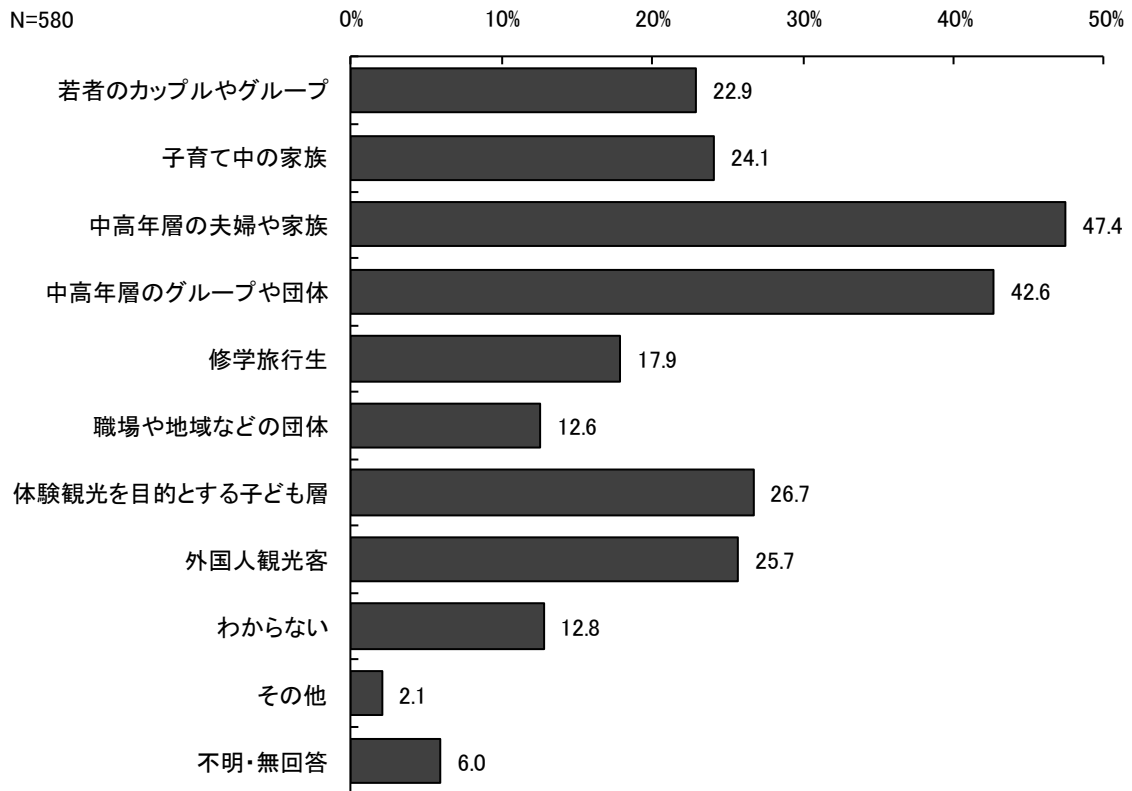
資料：「天理市観光ビジョン策定に関する市民アンケート調査」（平成 22 年度実施）

市民に対して、今後、主にどのような方を本市観光の対象にしていくべきかについて尋ねると、「中高年層の夫婦や家族」「中高年層のグループや団体」が特に高くなっています。

観光客アンケートと比較すると、来訪した割合が高かった年齢層や来訪グループ層と概ね一致していることから、普段目にしていない観光客から判断したと考えられます。

■今後、主にどのような方を天理市観光の対象にしていくべきか

(複数回答)



資料：「天理市観光ビジョン策定に関する市民アンケート調査」(平成22年度実施)

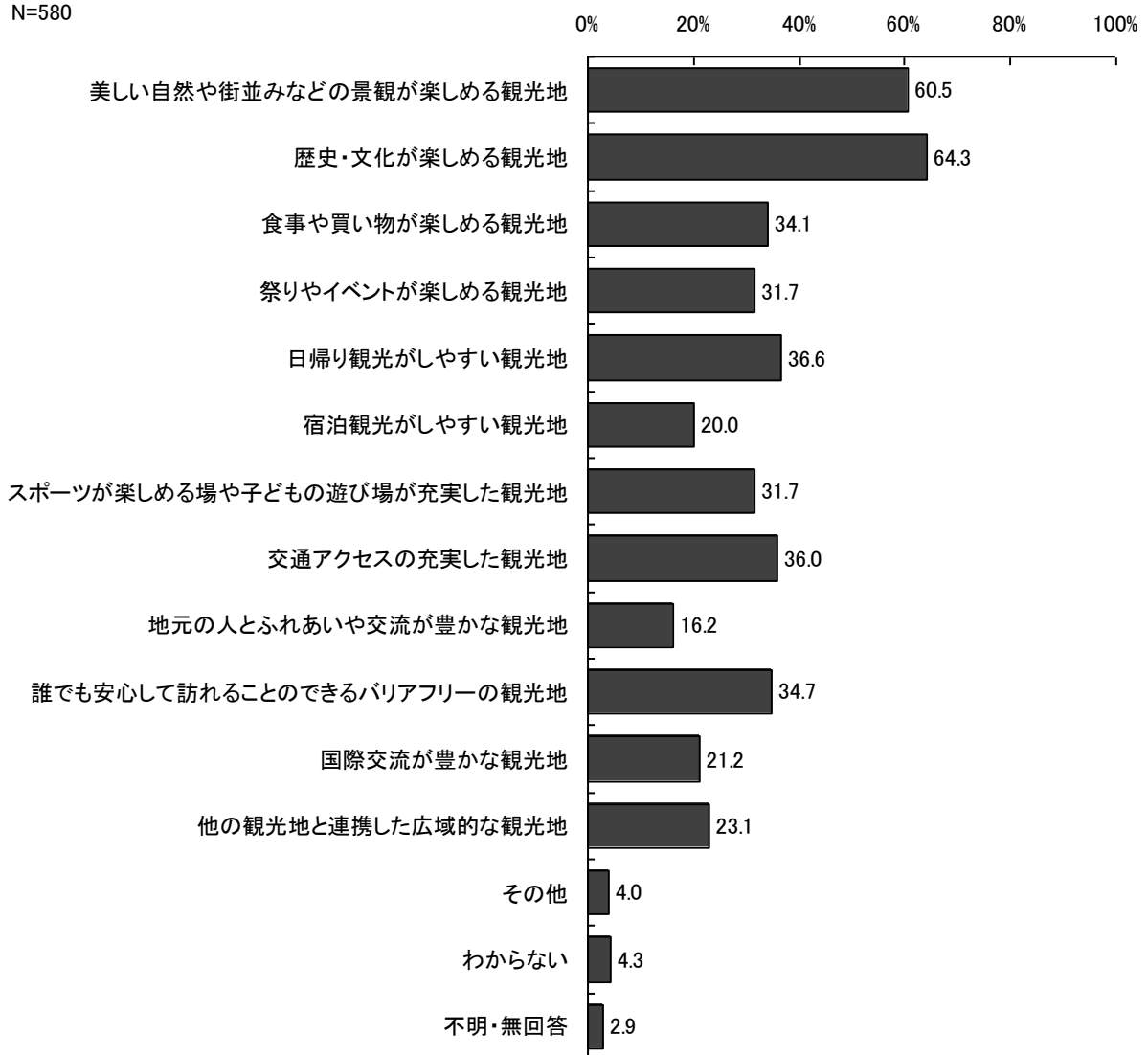
市民に対して、今後、本市がどのような観光地をめざしていくべきかについて尋ねると、「歴史・文化が楽しめる観光地」「美しい自然や街並みなどの景観が楽しめる観光地」が高くなっています。

観光客アンケートと比較すると、市民がめざしたい本市の観光振興の方向性と、観光客が本市を訪れる目的は概ね一致しているといえます。

■今後、天理市がどのような観光地をめざしていくべきか

(複数回答)

N=580

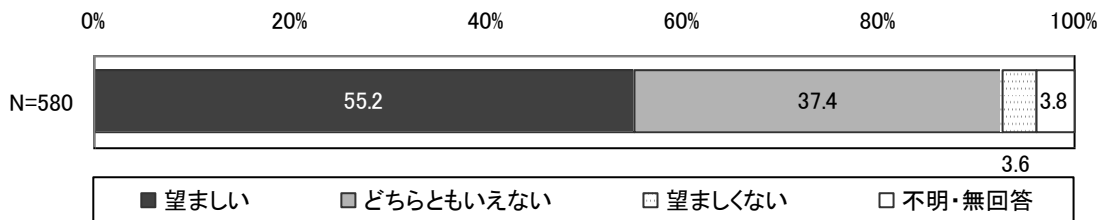


資料：「天理市観光ビジョン策定に関する市民アンケート調査」（平成 22 年度実施）

市民に対して、自分の住んでいる地域に観光客が多く訪れることをどのように思うかについて尋ねると、「望ましい」が55.2%と半数以上となっています。

また、「望ましい」と思う理由についてみると、「まちが活性化する」が特に顕著になっており、「どちらともいえない」と思う理由についても、活性化がメリットとしてあげられています。

■自分の住んでいる地域に観光客が多く訪れることをどのように思うか



■「望ましい」と思う理由（上位5位）

（複数記述回答）

内 容	件数
まちが活性化する	149
天理市の持つよい面を多くの人に知ってもらいたい	19
交通アクセスの充実	5
ハイキングにぴったりだと思う	5
宿泊施設や食事ができる場所を増やす	5

■「どちらともいえない」と思う理由（上位5位）

（複数記述回答）

内 容	件数
メリット、デメリットがある	5
観光客で天理が活性化されるが、治安の面で心配である	5
観光客が訪れるのは活性化につながると思うが、その準備を地元の各種団体がしなければいけないなど、受入体制が大変である	2
観光客の来訪により、まちが活性化することはよいことだが、一方で環境破壊や静かな住環境が壊される懸念がある	2
観光客が増えれば、市全体として活気が出ると思うが、現在ののんびりと歩ける状況を好んでいる人もいるので現状維持でよい	1

■「望ましくない」と思う理由（上位5位）

（複数記述回答）

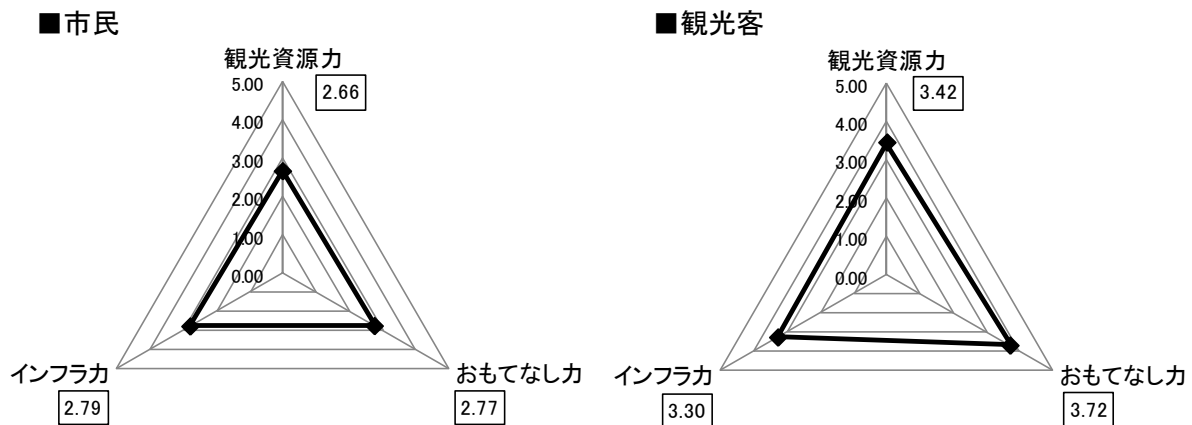
内 容	件数
交通渋滞になり大変である。道路の整備をしてほしい	21
迷惑をかける人、マナーの悪い人が来ると困る	16
人が多くなれば、治安の問題が出てくる	14
ごみのポイ捨てやごみが増える。景観が悪くなる	13
観光場所がない。観光地の目玉がない	11

資料：「天理市観光ビジョン策定に関する市民アンケート調査」（平成22年度実施）

⑥市民の観光へのイメージと観光客の満足度の比較

市民の観光に対する自己評価と観光客の本市を訪れた感想についてそれぞれ^{*}指数化してみると、すべての項目で観光客の評価が市民の評価を上回っています。

また、観光客の評価として、「観光資源力」「インフラカ」「おもてなし力」に大きな差がみられないことから、本市の観光はバランスがとれているといえます。



■各項目別の指数

【観光資源力】	市民	観光客
飲食をする場所の充実度	2.91	3.32
買い物(おみやげなど商品の充実度)	2.38	3.09
観光スポット(寺社・古墳など)	2.45	4.04
イベント・行事の充実度	2.91	3.22
【おもてなし力】	市民	観光客
地元の人の親切さ	3.27	3.90
案内板や標識のわかりやすさ	3.04	3.73
ベンチなどくつろげる場の多さ	2.43	3.55
観光情報のわかりやすさ・入手のしやすさ	2.33	3.68
【インフラカ】	市民	観光客
ホテル・旅館の多さ	2.05	2.93
まち並みや通り(自然、景観、ゴミ)	3.72	3.78
天理市を訪れるまでの交通の便	2.98	3.37
天理市内を移動する際の交通の便	2.41	3.10

※指数化

左の12項目についてそれぞれのアンケートで共通した設問を設け、回答を以下のよ
うに点数化し、その平均値をとりました

○市民アンケート

：天理市の観光に対するイメージ

そう思う：5点

どちらかといえばそう思う：4点

どちらともいえない：3点

どちらかといえばそう思わない：2点

思わない：1点

○観光客アンケート

：今回の来訪における感想

満足：5点

やや満足：4点

普通：3点

やや不満：2点

不満：1点

資料：「天理市観光ビジョン策定に関する市民アンケート調査」
(平成22年度実施)

「天理市観光ビジョン策定に関する観光客アンケート調査」
(平成22年度実施)

(4) ヒアリング調査などからみる現状・課題

数値面では把握することが難しい現場での取り組みや課題、今後の観光における方向性や活動の可能性をお聞きするため、以下の団体・企業等にヒアリング調査などを行いました。

観 光	: 天理市観光協会
商工業	: 天理市商工会
農 業	: 天理市4Hクラブ
ボランティア	: 天理市山の辺の道ボランティアガイドの会
社会奉仕	: 天理ライオンズクラブ、天理青年会議所
公共交通	: 奈良交通株式会社
大 学	: 天理大学の学生懇談会

■天理市の観光に関する現状や課題

項 目	内 容
観光ルートの整備	<ul style="list-style-type: none"> ・観光資源が「山の辺の道」にとどまっている ・駅からの徒歩、自家用車での来訪が多く、観光ポイントまでの交通アクセスが整っていない ・シャトルバス・臨時バスの運行を継続的に実施するとともに、近鉄・JRとバスを連携させたタイアップを検討する必要がある ・本市の中心部にしか人が歩いていない ・まちのイメージが固定化している。歴史的な強みしかない感じの印象がある
連携した取り組み	<ul style="list-style-type: none"> ・行政・団体・事業所・店舗などが一体となった取り組みを図るべきである ・様々な取り組みを連携させるようなコーディネーターの存在が必要である ・シャッター通りをなくすために、商工会との連携を図るべきである
観光情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の観光案内所がどこにあるのかわかりにくいいため、駅構内に設置するべき ・宣伝不足のため、駅を降りてすぐわかるものがほしい ・宣伝力が足りない、企業などとの連携が弱い ・案内板が少ない
市民等の観光への理解や参加	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントが多く、人のつながりを大切にしている ・本市の観光を活性化するため、関係団体の意見に耳を傾けることが必要である ・市職員がまちの事業をあまり知らない ・市民も観光資源について見識を深めるべきである ・観光ボランティアガイドのようなしくみが大切である
市内の魅力の再認識	<ul style="list-style-type: none"> ・市内に多く存在する歴史的遺産（特に、石上神宮・山の辺の道・黒塚古墳）の本当の魅力を市外にアピールすることが大切である ・天理教の集まりに参加する人がそれ以外による目的、場所を創出する ・大学があり、学生・留学生が多いまち、スポーツが盛んである ・天理教の存在により、全国的に名前が知られている ・世界各国から人が集まる
市街地などの活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・若者が遊ぶ場所がない。若者の興味をそそらない ・商店街に魅力を感じていない。特産品がない ・ご飯を食べる場所がない

3

天理市の観光の視点

(1) 資源を活かす観光振興について

①自然・歴史・文化といった資源の活用

本市には、日本最古の道とされる「山の辺の道」が通っており、自然・歴史・文化が一体となった観光資源があります。貴重な数多くの文化財と自然に包まれた「石上神宮」「大和神社」「長岳寺」などの寺社をはじめ、「崇神天皇陵」や「景行天皇陵」といった古墳も数多く存在します。また、『古事記』『日本書紀』や『万葉集』ゆかりの地が点在し、この国の原風景ともいえる景色の広がりがあります。

一方、市内では、春は「桜まつり」、また夏には「山田の虫送り」や「桃尾の滝開き」「山の辺体験ウォーク」等、季節を通じて様々な祭り・イベントが催されており、地元住民と観光客とのふれあい、文化とのふれあいが創出されています。これらも、季節ごとに集客・消費を呼び込む起爆剤としての活用が期待されます。

【強み】

- 山の辺の道という観光資源がある
- 年間を通じてイベントが多い
- 知名度と定着した観光地イメージがある
- リピーターが多い

【弱み】

- 山の辺の道以外の観光資源は天理市の各所に点在し、活用しにくい

②広域的な連携

本市の観光形態は、日帰り観光が中心となっています。今後、滞在時間を延ばすためには、今の観光資源の魅力を高める一方、広域的な連携のもと、市内及び市外の観光地との役割分担の中で観光入込客数を増加させることが重要です。

【強み】

- 山の辺の道（桜井市などとのつながり）
- ポスト 1300 年祭など全県的な取り組み
- 交通の利便性が高い（JR、近鉄、高速道路）

【弱み】

- ホテル・旅館が少なく、宿泊観光の満足度が低い
- 山の辺の道以外では観光の連携がしにくい

③商工農観学連携による取り組み

本市は山の辺の道や寺社など、自然・歴史・文化といった観光地イメージが定着し、一定の観光客数がみられます。しかし、こうした観光が消費に結びつかないといった課題があり、市内における消費額の増大に向けた取り組みが必要となっています。

観光客アンケート調査では、買い物に対する満足度は比較的低くなっており、地元商店街といった商業をはじめ、工業、農業、さらには教育といった異業種や異分野との交流・連携を深め、観光振興を図ることが求められています。

【強み】

- 商工農観学がそろっている
- 産業観光の素地がある

【弱み】

- 滞在時間が短い（4～5時間）
- 観光が消費に結びつかない
- 買い物に対する満足度は比較的低い

（2）需要を喚起する観光PRについて

市民アンケート調査では、観光客に対するPRがあまりできていないことが指摘されています。観光客の動向をみると、奈良県・大阪府といった近隣を中心に、そのほか関東からの来訪が多く、近畿圏内全域、東海圏からの観光客数は比較的小さくなっています。こうした地域からの観光客数の増加を図るためのPR活動が必要となっています。

観光客アンケート調査では、主に観光パンフ・チラシ、口コミ、本雑誌・新聞が観光拠点を知ったきっかけとなっている一方、テレビ・ラジオ、インターネット（ホームページ・ブログ）は低くなっています。こうした媒体をさらに活用しながら、本市観光のPRに努めることが重要です。

【強み】

- 市民と観光客での観光地イメージに差がある
- 関東圏からの観光客が比較的多い
- パンフ・チラシ、口コミ、雑誌などでのPRで知った人が多い

【弱み】

- テレビ・ラジオ、インターネット等の媒体を活用したPRが比較的低い

(3) 観光客の受け入れ態勢について

市民アンケート調査をみると、市民は観光客が訪れることを望ましいと思っている人が多くなっています。また、観光客にあいさつや会話をする、道を聞かれたら教えるなど、親切に対応できると答えている人は多くなっています。こうした観光の場への市民の参加意向はみられますが、本市のPRや観光スポットの紹介、観光ボランティア等として自ら参加するといった意向は低くなっています。今後、観光地としてのホスピタリティ^{*}をより一層高めるため、受け入れる側の態勢などの充実を図ることが重要です。

【強み】

- 市民は観光客が訪れることをよく思っている人が多い
- あいさつをしたり、道を教える等、観光客に親切に対応できると回答した人が多い

【弱み】

- 市民と観光客との満足度に差があり、市民の方が相対的に低い
- 観光ボランティアは年配の方が多く、若い人の参加が少ない
- 市民による観光地PR、外国人への対応、ボランティア参加は少ない

※ホスピタリティ：歓待、親切なおもてなしの気持ちや態度

(4) 新しい観光形態や観光地イメージの創出について

①体験型観光などの新たな魅力

観光客アンケート調査では、本市に来訪する観光客の多くがリピーターであることがわかり、こうしたリピーターを今後も確保していくためには、これまでの魅力に磨きをかけるとともに、新たな魅力づくりが必要となっています。本市には、農業や大学の活動といった観光資源があり、これまでの観光形態に加えて新たな魅力づくりの可能性があります。こうした資源を活用した体験型観光や、天理を学ぶ学習型観光などを進め、新たな魅力づくりに取り組むことが重要です。

【強み】

- 天理大学、学生の活発な取り組みがある
- 学生スポーツ、天理教等、地名度が高い
- 大学や天理教などにより国際性が豊か
- 自然・歴史・文化等の観光地イメージが定着している

【弱み】

- 山の辺の道による観光が定着しすぎている

②新しい観光地イメージの創出

本市は知名度があり、また豊かな観光資源により、自然・歴史・文化等の風景による観光地イメージが定着しています。その一方、本市の観光客層は40～70歳代が多く、20～30歳代は少なくなっています。このことから若年層の観光客の確保に向け、市内の大学や文化施設などを活用し、大学生の活動、大学スポーツ、天理教の文化施設、大学や天理教の持つ国際性などによる新たな観光地イメージづくりや現代的なストーリーづくりを進めていくことが重要です。

また、本市には柿、いちご等の特産品があります。商工農観学の連携により、観光商品やお土産づくりに取り組むとともに、商品開発の視点から、新たな観光地イメージの創出を図ることが期待されます。

【強み】

- リピーターが多く、観光客に繰り返し来てもらえる
- 大学があり、スポーツを活用したり若者の意見を反映できる
- 柿、いちご、天理ラーメン等の特産品がある

【弱み】

- 山の辺の道に頼りすぎている
- 20～30歳代の観光客が少ない
- 季節により観光入込客数にバラツキがある

第3章 観光振興の基本的な考え方



1

観光振興のコンセプト

本市の観光振興のコンセプトを、総合計画の将来像などをふまえ、
**「豊かな自然・歴史・文化が織りなす にぎわい集客交流都市 天理
～ ぐるり・ゆったり・めぐる 観光のまち ～」**とします。

そもそも「観光」とは、中国の古典『易経（えききょう）』の中の記述「**歡國之光（国の光を
観る／国の光を歡す）**」が語源となっている言葉です。この言葉には、来訪者に**観て**学び取っ
てもらうために、迎え入れる側が自らのまちの文化を**歡す**ために、自らのまちを自らが**学**び、そ
れを光らせることで誇りを見いだすといった意味が込められています。

こうした光を**歡し**、訪れた人の心をとらえ、そして再び訪れたいくなるまちであるためには、
内面から発する魅力と、きらめきを放っていけるまちづくりを進めていくことが重要です。

本市には、日本最古の道といわれる「山の辺の道」が通っており、自然・歴史・文化が一体
となった観光資源があります。今後もこうした資源に磨きをかける一方、さらなる付加価値を
高めていくことが求められています。特に、本市ではまだなじみの薄い観光資源をはじめ、本
市に住む市民などの人的資源、さらには大学やスポーツ、天理教の文化施設など、新たな観光
地イメージを創出するための資源の発掘・活用が必要です。

本市が持つ自然・歴史・文化といった「ふるさと」の要素と、現代の天理市民が培っている
「あたりしさ」を総合的に活用し、「ぐるり」と、「ゆったり」とした気分で天理をめぐり、そ
の人がまた戻ってきたくような、そして天理市民が誇りを持てるような観光の実現により、
さらなるにぎわいを創出する集客交流都市をめざし、天理市観光ビジョンのコンセプトとして
設定します。

天理市の将来像（総合計画）

**つながり、にぎわい・未来を創造するまち
～人と人とのむすびつきを大切にし、みんなでつくる活力あるまち 天理市～**

天理市の観光振興のコンセプト

**豊かな自然・歴史・文化が織りなす
にぎわい集客交流都市 天理
～ ぐるり・ゆったり・めぐる 観光のまち ～**

- 観光入込客数の増加
- 天理市内での滞在時間の増加
- 天理市へのリピーターの増加

2

観光のターゲット層

本市を訪れる観光客は、大阪府内に次いで天理市外（奈良県内）を中心に、近畿圏内全域といった比較的近隣からの来訪が多く、また遠方では関東圏内からの来訪がみられます。

本市の主な観光客層は、団塊の世代といわれる50～60歳代の夫婦や団体といえます。この主な観光客層は、近隣から日帰りで訪れ、本市の歴史・文化をはじめ、自然資源をゆとりを持って楽しむ「ゆったり・のんびり型観光」を好む傾向がみられます。今後、歴史・文化や自然をゆったり・のんびり楽しめる周遊型商品の展開などにより、さらなる顧客の確保を図るとともに、観光客の満足度を高めるための取り組みが重要です。

今後、この主な観光客層に加えて、歴史・文化や自然、さらには地元産業をはじめ、文化施設やスポーツなどを活かした体験や交流、学習型の観光の展開などにより、若年層など新たな観光客の増加を図るとともに、観光入込客数の増加や滞在時間の延伸をめざすため、近畿圏内全域及び東海圏内からも集客できるよう、さらなる観光振興をめざします。

3

基本目標

本市の観光振興を推進するにあたっては、以下の基本目標を設定します。

基本目標1 自然・歴史・文化を活かした観光のまち

ぐるり

本市の観光は、山の辺の道を軸に「ぐるり」と観て、回る周遊観光が中心となっています。こうした資源に磨きをかけ、さらなる魅力の向上をめざします。また、ポスト 1300 年祭による奈良県全体での観光を推進する気運を活かすとともに、奈良市や桜井市など、近隣市町村との連携による広域的な観光、さらには市内の商工農観といった産業、そして学とも連携を図りながら、活気のある観光をめざします。

基本目標2 市民とともに進める心あたたまる観光のまち

ゆったり

訪れた人を快くもてなす、地域をあげて歓迎することが本市のさらなる魅力づくりにつながります。観光客が「ゆったり」とした気分で本市を満喫できるよう、市民のおもてなしの心を醸成し、あたたかく訪問者を迎え入れるような観光をめざします。また、市民も観光の場に参加しながら、協働により、観光振興を進めるとともに、市内外の人々との交流を育みます。こうした交流やおもてなしの心の醸成により、さらなるにぎわいの創出をめざします。

基本目標3 何度も訪れたい観光のまち

めぐる

本市を訪れた人がさらに何度も来たいような魅力づくりが必要です。こうした魅力づくりに向けて、地元大学や天理教の文化施設をはじめ、商業や農業などと連携しながら、体験型観光や学習型観光、商品開発などを行い、新たなまちの魅力となる観光資源の再発見と活用をめざします。これまでの観光形態に新たな魅力を加えることで、幅広い世代の人たちが、天理自体を何度も「めぐる」楽しみの創出とリピーターの確保をめざします。

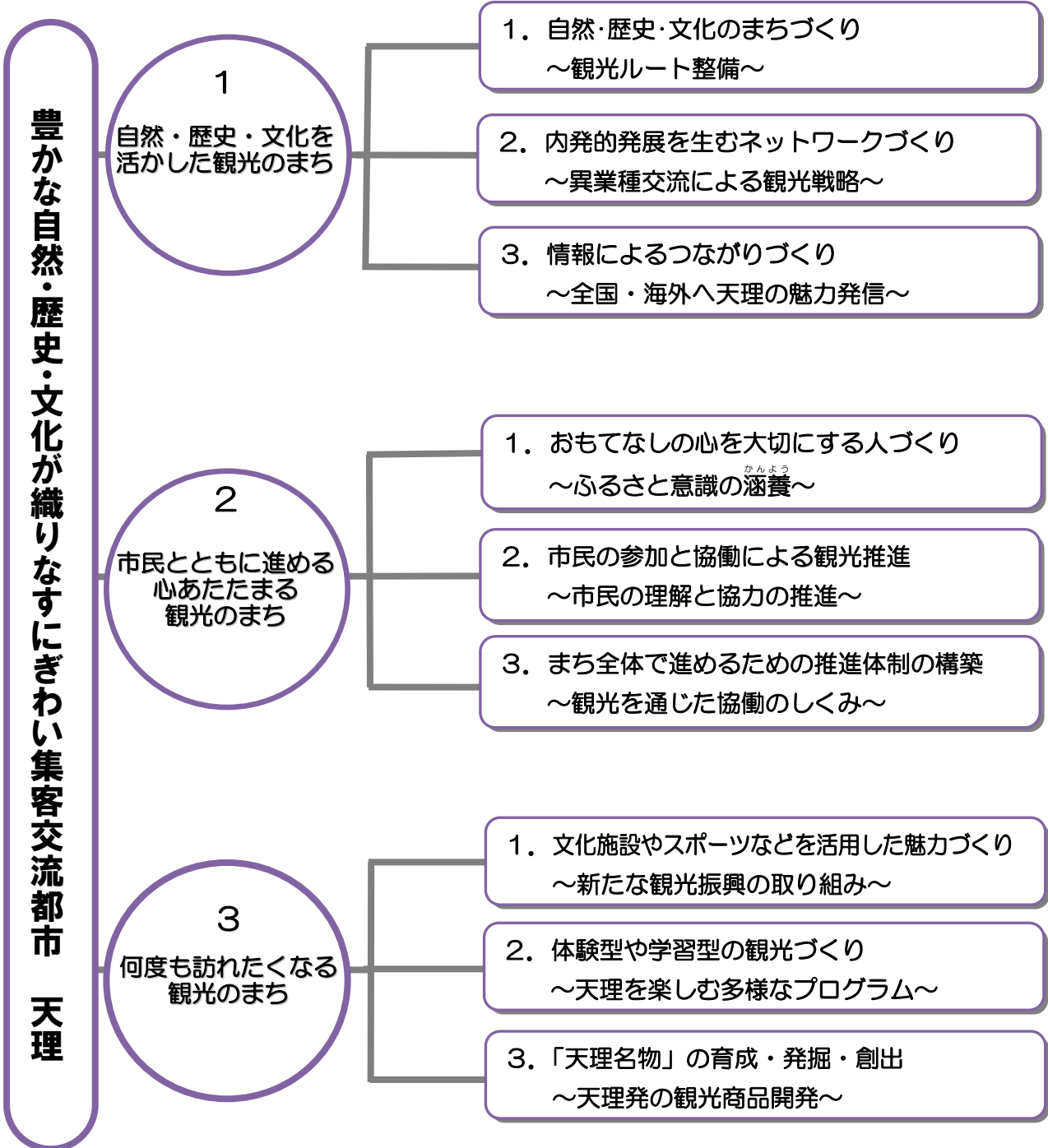
4

観光振興の基本方針と戦略体系

基本理念

基本目標

主要プロジェクト



第4章 観光ビジョンの展開



1

自然・歴史・文化を活かした観光のまち

(1) 自然・歴史・文化のまちづくり ～観光ルート整備～

現状と課題

本市の観光は、日帰りの観光客が中心となっています。鉄道や高速道路など交通の利便性が高く、市外、県外はもちろん、近年は関東圏、東海圏等、近畿圏外の観光客の割合も高くなっています。

本市を訪れる観光客の多くは、「ハイキング」「史跡・名所めぐり」を目的に、山の辺の道周辺の観光地へ「鉄道」「自動車」を利用しての来訪となっています。市民アンケート調査では、めざしていく観光地として「歴史・文化を楽しめる観光地」「美しい自然や街並みなどの景観を楽しめる観光地」が求められており、既存の観光資源やイメージを活かしながら、さらなる集客・にぎわいづくりにつなげていくことが必要となっています。

そのため、本市全域の観光資源を活用し、観光ルートを市内広域に広げ、周遊性を高めていく必要があります。また、本市は宿泊観光を積極的に推進するハード面の体制は十分とはいえないため、広域連携を視野に入れて観光振興を進めていく必要があります。

施策の方向

●観光拠点の整備・充実

- ・本市の持つ豊かな自然や歴史を活かした新たな景観を楽しめる拠点づくりをはじめ、観光客が天理市内を周遊しやすいよう、まちなか歩きや短い時間でも雰囲気を楽しむ^{*}ショートトリップコース、また東部山間、平野部を含めた市内に点在する観光拠点をめぐる魅力あるルートづくりに努めます。
- ・山の辺の道（北）コース及び龍王山歴史と健康の道コースの基盤整備をはじめとする、^{*}9つのウォーキングコースの充実を図ります。
- ・本市の観光拠点を市内広域に広げるため、交通の利便性の向上に努めるとともに、マイカーや観光バス利用者の来訪を促進するための駐車場等の整備を検討します。

●広域連携による観光ルートや観光商品づくりの推進

- ・歴史的、文化的なつながりや類似する特性を持つ地域などにおいて、連携した取り組みにより魅力を増進させ、集客効果を高めるために、県や近隣市町村と結びついた広域観光を推進し、ストーリー性、テーマ性のある観光ルートの設定や観光商品の企画などを進めます。

※ショートトリップ：日帰りなどの短い期間の旅行

※9つのウォーキングコース：①山の辺の道（南）コース ②山の辺の道（北）コース
③龍王山歴史と健康の道コース ④大国見山展望コース
⑤上街道コース ⑥卑弥呼の里コース
⑦はにわの里コース ⑧道安の郷コース
⑨七曲り道コース

（２）内発的発展を生むネットワークづくり ～異業種交流による観光戦略～

現状と課題

本市は従来の観光資源により、一定の観光客を得られていますが、その集客力がなかなか消費に結びついていない状況があります。観光客アンケート調査においても買い物に対する満足度は比較的低くなっています。今後、観光による消費額を伸ばしていくためには、市内における商業や農業などとの連携を図り、地域が一体となって新たな商品・サービスを生み出し、観光における付加価値を高めていくことが重要となっています。

そのため、異業種・異分野間での交流を進め、観光や特産品などの情報提供の充実を図ることが必要です。

施策の方向

●観光推進団体の連携強化

- ・本市の観光拠点のネットワーク化を図り総合的に観光振興に取り組めるよう、観光協会や、商工業・農業・教育機関等の連携強化に努めます。
- ・それぞれの取り組みについても情報共有の場を設けることで、効果的な取り組みを図り、観光客の増加、満足度の向上、消費の拡大に努めます。

●観光施設等での情報提供の充実

- ・観光案内所や天理市トレイルセンター等の観光施設において、地域の特産品などの情報を提供し、商業や農業と連携した観光振興を図ります。
- ・商店街等においても、観光パンフレットやイベントチラシなどの設置を行い、観光情報の提供に努めます。

(3) 情報によるつながりづくり ～全国・海外へ天理の魅力発信～

現状と課題

観光振興のためには、新たな観光商品をつくるだけでなく、その商品の魅力を市内外の観光客に発信することが大切です。本市の観光客は近隣からの来訪が中心になっていますが、近年は関東圏や東海圏など、遠方からの観光客も増加しています。近畿圏内での観光客だけではなく、こうした地域へのPRが必要となっています。

また、国では、訪日外国人旅行者を将来的に3,000万人とすることを目標に、「ビジット・ジャパン事業」を進めています。国際競争力の高い魅力ある観光地づくりなど、国際観光の振興が進められている中、本市は固有の歴史・文化、そして大学の持つ国際性など、海外にPRできる魅力があります。こうした魅力を海外に向けても発信し、新たな客層にアプローチして誘客を図ることも必要となっています。

施策の方向

●観光[※]プロモーション活動の展開

- ・本市が持つ魅力を発信し需要を喚起していくため、観光客層のニーズを的確に把握し、チラシからインターネットまで、様々な媒体を活用した効果的な情報発信に努めます。
- ・県及び近隣市町村との連携のもと、[※]記紀・万葉や自転車を活用した観光等の広域的なテーマに沿ったプロモーションの展開を図るとともに、国際的な観光ニーズの把握について検討します。
- ・天理における魅力を端的に表し、プロモーション活動を強化するため、すべての人に親しみやすい新しいロゴやキャッチフレーズの作成に努めます。

●観光拠点施設による情報発信等の機能強化

- ・観光案内所や天理市トレイルセンターなどの観光施設において、インターネットの利用などによる情報発信機能及び観光案内機能の強化に努めます。

※プロモーション：商品に対する意識・関心を高め、商品の購買を促進させること

※記紀・万葉：それぞれ「古事記」「日本書紀」「万葉集」のこと

● 「てくてくてんり」のブランド化

- ・ 山の辺の道をはじめ、本市の観光資源を県外・海外にPRし、年齢層に関係なく観光客の誘致を図ります。年間を通してシリーズ化し、環境にやさしいウォーキングツーリズムを観光の中心として、天理の観光といえば「てくてくてんり」といったイメージ付けを行い、ブランド化を図ります。
- ・ 本市の9つのウォーキングコースの特性を活かしながら、一年を通して観光客が楽しめるような歩き方の提案やその情報発信に努め、ウォーキングコースのブランド化を図ります。

2

市民とともに進める心あたたまる観光のまち

(1) おもてなしの心を大切に作る人づくり ～ふるさと意識の^{かんよう}涵養～

現状と課題

観光は行政や観光関係者だけではなく、市民全員に関わるものであり、市民の協力が欠かせません。「ようこそお帰り」という言葉があるように、本市にはおもてなしの心を醸成できる素地があるといえます。

市民アンケート調査では、観光客が訪れることに概ね好意的であり、観光客へ親切に対応できると答えている人も多くなっています。一方、ボランティアなどとして自ら参加するといった意向は低く、市民参加という点ではやや受動的な傾向がみられます。今後、おもてなしの心を育むとともに、異文化理解や地域の自然、歴史・文化への関心、さらには観光に対する興味や理解を深めることが大切です。また、多くの方をあたたかくお迎えする気持ちは、わがまちに対する誇りから生まれてくるものであり、市民自らがまちをよく知り、すばらしさを再認識することが大切です。

施策の方向

●おもてなしの心の醸成

- ・市民がより具体的に天理の魅力について学び、あたたかく観光客を迎えられるおもてなしの心を育むことができるよう、大学などの教育機関や商工業・農業関係機関とともに、市民が参画できるイベントなど様々な取り組みを検討します。

●市民が誇りを持つまちへ

- ・市民がまちに誇りを持てる観光をめざすため、市民自らがまちのことを知ったり、市内の観光を楽しんだりできるよう、本市を知る機会を増やすとともに、市民が楽しく参加する機会をつくるための取り組みを進めます。

●外国人観光客への[※]ホスピタリティの向上

- ・今後の外国人観光客の訪問を視野に入れ、異文化への理解を深め様々な国からの観光客をお迎えすることができる取り組みを検討します。

※ホスピタリティ：歓待、親切なおもてなしの気持ちや態度

(2) 市民の参加と協働による観光推進 ～市民の理解と協力の推進～

現状と課題

市民と協働して観光まちづくりを進めるためには、市民の理解と協力が欠かせません。しかし、観光客と市民が抱く本市のイメージには隔たりがあり、本市が観光地であるという認識を持つ市民は少ないと思われます。市民アンケート調査の「おもてなしの心」として「あなた自身ができること」では、まちの美観づくり、道を教えたり、あいさつしたりするなどは比較的高い割合となっています。こうした身近なことから徐々に市民が観光の場に参加できるよう、きっかけづくりが必要となっています。

一方、本市の主要な観光資源である「山の辺の道」では、市民によるボランティアガイドが盛んに行われています。そのような人材を育成し、活動の充実を図るとともに、若い世代の参加を促進する必要があります。

施策の方向

●美しいまちづくりの推進

- ・心が癒される美しい街並みを形成するため、クリーンキャンペーンや花いっぱい運動などを通じて、ごみや落書きのない美しいまちづくりを市民とともに進めます。

●市民ボランティアガイドの一層の充実

- ・市民が観光の場に参加し、協働による観光地づくりを進めていくため、ボランティアガイドの会と連携し、講座を実施するなど、市民ボランティアガイドの一層の充実を図ります。

●若い世代の観光まちづくりへの参加促進

- ・世代を問わず市民全体で観光まちづくりを盛り上げていくため、若い世代のボランティア活動などへの参加を促進します。

●市民参加型の観光振興の推進

- ・地域活動との連携や魅力あるイベントづくりなど、市民が観光振興に楽しく参加できる機会や環境づくりの充実に努めます。

(3) まち全体で進めるための推進体制の構築 ～観光を通じた協働のしくみ～

現状と課題

本市は市民団体の活動が盛んであり、各分野において取り組みが進められています。しかし、その連絡体制が不十分であり、全体として連携をとりながら、活動を展開していくことが求められています。

市民が観光の場に参加し、協働による観光まちづくりを進めていくため、観光協会をはじめ、観光拠点施設、市民団体や商工業・農業関係機関、地元の大学等が継続的に地域の観光振興のあり方を協議し、観光の推進体制を構築する必要があります。こうした体制に基づき、観光を通じたまちづくり活動を展開していくことが必要となっています。

また、本市を訪れた人が安心して市内を楽しく周遊できるよう、わかりやすい案内標識があることや、^{*}ユニバーサルデザインに基づき、すべての人にやさしいまちづくりが進められていることもおもてなしの心であるといえます。こうした視点も踏まえ、市民と協働しながら、案内標識や主要観光施設などの計画的な整備・改修を進めていく必要があります。

※ユニバーサルデザイン：誰もがわかりやすく利用しやすいデザインのこと

施策の方向

●協働の場・しくみの構築

- ・地域の観光拠点施設をはじめ市民団体や商工業・農業関係機関等、地域が主体となって、継続的に地域の観光振興のあり方を協議する環境づくりに努めます。
- ・市内観光の口コミ情報、観光振興への意見やアイデア、魅力的な観光商品の開発など、市民から情報提供を受けるしくみを検討します。

●観光によるまちづくり活動の活性化

- ・観光協会や商業、農業、自主的なまちづくり活動、大学などとの連携を図りながら、観光資源の掘り起こしや創出に努めるとともに、商工農観学の協働によるイベントの企画・運営に努め、観光によるまちづくり活動の活性化を図ります。

●わかりやすい案内標識等の整備・改修

- ・観光客が安心して楽しく周遊できたり、外国人が一人でも観光できるよう、わかりやすく説明した案内標識や各種サイン、外国語表記の案内板などを市民と協働しながら整備するとともに、見つらいものや改修が必要な標識については、計画的な改修に努めます。

●ユニバーサルデザインに基づくまちづくりの推進

- ・誰もが安心して行動することができるよう、市民と協働しながら主要な観光拠点でのバリアフリー化を進め、すべての人にやさしいまちづくりに努めます。

3

何度も訪れたいくなる観光のまち

(1) 文化施設やスポーツなどを活用した魅力づくり ～新たな観光振興の取り組み～

現状と課題

本市には自然・歴史・文化などの観光地イメージが定着し、多くの観光客が訪れています。しかし、年齢層をみると、中高年層が大部分を占め、20代から30代の若い世代は少なくなっています。このような年齢層の集客拡大や、消費活動の活発化に向け、新たな観光地イメージの創出が必要となっています。

本市には大学、高校等があり、比較的若い世代が多く、またスポーツ、天理教、豊かな国際性などのイメージがあります。これまで観光とあまり関わりのなかった分野にも視野を広げ、大学生の活動、文化施設やスポーツを活かした新たな観光地イメージづくりや現代的なストーリーづくりを進めていく必要があります。

施策の方向

●大学などとの協働による新たな魅力づくり

- ・地元の大学などとの協働により、文化施設やスポーツを活用したイベントの創出など、新たな観光の魅力づくりと集客の仕掛けづくりに努めます。

●新たな観光イメージを発信するしくみづくり

- ・新たな観光イメージを発信するため、市内をはじめ関東圏や東海圏、さらには若い世代など、ターゲット層を絞り込みながらモニター調査などを行い、今後の観光振興の参考となるデータの把握に努めます。
- ・把握・分析したデータに基づき、目的のターゲット層への観光情報を効率的・効果的に発信できるしくみづくりに努めます。

(2) 体験型や学習型の観光づくり ～天理を楽しむ多様なプログラム～

現状と課題

本市は中高年層の観光客が中心であり、多くのリピーターを獲得しています。こうした中、20代から30代の年齢層の集客を進めるとともに、リピーターを今後も持続的に確保していくため、新たな観光メニューづくりが必要となっています。

近年の観光の傾向では、体験型の修学旅行の増加や、高年齢層を中心とした生涯学習意欲の向上などを背景に、旅行者が訪問先で地域の歴史・文化にふれ、また、そこに住む人たちと特産品づくりなどを通して交流・体験する「交流・体験型観光」のニーズが高まっています。

本市における自然・歴史・文化といった豊かな観光資源を活かしながら、農業体験、地場産業などのものづくり、郷土料理づくり等、ふれたり、つくったり、楽しんだりしながら体感できるメニューを開発し、新たな魅力づくりに取り組んでいくことが必要となっています。

施策の方向

●体験型・学習型観光メニューの開発

- ・地域の活性化をめざすとともに、本市観光の課題の一つともいえる若年層の観光客を呼び込むため、市内のまちづくり活動や農業などを組み合わせた、体験・学習型メニューの開発に努めます。

●学習型や参加型イベントの開催の検討

- ・工場など普段見ることができない産業施設の見学ツアーや、本市ならではの体験型イベントを企画・実施し、市民がまちを知る機会につなげます。また、市外から訪れる観光客の観光目的にもなるよう、その充実に努めます。
- ・ボランティアガイドによるツアー・ウォーキングに加えて、史跡からの出土品の解説会、シンポジウムなどをツアーとして組み合わせ、学習型の観光ツアーを検討します。
- ・特産品の活用により、市内外の人が交流できる参加型のイベントの実施を検討します。

(3) 「天理名物」の育成・発掘・創出 ～天理発の観光商品開発～

現状と課題

特産品や土産物は、まちや地域を特徴付けるものであり、それ自体が本市をPRする媒体となることに加え、観光集客効果や消費活動の活発化、さらにはリピーターの確保にもつながることが期待できるため、重要な要素となります。

本市では、「山の辺の道」といった市を代表する観光資源に加えて、いちご・トマト・ほうれん草・柿・ナスといった農産物、さらには天理ラーメンなど、地域の名物があります。既存の名物をプロモーションしていくことに加え、商工農観学連携により、新たな商品として開発し、まちをPRしていくことが重要です。また、こうした商品化のプロセスを通じて、観光ビジネスの創出も期待できます。

施策の方向

●地域特産を活かした観光振興

- ・「柿」や「天理ラーメン」といった、従来から本市内外で認知されている特産品の認知度の向上を図るとともに、本市にふさわしい新たな「天理名物」の発掘・創出をめざします。
- ・商品開発、特産品を活かした観光振興にあたっては、商工業・農業関係機関等との連携強化に努めます。

●観光施設等を通じた商品等の展示

- ・観光推進団体の協働により開発した商品や特産品、「天理名物」等を観光施設などを通じて展示し、商品化や販売につなげるとともに、商品情報の収集・分析などにも努めます。

第5章 ビジョンの推進にあたって



1

ビジョンの推進体制

(1) 庁内の連携・協力体制

観光振興がまちづくりの重要な視点となる中、行政内部では庁内の幅広い関係部課との連携体制を築き、協力しながら本ビジョンの推進を図ります。

また、観光振興にあたって特に優先度・重要度の高い取り組みを進めていく際には、必要に応じてプロジェクト推進チーム等の組織化を図り、横の連携を密にした推進体制での実施を検討します。

さらに、景観保護、道路整備、バリアフリー環境の整備、自然・歴史・文化の保護といった、観光振興を主務としない部課が進める事業においても、観光振興の視点を持って取り組むよう連携を密にし、本市のイメージ向上に努めます。

(2) 国・県・市町村との連携・協力体制

平成 19 年に国が策定した「観光立国推進基本計画」では、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するために必要な事項として、多様な関係者の適切な役割分担と連携・協力の強化があげられています。その中で国は、必要な施策を総合的に策定・実施し、全体的な立場から地方公共団体や民間の取り組みを支援するトータルコーディネート役を担うとされています。

こうした国が全国的に取り組む施策や目標、また社会的潮流などを把握し、迅速かつ確かな情報収集に努め、今後の本ビジョンの実施、見直しへの反映を図ります。

奈良県においてはポスト 1300 年祭に向けた取り組みが進められ、本市の主要な観光拠点である山の辺の道が、「^{*}記紀・万葉プロジェクト」の舞台の一つとなっています。行政単位ではなくテーマに沿った広域的な取り組みであることから、奈良県との積極的な情報共有、交流に努めることで、近隣市町村との連携を図ります。加えて、広域的な取り組みをきっかけとして、今後もより一層の奈良県及び近隣市町村との連携を検討します。

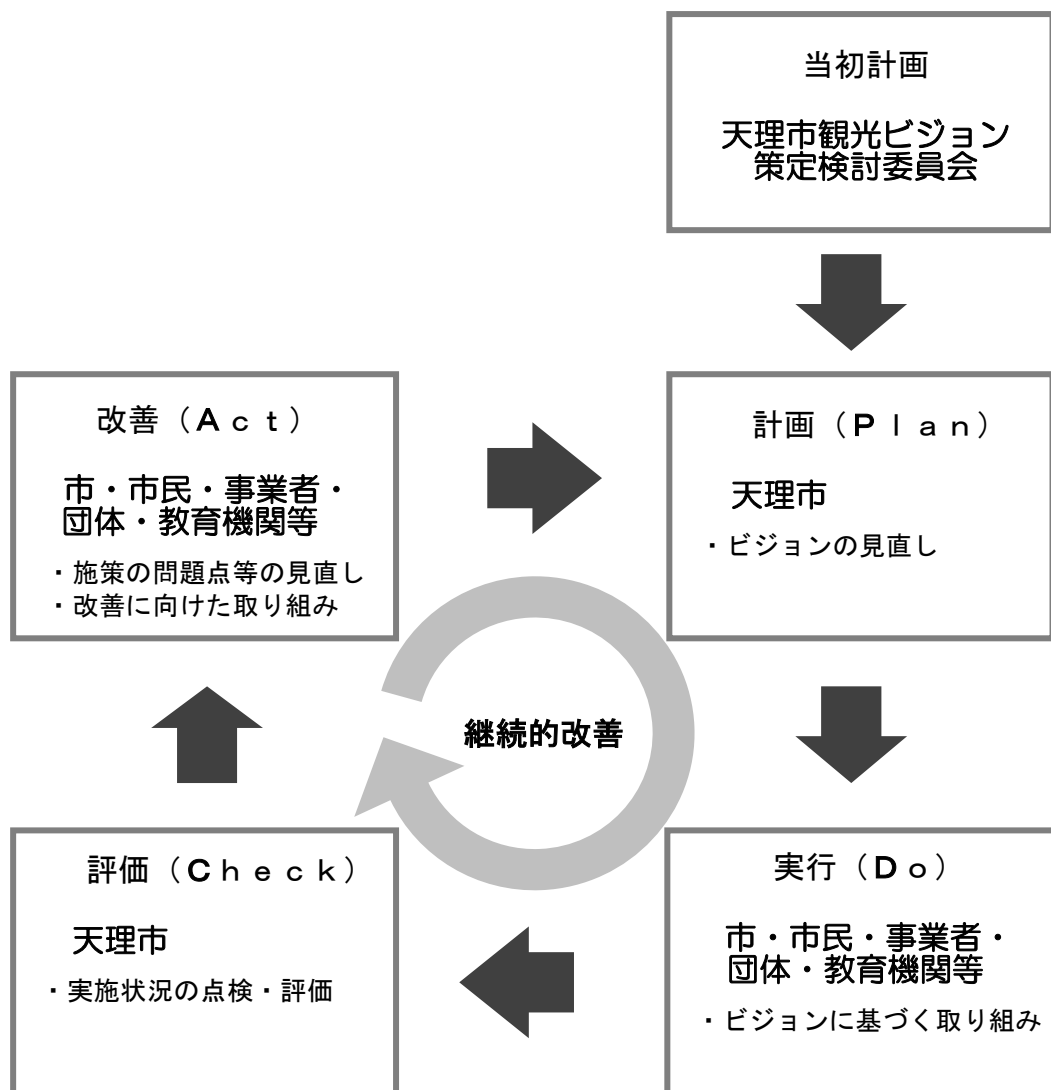
また、本市は大阪府などの近隣府県はもちろん、関東圏や東海圏からの観光客もみられることから、奈良県外の都府県に対しても情報提供、交流を図り、連携・協力体制の構築をめざします。

※記紀・万葉プロジェクト：平城遷都 1300 年祭に続き、古代国家の黎明期とともに成立した『古事記』『日本書紀』や、奈良時代に編纂された『万葉集』に多く歌われた奈良の魅力を伝える素材を調査・検討して発信するプロジェクト

(3) ビジョンの評価

観光振興への効果を着実に上げ、本市の観光の質的な向上をめざすため、計画（Plan）、実行（Do）、評価（Check）、改善（Act）といった、計画管理のための「PDCA サイクル」を実行します。

本ビジョンは本市の観光振興の方向付けであり、具体的な事業、数値目標を掲げるものではありませんが、これまでの統計データや今後のヒアリング調査の結果を施策の進捗状況と照らし合わせ、さらには市民や観光客の視点もふまえながら、現在のおかれている状況や問題点を適時的確に把握し、今後の計画に反映するよう努めます。



2

各主体の役割

(1) 市民の役割

観光は行政や観光関係者だけではなく、市民全員に関わるもので、本市の観光振興を図るうえにおいては、市民一人ひとりの理解と積極的な参加が不可欠となります。

市民自らが地域の自然、歴史・文化への理解を深め、愛着と誇りを持ち、まちの魅力向上に積極的に取り組むことが求められます。また、あたたかく迎えるおもてなしの心を育むとともに観光客との活発な交流活動により、まちの活力へとつなげていくことが期待されます。

(2) 団体の役割

本ビジョンに盛り込んだプロジェクトの展開にあたっては、商工業、農業、教育機関、観光関連団体等の取り組みによるところが大きく、各主体が役割を担う意識を持って積極的に取り組むことが不可欠です。その上で、従来から本市の観光振興を牽引してきた観光協会が重要な役割を担うものと考えられます。

また、今後も観光振興策の検討を現場レベルで進めていく中では、関係団体との連携を進めながら、広く情報を集め、専門家などの第三者の視点も取り入れ、流行や社会潮流に敏感で柔軟な環境づくりを進めることが期待されます。

(3) 行政の役割

市民にとって観光振興はまだまだなじみの薄いものですが、何らかの行動を始めることが地域への誇りや愛着を育て、ひいては住みよいまちづくりにつながるといった動機付けとなるイメージの発信を行い、市民とともに進める心あたたまる観光のまちに向けた一体感の醸成に努めます。

また、国や奈良県及び近隣市町村と連携しながら、本市の特性を活かした観光振興を図り、観光資源の保全・創出、観光ルート形成、観光基盤の整備、プロモーション等に関する事業の検討を進めていきます。

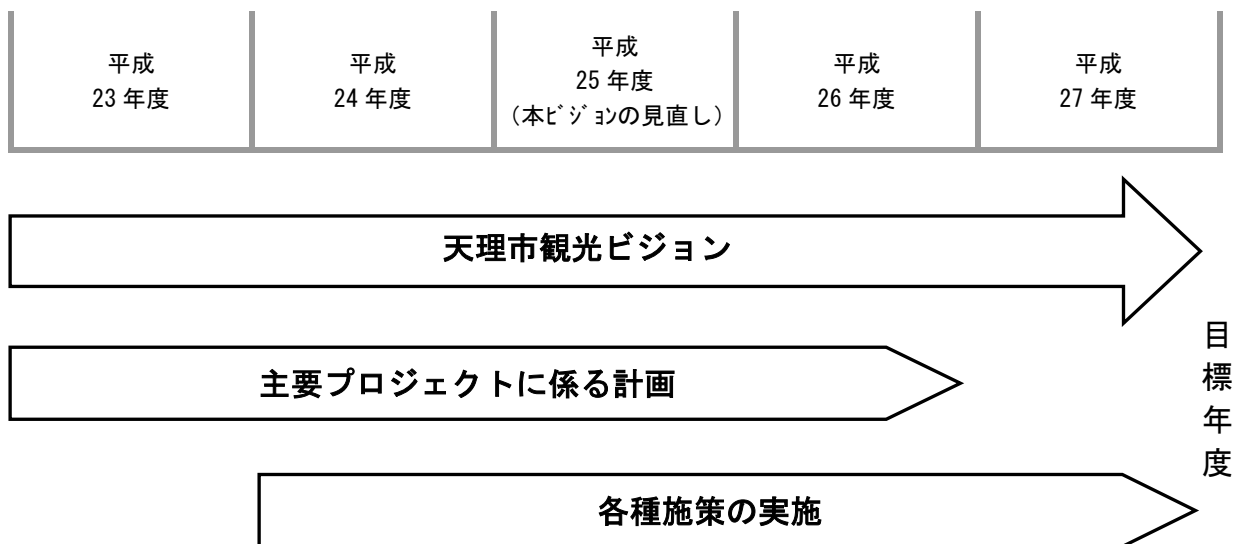
さらに、国・奈良県の観光分野における動向・施策の的確な把握とともに、民間の観光事業者、市民、観光関連団体等の取り組みにあたっての土壌づくりを積極的に支援し、本ビジョンを推進する上での全体調整役を担っていきます。

3

策定後のスケジュール

(1) スケジュールについて

平成 23 年度から平成 27 年度において、本ビジョンに基づいた具体的な施策を進めるため、山の辺の道活性化の提言等も考慮し、主要プロジェクトごとに優先順位を付けてそれぞれの年度ごとに計画を立てながらその施策を実施していきます。平成 25 年度にはその進捗状況を把握したうえで本ビジョンの見直しを行い、有効的な施策の実行に努めます。



(2) ビジョンの見直しについて

平成 25 年度における本ビジョンの見直しにあたっては、本ビジョンに基づく各種施策の推進状況を把握・点検し、観光に関するデータの収集・更新に努めるとともに、国や県、各種団体等の取り組みや統計データについても情報収集を行います。それらの情報をもとに観光を取り巻く環境や観光客のニーズの変化、また国・県の施策や財政状況等を勘案し、本ビジョンの見直しを進めます。

第6章 資料編



天理市観光ビジョン策定検討委員会設置要綱

(設置)

第1条 天理市の観光振興施策の指針となる天理市観光ビジョン（以下「観光ビジョン」という。）の策定に必要な協議を行うため、天理市観光ビジョン策定検討委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、観光ビジョンの策定に関する事項について協議する。

(組織)

第3条 委員会は、委員12人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 市議会の議員
- (3) 観光団体、住民団体、商工団体、関係団体等が推薦する者
- (4) その他市長が必要と認める者

3 委員の任期は、委員の委嘱の日から観光ビジョンの策定の日までとする。

(委員長及び副委員)

第4条 委員会に委員長及び副委員長を置く。

- 2 委員長は、委員の互選により定める。
- 3 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 4 副委員長は、委員のうちから、委員長が指名する。
- 5 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるときはその職務を代理する。

(会議)

第5条 委員会の会議は、委員長が招集する。

- 2 会議の議長は、委員長が務める。
- 3 委員会は、委員の半数以上の出席がなければ開催することができない。
- 4 委員長は、必要があると認めたときは委員以外の者に会議への出席を求め、意見又は説明を聞くことができる。

(庶務)

第6条 委員会の庶務は、環境経済部観光課において処理する。

(その他)

第7条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成22年4月14日から施行する。

「天理市観光ビジョン策定検討委員会」委員名簿

区 分	団体・組織等	氏 名
(1) 学識経験を有する者	奈良県立大学教授	堀野 正人
	天理大学教授	川島 二郎
(2) 市議会の代表	市議会議員	西辻 正美
	市議会議員	寺井 正則
(3) 観光団体、住民団体、商工団体、関係団体等が推薦する者	観光協会	松村 孝吉
	観光協会	山下 幸子
	区長連合会	菊岡 孝之
	商工会	藤山 和徳
	山の辺の道ボランティアガイドの会	植村 勝彌
	農業関係団体	中井 靖
(4) その他市長が必要と認めるもの	公共交通機関(奈良交通)	川邊 経恭
	天理大学学生	塚本 竜次

「天理市観光ビジョン策定学生懇談会」名簿

学 部	学 年	氏 名
天理大学人間学部人間関係学科	4年	岸田 紘太
〃 人間学部人間関係学科	4年	坂東 洋教
〃 文学部歴史文化学科	2年	黒田 小夜子
〃 文学部歴史文化学科	3年	高尾 裕紀
〃 国際学部外国語学科	1年	紀 珂
〃 短期留学生	—	麦 艶芬
〃 体育学部体育学科	4年	加藤 愛
〃 体育学部体育学科	4年	福井 仁美
〃 国際文化学部ヨーロッパ・アメリカ学科	4年	塚本 竜次
〃 国際文化学部ヨーロッパ・アメリカ学科	3年	鷲谷 みちこ

天理市観光ビジョン策定協力団体

天理市観光協会
天理市商工会
天理市4Hクラブ
天理市山の辺の道ボランティアガイドの会
天理ライオンズクラブ
天理青年会議所
奈良交通株式会社
天理大学

天理市観光ビジョン策定の経過

年月日	会議等	内容
平成22年5月31日	第1回天理市観光ビジョン策定学生懇談会	・懇談会の概略説明と進め方について ・資料の説明
平成22年6月9日	第2回天理市観光ビジョン策定学生懇談会	・現状と課題について ・観光客アンケートの内容について
平成22年6月29日	第3回天理市観光ビジョン策定学生懇談会	・これからの方向性について
平成22年8月10日	第1回天理市観光ビジョン策定検討委員会	・観光ビジョン策定の進め方について ・観光ビジョンの基本的方向性について
平成22年8月25日 ～9月24日	観光客意識調査	・天理市観光案内所及び天理市トレイルセンターにて1,500人を対象に実施
平成22年9月6日 ～9月21日	市民意識調査	・郵送調査法により20歳以上の市民1,500人を対象に実施
平成22年10月6日 ～10月18日	ヒアリング調査	・観光に関係する9団体等に実施
平成22年11月26日	第2回天理市観光ビジョン策定検討委員会	・アンケート調査結果について ・観光ビジョンの骨子について
平成23年1月26日	第3回天理市観光ビジョン策定検討委員会	・観光ビジョン(案)について
平成23年3月1日 ～3月30日	パブリックコメント	・観光ビジョン(案)について



天理市観光ビジョン

発行	天理市 環境経済部 観光課 〒632-8555 天理市川原城町 605 番地 電話 : 0743-63-1001 FAX : 0743-62-2880
発行年月	平成 23 年 (2011 年) 3 月
