

第2次吉野町

観光振興計画



令和7 (2025) 年3月

吉野町



ごあいさつ

このたび、多くの皆様のご協力を得て、本町の持続可能な観光地域づくりの指針となる第2次吉野町観光振興計画を策定しました。

目指すべき将来像を『世界が訪れる「吉野」～先人の想いを未来へ繋ぐ、「稼ぐ」通年型観光地への挑戦～』と定めています。

吉野の自然美、歴史、文化を最大限に活かし、地域と観光客が一体となり、さらに官民連携を実践しながら未来へ続く持続可能な観光地域づくりを目指すという想いを込めています。

私はあらゆることの基軸(根本・中心・基準)は「ひと」であり、今をつくり、未来をつくる「ひと」を中心に物事は成り立つと考えています。

観光業においても、主役は「ひと」です。先人が守り伝えてきた、営みのある風景《山(美林)、川、建築(神社仏閣、歴史ある町並み)、割り箸、紙漉き、樽丸(日本酒)など》を守りつつ、その価値を最大限伝えていくことで吉野の魅力を発信できる体制を整え、官民一体となって吉野のファンを増やしていきたいと考えています。

観光による地域経済の活性化こそ、観光資源の維持・発展、次世代を担う人材育成、ひいては地域社会の持続可能な発展に繋がります。

この素晴らしい資源を未来へ継承しつつ、日本のみならず世界中から多くの観光客が来訪する観光地を目指して参ります。

結びに、この観光振興計画の策定にあたり、貴重なご意見を頂きました町民の皆さま、観光業の関係者の皆さまをはじめ、ご審議いただきました観光振興計画策定委員会の皆さまならびにすべての関係各位に心から感謝を申し上げますとともに、今後とも吉野町の観光振興により一層のお力添えを賜われますようお願い申し上げます。

令和7(2025)年3月
吉野町長

中井 章太

目次

第1章 計画の概要	4
1. 策定の目的	4
2. 策定の背景	4
(1) コロナ禍前後の社会変化とインバウンドの現状	4
(2) 持続可能な観光意識の高まり	5
3. 計画の位置づけと計画期間	5
第2章 観光の動向と本町の現状・課題	8
1. 我が国の観光動向	8
(1) 統計調査	8
(2) 外部環境調査	9
2. 奈良県の観光動向	12
(1) 統計調査	12
(2) 外部環境調査	14
3. 吉野町における観光の現状	14
(1) 観光客動態調査	14
(2) ヒアリング調査	16
(3) 前回計画の取組結果	17
4. 現状と課題の整理	18
(1) 現状	18
(2) 課題	20
第3章 観光振興の方向性	22
1. めざすべき将来像	22
2. 目標値	22
3. 重要戦略	23
(1) 閑散期のインバウンド誘致	23
(2) 2次交通の整備	26
(3) マーケティング手法による施策の検討	28
(4) 公民連携での観光推進	29
第4章 基本方針・施策	32
1. 基本方針と施策体系	32
2. 重点施策	34
(1) 稼ぐ	34
(2) 整える	35
(3) 残す	36
第5章 推進体制と役割分担	38
1. 推進体制と役割分担	38
巻末資料	40

第1章

計画の概要

第1章 計画の概要

1 策定の目的

吉野町では、平成30(2018)年4月に「吉野町観光振興計画」(以下、「前回計画」といいます。)を策定し、観光を通じた地域創生を目指し、「通年型、滞在型、着地型」の観光地づくりを推進するとともに、様々な観光資源の活用と町民の誇りを醸成し、観光客へのおもてなしの強化に取り組んできました。また、前回計画では観光産業を地域経済の基幹産業と位置づけ、観光による経済波及効果を全地域に広げる戦略的な観光地づくりを進めました。

しかし、前回計画策定の翌年となる令和元(2019)年末から新型コロナウイルス感染症が猛威を振るい、世界的に渡航規制や行動自粛が求められるなど、観光産業に深刻な影響を及ぼしました。一方で令和7(2025)年現在では、インバウンドをはじめとする観光需要が増加する状況であると同時に、観光庁の「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」においては、世界基準の持続可能な観光地経営が求められるなど、この数年間で国内のみならず世界的に観光に対する考え方や意識が見直されています。

また、吉野町内ではかつてより観桜期がオーバーツーリズムとなる一方で、その他の時期は観光客の入れ込みが減少するなど、季節によって繁閑差が大きく異なります。その結果、宿泊施設や飲食店・土産物店などが通年で安定した収入を得ることが難しい状況となっています。そこで、観桜期以外における誘客ターゲットを設定し、通年を通して「稼ぐ観光地」を目指すことで、観光の力を地域経済の活性化につなげることが求められています。

このような観光に係る国際的な状況変化と町内の動向を踏まえた上で、吉野町における観光の現状を分析し、課題を解決するための計画として、「第2次吉野町観光振興計画」(以下、「本計画」といいます。)を策定しました。

本計画は、吉野町の観光振興における役割分担を明示し、「めざすべき将来像」を達成するための施策を実現可能な形で掲載しつつ、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」の「持続可能なマネジメント」、「社会経済のサステナビリティ」、「文化的サステナビリティ」、「環境のサステナビリティ」に取り組むことで、持続可能かつ世界基準の観光地域づくりを行うことを目的としています。

2 策定の背景

(1) コロナ禍前後の社会変化とインバウンドの現状

コロナ禍前後で観光を取り巻く社会は大きく変化しました。コロナ禍前は、インバウンド数が急増し、令和元(2019)年には3,188万人が訪日し、消費額は4.8兆円に達しました。しかし、令和2(2020)年には新型コロナウイルス感染症の影響で観光産業が大きく落ち込みました。インバウンド数は前年比で約87%減少し、同年は412万人まで減少しました。このようにコロナ禍ではインバウンド需要はほぼ消失し、あわせて国内旅行も大きな打撃を受け、旅行消費額は大幅に減少しました。

しかし現在、日本の観光はコロナ禍からの回復を遂げており、令和6(2024)年7月にはインバウンド数が約329万人と単月で過去最高値を記録し、令和元(2019)年7月比で110%に回復しました。令和6(2024)年1月から7月までの累計インバウンド数は約2,107万人で、この回復ペースが下半期も続けば、年間3,500万人規模のインバウンド数が想定されます。消費額も大幅に増加しており、令和6(2024)年4月から6月期のインバウンド消費額は約2.1兆円と過去最高を記録しました。

奈良県においても同様に、インバウンド需要は回復しています。これらの状況を踏まえ、県内の観光地では訪問者が地域の歴史や文化を体験できるプログラムを充実させ、かつ持続可能な観光地づくりを進めることで、さらなるインバウンドの増加を目指しています。

(2) 持続可能な観光意識の高まり

昨今の観光における世界的な潮流として、オーバーツーリズムによる環境破壊や地域社会への負担への懸念が挙げられる中、観光振興を活用して地域を持続的に作り上げていくための仕組みづくりが求められています。観光庁が令和2(2020)年に策定した「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」では、環境負荷の少ない観光、地域文化への理解と尊重、地域経済への貢献を重視した観光地域づくりに向けた、持続可能な観光地マネジメントへの取組方針が明記されています。

JSTS-Dを踏まえた「持続可能な観光地づくりに取り組む地域」数は増加傾向にあり、令和5(2023)年11月29日時点で31地域となっています。持続可能な観光の実現に向け、JSTS-D A1「デスティネーション・マネジメント(観光地経営)戦略と実行計画」に沿って地域の特性を活かした観光振興計画を策定し、地域全体で取り組むことが重要です。

3 計画の位置づけと計画期間

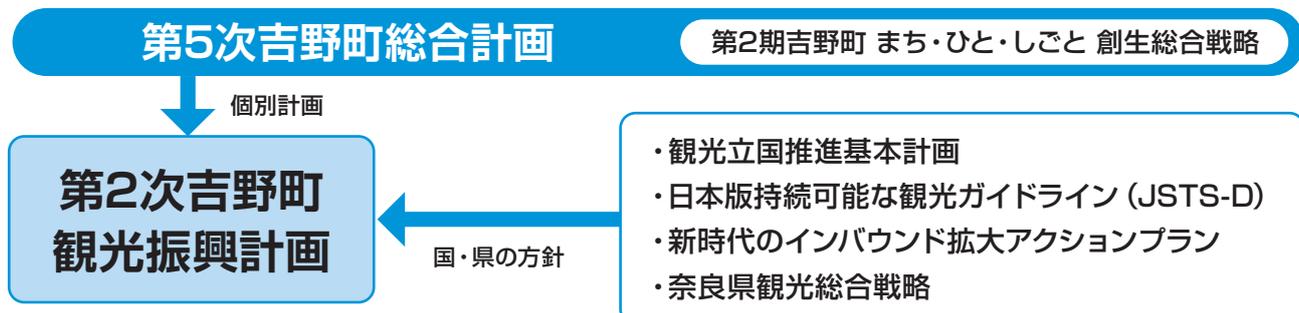
本計画は、吉野町における最上位計画「第5次吉野町総合計画」の『政策2 循環と発展をめざす吉野町』・「14 魅力あふれる観光の振興」を遂行するための個別計画として設定し、総合計画におけるまちの将来像「[ひと]がつながり [ひと]が輝き [ひと]が潤う 感動生まれる 吉野町」の実現を目指します。

また、人口ビジョンの達成を目的として策定された「第2期吉野町まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、『基本目標Ⅰ 多様な連携や民間活力の利活用により、地域経済を活性化し、安定した雇用を創出する』ための「基本方針② 基幹産業の強化による地域経済の活性化」に関連する計画となります。

本計画は令和7(2025)年度から令和11(2029)年度までの5年計画とし、施策の進捗状況や情勢の変化を考慮しながら、必要に応じて見直しを行います。

各種計画期間と主なイベント、及び本計画の位置づけ

令和3 2021	令和4 2022	令和5 2023	令和6 2024	令和7 2025	令和8 2026	令和9 2027	令和10 2028	令和11 2029
第5次吉野町総合計画 基本構想								
第5次吉野町総合計画 前期基本計画					第5次吉野町総合計画 後期基本計画			
第2次吉野町観光振興計画								
東京オリンピック・パラリンピック			世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」登録20周年	大阪・関西万博、日本遺産登録10周年	吉野町町制施行70周年	ワールドマスタースターズゲームズ2027 関西	近鉄吉野線全線開通100周年	世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」登録25周年



第2章

観光の動向と本町の
現状・課題

第2章 観光の動向と本町の現状・課題

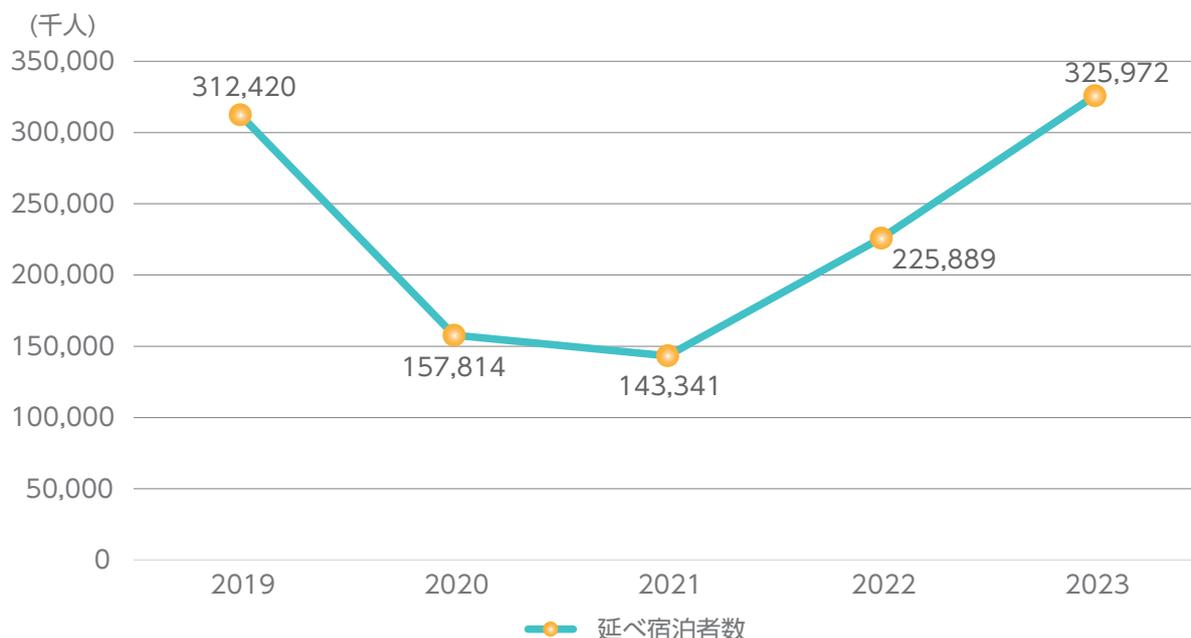
1 我が国の観光動向

(1) 統計調査

①観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設における延べ宿泊者数

コロナ禍の令和2(2020)年と令和3(2021)年における延べ宿泊者数は2億人を下回っていますが、令和4(2022)年から回復傾向になり、令和5(2023)年は3億人を超え、コロナ禍前の令和元(2019)年より宿泊者数が増加しています。

観光目的の宿泊者が50%以上の宿泊施設における延べ宿泊者数(各年12月31日時点)

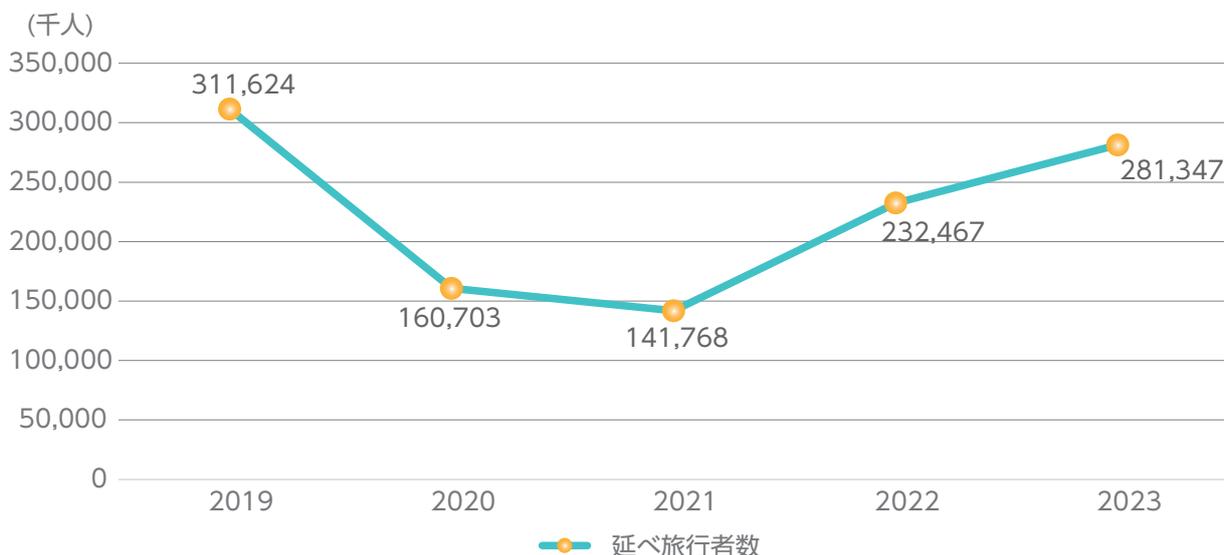


出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

②国内宿泊旅行における延べ旅行者数

国内宿泊旅行における延べ旅行者数はコロナ禍の令和2(2020)年と令和3(2021)年では2億人以下となっていますが、令和4(2022)年、令和5(2023)年には2億人を超えて、回復傾向にあります。

国内宿泊旅行における延べ旅行者数(各年12月31日時点)

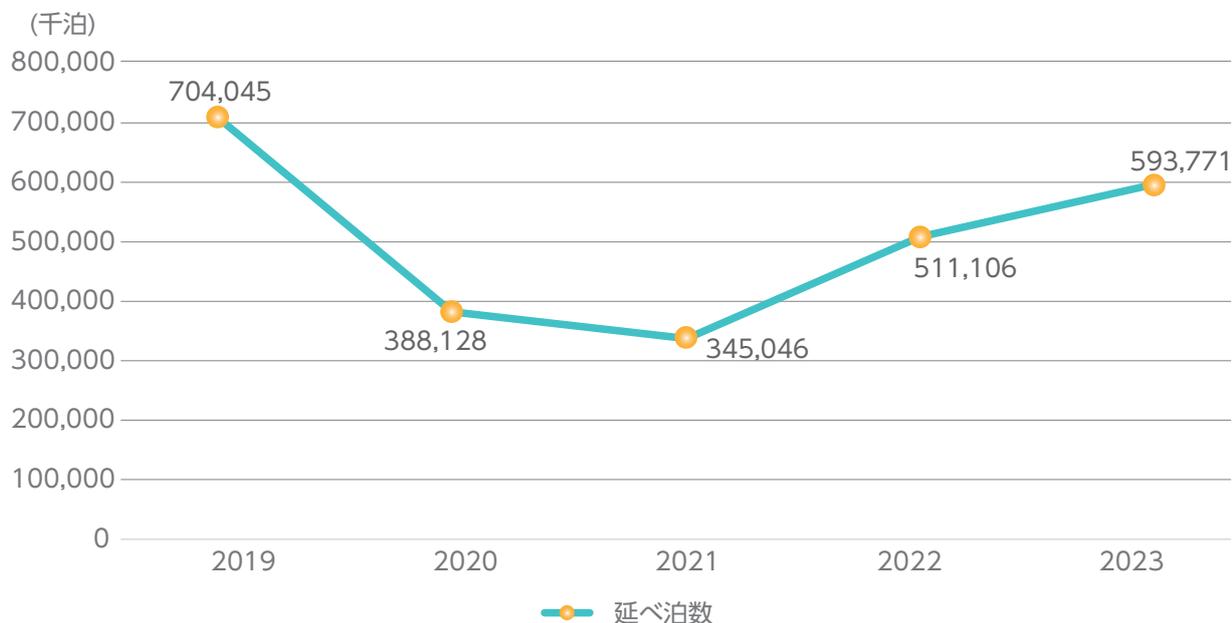


出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

③国内宿泊旅行における延べ泊数

国内宿泊旅行における延べ泊数はコロナ禍の令和2(2020)年と令和3(2021)年では4億泊を下回っていますが、令和4(2022)年と令和5(2023)年には5億泊を超え、回復傾向にあります。

国内宿泊旅行における延べ宿泊数(各年12月31日時点)



出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(2) 外部環境調査

①観光立国推進基本計画

観光庁の「観光立国推進基本計画」は、令和7(2025)年に向けて、コロナ禍からの回復と持続可能な観光の復活を目標としています。目標実現のため、「持続可能な観光地域づくり」、「インバウンド回復」、「国内交流拡大」の3つの戦略を掲げています。

持続可能な観光地域づくりでは、観光振興による地域社会・経済への好循環の創出、観光産業の収益力・生産性向上と従業員の待遇改善、そして地域住民の理解を得ながら自然・文化の保全と観光の両立を目指します。

インバウンド回復戦略では、消費額5兆円の早期実現を目標に、消費額拡大と地方への誘客促進、そしてアウトバウンド復活との相乗効果を重視した施策を展開します。

国内交流拡大戦略では、国内旅行の実施率向上と滞在期間の長期化、旅行需要の平準化、関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を目指します。

観光庁「観光立国推進基本計画」の基本的な考え方

計画の基本的考え方

- 新型コロナウイルス感染症による変化やコロナ前からの課題を踏まえ、大阪・関西万博も開催される令和7(2025)年に向けて、我が国の観光を持続可能な形で復活させる。
- 「持続可能な観光」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組む。

戦略

持続可能な観光地域づくり戦略

方針

- 1.観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する。
- 2.観光産業の収益力・生産性を向上させ、従業員の待遇改善にもつなげる。
- 3.地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる。

主な施策

- 1.観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 2.観光DX、観光人材の育成・確保
- 3.持続可能な観光地域づくりのための体制整備等

インバウンド回復戦略

方針

- 1.消費額5兆円の早期実現に向けて、施策を総動員する。
- 2.消費額拡大・地方誘客促進を重視する。
- 3.アウトバウンド復活との相乗効果を目指す。

主な施策

- 1.コンテンツ整備、受入環境整備
- 2.高付加価値なインバウンドの誘致
- 3.アウトバウンド・国際相互交流の促進

国内交流拡大戦略

方針

- 1.国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す。
- 2.旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る。

主な施策

- 1.国内需要喚起
- 2.ワーケーション、第2のふるさとづくり
- 3.国内旅行需要の平準化

出典：観光庁「観光立国推進基本計画」(令和5(2023)年3月31日閣議決定)

②日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)

観光庁の「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」は、日本人観光客だけではなく、インバウンドを集める観光地化を行うにあたって、世界基準の取組が示されているガイドラインとなっています。

本ガイドラインは、「住んでよし、訪れてよし」となる持続可能な観光地域づくりの実現を目的として、「持続可能なマネジメント」、「社会経済のサステナビリティ」、「文化的サステナビリティ」、「環境のサステナビリティ」の4テーマについて、観光地域が目指すべき指針が示されています。

観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」の基本的な考え方

計画の基本的考え方

- 環境負荷の少ない観光、地域文化への理解と尊重、地域経済への貢献を重視した「持続可能な観光地域」づくりを目指す。
- 多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づく総合的な観光地マネジメントを行うことで、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域を実現する。

施策の抜粋

A. 持続可能なマネジメント

現行のデスティネーション戦略・取組を公表していること。(A2.a)
リスクや危機管理について、地域内で情報を共有し、訓練を実施していること。(A11.d)

B. 社会経済のサステナビリティ

経済データの収集についての取組を行っていること。(B1.a)
地域の観光事業者による農産物等の地域特産物の購入やサービスの利用を推奨する取組があること。(B3.c)

C. 文化的サステナビリティ

文化資産の修復や保全の取組があること。(C1.b)
文化的な場所やその周辺で、観光による負荷に関する取組があること。(C6.b)

D. 環境のサステナビリティ

自然的な場所における来訪者管理について、ツアーオペレーターやガイドに向けた行動基準等があること。(D2.d)
エネルギー消費量の目標を公表し、促進していること。(D5.a)

出典：観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」(令和2(2020)年6月)

③新時代のインバウンド拡大アクションプラン

観光庁の「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」は、単に外国人観光客を呼び込むだけでなく、インバウンド需要をより深く根付かせることを目指す新たな戦略です。約80の施策を通して国際的な人的交流を深化させ、多様な分野での交流を促進することでインバウンドを着実に拡大することを目指します。

観光庁「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」の基本的な考え方

計画の基本的考え方

- これまでの「外国人観光客を呼び込む」という観点から更に視野を広げて、インバウンド需要をより大きく効果的に根付かせる方策を検討・取りまとめる。
- 約80の施策によって、国際的な人的交流を伴う取組の深化と掘り起しにより、インバウンドの着実な拡大を図る。

施策の方針

ビジネス分野

モノの流れだけでなくヒトの動きを促すことに注力し、日本を舞台とするビジネス交流の拡大を図りながら、国際的なビジネスネットワークの結束点として新たな価値の創造・発信と世界経済におけるプレゼンス向上を図る。

教育・研究分野

大学等の研究力の強化、海外の研究拠点の呼び込み、国際学会の積極的な開催・誘致を図り、日本の大学や研究機関のレベルアップと国際頭脳循環の推進を図る。留学生の受け入れ促進や教育の国際化により、教育分野の人的交流を促進する。

文化芸術・スポーツ・自然分野

文化芸術の国際発信強化とグローバル展開をビジネスの観点を取り入れつつ戦略的に進めるとともに、スポーツ産業の拡大に向けてビジネスの視点での施策を展開するほか、自然体験を楽しむ特色ある取組を全国各地で創出する。

出典：観光庁「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」(令和5(2023)年5月30日)

④道路運送法における許可又は登録を要しない運送に関するガイドライン

地域における移動資源の確保が困難となっている現状を踏まえ、令和6(2024)年に国土交通省から「道路運送法における許可又は登録を要しない運送に関するガイドライン」の通達がありました。バス・タクシーや自家用有償旅客運送の役割を補完する観点から、本ガイドラインでは許可・登録を要しない運送に関する考え方が以下のとおり整理されています。

I. 無償運送について

無償運送については、道路運送法による規制がなく、自由に行えます。また、無償運送なので運送を行える範囲に制限はありません。

その他、実費の対象として新たに保険料と車両借料を追加しました。

II. 宿泊施設及び介護施設への付随送迎

商店等への立ち寄りや観光スポットへの送迎も可能であることを明記しました。

III. ツアー及びガイドに係る付随送迎

ツアーやガイドに付随した送迎が可能であることを明記しました。

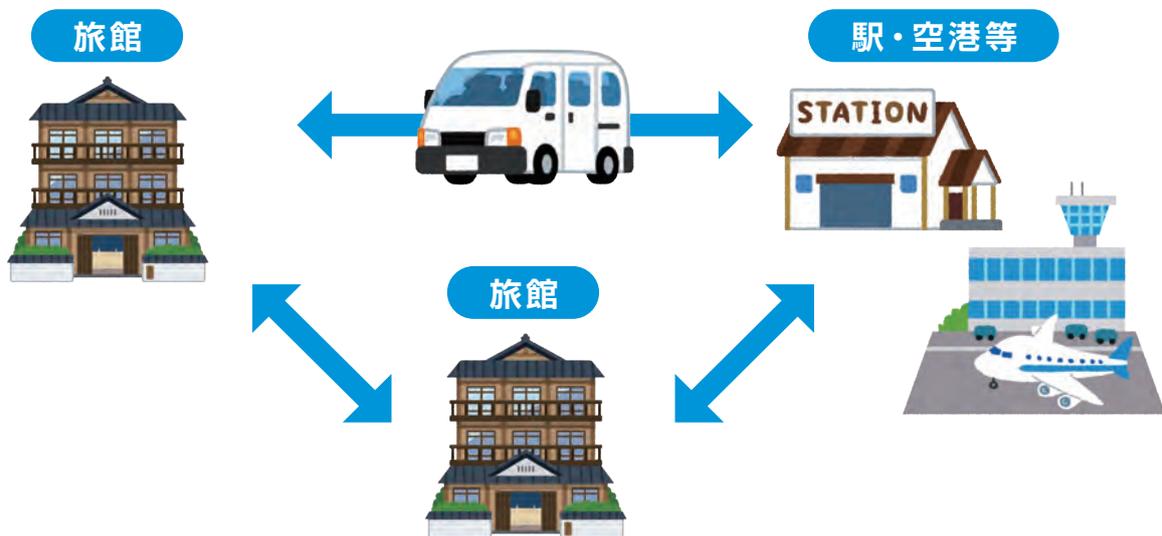
IV. 宿泊施設において、運送サービス有無による料金設定の差を設ける場合について

運送サービスの提供の有無によって料金に差を設ける場合、実費の収受が可能であることを明記しました。

V. 地縁団体による運送サービス

会費によって運営される運送サービスが可能であることを明記しました。

「II. 宿泊施設及び介護施設への付随送迎」のホテル・旅館組合による共同送迎の説明図



ホテル・旅館における共同送迎も可能

出典：国土交通省「地域交通における「担い手」「移動の足」不足への対応方策のカatalog」(令和6(2024)年7月)

2 奈良県の観光動向

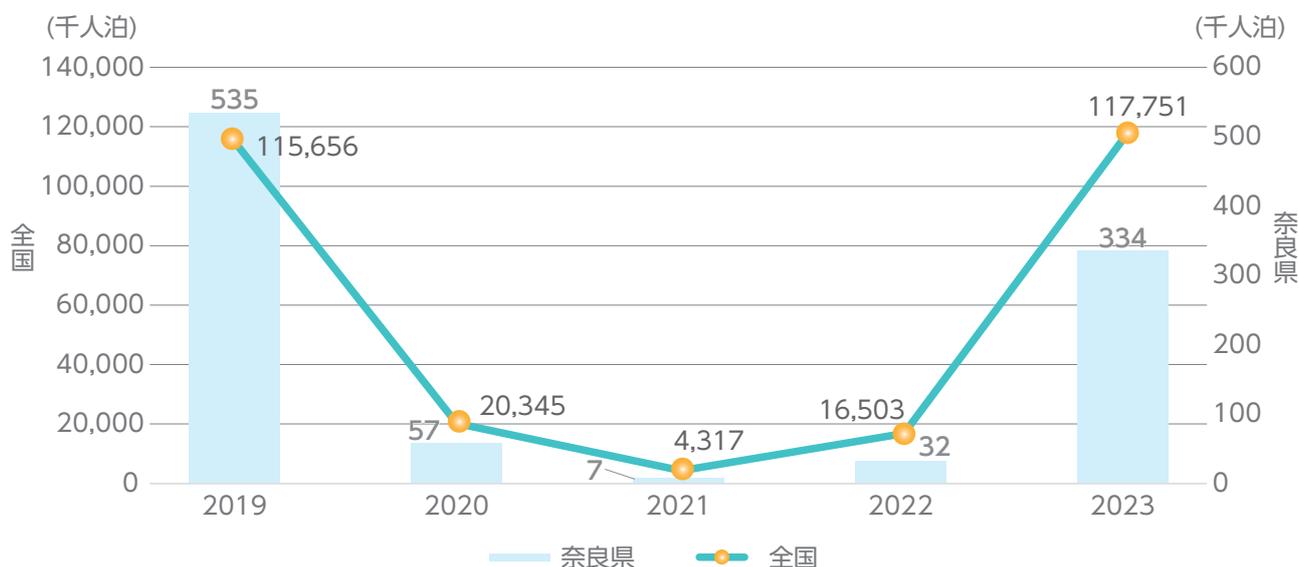
(1) 統計調査

①奈良県及び全国の外国人延べ宿泊者数

奈良県及び全国の外国人延べ宿泊者数はコロナ禍の令和2(2020)年と令和3(2021)年ではどちらもコロナ禍前の宿泊者数を大きく下回っていますが、令和5(2023)年には奈良県の外国人延べ宿

泊者数は300千人泊を超え、回復傾向にあります。また、奈良県の外国人延べ宿泊者数は全国の外国人延べ宿泊者数の推移とほぼ同じですが、令和5(2023)年の奈良県における外国人延べ宿泊者数は全国ほど増加していません。

奈良県及び全国の外国人延べ宿泊者数(各年12月31日時点)



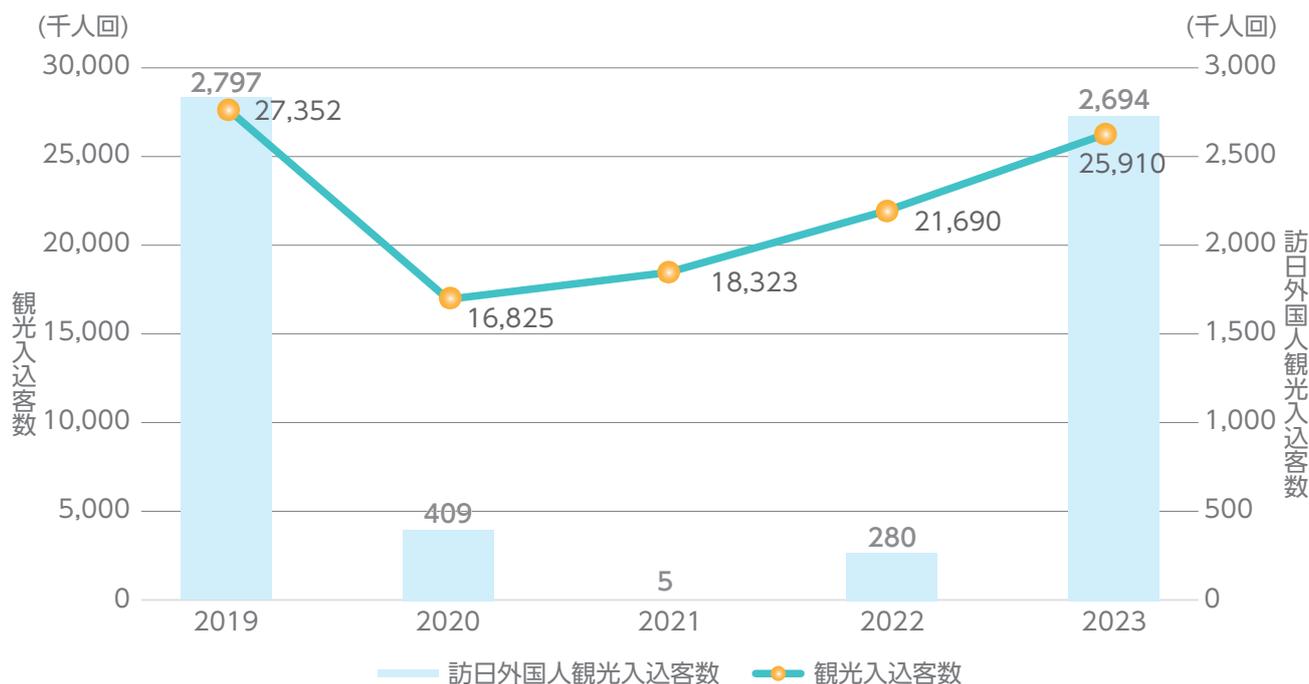
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

②奈良県の観光入込客数と訪日外国人観光入込客数

新型コロナウイルス感染症拡大のため、令和2(2020)年の訪日外国人観光入込客数の数値は1月から3月のみの掲載となっています。

奈良県の観光入込客数と訪日外国人観光入込客数は、コロナ禍の令和2(2020)年から令和3(2021)年までの期間で大きく減少しました。しかし観光入込客数は令和4(2022)年に21,690千人回、令和5(2023)年には25,910千人回を超え、訪日外国人観光入込客数は、令和5(2023)年に2,694千人回を超え、いずれも回復傾向が見られます。

奈良県の観光入込客数と訪日外国人観光入込客数(各年12月31日時点)



出典：奈良県「奈良県観光客動態調査報告書」

(2) 外部環境調査

奈良県「観光総合戦略」では、リニア中央新幹線開通を視野に入れつつ、実効性のある施策で奈良観光の将来像を描いています。「ここにしかない魅力」、「快適な滞在」、「選ばれる観光地」を柱に、自然・歴史・文化資源の活用、新たな観光コンテンツの創出、食の充実、宿泊環境の改善、多様な交通アクセス整備、県内周遊の促進、情報発信の強化、国際的なブランド力向上などを通して、国内外から繰り返し訪れたいと思わせる魅力的な観光地を目指します。

奈良県「観光総合戦略」の基本的な考え方

計画の基本的考え方

- リニア中央新幹線の奈良市附近駅の設置という長期の視点を持ちつつ、当面の実効性ある具体的施策として策定する。
- 大きな社会変化も見据えつつ、長期的に本県観光が目指すべき姿を整理する。
- 長期的に目指す姿の実現に向け本県が取り組んでいくべき施策を示した総合戦略を策定する。

施策の方針

「ここにしかない魅力であふれる観光地・奈良」

- ①自然・歴史・文化資源の保存・活用を通じて、悠久の歴史を感じられるとともに、長きにわたり守られてきた建築物などを通じて持続可能な社会の在り方を知り学べる奈良が実現。
- ②新たな魅力が次々に生み出され、観光客が幅広く楽しみ、癒される奈良が実現。
- ③奈良ならではの魅力的なイベントや体験メニューを、四季を通じて楽しめる奈良が実現。
- ④奈良のおいしい「食」が充実し、「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」

- ①宿泊施設が質・量ともに充実するとともに、県内観光や近隣府県への周遊拠点として確立された、泊まりたい奈良が実現。
- ②多様な観光客に配慮した受入環境や古都にふさわしい良好な景観が整備され、心地よく滞在できる奈良が実現。
- ③リニア中央新幹線の奈良市附近駅まで来訪した方が多様な交通サービスと観光地への良好なアクセスにより、県内各地を円滑に周遊することのできる奈良が実現。
- ④あらゆる主体が効果的に連携・協議し、観光客・地域住民双方が満足する、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」

- ①奈良の多様な魅力の発信により、国際的にも奈良のブランドが確立・認知。
- ②多くの人が自然・歴史・文化、食、イベントなどを、四季を通じて楽しみ、リピーターとして何度でも訪れたい観光地・奈良が実現。

出典：奈良県「奈良県観光総合戦略」(令和3(2021)年7月)

3 吉野町における観光の現状

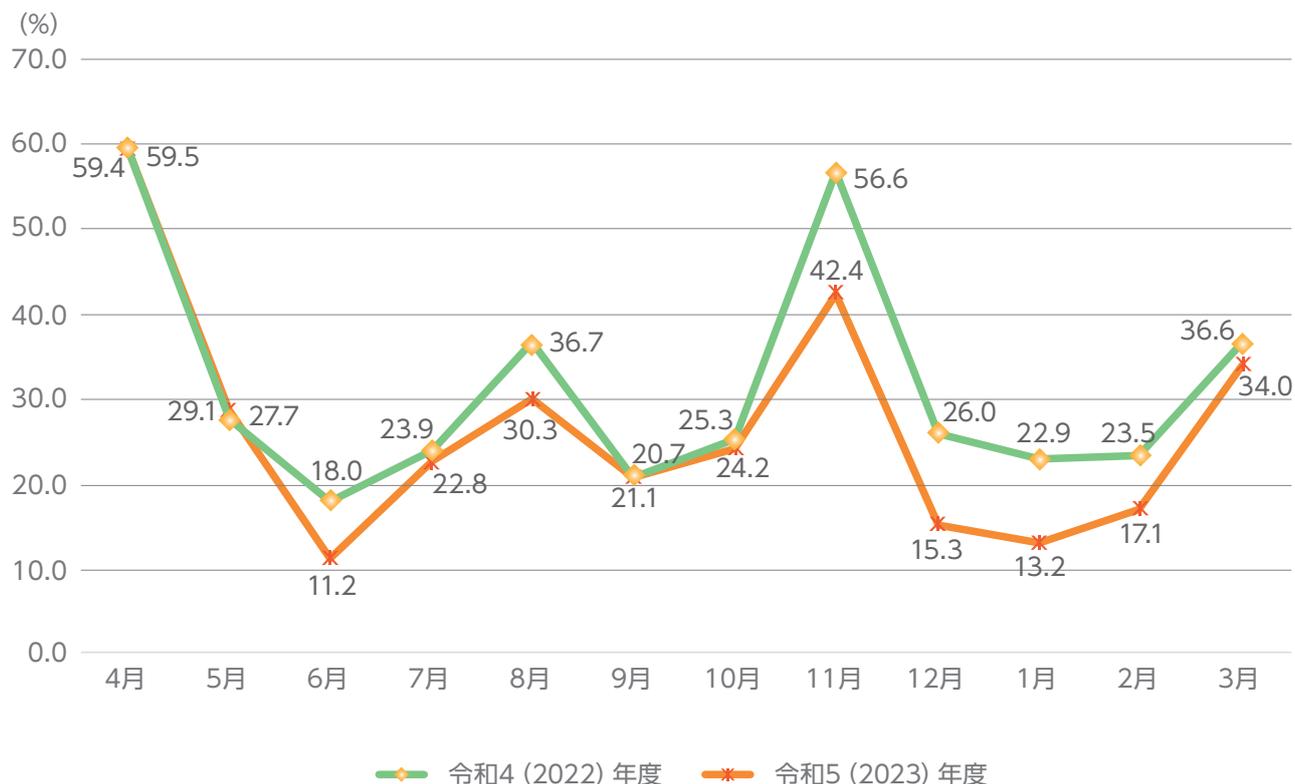
(1) 観光客動態調査

① 町内宿泊状況

令和4(2022)年の吉野町における宿泊施設稼働率は、4月は59.5%、11月が56.6%、令和5(2023)年では、4月は59.4%、11月が42.4%となっており、それぞれ桜、紅葉の見ごろを迎えるシーズンが繁忙期となっています。

一方で宿泊施設稼働率の低い時期を見ると、令和4(2022)年では6月が18.0%、9月が20.7%、令和5(2023)年では6月が11.2%、9月が21.1%、12月が15.3%、2024(令和6)年1月は17.1%、2月は13.1%となっています。

吉野町における宿泊施設稼働率 (令和4 (2022) 年～令和5 (2023) 年)



出典：吉野ビジターズビューロー「宿泊データ分析システム」(令和4 (2022) 年～令和5 (2023) 年)

②吉野町への来訪目的

吉野町への来訪目的として、「自然景観 (風景)」、「名所・旧跡 (史跡、神社仏閣)」、「グルメ」が上位となりました。詳細は以下のとおりです。

吉野町への来訪目的 (令和5 (2023) 年6月～令和6 (2024) 年11月)

順位	来訪目的	回答数
1	自然景観 (風景)	439
2	名所・旧跡 (史跡、神社仏閣)	421
3	グルメ	189
4	買物 (お土産)	118
5	温泉	98
6	観光・文化施設 (資料館など)	95
7	ハイキング・トレッキング	87
8	目当ての宿泊施設 (旅館、民宿及びゲストハウス等) に宿泊	61
9	イベント・祭り	56
10	文化・レジャー体験	24

出典：吉野ビジターズビューロー「吉野町観光アンケート」(令和5 (2023) 年6月～令和6 (2024) 年11月)

③次回吉野町来訪時にやりたいこと

次回吉野町来訪時にやりたいこととして、「自然景観 (風景)」、「名所・旧跡 (史跡、神社仏閣)」、「グルメ」が上位となりました。詳細は以下のとおりです。

次回吉野町来訪時にやりたいこと (令和5(2023)年6月～令和6(2024)年11月)

順位	やりたいこと	回答数
1	桜や紅葉など自然景観を楽しみたい	572
2	名所・旧跡(史跡、神社仏閣)めぐりがしたい	438
3	吉野名物(柿の葉寿司・吉野葛スイーツなど)食べ歩きがしたい	394
4	おいしい吉野ならではのグルメが食べたい	392
5	温泉やお風呂を楽しみたい	298
6	吉野ならではの特産品などお土産のお買い物がしたい	267
7	ハイキング・トレッキングがしたい	226
8	目当ての宿泊施設(旅館、民宿及びゲストハウス等)に宿泊したい	173
9	歴史文化・街並み・自然散策ガイドツアーに参加したい	171
10	修行体験、手すき和紙体験や柿の葉寿司づくり体験等の文化体験がしたい	164
11	イベント・祭り等の行事に参加したい	142
12	桜の植樹など、吉野のまちづくり系イベントやボランティアに参加したい	78
13	川や湖でアクティビティを楽しみたい	72
14	サイクリングがしたい	64
15	地域住民と交流したい	55

出典：吉野ビズターズビューロー「吉野町観光アンケート」(令和5(2023)年6月～令和6(2024)年11月)

(2) ヒアリング調査

① ヒアリング概要

吉野町内の観光事業関係者を対象に以下の内容でヒアリングを実施しました。

- 日程：令和6(2024)年10月16日(水)から令和7(2025)年1月14日(火)
- ヒアリング対象事業者：町内観光関連団体及び町内事業者 計7団体
- ヒアリング実施方式：対面聞き取り、オンライン
- 主なヒアリング内容：吉野町における観光に関する動向・課題・意見・提案等について

② ヒアリング結果

各団体へのヒアリングから、吉野町の観光に関する課題として、町内の2次交通の整備、通年型観光の開発、閑散期におけるお土産品店や飲食店等の営業、観光協会間の連携、一部事業者や観光協会における担い手不足の解消が求められていることが分かりました。さらに、近年増加傾向にあるインバウンドへの対応力向上や既存インフラの見直しも今後必要であると考えられます。

ヒアリングで抽出した吉野町の観光振興における問題点

2次交通	吉野駅や大和上市駅からの2次交通が十分に整備されていない。 吉野町内を運行しているデマンドバスの使い方がわかりにくい。
閑散期の観光	繁忙期である春の桜の開花シーズン以外は休業している観光客向けの店舗が多い。 4月や11月は吉野山に観光客が集中している。また、8月はリバーフィールドよしのにBBQを行う観光客が集まっているが、上市地区やその他観光地への回遊はしていないと思われる。
人材不足	イベント運営時の役員の負担が大きく、積極的にイベントを企画するインセンティブが少ない。 人材不足により効果的な情報発信を十分に行えていない。 人材や、財源、アイデア不足のため、観光協会の運営に苦慮している。 観光協会加入者の平均年齢が高く、次世代の担い手が少ない。 飲食店の働き手が減少し、吉野町内で夕食を提供している店舗が少ない。
インバウンド	インバウンドへの観光案内や説明において、多言語対応ができていない。
インフラ	吉野山地区では狭あい道路が多く、車同士のすれ違いが困難になっている。 観光客向けの伝統文化体験事業において、実際に伝統文化産業を行う事業所では、観光客を多数受け入れるほどの広さが確保できない。また、町内に体験専門の施設が存在しない。 公衆トイレや駐車場などの観光客向けの施設の整備が十分でない。
その他	事業者不足や人材不足を町内の人々だけで解決することは難しい。

(3) 前回計画の取組結果

前回計画は「何度も訪れたいくなる通年型観光地（滞在地）「吉野」の新しいツーリズムの創生」を推進コンセプトとして、観光による吉野町の地域創生を目指し、平成30（2018）年4月に策定されました。

① 前回計画の概要

I. 推進コンセプト

何度も訪れたいくなる通年型観光地（滞在地）「吉野」の新しいツーリズムの創生

II. 基本方針

1. 吉野町の資源・人財を活かした新たな魅力の創出
2. 新たな顧客の取込による滞在客（宿泊客）増加と情報発信強化
3. 「吉野町の次世代ツーリズム」ブランドの構築
4. 吉野町の観光地マネジメントを推進する組織の強化と人財の育成

② 前回計画の実施結果

前回計画は、令和元年以降の新型コロナウイルス感染症拡大の影響を大きく受けたものの、成果が出た施策がありました。一方で実施できなかった施策についても、現状の観光動向を踏まえた上で、本計画にて継続して取り組むべき内容があります。

前回計画の成果

● 首都圏での告知実施

世界遺産登録20周年記念事業の一環としてシンポジウムを開催するほか、まほろば館と連携した講演会や写真展などを実施し、積極的なプロモーション活動を行っています。

● 地域DMOの設立

観光マネジメントを推進する組織として、地域DMO「吉野ビジターズビューロー」を設立しました。

● 観光情報サイト・アプリの創出

ポータルサイト「よしのーと」や公式アプリ「めぐる吉野」を作成し、情報発信体制を強化しました。

● 観光案内所の整備

観光案内所を近鉄吉野駅改札口前に新設しました。また、あわせて観光案内所を大和上市駅前にも再整備しました。

継続して取り組むべき施策

● インバウンドへのプロモーション

イギリス、フランス等を対象としたメディアファムを実施しました。今後は、明確なマーケティングに基づきPRを行う必要があります。

● 町内観光データベースの構築

吉野VBにて宿泊データ分析システムを導入しました。しかし、詳細な観光データを、より多くの宿泊施設から収集してデータ分析を行う必要があります。

● 閑散期の宿泊促進

通年型観光地を目指すため、引き続き観光の閑散期における宿泊促進が必要です。

● 観光客向け2次交通の整備

町内での新規2次交通の導入に関して、実証実験を行いました。引き続き2次交通の導入検討を進めて行く必要があります。

4 現状と課題の整理

前述の観光動向や調査結果から、国内及び吉野町の観光振興における現状と課題を整理しました。

(1) 現状

① 国内及び吉野町のインバウンド観光需要は回復傾向にある

I. 国・県の動向

国は「観光立国推進基本計画」に基づき、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略を掲げています。奈良県も「奈良県観光総合戦略」で、長期的な視点での観光振興を目指し、魅力ある観光地づくり、快適な観光地づくり、選ばれる観光地づくりに取り組んでいます。コロナ禍からの回復傾向も追い風となっています。

II. 吉野町内の動向

吉野山では特に秋のインバウンド増加が顕著です。津風呂湖では中国・韓国からの富裕層の釣り客が増加傾向にあります。また、国栖の里では、伝統工芸体験でのインバウンド需要増加が見られます。しかし、観光客は特定の時期と場所に集中しており、町全体への波及効果は限定的です。

② 吉野町外から吉野町への公共交通は充実している一方で、吉野町内の2次交通が不足している

吉野町内へのアクセスは鉄道等で確保されている一方で、町内各観光拠点への移動手段が不足しており、観光客の周遊を阻害しています。

特にヒアリング調査では、ほとんどすべての観光関連団体から町内2次交通の整備が課題として挙げられています。具体的には、吉野山では閑散期において公共交通の供給が不足しており、国栖の里・宮滝地区では大和上市駅からの2次交通の便数が少なく、津風呂湖・龍門地区へは2次交通が存在しないという現状があります。

③インバウンドが増加する中、受入環境の整備が追い付いていない

インバウンド向けの多言語表記や案内が不足しています。また、現金払いのみの対応店舗も多く、キャッシュレス決済への対応が遅れています。

夜間に営業している飲食店が少ないため、インバウンドの夕食及び夜の街歩きに関するニーズに対応できていません。また宿泊施設においては、人材不足のため夜の食事提供が負担となっています。

④観光の閑散期における店舗や宿泊業者の休業が目立つ

吉野山の飲食店や土産物店では繁忙期のみ営業を行う店舗が複数存在し、年間を通じた観光客の誘致が困難です。また宿泊施設についても繁忙期のみ営業の施設があり、閑散期の宿泊キャパシティが少ない状況です。

⑤観光客受入のためのインフラ整備が不足している地域がある

吉野山では主要道路が狭く、車のすれ違いが困難な箇所があります。また、中千本・上千本地区は駐車場数自体が少ない状況となっています。

津風呂湖では、公衆トイレが老朽化しています。また、週末を中心に駐車場のキャパシティが不足することがあります。

⑥地域観光データの収集方法が統一されていない、収集データ数が十分ではない

複数の宿泊施設から各種宿泊データの提供が行われており、吉野ビジターズビューローでは宿泊データ分析システムを導入しました。

ただし宿泊施設は国・県・吉野町の3組織に対して、異なるフォーマットにて宿泊データを提供しないといけなため、事業者の負担が大きく、結果としてデータが十分に提供されておらず、精度の高いマーケティングが行えていません。

(2) 課題

吉野町の観光に関する現状を分析した結果、観光振興における6個の課題として「各観光地への2次交通整備」、「インバウンドへの対応力向上」、「閑散期の観光力向上」、「人材不足の解消」、「インフラの整備」、「効率的・効果的なデータ収集の実施」が生じていることが分かりました。詳細は以下のとおりです。

各観光地への2次交通整備

町内の2次交通整備は前回計画策定時から検討が続いており、各観光地にアクセス可能となるような整備が求められています。具体的には、吉野駅から吉野山地区へ、そして大和上市駅から国栖の里・宮滝地区や、津風呂湖・龍門地区への公共交通整備が課題です。

既存のデマンドバスの利便性向上や、宿泊施設が保有するマイクロバス等の活用の検討、及び新規交通を導入する際には、環境に配慮したモビリティの導入が必要です。

インバウンドへの対応力向上

飲食店におけるメニューの多言語表記や、土産店・観光施設における多言語案内が課題となっています。また、インバウンドが求める伝統文化体験メニューを構築した上で、そのメニューについても多言語対応サイト等への掲載が求められます。

その他に、インバウンドをはじめとする多様な観光客が支払いに困ることの無いように、クレジットカードや電子マネー、QRコードなど、より多くの決済手段への対応が必要です。

閑散期の観光力向上

観桜期を終えた5月中旬～6月や、夏休みシーズンを終えた9月、冬季の12月～2月は観光閑散期となります。

今後は、閑散期においても訪町可能性のある潜在顧客に向けたPRを行うと同時に、訪れた観光客が観光を楽しむように、通年で営業する店舗や宿泊施設の増加、体験事業の整備が必要です。

人材不足の解消

吉野町では、人口減少・少子高齢化が著しく進んでいます。

観光協会の担い手不足は深刻であり、組織のスリム化・効率化や、会員増加のための体制・仕組み構築が必要です。また、伝統産業や観光関連事業者の担い手も不足しているため、吉野町における観光関連産業の持続可能性を高める必要があります。

インフラの整備

多様な観光客を受け入れるために、中・長期的にインフラの整備が必要である地区があります。

津風呂湖・龍門地区においては、駐車場、トイレなどの観光客向け施設の改修・整備が必要です。

また、吉野山では交通インフラの整備が求められます。

効率的・効果的なデータ収集の実施

町内データのサンプル数を十分に確保するため、統一的なデータ収集方法を確立した上で、全て宿泊事業者から負担のないように町内観光データを収集する必要があります。

また、収集したデータを継続的に分析し、詳細なマーケティングを行うための土壌整備もあわせて行う必要があります。

第3章

観光振興の方向性

第3章 観光振興の方向性

1 めざすべき将来像

世界が訪れる「吉野」

～先人の想いを未来へ繋ぐ、「稼ぐ」通年型観光地への挑戦～

吉野の自然美、歴史、文化を最大限に活かし、地域と観光客が一体となり、さらに公民連携を実践しながら未来へ続く持続可能な観光地域づくりを進めていきます。この観光地域づくりを推進することで、観光による経済効果を地域経済の活性化、観光資源の維持・発展、次世代を担う人材育成、ひいては地域社会の持続可能な発展に繋げることを目的とします。

先人が築き上げた豊かな自然と文化を将来世代へ継承しつつ、インバウンド誘致を見据えた国際的な観光地を目指していくことが、吉野町の観光地域づくりによる挑戦です。

さらに、閑散期の誘客を進めることで、季節性を抑えた通年型観光地を目指します。これにより、観光地としての「稼ぐ」力を高め、体験施設や飲食店、土産物店などをはじめとした地域の事業者にも経済効果がもたらされます。あわせて、企業誘致の機運が高まっている現状を活用し、公民連携で地域の基盤を強化していきます。

また、稼ぐ観光地を目指すためには、詳細な町内観光データの収集と分析が不可欠です。観光客の動向やニーズを各事業者のデータから把握し、その分析結果に基づいた最新の観光戦略を継続的に立案することで、より効果的な観光振興を実現します。

吉野町における観光の拠点である吉野山の桜・神社仏閣はもちろんのこと、国栖の里・宮滝地区の伝統文化・歴史や、津風呂湖・龍門地区の自然・アクティビティを活かし、また夏季における上市地区の集客ポテンシャルを十分に活用し、広域的な観光振興を推進します。

これらの取組を通じて、国内のみならず世界中の人々が訪れたい魅力的な観光地「吉野」を目指します。

2 目標値

持続可能な観光地域づくりを推進するためには、観光による経済効果を具体的に把握することで、地域の発展につなげることが不可欠です。観光は地域経済に多大な影響を与える可能性を秘めており、その効果を最大限に引き出すためには、明確な目標設定とその達成状況の継続的な評価が重要です。そこで、次項の目標値を設定し、観光振興の進捗を定量的に評価することで、地域の持続可能な発展を支える基盤を築きます。

各指標における令和5(2023)年度現状値及び令和11(2029)年度目標値

指標(年度)	令和5(2023) 年度 現状値	令和11(2029) 年度 目標値	出典
観光客入込客数	628千人	1,100千人	吉野町 観光客入込客数調査
延べ宿泊者数 ※宿泊者数は1月～12月にて抽出	27千人	70千人	奈良県宿泊統計調査
延べインバウンド宿泊者数 (実インバウンド宿泊者数) ※宿泊者数は1月～12月にて抽出	1,541人 (926人)	5,000人 (3,000人)	
1人1回当たりの宿泊費	1.9万円	2.4万円	吉野VB 宿泊データ分析システム
インバウンド1人1回当たり 町内旅行支出額 (インバウンド町内旅行単価)	4.3万円	5.4万円	吉野VB 宿泊データ分析システム 及び 観光庁 インバウンド消費動 向調査を基に試算
インバウンド宿泊旅行消費額	0.4億円	1.6億円	

観光客入込客数は、コロナ禍前の令和元(2019)年度は1,120千人でしたが、令和5(2023)年度では628千人となっています。コロナ禍以前の水準への回復を目指し、目標値を1,100千人と設定します。

延べ宿泊者数は、コロナ禍前の令和元(2019)年度は63千人でしたが、コロナ禍における大規模宿泊施設の閉業の影響を受け、令和5(2023)年では27千人となっています。今後は新規宿泊施設開業を見据え、コロナ禍以前の水準への回復を目指し、目標値を70千人と設定します。

延べインバウンド宿泊者数は、気候の良い閑散期におけるインバウンド誘致策を実施することで、5,000人を目標とします。

また吉野町内の広域的な宿泊を推進し、泊数増加を目指すことで、1人1回当たりの宿泊費の目標値は2.4万円を目指し、あわせて町内旅行単価及び町内旅行消費額の増額も目指します。

吉野町町制施行70周年や、ワールドマスタースゲームズ2027関西、近鉄吉野線全線開通100周年、世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」登録25周年など、予定されているイベントを踏まえながら、4つの重要戦略と3つの基本方針を基に施策を展開し、目標値の達成を目指します。

3 重要戦略

吉野町の観光振興においては、更なる発展のために解決すべき複数の課題が存在します。本計画では、持続可能な観光地経営の実現を目指し、以下の重要戦略を軸に、各種施策を展開します。

(1) 閑散期のインバウンド誘致

① 背景

吉野町の宿泊施設稼働率は、2023(令和5)年4月の観桜期が59.4%であったのに対して、6月は11.2%、9月は21.1%、12月は15.3%、2024(令和6)年1月は17.1%、2月は13.1%となっています。このように、吉野町では、気温が下がり降雪も生じる12～2月の宿泊稼働率は低い傾向にある一方で、6月および9月は気候のよい観光シーズンであるにもかかわらず観光閑散期となっています。この顕著な季節的偏在は、観光関連事業者の経営の不安定化を招き、持続可能な観光地経営を阻害する要因となっています。年間を通じた安定的な観光客誘致を実現し、観光振興による地域経済の活性化を図るためには、観桜期以外の時期にも誘客を促進することが不可欠です。

特に、近年増加傾向にあるインバウンドは、国内観光客に比べて消費単価が高く、閑散期の誘客促

進に加え、観光収入の増大にも大きく貢献する可能性を秘めています。これにより、経済的な側面から吉野町の観光振興を推進します。

②目的

I. 4月以外の観光客平準化

閑散期におけるインバウンドの誘致促進を通じて、年間を通じた観光客の平準化を図り、宿泊施設や、飲食店、その他観光関連産業の稼働率の安定化を図ります。はじめに気候のよい観光シーズンであるにもかかわらず観光閑散期となっている6月、9月の宿泊稼働率向上を目指し、その後は他の月においても宿泊稼働率の向上を目指します。

II. 稼ぐ観光地域づくり

インバウンド誘致による観光収入の増大は、地域の経済基盤強化に大きく貢献します。これにより、宿泊事業者のみならず、飲食店や土産物店の小売業から、木材加工業などの製造業、伝統文化産業に至るまでの経済効果(シャワー効果)が期待されます。経済効果による収益の安定化が図られることで、各産業への若者や新規事業者の参入を促進し、持続可能な観光地経営の実現を目指します。

③取組

I. ターゲット国へのPR強化と集中的な誘致

気候が良いにもかかわらず吉野町の観光閑散期となっている6月、9月に誘致が見込める国・地域を選定し、そのターゲット層に合わせた効果的なPRを、吉野ビジターズビューローが主体となって実施します。ターゲットを選定する際には、中国の「春節」(1月下旬～2月中旬)や、タイの「ソンクラーン」(4月中旬)、アメリカの学校における夏季休暇(6月～8月)、またフランスでは「faire le pont」(橋をかける)という習慣があり、5月は複数の祝日があるため連休とする傾向があるなど各国の休暇状況を加味することが重要です。

現時点では、6月から夏季休暇が始まるアメリカ、9月まで夏季休暇が続くイギリスをターゲット国として設定したPRの展開が効果的だと考えられます。ただし、今後は吉野町に訪れる潜在可能性のあるインバウンドをより詳細にターゲティングするために、「3.重要戦略(3) マーケティング手法による施策の検討」を進める必要があります。このデータ分析及びターゲティングについては、吉野町の観光マーケティング旗振り役となる吉野ビジターズビューローが進めます。データ分析のもととなる町内観光データについては、町内事業者主導でデータ収集・共有を行います。

なお6月の宿泊施設稼働率を30%、9月の宿泊施設稼働率を30%に引き上げることを目指すと、1日あたりインバウンド宿泊者数を6月は29人、9月は14人増加させる必要があります。仮にこれを達成すると、吉野町内の総宿泊費は2か月合計で約2,450万円増加します。

また国の統計調査より、アメリカやイギリス、フランスからのインバウンドが訪れると仮定すると、宿泊費に対して49.0%を飲食費に、34.2%を土産等の買物代に、9.1%をレジャー等の娯楽費に使用することが分かっています。このように、閑散期においてインバウンドを積極的に誘致することで、大きな経済波及効果を生む可能性があります。

閑散期のインバウンド誘致が生み出す総宿泊費の試算



また、インバウンドが情報を容易に仕入れられるように、宿泊事業者や飲食店などの各事業者はGoogle Business Profile¹の登録や店内の多言語対応を進めることが求められます。

II. インバウンドや富裕層向けの伝統文化体験事業の構築

アメリカやイギリス、フランスをはじめとした欧米豪諸国からの訪日客は、日本国内の地方エリアの観光コンテンツとして「その土地ならではの文化」を求める傾向があります。そこで消費単価の高いインバウンドや富裕層向けの伝統文化体験事業を、個々の事業者が主体となって構築することで「稼ぐ」観光を推進しつつ、インバウンドの満足度向上を図ります。具体的には、柿の葉寿司や葛菓子作りなどの伝統食文化や、製箸や手すき和紙作り、木工体験などの伝統産業の体験事業を、吉野ビジターズビューローが主体となって実施します。体験事業の構築に際しては、既存の概念に囚われず、価格設定を見直し高付加価値化を目指します。なお、事業者の本業に影響の出ない時期において集中的に体験事業を実施します。

また、欧米豪からのインバウンドは情報収集媒体Tripadvisor²を活用する傾向があるため、事業者主導でTripadvisorへの伝統文化体験事業掲載を進めます。

III. 泊食分離³の推進

宿泊施設と地域飲食店が連携して泊食分離を推進することで、地域として観光客の多様なニーズに柔軟に対応することが可能です。泊食分離の推進により地域の飲食店に観光客が訪問しやすくなることで地域経済の活性化が図られます。また、人手不足の宿泊施設において食事提供に関わる業務を減らすことができます。

泊食分離の担い手となり得る飲食店は、吉野町内の飲食店のみならず、町外の事業者誘致も検討します。

④各取組の役割分担

上記の取組における役割分担と各主体の取組内容は次項のとおりです。

¹ Google検索やGoogleマップにビジネス情報を掲載できるツールのこと。オーナーが自社の情報を管理し、顧客との接点を増やすことに寄与する。

² 毎月8億人の旅行者が利用する世界最大級の旅行プラットフォームのこと。世界49の国と地域において、800万件以上の宿泊施設、飲食店、観光施設等に関する口コミと評価が登録されている。

³ 食事提供がない宿の宿泊者が、他の宿の食事や飲食店を自由に選択できる仕組みのこと。宿泊客は各自の嗜好に合わせて食事をとることが可能となり、宿泊施設は食事提供における人員負担を軽減することができる。観光庁は、宿泊施設の生産性向上を地域連携によって目指す取組の一環として泊食分離を推進している。

閑散期のインバウンド誘致における役割分担

取組主体	ターゲット国へのPR強化と集中的な誘致	インバウンドや富裕層向け伝統文化体験事業の構築	泊食分離の推進
吉野町	関連事業への支援	多言語対応案内導入の補助	地域住民との合意形成、企業誘致時の空き店舗活用斡旋
吉野VB	ターゲット国の選定、ターゲット国へのPRコンテンツ作成・発信、SNS広告の作成、各層DMO等との連携したPR実施	伝統文化体験事業の掲載補助、多言語による情報発信・予約受付、体験事業者育成支援	宿泊施設予約者への店舗紹介や食事付きプラン紹介、予約動線の検討・確保
観光協会	インバウンド向けイベント運営	伝統文化体験事業の企画・運営	事業者への周知、プラン造成支援、情報発信
事業者	多言語対応の強化(翻訳機の活用、メニューの多言語化など)、SNSでの情報発信、Google Business Profileの登録・最新化、キャッシュレス決済の導入、口コミサイトへの返信	多言語対応の強化(翻訳機の活用、メニューの多言語化など)、伝統文化体験事業構築・提供、高付加価値商品・サービスの開発、Tripadvisorなどの旅行コミュニティサイトへの登録	宿泊事業者と飲食店が連携したプラン作成、飲食店の紹介・斡旋
住民	通訳・ガイド業務への参画、民泊の提供、口コミサイトへのレビュー記載	伝統文化体験事業の運営支援、SNSでの魅力発信	町内飲食事業者への積極的なかわり(新規事業者への従事や事業への交流、飲食店利用)
奈良県	広域的なプロモーション実施	県観光地域づくりに基づく支援観光に係る勉強会・講習会実施	広域連携によるモデル事業支援
奈良県VB	紀伊半島3県共同で行う米英仏豪をターゲットとしたモニターツアーの実施	広域的な伝統文化事業連携、旅行コミュニティサイト活用の支援	広域連携によるモデル事業実施

(2) 2次交通の整備

①背景

吉野町へのアクセスに関しては、町内の各駅が特急停車駅であり、電車の本数も十分に確保されていることから、大阪や京都からの1次交通アクセスは良好な状況にあります。しかし、町内における2次交通網の整備状況は必ずしも十分とは言えず、観光客の円滑な移動を阻害している現状があります。実施したヒアリング調査においても、ほぼ全ての観光関連団体から「吉野町内における2次交通の不足が、公共交通機関を利用した観光を困難にしている」という声が挙がっており、町外からのアクセスが容易である一方、町内での移動に課題があることが明らかになっています。

また、国内の公共交通に関する動向としては、公共ライドシェア(自家所有有償旅客運送)⁴・日本版ライドシェア(自家用車活用事業)⁵や無償運送(宿泊施設や地域住民、ツアーガイドが提供する無償送迎サービス)に関する規制緩和が国土交通省から通達され、交通空白地帯における2次交通整備の機運が高まっています。またJSTS-Dにおいては、域外から観光地への公共交通によるアクセスの確保が求められています。

そこで、1次交通の玄関口となる近鉄吉野線の町内各駅から町内各観光地への移動手段を確保することで、これらの課題を解決し、より快適で満足度の高い観光体験を提供できると考え、本計画において重要戦略の一つと位置付けます。またJSTS-Dの方針も踏まえ、単に移動手段を確保するだけでなく、移動そのものを楽しめるシェアサイクル等のモビリティ整備も検討します。

⁴ バス事業やタクシー事業によって輸送手段を確保することが困難な場合に、市町村やNPO法人などが、自家用車を活用して提供する有償の旅客運送のこと。

⁵ 地域交通の「担い手」・「移動の足」不足解消のため、タクシー配車アプリデータ等でタクシー不足の地域・時期・時間帯を特定した上で、タクシー事業者の管理下で自家用車・一般ドライバーを活用して行う運送サービスのこと。

②目的

I. 観光客の満足度の向上

2次交通網の整備により、観光地へのアクセスを改善し、公共交通機関を利用した移動を容易にすることで、観光体験全体の満足度を高めます。

II. 地域負荷の軽減

2次交通網の充実により、自家用車利用の観光客を公共交通機関へ誘導することで、交通渋滞の発生を抑制し、地域住民の生活環境への負担を軽減します。また、観光客の流れを適切に管理し、特定の観光地への過度な集中を避けることで、自然環境や文化財の保護にも貢献します。

③取組

I. 吉野山における2次交通の充足検討

吉野町の主要観光スポットである吉野山地域において、2次交通の充足を検討します。特に近鉄吉野線・吉野駅～吉野山地区について、閑散期における公共交通を充足させることで、インバウンドの観光満足度向上や需要増加を見込みます。

II. 近鉄吉野線の町内各駅から各観光地を結ぶ移動手段の検討

玄関口である近鉄吉野線の町内各駅と、分散している各観光地を結ぶ移動手段の確保を検討します。

なお新規モビリティを導入する際は、環境負荷軽減のため、ハイブリッドバスや電気バス、燃料電池バスなど、環境配慮型バスの導入を検討します。これらのモビリティは二酸化炭素排出量の削減に貢献するだけでなく、排気音も少ないため、地域住民の生活環境改善にも繋がります。

その他の取組として、シェアサイクルを導入し、移動手段そのものを楽しむ要素を追加することで、観光全体の満足度向上を目指します。

III. 無償運送・ライドシェアの導入検討

電車やバスなどの公共交通ではカバーしきれない地域へのアクセス改善を目的として、国土交通省の規制緩和を踏まえた、無償運送や公共ライドシェアの導入可能性を検討します。地域住民や宿泊施設、ツアーガイドが提供する無償送迎サービスや、ライドシェアを活用することで、実証実験時には、安全性の確保や、既存の交通事業者との共存などの課題を踏まえて検証を行います。

④各取組の役割分担

上記の取組における役割分担と各主体の取組内容は以下のとおりです。

2次交通の整備における役割分担

取組主体	吉野山における2次交通の充足検討	近鉄吉野線の町内各駅から各観光地を結ぶ移動手段の検討	無償運送・ライドシェアの導入検討
吉野町	導入計画策定、予算確保、夜間の公共交通確保推進	予算確保、地域住民との合意形成、運行ルート・ダイヤ設定、夜間の公共交通確保推進	実証実験実施、公共ライドシェア導入ガイドライン策定、住民説明会開催
吉野VB	観光客ニーズ調査の実施、多言語による2次交通情報発信、シェアサイクルの導入	観光客ニーズ調査の実施、多言語による2次交通情報発信、シェアサイクルの導入	利用促進PR、多言語による情報発信
観光協会	2次交通の情報発信、周遊ルート提案、観光客へ案内	2次交通情報発信、周遊ルート提案、観光客への案内	観光客への利用促進PR
事業者	送迎サービスの提供(無償含む)	観光客向けの2次交通情報提供	無償送迎サービス提供
住民	—	—	ライドシェアドライバーの提供、無償送迎サービス提供
奈良県	鉄道会社との連携、シェアサイクルの導入支援	鉄道会社との連携、シェアサイクルの導入支援	実証実験支援
奈良県VB	—	—	—

(3) マーケティング手法による施策の検討

①背景

吉野町は豊富な観光資源を有しており、それらの観光資源をターゲットに合わせて柔軟に発信・活用する必要があります。

しかし現状は町内の詳細なデータが少なく、十分なデータ分析ができていません。詳細な観光客データの不足は、効果的なプロモーション戦略の立案を阻害し、潜在的な観光客の取り込みや既存の観光客の満足度向上を難しくしています。

吉野町の観光振興を図るためには、常に変化し続ける観光客のニーズや行動、市場のトレンドを町内データから把握し、マーケティング手法に基づいたデータの分析と施策の検討が必要です。したがって本計画ではマーケティング手法を活用した施策を検討し、今後も効果的にマーケティングを行う仕組み作りを推進します。

②目的

I. データに基づく効果的なプロモーション戦略の策定と実施

詳細なデータの収集・分析を通じて、観光客のニーズや行動、市場のトレンドを的確に捉え、ターゲットを明確にした効果的なプロモーション戦略を策定・実施します。これにより、観光客誘致の効率化や、満足度の向上、リピーターの増加を目指します。

II. マーケティングによる稼ぐ観光の実施

町内観光データの分析によるマーケティングを行うことで、費用対効果の高い施策を集中的に推進することが可能です。また分析は定期的に行い、吉野町における観光の潮流を適宜把握することで施策の展開や改善に繋がります。

同時に環境負荷や地域住民への影響も分析し、観光客の分散化や環境保護対策を講じることで、観光による負の影響を最小限に抑え、地域社会との調和を図りながら持続可能な観光振興体制を構築します。

③取組

I. 町内観光データ収集の徹底・効率化

町内の観光データを網羅的に収集するための仕組みづくりを吉野町及び吉野ビジターズビューロー主導で進めます。現状では、町内の観光データ（主に宿泊データ）が十分に取得できず、効果的なマーケティングに資するデータ量が不足しています。

マーケティングに基づく詳細なターゲット設定を行うためには、観光データを少しでも多く集めた上で分析を行う必要があります。今後は町内の観光データ収集を徹底することが重要となります。

そこで、宿泊施設や、飲食店、観光施設、交通機関など、様々な関係者と連携し、データ収集の適正化を進めます。

また宿泊データの取得については宿泊施設の負担を軽減しつつ、効率的に宿泊客データを取得できるよう、宿泊台帳等データ収集のデジタル化を吉野町及び吉野ビジターズビューローが推進・支援します。

II. 旅行実態の適切な把握・分析

観光客のニーズと動向をより深く把握するため、旅行実態の把握・分析を強化します。

「1.重要戦略 (1) 閑散期のインバウンド誘致」に関して、今後はより詳細にターゲット国を設定することが求められています。そのために、「I. 町内観光データ収集の徹底・効率化」でより多くのデータを収集した上で、吉野町の観光動向を現在進行形で把握するため、観光データの分析を断続的に行います。

このデータ分析を定常的に行うことで、常に最新の状況を踏まえた上でターゲット国を可変的に選

定することが可能となります。

具体的なマーケティングの流れとしては、アンケート調査や宿泊データを活用して観光客の属性(年齢、性別、居住地など)や、訪問目的、滞在期間、消費行動、満足度などの分析を行い、定常的に分析結果を公表することで、公共団体のみならず各事業者自身でも戦略的なPRを進めることができます。

III. デジタルマーケティングの推進

デジタル技術を活用して、効果的なマーケティング活動を展開します。具体的には、InstagramなどのSNSを活用した情報発信や、ターゲティング広告による効率的なプロモーション、また体験事業などのオンライン予約システムの導入による利便性向上などを推進します。これによりターゲットへのリーチ拡大や、誘客促進、顧客満足度の向上を目指します。また「II. 旅行実態の適切な把握・分析」のとおりマーケティングの結果を公表することで、事業者や住民にとってもSNSの活用方針が明瞭となり、吉野町全体で同一のターゲットに対して集中的なPRを行うことが可能となります。

④各取組の役割分担

上記の取組における役割分担と各主体の取組内容は以下のとおりです。

マーケティング手法による施策の検討における役割分担

取組主体	町内観光データ収集の徹底・効率化	旅行実態の適切な把握・分析	デジタルマーケティングの推進
吉野町	宿泊台帳等データ収集のデジタル化支援、関係施設との連携	観光関連目標値の設定	SNS運用の支援、地域住民への情報発信
吉野VB	データ収集・分析、観光統計作成、宿泊台帳等データ収集のデジタル化推進	定期的な宿泊データの分析、アンケート調査の実施、データ分析結果の公表	ターゲットを意識したSNS運用、ターゲティング広告の発信、Tripadvisorなどの旅行コミュニティサイトの活用支援
観光協会	データ収集のとりまとめ	宿泊施設等からの情報収集、イベント参加者の分析	地域での情報発信支援
事業者	詳細な宿泊データの収集、店舗利用者データ及び売上データの収集	詳細な顧客データの提供	ターゲットを意識したSNS運用、旅行コミュニティサイトの予約システム導入、口コミサイトへの返信、Google Business Profileの登録・最新化
住民	—	—	SNSでの魅力発信、口コミサイトへのレビュー記載
奈良県	—	各種データの提供	広域的なデジタルマーケティング展開、デジタルマーケティングのノウハウ共有
奈良県VB	—	—	広域的なデジタルマーケティング展開、デジタルマーケティングのノウハウ共有

(4) 公民連携での観光推進

①背景

吉野町では、観光協会や伝統産業における事業の継続や、2次交通の整備といった観光振興上の課題を抱えています。吉野町内の観光団体や観光関連事業者の取組のみならず、町外の事業者を呼び込み事業を誘致することも必要です。吉野町としてもトップセールスで民間企業へ誘致活動を行い、行政や観光関連団体と町内・町外の事業者が手を取り合って、吉野町における観光推進に取り組みます。

②目的

I. 観光客受入体制の強化

繁忙期のみならず、通年で吉野町の観光を十分に満喫できるような観光客受入体制の強化が必要で

す。観光客受入体制の強化は、インフラ整備のみならず事業者も主体となって進める必要があり公民連携での取組が欠かせません。ただし町内では事業者や人材の不足が進んでおり、町内・町外問わず事業者を誘致して進める必要があります。

また、鉄道を利用するインバウンドへのPRや、京都市内および大阪市内からの送客に関して、近畿日本鉄道と連携を図ります。

II. 地域住民、観光客の交流の場の創出

公民連携で新たな観光拠点の整備を検討し、地域住民と観光客の交流創造を目指します。観光拠点においては、手すき和紙・製箸工業や木材加工業をはじめとした吉野町の伝統産業を体験できるスペースや、飲食・入浴施設など、これまで吉野町に不足していた観光設備の提供を検討します。

③取組

I. 人々が集い交流する場所の整備

インバウンドや富裕層向けの伝統文化体験事業の構築を推進するためには、実際に事業を体験する施設・場所が必要となります。そこで、公民連携で体験施設・場所の整備や確保に努めます。なお施設・場所の確保は吉野山に限らず、観光客のアクセスを踏まえることで、施設・場所から各観光地域への回遊促進もあわせて目指します。具体的には、旧吉野小学校跡地や空き家を民間企業と手を取り合いながら利活用します。

また大和上市駅、吉野神宮駅、吉野駅については、近鉄吉野線全線開通100周年に向けた駅舎の活用など、公民連携での仕掛けづくりを進めます。

II. 通年での観光客受入促進

通年で吉野町の観光を楽しむためのコンテンツ拡充を目的として、事業者主導で夜間イベントの実施やチャレンジショップの開催、伝統文化体験事業の通年開催を進めます。これらの企画を契機として、通年での吉野町観光のPRや鉄道による京都・大阪方面からの送客を進めます。

その他に、通年での宿泊受入における対応力向上を目指し、宿泊施設の新規開業や事業承継を支援します。

④各取組の役割分担

上記の取組における役割分担と各主体の取組内容は以下のとおりです。

公民連携での観光推進における役割分担取組

取組主体	人々が集い交流する場所の整備	通年での観光客受入促進
吉野町	民間企業と連携した地域のにぎわい拠点整備	民間企業と連携した受入促進施策の展開
吉野VB	企業研修等を通じた施設利用者誘致、利用促進に係る情報発信	多言語によるコンテンツ案内
観光協会	情報発信、誘客支援	夜間イベントの企画、レイクスポーツ・アクティビティの開催
町内事業者	事業の実施、販売品・飲食の提供	夜間イベントの実施、チャレンジショップ出店者の募集、オープンファクトリーの実施、飲食店と宿泊施設の連携、多言語対応の強化(翻訳機の活用、メニューの多言語化など)、事業承継の実施
民間企業	施設・場所の提供、連携事業(飲食店や体験事業など)の募集、宿泊施設の提供、駅舎の利活用	飲食店・体験事業などの運営、2次交通との連携、観光データの提供、通年でのPR実施、京都・大阪方面からの送客確保
住民	施設利用、観光客との交流	イベントへの参加
奈良県	受入環境整備の支援	体験コンテンツ造成の支援
奈良県VB	—	広域的な観光コンテンツの展開

第4章

基本方針・施策

第4章 基本方針・施策

1 基本方針と施策体系

観光産業の経済効果を地域全体に波及するために、吉野町は観光振興によって「稼ぐ」地域を目指します。そのためには、消費単価の高いインバウンドをターゲットとした施策を打ち出すことに加え、インバウンドの消費を促す事業を観桜期以外にも構築する必要があります。その上で、実際に来訪した方々が吉野町を面的に快適に楽しむことができるような観光地として「整える」ことで、顧客の満足度向上を図ります。これらの施策によって地域経済の活性化を図りますが、同時に世界基準の持続的な観光地を目指すためには、観光客と地域住民の双方に配慮した上で、自然環境・文化遺産などの観光資源を保全するための「残す」施策を整備していくことが不可欠となります。

本計画では、観光振興によって吉野町の経済活性化と持続可能な観光地を目指すことを目的として、「稼ぐ」、「整える」、「残す」の3つの基本方針に沿った施策を展開します。

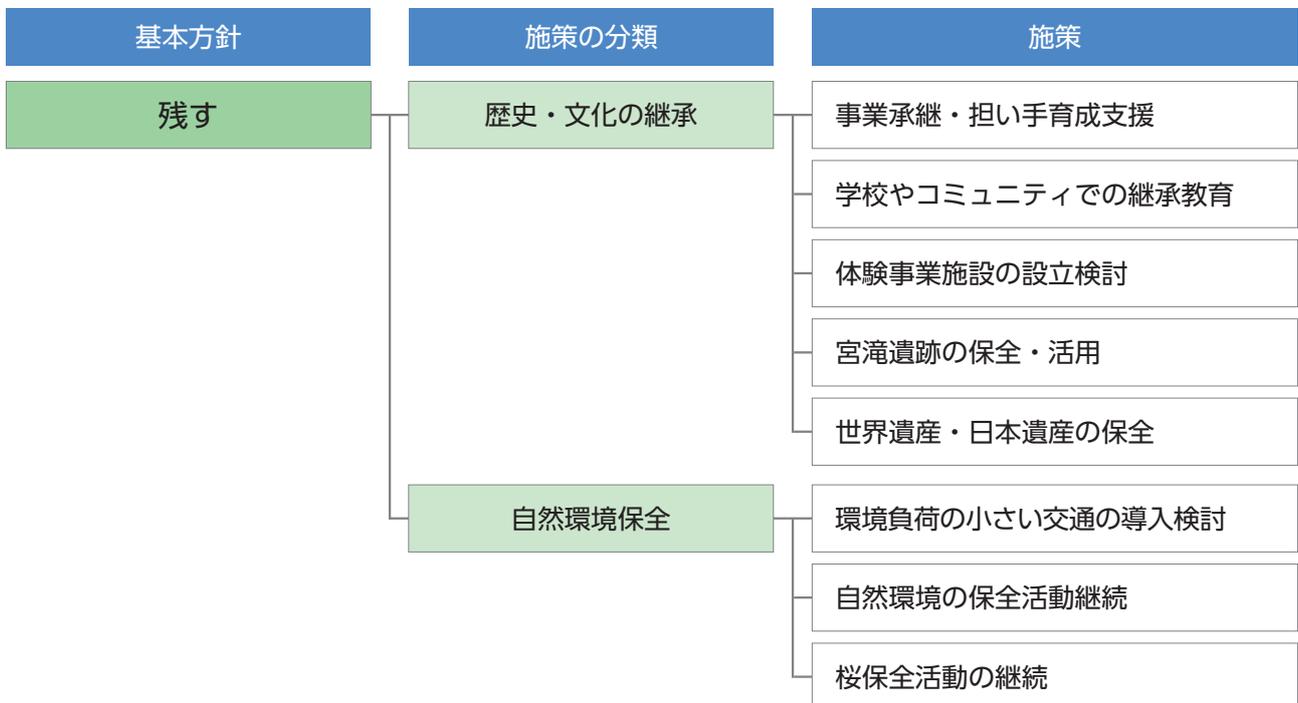
「稼ぐ」の施策体系



「整える」の施策体系



「残す」の施策体系



2 重点施策

(1) 稼ぐ

主なKPI	令和5(2023)年度	令和11(2029)年度
6月、9月の宿泊施設稼働率	6月：11.2%、9月：21.1%	6月：30%、9月：30%

吉野ビジターズビューロー「宿泊データ分析システム」

①閑散期における集中的なターゲット誘致

気候が良いにもかかわらず吉野町の観光閑散期となっている6月と9月にインバウンドを誘客するため、重点的に誘致したい国・地域を選定し、対象となるターゲットに合わせた効果的なPRを実施します。具体的には、6月から夏季休暇が始まるアメリカ、9月にも夏季休暇が続くイギリスをターゲット国として設定し、SNSなどによるPRの実施を検討します。

なお通年でのインバウンド誘致ターゲットの取組として、現在は吉野ビジターズビューローが、奈良県ビジターズビューロー及び奈良・和歌山・三重3県と連携して、フランスの旅行会社・メディアFAMツアーの積極的誘致を進めるなど、フランスの観光関係者との連携を進めています。この取組をはじめとして、欧米豪諸国に対して通年でアプローチを行います。

またインバウンドが観光の情報を容易に取得できるよう、宿泊事業者や飲食店などにはGoogle Business Profileへの登録や店内外の多言語対応を推奨します。

対応するJSTS-D項目
A10 プロモーションと情報

②インバウンドや富裕層向けの伝統文化体験事業の構築

欧米豪からの訪日客は、日本の地方における観光コンテンツとして「その土地ならではの文化体験」を求める傾向があります。この需要を取り込み、消費単価の高いインバウンドや富裕層を対象とした、魅力的な伝統文化体験事業を構築します。

手すき和紙産業や、製箸工業、木材加工業などをはじめとした各事業者は、体験事業を構築した上で旅行コミュニティサイトへ登録することで、「稼ぐ」観光を推進するとともに、インバウンドの満足度向上を目指します。なお、欧米豪からのインバウンドは情報収集にTripadvisorを活用する傾向があるため、事業者はTripadvisorへの情報登録を進めることが求められます。

対応するJSTS-D項目
C8 観光資源の解説

③泊食分離の推進

宿泊施設と地域飲食店が連携し、泊食分離を推進することで、観光客の多様なニーズへの柔軟な対応を可能にします。泊食分離を推進することで、地域の飲食店への誘客を促進し、地域経済の活性化を図ります。同時に、人手不足に悩む宿泊施設の負担軽減にも繋がります。

具体的な進め方として、まずは町内各地域の飲食事業者が、ケータリングなども含めた朝・夜営業の実施可否を検討します。その後、飲食提供の難しい宿泊事業者との連携を図ります。また、今後新規の宿泊・飲食施設が町内に設立した場合は、既存の宿泊施設と連携した泊食分離を推進します。なお町内事業者のみでは飲食の提供数が満たされない場合、必要に応じて町外事業者などの誘致も検討します。

対応するJSTS-D項目		
A2 デスティネーション・マネジメント(観光地経営)の責任	B2 ディーセント・ワークと雇用機会	B3 地域事業者の支援と公正な取引

(2) 整える

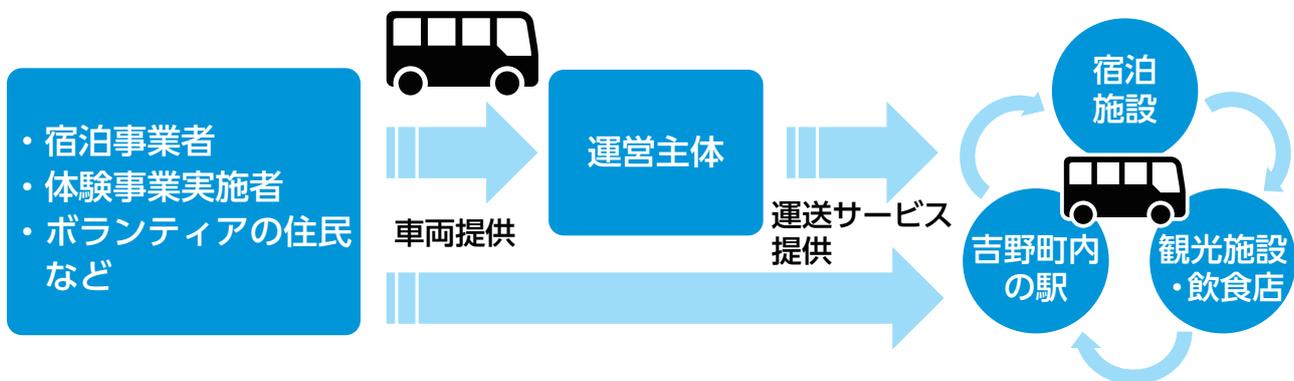
主なKPI	令和2(2020)年度～ 令和6(2024)年度	令和7(2025)年度～ 令和11(2029)年度
実証実験実施回数	1回	3回
新規の移動手段確保数	—	1個以上

① 2次交通の整備(施策：吉野山における2次交通の充足検討、近鉄吉野線の町内各駅から各観光地を結ぶ移動手段の検討、無償運送・ライドシェアの導入検討)

前回計画での検討結果を踏襲しつつ、昨今の交通手段に係る潮流を鑑みて、2次交通の整備について長期的に検討を進めます。特に、近鉄吉野線の町内各駅からの移動手段確保を優先して検討します。

短期的には、道路運送法における許可又は登録を要しない運送に関するガイドラインを踏まえ、無償運送を事業者や住民主導で実施することも可能です。下図は、吉野町内で無償運送を実施する際に想定されるスキームです。

吉野町内の「道路運送法における許可又は登録を要しない運送」実施スキーム案



宿泊事業者や体験事業実施者、ボランティアの住民などは、自身が所有する車両を利用して送迎を行うことが可能です。また将来的にはガイド認定を受けた住民が、吉野町の歴史文化遺産や自然遺産を案内することで、別途ガイド料をもらいながら無償運送を行える仕組みづくりも検討します。これらはいずれも無償運送として、吉野町内全域において法律の範囲内で実施することが可能です。なおガソリン、車両保険料などの実費額のみ利用客に請求することができます。

I. 近鉄吉野線吉野駅～吉野山地区

既存の吉野山ロープウェイに加え、新規公共交通の導入や、既存の公共交通見直しなどを検討し、吉野駅から吉野山地区までの2次交通充足を検討します。また、吉野山地区の宿泊事業者が所有する車両等を活用して、事業者主導で無償運送を実施することも可能です。

対応するJSTS-D項目
B8 多様な受入環境整備

II. 近鉄吉野線の町内各駅～上市地区～国栖の里・宮滝地区～津風呂湖・龍門地区

近鉄吉野線の町内各駅を起点とした、町内観光地域への交通手段の導入を検討します。吉野山地区以外の地区へのアクセスを改善することで、観光客及び地域住民の満足度向上を目指します。

また持続可能な観光地域づくりに取り組むため、環境に配慮した交通手段(例：EVバス など)の導入を検討します。

対応するJSTS-D項目	
B 8 多様な受入環境整備	D 13 環境負荷の小さい交通

III. 自家用有償旅客運送制度(公共ライドシェア)の導入検討

町内における自家用有償旅客運送制度(公共ライドシェア)の導入を検討します。関係者間で自家用有償旅客運送(公共ライドシェア)の必要性や、運送の区域、旅客から収受する対価に関する事項、地域の関係者の役割整理を協議した上で、その必要性が認められた場合は、道路運送法に基づく登録を進めます。

対応するJSTS-D項目
B 8 多様な受入環境整備

(3) 残す

主なKPI	令和2(2020)年度～ 令和6(2024)年度	令和7(2025)年度～ 令和11(2029)年度
後継者育成に取り組む事業者数	3事業者	3事業者
世界遺産・日本遺産に係る文化財の保存事業実施回数	29回	29回

①環境負荷の小さい交通の導入検討

新規モビリティを導入する際は、環境負荷軽減を目的として、ハイブリッドバスや電気バス、燃料電池バスなど、環境配慮型バスの導入を検討します。これらのモビリティは二酸化炭素排出量の削減に寄与するだけでなく、排気音も少ないため、地域住民の生活環境の改善にも繋がります。導入に際しては、充電インフラの整備や車両の維持管理体制の構築も併せて検討します。

対応するJSTS-D項目	
B 8 多様な受入環境整備	D 13 環境負荷の小さい交通

②自然環境の保全活動継続

桜の保全活動だけでなく、吉野町内の豊かな自然環境を守るための取組を引き続き行います。吉野山や津風呂湖など、地域住民が主導で行う自然環境保護活動を継続し、持続可能な観光地域づくりに努めます。

対応するJSTS-D項目		
A 12 計画に関する規制と開発管理	B 4 コミュニティへの支援	D 4 生態系の維持

③世界遺産・日本遺産の保全

世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の文化財群はもちろんのこと、日本遺産「森に生まれ、森を育んだ人々の暮らしとところ～美林連なる造林発祥の地“吉野”～」を構成する手すき和紙や製箸工業、国栖奏などの伝統文化、柿の葉寿司や吉野葛などの豊かな食文化、そして吉野杉に代表される林業といった地域資源を、未来へと継承していくための保全活動・事業承継に積極的に取り組みます。

これらの伝統的な歴史文化や、「吉野熊野国立公園」・「県立吉野川津風呂自然公園」をはじめとする豊富な自然観光資源を活かし、町内観光地の広域的な誘客促進と、観光による地域経済の活性化を図り、持続可能な観光地域づくりを目指します。

対応するJSTS-D項目		
C 1 文化遺産の保護	C 2 有形文化遺産	C 3 無形文化遺産
C 8 観光資源の解説	D 1 自然遺産	D 4 生態系の維持

第5章

推進体制と役割分担

第5章 推進体制と役割分担

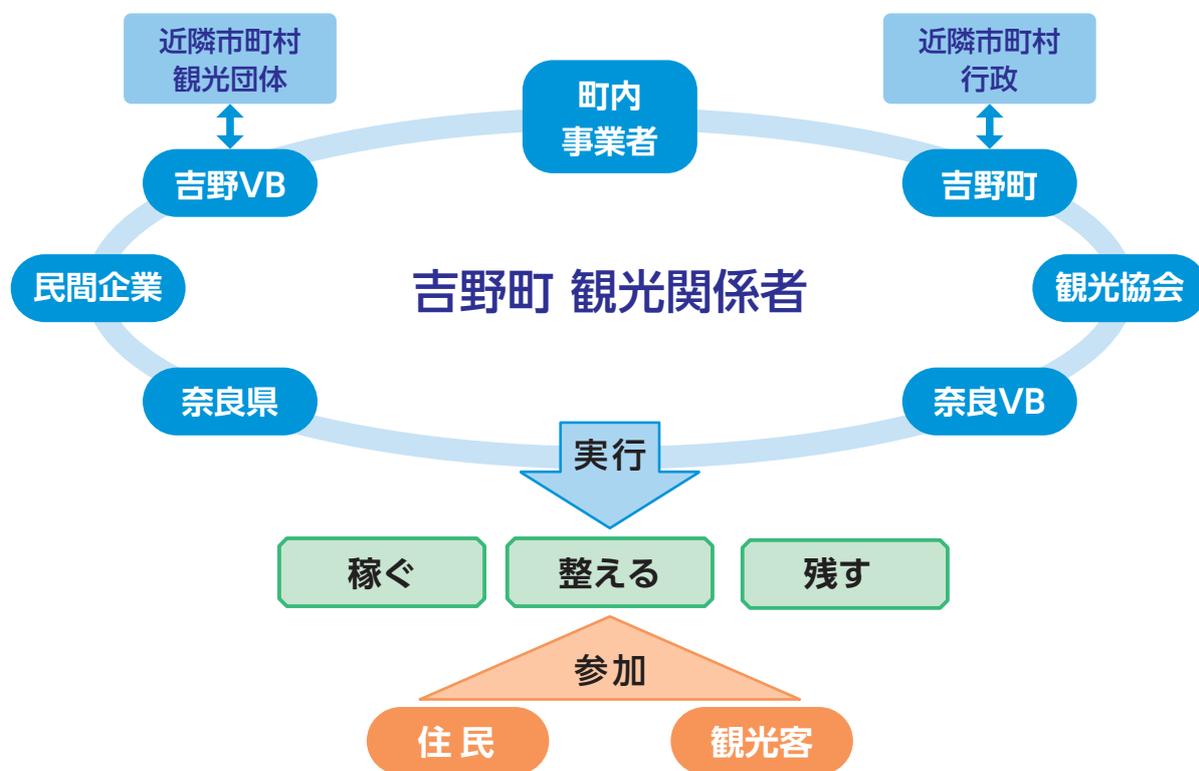
1 推進体制と役割分担

持続可能な観光振興を実現するため、吉野町観光振興における関係者を核とした推進体制を構築します。この推進体制のもとで、本計画の重要戦略や各施策の実現可能性を高めるために、関係者それぞれの役割分担を明確にして観光振興を推進します。

重要戦略に記載の役割分担に基づいて取組を実施した上で、定期的な会議や情報共有を通じて進捗状況を把握・評価します。また、満足度調査などを通じて施策に対する客観的な意見も取り入れ、必要に応じて計画の見直しや改善を行います。

各主体はそれぞれの役割を理解した上で、主体的に観光振興に取り組むことが重要です。これにより、観光振興の施策がより効果的に実現可能となります。

本計画の推進体制



計画の推進における役割分担

主体	役割分担	取組内容
吉野町	関連事業への支援 住民を含む関係者の調整 2次交通整備主導 民間企業との連携	多言語対応案内導入の補助、地域住民との合意形成、企業誘致時の空き店舗活用斡旋、夜間の公共交通確保推進、実証実験実施、公共ライドシェア導入ガイドライン策定 宿泊台帳等データ収集のデジタル化支援、観光関連施設との連携、SNS運用の支援、地域住民への情報発信 民間企業と連携した地域のにぎわい拠点整備、民間企業と連携した受入促進施策の展開
吉野VB	観光マーケティングの実施 2次交通の利用促進 プロモーションの実施	ターゲット国の選定、ターゲット国へのPRコンテンツ作成・発信、SNS広告の作成、伝統文化体験事業の掲載補助、多言語による情報発信・予約受付、体験事業者育成支援、宿泊施設予約者への店舗紹介や食事付きプラン紹介、予約動線の検討・確保、各層DMO等との連携したPR実施 観光客ニーズ調査の実施、多言語による2次交通情報発信、シェアサイクルの導入・利用促進PR アンケート調査の実施、データ収集・分析、観光統計作成、定期的な宿泊データの分析、データ分析結果の公表、ターゲットを意識したSNS運用、ターゲット広告の発信、Tripadvisorなどの旅行コミュニティサイトの活用支援 企業研修等を通じた施設利用者誘致
観光協会	観光関連企画の運営 観光関連情報の発信 会員の支援	インバウンド向けイベント運営、伝統文化体験事業の企画・運営、事業者への周知、プラン造成支援、情報発信 観光客へ案内、2次交通情報発信、周遊ルート提案、観光客への案内、観光客への利用促進PR データ収集のとりまとめ、宿泊施設等からの情報収集、イベント参加者の分析 レイクスports・アクティビティの開催
町内事業者	観光サービスの提供 事業情報の多角的な発信 観光データの収集 事業連携	多言語対応の強化(翻訳機の活用、メニューの多言語化など)、ターゲットを意識したSNSでの情報発信、Google Business Profileの登録・最新化、Tripadvisorなどの旅行コミュニティサイトへの登録、キャッシュレス決済の導入、口コミサイトへの返信、伝統文化体験事業構築・提供、高付加価値商品・サービスの開発、宿泊事業者と飲食店が連携したプラン作成 送迎サービスの提供(無償含む)、観光客向けの2次交通情報提供 詳細な宿泊データの収集、店舗利用者データ及び売上データの収集 販売品・飲食の提供、イベントの実施、チャレンジショップ出店者の募集、オープンファクトリーの実施、飲食店と宿泊施設の連携、事業承継の実施
民間企業	施設・場所の提供 地域連携による事業実施	連携事業(飲食店や体験事業など)の募集、駅舎の利活用、2次交通との連携、観光データの提供、通年でのPR実施、京都・大阪方面からの送客確保
住民	観光事業者との連携や観光客との交流 住民目線の情報発信	通訳・ガイド業務への参画、民泊の提供、口コミサイトへのレビュー記載、伝統文化体験事業の運営支援、SNSでの魅力発信、町内飲食事業者への積極的ななかかわり(新規事業者への従事や事業への交流、飲食店利用)、ライドシェアドライバーの提供、無償送迎サービス提供 観光客との交流、イベントへの参加
奈良県	広域連携の推進 受入環境整備の支援	広域的なプロモーション実施、広域連携によるモデル事業支援、県観光地域づくりに基づく支援、観光に係る勉強会・講習会実施、鉄道会社との連携、シェアサイクルの導入支援、実証実験支援 各種データの提供、広域的なデジタルマーケティング展開、デジタルマーケティングのノウハウ共有 体験コンテンツ造成の支援
奈良県VB	広域的な観光コンテンツの展開 観光マーケティングの推進支援	紀伊半島3県共同で行う米英仏豪をターゲットとしたモニターツアーの実施、広域的な伝統文化事業連携、旅行コミュニティサイト活用の支援、広域連携によるモデル事業実施

第2次吉野町観光振興計画策定委員会 スケジュール

日程	主な議題
第1回(2024年10月3日)	計画策定の考え方及び、背景、目的について 委員・事務局意見交換
第2回(2024年11月28日)	計画策定の進行状況について 委員・事務局意見交換
第3回(2025年1月23日)	計画素案の共有及び確認 委員・事務局意見交換
第4回(2025年3月12日)	計画本編の共有及び確認 委員・事務局意見交換

第2次吉野町観光振興計画策定委員会 委員名簿

所属	役職	氏名
吉野山観光協会	会長	山本 義史
津風呂湖観光協会	副会長	辻本 茂
国栖の里観光協会	会長	植 浩三
吉野町商工会	会長	福西 正行
吉野町商工会女性部	部長	東平 弥生
吉野町商工会青年部	部長	東 広明
一般社団法人吉野と暮らす会	ディレクター	吉川 晃日
吉野ビジターズビューロー	専務理事	椿本 久志
総本山金峯山寺	執行長	五條 永教
奈良県観光局	局長	竹田 博康
奈良県ビジターズビューロー	理事	中西 康博
近畿大学経営学部	教授/本委員会 委員長	高橋 一夫
吉野町	副町長	和田 圭史
事務局	吉野町産業観光課	

第2次吉野町観光振興計画

令和7（2025）年3月

吉野町 産業観光課

〒639-3192

奈良県吉野郡吉野町大字上市80番地の1

TEL 0746-32-3081 FAX 0746-32-8855

HP <https://www.town.yoshino.nara.jp>

