主题１：振兴旅游业／区域报告

主题名	振兴旅游业	地方政府名	多贺城市
所采取的措施名称	利用文化和艺术的创造性培养人才		
概　　要	未来的城乡建设中全球化视角必不可少。当今的课题是，如何避免全球化所带来的 “阶层对立和贫富差距扩大”、“文化的刻板均衡化”等负面影响，培养支撑“平衡和谐的，包容多样性的全球化”地区社会的人才。我市在创造文化艺术的过程中，通过发挥人的创造性和革新力，来提高市民的感知能力和审美意识，并以此培育具备多样性、支撑全球化社会的人才。 这样，努力将此类人才培养 “成为创造全新价值的社会性资源”。		
预算金额	760 万日元（　本国货币　）	7 万美元（　U$换算　）	

1．课题（现在的状况）

本市公共交通网发达、生活便捷，一直以来缓步发展，人口密度居东北地区首位。另一方面，本市是奈良时代陆奥国府的所在地，有着悠久的历史，近年来作为仙台市的卧城取得发展，成为了一座所谓没有“肚脐”的城市（*译注：即没有支柱产业），面临着一系列课题。

多贺城在东日本大地震中受到了巨大海啸袭击，全市有三分之一的地区被淹没，遭受了严重损害。正在复兴中的多贺城市为建设起一个比震前更好的地区社会，致力于为灾民的生活重建提供援助，建设抗灾能力强的基础设施，在此基础上，通过重新开发城市中心区来打造“东北第一的文化交流据点”，以期成为创新型复兴依据。由此形成图书馆和大型书店共存的“四十五万册的智之据点”，通过让人们接触文化艺术，来创造与不同年龄、不同性别、不同国籍的形形色色的人相遇和交流的机会。

在此基础上努力开展着眼于未来的创新型复兴，“为创造全新价值成为社会性资源的人才培育”。

今后的城乡建设自然无法回避人口问题，在人口逐渐减少的地区社会培养具备全球化视角的人才越发不可或缺。

其中，当今的课题是，如何避免全球化所带来的 “阶层对立和贫富差距扩大”、“文化的刻板均衡化”等负面影响，培养支撑“平衡和谐的、包容多样性的全球化”地区社会的人才。

2．目标（未来蓝图）

在创造文化艺术的过程中，通过发挥人的创造性和革新力，来提高市民的感知能力和审美意识，并以此培育多样性，为发展“平衡和谐的，包容多样性的全球化”的地区社会培养所需人才。

3．所采取措施的内容

（概要）

〇市民文化创造与交流项目推进事业

该事业指的是，将新市立图书馆、市民会馆音乐厅、县立东北历史博物馆、特别史迹多贺城遗址聚合成“东北第一的文化交流据点”，围绕该据点，推进文化艺术创造活动，使之成为地区发展的原动力，以此提高市民的感知能力和审美意识，并创造与形形色色的人相遇和交流的机会，培养能够包容价值差异的人才的一项事业。在培育多样性，培养“平衡和谐的，包容多样性的全球化”的地区社会所需要的人才的同时，利用文化的多样性，培养重视多元化观点和价值观的意识，促进文化间的创造性互动关系，以此丰富市民生活，搞活地区经济活动。

（进行得比较顺利的方面）

通过推行文化艺术事业，创造出引入注目的城市个性魅力，促进各种相遇和交流。由于持续采取以上措施，通过文化艺术培养人才的举措在市民中开设渐渐渗透。今后将之继续下去期待取得更大成效。

（进行得不够顺利的方面）

相关措施刚走上正轨，今后还需要时间分阶段推进。如今，随着创造接触文化艺术的机会，项目正处于让大量市民更加亲近文化艺术的阶段。为培养“平衡和谐的，包容多样性的全球化”所必须的人才，还需要采取长期举措。但尚未从长远角度出发着手制定项目计划。

主题名	振兴旅游业	地方政府名	荒川区
所采取的措施名称	完善访日外国游客的接纳环境		
概　　要	○我国即将举办 2020 年东京奥运会和残奥会等国际赛事，因此完善访日外国游客的接纳环境已成为一项亟待解决的课题。 ○中央政府也在观光立国推进基本计划中提出了到 2020 年访日外国游客数量达到 4000 万人等目标，为实现观光立国的目标而制定并开展着一系列措施。 ○在这种背景下，为提高针对访日外国游客的热忱服务水平，我们除开设和充实旅游咨询服务中心外，还积极开展因地制宜的一系列项目。		
预算金额	（　本国货币　）	（　U$换算　）	

1．课题（现在的状况）

（1）访日外国游客的增加及多样化

2018 年日本接待外国游客 3119 万人，同比增长 8.7%，呈现稳健的增长趋势。

另外，在访日外国游客的结构方面，来自中国大陆、韩国、中国台湾、中国香港等东亚国家和地区的游客占到了 73.4%，来自泰国、新加坡、马来西亚等东南亚国家及印度的游客占到了 11.2%，欧美澳游客占到了 11.6%，2018 年访日外国游客数量超过 10 万人的国家和地区增加到了 19 个。

今后还将举办 2019 年橄榄球世界杯赛、2020 年东京奥运会和残奥会等备受关注的大型国际赛事，预计访日游客数量还将进一步增长。

（2）完善接纳环境的必要性

为让预计今后会进一步增加并趋于多样化的访日外国游客能够拥有愉快的旅游体验，消除语言方面的担忧必不可少，因此亟需加快推进以设置旅游引导标识、在旅游咨询服务中心提供多语言服务等为代表的接纳环境完善工作。

此外，访日外国游客的旅游形式也正逐渐从“物质型消费”转向“体验型消费”。因此需要开发发挥出地区特性的体验项目。

（3）接纳环境的完善工作中存在的课题

尽管旅游引导标识等方面的多语言服务工作正不断取得进展，但住宿业和餐饮业等提供的服务中，应对水平却参差不齐。

访日游客的多样化不仅令需要应对的语言变得多种多样，也带来了伊斯兰教的清真食品需求等与宗教因素有关的课题。

此外，对于如何充实和完善访日游客可以参加的体验项目，也需要展开进一步的研究。

2．目标（未来蓝图）

在充实多语言旅游环境的同时，推进免费 Wi-Fi 热点建设、“空手观光”等，完善令访日外观游客实现无压力旅游的接纳环境。

3．所采取措施的内容

（概要）

（1）开设提供多语言服务的旅游咨询服务中心

据预计，游客数量因 2020 年东京奥运会及残奥会的召开而进一步增多，为此本区开设日暮里旅游咨询服务中心，向游客宣传本区内具有魅力的资讯，吸引游客来区内旅游。同时，鉴于外国游客也有可能使用该服务中心，还配置了具备英语或中文沟通能力的工作人员。

（2）建立外国游客接纳体制

已制作英语、中文、韩语版本的旅游地图。此外，为方便游客收集旅游信息并巡游各地，正着力推进旅游应用程序的引进和免费 Wi-Fi 热点建设等工作。

（3）举办面向外国游客的各类活动

为让游客体验日本文化，除了举办日本舞蹈体验和提供试吃的商店街环游等活动外，还与本地的纳凉盂兰盆舞蹈大会合作，提供浴衣供游客试穿并体验盂兰盆舞蹈。

（进行得比较顺利的方面）

通过在旅游咨询服务中心配置可提供多语言服务的工作人员，向更多的国内外游客提供丰富的旅游资讯。

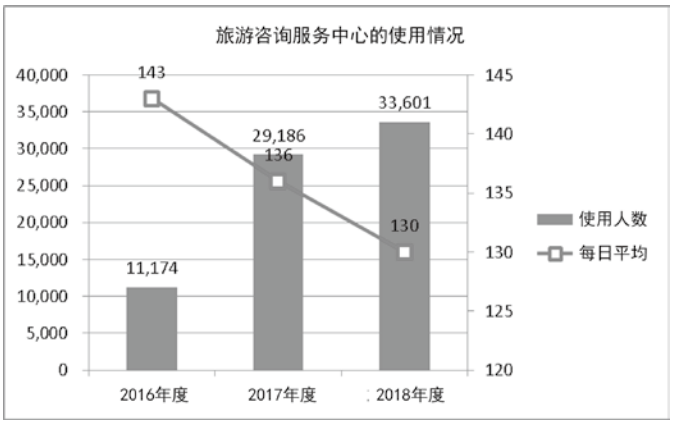
推进制作多语言版本地图、导入旅游应用程序、为方便游客收集旅游信息建设免费 Wi-Fi 热点等工作，构建并充实游客接纳环境。

（进行得不够顺利的方面）

尽管正辅助住宿业和餐饮业制作多语言版本的网站、宣传册和菜单，但这些工具并未得到进一步的活用，因此需要继续向有关行业积极宣传推介。

需要研究和构建更多的体验型旅游景点和项目。

4．参考资料



＜补充说明＞

旅游咨询服务中心的运营状况如下。

〇关于 2016 年度

由于在 10 月设立，因此为 10 月至 3 月的 6 个月的数据。

〇关于营业日的扩充

2016 年度：周五～周日及国定假日

2017 年度：周四～周日及国定假日

2018 年度：周一、周四～周日及国定假日

主题１：振兴旅游业／区域报告

主题名	振兴旅游业	地方政府名	高山市
所采取的措施名称	高山市海外战略举措		
概　　要	在推进“促进揽客”、“促进销售”、“促进交流”这三项高山市的海外战略支柱的过程中，为了发现自身的价值并将其提升优化，着力开展一系列海外战略措施，进而培养有助于将高山市各区域推向海外的人才。 ・促进招揽海外游客 ・促进海外销售 ・促进海外交流		
预算金额	9200 万日元（　本国货币　）	84 万美元（　U$换算　）	

1．课题（现在的状况）

・为应对海外的社会经济形势变化等因素，需要加强从不同的国家和地区招揽游客。
・为了满足外国游客的多样化需求，需要强化游客接纳体制。
・为了促进本地产品的海外销售，需要加强开展在海外地区的宣传活动。
・为了通过加强与其他城市等的交流激发各个领域的活力、加深对不同文化的了解、培养具有广阔视野的人才，需要加强与海外的交流。
・本市发展的基石为“和平”，在重新认识其重要性的同时，还要着眼于海外的饥饿和贫困等课题，为实现永久和平作出贡献。

2．目标（未来蓝图）

・传递“飞驒高山”的魅力，吸引众多外国游客前来，带给地区活力。
・飞驒高山品牌的本地产品在海外畅销。
・高山市与姐妹城市、友好城市之间，相互突显彼此的特点优势，在各种领域展开交流。
・在各种领域与海外之间展开活跃交流。
・在国内外发布宣传以实现永久和平为目标的信息资讯。

3．所采取措施的内容

（概要）

〇促进招揽海外游客

・通过充实多语种宣传册和网站等资料、活用脸书等社交媒体等手段加强信息宣传
・通过“高层领导推销”、参加海外旅游博览会、向海外媒体和旅游相关企业机构等发布信息、向国内的各国政府机构和企业等进行推介、与日本政府观光局及县政府开展合作等手段加强宣传和揽客工作
・通过引进国际活动、国际会议、教育旅游，开发及活用能够接触自然、饮食文化、传统文化等区域魅力的落地型旅游产品等手段推进揽客工作
・通过提供面向外国游客的公共无线上网服务、制作多语种旅游引导标识、培养及确保口译导游人才、完善尊重并适应游客的文化及宗教背景的服务等手段强化游客接纳体制
・通过升龙道及北陆、飞驒、信州三颗星街道等区域之间的广域合作等手段打造富有魅力的旅游区域和周游路线

〇促进海外销售

・通过对海外市场进行调查分析、发掘有望销往海外的物产等手段为各企业的销售工作提供支持

・通过举办海外推广相关培训会、提供与海外的进口企业等方面进行商谈的机会等手段培养有意进军海外的企业

・通过“高层领导推销”、参加海外展销会、向海外媒体和旅游相关企业机构等发布信息、向国内的各国政府机构和企业等进行推介、与日本贸易振兴机构及县政府开展合作等手段推进宣传和促销工作

・通过制作简单易懂的商品使用方法、购买方法说明、制作多语种菜单、引进信用卡结算系统等手段完善面向外国游客的销售环境

〇促进海外交流

・与海外的姐妹城市、友好城市等开展教育、文化、艺术、产业等各种领域的交流，并积极与更多的新城市展开交流

・通过派遣市民前往海外交流、举办英语演讲比赛和外语讲座等手段培养及强化具备国际性视野的人才

・通过促进市民与在住及来访外国人的交流、聘请国际交流员、为民间交流团体提供支持等手段为市民提供接触不同文化的机会

・通过加强与国内的各国政府机构之间的联系等手段促进与世界各国的城市及区域之间的交流

・以发扬对纷争、饥饿、环境等国际问题的意识，实现永久和平为目标，通过向国内外发布信息资讯等手段为国际社会作贡献

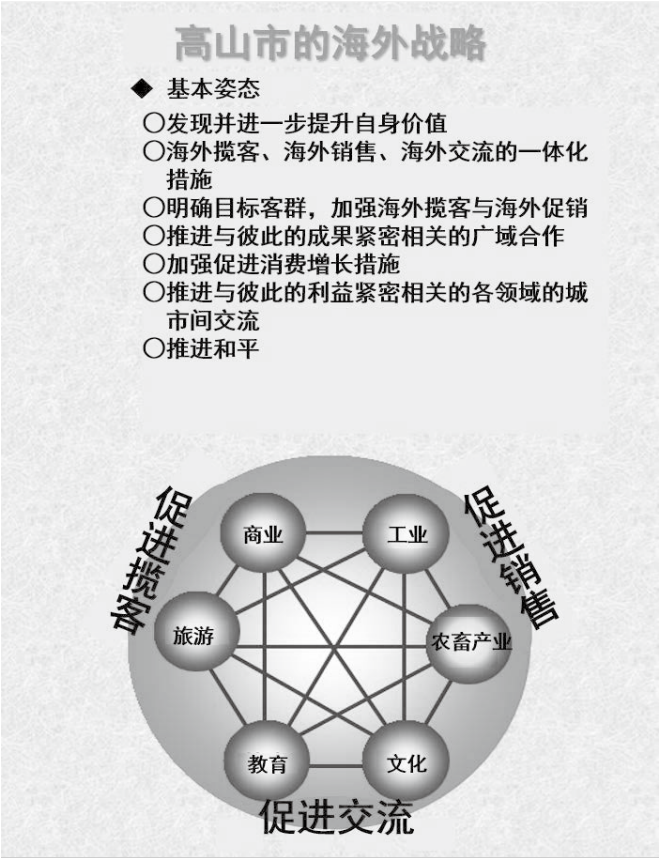
（进行得比较顺利的方面）

・到访高山市的访日外国游客增加

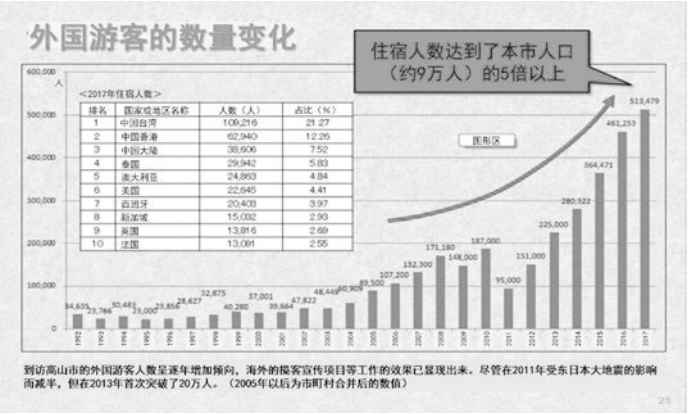
・开展官民协作的宣传活动

・开展广域合作的宣传活动

・与海外城市在各种领域开展合作与交流



4. 参考资料



主题名	振兴旅游业	地方政府名	橿原市
所采取的措施名称	塑造奈良的新形象，推进广域旅游		
概　　要	・从仅欣赏大佛和小鹿的一日游向住宿型旅游转变。差不多该从“大佛和小鹿”的单一形象作出转变了。 ・奈良县拥有大量独具魅力的旅游资源，但被划分为多数行政区域，需要跨区域执行旅游推广活动		
预算金额	197,654,000 日元 （2019 年度预算　旅游投入总额）	1,865,716（US$换算）	

1．课题（现在的状况）

○　振兴旅游业，是为了什么？　是为了通过旅游业激发区域经济的增长。为此必须让游客住下来！

○　游客们都住在大阪和京都，仅为了欣赏大佛和小鹿而来到奈良公园，当天往返。因此奈良县的住宿人数全国最低

○　奈良的大佛和小鹿已经闻名于全世界。如果不宣传奈良县的中南部，游客便不会住在奈良市或奈良县。

○　外国游客全都聚集在奈良公园。大部分游客在游览完奈良公园之后便结束了奈良之旅，不会前往奈良县中南部。

○　清水寺由京都市管辖，岚山、伏见稻荷、贵船同样也在京都市的管辖范围内。与此相反，奈良县的旅游资源却与之不同，长谷寺是樱井市，法隆寺是斑鸠町，吉野山是吉野町，大佛和小鹿则是奈良市，像这样主管政府分散，由不同的行政部门来管理。尽管说行政区划与旅游无关……

○　奈良县中南部的旅游目的地尽管具有较高的知名度，但所在的各个政府的规模较小，在资金实力上难以开展海外经营等大规模的宣传促销工作。

2．目标（未来蓝图）

○　为增加奈良县的住宿人数，需要做以下工作：

⇒ 搞活奈良县中南部的旅游。这样便能令奈良县之旅的选项、目的和周游产生深度，不论是奈良市还是奈良县中南部，住宿客人都会增加。

○　旅游如果不是广域的便没有效果。

・奈良县的形象结构过度集中于地处偏北部的奈良市的大佛和小鹿身上，需要塑造新的奈良形象

・奈良县中南部尤其是中部的旅游目的地过于分散，没有统一形象。

⇒ 希望强化奈良县中部的旅游圈，打造新的区域品牌，推行综合性旅游政策。

○　需要采取措施将（奈良公园的）外国游客引导至南部

⇒ 推广“山边之道～大神神社～飞鸟～吉野山”这条贯穿南北的路线。各个资源相近，从奈良公园一直连向南部，且途中分布着诸多世界遗产级旅游资源。同时全部都位处 JR 铁路沿线，对于外国游客来说也方便前往。

3．所采取措施的内容（概要）

○　宣传册和旅游地图的广域化

＝ 游客不会在意行政边界等因素，而都是自由行动的。宣传册和旅游地图在单个政府范围内起不到作用。正在积极制作除了橿原市以外还包含了周边地区的广域宣传册和地图。

○　从活动到宣传推广

＝ 摆脱以参加活动为目的前来的旅游形式，从“我们已经拥有极具魅力的旅游资源”这一角度出发，转变政策，以增加来自市外、县外（尤其是首都圈）的游客数量为主要目标，将重点放在宣传推广工作上。此外，还开展着发布以中老年人为受众的特辑文章、在社交媒体平台发布独具特点的

资讯、在东京举办演讲会等工作。在开展宣传推广工作时尽量与奈良县中南部地区进行合作。

＝ 飞鸟川流域的 5 个市町村已决定于明年发放本地固有的汽车号牌“飞鸟”。令汽车成为行驶的广告塔。

○ 住宿客人增加对策

＝ 通过 PFI 在县内交通要塞——大和八木站前建造由酒店和行政大楼分馆等组成的综合型设施。之后在奈良县中南部也不断建造新的酒店。

（进行得比较顺利的方面）

○ 住宿客人增加 ＝ 122,000 人（2011 年）增至 186,000 人（2018 年）

○ 游客数量增加 ＝ 3,700,000 人（2011 年）增至 4,900,000 人（2018 年）

（进行得不够顺利的方面）

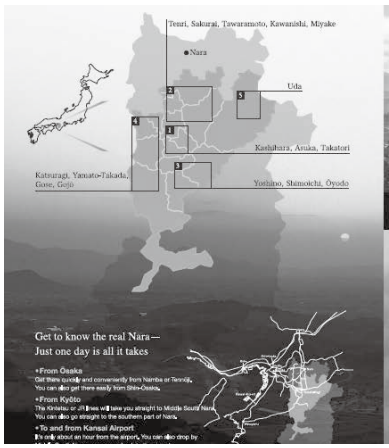
○ 未能树立起奈良县中部地区的品牌形象。旅游广域化工作未取得明显进展。

○ （奈良公园的）外国游客几乎不会前往奈良县中南部。揽客工作毫无成效。

4. 参考资料

酒店＆市政府大楼综合型设施“Migrans”

奈良县及奈良盆地的行政区划



广域旅游宣传册

主题１：振兴旅游业／区域报告

主题名	振兴旅游业	地方政府名	葛城市
所采取的措施名称	以相扑旅游推广项目为中心的吸引入境旅游措施		
概　　要	葛城市乃是日本最早进行相扑比试的力士“当麻蹶速”的故乡，拥有在日本全国也为数不多的相扑资料馆“蹶速座”。馆内设有与“本场所”（日本相扑协会举行的官方专业相扑比赛）相同大小的土俵，不论男女都可站上去体验一番。活用这一资源优势，将相扑表演和相扑甚句（相扑力士们在比赛前咏唱的歌谣）作为旅游亮点向国内外游客宣传推广，2018 年吸引了约 1500 名观众来馆。		
预算金额	（　本国货币　） 1400 万日元	（　U$换算　） 131,384 U$	

1．课题（现在的状况）

■令入境旅游的访日外国游客数量增加

◇虽然相扑馆入馆人数有所增长，但市内可停留的设施较少，包括当麻寺在内，对市内的波及效果趋近于无。

◇多数来馆者都是通过旅行社而来的跟团游客，自由行游客较少。

2．目标（未来蓝图）

■吸引入境旅游的访日外国游客在市内周游

◇包括招揽酒店入驻在内，推进旅游配套硬件设施建设。通过培养国际交流志愿者，吸引访日外国游客来市内周游。

3．所采取措施的内容

（概要）

3－1　以广域合作开展相扑发祥推介活动，推动相扑旅游发展

■制作相扑宣传片来向外国人宣传推广

◇2018 年制作了三段 DVD。分别是“观光”、“相扑的历史”、“大相扑的经典对决”。

◇“观光”经常在相扑馆内的大荧幕上放映。“相扑的历史”和“大相扑的经典对决”则在团队游客来馆时以及各种活动中放映活用。今后还将研究进一步的活用方法。

■共同举办相扑旅游活动

◇通过同为相扑发祥地的樱井市和香芝市的“相扑观光协议会”，共同举办相扑旅游活动。

3－2　培养国际交流志愿者

■为推进国际交流，大力培养外语交流人才，以期在国际交流项目上得到市民的积极协助，加深与外国人之间的相互理解，建立友好亲善关系。

◇外语口译导游或笔译。

◇发挥花道、茶道、书法、武道等各自的特长，向到访本市的外国游客介绍及指导日本文化。

3—3　以国际交流员（CIR）的国际交流项目

■以国际交流员（CIR）为中心，推进旨在促进友好地方政府间合作的交流项目。

◇2019 年 7 月，国际交流员（CIR）到任。

◇使用社交媒体等工具向国内外宣传推介葛城市。

◇以友好地方政府间的开展合作为目标，从儿童之间的交流起步。

（进行得比较顺利的方面）

■来到相扑馆的访日外国游客数量有所增加。

■相扑表演者收到演出酬劳。

■在社交媒体等上的宣传已为城市推广提供了一定的助力。

（进行得不够顺利的方面）

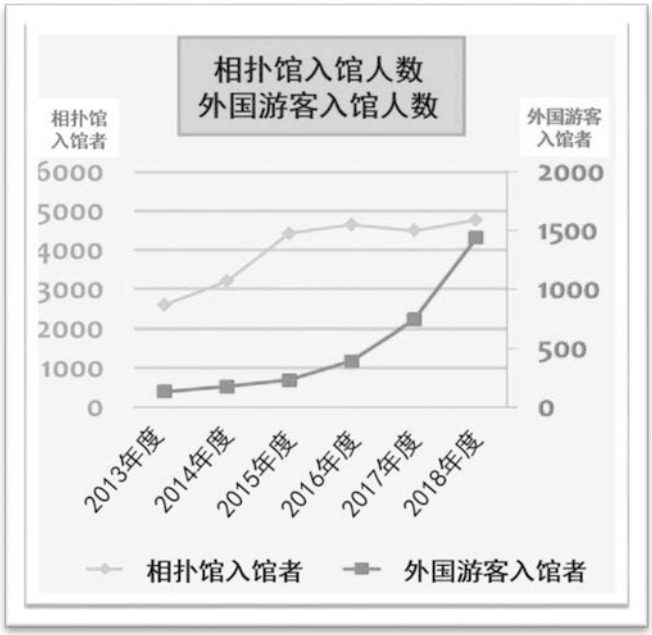
■未对相扑馆以外的旅游设施、餐饮店产生波及效果。

■面向外国的团队游客提供相扑体验项目，其进入相扑馆时能与业余相扑力士在土俵上进行相扑比赛，但在有人参加体验项目时，普通游客无法进入设有土俵的一楼。目前正在商讨对策。

■馆内职员接待外国游客的技能水平不足。

■住宿客房数量不足（民泊也未发展起来）。

4．参考资料



主题１：振兴旅游业／区域报告

主题名	振兴旅游业	地方政府名	斑鸠町
所采取的措施名称	值“圣德太子逝世 1400 周年”之际打造观光旅游城市		
概　　要	・斑鸠町每年迎来约98万名（2018年）游客，但大多数游客都仅是为了参观法隆寺而到访，在本町的停留时间较短，属于“据点通过型旅游”，现正努力推动向“漫步、环游、落地型旅游”转变。 ・为了让游客更久、更多、更深地品味斑鸠町，努力引进住宿等旅游配套设施，打造并不断充实未曾有过的“夜间观光” ・在2020年的东京奥运会及残奥会、2021年的圣德太子逝世1400周年等大型活动到来之际，预计今后国内外游客数量会出现增长。 ・尤其是2021年的圣德太子逝世1400周年，随着年号更迭为令和，我们正迎来一个广泛宣传推广“圣德太子之都 斑鸠町”的绝好机会，我们正开展“和之光”项目，以法隆寺参道为中心点亮灯“光”，思索圣德太子所提倡的“和”之心，追忆圣德太子。 ・本町的龙田川，是新年号“令和”的出处，《万叶集》中已有记载，历史相当悠久。正在积极宣传从中取名的美食“龙田炸鸡块”作为本町的灵魂食物。		
预算金额	约1.09亿日元（2019年） （本国货币）	约102万美元（2019年） （U$换算）	

1．课题（现在的状况）

〇斑鸠町每年迎来约98万名（2018年度）游客。然而大多数游客在参观完世界文化遗产法隆寺以后，便转往下一个旅游目的地，在斑鸠町停留的时间很短。

〇游客在斑鸠町消费的机会较少，未体现出在餐饮、体验、住宿等方面的经济效果。

〇由于历史性建筑的老朽化而导致的闲置住宅的产生以及重建、拆除等原因使得街道景观的连续性消失，再加上城市开发建设等工作的进展，导致发生了与沿途景观不协调等问题。

〇斑鸠町缺少独特的特产品，所以需要开发和充实“美食”这一重要的旅游产品内容。

2．目标（未来蓝图）

〇努力从以“法隆寺观光”为中心的“据点通过型旅游”转变成让游客在街道中周游体验并留宿的“漫步、环游、落地型旅游”，激发全町的区域活力，促进区域经济的良好循环。

3．所采取措施的内容

（概要）

（1）“引进住宿等旅游配套设施”

・根据2014年2月在奈良县下辖市町村中首个获得国家认定的《历史风致维持向上计划》，于同年10月在法隆寺周边设置了缓和建筑物建造限制的“特别用途地区”，鼓励开设餐饮店、工作室、住宿设施等旅游配套设施，来运用充满历史风情的街道景观把本町打造成一个街道漫步旅游的目的地。

■2014年度　和式咖啡厅“布谷园”

■2015年度　挑战商店“ikarucoki”

■2019年度　住宿设施“和空 法隆寺”

■2020年度　住宿设施“法隆寺公园酒店”

（2）开发特产品（“龙田炸鸡块提升计划”、“斑鸠名牌2019的认定”）

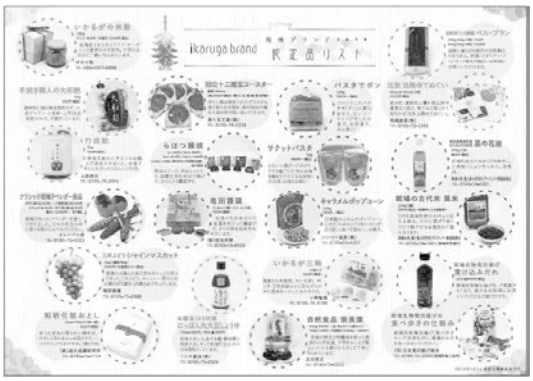
・ 据传龙田炸鸡块的名称源于流经斑鸠町的红叶名所“龙田川”，本町正在积极宣传推广龙田炸鸡块，努力将其打造成斑鸠名产。

・ 将运用区域资源制成的商品认定为“斑鸠名牌”，积极向町内外推广。

■龙田炸鸡块边走边吃地图

■龙田炸鸡块

■斑鸠名牌2019



（进行得比较顺利的方面）

・ 继2014年11月位处北畠治房男爵旧宅邸的和式咖啡厅“布谷园”开业之后，正在顺利开设更多的店铺。

（进行得不够顺利的方面）

・ 斑鸠町尚未形成“夜间观光”的形象，住宿设施开业后的区域经济持续活化的可能性堪忧。

4. 参考资料

■2019 年度　住宿设施“民泊 斑鸠日和”

主题名	振兴旅游业	地方政府名	明日香村
所采取的措施名称	推进停留型旅游～打造一个没有屋顶的田野博物馆“整个明日香村博物馆”～		
概　　要	○ 根据专门针对本村制定的《明日香法》，本村作为“日本国诞生之地”的丰富历史文化资源和恬静的田园风光得到了特别的保护，因此本村拥有丰富的旅游资源。 ○ 由于建筑限制，提供旅游服务的设施不足，旅游消费较少，且缺乏就业岗位，因此本村人口在不断减少。 ○ 希望通过摆脱以往的“仅限于观赏的旅游”，充实“美食”、“体验”、“购物”、“住宿”，来打造一个能以五官亲身体验的“整个明日香村博物馆”，扩大消费和就业，以此激发区域活力。		
预算金额	81,640,000　日元	US$　765,783.20	

1．课题（现在的状况）

○人口数量在 1990 年以约 7300 人达到顶峰后便一直处于减少趋势，如今仅有约 5500 人。

○大部分游客都以一日游为主，旅游消费金额较少。游客数量在 1982 年以约 175 万人达到顶峰后便呈现下降趋势，但近 20 年内基本上维持在每年约 80 万人的水平。

○村内住宿人数和游客数量一样，也一直呈现减少倾向，一度减少至每年 1 万天，不过近年来由于发展停留型旅游已恢复到了约 2 万天的水平。

2．目标（未来蓝图）

○充分利用区域资源推进停留型旅游，达成年度住宿人数 5 万人的目标。

○通过充实住宿、饮食、销售等旅游内容，推动旅游消费金额的增长。

○通过扩充旅游产业，起到增加区域就业机会、提高农业生产额等作用，以激发区域活力。

3．所采取措施的内容

（概要）

（1）开设“道之驿　飞鸟”作为观光周游的据点

作为旅游门厅，在近铁飞鸟站前的国道沿线建设“道之驿”，并于 2018 年 9 月开始营业。内部设有提供旅游信息的旅游综合资讯服务中心以及可以买到村内的农产品和加工品的直销所，作为观光周游的据点和传播区域魅力的场所发挥着作用。

（2）充实宣传册和官方网站等信息传播功能

为宣传停留型旅游的魅力以及促进来访者周游本村各地，注重向来访者提供符合其需求的信息，积极活用社交媒体、更新改版官方网站、制作新的宣传册。对于外国游客，积极开展设置多语种旅游向导标识、建设免费 Wi-Fi 环境、通过多语种版本旅游宣传册和官方网站进行信息传播等工作。

（3）开发旅游产品和体验项目

为满足游客的多样化需求，充实发挥区域特性的停留型旅游内容，正致力于开发新的旅游产品和体验项目。由旅游协会主导，将村内的文化遗产相关单位、神社、寺院、农林工商经营者等各领域的组织有机融合，开发极具魅力的高附加值复合型产品。

（4）推进教育旅游

本村自 2011 年起便积极引进体验型教育旅游。由去年成为一般社团法人的“大和飞鸟新型旅游”负责运营，主要以国内外的学生为对象，开展在村民家中进行的农业体验和做菜体验等家庭寄宿型体验项目。刚启动时每年接待数量不足 1000 天，但到 2018 年已增加至 5600 天，其中约一半都是外国游客，主要来自台湾等亚洲地区。

（5）通过广域合作及企业合作提高旅游目的地魅力

正与奈良县及有关市合作推进已于 2007 年列入世界遗产暂定名单的“飞鸟・藤原的宫都及其相关资产群”的申遗工作。另外，例如引进新型住宿设施“星野度假村”等，与民间企业开展合作，致力于提高作为旅游目的地的魅力。

（6）开展旅游实态调查

对来访者开展旅游调查，旨在开发具有魅力的旅游内容以及建设优质的旅游环境，来提高来访者的满意度、延长停留时间以及带动旅游消费增长。

（进行得比较顺利的方面）

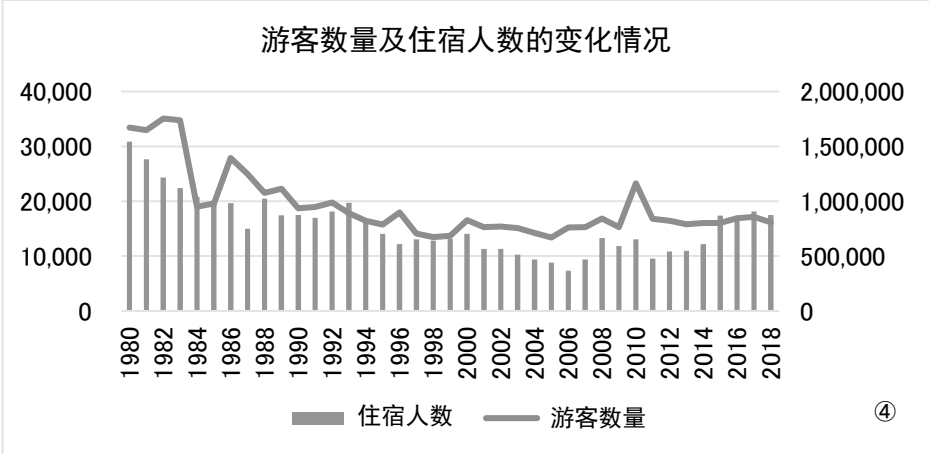
〇行政部门与旅游协会、民间企业、有关市町村合作开展旅游推广和旅游产品开发工作，正逐步建立起以强化信息传播能力和充实落地型旅游内容为目标的合作体制。

〇家庭寄宿型体验项目（民家寄宿）让参与者在和村民一起生活的同时，通过历史文化、农业、饮食等经验亲身感受“整个明日香村博物馆”，为激发地区活力提供了助力。

（进行得不够顺利的方面）

〇尚未对区域就业机会的增加，以及旅游消费金额和农业生产额的增长带来明显的效果。今后需要反复开展旅游实态调查以及分析和验证工作效果，并将其反映到项目手法中去。

4．参考资料



①石舞台古坟　②梯田风光

③“整个明日香村博物馆”示意图

④“游客数量及住宿人数的变化情况”图表（出处：明日香村）