

# 奈良をインバウンド観光先進都市へ ～関係人口の創出を目指した～

# 目次

---

- **本事業の全体像（P3~12）**
  - **事業概要\_事業の目的と目標**
  - **事業概要\_事業の提供内容と提供方法**
  - 補足：関係人口を目標に掲げる意義
  - 補足：ターゲット層と奈良の関係性
  - 補足：奈良の観光産業の現状と本事業の意義
  - **観光産業の全体像と本事業の位置付け**
  - **本事業のビジネスモデル図**
  - **本事業の中長期の目標**
- **事業詳細**
  - **提案型案内所（P13~19）**
  - **奈良の工芸品の販売（P20~21）**
  - 広告の制作と発信（P22~23）
  - おとなの社会科学見学ツアー（P24~25）

# 事業概要\_事業の目的と目標

弊社は「奈良をインバウンド観光の先進都市へ」を事業の目的に掲げ、インバウンド観光客を「関係人口への転換」に、地域住民を「伝道師への転換」を図ることを目標にし事業を展開する。

目的		奈良をインバウンド観光先進都市*にする *観光先進都市：観光客は単発の来訪で止まらず、旅中・旅後に都市への愛着を持ち続けられる	
目標	誰	インバウンド観光客	地域住民
	状態	関係人口への転換 「また会いたいと思えるヒトがいる」 「またしたいコト」行きつけのバショがある」	伝道師への転換 「地元をもっと知りたい」 「地元の魅力をもっと伝えたい」

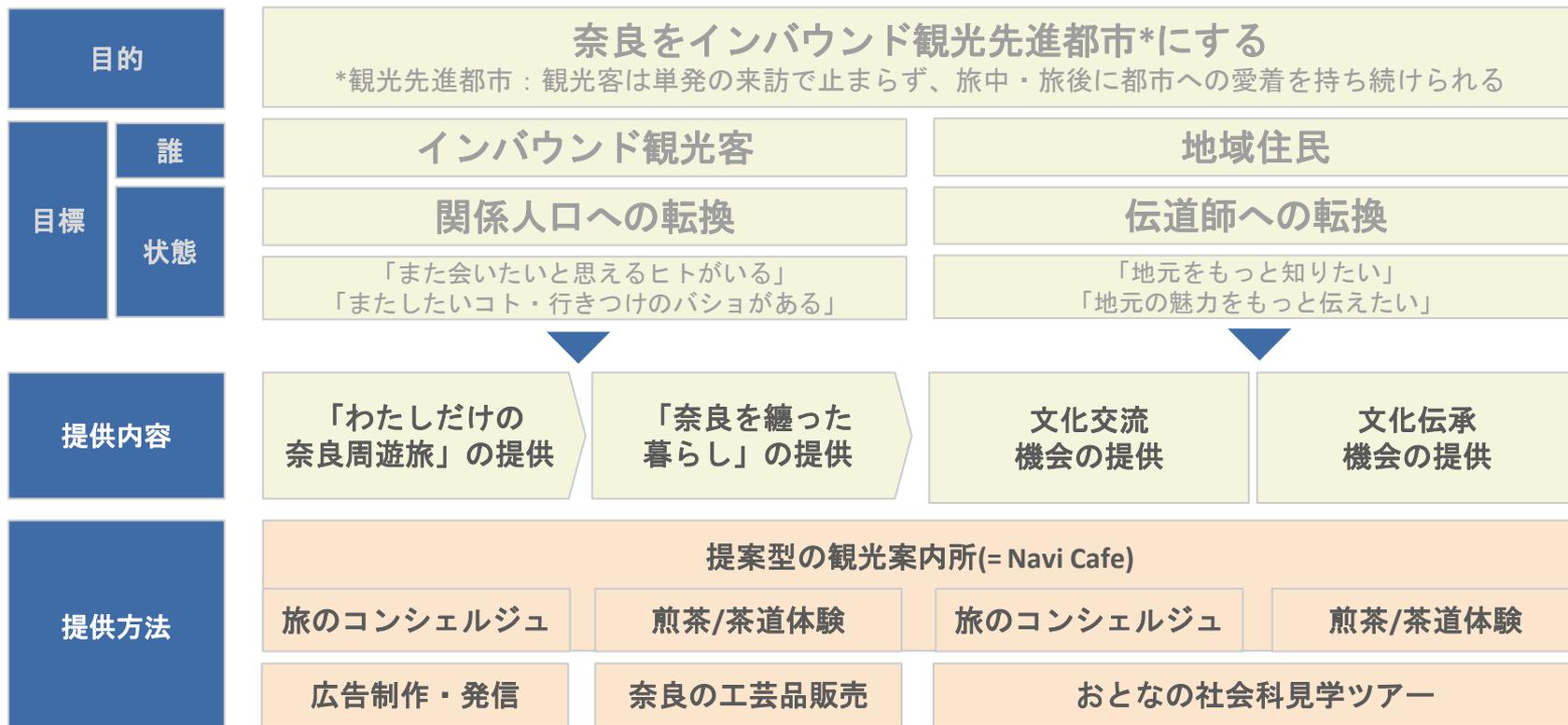
# 事業概要\_事業の提供内容

観光客に「また奈良に来たい（また会いたい人・したいコト・行きたいバショがある）」と思ってもらうためには、他の観光地では味わえないような「わたしだけの奈良周遊旅」「奈良を纏った暮らし」を提供していく必要がある



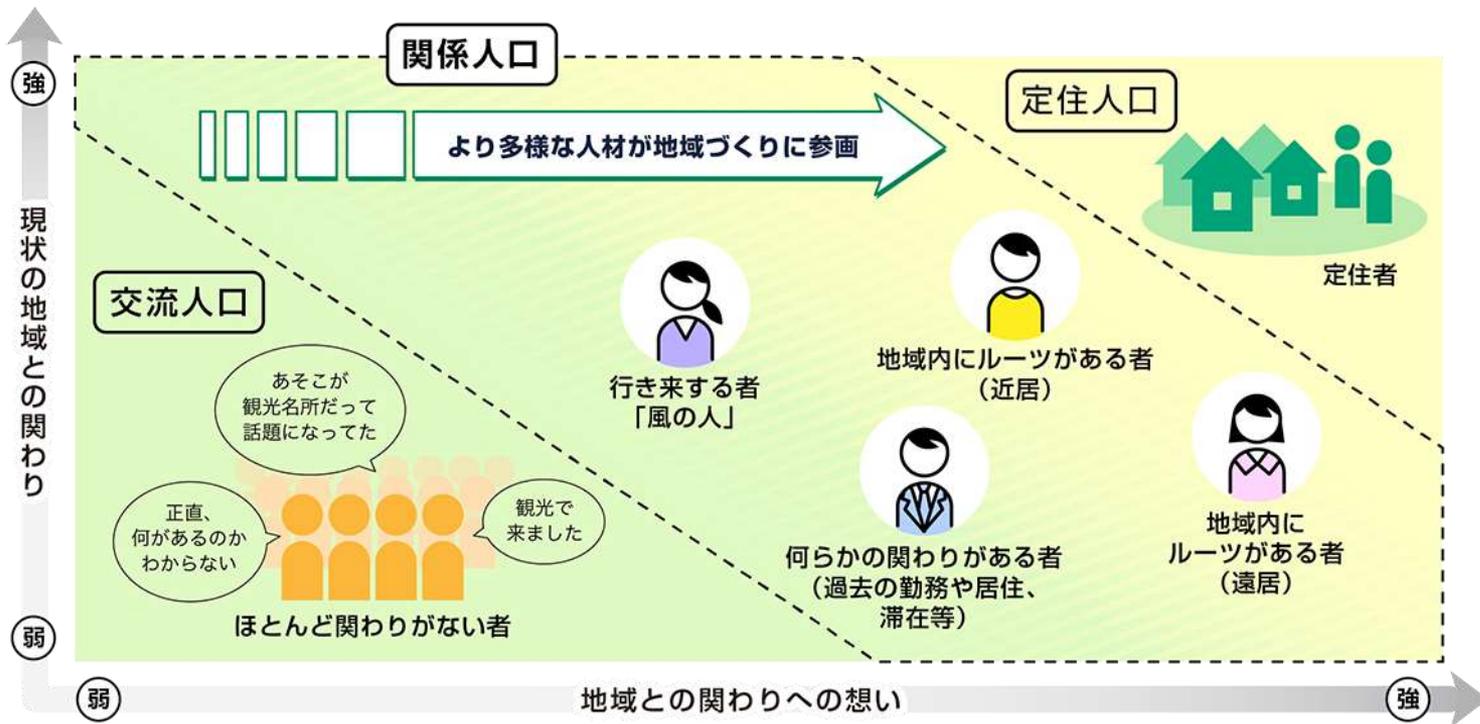
# 事業概要\_事業の提供方法

既存の受け身型ではなく、**提案型の観光案内所（Navi Cafe）**を基軸に  
「旅のコンシェルジュ」「煎茶/茶道体験」「広告制作発信」「工芸品販売」「おとなの社会科見学」を実施していく



# 補足\_関係人口を目標に掲げる意義

「関係人口」を目標に掲げたのは、地域活性化の要に**関係人口**があり、**関係人口の出発点は観光にある**と考えたため。また、目標に**関係人口**を置くことで、**短期の経済効果に傾倒することなく、持続可能な経済効果を目指した**事業が展開できる



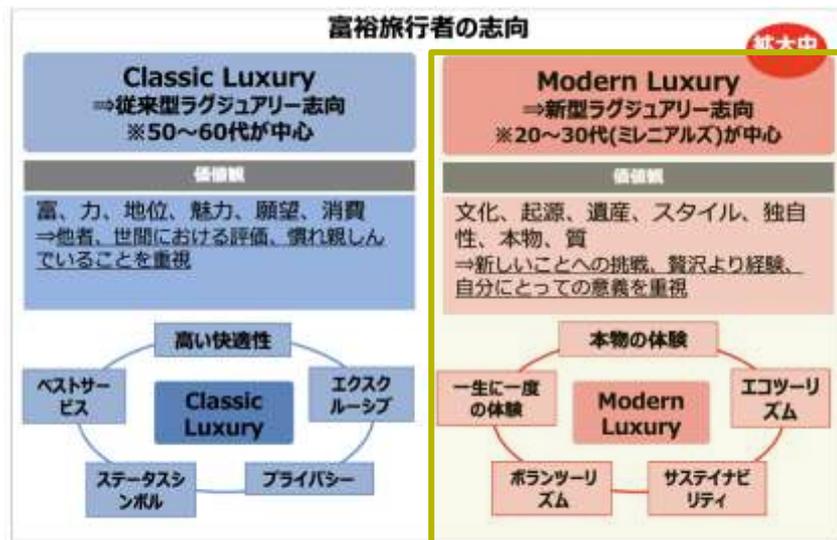
総務省 関係人口とは

<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html>

# 補足\_ターゲット層と奈良の親和性

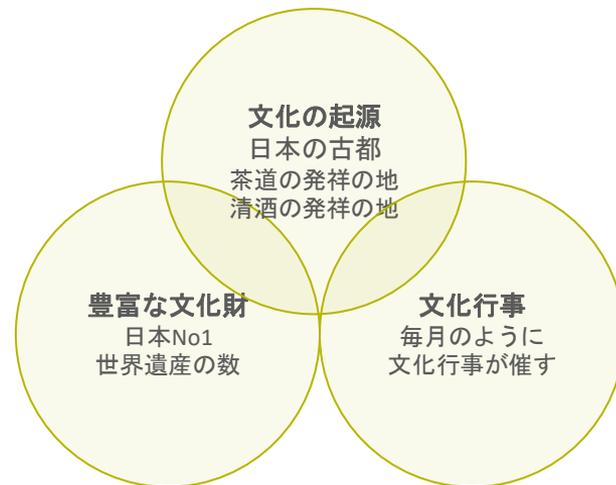
本事業は拡大中の**モダンラグジュアリー層**を狙っていきたいと考えている。  
理由は、彼らが求める「文化」「起源」は、奈良にこそ存在しているため。  
本事業を通じて、彼らが求めるものを「奈良に存在する」もので提供する/繋ぐ役割をになっていく。

## 本事業のターゲット



## 奈良の特色

モダンラグジュアリーが求めるものは、奈良に存在している。



日本政府観光局 富裕層市場に向けた取り組み  
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001366730.pdf>

# 補足\_奈良県観光の課題と可能性

奈良の観光産業に課題が存在している一方で、少なからず奈良公園までには来てくれている。  
**この層の滞在時間を伸ばせるかが鍵**になってくる

## 奈良の観光産業の課題

以下のA~Eまでの課題が挙げられている。  
※Eに関しては一定期間を経て解消されている想定

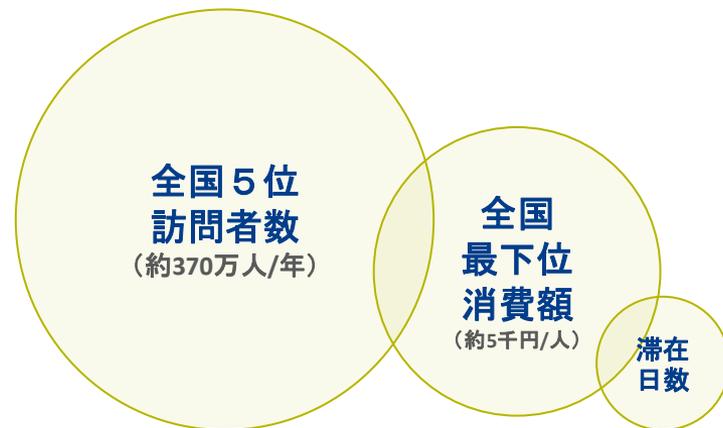
### <奈良県観光の5つの課題>

課題A	県内（域内）での滞在時間が短く、一人当たりの観光消費額が少ない。
課題B	観光客が北和地域に集中している。
課題C	奈良県民の地元愛が希薄である。
課題D	情報発信力の強化が必要である。
課題E	ウィズコロナ、アフターコロナへの対応が必要である。

奈良経済同好会 観光活性化委員会：「奈良県の観光活性化への提言」  
[http://naradoyu.jp/cms/wp-content/uploads/2021/11/teigen\\_kanko.pdf](http://naradoyu.jp/cms/wp-content/uploads/2021/11/teigen_kanko.pdf)

## 奈良観光の可能性

観光消費額が全国最下位な一方で、訪問率は5位と上位に位置している。奈良に来てはくれているため、彼らをもう一押しする事業が必要になる。



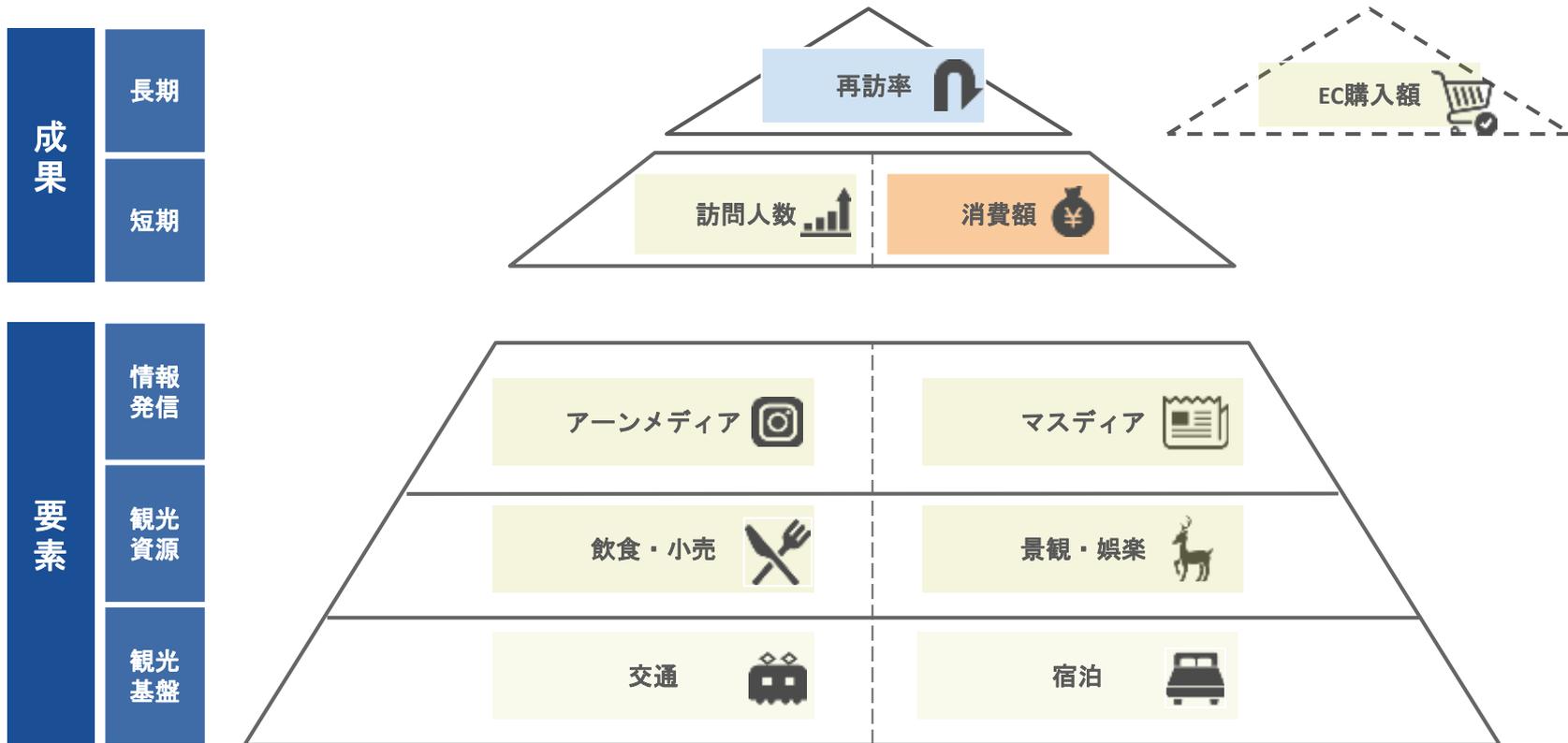
訪日ラボ : <https://honichi.com/areas/kansai/nara/>

# 観光産業の全体像

顕在課題

潜在課題

弊社は以下の視界で、観光産業を捉えている。  
奈良の**顕在課題である消費額の低さ**を解消すべく、下記の要素の強化が図られている。



# 観光産業の全体像と本事業の位置付け

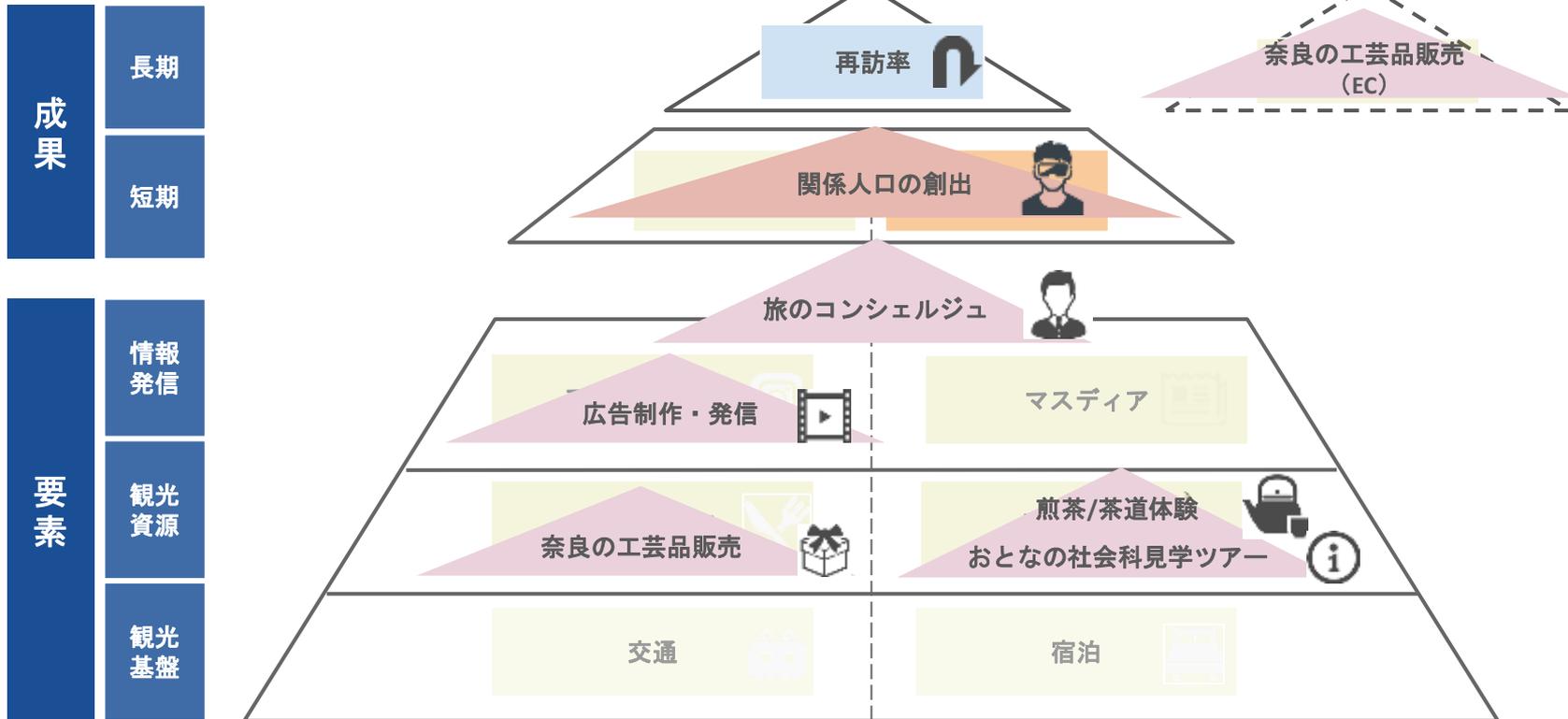
顕在課題

潜在課題

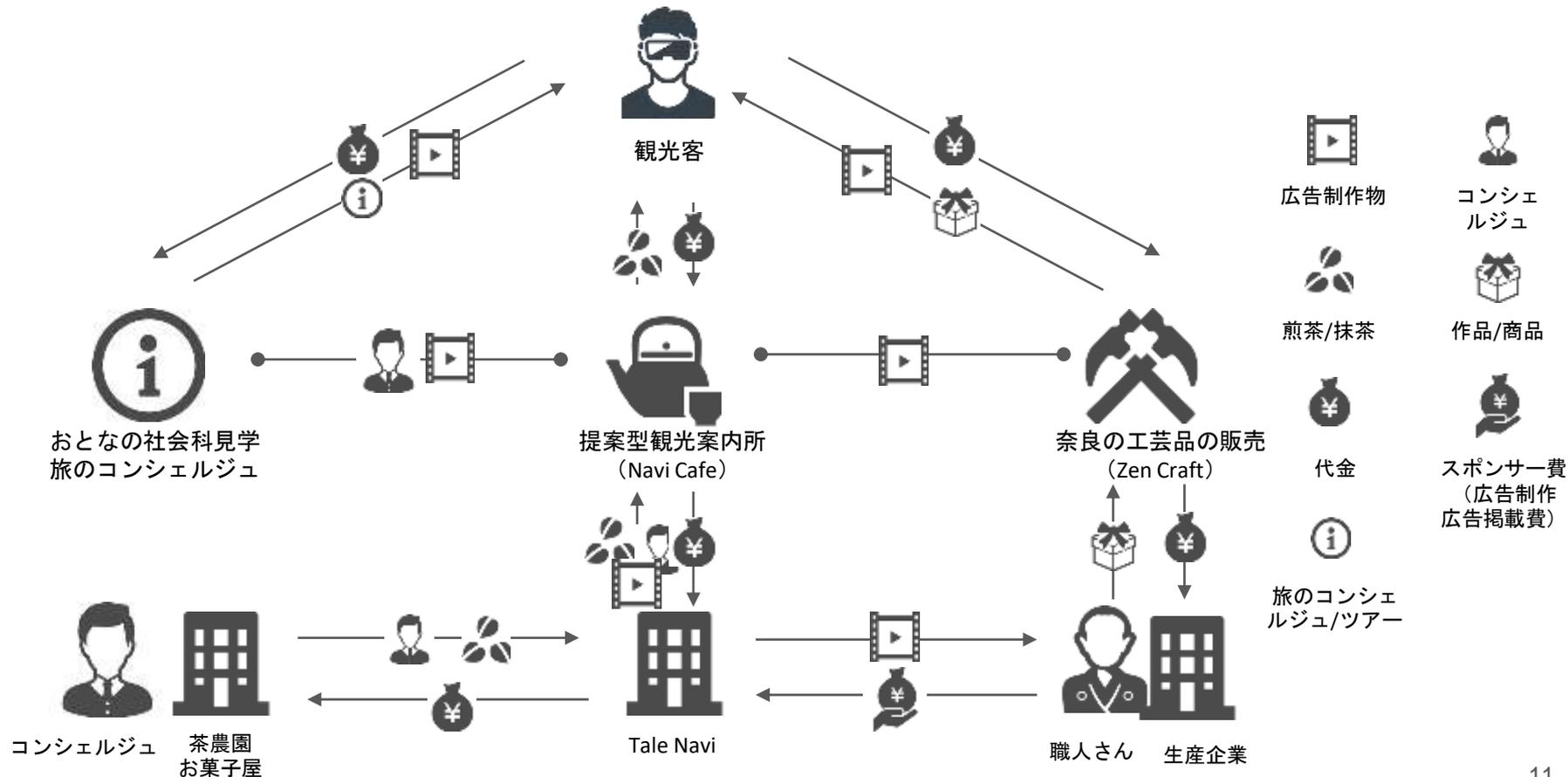
事業目標

事業内容

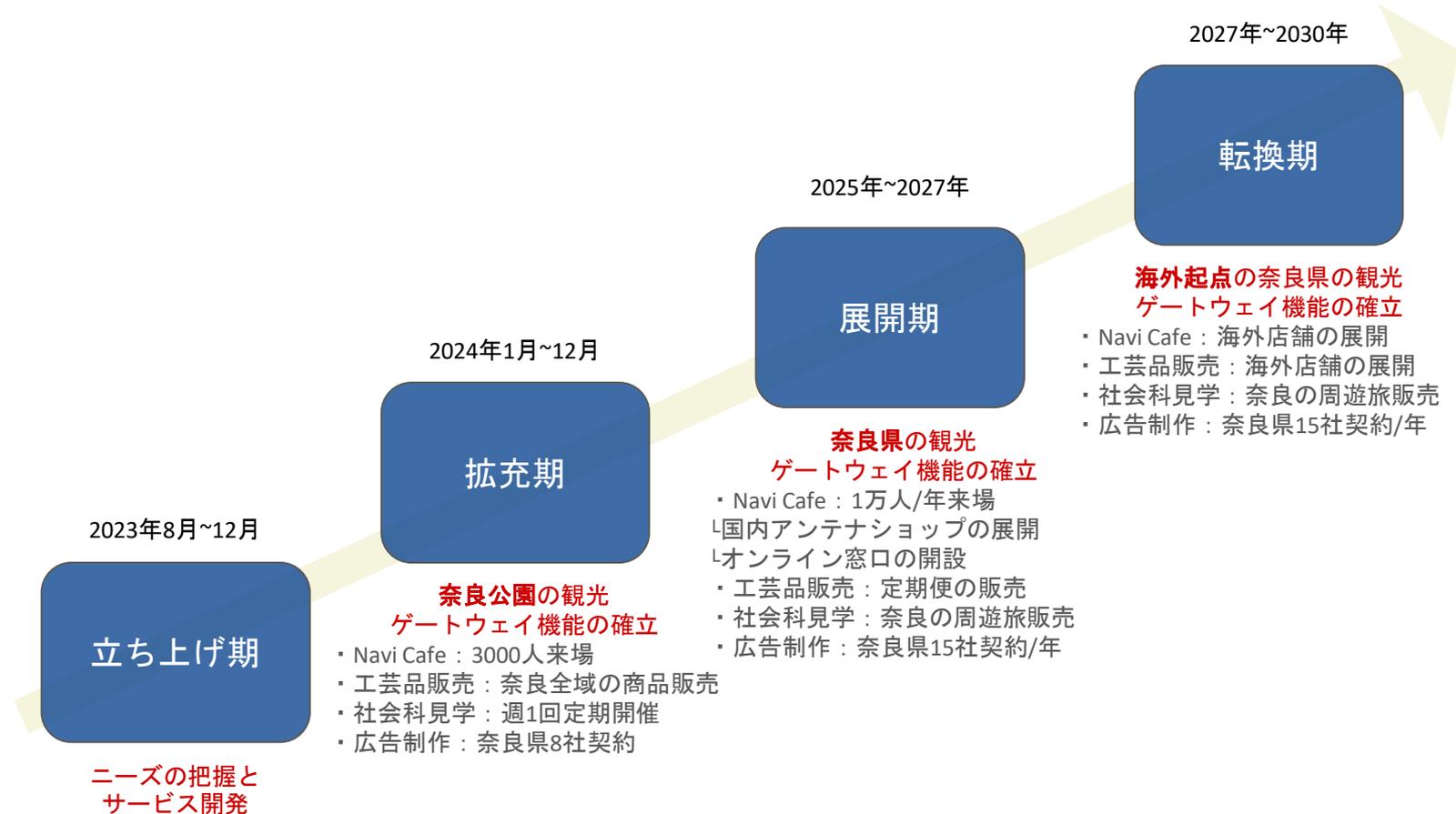
弊社の目標「**関係人口の創出**」は、**潜在課題に当たる再訪率を高める**ことに寄与する。  
そのために、**小規模事業者である我々だからこそできる対話を通じた観光情報・観光資源の提供**を行っていく。



# 本事業のビジネスモデル図



# 本事業の中長期の計画



**提案型\_観光案内所 (Navi Cafe)**  
**#旅のコンシェルジュ#煎茶/茶道の体験**

# 提供サービス\_Navi Cafe

以下の2つのサービスを主に提供（10月よりプレオープン：実証実験開始）

## 『好みの日本茶に出会える』

- 煎茶・茶道体験 -

全て奈良のお茶農園さん、お菓子屋さん、職人さんのこだわりの商品を取り揃えて以下の体験を提供。

### ・抹茶体験

1杯目：スタッフが提供し（立て方を教える）

2杯目：お客さん自身で抹茶を立てる

### ・日本茶セレクション

5種類の日本茶（水出し）から飲み比べ  
気に入った1種類を急須で楽しむ（自身で



## 『行きたい場所が見つかる』

- 旅のコンシェルジュ -

奈良公園付近を中心に、お客さんの来日の目的や価値観をお茶を飲みながらお伺いし、各々にカスタマイズした形でおすすめのスポットや効率的な回り方など情報を提供。



## 【参考】店舗情報

JR徒歩3分の立地（インバウンド客は基本的にJRレイルパスを利用する）



# 指標（地域への貢献度合）

弊社は売上目標に加えて、下記の目標を指標に定めることで**事業目的（=地域貢献）の達成**を図る

目的	インバウンド観光客の関係人口への転換 「また会いたいと思えるヒトがいる」 「またしたいコト・行きつけのバシヨがある」		地域住民の 伝道師への転換
目標	わたしだけの奈良周遊旅の提供	奈良を纏った暮らしの提供	地域住民の交流
指標	奈良の滞在時間が想定より 伸びる	カフェで気に入ったものを 買って自国に持ち帰る	カフェ来店後も交流が続く
現状	実際に奈良の滞在時間を 伸ばしたというお声をいただく	2人に1人が日本茶の ティーパックを買っていただく 抹茶、煎茶のキットを 買ってもらうことも	Instagram経由で 奈良で旅した後に写真や、 大阪での旅の相談も受ける また戻って来たい声も多数

# お客様の代表的なコメント抜粋

×  Melvin Paul  
3件のクチコミ

★★★★★ 1日前

私たちは京都から奈良への日帰り旅行に来ていて、奈良のメインストリートでオーナーの一人、祥平さんと出会った後、ティーラウンジに行きました。私たちがそこに着くと、日本茶とお菓子を試飲できる素敵で居心地の良いスペースを見つけました。

翔平と太郎（そこで働いていたもう一人の人）は信じられないほどフレンドリーで、お茶と奈良に対して情熱を持っていました。彼らは私たちに数種類の冷たいお茶を試飲させ、違いを説明し、その後、お気に入りを選んで温かいお茶として淹れ、さまざまなお菓子も出してくれました。

祥平さんは奈良のことにも詳しくて、ランチにぴったりの麺処やお茶を賣るお店、奈良公園で鹿と触れ合うのに最適な場所を教えてくださいました。

この経験により、奈良での私たちの時間は、そうでなかった場合よりもはるかに思い出深いものになりました。

Google による翻訳・原文を見る (英語)

×  Jean-Michel Benoit  
6件のクチコミ

日本への旅行中には予想もしなかった出来事が、この素晴らしい国で私たちにとって最高の瞬間となりました。

このスポットは隠れた宝石であり、その生々しいプレスティーン文化の本質を維持してほしいと願っています。2人の素晴らしいホストと一緒に、本当にリラックスした快適な午後でした。お茶、日本酒、奈良、そして日本茶の職人技に関する彼らのスキルと知識により、私たちは正しい緑茶の淹れ方や、適切な技術を使用した抹茶の淹れ方を学ぶことができました。言うまでもなく、私たちが選んだお茶と非常によく合う素晴らしいスイーツを味わいました。

日本酒や紅茶ベースのカクテルも一緒に楽しみました。

旅が終わる前に戻れないのが残念です。戻ってきたら必ず奈良に立ち寄りなければなりません。行く価値があります。

ラウンジ紳士の皆様のご多幸を心よりお祈り申し上げます。カンバイ！

Google による翻訳・原文を見る (英語)

×  Asma Medhioub  
2件のクチコミ

★★★★★ 1週間前

イートイン | その他 | ¥1,000~2,000

奈良を訪れた際、このカフェで忘れられない時間を過ごしました。祥平さんと彼のチームは私たちを温かく歓迎し、茶道や日本文化を紹介してくれました。彼らは私たちが奈良（そして日本の他の都市）で素敵なレストランや小さなお店を見つけるのを手伝ってくれました。チーム全員にもう一度感謝します。また戻ってきます。またパリでお会いできるのを楽しみにしています！

Google による翻訳・原文を見る (フランス語)

食事: 5 | サービス: 5 | 雰囲気: 5

役に立った

...

# 来店者の様子



# 今後の展開

奈良の滞在時間の短さを解消するためには、**旅のプランが確定する前に接点**を持っていく必要がある。

アンテナショップの立ち上げ

オンライン案内所の立ち上げ

海外店舗の立ち上げ

狙い

奈良旅は**日帰りの認識が強い**ため、**旅のプランが確定する前に接点を持ち、奈良旅の提案**をしていくことが、**奈良周遊旅（長期滞在）**を促す上で重要である。

対象

日本に滞在している層

日本（奈良）の旅行  
が確定している層

日本（奈良）の旅行に  
興味がある層

## 奈良の工芸品の販売 (Zen Craft)

# 提供方法

Zen Craftで取り扱う商品は、**カフェとオンラインストアの両軸**で販売を行う。

## Navi Cafeでの販売

お店の備品は、**奈良**で生産されたもので構成。  
**その場で気に入ったお茶、お茶道具、お皿、お盆**  
など**全て購入することが可能**。



## オンラインストアでの販売

来店者が**帰国後も購入できる**。  
自社の強みである映像制作力を駆使して  
商品の制作工程や魅力を**SNS経由で発信**。



# 広告の制作と発信

# 弊社の広告の制作と発信の強み

弊社の強みは、相場の制作料を支払うことで、  
高品質の動画の制作に加え、SNS・Navi Cafeで**一定の視聴数を担保**することができること。

## 豊富な動画制作の実績

動画制作スキルを持ち、東京を中心に  
プロモーション映像を制作してきた役員を中心に  
制作を行っていく。

※既に奈良県の「大和工房」様で制作済



## 視聴数の担保

Navi Cafeにて映像に加えて、商品の魅力が伝わり、  
誰かにおすすめしたくなる**ポストカードを作成**  
する。オンラインでは**自社SNS**や場合によってはイ  
ンフルエンサーを巻き込み発信を行う



※東京都庁の活動を参考 23

# おとなの社会科見学ツアー

# 提供内容\_おとなの社会科見学

地道な草の根活動を通じて地域の一員として貢献しつつ、**顧客ニーズに照らしたツアーを開発**していく

## ツアーの作成

### ■地域事業者、住民との関係性作り

Navi Cafeは、**週に1回地域事業者の集まりの場**として解放し各々の**想いの集合体**を形成していく

### ■観光客にニーズに沿ったコンテンツの開発

Navi Cafeに訪れる観光客との対話を通じて得られた知見をもとに開発していく



## ツアーの波及効果

### ■地元住民を伝道師への転換

地場の産業の魅力を語れる「伝道師＝語り部」を増やしていくことができる。

### ■観光客を関係人口への転換

地域の魅力を主体者から聞くことで、さらに興味を持ち、その商品を買ったり再訪したいと思えるようにする

