

生き残ることができる者は 変化できる者である

～県内観光振興と、観光宿泊の更なる活性化に向けて～

令和8年5月29日

奈良県知事 山下 真

奈良県の観光データ

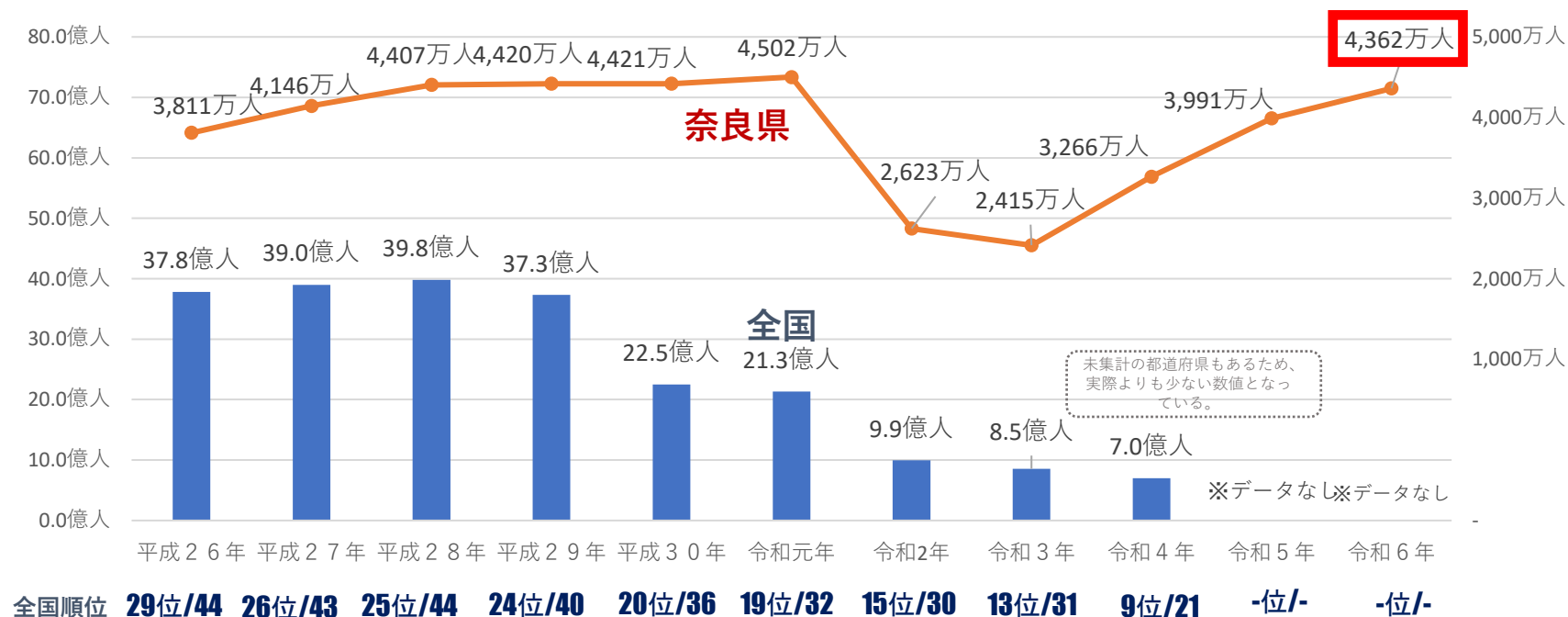
出典：奈良県「観光客動態調査」

観光庁「共通基準による観光入込客統計」

①観光入込客数

・観光入込客数 令和6年:約4,362万人

・コロナ禍以降、順調に回復



(公表済み都道府県数(令和5年8月31日時点) H25:44、H26:44、H27:43、H28:44、H29:40、H30:36、R元:32、R2:30、R3:31、R4:21

※令和5年以降、観光庁にて全国数値の把握を実施しなくなったため、全国の観光入込客数についてはデータなし。

奈良県の観光データ

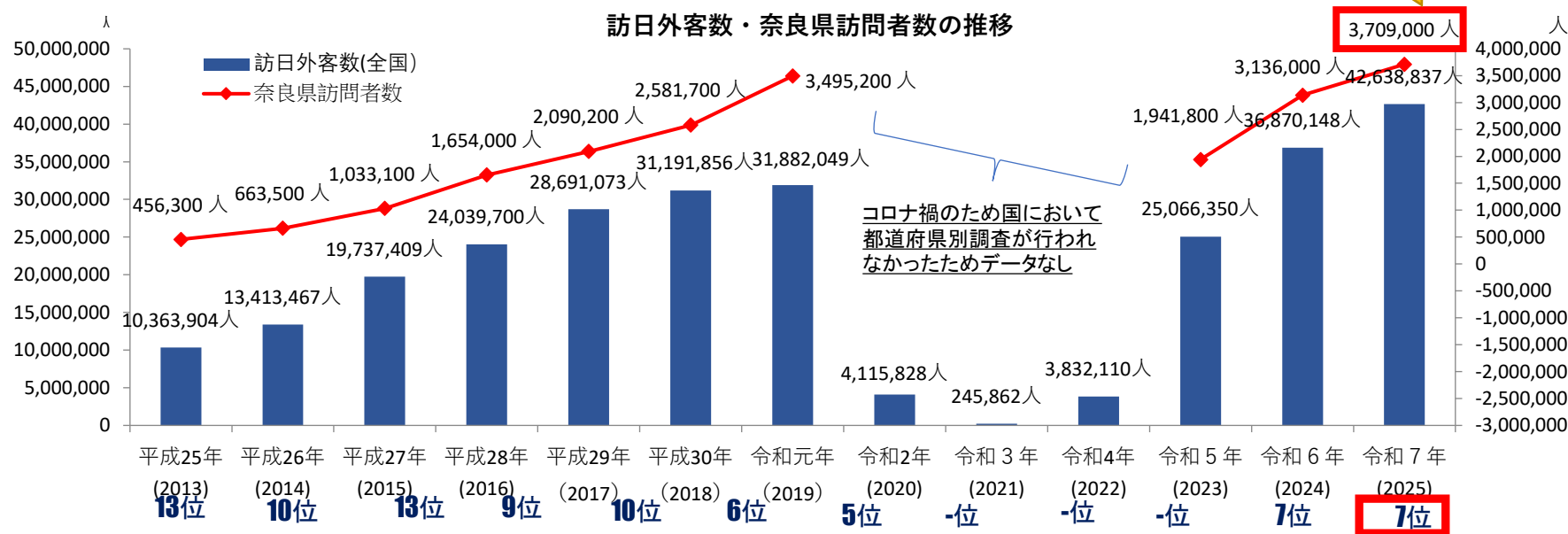
出典: JNTO(日本政府観光局)「訪日外客数」
観光庁「訪日外国人消費動向調査」

②訪日外客数(インバウンド)

・インバウンド数: 全国7位(令和7年:約371万人)

※2位 大阪、4位 京都

統計を取り始めて以来最多



※令和2年4月～令和5年6月は調査中止のため不明

奈良県の観光データ

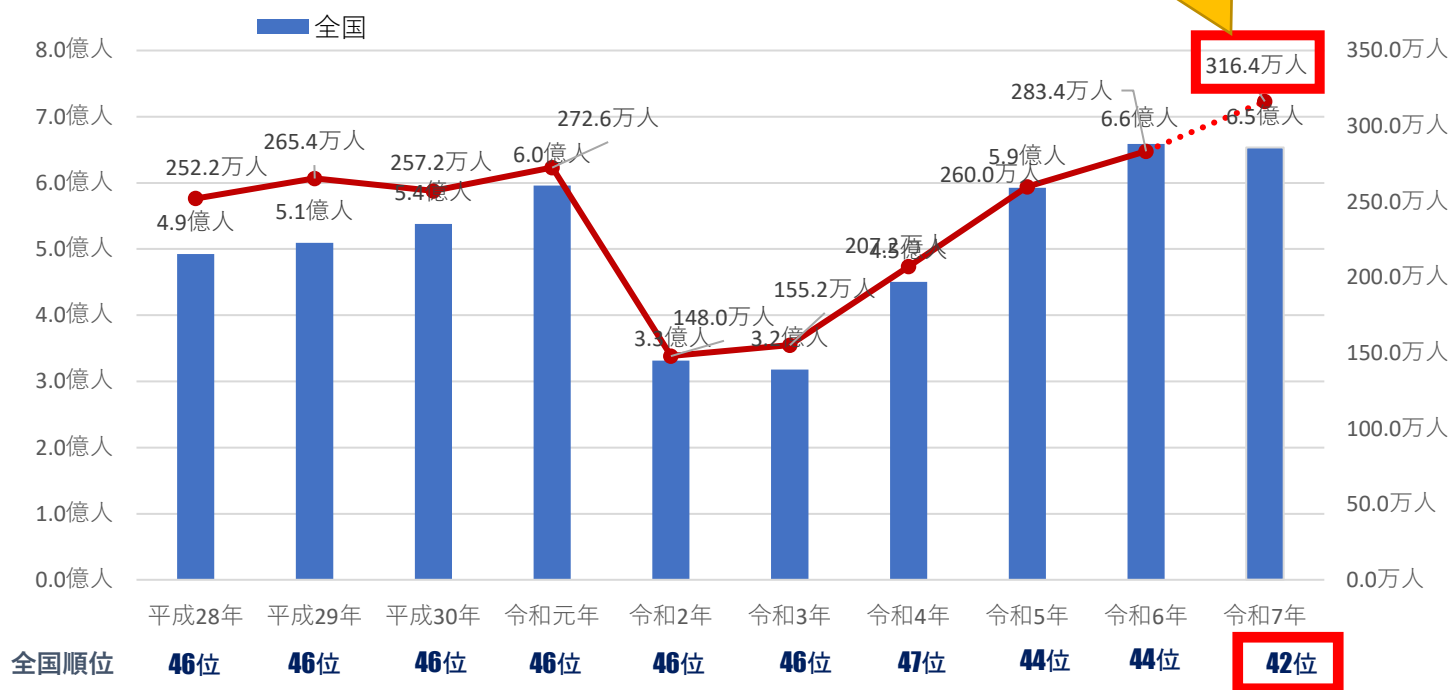
出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

③延べ宿泊客数

・宿泊者数、全国42位(令和7年:約316万人)

＊他の下位都道府県：秋田県、高知県、鳥取県、徳島県、佐賀県

統計を取り始めて以来最多



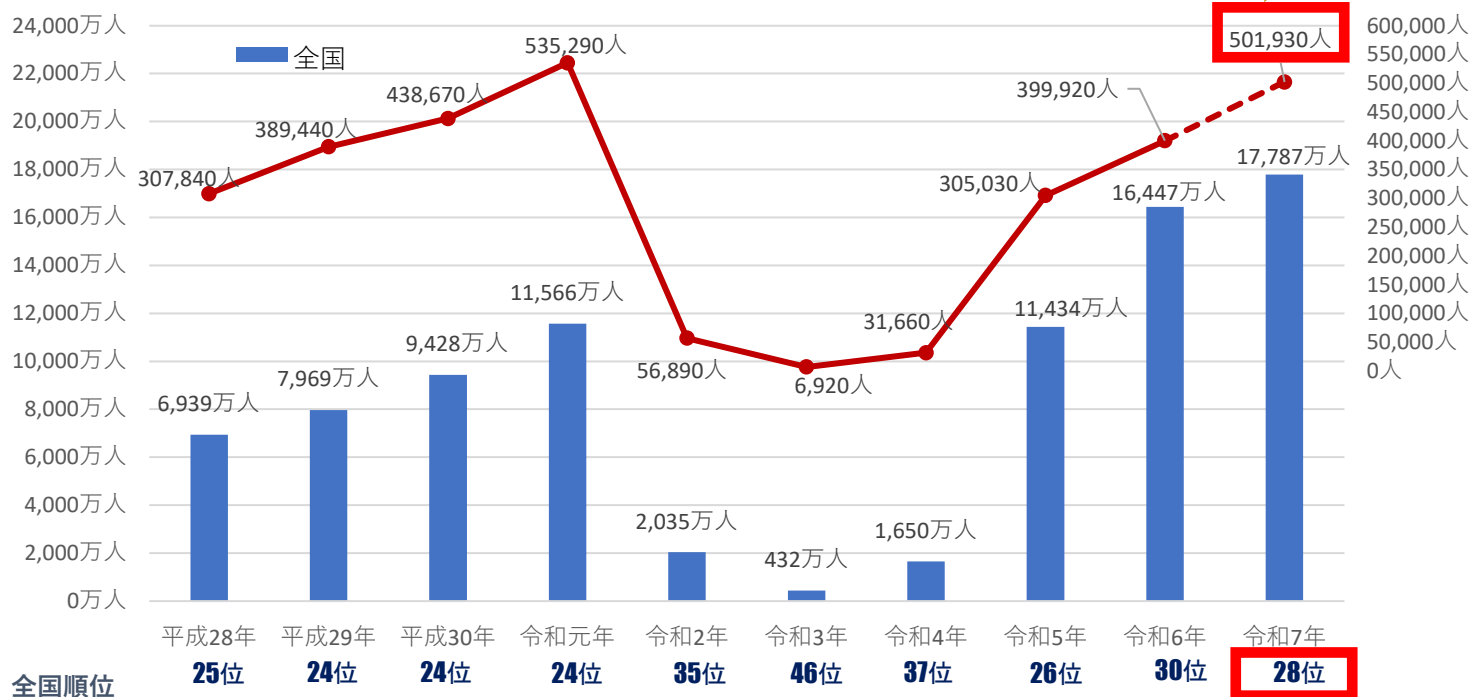
奈良県の観光データ

出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

④外国人延べ宿泊客数

・外国人宿泊者数、全国28位(令和7年:約50万人)

・訪問者数は全国7位(令和6年) ⇒ 大きな乖離



奈良県の観光データ

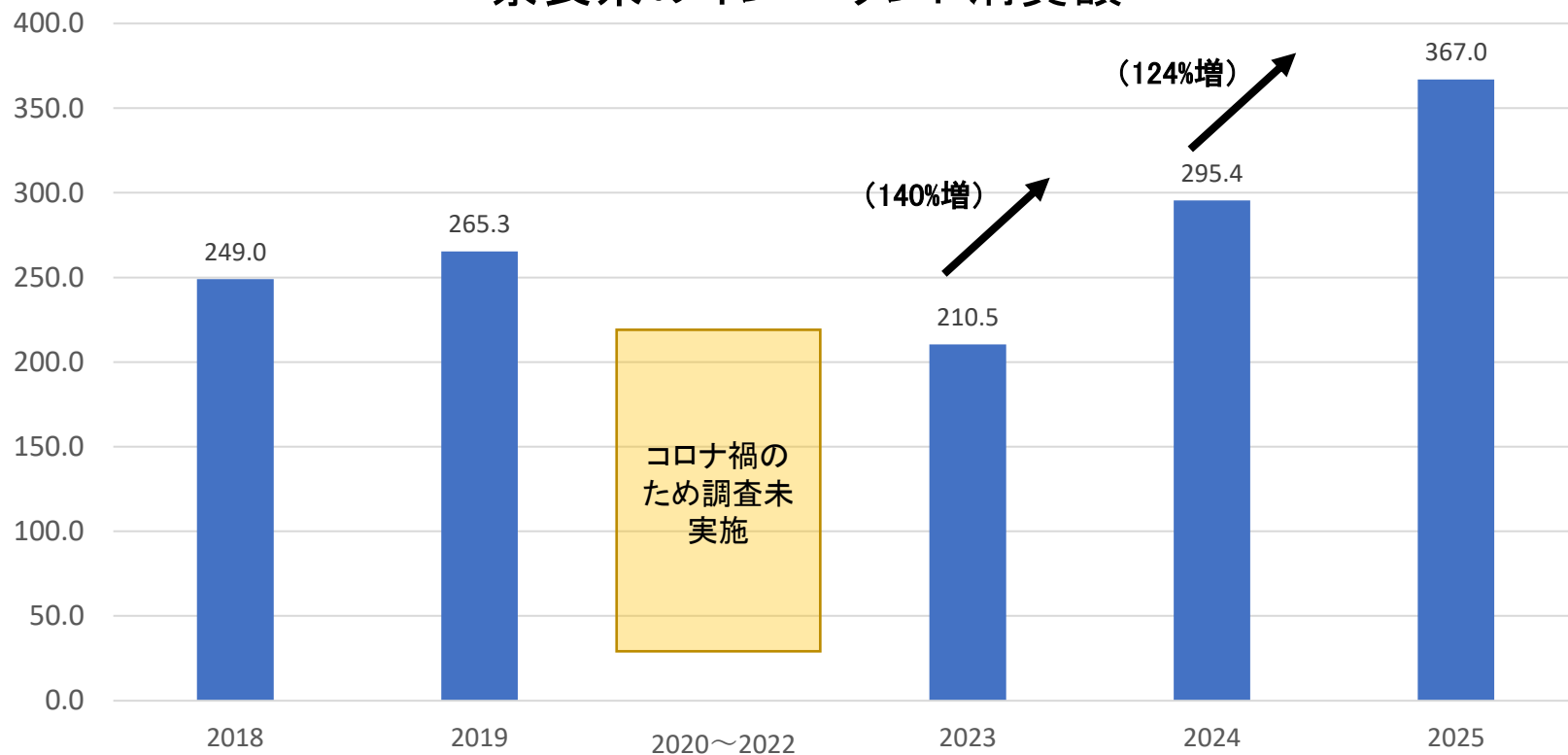
出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」

⑤インバウンドの観光消費

・来訪するインバウンド客の多さから消費総額は全国18位

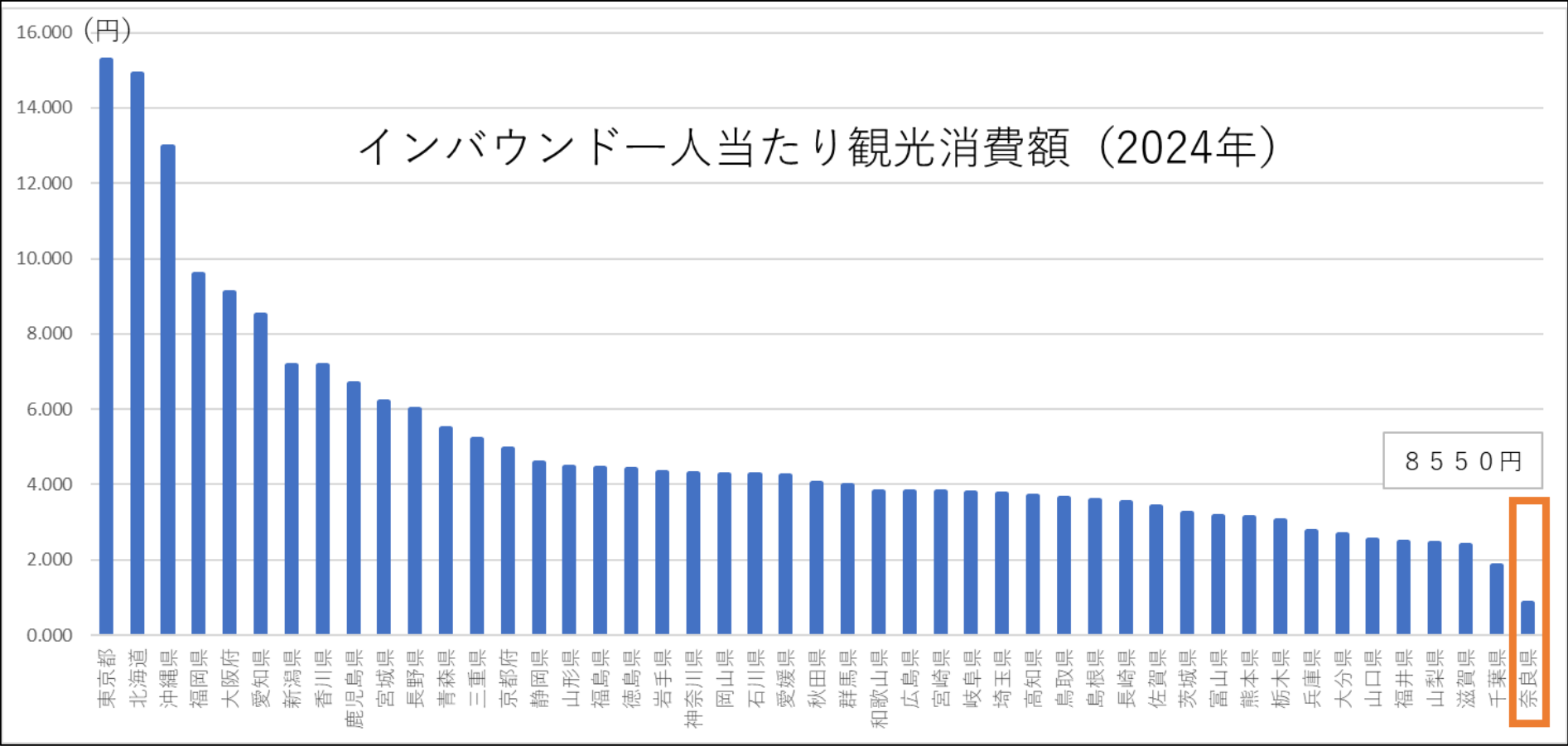
(億円)

奈良県のインバウンド消費額



⑤インバウンドの観光消費

- ◆ 一人あたりの消費額は全国最下位
- ・（最下位から2番目の千葉県と比べて1万円安い）



奈良県の観光データ

出典：：観光庁「インバウンド消費動向調査」

⑤インバウンドの一人あたり観光消費額（費用項目別）

- ・全国平均と比較しても、宿泊費はまだまだ伸ばせる余地がある。
- ・観光で「稼ぐ」には、「宿泊者数の増加→宿泊消費額の増加」が重要。

※令和7年（1月から12月）の観光消費額

（単位：円）

	奈良県	割合	全国平均	割合
合計	9,894	—	81,242	
交通費	307	3.1%	2,177	2.7%
団体・パック参加費	547	5.5%	5,776	7.1%
宿泊費	2,642	26.7%	28,769	35.4%
土産代	2,322	23.5%	23,641	29.1%
飲食費	3,409	34.5%	17,261	21.2%
入場料	660	6.7%	3,562	4.4%
その他	3	0.0%	53	0.1%

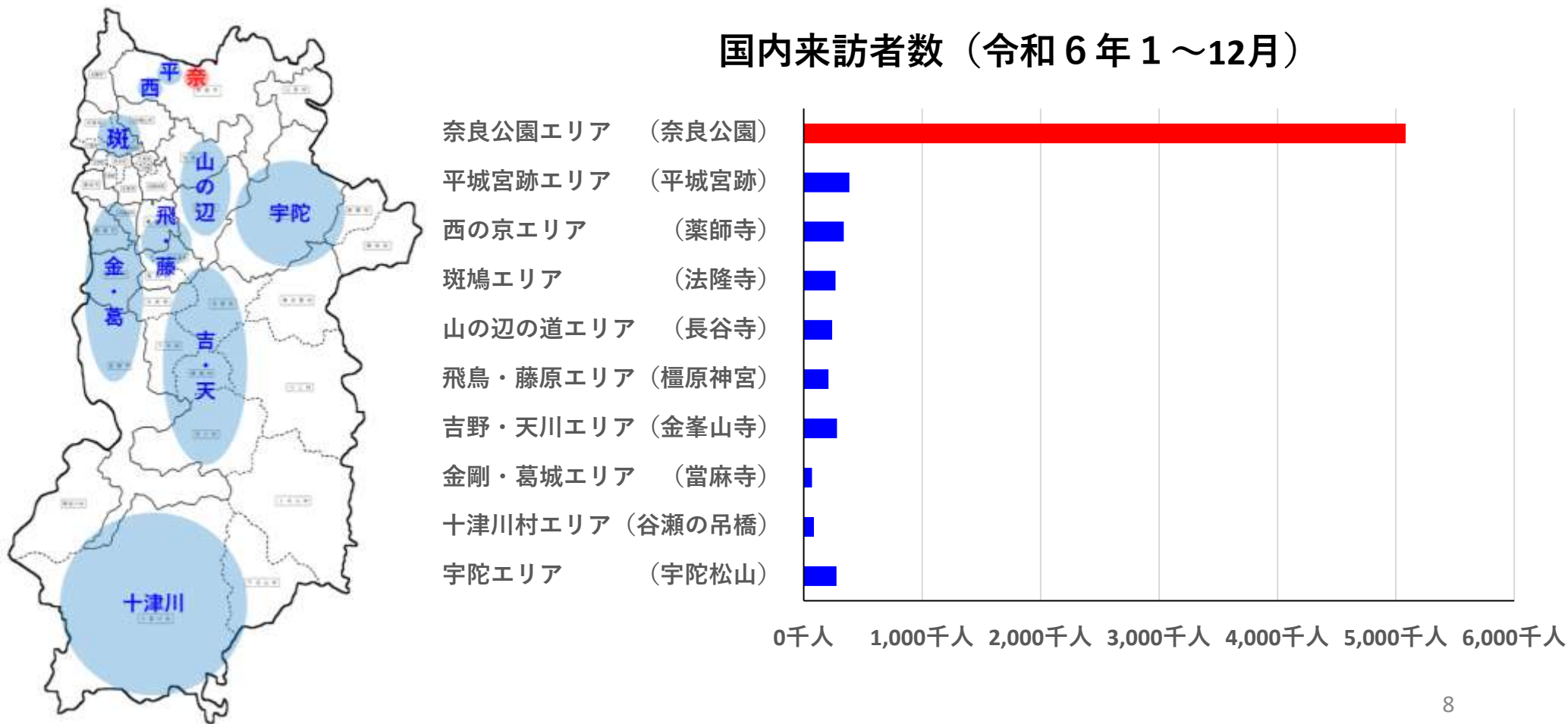
奈良県の観光データ

出典：観光地域づくり推進に関する調査・コンサルタント業務報告書

データソース：株式会社データワイズ社「Area Marketerサービス」

⑥観光客の訪問エリア（国内）

・国内来訪者は、奈良公園エリアに偏っている。



奈良県の観光データ

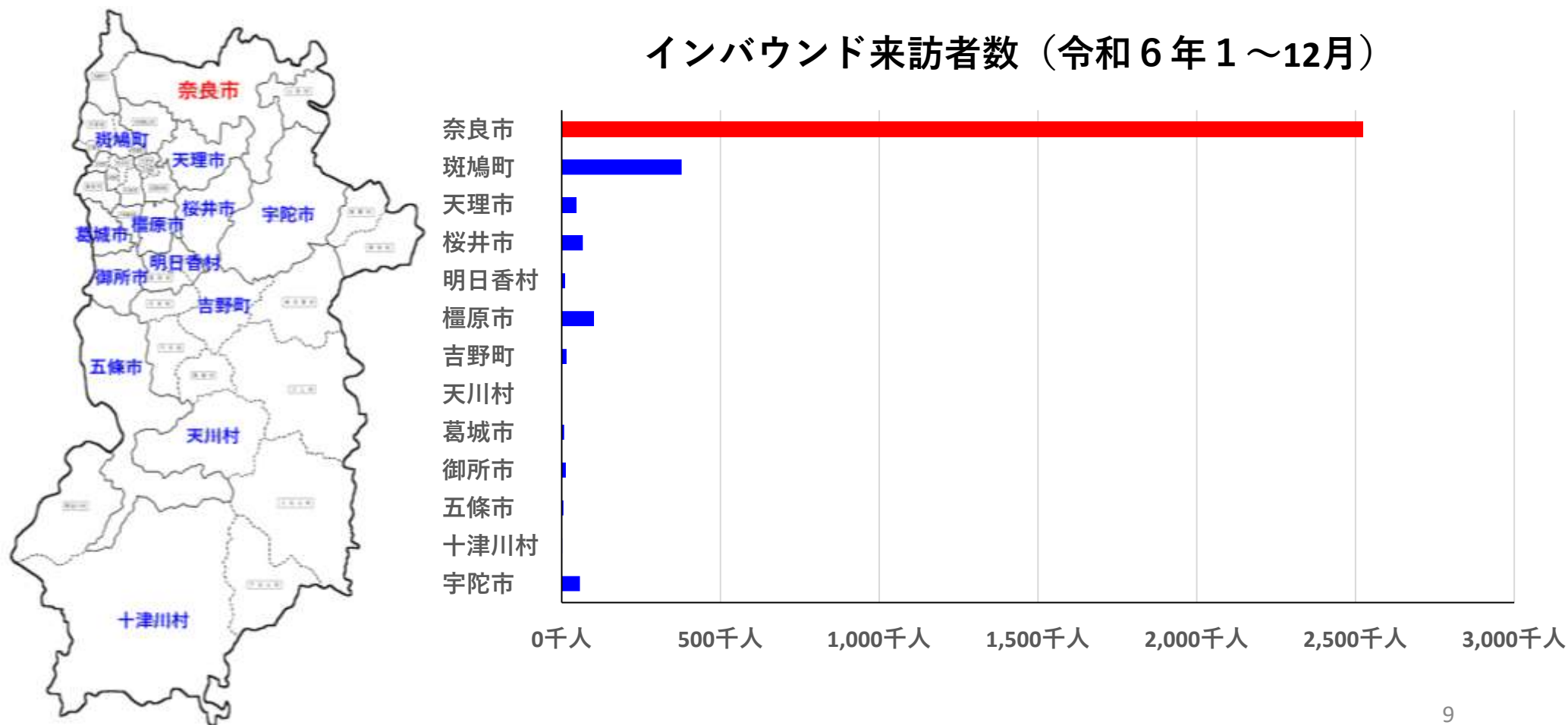
出典：観光地域づくり推進に関する調査・コンサルタント業務報告書

データソース：株式会社データワイズ社「Area Marketerサービス」

⑥観光客の訪問エリア（インバウンド）

・インバウンド来訪者も、奈良公園エリアに偏っている。

インバウンド来訪者数（令和6年1～12月）



奈良県の観光の現状

現在の奈良の観光は

安い

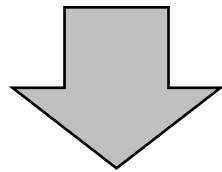
(観光消費額が少ない)

浅い

(滞在時間が短く、深い魅力を知ってもらえていない)

狭い

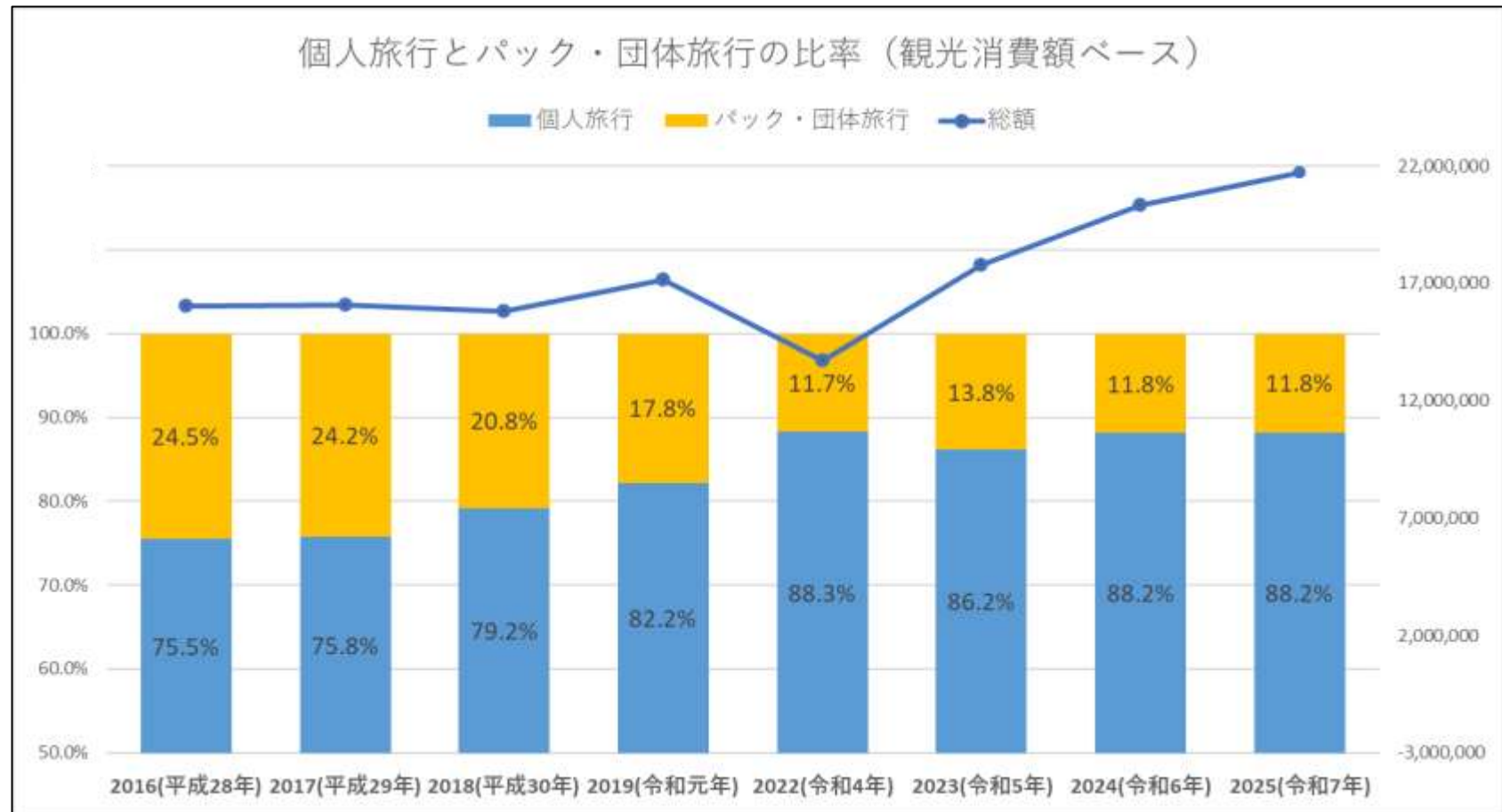
(奈良公園周辺に集中)



**「安い・浅い・狭い」の克服に向けて、
実行力のある観光施策を！**

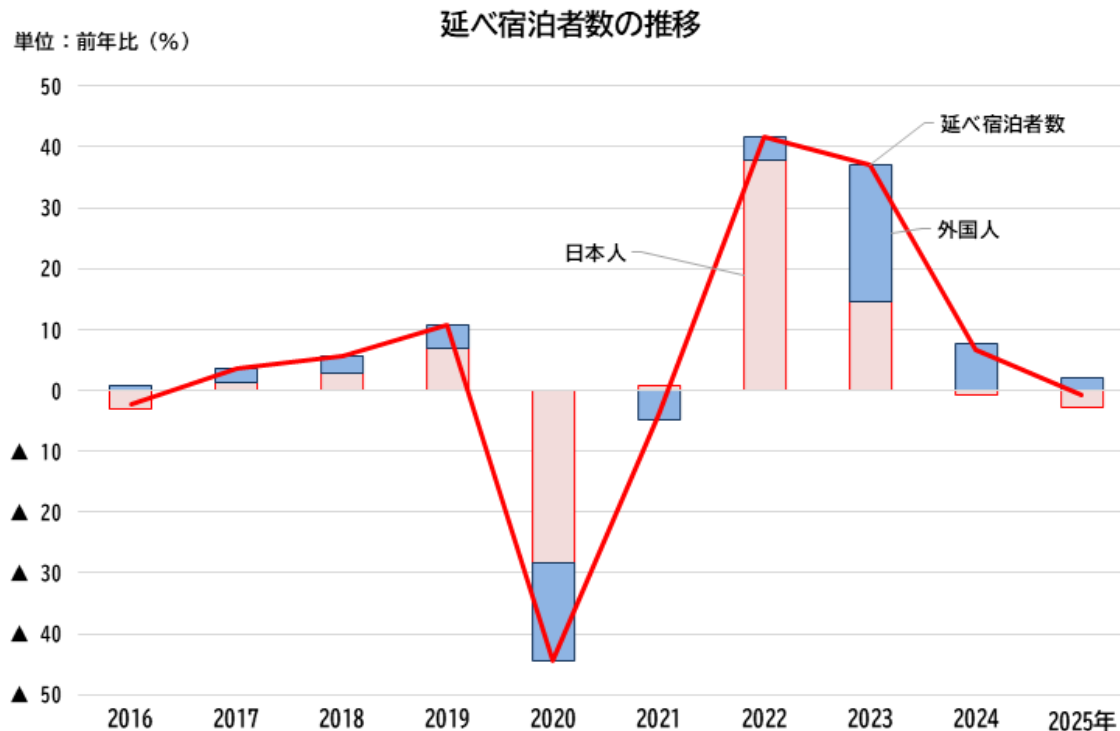
トレンドの変化（団体旅行の縮小）

- ・日本人の国内旅行の傾向として、パック・団体旅行は年々縮小し、個人旅行が増加
- ・観光消費額は、コロナ禍以降、増加傾向



トレンドの変化（日本人宿泊者の減）

- ・延べ宿泊者数は、外国人観光客数は4年連続の増加。
一方で、日本人の宿泊者数は2年連続の減少。
- ・日本人の減少要因として、国内人口の減少傾向や、インバウンド増加による宿泊施設の需給ひっ迫、宿泊料金の高騰が考えられる。

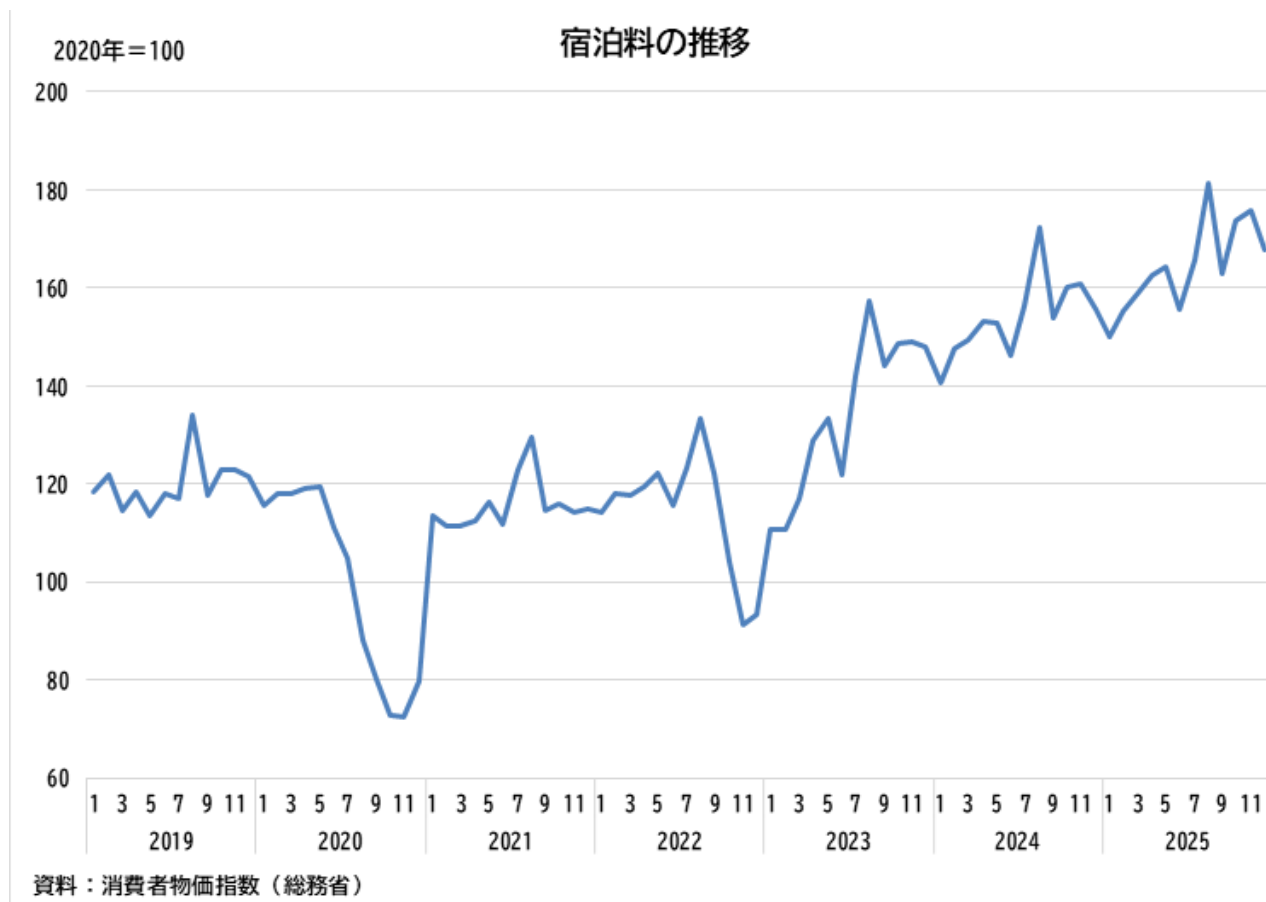


資料：宿泊旅行統計調査（観光庁）



トレンドの変化（宿泊単価の上昇）

- ・消費者物価指数（総務省）では、2023年以降、「宿泊料」の上昇傾向が顕著。
- ・コロナ禍前の2019年と2025年の年平均を比較すると、37.1%の上昇。



トレンドの変化（高齢者の旅離れ）

- ・宿泊旅行回数の変化をみると、70代以上では旅行しなかった層が全体の7割を占め、旅行の実施傾向が下がっており、高齢者の旅離れがうかがえる。70代以上の宿泊旅行しなかった理由は、「健康上の理由で」が顕著に高い。
- ・20代以下では、旅行の実施傾向が高まっている。（観光庁調査による）

（図表 I -49）国内宿泊旅行回数の構成比の推移（年代別）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」（観光・レクリエーション目的）

注1：2024年は速報値。

トレンドの変化（地方へのインバウンド来訪増）

三大都市圏及び地方部におけるインバウンド延べ宿泊者数の比較では、都市圏は伸び悩んでいる一方で、地方部では増加傾向

三大都市圏及び地方部における外国人延べ宿泊者数比較



※（ ）内は構成比を表している。

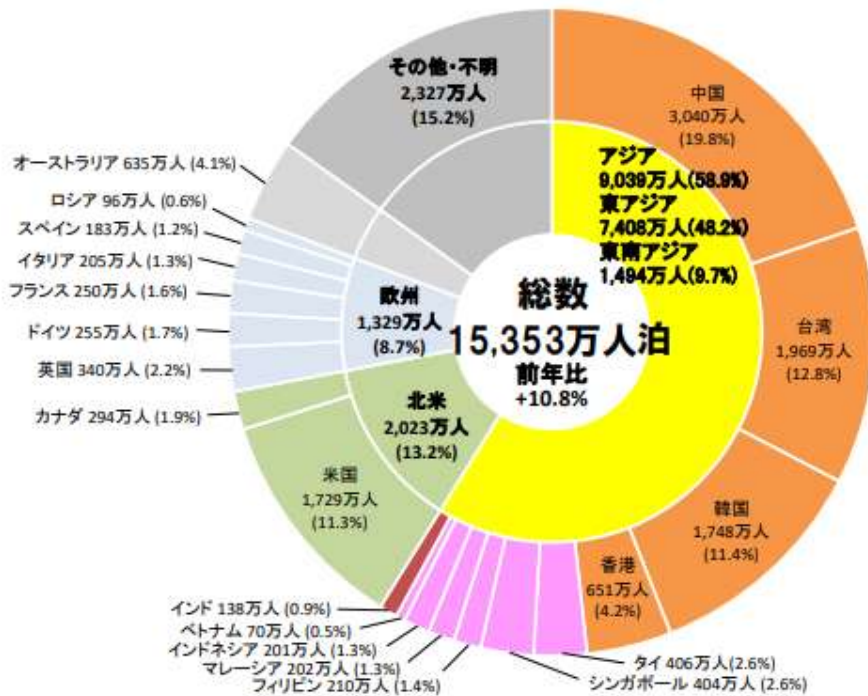
出典：宿泊旅行統計調査（2025年・年間値（確定値））

トレンドの変化（地方への欧米系旅行者の増）

- ・インバウンドの国籍を見ると、全国ではアジア系旅行者が半分以上を占める。
- ・奈良県では、アメリカが中国に次いで多いことや、フランス、ドイツなど欧州系旅行者が比較的多いことが特徴的。

全国

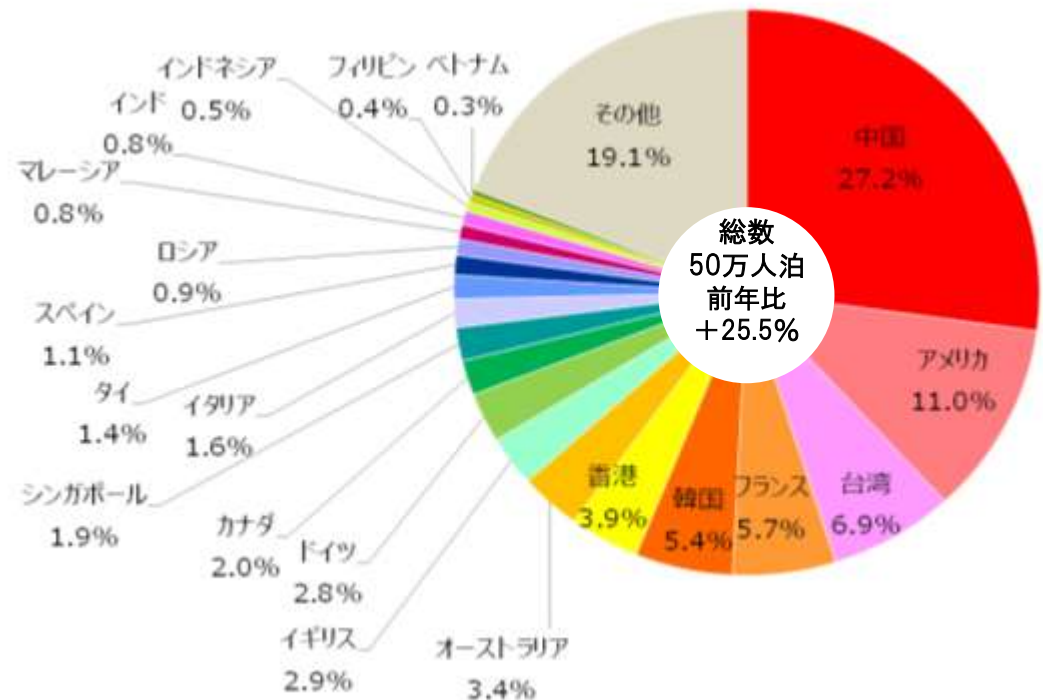
国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数(2025年1月～12月(速報値))



令和7年観光庁宿泊旅行統計調査(速報値)

奈良県

奈良県国籍別外国人延べ宿泊者数(2025年1月～12月(速報値))



令和7年奈良県宿泊統計

トレンドの変化（まとめ）

①旅行形態は、「団体」旅行から「個人」旅行へ

②宿泊者は、「日本人」から「外国人」へ
（奈良は特に欧米系に人気）

③「価格（安さ）重視」から「高級志向」も
（円安トレンドも高級志向に追い風）

④旅行する層は、「高齢者」から「若者」へ

客室稼働率

奈良県の客室稼働率は、近隣府県と比べると見劣りするものの、伸び率は全国2位で、今後の伸長が期待できる。

大都市圏ではビジネス需要が稼働率を上げている側面があるが、本県においては、曜日や季節変動の少ないインバウンドの誘客、繁閑の平準化を促進する必要がある。

	稼働率	全国順位	前年比
奈良県	52.2%	35位	+ 6.0.%（伸び率は全国2位）
京都府	66.7%	5位	+ 3.9%
大阪府	78.8%	1位	+ 3.4%

【出典：観光庁 宿泊旅行統計調査 2025年・年間値（速報値）】

宿泊施設の増改築、新たな事業展開への支援

- ・今年度より、小規模な施設も対象となるよう要件を見直して支援
- ・既存宿泊施設の高付加価値化を図る増改築について、要件を緩和して使いやすく
- ・また、小規模な施設(古民家)の新設も対象に入れ、古民家活用等新たな事業展開も手厚く支援

R 7 年度

◆宿泊施設の新設

◆既存宿泊施設の増改築等

客室数	投資額	補助率	補助上限額
5～9室	1億円以上	10%	1億円※
10～19室	2億円以上		
20～29室	3億円以上		
30室以上	5億円以上		

※大規模施設は2億円



R 8 年度

◆宿泊施設の新設

客室数	投資額	補助率	補助上限額
1～4室※1	3,000万円以上	10%	1,000万円
5～9室	1億円以上		1億円※2
10～19室	2億円以上		
20～29室	3億円以上		
30室以上	5億円以上		

◆既存宿泊施設の増改築等

客室数の増加・高付加価値化を図るものに限定

客室数	投資額	補助率	補助上限額
要件無し	3,000万円以上	10%	1億円※2

※1 古民家を活用するものに限る

※2 大規模施設は2億円（奈良市以外）

宿泊施設を決める際に重視すること(インバウンド)

1位 Wi-Fi環境



日本政策投資銀行・日本交通公社実施
「2022年度版アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」

トレンドの変化「②外国人」に対応するためには

宿泊施設を決める際に重視すること(インバウンド)

2位 スタッフとのコミュニケーション (外国語対応)



日本政策投資銀行・日本交通公社実施
「2022年度版アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」

宿泊施設を決める際に重視すること(インバウンド)

3位 ウェブサイトからの 宿泊の予約



日本政策投資銀行・日本交通公社実施
「2022年度版アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」

宿泊施設を決める際に重視すること(インバウンド)

4位 キャッシュレス決済



日本政策投資銀行・日本交通公社実施
「2022年度版アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」

宿泊施設を決める際に重視すること(インバウンド)

- ・欧米豪の旅行者では、アジア諸国の旅行者に比べて
食事の有無や、食事の場所が選べる
文化体験等により、地域の伝統や文化に触れる機会
の2項目も順位高い。
- ・欧米豪の旅行者は、宿泊施設に対し利便性だけではなく、
伝統や文化について理解を深める場としての期待も高い。

観光客のトレンドの変化

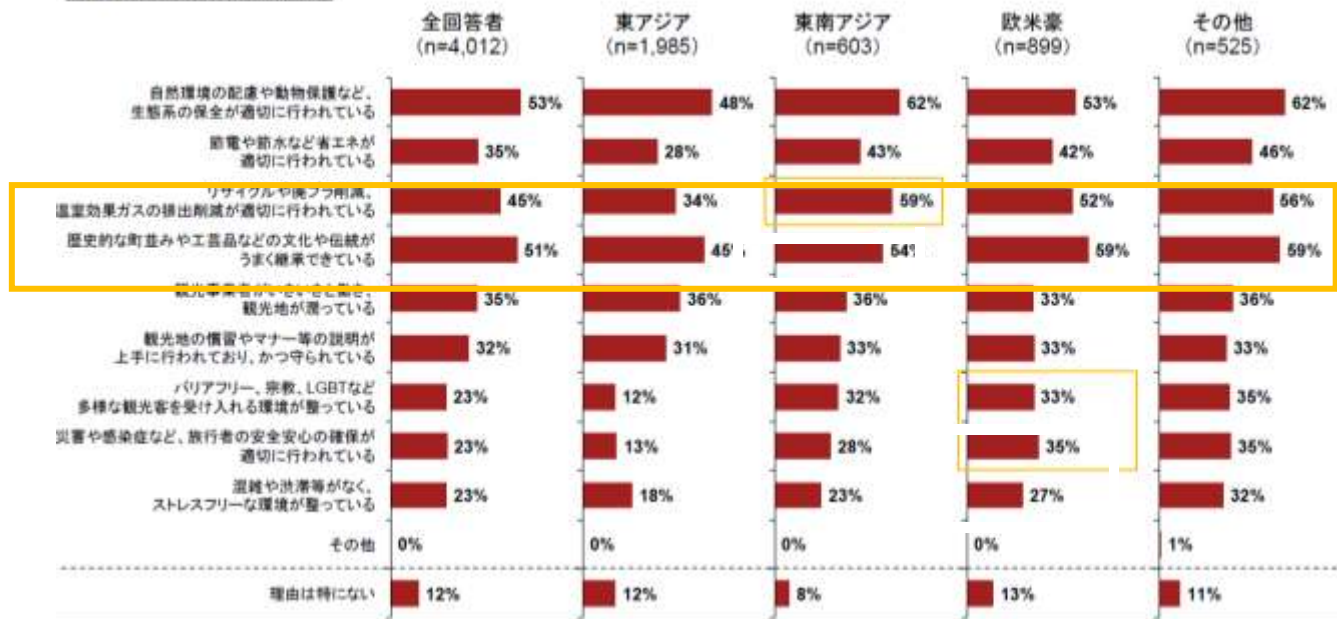
「個人」 「外国人」 「高級志向」 「若者」
を捉えて、
もっと選ばれる宿になるために

“サステナブル” が、旅行先選びの新たな基準に

「脱炭素は“環境対策”ではなく、“選ばれる宿”の条件へ」

- ✓ 訪日外国人旅行者の**約7割**が、サステナブルな旅行を重視※
- ✓ 「**省エネ**」や「**廃プラ削減・温室効果ガス削減**」は、**旅行先の評価項目**として認識されている※
- ✓ 宿泊施設の脱炭素対応は、**インバウンド誘客**や地域競争力に直結

日本が「サステナブルツーリズム」の旅行先として相応しいと思う理由
母数(n):全回答者、複数選択



※（出典）観光庁：令和5年度「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」調査結果

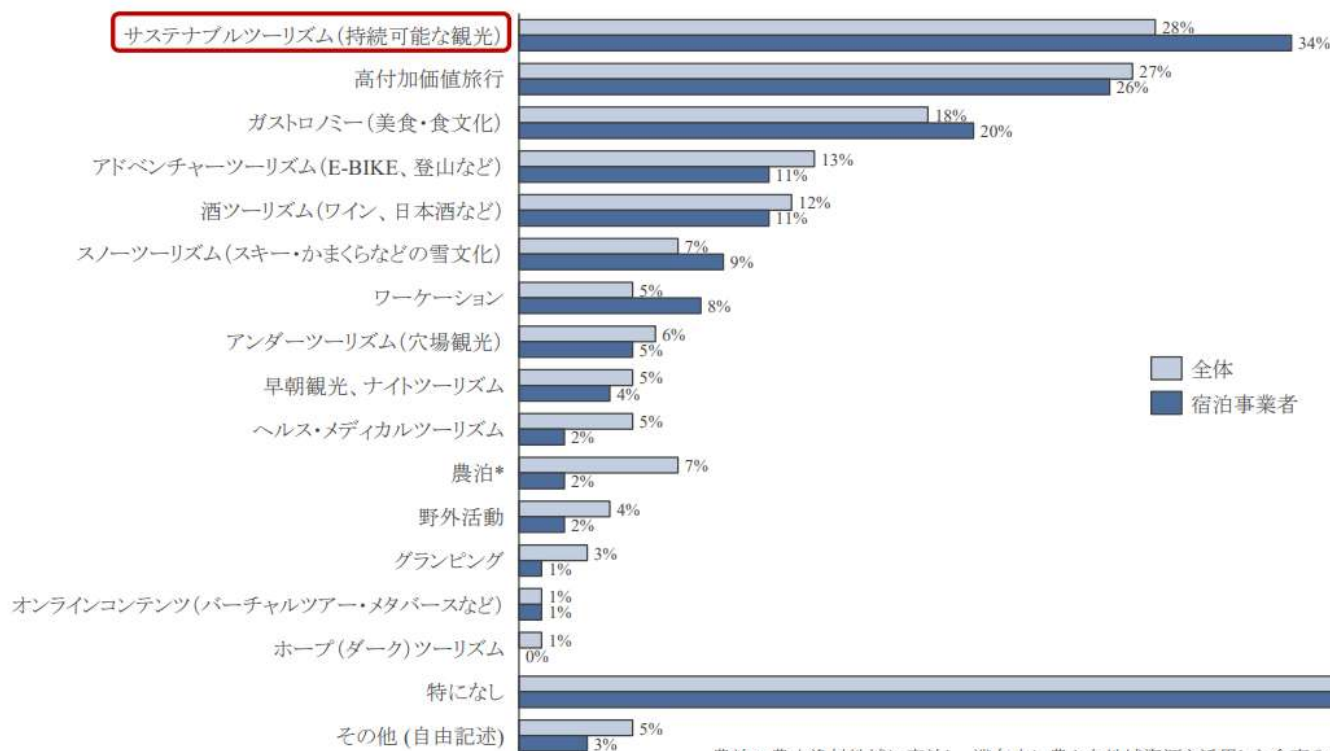
“サステナブル”が、旅行先選びの新たな基準に

- ・観光コンテンツへの関心は高いが、なかでも「サステナブルツーリズム」が最も高く、特に宿泊事業者による関心が高い。

※日本旅行業協会がおこなった旅行者へのアンケート結果(全体:旅行業事業者 宿泊事業者:全体のうち宿泊事業者)

コロナ禍を経て、国内旅行、インバウンドを問わず、「新たに発達した、もしくは力を入れている」旅行・観光関連コンテンツについて

全体 n=913 / 宿泊事業者 n=169 / 共に複数回答



農泊*: 農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ

	全体	宿泊事業者
サステナブルツーリズム (持続可能な観光)	256	58
高付加価値旅行	251	44
ガストロノミー(美食・食文化)	162	34
アドベンチャーツーリズム (E-BIKE、登山など)	118	19
酒ツーリズム(ワイン、日本酒など)	105	19
スノーツーリズム (スキー・かまくらなどの雪文化)	62	15
ワーケーション	42	14
アンダーツーリズム(穴場観光)	53	8
早朝観光、ナイトツーリズム	42	7
ヘルス・メディカルツーリズム	47	4
農泊*	68	3
野外活動	32	3
グランピング	23	2
オンラインコンテンツ (バーチャルツアー・メタバースなど)	10	1
ホープ(ダーク)ツーリズム	11	0
特になし	350	64
その他(自由記述)	47	5

2024年度 インバウンド旅行客受入拡大に向けた意識調査

第3回アンケート分析結果報告(宿泊事業者) 主催:一般社団法人 日本旅行業協会

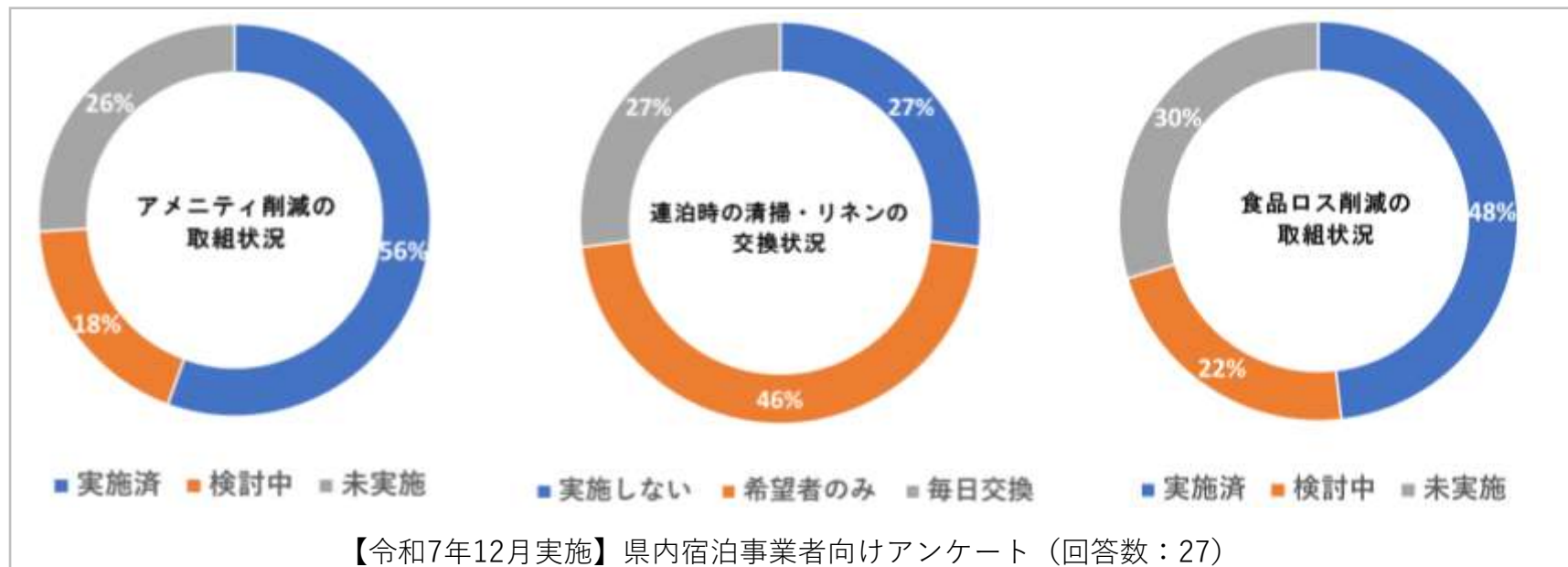
宿泊施設の脱炭素化は、すでに広がり始めている

- 脱炭素の取組は、
“特別な取組”から“宿泊施設の新たなスタンダード”へ

※県内事業者の約7割が脱炭素の取組を実施・検討中

- さらなる普及には、
「お客様満足度への影響」に対する懸念の払拭が必要

- 宿泊事業者が安心して取り組めるように、優良事例や支援制度の共有、**地域での一体的な取組を推進**



選ばれる宿は、すでに動き始めている

【県外の先進事例】

○琵琶湖ホテル

「使い捨てを前提としない宿泊スタイル」への転換

- ✓全客室で、使い捨てプラスチック製アメニティの常設を廃止
- ✓宿泊者へ「普段使いのアメニティ持参」を提案
- ✓竹製歯ブラシや木製カミソリなど、環境配慮型アメニティを導入

⇒ 「環境への配慮」を宿泊価値として発信

【県内の先進事例】

国際エコラベル「Green Key」の取得

※「Green Key」は、世界的な環境認証制度

○JWマリオット・ホテル奈良(令和7年10月取得)

○ノボテル奈良(令和8年3月取得)

- ✓省エネ・節水を通じたCO₂排出量削減
- ✓廃棄物の削減・リサイクルを推進
- ✓地元産品やオーガニック製品の活用

⇒ 「国際的に選ばれるホテルブランド」につなげている

設備更新を、脱炭素と経営改善のチャンスに

- 宿泊施設における脱炭素の推進には、設備更新時の初期投資が課題
- 一方で、高効率設備への更新は、光熱費のコスト削減につながる
- 県では、初期投資の負担を軽減する独自支援策を実施
- 「脱炭素」と「経営改善」を両立できる取組を後押し

【事業所エネルギー効率的利用推進事業】 ※申請開始：令和8年6月25日～

補助対象事業	要件	補助対象経費	補助率	補助限度額
1.高効率エネルギー設備導入事業	省エネ診断において一定割合以上の省エネ効果があると認められた設備改修等であって、事業所全体で5%以上または100 GJ 以上の使用エネルギー量の削減が見込める事業であること。	設備費 及び 工事費 (消費税及び地方消費税の額を除く。)	3分の2以内	4,000 千円
2.太陽熱利用システム導入事業	集熱器総面積10㎡以上であること。			1,000 千円
3.コージェネレーションシステム導入事業	停電時自立運転機能付きであること。			2,000 千円
4.定置用蓄電池導入事業	①据置型(定置型)であること。 ②太陽光発電設備によって発電した電気を優先的に蓄電するものであること。 ③家庭用蓄電池の場合、一般社団法人 環境共創イニシアチブ(SII)により登録されている製品であること。			1,600 千円
5.V2H 導入事業	①平時において、太陽光発電設備の発電電力を電気自動車等に充電できるものであること。 ②停電時に、電気自動車等から対象施設に電力の供給ができるものであること。 ③申請時点で、一般社団法人次世代自動車振興センター(Nev)の V2H 充放電設備補助金の「補助対象 V2H 充放電設備一覧」に登録されているものであること。			300 千円
6.太陽光発電設備導入事業	補助対象事業4または5と同時に導入する場合に限る。		1 kWに つき5万円	600 千円

ホテル、旅館への支援

中小企業の賃上げ環境の整備、実質消費の回復

➤ **新** 中小企業賃上げ環境整備支援事業

中小事業者の持続的な賃上げを実現するため、省力化や収益力の向上に資する設備投資等に対し補助

- 補助内容：設備投資、システム構築費、クラウド利用料、広告宣伝費等
- 補助率：中小企業 1/2 小規模事業者 2/3
- 補助額：（上限）500万円（下限）50万円
- 補助要件：
 - ・持続的な賃上げの取組について、商工会議所または商工会の支援を受けていること
 - ・令和8年3月と比べて実績報告時における直近1か月の給与支給総額を、2.9%以上増加させること

お問い合わせ先：事務局 080-5854-0182

ホテル、旅館への支援

➤ 制度融資

（新）チャレンジ資金【県事業連携枠】

省力化や収益力の向上に資する設備投資等を行おうとする中小事業者の資金繰りを支援

- 融資対象者：「中小企業賃上げ環境整備支援事業」の採択を受けた者
- 資金使途：設備・運転（但し、上記補助事業に係る自己負担分を含むものに限る）
- 融資限度額：5,000万円
- 融資期間：設備15年 運転10年（ともにうち1年据置）
- 融資利率：金融機関所定金利
- 保証料：県が全額負担

詳しくは、奈良県公式HPをご確認いただくか、取扱金融機関へお問い合わせください。

➤ **新** 中小企業等賃上げ促進事業

物価上昇を上回る賃上げを促進し、県経済活性化の好循環を生み出すため、従業員の賃金を一定以上上げた中小事業者を支援

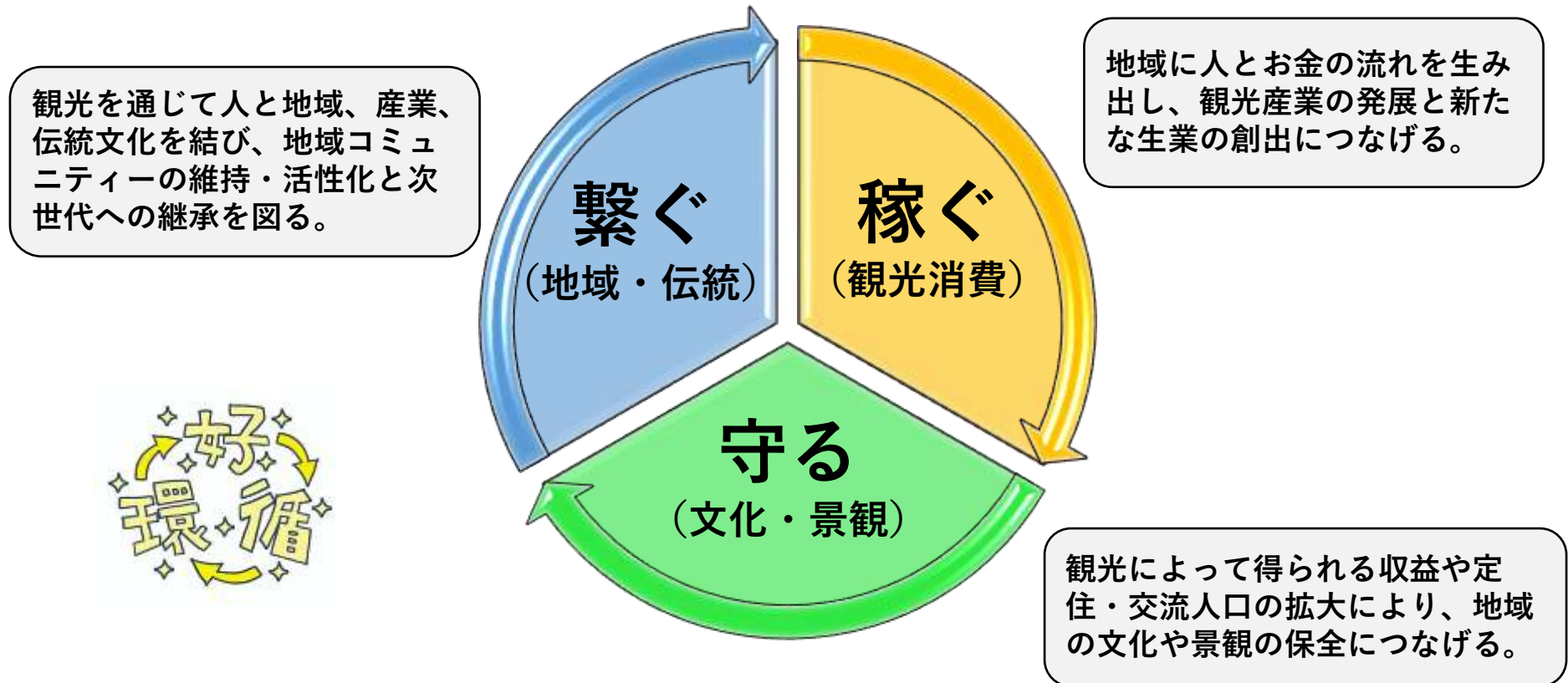
○支給額：賃上げを行った従業員一人あたり5万円

（上限）1事業者あたり40人（200万円）

- 支給要件：
- ・賃金を、令和8年3月と比べて令和8年9月までに3.9%以上増加させること。
 - ・奈良県又は国が実施する、働きやすい職場づくりに取り組む事業者に対する認証や表彰を受けている事業者を優先。（例）「社員・シャイン職場づくり推進企業表彰」等
 - ・引上げ後の賃金を1年間継続すること。

観光政策のビジョン

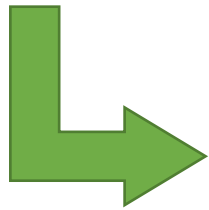
観光消費の拡大と滞在の深化・広域化を通じて、「安い・浅い・狭い」の構造からの脱却を図り、稼ぐ(観光消費)、守る(文化・景観)、繋ぐ(地域・伝統)の好循環へとつなげ、県全体の持続的な活力創出を図る。



「観光政策パッケージ2026」で、稼ぐ観光・持続可能な観光を推進

奈良県の宿泊施設の現況（客室数は年々増加）

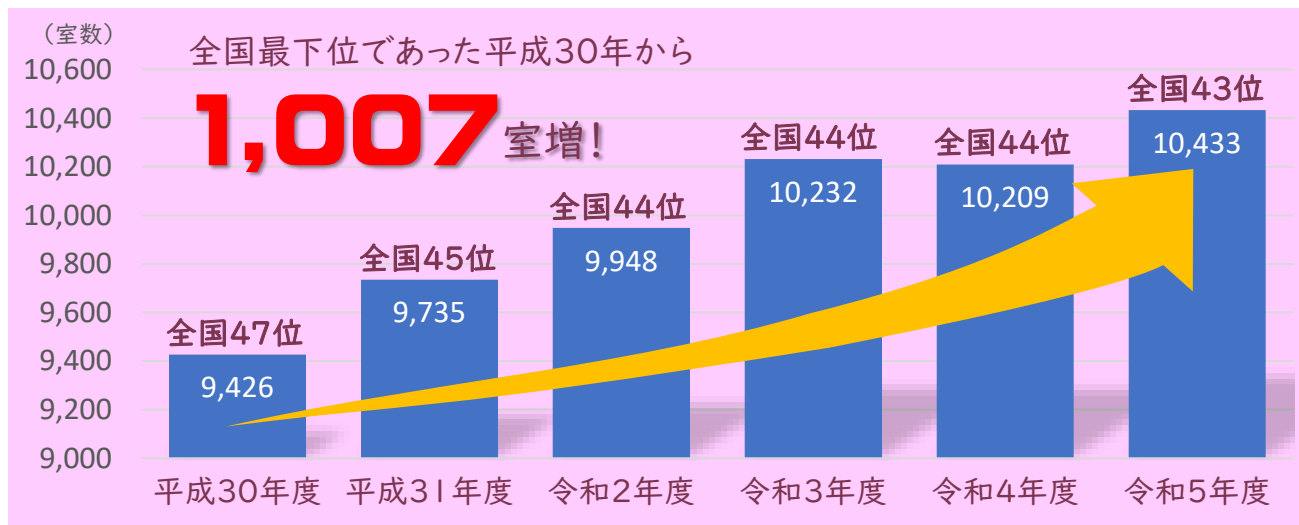
観光消費額の拡大を目指し、宿泊施設に対する補助金制度の創設や、より使いやすい内容への拡充をすすめるとともに、首都圏での知事トップセールスやホテル運営事業者・ディベロッパー等への営業活動を展開



【ホテル・旅館客室数】

全国47位 ⇒ 全国43位
(平成30年度) (令和5年度)

【奈良県の宿泊施設客室数の推移】



出典：厚生労働省「令和5年度衛生行政報告例」より

順位	都道府県	ホテル・旅館
1	東京都	208,699
2	大阪府	123,056
3	北海道	121,688
4	愛知県	68,479
5	静岡県	68,149
6	沖縄県	66,452
7	福岡県	64,112
8	長野県	63,761
9	千葉県	61,462
10	神奈川県	58,730
38	秋田県	15,366
39	滋賀県	15,243
40	富山県	15,071
41	香川県	13,677
42	島根県	10,953
43	奈良県	10,433
44	高知県	10,156
45	鳥取県	9,718
46	徳島県	9,697
47	佐賀県	9,442

課題解決に向けた取組（インバウンドを狙ったプロモーション）

多くの訪日観光客が利用する世界大手のOTAと連携し、宿泊予約プロモーションを展開

- 海外の大手宿泊予約サイト（Expedia、TripAdvisor）と連携して、特設サイトによる重点プロモーションを実施



両社と連携協定を締結し、情報発信の強化、外国人観光客・宿泊客誘致を推進

- 宿泊予約、体験コンテンツ予約とも、大幅に伸長



宿泊予約額（R6.12月～R7.9月）
\$1,242,407（約183百万円）
対前年同期比 **24%増**

体験コンテンツ予約額（R7.1月～10月）
\$754,216.5（約111百万円）
対前年同期比 **151%増**



課題解決に向けた取組（食の魅力を活用したプロモーション）

- ・国内個人旅行をターゲットに、大手OTAと連携した宿泊誘客の実施
 - ・県内宿泊施設と連携して「食の魅力」を活用した宿泊予約プロモーションを展開
- 宿泊予約サイト「じゃらん」と連携し、
「FUDO FOOD NARA」の特集ページを開設（R6年9月～R7年3月）
 - 各ホテルの宿泊プランを「食推し」でまとめてプロモーション
（例）奈良の歴史や食文化を体験できる宿泊プラン
奈良にルーツのある食などが楽しめるプラン など



【効果】

- ・客単価の向上
- ・新規顧客、潜在顧客の開拓
- ・中小規模ホテル、旅館の露出拡大
 - 予約件数の増加
 - 新たな誘客プランへの展開も

課題解決に向けた取組（県中南部への誘客・周遊促進）

- ・県中南部エリアへの誘客と滞在を促す広域周遊プロモーションの展開
- ・交通事業者、商工会議所・商工会、市町村、地域の生産者等と連携して実施

- 奈良県、ＪＲ西日本、SLOW&LOOP推進協議会（事務局：奈良商工会議所）等と連携して
ＪＲ万葉まほろば線・和歌山線・大和路線沿線を活用した「**ならSLOW&LOOPプロ
ジェクト**」を推進
- 様々な周遊企画（特集ページの開設、WEB広告の充実、スタンプラリー、食をフック
とした広域プロモーション、関連イベント等）の実施



スタンプラリー実施結果（R8.1.5～2.28） 参加者1,977人（うち完遂者125人）

課題解決に向けた取組（SNSを活用したPR：国内向け）

- ・若年層をターゲットに、奈良の新たな魅力（若者が行きたくなるような風景や食など）を積極的に発信
- ・若年層が情報検索や旅の検討に使うSNS（Instagram、Youtube、TikTok）を活用
- ・宿泊の魅力を訴求する各種プロモーションの展開（ナラ・ニ・トマッテ卿など）

Instagram

フォロワー：1.8万人



閲覧数：3.8万



閲覧数：2.8万

TikTok

フォロワー：1.5万人

**TikTokアワード公的機関
部門で2年連続表彰**



再生数：252.4万回
2023年の受賞動画



シリーズ総再生数
816.8万回

奈良県宿泊促進キャラクター
「ナラ・ニ・トマッテ卿」

課題解決に向けた取組（SNSを活用したPR：インバウンド向け）

- ・奈良公園周辺以外へのインバウンドの周遊促進に向けた動画プロモーションを展開
山の辺の道や紀伊半島などの魅力を動画(YouTube)で発信



Nara Yamanobe

@NaraYamanobeTrail ・ チャンネル登録者数 243人 ・ 8本の動画

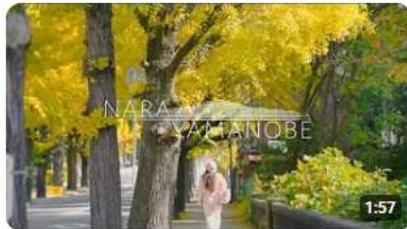
Nara Yamanobe Website ...さらに表示

チャンネル登録

動画



「山の辺の道」のPR動画は総再生回数276万回超



Story of NARA YAMANOBE episode3〜
Inheritance〜

8.8万回視聴 ・ 2 か月前



Story of NARA YAMANOBE episode2〜
Encounter〜

9.6万回視聴 ・ 2 か月前



Story of NARA YAMANOBE episode1〜
Nostalgia〜

27万回視聴 ・ 7 か月前



Short movie - NARA YAMANOBE 2025

8.3万回視聴 ・ 10 か月前



History of Nara Yamanobe

963回視聴 ・ 1 年前



Trail of Ancient Japan - Nara
Yamanobe -

855回視聴 ・ 1 年前



Trail of Ancient Japan - Nara Yamanobe
- Short version

119万回視聴 ・ 1 年前



Discover Nara Yamanobe The
Timeless Path

101万回視聴 ・ 1 年前

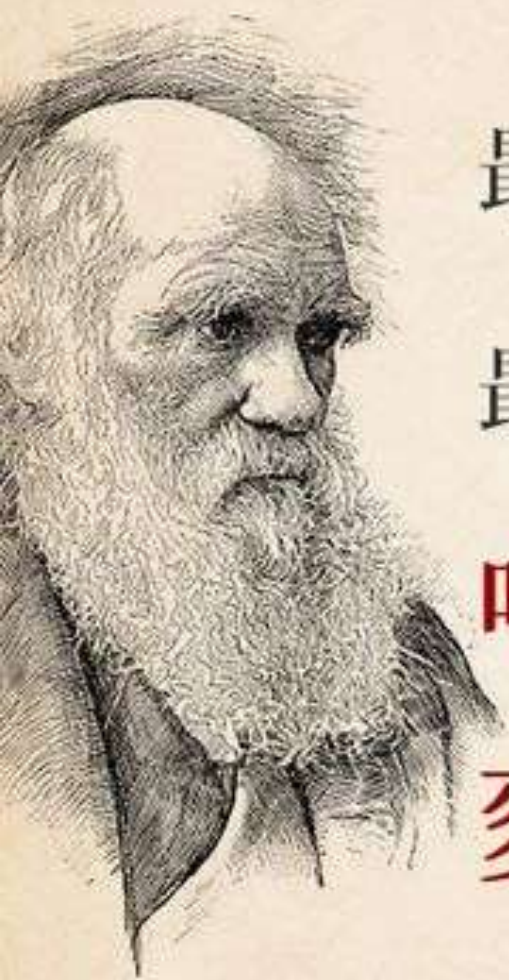
最後に

歴史や文化資源、豊かな自然環境など、奈良には世界に誇れる本物の魅力があります。

そして今、その価値を「滞在」や「宿泊」につなげていくことで、奈良観光はさらに大きく飛躍できるときを迎えています。

この好機をともに活かし、宿泊観光のさらなる充実と「世界に選ばれる奈良」の実現に向け、共に取り組んでまいりましょう。

ダーウィンの進化論



最も強い者が生き残るのではなく、

最も賢い者が生き延びるのでもない。

唯一生き残ることができるのは、

変化できる者である。

チャールズ・ダーウィン