

桜井市観光基本計画

～観光・産業創造都市の実現に向けて～



平成 24 年 3 月

桜 井 市

目 次

第1章 桜井市の観光の現状と課題	1
1-1 桜井市の観光の現状	1
1-2 桜井市の観光課題	3
第2章 計画の基本方針	11
2-1 観光の将来ビジョン	11
2-2 計画期間	12
2-3 観光振興目標	12
2-4 桜井市観光の基本方針	14
第3章 計画の推進施策	16
3-1 施策の体系	16
3-2 観光推進施策	17
3-3 戦略的プロジェクト	43
第4章 観光振興の推進方策	49
4-1 役割	49
4-2 推進体制	51
参 考 計 画 策 定 の 経 緯	53

第1章 桜井市の観光の現状と課題

1-1 桜井市の観光の現状

(1) 地域特性

桜井市は、東と南を青垣山に例えられる山々に囲まれ、古くは「やまとはくにのまほろば」とうたわれた「ヤマト」の地域です。歴史が古い本市では非常に多くの歴史文化資源があり、市域北部の纏向遺跡は邪馬台国畿内説と係わりが深く全国から注目されています。その他、わが国最古の神社である大神神社をはじめ、桜や牡丹などとともに楽しめる長谷寺、紅葉や「けまり祭」で有名な談山神社、日本三文殊の一つ安倍文殊院、安産と子授けの地藏尊、聖林寺、そのほか門前町としての風情が残る三輪や初瀬のまちなみなど豊富な歴史文化資源があり、これらの施設を目的に内外から絶えず多くの観光客が訪れています。

一方、本市では、自然・歴史・文化資源の豊かな風土を活かし、木材産業や三輪そうめんに代表される食品産業など、さまざまな産業を育て発展させてきました。このうち木材産業については、吉野材など良質材の産出や木製品の加工が盛んで、市の重要な産業となっているほか、そうめんについては、本市が発祥の地であり、伝統の技法が受け継がれています。

○ 豊富な歴史遺産	桜井は初期ヤマト政権発祥の地であり、纏向遺跡や古墳群などの歴史遺産が存在している。
○ 全国レベルの集客力がある五社寺観光	桜井観光の集客の中心は、全国レベルの集客力がある五社寺(大神神社・長谷寺・談山神社・安倍文殊院・聖林寺)への参詣客や観光客である。
○ ブランド力のある特産品の存在	桜井は、そうめん発祥の地とも言われ、全国的に名高い「三輪そうめん」をはじめ、質の高い木製品、笠そばなどの特産品が存在する。
○ 多くの街道の存在	六街道に代表される、観光ネットワークの構築の基礎となりうる多くの歴史的街道が存在する。
○ 「日本最初」が多数ある	日本最古の神社(大神神社)、日本最初の国立劇場(土舞台)、相撲発祥の地、競馬発祥の地、そうめん発祥の地、万葉集発祥の地、仏教伝来の地など「日本最初」が多数ある。

(2) 観光特性

市民アンケート調査、観光ニーズ調査（平成 21-22 年度実施）などを踏まえ観光特性を整理すると、次のような特性がみられます。

① 広域交通アクセスが確保されている

桜井は、近鉄・JR の鉄道網、高速道路への近接性など、広域交通アクセスが確保されており、全国的な集客面における交通の利便性を有している。

② 大都市圏近接型の日帰り観光地となっている

桜井は京阪神大都市圏に位置することから、大都市圏近接型の日帰り観光地としての性格が強い。

③ 観光客の中心は中高年世代となっている

市内観光地・対面ヒアリング調査（平成 21-22 年度実施）によると、市内観光地・桜井を訪れる観光客は中高年世代が多い。

④ 首都圏からの観光客が多い

市内観光地・対面ヒアリング調査（平成 21-22 年度実施）によると、首都圏からの誘客の比率が 10%強と高くなっている。

⑤ アウトドア型の観光客が多い

山の辺の道を訪れるハイキング客に代表されるように、自然とのふれあいを楽しむアウトドア型の観光客が多い。

⑥ 季節的偏りが大きい

本市を訪れる観光客は季節的に偏りがあり、1月の初詣、春の桜、秋の紅葉、そして社寺行事や観光イベントが開催される時期に集中している。

⑦ 観光客のリピーター傾向が高い

観光ニーズ調査（平成 21-22 年度実施）によると、観光を目的に桜井を訪れた回数は、3回以上が 40.7%と高く、再訪意向も 96.0%あるなど、リピーター傾向が高い。

⑧ 観光関連団体の充実

観光協会・NPO法人など、多くの観光関連団体が活動している。

1-2 桜井市の観光課題

(1) SWOT分析とは

本市の観光課題を抽出、整理するにあたり、SWOT分析による手法を活用しました。

SWOT分析とは、組織の内外の要因を分析してビジョンや戦略を立案する手法で、一般的に企業などが経営戦略を立案する際に、経営環境を分析するための手法として活用されています。SWOT分析は内的要因としての組織（ここでは観光）の強み（Strength）と弱み（Weakness）を、外的要因として組織（観光）をとりまく機会（Opportunity）と脅威（Threat）を整理し、諸要素の関連から客観的に分析を行い、最適な戦略を導き出すものです。

■ SWOT マトリックス作成の例

		外部環境要因	
		O・機会（追い風）	T・脅威（向い風）
内部環境要因	S・強み	「成長戦略」 ● 強みを生かす戦略	「解消戦略」 ● 強みで脅威を解消 ● 新分野への移行や新たな方向性へのシフト
	W・弱み	「改善戦略」 ● 弱みを克服する戦略 ● 新しい付加価値を生み出す戦略	「見直し戦略」 ● 見直しする戦略

(2) 各要因の把握

各要因の把握にあたっては、現況調査結果及び市民アンケート、観光施設ヒアリング、ワークショップ、策定検討委員会、社会実験での意見を参考に整理しました。整理した結果は次表の通りです。

内部環境要因【本市だけで改善できる要因】

強み（Strength） 【定義づけ】 ● 自慢できること ● 魅力となるもの ● 他と比べて優位性のあるもの	<ul style="list-style-type: none"> ・ 太古の文化より息づいている潜在的な歴史性 ・ 大神神社、長谷寺など豊富な歴史的観光資源の存在 ・ 桜井纏向遺跡で卑弥呼と同時代の大型建物跡が発掘 ・ 観光ネットワークの構築の基礎となりうる多くの街道の存在
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 豊かな伝統芸能、祭り・イベントなど伝統文化の多さ ・ 四季を通じて美しいのどかな歴史的景観や自然的景観 ・ 観光協会・NPO法人など観光関連団体の充実 ・ 遠方からの観光客の存在や強い観光リピーター傾向 ・ ブランド力のある食（そうめんなど）の存在 ・ 質の高い木製品などの特産品の存在
<p>弱み (Weakness)</p> <p>【定義づけ】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 問題となっていること ● 他と比べて劣るもの 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市の財政力の悪化 ・ 少子化、若い人の少なさ ・ 高齢化による外出機会の減少 ・ 観光ボランティア、案内人の少なさ、周知の不備、遅れている人材育成、観光関連団体間の連携不足 ・ 大神神社などの歴史資源が十分に周知されていない ・ 地域の特産品が少ない ・ 知られていない観光資源の存在 ・ 河川の汚染やごみの不法投棄による地域環境の悪化 ・ 未整備な道路ネットワーク ・ 駐車場不足 ・ 祭り、イベント時の道路混雑や渋滞 ・ 列車本数、バス本数など、不便な公共交通ネットワーク ・ 地域内交通の利便性が低いため観光客の周遊が困難 ・ 安全・安心に歩ける道が少ない ・ わかりづらい標識、不統一な標識など、観光ルートを示す案内が不十分 ・ 遅れている観光弱者への配慮 ・ 外国人旅行者に対する受入れ環境の不備 ・ トイレ、休憩所など付属施設の不備 ・ イベント情報や観光PRが十分に行き届いておらず観光客に十分周知できていない ・ 不十分な市内観光資源間の連携、近隣市町村などとの連携 ・ 地元商店街の衰退や飲食店、宿泊施設の少なさ ・ 道の駅のような拠点施設がない、少ない ・ 宿泊施設の少なさ ・ 後継者不足による空き家・空き店舗の増加 ・ 駐車場料金、拝観料金の高さ

外部環境要因【本市だけでは改善できない要因】

機会 (Opportunities) 【定義づけ】 ●観光分野にチャンスとなる事項 (追い風)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光立国推進基本法の制定、観光庁の設立 ・ 観光関連の予算が増加 ・ 地方分権社会で地域の独自性や個性が重視 ・ 広域圏での観光展開 ・ 世界遺産の増加 ・ 平城遷都 1300 年祭の成功 ・ 歴女、文化財、パワースポットブーム ・ 自転車やウォーキングの増加など健康意識の高まり ・ 高齢者の観光客が増加 ・ ビジットジャパンキャンペーンなどにより、外国人観光客が増加 (中国人など) ・ 自然志向の高まり ・ 携帯電話の普及、PC、ミニノートPCの普及・流行など情報ツールの拡大 ・ NPO、ボランティアなど市民活動への関心の高まり
脅威 (Threats) 【定義づけ】 ●観光分野にマイナスの要素を与える事項 (向い風)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 円高、デフレ不況による長期的な経済力の低迷 ・ 経済の低迷による観光客の減少、雇用機会の減少

(3) 分析結果

観光課題の抽出にあたっては、「観光課題を導き出すための考え方」を基に、各要因の相互関連性を踏まえた分析結果として整理しました。分析結果を次頁に示します。

■観光課題を導き出すための考え方

		外部環境要因	
		機会 (追い風)	脅威 (向い風)
内部 要因 環境	強み	● 強みを活かす観光課題	● 新しい付加価値を生み出すなど、新たな方向性を検討する観光課題 (※1)
	弱み	● 弱みを克服する観光課題	● 見直しの検討を図る観光課題 (※2)

※1：強みと脅威の組み合わせは、一般的に“縮小戦略”として扱われるが、ここでは縮小を考え、強みで脅威を解消する解消戦略とし、新たな方向性も検討する観光課題として整理する。

※2：弱みと脅威の組み合わせは、一般的に“中止、廃止・撤退”などの戦略に使われるが、ここでは中止や撤退を考えず優先順位は低いものの見直しを図るべき課題として整理する。

■外部環境要因（機会・脅威）と内部環境要因（強み・弱み）の関係

		外部環境要因																
		機会 (追い風)																
		観光立国推進基本法の制定、観光庁の設立	地方分権社会で地域の独自性や個性が重視	観光圏など広域圏での観光展開、連携の広まり	世界遺産の増加	平成遷都1300年祭の成功	歴史・文化財・パワースポットブーム	ウオーキングの増加など健康意識の高まり	団塊世代、高齢者の観光客が増加	観光客が増加(中国人など)	デジタルジャパンキャンペーンなどによる外国人	自然志向の高まり	携帯電話の普及、PC、ミニノートPCの普及・流行など情報ツールの拡大	NPO、ボランティア活動などへの関心の高まり	地球環境に関する意識の高まり			
強み	潜在的な歴史性、大神神社、長谷寺、山の辺の道など豊富な歴史的観光資源の存在	○	○	○	○	○	○	○	○									
	桜井纏向遺跡で卑弥呼と同時代の大型建物跡が発掘	○	○		○	○	○											
	豊かな伝統芸能、祭り・イベントなど伝統文化の多さ	○	○															
	四季を通じて美しいのどかな歴史的景観や自然的景観		○					○				○						
	観光協会・NPO法人など観光関連団体の充実			○			○	○	○	○						○		
	遠方からの観光客の存在や強い観光リピーター傾向	○					○		○							○		
	ブランド力のある特産品（そうめん、木製品など）の存在		○													○		
内部環境要因	弱み	市の財政力の悪化	○		○		○	○		○	○						○	
		少子・高齢化の進行								○								
		観光ボランティア、案内人の少なさ、周知の不備、遅れている人材育成、観光関連団体間の連携不足			○			○	○	○	○						○	
		大神神社など歴史資源が十分に周知されていない		○	○			○									○	
		知られていない観光資源の存在		○	○			○									○	
		地域の特産品が少ない		○									○					
		河川の汚染やごみの不法投棄による地域環境の悪化											○				○	○
	未整備となっている市内道路ネットワークや駐車場の不足								○	○					○			
	列車本数、バス本数など、周遊しづらい不便な公共交通ネットワーク			○			○	○	○	○					○		○	
	安全・安心に歩ける道が少ない							○	○	○								
	わかりづらい標識、不統一な標識など観光ルートを示す案内が不十分	○		○			○	○		○								
	遅れている観光弱者への配慮							○	○	○								
	外国人旅行者に対する受入れ環境の不備				○					○								
	トイレ、休憩所など付属施設の不備						○	○	○	○								
	イベント情報や観光PRが十分に行き届いておらず観光客に十分周知できていない	○		○			○		○						○			
	不十分な市内観光地間の連携、近隣市町村などとの連携	○		○		○	○											
	地元商店街の衰退や飲食店、宿泊施設の少なさ			○			○	○	○	○								
後継者不足による空き家・空き店舗の増加		○				○	○	○	○						○			
駐車料金・拝観料の高さ																		

脅威 (向風)		円高、デフレ不況による長期的な経済力の低迷 経済の低迷による観光客の減少や雇用機会の減少		観光課題の整理	
強み				① 強みを活かす観光課題	③ 新たな方向性も検討する観光課題
				<ul style="list-style-type: none"> 歴史資源の保全と活用 伝統文化、祭り、イベントの継承 観光資源や時流を活かした着地型ツーリズムの展開 	
				<ul style="list-style-type: none"> 自然環境や自然景観、歴史的景観の保全 	
	○	○		<ul style="list-style-type: none"> 観光客に対するおもてなしの心の醸成 様々な情報媒体を活用した魅力ある観光情報の発信 リピーター客の囲い込みと拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 様々な情報媒体を活用した魅力ある観光情報の発信
	○	○			<ul style="list-style-type: none"> 観光資源や時流を活かした着地型ツーリズムの展開 特産品のブランド力強化 新たな特産品の開発 観光と産業の連携拡大
弱み				② 弱みを克服する観光課題	④ 見直しの検討を図る観光課題
				<ul style="list-style-type: none"> 近隣都市や商業と連携した回遊型の観光地づくり 観光関連団体の連携と役割分担による取組の実行 観光ボランティアの育成・強化や高齢者などの人材活用 住民が主体となった観光への取組みと支援 新たな特産品の開発(観光と産業の連携拡大) 様々な情報媒体を活用した魅力ある観光情報の発信 	
				<ul style="list-style-type: none"> 景観、環境保全に関するルールづくりと意識の醸成 観光ルートの基幹となる駅前広場、道路、駐車場の改良・整備 公共交通機関の利便性の向上 	
				<ul style="list-style-type: none"> 安全快適に移動できる歩行者ネットワークの改善・整備 すべての人にやさしい安全・安心の観光まちづくり 	
				<ul style="list-style-type: none"> トイレ・休憩所など、観光付帯施設の改善・整備 	
				<ul style="list-style-type: none"> 様々な情報媒体を活用した魅力ある観光情報の発信 近隣都市や商業と連携した周遊型の観光地づくり 空き家、空き店舗、倉庫などの利活用による観光振興策の検討 	
	○	○			<ul style="list-style-type: none"> 駐車場料金と拝観料のセット化の検討

SWOT分析を踏まえ、本市の観光を取り巻く課題を次のように整理しました。

○ 強みを活かすための観光課題

■ 歴史資源の保全と活用

- ・ 大神神社、長谷寺など、貴重な歴史・文化資源の官民一体による保全
- ・ ライトアップや様々なイベント企画などによる魅力向上施策の検討

■ 伝統文化、祭り、イベントの継承

- ・ 談山神社の「けまり祭り」、長谷寺の「だだおし」、江包・大西の「お綱まつり」などの伝統的な祭り、大和の古道紀行ハイキングなどのイベントの継承

■ 観光資源や時流を活かした着地型ツーリズムの展開検討

- ・ 纏向遺跡の発掘や平城遷都 1300 年祭などの観光資源や時流を活かした、観光案内やPRの強化
- ・ 観光業者や交通事業者とのタイアップをより促進し、本市を含めた観光ルートの開発提案など着地型ツーリズムの展開の検討

■ 自然環境や自然景観、歴史的景観の保全

- ・ 歴史風土や日本の原風景など、心に残る景観の保全と形成に向けた、明確な土地利用の確立と適正な誘導規制手法の活用

■ 観光客に対するおもてなしの心の醸成

- ・ 観光客に対する関係者の接遇態度の向上や、地域住民の心のこもった“おもてなし”の心の醸成など温かさのある観光地づくり

■ 様々な情報媒体を活用した魅力ある観光情報の発信

- ・ 多様な観光ニーズに対応するための、多様な情報源、関連機関との連携による情報の共有化、一元化など観光情報の効果的な発信とPRの促進

■ リピーター客の囲い込みと拡大

- ・ リピーターとなっている中高年への配慮と、トレンドを意識した新たなリピーター数の拡大
- ・ 観光ニーズの的確な把握、地域全体の魅力向上や地域ならではの特産品づくり、おもてなし、地域の人や自然などとのふれあい、体験を通じた心に残る観光地づくり

○ 弱みを克服するための観光課題

- **近隣都市や商業と連携した回遊型の観光地づくり**
 - ・ 天理市、橿原市、明日香村といった近隣都市と連携した観光施策を推進し、便利に回遊できる環境の形成
 - ・ 商店街における住民主体の新たな取組や回遊ルートの提案など、観光効果を引き出す仕組づくり
- **観光関連団体の連携と役割分担による取組の実行**
 - ・ 観光関連団体間の連携と観光施策に対する基本的認識の共有化、並びに役割分担の明確化
- **観光ボランティアの育成・強化や高齢者などの人材活用**
 - ・ 観光ガイドボランティア、NPOなどとの協力による新たな人材育成の推進
 - ・ 高齢者などの人材を活かした観光振興（ものづくり体験、語り部、案内ボランティアなど）の検討
- **住民が主体となった観光への取組と支援**
 - ・ 文化や歴史伝統、地域資源の掘り起こし、再発見、再確認など、NPOや観光ボランティアなどの協力による、住民主体の観光まちづくりの推進
 - ・ 活動に関する場の提供や情報提供など、住民主体の取組に対する支援策の検討
- **景観、環境保全に関するルールづくりと意識の醸成**
 - ・ 住民・企業・行政の協働による、美しく快適な景観形成や観光マナーの啓発
 - ・ 公共トイレなど適正な施設利用に向けた整備検討
- **観光ルートの基幹となる駅前広場、道路、駐車場の改良・整備**
 - ・ 駅前広場などの交通拠点や観光施設へのアクセスルート、観光客数に応じた駐車場の整備、円滑に移動、周遊できる交通体系の整備
- **公共交通機関の利便性の向上**
 - ・ 鉄道駅より主要観光地を周遊できる二次交通の導入検討など、利便性の高い公共交通体系の整備
 - ・ 鉄道・バスなどの公共交通機関利用の促進と合わせた、レンタサイクルシステムの活用促進
- **安全・快適に移動できる歩行者ネットワークの改善・整備**
 - ・ 歩道の整備、わかりやすい案内ルートの表示など、観光ルートにおける歩行者移動空間の改善・整備

- **すべての人にやさしい安全・安心な観光まちづくり**
 - ・ 高齢者、障害者、外国人など、誰もが安心して観光を楽しめるよう、移動しやすいルート情報の提示、道路、駅のバリアフリー化、休憩所の整備、多言語表記による観光案内の充実
- **トイレ・休憩所など観光付帯設備の充実**
 - ・ トイレや休憩所の整備など、満足度の向上に寄与するまちづくりの推進
- **空き家、空き店舗、倉庫などの利活用による観光振興策の検討**
 - ・ 新たな宿泊施設の整備・誘導に向けた検討
 - ・ 利用者の少ない公共施設、空き店舗や空き家などを活用した観光施設の整備検討

○ **新たな方向性を検討する観光課題**

- **特産品のブランド力強化**
 - ・ 地元名産品のPR促進や「桜井ブランド」という新しい魅力の創出、特産品を活かした体験型観光の企画検討
- **新たな特産品の開発**
 - ・ 農林業、商業、工業など、産業の壁を超えた連携による、新たな地元特産品の開発の促進
- **観光と産業の連携拡大**
 - ・ 体験型の工場見学、地域マネー、ポイントカードの発行など、観光と地域産業が相乗効果を生み出していけるような施策の検討

○ **見直しの検討を図る観光課題**

- **観光施設、駐車場料金徴収方法の見直し**
 - ・ 割引料金の適用やクーポン券の活用など市内の観光施設が一体となった料金システムのあり方の検討

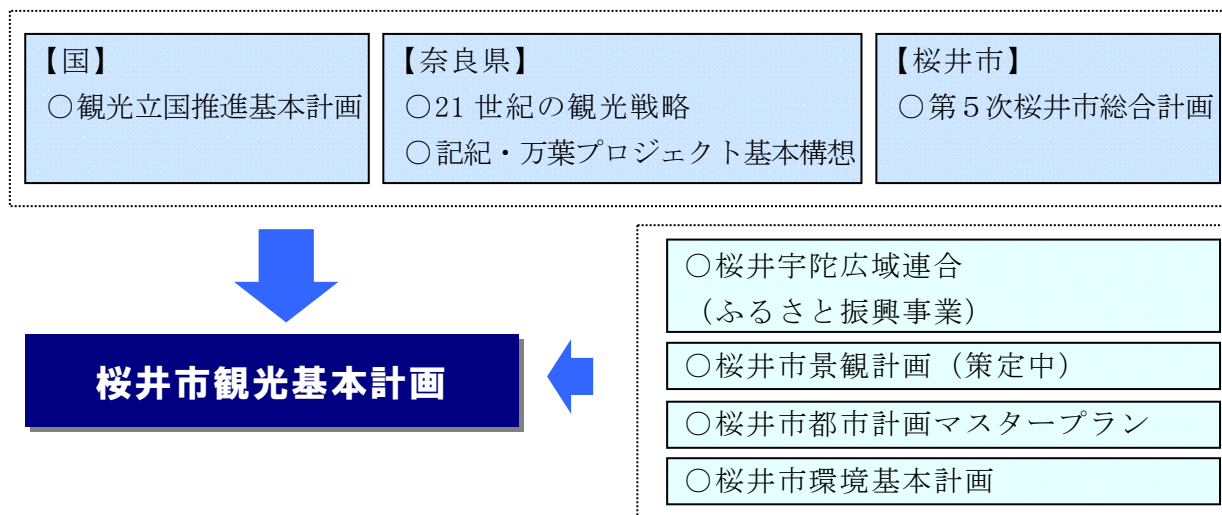
第2章 計画の基本方針

2-1 観光の将来ビジョン

(1) 観光基本計画の位置づけ

本計画は国の「観光立国推進基本計画」や奈良県の「21世紀の観光戦略」「記紀・万葉プロジェクト基本構想」また、本市の「第5次総合計画」を上位計画として整合性を図るほか、桜井宇陀広域連合などの関連計画との連携を図ります。

【位置づけ】



(2) 将来ビジョン

古代より培われてきた歴史・文化・食・産業・営みなど、地域資源のよさを市民・NPO、事業者、行政が一体となって再発見し、その魅力を高めながら、市民が“おもてなしの心”で訪れる人々を歓迎する観光まちづくりを進めていきます。

また、年齢層や国籍などに関係なく誰もが歩いて万葉の雰囲気を楽しむことができる観光まちづくりを進めます。

- 日本のはじまり、古代の魅力が伝わる歴史のまち **大和桜井**
- 万葉の息吹を歩いて感じる美しいまち **大和桜井**
- もてなし、発見、ふれあいがあふれる楽しいまち **大和桜井**

2-2 計画期間

計画の期間は平成 24 年度(2012 年度)から平成 32 年度(2020 年度)とします。

【目標年次】

平成 32 年度(2020 年度)

2-3 観光振興目標

(1) 基本目標

第 5 次桜井市総合計画では「観光・産業創造都市」を将来都市像にかかげています。本計画では「観光・産業創造都市」を実現するため、総合計画と整合を図り、基本目標を以下のとおり設定します。

市民が桜井市の歴史や食や文化を深く理解し、その魅力を発信することで、来訪者は市内をめぐるながら地域との交流のなかで観光を楽しんでいる。

市民は市内で開催される勉強会への参加や、各種のイベントにおける市民どうしの交流を通じて、桜井市の歴史や桜井市が有する優れた歴史的文化遺産、あるいは四季折々の旬な魅力ある情報を得ており、その情報を「もてなしの心」を持って積極的に来訪者へも伝えている。

そして国内外の来訪者が地域のすばらしい自然や歴史遺産に触れ、魅力を感じて観光をしている。また市内を巡りながら食や工芸品、あるいは伝統文化を楽しんでいる。そこには心癒される多くの交流があり、顔なじみの来訪者もあちこちに見られる。このような人の流れが、地域産業の活性化にもつながっており、地域経済にも潤いをもたらしている。



(2) 数値目標

平成 32 年度における数値目標についても総合計画と整合を図り、“観光の振興が達成されたと感じる市民の割合”を 70%、産業連携を促す観光企画の実践数を 15 企画に増やします。

指標名	指標の説明	現状値	平成 32 年度 目標値
「観光の振興」が達成されたと感じる市民の割合	「観光の振興」施策に関する市民意識調査において達成されたと感じる市民の割合	45.6%	70%
産業連携を促す観光企画の実践数	観光客のニーズに対応するために各産業の連携を促す企画を提示(9年間の累計)	0 企画	15 企画

(3) 施策の取組方針

市民が興味を持ち、楽しめる情報を提供するために、市民・NPO、観光関連団体、地元事業者などとの情報交換の機会を充実させながら、来訪者がどのように過ごしたいかという観光ニーズを丁寧に把握し、把握した情報を、一時的ではなく、人々の心に長く残るようなストーリー性のある形にして発信するよう努めていきます。そしてそのような情報を市民が十分に認識するとともに、市民との交流を通じて来訪者に確実に届くように、観光の様々な場面における観光客と地元市民の接点づくりに努めます。また地域の多様な産業間の連携を促し、観光を契機とした産業を育成していきます。

2-4 桜井市観光の基本方針

以下の5つの柱を本市における観光計画の基本方針として掲げます。

基本方針：1

既存の資源を活かした 新たな魅力を創造する 観光まちづくり



本市の歴史は大変古く、かつては政治・経済・文化の中心地「ヤマト王権」誕生の地があります。また、東と南を青垣山に例えられる山々に囲まれ、古くは「やまとはくにのまほろば」とうたわれた「ヤマト」の地域であり、大神神社、長谷寺、談山神社、聖林寺、安倍文殊院など、有名社寺と山の辺の道などの豊富な観光資源が存在する古い歴史をもつまちです。このような“いにしえ”の歴史資源を大切に保全していくことはもちろんのこと、これからも多くの観光客に訪れていただき楽しんでいただくためには、既存の観光資源をこれまで以上にフル活用するとともに、まだ、十分に活用されていない資源を再発見しながら魅力を高めていきます。

基本方針：2

快適な移動環境が整った 回遊性のある 観光まちづくり



魅力的な観光地を創出していくためには、観光の基盤づくりが重要です。歩道や案内板の整備はもちろんのこと、公共交通機関の利便性の向上や、街道などの歴史的風情を感じる景観整備、バリアフリー化の推進など、快適な移動環境が整ったまちづくりを進めていきます。

さらに観光客の様々なニーズに応えた観光ルートの提案によって常に楽しみながら回遊できるストーリー性のある観光まちづくりを推進していきます。

基本方針：3

おもてなしの心を大切にした市民参加による観光まちづくり



観光の振興には、一度限りの観光に終わらせることなく「訪れてよかった、また訪れてみたい」と感じさせる温かな“おもてなしの心”を持って迎え入れることが重要です。また、このような雰囲気を訪れた観光客を通じて広がり、新たな観光客の獲得にもつながっていきます。このために、行政、観光関係者、市民が観光客に対する意識の醸成を図り、“おもてなしの心”を持って本市の魅力を高めていくこととします。

基本方針：4

交流・賑わいを高める連携体制の整った観光まちづくり



観光振興は本市や民間事業者など個々の活動だけでは十分な効果は得られません。また、今後は、共通するテーマを持った広域連携型の観光振興も重要になります。このため、近隣市町村や民間事業者、市民が協力し、観光振興に向けた連携体制を整備しながら観光サービスの向上を図り、交流、賑わいを高める観光まちづくりを推進していきます。

基本方針：5

桜井の魅力を継続的に伝え、広める観光まちづくり



本市の観光資源を多くの観光客に知っていただき、より魅力を感じてもらうためには様々な情報ツールを活用し、広く的確に発信していく必要があります。また、情報取得手段が多様化している昨今では年齢層や観光志向に応じた情報発信の工夫も必要です。

本市では、民間事業者と連携してインターネットなど様々な情報ツールを活用し、本市の魅力を効果的に発信していくほか、広域連携による観光プロモーションを推進し、来訪意欲や再訪意欲を刺激し、観光客の増加を図っていきます。