

平成 16 年度マスターセンター補助事業

奈良県観光の実態調査
報告書

平成 16 年 9 月

社団法人 中小企業診断協会 奈良支部

はじめに

奈良県は、社寺、史跡、古墳、博物館・美術館などの歴史的・文化的資源をはじめ、すばらしい自然・風景などの豊富な観光資源に恵まれています。観光に対する人々のニーズも時代とともに変化がみられ、観光資源の活用も含め観光に関する考え方も変えていく必要があると思います。

奈良支部におきましては、変化する観光ニーズとニーズに対応する観光振興の方向性を探るための一端になればと考え、このたび奈良に来られた観光客の意識調査を実施し、その結果をこの報告書にまとめました。

同時に、最近発行されました観光に関する報告書も紹介し、変化を探る手法を取り入れました。

この調査の結果が奈良県観光産業の活性化に資することができれば幸いと考えております。

平成 16 年 9 月

社団法人 中小企業診断協会 奈良支部

支部長 中森 正雄

委 員 西野 宗治（まとめを担当）

塚本 勝重

田村 耕一

石川 史雄

目次

はじめに

第1章 奈良県観光の概要	1
1、観光客の動向	1
（1）観光客数の推計	1
（2）交通機関別の入込者数の推計	1
（3）宿泊者数の推計	1
（4）観光施設の利用状況	1
2、平成14年以降に実施された主な観光調査の要約並びに分析	5
（1）奈良の観光についてのアンケート調査（平成14年 奈良市経済部観光課）	5
（2）奈良の観光活性化に向けたアンケート調査（平成15年 南都経済センター）	9
（3）「観光地」のブランド力評価（平成15年 博報堂観光ビジネス開発プロジェクト）	11
（4）都市観光地の魅力度評価調査（平成16年 日経産業消費研究所）	13
第2章 観光客を対象としたアンケート調査	18
1、調査の目的	18
2、調査の概要	18
（1）調査期間	18
（2）調査の方法	18
（3）調査項目	18
（4）回収状況	18
（5）調査結果	19
第3章 奈良県観光の課題と対応の方向	28
1、「観光振興アクション・プログラム」の策定過程における課題の抽出と要約	28
2、観光客の動向分析結果から	28
3、奈良県観光のアンケート調査結果より	29
4、奈良の観光活性化に向けたアンケート調査結果より	30
5、「観光地のブランド評価」より	30
6、都市観光地の魅力度評価調査結果より	30
7、今回のアンケート調査結果より	31
おわりに	32
資料編（アンケート調査票）	33

第1章 奈良県観光の概要

奈良県観光の概要に関する資料については、奈良県文化観光課、奈良市経済部観光課、財団法人南都経済センターから多大なご協力を頂きました。以下、頂戴した資料に基づき概要をまとめました。

1、観光客の動向

統計数値は、JR・近鉄の主要駅乗降客数、国立・国定公園および県立自然公園などの利用人数、各社寺の拝観者数、各観光施設の来訪者数などの資料を総合して推計したものです。

(1) 観光客数の推計

県内の地域別観光客数の推移は、表1のとおりです。全体では平成元年から平成6年までは3,800万人台で殆ど横ばいで推移していますが、平成7年以降は3,700万人台、平成11年以降は3,500万人台と減少しています。

地域別では、月ヶ瀬、曽爾、東吉野、吉野川、大峯山などが大きく伸びているのに対し生駒、斑鳩などが大幅減となっています。

奈良市についてみると、平成元年から平成10年にかけて減少傾向を示していましたが、平成10年を底にしてそれ以降上向きに転じています。

(2) 交通機関別の入込者数の推計

表2、表3から交通機関利用者数の入込者数推計値をみると、平成13年、14年の2年間でありますが、バス、乗用車、二輪車の利用者はいずれも10%前後の伸びを示しているのに対し、JR、近鉄の利用者が3%程減少しており、入込手段の変化がみられます。

(3) 宿泊者数の推計

最近3年間の観光客宿泊状況は、以下のとおりです。

種別	単位 千人			
	平成 12	13	14	14/12 (%)
一般観光客	2,707	2,877	2,821	104.2
修学旅行者	387	378	385	99.5
合計	3,094	3,255	3,206	103.6

資料「(社)日本観光協会

修学旅行者は、ほぼ横ばいで推移しているのに対し、一般観光客の微増となっています。

(4) 観光施設の利用状況

県下の主な観光施設の利用状況は、表4のとおりです。

奈良市内の観光施設の利用状況が大きく伸びているのに対し、地方の伸びは横ばいまたは大幅減と格差が生じています。

表-1 奈良県観光客数の推移

平成元年～平成14年

年 地域名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	年 地域名
奈良	14,671,000	14,934,200	14,543,500	14,199,800	13,982,200	13,750,800	13,546,100	13,468,000	13,391,600	12,960,700	13,060,900	13,260,800	13,602,200	13,899,400	奈良
月ヶ瀬	301,000	322,000	269,000	325,000	289,000	324,000	289,000	290,000	288,000	357,000	477,000	534,000	541,000	588,000	月ヶ瀬
矢田	792,000	717,000	725,000	777,000	756,000	741,000	741,000	1,110,000	784,000	788,000	783,000	710,000	728,000	714,000	矢田
山の辺	4,825,000	4,680,000	4,685,000	4,672,000	4,646,000	4,518,000	4,181,000	4,539,000	4,502,000	4,849,000	4,581,000	4,710,000	4,561,000	4,455,000	山の辺
生駒	3,691,000	3,592,000	3,688,000	3,848,000	3,723,000	3,639,000	3,398,000	3,097,000	2,994,000	3,043,000	2,490,000	2,101,000	2,019,000	1,988,000	生駒
信貴	1,062,000	1,113,000	1,146,000	1,556,000	1,697,000	1,869,000	1,776,000	1,783,000	1,665,000	1,482,000	1,358,000	1,143,000	1,167,000	1,174,000	信貴
曽爾	203,000	205,000	209,000	229,000	230,000	228,000	309,000	317,000	326,000	327,000	447,000	497,000	569,000	556,000	曽爾
二上・當麻	651,000	624,000	617,000	631,000	644,000	743,000	741,000	688,000	783,000	733,000	745,000	733,000	743,000	709,000	二上・當麻
明日香	1,114,000	935,000	947,000	987,000	893,000	822,000	788,000	899,000	704,000	673,000	684,000	829,000	765,000	768,000	明日香
斑鳩	1,413,000	1,108,000	1,109,000	1,366,000	1,344,000	1,304,000	1,186,000	1,026,000	900,000	793,000	683,000	682,000	722,000	660,000	斑鳩
橿原	5,006,000	5,010,000	4,990,000	4,912,000	5,125,000	4,877,000	4,954,000	5,034,000	4,638,000	4,171,000	4,014,000	3,910,000	3,690,000	3,755,000	橿原
室生・長谷	1,433,000	1,390,000	1,596,000	1,577,000	1,434,000	1,674,000	1,501,000	1,368,000	1,277,000	1,164,000	1,275,000	1,735,000	1,741,000	1,565,000	室生・長谷
金剛・葛城	801,000	831,000	877,000	926,000	839,000	883,000	819,000	898,000	755,000	676,000	765,000	713,000	724,000	706,000	金剛・葛城
吉野山	727,000	743,000	785,000	799,000	804,000	820,000	827,000	877,000	901,000	852,000	927,000	954,000	1,000,000	987,000	吉野山
東吉野	102,000	97,000	96,000	96,000	103,000	105,000	160,000	180,000	236,000	219,000	226,000	219,000	223,000	231,000	東吉野
吉野川	94,000	115,000	48,000	52,000	69,000	61,000	62,000	56,000	217,000	204,000	172,000	159,000	160,000	192,000	吉野川
大台ヶ原	110,000	111,800	235,500	164,200	253,400	273,800	275,100	314,600	371,800	299,800	324,300	280,600	314,800	350,200	大台ヶ原
大峰山北部	340,000	332,000	342,000	356,000	351,000	554,000	632,000	645,000	817,000	1,047,000	933,000	841,000	855,000	878,000	大峰山北部
大峰山南部	108,000	106,000	107,000	111,000	114,000	111,000	103,000	113,000	280,000	257,000	308,000	295,000	354,000	350,000	大峰山南部
高野・龍神	638,000	671,000	942,000	824,000	818,000	835,000	789,000	813,000	827,000	719,000	683,000	665,000	653,000	612,000	高野・龍神
十津川	285,000	313,000	334,000	302,000	250,000	322,000	312,000	293,000	455,000	467,000	427,000	384,000	356,000	352,000	十津川
計	38,367,000	37,950,000	38,291,000	38,710,000	38,364,600	38,454,600	37,389,200	37,808,600	37,112,400	36,081,500	35,363,200	35,355,400	35,488,000	35,489,600	計

(資料)「奈良県観光客動態調査」奈良県企画部文化観光課

表-2 交通機関利用者数からの入込者数推計

(1) JR主要駅

駅名	平成13年(人)	平成14年(人)	前年比(%)
奈良	2,781,300	2,719,250	97.8
郡山	704,450	689,850	97.9
法隆寺	956,300	927,100	96.9
王寺	2,668,150	2,580,550	96.7
三郷	394,200	375,950	95.4
三輪	160,600	120,450	75.0
高田	361,250	335,800	93.0
計	8,026,250	7,748,950	96.5

(2) 近鉄主要駅

駅名	平成13年(人)	平成14年(人)	前年比(%)
奈良	5,134,294	5,032,829	98.0
西大寺	3,703,154	3,681,735	99.4
西ノ京	627,798	476,685	75.9
信貴山下	191,300	180,472	94.3
郡山	1,197,406	1,157,237	96.6
ファミリー公園前	35,947	35,146	97.8
八木	2,688,399	2,626,933	97.7
橿原神宮前	1,408,480	1,360,831	96.6
飛鳥	120,533	115,114	95.5
岡寺	83,863	83,366	99.4
壱阪山	97,139	94,391	97.2
桜井	1,074,827	1,029,491	95.8
長谷寺	134,874	121,135	89.8
室生口大野	136,523	110,146	80.7
御所	227,336	219,268	96.5
当麻寺	108,114	103,185	95.4
二上神社口	59,759	60,585	101.4
吉野	90,617	91,738	101.2
下市口	215,908	204,827	94.9
大和上市	84,486	78,017	92.3
計	17,420,757	16,863,131	96.8

資料 「奈良県観光客動態調査」奈良県企画部文化観光課

表-3 主な駐車場利用状況

駐 車 場 名	車 種	平成13年(台)	平成14(台)	対前年比(%)
県 営 駐 車 場 (登大路、大仏前、高畑)	バ ス	33,893	36,056	106.4
	乗 用 車	231,628	242,383	104.6
	二 輪 車	1,097	1,202	109.6
春 日 大 社 駐 車 場	バ ス	9,211	8,764	95.1
	乗 用 車	53,161	57,992	109.1
そ の 他 奈 良 市 内 主 要 駐 車 場	バ ス	1,132	1,371	121.1
	乗 用 車	543,185	625,206	115.1
	二 輪 車	597	647	108.4
町 営 法 隆 寺 駐 車 場	バ ス	5,612	5,849	104.2
	乗 用 車	12,863	12,592	97.9
明 日 香 ・ 石 舞 台 駐 車 場	バ ス	2,355	2,097	89.0
	乗 用 車	24,855	24,995	100.6
合 計	バ ス	52,203	54,137	103.7
	乗 用 車	865,692	963,168	111.3
	二 輪 車	1,694	1,849	109.1

資料「奈良県観光客動態調査」奈良県企画部文化観光課

表 - 4 主な観光施設の利用状況

観 光 施 設 名	平成12年(人)	平成13年(人)	平成14年(人)	平成14年/12年(%)
奈 良 市 観 光 セ ン タ ー (奈 良 市)	110,897	115,756	147,304	132.8
奈 良 国 立 博 物 館 (奈 良 市)	297,266	328,569	699,378	235.3
月 ヶ 瀬 温 泉 (月 ヶ 瀬 村)	212,065	208,169	198,514	93.6
長 谷 寺 (桜 井 市)	348,460	380,400	355,300	102.0
法 隆 寺 (斑 鳩 町)	648,413	678,667	630,317	97.2
室 生 寺 (室 生 村)	373,928	397,346	285,289	76.3
石 舞 台 古 墳 (明 日 香 村)	391,080	330,782	299,011	76.5
吉 野 山 (吉 野 町)	734,974	730,123	742,046	101.0

(資料)「奈良県観光客動態調査」奈良県企画部文化観光課

2. 平成14年度以降に、実施された主な観光調査の要約並びに分析

(1) 奈良の観光についてのアンケート調査(平成14年度 奈良市観光課調査報告書より抜粋)

この調査は、第21回奈良大和路キャンペーン「こころの奈良」の実施期間中(平成14年12月15日～平成15年3月21日)に奈良市内のキャンペーン協力旅館の宿泊客を対象にアンケート調査を行い、有効回収数1,149件を集計したものです。

旅行の目的(複数回答)

区分	人数 (人)	比率 (%)
名所・旧跡めぐり	650	56.6
ビジネス	60	5.2
研修・ゼミ	40	3.5
親睦旅行	74	6.4
同窓会	5	0.4
修学旅行	4	0.3
その他	348	30.3
不明	32	2.8
全体	1,149	100.0

奈良への訪問回数

区分	人数 (人)	比率 (%)
初めて	143	12.4
2回	176	15.3
3回	169	14.7
4回	89	7.7
5回	110	9.6
6～10回	181	15.8
11回以上	85	7.4
不明	196	17.1
全体	1,149	100.0

旅行の目的では「名所・旧跡めぐり」が6割を占め、奈良への旅行の大半を占めています。

訪問回数は2回以上のリピーターが7割を上回っております。

旅行の人数

区分	人数 (人)	比率 (%)
1人	197	17.1
2人	575	50.0
3人以上	354	30.8
不明	23	2.0
全体	1,149	100.0

奈良市宿泊日数

区分	人数 (人)	比率 (%)
1泊2日	767	66.8
2泊3日	277	24.1
3泊4日	50	4.4
4泊以上	21	1.8
不明	34	3.0
全体	1,149	100.0

旅行の人数は、2人以上が8割を占めています。単身者が少ないのは、宿泊客を対象にした調査の影響もあるものと考えられます。

宿泊日数については、1泊2日が7割弱を占め圧倒的に多くなっています。

これを年代別にみまると、50代未満が1泊2日、60代以上は2泊3日の割合が多い高くなっていま

す。

奈良市内の訪問場所（複数回答）

1) 訪問したところ

区 分	人数 (人)	比率 (%)
奈良公園周辺	548	47.7
高畑周辺	138	12.0
ならまち周辺	165	14.4
佐保・佐紀路	176	15.3
西ノ京周辺	238	20.7
柳生地区	83	7.2
その他	33	2.9
不明	555	48.3
全体	1,149	100.0

2) 訪問して良かったところ

区 分	人数 (人)	比率 (%)
奈良公園周辺	882	76.8
高畑周辺	182	15.8
ならまち周辺	252	21.9
佐保・佐紀路	235	20.5
西ノ京周辺	355	30.9
柳生地区	107	9.3
その他	69	6.0
不明	145	12.6
全体	1,149	100.0

訪問場所は、「奈良公園周辺」が5割弱を占めトップになっています。訪問して良かったところは、「奈良公園周辺」が8割を占め圧倒的に高くなっています。

全体的にみると、観光客の訪問場所は、「奈良公園周辺」、「西ノ京周辺」に絞られている様子が伺えます。

奈良市を除く奈良県内の訪問場所（複数回答）

区 分	人数 (人)	比率 (%)
斑鳩	364	31.7
明日香	176	15.3
長谷・室生	100	8.7
山の辺・桜井	98	8.5
吉野郡	54	4.7
その他	136	11.8
不明	491	42.7
全体	1,149	100.0

「斑鳩」、「明日香」が多くなっています。年代別では、60代以上の人は、「明日香」、「長谷・室生」、「山の辺・桜井」、「吉野」のウエイトが高くなっています。

奈良のイメージ

	旅館・ ホテル	レストラン ・食堂	土産物店	交通機関	奈良の街 (昼)	奈良の街 (夜)
非常に良い(+)	31.6	11.1	8.5	8.4	13.8	6.6
良い (+)	45.3	34.7	28.6	29.8	37.5	23.9
普通	16.9	36.1	44.3	39.3	32.8	36.7
悪い (-)	1.0	5.0	5.2	7.7	2.0	9.7
非常に悪い(-)	0.1	0.5	0.3	1.1	0.3	0.7
不明	5.2	12.6	13.0	13.7	13.6	22.3
D I	75.8	40.3	31.6	29.3	48.9	20.1

D Iからみますと、「旅館・ホテル」「奈良の街」(昼)の評価は比較的高いのに対し、それ以外の評価は低くなっています。なかでも、夜の奈良の街は最も評価が低くなっています。

奈良の魅力(複数回答)

区 分	人 数 (人)	比 率 (%)
古社寺史跡が多い	940	81.8
文化的香りがする	501	43.6
自然環境がよい	482	41.9
独特の雰囲気がある	464	40.4
素朴な雰囲気	347	30.2
静けさ	259	22.5
町並みがすばらしい	204	17.8
いい宿泊施設がある	97	8.4
人情がよい	95	8.3
交通アクセスがよい	66	5.7
見るものが多くバラエティに富んでいる	53	4.6
おいしい食べ物がある	49	4.3
気候が良く居心地がいい	33	2.9
いろいろな活動や楽しみがある	15	1.3
その他	29	2.5
不明	51	4.4
全体	1,149	100.0

奈良の魅力は古社寺史跡が8割強を占め、断然トップを占めています。

文化的香り、自然環境、雰囲気が続いており、奈良の魅力が集約されています

困ったことや不満に思ったこと（複数回答）

区 分	人数 (人)	比率 (%)
交通が不便	264	23.0
食事をするとところが少ない	247	21.5
夜の観光が少ない	224	19.5
案内が不十分	175	15.2
良い土産物が少ない	169	14.7
駐車場が少ない	149	13.0
食事が高い	95	8.3
宿泊施設の設備に不満	32	2.8
サービスが悪い	23	2.0
その他	172	15.0
不明	286	24.9
全体	1,149	100.0

交通が不便であること、気に入った食事をするとところが少ないこと、夜の観光に不満を感じていることが上位に挙げられています。

奈良市にあればよいと思うもの（複数回答）

区 分	人数 (人)	比率 (%)
温泉施設	367	31.9
天平時代の体験	343	29.9
よくわかる観光案内	328	28.5
地元の食文化体験	309	26.9
ショッピングやおいしい食事が 楽しめる場所	282	24.5
奈良の伝統産業体験	239	20.8
夜の街のにぎわい	137	11.9
その他	257	22.4
不明	114	9.9
全体	1,149	100.0

「温泉施設」がトップに挙げられています。天平時代の体験や地元の食文化体験に対する関心度も高く、奈良ならではの特色づくりに期待している節が伺えます。

奈良への再訪問の予定

区 分	人数 (人)	比率 (%)
1年以内に来たい	550	47.9
数年後に来たい	373	32.5
10年程度後には来たい	11	1.0
いつかは来たい	150	13.1
来たいとは思わない	6	0.5
不明	59	5.1
全体	1,149	100.0

「1年以内に来たい」が約半数を占めています。

「数年後に来たい」は3割強です。

奈良への訪問回数((1) -)においても2回以上のリピーターが7割強になっており奈良への観光客はリピーターのウエイトが高いことがわかります。

地方別入り込み観光客数

区 分	人数 (人)	比率 (%)
北海道	30	2.6
東北地方	38	3.3
関東地方	504	43.9
中部地方	260	22.6
近畿地方	176	15.3
中国地方	62	5.4
四国地方	21	1.8
九州地方	54	4.7
不明	4	0.3
全体	1,149	100.0

地方別入り込み観光客数は、「関東地方」が最も多く、次いで、「中部地方」「近畿地方」となり、この3地方で全体の3割強を占めており、立地上距離のあります、北海道、東北、中国、九州地方は、全体的には1割程度になっていることがわかります。

(2) 奈良の観光活性化に向けたアンケート調査 (平成 15 年 財団法人 南都経済センター)

この調査は2003年1月24日、25日の2日間JR東京駅 八重洲中央口 コンコース前で「奈良大和路キャンペーン」を訪れた人を対象に行われたものです。

この調査の特徴は、奈良以外の場所で、奈良に対するイメージ、印象を把握したことです。以下、関連性の高い項目を抽出し紹介します。

回答者は、673人で、男女別ではほぼ半々、年齢別では50代以上が7割弱、地域別では関東地区在住の方が約8割となっています。

好きな旅行のタイプ（複数回答上位4項目）

- 1) 史跡を巡る周遊観光 75.5 (%)
- 2) 自然を楽しむ周遊観光 60.5
- 3) 温泉旅行 57.9
- 4) 食べ歩き 22.0

旅行先決定のポイント（複数回答上位5項目）

- 1) 歴史・文化の名所がたくさんある 68.1 (%)
- 2) 自然や風景が素晴らしい 65.1
- 3) いい温泉がある 33.4
- 4) おいしい食べ物がある 26.4
- 5) 落ち着ける雰囲気がある 14.3

奈良への観光回数

- 1) 行ったことはない 5.2 (%)
- 2) 1回 20.2
- 3) 2回 19.8
- 4) 3回 16.8
- 5) 4回~9回 22.4
- 6) 10回以上 13.4

4回以上の回数は、4割弱となっています。

観光回数と奈良のイメージとの関係

観光回数別の奈良のイメージ関係を以下のとおりDI（「とても期待できる」と回答した人の割合から「あまり期待できない」と回答した人の割合を差し引いた数値）分析されています。

	自然・風景 が 素晴らしい	歴史・文化 が 素晴らしい	おいしい食 べ 物がある	ショッピン グ が楽しめる
合計	80.6	90.8	11.3	12.8
行ったことがない	82.9	88.6	17.1	8.6
1回	78.6	87.5	17.7	6.6
2回	79.7	88.7	15.0	9.0
3回	80.5	93.8	17.7	12.4
4回以上10回未満	85.4	96.4	5.3	18.6
10回以上	80.0	93.3	2.2	23.4

分析結果からみると、「自然、風景」、「歴史・文化」に関しては、観光回数による差は、ほとんどみられません。「食べ物」に関しては、DI が低く、かつまた、観光日数が増えるについて低くなっています。「ショッピング」に関しては、すべてマイナスで、観光日数が増えるにつれて、マイナス値が大きくなっています。

再訪問の予定

再訪問の予定があると答えた人は、8割強と高くなっています。

奈良への期待、イメージ (DI 指数)

1) DI50 以上で高い順に質問項目 (京都と対比)

	奈良	京都
a 自然・風景がすばらしい	80.6	65.5
b 歴史・文化がすばらしい	90.6	86.5
c 落ち着ける観光地	78.6	51.8
d そぞろ歩きができる	70.8	64.7
e 美しい観光地である	65.3	47.3
f 町並みがすばらしい	53.8	66.7
g バリエティーに富んでいる	50.2	66.3

2) DI の低い質問項目

a ショッピングが楽しめる	12.8	15.0
b 夜を楽しめる場所がある	26.9	8.7
c 楽しい観光地である	0.5	32.1
d おいしい食べ物がある	11.3	47.1

(3)「観光地」のブランド力評価 (平成 16 年 1 月 博報堂 観光ビジネス開発プロジェクトより)

この手法は、観光“ブランド視点”を導入して、そのパワーを評価・診断する手法として開発されたものです。

平成 15 年 10 月に全国 49 の観光地を選定し、生活者が観光地を選択する際に「重要だ」と考えている項目に、それぞれの観光地がどれだけ応えているかを調査・集計・分析し、

- a. どんな体験が期待できるか
- b. アクセス・宿泊施設などはどうか
- c. 評判・情報入手経路はどうか

といった観光ブランド力を構成する 3 つの要素を抽出し、得点化されたものです。

10 位までを性別・年代別ランキング (平成 15 年 3 月 首都圏在住の 13 歳以上の男女 1000 名を対象にインターネット調査) は、以下のとおりです。

	総合	男性総合	男性				女性総合	女性			
			20代	30代	40代	50代~		20代	30代	40代	50代~
1位	京都	沖縄	沖縄	沖縄	沖縄	京都	京都	京都	京都	京都	京都
2位	沖縄	京都	京都	京都	京都	沖縄	沖縄	沖縄	沖縄	神戸	札幌
3位	札幌	札幌	黒川温泉	沖縄	沖縄						
4位	神戸	富良野	大阪	富良野	神戸	箱根温泉	神戸	大阪	神戸	札幌	金沢
5位	富良野	神戸	奈良	博多	箱根温泉	長崎	軽井沢	神戸	富良野	軽井沢	鎌倉
6位	軽井沢	箱根温泉	富良野	軽井沢	金沢	軽井沢	富良野	富良野	軽井沢	金沢	箱根温泉
7位	金沢	奈良	神戸	神戸	富良野	金沢	金沢	奈良	札幌	鎌倉	日光
8位	奈良	軽井沢	箱根温泉	奈良	熱海温泉	神戸	鎌倉	博多	金沢	大阪	黒川温泉
9位	鎌倉	博多	道後温泉	熱海温泉	鎌倉	博多	奈良	軽井沢	鎌倉	博多	軽井沢
10位	箱根温泉	金沢	軽井沢	日光	軽井沢	鎌倉	大阪	長崎	大阪	長崎	奈良

(分析結果の要約)

- 総合1位は、京都
性別では、女性 京都 男性 沖縄
- 40歳以上では、男性・女性いずれも「金沢」「鎌倉」がランクイン
- 若者には「大阪」の人气が高い
- 温泉地は性別、年代別に好みバラつく

総合カトップ10に入るブランド力の強い観光地の類型化

グッドバランス型（代表例：京都）

a, b, c, が、バランスの良いパターン

情報が手に入りやすく十分に流通しており、インフラが充実しているイメージを体験できることの期待イメージを持たれている理想的な観光地（札幌／軽井沢／鎌倉）

体験期待型（代表例：沖縄）

a, c が高いパターン

交通の便はそれほど良くないが、情報が豊富に流通し体験できることのイメージが高い観光地（金沢／長崎／屋久島）

インフラ先行型（代表例：大阪）

b が突出しているパターン

a, c はそれ程高くないが、アクセスの良さにより「インフラ価値」が突出している都市型観光地（神戸／博多／箱根温泉／熱海温泉）

今回の分析結果より、各観光地の観光ブランド力をわかりやすく診断するため、以上の3つの要素を基本にした診断チャートが設定されています。

（4）. 都市観光地の魅力度評価調査（平成16年4月 日経産業消費研究所）

この調査は日経産業消費研究所の観光地評価研究会が全国の主要都市中心部の観光魅力度について、観光や都市計画の研究者、コンサルタント、自治体・観光振興団体などの都市観光に詳しい専門家を対象に、平成16年2～3月上旬に郵送で調査票を送付、郵送またはファックス・メールで回収したものです。有効回答は、167となっています。

このアンケートでは、全国の都道府県所在地に、都市観光で注目される都市を加えた130の都市中心部について尋ねたものです。

具体的には、まず最近5年以内に来訪した地区について、1～10点の10段階で「総合的な魅力度」を評価したものです。

この地区ごとに、評価点数の回答者平均を計算し、それを、都市中心部の総合魅力度のスコアとしています。総合魅力度ランキング10位は、次のとおりです。

都市観光の総合魅力度ランキング（1～10位）

順位	都市中心部	所在 都道府県	（回答者平 総合魅力度	偏差値	回答者数
1	京都・四条と祇園周辺	京都府	8.0	72.4	87
2	札幌	北海道	7.9	71.4	114
3	神戸	兵庫県	7.9	71.4	98
4	鎌倉	神奈川県	7.8	70.3	64
5	横浜・中華街と元町周辺	神奈川県	7.7	69.3	105
6	金沢	石川県	7.6	68.2	79
6	高山	岐阜県	7.6	68.2	67
9	那覇	沖縄県	7.6	68.2	75
9	奈良	奈良県	7.5	67.2	59
10	東京・銀座	東京都	7.4	66.1	115
10	福岡	福岡県	7.4	66.1	106
10	長崎	長崎県	7.4	66.1	67

奈良の総合魅力度は、9位と高い位置にあります。

このアンケートでは、総合魅力度を点数による評価だけでなく、5年以内に来訪した都市中心部については、具体的に「魅力を感じる要素」を11項、さらに国際性などの「特色」を11項目を並べ評価をしています。

項目ごとのスコア平均で上位5項目は、以下のとおりです。

魅力を感じる要素		特色	
歴史的な建築・街並み	25.3	地域の固有性	26.3
食べ物	25.1	歴史性	22.7
公園や散歩道	16.7	文化性	16.3
買い物ができる	14.8	親しみやすさ	13.1
現代的な建物・街並み	10.6	自然の豊かさ	11.8

総合魅力度に対する影響度が最も大きいグループは、「歴史的な建物・街並み」「地域の固有性」「歴史性」「文化性」の4項目のグループで偏差値の大きい上位10は以下のとおりです。

合成尺度の順位	都市中心地名	順位 総合魅力度	構成項目スコア				合成尺度		
			建物・街並み	歴史的な	地域の固有性	歴史性	文化性	合計 スコア	偏差値
1	鎌倉	4	82.9	42.9	75.7	44.3	245.8	75.4	
2	京都・四条と祇園周辺	1	70.7	56.5	69.6	44.6	241.4	74.7	
3	奈良	9	75.0	45.2	72.6	42.7	235.5	73.7	
4	高山	6	80.1	54.4	58.1	41.2	233.8	73.5	
5	伊勢	22	71.4	56.1	67.3	27.6	222.4	71.6	
6	金沢	6	71.5	40.7	61.6	45.3	219.1	71.1	
7	会津若松	36	73.4	41.5	59.6	31.9	206.4	69.0	
8	遠野	48	50.0	64.3	45.2	45.2	204.7	68.7	
9	萩	25	69.1	42.6	66.2	26.5	204.4	68.6	
10	小樽	13	72.8	48.3	44.4	28.3	193.8	66.9	

次に影響度の大きいグループは、「現代的な建築」「洗練されている」「先進性」の3項目

合成尺度の順位	都市中心地名	順位 総合魅力度	構成項目のスコア			合成尺度		
			建物・街並み	現代的な 洗練され ている	先進性	合計 スコア	偏差値	
1	東京・六本木と六本木ヒルズ	22	3.4	37.6	32.3	133.3	88.8	
2	横浜・みなとみらい	13	64.6	29.1	36.4	130.1	87.7	
3	東京・銀座	10	39.6	50.0	25.4	115.0	82.5	
4	東京 お台場	25	55.1	19.6	27.1	101.8	77.9	
5	東京・丸の内	48	53.8	26.4	20.3	100.5	77.4	
6	東京・新橋と汐留	36	55.6	17.2	22.7	95.5	75.7	
7	東京・代官山	28	34.5	38.2	19.1	91.8	74.4	
8	神戸	2	38.5	40.9	11.5	90.9	74.1	
9	東京・青山	32	32.0	41.4	14.8	88.2	73.2	
10	福岡	10	42.2	16.5	18.3	77.0	69.3	

3番目に影響するグループは、「買い物ができる」「夜間のにぎわい」「活力がある」「娯楽性」の4項目で、偏差値の高い上位10位は以下のとおりです。

合成尺度の順位	都市中心地名	順位 総合魅力度	構成項目のスコア				合成尺度		
			できる 買い物が	にぎわい 夜間の	活力がある	娯楽性	合計 スコア	偏差値	
1	東京・新宿	28	48.0	59.9	52.0	43.3	203.2	86.5	
2	大阪・ミナミ	17	42.9	56.6	53.3	35.2	188.0	83.1	
3	東京・銀座	10	63.3	44.2	40.8	24.2	172.5	79.7	
4	東京 渋谷	36	40.5	45.0	45.0	34.7	165.2	78.0	
5	札幌	2	35.6	50.8	35.6	37.3	159.3	76.7	
6	福岡	10	38.3	48.3	45.7	26.5	158.8	76.6	
7	大阪・キタ	31	37.4	42.3	46.8	22.5	149.0	74.4	
8	横浜・中華街と元町周辺	5	44.6	36.2	42.9	20.5	144.2	73.3	
9	東京・原宿	32	44.9	25.0	38.2	21.3	129.4	70.0	
10	東京・池袋	85	29.0	40.3	33.9	25.8	129.0	69.9	

一方、都市中心部の魅力の構造は多様であり、歴史的な経緯や競争条件なども異なるので、慎重な考慮が必要と指摘しています。それには以下に示す、強み・弱みの構造を十分に分析しながら、更に魅力を高める方策を検討することが、戦略的な観光マーケティングを進める上で大いに役立つと締めくくっています。

魅力度順位	都市中心部	都道府県 所在	魅力を感じる要素・特色（偏差値）											各都市の回答者数
			歴史・文化性（ ）	モダン・先進性（ ）	買い物・にぎわい性	食べ物	公園・散歩道	宿泊施設	美術館や博物館	音楽ホールや劇場	祭りやイベント	夜間の景観	自然の豊かさ	
1	京都・四条と祇園周辺	京都	74 .7	52 .0	66 .0	58 .3	64 .6	63 .7	54 .8	56 .9	69 .9	64 .3	42 .4	92
2	札幌	北海道	52 .4	67 .9	76 .7	78 .1	76 .2	84 .4	52 .6	51 .7	88 .4	77 .1	62 .8	11 8
2	神戸	兵庫県	60 .0	74 .1	67 .0	63 .2	65 .9	67 .0	59 .9	55 .3	57 .5	86 .5	47 .8	10 4
4	鎌倉	神奈川県	75 .4	51 .3	47 .3	46 .9	77 .7	45 .2	62 .1	46 .0	52 .3	48 .3	74 .6	70
5	横浜・中華街と元町周辺	神奈川県	57 .7	53 .7	73 .3	79 .4	62 .5	53 .0	48 .3	51 .2	56 .3	64 .5	39 .8	11 2
6	金沢	石川県	71 .1	54 .1	54 .0	63 .6	67 .1	63 .2	64 .0	48 .1	55 .3	48 .2	52 .8	86
6	高山	岐阜県	73 .5	46 .2	50 .6	57 .6	59 .9	61 .9	58 .1	44 .3	86 .9	49 .1	65 .8	68
6	那覇	沖縄県	59 .6	46 .7	63 .0	63 .7	50 .1	68 .2	47 .6	51 .9	58 .4	48 .6	66 .6	77
9	奈良	奈良県	73 .7	42 .9	44 .5	41 .0	83 .1	56 .7	74 .3	50 .3	54 .7	48 .7	61 .9	62
10	東京・銀座	東京都	49 .5	82 .5	79 .7	57 .6	40 .3	54 .4	49 .3	79 .4	48 .3	70 .5	37 .9	12 0
10	福岡	福岡県	46 .8	69 .3	76 .6	72 .1	52 .5	72 .3	55 .8	66 .5	67 .4	58 .5	44 .2	11 5
10	長崎	長崎県	66 .8	50 .9	51 .8	65 .3	63 .3	59 .4	53 .8	46 .0	72 .5	68 .6	50 .3	71

第2章 観光客を対象としたアンケート調査

1.調査の目的

このアンケート調査は、数々の観光名所を持つ奈良県への観光客は、年間約 3500 万人と推定されていますが、表1にみられるように、ここ十数年間をみて、ほとんど横ばい状況となっています。

奈良県は、歴史的・文化的資源、たくさんのすばらしい自然資源に恵まれた環境にあって、活用如何によっては成長の余地が十分あると考えます。

観光客が“奈良”を観光地としてどのようなイメージをもって訪れているか、また訪れたときの印象はどうか、などの一端を知り、今後の活性化等の参考になればと考え、アンケート調査を実施しました。

2.調査の概要

(1) 調査期間

調査票の作成

調査票への記入・回収（観光客）

調査票の集計・分析

調査結果報告書の作成

(2) 調査の方法

奈良市観光センター、ならまちセンターの2ヶ所にて観光客から直接調査票に記入（帝塚山大学生 各2名配置）

平成16年 7月10日（土） 9:00～17:00

7月11日（日） " "

7月17日（土） " "

(3) 調査項目

第1章で取り上げた過去の調査と比較できることを前提に調査項目の設定をしました。詳細は資料編をご参照ください。

今回の奈良旅行についてのお尋ね

今回の旅行についての感想

奈良にあれば良いと思うものについてのお尋ね

アンケートに記入された方の属性

(4) 回収状況

観光センター 176

ならまちセンター 113

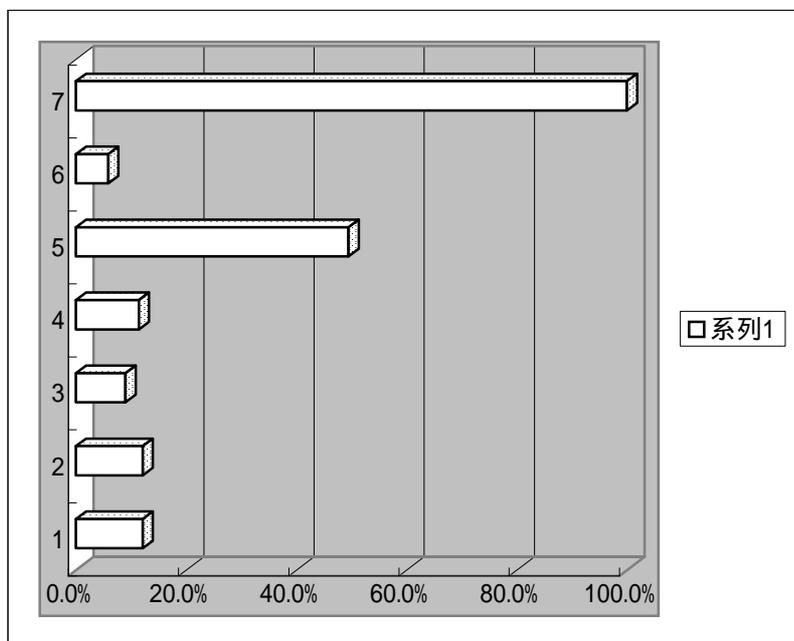
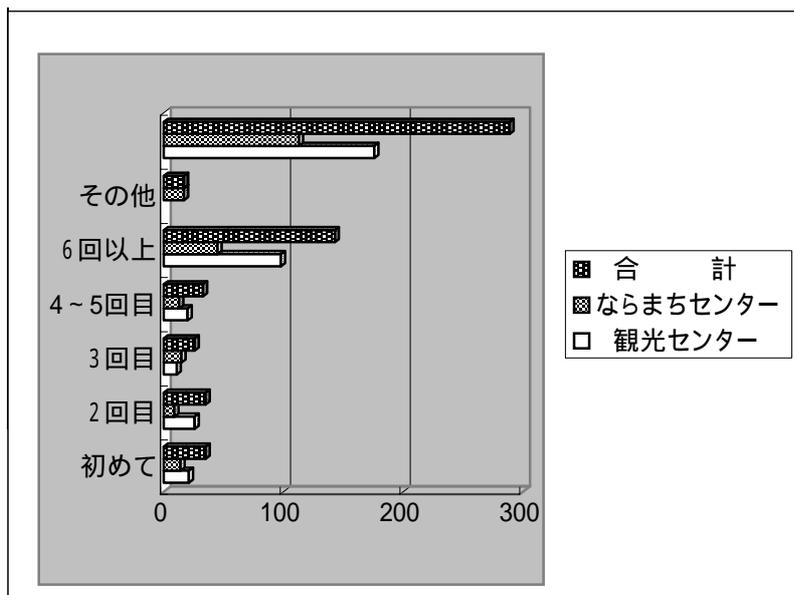
合計 289

(5)、調査結果

今回の奈良旅行についてのお尋ね

1)何回目の旅行ですか

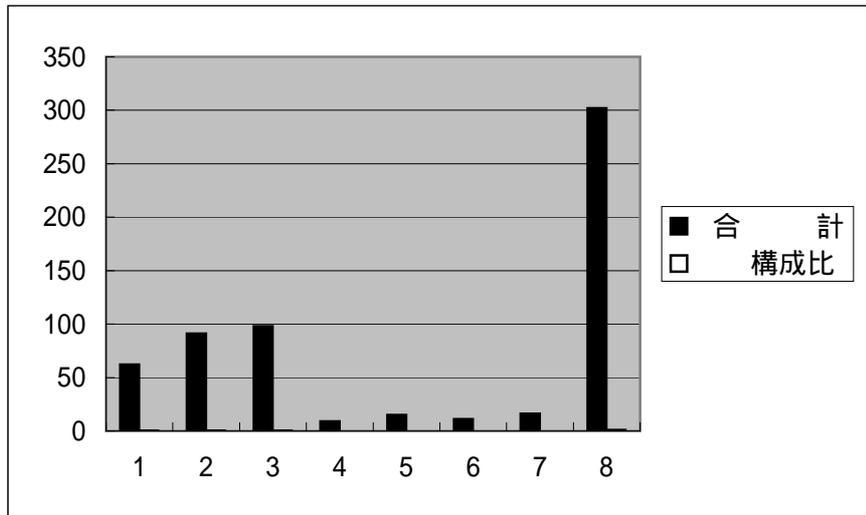
調査した場所	1	2	3	4	5	6	合計
	初めて	2回目	3回目	4~5回目	6回以上	その他	
観光センター	21	26	11	20	98		176
ならまちセンター	14	9	15	13	45	17	113
合計	35	35	26	33	143	17	289
構成比	12.1%	12.1%	9.0%	11.4%	49.5%	5.9%	100.0%



調査場所による旅行回数の差は殆どありません。トータル的には6回以上が5割を占め、2回以上では9割弱になっておりリピーターが大半を占めています。

2).どなたと一緒に来られましたか(複数回答があります)

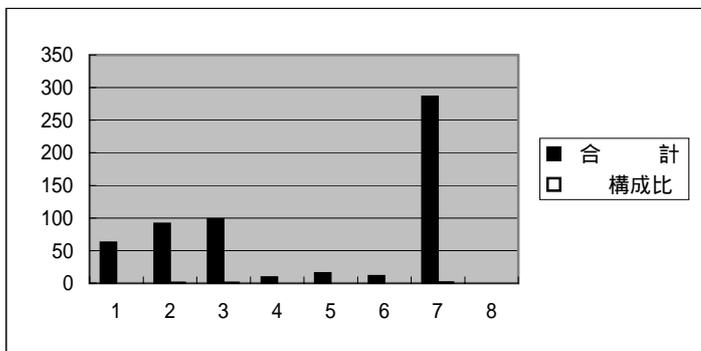
調査した場所	1	2	3	4	5	6	7	8
	一人で	家族と	友人と	職場の人	所属団体	その他	無回答	合計
観光センター	44	61	62	5	7	3	0	182
ならまちセンタ	18	30	36	4	8	8	16	120
合計	62	91	98	9	15	11	16	302
構成比	20.5%	30.1%	32.5%	3%	5%	3.6%	5.3%	100.0%



旅行の同伴者は、家族、友人の割合が6割強を占めています。一人旅も約2割を占め、この3項で全体の約8割を占めています。

3).旅行の日程は(複数回答があります)

調査した場所	1	2	3	4	5	6	7
	日帰り	1泊2日	2泊3日	3泊4日	その他	無回答	合計
観光センター	44	61	62	5	7	3	182
ならまちセンター	18	30	36	4	8	8	104
合計	62	91	98	9	15	11	286
構成比	21.7%	31.8%	34.3%	3.1%	5.2%	3.8%	100.0%

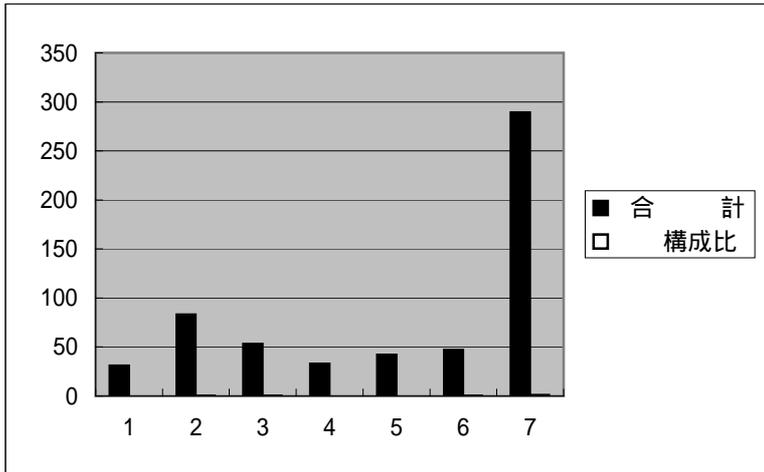


旅行の日程は、日帰り、1泊～2泊が中心になっています。

4)、旅行の予算

単位 万円

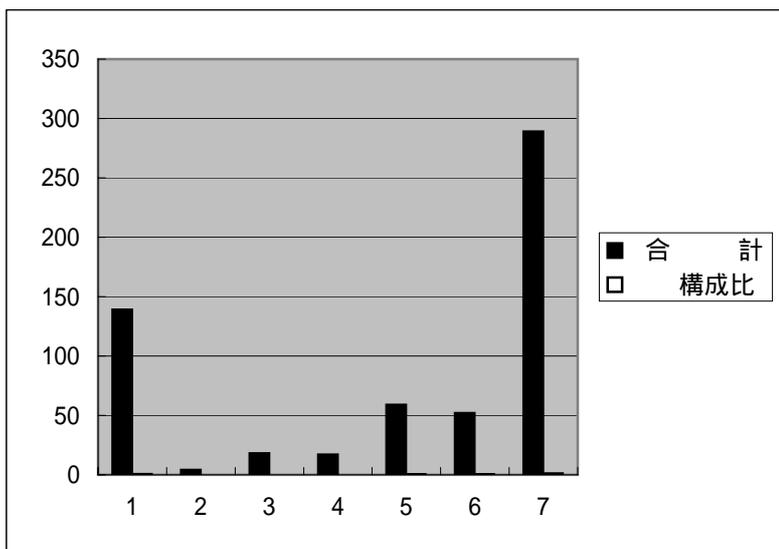
調査した場所	1	2	3	4	5	6	7
	1未満	1～2未満	2～3未満	3～4未満	5以上	無回答	合計
観光センター	19	51	17	17	31	41	176
ならまちセンター	12	32	36	16	11	6	113
合計	31	83	53	33	42	47	289
構成比	10.7%	28.70%	18.3%	11.4%	14.5%	16.4%	100.0%



5)、今回の旅行の目的

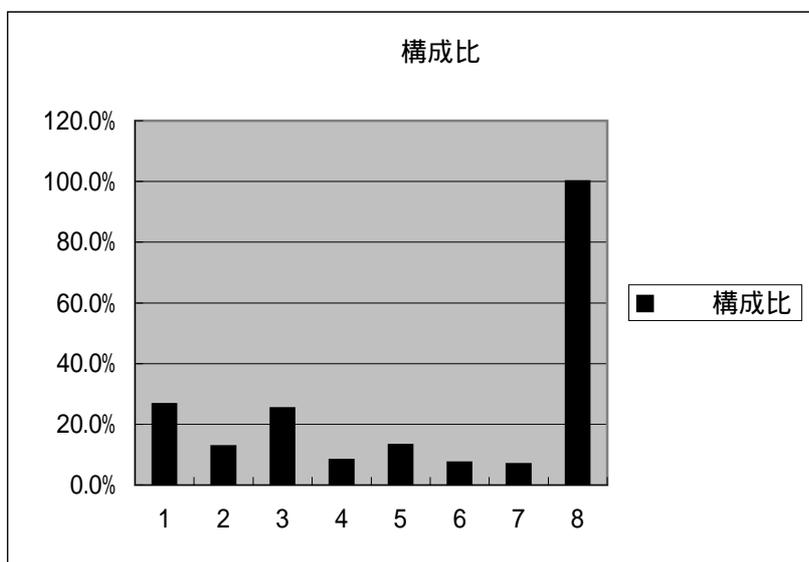
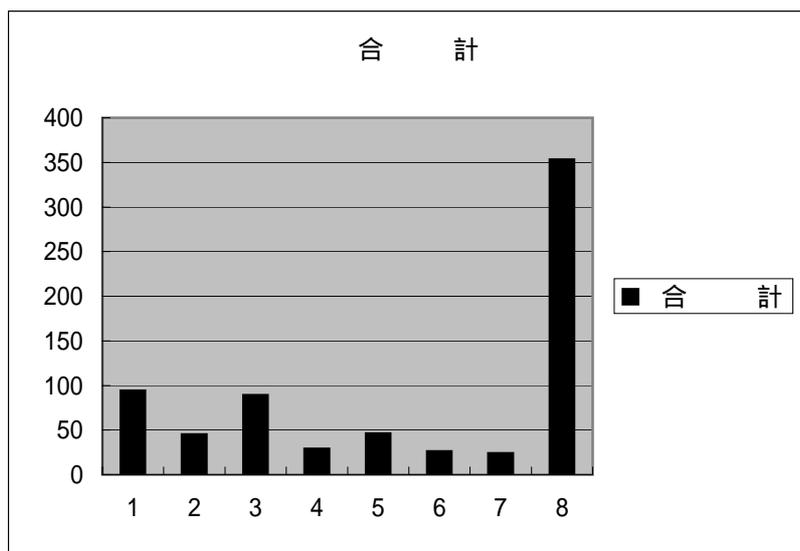
単位 人

調査した場所	1	2	3	4	5	6	7
	観光レジャー	職場旅行	団体の親睦	親戚・知人の訪問	その他	無回答	合計
観光センター	75	3	3	12	42	41	176
ならまちセンター	64	1	15	5	17	11	113
合計	139	4	18	17	59	52	289
構成比	48.1%	1.4%	6.2%	5.9%	20.4%	18.0%	100.0%



今回の旅行で訪問された場所について複数回答でお尋ねした結果は以下のとおりでした。

調査した場所	1	2	3	4	5	6	7	8
	古社寺めぐり	史跡・古墳の見学	自然・風景の観察	博物館・美術館の見学	食べ歩き	催しに参加鑑賞	無回答	合計
観光センター	52	28	58	17	29	19	17	220
ならまちセンター	42	17	31	12	17	7	7	133
合計	94	45	89	29	46	26	24	353
構成比	26.6%	12.7%	25.2%	8.2%	13.1%	7.4%	6.8%	100.0%



古社寺めぐり、自然や風景の観察が全体の約半分となっており、奈良旅行の目的がほぼこの2点に重点がおかれているようです。

お回りになる予定の場所並びにお回りになった主な場所(3箇所)について、お尋ねした結果は以下のとおりです。

(奈良市内)

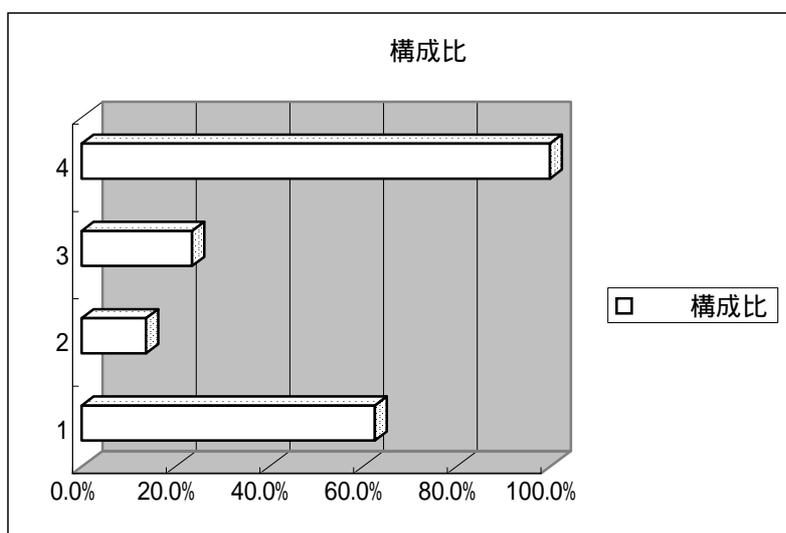
東大寺、奈良公園、国立博物館、県立美術館、猿沢池、若草山、春日大社、二月堂、三月堂、南円堂、飛火野、燈火会、元興寺、興福寺、依水園、奥山、なら町、十輪印、新薬師寺、薬師寺、唐招提寺、朱雀門、平城宮跡、秋篠寺、今西書院、春鹿、春日原始林

(奈良市内を除く奈良県内)
 法隆寺、飛鳥寺、長谷寺、赤目四十八滝、岡寺、室生寺
 (奈良県外)
 京都

6)、奈良以外の観光地を訪問される予定について

調査した場所	1	2	3	4
	奈良のみ	他の観光地にも行く	未回答	合計
観光センター	111	27	38	176
ならまちセンター	70	13	30	113
合計	181	40	68	289
構成比	62.6%	13.8%	23.6%	100.0%

奈良のみの観光客が6割強を占めており一地域集中型の傾向を示しています。



7)、おみやげに何を買われましたか、又買われる予定ですか(3品目挙げて下さい)

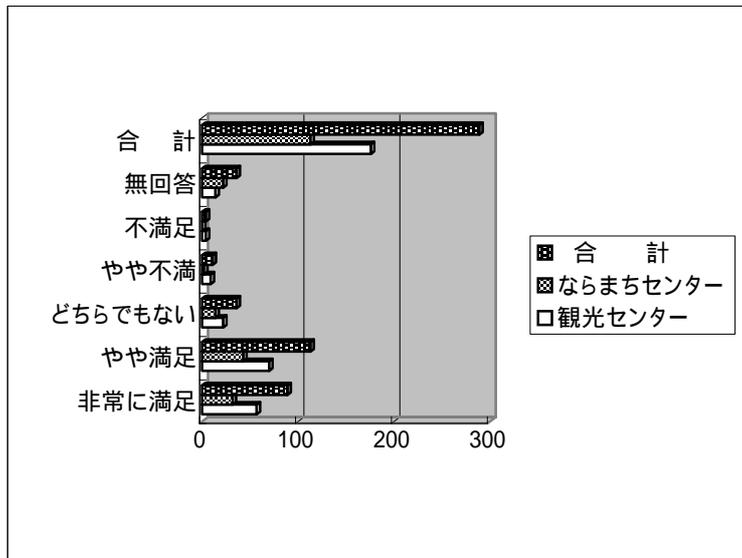
- a、食品関係
 奈良漬、柿の葉寿司、柿製品、餅類、ぜいたく豆、せんべい類、柿まんじゅう、くずきり、お茶、鹿のふん和菓子類(三笠まんじゅうなど)、三室のもなか、さつま焼、大仏の鼻くそ、そうめん、地酒
- b、繊維関係
 洋服、衣料、麻物、古着(帯)、ハンカチ
- c、おもちゃ関係
 鹿のおもちゃ、ゲーム、キティ
- d、その他
 お守り、民芸品、扇子、置物、墨、鹿グッズ、人形、鹿皮メガネ拭き、ならまちドット、もち花キーホルダー、お香

おみやげ品は以上のように幅広く買われているが、当然のことながら奈良漬、鹿のフン、墨など、奈良ではのみのおみやげ品が中心買われています。

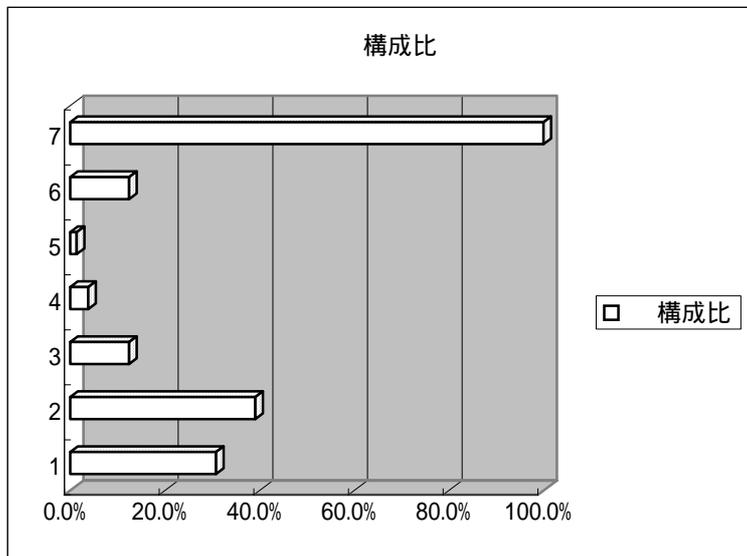
奈良旅行についての感想

1)満足度

調査した場所	1	2	3	4	5	6	7
	非常に満足	やや満足	どちらでもな	やや不満	不満足	無回答	合計
観光センター	57	70	22	9	4	14	176
ならまちセンター	32	43	14	2	0	22	113
合計	89	113	36	11	4	36	289
構成比	30.8%	39.1%	12.5%	3.8%	1.4%	12.5%	100.0%



非常に満足、やや満足を合わせると7割弱となり、観光客の満足度は高くなっています。



不満足の主な原因は以下のとおりです。

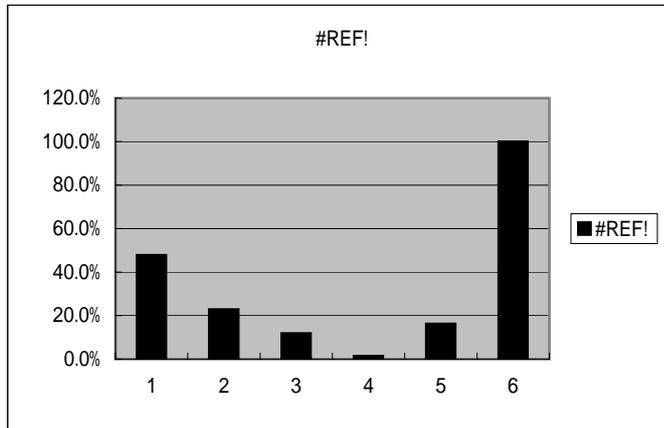
- a、素晴らしい資源があるのにインパクトが足りない
- b、名物料理が少ない
- c、案内表示が少なく、分かりにくい
- d、お店が早く閉まってしまう

満足の内容の主なものは以下のとおりです。

- a、自然、古い建物、情緒、風景、公園の美しさ、町全体の美しさ、町の人々の親切
- b、歴史遺産、お寺、仏像

2)、再訪問の予定

		構成比
a、	1年以内に来たい	138 47.8%
b、	数年後に来たい	66 22.8%
c、	その他	34 11.8%
d、	予定が無い	4 1.4%
e、	無回答	47 16.2%
f、	合計	289 100.0%

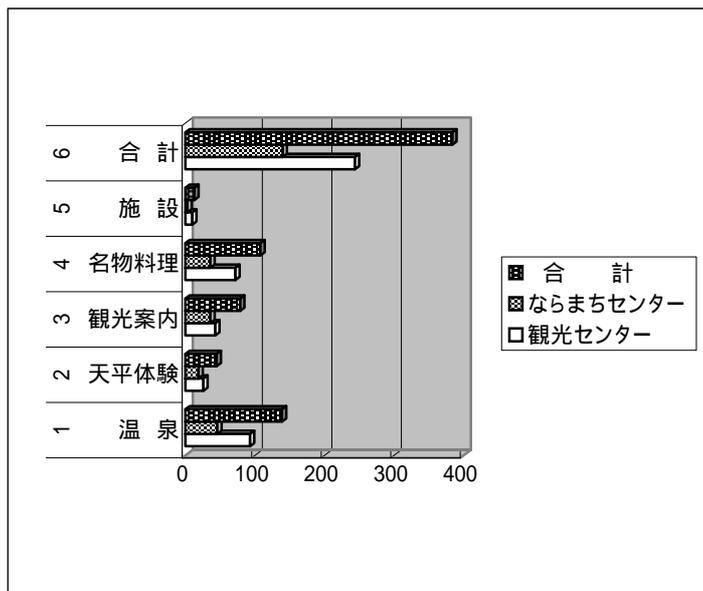


再訪問したい主な理由は以下のとおり

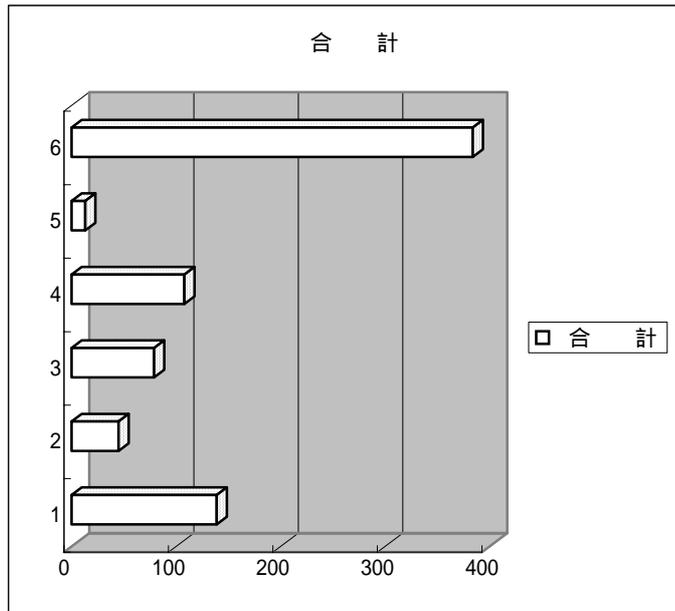
- 1)、自然風景 2)、街並み 3)、癒される
 4)、リフレッシュできる 5)、ゆっくり出きる

、奈良があればよいと思われるもの(複数回答)

	1	2	3	4	5	6
	温泉	天平体験	観光案内	名物料理	施設	合計
観光センター	93	26	43	72	10	244
ならまちセンター	46	19	36	36	3	140
合計	139	45	79	108	13	384
構成比	36.2%	11.7%	20.6%	28.1%	3.4%	100.0%



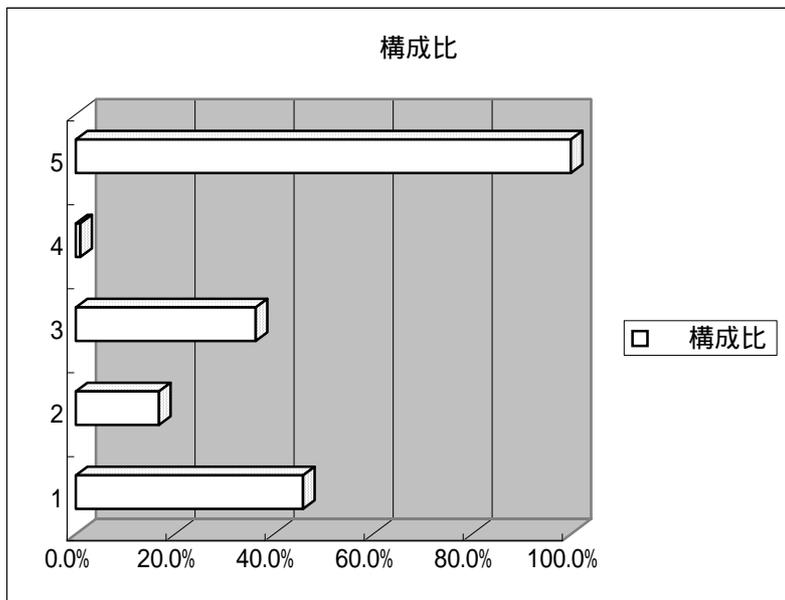
温泉、名物料理に対する期待度が高くなっています。



その他：(1)交差点の標識を大き、く見やすく (2)パーキングに観光散策マップを置くなどの要望がありました。

4) ,どんな温泉を期待されますか(前項で温泉と回答した人に複数回答で聞きました)

調査した場所	1	2	3	4	5
	露天風呂	空風呂	足湯	その他	合計
観光センター	72	27	49	2	150
ならまちセンター	29	10	31	0	70
合計	101	37	80	2	220
構成比	45.9%	16.8%	36.4%	0.9%	100.0%



露天風呂、空風呂に対する期待度が高くなっています。

5)、アンケートに協力して頂いた方々について

a、性別

b、お住まい

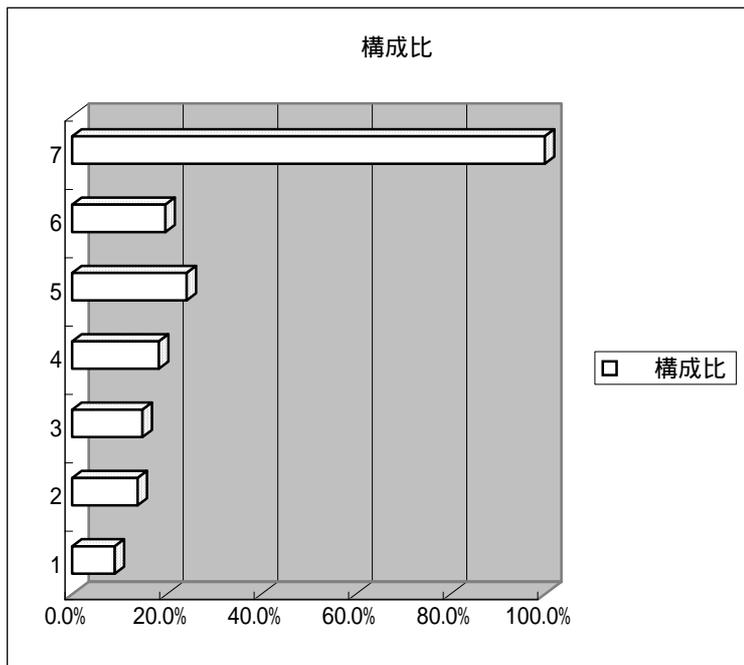
	男性	女性	合計	県外	県内の市外	その他	合計
観光センター	94	82	176	114	52	10	176
ならまちセンター	64	49	113	74	14	25	113
合計	158	131	289	188	66	35	289
構成比	54.7%	45.3%	100.0%	65.1%	22.8%	12.1%	100.0%

c、お仕事

	主婦	勤労者	学生	その他	合計
観光センター	53	70	24	29	176
ならまちセンター	34	47	14	18	113
合計	87	117	38	47	289
構成比	30.1%	40.5%	13.1%	16.3%	100.0%

d、年齢

	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計
観光センター	23	20	22	38	37	36	176
ならまちセンター	3	20	21	15	33	21	113
合計	26	40	43	53	70	57	289
構成比	9.0%	13.8%	14.9%	18.3%	24.2%	19.7%	100.0%



男女はほぼ半々、年代別では40代以上が約6割を占めています。

第3章 奈良県観光の課題と対応の方向

平成11年3月に奈良県で発表された観光振興アクション・プログラム（もう一度訪れたいくなる奈良県の魅力づくり・イメージづくりの推進）、最近の調査結果、今回のアンケート調査結果を参考にしながら、奈良県観光の課題と対応の方向を探ることになります。

1、「観光振興アクション・プログラム」の策定過程における課題の抽出と要約

(1) 歴史的・文化的資源の活用について

奈良県は、歴史的・文化的資源の宝庫です。

仏像を中心とする彫刻と建造物の国宝指定件数、特別史跡と史跡の指定件数などは全国第1位であり、国宝と重要文化財の指定件数全体も、東京、京都に次いで第3位です。また、世界に類のない1万点余にもおよぶ正倉院宝物があるほか、「法隆寺地域の仏教建造物」と「古都奈良の文化財」が世界遺産に登録されています。

一方、東大寺の修二会、春日若宮おん祭などの特徴的な伝統行事、奈良から発祥した文化（茶、酒、能楽など）も数多くあります。

このように、歴史的・文化的資源の豊富さという点からすると、奈良県は全国のトップクラスにあるといえることができます。

こうした資源の提示の仕方が、現在の観光ニーズに十分に応える形でなされているのかについての見直しと、現在の観光ニーズに対応するための創意工夫を行っていくことが必要といえます。

(2) 自然資源の活用について

奈良県には、史跡空間、万葉故地、古道、花の名所などの歴史的・文化的背景をあわせ持つ自然が多数存在しています。また、大都市圏に近接しながら、「吉野熊野国立公園」、「大和青垣国立公園」などの自然公園も豊富にあります。

最近、アウトドア型観光や健康指向を背景とした歩く観光などに対する人々の関心も高まっていることからすると、奈良県の自然には、観光資源としての大きな可能性が秘められているといえます。

これらの点を踏まえて、今後は都市住民のニーズを適確に把握しながら独自の魅力を持つ自然を残すというイメージを構築することを目指すべきでしょう。

2、観光客の動向分析結果から

(1) 観光客数について

奈良県観光客数（年間）の推移（表1）からみますと、平成元年～6年までは3,800万人台、平成7年以降は3,700万人台、平成11年以降は3,500万人台と、およそ5年きざみで100万人、200万人の減少傾向がみられます。県内の地域別にみますと、大きく伸びている地域と大幅減の地域があり、この原因についての究明は今後の対応策の検討に欠かせないものがあると思われます。

宿泊客については、一般客の場合、平成元年の302.5万人（奈良県観光客 動態調査）からみると、平成14年には282万人となり、約7%の減、修学旅行者については、平成元年38.1万人（奈良市入込観光客数調査）に対し平成14年38.5万人とほぼ横ばいで推移していますが、昭和60年時点の約46万人と対比しますと、2割弱の減少となっています。

観光産業は単に飲食業や宿泊業だけでなく、物販店、交通業、旅行サービス業、広告業、印刷業など幅広い業種にまたがるだけに、観光客数の減少は産業活性化を考えるうえで大きな課題といえます。

（2）入込手段について

交通機関別の入込者数からみますと、JR・近鉄といった鉄道利用者が減少しているのに対し、バス・乗用車などの車利用者の増加しており交通アクセスの変化がみられます。

平成14年に実施された奈良市観光課の調査によると「困ったことや不満に思ったこと」のトップに交通をとりあげています。関東、中部地区からの観光客が多いことが調査結果から明らかにされていますが、名神などの高速道から奈良への交通アクセスは多くの問題を抱えており、奈良県の活性化を論ずる時、避けて通れない課題といえましょう。

3、奈良県観光のアンケート調査（奈良市観光課）結果より

（1）日帰り客、短期滞在客の割合が多い

観光客が県内で宿泊する割合は統計値からみますと、1割弱（3、206千人/35、439千人）に過ぎません。宿泊も1泊2日が7割弱を占めており短期滞在型が中心になっています。旅行業者が京都に泊まり奈良への日帰りコースで行程を組んでいることはよく知られていることですが、この影響は大きいと考えられます。

（2）観光客はリピーターが多い

奈良観光客の実態は、名所・旧跡めぐりを中心に関東、中部地区からのリピーター（2回以上訪問）が主流となっています。

訪問場所は、奈良公園周辺、西ノ京周辺が主流で、奈良公園周辺は年代に関係なく訪問されているが、西ノ京周辺は、年齢が高くなるにつれて増加しています。

（3）奈良の3大魅力

奈良の魅力は「古社寺史跡が多い」「文化的香り」「自然環境が良い」が3大魅力として挙げられており、なかでも「古社寺史跡が多い」は大きな魅力になっているようです。

（4）奈良のイメージ

不満に感じていることは「交通の不便さ」をトップに「気に入った食事をすることがない」「夜の観光がない」の順になっています。

奈良市にあれば良いと思うものには、「温泉施設」「天平時代の体験」「地元の食文化体験」が挙げられ、奈良特有の魅力の創出を期待しています。

4、奈良の観光活性化に向けたアンケート調査結果（南都経済センター）より

この調査結果からも、奈良へのリピーターは2回以上が9割強を占め圧倒的に多いことが明らかとなりました。

好きな旅行については、一般的に、史跡めぐり、自然を楽しむ周遊、温泉などが主流を占めています。また、旅行先決定のポイントも「歴史文化の名所のあるところ」「自然や風景が素晴らしい」「いい温泉」「おいしい食べ物」となっており、奈良として、この期待にそうするためには、温泉、おいしい食べ物をどう生み出すかということではないでしょうか。

京都と比較した場合、奈良は「歴史・文化が素晴らしい」「自然・風景が素晴らしい」は高い期待要素になっているのに対し、「ショッピングが楽しめる」「夜が楽しめる場所が無い」に対する期待要素は低く、奈良に不足するものを明確にしています。

5「観光地のブランド評価」より

観光地に“ブランド視点”を導入して、そのパワーを評価・診断する手法にもとづいて得点化した結果によると、奈良の場合は、総合評価で8位（評価対象の観光地49ヶ所中）となり高い水準にあります。これを男性、女性に分けますと、男性総合は7位、女性総合は9位となっています。

年代別にみますと、男性20代が5位、30代が8位、女性20代が7位と若い世代が高い評価をしているのが注目点です。

6、都市観光地の魅力度評価調査結果より

奈良の総合魅力度は9位（全国130の観光地中）と高い水準にあります。

魅力度をグループ分けし、評価した結果によると「歴史的な建物・街並み」「地域の固有性」「歴史性」「文化性」のグループにおいては3位に位置し全国のトップクラスにあります。

一方、「現代的な建物」「洗練されている」「先進性」のグループ、「買い物ができる」「夜間のにぎわい」「活気がある」「娯楽性」のグループは20位以内にも入っておらず、極めて低い評価となっています。現代的建物、先進性については奈良の持つ特性からみて無理がありますが、買い物、賑わい性については検討の余地が十分あり、この評価の低さは、長期滞在型とならない大きな原因となっていると考えられます。

つぎに、強み・弱みの構造を分析した結果からみても奈良の場合、総合的には魅力度順位は9位となり、高い順位にランクされています。一方、この中で祭りやイベントの要素・特色をみると、奈良には若草山の山焼きや2月堂のお水取り興福寺の御萩能、燈火会など世界に誇る行事がたくさんあり、もっと高く評価がされるべきでしょう。高く評価されない原因は何か、について真剣に検討すべきと考えます。

奈良の魅力を高めていく方策には大きく分けて2通りの考え方があると思います。

その1つは、魅力度の高い要素・特色を更に高めていく方策、もう1つは魅力度の低い要素・特色を底上げしていく方策が考えられます。やみくもに魅力の複合化を追及すると、本来の突出

した強さを損なう恐れがある点を考慮に入れる必要もあり、今後の議論の重要点と考えます。

7、今回のアンケート調査結果より

家族・友人と旅行するグループ、リピーターが圧倒的に多く、約7割が再訪問したいとする観光客像が浮かび上がり、今までの各種調査との共通点が多々みられます。

奈良旅行の満足度は、非常に高く、自然、古い建物、公園・街の美しさ、歴史遺産に関心が高いことがわかりました。

不満足の原因は、どの調査にも夜の街、ショッピングに向けられており、中でも「素晴らしい資源がありながらインパクトが足りない」する具体的な指摘には、反省すべき重要な課題といえましょう。

奈良にあればよいと思うもののトップに温泉が挙げられています。その温泉も一般的なものではなく、露天風呂、空風呂、足湯など奈良の持ち味を生かした特徴のある温泉を期待しており、奈良県観光活性化の柱の一つとして真剣に検討すべきテーマと考えます。

おわりに

今回の調査結果を踏まえ、今後の取り組みの方向は以下の2点に絞られるのではないのでしょうか。

一つは、PR方法についてです。

奈良には豊富な観光資源や世界的にも有名な祭り、イベントがありながらその良さが十分PRされていない感じがします。

奈良への観光客は圧倒的にリピーターが多いことがわかりました。こうしたリピーターと呼ばれる観光客層の確保と拡大を目指し、奈良の観光情報やサービスを定期的・組織的に提供するシステム作りが必要ではないでしょうか。具体的には旅行会社や各種メディアへの働きかけを、どこがどのような方法で、といった具体策が必要になります。

もう一つは、奈良の魅力度を高めるための方策です。

魅力度を高める観光戦略を確立し、行政のやるべきこと、民間のやるべきことの役割分担を明確にし、地域ぐるみで魅力度を高める取り組みが不可欠と考えます。

やるべきことはたくさんありますが、どの調査をみても、実施すべきポイントは交通アクセス、ショッピング、夜の観光、おいしい食べ物、温泉などに集約されています。切り口を異にした調査結果からみても、一つの共通項が絞られます。問題は提言された対応策をどのようにして実現していくかが問われているのではないのでしょうか。

以上

