

奈良支部

奈良県観光の実態調査

今回の調査の狙いは、素晴らしい観光資源に恵まれながら伸び悩んでいる奈良県観光の原因の一端を、最近実施された調査を参考にしながら究明し、今後の観光活性化の一助になればと考え実施した。

1. 奈良県観光の概要

奈良県観光客動態調査結果によると、平成元年～平成6年は3,800万人（年間）、平成7年～平成10年は3,700万人台、平成11年以降は3,500万人台とおおよそ5年刻みで100万人、200万人の減少がみられる。

一般宿泊客では、平成元年には約300万人であったのが、280万人と減少している。

入込手段をみても、当然のことながら私鉄、JR鉄道からバス・乗用車への変化が顕著になっている。

2. 平成14年以降に実施された観光関連調査の要約

(1) 奈良市観光課による宿泊客を対象にした「奈良の観光についての調査」によれば、観光客は主に関東や中部地方からの入込が多く、かつまた名所旧跡巡りを主にした短期滞在型のリピーターが中心で、しかも再訪問の予定は8割を超えている。

奈良の魅力は、史跡・文化・自然環境に集約される。一方、不満に感じていることの上位は交通・食事・夜の観光が、あれば良いものには温泉・よくわかる観光案内・天平時代の体験・地元の食文化体験が挙げられている。

(2) (財)南部経済センターによる東京駅八重洲中央口コンコース前で実施された「奈良の観光活性化に向けたアンケート調査」によれば、観光旅行の決め手は史跡巡り、自然・風景、温泉、おいしい食べ物が上位に挙げられている。

奈良への観光は、行ったことがないが1割弱に対し、1回が2割、2回以上が約7割を占め、再訪問の予定も8割強になっている。

奈良へ期待するものは、歴史・文化、自然であり、期待に反するものは買い物、おいしい食べ物、夜の観光となっている。

(3) 博報堂の観光地のブランド視点（期待できる体験、アクセス・宿泊施設、評判・情報入手経路）を導入した全国49の観光地を対象にした「観光地のブランド力評価」によれば、奈良は総合で8位になっている。男性総合では7位、女性総合では9位で、年齢別では20代の男性が5位で女性が7位、30代の男性が8位で女性が10位以下、40代50代になるといずれも10位に入っていない。

(4) 日経産業消費研究所の観光の専門家を対象にした130の都市に関する「都市観光地

の魅力度評価調査」によれば、奈良は9位に位置している。奈良は歴史的な建物・街並み、歴史性のグループの評価が高いが、洗練性、先進性のグループ、買い物、夜の賑わい、娯楽性のグループでは10位以下になっている。

3. 奈良支部が実施した観光客を対象とした「アンケート調査」

リピーターが9割弱を占め、その中でも5回以上が5割弱を占めている。旅行日程は1泊2日、2泊3日が夫々3割強となっており、他の調査と比較して2泊3日が多くなっている。

訪問場所は古社寺・史跡巡り、自然・風景の観察、博物館・美術館見学が7割強と大半を占め、訪問先は奈良公園周辺が圧倒的に多くなっている。

旅行の満足度は、満足が約7割と非常に高く、再訪問も約7割が予定している。

奈良にあればよいと思うものには、空湯・足湯など奈良特有の温泉、名物料理、観光案内、天平時代の体験が挙げられる。

4. 奈良県観光の課題と対応の方向

(1) 歴史的・文化的資源、自然資源の活用方法の見直し(すばらしい資源がありながらインパクト不足)

(2) 観光客数減少の原因究明(ニーズの変化、変化への対応の遅れなど)

(3) 交通アクセスのビジョン

(4) PR方法の抜本的な見直し

リピーターの確保と拡大を目指した行政・民間が一体となった定期的、組織的PRのシステムづくり、国内向けには若者の奈良への魅力度が高い調査結果を踏まえ、20~30代にターゲットを絞ったPRの展開

また、海外向けには世界的に有名な祭り、イベントの世界各国への発信

(5) 魅力度(温泉、ショッピング、夜の観光、食べ歩きなど)を高めるための観光戦略の確立

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て、地域ぐるみで取り組む体制を確立する。