

観光地「奈良」のイメージ分析

～「京都」と比較した「奈良」の強み・弱み～

歴史文化遺産を主な観光資源とする観光都市として比較されることの多い「奈良」と「京都」。2001年の観光入り込み客数は奈良県が約3,500万人、京都市が約4,100万人とほぼ互角。距離が近く、対象観光客も「修学旅行生」や「個人旅行者」などと共通点も多い。その意味で「京都」は「奈良」にとってパートナーであり良きライバルという関係にもあるといえよう。

当センターでは、03年1月にJR東京駅で首都圏住民を対象に「奈良の観光活性化に向けたアンケート調査」を行い、本誌03年6月号でその概要を掲載したが、今回は同調査で行われた「奈良」と「京都」のイメージ比較に関する質問に焦点を絞り、「京都」と比較した「奈良」のイメージ（強み・弱み）分析を行った。

（なお、本稿でいう「奈良」は、観光客が捉える「奈良」を意味し、奈良県や奈良市といった具体的な行政区画を指すものではない。「京都」も同様。）

1. 問題意識

「奈良県観光客動態調査報告書」（奈良県企画部文化観光課）によると01年1年間の奈良県の観光入り込み客数は3,549万人。そのうち、宿泊客は326万人で、宿泊率は9.2%と1割にも満たない。

一方、「観光白書平成15年版」（国土交通省）によると、「国内日帰り旅行1人1回あたり消費額」が10,741円であるのに対し、「国内宿泊旅行同消費額」は43,675円と、4倍以上の開きがある。

観光による県内経済の活性化を図るためには、「宿泊客を増やすこと」が有力な手段となりうるが、その受け入れ態勢は、と見てみると、奈良県の宿泊施設（旅館・ホテル）の客室数（02年3月末現在）は8,914室と、全国でも最下位水準（ホテル：47位、旅館：45位）にあり、宿泊需要は京都、大阪などへ流出する現状にある。

奈良市の調査によると市内の宿泊観光客の4割以上は首都圏からの来訪者である。「奈良」の観光宿泊客を増加させるには、首都圏からの宿泊客を積極的に呼び込むことが求められる。

当センターでは、03年1月にJR東京駅にて「奈良の観光活性化に向けたアンケート調査」（調査概要は図表1参照）を行い、その結果概要をセンター月報03年6月号で特集「奈良の観光活性化

化に向けたアンケート調査結果（概要）」として、とりまとめを行っている。

図表1 アンケート調査概要

日時	2003年1月24日（金）10～18時 25日（土）10～17時
場所	JR東京駅八重洲中央口コンコース
対象者	同コンコース前で開催された「奈良大和路キャンペーン」（主催：奈良市および奈良市観光協会）に訪れた人
調査方法	会場にて調査票を渡し、記入してもらった後回収
有効回答者数	673人（本稿においては、うち首都圏在住者576人を対象とする）

そこで、今回は「奈良」の観光宿泊客増加のための材料を探ることを目的として、同調査の質問事項のうち「奈良」および「京都」に対する「観光地としての期待度（イメージ）」に関する質問項目17項目（*1）を中心に分析を行い、「京都」をベンチマークとして「奈良」の観光地としての実力評価を試みた。

なお、前回の調査結果報告では、対象者を有効回答者全員としたが、今回は首都圏住民の「奈良」に対するイメージをより正確に探るため、対象者を首都圏在住者のみに限定した。（全有効回答者数673人のうち首都圏在住者は576人。なお、首都圏在住者とは、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、群馬県、栃木県、茨城県の一都六県に住んでいる人とした。）

(*1) アンケートでは、次の17の質問項目ごとに「奈良」および「京都」に対する期待度について、「とても期待できる」「まあまあ期待できる」「あまり期待できない」の3つ選択肢のうち一つを回答者に選択してもらった。なお、以下の一部図表では各質問文を省略し、①～⑰で表した。

「観光地としての期待度（イメージ）」に関する質問項目

- ①自然や風景が素晴らしい
- ②歴史や文化が素晴らしい
- ③見るものが多くバラエティに富んでいる
- ④町並みが素晴らしい
- ⑤見てみたい祭りや伝統芸能、買ってみたい特産品がある
- ⑥おいしい食べ物がある
- ⑦その地らしい体験型の観光ができる
- ⑧ショッピングが楽しめる
- ⑨夜を楽しめるおしゃれな店やイベントがある
- ⑩地域の人との温かいふれあいがある
- ⑪有名な宿泊施設がある
- ⑫もてなしの良い（サービスの良い）宿泊施設がある
- ⑬色々なタイプの宿泊施設が揃っていて選択できる楽しみがある
- ⑭にぎやかで楽しい観光地である
- ⑮静かで落ち着ける雰囲気のある観光地である
- ⑯清潔で美しい観光地である
- ⑰そぞろ歩きが楽しめる観光地である

2. 「奈良」「京都」の全般的比較

図表2は①から⑰までの各質問項目について、「奈良」「京都」に対して抱いている期待やイメージを尋ねた結果を指数化（*2）したものである。

(*2) 本稿では、質問に対して「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引いた結果を指数として採用している。

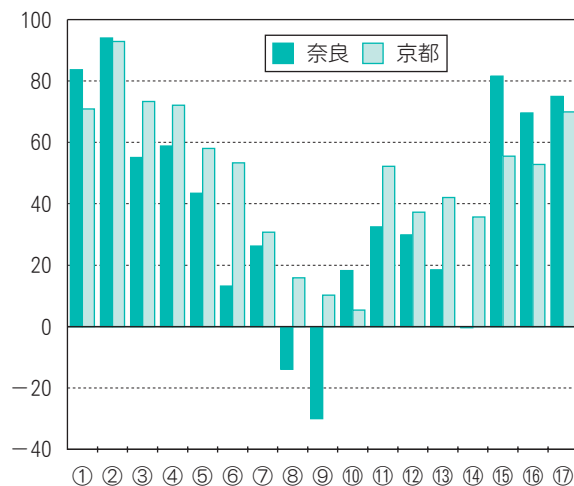
これによると、奈良で評価が高かったのは、②（94.0：歴史や文化が素晴らしい）、①（83.7：自然や風景が素晴らしい）、⑮（81.6：落ち着ける観光地である）、⑰（75.0：そぞろ歩きが楽しめる）、⑯（69.6：清潔で美しい観光地である）などとなっている。「奈良」の持つ、多くの歴史文化遺産や豊かな自然、それに伴って醸し出される落ち着いたまちなみや雰囲気などが高く評価されている。

逆に、「奈良」で評価が低かったのは、⑨（△30.0：夜を楽しめるおしゃれな店やイベントがあ

る）、⑧（△13.9：ショッピングが楽しめる）、⑥（13.2：おいしい食べ物がある）などである。従来から指摘されている「夜のまちのにぎわい」「ショッピングの楽しみ」「おいしい食べ物」などの弱さが首都圏の住民たちにもはっきりと認識されていることがわかる。

一方、「京都」について評価が高かったのは、②（92.9：歴史や文化が素晴らしい）、③（73.3：見るものが多くバラエティに富んでいる）、④（72.1：町並みが素晴らしい）、①（70.9：自然や風景が素晴らしい）、⑰（69.9：そぞろ歩きが楽しめる観光地である）などであった。「歴史文化遺産」の評価がトップに挙がっており、おおむね「奈良」とよく似た傾向がみられるが、「見るものの多さ」「町並みのすばらしさ」など、「奈良」よりも観光資源がバラエティに富んでいることや、まちのにぎわいが感じられる。逆に、評価の低かった項目は、⑩（5.4：地域の人との温かいふれあいがある）、⑨（10.2：夜を楽しめるおしゃれな店やイベントがある）、⑧（15.9：ショッピングが楽しめる）などとなっている。「奈良」と同じく「夜の楽しみ」「ショッピングの楽しみ」の評価が低かったもののマイナスまでには至っておらず、底堅い支持を得ていることが読みとれる。

図表2 「奈良」「京都」の全般的評価



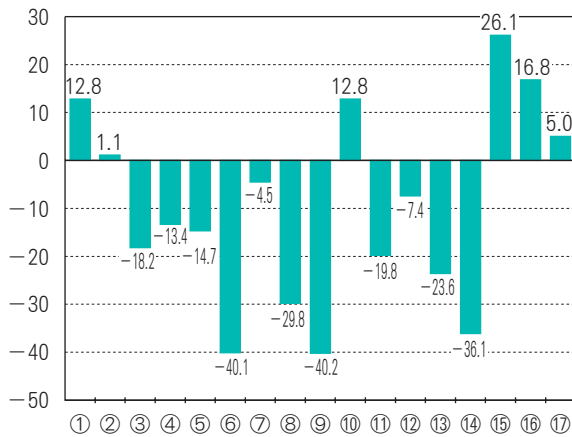
特集

次に示す図表3は、図表2に表された「奈良」および「京都」の指数値を各項目ごとに差し引き（「奈良の指数値」－「京都の指数値」）した結果である。

これによると、「奈良」の評価が「京都」の評価を上回った項目（プラスの項目）は、17項目中6項目（①②⑩⑮⑯⑰）であった。特に、「奈良」の優位が大きかったのは、⑮（26.1：静かで落ち着ける雰囲気のある観光地である）、⑯（16.8：清潔で美しい観光地である）、①（12.8：自然や風景がすばらしい）、⑩（12.8：地域の人との温かいふれあいがある）で、いずれも「京都」に譲れない「奈良」の強みともいえる項目ばかりであった。

一方、「奈良」の評価が「京都」の評価を下回った項目（マイナスの項目）は、17項目中11項目（③④⑤⑥⑦⑧⑨⑪⑫⑬⑭）と、3分の2近くを占めている。特に、⑨（△40.2：夜を楽しめるおしゃれな店やイベントがある）、⑥（△40.1：おいしい食べ物がある）、⑭（△36.1：にぎやかで楽しい観光地である）などは、「奈良」の大きな弱みとなっているものと考えられる。

図表3 「奈良」と「京都」の評価差



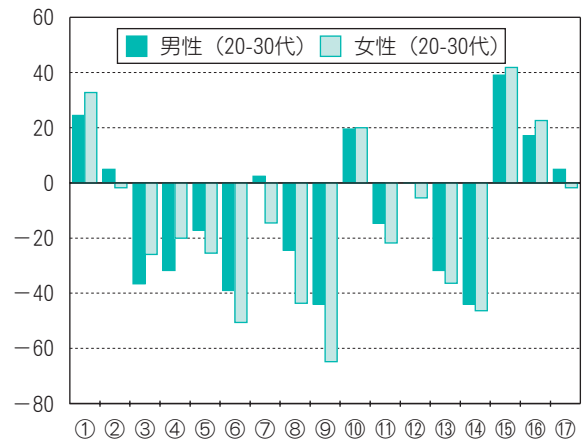
3. 男女別・年代別比較

次に、男女別・年代別で「奈良」「京都」の評価の差がどのように違うかを見てみよう。

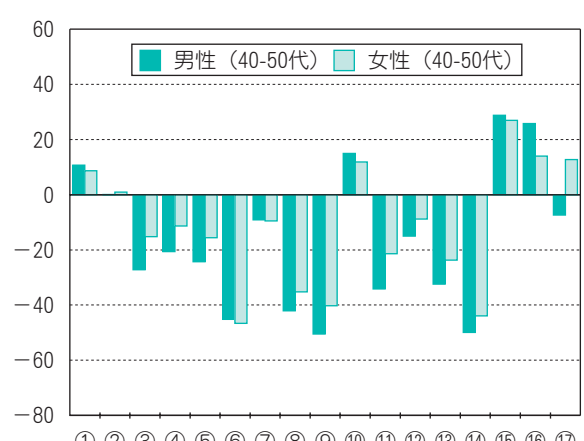
図表4・5・6は、図表3の結果をさらに男女別・

年代別に分類したものである。これによると、項目ごとの比較優位および劣位（「奈良」「京都」のどちらの評価が高いかまたは低いか）はおおむね違いはないものの、年代が低いほどその評価差が鮮明に出ており、年代が上がるにつれて評価差が縮小する傾向にあることがわかる。なかでも、20-30代の女性の評価は厳しく、全17項目中、⑨（夜を楽しめるおしゃれな店やイベントがある）、⑥（おいしい食べ物がある）、⑧（ショッピングが楽しめる）をはじめ11項目で同年代の男性よりも「奈良」に対して厳しい評価を下している。一方、40-50代、60代以上ではむしろ男性の方が厳しい評価を下す傾向がみられた。

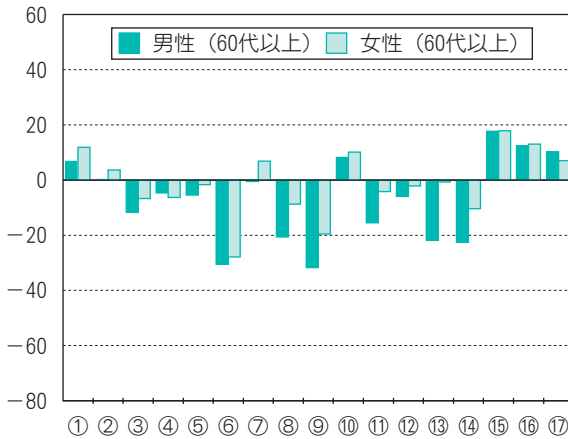
図表4 「奈良」と「京都」の評価差 (20-30代)



図表5 「奈良」と「京都」の評価差 (40-50代)



図表6 「奈良」と「京都」の評価差 (60代以上)



「奈良」「京都」の総合的な実力がどうかを表したのが図表7である。図表2と同じ要領で男女別・年代別に全評価項目(17項目)について指数値を算出し、それらの単純合計を総合評価の基準として「奈良」および「京都」の実力比較を試験的に行ってみた。(評価項目は17項目限定で、評価項目間のウェイト付けは行っていない)

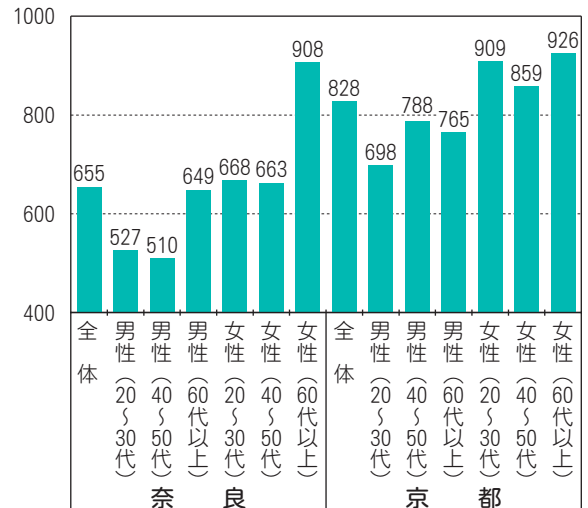
これによると、「奈良」は全体評価で655ポイントとなった。これに対し「京都」は828ポイントで、「京都」の方が173ポイント上回った。さらに、男女別・年代別にみると、「奈良」「京都」ともすべての年代で「男性」よりも「女性」の方が評価が高かった。

「奈良」の評価のなかでは、「60代以上の女性」が908ポイントと高い評価を示しており、同年代女性の「京都」とほぼ互角の評価をしているのが際立っていた。(図表8参照)

図表8 男女別・年代別の「奈良」「京都」評価差

	男性	女性
20~30代	171	241
40~50代	278	196
60代以上	116	18

図表7 「奈良」と「京都」の評価試算 (男女別・年代別)



4. 訪問回数別比較

次に、「奈良」を訪問した回数によって、「奈良」および「京都」に対する評価の差がどのように変化するのかについて見てみよう。

同じく、「奈良」「京都」に対する評価差を、「奈良」を訪問した回数(4区分)によって分類した。ただし、訪問回数における年齢要因(一般に、年齢が高くなるにつれ訪問回数が増えると想定される)を取り除くため、「奈良」観光客としてボリュームゾーンである50代の回答者(首都圏在住者576人中175人)を対象とした。

結果は、

図表9: 訪問回数が増えるに従って「奈良」が「京都」に比べて優位になる傾向がみられるもの

図表10: 訪問回数が増えるに従って「奈良」が「京都」に比べて劣位になる傾向がみられるもの

図表11: 訪問回数によって「奈良」「京都」間で大きな変動が見られなかったものの3種類に分類して表示した。

訪問回数が増えるに従って「奈良」が「京都」に比べて優位になる傾向がみられる項目(図表9)

特集

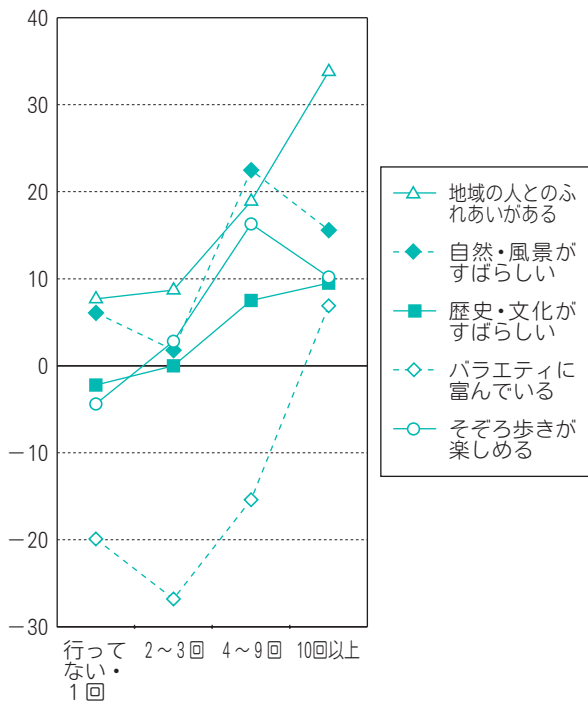
としては、「地域の人との温かいふれあいがある」「自然・風景が素晴らしい」「歴史文化が素晴らしい」など5項目であった。これらの項目は、訪問回数を重ねなければわかりにくい「奈良」の魅力とも考えられ、リピーター獲得のためにはPRなど何らかの方策を必要とするものといえよう。

逆に、訪問回数が増えるに従って「奈良」の「京都」に対する優位性が失われていく項目（図表10）としては、「色々なタイプの宿泊施設が揃っていて選択できる楽しみがある」「ショッピングが楽しめる」「おいしい食べ物がある」「夜を楽しめるおしゃれな店やイベントがある」の4項目が挙げられている。従来から「奈良」の弱みとされてきた項目でもあるが、「奈良」リピーターの阻害要因とも考えられ、改善の求められる項目である。

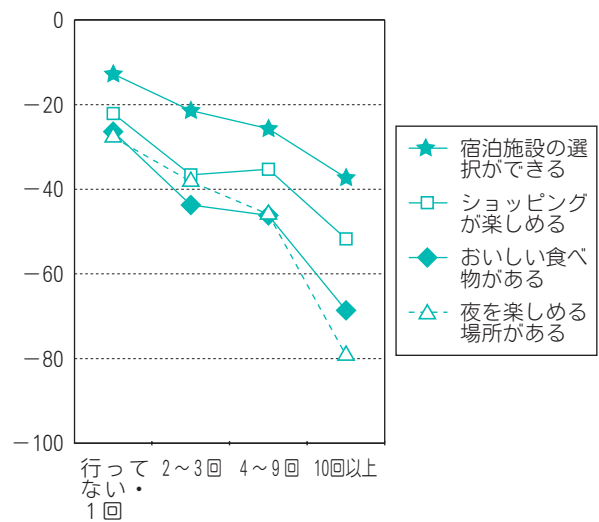
また、訪問回数を重ねても評価差に大きな違いがみられない項目（図表11）としては、「静かで落ち着ける雰囲気のある観光地である」「清潔で美しい観光地である」「もてなしの良い（サービ

スの良い）宿泊施設がある」など8項目が挙げられている。良い意味でも悪い意味でも「奈良」の評価として固定した項目であり、特に、評価の低い項目については、改善余地の有無を優先的に考えていかなければならぬものと考えられる。

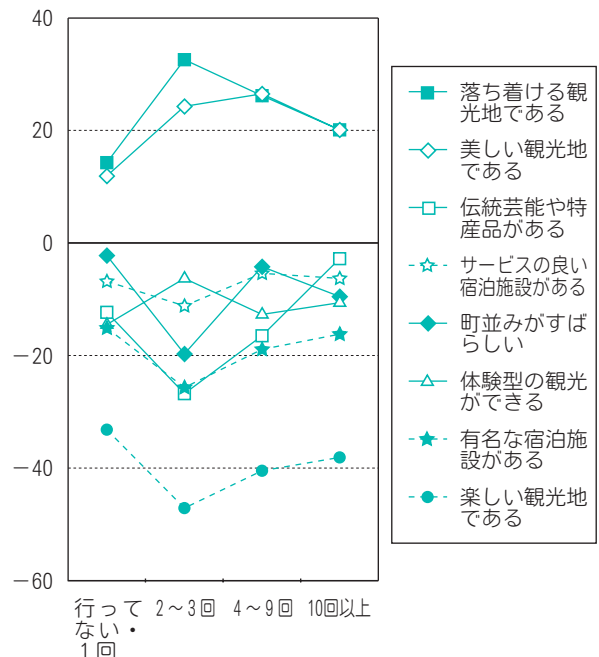
図表9 訪問回数を重ねるに伴い「奈良」が比較優位傾向となる項目



図表10 訪問回数を重ねるに伴い「奈良」が比較劣位傾向となる項目



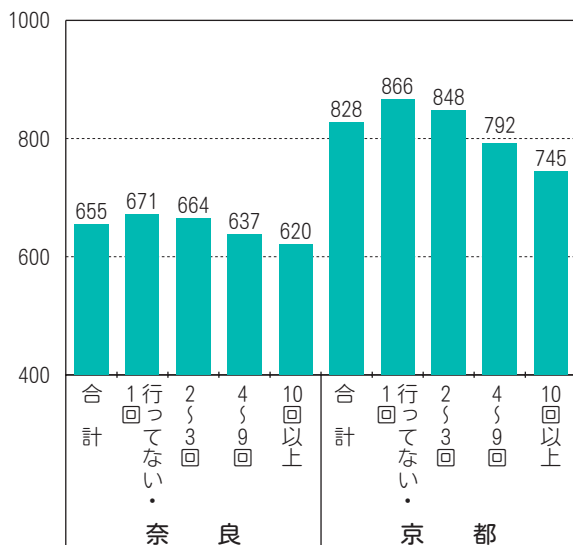
図表11 訪問回数により顕著な変化がみられない項目



最後に、全般的な評価が訪問回数によってどのように変化するかについて見てみたい。なお、計算方法は図表7の指数算出方法に準じた。

図表12はその結果を示したものであるが、これによると、男女別年代別評価（図表7）と同様に「奈良」の評価が全般的に「京都」の評価を下回っているが、「奈良」「京都」とともに「奈良」への訪問回数が増えるに従って評価ポイントが下がる傾向がみられる。ただ、「奈良」「京都」の評価差は「行ってない・1回」の場合195ポイントであるのに対し「10回以上」の場合は125ポイントと、その差が縮まっており、「奈良」への訪問回数が増えるに従って「京都」の優位性が薄れていくことがうかがえる。これは見方を変えれば、「奈良」の方が「京都」よりもリピーターに魅力を与え続ける要素を持ち合わせているとも言えるわけで、その背景には図表9に挙げた「奈良」比較優位項目が働いているものと考えられる。

図表12 「奈良」と「京都」の評価試算
（「奈良」訪問回数別）



5. おわりに

「奈良」は「京都」とともに歴史文化遺産が豊富なうえ、自然資源にも恵まれるなど、共通項の多い観光都市同士といえる。

今回は、首都圏の人たちの目を借りて「観光地としての期待度（イメージ）17項目」について「奈良」および「京都」の評価を試みてきたが、総合評価では残念ながら「京都」に軍配が上がる結果となった。

その半面、「京都」との比較で「奈良」を仔細に見ていくと、「奈良」の持つ強み・弱みが浮き彫りになってきた。

「奈良」が「京都」に対して比較優位に立つ項目としては、「静かで落ち着ける雰囲気」「まちの清潔さ・美しさ」「豊かな自然・風景」「地域の人とのふれあい」などである。「奈良」のまちの持つ「素朴な雰囲気」「ゆったりとした自然」は何物にも代え難い魅力を醸し出しているものとも言え、今後も守り育てていかなければならないものであろう。また、訪問回数増に伴い比較優位となる項目（「地域の人とのふれあい」「そぞろ歩きが楽しめる」など）については、「奈良」の新しい魅力として売り出せないかどうか再度検討する価値があるといえよう。

一方、「奈良」の弱みでは、「夜のまち」「おいしい食べ物」「ショッピング」「宿泊施設」などの弱さが挙げられている。どれも一朝一夕には解決できない重たいテーマではある。投資効率や大都市に近い「奈良」の立地などを考えるとむしろ手をつけられない方が賢明な項目も考えられ、今後、奈良県の観光活性化を展望する場合、行政だけでなく民間産業界においても戦略的な検討が必要な事項である。ただ、男女別・年代別比較（前記3.）でも見たように、時代のトレンドを創り出すとされる若い世代の女性たちの「奈良」に対する評価は手厳しい。「おいしい食べ物」や「奈良」の特産物などの開発による「グルメ」や「ショッピング」の魅力向上などへの要求は世代を問わないものであるだけに、至急対応が望まれよう。

県経済活性化のための方策として、官民を問わず積極的な観光活性化への取り組みが求められるところであるが、本稿がその一助となれば幸いである。
（井阪英夫）