

奈良観光の評価に関する調査結果の概要

2008年1月 奈良のむらづくり協議会

調査結果の要点

1. 日本人は特定のファン、外国人は初めての人が来訪

日本人は、来訪回数 6 回以上の方が半数近くを占める。特定のファンに支えられている観光地である。外国人は、約 7 割が日本への訪問が初めてであり、奈良への訪問が初めての人も約 8 割になる。

2. 日帰り客の消費額は極めて少ない

日帰り客の平均滞在時間は、5～6 時間で、一人あたり消費額は、日本人が約 3,140 円、外国人が約 3,660 円であった。京都市(約 6,100 円)、神戸市(約 8,800 円)と比べ、あまりにも少ない額でしかない。飲食店の満足度の低さ、特長のある「みやげもの」がないことが関係していると考えられる。

3. 奈良の様々な資源が十分に理解されていない

奈良を訪れる前の奈良のイメージとして、日本人は、「歴史がある地域」というイメージが極めて強い。「美しい景観をもつ地域」「自然が豊かな地域」というイメージも 1/3 前後の人がもっているが、奈良がもつ歴史文化資源以外の様々な資源(体験型ツアーに対応し得る未利用の観光交流資源など)が十分に理解されていないと思われる。

4. 全体的満足度はまあまあだが、「もてなし」の評価が低い

日本人の奈良観光の満足度を、同じ評価方法を採用している札幌滞在中の観光客の満足度と比較すると、「全体的満足度」は札幌とほぼ同程度であるが、「もてなし対応の満足度」は奈良の方がかなり低く、「もてなしの向上」が求められる。案内表示に対する不満が目立つことにも留意が必要である。外国人は、全体的満足度で「とても満足」が 64.9%、もてなし対応で「とても満足」が 61.4%と、日本人に比べて、満足度が非常に高い。

来訪者の居住地域別に見ると、全体的満足度は、関西地域からの来訪者より、関東地域と中部地域からの来訪者の評価が高い。もてなし対応は、関東地域からの来訪者の評価が少し高い。奈良への来訪者の 6 割以上を占める近畿地域からの来訪者が、すべての項目を厳しく評価していることに留意すべきである。

5. 神社仏閣、史跡・公園は内容が、ホテル・旅館は内容、もてなしが高く評価された

しかし、飲食店をはじめ各施設とも、改善すべきことが多い

ヒアリング調査、ハガキアンケート調査の回答者合計 1,478 人の訪問先は 229 施設等であった。

神社仏閣、史跡・公園、ホテル・旅館については、その内容が高く評価された。一方で、神社仏閣、史跡・公園では、案内表示の改善が必要であること、美術館・博物館では、値段、もてなし対応、案内表示の改善が必要であることが示された。また、ホテル・旅館のもてなし対応が高く評価されたことは喜ばしいが、飲食店における値段、もてなし対応等の改善、みやげもの店における値段等の改善が必要であることが示された。

10 人以上の来訪者から評価が得られた施設等の評価では、日本人による評価で全項目について 4 点以上の評価を得た施設等は、23 施設等のうち 1 施設しかなかった。外国人による評価では、8 施設等のうち 6 施設が全項目について 4 点以上を得ている。

6. 日本人に対して、奈良がもつ様々な資源の魅力を十分に伝えていく仕組みづくりを

外国人は、奈良へ来てから積極的に情報を入手する傾向にある。観光案内所で入手している人が 59.8%で、観光施設情報、まち歩き情報を入手している。日本人からは、駅などで、イベント情報や地図など、もっと情報が欲しいという声が聞かれた。奈良へ来てからの情報取得の評価では、「十分得られた」とした日本人は 23.2%にとどまり、「十分得られた」とした外国人は 65.6%もいた。日本人に対して、奈良がもつ様々な資源の魅力を十分に伝えていく仕組みづくりが必要である。

7. インターネットによる「季節ごとの情報」「穴場情報」の提供の充実が必要

今後欲しい情報として、日本人からは、「季節ごとの見どころ情報、楽しみ方など」(51.1%)、「地元の人しか知らないような穴場情報」(29.1%)が挙げられた。「既存の情報で十分である」は 14.3%にすぎず、「季節ごとの情報」「穴場情報」を十分に提供する必要がある。外国人は、「地元の人しか知らないような穴場情報」(41.2%)、「季節ごとの見どころ情報、楽しみ方など」(34.0%)、「良い点、悪い点を含め、来訪者の評価情報(生の声)」(20.6%)の順であった。「季節ごとの情報」の提供を充実させるとともに、「穴場情報」を収集・発信するシステムをつくる必要がある。今後欲しい情報の入手方法として、日本人は、インターネットが多く(45.8%)、テレビ、雑誌、新聞も重要視されている。外国人は、インターネットが圧倒的に多い(78.5%)。さらに、メールマガジンが 11.0%あり、インターネットと合わせて約 9 割となる。日本でも、近い将来、このような状況が来ることを想定しておかなければならない。

1. 回答者の属性

- ①回答者の性別・年齢は、図1・2のとおりである。
- ②回答者の居住地(居住国)では、日本人は、大阪府が26.7%を占め、大阪府を含む近畿地域が約半数を占める。次いで、関東地域、中部地域の順であった(図3)。外国人は、フランス、アメリカ、ドイツ、イギリスの順である。なお、外国人については、韓国語・中国語でのヒアリング件数が少なく、奈良への来訪者の傾向とは合致していない。
- ③来訪回数では、日本人は、6回以上の方が半数近くを占める(図4)。初めてもしくは2~3回目の人が約37%であった。外国人は、約7割が日本への訪問が初めてであり、奈良への訪問が初めての人も約8割になる。
- ④奈良滞在は、日本人、外国人ともに日帰り客が約6~7割を占める。日帰り客の平均滞在時間は、日本人で約5.3時間(図5)、外国人で約6.0時間であった。なお、同伴者では、日本人、外国人ともに、家族・友人・知人と答えた人が大半であった。
- ⑤日帰り客の一人あたり消費額は、日本人が平均約3,140円(図6)、外国人が平均約3,660円であった。宿泊客は、それぞれ約29,900円、約27,180円であった。ちなみに、京都市では、日帰り客約6,100円、宿泊客約27,700円(京都市「観光消費経済波及効果」2004年度)、神戸市では、日帰り客約8,800円、宿泊客約33,600円(神戸市「観光動向調査」2006年度)であり、奈良の日帰り客の消費額は、京都市、神戸市に比べあまりにも少ない額でしかない。飲食店の満足度の低さ、特長のある「みやげもの」がないことが関係していると考えられる。

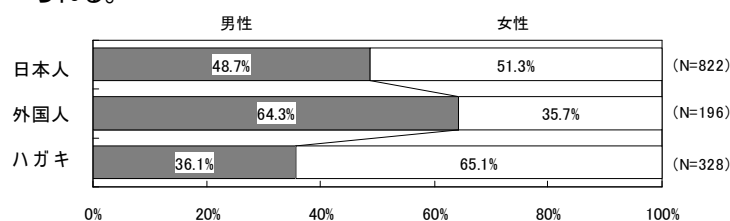


図1 回答者の性別

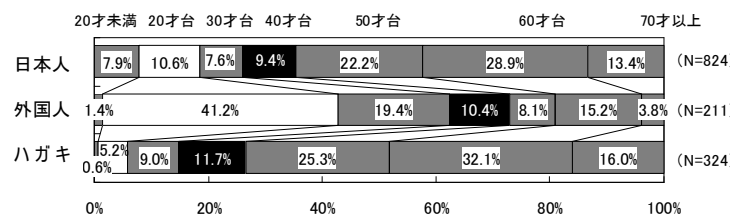
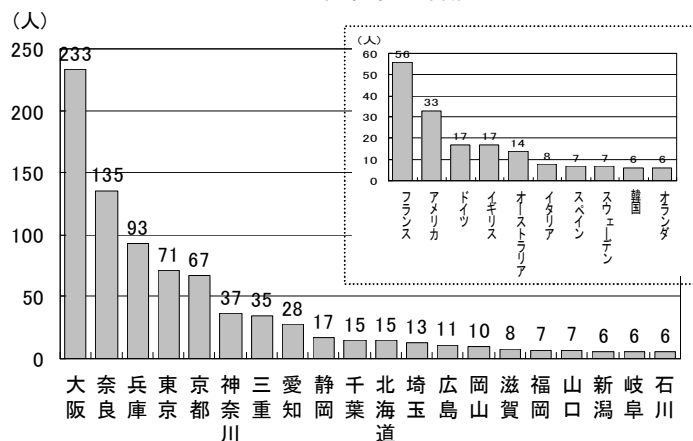


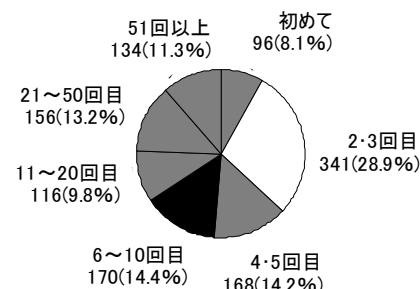
図2 回答者の年齢



注1)日本人は上位20都道府県、外国人は上位10ヶ国を示した。

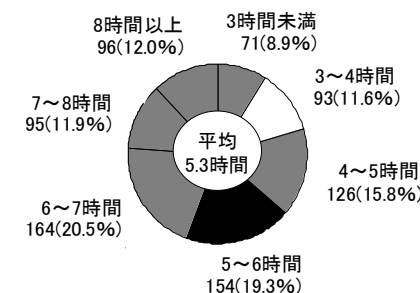
注2)ヒアリング調査分のみ/日本人N=874、外国人N=210

図3 回答者の居住地



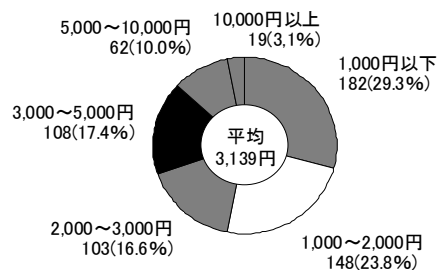
注)ヒアリング+ハガキアンケート/N=1,181

図4 奈良への来訪回数(日本人)



注)ヒアリング+ハガキアンケート/N=799

図5 日帰り客の滞在時間(日本人)



注)ヒアリング調査分のみ/N=622

図6 日帰り客の一人あたり消費額(日本人)

2. 奈良観光の評価

(1) 奈良を訪れる前の奈良のイメージ

日本人は、奈良は「歴史がある地域」というイメージが極めて強い。「美しい景観をもつ地域」「自然が豊かな地域」というイメージも 1/3 前後の人がもっているが、奈良がもつ歴史文化資源以外の様々な資源(体験型ツアーに対応し得る未利用の観光交流資源など)が十分に理解されていないと思われる。外国人は、「歴史がある地域」に次いで「人々が豊かに暮らしている地域」というイメージをもっている。

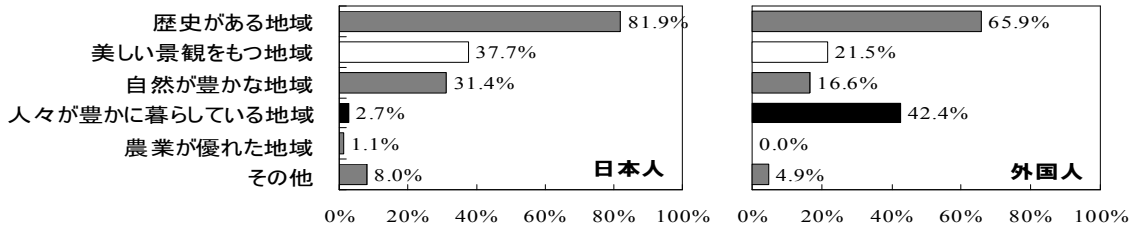
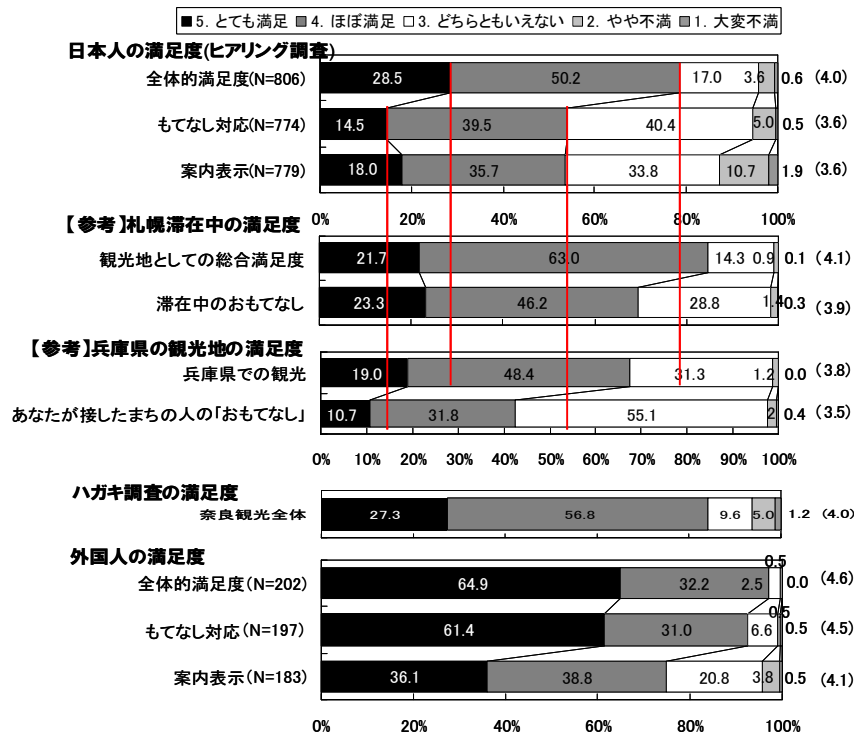


図7 奈良のイメージ(複数回答、日本人 N=911、外国人 N=205)

(2) 奈良観光の満足度

日本人の奈良観光の満足度を、同じ評価方法を採用している他地域と比較した場合、札幌滞在中の満足度(来札観光客満足度調査 2006)とでは、「全体的満足度」はほぼ同じであるが、「もてなし対応の満足度」は奈良の方がかなり低く、兵庫県の観光地の満足度(兵庫県の観光地に関するアンケート結果報告 2005)とでは、双方ともに上回っている。奈良では、「全体的満足度」と「もてなし対応の満足度」とのギャップが大きく、少なくとも札幌の水準への「もてなしの向上」が求められる。案内表示に対する不満が目立つことにも留意が必要である。外国人は、全体的満足度で「とても満足」が 64.9%、もてなし対応で「とても満足」が 61.4%と、日本人に比べ非常に高い。

なお、日本人は、日帰り客に比べ宿泊客の方が、満足度が少し高く、ホテル・旅館のもてなし対応の満足度の高さが反映されている。また、この時期に開催された正倉院展を訪れた人とそうでない人の満足度に、大きな差異は見られなかった。



(注) 右端のカッコ内の数値は「5. とても満足」から「1. 大変不満」のアンケート回答番号を点数として算出した平均点

図8 奈良観光の満足度

表1 奈良に対する回答者の代表的な声(日本人)

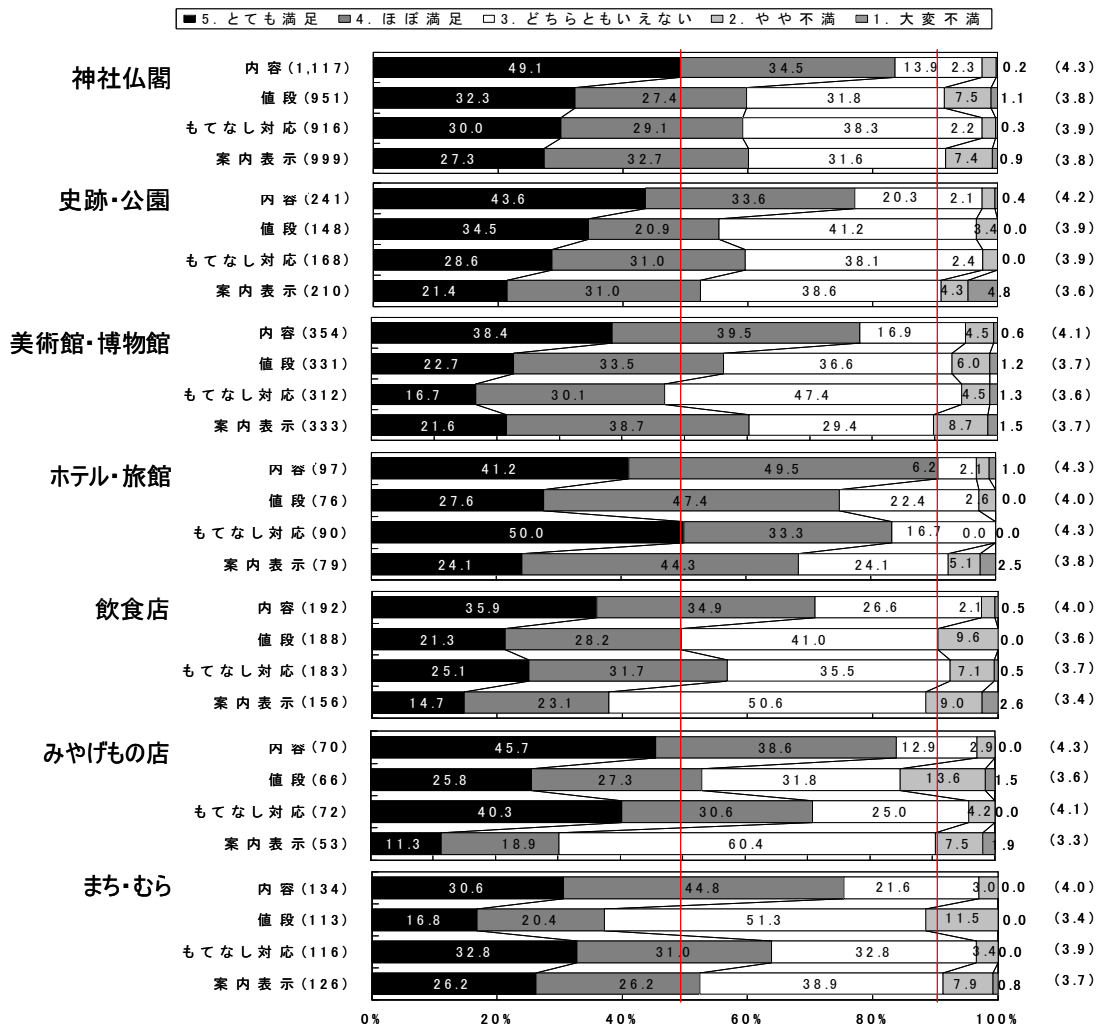
項目	評価	奈良に対する代表的な声
全体的満足度	5. とても満足	<ul style="list-style-type: none"> ◇記紀の世界の遺跡が素晴らしい。古い建物が今でも残存していることが素晴らしい。 ◇京都と比べて、余裕があり、歴史に思いを馳せられる。年をとるたびに良く思える。 ◇一人でじっくり時間をかけて観光してみて、ゆったりした時間の流れが良かった。 ◇お寺が良い。風情がある。人が少ない。 ◇高層建築が見えないのが良い。静かだ。 ◇公園がきれい。無料で歩ける場所がたくさんある。 ◇景色がとても美しく、世界に誇れる場所。自然と人間がうまくかみあっている。 ◇日本の原風景が残っている。自然と文化が調和して良い。 ◇自然が多く残っている。 ◇時期的に紅葉も見られたので良かった。 ◇山辺の道は四季を通じて飽きない。 ◇明日香、室生寺などが良い。 ◇正倉院展が良かった。山辺の道も良かった。 ◇唐招提寺、薬師寺周辺の「歴史の道」が好きです。 ◇人があまり行かない隠れスポットがある(東大寺裏の銀杏の木など)。 ◇町屋といえば、京都と思っていたが、奈良の方が落ち着いていて、見やすかった。 ◇鹿がたくさんいて楽しい ◇ゴミが回収されているので気持ちが良い。
	2. やや不満 1. 大変不満	<ul style="list-style-type: none"> ◇売店が少ない。 ◇美味しいものが全くない。 ◇奈良のうまいものとかあるけど、とても友達に見せたくない。 ◇奈良公園の近くに食事処がない。茶屋が欲しい。 ◇食べ物屋も「一見さん相手的」で誠意が感じられない。 ◇食事が出てくるまでに時間がかかりすぎる。 ◇寺で食べた山菜料理が全然良くなかった。 ◇見る所が少ない。宿泊施設が少なく、眺望などの魅力がある施設を造ってほしい。 ◇宿泊施設が不足。温泉等の名物が欠けている。 ◇休日の交通制限を行って欲しい。車が多い。歩きやすくして欲しい。 ◇歩道の整備をして欲しい。道が狭いなら、車を一方通行にすれば良い。 ◇バスが少なすぎる。 ◇交通が不便である。見るところが少なく、バラけている。 ◇京都と比べて、タクシーの運転手が道のことを勉強していない。 ◇JR奈良駅前が雑然としている。 ◇曲がり角ごとに大きな看板に矢印をつけて、分かりやすくしてください。
もてなし対応	5. とても満足	<ul style="list-style-type: none"> ◇よく挨拶してくれる。世界遺産の街だけあって、洗練されている。 ◇もてなすという心意気がすごい。全国で1番だと思う。 ◇親切に対応してくれたので、良かった。 ◇全体的に商売の態度が良くなっている。もてなしを感じた。 ◇ホテルの対応は、とても良い。 ◇どの店に入っても、丁寧だった。 ◇老舗の愛想が良い。 ◇明日香資料館は、親切に教えてくれるが、早く閉まるので残念です。 ◇トレイルセンターの対応が良かった。 ◇京都のように商業化した感じがなくて良い。
	2. やや不満 1. 大変不満	<ul style="list-style-type: none"> ◇夜きて食べる所がなかった。 ◇店の対応が不愉快なことが多い。 ◇みやげもの兼食事処で、質問したら、「メニューそこ！」とぶっきらぼうに言われた。 ◇客なのに怒鳴られたし、「ここがいちばん安い」とだまされた。 ◇みやげもの屋のおじさんはすぐ怒るし、京都の悪口ばかり言っていた。 ◇店員が無愛想だった。 ◇商売しすぎである。愛想が悪い。 ◇ホテルのフロントに笑顔がない。 ◇トイレが少ない。高齢者向けがない。 ◇足の弱い人や子供が安心して、散歩できるように、さりげない設備が必要。トイレなどは良くなったと思う。 ◇ゴミ箱を増やして欲しい。鹿が首を突っ込まない形状のものは簡単に作れる。

(3)訪問施設等の満足度

ヒアリング調査、ハガキアンケート調査の回答者合計1,478人の訪問先は229施設等であった。

神社仏閣、史跡・公園、ホテル・旅館については、その内容が高く評価された。一方で、神社仏閣、史跡・公園では、案内表示の改善が必要であること、美術館・博物館では、値段、もてなし対応、案内表示の改善が必要であることが示された。また、ホテル・旅館のもてなし対応が高く評価されたことは嬉しいが、飲食店における値段、もてなし対応等の改善、みやげもの店における値段等の改善が必要であることが示された。なお、みやげもの店では、「客なのに怒鳴られた」など、あってはならない問題が指摘されている。

10人以上の来訪者から評価が得られた施設等の評価では、日本人による評価で、全項目について4.0以上の評価を得た施設等は、23施設等のうち1施設しかなかった。外国人による評価では、8施設等のうち6施設等が全項目について4.0以上を得ている。



(注) 右端のカッコ内の数値は「5. とても満足」から「1. 大変不満」のアンケート回答番号を点数として算出した平均点

図9 訪問施設の種類の満足度(日本人)

表2 訪問施設等に対する回答者の代表的な声(日本人)

施設等の種類	評価項目	評点	「5. とても満足」の人の声		「2. やや不満」「1. 大変不満」の字との声	
			内容	値段	内容	値段
神社仏閣	内容	4.3	◇歴史的な重みがある。仏像がすばらしい。	◇内容が中途半端である。		
	値段	3.8	◇たくさん見られるので、安い。	◇拝観料が高い。シルバー料金を作って欲しい。		
	もてなし	3.9	◇笑顔でこちらも気持ち良かった。	◇誠心誠意が見えない。		
	案内表示	3.8	◇表示もちょうど良い大きさと、読みやすかった。	◇もっと細かく案内を書いて欲しい。		
史跡・公園	内容	4.2	◇自然がそのまま残っている。のんびりできる。			
	値段	3.9	◇無人の売店が多く、安い。	◇駐車料と拝観料の二つを合わせると高い。		
	もてなし	3.9	◇ボランティアの人たちが良かった。	◇ボランティアガイドがうとうしい。		
	案内表示	3.6	◇わかりやすく、迷わずに行けた。	◇分岐点に表示が不足している。		
美術館博物館	内容	4.1	◇古のものを見られて良かった。	◇内容に乏しく、混んでいる。		
	値段	3.7	◇内容に十分見合っている。	◇高い、公的なものだからもっと安くして欲しい。		
	もてなし	3.6	◇ガイドや声かけが親切であった。	◇案内・誘導など客への対応がなっていない。		
	案内表示	3.7	◇看板などがわかりやすい。	◇目玉展示があるのに、場所が把握できない。		
ホテル・旅館	内容	4.3	◇景色が良い、部屋も広い、風呂も良い。	◇料理に特徴がない、美味しくない。		
	値段	4.0	◇レディースセットが手ごろで良かった。			
	もてなし	4.3	◇一品ずつ運ぶ中居さん、おっちゃんも良い。			
	案内表示	3.8		◇屋上に看板がなく、1時間くらい迷った。		
飲食店	内容	4.0	◇値段の割に充実、奈良の食を堪能した。			
	値段	3.6	◇安い、適度である。	◇ちょっと高い。		
	もてなし	3.7	◇従業員もみんなが親切で愛想も良い。	◇早くしろと言われた。二度と行きたくない。		
	案内表示	3.4	◇お店の場所がわかりやすい。	◇トイレの場所が分かりにくい。		
みやげもの店	内容	4.3	◇美味しい、パフォーマンスも良かった。			
	値段	3.6	◇お手ごろ価格である。	◇「ここが一番安いから買って」とだまされた。		
	もてなし	4.1	◇感じが良かった。	◇客なのに怒鳴られた。		
	案内表示	3.3				
まち・むら	内容	4.0	◇ぶらぶら歩いてみて良かった。	◇京都の街なみに比べて、寂しい感じがする。		
	値段	3.4		◇全体的に、ちょっと高い。		
	もてなし	3.9	◇地元の人が親切だった。			
	案内表示	3.7		◇わかりにくい。		

表3 主要な施設等の満足度

種類	施設名称	回答数	満足度点数				
			内容	値段	もてなし	案内表示	
神社仏閣	興福寺	208	4.0	3.5	3.4	3.6	
		101	4.5	4.5	4.6	3.9	
	東大寺	163	4.2	3.6	3.5	3.7	
		134	4.7	4.2	4.5	4.2	
	法隆寺	123	4.5	4.0	3.8	3.9	
		—	—	—	—	—	
	春日大社	50	4.2	3.3	3.6	3.5	
		60	4.7	4.4	4.5	4.2	
	薬師寺	61	4.2	3.2	3.7	3.6	
		—	—	—	—	—	
	唐招提寺	52	3.7	3.2	3.3	3.1	
		—	—	—	—	—	
	二月堂	26	4.4	3.9	3.2	3.4	
		24	4.8	4.7	4.6	4.1	
	正倉院	20	4.1	3.5	3.4	3.3	
		—	—	—	—	—	
	長岳寺	14	4.3	4.1	4.1	4.1	
		—	—	—	—	—	
元興寺	13	4.2	2.5	3.4	3.4		
	—	—	—	—	—		
大神神社	13	4.6	3.8	3.7	3.9		
	—	—	—	—	—		
種類	奈良公園・飛火野	69	3.9	3.3	3.3	3.4	
		33	4.7	4.4	4.4	4.0	
	山辺の道	60	4.5	4.5	4.3	3.6	
		—	—	—	—	—	
	猿沢池	19	3.8	3.0	3.2	3.7	
		10	4.6	4.4	4.7	4.0	
	平城京跡	15	3.9	3.0	3.3	3.4	
		—	—	—	—	—	
	若草山	10	3.9	3.3	3.0	2.5	
		—	—	—	—	—	
	美術館・博物館	奈良国立博物館	304	4.1	3.7	3.5	3.7
		12	4.7	3.6	4.1	3.7	
	奈良県立美術館	19	4.2	3.5	3.7	3.4	
		—	—	—	—	—	
	ホテル・旅館	ホテルサンルート奈良	10	3.9	4.0	4.1	3.6
		26	4.0	4.0	4.5	4.1	
	ホテル日航奈良	10	4.6	4.2	3.9	3.8	
		—	—	—	—	—	
みやげもの店	中谷堂	10	4.7	3.9	3.8	3.1	
	—	—	—	—	—		
まち	山添村	59	4.1	3.3	4.0	3.8	
		—	—	—	—	—	
	奈良町	27	3.9	2.9	3.6	3.4	
—	—	—	—	—	—		

(注1)上段:日本人、下段:外国人

(注2)外国人の回答がある場合でも10人以下は—とした。

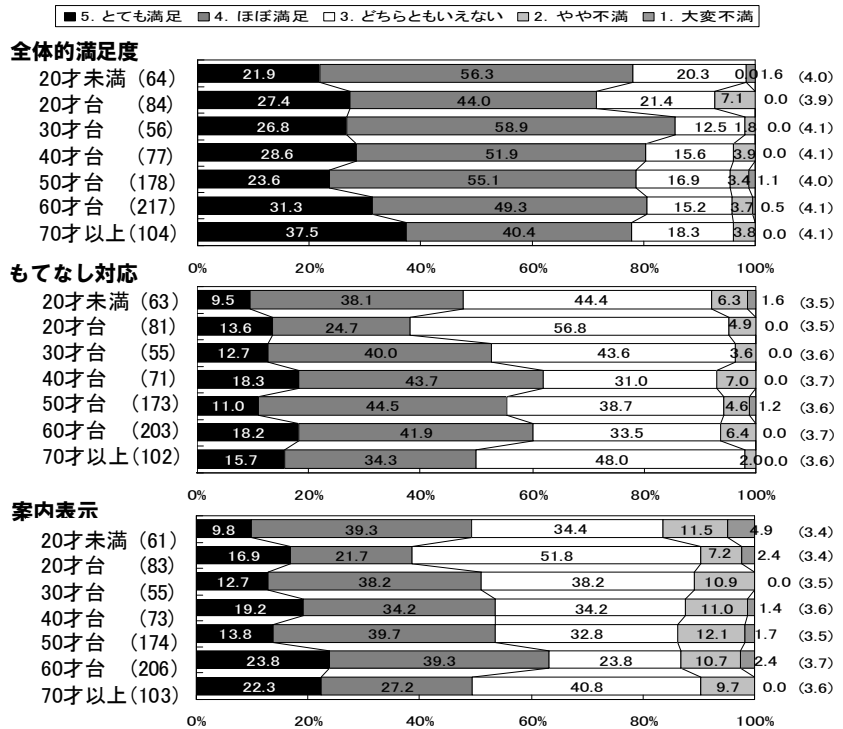
(注3)数値は「5. とても満足」から「1. 大変不満」のアンケート回答番号を点数として算出した平均点

(4)年代別の満足度

全体的満足度は、年齢が高くなるにつれて評価が高くなる傾向にある。ただし、50才台において、少し評価が厳しくなっている。

奈良観光の全体的満足度は、本調査の回答者の42.3%を占めた60才以上の人たちによって押し上げられていると言える。好意的な評価をしてくれる人たちが訪れなくなる時期が来れば、奈良は、より衰退していくことも考えられる。

もてなし対応、案内表示は、若い人たちの評価が厳しい。



(注) 右端のカッコ内の数値は「5. とても満足」から「1. 大変不満」のアンケート回答番号を点数として算出した平均点

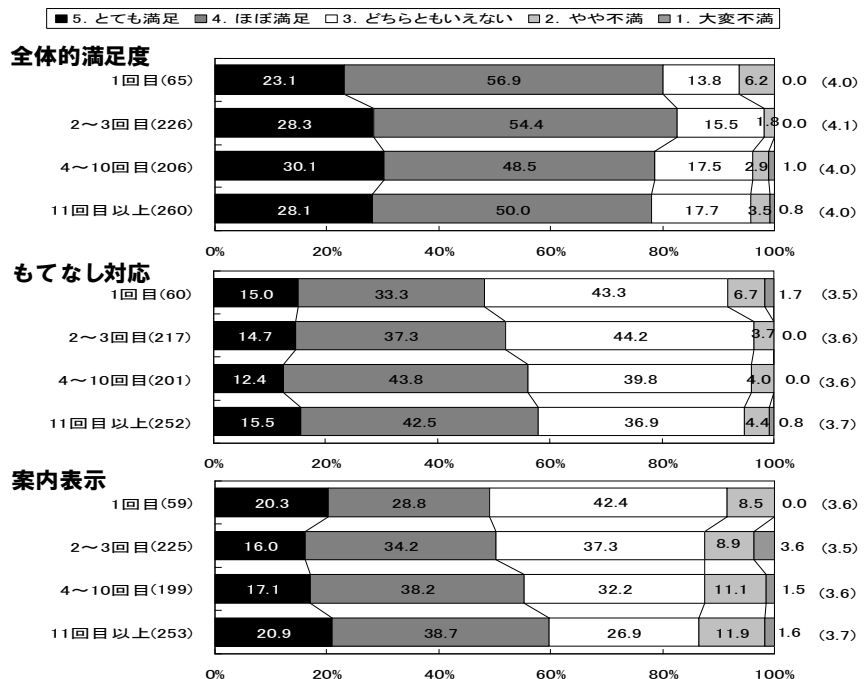
図10 年代別の満足度(日本人)

(5)訪問回数別の満足度

全体的満足度は、訪問回数によって大きな相違はないものの、初めての人の評価が若干低い。

もてなし対応、案内表示は、訪問回数が多くなるにつれて、満足度が高くなる傾向にある。

案内表示は、訪問回数が多いほど不満が増えることに留意しなければならない。



(注) 右端のカッコ内の数値は「5. とても満足」から「1. 大変不満」のアンケート回答番号を点数として算出した平均点

図11 訪問回数別の満足度(日本人)

(6) 居住地域別の満足度

全体的満足度は、関西地域からの来訪者より、関東地域・中部地域からの来訪者の評価が高い。もてなし対応は、関東地域からの来訪者の評価が少し高い。

奈良への来訪者の6割以上を占める近畿地域からの来訪者が、すべての項目に厳しい評価をしていることに留意すべきである。

なお、来訪者全体の4割を超える大阪府・奈良県在住者の全体的満足度は、他地域に比べて低く、この人たちの消費額も少ない。

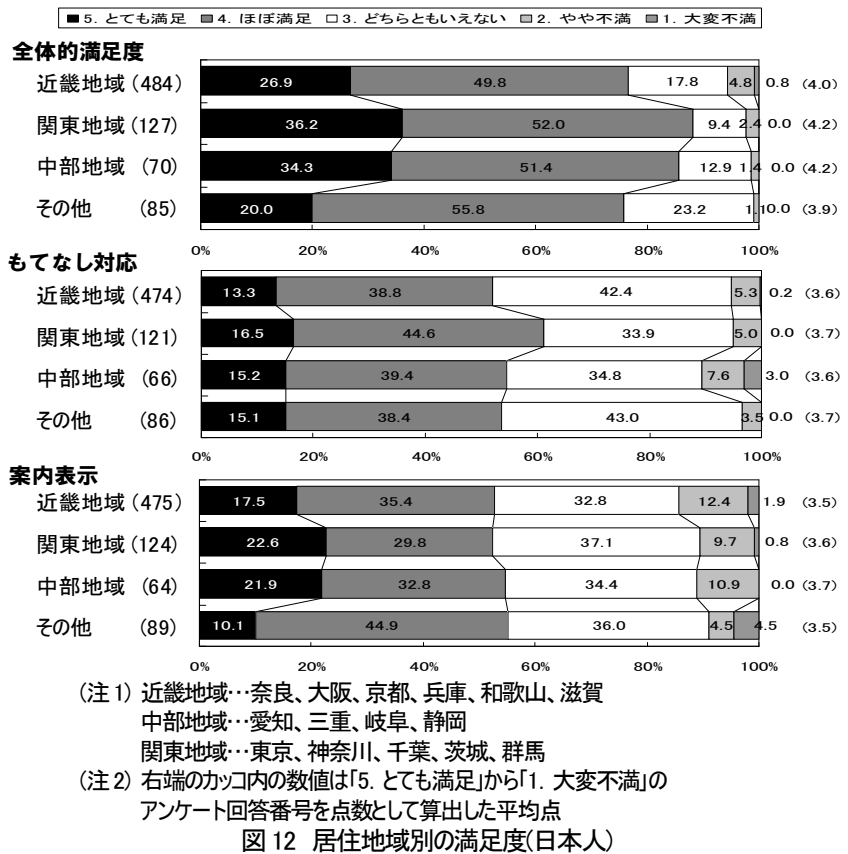
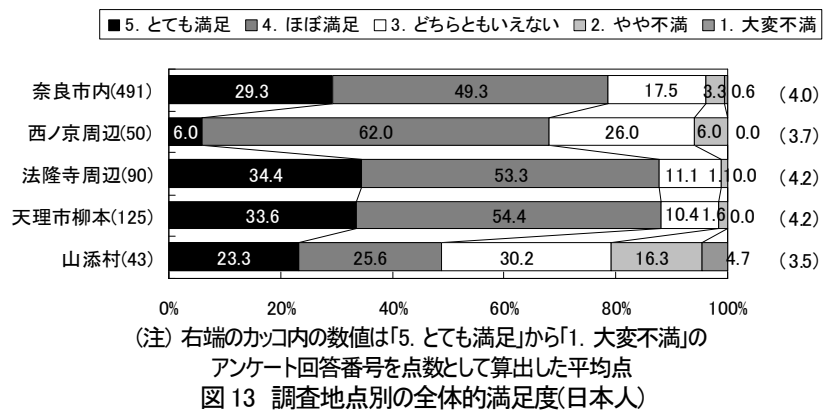


表 4 日帰り客・宿泊客の居住地域別消費額(日本人)

		奈良	大阪	その他 関西地域	関東地域	中部地域	その他	無回答	計
		日帰り客	回答数 111	208	142	33	58	41	29
	消費額	2,260	2,896	2,491	5,880	3,361	5,031	5,187	3,139
宿泊客	回答数	2	-	6	60	15	35	14	132
	消費額	10,000	-	31,167	34,990	17,833	28,214	27,541	29,901
計	回答数	113	208	148	93	73	76	43	754
	消費額	2,397	2,896	3,653	24,661	6,335	15,708	12,465	7,824

(7) 調査地点別の満足度

調査地点別の全体的満足度では、法隆寺周辺と天理市柳本(山辺の道)の満足度が高い。西ノ京周辺と山添村は、低い評価にとどまった。西ノ京周辺では、「とても満足」の人が6%しかなく、山添村では、不満を感じた人も多い。



3. 奈良の情報の収集

(1) 奈良へ来る前の情報の入手

日本人は、奈良へ来る前に、ホームページ(29.9%)、新聞(21.2%)、雑誌(19.9%)、テレビ(14.6%)、ロコミ(13.9%)など様々な媒体から情報を入手している。ホームページは、観光施設やイベントのサイトが多く、雑誌との回答のなかで雑誌名が挙げられていたのは、「るるぶ」(21件)、「SAVVY」(13件)、「サライ」(9件)の順であった。外国人は、ホームページ(38.6%)、雑誌(29.5%)、ロコミ(25.1%)、旅行会社(17.9%)の順であった。雑誌は、ガイドブックが殆どであり、雑誌名が挙げられていたうちの約3/4(16件)が「Lonely Planet」であった。

情報の種類としては、日本人は、観光施設情報(48.1%)、イベント情報(28.6%)、まち歩き情報(17.2%)の順であった。外国人は、観光施設情報(72.6%)、まち歩き情報(32.1%)で、求める情報に差異がある。

情報取得の評価では、「十分得られた」とした人が、日本人が31.5%にとどまったのに対し、外国人は62.5%で、日本人に対する情報の提供に工夫が必要である。

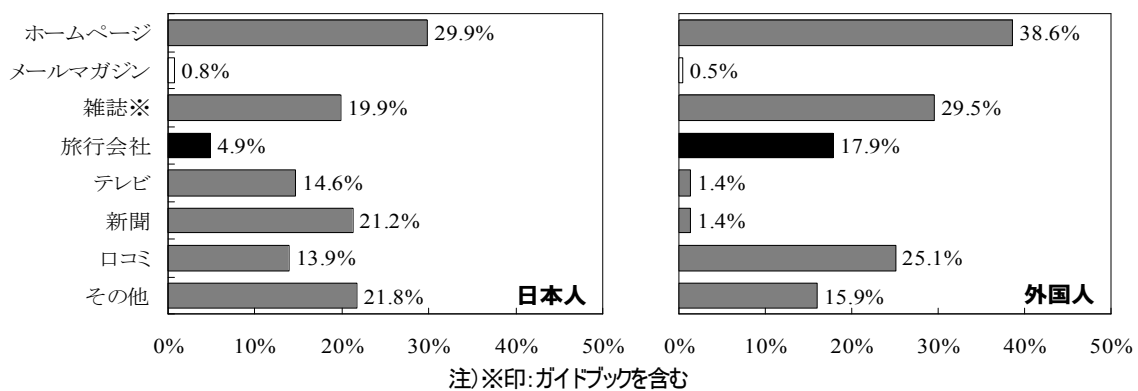


図14 奈良へ来る前の情報の入手方法(複数回答、日本人 N=753、外国人 N=206)

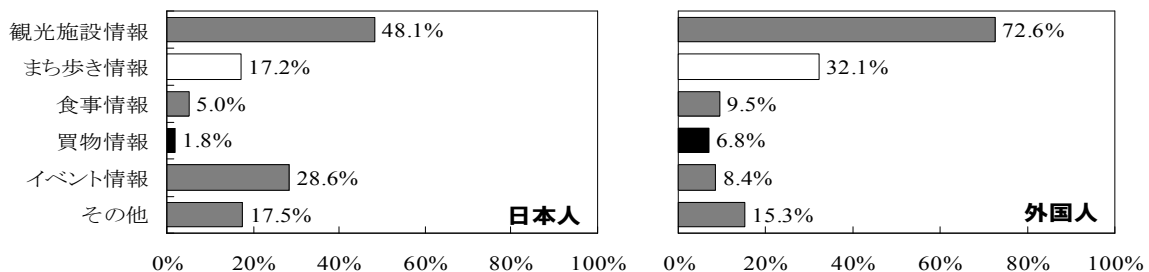


図15 奈良へ来る前に入手した情報の種類(複数回答、日本人 N=675、外国人 N=190)

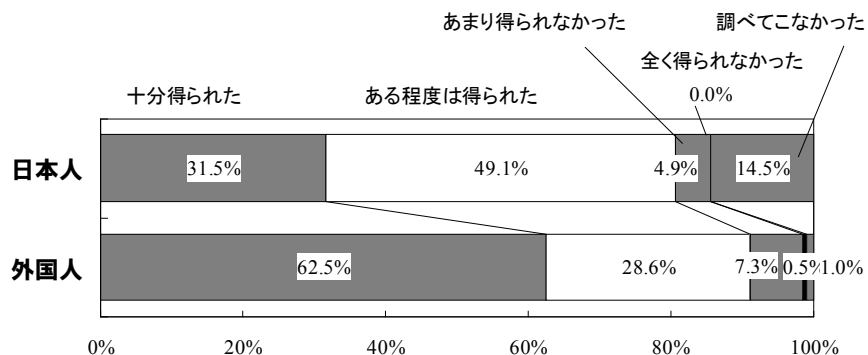


図16 奈良へ来る前の情報入手の評価(単一回答、日本人 N=753、外国人 N=206)

(2)奈良へ来てから得た情報

外国人は、奈良へ来てから積極的に情報を入手する傾向にある。観光案内所で入手している人が 59.8%で、観光施設情報、まち歩き情報を入手している。日本人からは、駅などで、イベント情報や地図など、もっと情報が欲しいという声が聞かれた。なお、日本人では、無回答者が非常に多かったが、何も情報を入手していない人が多く含まれていると推察される。

情報取得の評価では、「十分得られた」とした日本人は 23.2%にとどまる。奈良へ来る前に「十分に得られた」人が 31.5%であったことと比べ 8.3 ポイント劣る。一方で、奈良へ来る前に「あまり得られなかった」と「全く得られなかった」人が合わせて 4.9%であったのに対し、奈良へ来てからは、それが 18.8%と 13.9 ポイントも上がる。外国人は、65.6%が、奈良へ来てからの情報が「十分得られた」としており、日本人に対して、奈良がもつ様々な資源の魅力を十分に伝えていく仕組みづくりが必要である。

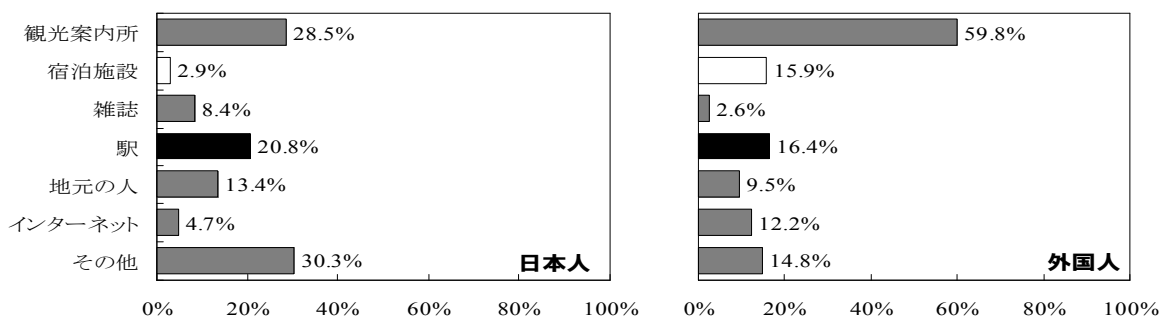


図 17 奈良へ来てからの情報の入手方法(複数回答、日本人 N=558、外国人 N=189)

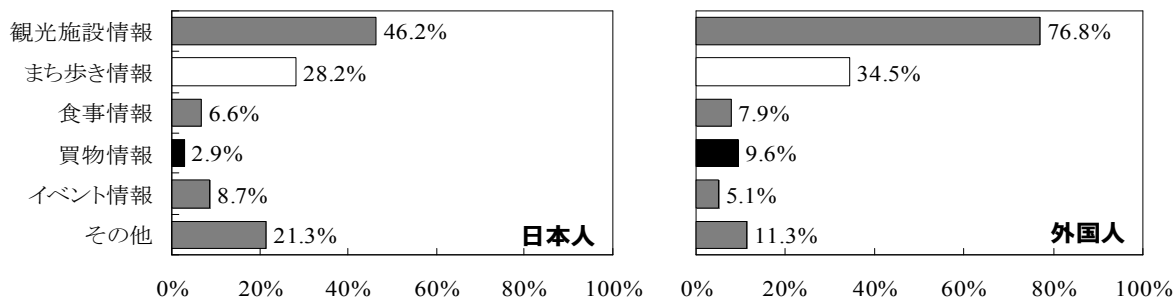


図 18 奈良へ来てから入手した情報の種類(複数回答、日本人 N=483、外国人 N=177)

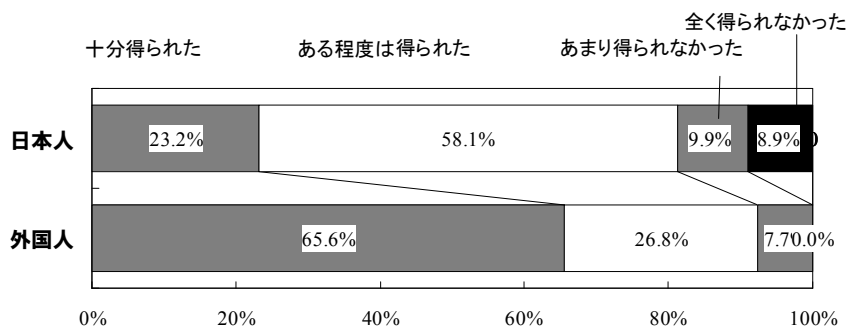


図 19 奈良へ来てからの情報入手の評価(単一回答、日本人 N=496、外国人 N=183)

(3) 今後欲しい情報

今後欲しい情報として、日本人からは、「季節ごとの見どころ情報、楽しみ方など」(51.1%)、「地元の人しか知らないような穴場情報」(29.1%)が挙げられた。「既存の情報で十分である」は 14.3%にすぎず、「季節ごとの情報」「穴場情報」を十分に提供する必要がある。「良い点、悪い点を含め、来訪者の評価情報(生の声)が欲しい」は、わずか 6.4%であった。外国人は、「地元の人しか知らないような穴場情報」(41.2%)、「季節ごとの見どころ情報、楽しみ方など」(34.0%)、「良い点、悪い点を含め、来訪者の評価情報(生の声)」(20.6%)の順であった。

「季節ごとの見どころ情報」は、奈良県観光連盟や奈良市観光協会のホームページに掲載されており、奈良交通も毎月、観光関連事業者向けに「奈良大和路のバス沿線案内」をマスコミ・旅行作家等に送付しているが、「地元の人しか知らないような穴場情報」の発信は不足している。「季節ごとの情報」の提供を充実させるとともに、「穴場情報」を収集・発信するシステムをつくる必要がある。また、観光情報発信の一元化を図ることも検討しなければならない。

情報の入手方法として、日本人は、インターネットが多く(45.8%)、テレビ、雑誌、新聞も重要視されている。外国人は、インターネットが圧倒的に多い(78.5%)。さらに、メールマガジンが 11.0%あり、インターネットと合わせて約 9 割となる。日本でも、近い将来、このような状況が来ることを想定しておかなければならない。

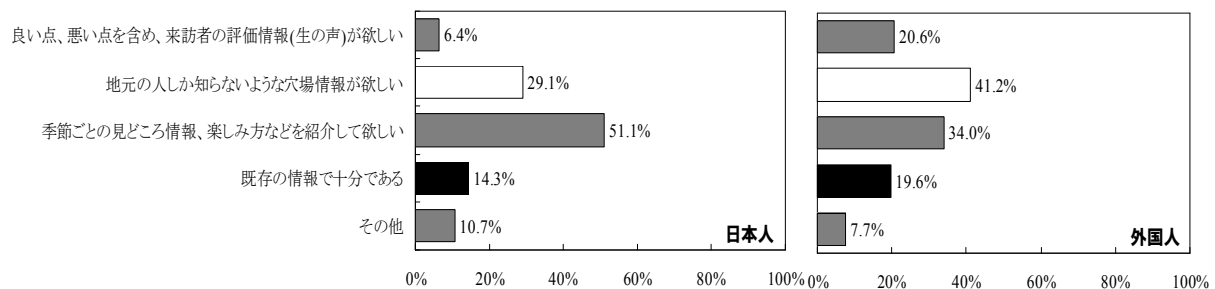


図 20 今後欲しい情報(単一回答、日本人 N=767、外国人 N=194)

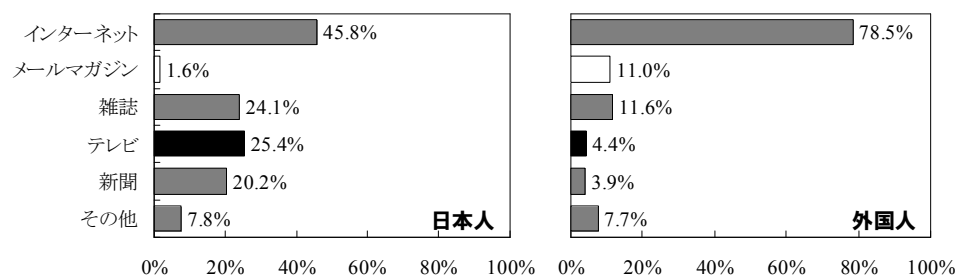


図 21 今後欲しい情報の入手方法(単一回答、日本人 N=731、外国人 N=181)