

# 奈良の観光振興について考える（その1）

## Thinking on Tourism in NARA

野 口 隆  
NOGUCHI Takashi

### はじめに

筆者は、数年まえ、ビジネス学部創設にかかわり、同学部のメインテーマであった、体験を通じて学問にアプローチする「プロジェクト演習」において「奈良観光振興」プロジェクトを担当し、主に信貴山や地元三郷、平群両町の観光振興についてささやかな協力をを行いながら、その振興について学生とともに考えてきた。

また、2010年2月に、奈良県立大学の村田教授を中心に多くの市民、事業者、研究者が協力して設立された「奈良の将来ビジョンを創るフォーラム」に当初から参加してきた。同フォーラムは、地域づくりや、産業振興など4つの分科会を持ち、それぞれ、何回もの会合や研究会をかさね2010年12月「奈良の将来ビジョン（第1次提案）」を発表した。筆者はフォーラムの観光交流部会の座長をつとめ、林信夫遷都1300年記念事業協会プロデューサーやNPO 地域創造政策研究センター幹事の浜浦義勲氏など、多くの方々と議論を重ねてきた。

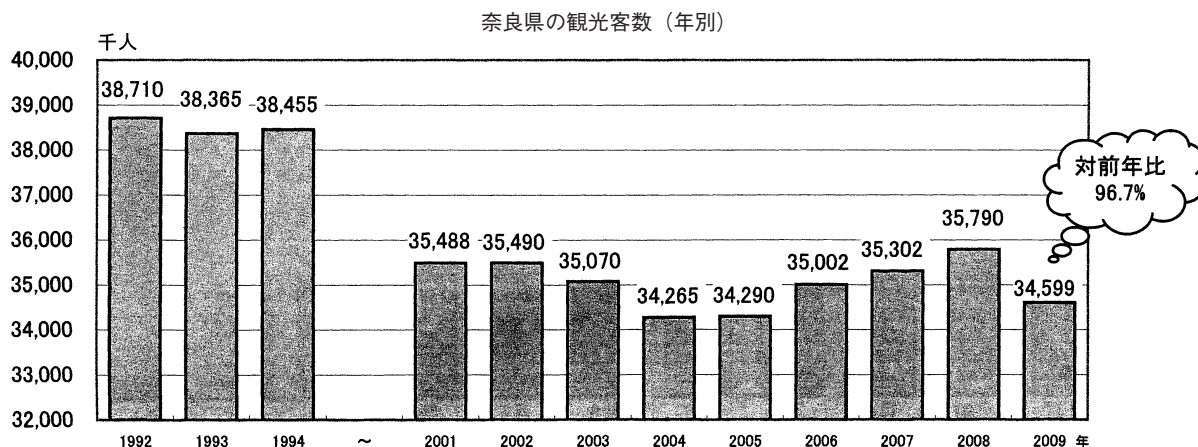
本稿はこの分科会での議論を、筆者なりにまとめたものであると同時に、この間、筆者が奈良観光振興について感じたり、考えたことのまとめでもある。今回は、主に奈良観光の現状とその評価及び今後の方向に関する基本的な考え方について述べる。具体的な政策の評価や新たな政策提案は稿を改めて提案したいと考えている。

## 1. 奈良観光の現状について

### (1) 奈良は観光先進県ではない

一般に奈良県は観光県だと思われる。奈良を訪れる人もそう思い、また奈良県の人もそう考えている。しかし、多くのデータが示す通り、そして奈良県の行政もみとめているとおり、奈良県の観光の現状はとても観光先進国といえるようなものではない。たとえば、データでみると以下のような現実がある。

①約20年前、1988年のシルクロード博覧会開催年に4,100万に達した奈良の観光入込客数は、2008年には3,579万人、



出典：「奈良県観光客動態調査報告書」平成21年

2009年には3,460万人まで減少し、修学旅行生も減少を続けている。

②観光客（日帰り観光客）の一人当たり消費額は、3,690円でしかない。この金額は、京都や神戸では7,000～8,000円である。

1人あたりの観光消費額

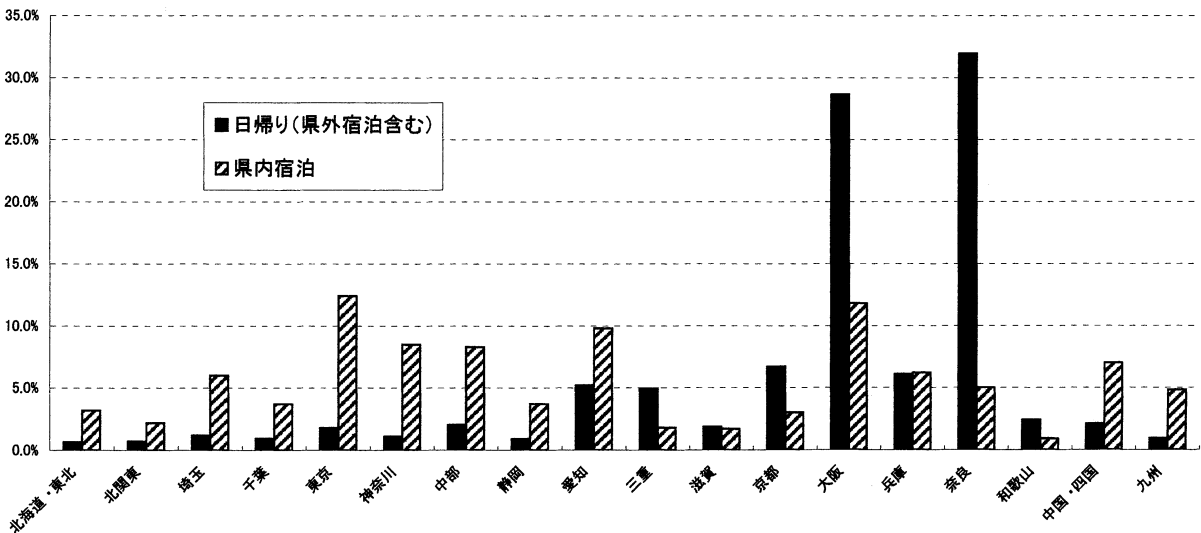
(単位:円)

	日帰り	宿泊
宿 泊 費	—	15,936.7
飲 食 費	1,109.6	4,865.3
交 通 費	842.1	3,376.6
土 産 物 代	1,170.3	3,617.8
入 場 ・ 観 覧 費 ・ そ の 他	568.5	2,318.1
総 額	3,690.5	30,114.5

出典：「奈良県観光客動態調査報告書」平成20年

③日帰り観光客の初地（府県別）は県内、大阪、京都、兵庫、愛知、三重の順であり、宿泊観光客は、東京、大阪、愛知、神奈川の順である。奈良の観光にとって、京阪神の重要性、首都圏や中部圏の重要性がわかる。

観光客の聞き取り調査結果に基づく来訪者の初地  
(平成20年4月～平成21年3月調査)



出典：「奈良県観光客動態調査報告書」平成21年

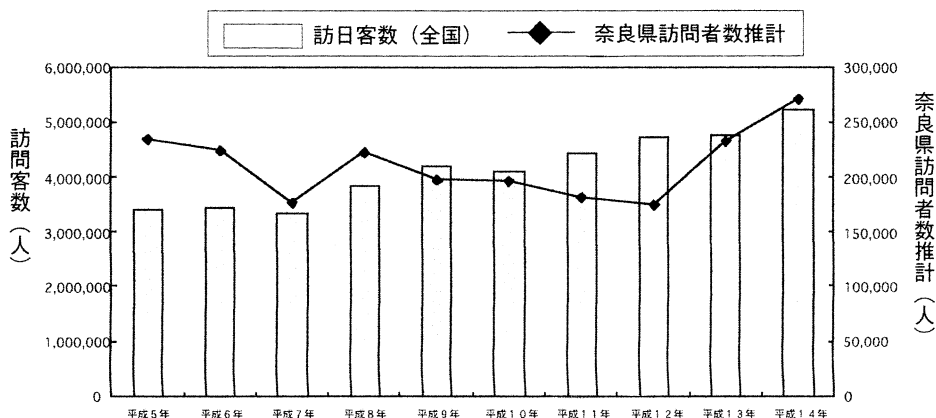
④宿泊施設数は全国 45 位、客室数は全国最下位の状況である。

客室数の順位

順位	都道府県	ホテル	旅館	合計	全国シェア (%)
1	東京都	85,002	32,023	117,025	7.5
2	北海道	53,574	60,213	113,787	7.3
3	静岡県	21,926	59,379	81,305	5.2
4	長野県	26,267	49,352	75,619	4.8
5	大阪府	42,698	20,726	63,424	4.1
6	愛知県	22,309	30,040	52,349	3.3
7	新潟県	17,384	34,751	52,135	3.3
8	千葉県	24,740	26,090	50,830	3.3
9	神奈川県	24,598	23,581	48,179	3.1
10	福岡県	27,709	14,969	42,678	2.7
47	奈良県	2,080	6,754	8,834	0.6
	全国	664,460	898,407	1,562,867	100.0

資料：厚生労働省生活衛生局指導課調べ（H 16.3.31 現在）出典：奈良県「21 世紀の観光戦略」平成 17 年

⑤日本に来た外国人観光客の 6.5%が奈良県を訪れている（全国 10 位）。しかし、奈良県に泊まる外国人数は全国 36 位である。外国人訪問率が高いと感じるかもしれないが、奈良県は、関西国際空港と成田空港を結ぶ観光ルート（外国人客のゴールデンルートとよばれている）に近接しており、他府県に比べて有利な位置にありながら、この数値でしかないとも考えられる。



資料：厚生労働省生活衛生局指導課調べ（H 16.3.31 現在）出典：奈良県「21 世紀の観光戦略」平成 17 年

(2) 奈良のむらづくり協議会の観光客調査

県内の地域振興の民間組織である「奈良のむらづくり協議会」は 2007 年から県内各地で、観光客にインタビュー形式のアンケートを行っている（「奈良県観光地魅力向上調査」平成 21 年 3 月）。

その結果は次に示すとおりであるが、とおり一遍の一般的な調査ではなく、観光地を訪れた人に、具体的な施設名などを挙げて観光施設、宿泊施設、土産物店や食事処などの「もてなし」の評価を質問している。

この結果、奈良県観光全体の評価では全体の満足度が 31.4% であるのに対し、もてなし対応が 26.4% と 5 ポイン

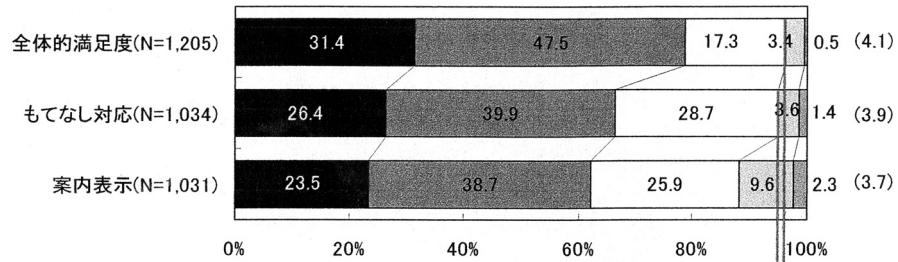
とも低くなっており、奈良県の観光において、もてなしの向上が依然として課題であることがわかる。

この調査で得られた結果は、各地元の対象者に送っており、この結果を活かし、訪れた人々が満足して帰られる観光交流地域へと改善の努力を続けている天川村や十津川村のような地域もある。

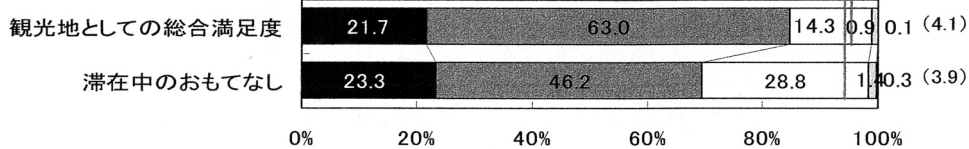
なお、青森県では、はるか以前から、こうしたお客の声を取り入れ、観光業者が自らの行いを改善し、改善結果を観光客に返していくという取り組みを行っており、観光客数の増加が報告されている。

**一般観光客**

■ 5. とても満足 ■ 4. ほぼ満足 □ 3. どちらともいえない □ 2. やや不満 □ 1. 大変不満

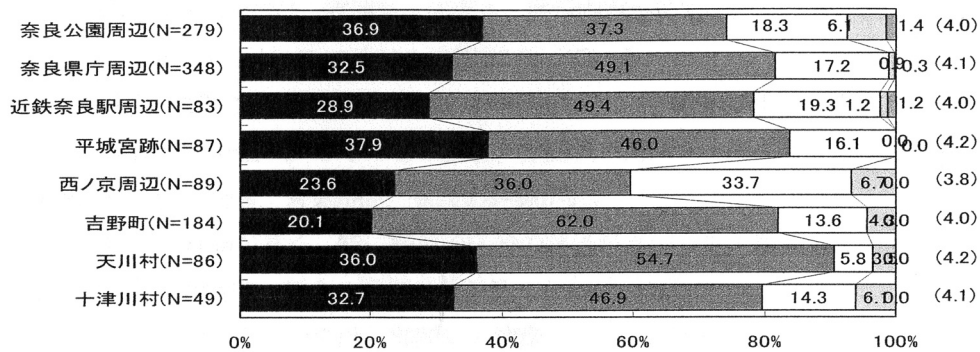


**【参考】札幌滞在中の満足度**

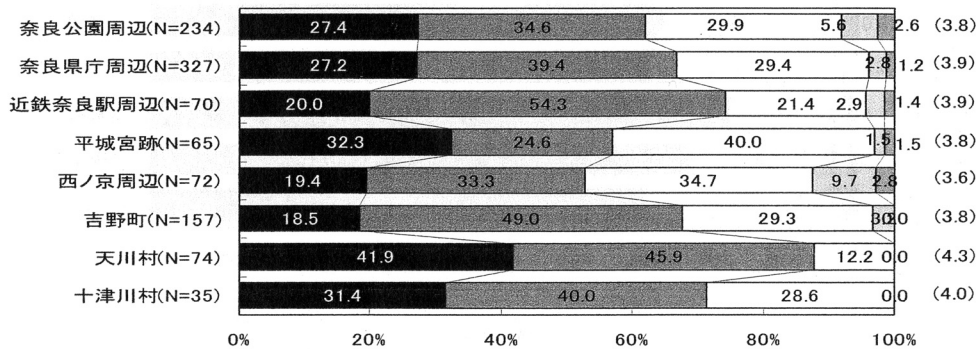


**全体的満足度**

■ 5. とても満足 ■ 4. ほぼ満足 □ 3. どちらともいえない □ 2. やや不満 □ 1. 大変不満



**もてなし対応**



出典：奈良のむらづくり協議会「奈良県観光地魅力向上調査」平成 21 年



各施設の地域別の満足度（飲食店）

地域		回答数	雰囲気・清潔さ (外観・内装)	料理の 質・量	設備 (トイレ等)	営業時間	値段	職員の対応
奈良市	奈良市中心部	298	4.2	4.2	3.9	3.9	3.9	4.1
	平城宮跡周辺	9	4.0	3.6	4.1	4.3	4.0	4.3
	西ノ京周辺	16	3.9	3.8	3.0	2.8	3.6	3.6
吉野町		62	4.2	4.2	4.3	4.0	3.9	4.1
天川村		27	4.4	4.5	4.1	3.9	3.9	4.6
十津川村		17	4.4	4.0	3.8	3.7	4.0	4.3
桜井・宇陀		3	4.3	4.0	3.5	3.0	4.0	4.5
明日香・高取・橿原		4	4.0	3.8	4.0	4.0	3.7	3.7
斑鳩		11	3.9	4.0	3.6	4.3	3.7	4.2

注1) 有効回答数が3人以上の地域を抽出/有効回答者数が10人以下の地域は斜体で表記

注2) 数値は「5. とても満足」から「1. 大変不満」の番号を点数として算出した平均点

注3) 赤字 満足度4.5以上 黒字 4.0~4.4 青字 3.5未満

出典：奈良のむらづくり協議会「奈良県観光地魅力向上調査」平成21年

各施設の地域別の満足度（宿泊施設）

地域	回答数	雰囲気・清潔さ (外観・内装)	内容			設備 (トイレ等)	アメニ ティ	営業 時間	宿泊 料金	職員の 対応	施設ま での案内 表示	
			部屋	食事	風呂(温泉)							
奈良市	奈良市中心部	61	4.2	4.1	4.1	4.0	4.1	3.9	4.1	4.1	4.3	3.9
	平城宮跡周辺	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	西ノ京周辺	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
吉野町		23	4.2	4.1	4.4	4.1	4.0	3.8	4.1	3.8	4.3	4.2
天川村		36	4.4	4.3	4.4	4.1	4.5	4.1	4.5	4.1	4.5	4.2
十津川村		24	4.8	4.6	4.9	4.8	4.8	4.7	4.5	4.7	4.8	4.5
桜井・宇陀		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
明日香・高取・橿原		61	4.2	4.1	4.1	4.0	4.1	3.9	4.1	4.1	4.3	3.9
斑鳩		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

注1) 有効回答数が3人以上の地域を抽出/有効回答者数が10人以下の地域は斜体で表記

注2) 数値は「5. とても満足」から「1. 大変不満」の番号を点数として算出した平均点

注3) 赤字 満足度4.5以上 黒字 4.0~4.4 青字 3.5未満

出典：奈良のむらづくり協議会「奈良県観光地魅力向上調査」平成21年

### (3) 21世紀の観光戦略

このような現状はかねてから指摘されていたことであり、平成17年度に奈良県が策定した「21世紀の観光戦略」においても奈良県の観光の魅力、

- ①奈良には「本物」がある
- ②奈良には「歴史」や「文学」がある
- ③奈良には「美しい空間」がある

としたのち、奈良の弱点：主な懸念を

- ①イメージが固定化している
- ②もてなしの心にかける
- ③観光地間の移動に時間を要する

としており、奈良にはすぐれた歴史・文化資源、自然資源さらには人々の営みの姿があるにもかかわらず、それらを生かしながら観光客をむかえる仕組み、仕掛け、その精神においてかけるところがある、と述べている。

## ● 奈良の魅力 ～主な売り～

### ①奈良には「本物」がある。

奈良を訪れて初めて味わえ、心を豊かにする伝統的資源（美術、建築、芸能等）に恵まれています。そのため、正倉院展や秘宝公開、遺跡の現地説明会に多数の人々が訪れます。

### ②奈良には「歴史」や「文学」がある。

イマジネーション（想像力）を働かせて楽しむ資源に恵まれています。そのため、多くのファンが、平城宮跡や万葉故地を訪れ、思いをはせます。

### ③奈良には「美しい空間」がある。

奈良には、歴史的背景を有する、あるいは自然にとけ込んだ風景・たたずまいがあります。そのため、ウォーキングに人が集まり、また、カメラマン等を魅了します。

## ● 奈良の弱点 ～主な懸念～

### ①イメージが固定化している。

歴史文化資源の豊富さから、「社寺めぐり」「史跡探訪」のイメージが強く、このような「固定化した」イメージが、観光客の訪問ルートへの偏りや新たなファン層の拡大の阻害要因になっています。固定化したイメージからの脱却、次のステップへの行動が求められています。

### ②もてなしの心にかける。

伝統ある有名な観光地はさびれることはない、努力しなくても人は集まるという油断が、来訪者の目にはもてなしの心にかけると映るのかもしれませんが。このことがリピーター養成の阻害要因になっています。

### ③観光地間の移動に時間を要する。

埋蔵文化財の宝庫である奈良にとって、道路網の整備には、他にない労力と時間を要します。観光シーズンを中心にしばしば起こる交通渋滞は、来訪者が点在する観光資源を効率的に周遊することの阻害要因になっています。

また、このような現状を克服し、奈良観光の目標を「泊まる、じっくり楽しむ＝日本文化の源流・本物を五感で堪能する」と定め、これを実現する、3つの戦略を、①宿泊観光の推進②外国人観光客の誘致③新しい魅力の創出と定め、この戦略にもとづく9つの戦術を以下の通り決めている。

## <9つの戦術>

### ○戦術と実行されるべき主な取組例

#### ① 宿泊施設の創出・再生

- ※ 県内施設の現況と課題の把握
- ※ 多様な宿泊施設の創造（宿坊、町家民宿・農家民宿等）
- ※ 滞在を促進する魅力づくり

#### ② 世界への魅力の発信

- ※ 現地セミナー、国際観光展出展
- ※ 旅行商品の開発（国別、ターゲット別）
- ※ 外国人受け入れ施設（宿泊施設、飲食店等）の拡充

#### ③ 参加型観光の推進

- ※ 世界遺産を活用したイベントの開催（平城遷都1300年、魅惑体験フェスタ、大和路歴史首都ルネッサンス）
- ※ 「健康」「学習」「癒し」をテーマにした新しいプログラムの創出（レベルにあったウォーキングルート、考古学、自然、環境）

#### ④ 広域観光の推進

- ※ 大阪府等近府県との連携
- ※ 共通パス（観光施設、交通機関）の発行

#### ⑤ 食・買い物の充実

- ※ 地元素材の開発とPR
- ※ 奈良みやげもの大賞の創設
- ※ 拠点の整備（道の駅等）とにぎわいの空間づくり（商店街等）

#### ⑥ 効果的な情報発信

- ※ 情報発信拠点の拡大（代官山iスタジオ、鉄道駅、空港、コンビニ等）
- ※ 携帯電話によるリアルタイム情報の提供、散策ナビゲーションの構築

#### ⑦ 「もてなしの心」推進

- ※ 観光ガイドのネットワーク化（ボランティア・語り部）
- ※ 「（仮称）奈良検定」の実施

#### ⑧ 良好な景観形成

- ※ 景観法を活用した市町村の主体的な取組への支援

#### ⑨ 地域おこしを支える人づくり

- ※ 地域づくりサポート（農業体験、自然体験、町家体験）
- ※ 人材養成塾（新世紀まほろば塾、奈良2010年塾）

#### (4) 近年の動きと平城遷都 1300 年祭

##### ①新たな動き

奈良県では上記の戦略をうけて、また平城遷都 1300 年記念祭の開催を目前控えていたこともあり、少しずつ新しい動きが始まっており、今もこの動きは継続している。

○最近、県庁職員が顧客や代理店、あるいは、海外の旅行会社を訪問している。

ユニークな例では、毎年正月に花園ラグビー場で開催される全国高等学校ラグビー大会の出場校を訪問し、ボールの差し入れ等をし、激励している。

会場は大阪にあるが、選手の宿泊では奈良のほうが利点が多いことをアピールしており、新しく奈良に泊まる高校が増えている。

○市民や地元観光事業者、ボランティアと行政が協力して行うイベントが増えている。

もっとも典型的な例は毎年夏、お盆の時期に開催される「なら燈花会」であり、ろうそくの灯りを並べるために必要な人手も、当初は 100 人のボランティアを集めるのにも苦労したが、現在では 400 名以上の市民が自発的に参加するようになり、東大寺や興福寺の夜間拝観の効果もあり、近年は 100 万人の観光客を集めている。

また、冬の閑散期に集客することを狙って始められた幸せ街道「なら瑠璃会」も、JC や青年会議所、経営者協会などからなる実行委員会の人々の協力により、わずか 4 日間の催しながら、30 万人の観光客が訪れるようになっており、宿泊客も伸びるという成果を上げている（奈良県観光振興課のヒアリングによる）。

このほか冬季の対策として、若草山の山焼き（18 万人、花火 600 発）、12 月のおん祭りなどもテコ入れが進んでいる。

②このような動きの集大成が、2010 年の「平城遷都 1300 年記念祭」だと考えられる。

平城遷都 1300 年記念事業協会は、2010 年 12 月「平城遷都 1300 年祭開催効果等第 2 回中間まとめ」を発表した。これによれば、県内を訪れた来場者数は 1,740 万人（平城宮跡 363 万人、県内各地 1,380 万人）と予想を上回り、県内で消費した金額は約 593 億円と推計している。

また、全体の印象や総合的な満足度は「大いに満足」と「やや満足」あわせて 57%。「非常に不満」と「やや不満」は 10.3% だとしており、予想を上回る成果だったとしている。

確かに私見では、平城宮跡でのボランティアの活躍や職員の応対など感じのよいものであったことは確かであり、猛暑にもかかわらず、病人等も少なかった点は評価できる。

しかし、会場での飲食や休息の空間の提供という点では十分だとは思えなかった。また、会場を出てから駅や場外駐車場まで行く間、町を楽しむといった機会はほとんどなかったのではないかと思われる。そのことは、満足度調査において飲食や物販に関する満足度が、全体的な印象やイベント等の評価に比べて相当低いことから裏づけられている。（この項目は 1300 年祭の詳しい報告を待ち、さらに、実情を調査研究することで、再論したい。1300 年記念祭は終わったのだから次は、・・・だ。これからの重要だという意見もあるが、何が出来て何が出来なかったのかを明確にしなければ、次の成果はおぼつかない。）



## 2. 基本的な観光振興の方向について

### (1) 何のための観光か

まず、何のための観光かを明確化しなければならない。奈良の将来ビジョンをつくるフォーラムの観光分科会の人々の意見を総合すれば、観光の目的は、「地域の振興、活性化」である。あるいは、「持続可能な地域の発展」ともいえる。

言い換えれば、観光振興で集客が増えるとするれば、それは、何らかの形で、地域の農業や商業、サービス業など幅広い産業にプラスの効果がなければならぬ。一方、観光は生きた人間を相手にする業であり、そこには人と人の交流が不可欠であり、訪れた人が満足し、迎えた人が元気になるような人と人の関係が作られる必要がある。

たとえば、高取町で「町屋の雛めぐり」を開催する野村さんは、自分たちの活動の目的を次のように述べている。「歴史文化を観て回る観光から住民と交流する観光へ：「従来型の名所旧跡等にプラスして、その地域の住民といかにふれあえ、体験ができ、その地域に長時間滞在してもらおうかということが重要な観点であると思います。お客さまも、地域の人とのふれあいや日常生活にない癒しや思い出探しなどを求めています。今の世の中の動きを捉えることが観光を考えるうえで大切なことです。」

奈良の場合は、誇れる自然や歴史・伝統行事がたくさんありますので、そこにその地域の伝統工芸や特産品、「地元住民との交流」が加われば付加価値が高まり、お客さまがその地域に長く留まってお金を落としてくれると思います。そういうことで、この「観光交流地域」とは、地元住民が観光客との交流を楽しんで積極的に関わるといふ、住民が郷土に誇りを持ち、来訪者が何度でも訪れたいような「住民が光り輝いている」地域になることが望ましいと思います。」

要するに交流が重要であり、満足して滞在してもらうことで経済効果が生じ、同時に、住民も生きがいを感じるという体験と実績に裏付けられた言葉である。

「創造都市のための観光振興」の著者である宗田好史京都府立大学教授は「ただ、観光客が増えるだけで、観光消費を受け止めることができなければ、自治体にとっては、観光に関連する支出が増えていだけで、決して住民の暮らしを豊かにする事に結びつかない」と述べ、「観光振興が、創造的な女性に活躍の場を提供する」方策を提案している。(学芸出版社ホームページ 「若者からのメッセージ」2011,2)

前述の野村氏は自分のやったことは「地域のおばあちゃんを元気にしたことだ」と言い切っている。地域の人々の幸せのためには、精神の満足と経済的な成果の両方が必要である。そのような認識を欠いたたんなる「もてなしの心」の強調は持続可能ではない。

### (2) これまでの奈良の観光の革新

前半で述べた奈良観光の立ち遅れの原因は、この20～30年の間で、変化への対応に、(既存の観光事業者が)立ち遅れたことにある。団体旅行から個人旅行、見る旅行から体験・交流する旅行へと観光の形態は変化してきたが、その変化に、対応が追いついていない。

例えば、団体向けで広い客室の宿泊施設が多いこと、奈良県内で周遊する際、観光バスやマイカー以外では困難であること、もてなしの心の欠落、食べるもの・土産物の少なさなどである。その結果、奈良に来ていただいても、落としてもらえるお金が少ないのである。

このような現状に対して変化の兆しが見えていることは前述したとおりである。これを大きな流れとすることが望まれる。言いかえれば、観光の新しい担い手に期待するとともに、そうではない、そのような変化に対応しない、

変わることが出来ない事業者には、奈良の観光の場から退場してもらうことが必要である。

### (3) 視点

#### ①比較優位を活かす

奈良の産業の現状を冷静にみれば、観光・交流は、奈良県が比較優位を持ちうる数少ない分野である。

3つの世界遺産をはじめ、国宝や重要文化財の建築や仏像ほか、多くの宝物、遺跡、遺物、そしてそれらと共に歩んできた人々の暮らしと営み、その舞台となった穏やかな自然と風土は、他県にはない良さを持っている。また、これらに関連する学術研究機能集積も群を抜いている。したがって、奈良の観光振興の基本的なあり方は、これらの、資源を活かすことが基本となる。

#### ②リーディング産業、多様な産業の再編・強化

○観光・交流は今後の奈良県を支える最大のリーディング産業である。所得、雇用、税収を支える柱とならなければならない。

#### ○産業観光

また、観光・交流は農業、工業、工芸、商業などあらゆる産業活動と連携し、それらの産業の活性化につながる可能性を持つ。

たとえば、農業における観光・交流＝グリーンツーリズムの柱である農家レストランを例にとれば、作物の栽培から、加工調理、さらに販売、提供方法の開発という、いわゆる農業の6次産業化＝1次産業×2次産業×3次産業である。観光と工芸の結びつき、先端産業と産業観光など多様な展開が可能である。

#### ③観光の多面的価値

観光の価値は、単なる産業にとどまるものではない。観光・交流を通じた友好、相互理解の促進、文化の進展をもたらすなど、多面的な価値を持っている。高取町の観光振興は町並みとおばあちゃんを活用し、結局、地域の人々に生きがいと高取町に暮らす楽しさを生み出している。まさに観光とは単なるビジネス、産業をこえた「国の光を見せる、国の光を見る」営みである。

### (4) 観光立県宣言：ハートフル観光奈良の必要性

以上のような考え方は決して、奈良県民のコンセンサスを得ていない。我が国全体を見ても、「観光立国」とスローガンだけは立派だが、実態は日本は観光後進国である。何より観光の大切さを国民自身が認識していない。

そこで、まず、県民の総意を形成するため、「奈良は観光で生きていくこと、観光・交流の推進に県民、企業、行政が総力を挙げて取り組むこと」「全国、世界から訪れる人々を県民、企業、行政が心からもてなすこと」を宣言することが必要である。

この宣言のもと、次のような方針方策をすすめる。

### (5) 基本方針

#### ①全体として：全県観光圏域づくりを進める

奈良は、広く世界、日本、関西の人々が好んで来訪する地域を目指す。また、奈良の観光は、人との出会い・交流を軸に、訪れる人々に多様な楽しみ・学び・喜びの場と機会・時間を提供する。

滞在し、見る、体験する、学ぶ、考える、心の平安・成長を得る、宿泊する、食べるなど、そして、交流する、協力する、共生する場と機会を提供する。

このとき、大きく二つの方向を目指す。

#### ○マス観光の質の向上・再編成

いわゆるマストゥリズム（観光バスであたたく駆け回る旅行、みてまわるだけの観光）が次第に質的に変化している。テーマ性、ストーリー性をもった旅行がふえている。このような変化に対応すること、小グループ化、家族、個人への変化に対応する事が大切である。

また、交流、体験、学習、健康、医療など観光ニーズの多様化に対応した少量多品種の商品開発を行う必要がある。

これらを、中小を含む旅行会社と地域の連携・共同作業で、雑誌やネットとタイアップによって実現する。

#### ○ミニ観光の振興・ミディ観光への発展

地域づくりの一環としての手作りの観光・交流すなわちエコトゥリズム、グリーントゥリズム、農家民宿、ホームステイなど人と人の触れ合いを大事にするミニ観光を推進する。

さらにこのミニ観光の広域連携型（たとえば工房街道の取り組みのように）や、ミニ観光の拡大・発展型としてのミディ観光をいくつか作り出す。たとえば、天川村の洞川温泉は、修験道の行者の減少に対して、従来の講に頼った集客から、ジャラン等のネット活用型集客で新しい若いカップルの顧客層を開拓した。これは、従来のマストゥリズムではないが、かといって手づくり、地域おこし型の観光ではない。なにしろ、旅館だけで11軒、民宿を合わせれば、30軒の規模である。ミニ観光の振興・ミディ観光への発展が大切である。

## あとがきにかえて

ならまちで、まちづくり活動にかかわっている研究者である上田恵美子氏（ならまちづくりセンター理事）は、ならまちのような観光地を従来型の観光地と区別して、「まちづくり型観光地」と名付けている。

その共通する特色は、例えばイベントの実施においては、

- ① イベント会社に頼らない地元スタッフによるイベントが多い
- ② 観光客のためだけでなく、地元の人たちもイベントを楽しむ
- ③ イベントを通じて地元のスタッフと内外の様々な人との交流が生まれる（こともある）

と述べている。

このようなまちづくり型観光地は、本稿のミニトゥリズムやミディトゥリズムの地域と共通の要素を持っていると考えられる。

マストゥリズムがどこかで資本の論理を無視しえないのに対して、ミニトゥリズムでは資本の論理以外の要素が大きなウェイトを占めることも事実である。奈良の観光においては、そのどちらも重要であるが、少なくとも現在、マストゥリズムは質的に大きく変化していかざるを得ない。この時、ミニ観光、ミディ観光の発展が大きな影響を与える可能性がある。

## 参考資料

- ・奈良の将来ビジョンをつくるフォーラム実行委員会「奈良の将来ビジョン」（第1次提案）2011年
- ・同上「観光交流分科会 記録」2010年
- ・奈良のむらづくり協議会「奈良県観光地魅力向上調査」平成21年

- ・ 奈良県地域振興部文化観光局「奈良県観光客動態調査報告書」平成 20 年、21 年
- ・ 同上「奈良県観光の現状と取り組み」平成 22 年
- ・ 上田恵美子「まちづくり型観光地と場」近畿都市学会 平成 22 年
- ・ 奈良産業大学ビジネス学部主催シンポジウム「奈良の将来を考える」記録 『社会科学雑誌第 2 巻』 2010 年度
- ・ 工房街道推進協議会「工房街道」ホームページ
- ・ NPO 法人奈良元気もんプロジェクト「結び会－もう一つの奈良観光」ビレッジプレス

## 備考

奈良の将来ビジョンをつくるフォーラムの観光交流分科会は、2010 年 7 月～10 月に、3 回の会合を持ち、林信夫平城遷都 1300 年記念事業協会のプロデューサーをアドバイザーとし、村田武一郎奈良県立大学教授、麻生憲一奈良県立大学教授、野村幸治高取町 NPO 法人「住民の力」代表、中野聖子ホテルサンルート奈良専務取締役、北岡篤吉野町町長、紀埜弘道洞川温泉観光協会代表、浜浦義勲 NPO 地域創造政策研究センター幹事をはじめ多くの方から報告、提案をうけた。