

## 第2章 宇陀市の観光の現状と課題

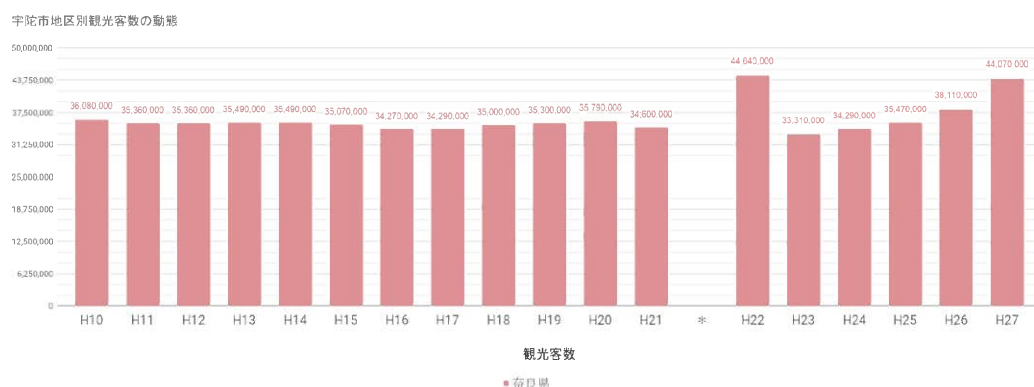
宇陀市の観光振興の現状をまとめます。現状や課題を理解することにより、現状に対する戦略的な観光基本計画を立てることが出来ます。宇陀市には豊かな自然、古い歴史、多様な文化があることは、広く人々の知るところです。

## 2.1 宇陀市の観光の現状の概要

本市の観光材の利用状況を分析します。近年、本市を含む奈良県東部の地域では、観光者数が増加傾向にあります。本市単体で見ると観光者数が若干減少傾向にあるものの、本市内「大宇陀」「菟田野」「榛原」「室生」の4つの地区の一部の観光施設では、観光者数が増加傾向にある場所もあります。観光促進に力を入れることでより観光事業の効果が見込めます。

### 2.1.1 奈良県全体からみる観光の推移

本市の観光の動向を、奈良県全体の観光動向に基づいてみると、観光者数は奈良県全体では、平成22年の約4464万人をピークとして23年に3331万人と大幅に減少し、その後は、徐々に増加している。27年には4146万人、28年には4407万人にまで達している。(奈良県観光客動態調査報告書より)。



資料：奈良県観光客動態調査報告書より作成。

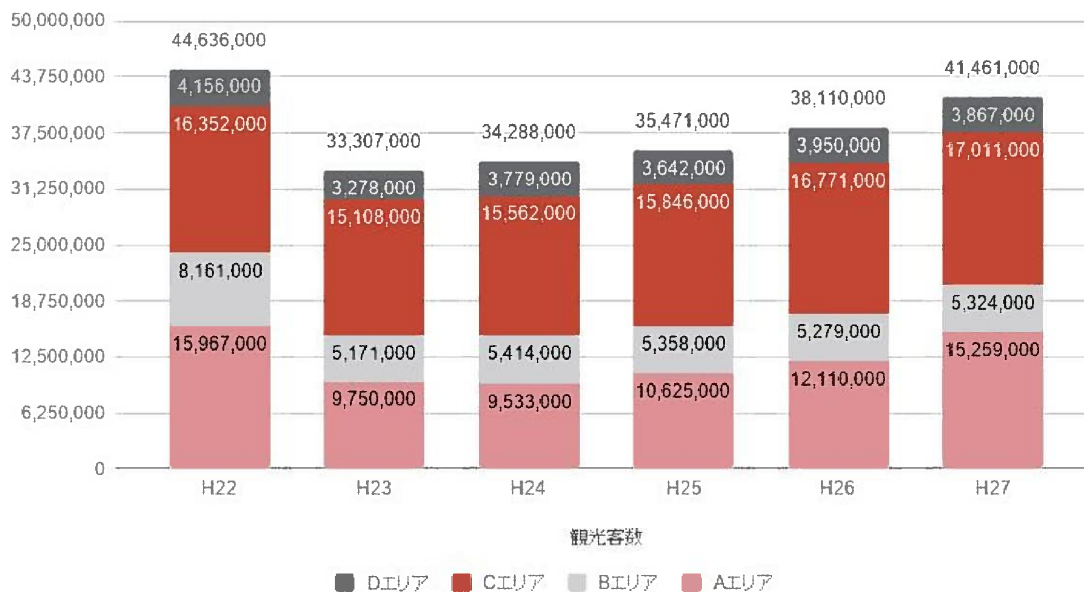
※1 平成22年4月から観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」に準拠し推計。それまでの各県独自の推計方法による調査から、観光地点の定義、調査方法等について全国統一の基準を採用し、他府県との比較が可能となった。従前は、地域ごとに入込客数の伸び率を算出し前年の数値に乘じる方法だったが、現在は観光地点やイベントごとの入込客数を調査、集計する方法に変更。

### 2.1.2 奈良県地域別観光の推移

次に、奈良県全体を4つの地域エリアに分けた統計の「奈良県地域別推計観光客数」をみると、C(県東部)エリアには、本市、天理市、橿原市、桜井市、曾爾村、御杖村、高取町、明日香村が含まれています。当エリアは、常に、他地域より観光者数が最も多いのですが、ほぼ横ばい状態が続き、近年になってわずかに増えています。

むしろ、県北部Aエリア(奈良市、生駒市、山添市)の25年以降の増加が、奈良県全体の増加を牽引しているようにも考えられます。

## 奈良県地域別観光客数推計



A	奈良市、生駒市、山添村	C	天理市、橿原市、桜井市、宇陀市、曾爾村、御杖村、高取町、明日香村、広陵町、河合町
B	大和高田市、大和郡山市、御所市、香芝市、葛城市、平群町、三郷町、斑鳩町、安堵町、川西町、三宅町、田原本町、	D	五條市、吉野町、大淀町、下市町、黒滝村、天川村、野迫川村、十津川村、下北山村、上北山村、川上村、東吉野

資料：奈良県地域別観光客数を元に作成。  
注：地域の説明は以下の表のとおり

資料：奈良県観光客動態調査報告書より作成。

### 2.1.3 宇陀市の観光者数の動向

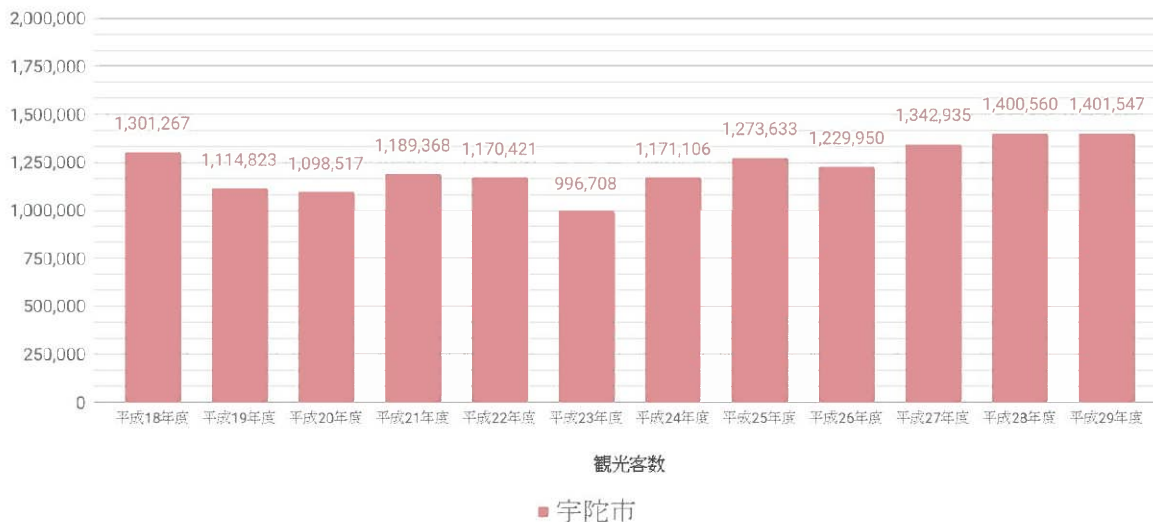
本市の観光者数は、平成18年130万人から22年まで横ばいに推移し、23年には99万人と減少します。ですが、24年から29年まで徐々に増加傾向に推移しています。このように、本市の観光者数は年によって増減があります。

本市には、歴史的な観光材や自然等の観光材があるものの、一時的にリピーターの満足度が低くなっている傾向があり、これが23年に影響していると考えられます。

しかしながら本市の観光者数の動向を総合的にみると増加傾向にあります。

これは、新しい観光施設（かえでの郷ひらら、うだアニマルパーク等）が建設されたり、新しい観光イベントを数多く行うなど、観光商品の開発やブラッシュアップを行うことにより、新規の観光者を取りこむ事に成功し増加傾向にあると考えられます。

宇陀市観光客数の動態



資料：宇陀市観光関連データより作成。

#### 2.1.4 地区の分類による動向

本市を「大宇陀」「菟田野」「榛原」「室生」の4つの地区に分けて、観光客数の動態を検討すると、平成19～22年の間では、「室生」は徐々に増加していますが、その他は減少傾向にあります。23年に全地区で大幅に落ち込み、翌24年には全地域で増加しています。そして、25年には「大宇陀」で約1.3倍の増加があり、さらに「菟田野」では3倍以上の増加があります。他の2地区がやや減少しているにもかかわらず、この2地域の大幅な増加が全体の増加を牽引していると考えられます。その後、「大宇陀」は27年まで減少の一途を辿っていますが、「菟田野」は低水準ながら、反対に増加の一途を辿っています。「室生」と「榛原」は、増減を繰り返しています。室生地区や榛原地区は自然の借景や景観観光による観光材が多いため天候等にも大きく影響されやすい傾向が強いため室生、榛原両地区は増減する傾向が強いと考えられます。

宇陀市地区別観光客数の動態



資料：宇陀市観光関連データより作成。

### 2.1.5 イベントの動向

本市の「イベント」動向分析では、「街並み関連イベント」「自然関連イベント」、「スポーツ関連イベント」の3つのグラフに分けて分析します。

その中でも、「自然関連イベント」では、「又兵衛桜」と「宇陀市榛原夏祭り花火大会」、「室生花火大会」、「大宇陀花火大会」が多くの人を集めていることがわかります。また、「スポーツ関連イベント」では、全国還暦野球大会や全国大学生軟式野球大会の誘致、自転車ツアー競技大会の開催に積極的に取り組み、市内外からスポーツ愛好家を 集めることで宿泊を伴う滞在型観光を促進したことにより「イベント」ではあるものの、通年を通して、多くの観光者を集めることができています。

### 2.1.6 施設別の動向

「公園」は、「鳥見山公園」に多くの観光者があることがわかります。いずれの公園も春季は最も観光者が多いと言えます。

「寺社 / 自然景観」は、「室生寺」は、本市の代表的な観光材であり、シャクナゲの季節、紅葉ライトアップの季節は特に観光者が多いと言えます。

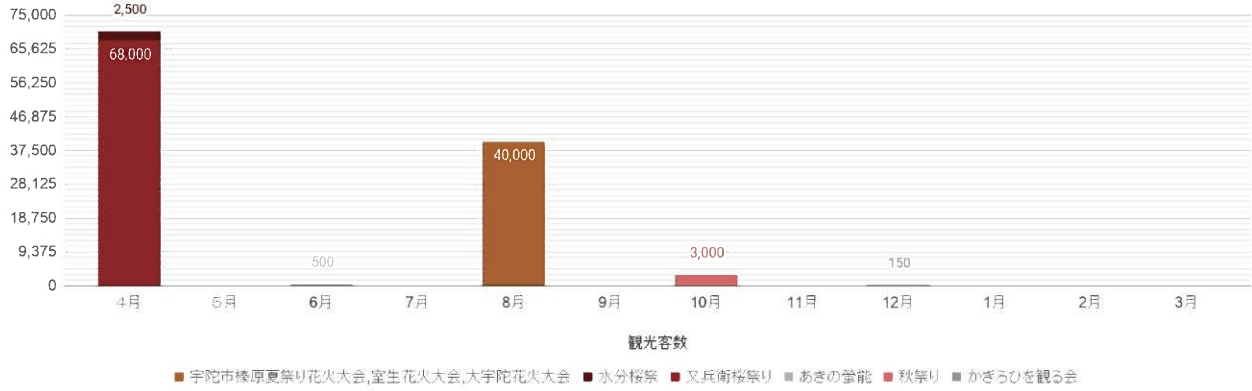
「伝建地区」は、通年を通して集客していますが、気候の穏やかな時期には、特に集客があることがわかります。

「歴史 / 文化施設」は、「うだ・アニマルパーク」と「かえでの郷ひらら」が数多くの集客をしています。

### 平成29年度 街並み関連イベント



### 平成29年度 自然景観関連イベント



### 平成29年度 スポーツ関連イベント

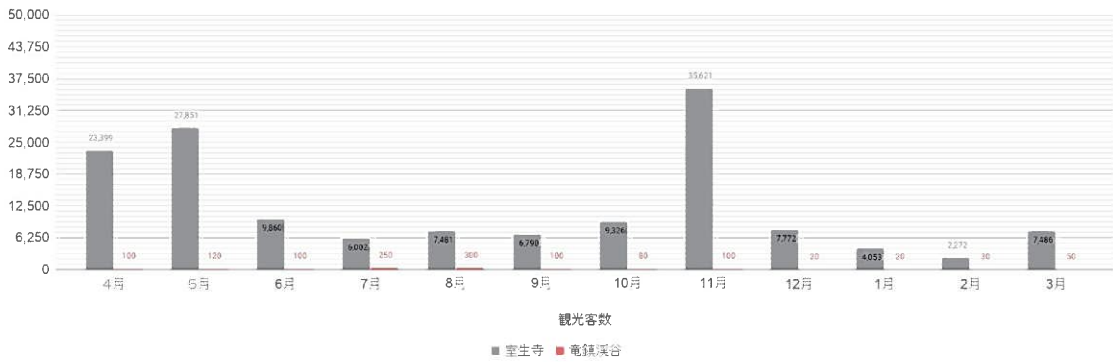


資料：宇陀市観光関連データより作成。

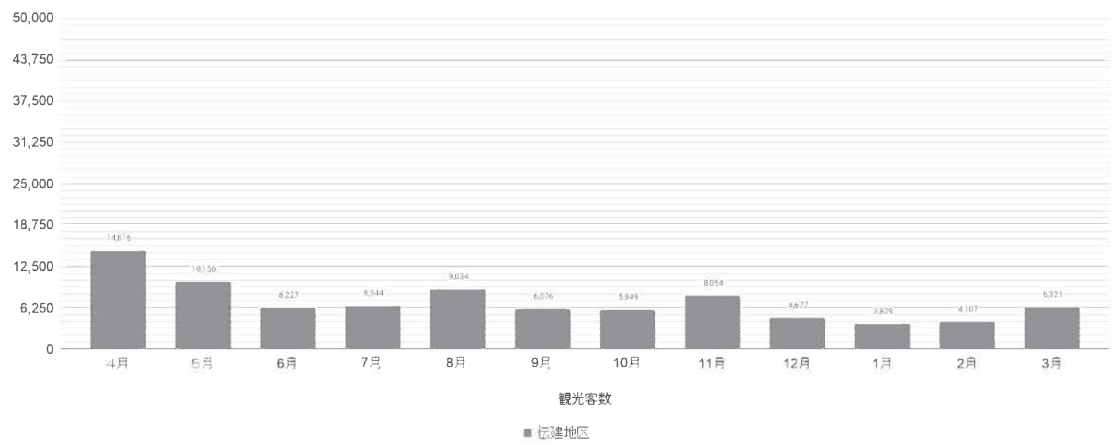
平成29年度 公園



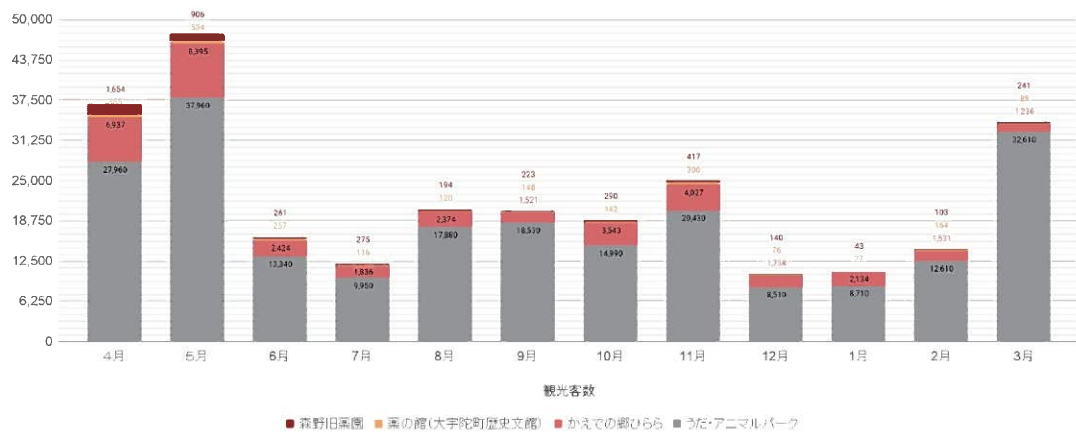
平成29年度 寺社/自然景観



平成29年度 歴史的街なみ



平成29年度 歴史/文化施設



資料：宇陀市観光関連データより作成。

### 2.2.1 室生寺アンケート調査の結果よりみる観光者のニーズ

2017年11月の紅葉シーズンの繁忙期の一週間に室生寺に来訪した人の内、期間限定で室生寺境内と周辺のスンプラリーに参加した人へのアンケートをのべ415名を対象に行いました。下記では、アンケートから得られた特徴とそれに対する観光振興に必要な視点を示します。

### 2.2.2 室生寺の観光者の特徴

室生寺の観光者の特徴（社会的属性）を性別・年齢・職種からみていきます。

性別は、男性よりも女性の方が多いたものの男女差に大差はない。家族・カップルなど男女混合のグループで来訪する人が多いです。現状を維持するのなら、家族・カップル向けなど性別を問わないプロモーションが効果的です。ただし、「女人高野」の別名を生かした女性向けのプロモーションも可能性を含めています。

年齢は、平均年齢約41歳、標準偏差±約13歳であることから、観光者は、30歳代・40歳代・50歳代前半の中年層が多いといえます。

職種は、会社員・公務員などの被雇用者が過半数を占めています。



### 2.2.3 室生寺の観光者に置けるリピーター特性

室生寺の観光者の特性の1つに初観光者と再観光者（リピーター、2回以上）の数がほぼ同数であることがあります。

室生寺近隣地域（奈良県・三重県）居住者は複数回の来訪経験があるものの、大阪府・京都府や、その他都道県の遠方地域からの観光者は初来訪の傾向があります。近隣地域に居住する複数回来訪したことがある観光者の中には、数えきれないほど日常的に訪れている、という回答も多くありました。地域住民にとって日常的存在の寺院としての性格もあると考えられます。

### 2.2.4 同行者の特徴

同行者は、家族での来訪が過半数です。ほぼ全ての人が、家族・友人知人・恋人など同行者を伴います。単独の来訪はごく少数です。

### 2.2.5 室生寺までの交通手段

室生寺までの交通手段は圧倒的に自家用車が多いです。道路・駐車場の整備・渋滞対策等自家用車での来訪に配慮した仕組みづくりが必要でしょう。同時に、少数派ではあるものの公共交通機関利用者に対する対策（バスの運行時間・頻度などの調整）も無視することはできません。

### 2.2.6 再来意欲

認知媒体（どのような手段（メディア）で室生寺の存在を知ったのか？）「知人友人」・「インターネット」が他の媒体と比較して多いです。良い口コミ（友人知人間の口頭での口コミとインターネット口コミサイト両方）が広がるようなイメージ戦略と、悪い口コミが発生しないようにすることが大切です。観光者にインターネットでの最新かつ有意義な情報発信が重要です。

### 2.2.7 再訪意欲

再訪意欲は、圧倒的多数の観光者に、「再び室生寺を訪れたい」があり、この点に室生寺への観光の価値を見いだすことができます。

### 2.2.8 観光者の室生寺に求める要素（来訪動機）

観光者の室生寺に求める観光要素（来訪動機）は、「自然風景の鑑賞」が突出して高い（紅葉鑑賞が影響している可能性大）です。次に「文化・歴史への接触」「写真撮影」の要素も高い評価を得ています。一方で、「イベントへの参加」「地元住民との交流」「ハイキング」「キャンプ」などの動的な活動はあまり観光要素となっておりません。ただし、これらの活動を「非常に重要」もしくは「重要」と答える観光者もあり、人により観光要素が大きく異なります。室生寺では歴史遺産や自然の鑑賞とそれらの写真撮影という、物見遊山的（比較的静的な）な観光活動が観光要素となる傾向があります。文化・歴史探索や自然（季節の花々、紅葉など）鑑賞など、山間部の寺社仏閣を訪れる観光者に典型的な観光要素が見出せました。これらをブランド価値として高めていくことが必要でしょう。一方で、地域の自然資源を生かした「ハイキング」や「キャンプ」も観光材の多様化を図るうえで効果的です。一方で、「イベント」は地域の自然・歴史・文化といった価値を高める効果があるものをより強化することが重要となります。

### 2.2.9 観光者が感じる室生寺の魅力（魅力度）

観光者が感じる室生寺の魅力（魅力度）は、「自然景観」に対する魅力が突出して高く、次に「文化・歴史遺産」に対する魅力もかなり高いです。「行事・イベント」「記念品（お守り・御朱印など）」「食事」は魅力的に感じられているものの、「自然景観」「文化・歴史遺産」と比べると相対的に低いといえます。そもそも、行事イベントに参加する・記念品を入手する・室生寺で食事をするという目的を持たずに来訪し、実際にそのような行動をとっていない可能性が高いようです。

観光者が感じる観光地の魅力は、その場所に対する満足につながります。観光地に対する満足度は、魅力で代弁することができます。このように「自然景観」「文化・歴史遺産」に対して魅力を感じ、またそれらに満足しているように、「自然風景の鑑賞」「文化・歴史への接触」が強い観光動機であることから、動機を十分に満たすことが出来ていると解釈できます。これは、再訪意欲や室生寺来訪の全般的満足度にもつながっています。室生寺の歴史的価値の周知の高さが影響し、このような評価を得ています。

## 2.3 室生寺観光者の分類と観光動機・満足等の相違

### 2.3.1 室生寺観光者の分類（典型的な室生寺観光者の抽出）

Two Step クラスタ分析を使用し、年齢・性別・居住地（以上社会的属性）・同行者・過去の来訪の有無（以上観光者の特徴）を変数として、室生寺観光者を数種類に分類した（簡単に言えば、室生寺を訪れる「典型的な」観光者を数パターン見つけ出した）結果、以下の2種類のタイプ（クラスター）に分類できた：これを典型的室生寺観光者とします。

クラスター1：家族で観光する中高年層地元住民（約6割）  
（複数回来訪、中高年層、家族、奈良県または三重県在住者）

クラスター2：友人・恋人と観光する若年層（約4割）  
（初来訪、若年層、友人・恋人、京都府または大阪府在住者）

### 2.3.2 典型的室生寺観光者が室生寺に求める要素（インパクト・動機）と相違

「自然風景の鑑賞」と「写真撮影」は、クラスターに関わらず重要な動機でです。しかし、クラスター1よりもクラスター2の方がこれら二項目を重要視しています（二群間に有意差あり）。つまり、クラスター2の観光者の方が、紅葉の鑑賞とその写真撮影をより重要視しています。「文化・歴史遺産への接触」は二群間に有意な差はないが、両クラスターとも重要な来訪動機となっています。

### 2.3.3 2種類の典型的室生寺観光者それぞれが感じる室生寺の魅力と相違

どの魅力の項目（「自然」「文化」「場所（雰囲気）」「気候」「イベント」「記念品（お守り・御朱印等）」「食事」）もクラスター1と2で同じような評価をしており、どちらとも、「自然」と「文化」に対する魅力評価が高いです。

### 2.3.4 2種類の典型的室生寺観光者それぞれが感じる室生寺のイメージと相違

クラスター2の方がクラスターよりも、室生寺は「楽しい」場所、「新しい」場所、さらに「綺麗な」場所、とイメージしている（二群間の有意差あり）。ただし、クラスター1であっても、室生寺は「楽しい」場所、「綺麗な」場所とはイメージしている（クラスター2の方がその度合いがより高い）。

### 2.3.5 典型的室生寺観光者それぞれが感じる室生寺の観光サービス満足度と相違

両クラスターとも「物価」について一応の満足はしているものの、クラスター2の方がクラスター1よりも満足度が高い（二群間に有意な差がある）です。クラスター1の中高年層は、室生寺入場料をはじめとする地域内の価格に対してより厳しい態度をとっていると考えられます。両クラスターとも「室生寺までのアクセス」（道路状況や公共交通機関の運行頻度など）については満足とも不満とも言えない中間の評価を取っていますが、クラスター1の方がクラスター2よりも評価が高い（二群間に有意な差がある）です。クラスター1の観光者は地元住民で複数回来訪経験があることから、クラスター2の初めて遠方から来る観光者と比較して、室生寺までのアクセスを負担と感じていないと考えられます。

### 2.3.6 典型的室生寺観光者それぞれが感じる室生寺の全般的満足度と相違

両クラスターとも室生寺の全般的な事柄について満足しているものの、クラスター2（「友人・恋人と来訪する若年層観光者」）の方がクラスター1（「家族で来訪する中高年層地元住民」）よりも評価が高い（二群間に有意な差がある）です。

クラスター1の観光者は地元住民で複数回来訪経験があることから、昔の室生寺の姿や近隣の他の寺社仏閣について詳しく、過去の室生寺やほかの寺社仏閣との比較が可能のため、クラスター2の初めて来る観光者として来る観光者と比較して、より室生寺全般の満足を厳しく評価していると考えられます。

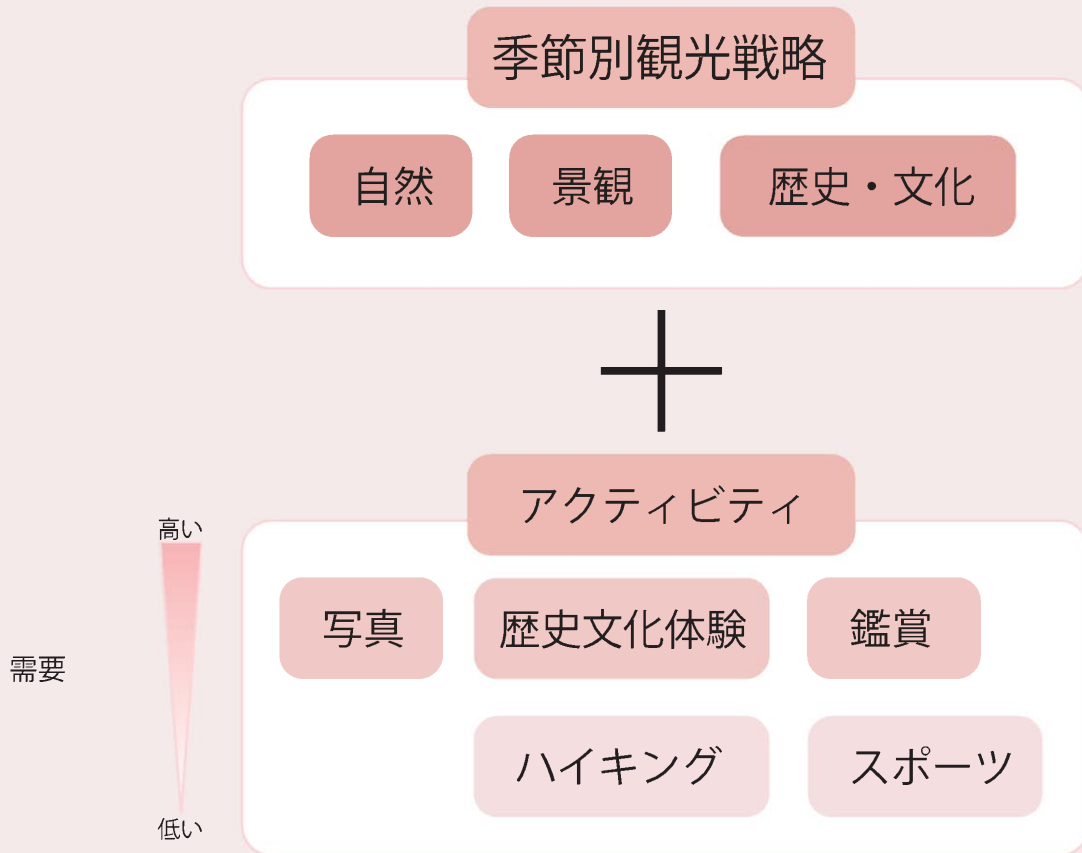
### 2.3.7 室生寺観光者アンケート調査の結果から考える宇陀市の観光戦略の将来像

本市の観光材は、高原の自然景観と歴史・文化遺産が観光者にとって魅力であると思われています。またこれらに基づく写真撮影、体験、鑑賞といったものが主な目的とされ、次にハイキングやスポーツが続きます。これらを主要観光材とした上で、本市にある地域資源を活かし観光材としての付加価値を持たせることが重要です。

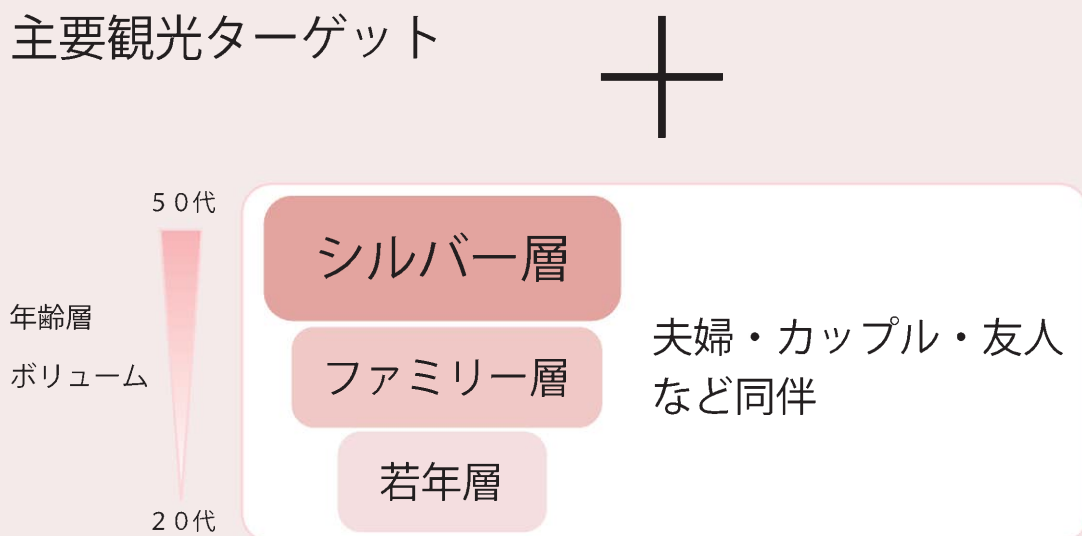
これらの観光材を「家族で来訪する中高年層地元住民」、「友人・恋人と来訪する若年層観光者」を現状の観光振興の主要ターゲットとし、観光振興を戦略的に進める必要があります。

\*クラスター1（「家族で来訪する中高年層地元住民」） \*クラスター2（「友人・恋人と来訪する若年層観光者」）

## 主要観光材



## 主要観光ターゲット



## 2.4 宇陀市観光の既存施策状況の概要

本市で取り組んでいる観光振興の現状を示します。これにより、現在本市で具体的にどのような観光振興を進めているのかについて理解を深めることができます。今後の観光施策の組み立ての際に、現状の観光実施事業をどのように連携させることで、より効果の高い観光振興に取り組むことができるかなど検討しやすくなります。

### 2.4.1 宇陀市観光の既存施策状況

本市の観光振興について、平成 26 年から 29 年度の主な取り組みは以下のとおりです。

項目	実施事業
広告・プロモーション関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・FACEBOOK・宇陀市観光協会、本市のホームページでの情報発信</li> <li>・各メディアミックス発信 （TV番組・報道番組・地元TV・ラジオ・新聞・タウン誌・雑誌・専門誌等）</li> <li>・各種ポスター、パンフレット作成。</li> <li>・観光PRグッズ作成（ロールバナー作成等）</li> <li>・記紀万葉キャンペーンソング作成・インバウンド観光パンフレット作成</li> <li>・都市部観光キャンペーン開催・新聞広告・雑誌広告掲載</li> <li>・記紀万葉講習会開催</li> </ul>
各種サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・団体旅行誘致促進事業</li> <li>・室生門前町周遊食べ歩きクーポン</li> <li>・大宇陀重伝建造地区食べ歩きクーポン</li> <li>・プレミアム商品券事業</li> </ul>
ハード面整備関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大宇陀松山地区W I - F I 設置事業・室生寺石楠花植栽</li> <li>・仏隆寺彼岸対策花植栽・室生寺獣害対策柵設置</li> <li>・仏隆寺獣害対策柵設置・青蓮寺獣害対策柵設置</li> <li>・菟田野水分神社植栽・額井岳展望台撤去</li> <li>・仏隆寺前水車小屋修繕・各観光看板修繕設置</li> <li>・各観光トイレ修繕・近鉄榛原駅前観光案内所運営</li> </ul>
イベント関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・はいばら花火大会他各夏祭り・各地域桜祭り</li> <li>・榛原あいさこいさまつり・あきの蛸能</li> <li>・インカレ軟式野球全国大会（ST）・はいばら花火大会他各夏祭り</li> <li>・宇陀市長杯還暦野球大会・うたの秋祭り他各地域秋祭り</li> <li>・室生寺紅葉ライトアップ・おじいちゃんの甲子園大会（還暦野球）</li> <li>・かぎろひを観る会・産業フェスタ・毛皮革フェア</li> <li>・大和富士登山大会・宇陀シテイマラソン</li> </ul>

実施事業項目では、「広告・プロモーション関連」、「各種サービス」、「ハード面整備関連」、「イベント関連」、「特産品関連」、「人材育成」、「広域的な取り組み」、「インバウンド関連」の各事業項目ごとに実施事業をあげて整理しています。これを整理することで、各事業項目ごとに具体的な取り組みを把握することができます。本観光振興を進めるにあたり、それぞれの事業を連携させることで、より効果のある観光振興ができるでしょう。

しかしながら、より効果のある観光振興のためには、現状の実施事業への分析を必要とし、「今までの取り組みには、どのような特徴があったか?」、「今までの取り組みでは、どのような点が不足しているか?」、「今度、今までの不足を補うためにどのような施策が必要なのか?」を明確にする必要があるでしょう。

項 目	実 施 事 業
特産品関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特産品・名産品認定事業</li> </ul>
人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ボランティアガイド育成</li> <li>・観光協会への補助金（人材育成事業あり）</li> </ul>
広域的な 取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大和高原観光振興協議会・中中和広域観光協議会</li> <li>・ENN（東奈良・名張）マーケティング・ツーリズム</li> <li>・東大和・西三重観光連盟・奈良県ビジターズビューロ</li> <li>・奈良県インバウンド促進協議会・歴史街道促進協議会</li> <li>・室生赤目国定公園協会</li> <li>・宇陀温泉郷</li> <li>・桜井・宇陀広域連合 各種団体との連携</li> </ul>
インバウンド 関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・奈良県観光局、奈良県ビジターズビューロ、ENN等の各広域観光連盟</li> <li>・近隣市町村とも連携・インバウンド観光</li> <li>・英語、韓国語 中国語観光パンフレット作成（ネットでダウンロード可）</li> <li>・英語によるフェイスブックの発信、インターネットHPなどによる外国語発信は好評</li> <li>・インスタグラムの発信、情報サイトへのポータルサイトへの発信</li> <li>・地球の歩き方のFBで仏隆寺のキャンペーンを行う。・奈良県猿沢インで情報発信、</li> <li>・奈良新聞でインバウンドタブレット紙に市内の観光地を掲載し関空等公共の場所にてインバウンドの情報発信</li> </ul>