

観光地「奈良」の可能性

3年2組16番 鈴木 里奈

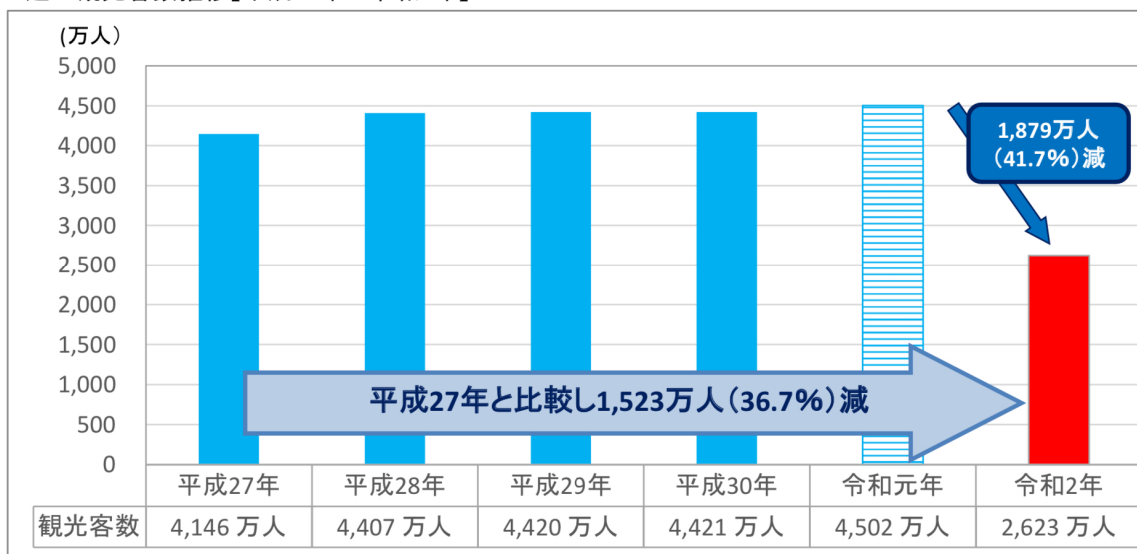
1. はじめに

私はニュースを見ていて、新型コロナウイルスの拡大により、今、観光業に大きな影響を与えていることを知り、そこから観光に興味を持った。また、奈良の観光客が少ないのには何か他に原因があり、それが何かを深く考えたいと思った。この二つの点から、新型コロナウイルスがあるなかで、地元「奈良」の観光業をどのようにして盛り上げるのか、探究しようと思う。

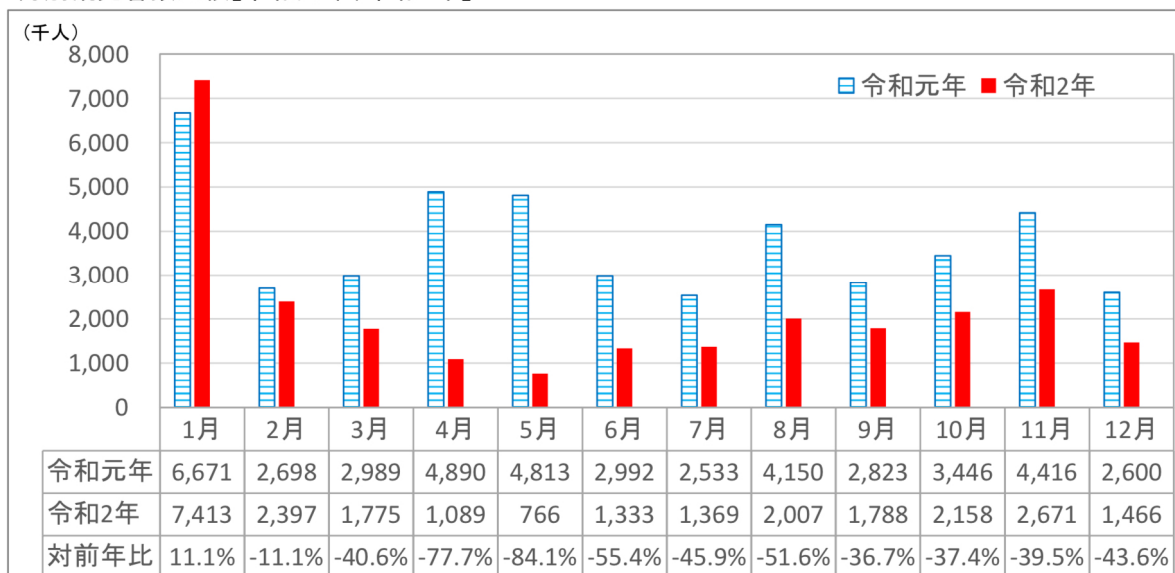
2. 序論

そこで、「観光客減少を解消するためにはどうすれば良いか」という問いを立てて探究していこうと思う。まずはじめに、奈良県の観光客数の現状について奈良県公式ホームページと、日本政府観光局でとられた統計から読み取り、観光客減少の原因を推測する。

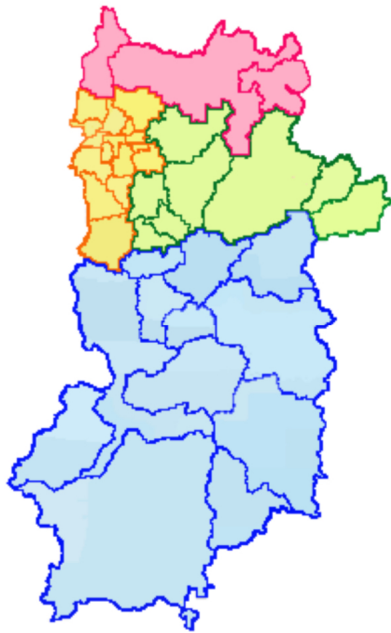
延べ観光客数推移【平成27年～令和2年】



月別観光客数比較【令和元年、令和2年】



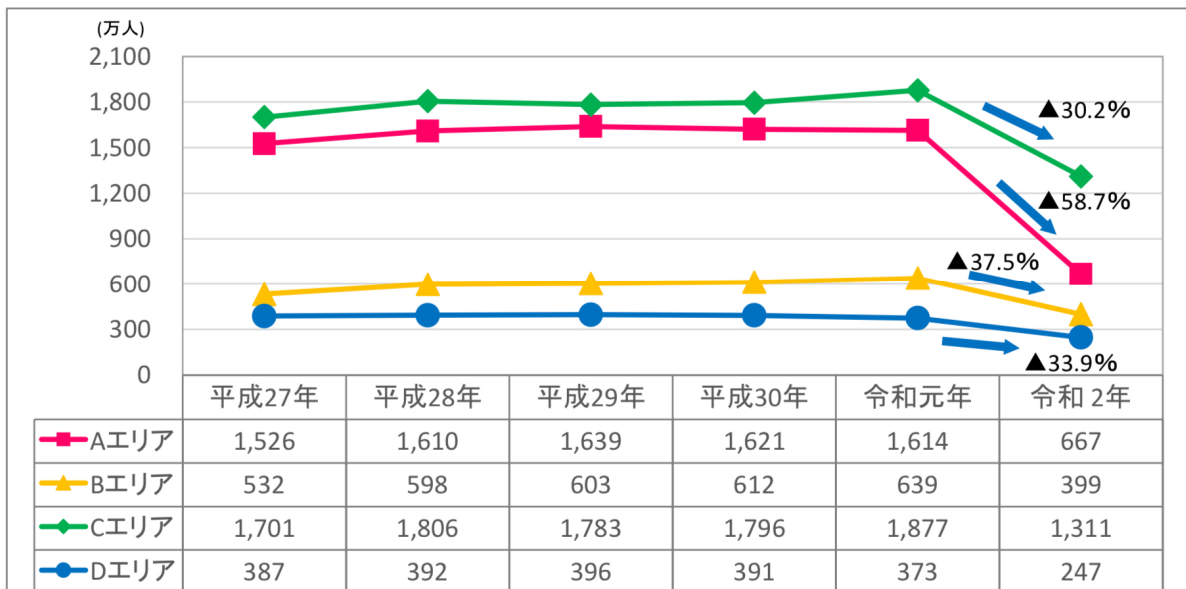
奈良県公式ホームページにある、令和2年奈良県観光客動態調査報告書によると、令和2年の奈良県観光客数は2,623万人で、前年比1,879万人(41.7%)の減少となった。平成27年と比較すると1,523万人(36.7%)の減少となった。また令和2年結果を月別にみると、令和になって初めて元旦を迎えたこともあり、1月は前年を上回る観光客数となったが、新型コロナウイルス感染症拡大にかかる政府の緊急事態宣言の発出により、4月から5月は観光施設の臨時休業やイベント行事の中止等の影響を受けて大きく落ち込んだ。緊急事態宣言解除後も、県境をまたぐ移動自粛の呼びかけや、各観光施設における休園・休館や営業時間の短縮等により、昨年を下回る結果となった。



A (県北部)	奈良市、生駒市、山添村
B (県西部)	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、上牧町、王寺町、広陵町、河合町
C (県東部)	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
D (県南部)	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、東吉野村

-2-

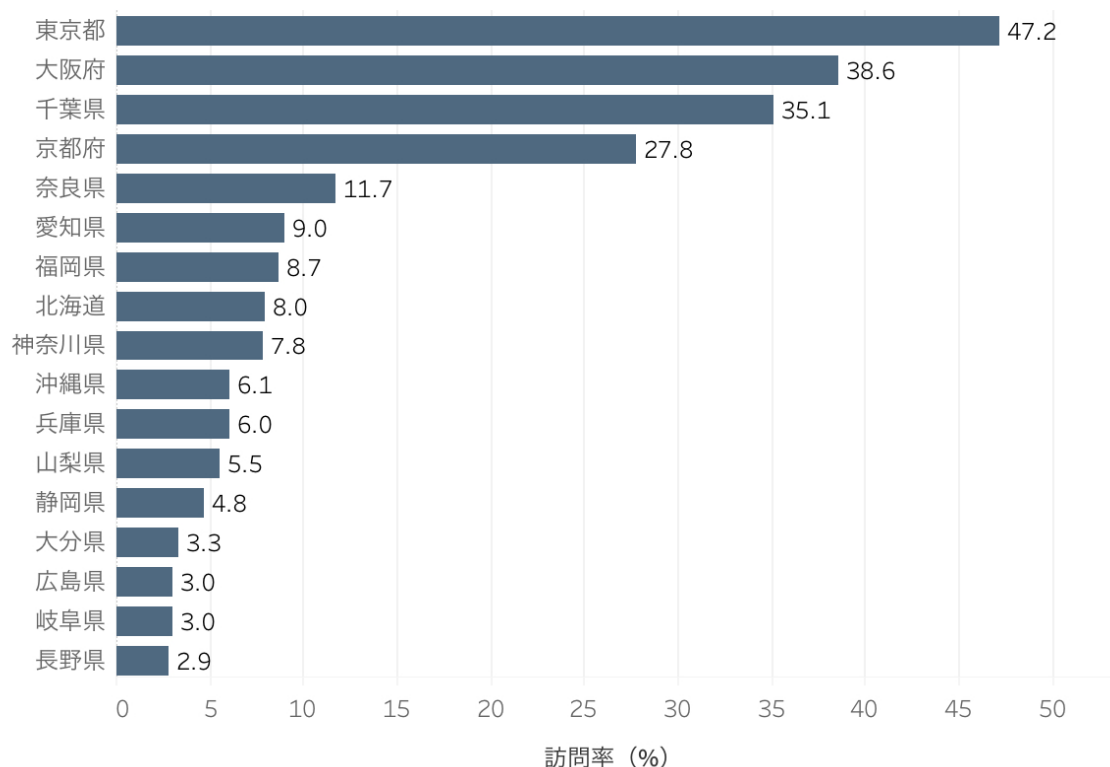
エリア別観光客数の推移【平成27年～令和2年】



また、奈良県を四つのエリアに分けてとられた、平成27年から令和2年までの観光客数の推移のグラフを見ると、県北部では、新型コロナウイルス感染症の影響により、年間を通しては58.7%の減少。訪日外国人観光客の大幅な減少や奈良市での「なら燈花会」や「奈良マラソン」などの大型イベントの中止が大きく影響した。ここ5年間では、訪日外国人観光客の大幅な増加や、春日大社における第六十次式年造替、興福寺中金堂落慶などにより賑わいをみせていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により減少に転じた。県西部では、新型コロナウイルス感染症の影響により、年間を通しては37.5%の減少。大和郡山市での「お城まつり」の中止や、社寺の客数減少などが影響した。一方で、道の駅や馬見丘陵公園など前年と同様の賑わいのあった観光地点もみられた。ここ5年間では、馬見丘陵公園の来場者数の好調な推移や、平成30年4月の「唐古・鍵遺跡史跡公園」のオープン、信貴山エリアへの訪日外国人観光客の増加などで賑わいを見せていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により減少に転じた。県東部では、新型コロナウイルス感染症の影響により、年間を

通しては30.2%の減少。「令和」改元以降、関係施設や社寺で賑わいをみせていたが、新型コロナウイルスの影響による花火大会の中止や、社寺の客数減少が影響した。ここ5年間では、平成28年9月の「キトラ古墳壁画体験館 四神の館」のオープンや、飛鳥・山の辺などエリア全体への訪日外国人観光客の増加など賑わいを見せていたが、新型コロナウイルス感染症の影響により減少に転じた。県南部では、新型コロナウイルス感染症の影響により、年間を通しては33.9%の減少。キャンプ等のアウトドア需要の高まりや、3密の回避につながる、自然が多い地域への訪問意向の高まりと合わせ、一部のキャンプ場や道の駅などでは前年と同様の賑わいのあった観光地点もみられた。ここ5年間では、路線バス運賃キャッシュバックキャンペーンの実施や近鉄の観光特急「青の交響曲」の運行開始もあり、エリア全体としては観光客数を維持していたが、新型コロナウイルス感染症の影響により減少に転じた。この結果を見るとどのエリアも新型コロナウイルスの影響を大きく受けていることがわかる。また、イベントの中止により観光客が減少していることから、新型コロナウイルスの出現前は、多くの人々がイベントに参加していたことがわかる。次に、視野を広げて日本全国に目を向けて考えた。

2019年 都道府県別訪問率ランキング（全体・全体）



日本政府観光局の「2019年 都道府県別訪問率ランキング」によると、旅行やレジャーを目的として訪問する観光客数は、大阪府が43.4%で一位。次いで、東京都が42.4%、京都府が32.8%、千葉県が32.3%となっている。奈良県は第5位で14.3%と4位である千葉県と約20%の差がついていることがわかる。また、奈良県の順位は年々上昇しているが、上位4都府県を超えることはできない。その原因として次のようなことが推測できる。東京ディズニーリゾートや、ユニバーサルスタジオジャパン、浅草寺などといった目玉となる有名な観光スポットがない点。他の有名観光地を多くもつ大阪府と京都府が隣にあるといった地理的な問題。知

名度が低い点。私はこのなかでも「知名度が低い」という点に注目して、原因や、それに対する解決策を考えようと思う。それには奈良の観光に関するアンケート調査と、既に地域に関して活動されている方にインタビューをすることが有効的であると考えた。独自に行ったアンケートから得た回答をもとに知名度の低さを調査し、また実際に奈良で「その地域だからこそできる」活動を行なっている方にお話を伺い分析を行おうと思う。

3. 本論

今回私はココ・デ・テアトルさんにお話を伺った。なぜ私がココ・デ・テアトルさんに注目したかという点、新たな形で「地域」というものにアプローチして活動を行なっていたからである。ココ・デ・テアトルさんは「町や人や建物が持つ“記憶”と“物語”をお借りして演劇をつくり、その場所だけの新しい表現を目覚めさせるプロジェクト」を行なっている。そんなココ・デ・テアトルさんならではの地域に寄り添った特徴が三つある。①その土地に住む方にインタビューをし、いま現在の思いや、過去の思い出を題材に、オリジナルの脚本を書き起こす。②一般的な劇場ではなく、古い遊休資産を再活用した施設、あるいは宿、カフェ、お寺、街角など、日常が根付く場所を舞台に上演する。③役者経験の有無に関わらず、その土地の方も出演者としてお迎えする。①、②はまさに地域に密着し、普段では見たり感じたり出来ないその土地や建物の、ありのままの姿を劇を通して伝えていることが分かる。③ではその土地の方が実際に出演することで、よりリアルな演劇で、そしてリアルを観客に率直に伝えることができると思った。また、ココ・デ・テアトルさんは、ある地域にちなんだ舞台をただ単に行なうだけでなく、地域の方と楽しみたいという思いも持ちながら活動されている。では、何を地域の方々と楽しみたいか。①町と自分の記憶を重ね合わせる。身近な人の思い出を題材とした演劇が、自分の似たような思い出をもよびおこし、振り返ることができるということである。②日々の暮らしの中にドラマを見つける。地域の人にとっての日常もとても眩しいものとして、一般的に上演されている大きな劇場でなくても味わえる、エンターテイメントを、これからの時代のために、大切にしている。③地域のお店とのタイアップ。その地域で売られている特別な商品を劇中の小道具として使用し、終演後に販売する。劇中に出た料理などが実店舗に行けば味わえるなど、上演日その場限りで終わるのではなく、上演後もその土地を訪れたいと思わせるきっかけをつくっている。さらに、パンフレットに商品カタログを載せたりすることで、その町の名物を観客の方とも共有できる雰囲気づくりに励んでいる。このような活動は、地域に寄り添い、その町に眠っている姿をもう一度呼び起こすことで、色褪せずその地域や町の思い出を後世に伝えていくことができる、持続可能な取り組みであるといえるだろう。

次に、独自で行ったアンケート結果とそれから推測されることを述べる。

「奈良」といえば何を思い浮かべるか？

鹿	21
大仏	7
寺・神社	4
奈良公園	1

古墳	1
----	---

一つ目の質問「奈良といえば何を思い浮かべるか？」この質問で最も多かった回答は鹿である。続いて2番目に大仏、3番目に東大寺や春日大社といったお寺や神社である。その他の回答に、古墳や五重塔があった。全体的に歴史的建造物のイメージが強いことが分かった。なぜ歴史的建造物のイメージが強いのか。それは、歴史の授業などで奈良県はかつて都であったということを学んでいるからではないかと思う。また、テレビで奈良が放送される時に、奈良公園の鹿や、大仏が大きく取り上げられるから、多くの人の記憶に残りやすいと推測する。

奈良で行われるイベントの中で好きなイベントは何か？

燈火会	13
わからない	8
瑠璃絵	4
若草焼き	1
お城祭り	1
金魚すくい大会	1

二つ目の質問は「奈良で行われるイベントの中で好きなイベントは何か？」この質問で最も多かった回答は燈火会だった。そして2番目に多かった回答が「わからない」である。他には、瑠璃絵や若草焼きや、大和郡山市で行われるお城祭りや金魚すくい大会といった回答が寄せられた。この結果で最も注目したいのは、2番目に、わからない、何があるか知らない、思いつかないといった回答が多いことである。この結果は、序論で述べた「知名度が低い」という仮説を裏付けているといえるだろう。

4. 結論

ここからはこれまでの現状や課題を踏まえて、私が考えた問題解決策を1つ提案したいと思う。それが、「奈良に行くならキャンペーン」の実施だ。これは、指定された奈良の施設や観光スポット、イベントに行くと、特典をもらえるというキャンペーンである。また、オンラインツアーからの参加でも、ちょっとしたプレゼントをもらえる。このキャンペーンで、奈良の観光客数を増やすのはもちろん、まだあまり有名でない観光スポットをキャンペーン対象地点に指定することで、そこに観光客が訪れて、より奈良の魅力を伝えることができることが予測される。現地だけでなく、オンラインツアーでもこのキャンペーンを実施する意味としては、より多くの人に奈良のことを知ってもらうことだ。どこにいてもインターネット上で奈良を知ってもらえるのは、オンラインならではのメリットだと思う。字幕をつけるなどの工夫をして、外国の方向けに発信してくとお良いと思う。また、めったに見れない

ような奈良の絶景などもカメラにおさめておくことで、いつでもどこでも見れるようになり、よりオンラインツアーの需要が高まると思う。この、「奈良に行くならキャンペーン」は、決まっていないことが沢山あり、実現にはほど遠い。そこでこの解決策を実現させるために、私たちができることとして3つのことがある。1つ目がコロナ禍でも観光客が来てくれるような施設やイベントを考えること。二つ目が、どんな特典をもらえたら嬉しいか考えること。三つ目はどこでオンラインツアーを行うか考えること。この3つのことを考える上で、奈良に住んでいる側、観光客側、両方の立場になって考えることが大切である。そして最終的にはこの3つをまとめることで、奈良の歴史や自然など多くの魅力をアピールすることができると思う。

5. おわりに

独自で行ったアンケート結果から、奈良には奈良にしかない魅力がたくさんあるのに、その魅力を伝えることができていない現状を知りとてももどかしさを感じた。だが、コロナ禍でも奈良の魅力を発信する方法を考えたことで、奈良はまだまだ知名度を向上させることができると感じた。今回考えた解決策は規模が大きいため実現には至らなかったが、小さなことは誰でもできると思う。そのため、SNSなどを通じて奈良の魅力を少しずつ発信していくのが大切だと思った。

6. 参考文献・出典

・奈良県公式ホームページ (C) 2013 Nara Prefecture 「令和2年奈良県観光客動態調査報告書」

(<https://www.pref.nara.jp/secure/15577/koukai%20reiwa2nenn%20doutai%20.pdf>)

9/26

・ココ・デ・テアトル

(<https://www.coco-de-theatre.com/>)

・西村邸

(<https://nishimuratei.com/>)

・日本政府観光局 © 2018 Japan National Tourism Organization 日本の観光統計データ「都道府県別訪問率ランキング」

(<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--prefecture--ranking>)

9/26