

## 「奈良に対する期待感」をめぐる分析

### —— これからの奈良観光のかたち ——

遠藤英樹

#### I はじめに

奈良の観光情報誌や観光パンフレットといった観光メディアを見ると、「歴史」「伝統」「自然」といったイメージが絶えず描きだされている。地域はつねに重層的かつ多声的に生成し続けるものであるにも関わらず (Althusser 1965=1994、Bakhtin 1963=1995)、そうしたステレオタイプ化されたイメージが固定的に奈良という地域のあり方を大きく規定してしまっているのではないか。奈良という地域をデザインしていくためには、こうしたステレオタイプ化されたイメージをいったん解き放ち、これからの奈良観光のかたちを今一度模索し直す必要があるだろう。

そこで本稿では、1997年5月から1998年4月にかけて実施された街頭面接調査のデータを用い、これからの奈良観光のかたちについて考察を展開していきたい。特に以下では、「奈良に対する期待感」をたずねた調査項目を中心に考察が展開されるが、そうすることでステレオタイプ化されたイメージからではなく、人びとが質問紙に投影する、奈良という地域に対する想いを基点に奈良観光のかたちを模索できるのではないだろうか。

#### II 街頭面接調査の概要

ここでまず、「街頭面接調査」の概要について述べておきたい。調査の概要は、以下の通りである。

【調査期間】1997年5月～1998年4月

【調査法】調査地まで調査員を派遣して行う面接調査

【調査地】①奈良市 (東大寺、ならまち格子の家、薬師寺)

②生駒・信貴 (宝山寺、信貴山、のどか村)

③大和郡山 (矢田寺)

④斑鳩 (法隆寺)

⑤山の辺 (長岳寺)

⑥二上・当麻 (道の駅)

⑦金剛・葛城 (葛城山、葛城古道)

⑧月ヶ瀬 (月ヶ瀬駐車場)

⑨山添 (めいめい牧場)

⑩明日香・橿原 (石舞台、近鉄橿原駅)

⑪室生・長谷 (室生寺)

⑫曾爾 (きずなの里)

⑬吉野山 (吉野ケーブル)

⑭十津川（道の駅）

⑮黒滝（道の駅）

⑯大台ヶ原（大台ヶ原）

【調査対象者】各調査地を訪れていたツーリスト

（但し、この調査では分析の対象を日本人ツーリストに限定している）

【調査対象者数】7,959名

【謝 礼】各調査対象者にボールペンを進呈

### Ⅲ 「奈良に対する期待感」の分類

以下では、これらの「街頭面接調査」における「奈良に対する期待感」の質問諸項目を中心として考察をすすめていく。質問紙中で「奈良に対する期待感」をたずねている項目としては、問8の①～⑩の項目が挙げられるが、それは以下のようなものである。

- ① 質の高いサービスを提供する宿泊施設
- ② 便利でリーズナブルな交通機関
- ③ おいしい郷土料理の提供
- ④ 神社や仏閣などの文化財
- ⑤ 山や川などの自然とのふれあい
- ⑥ 他所にはない刺激的な観光ルートの提供
- ⑦ 楽しいショッピング施設の提供
- ⑧ スポーツも含めたレジャー施設の充実
- ⑨ 歓楽街など娯楽の場の提供
- ⑩ 「古き奈良」を懐古できる文化施設（博物館・美術館など）

問8では、これら10個の項目に関して「あなたは、奈良にどれくらい期待できますか？」とたずね、回答の категорияとして「全く期待できない」「あまり期待できない」「まあまあ期待できる」「とても期待できる」の4分法を採用している。以下では、これら10個の質問項目に対する回答のパターンを分析し、人々が奈良に対して何を期待しているのか、その仮説を真鍋（1995）の分析方法に沿いながら提示してみたい<sup>1)</sup>。

そこでまず、問8の①～⑩に対する回答の категорияとして採用していた、「全く期待できない」「あまり期待できない」「まあまあ期待できる」「とても期待できる」の4分法を2分法に変更することにした。すなわち「否定的な回答」を示す始めの2つの categoriaを統合し「期待できない」とし、「肯定的な回答」を示す後の2つの categoriaを統合し「期待できる」としたわけである。

次に、そうやって2分法とした「期待できない」と「期待できる」の categoriaで、特に「肯定的な回答」を示す categoriaである「期待できる」に対する%を比較する作業を行うことにした。その結果が図1である。

こういった比較の方法にそれほど大きな難点がないと判断したのは、以下2つの理由による。①第一に、回答の全体的な傾向をとらえる上で、categoriaを統合する方がよりバイアスが少なくすむ。②第二に、たとえ4分法のまま「とても期待できる」の%だけを比較したとしても（図2）、その結果は図1と大きく変動するものではない。

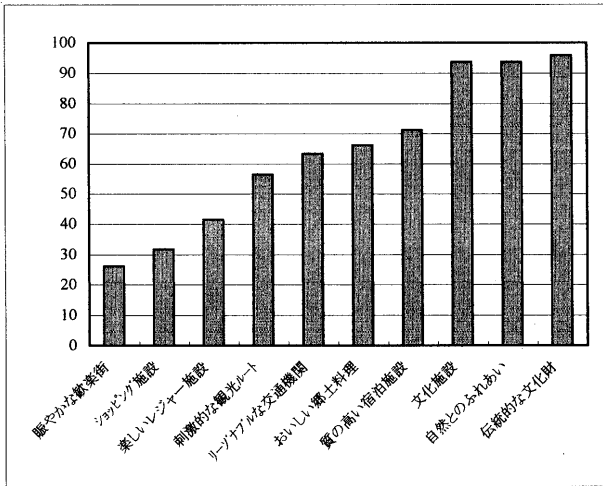


図1 問8における「期待できる（とても+まあまあ）」の%

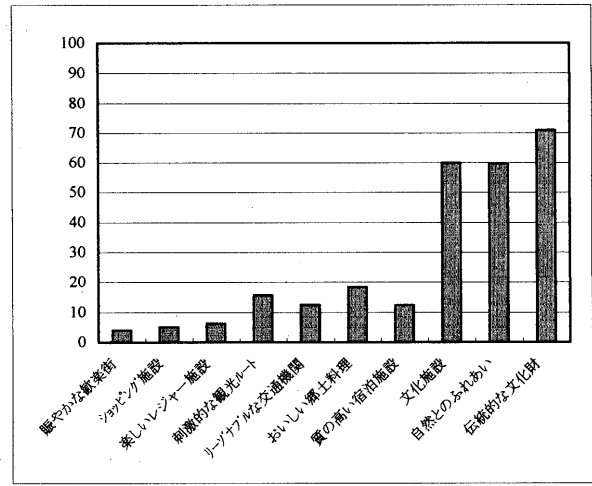


図2 問8における「とても期待できる」の%

そこで図1の方を見ていくことにすると、問8の①～②の質問諸項目は、「期待できる」の%に基づいて、「神社や仏閣」「文化施設」「自然とのふれあい」のグループと、それ以外のグループに分けることができるだろう。前者のグループは「期待できる」の%が90%を越えるほどであるのに対して、後者のグループは最も高いもので70%を少し越える程度である。

これら前者の「神社や仏閣」「文化施設」「自然とのふれあい」といった3つの項目は、従来から奈良の魅力と考えられてきた要素である。これらにおいて、「期待できる」の%が他と比べて高くなっているのである。

しかしながら、これをもって人々が奈良へ期待しているものが、「神社や仏閣」「文化施設」「自然とのふれあい」といったような要素だけだと結論づけることは尚早だと思われる。たとえ現在は数値としてそれほど大きくなくても、質問紙という鏡を通して奈良の未来像が《萌し》として映し出されているのだとすれば、それを発見することも質問紙調査の重要な目的のはずである。

すなわち質問紙調査にあっては、回答者の意識的に行っている反応を単に「記述」することにはではなく、その反応を通じて、回答者本人さえ意識していない回答のパターンを発見・解釈（説明）することこそ、力点が置かれなくてはならないのである。そこで以下では、「奈良に対する期待感」をめぐる回答のパターンを発見・解釈（説明）するためのステップとして、表1のような分類枠組を提示することにした。このような枠組にしたがって、問8の①～⑩の諸項目を分類していくと、表2のようなものとなる。

表1 「奈良に対する期待感」の分類枠組

		ツーリストによる奈良イメージ度	
		高	低
現状の充実度	高	I	(III)
	低	II	IV

表2 問8における「とても期待できる」の%

		ツーリストによる奈良イメージ度	
		高	低
現状の充実度	高	文化施設 (93.7) 自然とのふれあい (93.7) 伝統的な文化財 (95.9)	該当項目なし
	低	リーズナブルな交通機関 (63.3) おいしい郷土料理 (66.2) 質の高い宿泊施設 (71.2)	賑やかな歓楽街 (26.2) ショッピング施設 (31.8) 楽しいレジャー施設 (41.5) 刺激的な観光ルート (56.5)

※ ( )内は%

ここでは、「神社や仏閣」「文化施設」「自然とのふれあい」といったものはⅠ型に、「郷土料理」「交通機関」「宿泊施設」といったものはⅡ型に位置づけられている。さらに「刺激的な観光ルート」「レジャー施設」「ショッピング施設」「歓楽街」は、Ⅳ型に位置づけられている（真鍋 1995：26-28）。

このような3つの型へと質問諸項目を分類することが、果たして妥当なのかどうか。そこで「因子分析」という異なる分析手法を用い、「奈良に対する期待感」をたずねている質問諸項目を分析してみた。

その際まず、主因子法により「奈良に対する期待感」の因子を抽出し、3因子による分散寄与率が60.5%であったことから3因子解を適当と考えた。バリマックス回転後の各質問項目の因子負荷量は、表3に示してある通りである。

表3 「奈良に対する期待感」の因子負荷量

	Ⅳ型 都市型 レジャー 因子	Ⅰ型 名所・旧跡 因子	Ⅱ型 観光 インフラ 因子
Q08G 楽しいショッピング施設の提供	0.77127	-0.00213	0.22359
Q08I 歓楽街など娯楽の場の提供	0.73959	-0.04564	0.20248
Q08H スポーツも含めたレジャー施設の充実	0.68874	0.05085	0.18845
Q08F 刺激的な観光ルートの提供	0.44113	0.22301	0.19074
Q08D 神社や仏閣などの文化財	-0.03794	0.73654	0.10170
Q08J 「古き奈良」を懐古できる文化施設	0.05592	0.60724	0.15843
Q08E 山や川などの自然とのふれあい	0.08426	0.54775	0.10288
Q08C おいしい郷土料理の提供	0.28496	0.20232	0.42609
Q08A 質の高いサービスを提供する宿泊施設	0.19215	0.14550	0.71774
Q08B 便利でリーズナブルな交通機関	0.25391	0.13360	0.46059
固有値	3.29643	1.78640	0.96586
分散寄与率	33.0	17.9	9.7

この表3において因子負荷量の絶対値0.40以上を示した質問諸項目の内容を参考に、各因子を解釈していくことにしよう。

表3を見ると、第1因子に対しては、質問項目⑦「楽しいショッピング施設の提供」、⑨「歓楽街など娯楽の場の提供」、⑧「スポーツも含めたレジャー施設の充実」、⑥「他所にはない刺激的な観光ルートの提供」がプラスの負荷を示していることが分かる。これらの項目はすべて、都会

的な観光施設や都市型観光のインフラに対する期待感を示していることから、「都市型レジャー」因子に対する期待感と解釈することができよう。

次に第2因子に対しては、質問項目④「神社や仏閣などの文化財」、⑩「『古き奈良』を懐古できる文化施設（博物館・美術館など）」、⑤「山や川などの自然とのふれあい」がプラスの負荷を示しており、これらを「名所・旧跡」因子に対する期待感であると解釈した。

さらに第3因子に対しては、質問項目③「おいしい郷土料理の提供」、①「質の高いサービスを提供する宿泊施設」、②「便利でリーズナブルな交通機関」がプラスの負荷を示していた。これらはすべて、ある地所が観光地として展開していく上で必要不可欠なインフラであることから、「観光インフラ」因子に対する期待感と解釈した。

このように見てくると、先の分類結果と非常に適合していることが分かるだろう。「都市型レジャー」因子は前章で「Ⅳ型」と考えたものに該当し、「名所・旧跡」因子は前章で「Ⅰ型」と考えたものに、そして「観光インフラ」因子は前章で「Ⅱ型」と考えたものに該当している。したがって質問諸項目を表2のような形へと分類することは、かなりの程度、妥当であると言えるだろう。

そこで表2の分類にしたがうならば、「期待できる」の%がⅠ型→Ⅱ型→Ⅳ型へと移行するに従って低くなっていることが分かるが、これにより以下2つのことを考えることができる。

①質問紙という鏡には、人々の「奈良に対する期待感」がそのまま直接に映し出されるのではなく、それ

は、各々に対する「ツーリストによる奈良イメージ度」と「現状の充実度」の関数として映し出されるのではないかと（「奈良に対する期待感」の%＝「ツーリストによる奈良イメージ度」×「現状の充実度」）。例えばⅡ型のように、それを必要だと思う「ツーリストによる奈良イメージ度」が高くとも、「現状の充実度」が低いならば、質問紙に%として映し出される「奈良に対する期待感」は低い値となるのではないだろうか。

②このように考えると、奈良に対して「神社や仏閣」「文化施設」「自然とのふれあい」だけがツーリストに期待され望まれているわけではなく、同時に「郷土料理」「交通機関」「宿泊施設」も潜在的にはあれ期待され望まれていると言えるだろう。

#### IV 「奈良に対する期待感」から見たツーリストのタイプ

##### —— 因子得点を用いたクラスター化 ——

本章では、前述の分類からさらに議論をすすめ考察を展開する。以下では、調査対象者が有する因子得点を用いて、5,318名のツーリストをクラスター分析にかけタイプ分けしてみた。その結果は表4にあるが、ここにはクラスターごとに調査対象者が有する因子得点の平均値が記されている。

表4 各クラスターごとの因子得点の平均値

Cluster	IV型	I型	II型	人数
	都市型レジャー因子	名所・旧跡因子	観光インフラ因子	
1 奈良＝全面支持タイプ	1.0350	0.4526	0.4219	1091
2 奈良＝都市型リゾート地タイプ	0.8366	-0.9508	0.1661	639
3 奈良＝名所・旧跡を中心とした観光地タイプ	-0.4900	0.3840	0.3809	1868
4 奈良＝観光地ではない名所・旧跡タイプ	-0.4134	0.3601	-0.9913	1001
5 奈良＝全面否定タイプ	-0.4656	-1.3406	-0.3975	719
合計				5318

まずクラスター1を見ると、いずれの因子得点の平均値もプラスの値を示していることが分かる【「都市型レジャー」因子の得点(1.0350)、「名所・旧跡」因子の得点(0.4526)、「観光インフラ」因子の得点(0.4219)】。したがって、このクラスターの人びとは奈良観光のどのような側面においても、大きな期待感を持ってきている「奈良＝全面支持タイプ」だと命名することができよう。

次にクラスター2では、「都市型レジャー」の因子得点平均値がプラスに高い値を示しており、「観光インフラ」の因子得点平均値も、それほど高い値

ではないもののプラスとなっている。それに対して、「名所・旧跡」の因子得点平均値はマイナスとなっており、この側面に対する期待感が小さいことを伺わせている【「都市型レジャー」因子の得点(0.8366)、「名所・旧跡」因子の得点(-0.9508)、「観光インフラ」因子の得点(0.1661)】。したがって、このクラスターの人びとは、奈良が都市型レジャーを中心として発展しうると期待している人々だと解釈できよう。

さらにクラスター3を見ると、ここでは、「名所・旧跡」と「観光インフラ」の因子得点平均値がプラスの値となっており、「都市型レジャー」の因子得点が逆にマイナスとなっていることが分かる【「都市型レジャー」因子の得点(-0.4900)、「名所・旧跡」因子の得点(0.3840)、「観光インフラ」因子の得点(0.3809)】。したがって、このクラスターの人びとは、奈良が名所・旧跡を中心とする観光地として発展することに最も期待する人々だと言えよう。

ではクラスター4はどうだろうか。クラスター4では、「名所・旧跡」の因子得点平均値のみプラスと

なっており、それ以外の因子得点平均値はマイナスとなっていることが見てとれる【「都市型レジャー」因子の得点 (-0.4134)、「名所・旧跡」因子の得点 (0.3601)、「観光インフラ」因子の得点 (-0.9913)】。このことから、このクラスターの人びともクラスター3の人びとと同様に、名所・旧跡を中心として奈良が発展することに最も期待感を寄せている人々であると解釈しうるが、クラスター3の人びとが奈良をあくまで観光地として考え観光のインフラにも期待しているのに対し、クラスター4の人びとは観光のインフラには期待しておらず、奈良が観光地である必要は特にないと考えている点で大きく異なっている。

最後にクラスター5は、いずれの因子得点の平均値もマイナスの値を示している人々の集まりである【「都市型レジャー」因子の得点 (-0.4656)、「名所・旧跡」因子の得点 (-1.3406)、「観光インフラ」因子の得点 (-0.3975)】。したがって、このクラスターの人びとは奈良観光のどのような側面においても、期待感を持たない「奈良=全面否定タイプ」だと解釈できるだろう。

## V 「訪問地」ごとに見たツーリストのタイプ

以上、「奈良に対する期待感」からツーリストをタイプ分けしてみた場合に5つのタイプに分けることができた。それは、①奈良のどのような側面であれ期待感を寄せる「奈良=全面支持タイプ」、②奈良が都市型リゾート地として発展することに期待する「奈良=都市型リゾート地タイプ」、③奈良がこれまでのように名所・旧跡を中心として観光地として発展することに期待を寄せる「奈良=名所・旧跡を中心とした観光地タイプ」、④観光地としては関心がないものの奈良が名所・旧跡を有する場所であることだけに期待する「奈良=観光地ではない名所・旧跡タイプ」、⑤奈良のどのような側面であれ期待できないとする「奈良=全面否定タイプ」の5つであった。

しかし、以上のようなツーリストの5つのタイプは、奈良における「訪問地」と何らかの関連性を持つと言えるのだろうか。本章では、このことを明確にしていくこととしたい。そのため以下では、「訪問地」と「ツーリストのタイプ」とのクロス集計表を作成し、 $\chi^2$ 検定を行いつつ、両者の関連性を見ていくことにした。以下では、その中でも統計的に有意であったものに限りクロス集計表を検討していくこととする<sup>2)</sup>。

### 1. 奈良市内におけるツーリストのタイプ

表5 「奈良市内のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	572 57.3% -3.4	357 61.8% -0.1	1035 58.7% -3.5	637 70.2% 5.7	434 66.6% 2.6	3035 62.0%
訪問した	427 42.7% 3.4	221 38.2% 0.1	728 41.3% 3.5	270 29.8% -5.7	218 33.4% -2.6	1864 38.0%
合計 Total	999 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	907 18.5%	652 13.3%	4899 100.0%

「ツーリストのタイプ」は、まず「奈良市内」との関連性が有意であった ( $\chi^2(4)=49.49, p<.01$ )。

表5の最下段にある「調整された残差」を見ると<sup>3)</sup>、奈良市内を訪問した人では、「奈良=全面支持タイプ」「奈良=名所・旧跡を中心とした観光地タイプ」がプラスに有意であった。

### 2. 生駒・信貴におけるツーリストのタイプ

次に「ツーリストのタイプ」は、「生駒・信貴」との関連性が有意であった ( $\chi^2(4)=21.40, p<.01$ )。

表6の「調整された残差」を見ると、生駒・信貴を訪問した人では、「奈良=全面支持タイプ」「奈良=

表6 「生駒・信貴のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	867 86.8% -2.3	521 90.1% 1.1	1604 91.0% 3.6	779 85.9% -3.1	581 89.1% 0.2	4352 88.8%
訪問した	132 13.2% 2.3	57 9.9% -1.1	159 9.0% -3.6	128 14.1% 3.1	71 10.9% -0.2	547 11.2%
合計 Total	999 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	907 18.5%	652 13.3%	4899 100.0%

観光地ではない名所・旧跡タイプ」がプラスに有意であった。ここに、奈良市内との違いが現れているように思われる。奈良市内があくまで観光地としてツーリストに認識されているのに対し、生駒・信貴は民間信仰の場として観光地と区別されて認識されているのではないか。

### 3. 大和郡山におけるツーリストのタイプ

表7 「大和郡山のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	955 95.6% 1.9	542 93.8% -0.7	1677 95.1% 1.7	847 93.4% -1.4	602 92.3% -2.4	4623 94.4%
訪問した	44 4.4% -1.9	36 6.2% 0.7	86 4.9% -1.7	60 6.6% 1.4	50 7.7% 2.4	276 5.6%
合計 Total	999 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	907 18.5%	652 13.3%	4899 100.0%

第3に「ツーリストのタイプ」は、「大和郡山」との関連性が有意であった ( $\chi^2(4) = 11.84, p < .05$ )。

表7の「調整された残差」を見ると、大和郡山を訪問した人では、「奈良＝全面否定タイプ」がプラスに有意（傾向）であった。これについては大和郡山に魅力がないというよりも、そうした魅力を引き出すしかけが欠如

していることを示すものであると言えよう。

### 4. 斑鳩におけるツーリストのタイプ

表8 「斑鳩のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	889 89.0% 1.9	513 88.8% 1.2	1493 84.7% -4	782 86.2% -1.0	596 91.4% 3.4	4273 87.2%
訪問した	110 11.0% -1.9	65 11.2% -1.2	270 15.3% 4	125 13.8% 1.0	56 8.6% -3.4	626 12.8%
合計 Total	999 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	907 18.5%	652 13.3%	4899 100.0%

第4に「ツーリストのタイプ」との関連性が有意であったのは、「斑鳩」である ( $\chi^2(4) = 25.28, p < .01$ )。

表8の「調整された残差」を見ると、斑鳩を訪問した人では、「奈良＝名所・旧跡を中心とした観光地タイプ」がプラスに有意であった。これは、奈良市内との類似性を感じさせるものだと言えよう。

### 5. 山の辺におけるツーリストのタイプ

表9 「山の辺のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	954 95.5% 2.3	555 96.0% 2.2	1642 93.1% -1.8	830 91.5% -3.4	621 95.2% 1.5	4602 93.9%
訪問した	45 4.5% -2.3	23 4.0% -2.2	121 6.9% 1.8	77 8.5% 3.4	31 4.8% -1.5	297 6.1%
合計 Total	999 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	907 18.5%	652 13.3%	4899 100.0%

5番目に「ツーリストのタイプ」は、「山の辺」との関連性が有意であった ( $\chi^2(4) = 21.99, p < .01$ )。

表9の「調整された残差」を見ると、山の辺を訪問した人では、「奈良＝観光地ではない名所・旧跡タイプ」がプラスに有意であった。

## 6. 二上・当麻におけるツーリストのタイプ

表10 「二上・当麻のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	922 92.3% -0.5	538 93.1% 0.4	1657 94.0% 2.7	832 91.7% -1.1	589 90.3% -2.4	4538 92.6%
訪問した	77 7.7% 0.5	40 6.9% -0.4	106 6.0% -2.7	75 8.3% 1.1	63 9.7% 2.4	361 7.4%
合計 Total	999 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	907 18.5%	652 13.3%	4899 100.0%

のだと思われる。

## 7. 月ヶ瀬におけるツーリストのタイプ

表11 「月ヶ瀬のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	969 97.0% 0.6	554 95.8% -1.2	1709 96.9% 0.7	886 97.7% 1.8	619 94.9% -2.7	4737 96.7%
訪問した	30 3.0% -0.6	24 4.2% 1.2	54 3.1% -0.7	21 2.3% -1.8	33 5.1% 2.7	162 3.3%
合計 Total	999 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	907 18.5%	652 13.3%	4899 100.0%

であろう。

## 8. 明日香・橿原におけるツーリストのタイプ

表12 「明日香・橿原のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	864 86.5% 1.5	517 89.4% 3.2	1454 82.5% -3.7	764 84.2% -0.7	565 86.7% 1.3	4164 85.0%
訪問した	135 13.5% -1.5	61 10.6% -3.2	309 17.5% 3.7	143 15.8% 0.7	87 13.3% -1.3	735 15.0%
合計 Total	999 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	907 18.5%	652 13.3%	4899 100.0%

## 9. 室生・長谷におけるツーリストのタイプ

表13 「室生・長谷のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	919 92.1% 3.0	535 92.6% 2.5	1535 87.1% -4.2	826 91.2% 1.8	569 87.3% -2.0	4384 89.5%
訪問した	79 7.9% -3.0	43 7.4% -2.5	228 12.9% 4.2	80 8.8% -1.8	83 12.7% 2.0	513 10.5%
合計 Total	998 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	906 18.5%	652 13.3%	4897 100.0%

第6に「ツーリストのタイプ」は、「二上・当麻」との関連性が有意であった ( $\chi^2(4) = 11.19, p < .05$ )。

表10の「調整された残差」を見ると、二上・当麻を訪問した人では、「奈良＝全面否定タイプ」がプラスに有意（傾向）であった。これも大和郡山のケースと同様、地域の魅力を引き出すしかけが欠如していることを示すも

第7番目は、「月ヶ瀬」である ( $\chi^2(4) = 2.134, p < .01$ )。

表11の「調整された残差」を見ると、月ヶ瀬を訪問した人もまた、「奈良＝全面否定タイプ」がプラスに有意（傾向）であった。月ヶ瀬についても、大和郡山、二山・当麻と同じである。地域の魅力をアピールするしかけは、奈良の場合、今後真剣に模索されるべき

第8に「ツーリストのタイプ」との関連性が有意であったのは、「明日香・橿原」である ( $\chi^2(4) = 21.34, p < .01$ )。

表12の「調整された残差」を見ると、明日香・橿原を訪問した人では、「奈良＝名所・旧跡を中心とした観光地タイプ」がプラスに有意であった。これは、奈良市内や斑鳩との類似性を感じさせるものである。

第9に「室生・長谷」も関連性が有意であった ( $\chi^2(4) = 30.15, p < .01$ )。

表13の「調整された残差」を見ると、室生・長谷を訪問した人も、「奈良＝名所・旧跡を中心とした観光地タイプ」がプラスに有意であった。



## 10. 十津川におけるツーリストのタイプ

表14 「十津川のツーリスト・タイプ」

	全面支持	都市型 リゾート	名所・旧跡 観光地	観光地 ではない 名所・旧跡	全面否定	合計
訪問しない	919 92.1% -0.9	518 89.6% -3.0	1660 94.2% 2.9	848 93.6% 1.1	595 91.3% -1.5	4540 92.7%
訪問した	79 7.9% 0.9	60 10.4% 3.0	103 5.8% -2.9	58 6.4% -1.1	57 8.7% 1.5	357 7.3%
合計 Total	998 20.4%	578 11.8%	1763 36.0%	906 18.5%	652 13.3%	4897 100.0%

最後に「ツーリストのタイプ」は、「十津川」との関連性が有意であった ( $\chi^2(4) = 17.31, p < .01$ )。

表14の「調整された残差」を見ると、十津川を訪問した人では、「奈良＝都市型リゾート地タイプ」がプラスに有意であった。これは、キャンプなどアウトドア施設が、ツーリストたちに期待感を感じさせたためであろう。

以上の分析結果をまとめたものが、表15にある。

表15 ツーリストのタイプと訪問地との関連

	1	2	3	4	5
ツーリストの タイプ	奈良＝ 全面支持タイプ	奈良＝ 都市型 リゾート地タイプ	奈良＝ 名所・旧跡を中心とした 観光地タイプ	奈良＝ 観光地ではない 名所・旧跡タイプ	奈良＝ 全面否定タイプ
	奈良市内 生駒・信貴	十津川	奈良市内 斑鳩 明日香・橿原 室生・長谷	山の辺 生駒・信貴	大和郡山 二上・当麻 月ヶ瀬

## VI むすびにかえて —— これからの奈良観光のかたち ——

では以上のような考察から、奈良の未来像はどのように見えてくるだろうか。以下では、このことについて考えてみよう。

まず「神社や仏閣」「文化施設」「自然とのふれあい」は、従来からの奈良の魅力だと考えられてきたものであり、今後の奈良観光を推進していく上で最も基層的な部分とすべき事柄なのではないかと思う。

次に「郷土料理」「交通機関」「宿泊施設」は、「現状の充実度」が低く不十分なため、質問紙において「期待できる」とする%がそれほど高くないものである。しかしながら、これは「ツーリストによる奈良イメージ度」の高いものに分類されており、それゆえ、今後これらを、いかに奈良観光の構成要素として整備していくのが、奈良観光の潜在的魅力を呼び覚ます重要な契機になるだろう。

最後に「刺激的な観光ルート」「レジャー施設」「ショッピング施設」「歓楽街」は、「ツーリストによる奈良イメージ度」も「現状の充実度」も共に低いものである。そのため質問紙という鏡にも、非常に低い%でしか映し出されていなかったのである。これらを今後、奈良県として、いかに観光の中に位置づけ取り入れていくべきか、その問いにどれほど積極的に答えていけるのが、奈良の新たな姿を方向づけていくことになると思う。

また表15を見ても分かるように、今後、奈良という地域をデザインしていくためには、奈良県内に点在する各地域の特性を活かした観光地づくりが必要となるだろう。さらに奈良観光のかたちは、他の枠組みの中でも考えられるべきものだと言える。たとえば「ライフスタイル」「ライフコース」「ライフサイクル」といった生 (life) のありように結びつけつつ観光地づくりを行なっていく必要があるだろう。人間の生 (life) の一側面である「年齢」との関連性をとってみても、これがツーリストのタイプを形成する上で大

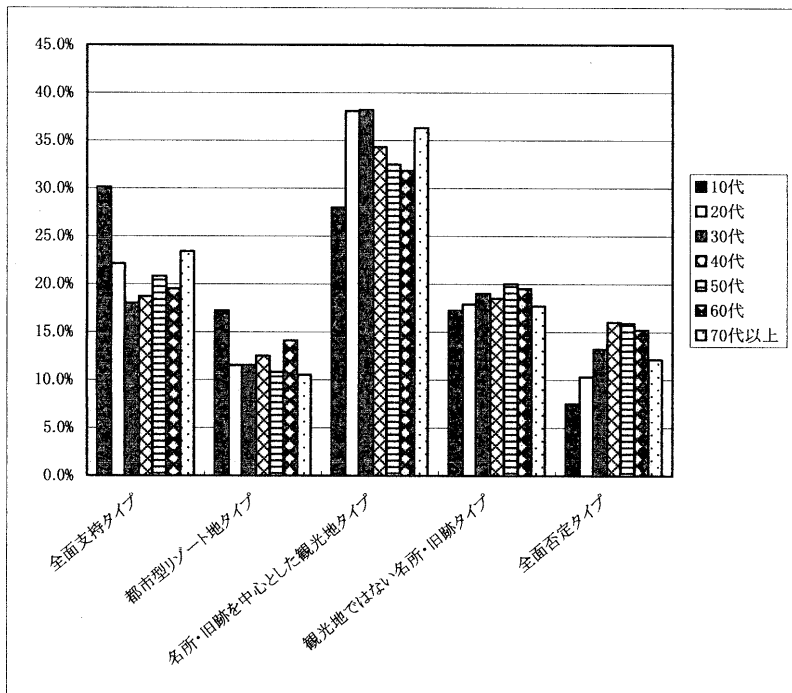


図3 「ツーリストのタイプ」と「年齢」の関係

想に結びつけていくための試論として位置づけられるものである。

[注]

- 1) 本稿Ⅲ章の分析方法において「因子分析」以外の部分は、真鍋（1995）に負っている。本稿は、真鍋の主張する分析方法である「記述分析」から多くの示唆を受け、その分析の仕方を取り入れた。
- 2) クロス集計表の各セルの最上段の数字は「度数」を表し、2段目は「列パーセント」を表す。さらに最下段は「調整された残差」を表している。
- 3) 残差分析の有意性の判定については、「調整された残差」の絶対値が、 $>1.65$ ならば  $p<.10$ 、 $>1.96$ ならば  $p<.05$ 、 $>2.58$ ならば  $p<.01$ である。

[参考文献]

Althusser, L., (1965). Pour Marx. Maspero. 河野健二他訳 (1994)『マルクスのために』東京：平凡社  
 Bakhtin, M. M., (1963=1984 translated in English). Problems of Dostoevsky's Poetics. University of Minnesota Press. 望月哲彦・鈴木淳一訳 (1995)『ドストエフスキーの詩学』東京：ちくま学芸文庫  
 真鍋一史 (1995)「中国における科学技術観と環境意識」『関西学院大学社会学部紀要』73、25-49.

[付記]

本稿は『平成10年度奈良県観光実態調査報告書』で発表した原稿をもとに加筆修正したものである。また本稿で用いられたデータは、平成8年より奈良県から委嘱された「観光実態調査」の一つである街頭面接調査によるものである。

きな影響力を持っていることが見てとれる ( $\chi^2(24)=68.59, p<.01$ )。

図3を見ると分かるように、「奈良＝全面支持タイプ」「奈良＝都市型リゾート地タイプ」は10代に多く、20代・30代は「奈良＝名所・旧跡を中心とした観光地タイプ」、さらに40代・50代は「奈良＝全面否定タイプ」において多くなっている。こうした「年齢のメカニズム」を考慮に入れることも今、必要とされていると思われる。

以上の他に、より多様な視点、新しい発想が今後、奈良観光には必要とされるのではないだろうか。本稿は、そうした多様な視点、新たな発