

円滑な観光誘導に向けた調査研究

1. 地域資源・観光資源の整理

(1) 観光対象の内容・特色

世界遺産の登録対象

本調査の対象地域である、三重県下、奈良県下の世界遺産の登録対象資産と、その緩衝地帯に含まれる代表的な資源は、以下のとおりである。

奈良県下			三重県下		
登録資産			登録資産		
霊場 (吉野・大峯)	・吉野山 ・吉野水分神社 ・金峯神社 ・金峯山寺 ・吉水神社	〔 ・銅鳥居 ・黒門 ・仁王門 ・蔵王堂 等 〕	参詣道	・伊勢路	〔 ・鬼ヶ城 ・獅子巖 ・花の窟 ・七里御浜 ・荷坂峠 ・ツツラト峠 ・三浦峠 ・馬越峠 ・八鬼山 ・三木峠 ・羽後峠 ・曾根次郎坂太郎坂 ・逢神坂峠 ・二木島峠 ・波田須の道 ・大吹峠 ・観音道 ・松本峠 〕
	・大峯山寺				・横垣峠 ・風伝峠 ・本宮道 ・丸山千枚田 等
	・大峯奥駈道	〔 ・西の覗き ・笙の窟 ・オオヤマレンゲ自生地 ・仏経嶽原始林 ・前鬼裏行場 ・玉置神社 ・女人結界門 ・釈迦ヶ岳 ・花折塚 等 〕			
	・小辺路	〔 ・三浦の棚田 ・果無峠 ・西国三十三観音 等 〕			

() については、世界遺産の登録資産に含まれるもののうち、代表的な資源

(県別に見た、世界遺産の登録対象資産の特徴)

●三重県

伊勢路・・・伊勢と熊野三山を結ぶ参詣道。庶民も歩いた道。海を見渡す景勝の地に行く。所々で美しい石畳道が残っている。

●奈良県

吉野・大峯・・・急峻な山々が続く修験道の聖地。北部を吉野、南部を大峯と呼ぶ。

大峯奥駈道・・・役の行者が千三百年前に開いた修験道の修行の道。吉野から山上ヶ岳、弥山、玉置山等、大峯山系の山々を縦走して熊野にいたる。

小辺路・・・高野山と熊野本宮大社を最短距離で結ぶ。最も険しいコース。落人伝説のある集落もある。石仏や史跡も多く残っている。

伊勢路(三重県側)と、小辺路、大峯奥駈道(奈良県側)では、
雰囲気や歩く難しさ、歴史的経緯等が異なり、観光資源としては質が異なる

世界遺産以外の主要な観光資源・地域資源

本地域における、世界遺産の登録対象以外の主要な観光資源・地域資源を、三重県、奈良県別に整理すると、三重県では三木里海岸等沿岸部や、布引の滝等をはじめとした山間部の渓谷、除福の宮等がある。また、奈良県では清流の吉野川や十津川のほとりから、近畿の屋根といわれる大台ヶ原などの紀伊山地といった自然資源、豊かな自然を活かしたレクリエーション施設や温泉地等がある。

- 地域資源・観光資源のうち、社寺等の主要な観光ポイントとなっている施設は、
広大で険しい地形の中で離れて点在している
- 「参詣道」という、空間の連続性がある観光資源がある
- 本地域の観光対象は、霊場や参詣道といった世界遺産の登録対象以外に、
雲海、山々の眺望、懐かしい集落の町並み、秘境らしい温泉地、
力強い伝統的な地域の祭等、面的な広がりを持ったものが豊富に存在する

（２）観光対象への来訪状況

本地域内の市町村に対して行ったヒアリングや、アンケート調査から得られた意見等を踏まえると、本地域の観光対象への来訪状況の特性は以下のとおりに整理される。

●三重県

- ・ 世界遺産登録後、シャトルバスの運行が整備されたこともあり、伊勢路を歩く観光客が増加している。
- ・ 七里御浜、花の窟神社、鬼ヶ城等、全国的に知名度の高い歴史資産のある地域については、他の地域に比べ、従来から観光客が多い傾向にある。
- ・ 海側の地域においては、釣り、海水浴、ダイビング等、アウトドアスポーツやレクリエーションのために訪れる観光客が、従来から多い傾向にある。

●奈良県

- ・ 世界遺産登録された三大霊場の一つである吉野山を訪れる観光客の数が、圧倒的に奈良県下の他の地域を訪れる観光客よりも多い。
- ・ 十津川温泉郷、洞川温泉等、従来から温泉地として認知度の高い地域においても、奈良県下の他の地域に比べて観光客の数が多い傾向にある。
- ・ 吉野山以外の地域については、大阪、京都、奈良を中心とした関西圏からの、日帰りや短い宿泊の観光客が中心となっている。
- ・ 山岳地帯については、行者修行や講等、宗教的な来訪動機を持つ人々と、登山・トレッキングを趣味とする人々がリピーターとして訪れている。しかし、近年宗教的な来訪動機を持つ人々は減少する傾向にある。

- 有名な社寺周辺や温泉地などでは来訪者数が多い

（３）イベント等の状況

三重県下、奈良県下の世界遺産の登録対象資産内で開催されている主要な祭やイベント等の状況を県別にみると、三重県下では熊野大花火や花の窟のお綱かけ神事等があり、奈良県下では花供懺法会や蓮華会蛙飛び等がある。

また、三重県下、奈良県下の世界遺産の登録対象資産以外の地域で開催されている主要な祭やイベントの状況をみると、三重県下、奈良県下ともに伝統的な地域の祭をはじめ、自然観察やアウトドア、花見等、多様な内容の祭やイベントがある。

- 霊場等、世界遺産の登録対象では、伝統的・宗教的なイベントが豊富にある
- 自然観察イベント、集落の祭りなど、その他のイベントも多様な地域で豊富にある

(4) 地域の認知度の状況

本地域内の市町村に対して行ったヒアリングや、アンケート調査から得られた意見等を踏まえると、本地域の認知度の状況は以下のとおりに整理されるものと推察される。

● 三重県

- ・ 七里御浜、花の窟、獅子岩等、全国的に知名度が高い資源が海側に集中しているため、海側の地域のイメージの方が、山岳地域のイメージよりも強い傾向にあると推察される。
- ・ 海側の地域・山岳の地域ともに豊かな自然があり、アウトドア・レクリエーションを楽しむための施設が充実している。従来からの観光客も、釣り人やキャンプやハイキング等を楽しむ人々が多く、自然に親しむ場所としてのイメージが、従来から強い傾向にあると思われる。

● 奈良県

- ・ 吉野山の桜の認知度は非常に強く、世界遺産登録の影響に比べても、従来からのイメージの方が強いものと推察される。
- ・ 近畿圏においては、奈良県内の温泉地の知名度は高いが、近畿圏より広域になると知名度が低い傾向にあるものと推察される。

- 熊野古道伊勢路など熊野三山の周辺は
世界遺産としての認知度が高い傾向があると思われる
- 吉野山、高野山などは、従来から観光地として認知度が高い
- 世界遺産の登録対象の中には、地域によって認知度の違いがみられる

2. 交通施設・宿泊施設等の整理

(1) 交通施設の状況

●三重県

- ・ 道路の状況をみると、伊勢路や海岸と平行に移動する場合は幹線道路が通っており、峠道はあるものの通行に問題はない。
- ・ 山岳地域に向かって北上する場合は狭隘道路や急な峠道が多いため、山岳地域も含めた本地域内を周回・周遊するルートは限定されている。また、山岳地域を抜けなければ奈良県内へは入ることができないため、三重県下から奈良県下へのアクセスについては困難である。
- ・ 公共交通については、海岸と平行に鉄道が通っているほか、観光客向けのシャトルバスも運行されている。
- ・ 世界遺産の登録対象となっている、伊勢路、花の窟、鬼ヶ城等へのアクセスについては、自家用車・公共交通いずれの手段をとっても利便性が高くなっている。

●奈良県

- ・ 道路の状況をみると、南北縦断の幹線ルートは、大型車のすれ違いが困難な狭隘区間や、多雨時の交通遮断が発生しやすい峠の区間を抱えている。
- ・ 東西の横断道路網は整備されておらず、来訪者が地域を周回・周遊することのできるルートは極めて限定的である。
- ・ 険しい地形上の特質から、全体的に道路幅員が狭く、駐車場も多くない。
- ・ 公共交通については、路線バス及びコミュニティバス（村営バス等）となっている。

- 熊野古道伊勢路等、交通利便の高い場所もあるが、各観光ポイントや参詣道までの交通が不便な場所もあり、交通施設の状況が多様である

(2) 宿泊施設の状況

●三重県

- ・ 宿泊施設は、海岸沿いを通過する鉄道の駅周辺に整備されている他、海側のアウトドアスポットや温泉等の周辺に、若干集積している。特に温泉では民宿等がある。
- ・ 世界遺産の登録対象である、伊勢路の道中の集落や市街地、七里御浜・花の窟周辺等では、小規模な民宿や旅館等が整備されている。

●奈良県

- ・ 宿泊施設が集積している地域は、吉野山と洞川温泉、十津川温泉である。また、吉野山と洞川温泉の各旅館は、行者宿としての長年の蓄積から、宿のしつらえや仏間・仏具等に特徴がある。
- ・ 世界遺産の登録対象のうち、参詣道である小辺路の道中では、宿泊施設がほとんどない。
- ・ その他各町村に散在する山間部の温泉地にそれぞれ 1 ～ 2 軒の民宿、旅館や公共宿泊施設等が整備されている。
- ・ 各町村の山間部には、キャンプ場等が整備されている。

- 世界遺産の登録対象では、三大霊場の周辺で宿泊施設が多くなっている
- 温泉地では宿泊施設が集積している
- 世界遺産の登録対象である参詣道では、道によって状況が異なるが、一日で歩き通せないにも関わらず、宿泊施設が十分には整備されていない場所もある

3. 吉野大峯・熊野地域の観光振興における課題

「文化的景観」の維持・保全に配慮した、
きめ細かな地域の特性に応じた観光客の誘致における工夫

吉野大峯・熊野地域は、人類全体にとって顕著で普遍的な価値のある、「文化的景観」として世界遺産に登録されている。吉野大峯・熊野地域の「文化的景観」は、歴史的な人々の信仰や文化と、紀伊山地独特の気候や植生から成る山深い自然の、微妙なバランスの中で形成されており、本地域における観光振興が、そのバランスを崩す要因とならないよう、配慮が必要である。

具体的には、大量の観光客の入り込みにより、森林でのゴミの増加や貴重な植物類の破損といった自然環境の破壊や、荘厳な景観が損なわれるような看板や店舗等のむやみな設置による文化的変容が起こらないような観光誘導を図る必要がある。

そのため、本地域の観光振興においては、各地で一律に観光客の入り込み数を増やすための施策をとるのではなく、きめ細やかな地域の特性に応じて、観光客の誘致において様々な工夫を図る必要がある。

時代背景と地域特性に合った観光スタイルを実現するシステムの確立

かつての本地域での旅のスタイルは、参詣道を歩くこと自体が目的であり、貴族から庶民、修験者等、幅広い層の人々が歩いて長旅をするための社会システムが、道ごとに整っていた。

一方、現代人の生活においては、観光スタイルは多様化しており、宿泊施設や交通施設、観光客への情報提供のあり方等をはじめとした社会システムは、マス・ツーリズムを中心に対応している。

しかし、本地域には、地形的条件等からマス・ツーリズムには向かない場所が多いという特性がある。そのため、本地域の観光振興においては、現代の時代背景や地域特性に合った、観光スタイルの提案と、それを受け入れる社会システムを確立していくことが必要である。

地域の人々にとって望ましい観光客の誘致と、「文化的景観」に馴染んだ観光行動の誘導

吉野大峯・熊野地域における「文化的景観」は、三大霊場等の社寺や参詣道、原生林といった世界遺産の対象物だけではなく、その周りにある森林や里山・棚田、溪谷や雲海、懐かしい集落の町並み等も含めた様々な要素から構成されている。また、「文化的景観」の歴史性や文化性は、社寺の伝統的な祭礼や、地域の人々が語り伝える伝承・伝説等、地域の人々の営みの中の、目に見えない要素からも構成されている。「文化的景観」は、本地域に暮らす人々がその生活の中で維持・管理してきたものであり、今後も地域の人々によって支えられていくものであると言える。

また、本地域の「文化的景観」は、歴史的な人々の営みの積み重なりと厳しい自然の共同作品といえるものだが、その人々の営みには、地域の人々の日常的な生活だけではなく、参詣に訪れる来訪者の営みも含まれている。例えば、修行のために参詣道を歩く修験者の姿等は、現在も本地域の「文化的景観」の一構成要素であると言える。

そのため、本地域の観光振興においては、観光客の来訪が、地域の人々の生活にとっても望ましい存在となるような誘導を図る必要がある。また、地域の人々が本地域の魅力を再認識し、来訪する観光客に伝えていくとともに、その魅力を維持していくことが望まれる。

観光振興施策における、行政界を超えた各自治体間の連携

吉野大峯・熊野地域の「文化的景観」は、奈良県、和歌山県、三重県の行政界をまたいだ広大な範囲にわたるものである。

特に、世界遺産の登録対象となった大辺路、中辺路、小辺路、伊勢路、大峯奥駈道といった参詣道は、連続性があるが、それぞれに独自の価値や魅力を持った資源である。そのため、各参詣道やその周辺における観光客の誘導方策が、各自治体によりばらばらに行われる結果、貴重な「文化的景観」が損なわれることのないようにする必要がある。

また、現在は霊場や温泉など、点的な観光ポイントにのみ集中している本地域への来訪者に対し、特定の観光資源がある場所以外も含めた、本地域全体の広がりのある魅力を伝えていくためにも、各自治体間の連携した取り組みが必要である。

4. 吉野大峯・熊野地域に適した、円滑な観光誘導の方向性

(1) 観光誘導施策の整理

「観光誘導」は、ある地域の中で、より多くの観光客が、多くの場所を、長時間長期間かけて滞在するための仕組みづくりである。一般的に、観光誘導施策には、大きく以下の3つの方法があると整理できる。

地域内における観光対象を増やす
観光行動の発展性を高める
観光に対する期待感を高める

(2) 吉野大峯・熊野地域に適した、円滑な観光誘導の方向性

観光誘導施策の整理と、前項で検討した吉野大峯・熊野地域の観光振興における課題を踏まえ、本地域に適した円滑な観光誘導の方向性を以下のとおりとする。

● 今ある地域資源の新たな魅力の発掘

～地域内における観光対象を増やす～

地域において観光対象を増やす手段は、ソフトからハードまで様々な手段が考えられる。しかし、本地域では「文化的景観」という特性への配慮が必要であり、地域の観光対象を増やすために、むやみに観光施設等を新たに設置することは避けるべきである。そのため、現在観光対象となっていない地域資源の価値のPRを中心に、情報面を中心とした取り組みにより観光対象を増やしていく。

● 地域の魅力の「気づき」と「磨き」の仕掛けづくり

～観光行動の発展性を高める～

地域の人々しか知らないような地域資源をはじめとした新たな地域の魅力を、来訪時に発見することで、観光客は予定していた以外のアクティビティを愉しむとともに、再度訪れてみたいと考える。そのため、観光客が現地で地域の魅力に「気づく」と、地域の人々が地域の魅力を再認識し、その魅力をうまく「磨き」、観光客に発信していくための仕掛けづくりに取り組むものとする。

● 本地域における多様な観光スタイルの提案

～観光に対する期待感を高める～

人々が観光に対して期待する内容は多彩である。また、観光も多様化・個性化が進んでいる。そのため、本地域でどのような観光ができるのか、どのような旅程で何をすることができるのかといった、多様な観光スタイルを提案していくものとする。

3つの観光誘導の方向性を踏まえると、「文化的景観」としての特性にふさわしい情報提供方策の展開が、共通した重要ポイントであると言える。

<円滑な観光誘導に向けた重要ポイント>

吉野大峯・熊野地域の「文化的景観」にふさわしい、
情報提供方策の展開

5．円滑な観光誘導に向けた、情報提供のあり方の検討

今後、吉野大峯・熊野地域において、情報面を中心とした取り組みを展開し、円滑な観光を誘導するためには、本地域において求められる、来訪者の「観光の動機」や「観光に対する欲求」を十分に踏まえ、それに応じた情報提供のあり方を検討する必要がある。

「観光の動機」や「観光に対する欲求」は、それぞれの個性や置かれている社会的状況等により異なる、極めて多様なものである。そのため、同じ地域に訪れる来訪者に対し、同じ内容、同じ機会、同じ方法の、一律的な情報発信を行うことは、効果的な観光誘導にはつながらない。「観光の動機」や「観光に対する欲求」の差別化を行い、異なる動機や欲求をもつ各社会的集団に対し、きめ細やかな情報提供を図る必要がある。

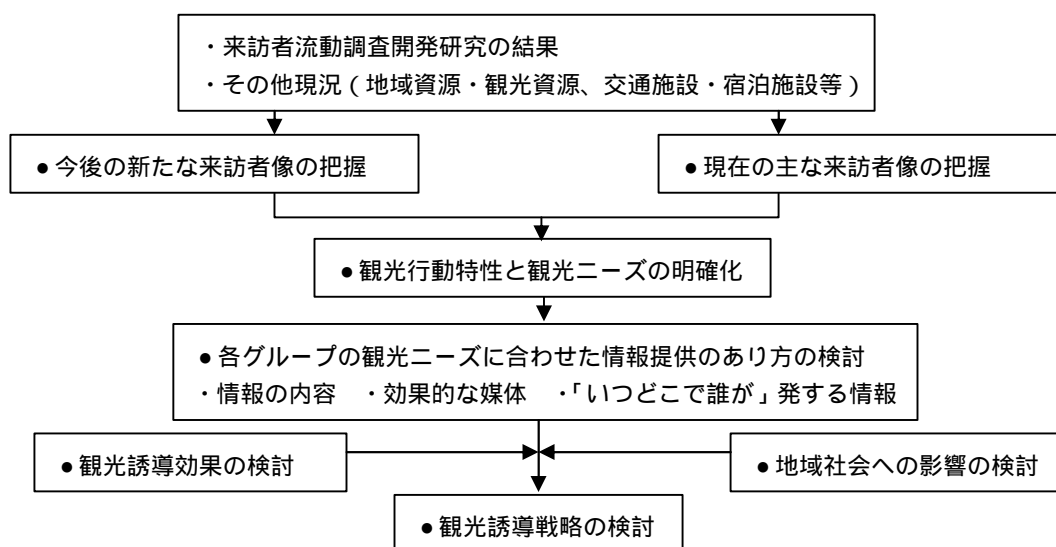
また、近年国民全体における、観光の多様化・個性化の進行は著しく、来訪者の「観光の動機」や「観光に対する欲求」は、今後も可変的であると考えられる。今後の本地域の情報面を中心とした観光誘導においては、常に環境変化への対応に取り組むことが求められる。

従って、ここでは現在の本地域における来訪者の動向から、取り組むべき情報提供方策を検討するとともに、その検討過程において、社会環境が変化した際の新たな情報提供の戦略と方策の検討に資する手法についても構造の明確化を試みた。

具体的には、現在の来訪者の観光行動の特性と、今後本地域の観光者として新たに出現する可能性の高い社会的集団を捉え、本地域の「来訪者像」として設定し、各「来訪者像」が本地域に対して求める観光ニーズを明確化している。

また、マーケティングの手法を参考にしながら、各「来訪者像」を、「観光の動機」や「観光に対する欲求」の違いに基づき差別化し、どのような特質を持った社会的集団に、どのような内容の情報を、どのような手段とタイミングで提供していくべきかといった、情報提供のあり方を考察している。

[円滑な観光誘導に向けた、情報提供のあり方の検討フロー]



(1) 本地域における、来訪者像の把握

現在の主な来訪者像

(ア) 霊場日帰り散策タイプ

三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏内から鉄道を利用し、日帰りで吉野山、熊野三山等の霊場を散策するタイプ。対象地域への来訪者のうち最も多いタイプと推測される。本地域内を回遊するのではなく、霊場の静かで古びた風情と四季の移ろいをゆっくり感じる旅をしていると思われる。

中高年の夫婦が少人数グループが大半で、本地域の世界遺産登録前後で数は増減していない。また、春の桜の季節と、秋の紅葉の季節に数が増える。 霊場に魅力を感じて訪れてはいるが、厳しい巡礼や修行をするつもりではなく、参拝と名所巡り、名産品の飲食等を組み合わせて愉しんでおり、ある程度の快適性や安全性、利便性等を旅に求めているタイプと考えられる。

グループ	中高年の夫婦、または中高年の少人数グループ。			
観光客のイメージ	・ 歴史や自然、修験道への信仰等、特定の興味がある人だけではなく、吉野山の魅力に関心を持つ、幅広い人々。 ・ 吉野山の桜や紅葉、古びた風情等、日本的なイメージを期待して来訪する人々。			
シーズン	春（桜） 秋（紅葉）		来訪回数 初めて訪れる人が多い	
主な観光ルートと移動の仕方	どこから	三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏から	観光ルートのイメージ例 大阪・兵庫方面から 京都、奈良方面から 三重県 奈良県 吉野山 大華山寺 日帰り中心 熊野古道小径 玉置神社 高野山 鉄道利用 吉野山や高野山のみ来訪	
	日帰り／宿泊	日帰り旅行が中心		
	交通	目的地まで		近鉄等の鉄道を利用。
		目的地内		徒歩。
	廻り方	・ 一日霊場と、その周辺の門前町や寺社等を歩いて散策 ・ 他の地域には行かない。		
主な来訪場所	・ 吉野山 ・ 熊野三山 ・ 高野山			
来訪の主な目的	・ 霊場の鄙びた雰囲気や、平安時代から続く歴史を感じる。 ・ 桜や紅葉等から感じる四季の移ろいや、山々の自然を感じる。 ・ 修験道の聖地である寺社にお参りすること。			
現在の主なアクティビティ	・ 桜、紅葉見物 ・ 史跡めぐり ・ 門前町の散策（飲食、買い物） ・ 寺社へのお参り ・ 山中を散策、回遊 ・ 温泉			
期待する旅の内容	● 歴史や自然の雰囲気を感じることのできる、<u>利便性、安全性、快適性の高い旅</u> ・ 現在の歴史的資産や美しい自然の雰囲気を満喫したい ・ トイレの少なさ、清潔感や、歩車分離していないこと、標識の少なさに対する不満は多く、ある程度施設設備の整った、安全性、快適性の高い旅を求めている ・ 飲食店、みやげ物の質量両面での充実を望んでおり、利便性が高く、かつ場所に合った雰囲気のホスピタリティについても求めている			

(イ) 紀伊山地周遊タイプ

三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏内から自家用車を利用して本地域にアクセスし、大台ヶ原等、稀少な自然のあるスポット等を中心に山岳地帯や沿岸地帯を回遊するタイプである。日帰りもしくは一泊の旅行で、ハイキングやカメラ、自然観察等を楽しみながら、周辺の山間の集落、道の駅や温泉等にも車で立ち寄っている。

中高年の夫婦が少人数グループが大半で、本地域の世界遺産登録前後で数は増減していない。また、高山植物が見頃になることや、避暑に適していること等から、夏に数が増える。

登山・トレッキング等を本格的に楽しむよりも、原生林の魅力や大自然を感じることを目的としている人が多いと考えられる。

グループ	中高年の夫婦、または中高年の少人数グループ。		
観光客のイメージ	- 手つかずの自然である原生林らしい雰囲気に関心を持っている人々。 - 自然観察やハイキング、カメラ等を趣味としている人々。		
シーズン	夏、秋（紅葉）	来訪回数	初めて訪れる人が多い
主な観光ルートと移動の仕方	どこから 三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏から 日帰り／宿泊 日帰りまたは一泊の旅行 交通 目的地まで 自家用車。 目的地内 自家用車、徒歩。 廻り方 - 目的地の山や原生林等以外にも、周辺の集落や、温泉地等に足を伸ばしている。 主な来訪場所 - 大台ヶ原 - 那智原生林 - 七里ヶ浜 観光ルートのイメージ例		
来訪の主な目的	- 原生林や大海原の雰囲気を感じる。 - 大自然を感じながら軽いハイキングやカメラ等を楽しむ。		
現在の主なアクティビティ	- 自然観察（高山植物、野生動物など） - ハイキング - 山脈の眺望（パノラマ、雲海、溪谷美） - 道中での温泉 - 道中にある、道の駅での飲食、買い物		
期待する旅の内容	- 人の手の入らない原生林の雰囲気を満喫でき、交通面等の利便性も高い旅 - 人の手の入っていない、原生林の雰囲気を満喫したい - 都会から自家用車で容易にアクセスしたい - 山脈の眺望や自然、名産品の買い物や温泉等も楽しみたい		

(ウ) 温泉滞在タイプ

三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏内または中部地方から自家用車を利用し、日帰りもしくは一泊の温泉旅行をするタイプである。温泉地以外は基本的に周遊せず、温泉地にゆっくりと滞在している。滞在中は温泉の他、短いハイキングや散策等で、雄大な自然や幽玄的な雰囲気を楽しんでいる。

中高年の夫婦か少人数グループが大半で、本地域の世界遺産登録前後で数は増減していない。しかし、洞川温泉等、近年マスメディアや旅行雑誌に取り上げられ、知名度を上げた地域については、若年層のこのタイプが増加する傾向にある。

このタイプの来訪者は、修験場としての本地域の山々や、豊かな自然の魅力とともに、秘境の温泉地らしい素朴さや地元の人々とのふれあいを求めている。

グループ	中高年の夫婦、または中高年の少人数グループ。			
観光客のイメージ	・ 自然や四季の移ろい、秘境の温泉地らしい雰囲気を好んでいる人々。			
シーズン	夏、秋（紅葉）		来訪回数 リピーターが多い	
主な観光ルートと移動の仕方	どこから	三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏、または中部地方から	観光ルートのイメージ例 大阪、兵庫方面から 京都、奈良方面から 温泉地だけに滞在 車利用 日帰り中心	
	日帰り／宿泊	日帰りまたは一泊の旅行		
	交通	目的地まで		自家用車。
		目的地内		自家用車、徒歩。
	廻り方	・ ほとんどが温泉地だけに滞在しており、他の地域に足を伸ばさない。		
主な来訪場所	・ 洞川温泉 ・ 十津川温泉			
来訪の主な目的	・ 素朴さ、懐かしさの感じられる温泉地でゆっくりとした休養をとること ・ 荘厳な自然を感じながら、散策あるいはハイキングをすること			
現在の主なアクティビティ	・ 温泉 ・ 自然の中の散策 ・ 軽いハイキング ・ 紅葉見物 ・ 森林浴 ・ 集落での飲食・買い物 ・ 水汲み（名水など） ・ 寺社、史跡めぐり			
期待する旅の内容	● 修験場の荘厳さと、秘境の温泉地らしい素朴さを、ゆっくりと楽しむ旅 ・ 修験場らしい荘厳さや自然に触れ、温泉でゆっくりと癒されたい ・ 秘境の温泉地らしい素朴な名産品や、地元の人々とのふれあいを楽しみたい ・ 休養の旅として必要な程度の利便性（交通面など）			

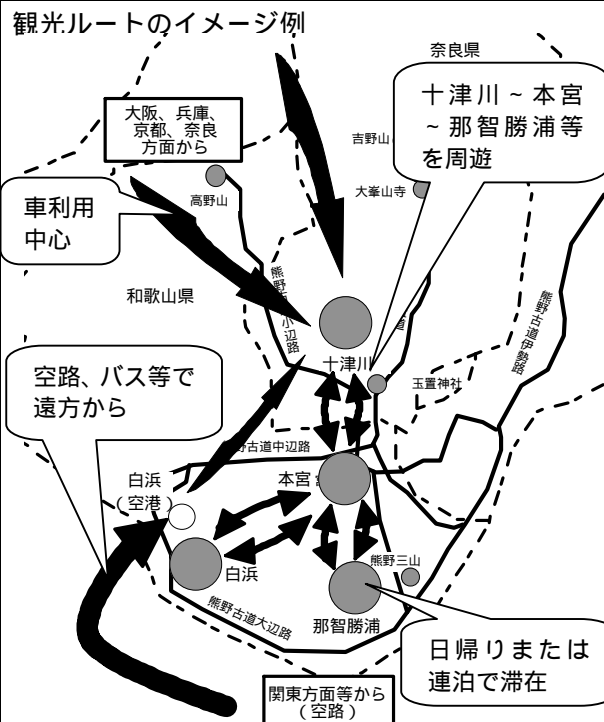
(エ) 世界遺産と温泉周遊タイプ

三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏内から自家用車を利用するか、関東方面等遠方から観光バスで訪れ、本宮・那智勝浦等、熊野三山、十津川温泉方面を中心に、温泉と世界遺産を周遊して楽しむタイプである。

日帰り旅行も多いが、十津川温泉や本宮や那智勝浦方面に宿をとり、連泊する人も多い。

中高年の夫婦か少人数グループが大半で、熊野三山の世界遺産登録後、若干数が増えている。冬は気候の問題で訪れにくいいため、夏から秋にかけて、数が多くなる。

温泉や世界遺産の登録資産の見物といった限られた目的ではなく、紀伊山地の独特の風土を総合的に楽しむことを求めていると考えられる。

グループ	中高年の夫婦、または中高年の少人数グループ。					
観光客のイメージ	・ 秘境の温泉地らしさや昔ながらの生活風景、豊かな自然をゆっくりと楽しみたい人々。 ・ 世界遺産と、その周辺の観光資源を周遊したい人々。					
シーズン	夏、秋（紅葉）		来訪回数	初めて来る人々が多い		
主な観光ルートと移動の仕方	どこから	三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏からと、関東方面など広域から				
	日帰り／宿泊	一泊または日帰りの旅行				
	交通	目的地まで	自家用車または観光バス			
		目的地内	自家用車、徒歩			
	廻り方	・ 温泉と世界遺産の対象を組み合わせる				
主な来訪場所	・ 十津川温泉 ・ 熊野三山（本宮等） ・ 那智勝浦温泉					
来訪の主な目的	・ 自然に囲まれた温泉地で、ゆっくりと休養をとること ・ 世界遺産を巡り、その周辺の自然や歴史遺産を楽しむこと					
現在の主なアクティビティ	・ 温泉 ・ 世界遺産めぐり、参拝（本宮、玉置神社等） ・ 寺社、史跡めぐり ・ 古道歩き（小辺路、大峯奥駈道） ・ 飲食・買い物 ・ 自然の中の散策（溪流美、吊橋等）					
期待する旅の内容	・ 世界遺産を中心に、紀伊山地の風土に触れ、自然や温泉に癒される旅 ・ 十津川や本宮、那智勝浦など、世界遺産や歴史的資源、独特の自然等、紀伊山地の風土に触れたい ・ 豊かな自然や温泉により、ゆっくりとした休養をとりたい ・ 休養の旅として必要な程度の利便性（交通面など）					

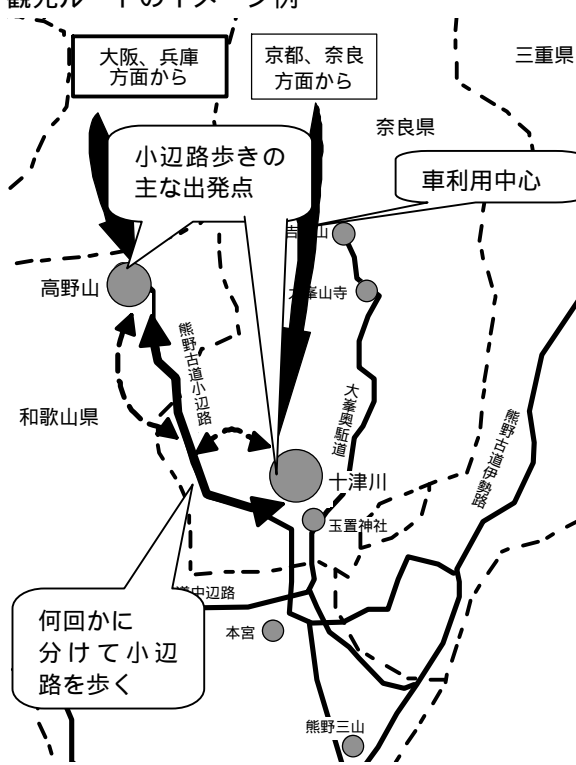
(オ) 参詣道散策タイプ

三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏内からバスや自家用車を利用し、参詣道にアクセスし、大辺路、中辺路、小辺路等を、少しずつ歩くタイプである。何度も訪れて、数回に分けて参詣道全体を歩く人も多い。

対象地域への来訪者のうち、それほど数の多くないタイプと推測される。古道歩き自体がハードなものであることと、起点までのアクセスのしにくさ、一日で歩き通せない古道だが、途中で宿泊施設がなく、旅程を組みにくいことなどが要因と考えられる。

趣味の少人数のグループか、一人旅の来訪者が中心で、世界遺産登録後は若干数が増えている。

熊野古道の歴史性や文化、紀伊山地独特の自然に関心を持っており、参詣道を苦労して歩くことや、古道らしい道中の自然や史跡を発見することを求めている。

グループ	趣味の少人数のグループまたは一人旅。			
観光客のイメージ	・ 世界遺産や、熊野古道の歴史や文化に関心がある人々。 ・ 山深い参詣道を苦労して歩くことにより、昔の人々の生活を体感したい人々。			
シーズン	春から秋		来訪回数 リピーターが多い（参詣道を何回かに分けて歩く傾向にあるため）	
主な観光ルートと移動の仕方	どこから	三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏からと、関東方面など広域から		
	日帰り／宿泊	日帰りまたは連泊の旅行		
	交通	目的地まで	バス、自家用車、宿の送迎	
		目的地内	バス、自家用車、徒歩	
	廻り方	・ 参詣道を途中まで歩き、バスなどを利用して復路をとる ・ 霊場を旅程に組み合わせる人が多い		
主な来訪場所	・ 高野山 ・ 十津川温泉 ・ 本宮			
				
来訪の主な目的	・ 古道を歩くこと ・ 紀伊山地の独特な自然を感じること			
現在の主なアクティビティ	・ 古道歩き ・ 史跡めぐり（石像、句碑など） ・ 道中の温泉 ・ 森林浴 ・ 山深い樹林の自然散策 ・ 道中の山々の眺望			
期待する旅の内容	●参詣道の歴史性と紀伊山地の独特な樹林の雰囲気、歩くことで体感する旅 ・ 参詣道の歴史性を、道中の史跡や石像等の発見を通じて体感したい ・ 山深い参詣道を歩くことを通じて、昔の人々の生活に思いを馳せたい ・ 落ち葉を踏みしめること等を通じて、樹林の雰囲気を体感したい			

(カ) 修験・巡礼タイプ

全国からバスや自家用車を利用し、修行・巡礼のために、大峯奥駈道や霊場を中心に訪れているタイプである。道中で宿泊し、連泊の旅をしている。

講などの団体が大半で、修行が目的である。来訪者数の増減は、世界遺産の登録の影響を受けていない。修験の季節である夏に多くなる。

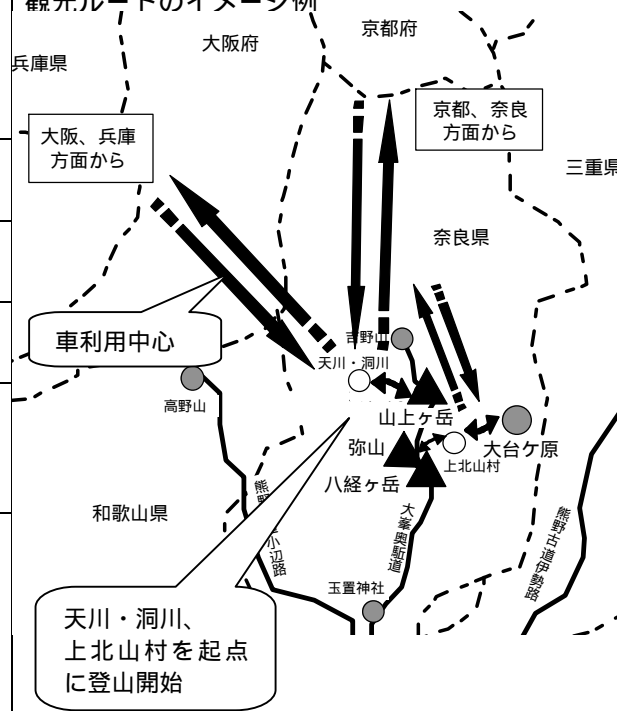
大峯山や霊場等での厳しい修行や巡礼が来訪目的となっているため、固定的に何度も訪れている人が多い。霊験あらたかな本地域で、修行を通じて信仰に触れることを求めている。

グループ	講などのグループ、一人旅（修験のために訪れている行者）			
観光客のイメージ	・ 修行のために訪れている修験者			
シーズン	夏（修験）		来訪回数 リピーターがほとんど（来訪回数が数十回に渡る）	
主な観光ルートと移動の仕方	どこから	全国から	観光ルートのイメージ例 	
	日帰り／宿泊	連泊の旅行		
	交通	目的地まで 目的地内		バス、自家用車 バス、自家用車、徒歩
	廻り方	・ 天川・洞川地区、吉野金峯山寺等を起点にして、大峯奥駈道を歩く		
	主な来訪場所	・ 行場 ・ 大峯山寺 ・ 洞川温泉 ・ 玉置神社 ・ 本宮		
来訪の主な目的	・ 大峯山をはじめとした霊場で修行をすること			
現在の主なアクティビティ	・ 修行 ・ 温泉			
期待する旅の内容	● 山深い幽玄的な霊場で修行をし、自然の厳しさと信仰心に触れる旅 ・ 修験道の聖地である大峯山で、厳しい自然の美しさと信仰の心を歩くことで体感したい ・ ハイカー等に邪魔をされることなく修行をしたい			

(キ) 登山・トレッキングタイプ

三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏内からバスや自家用車を利用し、上級者向けの登山やトレッキングを行うために、山深く、道のりの険しい大峰山系を中心に訪れているタイプである。対象地域への来訪者の中では少ないタイプだが、リピーターが多いと推測される。天川・洞川地区を拠点にして、日帰りするハイカー等も含まれるが、道中のヒュッテ等で宿泊する人も多い。

大峰山系をはじめとした厳しい自然と険しい道のりを、苦勞して歩いて体感することにより、大自然の美しさに触れることを求めていると考えられる。

グループ	一人旅（登山上級者、ハイカー）または少人数グループ		
観光客のイメージ	・ 毎年習慣的に訪れている熟練ハイカー		
シーズン	夏（アウトドア） 秋（紅葉）	来訪回数	リピーターがほとんど（習慣的に訪れている）
主な観光ルートと移動の仕方	どこから	三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都の近畿圏から	
	日帰り／宿泊	日帰りまたは連泊の旅行	
	交通	目的地まで バス、自家用車 目的地内 バス、自家用車、徒歩	
	廻り方	・ 天川・洞川地区、上北山村などを起点にして、登山をする	
	主な来訪場所	・ 山上ヶ岳 ・ 八経ヶ岳 ・ 弥山	
来訪の主な目的	・ 大峰山系をはじめとした、山深く、自然の豊かな地域で、難易度の高い登山やトレッキングをすること		
現在の主なアクティビティ	・ トレッキング・登山 ・ 自然観察（高山植物、オオヤマレンゲなど） ・ 峯の鑑賞（幽玄的な雰囲気） ・ 温泉 ・ 森林浴		
期待する旅の内容	・ 山深く険しい山脈で、高度な登山に挑戦し、自然の厳しさと美しさに触れる旅 ・ 険しい山脈で、高度な技術が必要な登山に挑戦し、厳しい自然の美しさを体感し、充実感を味わいたい ・ 山深い幽玄的な雰囲気を感じたい		

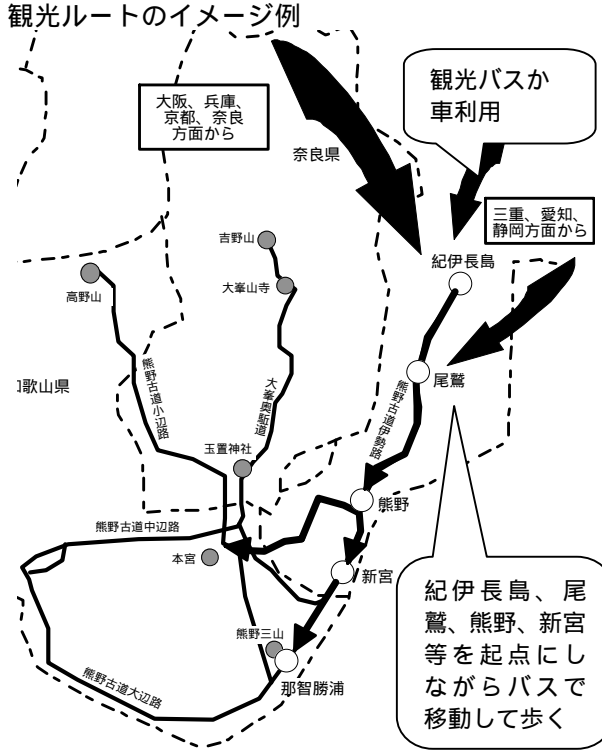
(ク)レクリエーションタイプ

三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏内から自家用車を利用し、キャンプや釣り等、アウトドア・レクリエーションを楽しむために訪れているタイプである。対象地域への来訪者の中では多いタイプだが、例えば夏のキャンプ、冬のスキーのように、季節によって来訪地も左右される傾向にある。来訪地は、各所にあるキャンプ場やスキー場、釣り場等の施設であり、本地域の幅広い範囲にわたっている。目的地だけではなく、道中の道の駅や温泉等の施設にも訪れていると考えられる。それぞれの好むレクリエーションを、利便性のある程度高い施設で楽しむことにより、自然の美しさや快適性を満喫することを求めていると考えられる。

グループ	若年あるいは中高年のグループ。		
観光客のイメージ	・ アウトドア・レクリエーションを趣味としている人々。 ・ 四季折々の自然を、野外活動により満喫したい人々。		
シーズン	春、夏（キャンプ）、秋（紅葉）、冬（スキー）	来訪回数	初めて訪れる人が多い
主な観光ルートと移動の仕方	どこから 三重県・奈良県及び大阪・兵庫・京都等の近畿圏から 日帰り／宿泊 日帰りまたは一泊の旅行 交通 目的地まで 自家用車。 目的地内 自家用車、徒歩。 廻り方 ・ 目的地のアウトドア施設以外にも、道の駅や温泉地等、道中の施設に足を伸ばしている。 主な来訪場所 ・ 大塔村 ・ 十津川村 ・ 黒滝村 ・ 瀬峡 ・ 七里御浜 観光ルートのイメージ例 車利用日帰り中心 キャンプ、釣り、ダイビング等		
来訪の主な目的	・ 自然を感じながら軽いレクリエーションを楽しむこと。		
現在の主なアクティビティ	・ キャンプ ・ 溪流釣り ・ ハイキング ・ スキー ・ エコツアー（エコミュージアム） ・ サイクリング ・ ダイビング ・ 山脈の眺望（パノラマ、雲海、渓谷美） ・ 自然観察（高山植物、野生動物など） ・ 道中での温泉 ・ 道中にある、道の駅での飲食、買い物		
期待する旅の内容	● 自然を満喫することができ、施設面での利便性も高い旅 ・ 四季折々の自然を、キャンプやスキー等の野外活動により楽しみたい ・ 都会から自家用車で容易にアクセスしたい ・ 名産品の買い物や温泉等も楽しみたい		

(ケ) 古道ツアー参加タイプ

愛知、静岡等の中部地方や近畿圏内から、グループツアーに参加して、観光バスやシャトルバスを利用し、日帰りまたは一泊程度の旅行をするタイプである。対象地域への来訪者のうち多いタイプと推測される。熊野古道を歩くことを主な目的としているが、那智勝浦や紀伊長島等の温泉地にも訪れている。また、熊野古道のうちでも特に伊勢路では、要所へのシャトルバスでのアクセスが充実されているため、シャトルバスを利用して自分たちのペースに合った古道歩きのコースを選択するスタイルも見受けられる。世代は中高年が中心で、町内会等地域のグループで訪れる場合も多く、観光ツアーに参加するケースが多いものと推測される。本地域の世界遺産登録後で来訪者数が相当に増えている。世界遺産となった熊野古道に魅力を感じており、歴史を感じる石畳や古道から見る海の眺望、森林の美しさ等、地域の風土を歩いてゆっくり楽しむことを求めている。

グループ	町内会等地域のグループや、グループツアーに参加した人々。			
観光客のイメージ	・ 世界遺産となった熊野古道に関心があり、古道らしい歴史性や自然をゆっくり歩いて楽しみたい人々。			
シーズン	春から秋		来訪回数 初めて訪れる人が多い	
主な観光ルートと移動の仕方	どこから	愛知・静岡等中部地方、大阪・兵庫・京都等の近畿圏から		
	日帰り／宿泊	日帰りまたは一泊程度		
	交通	目的地まで	観光バス（シャトルバス）、自家用車	
		目的地内	観光バス（シャトルバス）、自家用車	
	廻り方	・ 熊野古道を、シャトルバス等を利用しながら歩いている		
主な来訪場所	・ 熊野三山 ・ 紀伊長島、那智勝浦 ・ 花の窟、鬼ヶ城			
				
来訪の主な目的	・ 世界遺産となった熊野古道を歩くことにより、歴史性と文化、自然が調和した、紀伊山地独特の風土を体感すること			
現在の主なアクティビティ	・ 古道歩き ・ 史跡めぐり ・ 地元の人との交流（語り部） ・ 参拝（本宮など） ・ 森林浴 ・ ハイキング ・ 温泉 ・ 飲食、買い物（那智勝浦、紀伊長島等）			
期待する旅の内容	● 世界遺産である紀伊山地と参詣道の風土を、歩いてゆっくり楽しむ旅 ・ 世界遺産となった参詣道を歩き、昔の人々の生活に思いを馳せたい ・ 古道の美しい森林や海の眺望を見ながら、ゆっくりと歩いてリフレッシュしたい ・ 語り部や地元の人々との素朴であたたかい交流を楽しみたい			

今後の新たな来訪者像

(ア) 外国人観光客

世界遺産登録により、吉野大峯・熊野地域が海外のメディアに取り上げられる機会は従来に比べ大幅に増えている。今後、本地域に訪れる外国人観光客も増加するものと推測される。

海外向けのガイドブックやホームページ、ヒアリングから得られた情報等から整理すると、今後の外国人観光客の来訪者像としては、以下のタイプが考えられる。

() ハイカータイプ

登山・ハイキングを趣味としており、トレッキング等の場として本地域に魅力を感じ、訪れたいと考えている人々。

() 日本全国周遊タイプ

短期間の海外旅行の間に、東京、京都、奈良等、日本の主要な観光地を訪れたいと考えており、本地域については、世界遺産となった代表的な観光地として関心を持っている人々。

() 長期滞在バックパッカータイプ

長期間日本に滞在し、個人の関心や気分に応じて、日本の主要な観光地を回りたいと考える人々。日本全国周遊タイプとは異なる観光スタイルを求めているが、本地域については世界遺産となった代表的な観光地として関心を持っていると考えられる。

() 日本文化体験志向タイプ

日本の文化や地域性に関心があり、主要な観光地を周遊するのではなく、ある場所の地域性を、何らかの体験を通じて深く体感したいと考えている人々。

(イ) 広域からの来訪者

現在、本地域では、近畿地方及び中部地方以外の広域圏からの来訪者の数は少ない。また、広域からの来訪者が訪れる地域は、知名度が高い三大霊場か、関西空港、白浜空港や中部方面からアクセスしやすい十津川・那智勝浦・白浜方面の温泉がほとんどである。世界遺産登録により、本地域の全国的な知名度は以前に比べ上がっており、アクセスの困難感が改善されれば、今後広域からの来訪者は増加するものと推測される。

今後の広域からの来訪者は、世界遺産登録を契機として増加する見込みがあるため、現在の来訪者像のうち、以下のタイプのような観光行動をとるものと考えられる。

○ 世界遺産と温泉周遊タイプ ○ 古道ツアー参加タイプ ○ 参詣道散策タイプ

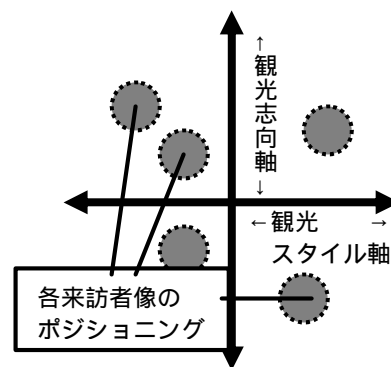
(ウ) 若年層や高齢者層など、多様な世代の来訪者

本地域への来訪者は中高年が中心となっているが、今後高齢者の数の増加や、世界遺産登録による認知度の向上等の影響により、若年層や高齢者等、多様な世代の来訪者の増加が推測される。

今後の多様な世代の来訪者は、全ての来訪者像の観光行動をとることが考えられるが、子ども連れでも観光しやすくするためのサービスの提供や、高齢者も安全に観光することが可能な観光施設の整備等、世代特有のニーズを想定し、対応を図る姿勢が重要である。

(2) 本地域における、各来訪者像の観光行動特性と観光ニーズの明確化

多様な本地域への来訪者の様々な観光ニーズを把握するとともに、各来訪者像の違いをより明確にするために、ここでは、把握した各来訪者像を、「どのような観光の楽しさを志向するか」という「観光志向軸」と、「どのような姿勢で観光に臨んでいるのか」という「観光スタイル軸」で捉えなおした。



● 観光志向軸

○ 「定番の場所・定型的な活動」への志向

名刹の神社仏閣や有名な景勝地での見物、温泉地等での保養、スキー場でのスポーツ等、定番的な観光ポイントにおける、定型的な観光行動によって得られる楽しさを志向する傾向である。

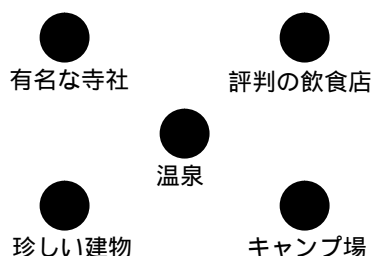
< 「定番の場所・定型的な活動」への志向の例 >

- ・ 古都奈良で、東大寺に行き、大仏をみる
- ・ キャンプ場で、バーベキューをする
- ・ 熱海で温泉に入り、旅館に泊る

(本地域の来訪者像における例：霊場日帰り散策タイプ)

定番の場所：三大霊場 定型的な活動：参詣、名物の飲食、桜・紅葉見物 等

観光対象・興味の対象は「点」



○ 「場所の発展性・不定形な楽しみ」への志向

「定型的・定番的」な観光への志向とは対照に、より広がりのある範囲の「観光地」において、地域の人々との出会いや珍しい動物との遭遇等魅力的な出来事、さり気ない花々の美しさの発見といった、個人の価値観やそのときの気分によって異なる不定形な楽しみを志向する傾向である。

観光対象・興味の対象は「面」

その時、その場の出会い・発見



< 「場所の発展性・不定形な楽しみ」への志向の例 >

- ・ 山にドライブに行き、面白そうな植物園を発見して入園し、散策する
- ・ 歴史的な町並みの景観を見物しに出かけ、評判の甘味処のおばさんとの会話を楽しむ

(本地域の来訪者像における例)

○ 参詣道散策タイプ

場所の発展性：参詣道（伊勢路、小辺路）

不定形な楽しみ：石畳の磨り減りの発見から、昔の人々の生活に思いを馳せる 等

●観光スタイル軸

○「受動的・消費的」なスタイル

来訪地での滞在時間内にどのような行動をとるかを、自らの興味や創意工夫に基づきデザインするのではなく、グループツアーに参加する等、受動的な姿勢で観光に望む傾向である。また、現地であらかじめ用意されている様々なサービスの利用を通じて観光の満足を得る傾向が強く、消費的な観光スタイルであるといえる。

<「受動的・消費的」な観光スタイル例>

- ・香港へのグループツアーに参加し、ガイドの案内でブランド品ショップを回り、ショッピングを楽しむ
- ・町内会の温泉旅行に参加し、温泉地での露天風呂や娯楽施設を楽しみ、物産店でお土産を買う

(本地域の来訪者像における例)

○世界遺産と温泉周遊タイプ

ガイドブック等のモデルコースを参考に、温泉地と有名な世界遺産を周遊し、現地での飲食や見物を楽しむ

○「主体的・経験的」なスタイル

来訪地での滞在時間内に、どのような行動をとるかを、自らの興味や創意工夫に基づきデザインし、主体的な姿勢で観光に望む傾向である。また、現地での極めて個人的な経験を通じて観光の満足を得る傾向が強く、経験的な観光スタイルであるといえる。

<「主体的・経験的」な観光スタイル例>

- ・ヨーロッパで鉄道の周遊チケットを購入し、車窓の風景を楽しみながら、面白そうな場所で下車し、宿泊する
- ・鎌倉をぶらぶらと散策し、自分の印象を和歌にしなから、日本の春の美しさを楽しむ

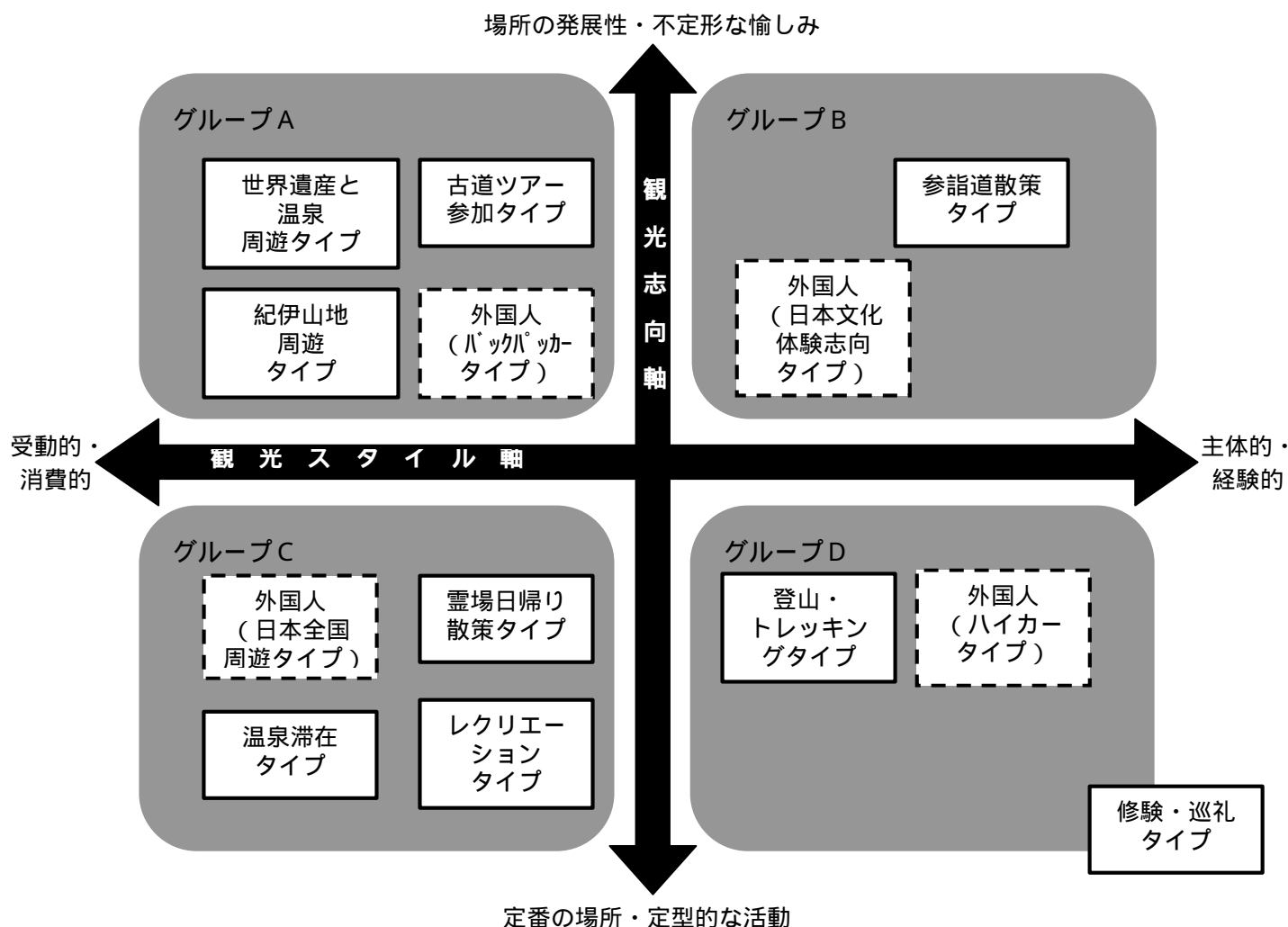
(本地域の来訪者像における例)

○参詣道散策タイプ

日本の風情を感じる野草の観察を旅の楽しみとしており、自分と似たセンスを持った友人が薦めていた熊野古道を訪れ、美しい植物との出会いを期待して散策する

「観光志向軸」と「観光スタイル軸」で、現在と今後の本地域における来訪者像を捉えなおすと、以下のように位置づけられる。

■ 各来訪者像のポジショニング



● グループA（地域特性・もてなし重視型）

特定の場所だけではなく本地域全体に興味があるので、来訪中の気分や発見等により様々な場所に訪れる。サービスが用意されているいくつかの点的な空間を移動して、各地で愉しんでおり、気軽さのあるグループである。

● グループB（地域特性・感性重視型）

自ら観光の仕方をアレンジする能力を持ち、その場その時の自分の気分と地域の状況によって様々な場所を訪れる。楽しみ方は多様性に富んでおり、個人の感性に響く地域特性の体感を、観光に求めるグループである。

● グループC（定番観光地訪問型）

知名度が高く、かつ飲食・買い物・宿泊等のサービスが整備された観光ポイントを訪れ、他の場所には訪れない。最も大衆的で、現地でのサービス提供や消費活動を重視しているグループである。

● グループD（趣味実現型）

現地ですることはあらかじめ決まっており、それに適合した場所を選んで訪れる。個人の価値観や日ごろの関心を、本地域での観光がどれほど実現するかを重視するグループである。

(3) 多様な観光ニーズに対応した、効果的な情報提供方策の検討

各グループの観光ニーズに合わせた情報提供のあり方の検討

●グループA（地域特性・もてなし重視型）

より多くの観光資源・地域資源の存在、
現地でのサービス提供や、可能なアクティビティの状況

グループAの来訪者は、本地域に来訪した際の気分や発見により、様々な場所を訪れる傾向にあるため、観光対象となりうる多くの地域資源の情報を、現地を訪れた時に利用したいと考えている。また、地域資源のある場所に用意されたもてなしにより、どのようなアクティビティが可能なのかを現地で知ることができて、その内容に関心があれば訪れたいと考える。

そのため、求められる情報の内容は、幅広い視点から捉えたより多くの地域資源の存在が、現地で把握しやすい情報となる。また、地域で提供されるもてなしと可能なアクティビティについても整理されていることが求められる。

< 求められる情報の内容 >

- (ア) 定番的な観光資源に加え、現在は観光対象となっていないようなさりげない地域資源の存在
- (イ) 観光資源・地域資源のある場所での、サービスの提供状況
- (ウ) 現地を訪れた時に利用しやすいよう整理された情報
- (エ) リアルタイムで入手できる情報
- (オ) 見る、食べる、買う、泊る、遊ぶなど、資源のある場所での具体的なアクティビティを例示・整理した情報

< 効果的な媒体 >

本地域に訪れた時に利用しやすい媒体（マップ、パンフレット、ガイドブック、地域情報誌、携帯端末、カーナビなど）

情報提供の例

- ・ 携帯端末によるリアルタイムの地域情報の提供
- ・ 地域独自の端末を配布し、観光ナビゲーション
- ・ 携帯サイトによる宿泊や飲食店の予約システム
- ・ 「見る」、「食べる」、「買う」等、行動別に整理された地域資源マップの配布

● グループB（地域特性・感性重視型）

多様な価値観の立場から、主観的に表現された、
観光資源・地域資源の魅力に関する情報

グループBの来訪者は、自分の感性から魅力的と判断できる観光資源や地域資源の情報を得ようとする。また、自分の感性を刺激するような体験が、どこで、いつ、どのような行動をとれば期待できるのかを知りたいと考えている。

そのため、観光資源・地域資源の位置や存在といった、表層的・客観的な情報だけではなく、自分と同じような感性を持つ人々が、本地域でどのような体験をして、どのような感動を得たのかといった、主観的・個人的な情報を知ることによって、観光への期待や動機が高まるものと考えられる。

< 求められる情報の内容 >

- (ア) 多様な価値観からみて表現された、観光資源や地域資源の魅力に関する情報
- (イ) 本地域を訪れた人々の、個人的な感想・感動や考察、発見
- (ウ) 本地域を訪れた人々の、来訪ルートや観光行動の記録
- (エ) 現地に訪れた時に期待されるハプニングに関する情報
- (オ) リアルタイムで入手できる情報

< 効果的な媒体 >

情報を発信した人物の感性を把握しやすい媒体（小説やエッセイ等の書籍、インターネット、ガイドブック等）

情報提供の例

- ・ 統一した感性・センスでまとめられたミニコミ誌における、吉野大峯・熊野地域の特集
- ・ ブログによる吉野大峯・熊野地域の体験記
- ・ 本地域を題材とした小説・詩歌や俳句の発信

● グループC（定番観光地訪問型）

広く公共に価値の高さが認識された、誰もが感動するような観光資源の情報、
快適で利便性の高いサービス提供の状況

グループCの来訪者は、価値観や感性の違いに関わらず、誰もが感動するような場所に訪れたいと考えている。また、より快適なサービスを受けることや、非日常的な体験を愉しみたいと考えている。

そのため、本地域の主要な観光資源が、広く公共に価値のあるものとして認識されればされるほど、本地域での観光への期待や動機が高まるものと考えられる。また、現地におけるサービスの内容については、快適性の高さや、非日常的な雰囲気味わえるかどうかといった視点からまとめられた情報であることが求められる。

< 求められる情報の内容 >

- （ア）観光資源や地域資源について、多くの人々が価値や魅力のあるものとして認めているという情報
- （イ）快適性や利便性の高さから評価・整理した、現地でのサービスに関する情報
- （ウ）主要な観光ポイントを網羅しており、最も快適で利便性の高い観光行動が可能なコースを例示した情報

< 効果的な媒体 >

広く公共に影響のある媒体（新聞、テレビ、旅行雑誌、ガイドブック等）

情報提供の例

- ・ 新聞・テレビ等のマスメディア
- ・ 旅行雑誌での特集
- ・ 観光ガイドブック
- ・ 旅行会社のパッケージツアー等による宣伝
- ・ 世代別ライフスタイル雑誌における吉野大峯・熊野地域特集

● グループD（趣味実現型）

観光資源や地域資源に対する、多様な分野の専門的な見識からの評価

グループDの来訪者は、登山や自然観察等、自分がしたいと考えている行動に、いかに本地域が適した場所であるかを評価して訪れる。そのため、本地域の観光資源や地域資源について、特定の分野における専門的な見識からの評価が高ければ、本地域に対する来訪動機が高まるものと考えられる。

< 求められる情報の内容 >

- (ア) 専門家が評価した、本地域の価値や魅力
- (イ) 本地域でのみ行うことが可能な、ある分野における特殊なアクティビティの情報
- (ウ) 本地域でのアクティビティに関する専門知識や注意点

< 効果的な媒体 >

特定の分野の、専門的なトピックが集まる媒体（専門誌等）

情報提供の例

- ・ 登山、トレッキング、自然観察等の専門誌における特集
- ・ 専門家の書籍での評価
- ・ 自然、歴史等をテーマにしたホームページにおける特集（名水特集など）

観光誘導効果と地域への影響の把握

(ア) 期待できる観光誘導効果の検討

情報提供を中心とした、観光誘導による取り組みにより、期待できる効果としては、以下のものが考えられる。

- | | |
|----------|-----------|
| ○来訪者数の増加 | ○リピート率の向上 |
| ○来訪場所の増加 | ○滞在時間の増加 |

情報提供を中心とした取り組みを展開することにより期待される観光誘導効果について、各グループで検討すると、以下のような異なる傾向が現れるものと推察される。

○ 来訪者数の増加

グループ A

主要な観光資源以外の地域資源についても、その数の多さが広く認識されれば、来訪者数が増える可能性は高い。

グループ B

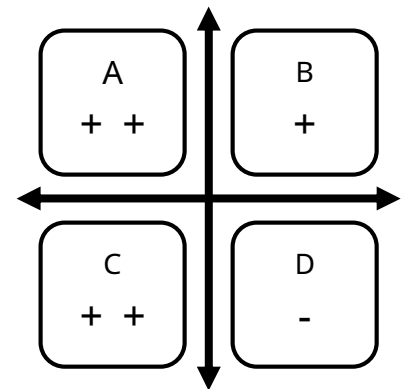
個人の感性に訴えなければいけないので、情報の発信者の質や、情報発信の手段を極めて豊富にしなければならない。そのため、来訪者数を増やすまでには時間がかかる。

グループ C

本地域の認知度と評価が広く公共で高まれば、来訪したいと考えるため、多くなる可能性は高い。

グループ D

特定分野に関心のある人々に限られるため、来訪者数自体はそれほど増えない。



○ リピート率の向上

グループ A

サービス提供のある場所であれば、地域内で様々な場所を訪れてみたいという意欲を持っているため、リピート率は高くなる可能性が高い。

グループ B

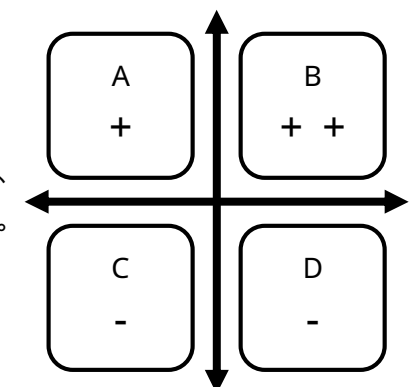
地域との対話的な関係の中で、観光の愉しみを発見しようとするため、何度訪れてもその場・その時で異なる内容の愉しみを得ることができる。リピート率は高くなる可能性が高い。

グループ C

現地でのサービスの提供により観光の満足を得る傾向にある上、訪れる場所が限られているため、サービスの内容に馴れた場合、同じ場所への再訪動機が低下する傾向が強く、リピート率はそれほど向上しない可能性が高い。

グループ D

来訪動機は、日ごろの個人の価値観や関心に基づくもので、もともとリピート率は高いため、現在以上に向上する可能性は低い。



○ 来訪場所の増加

グループ A

ある程度サービス提供の環境が整っている場所に限定されるが、主要な観光資源以外の、まだ認知度の低い地域資源を伝えることができれば来訪場所は増えると考えられる。

グループ B

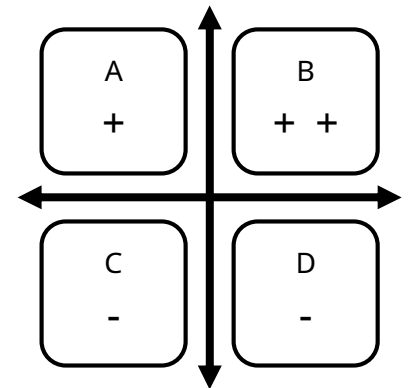
来訪時の気分や状況、地域の状態等により、様々な場所の多様な魅力を愉しむことができるため、来訪場所の発展性が極めて高く、多くの場所に訪れると考えられる。

グループ C

来訪場所は、快適性や利便性の高いサービスが整備されている場所に限られるため、来訪場所はそれほど増加しない。

グループ D

来訪場所は、個人の価値観や興味から評価できるところに限られており、それほど増加しない。



○ 滞在時間の増加

グループ A

来訪場所の発展性があるため、多様な地域資源の存在を伝えることができれば滞在時間は増加するものと考えられる。

グループ B

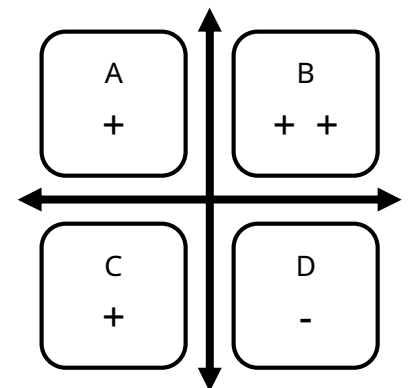
地域と自分との対話的な関係を愉しむ傾向にあるため、一つの来訪場所での滞在時間が長くなる傾向があると同時に、ある観光ポイントからある観光ポイントまでの移動時間も長くなる可能性がある。宿泊施設等に関する情報の提供により、宿泊も含めた長期間の滞在期間をとる可能性が高い。

グループ C

サービスの快適性や質の高さについて伝えることができれば、長期間の滞在をする可能性がある。

グループ D

滞在時間は、個人の価値観や関心に基づいた、現地でのアクティビティの種類によって異なる。



(イ) 地域社会への影響の検討

本地域の観光振興における課題を踏まえると、情報提供を中心とした観光誘導においては、地域の人々にとって望ましい観光客の誘致を図ることが重要である。

そのため、情報提供方策を適用した場合の、本地域への観光客が地域社会に与える影響についても検討する必要がある。各グループの地域社会との関わり方を検討すると、以下のとおりとなる。

グループ A

地域で提供されるもてなしによる満足を観光に求めるものの、大きな観光の目的は地域特性を感じることであり、機会と内容によっては地域社会と関わろうとすると考えられる。

グループ B

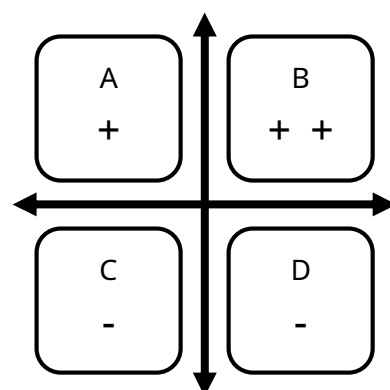
古道歩きや散策の過程の中で、地域の人々との出会いや地域資源の偶然の発見等を、観光において期待しており、地域社会と自己との対話的な関係を築こうとする傾向にある。地域との関わり方は最も高いものと考えられる。

グループ C

快適性の高いサービスと、非日常的な体験を観光において期待しており、サービスの享受以外には、地域社会との関わりはそれほど持たないものと思われる。

グループ D

それぞれの目的や趣味等の実現に適する条件を備えた場としてのみ本地域を評価しており、地域社会との関わりはそれほど持たない傾向にある。



(ウ) まとめ

場所の発展性・不定形な愉しみを志向し、主体的・経験的な観光スタイルをとる来訪者は、観光誘導による効果が高く、地域社会とも関係を築こうとする傾向がある

場所の発展性・不定形な愉しみを志向する来訪者の方が、定番の場所・定型的な行動を志向する来訪者よりも、観光振興の効果が高く、主体的・経験的な観光スタイルをとる来訪者の方が受動的・消費的な観光スタイルをとる来訪者よりも地域社会とより関係を築こうとする傾向にある。

観光誘導戦略の検討

検討の結果、本地域の観光誘導においては、多様な観光客のニーズに合った形で情報発信を行い、全ての観光客に対し、地域特性に関する理解の浸透を図る必要がある。また、地域の人々との関わりを魅力を効果的に伝えることにより、新たな観光スタイルやニーズを持つ観光客を、発掘することも必要である。そのため、地域の人々による本地域の魅力の再発見と、来訪者へのもてなしや、情報発信を推進する。また、現在の観光客のニーズにきめ細やかに対応すると同時に、今後の観光客を各地域にとって望ましい「来訪者像」へと変化させていくといった戦略的な発想も、観光施策の展開には求められる。

そのため、本地域の観光誘導戦略の基本的な方向性を、以下の3点と考える。

●リピーターの育成

観光ニーズの違いで分けられる、各タイプの来訪者には、本地域にこれから訪れようとする人と、訪れた経験のある人とがあり、来訪経験によってもまた観光ニーズが異なるものと考えられる。本地域に初めて訪れる人を増やすことも大切であるが、再度来訪しようと思う人を増やしていくことは、地域特性の理解度のより深い観光客の誘導につながる。そのため、観光ニーズに合わせた初めて本地域を訪れる人と、訪れた経験がある人とで、異なる情報発信のあり方を検討し、リピーターの育成を図るものとする。

●地域の人々が再発見する魅力と、おもてなしの情報発信

全ての来訪者に対し、本地域の特性への理解の浸透を図ることが、地域社会にとっても望ましい観光誘導につながる。そのため、地域の人々による本地域の魅力の再発見を推進し、より深く発掘された本地域の特性や魅力を情報として発信していくものとする。また、地域の人々による来訪者へのもてなしそのものについても、本地域の特性・魅力として情報発信する。そのことが、より地域の特性を理解しようとし、地域特性に合わせた観光を望む観光客の増加にもつながるものとする。

●きめ細やかな地域特性に応じた、ターゲットの設定

本地域は極めて広大な範囲であり、地域によって観光資源や魅力、来訪者の受け入れ体制等が異なる。そのため、地域特性に応じてターゲットを設定し、各地域の状況に合わせた情報提供施策を展開する。

