

口頭発表

【分科会 1】

京都市におけるシェアサイクルについて

八塩ゼミ シェアサイクルチーム

○原田佳苗(harada kanae)・小川怜郎(ogawa reo)・田中凌(tanaka ryo)・中谷陸斗(nakaya rikuto)・今井優貴(imai yuki)・林口弥央(hayashiguchi mio)

(京都産業大学経済学部経済学科)

キーワード：シェアサイクル、認知度

1. はじめに

シェアサイクルとはサイクルポート（自転車置き場）を事業エリアに複数箇所ネットワーク上に設置し、任意のサイクルポートで借りた自転車を任意のサイクルポートに返却することができるシステムである。特徴として「安価であること」「目的地の近くに返却できること」「自転車は整備がなされているため、車体の欠損による事故などが少ないこと」「個人の駐輪スペースを確保する必要がないこと」が挙げられる。シェアサイクルが一般に普及しているヨーロッパではシェアサイクルが普及することによる「公共交通の補完」「環境改善」「健康改善」などのメリットが存在する。日本ではシェアサイクルは都市部を中心に普及はされているがまだまだ認知度が低い現状である。我々は様々な効果のあるシェアサイクルをより重要視しても良いのではないかと考え、それを普及させるための政策案を提案する。

2. 現状分析

自転車活用推進計画が策定されたことで、全国的にシェアサイクルを本格導入している都市は年々増加傾向にあり、平成 31 年時点で 159 都市である。それに伴いポート数も年々増加しており、東京などの都心部ではシェアサイクルの密度が高まってきていることから、これからも増加していくことが予想される。

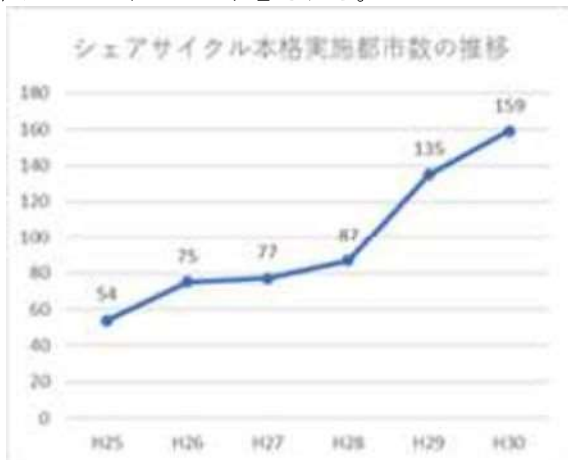


図1 シェアサイクル本格実施都市数の推移

しかし、交通のネットワークを整備していく必要がある。そのために、更に公共交通と連携・補完し、シェアサイクルがファースト/ラストマイルの機能を担う交通システムになっていくことが重要である。そのなかで、都市部である京都ではどのような課題に直面しているのか。

3. 京都市の現状

京都市では 2019 年 10 月時点でシェアサイクルのポートが 109 箇所設置されており、主な設置場所としてホテル・駅・駐車場・観光施設があり、シェアサイクルの利用者数は徐々に増加している。

しかし「PiPPA」におけるポート場所、別の利用数を比較すると、上位のほとんどが駅前や駅に近いホテルである。

また、京都市独自の交通手段分担調査の結果では、「歩くまち・京都」の施策もあり「自転車」の使用率が減少傾向に「鉄道・バス」などの公共交通機関の使用が増加傾向になっている。一方で、行楽シーズンには観光客と現地の人が一斉にバスに乗ろうとすることによる、バスに「乗れない・乗れても動かない」という問題も起こっている。

また京都市では現状、「Pippa」「kotobike」「COGICOGI」などの合計 10 種類のシェアサイクルのサービスが存在しているが、それぞれに互換性はなく認知度が高いとは言えない。

P i P P A の利用状況 (2)



図2 PIPPAの利用状況

現状の改善点としては

・駅周辺以外でのシェアサイクル利用数が少

ないこと

・観光客及び現地住民のバスへの過度に依存していることが挙げられる。

4. 政策案

これらの改善点を解決し、シェアサイクルの認知度を上げるための政策案として

・バスへの過度な依存を改善する案として同業者間及び他の公共交通機関との連携

・駅周辺以外でのシェアサイクルの利用を増やす案として「マンションへのシェアサイクル導入」を挙げたいと思う。

4-1. 『同業者間及び他の公共交通機関との連携』

現在京都市内に設置されているポートは複数の会社のものが混在しているため、同業者間で提携を組むことで社名に関係なくどのポートでも利用が可能になれば、実質的にポート数は増加しこれまで以上にシェアサイクルの利用範囲が広がるだろう。しかしこの政策案では、自転車の管理先についての課題が生じる。乗車したポートと降車したポートの会社が異なった際、その自転車はどちらが管理するのか等の会社ごとの管轄をどのように決定するかを協議する必要がある。しかし、それを踏まえても連携を進めることが望ましいと考えるため前向きに検討すべきだ。

次に公共交通機関との連携について、ここでは主に市バスとの連携を取り上げていく。例えば時間内に市バスとシェアサイクルを併用することで料金割引がなされるサービス等を設けて、市バス利用者にもシェアサイクルを利用してもらいやすい環境を作る。それに伴い乗換案内等の経路探索アプリにシェアサイクルのポートも記載することで、専用アプリや公式 HP に飛ばなくても容易にポートの位置を確認できる。また、シェアサイクルの決済方法に IC カードを導入すればバスと自転車のよりスムーズな乗り継ぎが可能になると考える。

4-2 「マンションへのシェアサイクル導入」

マンションの駐車場にシェアサイクルを導入することによってポート数を増やし、シェアサイクルの街中での利用数を増加させることができる。実際にマンションと個別にシェアサイクル契約をしているところもあるがその場合利用できるのはマンションの住人に限られている。その自転車はマンション内のポートでしか使えず一般のポートでは使うことができないため、その自転車を使う際には自分で管理しなければならない。マンションが会社と連携することでポートへの移動を可能にし、マンション住人以外の住民にも使えるようにすることでポートの

密度が高くなり、シェアサイクルはポートの密度が高いほど利用回数が増加する傾向があるため、使用数の増加を見込めるだろう。

一方でこの政策案には課題が存在する。それは防犯対策が必要なことである。この案を行う場合多くの非マンション住居者も多く利用することになり、子供などの家族連れの多いマンションなどで誘拐などの犯罪が起こる可能性があり、安全対策に費用がかかることになる。防犯面に関しては課題が残るが、それを考慮してもこの政策を推奨すべきと考える。

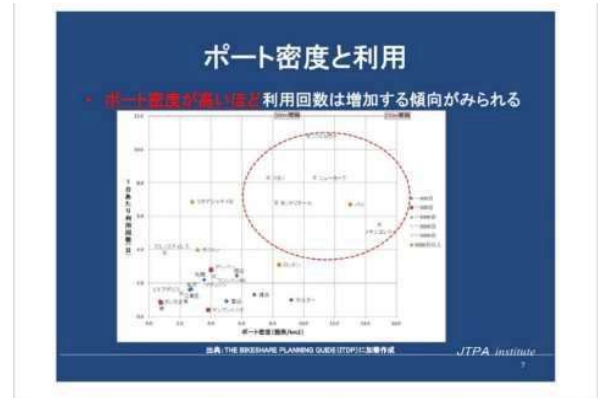


図3 世界のポート密度と利用

5. 展望

公共交通機関との連携を実施することにより、市バスの混雑緩和を見込めると考える。さらに、シェアサイクルの決済方法に IC カードを導入すればバスと自転車のよりスムーズな乗り継ぎが可能になるため、市バスのみを利用していた層からの新規利用者を獲得できるだろう。また、マンションの駐輪場にシェアサイクルを導入することで、自転車を所有する人を減らすことができ、駐輪問題改善につながると考える。さらに今後シェアサイクルが浸透していけば、ヨーロッパと同様に環境や健康面においても様々な効果が得られるだろう。

参考文献

国土交通省ホームページ

- ・シェアサイクルの取組等について(令和元年 11 月)
- ・京都におけるシェアサイクル事例
- ・平成 30 年度「歩くまち・京都」推進課推進会議説明資料[資料 3]

公益法人日本交通計画協会

- ・海外等に見るコミュニティサイクルの導入事例

“TAMBA ツーリズム”による森の京都の活性化政策

- 丹波ワインをキーコンテンツとして -

同志社大学 田中宏樹ゼミ 京都府チーム

○中江 弥生 (NAKAE YAYOI)・黒川 華愛 (KUROKAWA KAE)
・小笠原 佳衣 (OGASAWARA KAE)・清水 遼 (SHIMIZU RYO)
(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：TAMBA ツーリズム、森の京都、丹波ワイン

1. はじめに

京都府の観光の現状として、京都市への観光の集中ということが挙げられる。平成 20 年から平成 30 年の 10 年間に於いて、京都市には毎年約 4500 万人から 5500 万人の人が訪れているのに対し、京都市を除く府下地域(以下、府下地域)を訪れた人は平成 30 年で約 3200 万人である。観光消費額で比較すると、府下地域は府全体の約 5 パーセントにとどまっている現状がある。こうした状況に対し京都府は、観光を軸とする地域活性化の策「もうひとつの京都」で対応している。そこでは、府下地域を「海の京都」、「森の京都」、「お茶の京都」、現在はここに「竹の里・乙訓」を加えた 4 つに分け、活性化に向けて取り組んでいる。しかし、今回筆者らが注目した「森の京都」は、海の京都やお茶の京都に比べ観光入り込み客数や観光消費額で劣る。観光入り込み客数も観光消費額も徐々に伸びているとはいえ、海の京都やお茶の京都と比べたとき、平成 25 年から平成 30 年までの 6 年間に於いて常に最下位である。

以上の現状を踏まえて、本研究では、「森の京都」に観光客を誘客するにはいかにすればよいか」をリサーチクエスチョンとした。

2. 現状分析から構想へ

森の京都は、福知山市、綾部市、南丹市、京丹波町、亀岡市、京都市の京北のエリアを指す。京北はデータの都合上今回は除外して考えている。本研究ではこのうち、JR 嵯峨野線で京都市内と直結している園部・京丹波エリアに焦点を絞った。園部・京丹波エリアには食、自然、アウトドアの三要素の地域資源がある。また、南丹市・美山に注目されがちであるが、未だ知られていない魅力的な観光資源も存在する。筆者らは、ただ飲むだけでなくすそ野の広いワイン産業を軸に個々の地域資源をパッケージ化することでさらなる誘客が見込めるのではないかと考えた。

3. 観光×ワイン＝ワインツーリズムについて

観光とワインを掛け合わせたワインツーリズムの先行研究を紹介する。内藤(2009)は、ワインツーリズムにおける可能性と動向性を示すことを目

的とし、ワイナリーに関する様々な文献を参照している。観光で満足感が得られるための 4 要素として学習・挑戦・保養・行楽を挙げ、ワインツーリズムはそのすべての要素を包含しているものと結論付けている。武者(2015)は、北海道余市においてワイン産業が集積していることの可能性を探ることを目的とし、データや様々な文献を参照しシミュレーションを重ねている。ブドウの栽培から出荷、さらにはワインの試飲所やレストランを併設するなどの六次産業化がワインにはなじみやすい、集積によって高付加価値なワインを生み出すことが可能になると結論付けている。どちらの研究でも、ワインツーリズムはただワインを飲むだけのものではなく、その土地全体を味わうものであるとされている。さらに、酒類総合研究所報告の「酒類に関する国民ニーズ調査」からも、ワイン好きの関心が料理との相性、換言すればマリアーージュにあることが読み取れる。

ここで、ワインツーリズムに必要な要素について、内藤(2009)の研究をもとにまとめておく。まず、ワイナリーによる見学者の受け入れは必須であるとされている。次に準必須要素としてレストラン、宿泊施設、ワインの原料となるブドウを栽培する畑であるヴィンヤードが見渡せる場所が挙げられる。ワイン関連イベントやミュージアム、ライブイベントも、必須ではないがツーリストがより豊かな時間を過ごすための仕掛けとして重要であると考えられている。

4. 園部・京丹波エリア観光の起爆剤「丹波ワイン」について

筆者らは 2019 年 10 月 22 日に丹波ワインヘヴィールドワークに行った。これをもとに、以下で丹波ワインについて述べる。

丹波ワインは、黒井電機の元社長である黒井哲夫氏によって創業された。生産量は、2018 年度のデータでは 284 kℓ (約 40 万本) となっており、比較的大きい中規模ワイナリーであるとわかる。また、丹波ではブドウから作るワインが全体の約 10% となっている。国内で流通しているワイン全体において、日本でブドウから作られている、いわゆる日本ワインが 4.1% であることを踏まえる

と、丹波ワインにはテロワールが反映されたワインも一定数あると評価できると考える。ブドウ畑は6haと国内中規模の広さとなっており、約50品種のワインが作られ、栽培ブドウの品種の多さに特徴がみられる。テロワールにこだわり、自社農園のブドウのみで作った、ワイン愛好家が好む希少性の高いワインも製造している。

丹波ワインはワインツーリズムの要素をどの程度満たすのか。内藤(2009)の研究をもとに3章でまとめた内容に沿って見ていく。まず、必須である「ワイナリーによる見学者の受け入れ」については、見学者の受け入れは行っているものの醸造家と話すことができないため△と評価した。次に、準必須である「レストラン・宿泊施設・ヴィンヤード」については、レストランとヴィンヤードはあるが宿泊施設がないため×、そして必須・準必須ではないがツーリストがより豊かな時間を過ごすための仕掛けとして重要であると考えられている「ワイン関連イベント・ミュージアム・ライブイベント」に関しては、あまり充実していないため△と評価した。

また、丹波ワインの特徴をより掘みやすくすることを目的として、長野県のサンクゼールや滋賀県のヒトミワイナリーと丹波ワインを比較した。丹波ワインは比較的早くからワインを作っているということやある程度の規模があるということがわかった。一方で、その規模に対して従業員28名と働く人が少なく、その点が問題であるということもわかった。

5. “TAMBA ツーリズム” 普及に向けた政策提言

以上のような分析を踏まえて政策提言に入る。提言の基本的方向性は、ワインをキーコンテンツとした園部・京丹波エリアの地域資源のパッケージ化、すなわち「TAMBA ツーリズム」の提唱である。第一段階では、3年を目途に宿泊施設の確保や域内交通の整備、従業員の確保などのワインツーリズム充実のためのソフト面・ハード面のインフラ整備を行い、第二段階では、10年を目途にワインツーリズムからTAMBA ツーリズムへの移行を考えている。TAMBA ツーリズムは、ワインツーリズムと丹波の観光資源を組み合わせたものである。Tが風土文化や丹波の地の個性を表すTerroir、Aが酒やワインを表すAlcohol、Mが丹波栗や松茸を表すMarron&Mushroom、Bが丹波黒豆やジビエを表すBeans&Beast、Aが自然の癒し体験を表すAmenity&Activityであり、これらの頭文字をとると「TAMBA」となっている。

TAMBA ツーリズム実現のために、筆者らは次の7つの提言をする。提言1: 丹波ワインツアーのコンテンツの充実、提言2: ファミリー層向けにグランピングの提供、提言3: シニア層向けの宿泊プランの提供、提言4: 周遊バスの運行による地

域資源のネットワーク化、提言5: ジビエ提供のための施設の増設、提言6: 継続的な活性化のための地域人教育、提言7: 森の京都DMOの機能強化である。

6. 残された課題

最後に、残された課題として次のことが挙げられる。第一に、自然体験の内容について具体案が提示できなかったことである。第二に政策実施にかかる予算の試算ができていなかったこと、第三にTAMBA ツーリズム実施の財源確保のための具体案の提示の不足が挙げられる。そして、DMOがどのように各々の利害関係のある主体との連携を図っていくかということを考えることができなかった点も残された課題である。

参考文献・参考資料・参考ページ

参考文献

内藤伸浩:「ワインツーリズムの可能性と示唆」、三井不動産S&E 総合研究所調査研究、(https://web2.mitsuifudosan.co.jp/se-infomation/pdf/report_090225.pdf、2020年10月13日最終確認)、(2009).
武者加苗:「北海道のワイン産業における集積—余市を日本のナパに」、札幌大学総合研究、6巻、pp153-172(2015).

参考資料

株式会社帝国データバンク「ワイン製造業者の経営実態調査」(2017).
京都府「京都府総合計画」基本計画、(<http://www.pref.kyoto.jp/shinsougoukeikaku/documents/2kihon.pdf>、2020年10月13日、最終確認)、pp126-129(2019).
京都府商工労働観光部「平成25-30年(2013-2018年) 京都府観光入込客調査報告書」
倉光潤一・宇都宮仁・橋爪克己「酒類に関する国民ニーズ調査」(平成20年2月実施、酒類総合研究所報告第180号)
国税庁課税部酒税課「国内製造ワインの概況(平成29年度調査分)」(2019).

参考ページ

京都丹波ワイン公式サイト
(<https://www.tambawine.co.jp/>)
St.Cousair:サンクゼール
(<http://www.stcousair.co.jp/>)
NigoriWine HITOMIWINERY(<http://www.nigoriwine.jp/>)
森の京都「京都の「森」総合案内サイト」
(<https://morinokyoto.jp/>)

新型コロナウイルス感染拡大による京都府の観光業への影響

-政府統計とモバイルデータの活用-

男は度胸！女は愛嬌！

岩槻 茜(Iwatsuki Akane)・卜部 翔太(Urabe Shota)・川畑 碧月
(Kawabata Mitsuki)・西田 大将(Nishida Daisuke)・西野 亜優(Nishino Ayu)・
平井 雄真(Hirai Yuma)・松尾 涼(Matsuo Ryo)・森 健太郎(Mori Kentaro)・
○薮内 匠(Yabuuchi Takumi)・吉田 真夕(Yoshida Mayu)
(龍谷大学 経済学部 現代経済学科 渡邊ゼミ)
キーワード：京都府、新型コロナ、観光業

1. はじめに

現在、新型コロナウイルス感染拡大が世界中で深刻になっている。新型コロナの影響は経済、産業など様々な分野に現れている。森川（2020）によると、新型コロナ危機では、製造業よりも宿泊業、飲食業などといった対人のサービス業において、影響が深刻である。京都府において観光業は、近年のインバウンドの増加により大きく注目されている産業であるが、今回の新型コロナ危機で深刻な影響を受けていると予想される。そこで本研究では、京都の観光業において新型コロナの影響がどれほどであるかを実証的に明らかにする。

森川（2020）は、「政府統計も徐々に利用されるようになってきたが、月次や四半期の統計データが利用できるようになるのはコロナ危機の速さに比べて遅れる」としている。そこで本研究では、政府統計による統計データだけではなく、京都府の感染者数や京都駅周辺の人口増減率といった、比較的新型コロナの影響をオンタイムに見ることができるモバイルデータを活用し、分析を行う。その分析結果から、緊急事態宣言や GOTO トラベルの政策が京都府の観光業にどのような影響を与えたのか実証的に分析する。

2. 分析

本研究では、京都府の新型コロナ感染者と京都府の宿泊施設の客室稼働率、京都府の宿泊業・飲食サービス業における平均出勤日数、京都駅周辺の人口増減率といったデータをグラフ化し、それらのグラフと行われた政策の時期から、観光業への影響を分析する。

まず、京都府の新型コロナ感染者の推移が図1である。図1を見ると、4月中旬から5月中旬にかけて感染者数が減少傾向にあり、再び6月下旬から増加し、8月に感染者数のピークを迎え、9月に減少していることがわかる。この感染者数推移グラフをもとに、京都府の宿泊施設の客室稼働率、京都府の宿泊業・飲食サービス業における平均出勤日数、京都駅周辺の人口増減率のデータを合わせて観光業への影響を見ていく。



図1 京都府の新型コロナ感染者数
データ出所：「NHK 京都府の新型コロナデータ」
をもとに筆者が作成

はじめに、京都府の宿泊施設の客室稼働率について考察する。図2のグラフは、観光庁統計情報白書のデータをもとに作成した。現時点では8月までのデータしか入手できないため、それまでのデータをもとにグラフ化した。



図2 京都府の新型コロナ感染者数と
宿泊施設の客室稼働率

データ出所：観光庁(2020)をもとに筆者が作成

図2を見ると、京都府の宿泊施設の客室稼働率は、新型コロナ発覚の1月から緊急事態宣言が出ていた5月にかけて減少傾向にあり、緊急事態宣言が解除されてからの6月、GOTO トラベルが始まった7月下旬には、京都府の宿泊施設の客室稼働率は増加傾向にあることがわかる。前年の5月の京都府の宿泊施設の客室稼働率は71.1%、今年の5月は6.2%であり、64.9%減少していることがわかる。

次に、京都府の宿泊業・飲食サービス業における平均出勤日数のグラフの推移が図3である。

図3のグラフは、京都府政策企画部企画統計課の毎月勤労統計調査地方調査のデータにより作成した。現時点では7月までのデータしか入手できないため、それまでのデータをもとにグラフ化した。

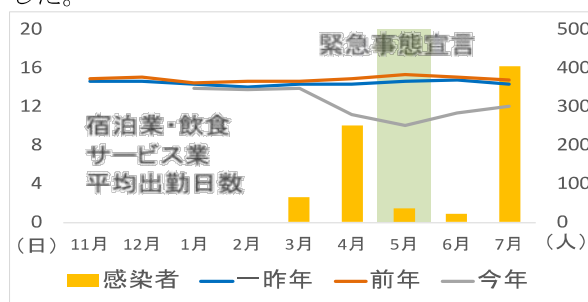


図3 京都府の新型コロナ感染者数と
宿泊業・飲食サービス業平均出勤日数
データ出所：京都府政策企画部企画統計課の
データをもとに筆者が作成

図3のグラフを見ると、京都府の宿泊業・飲食サービス業における平均出勤日数は3月から4月にかけて減少し始め、緊急事態宣言中の5月に最も落ち込んでいる。その後、6月から7月にかけて平均出勤日数は増加している。前年の5月の宿泊業・飲食サービス業平均出勤日数は15.3日、今年の5月は10.0日であり、5.3日減少していることがわかる。

最後に、京都駅周辺の人口増減率の推移を表したものが図4である。図4のグラフは、NTTドコモ「モバイル空間統計」分析レポートのデータから作成した。NTTドコモ「モバイル空間統計」とは、携帯電話の基地局がエリア内に所在する携帯電話を周期的に把握し、ドコモの携帯電話の端末数から1時間毎の人口を把握することができるドコモ携帯電話ネットワークの仕組みを使用して作られる人口統計のことである（NTTドコモ）。人口増減率は前年との人口数の比較によって表されている。

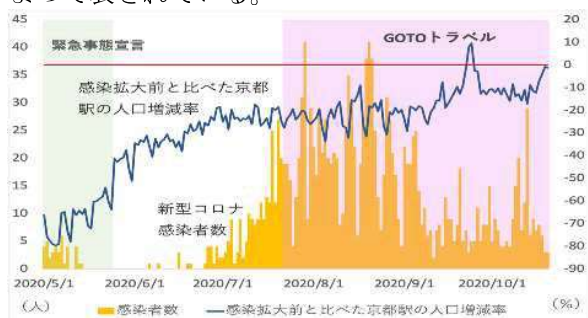


図4 京都の新型コロナ感染者数と
京都駅周辺の人口増減率
データ出所：NTTドコモ「モバイル空間統計」
分析レポートのデータをもとに筆者が作成

図4を見ると、5月の緊急事態宣言時の京都駅

周辺の人口増減率は約-70%で、緊急事態宣言が解除される直前頃から人口増減率は増加し始め、GOTOトラベルが始まった8月には約-20%ほどにまで回復した。さらに9月には人口増減率が増加し、9月20日前後では、一時10%にもなり、前年との大きな差は見られなくなった。また、人口の動きが増加しだした9月には新型コロナ感染者数は減少したことがわかった。

3. 政策提言と結論

今回の研究では、京都府の観光業における新型コロナの影響を実証的に分析した。

分析結果から、京都駅周辺の人口増減率は、9月以降前年と比べて差が小さくなっており、人の動きは大きく回復している。しかし、京都府の宿泊施設の客室稼働率や宿泊業・飲食サービス業における平均出勤日数は回復傾向にあるものの、未だ前年からの落ち込みが激しい。人の流れは元に戻りつつあるも、観光業においては前年との差が大きく、依然として深刻な影響を受けていることがわかった。京都市の市内総生産の約10%を観光業が占めており（京都市、2020）、京都府にとって観光業は非常に重要な産業である。したがって、京都府は観光業に対して早急に対策を行う必要があると考える。本研究における分析結果を踏まえ、政府が行っているGOTOトラベルなどの観光政策をさらに推進していくことを提言したい。本研究での分析結果から、新型コロナウイルス感染拡大が京都府の観光業へ与えた影響は甚大であった。しかしながら、緊急事態宣言の解除やGOTOトラベルなど、経済を元に戻し観光業を支援する政策が大きな感染拡大を引き起こした事実は見られない。したがって、GOTOトラベルなどの観光業を支援する政策を推進させ、観光業の回復を促すことが重要だ。観光業を支援するGOTOトラベルは京都にとって非常に重要な経済政策であり、積極的に推進すべきなのではないかと考えた。

参考文献

- (1) 観光庁（2020）観光庁統計情報白書（2020年10月）<https://www.mlit.go.jp/kankoch/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html> 最終閲覧:2020/10/30
- (2) NTTドコモ「モバイル空間統計」分析レポート https://mobaku.jp/covid-19/archive/kansai.html#area_1 最終閲覧:2020/10/30
- (3) NHK 京都府の新型コロナデータ <https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/data/pref/kyoto.html> 最終閲覧:2020/10/30
- (4) 京都府政策企画部企画統計課『毎月勤労統計調査地方調査』 <http://www.pref.kyoto.jp/tokei/monthly/maikin/maikintop.html> 最終閲覧:2020/10/30
- (5) 森川正之（2020）『新型コロナ危機と経済政策』RIETIPolicy Discussion Paper Series 20-P-014
- (6) 京都市（2020）「京都観光振興計画2020」

アフターコロナの京都市観光

真山ゼミチーム 2

○前田 理恵 (Rie MAEDA)・岩古 明穂 (Akiho IWAKO)・
鎌田 峻平 (Shunpei KAMADA)・下辻 奈々 (Nana SHIMOTSUJI)・
立入 愛美 (Megumi TACHIIRI)・藤井 崇孝 (Takako FUJII)・
山浦 華子 (Hanako YAMAURA)
(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：EBPM、オーバーツーリズム、インバウンド

1. 研究の目的

本論は、アフターコロナの時代に対応した新しい京都市の観光のあり方を検討することを目的としている。具体的には、感染拡大以前に問題視されていたオーバーツーリズムを克服し、インバウンドに過度に頼らない京都市の観光の在り方を模索する。このテーマを選んだ理由は以下の3点である。

1つ目は、京都市の大学に通う学生の実感として、新型コロナウイルスの感染拡大によって京都市から観光客が消え、身近な飲食店や宿泊施設が次々と閉店していく様子を目の当たりにしたことである。この状態を一刻も早く改善しなければ、親しんできた京都が消えてしまうという危機感を覚えた。

2つ目の理由は、感染拡大によって“三密”への意識が高まり、オーバーツーリズムへの嫌悪感が増したことである。感染拡大を受け、国民の誰もが混雑に対して不安を覚えるようになった今、失われた観光収入を取り戻すために以前と同様に過剰な観光客数を受け入れ、再びオーバーツーリズムを招くことはナンセンスである。京都市は、失われた観光収入を取り戻しつつ、オーバーツーリズムを引き起こさない新しい観光のあり方を模索するべきであると考えた。

3つ目の理由は、外国人の入国制限によってもたらされた観光収入の減少をきっかけに、インバウンドに頼る観光の不安定さを認識したことである。そこでターゲットを日本人観光客に向けて、インバウンドに過度に依存せず、より安定性のある観光の形を目指すべきだと考える。

2. 現状

京都市の観光振興と地域社会の両立を考察するために、過去のデータ（URL1）から分析する。私達は、宿泊客実人数の推移とそれに占める外国人宿泊客構成比の変化に着目し、京都市の観光を大きく4期のフェーズに分けた。

まず、京都市が積極的に観光発展に取り組み始めた平成12年～15年頃を第1期とする。この時期の観光政策として、平成12年に京都市長が宣

言した「京都市観光客 5,000 万人構想」、平成15年当時の小泉内閣による「ビジット・ジャパン・キャンペーン」等が挙げられ、京都市のみならず国を挙げて観光振興推進に取り組み始めた時期である。



図1 宿泊客実人数の推移

出典：京都市産業観光局「京都市観光総合調査」（平成14～令和元年）

次に、観光推進政策を展開する中で、観光による弊害が問題視される以前である平成16年～26年頃を第2期とする。平成25年には京都市の観光客数が5162万人を突破し、5000万人構想が実現した。図1を参照すると、平成26年には外国人宿泊客構成比が全体の10%を記録し、京都市観光におけるインバウンド需要が急速に高まりつつあることがわかる。インバウンドの拡大を中心とした観光客の増大が政策目的とされ、それに対して観光公害等の問題は認識されなかった。

続いて、京都市の年間観光客数が過去最多となった平成27年～31年頃を第3期とする。平成27年の京都市の観光客数は5684万人で過去最多を記録した一方、この頃から過剰な観光やマナー違反によって地域住民の日常生活に支障をきたす弊害、いわゆる“オーバーツーリズム”が顕著に見られるようになった。平成27年以降の観光客数は年間約100万人の減少が見られているが、平成30年の観光消費額は1兆3080億円を突破し、観光客減少の反面で観光消費額は過去最高を記録した。内訳をみると、日本人観光客による消費額9357億円に対し、外国人観光客による消費額は3725億円であり、これは消費額全体の28.5%を占める結果となった。このことから、外国人への依

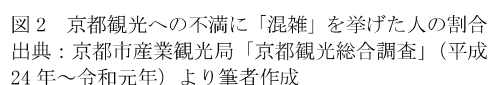
京都市の観光消費額がピークとなつて間もない令和2年初期から問題となつたのが、新型コロナウイルスの感染拡大とそれに伴う観光客数の激減である。この期間を第4期とする。京都市でも、感染拡大がピークとなつた令和2年4月時点で、外国人延べ宿泊客数が前年同月比99.7%減、さらに国内観光客も同89.7%減と、過去に類を見ないほど大幅な減少となつた。

これまで京都市の観光を支えてきたインバウンド需要が必要だと考える人も多いだろう。しかし、以前と同程度の観光客数で、インバウンドに依存した観光を目標とした政策を掲げれば、オーバーツーリズムが再び問題となることは間違いない。そこで、これまでの京都市の観光調査によるデータから導き出した根拠に基づき、アフターコロナ時代の京都市観光のあり方について政策を提言することとする。

以上の現状分析を踏まえて、私達は、アフターコロナの時代における観光政策として、インバウンドに過度に依存しない安定的で持続可能な観光政策の推進が必要であると考えます。

外国人観光客への経済的依存が進めば進むほど、本来の地域観光に負の影響をもたらし、日本人観光客を押し出していたと言える（URL3）。

以上により、私達はアフターコロナ時代の観光政策では、オーバーツーリズムが問題視される前の平成 26 年ごろの観光水準を基本とし、観光客にとって快適な観光都市を目指すべきだと考える。そのためには、日本人観光客に目を向け、インバウンド依存を解消する観光政策の推進が必要だと提言する。



いずれも 2020 年 10 月 29 日に最終閲覧・確認

- 37

丹波亀山城跡を活かした明智光秀公ゆかりの着地型 観光

- 宝は亀岡にあり -

京都府立大学公共政策学部 2 回生藤原ゼミ

○松本 岳到 (Matsumoto Taketo) ・ 山本 沙樹 (Yamamoto Saki) ・ 助野 鳳哉 (Sukeno Fuya) ・ 河口 実莉 (Kawaguchi Minori) ・ 小森 優希 (Komori Yuki) ・ 佐々木 明日香 (Sasaki Asuka) ・ 高島 惇 (Takashima Atsushi) ・ 高山 明日香 (Takayama Asuka) ・ 古塚 優真 (Furutsuka Yuma) ・ 堀場 大智 (Horiba Daichi)

(京都府立大学公共政策学部公共政策学科)

キーワード: 着地型観光、森の京都 DMO、丹波亀山城跡

1. はじめに

人口減少が日本全体で進み、定住人口の減少による地域経済の低下が懸念される中、観光旅行者などの交流人口の拡大と観光消費の増加により、地域経済の維持・発展を図ることが重要となっている。

京都府では、こうした地方創生の柱となる施策として、地域資源を活かした観光を入口として地域活性化を図る「もうひとつの京都」を推進している。

「もうひとつの京都」のひとつである中丹地域の一部と南丹地域全域をエリアとする「森の京都」では、平成 29 年 3 月に京都府、地元市町村と観光協会などの団体で組織する一般社団法人森の京都地域振興社（以下「DMO」という。）が設立され、地域の魅力を活かした旅行商品を提供し広域周遊観光を促進する取組が展開されている。

同エリアでは、現在放映中の NHK 大河ドラマ「麒麟がくる」により、主人公である明智光秀公に関連する様々なコンテンツに注目が集まるとともに、京都市内から同エリアへの玄関口となる亀岡市では本年 1 月に府立京都スタジアムが JR 亀岡駅前完成し、プロサッカーをはじめとする多くのスポーツ観戦者の来訪が見込まれるなど、観光入込客の拡大と観光消費額の増加による地域活性化が期待されている。

また、同市は、古くから丹波国の政治・文化の中心地であり、戦国時代には織田信長の命を受けた明智光秀によって丹波亀山の城下町が形成され、今日に数多くの寺社仏閣や祭りなどを残している。また、京都府内最大の農地を有し聖護院かぶ等の一大生産地となっており、丹波栗等の特産物もあることから、四季を通じて旬の食材を楽しむことができる。

今回の政策提案では、DMO 及び亀岡市内でアグリツーリズムや商店街振興などを企画実施

されている有識者への聞き取り調査に加え、まちづくり NPO 代表者の案内による現地視察をもとに、新たな「森の京都」観光拠点である府立京都スタジアムに近く、大河ドラマで注目を集める丹波亀山城跡を中心に様々な地域資源が存在する「亀岡城下町エリア」を対象に、地域活性化策を提案する。

2. 研究目的

本研究の目的は、新型コロナウイルス感染症の影響により昨年まで順調に伸びていた外国人旅行者の来訪が期待できなくなった状況において、主に国内を対象に、①観光入込客の増加、②エリア内の滞在時間の延伸、③観光消費額の増加につながる施策案を、「森の京都」エリアにおいて地域資源を活用した地域活性化の中心的役割を果たす DMO に対して提言することである。

新型コロナウイルス感染症の影響により、大人数を一同に集める大きなイベント開催による集客・消費促進といった従来の観光形態の見直しが求められる中でも、安定的な観光入込客の確保の一助となるよう、亀岡城下町エリアに存在する地域資源を整理し、これらを「少人数に何度も来てもらえる着地型旅行商品」の造成に資する提案を行う。

3. 現状と課題

国勢調査では、亀岡市の定住人口の現状は、平成 22 年の 92,399 人から平成 27 年は 89,479 人と、2,920 人（-3%）の減少となっている。

交流人口については、亀岡市の観光入込客数は、平成 22 年の 213.6 万人から令和元年の 347.3 万人と 133.7 万人（+63%）増加しているものの、宿泊者数は平成 22 年の 11.4 万人から令和元年が 9.6 万人と 1.8 万人（16%）減少している。

また、その内訳（平成 30 年度）は、亀岡市

の3大観光拠点である市東部のトロッコ列車（123.7万人）や保津川下り（17.9万人）、市西部の湯の花温泉（25.5万人）に偏っており、特にトロッコ列車と保津川下りについては、京都市内からトロッコ列車で到着し保津川下りで京都市内へ戻るルートで訪問されるケースが多く、市内滞在時間が伸びない一因となっている。

一方、新たな観光拠点である府立京都スタジアムには年間15万人の来場が見込まれており、市内滞在時間の延伸につながることが期待されている。

観光消費額は平成22年の60.3億円から令和元年は約86.2億円と+25.9億円（+43%）であり、内訳としては、日帰り観光客が平成22年の約37.2億円から令和元年が55.3億円、宿泊観光客が同約23.1億円から30.9億円となっている。1人当たりの観光消費額は減少（2010年2,827円、2018年2,578円（-9%））している。

また、これら観光消費額が亀岡市の地域経済に与える影響について見ると、RESAS「地域経済循環図」の「支出」では、市内での消費の多くが市域外に流出しており、地域で十分に循環していないことが明らかになっている。これは、市内を貫く国道9号線沿いを中心に全国チェーン店が立地し、消費の多くがこれら店舗でなされていることによる。

これらのことから、①観光旅行者の市内滞在時間の短さ、②一人当たり観光消費額の減少、③市内の消費の多くが域外に流出している構造の3点が課題と考えられる。

4. 政策提案

これら3点の課題解決に向けて、以下のような丹波亀山城址を中心に周辺に点在する各地域資源の魅力を再構築・連携させた着地型旅行商品の造成等をDMOが実施する施策を提案する。

（1）地域資源の紐付け・パッケージ化

市内中心部に位置する亀岡城下町エリアは明智光秀公が整備した区画が基になっており、丹波亀山城址内の歴史ある石垣や本能寺の変の際に出陣したと推定される保津門の他、周辺部に薬研堀や惣構土居跡、内堀・外堀跡、堀に隣接する南郷公園（明智光秀公の銅像が設置）などが点在している。

また、付近には明智光秀公関連資料が展示（常設・特別）されている市立文化資料館が立地しており、これらを大河ドラマで注目を集める明智光秀公で紐付けた散策ルートとして設定し、ボランティアガイドや音声ガイドでの歴史的背景や情報とパッケージで提

供することで市内中心部への観光旅行者の周遊が促進され、市内滞在時間の延長につながることを期待できる。

（2）特産品販売スポット整備

現在、（1）の散策ルート上には、参加者が地域の特産品を気軽に食事しながら休憩できるスポットがない。

JR 亀岡駅から一番近く、散策ルートの起点となる南郷公園内に、前述の特産物やそれらを使った商品（ソフトクリーム、地酒など）を販売・提供する食事・休憩スポットを整備することで、一人当たりの観光消費額の増加につながることが期待できる。

（3）王地山稲荷大明神を活用した亀岡城下町エリアへの周遊促進

亀岡城下町エリア内に立地し、通称「負け嫌い稲荷」とも呼ばれている王地山稲荷大明神は、大勝負に望む力士やスポーツ選手が度々勝利祈願に訪れる由緒ある稲荷である。

この稲荷を、府立京都スタジアムでのサッカーの試合に来場するサポーターへ応援チームの必勝祈願の聖地としてアピールするとともに、勝利のための験担ぎとして例えば丹波栗を使った食材（かち栗）を提供・販売することで、市内の滞在時間の延伸と一人当たりの観光消費額の増加につながることが期待できる。

5. まとめ・結論

私たちの提案によって、現在亀岡市にある課題の解決とともに、コロナ禍における新しい観光様式の提案、今後の亀岡市の観光産業の在り方にもつながると私達は考えている。一度きりではなく、何度も観光客が来くなるような、観光地になっていくと期待している。

参考文献

RESAS

森の京都 DMO ホームページ

(<https://morinokyoto.jp/>)

ポストコロナを見据えた留学生による訪日外国人のための観光案内ボランティア

同志社大学 政策学部政策学科 新川ゼミ 成宮チーム

○成田春菜 (NaritaHaruna)・宮原萌花 (MiyaharaMoeka)・鈴木悠真 (SuzukiYuma)・石本万結 (IsimotoMayu)・稲員茉莉 (InakazuMako)・福原有袈 (HukuharaYuka)・仁村有希 (NimuraYuki)・徳永ころこ (TokunagaKokoro)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：留学生、観光案内、産学官連携

1. 概要

万博開催に伴い、関西地方に多くの外国人が観光に訪れると予測されていたが、コロナ禍で大きく予想が狂っている。そのため、外国人がウィズコロナのもとで快適に観光できる環境を整える必要がある。そこで、関西には大学生、特に留学経験者が多いという現状を活用し、留学経験者・留学希望者が外国人観光客を少人数の単位で、本場の関西文化を案内する観光案内ボランティア団体の設立・運営を提案する。この団体は、大学・旅行会社・市町村が連携し、運営していくものとする。

2. 現状分析・課題

2.1 万博開催における訪日外国人数

経済産業省の「2025年国際博覧会検討会報告書」によれば、2025年の万博は、入場者想定規模は約3,000万人とされている。また、消費支出と全国への経済波及を含めると、経済波及効果は約2兆円とされている（公表が平成29年4月7日のため、コロナウイルス感染拡大前の想定となる）。

感染症の影響が残っているとしても、以上より、多くの外国人観光客が訪れると予測される。これを機に、コロナ対応型の観光を提案し、万博目的の訪日外国人を、大阪だけでなく近隣の他府県に呼び込むことができれば、関西一体となった活性化が見込める。

2.2 訪日外国人観光客の障壁

訪日外国人観光客が増加する一方で、彼らの中にある障壁をなくしていかなければならない。最も優先されるのは感染症対策であり、少人数で、地域の良さをしっかりと学び味わうタイプの観光、一般にマイクロツーリズムと呼ばれるものが、外国人観光客のニーズにもこたえるものといえる。

また従来から言われているように、観光庁の「令和元年度『訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート』調査結果」によれば、訪日旅行中に困ったこととして、「施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない」が17.0%、「公共交通の利用」が12.2%、「多言語表示の少なさ・わ

かりにくさ（観光案内板・地図等）」が11.1%と、他の項目と比較して高い数値となっている。よって、外国人観光客が快適に観光を楽しむことができない現状が存在する。

観光庁の「国内の観光案内所における外国人観光客の受入実態調査結果」によると、外国人旅行者から聞いている日本の観光案内所の悪い点として、「閉館時間が早すぎる、休日のことも多い」「外国語表記（英語以外）が少ない」「多言語のパンフレットが充実していない」などといった課題が挙げられている。また、運営上の課題として、「多言語化」「予算の確保」「外国語対応可能な職員の確保」などが挙げられている。そのため、外国人観光客が満足できるサービスを提供するのはなかなか難しいと予測される。

3. 政策提案内容

3.1 目的

そこで私たちは、関西を対象として、留学前・後の学生が個人または少人数グループの外国人観光客を案内するボランティア団体の設立を提案する。

具体的な目的は3つある。1つ目は、前述したような、感染症対策に留意しつつ困りごとを少なくし、外国人観光客が日本を旅行する際に感じる障壁をなくすることである。2つ目は、留学経験者や留学したいと考える学生に対して国内での国際交流の場を提供することである。留学経験者や留学前の学生は言語に興味があり、自身の外語力を試したいという思いもある。この提案は外国人観光客と学生の双方にメリットがある。3つ目は、利用する外国人観光客は学生目線のツアーを体験し、学生はツアー考案によりその地域の良さを見つめなおす機会を得ることである。

3.2 実施内容・方法

大学・旅行会社・市町村が提携し、学生主体のボランティア団体を立ち上げ、留学前や留学経験者である大学生と、観光案内のサービスを求める外国人観光客とをマッチングさせ実際に案内する有償ボランティアとする。仕組みとしては、大学側

は、団体結成・サポートを行う。まず、団体立ち上げのため、留学経験者や留学に興味のある学生を対象に募集を行う。これは、留学の際に大学を通じて登録することが多いため、大学側は留学予定または留学後の学生と連絡が取りやすく、ターゲットとする人員を効率よく集めることができると考えられるからである。学生に対する告知方法は、大学の授業内、留学プログラムの説明の際、大学のホームページ等を想定する。応募者数が集まり次第、ボランティア団体を作る。その後は学生主体で運営する方針とする。活動する上で、留学経験のある国や興味のある言語、言語の資格の有無等の他、自分のアピールポイントや案内したい地域や場所の希望調査などを行い、学生同士で共有していき、学生自身がツアー内容を企画する。なお、関西には京大・関関同立等に、多くの日本人の留学経験者が存在する有利な条件がある。旅行会社は学生の留学データや希望調査の結果を共有し、ツアー内容の考案をサポートする。さらに、ボランティア参加予定の学生に対して説明会、講習会（コミュニケーション、安全管理等に関するレクチャーなど）を開催する。それと同時に、訪日予定の外国人観光客に対してツアーの宣伝を行う。旅行会社は旅行に関する多くのノウハウを持ち合わせているため、学生とタッグを組むことで、中身の濃いツアーが提供できると見込まれる。また、このツアーは個人旅行者向けで、旅行会社が通常販売するツアーより低価格で販売し、その利益の一部を参加学生に還元する。市町村は、観光案内所に寄せられる外国人観光客からの要望や、必要なサービスなどを、現状を踏まえながら団体の学生に情報提供する。また、市町村側が外国人観光客におすすめしたいスポットなども学生と共有し、連携してツアー内容の充実を図る。

4. 先行事例

この仕組みは、「京都 B&S (Brother&Sister) プログラム」を参考にしたものである。これは、京都市・大学コンソーシアム京都・JTB 西日本京都支店が共同して行っている、京都に訪れる修学旅行生や校外学習生に対する教育旅行プログラムである。内容としては、修学旅行生が8～14名程度の班に分かれ B&S スタッフ（大学生）2名とともに千年の歴史文化を誇る京都の地を舞台に観光地や大学キャンパスなどを巡るというものである。

5. 効果

本提案の効果を、ポストコロナの観光の活性化、学生側、外国人観光客側、大学側、旅行会社側、市町村側に分類し説明する。

第1に、コロナ禍で壊滅状態のインバウンド観光の復興は、新しい観光モデルである小規模で体

験型の観光をスムーズに障壁なく実現できるところにある。この提案は、関西観光を学生との連携を通じて新しい観光様式に変える。

第2に、学生に対しての効果として、①外国人との交流促進②語学力の向上③案内する地域の魅力の発見 が挙げられる。

第3に、外国人観光客に対する効果として、①言語の障壁の心配が軽減され②利便性の向上③学生目線の新たなツアーが体験できる。

第4に、大学に対しての効果として、留学経験者・留学希望者のスキルや意欲を活かす機会を提供することで、社会で活躍する人材をより多く輩出できるようになると期待される。

第5に、旅行会社側への効果として、感染症の影響を克服して、①新たな視点のツアーの提供②将来の観光業の担い手の育成 が挙げられる。最後に、市町村側に対しての効果として、①地域観光の活性化②学生や旅行会社の視点を取り入れる機会の増加 が挙げられる。特に②に関しては、課題の項目でも述べたような、施設スタッフとのコミュニケーションや多言語表記、公共交通機関の利用などといった場面を、実際に目の当たりにした学生の声を取り入れることができるため、市町村として提供すべき役立つサービスの実現につながることを期待される。

6. 参考文献

- ・「2025 年国際博覧会検討会報告書」、経済産業省、2017 年 4 月 7 日、4. 入場者想定規模、10. 経済波及効果、<https://www.meti.go.jp/press/2017/04/20170407004/20170407004-2.pdf>、2020 年 10 月 1 日閲覧
- ・「愛・地球博の成果－観光立国推進戦略会議でのご説明－」、日本国際博覧会協会、2005 年 12 月 12 月 13 日、2－②、多数の外国人の来場、【参考 1】訪日外国人数、<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko2/suisin/dai7/7siryou2.pdf>、2020 年 10 月 2 日閲覧
- ・「令和元年度『訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート』調査結果」、観光庁、<https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001333861.pdf>、2020 年 10 月 2 日閲覧
- ・「国内の観光案内所における外国人観光客の受入実態調査結果」、観光庁、<https://www.mlit.go.jp/common/000190660.pdf>、2020 年 10 月 3 日
- ・「2018（平成 30）年度日本人学生留学状況調査結果」、独立行政法人日本学生支援機構、2020 年 4 月、https://www.studyin-japan.go.jp/ja/_mt/2020/08/date2018n.pdf、2020 年 10 月 3 日
- ・「京都 B&S プログラム 御説明書」、京都 B&S 事務局、2017 年 2 月改訂、https://shugakuryoko.kyoto.travel/images/2017/bs_program/bs_2017_02.pdf、2020 年 10 月 4 日閲覧

ハッシュタグラリー戦略

—#つながる kyoto—

野田ゼミ B 班

○渡会 葵 (Watarai Aoi)、油谷 慧 (Abutani Kei)、鎌田 麻椰 (Kamata Maya)、
勝田 倖平 (Katsuda Kohei)、三宅 慶一 (Miyake Keichi)、森下 紗帆
(Morishita Saho)、中井 廉 (Nakai Ren)、野川 祐佳 (Nogawa Yuka)、田家 京佳
(Taie Kyoka)、山川 咲愛 (Yamakawa Sana)
(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：インスタグラム、マイナー観光地、混雑分散

1. 研究の背景と目的

京都市には観光名所が多くあり、毎年5千万人もの観光客が訪れる人気観光地である。国内や世界中から大勢の人々が観光に訪れるが、京都市の有名な観光名所ばかりに人が集中するため、市民生活や訪問客の観光に負の影響を与えるオーバーツーリズムの問題が生じている。特に京都市への観光客過多による混雑に対して訪問客の不満度は大きい。直近の2019年調査では「京都観光で残念なことがあった」と回答した人のうち、2割以上の人が混雑に対して不満があったことが報告されている(京都市 2019)。米国の旅行雑誌の調査(Conde Nast Traveler 2020)によれば、世界人気都市ランキングにおいて、京都市は2020年に1位を飾っているが、一方で、訪問客が市内のひどい混雑状況でフラストレーションをため、リピーターにつながらない問題が深刻である。

本研究は、こうした深刻な渋滞を解消しつつ観光を振興するための方策を検討したものである。具体的には、京都市のメジャーな観光地での混雑に対する不満度が最も高いことを明らかにするとともに、それを解消するために観光客をマイナー観光地へ分散させる方策が有効であることを証明する。そのうえで、豊富な観光資源を有する京都市ならではの政策提案を行う。

2. 現状分析

(1) 混雑と不満の関係の検証

図1は京都市に観光に来た人々が抱く混雑に関する不満度の推移であり、年々上昇していることがわかる。混雑は不満度に影響を与える最も重要な要因であるが、その要因が年々上昇し京都観光の不満が高まっている。京都市の調査では、とりわけ集客の多い清水寺や伏見稲荷、嵐山等のメジャーな観光地での混雑度が高いとされている。

このため、メジャーな観光地である清水寺、伏見稲荷、嵐山の3地点に実際に街頭調査を実施し、混雑状況と不満度に関する関係を探った。具体的には、調査において、COVID-19パンデミックの前後の比較を想定して回答してもらうことで、混雑

度の差を検出し、その差と不満度との関係から混雑の不満度に与える影響を推量した。

まず、COVID-19の流行前に京都観光で混雑していると感じた経験のある人の割合は、清水寺では92%、伏見稲荷では49%、嵐山では89%となった。一方、調査日(2020年10月3日)に混雑していると感じた観光客の割合は清水寺では17%、伏見稲荷では12%、嵐山では22%となった。このようにCOVID-19パンデミック以前と比べ、混雑していると感じていた人の割合が大幅に減少していることがわかる。

次に、不満度については、調査日の結果では、3つのメジャー観光地のいずれにおいても京都観光について不満を示す人はいなかった。一方、COVID-19流行以前に混雑を感じた人のうち、不満あるいは非常に不満と答えた人の割合は、清水寺では28%、伏見稲荷では35%、嵐山では21%となり、調査日と比べて不満を感じる人が増加した。このように混雑している時点における不満度が高く、混雑が解消されれば、京都観光を存分に堪能してもらえる可能性があるといえる。逆にいえば、いくらい観光資源があっても混雑により一定割合の観光客は不満に思い帰国することになる。先述の調査でも明らかのように京都市への事前の期待が高い分、実際の混雑が大きくマイナスに響くことが理解できる。

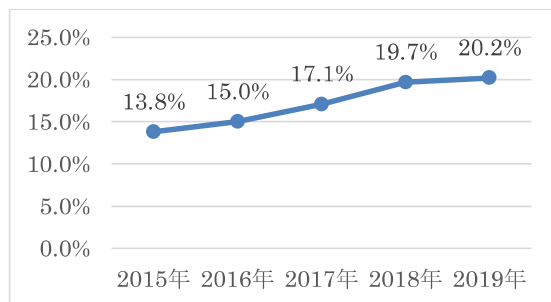


図1 京都観光の不満度(混雑)(京都市 2019)

(2) 混雑と不満の関係の検証

メジャー観光地の観光客を京都市に存分にある他の観光資源に分散できれば、混雑が一定解消するとともに、他の資源がいかに素晴らしいものかという認知度が高まり、一石二鳥である。本調査では、メジャー観光地に入らない観光地をマイナー観光地と位置づけ、マイナー観光地にもニーズがあるのかどうかを調査により把握した。具体的には、メジャー・マイナー観光地の写真をみせ「一日で京都の観光地をいくつか回るとしたら、どの場所に行きたいか」を問うアンケートを行った。

京都市の主要な観光地として挙げていた項目が上位3つに入るという結果になったが、一乗寺周辺、山科周辺、岩倉周辺などのマイナーな観光地を選択する人も多く、有名な観光地以外の場所にもニーズがあること自体は明確である。ただし、マイナーな観光地は主要な観光地に比べて観光したいと現時点で思う人が少ないのも事実である。この理由として考えられるのは、マイナー観光地の魅力について認知度が低い点があげられる。マイナー観光地であっても当該観光地に一度足を運んでもらい認知度を上げれば十分に観光客分散と混雑緩和が実現でき、京都観光の全体の不満度は解消されと考えられる。

3. インスタグラムの有効性

どのようにしてマイナー観光地の認知度をあげればよいだろうか。認知度向上のためには、さまざまな広報戦略がありうるが、低コストで効果が高いものとしてSNSによる情報発信に注目する。あわせて何らかのインセンティブを付与することが有益である。そうした事例として、京丹後市の「旬の逸品宿泊キャンペーン」での割引券やSNS投稿、また「うどん県それだけじゃない香川県Instagramフォトコンテスト」によるインスタ優秀作品への商品提供があげられる。ちなみに、後者のキャンペーンでは、2011年以降観光客数が毎年増加している（香川県2019）。

本研究では、実際に関西出身の大学生を中心にInstagramの有効性の調査を行ったところ、Instagramの利用率は87.9%（図2）で、さらに、京都市に観光に来る際にどの媒体を活用したかという質問では、Instagramの利用が半数を超え、観光雑誌やテレビを抜く一位という結果であった。（図3）

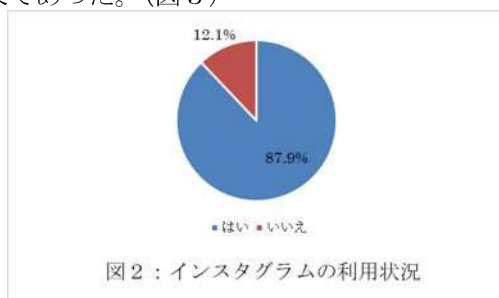


図2：Instagramの利用状況



図3：何を見て京都に来ましたか？

4. 政策提言と展望

以上の結果をふまえ、混雑緩和を念頭にマイナー観光地への分散を誘導するインスタ利用方策として、「ハッシュタグラリー戦略—#つながるkyoto—」を提案する。第一に京都市が公式のInstagramのアカウントを作成する。第二に、観光客が投稿する際に、足を運んだマイナーな観光地の位置情報の記載のほか、「#つながるkyoto」のハッシュタグに加え、京都市のInstagramのタグ付けをする。投稿内容に位置情報、ハッシュタグ、公式アカウントのタグ付けの3点を行うことで、投稿されたマイナーな観光地をより簡単に見ることが可能になる。第三にその投稿を観光客が分散先の地域の加盟店に提示する。それにより観光客は特典を受けることができる。

アンケート結果から40代以上はInstagramの利用率が少ないことがわかっている。このため、Instagramを利用した政策では40代以上の効果は高くは見込めないことから、40代以上を対象とした効果的な政策として、Instagramの利用率が高い10代、20代に、彼らの親世代である40代以上の人たちへマイナー観光地を紹介してもらう仕組みを戦略に内包し、拡散してもらうという縦の展開も視野にいれる。

このような政策を展開することで、観光客にとっては特典がつくことはもちろん、より多くの観光地を訪れることが可能になり、これまでに知らなかった京都観光の幅を広げることで満足度が向上するとともに、混雑解消により不満解消につながる。さらには、加盟店にとっても効率的な集客が可能になり、宣伝費の削減にもつながる。

参考文献

- ・阿部大輔（2019）「オーバーツーリズムに苦悩する国際観光都市」『観光文化』第240号、P.8-14。
- ・香川県（2019）『香川県観光客動態調査報告』。
- ・京都市（2019）『京都観光総合調査』。
- ・Conde Nast Traveler（2020）（京都新聞記事2020年10月26日）

