

卒業論文

日本の観光産業について

2018年 1月

京都経済短期大学 経営情報学科

今瀬ゼミナール 卒業論文

田口 汐里

日本の観光産業について

田口 汐里

1、論文構成

本論文は次の5章から構成されている。

- 第1章 日本の観光業界の現状と変化
(文献調査)
- 第2章 国内観光の概要
(文献調査)
 - : 数字で見る国内観光の動向
 - : 宿泊旅行を実施しない理由
- 第3章 訪日外国人旅行の概要
(文献調査)
 - : 数字で見る外国人観光客の動向
 - : 外国人観光客の増加とその反動
- 第4章 観光地「京都」の概要
(文献・現地調査)
 - : 数字で見る京都観光客の動向
 - : 観光客増加による課題
 - : 西京区オススメの観光地
- 第5章 日本の観光産業の課題
(文献調査)

2、要約

(1) 研究の目的

2015年6月の時点で、日本は国際観光収入ランキングで世界第17位、地域をアジアに限定すると第7位に位置している。観光支出ランキングでも同第17位、アジアに限定すると5位となっており、日本は世界的に見ても観光産業に尽力していることが分かる。

日本の観光産業は、日本経済における重要な柱への成長段階にある。2020年に東京で開催されるオリンピック・パラリンピックでは、日本の文化や観光資源を世界に発信できる大きなチャンスを持っている。東京オリンピック・パラリンピックの開催により、今まで以上に多くの外国人の来日が期待できると言えるだろう。

また地域を限定すると、京都経済短期大学が位置している京都市西京区においては、観光スポットとしてはあまり人が訪れない。京都市内であるにも関わらず観光客をあまり見かけないということは、観光できる場所が限られているということの他にも、京都市内の主要な観光地から離れているということ、それゆえに公共の乗り物の交通が不便だということなどが考えられる。

本稿では、日本の観光業界の今後の在り方や課題を研究する。また、筆者が在学している京都経済短期大学がある西京区についても実際に調査しつつ分析することで、西京区の地域創生についても考える。(2) 内容

現在の日本における、国内観光客の動向と訪日外国人旅行者数を数字で分析した。日本は観光産業に力を入れており、有名な観光スポットをはじめ、限定グッズやその地にちなんだ限定品の飲食物などの開発が著しい。日本人が日本国内を旅行する人数がどれぐらいなのか、また、近年の日本に観光に来る外国人観光客が増加傾向にあり、それがどれぐらいの推移なのか、数字で見てすぐに分かるように調査し、まとめた。最近では、日帰り国内旅行をする人が多くなって来ている。旅行会社も日帰り観光旅行に特化した旅行プランの提案している。旅客機などの価格の低下で、従来では宿泊しないと足を延ばせなかった所まで日帰りで行けるようになった。日帰り旅行は、ホテル代等がいらぬために安く、時間も取らないことから、最近需要が高まっている。また、外国人観光客が増加した理由としては、ビザの要件が緩和したこと、円安の影響、海外からの日本への関心が増えたことや、格安航空会社(LCC)の増加が原因にある。年々、訪日外国人が増えている。訪日外国人が増え、日本円で何かを消費することは直接、日本のGDPを押し上げる要因が少なからずある。観光立国を掲げている日本にとって、外国から日本へ観光しにくる人々が増えることには多くのメリットがある。

しかし、訪日外国人が増えることは、メリットだけではない。例えば、闇民泊と呼ばれる通常の宿泊施設で営業基準値をクリアしなければいけない所を偽り営業をすることや、外国人の増加の影響での治安の悪化、マナー違反(ゴミの分別を守らない、夜の騒音など)が課題となっている。闇民泊は、基準を

守って宿泊施設を運営している人々よりも、資金がかからない。こういった違法民泊が今、急増してしまっている。京都は違法民泊が往来している有名な場所でもあるために、早急に問題解決に取り組む必要性がある。

また、京都は、特に外国人観光客にとって需要がある。そんななか、京都経済短期大学がある、西京区にある有名な観光スポット「鈴虫寺」に実際に行って調査した。鈴虫寺は願いを1つ叶えてくれるお寺だと言われている。鈴虫寺へのアクセス方法や、特徴などについてまとめた。

(3) 結論

国内観光客や訪日外国人観光客の数が増えることは、現在の日本の経済に大きな影響をもたらしている。しかし、一方で文化の違いなどからどうしても生じてしまう外国人のマナー違反や、京都や金沢など有名な観光地で、観光客の数が多すぎるが故に、実際にその地域に住んでいる人の生活に支障をきたすなど、避けられない問題が多くある。観光産業が盛んになったがために、改善しなければならないことが増えた。観光産業が活発になることは、日本にとってメリットがある反面、デメリットもある。課題を改善するためには、巨額の投資が恐らく必要になるであろう。今後も順調に観光客数を伸ばすためにも、改善に尽力していくことが必要不可欠である。

目次

要旨	I
目次	II
図表リスト	II
第1章 日本の観光業界の現状と変化	1
第2章 国内観光の概要	2
第1節 国内観光の動向	2
第2節 宿泊旅行を実施しない理由	3
第3章 訪日外国人旅行の概要	4
第1節 数字で見る外国人観光客の動向	6
第2節 外国人観光客の増加とその反動	6
第4章 観光地「京都」の概要	7
第1節 数字で見る京都観光客の動向	7
第2節 観光客増加による課題	8
第3節 西京区オススメの観光地	9
第5章 日本の観光産業の課題	10

図表リスト

〈第1章〉	
表1 訪日外国人直近10年間2016年版	1
表2 前年比率	1
〈第2章〉	
表3 宿泊観光旅行を実施しなかった理由	3
〈第3章〉	
表4 各月ごとの訪日外国人の移行	6
表5 各国・地域の日本への旅行率	6

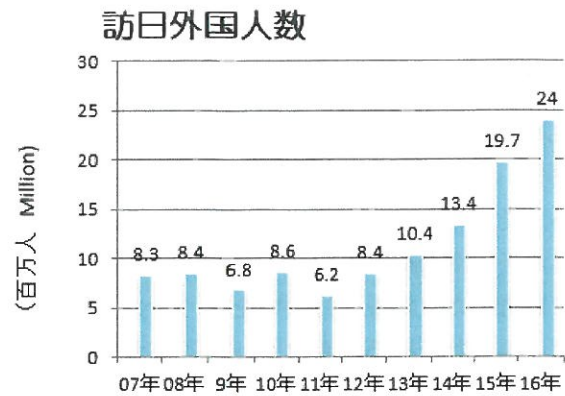
第1章 日本の観光業界の現状と変化

昨今、訪日外国人観光客数は増加傾向にある¹。日本政府観光局が公開している資料では、2007年から2011年頃までは大きな変動が無かったが、2012年以降、著しく増加している²。2009年は燃油サーチャージ³の高騰による旅客機の価格上昇や世界同時不況⁴の影響で観光客が減少した。2011年3月に発生した東日本大震災も加わり、一時期は観光業界が冷え切っていた。2009年度は前年度から約160万人、2011年度は約240万人の訪日外国人観光客の減少が見られた。そうした中、2012年度以降、訪日外国人観光客(インバウンド⁵)が急増し続け、2016年には、訪日外国人数が2400万人を突破した。

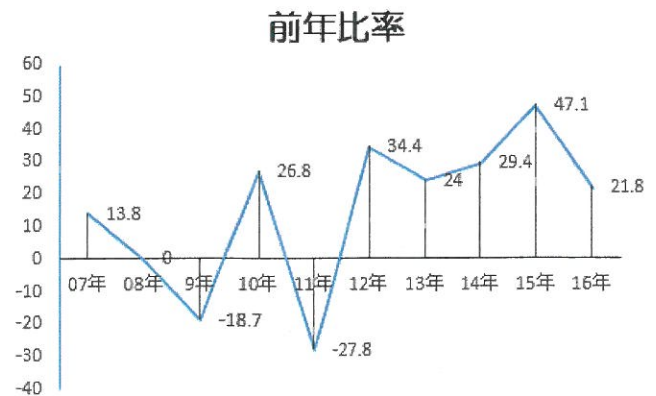
日本政府は観光立国を成長戦略の柱に掲げることにした。訪日外国人観光客数の目標人数を2020年の東京オリンピック・パラリンピックまでに、4,000万人、2030年には6,000万人に引き上げる方針を決めた。

2015年の日本人の旅行市場を、①国内宿泊旅行②国内日帰り旅行③海外旅行の3つに分け旅行者数の概況を説明する⁶。2015年の日本人の旅行実施率は、国内宿泊旅行全体では62.1%、国内日帰り旅行全体では48.3%、海外旅行全体では7.4%であった。また、2015年の日本人の旅行平均回数は、国内宿泊旅行では、1人あたり3.97回、国内日帰り旅行では、一人あたり1.73回という数値になった。日本人延べ旅行者数は、国内宿泊旅行全体で3億1,299万人、国内日帰り旅行全体では2億9,173万人、海外旅行全体では1,626万人回であった。そして、国内宿泊・日帰り・海外旅行のいずれも、観光を目的として旅行している人々のシェアがそれぞれ5~7割を占めている。また、国内宿泊旅行では帰省が3割、海外旅行では出張を目的としている人々が2割を占めた。

■表1 訪日外国人直近10年間2016年版⁵



■表2 訪日外国人直近10年間前年比率2016年版



¹ 旅行業界のランキング、動向、現状、シェア等を調査・研究 <https://gyokai-search.com/3-ryoko.htm> (2017年11月5日閲覧)

² トラベルボイス 観光産業ニュース https://www.travelvoice.jp/wp-content/uploads/2017/01/inbound_total_2016_yearly.jpg (2017年11月5日閲覧)

³ 近年の旅客機の燃料に使われる原油の高騰により、航空会社が燃料代をまかないきれなくなり、その一部が乗客負担で徴収されている。金額は各航空会社によって異なる。

⁴ サブプライムローン問題を発端とした2007年のアメリカの住宅バブル崩壊から連鎖的に発生した2008年のリーマンショックなどを含む、一連の国際的な金融危機

⁵ 外から中へ入り込むこと。特に外国人の訪日旅行のことで、別称は訪日外国人旅行。

⁶ I-1 本人の旅行市場の概況 https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2015/10/npo2015_1-1c.pdf

(2017年11月5日閲覧)

第2章 国内観光の概要

有名な観光地を巡るだけではなく、テーマや目的を明確にしたうえで、それに沿った訪問場所、実際に体験ができるツアーなどを取り入れた旅行の人气が高まっている⁷。テーマ性のある旅行の場合は、他社に競争相手が少ないために、通常の企画等に比べ、付加価値が高い場合が多い。近畿日本ツーリストの「クラブ・ツーリズム⁸」のように、同じ趣味や趣向を持った人達が集まって、その趣味をテーマにした旅行を企画する傾向がさらに広まると考える。

また、少子高齢化社会で、ペットを飼う家庭が急増している。国内旅行では現在、ペット等を連れ込んで宿泊や観光ができる施設があまり多くない。旅行中にペットを預かってもらえるサービスや、ペットを連れて利用できる宿泊・観光施設が増えることで、旅行者拡大に繋がる1つの手段になるだろう。さらに、従来は身体的・精神的な理由から、旅行に積極的に参加していなかった高齢者や障がいを持つ人々が、観光地や旅行関係施設のバリアフリー化が進むにつれ、より頻繁に旅行を実施できるようになってきている。

今後、観光におけるバリアフリー化や、ユニバーサルデザインの必要性は高まってくるであろう。スロープの導入やエレベーターの設置などの、ハード面⁹中心に進められてきていたバリアフリー対応が、接遇や情報提供などのソフト面¹⁰においても求められることが予想される。

第1節 国内観光客の動向

観光庁の「旅行・観光消費動向調査^{11・12}」によると、2015年の国内宿泊旅行の旅行者数は約3億1,299万人となった。2014年は消費税の引き上げや、それに伴う物価の上昇などの影響もあったために、旅行者数は減少していたが、2015年になり、増加した。

観光・レクリエーション(以下、観光)、帰省、出張、知人訪問等、業務のどの目的に関しても旅行者数は増加しており、観光の増加率が前年の2014年に比べ7.3%増だった。国内宿泊観光旅行では、延べ旅行者数は約3億1,299万人(前年約1.6億人回)であった。一方、宿泊を伴わない日帰り旅行は前年に引き続き減少となり、国内日帰り旅行の延べ旅行者数は前年比2.1%減の約2億9,173万人回に留まった。

国内旅行者が増加した主な要因として、消費税増税の影響で落ち込んだ前年からの反動と、2014年に上昇していたガソリン価格が2015年に大幅に下落したことや、5月のゴールデンウィークと9月のシルバーウィークの大型連休がそれぞれ5連休であり、人々が旅行しやすい条件であったことが挙げられる。

2015年の国内宿泊旅行全体を性別・年代別に見ると、男性の20代と70代、女性10代と60代~70代を除いて、ほぼ全ての年代で前年と比べ増加になった。男女ともに前年は先に述べたように落ち幅が大きかったため、増加率が大きくなっている。また、最近の日本では男女の共働きは珍しいことでは無くなってきている。そのため、女性の出張・業務による旅行の増加が目立つ。

日本人の国内宿泊旅行における出発月別の延べ旅行者数は、1月から3月を除く月において、前年と比べ、プラスになった。一番多かった月が9月で、次いで5月が多かった。この要因としては先に述べたようにゴールデンウィークとシルバーウィークの大型連休が大きな要因となった。

地域別の宿泊旅行全体を見ると、関東・中部・近畿・四国・九州において前年比プラスになった。関東地方は、日本の宿泊旅行市場全体の約4割のシェアを占めている巨大マーケットである。観光を目的とした旅行は前年に比べ9.9%増、帰省・知人訪問等は14.5%増、出張・業務が23.6%増と回復している。観光を目的とした旅行に範囲を狭めると、四国地方・九州地方から旅行をした人は伸び率が大きくな

⁷一般社団法人日本旅行業協会・「第1部 国内旅行の現状と課題認識 (6)新たな国内旅行ニーズ」

https://www.jata-net.or.jp/membership/info-japan/research/03_1st.html (2017年10月17日閲覧)

⁸狭い意味では、他国、他地域の風景、風俗、文物等を見たり、体験したりすること、広い意味では、観光旅行とほぼ同義で、楽しみを目的とする旅行一般を指す。

⁹建物の構造、広さ、部屋の数、出入口の構造、浴室の床の傾斜などの道具や器具を指す

¹⁰管理運営指針、業務基準、職場の風土などを指す

っている。

第2節 宿泊旅行を実施しない理由

次に、宿泊を伴わない旅行をしている人々を調べた。日本観光振興協会が公表した2012年から2014年までの3年間のデータによると、3年間を通して、最も多かった理由が「経済的余裕がない」、次いで「時間的余裕がない」「旅行をしないまま時間が過ぎてしまった」という理由が上位を占めている。

他にも、旅行者本人が健康上の理由がある、個人的な理由で家を離れられないことがあり、宿泊観光旅行をできない、単に旅行よりも他に目的がある、旅行そのものが好きではないなど要因は様々である。

■表3：宿泊観光旅行を実施しなかった理由

注：複数回答(単位：%)

	2012	2013	2014
時間的余裕がない	37.6	37.1	35.9
経済的余裕がない	41.7	42	40.7
旅行をしないまま過ぎた	18.6	17.3	17.7
家を離れられない事情	16	15.2	15.2
健康上の理由	10.1	11.6	10.8
業旅行をしたから	8.1	6.7	7.2
他にやりたいことがあるから	6.2	6.8	6.1
計画や準備が面倒	4.7	5.5	4.5
一緒に行く人がいない	9	8.4	7.3
行きたい所がない	6.9	7.8	7.5
旅行が嫌い	3.6	4.5	5.5
海外旅行をしたい	4	3.4	2.6
その他	3.5	3.8	3.3

資料：(公社)日本観光振興協会「観光の実態と志向(第34回)」2016(平成28)年3月

最近では、高速道路の整備が進んだことや、新幹線の開通範囲が増えたこと、低価格な夜行バスの普及、格安航空の登場などにより、かつては宿泊しなければ行くことができなかった観光地への日帰り旅行がしやすくなり、旅行という行為そのものが気軽にできるという考えを持った人が増えている¹³。

日帰り旅行は、一部のバスツアーを除いて、従来旅行会社としてあまり積極的にかかわってこなかった分野であった。単価が低いわりに、手間を掛けて旅行の企画や手配を行うと採算が取りにくく、コストパフォーマンスが良くないこと、マイカーやレンタカーを中心とした旅行であり、ホテルや旅館などでの宿泊を伴わないことから、予約業務を中心とし

¹¹ 公益財団法人日本交通公社

¹² JTBF 旅行者調査 (公益財団法人日本交通公社)

<https://www.jtb.or.jp/research/theme/statistics/statistics-tourist>

た旅行会社のビジネスモデルに適応しにくい。

今後、女性グループを中心とした近場の温泉で昼食と入浴を楽しむ小旅行、テーマパークや日帰り入浴施設等への家族・グループでの旅行、スキーやスノーボードをはじめとする日帰りのスポーツレクリエーションなど、日帰り旅行市場は、さらに拡大の可能性をもっている。

宿泊を伴わない日帰り旅行は、気軽にできるものである。しかし、2章の1節で述べた通り、2014年・2015年と立て続けに宿泊を伴わない観光旅行者数は減少傾向にある。宿泊旅行よりも、旅行にかかる費用が少ないうえに準備等にも時間を割かない、気軽に行けるという利点を生かし、今後の日帰り観光旅行者数の増加を期待したい。

第3章 訪日外国人旅行の概要

近年、日本を訪れる外国人観光客の数は増加している。2015年の訪日外国人旅行者数が1900万人台後半まで達した¹⁴。1970年以来45年ぶりに、出国する日本人の数を上回った。2012年に日本政府は、訪日外国人の数を「2020年に2000万人、2030年に6000万人にする」という目標を掲げた。安倍政権は目標実現に向けてさまざまな取り組みを行い、2013年末には1036万人、2014年末には1341万人と順調に訪日外国人の数を増やすことに成功している。2015年に訪日外国人の数は、1973万人まで達している。ちなみに外国人の内訳は、中国人（499万人）、韓国人（400万人）、台湾人（368万人）のアジア圏3か国が上位となっている。

外国人観光客が増加した理由の1つは、「ビザ要件の緩和^{15・16}」である。ビザとは、「国家が自国民以外に対して、その人物の所持する旅券が有効であり、かつその人物が入国しても差し支えないと示す証書である」¹⁷と定義されている。要するに入国許可証のことである。現在は、査証免除が行われている場合が多く、本来はどの国に行くにも、ビザは必要であるが、国・旅行者双方がビザの発行を毎回するのは手間がかかるために、一定の条件内で査証免除が行われている場合が多い。

一定の条件というものが、国ごとに異なっており、入国の目的・滞在日数でビザの要否が決まる。例えば、台湾では、90日以内の滞在ではビザは不要であるが、中国では15日以上滞在中でビザが必要になってくる。日本政府は2012年から、ビザ要件の免除・緩和を行ってきた。これが中国や東南アジアなどの経済成長と適合し、アジア圏の訪日外国人を増大させることとなった。2013年からはマレーシア・タイからの渡航者に対してビザを免除する措置を開始、2014年に、ベトナム・インドネシア・フィリピンからの渡航者に対し、ビザの緩和を行った。2015年以降は、中国からの渡航者に対し、ビザの緩和をし、訪日中国人が急増した。

2つめの理由は「円安¹⁸」である。アベノミクス以降、円安が進行したことで、円の交換レートが安くなり、日本を訪れる外国人にとって、格段に費用を安く抑えることができるようになった。流行した訪日中国人による爆買いも元に対して円が安いために発生した。質の良い日本製品が安く買えるために、

¹³一般社団法人日本旅行業協会 「第1部 国内旅行の現状と課題認識 (5)増加する日帰り旅行」

https://www.jata-net.or.jp/membership/info-japan/research/03_1st.html

爆買いをする人が多く見られるようになったのである。

3 つめの理由は「格安航空(LCC¹⁹)の普及²⁰」である。外国人は、格安航空を利用する人が多い。全国に LCC を利用している空港が多く見られるようになってきた。これも訪日外国人にとっては、旅行費用を抑え、来日する後押しとなっている。一般的に外国人観光客というと、中国人や韓国人など、アジア圏から来日するイメージが多いが、2015 年以降は、イギリス・フランスなど、欧米からの観光客も増加しているのだ。もちろん、2020 年開催の東京オリンピック・パラリンピックも 1 つのきっかけとして更なる観光客の増加を期待できる。

最後に「外国人の日本への関心²¹」である。近年、日本の魅力が世界中に広まっていることも影響している。日本政府は 2003 年から観光立国の実現を目標に掲げて、「ビジット・ジャパン・キャンペーン²²」と呼ばれる訪日プロモーション活動を進めてきた。また、インターネットやソーシャル・ネットワーキング・サービスが普及したことで、日本の漫画やアニメといったアニメ文化や伝統文化を世界中の方に知ってもらえる機会も増えた。それらの影響もあって日本に対する理解や関心が広まり、訪日需要が一段と高まった。

¹⁴「SQUARE 日本に外国人が増えている理由は「五輪効果」ではなかった！」

<http://www.clearthlife.com/column/pro/1615> (2017 年 10 月 17 日閲覧)

¹⁵「SQUARE ビザ要件の緩和」

<http://www.clearthlife.com/column/pro/1615> (2017 年 10 月 17 日閲覧)

¹⁶「海外旅行をはじめからていねいに ビザとは？主要国のビザ必要条件一覧と取得方法・申請方法・種類について解説」 <https://yutouefan.tokyo/visa/> (2017 年 11 月 4 日閲覧)

¹⁷Wikipedia 査証

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%9F%BB%E8%A8%BC> (2017 年 11 月 5 日閲覧)

¹⁸「SQUARE 日本に外国人が増えている理由は「五輪効果」ではなかった！ 円安

<http://www.clearthlife.com/column/pro/1615> (2017 年 11 月 5 日閲覧)

¹⁹ローコストキャリア (Low Cost Carrier) の略称で、効率的な運営により低価格の運賃で運航サービスを提供する航空会社を指す。日本では、ジェットスター、ピーチ、バニラエア、スカイマーク等

²⁰「SQUARE 格安航空 (LCC) の就航」

<http://www.clearthlife.com/column/pro/1615> (2017 年 11 月 5 日閲覧)

²¹「SQUARE 日本への関心」

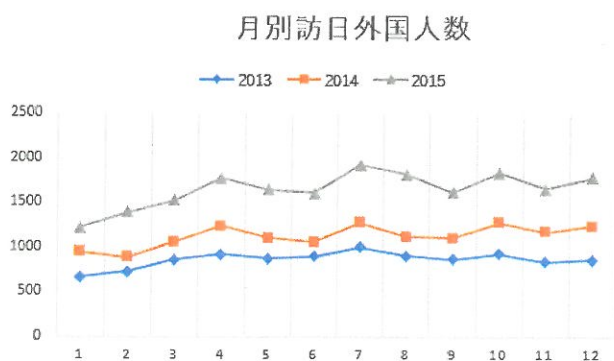
<http://www.clearthlife.com/column/pro/1615> (2017 年 11 月 5 日閲覧)

²²官民による外国人旅行者の訪日促進活動。2003 年 (平成 15) 1 月に当時の首相であった小泉純一郎が「2010 年に訪日外国人を 1000 万人にする」と観光立国を宣言し、2003 年 4 月に国土交通大臣を本部長とする「ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部」を設けてキャンペーンが始まった。

第1節 数字で見る外国人観光客の動向

2013年から2015年までの訪日外国人数の推移を示したデータが、日本政府観光局によって公開された。2015年に円高が是正され、今度は急激ともいえる円安状態になった。外国人観光客が気軽に日本へ観光に来られるようになったことが表4のデータから読み取れる。特に中国人観光客は多くの買い物をしていくことから、一部の観光地では特需が起きていた。外国人観光客が買い物をしていくことで、日本製品の売り上げが伸び、さまざまな分野の産業において需要が喚起され、経済活動も活発になった。

■表4：各月ごとの訪日外国人数の推移



資料：日本政府観光局 (JNTO)

■表5：各国・地域の日本への旅行率

(単位：%)

	2013年	2014年	2015年
韓 国	16.5	17.1	20.7
台 湾	20	23.9	27.9
中 国	1.3	2.2	4.3
香 港	8.7	10	14.6
タ イ	7.6	10.2	-
シンガポール	2.2	2.6	3.4
イ ン ド	0.5	0.5	-
オーストラリア	2.8	3.3	4
米 国	1.3	1.3	1.4
カ ナ ダ	0.5	0.5	0.7
イ ギ リ ス	0.3	0.4	0.4
フ ラ ン ス	0.6	0.6	-
ド イ ツ	0.2	0.2	-
イ タ リ ア	0.2	0.3	-
ロ シ ア	0.1	0.1	0.2

資料：日本政府観光局 (JNTO) 「日本の国際観光統計 2015」

第2節 外国人観光客の増加とその反動

訪日外国人観光客の日本での消費行動は、日本経済にとっては同じ金額を輸出した効果となる。つまり、外国人旅行者がモノを買ったり、宿泊などのサービスを受けたりした場合は、円を買って円で支払うため円高要因となる。また、日本で消費をすることによって日本の GDP を押し上げる効果も少なからずある。

その反面、訪日外国人が増えることで問題になることが、治安の悪化である。特に訪日者数も多い分、中国人のマナー違反は目に余る。国と国はどうしても文化の違いがある。日本では常識でも他国では非常識であること、その逆もしかりである。訪日外国人が少しでも日本のマナーを理解できるような取り組みの強化も今後必要である。

また、京都をはじめ各地で違法民泊、闇民泊が目立つようになってきた。「Airbnb²³」は民泊仲介サイトなのだが、そのサイトを通して、違法民泊する人が増えている。違法民泊では、外国人の騒音、治安の悪化、ごみの分別の仕方を知らない、異臭などの問題が後を絶たない。近隣住民とのトラブルや苦情が多い。通常、ホテルや旅館が営業を行うには、旅館業法に基づき、消防や衛生管理の基準をクリアしなければいけない。違法民泊では、そのような基準を満たさなくても営業してしまうために、真面目に営業している宿泊施設が被害を受ける。

²³Airbnb (エアビーアンドビー)。世界中に空き部屋やスペースなどを持ち、それを提供する人 (ホスト) と宿泊施設を探している旅行者 (ゲスト) をつなげるプラットフォームを提供している Web サービス。Airbnb は世界 190 カ国 34,000 以上の都市で 100 万件以上の物件が登録されている。

第4章 京都観光の現状

京都市がまとめた「平成28年 京都観光総合調査²⁴」によると、2016年1月から12月までの1年間に京都市を訪れた観光客は5,522万人となった。3年連続で観光客数が5,000万人を超えているのである。中でも、宿泊観光客数は1,415万人、外国人宿泊客数は318万人と過去最高を記録している。近年は、全国的に見ても修学旅行生が減少しているが、京都市は修学旅行生の数が110.5万人と前年を上回っているのだ。

さらに、観光消費額は、前年比11.9%増の1兆862億円で、京都市が2020年に達成しようと目標に掲げていた観光消費額1兆円超を4年前倒しで成し遂げた。京都は観光客の観光への満足度も高い。京都観光に大変満足からやや満足した日本人観光客は89%、外国人観光客に至っては、96.9%に達した。京都市は、『質の向上』の取り組みが実を結び、特に『消費』・『宿泊』・『歴史・伝統文化』が成長した」と分析している。

第1節 数字で見る京都の観光客の動向

2016年、京都府内観光入込客数は約8741万人となり、2015成27年の入込客数(8748万人)を下回ったものの、2014年の入込客数(8375万人)を上回る。府内観光消費額は約1兆1447億円となり、2015年の観光消費額(1兆264億円)を上回り、4年連続で過去最高を更新し続けている。府内外国人宿泊客数は約326万人となり、平成27年の外国人宿泊客数(322万人)を上回り、こちらも4年連続で過去最高を更新している。京都市内の観光入込客数等の推定上昇要因は、米国の有力旅行雑誌「トラベル・アンド・レジャー」誌読者投票で、5年連続でベストテンに選ばれるなど京都の認知度の高まりがあり、それによって外国人宿泊客数が増加し過去最高を記録したとみられる。「京の食文化」普及の取組や免税店の拡大等により、観光消費額も過去最高を記録し、観光入込客数は5,522万人となり、3年連続で約5,500万人を維持している²⁵。

²⁴『平成28年京都観光総合調査結果【概要】』

<https://kanko.city.kyoto.lg.jp/chosa/image/shiryo28.pdf> (2017年12月12日 閲覧)

²⁵京都府 「平成28年京都府の観光入込客数等について～観光消費額、外国人宿泊客数が過去最高を更新～」

<http://www.pref.kyoto.jp/kanko/news/2017/kankoirikomi.html> (2017年10月17日閲覧)

第2節 観光客増加による課題

観光客数が増え、質の向上も見込めたが、その反面、デメリットの部分が出てきた。京都で観光をしようとした場合、滋賀県や兵庫県などの近隣の県の人々は車で来ることが多いだろう。しかし、京都で観光をしようとした場合、主な交通手段はバスでの移動となる。外国人観光客や遠方から観光に来た人々は多くの場合、キャリーバックを利用する。コインロッカーが、駅各地に設置されているが、ホテルや旅館へ持ち込む場合、その場所にずっと置いておくことも難しい。また、宿泊施設に向かうためにキャリーバックを用いて、バスに乗っているケースもある。大型のキャリーバックは、バスの車内では大きな障害となり、通路を塞ぐために、混雑度が増す。乗降にも時間がかかるために、交通ダイヤに乱れが生じる。

京都市バスの混雑は、乗客数の増加で悪化している。2016年の1日平均乗客数は約36万3000人で前年度よりも1万人増加している。京都市では現在、市バス²⁶と京都バス²⁷の均一運賃区間(230円)が乗り放題となる「1日乗車券カード」が発売されている。2000年の1年間では、100万枚だった発売枚数が、2015年には、614万枚と売上が6倍以上増加した。一方で、市バス・地下鉄と京都バスが使える、「京都観光一日乗車券」の販売枚数は横ばいである。

京都市は、外国人観光客の増加による市バスの混雑を解消しようと、2018年3月から、1日乗車券を500円から600円に値上げする案を、2017年7月24日に外部有識者から意見を聞く懇談会で示した²⁸。また、京都観光一日乗車券を1200円から900円に値下げする案も示し、バスの利用者を分散化させようという狙いが伺える。

混雑しているのは、市バスだけの問題ではない。市内の有名な観光地に観光客が集中してしまい、歩くこともままならない状況になっている²⁹。急増中の訪日外国人観光客は半数が清水寺や金閣寺を訪れる。ここには、日本人観光客・修学旅行生も多い。道を歩く人々は、外国人や制服を着た修学旅行生で溢れている。京都らしい風情が無くなり、景観を損ねているのも事実である。前掲の「京都観光総合調査」では、公共交通機関に対する残念度が、日本人で12.3%、外国人で9.5%に及ぶ。観光地の混雑の残念度は日本人15%、外国人で5.9%となる。

最近、問題になっているのが「違法民泊」である。「京都観光総合調査」では、無許可民泊施設の宿泊者数は年間で110万人と推測されている。これは、京都を訪れる修学旅行生と同じレベルである。違法民泊は、騒音・セキュリティ・ごみ・異臭などで近隣住民らからの苦情も多く、トラブルが相次いでいる。

観光消費額1兆円の目標を4年前倒しで達成したのは良いことではある。その一方で増え続ける観光客の多さゆえにトラブルに対応しきれない。公共機関や人気の観光地の混雑、違法民泊などの問題が解決されないまま、このまま訪日外国人観光客数が増え続けられれば、観光客の不満だけでなく、京都市民との軋轢が高まるかもしれない。

²⁶ 主に京都市内全域を循環するバス。車体は緑色。本数が多いため、京都市内の主要な観光スポットや駅にアクセスしている。番号幕がオレンジの車体は市内中心部を循環している。系統によって快速バスが存在する。番号幕が青色のバスは概ね起終点間を往復運行する。オレンジ色と青色の番号幕のバスは均一運賃区間と言い、料金は一律で230円となっている。番号幕が白のバスは多区間系統と呼ばれ、市内から近郊に向かうバスのことである。均一区間外も運行するので、距離に伴って料金が加算される。この他にも、観光地を結ぶ路線を運転するバスや市内中心部限定で100円循環バス、普通運賃の2倍支払って乗車する深夜バスなどもある。

²⁷ 京都市内だけでなく、広範囲を循環する、白い色に赤色のラインがある。京都の山側(鞍馬・朽木)などの滋賀県との県境付近や西側(清滝)、東側(比叡山延暦寺)などを循環しているが、広範囲な反面、京都市内の主要な駅以外は、ほとんどバス停がない。

²⁸ サンスポ 社会 「京都市、1日バス乗車券値上げへ 外国人増で混雑」

http://www.sanspo.com/geino/news/20170724/poll70724_21510007-n1.html (2017年12月12日 閲覧)

²⁹ Business Journal 「京都、街並み一変&良き消失の危機」 (2017年8月17日 山田 稔)

http://biz-journal.jp/2017/08/post_20215.html (2017年12月12日 閲覧)

第3節 西京区オススメの観光地（鈴虫寺）

鈴虫寺 〒615-8294
京都府京都市西京区松室地家町 31

開門 9時 閉門 17時
(最終受付 16時 30分)

拝観料 大人 500円(茶菓子付)
小学生 300円

鈴虫が鳴くのは基本的に秋だとされているが、鈴虫寺では、四季を通して鈴虫の音色を聞くことができる。そのために、「鈴虫寺」と呼ばれているが、正式な名称は、妙徳山 華厳寺 (みょうとくざん けごんじ) という²⁹。京都駅から京都市バス(28番)松尾大社で下車したのち、徒歩15分または、京都バス(73番・83番)鈴虫寺下車、徒歩2,3分でどちらも約60分かかる。タクシーでは、約25分の場所に位置している³⁰。京都市内から離れているが、西京区の有名な観光スポットである。

鈴虫寺は、江戸時代中期享保8年(1723)に、鳳潭上人(ほうたんしょうにん)によって開かれ、現在は臨済宗に属する禅寺となっている³¹。

鈴虫寺は、自然に囲まれた松尾山麓に佇んでいる。四季ごとに、花や木々、長い年月をかけて味が出た石や苔、竹林などが調和しており、境内では、厳かな静寂と歴史を感じることができる。

寺の住職の説法を聞くこともできる³²。この寺の住職の説法が小難しくつまらない話ではなく、現代に生活する我々にも入ってきやすい分かりやすい内容と話し方によるものであり、SNSなどを通して情報が拡散され、最近になって、鈴虫寺の人气が上がっている。住職の説法が非常に興味深いということは、実際に報道番組などでも取り上げられたほどである。

鈴虫寺の石段を上った山門の脇には、幸福地藏菩薩、「幸福地藏さん」と呼ばれるものが立っている³³。右手に錫杖、左手には宝珠を抱えている。普通、仏様というものは、裸足であるが、幸福地藏菩薩は唯一、わらじを履いている。お地藏様が我々の所まで願いを叶え、救いの手を差し伸べるため、歩いて来るからという所以がある。

鈴虫寺のお守りは、「幸福御守」と呼ばれる、黄色のお守りである³⁴。鈴虫寺のお守りは、先述した通り、幸福地藏菩薩の化身、お地藏様の姿が入っている。お守りは化身であるため、常に自分の傍に身につけておく必要があるようだ。鈴虫寺は、「何でも願いが叶う」と言われている。一度参拝した時に、お願いをする。その願いが叶ってから、また次に新しいお願いをすることが決まりである。恋愛成就・子宝祈願など、具体的なお願いをし、開運祈願だとしても、金運上昇・受験合格など、詳しくお願いする方が良いとされており、自身の名前・住所を必ず言う必要がある。これは、わらじを履いた幸福地藏様が、お願いを叶えにくる道中で道に迷ってしまうからだと言われている。

また、幸福御守には、一年間のご祈禱をしているため、1年経過した幸福御守は鈴虫寺に返却し、新しい幸福御守を持つ方が良いとされている。鈴虫寺では、直接お守りを返す他に、郵送にも対応している。

³⁰ 妙徳山 華厳寺 鈴虫寺 <http://www.suzutera.or.jp/>
(2018年1月4日閲覧)

³¹ 鈴虫寺への行き方 <http://www.suzutera.or.jp/access/>
(2018年1月4日閲覧)

³² 寺を開山した鳳潭上人は、稀代の学僧として語り継がれている。元治2年(1659)越中国西礪波郡に生まれた鳳潭上人は、6歳になると黄檗二傑の一人として名高い今井の法雲寺主である慧極道明禅師のもとに出家し、その後、黄檗一切経を上梓したことで知られる鐵眼道光禅師につかえることになり、法名を僧濬、別号を菊潭と名づけられ、鳳潭と名乗ったのは華厳寺を開いた後とされているが確証はない。

³³ 鈴虫説法
<http://www.suzutera.or.jp/introduction/seppou.html>
(2018年1月4日閲覧)

³⁴ わらじを履いたお地藏さん
<http://www.suzutera.or.jp/introduction/jizou.html>
(2018年1月4日閲覧)

³⁵ 幸福お守り・お札
<http://www.suzutera.or.jp/introduction/omamori.html>
(2018年1月4日閲覧)

第5章 日本の観光産業の課題

近年、雑誌・新聞・テレビ・旅行本などの既存のメディアに加えて、インターネットやスマートフォンから情報を簡単に入手できるようになった。そのため、顧客が個々の行きたい旅行先に関する最新かつ詳しい情報をもって、旅行会社の店頭窓口に来ることが増えた³⁵。

その一方で、旅行会社の社員は、情報の入手先が自社の提供するコンテンツや施設情報などに限定されるため、顧客のほうが観光地に関する詳しい情報を持っている場合が少なくない。顧客に対する「旅行・観光情報の優位性」という付加価値を旅行会社が提供できなくなりつつある今、旅行会社の専門性が問われている。

また、「旅行者とサプライヤーとの間の決済の流れは、旅行会社が旅行者から旅行代金を収受し、それにもとづき有価証券である「クーポン」を発行し、旅行者からクーポンを受け取ったサプライヤーが、金融機関経由または直接旅行会社にクーポンを持ち込んで現金化するというのが一般的である³⁶」。旅行会社はクーポンに対する支払いに際して、販売・決済代行の見返りとして一定率の手数料を控除している。最近、一部の大手旅行会社では、予約・クーポン発券データに基づきサプライヤーと直接決済を行っているが、電子的な手法を利用しているものの、制度的にはクーポンと同様である。クーポンによる決済制度は、旅行会社にとってサプライヤーとの決済金という形での資金調達的手段として、またサプライヤーにとっても売掛金を短期に間違いなく回収できる決済手段として、双方にメリットのあるしくみとして今日まで広く利用されてきた。しかし、最近では、クーポンを使用している会社が世界的に減少してきており、航空券のチケットレス化が進めば、さらにクーポンの利用は減少することが予想される。面倒な決済がなくなり、顧客がインターネット端末から情報を入力するだけで予約を取ることが可能になることや、店頭で直接行く必要がないだけで、旅行のしやすさは格段にあがるのではないかと考える。旅行をする際の予約のシステムにおいて、早急な改善が求められている。

³⁵ 一般社団法人 日本旅行業協会 「第1部 国内旅行の現状と課題認識 国内旅行の現状と課題」

(5) 情報優位性の逆転現象

https://www.jata-net.or.jp/membership/info-japan/research/03_1st.html (2017年11月6日閲覧)

³⁶ 一般社団法人 日本旅行業協会 「第1部 国内旅行の現状と課題認識 国内旅行の現状と課題」

(8) 旅行代金決済手段の簡素化の必要性」

https://www.jata-net.or.jp/membership/info-japan/research/03_1st.html (2017年11月6日閲覧)

