



京都大学経営管理大学院
Graduate School of Management, Kyoto University

KAFM-PJ 006

前川ワークショップ(S&H)前期エッセイ

墨田 しのぶ

京都・日本における観光の課題: overtourizm

墨田 しのぶ、前川 佳一

2019年8月31日

京都・日本における観光の課題：overtourism

はじめに

思い返せば、初めて観光産業に興味を持ったのが2014年頃だった。当時、話題だったのが、訪日外国人の増加と中国人観光客の「爆買」であった。増加の理由としては、日本のサービスとホスピタリティの高さ、訪日ビザ発給要件の緩和、百貨店での衣類・バッグ等やドラッグストアでの食品や化粧品等を中心とした免税対応が挙げられる。この他にも、Facebook、Twitter、やInstagram等のソーシャルメディア活用の増加、LCC路線の整備、和食等の日本文化やライフスタイルへの注目が高まっていた。当初は、一時の「観光ブーム」で終わらせるのではなく、日本のよさを知らせ、日本を楽しむ観光客を定常的に増やしていく高度情報型事業システムの構築が求められていると感じていた。

そして、2017年の秋、更に観光への興味を強めたのが、京都市と京都大学が行っていた「観光経営講座」だった。産業に携わる方々に囲まれながら、私は実務経験のない中、観光やサービスについて様々な事柄を学べた。「観光地の混雑」と「市バスの混雑」の理由で、住民の生活が不便になりつつあり、何か不満を減らせる方法、解消法はないのかという問題意識があった。そこで、当講座で行なった研究は、住民を観光客が持つ京都市バスへの不満とその解消の提案だった。インターネットでアンケート調査を行った結果、共通の不満として多くの人は京都市バスの「混雑」に最も不満を感じていて、その他にも、キャリケースを持って乗る人が多い、バス停・ルートがわかりにくい、遅延などの要因があげられていた。解消法の提案としては、①スマートフォンで所在地とバス停の位置、バスの位置・遅延状況をリアルタイムで確認できるアプリの開発、②夜の時間帯の便数を増やす又は、バスの頻度・本数を増やす、③バス内にキャリケース等を置けるスペースを確保、または、混雑する路線におけるバス自体のデザイン変更、④観光客専用バスまたは観光地直通バス、の4つを挙げた。このような経緯もあり、ワークショップは観光関連で進めたいという思いで今に至る。

テーマ探し①

観光関連のテーマとはいえども、様々なテーマや課題がある。まず、興味のあることや思いついたことを書き出していき、大きなテーマとしては、overtourism /capacity: 数より質、市民と観光客の共存、関西圏の連携、サービス業従事者/人材の確保と教育、saving 京町家を考えたが、リサーチクエスト（以下RQ）を提示しなければならないので、いくつか考えてみた。

ひとつが「京都へのリピーター&消費額を増やすには、どのような仕組み作りが必要？」というものだったが、実際問題 overtourism と話題になっている中で「リピーターの受け入れ可能なのか？リピーターほど、頻繁にきても、訪れるたびの消費額が少ないのでは？それ以前の課題があるのでは？」と考えボツにした。次に、「訪日外国人の増加に伴い、地域市民からの理解も必要：うまく共存するには？」というRQを考えたものの、調査方法や進め方や想定する結果に関して難しいと感じ一旦保留にした。そして、「海外デスティネーション比較と京都の人気スポッ

トから地方へ分散するには？」では、様々な側面、評価軸で京都と比較対象になる海外 destinations があるのか？という疑問から、いくつかの人気観光地を検討したが、比較できそうな地域が無かったため断念した。続いて、以前から気になっていたことで、「日本人が訴求する京都の良さ」と外国人のニーズの間にどのような乖離があり、何が不足しているのか、新たな事業や開発を進めるに際して、どのような外部協力を必要とするのか？」という RQ について、これで研究できそうであるが、調査内容・方法以前にニーズの違いがあり全員を満足させるのは難しいのは当たり前であり、外部協力を得て、「だから何？」というのもあり、こちらもボツにした。

もう一度、大きなテーマに立ち返ってみた。やはり、近年、訪日外国人の急増により観光産業が非常に注目されている中、観光地の受け入れ・対応可能な人数より、はるかに多くの観光客が集中して訪れていて、スペインのバルセロナや世界各地でも問題視されている「overtourism」に着目した。騒音、ゴミ問題といったマナー問題、観光スポットの混雑、交通機関の混雑等、地元住民の日常生活に大きな影響を与え、様々な問題・課題に直面していることから「観光公害」と言われてしまう程になっている。特に、京都が抱える overtourism と国内観光客の減少等の観光問題/課題を解消または対策案の提示をしたいと考えた。

これまで、「数より質」を求めべきで、一人当たりの消費単価を上げるための施策が必要であると感じていたことから、まず行うべきことは、overtourism の混雑への対策が重要である。京都市内の混雑解消として四条バス廃止、一般車両ナシ等があるのではないだろうか。または、物や入館料の価格を上げるとかの対策があるのではと考えた。昨年の発表では de-marketing を行うべきという先輩によるワークショップ報告があり、この他にも何か方法はないのかと感じ、overtourism 対策についてもう少し調べることにした。

調べているうちに Responsible Travel 社のサイトにたどり着いた。この企業は 2001 年に UK で設立されたが、ビジネスとして responsible tourism に特化した初の企業としている。ここで紹介していたのが overtourism への 7 つの solution 提案だった。7 つの内 de-marketing も含まれていたが、ピーク時の需要を下げるのに、seasonal pricing と congestion pricing の活用と記載があった。

Congestion pricing とは時間帯で価格を変動させるという dynamic pricing の一種・方法であり、主に交通渋滞の緩和対策としてロンドンやシンガポールで既に導入されているようだ。直近では、ニューヨーク州のマンハッタンの渋滞解消と地下鉄等の交通機関のインフラ整備などにあてるために、congestion pricing 導入計画を発表している。まだ具体的な詳細は決まっていないうのだが、一般乗用車は約 \$12、トラックは \$25 を想定し、曜日や時間帯によって変動させている。早くても 2020 年末に導入される予定である。

この他にも、ロンドンにある高級レストラン *Bob Bob Ricard* が 2018 年 1 月より、試験的に congestion pricing を導入し始めた。例えば、月曜のランチタイムはあまり混雑しない時間帯では定価より 25%引きをする。加えて火曜・日曜のディナータイムを含む、そこそこ人が入る時間帯では 10%引き、混雑する土曜日は定価での提供を業界初とも言える試みを試験的に実施する記事を発見した。試験結果などについて情報を発見することはできなかったが、レストランの

ウェブサイトを見てみると、“At lunch, our full menu is offered at off-peak prices. Lunch menu is priced, on average, 20% below the dinner menu¹”の記載があることから、少なくとも、ランチタイムでの割引は行なっている様である。

日本でこのような congestion pricing を導入しているかどうか調べてみた。交通渋滞における congestion pricing は日本語で「混雑課金」と呼ばれている。2017年9月に人工知能（AI）と情報通信技術（ICT）の技術を活用して観光地の渋滞対策として国土交通省より発表された。近年交通渋滞が懸念されている神奈川県鎌倉市、京都市、長野県軽井沢町、神戸市の4地域を選定観光交通イノベーション地域に選定している。具体的にどの様な計画かというところ、これら4つの地域で試験的にETCと次世代交通システムやカメラでビッグデータを収集し、AIで混雑エリアと時間帯を予測させる。それによる情報で交通需要マネジメント（TDM）、交通規制等を通してエリアマネジメントを行い、更には一定の区域内に入ってくる自動車から料金を徴収する「エリアプライシング」を導入する計画である。鎌倉市では2020年実施目標にしている。一方、京都市における取り組み状況としては2018年2月に第1回京都エリア観光渋滞対策実験協議会を開催し、同年10月には、可搬型ETC2.0路側機・AIカメラの設置を完了している。しかし、2019年3月末の予算配分報告書に記載されている上記の情報以降の進展は不明である。

この他にも、dynamic pricing の例として、Jリーグサッカーチーム横浜F・マリノスが2018年に人気や曜日、天候などのデータをAIによる学習効果から価格設定システムを導入しており、2019年1月10日よりユニバーサル・スタジオ・ジャパン（USJ）でも繁閑差で入場料を変更する料金システムを導入している。

上記の通り、世界的に様々な業界でdynamic pricing や congestion pricing が導入、あるいは検討されている。京都市でも自動車に対する congestion pricing が検討されているが、このような取り組みを京都市バス、人気観光スポット入場料、または人気カフェなどで導入できないのだろうか、と考えた。RQとしては、「Congestion Pricing」を導入することにより、混雑解消につながるのだろうか。そして、国内旅行者と訪日外国人また、地元住民や提供者側とで「Congestion Pricing」に対する考えに違いがあるのだろうか。このような調査・研究を行おうと考えたが、結局「数値目的」がメインになっているのではと感じ再度テーマ検討を行った。

テーマ探し②

先にも記したが、「訪日外国人の増加に伴い、地域市民からの理解も必要：うまく共存するには？」と「海外ゲストイノベーション比較と京都の人気スポットから地方へ分散するには？」を保留にしていたが、2020年の東京オリンピック、2025年の大阪万博も控え、観光客は違いなく増加あるいは維持すると考え、住民からの理解、共存が鍵なのでは？という思いが強くあり、再度海外の観光戦略や、どのようなovertourism対策を行っているのかを調べてみた。

そこでワークショップ内でコペンハーゲンの観光戦略2020「The End of Tourism as we know

¹ <https://www.bobbobricard.com/>

it: towards a new beginning of LOCALHOOD」の話題が出たので、まずコペンハーゲンについて調べることにした。コペンハーゲンの物価世界トップクラスの高さであり、四季は比較的是っきりしている。ローゼンボー宮殿やラウンドタワーなど16～17世紀に建設された建物、市内の建物やアパートの中には、古いもので300年以上前に建てられたものがある。文化的な魅力としては、アートギャラリー、狭く細い路地、運河、公園、バロック様式の教会がある。コペンハーゲン市中心地の観光名所は、ほとんど徒歩で廻れ、自転車フレンドリーな街としても有名である。以前は船員街で、運河沿いにレストランやカフェが立ち並ぶニューハウンもあり、人口増加率が2025年までには20%と予想されている。面積、人口、外国人観光客数において、京都市に類似している。そんなコペンハーゲンの戦略を調べると、Visionとして”Localhood For Everyone”と mission に”Enable Our Destination To Be Shared More”を掲げ、内容も co-innovation・創造を推し進めて「ローカルファースト」な印象であった。更に調べると、コペンハーゲンの観光戦略2030があり、テーマとしては「Tourism For Good」、以前の戦略は持続可能な観光の第一歩に過ぎないとしている。コペンハーゲンは、意味のある観光成長は、positive impactがある時のみと記し、SDG'sに重きを置いている戦略にシフトしている。印象としては、ローカルファーストであるが、locals（市民）& temporary locals（観光客）の共存を目指していて、施設は、むやみに旅行者向けだけではなく、市民も活用できるような施設を推奨している。Collaboration, Partnership, value co-creationなどを強調しており、観光客の推奨意向77%+、観光客増加を支持する市民の割合を80%+と、以前と同様に目標にしている。

では、京都市の観光戦略はどうなっているのか。京都観光振興計画2020では「世界があこがれる観光都市へ」、「持続可能で満足度の高い国際文化観光都市」を目指している。年間観光消費額の目標としては1兆3千億円と同時に「再来訪意向」、「紹介意向」、「京都のおもてなし度」の評価向上（100%に近づける）を掲げている。その戦略でも、人づくり・まちづくり、魅力の向上・誘致手法、魅力の発信・コミュニケーション、MICE戦略を4つの柱としている。京都観光振興計画等の印象としては、以前の観光客数推しから消費額推しへ、更にはコペンハーゲンと同様、持続可能で満足度の高い国際文化観光都市にシフトしている。「旅行者をあたたかく迎える市民の取組」の例が京都・観光文化検定の受検促進とあったり、「観光地や交通機関等における混雑緩和と受入環境の整備」、「住んでよし、訪れてよしのまちづくり」等、ツッコミどころ満載な具体的施策もあり、あくまでも京都市の意向であるように思える。

コペンハーゲンと京都市では、そもそもの人との付き合いや社会インフラ構造も異なり、コペンハーゲンだからこそ可能な観光戦略・施策なのだと感じた。この2つの戦略を通し、市民との共存・協力もこれからの観光やovertourism対策に不可欠な要素であることを再確認できた。

Overtourism-取り組むべきことは？

ここまで、様々なサイト、文献、側面でovertourism対策について考察・検討してみた。各国では様々なovertourism対策を実施しており、観光客よりも世界遺産保護優先、入場制限・規制、民泊の規制、料金の値上げ等がある。全体的にみても「数より質」または、持続可能な観光戦略

ヘシフト傾向にある。そして観光地マネジメントには住民・localsを含む、あらゆるステークホルダーとの連携を重要としているが、ここが非常に難しいところである。How と実際にimplementし実行するのが重要であるが、どうしても各ステークホルダーで目標やKPIが異なる。更に、地域により条件や現状が異なるため、例えば、バルセロナでうまく行っているから、それをそのまま真似しても、必ずしも上手く行くとは言えない。

そもそも、観光は誰のためなのか？お金を落としてくれる観光客のため？それとも、そのお金のために経済的柱を形成するため？市民は恩恵を受けているのか？宿泊料を取っている意味は？京都市内にホテルをどんどん増やしているが、物価の高騰に繋がるのでは？京都市の受け入れ人数の「限界」は？等、様々な疑問が出てくる。

世界中で旅行者が増えている、恐らく増え続けていくであろう。現時点で、その地域が抱えられるcapacityを超え、市民の日常生活・暮らしに悪影響を及ぼしている。これを解消して行かないと、京都市が「まだ受け入れ可能」であるのなら、近々本当にovertourismに陥る。

一体この問題に対してどう取り組むべきなのか？様々なステークホルダーを巻き込んで、協力しco-createが重要とするのであれば、市民からの理解・支援も必要になってくる。コペンハーゲンのように、市民ファーストで考えるべきなのではないだろうか。実際京都市民はこのようなovertourism状態や観光戦略に対して、どう感じ・思っているのか、どのようなスタンスなのか？観光客の増加に伴う日常生活への支障はどれほどあるのか？これらを調査すべきなのではないだろうか。今後のテーマの方向性・具体化していくヒントにしたいと考える。



Image Credit: <https://www.dreamstime.com/overtourism-warning-sign-vector-illustration-image152548337> &

<https://publicdomainvectors.org/photos/Red-Coming-Soon-Stamp.png>

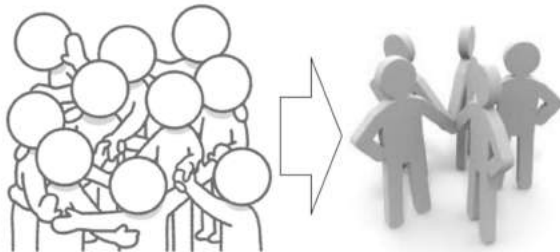


Image Credit: https://www.irasutoya.com/2017/05/blog-post_146.html & <https://pictsign.com/02-free-illust/00130-clip-art.html>

2019年度 前川WS 前期レポート
経営管理大学院修士2年 墨田しのぶ
学籍番号：7530-30-8236

参考文献

- * 株式会社ツムラーコーポレーション. “コペンハーゲンの基本情報”.
<https://www.tumlare.co.jp/guide/denmark/copenhagen/info/>, (Last Accessed 2019-08-08).
- * 京都市. “京都観光振興計画 2020+1”.
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000252/252318/01gaiyou.pdf>, (Last Accessed 2019-08-08).
- * 国土交通省. “ICT・AIを活用したエリア観光渋滞対策について”. 国土交通省.
http://www.mlit.go.jp/road/ir/ir-council/keizai_senryaku/pdf07/3.pdf, (参照 2019-05-10).
- * 国土交通省近畿地方整備局. “平成31年度近畿地方整備局予算～平成31年度当初予算の配分について～”. 近畿地方整備局. 2019-03-29. https://www.kkr.mlit.go.jp/profile/yosan/h31/ol9a8v000001etmb-att/190329_h31yosan02.pdf, (参照 2019-05-10).
- * 小林直樹. “自由席を3倍値上げ 19年は「価格変動制」の波が各業界を襲う”. 日経クロストレンド. 2019-01-07.
<https://trend.nikkeibp.co.jp/atcl/contents/18/00099/00003/>, (参照 2019-05-10).
- * 産経新聞. “【経済裏読み】日本版「混雑課金」、訪日客増で渋滞緩和の秘策か”. 産経新聞. 2018-06-06.
<https://www.sankei.com/west/news/180606/wst1806060004-n1.html>, (参照 2019-05-10)
- * 佐滝剛弘 (2019) 『観光公害—インバウンド4000万人時代の副作用』, 祥伝社.
- * Bob Bob Ricard. “Lunch Pricing”. Bob Bob Ricard. <https://www.bobbobricard.com/>, (Last Accessed 2019-05-10).
- * Durkin, Erin and Aratani, Lauren. “New York becomes first city in US to approve congestion pricing”. The Guardian. <https://www.theguardian.com/us-news/2019/apr/01/new-york-congestion-pricing-manhattan>, (Last Accessed 2019-05-10).
- * Dodds, Rachel and Butler, Richard (Edited by). “Overtourism”. Walter de Gruyter GmbH, 2019.
- * JTB. “コペンハーゲンの観光情報”.
https://www.jtb.co.jp/kaigai_guide/western_europe/kingdom_of_denmark/CPH/, (Last Accessed 2019-08-08).
- * Responsible Travel. “Overtourism Solutions”. Responsible Travel.
<https://www.responsibletravel.com/copy/overtourism-solutions>, (Last Accessed 2019-05-10).
- * The City of Copenhagen Website. “Copenhagen Facts”. <https://international.kk.dk/artikel/copenhagen-facts>, (Last Accessed 2019-08-08).
- * Vines, Richard. “Leading London Restaurant Is Experimenting With Congestion Pricing”. Table Skift.
<https://table.skift.com/2018/01/11/leading-london-restaurant-is-experimenting-with-congestion-pricing/>, (Last Accessed 2019-05-10).
- * Wonderful Copenhagen Official Webpage “The End of Tourism”. <http://localhood.wonderfulcopenhagen.dk/>, (Last Accessed 2019-08-08).