

京都観光

～観光産業の活性化が

京都の経済の活性化につながる～

同志社大学 八木ゼミ 分科会 地域

小川 祐樹、上戸 誠、辻本 篤史、大森 康裕、
石田 竜一、北井 弘仁、竹田 祐貴、吉岡 亨、
小野田 優、辻本 優也、新井 達大

2009年12月

要約

アメリカのサブプライムローンに端を発した世界的金融危機によって、京都府の経済状態は悪化した。そこで、私達は京都の強みである観光産業に着目した。京都は有数の観光地であり、また外国人観光客が多い日本有数の都市でもあることから、京都の観光産業を活かすことで京都経済を活性化させられるのではないだろうか私達は考えたからである。

現在、京都には観光都市としての問題が複数存在する。まず、長年の京都観光の一番の問題として挙げられるのが、交通機関の不便性である。都心地域の交通渋滞、鉄道駅とバス停間アクセスの悪さによる公共交通機関ネットワークの連携不足、観光シーズンにおける交通問題などが具体的に挙げられる。次の問題として、観光案内に関する問題が挙げられる。海外からの観光客数に対して、外国語の案内所や案内板などの対応が追いついていないのが現状の問題である。それに加え、「京都ブランド」としての強力な現地のお土産が京都に存在しない、気軽に京料理を楽しめないという問題点もある。「生八つ橋」は確かに京都で最も有名なお土産だが、現在ではどこでも入手可能になり、「京都のお土産」という意義を失ってしまった。また、京料理は値段的にもすべての世代が楽しめるという部分が少なく、課題が多いと言える。では、このような問題点を改善するためには、どうすればよいのか。

第一段階として、これらの問題点をふまえた上で、京都の地域政策についての先行研究を参考にし、京都観光の政策に活かそうと考えた。先行研究と本稿の違いはその分析対象の範囲であり、先行研究が京都の一都市のみを見ていたのに対して、私達は京都市を中心とした京都府全体の支援政策を考えた。

第二段階として、経済波及効果を用いた分析を採用した。分析の手法としては、現在の京都の経済状態を明示し、後に特定の政策を施した場合の仮定に基づいた予測値をもとに経済波及効果を調べることで、その期待値を計算するという手法をとり、それから導き出した効果を反映させて、政策提言を提案した。

私達が考えた京都観光の政策提言として、まずは一番の課題である交通問題の解決案として、LRT の導入およびレンタサイクルの普及を提案する。この政策の目的は交通渋滞の緩和であるが、これを解決することにより観光客の交通の利便性を高め、観光客数の増加を目指すものである。次の政策は京都ブランドの形成である。現在より、京都色の高いお土産や京料理を提案することで、その価値だけで京都に来てもらえるような政策のことである。そして、外国人の観光案内の多様化による政策を実施することで、外国人にもわかりやすい都市として、より多く外国人にも訪れてもらえるようにする。最後の提案として、既存の建物を活かした催しを実施する政策を提案する。これは音楽イベントや神社ホテルなどの、今ある建物を活用するという政策で、新しいものを組み込みにくい京都の土地柄に合った政策であり、新たな観光スポットとして活かすことで、京都観光を充実させようとする政策である。

このような政策を提案することで、将来的に起こりえる問題として、京都らしい都市景観の喪失や交通渋滞などに伴う市民の歓迎意識の低下、他の観光地との競争の激化という問題を解消し、京都観光を活性させ、経済の活性化につながるのではないかと考えた。

目次

はじめに

第 1 章 京都観光の現状

第 1 節 京都観光について

第 2 節 京都観光の問題点

第 2 章 先行研究の位置づけ

第 1 節 先行研究の内容

第 2 節 先行研究との類似点、及び論文のオリジナリティ、先行研究の位置づけ

第 3 章 経済波及効果の分析

第 1 節 経済波及効果について

第 2 節 政策を実施した場合の分析

第 4 章 京都観光への政策提言

第 1 節 政策提言の方向性

第 2 節 京都観光の政策提言

先行論文・参考文献・データ出典

はじめに

アメリカのサブプライムローンに端を発した世界的金融危機によって、現在の日本経済は不況に陥っている現状である。私たちの大学がある京都府もその波を受け、京都の経済状態も悪化の一途を辿っている。財政の悪化の歴史を見ると、バブル崩壊時に地方税が落ち込み、京都府の財政悪化を加速させたのが始まりであった。

京都市は平成 21 年 9 月 7 日開かれた市議会経済総務委員会で、今年度一般会計の財政収支見通しについて、約 155 億円の財源不足が見込まれることを明らかにした。昨年秋以降の景気悪化によるとみられる市税収入の落ち込みが主な要因で、市は減収補てん債の発行などの対応策を示したが、なお 60 億円分の補てんのめどが立っていない。市財政課によると、市税収入は今年度予算で 2624 億円を見込んでいたが、9 月現在で 2519 億円と 105 億円の減収が予想される。このうち 101 億円が市民税法人分で景気悪化の影響が大きいとみている。さらに府税交付金も減少する一方、支出では生活保護費などが増加し、計 155 億円が不足するのに対して、減収補てん債の発行や国庫補助金などで 95 億円を確保できるめどは立ったが、残り 60 億円については具体的な対策は立てられていない。

財政の建て直しは、短期の政策では意味をなさず、長期の政策により、財政の建て直しを図る必要性があった。京都府は今日の経済不況が始まるまで、長期政策により改善を試みたが、現在の不況の波により、新たな政策が必要となった。では、京都の財政状態を良くするためにはどうしたらよいのか。京都は中小企業が多い都市でもあり、また学生が多い都市でもあり、経済活性化の改善案が多く考えられる。その中で私たちが注目したのは、京都の観光産業である。現在、京都府の府内総生産は約 10 兆 300 億円であり、その中の大きな割合を占めるのが、製造業、サービス業、不動産業である。そのサービス業のほとんどが観光に関わるもので、その他の業種も観光に密接するものが多いとされている。

では、なぜ経済活性化の改善策として、京都の観光を取り上げるのか。それは、京都は日本で有数の観光地であり、外国人観光客も日本で東京に次いで二番目に多い都市でもあり、日本最大級の観光都市と言っても過言ではないからだ。その京都の強みである観光産業を生かすことが出来れば、京都の経済の活性化につながるのではないのかと私たちは考えた。

第1章 京都観光の現状

第1節 京都観光について

今日の京都は国際観光都市としての地位を確立しており、海外にもその名を広く知られている。京都は日本の国内観光客数においても、毎年トップクラスの地位を占め、桜や紅葉のシーズン時期には日本各地から数多くの観光客が訪れ、国内の観光都市としても、その名の通りの実力を確立しているのである。また、小学生や中学生の修学旅行先としても多くの学校が「京都」を選んでいて、誰もが一度は行ったことがある町として、その魅力を多くの人に知ってもらっていると言える。京都は1200年を超える悠久の歴史、伝統文化、豊富な文化財を併せ持つ、他都市にない魅力を持つことから、海外の観光客も多く訪れ、国内外を問わず、観光都市として人気である。伝統ある観光都市の京都だからこそ、京都の観光政策に問題点はない、と私たちは言えるだろうか。その答えは、観光政策に問題点がないとは言えない、ということになるだろう。確かに現状では、観光都市としての地位は持っているが、観光都市としての悪い点も見られる。その問題点を第2節で説明する。

第2節 京都観光の問題点

現在の京都観光の問題として以下のようなことが挙げられる。

1. 交通機関の不便性の問題
2. 観光案内板の外国語表示の問題
3. 観光案内所の数の少なさ
4. 京都のお土産に関する問題
5. 京都の食に関する問題
6. 京都の宿泊に関する問題

まず一点目として、交通機関の問題点について説明する。都心地域の交通渋滞、観光シーズンにおける交通問題、鉄道駅とバス停間のアクセスの悪さなどの公共交通ネットワークの連携不足、これらの多くの交通政策の問題点が挙げられる。京都を観光するにあたって目的地への輸送手段としてもっとも利便性があるとされているのはバスであるが、同時に多くの問題を抱えている。具体的には交通渋滞や乗用車の路上駐車、バスレーンの無視などの要因により、定時性が損なわれている。京都市には平成 16 年に年間 4554 万人が訪れているが、観光客の入洛の交通手段構成比をみると、乗用車、バスといった道路交通による来訪が全体の 4 割を占めている。また観光客は、自然・風景・雰囲気などに好感を持っている反面、道路・交通には強い不満を持っているという。タクシーの急停止や急発進などの影響から、バスも急停車や急発進を繰り返すことが多く、非常に乗り心地が悪いということも感じられる。狭い歩道にバス停が備え付けられているところが多く、歩道をふさぐような形でバスを待つ人々であふれかえっている。これは、通行の妨げになっているといえる。また系統が多岐にわたっており複雑で乗り継ぎも不便であることや、輸送量に限界があり、すぐにすし詰め状態になったり、複数のバスが連続して運行される団子運転状態に陥ったりしてしまいうことも挙げられる。団子運転状態になってしまっていることで、タクシーとバスの二重縦列停車になっていることもしばしば見受けられる。河原町周辺の繁華街では、クラクションが鳴り響き、とても観光客が快適に過ごせているとは言い難い。

また排気ガスにより自然環境に負荷をかけていることも問題である。京都市地球温暖化対策地域推進計画において、京都市域における二酸化炭素排出量を、平成 22 年までに平成 2 年レベルの 90% に抑制することを目標に掲げているので交通量を減らすことは命題であろう。交通量が多いうえに、車両の急発進、急停車やアイドリングなどが頻発していることを考えると、相当な量の温室効果ガスが排出されていることが考えられる。また騒音・振動により乗り心地が悪い上に、車外にも悪影響を与えてしまうことなどが挙げられる。
(出典「京都市基本計画」)



※写真中の自動車交通による通過人数は、自動車 1 台当たり 2 人乗車として算出。
ただし、バス、タクシーは含まない。



秋の観光期における市バスの待ち行列
(京都駅前)

次に二点目として、観光案内板の外国語表示の問題について説明する。

下の表でもわかるように、京都は東京に次いで二番目に外国人観光客が多い都市である。このような観光都市にはどこの国の観光客にも理解しやすい案内板があると考えるのは当然だが、現状ではそうでもないようだ。確かに京都の観光名所や駅、バス停などでは日本語と英語表記の観光案内板は目にすることが多々あるが、忘れてはならないのはいくら外国人でも全員が英語を読めるわけではないということである。実際には、見た目だけではわかりにくい韓国人や中国人の観光客もたくさん京都に来ているという事実から、私たちが気づいた問題点は中国語や韓国語表記などの、英語以外の観光案内板が少なすぎるということである。京都市内にはほんの数か所しか設置されていない。加えて、観光案内板は外国人だけでなく日本人が目にするものでもあるので見やすく理解しやすくすることによって観光案内板自体の魅力度も向上させねばならないということ。また何カ国語もしゃべれるガイドや、それぞれの言語に特化したガイドを数人置くということは必要ではあるが、それよりも詳しく京都と日本を歴史になぞらえ伝承し、京都の良さや京都らしさを案内する人材の必要性が生じてきているということも問題点として挙げられる。

順位	都道府県名	訪問者数	先月比(%)	順位変動	順位	都道府県名	訪問者数	先月比(%)	順位変動
1	東京	118728	- 11.8		24	埼玉	3572	- 0.0	
2	京都	46475	- 0.1		25	熊本	3504	- 0.2	▼ 2
3	神奈川	35278	- 0.1		26	宮城	3420	- 0.1	△ 1
4	山梨	29380	- 0.1		27	青森	3392	- 0.0	△ 2
5	北海道	27641	- 0.1		28	鹿児島	3257	- 0.1	▼ 2
6	大阪	24266	- 0.2		29	岡山	3249	- 0.1	▼ 4
7	愛知	14512	- 0.1		30	山口	2698	- 0.0	△ 1
8	栃木	13918	- 0.1	△ 1	31	香川	2688	- 0.1	▼ 1
9	奈良	13354	- 0.1	▼ 1	32	秋田	2293	- 0.1	
10	広島	13276	- 0.0		33	富山	2242	+ 0.8	△ 6
11	沖縄	12531	- 0.0	▼ 4	34	滋賀	2198	- 0.0	△ 2
12	兵庫	12288	- 0.1	▼ 2	35	愛媛	2151	- 0.1	▼ 2
13	千葉	10458	- 0.1		36	岩手	2049	- 0.1	▼ 1
14	岐阜	9792	- 0.1	△ 1	37	島根	2023	- 0.1	▼ 3
15	長野	9245	- 0.1	▼ 1	38	高知	1907	- 0.1	▼ 1
16	三重	7801	- 0.1	△ 1	39	茨城	1214	- 0.3	▼ 1
17	福岡	7711	- 0.2	▼ 1	40	新潟	984	- 0.1	
18	大分	6595	+ 0.9	△ 10	41	福井	824	=	
19	和歌山	6083	- 0.1		42	福島	464	- 0.1	
20	石川	5754	- 0.2	▼ 2	43	宮崎	384	0.2	△ 2
21	静岡	5164	- 0.1		44	徳島	331	=	
22	群馬	5121	- 0.1		45	山形	307	- 0.2	▼ 2
23	長崎	4979	- 0.1	▼ 2	46	佐賀	300	0.1	
					47	鳥取	288	0.1	

「外国人観光客が訪れた都道府県別ランキング」(出典：<http://asiabiz.jp/newsasiabiz/>)

三点目の問題として、観光案内所の少なさが挙げられる。京都市内の観光案内所はいくつかあるが、京都駅周辺に偏っている。京都駅は観光地からは離れた場所にあるが、新幹線なども京都駅に停まることから、外国人観光客は京都駅から観光を開始する。京都駅で案内を受け、観光地までたどり着いたとしても、観光地周辺に案内所がないため外国人観光客は観光の情報を手に入れにくいのが現状である。しかし実際は、京都駅周辺の観光案内所でも英語の通じる所は2つしかなく設置されていても、ガイド人数が少なく、人目に付かない、奥まった場所にあるというのが現状である。それゆえ外国人観光客は、たらい回しにされているのだ。もはや外国人観光客は、観光案内所でも観光の情報を手に入れられない状況が問題点として考えられるのではないだろうか。

また、京都市内では「京都まちなか観光案内所」といって、セブンイレブンやスターバックスカフェで観光案内のできる店員を置いたり無料の観光マップなどを配布したりしてい

るが、日本語の分からない外国人観光客にとっては、容易に利用できないサービスでしかない。そもそも、外国人観光客にそのことが認識されているかどうかはわからない。最近では、インターネットで情報を手に入れてから、観光する外国人観光客も多くいるが、やはり現地の案内所を頼りにしている人や、急に現地で案内所の情報を必要になった人にとって観光案内所の少なさは、観光都市として、たいへんな問題点であると言えるだろう。気軽な気持ちで、日本へ来て京都を観光しに行きたいと思わせることが、観光産業を発展させるためには非常に重要なことであると思う。

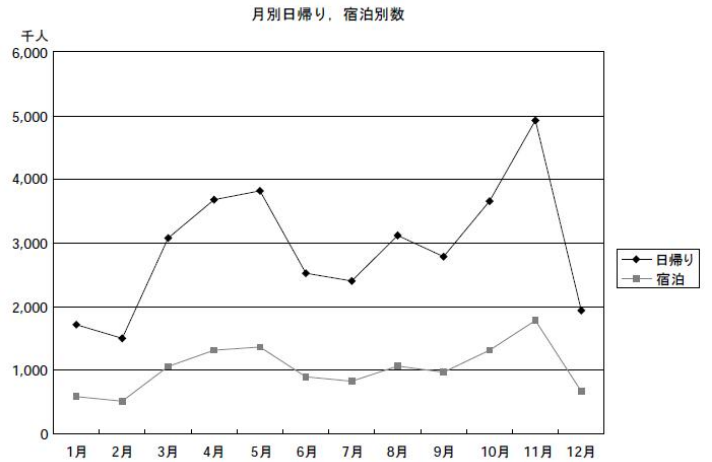
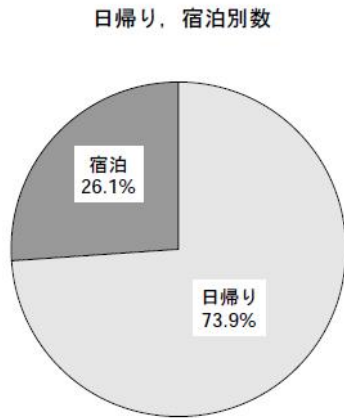
四点目の問題点として、お土産の質があげられる。京都のお土産として最も有名なのは「生八つ橋」だが、いまやどこでも販売しており、容易に手に入れられる和菓子になっている。「お土産」の定義としては、「土産は旅行先などで知人、縁者に配る目的でその土地ならではの物を買求める品物のこと。漢字で『土産』と表記するように、通常はその土地の名産物、特産物が多い。」とあるが、京都の生八つ橋が東京や大阪のデパートなどで購入できるようならば、それはもはや「土産」としての意味を失ってくる。実際、Excite ニュース 2005 年 7 月 15 日の記事によればある土産屋の主人によると、最近土産の売れ筋のようなものがなく外国人も土産を購入して帰ることが少なくなってしまうようである。以前まで売っていた「ハエたたき」でさえ外国で作られるようになってしまい、ここのところヒット商品というものがないのが現状であるようだ。買って帰ったお土産を手にとり再び京都を訪れたいと思わせる、生八つ橋に取って代わる新たな「京都ブランド」の濃いお土産づくりが今必要とされている。

五点目の問題として、食事における観光客の不満の多さがあげられる。京都には伝統的な京料理や川床料理、京野菜、豆腐などがあるが、観光客から寄せられた不満や意見の数は交通、道路に続く三番目の多さであった。例えば、「食事の値段が高すぎる。(女性 64 歳) 小さな子連れでも気兼ねなく京料理が食べたい。(女性 32 歳) 気軽に食事できる店が少ない。(男性 46 歳)」などの点があげられた。確かに、京都らしさを食でも味わいたい観光客ならば京料理の店にいくだろうが、値段が高く設定している店舗が多いようにも感じられる。老舗と呼ばれる店が多い中で、革新的で新しい京都発の食べ物は少ない。これを生み出していくことで、子供連れでも気兼ねなく食べられる京料理や、気軽に食事できる店が増えていくのではないだろうか。

不満の内容は主としては先述の通り、値段やお店の雰囲気、イメージなどである一方で、「京料理はおいしい。(女性 55 歳)、川床料理が好き。(女性 54 歳)」などの意見もあり、京料理自体の評価は高いと考えられるだろう。それゆえ、老舗の京料理店と革新的な新しい京料理店の共存ということが求められているように思う。食事、グルメは観光に置いて重要なファクターなので、現状の強みを生かしつつ悪いところを改善するという政策が京都の観光客数の増加にもつながるといえるのではないだろうか。

最後に六番目の問題点として、宿泊客の少なさがあげられる。京都は東京に次いで観光客の多い都道府県であるが、下図からもわかるようにその観光客の約 4 分の 3 が日帰りの観光客である。国内の京都への観光客は、6 割が近畿圏からの観光客という統計からも宿泊客が少ないことは容易に推測できる。実際に外国人観光客にしても京都で観光をして大阪へ宿泊している観光客が多いのが現状である。京都の旅館やホテルは値段が高いといったイメージがあるため、安価のホテルが多くある大阪に観光客が流れてしまっているのだ。海外からは年間約 8000 万人の観光客が京都に来日しているが、宿泊していく観光客は約 100 万人と非常に少ない。さらに、これも下図からわかるように京都の観光客数には月別に非常に偏りがあって行楽シーズンの春と紅葉の季節の 10 月 11 月に観光客が偏っており、そのシーズ

ンだけは宿泊客数が非常に多くなるが、シーズン以外の宿泊客数は非常に少ない。これも観光客数の偏りが大きいいため、観光客が多いシーズンは宿泊施設が足らなくなり、大阪などに宿泊を求める観光客が流れてしまっている。こういった宿泊による収益を大きく取り逃がしてしまっているのが現状である。



出典：京都市観光調査年報（2005年）

第2章 先行研究の位置づけ

第1節 先行研究の内容

京都観光を支援すれば日本全体にとっても良いということから、先行研究として「日本の国際観光発展のために」という論文を用いる。この先行研究では「観光」を「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行なう様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」と定義しているのので、これを活用する。この先行研究では、国内と国外での旅行消費額を比較して、国際旅行収支バランスの不均衡と、日本人が国内旅行に占める割合の高さを示すことで日本国内の観光産業は日本人によって現在支えられているということを示し、その国内の観光産業に対する日本人の旅行消費額の減少という国内の観光産業の現状を訴え、地方の観光産業を支援するのに適した観光政策を考えるためのケーススタディとして京都府南丹市美山町（以後美山町と省略します）を分析している。そして美山町という都市の特徴と美山町に対して為されてきた政策を分析し、その問題点や課題を解決するための政策提言を行なっている。

第2節 先行研究との類似点、及び論文のオリジナリティ、先行研究の位置づけ

(ア) 先行研究と本稿の類似点

先行研究と本稿の共通点は範囲こそ異なるが、外国人観光客が多く訪れる京都を目指していることである。京都を支援する観光政策を考える上で、京都の美山町の観光を支援する政策は京都府全体に適した観光政策の良き参考になる可能性がある。先行研究として「日本の国際観光発展のために」を選んだ理由は、より京都府全体の益になる政策としての参考となると考えたからである。

(イ) 先行研究と本稿の相違点

本稿と先行文献の違いはその分析対象の範囲にある。先行研究は京都府の一都市を対象としたが、本稿では京都市を中心として京都府全体を対象とする。また、先行研究の目的は地方の特徴にあった観光政策とは何かということを考えることであったが、本稿は京都府全体の観光産業を支援するための政策は何かということである。また、先行文献には無いが、本稿では観光に欠かせない交通に対して重点を置いている。外国人観光

客が京都を訪れたときに必要な交通機関をどのように考えるかという観点、つまり、混雑などが発生する公共交通機関だけでなく他の交通手段を設けてはどうだろうかという視点で観光政策を考えている。

(ウ) 先行研究と本稿の位置づけ

本稿は先行研究の対象とする範囲を拡大し、京都全体に対して有効な政策提言の参考としつつも、先行研究とは異なる視点と異なる分析手法から京都全体の観光産業を支援する政策を考え、提言するつもりである。

第3章 経済波及効果の分析

第1節 経済波及効果について

1章、2章の現状・問題意識から政策提言に至るにあたって、どのような経済波及効果があるかを分析してみることにする。ここでは、交通渋滞・お土産・人力車・ベロタクシー・催しの開催を再構築し、経済にどのような効果があるのかを分析する。

まずその前に、経済波及効果というものについて説明する。経済波及とは、ある産業に新たな需要が生じたとき、その需要を満たすために行われる生産が、需要が生じた産業だけでなく、原材料等の取引を通じて関連する他の産業にも波及する。また、これらの生産活動の結果生じた雇用者所得は、消費支出となって新たな需要を生み、さらに生産を誘発していく、というようなものである。経済波及効果とはこれを数値的に分析、予測したものである。経済波及効果のメリットとしてはある経済活動を行ったとき、それがどのようにその経済的影響を広げていくかを数量的に把握することができるという点、またそのデメリットとしては、あくまで効果を予測するものであり、ピタリと正解を当てることができないという点である。また実際に経済波及効果を求めるにあたって前提が必要となる。一般的な前提は以下のとおりであり、私たちの経済波及効果測定もこれを参照することにする。

○分析上の基本的仮定

① 一つの産業はただ一つの生産物を生産する

ある生産物を生産するための手段はたった一つしかなく（非代替定理）、ある部門の生産活動により複数の生産物が生産（結合生産）されることはないと仮定しています。

② 生産水準とその投入量は規模に関して一定

大量生産することによりコストの削減が可能となるような生産規模の経済性はなく、生産水準が2倍になれば、原材料等投入量も2倍になると仮定しています。（比例性）

③ 各産業間の相互干渉はない

例えば、「ある産業の活動により発生した公害が他の産業（農業、漁業など）の活動に及ぼすマイナスの影響（外部不経済）や逆にプラスの影響（外部経済）を産業連関分析では持たない。」ことを条件とする。

④ 投入する乗数効果は一定

⑤ 途中で中断がない

しかし、産業連関分析においてはこのような波及の中断が起こることなく、発生した需要に対しては必ず生産を行い究極的に収束するまで波及する。

（鹿児島県 『第3章：産業連関表を使った経済波及効果分析』より抜粋）

第2節 政策を実施した場合の分析

それでは、経済波及効果測定を行っていく。

なお、ここでは上記の説明にある通り産業連関分析を用いて出すのが一般的であるが、京都市は産業連関分析を行っておらず、ここでは、『平成16年度京都市観光消費経済波及効果』というものを参考に、簡易的な経済波及効果を調べていくことにする。

観光面での経済波及効果とは、観光消費額×乗数効果（ある年の経済波及効果より測定）で求めることが出来、まず元となる乗数効果を測定する。

資料によると、『観光消費額のうち、域内にとどまる額（直接効果の額）は、約3,737億円、直接的な観光関連産業における雇用者総数は50,615人と推計される。また、この直接的な効果を基にして、域内にもたらされる生産波及効果の総額は約4,755億円、雇用効果は30,299人と推計される。以上から、観光客の消費によって京都市域にもたらされた経済波及効果の総額は1兆103億円となり、その乗数効果は1.89となる。これにより生じた雇用者数は80,915人と推計される。』とある。この1.89という係数を用いて、私たちが提案する政策提言の経済波及効果はどのようなものなのかということ、以下に記していくことにする。

京都市は、観光関連産業による経済波及効果の付加価値の総額（4,336億円）を市内総生産と比較すると約7.5%で、経済波及効果の雇用効果を市内従業者総数と比較すると11.6%となる。単純に比較することはできないが、国レベルでは観光関連産業は総生産に対して約5.7%で、雇用効果においては約6.8%であり、京都市では国レベルより観光関連産業の占める割合が大きいことが見て取れる。これにより、私たちがまず観光産業に着目したことは正しいと言える。

ここから、順に分析を行っていく。

1. 交通渋滞緩和
2. お土産の再開発
3. 人力車・ベロタクシーの普及
4. 既存の建物を活かした催し

1. 交通渋滞緩和

LRTに関してどのような観光消費額が見込めるかを算出する。なお京都市の計画ではLRTはどの区間乗っても一律220円とあるので運賃はこれを採用する。また京都市の観光客は平成15年度～16年度にかけて約180万人増加している。LRT目当てで外国人観光客だけでなく、日本各地からも観光客が訪れるのではないかと推測し前年度比300万人の観光客が訪れるとする。すると、

$$220 \text{ 円 (運賃)} \times 3000000 \text{ 人} \times 2 \text{ (往復分)} = 13 \text{ 億 } 2000 \text{ 万円}$$

の観光消費額増加を見込むことが出来る。

LRTと鉄道を比較すると、鉄道の敷設費は約200億円/kmであるのに対し、LRTは約30億円/km(道路拡幅の用地費は含まない)である。一目見ればわかるように、比較にならないほど安価で敷設することができる。運営費用としては3億円/kmで、地下鉄が10億円/kmであることから、おおよそ1/3で運営できるとされている。

また、LRTシステム整備費補助金という制度がある。LRTは、『速達性に優れ、バリアフリーや環境にも優しい利用者本位の交通体系の構築を促進する観点から、まちづくりと連携したLRTシステムの整備を推進する』という観点から、低床式車両その他LRTシステムの整備に必要な施設整備に要した費用の一部を補助するという制度のことである。

この際の補助対象事業者は鉄軌道事業者であり、補助対象経費としては、LRTシステム構築に不可欠な低床式車両(LRV)、停留施設、レール(制振軌道)、変電所の増強、車庫の増備、ICカードシステム、相互直通化のための施設などの整備に要した費用である。

補助率は地方公共団体も国と同額1/4という率であり、21年度予算額は20億3千万円である。また、21年度からは、重点支援とし、地域公共交通活性化・再生法の総合連携計画に基づく低床式車両(LRV)の導入等については、新たに地域公共交通活性化・再生総合事業費補助等により、補助率が1/4から1/2に拡大されるなどのように、重点的に支援されるということになっている。

(参照『国土交通省』)

次にレンタサイクルについての消費額増加を推定する。レンタサイクルの値段はできるだけたくさんの方が使ってもらえるように安く設定することを考え調べた。すると、香川県の高松市で24時間以内なら100円で自転車をレンタルしているのを発見したので、これを採用する。なお、既存の料金では一日使用500円のところが多いが、業者ごとに値段は違う。しかも独立採算が難しいのが現状だそうなので、京都市がその業者のレンタサイクル業務を買い取る。

利用する観光客が年間10万人いると仮定すると、
 $100 \text{円 (運賃)} \times 100000 \text{人} = 1000 \text{万円}$ の観光消費額増加を見込める。

微量ではあるが、毎年大きな増減はしないであろう貴重な収入ではないだろうか。以上より、LRTとレンタサイクルの2つを総合して、

$13 \text{億} 2000 \text{万円} + 1000 \text{万円} = 13 \text{億} 3000 \text{万円}$ の観光消費額増加が見込める。

2. 西陣織ネクタイ(500人に一人が買うと仮定)

政策提言にもあるように西陣織ネクタイを売ってどれくらいの収益を得る事ができるのかを推測し観光消費額を推定する。西陣織ネクタイは一本平均7000円前後であるので簡単に買える代物ではない。よって500人に1人が一本購入すると仮定した場合に、どのくらいの収益が見込めるのかを計算する。

京都市の観光客は平成16年度4554万人であるとされているので、500人に1人となると91080人ということになる。よって、

$7000 \text{円 (1本当たりの値段)} \times 91080 \text{人 (購入人数)} = 7 \text{億} 2864 \text{万円}$

の観光消費額増加を見込むことができる。

3. 人力車 ペロタクシー

人力車の料金体系としては、「えびす屋」の値段を参考にした。1時間1人当たり9000円で、2人で乗ると15000円ということである。これを京都への観光客300万人中3万人が乗ると仮定し、大半が二人で乗ると仮定した場合、

15000円×15000組=2億2500万円の観光消費額増加を見込むことができる。

次に、ペロタクシーの料金体系としては、VELOTAXI JAPAN を参考にした。初乗り0.5kmまでが大人は¥300で、小人は¥200である。超過料金として、0.1kmごとに大人は¥50、小人は¥30である。ペロタクシーは走行距離から算出していることが分かった。同じく3万人がペロタクシーを利用したとした場合、平均2km乗ったと仮定すれば、

300円+750円×30000人=3150万円

の観光消費額増加を見込むことができる。

4. 既存の建物で音楽イベント

2万人が入る施設での音楽イベントを開催し、半数が他府県から来たとした場合を考える。京都市内から電車でイベント施設の最寄り駅に行ったとして500円かかると仮定し、京都での一日の食事代として2000円かかると仮定する。そして、1年に似たような施設でイベントが4回実施されたとした場合、

20000人×500円+2000円×4回=2億円

の観光消費額の増加を見込むことができる。また、それにホテルなどの費用をプラスするだけでも、

2億円+3億円=5億円近くの経済効果がもたらされるだろう。

以上の観光消費額増加から、すべてを合計すると

13億3000万円+7億2864万円+2億2500万円+3150万円+5億円=28億1514万円となる。この額を平成16年度の観光消費額の推計5348億円に加えると、

5348億円+28億1514円=5373億1514万円

この額に乗数効果である1.89をかける。

5373億1514万円×1.89=1兆155億2561万4600円となる。

よって、

「平成 16 年度の観光消費額の推計 5348 億に我々の政策提言を加えると 5 3 7 3 億 1 5 1 4 万円となり、それに乗数効果 1.89 をかけると経済波及効果は 1 兆 1 5 5 億 2 5 6 1 万 4 6 0 0 円と推計することができる。」

第4章 京都観光への政策提言

第1節 政策提言の方向性

今までの章で京都における様々な観光問題について論じてきた。ここでもう一度整理して、京都観光の政策提言について説明したい。京都観光の強みとしては、1200年の歴史や様々な伝統文化、豊富な文化財を持ち合わせ、それぞれの地域が一つの観光都市に匹敵する力を持つ。また、年齢層の高い世代に人気であり、豊かな自然資源から生まれる京料理も年齢を問わず人気であるというような強みが挙げられる。どこか心が安らぐという感覚を古の京に人々が求めているのかもしれない。それらの伝統的文化を残しつつ、かつ生かしていくことが重要だと考えられる。

次に京都観光の弱みとしては、観光客の時期的・場所的に集中してしまっているということが挙げられる。歩くだけで汗だくになる夏や、寒すぎる冬を避け、比較的快適に観光することができる春や秋を好む傾向がある。秋の紅葉シーズンには観光客が集中してしまい、狭い京都の繁華街などは大混雑を招く。このように、観光需要に比べて、不足気味な観光案内基盤が京都観光の弱みだと言える。

また、京都観光の長年の課題である交通問題や道路事情、夜の観光の魅力の少なさなどが挙げられる。このような現状から、将来的に起こりえる問題として、京都らしい都市景観の喪失や交通渋滞などに伴う市民の歓迎意識の低下、他の観光地との競争の激化という問題が考えられる。これらの問題解決のためには、新たな観光の方向性が重要視されてくるだろう。その中で私たちが特に着目したのが、団塊世代の退職に伴う市場の拡大、国が掲げる観光立国政策による「ビジット・ジャパン・キャンペーン」政策による訪日外国人観光客の増加、中国の経済発展に伴う海外観光マーケットの拡大、環境問題にも配慮した観光都市という四点である。これらの点が将来的な観光政策で重要になってくると考え、観光への政策提言の中にこれらを加えつつ、新たな京都観光の創出を実現するための政策提言を考えた。

次の節ではその政策提言について説明していく。

第2節 京都観光の政策提言

- 1 交通渋滞の緩和 … LRT 導入・レンタサイクルの普及・トランジットモール化
- 2 京都ブランドの形成 … お土産産業の再開発・京都料理イメージの改善
- 3 人力車の普及・ベロタクシーの活性化
- 4 外国人観光客への観光案内の多様化
- 5 既存の建物を活かした催し
- 6 観光客の寺社への宿泊誘致

という政策提言を考えた。

まず一つ目に、交通渋滞の緩和であるが、LRTと呼ばれている次世代型路面電車の導入、レンタサイクルの普及、人力車の普及に目を向けてみる。

まず、LRTについて説明すると、2001年10月に京都商工会議所や、交通運輸労働組合京都地方協議会が「人に優しい交通で京都のまちづくり」の一貫として提案されたものである。現在のバスや通常の路面電車との違いは1両編成にとどまらないので輸送能力に大きな期待が持てる点、専用軌道上を走る場合に、路面電車やバスよりも速く走ることが可能、そして小回りが利く点より待ち時間の節約も可能となる。また、分析の部分でも述べたように、設置するコストも地下鉄、モノレールなどホームが地価や空中にあるものよりも格段に安く、また短期間で準備が出来る。環境面においても動力に電気を使い排気ガスも出さない、といったものである。道路内に線路を敷設することによって、市内混雑部への車両乗り入れが規制され、トランジットモール化を推し進めるとともに、交通がスムーズに働くと考えられる。しかし、京都市内は、タクシー利用客も多く、すべての車両の乗り入れを規制することは困難である。線路上も車両の通行は可能であるので、ある程度の車線は確保することはできるとしても、現在のように、すべての車両が往来できるような交通制度は見直さなければならぬかもしれない。それゆえ商業車、タクシー、緊急車などに車両乗り入れを限定することも考えている。トランジットモール化は、公共交通機関（バス、路面電車、LRT、タクシー等）に開放されている歩車共存道路のことであり、自家用自動車などの通行を制限する一方で公共交通の利便性を高め、中心市街地を活性化させる施策の一つとして設けられる。事例としては、1962年、アメリカ合衆国ミネソタ州ミネアポリス市においてニコレット通りがアメリカで2番目のモール（歩行者専用道路）としてバス・タクシーのみ乗り入れで計画され、1967年から実地されたのが世界最初である。欧米各国で実施されている事例が多い。このようなものは京都市内でも実際に、2007年に四条通で試行実施され、実験されている。トランジットモールのメリットとしては大きく見て、つぎの5つを挙げることができる。

- ・歩行者が安全で快適に繁華街を歩くことができる。
- ・車線数が減るため、通りの横断がしやすくなる。
- ・休憩や待ち合わせをする場所が広がる。
- ・イベントなどの開催や、祭りなどの活動が可能。
- ・バス等の通行がスムーズになる。

実際に京都市内のトランジットモール実験を目にしたひとの意見では、「いつもの車のごった煮のような四条通が整然としている。」というすっきりとバスが走っているという光景に驚きを隠せない表現をしている。4車線の車道の2車線分を歩道として拡張した中を、ゆったり歩く人々の横で、あいだの2車線だけとなった車道をバスとタクシーだけがスイスイ走っていた。トランジットモール化がよりよい影響を与える証明となったはずである。

次にレンタサイクルの普及についてであるが、これは京都の土地柄を考へる意見である。京都という街は平安時代以降道路整備が行われ、碁盤の目のようになっているのは周知の事実である。地図を見れば観光客の方も一目で自分がどの通りにいるかを把握することができる。レンタサイクルを利用する一番の利点は、バス・タクシー・地下鉄では通ることのできない狭い通りも動き回ることができる点で、他の交通機関を利用して混雑するよりも開放的で、京都という街並みを楽しみながら目的地へと進むことができる。さらに、上記で述べたトランジットモール化を推し進めることで、自転車も快適に安全に走行することができるはずである。

この政策を推進するためには、各地に駐輪場を設置する、道路の幅を広げる、四条通りなど人通りが特に多い通りは自転車を降りて歩いて運転させるような規制を作る、などといった処置が必要となる。しかし、LRT同様、地下や空中に設置するわけではないので費用も抑えることができ、またバス・地下鉄利用者を少し減らしスムーズに道路交通を行うことができると思われる。

二つ目の観光政策として、お土産産業の再開発があげられる。京都の代表的なお土産である生八つ橋が京都でなくても手に入れられるようになった今、生八つ橋に取って代わるような新たな「京都ブランド」の濃いお土産が必要になっている。観光客にとってお土産を買うことは観光旅行の一つの楽しみであると同時に、その観光旅行を締めくくる大事な瞬間でもある。購入したお土産を手にとり観光地を思い出し、再び訪れたいと思わせなければならぬ。つまり、お土産はリピーターを生むことのできる重要な要素であるとも言える。そこで、生八つ橋のように食べたらなくなってしまうような食品土産ではなく、京都古来の伝統技術を生かした西陣織を使った京都ブランド土産を提案する。「西陣織」と聞いたら高級織物でお土産として気軽に買って帰ることは難しいイメージがあるかもしれないが、私たちが注目したのは「西陣織ネクタイ」である。一本平均 5,000 円くらいで、安いものだと 3,000 円くらいで買ってしまうのだ。デザインは美しく洗練されており、肌ざわりもよく、かつ実用的である。身につけることによってどこでも京都を感じることができるのである。ネクタイはプレゼントや贈り物として最も無難なものであることは間違いない。

西陣織ネクタイ業界はここ数年、政府によって呼びかけられた「クールビズ」の影響でクールビズ定着による春・夏物の落ち込み、高い加工労賃コスト、中国など外国からの安価な輸入ネクタイとの競合などによって、売上が落ち込んではいるものの、復活の兆しがだんだん見え始めてきている。ネクタイ業は、2008 年 10 月にはセーフティーネット 5 号融資の対象業種リストに追加され、全国的に業況の悪化している業種に属する中小企業を支援するための措置がとられ苦しい状況を脱したのである。さらに、プリントネクタイから織ネクタイへの世界的な流行の変化も、西陣を下から支えている。

西陣ネクタイの平均出荷単価は生地で 700 円程度、完成品で 1,000 円程度と見られるが、外国からの輸入ネクタイの単価は、中国製で 320 円、韓国製で 390 円となり価格差は依然として大きい。西陣産地ではイタリアデザイナーや、建築・陶芸など異分野のデザイナーを起用したデザイン開発に力を入れており、一風変わった西陣織ネクタイで再びヒットを狙っている。日本には現在イタリアやフランスのメーカーが中国、韓国で生産したネクタイの輸入も多いので、今後ともデザイン、品質、価格のバランスで輸入品を上回る商品の開発が求められる。こうした条件を満たせば、「西陣織ネクタイ」は新たな京都ブランドを形成し、京都の土産スランプに終止符をうつことになるであろう。

また京都料理のイメージの改善は京都観光の集客数を増やすことにつながるだろう。京都の食事における問題点は、料理の値段や料理に対するかたいイメージが先行してしまっていることだが、料理自体の評価はデータからも非常に高いことがわかる。つまり京料理の需要は少なからず多いと言える。

そこで、リーズナブルな価格調節や気軽に食事ができるという新しい京料理に対するイメージを、観光客に植え付けることでより多くの観光客を呼び込むことができるのではないだろうか。そのためには京料理バイキングやカフェ、喫茶店などで気兼ねなく京料理を楽しめる設備を増加させる政策が考えられる。

また外国人観光客が京野菜などの産物に触れる機会を多くするため、京都産物を生かしたイタリアンレストラン、フレンチレストランなどの洋食料理店の増加や既存の洋食料理店のアピールなどが重要だと考えられる。最近ではミシュランガイド京都・大阪 2010 が発売

されたことで、今よりも一層多くの観光客が京料理を目的として訪れるきっかけとなるので、そこでリピーターを獲得出来るような政策も考えられる。

三つ目は、人力車の普及についてである。京都特有の移動手段としての人力車は外国人観光客に対して大きな魅力となっているのではないだろうか。人力車の利点として、レンタサイクルと共通する部分とその他にも、人力車は車夫（人力車を曳く人）がいるので、ある意味タクシー的な要素を含みつつ、車では見ることのできない京都の景観を楽しめることが挙げられる。京都を初めて訪れる外国人観光客にとって、京都の細かい情緒をガイド付きで見て回れるのは非常に嬉しいサービスとなりうるであろう。人力車を京都の一部の地域（嵐山・東山など）だけでなく、広い地域で普及させるためには、目的地に到着したあとの観光客への観光案内時間中の駐輪場所の整備と、客待ち時における待機場所の整備が必要である。また、これまで人力車が通っていなかった道において、人力車専用（もしくは優先）の道路を整備すること、歩道を広くして歩行者や自転車とともに人力車を運行できるようにすることも必要になってくるが、既存の道路を広く整備しなおすことは極めて困難であるので、人力車の運行場所を規制し、大通りなど車の行き来が激しい所では人力車は通行しないようにすることが必要である。

次にベロタクシーに話を進める。ベロタクシーとは、1997年にドイツの首都ベルリンで『環境にやさしい新しい交通システムと、動く広告がひとつになった乗り物』として開発された自転車タクシーである。バスや鉄道などを補完する交通手段としてだけでなく、環境問題・地域経済の活性化のひとつでもあります。ベロタクシーは、乗客・広告スポンサー・ドライバー・地域住民・行政の協力によりヨーロッパを中心として世界各都市で運行されている。現在京都市内には、新風館と呼ばれる建物（ショッピングモールである）から、ベロタクシーが運航されているが、まだ浸透はしていない。これを大幅に浸透させることにより、人力車同様観光客の注目を集め、地域の活性化につながるのである。環境にも優しく、鳩山政権の温室効果ガス25%削減にも貢献出来るのではないだろうか。

四つ目に、外国人観光客への観光案内の多様化についてであるが、日本を訪れる外国人観光客の国を見てみると、やはりアジア圏内の韓国や台湾、中国、それに加えアメリカやオーストラリア、カナダなど英語圏の国が多い。京都の観光地では、英語に対しての対応に関しては多少なりとの努力は見られるが、韓国語や中国語の表記はほとんど見られず、対応が必要である。また様々な外国語に対応したパンフレットを配置することで、どの国の人がよく京都を訪れるかなどの、統計データの参考になり、そこから新たな改善策を考えられるだろう。これについての観光政策提言としては、多言語に対応できる電子案内板の導入、外国人留学生の観光ボランティア、セブンイレブンだけでなく観光地周辺のコンビニでの簡易観光案内所の実施などが挙げられる。

五つ目に、既存の建物を活かした催しものである。これは平安神宮などで行われた音楽のライブを参考にしたものであり、既存の建物を活かし、普段とは違う目的として、その土地を利用するものである。京都にはあまり集客数の多くないような、神社や利用施設が多くあるので、その土地の有効利用として考えられる。

例えば、あまり利用されていない神社で音楽祭を実施すれば、その土地のPRとしても、周辺のお店などにも大きな影響があると言えるだろう。確かに、宗教上の理由や建造物の耐久性、騒音問題など様々な問題もあるが、それらをクリアしていけば、新たな催しとして大きな可能性があると言える。実際に、既存の建物を活かした催しとして、『JAL 音舞台シリーズ』が挙げられる。これは京都と奈良を舞台に、日本を代表する寺院で音楽の文化イベントを行うものである。金閣寺や清水寺、東福寺など有名な場所でも実施された。なぜ、この

点に着目したかという点、京都にはアーティストがライブパフォーマンスを行うようなスタジアムやホールなどがなく、音楽のイベントによる経済効果が見受けられないからである。大阪や兵庫では大規模な野外フェスタやスタジアムを使用した音楽イベントが実施され、音楽イベントと観光を組み合わせたチケットの販売、また音楽イベントに来る人たちも、ホテルや公共交通機関、土産物などの周辺施設や産業などに大きな経済効果を与えていると言える。

このような点で、新たに開発出来る広大な土地がない京都では、広大な土地がある既存の建物などを活かした催しをすることで、観光産業や周辺施設に大きな経済効果を与えられると考えられる。これの例として、『京都大作戦』という音楽イベントがあり、これは地方の運動施設を使用した野外ライブであり、約二万人の人が参加した。これにより、交通機関や飲食店などに非常に大きな経済効果があった。このような既存の建物を活かした催しを実施することで、観光客数の向上や周辺施設の活性化につながるという。

また、古い建物だけでなく「京都タワー」に観光客向けのお店を増やすことや、内装を改装することでイメージを一新し、京都のシンボルとして観光客の増加をはかる。ここでは、京都タワーを活かすだけでなく、京都の長年の課題である夜の観光の魅力の創出が出来るという点がある。京都は京都タワーと同等の高さを持つ建物がなく、京都タワーからは街並みがきれいに見える景色を堪能することができる。昼は京都の伝統ある街並みを、夜は京都のきれいな街並みの夜景を見ることができ、京都のシンボルとしての力を再發揮することで、観光客を増やすことができると言えるだろう。

六つ目に観光客の寺社への宿泊の誘致である。私たちは、年間の観光客の宿泊数増加と月別の観光客数の是正のために、寺社での宿泊を誘致して、観光客に泊まっていただくプランを提案する。これは海外におけるユースホステルのようなものをイメージしていただくとうわかりやすい。つまり、格安で雑魚寝で泊まっていただいて京都の良さ、寺社の良さを肌で感じてもらうというものを狙いとしている。そこでは雑魚寝のみである。当然、食事や風呂はない。具体的にこの施設を利用するのは海外からの観光客や修学旅行生、また国内の京都に貧乏旅行をしにきている方々になるのではないかと考えられる。

この政策提言におけるポイントは寺社が既存の建物であるため、京都の外観を損ねることなく、宿泊施設を増やすことが可能で、まさに京都の特性を生かした政策であること。また、設備投資がふとんのみであることである。この点より寺社としての採算が少し合っていないところに積極的に参入していただきたい。また、それ以外にも修学旅行生や修行僧のための宿泊施設を用意はしているが、普段は使われず空き家のようにになっている建物を所有している、比較的大きな寺社の方々にも参入していただくよう要請する。実際に寺社の方にふとんを購入、または宿泊者数に応じてレンタルしていただくことになるが費用もそこまで高くない。ちなみにふとんを一般的に購入する場合、シーツなど一式そろえた値段は安くても1万円前後かかる。宿泊施設として何度も使うことを考えると費用はこれに加え、あとは利用に応じてクリーニング代がかかっていくことになる。また、ふとんを業者にレンタルする場合、1泊3000円前後でそこから1泊あたり数百円単位で利用料がかかる。何泊も連続してレンタルすれば、洗濯を各自で行うことで費用を削減することもできる。この政策提言のメリットは、お客さまには食事や風呂を外で済ませていただくことで周辺施設の活性化も見込める点にもある。食事については、様々な飲食店が点在しているので全く問題はない。風呂は銭湯に入ることになると予想されるのだが、外国人観光客の方々にとっては海外にこのようなものはないため、とても新鮮なものと感じることができるのではないだろうか。ちなみに京都にはたくさんの銭湯がいたるところに点在し、近くにないということを考える必要はないと考えられる。価格の面でも400円弱と安価で入浴できる。またタオルなどのお風呂セットをレンタルすることもできるので、銭湯は観光客にとって気軽に利用できるものであ

る。そして、銭湯を肌で体験することで京都と同時に、日本というものを感ずることができるといえる。

また、宿泊施設に関してはホテルや漫画喫茶などの宿泊施設と違い部屋自体がかなり広く、お経を聞いたりするなどの宗派的なパフォーマンスというものを身近に体験できる。これはオプション的なもので、強制という訳ではない。そしてユースホステルに宿泊するメリットとしてよく挙げられる、色々な方との交流も行えるというのもメリットといえるだろう。

デメリットとしては、門限や消灯時間があるということだが、これも日本の寺社のしきたりと考えればそう致命的なものにならないだろう。むしろ、日本の寺社のしきたりを感じることができ、好む観光客もいるかもしれない。具体的な料金設定としては、ふとんのレンタル料金が 3000 円ということを考えて 4000 円で提案をしたい。これは一般的なユースホステルの素泊まりの値段が 4000 円ということを考えての値段設定である。単純に一人宿泊することで 1000 円の利益を見込むことができる。利用者が増えることでレンタル料金も安くなるので、寺社によっては更なる値下げも可能かもしれない。寺社経営としても十分成り立つし、観光客の宿泊プランの増加にも貢献することもできる。

また、それぞれの寺社で独自のサービス（家で使われなくなったマッサージ機を宿泊部屋へ置き自由に使っていただく シェフなどを雇わない本物の家庭料理をお出しする 近所の銭湯にかけあつて、この寺社に泊まれば銭湯の料金〇〇パーセントオフなど）を提供すれば個々のオリジナリティとして宿泊客を呼び込むことも出来るであろう。ちなみにサイドビジネス的なものであるため採算が合わなければ、ただちに宿泊事業を中止することも可能である。小さなリスクから大きな成果を期待することができる。京都のふとん産業は少なくともこの政策で大幅な利益を確保できるであろう。実は、すでに期間限定で宿泊を誘致している寺社は僅かながらある。密かに人気を集めているが、まだまだ普及していない。文化財保護の観点からすると、老朽化が早まってしまふ、多少の改築は必要であるといった問題点はある。しかしそのことを考慮しても、この政策を試みる価値はあるといえる。この政策は、年中一定の宿泊客数を確保できるものであり、京都での宿泊客数の増加は、京都の更なる活性化に大きく貢献することができる。寺社としても新たな収益を生み出し、寺社の PR にもなるので、大きな成果を見込むことができる。

よって相互にとって利益があるといえるのではないだろうか。この政策から、国内外の多くの人々に京都の寺社を通して、さらに深く京都を知ってもらふことができるであろう。

以上のような、政策提言を提案することで京都観光の活性化をはかり、京都経済の活性化につなげると考えた。

先行論文・参考文献・データ出典

《先行論文》

松波利明 (2008 年) 『日本の国際観光発展のために一地方の観光地特徴別の最適公共・民間投資先一』 (卒業論文)

<http://www1.doshisha.ac.jp/~hitanaka/report/04soturou/matunami.pdf>

《参考文献》

著者名 (発表年) 『書名』 出版社

Author (year) , "title," in book, publisher (press) , page-page

《データ出典》

京都府財政データ

<http://www.pref.kyoto.jp/zaiseijokyo/> 閲覧日 2009 年 (8 月 30 日現在)

社団法人 日本観光協会 (著) 2008-2009 年度 数字で見る観光 創成社

京都市観光調査年報平成 20 年

http://raku.city.kyoto.jp/kanko_top/image/kanko_chosa20.pdf 閲覧日 2009 年

「西陣 web」

<http://www.nishijin.or.jp> 閲覧日 2009 年