

「京のエコツーリズム」施策統合パッケージ  
開発プロジェクト  
— “環境調和型観光” に向けたニーズ調査—  
報告書

平成 20 年 3 月

京のアジェンダ 21 フォーラム

# 目次

1. プロジェクト概要.....	1
1. 1. 目的.....	1
1. 2. 実施体制.....	1
1. 3. 実施内容.....	1
2. 事前調査—環境配慮の取り組みのピックアップ.....	2
2. 1. 京都市観光の状況.....	2
2. 2. これまでのエコツーリズム WG の取り組みから.....	2
2. 3. 交通関連の事例抽出.....	2
2. 4. 宿泊事業関連の事例抽出.....	4
3. ヒアリング調査.....	7
3. 1. ヒアリング調査概要.....	7
3. 2. エージェントへのヒアリング.....	8
3. 3. その他の事業者（JR 京都駅キャリーサービス）へのヒアリング.....	10
3. 4. 宿泊事業者（ユースホステル協会）へのヒアリング.....	13
3. 5. 交通事業者へのヒアリング.....	14
3. 6. ヒアリング調査の総括.....	19
4. まとめと提案.....	20
4. 1. 本プロジェクト全体の総括.....	20
4. 2. 今後の展開.....	22

# 1. プロジェクト概要

## 1. 1. 目的

年間 4,839 万人（平成 18 年度）<sup>※1</sup>もの観光客が訪れる京都では、旅行者のマイカー利用や飲食のごみなど環境に関する問題の克服が課題となっている。観光関連の業界においても、環境問題への取り組みと旅行者へのサービスの二者を両立させることは可能ではあるが、サービス低下を避ける意識から取り組みが進行し辛い現状もある。また、各事業者単独での取り組みにも限界があり、新たな工夫で取り組みを促進する必要もある。

本プロジェクトでは、京都での「環境調和型観光」の実施を目指し、これまで環境負荷を軽減する取り組みを実施してきた各事業者に対して独自の取り組みの限界や、他の事業者を巻き込んだ形での取り組みに関するニーズ等をヒアリングすることで、各事業者の実施策について把握をし、次年度以降に事業者の連携に基づいた統合施策によって実践可能なパッケージの開発及び各主体への提案を目標としている。

今年度は、その第一歩として、ヒアリング調査を中心とした施策の把握を実施する。

## 1. 2. 実施体制

本プロジェクトは、京のアジェンダ 21 フォーラム内の 2 つのワーキンググループ——エコツーリズムワーキンググループ・交通ワーキンググループの協力の上、実施した。

そのほかに、調査実施にあたり、京都ユースホステル協会及び特定非営利活動法人木野環境の協力を得た。なお、ヒアリング調査は交通ワーキンググループ（大國正明）、エコツーリズムワーキンググループ（特定非営利活動法人木野環境 北井香）が行った。報告書とりまとめは、特定非営利活動法人木野環境が実施した。

## 1. 3. 実施内容

これまでにエコツーリズム WG では、宿泊施設の KES 認証取得サポート、エコツアー、旅行者への意識調査アンケート実施等の取り組みを実施してきた。また、交通 WG では、自転車や公共交通機関の活用、マイカー観光から公共交通機関を利用した観光への転換について推進方策の検討等の取り組みを実施してきた。これらの個々の活動はそれぞれの WG として総括を行ってきているが、観光関連の事業者を俯瞰した視点から十分な総括を行ってきているとは言えない。

本プロジェクトでは、観光関連の事業者に対しヒアリング調査を実施し、これまでの取り組み、希望や問題点、課題等を掘り起こし、事業主体ごとにまとめた。さらに、来年度以降の実践につながるとりまとめを作成した。

なお、ヒアリング実施の前に宿泊事業者及び交通機関の環境配慮の取り組みを調べ、ヒアリング時の参考として使用した。

---

※1 京都市産業観光局観光部観光企画課 『京都市観光調査年報』平成 18 年度（2006 年）版 平成 19 年 7 月発行

## 2. 事前調査—環境配慮の取り組みのピックアップ

### 2. 1. 京都市観光の状況

京都市産業観光局が発行している『京都市観光調査年報』平成18年版には、平成18年に京都を訪れた観光客数は4,839万人であり、前年に比べ2.4%増加した。

観光客が入浴に利用した交通機関の内訳は、JR34.7%、私鉄26.2%であり、乗用車による入浴も29.3%にのぼる。各々、前年度より利用者数が増加している。

京都を訪れる観光客は近畿地方が60.6%と最も多く、そのうち大阪からの観光客が28.4%を占めている。他地域では、関東地方が15.6%、中部地方が11.2%である。

旅行案内の利用は、ガイドブックが39.8%、友人・知人からが26.5%、観光案内所は22.3%、インターネットの利用は15.9%となっている。年代によりばらつきがあるが、前年比では、ガイドブックの利用が伸びている。

観光客の市内交通費は日帰り客が平均910円、宿泊客が3,121円となっている。

京都観光の感想から不満を感じたとする感想から一部を抜き出すと、「道路」に関するものでは、駐車場の少なさに関する不満、道路が細い・路上駐車があり走りにくい等の不満が見られる。「交通」に関するものとしては、市バス一日乗車券、京都観光一日乗車券・京都観光二日乗車券が好評であるが、売り場が限られている事への不満が挙げられている。その他として、駅にコインロッカーが少ないなどの声もある。(参照:『京都市観光調査年報 平成18年』京都市産業観光局観光部観光企画課 平成19年7月)

環境調和型観光の視点からこのデータを見ると、乗用車を利用した観光客の多さが目にとまる。感想の中には、市バス等の一日乗車券の使いやすさを挙げているものもあるため、さらなる公共交通機関利用のアプローチの必要性が考えられる。また、旅行者が利用する旅行案内の媒体としては、ガイドブックの利用率が非常に多いことがわかる。

### 2. 2. これまでのエコツーリズムWGの取り組みから

エコツーリズムWGでは、1994年に環境市民による「京都にやさしい修学旅行プログラム—エコツーリズムから修学旅行を考える—」調査研究(3ヵ年の調査)を実施、5つのプログラムを大手旅行代理店の協力で商品化し、のべ17校に企画・実施をした。

1999年には宿泊施設・旅行者対象のアンケート調査を実施した。2002年度～2004年度には「環境にやさしい旅館・ホテル」試行事業に取り組み、旅館・ホテルのKES認証取得サポートを実施、5件の旅館・ホテルが認証取得した。

宿泊事業者に対する取り組みからは、環境配慮と利用者へのサービスの両立に課題があり、環境配慮の取り組みの積極的な進展が難しい面があることがわかってきた。各事業者へのヒアリング調査を実施するにあたり、既存のサービスを維持しつつ活用し、いかにして観光客の環境負荷を軽減するか、という前提が本プロジェクトでは重要と言える。

その前提に立ち、事前調査として、各事業者の取り組みの把握と、調査項目の参考とするため実際に行われている環境配慮の取り組みのピックアップを行った。

### 2. 3. 交通関連の事例抽出

交通関連の事業者の取り組み事例を把握するため、京都観光に関わる電車・バスなど公共交通機関のフリー切符・企画切符について、また、タクシーやレンタサイクルの取り組みの事例をピックアップし、表2-1にまとめた。

表 2-1 交通事業者の環境配慮の取り組み事例

実施主体	項目	取り組み内容(名称等)	詳細
京都市交通局	乗車券	市バス専用一日乗車券カード	500円で均一区間内乗り放題。3回乗れば元がとれる。ただし、嵐山・修学院方面へは別途運賃が必要。
京都市交通局	乗車券	市営地下鉄 1day フリーチケット(市営地下鉄一日乗車券)	600円で地下鉄全線乗り放題。バスへの乗り換えが必要な場合もある。
京都市交通局	乗車券	京都観光一日乗車券	1200円。市バス・地下鉄・京都バスに1日乗り放題。観光施設などの優待あり。
京都市交通局	乗車券	京都観光二日乗車券	2000円。市バス・地下鉄・京都バスに2日乗り放題。
京都市交通局	乗車券	トラフィカ京カード	1000円、3000円。価格10%上乗せのプレミア付き。乗り継ぎ割引あり。
京福電鉄	乗車券	嵐電 1日フリーきっぷ	500円。1日乗り放題。足湯などの割引利用などの特典付き。
京福電鉄	乗車券	癒しの嵐電 1日フリーきっぷ	900円。天竜寺の拝観券と1日フリーきっぷのセット。
京福電鉄	乗車券	嵐電・映画村セット券	2200円。乗車券と映画村入場券のセット。
京福電鉄	乗車券	嵐山・嵯峨野サイクルきっぷ	800円。嵐電の乗車券1枚と嵐山駅のらんぶらレンタサイクル2時間、フレッシュジュース、嵐山温泉「駅の足湯」利用券をセット。
叡山電鉄	乗車券	叡山電車 1日乗車券「ええきっぷ」	1000円。全線1日フリー。沿線施設の優待付き。
叡山電鉄	乗車券	鞍馬・貴船散策きっぷ「ゆったりチケット」	2800円。往復切符と温泉付き。期間限定。
叡山電鉄	乗車券	一乗寺・修学院散策きっぷ「きららチケット」	1500円。往復切符と拝観券など。
叡山電鉄	乗車券	ガーデンミュージアム比叡入園引換券付き乗車券	2500円。叡電、ケーブル、入場券付き。期間限定。
京阪電鉄	乗車券	大原 1day チケット	発駅からの往復乗車券と叡電・京都バスの往復が可能。
京阪電鉄	乗車券	鞍馬・貴船 1day チケット	発駅からの往復乗車券と叡電乗り放題。
JR 東海	乗車券	京の遊々きっぷ	京都までの「のぞみ」「ひかり」「こだま」普通車指定席での往復と「京都観光1日乗車券」をセットにしたきっぷ。東京～京都 27100円。
JR 東海	乗車券	日帰り 1day 京都	新幹線往復とセレクトクーポン付き。19800円。
JR 東海	乗車券	ゆったりお値打ち京都2泊	新幹線往復とホテル2泊。
JR 西日本	乗車券	京都フリーきっぷ	JR線往復(自由周遊区間付)に「京都観光一日乗車券」「嵐電1日フリーきっぷ」「叡電ええきっぷ」をセット。
JR 西日本	乗車券	日帰りパーク&レールきっぷ	福知山駅から京都・大阪間の特急列車普通車自由席と駐車場がセット。
JR 西日本	乗車券	パーク&レールきっぷ【豊岡発】	豊岡駅から京都・大阪・神戸間の特急列車普通車自由席と駐車場がセット。
エコロタクシー	タクシー	エコロタクシー	KES取得。クリーンエネルギータクシー。自転車運搬キャリア付きで自転車が運べる。
ヤサカタタクシー	タクシー	ヤサカタタクシーの取り組み	再生ペットボトル素材の利用と夏季軽装によるエネルギー消費の軽減により、地球温暖化防止に取り組む。
京阪・京都市交通局	バス	定期観光バス	20以上のコース設定がある。
KCTP	レンタサイクル	レンタサイクル	7種類の自転車をレンタル。1日1000円～2000円。ツアーも実施。

デリバイク	レンタサイクル	レンタサイクル	自転車を提供してくれる。乗り捨て可。1日1000円。
京都見聞録	レンタサイクル	レンタサイクル	配達、乗り捨て可。1000円～。
環境市民	地図	京都自転車マップまちなか版	観光に役立つ詳細な自転車用の地図。1000円。
ペロタクシー	ペロタクシー	ペロタクシージャパン(NPO 法人 環境共生都市推進協会)	大人1人初乗り500m300円。100m毎に50円加算。
京都市駐車場公社	駐車場	駐車場	市内19カ所で駐車場を運営。自転車共通1日券200円(岡崎公園・二条城・嵐山・清水坂も購入日に限り駐輪できる)。Web上で満空情報も発信している。
京都市駐車場公社	駐車場	京都市銀閣寺観光駐車場	普通車800円・自動二輪/自転車200円。修学旅行生が乗車しているタクシー・ハイヤーが600円。
京都市駐車場公社	駐車場	岡崎公園駐車場	普通車最初の1時間まで500円以降30分迄毎に200円/一泊(22:30~7:30)700円自動二輪(一日1回につき)小型300円/大型400円自転車(一日1回につき)200円。普通車1日上限料金1,300円(日・祝を除く) 国立近代美術館入館者200円割引。修学旅行生が乗車しているタクシー・ハイヤー300円利用者に無料レンタサイクル
京都市駐車場公社	駐車場	京都市清水坂観光駐車場	普通車800円・自動二輪/自転車200円(一日1回につき)修学旅行生が乗車しているタクシー・ハイヤー600円

各社で実施されているサービスの部分的なピックアップではあるが、観光利用に便利な豊富なフリー切符・企画切符の豊富さが見てとれる。ヒアリング調査では、マイカー観光から公共交通機関を利用した観光への移行、という課題についても迫っていききたい。

## 2. 4. 宿泊事業関連の事例抽出

全国の宿泊事業者が取り組んでいる環境配慮の事例について、主にWebサイトなどから情報を収集し、表2-2にまとめた。

表2-2 宿泊事業者の環境配慮の取り組み事例

実施主体	項目	取り組み内容(名称等)	詳細
コープイン京都	省エネ	電球型蛍光灯への交換	点灯の際のつきが悪いなどのクレームへの対応がある。
—	省エネ	コージェネレーションの採用	提案としてあり得る事項。金銭的負担が大きいため、進めにくい。
沖縄かりゆしビーチリゾート	省エネ	省エネ型製品へ取り替え	エアコン・ボイラーを省エネ型変更。
沖縄かりゆしビーチリゾート	省エネ	節電	通路の照明を支障のない程度に間引きをしている。
沖縄かりゆしビーチリゾート	省エネ	夜間節電	エレベーターは夜間の運転台数を制限。 ボイラーは所有の2台のうち夜間は1台のみの運転を行っている。
沖縄かりゆしビーチリゾート	省エネ	節電	料飲施設等閉店時間はエアコン、照明等は電源を切る。チェックアウト後の客室の照明、エアコンを必ず消す。
沖縄かりゆしビーチリゾート	省エネ	冷蔵庫等の温度管理	冷蔵庫等の温度管理を徹底する。

沖縄かりゆしビーチリゾート	省エネ	納品車へもアイドリングストップ	取引先に対して納品車におけるアイドリングストップを奨励している。
沖縄かりゆしビーチリゾート	省エネ	自家発電	CO <sub>2</sub> 削減に効果のある自家発電機を導入している。
沖縄かりゆしビーチリゾート	省エネ	エコドライブ推進	社用車の取扱いについて、従業員にエコドライブを推進している。
沖縄かりゆしビーチリゾート	ごみ	トイレトペーパーを最後まで利用	客室にて短くなったトイレトペーパー等は従業員用で利用する。
沖縄かりゆしビーチリゾート	ごみ	容器の返却	納品用持込容器を業者へ返却している。
沖縄かりゆしビーチリゾート	ごみ	ビン・カンのリサイクル	ビン、カン等はリサイクル業者に回収を委託。
沖縄かりゆしビーチリゾート	ごみ	生ごみの堆肥化	生ごみを自社施設で処理し、堆肥とし全てを自社農園にて使用する。
沖縄かりゆしビーチリゾート	節水	自社中水の利用	自社の中水施設を利用し、客室の便所洗浄水や植栽の散水、及び社用車の洗車に使用する。
沖縄かりゆしビーチリゾート	節水	止水栓の調整	洗面台、手洗器は止水栓を調節し、館内節水に努めている。
沖縄かりゆしビーチリゾート	節水	雨水利用	雨水利用を積極的に行っている。
沖縄かりゆしビーチリゾート	食事	自社農園	自社農園にて、ホテル食材(無農薬栽培)の生産を行っている。
沖縄かりゆしビーチリゾート	食事	ウォーキングコース設置	敷地内に森林浴の出来るウォーキングコースを設け自然との共生をテーマにしてお客様に開放している。
沖縄かりゆしビーチリゾート	社員教育	空き缶拾い	新入社員研修のプログラムとして、地元関連企業の協賛の上、恩納村真栄田岬からかりゆしビーチまで約25kmの東シナ海沿いを徒歩による空き缶拾いを開催している。
星野リゾート	ごみ 社員教育	ごみ分別の把握	Web上で全社員が取り組むごみ分別ゲーム「ごみカツ」。100種類のごみカードを該当する区分へ移動させ分別を学ぶ。分別の早さと正確さでランキングを決め、全社員に公表している。
星野リゾート	ごみ 社員教育	ごみ分別の把握	ZERO委員がごみ分別の間違った袋を発見すると、レッドカードを貼り、社内に情報を流す。そのごみを出したユニットは、正しく分別をし直して完了の報告をする。間違いやすいごみの種類や、正しい分別を把握でき、全社で情報共有ができています。
星野リゾート	ごみ 社員教育	生ごみの堆肥化	生ごみを牧場で100%堆肥化している。堆肥化(分解しないごみが混入することから生ごみを出しているユニットの代表が、直接牧場へ生ごみを運搬、ごみのチェックをし、堆肥場へ搬入する。
星野リゾート	ごみ	ごみの資源化	回収業者指定の分別の他、アメニティなどはその製造業者をお願いして、回収・リサイクル。分別の種類は、28種類。客室の清掃を担当するハウスキーピングでは、その箱を上手に並べて、正確に、かつ効率的に分別できるように工夫している。
ホテルニューバジェット	施設	シックハウス症候群対策	シックハウス症候群などの対策として注目されている「抗酸化工法」を、ロビーから客室の床、壁、天井、家具まで採用。
ホテルニューバジェット	施設	オゾン消臭滅菌機	上層階やロビー喫煙コーナーに「オゾン消臭滅菌機」を導入。タバコの煙や目に見えないチリやホコリ、アレルギー要因となる有害物質を除去している。

ホテルニューバジェット	ごみ	アメニティの抑制	フロントに歯ブラシ、カミソリを置いている。バスルームには固形せっけんの代わりにソープディスペンサーを設置している。
ホテルニューバジェット	洗濯	部屋着を設置しない	「ムダを省く」という観点から、客室に浴衣がなく、作業衣タイプの「部屋着」をフロントに用意している。
ホテルニューバジェット	グリーン購入	グリーン商品の使用	客室のトイレトーパーは再生紙 100%の商品を採用。また、コピー用紙はエコ商品を採用している。
東急ホテルズ	取り組み	グリーンコイン	アメニティを使用しなかった場合、グリーンコインをフロントのコイン回収箱に投じる。1 コインにつき 1 本の苗木を寄付する。グループの 48 ホテルで実施しており、5 年間で 68 万 7,586 本の苗木を寄付した。
JR 西日本	荷物運送	JR 京都キャリーサービス	荷物 1 個 750 円で駅からホテルまで(ホテルから駅までも可能)配送してくれるサービス。
郡山市観光物産課	トイレ	バイオトイレ	観光用トイレにバイオトイレを採用し、景観配慮、バリアフリーにも対応したトイレを設置。

宿泊事業者の環境配慮の取り組みは、利用者に見えないところで行われることが多い。ごみの分別や生ごみの堆肥化等がその代表的なものと言える。利用者から見える取り組みは、サービスの低下と取られる可能性があるものもあり、フロントにアメニティを設置したり、グリーンコイン等に見られるように利用者自身が「使用しない」意思表示をしたりと、利用者が選択できるように対応している例が見られる。

また、ヒアリング調査実施前に、コープイン京都（支配人 東佳広氏）へ事業協力依頼に訪問した（他所の助成金事業申請時の協力依頼が主目的であったが、本事業に関連した事例を聞いた）。

東氏からは「アメニティ（歯ブラシ等）を減らす取り組みを実施したが、利用者から不便だという意見が出たため、通常通りに戻した」という事例を聞くことができた。さらに、節電のため、電球型蛍光灯に変更した際に、白熱電球と比較して点灯までに時間がかかるという特徴から、「トイレが（すぐに明るくならないため）湿っぽく感じる」という利用者の意見が出た事があり、これも従来の電球に戻したという。

宿泊事業者に対しては、環境配慮の取り組み実施の判断基準などについて尋ね、蓄積することで、新たな取り組みへの提案ができる可能性がある。

## 3. ヒアリング調査

### 3. 1. ヒアリング調査概要

ヒアリング調査実施にあたり下記のヒアリング項目を設定した。さらに、各事業者への調査実施前に項目を精査の上、修正して使用している。

#### 【基本的なヒアリング項目】

##### ○現状

(エージェントやホテル向け)

- ・業務内容と関連して、環境へ配慮した取り組みとして、実施されていることがあるかどうかを尋ねる。
- ・環境に関して取り組んでおられることについて、お客様からコメントやクレームがあったことはないか。
- ・環境に配慮した取り組みをする際、判断基準のようなものがあれば教えてほしい。
- ・マストツーリズムにおいて、選ばれやすい旅館や食事、ルート、移動手段などがあれば教えてください。また、その傾向と特徴があれば尋ねる。

(交通機関向け)

- ・各種交通機関を利用して京都市内観光をする観光客数について、増減があるかどうか。
  - 公共交通機関(電車・バス等)／-マイカー／-観光バス／-タクシー(貸切での使用等も含む)
  - レンタサイクル
- ・選ばれやすいルート、移動手段などがあれば教えてください。
- ・どのようなマップなどを配布(または作成)されていますか？

(各事業者へ向けて:公共交通への誘導に関する質問)

- ・お得な公共交通チケットの案内方法は？こんなお得なチケットがあるというお知らせや、チケットの組み合わせ、利用方法の案内など。販売のアピール方法は？
- ・1日乗車券などの購入希望者(問い合わせ)はどのくらい？
- ・現在発売しているお得な公共交通チケットは？
- ・チケットの情報確認は？(各社、季節によるチケットを発売)
- ・自転車を利用した観光の希望者数は？
- ・市内観光の交通手段として、何か提案されていますか？
- ・使いやすいマップなど、配布をされていますか？どんなものがありますか？

##### ○希望や問題点

- ・こういったことができるといいのに、と思われる事柄があれば教えてください。
  - 実行に至らず、断念したもの / -思いついたものの却下したもの
  - 断念した理由(課題や問題点)など / -困っていること
- ・公共交通機関の一日乗車券やレンタサイクル等を利用した観光を薦められる場合、気がかりなことがあれば教えてください。
- ・宿泊事業者、交通機関と連携した「環境にいい旅行プラン」を検討される場合、まずこういった事柄が思い浮かびますか？可能性や、障害となるものなどについても聞かせてください。
- ・レンタサイクル、バス・地下鉄等を利用した観光客が増えることでのクレームなどがあれば、具体的に教えてください。

○自らの課題

- ・御社の業務の中で、今後、さらに環境に配慮した取組みが必要だと思われる事柄等を教えてください。
- ・環境に配慮したサービスを目指す上で、関心をもっておられることなどがあれば教えてください。

なお、ヒアリング対象者決定にあたって、エコツーリズム WG を開催し検討を実施、ピックアップをした後、調査の経過から適宜決定した。

実施した事業者は下記の通り（敬称略）。

- エージェント  
株式会社ツアーランド 代表取締役 岡田 榮
- その他の事業者  
JR 京都駅キャリーサービス 岩坂 真一
- 宿泊事業者  
財団法人京都ユースホステル協会 部長 高田 光治
- 交通事業者  
京阪電気鉄道株式会社鉄道企画部 課長 前田 勝

次の項からヒアリング調査の結果を掲載する。

### 3. 2. エージェントへのヒアリング

#### (1) 京都観光の現状について

現状の環境配慮の取り組みについて下記の回答を得た。

- いわゆる「エコツーリズム」の取り組みは顧客のニーズとしては少なく、進展していない
- 「旅行のエコ化」は効率よく旅行をすることや、ホテルのエコ化等、過去にも取り組みが実施されてきている。過去のデータの再検討が必要といえる。

各事業者で効率化等の取り組みは実施されては来ているが、観光客から「エコ」な視点での要望はないというのが現状だと言える。また、下記のような傾向、意見も聞かれた。

- 観光客が 5000 万人来るということが、そもそもはエコとは逆行していることである。
- 最近の旅行はマストツーリズム<sup>\*2</sup>というよりも、フリープランでの方がたくさん来ると言える。さらに、旅行会社を介さずに来る人を含めるともっと多い。
- 修学旅行の事例では、スローフードの食事をとってもらうのが「エコツーリズム」としてはよいと思う。しかし、旅行会社ではファーストフード店などをハンドリングの連絡拠点にし、休憩場所に利用している。そうすると、子どもたちは必ずそこで何かを食べるし、それをねらう企業側の思惑もある。

連絡拠点となるのは、エージェントが連絡をしやすいため、携帯が繋がりがやすいところを選ばれる。

さらに、京都へ来る観光客の傾向について尋ねた。

- JR 東海の「そうだ京都、行こうキャンペーン」などでの露出等、メディアによって作られた京都のイメージで京都に人が来ている。

<sup>\*2</sup> 観光が大衆（マス）の間に広く行われるようになる現象、及び大衆化された観光行動を指す。団体旅行やパッケージツアーなど。

京都へ来る観光客の半分ぐらいは近畿圏からの観光客であるが、日帰りの観光客が全て近畿圏から来ているとは言えない。のぞみができて、空いている朝一番の新幹線を使い、東京からも日帰りの観光客が来る。

京都以外の地域から来る観光客に対するアピール方法、京都のエージェントの対応について尋ねた。

- 京都観光のツアーは東京や他の地域で企画している。  
京都のエージェントではほとんど、京都観光の企画は行わない。そのため、京都の旅行会社でも、京都でのパーク&ライド<sup>※3</sup>の取り組みを知らない場合がある。  
旅行会社は基本的にアウトバウンド<sup>※4</sup>のツアーを計画する。東京等の旅行会社へ取り組みのアピールをしていかないといけない。
- 京都で京都のツアーを企画しているエージェントはほぼ自社だけである。東京の人向けの広報としては、例えば東京の「京都館（京都市総合情報館）」にパンフレットを設置して募集している。

## (2) パーク&ライドの取り組みについて

京都市内以外の旅行会社が、市内で実施しているパーク&ライドの取り組み等を知っているかどうか、また、観光客に対して薦めているかどうか、など、意見を聞いた。

- パーク&ライドを薦めるといったことは、ほとんどの旅行会社は実施していない。JTB等のツアーというのは東京で作っているため、市内の情報を知らないということがある。しかしながら、京都にある旅行社がパーク&ライドの情報を知っているかという点、そうでもない。
- パーク&ライドは駐車場からのアクセスが悪く、使い勝手がよくない場合がある。  
今、京阪沿線や、JR東福寺で実施して電車につなげやすいように努力はされているが、お客様があつての旅行会社であり、使い勝手が悪い場合があるようなことはなかなか選べない。  
コストの面からの検討もあるため、選びにくい。

## (3) ツアーの企画と、フリー切符・企画切符、エコホテルの連携について

エコツアーの実践、実施についての可能性を尋ねた。

- エコツアーの実践について  
例えば、自社のツアーでは、映画を題材にしたツアーを実施している。そういうツアーは、映画のみをテーマに実施する。エコツアーをしたいなら、それを題材にしたツアーを作らないといけない。ツアーで求めているものが2つも3つもあるものは、観光客が選ばない。
- ツアーパンフレット作成は1年前からはじめる。時間がかかるうえに、手の内をさらけ出したらツアー内容を出してしまうことになるので、パンフレットづくりも難しい。  
ツアーを企画したらすぐに出せるものではない。

環境配慮の取り組みを熱心に行っているホテルのアピールについて、交通機関の発行している企画切符やフリー切符の観光利用について尋ねた。

- エコチャレンジ<sup>※5</sup>ホテルのブッキングは可能だが、一定の条件（グレード）を満たしていることが条件である。

※3 都心部や観光地の渋滞緩和のため、駅やバス停周辺の駐車場に自動車を駐車し、公共交通機関を利用して目的地に向かうシステムのこと。

※4 外へ出ていく旅行、一般的には海外旅行を指す。ここでは、国内旅行を指しており、京都市外のエージェントが京都へ旅行者を送り出すことを意味している。

※5 グリーン購入ネットワークが実施している取り組み。旅館・ホテルの環境への取り組みを89項目からなるGPNエコチャレンジ・チェックリストにまとめ、各事業者の自己評価によって取り組みを点数化し、Web上のデータベース等で公開している。

- エコチャレンジホテルが「エコ」を売りにしていることは考えられない。また、それを全面に押し出すことが、顧客獲得のためにプラスになるのかマイナスになるのかはわからない。
- また、エコに関することはパンフレットなどに書いていない。
- 鉄道のチケットは大手エージェントが優先される。  
マージンもあまり良いものではなく、反対に申請等で手間がとられるため、使いにくい。  
大手でしか契約できない場合もあり、それ以外の旅行会社は大手3社のエージェントから購入している。  
旅行会社としては、1年又は半年前からツアーを予定しないと行けないが、チケットが出る時期とのズレがあり、なかなかツアーには使用できない。フリー切符などを取り入れたツアーの企画は可能といえるが、その点のタイムラグを解消しないとできない。

さらに、フリー切符等の薦め方などについて詳しく尋ねた。

- 1日乗車券の類は、各社ともPR不足だと言える。京都人だから知っているだけではないだろうか。京都に来る人たちはあまり知らない。
- できれば各社共通の1日乗車券があればよい。京阪電車・京福電鉄嵐山本線・北野線等は系列会社なので、大体連動できるが、京都バスがうまく連動できない。市バスの一乗車券や一律運賃の区間なども京都バスとの連携がうまくいっていない場合がある。

#### (4) ニーズ

エージェントの立場から、この点の改善ができればよいという希望を尋ねた。

- 旅行の企画は半年前に出来上がっていなければならない。従って1日乗車券、ホテル共にその時点でパッケージが可能なかどうか。

#### (5) まとめ

フリー切符、企画切符とのパッケージ、エコホテルのアピールについては、ツアー作成との時間の差があり連携しづらいとのことであった。また、観光客にとって使いやすいものを薦める傾向から、少しでも使いにくい面があるもの、また、情報が少ないものについてもエージェントとして薦めにくいという傾向が見て取れる。

さらに、京都へ来る観光客の傾向、京都観光のツアーを販売しているエージェントの傾向から、京都以外の地域や大手エージェントがある東京等でのヒアリングが必要であると言える。

### 3. 3. その他の事業者（JR 京都駅キャリーサービス）へのヒアリング

JR 京都駅キャリーサービスへは、自動車を利用した観光よりも、公共交通機関を利用した観光を薦める上で、手ぶらで観光がしやすい状況作りに注目してヒアリングを実施した。



JR 京都駅キャリーサービス正面の写真

JR 京都駅キャリーサービスの業務には、手荷物の預かり（一時預かり）、駅から宿・宿から宿・宿からの駅への配達（キャリーサービス）、タクシー乗り場からホーム間の運搬（ポーターサービス）、全国への配送（宅配サービス）の4種類がある。

## (1) 利用の現状について

基本的な情報として、事業主体、繁忙期・閑散期の利用者数、利用者層について尋ねた。

- 事業主体は JR 西日本と鉄道弘済会の合弁会社である「JR 西日本マルニックス（物流事業 <http://www.marunix.com/>）である。本社は大阪にある。
- 繁忙期は3月20日頃から4月10日頃までと、5月の連休、11月の紅葉の時期である。繁忙期には一時預かりで1日1,500件前後の利用がある。閑散期は1日30件程度。駅受け（駅で受取り宿へ送るキャリーサービス）の利用は平常時500件程度の利用から、繁忙期の利用は3000件超の利用がある。
- 利用者層は時期によって世代の偏りがある。春は学生が多く、秋は年配の方が多い。
- 新幹線で来る観光客の利用が多い。常連の利用者（観光客である）もいる。ほとんどが観光客の利用で、6~7割が関東からの観光客である。外国人旅行者の利用は一時預かりでの利用が多いが、キャリーサービスの利用は少ない。

利用者の利用の仕方、またキャリーサービスを知った媒体について尋ねた。

- 宿に設置してあるチラシを見て、サービスを依頼する人が多いため、駅から宿の配達よりも、宿から駅の配達の利用が多い。  
但し、駅から宿の配達は、配達エリア内のほとんどの宿に配送するが、宿から駅の配達提携の宿からの分を扱っているのみである。
- 個人の利用は、『るるぶ（JTB パブリッシング発行）』など、旅事情報誌や観光本で知った人の利用が多い。
- 駅の看板等、駅構内の案内でサービスを知って利用する人はほとんどない。宿に設置しているチラシを見て知るといふ人は多い。



京都駅構内に設置されているサービスの案内看板

## (2) 業務携帯について

スタッフの人数やシステムについて尋ねた。

- 受付は3名（交代制）、配送は委託しているがトラック3台~5台で対応をしている。ポーターサービスはスタッフ1名が従事している。
- 午前中は荷物の集荷に回り、一度駅まで持ち帰り、駅で受けた分と併せて仕分けを行い、午後からすべての荷物の配達に回る。数が多い場合は、集荷を兼ねて配達を行ったりもする。団体旅行へは対応していない（以前は実施していた）。しかし、20名程度で利用の問い合わせがあれば対応している。

### (3) エージェント、宿との連携

エージェントとの連携として、クーポン券の利用があるという。詳しく聞いた。

- 旅行会社のクーポン取り扱い（JTB・トップツアー・日本旅行・JR九州旅行等）をしている。利用割合は、JTBのクーポン利用が多い。
- JTBのクーポンについて  
閑散期にはツアーとセットで無料クーポンを発券している。例えば2月の利用者数約4,800件のうち、約1,800件がクーポン利用者。  
繁忙期にはツアーオプションで有料クーポンを発券（通常の利用よりも割安となっている）  
繁忙期11月の利用者の約8,400件のうちクーポン利用は約120件程度になる。
- セットのクーポンとオプションのクーポンでは利用者数に差が出る。繁忙期にクーポン券を発行すると業務がパンクしてしまう。

JR京都駅キャリーサービスのWebサイトでは「市内のほとんどのホテルと提携」とある。ホテルとの連携はどのような内容なのかなどについて尋ねた。

- お客様のサービスへの満足度が高いため、どのホテルもよく利用してもらっている。特に熱心な所を考えると、ホテルフジタ京都、京都ブライトンホテルが熱心に利用してもらっている。
- 配達に関しては、宿と連絡をとって受け入れを調整し、エリア内であればどここの宿でも配達をしている。  
宿から駅への配送は、配送に混乱を来す可能性があるため、提携しているところしか対応していない。宿から提携の申請があれば、すぐに対応が可能である。新しく宿がオープンした際にはすぐに営業に行くようにしている。
- 提携していない宿にも、過去に利用したことがあるお客様からの問い合わせなどでキャリーサービスが伝わり、JR京都駅キャリーサービスへ問い合わせが来るという場合が多い。

### (4) 広報や窓口での対応、クレーム等について

主な広報について尋ねた。

- 独自に行っているものとしては、Webサイトの他は特にない。チラシを提携している宿に配布し、設置してもらっている。雑誌や旅行カタログへの掲載が主な広報手段であるが、自社から依頼する事はない。掲載の問い合わせが来る。
- 案内看板の設置は京都駅の構内美観を保つ方針等も関わるため、積極的な設置が難しい。

窓口での対応やクレーム等について聞いた。

- 利用の際にバス乗り場等の質問をされるお客様はいるが、口頭で案内をしている程度である。案内のフライヤーを置ければ助かるが、現状は事業主体側の意向もあり、あまり設置していない。カウンターに構内案内図を置いている程度である。
- よくあるトラブルやクレームは、案内時間を過ぎてからの持ち込みがある。JR京都駅八条口付近にある別の会社（デリバリーサービス）の利用者が間違えて受け取りに来るということもある。

### (5) まとめ

駅から宿の配送利用、宿から駅の配送利用の数の違いから、宿でのチラシ設置が利用者増、観光客への広報に有効であることがわかる。また、JTBのクーポン券などツアーとのセット販売の効果も出ている。

観光客がキャリーサービスの窓口対応時に、バス乗り場などについて質問するという傾向もよく見

られることから、案内設置も考えられるが、業務優先の視点から、チラシ等を増設できる可能性は低そうである。

また、春と秋に実施される京都市交通局の「おもてなしキャンペーン」の人員を配置し、バスの案内や一日乗車券等の販売を行うことも検討できる。

### 3. 4. 宿泊事業者（ユースホステル協会）へのヒアリング

#### (1) 現状の取り組みについて

- ユースホステル自体アメニティが少ないものであり、滞在者のセルフサービスといった仕組みもあり、全体的には環境負荷は少ない。環境配慮の視点と、コスト削減の視点、2つの理由がある。

1990年代にドイツでは先進的な取り組みをする「環境センター」という位置づけユースホステルが作られた。学校の子どもたちにとっての環境学習にもなっていた。

- 宇多野ユースホステルの取り組み

1980年代ごろから環境配慮の視点の取り組みを実施している。

まずは、石けんやシャンプーの石けん製品使用を始めた。他には、節水ゴマの使用、食器洗浄機の合成洗剤使用廃止（鉱物性洗剤を使用した）、生ごみの堆肥化、廃油のリサイクル（以前は石けんにリサイクルしていた、現在は、ディーゼルオイルへのリサイクル）を実施している。廃油の回収については、近所の人たちと一緒に回収拠点にもなった

またエントランスホールに地球の地図を貼って、旅行者に自分たちの環境に対するメッセージを書いて貼ってもらう「アースボード」の実施もした。

#### (2) 環境配慮の取り組みの基準について

サービスと環境配慮の両立に関して、取り組みの工夫やクレーム等について尋ねた。

- 無着色香料なしの石けんに変更する際は、従来から使用していたものと匂いが違うためお客様の抵抗があり、当初は従来から使っていた香料入りの石けんと、香料なしの石けんを2つ置くようにした。徐々に環境意識が広がってきて、お客様の選ぶ方も石けんに移り変わってきた。

シャンプーも合成洗剤製品を使っていたが、石けん製品のシャンプーに切り替えた。石けん製品のシャンプーはリンスを使わないと髪の毛がパリパリになるので、「環境のことを考えて石けん製品を使っています…」と説明し、リンスを使うようにと補足した呼びかけを脱衣所に掲示して広報した。

両方の製品を置いたのは1年少しの期間。意識の広がりもあって、受け入れてもらえるようになってきた。

固形石けんは最後まで使い切れずに残るため、現在は液状の石けんに変更した。

- 節水ゴマ導入当時は、水量が減ることからお客様が使用感・満足感を得られないこともあり、反対に使用時間が増えたり、苦情があったりした。複数の商品を試すなど、試行錯誤をした。水洗トイレの流水の節水等も実施している。
- 宿から出るごみについて  
分別して廃油などもリサイクルに回している。他の旅館では何軒かが共同してリサイクルするようにしている所もあるようだ。
- 生ごみの堆肥化や分別作業など、従業員に手間や負担が大きければ継続が難しい。不満が出れば軽減するなどして、現場の従業員とのやりとりを通じて調整をしている。

### (3) 交通機関の利用についての誘導など

一日乗車券の販売やレンタサイクルの設置の取り組みについて尋ねた。また、利用者数と共に、気がかりなども聞いた。

- 市バスの一日乗車券を設置しており、1年間で7,000～8,000枚の一日乗車券が売れる。1年間のユース hostel 利用者は、のべ30,000人であり25%前後が購入している。自動車で来た宿の利用者も、車を置いておいて一日乗車券を購入する人もいる。特に2泊3日などの予定で滞在する人は、必ず中日に一日乗車券を使用されるようだ。
- 京都市交通局から、一日乗車券と案内マップを設置してもらっている。部屋の中に案内（日本語・外国語のもの）を置いており、それを見て反応がある。ユース hostel に泊まって初めて知ったというお客様も多い。
- 従業員も案内する時に声をかけている。ユースホテルに車を置いておいて、バスの一日乗車券やレンタサイクルの使用について説明すると、多くの人が使用される。車を置いてもらうには、駐車スペースがないといけなないので、たくさん対応できないが、可能な範囲で薦めている。観光シーズンは渋滞で市バスでは移動しにくいこともあるため、薦めにくい。
- KCTP の自転車、電動自転車を設置していた。電動自転車は充電が切れてからが重くなってしまい使いづらい面がある。現在は貸し出しを行っていない。市内では駐輪場が充分整備されていず駐輪スペースなど、まだまだ利用しづらい点も多いように思う。

### (4) 今後の取り組みや希望など

さらなる取り組みが必要だと思うことや、実施したかったが断念したことについて、尋ねた。

- 改築に伴い、ソーラーパネルや井戸水利用、コージェネレーション<sup>※6</sup>、断熱効果の高い二重ガラス等なども検討したが、コスト面等で断念するものが多かった。100年使う建物を前提にして、メンテナンスや修繕を計画的に実施して使っていくことが理想的だが、そういう視点を持ってコストをかけるということにコンセンサスがまだまだできない。
- 今後考えている取り組みとしては、何室か限定して環境に配慮した特色ある部屋を作りたい。例えば、節水のレベルを高めたり、内装や床材等も再生素材を使ったりする。そういった試みから、お客様とのコミュニケーションや環境への理解を深めると同時に、自分たちの試みを提案したり、利用する方の意識をリサーチする場としても試してみたいと思う。こうしたことはメーカーの人とも知恵を出し合って取り組んで行ければと思う。
- 周辺地域との関わり方にも気を配りたい。周辺の方々には、宿泊者の方に道案内していただくなど、いろいろとお世話になることやご迷惑をおかけすることも多く、地元の行事などをお手伝いするほか、旅行者と地元の方との交流の機会づくりを行うなど、さらに関わりを深めていきたい。

### (5) まとめ

ヒアリングをした宿泊事業者はユース hostel であり、従来からアメニティ等の使用が少なく、環境配慮の取り組みにも先進的に取り組んでいた。取り組みの工夫として聞いた、石けん商品と合成洗剤商品を並べ、お客様にどちらを使用してもらうか選んでもらうといったシステムは、他の宿泊事業者でも実施できる可能性がある。また市バス一日乗車券への誘導などでも聞かれたように、宿泊事業者や宿に設置してあるチラシなどが観光客への広報の窓口になっていることがわかる。

<sup>※6</sup> ガス等を利用した発電システムで、発電時に発生した排熱を利用して、冷暖房や給湯などに利用する熱エネルギーを供給できる仕組みのこと。従来の発電システムでは発電後の排熱は失われていたが、コージェネレーションでは最大80%近くの高効率利用が可能となる。

### 3. 5. 交通事業者へのヒアリング

エージェント、宿泊事業者からのヒアリングを受けて、京阪電気鉄道株式会社へのヒアリングを実施した。ヒアリングは、鉄道企画部の前田勝氏に依頼した。前田氏は、平成16年から東山交通対策研究会<sup>\*7</sup>に所属、連携して取り組みを実施している。マイカー観光客の公共交通機関への誘導を目指した取り組みを実施している。

#### (1) フリー切符、企画切符の販売状況について

フリー切符、企画切符の販売期間（年間販売の切符と期間限定切符について）や、販売種類、利用率の高いものについて尋ねた。

- 好評な切符について（参考URL：<http://www.keihan.co.jp/traffic/otoku/>）  
「湖都古都・おおつ1day きっぷ」、「鞍馬・貴船1day チケット」、「ひらパー1day チケット」、「比叡山1day チケット」は特に人気があり、発売枚数は年間2万枚を超える。この他「京都地下鉄・京阪大津線1day チケット」「京阪みやこ漫遊チケット」も1万枚を超える人気チケットである。  
「大原1day チケット」「年末年始 おけいはん1day フリーきっぷ（期間限定：年末・年始）」  
「京阪もみじ1day チケット（期間限定：約1ヶ月間）」も期間限定であるが、これに続く発売枚数である。  
特に「京都地下鉄・京阪大津線1day チケット」「京阪みやこ漫遊チケット」については、浜大津でのパーク&ライドとの併用利用が増えてきている。  
昨年からは嵐山方面のフリー切符にも力を入れ、大津線から京都市営地下鉄経由で嵐山までのルートを設定にした「京都嵐山・びわ湖大津1day チケット」、京阪線大阪・枚方方面から阪急線経由で実施している「嵐山1day チケット（期間限定：冬期以外）」の2種類を販売している。
- 販売数が多いものは期間限定から年間チケットになるものがある。例えば、「湖都古都・おおつ1day きっぷ」は当初期間限定のチケットだったが、現在は通年販売になっている。
- 閑散期と繁忙期で発売するものが変わり、10月・11月が最も発売種類が多い。企画切符の種類は多いが、一部には知名度が低いものもある。

#### (2) 広告・広報について

主にどのような媒体を使用して広報を実施しているかについて尋ねた。

- 切符の広報について  
Web サイトや駅置きチラシ、毎月発行している情報誌に広報を掲載している。最近ではネットで調べている人が多く、年々増加している。しかし、京都に来てから知ったという人も多い。
- 情報発信媒体と販売場所について  
浜大津のパーク&ライド利用や東福寺のJRとの乗り換えを利用して京都に来る人が増えてきている。東福寺や丹波橋から京阪に乗り換えて（叡山電鉄沿線を含む）京阪沿線を観光されるお客様も多数おられるので、そのような方のニーズにも応えて行けるよう、施策を検討して行きたい。  
JRの京都観光フリー切符に平成19年12月から京阪も入ることになった。自社みの活動は自社路線沿線の人には宣伝できるが、他社路線沿線の人には宣伝できない。JR等、他社と連携することで、JR沿線の人にも知ってもらうことができる。連携できる場所は連携した取

<sup>\*7</sup> 秋の観光シーズンの交通渋滞問題にパーク&ライド等の社会実験を検討・実施して対応するため設立された。京都市交通政策課と東山区役所、地元自治会連合会、商店街、近隣の社寺、鉄道、バス、タクシー業界の代表、警察、国土交通省の担当者らが所属している。

り組みを進めたい。

情報誌等にも掲載できれば効果があるが、あまり掲載されていないのが実情である。

- 祇園商店街での広報

祇園商店街から申し出があり、京阪から東福寺・JR 奈良線経由で京都駅へ行ける連絡時刻表を設置してもらっている。商店街で買い物や食事をするお客さまは、市バスで京都駅に向かうが、到着時間が予想しにくいため、晩にゆっくり滞在しないことが多かった。電車時刻などを尋ねられる機会が多いという。

### (3) 観光ガイドブックについて

観光ガイドブックを介した広報などについて尋ねた。また、ガイドブックで書かれている交通手段に加えて、各交通機関のネットワークを重視した利用の重要性について意見を聞くことができています。

- 大半の観光ガイドは京都駅を起点にバス利用の案内をしている。

これは、観光シーズンの市バス利用で時間がかかるルートも掲載されているため、能率が悪い場合もある。市バス利用は、閑散期は便利な場合が多いが、繁忙期は混み合う。(渋滞で時間の計算ができない。場合によっては混雑でバスに乗車することが困難な場合もある) 電車・地下鉄の利用が便利な場所でも、その案内がないという点が課題である。

- 鉄道会社の連携について

鉄道会社の案内や路線図も自社のみの案内が多かったが、その傾向は徐々に改善されていて、京阪でも他社路線を掲載したり、JR の案内に京阪の乗り継ぎ利用についても掲載されたり、と協力できる所は協力している。

観光客が、バスと鉄道に分散して利用できるように、工夫した案内を実施したい。

- 昨年 11 月の 3 連休は観光客が多かったが、京都市や京阪から五条坂にスタッフを配置して、バス・鉄道の利用について案内を実施した。そのため、京都駅までの市バス乗り場やその周辺の混雑はずいぶん緩和されていたと思う。

- 既存の施設を活用できれば、繁忙期の混雑は緩和できると思う。連携したネットワークを充実させるべき。

### (4) フリー切符、企画切符の販路について

駅での発売以外の発売場所、例えばホテル等での取扱いの可能性について聞いた。

- ホテルでの販売は可能性としてあり得ると思うが、引換券を渡し、駅で交換してもらおう、といった方法が現実的かもしれない。今後の検討課題と認識している。

- 京阪系列のホテルにはチラシを設置している。系列以外のホテルにも広告物を設置してもらえらるなら、今までは開拓できていないが、あればよいと思う。現在は、駅事務所をインフォステーションという位置づけで、利用しやすくしている。そこで利用者への案内を進める事につながると思う。

- 祇園商店街の申し出があつて、東福寺駅での JR との乗り換えチラシを設置してもらっている。ホテルからも申し出があれば提供できる。

### (5) ツアーでの利用や連携について

エージェントからのヒアリングを受けて、フリー切符・企画切符の団体旅行利用、又は、ツアーへの組み込みや、旅行会社との連携について尋ねた。

- 企画切符のツアー・団体利用について

今のところ個人のお客さまが多い。団体での購入も可能だが、企画切符の団体割引はしていない。企画切符は周遊が主目的のものなので、個人利用の方が向いているのではないかと。

- ツアーとの連携を見据え、切符の企画にかかる期間について

エージェントと連携して企画切符を作ることも、その企画が良いものであって、自社内で実施すると意思決定すれば比較的短期間で対応ができる。

- (ツアープラン作成には、1年から半年間かかる中、企画切符との連携が取りづらいとエージェント側からの意見があったことに対して)

半年あれば企画切符の作成は可能。他社と乗り入れたチケットを作る際は時間もかかるが、自社内であれば比較的早い。しかし、企画切符の種類を増やすとお客様にとってかえってわかりにくくなるという面もあるので、ある程度人気がある使い勝手がよいものに絞って行った方がわかりやすいものでもある。

## (6) パーク&ライドの取り組み

パーク&ライドに関連した切符、広報の仕方について尋ねた。京阪電鉄で実施している、浜大津でのパーク&ライドの取り組みを始め、京阪橋本駅でのパーク&ライドの事例、また京都市で11月に実施されるパーク&ライドの事例について聞いた。

- 駅から京都に行く切符4種類の企画切符(京都地下鉄・京阪大津線1dayチケット、京都嵐山・びわ湖大津1dayチケット、湖都古都・おおつ1dayきっぷ、京阪みやこ漫遊チケット)と京都市営地下鉄まで直通の普通乗車券がパーク&ライドに対応していて、パーク&ライドの切符を欲しいと言うと、割引の駐車券(1日1000円の利用料金がパーク&ライド使用で500円になる)も併せて販売している。

だが、駐車料金の割引を実施していることを知らずに、駐車場を利用しても普通に駐車料金を払って使用しているという人も多いと思う。

- 浜大津での広報としては、駐車場にポスターを掲示している。
- 最近、利用が増加しており、年間で7,000台を超える利用があり、平成19年度は8,000台を超えた。初年度は少なかったが、3年目まで利用率が大きく伸びてきた。現在4年目だが、少し伸びた程度。利用が最も多い日で350台の利用がある。
- 浜大津でのパーク&ライドの1年目は11月1ヶ月間だけ実施、2年目は冬場を除く期間の実施だったが、3年目から通年実施になった。
- 明日都浜大津公共駐車場・大津市浜大津公共駐車場でパーク&ライドを始めてから、近くにある滋賀県の天津港駐車場も利用者が増えている。利用者数をカウントしていないが、パーク&ライドの駐車券を購入した人の数よりも実際の利用者は多いと思われる。
- 大津市が実施主体、京都市が協力となっている事業のため、高速道路会社にも好意的に扱ってもらえ、チラシの設置や横断幕の掲示などの取り組みが進み、認知度もずいぶん上がっている。

- 浜大津のパーク&ライドの利用者

浜大津駅は、特にもみじの時期は、滋賀県と並んで愛知県・岐阜県・三重県の利用者が圧倒的に多く、愛知県が最も多い。平日等、日常的な利用は滋賀県の利用者が多い。

最近のイベントは夜間拝観等、夜に実施されるものも多いため、最低でも公共交通機関が動いている間はキャンペーンを実施するべきと言える。通年実施、夜間も実施している、というのが重要だろう。

- その他の地域でのパーク&ライドの取り組み

橋本駅付近の社有地を駐車場として利用して、通年24時間営業でパーク&ライドを実施している。大山崎J.C.や久御山J.C.に近く利便性が高い。枚方市、八幡市の利用者が多いが、中には伊勢からの利用という方もいる。

普段は京都方面への観光客よりも、京都競馬場の利用者が多く、土日の利用が多い。平日は大阪方面や通勤での利用も多く、1日平均120台ほどの利用者がある。もみじや桜の時期は

京都観光の利用が多く、11月に京都市の取り組みに併せて実施したアンケート調査では、京都観光の利用者が多いようだった。

周辺に施設等も少ない地域であり、橋本駅前の駐車場を利用した人は、ほぼ橋本駅を利用していると考えられる。パーク&ライドを始めてから、橋本駅の利用者が増えた。

- 京都市の11月の休日（土日祝の計5日間）に実施しているパーク&ライドの取り組み  
5日間の実施のため、観光客のピーク時期に上手く合う場合と合わない場合がある。準備に半年ほどかけているが、気候などで観光客のピークの時期にずれても対応できない。その点に難しい問題があり、浜大津等での、年間通して実施している事例の利点は大きい。
- 京都市が秋に実施しているパーク&ライドでは、臨時駐車場の利用時間、駐車場稼働期間の短さ、駅からの距離等、課題がある。
- この期間は、京阪からも名神高速道路多賀サービスエリアに人を派遣し、パーク&ライドの広報をしている。大津サービスエリアは大津市の職員が対応しており、大津市・京都市・京阪で分担して広報に注力している。  
昨年秋には実際にチラシ配布を担当したが、中京圏からの観光客への認知度が高いように感じた。  
大津市では、大津市南東部で回覧板を回す等の広報もしている。
- シャトルバスについて  
昨年、五条駅から市営清水坂観光駐車場までの無料シャトルバスを走らせた。駐車場から駅までスムーズに移動できるようにという意図で実施、観光地に最も近い駅と直結したため、利用率も高かった。  
できるだけバスでの移動距離を短くする（近くまで鉄道を利用する）ことで、お客さまは渋滞に巻き込まれず、周辺道路の交通量を抑制する効果がある。

## (7) その他の取り組みについて

京阪電鉄で実施しているその他の取り組みについて尋ねた。

- 電車の中に自転車を乗せることは可能かどうか  
難しい。関西圏は利用者が減ってきてはいるが、自転車を持ち込めるほど空いているわけではない。
- 駐輪場の整備について  
宇治・中書島に駐輪場を持っている。中書島の稼働率はほぼ100%。空きがあればレンタサイクルも考えられるが、駐輪場の容量が足りず、そこまで展開できない。  
四条、三条に駐輪場があるが、規模が足りない。特にバイクの駐輪スペースが不足している。  
ニーズが多い。

## (8) まとめ

鉄道事業者間の連携が進み、繁忙期の京都観光の混雑の緩和につながっているという話が聞けた。また、利用形態と合うかどうかという問題はあるものの、通年販売のフリー切符・企画切符については、団体での利用も可能であり、ツアーとのパッケージについてもその際に検討が必要ではあるものの、対応は可能であるという。

パーク&ライドの取り組みについても、詳しい話を聞けた。駐車場利用者への広報、また自動車での観光客に対するアプローチ方法に更なる工夫の余地があると思われる。

さらに、他の事業者へのヒアリングで得られた、宿での広報の効果を考えると、フリー切符・企画切符が一覧できるパンフレット等を設置することは、広報の面で効果的であると考えられる。宿泊事業者からの意見も聞き、連携が考えられるのではないかな。



## 4. まとめと提案

### 4. 1. 本プロジェクト全体の総括

今回の調査を踏まえ、環境調和型観光を目指す上での各事業主体の関係について、下記の図 4-1 にまとめた。

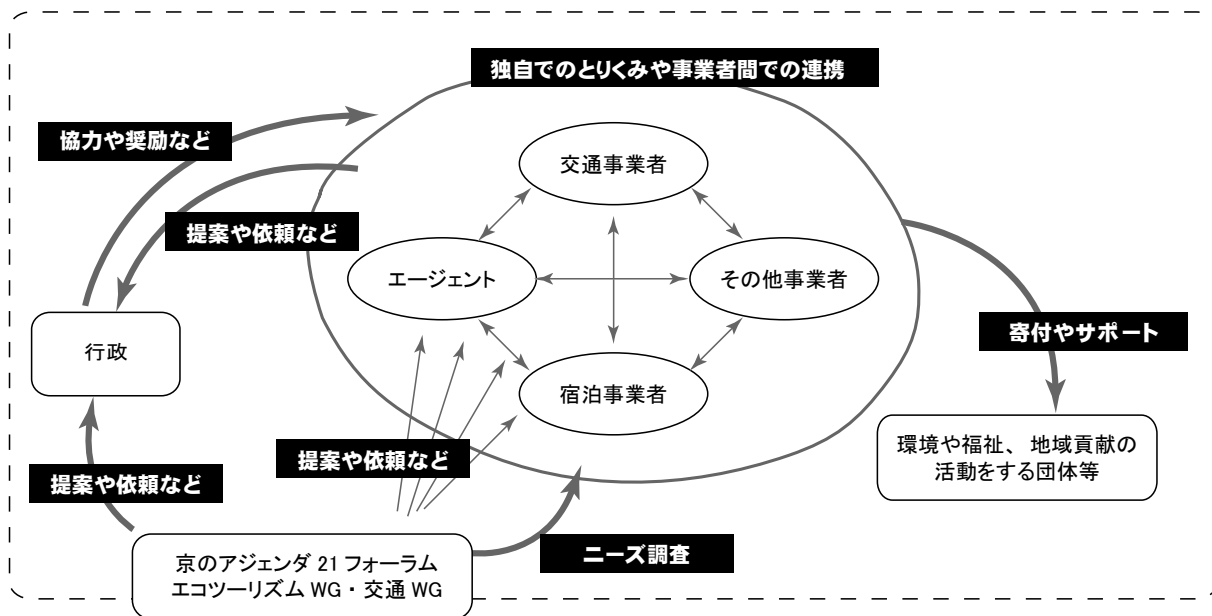


図 4-1 環境調和型観光を推進する上での事業主体の関係図

環境調和型観光を推進する上で、各事業主体の連携（事業者相互の協力の他、情報交換や依頼等も考えられる）を中心として、サポート役としての行政と、各団体のニーズ調査を行い、連携を促す提案を実施する主体としての京のアジェンダ 21 フォーラムエコツーリズム WG・交通 WG といった位置づけが可能であろう。

また、さらなる取り組みの可能性として、観光客が利用した代金の一部を環境問題に取り組む団体等へ寄付するといった仕組みを整備することも、新たな環境調和型観光の意義として考えることができる。

なお、以下の表 4-1 には、事業者間の連携可能性についてそれぞれの項目をまとめた。

表 4-1 事業者間の連携可能性に関するまとめ

連携する事業者	実施主体の事業者				
	交通事業者	エージェンツ	宿泊事業者	その他(土産物店・出版社等)	行政
交通事業者	事業者間の連携をする。 既にある交通網を活用したスムーズな観光が可能なようにする。	ツアーに企画切符を積極的に活用する。 広報媒体を利用して、パーク&ライドや企画切符を広報するなどアピールに協力をする。 また、情報提供の実施。	交通事業者に対して、チラシや地図、路線図等の提供依頼をする。 企画切符のチラシ等、設置可能なものを取り入れるようにする。	公共交通機関を利用した観光を奨励、協力する。 交通事業者に対して、チラシや地図、路線図等の提供依頼をする。 企画切符のチラシ等、設置可能なものを取り入れるようにする。	市営交通機関と民営の交通事業者との積極的協力、連携を実施する。 またパーク&ライドや交通事業者の広報にも助力をする。 京都市外への広報など。
エージェンツ	企画切符のアピールを実施する。 また自社での観光シーズンの混雑緩和の取り組み等、積極的な情報提供をする。	環境に配慮したホテル、交通機関の優先、「観光旅行」に環境配慮の視点を加味するよう、観光客に働きかける。	自社の環境配慮の取り組みについてアピールし、情報発信を依頼する。	環境配慮の取組を奨励、協力する。 自身の事業に関しても環境配慮の取組を進める。	環境配慮の取り組みの明示について、働きかける。 エコツアー等の実施を奨励する。 京都市外への広報に環境調和型観光の視点の加味をする。
宿泊事業者	企画切符のチラシや地図、路線図の設置について働きかける。 駅で使用できるチケット引き換え券等の作成をする。	パンフレット等に環境配慮の項目を掲載することで、取り組みを促す。 また、優良なホテルに対して優先的な取扱いをする、等。	環境配慮の取り組みを実施する。 廃棄物リサイクルやレンタサイクル等、近隣が合同で実施可能なものについては検討・実施を進める。	環境配慮の取組を奨励、協力する。	環境配慮の取り組みを推進する。 優良な取り組みを実施している宿泊施設はアピールする等、協力可能な点での広報を実施する。
その他(土産物店・出版社等)	企画切符のチラシや地図、路線図の設置について働きかける。 駅で使用できるチケット引き換え券等の作成をする。	環境配慮の取組を奨励、協力する。 また、優良な事業者については、紹介等で優遇する。	環境配慮の取組を奨励、協力する。 また、優良な事業者については、紹介等で優遇する。	環境配慮の点では協力しあった取組を実施する。 また、他の事業者で環境配慮の取組に熱心なところがあれば、その事業者の紹介をするなど、優遇する。	環境配慮の取組の実施を働きかける。 優良な取り組みを実施している事業者をアピールする等、広報等で協力する。
行政	パーク&ライドの取り組みなどについて、後援や広報等での協力を依頼する。	エコツアーの実施等環境調和型の取り組みに広報や奨励・協力を依頼する。	環境調和型観光を目指した取り組みに広報や奨励・協力を依頼する。	環境調和型観光を目指した取り組みに広報や奨励・協力を依頼する。	公平な広報・協力、すばやい反応をする。 また各事業者間の連携を視野に入れた施策・奨励を実施する。 環境調和型観光を重視した市内での横断的な取り組みを実施する。

#### 4. 2. 今後の展開

前出の表 4-1 は、まだ不完全なものである。

調査の点では、これまでに実施した事業主体の中でも、シェアの大きいエージェントや大規模の宿泊事業者に対するヒアリング調査が不足している。今後調査を実施し、取り組みの可能性を補っていく必要がある。また、他地域から京都へ来る観光客に対するアピールとして、観光ガイドブックや、東京にある京都のアンテナショップ「京都館」等にも調査を実施し、京都市外で「環境調和型観光」をアピールする可能性についても調査を進めるとともに、土産物店や観光地（管理団体等）との連携も見据え、調査を広げることができればと思う。

調査の進行と並行して、ヒアリング調査から掘り出された連携可能な項目を具体的に対象事業者へ提案する等の働きかけを実施し、環境調和型観光を目指した活動の展開をしていきたい。また、ヒアリング調査で得た内容を活動へと結びつけていくために、連携可能な項目についてパッケージ化するなど、その都度提案できるように想定しておく必要があるだろう。

さらに、宿泊事業者などでは、環境配慮の取り組みを実施すると、観光客がサービス低下や経費削減のためというマイナスのイメージで捉える場合もある。そういったイメージを払拭し、京都の環境保全のための取り組みであると訴えるために、環境活動団体や地域活動に寄付などの形で貢献するといった京都ならではの方法を作り出すという取り組みの可能性もある。

ここまでの提案を実現させていくことで、「環境調和型観光」の実践から一步踏み込んだ「環境重視型観光」の実践へ向けて、環境配慮の取組を強化することも視野に入れて活動をしていきたい。

「京のエコツーリズム」施策統合パッケージ開発プロジェクト  
— “環境調和型観光” に向けたニーズ調査—  
報告書

---

平成 20 年 3 月

実施主体 京のアジェンダ 21 フォーラム  
(エコツーリズムワーキンググループ・交通ワーキンググループ)

報告書作成 特定非営利活動法人木野環境

---