

第IV部門 観光依存型都市経済の脆弱性に関する質的研究

京都大学工学部地球工学科 学生員 ○畑 喬介
 京都大学大学院工学研究科 正会員 川端 祐一郎
 京都大学大学院工学研究科 正会員 藤井 聡

1. 研究の背景と目的

ビジット・ジャパン・キャンペーンの成果もあって、近年インバウンド観光の需要は急増しており、その影響からオーバーツーリズム（観光公害）の発生も指摘されていた。2020年の新型コロナウイルス感染拡大によって、観光客数は激減し、状況が一変したが、パンデミックに先立って観光への依存が深まっていたことが、一層地域経済へのダメージを深刻にしたのではないかと問題視する議論もある。つまり、観光への依存が、地域経済を脆弱にしておき、そのことでコロナショックが拡大したのではないかと考えられる。

そこで本研究では、大阪・京都にける観光とかかわりのある事業者にはアヒリングを行い、新型コロナウイルスの拡大と自粛による被害状況、ウイルスへの対策、近年のインバウンド急増がもたらした影響、今後の観光需要との付き合い方等に関して、経営者の意識を具体的に描写することを試みた。

2. 研究手法

本研究では、当事者の「意識」についての研究を進めていくために「物語描写研究」の方法を取る。京都・大阪での観光と深いかかわりのある事業者の元でアヒリング調査を行い、断片的なエピソードを収集しまとめることで、不測の危機に対する観光依存型都市経済の脆弱性を再認識することを促すことを通して、各地域におけるまちづくり実践を支援することを企図する。

表 1 ヒアリング先一覧

一般社団法人大阪バス協会 (2020/12/21)	三野正男氏（商都交通株式会社・専務取締役） 藤本和住氏（大阪バス協会・常務理事） 林佑也氏（大阪バス協会・総務課） 寺西保氏（阪急観光バス協会株式会社・代表取締役社長） 阪部光雄氏（大阪バス協会・専務理事）
公益社団法人京都市観光協会 (2020/11/30)	堀江卓矢氏（マーケティング課、DMO企画・マーケティング専門官）
八坂神社参道祇園商店街振興組合 (2020/11/27)	北村典生氏（理事長）
黒門市場・深廣（SeaBank 株式会社） (2020/11/17・22)	深井勝氏（顧問） 深井崇光氏（代表取締役社長）
京都市交通局(2020/11/20)	石田大士氏（企画総務部総務課庶務係長）
京都錦市場商店街振興組合 (2020/11/12)	清水彰氏（副事務長 京都錦市場まちづくり合同会社事務局長）

Kyosuke HATA, Yuitiro KAWABATA And Satoshi FUJII

hata.kyosuke.46a@st.kyoto-u.ac.jp

3. 研究結果と考察

3.1 COVID-19 がもたらした多様な被害

飲食業界を見ると、GoTo キャンペーンの恩恵を受けて回復傾向が見られた後、再び第2波の影響で低下し、その後徐々に回復したというトレンドがあったようである。一方、公共交通機関では GoTo キャンペーンの恩恵はあまり受けることができなかったことが見て取れる。これは、GoTo キャンペーンや GoTo トラベルによって人の流れを作ることができていたが、実際には三密となってしまうバスを避けて自家用車で観光する人が増えたり、そもそも路線バスや地下鉄が通学通勤目的で使用されていることが多かったことから、需要回復に大きな貢献をしたというわけではないと考えられる。

3.2 オーバーツーリズムとコロナ禍の相乗効果

市場や商店街に関しては、インバウンド拡大期のオーバーツーリズム現象とコロナ禍の間に、次のような相乗効果があったと考えられる。インバウンドの急拡大によって、従来型店舗のサービスが外国人観光客向けのサービスに変化していき、また地価の高騰によって「従来型店舗の撤退」と「観光ブームを当てにした新興店舗への入れ替わり」が生じた。しかしコロナ禍では、後者の休・廃業が相次いだ。つまり、インバウンド拡大期に従来のサービスが提供されなくなり、コロナ禍で観光客向けの新たなサービスも提供されなくなり、商店街の機能は全体として低下したと考えられる。

3.3 自粛要請に対する政府の補償・支援策の効果

新型コロナウイルスの被害は業界によって多様であるということが示唆された。商店街などの観光客を中心の顧客としていた業界にとっては経営に致命的な損害を与えるほどの影響を受けていた。しかし、緊急事態宣言が解除された後や GoTo トラベルが始まると、一部では手が回らないほどにまで売り上げが戻るといった傾向が見られた。その一方で、交通事業者においては、損害を受けたこと自体は同様であったが、商店街のような急な回復はみられていない。また交通事業者の中でも観光バス業界に目を向けると、路線バスや地下鉄等の事業に比べても遥かに被害が大きかった。

3.4 アフターコロナについて

新型コロナウイルスがもたらしたものは、必ずしも弊害だけではなかったという点も示唆された。新型コロナウイルスの発生により、ドラッグストアの早期撤退や観光客向けの物販店の休業などを経て、改めて市場全体としての街の文化を重んじる方向での議論が活発になったり、「本来の街の姿」と乖離していたという現状を再認識する機会になったという。

4. 結論

コロナ禍は大きな経済被害をもたらし、さらに「観光依存型都市経済の脆弱性」を浮き彫りにしたと言える。本来の街の姿を失いながら、観光ブームといった流行に乗ることを選んでしまったことや、不動産をめぐって非常に短期的な利益に目をくらましてしまったことが、今回の新型コロナウイルス感染拡大のような危機に際して地域経済の脆弱性を高めていたと考えられる。しかし、そのことについての反省や方向転換が促される面があったのもコロナ禍の特徴であり、今後はこれを踏まえた都市づくりが目指されなければならないだろう。

また、最大の問題は恐らく、不動産の問題である今後は不動産事業に対して、公共的な地域計画と合致するような規制を検討していくことも、持続可能な都市づくりのためには必要であろう。こういった相反する目的をもつ事業者・取り組みが共存し、地域経済の活力を高めていけるように進めていかなければならないと考える。

Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat, M. W., Arif, I., & Hamid, A. B. A. (2020). The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.