

# 京都の観光資源と巡回モデルコースの立案

岡田 恵

キーワード：京都、花街、祇園祭、なりきり体験、参加型調査

## 1. はじめに

京都というと日本で有数の観光地である。修学旅行などで訪れたことのある人も多く、また、何度も訪れる所謂リピーターも多い人気の観光地である。とくに関西に住む人間にとっては、京都は身近で歴史を感じられる場所として根強い人気を保っている。

私が初めて京都に行ったのは、小学校の修学旅行のときだった。以来、飽きることなく通い続けて10年になるが、まだまだ行ってない場所があり、また同じ場所でも何度も行きたくなる、とても魅力的な観光地である。京都に行くたびに驚くことは、いつ行ってもとても多くの観光客で溢れていることだ。

京都市産業観光局（2004）によると、2003（平成15）年中に京都を訪れた観光客数は4,374万人を数え、しかも年々上昇傾向にある。何度も訪れるリピーターが多いのも、京都観光の特徴である。

私を含め多くの人はなぜ京都に惹かれるのか。京都は人気の維持のためにどんな取り組みをしているのか。もっといろんな京都の楽しみ方はないのか。京都の道は分かりやすいと言われるが、実際に行ってみると道に迷うことも多い。交通渋滞などで予定外の時間がかかり、行きたかったスポットに行けないことも多々ある。そこで実際の京都体験に基づいてモデルコースを提案したい。

本研究の目的は、京都の観光資源を調査して、京都の人気の秘密と、最近の観光客の動向を明らかにすることである。また、何度か京都を訪れるうちに魅力的な場所や店を見つけてきたので、それらを踏まえた自分なりの楽しみ方を提案したい。私はこれまでの京都旅行の経験から、京都のよさをたくさんの人に知ってもらいたい。

研究方法は、大きく分けて、文献・資料の収集と分析、および実地調査の二つである。まず、観光客数などの具体的なデータについては、京都市産業観光局発行の京都市観光調査年報などを参照した。京都を扱った雑誌や本も数多く、しかも増加している。最近の雑誌で一番扱われている内容は何なのか、話題になっていることは何なのか、京都の旬も分析しようと思う。「まっぷる」や「るるぶ」などの旅行雑誌に掲載されているモデルコースも参考にした。観光客の多くがどのようなことに注目しているのか、どんな内容の観光をしているのかということは、身近な人や各ウェブページなどから意見を収集した。

## 2. 京都の人気の源を探る

京都の観光パターンを分類すると以下ようになる。

1. 見る。
  - (1) 見てまわる。 団体旅行に多く、短時間で多くの観光資源を見て回ることができる。
  - (2) じっくり鑑賞する。 少人数での観光に適している。特定の対象に目的をもって訪れる。
2. 食べる。
  - (1) おいしいから食べる。 京都に限らない光景である。京都は都市であるので食文化の先端をいっている。
  - (2) 京都を食べる。 旅先の食文化を感じとるために行う。京料理はそれ自体が魅力的なブランドである。

3. 体験する。
  - (1) 作ってみる。 京都らしいものを自分の手で作ってみる。
  - (2) 参加する。 京都らしい生活に参加し、地元人になりきって体験する。
4. 買う。
  - (1) 土産、名物を買う。 旅行に行った思い出としてその土地のものを買う。
  - (2) 都市の高級品を買う。ものが集まる都市なので、流行の品や高級品が手に入りやすい。
  - (3) 京都を買う。 京都ブランドと呼ばれる、京都が育んだものを買う。

このような観光パターンを、複合的に組み合わせて、京都らしさを味わえる一日を考えるのが一般的である。京都は一日を違った観点から、十分に楽しめる観光地であることが人気の理由になっている。京都の町全体が一大テーマパークだと考えられる。

最近の京都観光にみられる顕著な動向は、京都を感じられる、京都にしかない、普通の観光ではなく、京都に住む地元人のような感覚を味わうことができる、といった、なりきり体験が人気を集めていることである。雑誌や書籍に登場するキーワードを分析すると、京都を旅行したい人々は、ありきたりの見る、買う、食べる、の観光に飽きてしまい、随分と多様化していることが分かる。

京都市産業観光局(2004)によれば、京都を訪れる観光客のうち、入浴回数が5回を越える人は全観光客の77%を占める(図1)。京都は何度でも繰り返し訪れたいと考える人の多いことが分かる。リピーターが多いので、いつも同じ観光パターンではもの足りなくなっている。次はもっと違うことをしてみたい、という気持ちになるのである。

京都にかなりのこだわりをもつ人も多い。そのような人には、京都に住む人と同じように過ごしてみたいという願望も湧いてくる。京都にいる間は、京都人になりきってしまいたいのである。路地に入り込み、京都の家庭料理を食べる。観光地としての京都よりも、京都の日常に溶け込むことが、最近の京都観光の特徴である。

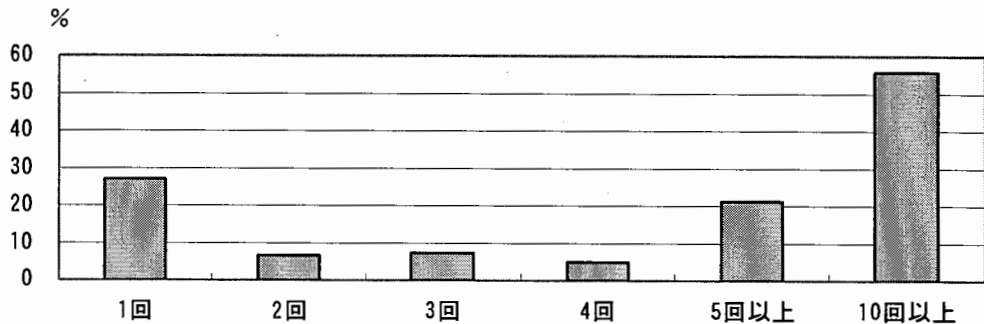


図1. 入浴回数の分布  
出所:京都市産業観光局(2004)より作成

### 3. 京都の観光資源

主要な観光資源である行事について、京都市観光協会ウェブページなどを参照して表にまとめた(大量なので表省略)。2004(平成16)年7月~2005(平成17)年6月の一年間、京都市内と周辺の宇治市だけでも、457の行事がある。

行事の多くが祭である。その理由の第1には、寺社の数そのものが多いことがあげられる。第2は、一つの寺社でも、北野天満宮や八坂神社のように、1年間を通じて何度も祭を行う神社が多いことである。

る。第3に、祇園祭や葵祭のように、神事が何日にもわたり執り行われるような、大きな祭が多いことが考えられる。

行事を月別に集計してみると、最も多いのは3月と4月の2か月間で、全体の約30%にあたる124の行事がある。各地の寺社は春と秋の観光シーズンに合わせて、特別展を開催し、建物や境内をライトアップして華やかさを競う。

京都市内の地域の中でも多いのは左京区と東山区である(図2)。左京区の広さに比べ、東山区の面積はかなり小さいので、東山区には相対的に寺社が集中して多いといえよう。

各行事の対象年齢を考えたとき、祭が多いため、幅広い年齢層が楽しめる行事が多いことが分かる。幅広い年齢層が楽しめるということは、観光地としてとても有利なことである。

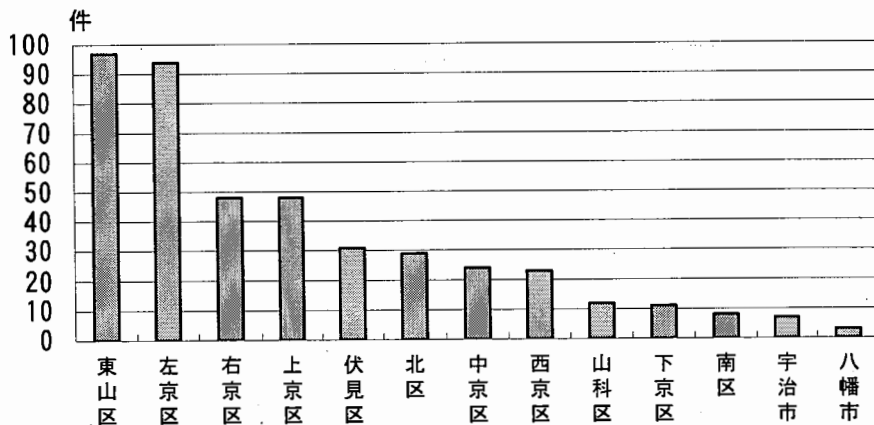


図2 京都市各区の行事数(降順) 2004年7月~2005年6月  
出所:京都市観光協会ウェブサイトより本人作成

#### 4. とくに紹介したい観光資源

京都の花街(はなまち)が観光スポットとして注目を浴びている。京都には花街が五つあり、五花街(ごかがい)といわれる。京都といえば、芸妓や舞妓を思い浮かべる人も多いと思うが、花街とは芸妓や舞妓の生活と仕事の間である。なかでも、知名度が最も高い町が「祇園甲部」(ぎおんこうぶ)で、訪れる観光客も多い。春と秋には舞の会が開かれ、「都をどり」のように、旅行会社がツアーを組んで観光客が大挙して押し寄せる行事もある。神事に芸妓、舞妓が参加することも多く、花街は観光産業に大きく関わっている。

花街は伝統を大切にしているため、観光客が望む「京都らしさ」が色濃く残っている場所である。格式高い世界ではあるが、私も参加調査ができるほど身近になりつつある。近年舞妓を目指す少女が増えているのも、多くの人にとって身近になった証拠である。舞妓に憧れる少女は、中学校卒業と同時に置屋(おきや)で住み込み修行を始める。置屋とは芸妓、舞妓の修行と生活の家である。花街の通りを歩くと、彼女たちの生活を感じることができる。

不況のせい、現在の花街は最盛期に比べて寂れているので、営業をしていない店舗も多い。芸妓、舞妓が宴席で客をもてなすお茶屋も閉店しているところが多い。しかし、これらの店が新しく改装され、元お茶屋を売り物に、観光客相手の甘味処や小物店として営業しているところもある。舞妓に気軽に会える店も増えており、ぜひとも訪ねてほしい場所である。

京都の三大祭の一つ、祇園祭は毎年7月の一か月間を通して行われる八坂神社の祭である。山鉾町といわれる、中京区や上京区にある町が誇りをもって参加する。とくにハイライトの山鉾巡行は、盛大で豪華な祭である。山鉾巡行を見るには幾通りかの方法があるが、山鉾町の一つに入り込んで見学すると、より祭の雰囲気に入れることができる。大通りから一歩入れば、そこには昔ながらの伝統的なしきたりが生きた、住民たちの生活がある。その中で育まれたそれぞれの町の山や鉾を、それぞれの町で見るのが一番である。

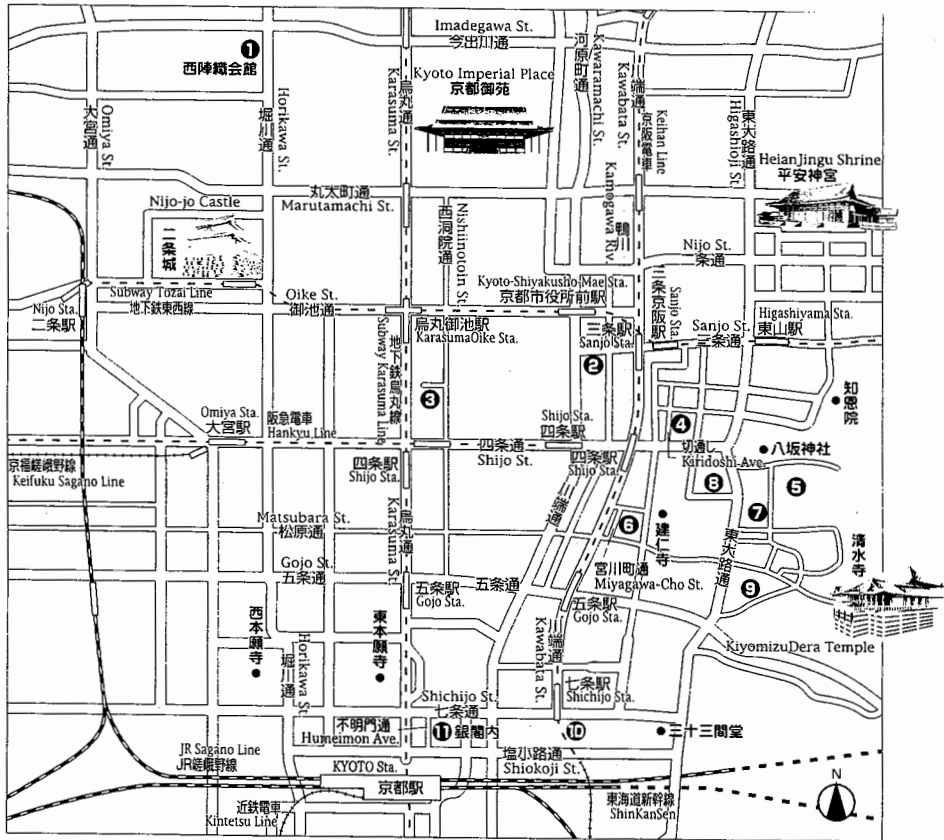


図3 京都市内中心部

出所：舞妓変身案内（パンフレット）より



写真1 季節ごとの簪  
2004年4月6日, 本人撮影



写真2 見世出し間もない舞妓さん  
2004年6月24日, 本人撮影



写真3 山鉾巡行  
2003年7月17日, 本人撮影

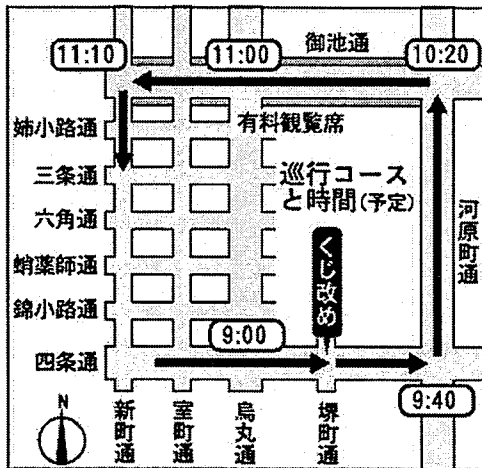


図4 山鉾巡行コース  
出所: 京都新聞ウェブページより

祇園祭の主要な行事日程		
日程	行事	場所
7月1日~5日	吉符入り	各山鉾町
7月1日~上旬	二廻囃子	各山鉾町
7月1日	長刀鉾町お千度	八坂神社
7月2日	くじ取り式	京都市議会議場
7月2日	山鉾町社参	八坂神社
7月10日~13日	鉦建	各鉦町
7月10日	神輿洗	四条大橋
7月10日	お迎え提灯	氏子区内
7月12日~13日	鉦曳き初め	各鉦町
7月13日~14日	山徳	各山町
7月13日	斎竹建	四条船屋町
7月13日	長刀鉾稚児社参・久世鉾形稚児社参	八坂神社
7月14日頃~16日	宵山	各山鉾町
7月15日	宵宮祭	八坂神社
7月16日	獻茶祭・城舞奉納・田楽奉納	八坂神社
7月17日~24日	無言笛	四条御旅所
7月17日	注連縄切り・山鉾巡行	四条船屋町~氏子区内
7月17日	くじ改め	四条御町
7月17日	神幸祭(先祭)	八坂神社~四条御旅所
7月23日	獻茶祭・琵琶奉納	八坂神社
7月24日	花傘巡行・紙園田楽	八坂神社~京都市役所
7月24日	蓮幸祭(後祭)	四条御旅所
7月26日	狂言奉納	八坂神社
7月28日	神輿洗	四条大橋
7月29日	神事済響告祭	八坂神社
7月31日	夏越祭	八坂神社

図5 祇園祭のおもな行事日程  
出所: 「週間京都を歩く」No.1, p.9より

### 5. 巡回モデルコースの立案

「京都らしさ」を感じられることを基準に, 次の3つのモデルコースを立案した。

- ①花街満喫コース 場所: 東山区祇園 予算: 6,000円  
おすすめの時間帯: 土曜, 日曜, 祝日の午後~夜にかけて
- ②芸術鑑賞コース 場所: 左京区南禅寺界限 予算: 1,300円  
おすすめの時間帯 朝~夕方
- ③町家見学とレトロモダン通りの散策コース 場所: 下京区四條通西洞院~三條通 予算: 500円  
おすすめの時間帯 昼間

京都は関西から、日帰りで行くことのできる観光地であるが、私はぜひ宿泊して観光することを勧めたい。同じ観光スポットでも、朝の表情と夜の表情がまったく異なることが多いからである。とくに花街は、夜にこそ輝く場所であり、昼間とはまったく印象が異なるのである。昼間には長蛇の列ができる甘味処も、夕方からは並ばずに入ることができる。

京都に行く時期も、できれば、春夏秋冬すべての季節にしてほしい。京都は四季によっても見所が変わる。桜や紅葉といった自然物から、祭や料理など、それぞれの時期にしか味わえないものがある。時期を少し変えるだけでも、京都の新しい表情を発見できるであろう。

## 6. おわりに

京都が観光地として人気を保っている理由と実態が明らかになった。京都の観光の特性として、次の4点を指摘することができる。

第1に、寺社や名所といった定番の観光資源が豊富である。それらに伴う行事も年間を通じて多く、おもに祭が中心であることから、幅広い年代が観光客として訪れることができる。

第2に、何度も訪れるリピーターが多いことである。マニアともいえるリピーターは、定期的に京都を訪れるため、京都の観光業界にとっては安定した顧客である。

第3に、観光客の嗜好が多様化し、リピーターたちは従来のありきたりの観光では飽き足らず、より京都を感じる体験を求めている。その結果、京都の日常そのものが観光資源となっており、観光のパターンも多様になっている。京都という言葉自体に集客力が生まれている。

第4に、京都は比較的限られた地域に発展しているため、数多くの観光資源を集中的に組み合わせた観光ができる。そのため、観光客にとっては行動した空間、消費した時間に対する満足感が高い。

最近の動向として顕著なのは、定番の観光から一歩踏み込んで、京都人になりきる体験が人気を集めていることである。受け入れる側である京都の観光団体も、新しい体験施設を設けて内容とサービスを拡大している。

巡回モデルコースについては、観光客が求める「京都らしさ」を感じられることと、私なりの楽しみ方を踏まえて三つのコースを立案した。普段は予定を立てずに、自分の感性にまかせて観光しているのであるが、巡回モデルコースとして構成するにあたり、実際の空間的行動、時間配分などを論理的に組み立てた。

## 6. 参考文献

週刊京都編集部 (2003) : 「週刊京都を歩く」 No1, 講談社, 40p.

VISITA 京都編集部 (2004) : 「VISITA 京都」, JTB, 142p.

VISITA 京都編集部 (2004) : 「るるぶ情報版 京都'04」, JTB, 177p.

高橋伸幸 (2003) : 「一個人 11」, KK ベストセラーズ 162p.

溝緑ひろし (2003) : 『京の花街 祇園』, 淡交社 127p.

山本 茂 (2003) : 『京町家づくり 千年の知恵』, 祥伝社 252p.

京都市観光協会ウェブサイト (2004) : 「社団法人京都市観光協会」 <http://www.kyokanko.or.jp/>

京都市産業観光局 (2004) : 『京都市観光調査年報 (2003(平成15)年)』 [http://raku.city.kyoto.jp/kanko\\_top/](http://raku.city.kyoto.jp/kanko_top/)

京都新聞ウェブサイト (2004) <http://www.kyoto-np.co.jp/>

# A Review of Sightseeing Resources in Kyoto and Design of Traveling Model Courses

OKADA Megumi

Key Word : Kyoto, *Hanamachi* (traditional squares amused by fascinating girls ), Gion festival,  
experience into the natives, Participating Research