

# 口頭発表

## 【分科会 2】

# アニメツーリズムにおける旅行者の動向把握と振興策

- 滋賀県日野町「旧鎌掛小学校」の聖地巡礼ノート分析を基にして -

佛教大学社会学部 河内ゼミ

○今井 亮大 (Ryota IMAI)・小西 大輝 (Daiki KONISHI)・鈴木 香音 (Kanon SUZUKI)・土堤内 沙耶 (Saya DOTEUCHI)・増田 桜愛 (Nachika MASUDA)・松本 惇平 (Junpei MATSUMOTO)

(佛教大学社会学部公共政策学科)

キーワード：アニメツーリズム、聖地巡礼ノート分析、旧鎌掛小学校

## 1. 問題意識

「アニメ聖地巡礼」(以下、アニメツーリズム)とは、アニメのロケ地や作品・作者に関する土地で、かつファンによって価値が認められている場所を訪ねることである(岡本 2009a)。アニメや映画などのロケ地は、日本が世界に誇るコンテンツで、消費拡大の効果が高いとされる。かくして、観光庁も聖地巡礼を推進している(観光庁 2023)。

日本のアニメは、3兆円産業に近づきつつあるグローバルコンテンツであり、持続的な成長が続く分野である(経済産業省監 2023)。アニメツーリストはどのような属性をもち、いかなる動機で現地を訪れ、作品や現地の何を評価しているのだろうか。世界市場で消費者への訴求力を高め、アニメツーリズムや“聖地”が持続可能な発展を遂げるためには、どのような施策が必要だろうか。

本研究は、京都アニメーションの『中二病でも恋がしたい!』に着目し、その舞台となった滋賀県日野町「旧鎌掛小学校」の事例を取り上げる。

## 2. 分析方法

### 2.1 分析対象

分析対象とするコンテンツの『中二病でも恋がしたい!』は、2012年に公開が始まったラブコメディである。主人公の男子高生が“中二病”だった過去を捨てて高校生活を送ろうとするが、自分の過去を知る女子高生と出会って葛藤を抱える。妄想世界に関する作画や気合いの入った戦闘シーンなど、心理描写が繊細な作品となっている。

彼らが通う高校のモデルとなった旧鎌掛小学校は、1930年に建てられた木造校舎である。2001年に廃校となった後、町から借り受けたNPO法人「蒲生野考現倶楽部」によって「しゃくなげ学校」として管理・運営され、現在でも現地における年中行事の会場として活用されている。廃校当時のまま残された物品や地元の旧商人宅にあった民具などが多数展示されており、様々な見所がある。

### 2.2 分析手法

アニメツーリストの動向把握のための方法として、「聖地巡礼ノート分析」が有効である(岡本

2008)。例えば、京都アニメーションの『らき☆すた』のロケ地である「鷲宮神社」では、隣接する「大酉茶屋」のテーブルに置かれた雑記帳(聖地巡礼ノート)に、コアなファンたちがサインやイラスト、旅の記録、感想などを書き連ねている。ノートの記述内容を分析対象とすることで、旅行の動機や観光行動を明らかにすることができる。

分析方法は、以下の通りである。まず、ノートの最初の頁を1頁とし、順番通りにIDを付け、日付の有無をチェックする。次に、すべての分析対象の頁に通り返り目を通したうえで、どのような項目を設定するかを検討する。鷲宮神社の事例では、次の項目の有無を把握し、該当する場合は表に丸印を付ける。すなわち、第1にサイン、第2にイラスト、第3に来訪回数、第4に神社の感想、第5に大酉茶屋に関するコメント、第6にアニメに関する記述、第7にどこから来たか、第8に再訪の意思、第9に地元住民か否かである。無論、分析の過程で作成される表は、分析者の意匠や分析対象とする頁数の多寡などの影響を受ける。

本分析を行うために、2024年8月3日に旧鎌掛小学校を訪れ、観光資源の概要を踏査に基づいて把握し、聖地巡礼ノートの記述内容を精査する。

## 3. 分析結果

踏査の結果、旧鎌掛小学校には2種類の聖地巡礼ノートが存在することが判明した。ひとつは「学級日誌」というノートで、2階のアニメファンの部屋(「極東魔術昼寝結社の夏」と掲示されている部屋)にある。他方は「来校のあしあと帳」というノートで、1階の受付場所に置かれている。前者はお絵描きノートやサイン帳の類であるのに対し、後者は「銀杏学園高等部 旧鎌掛小学校登校祈念」の朱印が、ヒロインの小鳥遊六花の画と日付とともに押印されている。後者には相対的にまとまった文章が書かれてあるため、本分析では「来校のあしあと帳」を分析対象とした。集計対象期間は、2023年11月19日から2024年8月3日までの258日間で、その間の記述数は、160点である(閲覧可能な最新の聖地巡礼ノート1冊分)。

分析結果を表1にまとめた(紙幅の関係で発表

時に開示)。全体の90% (144点) が日付を書き、過半数 (85点) が署名した。全体の30% (48点) が出発地を記した点について内訳を見ると、国内旅行者が72% (36点) を占めた一方で、中国人旅行者が24% (12点) を占めた (図1)。全体の20% (32点) が中国語で書き、中国から訪れた旨を日本語で綴った者 (A-20、A-49) もいた。未記入者を含めると外国人比率がもっと高いと考えられることは、海外の需要の取り込みを図ろうとする政策提言の有力な根拠となる。このほか、全体の5%ほど (9点) がイラストを入れ、多くが小鳥遊六花の画を描いた。全体の36% (58点) が作品の内容を記述し、「邪王真眼」「爆ぜろリアル! 弾けるシナプス!」など作中の常套句を書き込んだ。

滋賀県の農村地域にあって交通の便が良いとはいえない当地で、中国語圏から多数の旅行者が訪れているシーンに接することで、今後のアニメツーリズムの発展を図るための糸口を見出した。

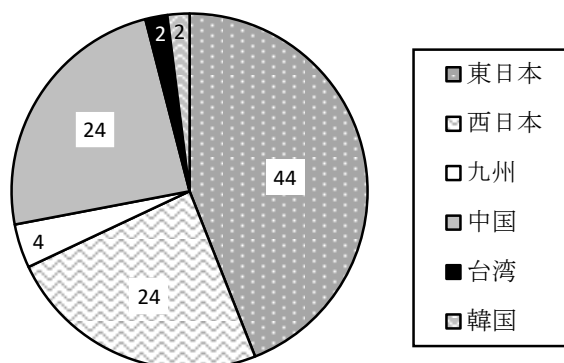


図1 「来校のあしあと帳」に記載された出発地の内訳 (%)

#### 4. 政策提言

##### 4.1 滋賀県日野町のアニメツーリズムの振興策

近江鉄道・日野駅を起点、旧鎌掛小学校を終点として、町内を自転車で巡る振興策を提言する。

日野駅は1900年に完成した私鉄最古級の駅舎をもち、老朽化に伴う再生事業によって、カフェ空間のある観光案内交流施設を2017年に設けた。2020年には、近江鉄道の資料や用品に関する展示室を増設した。レンタサイクルを扱う複数の施設が駅前に立地し、電動アシスト自転車を含めて計49台を常備し、利便性が高い。起点から終点までの約6kmの行程には日本の原風景が広がり、石碑や道標など郷土史を学べる文化財が点在している。国の天然記念物「鎌掛谷ホンシヤクナゲ群落」をはじめ、見晴るかす田畑の自然景観が美しい。

観光回遊マップや案内板を各所に整備し、町内の観光資源をセットとして宣伝・広報することで、外国人を含めたアニメファンが地域文化にも接し、深い日本理解の機会と相乗効果を得るだろう。

##### 4.2 日本のアニメツーリズムの振興策

目的地の周辺を含めた案内の中国語・英語の表記とアニメグッズ販売による振興策を提言する。

アニメツーリズム研究の嚆矢である岡本健は、アニメツールの旅行動態として、高頻度で訪れるリピーターが存在し、住民やファンとの交流を楽しむ傾向があると指摘している。また、ノートへの書き込みなど地域に記念物を残すことや、ホームページを用いて情報発信を行うなどの特徴があることを示唆している (岡本2009b)。訪日外国人のアニメツールのリストであれば、日本人や日本製品を好意的に受け止める傾向があるといえる。

観光庁「訪日外国人の消費動向2023年 年次報告書」によると、2023年訪日外国人旅行消費額は5兆3065億円で、国籍・地域別のトップ5は、①台湾、②中国、③韓国、④アメリカ、⑤香港となっている。これら5か国で訪日外国人旅行消費額全体の63.5%を占めている。本分析結果でも中国語の記述が多く、消費統計の多寡とも符合する。コンテンツや現地に強い眼差しを向ける中国語圏の旅行者が少なくないという認識が重要である。

需要調査を基に国内各地でアニメグッズを開発し、現地で限定販売することで消費喚起につながり、地域内経済循環が活性化すると考えられる。

#### 5. まとめ

本研究は、アニメツールの動向を把握し、アニメツーリズムが持続可能な発展を遂げるための振興策を考察した。事例として京都アニメーションの『中二病でも恋がしたい!』に着目し、その舞台となった滋賀県日野町「旧鎌掛小学校」の踏査に基づき、聖地巡礼ノート分析を行った。

分析の結果、出発地を記入した者のうち、中国人旅行者が24%を占めていた。中国語圏から当地を訪れる熱心な旅行者が多いことがわかった。

政策提言は次の2点である。第1に、滋賀県日野町のアニメツーリズムの振興策として、近江鉄道・日野駅を起点、旧鎌掛小学校を終点として、レンタサイクルで町内を回遊する施策を提言した。第2に、日本のアニメツーリズムの振興策として、目的地の周辺を含めた中国語・英語の表記とアニメグッズの現地販売に関する施策を提言した。

詳細な政策立案に際し、支援プラン策定とインフラ整備を両輪として進めることが課題である。

#### 参考文献

- (1) 観光庁 (2023) 『観光白書 令和5年版』 昭和情報プロセス
- (2) 経済産業省監修 (2023) 『デジタルコンテンツ白書 2023』 一般財団法人デジタルコンテンツ協会
- (3) 岡本健 (2008) 「アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討—聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について—」 『観光創造研究』 2, pp. 1-13.
- (4) 岡本健 (2009a) 「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」 『北海道大学観光学高等研究センター叢書』, pp. 31-62.
- (5) 岡本健 (2009b) 「アニメを動機とした旅行行動の実態に関する研究—アニメ聖地巡礼研究および調査の整理を通して—」 『観光・余暇関係諸学会共同大会学術論文集』, pp. 43-50.

# 若者の政治離れ

-SNS で政治家の「推し活」をする-

川口ゼミ 4 班

○芦田 悠 (Haruka Ashida)・山崎 はるき (Haruki Yamasaki)

川口 藍 (Ai Kawaguchi)・池ノ内 奈央 (Nao Ikenouchi)

同志社大学政策学部政策学科

キーワード/政治、SNS、推し活

## 1. 初めに

現代の日本では、市民の高校生・大学生が政治から離れていることが話題になっている。総務省の統計（注 2）によれば、どの年代も若い世代の投票率が低迷していることが分かる。政治参加は民主主義の根幹であり、若者の声が社会に反映されなければ、未来を担う世代のニーズや意見が政治に反映される機会が失われる。これは社会の持続的発展に対する重大なリスクとなり得る。若者政治への参加促進として、まず若者に政治への興味を惹きつける必要がある。近年では、アイドルグループ、キャラクター・アニメを対象に SNS での応援投稿、関連商品の購入、イベント参加などをして、「推し活」をする高校生が増えている。LINE リサーチが 2022 年に行った調査では、高校生の約 70%が「推し活」に参加しているとの結果が出ている。

本研究では、若者の政治離れの原因を分析するとともに、SNS を活用して若者が政治家に対し「推し活」として政治への興味を惹きつける方法について具体的な提案を行う。

[https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo\\_s/news/sonta/nendaibetu/index.html](https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/news/sonta/nendaibetu/index.html)

## 2. 若者の投票低迷の分析

### 2.1 政治への関心

日本財団が行った 9 カ国における 18 歳意識調査（注 1）では、「自分で国や社会を変えられる」という質問に対して、アメリカ、韓国、ドイツ、インド、インドネシア、ベトナム、中国、イギリスは「変えられる」が約 70%を超えていた。しかし、日本の割合はわずか 20%だった。これにより、日本の若者が政治に対して無力感を抱いていることが明らかであり、政治離れの深刻さが浮き彫りとなっている。

### 2.2 街頭アンケート

街頭アンケートを京橋の JR と京阪の連絡通路で、高校生が学校終わる時間の 17 時から 19 時の間で Google フォームを QR コードにして実施した。アンケートは全部で 18 問答えてもらい、約 40 人の高校生にアンケートを行った。その中の質問で、「石丸伸二さんを知っていますか」という質問を入れた。この質問を入れた理由としては、自身の YouTube チャンネルや SNS を利用し、多くの支持者を獲得した石丸さんの動画が全国的に広まり、若者が「推し活」の動画や動画の拡散が進んだ。これにより、現段階でどれだけの高校生が SNS を通して政治を取り込んでいるかを確認できると考えこの質問を入れた。その結果、45%の高校生が知っていると回答した。街アンケート中にも、丸さんが TikTok で流れてきました」と言う声を何

世代別投票率

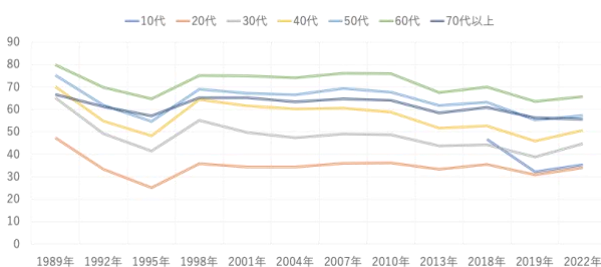
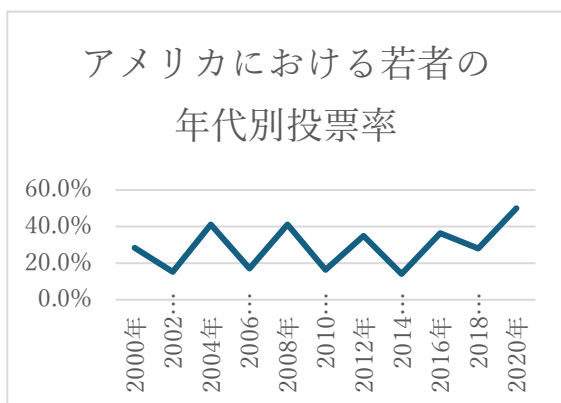


表 1 (出所) 総務省より

件か聞いた。このアンケートから、高校生は SNS で目にした政治家が記憶に残っているということが明らかとなる。

### 3. 海外との比較

文部科学省が公開している「諸外国における世代別投票率」によるとイギリス、ドイツにおける若者の投票率は全ての年で約 40% を超えていた。しかし、アメリカにおける若者の投票率は高い年もあれば、低い年も見受けられ、日本と同様に若者の政治離れが課題となっていた。そこで、アメリカが実施した若者の政治離れの対策の 1 つは、若者が頻繁に活用する SNS を通じて、政治家や活動家が若者に直接アプローチすることである。例えば、アメリカの 2020 年大統領選挙では、特に SNS で若者層をターゲットにしたキャンペーンが行われ、若者の投票率が高まった。また、若者が気候変動などのグローバルな問題に関するデジタルアクティビズムを通じて関心を高め、その延長として選挙にも関与するようになるケースが増えている。従来 of 投票行動に加えて、非伝統的な政治参加であるデモ、オンラインでの署名活動、ソーシャルメディアでのアクティビズムが重要視されており、これが若者の政治意識を高める一因となり、2016 年の大統領選挙は約 39% を記録したが、2020 年の大統領選は約 50% を記録した。(注 3)



(出所) 文部科学省より筆者作成

[https://www.mext.go.jp/content/20200828-mxt\\_kyoiku02-000009659\\_2.pdf](https://www.mext.go.jp/content/20200828-mxt_kyoiku02-000009659_2.pdf)

### 4. 政策提言と結果

私たちは、地方自治体が高校生を対象に「推し活」を活用した政治参加促進策を導入することで、若者の関心を引きつけ、投票率向上が期待できると考える。近年、高校生の中でアイドルやアニメキャラクターなどの「推し」を応援する活動が一般化している。この文化を参考にし、政治家や地方行政が高校生にとって「推し活」の対象となるような取り組みを行えば、彼らの政治への関心を自然に引き出せることができる。具体的には、地方自治体は SNS を活用して、政治家や政策に関する情報を親しみやすい形式で発信する。例えば、地方政治に関する動画コンテンツを約 1 分程度で制作し、若者が頻繁に利用する TikTok や Instagram などのプラットフォームで配信する。動画の内容としては、政治の基礎、環境保護、街づくりなどのあくまで中立的な意見で若者が共感しやすいテーマを選定し、動画の中で若者の声やアイディアを取り入れる形を取る。これにより、若者は自分の意見が政治に反映されている感覚を持ちやすくなり、政治家や政策への親近感が高まると期待される。このようにして、政治家や地方行政の活動を身近に感じさせ、日常的な「推し活」として応援したくなるような環境を整えれば、若者の政治意識が高まり、将来的な投票行動への第一歩として大きな効果を期待できる。

#### 参考文献

※注 1 日本財団 (2022) 「高校生の政治意識に関する調査報告書」 URL (10 月 20 日) 2022 年

※注 2 総務省 (2022) 「令和 4 年参議院議員選挙に関する報告書」 URL (10 月 15 日) 2022 年

※注 3 BBC News (2020) 「Digital Activism in the US and Europe」 URL (10 月 22 日) 2020 年

# 京都における修学旅行と宿の現状と今後

松尾ゼミ INN

○三木 正仁 (Masahito Miki)・嶋田 有希 (Yuuki Shimada)

・伊東 和希 (Kazuki Ito)・吉岡 騎士 (Naito Yoshioka)

(京都産業大学 経済学部 経済学科)

キーワード：修学旅行、物価高騰、宿泊料金

## 1. 研究目的

はじめに

京都は日本有数の観光都市であり、修学旅行生の主要な目的地となっている。豊富な歴史文化資源が観光資源として魅力を持ち、修学旅行生を通じた地域経済活性化に貢献してきた。

しかしながら、近年では修学旅行生を受け入れる宿泊施設が赤字になっている事が問題として挙げられている。その影響を最も受けているのが京都である。修学旅行先で最も人気である京都にある宿が何故修学旅行生を受け入れると赤字問題に繋がるのか疑問を持ち、その原因を突き止め、その原因に対し宿泊施設の動向を調査することで、今後の改善策の提案を行おうと考えた。

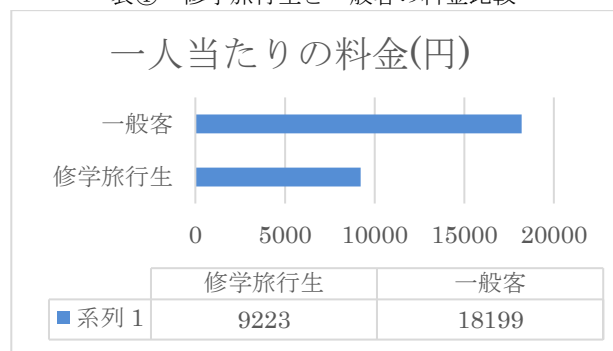
## 2. 問題の所在

修学旅行を受け入れた宿が赤字となる主な原因として、3つの問題が挙げられる。まず1つ目が、2020年以降のコロナウイルス感染症の拡大により、観光産業全体が大打撃を受けたことだ。多くの学校がコロナ過による旅行に対する不安感やリスク回避傾向から修学旅行中止または延期し、京都への修学旅行生の数は激減した。その結果、すでに予約されていた宿泊施設や観光施設が収益を失うことになり赤字へと繋がった。そのコロナの影響で発生した赤字は、インバウンドの効果で観光需要が徐々に回復しつつある現在でも、修学旅行自体の回復が遅れているため、赤字が続いている。

2つ目はここ数年の物価の高騰による影響である。一般的に学校側は、修学旅行の宿泊先の予約は2年前の当時の値段で予約をするが、ここ数年で物価が急に上がり続けているため、予約した2年前の値段と現在の値段では料金の差が生まれ、その差が赤字に繋がっている。

3つ目は修学旅行生の一人当たりの料金が一般客と比べ安価で設定されていることである。表①を参考にすると、一人当たりの平均宿泊料金が修学旅行生と一般客では価格の差が2倍近く生まれている。その結果から宿泊側は相当な負担で修学旅行生を迎え入れていることが分かる。この厳しい状態に加え、物価高の影響が加わる事でより厳しい経営状況になっているのが赤字問題へと繋がっている要因だ。

表① 修学旅行生と一般客の料金比較



出典 各種記事・Web サイトより 松尾ゼミ作成

## 3. 研究方法

本研究ではその問題を解決するため、京都で修学旅行生の受け入れをしている宿泊施設に、現状の課題や工夫、業界全体の動向について宿泊施設に調査を行った。

調査の内容は、修学旅行とシーズンの関係、物価高騰への対応、宿泊料金の設定に関することである。

修学旅行とシーズンの関係に対しては、修学旅行はシーズン関係なく年間を通して行っており、近年では夏休みが短くなった影響で8月後半にも修学旅行の受け入れを行っている。

物価高騰への対応に対しては、宿泊料金の引き上げや仕入れ先の見直し、食事のメニューの変更などを行っており、修学旅行生への料金の引き上げは具体的に約10%値上げしている。

宿泊料金の設定に対しては、繁忙期である4月中旬から6月末、9月中旬から12月中旬は個人の宿泊客、修学旅行生ともに高く設定している。以上のような回答があった。

## 4. 考察

以上の調査結果から、現在修学旅行生を受け入れている宿泊施設では、年間を通して修学旅行の受け入れを行っている。そのため、京都におけるオフシーズンである夏と冬に修学旅行を受け入れることで大きな利益になっていると考えられる。また、繁忙期である春と秋では需要の価格弾力性に従い、一般客と同様に修学旅行生も宿泊料金を高く設定している。物価高騰には宿泊料金の引き上げや仕入れ先の見直しなどで対応しようとしている。

このように、物価の高騰には主に宿泊料金の引

き上げにより対応しており、現在京都市や京都府による支援金等の補助はない。

### 5. 他県の対応

令和5年の2023年に岩手県では原油価格・物価の高騰による価格転嫁が困難な教育の受け入れに伴う負担を軽減するため、教育旅行の受け入れをしている県内の宿泊施設に対して、支援していた。具体的には、申請があった支給対象事業の実施による宿泊人数に対して、1人当たり2千円を支給していた。

しかしながら、補助金の上限の額が1事業者あたり最大で100万円といった制限があるため、規模の大きな施設や、長期的な運営コストを補うには不十分な場合が多い。そして、物価高騰や人件費の増加により、宿泊施設の運営コストが大幅に上昇しているため、2000円と言う補助金の額では解消が出来ないのだ。更に補助金に頼って依存してしまうと、安定した収入減を確保する努力が怠ってしまい従業員や社員のモチベーションの低下に繋がることに加え、経営の柔軟性の低下にも繋がる。そして補助金は毎年必ず貰えるとは限らない。実際に補助金を貰っているこの岩手県の宿泊施設では、令和6年2024年の今現在では地方事自体の財政状況により、補助金を支給されていない。このような事例から、赤字問題を補助金で補うことは改善策にはならないと考える。

### 6. 提案

これらの調査結果や他県の対応を踏まえ、修学旅行を受け入れている宿が赤字になる問題を解決するために、宿泊価格のさらなる引き上げを提案する。またそれに伴い、公立校に関しては各県の修学旅行費用の上限の引き上げを提案する。現在、公立校の修学旅行の費用は各県で上限が定められており、この上限は何十年と変わっておらず、修学旅行生への宿泊料金の引き上げが行えない一因となっている。

また、現在日本国内の中学校の修学旅行の行先として京都は1位、高等学校では2位となっており、非常に多くの修学旅行生を受け入れている。また、旅行内容として重点を置いた活動の分類として、中学校、高等学校ともに歴史学習を上げている。

このことから、修学旅行における京都の需要がとても高いと考えられる。

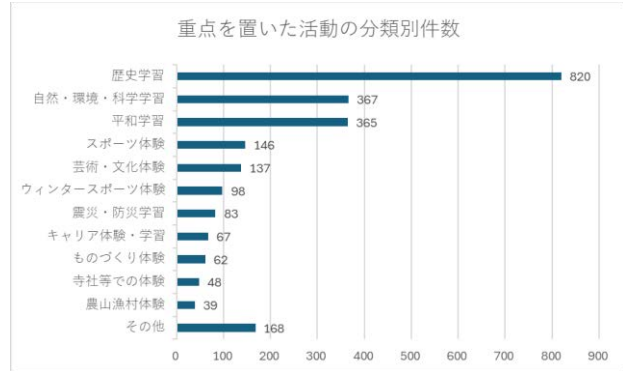
このようなことから、京都での需要の価格弾力性が小さいと考えられる。よって、宿泊料金を引き上げても、需要と供給の変化が少なく修学旅行生が大幅な減少をするというような事態は発生しないと考える。

表②都道府県別修学旅行先上位3

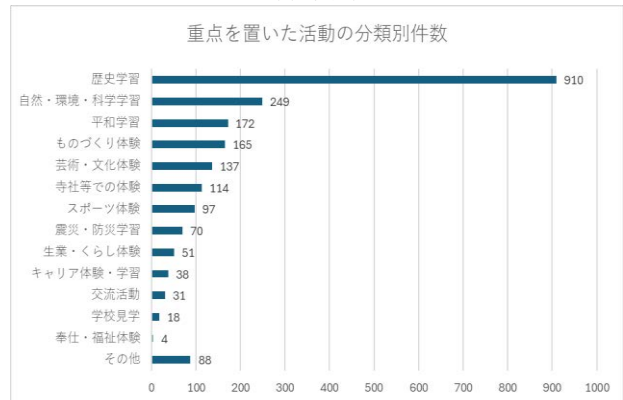
中学校		高等学校	
順位	旅行先	順位	旅行先
1位	京都	1位	大阪
2位	奈良	2位	京都
3位	大阪	3位	沖縄

出典 教育旅行年報データブックより 松尾ゼミ作成

表③修学旅行において重点を置いた活動の分類別件数 (高等学校)



表④修学旅行において重点を置いた活動の分類別件数 (中学校)



出典 教育旅行年報データブックより 松尾ゼミ作成

以上のことを踏まえ、修学旅行生の受け入れが赤字につながるという問題に対して、宿泊料金の引き上げと、各県の修学旅行費用の上限の引き上げを提案する。

### <参考文献>

・京都市観光協会データ月報

[https://www.city.kyoto.lg.jp/templates/shingikai\\_keka/cmsfiles/contents/0000324/324005/04.pdf](https://www.city.kyoto.lg.jp/templates/shingikai_keka/cmsfiles/contents/0000324/324005/04.pdf)

・公益財団法人 日本修学旅行協会：2022（令和4）年度実施 中学校の国内修学旅行の実態とまとめ

<https://jstb.or.jp/files/libs/4483/202311081044535634.pdf>

・公益財団法人 日本修学旅行協会：2022（令和4）年度実施 高等学校の国内修学旅行の実態とまとめ

<https://jstb.or.jp/files/libs/4492/202311151106085432.pdf>

# 増える空き家、どう活用するか

## —東山区の空き家を宿泊施設へ—

京都先端科学大学岡嶋ゼミ B 班

○石河 優 (Yuu Ishikawa)・伊藤 怜菜 (Reina Itou)・上田 有真 (Yuma Ueda)・  
佐久間 隼人 (Hayato Sakuma)・田邊 幸輝 (Kouki Tanabe)・野間 幸生 (Yukio Noma)

(京都先端科学大学経済経営学部経済学科)

キーワード：空き家、東山区、外国人観光客

### 1. はじめに

近年、全国的に空き家問題は大きな問題となっており、2024年の国土交通省の住宅・土地統計調査では、全国の空き家総数は約900万戸となり、過去最多であると発表した。これは2018年の空き家総数と比較すると51万戸増加している。2014年に国は「空き家等対策の推進に関する特別措置法」を施行したが、空き家の増加は続き、2023年に改正されている。

京都市の2023年の空き家率は13.1%であり、2018年の空き家率12.8%と比べ、増加している。市内の地価高騰により若者や家族世帯の流出が問題となっており、今後空き家は増加していくと予想されている。特に京都市の高齢化率が高い地域ほど空き家率が高くなる。実際に東山区の高齢化率が32.4%と高く、空き家率は22.9%と高い。

そこで、アンケートを行った結果から、東山区の空き家を活用した宿泊施設を提案する。京都市における空き家問題を解決することで、京都市の景観が良くなり、地域コミュニティの活性化につながることを期待する。

### 2. 東山区の現状

東山区は、歴史的な街並みが特徴で、清水寺や祇園など日本の文化や伝統を感じられる観光地として広く知られている。

まず、京都市全体の問題でもある「少子高齢化」は東山区で特に進行しており、居住者が介護施設などに移動することが増えたため、その家屋が空き家として残るケースが目立っている。東山区では、古くからの家屋が多く、メンテナンスが難しいこともあり、次世代が住み続けるには負担が大きいことも要因である。古い建物は耐震性が低く、リフォームや建て替えの費用も高額になるため、結果として放置されることが多くなる。

次に、若者や家族世帯の流出も空き家増加の一因である。地元の住民にとっては住宅価格が高騰し、近隣に商業施設が少ないことも居住エリアとしての魅力を低下させている。これにより、住民が減少し、空き家が増加するという悪循環が生まれている。さらに、観光地としての人気から短期的な利益を狙う不動産投資家が多く、居住用の住

宅が転売されるようになった。民泊施設として利用されるケースもある。これらにより、長期的な住民の定住が困難になり、空き家の活用が行われなかった結果、東山区に空き家が増加する状況が生まれている。

### 3. 京都市の宿泊施設や利用者の傾向

京都市の2024年の宿泊施設は3,491件ある。2024年5月のデータによると京都市内の主要な旅館の客室稼働率は78.3%で、これはコロナ禍前の2019年の同月と比較すると0.7%増加している。

日本はコロナ禍が納まり、インバウンドが戻りつつある。実際、2024年上半期、外国人が1,700万人訪れた。この値は過去最高記録を100万人以上上回る値である。これに加え、京都市内のホテルと旅館の計134軒で調査した結果によると、2024年5月の外国人延べ宿泊数は590,035泊であり、2019年のコロナ禍前と比較すると105.1%となっている。さらに、円安になっていることや海外に日本の食や文化が好かれていることから、日本を訪れる外国人観光客は増加すると考える。

これに対して、2024年5月の日本人延べ宿泊数は348,491泊であり、これは2019年のコロナ禍前と比較すると23.4%減少している。この原因としては、物価高などが考えられる。以上のことから、外国人観光客向けの宿泊施設を提案する。

### 4. アンケート調査

京都を旅行する外国人が宿泊施設に求めるものを知るために、2024年9月に三条商店街及び錦市場周辺の外国人観光客52人と今秋日本に来た京都先端科学大学の留学生78人にアンケート調査を行った。

QRコードをスマートフォンで読み取りGoogle Formの英語アンケートに回答してもらった。主な質問内容は、宿泊施設を選ぶ際に重要視すること、宿泊場所の立地で重要視することである。観光客には、京都の滞在日数についても回答してもらった。観光客の滞在日数で最も多い回答は4日間で33% (17人)であった。この論文では、滞在日数が



4日以内の観光客34人を短期滞在者、滞在日数が5日以上観光客17人を長期滞在者と定義づけ、分析を行う。

まず、観光客と留学生の回答を概観する。宿泊施設を選ぶ際に重要視することは表1の通りであり、宿泊場所の立地で最も重要視するものは両者とも「利便性（駅や店等に近い）」であった。

表1. 宿泊施設を選ぶ際に重要視すること

	観光客 (52人)	留学生 (78人)
1	駅から近い (42%)	価格 (83%)
2	価格 (40%)	駅から近い (79%)
3	高評価 (33%)	宿泊施設のタイプ (37%)

次に、観光客の回答について滞在期間別に詳しくみる。宿泊施設を選ぶ際、短期滞在者の44.1% (15人)が価格および駅から近いことを重要視している。長期滞在者は、宿泊施設のグレード、高評価、観光場所の近くを重視している。短期・長期の滞在に関わらず20%以上の人が宿泊施設のタイプを重視している。短期滞在者と比較して、長期滞在者は部屋の大きさを重視している。

続いて立地と滞在日数の関係である。ここでは観光客の理想とする宿泊施設の立地についてきいた。43% (22人)が駅やレストランから近く、便利な場所と回答しており、最も多い回答であった。次に回答が多かったのは、活気のあるエリアおよび観光名所から近くで、40% (20人)が回答した。

短期滞在者のうち、便利な場所と回答したのは、50% (17人)であるのに対し、長期滞在者では29% (5人)であった。短期滞在者は限られた時間でより効率的に観光地に回りたいと考え、短期滞在者の方が宿泊施設に利便性を求めると推察される。

## 5. 政策提案

アンケートより、外国人観光客が宿泊施設に求めることは価格と駅や観光地などから近い利便性であることが分かった。そこで私たちは、京都市東山区の中で、この条件があう立地として今熊野学区に焦点を当てる。

今熊野学区の中心部には東福寺などの観光名所もあり、JR東福寺駅から京都駅へのアクセスは非常に良い。さらに京都市営バスの停留所も多くある。

一方、今熊野学区の東側は公共交通機関の利便性は低下する。ただ、長期滞在者は利便性が落ちても、宿泊施設の質を重視する傾向にある長期滞在者には一定の需要を見込める。長期滞在の観光客には一軒家や長屋を提案する。部屋の大きさを求める長期滞在の外国人観光客のニーズに応えやすいためである。

次に経営方法についてである。経営方法はフラ

ンチャイズを活用する。フランチャイズ経営とは、親会社に対価を支払う事業を行うことである。本部の研修を通して経営や接客のノウハウ、旅館業を学ぶこともできるので、未経験でも宿泊施設を運用しやすいという利点がある。さらに、フランチャイズを活用する事でブランド力を利用し経営を安定させることができる。

実際に、空き家を活用した事例が、兵庫県丹波篠山市に存在する。株式会社バリューマネジメントが展開する「ニッポニア篠山城下町ホテル」は、歴史的建造物を活用したフランチャイズ事例として知られている。篠山市（現在の丹波篠山市）は、江戸時代の城下町として栄えたものの、人口減少と高齢化により過疎化が進行し、かつて約6万人いた人口が2015年時点では約4万人に減少していた。また、空き家の増加も深刻で、2010年代初頭には空き家率が15%を超えていた。こうした背景の中、バリューマネジメントが2015年に「ニッポニア篠山城下町ホテル」を開業し、空き家となっていた築100年以上の古民家をリノベーションし、宿泊施設として再生した。開業当初、篠山市の観光客数は年間約30万人だったが、現在では年間約50万人に増加している。ホテルのフランチャイズモデルでは、オーナーが健在の場合は、会社側と合意の上、オーナー業務の継続を依頼し、施設運営を継続することで、地域経済の活性化に貢献している。丹波篠山市では、空き家のリノベーションを通じて地域の魅力を再発見し、観光資源として再利用することで、観光業の成長と地域雇用の創出が実現している。

以上のことから、東山区の空き家を活用したフランチャイズ型の宿泊施設を提案する。

## 参考文献

- (1) 京都市「京都市空き家等対策計画平成29年3月」  
[https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000215/215360/akiya\\_keikaku.pdf](https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/cmsfiles/contents/0000215/215360/akiya_keikaku.pdf)  
(2024. 9. 10 閲覧)
- (2) 府企画統計課社会統計係「令和5年住宅・土地統計調査 住宅数概数集計結果概要」  
<https://www.pref.kyoto.jp/tokei/monthly/tokeikyoto/tk2024/tktokushu202407.pdf> (2024. 10. 14 閲覧)
- (3) KYOTO CITY TOURISM ASSOCIATION「京都市観光協会データ月報 (2024年5月)」  
<https://www.kyokanko.or.jp/report/hotel202405>  
(2024. 9. 8 閲覧)  
行政情報 丹波篠山市  
<https://www.city.tambasayama.lg.jp/index.html>  
(2024. 10. 20 閲覧)  
NIPPONIA  
<https://team.nipponia.or.jp/> (2024. 10. 20 閲覧)

# 外国人観光客に優しい避難対策

- 京都市清水坂を例として -

加藤派

十河 りら (Rira TOGO)・中村 友香 (Tomoka NAKAMURA) ○本田 香奈 (Kana HONDA)  
(立命館大学産業社会学部現代社会学科 2 回生)

キーワード：震災対策、観光、外国人観光客

## 1. はじめに

近い将来、南海トラフ地震などの大規模地震が発生することが予想されており、震災に対する注目度がより高まっている。このような状況下において、京都市で地震が起きた際どのような問題が発生するのか。京都市は多くの外国人観光客が訪れる観光都市であり、大規模地震が発生した場合により多くの対応が必要である。本研究では、実際に大規模地震が起こった際に適切な対応がとられる準備が整っているのか、京都市における震災対策の現状と課題を現地調査・聞き取り調査を通じて明らかにし、改善点の考察と対策の提案を行う。

## 2. 観光都市における震災対策の課題

京都市は日本有数の観光都市であり、令和 5 年には 5028 万 1 千人の観光客が訪れている。月毎のピークは 3 月であり、その数は 491 万人であった(京都市産業観光局, 2023)。また観光客の特性として、特定の観光地に多くの人が集まる傾向があること、一時滞在者であるため土地勘がないこと、加えて、外国人であれば文化や言語も異なることが挙げられる。

よって、京都市では通常の自治体における震災対策以上の工夫が必要である。本研究では、京都市において地震発生時に外国人観光客が適切な避難をできる環境となっているかを確認する。

## 3. 清水坂の現地調査

### 3.1 現地調査の概要

清水坂は、東大路から清水寺に続く参道であり、飲食店や土産店が数多く並ぶ、京都市有数の観光地である。震災対策という点では、観光客が多く道幅が狭いため、密集度が高い点が重要となる。現地調査では、地震発生時に適切に避難ができる環境となっているか、特に外国人の視点から見て十分であるかを確認した。2024 年 10 月 9 日の 18 時頃、10 月 14 日の 15 時頃の 2 回に分け、留学生と現地を歩き、調査を行った(参与観察の実施)。

### 3.2 現地調査の結果

現地調査より、客観的な状況として明らかになったことは二つある。第一に、観光客が多く、道の幅が狭いため、混雑していることである。第二

に、避難誘導標識がほとんどないことである。実際、東大路から清水寺の正面入口の間(約 600m)に 2 か国語表示の標識が一つ設置されていたのであった。また、街頭地図の掲示内に、最も近い観光客緊急避難広場の表示がないことも分かった。

留学生と現地調査をするにあたり、地震への意識について事前に行った聞き取りでは、フランス出身の留学生 A は地震への予備知識はなく、地震発生時の対応を理解していなかった。香港出身の留学生 B は直近 5 年間にカナダ在住であったこともあり、地震発生時の基本知識が備わっていた。これらから、国によって地震発生頻度に違いがあるため、地震への知識に差があることがわかる。

その上で、A・B と現地を歩き、そこで話を聞いた。まず、清水坂で地震が発生すると想定したときどのような行動をとるか、という質問に対し、A はまず建物の倒壊を予測し外に出る、揺れが収まったのちに人流に乗ると話していた。B は、まず建物の中に入る、揺れが収まったのちに建物の外に出ると話していた。このことから外国人は、地震への意識に伴い、地震発生時の行動も異なることが分かった。そして、避難誘導標識について A も B もその存在に気付かなかった。

### 3.3 まとめ

以上より明らかになったことは、清水坂には観光客が多く、混雑していること、そして、避難誘導標識が少ないため、外国人観光客はよりパニックに陥りやすい環境になっていることである。留学生への聞き取りからは、外国人の間で、言語上の課題だけでなく、地震に対する事前知識に大きな差があるため、より分かりやすい情報発信などが必要であることが分かった。

## 4. 京都市役所担当者の聞き取り調査

### 4.1 聞き取り調査の概要

2024 年 10 月 18 日、現地調査で明らかになった課題や疑問点を踏まえ、京都市行財政局防災危機管理室の職員(2 名)に対面で聞き取り調査を行った。事前に質問票を送付し、それに基づいて質疑応答を行う半構造化インタビューという方式を採用した。質問項目は、①避難情報に関して、言語や文化が異なる外国人観光客向けに特別な工夫をしているか。②避難誘導標識は現状どれくらい

の基準で何個設置しているのか。避難誘導標識をあまり設置していない理由・事情は、何かあるのか。③地震などの災害が生じた際に、清水坂で最初に観光客に対応するのは地域の人々(商店街や寺社仏閣関係者等)であるが、京都市役所と地域団体はどのような関係にあるのかなどを中心に、清水坂の現状をふまえつつ、京都市における避難対策全般を確認するものであった。

#### 4.2 聞き取り調査の結果

京都市役所担当者への聞き取り調査から、以下のことが分かった。①に関して、避難誘導標識は、最大4か国語(日本語・英語・中国語・韓国語)に対応し、その表示にピクトグラムを加えることで、外国人観光客でも分かりやすいようにしている。②に関して、緊急避難広場に関する標識の設置における基準はないこと、また景観への配慮や、電柱などに標識を設置する際には、所有者の承諾を得る必要があるため、設置が進まないことが指摘された。③について、清水寺門前会の方と「避難誘導団体」の協定を結び、災害時には率先して観光客の誘導を行ってもらうように協力を依頼している。また、避難誘導や帰宅困難者支援を円滑に行うために、座学での講習会や避難訓練を年に数回実施している。

その他にも京都市が行なっている対策として、4か国語に対応した「京都市災害時帰宅困難者ガイドマップ」を、観光案内所、ホテル等に設置し、防災意識の啓発を行っているとのことであった。

#### 4.3 まとめ

以上より、京都市役所として、一定の避難対策を準備していることが分かった。その一方で、避難誘導標識に関しては、分かりやすい表示を心がけるなど工夫がなされているが、設置における基準がなく、かつ諸方面との調整が不可欠なため、設置数が少ないことにつながっている。また、震災発生後の対応として、地域団体と協定を結び、避難誘導や帰宅困難者支援の準備が進んでいるものの、災害発生時に準備してきたことが円滑に機能するためには、土地勘がなく(そして、文化・言語の異なる)観光客への迅速かつ分かりやすい形での情報提供・共有が不可欠であり、さらなる工夫が必要と感じた。

### 5. 避難対策の課題の分析と提案

以上の調査から、主に2つの課題が明確になった。第一に、外国人観光客が主体的に避難できる環境が整備されていないことである。避難誘導標識の設置が十分ではない要因として、設置基準がないことや設置場所の確保の協力を仰ぐ難しさにより設置が進んでいないことが明らかになった。第二に、外国人観光客の地震への意識の働きかけである。ガイドマップの作成・設置が外国人観光客へ適切に届いていない可能性が高い。外国人観

光客が情報を適切に受信できる体制が必要である。

上記の課題の分析を踏まえ、2つの対策提案を行う。第一に、避難誘導標識の設置基準策定、それに伴う標識の増設である。外国人観光客は地震への知識に個人差がある上、標識が少ないことはパニックを起こしかねない。現在、避難誘導団体の協力もあり災害発生時の誘導対策があるが、過度に頼ることは地域の人びとへの依存につながる。設置基準を設けることは、外国人観光客が主体的に避難できるようにするための対策として効果的であると考えられる。第二に、「防災意識の普及啓発に関する協定」である。京都市は現在「京都市災害時帰宅困難者ガイドマップ」を作成しているが、京都市各地に設置しているわけではない。ここで、協定締結した宿泊施設にガイドマップ配布の義務付けを提案する。宿泊施設のチェックイン時にガイドマップを渡す。これにより、防災情報に目を通す機会を与えることができるだろう。

京都市の『「防災危機管理の協定」の締結状況』において、災害時災害後への支援に関する対策はなされているが、事前の意識啓発に関しては明確ではない。また、災害情報へのアクセスについて、日本滞在中にそれらの情報を見聞きしている人は少ない(酒井ら, 2019)。このことから、外国人観光客が十分に情報受信をできていないことがわかる。よって、ガイドマップの設置場所拡大により、外国人観光客が情報を受け取りやすくなるを考える。

このように、ソフト・ハード両面へアプローチすることが、より外国人観光客の安全かつ迅速な避難行動につながるのではないかと考察する。

### 6. おわりに

外国人観光客が多く訪れる京都市では、震災対策を今後さらに手厚くしていく必要がある。しかし、震災時に対応する地域の人々も同様に被災者であることに変わりなく、京都市は第一に市民の生活を優先するため、一時滞在者となる外国人観光客への施策は後手となりがちである。だが、外国人観光客への対策を講じることは市民の負担削減につながるのではないだろうか。外国人観光客が自力で避難し、身を守る行動を取れることは京都市民にとっても重要である。近い未来に地震が起こることを想定し、事前対策を固めておくことが被害を最小限に抑えることにつながるだろう。

#### 参考文献

- (1) 京都市産業観光局(2023):令和5年京都総合観光調査
- (2) 酒井宏平、鐘ヶ江秀彦(2019):訪日外国人観光客の防災意識に関する研究:京都市を事例に、日本地域学会年次大会学術発表論文集、56巻 [http://jsrsai.jp/Annual\\_Meeting/PROG\\_56/ResumeC/C08-3.pdf](http://jsrsai.jp/Annual_Meeting/PROG_56/ResumeC/C08-3.pdf) (最終閲覧日2024.10.15)
- (3) 京都市行財政局:(2024)「防災危機管理協定」の締結状況(令和6年7月1日)

# 主権者教育は 18 歳投票率を上げるのか

- 都道府県パネルデータ分析による検証 -

チーム好青年

○野波俊輔 (Shunsuke NONAMI)・安居伶斗 (Reito YASUI)・村井大輔 (Daisuke MURAI)・小森俊輔 (Shunsuke KOMORI)

(龍谷大学経済学部現代経済学科)

キーワード：18 歳の投票率・主権者教育・選挙管理委員会

## 1. はじめに

2016 年に選挙権年齢が 18 歳に引き下げられたことにより、若者の政治への関心が注目されるようになった。しかし、50 代以上の投票率は 60%以上であるにもかかわらず、2017 年度の衆院選以降、10 代の投票率は 40%程度にとどまっている（総務省 HP）。本研究では、10 代の投票率を上げるための政策として高校における主権者教育に注目する。本研究では、主権者教育を「選挙管理委員会などの専門外部講師による実践的な出前講座」と定義して分析を行う。現状、全国の主権者教育受講率は未だに低水準に留まっている。そこで本研究では、主権者教育の受講が投票率へ与える影響を実証的に検証し、その結果をもとに主権者教育受講率向上に向けた政策提言を行う。

## 2. 先行研究と本研究の位置づけ

尾野他(2022)では、主権者教育の受講が政治的な関心の向上につながることを明らかにしている。また山形県金山町のように、主権者教育の結果 18 歳の投票率が参院選で 70%を超えたという事例がある（総務省, 2023）。このように主権者教育が 18 歳投票率を向上させると示唆されている一方、著者の知る限り主権者教育が投票率に与える影響を実証的に明らかにした研究はない。そこで、本研究では 2 カ年の都道府県別パネルデータを用い、主権者教育の実施が投票率に与える影響を実証的に明らかにする。

## 3. 分析モデルと方法

有権者が投票に行く条件を表すモデルとして、ライカー・オードシュックモデルがある（河野, 2019）。このモデルは、 $R = P \times B - C + D$  で表される。R は投票で得られる満足度、P は自分の投票が選挙結果に影響を与える確率、B は選挙結果によって得られる期待効用差、C は投票のコスト、D は投票への義務感をそれぞれ表す。R が 0 より大きい数値を取ると有権者は投票に行くことを意

味する。R を増加させるためには、モデルの構成要素の C の低下と D の向上が有効であることが説明されている（河野, 2019）。このモデルを踏まえて、主権者教育が C の低下及び D の向上に貢献すると仮定して分析する。

分析方法については、地域の個別効果と時点効果を考慮した固定効果モデルを用いた分析を行った。被説明変数は、2016 と 2017 年の国政選挙における 18 歳投票率を設定し、説明変数は同年の高校における主権者教育受講率とした（データの出典は表 1）。また、欠落変数バイアスを極力無くするために、寫田（2022）で投票率に影響を与えると示唆された、地域特有の変数（全日制及び定時制の 1 人あたり教育費、期日前投票所数、公共及び民間の諸施設数等）を制御変数として加えた。変数は、2016 年と 2017 年における都道府県別のデータを用い、主権者教育受講率については主権者教育受講者数/各都道府県の高校生徒数で算出した。

表 1 データの出典と基本統計量

変数名	平均値	出典・年度
18 歳投票率 (%)	48.5	総務省 HP 『第 24 回参院選結果』『第 48 回衆院選結果』
主権者教育受講率 (%) (主権者教育の受講者/高校生徒数 (全日制及び定時制))	12.6	総務省 HP 『主権者教育等に関する調査及び各種調査結果(2016-2017)』e-Stat 『都道府県データ高等学校生徒数(全日制及び定時制)』
在学者 1 人あたり教育費(全日制) (万円)	126.3	e-Stat 『在学者一人あたり教育費(全日制)』
在学者 1 人あたり教育費 (定時制) (万円)	213.3	e-Stat 『在学者一人あたり教育費(定時制)』
1 世帯当たり可処分所得 (万円)	43.6	e-stat 『1 世帯当たり可処分所得』
5 万人あたり期日前投票所数 (数/人口) (数)	3.0	総務省 HP 『第 24 回参院選結果』『第 48 回衆院選結果』 e-Stat 『総人口』
図書館 1 つ当たり人口 (人口/数) (万人)	3.5	e-Stat 『図書館数』 『総人口』
公民館 1 つ当たり人口 (人口/数) (万人)	1.4	e-Stat 『公民館数』 『総人口』
博物館 1 人あたり人口 (人口/数) (万人)	9.9	e-Stat 『博物館数』 『総人口』
社会体育施設一つ当たり人口 (人口/数) (万人)	2.5	e-Stat 『社会体育施設数』 『総人口』
民間体育施設一つ当たり人口 (人口/数) (万人)	0.8	e-Stat 『民間体育施設数』 『総人口』

筆者作成。

#### 4. 分析結果

表2 固定効果分析の結果

被説明変数		18歳投票率 (%)
説明変数 (単位)		係数 (標準誤差)
説明変数	主権者教育受講率 (%)	0.265*** (0.076)
制御変数	全日制在学者一人当たり教育費 (万円)	-0.096 (0.605)
	定時制在学者一人当たり教育費 (万円)	0.021 (0.031)
	1世帯当たり可処分所得 (万円)	0.195 (0.269)
	5万人当たり期日前投票所数 (数)	1.635 (3.459)
	図書館一つ当たり人口 (万人)	-12.417* (7.036)
	公民館一つ当たり人口 (万人)	-5.400 (3.226)
	博物館一人当たり人口 (万人)	0.591 (0.584)
	社会体育施設一つ当たり人口 (万人)	-8.900 (7.050)
	民間体育施設一つ当たり人口 (万人)	6.948** (2.705)
	時点効果	あり
個別効果	あり	
自由度修正済決定係数		0.417

筆者作成。\*\*\* $p < 0.01$ , \*\* $p < 0.05$ , \* $p < 0.1$ 。サンプルサイズ=47。

主権者教育受講率の係数の推定値は0.265であり(有意水準5%で統計的に有意)、主権者教育の受講が投票率を向上させることが明らかとなった。これは、仮に主権者教育受講率を20%上げた場合に投票率が5.3%増加することを示している。ライカー・オードシュックモデルに基づいて考察すると、主権者教育の受講により投票におけるコスト(C)が減少し、投票に対する義務感(D)が向上するためと考えられる。主権者教育が投票コストを下げる具体的な要因として、選挙に関する知識を身につけたことで、選挙に関する情報収集に割く時間が削減されたことや、選挙へ向かう心理的ハードルを下げるといったことが挙げられる。また、選挙について学び、関心を持ったことによる義務感の向上も考えられる。

#### 5. 政策提言

前節の結果をもとに、主権者教育の受講率が向上した場合の効果を京都府を事例として具体的に示してみる。京都府の主権者教育の受講率は7.3%である(2016-2017年度全国平均12.56%)。仮に、この主権者教育の受講率が全国5位の水準の28.5%まで向上したとする。その場合の投票率は

46.03%(全国34番)から51.63%(全国10番)に上昇することになる。したがって、主権者教育の受講の効果は大きいものと考えられる。そのため、以下では主権者教育の受講率を向上させるための政策提言を行う。本研究における政策提言として、課題として報告されている選挙管理委員会と高校の連携に向けた提案を行う(総務省, 2023)。

主権者教育の受講率向上のためには、選挙管理委員会との連携が求められる。京都市では、高校が京都市選挙管理委員会へ実施予定日の2か月以上前に、メールまたはFAXで出前授業申込書の提出後、打ち合わせをし、授業の実施という形式をとっている(京都市情報館HP)。このような事前申込形式は全国の選挙管理委員会で見られるが、申し込み時期が集中したり、年間計画がすでに決まっているために実施に消極的になってしまう、といった問題が報告されている(総務省, 2023)。

そのため、主権者教育をより普及させるにあたっては、事前申込形式に加えて、年間計画を作成する前段階で出前授業実施を募り、連携していく必要がある。まず、連携をするにあたって、選挙管理委員会は高校に対して出前授業の参加を促すために、1月~2月中に授業内容、目的、申し込み期間、実施のメリットを説明するパンフレットやガイドラインを配布する。また、校長会や教育委員会の会議で直接説明を行うことで、学校側の関心を高める取り組みを行う。申し込み期間を1月~3月に設定し、高校側は年間計画を作成する段階で、選挙管理委員会に出前授業申込書を提出し、オンラインツールを使用してスケジュール調整を連携して行う。実施後はアンケート調査を生徒と教員に対して行い、それをもとに翌年の1月~2月に振り返りと、今後の改善点を検討する。

以上の政策を実施することで、主権者教育受講率の向上と普及、それに伴う投票率向上を図る。

#### 参考文献

- (1) 総務省HP『国政選挙の年代別投票率の推移について』「衆議院議員総選挙における年代別投票率(抽出)の推移」
- (2) 総務省(2019)『18歳選挙に関する意識調査 報告書』P32
- (3) 総務省(2023)『山形県金山町〔模擬議会等を通じた主権者教育の推進〕』
- (4) 総務省HP『令和4年度 選挙管理委員会による主権者教育に関する調査報告書』

# 京都市の外国人観光客に対する災害情報発信

同志社大学政策学部 武藏ゼミ (河合・滝川・田中)

河合 優里 (Yuri KAWAI)・○滝川 将太 (Shota Takigawa)・田中 優輝 (Yuki TANAKA)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：サイト、SNS、アプリ

## 1. はじめに

日本は災害大国といわれるように、どの地域においても災害のリスクを常に抱えている。京都は、外国人の都道府県別宿泊数が全国5位であるため(観光庁 2023)、日本人だけでなく、外国人に対しても災害情報を的確に発信する必要がある。とりわけ、観光・レジャー目的の外国人の場合、日本で生活することを考慮しておらず、言語の壁や土地勘といった問題が根強く、一層、災害対策・発生時の避難について認識してもらう必要がある。

本研究では、京都市における外国人観光客を念頭に、京都府や京都市が行っている取り組みを踏まえ、望ましい災害情報の発信の在り方を提案する。

## 2. 現状分析

### 2.1 京都市の取り組み

京都市は、これまでに外国人観光客が災害情報を得やすくする取り組みを行ってきた。

その代表例が京都市・帰宅支援サイトである。京都市・帰宅支援サイトは、地図情報を活用し、外国人観光客を緊急避難先へ誘導することができるようになっている(京都市 2017)。また、「KYOTO WiFi」という公衆無線サービスと連携することで、災害発生時には自動的にこのサイトに誘導し、京都市・帰宅支援サイトを知らない外国人観光客であっても、利用できる仕組みが整っている。

しかし2024年、京都市は「KYOTO WiFi」の提供について、市営地下鉄では全31駅で、市バス停では231か所で終了することを発表した(京都市 2024)。したがって、京都市・帰宅支援サイトを知らない外国人観光客に対し、災害時の避難誘導を円滑に行うという観点では、課題があるといえる。

京都市は代替措置として、QRコードが掲載されたステッカーを市内に貼る取り組みを行っている。QRコードで市と観光協会が運営する「Kyoto City Official Travel Guide」というサイトに誘導しており、同サイトで災害情報を確認できるようになっている。また、災害発生時には災害に関する情報をトップページに掲載するように運用されており、外国人観光客が的確に情報を得られるような仕組みが整えられている(京都市 2023)。

### 2.2 京都府と京都市の取り組み

京都府と京都市が共同で取り組んだ事例として、「KYOTO Trip+」が挙げられる。「KYOTO Trip+」は、スマートフォンで利用できるアプリケーションであり、平時は観光情報を、緊急時は災害情報と、両方の情報を扱うという全国初の取り組みであった(JTB 総合研究所 2014)。「KYOTO Trip+」のユーザーに関する調査によると、観光情報だけでなく、防災情報も利用率が高いことが示されている(総務省 2014)。したがって、「KYOTO Trip+」が、利用者の防災意識の変化に寄与していると解される。しかし、京都府国際課に問い合わせたところ、2021年3月21日をもって「KYOTO Trip+」の提供が終了し、現在のところ、代替となるアプリケーションの開発は行っていない。

したがって、アプリケーションを活用し、インターネットにつながらない状況下でも災害情報を確認したり、プッシュ通知で災害情報を送信したりといったことができなくなった点で、利便性は低下したといえよう。

### 2.3 国の取り組み

国の取り組みとしては、観光庁が監修している「Safety tips」が挙げられる。「Safety tips」は、外国人旅行者を念頭に、災害情報を提供するとともに、プッシュ通知も行うアプリケーションである。「Safety tips」の普及を進めるために、内閣府は空港・出入国管理官署・地方公共団体の窓口などを活用している(内閣府 2019)。もっとも、「Safety tips」は「KYOTO Trip+」のように、京都に特化した情報を提供しているわけではないが、プッシュ通知を備えている点で、災害情報を得やすいという利便性を確保できているといえる。

## 3. アンケート・分析

問題意識の前提として現状を確認するために、実際に外国人観光客が①京都市での大規模災害に備えているか、②京都市・帰宅支援サイトを知っているかどうか、③「Safety tips」を知っているかどうか街頭アンケートを行った。京都市営地下鉄四条駅で49人・京都駅付近で31人の合計80人の外国人観光客に英語でアンケートを実施した。

アンケート結果を分析すると、まず、京都市に

おける大規模災害に備えている人は少ない。また、京都市帰宅支援サイトの認知度はかなり低い。他方、「Safety tips」の認知度は、京都市帰宅支援サイトに比べ高く、前述の内閣府の取り組みが一定の効果があることを示しているといえる。

表1 アンケート結果

	京都市での大規模災害への備え	Safety tips	京都市帰宅支援サイト
知っている(準備している)	7人	25人	1人
知らない(準備していない)	73人	55人	79人
認知度(小数点第三位以下四捨五入)	9.59%	45.45%	1.27%

#### 4. 政策提言

以上を踏まえ、外国人観光客向けの災害情報の発信について、以下のような政策を提言する。

##### 4.1 市営地下鉄・市バスを活用した京都市・帰宅支援サイトの普及

これまで、市営地下鉄および市バスでは、放送やデジタルサイネージを活用した啓発活動を行ってきた。

1つ目に、駅構内で京都市・帰宅支援サイトの啓発放送を行うという方法が挙げられる。また、駅構内だけでなく、市営地下鉄及び市バスの車内アナウンスで放送するという方法も挙げられる。具体的には、次に停車する駅やバス停を案内した後に、①サイトの名前・②事前に情報を得る必要性・③どのような情報が手に入るかを伝えるという方法である。

2つ目に、デジタルサイネージについては、市営地下鉄の場合、車内ディスプレイや駅構内の大型ディスプレイに表示するといったことが挙げられる。市バスの場合、のりばの大型ディスプレイに表示するという方法が挙げられる。

##### 4.2 SNSの活用

SNSの活用として、京都市防災ポータルサイトに外国人観光客向けの情報を掲載する、もしくは外国人観光客を念頭に、災害に関する情報を発信するアカウントを運用するといったことが挙げられる。また、X(旧ツイッター)だけでなく、画像や動画で情報を伝えやすいインスタグラムなどの他のSNSを活用することで、より多くの外国人観光客に伝わりやすくなる。

投稿内容としては、①災害予防の重要性・②災害発生時に身を守る行動・③避難場所・④避難ルート(京都市・帰宅支援サイトと連携)・⑤避難中の注意点などについて、写真や動画・イメージ画像を用いて簡潔に、また多言語で発信する。

そして、普及の方法として、現在京都市が行っ

ているQRコードの貼付場所の拡大施策と同様に、公共施設や観光案内所・宿泊施設・飲食店などにおいてSNSの存在をアピールするといったことが挙げられる。

##### 4-3 「KYOTO CITY OFFICIAL TRAVEL GUIDE」の機能拡充とアプリ化

機能拡充としては、まずサイト自体の魅力をより向上させアクセス数を増やし、そして防災情報も確認してもらうということが重要である。

例えば、サイト自体の魅力を上げるものとしては飲食店などで利用できるクーポンを配信することが挙げられる。

そして防災情報については、防災啓発動画や文章だけでなく、イラストなどを活用することで、伝わりやすい表記にすることが挙げられる。

また、アプリ化することで、サイトよりもアクセスしやすくなり、オフラインで使え、プッシュ通知ができ、通信速度の低下の影響を受けにくくなるといった効果が期待できる。

参考文献(URLの最終参照日は、すべて2024年10月7日)

- (1) 観光庁(2023)「宿泊旅行統計調査報告・都道府県別延べ宿泊者数(令和5年1月～12月)」(<https://www.mlit.go.jp/kankochu/content/001765068.pdf>)
- (2) 京都市(2017)「大規模災害への危機管理『京都モデルの帰宅困難者対策』と外国人対応について」(<https://f-gakkai.net/wp-content/uploads/2020/09/20-1-3.pdf>)
- (3) 京都市(2024)「京都市公衆無線LAN「KYOTO Wi-Fi」の市バス停及び地下鉄駅におけるサービス終了について」(<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000329378.html>)
- (4) 京都市(2023)「観光情報や災害情報に関する案内ステッカーについて」(<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000308285.html>)
- (5) JTB総合研究所(2014)「京都府と市、初の防災情報アプリ「KYOTO Trip+」運用開始へ」(<https://www.tourism.jp/project/tcm/trend/2014/02/21/kyoto-trip-plus/>)
- (6) 総務省2014「地域経営型包括支援クラウドモデル構築事業 スマートフォンアプリ『KYOTO Trip+』等 開発実証報告書」([https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000300754.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000300754.pdf))
- (7) 内閣府(2019)「外国人に対する災害情報の発信に関する取組み～防災・気象情報の多言語配信～」([https://www.bousai.go.jp/kohou/kouhoubousai/r01/98/news\\_04.html](https://www.bousai.go.jp/kohou/kouhoubousai/r01/98/news_04.html))

# 大学生の政治への関心向上のための実践研究

—ユースフェスティバル in 福知山を事例に—

福知山公立大学 3年杉岡ゼミ

○高橋和樹 (Takahashi Kazuki)・阿川ねね (Agawa Nene)・

後藤結衣 (Goto Yui)・清水彩華 (Shimizu Iroha)・田中敬護 (Tanaka Keigo)・

森駿介 (Mori Syunsuke)・山田和香 (Yamada Waka)

(福知山公立大学 地域経営学部 地域経営学科)

キーワード：大学生、政治、対話、

## 1. はじめに

若者世代における、自身の将来に関する意識は低下の一途をたどっている。日本財団が2024年に実施した18歳意識調査「国や社会に対する意識(6カ国調査)」によると、自国の将来について「良くなる」と答えた日本の若者は全体の15%、自身の将来について「夢を持っている」は60%と、いずれも6カ国中で最も低い数字となった。また、「自分の行動で国や社会を変えられると思う」は46%、とこちらも6カ国中最も低い。以上より、若者の将来に対する期待感は薄いといえる。

若者が希望を持っていないのは、自身の将来に関してだけではない。国の将来に関しても同様のことが言える。日本財団が2024年に実施した18歳意識調査「政治とカネ」において、日本の政治に対し、「クリーンである」「民意をよく反映している」「必要な判断が適時できている」の3点とも「そう思わない」「どちらかというそうは思わない」が75~87%となった。若者の政治に対する不信感が表れている結果といえる。

この現状を受け、実際の若者の政治に対する関心を把握するため、筆者らは、2024年4月に行われた統一地方選の際に、在学する福知山公立大学の学生をターゲットに「市長選に対しての興味」についての調査を行った。結果は、205名の回答を得ることができたが、市長選に「興味がある」という回答は27.3%に留まり、半数を超える55.1%が「興味がない」という回答であった。すなわち、選挙権の有無に限らず、現在生活している市の選挙に2人に1人は興味を持っていないという現状が明らかとなった。一方、「興味がない」と回答した人に追加で、「どうやったら興味を持ちますか」と質問したところ、「大学でイベントをしてほしい」、「授業で取り扱ってほしい」、「議員と直接話せる機会があれば興味を持つと思う」などの回答が寄せられた。

そこで、筆者らは、若者の政治に対する関心の低さには、政治家との距離感が遠く、「知る機会」の少なさが影響しているのではないかと、という仮説を立て、実際に政治家(地方議員)と大学生が知り合う機会を作り、その出会いの前後に意識がど

れだけ変容したのかを調査した。

## 2. 先行研究並びに先行事例による考察

吉川(2018)によると、若者の政治離れの背景には、日本の政治状況の方にも問題があると指摘する。日本の国政選挙制度は、1996年以降複雑化しており、選挙のしくみを理解する上で、きわめて高いリテラシーを要する。また、政策争点の不明瞭化も若者の政治離れの一因であると指摘している。

しかし、若者の政治離れの要因について、あくまで制度面からの指摘に留まっており、本研究の仮説である、若者と政治家との関連については触れられていない。

岡山・倉坂(2021)は、大学生の投票意欲には、政治や社会に対する不満よりも、何か社会の役に立ちたい、何かを変えたいというポジティブな思いが影響していると指摘している。そのため、大学生には授業や課外活動を通じて、政治や社会情勢を伝えるだけでなく、ポジティブな意識を醸成する取り組みを行う必要があると指摘する。

しかし、大学生の投票意欲向上のための取組の必要性については指摘しているが、具体的な取り組みの内容までは、触れられていない。

ところで、若者と政治家が直に交流する先行事例としては、2023年に青森県選挙管理委員会及び青森県明るい選挙推進協議会が主催した投票率向上を目的とした啓発イベント「ヤングフォーラム2023」がある。このイベントでは、学生と県議・市議との間で議論の場が設けられた。参加者からは「議員との話し合いの機会がもっと増えればよい」、「若いうちから選挙に実際に触れる機会をつくるべきだ」との意見が寄せられており、これは若者と政治家との距離感が依然として大きいことを意味している。さらに、政治家との対話の機会が提供されることによって、若者の政治への関心が高まる可能性があることが示唆される。

ただし、この先行事例では、イベント前後で参加者の政治への関心がどのように変化したのかについては触れておらず、不明である。

そこで、本研究は、大学生と政治家との対話の



場を設けることによって、政治への関心がどのように変化したのかを明らかにする。

### 3. 実践研究

筆者らが所属する福知山公立大学地域経営学部地域経営学科杉岡ゼミでは、2023年4月に行われた統一地方選挙(福知山市議会議員選挙)をきっかけに主権者教育プロジェクトに取り組んできた。具体的には主権者教育のためのinstagramページを立ち上げ、選挙前の啓発活動はもとより、選挙後も政治情報の常時啓発を続けている。また、丹波市議会と連携し、地元高校生、大学生、全議員がチームを作り、3ヶ月間のリサーチ活動後、議会にて地元高校生がそのリサーチ結果を踏まえた政策提言を行う「丹波市議会☆ミライブプロジェクト」を毎年実施しており、この活動は今年度早稲田大学マニフェスト研究所の「マニフェスト大賞議会改革部門 優秀賞」を受賞した。

そして、喫緊では、ゼミの主催で政治家と大学生の対話の場として「ユースフェスティバル in 福知山」を11月5日に行った。

具体的には、関西の若手地方議員8名に来ていただき、大学生と対話を行うというものである。ここでのポイントは特定の政党や会派に偏りが出ないようバランスの良いメンバーにすることと、そして、男女バランスはもとより年齢もなるべく大学生に近い地方議員に集まってもらうことである。対話の内容はそれぞれの地方議員に持ち寄ってもらい、大学生と意見交換を実施することとした。大学生の想定は30名程度であり、1テーブルで大学生3人もしくは4人と地方議員1名とし、ワールドカフェ方式で多様な地方議員と対話できる工夫を施した。そして、参加学生には、イベント参加前と参加後にアンケートを実施し、政治家に対するイメージの変化を調査した。

具体的には、イベント参加前のアンケートは、①「これまで議員と直接対話したことがありますか」、②「現時点で、自分の住民票がある地域(地元など)の議員とお話をする機会があれば参加しますか」、③「現時点で、議員の活動にアンテナを張っている、もしくは張っていききたいと思えますか」、④「現時点で、政治に関する意見を日常会話でしていますか」の4問である。

イベント参加後のアンケートは、①「なぜイベントに参加しようと思いましたか」、②「イベントへの参加前後で議員に対するイメージは(プラスに)変わりましたか」、③「議員が普段のような活動をしているか知っていましたか」、④「イベントに参加したことで、市政や議員について自分で調べようと思いましたか」、⑤「イベントを通して、少しでも政治に興味が湧きましたか」、⑥「今回のようなイベントが今後もあったら参加したいですか」の6問である。

そして、参加の地方議員にもアンケートを実施し、大学生と対話することについての意義について調査を行った。

なお、イベント開催が本原稿執筆後であるため、アンケート結果については収録が適わない。「第20回 京都から発信する政策研究交流大会」の当日に報告を行う。

### 4. おわりに

本稿では、若者の政治への関心が低いことの要因は、政治家との距離感が遠く、「知る機会」が少ないからなのではないかという仮説を立てた。そして、その仮説を検証するために、「ユースフェスティバル in 福知山」というイベントを実施し、大学生と政治家の対話の機会を設けた。イベント開催が本原稿執筆後であるため、この結果についてここでは収録できないが、「ユースフェスティバル in 福知山」のようなアプローチは福知山市内に留まることはなく、全国の地域で同様に実施できる可能性がある取組であると考えている。

いずれにしても、若者の政治への関心を高めるための方法として主権者教育が実施されているが、内容を見ると、模擬投票の実施や不在者投票などの選挙制度を学ぶことに見られる制度面の教育がまだまだ多い。政治に関心を持ってもらいたいのであれば、やはり実際に政治家と関わる・対話する機会をつくるのが最も近道であろう。

### 5. 参考文献

- (1) 岡山咲子、倉坂秀史(2021): 大学生の投票意欲に影響する属性と意識と行動について、自治体学会、35巻、1号、pp. 76 - 80
- (2) 榎引素夫、池田修真、大野愛梨、加藤未宙、木村拓海、高橋優誠、藤田奏、三浦紗綾、山田青空(2024): 若者の投票率向上をめぐる検証と対話 青森大学における「ヤングフォーラム 2023」の実践から、青森大学附属総合研究所紀要、25巻、2号、pp. 43 - 52
- (3) 日本財団(2024): 18歳意識調査結果 第62回テーマ「国や社会に対する意識(6カ国調査)」、<https://www.nippon-foundation.or.jp/who/news/pr/2024/20240403-100595.html> (閲覧日: 2024/10/19)
- (4) 日本財団(2024): 18歳意識調査結果 第63回テーマ「政治とカネ」、<https://www.nippon-foundation.or.jp/who/news/pr/2024/20240509-101222.html> (閲覧日: 2024/10/19)
- (5) 古川徹(2018): 社会的なものにかかわりたがらない若者たち 社会意識論から視た現代日本の若者、日本教育心理学年報、57巻、pp. 276 - 278
- (6) マニフェスト研究会(2024): 第19回マニフェスト大賞「優秀賞」「躍進賞」(計41件)を発表しました、<http://www.local-manifesto.jp/manifestoaward/docs/2024092700011/> (閲覧日: 2024/10/19)