

みんなくりポジトリ

国立民族学博物館学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

A Study of Tourism and Gender in Kyoto

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2009-04-28 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 工藤, 泰子 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.15021/00001948

京都観光と女性

工藤 泰子
大阪学院短期大学

A Study of Tourism and Gender in Kyoto

Yasuko Kudo
Osaka Gakuin Junior College

従来、我が国における観光主体（ゲスト）の主流は男性であり、女性は専らホスト役と見なされていたが、近年、観光主体のジェンダー差がほとんど見られなくなってきた。とりわけ、京都における女性観光客の増加は著しく、現在では、女性客の割合が男性のほぼ2倍を占めている。

京都は、女性を対象にしたサービス内容が充実しており、多くの女性観光客を魅了している。しかし、それ以上に、女性ホスト・女性ゲストによって形成された「女性的なイメージ」の与える影響が大きいのではないだろうか。

現在までの京都、観光、女性の3点をキーワードにした研究は、観光主体もしくは、観光客体のどちらか一方について触れるものの、両者の相互作用についてあまり述べられてこなかった。本稿では、ジェンダーの視点から観光主体の変化、および京都のイメージを明らかにし、女性ホスト・ゲストの相互作用について考察する。

Whilst the tourists in Japan, had been traditionally dominated by men, women were regarded as 'hosts'. However, today the gender gap is normal. Moreover, the growth of the ratio in female tourists is particularly apparent in Kyoto.

Kyoto now receives double the number of female tourists than that of male tourists. The number of female tourists in Kyoto has been dramatically increasing, ever since it reached the equivalent level that of male tourists.

This can be regarded as a direct consequence of various products and services created for female tourists. However, it should not be neglected the 'image' created by the interaction of female hosts and female guests in Kyoto.

The studies of tourism and gender in Kyoto, has tended to be of either female hosts or female guests. Therefore, the aim of this paper is to examine the influence of the 'image' created by the interaction of female hosts and guests in Kyoto, by clarifying the changing of trends of tourists and analysing the 'image' of Kyoto.

- | | |
|--------------------------------|-------------------------|
| 1 観光とジェンダーの先行研究 | 3.3 「古風な日本女性」のイメージ |
| 2 観光主体に見られるジェンダー差 | 3.4 イメージに向けるまなざしのジェンダー差 |
| 2.1 国内観光に見られるジェンダー差 | |
| 2.2 入浴観光客に見られるジェンダー差 | |
| 3 京都のイメージとジェンダー | 4 人的観光資源と女性 |
| 3.1 「ホスト」としての女性のイメージ | 4.1 従来の京都の観光資源 |
| 3.2 「華やかなホスト」・「ゲスト」としての女性のイメージ | 4.2 人的観光資源の可能性 |
| | 5 むすび |

* key words: gender, Kyoto, interaction of hosts and guests, image

* キーワード: ジェンダー, 京都, ホストとゲストの相互作用, イメージ

1 観光とジェンダーの先行研究

日本において、観光とジェンダーをキーワードにした研究は、男性を観光主体とした東南アジアにおけるセックス・ツーリズム (Cohen 1982; Hull 1992; 大畑 1996; Richter 1989: 97-107他) が中心であり、ゲスト男性よりも、むしろホスト・コミュニティに与える影響に目が向けられていた (Swain 1989)。しかしながら、近年では、安福 (1997) のように「女性のエンパワーメント」に関する報告もみられるようになった。姜 (1999, 2000, 2001) は、日本旅館における女将の役割に着目し、そのリーダーシップについて分析した。山上 (2002: 52-68) は、京都で活躍する女性 (女将, 舞妓, 大原女, 白川女等) を「人的観光資源」として高く評価している。

橋本 (1999a, 1999b) は、日本における観光とジェンダーに関する様々な枠組みからのアプローチを行った。そして、今まで性差に起因すると考えられていたことが、必ずしもそうではなく、個々の生活様式や価値観などの影響を考慮し、「ジェンダー・フリー」な立場からの分析の必要があると指摘した (橋本 1999b: 314)。

京都については、「京女」(奈良本 1967; 渡辺 1989; 松見 1995他) や女将 (京都新聞社 2001他), 舞妓 (相原 2001他) など女性をテーマにした著書が多く、「もてなす女性」と「もてなされる男性」といったホスト・ゲストの記述はあるものの、観光との関連性に及んでいない。京都、観光、女性の3点については、古代から都に住む女性の旅 (西野 1987; 工藤 2001b; リクルート 2001) など歴史的視点のものが主流であった。現代京都観光と女性との関連については、観光資源として「ヒト」の可能性を考察したもの (山上 2002; 三ッ木, 山上 2001) や、観光主体としての女性の増加について触れたもの (西口 2001) があるものの、あまり例がない。

2 観光主体に見られるジェンダー差

2.1 国内観光に見られるジェンダー差

昭和43（1968）年から平成12（2000）年にかけての国内宿泊観光参加率を見ると、女性の参加率の増加が著しい（図1）。昭和43年の時点では、男性60.2%、女性44.0%で、差が16.2ポイントもあり、国内観光の主流は男性であったといえる。しかし、女性の社会進出、経済力の上昇に伴い、女性旅行者数が増加した。さらに、昭和45（1970）年に始まる「ディスカバー・ジャパン」、同時期に創刊されたファッション雑誌『an an（アンアン）』、『non no（ノンノ）』の旅行記事に触発された女性旅行者の影響で（白幡 1996: 78-83）、男女格差が縮小されていく。平成6（1994）年には女性の参加率が60.3%にのぼり、初めて男性のそれを上回った。

およそ30年の間に、男性は60.2%から56.6%へと減少しているのに対し、女性は、44.0%から52.8%に増加した。平成12年では、微妙に男性の参加率の方が上回っているが、男女差はほとんど見られなくなっている。

次に、国内旅行の阻害要因について考えてみる。阻害要因に性別の大きな開きがあったのは、「時間的な理由」（男女差10.8）と「家を離れられない事情があったから」（男女差-8.7）であった（表1）。この2つの要因を年齢別に見ると、時間的理由については、特に30～49歳代において男女の差が著しいのに対し、「家を離れられない事情」を理由にした男女差については、25～69歳代と広範囲に及んでいる（表2）。時間的理由について

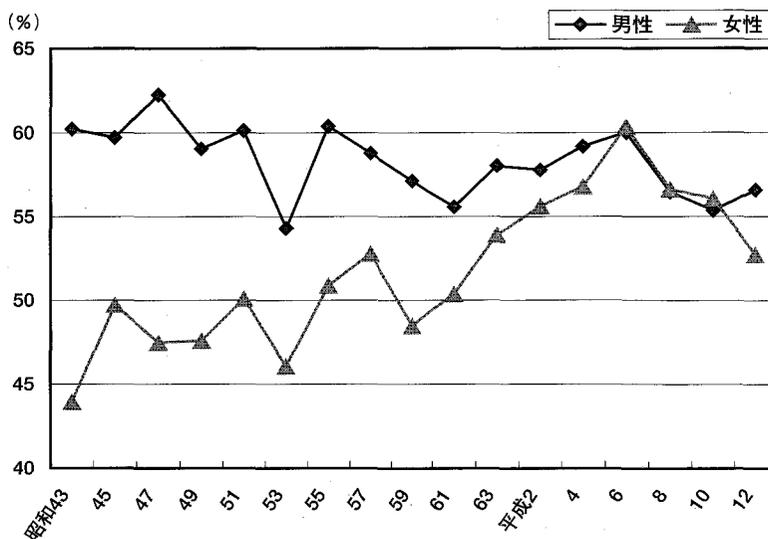


図1 国内宿泊観光参加率の推移（性別）

日本観光協会（2001）『平成12年度 観光の実態と志向』56頁を参照作成。

表1 国内宿泊観光旅行の阻害要因（性別）

（単位：％）

理由	全体	男性	女性	男女差
出張等の旅行で観光レクリエーションもしたから	5.6	6.6	4.7	1.9
経済的余裕がないから	26.2	29.0	23.8	5.2
時間的余裕がないから	40.9	46.7	35.9	10.8
家を離れられない事情があったから	18.1	13.4	22.1	-8.7
健康上の理由で	14.9	11.7	17.7	-6.0
計画を立てるのが面倒だから	3.3	3.6	3.0	0.6
一緒に行く人がいないから	3.4	3.3	3.5	-0.2
行きたいところがないから	3.8	5.1	2.8	2.3
他にやりたいことがあるから	5.7	7.8	3.9	3.9
何となく旅行しないままに過ぎた	21.2	21.4	21.1	0.3
海外旅行をしたいから	2.7	2.5	2.8	0.3
旅行は嫌いだから	3.3	3.0	3.6	-0.6
その他	8.6	6.8	10.1	-3.3

複数回答があるため100%にならない。

日本観光協会（2001）同掲書，90頁を参照作成。

表2 年齢別にみる男女差の大きな阻害要因

（単位：％）

	時間的理由			「家を離れられない事情」		
	男性	女性	男女差	男性	女性	男女差
25～29歳代	51.1	49.3	1.8	6.4	20.3	-13.9
30～34歳代	61.5	44.6	16.9	7.7	16.9	-9.2
35～39歳代	62.1	52.3	9.8	6.9	13.6	-6.7
40～49歳代	62.0	45.0	17.0	18.0	29.7	-11.7
50～59歳代	51.6	40.7	10.9	20.5	32.2	-11.7
60～69歳代	25.9	23.5	2.4	21.2	35.7	-14.5
70歳以上	9.6	6.2	3.4	15.1	14.6	0.5

日本観光協会（2001）前掲書，90頁を参照作成。

は、男女共通して59歳までの約半数近くが阻害要因と考え、60歳以上からは激減している。しかし、「家を離れられない事情」は、年齢に関わらず、女性ばかりに集中した重い負担であり、旅行を妨げる原因になっている。

橋本（1997）は、性別による家庭での役割が、海外旅行参加意志の相違に反映していることを指摘したが、同様の傾向が国内旅行にも見られた。

観光を可能とするためには、①経済的余裕、②時間的余裕、③観光への意欲の3点が前提条件となる。表1に挙げられた「経済的余裕」「時間的余裕」以外の多くの理由は、「観光への意欲」という自発的欲求を減退させる更に細かな要因に過ぎない。具体的な理由項目を見ると、「経済的余裕」「時間的余裕」を除けば、「家を離れられない事情」だけが、自分以外の何かに起因している。換言すれば、男性の場合、少なくとも「自分さえ」条件がそろ

えば何ら支障なく旅行に出かけられる可能性が高いのに対し、女性の場合、たとえ自らの条件がそろったとしても、旅行や外出を躊躇せざるを得ない立場にあるといえよう。

現代日本においては、観光地における「ゲスト＝男性」という考え方は成立しない。数字の上でも、女性の方が多く訪れる観光地も多々存在する。しかし、女性が家庭から一時的に「離れる」ことに関しては、自分以外のヒト、コトによって欲求を減退させられ、男性以上に家庭における責任を強く感じており、ジェンダーの差異が明らかであった。

2.2 入洛観光客に見られるジェンダー差

入洛観光客の性別を見ると、昭和46（1971）年には男性客54.9%、女性客44.5%であったが、昭和51（1973）年に女性客の数が初めて男性を上回った（図2）。先述のように、国内観光においては、男女格差が縮小されたに過ぎないが、京都に関しては、昭和60（1982）年までに格差の「縮小」を終え、それ以降、女性客の方が完全に上回っている。平成10（1998）年まで、毎年のように従来の「逆男女格差」が広がっている。平成12（2000）年現在、入洛観光客数4,051万人（前年比152万人、3.9%増）のうち、女性客（64.7%）は男性客（35.3%）のほぼ2倍を占め、入洛観光客における女性の存在の大きさが伺える。

女性客の急増から、全国に先駆けて女性専用の「レディース・ホテル」が出現し、一時は9件にまでのぼった。現在では、女性に限定された宿泊施設は、むしろ実用性に欠けるために減少したが、京都には、敢えて「女性限定」とは言わないまでも、明らかに女性客をターゲットにした商品、サービス、情報が溢れている。

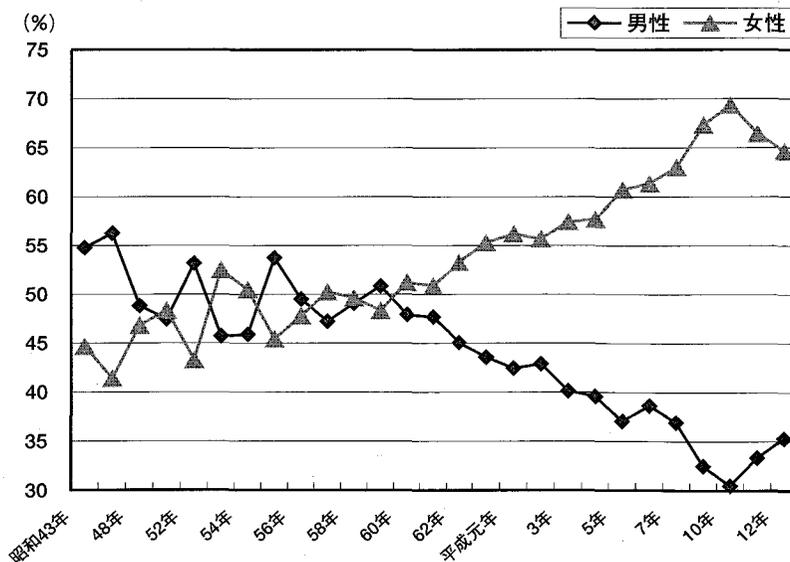


図2 性別入洛観光客の推移

京都市産業観光局（1971～2000）『京都観光調査年報』を参照作成。

しかし、現在の公的な立場からのアプローチには、ジェンダー別の相違は見られない。

京都市は、平成13(2001)年1月、現状から約1,000万人(25%)増の「観光客5,000万人達成」を目標に、「京都市観光振興推進計画—おこしやすプラン21(付表)」を策定した(京都市 2001: 4-8)。全項目の中に女性観光客を意識した事業内容はなく、橋本(1999b)が言う‘ジェンダー・フリー’な立場がとられている。ジェンダーより、むしろ‘個別なもの’(この場合、‘バリア・フリー’を必要としている者)に視点が向けられていると言ってよい。市が発行する観光小冊子(『おこしやす』シリーズ)についても同様で、どちらか一方のジェンダーに主眼が置かれている様子は見られなかった。

3 京都のイメージとジェンダー

今日、一般的な「京都のイメージ」として、古都、神社仏閣、町家、舞妓さんなど、京都の中でも限られたエリアにだけ存在するもの(柳沢 2001)がシンボルとして扱われている。

しかし、京都が誇る従来の観光資源(自然、神社仏閣など)が、女性ばかりに好まれるというわけではない。「国内観光旅行の主な目的」の調査結果(日本観光協会 2001: 96)によれば、自然や歴史的資源に対する嗜好にジェンダー差は生じていない¹⁾。

京都の風景についていえば、樋口(1993: 190-205)は、地形的に周囲を囲まれた「隠れ場所」となるような地、「山の辺」と「水の辺」の風景を持つ地を「棲息地」とよんだ。「棲息地」の風景は、母性的な「休息のイメージ」・「女性的なイメージ」に重なり、日本人全体に好まれるという。彼の原理から言えば、歴史・文化的背景以前に、京都の地形自体がそもそも「女性的」であるといえるが、やはり女性だけに、もしくは、女性により一層好まれるというわけでもない。

ところが、「京都」と言えば、平安王朝の雅な世界を代表に、京を舞台に活躍した女性やその時代をシンボルとした「女性的なイメージ」が創出されている。現在、京都に「似合う」と見なされ、京都を「好む」とされているのは、女性であり、ガイドブック等には必ず和服姿の京女性の写真や挿し絵が掲載される。観光主体についても、和装、洋装を問わず、女性の姿が多く、「女性的なイメージ」が形成されている。

以下、京都における「女性的なイメージ」の変化と、性別によるまなざしの差異について考察する。

3.1 「ホスト」としての女性のイメージ

近世では、伊勢参詣に事寄せた京都観光が流行し、江戸時代を通して多数の名所案内記が発行された(工藤 2001a)。江戸時代初期に発行された京都の名所記、『京童』(中川喜雲 1658)、『京雀』(浅井了意 1665)の挿絵に登場する「ヒト」を見ると、主に前者は各名所の由来に関する人物、後者は都で日常の生活を送っている人々が描かれている

(國書刊行会 1976)。性別の見分けがつかない絵もあるが、両者ともに男性の登場人数の方が圧倒的に多い。江戸時代後期にベストセラーとなった『都名所図会』(秋里離島)についても同様で、その時代背景からも、女性的な(女性をイメージした)部分が各名所に強く表面化してはいない。

しかしながら、文学の世界では、かなり京都の「女性的なイメージ」が伺える。二鐘亭半山は、江戸には武士(男性)ばかりが多いのに対し、京には女性が多く、しかも「夜も若き女ひとりありく」姿に驚いた(『見た京物語』)。また、滝沢馬琴によれば、「京によきもの三つ、女子、加茂川の水、寺社」であり、遊廓を訪れる「客は春他国の人三分の二、地の人三分の一也、秋より冬のうちは、地の人三分の二、旅人三分の一」(『羈旅漫録』)で、「男性ゲスト」をもてなす「女性ホスト」としての役割が描写されている。

馬琴の記述も含めて、「京女」は、理想的な女性の象徴として扱われることが多く、京を舞台に活躍した特定の女性はもとより、一般的「京女」が賞賛の対象とされてきた(奈良本 1967: 91-146; 京都新聞社 1991: 20-35)。近松門左衛門(『好色一代女』)は「女は都にまして何国を沙汰すべし」と絶賛し、「東男に京女」という男女の組み合わせが理想とされた時代もあった。これらの賞賛は、「京女」の外見と気品に対する男性からの評価であり、京都は「男性ゲスト」にとって、良い「女性ホスト」の多い観光地」というイメージが形成されていたのである。

3.2 「華やかなホスト」・「ゲスト」としての女性のイメージ

写真1は、京都を特集した旅行パンフレットの表紙である。「八つ橋」「清水の舞台」「人力車」「金閣寺」「舞妓さん」など、一見して京都とわかるイメージ・シンボルが凝縮されている。そこには、計10の「ヒト」(舞妓・芸妓3名、女性観光客2名×3シーン、車夫1名)が描かれており、女性2人を乗せた人力車を引く車夫だけが男性である。頻繁にイメージ・シンボルとして登場する舞妓を町で見かけることはめったに無く、人力車はあくまでも観光用に「創り出された」イメージの抜粋である。しかし、ここでは「華やかなホスト(舞妓・芸妓) = 女性」, 「もてなしを受けるゲスト(観光客) = 女性」, 「力仕事をするホスト = 男性」という役割分担がなされ、「女性の天下」が描かれている。



写真1 旅行パンフレットに描かれる女性
近畿日本ツーリスト(2001)「みちしるべ
京の夏の旅」の表紙。

3.3 「古風な日本女性」のイメージ

京都は、「古都」「神社仏閣」など「日本のふるさと」的イメージと同時に、女性が和服を好み、京言葉を使い、立居振舞いに気を配る「古風な日本女性」の街としてのイメージが形成されている（山上 2002: 56-57）。

旅行情報誌（A）には、「京女のきれいを学ぶ体験メニュー」と名付けられた特集で、舞妓変身、着物で散策、茶道、華道、お茶屋遊び、日本舞踊などの全16項目が紹介されていた。そこには、「凜とした心」「ほんなりと雅やかな人に触れ、時を過ごす…憧れに近づくひととき」といった表現が用いられている。疑似体験を通じて「京女」から学び、「京女」に近づく、自己実現欲求の具体化策ともいえる。ここでも、「京女＝憧れの存在」として扱われているが、明らかに江戸時代の「男性ゲスト」をもてなす「女性ホスト」の関係とは異なる。「女性ゲスト」は、憧れの「女性ホスト」から、もてなし以上の何かを修得することを目的としている。「お茶屋遊び」体験を例にとると、単に芸舞妓にもてなされることよりも、「優美な所作ともてなしの心」を学ぶことを主眼にしており、ホスト・ゲスト双方が相手を敬う姿勢が見受けられる。

3.4 イメージに向けるまなざしのジェンダー差

また、男性向け情報誌（B）の京都特集は、女性や一般向けの京都情報とは全く違うアプローチをしていた。「男の京都」と名付けたその特集は、お茶屋のルールや遊び方など、いかにして「一見さんお断り」を打破し、お茶屋体験ができるかを説明していた。男性ゲストにとっては、「一方的」にもてなしを受け、かつて祇園で遊んだ天下の志士に自らを重ね、「おれもひとかどの男になった」と自覚する（五木 2001: 203-207）ことが最大の目的なのである。

男性ゲスト・女性ゲストともに、花街で活躍する「華やかな女性ホスト」にまなざしを向けている。しかし、男性ゲストが「もてなされること」を期待し、ステータスと捉えているのに対し、女性ゲストは、与えられたものを受け入れるだけでなく、ホストから何かを修得することを目指す「自律的な観光者」（石森 2001b: 11-12）といえるであろう。

4 人的観光資源と女性

4.1 従来の京都の観光資源

我が国で「観光資源」の語が用いられたのは、1930年から1935年に鉄道省国際局において英語のresources for tourists を和訳したことが始まりと言われている。観光資源の全てを分類することはできないが、一般的には、自然景観系資源（自然資源）と人文景観系資源（人文資源）に二大別される（小谷 1994: 50-51）。

（財）日本交通公社の観光資源の分類²⁾によると、京都には評価の高い観光資源（特A～

表3 自然資源と人文資源の数

順位		自然資源				人文資源					
		計	特A	A級	順位	B級		計	特A	A級	B級
1	北海道	116	1	38	77	1	京 都	136	4	44	88
2	長 野	80	1	16	63	2	奈 良	93	4	9	80
3	群 馬	45	1	7	37	3	東 京	67	1	16	50
43	京 都	6	0	1	5	4	大 阪	46	1	7	38
	京都市	4	0	1	3			124	4	41	79

日本交通公社 (2000) 『観光資源評価台帳—特A級, A級, B級評価別・資源別・県別一覧表』を参照作成。

表4 「モノ・コト・ヒト」の観光資源

モノ(ハード)	自然資源・人文資源・産業的資源・観光商業施設・名品・名産・土産・郷土料理等
コト(ソフト)	人文資源:祭・年中行事,見本市・イベント・アトラクション・コンベンション・企画演出・アイデア等
ヒト(ヒューマン)	人的資源:京都を事例にすれば,演芸人(各家元・芸舞妓・大原女・白川女・大道芸人等を含む),京都の伝承技術の匠・名物女将・観光大使・文化人・名士,ホスピタリティあふれる市民(NPO・ボランティア)等

山上徹 (2002) 『観光の京都論』学文社, 48頁。

B級) が存在し, その多くは人文資源に属する (表3)。京都府を他都道府県と比較すると, 自然資源は北海道の116件に対し, 6件しかないが, 人文資源については, 2番目に多い奈良を大きく引き離している。京都府全体の人文資源 (136) のうち, 9割以上を占める124件が京都市内に存在している。

4.2 人的観光資源の可能性

山上 (2002: 46-48) は, 上記のような観光資源の二大別だけでは観光行動の現実に即さず, 「五感に訴える京都の観光資源」として, 「人的観光資源:ヒト (ヒューマン)」の重要性を主張している。人的資源とは, 演芸人や京都の顔となるような「ヒト」の他, ホスピタリティあふれる市民をも包含する (表4)。

「名物女将」(京都新聞社 2001: 213) や, 芸舞妓の活躍 (相原 2001: 167-169) などは, 「人的観光資源」における, 京都の「女性的なイメージ」を一層色濃くしている。同時に, 「一般市民」としての女性を抜きに「ヒト対ヒト」の京都観光は成立しない (工藤 2002)。

筆者は, 昨年7月, 一般人向けの観光関連公開講座の受講者を対象に「京都観光について」のアンケート調査を行った (工藤 2001c: 96)³⁾。ジェンダーの視点から受講者の観光に対する関心についてここに紹介する。

アンケート回答者は144名 (男性51, 女性93) で, そのほとんど (9割以上) が観光関連

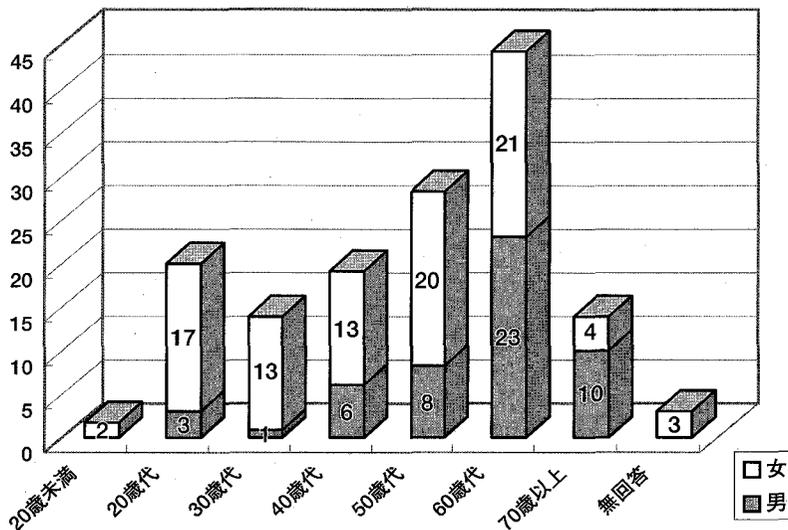


図3 性別受講生内訳
アンケート調査により作成。

の職業に従事していない、いわゆる「一般市民」であった。調査の対象となった講座は、毎週末、計4回にわたって行われたものであり、通常の就業時間とは重なっていない。しかし、実際のところ、職業を「家事(29名)」や「無職(32名)」とした回答者が全体の42.4%も占めており、平日(通常就業時間)の在宅時間が長いと思われる人であった。平日の在宅時間が短いと思われる男性は、たとえ開催時間が受講可能の講座であっても、わざわざ休日を返上してまでも、受講のための労力を費やさないとというのが実状である。そのため、60歳以下の受講者は圧倒的に女性が上回っていたのに対し、60歳代になると男性が女性を上回り、70歳以上になるとさらに男性の割合が上昇するという結果が生じた(図3)。

高齢に(離職可能性が高く)なるにつれて男性の割合が増加していることから、観光に対する潜在的な意識・関心については、ジェンダー差がないと考えられる。しかし、現実には上記例のように、参加、学習する機会が女性により多く与えられている。それゆえ、知識を深めた「一般市民」としての女性に、観光客と関わる(「ヒト対ヒト」の人的資源的役割)機会がより展開されやすいのである。

5 むすび

かつて、我が国における観光主体は男性が主流であったが、現在ではジェンダー差がほとんど見られなくなった。とりわけ、京都観光における女性観光客の増加は著しく、現在までに「逆男女格差」が拡大し、女性客が男性客のほぼ2倍を占めるほどに至った。

一般的な京都のイメージは、風光明媚な自然、歴史的な遺産など、従来の観光資源（自然系、人文系）に起因するものである。しかし、自然や歴史に対する嗜好にジェンダー差は生じていない。それにもかかわらず、京都が女性に「似合い」、女性に「好まれる」と見なされるのは、女性ホスト・女性ゲストの相互作用による‘自律的’な「女性的イメージ」が形成されているためではないか。

京都の女性は、男性ゲストをもてなす最上のホストとして評価され、‘男性にとって’の「女性的なイメージ」を持つ都であった。このイメージは、現在でも男性の意識に存在しており、女性ホストから一方的にもてなしを受けることで、自己の満足感に浸っているのである。

一方、女性ゲストの場合、ホストからもてなされること以上に、学び、修得することを期待している。これは、ホスト側も同様で、芸舞妓、女将のようなある種特別な立場のヒトはもとより、‘一般市民’としての女性もホストとしての自覚を持ち、自らを高めているのである。

観光についての潜在的な意識・関心にジェンダー差は無いと思われるが、各種講座への参加や学習の機会が女性により多く与えられていることから、ゲスト・ホスト双方において、女性が京都観光の中心的役割を担う立場にあるのが現状である。

21世紀の観光は、地域社会と観光者の両サイドからの「自律性」への期待が高まりつつある（石森 1996, 2001a）。世界的に観光とジェンダーへの関心が高まり、女性の地位向上が求められる中、ジェンダー視点からの京都における観光は、女性ゲスト、女性ホストの双方が自律的意志を持ち、相互の関係を高めた好例と言えるのではないだろうか。しかしながら、「ジェンダー」は両性に中立な語であり、男性ゲストの意識、男性ホストの学習機会の問題など、「女性」にとらわれず、更なる発展・研究を進めることが必要だと思われる。

注

- 1) (財) 日本観光協会による国内観光旅行の目的調査では、「自然・名物等の見物や行楽」（男性 22.4%、女性 23.2%）、「神仏詣」（男性 2.3%、3.3%）とジェンダーによる大差はない。
- 2) (財) 日本交通では、全国の観光資源を自然資源（山岳、高原、原野、湿原、湖沼、峡谷、滝、河川、海岸、岬、島、岩石・洞窟、動物、植物、自然現象）、人文資源（史跡、社寺、城跡・城郭、庭園・公園、歴史景観、地域景観、年中行事、建造物、動植物園・水族館、博物館・美術館）に分類し、「特A級（SA）」「A級」「B級」「C級」のランク付けを行っている（日本交通公社『美しき日本』1999年、200頁）。
- 3) アンケート調査には、同志社女子大学・山上徹教授、(財) 大学コンソーシアム京都のご協力をいただいた。

文 献

相原恭子

2001 『京都 舞妓と芸妓の奥座敷』東京：文春新書。

Cohen, E.

1982 Thai Girls and Farang Men: The Edge of Ambiguity. *Annals of Tourism Research* 9(3): 403-428.

Hall, C. M.

1992 Sex tourism in Southeast Asia. In D. Harrison (ed.) *Tourism and the Less Developed Countries*, pp.64-74. London: Belhaven Press.

橋本佳恵

1997 「観光における「ジェンダー問題」に関する研究」『日本観光研究学会第2回全国大会論文集』pp.1-8, 日本観光研究学会。

1999a 日本人の観光に関するジェンダー視点からの考察」『日本観光学会誌』pp.31-42, 日本観光研究学会。

1999b 「観光サービス評価における性差に関する研究」『日本観光研究学会第14回全国大会論文集』pp.309-314, 日本観光研究学会。

樋口忠彦

1993 『日本の景観』東京：筑摩書房。

石森秀三

1996 「観光革命と20世紀」石森秀三編『観光の20世紀』東京：ドメス出版。

2001a 「内発的観光開発と自律的観光」石森秀三・西山徳明編『ヘリテージ・ツーリズムの総合的研究』(国立民族学博物館調査報告21), pp.5-20。

2001b 「21世紀における自律的観光の可能性」石森秀三・真板昭夫編『エコツーリズムの総合的研究』(国立民族学博物館調査報告23), pp.5-14。

五木寛之

2001 『日本人のこころ1』東京：講談社。

姜聖淑

1999 「日本旅館における人的サービスに関する考察」『日本観光研究学会全国大会研究発表論文集』14, 317-318。

2000 「日本旅館における女将のリーダーシップ研究」『日本観光研究学会全国大会研究発表論文集』15, 97-100。

2001 「「女将」のリーダーシップ類型と満足度に関する研究」『立教観光学研究紀要』3, 119-120。

近畿日本ツーリスト

2001 『みちしるべ 京の夏の旅』東京：近畿日本ツーリスト。

国書刊行会

1976 (1910) 『近世文藝叢書第一』(復刻), pp.291-343, 399-483, 東京：第一書房。

小谷達男

1994 『観光事業論』東京：学文社。

工藤泰子

2001a 「京都 国際文化観光都市の形成 (1) 古代・日本における「観光」(上)——「旅」と「観光」の考察」『大阪学院大学通信』32(8), 65-77。

2001b 「京都 国際文化観光都市の形成 (1) 古代・日本における「観光」(下)——都人の観光」『大阪学院大学通信』32(9), 79-98。

2001c 「住民意識調査の意義について——これからの観光地調査の課題」『日本観光学会誌』39, 95-99。

- 2002 「京都観光におけるホスピタリティについて」『HOSPITALITY』9, 51-55。
京都市産業観光局観光部観光企画課
- 2001 『京都市観光振興推進計画—おこしやすプラン21』京都市産業観光局観光部観光企画課。
京都新聞社編
- 1991 (1972) 『京男・京おんな』12版, pp.20-35, 京都新聞社。
2001 『おこしやす京の女将さん』p.213, 京都新聞出版センター。
- 前田勇
- 1995 「観光とサービスの心理学」東京：学文社。
- 松見萬里子
- 1995 『平安～平成 京女』大阪：関西書院。
- 三ッ木丈浩・山上徹
- 2001 「京都の観光資源」山上徹編『おこしやすの観光戦略』pp.19-30。
- 奈良本辰也
- 1967 『京都故事物語』東京：河出書房。
- 日本観光協会
- 2001 『平成12年度 観光の実態と志向 第19回国民の観光に関する動向調査』日本観光協会。
- 西口光博
- 2001 「京都市観光の現状」山上徹編『おこしやすの観光戦略』pp.31-50。
- 西野信明編
- 1987 『わたちの長谷みち』京都：文理閣。
- 大畑裕嗣
- 1996 「観光と文化交流」香川真編『現代観光研究』pp.107-124, 京都：嵯峨野書院。
- リクルート
- 2001 「京女のきれいを学ぶ体験メニュー」『じゃらんガイド京都』pp.29-35。
- Richter, L. K.
- 1989 *The Politics of Tourism in Asia*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- 白幡洋三郎
- 1996 『旅行ノススメ』東京：中央公論社。
- Swain, M. B.
- 1989 'Gender Roles in Indigenous Tourims Kuna Mola, Kuna Yala, and Cultural Survival'
In V. Smith (ed.) *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism* (2nd ed.), pp.83-
104. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- 渡辺淳一
- 1989 『わたしの京都』東京：講談社。
- 山上徹編
- 2001 『おこしやすの観光戦略』pp.19-50, 京都：法律文化社。
- 山上徹
- 2002 『観光の京都論』東京：学文社。
- 柳沢究
- 2001 「第1回京都断面調査・京都CTスキャン 京都断面調査顛末記」『京都げのむ1』京都CDL。
- 安福恵美子
- 1997 「観光と女性」『東横学園女子短期大学女性文化研究所紀要』6, 37-53。

付表 「おこしやすプラン21」の重点戦略と重点事業

	重点戦略	重点事業
1	「ほんもの」による通年型観光の推進	①「二条城築城400年事業」の実施 ②映画、テレビ番組のロケーションを誘致・支援する組織「フィルムコミッション」の設立 ③「光」をテーマとした京都の新しい風物詩の創出 ④「歴史博物館」と「フィールド・ミュージアム」の構想の推進 ⑤伝統文化・芸能が鑑賞できる「ギオンコーナー」の再整備 ⑥文化や産業に触れる滞在型の体験学習プログラムの開発
2	「界わい観光」の推進	①「界わい観光モデルゾーン」の創設 ②「ぶらり京都1万選」の作成 ③都心や観光地におけるにぎわい空間の創設、休日やイベント開催時の歩行者天国の実施 ④「(仮称)京都フェスティバル」の開催 ⑤主要駅を接続し観光地を巡回する市バスの運行と京都らしいバス車輛の導入
3	都市マーケティングの強化	①アジアに重点をおいた観光ミッションの実施 ②インセンティブツアーのプログラムの開発と宣伝誘致の促進 ③USJと組み合わせた観光客誘致活動の実施 ④年次毎のテーマ設定による京都ウェルカムキャンペーンの展開
4	情報通信技術(IT)の活用	①ITを活用した次世代型観光案内システムの研究・開発 ②「京都界わい観光案内システム」の開設 ③「観光文化情報システム」における情報内容の充実、多様なHPとのリンクの促進 ④インターネットを活用した行政区別観光情報システムの開発
5	快適な受入環境づくり	①観光客が便利で利用しやすい公共交通サービスの充実 ②観光地における交通問題解決に向けての全市民的な取組の実施 ③公共建築物、公共交通機関、道路や歩道、公園、観光関連施設のバリアフリー化の推進 ④市民、事業者、社寺、文化施設、大学、関係機関などと行政が連携した観光振興のネットワークを推進するためのフォーラムづくり ⑤観光関連事業者の環境管理認証制度やISO認証取得の促進

京都市産業観光局観光部観光企画課編（2001）『京都市観光振興推進計画—おこしやすプラン21』京都市，4～8頁。