

「平準化」を考える

—成熟化社会の旅と観光地に向けて

「平準化」をめぐるいくつかの論点

—平準化の意味と本特集の構成

公益財団法人日本交通公社 理事・観光政策研究部長

梅川 智也

1

今年（2015年）は2009年（平成21年）以来6年ぶりに秋の連続休暇（シルバーウィーク）が成立した。*

これによって、夏休みに予定していた旅行を後ろ倒しにした、あるいは秋から冬に予定していた旅行を前倒しにしたなど観光需要の平準化につながったものと考えられ、さらには国内旅行の総量を増大させた可能性も期待されている。

一方、観光地に目を向けると、近年の外国人観光客の増加によって需要の平準化につながっているケースが見られる。日本人が旅行しない時期に外国人が来訪して季節変動・月別変動の平準化に寄与している例や、

外国人が平日も含めて長期滞在することにより、週末集中型だったスキーリゾートの曜日変動が平準化するなどである。

*次のシルバーウィークは、4連休が2020年（平成32年）、5連休は2026年（平成38年）で11年後となる。

製造業と比較して

—「在庫」が利かない

わが国のサービス産業は、今や、GDP（国内総生産）や雇用者数の約7割を占めるに至っている。しかし製造業などと比べて必ずしも生産性は高くなく、米国などの5〜6割程度の水準とも言われている。その

要因として、国内需要に大半を依存し、グローバルマーケットに対応する努力を怠ってきたこと、またサービス産業には中小企業や個人事業者が多いため、生産性向上のための経営改善の努力に欠けていることなどが指摘されている。サービス産業の中でも宿泊業や飲食業をはじめとする旅行・観光産業は、需要の変動が激しく、サービス産業の中でも特に生産性が低いと言われてきた。とりわけ、製造業に比べて決定的に異なるのは、商品の「在庫」が利かないことである。つまり、今日の座席、今日の客室は、その日のうちになくなるのである。

わが国の観光を考える上で重要なキーワードである「平準化」。

従来旅行・観光産業は、需要の変動が大きいことによる生産性の低さが指摘されてきた。

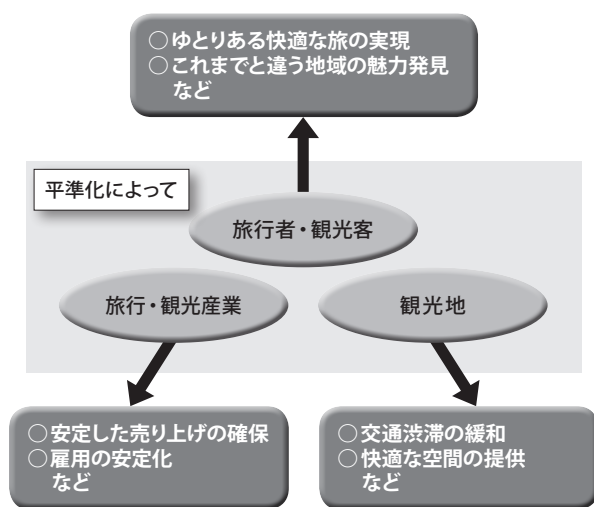
その解決はもはや業界を超え、社会全体に課せられた課題でもあるが、一方で「平準化」は、旅行者からすれば「快適な旅」、そして「豊かな旅」を実現させる重要なファクターの一つである。

これからの成熟化社会にふさわしい快適で豊かな旅を現実のものとするため、

本号では「平準化」にスポットを当て、

わが国の社会が取り組むべき課題やこれからの観光地が進むべき方向性について考えてみたい。

図1 「平準化」によるメリット



○ ゆとりある快適な旅の実現
○ これまでと違う地域の魅力発見など

平準化によって

旅行者・観光客

旅行・観光産業

観光地

○ 安定した売り上げの確保
○ 雇用の安定化など

○ 交通渋滞の緩和
○ 快適な空間の提供など

○ 観光地—交通渋滞の緩和、快適な空間の提供など

○ 旅行者・観光客—ゆとりある快適な旅の実現、これまでと違う地域の魅力発見など

○ 旅行・観光産業—変動幅の小さい安定した売り上げの確保、雇用の安定化など

「生産性向上」のためには「付加価値の拡大」と「効率性の向上」と言われているが、旅行・観光産業の場合にとっては「需要の平準化」による効果が大きい。

「平準化」の意味とメリット

——平準化がもたらすものとは

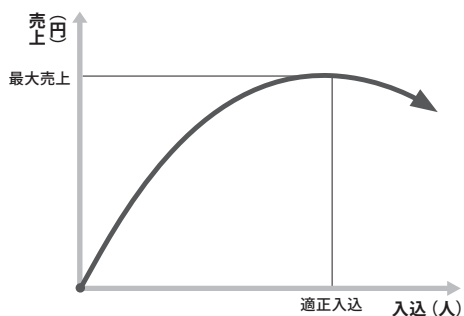
観光需要における「平準化」を定義づけるとすれば、「季節や曜日、天候などによる旅行者、観光客の需要

変動が少なくなること」である。その結果として、「旅行・観光産業は、繁閑の差が少なくなり、常に安定した需要、そして収入が確保でき、雇用面でも安定した労働環境が維持できること」になる。一方で「旅行者観光客にとっては、交通機関や観光地が混雑することなく、快適な環境の中で旅行できること」になる。つまり、「平準化」によって供給側、需要側双方にとってさまざまなメリットがもたらされる。

観光需要の集中を解消して平準化することのメリットは、図1に整理できる。具体的には、

- 旅行者・観光客—ゆとりある快適な旅の実現、これまでと違う地域の魅力発見 など
- 旅行・観光産業—変動幅の小さい安定した売り上げの確保、雇用の安定化 など
- 観光地—交通渋滞の緩和、快適な空間の提供 など

図2 観光需要(入込)と売上との関係



注：観光施設や観光地全体の売上は、ある一定の入込を超えると減少に向かうことが知られている

適度な需要を前提とした「平準化」

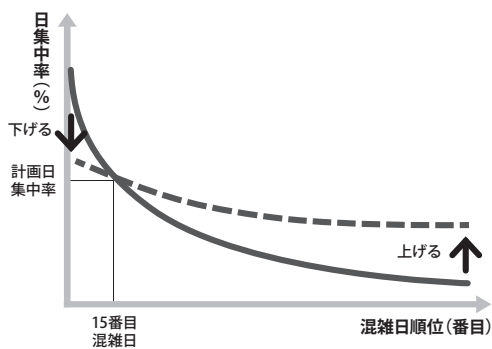
単純に変動が少なく、安定していればよいということではなく、どの程度の量で平準化していればよいのか、という点も重要である。交通機関や観光施設、観光地(供給側)などにとっては、入込が多ければ多いほど儲かるし、旅行者や観光客(需要側)にとっては、人が少なければ少ないほど快適である、といった単純な構成とはならないのが旅行・観光産業である。供給側としては、入込が多すぎても売上が上がらなくなるし(図2)、需要側としては、入込

が少なすぎても逆に閑散としてしま
う。つまり、両者にとって望ましい
のは「適度な需要」（採算性が確保
できる程度）を前提とした「平準化」
ということになる。

日集中度を なだらかにするのが 「平準化」

観光地や観光施設の1日当たりの
利用者数を平均化し、年間を通して
できる限り「なだらか」にするのが
「平準化」である(図3)。交通計画
や観光計画の分野では、1日の利用

図3 日集中度曲線



者数を年間利用者数で割った数値を
「日集中度(%)」として施設容量な
どの算出に活用してきた。具体的
には15番目に混雑する日の利用者数
(入込客数)を「計画日入込」、その日
の集中度を「計画日集中度」として
施設水準を定めるのが一般的とされ
てきた。

日集中度を毎日一定にするとい
うのが理想であるが、旅行・観光産業
においてはそれは望むべくもない。
そのための産業界の努力、社会制度
の変革、国民意識の改革などが今
期待されているのである。

「平準化」に向けた いくつかの萌芽

① インバウンドの増加と平準化

訪日外国人の増加によって平準化
が進展している。

(a) 日本人の旅行発生月と訪日外
国人の来日月が異なることに
よって平準化すること

(b) 訪日外国人の旅行形態が長期
滞在型であることから、曜日
の変動がなくなつて平準化する

るといふこと

の2つの要因がある。

② 高齢化社会の到来と平準化

わが国では現役時代の自由時間活
動はどうしても仕事の制限を受けや
すい。しかしながら、現役をリタイ
アすると、平日に旅行・観光が可能
となり、土日や祝日などに集中する
ことなく、曜日変動が少なくなり、
平準化につながる。とはいえ、この
30年間の旅行発生月の経年変化を見
ると、夏休みは大きく減少したもの
の、平日の旅行は、それほど増加し
ていない。これは同行者の影響であ
り、孫や子どもなど家族との旅行を
楽しみたいからに他ならない。

③ 休日・休暇制度と平準化

そもそも休日・祝日と休暇は異な
る概念である。「休日・祝日」とは、
国から(神から)与えられるもので
あり、「休暇」は、自ら取得するもの
である。現在は、いずれも国の「制
度」によって、取得が担保されてい
るものの、「休暇」の取得率はわが国
ではまだまだ低いのが現実である。
ドイツやフランスでは、州ごとに
学校の休みを分散化させて、需要の

集中を避け、平準化を図っている。そ
もそも長い連続休暇を取得し、長期
滞在しているから、季節変動はあつ
ても曜日変動は少ない構造となつて
いる。

④ 特定地域(人気観光地)への 集中と平準化

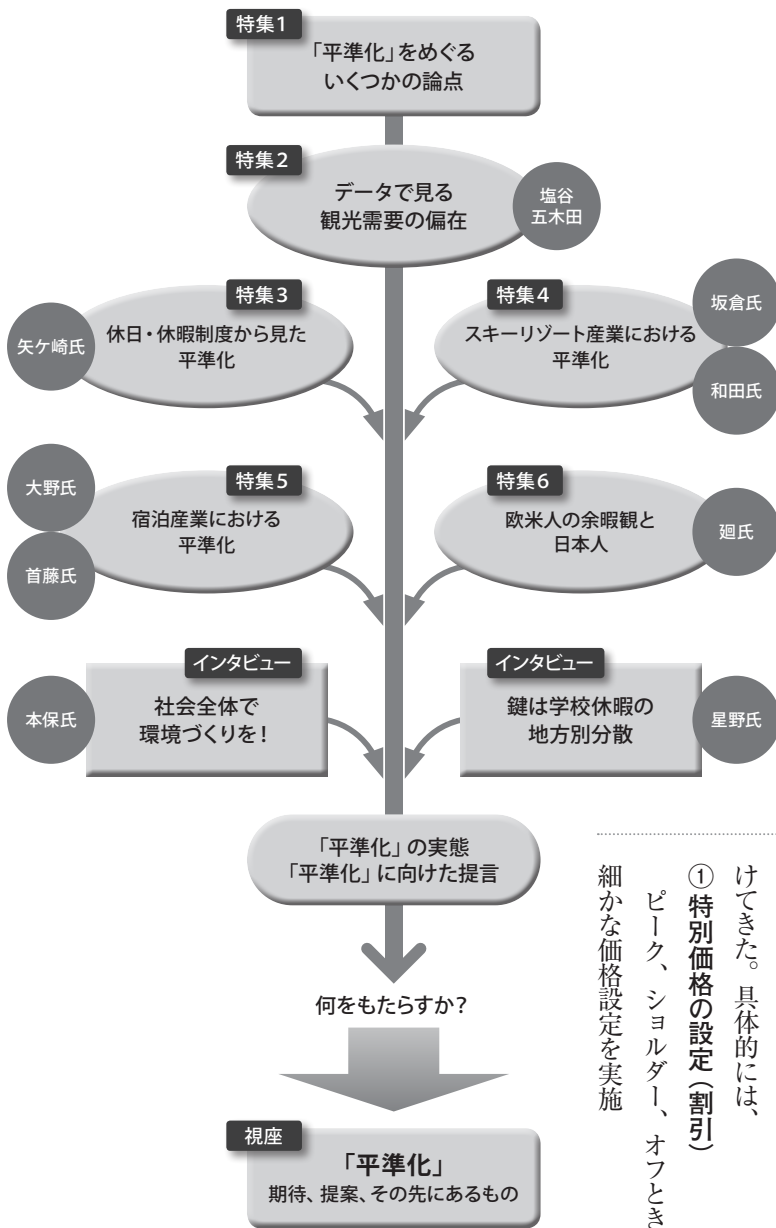
わが国では映画やドラマに取り上
げられたり、マスコミの報道などが
あると急激に入込が増加するという
傾向が見られる。「人が行くから自
分も行く」「人が行ったところに自
分も行ってみよう」、そうでないとい
う日本人にありがちな心理が需要の
集中につながる。

ただ、こうした集中は長続きしな
いのが通常であり、時間の経過とと
もに普段通りに戻っていくことも事
実であるが、成熟化社会の中でそ
ろ流行を追いかけるとの是非が
問い直されてよいのではないか。

⑤ ICT社会と平準化

高速道路の渋滞情報に代表される
ように、「情報」が混雑緩和、つまり
平準化に寄与するケースがある。I
CT社会の到来により、宿泊施設な

図4 「平準化」をめぐる論点と本特集の構成



⑥ 旅行・観光産業界の人材確保
(雇用)と平準化

旅行・観光産業の大半が中小企業

どの予約状況がネットを通じて明らかとなることによって、予約できない混雑しているはずそこには行かず他の観光地を選択するといった分散化、つまりICT化が平準化の要因となっている。

であることから、低い賃金、変則的な労働時間、脆弱な福利厚生などが指摘されている。そのため、近年ではますます雇用の確保が深刻化しており、外国人の労働力に頼らざるを得ない状況も散見される。待遇面での向上や地域としての働きやすい環境づくりなどの対応が不可欠であるが、需要が安定して平準化すること

「平準化」を考える ——本特集の構成

によって、季節労働者やパート労働者も減少し、安定的な雇用が確保できなくなる。

これまで、旅行・観光産業や観光地は「平準化」に対して、〆オフィスズン対策」と称して地道な努力を続けてきた。具体的には、

① 特別価格の設定(割引)
ピーク、シヨルダ、オフときめ細かな価格設定を実施

- ② 各種イベントによる誘客
オフシーズンの誘客対策としてイベントを開催
 - ③ 期間限定での貴重な観光資源の公開
国宝や重要文化財など普段見られない貴重な観光資源をオフシーズンに公開
 - ④ 温泉地の冬枯れ対策としてのスキー場開発
冬場の誘客対策としてスキー場などの観光施設を開発
 - ⑤ スキー場の夏場対策
ラベンダーやコスモスなどによってスキー場への夏場誘客を実施
- などである。とはいえ、こうした業界の取り組みだけではなかなか「平準化」は進まないのが現実である。
- 前述したように、近年、「平準化」に向けたいくつかの萌芽が見られ、これらをさらに推進していくことが期待されている。その期待の裏付けとなる論文やインタビューで本特集を構成しており、それは図4に示す通りである。さまざまな観点から「平準化」について考えていきたい。
- (うめかわ ともや)