

観光文化

Tourism Culture

265

May
2025

巻頭言

オーバーツーリズム再考

熊谷嘉隆(国際教養大学)

特集①

成功を乗り越えて

ヴェネツィアの教訓

ヤン・ファン・デル・ボルグ(ルートヴィヒ・マックス・プランク大学・ヴェネツィアカリフォルニア大学)

特集

特集②

イタリアにおける

観光と生活の

共存をめぐる

現状と雑感

佐野浩祥(東洋大学)

特集③

「観光都市」から

「観光」とともに生きる都市へ

バルセロナにおける

オーバーツーリズム対策の最前線

阿部大輔(龍谷大学)

オーバー ツーリズム 下での リバランス 戦略

コラム

アムステルダム

観光経済政策の

最新動向

後藤健太郎(JTBF)

連載

観光を学ぶということ…第24回

金沢星稜大学経済学部 石川ゼミ、石川美澄(金沢星稜大学)

わたしの1冊…第35回

『人間の建設』多田稔子(田辺市熊野ツリースムビニール)



観光研究最前線①

世代別にみる新型コロナウイルス感染症

流行収束後のインバウンド市場

柿島あかね(JTBF)

視座

オーバーツーリズム下での
リバランス戦略
～欧州都市を通じて～

後藤健太郎(JTBF)

観光研究最前線②

持続可能な
地域のための
観光

韓国の
観光関連政策

を通じて
後藤健太郎(JTBF)

コロナ禍収束後、世界中で観光客の移動が再開・活発化するなかで、日本においても訪日外国人旅行者数がコロナ禍以前の水準を上回り、2024年の暦年値は過去最高を更新した。これにともない、世界の観光地では、観光客の来訪に起因する混雑や交通渋滞など、住民の生活環境に負の影響を与えるような状況が発生している。「オーバーツーリズム」である。

今号では、オーバーツーリズム対策を行うバルセロナやヴェネツィアなどの人気観光都市を取り上げ、欧州におけるオーバーツーリズムの現況と最新の対応策を報告するとともに、観光と住民生活とのリバランスに焦点を当てて、その考え方や戦略的対応について考察する。



近年、オーバーツーリズムに関する報道が相次いでいる。特に、インバウンド観光客の数はコロナ禍前を上回り、円安の影響も相まって、有名観光地では多様な言語が飛び交い、活気を見せている。三大都市圏や京都、富士山の絶景ポイント、SNSで人気の地域には、多くの観光客が押し寄せている。

しかし、その一方で、迷惑系ユーチューバーによる常識を逸脱した行動、騒音や混雑による地元住民の生活への影響、さらには寺社仏閣への落書きや器物破損といった問題も深刻化している。また、北海道のニセコ町や長野県の白馬村などでは、外国人による投機目的の不動産購入が進み、不動産価格の高騰により地元住民の住宅取得が困難になるケースも報告されている。

「オーバーツーリズム」という言葉が持つ否定的な響きが広まる一方で、その実態は一樣ではない。オーバーツーリズムにはトレードオフの側面があり、観光業が地元経済に恩恵をもたらしている場合、安易な各種制限の導入は慎重を期すべきである。オーバーツーリズムは宿泊施設や土産物店などを経営する観光業者にとっては経済的な恩恵が大きい一方で、日常生活を送る地元住民にとっては混雑や騒音が不快要因となる。つまり観光業から直接的な利益を得る人々と、観光客の増加による不便を感じる人々では、オーバーツーリズムに対する見方が大きく異なるのが現実である。そのため、オーバーツーリズム対策においては、対象地域の経済的、文化的、生態的かつ社会的持続可能性を見据えた観光マネジメントが必要となる。

その上でオーバーツーリズム対策においては、いくつか論点を整理する必要がある。まず、「多すぎる観光客」という単純な訪問客数の問題ではなく、どのような観光客が、どの季節や時間帯に、どのような場所を訪れ、どのような行動をとるのかを検証することが重要である。また、オーバーツーリズムが発生している地域の特性にも着目すべきだ。例えば、静寂性が求められる寺社仏閣や自然豊かな地域におけるオーバーツーリズムと、都市部でのそれとは、その影響や意味合いが異なるため、一律の対応ではなく地域ごとの特性を考慮した対策が求められる。

本特集号では、オーバーツーリズムへの対応事例を紹介しつつ、地域の持続可能性を踏まえた観光推進のあり方を検証する。

オーバーツーリズム 再考



熊谷嘉隆

(くまがい・よしとか)



公立大学法人国際教養大学理事・副学長、教授。
国際自然保護連合・世界保護地域委員会副委員長(東アジア地域担当)。
1960年札幌生まれ。
オレゴン州立大学森林学部でPh.D.取得後
ワシントン州立大学で博士研究員。



第265号

目次

特集

オーバーツーリズム下での リバランス 戦略

特集 ①

成功を乗り越えて
ヴェネツィアの教訓

ヤン・ファン・デル・ボルグ
(ルーヴン・カトリック大学、
ヴェネツィアカン・オスカーリ大学 教授)

P
4

特集 ②

イタリアにおける
観光と生活の
共存をめぐる
現状と雑感

佐野浩祥 (東洋大学 国際観光学部教授)

P
13

特集 ③

「観光都市」から
「観光とともに生きる
都市」へ

阿部大輔 (龍谷大学 政策学部教授)

P
18



バルセロナにおける
オーバーツーリズム対策の最前線

【巻頭言】
オーバーツーリズム
再考

熊谷嘉隆
(国際教養大学理事・副学長、教授)

P
1



視座

オーバーツーリズム下でのリバランス戦略
〜欧州都市を通じて〜

後藤健太郎 (公益財団法人日本交通公社観光研究部主任研究員)

P
26

観光研究最前線①

世代別にみる

新型コロナウイルス感染症流行収束後の
インバウンド市場

柿島あかね (公益財団法人日本交通公社観光研究部上席主任研究員)

P
34

観光研究最前線②

持続可能な地域のための観光
―韓国の観光関連政策を通じて―

後藤健太郎 (公益財団法人日本交通公社観光研究部主任研究員)

P
44

コラム

アムステルダム
の観光経済政策の
最新動向

後藤健太郎

(公益財団法人日本交通公社観光研究部主任研究員)

P 51

連載

観光を学ぶということ 第24回
ゼミを通して見る大学の今

金沢星稜大学経済学部

P 52

石川ゼミ

イベント等の
企画・運営を通して、
地域を理解する

石川美澄

(金沢星稜大学経済学部地域システム学科教授)

わたしの1冊 第35回

『人間の建設』

P 56

小林秀雄・岡 潔 著
新潮文庫

多田稔子

(一般社団法人田辺市熊野
ツーリズムビューロー代表理事)



成功を乗り越えて

ヴェネツィアの 教訓

ルーヴェン・カトリック大学／
ヴェネツィア・カ・フ・オスカリ大学教授
ヤン・ファン・デル・ボルグ

より構築された。

継続的に内在する 観光の持続不可能性

観光が経済および社会活動として急速に変貌を遂げたのは、第二次世界大戦以降のことである。多くの場所で、特に工業国では平均国民所得や有給休暇日数、そして自家用車の所有率などが劇的に増加し、観光は一部の富裕層に限られたものから、大衆的な現象へと変化した。この驚くべきマスツーリズムの成長に伴い、それに対応したビジネスモデルが出現し、成功モデルが模倣されたが、それは規模の経済の追求と、ほぼ価格のみに依存する競争に

このモデルに対する最初の批判は数十年前に登場し（例えばKrippendorff, 1986を参照）、特に海岸地域や山岳地帯といった脆弱な環境への観光による影響に関するものであった。1990年代には一定数の研究者が、遺産都市を含む他の観光地もマスツーリズムと同様のビジネスモデルを導入したことで、過剰な観光負荷による深刻な影響を受けていると指摘している。今日、ヴェネツィア、バルセロナ、京都といった成功した観光地は、過剰で持続不可能な観光客の集中に悩まされており、「オーバーツーリズム」という流行語で表現されるようになった（UNWTO,

2019）。

残念ながら、持続不可能性は観光という商品の本質による直接的な結果である。観光地の観光資源（観光名所、公共空間、インフラ、公共サービスなど）の多くは、その地理的環境に固有のものであり再生産が不可能なため、極めて希少な公共財としての性質を持つ。これらの資源の最適な配分を市場原理のみに委ねようとすると、決して最適な配分にはつながらず、持続不可能な利用がほぼ不可避となる。まさに、この「極めて希少でありながらコモンズ（共有財）に基づいている」という特性の組み合わせは、観光地がギャレット・ハーディンの言う「コモンズの悲劇」の犠牲となるリスクを高める。

ハーディン（1968）は、『Science』誌に掲載された先駆的な論文において、コモンズの利用が限界効用経済においてどのように作用するかを述べている。ハーディンは、利用規則のない公有地で家畜が放牧されている状況を想像してほしいと問いかける。自身の富を増やそうとする個人は、自らの群れを拡大しようと動機付けられる。しかし、追加される一頭一頭の動物が、共有財を避けられない形で徐々に、し

かし大きく劣化させていく。ここに悲劇がある。人は、有限な世界において、際限なく家畜を増やし続けることを余儀なくされるシステムに閉じ込められている。そして、共有財の自由を信じる社会の中で、各人が自らの利益を追求しながら進む先にあるのは破滅である。筆者は、オーバーツーリズムはハーディンの「コモンズの悲劇」の多くの現象のうちの一例に過ぎないと考えている。

当然ながら、オーバーツーリズムは、観光資源の非最適な配分の唯一の形態ではない。観光の活用不足、すなわちアンダーツーリズムは、観光市場の非効率性が逆方向に進む形態であり、これもまた社会的・経済的に望ましくない。特に、観光が経済再生の重要な要素である地域や、他の開発の選択肢が未検討または実施困難な地域において、その影響は大きい。市場の不完全性や政策の不在によって引き起こされる観光資源の誤配分は、オーバーツーリズムとアンダーツーリズムという形で顕在化するが、ラワース（2017）の提唱する持続可能なペースでの経済発展に関する革新的なビジョンに基づき解釈も可能である。彼女は、世界経



写真:サン・マルコ広場(ヴェネツィア)

済の状態をドーナツに例えて概念化している。彼女の理論は、持続不可能な観光開発と持続可能な形での最適な発展の両側面を統合した観光地発展のビジョンへと容易に展開可能である。ドーナツ型の観光地は、世界経済と同様に、外的境界と内的境界という二つの境界を持つ。「外的境界」は、観光地が持続不可能な影響を受ける前に支えられる最大の観光客流入量を指す。一方、「内的境界」はその観光地が社会的・経済的に観光の恩恵を十分に享受していない水準を示している。ラワースによれば、持続可能性とは、内的境界を確実に超えながらも、外的境界には踏み込まないことを指す。従って、観光地における持続可能な観光開発を推進することは、ラワースの言葉を借りれば、「人々の基本的なニーズを満たす」ために観光を活用しつつ、その影響を「地球の限界を超えない」範囲にとどめることを意味する。

生態学的境界の越境は、「観光収容力(TCC)」として知られる概念と類似点を持つ(例: Costa & Van der Borg, 1988)。観光収容力(TCC)の超過は、観光地の持続可能性と相容れない環境的な悪影響の発生を伴う。

ゆえに、オーバーツーリズムとは(観光)ドーナツの外的境界を超えないことが求められる現象である。観光システムをドーナツの比喩で表現することは、観光地が今後ますます直面する政治的ジレンマ、すなわち「どのようにして観光地を損なうことなく豊かさや幸福を生み出せるのか」や「持続不可能な観光の真の原因は何か」をより深く理解するのに役立つ。民泊やB&B、格安航空会社、強欲な観光事業者、「十分な知識を持たない」観光客、無力な地方政治家を一括して批判するような単純化された分析は、しばしば持続不可能な観光開発の本質的な要因を見えにくくし、結果として誤った観光政策の策定につながる。

ヴェネツィアを理解することは 持続不可能な 観光開発を 理解する一助

ヴェネツィアは世界的に象徴的な観光地の一つであり、現在もユネスコ世界遺産に登録されている。街の写真はほぼ全ての大手旅行会社の宣伝資料で

見るというのがVan der Borg, 1994)。加えて、ヴェネツィアは数多くの映画の舞台となり、あらゆるイベントやデモンストレーションの発信拠点としての役割も果たしている。また、その代表的な建築物のいくつかは、世界各地のカジノや展示会場、テーマパークの演出の一環として実物大で再現されている。ヴェネツィアの独自性、圧倒的なブランド力、そして継続的なメディア露出が、この街を比類なき成功を収める観光地へと押し上げた。

驚くことでもないが、ヴェネツィアには年間3000万人が訪れる。2023年には、これらの訪問者のうち、約450万人が公式な宿泊施設に滞在し、平均して2泊強を過ごした。その結果、延べ宿泊数は約1000万泊に達した。公式データはまだ発表されていないが、2024年は2019年の過去最高記録を上回る可能性が高い。観光が地域社会に与える影響の第一指標として、歴史地区の住民一人当たりの延べ宿泊数が挙げられる。この指標は観光地における観光負荷を測定するための強度指標で、観光都市の各地と比較されつつ広く用いられている。ホーズ(2015)によると、アムス

テルダムがヨーロッパで最も観光客の多い都市の一つで、住民一人当たりの宿泊数が13・0泊、リスボンが12・6泊でこれに続き、プラハ(10・3泊)、チューリッヒ(9・7泊)、ストックホルム(7・5泊)、アテネ(6・4泊)と続いている。ヴェネツィア歴史地区における同指標は、2023年時点で住民一人当たり173・2泊に達しており、ヴェネツィアが他の観光都市に比べて決して手本とすべきではない例であることを裏付けている。

次に、ヴェネツィアの観光収容力(TCC)の線形計画法モデルの最新バージョン(Costa & Van der Borg, 1988 および Bertocchi et al., 2020)による解析では、年間訪問者数がこの指標を大幅に上回っていることが明確に示された。2018年においてヴェネツィアの観光収容力(TCC)は1988年の1100万人から1700万人へと増加し、滞在客と日帰り客がほぼ均等に分布していた。この算出では、地域の公共交通機関への投資、廃棄物管理システムの改善、そして特にB & Bを含む宿泊施設のベッド数の増加が考慮されている。1700万人という観光収容力

(TCC)に対し、実際には年間3000万人もの人々がこのイタリアの芸術都市を訪れており、TCCのほぼ2倍に達している。さらに、訪問者の構成も理想とはかけ離れており(実際には滞在客20%、日帰り客80%)、最適とされる50%ずつの割合とは大きな乖離が見られる。

ヴェネツィアにおける観光の供給と需要の量的および質的な不均衡、そして受け入れ側が感じる過度な負担(先述の宿泊数と住民数の比率に示される)という観光客の流入によって生じるコストが、その恩恵を大きく上回る要因となっており、さらに恩恵の大部分は観光産業に集中している。言い換えれば、その負担がかかる人々の多くは、観光による恩恵を全く受けていないか、ごく間接的にしか享受していない。

ヴェネツィアの観光における新旧の視点…分析に基づく具体的な観光戦略と政策の提言

ヴェネツィアのように観光が主要産業となっている場所では、観光は経済的および社会的発展のための戦略的な

都市開発計画において不可欠な要素と位置付けられるべきである。そして、戦略の具体的な形を示す前に、観光は孤立した存在ではないことを認識する必要がある。観光が多様な生活の側面と相互に作用することは非常に重要であり、そのため観光戦略も全体の戦略に強く統合されなければならない。ラグーン(潟)都市に対する信頼性のある、統合的かつ共有されたビジョンの構築は、あらゆる観光政策の前提条件である。しかし、現在のヴェネツィアには、観光政策の基盤となるビジョンが完全に欠如している。

ヴェネツィアの健全かつ革新的な観光開発戦略には、二つの基盤となる出発点がある。まず第一に、新たなビジネスモデルを基盤とし、時代にそぐわないマストリーズムのビジネスモデルに取って代わる必要がある。そのためには、ヴェネツィアを訪れる観光客の「全体的な環境負荷」に着目し、観光の質を重視する必要がある。可能であれば、観光が生み出す付加価値を最大化し、単に収益や雇用を生み出すだけでなく、社会や環境へのポジティブな影響も考慮すべきである。第二に、観光開発はそれ自体を目的とするもので

はなく、観光資源を有する地域の住民や地元企業に豊かさと幸福をもたらす手段であるべきである。

より戦術的なレベルでは、ヴェネツィアでは以前からいくつかの具体的なアイデアが検討されてきた。これら新たな戦略に組み込み、いよいよ実行に移すべき段階にある。

1 ヴェネツィアはラグーン(潟)

— 中の島であるため、本土と市中心部の間に緩衝地帯(バッファゾーン)を設け、歴史地区に入る前に日帰り客の流れを管理することが可能である。訪問者の流れを専用のハブやターミナルに集約し、通勤者の交通と分離することが革新的な訪問者管理政策の基盤となる。当然ながら、ターミナルの整備と並行して、歴史地区への往来を支える高度な交通インフラの導入も求められる。

2 第二に、予約システムを導入すること

— 第二に、予約システムを導入すること、日帰り客を含む全ての訪問者に対し、ヴェネツィアの受け入れ可能人数の制約や、その希少性への理解を促すことができる。その結果、訪問者は計画的に旅行を組み立てるようになり、突発的な訪問が抑制される

可能性がある。ヨーロッパ法では、ヴェネツィアへの全てのアクセスを制限することや、訪問者を社会経済的な要因に基づいて差別することは、明確に違憲となる。予約を義務化する必要はないが、予約なしでのヴェネツィア訪問をより困難かつ高額にすることで、訪問者の意識を高める効果が期待できる。この予約システムのアイデアは、2002年から2005年にかけて試験的に導入され、一定の成功を収めた。

3 絶対に通じるべきなのは、ヨーロッパの多くのオーバートーリズムの都市で現在行われているように、B & Bを含む観光宿泊施設の開発をさらに厳しく制限することである。この施策はすでに1980年代から1990年代にかけてヴェネツィアで試行されたが、ジェントリフィケーションの抑制には寄与せず、むしろ日帰り観光を促進する結果となり、年間の訪問者数には一切影響を及ぼさなかった。

4 最新のICT技術は、市内中心部への訪問者の混雑した流れを整理するために多様な形で活用可能である。ヴェネツィア全域に設置された監視カメラに加え、携帯電話の通信基

地局から収集されるデータ、クレジットカードの決済情報、公共交通機関や観光施設のチケット販売データなどを分析し、それらを統合する管理システムを構築できる。この管理システムは、リアルタイムで代替の交通手段、ターミナルおよび経路を提案することで、混雑の発生を事前に予測し、問題が発生する前に解決へと導くことができる。

5 第五に、ヴェネツィア市は「Detourism」というブランドのもと、周辺部の観光地を含む代替ルートの促進に慎重ながら着手している。この施策は、歴史地区に集中する観光負荷の分散を促進する可能性がある。財政的支援の不足を含むいくつかの重要な制約が存在するものの、それでもこの負荷がもたらす負の影響を軽減する一助となるかもしれない。

6 最後に、財政政策の仕組みを活用することで、観光開発をより持続可能なものにすることができると指摘したい。2001年に観光バス向けの交通規制区域(ZTL)が導入された後、イタリア政府は観光都市が「従来型」の観光税を再導入できるようにした。この税は、ヴェネツィアに宿泊する訪問者に実質的な負担を課し

ている。ZTLと観光税を合わせると、年間5000万ユーロ以上の収益を生み出している。2024年、ヴェネツィア市は「アクセスフィー(入島料)」の試験運用を開始した。この制度は、日帰り観光客に都市維持のための負担を求めるとともに、無計画かつ短時間の訪問を抑制する目的で設計されている。この観点から見ると、初期の成果は極めて不満足なものである。実際、広報およびこの負担金の徴収に要した総費用が、徴収された総額を上回っただけでなく、「アクセスフィー」徴収が適用された混雑日(レッドデー)には、2023年と比較して観光負荷がむしろ若干増加するという結果が示された。いずれにせよ、この試みは部分的には成功したと言える。というのも、ヴェネツィアの最大の目的は達成されたからである。実際、この「駆け引き」と、ドーハにおける日本代表団の決定的な支援により、ユネスコはヴェネツィアを「危機遺産リスト」に記載する決定を、少なくとも1年間(次回の市長選挙まで)延期することを決定した。この制度は2025年に若干の変更を加えた形で再導入される予定である。より多くの「レッドデー」の設定と徴

収額の引き上げが行われるが、逆効果となる免除措置はそのままである。日帰り客に対し、彼らが生み出す社会的コストの一部を負担させるという考え自体は良いが、その実施は2025年も失敗に終わるだろう。

ヴェネツィアは、過度な成功の代償に直面している他の多くの観光地にとって、ベストプラクティスの一例となる可能性がある。ヴェネツィアが長年にわたり集中的に研究されてきた結果、オーバーツーリズムの要因に関する理解が大きく進展している。また、

過去50年間にわたって提案されてきた対策の中には、注目に値し、慎重に検討すべきものもある。観光地が成功による問題に対処するには、まず従来のマスツーリズム型のビジネスモデルから、「環境負荷(フットプリント)」と「質」に基づくモデルへと移行する必要がある。加えて、地域住民や地元企業に不満をもたらす観光開発政策は速やかに見直し、地域社会を基盤とした政策へと移行する必要がある (Van der Borg 編, 2022)。

(大森りょう子訳／原文P12～P9)



ルーヴェン・カトリック大学(ベルギー)／ヴェネツィア・カ・フオスカリ大学(イタリア)教授
ヤン・ファン・デル・ボルグ (Jan van der Borg)

ルーヴェン・カトリック大学で観光経済学およびマネジメントを教え、同大学の観光学修士課程のコーディネーターも務める。またイタリアのヴェネツィア・カ・フオスカリ大学でも講義を行っている。オランダのエラスムス大学ロッテルダムで経済学の博士号を取得しており、ヴェネツィアの観光開発に関する博士論文をもとに、持続可能な都市観光を実現するための条件をテーマにした研究を継続的に発表している。

<References : 参考文献>

- Bertocchi D, Camatti, N, Giove S and Van der Borg, J (2020) Venice and Overtourism: Simulating Sustainable Development Scenarios through a Tourism Carrying Capacity Model, Sustainability, Vol 12.
Costa, P., van der Borg, J. (1988). A linear model for tourism planning, CoSES Information, 18(32/33), 21-26.
Hardin, G. (1968), The Tragedy of the Commons, Science, 162, 1243-1248.
Hodes, S. (ed.), 2015, Amsterdam. Anticipate the Future, Architecture, Amsterdam
Krippendorf J. (1986) Die Ferienmenschen, DTV Deutscher Taschenbuch
Raworth K. (2017) Donut Economics Seven Ways to Think as a 21st Century Economist, Random House Business.
UNWTO (2019) Overtourism? Understanding and Managing Overtourism. Beyond the Perceptions volume 2: Case studies, Madrid
Van der Borg, J. (1994), The Demand for City Trips in Europe, Tourism Management, no. 2
Van der Borg, J. (ed.), (2022), A Research Agenda for Urban Tourism, Edward Elgar, Northampton

5. Fifthly, the City of Venice has started very timidly to promote alternative routes that involve more peripheral attractions under the label "Detourism". This might help to foster a better distribution of tourist pressure on the historic center. Although the project has important limitations, not in the least place the lack of financial support, it could still help mitigate the negative impacts that this pressure entails;
6. Finally, it is important to note that fiscal policy schemes can be used to make tourism development more sustainable. After the establishment of an Area Restricted for Traffic (ZTL) for tourist busses in 2001, the Italian Government made it possible for tourist cities to reintroduce a 'classical' tourist tax that substantially affects those who spend the night in Venice. Together, the ZTL and the tourist tax generate revenues of over 50 million euros per year. In 2024 the City of Venice has started an experiment with an "access fee", originally designed to make the daily tourist contribute to the maintenance of the city and to act as a disincentive for those who visit Venice in an unaware and hasty fashion. Seen from this perspective, the first results are absolutely unsatisfactory. In fact, not only has the overall expenditure for communication and for the collection of this contribution be higher than the amount of taxes collected, but on the red (critical) days in which the complex system of collection of the "access contribution" was activated, the pressure of tourism even increased slightly with respect to 2023. In any case, the experiment was a partial success since it has achieved the main objective of Venice. Indeed, with this bluff and the decisive help of the Japanese delegation in Doha, it has convinced UNESCO to postpone by at least one year (next municipal elections) the inscription of Venice in the list of World Heritage in danger. The scheme will be repeated in 2025 in a slightly different form. More 'red days' and a higher tax, but the same counterproductive exemptions. Although the idea of asking day visitors a contribution to the collective costs they are producing is a good one, the implementation will prove to be a fiasco also in 2025.

It is obviously that Venice might become a best practice for many other destinations that face the consequences of an excess of success. Not only has Venice be studied intensively and have many of these studies led to a major understanding of the factors that cause overtourism, some of the proposals that have been constructed for Venice the last 50 years deserve attention and even some careful following. Coping with their success, destinations should first of all change the dominating mass tourism business model in that based on footprints and quality. Moreover, they should realize themselves that tourism development policies that makes their citizens and the local entrepreneurs unhappy should be abandoned immediately and replaced with ones that are community based (Van der Borg (ed), 2022).

Jan van der Borg

Professor

Jan van der Borg teaches Tourism Economics and Management at KU Leuven (BE), where he also coordinates the MSc in Tourism, and Venice Ca' Foscari University (IT). He has a PhD in Economics from the Erasmus University Rotterdam (NL). Building further on his dissertation on tourism development in Venice, the conditions to achieve sustainable urban tourism have been a recurring subject of most of his publications.

between tourist supply and demand in Venice, together with the excessive pressure perceived by the hosts (expressed by the earlier mentioned ratio between overnight stays and inhabitants) are the reason why the collective costs that tourist flows generate are far higher than their collective benefits, which are mainly concentrated in the industry. In other words, those who pay this bill in many cases do not benefit from tourism at all or do so only in a very indirect way.

Old and New Ideas for Venetian Tourism: From an Analysis to Suggestions for Concrete Tourism Strategies and Policies

In places that possess economies dominated by tourism like Venice, tourism should be a fundamental ingredient in a strategic urban development strategy for economic and social development of the city. Before outlining how such a strategy could look like, it is necessary to consider that tourism in such a strategy does not survive in some sort of bubble. It is very important that the tourism interacts with many dimensions of life, and therefore the tourist strategy must also be strongly integrated into the strategy as a whole. Creating a credible, integrated, and shared vision for the lagoon city is a necessary precondition for any tourism policy. A vision into which the tourism policies might be anchored is completely lacking in Venice today.

A sound and innovative tourism development strategy for Venice embraces two fundamental starting points. In the first place, it should be based on a new business model of this business and to replace the obsolete mass tourism business model. To do so, it should be focusing on the quality of tourism, by looking into the "overall footprint" of the visitors to Venice, maximizing, if possible, the added value tourism creates, not of tourism just generating income and jobs, but also considering its positive impacts on the society and the environment. Secondly, tourism development should not be a means on itself, but it should be a vehicle to generate welfare and wellbeing to the locals and the local firms that 'own' the tourism assets in the first place.

On a more tactical level, there have been some specific ideas circulating in Venice for some time that, embedded within this new strategy, finally deserve to be implemented:

1. Being Venice an island in a lagoon, a buffer zone can be created between the mainland and the center of the city to intercept the day visitors of Venice before entering the historical center. Separating the flow of visitors in dedicated hubs or terminals from the traffic of the commuters forms the basis of an innovative visitor management policy. Obviously, together with the terminals, intelligent transport infrastructures to and from the historic center will also have to be implemented.
2. In the second place, a reservation system would not only make all visitors, including day-trippers, aware of the limited availability and the sensitivity of Venice as a commodity, and may therefore nudge people to plan their visit to Venice rather than improvise it. It would definitely be unconstitutional according to European law to close all the accesses to Venice, or discriminate visitors on the basis of their socioeconomic profile. A reservation, however, should not be made mandatory, but it would make it more difficult and much more expensive to visit Venice without a reservation, thus making visitors more mindful. The idea of a reservation was tested between 2002 and 2005 with some success;
3. What should be avoided at all costs is to place further explicit limits on the development of tourist accommodation, including B&Bs, as they are currently doing in many overtouristic places in Europe. This was already attempted in Venice in the 80s and 90s and, instead of stopping the gentrification process, it simply incentivized day tourism and had no effect whatsoever on the yearly influx of visitors.
4. New ICT technologies can be used in various ways to reorganize the chaotic flows of all visitors to the center of the city. Security cameras present throughout Venice, together with the results of an analysis of the data collected through the cells that facilitate the use of mobile phones, credit card data, ticketing in public transport and attraction, and so forth, might be aggregated in a sort of control room. This control room can suggest alternative modes of transport, terminals and routing in real time, and thus contribute to the anticipation of the problem of congestion and thus solve the problem before any crowding occurs;

one. The “external boundary” corresponds to the maximum tourist flow that a tourist destination can support before the impacts become unsustainable. The “internal boundary” of the donut represents the threshold below which the destination is not yet benefiting socially and economically from tourism. Sustainability according to Raworth means decisively overcoming the internal boundary, but at the same time respecting the external one. Pursuing sustainable tourism development for a destination therefore means, in Raworth words, both using tourism to “be able to satisfy the primary needs of people”, but without being so intensive “as to go beyond planetary boundaries”. The crossing of the ecological boundary presents similarities with what is known as the tourist carrying capacity or TCC (see for example Costa and Van der Borg, 1988). The exceeding of the TCC involves the emergence of a negative (environmental) damage incompatible with the sustainability of the destination. Ergo, overtourism is, therefore, to need not to overcome the external boundary of the (tourism) donut. Representing a tourist system using the metaphor of the donut helps to better understand the political dilemma destinations will more frequently need to face, that is how do you create wealth and wellbeing for the destination without harming it, and what the real causes of unsustainable tourism are. Any other simplifying analysis that proposes to indistinctly criticize AIRBnB and B&Bs, low-cost airlines, greedy tourism entrepreneurs, ‘uneducated’ visitors, and powerless local politicians, often leads to a smokescreen that obscures the true, fundamental causes of an unsustainable tourism development process, and, hence, to the wrong set of tourism policies.

Understanding Venice May Help Us To Understand Unsustainable Tourism Development

Venice is one of the world's iconic tourism destinations. It is still a UNESCO World Heritage Site. Photographs of the city can be found in the promotional materials of virtually all major tour operators (Van der Borg, 1994). In addition, the city provides the backdrop for numerous films while Venice serves as a sounding board for any event or demonstration. Some of its most prominent buildings have been rebuilt in full scale to add flavor to the casinos, exhibition areas and parks all over the world.

The uniqueness of Venice, the incredibly strong brand it has, and its constant media exposure have turned it into an attraction that is successful like no other.

Not surprisingly, Venice is visited yearly by approximately 30 million people. Of these visitors, approximately 4.5 million have arrived in 2023 in official accommodation establishments, spending slightly more than 2 nights on average, generating thus almost 10 million overnight stays. Although the official data have not yet been published, the year 2024 promises to surpass the 2019 record year.

A *first indication* of the impact of tourism on local society is obtained by calculating the number of overnight stays per inhabitant of the historic center, an intensity indicator often used to evaluate the tourist pressure on destinations, and comparing this indicator for various destinations of city travel. Hodes (2015) argued that Amsterdam is one of the most intensively visited cities in Europe, with 13.0 overnight stays per inhabitant. Lisbon follows closely behind with 12.6 overnight stays per inhabitant, while Prague (10.3), Zurich (9.7), Stockholm (7.5) and Athens (6.4) follow at a distance. The same indicator for the historic center of Venice and updated to 2023 amounts to 173.2 overnight stays per inhabitant, confirming the fact that Venice is the example that other urban destinations should never follow.

Secondly, an updated version of the linear programming model of the TCC of Venice (see Costa and Van der Borg, 1988 and Bertocchi et al, 2020) clearly showed that the yearly number of visitors abundantly exceeded that indicator. Indeed, in 2018 the TCC of Venice had risen from 11 million visitors in 1988 to 17 million visitors per year, equally distributed in tourists and day visitors. This calculation was obtained by taking into account investments made in local public transport, improvements in the solid waste management system, and, in particular, the expansion of beds in accommodation facilities, including B&Bs. With respect to the TCC of 17 million visitors, in fact not only are the 30 million people per year that come to the Italian city of art (almost twice the TCC), but also the composition of the flow of visitors (in reality 20% tourists with 80% day trippers) and very far from a desirable one (optimally 50 % tourists with 50% day trippers).

The quantitative and qualitative imbalance

Destinations Coping With Success —A Venetian Lesson

Jan van der Borg

KU Leuven / Venice Ca' Foscari University

The Persistent and Intrinsic Unsustainability of Tourism

It was only after the Second World War that tourism as an economic and social activity rapidly transformed. In many places, especially in industrialized countries, average per capita income, the number of days of paid vacation, not to mention the ownership of a private car, among other things, increased dramatically and tourism has finally transformed from an activity reserved for a limited number of wealthy people into a mass phenomenon. With this frightening growth of mass tourism, a corresponding business model has emerged, based on the mere replication of successful formulas, articulated through the search for economies of scale and a competitiveness almost based purely on prices.

The first criticisms of this model appeared decades ago (see for example Krippendorf, 1986), especially with respect to the effects of tourism on delicate places such as seaside and mountain areas. In the 90s several authors have argued that other types of destinations, including heritage cities, started to suffer significantly from excessive tourist pressure, as they had embraced the same mass tourism business model. Today, successful destinations such as Venice, Barcelona or Kyoto are afflicted by excessive and unsustainable tourist presence, which has been fashionably labeled “*overtourism*” (UNWTO, 2019).

Unsustainability is, unfortunately, a direct consequence of the very nature of the tourism product. Since many tourist *assets* of a destination (such as attractions, public spaces, infrastructures and public services) are uniquely linked to a specific geographical context, and thus are not reproducible, turn out to be extremely scarce public commodities. Trying to determine their optimal allocation exclusively by market forces can never lead to optimal allocation of such capital and the unsustainable use of it becomes almost a certainty.

Indeed, this mix of being extremely scarce and

being based on commons, raises the risk that destinations become victims of what Garrett Hardin famously called the tragedy of the commons. In his groundbreaking article in *Science*, Hardin (1968) describes how the use of a commons works in a marginalist economy. Hardin asks us to imagine animals grazing on publicly owned land for which rules of use are absent. Individuals aiming to increase their *wealth* are driven to expand their herd. However, each animal added to the total contributes inevitably to degrade the commons in a gradual but significant way. ‘Therein is the tragedy. Each man is locked into a system that compels him to increase his herd without limit – in a world that is limited. Ruin is the destination toward which all men rush, each pursuing his own best interest in a society that believes in the freedom of the commons’. I believe overtourism is but one of the many manifestations of the Hardin’s tragedy of the commons.

Overtourism is, of course, not the only form of suboptimal allocation of tourism. Tourism underutilization, or in other words undertourism, which reflects the opposite direction in which tourism market inefficiency could move, is also socially and economically undesirable, especially in places where tourism represents a key asset for economic revitalization and where other alternative development trajectories have not been explored or are difficult to implement. Indeed, the misallocation of tourism resources because markets are imperfect and policies are absent, both in the form of *overtourism* and *undertourism*, finds a possible interpretation also following the innovative vision of a sustainable pace of economic development that was designed by Raworth (2017). She conceptualizes the state of the global economy comparing it to a donut. Her theory can easily be declined into a vision of the development of a destination that combines both forms of unsustainable tourism development together with that of optimality in sustainability terms. The *donut destination* has, very much like the global economy, two boundaries: an external one and an internal

②

イタリアにおける

観光と生活の

共存をめぐる

現状と雑感

東洋大学
国際観光学部教授
佐野浩祥

1. ローマに住んで 感じたこと

筆者は2024年7月から2025年3月までの9ヶ月間、研究休暇でイタリアに滞在する機会を得た。住まいはローマ・ナヴォーナ広場からほど近い、狭い路地に面する築500年あまりのアパートメントで、観光客の多いエリアに住むことになった。ローマで

の生活を開始して驚いたことが2つあった。

1つは、ホームレスの多さである。テルミニ駅近くに多いのは知っていたが、ナヴォーナ広場周辺にもホームレスらしき方を多く見かけた。教会の前で物乞いをする人、時々大声でわめき散らしながら街をさまよう人など、自宅近くを歩くとたびたび出くわした。確かに、ローマの住宅事情は厳しいものがある。筆者が借りたアパートメン

トの家賃も、東京の自宅のその2倍近くであり、1年以上住み続けるのは難しいと感じていた。OECD（経済協力開発機構）によれば、2023年のイタリアの一人当たりの国民所得は4万1124ドル（日本は3万5588ドル）と、日本よりやや高いものの、それほど所得が大きく異なるわけではない。おそらく、多くのイタリア人にとって、ローマ中心部の家賃は到底払えるものではないだろう。また、同じ

くOECDによるとイタリアの家賃は上昇し続けており（2015年を100としたときの2024年の家賃指数は107・9、日本は99・7）、住宅事情の厳しさは、以上のようなデータからもうかがえる。

もう1つは、騒音である。自宅はアパートメントの4階だったが、向かいの建物の1階にはレストランが入っていた。割と人気店のようで、連日多くのお客が入っていた。夕方になると店



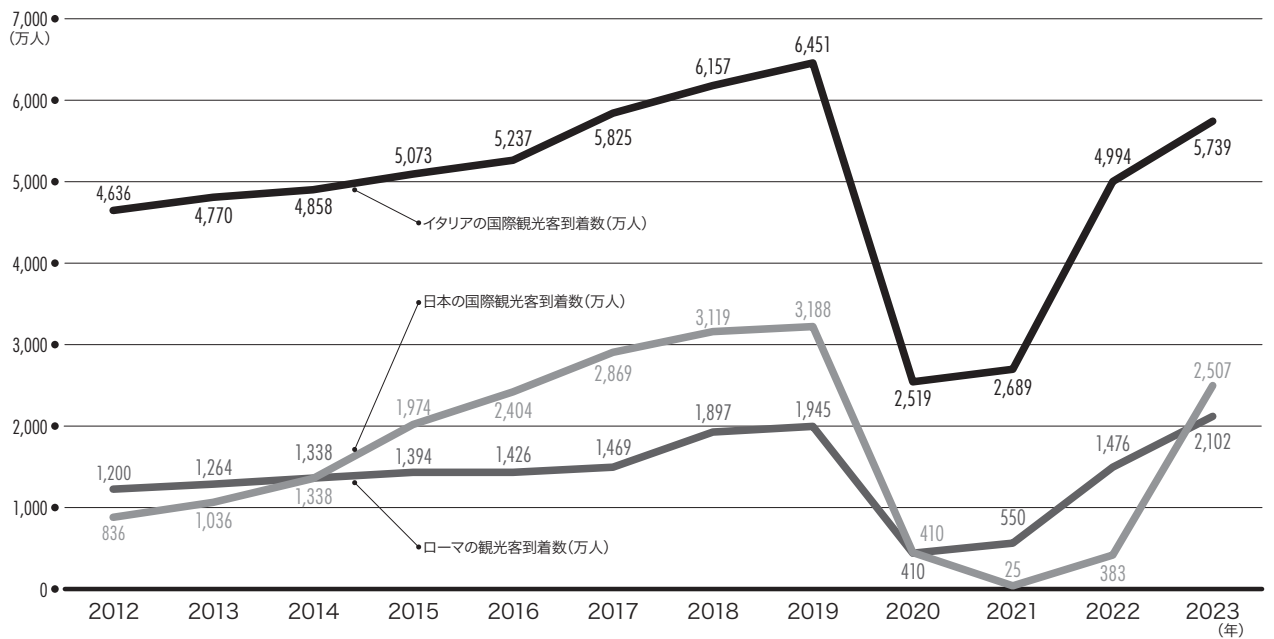
写真:ローマで筆者が借りたアパートメント前の深夜の様子

の前の路上にテーブルと椅子が設置され、多くのお客は屋外での飲食を楽しむ。連日、深夜まで賑わっており、観光地としては素敵な光景だが、住民としては甚だ迷惑であった。窓を閉めても、陽気なお客の話し声や笑い声が寝室まで響いてきて、なかなか寝付けなかった。観光地に住むということはこういうことなのかと、実感させられた。

2. 観光大国・イタリアのオーバーツーリズム

イタリアは観光大国である。UNWTO（国連世界観光機関）によれば、2023年の国際観光客到着数は5739万人で、フランス、スペイン、アメリカに次いで4番目に位置しており、その数を順調に伸ばしている。観光産業による付加価値（観光GDP）が国内総生産（GDP）に占める割合は5・7%（2019年）にのぼり、日本の2・0%を大きく上回っている。イタリアの首都であり主要観光地であるローマもまた、2024年の観光客到着数は2220万人、延べ宿泊数は5140万人泊と過去最高を記録して

表1 イタリア・日本の国際観光客到着数およびローマの観光客到着数の推移



(出典: UNWTO、ローマ市)

おり、2025年はジュベリー（カトリックの聖年）でもあり、さらなる観光客の増加が予想されている。

では、イタリアのオーバーツーリズムの実態はどうなのか。これを把握するのはなかなか難しい。冒頭で自身の感じたことを書いてみて、少なくとも観光客の増加が、住宅事情の厳しさや騒音に関係していることは疑いないが、それがどの程度なのかは不明である。ローマの中心部で暮らしていても、オーバーツーリズムを肌で感じたり、目に見える形で確認したりするのは困難だと思える。確かにローマの街は人や車で混雑しているけれども、市民と観光客の笑顔で溢れていて、商店や飲食店、広場などの公共空間は人々で賑わっていて、オーバーツーリズムという現象は幻想なのではないかと感じることもある。

一方で、新聞やウェブなどのメディアでは、オーバーツーリズムという用語はよく使われている。市場調査を専門とするIPSOS社のイタリア観光に関する調査「Future4Tourism」は、イタリア人のオーバーツーリズムに対する認識を明らかにしている。調査によれば、イタリア人の6割がオーバー



ローマ・サンロレンツォ地区に張り出されたポスター「ローマはホテルではない」

ツーリズムに対する何らかの対策を講じることに賛成している。その割合は、観光客の多い地域ほど高いという。また、オーバーツーリズムの最も深刻な影響については、住民にとっての住みやすさの悪化(51%)、観光客にとっての悪い観光体験(39%)、環境や生態系への影響(38%)などが挙げられ



ナポリ・サンタキアラ教会前の落書き「観光客は帰れ」



攻撃を受けたと思われるキーボックス(ローマ市・Via Gregorio VII)

写真:観光客への抗議の声

ている。多くのイタリア人がオーバーツーリズムに関心を持っていることの証左であり、これは日常生活では見えてこない事実である。なお、同社が2023年から2024年にかけて22カ国の外国人を対象に行った調査によれば、イタリアのどの都市を知っているかという質問に対して、ローマ

(68%)、ヴェネツィア(53%)、ミラノ(47%)、フィレンツェ(30%)、ナポリ(30%)が上位を占めており、その他の都市については10%を下回る回答率であった。知名度の高い都市に観光客が集中することは容易に想像される。近年、このような大都市では、家族や学生向けの住宅が観光客向けの短期賃貸物件に入れ替わっている状況が、多くのメディアで取り上げられている。住まいを追いつけられた住民の多くは、その状況を批判する機会を持てず、黙殺されることがほとんどである。抗議の動きは少しずつ現れてきている。

例えば、2024年10月頃から開始された「ロビンフッドとその一族」という活動は、Airbnbをはじめとする観光客用の民泊サービスの象徴として、アパートメントの鍵を保管するキーボックスを攻撃の対象にしている。活動家は夜間に街へ出て、民泊サービスのキーボックスを見つけると、暗証番号を入力できないように接着剤を注入して破壊し、ロビンフッドの帽子が描かれたステッカーを貼っていく。ローマから始まったこの活動は、イタリア全土に広がりつつある。このほか、

イタリア観光大臣に抗議する内容の横断幕が市内に掲げられたり、観光客を歓迎しない旨のグラフィティ(落書き)が建物の壁に描かれたりしている。このような目に見える形での抗議の声は即座に政府によって撤去・消去されるため、日常生活の中ではほとんど気づかないが、メディアを通してこのような活動を知ることになる。筆者もこのような声を探して街を歩いてみたが、中心市街地ではなかなか見つからず、中心市街地のやや周縁部にその痕跡を発見することになった。それは、筆者が住んでいるような、ほぼ観光地化された歴史的市街地ではなく、観光客はほとんど見かけないような、しかし観光客向けの短期賃貸物件が増えつつある(と思われる)住宅地においてであった。家屋をめぐる観光客と住民によるせめぎ合いの最前線とも言えようか。

3. イタリアの オーバーツーリズム 対策

イタリアにおけるオーバーツーリズムの問題は、確実に存在する。しかし、その内容や範囲は判然としない。政府

側は、この問題をどう捉えて、どのような対策を講じているのか。

観光大国であるイタリアは、当然ながら国家戦略においても観光を重要視している。パンデミックを契機に次世代EUと呼ばれる基金を得て、2021年7月に成立した国家復興・回復計画(Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza: PNRR)とは、9つのミッションのうちの1つ目に観光を位置付け、オーバーツーリズムにも言及している。ただし、オーバーツーリズムの内容や範囲には触れず、観光客の流れを持続可能な形でイタリア全土にバランスさせ、文化および観光の振興による過疎地域の再生を目指す根拠として位置付ける。より具体的には「Caput Mundi(世界の首都)」プロジェクトであり、ローマからイタリア全土に続く歴史的でユニークな道路を活用して、様々なセグメントに対応するような新たな観光ルートを構築しようとするものである。

同様にイタリア国家によるオーバーツーリズム対策としては、市民の声に押される形で、イタリア内務省が2024年11月、民泊サービス用のキーボックスの使用の締め付けを図る

通達を出した。キーボックスの使用を禁止するのではなく、テロの可能性を含めた安全保障上の理由から、宿泊施設の管理者に宿泊者の本人確認を怠らないよう、キーボックスの不正な使用を禁止するものである。以上のように、国家レベルではオーバーツーリズムの内容や範囲を定めないまま、しかし何らかの対策を通して、間接的にその問題に対処しているように映る。なお、2020年よりローマ、ナポリ、フィレンツェ、ボローニャ、ミラノの5都市が共同で短期賃貸物件関連の課題に取り組み、国家へ対策の提案を行っている。

オーバーツーリズム対策は、国家よりも各自自治体において、具体的かつ前衛的である。フィレンツェ市は2018年に成立した周辺17自治体との広域観光圏を基盤として、2022年より、歴史的市街地に集中する観光客の流れを自転車ルートなどのプロモーションによって広域的に分散させる取り組みを進めてきた。フィレンツェ観光研究センターの収集した観光流動に関するデータによれば、2024年には周辺自治体の観光客数が急増し、取り組みの結果が表れてい

るという。さらに、2023年6月には長期賃貸物件居住者向けの住環境の改善を目的に、バルセロナをモデルとして、世界遺産区域での民泊サービスの新規開業を禁止した。この決定は裁判所によって一旦は無効とされたが、2024年7月に再び市は民泊サービスの新規開業を禁止する都市計画決議を承認した。新規開業を計画している事業者側は、短期賃貸物件の増加と住民向けの住宅不足の間に直接的な因果関係は存在しないと主張し、市を提訴する構えで、この争いの展望は不透明なままである。

オーバーツーリズムにさらされている小さな自治体では、さらに野心的な対策が講じられている。チンクエッレは、リグリア海に面し、ジェノヴァから東に続く美しい漁村集落群を含む国立公園だが、人口4000人の地域に毎年350万人(うちクルーズ客200万人)の観光客が訪れ、特に夏の繁忙期には狭い路地を観光客が埋めつくし、地域への交通手段である列車チンクエッレ・エクスプレスも混雑して時間通りに運行されない状況になる。静かな生活を送っていた住民は、移動の自由を奪われ、夜遅くまで続く

喧騒に頭を悩ませる。海沿いの細い遊歩道である「愛の小道」には観光客が殺到することに加えて、たびたび高潮や土砂災害に見舞われるなど、自然災害を含めた崩落のリスクが大きい。そのため対策として、チンクエッレ国立公園は2001年より定額で複数の観光サービスを楽しむチンクエッレカードを導入、「愛の小道」などのトレイルを含めた地域の観光資源をパッケージとして提供することで観光客を分散させ、滞在時間を延ばすと同時に、石垣などの修復のための資金としてきた。現在、「愛の小道」は事前予約制で人数を制限するとともに、原則一方通行としている。なお、住民の入場は無料で、入場可能時間も観光客より長く設定されている。また2024年には、アルゴリズムによる混雑予測に基づいて「愛の小道」以外のトレイルを一方通行にしたり、リアルタイムの情報や警告を表示するデジタルトーテムを主要なトレイルの入り口に設置するなど、テクノロジーの導入も進められている。

一方、ローマ市のオーバーツーリズム対策はやや消極的に映る。観光客の混雑が危険なレベルに達しているトレ

ヴィの泉の入場制限を課したり有料制を検討したりしているが、局的、対症療法的なものにとどまっている印象である。先述の「Caput Mundi」プロジェクトでは、ローマ郊外のアッピア街道の整備や、ガビイ古代都市などローマ市周辺の代替観光ルートを提案するアプリ「Unexpected Itineraries」を開発するなどして、観光客の空間的分散を図っている。異色の取り組みとして、地域DMOであるEsquilino Comunitàは、ローマ市中心部にありながら観光客にほとんど知られていないエスキリーノ地区において生活と観光の共存を図り、本物の観光を提供するパイロットモデルを模索しているが、ローマ市全体においては住民の生活の質の低下には目が向けられていないようである。

4. 観光と生活の あり方 リバランス戦略の

イタリア国内のオーバーツーリズム対策を概観してきたが、いずれもはじまったばかりであり、その効果はほとんど出ていないため、現時点で評価す

ることは困難である。ただ、オーバーツーリズムの内容と範囲を明確にしなければ、有効な対策を打ち出せないことには疑いの余地がない。住民の生活の質の低下の問題が現れているのか、観光客の観光体験の質の低下の問題が現れているのか。その問題は空間や時間によって異なるため、きめ細かい対応が可能な小規模な政策集団による対策が有効であると考えられる。チンクエツレの「愛の小道」のように、時間あたりの観光客数というパラメータを定め、その上限400名という閾値を設定するシステムティックな対策は一つのあり方だろう。しかしながら、そのパラメータ設定が問題の本質をついているのか、その閾値が問題解決につとて適切なのか、絶えず議論や検証が必要だろう。

他方で、上記のようなパラメータや閾値の設定が困難な地域がほとんどであろう。オーバーツーリズムと感ずるかどうかは主観的な問題であり、人によって捉え方が異なる。また、観光によって恩恵を受ける人と損害を受ける人という立場の違いもある。ローマで見てきたように、過度な観光によって自身の生活に悪影響を受けている人の

大多数は沈黙を余儀なくされていることが容易に想像され、非合法的な手段でしかその声を発することが難しい。多くのイタリア国民は何らかのオーバーツーリズム対策が必要と考えている調査結果もある。そのため、オーバーツーリズムによって被害を受けている人の声なき声をすくい上げることが必要である。逆に、観光が市民生活にもたらす恩恵について広く市民に周知することも不可欠である。その上で、オーバーツーリズムをめぐる意見の異なる市民間の対話や議論のアーリーナを出現させることが望ましい。首長選挙や裁判等による観光推進か反観光かの二者択一的な議論ではなく、二者の対立を乗り越えるような弁証法的解決策の模索が進められると良いだろう。



佐野浩祥(さの・ひろよし)
東洋大学国際観光学部教授
2006年東京工業大学大学院情報理工学研究科修士(工学)。立教大学観光学部、金沢星稜大学経済学部を経て、2019年より現職。専門は、国土・地域計画都市計画史、観光まちづくり。主な著書に「都市計画家・石川栄耀」「インバウンドと地域創生」「初めて学ぶ都市計画」「コンパクトシティのアーバンリズム」(いずれも共著)など。

学部、金沢星稜大学経済学部を経て、2019年より現職。専門は、国土・地域計画都市計画史、観光まちづくり。主な著書に「都市計画家・石川栄耀」「インバウンドと地域創生」「初めて学ぶ都市計画」「コンパクトシティのアーバンリズム」(いずれも共著)など。

「観光都市」から

「観光とともに生きる都市」へ

バルセロナにおける

オーバーツーリズム対策の

最前線

龍谷大学
政策学部教授
阿部大輔

テラス席に座ってひとときを過ごしている観光客に向けて、地元住民が水鉄砲を放つ。日本でもセンサー・ショナに報道された、初夏のスペイン・バルセロナでの出来事だ。「観光客は帰れ」「バルセロナは売り物ではない」「マストゥリズムがバルセロナを殺す」等の過激なメッセージをボードに記した約2800人にも及ぶ住民たちが抗議の声を上げながら観光客が多く集う街路を練り歩いた。

地元の自治会連合「観光低減に向け

た住民評議会」によって組織されたこの抗議運動は、混雑や観光客のマナーが主題なのではない。観光の止まることを知らない成長が公共サービスを圧迫し、家賃や物価の高騰を誘引し、古くからの市民が住み続けられなくなることに。そして観光産業の利益が不当に配分され、社会的不平等を拡大していること。コロナ禍以前から表明されていた観光に対する市民の不満は、ここに来て再度高まっているようにみえる。

もちろん、バルセロナ市が手をこま

ねいているわけではない。バルセロナ市はコロナ禍以前から観光がもたらす負の影響が深刻化していた都市であり、さまざまな政策的挑戦を続けてきた経緯がある(阿部2020)。むしろ、オーバーツーリズム対策先進地であると言える。では、コロナ禍による観光活動の停滞を経て、現在のバルセロナはどのような問題意識のもと、具体的措置を構想しているのだろうか。本稿では、オーバーツーリズムの緩和を目指すバルセロナの観光政策の最前線

を報告する。

1. オーバーツーリズムの状況

2019年に約1610万人を記録した観光客数はコロナ禍で急減するものの、2023年には約1560万人、2024年には約1550万人にまで回復している。観光客の8割は外国人観光客であり、観光立国スペインの中でもその割合の高さは際立っている。観光客数はコロナ前より微減しているものの、観光行動の変化が目立つのが平均滞在日数の増加であり、2019年と比べて9・3%増加している。観光客一人一泊当たりの消費額も2023年から8・7%増加し、観光がもたらす経済効果は100億ユーロを超えるとも言われている。

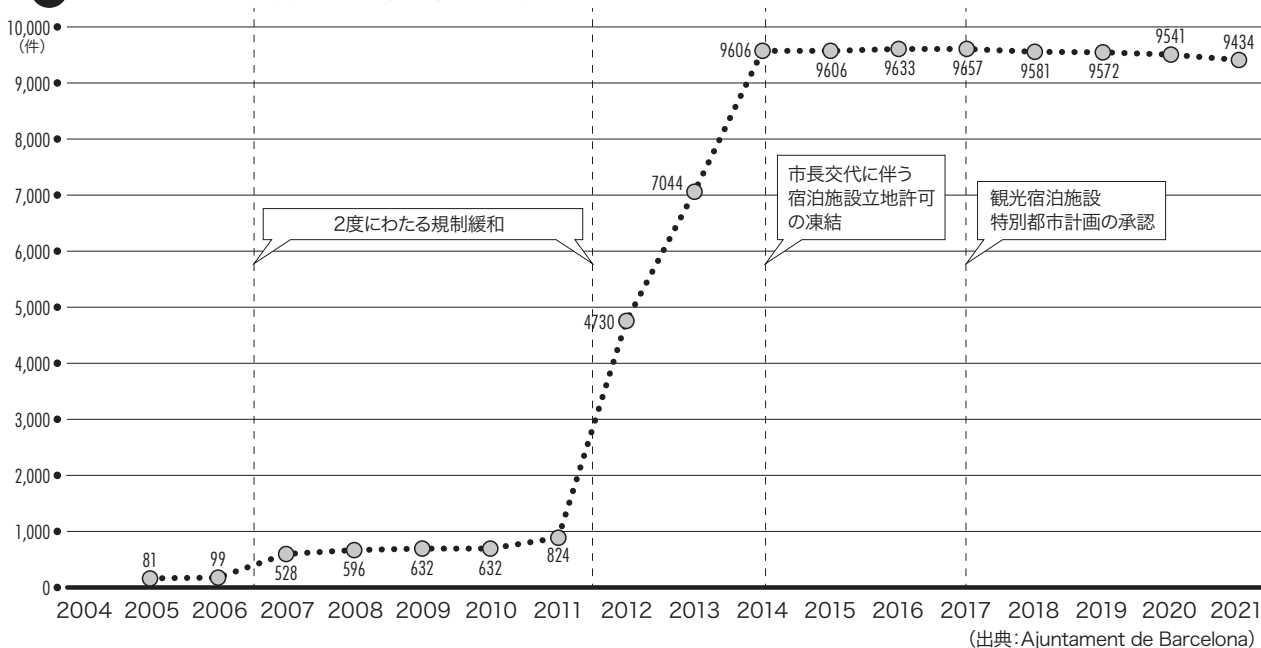
バルセロナでオーバーツーリズムが市民の深刻な懸念事項になり出したのは2014年の夏頃である。公共空間や公共交通の混雑、観光客のマナーの悪化、物価の高騰、宿泊施設の急増に伴う不動産価格の上昇、住民や商店の追い出し、地域コミュニティの変容といった「住民の生活の質」の低下が顕

③「観光都市」から「観光とともに生きる都市」へ

在化するとともに、冒頭で紹介したような市民からの観光客への反発（こうした態度は一般的に「観光客嫌悪／観光恐怖症」と呼ばれる）が散発的に生じてきた。観光案内板などにスプレーで落書きされた「Tourist Go Home」（観光客は帰れ）のメッセージは、「観光客の経験の質」に負の影響を与えない。

観光フラット（直訳すると「観光の用に供する住宅」であり、日本の民泊に近い）の数は特に2011年以降、飛躍的に増加した（図1）。2011年から2014年の間に824件から9609件へと激増している。2015年5月の市長選で、オーバーツーリズムの解決を政策の目玉に据えたアダ・コラウが当選し、宿泊施設の立地許可が凍結された後は、徐々にその数を減らしている。これは後述する観光宿泊施設の立地コントロールを眼目とする都市計画措置（PEUAT）の影響である。なお、登録された観光客用宿泊施設のベッド数を見ると、2023年の段階でベッドは合計15万2320床あり、そのうち7万6662床がホテル、5万8124床が観光フラット（民泊）であった。

図1 バルセロナにおける観光フラット（民泊）数の推移



オーバーツーリズムが地域社会に与える負の影響は、基本的には他の観光都市と類似しているが、バルセロナで特に問題となってきたのが宿泊施設の立地と地価の上昇、それをもたらす地域コミュニティの変容であった。

2. 市の観光政策の系譜

観光と市民生活の調和という継続課題

現在の観光政策の原型となっているのが2008年に策定された観光戦略プラン2015である。プランの目的は、「観光の改善を促進すること」と「観光と市民生活を調和させる方

法を改善すること」だった。まだ観光活動の過剰な集積が市民共通の問題として浮上する前の政策なので、当時としては非常に革新的な構想だったと言える。

その後、2013年頃から観光活動と市民生活の軋轢が表面化し、オーバーツーリズムが政治争点化する。野放図な観光の成長への対応が急務となったことから、2015年に主以下3種の措置が緊急対策として考案された。

○観光宿泊施設特別都市計画（PEUAT）の策定。ユースホステル、民泊、シェアハウスの立地を規制。○観光に関する議論を促進し、都市の観光モデルに関わるさまざまな関係者をまとめる恒久的な機関として、観光・都市協議会を設立する。

○2016～2020年の市の観光政策のロードマップとして、観光戦略プラン2020を策定する。

観光戦略プラン2020（2017年）

2015年6月に、アダ・コラウが市長の座についた（在任2015年6月～2023年6月）。前記の緊急対

策の目玉であった観光宿泊施設特別都市計画（PEUAT）は、より総合的な政策に統合され、「観光戦略プラン2020」として2017年1月に発表された。本プランは、その目的を「住民の生活の質と観光客の満足度を両立させ、観光活動の社会的還元を最大化し、観光地バルセロナの持続可能性を確保すること」に置いている。混雑地の観光マネジメントやマーケティング、プロモーションといった従来の取り組みに加え、交通政策、都市計画（土地利用）、地域経済の発展、事業者の社会的責任、宿泊税など観光に関連する多分野にわたる各種の施策を束ねる観光マスタープランである（阿部2020）。

表 1 バルセロナ市の観光政策の基本的方針

取り組み	概要	具体的措置
①公共空間のマネジメント	都市の特定のエリアへの訪問者の集積は、負の外部性を招く。来訪者の密度と量が非常に高いエリアへの環境への影響は、住民の生活の質と来訪者の訪問の質を保証するために軽減されなければならない。観光圧力を緩和し、都市の新陳代謝を確保し、観光産業の質と観光客の責任を高めるために、観光活動をマネジメントする必要がある。観光活動集積地の、それぞれに異なる地域特性やニーズ、可能性、課題を踏まえたマネジメント措置が欠かせない。	大混雑エリア(EGA)の特定とマネジメント
②課税と財源の強化	観光活動の管理が市町村の財政に及ぼすコストと、それが市町村の財源にもたらす収入のバランスを取るための資金調達メカニズムを模索する必要がある。市と住民にとって最も負の外部性をもたらす活動による市町村の財源への経済的貢献を増やし、社会的還元基金を充実させる必要がある。課税は、より責任ある持続可能な観光慣行を奨励し、負の外部性を生み出す行為を抑制するための重要な手段として考えられている。その目的は、直接費用と社会費用の分配における公平性を高め、一般的な料金システムまたは特定の慣行に対する特定の課税を通じて、システムの経済的持続可能性を保証することである。	観光から市民への還元資金の創設
③市内交通の改善	ますます複雑で多様化する観光客の交通のマネジメントが必要である。市民の日常の移動と調和した責任ある観光モデルを促進し、交通システムと公共空間の合理的かつ一貫した利用をもたらすことが目的である。	都市内交通改善のためのバス4.0ゾーンの整備
④宿泊施設	観光客の宿泊施設の規制は、住宅、日常生活、持続可能な観光の権利を保障するための基本的な手段である。観光宿泊施設に関する特別都市計画(PEUAT)の改正は、当初の精神と目的を維持しながら実施される。その精神と目的とは、観光客の圧力を緩和し、都市のバランスと多様性を追求し、住宅、休息、近隣の幸福、空間の質に対する権利を保障することである。	PEUATの改訂 違法民泊の摘発
⑤共生・治安・予防	観光客の活動の激しさや集中は、地域社会の生活環境の悪化や住民の生活の質の低下につながる。同様に、観光客の多い空間は、特に治安の面で問題となる。これらの問題に対処するために、ルールの制定、広報キャンペーン、仲介サービスなど、観光客と観光客以外の利用者の良好な共存を図る必要がある。	観光客を対象とするコミュニケーション・キャンペーン(マナー啓発)
⑥持続可能性とレジリエンス	環境、文化、労働条件、社会・経済的還元を責任を持って尊重した形でマネジメントすることが不可欠である。気候緊急事態においては、観光管理対策も、干ばつや極端な気温といった深刻な脅威に対処するレジリエンスの観点から講じられなければならない。	干ばつ対策としての節水の推進
⑦デジタル化とイノベーション	観光活動とプロモーション、来訪者のケア、サービス、体験の包括的なデジタル化を推進することは、バルセロナが観光地として持続可能性の基準を確保し、その構造的な競争力を保証するために必要である。	プロモーションのデジタル化
⑧経済発展と経済的利益	観光活動の経済発展と社会的利益を確保することは、都市と地域社会の成長と幸福に観光産業が貢献することを保証する上で重要である。民間事業者のイニシアティブを推進し、持続可能で革新的な地域経済の基盤を育成することは不可欠である。また、観光と地域社会のつながりを強化し、すべての市民にとってバランスのとれた経済発展と社会的利益をもたらすことも重要である。	観光産業を構成する民間部門のデジタル化を目的とした助成金の募集の実施
⑨エリアごとの戦略と観光の提供（促進）	観光はそもそも地理的に偏りがあるため、そのマネジメントはエリアごとに取り組む必要がある。観光客の訪問先において、文化やスポーツ、ガストロノミー、教育などの新たな体験を盛り込み、観光活動の地理的な分散化と観光活動の多様化を促進する。	バルセロナのビーチの改善とフォーラム海水浴場の再生(ZBF)
⑩プロモーションと歓迎	観光地としてのイメージを形成するとともに、旅行の動機や都市観光へ関心を持つセグメントやマーケットに対応する。デジタル化の機会を活用して平均滞在日数の増加やリピーターの増加を図り、より大きな経済的・社会的利益をもたらす。	観光プロモーションの新たな戦略
⑪情報	観光活動に関する情報やデータを蓄積することは、さまざまな意思決定を行うために不可欠である。また、トレンド、機会、課題を特定し、リソースの使用を最適化し、変化に対応するためにも必要である。情報の取得、管理、視覚化のための革新的な手法の開発が必要である。	ビッグデータ技術を用いた観光客の流れの分析
⑫コミュニティとガバナンス	近年バルセロナでは観光産業が成長し、その活動に関連する公的・民間双方のアクターが増加したため、この分野の複雑性に対処し、関係するすべてのアクターの努力を適切に調整・統合化するための有効なガバナンス体制の必要性が生じている。	都市観光の国際ネットワークの形成

(Ajuntament de Barcelona (2024)をもとに筆者作成)

観光マネジメントに向けた措置 (2024～2027年)

バルセロナ市は、コロナ禍での観光活動の停滞を踏まえ、事業者に対する臨時補助金制度を通して観光産業の回復を軌道に乗せつつ、一方でコロナ禍以前に深刻だったオーバーツーリズムの悪影響を緩和するという難しい舵取りを迫られた。2021年にはバルセロナ・グリーンディールが宣言された。グリーンディールでは、観光産業を都市経済における戦略的分野のひとつに位置付け、観光の発展がすべての市民に富をもたらすべきことが謳われている。また、2023年6月には、急進的な観光政策を推進してきたアダ・コラウから、ホテル業界を支持層の一つに抱えるジャウマ・コルボニーに市長が交代した。

こうした社会情勢の変化を受け、観光戦略2020の枠組みを継続しつつ、市は2027年までの短期的措置を新たに講じている。計画文書によれば、その目的は「住民の繁栄と幸福の促進を最優先の目的とし、他の経済部門の発展を促す持続可能で敬意ある観光経済を推進することである。政策

の名称でもある「観光マネジメント」は、市民の日常生活と融合した質の高い観光体験を実現するために不可欠である、との立場だ。経済の多様化を推進し、観光分野以外の人材育成やイノベーションの推進を加速させ、観光に由来する経済が都市経済に占める割合を減らすこと、さらに観光が社会的利益を生む存在に変革することも、併せて謳われている。

観光マネジメント政策の基本的方針と概要、各方針に基づく具体的措置は表1の通りである。

いずれも興味深い対策であるが、本稿では紙面の関係から、「観光集積地の混雑マネジメント」、「宿泊施設の立地コントロール」、「課税」に絞って、以下に取り組みの特徴を記述する。

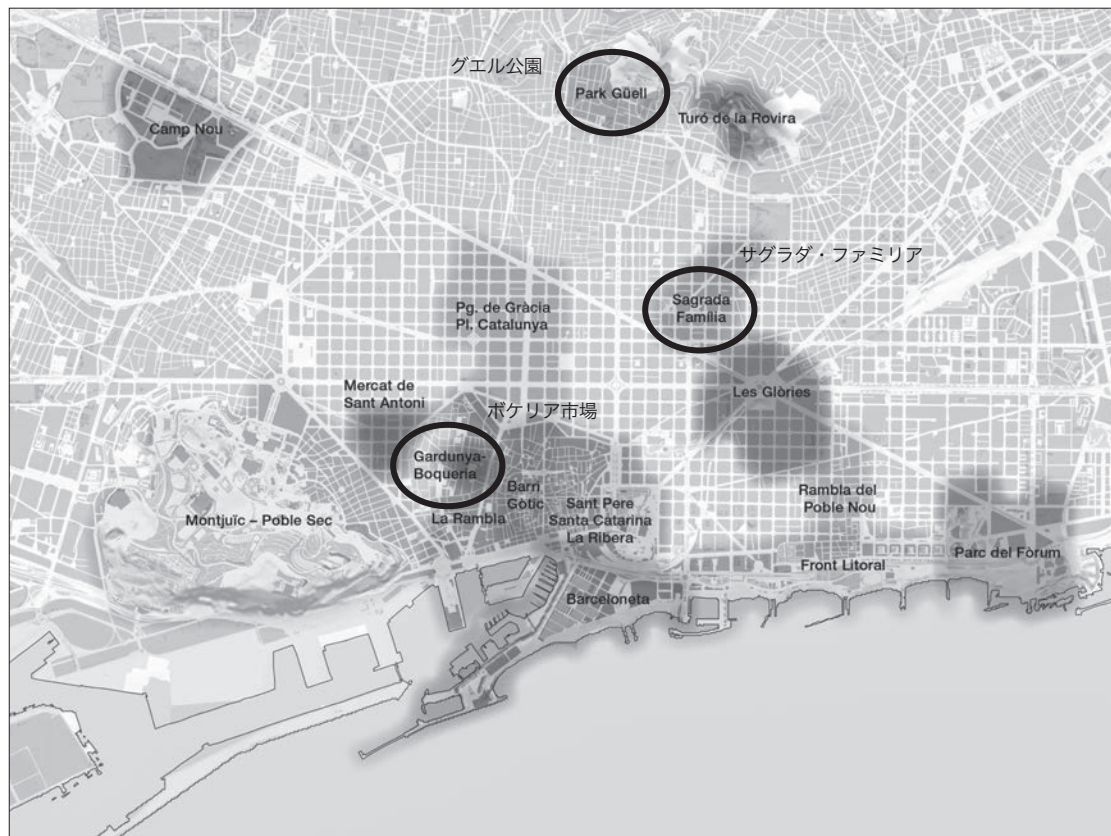
3. 公共空間の混雑の改善策

大混雑エリア(EGA)の設定

政策介入の単位として、交流人口が定住人口を問わず多くの人々が集積する「大混雑エリア(EGA)」を導入している。観光の魅力が高い一方、市

民の生活の舞台としても重要であり、オーバーツーリズムによって空間利用に摩擦が生じている合計16エリアが対象となっている(図2、写真1・2)。こうしたエリアは観光活動が優勢のように見えるが、市場や小規模生業、商

図2 観光活動のマネジメントの対象となる「大混雑エリア」(EGA)



出典: Ajuntament de Barcelona (2024)



写真1:グエル公園



写真2:ボケリア市場

店等、依然として市民生活にとって重要な機能が残存しているため、共存策の実行が急務との認識だ。

具体的措置

EGAごとに、「公共空間の占有と混雑」「観光に伴う活動や用途の変化」「歩行者動線」「日常生活や地域コミュニティとの摩擦」を緩和・軽減するた

めの具体的措置が講じられる。16エリアの中で、先んじて対策が講じられているのが特に観光客の集積が顕著なサグラダ・ファミリア周辺地区、ボケリア市場、グエル公園の3エリアである。主たる対策は、以下に示すように、「交通動線の再整理」「事前予約制の強化」「空間の市民利用の促進」に大別されるよう。

- 観光バスの停留所やタクシー乗り場の撤去あるいは移動・市民生活の動線と重なる領域にある停留所を撤去し、より幅員の広い通りへ移動する等（サグラダ・ファミリア／グエル公園）
- 不適切な駐車や自転車の移動、パーソナルモビリティ車両の速度超過等への監視強化（サグラダ・ファミリア）
- 観光用途以外の地元商業への支援策（サグラダ・ファミリア）
- 清掃や警備活動の強化
- 市場で提供する産品やサービスの適正化（ボケリア市場）
- 観光客と市民の適切な利用規模を設定するための調査の実施（ボケリア市場）
- 市場内・近隣の公共空間の市民利用の促進
- 定期バス路線の強化（グエル公園）
- 観光客へのマナー啓発（グエル公園）
- チケット販売のオンライン化・入場を事前予約制にすることでエントランスでの混雑を避ける（グエル公園）。

4. 都市計画を通じた宿泊施設の立地規制

規制の目的

宿泊施設の立地コントロールは、バルセロナの観光政策の中で最も特徴的な対策のひとつと言えるだろう。都市計画法に基づいて、2017年1月に可決・承認されたのが観光宿泊施設特別都市計画（PEUAT）だ。宿泊施設の立地規制を通して、用途の混在を図り、界隈の公共空間での生活を維持するとともにそこへの観光の影響を最小限に留め、持続可能な経済活動の展開を図るところに狙いがある。何よりも、市民の住む権利を保障することが最大の眼目である。

PEUATの枠組み

PEUATはまず民泊の新規許可を2014年段階の9609件で凍結しており、民泊の立地はこれ以降、原則禁じられることになった。PEUATは計画手法としてはシンプルで、市内を大きく4つのゾーンにゾーニングし

図 ③ 宿泊施設の立地を規制する特別都市計画のゾーニング



出典: Ajuntament de Barcelona (2024)に筆者追記

(図3)、ゾーンごとに宿泊施設の整備の条件を定めている。以下に示すように、ほぼ都心の全域をカバーしているゾーン1とゾーン2への宿泊施設の立地を原則禁じるという厳しい規制が敷かれている。

◎ゾーン1 一切の宿泊系用途を禁じる

ゾーン1は、建築や町並み、ビーチ等の観光資源が集積している一方、古くからの生活が根付く歴史的市街地の多くを含んでおり、すでに市内の宿泊施設の60%以上が集積し、観光系産業の増殖による地元商店の構成の変化など、市民生活の舞台の変容が現れつつある。また、観光客数/住民の割合の高さが際立つエリアでもある。市の平均は7・5%であるが、ゾーン1の平均は25・1%であり、中でもカテドラルやレイアル広場が立地する旧市街のゴシック地区は46%、市内随一の商業地やモデルニスモ建築が軒を連ねる拡張地区は68%を示している。

◎ゾーン2 条件付き認可だが原則的に増設は禁じる

ゾーン1の少し外側のエリアにあたり、宿泊施設の集中が目立ち始めており、かつそれらが今後立地する可能性の高いエリアが該当する。観光客数/住民の割合は10%程度である。観光用途と界限の生活用途の混在が懸念されるところに、公共空間変容の兆候があるエリアである。ゾーン1のように宿泊施設が飽和することがないように、予防的に禁止措置が講じられていると理解できる。

ゾーン2も新規開発を原則不許可とし、ゾーン全体のベッド数を維持する、すなわち増加させないことを基本方針とする。あわせて、宿泊施設の規模に応じて、宿泊施設同士の距離が規定され、150床を基準にそれより規模が大きくなる場合、200m〜300mの距離の確保が求められる。

◎ゾーン3 新規施設の開設や既存施設の拡張が可能

ゾーン3は宿泊施設の供給が相対的に少なく、地域の物理的容量から見てもまだ受け入れが可能なエリアが該当する。

ゾーン内の宿泊施設の総量は、市内のホテル・ユースホステル・民泊の総ベッド数の10%程度が想定されるとは

いえ、ゾーン内であればどこでも立地可能なのではなく、ゾーン内の各行政区ごとに宿泊施設の最大ベッド数が規定され、5つの行政区において合計4025床が上限となる。

また、ゾーン2同様、宿泊施設の規模に応じて、宿泊施設同士の距離が規定される。

◎ゾーン4 再開発に応じて立地が可能

ゾーン4は、市内で大規模再開発が進行中の4区域が該当する。再開発に応じて、一定の宿泊施設の立地が認められる。

◎特別措置エリア

かつて城壁外に形成された旧集落を核に発展し、19世紀末から20世紀初頭にかけて市域に統合された歴史的市街地が対象となっている。こうしたエリアはゾーン2あるいは3に相当するが、都市形態や土地利用の特異性に鑑み、各ゾーンの規定ではなく、固有の規制が別途定められる。

◎幹線道路沿い

ゾーン2および3を走る幹線道路沿いは、当該エリアにおける規制とはまた別の規制措置となる。宿泊施設間の距離は150m以上離れていることが条件となるが、その宿泊施設が立地するゾーン内の別の宿泊施設との距離も同時に勘案しなければならない。

住む権利を確保する「30%規制」

オーバーツーリズムが市の住宅問題を悪化させているとの問題意識に鑑み、市は2018年10月に600㎡以上の開発の際にはその床面積の30%を低家賃の社会住宅に割り当てることを義務とする、いわゆる30%規制と呼ばれる都市計画措置を講じた。本規制は新規開発だけでなく、大規模改修の住宅再整備にも同様に適用されている。目的は、手頃な価格帯の住宅を確保すること、市民が住み続けることを可能にすることである。当然ながらこの規制はデベロッパーに重くのしかかるため、現在までにこの規制で生み出された住戸は93戸にとどまっている。2023年の市長交代後、30%規制

を緩和あるいは撤廃すべしとの声上がり、議論が継続中である。市の住宅問題に強いNPOは、30%規制の大幅な緩和あるいは撤廃は3909棟の建物に住む6万2756世帯の入居者世帯を立ち退きのリスクにさらすこと、最大1万8827戸の追加の公営住宅を建設する機会を市が失うことを試算している。

民泊全廃をめぐる議論

バルセロナのみならず、社会一般に住宅問題が深刻化していることを背景に、住宅へのアクセスの問題を抱えるカタルーニャ州の複数の自治体における観光用宿泊施設を規制する政令が2023年11月7日に承認された。これにより、バルセロナでは現在までに認可を受けている約1万戸に及ぶ観光フラットが廃止される。この措置は、市内のフラットを観光用途ではなく居住用途に再転換し、住宅ストックを増加させることを目的としている。契約者が同居している部屋貸しについても禁止の対象となる。この法令に基づけば、2028年11月までに、バルセロナには観光用アパートは一切なくなることになる。

急にも思えるこの政令に対して、民泊協会（APARTUR）は家族向けの観光部門を壊滅させるものとして猛反発している。民泊協会は、オーバーツーリズムが深刻になる中で、共存可能な民泊のあり方を粘り強く模索してきた経緯があり、突然の決定に「市内の民泊を廃止すれば、違法民泊の急増につながるだけだ」と指摘している。民泊協会は設立から一貫して違法民泊の解消に力を注いできており、違法民泊の増加は市民との共生を促進する代わりに税金から逃れ、住民や観光客と対立する存在になると警鐘を鳴らしている。

5. 課税による観光利益の社会的還元

観光市民還元基金

バルセロナの宿泊税は、正式には観光施設宿泊税と呼ばれ、カタルーニャ州法により2012年11月から施行されている。同法によれば、税収は州の観光振興の促進のために使用されなければならないとされているが、観光が

もたらす負の影響を軽減し、市民の生活改善を促進する取り組みのためにも再投資が可能である。

その財源は「観光市民還元基金」と呼ばれ、市独自の追加課税（滞在一回につき最大4ユーロ）により可能となっている。観光促進のために使用されるものではなく、市の財源に直接還元され、具体的には以下の活動に再投資される。

○民泊の管理強化

○観光客の圧力に最も影響を受けている地区の住民の生活の質の向上

○観光に依存しない経済、社会、文化活動の促進

○観光の分散化を改善する新たなコンテンツ作成

市民還元基金は、地域経済活性化に関連する他の施策と連動しながら、市民向けの文化コンテンツの創出、近隣商業の振興、地域コミュニティの活動推進、事業所誘致等の生活基盤の再生にも投じられる。

バルセロナ市議会は、カタルーニャ州政府に対し、宿泊税の目的と配分基準を変更し、観光の負の外部性を緩和する取り組みにより多くの予算が充てられるよう働きかけることを検討中

ある。

宿泊税の改定

短期クルーズ船観光（12時間未満）に対して、宿泊税の現行税率の引き上げを求めている。クルーズ船がもたらす空間利用への大きな影響を、できるだけ大きな収入につなげ、現在市の財政の負担となっている清掃や警備など特定の公共サービスの提供に関する追加的負担を軽減する。クルーズ船のシーズンと船の収容能力の両方に適応した、累進課税も検討も視野に入れている。

6. 観光と生きる都市へ

バルセロナ社会の根底にあるのは、現在の観光モデルに対する市民レベルでの危機感の共有だ。その危機感は、観光客の混雑が不便をもたらしているということにとどまらない。単なる利便性の低下を超えて、主に地価高騰や適切な価格の不動産の不足による住民や商店の入れ替えが地域コミュニティの変質を招き、やがて我がまちバルセロナが誰のものでもなくなってしまう

う、という都市の存立に関わる意思表示であると理解できる。

観光政策は、市民の日常生活が維持され、観光によってさらにその質が高められ、それがまた観光的魅力として再生されるために講じられるべきである。また、観光活動は空間に立ち現れるのであるから、土地利用規制を通じた都市計画との連動も欠かせない。観光都市（ciudad turística）ではなく、観光とともに生きる都市（ciudad con turismo）へと脱皮を図るバルセロナの奮闘とジレンマは、次世代の都市と観光のありようを考える論点をいくつも示している。



阿部大輔（あべ・だいすけ）
龍谷大学政策学部政策学科教授。1975年ホルル生まれ。早稲田大学理工学部土木工学科卒業、東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻修士課程修了、同博士課程修了。2003～2006年カタルーニャ工科大学バルセロナ建築高等研究院（ETSA）博士課程に留学（この間、スペイン政府給費奨学生）。博士論文提出資格（DEA）取得。博士（工学）。専攻は都市計画・都市デザイン。政策研究大学院大学研究助手、東京大学都市持続再生研究センター特任助教を経て現職。2018年～2019年バルセロナ自治大学客員研究員。単著に『バルセロナ旧市街の再生戦略』（学芸出版社、2009年）、共編著に『ポスト・オーバートゥリズム…限界を再生する観光戦略』（学芸出版社、2020年）、『CREATIVE LOCAL…エリアリノ・ベーション海外編』（学芸出版社、2017年）、『地域空間の包容力と社会的持続性』（日本経済評論社、2013年）、『持続可能な都市再生のかたち』（日本評論社、2014年）など。

<参考文献>

Ajuntament de Barcelona, Mesura de Govern per a la Gestió Turística 2024-2027, 2024
Ajuntament de Barcelona, Turismo 2020 Barcelona Una estrategia colectiva para un turismo sostenible, 2017
阿部大輔、「バルセロナ 都市計画を通じた観光活動適正化の試み」『ポスト・オーバートゥリズム』（阿部大輔編）、学芸出版社、pp.73-100、2020

オーバーツーリズム下での リバランス戦略——欧州都市を通じて——

公益財団法人日本交通公社
観光研究部 主任研究員
後藤健太郎

はじめに 1. オーバーツーリズムへの 向き合い方

本号の特集テーマは「オーバーツーリズム」である。当機関誌『観光文化』にてこの課題を特集テーマとして扱うのは今回が二度目となる。前回扱ったのは2019年1月、オーバーツーリズムが社会問題として認知されていく最中であった。当初、特集テーマを「地域に忍び寄るオーバーツーリズムの脅威」と設定したものの、最終的には「観光客急増で問われる『地域の意思』」(図1)と変更した。それは、次の理由からであった。

まず「オーバーツーリズム」特集で事例として扱われることに対する地域が抱く懸念が想像以上に大きかったことである。地域内での議論もままならない中、オーバーツーリズム発生地域としてネガティブな印象が拡散することへの懸念であった。当時、事例地域の方から「如何なる姿勢、意図のもとでオーバーツーリズムを扱い、発信するのか」と厳しく問いただされたことは今でも記憶の深奥に刻まれている。とはいえ、特定の地域で問題が生じていたのは確かであった。観光文化の振興を通じた豊かな社会実現を目指す観光研究機関として「オーバーツーリズム」という現象にどのように向き合

図1 『観光文化』240号 表紙



注:「オーバーツーリズム」という用語は特集記事のタイトルや本文に留めた。
<https://www.jtb.or.jp/book/tourism-culture/tourism-culture-240vision/>

うのか。問題現象を正確に捉えることは第一歩であるが、問題提起や発信することを超えて、有効な解決策や指針を提示できるのか。急激な成長、過度な成長による痛みを軽減するだけでなくのか。需要獲得の機会を損失している状況も一部に見受けられる中で、「地域は観光を通じて負の影響だけではない

く正の影響も受けており、前者だけである立場から切り出して取り上げるだけでは、本当の解決に至らない」(後藤、2019)というのが当時の姿勢の着地点であった。そこで、前回の特集では、住民の暮らしと観光の共存を模索し続けた地域に焦点を当て、環境変化を経験しながらも議論を重ね、地域

の意思を確立し、行動してきた各地の取り組みを紹介した。それらを通じて、日本の持続可能な観光のあり方を探ることが目的であった。

あれから約5年の月日が過ぎた。新型コロナウイルス感染症は、観光産業に甚大な打撃を与えた。観光客数は一定程度回復しつつあるが、それだけで以て、新型コロナウイルスが観光業に与えた影響が消えた、とするのは時期尚早である。一方で、同時に目を向けなければならぬのは、複数年にわたる厳しいコロナ禍において、「観光のあり方」そのものを見直し、オーバーツーリズム対策を積み重ねてきた地域も存在することだ。近年、オーバーツーリズム再燃を耳にする中で、本号では、最適状態を模索しリバランスを図る動きに着目して、欧州都市のオーバーツーリズム対策を取り上げる。欧州は、アジアよりも早く観光旅行市場が回復している状況にあった。観光客数が従前の水準に戻る中で再燃しているオーバーツーリズムは、コロナ禍前と同じなのか否か^{※1}。「観光客がいなければ、街のバランスも崩れてしまいませう」(Amsterdam & Partners, 2020)という言葉は、コロナ禍に

よる観光需要の激減がもたらした新たな認識を示唆している。我が国に目を向けると、オーバーツーリズムの影響が顕在化している地域だけでなく、未然防止を目的とした取り組みが各地で展開されている。観光による正と負の影響を冷静かつ総合的に捉えようとする姿勢が育まれつつある。こうした時期に、我が国の持続可能な地域に資する観光のあり方、取組を捉え直す新たな視野、枠組みを提示しておきたい。

2. 欧州都市の オーバーツーリズムと 都市観光

本特集では、欧州都市に焦点を当てた。オーバーツーリズムの影響が都市部で深刻であることは従前から報告されているが、同時にオーバーツーリズム以上の議論の必要性として、「持続可能な都市観光 (Urban Tourism)」に関する議論がなされている。都市化が進展する中で、他の観光形態と比べて都市観光が急速に増加していること。都市は多機能性ゆえ訪問者の動機や体験が様々で同時に実現できるが、観光客と住民のニーズ等が交差するに

つれ、観光客による負荷は都市のバランスを崩し、市生活の質を低下させるおそれがある (Gall et al., 2019)。今回、特集記事を寄稿いただいたボルグ氏は、編著者として都市観光に関する図書『A Research Agenda for Urban Tourism』(2022)を発行している。また、ボルグ氏を紹介していただいたインホラント応用科学大学では、2020年に『New Urban Tourism』を扱う研究グループが設置された。持続可能かつ回復力のある方法で都市観光を再建するにはどうすればよいかが今求められている (Koens, 2020)。

本特集では、欧州における代表的な観光都市であるヴェネツィア、ローマ、バルセロナ等を対象にした。そして、欧州に居住または居住経験を有する三名の学識経験者に寄稿いただいた。日本から座して見るのではなく、欧州から見てみようという趣旨である (アムステルダムについては、前号『観光文化』264号「特集世界の観光ダイナミズム2024」で現地視察結果を報告。また、都市の観光収容力 (Tourism Carrying Capacity) については、我が国では研究の蓄積が十分に

はない。そこで、巻頭言は、自然公園の環境収容力を専門とされる熊谷氏にご寄稿いただいた。以降では、まず特集記事から各地の状況等を振り返る。

【特集1】成功を乗り越えて… ヴェネツィアの教訓

ボルグ氏は、継続的に内在する持続不可能性は、観光という商品の本質に起因する直接的な結果と述べる。地理的環境に固有で再生産が不可能かつ希少な公共財である観光資源は、その配分を市場原理のみに委ねると、最適な配分にならないからである。観光資源の非最適な配分は、オーバーツーリズムのみによって生じるものではなく、アンダーツーリズム(観光の活用不足)でも顕在化する。オーバーツーリズムに関する単純化された分析は、持続不可能な観光開発の要因を見えにくくし、問題の本質的な理解を妨げるとされる。

ヴェネツィアについては、観光の強度 (Intensity) と観光収容力 (TCC) の解析結果から、既に指標を大幅に上回っていること。現在、観光の需要と供給の量的及び質的な不均衡状態にあり、受け入れ側の負担やコストが恩恵を大きく上回り、恩恵の大部分は、観

光産業に集中している状態にあること。観光が主要産業である当地では、経済的、社会的発展のための戦略に観光は不可欠な要素であり、観光は多様な生活側面と相互作用することから、観光戦略も強く全体戦略に統合される必要があるという。また、成功による弊害を抑えるため、観光地は環境負荷（フットプリント）と質を重視したモデルへ転換し、地域社会を基盤とした政策へと見直す必要があるとのことである。

「特集2」イタリアにおける観光と生活をめぐる現状と雑感

佐野氏は、ローマという観光地に住んで感じた住宅事情の厳しさや、連日、深夜にまで及ぶ屋外飲食の騒音による迷惑等を伝えた。街が市民と観光客の笑顔で溢れ、人々で賑う一方で、ある調査結果から多くのイタリア人がオーバーツーリズムに関心を持っていること。また、家屋をめぐる観光客と住民によるせめぎ合いの最前線として、住まいを追い出された住民の目に見える抗議が即座に撤去されている状況と、中心市街地の周縁部でその痕跡が発見される状況を報告いただいた。

イタリアのオーバーツーリズム対策

は始動期にあり、問題の内容と範囲を明確にすること。住民の生活の質の低下や観光客の体験の質の低下に対応するため、小規模な政策集団による柔軟な対策が求められるとのことである。イタリアでは、国家よりも各自治体が前衛的であり、例えば、チンクエッレでは観光客数を制限する方法が導入された。ただ、その妥当性については今後の議論と検証が必要であり、また、パラメータや閾値の設定が難しい地域も多いと指摘する。オーバーツーリズムの認識は主観的で、観光の恩恵を受ける人と被害を受ける人が存在する。被害を受ける人の声をすくい上げることが重要であると同時に、観光の恩恵を広く市民に周知することも不可欠である。市民間の対話の場を設け、観光推進か反観光かの二者択一ではなく、対立を乗り越える解決策を探ることが望まれると語る。

「特集3」「観光都市」から「観光とともに生きる都市」へ

「観光とともに生きる都市」へ

オーバーツーリズム対策の最前線

阿部氏からは、「観光とともに生きる都市」へと脱皮を図るバルセロナの奮闘とジレンマ」を報告いただいた。

再燃する住民の抗議運動の主題は、混雑やマナー問題ではないという。観光の成長がもたらす公共サービスへの圧迫や地価・家賃、物価の高騰が、住民や商店の入れ替えによる地域コミュニティの変容を招いてしまうこと。観光産業の利益の不当な配分が社会的不平等を拡大していること。そして、住民の危機感「やがて我がまちバルセロナが誰のものでもなくなってしまう」という都市の存立に関わる意思表示」だと述べる。

観光マスタープラン（2017）の特徴は、観光に関連する多分野（交通政策、都市計画、地域経済の発展、事業者の責任、宿泊税など）の施策を束ねている点にある。近年は、市長交代という社会情勢の変化の中で、「住民の繁栄と幸福促進」を最優先とし、「他の経済部門の発展を促す持続可能で敬意ある観光経済」を推進する方向にある。

混雑マネジメントとして、「大混雑エリア」では、交通動線の再整理、事前予約制の強化、空間の市民利用の促進が進められている。宿泊施設の立地コントロールとして「観光宿泊施設特別都市計画」により、用途混在を図り、市民の住む権利を保障するとともに、

公共空間での生活を維持し持続可能な経済活動の展開を図る。また、床面積の30%を低家賃の社会住宅に割り当てる都市計画措置も講じている。民泊全廃措置については、違法民泊の急増につながるという指摘があるという。課税については、州の宿泊税に市独自の追加課税を導入し、「観光市民還元基金」として、観光の負の外部性を緩和し、市民の生活改善を図る取組に再投資されているという。

バルセロナの政策挑戦は、次世代の都市と観光のあり方として「市民の日常生活を維持し、観光によって更に高められ、観光魅力として再生される観光政策」を提示する。

3. リバランスへの道筋

観光が持続可能な地域形成に資するものとするためには、観光の持続不可能になる本質を理解することが重要である。その上で、リバランス戦略を考えなければならない。ここでは、まず欧州の持続可能な観光とオーバーツーリズムに関する近年の動向を概観した後（3-1）、ボルグ氏から紹介いただいた「ドーナツ経済」をもとに、

地域全体戦略に観光を位置づける上で俯瞰的な視野、視点について述べる(3-2)。さらにバランスの検討、是正に向けて、観光戦略に落とし込むための視点をとりまとめる(3-3)。

3-1 欧州における持続可能な観光

UNWTO(現UN Tourism)は持続可能な観光という概念を「訪問客、業界環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光(2005)と定義した^{※2)}。

近年の欧州の持続可能な観光政策に関する指針としては、「Transition pathway for tourism」(欧州委員会、2022)や「欧州観光アジェンダ2030」(欧州連合理事会、2022)といった重要文書が挙げられる。これらの指針は、グリーン化およびデジタル化への移行を一層加速させ、観光エコシステムをより持続可能かつ回復力の高いものへと転換する取り組みを推進している^{※3)}。これらの文脈を前提として、ここからは、本特集に関連する内容を断片的ではあるが紹介する。

○アンバランスな観光の成長に関する調査研究

欧州委員会の「観光地レベルでのアンバランスな観光の成長 最終報告書」(2022)によると、「アンバランスな観光」は「オーバーツーリズム」と互換的に使用される一方で、観光による目に見えない影響を含意する用語として説明される。また、オーバーツーリズムは、単なる観光客数の多さに限定されない点や、都市部で発生した比較的新しい現象への批判として捉えられている点がマストツーリズムと異なるとされる。

○持続可能なEU観光 — 明日の観光の形成

欧州委員会は、2023年にEU観光地の持続可能性とレジリエンス支援のプロジェクトを立ち上げた。ステークホルダーの成長志向の考え方に対しては、経済的利益と社会、文化、環境への影響のバランスが取れていない観光地は、環境の安定性、真正性、住みやすさ、そして、観光地としてのポジティブなイメージや評判を落とすリスクがあると指摘する。

○持続可能な観光パートナーシップアクションプラン

EUの都市アジェンダに基づき2022年12月に発足した「持続可能な観光パートナーシップ」は、都市政策における都市観光特有の課題への対応に重点的に取り組んでいる。2024年に作成されたアクションプランは、「環境」「開発」「アンバランスな成長」の3つの主要テーマから考察されたもので、より良い規制、より良い資金調達、より良い知識の3本柱のもと6つのアクションを定めている。

3-2 俯瞰的な視野と視点 — ドーナツデスティネーション

『ドーナツ経済(Doughnut Economics)』(2017)は、オックスフォード大学の経済学者ケイト・ラワースが2011年に提唱した理論である。人類の長期的な目標から始めて、バランスの取れた繁栄の道を探るために導きだされたもので、ドーナツのような同心円状の大小二本の輪で人類の持続可能な生活を可視化する。内側の小円(ドーナツの穴)は社会的基盤(Social Foundation)を示し、人々が健全に生活するために必要な最低限の条件を

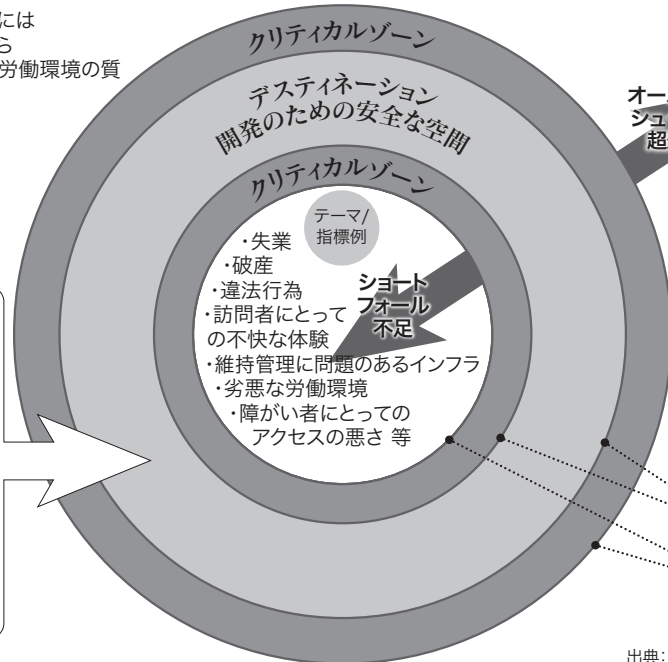
表す。外側の大円(ドーナツの外)は生態学的天井(Ecological Ceiling)を表わし、地球の環境負荷の限界を示す。ドーナツの生地の部分である小円と大円で囲まれる安全な空間を超えることは、経済がバランスを崩していることを意味する(「ドーナツ経済」の詳細説明は今回は省略)。このドーナツ経済を世界で初めて採用したのは、オランダのアムステルダム市である。2020年には、サーキュラーエコノミー(循環経済)戦略の中核に据える都市像として『Amsterdam City Doughnut』を発表した。そして、この「ドーナツ経済」を観光の文脈に合わせて解釈し、調整したものが欧州観光未来研究所のハルトマンら(2022)による「ドーナツ・デスティネーション(Doughnut Destination)」(図2)である。

「ドーナツ・デスティネーション」は、ドーナツ経済の概念とそれに付随する7つの思考法を適用し、観光地マネジメントをより良い方向に再考できるかを探求し、再概念化したものである。観光地が持続可能な繁栄を図るために、どのようなバランスを考えるべきか視覚的に示したもので、同モデルは、

図 ② ドーナツ・デスティネーション

安全な空間内に留まるには
超過と不足を避けながら
○起業家と従業員の労働環境の質
○訪問者の体験の質
○住民の生活の質
○場所の質
のバランスを見つける

- テーマ例
- ・供給開発
 - ・モビリティ
 - ・インフラ
 - ・アクセシビリティ
 - ・居住性
 - ・循環型経済
 - ・デジタル化
 - ・エネルギー転換
 - ・CO₂ニュートラル
 - ・空間の質
 - ・プレイスメイキング
 - ・コミュニティ開発等



出典: Hartman and Heslinga (2022) の図2より筆者作成

- テーマ/指標例
- オーバーシュート 1 社会文化的
 - ・迷惑
 - ・ジェントリフィケーション
 - ・混雑
 - ・住みにくさ等
 - オーバーシュート 2 社会経済的
 - ・単一経済
 - ・充足不可能な欠員
 - ・過剰供給等
 - オーバーシュート 3 社会生態学的
 - ・崩壊
 - ・CO₂排出量
 - ・エネルギーの過剰使用
 - ・廃棄物
 - ・水過剰使用等
 - オーバーシュート 4 社会技術的
 - ・下水道容量
 - ・水道容量
 - ・インフラ容量等
- 閾値 (早期警告信号)
限界 (緊急信号)

表 ① 7つの思考法の観光への応用

（ 思考法 (20世紀型から21世紀型へ) ）	（ 観光地を再定義する 7つの思考法 ）
1. 目標を変える — GDPからドーナツへ	1. 目標を変える — 手段としての観光
2. 全体像を見る — 自己完結した市場から組み込み型形成	2. 全体像を見る — 観光はより大きな全体に組み込まれている
3. 人間性を育む — 合意的経済人から社会的適応人	3. 人間性を育む — 観光客は合理的な経済人ではない
4. システムに精通する — 機械的均衡からダイナミックな複雑性	4. システムに精通する — 観光は動的で複雑なシステムの一部である
5. 分配を設計する — 「また成長率は上向く」から設計による分配	5. 観光は再配的である必要がある — 観光は全ての人に利益をもたらす
6. 環境再生を創造する — 「成長でまたきれいになる」から設計による環境再生	6. 再生のために創造する — 観光は再生可能である必要がある
7. 成長にこだわらない — 成長依存から成長にこだわらない	7. 成長にこだわらない — 観光の成長は無限ではない

出典: (左列)「ドーナツ経済」(ケイト・ラワース著、黒輪篤嗣訳)をもとに作成、(右列)Hartman and Heslinga (2022)より筆者作成

現在の観光の考え方(再生型観光、レジリエンス、トランジション思考、パース・エコノミー、環境収容力など)とよく共鳴しているという。

(1) 超過と不足を防ぐモデル

安全な空間内に定位することは、観光地が持続可能に運営されている状態を表す。安全な空間内に留まるために、観光地は、超過や不足を避けながら、4つの要素——起業家と従業員の労働環境の質、訪問者の体験の質、住民の生活の質、場所の質(公共スペース、遺産、生態系)——のバランスが取れていることが重要とのことである。安全な空間の外側へ突き抜けた状態「超過(オーバーシュート)」は、観光地が過度に開発され、環境や社会に悪影響を及ぼしている状態を示す。安全な空間の内側へ突き抜けた状態「不足(ショートホール)」は、観光地が必要な社会的基盤の水準を満たしていない状態を示す。安全な空間内に留まるためにその上限と下限、閾値を監視することは、利害関係者に対する早期警告信号と緊急信号として機能する。緊急信号を超えると、目的地のバランスが崩れているため、即時の対応が必要となる。

(2) 観光地再構築に向けた7つの思考法

ラワースは、新しい経済への大転換を促すため、ドーナツモデルとともに全体像を示すための7つの思考法を提示した。それを観光地に応用したものが観光地を再定義する7つの思考法「表1」である。「1. 目標を変える…手段としての観光」「2. 全体像を見る…観光はより大きな全体に組み込まれている」「3. 人間性を育む…観光客は合理的な経済人ではない」「4. システムに精通する…観光は動的で複雑なシステムの一部である」「5. 観光は再配的である必要がある…観光は全ての人に利益をもたらす」「6. 再生のために創造する…観光は再生可能である必要がある」「7. 成長にこだわらない…観光の成長は無限ではない」。同研究の内容を確認する限り、まだまだ議論の余地や補完の必要があると思われる。例えば、「1. 手段としての観光」については、観光という手段を通じて何を想要的のか、その目的をまず明確に定め、それを検証可能な形で共有する必要がある。同時に、観光客の目的や行動に寄り添えなければ、「安全な空間」に

定位するのは難しい。また、その際には、「計画が適切な観光市場を作っていく」という発想こそが求められる（阿部、2019）だろう。「2. 観光はより大きな全体に組み込まれている」については、ボルグ氏は、観光が孤立して存在するものでないことを説いた。持続可能な都市観光の枠組みで捉える上で「オーバーツーリズム以上の議論の必要」となる意味もここにある。「7. 観光の成長は無限ではない」については、具体例としてアムステルダム市の帯域設定（上限2000万人泊、下限1000万人泊）が紹介されている。しかし、現状、上限での措置に対して、下限を下回った場合の対応は見えていない^{※4}。佐野氏は、チンクエツレの愛の小道で導入されている閾値（観光客数の上限400名）を設定するシステムティックな対策は一つのあり方としながらも、「そのパラメータ設定が問題の本質をついているのか、その閾値が問題解決にとって適切なのか、絶えず議論や検証が必要」と述べる。また、パラメータや閾値の設定が困難な地域がほとんどではないかと疑問を呈している。

ラワースによると、そもそも7つの

思考法は、具体的な政策や制度を提案するものではないという。「今後直面する変化の速さや大きさ、不確かさを考えるなら、将来の政策や制度を決めてしまふのは無謀」（ケイト・ラワース『ドーナツ経済』黒輪篤嗣訳、2021、p. 48）であり、その意味で思考法の内容は固定的であってはならない。モデルについても同様だ。実装のために、どのように活用していくか。目標に対して常にアップデートしていくことが重要となる。

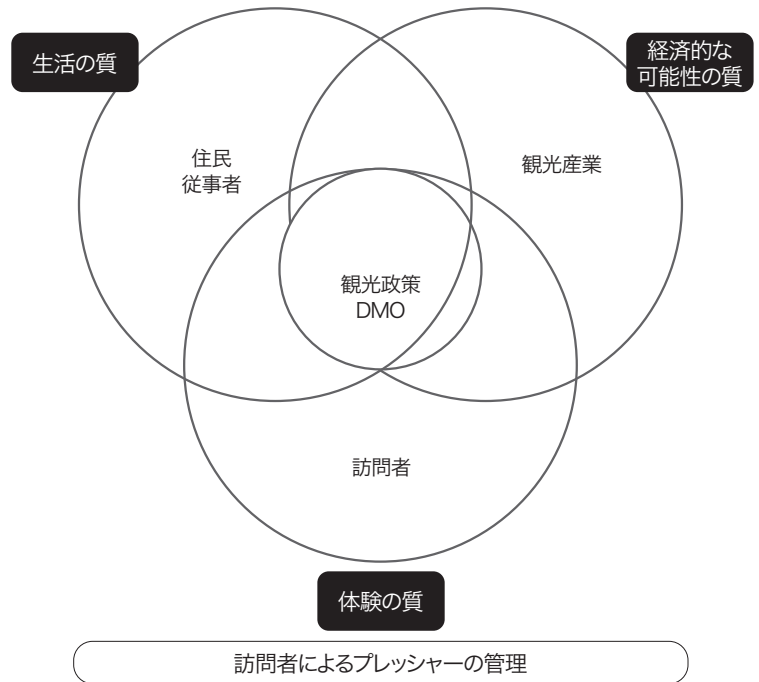
3-3 実装に向けた視野と視点

オーバーツーリズムに関しては、我が国においては、国内外の事例を参考にその対策（戦術）は既に一定程度整理されている。類似したものを提示することを避け、ここでは、リバランスに向けた視点から我が国にとって重要と思われる2点に絞って述べる。一つ目はアプローチする対象の拡大、再認識について、二つ目は全体最適に向かうためのシステム思考についてである。

(1) ステークホルダーの関係性 — 住民、従事者の生活の質

観光政策及びDMM (Destination Marketing and Management) が対象とするステークホルダーの関係性を整理しているのがKagermeier (2022) による「図3」である。これはドーナツの断面と見ることもできるだろう^{※5}。観光政策及びDMMは、対象を経済セクターから住民や働く従事者にまで拡げる必要が生じている。一方で、実際は住民は「一括りにはできないほど多様」（真野、2013）であるが、住民はほとんどの場合、同質のグループとしてこれまで扱われていた (Zemla and Szromek, 2024)。熊谷氏、ボルグ氏、佐野氏からは、住民と言っても一様でないこと、観光の恩恵の受け方も異なり、見方が大きく異なる現実があることが指摘されている。従事者についても同様に均質であることはなく、一括りにできないほど実際は多様であろう。同じグループ内でも、意見や利害はしばしば異なり、矛盾することもある (Gómez and Alfonso, 2016)。観光客と同様に、住民や従事者についてもセグメント

図3 観光政策及びDMMが捉えるステークホルダーの関連性、射程範囲



出典:Kagermeier (2022)の図4を修正し作成

し、細やかにアプローチしていくことが今後は求められる。その対応としては、オーナーシップ (ownership) と誇りの醸成につながるかを意識しつつ、①負の影響の軽減の他、②意識の把握と共有、③観光の恩恵等に対する理解促進、④観光に関与・対話する場、仕組みの構築、⑤住民等の利用環境の確保や還元 (配分)、⑥住宅政策の6つ

が挙げられる。我が国は、主に①と④については取り組んできたものの、その他は今後の課題である。

(2) システム思考 ― 全体最適に向けて

オーバーツーリズムという複雑な問題の解決にあたっては、単なる表面的な症状に対処するのではなく、問題を

深く掘り下げ、その背景や原因に目を向ける必要がある。また、問題現象を特定し、それを分解して個々の要素を捉えることを超えて、各要素の相互作用や影響を総合的に理解するシステム思考が求められる。これにより、短期的な解決策だけでなく、長期的な影響や副作用も考慮した包括的なアプローチを確立することが可能となる。そのためには、持続的な測定と監視を行い、観光キャパシティの最適化や問題の早期検出を目指して、観光データの収集範囲を拡大し、統計基盤を整備することが必要である。欧州委員会 (2022a) の指摘の通り、旅行・宿泊に関する基本統計から観光の社会的・環境的・経済的影響に関するデータまで、幅広い情報を網羅することが重要である^{※6)}。

オーバーツーリズム及びその対策による相互作用や影響の一例として、アムステルダム市内においては、宿泊施設が規制された結果、周辺自治体で宿泊施設が増加 (オーバーベッド効果) し、オーバーツーリズムの転移が懸念されるとともに、結局のところ、周辺から日帰りで市内を訪問するため、問題現象がそれほど減少しない、税収が

漏出するという指摘が報告されている (五木田、20225; 後藤、20225)。ボルク氏は、ヴェネツィアの経験から、観光客向けの宿泊施設の開発に更に厳しい制限をかけることは絶対に避けるべきと述べる。観光業の成長を妨げるのではなく、観光以外の経済活動や観光に代わる活動を促進すること (住宅補助等) が重要だという (Barocchi et al., 2020)。

今後は、データに基づく意思決定や行動基準を設けた、システム全体を構築することも検討していかなければならない。オーバーツーリズムの弊害を最小限に抑え、住民と観光客の双方が調和の中で共存できる環境を育む対策の連動が重要だ。

4. おわりに バランスのとれた観光

オーバーツーリズムがもたらす影響は多面的であり、一朝一夕に解決できるものではない。都市の成長や社会の変化とともに、観光客のニーズの変化を見据えた継続的な投資と、住民の生活舞台である地域への再投資のバランスを見極め、対応することが今後は求

められる。本特集では、欧州都市の事例を通じて、オーバーツーリズム下にある地域を持続可能なカタチで再構築するための観光のあり方、バランスのとれた観光の可能性を探った。観光は単独で存在するのではなく、都市の経済、環境、住民生活と密接かつ複雑に関わる。観光による経済効果を最大化するだけではなく、地域社会の課題解決に貢献できるような枠組みが必要である。ドーナツ経済の考え方を参考にしながら、地域全体の戦略の中で観光のバランスを考慮することが、今後の重要な視点となるだろう。本特集で示された知見を活かし、我が国においても、長期的な視野のもと、各地域の特性に応じた柔軟な政策を展開しつつ、観光の恩恵と負担の適切な配分を探りながら、地域の持続可能性を高めしていくことが必要である。

【注】

- ※1…反観光社会運動の高まり回避のため、用語「オーバーツーリズム」の使用を抑制することも提案されているが、同現象が存在しないかのように装うことや意味論にこだわっても問題は解決しない (Cheer and Novelli, 2023)。また、コロナ禍の供給量の減少とその後の需要回復で顕在化した需給バランスによる問題現象全てをオーバーツーリズムと捉えるかは、慎重に判断する必要がある。
- ※2…経済、社会、環境は、トリプルボトムライン (TBL) と呼ばれ、CSRの分野で著名なジョン・エルキントン氏が1994年に提唱。しかし、同氏は2018年にTBLの形骸化を指摘し、その撤回を表明しつつ、3つのR (Responsibility, Resilience, Regeneration) への移行を提唱。
- ※3…観光指針の前提として、欧州委員会は、2019年12月に2050年に気候中立の実現等を目指す「欧州グリーンディール」を発表。
- ※4…解決策による観光客数の減少に伴う経済的なトレードオフが許容されるかどうかは全く別の問題とのこと (Cheer and Novelli, 2023)。
- ※5…世界観光機関が示すVisitor, Industry, Community, Environment and Cultureを包括的に捉えるVICEモデルもドーナツの断面として捉えられるが、今回は、住民や従事者に焦点を当てたこととした。
- ※6…欧州ツーリズムダッシュボードは2022年10月に一般公開。EUの政策の柱である環境、デジタル、社会経済を指標とする。

【参考文献】

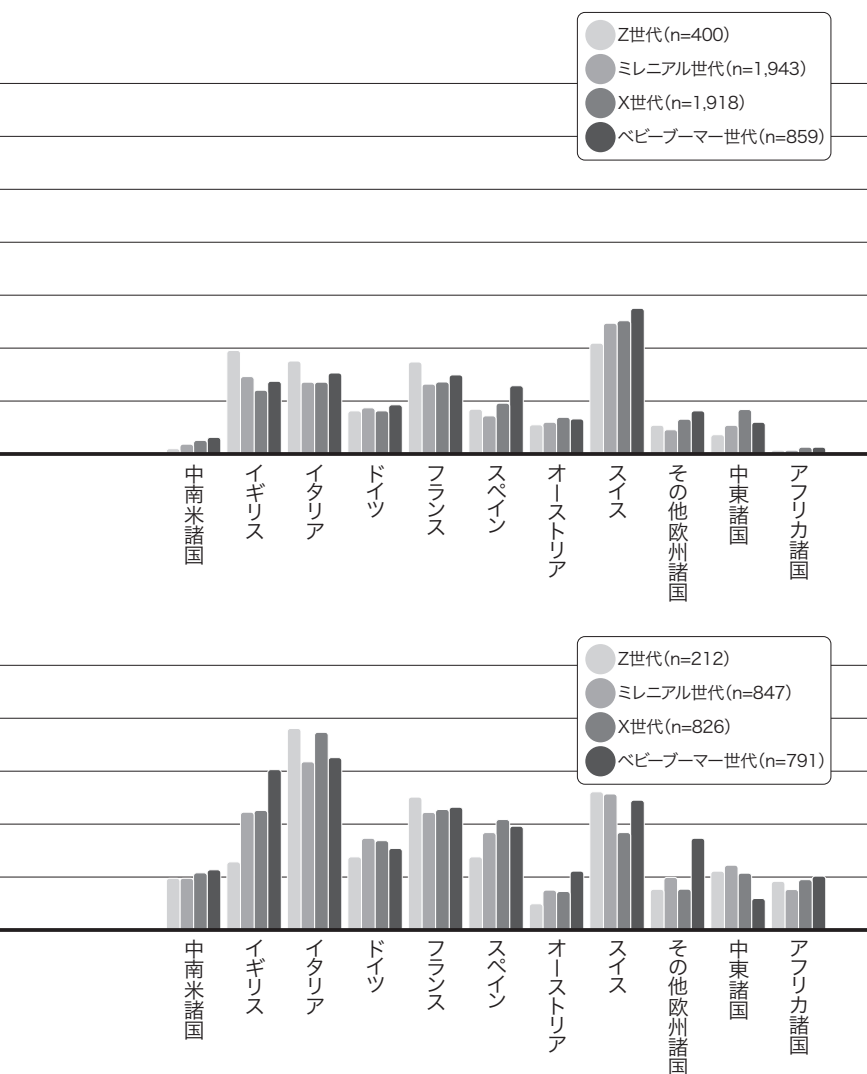
- ・Amsterdam & Partners (2020). VISION2025 -Redesigning the visitor economy of Amsterdam.
- ・Andreas Kagermeier (2023). Challenges to reconciling the interests of residents with those of visitors. In Gert-Jan Hospers and Sebastian Amrhein (eds.), *Coping with Overtourism in Post-Pandemic Europe: Approaches, Experiences and Challenges*, LIT Verlag, pp.139-152.
- ・Carlo Aall and Ko Koen (2019). The Discourse on Sustainable Urban Tourism: The Need for Discussing More Than Overtourism. *Sustainability*, 11, 4228. <https://doi.org/10.3390/su11154228>.
- ・Claudio Milano, Marina Novelli & Antonio Paolo Russo (2024). Anti-tourism activism and the inconvenient truths about mass tourism, touristification and overtourism, *Tourism Geographies*, 26:8, 1313-1337. DOI: 10.1080/14616688.2024.2391388
- ・Council of the European Union (2022). *European Agenda for Tourism 2030*.
- ・Dario Bertocchi, Nicola Camatti, Silvio Giove and Jan van der Borg (2020). Venice and Overtourism: Simulating Sustainable Development Scenarios through a Tourism Carrying Capacity Model. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/2/512>
- ・European Commission (2022a). *Transition Pathway for Tourism*. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/49498>
- ・European Commission (2022b). *Unbalanced tourism growth at destination level : root causes, impacts, existing solutions and good practices : final report*, Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2826/782120>
- ・European Commission (2024). *Sustainable EU Tourism – Shaping the Tourism of Tomorrow*. https://transport.ec.europa.eu/tourism/transition-eu-tourism/sustainable-eu-tourism-shaping-tourism-tomorrow_en?prefLang=fi
- ・Gómez, E., & Alfonso, L. (2019). Residents' Opinions and Perceptions of Tourism Development in the Historic City of Toledo, Spain. *Sustainability*, 11(14), 3854. <https://doi.org/10.3390/su11143854>
- ・John Elkington (2020). *Green Swans-the coming boom in regenerative capitalism*.
- ・Joseph Martin Cheer and Marina Novelli (2023). What is overtourism and how can we overcome it?. <https://www.weforum.org/stories/2023/10/what-is-overtourism-and-how-can-we-overcome-it/>
- ・Ko Koen, Albert Postma and Bernadett Papp (2018). Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context. *Sustainability*, 10(12), 4384. https://www.researchgate.net/publication/329159594_Is_Overtourism_Overused_Understanding_the_Impact_of_Tourism_in_a_City_Context
- ・Ko Koen (2021). *Reframing Urban Tourism*. https://www.researchgate.net/publication/352350935_Reframing_Urban_Tourism
- ・Michał Żemła, Adam R. Szromek (2021). Influence of the Residents' Perception of Overtourism on the Selection of Innovative Anti-Overtourism Solutions, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Volume 7, Issue 3. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030202>
- ・Nieuwland, S. (2023). Urban tourism transitions: doughnut economics applied to sustainable tourism development. *Tourism Geographies*, 26(2), 255-273. <https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2290009>
- ・Raworth, K. (2017). *Doughnut Economics: Seven Ways to Think like a 21st-Century Economist*, Random House, London. (ケイト・ラワース著、黒輪篤嗣訳、ドーナツ経済、河出書房新社、2021)
- ・Stefan Hartman and Jasper Hessel Heslinga (2023). "The Doughnut Destination: applying Kate Raworth's Doughnut Economy perspective to rethink tourism destination management", *Journal of Tourism Futures*, Vol. 9 No. 2, pp. 279-284. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0017>
- ・Sustainable Tourism Partnership (2024). *Urban Agenda for the EU: Sustainable Tourism Partnership Action Plan*.
- ・UNEP and UNWTO (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, p.11-12.
- ・阿部大輔 (2019) : オーバーツーリズムに苦悩する国際都市、「観光文化」, 第240号, pp.8-14 <https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2019/01/bunka240-05.pdf>
- ・五木田玲子 (2025) : 特集③-1 アムステルダム・ヴェネツィア視察の全体像と需要の分散, 観光文化, 264号, pp.44-49
- ・後藤健太郎 (2019) : 観光による地域への負の影響にどう向き合うべきか, 観光文化, 240号, pp.4-7
- ・後藤健太郎 (2025) : 特集③-2 オーバーツーリズム政策の流れと最新の動向〜アムステルダム市の「バランスの取れた観光条例」を中心に〜, 観光文化, 264号, pp.50-59
- ・西川宏和 (2023) : 【欧米】欧州・米国における持続可能な観光に関する調査(その1)〜欧州・米国における観光関係の組織・取組の比較〜, JTTRI, pp.1-6 https://www.jttri.or.jp/jitti_20240109.pdf
- ・真子和也 (2023) : 第4次観光立国推進基本計画概要・評価・海外事例との比較一, 調査と情報, No.1243, pp.0-12 <https://dl.ndl.go.jp/view/preparationDownload?itemId=info:ndljp/pid/12998742>
- ・真野洋介 (2013) : 今後の研究に向けた主なアドバイス, 「住んでよし、訪れてよしの観光地づくり〜まずは住民意識の把握から!」, (公財) 日本交通公社 (2013), p.19
- ・山田雄一 (2022) : サステナブル・ツーリズムに関する考察, *Discussion of Destination Branding* <https://resort-jp.com/2022/10/09/considerations-for-sustainable-tourism/>

英語文献

日本語文献

世代別にみる 新型コロナウイルス感染症流行 収束後のインバウンド市場

「DBJ・JTBF アジア・欧米豪
訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」の結果から



資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

はじめに

国連世界観光機関 (UNWTO) 現「UN Tourism」は、2030 (2040年の旅行市場は「ミレニアル世代」と「Z世代」が大半を占めることになる)と展望している。これらの世代は旅行意欲が旺盛で、新型コロナウイルス感染症(以下新型コロナウイルス)の収束による旅行市場回復をけん引し、かつて旅行市場の主役とされたX世代やベビーブーマー世代との交代が進んだ。新型コロナウイルス以降、観光研究分野ではZ世代を中心に世代別の研究が散見され、世界の旅行会社ではZ世代やミレニアル世代を対象とした商品造成に注力する会社も増加した。こうした動きからも、旅行・観光分野においても若年層を中心に「世代別」への注目が高まっている状況と言えるだろう。

そこで、本稿では、新型コロナウイルス流行後のインバウンド市場について、当財団と株式会社日本政策投資銀行の独自調査である「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」(以降「本調査」)の分析結果から、世代

別に新型コロナウイルス流行後のインバウンド市場を分析することとする。

1. 訪日意向・訪日経験

「若年層を中心に特に高い日本人気」

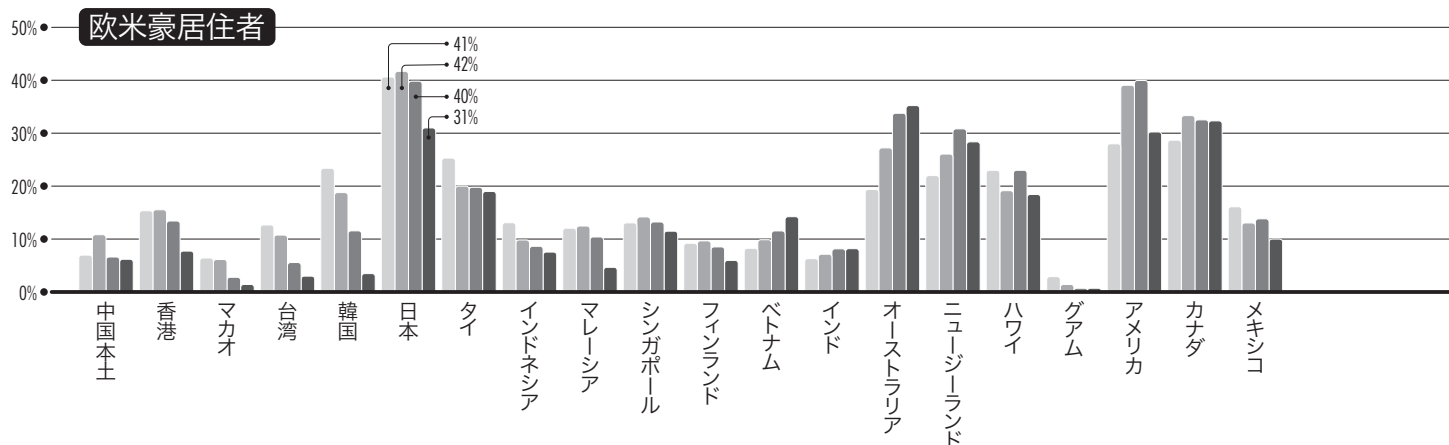
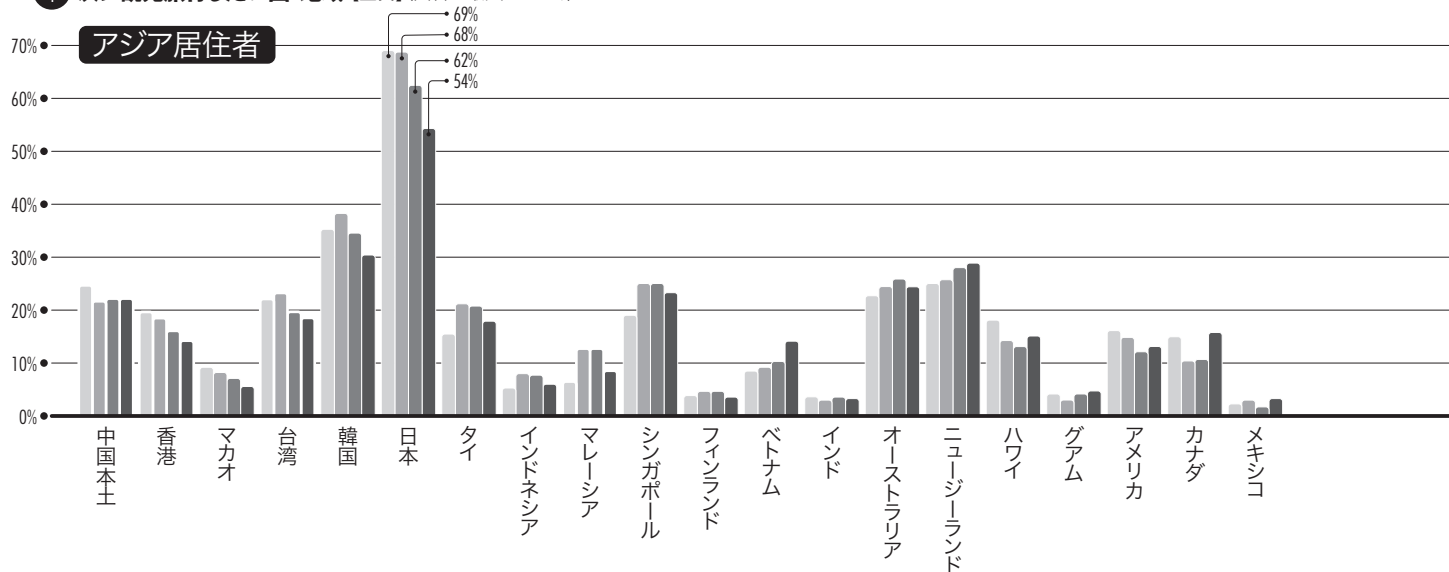
2024年7月に実施した本調査によれば、アジア居住者、欧米豪居住者ともに次に希望する海外旅行先は「日本」の割合が最も高いが、世代別³では、Z世代、ミレニアル世代の割合が特に高い(図1)。

また、訪日経験者を対象に新型コロナウイルス流行前の「2019年以前」と新型コロナウイルス収束後の「2022年10月以降」で世代別構成比を比較したところ、2022年10月以降は2019年以前と比べ、中高年層の割合が低下し、若年層の割合が増加(図2)しており、我が国のインバウンド市場の回復に若年層が貢献していることが分かる。

2. 新型コロナウイルス流行収束後の世代別訪日旅行の実態

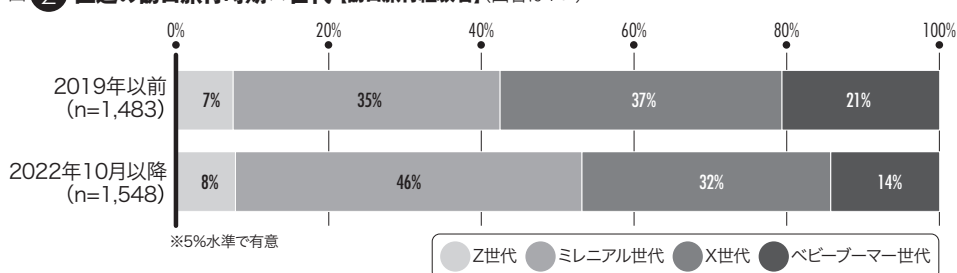
続いて、新型コロナウイルス流行収束

図 ① 次に観光旅行したい国・地域【全員】(回答は最大5つまで)



注:「次に観光旅行したい国・地域」の選択肢から、回答者の国・地域及び近隣の国・地域(中国・香港・マカオ・マレーシア・シンガポール・タイ・マレーシア・アメリカ・カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム・オーストラリア・ニュージーランド・イギリス・フランス・欧州各国)を除いている。
割合の算出において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」及び「回答者の近隣国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答者数をサンプル数(分母)から除いている。

図 ② 直近の訪日旅行時期×世代【訪日旅行経験者】(回答は1つ)



資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

後(2022年10月以降)の訪日旅行の実態について世代間比較と、旅行内容については新型コロナウイルス流行前(2019年以前)と収束後の比較を行った。

(1) 旅行内容

◆同行者

X世代で「自分の子供」(40・3%)の割合が、Z世代で「自分の親」(31・4%)の割合がそれぞれ他の世代に比べて高い(表1)。2019年以前との比較では、ミレニアル世代、X世代、ベビーブーマー世代で「配偶者・パートナー」、ミレニアル世代、X世代で「自分の子供」の割合が増えており、身近な人との旅行が増えている(表2)。

◆旅行手配方法

旅行手配方法については世代別に大きな違いは確認されなかった(表1)。2019年以前との比較では、ベビーブーマー世代を除き、「航空券と宿泊施設を個別に手配」の割合が増えている。ミレニアル世代、X世代では、「航空券と宿泊施設のパック旅行に食事・観光等が含まれるもの」いわゆるフルパッケージツアーの割合が減少している(表2)。コロナ禍では安心・安全な旅行を実現するため、旅行会社の利用意向が高まった⁴が、こうした意向は一時的なものであり、インバウンド市場の回復後は、2019年以前以上に個別手配が進んでいる。

◆宿泊施設

アジアのベビーブーマー世代で「基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）」の割合がミレニアル世代やX世代に比べて高い（表1）。2019年以前との比較では、Z世代を除く世代で「温泉のある日本旅館」の利用率が、X世代を除く世代で「基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）」の利用率が上昇した（表2）。

（2）情報収集

訪日旅行に関係する旅行情報の収集については、「思案段階」、「計画段階」、「予約段階」（以上、旅マエ）、「実行段階」（旅ナカ）の4つの段階別に利用した媒体を尋ねた（図3）。ベビーブーマー世代はどの段階においても最も利用率が高いのは「旅行会社ホームページ」で、「SNS」は上位5位以内に存在しない。全体的な傾向として、一般旅行者の情報よりも、事業者の情報を参照していることが分かる。段階別の傾向では、Z世代、ミレニアル世代、X世代では実行段階（旅ナカ）でSNSの利用率が高い。

（3）訪日時時の体験活動

訪日旅行で体験したことに

表1 世代×旅行内容 [2022年10月以降訪日旅行経験者]
（回答は「同行者」「宿泊施設」はあてはまるもの全て／「旅行手配方法」は1つ）

	Z世代 n=118	ミレニアル世代 n=710	X世代 n=499	ベビーブーマー世代 n=221
同行者				
一人で	11.0%	10.3%	8.0%	7.2%
配偶者・パートナー	22.0%	55.2%	68.3%	59.3%
友人	33.1%	26.5%	18.0%	27.6%
自分の子供	6.8%	21.8%	40.3%	26.7%
自分の親	31.4%	14.6%	10.0%	2.3%
自分の子供・親以外の家族・親族	16.9%	10.4%	8.2%	11.3%
その他	1.7%	0.8%	0.8%	1.4%
旅行手配方法				
航空券と宿泊がセットのバック旅行に食事・観光等が含まれるもの	23.7%	23.8%	24.8%	27.6%
自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー	9.3%	8.7%	8.8%	12.7%
航空券、宿泊、食事等について選択肢から選択し組み合わせ可能なツアー	13.6%	19.3%	16.4%	13.1%
航空券と宿泊施設のみがセットになったバック旅行	10.2%	8.2%	10.4%	12.2%
航空券と宿泊施設を個別に手配	37.3%	35.8%	37.1%	32.1%
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	4.2%	3.4%	2.0%	0.9%
その他	0.8%	0.4%	0.2%	0.9%
覚えていない・わからない	0.8%	0.4%	0.2%	0.5%
宿泊施設				
温泉のある日本旅館	39.0%	44.9%	42.7%	41.6%
日本旅館（温泉なし）	17.8%	18.3%	14.4%	19.9%
豪華で快適なホテル（西洋式）	30.5%	34.9%	35.1%	29.4%
基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）	39.8%	38.9%	39.9%	50.7%
ユースホステル・ゲストハウス	11.0%	12.1%	5.6%	10.9%
現地の人から有料で借りる家・アパート	13.6%	12.3%	9.0%	11.3%
親戚・知人宅	2.5%	3.2%	1.8%	3.6%
その他	0.8%	0.4%	0.4%	0.0%

※5%水準で他の3世代に対して有意

※5%水準でミレニアル世代、X世代に対して有意

資料：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

表2 世代×旅行内容
[2022年10月以降・2019年以前訪日旅行経験者]
（回答は「同行者」「宿泊施設」はあてはまるもの全て／「旅行手配方法」は1つ）

	Z世代 2019年以前 n=109		ミレニアル世代 2019年以前 n=518		X世代 2019年以前 n=551		ベビーブーマー世代 2019年以前 n=305	
		2022年10月以降 n=118		2022年10月以降 n=710		2022年10月以降 n=499		2022年10月以降 n=221
同行者								
一人で	14.7%	11.0%	12.7%	10.3%	11.3%	8.0%	13.1%	7.2%
配偶者・パートナー	18.3%	22.0%	44.6%	55.2%	51.0%	68.3%	43.6%	59.3%
友人	27.5%	33.1%	28.4%	26.5%	24.0%	18.0%	24.9%	27.6%
自分の子供	6.4%	6.8%	11.4%	21.8%	23.0%	40.3%	22.0%	26.7%
自分の親	40.4%	31.4%	15.1%	14.6%	11.1%	10.0%	5.2%	2.3%
自分の子供・親以外の家族・親族	24.8%	16.9%	15.3%	10.4%	13.2%	8.2%	10.5%	11.3%
その他	0.0%	1.7%	1.4%	0.8%	2.0%	0.8%	6.2%	1.4%
旅行手配方法								
航空券と宿泊がセットのバック旅行に食事・観光等が含まれるもの	31.2%	23.7%	30.9%	23.8%	31.4%	24.8%	32.5%	27.6%
自身の嗜好によるガイド付きテラーメイドツアー	12.8%	9.3%	12.5%	8.7%	6.9%	8.8%	5.9%	12.7%
航空券、宿泊、食事等について選択肢から選択し組み合わせ可能なツアー	18.3%	13.6%	18.9%	19.3%	15.1%	16.4%	10.5%	13.1%
航空券と宿泊施設のみがセットになったバック旅行	13.8%	10.2%	8.3%	8.2%	10.2%	10.4%	10.5%	12.2%
航空券と宿泊施設を個別に手配	20.2%	37.3%	26.4%	35.8%	29.6%	37.1%	28.5%	32.1%
航空券のみを出発前に手配（宿泊先は現地で手配）	2.8%	4.2%	2.1%	3.4%	3.8%	2.0%	5.6%	0.9%
その他	0.0%	0.8%	0.2%	0.4%	1.5%	0.2%	4.9%	0.9%
覚えていない・わからない	0.9%	0.8%	0.6%	0.4%	1.6%	0.2%	1.6%	0.5%
利用した宿泊施設								
温泉のある日本旅館	47.7%	39.0%	36.3%	44.9%	34.7%	42.7%	28.5%	41.6%
日本旅館（温泉なし）	21.1%	17.8%	24.7%	18.3%	16.9%	14.4%	7.9%	19.9%
豪華で快適なホテル（西洋式）	29.4%	30.5%	29.3%	34.9%	26.3%	35.1%	32.1%	29.4%
基本的な設備のみが備わっているホテル（西洋式）	23.9%	39.8%	30.9%	38.9%	38.7%	39.9%	39.3%	50.7%
ユースホステル・ゲストハウス	7.3%	11.0%	13.9%	12.1%	11.1%	5.6%	6.2%	10.9%
現地の人から有料で借りる家・アパート	13.8%	13.6%	14.7%	12.3%	13.1%	9.0%	6.9%	11.3%
親戚・知人宅	5.5%	2.5%	1.5%	3.2%	3.3%	1.8%	4.9%	3.6%
その他	0.0%	0.8%	0.8%	0.4%	0.9%	0.4%	4.6%	0.0%

※5%水準で有意

資料：「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

ついでに、クロス集計表での表現は複雑化するため、コレスポネンダンス分析を実施した。世代別に関係が高い活動を選定するため、コレスポネンダンス分析の結果、得られた座標軸に基づき、図4。

この結果、Z世代は洋服やファッション雑貨、ブランド品や宝飾品等のショッピング、遊園地やテーマパーク、「美術館や博物館の鑑賞」といった主に都市部で楽しめる活動と関連が強いことが特徴である。また、旅行のスタイルはSNSなどに投稿できるような場所を好む。傾向もあり、こうした活動の多くが視覚的に美しく、分かりやすく発信できる点も特徴的である。

ミレニアル世代は「伝統工芸品の工房見学・体験／制作や購入」、「アクティビティを楽しむこと」等、自らが何かを体験する活動と関連が強い。旅行の目的やスタイルに自分の関心ごとをテーマとした旅行を好む傾向も影響してか、「イベント・祭りの見物」、「スポーツ観戦」とも関連が強い。

X世代は食品や飲料、化粧品や医薬品、電化製品等のショッピングと関連が強い。同じ買い

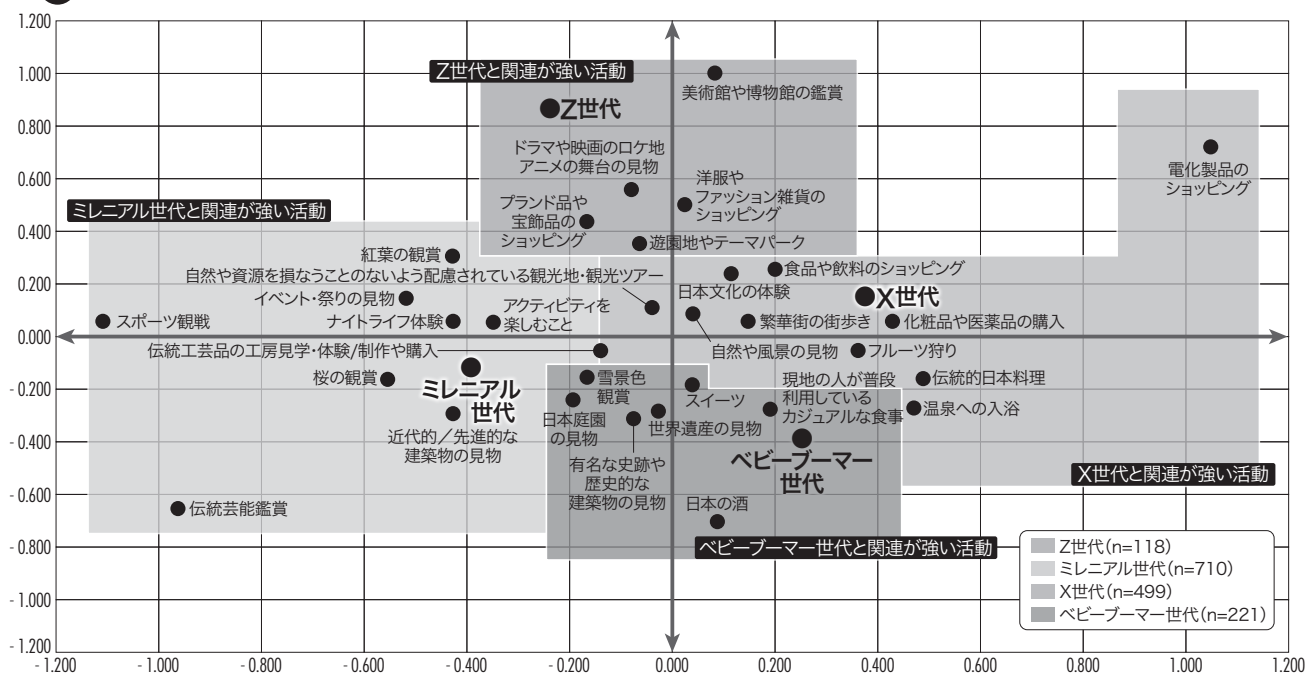
図3 訪日旅行の思案段階・計画段階・予約段階・実行(出発～旅行中)段階で最も参考にした旅行情報 [2022年10月以降訪日旅行経験者] (回答は1つ)

	Z世代 (n=118)	ミレニアル世 (n=710)	X世代 (n=499)	ベビーブーマー世代 (n=221)
思案段階(旅マエ)	1 日本政府観光局ホームページ 14%	旅行会社ホームページ 19%	旅行会社ホームページ 15%	旅行会社ホームページ 24%
	2 旅行会社ホームページ 13%	日本政府観光局ホームページ 19%	日本政府観光局ホームページ 15%	日本政府観光局ホームページ 15%
	3 宿泊施設ホームページ 11%	宿泊施設ホームページ 9%	宿泊施設ホームページ 11%	宿泊施設ホームページ 10%
	4 航空会社ホームページ 9%	SNS(Facebook/X(旧Twitter)/微信 等) 9%	動画サイト(YouTube/爱奇艺 等) 9%	宿泊予約サイト 8%
	5 口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 8%	動画サイト(YouTube/爱奇艺 等) 9%	口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 8%	航空会社ホームページ 7%
計画段階(旅マエ)	1 旅行会社ホームページ 14%	口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 11%	旅行会社ホームページ 14%	旅行会社ホームページ 21%
	2 航空会社ホームページ 12%	旅行会社ホームページ 11%	動画サイト(YouTube/爱奇艺 等) 11%	口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 8%
	3 口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 12%	SNS(Facebook/X(旧Twitter)/微信 等) 11%	宿泊予約サイト 10%	宿泊予約サイト 8%
	4 動画サイト(YouTube/爱奇艺 等) 9%	宿泊施設ホームページ 9%	口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 10%	動画サイト(YouTube/爱奇艺 等) 8%
	5 宿泊施設ホームページ 8%	宿泊予約サイト 9%	SNS(Facebook/X(旧Twitter)/微信 等) 9%	宿泊施設ホームページ 7%
予約段階(旅マエ)	1 宿泊施設ホームページ 20%	宿泊予約サイト 20%	宿泊予約サイト 20%	旅行会社ホームページ 25%
	2 宿泊予約サイト 19%	旅行会社ホームページ 15%	宿泊施設ホームページ 17%	宿泊予約サイト 18%
	3 旅行会社ホームページ 14%	宿泊施設ホームページ 14%	旅行会社ホームページ 17%	宿泊施設ホームページ 12%
	4 航空会社ホームページ 14%	口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 10%	航空会社ホームページ 11%	航空会社ホームページ 10%
	5 日本政府観光局ホームページ 8%	航空会社ホームページ 10%	口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 8%	口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 6%
実行段階(旅ナカ)	1 SNS(Facebook/X(旧Twitter)/微信 等) 14%	旅行会社ホームページ 13%	旅行会社ホームページ 14%	旅行会社ホームページ 24%
	2 旅行会社ホームページ 11%	SNS(Facebook/X(旧Twitter)/微信 等) 10%	口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 9%	その他インターネット(検索サイト除く) 9%
	3 宿泊施設ホームページ 10%	口コミサイト(トリップアドバイザー 等) 10%	SNS(Facebook/X(旧Twitter)/微信 等) 9%	航空会社ホームページ 8%
	4 航空会社ホームページ 10%	日本政府観光局ホームページ 9%	宿泊予約サイト 9%	宿泊施設ホームページ 7%
	5 宿泊予約サイト 10%	航空会社ホームページ 9%	宿泊施設ホームページ 9%	日本政府観光局ホームページ 6%

上位5位まで

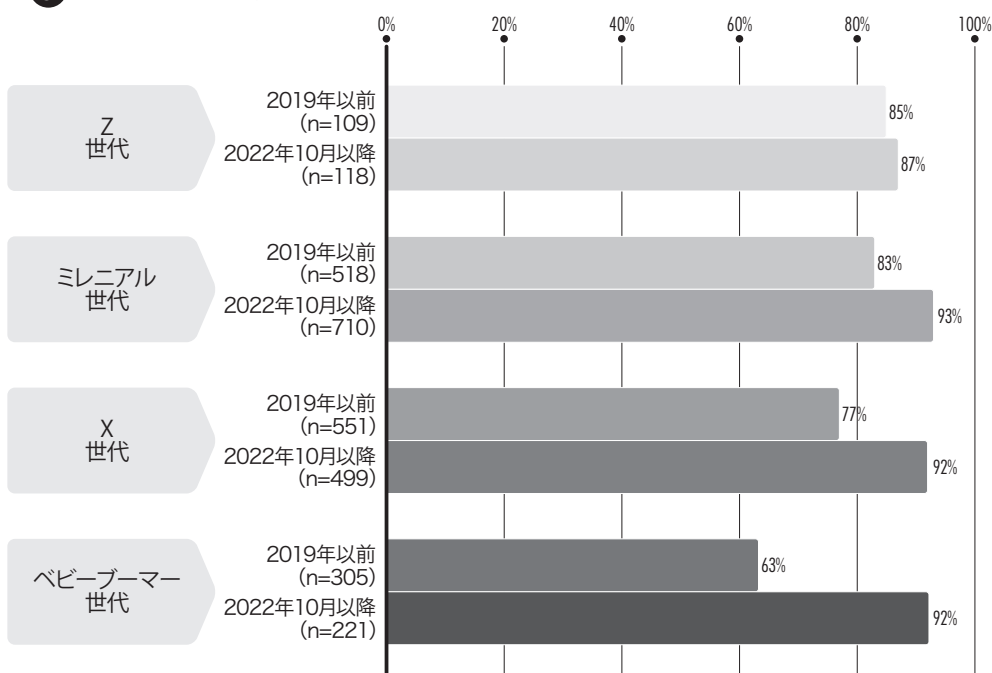
資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

図4 世代×訪日旅行時に体験したこと [2022年10月以降訪日旅行経験者] (回答はあてはまるもの5つまで)



資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

図 ⑤ 世代×地方訪問経験×訪日時期【訪日旅行意向者かつ訪日旅行経験者】(回答は1つ)

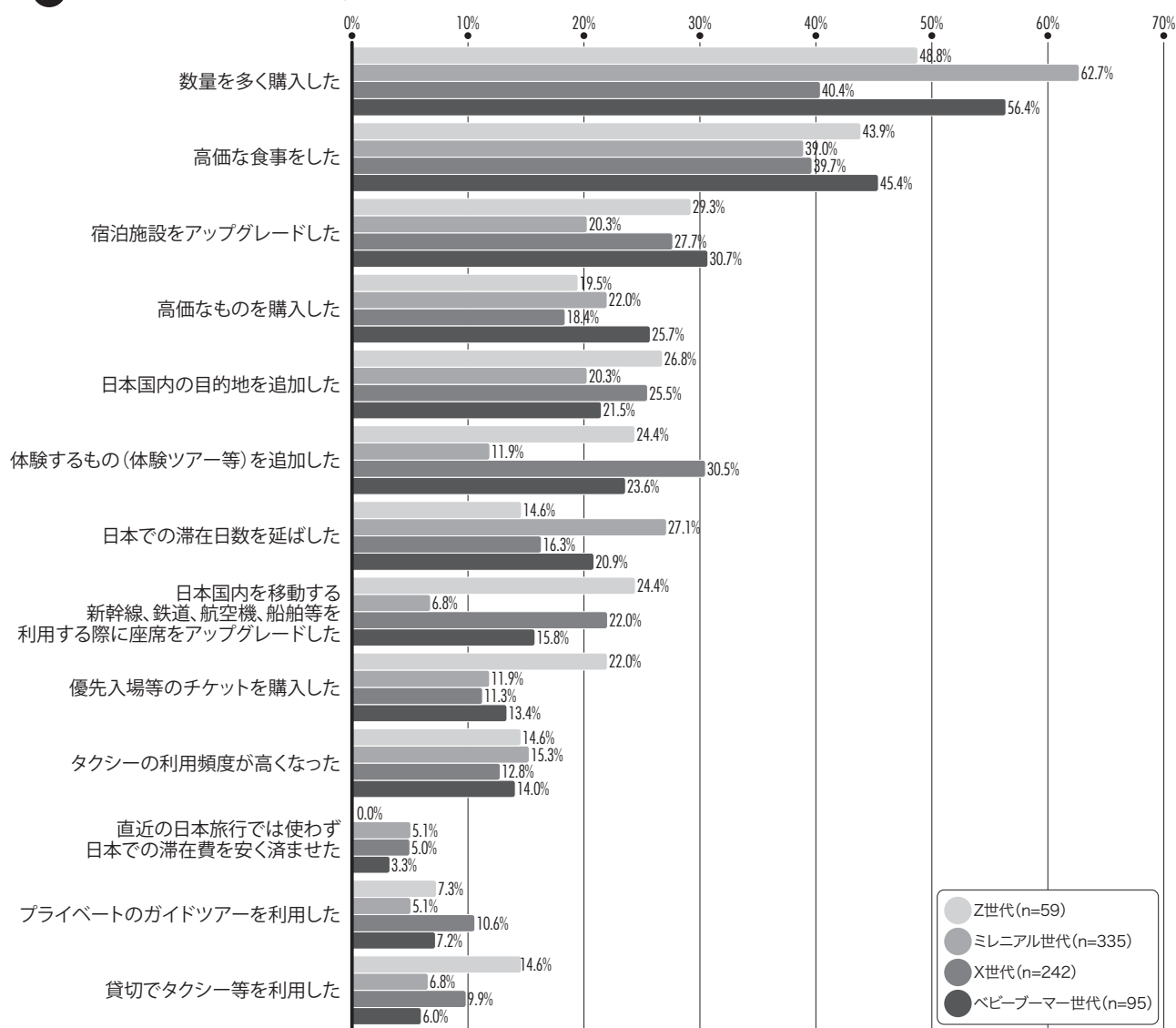


資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

物活動でも、Z世代はアパレル関連のショッピングであるのに対し、X世代は日用品のショッピングが主となっている。ベビーブーマー世代は、「世界遺産の見物」、「日本の酒」等、地方の地域資源を活用している

体験との関連が強い。実際に、ベビーブーマー世代の2022年10月以降の地方訪問経験の割合は2019年以前と比べ、約30ポイント上昇しており(図5)、地方部ではこれらの活動を実施していることがうかがえる。

図 ⑦ 円安で得をした分のお金の使い道【2022年10月以降訪日旅行経験者かつ円安実感者】(回答はあてはまるもの全て)



※「全体」の割合で降順ソート

資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

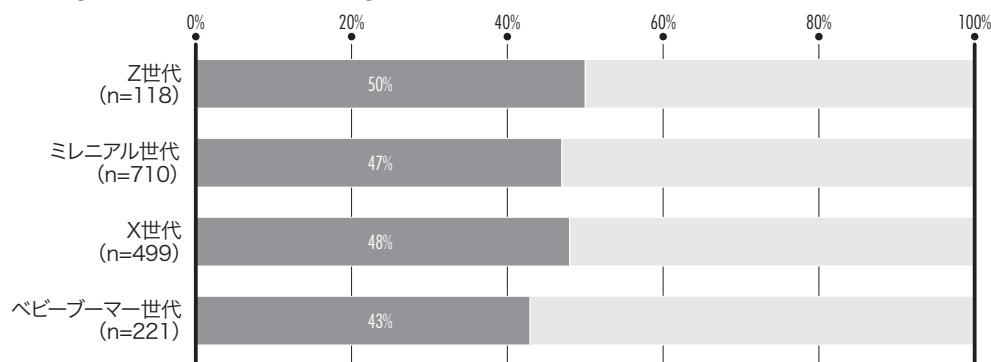
(4) 円安の影響
2022年以降、急速に進行した円安は、水際対策の大幅緩和と重なり、インバウンド需要の回復に大きく貢献した。こうした状況を受け、本調査では「訪

日旅行の決定」と「円安で得をした分のお金の使い道」における円安の影響について把握した。円安が訪日旅行の決定に影響したと回答した人の割合は、各世代4〜5割程度で、Z世代が最も高い(図6)。これまでに

も各種調査等からZ世代はコストパフォーマンス(コスパ)に敏感であるとされていることから、円安時の訪日旅行にコスパの良さを期待していることが見てとれる。また、訪日旅行時に「円安で得をした分のお金の使

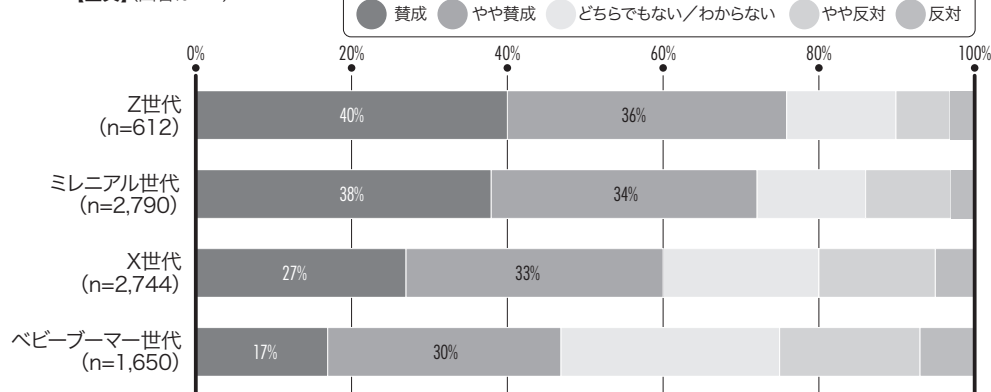
い道(図7)については、全ての世代で「数量を多く購入した」の割合が最も高い。

図6 訪日旅行の決定に円安が影響した回答者の割合
【2022年10月以降訪日旅行経験者】(回答は1つ)



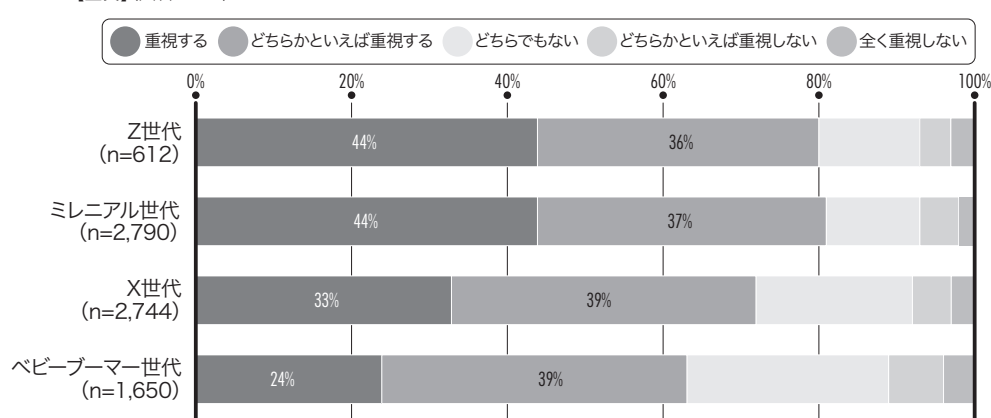
資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

図8 観光資源・施設の混雑緩和や保護のため金銭を負担することについての考え
【全員】(回答は1つ)



資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

図9 海外旅行先や宿泊施設を検討する際にサステナブルな取り組みを行っていることの重視度
【全員】(回答は1つ)



資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

3. 海外旅行先に
対する意識
「観光地の維持や
存続に対する意識は
若年層が高い」

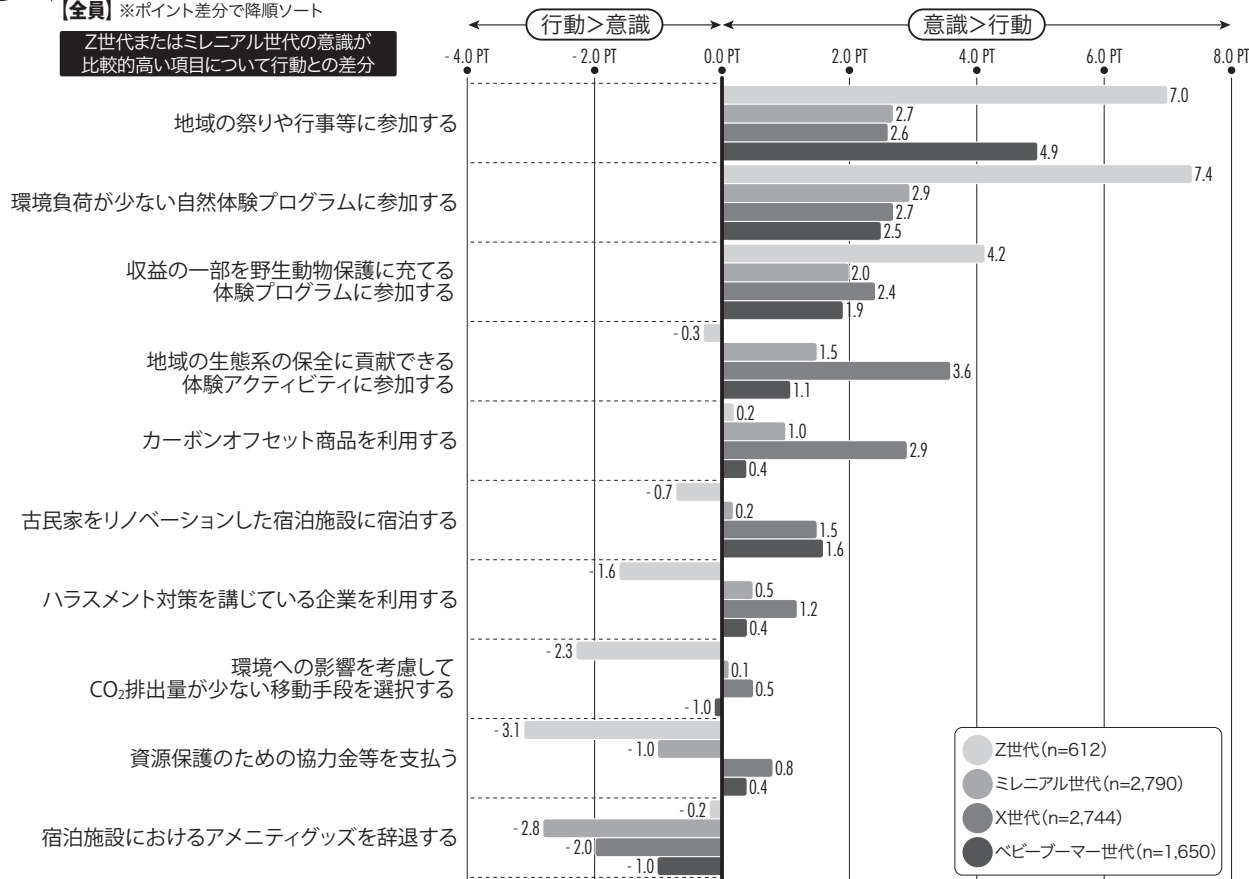
観光資源・施設の混雑緩和や保護のための金銭負担、いわゆる「Willingness To Pay」については、「賛成」の割合が中高年層に比べ、若年層が高い。一方で中高年層の「やや反対」の割合は若年層に比べて高い(図8)。また、海外旅行先や宿泊施設を検討する際に「サステナブルな取り組み」を重視する人の割合も同様の傾向(図9)であることから、若年層は中高年層と比べ、観光地の維持や存続への貢献意識が高いことがうかがえる。

一方で、意識と行動には乖離がある。海外旅行先で「今後実践したい」取り組みと過去に実施した「取り組みの差分を示したものが図10-1(Z世代・ミレニアル世代、10-2(X世代・ベビーブーマー世代)である。全体的に意識が先行する傾向であるため、今後は高い意識をどう行動に結び付けていくかが課題となる。なお、全世代で行動が意識を上回る項目は「宿泊施設におけるアメニティグッズを辞

図10-1 海外旅行先で「今後実践したい」サステナブルな取り組み(意識)と海外旅行先で「過去に実施した」サステナブルな取り組み(行動)の差分

【全員】※ポイント差分で降順ソート

Z世代またはミレニアル世代の意識が比較的高い項目について行動との差分



資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

GOOD NATURE STATION(京都) エピキュリアン・ナチュラルの実践



アップサイクル商品の開発による循環 画像提供: (株)ビオスタイル

れ(北田萌子氏 株式会社ビオスタイルホテル事業部長 総支配人)なのに、健康や環境に貢献できるサービスを提供している。

同施設1階の「MAISON」にはレトルトカレー、焼き菓子、コーヒー等、食料品を中心に多くのオリジナル商品が並んでいる。これらの商品のパッケージはひとつひとつが魅力的で、思わず手に取りたくなるものばかり。実はこれらの食品の多くは、チョコレート製造の過程で廃棄されるカカオハスクを活用したアップサイクル商品。商品「GOOD CACAO」シリーズの一部である。それぞれの食品にカカオのコクや香りを感じる、これができる商品となっている。この取り組みにより、1927kgのカカオハスクの廃棄削減に貢献している(2024年度)。まさに「楽しくて、おいしくて、おしゃれなのに、体にも良く環



GOOD CACAOシリーズの焼き菓子商品 画像:筆者撮影

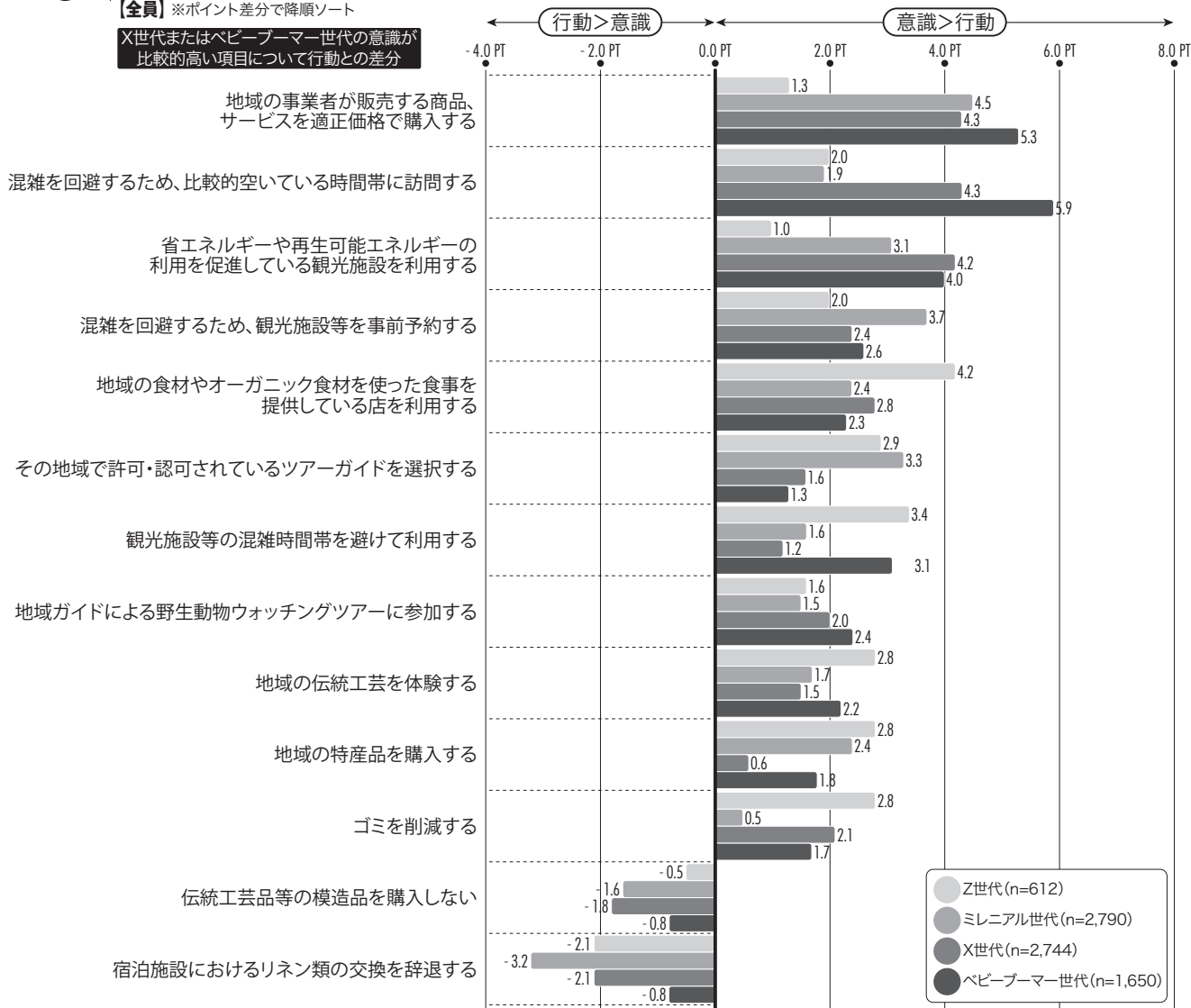
退する」となっているが、環境保護を目的とする一方で、旅行中の滞在を快適にするための行動とも捉えられる。

動が意識を上回る項目が最多(6項目)となっている。Z世代やミレニアル世代の意識が行動を上回る項目の上位は「地域の祭りや行事等に参加する」、「環

図 10-2 海外旅行先で「今後実践したい」サステナブルな取り組み(意識)と海外旅行先で「過去に実施した」サステナブルな取り組み(行動)の差分

【全員】※ポイント差分で降順ソート

X世代またはベビーブーマー世代の意識が比較的高い項目について行動との差分



資料:「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版」よりJTBF作成

境負荷が少ない自然体験プログラムに参加する、「収益の一部を野生動物保護に充てる体験プログラムに参加する」等、自分が何かを体験することを通じて貢献することへの関心が高い。これらの傾向を踏まえると、観光地や観光事業者が旅行者に観光地の維持に対して協力を促すためには、旅行者の満足度向上に寄与するような利己的な価値に変換して発信することが重要

取材協力:北田萌子氏(株式会社ヒオスタイルホテル事業部長 総支配人 聞き手:内藤桂子氏(株式会社日本政策投資銀行、柿島あかね)

同施設の「エピキュリアン・ナチュラル」な取り組みは、旅行先で「今後実施したい」サステナブルな取り組み(意識)と「過去に実施した」取り組み(行動)の間にある隔たりを埋めるためのヒントになるのではないだろうか。

環境保護にも貢献できる商品なのだ。

ホテルでは宿泊者が楽しみながら脱炭素を考えるきっかけづくりの場として、「脱炭素紋帳/Decarbon collection」を開催した。滞在中に利用するアメニティや食事を通じてCO₂削減に貢献した場合、館内に設置された「デカボスコアポイント」で「脱炭素紋帳」に押印するというもの。例えば、客室にアメニティとして設置しているオリジナル商品「NEMOHAMO」は植物性原料を使用したシャンプーで、100%再生可能エネルギーを使用した工場で製造されている。滞在中、このシャンプーを利用することで、CO₂が56%程度削減されるため、協力した人はデカボスコア56%OFFの判子を押印できるので、自分の行動によってどの程度CO₂削減に貢献したのか可視化することができる。取り組みとなっている。ホテルの主たる客層は30〜40代のファミリー層が多く、判子を押しやすさから、小さい子供が参加する姿も見られるそうだ。楽しみながら、親子で環境について考えるきっかけにもなるのではないだろうか。

「ホテルに宿泊するきっかけは立地等の利便性であったとしても、宿泊中に何らかの『気づき』を得てご自身の生活に取り入れて頂くことが重要だと思っています。さりげなく『気づき』を得てもらうための仕掛けづくりに取り組んでいます。」(北田氏)



館内に設置されたデカボスコアポイント
画像提供:(株)ヒオスタイル

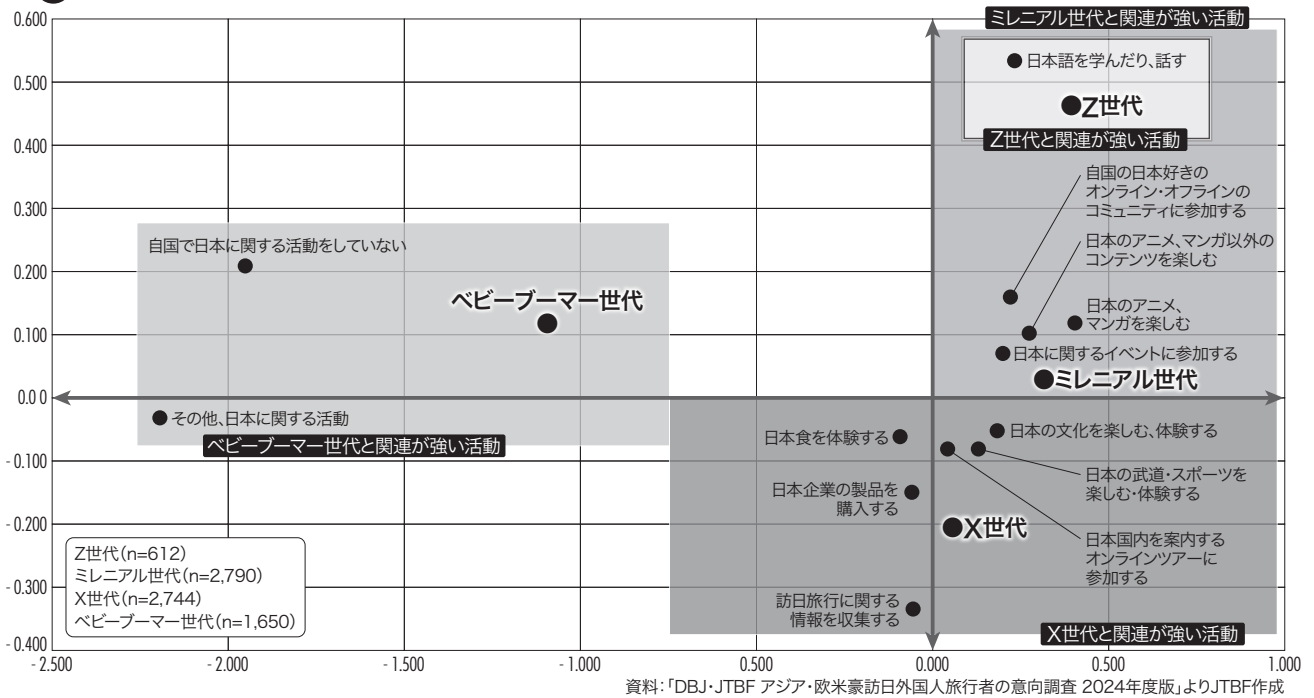
であると考えられる(コラム「GOOD NATURE STATION」(京都市・エピキュリアン・ナチュラルの実践)を参照のこと)。

4. 居住地での日本に関する活動

・居住地での日本関連活動と訪日時の活動の傾向は世代ごとに異なる。

居住地での日本に関する活動

図11 世代別×自国で実施した日本に関する活動【全員】(回答はあてはまるもの全て)



と訪日時の消費や体験は相互に影響しているものと考えられる。例えば、居住地で日本のアニメを視聴した経験から、訪日時にロケ地を訪問することや、訪日時に食べておいしかった食材を居住地で購入すること等が挙げられる。本調査では、世代別に居住地での日本に関する活動傾向を把握するため、訪日時の体験活動と同様、コレスポネン分析とクラスター分析を実施した¹⁰(図11)。ここでは、既出の訪日時の体験の結果(図4)も踏まえて考察することとする。

ミレニアル世代とZ世代は同じグループに属しているが、日本のコンテンツ関連の活動のより近くに付置されているのはミレニアル世代である。これに加えて、オンライン・オフラインのコミュニティやイベント参加との関連も強い。一方、Z世代はミレニアル世代と比べ、日本語学習との関係が強い。若年層に日本のコンテンツ人気が高い点は共通しているが、ミレニアル世代は日本のコンテンツをきっかけとした各種交流、Z世代は日本語学習に派生している可能性がある¹¹。また、ミレニアル世代は、訪日時にイベント・祭りの見物と関連が強く、コン

テンツ関連のイベントに参加していることや、Z世代はロケ地見物と比較的關係が強く、居住地で視聴したコンテンツに関連した場所を訪れていること等が推察される。

X世代は、居住地で食体験や日本企業の製品購入との関連が強く、訪日時は、化粧品や医薬品、食品や飲料、電化製品のショッピングと関連が強い。X世代は、80年代半ばから90年代前半に日本のモノづくりが国際的に評価された時期を経験しており、日本企業製品に対する信頼感や愛着が醸成されたことも、居住地や訪日時の消費行動に影響しているのではないだろうか。また、X世代は居住地、訪日時ともに日本の文化体験と関連が強い。以上の結果から、X世代は、訪日時の体験と居住地での日本関連の活動が影響し合っていると言えるだろう。ベビーブーマー世代は特段、強い関係性を示す日本に関する活動は確認されなかった。

5. まとめ 「世代別に考える海外旅行先としての日本」

Z世代の訪日意向は高く、日本のコンテンツ、アパレル関連

のショッピング、テーマパーク等、現代的で都市部で体験できることへの関心が高い。特にアジア居住者にとって、都市部を中心とした訪問であれば、限られた時間の中で効率的に楽しめるタイパ¹²の良さ、円安ゆえのコスパ¹³の良さといったZ世代の消費の価値観と合致している点が日本人気の背景にあるのではないだろうか。今ある需要を機会と捉え、「お得感」だけではない別の側面を認知してもらうことや、今後ライフステージが変わるタイミングで、地方部も含めた日本の多様な楽しみ方を提案し、ライフタイムバリュー¹⁴を高めていくことも重要ではないだろうか。

ミレニアル世代もZ世代と同様、訪日意向が高く、旅行行動や意向、意識に共通点が多い一方、今回の調査からは、訪日時の観光活動は体験系の活動と関連が強く、消費財への関心が強いZ世代とは異なる傾向を示した。この背景には、旅行の目的やスタイルに自分の関心ごとをテーマとした旅行を愛好する傾向がある¹⁵ことが影響していると考えられる。このことは、韓国の旅行会社「ハナツアー」がZ世代、ミレニアル世代向けに興味(例:ダイビング、ドライブ、

ウェルネス等」をテーマにしたパッケージツアー「ミングルツアー」を販売していること等からも明らかである。また、ミレニアル世代（特にアジア）は教育熱心であり、訪日時に自分の子供に何らかの気づきや学びを得られる体験を希望するケースが多い¹⁶ことも影響していると考えられる。今回の分析からミレニアル世代と関連が強い体験の中には地方部の資源を活用できるもの（例…アクティビティを楽しむこと、伝統工芸品の工房見学・体験／制作や購入、イベント・祭りの見物等）も多いことが分かり、ミレニアル世代は地域とのつながりを重視する¹⁷ことから、地方部の資源を活用した体験活動による誘客等も効果的である。

これらの若年層は社会問題全般に対する意識が高く、自分が訪れる観光地の維持・存続に対しても何らかの形で貢献しようとする意志が確認された。一方で高い意識に行動が結びついていない点は全ての世代で課題であることが浮き彫りとなった。過去調査¹⁸の結果から、Z世代は旅行先で実施したいサステナブルな取り組みについては実利につながる活動に積極的であるため、利他的であると同時に旅

（調査概要）

- 調査名 …………… DBJ・JTBF アジア・欧米豪
訪日外国人旅行者の意向調査 2024年度版
- 調査方法 …………… インターネットによる調査
- 調査時期 …………… 2024年7月8日～7月18日
- 調査地域 …………… アジア：韓国、中国、台湾、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア
欧米豪：アメリカ、オーストラリア、イギリス、フランス
※中国・香港・マカオ間、マレーシア・シンガポール間、タイ・マレーシア間、アメリカ・カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア・ニュージーランド間、イギリス・フランス・欧州各国間の旅行は、海外旅行経験から除く
- 調査対象者 …………… 20歳～79歳の男女、かつ、海外旅行経験者
- 有効回答者 …………… 上記各地域に居住する住民計7,796人
- 協力会社 …………… ㈱インテリサーチ(DBJデジタルソリューションズ(株))
KANTAR JAPAN Inc. (アンケートモニター抽出・配信)

有効回答者数 (人)					
	合計	Z世代	ミレニアル世代	X世代	ベビーブーマー世代
男性	3,826	297	1,362	1,345	822
女性	3,916	311	1,417	1,380	808
その他	54	4	11	19	20
総計	7,796	612	2,790	2,744	1,650

訪日経験別回答者数 (人)					
	合計	Z世代	ミレニアル世代	X世代	ベビーブーマー世代
訪日経験あり	3,349	258	1,374	1,160	557
訪日経験なし	4,447	354	1,416	1,584	1,093
総計	7,796	612	2,790	2,744	1,650

<注>

- UN Tourism Investment Guidelines Enabling Frameworks for Tourism Investment
- 例えば韓国ハナツアーのミングルツアー(<https://www.hanatour.com/promotion/plan/PM00677E59D1>)や18歳～35歳を対象とした旅行会社Contiki travel(<https://www.contiki.com/en-us>)等。
- 本稿における世代区分は以下の通り。Z世代(20～24歳)、ミレニアル世代、(25～39歳)X世代(40～54歳)、ベビーブーマー世代(55歳～)Z世代とミレニアル世代を「若年層」、X世代とベビーブーマー世代を「中高年層」とする。
- 2019年に実施した「DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査」(2019年版)と2021年に実施した「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」(第3回 新型コロナ影響度 特別調査)では訪日意向者を対象に「次回訪日時に希望する旅行形態」を尋ねており、この調査結果から、新型コロナ流行前の2019年版に比べ、コロナ禍に実施した第3回 新型コロナ影響度 特別調査では、旅行会社利用割合が12ポイント上昇した。
- コレスポンデンス分析の結果、第1軸と第2軸の寄与率は85.4%。
- 相澤美穂子「次世代観光地～『Z世代』『ミレニアル世代』が求める『経験価値』への対応」観光文化252号 <https://www.jtb.or.jp/tourism-culture/bunka252/252-06/>
- 脚注5に同じ
- 脚注6に同じ
- 本来廃棄される予定の製品に新たな付加価値をつけて再生すること。
- コレスポンデンス分析、クラスター分析(標準ユークリッド/Ward法)はSPSS Statistics 29を用いて行った。
- コレスポンデンス分析の結果、第1軸と第2軸の寄与率は98.5%。
- 例えば「海外で日本語熱 アニメ通じ関心、1500万人がアプリ学習」
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOQA078M30X00C22A2000000/>
- タイムパフォーマンスの略。コストパフォーマンスと同様にZ世代が重視する消費の価値観
- コストパフォーマンスの略。タイムパフォーマンスと同様にZ世代が重視する消費の価値観
- 顧客生涯価値。顧客が自社の利用を開始してから終了するまでの期間に自社がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標
- 脚注6に同じ
- 2025年2月に京都市内の宿泊施設にヒアリング調査を実施した結果より。
- 脚注6に同じ
- DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査(第3回 新型コロナ影響度 特別調査)p18
- 2024年8月に韓国の旅行会社3社を対象にヒアリング調査を実施。

行体験の満足度向上に寄与するようなプログラムを提供することで意識と行動のギャップを埋める一助となるのではないだろうか。

X世代は、訪日時、居住地での活動ともに日本製品の消費に積極的である。訪日時の消費のみならず、訪日と訪日の間の居住地での日本製品の消費促進も可能である。一方で、日本でし

か買えないものの、新しい商品の提案といった訪日に対する動機付けも必要となる。ベビーブーマー世代は、若年層に比べ訪日意向は低いものの、コロナ禍を経て、地方訪問経験率が大幅に上昇した。ベビーブーマー世代は東アジアを中心に訪日リピーター割合が高いことから、日本国内の新たな魅力を探していること等が影響していることが推

察される。昨今、特定観光地への需要集中とそれに伴う諸問題が浮き彫りとなっているが、地方分散という観点から、ベビーブーマー世代が果たす役割は大きい。また、ベビーブーマー世代に対しては、全国的な治安の良さ、バリアフリー環境の充実等、安全・安心かつ、快適な滞在といった側面から訴求できるのではないだろうか。筆者が昨

年夏に韓国の旅行会社を対象に実施したヒアリング調査¹⁹では、高年層を安心して送客できる点が日本の強みという声も聞かれた。以上を踏まえると、中高年層（特に東アジア）に対しては、安全・安心に楽しめる海外旅行先として優位性があるのではないだろうか。

持続可能な地域のための観光

韓国の観光関連政策を通じて

はじめに

本稿では、持続可能な地域のための観光という観点から、韓国の3つの地区（ソウル特別市鍾路区北村韓屋村、同市城東区聖水洞、全州市全州韓屋村）の法制度に基づく観光関連政策について報告する【表1】。今回、韓国の同地区を調査研究対象とした理由は、次のとおりである。

第一に、韓国は観光需要の高まりや観光事業活動に伴う住環境の変化に対して、日本より踏み込んだ対策を講じている。日本のオーバーツーリズム問題の捉え方については、コロナ禍前から「観光客の急増による混雑やマナー問題に回収されがち」※1と指摘されていたが、現在は日本においても一部の地域

で住民の住宅確保問題などが報じられるなど、新たな局面が見受けられる。韓国では、地元住民や地域の商人、賃借人の非自発的な転出を防ぎ、生活と観光の共存を図る対策や、産業集積の質のコントロール等を早くから講じている（もちろん問題となる現象が実際に発生し、顕在化していたという側面がある）。

第二に、韓国では高まる観光需要に対して、先制的または段階的に、条例や法律のもとで抑制や共生のため新たな策を導入する地域とともに、観光旅行市場の変化に対応するために緩和措置を行う地域事例も確認される。変化する観光客のニーズや今後を見据えて生活と観光をどう共存させていくのかの参考となる。

第三に、観光地マネジメント

公益財団法人日本交通公社
観光研究部
主任研究員
後藤健太郎

において、観光の「量」や「質」のみならず、「変化速度」のコントロールが意識されていることが垣間見える。まちは生き物であり変化自体は当然起こりうるものだが、急激な変化に対してその受容者が耐え得る水準の進行となるよう調査を実施し、策を講じている。さらに、文化の観光活用という文脈だけではなく、観光客、住民など様々な利害関係者の相互理解に基づく「観光文化」の育成・定着が目指されている。

本稿で扱う3地区の概要は次の通り【表1】。最初の2つはソウル特別市に位置する。伝統的な韓屋で構成される住居地域で、地元住民の定住権保護を目指す北村韓屋村と、賃料が急騰する中でジェントリフィケーション（Gentrification）を防

表1 対象地区での観光関連政策

対象	チョンノグ ブクチョンハノンマウル 鍾路区北村韓屋村 (ソウル特別市)	ソンドング ソンスドン 城東区聖水洞 (ソウル特別市)	チョンジュ ハノンマウル 全州 韓屋村 (全州市[全北特別自治道])
テーマ	住民の定住権の保護と正しい観光文化の定着	地域共同体の生態系と地域商圏、路地(通り)景観の保護	住民の実生活の保護と変化する観光トレンドへの対応
本稿で扱う内容	オーバーツーリズム対策 韓国で初めての「特別管理地域」指定(2024年7月)	韓国で初めてのジェントリフィケーション対策(2016年9月指定、2023年8月区域拡大)	規制から一部緩和へ ●用途、販売品目に掛かる規制の一部緩和 ●高さ制限・階数制限の一部緩和、地下階許容への変更
条例・計画(一部最新の改正・変更のみを記載)	ソウル特別市鍾路区観光振興条例(2020年10月制定、2024年10月改正)第10条(特別管理地域指定等)	ソウル特別市城東区地域共同体相互協力及び持続可能発展区域指定に関する条例(2015年9月施行、2022年12月改正)	全州都市管理計画 全州伝統文化地域地区単位計画(2003年策定、2023年7月変更)
根拠法(略称)	観光振興法(1979年制定、2019、2021、2023年改正)	地域商圏共生および活性化に関する法律[地域商圏法](2021年公布、2022年施行)	国土の計画及び利用に関する法律[国土計画法](2002年、国土利用管理法と都市計画法を統合) 土地利用規制基本法[土地利用規制法](2002年制定)
関連情報(同地区内外)	●2016年、ソウル特別市はソウル特別市観光振興条例を改正し、第9条の2(特別管理地域の指定等)を新設 ●2024年、ソウル特別市は北村地区単位計画を変更	●2015年11月、ソウル特別市はジェントリフィケーション総合対策を発表 ●2016年6月、「ジェントリフィケーション」の防止と持続可能な共同体のための地方自治体協議会が発足	●2016年7月、ソウル特別市は景福宮西側地区単位計画を変更し、立地制限と立地強化等を実施 ●2023年5月、全州市は歴史都市中心地区単位計画を変更し、規制緩和

止し小商人による地域商圏の保護を目指す聖水洞である。3つ目はアイデンティティの確立、維持発展のために景観や業種販売品目等に制限を課してきたが、住民生活や観光のトレンドに依拠して制限を緩和する方向に動いている全州韓屋村である。北村の状況(2018年以前)や本稿で一部扱うジェントリフィケーションおよびツーリスティフィケーション(Tourification)については、『観光文化240号』で金(2019)により既に報告されているのでそちらを参照されたい。

以降では、文献調査に加えて、2024年度に現地を視察した結果も含めて報告する(本号では一部のみ)。

事例：1 鍾路区北村 ―地元住民の 定住権の保護

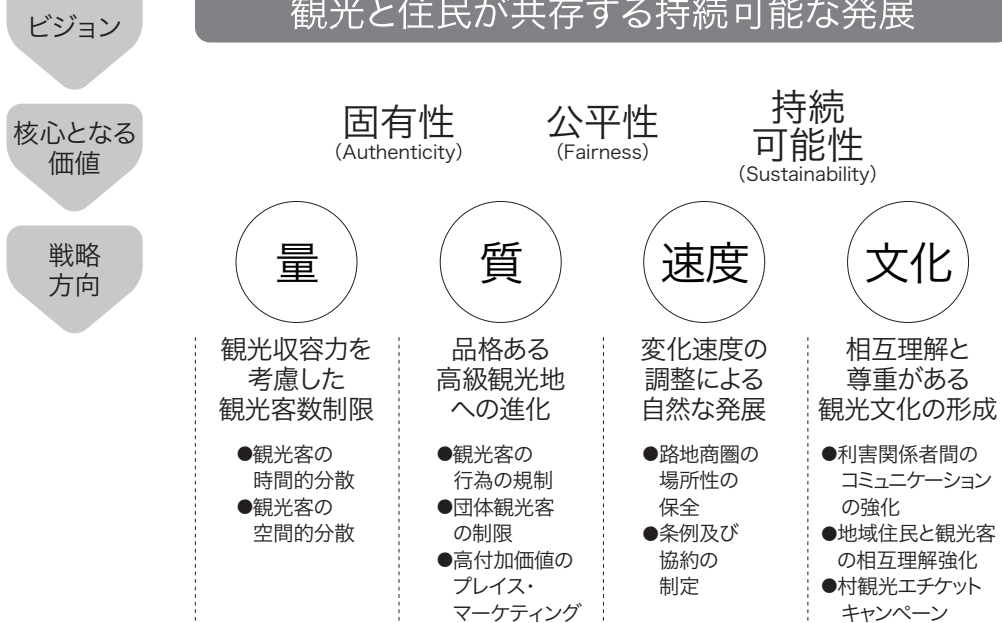
●法的根拠を有する
実効性を伴う対応への移行

北村は、ソウル都心部北側の高台に位置し、伝統的な家屋である韓屋が立ち並ぶ地区である。住居地域である同地区は、

観光地化とともに、騒音やゴミのポイ捨て、プライバシーの侵害、違法駐車などが問題となり、住民の生活環境を脅かしていた。同地区では、転入より転出

が上回り人口流出が続く中で、地元住民の定住権をいかに保護するかが課題となっている。鍾路区は、2013年に観光客に静粛を促す取組等を開始

観光と住民が共存する持続可能な発展



出典：「住宅地域の観光名所住民被害実態調査」(鍾路区庁、2017)の図6-1(p.101)より筆者翻訳、作成

表 2 韓国の観光振興法 第48条の3(持続可能な観光活性化)

第1項	文化体育観光部長官は、エネルギー・資源の使用を最小化し、気候変動に対応し、環境毀損を減らし、 地域住民の生活とのバランスをとり、地域経済と共生発展できる持続可能な観光資源の開発を奨励 するために、情報提供及び財政支援など必要な措置を講じることができる。(改正2019. 12. 3.)
第2項	市・道知事や市長・郡守・区庁長は、次の各号のいずれかに該当する地域を条例に定めるところにより、特別管理地域に指定することができる。 (新設2019. 12. 3., 2021. 4. 13., 2023. 10. 31.) 1… 収容範囲を超えた観光客の訪問で自然環境が損なわれたり、住民の平穏な生活環境を害するおそれがあり、管理する必要があると認められる地域。 2… 車両を利用した宿泊・炊事等の行為で自然環境が毀損されたり、住民の平穏な生活環境を害するおそれがあり、管理する必要があると認められる地域。 ただし、他の法令で出入、駐車、炊事及びキャンプ等を禁止する地域は除く。
第6項	市・道知事や市長・郡守・区庁長は、特別管理地域に対して条例で定めるところにより、 観光客訪問時間制限、便宜施設設置、利用規則の通知、利用料徴収、車両・観光客通行制限など必要な措置を行うことができる。 (新設2019.12.3., 2021.4.13., 2023.10.31.)
第7項	市・道知事や市長・郡守・区庁長は、第6項による 条例に違反した者に「地方自治法」第27条により1千万ウォン以下の過怠料を賦課・徴収することができる。 (新設2021.4.13.)

出典：「観光振興法・観光振興法施行令・観光振興法施行規則」(国家法令情報センター)より一部抜粋、筆者翻訳、太字は本稿に關係する箇所

<https://www.law.go.kr/LSW//lumThdCmpJo.do?lsiSeq=255789&joNo=0048&joBrNo=03&datClsCd=010103&dguBun=&lsId=001744&chrClsCd=010202&gubun=STD&lnkText=%25EC%25A7%2580%25EC%2597%25AD%25EC%259D%2584%2520%25EC%25A1%25B0%25EB%25A1%2580%25EB%25A1%259C>

し、2017年に調査【図1】を行った上で、2018年には、ソウル特別市と鍾路区は「北村住民被害最小化のための8大対策推進」を発表した※2。しかし、対策実施後も法的根拠不在で実効性のない状態が続いたことから、鍾路区は、次なる段階として住民の定住権保護の観点から国に法改正を提案した。それを受けて、韓国では、2019年以降、コロナ禍の最中に「観光

振興法」の改正を数回行い、法整備を進めた。国の「観光振興法」第48条の3(持続可能な観光活性化)【表2】では「特別管理地域」を「収容範囲を超えた観光客の訪問で自然環境が損なわれたり、住民の平穏な生活環境を害するおそれがあり、管理する必要があると認められる地域」と定義した。そして、自治体は同法に基づき条例で次の事項を定めることができる。

図2 北村特別管理地域の指定範囲とゾーニング



出典:ソウル特別市WEBページ「プクチョン(北村)特別管理地域における観光客の訪問制限のご案内(2024年11月〜)」(日本語)
<https://japanese.seoul.go.kr/%E3%83%97%E3%82%AF%E3%83%81%E3%83%A7%E3%83%B3%E5%8C%97%E6%9D%91%E7%89%B9%E5%88%A5%E7%AE%A1%E7%90%86%E5%9C%B0%E5%9F%9F%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E8%A6%B3%E5%85%89%E5%AE%A2%E3%81%AE%E8%A8%AA/>

○訪問時間制限
 (過怠料賦課も可能)
 ○利用料の徴収
 ○車両・観光客通行制限
 (バス侵入禁止等)など
 その後、鍾路区は条例制定や調査、住民との協議を経て、2024年7月に北村を韓国国内で初めて「特別管理地域」に指定した(「観光振興法」第48条の3及び「ソウル特別市鍾路区観光振興条例」第10条に基づく)。「住民の定住権保護及び正しい観光文化の定着のために特別管理地域に指定すること、地域住民の生活との均衡を図り、地域経済と共存・発展できる持続可能な観光政策の基盤を構築する」(鍾路区、2024)ためにである。住民の不便水準を考慮し、範囲を指定し4つにゾーニングした(図2)。同年10月に条例を一部改正し、観光客

の訪問時間制限(2025年3月導入)と観光バス通行制限(2026年1月導入)を行う(表3)。違反した場合、実際に過料が科せられる(ガイドラインに基づく)。なお、利用料の徴収は今回は行われない。
●周知・啓発の案内や広報、管理人材の配置
 訪問時間制限については、2024年11月より周知・啓発を開始した。今回の視察では、制限エリア内での周知および運用状況を時間帯を変えて確認した。レッドゾーン、イエローゾーン及びその周辺道路には、多種多様な告知のための案内板が非常に多く設置されていた。訪問者に「気づかなかった」「知らなかった」とは言わせないほど、目に留まる形で設置されており、従前より問題解決への強い

表3 各区域での実施内容

実施区域	実施内容	周知・啓発期間 施行日
指定区域:北村地区単位計画区域全体(112万㎡) 制限エリア(ゾーニングエリア):指定区域のうち12万㎡(全体の約10%)		
レッドゾーン (一箇所)	制限時間に観光客の制限区域内への訪問禁止 ●制限区域:北村路11キル―帯約3万4000㎡ ●制限時間:17時から翌日10時まで 違反時には過料賦課(10万ウォン)	2024年11月1日~ 2025年2月28日
		2025年3月1日
観光バス 通行制限区域	制限区域内での観光バスの通行禁止 ●制限区域:約2.3キロメートルの区間 ●制限時間:常時(土日祝日を含む) 違反時には過料賦課(1次違反30万ウォン、 2次違反40万ウォン、3次違反50万ウォン)	2025年7月1日~ 2025年12月31日
		2026年1月1日
オレンジゾーン (二箇所)	集中啓発活動を強化 ※住宅と商業が混在したエリア	施行中 2024年10月以降
イエローゾーン (一箇所)	集中モニタリングによる地域管理を実施 ※住民の苦情が増加し始めたエリア	施行中 2024年10月以降

出典:ソウル特別市WEBページ「プクチョン(北村)特別管理地域における観光客の訪問制限のご案内(2024年11月〜)」(日本語)
<https://japanese.seoul.go.kr/%E3%83%97%E3%82%AF%E3%83%81%E3%83%A7%E3%83%B3%E5%8C%97%E6%9D%91%E7%89%B9%E5%88%A5%E7%AE%A1%E7%90%86%E5%9C%B0%E5%9F%9F%E3%81%AB%E3%81%8A%E3%81%91%E3%82%8B%E8%A6%B3%E5%85%89%E5%AE%A2%E3%81%AE%E8%A8%AA/>
 鍾路区庁(2024):鍾路区報 第1735号 2024. 6. 28.(金) 鍾路区北村特別管理地域指定告示
https://www.jongno.go.kr/prevhtml/skin/doc.html?fn=FILE_202406280759071110&rs=prevhtml/bbs/FILE_000000000197263

決意を感じる。
 レッドゾーン及びイエローゾーンには、管理人材が配置されていた(人材配置自体は今回の指定以前より実施、3月からは過怠料取締を専門で担当する公務員「北村保安官」が配置)。訪問者の望ましくない行為に対しては、管理人材が声掛けをし、行動の変更を指示しているのが

確認された(写真1)。レッドゾーンのメインストリートに配置されていた人材は、制限時間の夕方17時以降と朝10時前は、同ゾーン入口の歩道に配置され、入域しようとする人に声掛けをし、宿泊者などを個別に確認していた。制限時間においては、同ゾーンに居住する住民と家族、知人、同ゾーン内の商

写真1:
レッドゾーンでの管理人材の対応状況(スーツケース持参者に対して)
注:管理人材のベストの背面には、訪問制限時間と過料が表示(2025年1月撮影)



店利用客、商人、宿泊客、などはレッドゾーンへの出入りが許可される。
 今後の課題として、関係者や研究者からは、同地区で宿泊可能な韓屋ステイの問題(法人運営や深夜の騒音^{※3}、商業との共生の点から季節に応じた弾力的な制限時間の設定^{※4}などがあげられている。住民保護と商圈安定のバランスを模索する動きは続く。

事例・2

城東区聖水洞 —先制的対応による 地域商圈と 路地景観の保護

●持続可能な発展と 賃料の安定化

聖水洞は、ソウル特別市内で急浮上したホットプレイスである。日本の旅行雑誌等でも近年は注目の観光地として紹介される。同地区はもととは準工業地帯であり、現在は工場等を中心にベリシオンした施設など多くの事業所が集積している【写真



写真2: 聖水洞メイン通りの活況 (ソンス駅側)
(2025年1月撮影)



写真3: ソウルの森カフェ通りの風景
(トゥクソム駅・ソウルの森駅側) (2025年1月撮影)



写真4: 城東安心商店街ビル

注: 城東安心商店街については、次を参照。
<https://www.sd.go.kr/main/contents.do?key=1745&>
城東安心商店街ビルは、2015年に城東区と民間企業が社会貢献MOU協約を締結。2017年に着工、2018年に竣工、入居開始。(2025年1月撮影)

効果は、現地を訪問しても目で確認できるものではないが、現地の活況は確認することができた。また、これまでに18棟確保された公共安心商店街の一部も確認することができた【写真4】。

城東区の調べによると、城東地域商店街の2023年の賃料は42%上昇(2020年比)とソウル市内で最も高い上昇率であった※7。これを受けて城東区は2023年8月に指定区域を既存の25万9518㎡から225万470㎡と8・6倍に

2、3。聖水洞が位置する城東区は、ジェントリフィケーション※5現象に先制的に対応するために、2015年に全国で初めて「持続可能な発展区域制度」を創設した(「ソウル特別市城東区地域共同体相互協力及び持続可能な発展区域指定に関する条例」)。都市再生による事業者等の流入により、まちが急激に変化していったからである。

城東区は、地域商圈※6と聖水洞固有の路地文化の均質化を防ぎ保護するために、建物主・賃借人・城東区の間での共生協約締結を推奨している。その他、地区単位計画と連携した、大企業・フランチャイズ加盟店の入

店制限【表4】や、賃料安定履行協約を締結した場合、建物の新増築時の容積率の緩和が可能となる(インセンティブを与える代わりに、区が賃貸料設定権限の一部を持つ)。

●政策の効果検証、
診断結果に
基づく介入

〈指定区域の拡大〉

今回の視察では、拡大後の指定区域4地区のうち主に2地区(聖水1街2洞、2街3洞)を視察した。同制度の

表 4 公共安心商店街の入居条件

契約期間(第20条および第21条参照)

○5年以内(以後、公共安心商業運営委員会が延長を決定)

申請対象(第20条参照)

- 急激な賃料の上昇で追い込まれた商店街の賃借人(テナント)
- 社会的経済組織(ソウル特別市城東区社会的経済活性化支援に関する条例第2条第2号)
- 小商工人(小商工人保護及び支援に関する法律第2条の小商工人)
- 青年創業者(ソウル特別市城東区に居住する19歳以上39歳以下の予備創業者または創業者)
- 高齢者雇用創出事業者(ソウル特別市城東区に居住する60歳以上の人の能力と適性に合った仕事を開発して普及)
- 共有企業(ソウル特別市城東区共有促進条例第2条3号)
- その他、区庁長が入居が必要と認める事業所又は事務所

制限業種(第18条参照)

住民協議体の同意が必要な企業・事業所(持続可能な発展区域内の地域共同体の生態系及び地域商圈に重大な被害を与えたり、与えるおそれがあると認められる企業・事業所の場合)

- 大企業(「中小企業基本法」で規定している中小企業の範囲外の企業)
- 加盟本部、加盟地域本部、加盟店事業者(フランチャイズ)
- カラオケパブ及び遊興酒店
- ビデオ物鑑賞室
- マッサージ施術所
- その他地域共同体の生態系及び地域商圈の保護を阻害するおそれのある企業・事業所

出典:「ソウル特別市城東区地域共同体相互協力及び持続可能発展区域指定に関する条例」
<https://www.law.go.kr/ordinInfoP.do?ordinSeq=1765573&chrClsCd=010202&gubun=ELIS&nwYn=Y&conDatGubunCd=undefined>
及び「城東安心商店街 入居/施設案内 入居手続き」より筆者翻訳、作成
<https://www.sd.go.kr/main/contents.do?key=1749&>

拡大した（一部、聖水戦略整備区域などは除く）。これは、独自政策の効果を調査・検証し、ジェントリフィケーションの進行段階を診断した上で講じられたものである。

〈対策の効果〉

城東区が2021年に行った調査研究結果によると、持続可能な発展区域の聖水洞カフェ通りにあり共生協約を締結した商店の場合、平均営業期間は79ヶ月であった（締結していない店舗は平均52ヶ月）。賃貸料の引き上げ率は、共生協約を締結した場合は2・49%（締結していない店舗は2・85%）であった※8。

〈問題発生の有無と進行段階を診断する指標〉

指定区域の拡大にあたっては、独自調査に加えて、国土研究院が2018年に開発した指標（イ他、2018）を用いて、城東区は年度別進行段階を分析し、先制的対応を行った。調査の結果、聖水洞は、注意段階および境界段階が増加する傾向にあった※7。国土研究院の研究では、ジェントリフィケーション現象の進行段階を、①初期段階（問題発生以前）、②注意段階（政策推進に伴う地域活性化の進行）、

③境界段階（不動産価格上昇）、④危険段階（副作用の深化）の4段階に分類している。指標は、人口、世帯所得、創業・廃業、営業期間、フランチャイズ企業、流動人口などで、その変数を統合した総合点で算定する（変数別に重みづけ）。指標値は具体的な基準や公論化が必要な政策での活用が想定されており、指標を導入し、地域の変化に即座に対応できる基盤づくりと各進行段階に応じた対応の実施が目指されている。

〈国レベルでの法整備〉

関連する国レベルの動きとして二つ紹介する。韓国は、2018年に「商店街建物賃貸借保護法」を改正し、賃借人が契約更新要求権を行使できる賃貸借保護期間を5年から10年に拡大し（同法第10条第2項）、賃料引き上げ率の上限を9%から5%へと引き下げる下方調整を行った（同法施行令第4条）。

また、城東区独自の政策「持続可能な発展区域」指定は、現在、2021年に国が制定した「地域商圏共生および活性化に関する法律（略称…地域商圏法）」に基づく措置となつている。同法は個別店舗ではなく商圏単位での支援のために設けら

れた、韓国では初めての法律で、地域商圏の埋没防止のために、商圏の特性に応じて「地域共生区域」と「自律商圏区域」を指定できる。

最後に、城東区と同政策に関するコロナ禍前を対象とした研究（チョ他、2020）は、城東区が持続可能な発展区域に指定した時点で、商業化が既に進んでいたこと、そのため同制度は商業テナントとその家賃安定化に焦点を当てており、居住空間（賃貸住宅など）で暮らす住民の立ち退き問題や工場・製造業を営む産業テナントの退去といった非商業空間における変化や被害には十分に対応していないことを指摘する。

現在も、バランスの取れた発展を図ると同時に、安定的な営業環境と共生協力の都市生態系の構築を目指す聖水洞での取り組みは続いている。詳細は別の機会に報告する（小商工人の負担軽減を図り共生消費で地域経済活性化を目指す取り組みや、地方自治体協議会による法改正の早期化を求める動き等）。

事例：3

全州韓屋村 ―観光トレンドを 踏まえた 規制と緩和

●地域アイデンティティの 確立・発展と商業化の制御

全州韓屋村は、韓国の伝統建築である韓屋が国内最大規模で群落を為す地域（写真5）であり、歴史的建造物の保存や伝統文化の継承が重要視される地域である。この地区は城郭都市（邑城）の外側に位置し、近代以降に形成された住宅地である※9。2000年代以降に観光客数の大幅な増加と商業施設比率の高まりという急成長に直面した全州市は、地域アイデンティティの確立と発展を目的として、住民の定住条件や観光客の収容態勢の改善に資する取り組みを行ってきた。景観規制や商業化の抑制もその一つである。

2011年以降に建築物の高さや階数の制限を強化※10し、フランチャイズ店舗やファーストフード店の進出や業種・販売品目の制限を実施した。コロナ禍前の2019年には、韓服レンタル店などの既存貸与業を制限

写真5:
全州韓屋村の風景
(2025年1月撮影)



する規定※11を設けた。もともと住宅地としての機能を持つ地区において、非住居建築物（住居複合建築物を含む）の比率が増加する中で、韓屋村に合った伝統的な活動が行われ且つ一部の業態が集中・固着しないよう、産業集積の質を問い、そのコントロールを行ってきた。

●実生活を守り、国際観光に 対応するための規制緩和

近年は、観光のトレンドの変化を踏まえ、国際観光都市となるために規制緩和へと舵を切っている。全州市は、2023年

に「全州伝統文化地域地区単位計画」の変更決定を告示した。住民の実生活を守つつ、都市型

韓屋として再生できるようにするためである。その内容は、次の通りである【表5】。メイ

ン通りで十字に交わる太祖路地区（商業地域・住宅地域）及び銀杏路【写真6】の建物の高さ制限を緩和し、地下階の設置を全域で許可した。また、商業地域の敷地の最小面積基準を拡大（土地利用の効率化）し、幅6m以上の接道条件へと緩和することによって事業促進を図る。一部の業種制限を維持する一方で、韓服レンタル店などの規制を撤

廃した。さらに、食品の販売品目制限を廃止し、外国料理などの幅広い飲食業を認めた【表6】。観光客の食体験へのニーズの高まりを受けて規制を緩和し、多様なグルメの提供などを通じて滞在型へと転換しようとしている※12。

全州市全体としても年間観光客数の増加を受けて、国際的な地位に見合った観光都市の骨格を形成する方向に動いている。

おわりに

本稿で取り上げた3地区の観光政策事例のように、地域住民の生活の保護と観光の共存を図るための法的措置や政策展開は、持続可能な地域形成を実現していく上で重要である。韓国では、観光による影響を最小化



写真6:
メイン通りの風景
[左:銀杏路、右:太祖路]
(2025年1月撮影)



表 5 全州伝統文化地域地区単位計画の変更内容（一部）

建物の階数制限の緩和等

- 太祖路地区（商業地域・住宅地域）及び銀杏路地区【写真6】に限って高さ8m以下、1階以下から、高さ11m、地上2階以下へ、容積率は各地区・地域で従前の2倍へ
- ※なお、その他の地区では、高さ8m以下から7.5m以下へ
- 地下階禁止から全地区で許可へ*
- *住宅と都市民泊業、韓屋体験業、宿泊業の居室以外の用途（倉庫、ボイラー室など付属用途）

敷地規模：最小面積の拡大

- 太祖路地区（商業地域）では、50㎡以上→150㎡以上

許可要件の緩和

- 幅8m以上の道路に接する敷地（2011年導入）から幅6m以上に緩和

業種制限の一部維持

- フランチャイズ、一部ファーストフード店の制限維持【表6】
- 韓服レンタル店等の制限*の廃止（2019年導入）
- *衣装貸与業（韓服など）・電動機貸与業などこれと類似の貸与業を目的とする用途の小売店の場合は、韓屋保存委員会の審議を経て許可の取得が可能（ただし、伝統文化区域内の既存貸与業（衣装及び電動機）の移転、拡張は不可）

許容品目制限規定の廃止【表6】

出典：「全州市告示第2023-119号 全州市管理計画（全州伝統文化区域地区単位計画）変更の決定と地形図の通知2023年7月25日」（全州市）等をもとに筆者翻訳、作成
<https://www.jeonju.go.kr/synap/skin/doc.html?f-n=256c7ab1-b678-4931-9fe3-df0e81dc413e.hwp&rs=/synap/result/202503/>

表 6 不許可用途の継続、削除（2023年変更）

継続 （表現変更）	建築法施行令第1種近隣生活施設（休憩飲食店・製菓店）、第2種近隣生活施設（休憩飲食店・製菓店、一般飲食店、製造業所）のうち、加盟事業または本社が直接運営する店舗（直営店）として次のいずれかに該当するもの（ただし、本社が全州にある場合は除く） ●コーヒー専門店及びこれに類する喫茶店 ●製菓店・製パン店及びこれに類するものに該当するもの ●ファーストフード店（ドーナツ、ハンバーガー、ピザ、サンドイッチを主たるメニューとして販売する営業所）
削除 （規定廃止）	第2種近隣生活施設の一般飲食店のうち、伝統料理以外の次のいずれかに該当する形態の食品を調理、販売するもの ●日本食を調理、販売する飲食店 ●中華料理を調理、販売する飲食店 ●洋食を調理、販売する飲食店 ●その他外国系食品を調理、販売する飲食店 ●外国料理と組み合わせたフュージョン形式の料理を調理、販売する飲食店

注：上記は、伝統韓屋地区、太祖路地区、銀杏路地区、伝統文化地区を対象

注：「加盟事業」とは、加盟本部が加盟事業者により自己の商標、サービスマーク、商号、商標又はその他の営業標識を使用して、一定の品質基準や営業方式に基づいて商品（原材料及び部材材料を含む）又は用役を販売させ、これによる経営及び営業活動などに対する支援・教育と統制を行い、加盟事業者はこれに対する対価として加盟本部に金銭を支払う継続的な取引関係をいう。

「直営店」とは、同じ業種の2つ以上の店舗を同じ商号で自己の責任と計算の下で直接店舗を運営することをいう。

出典：「全州市告示第2023-119号 全州市管理計画（全州伝統文化区域地区単位計画）変更の決定と地形図の通知2023年7月25日」（全州市）より筆者翻訳、作成

<https://www.jeonju.go.kr/synap/skin/doc.html?f-n=256c7ab1-b678-4931-9fe3-df0e81dc413e.hwp&rs=/synap/result/202503/>

しつつ、地域の個性やアイデンティティを守りながら適切に活用するための取り組みが進められてきた。それは、地元住民、商人、観光客が共存する、生態系としての調和を保つ仕組み構築への挑戦であり、産業集積のコントロールもその一つである。外から取り入れる活力を見極め、望ましい共生のあり方を描くことが必要だ。

また、これらの事例は、観光の量や質のコントロールだけでなく、地域の変化速度の調整が持続可能な観光地マネジメントにおいて鍵を握ることを示唆している。日本国内においても、観光が地域社会や住民生活に及ぼす影響を時間軸で捉えた政策の策定、実施が求められている。今後は、韓国の経験から学ぶつつも、日本の地域特性や文化的文脈、社会的状況（人口減少、高齢化社会の進行、空き家の増加等）を踏まえた観光政策を模索し、生活と観光が共に息づく持続可能な地域の形成を目指していくことが重要であるといえよう。本稿がその一助となれば幸いである。

<注>

- ※1… 参考文献1), p.14。全文は、「観光客の急増による混雑やマナー問題に回収されがちな観光客の急増による不可逆な変質による境界の社会構造の変化ならびに地域資源への再投資なき消費であろう」。
- ※2… 8大対策の内容は、訪問時間制限（早朝と夜間は観光客の通行を規制。平日・土曜日は10時から5時のみ通行可能、日曜日は路地の休みで通行不可）、団体観光客の現場案内支援、観光バスの不法駐車場の特別取締、集中清掃区域の指定、開放トイレの拡大、観光客の禁止行為予防、観光ガイドの事前教育、住民の管理人材の養成である。
- ※3… ユン・スンミン(2024):急増する韓屋ステイ…観光客の騒音で昼と夜を奪われた北村, 京郷新聞, 2024年3月18日
<https://www.khan.co.kr/local/Seoul/article/202403181530011>
- ※4… キム・ハナ(2024):「オーバーツーリズム」北村の共存と分離:過剰料がないこと, ザ・スクープ, 2024年11月20日
<https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=303930>
- ※5… 韓国では、オーバーツーリズム問題発生以前より、ジェントリフィケーションの文脈から調査研究や対策が行われていた。
- ※6… 本文で後述する「地域商圏法」第2条(定義)によると、「地域商圏」とは、商業建物(「商店街賃貸借保護法」による商賃建物)の所有者・賃貸人・賃借人、土地所有者、住民などが調和し、地域に特化した生活・文化・経済的共同体を形成している商店建物集を指す。
- ※7… シン・イルヨン(2023):城東区、聖水洞一帯持続可能発展区域の大幅拡大指定, 市政日報, 2023年8月2日
<https://www.sijung.co.kr/news/articleView.html?idxno=299625>
- ※8… キム・ボミ(2023):ソウル・ソンスドン(聖水洞)の「家賃暴騰」阻止…洞全域に「持続可能な発展区域」拡大, 京郷新聞, 2023年8月1日
<https://www.khan.co.kr/article/202308012133035>
- ※9… 邑城区域を主に対象とする「歴史都市中心地区単位計画」や全市市全体の都市計画、観光政策については別の機会に報告する。
- ※10… 参考文献14)によると、建築物の規制については、緩和規定もあり、韓屋保全委員会の審議を通じて、公共建築物は2階以下及び容積率2倍の範囲内(伝統韓屋地区、香橋地区を除く)、太祖路商業地域は2階以下及び容積率2倍の範囲内で緩和可能。道路の高さの差によりやむを得ない場合等は、同委員会の審議を通じて、2階や地下層の設置が可能だが、2層以下。
- ※11… 参考文献14)によると、2019年の許可用途の変更理由は、韓屋村に衣装貸与業(韓服など)・電動機貸与業など、これと類似した貸与業を目的とする用途の小売店の入店を韓屋保存委員会の審議を通じて可能なように変更し、徐々に韓屋村に合った伝統的な活動が行われ、一部の業種が集中化・固着しないように制限するため(伝統韓屋地区、太祖路及び銀行路地区、伝統文化地区に該当)。
- ※12… 全州伝統文化地域地区だけではなく、歴史都市中心地区においても地区単位計画を変更し、規制緩和を実施。

<参考文献>

- 1) 阿部大輔(2019):オーバーツーリズムに苦悩する国際都市、『観光文化』, 第240号, pp.8-14
<https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2019/01/bunka240-05.pdf>
(事例1.北村韓屋村)
- 2) 金振晩(2019):居住地での観光を許容制限する対応～韓国ソウル・北村韓屋村～『観光文化』, 第240号, pp.35-39
<https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2019/01/bunka240-10.pdf>
- 3) ソウル市(2018):ソウル市、観光公害広がる北村韓屋マウルに「観光許容時間」導入
<https://japanese.seoul.go.kr/%E3%82%B-D%E3%82%A6%E3%83%AB%E5%B8%82%E3%80%81%E8%A6%B3%E5%85%89%E5%85%AC%E5%AE%B3%E5%BA%83%E3%81%8C%E3%82%8B%E5%8C%97%E6%9D%91%E9%9F%93%E5%B1%8B%E3%83%9E%E3%82%A6%E3%83%AB%E3%81%AB%E3%80%8C%E8%A6%B3/>
- 4) 鍾路区庁(2024):鍾路区報 第1735号 2024. 6. 28.(金) 鍾路区北村特別管理地域指定告示
https://www.jongno.go.kr/prevhtml/skin/doc.html?fn=FILE_202406280759071110&rs=prevhtml/bbs/FILE_000000000197263
(事例2. 聖水洞)
- 5) 城東区:城東区WEBページ ジェントリフィケーション
<https://www.sd.go.kr/main/contents.do?key=1708&>
- 6) 城東区:城東区WEBページ 城東安心商店街 概要
<https://www.sd.go.kr/main/contents.do?key=1743&>
- 7) イ・ジンヒ、イム・サンヨン、パク・ジョンソン、イ・ワンゴン、パク・ミンスク(2018):都市経済ベースのジェントリフィケーション指標開発と活用方法の研究
<https://library.krihs.re.kr/library/10210/contents/6161509>
- 8) 商店街建物賃貸借保護法(略称:商店賃貸借法)
<https://www.law.go.kr/lsSc.do?menuId=1&subMenuId=15&tabMenuId=81&query=%EC%83%81%EA%B0%80%20%EA%B1%B4%EB%AC%BC%20%EC%9E%84%EB%8C%80%EC%B0%A8%undefi>
- 9) 地域商圏共生および活性化に関する法律(略称:地域商圏法)
<https://www.law.go.kr/lsLinkProc.do?lsId=014125&chrClsCd=&mode=20#>
- 10) チョ・ヒョンジン、ジ・サンヒョン(2020):混在都市:ジェントリフィケーションとアンチジェントリフィケーション政策の共存-ソウル市城東区聖水洞の事例として、大韓地理学会誌, 第55巻, 第3号, pp.363-377
<https://doi.org/10.22776/kgs.2020.55.3.363>
(事例3. 全州韓屋村)
- 11) 全州韓屋村:全州韓屋村の現況
<https://hanok.jeonju.go.kr/contents/info>
- 12) 全州市長(2013):全州 都市管理計画(伝統文化区域 地区単位計画区域と 計画) 決定(変更)と 地形図の承認 告示
<https://www.jeonju.go.kr/synap/skin/doc.html?fn=fa3a6d16-f67e-4a60-a684-9f6cd7658c96.hwp&rs=synap/result/202503/>
- 13) 全州市(2017):全州市都市管理計画(地区単位計画区域および計画) 決定(変更)ー伝統文化区域地区単位計画ー
<https://www.jeonju.go.kr/synap/skin/doc.html?fn=22fdab6d-0226-4877-98d5-525d15d26330.pdf&rs=synap/result/202503/>
- 14) 全州市(2019):全州市都市管理計画(地区単位計画区域および計画) 決定(変更)ー伝統文化区域地区単位計画ー
<https://www.jeonju.go.kr/synap/skin/doc.html?fn=f98ba3b7-4ddf-4b0d-90ee-7e083ee28b6a.pdf&rs=synap/result/202503/>
- 15) ファン・インウク(2016):全州韓屋村のジェントリフィケーション現象と地域対立, 地域社会研究, 第24巻, 第1号, pp.69-90
https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti_id=ART002099052
- 16) ファン・ヨンスク、チョン・ヒョンホ(2022):商業ジェントリフィケーションによるテナントの移動に関する研究, 韓国住居環境学会誌, 第20巻, 第4号, pp.179-194
https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti_id=ART002912948
- 17) チュ・サンヒョン(2017):時差による都市再生事業の成功要因分析と政策的含意ー全州韓屋村事例を中心にー, NRF KRM(Korean Research Memory)
https://www.krm.or.kr/krmrts/search/detailview/research.html?dbGubun=SD&category=Research&m201_id=10077200

アムステルダムの 観光経済政策の最新動向

公益財団法人日本交通公社
観光研究部 主任研究員

後藤健太郎

アムステルダム市は、2022年に『観光経済ビジョン2035』を策定し、現在は、シティーセンターアプローチとビジターエコノミーの両プログラムを実施している。両者は、毎年、対策の調整がなされる長期的なアプローチである。

前者は、2020年に「バランスの取れた都市」プログラムと統合され、6つの優先事項のもとで進められてきた。都心部を対象に住民が快適に過ごせ

る魅力場所にすることを目的とする。『実施プログラム：2025年のシティーセンターアプローチ』（Gemeente Amsterdam, 2025）では、7つの新しい変革目標が設定された〔図〕。そのうちのひとつが「2.市内中心部への訪問者は減り、訪問者は敬意を払う」である。多くの場合、各変革は複数の目標に影響を及ぼし、目標間には大きな相互依存性があるという。

後者は、観光産業セクターの変革

に焦点を当てたものである。『実施プログラム：2025年の観光経済』（Gemeente Amsterdam, 2025）には、53プログラムが掲載されており、そのうち18プログラムが新たなプログラムとなる〔図〕。新規取組のうち、具体的な内容を一部整理したものが下記である。

アムステルダム市のバランスを図る観光経済政策に関する動向を今後もウォッチしていく必要がある。

新規取組のうち本特集に関連するもの（一部）

●新規調査、研究の実施

—公共空間での待ち行列と混雑削減に向けた調査

—観光税の影響に関する調査

—住民の観光経済に対する意識調査（Amsterdam & Partnersが実施）等

●欧州との関わり：自治体を越えた国際及び国内協力の強化

—都市におけるモノカルチャー化や小売業の多様性強化に関する新たな研究

（欧州バランス都市観光同盟（European Alliance on Balanced Urban Tourism）に加盟する都市と共同で実施）2025年第2四半期に完了し、発表予定

—住民への還元

（欧州の幾つかの都市で導入されている、観光経済の恩恵を伝える取組や観光税収を地域住民のためのプロジェクトに還元する取組等をもとに、訪問者が都市と住民に貢献できる方法をより強調）

図 各実施プログラム書の概要

シティーセンターアプローチ 2025

●導入

●他者との変革の軌跡

①多様でバランスの取れた飲食、ショッピング、雇用機会

②市内中心部への訪問者は減り、訪問者は敬意を払う

○迷惑行為を行う訪問者の数を減らすことを目指す一方、敬意を払う訪問者が訪れる余地は依然としてある。

○迷惑行為と闘い、混雑を制限することに尽力すると同時に、来訪者を惹き付けるマグネット機能の低減も図る。

変革：行動の影響（2）／マグネット機能を減らす（違法薬物等）（2）
基本的なこと：安全な街路（2）／混雑を制限する（3）

③市内中心部の住みやすい公共空間

④緑豊かな市内中心部

⑤強固な文化的DNA

⑥アムステルダムの中心部におけるより大規模で多様な住宅供給

⑦十分な施設を備えた強力な社会的都心

観光経済（ビジターエコノミー） 2025

●導入

●持続可能な観光経済

●シティーセンターアプローチと

ビジターエコノミープログラムの連携

●説明責任と報告

●財務

●宿泊：ホテルでの宿泊〔4（3）〕／

プライベートホリデーレンタル〔2〕／観光税〔1（1）〕

●オーバーツーリズム：旅行の動きを規制する〔10（1）〕／

アトラクションと施設の分布〔9（3）〕／来訪者の分布（群衆管理）とキャンペーン〔5（2）〕／国際協力〔4（3）〕／国家協力〔5（2）〕

●住みやすい都市の原動力となる観光経済

働きがいも経済成長も（SDG 8）〔1〕／持続可能な都市と

コミュニティ（SDG 11）〔6（4）〕／責任ある消費と生産（SDG 12）

〔3（1）〕／目標達成のためのパートナーシップ（SDG 17）〔3（2）〕

注：表中（ ）はプログラム数、そのうち（ ）は新規の本数を示す。

出典：〔左列〕『Uitvoeringsprogramma Aanpak Binnenstad 2025』より筆者作成

<https://www.amsterdam.nl/stadsdelen/centrum/aanpak-binnenstad/>

〔右列〕『Uitvoeringsprogramma Bezoekerseconomie 2025』より筆者作成

<https://www.amsterdam.nl/en/policy/policy-tourism/>

本コラムは、観光文化264号の「特集③-2 オーバーツーリズム政策の流れと最新の動向—アムステルダム市の「バランスの取れた観光条例」を中心に—」（後藤、2025）の追加報告となる。

”観光を学ぶ” “ということ”

ゼミを通して見る大学の今

第24回 金沢星稜大学 経済学部

石川ゼミ

イベント等の
企画・運営を通して、
地域を理解する

観光地・金沢と大学

本学は、JR金沢駅から約4kmの位置にあり、観光客で賑わう兼六園や近江町市場、ひがし茶屋街へは車で15分圏内であることから、観光を学ぶという意味では恵まれた環境にあります。3学部のうち、経済学部は経済・経営・地域システムの3学科で構成されています。このうち、地域システム学科は2024年度に新設された学科であり、原稿執筆時点では教養ゼミナール（1年生）のみ開講されています。そのため、本稿でご紹介する石川ゼミの

活動は、経済・経営学科の学生とともに学んでいる内容となります。なお、本学部には観光学基礎や観光まちづくり論、観光事業論等の授業科目はありますが、観光コースや観光専攻という仕組みはありません。

専門的な学びという意味でのゼミナールは、2年生から始まります。基礎専門ゼミナール（2年生、以下2年ゼミ）は学科毎に開講され、学生は自身が在籍する学科のゼミで学びますが、専門ゼミナール（3〜4年生、以下専門ゼミ）では原則学科の別に関係なく、経済学部の30以上ある専門ゼミから希望するゼミを選択できます（希

望者多数の場合は選考有）。例えば、筆者の2024年度の2年ゼミは経営学科の学生が20名、専門ゼミ3年は同15名、専門ゼミ4年は経済・経営の両学科の学生が混在し13名が在籍していました。

つまり、2年ゼミで指導した学生がそのまま専門ゼミへと移行するわけではなく、石川ゼミで1年間学んだ学生もいれば、法学や会計、マーケティング系のゼミで身につけた知識・スキルをもって専門ゼミ段階から石川ゼミで学び始める学生もいます。筆者自身は、年々開始時期が早まる就職活動等の影響もあり、「2年生で身につけた基本



石川美澄（いしかわ みすず）

金沢星稜大学経済学部地域システム学科教授。和歌山県紀の川市出身。阪南大学卒業後、クラブツーリズム株式会社に勤務。退職後、北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院に進み博士前期課程修了、博士後期課程単位修得退学。博士（観光学）。共栄大学専任講師を経て、2018年度に金沢星稜大学経済学部経営学科へ着任、2024年度より現職。研究テーマは観光と交流、場づくり。著書に『北陸から地域を考える』（共編著、金沢星稜大学学会、2025年3月）。

的な知識や調査の作法、現地調査体験を基に、専門ゼミで学びを深めてほしい」という希望を抱いています。専門ゼミに移行する段階で残り2年間も石川ゼミで学ぼうと希望する学生は例年3〜5割程度です。

「よきイベント屋」になるために

「イベント屋」と聞くと、よい印象を持たれない方もいらっしゃるかもしれませんが。その背景には、持続可能な観光ならびに地域づくりにおいて、単発型のイベントを行うことはよろしく

ない」という印象があるからではないでしょうか。筆者自身もそのような考えていましたが、最近は「単発型を含むイベントは、観光を学ぶ学生にとって最適な題材の1つかもしいない」、「地域の課題の改善策をまとめ、発表するだけでなく、それをどう実現するか、まずはやってみることも重要だろう」と思い直しています。

イベントを含むMICE業界には、プロジェクトマネジャーやイベントプランナー、ミーティングプランナー等の様々な職務があるようです。MICEが指す範囲は広いですが、それを企画・運営する能力や人材は業界や職種を問わず、社会の様々な面で必要です。また、誰に向けて、何のために、どのように1つのイベントを企画・実施するかを考える過程で、住民・事業者の方々と対話から開催地域の歴史や文化など、多くのことを学べます。

ここからは、2024年度の活動をもとに、「よきイベント屋」になるための学びの一部を紹介します。

① 高大連携による 観光実践プロジェクト

2年ゼミのテーマは「観光現象を多

角的に学ぶ」であり、観光客や観光事業者、行政、住民等の様々な主体や視点から観光という現象を考えます。2年生の段階では、課題探求型授業等によく使われる「地域の課題を発見し、その改善策を提案する」というフレーズの前半部分にはまだ重きを置いておらず、教員から「地域の課題」の大枠を提示するようにしています。2024年度は、教員から南加賀地域の農業や宿泊業の人手不足等の地域課題を提示し、学生はそれぞれの背景や実態を調査することで、地域社会や業界の構造的な問題をより深く理解しました。また、ツアー商品造成を通してこれらの課題改善に迫ることに挑戦しました。

2024年度は、これらの活動を石川県立金沢商業高等学校観光サービスコース（以下、金商高校）と連携しながら実施しました。金商高校での初顔合わせや調査の進捗報告、南加賀地域での合同フィールドワーク等を行いながら、10月には親子向けの日帰りミニツアーを実施しました。高校との連携は、筆者自身初めての取り組みであり、互いの活動時間がなかなか合わせられなかったり、予算管理等が大変だったりと苦労した部分もありまし

た。ただ学生からは「高校生の積極性に非常に刺激を受けた」、「活動とは関係ないけれど、高校生から大学での学びについて聞かれて、改めて自分の大学生活について考えた」という意見が聞かれました。また、金商高校の生徒からは、「大学生との意見交換を通じて、自分たちでは気づけなかった視点やアイデアを得ることができた」、「大学生から将来についての話を聞いて、自分の進路について改めて考えるきっかけになった」という感想もあり、互いに学びの多い活動となりました。



写真1：金商高校との合同フィールドワークでの振り返りの様子

② 津幡町河合谷地域 活性化プロジェクト

2023年度から開始し、2年目の活動となる本プロジェクトの舞台は、人口減少と高齢化が著しい石川県津幡

町の河合谷地域です。この地域には、木窪大滝という観光名所があります。夏以外の時期に近隣住民や旅行者が同地域を訪れる機会は多くありません。そこで、地域の賑わい創出を目的に「オータムフェスティバル」を企画・実施しています。

学生の多くは石川県出身ですが、ほとんどの学生は河合谷地域の存在を知りません。ゼミ活動を通じて、地域の地理的特徴やかつて「禁酒村」と呼ばれていた歴史を知るとともに、住民の方々との交流を通じて、イベントを開催する意義や具体的な内容を検討します。自分たちが企画するイベントだけでなく、河合谷公民館主催の子ども向け交流会やワークショップ等にも積極的に参加することで、地域の子どもたちと顔見知りになったり、地域資源の活用方法を学んだりします。

2年目となった2024年度は、公民館の方々と教員、そして一部の学生は前年も経験しているため、イベントの準備等は比較的円滑に進みました。学生たちは、前年度は組み入れなかった地域の歴史からヒントを得た禁酒ドリンク(ジュース)の考案や、地元飲食店への出店協力依頼等を行い、より

よいイベントを目指して奮闘していました。

「観光を学んでいるのか」と問われると答えに窮する場面もありますが、学生が見知らぬ他者である住民の方々と接点を持ち、両者が居合わせたり交流したりする様子は、観光客と地域あるいは観光客と地域住民との関係にも通ずる部分があります。学生自身が観光客という立場から地域の魅力を言語化しソーシャルメディア等で情報発信を行ったり、よそ者として地域課題の改善に貢献できるようなイベントを企画し実行したりすることは、現代社会における地域と観光のあり方を学ぶことにつながっていると考えています。

オータムフェスティバル
～秋の河合谷で楽しく遊ぶ・学ぶ～

日時 2024.10.12(土) 10:00～17:00
会場 河愛の里キンシュレのグラウンド
石川県河北郡津幡町下河合字55 ※雨天時は規模縮小し室内にて開催！(雨天時は中止)

食 巻き寿司・とり天 (附 産/キッチンカー) ホットコーヒー (河合谷産珈琲煎焙所) サンドイッチ (カフェもくどうこ) 禁酒ドリンク (石川ゼミ)	遊 手形こいのぼり ひょうたん小物作り スライム作り体験 こども縁日	動 禁手スポーツ (フットサル) マウンテンバイク (もくどうこ提供) モルック
学 水車を回して 電気を作ってみよう! (薬本館実室) 生き物探検隊!! 10:30・12:30・ 14:30開始	販売!! 数量限定!! 通称電子創作キット 購入希望の方は QRコードから!	

＜津幡町河合谷地区について＞
約100年前、地区の大人たちは小学校の改築費を捻出するために「禁酒」し、資金を貯めました。今回はその歴史を伝える体験も用意しました!

【お問い合わせはメールにて】
金沢大学 石川ゼミナール
122676@st.seiryu-u.ac.jp (担当 山田)

【企画・運営】
金沢大学 石川ゼミナール
河合谷公民館
石川県立大学 薬本館実室

【協力】
河合谷地域の方々
藤口陽平さん
Future Makers

【最新情報は】
Instagram, X, 発信中!!

【駐車場について】
駐車スペースに限りがあります。
皆様乗り合わせてお越し下さい。

写真2：学生が作成した
オータムフェスティバルのポスター

3年次研修

本学部では、本格的な卒業研究を始める前に合宿形式の3年次研修(ゼミ旅行)を取り入れています。教員主

導で研修地域や研修内容を決めるゼミもあれば、学生主導のゼミもあります。石川ゼミの場合は、教員・学生が複数の候補を提示し、そこから学生が1案に絞り込みます。石川県や富山県といった近場は学生には「不人気」であり、ここ数年は岐阜や京都、長野といった北陸脱出タイプのゼミ旅行となっています。



写真3：実証実験中の長野市「門前観光案内所」にて (2024年11月)

2024年度は、白馬村と長野市を訪れ、スキーリゾートのグリーンシションの動きをテーマに、1泊2日のゼミ旅行を実施しました。事前に複数の論文を読んだ上で、経営者や施設スタッフの方々からお話を伺います。長野市で訪れたギャラリーや店舗等の運営に、自分たちと同じ大学生がまわりの視点から関わっていることにも

気づきます。このような体験を通して、卒業研究のテーマや対象について改めて考えます。

正課と正課外の活動をつなげるには

石川ゼミは、正課(授業)と正課外(地域貢献活動等)という2軸を併走させることが多いゼミです。前者には当然ながら出欠管理や課題提出、成績評価等がありますが、後者は空き時間や土日・長期休暇を利用し実施する自主的かつ自律的な活動です。また、後者の活動では本学独自の地域貢献活動補助費を使用することもできますが、正課では使用できません。教育制度や資金管理等の観点からは、正課と正課外という2つの活動を切り離すことが求められます。筆者としては両者を有機的につなげるためにはどうしたらよいか、毎年悩みながらゼミを運営しています。今のところ、輪読や下調べ、調査準備・分析等は正課として実施し、住民や行政の方々との意見交換やイベント・ツアーの準備・実施等は正課外の活動として展開しています。

学生有志による地域貢献活動

2023年初夏、能登の食文化や食材を通じて能登の魅力をアピールすることを目的に、石川ゼミ有志9名が学生団体「のとプロ」を結成しました。能登愛にあふれる1人の学生の一言から始まった本活動をここで紹介させていただきます。なお、本活動は前述したような正課とのつながりはありません。

のとプロは、前述した目的を掲げ、InstagramからつながったNPO法人「チーム能登喰いしん坊」に協力を打診し、快諾いただいた以降、食イベントのサポートや能登の食資源の認知度調査等を実施し、新たな商品開発に向けて地元事業者へのヒアリングを実施することになっていました。しかし令和6年能登半島地震が発生、ヒアリングや新商品開発の動きも中止せざるを得なくなり、その後の活動は道の駅での募金活動や復興支援イベントでのボランティアに切り替わっていきました。2024年12月には奥能登地域の穴水町で、親子向けのクリスマスイベントを開催しました。用意された会場

でのボランティアではなく、自分たちで会場手配、地元のケーキ店や保育園への協力依頼等を行いました。震災前から何度も能登を訪れていた学生たちは、被災地の実態をつぶさに目の当たりにするとともに、地域の方々との交流や交渉、対話を通じて、よきイベント運営者、能登のよき理解者となっていきました。なお、石川ゼミの学生に限定していた本活動は、2025年度からは本学の在学生に間口を広げながら活動を継続します。

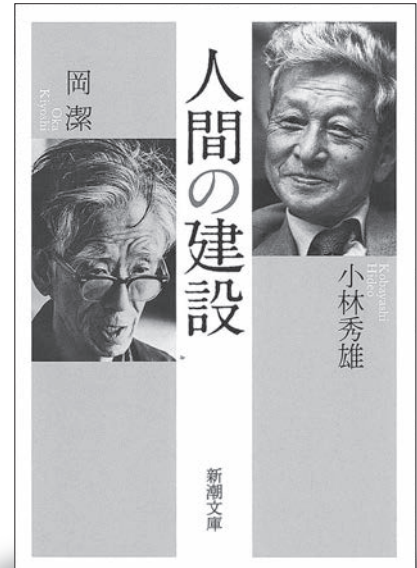
卒業研究

石川ゼミの学生が卒業研究に着手する時期は、他のゼミに比べると大変遅いと思います。例年3年生の12月から卒業研究の導入的な講義を行い、先行研究を探して読んだり、研究の問いを考えたりし始めます。2月には卒業研究の構想を口頭発表する「3年次発表会」が設けられ、ゼミの教員以外からも助言や指摘を受けます。その後、大半の学生は就職活動に多くの時間を使うこととなり、卒業研究のための調査等を行うのは4年生の夏頃からとなります。

石川ゼミとしては、冒頭で述べた金沢という地の利をまだ活かしていきたいませんが、卒業研究では金沢を調査対象とした研究も多く見られます。一例を挙げると、「クルーズ観光における寄港地の役割に関する考察…金沢市を事例に」、「コンテンツツーリズムにおける祭事・イベント運営に関する現状と課題…石川県金沢市の『湯涌ぼんぼり祭り』を事例に」等があります。学生は、行政や事業者、観光客の方々に協力いただきながら、ヒアリング調査を行うなどして卒業研究報告書を完成させ、卒業していきます。

このようなゼミ活動を経験した学生の1～2割はいわゆる観光業界に、残りの学生は製造業や小売業、行政等に就職し、新たな活動の場へと身を移します。いずれにしても、「よきイベント屋」として試行錯誤した体験や思考、フィールドワークや卒業研究の過程で見聞きした物事は、卒業後も何らかのかたちで活用できます。たとえすぐには使わない知識・スキルだとしても、いつかその引出しを開ける瞬間があると思えば、筆者はまた新しい学生たちとともに学ぶのです。

『人間の建設』

小林秀雄 岡潔・著
新潮文庫

多田稔子

一般社団法人
田辺市熊野ツーリズムビューロー
代表理事

集中しながらも、同時に美しい数式と新たな調べを思い描いているに違いはない、そんな空想が膨らむ。

アインシュタインとベルグソンの件（くだり）では、それぞれの立場の表現で、二人の会話が伏流水の川の流れのように続いていく。読み進むうちに、縁

遠かった自然科学や物理学、数学の世界に対する解像度が高まってくる。そして、自然科学は「建設は何もしていない。しているのは破壊と機械的操作だけなんです。」と警鐘を鳴らすのである。さらには、岡潔がこの

対談の中で幾度となく使う「情緒」という言葉に對談のテーマは集約されていく。人間の中心は情緒であり、その情緒がおのずから形に現れ、文化はその現れで数学もその一つにつながっていると言っている。形に現れるものとは、すべて「情緒」にあるということである。

我が身に置き換えてみるに、観光まちづくりを実践していく上で、自分自身の「情緒」を美しく整え、耕やすことを忘れていないかと、日々問われている気がするのである。

しれないと思うようになった。

数学が大の苦手である。大学受験を控えた数学の授業は憂鬱で仕方がなかった。やる気はあっても理解が追い付かないのである。そんな苦悩を察知してくれたのか、専任の先生が「数学は暗記教科と割り切って勉強しなさい」とアドバイスしてくれたのである。「そうか!」と、その言葉が妙に腑に落ち大学受験の数学をどうにか乗り越えたのだった。

私にとつての数学は、苦手以外の何ものでもなかった。しかしながら、岡潔という数学者に出会ってからは、色を帯び匂いを発し情感さえ感じる世界かも

岡潔は、世界的難問だった多変数関数論の分野における三大問題を、ひとりで解決した天才数学者である。といっても、その偉業を理解することは私には到底出来ないが、晩年に書かれたエッセイの数々を読んでいくうちに、数学が姿を変えて私に忍び寄ってきた。そして、真理に近づくための学問かもしれないと思うようになったのである。

『人間の建設』は、近代批評の表現を確立した小林秀雄と岡潔の世紀の雑談本である。対談日の京都五山送り火の話から始まる冒頭の文章で、その場に居合

多田稔子(ただのりこ)

一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー代表理事。和歌山県生まれ。和歌山大学教育学部卒業。熊野古道エリアを「世界に開かれた持続的で上質な観光地」とすることを目指して活動している。その他主な公職、和歌山県景観審議会委員、大阪観光大学アドバイザリィ委員など。2023年5月からまちづくり会社「南紀みらい」代表取締役社長。2024年10月から和歌山県教育委員。

公益財団法人日本交通公社
および
「旅の図書館」
への
アクセス



〒107-0062

東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル

東京メトロ銀座線、半蔵門線、都営大江戸線

「青山一丁目」5番出口から徒歩3分

- 青山通りからお越しの方…楽天クリムゾンハウス青山のビルをくぐり、レストラン『NARISAWA』の前の公開空地を通り抜けると正面左側が日本交通公社ビルです。
- 外苑東通りからお越しの方…1つめの角を西に曲がり、2つめの交差点を越え、約10m先左側が日本交通公社ビルです。
- 駐車場はありません。

機関誌

観光文化

第265号

第49巻 第2号 通巻 第265号

発行日●2025年5月20日

発行所●公益財団法人日本交通公社

〒107-0062 東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル

☎03-5770-8350 <https://www.jtb.or.jp>

デザイン●川口繁治郎(川口デザイン)

校閲・校正●株式会社ぶれす

制作・印刷●佐川印刷株式会社

企画・構成●五木田玲子／後藤健太郎

発行人●光山清秀

編集人●小松田淳

編集室●kankoubunka@jtb.or.jp

©2025 JTBF 禁無断転載
ISSN 0385-5554

機関誌

観光文化

第265号

第49巻 第2号 通巻 第265号



公益財団法人 日本交通公社
Japan Travel Bureau Foundation

〒107-0062 東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル
TEL: 03-5770-8350
<https://www.jtb.or.jp>

禁無断転載

ISSN 0385-5554