

オーバーツーリズムにおける旅行者 および旅行者の役割に関する一考察

崔 載弦 チェ ジェヒョン 西武文理大学

Tourism is gaining its importance as governments around the world including the Japanese government position it as a strategic industry to grow their economies. However, while tourism provides economic benefits, it is not without side effects such as destruction of the natural environment, development imbalances, and overtourism. Extensive research and discussions have been conducted on overtourism to address the negative effects of excessive tourism. However, they have failed to provide any specific measures and solutions. This study discusses the definition and causes of overtourism, and provides suggestions as to how travel agencies and individual travelers can contribute to overcoming the negative effects of tourism in terms of sustainability. For example, a travel agency can assess the process leading to excessive tourism through the occupancy rate of available travel products in a specific area. They can help diversify destinations by curbing advertising and developing new tourism products when tourism in a particular area overheats. In addition, to avoid contributing to overtourism issues, many problems can be alleviated by exercising so called "Responsible Tourism" that would allow visitors and local residents to coexist. Changing destinations is effective action which should help to address overtourism, but managing tourism consumption in consideration of local communities may be one of the responsibilities of travelers themselves.

キーワード：オーバーツーリズム、観光地ライフサイクル、旅行業の社会性、社会的責任、持続可能な観光

Keyword : Overtourism, Tourist Area Life Cycle, Sociality of Travel Agency, Social Responsibility, Sustainable Development of Tourism

1. はじめに

1-1 研究の背景と目的

インフラの整備、経済的な波及効果など、観光がもたらす便益を否定する者はいない。日本政府は、観光先進国を目指し、観光を国家経済の主たる戦略産業の一つに位置付けている。しかし、観光は、高い経済的便益をもたらすと同時に、様々な社会問題をも引き起こす。その一つが、観光客が過度に特定の観光地に密集する問題、いわゆる「オーバーツーリズム(Overtourism)」である。UNWTOによれば、この言葉は、2016年に米国の旅行業界向けメディアである「Skift」が初めて世に出されたとされる（UNWTO, 2018）。また、参考までに、いち早くから「責任ある旅行（Responsible Tourism）」を唱え、その実践に取り組んでいる旅行者⁽¹⁾であるResponsible Travel (Responsibletravel.

com)によれば、2017年頃からメディアなどによって取り上げられ、「Overtourism」が世に広まり始めたとされる。日本においては、観光庁が、観光地におけるマナー違反や混雑などの批判の高まりを受け、「持続可能な観光推進本部」を設置し、現状分析や対策を講じている。インバウンド誘致の定量的達成を国家の主要な観光戦略と捉えている日本においては、実効的な対策は決して簡単なものではなからう。

これまでの多くの研究では、オーバーツーリズムを、特定の有名観光地に旅行者が集中することで引き起こされる問題であると論じている。また、この現象は、明確な政策がない中で観光開発が進められたことに起因しており、政策の確立によって問題解消が期待されるとしている。しかし、観光は、旅行者を始めとする観光事業者、旅行者、地域の商店な

ど、様々な個人と団体の複雑な利害関係によって成り立っている。したがって、オーバーツーリズムの問題は、旅行者だけにあるわけでもなく、また旅行者だけに起因するものでもなからう。すなわち、オーバーツーリズムの問題は、地域の観光事業者を含む、観光に関わる全てのステークホルダーに焦点を当てて考える必要があろう。

本研究では、観光がもたらす弊害に関する多様な議論から、オーバーツーリズムとは何かを再定義する。また、Butlerが提唱した観光地ライフサイクルを基に、観光地の変化とオーバーツーリズムに至る過程を整理したうえで、オーバーツーリズムを緩和するための「旅行者」と「旅行者」の役割について論じる。オーバーツーリズムの軽減には、最も効果的と思われる政策的な強制力と共に、旅行

業者の地域社会に対する責任、すなわち旅行業の社会性が重要な役割を果たすと考えられる。また、旅行者自身が「住んでよし、訪れてよし」を、旅行を通じて実践する、言うならば旅行者が「当事者意識」を持つことで、観光による地域社会への様々な負荷を軽減することが可能となる。

1-2 研究の方法

本研究は、オーバーツーリズムの定義を整理したうえで、その原因と過程について論じる（第2章、3章）。次に、Butler (2019) が、自身の「観光地ライフサイクル（Tourism Area Life Cycle : TALC）モデル」を用いて「オーバーツーリズム」について分析していることに注目し、オーバーツーリズムを抑制するための旅行業者の役割を、TALCのいくつかの段階に当てはめて考察する（第4章）。

2. 観光地ライフサイクルとオーバーツーリズム

2-1 観光地ライフサイクル

Butlerの観光地ライフサイクルを、観光地の生成から衰退に至る過程を、人の移動に焦点を当てて考えてみる。まず、何もないうちに、芸術家らが、作品活動のために、そのまちに住み着く。もちろん、安価な家賃と生活費に助けられ、芸術活動に専念するための場所を求めてであろう。彼らによって次第にまちが彩りを帯びようになる。彼らの感性がまちをキレイに色付けるからである。その光景の噂が広まり、徐々に人（見物客、観光客）が集まるようになる。最後には、増える観光客に商機を見いだした商業的芸術家⁽²⁾が、資本とノウハウを持ってまちに集まり、商店を拡大させる。やがて、まちは混み、地価や生活費が高騰し、まちおこしの立役者であった芸術家が、まちを去っていく。商売人と混雑がまちの魅力を下ろさせ、人々を遠ざけ、ついにまちは衰退していく。

観光地のライフサイクルの段階に見られる人口の変化については、太田（2011）

が、下田市の観光経済と関連産業の変化の分析の中で論じている。ここでは主に、地域の観光産業の衰退と人口の流出を、行政による支援の在り方を中心に論じており、オーバーツーリズムの観点からの観光地の盛衰とそれによる人口の減少の説明ではない。

かつては、ある特定の観光地が、観光地として形成され、発展段階を経てオーバーツーリズムに至るまでは、長い時間がかかっていたかも知れない。しかし、近年の特徴ともいえることだが、SNSなどの発達によって、特定の地域がある種の「観光地」として知れ渡るスピードが非常に速く、それによって、オーバーツーリズムに至るまでが短時間であると考えられる。その良い事例が、韓国の釜山にある「Huinnyeoul Culture Village」で起きている現象である。

朝鮮戦争当時、避難民によって作られたこのまちは、つい最近までは都市の貧民街であった。そこに、空き家や安い賃料を求めて芸術家（貧しい芸術家）らが工房を作り、作品活動を始めるために集まった。彼らによってまちが少しずつ彩られ、徐々に世間に知られるようになった。それによって、見物を目的とする人々がこのまちを訪れるようになり、同時に、地方政府によってまちの整備・開発が進められた。その後、SNSなどを含む様々なメディアの影響も相まって、瞬く間に地域屈指の有名「観光地」となっている。当初、街の彩りによる貧民街の発展の息吹を感じた行政は、「人と文化」を中核に据え、地域住民の生活の質向上を目指す

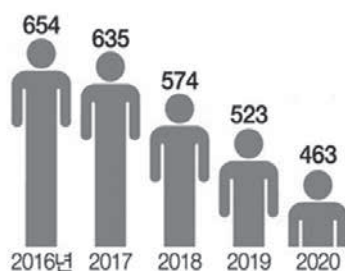


図-1 Huinnyeoul Culture Village の人口推移（単位：人）
（出所）国際新聞（Korean Newspaper）

プロジェクトとして始めた。しかし、まちの再開発に伴い、観光客が急増し、それに商機を嗅ぎつけた外部からの投資が集中することとなった。現在は、カフェや商店などの商業施設がまちを占拠しており、地価高騰などの観光地化による影響で、もともとの住民はまちを追われている（図-1）。もちろん、まちの再開発や不動産投機などが地価高騰を招き、地域住民の生活を脅かす直接的な原因になったのであろう。しかし、このような現象を招き、オーバーツーリズムを引き起こした背景には、来訪者（観光客）の急増が起因していることを否定することはできない。ちなみに、2020年10月29日の国際新聞は、釜山市が行った「釜山観光産業の動向分析」の統計を借りて、2016年28万人程度であった訪問者が、2019年には83万人と、わずか3年で3倍に急増していた、と報じている。

2-2 オーバーツーリズムの定義

UNWTO（2018）によれば、オーバーツーリズムは、2016年「Skift」⁽³⁾によって初めて使われたとされ、その後、観光客の集中によって引き起こされる各地の問題と共に注目を集めるようになった。その定義についてUNWTOは、共同プロジェクトチームの言葉を借りれば、「観光が、目的地またはその一部に与える影響であり、住民の生活の質や訪問者の体験の質に悪影響を与える」ものであるとしている。適切な管理（Management）と制御（Control）に欠いた観光開発が、オーバーツーリズムの原因の一つであるとし、観光客（Visitor）と地域社会（Local Community）の両方にとって持続可能な観光開発や管理が必要であるとしている。また、多くの場合、オーバーツーリズムの現象は、都市全体ではなく局所的に現れる問題であるため、観光客の「数の増加」だけが原因ではなく、それらを管理する能力にも関係していることを強調している。

観光庁は、2018年の「観光白書」において、「特定の観光地において、訪問客の

著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらしたり、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような観光の状況は、最近では『オーバーツーリズム (Overtourism)』と呼ばれるようになってきている」と記している。また、「観光地やその観光地に暮らす住民の生活の質、及び／或いは訪れる旅行者の体験の質に対して、観光が過度に与えるネガティブな影響」と、オーバーツーリズムの定義を用いている（観光庁、2019）。

Butler (2019) は、オーバーツーリズムとは、「特定の目的地に過剰に観光客が集中すること、過度に観光開発が行われていること」であり、また、それによって台頭した最近の問題であると説明する。これは、オーバーツーリズムの定義でもあり、それを誘発する原因でもある。

オーバーツーリズムは、端的な表現を借りれば、特定の目的地（観光地）の訪問者が過剰になることで引き起こされる問題である。しかし、ここで一つ議論しなければならないことは、「Overtourism」でいう、「過剰 (Over)」とは何を以てオーバーと定義するかである。

Responsible Travel 社は、例えば、賃料の急騰によって地元の従来のテナントが圧迫されることも Overtourism による弊害の一つであるとする。また、狭い道が観光客の車で渋滞すること、野生の動植物や自然が破壊されること、「観光客」が同様の「観光客」の人混みによって町の景色や風景が楽しめないこと、押し寄せる観光客によって地域住民の生活環境が脅かされること、これらのすべてが「過剰」によって引き起こされる問題であると指摘する。

Overtourismの「Over」は、一般的に、特定の観光地において、適正水準の観光客数を超えることによってもたらされる問題、すなわちキャリング・キャパシティ (Carrying Capacity、観光受容力) の概念として用いられる。このキャリング・キャパシティについては、UNWTO (1981) が、「物理的、経済的、社会文化

的環境を破壊し、訪問者の満足度を容認できないほど低下させることなく、同時に特定の観光目的地を訪れることができる最大限の人数」と定義している。このように、「過剰」とは主観的な定義であるが、目的地において「地元住民」、「観光事業者」、「観光客」のそれぞれの立場において定義される必要がある。

これに関連して、Park (2014) は、観光地の受容力を、物理的、心理的、経済的、社会的、生物学的受容力として、5つの類型に分類して論じている(表-1)。

また、Goodwin (2017) は、オーバーツーリズムに現れる現象を、環境的、経済的、社会文化的側面の3つに大きく分けて類型化している。環境の側面は、観光地で発生する環境汚染、生態系の破壊、ゴミや消音などの生活環境の悪化を挙げている。また、経済的側面は、ジェントリフィケーション (Gentrification) 問題と直接的に関係しており、社会文化的側面は地域住民の伝統的な価値観や規範の喪失を誘発し地域社会のアイデンティティの変化や地域住民間の葛藤による共同体の崩壊のような問題を引き起こすとしている。

いずれの定義においても、最も重要なポイントは、一定の許容範囲を超えていることである。ここでいう「許容範囲」とは、定性的な定義であるが、「過剰」によってもたらされた何らかの変化、とりわけ変化による「不便」を感じるか否かの範囲であり、「受容力」と同様の概念で理解することができよう。また、それが、他の環境に何らかのネガティブな影響を

表-1 観光地の受容力の5つの類型

区分	主な内容
物理的受容力	移動に不便のない範囲で観光客を受容
心理的受容力	観光経験の質的な水準を維持できる範囲で観光客を受容
経済的受容力	地域経済に否定的な影響を及ぼさない範囲で観光客を受容
社会的受容力	地域固有のアイデンティティの変容、犯罪の増加など、社会的な変化に耐えうる範囲で観光客を受容
生物学的受容力	地域の自然環境が耐えうる範囲で観光客を受容

(出所) SH, Park. (2012) New Tourism Resources (新観光資源論)

与えることになっている状態を示している点にあらう。ここでいう「他の環境」とは、地域の人々の生活環境、自然環境といった直接的な環境に加え、地価の上昇などの潜在的な環境への悪影響を含めて考えることができる。

3. オーバーツーリズムの原因

前章では、オーバーツーリズムの定義や影響について整理した。ここでは、オーバーツーリズムの原因と過程について論じる。UNWTOは、前述において、オーバーツーリズムの定義や原因にはさまざまな解釈があるとしながらも、主な原因の一つとして、観光に関わる政策の不在を挙げている。

議論を進める前段として、Gyeonggi Research Institute (京畿研究院)⁽⁴⁾の調査データを取り上げたい(図-2)。同研究所(2019)の「オーバーツーリズムが発生する原因」に関する調査によると、

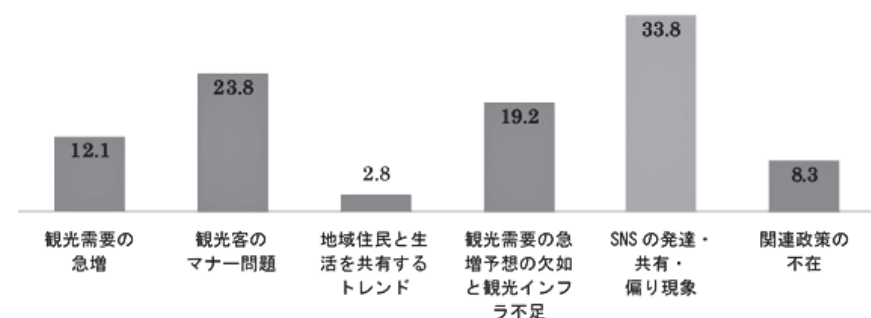


図-2 オーバーツーリズムの発生原因

(出所) Gyeonggi Research Institute (京畿研究院)

「SNSの発達と、個人のSNS等を通じて日常を共有するトレンドが、写真ポットなどに観光客を集中させたこと」が、最も大きな原因であるとしている。UNWTOをはじめとする多くの研究では、「関連政策の不備」をオーバーツーリズムの主な原因としていることに対しては、この調査では、やや否定的な結果となっている。ただ、オーバーツーリズムの抑止には、強制力を持つ政策が最も大きな影響力を持つことを否定はできない。なぜなら、一旦進んだオーバーツーリズムを緩和する方法は、何らかの強制力が伴う政策の他に、良い方法が見当たらないと考えられるからである。

しかし、そもそも、人間（観光客）が、代替品（代替的な観光目的や対象）によって欲求を満たすことができるのであろうか。この場合、自己の観光欲求の充足と、他者への配慮という倫理観の相反するジレンマに直面すると考えられる。同調査では、観光客の集中によって地域住民の生活環境に問題をもたらす可能性があることに関連して、回答者の84%が観光目的地を変更する意思があると答えた。むろん、これについても、より明確な調査や議論が必要なところであろう。しかし、同研究院の調査の結果は、代替満足が可能であると示されており、著者が後述する「旅行者の意識変化とオーバーツーリズム抑制の可能性」を示唆している。

オーバーツーリズムは、単に、特定の観光地の観光・宿泊施設が持つ受入のキャパシティーの範囲を超える観光客が押し寄せるだけがオーバーツーリズムではない。つまり、観光資源や観光地の知名度だけによって、オーバーツーリズムが誘発されるわけではない。前述のオーバーツーリズムの定義にもあるが、オーバーツーリズムの弊害には、総じて地域住民の生活環境を脅かすものがあげられる。近年日本でも、訪日外国人旅行者の増加によって宿泊施設の不足が指摘されており、その受け皿として、ホームシェアが商品化された「民泊」が始まってい

る。しかし、このような観光事業参入への容易さが、まちの受容可能なキャパシティー以上の観光客を呼び寄せ、オーバーツーリズムを助長する一因となる。

開催の延期を余儀なくされているが、日本政府も2020年の東京オリンピックの年には、4000万人の訪日外国人旅行者を目標にしていた。しかし、これまでも多く指摘されていることだが、オーバーツーリズムの最も危惧すべき要因は、長年、観光行政が「数」の観光発展に焦点を当ててきたことである。

これについて、Responsible Travel社は、クルーズ船の乗客、免税店の買い物客、リゾートの宿泊客、バックパッカー、ハイエンド旅行者を、異なるセグメントとして認識することなく、すべてを一様に「数」の増加だけにフォーカスを当ててきたことも、オーバーツーリズムを引き起こしてきた一因であると指摘する。例えば、クルーズ観光の場合、地元住民のための消費にはほとんどつながらないうえ、混雑を引き起こすだけにすぎないと問題視している。補足すると、クルーズ船の場合、毎日何千人もの乗客が港町にあふれ出て、夕食に間に合うように船に戻る。乗客が目的地でゆっくり過ごし、地域住民のために消費を行うことは少ない。安価で汚染の多い燃料を使用することも、環境負荷の原因になっていると、指摘する。また、近年のヨーロッパの観光を飽和状態にしている主因の一つは、格安航空（LCC）の増加にあると、同社は指摘する。

このクルーズ船に関する指摘については、著者が、2019年に調査のために訪れたエーゲ海の東南部に位置する小さな島、イドラ（Hydra）島でも目の当たりにした。港に面して軒を並べる商店は、クルーズが着くのを待つ。クルーズが着くや否や、わずか数十分間の門前成市は、スクールのように過ぎ去る。果たして、地域住民のためになっているのだろうか、疑問に思った次第であった。

Enver Duminy（Chief Executive Officer of Cape Town Tourism）は、2018

年韓国のソウルで開かれた、7th UNWTO Global Summit on Urban Tourismにおいて、オーバーツーリズムの問題を次のように語った。「特定の人気観光地で現れる現象であり、ケープタウンを訪れる観光客の数は問題を引き起こすほどではないが、一部地域に偏る現象が起きている」と、オーバーツーリズムを地域的に現れる特徴であると捉えている。また、同氏は、「異なる文化への理解力不足がトラブルの原因ともなっており、ガイドや旅行会社が真の文化体験を観光客に提供することが重要である」と、オーバーツーリズムの解決方法の一つとして旅行事業者の役割について述べている。

4. オーバーツーリズムの過程と旅行事業者および旅行者の役割

これまでの観光業界においては、観光による悪影響をもたらす結果については、ほとんど考慮されてこなかった。観光の大衆化、観光の商品化に伴うマスツーリズムの時代が進む中、ここ数十年の間、観光業の成長と経済的な恩恵のみに焦点が当てられてきた副産物の一つがオーバーツーリズムである。

持続可能な観光を達成するために議論しなければならないことは、持続可能性を定義するうえでの主体（主役）は誰であるか、またそれはどのように達成されるかである。ほとんどの場合、これらの質問に対する答えは、先進諸国およびその企業、政府、多国籍機関、学者、環境保護論者であると、Martin and Ian（1998）は論ずる。

また、UNWTO（2018）も、混雑を防ぐことは極めて困難な課題であり、オーバーツーリズムに取り組む前提として、①観光が都市の社会経済的発展の重要な貢献手段になっていること、②観光の限界（環境・受入）の管理には定量的および定性的な総合的な指標が検討されなければならないとしている。また、③その対策には、観光客の数だけに焦点が当てられるのではなく、行政や民間部門、地

域社会、旅行者などの地域観光の利害関係者（Stakeholders）の理解と協力が必要であることを、強調している。

しかし、著者は、これらの議論については、もう少し観点を考える必要があると考える。なぜなら、前述（1-1）しているが、観光には、様々な商業的利害関係が複雑にかかわっているからである。また、Park（表-1）の言葉を借りると、「心理的受容」を別の観点で問う必要があるからである。つまり、各々の利害関係者が、商業と「環境的受容」の間において、どの程度の「満足」と「譲歩」が可能であるかという心理的受容力である。したがって、オーバーツーリズムの問題は、各々のステークホルダーに焦点を当てて総合的に議論する必要があると考える。

著者は、これらの利害関係者の中で、観光の重要な仲介者としての役割を果たしてきた「旅行業」と、個々の満足を得ようとする「旅行者」の役割を取り上げる。本節では、まず、旅行業者の社会性に焦点を当てて、オーバーツーリズムとの関係を論ずる。

4-1 旅行業者の社会性

地域の観光資源発掘、観光による地域活性化の実現には、旅行業者が重要な役割を果たす。つまり、地域社会が、観光による利益の受益者になるための仕組み作り、例えば、旅行商品を造成する際の地域観光事業者とのパートナーシップや、地域住民との協力関係の構築などである。これが、持続的な地域観光の発展のための旅行業者の役割であり、旅行業のソーシャル・ビジネスとしての地域社会に対する責任である（崔、2019）。この観点から言うならば、観光事業者、とりわけ旅行の仲介者としての旅行業者と地域社会との関係の希薄さの中に、オーバーツーリズムの一つの要因を見いだすことができよう。

オーバーツーリズムを防ぐには、キャリング・キャパシティの制限などの管理とコントロール、つまり、行政による何

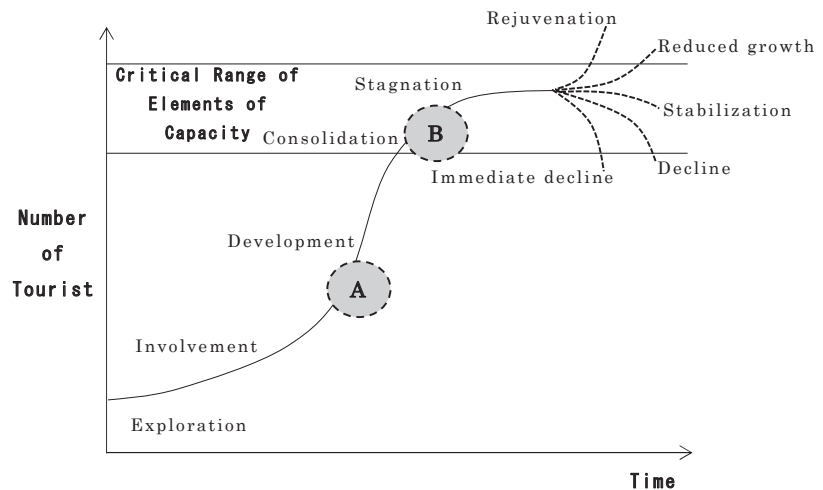


図-3 Butlerの観光地ライフサイクル（TALC）

（出所）Richard W. Butler（1980）を基に著者加筆

らかの強制力が最も有効な手段であると考えられる。また、もう一つ有効な手段として、旅行業者による抑制が考えられる。旅行業者は、旅行者と観光目的地をつなぐ仲介者として大きな役割を果たしている。とりわけ、インバウンドを含む海外旅行においては、旅行者の目的地選択や旅行地での観光行動に、旅行業者が持つ影響力は非常に大きい。そこで、旅行業者による一定のコントロールが、オーバーツーリズムを抑制することにつながるのではないかと考えた。

また、旅行業者は、オーバーツーリズムに至る過程を、自ら測定することができる。例えば、特定地域の旅行商品の占有率、旅行者の選好地域の集中度などである。例えば、ある観光商品が過熱している時点（図-3のA～B）では、①広告を抑える、②新たな観光目的地（観光商品）を開発するなどとして、目的地の分散を誘導する。それによって、供給過剰や偏り現象を抑えることが可能となる。つまり、特定の地域の偏重や過剰が予想される場合（図-3のB）、例えば、近隣の新たな観光地（観光資源・観光商品）を発掘することで、分散誘導による過剰の抑止を可能にすることである。これは、観光地としての持続性を保つだけでなく、旅行業者としての事業性にもつながると考えられる。むしろ、旅行業者は、事業者として利益を追求するという基本

的な目的を達成しなければならず、多くの制限が伴う。そこで問われるものが、社会性、または社会的責任ではなかるうか。

4-2 旅行者の意識変化

本節では、個々の満足を得ようとする旅行の消費の主体である「旅行者」に焦点を当てて論ずる。オーバーツーリズムは、特定地域の集中現象など、旅行者の観光行動が一因となっている。その程度が進むことによって、観光地の利害関係者との衝突に発展する。また、旅行者の間でも、集中による混雑が、限られた観光資源をめぐる旅行者間の競争を誘発する。

このような観光地で生じる利害関係者間の衝突は、社会的ジレンマの概念を用いて説明することができる。社会的ジレンマは、Dawes（1980）の定義がよく用いられており、またその事例の描写はHardin（1968）の「コモンズの悲劇（The Tragedy of the Commons）」が良く知られている。社会的ジレンマとは、彼らの定義を要約すると、個人の合理的に利益を追求しようとする行動と、社会の公共の利益が一致しない状態を指す。これを観光地に置き換えると、観光地における旅行者個人の利益追求行為が、公益を害することに、衝突の確たる問題を見いだすことができよう。前者の旅行者の利益

追求の行為とは、例えば、目的地の混雑状況や住民の苦悩を鑑みず、必ずその地域を観光するという欲求を満たすための行動である。また、民家への無断立ち入りやポイ捨てなど、地域住民の生活環境を保つという「公益」に反する観光客の無分別な行為が、衝突を引き起こす原因の一つに挙げられる。

Giovanni Andrea Martini (2018) (Consigliere Comunale del Comune Venezia) は、地域住民と観光客の円滑な関係構築は、観光の持続可能な成長を可能にする重要な要素であると述べ、オーバーツーリズムにおける地域住民と旅行者の関係の重要性を強調する⁽⁵⁾。また、JS, Lee (2018) (ソウル観光財団代表理事) は、オーバーツーリズムによるソウルの北村地域 (Bukchon)⁽⁶⁾ (写真-1) の住民の不便を解消するために、ガイド同行の義務付けや時間制限を設けるなど、より効果的な方法を模索していると語った⁽⁵⁾。

2018年の Korea Culture & Tourism Institute (韓国文化観光研究院) の調査によると、国内外の旅行を問わず、目的地を選ぶ際に最も重視される要素は、「知名度」(50%以上)であった。ちなみに、観光地の知名度は、近年のSNSなどの発達によってさらに加速している。また、「観光地を他人に薦める要素」に関する問いでは、観光地の混雑度が他の要旨に比べて大きな影響を与えていることが分かった。同研究院の調査では、推薦要素で最も大きな影響を与えているものが、「自然景観」に対する満足度であり、自然景観の満足度が1増加すれば、推薦意向は約1.98倍増加する。次に影響を与える要素が観光地の「混雑度」であったが、混雑度に対する満足度が1増加すれば、推薦意向は約1.95倍増加する結果であった。すなわち、観光地が混雑しているか否かが、推薦意向を大きく左右させており、旅行者自身の観光地で得られる満足度にも大きく影響していることが伺える。また、前述の観光目的地を変更することを、旅行者自らが選択肢に入れる可



写真-1 住民と旅行者

(出所) The Hankyoreh (Korean Newspaper)

※北村の或る民家の門に「来ないで欲しい」と書かれた貼り紙を眺める旅行者(左)。中国人ツアー客でのごった返す路地には、至る所に「居住地につき、静かに」の注意が貼られている(右)。心境は複雑であろう。



能性を示唆している。

都市のみならず、観光の持続的な発展には、観光客と地域住民が共存できる妥協策が不可欠となる。旅行者が、より「責任ある観光」を心がけることで、オーバーツーリズムによって生じる多くの問題を軽減することができよう。旅行者にとっての責任ある観光とは、「住んでいる人」への配慮に重点を置く観光である。これを「当事者意識」と言い換えることができる。旅行者の住民への配慮と当事者意識には、例えば、地元の人々が営む宿泊施設やレストランなどを利用し、観光による利益が地域社会に直接還元できるようにする。むろん、前述の、観光目的地を変更することは、オーバーツーリズムを軽減する最も有効な旅行者の行動であるが、地域に配慮した観光消費も旅行者に問われる地域社会に対する責任の一つであろう。

5. おわりにかえて

近年、観光は、巨大産業として認識され、世界の輸出産業においては、自動車産業を超えて3番目に大きな産業となっている (UNWTO, 2017)。発展の一途をたどり、高い経済波及効果への期待は大きい。しかし、急成長の反面、環境保護をはじめ、持続的な観光開発に対する懸念も絶えない。また、観光産業のグローバル化による経済的利益配分の不均衡の是正も大きな課題となっている。これについては、Martin and Ian (1998) が、観光産業の主導権の偏りによって、多くの

発展途上国が観光の受益の不平等や潜在的な経済的利益の喪失を強いられている、と述べている。また、従来のマスツーリズムの観光開発が地域の文化の荒廃をもたらし、既存の観光開発のシステム下では、持続的な観光開発は不可能であると指摘する。また、オーバーツーリズムによる旅行者と地域住民とのトラブルも大きな問題になっている。人々の欲求を満たすために行われる観光消費と、それによって発生する負荷を低減する策が、用意されていないからであろう。

本研究では、オーバーツーリズムを回避し、持続的な観光発展を可能にするうえで、旅行業者の社会性、旅行者の意識変化が、大きな役割を果たすと説いた。オーバーツーリズムに関しては、多くの議論がなされる一方、具体的な解決策を打ち出すことは必ずしも簡単なものではない。ただ、一つ明確に言えることは、観光によるベネフィットを「数」だけで測るべきではないという事である。

一刻も早いコロナ危機の終息と、従来のオーバーツーリズムとは異なる意味での「活気」を取り戻すことを祈念し、本論文の終わりに代えたい。

注

⁽¹⁾本研究では、「旅行業(者)」と「観光事業者」の二つの表記を用いる。前者は、主に旅行を斡旋する旅行会社を指し、後者は観光に関連する事業者の総称として用いている。

- (2) 初期に、まちに集まった芸術家とは異なり、資本とノウハウを持ち、商業を主たる目的とする商店主を指す。観光地でよく見られる光景だが、実際は自らの芸術活動は殆どなく、店舗にはパフォーマンス用の道具が置かれている程度の商店、またはそれに類似する商業目的の商店を意味する。
- (3) 2012年にアメリカの旅行業界向けのメディアとして設立され、旅行業界にニュース、研究、マーケティング等のサービスを提供している。<https://skift.com>
- (4) 1995年に京畿道および傘下自治体、地域企業の共同出資によって、同地域の競争力強化と道民の生活向上を目的として設立された政策研究機関である。本論文で引用した調査は、2019年、オーバーツーリズムに関する認知の有無、原因、対策、問題などについて、同研究所が1000人を対象にモバイルアンケート形式で行った調査結果である。ちなみに、回答者の約38%が、オーバーツーリズムの用語や概要を理解していた。<https://www.gri.re.kr>
- (5) 2018年、ソウルで行われた7th UNWTO Global Summit on Urban Tourismでの両氏の発言である。
- (6) ソウルの中心街に位置する北村は、入り組んだ路地に韓国の伝統的な家屋が密集しており、過去にタイムスリップしたようなどこか懐かしい風情が、数年前から多くの観光客を惹きつけるようになり、オーバーツーリズムの観光地として論争的となっている。日本の川越に似たような場所であるが、同地域は商業地域ではなく、元来からの居住地として今に至っている。

参考文献

- ・太田隆之 (2011) 「観光地のライフサイクルとそれに伴う政策課題の動態的変化—下田市を事例に」『静岡大学経済研究』3号15巻、1～26ページ。
- ・大橋昭一 (2009) 「観光地ライフサイクル論の進展過程—観光経営理論のさらなる展開のために」『観光学 (和歌山大学紀要)』、設置記念号、23～37ページ。
- ・観光庁 (2018) 『観光白書2018』観光庁
- ・観光庁 (2019) 「持続可能な観光先進国に向けて」『付録 持続可能な観光の実現に向けた先進事例集』持続可能な観光推進本部
- ・崔載弦 (2019) 「公正旅行に見られる観光業のソーシャル・ビジネスとしての性質に関する一考察」『日本国際観光学会論文集第26号』、33～39ページ。
- ・Butler, R. W. (1980) “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”, *Canadian Geographer*, pp.5-12
- ・Butler, R. W. (2006) “The Tourism Area Life Cycle Vol1: Applications and Modifications”, *Channel View Publications*
- ・Costas, S. (2010) *Urban Tourism and Urban Change: Cities in a Global Economy*, Routledge
- ・Dodds, R., Butler, R. W. (2019) *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*, De Gruyter Oldenbourg
- ・Dawes, R. M. (1980) “Social Dilemmas”, *Annu. Rev. Psychol.* 31, pp.169-193
- ・Goodwin, H. (2017) “Responsible Tourism Partnership Working Paper 4”, <https://www.millenniumdestinations.com/uploads/4/1/9/7/41979675/rtwpw4overtourism012017.pdf>
- ・Goodwin, H. (2019) “Overtourism: Causes, Symptoms and Treatment”, *Tourismus Wissen — quarterly*, <https://responsibletourismpartnership.org>, pp.110-114
- ・Gyeonggi Research Institute (京畿研究院) (2019) “オーバーツーリズムと社会的ジレンマ”、京畿研究院 이슈&診断、京畿研究院
- ・Hardin, G. (1968) “The Tragedy of the Commons”, *Science* 162, pp.1243-1248
- ・HJ, Yoon. (2020) “Exploring the Phenomenon of Overtourism and Policy Responses in Bukchon Hanok Village”, *Research of Tourism and Leisure* 32-5, The Korean Academic Society of Tourism and Leisure
- ・JH, Kim (2018) “A Study of Analysis on Korea National Reasons for Choice of Travel Destination and Their Satisfaction”, *Korea Culture & Tourism Institute*, 2018-2
- ・McKinsey & Company (2017) “Coping With Success: Managing Overcrowding In Tourism Destinations”, World Travel & Tourism Council
- ・Martin, M., and Ian, M. (1998) *Tourism and Sustainability-Development and New tourism in the third world*, Routledge
- ・Pamela, N. (2007) *The No-Nonsense Guide to Tourism*, New Internationalist Publication Ltd.
- ・SH, Park. (2012) *New Tourism Resources (新観光資源論)*, Seoul, Daewangsa
- ・UNWTO (1981) “Tourist marketing, promotion and marketing Saturation of Tourist Destinations”, *Report of the Secretary General*, World Tourism Organization
- ・UNWTO (2018) “‘Overtourism?’ -Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions”, World Tourism Organization
- ・Responsibletravel.com www.responsibletravel.com 閲覧日：2020年11月2日
- ・The Hankyoreh (Korean Newspaper) http://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/846336.html 閲覧日：2020年11月4日
- ・UNWTO (2018) 7th UNWTO Global Summit on Urban Tourism <https://www.unwto.org/asia/7th-global-summit-urban-tourism> 閲覧

日：2020年11月2日

・国際新聞（Korean Newspaper）

<http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0300&key=20201030.33001008594> 閲覧日：2020年11月4日

【本稿は所定の査読制度による審査を経たものである。】