

日本経済をけん引する
ツーリズム産業への成長に向けて
～オーバーツーリズムを今考える

2024年7月
EY Japan



EY

Building a better
working world

Contents

世界のオーバーツーリズム対策の現状	3
オーバーツーリズム対策から見えてくること.....	5
どうすれば住民の理解を得た成長が促進できるのか？	6
マナー改善に向けて有効な「ナッジ」.....	11
ツーリズムを日本の経済成長のエンジンとするために何が必要か？.....	13



平林 知高

EY ストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社
ストラテジック インパクト パートナー

政府系金融機関、外資系コンサルティングファームを経て現職。データドリブン戦略の立案を起点とし、さまざまな社会課題の解決に向けた取り組みを実施。近年は、観光関連の政策立案を支援するとともに、全国各地の自治体や観光関連事業者などとの連携によるデータ利活用プラットフォームサービスを自らが主導して展開する。エコシステム、プラットフォームビジネスにおける第一人者として活躍。国土交通省 観光庁観光 DX 推進のあり方に関する検討会 委員、JNTO 認定外国人観光案内所の機能強化方策検討会委員、地方部における観光コンテンツの充実のためのローカルガイド人材の持続的な確保・育成に向けた有識者会議 委員。

2024年1～3月期の訪日外国人消費額は年換算で名目7.2兆円となり、主要品目の輸出額と比べると自動車に次ぐ第2位の規模に到達し文字通りツーリズムが日本の産業にとって重要な位置を占める産業に成長しつつあります¹。政府が掲げる2030年までに訪日客の消費額15兆円の目標が達成されれば、文字通り、日本の輸出をけん引する自動車と肩を並べる巨大な輸出産業となります。

訪日外国人消費額の成長を裏付ける要素は、消費単価の増加だけでなく、訪日外国人数もあり、日本政府観光局の発表によると、2024年3月に初めて単月として300万人を超えてから4カ月連続で300万人を上回る好調を維持しており、今後、訪日外国人数、消費額共に成長が期待されています。

一方で、ツーリズムの盛り上がりは負の側面も新たに浮き彫りにしています。観光客が観光地に殺到し、住民をはじめとした観光地の日常生活に負の影響を与える、いわゆるオーバーツーリズムです。オーバーツーリズムは今に始まった課題ではなく、世界的な観光地では、常に議論されてきた問題であり、ツーリズムによる成長を促進する上で、しっかりと対策を図っていかなければならない重要な課題となっています。つい先日、バルセロナでは、観光客の増加に反対する住民がデモを起こし、観光客に対し、水をかける等の行動が報じられたことも記憶に新しく、いかに観光地にとって重要な課題かを示しています²。

本レポートでは、世界のオーバーツーリズム対策の現状を取り上げるとともに、日本国内の観光地がこのオーバーツーリズムをどう捉えているのか、住民向けのアンケート調査を基にその実態を明らかにしていきたいと思います。

その上で、日本がツーリズムを経済成長の重要基盤として今後も成長を推し進めていくために必要な方向性を考察します。

本レポートは、各公開情報や報道資料、またEYが2024年6月に以下10都市に在住の男女、各都市200名を対象に実施したオンラインサーベイを基に構成しています。

オンラインサーベイ概要

実施期間：2024年6月下旬

方法：調査会社によるWebアンケート

対象：以下10都市在住の男女 各都市200名（ただし、岐阜県郡上市、島根県浜田市は200名を下回る）

北海道旭川市、栃木県那須塩原市、東京都台東区、静岡県静岡市、岐阜県郡上市、京都府京都市、奈良県奈良市、島根県浜田市、島根県出雲市、広島県廿日市市

¹「訪日消費7兆円、車に次ぐ産業に」（日本経済新聞、2024年6月26日）

² “Barcelona protesters spray visitors with water: Why has Europe fallen out of love with tourism?” *euro news*, www.euronews.com/travel/2024/07/08/fake-signs-and-hunger-strikes-whats-behind-europes-backlash-against-overtourism/（2024年7月8日アクセス）

世界のオーバーツーリズム対策の現状

オーバーツーリズムを取り巻く議論は、観光地のキャパシティを上回る観光客の訪問により盛り上がりを見せています。

世界的に有名な観光地であるイタリアのベネチアは、2024年4月25日からホテルに滞在しないベネチアを訪問する旅行者に対し、5ユーロの入場料の支払いを求める制度を開始しました。現状は、4月～7月までの選択された29日間のみ適用される制度ですが、来年にはさらに10ユーロ、最大100日に適用する等も検討していると言われてしています。ここで一つの疑問が生じます。本当に「入場料5ユーロの支払い」を求められる程度で、外国人観光客は、ベネチア訪問を諦めるか？という疑問です。当局は、今回の制度の目的は、イタリア近隣からの日帰り旅行者をターゲットにし、混雑を避けるよう訪問地の分散を促していると言っています³。実際に、この期間の日帰り旅行者は485,000人を超えたが、2023年の日帰り客のピークを越えることはなかったようです⁴。

日本と同じアジア圏内のタイでは、数年にわたる議論の末、空路で到着する海外からの観光客に300バーツ（約8.20米ドル）の観光料金を課すという物議を醸していた提案を撤回することを決定しています。当初、質の高い市場への注力を目指し、入国に際しての料金徴収はツーリズム産業に影響はないとしていましたが、影響を懸念する民間事業者の反発もあり、結果的に本構想は白紙撤回となっています⁵。

日本でも同様に、宿泊税の徴収が観光地で議論になっていますが、宿泊税と異なり、訪日外国人向けに異なる料金を設定する、いわゆる「二重価格」設定も議論となっています。最近、大きな注目を集めたのが兵庫県にある世界遺産、姫路城の入場料金です。現在1,000円（約6米ドル）の一般入場料ですが、市長は外国人の入場料を30米ドル程度に値上げし、地元民は5米ドルにすることを同市で開かれた国際会議の場で提案しています。世界的に見ても、インドのタージ・マハルやカンボジアのアンコールワットなどは、いずれも外国人が地元の人よりも高い料金を払う場所となっており、決して珍しいケースではありません⁶。

観光客の数の制限を直接的な目的とした対策として、オランダのアムステルダムは、2024年6月26日に今後数年間で主要港湾ターミナルに寄港できる船舶の数を削減する計画を発表し、クルーズ船によるマストツーリズムの回避を目指そうとしています⁷。また、4月には原則、新規のホテル建設許可を発

³ "Venice's Tourism Chief Eyes Higher Entry Fee on Day-Trippers" Skift, <https://skift.com/2024/06/06/venices-tourism-chief-eyes-higher-entry-fee-on-day-trippers/> (2024年7月1日アクセス)

⁴ "Venice's Tourist Fee: 3 Things We've Learned So Far and What Comes Next" Skift, <https://skift.com/2024/07/23/venices-tourist-fee-3-things-weve-learned-so-far-and-what-comes-next/> (2024年7月24日アクセス)

⁵ "Thailand Scraps Controversial Tourist Fee, Begins Luxury Travel Push" Skift, <https://skift.com/2024/06/13/thailand-scraps-controversial-tourist-fee-begins-luxury-travel-push/> (2024年7月1日アクセス)

⁶ "One Price for Locals ... 6x for Tourists? When Foreigners Pay More" Skift, <https://skift.com/2024/06/20/one-price-for-locals-6x-for-tourists-when-foreigners-pay-more/> (2024年7月1日アクセス)

⁷ "Amsterdam to Slash Cruise Stops in Half to Fight Mass Tourism" Skift, <https://skift.com/2024/06/28/amsterdam-to-slash-cruise-stops-in-half-to-fight-mass-tourism/> (2024年7月1日アクセス)

行しないと発表し、観光客による年間合計宿泊日数を2,000万泊以下に抑えるということを目指しています（2023年は2,066万5,000泊）⁸。

同じ宿泊施設の制限という観点では、スペインのバルセロナが2024年6月21日に高騰する家賃に対処し、地元住民の住宅供給を増やすため、観光客向けのShort Term Rentals（いわゆる民泊）を全面的に禁止する計画を発表しました。同市はShort Term Rentalsの新規ライセンスの発行を停止し、2028年11月までに、現在登録されている10,101戸のアパートについては、ライセンスが廃止されることとなります⁹。

米国の国立公園では、近年記録的な訪問者数を誇り、過密状態であることが問題となっていることから、入場の際に事前予約制度を導入し、入場者数の制限を設ける取り組みをしています。1年中このような対応をしているわけではなく、訪問者のピークシーズンに適用していることが多くなっています¹⁰。ヨセミテ国立公園も1度地元事業者等の反発により廃止した事前予約制度¹¹を2024年には復活させています。

⁸ “Amsterdam Blocks New Hotels to Fight Mass Tourism” *Skift*, <https://skift.com/2024/04/18/amsterdam-blocks-new-hotels-to-fight-mass-tourism/> (2024年7月1日アクセス)

⁹ “Barcelona plans to shut all holiday apartments by 2028” *Reuters*, www.reuters.com/world/europe/top-tourist-destination-barcelona-plans-shut-all-holiday-apartments-by-2028-2024-06-21/ (2024年7月1日)

¹⁰ “The 6 US national parks requiring an entry permit in summer 2024” *Stacker*, <https://stacker.com/travel/6-us-national-parks-requiring-entry-permit-summer-s2024> (2024年7月1日アクセス)

¹¹ EY ストラテジー・アンド・コンサルティング「水際緩和から1年の今考える、サステナブルのその先ヘリジェネレーティブ・ツーリズム『旅価の改新』とは何か？」www.ey.com/ja_jp/consulting/thinking-about-regenerative-tourism-beyond-sustainability (2024年7月1日アクセス)

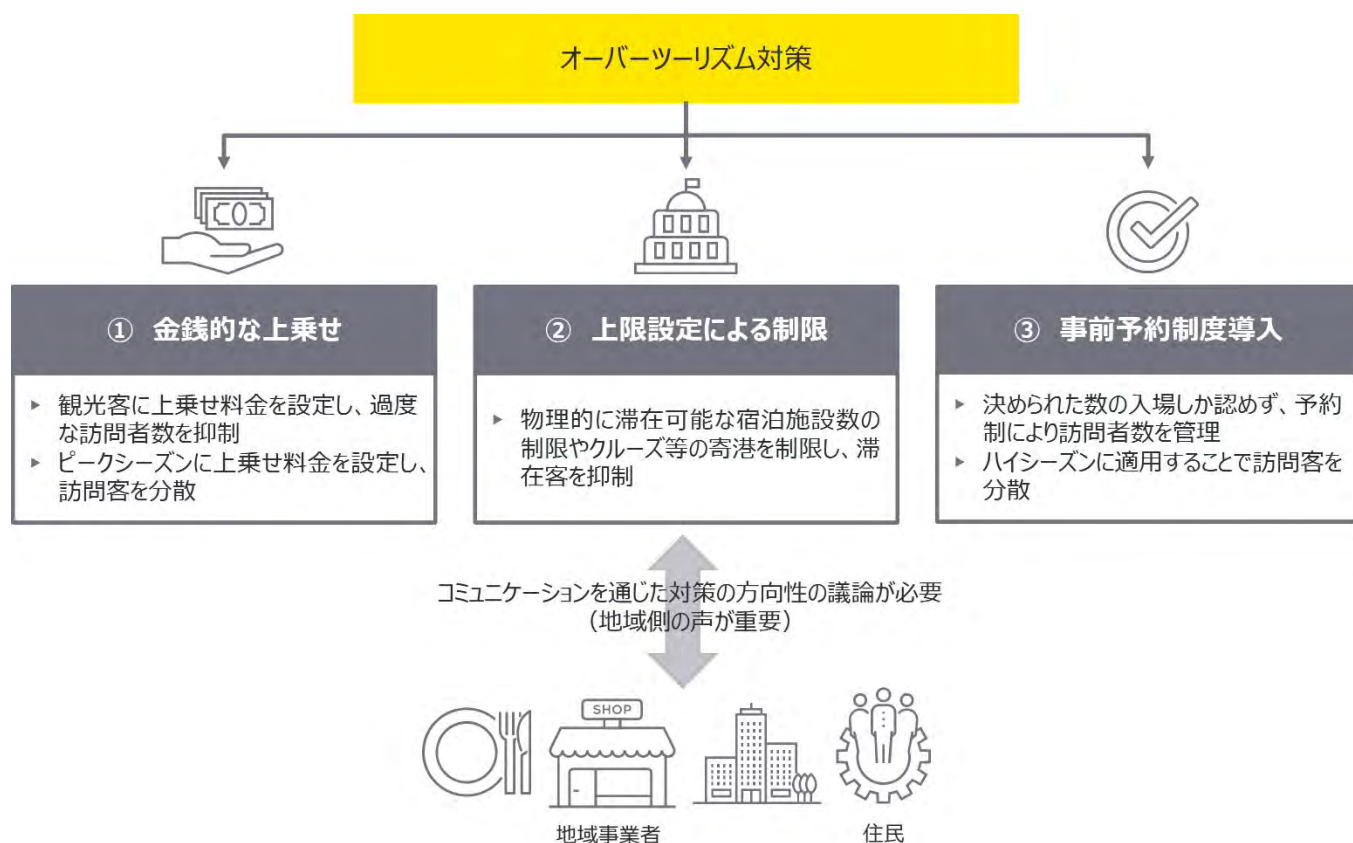
オーバーツーリズム対策から見えてくること

これまで見てきたように、オーバーツーリズムに向けた対策は「数をコントロール」するために、大きく3つの方向性が試行されていると言えます。

1つ目は、ベネチアでの入場料の徴収や日本での二重価格の設定のように金銭的な上乗せを設定することで、観光客の行動を抑止しようとする動きが挙げられます。2つ目は、アムステルダムやバルセロナ等での宿泊施設数の上限設定や廃止、港への寄港を制限する等、物理的に滞在することを制限するための措置です。3つ目が、スペインのバルセロナにおけるサグラダ・ファミリアや米国の国立公園における事前予約制度導入による入場者制限を実施することで、過密状態を避ける措置になります。

これら3つの方向性については、観光地において議論が続いています。タイのように1度決定した方針が撤回されるケースも珍しくありません。ヨセミ国立公園でも地元事業者が繁忙期に機会損失が出ることから、事前予約システムへの反対を訴え、1度廃止になっているケースもあります。ホテルの新規建設制限は、結果的に需給バランスが崩れることによる宿泊価格の高騰を招き、Short Term Rentals（民泊）の廃止や制限も同様に、需給バランスが崩れることによる宿泊価格の高騰につながり、結果的に意図しない数の観光客の減少を招く可能性も否定できません。

重要なことは、きちんと地域事業者と地域、住民が対話し、しっかりと合意形成を図るコミュニケーションの場を設けることであり、それがなければ、いくら施策を実行しても、観光客はもちろん、地域の事業者や住民も幸せとはならず、コンフリクトを抱えた状態が続いてしまいます。



どうすれば住民の理解を得た成長が促進できるのか？

日本国内において、オーバーツーリズムはどう捉えられ、どうしたら、ツーリズムによる経済成長と住民の生活のコンフリクトを緩和できるのでしょうか。

本レポートでは、オーバーツーリズムが起きていそうな地域を特定するために、コロナ禍前の 2019 年と比べて、観光客の増加という観点で、①宿泊者数の増加率、より観光客が住民の生活に影響を及ぼす可能性を考慮して、②人口 1 人あたりに占める宿泊者数の増加率、働き手の逼迫（ひっばく）状況という観点で、③宿泊・飲食サービス業従事者 1 人あたりに占める宿泊者数の増加率の 3 つの観点で、国内上位 20 の地域を抽出しました。

この上位 20 地域のうち、3 つのカテゴリーすべてに該当する地域を優先としつつ、調査会社が各地域で 200 人以上のサンプルを回収できる都市、東京の一部都市を除く等の条件により、以下の 10 地域を抽出（黄色のハイライト地域）し、ランダムにアンケート調査を実施しました。

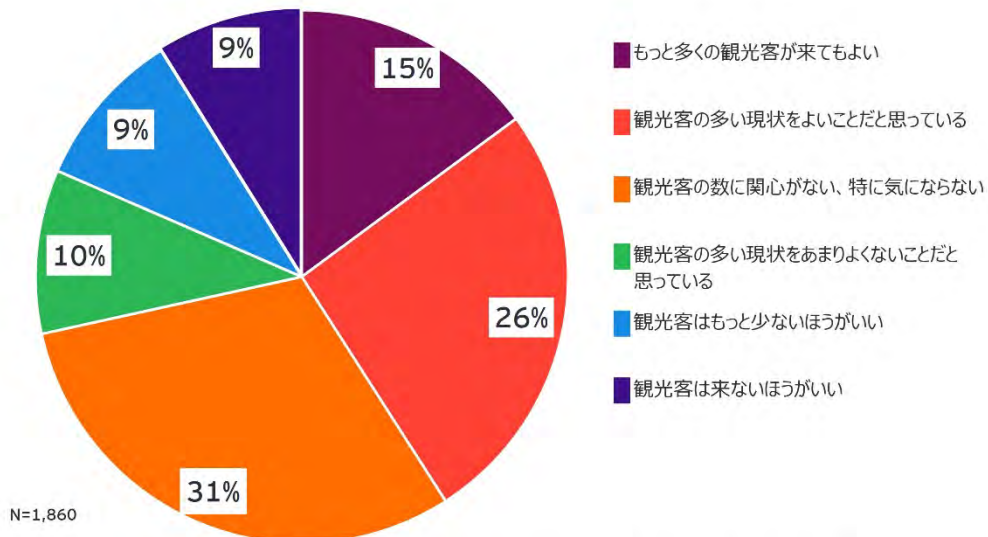
以降、アンケート調査結果を中心に、日本におけるオーバーツーリズムの状況を簡単に見ていきます。

順位	<観光客数の単純増加> 2019年～2023年の のべ宿泊数増加率			<人口比での観光客数増加> 2019年人口に対する 2019-23年のべ宿泊増加数				<労働力比での観光客数増加> 2019年「宿泊・飲食サービス業」従事者数に対する 2019-23年のべ宿泊増加数			
	市区町村名	増加率	増加人数 (人)	市区町村名	増加割合 (人泊/人)	増加人数 (人)	人口 (人)	市区町村名	増加割合 (人泊/人)	増加人数 (人)	従事者数 (人)
1	長野県北安曇郡白馬村	730.9%	102,034	神奈川県足柄下郡箱根町	2461.7%	286,913	11,655	東京都中央区	33471.8%	1,722,122	5,145
2	岐阜県郡上市	79.1%	62,522	長野県北安曇郡白馬村	1080.1%	102,034	9,447	熊本県阿蘇市	10606.9%	120,706	1,138
3	島根県浜田市	60.3%	81,695	東京都中央区	1059.8%	1,722,122	162,502	神奈川県足柄下郡箱根町	9938.1%	286,913	2,887
4	栃木県那須塩原市	53.0%	172,264	熊本県阿蘇市	456.6%	120,706	26,433	長野県北安曇郡白馬村	7946.6%	102,034	1,284
5	東京都江東区	45.1%	838,961	栃木県那須郡那須町	262.0%	66,247	25,288	東京都江東区	6315.6%	838,961	13,284
6	静岡県静岡市	42.0%	327,867	長野県下伊那郡阿智村	223.7%	14,409	6,442	千葉県浦安市	6165.4%	346,312	5,617
7	東京都中央区	41.8%	1,722,122	東京都台東区	207.5%	413,616	199,292	東京都台東区	6152.3%	413,616	6,723
8	島根県出雲市	39.6%	174,061	千葉県浦安市	204.4%	346,312	169,443	島根県浜田市	5950.1%	81,695	1,373
9	熊本県阿蘇市	37.7%	120,706	東京都江東区	161.8%	838,961	518,479	東京都渋谷区	5588.3%	275,111	4,923
10	北海道旭川市	37.0%	328,395	京都府京都市	153.8%	2,171,905	1,412,570	広島県廿日市市	4793.0%	141,153	2,945
11	新潟県上越市	35.5%	94,930	島根県浜田市	150.4%	81,695	54,328	京都府京都市	4540.8%	2,171,905	47,831
12	広島県廿日市市	33.6%	141,153	岐阜県郡上市	149.1%	62,522	41,933	栃木県那須郡那須町	4425.3%	66,247	1,497
13	栃木県宇都宮市	27.9%	291,168	栃木県那須塩原市	146.4%	172,264	117,653	島根県出雲市	4407.7%	174,061	3,949
14	京都府京丹後市	26.4%	42,048	東京都渋谷区	121.4%	275,111	226,594	北海道旭川市	4099.3%	328,395	8,011
15	奈良県奈良市	25.5%	256,174	広島県廿日市市	120.1%	141,153	117,483	岐阜県郡上市	4075.7%	62,522	1,534
16	東京都台東区	23.6%	413,616	栃木県日光市	109.4%	90,415	82,638	栃木県那須塩原市	4009.9%	172,264	4,296
17	京都府京都市	22.5%	2,171,905	島根県出雲市	99.0%	174,061	175,790	長野県下伊那郡阿智村	3752.3%	14,409	384
18	埼玉県さいたま市	21.2%	155,776	北海道旭川市	97.3%	328,395	337,392	岩手県花巻市	3290.5%	84,139	2,557
19	長崎県諫早市	21.2%	51,732	千葉県鴨川市	88.4%	29,241	33,078	東京都新宿区	3220.6%	256,939	7,978
20	長崎県長崎市	20.6%	315,661	岩手県花巻市	87.6%	84,139	96,000	奈良県奈良市	2678.5%	256,174	9,564

① オーバーツーリズムに対する住民の意識

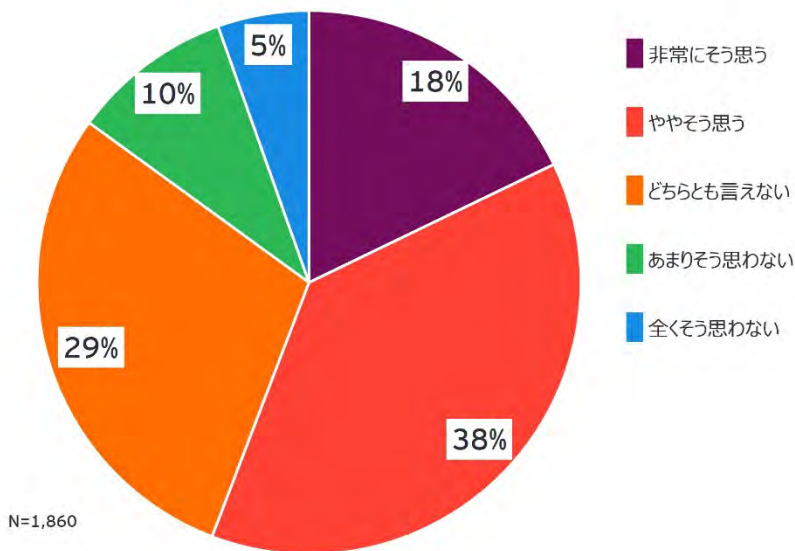
一定の条件で抽出した観光客の増加を認識すると考えられる 10 地域に対するアンケート結果を見ると、自分の居住する地域に多くの観光客が来ることについて、ポジティブに捉えている人が約 4 割、特に気にならないという意見を含めると約 7 割が特にネガティブに捉えているわけではないという状況に

なっています。また、観光・ツーリズムが自分の住んでいる地域の住民が豊かな生活を送るために重要な役割を果たしているかを聞いてみると、6 割弱がポジティブな意見を持っており、ネガティブな意見は 15%程度と低い状況が確認できました。



Q5 自分の住んでいる地域に多くの観光客が来ていることを、あなたはどのように思いますか

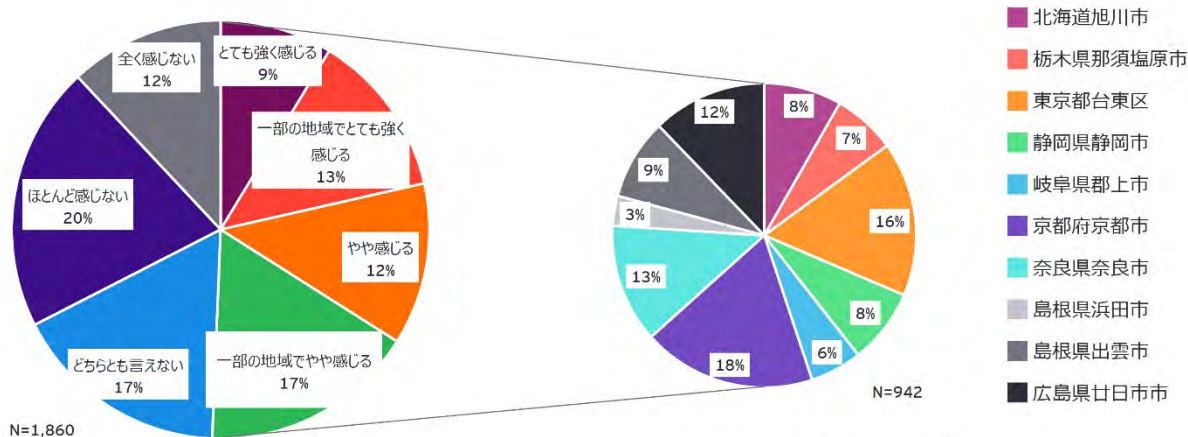
▶ 約4割がポジティブ
▶ 気にならないを含めると7割が前向き



Q6 自分の住んでいる地域の住民が豊かな生活を送るために、観光は重要な役割を果たしていると思いますか

▶ 56%がポジティブ
▶ 15%がネガティブ

そして、観光客が多く地域に来ることで、オーバーツーリズムと感じるかという問いに関しては、オーバーツーリズムと「とても強く感じる」と「一部の地域で強く感じる」が約 2 割、「やや感じる」と「一部の地域でやや感じる」が約 3 割という結果になりました。また、オーバーツーリズムを感じている 5 割の住民の地域別の割合は、京都市が最も高く、次いで浅草が代表的な台東区、奈良市、宮島のある広島県廿日市市の順となっており、一定程度観光客が急激に増加している地域の中でもこれら地域は、より多くの住民がオーバーツーリズムを感じていることがわかります。



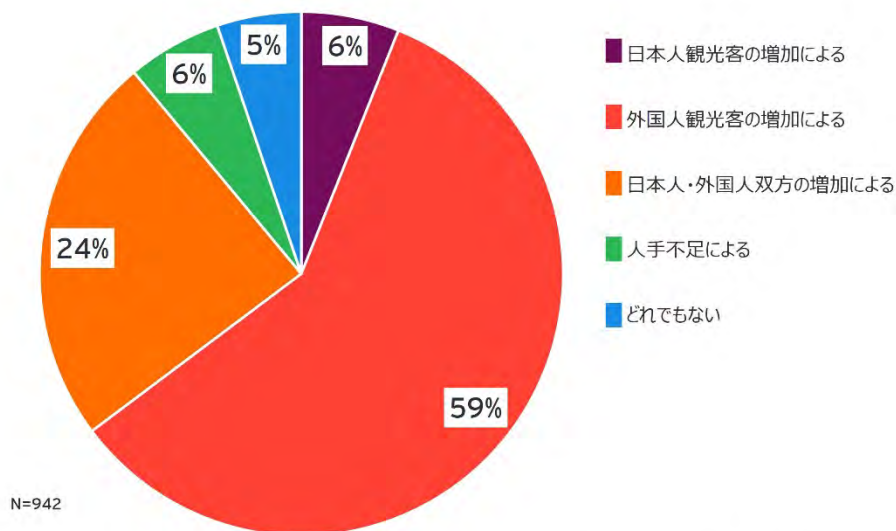
SCQ1 お住いの市区町村を教えてください

※「とても強く感じる」～「一部の地域でやや感じる」と答えた回答者のみ

Q7 あなたの地域は観光客が多く来訪し、自分たちの仕事や生活に支障をきたす、いわゆるオーバーツーリズムだと感じていますか

- ▶ 22%が強く感じる
- ▶ やや感じるまで含めると5割超

オーバーツーリズムを感じる理由としては、外国人観光客の増加が1番の理由で全体の6割弱、日本人・外国人の双方の増加によると回答した割合は24%となっており、外国人の増加がオーバーツーリズムを感じる大きなきっかけとなっていることが確認できます。



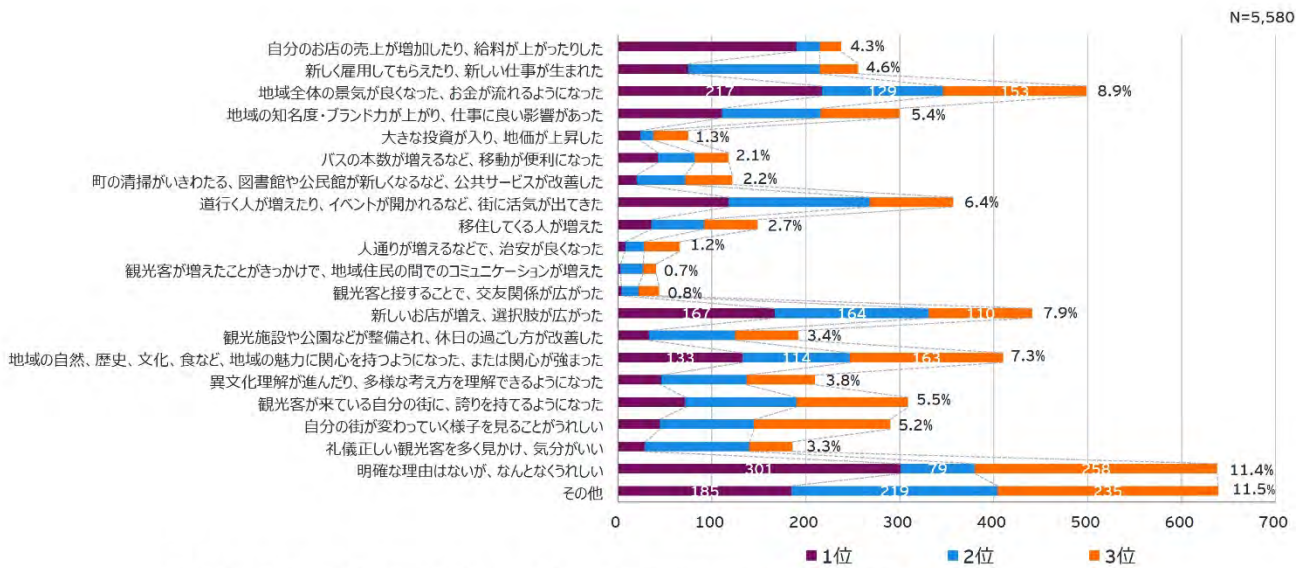
Q8 オーバーツーリズムだと感じる方に質問です。オーバーツーリズムだと感じるようになった、一番の理由は何ですか

- ▶ オーバーツーリズムを感じる理由は外国人、両方感じる人も

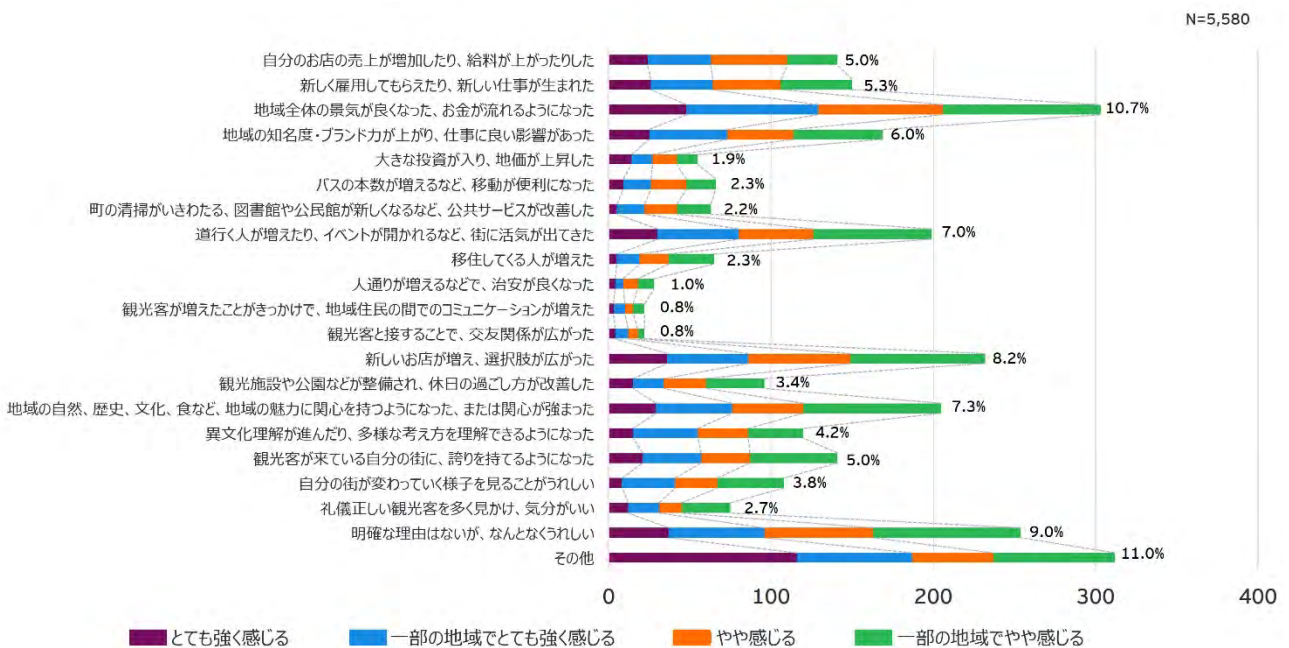
② ツーリズムが住民に与えるプラスとマイナスの影響とは何か

先ほど、観光・ツーリズムが豊かな生活に影響を与えるというポジティブな回答が6割近くありましたが、そもそも観光客が多いことで身の回りでのようなプラスの影響があると感じているのでしょうか。「明確な理由はないが、なんとなくうれしい」、「その他」を除き、最も回答が多かったのは「地域全体の景気が良

くなった、お金が流れるようになった」という経済的な実感で、次いで観光客の増加に伴い、「新しいお店が増え、選択肢が広がった」となっています。3 番目に「地域の自然、歴史、文化、食など、地域の魅力に関心を持つようになった、または関心が強まった」と、地域の再発見につながるような意識の変化が生まれている状況も確認でき、自分の地域への誇りを持つきっかけとなっている様子もうかがえます。



Q9 観光客の多い現状が、あなたの身の回りにもたらすよい影響について、あてはまるものを教えてください (1位、2位、3位の理由を1つずつ選択)



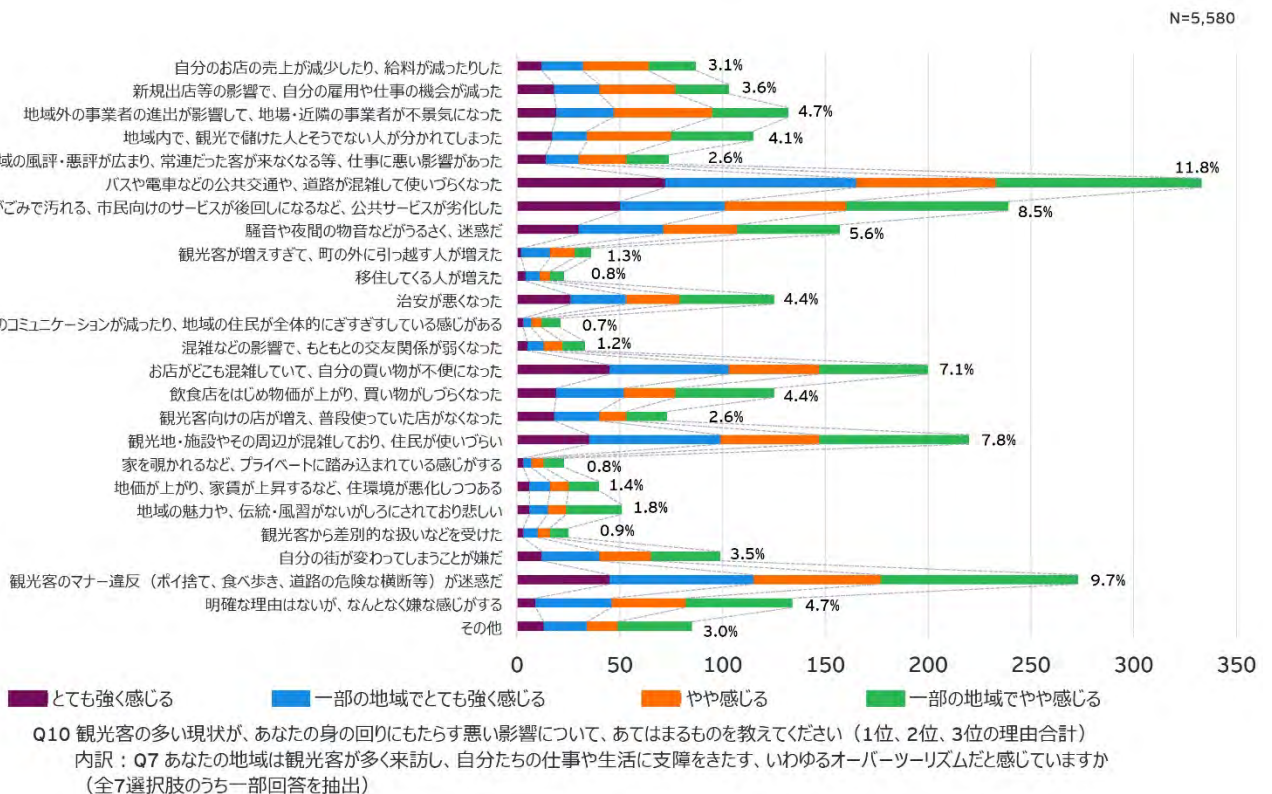
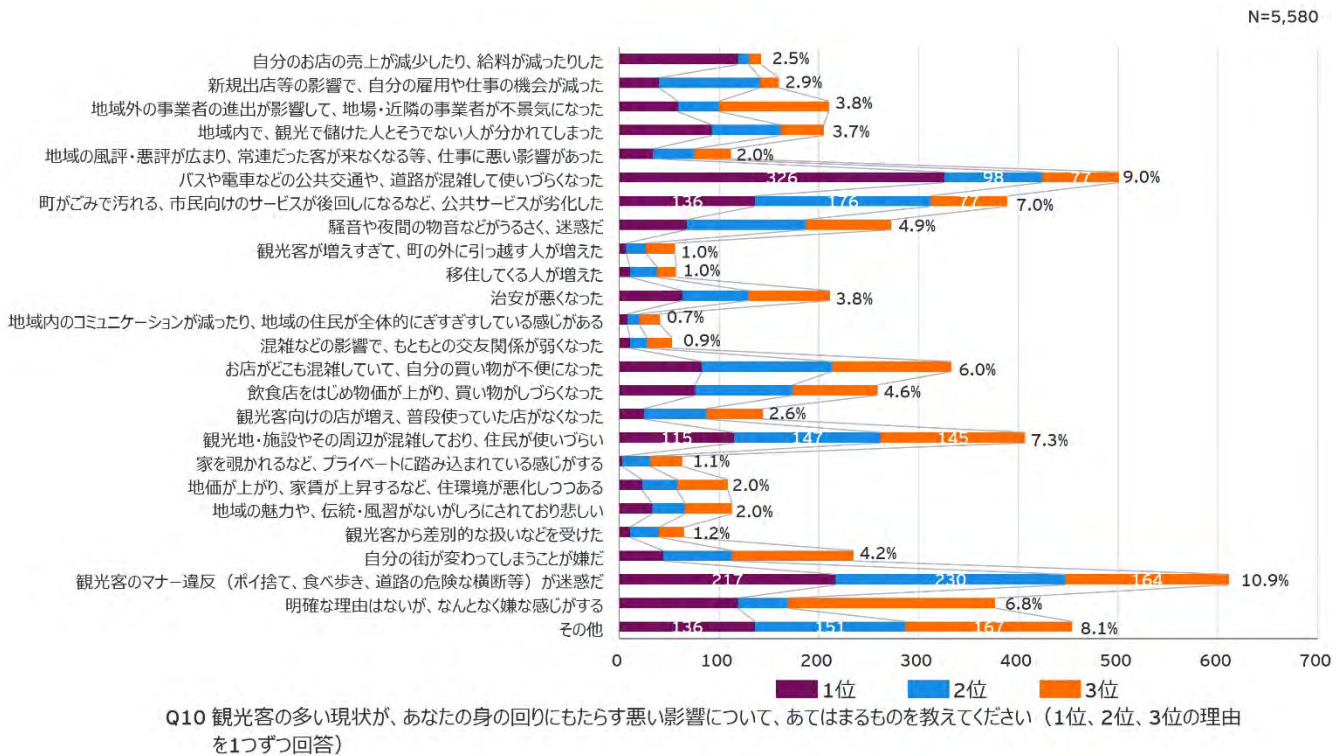
Q9 観光客の多い現状が、あなたの身の回りにもたらすよい影響について、あてはまるものを教えてください (1位、2位、3位の理由合計)
 内訳：Q7 あなたの地域は観光客が多く来訪し、自分たちの仕事や生活に支障をきたす、いわゆるオーバーツーリズムだと感じていますか (全7選択肢のうち一部回答を抽出)

オーバーツーリズムと感じている人に限定して、プラスの影響を見てみると、特に傾向に大きな違いは見られないものの、「地域全体の景気が良くなった、お金が流れるようになった」という経済的な恩恵を感じている割合が、若干ではあるものの全体よりも高いことは面白い結果となりました。

では、マイナスの影響はどうでしょうか？やはり言うべきか 1 番の影響は「マナー違反」となっています。次いで、「バスや電車などの公共交通や、道路が混雑して使いづらくなった」という交通の問題、「観光

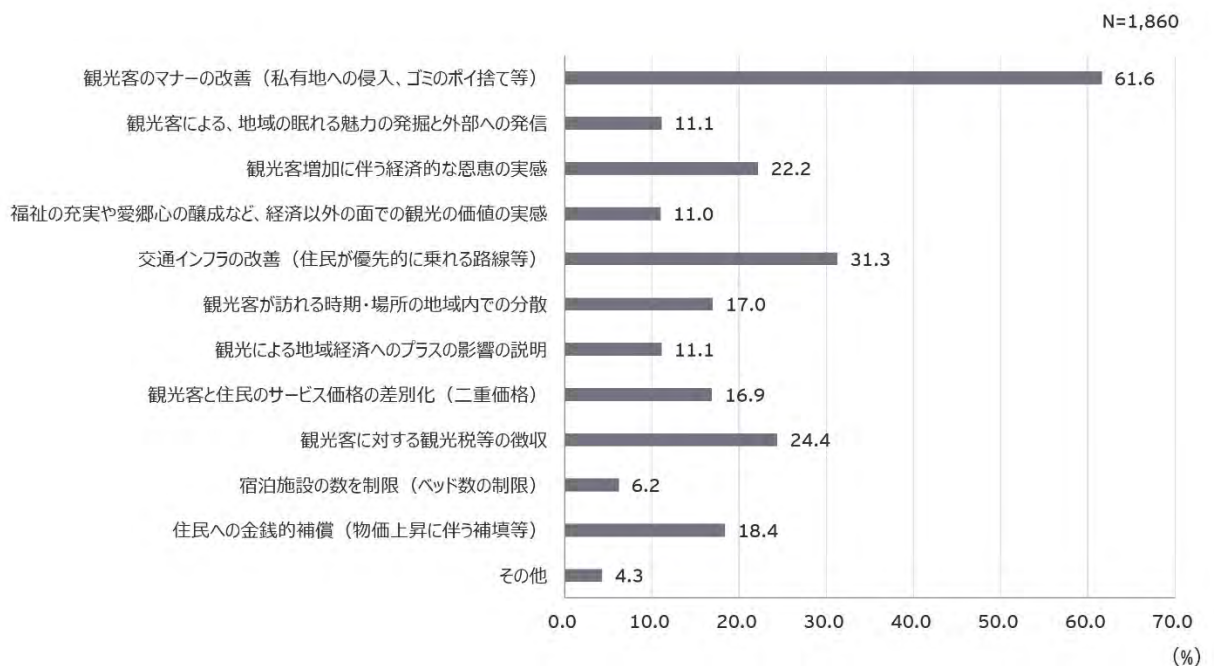
地・施設やその周辺が混雑しており、住民が使いづらい等アクセス環境の悪化が大きな要因として挙げられています。また、マイナスの影響の第1位が圧倒的に交通の問題である点は、注目に値します。

交通や混雑による日常生活への支障のほか、地域の物価の上昇や地域外の事業者の進出による地元事業者へのマイナスの影響や観光客向けのビジネスを提供していない事業者との観光・ツーリズムによる恩恵の二極化もマイナスの影響として捉えられています。



特にオーバーツーリズムと感じている住民の間では、「マナー違反」よりも「バスや電車などの公共交通や、道路が混雑して使いづらくなった」という交通の問題を1番に挙げており、また3番目として「市民向けのサービスが後回しになるなど、公共サービスが劣化した」ことが問題であると感じていることは非常に示唆に富む結果となりました。

観光客が多い現状がもたらす上記のような不満や課題を解消するために、住民はどのような施策を求めているのでしょうか。1番は、観光客の「マナー改善」を求めています。SNS等への投稿を目的とした写真撮影時の私有地への侵入や撮影場所の占拠、道路への侵入等が大きな理由となっています。次いで「交通インフラへの改善」となっており、住民の生活への影響が大きいことを物語っていると言えます。また、「観光税等の徴収」や「経済的な恩恵の実感」も上位に挙がっていることが特徴的と言えます。さらに、「物価上昇に伴う補填（ほてん）等の住民への金銭的補償」を挙げている点も、観光・ツーリズムによる経済活性化の負の側面が見えてきます。



Q11 観光客の多い現状がもたらす不満・課題は、どうすれば解消できると思いますか

マナー改善に向けて有効な「ナッジ」

観光客のマナー違反により、富士山の景色が見えないように目隠しする事態にまで発展した事例が話題になりました¹²。地域としては、とても看過できない状況にまで観光客のマナー違反が及んだ末の決断だったと推察されます。一方で、マナー啓発や観光客の行動変容を促す上で、「ナッジ¹³」を活用することが有効と考えられます。ナッジを活用することで、観光客に選択の自由を与えながら、反発を生まずに行動変容を促すことができるためです。

¹² 日本経済新聞「富士山目隠し幕、町長「全国の観光公害対策の一助に」(2024年5月24日)

¹³ ナッジ(nudge)とは、「人の心のクセを利用することで、『つつい』してしまう行動を促すちょっとした仕掛け」のこと。ナッジについては、以下を参照。
EY ストラテジー・アンド・コンサルティング「行動経済学やナッジを企業経営にどう生かすか」www.ey.com/ja_jp/consulting/what-is-the-nudge-that-attracted-the-attention-of-the-nobel-prize-in-economics (2024年7月1日アクセス)

例 1. 望ましい行動を初期設定にするナッジ：専用の撮影台の設置

迷惑となってしまう撮影スポットで、「撮影しないでください」と案内するのではなく、新たに撮影スポットを設置する（新スポットからの撮影を初期設定にする）ナッジが考えられます。これによって、新スポットからの撮影がベストであり、これまで撮影していた旧スポットからの撮影価値を低下させることで（新スポットの撮影台が邪魔になるという副次効果もあり）、行動変容を促すことが可能となります。

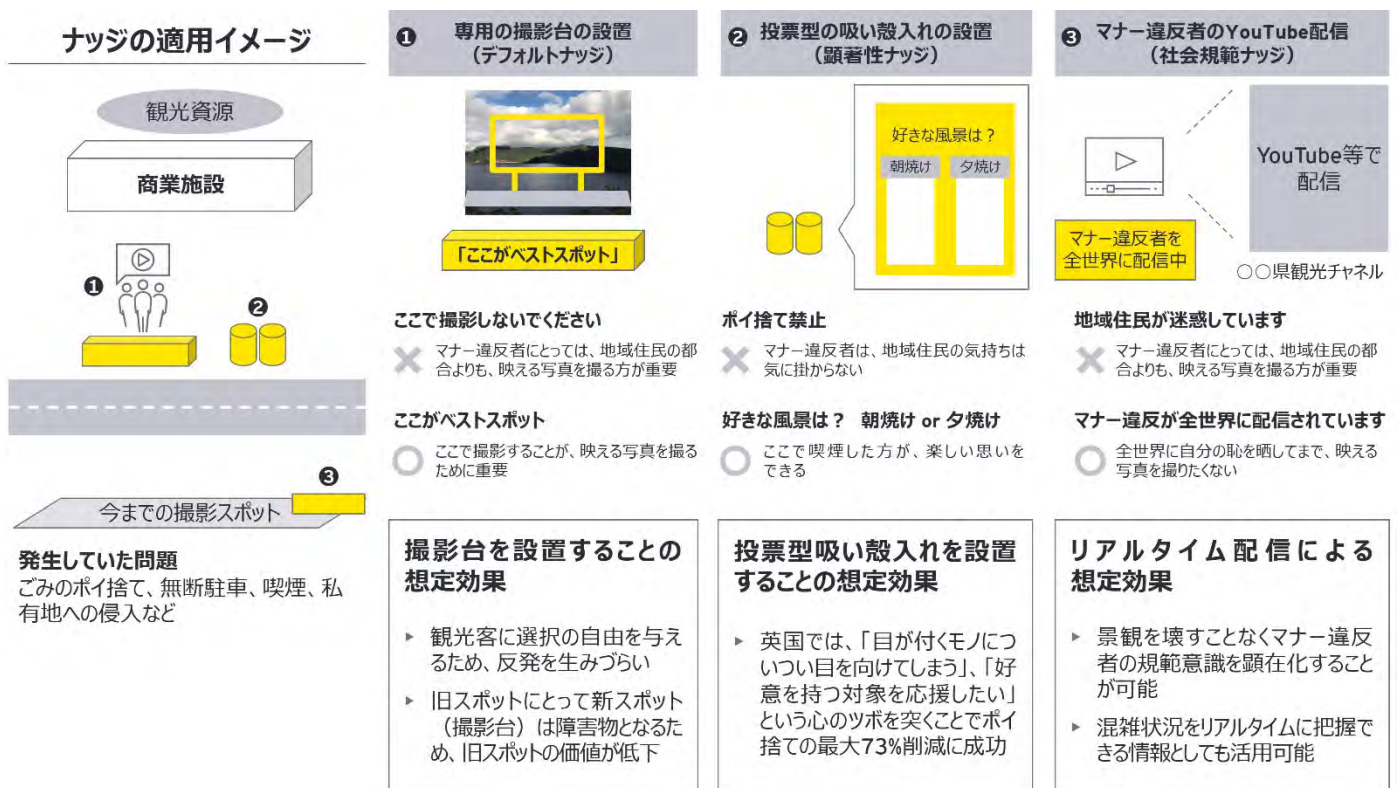
例 2. 注目を集める工夫をするナッジ：投票型の吸い殻入れの設置

注意を引きやすいギャップを演出することを狙った、投票箱型の吸い殻入れを設置するナッジが考えられます。これによって、楽しさを醸成することで、ポイ捨ての抑制を促すことができます。なお、英国の環境保全団体は、投票形式の吸い殻入れを設置することで、最大 73%の吸い殻ごみの削減に成功しています¹⁴。

例 3. 社会規範を可視化するナッジ：マナー違反者の YouTube 配信

「マナー違反者を全世界に配信中」というラベルを貼ったカメラを設置することで、景観を壊すことなくマナー違反者の規範意識を顕在化することを狙ったナッジが考えられます。これによって、混雑状況をリアルタイムに把握できる情報としても活用可能となると考えられます。

このように、マナー違反者の「考え方」を変えずに、「ついつい」「できそうだ」と思わせることで、行動変容を促すことができる「ナッジ」は、有効なマナー違反対策になると考えられます。



¹⁴ "Ballot Bin" <https://hubhub.org.uk/ballot-bin>, Hubhub (2024年7月1日アクセス)

ツーリズムを日本の経済成長のエンジンとするために何が必要か？

アンケート調査により、オーバーツーリズムと感じていても、豊かな生活を送るために観光・ツーリズムが重要な役割を担っているとポジティブに感じている住民が約 6 割で、ネガティブに捉えている住民は 15%程度であることが確認されました。また、観光・ツーリズムの成長により、「景気が良くなったという経済的実感」のほか、「自分の地域の魅力を新たに再発見」するような影響を感じていることも大きなポイントと言えます。つまり、現時点では、観光・ツーリズムは住民にとっては豊かな生活を送る上で、まだポジティブに捉えていると言えます。

一方で、さまざまな課題がありますが、特にオーバーツーリズムと感じている人が「マナー違反」よりも、自らの日常生活に影響する「公共交通へのアクセスの悪化」を 1 番の課題に挙げていること、そして観光客への対応に注力するあまり、「市民向けのサービスが後回しになるなど、公共サービスが劣化した」という問題を強く感じていることが確認されました。つまり、オーバーツーリズムとして、観光・ツーリズムをネガティブに捉え始めるきっかけは、こうした「日常生活」へのサービス低下がそのきっかけになると考えられます。

ツーリズムが日本経済の成長エンジンとなっていくことは、一方で、地域住民との共生という課題も浮き彫りになってきます。オーバーツーリズムによる住民の不満の解消に向けては、観光客の「マナー改善」や「交通インフラの改善」のほか、「観光税等の徴収」、経済的恩恵の実感」、物価上昇等に伴う「住民への金銭的補償」の声が多くなっていました。

観光税等の徴収は、本来はオーバーツーリズムによる不満解消につながるものではないと思います。確かに税の徴収により、観光地への訪問をちゅうちょ、断念することはあるかもしれませんが、本来この議論は、観光地が抱える課題解決やマーケティング等の財源確保の観点から議論されるべきだと思います。この税の徴収があるからこそ、マナー改善や交通インフラの改善といった住民向けのサービスの維持・向上につなげることが可能となるわけです。また、物価上昇による住環境の悪化も各地域を訪問するとよく耳にします。ツーリズムが活発になることで投資を呼び込むことは歓迎される話ですが、結果、物価上昇、地元住民の生活を脅かすようでは、ツーリズムに対する嫌悪感が増えてくるでしょう。それが、「経済的恩恵の実感」を得たいという声につながっているのだと思います。

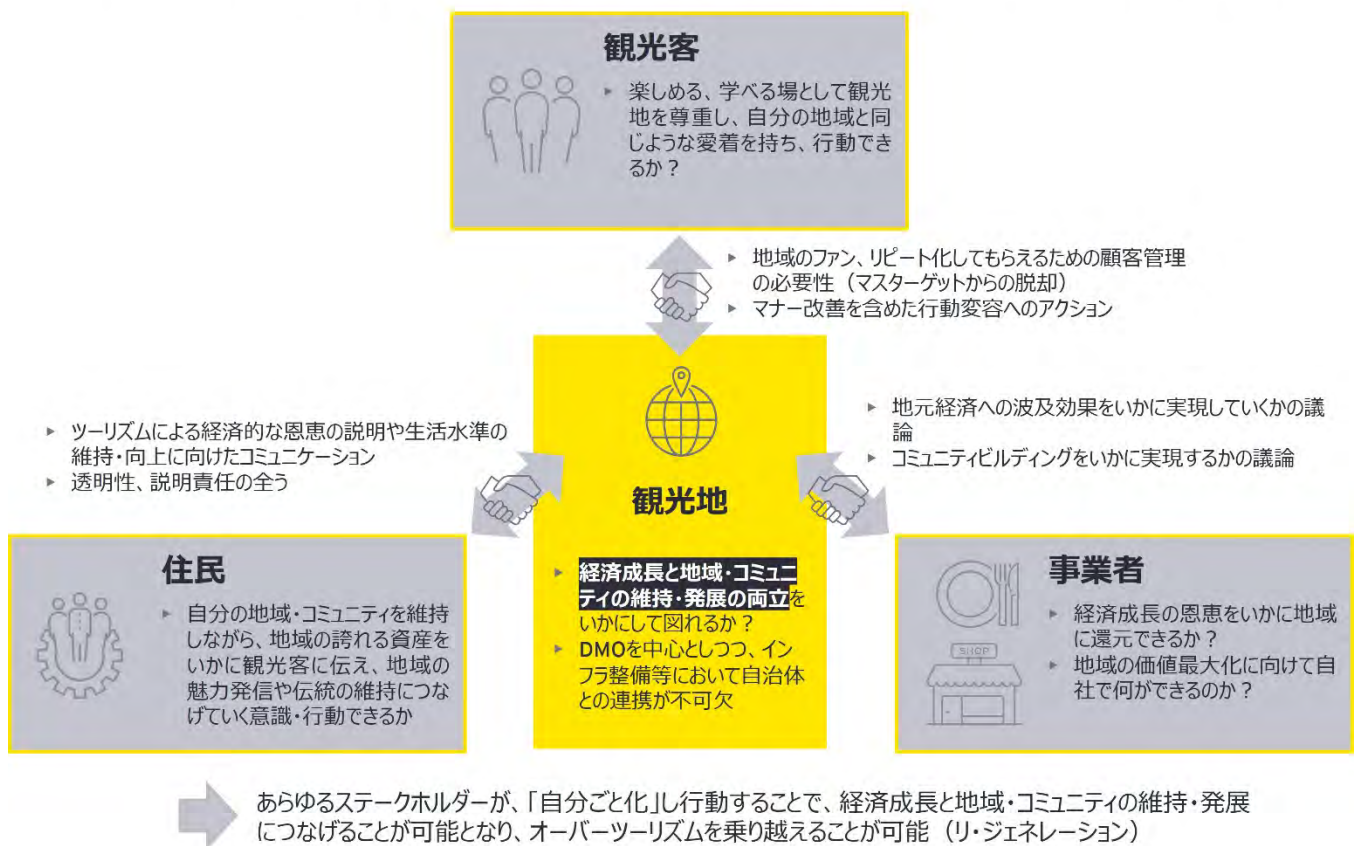
ここまで見てみると、ツーリズムによる経済成長は、観光地のマネジメントがきちんとなされない限り、もろ刃の剣であるということになります。単に一部の事業者がもうかるような構造では、住民が経済的恩恵を実感することはないでしょう。地域に経済的恩恵が還元されるような仕組みづくりが、必要不可欠ということになります。そして、この観光地のマネジメントこそ、DMO（Destination Management Organization:観光地域づくり法人）に今求められている役割であり、世界の観光地でも DMO が主導的な役割を果たしています。

ツーリズムを通じた地域経済の活性化、その経済的恩恵をきちんと地域住民にも届け、かつ、きちんと透明性を持って説明責任を果たしていくことこそが、重要と言えます。

過去のレポートで、あまりに早い地球環境・社会システムの破壊・崩壊のスピードを考えると、サステナブル＝維持するだけでは不十分で、マイナスをゼロに戻すための行動をするのではなく、さらにプラスに転

換するアクションを起こしていく動き、「リ・ジェネレーション（改新）」の必要性を訴えました¹⁵。これまでサステナブルと言っても、なかなか遠い意識のベクトルで、「自分ごと」として捉えることができなかったことから、どこか行動に移せない傾向が強かったと思います。しかしながら、自分たちが住む地域、コミュニティがツーリズムにより成長する一方で、生活基盤が揺らぐような負の側面に直面した時、もしくは直面しようとする時、DMOをはじめ地域のあらゆるステークホルダーは、その問題を「自分ごと」として捉え、コミュニティの健全な成長、発展に向け議論していくことが求められます。その時に、DMO等が中心となって、地域のステークホルダーをまとめ、観光地をマネジメントすることができれば、オーバーツーリズムによる諸課題を乗り越え、ツーリズムによる経済成長と、地域・コミュニティの健全な発展という両立が実現すると言えます。

オーバーツーリズムを乗り越えるための「自分ごと化」に向けたアクション（リ・ジェネレーション）



¹⁵ EY ストラテジー・アンド・コンサルティング「水際緩和から1年の今考える、サステナブルのその先へリジェネラティブ・ツーリズム「旅価の改新」とは何か？」https://www.ey.com/ja_jp/consulting/thinking-about-regenerative-tourism-beyond-sustainability (2024年7月1日アクセス) リ・ジェネレーションについては、以下を参照。

EY ストラテジー・アンド・コンサルティング「未来ビジネス 2024-2033 全産業編」発行記念セミナー 2033年の未来ビジネス～イノベーションを起こす「リ・ジェネラティブ」なビジネスとは」https://www.ey.com/ja_jp/consulting/future-business-in-2033-exploring-the-concept-of-re-generative-business-that-drives-innovation (2024年7月1日アクセス)

EY | Building a better working world

EYは、「Building a better working world（より良い社会の構築を目指して）」をパーパスとしています。クライアント、人々、そして社会のために長期的価値を創出し、資本市場における信頼の構築に貢献します。

150か国以上に展開するEYのチームは、データとテクノロジーの実現により信頼を提供し、クライアントの成長、変革および事業を支援します。

アシュアランス、コンサルティング、法務、ストラテジー、税務 およびトランザクションの全サービスを通して、世界が直面する複雑な問題に対し優れた課題提起（betterquestion）をすることで、新たな解決策を導きます。

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EYによる個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、[ey.com/privacy](https://www.ey.com/privacy)をご確認ください。EYのメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EYについて詳しくは、[ey.com](https://www.ey.com)をご覧ください。

EYのコンサルティングサービスについて

EYのコンサルティングサービスは、人、テクノロジー、イノベーションの力でビジネスを変革し、より良い社会を構築していきます。私たちは、変革、すなわちトランスフォーメーションの領域で世界トップクラスのコンサルタントになることを目指しています。7万人を超えるEYのコンサルタントは、その多様性とスキルを生かして、人を中心に据え（humans@center）、迅速にテクノロジーを実用化し（technology@speed）、大規模にイノベーションを推進し（innovation@scale）、クライアントのトランスフォーメーションを支援します。これらの変革を推進することにより、人、クライアント、社会にとっての長期的価値を創造していきます。詳しくは[ey.com/ja_jp/consulting](https://www.ey.com/ja_jp/consulting)をご覧ください。

© 2024 EY Strategy and Consulting Co., Ltd.

All Rights Reserved.

ED NONE

不許複製・禁転載

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。EY Japan株式会社および他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

[ey.com/ja_jp](https://www.ey.com/ja_jp)

お問い合わせ：

EY ストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社

〒100-0006

東京都千代田区有楽町一丁目1番2号

東京ミッドタウン日比谷 日比谷三井タワー

TEL: 03-3503-3500（代表）

https://www.ey.com/ja_jp/

ストラテジック インパクト

パートナー 平林 知高

Tomotaka.Hirabayashi@jp.ey.com

