

KAFM-WJ014

京都のオーバーツーリズムの現状と観光地のデ・マーケティング

奈良美和子、前川佳一

2019年2月5日

目次

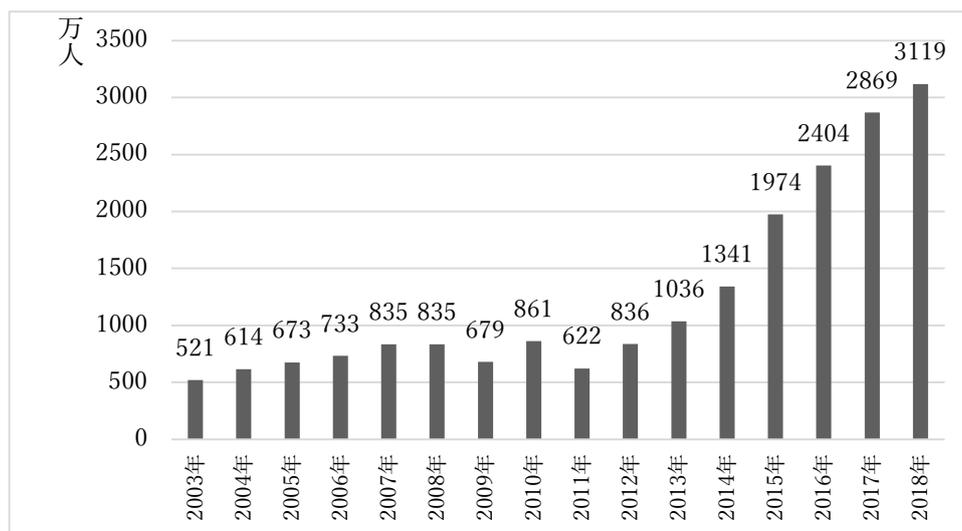
1. はじめに	3
1-1. 研究背景と目的	
1-2. 研究方法	
2. オーバーツーリズムの概要	4
2-1. 先行研究	
2-2. オーバーツーリズムの登場	
2-3. オーバーツーリズムの様々な定義	
2-4. オーバーツーリズム発生要素の検討	
2-5. オーバーツーリズムの具体的な問題	
2-6. 海外観光地事例分析 ―バルセロナ	
2-7. オーバーツーリズムの定義	
3. 京都のオーバーツーリズムの現状	13
3-1. 京都市観光の現状	
3-2. 京都市民の観光に対する意識調査	
3-3. 考察	
4. オーバーツーリズムの対策	23
4-1. 海外観光地の事例分析	
4-2. コトラーのデ・マーケティング	
5. 終わりに	26
5-1. 京都への提案	
付録	29
参考文献	35

1. はじめに

1-1. 研究背景と目的

日本は、近年急速に観光客数が増加している国の一つである。2018年の訪日外国人観光客数は3,119万人¹となり、初めて3,000万人を突破した。さらに政府は東京オリンピックが開催される2020年までに4,000万人、2030年までに6,000万人の訪日外国人観光客の獲得を目標としている。

図1 訪日外国人旅行者数



(出典：観光庁データより筆者作成)

観光庁によれば、2018年の訪日観光客による旅行消費額も推計で4兆5064億円と、過去最高を更新した。こうした観光客数の増加とその経済効果²に日本各地が湧く中、京都や鎌倉などの人気観光地では混雑や、それに伴うトラブルが発生し問題となり始めている。ゴミの増加、騒音、ヤミ民泊、レンタカー事故の増大、地価の上昇など問題は多岐にわたる。こうした状況を示す言葉として近年、「オーバーツーリズム」という表現が使用されるようになった。2016年8月に登場したこの言葉は、新しい概念でありながら、今観光地で起きている問題を示す言葉として非常に注目されている。しかし、新しい言葉であるがゆえに、ある地域がオーバーツーリズムの状態であるか否かという測定が可能な、明確な定義はまだない。

本研究では、オーバーツーリズムの現在使用されている定義や具体的な問題を明らかにするとともに、オーバーツーリズムの状態にあると言われる観光地の状況を整理し、オーバーツーリズムの状況について定義を行う。また、その定義を踏まえると日本を代表する観光地、京

¹ 観光庁が2019年1月16日に発表した推計値。

² 日本では、国全体のGDP成長率が1.7%増に対し、旅行観光産業GDPはその倍となる3.4%増の成長ペースを遂げた(WTTC調べ)。

都はオーバーツーリズムの状態にあるのか否かということについてアンケート調査をもとに検討する。そして、海外観光地などですでに行われている対策事例を調査し、それらをもとに今後京都がどのような観光地経営をしていくべきか考察することを目的とする。

1-2. 研究方法

本研究ではまず、オーバーツーリズムという言葉の定義をするため、文献調査より、現在使用されている定義を検討し、また、オーバーツーリズムが発生していると言われている地域の状況を考察した。また、京都市におけるオーバーツーリズムの現状を把握するため、主に京都市民を対象としたアンケート調査を実施した。その内容詳細については後述する。そして、海外観光地での対策事例を新聞記事及びUNWTOやWTTCのレポートなどの文献から抽出し、整理、分析を行った。

2. オーバーツーリズムの概要

2-1. 先行研究

オーバーツーリズムは新しいタームであるため、その先行研究は少ない。国内の研究では、日本総研の高坂（2018）が観光公害（オーバーツーリズム）の概要と日本での個別事例についてまとめている。国土交通省（2018）は「持続可能な観光」を論じる中で、オーバーツーリズムの問題として特に混雑問題に注目し、海外観光地の事例研究を試みている。また、海外の研究では、UNWTO（2018）がオーバーツーリズムの潮流とその解決策の具体例について示している。世界旅行ツーリズム協議会（World Travel & Tourism Council）（2017）はマッキンゼー&カンパニーと共同で「観光デスティネーションにおける混雑調査」を実施し、「個々のデスティネーションごとに状況は様々だが、持続可能な発展に向けて絶対に必要なのがロングタームのプラン策定」であると強調している。このように2018年になって行政や調査機関などが研究結果を発表し始めてはいるが、P.メーソン（2003）は、観光業による地域への影響を決定する要素は観光地の様々な特性と密接に関係していることを指摘しており、それぞれの観光地の特性を意識した個別の研究が重要である。本研究では日本の中でも特に混雑問題が深刻化し始めている京都市に注目し、その現状と今後の展望について述べる。

2-2. オーバーツーリズムの登場

オーバーツーリズムという言葉は、2016年8月にイギリスのメディア、Skiftがウェブサイト上で使用したことが初めだと言われており、非常に新しい概念である。しかし、その注目度は高く、様々なメディアで取り上げられることが増えている。日本においては、2018年10月にはNHKニュースで特集されたことから、twitterで初めて「オーバーツーリズム」というキーワードがトレンド入りを果たした。一方で、Skiftは『overtourism』の商標登録を行っており、ゆえに、安易に使用できなくなり、この言葉自体は廃れるのではないかという示唆もある。

また、オーバーツーリズムがこれほどまでに注目される以前にはこうした状態を表す表現として、国内では「観光公害」という言葉が使われてきた。特にリゾート開発などによって自然や文化遺産の破壊が起きた 1970 年から 1996 年頃にかけて頻繁に使用されていた。その後開発手法や客のふるまい、受け入れ側の体制などが見直されたことなどによって、メディアでの特集も少なくなっていたが、近年訪日観光客が急速に増え、健在化してきた観光関連の問題を観光公害ということもできる。しかし最近のメディアで「オーバーツーリズム」という表現がより好まれて使用されているのは、新しいキーワードとしてピックアップする意図のほか、「観光」公害“というマイナスのイメージが非常に強いことや、戦後の観光開発の際に生じた観光公害と近年の観光地の混雑などの問題とを区別するという意味合いもあるのかもしれない。

国内では馴染みが薄いですが、海外では「キャリング・キャパシティ (carrying capacity)」という言葉も観光地に人が押し寄せる問題について示す文脈で用いられてきた。この言葉はもともと 19 世紀ごろに誕生した生態学や人口学の考え方である。それを 1981 年、UNWTO が観光分野において使用を始め、観光地としての受け入れ可能規模を示す言葉として用いられるようになった。自然環境の保護を意識したエコ・ツーリズムや持続可能な観光を議論する中で用いられることが多い。しかし、キャリング・キャパシティについてはその重要性は論じられているものの、その設定は観光地の状況や将来像を十分に考慮する必要があり、容易ではない。国土交通省 (2018) においても、「キャリング・キャパシティは、設定事例はあるものの、観光客の満足度や観光地の資源との関わりが強く、観光地特性や影響を受ける主体等によって変化する複雑な概念」であるとしている。

その他、「観光客嫌悪症 (touristphobia)」や、世界遺産登録の結果観光客が押し寄せ、破壊につながったことを示す「ユネスコサイド (unescocide)」のような派生語も生まれている。現在は、言葉のインパクトゆえに「オーバーツーリズム」という言葉が注目されているが、前述したように商標登録後、安易に使用でないことを考えると今後は再び「観光公害」や「キャリング・キャパシティ」という表現が用いられる、もしくはさらに新たなタームが生まれ使用されるようになるかもしれない。なお、本稿ではオーバーツーリズムという表現で統一し、検討を行う。

2-3. オーバーツーリズムの様々な定義

2016 年に登場したオーバーツーリズムという言葉は、様々な機関や有識者によってそれぞれの理解で定義付けが行われ、使用されている。

最初に用い、のちに商標登録を行った Skift では、「人気の観光地で、適切な観光地経営管理がなされなければ、避けられないネガティブなインパクトがある危険性」を表す造語として示されており、明確な定義付けはされていない。UNWTO (2018) では、「観光地の、観光客が過剰に多い状況、もしくは観光客が及ぼす悪影響に対して十分な利益を得られていない状態」と説明されている。後半部分はデービッド・アトキンソンの、「観光客がもたらす負の部分に

対処するだけの対価をいただけていないこと」という説明とも合致している。Collins dictionary では2018年2月、Greg Dickinson によって『overtourism』を新語として追加する提案がなされており、その説明として「人気観光地が観光客によって不適切な方法で過剰に消費されている現象」と記されている³。また、日本語での定義としては、ジャパン・ワールド・リンクが「観光地が耐えられる以上の観光客がおしよせる状態（過剰な混雑）」のことを指すとしている。

いずれもオーバーツーリズムの定義として理解はしやすいが、具体的にどの時点からその地域でオーバーツーリズムが発生しているのか、という測定可能な指標とはなっていない。そのため、次節では、オーバーツーリズムの指標として利用できる定義を行うため、オーバーツーリズムが発生していると言われている観光地の状況などの検討を行った。

2-4. オーバーツーリズム発生要素の検討

(1) 交流人口倍率

メディアでオーバーツーリズムが取り上げられる際に利用されることが多いのは、交流人口（観光客数）を定住人口で単純に割って求めた交流人口倍率を用いた表現である⁴。このことを踏まえて、各地の交流人口倍率を調査した結果が表である。なお、観光客数の統計に関しては各地域によってその測定に違いがある可能性があることに注意されたい。

表1. 観光地の交流人口倍率

地域	人口（2017）	年間観光客数（2017）	交流人口倍率
京都	147万人	5,362万人	36倍
鎌倉	17万人	2,042万人	120倍
バルセロナ	160万人	1,880万人	12倍
ベネチア	5万人	3,000万人	115倍
フィレンツェ	38万人	1,020万人	27倍
ドゥブロヴニク	4万人	102万人	26倍
マヨルカ島	90万人	1,400万人	15倍
アイスランド	33万人	190万人	6倍
オーランド	130万人	7,100万人	50倍以上

（出典：UNWTO データなどより筆者作成）

³ 提案については、2019/1 現在掲載審議中である。

<https://www.collinsdictionary.com/submission/19794/Overtourism> (2019/1/31)

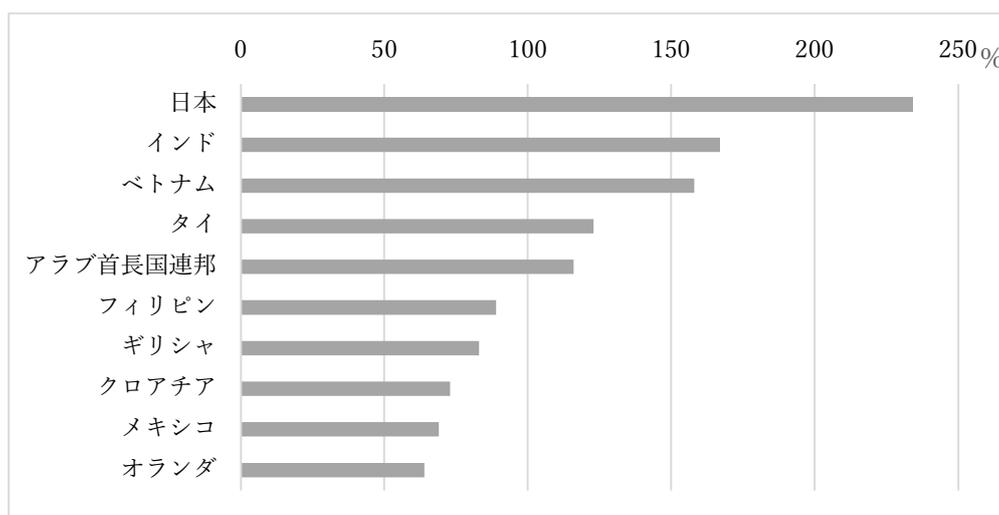
⁴ 2018/12/14 フジテレビ「めざましテレビ 今日のココ調」で日本のオーバーツーリズムとして鎌倉と京都が特集され、交流人口倍率が説明の中で使用されていた。

確かに、オーバーツーリズムの状態にあると取り上げられることの多い人気観光地では軒並み交流人口倍率が高いことが分かる。一方で、アメリカフロリダ州のオーランドのように、年間観光客数が7,100万人と人口に対して50倍以上も訪れているにも関わらず、大きな混雑やトラブルなどのオーバーツーリズムの問題が発生していない地域も存在する。オーランドは、アメリカ、フロリダ州に位置する都市で、全米で最大規模の観光地である。これだけの観光客数が訪れていながら、オーバーツーリズムが発生していない理由として考えられるのは、一つに、地域住民の居住地と観光地とが重なっていないこと、そして、地域住民に対して観光施策への理解が得られるよう、観光産業の地元への経済的貢献についてきちんとした情報提供がなされていることが挙げられる。こうした観光地の存在を踏まえると、人口と観光客数の倍率である交流人口倍率の数値ではオーバーツーリズムの状態かどうか判断する指標とはならないと考えられる。

(2) 観光客数増加率

次に、観光客数の増加率について検討を行った。2010年と2017年の観光客数を比較した国別観光客数増加率を見てみると、日本が唯一200%を超えている。その後インド、ベトナム、タイと続く。また、都市別急成長渡航先ランキングでは京都、沖縄、大阪と日本の3都市がベスト3を占め、トップ10のうち4都市が日本となっている。日本への観光が近年非常に伸びていることが分かる。一方で、オーバーツーリズムが叫ばれているヨーロッパの国や地域は、ほとんどランクインしていないことが確認できる。反対に、ランキング上位のすべての国や都市でオーバーツーリズムが発生しているわけではなく、観光客数の増加率も観光客数と同様にオーバーツーリズムの指標とならないと考えられる。

図2. 国別観光客数増加率ランキング（2010年→2017年）



(出典：The Telegraph (2018) より筆者作成)

表 2. 都市別観光客数増加率（2009 年→2017 年）

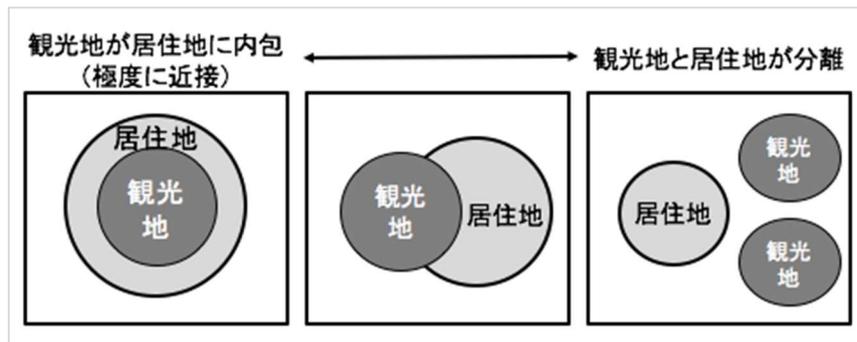
#	都市	年平均成長率
1	京都	39.2%
2	沖縄	27.8%
3	大阪	23.6%
4	成都（中国）	21.6%
5	厦門（中国）	20.5%
6	プーケット（タイ）	18.5%
7	北海道	18.4%
8	アブダビ（アラブ首長国連邦）	18.2%
9	ハノイ（ベトナム）	17.7%
10	コロンボ（スリランカ）	16.9%

（出典：マスターカード「2018 年度世界渡航先ランキング」より筆者作成）

（3）地理的要因

観光客数やその増加率だけではオーバーツーリズムの発生要因とならないことがわかり、観光地の地理的側面にも着目した。国土交通省（2018）をもとに観光地と地域住民の居住地の関係性を示したものが図3である。観光地と居住地が重なっているほど、観光による住民生活への影響も大きくなることが考えられる。一方で、観光地と居住地が離れている自然を観光資源とした観光地などでは、自然破壊などの問題も懸念される。今回検討する地域は都市観光地であるため、観光地と居住地とが重なる部分が大きく、観光客と住民がともに利用する公共交通機関や商業施設の混雑が発生しやすいと考える。オーバーツーリズムが発生する要因としてこの地理的要因は重要であると考えられる。しかし、観光客数などに比べて、面的な地域として観光地と居住地をどのように位置付けるかという測定は非常に難しい。地域住民の視点を含めつつ、客観的に測定可能な定義が求められる。

図 3. 観光地と居住地のイメージ



(出典：国土交通省 (2018) より筆者作成)

2-5. オーバーツーリズムの具体的な問題

オーバーツーリズムの具体的な問題を把握すべく、国内外の新聞記事、ウェブ記事などをもとに問題を抽出した。それらを WTTC&マッキンゼーレポート(2017)の5つのカテゴリーに分類して説明する。

(1) 地域住民の不利益 (Alienated local residents)

観光施設や交通機関の混雑が大きな問題として近年取り上げられている。また、レトロな風景や日本家屋の価値が見直されていることがきっかけとなり、私有地への無断侵入や、無断写真撮影といったプライバシーの侵害なども報告されている。また、これまでホテルや旅館など地域住民の居住地とは異なる地域に存在していた観光客の宿泊施設が、民泊の普及により住宅街にも現れるようになった結果、観光客が住宅街に出入りすることが増え、夜間の騒音やゴミ捨てなどの問題も起きている。住宅街などの細い道にも観光客が訪れるようになり、車道の占領や、住民が運転する車両との事故も問題となっている。

(2) 観光体験の悪化 (Degraded tourist experience)

混雑やそれに伴う観光サービスの質の低下が、観光地としてのブランド価値の低下を招いている。京都市においても、観光客を対象としたアンケート調査で不満要因自由回答において、「混雑」が最も多く挙がっている。観光体験の悪化はリピーター獲得にも悪影響を及ぼすため、注視すべき重要問題の一つである。

(3) インフラのオーバーロード (Overloaded infrastructure)

人気都市型観光地では公共交通機関だけでなく、公共トイレやゴミ処理などの社会インフラへの負担も大きくなっている。(1)の地域住民の不利益とも関係するが、地域住民の税金で賄われているこうした社会基盤が観光客によって過剰に消費されていることに対して反発も生まれている。

(4) 自然環境・生態系へのダメージ (Damage to nature)

観光客の増加による自然破壊や環境汚染が懸念されている。特に新興国のリゾート地などでは観光の乱開発による生態系破壊が大きな問題となっている。また、インバウンド観光客が増加することで、意図されず外来種の動植物が持ち込まれる危険性も高い。

(5) 文化・遺産に対する脅威 (Threats to culture and heritage)

歴史的建造物などは、多くの観光客が訪れることによって劣化が進んでいる。マナーの悪い観光客の落書きや立ち入り禁止場所への侵入によってもさらに劣化が進む。また、寺社などではインバウンド観光客向けに外国語での表示が増え、風情が失われているといった懸念も存在する。

こうした観光によって引き起こされる問題の中には、文化や価値観による違いによって発生する問題もある。観光客が意図せず、母国での正常な価値観で行った行為が観光地においては問題を生む場合もある。全てを観光客のマナーの問題として片付けるのではなく、観光地側の説明、情報の共有が求められる。

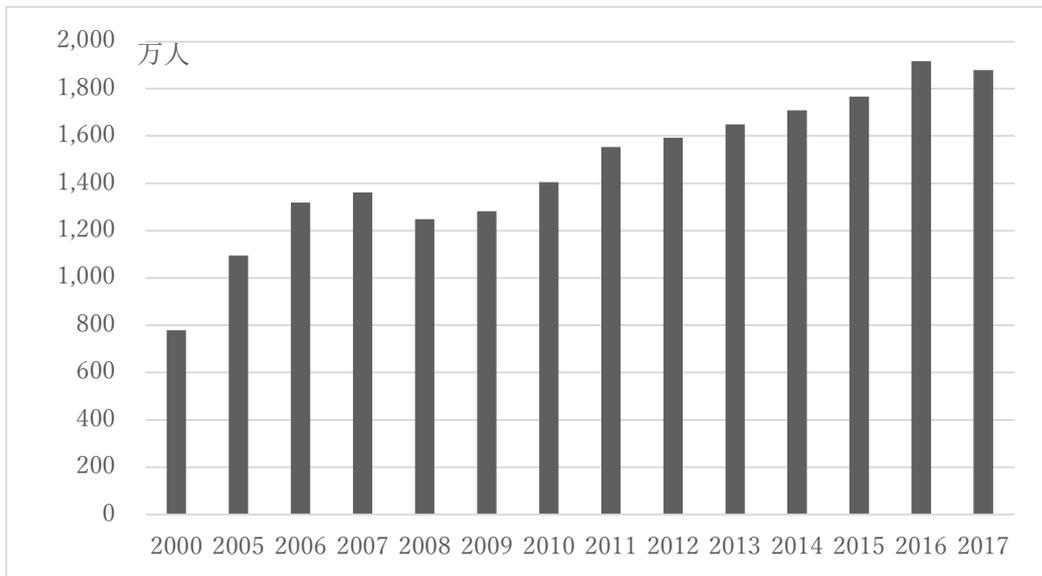
2-6. 海外観光地事例分析 —バルセロナ

サグラダファミリアやなどの有名観光施設が存在するバルセロナ市はオーバーツーリズムが語られる際に必ずと言っていいほど登場する、観光による問題がもっとも深刻化している地域の一つである。バルセロナ市は人口約 160 万人の都市で、フランスの国境近くのカタルーニャ地方に位置する。2017 年から 2 年連続でトリップアドバイザーの traveler's choice ランキングにおいてトップテン入り⁵する都市であるが、その観光地としての歴史は長くはない。バルセロナ市で「観光」が重要施策に位置付けられた契機となったのは 1992 年にバルセロナオリンピックの開催である。その後観光インフラやビーチが整備され、その結果多くの観光客が訪れる観光都市となった。

しかし、観光客の増加に伴い問題が多く発生している。2007 年には延べ宿泊観光客数が 1992 年の約 3.5 倍の 1,360 万人となり、この頃から地域住民の市民生活への影響が顕在化し始めた。2013 年頃には、観光による弊害に関するマスコミ報道とともに抗議デモが過熱し、注目を集めた。その後もヤミ民泊の増加や地価の高騰など地域住民の市民生活は悪化し、各地でデモ運動や観光バス襲撃事件が発生し大きな問題となっている。2015 年には、観光対策を選挙公約とした市長が当選し、行政も本格的に観光公害対策に乗り出している。2017 年の延べ宿泊観光客数は約 1,880 万人と、2000 年と比較しても倍以上の数値となっている。

⁵ 2017 年（調査期間 2016.1-2016.12）に 7 位、2018 年（同 2017.1-2017.12）に 6 位。

図 4. バルセロナ市の延べ宿泊者数の推移

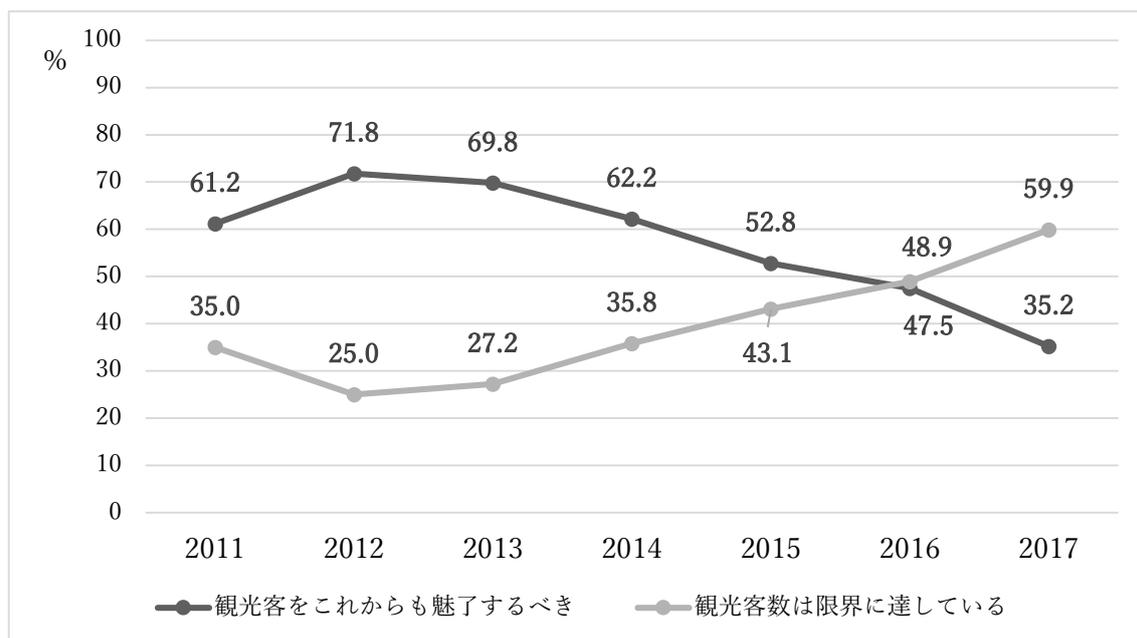


(出典：Barcelona Tourism Activity Report (2017) より筆者作成)

また、バルセロナ市ではオーバーツーリズムと言われる以前から、観光に対する市民の意識調査が行なわれている。これは18歳以上の市民を対象に、毎年約1年かけて個人インタビュー形式で行われる調査である。2017年の調査では5,014人に調査が行われた。主要な結果は以下のとおりである。観光と経済効果の関連性について、2010年調査時の57.5%に対して2017年調査では70.3%が関連づけて考えている。しかし、観光業の恩恵を受けていないと考えた人は2012年3.1%から2017年14.4%と増加している。自宅近くにホテルや、観光施設が多すぎると考えている住民は21.1%であり、前年調査に比べて増加した。また、建物内に観光客用の民泊があると考える住民は12.9%で、Airbnbなどの民泊が地域住民の身近に存在していることが分かる。さらに、回答者の半数は、こうした宿泊施設が生活上の不利益を引き起こすと考えている。

また、この調査の中で最も注目すべきは観光客について問う設問である。乱暴な二択ではあるが、市民に対して「観光客をこれからも魅了すべき」か「観光客数は限界に達している」かの二択で問う設問で、これが、それまで「観光客をこれからも魅了すべき」、と答えていた市民の割合が高かったのが、2016年に逆転し「観光客数は限界に達している」と答える市民の割合の方が高くなった。2017年には約60%の市民が「観光客数は限界に達している」と考えている。観光による経済効果ではカバーできないほどの不利益を市民が感じており、しかもそれが加速していることが分かる。

図 5. バルセロナ市の住民意識調査



(出典：バルセロナ市 ajuntament de barcelona annual report (2017) より筆者作成)

2-7. オーバーツーリズムの定義

以上検討してきたことをまとめる。オーバーツーリズムは新しい概念であるがゆえに様々な定義がなされてきたが、どれもオーバーツーリズムの状態であるか否かを示す測定可能なラインは定義されていないことが明らかとなった。

地域住民の意識に目を向けると、バルセロナ市では、「観光客数は限界に達している」と回答する市民が、「観光客をこれからも魅了するべき」と回答する市民を上回り、50%を超えた。このことはまさにオーバーツーリズムがバルセロナ市で問題となっていることを示す数値であると言える。

また、これは補足的に述べるに留めるが、京都観光総合調査の生データをもとに KHcoder⁶を用いて分析した自由回答の結果から、京都を訪れる観光客は総合満足度が高い人ほど、接客やサービス、地域の人の親切な態度に感動していることが明らかになっている。特に外国人観光客において顕著であり、分析対象とした2016年、2017年の調査どちらにおいても、その傾向が見られた⁷。つまり、地域のもてなす態度、サービスとして観光客を受け入れる態度が非常に重要であると言える。

以上のことから、本研究では、オーバーツーリズムを単純な数ではなく、住民の感情に着目

⁶ 立命館大学樋口耕一准教授が開発した、テキスト型データを統計的に分析するためのフリーソフトウェア。

⁷ 詳しくは付録1参照。

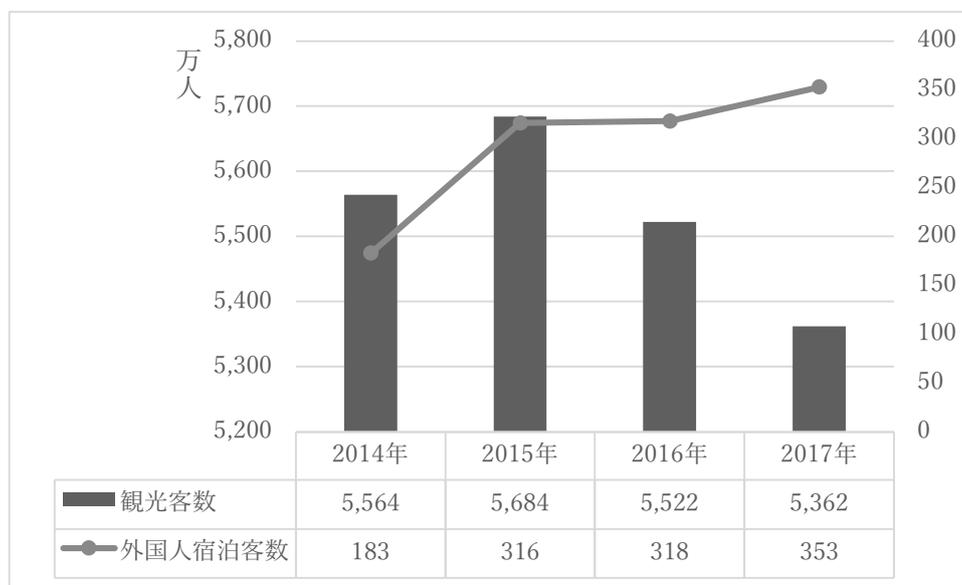
することで、オーバーツーリズムの状態を投影した数値を得られると考えた。したがって、本研究におけるオーバーツーリズムとは、「地域住民の半数以上が観光地として観光客を受け入れることができないと考えている状態」であると定義する。もちろん、この定義はすべての観光地に当てはまるのではなく、今回取り上げる京都市やバルセロナ市などのように、観光地と地域住民の居住地が重なる、もしくは近接する都市の観光地において利用できるものとする。次章では、この定義に基づいて京都市のオーバーツーリズムの現状の把握を行う。

3. 京都のオーバーツーリズムの現状

3-1. 京都市観光の現状

京都市は日本を代表する観光地の一つである。「トラベル・アンド・レジャー誌」の観光地の人気投票ランキングでは2014年、2015年に連続1位を獲得するなど、海外からの人気も高い。観光客数は2015年に5,684万人と過去最高になり、その後2年は減少傾向となっているが、2020年に東京オリンピック、2025年に大阪での万博の開催が控える中、今後も京都市の観光客数は堅調に推移するとみられている。特に外国人宿泊客数は増加の一途をたどっており、2017年には過去最高の353万人となった。また、観光消費額に注目すると、その額は2年連続1兆円を超えた。これは市が、2020年目標として掲げていた「観光消費額1兆円」を4年前倒しで達成していることになる。また、宿泊施設数は2013年から2017年にかけて約2.9倍増加したが、平均客室稼働率は依然として80%以上と高い数値を保っている。

図6. 京都市の観光客数の推移



(出典：京都観光総合調査(2017)より筆者作成)

一方で日本人日帰り観光客は大きく減少しており、これが全体の観光客数の減少にも影響している。2015年から2016年にかけては、約10%も減少した。この原因の一つとして挙げられるのが混雑問題である。行政もこの問題の解決のため、観光客数よりも観光消費額に重きを置き、量より質を目指す政策にシフトをし始めている。

京都市において観光に関するアンケート調査は、観光客に対し行なわれている。年4回、季節別に総合満足度や観光資源別の個別満足度、残念度などについて調査が行われている。

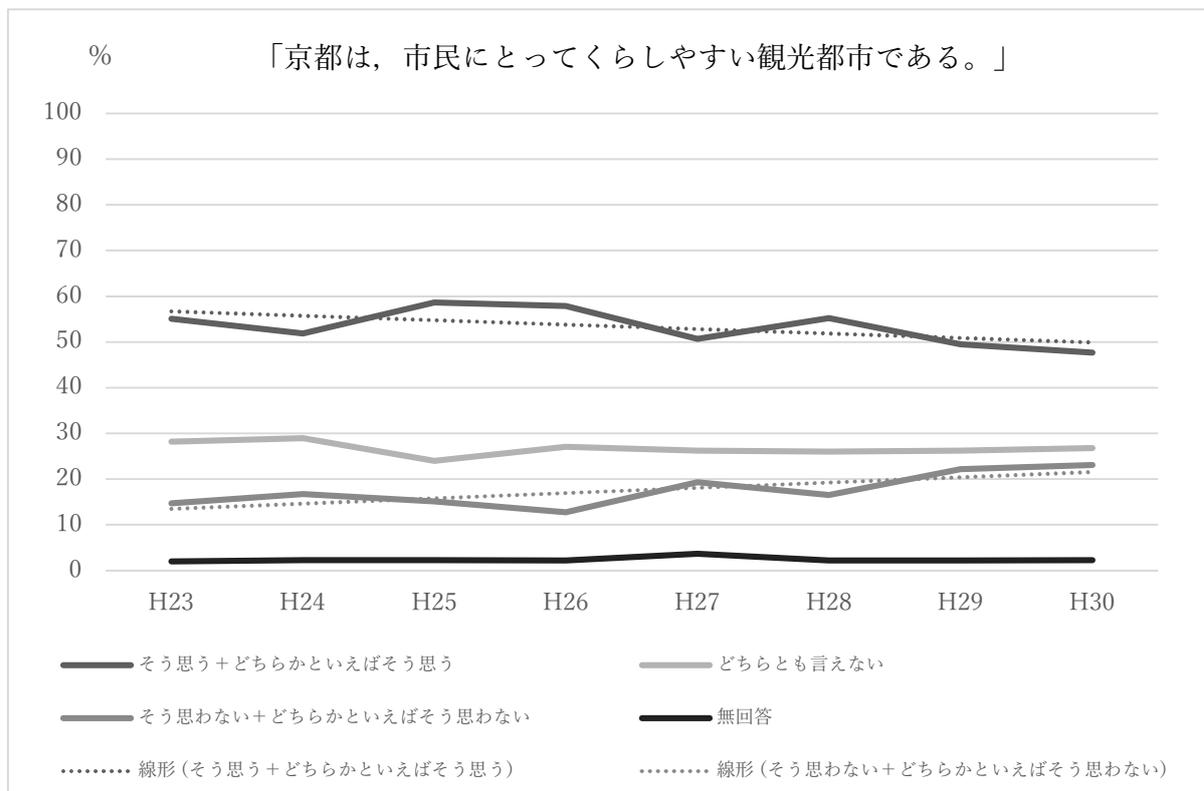
対して、受け入れ側の市民としては、1956年に制定された市民憲章の中でも旅行客を受け入れることについて記されるほど、観光地としての認識が他の地域にも比べても高いことがうかがえる。しかし、その市民に対しての調査は、市民生活実感調査の設問の中で市民生活の一つとして観光が、教育、防災などと同様に質問されるにとどまっている。観光分野での設問の一つ、「京都は、市民にとってくらしやすい観光都市である。」の回答結果は図8の通りであるが、これを見ると、徐々に同意する市民の割合が減少していることがわかる。

図7. 京都市市民憲章

わたくしたち京都市民は、美しいまちをきずきましょう。
わたくしたち京都市民は、清潔な環境をつくりましょう。
わたくしたち京都市民は、良い風習をそだてましょう。
わたくしたち京都市民は、文化財の愛護につとめましょう。
わたくしたち京都市民は、旅行者をあたたくむかえましょう。
(昭和31(1956)年5月3日制定)

(出典：京都市ホームページより引用)

図 8. 京都市民生活実感調査



(出典：京都市市民生活実感調査データより筆者作成)

ただし、この設問も観光客受け入れに対して賛成なのか反対なのか曖昧な表現となっている。京都市民が京都市における観光客受け入れについてどのように思っているのか、その意識を把握するため、本研究では主に京都市民を対象に観光に対する意識調査を実施した。

3-2. 京都市民の観光に対する意識調査

(1) 調査概要

バルセロナで行われているアンケート調査をもとに、京都市での観光に対する意識を問う調査を行った。告知方法は主に SNS を活用し、収集はグーグルフォームによるウェブアンケートを用いて実施した。目標とする京都市民回答数は 200 とし、12 月 2 日から 31 日までの約 1 ヶ月間収集した。各設問については付録資料 1 参照。

(2) 調査結果

表 4. 回答者数

	全回答者	うち京都市民
総数	302	176
男性	168	91
女性	134	85

その他の属性として、年代、居住地（京都市民は地区名）、出身地、職業を聞いた。

図 9. 回答者属性（年代）

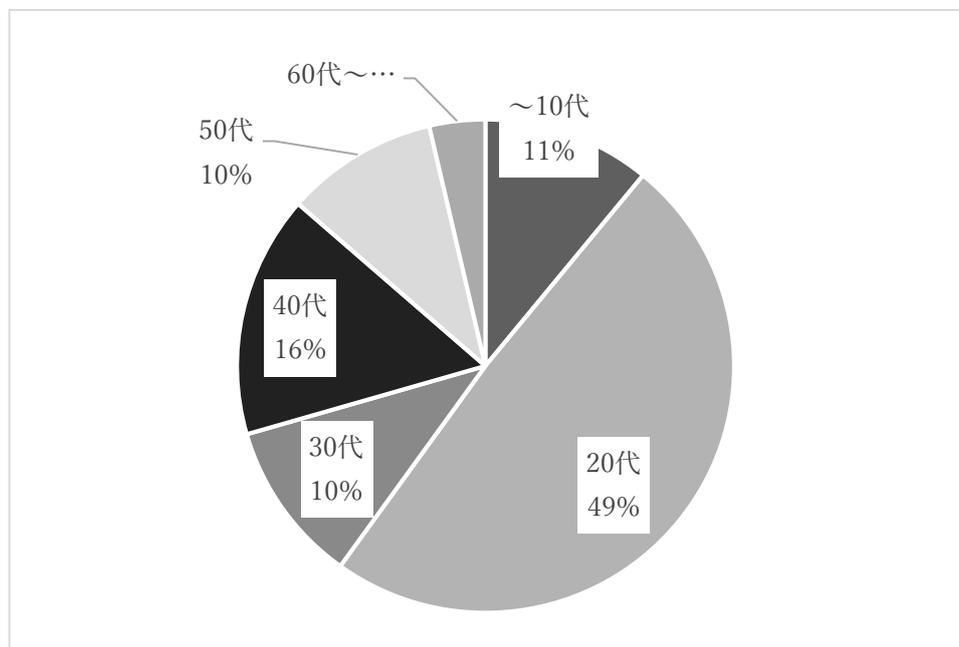


图 10. 回答者属性 (居住地)

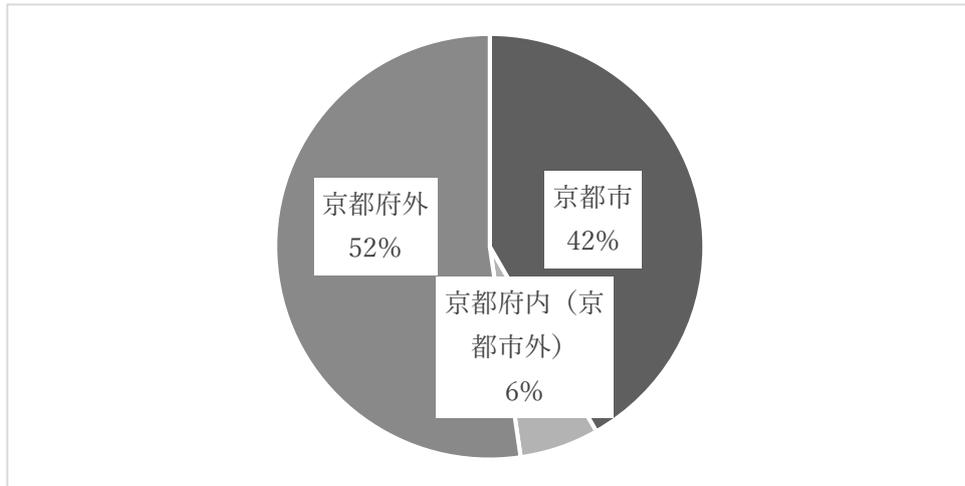


图 11. 回答者属性 (居住地-京都市民)

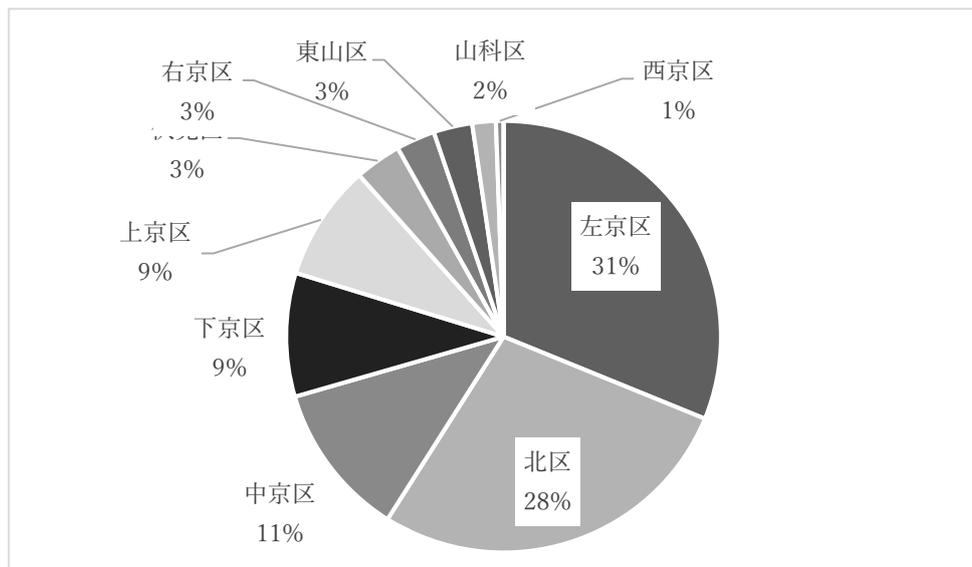


図 12. 回答者属性 (出身地)

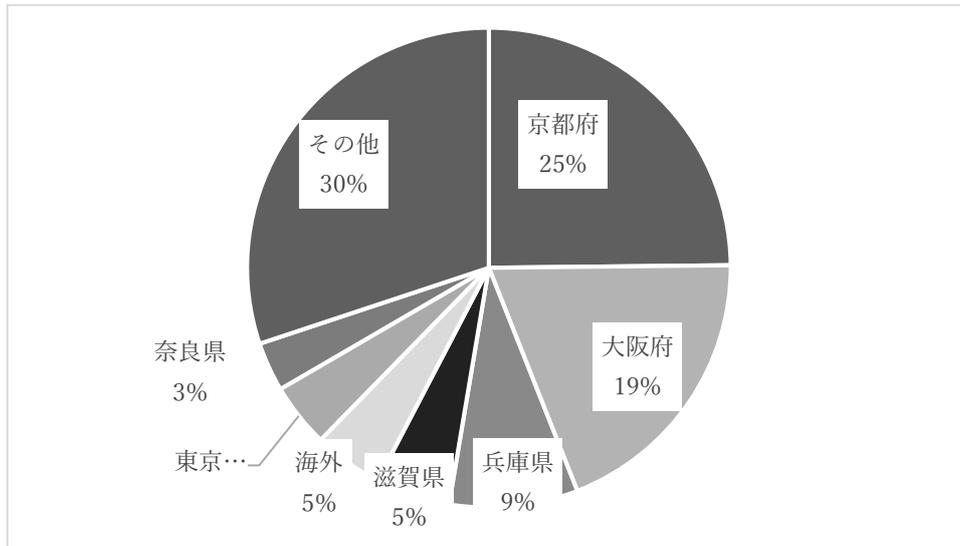
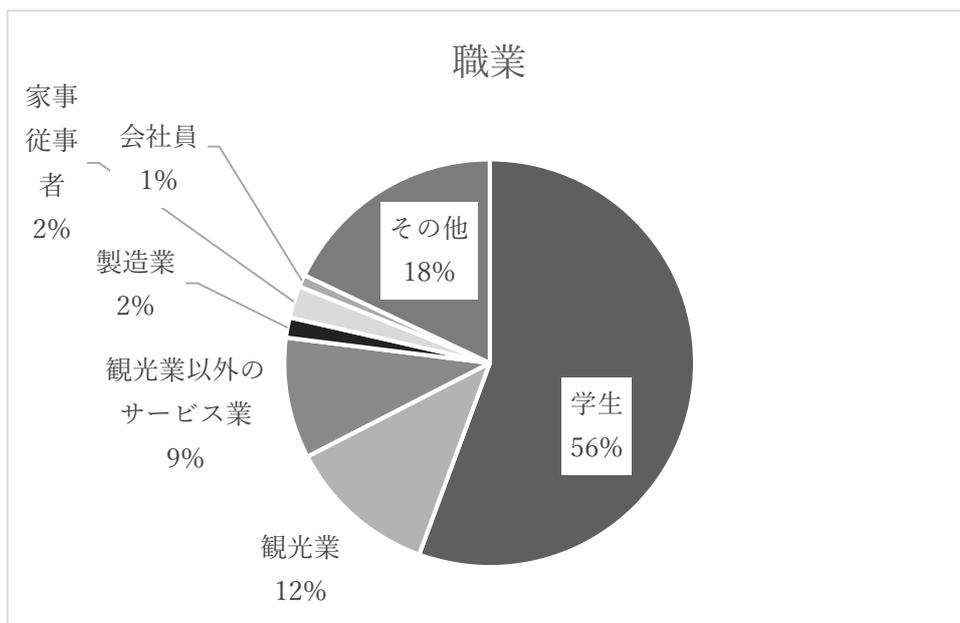


図 13. 回答者属性 (職業)



主な設問としては、バルセロナ市同様に観光客の受け入れについて「京都市はまだ観光客を受け入れることができる」、「京都市はもう観光客を受け入れることができない」の二択で質問した。「限界に達している」、「現状維持」、「積極的に増やすべき」の三択にする、どちらでもないを含めるなど、3～4つの選択肢を作ることも考えたが、今回の調査ではバルセロナ市の調査結果と比較するために、二択の設定とした。全回答者では「京都市はまだ観光客を受け入れることができる」が69%、「京都市はもう観光客を受け入れることができない」が31%となった。また、性別や年代など属性によって結果に違いが見られた。

図 14. 観光客の受け入れについて（全回答者）

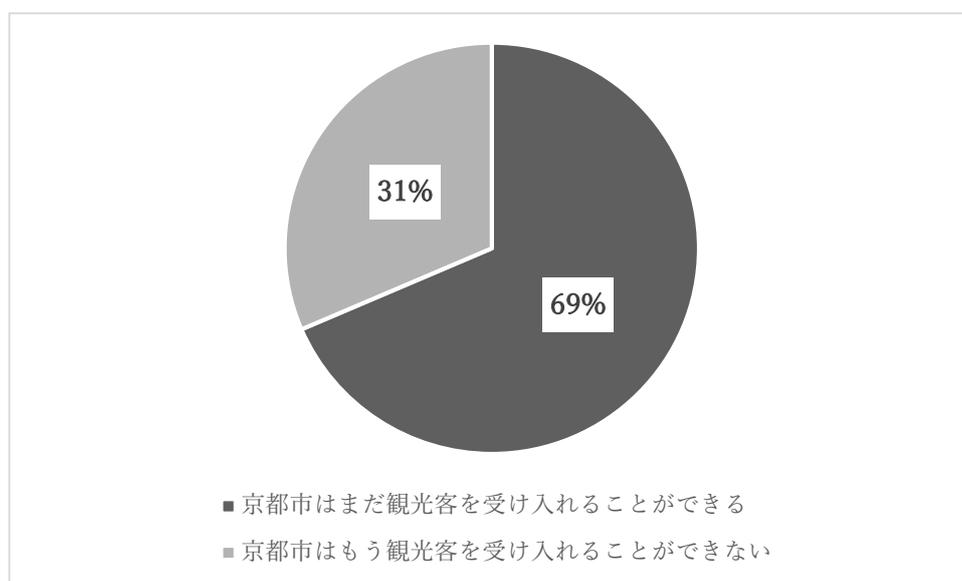
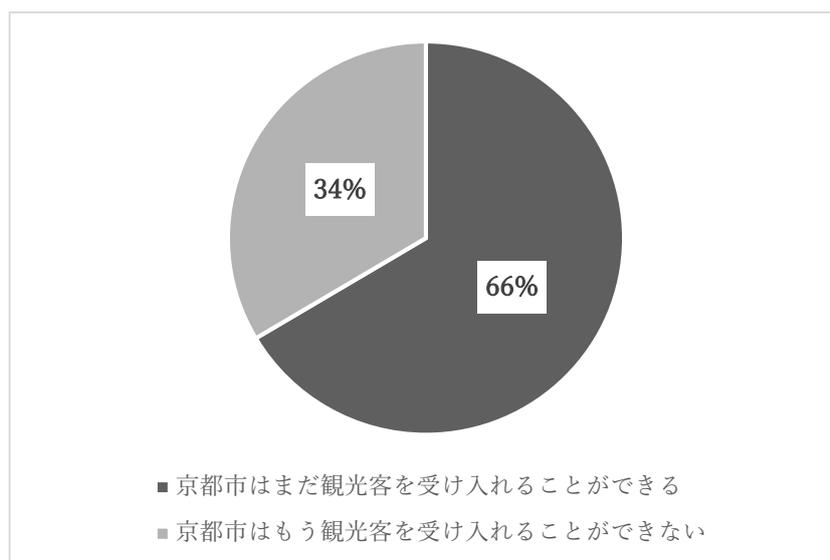


表 5. 属性別回答割合（全回答者）

属性	京都市はまだ観光客を受け入れることができる (A)	京都市はもう観光客を受け入れることができない (B)	計	割合 (A)	割合 (B)
観光業	31	6	37	83.8%	16.2%
30～40 代	63	17	80	78.8%	21.3%
学生以外	97	31	128	75.8%	24.2%
男性	125	43	168	74.4%	25.6%
海外出身者	10	4	14	71.4%	28.6%
50 代～	29	12	41	70.7%	29.3%
全データ	207	95	302	68.5%	31.5%
京都府出身者	51	24	75	68.0%	32.0%
観光業以外のサービス業	20	10	30	66.7%	33.3%
京都市民	117	59	176	66.5%	33.5%
大阪府出身者	38	20	58	65.5%	34.5%
～20 代	115	66	181	63.5%	36.5%
学生	110	64	174	63.2%	36.8%
女性	82	52	134	61.2%	38.8%
兵庫県出身者	15	11	26	57.7%	42.3%

図 15. 観光客の受け入れについて（京都市民）



京都市民は「京都市はまだ観光客を受け入れることができる」66.5%、「京都市はもう観光客を受け入れることができない」33.5%と、全回答者と比べる若干後者の割合が高いという結果になった。また、全回答者同様、女性や学生は「京都市はもう観光客を受け入れることができない」の割合が全体の平均よりも高くなった。

表 6. 属性別回答割合（京都市民）

属性	京都市はまだ観光客を受け入れることができる (A)	京都市はもう観光客を受け入れることができない (B)	計	割合 (A)	割合 (B)
西京区	1	0	1	100.0%	0.0%
観光業	23	5	28	82.1%	17.9%
東山区	4	1	5	80.0%	20.0%
30～40代	33	10	43	76.7%	23.3%
男性	69	22	91	75.8%	24.2%
海外出身者	9	3	12	75.0%	25.0%
下京区	12	4	16	75.0%	25.0%
上京区	11	4	15	73.3%	26.7%
学生以外	45	18	63	71.4%	28.6%
中京区	14	6	20	70.0%	30.0%
北区	33	15	48	68.8%	31.3%
京都府出身	36	17	53	67.9%	32.1%
伏見区	4	2	6	66.7%	33.3%
京都市民	117	59	176	66.5%	33.5%
学生	72	41	113	63.7%	36.3%
～20代	72	42	114	63.2%	36.8%
50代～	12	7	19	63.2%	36.8%
左京区	32	22	54	59.3%	40.7%
女性	48	37	85	56.5%	43.5%
観光業以外のサービス業	6	6	12	50.0%	50.0%
右京区	2	3	5	40.0%	60.0%

京都市に観光客が訪れることに関するイメージについても設問を設定した。主な結果としては、「京都市が世界から選ばれる観光地になっていることに誇りを感じる」でそう思う、どち

らかと言えそう思うと回答した人の割合が全回答者、京都市民ともに90%を超えた。一方、「観光業による経済効果を実感している」でそう思う、どちらかと言えそう思うと回答した割合は50%強にとどまった。また、「観光客が増加し、市バスや地下鉄など公共交通機関が混雑し、困っている」についてはそう思う、どちらかと言えそう思うと回答した割合が全回答者、京都市民ともに80%以上となった。

図16 京都市における観光イメージについて（全回答者）

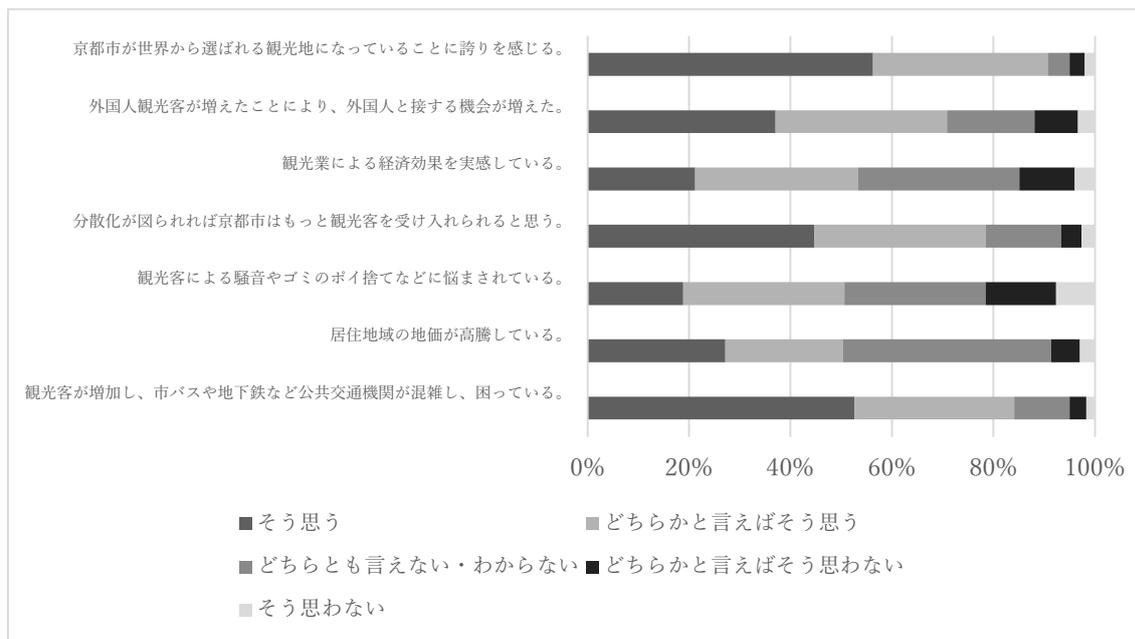
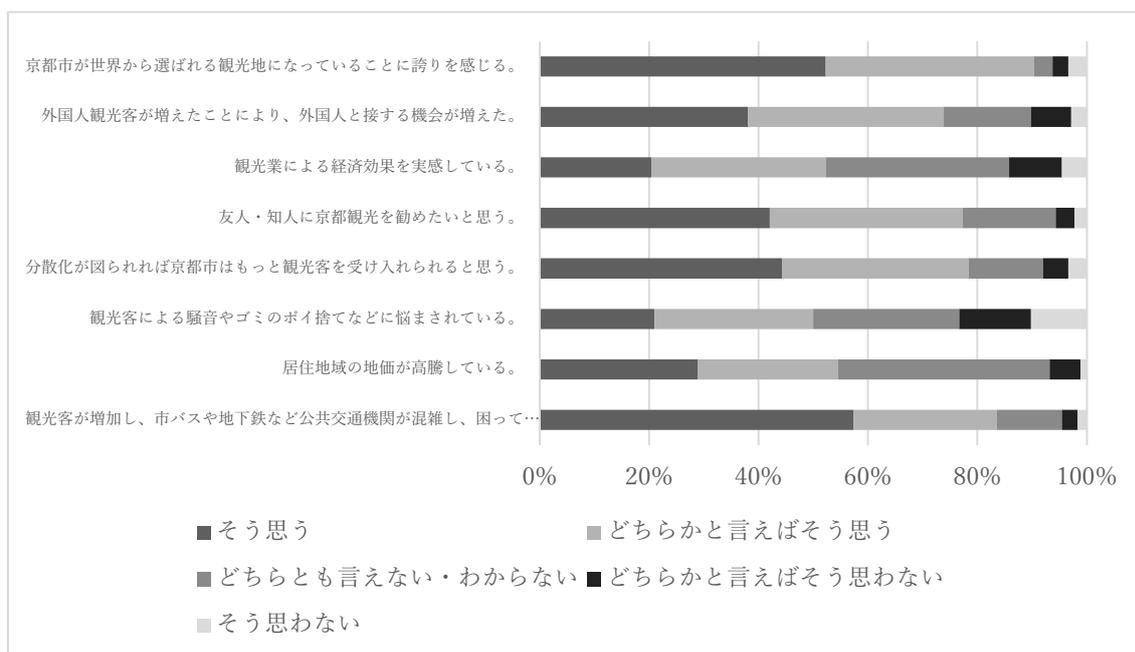


図17 京都における観光イメージについて（京都市民）



3-3. 考察

今回の調査はサンプル数が少なく、属性にも偏りがあるため、今後さらに検証する必要はあるが、本調査から得られた考察を以下の3つにまとめる。

(1) 前述した本研究の「オーバーツーリズム」の定義に照らし合わせると、京都市ではオーバーツーリズムの状態ではまだないと考えられる。しかし、バルセロナ市での推移を見ると、今後何も策が講じられなければ京都市においても数年以内に「もう観光客を受け入れることはできない」と回答する市民の割合が「まだ観光客を受け入れることができる」と回答する市民の割合を上回る可能性は高い。

(2) 学生や女性、～20代、50代～など、日中に市バスなど公共交通機関を利用し、観光客と接することの多い層が、「もう観光客を受け入れることができない」と回答する割合が相対的に高くなった。一方、男性、30～40代に代表される、会社員などは一度出勤してしまえば観光客との接点が少ないため、混雑などの問題を感じにくいと考えられる。

(3) イメージについての設問や、自由回答から、京都市民が直面している問題は主に公共交通機関の混雑とそれに伴って移動に時間がかかることであることが分かった。特に京都市は市街地が狭く、観光地と商業地が隣接していることでより混雑が発生しやすくなっていると考えられる。また、京都市内は電車の路線が少なく、市民、観光客双方の移動手段が市バスに偏っていることも重要な問題である。自由回答の中には、市バスの増便や地下鉄の延線、市電の再生などを提案する声も多く、市民にとって交通インフラの不足が大きな問題であることが明らかとなった。一方、バルセロナ市で大きな問題となっている地価の上昇といった問題は混雑に比べてはあまり実感されていないことも分かった。

4. オーバーツーリズムの対策

4-1. 海外観光地の事例分析

オーバーツーリズムが叫ばれている海外観光地においては近年、様々な対策がとられ始めている。2017年及び2018年、海外観光地で実施されているオーバーツーリズムの対策例は表の通りである。バルセロナ市では、観光用宿泊施設特別都市計画を制定し、4つのエリアにゾーニングを行ってエリア内でのホテル建設禁止を行っている。また、民泊許可発行の禁止を行い、それに伴ってAirbnb、トリップアドバイザーが民泊許可を得ていない宿泊施設を掲載したとして30万ユーロの罰金を課した。その他にも、入島禁止や、様々な観光関連税金の徴収、新たな観光客向け商店の開業禁止、カタルーニャ州の中でも特にバルセロナ市の税率を高くする超過観光税の導入など様々な対策に乗り出しており、他の観光地からもその効果が注視されている。バルセロナ市での取り組みを含め、各地観光地で行われている様々な対策を対観光業者と対観光客に分類したものが図18である。

図 18 オーバーツーリズム対策例

対観光業者	対観光客
ホテル建設禁止	人数制限
民泊許可の停止	完全予約制
観光客向け商店の新規出店禁止	宿泊税
クルーズ船の入港禁止	観光税
	マナー違反に対する罰金
	分離（住民優先入場）

(出典：筆者作成)

また、これらオーバーツーリズムの対策は、その観光地を訪れる観光客数を抑制、つまり需要を抑制しようとしている点において、デ・マーケティングの一種であると言える。次節では観光地のデ・マーケティングについて検討を行う。

4-2. コトラーのデ・マーケティング

デ・マーケティングとは、マーケティングを提唱したフィリップ・コトラーが同じく提起した理論で、「顧客全般の、または一定クラスの顧客の需要を一時的にまたは半永久的に抑制するマーケティング活動」と訳されている。マーケティングが需要を喚起する手法なのに対し、デ・マーケティングは需要を抑制する手法と捉えることができる。コトラーはデ・マーケティングの分類についても述べており、一般的・選択的・表面的と、マーケティングが結果的にデ・マーケティングにつながった無意識的の、4タイプあるとしている。一般的デ・マーケティングはさらに以下の3つのシチュエーションに分類されている。一時的な品不足の対応、人気商品の人気抑制、商品を生産中止にするための対応である。また、選択的デ・マーケティングとは総需要を維持しつつも、ある市場セグメントの需要だけを抑制してブランド価値などを下げないようにするための手法である。意図的デ・マーケティングでは、需要を抑制すると見せかけて実は全く逆の効果が期待されている。そして無意識的デ・マーケティングは需要を増やそうと努力したにもかかわらず、実際には顧客を逃す結果となってしまったものである。

この分類を踏まえると、現在海外観光地で行われているオーバーツーリズム対策は人気商品（観光地）の人気抑制という意味においてほぼ全て、一般的デ・マーケティングに当てはまると考えることができる。一方、本来理想とするべきは、供給を減らすなど一時的に需要を抑制することで、ブランド価値を下げずに後の需要の創出につなげる意図的デ・マーケティングなのではないかと考えられる。つまり、観光地としてオーバーツーリズムが発生してから行政が後手にまわって慌てて受動的に行わざるをえなくなっている一般的デ・マーケティングではなく、観光地経営として、オーバーツーリズムが発生する前から能動的にそして長期的な戦

略の一つとして行うべきなのが意図的デ・マーケティングであると考えられる。観光客数を抑制する具体的な手法が重要なのではなく、その目的やタイミングが重要なのである。また、こうした意図的デ・マーケティングを行う上で注意したい点は、行政主導ではなく、民間企業や地域住民、そしてDMO⁸など観光地全体として行われる必要があるということだ。特に観光は様々な利害関係者が存在することから、その利害調整の役割を担うDMOが強いリーダーシップを発揮して長期的な観光地経営を目指すことが期待される。

表7 オーバーツーリズム対策と観光地のデ・マーケティング

	現状（オーバーツーリズムの対策）	理想（観光地のデ・マーケティング）
主体	行政が後手になって対策	観光業者・DMO など
主眼	短期的視点（現在の利益）	長期的視点（未来の利益）
目的	不満の解消（衛生要因）	魅力の創出（満足度要因）
手段	税金・罰金など	価格プレミアムなど

（出典：筆者作成）

観光地の意図的デ・マーケティングの取り組みを始めている地域の例を挙げたい。ベルギーのフランドル地方である。ここでは、DMOの役割を持つフランドル地方観光局（VISIT FLANDERS）が中心となって、2016年から2020年の五カ年計画として持続的な観光に関する施策を制定した。まず、バルセロナ市同様に、毎年地域住民と観光客との両方に向けてアンケート調査を行い、実態把握に努めている。その調査結果をもとに、観光による地域住民への影響と地域住民の観光に対する意識を関連づけ、サポートを得るためのモデル構築を行っている。また、ブランド価値を理解するカルチャートラベラーや、文化や歴史を生かしたMICEの誘致によって観光客数をコントロールしつつ、観光地としての魅力を上げるよう試みがなされている。もちろん、フランドル地方での取り組みも始まったばかりであり、今後その経過を追う必要があるが、観光経営の中で観光地のデ・マーケティングに積極的に取り組んでいる地域の一つと言えるだろう。

⁸ Destination Management/Marketing Organization の略。日本版DMOは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人として観光庁が指定したものを指す。

5. おわりに

本稿第1章では、国内の観光産業の現状を把握し、本研究の研究目的とその方法をまとめた。研究目的は、①測定可能なオーバーツーリズムの定義を求める、②日本を代表する観光地、京都がオーバーツーリズムの状態にあるのかどうか調査を行う、③現在海外観光地などで行われているオーバーツーリズムの対策について分析し、今後の京都の観光地経営の方向性を考察する、という三点を設定した。

第2章では、オーバーツーリズムを様々な側面から捉え、共通して重要である「地域住民の意識」という視点から、オーバーツーリズムは「地域住民の半数以上が観光地として観光客を受け入れることができないと考えている状態」という定義付けを行った。観光地においてオーバーツーリズムが発生する要素として観光客数、地理的条件、観光行政やDMOの役割など様々あるが、それらを含め観光地のオーバーツーリズム全体を投影した測定可能な方法としてこの定義は機能すると考える。また、単純な観光客数に関わる数値ではなく、地域住民の意識に着目したことは意義深いと思われる。ただし、自然を主な観光資源とした地域や住民の居住地と観光地とが距離的に離れている地域などはこの定義でオーバーツーリズムを図ることは難しいだろう。居住地と観光地とが隣接もしくは内包された、特に都市観光地に限る定義であると考えている。

また、第3章では、この定義をもとに京都市での住民意識調査を実施し、興味深い示唆を複数得た。近年メディアでは京都市のオーバーツーリズムの問題がとりあげられることが多くなっているが、今回の調査では京都市民の半数以上が「まだ観光客を受け入れることができる」と回答していた。また、「もう観光客を受け入れることができない」と回答した割合が高い属性として、女性、～20代、50代～、学生などが挙がっており、日中に公共交通機関などを利用し、観光客との接点が多い層ほど混雑などの問題を実感していると考えられる。自由回答からも市バスや地下鉄といった公共交通機関の混雑、またそれに伴って移動に以前よりも時間がかかることが問題となっていることが分かり、逆説的にはこうした移動手段の問題を解決すれば、京都市における観光の問題は大幅に改善される可能性が高いという示唆を得られた。また、「京都市はもう観光客を受け入れることができない」と回答した京都市民のうち、70%以上が「分散化が図られれば、京都市はもっと観光客を受け入れることができる」として、現在観光地が局所的に集中していることで大混雑が発生していることを、大きな問題として捉えている市民の意識が明らかとなった。

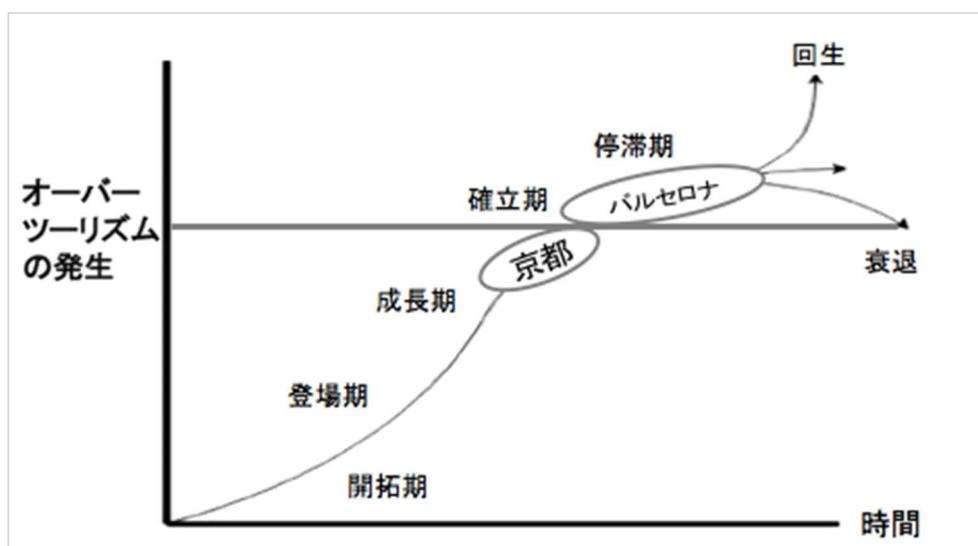
本調査の課題としては、サンプル数が少なく、その属性が20代学生に偏っていることが挙げられる。今回考察したことは、サンプル数を増やした調査での検証が必要である。また、今回の調査ではバルセロナ市の事例と比較するため、二択の設問で京都市の観光客受け入れについての意識を聞いた。この点については、曖昧な表現であるため、解釈が回答者によって捉え方に違いが出た可能性や、個人として回答するのか所属している組織を考慮して回答するのかブレが生じた可能性もあるが、それらの解釈の幅、ゆらぎも含めて市民の意識を汲み取る

ことができたと考えている。また、今後の調査では、京都市での在住歴や人気観光施設が存在する地域と存在しない地域との違いなども含めてより細かい分析を行うことも必要であると考える。

そして、第4章では、オーバーツーリズムが発生しているとされる観光地における様々な取り組みを整理した上で、デ・マーケティングの視点から考察を行った。現在行われている対策は短期的に問題を解決するために行われる人気抑制であることから一般的デ・マーケティングであり、本来理想の観光地のデ・マーケティングは意図的デ・マーケティングであると考えられる。意図的デ・マーケティングの視点を踏まえると、バルセロナ市やベルギーのフランドル地方などのように観光客の受け入れについて問う市民への意識調査は、オーバーツーリズムなどの問題を予見するという意味でも重要であると言える。また、観光地のデ・マーケティングの実践は近年各地で始まったばかりであり、今後経過をフォローするとともにその効果と地域への影響について検証していくことが求められる。

観光地の盛衰の流れを示す理論として、バトラーが1980年に提唱した観光地のライフサイクル理論がある。観光地としての成長曲線を商品の成長曲線と同様に表し、開拓期、登場期、成長期、確立期、停滞期、維持または衰退、回生として説明されたものである。この理論をもとに本研究で得られた考察を図示化したものが図19である。観光地のライフサイクル理論の図に、本研究で定義したオーバーツーリズムの定義、「地域住民の半数以上が観光地として観光客を受け入れることができないと考えている状態」のラインを足し、バルセロナ市及び京都市をプロットしている。バルセロナ市のようにオーバーツーリズムが発生してから対策し、観光客数を抑制するのではなく、京都市のようにオーバーツーリズムが発生していない状態から、観光地のデ・マーケティングを意識することが重要である。

図19 観光地の盛衰過程とオーバーツーリズム発生イメージ



(出典：バトラーの観光地のライフサイクル理論をもとに筆者作成)

また、本研究で得られた示唆として、デ・マーケティングを含めた長期的な観光地経営は日本型老舗経営に近いものがある、ということが挙げられる。観光地においても老舗においても、その歴史や文化を含めたストーリーとしての製品やサービスに付加価値を見出しており、そのストーリーを理解する顧客の存在が重要である。このように考えると、老舗企業が多く存在し、昔からのつながりを重視する京都にとって、観光地のデ・マーケティングを含めた持続的観光経営は得意分野のはずである。昨今の観光を一時的なブームに終わらせるのではなく、地域住民が「今後も観光に力を入れるべきだ」と断言できるような観光地経営の方向性を探る必要がある。

さらに、UNWTO の統計によれば、2017 年の世界全体での海外旅行者人口は 13 億人、2030 年には 18 億人と予測されている。世界的に見れば「観光」が一時的なブームに終わらないことは明らかである。観光ブームの間に局所的な観光地でいかに短期的な利益を上げるかという視点ではなく、より長期的な視点で、京都全体、ひいては日本全体を観光地としてどのようにマネジメントしていくか研究することがさらに重要になると考える。

5-1. 京都への提案

本研究における結論は前述した通りであるが、調査をする中で副産物的に得られた考察を記す。それは、市バスや地下鉄などの公共交通機関の整備を行い、混雑を解消することで京都市はまだ観光客を受け入れられる可能性が高いということである。オーバーツーリズムを住民の意識に注目した本研究での定義が前提ではあるが、現時点で京都市はオーバーツーリズムの状態ではなく、現在の観光の問題は主として市バスや地下鉄などの公共交通機関の混雑にあることが明らかとなった。言い換えれば、この問題を解決することで、京都市でのオーバーツーリズムの発生を防ぐ、もしくは遅らせることができると考えられる。京都市は 2018 年 10 月より宿泊税を導入しており、その用途として京都市は①混雑対策、②民泊対策、③宿泊事業者支援④受け入れ環境整備、⑤京都ならではの文化振興、美しい景観の保全の 5 つを挙げているが、その中でも①の混雑、特に市バスや地下鉄などの混雑を緩和するために必要となる、市バスの増便、地下鉄の延線、市電の再生といった施策に宿泊税を活用することが重要だろう。

謝辞

本研究にあたり、バルセロナ市の情報収集にご協力くださった北海道大学石黒侑介先生、京都市観光について情報を提供してくださった堀江卓矢さん、そして一年間ご指導をいただいたワークショップ担当教員の前川佳一先生にこの場を借りて深く感謝申し上げます。

付録

付録1 京都観光総合調査 自由回答テキスト分析結果

・外国人 2016年

	総合満足度 1-5 66			総合満足度 6 525			総合満足度 7 555		
	抽出語	出現回数	出現率	抽出語	出現回数	出現率	抽出語	出現回数	出現率
1	伝統	6	9.09	美しい	64	12.19	美しい	78	14.05
2	文化	6	9.09	文化	39	7.43	文化	49	8.83
3	清潔	5	7.58	良い	33	6.29	清潔	45	8.11
4	美しい	5	7.58	お寺	29	5.52	寺	40	7.21
5	日本	4	6.06	景色	28	5.33	きれい	34	6.13
6	建物	3	4.55	清潔	28	5.33	人	30	5.41
7	自然	3	4.55	寺	27	5.14	親切	29	5.23
8	清水寺	3	4.55	伝統	26	4.95	景色	27	4.86
9	お寺	2	3.03	歴史	26	4.95	伝統	24	4.32
10	きれい	2	3.03	神社	25	4.76	良い	21	3.78
11	街	2	3.03	綺麗	21	4.00	歴史	19	3.42
12	金閣寺	2	3.03	清水寺	20	3.81	お寺	17	3.06
13	景色	2	3.03	建物	19	3.62	サービス	16	2.88
14	建築	2	3.03	きれい	18	3.43	全て	15	2.70
15	交通	2	3.03	親切	17	3.24	建築	14	2.52

(出典：筆者作成)

・外国人 2017 年

	総合満足度 1-5			総合満足度 6			総合満足度 7		
	抽出語	出現回数	出現率	抽出語	出現回数	出現率	抽出語	出現回数	出現率
1	綺麗	10	14.08	美しい	52	11.38	美しい	82	19.25
2	自然	8	11.27	清潔	38	8.32	文化	36	8.45
3	良い	8	11.27	文化	36	7.88	清潔	31	7.28
4	景色	6	8.45	景色	35	7.66	仏閣	27	6.34
5	伝統	6	8.45	綺麗	32	7.00	綺麗	25	5.87
6	街並み	5	7.04	伝統	30	6.56	景色	23	5.40
7	美しい	5	7.04	自然	24	5.25	親切	22	5.16
8	文化	4	5.63	仏閣	21	4.60	サービス	20	4.69
9	京都	3	4.23	日本	18	3.94	人々	20	4.69
10	寺	3	4.23	親切	17	3.72	全て	19	4.46
11	風景	3	4.23	歴史	17	3.72	自然	18	4.23
12	サービス	2	2.82	風景	16	3.50	神社	18	4.23
13	祇園	2	2.82	伏見稲荷	16	3.50	伝統	17	3.99
14	景観	2	2.82	良い	16	3.50	良い	13	3.05

(出典：筆者作成)

付録2 「京都観光についてのアンケート」

このアンケートは、京都大学経営管理大学院前川佳一研究室が、京都を訪れる観光客が増加している状況について、地域の方々がどのように感じているのか、検討するために実施するものです。

得られた情報は研究目的にのみ使用され、個人は特定されません。

率直なご意見をお伺いできればと思っております。

どうぞご協力お願いいたします。

ご不明な点などありましたら、下記にご連絡ください。

<アンケートの調査実施主体>

address: 京都市左京区吉田本町 経営管理大学院 前川研究室

mail: maegawa.yoshikazu.5m@kyoto-u.ac.jp

TEL: 075-753-3545 FAX: 075-753-3492

研究実施者：京都大学経営管理大学院 修士2年 奈良美和子

<当てはまる項目のチェックボックスに✓マークをつけて回答してください。>

性別 男性 女性

年代 ～10代 20代 30代 40代 50代 60代～

Q1 現在の居住地をお答えください。

京都市内 (Q2～)

京都市外 (Q3～)

Q2 Q1で京都市内とお答えの方は、区名をお答えください。

右京区 上京区 北区 左京区 下京区 中京区 西京区
東山区 伏見区 南区 山科区

Q3 Q1で京都市外とお答えの方は、市町村名をお書きください。

_____市/町/村

Q4 出身地をお答えください。

北海道 青森県 岩手県 宮城県 秋田県 山形県 福島県
茨城県 栃木県 群馬県 埼玉県 千葉県 東京都 神奈川県
新潟県 富山県 石川県 福井県 山梨県 長野県 岐阜県
静岡県 愛知県 三重県 滋賀県 京都府 大阪府 兵庫県
奈良県 和歌山県 鳥取県 島根県 岡山県 広島県 山口県
徳島県 香川県 愛媛県 高知県 福岡県 佐賀県 長崎県
熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 沖縄県 海外

Q5 あなたのご職業をお答えください。

観光業(旅行会社、旅館・ホテル、飲食店、観光施設など) 観光業以外のサービス業
農林水産業 製造業 学生 家事従事者

その他： _____

Q6 京都市に観光客が訪れることについてどのように思いますか。

京都市はまだ観光客を受け入れることができる。

京都市はもう観光客を受け入れることができない。

Q7 観光客が京都市を訪れることに関して、あなたの実感やイメージに基づき、以下の5つの選択肢の中から一つお選びください。

・京都市が世界から選ばれる観光地になっていることに誇りを感じる。

そう思う どちらかと言えばそう思う どちらとも言えない

どちらかと言えばそう思わない そう思わない

・観光客が増加し、市バスや地下鉄など公共交通機関が混雑し、困っている。

そう思う どちらかと言えばそう思う どちらとも言えない

どちらかと言えばそう思わない そう思わない

・外国人観光客が増えたことにより、外国人と接する機会が増えた。

そう思う どちらかと言えばそう思う どちらとも言えない

どちらかと言えばそう思わない そう思わない

・居住地域の地価が高騰している。

そう思う どちらかと言えばそう思う どちらとも言えない

どちらかと言えばそう思わない そう思わない

・観光業による経済効果を実感している。

そう思う どちらかと言えばそう思う どちらとも言えない

どちらかと言えばそう思わない そう思わない

・観光客による騒音やゴミのポイ捨てなどに悩まされている。

そう思う どちらかと言えばそう思う どちらとも言えない

どちらかと言えばそう思わない そう思わない

・分散化が図られれば京都市はもっと観光客を受け入れられると思う。

- そう思う どちらかと言えばそう思う どちらとも言えない
 どちらかと言えばそう思わない そう思わない

・友人・知人に京都観光を勧めたいと思う。

- そう思う どちらかと言えばそう思う どちらとも言えない
 どちらかと言えばそう思わない そう思わない

Q8 京都市に観光客が訪れることに関してご意見・ご提案がありましたらご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。

参考文献

- Ajuntament of Barcelona, 'Perfil i habits dels turistes a la ciutat de Barcelona 2017'
- Ajuntament of Barcelona, 'Percepcio del Turisme a Barcelona', 2017
- Ali, R., 'Exploring the Coming Perils of Overtourism', *Skift*, 2016/8/23
- Greg Dickinson, 'Dear dictionaries, this is why 'overtourism' should be your 2018 word of the year', *The Telegraph*, 2018/4/20
- Greg Dickinson, 'A timeline of Overtourism: key moments in the global battle between locals and travelers', *The Telegraph*, 2018/5/17
- Hugh Morris, 'Where's the next Venice? New report highlights the cities under threat from tourist overcrowding', *The Telegraph*, 2017/12/13
- James Kennell, 'Carrying capacity, tourism', *Encyclopedia of Tourism* (133-135), 2014
- Philip Kotler & Sidney J. Levy, 'Demarketing, yes, demarketing', *Harvard Business Review: November-December*, 1971
- R.W.Butler, 'The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources', *Canadian Geographer*, XXIV,1, p5-12, 1980
- UNWTO, 'Saturation of Tourist Destinations: Report of the Secretary General', *World Tourism Organization*, Madrid, 1981
- UNWTO, 'Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions Executive Summary', 2018
- Travel and Tour World, 'WTM London 2017 to tackle overtourism', 2017/3/28
- WTTC, 'Coping with Success Managing Overcrowding in Tourism Destinations', 2017
- WTTC, 'Destination Stewardship: Taking a closer look at Boracay and Visit Flanders', webinars, 2018/9
- WTTC, 「旅行・観光産業 世界における経済的影響と課題 2018」, 2018
- 泉千晶, 「住民志向の観光都市京都へ向けた提言～経済効果と住民心理の分析から～」, 2018
- 折笠和文, 「デ・マーケティング戦略の再考－負のマーケティング論研究序説（2）－」, 名古屋学芸大学 教養・学際変・研究紀要, 第2号, 2006.2
- 京都市, 京都観光総合調査, 2016
- 京都市, 京都観光総合調査, 2017
- 京都市産業観光局 「観光 MICE 推進室, 京都観光の現状と取組」, 2018/3/11
- 京都市ホームページ, <http://www.city.kyoto.lg.jp/>
- 京都新聞, 「京都に観光公害の懸念 違法民泊で深夜侵入、売春客引き…」, 2018/6/8
- 京都新聞, 「京都『宿泊施設バブル』地上げ横行 観光公害、家賃倍増も」, 2018/6/8

京都新聞, 「京都観光の日本人 46% 『残念』 宿泊客数過去最多、日帰り客」, 2018/7/4
京都新聞, 「社説：京都市の宿泊税 観光公害対策に活用を」, 2018/10/1
京都新聞, 「『観光公害』 市民と摩擦 京都・やむを得ず外国人制限の店も」, 2018/10/28
京都新聞, 「『観光公害』と言わないで 自民観光調査会、声明検討」, 2018/11/29
高坂晶子, 「求められる観光公害（オーバーツーリズム）への対応 ―持続可能な観光立国に向けて―」 JRI レビュー, 2018
国土交通省観光庁ホームページ, <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>
国土交通省国土交通政策研究所, 「持続可能な観光政策のあり方に関する調査研究（概要）」, 2018.4
ジャパンワールドリンク ホームページ japanworldlink.jp/inbound-words/overtourism/
白石和幸, 「バルセロナが観光客削減に踏み切る事情」, 東洋経済, 2017/3/25
デービッド・アトキンソン, 「欧州怒りの反観光デモは京都でも起きるか」, 東洋経済, 2017/8/18

(ウェブサイト最終閲覧日：2019/1/31)