

KAFM-WJ 32

タイトル

## 観光経営と行政の役割に関する考察

著者  
松本 航・前川 佳一

発行年月日  
2024年2月19日

監修  
若林直樹

松本 航・前川 佳一

2024年2月19日

# 観光経営と行政の役割に関する考察

## － 渋谷ハロウィンへの試考 －

松本 航\*

前川 佳一\*\*

\*京都大学大学院経営管理教育部 観光経営科学コース

\*\*京都大学大学院経営管理研究部 特定教授

本稿前半では、現代社会における観光経営と行政の役割に焦点を当てることで、行政が観光経営において果たす複合的役割を理論的視点から分析する。後半では渋谷ハロウィンを例にとり、前半で得た視点をオーバーツーリズムに関する具体的課題に対し適用することで、持続可能な観光経営の礎とすることができないかを試考する。

## 目次

第1章 はじめに.....	1
第2章 日本の観光を取り巻く状況.....	2
第1節 観光とは.....	2
第2節 日本の観光状況.....	2
第3章 行政の役割と観光経営.....	3
第1節 行政による観光推進政策.....	3
第2節 行政による観光経営の課題.....	3
第3節 地方創生と観光振興.....	4
第4章 事例分析「渋谷ハロウィン」.....	5
第1節 「渋谷ハロウィン」とは.....	5
第2節 「渋谷ハロウィン」の利点.....	5
第3節 「渋谷ハロウィン」の欠点.....	6
第4節 「渋谷ハロウィン」の対策状況.....	6
第5章 「渋谷ハロウィン」の改善提案.....	7
第6章 おわりに.....	8
参考資料.....	8

### 第1章 はじめに

「観光立国」という言葉が提唱されてから、約15年の月日が経ち、日本では官民間わず観光振興が大きなテーマとなっており、主要産業としても行政分野においても経済的側面、地域振興の側面から観光振興が各地域や都市に定着しつつあると言える。「観光」という言葉自体は、近代以前<sup>1</sup>から使用が確認されるが、現代社会における観光とはその質的な意味でも量的な意味でも大きく異なると言える。ポストモダニズムと呼ばれる現代社会では、従来の社会の在り方、産業構造、人々の生活の在り方や価値観の変化が促されてきた。そのため、現代社会における観光とは、より大衆的で、グローバル的であるとともに、インターネット技術の発達等による新たなサービスやマーケティングの展開、電子商取引などが急速に観光に取り入れられ、マストツーリズムとして発展してきたと言える。

世界的な新型コロナウイルスの影響によって、日本を始め多くの国では、観光需要が落ち込みを見せたが、再度、規制が緩和される中、急速に観光需要の回復の兆しが見られている。今後も、社会、経済的な影響によって観光需要は一時的な需要の低下などが発生することも考えられるが、長期的には観光需要の拡大は続くものと考えられることができる。

一方で、観光需要の拡大とともに、観光客を受け入れている地域では、マストツーリズムによる

---

<sup>1</sup> 1855年（安政2）にオランダより徳川幕府に寄贈された木造蒸気船を幕府が軍艦として「観光丸」と名づけたのが最初

様々な観光による恩恵を受けている反面、観光業界に携わる人材不足やオーバーツーリズム（観光公害）<sup>2</sup>と呼ばれる負の側面を抱える観光地も出てきている。そのため、オーバーツーリズムの問題については、当該地域の行政機関や観光業界、地域住民等が共通の認識を持ったうえで、総合的かつ有機的に諸政策が展開されることが求められてきている。

本稿ではまず、現代社会における地域の観光経営について、行政の視点から、その現状と要因について概括する。そのうち、オーバーツーリズムの具体的な事例として「渋谷ハロウィン」と呼ばれる非公式の街頭パーティを取り上げることで、現代社会における地域の観光経営を考察する。本ケースは、訪日外国人観光客を含め多くの人が集まるイベントである一方、騒音やゴミ問題など観光公害が著しく、観光経営における行政の役割を考えるうえでも非常に重要なケースであると考えられるため、その主な問題点について指摘し、改善を図る提案を行う。そして、観光経営における行政の役割を確認する。

そのため、第2章では、近年の日本を取り巻く観光の状況を説明し、続く第3章では、地方（自治体）の観光行政の役割とその課題、また自治体が観光に取り組む要因について考察を行う。そして、第4章では、「渋谷ハロウィン」をケースとして取り上げ、観光経営の観点から考察を深める。第5章では、第4章で取り上げた課題を踏まえ、課題解決に向けた提案を観光経営の視点から行うこととし、第6章では、「渋谷ハロウィン」の事例から見られる行政の観光経営の問題を指摘する。

## 第2章 日本の観光を取り巻く状況

### 第1節 観光とは

まず、観光とは日本の所管官庁である観光庁によると「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」<sup>3</sup>と定義されている。また、国連の専門機関であり、観光に関する統計調査等を扱っている UNWTO によれば、観光客とは「個人が普段生活している環境、訪問地における雇用を除く、一年未満のビジネス、レジャー及びその他のあらゆる目的で訪問地を一泊以上 滞在した者を観光客（tourist）又は一泊以上の訪問客（overnight visitor）」<sup>4</sup>と定義している。これらから、観光とは、「①日常生活と異なる場所への移動と滞在、②連続して一年を超えないこと、③レジャー、ビジネスその他目的を含むこと、④ただし、その地で収入を得る活動に関するものは除く」の要件を満たすことであると言える。

### 第2節 日本の観光状況

日本では、2003年のビジット・ジャパン・キャンペーン<sup>5</sup>開始以降、訪日外国人旅行者数が右

---

<sup>2</sup> JTB 総合研究所の定義によると「特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、地域住民の生活や自然環境、景観等に対して受忍限度を超える負の影響をもたらしたり、観光客の満足度を著しく低下させるような状況」

<sup>3</sup> 観光庁 HP「今後の観光政策の基本的な方向について（答申第39号）」

<sup>4</sup> 国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所 HP「Tourist の定義」

<sup>5</sup> 国の「外国人旅行者訪日促進戦略」の一環として2003年から取り組まれているもので、関係

肩上がりに上昇し、新型コロナウイルスがパンデミック化する前年の 2019 年には、約 3,200 万人の訪日者数となり、対 2003 年比で約 6 倍となっている。また、訪日外国人旅行消費額は 4 兆 8,113 億円と、半導体等電子部品の輸出を超える金額を計上しており、日本の主要産業の一翼を担う地位に上がったと言える<sup>6</sup>。今後も観光、特に訪日外国人旅行者数の増加は日本が掲げる目標であることから、量的な訪日外国人旅行者の誘客に向けて、官民が一体となって積極的に取り組んでいくことが予想される。一方で、現時点においても訪日外国人旅行者の増加により、地元の人が地域のコミュニティバスに乗ることができない、騒音やごみ問題といったオーバーツーリズムを招く要因ともなっている<sup>7</sup>。このように、経済的な側面では、一定の成果を上げている観光であるが、新たに生じている課題も多いと言える。

### 第 3 章 行政の役割と観光経営

#### 第 1 節 行政による観光推進政策

前章で取り上げたように、日本の観光振興は 2000 年代以降に急速に拡大してきている。観光業界による訪日外国人旅行者の誘致だけでなく、ビジット・ジャパン・キャンペーンに始まる行政が果たした役割も大きい。本章では行政による観光経営について考察する。

まず、観光振興における行政の役割は多岐に渡っている。観光資源の多寡に関わらず多くの自治体では観光部局を設置し、地域のプロモーション活動と併せて観光振興に取り組んでいる。自治体が直接的に事業を行う場合もあれば、観光協会や地域の DMO などへ補助金等を通して実施している場合もある。事業は、国内外に向けて誘客を図る観光プロモーション事業や誘客を促進するための地域の観光資源を活用したフードイベント等の開催といった、旅行者への呼び水となる事業から、多言語による観光案内板の設置や公共スペースでの Wi-Fi 設置など、旅行者の不満解消を図る事業も実施している。また、観光事業に関わる補助金等を用いて、民間の活力を促進する事業に取り組む自治体も多い。一方で、オーバーツーリズムに悩む自治体では、宿泊税の導入やパーク&ライド<sup>8</sup>の推進と言った増加する観光客に対応する政策に着目した地域の観光経営を行っている。

#### 第 2 節 行政による観光経営の課題

本節は、前節で取り上げたように、観光経営における行政の役割を踏まえ、行政が内在する観光経営に関する課題を取り上げて、考察する。

第一に、行政における観光部局が所管する範囲には限度が存在する。これは予算面だけでなく、その対象とする政策によっては、他部局との調整が必要になる。例えば、増加する観光客に対す

---

府省及び自治体、民間企業等が官民一体となって、訪日外国人旅行者数を 2020 年に 4,000 万人、2030 年に 6,000 万人とすることを目標に、効果的な海外プロモーション等を展開する活動

<sup>6</sup> 国土交通白書 2020

<sup>7</sup> NHK ビジネス特集「日本各地でオーバーツーリズムが課題に 解決策はあるのか」2023 年 10 月 23 日

<sup>8</sup> 自動車を駅周辺に駐車し（パーク）、公共交通機関を利用する（ライド）ことにより、都心部での自動車交通の集中を抑制することを目的とした施策の一つ

る都市交通の改善や地域の農産物や文化財を用いたイベントの企画等では、観光部局のみで対応することは非常に困難であり、部署横断的な取り組みが必要となるため、実施体制を整えたり、予算編成を調整したりするため、事業の開始が遅れることにつながり、誘客の機会を逸することがしばしば起こっていると言える。

次に、観光プロモーション事業などに関しては、行政として内包する公平、公正の原則が強く働くため、例えばパンフレットやウェブでのプロモーションに関しては行政区域内の各地域とも均等にページを掲載することや特定の観光施設（旅館や飲食店など）だけを取り上げないようにするなど、様々な配慮が求められるため、情報の受信者である旅行者目線に立った情報発信ができていない状況である。

さらに、行政が取り組む観光政策については、多岐に渡ることを前述したとおりであるが、その多くがハーズバーグの二要因理論で言う、不満足に関わる要因（衛生要因）を改善することに資源（人、予算）を偏って投下している自治体が多く、満足に関わる要因（動機づけ要因）を高めることに十分に資源が投下されていないことが多いと言われる。

そのため、旅行者からの不満は改善されているかもしれないが、各地方における特色を生かした観光経営が十分にできていないとは言えず、差別化を図った誘客への仕掛けづくりにつながっていないケースが多い。これは、行政の宿命として、形に見える成果を指標として事業に取り組むことを過度に重視するため、その目的と手段が入れ替わっている状況とも言える。

上記で取り上げた行政の課題は、多くの自治体で見ることができ、行政単独の事業だけでなく、実施主体が観光協会やDMO、また事業者委託などに代わっても、問題は依然として残る。

### 第3節 地方創生と観光振興

次に行政（自治体）が地域の観光経営に取り組む背景について、考察する。まず、第一に挙げられるのが、地域経済の活性化である。適切な地域の観光経営を行うことで、地域の宿泊施設、飲食店、土産物店などに直接的な収入や雇用を生み出すだけでなく、宿泊施設に入る清掃会社や、飲食店に納品する農家や酒屋など、観光業は波及効果も高く、間接的な雇用創出の側面を持っている。また、旅行者による当該地域での消費は、自治体の税収を増やす側面があるため、多くの自治体が地域の観光経営に取り組んでいる。

観光プロモーション事業では、地域の魅力の創出や発掘を行うとともに、地域が持つ独自の文化や歴史、自然環境などを対外的に発信することで、地域のブランド力を高めることやまた移住者・定住促進のプロモーション等も兼ねるため、地域の観光経営においてプロモーション事業は重要な要素を占めていると言える。

別の視点では、観光経営には行政や民間企業だけでなく、地域の人に関わっている。特に地方においては、地域住民も一体となった観光経営が行われており、地域コミュニティを活性化させるとともに、地域での課題共有などの協力体制を構築する足がかりにもなっている。

さらに歴史的建造物や独特の自然環境など、観光資源が豊富な地域では、それら観光資源を活用することで、観光資源の維持管理の原資を得るだけでなく、地域の文化的アイデンティティの醸成にもつながっていると考えられる。

以上の考察により、行政が観光経営を通じた地方創生に果たしている役割や地域の観光振興に取り組む背景について、理論的枠組みだけでなく、実際の政策として明確にしてきた。この行

政が果たす理論的な基盤を踏まえ、次章では「渋谷ハロウィン」という具体的な事例を取り上げ、理論が現実の観光経営にどのように適用されているのか検証を行う。これにより、理論と実践の結びつきをより深く理解するとともに、観光経営における行政の役割を具体的に示す。

#### 第4章 事例分析「渋谷ハロウィン」

前章まで、地方における観光行政の役割とその課題について述べてきた。本章では、具体的なケースとして、「渋谷ハロウィン」を取り上げることで、現代の観光経営における主要課題の一つ、オーバーツーリズムと行政の役割を考察する。

##### 第1節 「渋谷ハロウィン」とは

渋谷ハロウィンとは、ハロウィンの特殊なイベント形体であり、毎年10月31日を含む数日、東京都渋谷区の一部で見られる非公式の祭典である。非公式というのは、渋谷ハロウィンは行政や実行委員会等によって、公式に組織されたものではないため、主催者が不在のイベントである<sup>9</sup>。同日には、若者を中心とした多くの人々が仮装をして渋谷のスクランブル交差点周辺に集まり、集団でお祭り騒ぎが行われている。

2013年頃から、SNSの普及と共に渋谷ハロウィンに集まる人が急増し、海外メディア等からも注目され、多くの集客が見込まれる大規模な非公式イベントに成長したと言われている。そのため、渋谷ハロウィンは、日本において欧米諸国等とは異なる独自の発展を遂げた事例でもあり、仮装やコスプレ文化を醸成している側面もあると言える。

渋谷ハロウィンに集まる人の中には、手作りの衣装や専門店等で購入した仮装グッズを身にまとい、友人や当日出会った人たちと写真を撮り、SNSにアップすることでイベントの雰囲気共有している。

##### 第2節 「渋谷ハロウィン」の利点

渋谷ハロウィンの最大の利点は、非常に高い集客効果を持っている点にある<sup>10</sup>。一般には誘客するために、予算を投じて観光プロモーション事業を実施し、当該地域のプロモーションを国内外で実施する。一方、渋谷ハロウィンでは、プロモーションの必要性がなく、自然発生的にかつ国内外で広く知れ渡っているため、予算を投じたプロモーションの必要性はなく、ハーズバーグの二要因理論でいう、満足に関わる要因（動機づけ要因）がすでに形成されており、人が訪れる仕組みづくりが構築されている状態と言える。

次に、渋谷ハロウィンでは、多くの人々が飲食店やクラブ、小売店などで消費することが考えられるため、地域での経済効果も期待できる。特に、「渋谷ハロウィンナイトフェス」と言った関連イベントでは、10月31日以外にも複数日で開催されることから、観光客の滞在を伸ばすよう

---

<sup>9</sup> 同日に渋谷区に集まる人を対象として、商店街やクラブではイベントが開催されるが、これらは、渋谷ハロウィン全体の主催ではなく、対象店舗や地区での関連イベントと言える。

<sup>10</sup> 主催者が不在のため、参加者数の公式発表は行われていないが、産経新聞「深刻化する渋谷路上飲み ハロウィン厳戒態勢 区長「渋谷にこないで」」2023年10月26日によると、2019年のハロウィンでは約4万人が集まったとされている。

な試みが行われている。また、国内外に広く「渋谷ハロウィン」が知られることで、様々な視点から「渋谷」のブランディングに貢献している。例えば、参加する若者や訪日外国人が SNS 等で発信することで、渋谷という街を知ってもらうことができるとともに、SNS 等を通じて渋谷ハロウィンを知った人が潜在的な渋谷の訪問者となり得ることから、バイラルマーケティング<sup>11</sup>が展開されていると考えることができる。

### 第3節 「渋谷ハロウィン」の欠点

一方で、現在行われている渋谷ハロウィンにおける課題は多い。その一つが、非公式のイベントであるため、責任者が不在であり、秩序が保たれていないことが挙げられる。深夜まで続く騒音やゴミの散乱だけでなく、2018年には路上に停車していた軽トラックが、横転させられる事件が発生し、地域に非常に危険な状況をもたらした。

また、こうした集客があるイベントでは、地域に経済効果をもたらすことが期待されているが、渋谷ハロウィンでは、当日は店を臨時休業するなどして混乱を避ける対策をしている商店も多々あるため、実際に経済効果が出ているかは疑問の余地が残る<sup>12</sup>。

行政視点では、大規模イベントに伴う雑踏管理とアルコール類の乱用による治安の懸念が第一に挙げられるが、副次的に、交通渋滞やそれに伴う緊急車両の導線の確保、公共トイレの不足問題などが挙げられる。さらに、公共の場における露出度の高い仮装やグロテスクな仮装などは、一般の人々の中には嫌悪感を持つ者もいるし、児童生徒に対して悪影響を与えることが懸念されている。そして群集心理によって、前述した軽トラック横転事故にはじまる偶発的な暴動や事故が起こる可能性が非常に高いイベントになっている。

### 第4節 「渋谷ハロウィン」の対策状況

渋谷ハロウィンにおける課題は非常に多く、そのため、地域や地元行政（渋谷区）によって、様々な対策が講じられている。まず、肥大化するハロウィンイベントに対応するため、仮設トイレの増設やエコステーションの設置などが実施されてきた。当初は、渋谷区も「渋谷プライド・渋谷ハロウィン」を掲げ、マナーとモラルで守られた世界に誇れるハロウィンの実現を目指すことを広く対外的に発信していた。また、渋谷区が共催に入って「ハロウィンごみゼロ大作戦 in 渋谷 実行委員会」が組織され、フィッティングルームの設置や仮装グッズリユースボックスの設置<sup>13</sup>、早朝のゴミ拾いの実施などの対応がされてきた。一方で、行政も条例を制定し、路上での飲酒や喫煙の禁止をすることで、抑制を図りつつも渋谷ハロウィンの存続を図る動きを目指していた<sup>14</sup>。

しかし、2022年に韓国ソウル梨泰院地区において、ハロウィンに集まった若者が雑踏事故で

---

<sup>11</sup> 口コミ等を利用して、低コストで顧客の獲得を図るマーケティング手法。

<sup>12</sup> 一部の暴徒による店舗や自動車など私有財産の損害を防ぐための対策。

<sup>13</sup> 使い終わった仮装グッズを回収し、メルカリ等フリマアプリで販売し、売上を渋谷の美化活動に用いる。

<sup>14</sup> 渋谷駅周辺地域の安全で安心な環境の確保に関する条例、きれいなまち渋谷をみんなでつくる条例



150人以上が亡くなる事故が発生した事例などを受け、2023年には、ウェブサイトだけでなく、現地にも看板を設置し、「ハロウィンには渋谷に来ない」ように日本語及び英語で呼びかけるとともに、当日は警察を動員して交通規制をかけて、厳戒態勢での対応が行われた。

以上の流れから、当初は、行政として渋谷ハロウィンを一定程度管理することで、イベントの利点を活かした情報発信を目指してきたが、年々、増加する群集や観光公害が著しくなってきたこと、さらに、韓国のハロウィンイベントで悲惨な事故が起きたことから、徹底して渋谷ハロウィンを排除する動きへ方向転換したと言える。

## 第5章 「渋谷ハロウィン」の改善提案

本章では前章での「渋谷ハロウィン」の事例分析を踏まえ、行政における観光経営の視点から同イベントの改善提案を試みる。

第一に、「渋谷ハロウィン」は、現在、黎明期にあるイベントであり、当初の自然発生的なイベントが未だ主催者不在のまま行われている点が問題である<sup>15</sup>。行政の関与もイベントを運営するというよりは、安全対策や衛生管理に終始していると言える。そのため、責任の所在が曖昧であり、参加者や訪日外国人を受け入れる体制が構築されていない。現状の行政による排他的な取り組みでは、膨大な警備費用が発生するだけでなく、集まる場所が別エリアに変わるだけなど、根本的な解決策がなされていないと言える<sup>16</sup>。また、排除することで、観光経営の視点からは多くの機会損失が発生（商機を逃している）していることも否めない。そのため、まず行政、地元商店、地域住民などが、イベントの計画段階から関与できる市民参加型の組織づくりが必要であり、それらを母体とした運営や主催者の形成が求められる。

第二に、現在は路上に人が集まることで発生する飲酒や喫煙などの問題については、取り締まりを強化するのではなく、イベント会場として一定のエリアをバリケード等によって区切ること、持続可能なイベントへと変わることができると考えられる。海外の例では、ブラジルにおけるリオのカーニバルやニューヨークのタイムズスクエアの年越しカウントダウンイベント、日本でも近年、各地の花火大会等で実施されている入場ゲート制や北海道層雲峡の氷瀑祭りなどでの参加者の管理が挙げられる。一定の区域（会場）を設けることで、秩序がある程度保たれることや、観光経営の視点から地域経済への消費を促進することができる。路上で無秩序に行われているイベントを会場制にすることで、交通規制の問題が軽減されるとともに、前章で取り上げた、過激な仮装による教育上の問題なども軽減できると思われる。

さらに、会場制にすることでハロウィンテーマとした参加型ゲームや仮装コンテスト、専門家の演出によるパフォーマンス等の開催が可能となり、質的な面でもイベントの向上が図れると考えられる。これは、観光経営の観点からも高い付加価値を参加者に提供できることで、地域に経済的な収益を上げられるだけでなく、持続可能なイベント作りに転換してゆくためには、特に重要と捉えることができる。

---

<sup>15</sup> マスメディアが仕組んだという声も一部にあるため、ブーアスティンの概念による擬似イベントの可能性も否定できない。

<sup>16</sup> 2023年のハロウィンでは、渋谷区が排除の動きを見せたことにより、新宿に集まる人が増加したと指摘する報道もある。

## 第6章 おわりに

日本における観光は近年になって特に訪日外国人旅行者が増加し、それに伴って様々な利点をもたらされたが<sup>17</sup>、一方でオーバーツーリズムが特定の地域で見られるようになってきた。それにより、行政の役割も、観光客の誘客事業をはじめ、本稿で取り上げた、Wi-Fiの整備や洋式トイレの設置などハズバークの指摘する観光客が抱える衛生要因（不満要素）の改善など、多岐に渡ってきていると考えられる。

今回、取り上げた「渋谷ハロウィン」についても、観光業界に関わる事業者以外にも様々なステークホルダーから観光資源や地域活性化の要素としての活用が求められる一方で、近年は「渋谷ハロウィン」が内包する欠点の側面が頻繁に強調されていることや、類似イベントで悲惨な事故が発生したことにより、行政として市民の「安全安心」を第一として取り締まりの方向が強化されてきていると言える。こうした動きは「渋谷ハロウィン」だけでなく、全国各地でオーバーツーリズムを抱える自治体にも大きな影響を与え、今後、多くの自治体でより観光公害が著しいものについては排除の動きが強まる懸念がある。ステークホルダー以外の人にとっては、こうした規制強化を望む声考えられるが、自治体が観光振興を図っていく観光経営の観点からは、観光客による観光消費だけでなく、地域活性化やブランディングの観点からも大きな機会損失と言わざるを得ない。

そのため、本稿ではそうした観光振興とオーバーツーリズムの調整について、観光公害を軽減しつつ、地域に経済的な効果を生み出す仕組みづくりの検討を行った。こうした、観光地域における調整機能は、行政として持続可能な観光<sup>18</sup>を促進するための必須条件といえる。二要因論で取り上げた動機づけの取り組みと衛生要因の改善のどちらかを図っていくのではなく、いかに双方での調和を図りつつ観光振興を推進していくかが、地域の観光経営において今後はより重要になってくると考えられる。

### 参考資料

以下のインターネット情報の最終アクセス日は、2023年11月11日である。

- ・観光庁 HP「今後の観光政策の基本的な方向について（答申第39号）」

<https://www.mlit.go.jp/singikai/unyusingikai/kankosin/kankosin39.html>

- ・国連世界観光機関駐日事務所 HP <https://unwto-ap.org/faq/>

- ・産経新聞「深刻化する渋谷路上飲み」 2023年10月26日

<https://www.sankei.com/article/20231026-ITLSPL62YNMJTGXOCMINZBR66A/>

- ・国土交通白書 2020

<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/r01/hakusho/r02/html/n1116000.html>

---

<sup>17</sup> 本稿では省略しているが、経済的な側面以外に観光客が増加することで道路、キャッシュレス等のインフラが整備、公衆衛生の改善が進むなどの利点も注目されている。

<sup>18</sup> UNWTOによると「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」と定義される。

・NHK ビジネス特集「日本各地で「オーバーツーリズム」が問題に 解決策はあるのか」2023年10月23日

<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20231023/k10014234211000.html>

・ITメディアビジネス ONLINE「渋谷ハロウィーンの「地元のカネが落ちない問題」、どう解決すべきか」2022年11月1日

[https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2211/01/news069\\_2.html](https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2211/01/news069_2.html)

・松井 剛「ジャパニーズハロウィンの謎 若者はなぜ渋谷だけで馬鹿騒ぎするのか？」星海新書、2019年

・前川 佳一（2015）「顧客が認識するサービス表舞台の価値：日比比較を含む」、グローバルビジネス学会第3回全国大会予稿集、pp. 86-91

[https://repository.kulib.kyoto-u.ac.jp/dspace/bitstream/2433/198833/1/yoko\\_3\\_86.pdf](https://repository.kulib.kyoto-u.ac.jp/dspace/bitstream/2433/198833/1/yoko_3_86.pdf)