

観光フォーラム

日本のオーバーツーリズムの解決策と観光の未来に関する一考察

A consideration of solutions to overtourism and the future of tourism in Japan

佐々木 啓

Satoshi Sasaki

和歌山大学観光学部助教

キーワード：持続可能な観光、観光政策、観光経済、観光行動、観光心理

Key Words：sustainable tourism, tourism policy, tourism economy, tourist behavior, tourist psychology

I. はじめに：コロナ禍における観光の「絶望」からオーバーツーリズムへ

1. コロナ禍における観光の「絶望」

2020年に始まり、2023年に終わったコロナ禍。「喉元過ぎれば熱さを忘れる」ではないが、まるで病気の時にみる悪夢だったかのようにコロナ禍は人々の意識から離れたように思える。しかし、筆者自身の確かな記憶として、コロナ禍の初期の、ワクチンも治療薬もなく、未知の新型ウイルスへの対処として「ステイホーム」「三密回避」「ソーシャルディスタンス」(もちろん消毒等其他の手段も多数あったが)が呼びかけられていたあの頃、今後の「観光」の未来に深い絶望を感じていた。人類はもう二度とコロナ禍前のように観光等できないのではないか。観光業は減んでしまうのではないか。観光学は途絶えてしまうのではないか。

筆者ほど悲観的になった人々が当時どれほどいたかは定かではないが、定量的に示すことのできるデータとして株価を取り上げたい。一般に、株価は景気の先行指標として知られているが、観光関連業種として位置づけることのできる東証プライム上場企業の株価をGoogle financeで確認し、コロナショックによる下落率を計算¹してみると、鉄道業・ホテル業で知られる西武ホールディングスが48%の下落、空運業で知られるANAホールディングスが40%の下落、旅行会社のエイチ・アイ・エスが63%の下落等となった。一般に株価は20%以上の下落で弱気相場入りとも言われるが、まさしくそれに該当するものだった。当時の市場も観光業の先行きを非常に危惧していたと言えるだろう。

2. アフターコロナ、そしてオーバーツーリズム

先程まで述べてきたコロナ禍における観光の絶望的な状況とは打って変わって、今日ではコロナ前以上にオーバーツーリズムの問題が指摘されるようになった。調査を行ったわけでは

ないため確実なことは言えないが、観光に対するメディアの論調も、コロナ前は「インバウンド好調」「日本を楽しむ外国人」といった好意的なものが多かったように思えた一方で、現在は「訪日外客のマナーの悪さ」「殺到する観光客に苦しみ地域住民」といったネガティブなものに移り変わってきているように思える。日本政府観光局(2024)によれば、訪日外客数それ自体も2024年8月時点で「7か月連続で同月過去最高を更新」しており、2019年と比較して伸び率がマイナスとなっている中国とタイの存在を考慮すると、総数としてもう15%ほど伸びても驚きはない²。そのため、オーバーツーリズムの問題も、少なくとも短期的にはまだまだ加速していくように思える。

3. 本稿の目的

本稿の目的は、日本のオーバーツーリズムの解決策と観光の未来に関する考察を行うことである。筆者自身、どのような解決策が取られるべきかについては、地域のレベル(国・都道府県・市区町村・特定のエリア等)やその特性・状況に応じたものがなされるべきと考えており、あまねく画一的な対応が取られるべきとは考えていない。また、オーバーツーリズムのような課題に対しては多様な立場の多様な考え方があると考えており、本稿は本稿と異なる立場、思想、考え等を必ずしも否定する立場でないことは申し上げておきたい。あくまで本稿も「一考察」に過ぎない。そして、これまで、政府、自治体、マスコミ、シンクタンク、そして研究者と多様な立ち位置の方々がオーバーツーリズムに対する対策・解決策を論じ、整理してきていることを踏まえ、本稿では網羅的にこれらを整理することは避け、また観光フォーラム(=論説)として、観光学の専門家でない一般の読者にも読みやすくかつなるべく新たな視点を提供することに重点を置いている。これは読者が固い内容の文章の連続で読むのを途中でやめてしまわないようにしたという意味であり、ニュース雑誌やネットニュース等のメディアに準

じた温度感で文章を執筆している。なお、オーバーツーリズムに対する一定以上の網羅性・包括性を持つ日本語の文献を求める読者は、山下（2023）、阿部（2021）、崔（2020）、高坂（2019）等を参照することをおすすめる。

II. オーバーツーリズムによる問題

1. オーバーツーリズムの定義と日本における注目の集まり

オーバーツーリズムの定義として、日本語の文献で最も引用・援用されていると思われるのは「平成 30 年度版観光白書」（観光庁、2018）111p のコラム「持続可能な観光の確立に向けて～インバウンドの増加がもたらす我が国の観光の課題～」の「民泊や外国人旅行者の増加がもたらす課題」のパートで記載されている下記のものと思われる。

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いる。

本稿でも、この定義に基づいて論を進める。そして、同パートには

近年の訪日外国人旅行者数の急速な増加により、観光地でのマナー違反や文化財・環境への影響といった問題や、一部の地域においては、交通渋滞や交通機関の混雑など市民生活への影響が生じつつある例がある。

といった記述等もあることから、観光庁は同白書の発行の前年である 2017 年頃にはオーバーツーリズムが国内で発生している状況を認識していたものと思われ、またその原因の一つが急増するインバウンドであったと認識していたことが伺える。

では、研究者による日本のオーバーツーリズムへの注目はいつ頃だったのだろうか。筆者の専門であるランドスケープ科学（＝造園学）ではかねてから自然公園等の混雑による旅行者への影響が議論されてきたが、当該分野以外を見渡しても「オーバーツーリズム」の語をタイトルに含む論文の初出は 2018 年である³。これは先述の「平成 30 年度版観光白書」の刊行と同年でもあり、この頃から、とくにオーバーツーリズムに対する注目が国内でも高まったとも言えるだろう。

2. マナー違反・ルール違反：性善説的観光客マネジメントの限界

(1) マナー違反

そもそもマナーとは何だろうか。これについて議論をすることは本稿の本質的な目的ではないため、ここでは仮に「ある国や地域に暮らす人々に共通する価値観・信条・気質により生

まれた社会規範・常識」としたい。日本におけるマナーを網羅的に示すのは割愛するが、このマナーの土台にあるのは東京オリンピック（2021 年）の開催決定時にも流行した「おもてなし」という概念や「察しと思いやり」の文化にあると筆者は認識している。

「おもてなし」は“Hospitality”に違い概念であり、日本語の訳とされることもあるが、岩本（2015）の整理によれば、サービスチャージを求める Hospitality（ホスピタリティ）と対価を求めないおもてなしは根本的に異質なものであるとされる。そして、「察しと思いやり」は人気アニメ作品「新世紀エヴァンゲリオン」に登場するキャラクター・葛城ミサトの「日本人の信条は察しと思いやりだからよ」というセリフ（庵野、1995-1996）としても出てくる言葉である。例を挙げるのはこの程度にとどめておくが、このような察し・思いやり、そして気づかい、このような部分がある意味「日本の文化（精神性）」とも言えるように思える。

しかし、このような文化に対する知識を持たなかったり、リスペクトしたりする姿勢が欠如した者が増えたと、そうでない者はある種の忍耐・我慢・モヤモヤを強いられることになってしまう。例えば、「路上ですれ違うときにちょっとずつ避けてぶつからないようにする」とか「電車ではマナーモードにする」とか「TPO に応じた声の大きさで話す」とかその程度のことが多いと思われる。これは「気」の回し損であったり、一時的な不快感であったりするわけだが、そういったものの蓄積が「旅行者」「○○人」というカテゴリーそのものへの不快感につながっていることは想像に固くない。もちろん、インバウンドが少数であった頃は、このような忍耐の機会も少なかったと思われるが、これだけインバウンドが多くなった昨今では、1 回あたりの「忍耐」が小さいものであっても遭遇する機会は相当に増えたとも考えられ、心理的な影響は大きいだろう。外国人観光客に対する「アレルギー」の表出した例として、飲食店における入店拒否を行う事例も出てきている。

(2) ルール違反

マナーではなくルールの違反としては、各地のポイ捨てをはじめ、京都・祇園における私道の撮影禁止エリアでの無許可撮影行為や奈良公園のシカへの暴力行為、富士山撮影スポットへの観光客の殺到等が挙げられる。SNS 時代であることもあり、「バズった」場所にその場所のキャパシティを超えて観光客が集中することもはや珍しくなくなってしまった。これらの問題への対処は対応にマンパワーが必要であり、地域のさらなる負担となってしまっている。

また、個人的によく見かけるのが鉄道の不正乗車である。関西空港と大阪市内をつなぐ特急列車は複数存在し、全席座席指定で乗車前に指定席券の購入が必要なものを筆者は愛用しているが、平均して十数回に一度は予約した席に他人が座っている。座席のテーブルでの表記や車内アナウンスでも全席座席指定である旨がなされているにも関わらず残念なが

らこの現象はなくなることはなく、むしろ悪化の一途をたどっているようにユーザーとしては感じている。大概是「全席座席指定であり、この席は筆者が予約済み」である旨を日本語ないし英語で伝えと移動してくれるのだが、中には明らかに無理筋な主張をして駅員さんに叩き出されるまで断固として居座る外国人観光客もいた。そのたびに、もしかして不正乗車を助長するような投稿が海外の SNS や旅行記ブログ等にされているのではないかと心配してしまいが、心配し過ぎだろうか。

3. 環境等への影響、混雑

観光庁（2018）はオーバーツーリズムによる文化財や環境への影響も、混雑と同様に懸念を示していた。これはゴミや踏圧等を指しているものと思われる。

(1) 景観への影響

もちろん、ポイ捨てはマナー違反どころか法令違反（軽犯罪法、廃棄物処理法等）であり論外であるが、そうではないものの特筆すべき事例として、観光地にゴミ箱が設置されていても設置者が対応しきれないほどのゴミが捨てられることによりゴミが溢れかえるというものがあつた。これは 2023 年に京都・嵐山で筆者が見かけたものである。竹林を抜け桂川沿いを歩き文化財である渡月橋に到達するまでのシークエンス景観⁴の中でゴミ箱が視界に入ること自体、風景・景観を阻害しているが（ポイ捨てされるよりはマシなのでゴミ箱を設置したという事情はもちろん理解する）、ゴミが溢れかえってはいはせっかくの美しい景観が台無しである。

小野（2024）は 1990 年代の和歌の浦（和歌山県和歌山市）の新不老橋建設問題について、すでに完成され高く評価されている和歌の浦の景観に、新たに新不老橋が隣に付け加えられることは、ソロの公演を行っているショーのステージに別な参加者が乱入し台無しにするようなものと指摘しているが、これとも共通するものがあるといえるだろう。和歌の浦の事例は、視対象が不老橋を含む和歌の浦、視点場⁵は周辺の山であり、遠景⁶の中のごく一部が改変されたに過ぎないとも言えるが、小野（2024）は景観としての価値は大きく損なわれてしまったとしている。京都の事例は近景にゴミが存在する以上、和歌の浦以上に景観の価値が損なわれてしまったと言える。

(2) 山岳における自然環境への影響

あくまで登山はスポーツの一形態であり、登山は観光の一形態だと断定するのは遭難を防ぐ心構えの観点から適切ではないが、観光としての側面も確かに存在していることから、登山の対象となる山岳についてもふれていきたい。山岳においては、大勢の登山者が集中した場合、当然ながら登山道は混雑する。混雑によって登山計画通りに登山が進められない場合は、日没後の危険性・リスクが高まる時間帯に登山行動を強いられる可能性や、登山バス等の公共交通機関の最終便に乗車できなかったり、見たい風景を見れなかったり（例えばご来光を見損なってしまう）等という可能性がちらつく。その

ため、登山ペースが遅い登山者を追い越して我先に進もうとする心理がはたらくが、その際に登山道が広い区間でない場合は登山道をはみだして追い越すことになる。

ところで、登山の魅力はさまざまあり、登山中の風景や道中で出会う野鳥等に出会うこと等多様であるが、山中で出会う植物・花も重要な要素といえる。かつて小説家・深田久弥が記した「日本百名山」は今もお多くの登山者の行動に影響を与えているが、「花の百名山」というものが存在するほどに山岳における花というのは多くの登山者に愛されている。登山道をはみ出す登山者が発生した場合、この高山植物・花に影響が出てしまうのだ。登山者の踏圧によって高山植物が死ぬと上述の観点から景観は損なわれてしまうわけだが、厳しい自然環境下にあるがゆえに簡単には回復しない。これはそのまま観光地・観光資源としての価値の低下・喪失につながりかねないのである。

(3) 市民生活への影響：観光需要拡大による観光関連物価上昇も含めて

交通機関の混雑によって旅客が乗車しきれないという問題はしばしば目撃される。例えば京都市内のバスがその最たる例かもしれないが、旅客が乗車しきれない、ということまでいかずとも、誰しも混雑は嫌なものである。

「観光」というほど大きな移動を伴わない行動に「おでかけ」がある。「おでかけ」には日常生活圏では済ませられないちょっとした買い物をするとか、お気に入りのカフェに行くとか、日帰りでデートスポットに行くとか、筆者の場合は大阪難波あたりに出てサウナに行くとかラーメン屋に行くとか、そういったものが含まれる。それまで「おでかけ」で行っていた場所にオーバーツーリズムの問題が起きると、どうなるだろうか。まず、混雑の問題を考えたい。例えば待ち時間が全然なかったことに対して長い待ち時間を要するようになってしまったり、交通機関が満員で乗り切れず次便を待つ羽目になったり、さまざま考えられるが、「そんな思いをしてまでその場所に出かけたくない」という人は多いのではないだろうか。もちろん、「行ったことのない観光地に一度は行ってみたい」とか「USJ に新しくできたアトラクションに乗ってみたい」とかであれば、長い待ち時間も苦にならない人も多いだろう。しかし、ちょっとした買い物や気分転換といったときには、「同じ満足度を得られる別な場所はないか」「もしあるのなら今後はそっちに行こうかな」となるのが人情・一般的観光心理というようにも思える。筆者自身も本学に着任したての頃は毎週のようにミナミへ出ていたが、最近は大阪市外や、大阪市内であってもキタのうち混雑が少ない場所へ「おでかけ」するようになった。事実、大阪のミナミの中心部、例えば心斎橋筋や戎橋、道頓堀商店街等ではすれ違う人の大部分が日本人でないということも珍しくなくなった。

こうなるとどのような影響があるのだろうか。まず、訪問者の大部分が訪日外国人になった以上、地域そのものの「客層」が変わっているわけなので、転換を迫られる場合も多いだろう。

例えば、心齋橋筋や京都・四条では、看板に日本語表記が全く使われていない店が出てきている。これはまさに外国人観光客を意識したマーケティングと言えるが、ますます客層は変わっていくように思える。

また、需要が急拡大することで、価格も上昇する。これは市民生活とは少し話がそれるが、ホテル等の宿泊施設がわかりやすい。総務省統計局(2024)が提供している消費者物価指数の統計データによれば、2023年の宿泊料(全国)は2020年比で134.3%だった。2019年対2020年比で120.1%であったことを考慮すると、そこから12%上昇したことになる。全品目の「総合」が2019年と2020年で同値であり、2023年でも105.6%ということを経験すると、これがどれだけ急激な宿泊料の上昇であるかがお分かりいただけるだろう。なお、外食は2019年が97.7%(対2020年比)、2023年が109%であり、こちらも比較的高い物価の上昇と言える。

Ⅲ. 日本の観光の未来に対する最大の懸念：今後、日本人の観光の機会が減り、質も低下する？

いきなり衝撃的な見出しが続いたが、冷静に読み進めてほしい。まず、日本社会の現状として、実質賃金の推移を取り上げたい。実質賃金は、額面上の賃金である名目賃金を物価変動(消費者物価指数)で調整したものであるが、日本の実質賃金はこの30年ほど、ほとんど成長していない(内閣府, 2022)。実際には1991年を100とした場合に2020年は103.1となっている。「コロナ禍だったし」と思われる方のために2019年の数値も取り上げておくと104.5である。例えば、アメリカは146.7(2020年)、イギリスは144.4(2020年)となっているにも関わらずだ。そのような中でも国民所得に対する租税負担率と社会保険負担率を合わせた国民負担率は上昇しており、1970年には24%だったものが、2021年には48%と、国民負担率が倍増してしまった(財務省, 2024)。これらのデータは、実質的に給料が変わらないのに税・社会保険料の負担が増え、可処分所得(≒手取り収入)が減ってしまったということを示唆している。「若者の〇〇離れ」という言葉があるが、根底には「カネの若者離れ」があるわけである。

そんな中、観光を行う際の「コスト」は上昇している。先述の消費者物価指数における宿泊料はその最たる例だが、従来はなかった金銭的負担も出てきている。例えば、2024年に導入された富士山の通行料(1人2千円)や2019年に導入された国際観光旅客税(日本出国時に1人千円)、東京都・京都市・福岡市・金沢市等で導入されている宿泊税(1人数百円程度)等が挙げられる。もちろん、観光客にとって悪い話だけではなく、観光地の受け入れ体制が向上することは観光客にとっても良い話であり、快適に観光する上での必要性・重要性も理解できるが、負担になってしまっているのも確かである。そのような背景から、このままでは観光の機会が減少してしまうのではないか、あるいは観光においても以前ほ

どの消費活動ができない人々が増えてしまうのではないかと、いうことを筆者は危惧している。

Ⅳ. いま一度考えたい観光の多様な価値

観光の価値とは何だろうか。知らない土地を旅し、初めて見る風景や食べ物、文化に触れ刺激を受ける。そんな体験は日常生活では味わえないものであり、唯一観光だけがそのような体験を提供できるのかもしれない。また、楽しみな出来事として、観光は日々の生活に期待感をもたせることもできるといえるだろう。例えば、どこかに観光に行く計画があったとして、「あの旅行に行くために、あと数日頑張れる」といった経験がある読者も多いのではないだろうか。観光とは、非日常を体験するものであり、労働から離れるためのリフレッシュであり、日々の活力や人生の「潤い」となりうるものでもある。

マクロに考えてみると、経済的価値にも目が向く。UNWTO(2019)によれば、全世界のGDPの1割が観光業によるものとされており、労働者の1割が観光業に従事しているともされる。また、旅先で自分自身とは異なる文化に触れ、学び・理解することによる異文化理解の場としての価値や、自然とのふれあいや環境教育、健康になるための場としての価値もあるだろう。例えば、環境教育の分野ではin, about, forの三段階のフェーズが意識されることが多い。言うなれば、inは環境に身を置くこと、aboutは環境について知ること、forは環境のために行動することであるが、まずは環境に身を置くこと、そしてそのための「場」があることが環境教育には不可欠である。また、環境省(2024)は、国立公園の利用で期待できる効果として、「NK細胞の活性化」「ストレスホルモンの減少」「緊張・不安、抑うつ・落ち込み、怒り・敵意、疲労の減少」「子どもの自尊感情や外向性への行為影響」等を挙げている。これらに示されるように、観光と、その土台となる観光地・観光資源には多様な価値があるといえる。観光資源は必ずしも観光に対してのみ価値を持っているわけではなく、自然や他の面から見た場合の価値がある場合も多いからである。

Ⅴ. おわりに：日本は観光の未来のためにオーバーツーリズムとどう向き合うべきか

ここまで、オーバーツーリズムの問題や日本人の観光の機会・質の危機等について述べてきたが、最後に示したいのは「解決策」である。

1. 二重価格

解決策の一つとして提言したいのは二重価格である。これは、観光にも使うことのできるお金(可処分所得)の減少や外国人観光客の集中によるオーバーツーリズムが混雑や観光関連の物価の上昇の一因となっていることへの「打ち手」でもある。

読者の方々も、観光をしているとき「普段の生活よりも安い」

ということを経験したことがあるかもしれない。例えば日本より物価の安い国、例えば居住地域よりも物価の安い地域に旅行したときである。これはつまるところ、自分の中にある「相場」よりも実際に商品の購入時に「安い」と感じているということと言える。ところが、その地域の人にとってはそれが「相場」であるわけで、つまり、同じ商品であっても、人によってそれまでの購買行動も異なり「相場」もまた異なると筆者は考えている。これは限定的な例ではなく、例えば「安いニッポン」という言葉が言われるようになって久しいが、海外から日本を訪れる旅行者からすれば、日本の物価は安く、「相場」よりも安く商品を購入できるパラダイスなわけである。この「相場」のギャップ、経済学的には「支払意思額」のギャップにも近い概念と言えるかもしれないが、これに目をつけたのが二重価格ともいえる。

ただし、安易な二重価格の導入は外国人の差別につながるおそれもあるため、慎重な検討が必要である。例えば、一律に料金を値上げし、「地元割」や「国民割」を導入するのが一つの解決策かもしれない。自治体が運営する体育館やジム等の公の施設においては、その住民に対しては割安な料金が設定されていることは珍しくない。これはその施設にその自治体の公費が投入されていることが割引の根拠となっていると思われる。あるいは、国民割についても、文化財等は国費が投入されることで管理されてきた例も多数考えられる。国費が投入されなくても、地方交付税によって間接的に国費が導入されているともいえる。税等によって間接的に管理運営のコストを負担してきたのだからその分割安に利用することができる。しかし、外国人観光客は旅行中のみ、しかも一部の税だけ負担しているわけなので、二重価格にすることには経済的負担の面から言えば妥当性がある。ただし、実際の導入にあたっては、身分証等で日本国民であることや在日・在留外国人であることが確認できた者のみ割引を適用する、という対応が現実的かもしれない。

2. 国際観光旅客税の増税による財源確保とアウトバウンドにおける同税の免税

日本政府は9つの府省庁からなる対策会議で、「観光客の集中による過度の混雑やマナー違反への対応」と「地方部への誘客の推進」を柱にした『オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ』を策定・実行しているが（内閣府, 2023）、長く続く緊縮財政の影響もあり、中心的な立場で推進していくはずの観光庁ですら数百億円程度の予算しか充てることができていない。そのため、今後も急速に増大していく可能性のある観光需要に対応できるかは見通せない。そこで、筆者が注目しているのが2019年に導入された国際観光旅客税である。先程も述べた通り、日本からの出国に対して千円となっているものであり、外客誘致法上、オーバーツーリズム対策に充てることも可能と解釈できるだろう。この千円と

いう金額は高いのだろうか、安いのだろうか。実はこの千円よりも高い国はいくつか存在している。例えば、同じ島国であるイギリスにおいては2,000-5,500 マイル離れた国への出国に対し Air Passenger Duty として £88（約 17,000 円）を課しており（HM Revenue & Customs, 2024）、オーストラリアにおいては Passenger Movement Charge として距離に関係なく AUD70（約 6,900 円）が課されている（Australian Border Force, 2024）。そのため、国際観光旅客税を増税し、オーバーツーリズムの抑制につながる施策の経費に充てるということについて検討する意義はあるものと考えられる。そもそも国際観光旅客税の導入から5年が経過しており、見直しをする意義が十分認められる時期に来ているともいえる。

ただし、アフターコロナになってもアウトバウンドの回復がとどまっている現状を考慮すれば、アウトバウンドに対しての同税の課税はむしろ中止したほうがいいのではないかと思われる。ふるさと納税では納税額から一部を除いた額が住民税等から減税され、その手続きには確定申告は必ずしも必要ではなく、ワンストップ特例の適用で簡単に手続きすることができる。これを参考にし、航空券の購入時にチケットに上乗せするという徴税の枠組みは維持しつつ、アウトバウンドについてはふるさと納税同様のワンストップ特例に近い制度での減税や公金受取口座への返金等の対応を検討することにも意義は見いだせると思われる。

注

- 1 2019年の終値と2020年における安値の比較。
- 2 韓国、台湾、香港の2024年1-8月の総数は2019年1-8月の総数と比べて20%前後の伸び率となっており、中国とタイが同様の伸び率になった場合を仮定すると、すべての国と地域を合わせた訪日外客数は+15%ほどとなる。
- 3 日本語の論文検索に一般に用いられる CiNii を用いた。
- 4 徒歩で移動しながら視界に入る、あるいは走行中の列車の車窓から見ることのできるような、次々に移り変わっていく景観を指す。
- 5 視対象は視られる対象を、視点場とは視点のある場所すなわちその景観を視る者が立っている地点を指す。
- 6 遠くの景色。

引用文献

- 阿部大輔. (2021). ポスト・オーバーツーリズム期の観光政策の展望. *観光学評論*, 9, 53-61. https://doi.org/10.32170/tourismstudies.9.1_53
- 庵野秀明（監督）. (1995-1996). 新世紀エヴァンゲリオン [TV シリーズ]. GAINAX
- Australian Border Force. (2024). *Passenger Movement Charge (PMC)*. [https://www.abf.gov.au/entering-and-leaving-australia/crossing-the-border/passenger-movement/passenger-movement-charge\(pmc\)](https://www.abf.gov.au/entering-and-leaving-australia/crossing-the-border/passenger-movement/passenger-movement-charge(pmc))
- 崔錦珍. (2020). オーバーツーリズムの発生と持続可能な観光発展の課題. *九州国際大学国際・経済論集*, 5, 193-206. <https://kiu.repo.nii.ac.jp/records/760>
- HM Revenue & Customs. (2024). *Rates for Air Passenger Duty*. <https://www.gov.uk/guidance/rates-and-allowances-for-air-passenger-duty#rate-bands>

- 岩本英和・高橋謙輔. (2015). 日本のおもてなしと西洋のホスピタリティの見解に関する一考察. *城西国際大学紀要*, 23 (6), 17-26. <https://www.jiu.ac.jp/files/user/education/books/pdf/837-41.pdf>
- 観光庁. (2018). *観光白書 (平成 30 年版)*. 日経印刷.
- 環境省. (2024). データで見る国立公園の健康効果とは?. <https://www.env.go.jp/nature/nationalparks/pick-up/health/>
- 高坂晶子. (2019). 求められる観光公害 (オーバーツーリズム) への対応. *JRI レビュー*, 6 (67), 97-123. <https://www.jri.co.jp/file/report/jri-review/pdf/10798.pdf>
- 内閣府. (2022). *令和 4 年度 年次経済財政報告*. https://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je22/pdf/all_01.pdf
- 内閣府. (2023). オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ. <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kankorikkoku/kettei/siryou17.pdf>
- 総務省統計局. (2024). *消費者物価指数 品目別価格指数 (1970 年～最新年)*. <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/file-download?statInfId=00032103938&fileKind=1>
- 日本政府観光局. (2024). *訪日外客数 (2024 年 8 月推計値)*. https://www.jnto.go.jp/statistics/data/_files/20240918_1615-1.pdf
- 小野良平. (2024, June 16). 「ランドスケープ遺産」の意義と展望 - インベントリーづくりを楽しむ -. [シンポジウム]. 2024 年度日本造園学会全国大会, 愛知県名古屋市
- UNWTO. (2019). *なぜ観光は重要なのか*. <https://unwto-ap.org/document/infographic/>
- 山下裕明. (2023). オーバーツーリズムの対応策に関する一考察-京都市を事例として-. *日本観光研究学会全国大会学術論文集*, 38, 81-86. https://doi.org/10.18979/jitrproceedings.38.0_81
- 財務省. (2024). *国民負担率 (対国民所得比) の推移*. <https://www.mof.go.jp/policy/budget/topics/futanritsu/sy202402a.pdf>

受理日 2024 年 11 月 5 日