

# ポスト・コロナ社会におけるサステナブル・ツーリズムの評価

○武藤孝義 市川学 (芝浦工業大学)

## Evaluating Sustainable Tourism in the Post Pandemic

\* T. Muto and M. Ichikawa (Shibaura Institute of Technology)

**概要**— 近年、新型コロナウイルス感染症の影響により、国の重要な成長戦略の柱に据えられている観光産業に深刻な影響が出ている。コロナ禍によって、日本各地の観光資源の魅力が失われたわけではないため、産業社会の立て直しには、ポスト・コロナ社会における中長期的スパンの観光戦略策定が重要である。本研究では、持続可能な観光という観点からシミュレーションを用いた観光産業を持続させる施策の提案・検証を行うことを目的とする。

**キーワード**: 持続可能な観光, サステナブル・ツーリズム, ポスト・コロナ社会

## 1 はじめに

### 1.1 我が国における観光産業の現状

観光産業は、地域特有の観光資源を用いて観光客を誘致する事業であり、様々な企業の参入による雇用創出や地域活性化、事業における集客のプラットフォームとなりうることから、国の重要な成長戦略の柱に据えられている。2016年3月に策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」<sup>1)</sup>において、2020年の訪日外国人旅行客数4,000万人、2030年に6,000万人と目標を掲げて取り組みを進めてきた結果、2019年時点で3,188万人と7年連続で過去最高を更新した。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外からの旅行のキャンセル、予約控えや外出自粛の影響を受け、観光需要は大きく減少し、全国の旅行業、宿泊業はもとより、地域の交通や飲食業、物品販売業など多くの産業に深刻な影響が生じている。

国際観光客到着数は世界的にも著しい成長分野であることから、ポスト・コロナ社会での中長期的スパンの観光戦略策定が重要である。現在、日本国内の観光は厳しい状況にあるが、自然、伝統文化、芸術、風俗習慣、歴史、食、など日本各地の観光資源の魅力が失われたわけではない。国土交通省は、国内外の感染症の状況を十分に見極めつつ、国内旅行とインバウンドの両輪により、観光立国の実現を目指している。今後のポスト・コロナ社会において、Go Toトラベル事業をはじめ、ワーケーションや複数拠点の生活、ブレイジャーといった働き方改革に伴う観光産業の変革が起こると考えられている。

### 1.2 持続可能な観光産業

国際連合 (以下「国連」という。) は、2015年に持続可能な開発目標であるSDGs (Sustainable Development Goals) を公表し、目標達成に向けて、世界各地で取り組みが行われている。また、2017年を「開発のための持続可能な観光の国際年」と定め、これを主導する国連世界観光機関 (United Nations World Tourism Organization) では、訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来の経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光を、サステナブル・ツーリズムとして定義した。そして、サステナブル・ツーリズム実現のためには、経済、地域社会、環境の3つの側面において適切なバランスが保たれることが重要であるとした。

岩田 (2021)<sup>2)</sup> は持続可能な観光指標 (Sustainable Tourism Indicator) に着目し、国土交通政策研究所が2018年及び2019年に公表した「持続可能な観光政策の在り方に関する調査研究」<sup>3)</sup> の概要を報告するとともに、観光庁が2020年に公表した「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D, Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations)」<sup>4)</sup> を活用した国内事例を示した。そして、ポスト・コロナ時代も考慮したサステナブル・ツーリズムの在り方として、経済、社会・文化、環境の3つのボトムラインに、マネジメントを加えた4つの観点から、地域の実情を踏まえ独自の項目を適宜設定するのが望ましいと結論づけた。

### 1.3 本研究の目的と意義

本研究では、持続可能な観光指標に基づいた地域特性に適合した施策の提案・検証を行うことを目的とする。特定の地域における社会実装を念頭に置いた研究は複数存在するが、指標を用いた汎用的な検証を行った研究は行われていない。

## 2 研究の方法

本研究では、エージェント・ベース・モデル (以下「ABM」という。) のアプローチを用いる。ABMを用いることで、観光客や事業運営主体をエージェントとして定義し、エージェントに可処分時間や可処分所得による回遊行動の変化や混雑による入場規制のような、個々の意思決定を確率に基づいて動的に表現することが可能になる。また、観光に関する意思決定はPRなどの突発的なイベントによって左右されることがあるため、ABMが有効と考える。

## 参考文献

- 1) 観光庁: 明日の日本を支える観光ビジョン—世界が訪れたい日本へ—, p.1/26 (2016)
- 2) 岩田賢: サステナブル・ツーリズムの確立と観光指標の意義—持続可能性を担保する経済、地域社会・文化、環境の3領域間での適切な均衡の確保—, サービスロジー, 7巻2号 p.57/62 (2021)
- 3) 国土交通政策研究所: 持続可能な観光政策の在り方に関する調査研究II, 国土交通省政策研究, 第150号, p.1/282 (2019)
- 4) 観光庁: 日本版持続可能な観光ガイドライン, p.1/152 (2020)