

野田健太郎・熊田順一＝編著

観光産業のグレート・リセット —成長をどうデザインするか—

2022年11月発行
 本体2,600円＋税
 中央経済社
 ISBN 978-4-502-44381-7



阿部大輔
 ABE, Daisuke

龍谷大学政策学部政策学科教授

新型コロナウイルスの世界的蔓延は、多くの分野に大きな打撃を与えたが、特にその影響が顕著であり、大袈裟にいえば存続の危機にすら直面したのが観光産業だった。したがって、コロナ禍の最中から、ポスト・コロナの観光産業のありようをめぐる様々な議論が展開されてきた。例えば、OECDは2020年12月の報告書Rebuilding tourism for the future: COVID-19 policy responses and recoveryにおいて、「観光の再建は優先事項だが、将来的に観光セクターはより持続可能でレジリエントになる必要がある」ことを指摘している。すなわち、観光産業が早急な回復を志向することは避けられないが、その方法はコロナ以前とは大きく異なるべきである、との認識だ。

本書が示すグレート・リセットも同様の発想に立つ。グレート・リセット、と聞くと、おおよそ完全な再出発を連想する。しかし、本書で議論されているグレート・リセットは、「現状回復にとどまらず、そのレベルを超えた回復（ビルド・バック・ベター）」へと舵を切り直すこと、すなわち観光産業のこれまでの歪みをただし、より大きな社会的貢献を果たす存在へと転換する道筋を意味している。

ただ単に再出発すればいい、というわけではない点が重要である。なぜなら、パンデミック発生前から、オーバーツーリズム問題に代表されるように、観光活動が自然環境の破壊や地域コミュニティとの軋轢といった諸問題を惹起していたからだ。経済利益を最大化することを最優先にした従来の発想では、同様の問題を繰り返すことになりかねない。だからこそ、グレート・リセットが必要なのだ。

その際の重要な視点のひとつとして、観光関連企業のCSR（企業の社会的責任）をメインに据えている点が、本書を他の類似書から際立たせている。SDGsの目標未設定の企業が、特に宿泊業では低い等のデータは、観光業界がSDGsへの取り

組みにまだ意識が高まっていないことを示唆している。また、観光産業が脆弱な構造を持つことはすでに多くの論者が指摘してきたが、観光を取り巻きリスクを踏まえたビジネスとしてのマネジメントやデザインが論じられている点も、本書の大きな特徴である。

観光は右肩上がりの成長産業であるがゆえ、観光産業こそが自然環境や地域社会の『キャパシティ』（受け入れ可能容量）を念頭に置きながら、経済的発展への寄与だけでなく、社会的寄与を生むような発想・方法が求められる。「観光は、世界経済、社会そして自然環境に大きな影響をもたらしながら成長し続けている。だからこそ社会的責任も大きくなっていることを従事者である私達が認識」することの必要性である。オーバーツーリズムの諸問題は、観光の対象地である自然環境や地域社会への再投資なき一方的な消費でもある。観光関連企業が今後の観光の新たな展開に果たせる役割は大きい。

観光分野でも、ここ数年Regenerative Tourismの可能性が盛んに議論されている。従来の持続可能性が人間活動による自然への影響をマイナスからゼロにする概念を基礎に置いているのに対し、「regenerative」の概念は、社会生態系の回復・繁栄を企図するものであり、本書でも指摘しているビルド・バック・ベターの発想と軌を一にする。ポスト・コロナ期は、観光の社会的意義、ひいては社会的貢献が問われ、多様な実装が進んだ時期として、後世に記憶される時代にならなければならない。

評者の住む京都を見ていると、コロナ前のオーバーツーリズムの教訓など、どこにも生かされていないようにすら感じてしまう事態が進んでいる。いまこそ、本書の副題も示すように、「成長をどうデザインするか」が問われている。