観光の目的地選択における観光公害の重要性に関する研究 —AHPを用いた分析結果と今後の課題—

荒田　潤[1]・松浦　正浩[2]

[1]学生非会員　明治大学　専門職大学院ガバナンス研究科（公共政策大学院）
（〒101-8301 東京都千代田区神田駿河台1-1）
E-mail: aratajun0753@gmail.com

[2]正会員　明治大学専任教授　専門職大学院ガバナンス研究科（公共政策大学院）
（〒101-8301 東京都千代田区神田駿河台1-1）
E-mail: mmatsuura@meiji.ac.jp

観光客の急増に伴う混雑やマナー問題などのいわゆる観光公害が，ここ数年問題となっているが，これから観光しようとする者の目的地選択において，「観光公害」の認識はどの程度影響を与えるのだろうか.
本研究は，「人々が観光地の目的地を選ぶ際，観光公害はどの程度重視されているのか」を明らかにするため，アンケート調査とAHPによる分析を行った．281件の回答のうち，整合性が確認された169件を分析した結果，観光公害に係る要素である「混雑・渋滞していない(13.6%)」「清潔さ・ゴミが落ちていない(12.8%)」は，目的地選択のほかの要素である「食事のおいしさ(21.5%)」，「自然の豊かさ(16.2%)」，「歴史・文化が感じられる(16.2%)」に比べ，個々の重要度は低いものの，合わせると約4分の1の重みを占めた．特に，「混雑・渋滞していない」は関東以外の旅行経験が少ない人々に，「清潔さ・ゴミが落ちていない」は，関東地方以外の旅行回数が少ない一人暮らしの20代女性で，職業は学生に一定の影響力があることが明らかとなった.

Key Words : *tourism, overtourism, destination, Analytic Hierarchy Process*

1. 背景・目的

日本の観光政策は，2003年に，当時の小泉首相が施政方針演説で「観光立国」への道を表明して以来，2006年に観光立国推進基本法の成立，2007年に観光立国推進基本計画の閣議決定，2016年に「明日の日本を支える観光ビジョン」の公表など，法制度および外国人受入体制整備の両面で強化されてきた．その結果，日本を訪れる外国人観光客は年々増加し，2003年に521万人だったものが2019年には3,188万人と約6倍に増えている.

外国人観光客は内需拡大・GDPの成長に貢献するため，人口減少局面に入った日本が経済水準を維持するためには重要な存在である．その一方，外国人観光客が日本国内の特定の観光地に大挙して訪れることは弊害をもたらす．たとえば京都では，ホテルや簡易宿泊所が乱立することで地価高騰を招いたり[1)]，鎌倉では，有名なアニメのオープニングに出てくる踏切を見に観光客が押し寄せ，青信号でも渡れないという苦情が地元住民から寄せられたりしている[2)].

このような社会問題は「観光公害」と呼ばれ，世界各地の観光地で社会問題化している[3)]．日本が「観光立国」を目指すうえで避けては通れない課題である．現在は新型コロナウイルスの影響で，多くの国で外出自粛，外国人観光客の受入自粛が叫ばれており，世界の国際観光客数も伸び悩んでいるため，「観光公害」も一時的に終息したようにも見受けられる．しかし，新型コロナウイルス感染拡大が終息した時には，外出自粛の反動により，以前よりも人々の往来が活発になる可能性もあり，それに伴い「観光公害」も再燃するだろう[4)].

そこで本研究では，人々が「観光地を選ぶ際，どのような基準を重視して選ぶのか」を明らかにし，さらにそれらの基準における「観光公害」の重要性を明らかにすることを目的に，アンケート調査と階層分析法（Analytic Hiearchy Process，以下AHPと記す）による分析を行った.

2. 研究の方法

本研究では，観光に関するアンケート調査を実施し，AHPにより目的地選択における各基準の重みづけを算出し，目的地選択において観光公害を特に気にする人々の特性を把握した.

(1) 観光に関するアンケート調査の概要

アンケート調査はGoogle Formを用いた．回答者の募集は当初，筆者の知人を通じて，富山県および埼玉県の大学生，明治大学専門職大学院ガバナンス研究科の現役の学生，OBOGなどから回答を得た．また，高年齢層を得るため，（株）アスマークのインターネットアンケートモニターを利用し，40～50代および65歳以上から130件の回答を追加で取得し，計281名の回答を得た．調査時期は2020年10月から12月までの約2か月間である．設問の内容は，回答者の属性情報（年齢・性別・居住地・職業），目的地選択の7基準のうち最重視する基準，7基準の重要性の一対比較，観光の経験回数などである.

観光の目的地選択の基準としては，先行研究[5), 6), 7)]から4つの基準（自然の豊かさ，歴史・文化が感じられる，食事のおいしさ，旅行費用の安さ）と，観光公害の代表的問題である2つの基準として「混雑・渋滞していない」，「清潔さ・ゴミが落ちていない」の2つを基準として設定した．さらに，近年の「インスタ映え」の流行を踏まえ，「SNS映え」も目的地選択の基準に含めることとした.

これら合計7つの基準について，観光の目的地を選ぶ際にどの基準をより重視するかを計21種類の一対比較として聞いた．一対比較の設問では，「(左の項目)が決定的に重要である」「(左の項目)がかなり重要である」「(左の項目)がやや重要である」「2つの重要性が同程度である」「(右の項目)がやや重要である」「(右の項目)がかなり重要である」「(右の項目)が決定的に重要である」の7段階で聞いた.

(2) 分析に用いるデータ

アンケート調査では計281件の回答を得たが，その中には，属性に関する設問や一対比較の設問にすべて回答していない不備や，Google Form送信時に技術的障害で複数回送信してしまったことが原因と考えられる重複など，分析に利用できない回答が23件存在した．それ以外の256件の有効回答についてAHPにおいて利用される整合度指標（C.I.）を算出したところ，一対比較の回答が整合的であると経験則上認められている，整合度指標が0.15以下の回答は，60件（全回答の23.4%）になった.

有効回答のうち約1/4しか整合的ではないという結果となった理由であるが，第一に，比較評価する基準の数が増えると，整合度指標が増加する可能性が高くなる，つまり整合性が低いと判断されやすくなることが挙げられる．今回は7つの基準を用いたが，一対比較の設問が21問となり，一般市民等を対象としたアンケートを用いたAHPで検討する基準の数としては上限に近い．第二に，今回のアンケートでは7段階のリッカート尺度を利用し，計算上の重みづけの比としては1/7～7倍を用いたが，今回の基準のなかには，一部の回答者にとって極端に関心のない基準または極端に重要な基準が含まれていたために，AHPにより計算された重みづけを比較したときに7倍を超える違いが生じてしまう問題が見られた．つまり，まったく重要でない基準が存在するとき，アンケートでは，最も重要な（重要でない）基準との比較で1/7倍まで重要度を捕捉できるものの，AHPの結果は1/7倍を超える違いとして重みづけが算出される．このような場合，整合度指標が大きくなり，整合的でではないと評価されてしまう.

そこで本研究では，別の方法で一対比較の整合性を検証することとした．AHPにより，各回答者の目的地選択7基準について重みづけの数値を算出することができるが，この算出された重みづけの任意のペアについて単純な大小比較を行ったとき，それが一対比較設問への回答での「どちら側を重視するか」の評価と逆転していなければ，少なくとも「どちらの基準のほうが」重要かという評価において矛盾がないと評価した．つまり以下の条件を満たす場合に，回答は整合的であると評価した.

$$(W_i / W_j - 1) \times (a_{ij} - 1) \geqq 0$$

W_i：AHPによる算出された基準iの重みづけ

a_{ij}：基準iとjの一対比較に対する回答

〔iのほうが重要な場合1を超える〕

256件の回答についてこの整合・矛盾について確認したところ，矛盾があった回答は87件，矛盾が見られなかった回答は169件となった．以下，この169件について，各回答者による7基準の重みづけについて分析を加える.

3. 分析結果

(1) 回答者全体の重みづけ平均

アンケート調査の 169 件の回答すべてについて，7 つの評価基準の重みづけを算出したうえで，その平均値を算出した(**図-1**)．回答者が目的地選択において最も重視している基準は「食事のおいしさ」で，全体の 21.5%を占めていることが見て取れる．次いで，「自然の豊かさ」，「歴史・文化が感じられる」が同率で 16.2%，「旅行費用の安さ」が 15.4%となっている.

これらの基準と比較すると，観光公害に関連する「混雑・渋滞していない」「清潔さ・ゴミが落ちていない」

はそれぞれ12.8%，13.6%と，比較的小さな値となった．しかし，観光公害の2つの基準を合わせると4分の１以上を占めることとなり，目的地選択において観光公害の認知は一定の影響力があるといえる．

他方，SNS映えについては4.3%と，他の基準に大きく引き離された．昨今，SNSで見栄えのよい写真を撮影できるスポットが観光地として注目されているが，観光の目的地選択では，実はあまり影響力がないことも，今回のアンケートで明らかになったといえる．

⑵　属性別の重みづけ平均

次に，回答者の属性別に，重みづけの平均値を比較していく．属性は男女(図-2)，学生と社会人(図-3)，20代とそれ以外(図-4)，関東地方とそれ以外(図-5)，家族ありと一人暮らし(図-6)，旅行回数(図-7)の6つである．

まず，いかなる属性でも，「食事」を最も重視することが分かる．特徴的なものとしては，居住地別と旅行回数別が挙げられる．

居住地別では，関東地方に住む回答者が約半数(52.7%)を占めているため，関東地方に住む回答者と，関東以外に住む回答者の平均値で比較した（図5）．関東地方の回答者は統計的有意性をもって「食事」を重視する傾向にある．地方在住者と比較して関東地方居住者のほうが，旅行で訪れた先の食べ物により強い関心があることを意味するが，多種多様なレストランが揃っている東京都（関東）に住んでいる者だからこそ，地方部への観光において現地の特徴的な食事をより重視するのは当然のことかもしれない．また，関東地方に住む回答者の方が「自然」を求める傾向にもある．これは，関東地方は東京都をはじめ都会であり，緑が少ないため，目的地選択においては，「自然」を重視すると考えられる．

一方，関東地方以外に住む回答者は，「混雑・渋滞」「清潔さ・ゴミ」の基準について，関東地方に住む回答者よりも重視する傾向にある．これは，関東地方以外の居住者は，自動車に乗る機会も多く，目的地に向かう際も自家用車で移動するため，「混雑・渋滞」をより気にするのではないかと考えられる．「清潔さ・ゴミ」に関しては，現在の新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い，マイカー車内の狭い空間の中での感染がより気になることや，居住地の感染者数が少ないがゆえに旅行によって感染する危険への恐怖心が高いことなどが推測される．

旅行回数別では，「食事」はどちらとも最重視しているが，旅行回数の多いグループのほうがより重視している．また，「自然」や「歴史・文化」についても同様の傾向がみられる．これらの，旅行体験から得られるポジティブな側面について，頻繁に旅行する層は着目しているということである．他方，旅行回数が0～2回の回答者はそれ以外の回答者と比べて，「混雑・渋滞」をかなり重視していることが統計的にも明らかである．また，「清潔さ・ゴミ」についてもより気にしている傾向が見て取れ，このような旅行のネガティブな側面に気をとられているのが，旅行回数の少ないグループの特徴と言える．

この相違を説明するうえで，その因果関係について注意を払う必要がある．昨年まで，訪日外国人観光客の急増による京都の市バス混雑問題など，「混雑・渋滞」に関するニュースが多く報じられていたため，旅行回数が少ない（旅行経験のない）回答者にとって，観光旅行に「混雑・渋滞」というイメージばかりが強く植え付けられているため，このような結果となったと考えることができる．つまり，旅行回数（経験）の違いが，重みづけの違いにつながるという説明である．他方，観光旅行のネガティブな側面にばかり目が行く（重視する）人たちなので旅行に行っていない，目的地で出会う「自然」「歴史・文化」「食事」といったポジティブな側面にばかり目が行く人たちなので旅行に頻繁に行っている，つまり，重みづけの違いが旅行回数の違いにつながっている，という説明も可能である．

結果として，①混雑・渋滞を気にする人は旅行経験が少ない→②実体験ではなく報道を通じて観光公害の情報を多く目にする→③なおさら旅行に行かない，というループが生じ，旅行に行かない層が固定化する可能性もある．観光推進策を検討するうえで，このループを断ち切るために，何らかの形で旅行のきっかけを提供し，実体験を通じてポジティブな側面に目を向けさせることが有効ではないかと考えらえる．

⑶　クラスター分析

169件の回答について，各回答者の7基準の重みづけを用い，群平均法(グループ内平均連結法)による階層クラスター分析を行った．分析結果の樹形図を図-8に示す．この樹形図に基づき，169件の回答を6つのクラスターに分類した．

表-1に，各クラスターに分類された回答者の重みづけの平均を示す．この表から，各クラスターは以下のように特徴づけられる．

・クラスター1：「自然」，「歴史・文化」重視
・クラスター2：「食事」重視
・クラスター3：「SNS映え」重視
・クラスター4：「費用」重視
・クラスター5：「混雑・渋滞」重視
・クラスター6：「清潔さ・ゴミ」重視

なお，クラスター3には1件の回答しか分類されなかった．この回答者は「SNS映え」を極端に重視しており，独立したクラスターとして分類されることとなった．

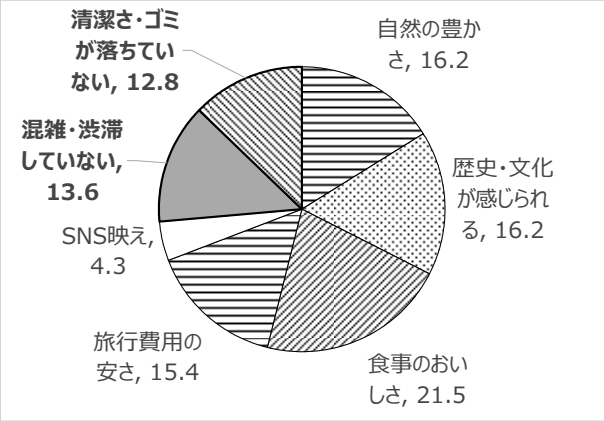

図-1　回答者(n=169)の重みづけ平均(%)

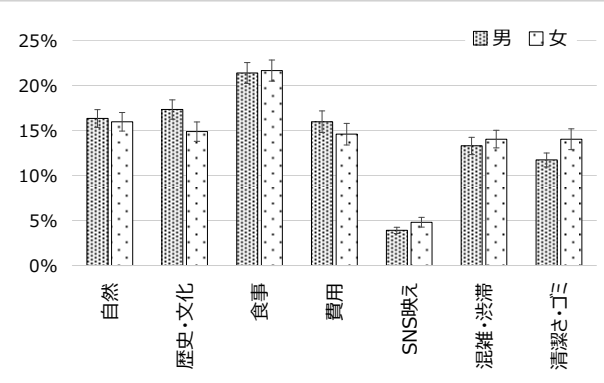

図-2　男女別の比較

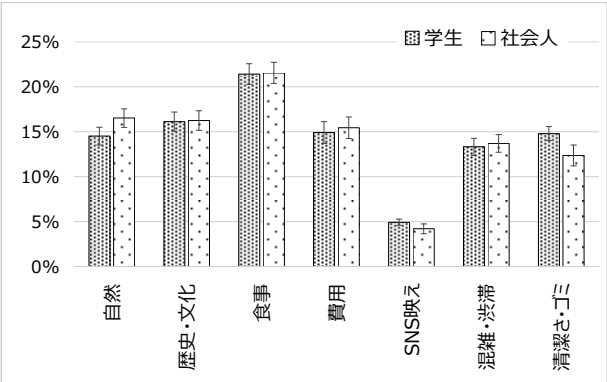

図-3　学生と社会人の比較

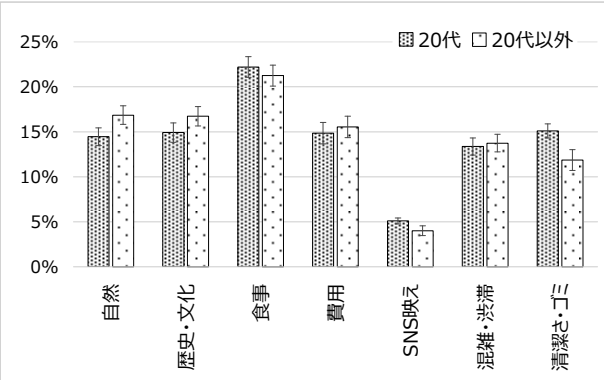

図-4　20代ととそれ以外の比較

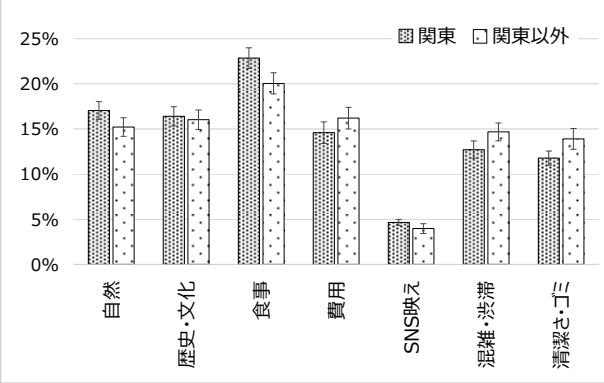

図-5　関東地方とそれ以外の比較

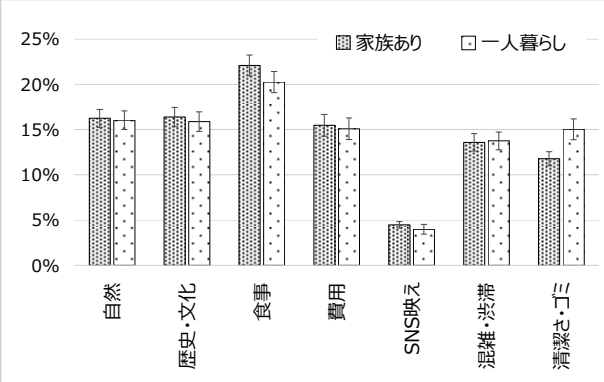

図-6　家族ありと一人暮らしの比較

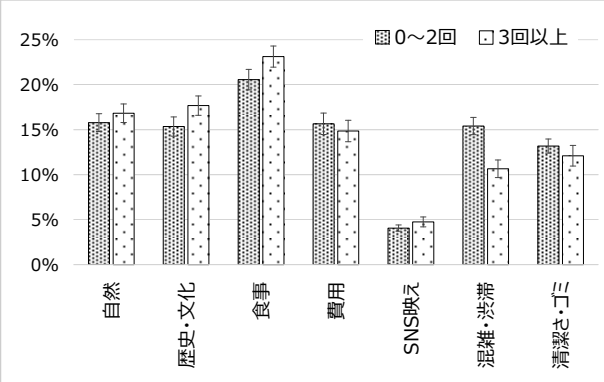

図-7　旅行回数の比較

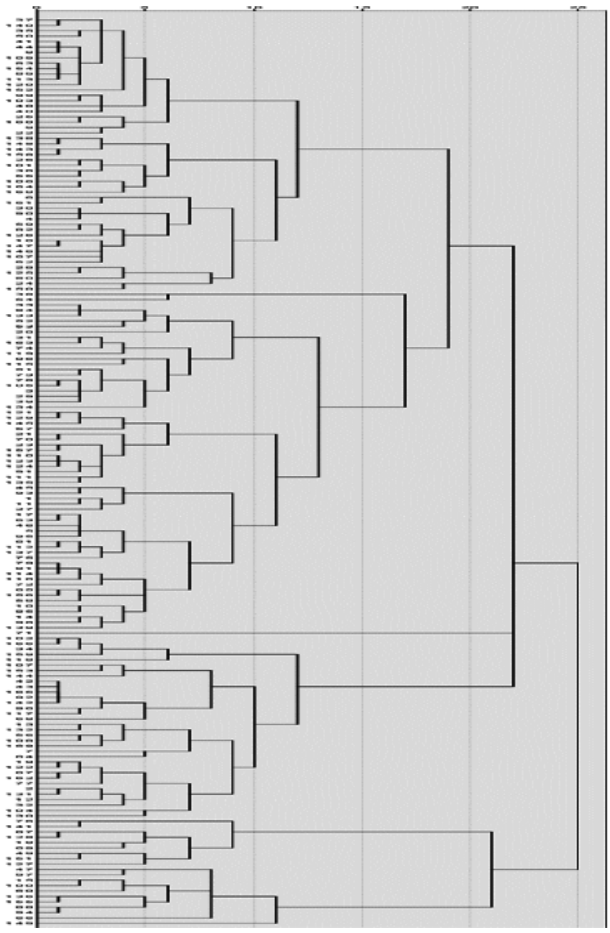

図-8 クラスター分析の樹形図

表-1　クラスター別の人数と各評価基準の重みづけ平均(%)

クラスタ番号	人数	自然	歴史・文化	食事	費用	SNS映え	混雑・渋滞	清潔さ・ゴミ
1	51	24.2	24.1	13.3	10.6	4.3	11.7	11.6
2	63	13.3	15.7	32.7	11.0	4.2	12.0	11.0
3	1	4.4	28.3	12.0	3.8	24.2	8.1	19.2
4	34	13.2	9.9	17.8	33.4	3.9	12.3	9.4
5	9	15.5	9.4	13.7	9.7	2.5	35.4	13.7
6	11	6.4	6.5	13.8	11.9	5.7	18.5	37.2

4. 結論

(1) 観光の目的地選択の基準

本研究は，人々が「観光地を選ぶ際，どのような基準を重視して選ぶのか」を明らかにし，さらにそれらの基準における「観光公害」の重要性を明らかにすることを目的として実施した．169件のアンケート結果を基にAHPを用いた重みづけ平均分析，属性別の重みづけ分析，クラスター分析を行った結果，以下のことが明らかになった．

まず，各基準の重みづけについて全回答者の平均値をみると，**図-1**に示したように，「食事のおいしさ(21.5%)」，「自然の豊かさ(16.2%)」，「歴史・文化が感じられる(16.2%)」，「旅行費用の安さ(15.4%)」，「混雑・渋滞していない(13.6%)」，「清潔さ・ゴミが落ちていない(12.8%)」，「SNS映え(4.3%)」の順となった．

本研究で着目した観光公害に関連する「混雑・渋滞していない」「清潔さ・ゴミが落ちていない」の２つの基準の重みづけは，既往研究で指摘されていた他の基準と比較すると小さな値となったが，これら２つを合わせると全体の4分の１以上を占めることとなり，目的地選択において観光公害の認知は一定の影響力があると言えるだろう．よって，人々が観光地を選ぶ際，観光公害は決定的な要因とはならないものの，25%程度の影響力があることを，本研究によって明らかにすることができた．

次に，それぞれの基準について，どのような人々が重視しているのかを，クロス集計やクラスター分析により，属性別に分析した結果から読み解いていく．

「食事のおいしさ」：全般的に重要度が高かったものの，どちらかといえば関東地方居住者，家族と同居の者のほうが，比較的関心が高い．東京のような大都市では何でも食べられるからこそ，旅行に行って，東京にはない，何かおいしいものを食べたいという関心が高いと推測される．また，家族と同居の者の場合，家族旅行において，家族全員がおいしいと思える食事でないと，食事の時間が気まずくなるので，より考慮するものと推測される．

「自然の豊かさ」・「歴史・文化が感じられる」：「自然」はどちらかといえば女性で，学生よりも社会人，20代よりも30代以上の関心が高いのに対し，「歴史・文化」については，どちらかといえば女性よりも男性の関心のほうが高い傾向が明らかになった．クラスター分析ではこれらの二つの基準を重視する人々が同じクラスターに分類されていることから，類似の傾向がみられる基準と言えるだろう．

「旅行費用の安さ」：関東地方以外に居住する者，家族と同居する者の関心が高い傾向がみられたが，これはLCCなどが利用できない地方部からの移動や，家族全員の交通・宿泊費の負担といった懸念が反映されたものと推測される．

「SNS映え」：あらゆる属性においてほとんど意識されていない点が特筆できる．本研究では，若者層，特に20代女性が「SNS映え」を重視しているのではないかという仮説をもとに，目的地選択の基準として設定したものの，むしろ，「食事」や「清潔さ・ゴミ」などの評価基準のほうがよほど重要であることが明らかになった．

「混雑・渋滞していない」：年代別(20代とそれ以外)，男女，職業(学生と社会人)，家族構成(家族ありと一人暮らし)の比較では，特に違いは見られなかった．しかし，居住地別では関東地方以外に居住する者で，旅行回数別では0～2回と比較的少ない者が特に重視することが明らかとなった．関東地方以外の居住者は普段からマイカーでの移動が多く，観光旅行もマイカーで行くことが多いと想定される．そのため，関東地方以外に居住する者が関東地方に居住する者よりも渋滞の悪影響を重視すると考えられる．また，旅行回数が少ない者については，既述したように近年はメディアで観光地の混雑・渋滞問題が多く報道されているため，気にする人ほど旅行回数が少ないと考えられる．

「清潔さ・ゴミが落ちていない」：分析結果から，年代は20代，職業は学生，性別は女性，家族構成では一人暮らし，居住地では関東地方以外に居住する者，旅行回数は0～2回と少ない者が重視していることが明らかとなった．しかし，クラスター分析では，「清潔さ・ゴミ」を重視するクラスター6に169件中11件(6.5%)しか分類されておらず，観光の目的地選択において清潔さを最も重視する人々はあまりいないことも明らかとなった．

(2) これからの観光政策に向けて

今後の観光政策，観光マーケティングにおいては，まずは観光地での「食事」に注目した施策を行うべきである．観光地の「食事」は，今回のAHPによる重みづけ分析の結果でみても，目的地選択の要因として20%を占め，クラスター分析でも全体169人のうち63人（37.3%）が「食事」重視を重視するクラスターに分類された．属性別でみても，すべての属性において最も重視されている基準である．そのため，それぞれの観光地の旬の食材・地元食材を使用した「食事」で観光客をおもてなし，満足度を向上させること，そしてそれをPRしていくことが重要である．

一方，今回のアンケート結果では，人々は目的地選択において，「SNS映え」をほとんど意識していないということが明らかになった．最近，「インスタ映えスポット」など，観光地が観光客誘致のために「SNS映え」に力を入れる事例も散見されるが，本当に来客数を増やすためには優先度を落としてもいいのではないかとも考えられる．

観光公害については，今回の重みづけの分析では，目的地選択において「混雑・渋滞」「清潔さ・ゴミ」合わせて全体の約4分の1の要因を占めていることが明らかとなった．新型コロナウイルス感染症の感染拡大を考慮すると，今後しばらくの間の目的地選択においては，人混みを避けるために「混雑・渋滞」を重視する者，また観光地の「清潔さ・ゴミ」を重視する者も増加することも推測されると考えられる．旅行する際，公共交通機関ではなくマイカーでの旅行も増えていくことが予想される．政府によるGoToキャンペーンなど「費用」に着目した観光への需要喚起策のほかにも，観光客急増に伴う想定外の観光公害を抑止するため，時間や季節の分散を図るなどの施策も今後必要となってくるだろう．

今後，人口減少が避けられない日本，かつ収束が見えないコロナ禍において，観光客から選ばれる観光地になるためには，徹底した除菌やマスクの配布など「清潔さ・ゴミ」対策を行い，それを周知することが重要である．行政は，感染対策している観光地にはステッカーを配るなど観光客が安心する対策が必要であると考える．

(3) 今後の課題

今後の課題として５つ挙げられる．

1つ目はアンケートの調査対象についてである．本研究では，筆者の知り合いとアンケートモニターを対象にアンケートを実施し，281件の回答の中でも整合性が確認された169件を分析に使用した．しかし，より大規模なアンケート調査を実施することで，よりリアリティのある数値が得られるであろう．また，本研究のデータは，筆者の知り合いによる回答が169件中77件と45.6%を占めており，何らかのバイアスは否定できない．属性や嗜好などが偏らないよう，無作為抽出やRDDによる対象者の募集などを行えれば，なお信頼性の高いデータが取得できると考えられる．

2つ目が評価基準についてである．本研究では，先行研究を基に4つの基準と観光公害の問題事象を代表する「混雑・渋滞」「清潔さ・ゴミ」の2つの基準，昨今の流れによる「SNS映え」の計7つの評価基準でアンケートを実施した．AHPのためにすべての基準について一対比較を行ってもらううえで，アンケートの質問数をある程度絞る必要があり，評価基準の数を7つに絞ったものの，異なる方法論でより多くの評価基準について調査を行い，今回の結果と比較検証することも望まれる．

3つ目は長期調査の可能性である．同一人物が歳を経るごとに目的地選択において重視する基準がどのように変化するのか，また旅行動機も含め長期時系列データが取得できると，一時点における属性による分析だけでなく，ライフヒストリーを含めた分析が可能となるだろう．

4つ目はコロナ禍におけるアンケートの実施についてである．本研究では，「SNS映え」が，ほとんど重視されていないことが明らかとなった．現在の新型コロナウイルス感染症の拡大により外出自粛が叫ばれ，SNS上でもお出かけスポットに関する投稿が激減している．しかし，コロナ禍でも密になりにくいスポットに焦点を当て「SNS映え」スポットは人気を博しているし，2017年に実施されたある調査では，10~30代女性の6割以上，男性

でも20~30代男性の4割前後，40代男性の3割がインスタ映えを気にしたことがあるとされ，旅行先での大切な一要素となっているのではないだろうか．今回，アンケートをコロナ禍において行ったため，SNS映えの重要度が低く評価されたが，昨年まで，あるいは感染が収束した後に調査を実施していたら，異なる結果となった可能性も十分にある．よって今回の調査結果は，コロナ禍における観光の目的地選択における基準を評価できた点で有意義と言えるが，同時に，今後感染が収束した後で，同様の調査を行う必要もあるだろう．

最後に，今回の研究は，感染拡大防止のため，インターネットでのアンケート調査を実施したが，本来は，実際に観光に訪れている人々へのアンケート調査やヒアリング調査などを用いた，より詳細な分析なども実施したいところであった．根拠に基づく観光政策を推進するためにも，感染収束後には，より詳細なデータの収集と分析と，それらに基づく政策提言が望まれる．

謝辞 ： この論文は，指導教授である松浦 正浩教授をはじめ，アンケート調査にご協力頂いた富山国際大学 佐藤綾子准教授，ガバナンス研究科の学生の皆様，OB・OGの皆様，株式会社アスマークの皆様等，多くの方のご協力を得て成りたっている．

ここに心から感謝と敬意を申し上げる．ありがとうございました．

参考文献

1) 京都新聞(2020 年 3 月 21 日付) https://www.kyoto-np.co.jp/articles/-/190038
2) 日本経済新聞(2018 年 7 月 3 日付) https://www.nikkei.com/article/DGXKZO32426380Z20C18A6H91A00/
3) 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―持続的な観光立国に向けて―」『JRI レビュー2019』Vol.6, No.67,2019
4) 日本政策投資銀行,日本交通公社『DBJ・JTBF アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2020 年度新型コロナ影響度特別調査）』,2020
5) 岡本卓也「観光動機の違いが観光情報収集と訪問地選択に与える影響 ～長野県松本市・安曇野市における観光者動向からの検討～」『地域ブランド研究』,9,pp31-42, 2014
6) 金春姫・鎌田裕美 研究ノート「若者の旅行に対する意識」,『成城・経済研究』,188,2010
7) 中山琢夫「AHP によるグリーン・ツーリズムの需要動向分析：高知県仁淀川町向けバスツアー客のアンケート調査から」『農林業問題研究』, 186, pp. 25-30, 2012

IMPACT OF OVERTOURISM IN SELECTING TOURISM DESTINATIONS - AHP ANALYSIS RESULTS AND KEY ISSUES -

Jun ARATA and Masahiro MATSUURA

Issues of overtourism, such as overcrowiding and littering, due to the sudden increase of tourists has been a major problem for the past few years. How much influence does the recognition of overtourism have on the destination selection of those who are planning tourism activities?

This study conducted a questionnaire survey and analysis by the AHP in order to clarify "How much emphasis is placed on overtourism when people choose a tourism destination?" By analyzing 169 cases, weights of key factors were measured. Those related to overtourism were "overcrowding (13.6%)" and "cleanliness (12.8)". Even though their weight was smaller than other factors, such as “delicious food (21.5%),” “nature (16.2%),” and “history/culture (16.2%)”, overtourism factors together account for about a quarter of tourist’s considerations. In particular, "overcrowding" is important for those who have little travel experience and live outside the Kanto region, and "cleanliness" is for female students in their 20s who live alone and outside the Kanto region.