

観光は滅びない

99.9%減からの復活が京都からはじまる

中井治郎

観光が倒れるならば、この国も倒れる。
さあ、この国の観光を、やりなおそう。

すべての観光都市復活の鍵は、京都にある——!

「新しい観光」を
立ち上げよう!

観光は滅びない

99・9%減からの復活が京都からはじまる

中井治郎

星海社

168



SEIKAISHA
SHINSHO

はじめに

インバウンド前年同月比99・9%減。

世界の国々が一齐に国境を閉ざした2020年の春、この国から観光客が消えた。

「人々は、今日かつてないほどの〈移動の途上〉にある」社会学者ジョン・アーリは現代社会のありようをそのように表現したが、未知のウイルスのパンデミックはその現代社会の要である「移動」を地球規模で凍結させた。

世界中の人々が静まりかえった自分の街の光景に息を呑むことになったが、とくに日本においては、もっともその景色が一変したのはやはり観光都市・京都ではないだろうか。

はたして一年前のわれわれは、観光客のいない嵐山、観光客のいない東山、観光客のいない祇園を想像できただろうか？

近年の世界的な京都ブームによって京都にやってくるようになった外国人観光客は、宿泊客だけにかぎっても2012年から2018年までの間に実に5倍以上にも膨れ上がった。定番の観光スポットはシーズンを問わず人波に埋め尽くされ、ゆっくり景色を眺めることはおろか立ち止まることさえ難しい混雑が常態化していた。このようなオーバーツーリズムは、舞妓パラッチなどの迷惑行為、お宿バブルによる地価高騰、迷惑民泊、交通機関の麻痺など、さまざまな形で市民生活を圧迫することとなった。これに対し行政や観光業者、寺社関係者そして地域住民など、観光をめぐるさまざまな現場がいかなる戦いを展開しているのかをレポートしたのが筆者の原著『パンクする京都』（2019）である。

しかし、前著刊行から数か月後、事態は思わぬ方向に展開し、とつぜんすべてが「解決」してしまった。京都から観光客が消えたのだ。

これまでは観光客の混雑に巻き込まれながらの日常生活に辟易して、旅行会社や鉄道会社が制作した閑静な雰囲気京都ポスターを見かけては「ええなあ、こんなとこ、いつか行ってみたいわ」などと嫌味を言いあっていた京都人たちであるが、コロナ禍によって「ポスターでしか見たことのない京都」が目の前に現れたのである。京都はかつての都であ

り観光都市であるという性質上、その長い歴史を通してつねに多くの来訪者の目に晒されてきた都市である。しかし、あの非現実的な静けさに包まれた春の京都はまさに、「誰も見たことがない京都」であり「誰も見るものがない京都」であった。

そして、ステイ・ホームの掛け声で人々を家に閉じ込めた沈黙の春が終わり、社会のさまざまな領域でそろりそろりと新たな日常生活が動き始めた。今回の災禍で顕在化したリスクや持続可能性の問題と向き合いながら、あらゆる人々がこれまでの生活様式を見直し、新しいやり方を模索する日々の始まりである。

そして「不要不急」のレッテルを貼られ、あらゆる経済活動の中でもこのコロナ禍においてもっとも甚大なダメージを被った観光も未曾有の危機を脱すべく、再び動き始める。しかし、それは単なる復活ではなかった。なかには観光や旅行という概念を根本から変えてしまう側面もあるような新たな観光の始まりであった。

そこで本書が目的とするのは、コロナ禍によってもたらされた危機は現代の観光においてどのような意味があったのかを確認し、そしてどのような観光が終わり、どのような観

光が始まるのかを見定めることである。以下に駆け足ではあるが、その見取り図を提示しよう。

まず第1章では、新型コロナウイルスの災禍が襲ったのは、ここ数十年来にわたり加速し続けた世界的な海外旅行ブームのピークであり、また世界の観光のあり方が限界を迎える「曲がり角」であったことを解説する。2000年には7億人足らずに過ぎなかった世界の国際観光客数は、UNWTO（国連世界観光機関）の予測をも上回るスピードで増加し、2018年には14億人に達していた。世界の観光地に暮らす人々は急激に膨れ上がった観光客の怒濤に悲鳴を上げ、その抗議は激化しつつあった。UNWTOをはじめ、観光に携わり、また観光を分析する様々な国際機関はこぞって持続可能性こそ世界の観光が直面する喫緊の課題であると強く警告していた。それは「こんな観光はもう限界だ」という警告である。「このままではいけない」、誰だってそんなことは分かっていた。しかし、いまや観光産業のもたらず利益に依存するようになった各国・各都市は、もはや踏みとどまることさえ難しかった。このまま世界は観光客によってパンクするのだろうか……？　しかし、パンパに膨らみきった風船をついに破裂させたのは、怒れる地元住民でも地球規模の気候変動

でもなかった。未知のウイルスによるパンデミックだったのである。

第2章では、コロナ禍による「インバウンド99・9%減」という衝撃が今の日本にとってどのような意味をもつのかを解説する。今後、まるで断崖絶壁を転がり落ちるような急速な人口減少時代への突入が避けられないこの国にとって、インバウンドを取り込む観光産業は最後の希望であり、切り札だったのである。とくに東京オリンピック・パラリンピックが開催されるはずだった2020年はそんな崖っぷち国家の命運を賭けた勝負の年だった。しかし、そんな目論見を吹き飛ばしたのが「インバウンド99・9%減」というまったく想定外の災禍だったのである。このまま観光立国への道は閉ざされるのだろうか。

第3章はひとりの生活者としての視点から「あのとき京都ではなにが起こっていたのか？」を状況するルポである。オーバーツーリズムに悩まされていた街から観光客が消え去ったあの日々を、京都の人々はどうのように過ごしたのか。ゴールドラッシュのようなインバウンドブームの激流のなかで翻弄されていた近年の京都観光は、期せずして強制的にリセットされることになった。では、あの沈黙の春は観光都市・京都の何を明らかにし、何を変えることになるのか。

そして第4章では、わが国の観光の再始動を考える。コロナ禍がわれわれに見せつけた

のは人や物の移動を加速させることで発展してきた世界の脆弱性である。もはや効率化と成長のみを追求する産業の推進や政策は誰の目にも不可能なものとなった。では新たな世界で可能な観光とはどのようなものなのか。「ブレーキとアクセルを同時に踏むようなもの」という批判と混乱のなかで強行されたGOTOTラベル・キャンペーンの迷走に見られた観光政策と各地域社会の実情との乖離、そしてコロナ禍によって強制的にリセットされた地域社会と観光業と観光客の関係がふたたび新しい形で結びなおされ始めていることに着目する。すべてを凍結させた危機のなかで、それぞれに歩み寄りながら新しい関係を模索し始めているのだ。すでに「曲がり角」にあったこれまでの観光は終わるかもしれない。しかし、新しい旅はここから始まるのではないだろうか。

そして何よりも貴重な証言として、いままさに未曾有の危機と対峙する京都観光の最前線からの報告を得た。それぞれの現場の視点から、あの危機もたらした衝撃と復活への模索、そして新たな観光への野心を聞いた。

まず、たった数年で世界的な人気を誇る町家旅館を育てあげたマネージャー、京町家旅館「楽遊 堀川五条」の山田氏である。世界中からやってくる旅人の心を掴んできた名物マ

ネーチャーは、安心が求められる時代の宿をいかに作り上げていくのか。

次に、未曾有の観光危機においていち早く観光の復活に向けたロードマップを発表し、その道筋を示した京都市観光協会（DMOKYOTO）である。観光先進都市のDMOである彼らは危機の時代を乗り越えた次の京都観光をどのようにデザインするのだろうか。

そして最後に、よりよってこんな激動の時代に京都観光に流れ着いてしまったひとり青年の声に耳を傾けよう。「サイトC」の小田嶋氏だ。いまはオンラインツアーの制作に打ち込んでいるという彼は、どのように京都観光の世界に魅了され、どのような葛藤と憧れを抱えながらこの古都で格闘しているのだろうか。その等身大の声にこそ、この時代に観光で働くということのリアルがあるのではないだろうか。

たしかに観光はいま危機に瀕している。とはいえ、家に閉じ込められたあの春に嫌というほど思い知らされたように、いまさら観光なしではやっていけないのはこの社会も、僕も、そしてあなただって同じなのだ。さあ、腹をくくって旅に出よう。あきらめの悪い猫のように夏への扉を探すのだ。終わるものと、ここから始まるものを見に行こう。

第1章 観光に依存していたビフォー・コロナの世界

1. 近くて遠い「パンクする京都」 21

2. 「いまさら観光なしではやっていけない」私たちと世界的観光ブームとオーバーツーリズム 26

観光産業に依存する世界経済 26

「もう観光客はたくさんだ！」とオーバーツーリズムの問題化 28

「観光する国」から「観光される国」へ 32

3. 観光が死んだ日「観光産業の父」が倒れた 35

「グレタさん」の告発、その日から旅行は「恥」になった 37

「曲がり角」にあった観光 39

観光客の消えた世界 40

インタビュー ① 京都から観光客が消えた!? ……しかし、人気町家旅館が感じる手ごたえとは? 44

第2章 崖っぷち国家を襲った観光危機 57

1. コロナ禍と観光産業GDP 27・8%減の衝撃 58

消失した99・9%のインバウンド 60

観光は「不要不急」? 61

「観光が倒れると、この国も倒れる」 64

2. 「終わりの始まり」は巨大クルーズ船だった　くダイヤモンド・プリンセス号の受難 68

クルーズ船は人類史上最大の旅客移動手段 69

寄港地の憂鬱 70

観光立国のシンボルが「観光の終わり」のシンボルに 73

3. 「観光立国」は最後の希望 75

「勝負の年」を襲ったコロナ禍 75

人口減少の「崖っぷち」に立つ日本 77

観光は地方創生の切り札 79

この国はまだ観光をあきらめていない 81

第3章 ルポ・コロナ禍の京都 99

1. あの春、京都では何が起こっていたのか？ 100

なじみの店の閉店 101

異常な京の冬景色 103

消えていく外国人観光客 104

2月17日、「風向きが変わった」 107

「こんなに歩きやすい京都」は35年ぶり？ 109

インバウンド依存の脆さ 112

京都ブランドの底力 114

「来てくれるのは嬉しいのだけど……」という本音 116

2. 「京都にふさわしい宿」をめぐる戦い「お宿バブル」の終焉とゲストハウスの逆境 120

市長の「お宿お断り宣言」 122

客室稼働率95%の人気宿も5%へ 124

コロナの影響を受けるのはホテルよりゲストハウス？ 126

ゲストハウス文化というコンセプト 127

「京都にふさわしい宿」とは？ 129

コロナ時代の「宿」文化 130

3. 「応仁の乱以来」の夏が終わる「祇園祭ロス」に打ちひしがれる7月の京都人たち 134

「大文字」を見ないと納得できない人々 136

観光と結び合う京都の文化 140

インタビュー③ オーバーツーリズムが一転、いまやオンラインツアー戦国時代!? 144

第4章 「新しい旅」の始動 159

アフター・コロナの旅を求めて 160

1. G O T O トラベルとは何だったのか — 学校にも行けないのに旅行はできる……? 163

観光の「許されない」再始動 165

G O T O トラベルは空振り? 169

内需への期待と地方の反発 171

2. コロナが観光と地域を結びなおす — 観光は嫌われ者？ 174

目指すべきは回復ではなく、「やりなおし」 175

「観光客のせい」ばかりではなかった？ 177

コロナが観光と地域を結びなおす 180

3. 「新しい旅」のこれから — ウイズ・コロナ期の観光 — 184

「格安」の終焉 186

モバイル・ライブズの終焉と観光の転換点 188

アフター・コロナの観光 — 観光の脆弱性と向き合う 189

「もうひとつの日常」とつなぐ観光 190

おわりに 194

主要参考文献 202



土曜・日曜・休日
10-17
この先 40m

天然氷のかき

天然氷

抹茶
かき
ふえ



第 **2** 章

崖っぷち国家を襲った
観光危機



1. コロナ禍と観光産業GDP 27・8%減の衝撃

涼しかった7月が終わり40℃を超える最高気温を叩き出した猛暑とはいえ、帰省ラッシュもない静かなお盆が明けた。緊急事態宣言が解除されてからもうすぐ3か月になるといふのに、うちの近所のカフェはなかなか短縮営業を譲ろうとしてくれない。そのせいか、夕方になると早くなった閉店時間に間に合うように駆け込んだ常連たちで、店内は以前より賑わっているようにも見える。今日もなんとか間に合った……。僕もそうやって一息つきながら新聞を広げた。その途端、目に飛び込んできた数字に思わずひとりごとが漏れた。

「こんなん、もう戦争やないか……」

GDP 27・8%減。少なくとも僕の生涯では、はじめて見る数字だった。

2020年8月17日、内閣府は、新型コロナ感染拡大による緊急事態宣言が出されている

た4～5月を含む2020年4～6月期の国内総生産（GDP）の減少率が1年続くと仮定した場合、年率換算はGDP27・8%減となり、戦後最大のマイナス成長となることを発表した。

日本社会はこれまで何度も経済危機に見舞われてきた。しかし、今回ばかりはワケが치가う。では、コロナ禍の衝撃がどれほどのものであるかを測るために、ここで過去に日本を襲った経済危機と比較してみよう。

たとえば「東洋の奇跡」と謳われた日本の高度経済成長に終止符を打った1973年のオイル・ショックは年率13・1%減（74年1～3月期）であったし、近年ではリーマン・ショックが17・8%減（09年1～3月期）、災禍という意味では今回のコロナ禍と比較されることの多い東日本大震災でも3・7%減（11年1～3月期）であった。どれも27・8%には遠く及ばない。これから私たちの社会を待ち受けるものは何か。それを考えるために参照するには、これまで日本社会が経験してきた経済危機ではいずれも力不足なのである。

そのため識者からは、「コロナ禍と比較できる経済危機など、もはや戦前の昭和恐慌くらいだ」という声もあがっている。昭和恐慌とは1929年に起きた世界恐慌に端を発した経済危機である。当時、日本の小売商の約3割が夜逃げしたほどであるといわれており、

その社会危機が大正デモクラシーの空気を一変させた。そして日本の急速な軍国主義化を招くことになったのである。これはもちろん数百万の人命を奪い、国土を焦土と化す破滅への道行きだった。コロナ禍がもたらす今回の危機は、国家の破滅をもたらしたあの恐慌くらいしか比較できないというのである。

消失した99・9%のインバウンド

そんな前代未聞づくしの今回のコロナ禍においても、「絶滅か」とまでいわれるほど突出した危機に瀕しているのが観光産業である。日本政府観光局（JNTO）が発表した2020年4月の訪日外国人数は、前年同月比99・9%減の2917人だった。これは2019年4月のわずか0・1%に過ぎない。一時はインバウンドの「爆買い」で沸いた百貨店も外客数は前年同月比99・5%減、売り上げは前年同月比98・5%減。つまりインバウンドは、ほぼ完全に「消失」したのである。

「世界的なパンデミックで各国が越境移動の制限を急速に拡大したことで、もはや日本だけで判断したり対処したりできない複雑な状況になった」（日本政府観光局・金子正志理事）

もちろんこれまでも01年の同時多発テロ、SARS、リーマン・ショック、東日本大震災、そして日韓関係の悪化などといった危機が観光産業を襲ったことはあった。しかし、いずれの観光危機も旅行需要への影響という点からはいずれもエリアや規模、そして期間が限定されたものであった。今回のコロナ禍のように全世界規模で国境の封鎖や移動の厳しい制限が行われ、世界中の人々が旅行どころか自宅からも満足に出られなくなるというような事態は誰も経験したことがないのだ。

観光は「不要不急」？

もちろんコロナ禍の影響はインバウンドだけにとどまるものではなかった。通院や食料の買い出し、そして通勤など以外の、生活の維持に「不要不急」の外出の自粛を求める緊急

訪日外客数



* 2020年6月、7月は推計値

出所：日本政府観光局（JNTO）

事態宣言が全国に拡大された4月。「不要不急」の外出者の最たる存在である観光客は、外国人、日本人を問わずこの国から姿を消してしまった。

観光産業といえはその代表格としてイメージされるのはホテルなどの宿泊業だろう。「不要不急」の外出が困難になった2020年の春、彼らに残るのはもはやビジネス客など「不要不急でない」用事で宿泊する客だけであった。観光庁が20年6月30日に発表した20年4月の宿泊施設の延べ宿泊者数(第2次速報値)によると、全国で971万人泊であり、これは前年同月の実績に比べて80・9%の減少である。

「なるほど。普段の20%以下か、それはたしかに厳しいな……」。この数字を見て、そう早合点するのは少し待ってほしい。実質的なダメージはこれよりもはるかに大きいのだ。なぜなら、毎年ホテルや旅館がオフシーズンに値下げを行うように、一般的に宿泊施設は稼働率が下がれば一室当たりの料金も下げざるを得なくなるからである。

たとえば京都市観光協会が提携する英国のホテルデータサービス会社、STRの調査によると、京都市内における客室稼働率は前年同月比で92・9%低下するとともに、平均客室単価も同54・8%低下していた。ほぼ半額以下である。あの春、ホテル業界もまた前代未聞の「大安売り」だったのである。

普段の2割程度の客に、加えて客室単価は普段の半額。ホテルの窮状たるや想像を絶するものであり、もちろん全国で倒産が相次ぐことになった。

また日本旅行業協会（JATA）は旅行会社を対象にした調査をもとに2020年3～6月の減収額は主要50社だけで毎月3000億円相当と試算、さらに旅行消費全体については「毎月1.5兆円が消えている非常事態」との認識を示した。また観光庁が発表した主要旅行者の2020年4月の旅行取扱状況では、総取扱額がいずれも対前年同月比で海外旅行は1.7%、国内旅行は6.4%であった。5月はさらに落ち込み海外旅行1.0%、国内旅行3.4%となった。

いや、もうこれ以上データを挙げててもキリがない。とにかく、2020年春、日本の観光は「終わった」のだ。

観光は平和な社会でしか成り立たない。観光は平和産業である……。観光に携わる人間ならばシンポジウムや講演会などで、一度は聞いたことのある馴染みのスローガンである。たしかに個々人してみると観光は平和な社会、平和な時代だからこそ楽しめる娯楽であ

る。だから1年や2年、観光を楽しまなくても命にかかわることはない。なぜなら観光は「不要不急」だから……。たしかに、それはそうだろう。しかし、この国にとって、観光は決して「不要不急」なものではなかったのだ。我々は緊急事態宣言の春が終わるにつれて、それを思い知ることになる。

「観光が倒れると、この国も倒れる」

迷走と朝令暮改を繰り返しながらも強行されたGOTOトラベル事業が連日ニュースで話題になったように、このような観光産業の窮状はコロナ禍における日本の経済問題のなかでも、もっとも注目度の高いテーマとなった。

観光庁『旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究』（2019）によれば2017年の観光消費による生産波及効果は55・2兆円にも及び、いまや日本経済にとって観光は巨大産業とっていいだろう。そして観光産業は、宿泊や土産物店などだけでなくそこに商品を卸す製造業や農林業、建築業などさまざまな業種の人々が関わる非常に裾野の広い分野であり、その趨勢が非常に広範な立場の人々に影響を与えることになるのも特徴だ。さらに観光業は各地域の地域金融との関係が密接なため、もし観光産業が崩壊するようなこと

になればそこから連鎖した金融ショックが国全体に及ぶことも危惧される。

政府のGOTOトラベル事業の異様ともいえる性急さとドタバタ劇の背景にあったのは、このような観光危機に端を発する国家的な経済危機への危機感だったのである。

「インバウンド神話が崩壊した」。巷ではそんな嘆きも聞かれる。しかし、そもそもわが国の経済がこれほどインバウンドや観光産業に依存するようになったのはごく近年のことであるということも重要な点である。

1970年にアウトバウンド（出国日本人旅行者数）がインバウンド（訪日外国人旅行者数）を上回って以来、長らく「アウトバウンドに対してインバウンドが少なすぎる」状態が40年以上も続き、それがようやくやく逆転したのは「爆買い」が流行語に選ばれた2015年だった。つまり、私たちがこの国を「観光する国」から「観光される国」へと変えることに成功したのは、ほんの5年前のことなのだ。

日本政府が本格的にインバウンド誘致に乗り出したのは小泉政権下の2003年「ビジット・ジャパン・キャンペーン」からであるといわれている。その後、2008年の観光庁設立なども含め、インバウンド誘致と観光産業は「失われた20年」にあえぐ日本の、そして今後到来する人口減少社会を睨んだ「成長戦略の柱」であった。そして、また疲弊す

る地方経済を立て直す「地方創生の切り札」として位置付けられてきた。

その結果、2003年当時520万人程度だった訪日外客数は2019年には3188万人へと激増し、日本の各都市、各観光地は外国人観光客の急激な増加を経験することになったのである。2019年に訪日外国人旅行消費額は8年連続で過去最高を記録し、4兆8000億円に達した。たとえば日本に訪れたインバウンドの消費を「輸出」と考えるなら、いまや観光産業は自動車、化学製品に続いて外貨を獲得している日本の第三の輸出産業ということになる。

またダボス会議で知られる世界経済フォーラム(WEF)の『観光競争力レポート(Travel & Tourism Competitiveness Report)』2019年版において、日本の観光競争力は世界で第4位と評価されている。同レポートにおいて日本は2013年14位、2015年9位、そして2017年に4位と順調に順位を上げてきたものであり、いまや世界的に見ても日本の観光産業は十分に世界をリードする存在といえる地位を獲得している。そして、日本の観光産業の発展は官主導といわれるが、低成長時代のわが国にこれほど目覚ましい成長と発展を見せた産業はほかにない。その点においては「観光立国を目指す」という国策は見事に成功したといってもいいだろう。

しかし、とくにインバウンドを相手にした観光産業は自国民にとってはその業界の内実や景況が実感しにくいものであることも事実だ。たとえば各地域の反発を招きながらも、前倒しまでして強行されたGOTOトラベル事業の強引さを訝しんだ人も多いだろう。しかし、これはとりもなおさず「観光が倒れると、この国も倒れる」という政府の危機感を示すものであった。

観光産業の危機がこの国全体の危機に直結するという認識のもとに慌てふためく経済界や政府の姿を見て、自分の暮らすこの国が「観光立国」であったことにはじめて気づいた人も少なくないのではないだろうか。

これはインバウンド誘致や観光産業の拡大に取り組んできた日本の観光政策が成功を収めたことの皮肉な成果でもある。この国が目指してきた「観光立国」とは、つまり観光を基盤産業とする国である。それは観光をこの国にとって「不要不急」どころではなく、「なくてはならないもの」と位置付ける国策だったからだ。

「溺れる者は藁をも掴む」というが、十数年前、先の見えない不景気にあえいだこの国が必死に掴んだ「藁」は、いつの間にか国の命運を握るまでの大きな船に成長していたのである。



第 **4** 章

「新しい旅」の始動



アフター・コロナの旅を求めて

2020年8月21日、日本政府観光局は7月の訪日外国人客数は3800人だったとの推計を発表した。これでインバウンドは4か月連続で前年同月比99・9%減ということになる。ほぼ、ゼロである。

このまま観光は減んでしまうのだろうか……。

いや、こたえはノーだ。これだけは断言できる。観光は減びない。

もはや産業や社会構造の次元だけでなく、文明レベルで旅の味を知ってしまった僕らはもう後戻りできない。旅は人類的な根源的な欲求であるともいわれるし、また麻薬のようなものである。あのステイホームの春で僕らが嫌というほど思い知ったのは、好きに出かけることができるということのかけがえのない価値であった。世界中がああ春に経験したのは、近代社会がテクノロジーと制度の両面においてひたすらに追い求め、不平等ながらその配分を拡大してきた「移動の自由」を突然はく奪されてしまうことの痛みだったのだ。

いまさら、「とにかくそこでじっとしていなさい」なんていわれても、僕らはもうやっていけないのだ。

とはいえ、次に僕らの「遠くへ行きたい」という思いを受け止めるために立ち上がる新しい観光は、僕らが慣れ親しんだものとはかなり違うものになることは間違いないさそうだ。

#TravelTomorrow (——旅は明日にしよう)

4月にそう呼びかけた国連世界観光機関 (UNWTO) は沈黙の春が終わると、"Tomorrow is now here (——今こそ、その明日)" と呼びかけ、「観光の再開」を宣言。世界の観光がそろそろ動き始めた。もちろん、観光の再開をどれだけ急ぐかは、その国の新型コロナウイルス感染状況や医療資源、またその国の経済がどれだけ観光に依存しているかなどによって決定される各国の政策方針によるのだが、いずれにせよ世界中の人々がそれぞれの速度で「新しい旅」を模索し始めることになった。

しかし、世界中で人や物を移動・集中させることによる恩恵に浴してきた世界は、まさ

に移動・集中こそが最大のリスクとなるパンデミックによってその決定的な脆弱性を目の当たりにした。つまり今回のコロナ禍は1回限りの特別なイベントではないのだ。未知の感染症による世界的パンデミックはグローバリゼーションの副作用ともいえるものであり、この世界のあり方を変えない限りは幾度ともなく襲い来る危機なのである。

もはや効率化と成長のみを追求する産業の推進や政策は不可能となった。世界はついに持続可能性と本気で向き合わなくてはいけなくなった。それがコロナ以後の世界である。

コロナ禍における観光危機が何を意味するものなのかを考えてきた本書もついに最終章である。最後に未曾有の危機にある観光の復活を、アフター・コロナの「新しい旅」の始動という観点から占ってみよう。

このアフター・コロナという新しい世界で、どのような旅ならば可能なのだろうか。まずは日本における観光の再始動の第一歩となったご存じのGOTOトラベル・キャンペーンの顛末から考えてみたい。