



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	バルセロナにおける観光政策の課題：ジェントリフィケーションに焦点を当てて
Author(s)	アンゲラ, オリオル; 石黒, 侑介
Citation	CATS 叢書 = CATS Library, 13, 63-93
Issue Date	2021-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/82626
Type	departmental bulletin paper
File Information	CATS13_color_Part9_Anguera_web.pdf



バルセロナにおける観光政策の課題

——ジェントリフィケーションに焦点を当てて——

アンゲラ オリオル

バルセロナ大学ホテル・観光学院 助教

石黒 侑介（訳）

北海道大学観光学高等研究センター 准教授

バルセロナ大学ホテル・観光学院 連携客員教授

1. はじめに¹⁾

観光経済学を専門とする筆者にとってバルセロナは極めて興味深い事例である。今日では「観光には正負の両面がある」という言説自体は珍しいものではなくなったが，そうした観光の特性に対してどのような政策的対応をできるかについて実証的に検証するのは簡単ではない。特に観光の負の側面については，社会学的な論考の中で触れられることはあっても，経済学や政策学の中でそれが考察される機会は多くなかった。バルセロナはそれを可能にする数少ない都市である。

バルセロナの観光の本質は，オーバーツーリズムではない。オーバーツーリズムは総体的な問題の一部分を切り取ってある特定の視点で表現したに過ぎない。それは確かに何かは「オーバー」した，超過した状態を指すかもしれないが，では「ツーリズム」が超過したのか，あるいは「ツーリズム」によって何かは超過したのかは定かではない。この問題の本質はむしろ「ジェントリフィケーション」という用語によってより適切に表現されるべきであろう。

ジェントリフィケーションは，もともと住宅や商業地としての機能を持った地域，そして多くの場合はその主体が比較的低所得の住民である地域が，再編成されることで「紳士化」，つまり相対的に価値を向上させることを指す。その手段は再開発であったり，文化活動であることが多く，近年は緑化や公共空間の大規模なリノベーションなどによって実現する事例も増えている。

ジェントリフィケーションは総じてこれまで肯定的に捉えられてきた。それは観光研究においても同様で，都市の中でも最も観光客の目に触れさせたくない，あるいは観光客自身も目を向けたくないと思うような地区を，一転，観光地化させる効能を持っていると信じら

れてきた。しかしバルセロナでは、ジェントリフィケーションによって住民が移転を余儀なくされ、商業構成までもが再編されたことで、最終的に都市が市場における価値の上昇と、空間と経済活動における空洞化に直面していることが明らかになった。

2. 観光業とバルセロナ

観光は、世界的に最も重要な産業の1つである。

世界を見ると、観光は GDP の 10.2%、雇用の 9.6%を生み出している。スペインでは GDP の 11.1%、雇用の 13.0%、そしてバルセロナでは GDP の 15.0%、雇用の 9.0%を占めている（図1）。

図2は、バルセロナの観光業について、1990年と2016年のデータを比較したグラフである。これをみると観光業がこの26年間にいかに急速な成長を遂げたかが分かる。1990年に118軒だったホテルの数は、2016年には408軒に増加した。成長率は実に246%である。さらに驚くべきはこのデータがホテルの成長のみを反映したものである点である。民泊は1990年には存在していなかったか、業態として認知されていなかったが、今日では宿泊サービスのサプライヤーとしては無視できないほどのプレゼンスを持っている。Airbnbのサイトで取り引きされるものだけでも約17,000件の情報が掲載されている。

こうした観光サービス産業の供給量の成長に伴ってバルセロナを訪れる観光客数も大幅に成長した。宿泊客数は405%、クルーズ客に至っては2,000%を越える伸びを記録している。当然、バルセロナ空港を利用する旅客数も400%近くまで増加している。

では、バルセロナのデスティネーションとしての成長の要因は何だろうか。

まず挙げられるのが、バルセロナ・オリンピックの開催である。バルセロナの観光を通して考察すると、明らかにオリンピックを軸とした「ビフォア・アフター」があることに気づく。オリンピックを契機に国際観光市場は商品としてのバルセロナを認知し、バルセロナ市民も自らの街が観光地になり得ることに気がついたのである。「アフター・オリンピック」の初期においては、明らかに観光地化することへの期待感があつたし、それは政策への支持という形で現れていた。

もちろん、バルセロナ市内に数多くある文化資源、とりわけ建築の貢献も大きい。気候に恵まれ、パリやベルリン、ロンドンが持たない海岸線を有する都市であることも決定的な要因の1つであろう。そして食文化も少なからずバルセロナへの訪問動機に作用しているはずだ。さらに、ヨーロッパ連合による通貨の統一はヨーロッパ内からの来訪障壁を下げることに大きく貢献し、近年ではLCCのようなサプライヤーの多角化の恩恵にもあずかっている。

加えて、インターネットの拡大とスマートフォンの普及は都市への訪問動機以上に、滞在動機を高めたかもしれない。総じて宿泊サービスを含めた観光サービス産業の多様性の高い都市では、スマートフォンの普及によって明らかに消費者の選択肢が増え、結果的により

経済的な、あるいはより期待に添った観光行動を可能にした。今では混雑を避けて世界遺産を訪れることも、人気のレストランを予約することも、そして同じホテルにより安価に泊まることもスマートフォンが実現してくれる。

2017年8月にはテロ事件が発生したが、それでも他の同規模の都市に比べてバルセロナの政情は安定している。現在のカタルーニャの状況²⁾が今後の旅行需要にどのような影響を与えるかについては不透明な点はあるが、多くの観光客にとって魅力的な都市であり続けることは間違いないだろう。

そして忘れてはならないのは、近年、観光の前提となる休暇のあり方が大きく変わっていることである。南欧を中心に、かつて休暇は年に1回、数週間から1ヶ月という長い期間でとることが習慣化していたし、そうした傾向が、アメリカや日本のような比較的休暇の取得が難しいとされる国との対比で「ヨーロッパ的な」観光客の特性として描かれることも多かった。しかし近年ではヨーロッパでも1週間に満たない休暇を年に複数回とるようなスタイルが急速に広がっており、こうした休暇の旅行需要を効果的に取り込んでいるのがバルセロナのような都市である。

さらに、Booking.com や Airbnb などのオンライン上のプラットフォームが充実したことも大きな要因であろう。スマートフォンの普及とも相まってこうしたサービスは急速に消費者に浸透し、観光業の形態にも変化を及ぼしている。特に数時間から数日程度の比較的短時間のサービスが求められる都市型デスティネーションの事業者にとっては、こうしたプラットフォームへの対応が市場参入の最低条件となった。これもバルセロナにとっては好意的な環境変化と言える。

図3で掲げたデスティネーションとしてのバルセロナの成長要因に加え、筆者としてはあまり語られることのない「もう1つの理由」を指摘したい。

それは「地中海スタイル」と呼ばれる、バルセロナ市民ならではの生活様式だ。街に出て買い物や会話を楽しみ、夕暮れとともに近所の広場やバルに繰り出す。自宅に住むのではなく、街に住むというような感覚だ。世界遺産サグラダ・ファミリア (La Sagrada Família) や10万人を収容するFCバルセロナのカンプ・ノウ (El Camp Nou) から1本通りを入れば、家から椅子を持ち出して隣近所の人と会話を楽しむ高齢者の姿を今も見ることができる。こうしたヨーロッパのほかの都市にはないスタイルが都市の魅力になっているのだ。

筆者がこの点を最後に指摘したのは、本稿で述べるジェントリフィケーションによってこうした生活様式が急速に失われていることを強調するためだ。

バルセロナ市政府は、半年に1度、市民に対して大規模なアンケート調査を行っており、そこには「今、バルセロナが抱える最も重要な問題は何か」という設問がある。図4の横軸は調査時期、縦軸は上記の問いに「観光」と回答した人の割合を示している。2017年7月に実施した最新の調査では、この割合が20%に達する水準にまで上昇している。実にバルセロナ市民の5人に1人が、観光への危機感を持っているということである。図5はこうした市民の不快感が示された一例である。急増する観光に抗議するチラシやデモの開催、民

泊転用されたアパートへの抗議も増えている。

では彼らの主張のとおり、観光そのものが問題なのであろうか。

その答えはノーである。観光自体が問題なのではなく、そのマネジメントに問題があるのである。局所的なマネジメントではなく、都市全体のマネジメント、換言すればデスティネーション・マネジメントを志向しなかった結果がこうした現象の原因である。デスティネーション・マネジメントは局所的、短期的な利益ではなく、全体最適、将来最適を追求する概念だ。我々は、観光は街に観光客が来ることでありと考えがちであるが、実際はそれ以上の効果がある（図 6）。例えば、観光産業のおかげで、バルセロナ空港はコネクション数では欧州第 8 位の空港になったし、地下鉄の新路線は観光産業が盛んでなければ建設されなかった。市内の文化的、芸術的な歴史遺産の保存は住民税だけではなし得なかったし、観光客のバルセロナやスペインへの口コミは、都市や国のイメージ、ブランド向上に政府や民間事業者が行うあらゆる広告事業より貢献した。そしてこうした観光を通じた交流が世界平和にも少なくない貢献を果たしている。観光産業は、マイナスの面だけでなくプラスの面でも非常に大きな影響を我々に及ぼしている。

これは経済学者が「外部性」と呼ぶものである（図 7）。J. E. スティグリッツは一個人または一企業の活動が、支払いを行ったり、支払いを行われたりすることなく、他の個人に影響を及ぼす時、外部性が生じるとしている（Stiglitz 1986）。この外部性には正のものと負のものがある（図 8）。そして、観光産業も他の経済活動に対して、やはり正と負の外部性を持ち得る。観光の正の外部性としては、先述の観光振興を目的としたインフラストラクチャー整備の恩恵に市民が与ることなどがあげられる。他方、それによって騒音や混雑が生じれば、それは負の外部性ということになる。本稿で取り上げるジェントリフィケーションも、実はこうした負の外部性の 1 つである。

3. 観光ジェントリフィケーション

観光ジェントリフィケーションはどのようなプロセスを指すか。その定義は複数存在しており、今も学術的な議論の途上にあるが、概ね次のような現象を指すという理解は共有されている。

まず、ある地区が観光客の間でブームになる。これは地域の側からそう仕向けることもあるし、SNS の影響などである日、偶発的にブームが生じることもある。いずれにしても一定以上の観光客がその地区を訪れている状況が生じることがジェントリフィケーションの第一歩だ。そしてこうした状況が一定期間継続すると、サービスや物価の上昇が起こる。またそれによって空間あたりの経済的収益性が上がるために不動産価格の高騰が起こる。そして最終的には、この物価上昇について行けなくなった住民と事業者の転出が始まり、やがて住民は観光客に、住民を顧客とした産業は観光関連産業に代替するのである。このように観光をきっかけに地区の、都市の機能が変化することを観光ジェントリフィケーションと

呼ぶ（図9）。

バルセロナではこうした問題に対して、当該地区において宿泊施設や土産品店の開業を禁止することを訴える声があるが、そうした意見は感情的なものであって科学的には妥当ではない。重要なことはバランスを適切なものに戻すことであって、観光産業の否定ではない。バルセロナで観光ジェントリフィケーションが発生したのは、急速な観光地化によって地域の社会構成、産業構成が劇的に変化したからであるが、同時に、ある段階までは住民はその恩恵に与っていたのだ。そしてさらに留意すべきは、局地的に観光客が集中すればそれは観光客の快適性をも損なう結果になるということである。かつては密集や騒音がある種の「賑わい」を表象すると考えられてきたが、これらは短期的な高揚感を醸成できても観光客の再訪や推薦意向にはポジティブな影響を及ぼさない。

J. ジェイコブスが指摘するように都市には空間の多目的な利用によって発展するというメカニズムが備わっている（Jacobs 1961）（図11）。したがって観光地化が都市の多様性、多機能性の否定を意味する場合、観光の促進は都市の発展を阻害していると解するべきだろう。そして民泊の拡大とそれによる住宅供給量の減少はその一例と言える。図12はAirbnbのサイトに掲載されている民泊の分布である。民泊は市の中心部に集中していることが分かる。また、Airbnbに掲載された民泊の件数が人口の移転に寄与しているという研究も存在している（図13）。

ではこうした現象に対してどのような政策的対応が考えられるだろうか。

観光ジェントリフィケーションに対しては概ね4つの政策的対応が考えられる（図14）。

1つは、観光ジェントリフィケーションの影響を受けて郊外への移転を余儀なくされた住民や事業者に対する直接的な支援である。補助金のような形で物価や家賃の上昇分を直接補填できれば即効性のある対応と言えるかもしれない。ただしこの手の政策は総じて効果よりも政策の実行コストが上回ってしまう。支援対象の選別も大きな課題だろう。

他方で経済学者により受け入れやすい対応は、住宅用地や事業用地の供給量を増やして短期的、局所的に供給過剰を作りだし価格を抑えるという方法である。ただし、こうした対策を採用できる都市や地区は多くないかもしれない。バルセロナは、面積としてはそれほど広くなく、そもそも都心に大規模な事業用地を政策的に設けることはほとんど不可能だ。宅地についても容積率を緩和する以外に効果的かつ実効的な政策はない。容積率の緩和はバルセロナのような古い街並を残す都市では容易ではない。都市計画や建築分野の政策との整合性も求められる。

増税も1つの選択肢かもしれない。特定の経済活動が過剰に成長し、社会的な弊害を誘発している場合にはよく採用される政策だ。特定の地区、あるいは民泊のような特定の事業形態への課税を拡大すれば事業参入の動機は減退する。ただし、制度設計に時間が掛かる上に徴税逃れへの対策も必要だ。現在の民泊の拡大スピードを踏まえれば、課税制度の隙間を狙う新しい事業形態が登場する勢いが、増税による成長の抑制効果を上回るかもしれない。

このように現状の市場の可変性とその成長スピードを踏まえると、伝統的な経済原理に

做ったこれらの政策だけでは観光ジェントリフィケーションの構造的な解決には至らない可能性が高い。そこでバルセロナ市政府が採用したのが床数ベースで地区別の宿泊キャパシティを制限する方法だ。もちろんこれも単体で効果を挙げるのは容易ではないがいくつかの政策と組み合わせることで一定の政策効果は期待できる。

4. ジェントリフィケーションに関する 2 つの調査

4.1 住民の移転抑制効果

筆者はこのテーマに関連して 2 つの研究を行っている。

1 つ目の研究は、民泊の規制が住民の移転抑制に有効か否かを検証することを目的としたものだ (図 15)。バルセロナでは民泊を開業するに当たり所定の手続きを行い市政府から認可を受ける必要がある。バルセロナ市政府はこのライセンスの付与を緩和したり規制したりすることで民泊の成長を管理しようと試みているわけである。そして、この政策が具体的な効果を挙げているのかを検証するというのがこの調査の目的である (図 16)。

バルセロナで最も初期に民泊の拡大が顕著となったのは旧市街一帯を含むシウタ・ベリャ地区 (Ciutat Vella) であった。そのため 2005 年には早くもこの地区で民泊のライセンスの発行が停止され、その後、この措置は全市に拡大された (図 17)。本研究ではこの政策が引き起こしたと想定される変化に着目する。すなわち、人口の地理的、時間的変化から、ライセンスの発行停止という政策の効果を検証するのである。具体的には、以前はライセンスが付与されていたにもかかわらず、現在は付与されていないという地区の人口推移をもとに、民泊の認可停止措置によって人口減少に歯止めがかかったかどうかを調べるというものだ (図 18)。

図 19 を見るとバルセロナの総人口は 2005 年にシウタ・ベリャ地区のライセンス発行が停止されて以降も数年は増加していたものの、2014 年に規制が全市に拡大された時点では減少していたことが分かる。このデータからは直観的に法律の改正前後で人口の傾向に変化が生じていることがうかがえる。ただし、ライセンスの新規発行停止措置が行われていなかったとしても人口が減少から増加に転じていた可能性もある。

そこで市内を地区よりもさらに細かな単位に分けて人口の動向を検証することとした。幸い、バルセロナでは市域を 1,068 のエリアに分けて国勢調査が行われており、このエリア毎に人口動態を把握することができる (図 20)。本研究では、これらのデータをもとに法改正の対象となったエリアとそうではないエリアの人口を比較し、前者がもし法改正の対象となっていなかった場合の人口の増減を推計した (図 21)。この推計モデルを数式で表すと図 22 のとおりとなる。

その結果、図 23 で表しているように、2005 年の法改正によって 2.32% の人口増が生じているということが示唆される結果となった。わずか 2.32% ではあるが、人口 10 万人の地区で 2,300 人の人口が増えるというのは無視できない変化である。

では、民泊ライセンスの新規付与の停止を全市に拡大した 2014 年の法改正の影響につい

てはどうだろうか。図 24 は 2012 年から 2016 年までの人口の推移を、2005 年の法改正の対象となったシウタ・ベリャとその他の地区で比較したものである。これを見るとシウタ・ベリャを除いた地区では人口が増加に転じ、一方でシウタ・ベリャ地区については人口減少傾向が継続していることが分かる。そして、これを前出のモデルで分析すると、やはり法改正が2%強の人口増加に寄与しているという結果が得られた（図 25）。

そしてその要因としては住宅価格の上昇を抑制できたことがあげられる。図 26 は前出と同様にライセンス新規付与と停止が与えた影響を、この法改正の対象となった地区とその他の地区の地価を比較する形で行った分析の結果である。人口増加への影響ほどの有意差は確認できないが、それでも一定の影響があったと判断できる。

これらを総括すると、民泊のライセンス新規付与の停止措置は、人口の減少に歯止めをかけ、住宅価格の上昇にも一定の抑制効果を発揮するという結論を得ることができる（図 27）。ただし人口の増加に対する影響に比べると、住宅価格への影響は限定的かもしれない。そのため、民泊への課税を拡大することや、住宅の供給量を増やして住宅価格をより直接的に下げるといった政策も解決策として考え得ると言えるだろう。

4.2 商業のジェントリフィケーション

次に2つめの調査、商業のジェントリフィケーションに関する調査結果を紹介する。

観光振興の結果として、ある地区に数多くのホテルや民泊が進出したとする。宿泊施設の進出によって一見、街は賑わったり、あるいは最低でも人通りを保つかもかもしれないが、そこには質的な変化が伴う。つまり住民による賑わいから観光客、宿泊客による賑わいへと変化するのである。

当然のことながら、住民と観光客では求める商品やサービスの質が異なる。また多くの場合、観光客の方が時間あたりの支出が高く、住民の方が価格に対してより敏感に反応する。観光客によって地元住民が代替された結果、空間や時間あたりの収益性の高い商業が、地域に根付いた相対的に収益性の低い商業に取って代わられるのだ。具体的には果実店や鮮魚店が閉店を余儀なくされ、代わりに土産店や宝石店、ファーストフード店などが開店するのである。実はこうした商業構成の変化が住民の転出につながるということについては、例えば A. ココラ・ガンなどが明らかにしている（Cocola-Gant 2015）（図 28）。

こうした商業構成の変化を商業のジェントリフィケーションと呼ぶ。そしてこの商業のジェントリフィケーションが観光のジェントリフィケーションに拍車をかけるのである。実際、バルセロナでは市民が宿泊施設の多い地区では暮らしたくないと考えているということを明らかにした調査結果もあり、観光客数を多く迎えるための宿泊施設の整備が住民にとっては、そしておそらく長期的には観光客にとっても同様に、バルセロナという街の魅力を削ぐことにつながっている可能性が高い。

ただし、先行研究はいずれも宿泊施設の周囲にどのような店舗が集積するのかを個別に検討したものであって、街全体がどのような変化に直面したかを実証的に研究したものは

少ない (図 29)。そこで本研究では、経済や産業分野の既存資料を分析する方法で、商業構成の変化と宿泊施設の立地との関係性を分析した。

図 30 は、調査に使用したデータの 1 つであり、プロットされたものはバルセロナ市民の全ての事業所を表している。この中で、ある種のパターンがあるかどうかを検証することで、観光が商業構造にどのような変化を与えたかを分析することができる。例えば宿泊施設とディスコやクラブ、パブの集積パターンと (図 31)、宿泊施設と鮮魚店のそれでは当然傾向が異なる (図 32)。この集積のパターンを指数化して時系列による変化を分析することで、宿泊施設の増加が周辺の商業構造をどのように変化させたかを明らかにすることができる (図 33)。G. エリソンらが用いたこの集積指数は、地理的に集中する 2 種類の異なる産業がそれぞれ独立したものである場合は負に、逆に相互に依存する産業である場合には正になる (Ellison et al. 2010) (図 34)。

結果は非常に興味深いものだった。まず宿泊施設との共集積指数が最も高かったのはレンタカーであり、美術工芸品店、ギフトショップ・土産店がこれに続いた (図 35)。つまりホテルやペンションの周辺にはこうした事業所が集積しているということである。他方で、宿泊施設から離れたエリアには、理髪店、スーパーマーケット、青果店、鮮魚店など住民の日常生活に直結する事業分野の事業者が集積していることが分かった (図 36)。つまり先行研究を通じて局所的に確認されていた宿泊施設の周囲に特定の産業集積が生じる現象が、バルセロナでは都市の総体的な現象であることが明らかになったのである。

この結果を踏まえると、政府部門による観光振興は、狭義では需要の喚起策であり、それを支える供給量の拡大を指すが、宿泊施設の拡大と局所的な集積による商業のジェントリフィケーションを放置すると都市住民の生活環境を著しく悪化させることを踏まえば、広義では地域の商業構造の維持やマネジメントを包含する施策である必要があることが分かる。観光の意味が拡大する中で、観光政策の射程もまた拡大するのは自然なことだ。

5. 結論

ジェントリフィケーションという概念は都市計画分野を中心に極めて好意的に、そして一定の政策的恣意性が介在するものとしてとらえられてきたが、本稿で紹介したように観光ジェントリフィケーションにおいては、それは必ずしも歓迎されるものではなく、時にむしろその効果の抑制が必要とされるほど、扱いの難しいものと言える。それは観光振興の外部性であり、多くの場合、負のそれなのである。

もちろん、冒頭に概観したように、観光はバルセロナにおいて非常に重要な産業である。多くの経済効果と大きな正の外部性をこの都市にもたらしている。重要なことは観光を正と負という対局からとらえるのではなく、観光ジェントリフィケーション、そして商業のジェントリフィケーションのように様々な現象を引き起こすものとして客体化し、そのマネジメントまでをも含む観光振興の概念、政策領域を示すことである。

都市は多様で重層的な存在である。いずれにせよ、それを自ら損なうような産業振興は、それが観光であれ、それ以外の産業であれ、望ましくない結果を導く可能性が高い。本稿で示したように、バルセロナ市のライセンス新規付与停止措置は、住民を地区に留め、住宅価格の上昇を抑え、都市と境界の多様性を保つことに一定の効果をあげている。バルセロナ市の取り組みが、すなわち日本を含めた全ての国や地域に適用され同じ効果を上げるとは考えないが、こうしたノウハウの共有が本稿や関連研究を通じて進むことを希望する。

観光業の重要性



GDPの10.2%
雇用の9.6%



GDPの11.1%
雇用の13.0%



GDPの15.0%
雇用の9.0%

出所： Instituto Nacional de Estadística (2017) , World Travel & Tourism Council (2017)

CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

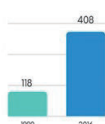
Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

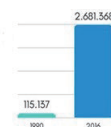
出所：筆者作成

図 1 GDP と雇用に占める観光業の割合

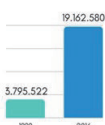
バルセロナにおける観光業：1990年 vs 2016年



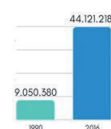
↑ 246%



↑ 2,229%



↑ 405%



↑ 388%

出所： Ajuntament de Barcelona et al. (2017)

CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

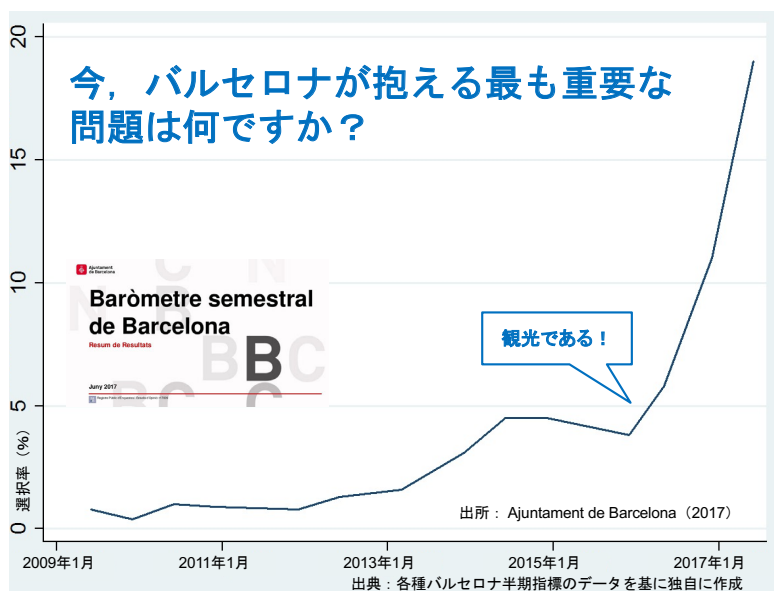
図 2 バルセロナにおける観光業の成長

成功の鍵



出所：筆者作成

図 3 デスティネーションとしてのバルセロナの成長要因



出所：筆者作成

図 4 市民の観光に対する問題意識の高まり



出所：筆者作成

図 5 観光への反対運動の高まり

観光業はそれ以上のものである



CETT | School of Tourism, Hospitality & Gastronomy

UNIVERSITAT DE BARCELONA

cais | Center for Advanced Tourism Studies HOKKAIDO UNIVERSITY

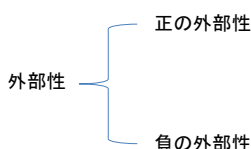
Simposio sobre la gestión de un destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 6 観光がもたらすもの

外部性

個人または企業の活動が第三者に影響を及ぼす場合で、その第三者が対価を払うことなく、あるいは逆に対価を受け取ることもない時、そこに**外部性**が生じる（Stiglitz 1986）。



CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 7 外部性の定義

観光業の外部性



- 他の部門への経済的影響
- 世界とのつながり
- 文化的な交流
- インフラストラクチャー
- 遺産の保全
- 他国との平和的關係
- ...



- 輸送機関による公害
- 空間、公共サービスの滞り
- 騒音
- **観光のジェントリフィケーション**
- ...

CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

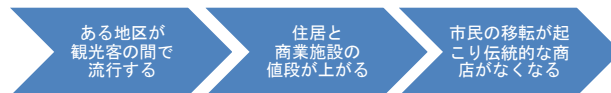
Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 8 民泊の分布

観光ジェントリフィケーション

観光ジェントリフィケーションとは、地区が観光サービスと娯楽サービスにあふれ、相対的に多くの人が集まる洗練された地区になることをいう（Gotham 2005）

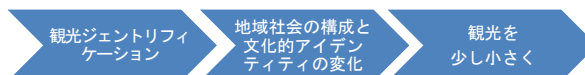


レクリエーション、レジャー、宿泊機能が住宅および商業の伝統的な機能に徐々に取って代わり、住民の界隈を空洞化させる（Mendes 2018）

出所：筆者作成

図 9 観光ジェントリフィケーションの定義

より適正なバランスを取り戻す



出所：筆者作成

図 10 観光ジェントリフィケーションの解消の方向性

都市の多目的利用



ジェイン・ジェイコブス
Jane Jacobs
(1916～2006)

街の経済的・都市的な発展のためには、空間を多目的に利用する必要がある。

CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 11 都市の多目的利用に関する J. ジェイコブスの指摘

バルセロナ市内の民泊

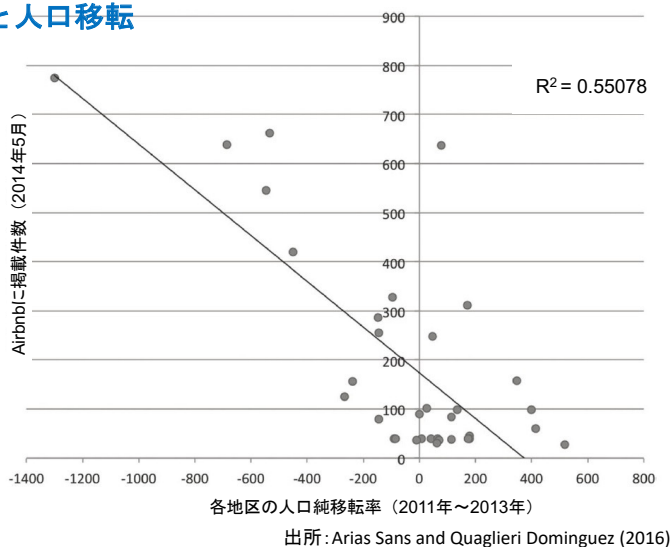


出所：Inside Airbnb (2017)

出所：筆者作成

図 12 観光客の中心地への集中

民泊と人口移転



出所：筆者作成

図 13 Airbnb の掲載件数と人口移転の関係性

行政は何ができるか？

1. 社会的支援



2. 供給の拡大



3. 増税



4. 生産割当



CETT School of Tourism, Hospitality & Gastronomy

UNIVERSITAT DE BARCELONA

cais Center for Advanced Tourism Studies HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 14 観光ジェントリフィケーションに対する政策的対応

研究動機

観光宿泊施設ともともと住んでいた住民の移動との関係：Gotham (2005), Kesar et al. (2015), García et al. (2007), Arias Sans and Quaglieri (2016), López-Gay and Cocola Gant (2016)



CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 15 観光宿泊施設と住民の移動に関する研究の動機と仮説

研究の背景と目的

バルセロナ市政府は、民泊へのライセンス付与をこれ以上行わないことを決定

ライセンス付与の停止から、我々は何を学ぶことができるか？
この種の法律は何らかの効果があるのか？

CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

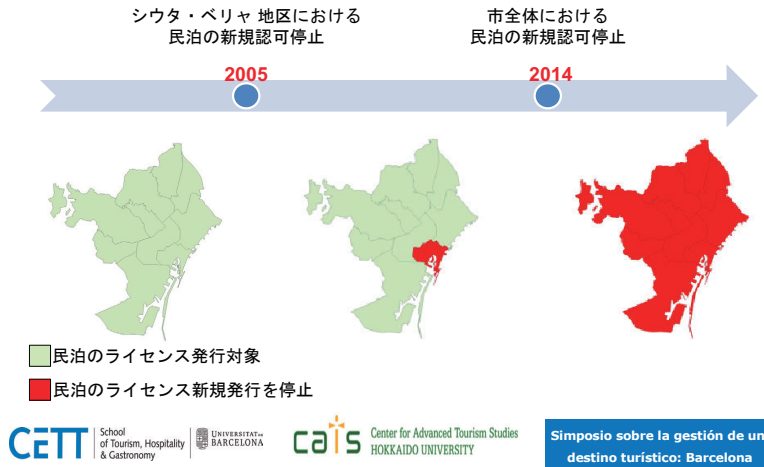
Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 16 観光宿泊施設と住民の移動に関する研究の背景と目的

法改正の流れ



出所：筆者作成

図 17 市政府によるライセンス付与禁止エリアの変遷

研究の概要

- 意義：
 - 実証的なアプローチから、民泊の新規認可の停止が、観光ジェントリフィケーションを抑制する上で効果的か否かを調査する。
- 方法：
 - スペイン住民名簿の人口データを利用する。
 - ポータルサイト Idealista.com の住宅価格データを利用する。
 - これらのデータを利用し、差分の差分法を用いて政策効果を検証する。
- 結果：
 - 民泊の新規認可数の制限は、住民の数にプラスの効果を与えているが、住宅価格にはマイナスの影響を及ぼしている。



出所：筆者作成

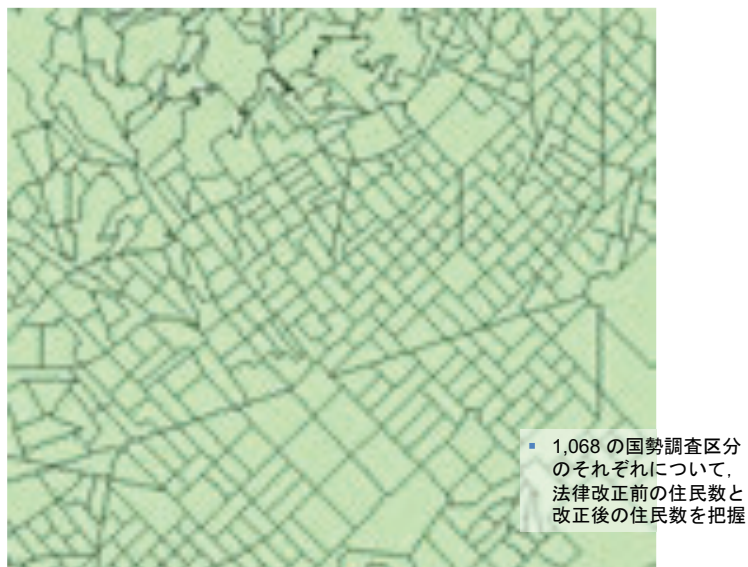
図 18 観光宿泊施設と住民の移動に関する研究の概要



出所：Instituto Nacional de Estadística (2017) を基に筆者作成

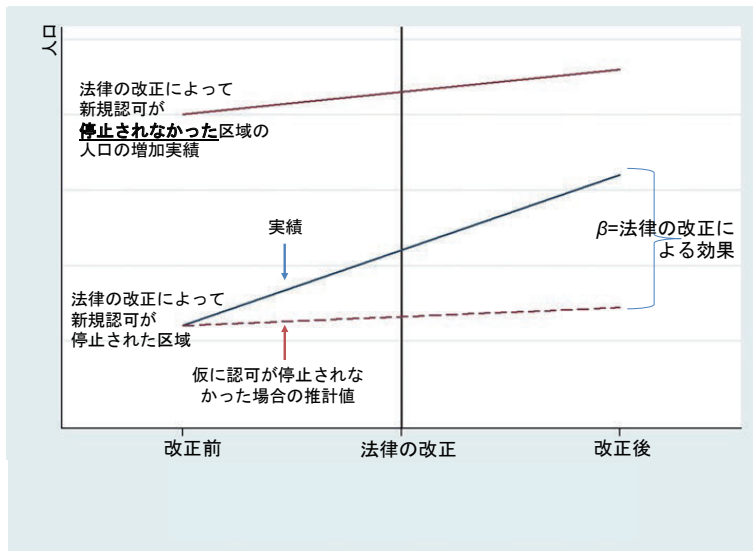
出所：筆者作成

図 19 バルセロナの全市人口動態



出所：筆者作成

図 20 国勢調査ベースのエリア区分



出所：筆者作成

図 21 法改正の適用対象エリアと非対象エリアの差

実証的アプローチ：差分の差分法

$$\ln(Y_{it}) = \beta \text{Law_change}_i * \text{After}_t + \gamma_i + \delta_t + \epsilon_{it}$$

対数を加えると、
係数は変化率となる。

この係数は、法改正（新規認可の停止）の影響を受けた国勢調査エリアに生じた変化の平均。もし正であれば、法改正が観光ジェントリフィケーションの抑制に寄与していることを意味する。

上の式で

- Y_{it} は国勢調査区域 i の t 年の人口
- Law_change_i は法改正のあった区域を1、それ以外の区域を0とする2分変数
- After_t は法改正後を1とする2分変数
- γ_i 各国勢調査地区の2分変数
- δ_t 各年の2分変数

CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 22 本研究のモデル

2005年の結果

	(1) バルセロナの 人口の変化	(2) 周辺地区の 人口の変化	(3) グラシア地区の 人口の変化
Law_change*After	2.32% ** (0.0112)	1.60%*** (0.0061)	2.13%*** (0.0062)
N	2136	982	282
R ²	0.991	0.992	0.998
国勢調査地区における固定効果	あり	あり	あり
時間固定効果	あり	あり	あり

注：有意水準は、*は10%、**は5%、***は1%を示す

() 内は、(1) では周辺地区とのクラスター標準誤差、(2) と (3) ではロバスト標準誤差を示す

CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

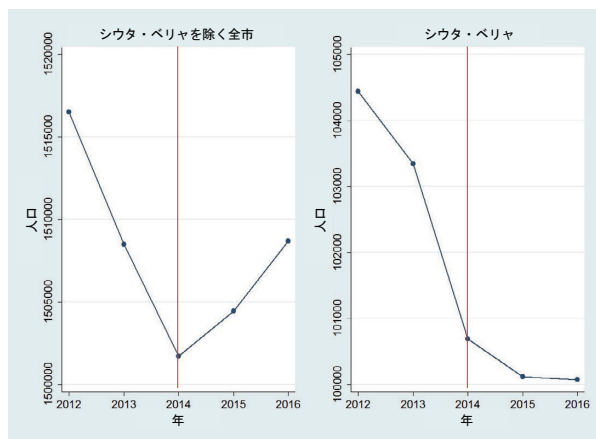
Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 23 法改正の人口への影響 (2005 年)

2012年から2016年までの人口の推移



CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 24 人口の推移 (2012 年から 2016 年)

2014年の結果

	(1) バルセロナの 人口の変化	(2) 周辺地区の 人口の変化	(3) グラシア地区の 人口の変化
Law_change*After	2.71%*** (0.0081)	2.68%*** (0.0062)	2.50%*** (0.0086)
N	2136	982	282
R ²	0.985	0.981	0.990
国勢調査地区における固定効果	あり	あり	あり
時間固定効果	あり	あり	あり

注：有意水準は、*は10%、**は5%、***は1%を示す
 () 内は、(1) では周辺地区とのクラスター標準誤差、(2) と (3) ではロバスト標準誤差を示す



出所：筆者作成

図 25 法改正の人口への影響 (2014 年)

2014年の結果：1㎡あたりの住宅価格

	(1) 価格
Law_change*After	-5.95%* (0.0295)
N	102
R ²	0.969
地区における固定効果	あり
時間固定効果	あり

注：有意水準は、*は10%、**は5%、***は1%を示す
 () 内はロバスト標準誤差を示す



出所：筆者作成

図 26 法改正の住宅価格への影響

本研究の結論

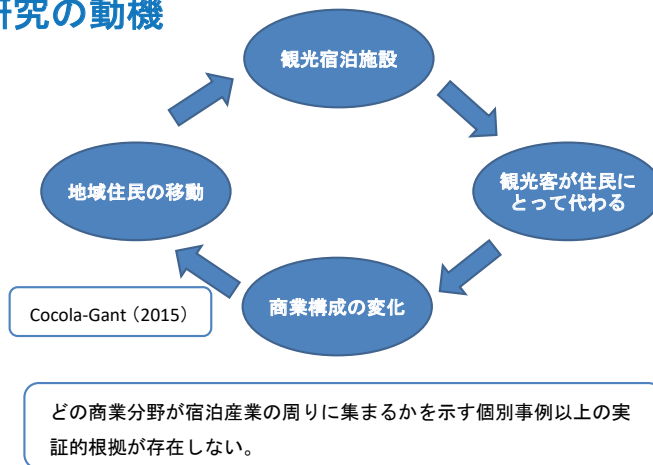
- 民泊に対する付与ライセンス数の制限
 - 地区の人口を増加
 - 住宅価格の高騰に一定の歯止め
- 他の解決策
 - 民泊が支払う税金の引き上げ
 - 住宅の供給量の拡大



出所：筆者作成

図 27 人口増加と住宅価格の高騰に対する政策効果の測定研究の結論

研究の動機



出所：筆者作成

図 28 商業ジェントリフィケーションと宿泊施設の立地に関する研究の動機

研究の概要

- 目的：
 - どの商業分野が宿泊産業とクラスターを形成するかを実証的に調査する。
- 方法：
 - バルセロナ市の商業統計のデータを利用する。
 - このデータを利用し、Ellison et al. (2010) によって提唱された集積指数を評価する。
- 結果：
 - 宿泊産業とクラスターを形成する傾向にある商業分野は、レンタカー、土産物店、ファッション店など、住民が日常生活では必要としないような分野の事業所である。

CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

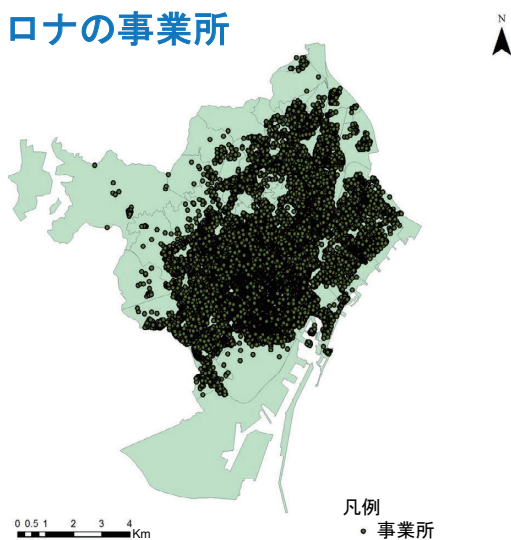
Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 29 商業ジェントリフィケーションと宿泊施設の立地に関する研究の概要

バルセロナの事業所



出所：筆者作成

図 30 バルセロナ市内の全事業所分布

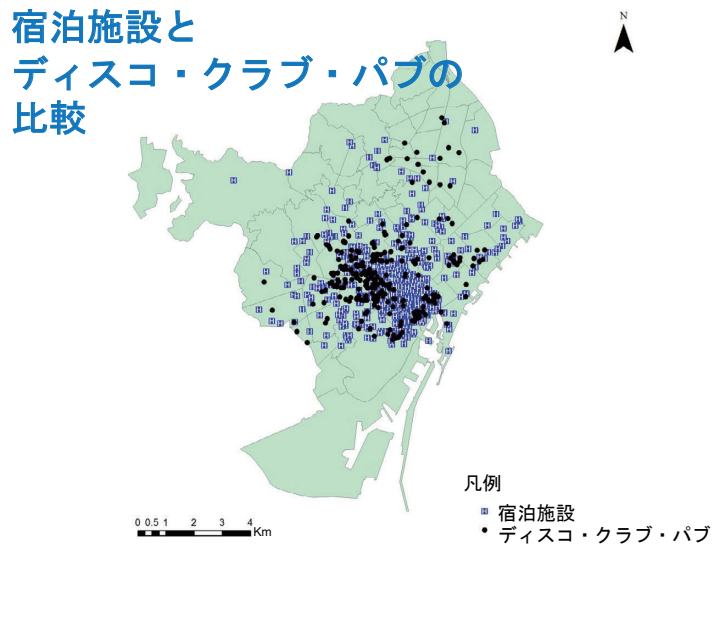


図 31 バルセロナ市内の宿泊施設とディスコ・クラブ・パブの分布

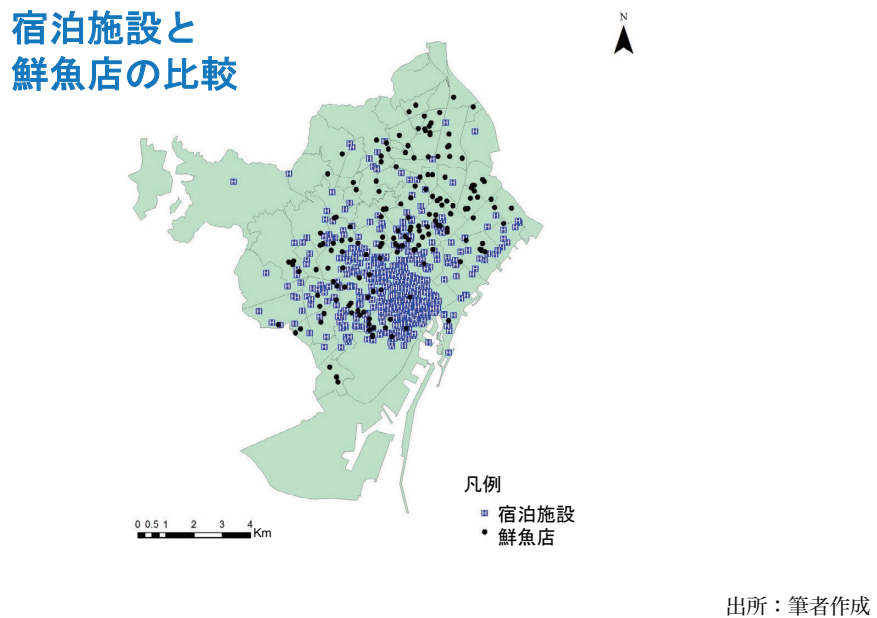
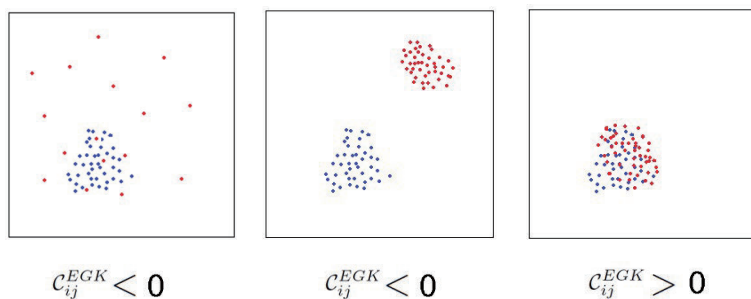


図 32 バルセロナ市内の宿泊施設と鮮魚店の分布

直観的かつ実証主義的なアプローチ



CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 33 集積指数と分布の関係

実証主義的アプローチ：Ellison et al. (2010)

$$C_{ij}^{EGK} = \frac{\sum_{m=1}^M (s_{mi}^c - x_m^c)(s_{mj}^c - x_m^c)}{1 - \sum_{m=1}^M x_m^{c^2}}$$

- s_{mi}^c は m 地区にある i 分野に属する商業店舗の割合
- s_{mj}^c は m 地区にある観光宿泊施設の割合
- x_m^c は m 地区にある全企業の割合

CETT

School
of Tourism, Hospitality
& Gastronomy

UNIVERSITAT
BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies
HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un
destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 34 宿泊施設とその他の事業所の分布に関するモデル式

集積指数推定値

Coagglomeration index estimates

事業分野	γ_{ij}^0	事業分野	γ_{ij}^0	事業分野	γ_{ij}^0
レンタカー	0.0344	国営宝くじ・ギャンブル	-0.0014	パソコン店	-0.0077
美術工芸品	0.0249	クリーニング店	-0.0019	ペットショップ	-0.0078
ギフトショップ・土産店	0.0225	カフェテリア	-0.0020	自動車販売店	-0.0083
映画館・劇場	0.0208	スポーツショップ	-0.0022	靴修理・鍵店	-0.0087
宝石類・時計	0.0135	ホームインテリア・家具店	-0.0024	公設市場	-0.0088
ファッション店	0.0132	たばこ店	-0.0026	冷凍食品店	-0.0090
靴販売店	0.0131	精肉店	-0.0031	スーパーマーケット	-0.0091
携帯電話	0.0098	ホームセンター	-0.0035	ジム	-0.0091
風俗店	0.0084	インターネット・カフェ	-0.0039	青果店	-0.0092
ナイトクラブ	0.0077	洗車場	-0.0042	不動産店	-0.0092
ファーストフード	0.0065	製パン店	-0.0044	印刷店	-0.0097
レストラン	0.0065	薬局・整形外科	-0.0045	自動車学校	-0.0098
コンビニエンス・ストア	0.0049	写真店	-0.0045	生活必需品	-0.0100
小物類専門店	0.0034	香水・ドラッグストア	-0.0046	機械販売店	-0.0103
キャンディー・洋菓子店	0.0033	生花店	-0.0053	豚肉販売店	-0.0103
バー	0.0024	鳥肉販売店	-0.0053	建設業	-0.0113
旅行代理店	0.0017	子供用品店	-0.0053	自動車修理店	-0.0117
本屋・コピーショップ	0.0008	健康用品店	-0.0059	物流	-0.0132
オーディオ・ビジュアル	0.0007	理髪店	-0.0062	スリチュアル・ショップ	-0.0132
食品雑貨店	0.0004	酒販店	-0.0063	建設資材店	-0.0133
銀行・金融サービス	0.0002	小物・ランジェリー店	-0.0067	雑貨店	-0.0136
電気製品販売店	-0.0001	レジャー関連商品	-0.0071	鮮魚店	-0.0142
眼鏡店	-0.0006	新聞雑誌販売店	-0.0077	ケータリング店	-0.0150

出所：筆者作成

図 35 宿泊施設と各事業分野の事業所の集積指数

結果



CETT

School of Tourism, Hospitality & Gastronomy

UNIVERSITAT DE BARCELONA

cais

Center for Advanced Tourism Studies HOKKAIDO UNIVERSITY

Simposio sobre la gestión de un destino turístico: Barcelona

出所：筆者作成

図 36 商業ジェントリフィケーションと宿泊施設の立地に関する傾向

本研究の結論

- 観光宿泊施設の周りに集まる商業分野は,
 - 住民が日々の生活で必要とする分野ではない。
- 行政組織は,
 - 各地区の商業構成のバランスを維持するよう努めなければならない。



出所：筆者作成

図 37 商業ジェントリフィケーションと宿泊施設の立地に関する研究の結果

最終的な結論

1. 観光業はバルセロナに非常に重要な経済的影響を及ぼしている。
2. ただし、いかなる形の観光も、観光ジェントリフィケーションなど、政府部門がマネジメントすべき負の外部性をもたらしている。
3. 観光のジェントリフィケーションに対応するため、バルセロナ市は民泊のライセンス付与を制限するなどの措置を決定した。
 - 研究 1：ライセンスの制限によって、各地区の人口は増加し、住宅価格の上昇を抑制することに成功している。
4. 商業のジェントリフィケーションに対応するためには、行政は各地区の商業構成のバランスの維持に努めなければならない。
 - 研究 2：バルセロナでは、観光宿泊施設の周辺に集中する傾向にある事業所は、住民が日常生活では利用しない傾向にある事業分野の事業所である。



出所：筆者作成

図 38 観光ジェントリフィケーションに関する実証研究から得られる結論



出所：訳者撮影

図 39 講演の様子

注

- 1) 本稿は 2017 年 12 月に北海道大学観光学高等研究センター、公益財団法人はまなす財団、地域の持続的発展を牽引する新たな観光協会のあり方に関する研究会の主催により行われた「地域づくりシンポジウム 2017——バルセロナが語る観光地経営の最新課題と北海道の可能性——」の講演録を講演者了承のもと再編し翻訳したものである。なお講演はスペイン語で行われた。
- 2) カタルーニャでは、2000 年代以降、様々な政治的、経済的要因から独立運動が盛り上がりを見せ、2017 年 10 月 1 日に独立の是非を問う住民投票が行われた。その後、州政府は一方的に独立宣言を行い、それに対して中央政府が自治権の停止と州政府の元閣僚らへの訴追に踏み切るなど混乱を見せている。この間、市内では独立派と反対派それぞれによる大規模なデモが断続的に行われるなど、バルセロナの観光にも少なからず影響が及んでいる。

文 献

Arias-Sans, Albert and Alan Quaglieri-Dominguez

- 2016 “Unravelling Airbnb: Urban Perspectives from Barcelona,” Antonio Paolo Russo and Alan Quaglieri Domínguez eds., *Reinventing the Local in Tourism: Producing, Consuming and Negotiating Place*, Bristol: Channel View Publications, 209–228.

Cocola-Gant, Agustín

- 2015 “Tourism and Commercial Gentrification,” *Conference Paper for RC21 International Sociological Association*, Urbino: Research Committee 21.

Ellison, Glenn, Edward L. Glaeser and William R. Kerr

- 2010 “What Causes Industry Agglomeration? Evidence from Coagglomeration Patterns,” *American Economic Review*, 10(3): 1195–1213.

García Herrera, Luz Marina, Neil Smith and Miguel Ángel Mejías-Vera

- 2013 “Gentrification, Displacement, and Tourism in Santa Cruz De Tenerife,” *Urban Geography*, 28(3): 276–298.

Gotham, Kevin F.

- 2005 “Tourism Gentrification: The Case of New Orleans,” *Urban Studies*, Vieux Carre, 42(7): 1099–1121.

Jacobs, Jane

- 1961 *The Death and Life of Great American Cities*, NY: Random House, Inc.,.

Kesar, Oliver., Renata Deželjin, and Martina Bienenfeld

- 2015 “Tourism Gentrification in the City of Zagreb: Time for a Debate?,” *Interdisciplinary Management Research*, 11: 657–668.

López-Gay, Antonio, and Agustín Cocola Gant

- 2016 “Cambios demográficos en entornos urbanos bajo presión turística: el caso del barri gòtic de Barcelona,” *Población y territorio de la encrucijada de las Ciencias Sociales: actas del XV Congreso de la Población Española, Fuerteventura, 8-10 de junio de 2016*, 399–414.

Mendes, Luis

- 2018 “Tourism Gentrification in Lisbon: The Panacea of Touristification as a Scenario of Post-Capitalist,” Isabel David eds., *Crisis, Austerity and Transformation: How Disciplinary Neoliberalism is Changing Portugal*, Maryland: Lexington, 32.

Stiglitz, Joseph E.

- 1986 *Economics of the Public Sector*, New York: WW Norton & Co.

World Travel & Tourism Council

2017 *Travel & Tourism Global Economic Impact & Issues 2017*, London: World Travel & Tourism Council (WTTC).

ウェブサイト

Ajuntament de Barcelona

2017 “Baròmetre Semestral de Barcelona Juny 2017 Evolució 2011-2017,” Barcelona: Ajuntament de Barcelona, (Retrieved July 31, 2017, https://ajuntament.barcelona.cat/premsa/wp-content/uploads/2017/06/r17009_Baròmetre_Juny_Evolució.pdf).

Ajuntament de Barcelona, Diputació de Barcelona and Barcelona Turisme

2017 “2016 Estadístiques de turisme. Barcelona: ciutat i entorn,” Barcelona: Consorci de Turisme de Barcelona, (Retrieved July 31, 2017, <https://www.barcelonaturisme.com/uploads/web/estadistiques/2016OTB2.pdf>).

Inside Airbnb

2017 “Barcelona,” Dublin: Inside Airbnb, (Retrieved November 13, 2017, <http://insideairbnb.com/barcelona/>).

Instituto Nacional de Estadística

2017 “Cifras de población y Censos demográficos,” Madrid: INE, (Retrieved November 13, 2017, https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735572981).

