

\*\*\*\*\*

## プロジェクト NUDGE

—京都のオーバーツーリズムに挑む—

\*\*\*\*\*

### 第1章 プロジェクトの概要

#### 1. プロジェクトの名称・目的

##### (1) 名称

プロジェクト NUDGE

—京都のオーバーツーリズムに挑む—

##### (2) 目的

本学が所在する京都市では、近年、オーバーツーリズムという問題が深刻化している。日本語に訳せば、観光公害と呼ばれているこの課題は、観光地である京都を圧迫しかねない状況となっている。2020年初頭から猛威をふるった新型コロナウイルス感染症の流行は落ち着きを見せ、国内外から多くの観光客が京都を訪れている。特に、清水寺や祇園、伏見稻荷大社、金閣寺、銀閣寺などの有名な観光地は連日賑わっている。

しかし、増加する観光客の対応に追われ、私たちの市民サービスは、深刻な問題となっている。例えば、京都市内の観光に便利な京都市バスでは、市民がバスに乗車できないという状況が相次いでいる。そのため、本来の市民サービスが市民に還元できていないという状況となっている。

本プロジェクトでは、人文科学を専攻するメンバー全員で、地域の課題解決を目指していく。研究代表者である小森は、社会科教育学を研究対象とし、とりわけ交通正義からの視点を、研究分担者である黒川は社会科教育学を研究対象としており、とりわけ歴史教育からの視点を、平岡は、歴史学を研究対象としており、歴史学からの視点を軸にそれぞれ研究を進めていく。特に、ナッジ理論を応用し、市民と観光客がともに困らない策は何かを追究していく。

そのために、先進的な事例で注目を浴びる諸地域に訪問し、フィールドワークから得た理論と実践を、京都市における課題に対応させ、京都市の課題解決を目指していく。

#### (3) SDGsとの関連

観光客の急増により、地元住民の生活環境が悪化し、公共交通機関やインフラの過剰使用、歴史的建造物や自然環境の劣化といった課題が深刻化している。このような状況は、ユネセコの SDGs ターゲット 11 「住み続けられるまちづくりを」に直接関係すると考え本プロジェクトを発案するに至った。

ターゲット 11 の中でも特に関連するのは以下の目標である。

11.3 : 2030 年までに、だれも取り残さない持続可能なまちづくりをすすめる。すべての国で、だれもが参加できる形で持続可能なまちづくりを計画し実行できるような能力を高める。

11.4 : 世界の文化遺産や自然遺産を保護し、保つていくための努力を強化する。

これらを達成するために、京都市では観光客の行動を変える施策が求められている。ここでナッジ理論が有効な手法として注目される。ナッジ理論の具体的な説明は、後述するが、本調査では、ターゲット 11 を達成するために、ナッジによるアプローチを思考し研究することとした。

#### 2. 代表者および構成員

##### ・代表者

小森洋志 大学院 公共・文化プログラム 2回生

##### ・構成員

黒川侑馬 大学院 公共・文化プログラム 2回生

平岡慎也 大学院 公共・文化プログラム 2回生

#### 3. 助言教員

小栗優貴先生 (社会科学科)

## 第2章 研究内容・研究の実施経過

### 1. 研究内容

本プロジェクトは、オーバーツーリズム問題の実態調査と解決策の模索を目的として、計画的に進められた。

#### (1) 本プロジェクトの実施経過

2025年

【5月】プロジェクト発足

【6月～7月】昨年度の研究調査を振り返り、京都市で起きているオーバーツーリズム問題の課題を文献や調査等で探る。

【6月～7月】フィールドワーク都市の選定と視点の整理

【7月～9月】京都市における実態把握調査の実施

【9月】鎌倉市における先進的な事例を学ぶ（FW）

【9月～10月】NUUDGE理論を応用したオーバーツーリズム対策の方策を考察する。

【10月～12月】調査を通して得られたアイデアについて、関係機関へ提案・調査研究のまとめ

2026年

【1月】研究発表会

#### (2) 研究モデル都市の選定について

今回、調査を行うモデル都市を選定するにあたり、京都市と同様の大規模観光地である鎌倉市を比較調査することとした。

##### ① 鎌倉市一大規模観光地におけるオーバーツーリズム問題

高坂（2024）によれば、オーバーツーリズム発生地のタイプには、「人気観光拠点型」「リゾート型」「稀少資源型」に分類されるという。このタイプのうち鎌倉市と京都市は、「人気観光拠点型」に分類される。昨年度は、石見銀山、宮島、京都市をそれぞれ調査したが、今年度は、京都市と同様の「人気観光拠点型」という特徴をもつ鎌倉市を調査すること

によって、鎌倉市での先進的な事例を京都市に応用することをねらいとした。

高坂（2024）によれば、1) アクセスが便利なため、観光客数の総量規制は困難であること、2) インフラや周辺開発が進んでおり、分散の選択肢が多彩であることが人気観光拠点型の特徴として述べられている。また、高坂（2024）を踏まえれば、この人気観光拠点型の可能な対策としては、周辺観光地への誘導、入場規制、高額な入場・利用料、一定範囲内の立ち入り規制等が挙げられている。こうしたことから、今年度は、鎌倉市及び京都市の調査において、分散に着目し、研究を進めた。鎌倉市役所観光課でのインタビュー調査や、江ノ電鎌倉高校前駅、江ノ電鎌倉駅等でのNUUDGEを活用した事例の調査やフィールドワーク等を実施した。

##### ② 京都市一大規模観光地におけるオーバーツーリズム問題

京都市は世界遺産に登録されるような歴史的建造物や伝統的な料理など豊かな文化体験が魅力な都市である。2023年度には5028万1000人を記録しており、日本でもトップクラスに観光客が多い大規模観光地であるといえる。京都市には多様な観光スポットが点在しており、観光客の動きが広範囲にわたるため、公共交通機関の活用が必須である。このような広範囲に観光客が分布する場所での行動変容を図るためにNUUDGE手法を活用したアプローチが適している。特定の時間帯や場所での訪問行動をコントロールし、混雑を避けることで、全体的な観光体験の質を向上させることができる。京都市のように多様な観光資源があり、観光行動が複雑である都市では、NUUDGEの有効性を広範囲にわたって検証することができる。

## 2. 本研究における理論的枠組み

### (1) NUDGEの基本原則

ナッジ理論とは、人々の選択や行動を自然に促す手法である。この概念は、2008年にリチャード・セイラーとキャス・サンスティーンの著書『NUUDGE:

THE FINAL EDITION』で広く紹介され、注目を集めた。「ナッジ」とは英語で「軽くつつく」という意味であり、強制や命令ではなく、さりげない誘導によって望ましい行動を引き出すことを目指す。またキャス・サンスティーンは、ナッジそのものは意図する、しないに関わらず生活に溶け込んでいると指摘する。

ナッジ理論には「選択アキテクチャ」という選択するための背景となる概念が密接に関わる。選択アキテクチャとは、人々が意思決定を行う際の材料になるもので、例えば家具店における配置であったり、健康食品のパッケージであったりする。ナッジは、この選択アキテクチャを土台にしつつ、個人がより望ましいとされる方へ選択できるように導く手法である。

一方、操作や強制とは、人々を意図的に誘導する行為であり、ナッジとは異なる。例えば銃を持って脅しながら金銭を要求することは、渡すか、渡さないかの選択は自由ではなくなってしまうからナッジではないということである。ナッジは個人の自由な選択を尊重する点で、操作とは一線を画している。ナッジというのは驚くほど生活に溶け込んでおり、また私たちは受け入れている。

その上で公共、民間双方の部門に関係するナッジをまとめた William Hagman' Public views on policies involving nudges' (2015) を本稿のナッジ活用の枠組みとした。ここでは大きく二つに大別している。1つは Pro-self Nudges(自己利益重視ナッジ)、もう1つは Pro-social Nudges(社会的利益重視ナッジ)である。

本調査では、社会全体の利益を重視し、個人が社会的利益に貢献できるように促す Pro-social Nudges に限定して論じる。

注：Pro-social Nudge の具体例（キャス・サンスティーン『ナッジで人を動かす』訳田総恵子 NTT 出版 2020 年を参考にオーバーツーリズム問題に合致するよう一部改変）

## ①環境保護

観光地で階段とエスカレーターの使用に関して、

「階段を使用することで環境保護に貢献し、観光地の自然や文化的景観の維持を助けています」といったメッセージを掲示する。これにより、訪問者に環境負荷を軽減する行動（階段利用）を促進する。

## ②情報開示

観光地内で販売される商品において、環境に配慮した地元産製品には「青いラベル」を、環境負荷が高い輸入品には「赤いラベル」を貼る。この視覚的な表示により、訪問者が環境にやさしい商品を選びやすくなる。

## ③デフォルトルール

観光地の入場料に環境保護活動への寄付金をデフォルトで含める仕組みを採用する。訪問者が寄付を拒否する場合は、明示的に選択する必要がある。

## ④社会的証明の活用

観光地内でリサイクルや環境に配慮した行動を取った訪問者の割合を公表する。たとえば、「80%の訪問者が地元産の製品を選んでいます」と表示することで、他者の行動が社会的基準として作用し、同じ行動を促す。

## ⑤行動インセンティブ

観光地の駐車場において、公共交通機関を利用して来た訪問者には特典（例：割引や無料のガイドツアー）を提供する。これにより、訪問者が環境負荷の少ない移動手段を選びやすくなる。

## (2) 理論の深化：情報の制御による行動変容

今年度の調査により、従来の「情報開示」による誘導に加え、新たな視点として「情報の意図的な制限・制御」という可能性が浮上した。これは、鎌倉市役所での聞き取り調査において、特定の観光スポットをあえてマップに掲載しないことで、住宅街への流入防止や観光客の分散をねらう戦略が確認されたことによる。この手法は、情報提供を行う宮島や京都市の事例とは対照的であり、「情報開示ナッジ」の応用として、情報の取捨選択が人々の認知や行動範囲をコントロールする強力な手段となり得ること

を示唆している。

### 3. オーバーツーリズム問題とは何か？

オーバーツーリズム問題とは、観光地に訪れる観光客が過剰に増加することで、地域社会や環境に深刻な影響を及ぼす現象を指している。この問題は、観光が地域経済に利益をもたらす一方で、その持続可能性が脅かされる状況をもたらしている。

オーバーツーリズムが引き起こす具体的な問題点には、観光客の急増があげられる。地元住民の生活にさまざまな形で負の影響を与えていた。例えば、観光地周辺では交通渋滞や駐車場不足が常態化し、移動の不便さが増大していることなどがある。また、観光客による騒音やゴミの増加、歴史的建造物や自然環境への過度な負荷が問題視されている。特に、文化遺産が多く集まるエリアでは、人の流入による物理的な劣化や破損が進み、文化的価値の喪失が懸念されている。

観光地の経済にも影響が及んでいる。観光業が活性化することで、地元の生活コストが上昇し、家賃や物価が高騰するケースが多く見受けられる。この結果、地元住民が経済的に圧迫され、観光地からの移住を余儀なくされる場合がある。また、観光客向けの店舗や施設が増加する一方で、地元住民の日常生活に必要なインフラが不足する状況も問題視されている。オーバーツーリズムの主な原因には、複数の要因が絡み合っている。まず、SNSやインターネットの普及が観光地の知名度を急速に高め、観光客を引き寄せる一因となっている。特定の場所が「映えスポット」として拡散されることで、短期間に大量の観光客が集中する現象が起きている。また、格安航空会社の台頭やオンライン予約サービスの普及により、旅行のコストが低下し、誰もが気軽に観光地を訪れることが容易となった。これにより、一部の観光地に訪問者が集中しやすくなり、オーバーツーリズムを助長することにつながっている。

さらに、観光政策やインフラの未整備も問題の一因に挙げられる。多くの観光地では、訪問者数を効果的に管理する仕組みが整っておらず、地域の収容能力を超える観光客を受け入れてしまうことがある。また、地元住民や観光事業者との協力不足により、

観光と地域社会のバランスが崩れるケースも見受けられる。

これらの問題に対する解決策としては、訪問者数を制限する政策が挙げられる。一部の観光地では、入場制限や事前予約制を導入し、過剰な混雑を防ぐ取り組みが行われている。また、観光地の維持管理費を賄うために観光税を導入し、その収益を環境保護やインフラ整備に活用する例もある。また、観光地の分散化を図ることも重要である。有名な観光地に集中する観光客を分散させるために、新たな観光地の開発や、地域特有の文化や自然を活かした観光プログラムの提供が効果的だろう。これにより、観光地の負担を軽減し、地域全体の観光収益を向上させることが期待される。さらに、地域社会との連携を強化することも必要だと考えられる。地元住民や観光事業者が協力して持続可能な観光モデルを構築し、地域の文化や自然を守りながら観光を推進することが求められる。たとえば、エコツーリズムやコミュニティベースドツーリズムといった取り組みは、地域資源の保護と観光振興を両立させる方法として注目されている。加えて、観光客自身の意識改革も重要である。観光地を訪れる際には、その地域の文化や環境に配慮し、責任ある行動を取ることが求められる。観光地の持続可能性を守るためにには、観光客と地域社会、観光事業者が一体となって取り組む必要がある。

以上のように、オーバーツーリズム問題は複雑で多面的な課題であるが、適切な政策と地域社会の協力を通じて解決の道筋を見出すことが容易となる。持続可能な観光の実現に向けて、観光地と訪問者の双方が協力し、調和の取れた関係を築いていくことが求められる。

### 4. オーバーツーリズムと NUDGE の活用

ナッジ理論は、日常生活のさまざまな場面で活用されている。例えば、公共施設のトイレで「いつも綺麗に使っていただきありがとうございます」と呼びかけるステッカーを貼ることで、丁寧に使用する割合が向上する効果が確認されている。さらにオーバーツーリズム解消に向けても、期待されている。

京都市では、ナッジ理論を活用した取り組みが多数見られる。例えば、四条河原町交差点付近では、タクシーの違法駐停車を減少させるための看板が設置されている。この看板は、直接的な禁止や罰則を示すのではなく、視覚的な工夫やメッセージによってドライバーの行動を変容させることを狙っている。実際に、この看板の設置により、違法駐停車時間が約90%減少する効果が確認された。このほかにも、バスの待ち列に線を引くことで、自然と整列することを促し、道に広がらないようにしていることも街中でよく目にするようになった。これも、ナッジの一つの例である。

### 第3章 フィールドワークを通して得られた結果や成果

#### 1. 調査方法

本研究では、調査方法としてフィールドワークを採用した。

フィールドワークとは、地域調査において現地に直接赴き、観察やインタビューなどの方法を用いて情報を収集する調査手法である。この方法は、対象地域の実態を深く理解し、理論やデータだけでは捉えきれない現地特有の状況や課題を把握するために用いられている。本研究では先述の通り、同じ人気観光拠点型としての特徴を持つ鎌倉市と京都市の2地点を調査対象としてフィールドワークを行う。

鎌倉市における調査では、行政担当者への聞き取り調査と現地での観察を通じて、既存政策の分析を行うことを目的として実施した。聞き取り調査は、鎌倉市役所の市民防災部観光課の方を対象に行った。観光客の分散を中心に、観光客の誘導、およびマナー啓発のために導入されている具体的な施策などについて質問を行うことで、行政が認識している課題や対策の実態を明らかにすることを試みた。

並行して実施した現地観察では、主要スポットのひとつである江ノ電沿線や、行政担当者へのインタビュー調査で言及された地点を対象とした。主要な観光スポットや観光客が流入する住宅地の生活道路において、それらの行政施策が観光客の意思決定や空間的なふるまいに及ぼしている影響を記録した。

標識の文言や、視覚的な誘導表示、物理的な柵、路面標示などといった環境要素に注目し、それがいかに機能し観光客の無意識的な行動変容を引き起こしているかを分析した。

京都市においては、公共交通機関、特に市バスの混雑緩和を目的としたリアルタイム運行情報の発信の取り組みに着目した。この取り組みは、令和7年11月14日～令和7年11月30日までの期間、実施エリアは祇園や清水道など東山エリアの一部停留所において限定的に実施されたものである。この実践の場においては、調査者自身が実際にリアルタイム運行情報を参照しながら実際にバスに乗車するという直接体験を重視した。実際の提案にあたり不可欠であるナッジのユーザーの視点を徹底的に内面化するため、リアルタイム情報の発信の仕方や、停留所での状況、車内の実際の混雑状況との整合性を調査した。併せて、市バスが普段の運行の中でどのような困りを抱えているかという部分についても直接体験を通じて明らかにしようと試みた。

データの記録と分析にあたっては、実際に体験することを重視したため、現地でのメモ・写真撮影をもとにした記述的分析を用いた。この実体験に基づくミクロな観察データを、具体的な改善案として設計するための基盤として活用した。

#### 2. 調査結果

##### (1) 鎌倉市での調査結果

鎌倉市役所での聞き取り調査の結果、江ノ電沿線や特定の観光スポットへの過度な集中、およびそれに伴う住宅街や私有地への観光客の流入が深刻な地域課題となっている実態が明らかになった。行政側はこれまで、多言語の看板設置によるマナー周知などの対策を継続してきたが、実際には流入する観光客の絶対数が多すぎるために、こうした既存の取り組みそのものが実質的に無効化されており、受け入れ側のキャパシティが限界を迎えているという認識が示された。こうした物理的な対策の限界を踏まえ、鎌倉市では観光資源のすべてを提示するのではなく、あえて観光マップに掲載しないスポットや道を設定

するという、意図的な情報制御戦略を採用している。これは情報を全面的に開示することで、行動の変容を促す宮島や京都市の事例とは対照的であり、「情報開示としてのナッジ」の概念を反転させた応用と位置付けられる。すなわち、情報をあえて制限・制御することで、観光客の動線を間接的にコントロールし、特定エリアへの集中回避と分散をねらう戦略的な意図が確認された。

続いて実施した現地での観察調査では、聞き取り調査で得られた対策の無効化という行政側の危機感が実際に裏付けられる結果となった。江ノ電沿線の主要駅周辺や特定の観光スポットにおいては、看板による注意喚起がなされているにもかかわらず、著しい混雑状態によって行動変容を促すことが困難であると推察される。聞き取り調査で指摘された通り、観光客の絶対数が対策の許容範囲を凌駕しているために、物理的な案内や規制が効果的に機能していない状況が確認された。観察時には確認されなかつたが、私有地への立ち入りといった生活圏への流入問題も十分起こりうる実態があった。

以上の結果から、観光客の行動変容を促すうえでは情報を開示するだけではなく、情報提供のあり方そのものを調整・制御する必要性が一層明確になった。

## (2) 京都市での調査結果

京都市での調査の結果、以下の2点が改善すべき課題として特に明らかになった。

1点目は、リアルタイム運行情報の表示方法に関する課題である。運行情報がリアルタイムで提供されることにより、乗車予定のバスが混雑しているか否かを事前に把握できる点は、利用者の行動を見直すきっかけとなり得るものであり、一定の有効性が認められる。実際に、調査者自身も情報を参照することで、乗車の可否や待機の判断を行う場面が見られた。

しかしながら、混雑状況の示し方が抽象的であるため、情報を受け取った利用者が、自身の行動を見直すべきかどうかを直感的に判断しにくく、結果として行動変容を十分に促しているとは言い難い。混

雑しているという事実をわかりやすく、伝わりやすくするような表示方法が求められる。すなわち、利用者に「このまま乗るよりも、行動を変えた方がよいかもしない」と感じさせるような切実性を喚起する情報設計への改善が必要である。

2点目は、バス車内における乗車口付近への乗客の過度な集中である。これはリアルタイム運行情報を観て乗車を判断した後の、乗車プロセスの質を評価した結果、情報提供だけでは解決できない課題として認識したものである。調査の中で、車内全体としては比較的余裕があるにもかかわらず、乗車口付近に人が滞留することによって、実際以上に混雑しているように見える状況が繰り返し確認された。このような状況は、後続の乗客にとって心理的な乗車障壁となるだけでなく、円滑な乗降や車内移動を妨げ、結果として混雑感を増幅させていると考えられる。

したがって、乗車口付近への集中を緩和し、乗客を車内全体へと自然に分散させるための工夫が不可欠である。これは単に物理的な配置の問題にとどまらず、車内での行動をどのように誘導するかという情報提示や環境設計の在り方とも深く関わる課題である。

本研究では、以上の2点をふまえ、利用者の行動変容を促すナッジの観点から、次章にて具体的な改善提案を行う。

## 第4章 オーバーツーリズム解決に向けた具体的な提案

本プロジェクトの集大成として、京都市が抱える喫緊の課題に対し、ナッジ理論を応用した具体的な施策を提案する。

### 1. 提案の必然性と選定理由

本プロジェクトが、大規模な設備投資を伴わない「小規模なデザイン変更」を提案するに至った背景には、以下の要因がある。

#### ①実務的制約と即時性

学生主体のプロジェクトとして、多額の予算や長期間の工事を伴う対策は現実的ではない。そのため、

ステッカーの貼付やシステム上の表示変更といった、低コストで即時に実施可能な「小さな変更」による解決を模索した。

## ②既存施策の限界とニーズ

現在、市バス車内では扉開閉エラーを防ぐための自動音声や運転手のアナウンスが行われているが、スマートフォンやイヤホンの使用、あるいは言語の壁により、その効果は限定的である。注意力の分散や言語の隔たりを超える、誰にでも直感的に伝わる「視覚的・心理的アプローチ」への転換が不可欠であると考えた。

実際のFWの結果、扉付近の滞留がセンサーに触れることによる「扉開閉エラー」が運行遅延の直接的な要因となっていることが判明した。この課題を解消することは、公共交通の信頼性回復に向けた喫緊の課題である。

## 2. デザイン原則

提案のデザインには、以下の海外事例の原則を応用する。それが、ダイナミック・スピード・ディスプレイ・サイン (DSDS) である。ドイツのベルリンでは、制限速度の遵守に対して「笑顔」、超過に対して「悲しい顔」を表示するという交通事例がある。この検証により、単なる数値よりも感情的なアイコンの方が、直感的な行動変容に繋がることが証明されている。

そのため、情報を読み取って論理的に判断されるのではなく、一目見ただけで状況を把握し、反射的に行動を変えさせる「ヴィジュアル優先」のデザインを構築する。

## 3. 具体的なデザイン案の概要

本報告書ではその設計思想を提示する。

### 【提案1】市バス扉床面へのナッジ・デザイン

乗客が心理的に「その場に立ち止まりにくい」と感じ、自然に車内奥へ進むよう誘導するデザインを行う。

ハッチング(斜線)デザイン:産業用の「Keep Clear」を参考に、赤白の斜線模様を採用する。ドアに対し

て斜めの線にすることで心理的な「不安定感」を演出し、無意識にその場所を避けるよう促す。

誘導用矢印のデザイン:フランスの交通会社Keolisの事例に着想を得て、車内奥へと向かう矢印を配置し、スムーズな詰め込みを物理的ではなく視覚的に誘導する。

忌避感を利用したデザイン:床面に「汚れ(ペンキ染み)」を模したイラストを配置することで、本能的な回避行動を誘発し、滞留を防止する。

## 【提案2】リアルタイム混雑情報の視覚化

今秋、実証実験が行われた混雑情報表示に対し、直感的な「顔文字(エモーショナル・ナッジ)」を追加する。

テキストメッセージ(「大変混雑しています」「空席があります」等)に合わせ、混雑時には「悲しい顔」、空席時には「笑顔」のアイコンを表示する。

行動変容のねらい:アイコンによる心理的な充足感や圧力を利用し、満員バスへの無理な乗車を思いとどまらせ、次便や空いている便への自発的な分散を期待する。

## 第5章 まとめと反省、今後の展望

### 1. SDGsの検証・予想の変容

調査を進める中で、オーバーツーリズム問題に対するナッジの活用は、当初想定していた通りのSDGs ターゲット 11「住み続けられるまちづくりを」に大きく関連していた。

11.4:世界の文化遺産や自然遺産を保護し、保つていくための努力を強化する。

特にこのターゲットは、鎌倉市でも対策が取られていたように、観光都市が対策を施して目指していた。京都においても混雑が進む有名観光地(例:清水寺や嵐山)から、周辺地域の文化的・自然的価値のある場所に観光客を分散させるため、観光案内を工夫させたり、自動車や観光バスによる影響がでな

いように歩くことを推進させたりと数多く京都に存在する世界遺産の保護を行っていた。それ以外にも「静かに参拝しましょう」「写真撮影時に建物に触れないようにしましょう」といった具体的な行動メッセージを掲示し、観光客が文化遺産を尊重する行動を取るよう誘導するといった視覚的なアイコンや事例紹介を活用することも関連する。

しかしそれ以外のターゲットに寄与する可能性が示された。

#### ターゲット 12：つくる責任つかう責任

12-b 地域に仕事を生み出したり、地方の文化や特産品を広めたりするような持続可能な観光業に対して、持続可能な開発がもたらす影響をはかるための方法を考え、実行する。

ナッジ理論にある情報開示は、観光客の消費行動を持続可能なものに変えることが可能である。たとえば、地元で生産された製品を「ローカルラベル」として可視化することで、持続可能な消費を促進できるということである。

#### ターゲット 7：エネルギーをみんなに。そしてクリーンに

7-a 2030 年までに、国際的な協力を進めて、再生可能エネルギー、エネルギー効率、石炭や石油を使う場合のより環境にやさしい技術などについての研究を進め、その技術をみんなが使えるようにし、そのために必要な投資をすすめる。

観光に伴う二酸化炭素排出量の増加は、気候変動への悪影響をもたらしていることが昨年度行った石見銀山を研究する中でわかった。鎌倉市におけるナッジによる公共交通機関の利用促進の施策は、ターゲット 7 の達成に貢献すると考えられる。

#### ターゲット 8：働きがいも経済成長も

8-9 2030 年までに、地方の文化や產品を広め、働く場所をつくりだす持続可能な観光業を、政策をつくり、実施していく。

持続可能な観光業は、地域経済に貢献するだけでなく、地元住民に安定した雇用機会を提供する。こうした施策は、多くの雇用を創出し、地域全体の観光業を持続可能なものにしていた。これにより地元経済の多様性と持続可能性を促進できる。

### 2. 調査を通じて得られた示唆

調査を進めた結果、ナッジを活用した政策設計は、単に都市の持続可能性を向上させるだけでなく、観光業を中心とした幅広い社会課題を解決する鍵となることが分かった。たとえば、京都の観光地で地元製品の購入を促すキャンペーンは、地域経済の活性化（ターゲット 8）と持続可能な消費（ターゲット 12）を同時に達成する可能性を持つ。

さらに、ナッジの特性である「小さな変化で大きな効果をもたらす」アプローチは、京都のような観光都市が直面する複雑な問題に対して有効であることが示された。このことから、観光業が SDGs の目標達成に寄与する可能性が広がると言える。

### 3. 本研究の課題・今後の展望

「プロジェクト NUDGE」は、京都市におけるオーバーツーリズム問題の解決を目指し、行動経済学の知見を活用して人々の選択を自然に促す「ナッジ」の有効性を 2 年間にわたり追求してきた。2024 年度の石見銀山や宮島での調査、2025 年度の鎌倉市での実地調査 (FW) を経て、現在は研究の集大成として具体的な施策を提言し、その社会実装を模索する段階にある。これまでの調査研究から得られた知見に基づき、今後の課題と展望を以下の通り整理する。

今後の展望における第一の柱は、行政および市民との強固な連携体制の継続である。鎌倉市役所での聞き取り調査では、情報の開示をあえて制限することで観光客を分散させるという、宮島や京都市とは異なる戦略の有効性が示唆された。こうした多様な先進事例から得られた理論を京都市の課題に適応さ

せるためにも、地域住民や自治体、関係機関との協働プロセスを確立し、持続可能な観光地運営の手法を追究し続ける必要がある。

第二の柱は、提言内容の客観的な効果検証である。本プロジェクトでは、市バスの扉床面へのデザインや、海外の事例を参考にしたリアルタイム混雑状況のより効果的な視覚化といった、小さな変更で大きな効果を狙う具体的なナッジのデザインを考案した。これらの案はすでに京都市交通局や「市長への手紙」を通じて提出されているが、今後はこれらを実際の現場で運用する実証実験を行い、人々の行動変容をデータとして測定・評価することが不可欠なステップとなる。

第三の柱として、本研究で培ったノウハウの他分野への応用が挙げられる。オーバーツーリズム問題という特定の課題解決を通じて得られたナッジの活用法や具体的なアイデアを整理し、他の地域課題や社会的な課題の解決にも展開していくことが期待される。

今後の研究における重要な課題は、いかにして「だれも取り残さない持続可能なまちづくり（SDGs目標11）」を具現化するかという点に集約される。観光客の利便性と住民の生活環境の維持を両立させるためには、ナッジという手法を単なる一過性の施策に留めるのではなく、あらゆる場所に自然に溶け込ませていく工夫が求められる。国家と社会が協働して「バスに乗れない」といった日常的な困りごとを解消し、世界の文化遺産を次世代へ守り伝えていくための努力を強化していくことが、本プロジェクトの最終的な使命である。

#### 4. 謝辞

本研究を進めるにあたり、多くの方々にご指導ご鞭撻を賜りました。

助言教員の小栗優貴先生（社会科学科）からは2年間にわたり、社会科教育学における研究方法の理論や調査実施時の心得など多大なご指導を賜りました。心から感謝申し上げます。

また、本研究の趣旨を理解し快く本調査にご協力いただいた鎌倉市役所観光課の皆さんには、鎌倉市の現状について詳細にインタビュー調査をさせていただいたことに、改めて感謝申し上げます。

加えて、鎌倉市や京都市でのFW時にインタビューさせていただいた皆様に心から感謝申し上げます。本当にありがとうございました。

#### ・付記

本研究の研究成果については2026年1月7日（水）に京都教育大学において開催された2025年度「e-Project@kyokyo」研究発表会にて口頭発表を行った。

なお、プロジェクトNUUDGEは、審査委員による評価点を総計し、最も点数が高かったプロジェクトとして「最優秀賞」を受賞した。また、一般参加者・大阪教育大学の投票の結果、得点が最も高かったプロジェクトとして「そったくん賞」を受賞した。

#### <参考・引用文献>

- 以下文献について、最終閲覧日はすべて2026年1月20日である。

William Hagman, David Andersson, Daniel Västfjäll and Gustav Tinghög(2015)'Public views on policies involving nudges' *Review of Philosophy and Psychology* volume6 439–453

Tina Gehlert, Christoph Schulze, Bernhard Schlag, 'Evaluation of different types of dynamic speed display signs' *Transportation Research Part F*, 15, 667-675, 2012

キャス・サンスティーン著／田総恵子訳(2020)『ナッジで人を動かす』、NTT出版。

高坂晶子(2024)『オーバーツーリズム 増補改訂版 観光に消費されないまちのつくり方』、学芸出版社。