



自取消新冠疫情的限制措施以來，前往日本旅行的遊客人數迅速恢復，但與此同時亦再次出現因為遊客過多而產生的「過度旅遊」問題。為了減輕遊客過多對居民和交通等基建造成的負擔，日本各地政府及民間組織近期都為此絞盡腦汁，並已經陸續出台不少針對這一問題的措施，例如徵收旅客稅或調升旅客車費等，不過這些措施到底能有多大效用，日本當地不少輿論都表示質疑。

◆香港文匯報特約記者 余家昌

◆富士山深受「過度旅遊」影響，人滿為患。網上圖片

遊客急增滋擾居民生活 徵稅提高車費未能控制數量

日過度旅遊成災 政府補鑿成效低

自日本「開關」後，旅客持續出現爆發性增長，日本政府觀光局日前公布的最新數據顯示，9月份入境日本的外國旅客數量達到218萬人次，連續4個月超過200萬，亦已經恢復到疫情爆發前2019年同月人數的96.1%。此外，7月至9月份訪日外國人在當地的消費總額，亦達到1.39萬億日圓（約726億港元），比2019年同期增加17.7%，是開關以來旅客消費額首次超過疫情前水平，顯示日本旅遊業既「旺丁」亦「旺財」。

景點「淪陷」人手未補充

不過旅遊業興盛的背後，以京都、富士山為首的主要觀光景點卻面臨愈來愈多因為旅客增長而帶來的問題，例如垃圾和噪音滋擾、公共交通不勝負荷、旅客為拍照闖闖私人地方或住宅等。其實早在新冠疫情爆發前，日本已經出現一定程度「過度旅遊」問題，只是由於疫情後旅遊模式轉變（例如旅客目的變為「打卡」為上），容易一窩蜂湧往特定景點，加上疫情後旅遊相關行業人手未及補充，以及一些旅遊區居民早已習慣了旅客較少的的生活，都令「過度旅遊」問題在開關後更顯突出。

5元「遊客稅」被指無幫助

今年以來，日本各個主要觀光景點的相關部門相繼出台了不同措施，希望減少「過度旅遊」對居民、基建和環境的影響，例如以「水上鳥居」聞名的廣島景點，10月1日起就開始向旅客徵收每人100日圓（約5.2港元）的「遊客稅」；京都則於9月底停止出售「巴士日票」，改為「巴士地鐵日票」，希望將旅客分流到地鐵，減少途經熱門景點的巴士路線的壓力。日本政府亦在10月中召開一次部長級會

議，會上提出幾項應對「過度旅遊」措施，包括允許鐵路營運商提高特定日子和時段收費，或者提供居民乘車優惠，同時亦打算放寬規定，允許巴士服務營運商更容易地開設新的直通巴士路線，接載旅客來往交通樞紐和個別景點，減少旅客與一般居民「爭車」的情況。

不過日本當地不少輿論都認為，現時各地採取的措施實際上都是「治標不治本」，例如徵收「遊客稅」或提高車費等，對於控制旅客數量根本毫無幫助，旅客也不會因為區區100日圓的費用而放棄參觀某個景點，金錢方式的措施頂多只能作為亡羊補牢的事後手段，不能改變居民生活受到影響的事實。

專家指出，日本政府應該考慮如何更有效地將旅客分流，不單是讓旅客在不同時段前往熱門景點，亦應該避免旅客集中在某幾個

◆旅客到「水上鳥居」需付約5港元「遊客稅」。網上圖片



主要景區。此外，當局亦應該關注嘈音和擠迫等以外的深層次問題，例如景點周邊土地被用作興建大量酒店，就可能導致地價上升，導致原本的居民不得不搬離，情況就像意大利的威尼斯一樣。

◆旅客在舟屋前打卡。網上圖片



「打卡」風潮襲隱世景點 2000人漁村湧入40萬遊客

香港文匯報訊（特約記者 余家昌）近年全球興起「打卡」文化，去旅行目的不再是體驗各地風土民情，而是變成在景點「打卡」放上網，當中一些「隱世小店」或「隱世景點」又更容易「呢Like」，但這往往會令一些本來不是旅遊區、亦無法短時間內接待大量旅客的「隱世」地點難以承受，位於日本京都府北部丹後半島的伊根町就是其中一個深受「打卡」風潮之苦的地區。

距離京都市約130公里的伊根町本來是個平凡漁村，人口只有約2,000人，但當地有一種特色傳統建築「舟屋」，即是建在岸邊、能夠

直接將小型漁船泊入屋內的民居。由於社交媒體的傳播，這個小漁村從10年前開始就湧入大批國內外遊客，估計今年就有多達40萬人，足足是居民人數的200倍。

居民周末不再外出

舟屋原本只是普通民居，附近路面狹窄，但現在卻經常停滿大型旅遊巴士和擠滿旅客，而且經常有旅客為了「打卡」而誤闖舟屋。這些問題都讓伊根町的居民感到非常困擾，不少居民表示現在都不會在周末外出。由於伊根町本來就是個小漁村，町政府根本沒有足夠資源去應

付大量湧入的遊客，只能用非常消極的手段去應對，例如在町內派發傳單呼籲旅客遵守秩序，當中更寫明「伊根町並不是旅遊地點」。

英國格林威治大學講師西格研究發現，「打卡」文化興起後，很多人旅遊只是為了在社交網站上「打卡」而爭取認同，因此往往會花更多心機在找地方拍照、甚至是拍照後修圖，而不是探索每個景點，亦較不會尊重景點當地文化習慣。

業界促開發歷史自然等新景點

香港文匯報訊（特約記者 余家昌）提到日本，一般海外旅客都會聯想到京都和奈良的寺廟、東京和大阪的商店和美食，但對於這些城市以外的日本特色景點，一般旅客可能所知不多。有在日本經營專門針對歐美旅客的旅行社負責人表示，不少旅客對日本都有一種刻板印象，導致他們只會集中選擇特定城市旅遊，但假如能讓外國人更深入地了解日本文化等各方面，就可以引導旅客前往大城市以外的地方，既可起到分流作用，也能振興鄉郊地區的經濟。

來自英國的克里斯蒂是旅行社Walk Japan

負責人，該旅行社專門在日本舉辦健行導覽團，帶領旅客行走日本郊區和古道，讓旅客能夠步行探索日本的歷史、自然和地理。克里斯蒂表示，他一直希望讓旅客能夠更均勻分布在日本各地，「我們這樣做已經有20年了，我們傾向於去非旅遊勝地，所以我們正在梳理日本有趣的地方。」

2007年，Walk Japan啟動一個社區項目，以振興九州辦事處所在地大分縣國東半島的農村，除了在區內帶團導賞外，Walk Japan還開辦發展項目，從幫助當地農民種植水稻和香菇，到為學童提供英語教育和翻新舊建築。

瀕臨滅絕小村需旅業支持

隨著日本人口老化，許多小村莊瀕臨滅絕。對於這些社區來說，旅遊業可能是一種受歡迎且急需的復興力量。

「在適當的支持下，一些社區真誠地希望遊客體驗他們的熱情好客和當地生活方

式，並了解他們的地區，只要他們不被遊客淹沒並且生活質素不下降，」旅遊顧問公司Gotoku創辦人布拉德肖表示。「即使一個村莊無法在未來存下來，它也能透過這種方式被某人記住。」

旅遊業界普遍認為，日本不知道如何向外國旅客推銷自己，但布拉德肖認為，西方媒體也有份造成外國人對日本的刻板印象，「他們都只集中在媚俗、奇怪的一面……例如到處都是女僕咖啡館、藝伎、茶道和忍者。」

富士山旺季逼爆 或建登山鐵路

香港文匯報訊（特約記者 余家昌）在日本芸芸景點中，富士山是最受「過度旅遊」影響的地方，每到登山季節，富士山都會擠滿登山客。山梨縣知事長崎幸太郎早前就提出，為解決「過度旅遊」問題，計劃全面禁止汽車駛入富士山，改為興建「富士山登山鐵路」以有效管理登山客。

公廁常堆滿垃圾

富士山最受歡迎的登山口「吉田口五合目」（合目是日本計算登山的單位，從山腳到山頂分成1到10合目）位於山梨縣，每到登山季節，吉田口五合目都會擠滿國內外登山客，甚至到了人

頭湧湧的情況，而清晨攻頂的登山客之多，更會在登山路上形成長人龍。登山客多了，自然有不守秩序的出現，例如五合目的公廁便經常堆滿垃圾。

長崎幸太郎9月表示，為了控制登山人數，山梨縣目標是在河口湖通往富士山五合目的現有收費道路上，完全禁止汽車行駛，改為興建輕軌系統接載登山客，以更有效控制登山人數。長崎說：「富士山正在發出悲鳴，必須思考把（旅遊的）量轉化成質。」

根據山梨縣的初步計劃，這條輕軌系統長約25公里，列車每次能載約120人，上山約52分鐘，下山約74分鐘，興建費用約1,400億日圓（約73億港元）。若票價定在每人來回1萬日圓（約522港元），預料每年有300萬人次搭乘。



◆吉田口五合目擠滿登山客。網上圖片

遊客分流解難題

環球點評

自新冠疫情後全球各國陸續開關以來，不少旅遊勝地都出現「過度旅遊」問題，包括日本在內，不同國家政府都推出各項措施希望減少旅遊業對民生的影響，不過很多措施都只流於表面，沒法解決遊客過多、遊客不當行為等問題。真正想要處理「過度旅遊」問題，就應該從根源處着手。

在大部分國家，旅客想去哪裏旅遊都是旅客的自由，接待國政府無法強制安排旅客到什麼地方或做什麼事，因此很容易造成旅客集中在某幾個大城市或景點。不過接待國政府能夠透過提供誘因引導旅客分流，包括開發新景點、鼓勵旅客到主要景點以外地區進行深度探索，當然這背後都需要投入大量資源進行配套，例如向旅客宣傳（製作深度探索行程路線等）、主要景點以外的旅遊基建（酒店、道路等）。

此外，正所謂「己所不欲勿施於人」。各地政府不希望旅客有不文明行為的同時，亦應負起責任好好教導自己的國民，到國外旅遊時要做個文明的旅客，例如不要到處醉酒鬧事，又或只顧「打卡」罔顧他人感受。舉個例子，最近有一位美國YouTuber就為了拍片教人「免費遊日本」，在日本各地搭霸王車兼白吃白喝，如果經常有這樣的旅客出現，就難怪當地人會對旅客反感了。

最後，作為旅客的我們，亦應該學會在旅遊過程放鬆但不放鬆，當一個負責任的旅客，在目的地多顧及當地居民的感受，例如盡量挑一些淡季或冷門景點外遊、盡量避免人數太多的大型旅行團，或者嘗試以不同方式探索傳統熱門景點。此外，出發前先預習一下目的地的風土民情和習慣，試先學會用當地語言說「多謝」、「你好」，這些小動作雖看似微不足道，但也可以幫助改善當地人對旅客的觀感。旅遊業對一個地方的經濟發展非常重要，也是不同地方之間人文交流的重要渠道，各地政府不應因為出現「過度旅遊」問題就一刀切對旅客人數作出限制，而是應該思考怎樣與旅客共存，讓旅客體驗更多的同時亦可以擴大經濟效應，達至共贏境地。



◆位於九州大分縣的國東半島農村。網上圖片