

インバウンドに潜む一長一短 オーバーツーリズムの根底にある課題とは

日本政府は、2030年に訪日外国人観光客6000万人の受け入れを目指しています。そうした中で、近年はオーバーツーリズムによる問題が指摘されています。そこで、今回は観光庁参事官（外客受入担当）付課長補佐（統括）の荒井大介さんと株式会社やまところ代表取締役の村山慶輔さんをお招きし、当協会（一般社団法人宿泊施設関連協会／JARC）理事長の林悦男とオーバーツーリズムの課題と今後のインバウンドの在り方について議論していただきました。

**オーバーツーリズムの本質は
量か質か？その定義とは**

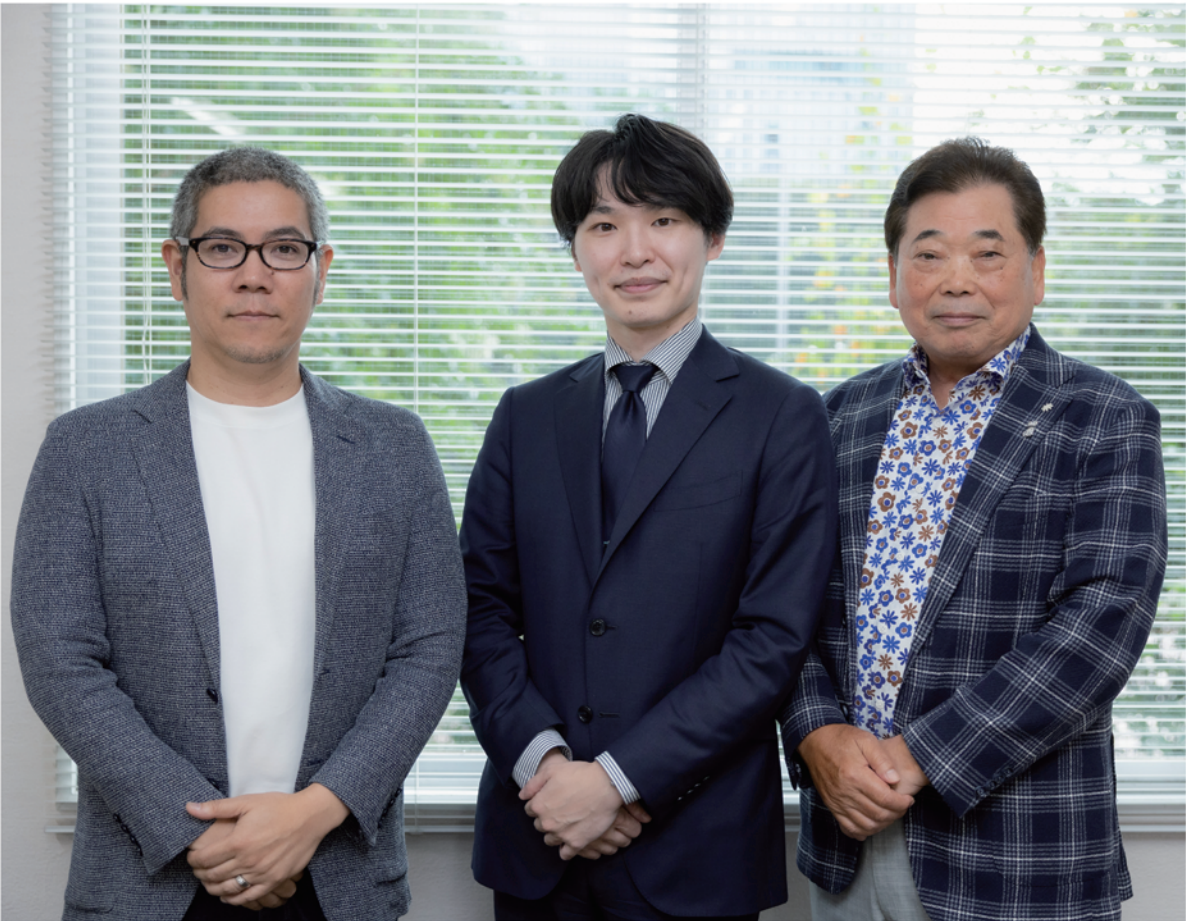
悦男 いますね。

林 今回は、皆さんもよく耳にされているオーバーツーリズムについて、理解を深めていきたいと思っています。まずオーバーツーリズムという言葉ですが、私は明確に定義されていないように感じます。国や観光庁には定義はあるのですか？

荒井 その通りです。混雑といった物理的、定量的に示せるものから、感情的な影響を与えるものも存在する点、その指標、メルクマールを決めることはできないため、明確な定義はされていません。

村山 そのお話ですが、オーバーツーリズムとそれ以外の害に分けて考えると理解しやすいかなと思います。やはり、「オーバーツーリズム」と言うと、量的なイメージが浮かびます。一方、別の観点についてはその人がそれ害と感じるかどうかなので、より質的な概念です。

林 なるほど。私もオーバーツーリズムという言葉で、なんでも一括りにし



て議論されてしまっているという印象がありました。では、オーバーツーリズムの象徴になっている富士山の事例を、2つの観点から考えてみましょう。

林 今のお話で混雑以外の観光が及ぼす害の定義は非常によくわかりましたが、オーバーツーリズムはどう定義しますか？

村山 2024年の富士登山者数は約20万人でした。しかし、ピークは2010年で、その時は約32万人（※）が訪れています。

村山 この場合もオーバーツーリズムの定義は荒井さんがおっしゃった通りで、あまり変わりません。その中で、「訪れる旅行者の体験の質に対して、観光が過度に与えるネガティブな影響」の観点では、人が多すぎてゆっく

り観光できないといった量的な問題が出てきます。であれば、オーバーツーリズムは日本人や外国人に関わらず、嫌なものと言えらと思います。

林 これまでどちらかと言えば、オーバーツーリズムはあたかも日本人だけが迷惑を被っているような風潮でした。でも、実は訪日外国人旅行者だって迷惑を被っているのだと。この考え方は、今後オーバーツーリズムを議論していく上で、一つポイントになりますね。

村山 無謀な弾丸登山やゴミ問題、レスキューのお金を誰が負担しているかなど、ルールやマナーといった他人への配慮に欠ける外国人が増えたことで質的な問題が起きていることに尽きます。その結果、量は増えていないけれど、オーバーツーリズムの問題として取り上げられてしまっているのです。ですが、これは質的な問題なので、オーバーツーリズムではなく、混雑以外の観光が及ぼす害として取り上げるべきでしょう。

オーバーツーリズムがもたらす
課題と行政の負担

林 オーバーツーリズムの問題としてよく挙げられるゴミ問題ですが、これには二つの側面があります。一つは量的な問題です。

村山 確かに民泊事業者が申告しない限りは、その区別はつかないですね。

林 そうです。もう一つは、そのゴミがどういったゴミなのかという質的な問題です。ゴミと一言で言っても、自治体が費用を負担する「公共ゴミ」、家庭から出る「家庭ゴミ」、事業者が費用を負担して処理してもらう「事業ゴミ」に分けることができます。

村山 その分類で言えば、観光客の場合はだいたい「公共ゴミ」、宿泊施設を利用した際に出るゴミは「事業ゴミ」になりますね。

林 ここにどんな問題があるかと言うと、例えば民泊です。民泊の場合は、マンションの住人と同じところにゴミを出します。だから、ゴミ処理費用を

荒井 今のお話に該当する箱根町ではもちろん混雑もありますが、それ以上に廃棄物の焼却問題があります。観光客がたくさん来られると、どうしても食べ残しが発生します。それが焼却場に行くと、焼却施設を回すた

めのランニングコストがかかりますし、施設にもダメージが入ります。

林 観光客がたくさん来たことによって発生するダメージの蓄積は当然あります。そのメンテナンスにかかる費用が余計に発生しますね。

荒井 でも、結局のところ、現状ではそこにかかる費用は地方が持っている予算で負担するしかありません。それに対して、なぜ自分たちの公金が観光客のために使われてしまうのかという感情が住民に生まれます。箱根町などはそういう課題感を持ち、フードロスを減らしていく取り組みと並行して、いかに施設を持続可能に運営していくのか、処理方法で何か工夫できるところはないかという双方向で対応しようとしています。

村山 私も関わっている観光庁のオーバーツーリズム対策等の受入環境設備事業でも、少し時限的な対策ですが、158億円の予算をつけて進めている

算上は、現在のペースで行けば夢物語でもないと考えています。

林 すると、15兆円規模であっても、日本全体で見ればオーバーツーリズムではないという考え方ですね。当然、局地的にはオーバーツーリズムが発生するでしょうが、住民や観光客にオーバーツーリズムという感覚を持たせない対策を行っていく。そういう理解でいいですか？

荒井 もちろん諸課題が起きないことが理想です。しかし、今はご承知通り、3大都市圏に宿泊者が集中しています。おおよそ都市部7、地方部3くらいの割合になっているのが事実です。

林 後2000万人がそのままの割合でそこに乗ってきたら、都市部はキャパオーバーになりませんか？

荒井 私たち観光庁が言っているのは、今の属性傾向のままで6000万人を受け止められるので、どんどん来てくださいではありません。設定し



観光庁外客受入担当参事官付課長補佐（総括） 荒井大介

のも、その課題です。例えば、北海道の美瑛にある「青い池」の駐車場に常駐する警備員2人の費用は誰がお金を払うのかという話です。今は時限的に2年間、国が補助をしています。が、仕組みを整えて今後は観光客の駐車場料金を上げるといった計画を立てています。

林 それは予算の付いた2年の間に持続可能な方法を考えて、徐々にシフトしていくということですね。そうした政策は必要だと思っています。

ている2030年のゴールまでに日本全国で6000万人を受け止められる体制をしつかり整備していきましよう、ということ。そこで大事になるのが、地方誘客です。日本には魅力的な観光資源を持つ地域がたくさんあります。今多くの方に訪れていたでいる主要な観光地もそうですが、これまで行ったことがない、あまり宿泊がされていない地域に来訪していただき、お金を落としていただく。経済波及効果をしつかり地方部まで展開させていくことが重要です。



株式会社やまところ 代表取締役 村山慶輔

荒井 私も色々なところで、「自分たちに起きている課題の発生源を分析・可視化して、抑制させるにはどうしたらいいかを考える。そして、ステークホルダーと議論調整をして、とりあえずまずはやってみてほしい。その上で効果をしっかりとるべく定量的に分析し、次の取り組みに反映していく」という話をよくします。ここで言う次の段階では自走も見据えていたいただきたいですが、まずやってみることですら、今の地域の財源ではできなかつたりします。先ほどの美瑛の事例もそうですが、このイニシャルにかかる部分を観光庁で負担して、自治体を支援している状況です。

オーバーツーリズムを起こせない鍵は地方誘客

林 もう一つ、荒井さんにお伺いしますが、2025年はインバウンドが4000万人を超える見込みです。でも、国の目標は2030年に6000万人です。これはつまり、後2000万人

林 都市部だけが盛り上がりつつ15兆円を目指しましょうという話ではないということですね。

費用対効果を可視化し、観光に対するROIの把握に努める

林 今度は村山さんにお聞きます。インバウンドが6000万人になった時は、観光客を全国に分散させた方がいいわけですね？

村山 もちろんそうです。

林 しかし、各自治体が誘客の戦略を図っていく費用がないのが現実です。また、予算もなければ、告知方法を考えられる人もありません。だから、我々の立場では宿泊税の使い道の話があります。これまでの宿泊税は観光客の多い自治体ばかり徴収して、ゴミ問題などのネガティブな要素に当てられてきました。ところが、観光客が少ない地域は宿泊税の収入も少ないわけです。そこが誘客予算として使いたくなれば、同じ宿泊税でも使途目的

は増えてもいい、もしくはそこまではオーバーツーリズムではないという考えなのでしょうか。

荒井 あくまでも、一部の地域、時間帯というとても限られた部分で、現状の諸課題が生じている認識です。観光庁のスタンスとしては、仮に6000万人のインバウンドが来ても、ちゃんと受け止められる地域づくりをしていこうということです。

林 2024年の観光収入は8兆円を超えましたが、これまでオーバーツーリズムとGDPの関係はあまり議論されていない気がします。インバウンドが6000万人になった時にはどれぐらいの経済効果が見込まれるか、試算はされていますか？

荒井 ありがとうございます。実は2030年の政府目標はインバウンド数だけではなく、消費額もあります。訪日外国人数は6000万人、消費額は15兆円を目標としています。一応計

が違います。そこはどういうバックアップが必要だとお考えですか？

村山 あまり宿泊税が徴収できない地域がいかにプロモーションしていくかについてはいくつかポイントがあります。一つは観光にどれだけお金をかけたか、どれだけのリターンがあるのかをもう少し可視化することです。日本は、ここが国レベルでも地域レベルでもあまり見えていないと思います。

林 だけどそれはデータがあるから、現状であればすぐわかるのではありませんか？

村山 観光のプロモーションに1000万円かけたら、いくら返ってきた。だから、ROI（投資利益率）はこれぐらいという数字は取れるとは思いますが、ただ、その因果関係が少し追いつらないところがあります。何かプロモーションを打って仮にお客様が100万人増えました。でも、本当にそのプロモーションとの因果関係については、色んな要素が混ざりすぎて、な

かなか精緻できるとは言えません。

林 例えば、自治体での観光予算を売り上げで割れば大雑把には関係性がわかるけれど、要因まではわからないということですか。

村山 海外では観光がいかに関投資先としてリターンがいいのかを、割と明確に自治体や地域ごとに出しています。だから、客観的に予算が少ない日本の自治体も、観光はROIが高いからもう少し予算を増やそうかという判断になる可能性があります。どここの自治体であつても、観光のROIをきちんと定めることが、一丁目一番地かなと思っています。

林 そうは言っても予算があまりない自治体では、効果的なプロモーションが打てません。

村山 そこはやはり外部の人材を手く使う必要があると思います。特にマネジメントレベルですね。現状で

村山 その考え方は素晴らしいと思います。

林 その中で、日本文化の発信を担う一つが宿泊施設であり、インバウンドが来ることは、文化の輸出と同じことだと思っています。特に、旅館はまさに日本文化の塊だと思います。

村山 近年は日本を訪れるインバウンドも、かつての富裕層が来る時代から徐々に中間層も訪れるようになりました。彼らが日本に来て、日本の良さを知って帰っていただくことは、文化の発信と同義と言えますね。

林 彼らは日本に来て、お金を払って日本文化を体験してくれるのですから、こんなにいいことはありませんよ。それもあつてオーバーツーリズムになるから、インバウンドにあまり来てもらつては困るという意見には反対です。それだと、結局は日本文化をもっと知ってもらいたいのに、人数を制限するような話になります。オーバーツーリズムで日本人が



一般社団法人 宿泊施設関連協会 (JARC) 理事長 林 悦男

は、DMOにマーケティングがちゃんとわかつている人材がなかなかいません。また、そういう方々を外都から呼んでもなかなか活躍してもらえないという問題もあります。

林 それは、地道に活躍しなければいけないからですね。時間的レンジを考えると、1年だけ契約してもなかなか難しいのではないですか？

村山 3年から5年は必要でしょう。

生活に困らないという前提の上ではありますが、私はインバウンドに大賛成でどんどん来て欲しいと思っています。

荒井 やはり、インバウンドの方々は何育ってきた環境や宗教、文化が全く違います。確かに、ゴミ問題などもあります。ほとんどの方はおそらく恣意的に汚してやろうという気持ちではなく、単純にルールを知らない、旅行で気が緩んでいる、などの理由だと思います。啓発活動で良くなる点はあるでしょうから、日本人には、インバウンドを嫌になつて欲しくないというのが私の願いです。

林 私も同意見です。インバウンドの方は、日本に来て「なんでこんなにゴミが道に落ちてないんだろう」と感心して帰るそうです。でも、これは政策でも何でもなくて、ただ日本人の習慣をただ見せただけ。たったそれだけのことで感心して、尊敬してもらえらとなれば、日本人としても鼻が高いです。

それに、色んなステークホルダーとしてつかり関係性を作つて進めていく必要がある。民間企業のマーケティング担当よりも難易度が高いと言えます。それにも関わらず、ROIが繋がつてしまつて、待遇があまり良くありません。京都なら1000万円級の方が数人いますが、他のDMOだと金沢で800万円ぐらいです。

林 難易度が民間企業より高いのであれば、収入を上げないと人は集まりませんよね。

村山 その通りです。そして、収入を上げるためにはちゃんと観光に投資したらいくら返ってくるかがわかつていいる必要があります。今はその給料を上げる材料がないので、その循環を変えていく必要があります。

日本文化を海外に発信し、日本を世界から尊敬される国へ

林 今回、オーバーツーリズムをテ

ーマとして取り上げた理由として、オーバーツーリズムによってインバウンドまでもが毛嫌いされてしまつていいるのではないかという懸念があつたからです。今から40年、50年前に、日本がGDPで世界第2位の経済大国になつた時、日本は「エコノミックアニマル」と海外から大いに批判されました。

村山 確かにそう言われた時代がありました。

林 なぜ世界第2位の経済大国になつたのに、世界から尊敬されないのかという議論の時に、ある人が「日本は文化を輸出していないから」と言いました。これに私は大変共感しました。国力とは、経済力や軍事力だけではありません。私は文化も日本の国力の一つだと考えています。要するに、文化を発信すること、今度こそ日本が世界から尊敬される国になろうということです。

荒井 それに観光産業は自動車産業に続いてGDP2位になるなど、日本経済を支える柱になっています。だからこそ、今後も発展させていかなければいけないですし、インバウンドを受け入れていくに当たっては、地域住民の生活の質と観光客の誘致体験の充実の双方をバランスをとつて進めていくことが大事です。

村山 そのためにも重要なのが、「観光貢献度」です。観光がいかに関その地域に貢献しているか、地域住民が観光をどれだけ肯定的に捉えられているかを定量的に取得していくべきです。それによつて、観光によつて自分の暮らしが良くなつているとメリットに感じられる部分に繋げていく努力が本当に必要だと思います。

林 今後も荒井さんと村山さんには、日本文化の発信という観点でも引き続きインバウンドを推進していただければと思います。今回はありがとうございました。

観光庁
外客受入担当参事官付課長補佐（総括）
荒井大介

〒100-8918
東京都千代田区霞が関2-1-2
TEL：03-5253-8111
<https://www.mlit.go.jp/kankochou/>

株式会社やまところ
代表取締役
村山慶輔

〒160-0022
東京都新宿区新宿2-9-22 多摩川新宿ビル3F
TEL：03-5312-8314
<https://corp.yamatogokoro.jp/>