



大野市インバウンド観光コンセプト

大野市観光交流課



目次

1. コンセプトの目的・意義	2
2. コンセプトの位置づけ	3
3. 現状分析	5
4. 外国人旅行者の地域別特徴	16
5. 大野市の特性の整理	17
6. インバウンド観光の基本的な考え方・方向性	18
7. インバウンド観光の受け入れに関する考え方と参考事例	19
8. オーバーツーリズムについて	25
資料編①：現状把握・調査	28
資料編②：外国人旅行者の推移と特徴（国・地域別）	49

1. コンセプトの目的・意義

人口減少により地域経済の縮小が懸念される中、観光は交流人口の拡大と新たな消費の創出を通じて、地域経済を支える重要な役割を担っています。特に訪日外国人旅行者（以下「外国人旅行者」）は、消費額が高く地域経済への大きな貢献が期待されています。

北陸新幹線の金沢・敦賀間の開業や、令和11年春に県内全線開通予定の中部縦貫自動車道の整備など、北陸地域を取り巻く広域的な交通環境は大きく変化しつつあります。これにより、外国人旅行者の移動や周遊のあり方にも変化が生じています。

一方で、福井県内への来訪は極めて限定的であり、大野市も同様の状況です。また、事業者の受け入れ意欲についても様々で、今後、受け入れ体制を段階的に整えていく必要があります。

これらの状況を踏まえると、来訪者数の増加を前提とした取組を進める前に、大野市としてインバウンド観光をどのように進めていくのか、その考え方や基本的な方向性をあらかじめ整理し、市民や事業者と共有しておくことが重要です。

本コンセプトは、大野市の実情や特性を踏まえ、インバウンド観光に向き合う際に、地域として共有すべき参考となる考え方と方向性を「大野市インバウンド観光コンセプト」として示します。

なお、本コンセプトは中部縦貫自動車道など、交通環境や社会環境の変化を踏まえ、適宜見直しを図ります。

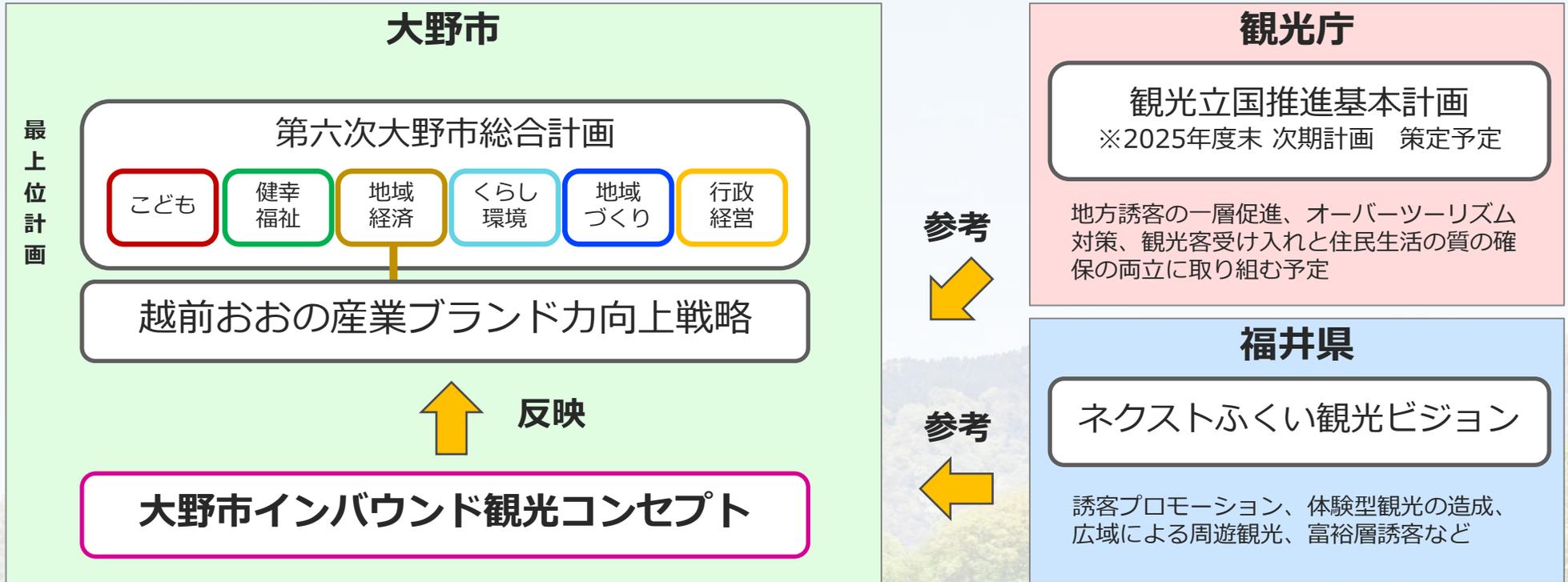


2. コンセプトの位置づけ

本コンセプトは、大野市の最上位計画である「第六次大野市総合計画」等を踏まえ、大野市におけるインバウンド観光の考え方や基本的な方向性を整理するものとして位置づけます。

また、国および福井県の観光に関する基本的な考え方を参考にしつつ、大野市の実情や特性に即したインバウンド観光の受け入れの考え方を示すものとしします。

本コンセプトは、施策や数値目標を定める計画ではなく、今後の状況変化に応じて、行政、事業者、地域が検討や判断を行う際の考え方の土台となるものとして位置づけます。



2. コンセプトの位置づけ（国・福井県の方針）

国 【観光立国推進基本計画（2023～2025）】

国では「第四次観光立国推進基本計画」において、「インバウンド回復戦略」の中で、**消費額拡大**と**地方誘客促進**を重視し、目標達成に向けた施策を推進しています。

また、2025年度末に策定予定の次期計画では、**地方誘客の一層の促進、オーバーツーリズム対策の推進など、観光客の受け入れと地域住民の生活の質の確保との両立**に向けた施策に取り組むとしています。

資料：観光庁「観光立国推進基本計画」、「新たな観光立国推進基本計画の方向性について」

インバウンド回復戦略	訪日外国人 旅行消費額	訪日外国人 旅行消費単価	訪日外国人旅行者 1人あたり 地方部宿泊数	訪日外国人 旅行者数	国際会議 開催件数割合
目標数値（2025年まで）	5兆円	20万円	2泊	2019年水準越え (3,188万人)	アジア最大 3割以上
現在の数値（2024年）	8.1兆円 達成	22.7万円 達成	1.4泊	3,687万人 達成	アジア最大32.7% 達成 [2023年]

福井県 【ネクストふくい観光ビジョン（2025～2029）】

福井県では「ネクストふくい観光ビジョン」において、外国人旅行者の誘客と交流人口の拡大に向け、国・地域別等の**ターゲットに応じたプロモーション**や**体験型観光の造成**、**広域による周遊観光**を進めるほか、**富裕層の誘客**により、世界に選ばれるふくいを目指しています。

資料：福井県「ネクストふくい観光ビジョン」「福井県観光客入込数」、観光庁「宿泊旅行統計調査」

目 標	観光消費額	観光客入込数	宿泊者消費単価	外国人宿泊者数
目標数値（2029年まで）	1,700億円	2,100万人	27,000円	40万人
現在の数値（2024年）	1,513億円	2,069万人	24,913円	9.2万人

3. 現状分析 (インバウンド観光を促進する重要性)

国内では人口減少や少子高齢化が進行しており、今後、国内消費の縮小が予想されます。

その中で、外国人旅行者は国内の旅行者に比べて消費単価が高く、インバウンド観光を積極的に促進することで、地方経済の活性化に大きく寄与することが期待されます。

定住人口1人当たりの年間消費額（約135万円）は、旅行者の消費に換算すると、国内旅行者（日帰り）69人分、国内旅行者（宿泊）19人分、**外国人旅行者6人分**に相当します。

定住人口1人あたりの消費額
135万円



国内旅行者（日帰り）
69人

1人1回あたり旅行支出 19,533円



国内旅行者（宿泊）
19人

1人1回あたり旅行支出 69,362円



外国人旅行者
6人分

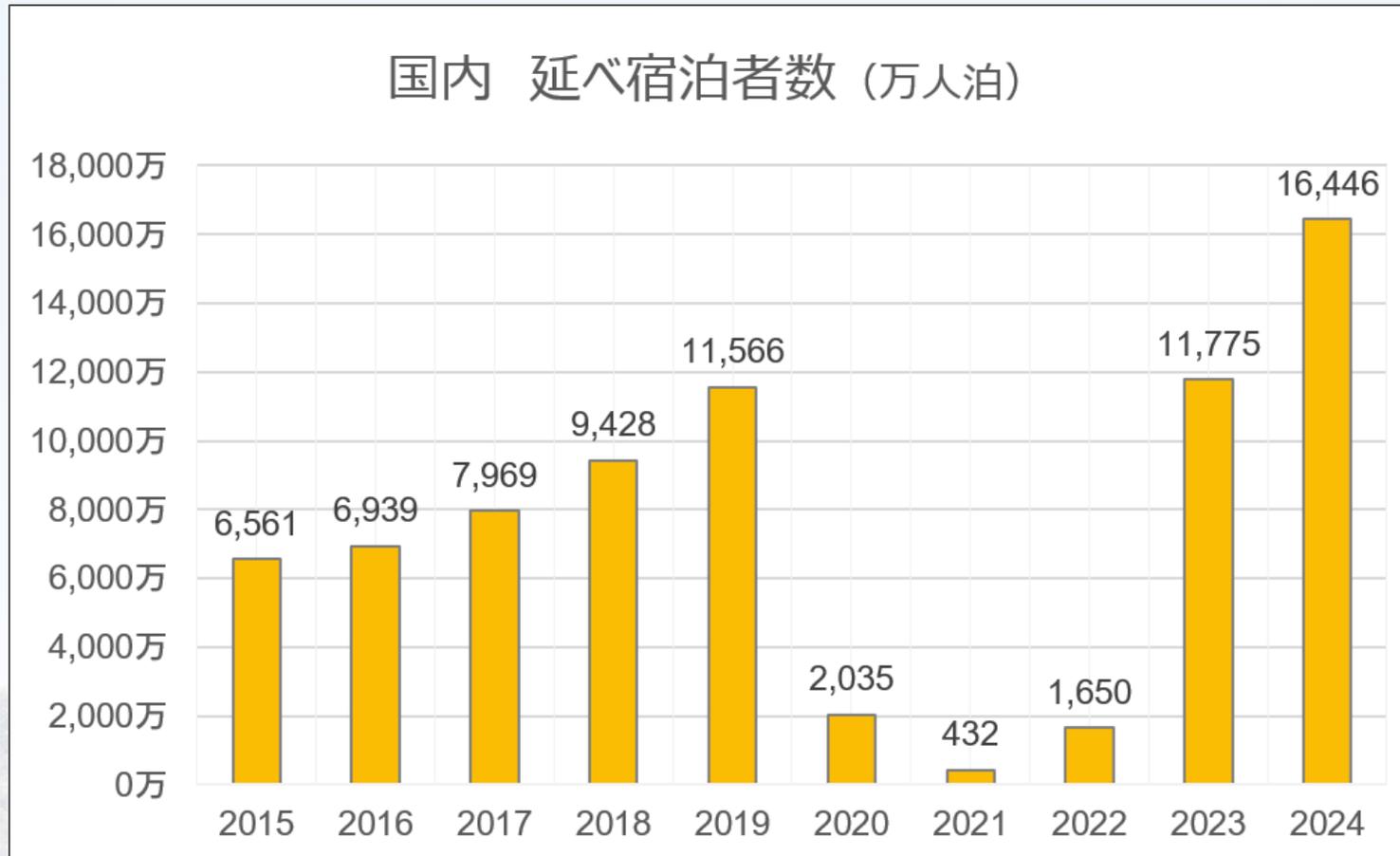
1人1回あたり旅行支出 226,851円

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」「インバウンド消費動向調査」より

3. 現状分析 (外国人旅行者の推移)

○外国人旅行者の状況 (国内)

- 国内の外国人旅行者の延べ宿泊者数は、2019年に1億1,600万人となり、その後、コロナ禍により2021年には432万人まで大きく減少したものの、2024年は1億6,400万人となり、過去最高を記録しました。



3. 現状分析 (外国人旅行者の推移)

○外国人旅行者の状況 (県内)

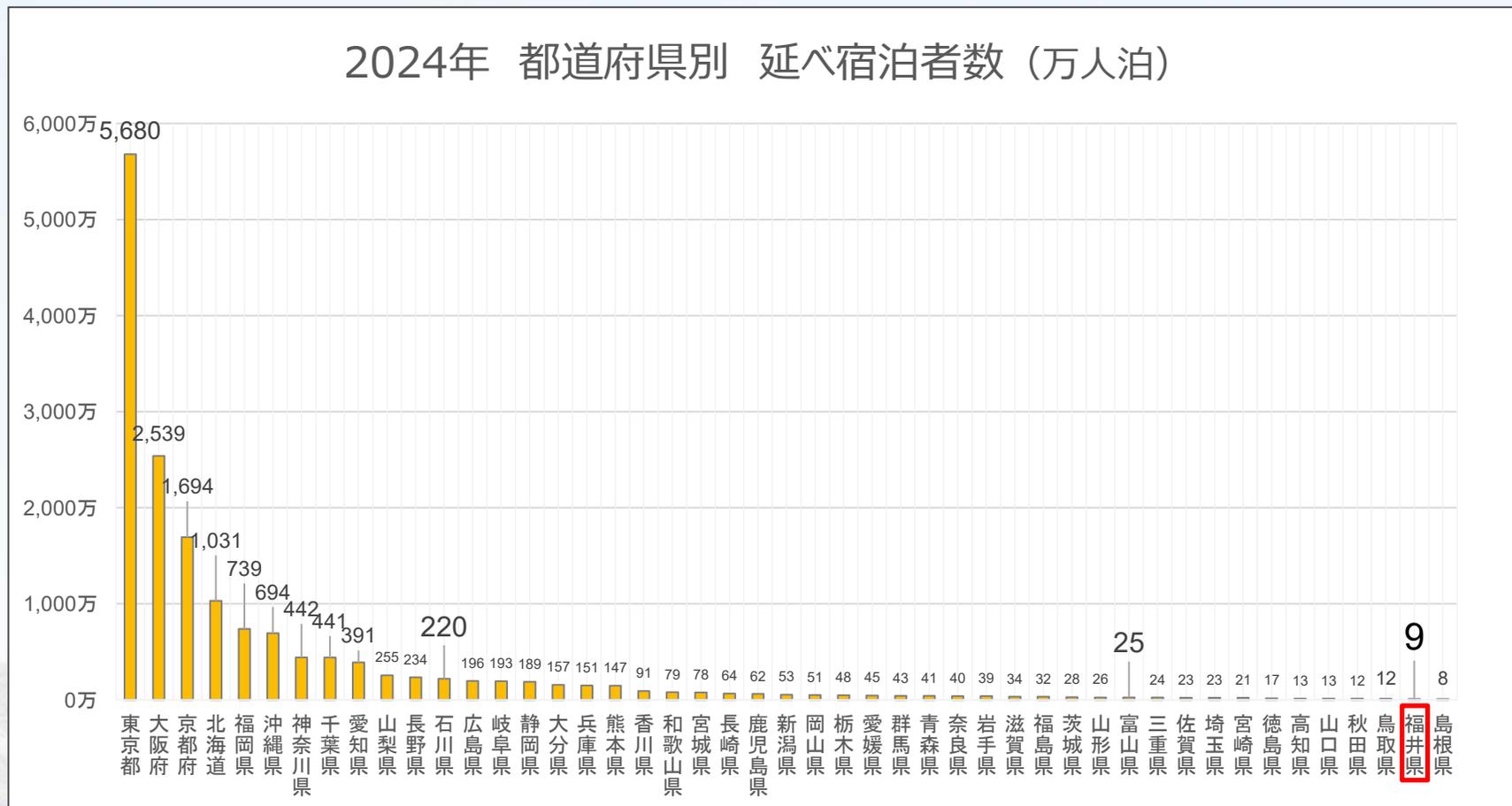
- 福井県内の外国人旅行者の延べ宿泊者数は、2019年に9万8,000人となり、その後、コロナ禍により2021年には9千人まで大きく減少したものの、2024年は9万2,000人まで回復しています。



3. 現状分析 (外国人旅行者 都道府県別)

○外国人旅行者の状況 (都道府県別)

- ・2024年の都道府県別延べ宿泊者数は、東京都が最も多く、次に大阪府、京都府、北海道、福岡県、沖縄県の順となっており、三大都市圏やリゾート地を中心に集中しています。
- ・福井県は47都道府県のなかで46番目となっており、外国人旅行者は少ない状況です。



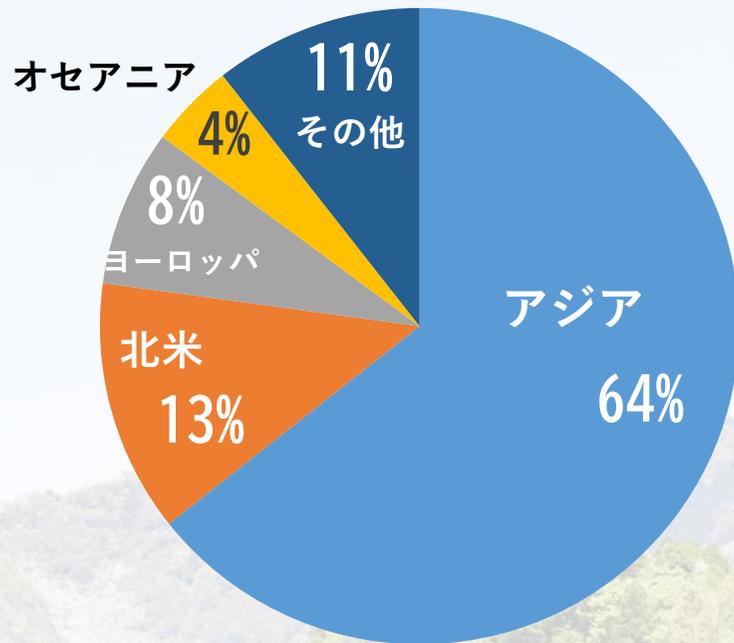
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

3. 現状分析 (外国人旅行者の地域ごとの割合)

○国内の状況 (2024年外国人延べ宿泊者)

- ・エリア別の割合はアジアが64%、次いで北米が13%、ヨーロッパが8%、オセアニアが4%となっています。
- ・国・地域別では中国が最も多く19.2%、次いで台湾が14.0%、韓国が13.7%とアジアが上位を占めており、次いでアメリカが11.0%、香港が5.9%と続いています。

地域別外国人宿泊者数

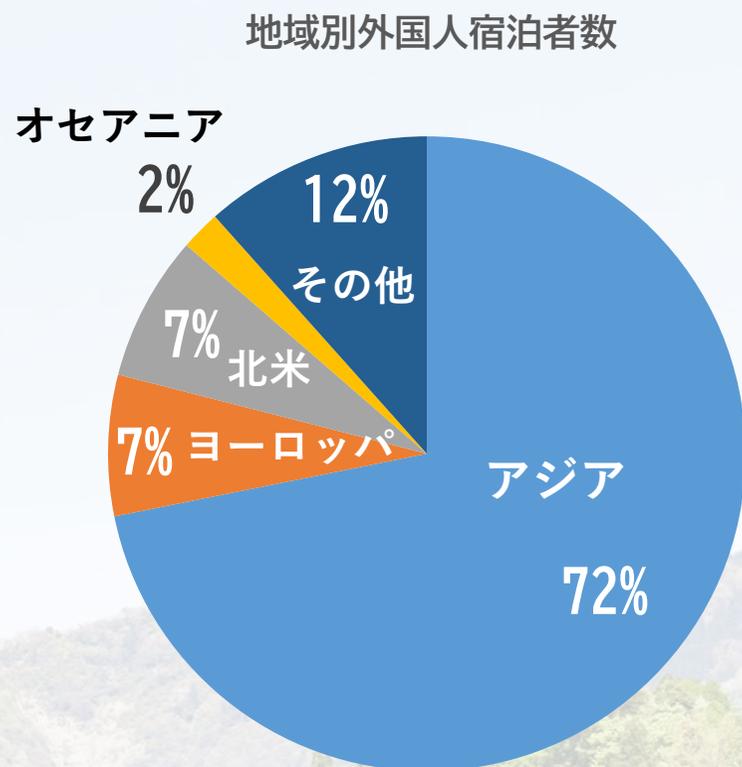


順位	国名	延べ人数 (千人)	比率	地域
1	中国	25,195	19.2%	アジア
2	台湾	18,406	14.0%	アジア
3	韓国	17,996	13.7%	アジア
4	アメリカ	14,485	11.0%	北米
5	香港	7,787	5.9%	アジア
6	オーストラリア	5,657	4.3%	オセアニア
7	シンガポール	4,140	3.1%	アジア
8	タイ	3,829	2.9%	アジア
9	イギリス	2,787	2.1%	ヨーロッパ
10	カナダ	2,378	1.8%	北米
11	フランス	2,189	1.7%	ヨーロッパ
12	ドイツ	1,964	1.5%	ヨーロッパ
13	フィリピン	1,931	1.5%	アジア
14	インドネシア	1,850	1.4%	アジア
15	マレーシア	1,790	1.4%	アジア

3. 現状分析 (外国人旅行者の地域ごとの割合)

○福井県内の状況 (2024年外国人延べ宿泊者)

- ・エリア別の割合はアジアが72%、次いでヨーロッパが7%、北米7%、オセアニアが2%となっています。
- ・国・地域別では台湾が最も多く23.4%、次いで香港20.0%、中国13.9%、アメリカ6.2%、タイ4.2%、韓国4.1%、イギリス2.5%となっています。

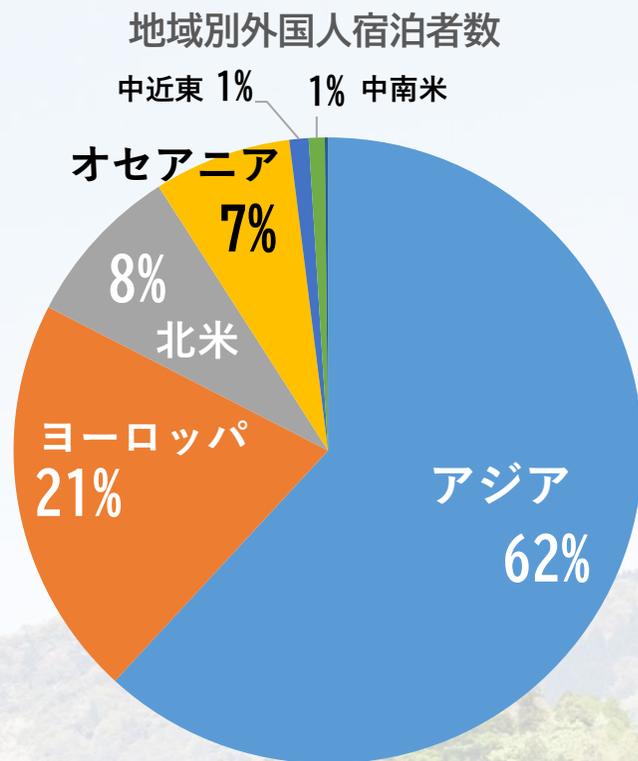


順位	国名	延べ人数 (人)	比率	地域
1	台湾	15,870	23.4%	アジア
2	香港	13,550	20.0%	アジア
3	中国	9,380	13.9%	アジア
4	アメリカ	4,200	6.2%	北米
5	タイ	2,850	4.2%	アジア
6	韓国	2,800	4.1%	アジア
7	イギリス	1,680	2.5%	ヨーロッパ
8	オーストラリア	1,370	2.0%	オセアニア
9	フランス	1,270	1.9%	ヨーロッパ
10	シンガポール	1,260	1.9%	アジア
11	フィリピン	960	1.4%	アジア
12	ドイツ	860	1.3%	ヨーロッパ
13	ベトナム	840	1.2%	アジア
14	カナダ	810	1.2%	北米
15	マレーシア	520	0.8%	アジア

3. 現状分析 (外国人旅行者の地域ごとの割合)

○大野市の状況 (2024年外国人延べ宿泊者)

- ・エリア別の割合はアジアが62%、次いでヨーロッパが21%、北米8%、オセアニアが7%となっています。
- ・国・地域別では台湾が44.6%と最も多く、次いでドイツ8.1%、アメリカ7.1%、フランス6.1%、香港5.3%、中国4.8%と台湾に次いで欧米諸国が多くなっています。



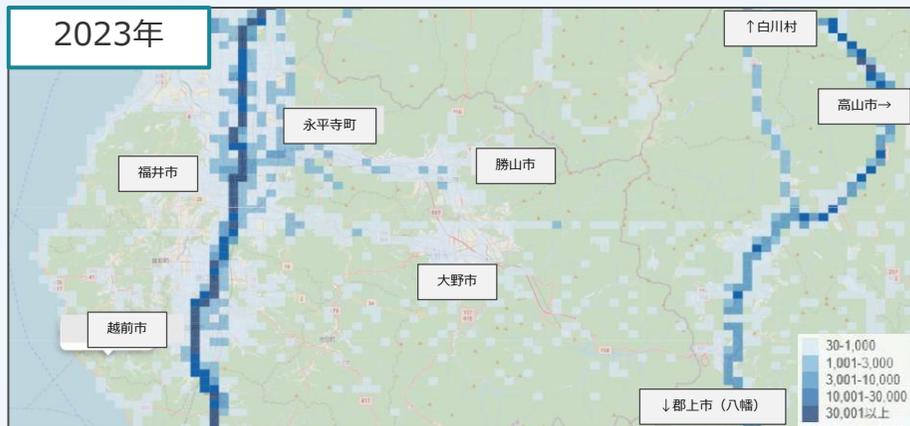
順位	国名	延べ人数 (人)	比率	地域
1	台湾	271	44.6%	アジア
2	ドイツ	49	8.1%	ヨーロッパ
3	アメリカ	43	7.1%	北米
4	フランス	37	6.1%	ヨーロッパ
5	香港	32	5.3%	アジア
6	中国	29	4.8%	アジア
7	オーストラリア	28	4.6%	オセアニア
8	シンガポール	16	2.6%	アジア
9	ニュージーランド	15	2.5%	オセアニア
10	カナダ	8	1.3%	北米
11	タイ	7	1.2%	アジア
11	オランダ	7	1.2%	ヨーロッパ
11	ロシア	7	1.2%	ヨーロッパ
14	ベトナム	6	1.0%	アジア
14	イスラエル	6	1.0%	中近東
14	イタリア	6	1.0%	ヨーロッパ

3. 現状分析（来訪エリア）

人流データ（外国人旅行者）

メッシュ測位者移動情報

測位者：1~2秒程度でもGPSにより取得したデータをカウント



良い点

- ・北陸新幹線福井・敦賀開業およびインバウンド観光の好調により、北陸新幹線沿線エリアの色が濃くなっている。
- ・愛知など中京圏から郡上市・高山市に行くルートは依然として根強く、外国人旅行者の流れが間近にまで来ている。

悪い点

- ・福井市から大野市までを結ぶエリアの色が薄い。
- ・勝山市までは外国人旅行者が増えているが、そこから大野市までを結ぶエリアの色が薄い。
- ・岐阜県から大野市を通過して福井県に入るルートの色が薄い。

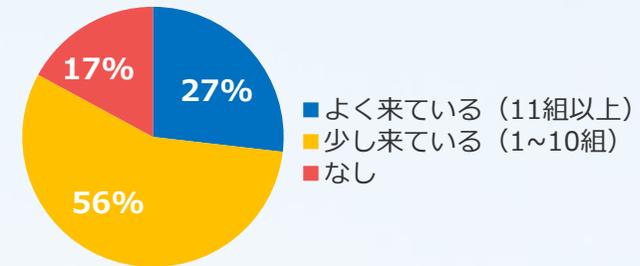
資料：アプリ“Japan Travel by NAVITIME”より

3. 現状分析（市内事業者アンケート）

市内事業者アンケート調査結果（抜粋）

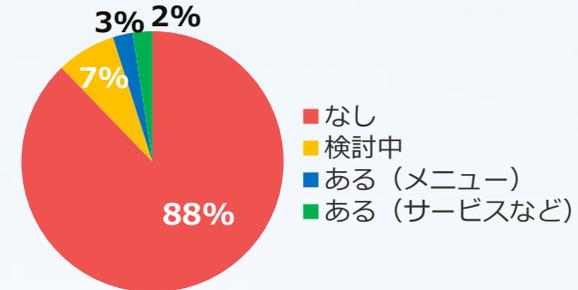
① 来訪状況について

- ・約8割の事業者が外国人旅行者の来訪を経験しており、来訪者は多くないものの、一定程度の受け入れ対応を経験しています。



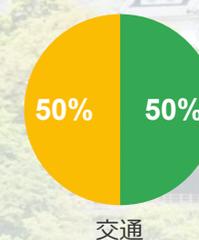
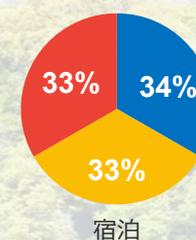
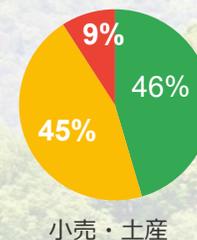
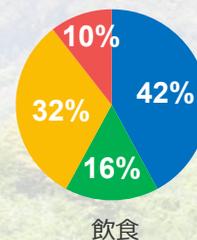
② 外国人旅行者向けのサービスなどの導入について

- ・多言語化メニューや外国人旅行者向けのサービスはほとんど導入されていません。



③ 受け入れ意欲について

- ・「飲食」「小売・土産」では前向きな層が約半数を占める一方、「宿泊」では34%にとどまり、業種間で受け入れ意欲に差が見られます。



3. 現状分析（市内事業者によるワーキンググループ）

ワーキンググループ（総括）

コンセプトの作成にあたり、市内事業者の「声」を反映させるため、ワーキンググループを開催しました。ワーキンググループでは、大野市のインバウンド観光の現状や今後のあり方について意見交換を行い、以下の共通認識が見られました。

① 目指すインバウンド観光のかたち

- ・日本らしい暮らしや文化を深く味わう「**滞在型の観光**」を目指すべき。
- ・恐竜博物館や永平寺など周辺観光地をきっかけに大野市を訪れ、滞在（宿泊）を通して地域の魅力や価値を感じてもらう姿が理想。

② インバウンド観光に対する大野市ならではの価値・強み

- ・観光地化され過ぎていない静かさや、喧騒から離れた**心が落ち着く旅先**であること。
- ・田園風景や自然環境、地下水・湧水文化など**自然とともにある暮らしの豊かさ**。
- ・「何も」しないこと自体が価値となるような、**ゆったりとした時間の流れ**。
- ・城下町の雰囲気や座禅体験など「日本らしさ」が分かりやすい**地域資源**。

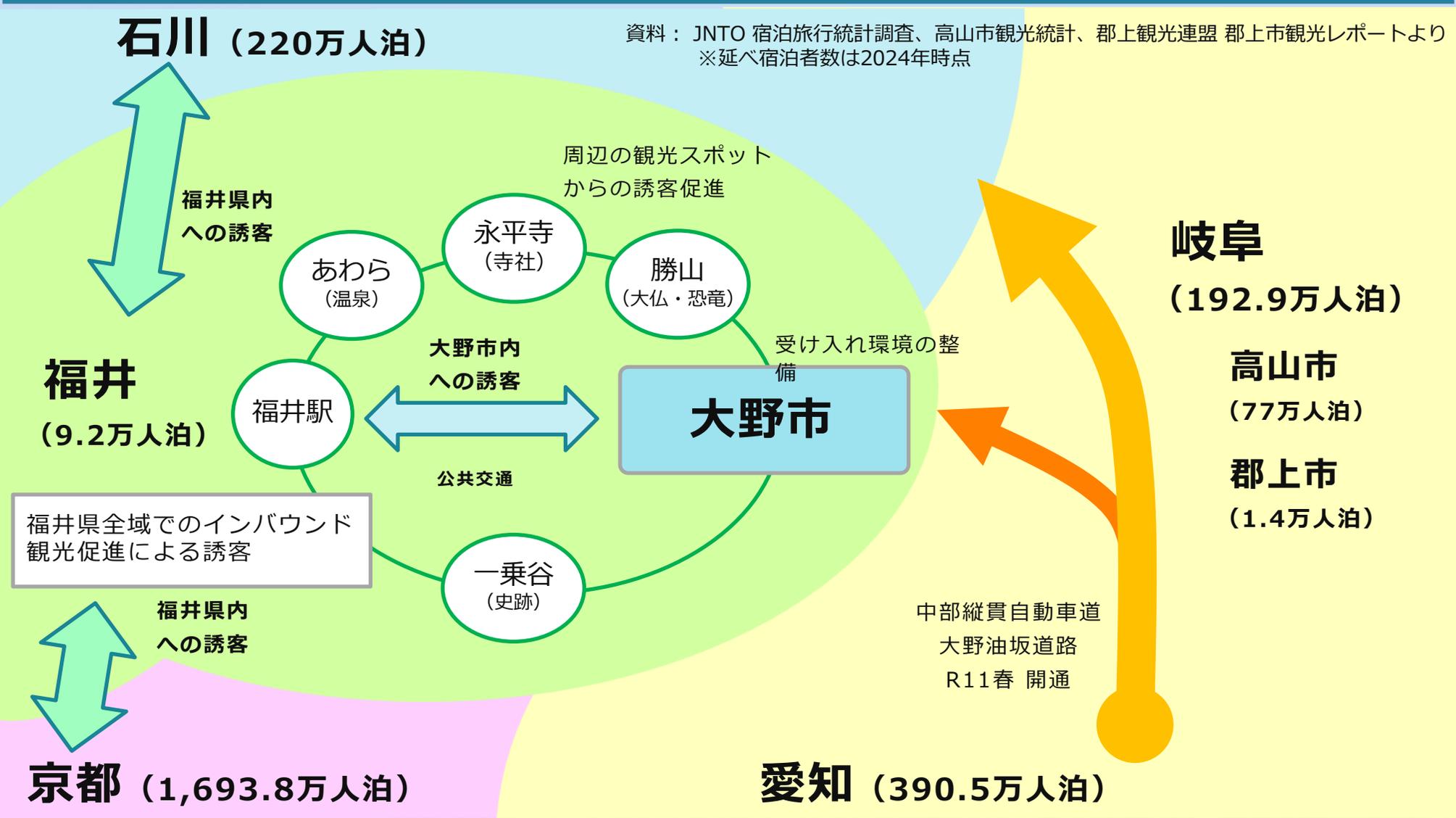
③ 来てもらいたい外国人旅行者層の考え方

- ・国籍でターゲットを絞るのではなく、旅の目的や関心に着目して整理すべき。
- ・想定される主な層として、「日本らしい文化や暮らしを体験したい層」「登山・自然・精神文化（座禅など）に関心のある層」「日本の地方に興味がある層」「旅の中で心の休息を求める層」などが考えられる。



3. 現状分析（周辺地域の状況と大野市のポジションの整理）

資料：JNTO 宿泊旅行統計調査、高山市観光統計、郡上観光連盟 郡上市観光レポートより
※延べ宿泊者数は2024年時点



➡ 現状分析の詳細（外国人旅行者の入込状況、GPS人流データ分析結果、事業者へのアンケート調査など）については「資料編①：現状分析・調査」を参照

4. 外国人旅行者の地域別特徴

	アジアの割合 72% (福井県)	欧米豪の割合 16% (福井県)
国	台湾、香港、中国、韓国、タイ、シンガポールなど	アメリカ、イギリス、オーストラリア、フランス、ドイツ、カナダなど
消費額	観光客一人当たりの消費額は欧米豪より低いが、訪日客数が多く、国全体での消費額が高い	観光客一人当たりの旅行支出が高く、アジアの消費額が20万円前後に対し、欧米は30万円を超える国が多い
主な旅の目的	<ul style="list-style-type: none"> ・ショッピング ・日本食を食べる (日本酒を飲む) ・繁華街の街歩き ・自然、景勝地観光 	<div style="border: 1px solid orange; padding: 5px; text-align: center;">欧米で特に需要が高い</div> <ul style="list-style-type: none"> ・日常生活体験 ・歴史、伝統文化体験 ・自然アクティビティ (山登りなど)

資料：福井県観光連盟「FTAS」より

アジアと欧米豪では、旅行目的や消費行動に違いがみられ、求める体験の性質も異なります。アジアは都市観光や飲食などの手軽な消費需要が中心である一方で、欧米豪は自然・文化・日常生活に触れる滞在型の旅行をする傾向が強くなっています。大野市においては、こうした地域別の特徴を踏まえ、対象層に応じた受け入れ環境整備と情報発信を行うことが重要です。

➡ 国・地域別ごとの特徴については「資料編②：外国人旅行者の推移と特徴（国・地域別）」を参照

5. 大野市の特性の整理

大野市の市街地は、城を中心に町が広がる城下町の構造が現在も保たれています。

城と市街地が一体となった町並みは、町の成り立ちを視覚的にも捉えやすい特徴となっています。

市街地においては、地下水が生活用水として広く利用されており、住民生活と密接に関わっています。このような恵まれた水環境は、地酒や醤油づくりといった地域に根付いた食文化とともに、現在も受け継がれています。

また、周囲を山々に囲まれ、郊外には日本百名山を含む山岳地域や、広大な田園風景が広がっています。雪や紅葉など四季の変化を身近に感じられる自然環境は、特別なものではなく、城下町や食文化と共に住民の生活を育み、今も残されています。

受け入れ経験がある事業者からは、「**滞在型の観光**」を通じて体感できる、「**ゆったりとした時間の流れ**」や「**自然と共にある暮らしの豊かさ**」、「**心が落ち着く旅先としての魅力**」という点が、外国人旅行者にとって高い価値となり得るとの意見が示されています。

これらの町の構造や生活文化、自然環境、さらには市内事業者の意見を踏まえ、大野市におけるインバウンド観光に対する考え方や方向性を示します。



6. インバウンド観光の基本的な考え方・方向性

大野市におけるインバウンド観光は、単に来訪者数の増加のみを目的とするものではありません。

地域の暮らしや環境と調和しながら、地域を訪れる人を丁寧に迎える「質の高い受け入れ」を基本とします。その際、外国人旅行者を過度に特別視するのではなく、大野市を訪れる「一人の来訪者」として向き合います。

日常の営みや地域の風景こそが最大の魅力であると捉え、地域に過度な負荷をかけず、地域住民や事業者が無理なく関わり、来訪者と地域の双方が、満足感や幸せを共有できる関係性を大切にすることで、持続可能な受け入れを目指します。

また、自然や歴史が身近にあり、それらから育まれてきた暮らしが今も残る大野市においては、短時間で消費される観光よりも、「**ゆったりとした時間の中で、地域の魅力を体感してもらう滞在スタイル**」が高い親和性があります。こうした地域の特性を踏まえ、大野市らしいペースでの受け入れを基本の方向性とします。

ただし、この方向性は受け入れの形を一律に制限するものではありません。基本姿勢を大切にしつつも、団体やツアーを含め、地域や事業者の実情に合わせた多様な取組を尊重し、段階的に体制を整えていくことを重視します。



7. インバウンド観光の受け入れに関する考え方と参考事例

大野市のインバウンド観光を推進するには、地域全体で受け入れ環境を整えることが必要です。インバウンド観光の受け入れに当たっての視点と、参考となる事例を整理します。

なお、ここで示す内容は、個別の対応を一律に求めるものではありません。

(1) 来訪者が迷わず、不安なく旅をするための環境づくり

外国人旅行者が安心して旅をするには、言語・決済・通信・食の制限など基本的な不安要素を取り除き、「どうすればよいか分からない」という状況を減らすことが重要です。高度な投資やサービスは必要なく、最低限の分かりやすさを工夫するだけで、安心感につながります。

【想定される取組】

① メニューや案内の簡易な多言語化

外国人旅行者にとって、その場所で「何が注文でき、いくらなのか」が分かることは、基本の条件です。商品名・料金・おすすめを英語などで表示するだけでも、旅行者にとっての不安を大きく軽減することができます。また、写真付きのメニューの追加や、アプリの自動翻訳の活用で十分対応が可能で、店舗側の負担も少なく実施できます。



② キャッシュレス決済の導入

外国人旅行者は現金を持たないことが多いため、クレジットカード (VISA、Master) やQR決済 (PayPay、Alipay、WeChat Pay) など、決済手段の多様化は必須となります。



7. インバウンド観光の受け入れに関する考え方と参考事例

③Wi-Fi環境の整備と周知

外国人旅行者は地図検索や翻訳など様々な情報を得るために自由に使える通信環境を必要としています。SSID（ネットワーク名）やパスワードを英語で掲示し、店内でWi-Fiが利用可能であることを知らせることで、安心して利用することができ、満足度やウェブサイトでの評価向上につながり、来店の後押しにもなります。



④多言語での予約・問い合わせ対応

電話での外国語対応は困難でも、メールやSNSであれば、近年では翻訳ツールを活用することで比較的容易に対応が可能です。メールなどでの問い合わせができる体制を築くことで、旅前で行き先を決定する手助けとなり、利用の向上につながります。



⑤食の多様性・アレルギーなどへの配慮

ベジタリアンやグルテンフリー、宗教上の制約など、食に関する制約は多岐にわたります。日本ではまだ一般的ではありませんが、海外では対応が当たり前となっている地域もあります。対応可能かどうかを明示することで、外国人旅行者が安心して店を選べるようになります。



7. インバウンド観光の受け入れに関する考え方と参考事例

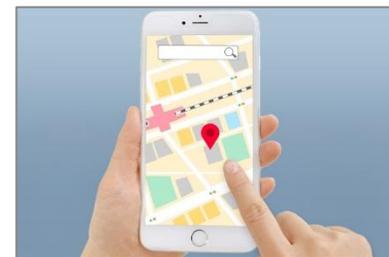
(2) 情報へのアクセスや、地域への理解を深めるための工夫

外国人旅行者が旅先として大野市を選び、訪問を通じて地域への理解を深めてもらうには、情報を「多く発信する」ことではなく、正確で分かりやすく、必要な場面に応じて適切にたどり着ける環境を整えることが大切です。旅の計画段階では、オンライン上の情報が行動の判断材料となり、滞在中は地域の文化や背景を伝える説明や日常的なコミュニケーションが、満足度を高める要素となります。

【想定される取組】

① Googleマップ・SNSなどの基本的な情報の整備

外国人旅行者の店選びは、Google検索が最も重要な手段となっています。Googleマップに正しい営業時間・定休日・写真を登録し、口コミへの返信などを整備することで、来店率の向上が期待できます。また、InstagramやFacebookで写真と簡単なコメントを投稿することで、集客につながります。



② 地元食材・文化の背景を伝える資料の作成

名水、伝統野菜・在来種そば、発酵文化など、大野市の食文化には明確なストーリーがあります。料理や商品に簡潔な説明を添えることで、外国人旅行者にとっての理解が深まり、地域への興味や愛着が高まります。



7. インバウンド観光の受け入れに関する考え方と参考事例

③まちの魅力を伝える小さなコミュニケーションの工夫

店舗や宿が周辺のおすすめスポットを紹介したり、簡単な英語の挨拶から始めることで、旅行者との自然な交流が生まれます。外国人旅行者とのコミュニケーションに抵抗を感じるかもしれませんが、地域の人とのコミュニケーションは旅行者にとっても嬉しいもので、「地域の温かさ」を感じてもらおう上で有効であり、観光の価値を高めます。



④気候や降雪など、来訪前に知っておくと役立つ基本情報の提供

大野市は特に冬季は降雪や積雪により、服装や移動手段に注意が必要です。来訪前に、季節ごとの気候の特徴や服装の目安、冬季の交通事情などの基本情報を分かりやすく伝えることで、外国人旅行者が安心して旅の準備や行動の判断につながります。



⑤OTAサイト（オンライン旅行サイト）への掲載

OTAサイトへの掲載は、大野市の認知度を広げ、海外からの予約を可能にします。

海外旅行者の多くは、口コミでは「Tripadvisor（トリップアドバイザー）」、宿泊では「Booking.com（ブッキングドットコム）」や「Airbnb（エアビーアンドビー）」、体験プログラムでは「Klook（クルック）」や「Get Your Guide（ゲットアガイド）」などのウェブサイトを利用して検索・予約しており、これらを活用することで、旅の選択肢に入ることができます。



7. インバウンド観光の受け入れに関する考え方と参考事例

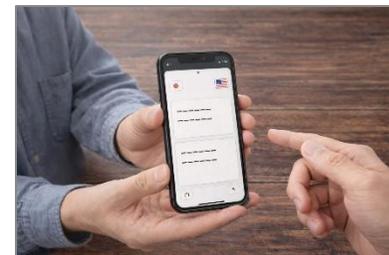
(3) 地域性を大切にした外国人旅行者との関わり方

外国人旅行者の受け入れにあたり、言語や文化の違いに配慮した対応は重要です。

しかし、来訪者に過度に合わせることは、地域の負担となり、継続的な取組を難しくする要因にもなります。地域の暮らしや価値観を大切に、無理のない範囲で関わることで、大野市らしさを生かした持続可能な関わり方を考えていくことが必要です。

① 翻訳アプリを用いた簡易コミュニケーション

スマートフォンなどの翻訳機能を用いることで、基本的なやり取りが可能となります。店舗や地域側の負担も少なく、無理なく継続できる取組です。こうした簡単なコミュニケーションであっても、人とのやり取りを通じて地域の温かさが伝わり、旅の満足度を高めます。



② 地域資源を活用した体験づくり

大野市には、名水や城下町の町並み、自然、食文化、信仰など、地域の暮らしに根ざした資源があります。外国人旅行者に向けた特別な演出を行うのではなく、地域の日常を生かし、体験として提供することで、外国人旅行者にとって魅力的な経験となります。



③ 地域の生活ルールやマナーについて、必要に応じて伝えること

外国人旅行者が地域で安心して過ごすためには、生活ルールやマナーを適切に伝えることが大切です。文化や習慣の違いによる誤解やトラブルを防ぐため、必要に応じて簡潔で分かりやすく説明する工夫が求められます。丁寧な情報提供により、地域住民と旅行者の双方が気持ちよく過ごせる環境づくりにつながります。



7. インバウンド観光の受け入れに関する考え方と参考事例（その他）

日本政府観光局（JNTO）のウェブサイトでは、インバウンド観光の受け入れ環境整備やプロモーションに関する全国各地の取組事例をウェブサイトにて紹介しています。

さらに、有識者による知見やセミナー情報など、インバウンド観光に役立つ情報が多数掲載されており、取組の参考として活用することができます。



日本政府観光局（JNTO）ウェブサイト：<https://www.jnto.go.jp/projects/regional-support/>

8. オーバーツーリズムについて

近年、国内外の観光需要の高まりに伴い、特定の地域や時間帯に観光客が過度に集中し、地域住民の生活環境や自然資源へ影響が生じる「オーバーツーリズム」が全国各地で課題となっています。

<オーバーツーリズムの発生例>

- ・ マナー問題（トイレ、ごみのポイ捨て、落書きなど）
- ・ 私有地や立入り禁止区域などへの侵入
- ・ 不適切な写真撮影
- ・ 混雑による地域住民との錯綜
- ・ 深夜の騒音
- ・ 自然資源の損傷 など



<国内で発生している事例>

京 都：交通機関（市バス）の混雑による住民の利便性低下や舞妓への無断撮影などのマナー違反
鎌 倉：特定スポット（踏切や社寺など）への観光客集中。撮影禁止区域での撮影やごみのポイ捨て
富士山：過度な混雑や、危険な登山の横行、ごみのポイ捨てなどのルール違反、自然環境の負荷増大
沖 縄：観光地の過剰な利用による自然環境の負荷増大。遭難事故発生による消防団の負荷増大

8. オーバーツーリズムについて

大野市では現時点で大きなオーバーツーリズムの課題は生じていませんが、今後インバウンド観光が増加する可能性を見据えて、「集中や混雑を避ける工夫」や「地域の資源を適切に守る」といった視点を持ち、未然に発生を防ぐことが重要です。

<実践できる主な対策方法（例）>

①観光客の分散

【予約・入場制限の導入】

観光スポットや飲食店、宿泊施設で一度に受け入れる人数を制限することで、混雑を緩和することが可能です。また、オンライン予約システムを導入することで、事前に訪問人数を把握でき、ピーク時の混雑を避ける誘導が可能となります。また、入場時間を分散させる「時間帯予約」も有効です。

【混雑回避のための情報発信】

ウェブサイトやSNSで、混雑状況やおすすめの時間帯を発信することで、観光客が混雑を避けることができ、施設内外の混雑を回避することができます。

②マナー・ルールの啓発

多言語での掲示やパンフレットの配布、SNSでの発信などの方法を用いて、騒音やごみの適正な処理、自然環境の保護などについてマナー啓発をすることで、旅行者自身に持続可能な観光地への配慮を促すことができます。

8. オーバーツーリズムについて

そのほか、観光庁ではオーバーツーリズム対策に向けた先駆的な取組を行う26地域を支援し、その取組事例を事例集として紹介しています。

これらの取組を大野市が直ちに導入する必要はありませんが、将来の状況に応じて検討する際の参考となります。

オーバーツーリズムの未然防止・抑制による 持続可能な観光推進事業

「先駆モデル地域」における取組み事例集



令和7年7月25日 第一版



観光庁：オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業（先駆モデル地域）
https://www.mlit.go.jp/kankocho/jirei_shien/overtourism.html

資料：観光庁「先駆モデル地域」における取組事例集より