

とーりまかし



vol. 79

2025年3月号

心を動かす、
日本を元気にする
観光・レジャーの
プロデューサー
応援情報誌

「観光地のオーバーツーリズムおよび
分散・平準化対策に関する現状調査」より

やるべきことは見えてきた

みんなで挑む!

オーバーツーリズム
問題



「シニアの活躍による新しい旅の
価値創造」研究より

人材難時代の救世主!?

シニア世代の
潜在能力

山間の小さな温泉地から、
定番人気温泉地まで

発表! じゃらん人気温泉地
ランキング2025

選ばれた温泉地

連載

価値と感動を生み出す人にインタビュー

マエストロの肖像

料理家/管理栄養士

長谷川あかり

Nostalgic but Innovative

ちょっと気になるおみやげ手帖

秋田県

曲げわっぱ



心を動かす、
日本を元気にする
観光・レジャーのプロデューサー
応援情報誌

とーりまかし

vol. 79

2025年3月号

目次

「観光地のオーバーツーリズムおよび分散・平準化対策に関する現状調査」より
やるべきことは見えてきた

2 みんなで挑む！ オーバーツーリズム 問題

問題

「シニアの活躍による新しい旅の
価値創造研究」より

人材難時代の救世主?!

16 シニア世代の潜在能力

さまざまな立場から
協調して取り組むべき難問

2024年の訪日外客数は3800万人を超え、過去最高だったコロナ禍前の2019年を500万人上回った。こうした中、とくに主要都市や観光地では改めてオーバーツーリズム対策への要望が高まっていて、国も「オーバーツーリズムの未然防止・抑制」を掲げて取り組みに乗り出している。

じゃらんリサーチセンター（以下JRC）ではこれまでも、オーバーツーリズム問題の本質を探る研究に取り組み、地域特性や住民の感じている負の感情の種類から問題の切り

分けに取り組んできた（『とーりまかし』75号掲載）。今回はさらに、全国各地でどのような問題が発生している、どのような対策が必要なのか、またそれに向けた課題はどのようなところにあるのかを探るため、観光地や観光関連事業者を対象に調査を実施。その結果からは、改めてこの問題の、観光地だけでは向き合いきれない難しさが浮かび上がってきた。

本特集では、JRC調査「観光地のオーバーツーリズムおよび分散・平準化対策に関する現状調査」の結果を紹介。さらに、それをもとに地域の具体的な取り組み例に取材して、多角的に解決の糸口を探ってみた。

山間の小さな温泉地から、
定番人気温泉地まで

発表！じゃらん人気温泉地
ランキング2025

24 選ばれた温泉地

連載

価値と感動を生み出す人にインタビュー

32 マエストロの肖像

料理家／管理栄養士

長谷川あかり

Nostalgic but Innovative
ちょっと気になるおみやげ手帖

34 曲げわっぱ（秋田県）

とーりまかし [Lemon Kashi]

インドネシア語で

「ありがとう」の意。

日頃からお世話になっているクライアントのみなさまにありがとう、読者のみなさまにありがとう、そして私たちに知恵を提供してくれるすべてのみなさまにありがとう、という感謝の気持ちを込めて、この名前をつけました。ちなみに「じゃらん」[Jalan]もインドネシア語で、「道」「プロセス」の意味です。「Jalan Jalan」で「散歩する」「ブラブラ出かける」「旅行する」などの意味になります。



やるべきことは見えてきた

みんなで見つめて挑む！

オーバー ツーリズム問題

何を解決すればオーバーツーリズムを解決したと言えるのか？

調査からは、課題のパターンとともに解決の難しさも見えてきた。

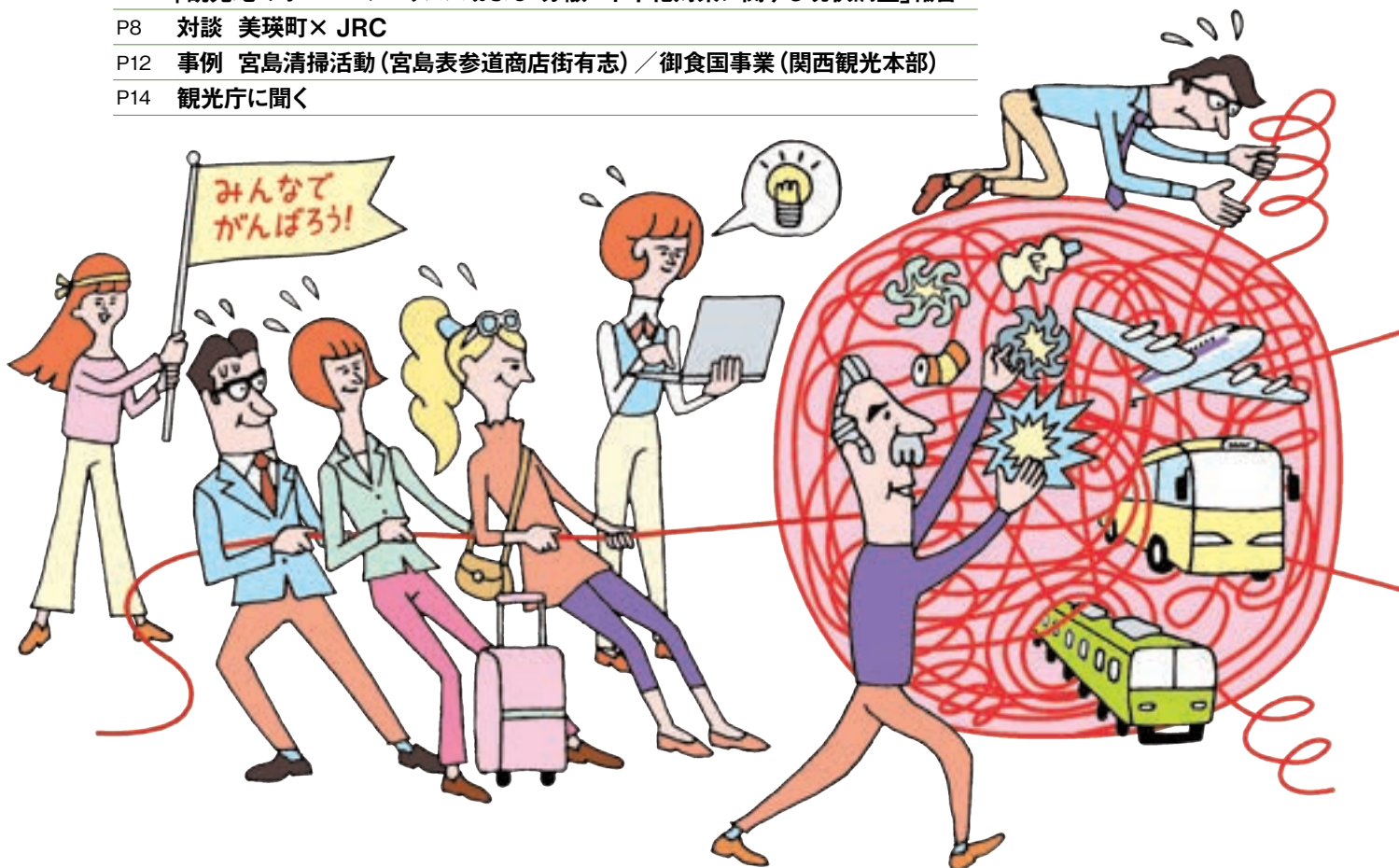
その内容を紹介することで、業界を挙げてこの難問に挑む手がかりとしたい。

P4 「観光地のオーバーツーリズムおよび 分散・平準化対策に関する現状調査」報告

P8 対談 美瑛町× JRC

P12 事例 宮島清掃活動(宮島表参道商店街有志) / 御食国事業(関西観光本部)

P14 観光庁に聞く



調査結果①

オーバー ツーリズムの 現況

日常生活には「悪い影響」が優勢 要対策だが難しいのは交通問題

「観光地のオーバーツーリズムおよび分散・平準化対策に関する現状調査」はオーバーツーリズムの現況や対策について実施したアンケート調査。その中からまずは現況と着手するべき対策についてご紹介する。

生活者の視点から見ると「悪い影響」がより優勢

オーバーツーリズムとは一般に「観光客の増加により住民や観光客に悪影響が出ることを指す。ただし、住民にとっての悪影響と観光客にとっての悪影響は内容が異なり、住民と観光業界でも受け止め方は異なるはずだ。本調査はJKN会員（調査概要参照）を対象としたものであり、概要参照を対照としたものであり、回答者の多くを観光関連従事者が占めることから、混雑度合いとその影響については、回答者が住民として日常生活を送る「日常生活エリア」と、観光業務従事者として関わる「業務・事業エリア」（観光地、宿泊施設等）に分けて確認した。

図1は、両エリアで回答者が関わる地域（以下、自地域）の、コロナ禍前と比較した混雑度合い。日常生活エリアでは59・7%、業務・事業エリアにおいては63・4%が混雑を認識していて、ともにコロナ禍前以上

調査概要

調査名	「観光地のオーバーツーリズムおよび分散・平準化対策に関する現状調査」	
調査目的	観光関連従事者等を対象に、日常生活圏または業務・事業で関わるエリアの混雑状況や混雑による影響度、具体的に発生している問題点について明らかにする。各地のオーバーツーリズム対策や、分散・平準化対策について、実施状況や実施意向、対策内容、推進上の課題点について明らかにする。	
調査方法	JKN会員に向けたインターネット調査（JKN会員にメールでアンケートを依頼し、専用のweb画面で回答していただく形式）	
調査期間	2024年8月28日（水）～10月4日（金）	
調査対象者	JKN会員（割付回収なし） 回答者の所属先別の人数は右表の通り	
	(人)	(%)
	行政・計	390 40.8
	都道府県庁	76 7.9
	市区町村	159 16.6
	観光協会・DMO	107 11.2
	その他	48 5.0
	民間企業・計	319 33.4
	宿泊施設・計	151 15.8
	その他	96 10.0
	合計	956 100.0

※JKN会員とは、『じゃらんリサーチセンター』が保有するメールマガジン会員データベースで、観光行政（自治体、観光協会、DMO等）や観光関連事業者（宿泊、交通、IT等）が登録

に混雑が進んでいるのが分かる。一方、混雑による影響（図2）については、業務・事業エリアでは良い影響を感じている割合が75・7%と優勢だが、日常生活エリアでは52・4%と悪影響を感じている割合（60・4%）を下回り、地域住民が観光の恩恵を感じにくい状況が浮き彫りになった。

混雑に伴う具体的な影響（図3）については、「生活圏の雰囲気が変わっ

図1 自地域の旅行者の増加による混雑度（単一回答）

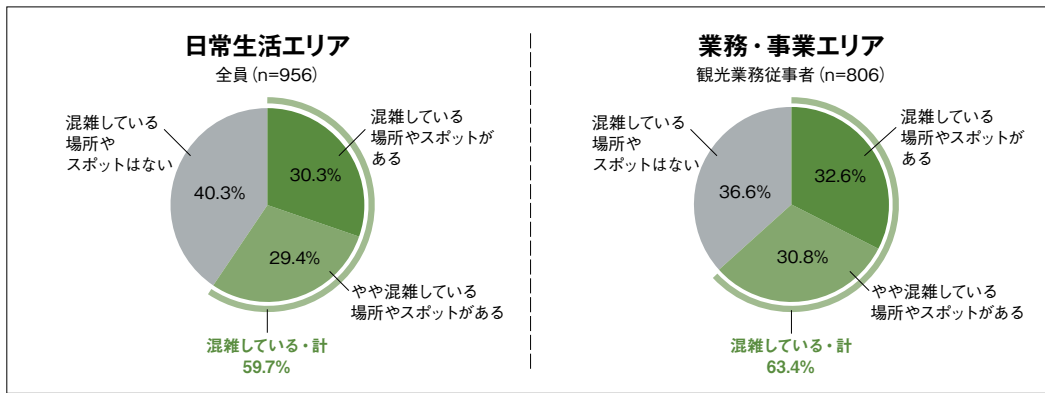
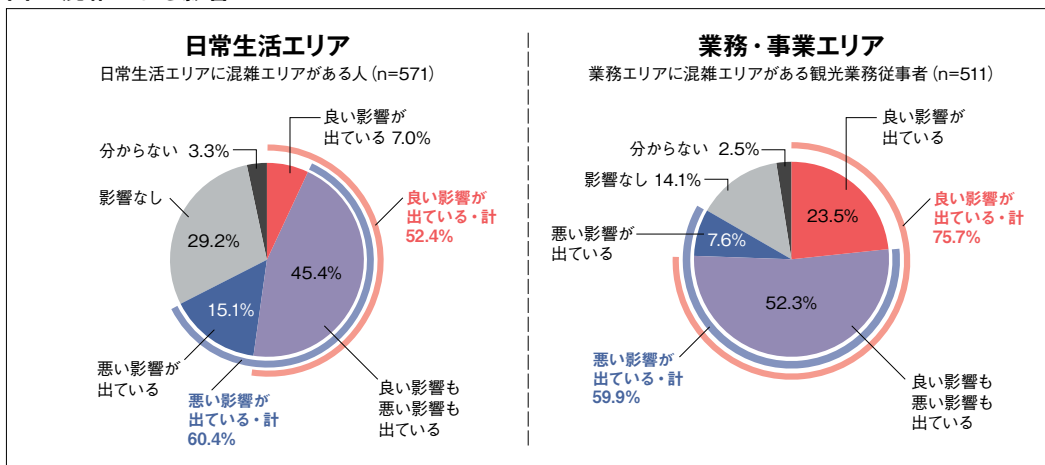


図2 混雑による影響（単一回答）



観光地のオーバーツーリズムおよび分散・平準化対策に関する現状調査

図3 混雑によって起こっている問題（自地域内に混雑エリアがある人、単一回答）（%）

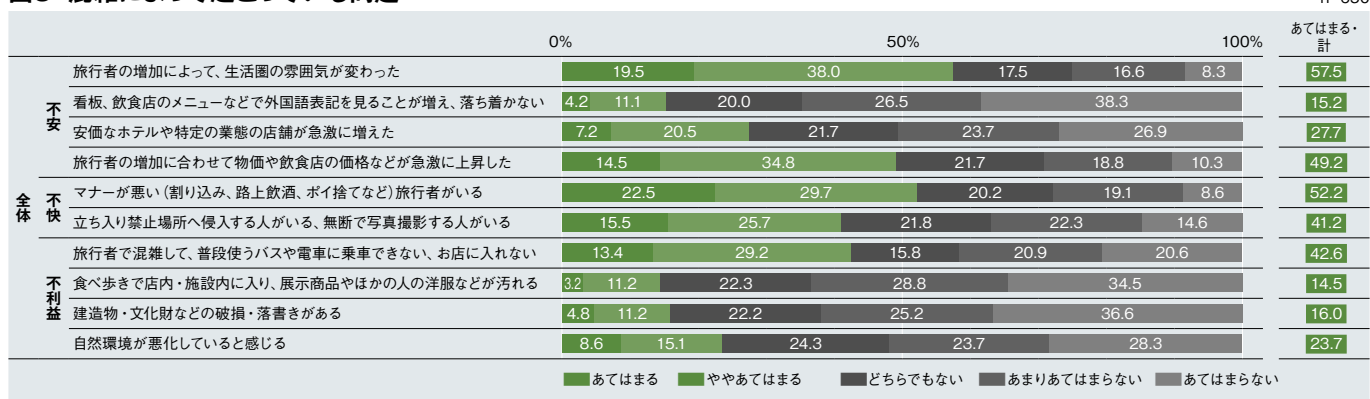
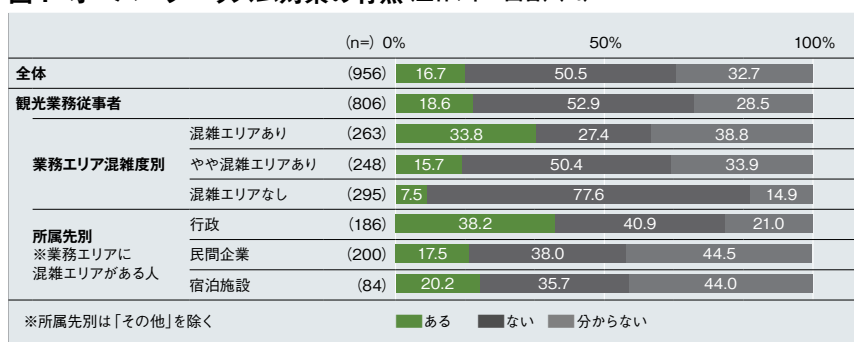
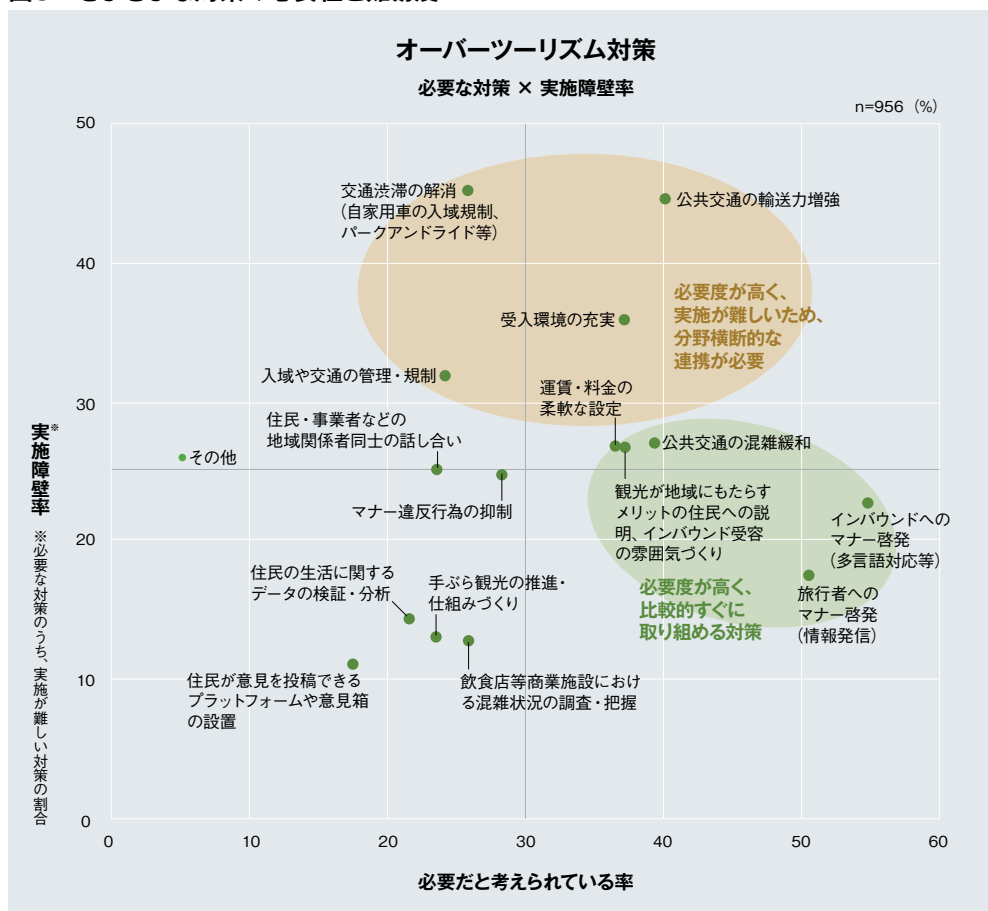


図4 オーバーツーリズム対策の有無（全体、単一回答）（%）



た「マナーが悪い旅行者がいる」がともに5割以上。とくにマナーへの問題意識が目立つ。その他「物価や飲食店の価格などが急激に上昇した」も5割に近く、とくに民間企業で6割以上、宿泊施設では7割以上と高い。「普段使うバスや電車に乗車できない、お店に入れない」という具体的な「不利益」も挙げたが、それ以前の「不安」「不快」に類する影響が目立ったと言える（「不安」「不

図5 さまざまな対策の必要性和難易度（ベース=全体、複数回答）



調査結果②

分散・平準化

分散が進まない主要因は人手不足 複数エリアの連携にも難しさ

前項の内容からは、そもそも4割程度の地域では目立った混雑が発生していないという現実も読み取れる。調査では、こうした偏りを解消する分散・平準化の現状や意向も確認した。

るためにどんな対策が必要で、そのうち実現が難しいと思うのはどの対策かも確認。これらを集計し、横軸に「必要だと考えられている率」、縦軸に「実施障壁率(実現の難しさ)」を取って示したのが図5だ。「必要な対策」として最も多く挙げたのは、インバウンド旅行者、その他旅行者

への「マナー啓発」。次に関心を集めたのが「公共交通」に関するところで、輸送力増強や混雑緩和が課題視されている。ただし「マナー啓発」については実施障壁率が低い。比較の容易に実施できると考えられている一方で、公共交通については、輸送力増強や混雑緩和に限らず幅広いテーマ

で対策が難しいとの意見が多いことが分かった。交通に関する対策が難しいのは、ハード面での整備や制度改革など国を巻き込んだ協力が不可欠で、地域単位では解決できない課題だからだと考えられる。当面は取り組みやすいマナー啓発などから着手しつつ、

実施障壁が高い対策については実証実験などを通じて解決の道を探っていく必要もあるのではないかと。実証実験のネックとなる費用については国の補助事業も始まっている。その他取り組みのヒントになる考え方を特集後半で紹介しているので、ぜひ参考にしていただきたい。

実効性のある対策のため 幅広い連携も視野に

オーバーツーリズム問題はすべての地域で起こっているわけではないとすると、一部の都市や観光地、シーズンに偏った観光客を分散・平準化できれば、そもそも問題自体が抑制できることになる。そこで、こうした混雑の偏りと、その対策の実態についても確認した。

時間的な偏りについては、自地域内に混雑エリアがある人のうち8割以上が何らかの偏りがあると回答。

業務エリアに混雑がある場合、1日中の時間帯による差を挙げる人が多かったが、全体としてはシーズンによる繁閑差が目立つ(図6)。地域的な偏りについても、全体の8割以上が「ある」と回答。全体では県内の地域間での偏りを挙げる声が多かったが、業務エリアに混雑エリアがある場合、とくに域内の特定スポットへの一極集中が多く挙げた(図7)。「偏りがある」との認識が大きい半面、「分散・誘客対策がされている」と回答した割合は全体の23.2%、改善が見込まれると考える回答者は

わずか4%に留まる(図9)。業務エリアに混雑エリアがある場合、4割近くが「対策されている」と回答したものの、改善が見込まれるとの回答はやはり5.3%と低い。実施されている対策内容は、「モデルルート・コースの提示」「旅行客向けの魅力的なコンテンツ造成」「多言語の情報ツールの整備」が多く、とくに混雑エリアのある地域ではネット予約、混雑情報配信、キャッシュレスなどITを活用した取り組みが目立つ。一方で「混雑、非混雑地域間の連携」や「住民向け説明会」など

は進んでいない(図8)。対策が進まない主な理由(図10)は、人材(スキル、専門性)や人手(労働力)の不足。これに「エリア間の連携・役割分担が難しい」が続ぎ、市区町村では資金面への課題も加わる。人材不足の解決は難しいが、連携の強化については、利害関係の異なる関係者の調整役として、DMOが第三者的に関与するなど工夫の余地もある。オーバーツーリズムそのものの発生を防ぐためにも、地域間、また観光事業者と地域住民の連携も意識したいところだ。

観光地のオーバーツーリズムおよび分散・平準化対策に関する現状調査

図6 自地域内の旅行者による混雑時間の偏り (自地域内に混雑エリアがある人、複数回答)

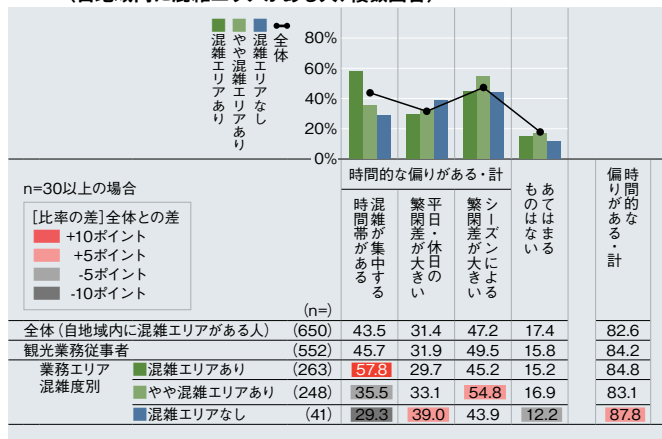


図7 自地域内の旅行者による混雑場所の偏り (全体、複数回答)

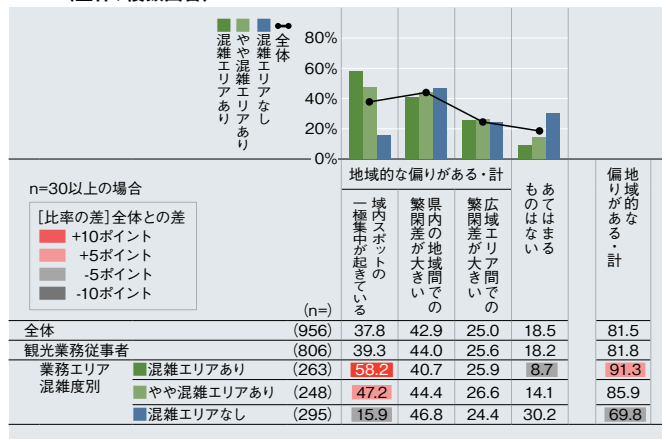
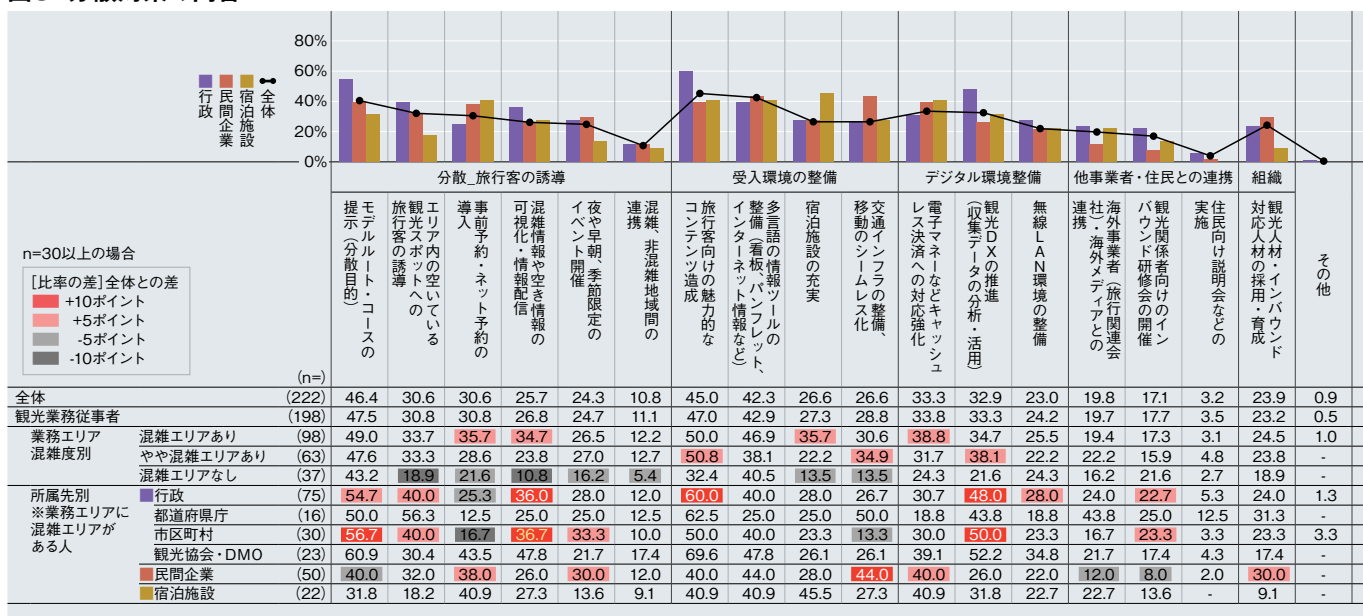
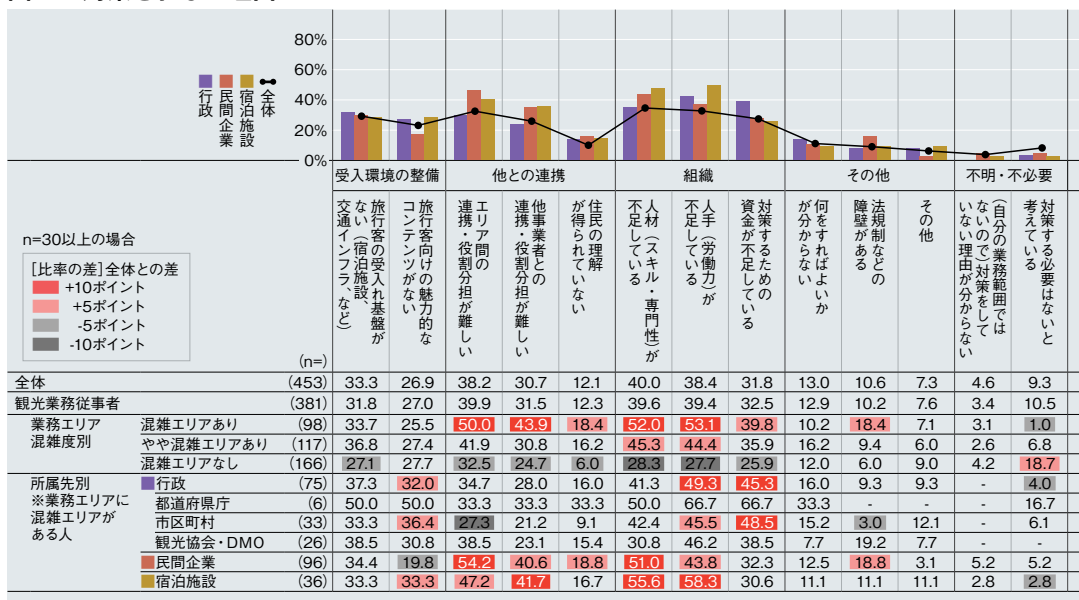


図8 分散対策の内容 (分散・誘客対策がされていると回答した人、複数回答)



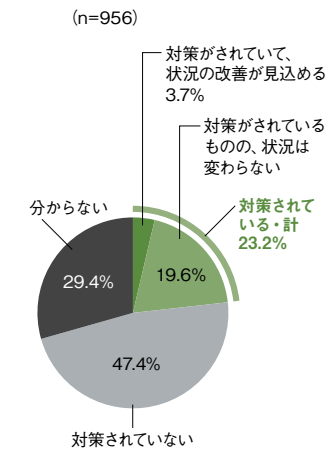
*n=30未満は参考値

図10 対策されない理由 (分散・誘客対策がされていないと回答した人、複数回答)



*n=30未満は参考値

図9 分散・誘客対策の実施状況 (全体、単一回答)



観光資源 × 生業の場である町で 技術 × 人とのつながり で課題解決を目指す

北海道美瑛町は「農業と観光の両立」を掲げ、持続可能な観光地づくりを目指す町。そんな美瑛町からお迎えした町長の角和浩幸さんとJRC研究員長野瑞樹が、研究成果と美瑛町のケースを照らし合わせながら、オーバーツーリズム対策のあるべき姿を語り合った。

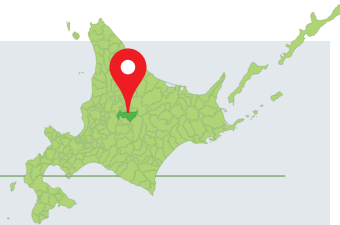
観光スポットに生活の場という町独特の「不快」「不利益」

長野 JRCでは昨年、東京・浅草

を舞台にしたオーバーツーリズムに関する共同研究を通じ、①起きている問題は地域によって全く違うので、まずは「何が起きているか」の把握が重要、②観光推進は観光客数や消費額といった指標だけでなく、「観光が生活をどうよくするか」に目を向けるべきと結論付けています。問題の把握については、地域によるとはいえある程度の分類(図11)が可能で、美瑛町の場合、空港から近いがアクセス手段が限定されているなど「アイランド型」に近く、独自の観光資源や生活環境をどう守るかが課題だと言えます。

また、今回新たにアンケート調査も実施し、地域の課題意識や対策について調べました(詳細はP4~7)。その結果から議論したいことの一つめは、「観光によってビジネスにはよ

美瑛町のオーバーツーリズム問題



美瑛町基礎情報

北海道のほぼ中央部、旭川市と富良野市の中間に位置し、車で新千歳空港から約2時間30分、旭川空港から約15分。雄大な十勝岳連峰を背景とした美しい自然環境や広大でなだらかな丘陵地帯を擁する。人口約9500人。

観光データ

観光入込数は238万7,000人(2023年度)。宿泊率6.8%。近隣の富良野市の宿泊率が24.3%であるのと比較すると少なく、通過型の観光地と言える。

美瑛町のオーバーツーリズム対策

観光地混雑状況可視化システム
交通渋滞の解消のため、観光地にカメラを設置し混雑状況を可視化し、デジタルサイネージやWebページで発信して混雑の平準化を図っている。農地や私有地への立ち入りも侵入検知カメラにより検知。立ち入った場合には4か国語で注意を促している。



カメラは現在町内4か所に設置。2025年度にはさらに8か所に可視化増設予定

観光パトロールの実施 町民のボランティアによる観光アドバイザーが町内を巡回、観光案内を行いながら、私有地への立ち入りやごみのポイ捨て等を防ぐようパトロール。

観光ルールマナー110番 私有地への立ち入りを目撃した人が通報できる「美瑛観光ルールマナー110番」を設置。観光パトロールに活用。

私有地立入禁止看板 多くの場所に4か国語の立入禁止看板を設置。

交通規制 クリスマスツリーの木付近の町道300mを1月30日から2月21日まで駐車禁止区間に指定。

主な観光資源

丘陵の景観 カラフルな景観は農業の営みにより作り出されたもので「パッチワークの丘」と呼ばれる。丘の中腹に立つ「クリスマスツリーの木」や「セブンスターの木」はフォトスポットとして人気。
白金青い池 美瑛川にアルミニウム成分等を含む河川が混じり合い、そこに太陽の光が当たることで青く見える幻想的な光景が人気。アップル社の壁紙に使われたことで世界的にも有名になった。



観光課題

交通障害 冬期間の観光では、丘陵地帯に位置するクリスマスツリーの木やセブンスターの木を撮影し、SNSへ投稿する観光客が来訪。とくにクリスマスツリーの木周辺には駐車場がなく、観光バスや一般車両の路上駐車が発生し、写真撮影をする観光客が町道に滞留。交通事故の発生が懸念されるほか、私有地や農地への侵入、通行障害などを来している。



農業被害 景観を創り出しているのは農家が収入を得るための農地(私有地)。観光客が農地に入り込むと、畑が踏み荒らされて農作物の生育が阻害されたり、外部から細菌や病害虫が持ち込まれて土壌汚染が懸念されるなど、農業に対する脅威となっている。

景観毀損 農地立入防止のため、セブンスターの木付近の白樺並木を伐採。特有の景観が失われる結果に。



北海道上川郡美瑛町
町長

角和浩幸さん

かくわ ひろゆき

京都新聞社で記者を務めたのち、美瑛町に移住、就農。町議会議員を経て2019年より現職

じゃらんリサーチセンター
研究員

長野瑞樹

ながの みずき

オーバーツーリズム研究のほか、まち歩きや体験アクティビティ研究を担当

い影響も出ているが、日常生活にはあまり良い影響が出ているとは言えない」という点です。この点についてどう感じになりますか？

角和 観光客の増加は、観光産業に携わる方々には当然歓迎すべきことです。しかし美瑛町では観光地は畑そのもの。農家の方にとっては仕事の間でもあり生活の間でもあるので、そこに多くの観光客が入ってくることに多くの悪い影響は明確に感じます。市街地部分でも、多くの観光客で道路が埋まった様子に「これまでの生活

空間とは変わってしまった」と感じる方がいらつしやいます。

長野 逆に観光が生活により影響を及ぼすイメージはおありですか？

1 美瑛町長に聞いてみた！

Q. 観光の恩恵を実感できない住民が、とくにインバウンドの方に抱く排他的な感情を和らげるための対策はありますか？

A. 実際は畑に立ち入っている人などはインバウンドの方に限りません。むしろ、知らずにやっているインバウンドの方に対し、日本の方のほうが確信的にやっていることもあります。美瑛町では、地域おこし協力隊で来ている外国の方がランチ会やお茶会などの文化活動を行っているので、町がそうした活動を支援することで異文化への理解を深め、偏見を取り除いていければと思っています。大事なのはやはり人とのつながり。観光客と町民が触れる機会を作るため、パトロールで直に観光客と接している人の話を聞く場を設けることも考えています。

図11 オーバーツーリズム観光地の分類

都市型

**バルセロナ、アムステルダム
京都、鎌倉など**

住民が多く生活し、交通インフラが発達している都市部において発生するもの。訪問者のコントロールやマネジメントが難しい上、混雑の問題とマナーの問題が複合的に発生するため、対策難易度が高い。

影響 公共交通機関の混雑や居住地域への観光客流入、民泊施設の増加による家賃上昇、文化財にたいするいたづらなど

リゾート型

**アマルフィ、
レイクタホ(アメリカ)、
軽井沢、湯布院など**

行楽や保養目的で開発された地域で発生するもの。住民の多くは観光関連産業に従事する。

影響 観光産業に関係しない住民の生活、過度な開発行為による自然環境の悪化など

自然型

**富士山、屋久島、知床、
マヤビーチ(タイ)など**

世界自然遺産や国立公園、自然保護地区など、住民が居住しない地域で発生するもの。物理的な混雑よりも訪問者のマナーによる影響が大きい。

影響 ゴミやし尿による自然環境の破壊、野生動物をはじめとした周辺生物の生態系破壊など

アイランド型

**ヴェネツィア、
サントリーニ島、西表島、
ハルシュタットなど**

リゾート型に類するが、離島や山間の集落など、周辺都市からアクセス手段が限定される地域。

影響 観光産業に関係しない住民の生活、過度な開発行為による自然環境の悪化など

角和 観光産業に関わりのない住民にもそれを感じていただきたいのですが、なかなか感じられないのがこの問題の難しさだと思っています。

長野 昨年の研究では、住民の意見を把握したうえで、「不安」「不快」「不利益」という形で整理することを提

案しました(図12)。今回の調査で起こっていることを尋ねたところ、生活圏の雰囲気の変化(不安)やマナーの悪さ(不快)を指摘する回答が多く挙がっています。

角和 美瑛町の場合は不快、不利益というところに集約されるでしょうね。マナー、ルールの問題というものはやはり大きく、畑への立ち入り以外に、街の方でも、歩いている人の中に覗かれた、家の門から入ってこられたといった話もよく聞きますし、もっと強いルール違反行為も見受けられます。

長野 町内に防犯カメラを4台設置されていますが、それだけでは解決

図12 オーバーツーリズムにおける住民の3つの「不」

不利益

通勤通学時に住民が路線バスに乗れない、ゴミが処理のキャパシティを超える、不動産価格が高騰して住めなくなるなど住民生活に実害が生じるケース。文化財への落書きなど法令違反を伴うものも含まれる。

不快

モラルやマナーの違いから住民が観光客に対して抱く不快感。通りで大きな声を出す、電車に乗る際に整列乗車をしない、ゴミのポイ捨てなど、直接的な不利益や重大な法令違反とまではならない小さな不快がこれにあたる。

不安

住民にとって愛着のある風景や生活文化が失われることに対する漠然とした懸念。観光客が急激に増え、それに伴って看板や街を歩く人なども含めた景観が急速に変化するなど、観光化が進むことに対する反応として起こる。

できないわけですよ。そういう住民感情があった上で、町長は観光を大事にしたいというお考えですが、そう思われる理由は何でしょうか。
角和 観光産業の方々を支えるという意味もありますが、多くの方が美瑛町を楽しみ、体験を広めていただくことには目に見えないメリットがあります。住んでいるだけでは町のよさが分かりにくくても、観光客が外から町を見て感動することは、住

民が「美瑛に住めてよかった」と思うことにもつながるのでは。また私自身、観光客として美瑛に訪れたことがきっかけで移住を決意しましたが、そうした人口維持の効果もあると思っています。

**観光は情緒的価値を求めるもの
観光客と町民の触れ合いに活路**

長野 マナー問題の解決方法についてご紹介したいのが、今回の調査で回答者さんから情報が寄せられた宮島の清掃活動です(詳細はP12)。地域の事業者さんが数社で始めた活動ですが、ゴミを受け取る際にちょっとした会話が発生するそうで、「観光客もそのやり取りを思い出すことで自然にポイ捨てを控えるなどマナーが向上するのではないか」とのご意見になるほどだと思います。ゴ



観光パトロールを行う町民ボランティア。町民の観光理解を促進するつなぎ役としても期待されている

ミの問題はスマートゴミ箱など仕組みで解決するのもよいですが、観光ってやはり最後は人。町長自身が美瑛に感動したように、情緒的な価値をもとめて旅するのだから、そこにしっかりと向き合うことが大事なのではないかと思うのです。
角和 ゴミの問題は、少し前までは「観光客が持ち帰る」との考え方が主流で、そのために美瑛町でもゴミ箱を撤去していた経緯があります。しかし今は、観光客が捨て場所のないゴミを置いていってしまうという課題のほうが大きい。もはや観光客だけに責任を押し付けるのではなく、一緒に考えて解決していかねばいけない時代に入ってきていると思います。ピクトグラムや看板で注意



を促す方法もありますが、やはり人と人の触れ合いの中でうまく解決できるのが一番ですね。私たちも、町民の方が観光客の方と触れ合う機会が作れないかと考えているのですが、それも話してみれば理解し合えるのでは?と思うからです。

長野 美瑛町では観光パトロールを実施されていますが、担い手は町民の方ですよ?

角和 はい。観光客と触れ合う機会が最も多い方々でもありますので、その方々のお話をうまく理解につなげられればと思うのです。また宮島のように事業者の方が動いてくださるのは行政としてもとても嬉しいこと。そうした活動を町でも支援して、共同でやっていきたいですね。

**互いに孤立せず連携することで
新たな観光の価値につなげたい**

長野 今回の調査では「対策が難しい」として交通機関の混雑解消や受け入れ環境整備などハード面の課題が上がりました。美瑛町がハード整備で実現したいことはありますか?

角和 現在の課題はパークアンドライド施設です。一部駐車場は整備したのですが、もっと大型の駐車場がないと一気に観光客の車を集めることは難しい状況です。

図13 美瑛町が加盟する広域連携



長野 町長の思われる難しさはどんなところにあるのでしょうか？

角和 よい立地がないことです。たとえば観光名所である「クリスマスツリーの木」は、畑の中にポツンとあるので駐車場を作る場所がありません。畑を借りれば作れますが、生産の場でもあるため難しいのです。

長野 費用面以外にも問題があるわけですね。そうなることややはり行政だけではなく地域全体で解決策を見つけていく必要があります。ちなみに混雑を根本的に解消するためには時間的、場所的な分散が重要ですが、調査によると、約4割の人が何かしらの分散対策をしているのに対し、効果が出ているという回答はそれほどわずか約4分の1でした。ではなぜ難しいのかと問うと結局人材不足

だというんですね。美瑛でもやはり観光人材の不足は課題でしょうか？

角和 大きなホテル事業者さんとも人手不足でニーズに答えられないと聞きます。観光事業者さんはどこもそうだと思います。

長野 人手不足はとくに地方部では大きな問題ですね。またもう一つ、「対策が難しい」という回答が多かったのがエリア間の連携や役割分担です。美瑛町も広域連携に取り組んでいます。美瑛町も広域連携に取り組んでいます。美瑛町も広域連携に取り組んでいます。美瑛町も広域連携に取り組んでいます。

角和 美瑛町の広域連携は、まず富良野・美瑛広域観光推進協議会に、その後、DMOも含めて旭川大雪圏域連携中核都市圏に加盟し、今のところ両地域と上手く連携しています(図13)。ただ、それぞれ広域のエリアが違って、前者の富良野圏と後者の旭川圏をさらに連携していいと思うとより大きな仕組みが必要。その際には、唯一両地域に位置する結末点として、美瑛町が主体的な役割を果たしていかなければならないと思っています。

長野 広域連携では、関西観光本部で実施されている『御食国事業』(詳細はP13)についてもご紹介したいと思います。古来京都に食材を納め「御食国」と呼ばれていた地域が京都

と組み、じゃらんnetで宿泊プランを発信、販売しているのですが、実は京都の宿泊プランは販売していません。すでに人が来ている京都ではなく周りの地域に泊まる活動を、京都も参加して行うかなり新しい事例だと思っています。

角和 双方の自治体にメリットがある仕組みですね。オーバーツーリズムの課題は個別具体でその地域に協力し合って分散を図るという方法は素晴らしいですね。

長野 お話して思うのは、やはり問題は幅広いということ。オーバーツーリズムという大きな言葉で捉えるのではなく、地域で何が起きているのかをしっかりと見極めることが非常に重要だと改めて感じました。

角和 悩んでいる地域もおそらく悩みはそれぞれで、私たちも正直これまで孤独に悩んでいました。ですが

今は国レベルでも広域で解決する機運が高まっていますし、そういう中で美瑛町ならではの持続可能な観光の形を作るチャンスでもあると思っています。観光客には、昔の感覚で言うと不便になるのかもしれませんが、そこにこそ新しい観光の価値があるとも言えます。今日教えていただいたようなデータに基づく対策も取り入れながら、美瑛町ならではの観光を築いていきたいと思っています。



美瑛町では代表的観光スポット、白金青い池駐車場料金に利用税を上乗せし、入域税と同じ効果を狙う予定だ

美瑛町長に聞いてみた!

2

Q.富士山の入山料のように、美瑛町を訪れる人から直接入場料のような料金を取る仕組みは考えていますか？

A.美瑛町は地理的な特性としてどこからでも入ってくることができ、いわゆる「関所」を構えることができません。そこで出てきたアイデアが、宿泊税と駐車場税です。美瑛町に来られた方の大半は白金青い池を観光されるので、この青い池の駐車場に税金を課し、事実上入場料に近い仕組みとできないかと考えました。現在は、宿泊税と青い池駐車場の利用税の導入を検討し、条例化条文化を進めているところです。

Keyword

「人」

ゴミ回収を一種のアトラクションに スタッフも観光客も楽しい清掃活動 宮島清掃活動

地元住民の「不快」として、観光客への反発にもつながりかねないゴミ問題。回収や処理の「負担」が強調されがちなこの問題を、人を介し、「お客さんの楽しさを損なわない」という視点から解決したのがこの事例だ。

発想の原点はガイドも行う
テーマパークの清掃キャスト

世界文化遺産・厳島神社を擁する宮島は、小さな島に国内外からの観光客が多数訪れる一大観光地。2024年には約485万人が来島し、過去最高を記録した。

そんな宮島が頭を悩ませているのがゴミ問題だ。フェリー乗り場と厳島神社を結ぶ表参道商店街では、約



法被は活動のためにあつらえたもの。仮装感覚でパフォーマンスそのものを楽しんでいるスタッフも多いという。外国人観光客の中にはチップを渡してくれる人もいて、活動に対する旅行者側の理解も感じられる



30店舗が食べ歩き用のフードやドリンクを提供していて、使い捨てのカップや串などのゴミが出る。一方で島内には、各事業者が店頭で設置した以外のゴミ箱がほとんどない。島内に生息する野生のシカがゴミを荒らしてしまうためという宮島特有の事情もあつてのことだが、結果として観光客がゴミの捨て場所に困り、放置してしまう事態が起こっている。この問題を解決しようと始まった

のが商店街の有志による清掃活動。特徴は、放置されたゴミを拾って回るだけでなく、ゴミを持つている人から直接引き取るところにある。商店街を含む半径約1kmのエリアを、法被姿の清掃スタッフがワゴンを押して練り歩き、観光客に積極的に声をかけて回るのだ。

発案者は、自らも表参道商店街で揚げもみじまんじゅうなどの食べ歩きグルメを販売する有限会社紅葉堂の竹内基浩さん。ヒントになったのは、清掃だけでなくパフォーマンスやガイドも行う有名テーマパークの清掃キャストだ。「地味な裏方仕事になりやすいゴミ回収も、パフォーマンスとして捉えることで楽しいものになります」と狙いを語る。

能動的な声掛けに対しては「お客さんも優しい」と竹内さん。快くゴミを手渡してくれるうえ、ちょっとした観光情報を尋ねられることも多

い。スタッフはアルバイトとして募集したが、結果的に集まったのは、休日を利用して活動する地域愛溢れる人たちがメイン。宮島の案内ができることを楽しんでいるという。「このままでは食べ歩き自体が許されなくなる」という危機感から始めた活動であり、費用は現在、有志7事業者の自己負担だが、昨年から廿日市市の補助金も受け、行政の話も進んでいる。日々観光客に接する事業者ならではの「楽しさ」重視の発想は、同じ問題に悩む多くの地域へのヒントになりそうだ。

事業主体

宮島表参道商店街有志

原点は隣り合う2軒の経営者が自ら始めたゴミ拾い活動。現在、宮島表参道商店街で食べ歩きグルメを提供する7事業者が参画している。

「人」が関わる ポイント

- ゴミを捨てる前に声を掛けるので、観光客に感謝される。
- スタッフは専用の衣装を身に付けて活動。「キャスト」感覚で楽しむことができる。
- 有志の活動であることを周知することで、観光客のマナーも向上する可能性に期待。

Keyword

「分散」
「広域連携」

観光客の分散を目指す広域連携は、 「人が来ている地域」とともに進める 御食国（みけつくに）事業

オーバーツーリズムを根本的に解決するには、時間や場所の分散が有効。とはいえ、とくに場所の分散は他地域との連携が必要なものだけに難しい。混雑の発生している地域十周辺地域がDMOの力でうまく連携したケースから、連携のポイントを探る。

難しい自治体間の連携のため
広域連携DMOが場を設定

「御食国」とは、昔、京の都に「御食」（朝廷のための食材）を献上していた3つの地域（淡路島・若狭・伊勢志摩）を指す言葉。御食国事業は、これら3地域を擁する兵庫県、福井県、三重県と、献上先であった京都府が連携して行うプロモーションだ。具体的には、京都から始まる旅のモ

デルコースを複数造成してOTAに掲載。京料理の魅力を堪能したあと、御食国地域に足を運び、豊かな食材を楽しむ旅を提案している。御食国というブランド自体は以前から3地域が個別に発信していたが、当初はあくまで産地のPRがメインだったのを、4府県連携で「京都とのつながり」を強調するストーリーに磨き上げた形。まとめ役を務めるのが広域連携DMOである関西観光本部だ。



じゃらんnetに掲載された「御食国」特設ページ。事業では4府県が連携することで発信力は大きく向上した。なお「広域での誘客に必要なのは魅力的な発信であり、交通は工夫することができます」と井手さん。本当に行きたいとさえ思えば多くの旅行者が自力で訪れることは、昨今のインバウンドの動きでも立証済みだろう

自治体を越えた連携の難しさは、それぞれで事業予算化が必要なことや、取り組み内容の温度差などさまざま。御食国の3地域でも、例えば複数の大型旅館を擁する淡路島と店舗は少ないが高級路線の若狭ではできることが違う。こうしたズレを調整するため、関西観光本部が対話の場を設定している。「連携にはこうした具体の事業を通じて話をする場が必要」と語るのは関西観光本部事務局長の井手由美子さん。自由な意見交換では動かない話も、連携によるメリットが見えてくれば動き出す。御食国事業の場合、淡路島、伊勢志摩、若狭には、京都と結びついた大きなストーリーを作ることによって発信力が上がり、京都から旅行者を呼び込めるというメリットがある。一方京都にとっては、京料理のブランド力を一層高められるのが魅力だ。

多くの人が訪れている地域を含む

連携は、それ以外の場所への分散・平準化効果も持つ。関西観光本部では現在、大阪・関西万博に向けた「万博プラス関西観光推進事業」や広域観光ルートづくり「THE EXCITING KANSAI」に取り組みが、それらも必ず京都市や大阪市など「人が訪れているエリア」を含む。「オーバーツーリズムに悩む地域がある一方、周辺にはもっとお客さんに来てほしい地域があります。両者が直接対話できる場を設けるのも私たちの役目だと思っています」（井手さん）

「分散」のポイント

- 「人が来ている地域」がプロジェクトに入ること。
- 重要なのは交通の整備より「行きたくない」情報発信。

「広域連携」のポイント

- 自治体同士の対話は具体的な事業のもとで行うこと。
- 連携するメリットをそれぞれに説明できること。

事業主体

広域連携DMO
一般財団法人 関西観光本部

関西2府8県（福井県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県）を対象エリアとする
広域連携DMO

オーバーツーリズム対策とは
なりた地地域をつくること

これまで、観光業ではどちらかというと「稼ぐ」という「正」の側面に目が向いていた印象がありました。しかしコロナ禍で減った観光客があまりにも急激に回復したことで「負」の影響が目につくようになり、それが現在のオーバーツーリズムへの警戒感につながっていると感じます。

とはいえ注意したいのは、「人が多く来ている」オーバーツーリズムではないということです。地域には環境整備の度合いなどにより、それぞれに観光客を受け入れるキャパシティがあり、オーバーツーリズムはそれを超えたときに起こるもの。問題は混雑そのものではなく、マナー違反や交通渋滞など「住民が影響を受ける」ことです。実際は、多くの人を訪れた結果「これ以上来ないでほしい」という地域もあれば、「これでよい」「むしろもっと来てほしい」

オーバーツーリズム防止⇨持続可能な観光づくり 「まずはやってみる」ことで答えを探そう

「オーバーツーリズムは一部の観光地のもので、自地域とは無関係」と感じる人もいるかもしれない。しかし、問題の本質を考えると別の側面が見えてくる。新たにオーバーツーリズムに対策支援をスタートした観光庁で、その考え方を聞いた。



語る人

観光庁
参事官(外客受入担当)付
課長補佐(統括)
荒井大介さん
あらい だいすけ

という地域もあるはず。そういったことを、目先の警戒感からだけでなく、5年10年後にどうなっていきたいかというところから逆算して考えてみていただきたいです。もし「もっと来てほしい」のであれば、(より多くの人が訪れても支障が出ないように)宿泊施設を増設する、交通を充実させるといった対策も十分考えられるでしょう(図14)。

2024年度の「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」もこのことを意識して

「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」とは？

事業概要

観光客の受け入れと住民の生活の質の確保を両立しつつ、持続可能な観光地域づくりを実現するための総合的な支援を実施。実証実験も対象。2024年度は「先駆モデル地域型」で補助率2/3、上限8,000万円、「一般型」で補助率1/2、上限5,000万円を支援した。

2024年度採択例

北海道倶知安町／ニセコエリア

冬期に観光客が集中しタクシー不足が発生しているが、閑散期にはニーズがないため通年での体制づくりは非現実的。これに対し、札幌等の事業者が車両とタクシー乗務員をニセコエリアへ派遣・運行する「ニセコモデル」の実証実験を行う。

山形県尾花沢市／銀山温泉

受入許容量を超える日帰り観光客の来訪による景観・環境の悪化や、マイカーによる交通障害が発生。「パークアンドライド方式」と、駐車場からのシャトルバスの乗車人数に上限を設定する「来訪者の総量調整」の実証を実施。

山梨県／富士山(吉田口)

富士山では、山頂付近の混雑のほか、夜間に休憩を取らずに一気に山頂を目指す弾丸登山、登山道での仮眠や道外れなどマナー悪化が発生。そこで富士吉田口の登山道入り口に仮設ゲートを設置し夜間にゲートを閉鎖、1日の登山者数を4,000人に制限したうえで1人2,000円の通行料を徴収、山中で登山者の誘導やマナー指導を行う巡回指導員も配置した。その結果、弾丸登山は前年比で約95%減少。通行料については計約3億円が集まった。

京都府京都市／嵯峨嵐山エリア

観光客が集中しがちな渡月橋等から比較的混雑していない嵯峨エリアへの回遊を促すデジタルマップを作成。①モデルコースの紹介、②嵯峨エリアでのデジタルスタンプラリーの実施、③ライブカメラ映像の配信、④混雑予測箇所の明示等で観光客を誘導する実証事業を行う。

株式会社Airporter

訪日客の大きな手荷物は電車やバスのスペースを圧迫し、日常利用者の不便につながる。そこで、日本国内の宿泊施設または市中の特定地点から国内出発空港を経て海外到着空港まで手荷物を直送するサービスを構築。関西国際空港発のJAL利用者を対象に実証実験を行う。

設計しています。今問題が起きていないから該当しないというのではなく、目指す姿から逆算した計画を実行するためにも使っていた方がいい。事業名にはオーバーツーリズムという名前がついていますが、本質的には「未然防止・抑制」も含め「オーバーツーリズムについて考えることをきっかけにした地域づくり」のためのもの。正式名称にあるように

「持続可能な観光」を実現するためのものとして活用していただきたいと考えています。

観光客の抑制や入域料などを「やってみる」ために活用を

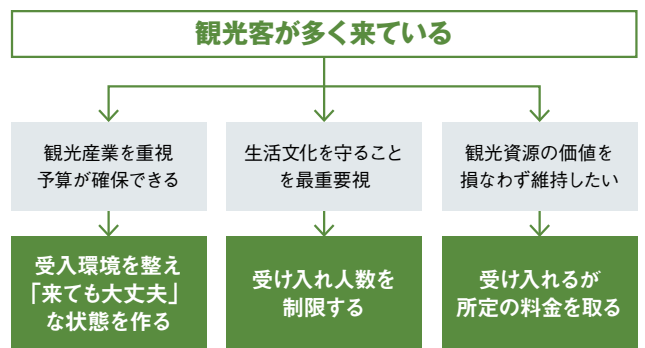
本事業では、広くさまざまな取り組みを支援していますが、中でも実証事業に活用していただけるのがポイントで、実際に多くの実証事業が

採択されています(前頁コラム参照)。

興味深かったのは、銀山温泉や富士山のように「観光客数(需要)を管理する」方向の実証実験が出てきたことで、「観光客により多く来てもらった方が利益に資するから受入体制を増強し続ける」といった発想ではなく、「地域の受け入れ体制と観光量のバランスを取る」という方向にシフトし始めているという印象を受けました。エリアに入るために料金設定を行うことには抵抗のある地域も多いと思いますが、富士山では入山料の徴収を開始していて、他の観光地にとっても「料金を設定してもよいのだ」という気付きになったのではないかと思えます。銀山温泉では、構想は以前からあったもののコスト的な問題もあって実施できなかったのが、今回の支援で可能になったとのこと。こうした、今後の日本の観光のあり方を変えうる「やってみただけでは嬉しいですね」。

一方で、もう少し取り組む余地があると感じたのは、定量分析に関わる部分です。どこで何が起きているのかを解像度を上げて捉えるには、やはり定量的なデータが必要で、そこが明確でない対策内容も目標もぼんやりしたものになってしまいま

図14 地域の意思による施策の違い



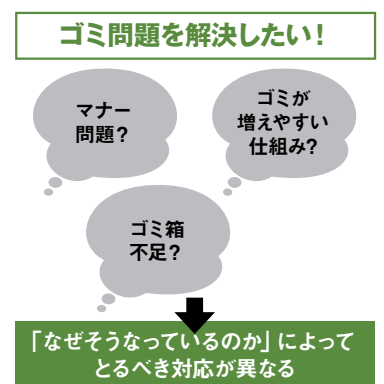
同じ課題に対しても、地域の意思によって取るべき施策が異なる

域一体型については、地域で中長期目標を作っている場合は支援率を3分の2、それ以外は2分の1とすることにしました。「5年、10年先から逆算した地域づくり」により重きをおいた形です。実証個別型は、さらなる実証実験の応募を促したいと考えての名称変更。今後もぜひ「まずはやってみる」気持ちで活用していただければと思います。

問題の発生している理由別に参考となる事例集作成を目指す

国としてぜひ取り組みたいと思っ

図15 課題の背後にある理由の例



な形(図15)を検討中です。

観光施策は何らかの目的があって実施するもの。たとえば「駐車場を作る」のはあくまで手段で、その目的は「域内の混雑を解決するため」「排ガスを減らすため」などであるはず。手段が目的化してしまおうとオーバーツーリズム対策はうまくいかないため、目的意識をはっきり持つことが重要。事例集も、そうした目的の設定をお手伝いできるようなものにならなければならない。

担当研究員より

住民に配慮する機運は上昇中
観光価値の言語化という
難題に関係者全員で挑もう

観光業界の課題は立場によって見え方が異なるが、今回取材した全ての方から「観光客には存分に楽しんでほしい」「住民には穏やかに暮らしてほしい」という共通の想いを感じ、深く共感した。24年3月号でもオーバーツーリズムの特集を掲載したが、それから1年経ち、地域住民へ配慮する機運の高まりを実感している。

しかし同時に、観光が暮らしにもたらすメリットを可視化し、言語化することの難しさも露呈したと感じている。私たちは非常に難易度の高い課題に直面しているのであり、だからこそ、関係者が手を取り合い、知恵を出し合って解決していくべきなのだ。こうして「観光地で暮らす」ことへの本質的な価値を言語化できれば、それが、地域が観光に取り組む理由にもなるのだろう。



じゃらんリサーチセンター
研究員
長野瑞樹
ながの みずき

2023年に研究員として着任。本研究およびまち歩きや体験アクティビティに関する研究を担当

「シニアの活躍による新しい旅の価値創造」研究より



人材難時代の救世主!?

シニア世代の潜在能力

客足が好調でも人手不足により休業や短縮営業を余儀なくされる事態まで起きている昨今。労働力確保のためパイに限りがある若手を取り合うのではなく、シニア世代に注目する時が来ている。シニア世代の働き手としての特性や可能性を、調査データや事例から探っていく。

撮影／猫組（P21〜23） イラスト／睦原雄治

**少子高齢化が進み、働き手不足が顕在化
観光業界においてもシニア世代が重要な戦力に**

**勤労世代の人口減少は確定的、
シニア登用が必然の時代へ**

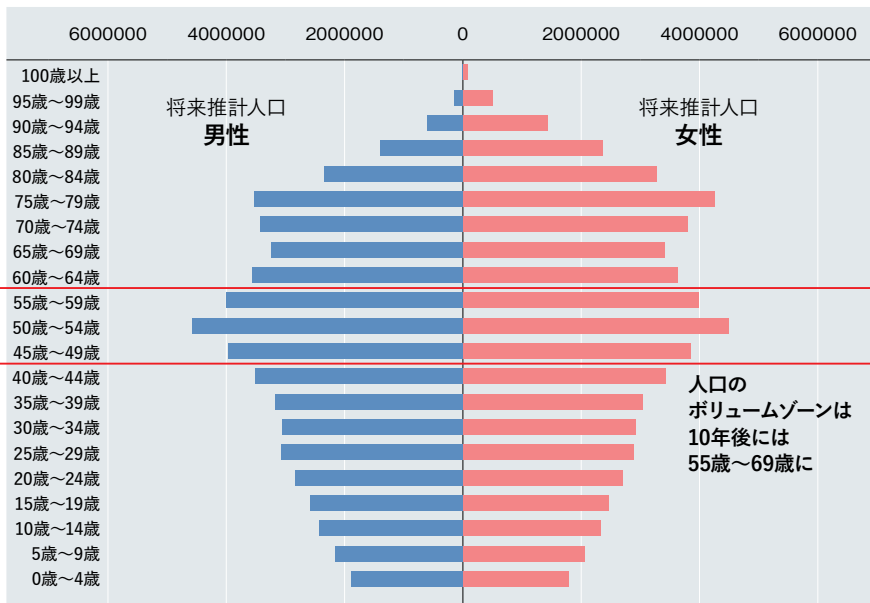
2024年の訪日外客数はコロナ禍前の2019年を超えて年間過去最高を更新するまでにV字回復を遂げている一方で、受け入れ側としては人手不足が悩みの種。これは観光業に限ったことではなく、少子高齢化が進む日本においては全業界共通で今後も避けることができない課題である。人口のボリュームゾーンは現時点では45歳〜59歳の勤労世代だが、10年後には55歳〜69歳へと移行する(図1)。定年を迎えたからといってこの世代が働き手から離脱してしまっは、もはや社会は立ち行か

なくなることは自明。将来のためにも、今こそ人材としてのシニア登用を考える時だろう。

**柔軟な対応や生活知が活きる
観光業と実は親和性が高い?**

では、観光業を支える人材としてシニア世代は戦力になるのだろうか。ここでじゃらんnetのクチコミデータを見てみたい。じゃらんnet経由の宿泊者による、「宿の「総合」評価が5点満点となったクチコミについて、夕食や風呂といった項目別の評価構成比を示したのが図2である。宿の総評を「大変満足」とした人たちが、その宿に対して最もよい印象として記憶に残ったのが「接客・サ

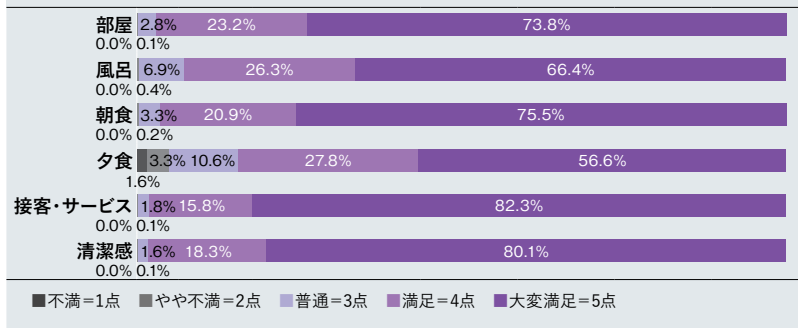
図1 2025年の人口ピラミッド(推計値)



※出典：統計ダッシュボード (<https://dashboard.e-stat.go.jp/>)

図2 じゃらんnetの「総合満点宿」のクチコミ評価構成比

じゃらんnetでは会員が予約・宿泊済みの宿に対して「部屋」「風呂」「朝食」「夕食」「接客・サービス」「清潔感」の5項目と、「総合評価」について5点満点でクチコミ評価を実施している。下図は2023年1月～10月に投稿されたクチコミ全データのうち「総合評価」に5点（大変満足）が付いたクチコミについて、項目ごとの評価構成比を示したものの。

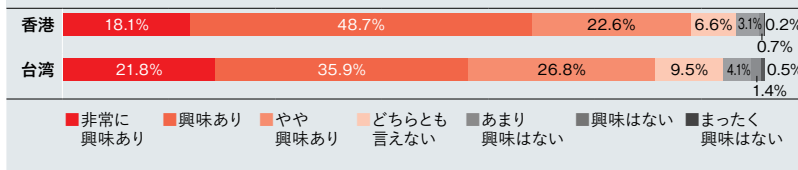


※「夕食」を除く5項目の評点1（不満）と評点2（やや不満）は1%未満のため非表示

図3 インバウンドにおける日本人シニア層に対するニーズ

Q: 下記の文章を読んで、日本に行きたいと興味を持ったか

東西3000kmにわたる日本は、古くから受け継がれた様々な知恵と文化が詰まった島国です。日本の高齢者（おじいちゃん・おばあちゃん）は、人生の中で培い、豊富な知恵や知識を持っています。日本を訪れ、日本の高齢者（おじいちゃん・おばあちゃん）の持つパワーを取り入れませんか。



※香港の「興味はない」と、香港・台湾の「まったく興味はない」は1%未満のため非表示

調査概要 □調査期間：2024年9月20日～9月27日 □調査方法：インターネット調査
□調査対象・回収数：過去5年以内に日本へ累積6泊以上滞在したことのある香港および台湾の20～50代。香港は計226件、台湾は計200件

超が「興味あり」という結果に。同調査では「日本の高齢者から学びたいこと」として、「健康を保つ秘訣」「伝統的な食生活の取り込み方」「地域に伝わる風習や言い伝えの伝承」などを両エリアの4割超が支持していた。観光業を支える裏方になり得るだけでなく、シニア世代そのものがインバウンドの観光資源にもなる可能性を秘めているわけだ。

ではシニア世代は、一般に定年退職を迎える年齢以降のセカンドライフの生活や働くことにはどのような考

えを持っているのだろうか。40代～50代のプレシニア世代を含む40代～80代に対する調査を行ったところ、「生活で改善したい（40代・50代は老後に向けて気をつけたい）こと」はすべての性・年代で「健康を維持して、身体を動かせるようにしたい」が1位に。また「孤独にならないようにしたい」という意識は、男女とも40代から60代まで徐々に減少していき、70代と80代では増加している。とはいえ「友人など社会的つながりを広げたい」という意識を見るとシニア世代はプレシニア世代ほどには高くない、ほぼどの人間関係を望んでいるようだが（図4-Q1）。

よりよいセカンドライフの一助となる、シニア世代の意向に見合う働き方を探る

セカンドライフに抱く課題感
「健康」「余暇の充実」「孤独」

シニア世代に働き手として活躍してもらいたいと望むのであれば、まずは彼らが「働きたい」と思える職場でなければならぬ。ライフステージが異なる勤労世代とシニア世代では仕事に求めるものが変化している可能性も高く、勤労世代中心に成り立ってきた従来の働き方とは違った仕組みを新たに構築する必要があるとも考えられる。

WHOが発表した「世界保健統計超が「興味あり」という結果に。同調査では「日本の高齢者から学びたいこと」として、「健康を保つ秘訣」「伝統的な食生活の取り込み方」「地域に伝わる風習や言い伝えの伝承」などを両エリアの4割超が支持していた。観光業を支える裏方になり得るだけでなく、シニア世代そのものがインバウンドの観光資源にもなる可能性を秘めているわけだ。

（2024年版）によると、日本の健康寿命は男女平均73・4歳でシンガポール（同73・6歳）に次ぐ世界2位だ。超高齢化社会の先進国であり、世界屈指の健康長寿国でもある日本。なかでもシニア世代の優れた能力や経験値を活かしやすい観光業こそが彼らのポテンシャルを引き出す働き方・活躍の場を用意し、世界に向けてシニア活躍のロールモデルを発信できる業界なのではないだろうか。

ービス（82・3%）」であることがわかる。一般に旅マエは食事や温泉（風呂）、部屋に対する期待が高いといわれるが、それら以上に「人」の印象が旅アトの満足度を左右するところの結果からは言える。クチコミのコメントを読んでいくと丁寧な接客であることはもちろん、困りごとや記念日など場面や個性に即した対応、気遣いといった、型通りのマニュアルにはない接客を喜ぶ声も多く見られた。こうしたおもてなしは若者以

上に、人生・社会経験が豊富で臨機応変な対応にも通じたシニア世代が得意とするものだろう。お客さまと接する機会が多い観光業の人材として、シニア層が力を発揮してくれることが期待できる。

インバウンドに対するニーズ調査（図3）からも、日本人シニア世代が観光業で活躍できる兆しが見える。香港・台湾の訪日経験者に「日本の高齢者に会いに行くことに興味があるか」を尋ねると、両エリアとも8割

図4 シニア・プレシニアのセカンドライフ意識調査

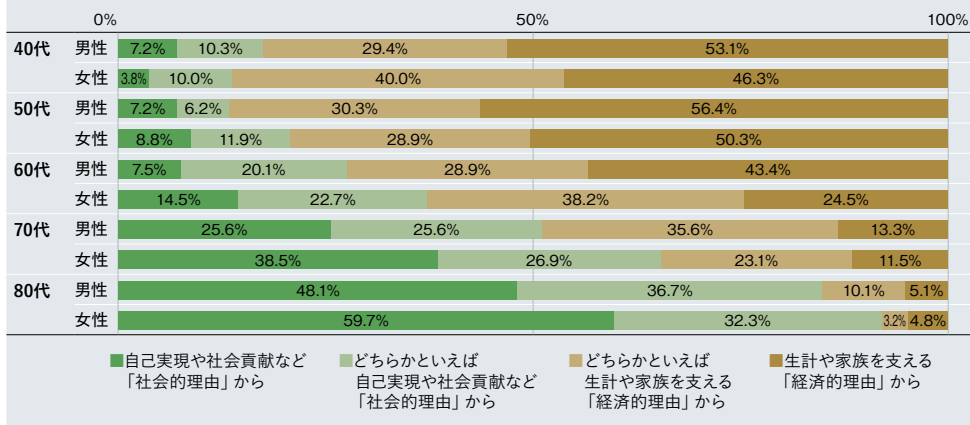
Q1 現在の生活で改善したいことは？ ※プレシニアは「老後に向けて気をつけたいこと」(複数回答)

※各数字は%	プレシニア世代				シニア世代					
	40代		50代		60代		70代		80代	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
健康を維持して、身体を動かせるようにしたい	56.9	62.1	57.4	74.6	65.6	72.6	71.8	77.7	68.0	71.1
趣味や旅行など余暇にお金を使いたい	40.8	47.1	39.7	40.4	38.2	43.3	34.7	38.6	25.2	20.4
家族との過ごし方を充実させたい	30.8	36.9	30.6	39.4	23.1	18.8	24.1	19.1	28.8	16.4
孤独にならないようにしたい	34.1	38.3	23.9	35.7	15.1	18.3	15.3	24.2	26.1	31.3
友人など社会的つながりを広げたい	36.0	38.8	26.8	35.2	23.1	19.2	15.3	15.8	14.4	15.9
より安定的に収入を増やしたい	30.8	39.3	33.0	31.9	29.2	22.1	9.3	14.0	6.8	9.0
生計のためではなく、自分の時間を作りたい	21.3	31.1	19.6	27.2	9.4	12.0	6.9	11.6	7.7	8.5
新しいサークルやコミュニティに参加したい	15.2	12.6	10.5	14.6	8.0	9.6	6.9	8.8	6.8	2.0
スマホやSNSなど新しい技術を活用したい	12.3	16.5	5.3	8.0	3.8	4.8	8.3	12.1	9.9	14.4
他人との接し方を改善したい	15.2	16.0	12.4	13.6	6.1	6.3	6.9	4.2	4.5	5.0
子どもや孫など若者とのコミュニケーションを円滑にしたい	11.8	18.9	8.6	9.4	6.1	8.2	5.1	7.0	9.9	4.0
暮らし方についての専門家のアドバイスを聞きたい	4.3	6.3	3.3	4.2	1.4	2.4	0.9	0.9	1.4	0.5
その他	0.5	0.5	0.0	0.5	0.9	0.5	0.9	0.0	0.0	0.5
あてはまるものはない	10.4	6.8	13.4	6.1	10.4	9.6	9.7	10.2	12.6	11.9

Q2 今後どのように生活したい？ ※プレシニアは「老後をどのように生活したいか」(複数回答)

※各数字は%	プレシニア世代				シニア世代					
	40代		50代		60代		70代		80代	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
収入が減っても、できるだけ自分の時間を多く作りたい	44.1	46.1	46.4	45.5	34.4	37.0	36.1	34.0	27.0	28.4
ガーデニングや農業など自然作業をしたい	20.9	22.8	21.5	24.4	25.0	25.5	28.2	36.7	27.0	31.3
住んでいる地域の発展に貢献したい	13.3	8.7	13.4	12.7	18.9	9.1	20.8	13.0	26.1	19.9
株式や不動産など投資活動をしたい	25.1	7.8	18.2	10.8	13.7	9.6	14.8	6.5	10.8	6.0
芸術作品や工芸品など創作活動をしたい	9.5	9.7	10.0	8.5	8.5	9.6	6.0	8.4	4.5	7.5
経験を活かした講師やコンサルタントをしたい	9.5	8.3	8.6	5.2	10.4	4.8	5.6	3.7	5.4	5.0
テレワークやオンラインを活用した活動をしたい	13.7	9.7	8.6	7.0	6.1	1.9	3.7	2.3	3.2	3.0
公共施設やコミュニティセンターなどの運営スタッフをしたい	8.1	3.4	7.7	8.5	7.5	4.8	5.1	2.8	1.4	1.0
観光客や来訪者の案内やサポートをしたい	5.7	4.4	4.8	3.8	3.8	2.4	3.2	2.3	0.9	2.5
ソーシャルワーカーや介護など福祉分野で活動したい	6.2	3.4	3.3	5.6	2.8	1.9	0.5	1.4	0.9	0.5
その他	7.1	7.8	9.1	8.9	7.1	16.8	7.4	15.3	18.0	14.9

Q3 現在の仕事・就労や社会参加は、自己実現や社会貢献など「社会的理由」から？ 生計や家族を支える「経済的理由」から？



Q4 現在の仕事・就労や社会参加から得たいものは？

性別	(%)	40代	女性	(%)
収入や経済的安定	85.1	1位	収入や経済的安定	82.5
社会とのつながり・社会貢献	28.9	2位	安定した生活リズム	41.9
安定した生活リズム	28.4	3位	社会とのつながり・社会貢献	36.3
50代				
収入や経済的安定	84.1	1位	収入や経済的安定	79.2
社会とのつながり・社会貢献	24.6	2位	安定した生活リズム	43.4
安定した生活リズム	23.1	3位	社会とのつながり・社会貢献	40.9
60代				
収入や経済的安定	78.0	1位	収入や経済的安定	62.7
健康維持・老化防止	39.0	2位	社会とのつながり・社会貢献	52.7
社会とのつながり・社会貢献	37.1	3位	健康維持・老化防止	49.1
70代				
健康維持・老化防止	54.4	1位	健康維持・老化防止	62.8
社会とのつながり・社会貢献	53.3	2位	社会とのつながり・社会貢献	48.7
収入や経済的安定	43.3	3位	生きがいや自己実現	47.4
80代				
健康維持・老化防止	62.0	1位	健康維持・老化防止	56.5
社会とのつながり・社会貢献	51.9	2位	社会とのつながり・社会貢献	54.8
生きがいや自己実現	39.2	3位	生きがいや自己実現	53.2

調査概要

- 調査期間: 2024年 9月17日~9月20日
- 調査方法: インターネット調査
- 調査対象・回収数: 全国の40・50・60・70・80代、世代・性別に各約200件 (回収実績計2113件)

シニア世代が収入以上に仕事から得たいものが判明

70代を超えると、仕事や社会参加をしている理由として「経済的理由」ではなく自己実現や社会貢献など「社会的理由」を挙げる割合が過半数に(図4-Q3)。仕事や社会参加か

ら得たいものという問いには、収入以上に「健康維持・老化防止」や「社会とのつながり・社会貢献」を選ぶ割合が多かった(図4-Q4)。セカンドライフに希望する生活スタイルとして「収入が減っても、できるだけ自分の時間を多く作りたい」という意識も強く(図4-Q2)、こうし

た結果から「健康のために体を動かす、孤独にならないよう適度な交流を持ちたい」「働くのはたくさん稼ぐためより、社会とのつながりや自己実現のため」というセカンドライフに対する姿勢が浮かび上がった。ここまでの内容からシニア世代の意向に沿う働き方を考えるなら、自

分の時間も確保でき、体への負担も重くない短時間の勤務形態がよさそうだ。「住んでいる地域の発展に貢献したい」という意識は年代が上がると高まる傾向もあるため(図4-Q2)、地域振興の側面もある観光業の意義を伝えると、シニア世代の働く意欲につながるかもしれない。

「苦屋」を営む

坂本充さん●65歳 久美子さん●66歳

就業形態 経営者



人生経験豊富な坂本夫妻の包容力や温かなもてなしが、居心地のよさを醸し出している



かつては世界中をめぐるバックパッカーだった坂本夫妻の話に耳を傾けるひと時も楽しい

東は太平洋の十府ヶ浦海岸、西は和佐羅比山に囲まれた人口約4000人の野田村。自然に恵まれた村の南部曲がり家で、1日2組限定の宿を営むのが坂本夫妻だ。宿には電話もネット環境もないため、予約手段は手紙のみ。にもかかわらず、宿泊希望者が絶えない人気ぶりだ。

食事はゲストと坂本夫妻と一緒に囲炉裏を囲み、自家栽培の野菜や地元の海山の幸で手作りの品々を味わう。豪勢な設備はなくても、夫妻やゲスト同士、ふらりと立ち寄ったご近所さんとの交流に心温まり、再訪時には「故郷に帰った気分になる」というリピーターは国内にとどまらず海外からもやって来る。

坂本夫妻が宿の運営を前任者から引き継いだのは30代。「世界各地から泊まりに来てくれるので、人付き合いが減る年代になった今も友達が増えるようで嬉しい」と話す。

人員補充以上の価値がある？ 活躍中のシニアから見えた、秘めた能力

彼らが培ってきた経験や知恵、存在そのものが観光資源に

内閣府「令和6年版高齢社会白書」によると65歳以上の就業者数は20年連続で前年を上回っており、2023年は65歳〜69歳の52%、70歳〜74歳の34%が様々な業界で働いている。すでに活躍中のシニア世代はどのようになっているのか、4つの事例から見ていきたい。

夫妻2人で営む事例①の宿は予約を含む通信手段が手紙のみ、1日2組限定で冬季は休業、と言うから利益追求型の働き方ではない。ネットも電話もなく、野菜を育てながら暮らす夫妻の家に招かれた感覚でゲストは滞在できる。藁葺き家屋や囲炉裏の囲らんなど、夫妻の何気ない日常がゲストには新鮮な魅力に。それは夫妻が培ってきた経験や知恵に裏打ちされた、作りものではない体験ができるからだ。こうして「古きよき日本」を伝えるもてなしの形は、日本各地にある農山漁村のシニア世代の力が活かせる分野ではなからうか。

P17図3では「高齢者目的の旅」に興味を抱く人も多しとの調査結果を伝えたが、それを体現した好例が事例②だ。この料理店では炉端焼きはもちろん、そこで働くシニアそのものが名物なのだ。炉端焼きを焼く姿が名物となったおばあちゃんに会うことを目的にして遠くから来店する人もいるくらいなので、「シニアの働く姿が観光資源」だと言える。高齢にもかかわらず元気に働く姿は応援したくなるもので、「看板おじいちゃん・おばあちゃん」のファンがいる店の例は他にもある。また、制作実演を目玉にした職人展があるように、長年研鑽を重ねてきた熟練の手仕事は見応えがある。シニア世代の働く姿や技術には、人を惹きつけるだけの価値があるようだ。

異なる世代が刺激を与え合い、 支え合う新しい関係性を構築

事例③でも、その世代ならではの言える能力を發揮したシニアが活躍かつては各家庭で受け継がれてきた染み抜きや裁縫などの技術も、便利なサービスや道具が身近にある近年の若い世代には知られていないことも多い。そうした昔ながらの生活知ともつたない精神がこの事例では業務改善につながったわけだが、シニアを雇ったホテルは元からそうした働きまで期待していたわけではなく、想定外のメリットと言える。さらにシニア世代の働く姿勢や高いコミュニケーション能力が、若き同僚に好影響をもたらすとの効能も。

事例に挙げた平山さんは穏やかな人柄から同僚たちに慕われ、相談役のような心の拠りどころにもなっているそう。彼女がスタッフ間のハブ役となり、異なる部門間の連携が以前よりも強化されている。同ホテルでは平山さん以外にも60代以上のスタッフ活躍しており、支配人の原野秀敏さんは「新しいものごとの吸収や運動能力面といった苦手なこともあるが、そのぶん今まで身に付けてきた知恵や能力、臨機応変な対応などの武器がある」と評する。平山さ

事例④ 兵庫県西宮市

「マクドナルド 山手幹線西宮店」で 車両誘導係を務める

永田益幸さん●89歳

就業形態 パートタイム雇用



住宅街にあるドライブスルー併設店舗で活躍する永田さん。お客さまとの会話や「頑張って」などの応援の声も励みになるという

マクドナルドでは「プレミアムエイジクルー」と呼ぶ60歳以上を積極的に雇用。西宮市の店舗で働く永田さんもその一人だ。ここで働き始めたのは73歳の時で、当初は平日を含め出勤していたが現在は体調を考えて土日のみ。混雑する昼時に、駐車場で誘導係をしている。

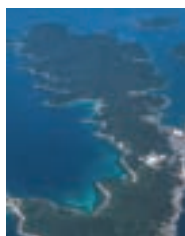
「体がしんどい時もあるが、制服を着ると頑張れるし楽しい。話ができる同僚がいるのもありがたい」と永田さん。20代の店長は「永田さんの接客対応や気遣いは、若者も多いバイトスタッフの学びになっている」と話す。永田さんにとって店長は、「孫より若いくらいだが頼もしい」存在。そして「いつも気にかけて助けてくれるので、私も助けになりたい」と勤務に励む日々を送っている。

事例③ 長崎県五島市

「カラリト五島列島」で リネン係を務める

平山幸子さん●75歳

就業形態 パートタイム雇用



五島列島最大の島にあるホテルでシニア世代が活躍中。彼らは人前に出ない業務も「誰かの役に立つ仕事」と捉え意欲的だと支配人は話す

五島列島・福江島のリゾートホテルでは、島内にリネン会社がないため自社で寝具類の管理部門を設置した。生地の破れや汚れによる廃棄が避けられなかったが、その状況を好転させたのが「回覧板を見て求人に応募した」と言う島内在住の平山さんだ。

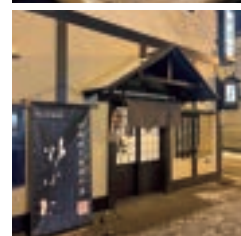
傷んだりリネン類を見た平山さんは、染み抜きや趣味の裁縫の知恵と技術を発揮してきれいに修復。廃棄削減に貢献している。「マニュアルになくても自分にできることを探して実行する方がシニア人材には多い」と支配人・原野さん。また、彼女の存在により、裏方仕事に意欲が低下することもあった若手のリネン係にも変化が。「常に穏やかで傾聴力に長けた平山さんは同僚たちの精神的安定剤」だそう。その対人能力は他部門との関係性向上にも役立っている。

事例② 北海道釧路市

「炉ばた」で 焼き手を務める

中島静子さん●88歳

就業形態 正社員



カウンター席の前で焼き手を務める静子さん。特に話をするわけでもないのだが、黙々と働く姿そのものが来店客を魅了している

食材を炭火で焼く「焼き手」を眺めながら、できたての品々を味わうのが炉端焼きの魅力。1951年創業の炉端焼き料理店「炉ばた」ではそうした料理に加え、焼き手である名物おばあちゃん・静子さん目当ての来店客も数多くいる。2022年に延焼被害で店舗が倒壊して廃業の危機に陥った際も、お店や静子さんのファンから多くの励ましの声と、860万円以上ものクラウドファンディングによる支援が集まったおかげで、見事に再興を果たしている。

来店客の一人は、「火事後、心配していた。おばあちゃんが元気になっているか見に来た」と話す。静子さんが働く姿を確かめるために、出張先の札幌から片道5時間のバスに乗ってわざわざ足を運んだという。

ん自身も、「シニアはこれまでの人生経験から得意分野がある方が多い。けれど輝ける場所が少ないので、働く場があつてよかった」と話している。異なる世代が一緒に働く効能は、事例④にも見られる。ここで働く永田さんは「接客・サービスマンは道徳的な側面も強い」と話しており、そんな彼の細やかな接客対応や声掛けは若い同僚たちにとって学びも多い。そして永田さんは同僚にスマホの操作を教わるなど、互いにより刺激を与え合っている。事例②と同様に永田さんも来店客から励ましや応援の声をもらう愛される存在であり、それは共に働く人にとっても同様。学生も多いアルバイトスタッフたちや店長と永田さんは、その大きな年齢差から単なる「上司と部下、同僚」といった従来のものとは違った良好な関係性が育まれているように思える。また、永田さんは「体が動く間は少しの時間でも頑張りたい」、事例③の平山さんは「頼られると嬉しい」とも話しており、仕事に意欲的。

P18 図4の調査結果にあるようにシニア世代は金銭のために働かざるを得ないというよりも自ら望んで働きに出る人が大半のため、仕事に前向きなのだろう。そうした姿勢も同僚によい影響を与えている。

これからの持続可能な経営を左右する 観光業でのシニア世代の活かし方とは？

ここまでの調査や事例から、シニア世代ならではの価値観や能力が見えてきた。観光の未来により変化をもたらす可能性も秘めた彼らに活躍してもらうために、業界や事業者がすべきことは？定年後の仕事の実態をつまびらかにした著書がある経済アナリスト・坂本貴志さんに、JRC客員研究員・澤柳がうかがった。

責任も負担も少なく無理のない
「小さな仕事」がシニアの希望

澤柳 シニア世代の仕事に対する意識を調査すると、勤労世代とは違いがある様子。定年後の仕事の実態を伝える坂本さんの著書でも、同様の

傾向が示されていましたね。

坂本 私が行った調査・分析の結果によると、働くうえで大切にしている考え方、つまり仕事に対する価値観は大きく6つの因子に分類できま

代であれば「高い収入や栄誉」に最も高い価値を感じています。しかし

年代が上がるにつれ仕事に感じる価値は減じていき、50代に入ると6つの因子すべてに対して価値を感じない状態に。そして50代後半から60代、70代と年齢を重ねると「高い収入や栄誉」を除いた5つの因子の価値が再び増していきます。60代〜70代は特に「他者への貢献」「体を動かすこと」に価値を感じる人が増えます。

澤柳 50代で落ち込んだ仕事への意欲が、シニア世代になると違った就業観を得ると共に再び高まるのが興味深いですね。50代で価値観の転換期を迎えるのはなぜでしょう。

坂本 多くの企業では50代で役職定年、60代で定年退職があり、50代に入ると「右肩上がりのキャリアアップに終わりが来る」と実感するのがまず一つ。そしてご自身の能力や体力がかつてより減退したと感じ、以前と同じパフォーマンスが難しくな

表1 仕事に対する価値観

他者への貢献	人の役に立ること、社会の役に立つこと、仕事において自身の責任を果たすこと、会社の成長に貢献すること
生活との調和	無理なく仕事ができること、仕事をする場が快適であること、自分自身が望んだ生活をできること、幸せな家庭生活を実現すること、職業が安定して将来に不安のないところで働くこと、効率よく対価を得ること、毎日働くことで生活のリズムがつくこと、気の合う仲間と一緒にいること
仕事からの体験	ワクワクするような体験をすること、様々な人と交流する機会があること、いろいろな種類の活動をする、新しいことを発見したり発展させたり考えだしたりすること
能力の発揮	自分自身の専門性を高めること、自分の能力を活かせる仕事をする
体を動かすこと	仕事において身体を使って活動すること、一所懸命に体を使って仕事をする
高い収入や栄誉	昇進できること、高い収入を得ること、大きな意思決定ができるような権限権威を持つこと

※出典：リクルートワークス研究所「シニアの就労実態調査」より

ることも仕事に価値を感じなくなる理由でしょう。そんな50代を経て定年退職を迎えると、多くの場合は子どもも独立して住宅ローンの返済も終わり、大きな金額を稼ぐ必要がなくなります。そして、これまでとは違う「小さな仕事」に満足感をもって取り組んでいるシニアの姿が調査からは浮かび上がっています。

澤柳 シニア世代が望む「小さな仕事」とはどういったものですか。

坂本 彼らが重視するのは無理のない仕事であること。若い頃には多少



じゃらんリサーチセンター
客員研究員
澤柳正子

2002年、株式会社リクルート入社。都市部と過疎地の交流観光に関する研究、一次産業分野における課題解決支援モデルの実証実験のプロデューサーを担当するなど、長く中山間地域振興に従事。2023年に現職に着任後は、「旅人と住人のアタッチメント研究」「シニアの活躍による新しい旅の価値創造研究」に着手。

リクルートワークス研究所
研究員・アナリスト
坂本貴志さん

厚生労働省にて社会保障制度の企画立案業務などに従事した後、内閣府で官庁エコノミストとして「経済財政白書」の執筆などを担当。その後三菱総合研究所エコノミストを経て現職。著書『ほんとうの定年後——「小さな仕事」が日本社会を救う』（講談社現代新書）では、様々なデータと事例から定年後の仕事の実態を明らかにすると共に、少子高齢化の社会が目指すべき姿を提案している。

の無理をしてもキャリアアップをしたい、稼ぎたいと考えますが、そうした思いがないシニア世代は仕事に対する責任も負担も少ない、無理なくできる仕事を望む傾向があります。

業務を分析し細分化することが労働参加のハードルを下げる

澤柳 今回紹介した事例の方々にお話をうかがって、昔ながらの知恵や道徳精神、高いコミュニケーション能力といった魅力的な能力がシニア世代にはあることがわかりました。

ただこうした能力は履歴書では「見えないキャリア」ですし、ご本人たちも特技だとは思っていない。せっかく魅力があるのに事業者側がそれを活かせていなかったり、たとえばシニアご本人も長らくお勤めから離れていた主婦の方などは「働くなんてできない」と考えたりする現状は、もったいないと感じました。

坂本 働き手が豊富な時代は経営者はまず若い方を探し、次善の策としてシニアの雇用を考えるという段階を踏んできました。ただ、近年は少子高齢化を背景にした人手不足で労働市場は変化しています。若い方だけしか雇用しないという姿勢では事業が継続できないので、経営者の意識も変わってきているのです。若者



不足は地方部ほど深刻なので、今後は地方部からシニア活用がどんどん進んでいくと思います。そして1人でも雇用した経営者はシニアの魅力がわかり、2人目3人目の雇用を考えるでしょう。また、地元の同年代の方が働く姿を見ることで「自分もできそう」と考えるシニアの方も表れて…、という波及効果が生まれていくのではないのでしょうか。

澤柳 シニア世代を雇用するにあたっては、どんな点に気を付けるとよいとお考えですか。就労観は年齢層によつて違いがあるとお話もありましたし、従来とは異なった働き方や条件、マネジメント方法を考える必要もありそうです。

坂本 「小さな仕事」を望むとお話

した通り、「フルタイム、残業あり」といった仕事に就きたいと考えるシニア世代は多くはありません。フルタイムの場合でも出勤は週2〜3日程度のことが多いようです。ですから、これからはシニア世代も負担なく働ける程度にタスクを細分化することが大切。それには、どのように細分化できるのか、業務をしっかりと分析することに経営側は取り組む必要があります。また、マネジメントについても勤労世代へ向けた方向性とは変える必要があるでしょう。従来は部下に対して、将来を見据えて難しい仕事も任せたり役割を与えたりして成長へと導くことが本人のためでもありました。けれど、「将来は店長を目指しています」というシニアの方はそうそうおらず、今の自分のできる範囲の仕事で頑張りたいという方が多い。そういう方に対して「もっと上を目指そう」というアプローチは適しませんよね。ですからマネジメント方法も進化させ、工夫するタイミングだと思えます。

澤柳 確かに細分化すると1人あたりの負担が減りますね。今回の記事でも紹介するマクドナルドの店舗では、80代の男性が駐車場の誘導係として週末の短時間のみ働いています。店長さんは「ご年配の方は頑張っ

しまう方が多いので、長時間勤務になつていないか、重たい荷物を無理して運んでいないかなど気を付けている」と話されていて、上手にマネジメントされていると感じました。

坂本 難しい内容だと仕事を始めるハードルも上がるので、身体的にも精神的にも負荷が少ないようにサイズダウンすることが大事ですね。レジも調理も掃除も…、とマルチタスクを求めるのではなく、車の誘導だけ、週2日だけ、といった工夫が経営側には求められるところですよ。

シニアの積極活用をはじめ、観光業は変わるべき時代が到来

澤柳 様々な業界でシニア世代が働かれていますと思いますが、観光業はシニア世代にとって働きたいと思える仕事だと思いませんか。

坂本 観光業は旅行者をはじめ人との接点が多い仕事。シニアはコミュニケーションを重視する傾向があるので、その点からいうとぴったりの仕事だと思えます。私が行った調査では、自分自身に対する認識として平均的には40代以降に多くの人が気力・体力の低下を感じ、人によっては処理力や論理的思考力も下がったと感じています。一方で対人能力や対自己能力は、歳を重ねても向上し

担当研究員より

「履歴書」に見えづらい シニア人材の潜在能力

以前、日本国内で旅を終えた出国間際の訪日外国人に直接インタビューする機会をいただいた。「訪日目的は?」の問いに対し、寿司や富士山、スキーや寺社仏閣など様々な観光要素の回答が得られたが「一番のよい思い出は?」の問いに、「日本人」と回答する人が一定数いたことに驚いた。親切で丁寧、周囲や他人を尊重し約束を守る日本人。日本独自の道徳教育の一端が旅行者の心に響き感謝や感動につながったのではないかと推測できた。今回紹介したじゃらんnetクチコミ分析 (P17) にもあるように「人の印象」は旅アトの満足度に大きく影響する重要なファクターである。今回注目したシニア人材は海外の旅行者が称賛した道徳心のようなものが身体の芯に通っている人が多いと感じており、またこれまでの人生経験に基づいた知恵や胆力、人脈などの強みを持ちながら、それを活かせるステージに不在であることはむしろ今後の日本観光にとっては大きなチャンスである。シニア人材×観光領域のペアリングがどのような味わいを生みだし、旅行者や働き手も含めた人と人との関係性向上にどのような効果をもたらすのかに期待が高まる。

ただ、シニア層の能力はとにかく見えづらいのが難点である。ウェブ調査で「友人に教える程度の腕前がある趣味や特技は?」の設問に、釣りや書道、家庭菜園などの少数サンプルは取れたが多くの人は「特になし」と回答している。人事採用時の履歴書や面接でも同様に見えづらい。日本人特有の謙虚さに加え「歳をとっているから」「迷惑をかけたくない」という心情が消極的な要因となっているのかもしれない。これら謙虚さに隠れている好きなことや得意を活かし、心身健康に無理なく働くセカンドライフはいわば人生のボーナスステージである。この明るい世界観が実現したらおのずと人材難時代の救世主層になるはずだ。そして企業・採用側はシニアの潜在能力にどうアプローチできるかが肝となる。年齢や職種など固定概念を外し新しい基準で観光人材の未来を創造したい。



じゃらんリサーチセンター
客員研究員
澤柳正子
さわやなぎ まさこ

続けると考える人が多いんですよ。
澤柳 「旅の満足度は人の印象に左右される」ことを示す調査結果もありますし (P17図2)、観光業でも対人能力に優れたシニア世代の活躍に期待したいところです。
坂本 ただ、観光業はインバウンドが活況なこともあり働き手不足は今後ますます深刻化すると考えられます。そうした状況をふまえると、これまでのように大量の人手に支えられた、至れり尽くせりの最高のサービスを提供するのは難しくなっていくでしょう。ですからシニアに活躍してもらうことももちろん大事ですが、サービスの在り方自体を変える局面にあるのかとも思います。
澤柳 そうですね、状況に応じて変えていかなくてはならないでしょう。



とはいえお客さまの満足度は下げたくないので、単にサービスの低下させるのではない工夫が大事かと思えます。たとえばある宿では、宿泊者に応じたサイズの浴衣をスタッフが用意する工程をなくし、色柄やサイ

ズを自由に選べる色浴衣コーナーを設けました。すると宿の手間は減り、宿泊者には選ぶ楽しみができた。こうした体験バリューがあるような仕事を考えながら、手間や必要人員を削減するといいかもかもしれません。
坂本 その視点は非常に重要です。業務を分析し細分化して省ける部分はなくし、代わりにお客さまに納得

いただけるサービスの形にする。そして欠くことができないコミュニケーションの部分はシニアスタッフに活躍してもらい、若い世代は経営面に注力する。そういった適正な役割分担ができるると全体的な負荷が下がり、人手不足の時代にあっても利益を出せる持続可能な経営ができるのではないでしょう。

シニア人材活用の 実証実験も始動!

滋賀県守山市のリゾートホテル「ヤンマーサンセットマリーナ クラブハウス&ホテル」の協力を得て、シニア人材活用の実証実験を実施中。シニア人材に活躍してもらおうべく、「シニアの働きやすさ」の観点から採用基準や面接方法の設定に取り組んでいる。今後は採用に向け、従来の求人ウェブ広告だけではなく、敬老会やシルバー人材センターなどのシニア世代が集まる組織での求人情報案内も予定。

「社会人・地域人として長くご活躍されてきたシニアの方々の知見は、スタッフの育成や顧客満足度向上につながると期待しています!」



ヤンマー
サンセットマリーナ
クラブハウス&ホテル
ゼネラルマネジャー
波田裕明さん

全国人気温泉地 ランキングベスト50

これまでに行ったことがある温泉地のうち

「もう一度行ってみたい」温泉地

(複数回答5つまで) (n=12,594)

順位	温泉地名	都道府県	集計対象数	昨年順位
1	草津温泉	群馬県	2301	1 →
2	箱根温泉	神奈川県	2269	2 →
3	道後温泉	愛媛県	1728	3 →
4	登別温泉	北海道	1597	4 →
5	別府温泉郷	大分県	1303	7 ↑
6	有馬温泉	兵庫県	1231	5 ↓
7	黒川温泉	熊本県	1161	6 ↓
8	熱海温泉	静岡県	1153	8 →
9	下呂温泉	岐阜県	1035	9 →
10	城崎温泉	兵庫県	991	11 ↑
11	由布院温泉	大分県	986	10 ↓
12	乳頭温泉郷	秋田県	921	12 →
13	和倉温泉	石川県	810	14 ↑
14	指宿温泉	鹿児島県	806	15 ↑
15	奥飛騨温泉郷	岐阜県	722	16 ↑
16	定山溪温泉	北海道	689	20 ↑
17	蔵王温泉	山形県	688	19 ↑
18	加賀温泉郷	石川県	676	17 ↓
19	伊香保温泉	群馬県	672	23 ↑
20	洞爺湖温泉	北海道	671	18 ↓
21	玉造温泉	島根県	634	21 →
22	奥入瀬渓流温泉・ 十和田湖畔温泉	青森県	628	24 ↑
23	嬉野温泉	佐賀県	608	22 ↓
24	雲仙温泉	長崎県	594	25 ↑
25	阿寒湖温泉	北海道	551	26 ↑
26	湯の川温泉	北海道	546	27 ↑
27	秋保温泉	宮城県	542	28 ↑
28	万座温泉	群馬県	527	33 ↑
29	八甲田温泉・酸ヶ湯温泉	青森県	524	29 →
30	银山温泉	山形県	500	30 →
31	霧島温泉	鹿児島県	498	30 ↓
32	飛騨高山温泉	岐阜県	463	32 →
33	湯河原温泉	神奈川県	422	34 ↑
34	層雲峡温泉	北海道	376	35 ↑
35	白骨温泉	長野県	363	48 ↑
36	四万温泉	群馬県	362	42 ↑
37	白浜温泉	和歌山県	355	40 ↑
38	あわら温泉	福井県	351	46 ↑
39	十勝川温泉	北海道	344	39 →
40	鬼怒川温泉	栃木県	338	13 ↓
41	鳴子温泉郷	宮城県	334	43 ↑
42	三朝温泉	鳥取県	320	41 ↓
43	花巻温泉郷	岩手県	313	49 ↑
44	石和温泉	山梨県	308	50 ↑
44	宇奈月温泉	富山県	308	45 ↑
46	修善寺温泉	静岡県	306	44 ↓
47	二セコ温泉郷	北海道	303	36 ↓
48	淡路島の温泉	兵庫県	299	37 ↓
49	皆生温泉	鳥取県	294	47 ↓
50	富士河口湖温泉郷	山梨県	284	82 ↑



人気温泉地ランキング
2025

山間の小さな温泉地から、
定番人気温泉地まで

選ばれた 温泉地

今回で19回目となった「じゃらん人気温泉地ランキング」。

全国1万2594人の投票により、

332の温泉地から各ランキングが決定した。

支持された温泉地の取り組みや、人気如何に拘わらず
地域が直面している課題などを紹介。

“選ばれた温泉地”となるためには何が必要か。

共有し、参考にしていただきたい。

じゃらん人気温泉地ランキング2025

調査概要と回答者プロフィール

調査概要

調査期間 2024年8月16日(金)～2024年8月30日(金)

調査対象 2023年8月～2024年7月までに

「じゃらんnet」を利用した会員

調査方法 インターネット上でのアンケートを実施

有効回答数 1万2594人

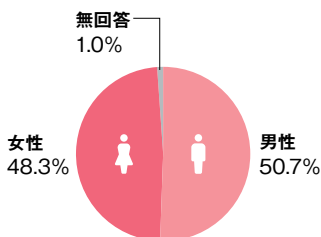
対象温泉地 全国332温泉地(除く東京都・沖縄県)を調査対象として設定

※調査対象を変更したため、前年度以前の順位は参考値になります。

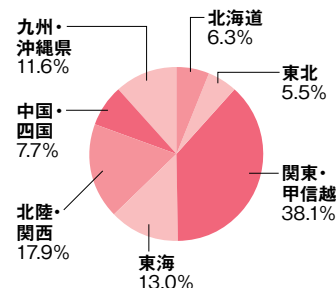
温泉地名は調査時のものであり、一部の温泉地名で呼称が異なる場合があります。

回答者プロフィール (n=12,594)

性別



居住地域



秘湯部門ベスト10

1年間の訪問者数が50人以上100人未満
(単一回答) (81温泉地)

順位	温泉地名	都道府県	満足度(%)	集計対象数
1	白骨温泉	長野県	94.9	78
2	小野川温泉	山形県	94.5	55
3	小田・田の原・満願寺温泉	熊本県	94.0	50
4	旭岳温泉・天人峡温泉	北海道	93.9	82
4	高湯温泉	福島県	93.9	99
6	久住温泉	大分県	93.8	80
7	秋田八幡平温泉郷	秋田県	93.5	77
8	金太郎温泉	富山県	92.9	56
9	野沢温泉	長野県	92.7	82
9	長湯温泉	大分県	92.7	82

おすすめしたい穴場温泉地 ランキングベスト30

これまで行ったことがある温泉地に対して
「おすすめしたい穴場温泉地」の推奨率

(複数回答5つまで)

※推奨率(%)=おすすめしたい穴場温泉地の回答数÷訪問経験がある温泉地の回答数

順位	温泉地名	都道府県	推奨率(%)	集計対象数	昨年順位
1	乳頭温泉郷	秋田県	31.1	578	1
2	山鹿・平山温泉	熊本県	28.5	231	2
3	わいた温泉郷	熊本県	27.8	146	6
4	松之山温泉	新潟県	27.1	96	10
5	温泉津温泉	島根県	26.9	112	3
6	下風呂・薬研温泉	青森県	25.9	97	8
7	八甲田温泉・酸ヶ湯温泉	青森県	25.3	397	10
7	肘折温泉	山形県	25.3	113	5
9	ぬかびら源泉郷	北海道	24.2	125	13
10	小安峡温泉・秋の宮温泉	秋田県	23.3	89	21
10	高湯温泉	福島県	23.3	135	7
12	長湯温泉	大分県	23.2	110	4
13	银山温泉	山形県	21.7	288	12
14	奥飛騨温泉郷	岐阜県	21.6	559	19
15	古湯・熊の川温泉	佐賀県	21.5	125	33
16	黒川温泉	熊本県	21.1	583	8
17	真木温泉	山梨県	20.5	18	22
18	尻焼温泉	群馬県	20.1	67	24
19	貝掛温泉	新潟県	20.0	52	20
20	白骨温泉	長野県	19.9	242	23
21	カルルス温泉	北海道	19.4	102	28
22	夏油高原温泉郷	岩手県	19.2	83	17
23	扉温泉	長野県	19.1	29	40
23	大歩危・祖谷周辺の温泉	徳島県	19.1	234	25
23	鈍川温泉	愛媛県	19.1	56	15
26	湯の峰温泉	和歌山県	19.0	55	46
27	栃尾又温泉	新潟県	18.2	29	41
28	龍神温泉	和歌山県	18.1	95	42
29	白布温泉	山形県	17.8	67	42
30	十勝川温泉	北海道	17.5	243	32

全国温泉地満足度ランキング・ 総合部門ベスト20

最近1年間に行ったことがある温泉地のうち「満足した」温泉地
1年間の訪問者100人以上(単一回答) (122温泉地)

順位	温泉地名	都道府県	満足度(%)	集計対象数
1	わいた温泉郷	熊本県	96.0	101
2	雲仙温泉	長崎県	95.7	299
3	八甲田温泉・酸ヶ湯温泉	青森県	95.3	149
4	奥飛騨温泉郷	岐阜県	94.3	335
5	登別温泉	北海道	94.1	488
5	湯田中渋温泉郷	長野県	94.1	118
5	別府温泉郷	大分県	94.1	627
5	霧島温泉	鹿児島県	94.1	270
9	乳頭温泉郷	秋田県	93.9	198
10	淡路島の温泉	兵庫県	93.7	350
10	指宿温泉	鹿児島県	93.7	207
12	黒川温泉	熊本県	93.5	291
13	草津温泉	群馬県	93.1	909
14	白老・虎杖浜温泉	北海道	93.0	115
14	十勝川温泉	北海道	93.0	243
14	湯村温泉	兵庫県	93.0	143
17	瀬波温泉	新潟県	92.7	110
18	蔵王温泉	山形県	92.6	244
18	四万温泉	群馬県	92.6	298
20	玉造温泉	島根県	92.4	342

※最近1年間=2023年8月~2024年8月頃を指す

※満足度=「とても満足」「やや満足」「どちらともいえない」「やや不満」「とても不満」のうち、「とても満足」「やや満足」と答えた人の割合を合わせて算出

もう一度行ってみたい温泉地を尋ねる「全国人気温泉地ランキング」はここ数年、僅差での首位争いが続いているが、草津温泉が2年連続で1位を獲得。4位までは順位変動なし。30位までの顔ぶれもほぼ変化ないが、50位まででは35位の白骨温泉が13ランク、50位の富士河口湖温泉郷が32ランクアップした。

最近1年間に行ったことがある温泉地のうち満足した温泉地を尋ねる「全国温泉地満足度ランキング」では総合部門でわいた温泉郷が1位に。

草津温泉が2年連続トップ。
上位4温泉は昨年と変わらず。

他ランキングに比べ毎年順位の変動が大きいのが、20位のうち11温泉地が昨年同様ランクイン。秘湯部門では10位すべての温泉地が入れ替わった。「おすすめしたい穴場温泉地ランキング」では3年連続で1位を乳頭温泉郷が、2位を山鹿・平山温泉が獲得。松之山温泉は12位、10位と順位を上げ続け、今回4位となった。

コロナ禍は過ぎたものの、世界的な物価上昇や増え続ける訪日外国人客への対応、山間の小さな温泉地のブランディングなど、地域の課題は尽きることがない。次ページからはその取り組みや直面している現状を紹介していく。

全国
人気温泉地
第1位

進化し続ける温泉地が 直面している課題とは？

草津温泉（群馬県）

2022年に初めて獲得以来、2年連続、3回目の首位に輝いた草津温泉。百年先を見据えた付加価値の高いまちづくりは現在も進行中だが、課題はゼロではない。人材不足や旅行者の取り込みなど、人気温泉地の今とこれからについて草津温泉旅館協同組合、草津温泉観光協会で伺った。

まちづくりに加え、宿のリニューアルも
続々と進んでいる草津

取材時は12月中旬、冬休みにはまだ早い平日にも拘わらず、JR長野原草津口駅に並んでいたバスは、列車が到着するとすぐに満席となり、草津温泉へ向け次々と出発した。シンボルである湯畑周辺はもちろん、

2021年の裏草津地蔵エリア、2023年の温泉門など新たなスポットが加わり、昔ながらの風情を保ちながら観光エリアは拡大。町の中は首都圏からのアクセスの遠さを感じさせない賑わいを見せていた。



言わずと知れた草津のシンボル、湯畑。町が一体となって温泉を守ることで、この風景が守られている



2023年に完成した「温泉門」。かけ流しの温泉で足湯に浸かれる

町そのものに加え、補助金を利用した改装により付加価値をアップした宿も増加中。旅館組合に加盟している107軒のうち約40軒が部屋や風呂をリニューアルしたという。「町の宿泊施設のうち8割が小規模宿ですが、コロナ禍で団体客が減少したことで個人客に向けた改装が多くなっています。小さくて設備が充実している宿から、リーズナブルな価格で泊まれる宿まで間口の広い草津ですが、改装をしなくても2000円〜3000円位上げないと利益が出ないような物価上昇になっている。リニューアルした宿は付加価値も加えて料金を設定しますが、価格設定は非常に難しい。それが納得感のある価格になっているかは、半年先になってみないとわからないと思います」（草津温泉旅館協同組合理事長／草津温泉 望雲 黒岩裕喜男さん）。

湯畑を中心に伸びる小路は複数あり、飲食店などが増えているが、増えているのは店舗だけではない。外来の宿泊施設も然り。今後は有名大手数軒の進出もすでに決まっている。「そういうことを見据えて、補助金も活用してうちの宿も大きな投資を行いました」（黒岩さん）。

宿がどれだけ増えてもさすが日本

一の自然湧出量を誇る草津。湯量は事欠かないと思っただが、それは温泉を守っていくという、固い意思の上に成り立っている。

温泉が命の町には 温泉を守る厳しい条例あり

「温泉の9割以上が町の管理でその条例がものすごく厳しい。でもそれが本心に素晴らしいことなのです」（黒岩さん）。町内はどこを掘ってもすぐに温泉が湧いてしまうような土地。しかしそれにより湯畑が枯渇してなくなってしまうという最悪の事態が起きないとは限らない。そのため町の条例では、たとえ自分が所有する敷地内であったとしても掘削をすることはできない。法律の方が優先ではあるが、温泉が命の町だからこそ外来事業者も含めてこの条例を守っているとのこと。供給される湯量についてもシビアで、湯量が豊富と言っても部屋数を増やすために申請した分すべてが通るという保証はない。しかし幸いにも温泉付き客室は人気なもの、草津においてはマストではないという。3軒の日帰り温泉や、観光客にも一部開放されている共同湯を湯めぐりできることで、温泉欲が十分に満たされるからではないだろうか。

人材不足により自然発生的に増加している宿の泊食分離

賑わっている町の中には、実は朝食を食べられる店も多い。定食の他、宿泊者以外も受け入れる自家製パンが名物のペンションや、8時からオープンしているミュージアムカフェなど、取材時に確認できただけでも7軒あった。

「旅館組合の宿のうち約30%が夕食を提供していません。さらにそのうちの半分ぐらいが朝食の提供も行っていません」(草津温泉旅館協同組合事務局長 工藤強一さん)。ブームからではなく、人材不足などによる自然発生的な泊食分離の増加。しかし食事付きと素泊まりを組み合わせて連泊できるなど、旅行者にとっては宿泊することへの敷居が高くないのは魅力のひとつと言えるだろう。



湯畑から小路を抜けて行く裏草津地蔵エリアも夜にはライトアップ

「食事を提供しない宿が増えてきていることから、1泊2食付き2万円前後の旅館を紹介してほしいという問い合わせも非常に多くなっています。草津に限ってかもしませんが、2食付き2万円というのがポピュラーゾーンのようなです」(工藤さん)。

軒を連ねる飲食店の中には、夕食時に行列を成す人気店もある。需要があるから新規事業者の参入も続いている。しかし新たに働く人が増えても、それだけでは住民の増加には繋がっていかない。まちづくりが進んでも将来的に人口が増えていかなければ、インフラを賄っていくことはできない。人口減少問題は人気の草津温泉でも避けては通れない課題となっている。

大きな職場が少ない草津では定休日や夜を設けていない宿などもあり、複数の人が同時に休みを取ることは難しい。新入社員などは、知り合いのほとんどいない町で休みを1人で過ごすことになり「つまらない」と感じるようになっていくそうだ。それを解消するべく草津温泉観光協会では、コミュニケーションのためにサポートまで行っている。

職場の垣根を越え、合同入社式や懇親会で人材定着をサポート



草津町の人口は約6000人。そのうち約243人がネパール人という(2025年1月現在)。草津は働きやすいとのクチコミで集まったようで「日本語も堪能ですし働きぶりも真面目。『あつまらナイト』にも参加して交流しています」(福田さん)。町には飲食店も。写真はマズガイ・パンカズさん夫婦の「ジャムカベットレストラン&バル」。2人は草津で知り合った



泊食分離に欠かせない朝食スポット。「Lucky Bagel」は毎日10種類以上の自家製ベーグルを焼いている。素泊まりの宿が増えてきた10年ほど前からモーニングをスタート。「散歩のあとで朝食を食べる地域だと早朝の開店になります。草津はお風呂に入ったりと朝はゆっくりなので8時オープンにしています」(店主 大高愛子さん)

合同入社式は交流のある四万温泉(群馬県)が始めたという。大きな職場が少ないので、それぞれ新入社員の数も少ない。そこで宿泊施設に限らず建設会社、病院など国内外問わず草津で働くことになった人たちのためにDMOが主催。町長の挨拶や、式の前にはバーベキューでの親睦会も。さらに懇親会「あつまらナイト」も毎月行っている。町で働く人であれば、こちらも国内外問わず誰でも参加OK。時間内の出入りは自由で

会費は2000円。「毎回30人〜40人が参加して連もいます。人材と言うと確保することを先に考えがちですが、まずは定着・定住させるためのきっかけ作り、場を整えていくことが重要。『あつまらナイト』はそのきっかけのひとつです。確保をどうするかはその次の段階。定住・定着については観光協会、商工会、町役場が協同で動き出したところです」(草津温泉観光協会事務局長 福田俊介さん)。

国内旅行者の減少を見据えた インバウンド増加対策

アクセスが決していいとは言えない草津温泉。最も近いJR長野原草津口駅までの都内からの直通特急の本数は少なく、その他の公共交通機関はおもに高速バスとなる。そのバスは7〜8年前までは3社のみの運行だったが、今では13社が乗り入れるようになった。

「草津は今のところ人気は落ちてい

ませんが、団塊の世代の高齢化による『2025年問題』も迫り、国内の旅行者数の減少が懸念されています。この世代が子どもや孫を連れてきてくれるパターンが多かったことから、ポリューム的に相当減ると考えられる。その対策としてインバウンドは必須。町の発表では現在3%ですが、旅館組合のアンケートの戻り分のみ

の反映なので、私の肌感覚では町の平均として1割ぐらい。実際、うちの宿では3割近くが海外の方。10年後には町全体で3割〜4割を目指していければと思っています」（黒岩さん）。それでは具体的にどのような対策を行っているのだろうか。

「マストエリアとして東南アジア向けには幅広く行ってきましたが、さらにフランスをターゲットに強力なプロモーションを開始しました」（草津温泉観光協会会長／喜びの宿高松山本剛史さん）。欧米ではなく、ピンポイントでフランスなのはなぜか。「欧米系をターゲットにするならば、まずは文化の発信地であるフランスを落とすのがいいと、旅行関係者からアドバイスをもらいました。町内の天狗山レストハウスを改装していますが、冷暖房を温泉熱や湧水で賄うなどの取り組みを行い、町としてCO₂排出量の削減に取り組んでいます。温泉、健康、匠の技などの日本に対するイメージとともに、SDGsへの取り組みもフランスでは共感されるのではと思っています。昨年で2回目です

が、小さな町の観光協会が単独でフランスに乗り込むのは例がないとのこと。草津の観光協会には『熱乃湯』で行っている『湯もみと踊り』ショーの収益があるので、それを使った動きができていくのも大きいと思っています」（山本さん）。フランスで草津温泉の認知度はやがて上昇し、訪れる旅行者も増えていくだろう。だがフランス人旅行者向けの特別な対策は考えていない。伝える方法はいろいろあるので、やりながら整えていくそうだ。



上／観光協会の事業である熱乃湯の「湯もみと踊り」ショー。湯畑前という好立地にあり、多くの観光客で賑わっている

右／伝統の湯もみと、おさるたちの健気でかわいい姿が見事にマッチしたショーも、草津のコンテンツに加わった。草津温泉おさるの湯もみ処「おさ湯」。西の河原通りに2022年オープン



「現在、草津まで来られる外国人旅行者の方は、ある程度日本の文化を理解されている方が多いように見受けられます。受け入れ側とお客さまとの間での文化面でのトラブルは、他の地域に比べるとそれほど多くないと感じています」（工藤さん）。しかし、インバウンド増加を目指すには、日本が初めてという旅行者向けの対応を考えておく必要があるとも認識しているという。

「景気がいいと思った時には頂点にきている時という気がするのですが、今のうちに次のことをやっておかないといけない。草津の宿は仲がよく、みんなそういう気持ちを持ってやっているのですが、この先も乗り切っていくと信じています」（黒岩さん）。

選ばれた温泉地が直面している課題

全国
人気温泉地
第2位

箱根温泉の場合

神奈川県箱根町

国内はもとより、インバウンドにも高い人気を誇る箱根温泉でも宿泊施設はさまざまな課題に直面している。箱根では比較的リーズナブルな価格帯を設定している宿泊施設のN社長に、驚きの事例や対応策などを教えていただいた。



——多くの宿泊施設でも値上げを余儀なくされているようですが、箱根には大胆な値上げに踏み切っている宿もあると聞いています。価格設定や内需と外需のバランスの取り方などについてどのようにされていますか？

N 米、野菜、最低賃金などが、今までにないピッチで上がっているので、弊社ではそれに対しては見合っただ分の値上げをしています。内需と外需のバランスについては、インバウンドは少ない時でも3割近く、多ければ4割。周りでも同じようなので、ほぼ箱根の平均なのではないでしょうか。インバウンドの取り込みをうまく行うことで乗り切っている宿もあるので方策としてはある。しかしコロナ、世界情勢、円相場など様々な要因で状況が変わっていくので、インバウンドへの過度な依存は私としては危険ではと考えています。ただコロナ禍前と比較して、お客さ

まの国内需要がなかなか戻ってきていないという実情もあります。

——インバウンドの割合は調整して抑えることができるのですか？

N 宿泊予約サイトは海外のサイトと提携していたりと、様々なOTAから予約が入るので抑えるのは不可能です。

——箱根は日本が初めてという外国人旅行者も多いですすね。訪日外客数が増え続ける中で、特別な対応を取り入れる必要などはありますか？

N 外国人のお客さまに注意することのひとつに食事の問題があります。コロナ禍前にはアレルギー、ビーガン、ベジタリアン、グルテンフリーなどを同じグループ内でも望む方には細かく対応していたのですが、調理場やスタッフはコロナ禍で減ったまま戻ってきていないため基本的に今是对応できません。

——首都圏に近い箱根でも人材不足

なのですね。

N OTAによっては料理や部屋についてのクレームが多いことがある。なのでアレルギーや宗教的な対応ができないときちゃんと伝えてくれるところと取引をするようにしています。あとはプランや部屋を絞り、夕食付きプランを販売しないなど行っています。それとインバウンドはノーシヨイが多いので100%近く事前カード決済にしています。事前に料金をいただいでおくしかないというのが今の結論です。ただし、事前決済では解決できない料金の問題も起きています。

——どのようなことですか？

N ホテルの料金は部屋に対してかかりますが、旅館の場合は人数に対してかかります。特にコロナ禍開けの頃には、予約の人数と、実際に訪れた人数が違うということがよくありました。例えば予約は2名で入っているのに、夕食会場には大人に加えて子ども3人も一緒に現れる。第1の関門であるフロントではうまく隠れていたのか気付けなかったのです。料理や寝具の支度もない。人数の増加分は当然いただきますが「自分はこれで予約した、1部屋の中に寝かせるから問題ない」とガンと一言い張られることもあります。現場は疲弊しますが、しかしこういう経験を積んで、スタッフの英語対応

力が高まりました。

——コミュニケーション力が鍛えられていくのですね。

N 寝具では枕を貸してほしいというリクエストが多いです。硬い、柔らかいなどの好みの違いならわかりますが、単純に「もう一つください」と。ホテルだとベッドに枕が2つ並んでいたりますので、外国人の方によっては1人に付き2つないと眠れないのでしょうか。使い途は不明ですがこれからは2つずつ用意した方がいいのかという話は出ています。

——お風呂についてはどうですか？

N タトゥーの問題などもあり、大浴場ではなく貸切風呂を使いたいという方も増えてきたようです。半露天風呂付き客室も海外の方の利用が多いのですが、檜風呂は注意が必要でした。お客さまのタイミングで温泉に入っていたらと毎日お風呂のお湯を抜いているのですが、檜は使い始めてしばらく経つと色がくすんできて、空の浴槽だと黒ずんだ部分などがカビのように見えて目立つてしまう場合がある。ひと目見ただけで「この風呂は全然だめ！部屋を変えて」と言われることがあります。

——岩や陶器の浴槽だと起きないような問題ですね。温泉も日本の大切なコンテンツなので性質についての理解もされてくるといいですね。

おすすめ
したい
穴場温泉地
第4位

山間の小さな温泉地に 人を呼ぶ仕掛け

松之山温泉（新潟県）

長野県との県境にある松之山温泉。独特の泉質を持つ温泉だけではない地域の魅力をもどのように磨いて、支持を得ることができたのか。ひなの宿ちとせの柳一成さんに伺った。

地域を体験してもらったための 小さな旅行会社の設立

新潟県屈指の豪雪地帯。妻有（つまり）郷と呼ばれる地域に松之山温泉はある。「冬は行けないんでしょ？」と今でも聞かれることがあるというが、冬は温泉熱を活用し道路



お米を作るだけでなく、四季折々、見るのも楽しいのが棚田の風景。星峠（ほしとうげ）の棚田、儀明（ぎみょう）の棚田、蒲生（かもう）の棚田など、多くの美しい棚田がある



を融雪。積雪時にも車1台分は通れるようになっており、冬イコール閑散期、という状態ではなくなったという。

宿泊施設は10軒。小さな温泉地は3年に一度開催される「大地の芸術祭 越後妻有トリエンナーレ」や、清津峡で知られる十日町市にある。これらの機会をきっかけに認知されることも多くなっていると思われるが、地域での取り組みは15年ほど前から始まっている。

8軒の宿と土産物店、建設会社のオーナーと住民などが共同出資をして「松之山温泉合同会社まんなま」を設立。旅行会社であるが、外に向けての動きが目的ではない。チェックイン前、チェックアウト後の2時間を楽しんでもらいたい。日本三大薬湯と言われる独特の温泉をいと思

有馬、草津と並び日本三大薬湯と呼ばれている松之山温泉。戦後の一時期、塩を採ったというほど塩分が強い



ってもらえたとしても、あるのは温泉だけではない。地域ならではの体験でこの地を楽しみながら知ってほしいと考えた。同じ頃、地元を愛する達人たちが作った会「里山のめぐみ案内人」と協業して、体験を提供することになった。

当たり前前と想像していた食や風景が 当たり前前ではないことに気づく

「恥ずかしい話ですが、15年前の当時は、自分たちが持っている地域のおさが見えてこない状態でした。例えば山菜料理など茶色で華やかさがないから、これではダメなんじゃないかと。築地などからなるべく安く

ていいものを取り寄せることを考えたりして。これは松之山だけの話ではないかもしれませんが（柳さん）。そのような中でまんなま加盟の旅館8軒では地域性を持つと、マーケティングや料理開発の勉強会を開催。講師からこの地域で何が一番おいしいかと聞かれた時に、答えることができなかったという。「棚田の米なんか普通に使っているし、みんな美味しくて当たり前だと思っていましたし。でも誰かがぼつりと言ったのです。当たり前前ではないんじゃない？と」。それをきっかけに大きく気づかされ、棚田の米を使った郷土料理「棚田鍋」を開発。棚田は松之山温泉を象徴する存在。自然のダムと言われ、この里山の成り立ちに不可欠なそのストーリーを鍋で表現しようとなった。現在では3軒の宿で提供。「継続していくことは難しいことだけれど、非常に重要なこと。うちの宿では最初は冬だけでしたが、今では春夏秋冬の風景や具材を使って、通年提供しています」。

湯治スタイルの提案と 拠点・湯治BARの誕生

松之山温泉は1200万年前に地層に閉じ込められた化石海水と考えられている。地下で高い圧力を受け、



湯治BARには観光案内所、カフェ&バー、ワークスペース、長期滞在が可能な宿泊施設などが揃う。宿泊施設にはキッチン付き、予約は2泊から受け付け

高温となって噴き出す「ジオプレッシャー型温泉」と呼ばれ、塩分は強めで、メタケイ酸の成分が基準値の4倍あるという。独特の香りは「石油のような」と表現されることが多い。この湯に浸りながら暮らすように滞在してもらいたい。昔のように1週間とか1カ月などは無理でも、2泊3泊ぐらい連泊して過ごす湯治スタイルを提案していきたいと考えている。小さな温泉地だが、飲食店は7軒。ラーメン、和食、焼き鳥、そば、定食、プリンに特化したカフェなど宿の軒数に対して店の軒数もバリエーションも豊富。2022年に

は薪窯料理を味わえる「湯治BAR 松之山温泉」もオープン。10時のカフェタイムから始まり23時までオープン。湯上がりの1杯や寝酒を飲みに来る人も多い。湯治BARはひなの宿ちとせによる経営だが「体の疲れをとるだけではなく、情報交換の場になっていたのが湯治場。湯治BARには松之山温泉の拠点としての役割も持たせたいと考えていました」。

温泉地経営は、乗り降り自由で 停まらないバスのイメージ

「地域としてのブランドビジョンを作り、厳しかった時代のことなども含めて『松之山ストーリーーズ』というサイトでアーカイブを残しています。昔のことを忘れず見直していくことで次の世代に繋げていこうと考えています」。ブランドビジョンに当てはまらないことはやらない。当てはまることでもいいと思ったことを取り入れて行く。ただし温泉地全員の意見を待つていくことはできない。「前も後ろも扉が開いたままゆっくり走るバスのイメージ。なるべく停まらないように走り、その時々で乗ったり降りたり自由という感じで取り組みを行っています」。まんなまでは、この独特の温泉を使った化粧品



温泉組合に加盟している宿泊施設すべてが参画しているわけではないが、松之山温泉の躍進はまんなま開発のコンテンツなしには語れない。①松之山温泉コスメリーズ。ミストからスタートし、8つのラインナップを販売 ②63~68℃の源泉熱を利用し「妻有ボーク」でしっとり柔らかな温泉ローストボークを作る湯治豚づくり体験 ③松之山サステナブル・ダイニングin 美人林。里山の魅力と価値を存分に味わえるディナーとお酒を楽しむイベント。2024年で6回目。3年前からはフランスのシャンパーニュ「TELMONT」が特別協賛

を開発、販売を行っている。また松之山温泉はSDGsにも力を入れている。SDGsという言葉も聞かれない時代から循環など、理に合うことは行ってきている。現在はまんなまも出資している事業として、地熱(温泉熱)を利用した自然再生エネルギーを世田谷区に売電している。また、まんなまの企画では自慢のブナ林「美人林」を舞台に、縁のあるシエフを呼んでダイニングイベントを開催している。1名約4万円。2晩開催。美人林の中で、空気や景色とともに味わう松之山のテロワール料

理。毎年発売して即完売になるほどの人気ぶりだ。さらに大学生とのコラボも持っている。「フィールドの提供をし、若い世代からの視点やアイデアを参考にさせてもらっています」。かつては冬であれば雪に埋もれていたイメージだった山間の小さな温泉地。棚田やブナ林、食を大切にしながらブランディングをすることで、穴場感はありませんが、高い満足感を得られ、おすすめしたい」と言わせる温泉地になった。ゆるく走る停まらないバスの進む先に注目していきたい。



価値と感動を生み出す人に
インタビュー

マエストロの肖像 69

「有名シェフの」などの枕詞は何もない。それでも多くの人に愛されるレシピとは何か？
フォロワー40万人の人気料理家の話には、ニーズの掴み方やファンづくりの秘密が詰まっていた。

写真=佐藤兼永

「これなら作りたい」を見つけ出し
生活の中の料理として発信する

料理家／管理栄養士

長谷川あかり

Akari Hasegawa



「いいレシピはたくさんあっても
普通の人には手の届かない場所にある。
便利なはずの世の中で困っている人が
実はたくさんいたのです」

「ちよつどいい」を求める
自分のワガママが原点

Xアカウントで紹介されるレシ
ピは、基本的に1ポストで収まる
簡単なもの。それなのにちゃんと
作った感じがして栄養もある長谷
川氏の「限界丁寧ごはん」は、多忙
なアラサー女性を中心に絶大な人
気を誇り、今やフォロワー数は40
万人を超える。

発想の原点は「ワガママ」だ。
「お洋服でも、かわいいけど値段
が高くて買えなかったり、安いけ
ど色や質感がちよつと……と言っ
ていると最後は自分で作るしかない
ということになりますよね。私は
料理やレシピ本が大好きなので、
そういう『もうちよつとこうだっ
たらいいのに』を料理に対して思
ってしまってます」

簡単、美味しそう、作りたいと
思える…長谷川氏自身はレシピを
探すこと自体が好きだから、そん
な「ちよつどいいレシピ」がどこ
にあるかを知っている。しかし、S
NSを見て気付いたのは、多くの
人はそうではないということだ。
「ネットには情報が多すぎて、素
材名で検索すると上位は一部の人



1996年埼玉県生まれ。小学6年生で始めたタレント活動を20歳で引退し、大学に進学して管理栄養士の資格を取得。2020年頃から始めた投稿をきっかけに、2022年から本格的に料理家としての活動を始める

気レシピで埋まってしまうんです。本当は世の中にはたくさんさんのレシピがあるのに、相当手をかけないとたどり着けないんですね」
求めるのは時短だけではないが、料理にばかり時間をかけられるわけでもない。趣味で料理を作っていたときは楽しかったのに、生活の一部になると楽しめない。そんな人が「作ってみたい」と思える「全部の中間みたいな」レシピを、届きやすい形で。「そう思って発信してみたら、自分と同じ『ワガママな人』がたくさんいたんです」

届けることが目的なら「自分」を前面に出せ

「人物」を出すこと。そのために、買った服や行った場所も発信する。「好きな服とか居場所が似ている人は好きな味も似ているんじゃないかと思うんですね。『この人、こういうものを選ぶんだ。分かる』と思える人のレシピのほうが親和性が高いはずだから、そう思ってくれる人に届きたいんです」
レシピを一つのレシピとしてだけ見ていけば、作れば終わりですが、はまたゼロから探すことになる。でも、本当は一度作ったレシピを自分のものにできるほうがいいし、そのためには「共感できる誰か」の料理を作るほうがいい。長谷川氏自身が経験してきたからこう思うことだ。
長谷川氏のレシピは必ずしも手軽なばかりではない。かけなくてよい手間はできるだけ省くけれど、手間と味を天秤にかけ、手間を上回る味が得られると思えば省かない。その基準はあくまで自分の感覚だから、「こうするべき」と言う気は全くない。しかし、共感でつながったフォロワーならば、長谷川氏が「お願い、信じて！」と思いつつながら投稿するそのポイントにも共感してくれるのだ。

アウトプットの秘訣はまず文字で書き出すこと

数多くのレシピを世に送り出す秘訣は、「思いついたレシピを、とにかく一度書いて溜めておく」とだ。「それから一カ月ほど寝かせておいて、改めて見てみたとき、『作ってみたいかも』と思えたら採用するんです」確かに、こんなふうにアウトプットを「量産」ではなく「蓄積」と考えれば、取り組むハードルは下がる。

さらに、レシピ完成直前まで敢えて試作はしない。

「先に試作をすると、食材を無駄にしたくなって守りに入っちゃうんですよね。文字なら、やりたい放題組み合わせさせて『俺の考えた最強の料理』みたいな妄想ができる

し(笑)、ダメだと思ったら消せばいいだけです」そんな大胆で自由な発想が、ユニークなレシピを生み出す源だ。

「料理家としてこんなことを言う」と叱られてしまうかもしれないですが、私にとっては必ずしも『美味しい』が最優先ではないんです。今が世の中には美味しいものがたくさんあるのが当たり前で、だから自分の料理が最高に美味しくないなくても、楽しく作れたらいい。もつと言えば最悪作らなくても、レシピの写真を見て『こういうの食べてみたいかも』と思えるだけでもいい。忙しくて疲れて自分は何を欲しているかもわからなくなる中で、そう思うことがちよつとしたセラピーになってくれれば十分嬉しいとも思うのです」

意外な層に広がりを見せる「生活の中の料理」

「料理の腕を自慢できる」でも「SNSで映える」でもない「生活の中の料理」であることは長谷川氏のレシピの大きな特徴。当初は「働くアラサー女性が少しラクをして作れる」というイメージで投稿を始めたが、今は「ワンランク上の料理を作りたい学生」や「共働きの男性」など、想定していなかった層まで支持が広がっている。Xでは数日の一度のペースでレシピを投稿し続けているが、レシピ本も続々出版している。

2024年12月に発売された『長谷川あかり DAILY RECIPE Vol.2』(扶桑社ムック/1650円)。冬季の出版に合わせて少し「ごちそう」要素も加えたレシピを読んでいるだけでも楽しい



Nostalgic
but
Innovative

ちょっと気になる

おみやげ 手帖 ⑩

秋田県大館市

“育てる”を楽しむ 曲げわっぱの弁当箱

使い込む中で深みを増す色や、小さなシミなどのあしあとに、愛着が湧く大館曲げわっぱ



木の柾目(まさめ)も美しい白木弁当箱。手前/こまち弁当箱(一段)12,100円～奥/長手弁当箱(小)13,200円～。ハンカチ2,200円、ランチベルト1,100円。各税込(柴田慶信商店)

初心者には、おかずをポンポンと並べるだけで様になる長手タイプがおすすめ

取材・撮影協力

大館曲げわっぱ協同組合
秋田県大館市字中町5番地A
☎0186-49-5221
<https://odate-magewappa.com/>

柴田慶信商店
わっぱビルディング店
秋田県大館市御成町1-12-27
☎0186-59-7123
<https://magewappa.com/>

弁当箱としては高価だし、白木は手入れが難しいんじゃないか？油や汁が滲み込まないか？と躊躇した曲げわっぱの弁当箱。平安時代に歴史を遡る曲げわっぱの知恵と技術を保持する「伝統工芸士」を擁する大館曲げわっぱ協同組合でお聞きすると、いくつか約束事があるとのこと。「水で濡らしてから使う」「中性洗剤で洗わない」等々、どれも白木を「汚れにくくする」汚れたらどうするか」の先人の知恵。確かにひと手間かかるが、実際にお弁当を詰めてみて、これくらいの手間など何ほどでもないと思えてきた。美味しいのだ。木が水分量を調整して、ご飯もおかずもふっくら、ベタベタしない。毎日とは言えないが、これなら自分にも丁寧な暮らしデビューができる気がする。おろしたての弁当箱は秋田杉がふわっと香る。新しい春、ちよつと豊かな気分になる毎日を、曲げわっぱの弁当箱とともに始めてみるのはどうだろうか。



大館市は
忠犬ハチ公の
故郷だワン

大館市

編集後記

日本の観光成長に水を差す可能性
がある「オーバーツーリズム問題」。
今回は、技術と人とのつながりで
解決を目指す美瑛町のアプローチ
を取り上げました。混在を回避する
ため、受け入れ制限や二重価格な
どの対応が世界中で進んでいます。
しかし、その前にまだやれることは
あるのではないのでしょうか。例えば
ごみ回収をアクティビティの1つとし
て展開、ターゲットを限定して広報
し、時間、スポットを分散、混雑情
報・魅力情報を宿泊施設や道の駅
など地域の観光窓口やインターネット
で行うなど、特集にはない打ち手
もあるはずです。皆様と一緒に幅
広い解決策を実施し、日本のオー
バーツーリズムの解決につなげて
いければと思っています。

編集人 沢登次彦



私たちが目指すもの。

未来に繋がる「ありたい姿」「目指すべき姿」を地域の皆様と共に作り上げること、
それが私たちの使命です。



JRCのメソッド 1

みつける
今ある魅力の再発見



JRCのメソッド 2

そだてる
新しい魅力の形成



JRCのメソッド 3

つたえる
伝達力の強化

とーりまかし79号
2025年3月発行

発行

じゃらんリサーチセンター
〒100-6640
東京都千代田区丸の内1-9-2
グラントウキョウサウスタワー
株式会社リクルート

発行人・編集人

沢登次彦

デスク

森戸香奈子

編集

木村康子、岩崎美也子、大西智与、
中野智子、田村未来、松本法子

デザイン

黒川聡司デザイン事務所

表紙イラスト

小林マキ

印刷・製本

TOPPAN株式会社
Printed in Japan

©RECRUIT 2025

ご注意

本資料の転載・複製での 利用について

本資料は、株式会社リクルート(じゃらんリサーチセンター)の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

じゃらんリサーチセンター事務局

E-mail jalan_rc@r.recruit.co.jp

私たちの活動領域

観光に関する研究

シンクタンクからアクトタンクへ。
地域と共に実証実験を多数実施しています。

○調査・分析

じゃらん宿泊旅行調査、インバウンド調査、ご当地調査など

○実証実験

調査・分析から導いた解決策を実際の地域で実証実験し、具体的な手法や需要の開発にチャレンジしています

観光・地域振興支援

観光に関する様々な事業を
お任せいただいております。

○調査・分析 ○PR・誘客・周遊促進
○計画策定など ○ワークショップ・研修

資源を再発見or新たにもつつける→そだてる→情報発信→誘客→振り返り→次へ、というサイクルを回しながら、地域の方々と共に地域の新しい価値創造を行っています

情報発信

研究で得た知見を広く発信していきます。

○「とーりまかし」 ○観光振興セミナー、調査報告会など
○WEBサイト、Facebook、メールマガジンなど

観光業界、そして地域経済のさらなる発展のために、JRC(じゃらんリサーチセンター)が得た知見や提案を余すことなく広く世の中に発信していきます



変わる地域の、力になります。

じゃらんリサーチセンター

お問い合わせは左記メールアドレスまでお願いいたします。



とーりまかし

【とーりまかし】
terima kasih

インドネシア語で「ありがとう」の意。