

オーバーツーリズムに係る廃棄物対策 「サステナブルツーリズムの視点から」

渋谷 武明*
Takeaki SHIBUYA

序文

訪日観光客の増加に伴い、日本においても、インバウンド、オーバーツーリズムといった言葉が人口に膾炙するようになって久しい。その一方で、サステナブルツーリズム（持続可能な観光）については、ご存じだろうか。いずれにおいても、世間一般には、観光そのものに対する理解も捉え方も様々であり、観光が社会に与えるインパクトはほとんど知られていないのが実情である。そのため、これらの用語について説明し、現在の観光地で起こっている事例を取り上げ、その解決策となるサステナブルツーリズムの考え方を通じて、オーバーツーリズムに係る廃棄物対策を考えていきたい。著者は、長らく旅行会社での勤務と国際的な持続可能な観光（サステナブルツーリズム）に関する業務に従事しており、現場での経験を基に議論を展開する。学者による専門的な研究論文ではないことをお断りしておく。

オーバーツーリズムとは

国連世界観光機関（UNWTO）¹⁾ は2018年に発行した『Overtourism?』²⁾ において以下のように説明している。

近年、「オーバーツーリズム」や「観光客嫌悪症」といった言葉が大きく取り上げられてきました。これらは増大する都市の目的地（デスティネーション）への観光客流入と、観光による都市とその住民に対する影響への対応という課題を反映したものです～（中略）～訪問客と住民双方に等しく利益になるよう観光

*（一社）JARTA国際認証部長

に適切に対応することは、観光部門にとって基本的な課題です。UNWTOは「オーバーツーリズム」などの流行語が現われるはるか以前から、観光におけるキャリング・キャパシティ⁴⁾を「物理的、経済的、社会文化的環境を破壊することなく、また、訪問者が許容できないほど満足度を低下させることなく、1か所のデスティネーションを同時に訪れることができる最大人数」と定義してきました～（中略）～本質的に、これは適切な管理の欠如と無秩序な開発に尽きることである。観光客の増加に伴い、観光は訪問客と地域のコミュニティ双方にとって持続可能な形で開発と管理が行わなければならない。「オーバーツーリズム」と呼ばれているものに関して言えば、そこに解決の鍵がある。

オーバーツーリズム³⁾という言葉は、混雑した観光地における問題のようなイメージがあるが、物理的な問題だけでなく、社会の広範囲にわたり、直接的、間接的に様々な影響を及ぼすことに留意されたい。

サステナブルツーリズム（持続可能な観光）とは

国連世界観光機関は、サステナブルツーリズムについて以下のように説明している。

持続可能な観光をわかりやすく定義すると、「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」ということとなります。

持続可能な観光に関する開発ガイドラインや管理慣習は、マス・ツーリズムや各種のニッチな観光分野も含め、あらゆる種類のデスティネーションにおけるあ

あらゆる形式の観光に適用できるものです。持続可能性の原則は、観光開発に関する環境、経済、社会文化的な側面にもあてはまり、これら3つの側面の間で適切なバランスを図り、その長期的な持続可能性を確保しなければなりません～（中略）～また、持続可能な観光では、観光客の高い満足度を維持し、観光客が意義ある体験を享受できるようにすることで、持続可能性の問題に関する認識を高め、持続可能な観光の慣習を観光客の間で広めることも必要です。⁵⁾

ここで注意して頂きたいのは、「〇〇ツーリズム」という言葉は、エコツーリズム、スポーツツーリズム、ガストロノミーツーリズム等々たくさんあるので、サステナブルツーリズムもそうした旅行の1つの種類と捉えられ易いことである。しかし、上記の定義にあるように「あらゆる形式の観光に適用できるもの」であり、すべての観光運営の土台となるものであることを理解して頂きたい。オーバーツーリズムの根本的な問題の解決に寄与するのが、サステナブルツーリズムの考え方である。

観光における旅行者の行動

以上の説明を踏まえたうえで、ここから本題に入りたい。ツーリズム産業において、廃棄物がどのように発生しているかを考える際には、メディアがオーバーツーリズム問題として報道しがちな、例えば“外国人観光客で混雑する地域の様子、ごみが散乱する観光地”といった紋切り型のイメージではなく、具体的な旅行者の行動として考えることが重要である。さらに他人事ではなく、自分自身が旅行に出かけることを想像しながら、以下の流れで考えてみてほしい。

- ①タビマエ（旅行前）➡②タビナカ（旅行中）
➡③タビアト（旅行後）

この流れは、観光における消費者の行動を考える際にマーケティングや様々な場面で、一般的に用いられる考え方であり、ここに当てはめていくと、発生源が明確になってくる。同時に、対応策も明らかになってくるであろう。根本的な原因の特定ができなければ、廃棄物は無限に発生し、いわゆるオーバーツーリズムに関連したごみ対策は、表象的な場当たりの対応に

終わり、いつまで経っても解決しないであろう。

① タビマエ（旅行前）

皆さんは、旅行に出かける前にどのような行動をしているだろうか。そもそも、目的地が決まらなければ旅行にも行けないので、旅行先の選定から始まり、その旅行のために必要な準備をする上で、ガイドブックや衣類といった旅行に関するグッズの購入をするだろう。何も買わずにリュックサック1つで済む短期間・近場の旅行から、スーツケースや様々な旅行用品を買い揃える長期間・遠方の国内または海外旅行、あるいはアウトドアの特殊な旅行ならさらに購入品も増えるかもしれない。ところで、旅行に行く前日の自宅の冷蔵庫の中身はどうだろう。食べかけの食材、買いだめしていた食材などは、旅行に出かける前にどのように処理しているだろうか。

② タビナカ（旅行中）

自宅を出れば旅行が始まるので、目的地に到着するまでの行程も含む。例えば、駅や空港に着いたら、出発前に食事をとるかもしれない。お店で食事をすれば、ごみの発生は少ないが、コンビニや自販機などを利用すれば、ごみが発生する。目的地に着けば、楽しい滞在が始まり、買い物や食事を通じて、ごみは常に発生しうる。旅行中は興奮しているので、ついつい普段買わないようなものでも安いから買う、旅行中は特別、自分へのご褒美だから必要以上に購入するなどの心理的影響もあるだろう。購入品が本当に必要なものでない場合は、消費することが目的の購入品は、旅行後にはごみ箱行きになっているかもしれない。マイボトル、マイ歯ブラシ、マイスプーン、マイバッグ、マイハンカチなど、ちょっとしたトラベルグッズを持参するだけで、旅行中のごみを削減できる。たとえ旅行中に何も買わない人でも、持参してきた衣類や用品がごみとなり、現場で廃棄している場合はあるだろう。

③ タビアト（旅行後）

楽しい旅行も終わり、自宅あるいは、自分の住む地域に到着すれば、旅行後となる。帰宅時は疲れているので、途中でお弁当を購入すればごみが発生する。自宅に到着して、旅の片づけをすればごみが発生する。別途、旅行先から宅急便で荷物を送れば、その箱や袋も含めてごみが発生する。

表 1

	①タビマエ（旅行前）	②タビナカ（旅行中）	③タビアト（旅行後）
ごみの種類：			
ごみの廃棄場所：			
ごみの量：			
廃棄処理の主体者			

表 2 著者の例：公共交通期間を利用した2泊3日の国内の都市観光

	①タビマエ（旅行前）	②タビナカ（旅行中）	③タビアト（旅行後）
ごみの種類：	旅行用品の買い替えて発生した不要な衣類、靴、カバンなど。食べきれなかった冷蔵庫の食材。	お弁当や飲料の容器、新聞、地図や観光案内チラシ、購入品の包装紙や袋	旅行先のパンフレットやチラシを処分、土産品の包装物
ごみの廃棄場所：	自宅あるいは居住地	宿泊施設、滞在地、移動中の訪問地	自宅あるいは居住地
ごみの量：	家庭ごみ1袋程度	家庭ごみ1～2袋程度	家庭ごみ1袋程度
廃棄処理の主体者	自分の暮らす地域	訪問先の地域	自分の暮らす地域

以上をまとめると、上のように表すことができる。この表の解像度を上げ、場面や時間をより詳細にすれば、発生源の特定や量も明らかになる。一般論だが、旅行期間が長くなり、訪問先が遠方になるほど、ごみの発生も増えるだろう。自身の旅行の行動を振り返り、この表に当てはめて考えてみると、思いがけず旅行先でごみを排出しているかもしれない。1人1人の旅行のスタイルは異なるので、同じ日数、同じ訪問地であっても、ごみの発生は大きく異なるはずだ。

旅行者を受け入れる観光事業者の行動

旅行者の需要に応じて、観光事業者はビジネスを行っていることで、旅行者の行動ごとに、事業者が関わるごみの種類や量は異なる。観光は社会に及ぼすインパクトの裾野が広く、とりわけ、現在はオーバーツーリズムが社会問題として受け止められるほどであり、ごみに関する観光事業者の役割と責任は重大である。ツーリズム産業のサプライチェーンは多岐にわたり非常に複雑であるので、一般の読者がイメージし易いように、旅行者のタビナカ（旅行中）を想定して、どのような事業者が関わっているのかを考えてみたい。

- 移動手段：鉄道、公共バス、飛行機、船、タクシー、レンタカー、レンタルサイクル、等々
 - ・ごみの種類：飲食に伴う使い捨ての容器類
 - ・ごみの特性：移動を伴うため使い捨ての製品が多くなりやすい
- 宿泊：ビジネスホテル、ラグジュアリーホテル、旅

- 館、民宿、ゲストハウス、民泊、キャンプ場、等々
 - ・ごみの種類：飲食で発生する食べ残しや生ごみ、食材の包装容器、客室のアメニティやペットボトルのミネラルウォーター
 - ・ごみの特性：宿泊施設の運営によって、食品廃棄物や使い捨ての製品を減らすことが可能
- 食事：地元の食堂、高級レストラン、全国展開のフードチェーン店、地元のスーパー、コンビニ、食べ歩き、キッチンカー、屋台、等々
 - ・ごみの種類：フードロス、フードウェイスト、食品の包装容器、提供される使い捨ての食器類
 - ・ごみの特性：消費者の選択でごみを減らせるものが多い。例えば、残さず食べられる量を注文する、使い捨ての食器類を使わない食堂やレストランを選ぶ、地産地消の店を選べば食材の輸送に伴う個包装も減らせる
- 買い物：地域の名物（食品、飲料、観光グッズ、工芸品）、土産用の菓子類、ブランド品、アニメグッズ、化粧品・美容用品、ファッション関連、書籍、等々
 - ・ごみの種類：包装に関するもの
 - ・ごみの特性：日本では、多くの製品において個別包装が多くなりがち
- 観光アクティビティ：街歩き、茶道や座禅などの文化体験、自然ガイドツアー、サイクリング、山登り、ビーチ、等々
 - ・ごみの種類：アクティビティの種類による
 - ・ごみの特性：サービス提供者側が事前に旅行者に周

知したり、観光中の運営によって、個別包装や使い捨ての製品を減らすことが可能

旅行者が訪れる地域の状況

次に、旅行者と観光事業者が関与する廃棄物の内容を踏まえて、多くの旅行者で賑わう人気の観光地の状況を見ていきたい。具体的な地域の課題と取り組み事例を知ることによって、観光とごみに関する問題がより明らかになる。ここでは2026年3月13日(金)に一般社団法人ツーリストシップが主催した「自治体・DMOが取り組む持続可能な観光施策シンポジウム」の内容を紹介したい⁶⁾。一般社団法人ツーリストシップは、「旅先に配慮し、地域に貢献しながら交流を楽しむ姿勢や、その行動を指すツーリストシップ」という言葉を提唱し、「旅行する際の行動に関心を持ち、旅行のあり方を見つめ直してほしい」という考えで、教育・啓蒙活動を行っている組織である⁷⁾。本シンポジウムは、「観光は地域に活力をもたらす一方で、オーバーツーリズム、住民理解の醸成、環境保全、マナー啓発など、各地でさまざまな課題が顕在化しています～(中略)～各自自治体ではそれぞれの地域特性に応じた工夫や挑戦が積み重ねられています。～(中略)～『持続可能な観光』を共通テーマに、現場での取り組みや課題認識を持ち寄り、他地域の事例から新たな視点やヒントを得る機会を創出します」という趣旨で開催された。以下、ごみに関する内容を取り上げる。

広島県廿日市市の宮島の取り組み発表内容

- ・食べ歩きによるポイ捨てが目立ってきて、鹿がそのごみを食べてしまうという現状が散見される。
- ・ごみ削減プロジェクトの実施⁸⁾：2025年11月23日に散らかしごみ・ポイ捨て抑制を目的に、来島者に手提げグリーンバッグを配布し、公共ごみ箱までのごみの持ち歩きを促進する。宮島には、ごみ箱の数は5しか設置されていない。なぜなら、宮島を訪問する手段はフェリーしかないが、ごみを処理するために持ち出す手段もフェリーしかない。ごみの処理が大変なので、ごみは宮島で捨てるのではなく、持ち帰ることがベストな手段である。

この時に発表はなかったが、宮島では「ごみを持ち込まない、増やさない、散らかさない」というスローガンがあり、旅行者向けの分かりやすい資料も作成されている⁹⁾。著者もこのごみ削減プロジェクトにボランティアスタッフとして当日参加して聞いた現地の話では、かつては20か所以上のごみ箱が設置されていたが管理の問題で減らしたとのことであった。また、来島者・テイクアウト飲食店の増加により、ごみの置き捨て、飲み残しの課題があり、センサーでごみの量を感知する新しいごみ箱を導入した¹⁰⁾。観光客の増加は、容器だけでなく、大量の廃液が発生することも、地域の環境において大きな負担になる。これに関連してト



写真1



写真2



写真3

(ごみ削減プロジェクトの実施日に著者が撮影)

イレの排水の問題なども、島内で処理できる許容量に関わる深刻な問題であると考えられる。

京都府京都市の嵐山商店街の取り組み発表内容

- ・かつては4か所に公共のごみ箱が設置されていた。ごみ箱から溢れているごみの掃除、回収を要望する地域住民の声に対して、予算の都合もあり行政側はごみ箱を撤去することで対応していったが、残されたごみ箱もすぐに一杯になってしまうため、最終的にすべて撤去されてしまった。
- ・2019年12月から毎月1回、商店街の人たちが中心となって清掃活動を実施している。地域住民や観光客に活動を周知する意味もある。
- ・2023年8月から観光客への啓蒙ポスターの制作。観光客のポイ捨て対策として、ドキッとするようにあえて罰金を掲載。「ゴミは買ったお店で必ず捨ててください」とメッセージを外国語表記よりも日本語であえて大きく掲載。これはテイクアウトを実施している店に伝える意図がある。テイクアウトの店が販売した商品のごみを受け取るように、商店街は店頭にごみ箱の設置を働きかけてきたが、公共のごみ箱がないため、ごみ箱を設置しているお店にごみが集中してしまうため、徐々にごみ箱の位置が店の奥や脇になり、通り沿いのお店は店頭にごみ箱を置かないようになってしまった。
- ・2024年からは嵐山ゴミ課題サミットの実施（商店街、京都市、地域住民、学生、企業が参加）を年に4～5回実施、掃除用オリジナルソングを作り掃除中に流し、観光客にもごみ拾いを促す。
- ・2025年5月には、嵐山商店街で担当者を決めてごみの管理をすることと、商店街でごみ箱を購入し京都市にそのごみ箱を寄贈する形で、行政のごみ箱が8年ぶりに復活。朝に1回行政がごみの回収を行うが、夕方には嵐山商店街で決めた担当者が、ごみを回収して所定の場所に出し、ごみが散乱しても自分たちで片づけている。
- ・同年秋には、食べられる容器全部食べ～作戦の実施し、テイクアウトのごみを極力減らすことを目的にモナカで作った容器、クッキーで作ったスプーンの利用を実施。¹¹⁾

一般社団法人ツーリストシップでは、ツーリストシップ行動集を策定している。以下、ごみに関する内容を一部抜粋し紹介する¹²⁾。ツーリストシップのウェブサイトから無料でダウンロードが可能なので、関心のある人は是非ご覧いただきたい。



図1

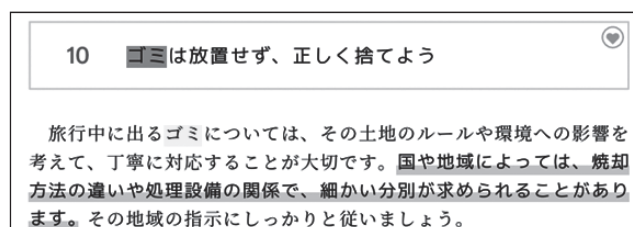


図2

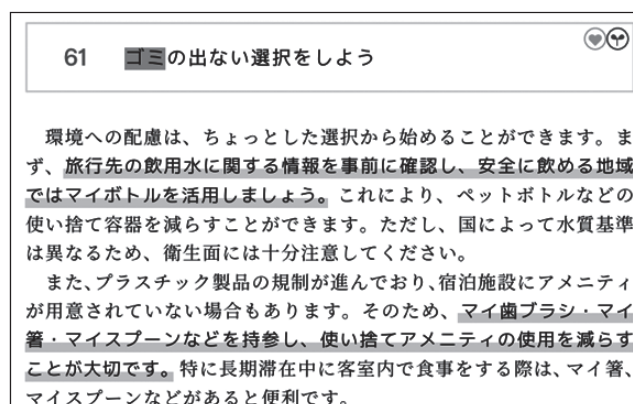


図3

国際的なサステナブルツーリズムの認証基準の観点から

旅行者、観光事業者、そして地域が関与する廃棄物の内容を見てきたが、ここからは国際的なサステナブルツーリズムの認証基準を紹介し、いかにして廃棄物の削減を減らしていくか、観光におけるマネジメントの重要性を説明する。観光において、とりわけ地域に大きなインパクトをもたらすのは、宿泊施設である。1施設においても、年間、何百、何千、何万人と旅行者が宿泊し、宿泊客が増えれば、宿泊施設もさらに増え、廃棄物の処理も地域に大きな影響を及ぼすことになる。経済効果が高い一方、その恩恵が一部の関係者のみにとどまり、地域全体で享受できなければ、住民が支払う税金の用途も気になる。例えば、『ごみ焼却に年間2兆4489億円の税金: 食品ロスをもっと減らせる』(オルタナ2026年4月3日掲載)¹³⁾によれば、以下のようにごみの処理費の問題は深刻である。

ごみ処理は我々の納めた税金でまかなわれている。国民一人当たりには換算すると、約2万円の税金がごみを燃やすために使われていることになる。一方、全国で90法人もある国立大学や研究機関の年間運営交付金は、年間で1兆1,000億円にも満たない。ごみ処理の額は、その2倍以上に上る。

一部の事業者だけが廃棄物の削減に取り組むより、地域の宿泊事業者全体で削減に取り組むときに、大きなインパクトをもたらすことができる。また、旅行者が廃棄物削減に積極的に取り組む宿泊施設を選べること、あるいは、取り組みを行っている宿泊地を優先的に選べる事、そうした施設や地域を評価する仕組みがあることや情報が分かりやすく発信されていくことが重要である。そのときに有効なのが、サステナブルツーリズムの認証制度である。以下、1994年にデンマークで始まり、ヨーロッパを中心に世界90カ国で普及しているGreen Key (グリーンキー) を例に説明する。

Green Key (グリーンキー) の基準で廃棄物に関連するもの

グリーンキーは、環境教育とマネジメントシステムを核とした体系的なサステナブルツーリズムの基準を

策定しており、主に宿泊施設向けのエコラベルとして知られている。廃棄物、水、清掃、エネルギー、食品、環境管理など13のカテゴリーと150の基準から成り、事業者はこれらの要求項目を遵守することで、グリーンキー認証施設として認められる。このエコラベルの表示があることが、環境やサステナビリティに関心のある消費者の選択に直結する。



図4

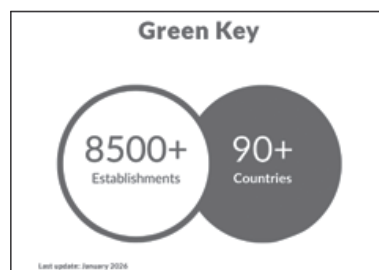


図5



図6

廃棄物のマネジメントに直接関連する内容を表3に抜粋する。¹⁴⁾

廃棄物の削減や管理に間接的に関連する内容を表4に抜粋する。¹⁴⁾

ツーリズム産業でこのような基準があること自体、一般にはあまり知られておらず、抽象的で分かりにくい内容もあるかもしれない。しかし、ごみを減らすための5R（Refuse, Reduce, Reuse, Repair, Recycle）の観点から分類してみれば、廃棄物の削減、資源の削減に非常に効果的な内容であることが分かるはずだ。

これらの基準の中で注目して頂きたいのは、

- ① 削減の方針を定め、定期的な計測とモニタリングの実施が求められること

- ② 購入方針の策定によって、余分なものを買わない、あるいは購入が必要な場合は、より環境に配慮したものを選ぶ仕組みがあること
 - ③ 担当者だけが管理するのではなく、経営層から一般社員にまで、報告や研修を通じて教育する仕組みがあること
 - ④ 社内だけではなく、宿泊ゲストにも、そうした意識や行動を促す仕組みがあること
 - ⑤ サプライチェーンにも、取り組みの賛同を得て協力を促す仕組みがあること
- などが挙げられる。これが、環境教育とマネジメントシステムを統合したグリーンキーの核心だ。実際にグリーンキーの基準を満たした宿泊施設からは、「社内全体で購入を管理することで、部署ごとにばらばらに購入しなくなり無駄がなくなった」、「個別包装を減ら

表3

6. 1	廃棄物は、法制度にしたがい少なくとも3種類に分別する。(I)
6. 2	分別した廃棄物は、廃棄物処理施設、または事業者独自の施設において分別処理している。(I)
6. 3	廃棄物の分別方法をすべての従業員が理解できるようにする。(I)
6. 5	使い捨ての食器類を使用しない。(I)
6. 6	危険な固体・液体・化学物質は安全に保管する。(I)
6. 7	危険な廃棄物は、許可された処理施設に安全に運搬している。(I)
6. 8	バスルーム/トイレに、ごみ箱を設置する。(I)
6. 9	個別包装で提供している食品・飲料は最大5品目までである。(I)
6. 10	廃棄物の総量を記録する。(I)
6. 11	シャンプーなどは、ディスペンサーを使う。(G)
6. 12	シャンプーなどの個別包装材は、自主回収・再資源化する。その素材は、再生素材や再生可能資源、または生分解性のものとする。(G)
6. 13	使い捨てのアメニティは、フロントや専用ブースに用意する。(G)
6. 14	納入品の少なくとも5品目の包装材は、リターナブル・再利用可能である。(G)
6. 15	廃棄物を削減・再利用するための計画がある。(G)
6. 16	廃棄物の処理業者が適切に処理できるよう、宿泊客や従業員はごみを分別する。(G)
6. 18	購入している製品のうち少なくとも5品目以上はプラスチック包装ではない、もしくは再生プラスチックの配合率が50%以上のもので包装されている。
6. 19	有機廃棄物は堆肥化するなど、ほかの用途に使用する。(G)
8. 4	食品廃棄物の削減に取り組んでいる。(I)
8. 6	食品廃棄物の量を記録している。(G)

表4

1. 1	事業者の従業員の中からサステナビリティ管理を選任する。(I)
2. 1	経営陣は定期的に従業員ミーティングを開き、環境に関する取り組みについて説明する。(I)
2. 3	従業員は、環境やサステナビリティに関する研修を毎年受けていること。(I)
3. 4	宿泊客に環境活動についての情報を提供し、活動への参加を呼びかける。(I)
5. 8	日常的に使用する洗剤は、濃縮タイプを希釈して使用している。(G)
11. 10	持続可能な購買方針を策定している。(G)
12. 4	来訪者の責任ある行動を促す。(G)
12. 5	施設内または周辺地域での、持続可能な開発、環境や自然に関する啓発活動を宿泊客に提供する。(G)
13. 2	コピー用紙、封筒、印刷物の75%以上がエコラベルを取得しているか、環境マネジメントシステム導入している企業によって生産されている。(I)
13. 3	フロント、オフィスおよび客室/多目的ルームでの紙の使用量削減に率先して取り組む。(I)
13. 6	購入・レンタルした繊維製品の少なくとも3つのカテゴリーが環境に配慮したものである。(G)
13. 9	耐久消費財を補修やアップサイクルしている、または中古の商品を購入する。(G)

(各基準の文末に記載される(I)は必須、(G)は努力を表し、グリーンキーの取得のためには(I)の基準の遵守が求められる。(G)は、グリーンキーの取得後、その資格を保持するために毎年徐々に達成していくことが求められる。紙面の都合、省略したが、各基準には詳細の解説がつけられており、取り組み事業者は具体的に何をすればよいか分かるようになっている。)

しバルク購入の推奨や使い捨てのアメニティや食器類の提供を減らすことで廃棄物が減った」などの声を聞く¹⁵⁾。とりわけ、食品廃棄においては、コストと直結するため、顧客の満足度を損なうことなく、適切な量を提供できれば、無駄な支出を削減し、さらに廃棄量も減らすことができる。昨今は、AIの技術によって、廃棄となった食品を自動的に計測し、各提供エリアや月ごとの分析をすることで、仕入れや提供量を調節している施設も増えているようだ。

また、訪日旅行者による客室内のスーツケース放置は深刻な問題であり、バックヤードで大量のスーツケースを保管している施設もある。こうした問題も、宿泊施設の取り組みや地域環境に与える負の影響を宿泊客にうまく伝えることができれば、ツーリストシップに則り旅先に配慮し、地域に貢献しながら旅行を楽しむ旅行者へと変わっていくことが期待される。

まとめ：サステナブルツーリズムの視点から宮島と嵐山商店街の事例を振り返り、オーバーツーリズムに係る廃棄物対策を考える

宮島と京都の嵐山商店街は、いずれも国内外の旅行者を問わず人気の観光地である。しかし、旅行者のアクセス方法においては、大きな違いがある。島である宮島は、船でしか訪問することができないため、島の許容量を定めることで、来島者数を管理することができる。一般的に、廃棄物の量は来島者数に比例すると考えられる。また、「ごみを持ち込まない、増やさない」という呼びかけが実施されているので、事前の周知が徹底できれば、訪問者の意識や行動も変わるだろう。消費者の行動（需要）とサービス提供者（供給）の行動は密接に関連しているため、廃棄物を極力出さない店の取り組みが旅行者に評価されれば、使い捨て食器の代わりに、繰り返し使える容器の提供へと変化する。容器、食器や袋などはプラスチック製品が多いため、石油を原料とする資材の仕入れや物価上昇が深刻な現在において、事業者側にとってはコスト面で大きなメリットとなり、これがインセンティブとなって、廃棄物に関する宮島ルール・宮島スタンダードのようなものができることが望ましい。また、宮島では入島の際に訪問税を導入しているが、これが、廃棄物の処理の費用を補完するものではなく、そもそも廃棄物を発生しない仕組みづくりに活用されれば、根本的な解

決策となる。

一方、嵐山商店街においては、様々な方法でアクセスができるため、宮島のようにはいかない。観光客の多くは鉄道を利用して訪問するので、最寄駅から目的地までの導線において、何らかの啓蒙や周知ができれば、消費者の行動変容を促すことができるかもしれない。ここでは、京都市内や周辺の宿泊施設の役割を強調したい。宿泊客に対して、嵐山商店街のごみの問題や地域の取り組みの情報を分かりやすく提供することで、観光地における旅行者の行動変容を促すことが期待できる。ただし、情報の提供の仕方が非常に重要で、「～禁止」「～しないで下さい」といったネガティブな内容ではなく、「～することでより滞在を楽しめる、地域に貢献できる」というようなポジティブな伝え方が重要となる。宿泊施設がグリーンキーのようなサステナブルツーリズムの基準やツーリストシップ行動集を活用して、宿泊客にうまく伝えることができれば、顧客満足度の向上、滞在の質を高めることができ、結果的に自社のサービスの付加価値を上げることになる。

世界最大の宿泊予約サイトであるブッキングドットコム社は毎年『Travel & Sustainability Report』調査を行っており、2026年4月20日付で最新の調査結果が公開された¹⁶⁾。英文で公開されているため、以下に著者が和訳した形で引用する。

- ・旅行者がよりサステナブルな形で旅行するために計画している方法トップ10の最上位：「旅行中の一般ごみを削減する（例：リサイクルの実施、使い捨て製品の使用を避けるなど）」
- ・よりサステナブルな旅行を行う上での障壁トップ5の最上位、「よりサステナブルな選択肢を見つけるには、時間と手間がかかりすぎる」
- ・旅行者がよりサステナブルな選択を行うことを促すための方法トップ5の最上位：「割引や経済的インセンティブ」

国際的な消費者の意識はどんどん変化している一方で、サービス提供側の意識がこれに追いついていないと、いつまで経っても過剰な個包装の提供が最上のサービスと考え、使い捨て食器の提供やそれによって生じる廃棄物はしょうがないというところで思考が停止

してしまう。ブッキングドットCOMの調査結果から想像できるのは、消費者は、滞在先・訪問地において、より廃棄物を減らす方法を教えてほしいのかもしれないし、すでに過剰包装を断っているのにも関わらず、提供者側の無理解で相手に押し付けている可能性も十分ある。また、使い捨ての製品を使わないことで割引を求めているのかもしれない。そもそも、大量の廃棄物を発生させているのは、必ずしも旅行者だけの問題ではなく、サービス提供者側の無理解、無自覚かもしれない。著者の経験としても、日本の過剰包装に対する外国人旅行者の声を聞いたり、商品購入の際に、こちらが廃棄物削減の観点からプラスチック袋を断っても、提供者側は有料だから断っているのだと勘違いして、無料だからと袋に入れて渡されることもある。このように見ていくことで、ごみの発生廃棄プロセスにおいて、下流となる「すでに発生した廃棄物の処理対策」ではなく、上流となる「発生源の抑制」のところで、根本的な対策がとれる。

まとめとして、国内外の旅行者を問わず、島や特定のエリアの観光地において、廃棄物対策のスタンダードが確立していくことで、点から面へとそうした動きが広まり、地域住民を含め、市町村、県、圏へと広がっていくことが望ましい。日本は島国であるので、外国から訪問する旅行者のアクセス手段は限られている。訪日の導線において、日本での廃棄物に関するスタンダードを事前に正しく周知することで、旅行者も地域住民もお互いに気持ちよく過ごすことができるだろう。また、観光の力を正しく活用することで、地域経済や社会の活性化、文化の継承や、自然環境の保全などに大きく寄与できる。このような主張は綺麗事だと一蹴することは容易だが、一歩ずつ着実に取り組むことが重要であり、1人1人の理解と賛同を得て具体的な行動を起こしていくことがサステナビリティの取り組みである。オーバーツーリズムに係る廃棄物対策をサステナブルツーリズムの観点から考えることで、観光を手段として、自分たちの住む地域を守り、豊かにする契機となれば幸いである。

この記事の執筆中に鹿児島最南端の島からホットなニュースが届いたので、その取り組みを紹介して終わりたい。環境保全と観光振興の両立に取り組む与論島

においては地域全体での取り組みが評価され、2026年5月8日に持続可能な観光地の国際認証グリーン・デスティネーションズアワード2026で「シルバーアワード」を受賞した¹⁷⁾ ¹⁸⁾。一般社団法人ヨロン島観光協会のウェブサイトでは、「ヨロン島が目指すのは『人が来れば来るほど、砂浜がきれいになる島』。島民も観光で来られる皆さんも、一緒になって美しいヨロンの海を守っていけたら嬉しいです」と発信している¹⁹⁾。

出典および注

- 1) 現在の名称は UN Tourism
- 2) 国連世界観光機関 (UNWTO) . “2018年に発行の ‘Overtourism’ ? - Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary の日本語版
summary : DOI : <https://doi.org/10.18111/9789284420070>
オーバーツーリズム (観光過剰) 都市観光の予測を超える成長に対する認識と対応 要旨” ,2018,p.3-5.
https://unwto-ap.org/wp-content/uploads/2019/11/overtourism_Ex_Summary_low-2.pdf, (参照 2026年05月13日)
- 3) オーバーツーリズムという言葉自体は、2016年にスキフト (Skift) 社が作ったと言われている。
- 4) キャリング・キャパシティは、ここでは許容量と捉えて頂きたい。詳しくは 藤稿亜矢子. サステナブルツーリズム 地球の持続可能性の視点から. 昇洋書房, 2018, P.43 ~ 46 を参考。
- 5) 世界観光機関アジア太平洋地域事務所. “持続可能な観光の定義” .<https://unwto-ap.org/why/tourism-definition/>, (参照 2026年05月13日)
- 6) 一般社団法人ツーリストシップ. “自治体/DMOによる持続可能な観光な施策シンポジウムが終了しました!” . 2026年03月16日,
<https://touristship.jp/reportsymposium260316/>, (参照 2026年05月13日)
- 7) 一般社団法人ツーリストシップ. “ツーリストシップってなに?” .
<https://touristship.jp/about/>, (参照 2026年05月13日)
- 8) 廿日市市役所. “宮島ごみ持ち帰りマナーアッププロジェクト～ごみは袋に、思い出は心に～” . 2025年11月12日,
<https://www.city.hatsukaichi.hiroshima.jp/houdouteikyoku/houdouteikyoushiryou/131939.html>, (参照 2026年05月13日)
- 9) 廿日市市役所. “ごみを持ち込まない、増やさない、散らかさない” .
<https://www.city.hatsukaichi.hiroshima.jp/uploaded/attachment/76613.pdf>, (参照 2026年05月13日)
- 10) 廿日市市役所. “IoT スマートゴミ箱「SmaGO (スマゴ)」の本格設置に向けた取組と SmaGO モデル事業の結果” . 2025年2月20日,
<https://www.city.hatsukaichi.hiroshima.jp/soshiki/110/113196.html>, (参照 2026年05月13日)

- 11) 京都市役所. “秋の観光シーズンにおける観光地の散乱ごみ対策の強化～令和7年度 秋の観光課題対策（散乱ごみ対策）～”. 2025年10月20日,
<https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000346995.html>,
 (参照 2026年05月13日)
- 12) 一般社団法人ツーリストシップ. “ツーリストシップ行動集”.
<https://touristship.jp/actionguide/>, (参照 2026年05月13日)
- 13) 井出留美. “ごみ焼却に年間2兆4489億円の税金：食品ロスはもっと減らせる”. 株式会社オルタナ. 2026年04月03日,
<https://www.alterna.co.jp/170393/>, (参照 2026年05月13日)
- 14) グリーンキーの基準は、以下のサイトから無料でダウンロードが可能。
<https://jarta.org/greenkey/> (日本語)
<https://www.greenkey.global/criteria/2022-2026> (英語)
- 15) 著者の所属組織はグリーンキーのナショナルオペレーターであり、啓蒙活動を通じて現場で聞いた内容を抜粋した
- 16) Booking.com. “Travel & Sustainability Report 2026”
https://news.booking.com/download/1d38ba01-14dd-49e4-87ab-2af8fe9ecbb3/booking.comtravelampsustainabilityreport2026_newsroomedition4.pdf, (参照 2026年05月13日)
- 17) 「シルバーアワード」受賞 与論島. 奄美新聞. 2026年5月8日, デジタル奄美新聞,
<https://amamishimbun.co.jp/2026/05/08/61880/>, (参照 2026年05月13日)
- 18) 与論島が「シルバーアワード」初受賞 持続可能な観光地の国際認証 九州初, 環境保全や文化継承で高評価. 南海日日新聞. 2026年05月09日, 南海日日新聞,
<https://www.nankainn.com/news/p-economy/%E4%B8%8E%E8%AB%96%E5%B3%B6%E3%81%8C%E3%80%8C%E3%82%B7%E3%83%AB%E3%83%90%E3%83%BC%E3%82%A2%E3%83%AF%E3%83%BC%E3%83%89%E3%80%8D%E5%88%9D%E5%8F%97%E8%B3%9E%E3%80%80%E6%8C%81%E7%B6%9A%E5%8F%AF%E8%83%BD>, (参照 2026年05月13日)
- 19) ヨロン島観光協会, “ヨロン島に来る人に知ってもらいたい「拾い箱」と、島民の海ゴミに対する取り組み”. 2019年06月20日,
<https://www.yorontou.info/topics/4700.html>, (参照 2026年05月13日)

汚泥再生処理センター等施設整備の計画・設計要領〈2021改訂版〉

編集・発行／公益社団法人全国都市清掃会議

目次

I 編 汚泥再生処理センター等計画要領

- 1章 生活排水処理基本計画の策定
 2章 循環型社会形成推進地域計画の策定
 3章 長寿命化計画の策定
 4章 汚泥再生処理センター等の施設整備に係る各種計画等の策定
 5章 汚泥再生処理センター等の設置手続き
 6章 汚泥再生処理センター等整備工事の発注手続き
 7章 汚泥再生処理センター等施設整備のための財源

II 編 汚泥再生処理センター等設計要領

- 1章 汚泥再生処理センターに関する基本的事項
 2章 受入・貯留設備
 3章 水処理設備
 4章 資源化設備
 5章 汚泥処理設備
 6章 脱臭設備

7章 電気計装設備

8章 土木建築設備

III 編 コミュニティ・プラント設計要領

- 1章 コミュニティ・プラントに関する基本的事項
 2章 コミュニティ・プラントの機能に関する事項
 3章 コミュニティ・プラント設計要領

発行 令和4年3月

体裁 A4判, 約500頁

定価 会員：22,000円(税込価格, 送料込)
 一般：29,700円(税込価格, 送料込)

申込先 全国都市清掃会議ホームページ

URL <https://www.jwma-tokyo.or.jp>

〒113-0033 東京都文京区本郷3-3-11

(IPBお茶の水7F)

公益社団法人全国都市清掃会議調査普及部

FAX 03-3812-4731