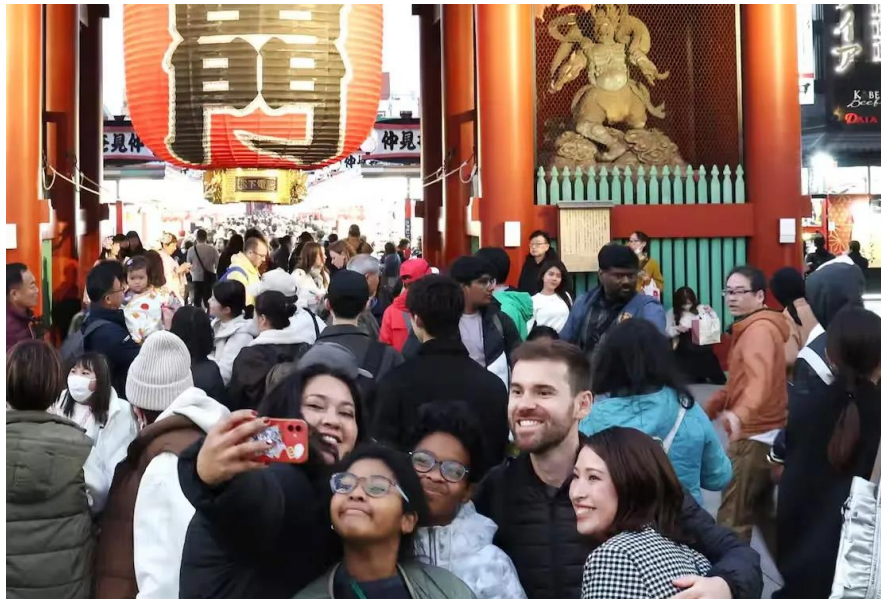


Japan's Tourism Boom Is Eroding What Makes It Special

旅行先として人気の高い日本では、にぎわいを取り戻した観光地に多くの人を訪れる光景が見られるようになってきました。もし訪れる人がさらに増えていくとしたら、どのような変化が起きるのでしょうか。その一方で、混雑やマナーの問題が話題になる場面もあるようです。観光を取り巻く環境が変化する中で、地域との関わり方が改めて問われているのかもしれませんが、持続的な観光を実現するためには、どのような取り組みが必要だと思いますか。



1. Article

Read the following article aloud.

The Japanese government has approved a "Tourism Nation Promotion Basic Plan" covering fiscal years 2026 through 2030. The plan retains its predecessor's targets of 60 million inbound visitors and ¥15 trillion (around \$93.8 billion) in tourist spending by 2030, but it places greater emphasis on tackling overtourism.

Tourism in Japan has been on a strong upward trajectory. In 2017, inbound visitors surpassed 40 million for the first time. Their spending hit a record of roughly ¥9.5 trillion (\$59.4 billion), cementing tourism's status as a key growth industry.

However, this success has come with a cost. Overcrowding and poor behavior observed among some visitors at popular destinations have become increasingly difficult to ignore.

Continued on next page.

Source: Japan's Tourism Boom Is Eroding What Makes It Special

Japan Forward

1. Article

Developing the tourism industry is vital to Japan's economy, but not at the expense of the people who actually live there. Overtourism doesn't just burden residents — it also diminishes the experience that visitors come for in the first place. **Sustainable** growth requires finding the right balance, and the government has signaled that the next five years will be critical for achieving this.

Under the new plan, the number of regions actively addressing overtourism should double from 47 to 100 by 2030. Local residents and communities will be at the center of these efforts.

On the ground, this means **initiatives** like building parking facilities near attractions to reduce vehicle congestion and introducing reservation and crowd-management systems at high-demand sites. To curb problems like trespassing and littering, authorities will step up enforcement and tailor public awareness campaigns to the specific challenges each region faces.

Of the 60 million visitor target, the plan aims for 40 million to be repeat visitors. This focus makes sense for several reasons. Currently, 67% of inbound tourists are **concentrated** in Japan's three major metropolitan areas, but repeat visitors tend to show greater interest in exploring **regional destinations**.

They also arrive with a better understanding of local culture and customs, making them less likely to contribute to the kinds of problems overtourism causes. Promoting Japan's regional attractions more effectively will be key to drawing this audience.

The road ahead remains uncertain. China's travel restrictions and tensions surrounding Iran could weigh on tourism numbers in the near term.

However, periods like this are precisely when foundational work matters most. Building a broad base of fans across diverse countries and regions, and giving them reasons to keep coming back, is what will carry Japan's tourism strategy forward over the long run.

2. Key phrases and vocabulary

First repeat after your tutor and then read aloud by yourself.

1. sustainable 持続可能な

The fast-food company focuses on sustainable business practices.

2. initiative 施策

The city created an initiative to start a public garden.

3. concentrated (物・人が) 集中した

The damage from the storm was concentrated in one small part of the city.

4. regional 地域の

The regional harvest festival attracts thousands of visitors every September.

5. destination 目的地

The main destination of the guided tour is the Kasuga Grand Shrine.

3. Questions

Read the questions aloud and answer them.

1. What problems are caused by overtourism in Japan?
2. Why are repeat visitors important for Japan's tourism strategy?
3. What things could affect tourism numbers in the near future?
4. Would you prefer to visit famous cities or regional areas in Japan?
Why?
5. How can tourism companies and organizations help change one-time visitors into repeat visitors?

4. 観光立国の新計画 腰据えて課題解決進めよ

政府が新たな観光立国推進基本計画を閣議決定した。令和8～12年度の5年間の推進計画となる。

12年に訪日客6000万人、訪日客の消費額15兆円とするこれまでの目標は据え置く一方、オーバーツーリズム（観光公害）対策の抜本的な強化を図るとした。

日本を訪れた外国人客は7年に初めて4000万人を超え、訪日客の消費額も約9兆5000億円と過去最高を更新し、「成長産業」として順調に拡大を続けている。ただ、観光客の集中による過度な混雑やマナー違反といった問題は年を追うごとに深刻になっている。

観光産業の拡大を進めることは日本経済の発展にも重要だが、住民生活を犠牲にした観光立国はあり得ない。オーバーツーリズムは訪日客の満足度低下にもつながる。観光産業の持続的成長のためにも、腰を据えて対策に取り組む5年間にしなければならない。

新計画では、地域住民らと協議してオーバーツーリズム対策に取り組む地域を現状の47カ所から、12年までに100カ所に倍増する方針を掲げた。

具体的な対策として、自家用車の流入抑制を目的に観光地周辺に駐車場を整備することや、人気観光地の入域管理や予約制の導入などを挙げた。私有地の無断立ち入り、ごみのポイ捨てといったマナー違反については地域の実情に応じ、取り締まりや啓発を強化するとした。

一方、訪日客6000万人の目標のうち、複数回日本を訪れるリピーターを4000万人にするとしている。

訪日客の宿泊先は依然として三大都市圏が67%を占めるが、リピーターは地方への訪問意欲が強いとされる。日本文化や習慣への理解も深く、適切なマナーでの滞在も期待できるだけに、リピーターを重視する目標を掲げたことはオーバーツーリズム対策としても適切だ。実現に向け、地方の魅力を効果的に発信するプロモーション活動をさらに充実してほしい。

次頁に続く

4. 観光立国の新計画 腰据えて課題解決進めよ

中国からの渡航自粛やイラン情勢の緊迫化は観光産業にはマイナスとなろう。だが、こうした時期だからこそ、顕在化した課題への対策を着実に進めたい。多様な国・地域に日本ファンを広げ、再訪したいと思ってもらうことこそ観光立国の前提となる。



出典：観光立国の新計画 腰据えて課題解決進めよ
[Japan Forward](#)