

観光文化

Tourism Culture

254

August
2022

特集

巻頭言

サステナブルツーリズム
～先進国と開発途上国～
アーナンダ クマーラ(LNBT)

特集①

サステナブル
ツーリズム及び
周辺領域の
概念整理

中島 泰(JTBF)

特集②

国内における
持続可能な
観光の
到達点と課題

古屋秀樹(東洋大学)

特集③

北海道における
サステナブル
ツーリズムの
到達点と課題

桃井真弥(日本政策投資銀行)

神宮泰祐(日本政策投資銀行)

特集④

奄美・沖縄における
サステナブル
ツーリズムの
到達点と課題

岩浅有記(大正大学)

特集⑤

サステナブル
ツーリズムの
概念の分解と
再構築

石黒 侑介(北海道大学大学院)

中島 泰(JTBF)



サ
ス
テ
ナ
ブ
ル
ツ
ー
リ
ズ
ム
の
再
構
築
と
サ
ス
テ
ナ
ブ
ル
ツ
ー
リ
ズ
ム
の
分
解
と
再
構
築

視座

サステナブルツーリズムの

これから

中島 泰(JTBF)

観光研究最前線

新型コロナウイルス
感染症流行下の
日本人旅行者の
動向5

仲 七重(JTBF)

五木田玲子(JTBF)

活動報告①

第25回

たびとしよCafe
「人と人をつなぐ
架け橋にを
開催

ゲスト

片野陽介(飯能市)

文:門脇菜海(JTBF)

活動報告②

第26回

たびとしよCafe
「コロナ禍で
改めて気がついた
観光の意義」を
開催

ゲスト

小関みどり(大田観光協会)

文:門脇菜海(JTBF)

連載

観光を学ぶということ
第14回

和歌山大学 観光学部
サステナビリティ
ゼミ

加藤久美(和歌山大学)

わたしの1冊

第25回

『宮本武蔵』

吉川英治 著

吉川英治文庫(講談社)

佐藤和志(鶴の湯温泉)

サステナブルツーリズムが、大きな注目を集めている。

しかし、その概念は幅広く、それぞれの立場・視点から語られ、

語られる側、主に観光地や事業者側に混乱を生んでいないだろうか。

サステナブルツーリズムの概念・現象の整理を行い、

観光地・事業者等の主体別に、

選択的に取り組むべきことなどがわかるように、

サステナブルツーリズム概念の再構築を試みた。
リコンストラクション



「観光」は、日常生活では見ることができない風景や風俗、習慣などを見て回ることから始まり、交通網や移動手段の発達によって、遠出をしながら楽しむために行う旅行にまで発展してきた。そして、先進国・開発途上国問わず、その訪問先が国内だけでなく外国までも広がってきたことは、だれもが知っている当たり前のことである。

しかし、今般の厳しいコロナショックは、観光業および多くの人々に対して非常に大きな打撃を与えている。コロナ禍では、命を守るために自宅から一歩も出ることができず大変な思いをした人々は世界中に多くいた。それは観光客だけではなく、観光関連産業従事者にとっても同様のことであった。

国連世界観光機関(UNWTO)によると、2020年の国際観光客は前年比73・1%減少し、また世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)によると、旅行・観光業が世界のGDPに占めるシェアが約10・4%から5・5%まで減少、そして観光関連産業従事者は約18・5%減少したとされている。

観光立国を目指してきた日本においても同様に、観光関連産業従事者の数やその収入、そして観光施設の収入などが大幅に減少した。コロナパンデミックによって、観光客の楽しみや生きがい、失われたのみならず、国としての経済効果、そして観光業に依存していた人々の生活も脅かされたといえる。一方、観光を主な収入源としている多くの開発途上国の場合、コロナ禍による悪影響は日本や他の先進国よりも極めて厳しいものであったといえる。それらの国々においては観光業界が直接ダメージを受けた

だけではなく、治療薬を含む保健衛生環境が乏しく、労働集約的活動が多いために、その他の経済活動に与えた悪影響もとても大きなものであった。

観光業における「人」とは、観光をする人だけではなく、彼らの目的を達成するために様々なサービスを提供する人々のことであり、関連のモノづくりや行政サービス分野等も含まれる。コロナパンデミックによって、観光業における「人」の側面がこれまで以上に注目され、観光活動やそのデスク・ティーンションとしての持続可能性と同時に、前述した「人」の生活の維持管理についても慎重に考えるべきだということが教訓として浮き彫りになったといえる。

開発途上国であるスリランカ出身の私は、約2年半ぶりに帰国したばかりである。観光デスク・ティーンションとして人気急上昇中であつた以前の状態を思い出すと、コロナ禍以前と比べて今は、国の活気が完全になくなり、観光客だけでなく住民の日常生活にも大変な悪影響が及んでいることがうかがえる。同様な立場の周辺諸国の状況も極めて厳しい。このままの状況が続くと、裕福であるといえる先進国の人々は、開発途上国を訪れることもできない。これまで観光は、SDGsの8番、12番、14番*の目標と深い関係があると議論されてきたが、コロナパンデミックがあつたからこそ、観光はSDGsのすべての目標と関係があると明らかにしたのではないだろうか。

※編集部註：SDGsの目標8番、12番、14番は、それぞれ「働きがいも経済成長も」、「持続可能な消費と生産」、「海の豊かさを守ろう」という目標で、国連の持続可能な開発目標進捗報告書の中で観光分野における貢献が期待される目標として位置づけられている。

サステナブルツーリズム ～先進国と開発途上国～



アーナンダ クマラー

(スリランカLNBTI学長)



スリランカのケラニヤ大学理学部卒業後、同学部専任講師を経て1983年に日本に留学。東京工業大学大学院で経営工学修士、社会学博士課程修了後、国際連合地域開発センターの研究員としてアジア諸国の地域開発の研究に携わる。以後、大学の教授として、鈴鹿国際大学教授、学部長、学長補佐や東京工業大学の特任教授、名城大学外国語学部初代学部長などを経て現職。現在、母国スリランカで初となる日系の4年制大学・Lanka Nippon Biztech Institute (LNBTI) の学長。卒業後に日本で活躍できるIT人材をスリランカで養成することを教育モデルとしている。近年、観光活動による持続可能な地域開発などに関する研究にも力を入れている。日本のグローバル人材育成教育学会会長も務める。



特集 サステナブルツーリズム・ リコンストラクション

【巻頭言】

サステナブルツーリズム

～先進国と開発途上国～

アーナンダ クマーラ

(Lanka Nippon Biztech Institute (LNBTI) 学長)

P
1

特集 ①

サステナブルツーリズム及び

周辺領域の概念整理

中島 泰 (公益財団法人日本交通公社観光地域研究部環境計画室長/おきなわサステナラボラボ長)

P
4

特集 ②

国内における

持続可能な観光の

到達点と課題

古屋秀樹 (東洋大学 国際観光学部 国際観光学科教授)

P
12

特集 ③

北海道における

サステナブルツーリズムの

到達点と課題

桃井真弥 (株式会社日本政策投資銀行 北海道支店 次長兼企画調査課長)

神宮泰祐 (株式会社日本政策投資銀行 北海道支店 副調査役)

P
18

特集 ④

奄美・沖縄における

P
24

活動報告① 第25回

たびとしよ Cafe

「人と人をつなぐ
架け橋に」を
開催

P50

～行政職員が
挑戦する
“宝物”同士の
マッチング～

ゲスト 片野陽介
(飯能市)

文：門脇菜海
(公益財団法人日本交通公社
観光政策研究部
社会・マネジメント室 副主任研究員)

活動報告② 第26回

たびとしよ Cafe

「コロナ禍で
改めて気がついた
観光の意義」を
開催

P56

～“巻き込まれ力”が
築いた
信頼関係～

ゲスト 小関みどり
(一般社団法人大田観光協会)

文：門脇菜海
(公益財団法人日本交通公社
観光政策研究部
社会・マネジメント室 副主任研究員)

観光を学ぶということ 第14回

和歌山大学 観光学部
サステナビリティ
ゼミ

P62

～サステナビリティを
クリティカルに考え、
クリエイティブに表現し、
伝える～

加藤久美
(和歌山大学観光学部・
大学院観光学研究科 教授)

連載

わたしの1冊 第26回

『宮本武蔵』

P67

吉川英治著/
吉川英治文庫 (講談社)

佐藤和志
(有限会社鶴の湯温泉 代表取締役会長)

連載

観光研究最前線

新型コロナウイルス
感染症流行下の
日本人旅行者の
動向5

P44

～JTBF旅行実態調査結果より～

仲 七重
(公益財団法人日本交通公社
観光文化振興部 研究員)
五木田 玲子
(公益財団法人日本交通公社
観光文化振興部 企画室長 上席主任研究員)

視座
サステナブルツーリズムのこれから
中島 泰 (公益財団法人日本交通公社観光地域研究部 環境計画室長/おきなわサステナラポラポ長)

P
39

特集 ⑤
サステナブルツーリズムの
概念の分解と再構築
石黒 侑介 (北海道大学大学院国際広報メディア観光学院 准教授)
中島 泰 (公益財団法人日本交通公社観光地域研究部 環境計画室長/おきなわサステナラポラポ長)

P
30

サステナブルツーリズムの
到達点と課題
～主にアドベンチャーツーリズムの
社会実装を例として～
岩浅有記 (天正大学 准教授)

サステナブルツーリズム及び 周辺領域の概念整理

公益財団法人日本交通公社
観光地域研究部 環境計画室長／
おきなわサステナラポラボ長
中島 泰（なかしま・ゆたか）

サステナブルツーリズム(Sustainable Tourism)は、経済、社会、環境問題あるいは地域コミュニティへの配慮に加え、観光客の体験の向上など、幅広い内容をカバーする概念である。そのルーツは、1980年代に提唱された、世界的な環境の質の改善と貧困の解消に対する喫緊の課題解決における概念としての持続可能な開発(Sustainable Development)に端を発する。そのため、サステナブルツーリズムは、持続可能な開発と同様に非常に幅広く複雑な概念を包含しており、その意味や使い方に関する解釈の違いから、様々な定義が存在することが国内外で指摘されている。

所による「(日本版)持続可能な観光ガイドライン(2020年6月)」あるいはGSTC(世界持続可能観光協議会)の指針等を受けて、サステナブルツーリズムに対する各観光地における具体的な検討・取組が始まっている状況である。ただし、サステナブルツーリズムが包含する概念の広さゆえに、取組の方針、あるいはそもそもその目的を地域のステークホルダー間で共有できていない現状があるのではないか。実際、筆者の元にも特にコロナ禍以降、「サステナブルツーリズム」といっても、何に(から)取り組んだらよいのか分からない「サステナブルツーリズムのゴール(目標)が見えない」「サステナブルツーリズムの全体像を見せてほしい」といった相談・依頼が多く寄せられている。

そこで、「観光文化」の今号では、コロナ禍からの本格的な観光及びインバウンドの再開を迎えるこのタイミングにおいて、これまで国内外で取り組まれてきた、あるいは語られてきたサステナブルツーリズムの概念を改めて整理し、その全体像を提示(「分解」と「再構築・リコンストラクション」)すること、今後の各観光地におけるサステナブルツーリズムの「航海図」を用意することに、各識者の力を借りて取り組んでみたい。

そこで、本稿では、サステナブルツーリズムの「分解」と「再構築・リコンストラクション」について、国内外双方の視点から整理を行うこととする。また、サステナブルツーリズムと関連の深い類似の概念としてのエコツーリズムやレスポンスブル

まず「サステナブルツーリズム」である。同語は、1987年の「環境と開発に関する世界委員会(ブルントラ

サステナブル ツーリズム及び 1. 周辺領域における 用語の整理

① サステナブルツーリズム及び周辺領域の概念整理

ント委員会」で提唱された持続可能な開発の概念を背景に、2004年にUNWTOによって、あらゆる観光地タイプ・観光形式にも適用される概念として「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」として定義づけられた。国内においても、その幅広い概念ゆえに一部を取り上げた使い方をされることがままあるものの、観光庁においても同定義が採用され、広義かつ公的な定義としては一定の定着が見られる言葉といえる。

次に「エコツーリズム」について、UNWTOでは「持続可能で非侵略的な自然ベースの観光であり、主に自然に関して直接学ぶことに焦点を当て、ローインパクトで非消費主義的であり、マネジメントや恩恵、規模の面で地域志向であるように倫理的に管理された観光」と自然資源に着目した定義づけをしている。一方、国内では、環境省が「自然環境や歴史文化を対象とし、それらを体験し、学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全に責任を持つ観光のあり方」と

している他、日本エコツーリズム協会や日本自然保護協会、日本エコツーリズムセンターが提示しているエコツーリズムのあり方でも、資源面としての歴史・文化・暮らしに着目している点で、自然以外の文化面も含めた、やや対象範囲が広がっている点が異なっている。

また、サステナブルツーリズムやエコツーリズム同様、観光あるいは持続可能性といった文脈の中で90年代以前より使われてきている用語に「レスポンスブルツーリズム」がある。ただし、同語はこれまで国内外で、公的に、一義的に定義づけられてきてはいない。なお、その指し示す内容としては、2002年のケープタウン宣言で「主に観光客が訪れる場所、観光事業者が事業を行う場所、地域社会と観光事業者が交流する場所において、観光がもたらす経済、社会、環境への影響を責任を持って管理し、プラスの影響を最大化、マイナスの影響を最小化する必要がある」と明示されたように、責任ある管理、つまり現象としてのツーリズムではなく「行動する側の姿勢」に着目して使用されることが多い点が特徴的である。

一方、「エシカルツーリズム」や「リジェネラティブツーリズム」も近年になってしばしば観光と持続可能性の文脈の中で耳にすることが増えた用語である。いずれも、レスポンスブルツーリズムと同様、公的、一義的に定義が定められてはおらず、ベースとしては両社ともサステナブルツーリズムの基本的な概念としての環境、社会、経済のトリプルボトムラインへの影響への考慮といった側面をpushさしつつ、旅行者・業界双方が問題に対して倫理的に「行動・対処」する際の「エシカルツーリズム」、行動・対処の「結果・成果」がネガティブな影響の抑制に留まらず、ポジティブな結果を生み出すケースに対しての「リジェネラティブツーリズム」といった形で、文脈に応じてサステナブルツーリズムよりも限定的な場面・側面を指す際に用いられるケースが多いように感じられる。

最後に「アドベンチャーツーリズム」について。同語については、世界最大のアドベンチャーレベルの推進団体(ATA)が「アクティビティ、自然、文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行」と定義づけている。加えて、望まれる形態として「資源活

用と持続可能性の両立」の支持や「地域経済」の重視などの考え方が付加的に盛り込まれており、それらの点でサステナブルツーリズムとも共通する部分が多くなっている。

以上が、各用語における基本的な背景情報の整理である。次項以降では、少しオリジナルな視点から各用語の系列での使用状況の変化や、どのような文脈・コンテキストで使われているか、等について探ってみたい。



2. 用語の登場時期と使用頻度

各用語は公的な機関によって定義づけられる以前より、様々な媒体・用途で使用をされてきており、ある種バラバラな使われ方をしてきた。そのため、各用語の本来的な概念の浸透及び関連の取組の推進を促進させるために、定義の設定には一定の方向付けを行う意味があったと考えられる。つまり、定義前より各用語は使用をされてきたわけであるが、本項では、どの時点から各用語が使用され始め、そして一定の認知度を得てきたのかを整理したい。

まず、図1-1は前項で定義を紹介した各用語について、Google社が提供しているキーワードの検索回数数の推移が分かるツール「Googleトレンド」を用いて集計したものである。Googleトレンドでは、対象とするキーワードの検索数の推移が時系列で表示可能であるが、対象期間中の最高値を100とした検索総数の相対値を示したものであり、実数としての検索

ポリウムとは異なる点に留意が必要である。そのため今回は、期間中の検索総数のピークが最も高かったサステナブルツリーズムの最高値を100とした際の各用語の期間内における相対値をグラフ化している。また、各用語の日本語での検索頻度ではポリウムが少なく、Googleトレンドでの分析が不可能であったため、英語での検索状況を元にして、他、集計方式が現在と同じ時期で比較をするため、過去5年間の推移を見ている。

その結果を見てみると、検索ポリウムが多いのは、サステナブルツリーズムとエコツリーズム、次いでアドベンチャーツリーズム、やや下がってレスポンシブルツリーズム、相対的にポリウムが低いのがエシカルツリーズムとリジェネラティブツリーズムとなっている。検索ポリウムが相対的に多いサステナブルツリーズムとエコツリーズムについては、コロナ禍前は概ね同程度のポリウムで推移してきたが、エコツリーズムは2020年3月以降の新型コロナの影響が世界的に本格化したタイミングで検索ポ

リウムが落ち込んだ。しかしその後はポリウムが回復し、直近ではサステナブルツリーズムの検索ポリウムをやや上回る状況となっている。その要因はこのグラフからは特定できないが、サステナブルツリーズムについてはコロナ禍前の国際観光客数の増加に伴うオーバーツリーズム等の発生の問題を受けてサステナブル(持続可能な視点に注目が集まっていたこと、またエコツリーズムについては旅行の形態としてコロナ禍の影響を受けていったん関心が下がったものの、ウィズコロナにおける感染リスクの比較的低い屋外での旅行形態の一種として関心が高まったことなどを要因の一部として推測することができる。

アドベンチャーツリーズム及びレスポンシブルツリーズムについては、対象期間中は概ね横ばいで検索ポリウムが推移しているように見える。一方で、検索ポリウムが相対的に低かったエシカルツリーズムとリジェネラティブツリーズムのみを抜き出したグラフが図1-2である。直近の急上昇を除けば、エシカルツリーズムについては5年前から概ね同頻度・同ポリウム程度で推移しているのに対し

て、リジェネラティブツリーズムについては検出がほぼされない状況から主に2020年の下半期以降に検索の頻度が高まっており、つい最近になって使われるようになった概念・用語であることが示唆される。加えて、国内(日本語でのウェブサイト)での使用状況についても、海外情報の紹介が主であることから、国内での使用も直近に限定されているものと想定される。

以上、各用語の使用度合・頻度に近い指標値として、Googleトレンドにおける検索総数を用いた分析を行ったが、この1、2年で急に使用頻度が高まった用語は例外として、サステナブルツリーズムやエコツリーズムなどの各用語は主に1980年代以降、40年近くにわたって使用されてきており、より長期的なスパンでの使用状況を探るため、次に「Google Scholar」を元にした分析を行った。Google Scholarは、Google社が提供する論文検索サイトで、世界中の学術的な文献(論文、書籍、要約等)を検索・閲覧できるものである。キーワードによる検索や期間指定、言語指定も可能である一方で、世の中のすべての論文を網羅しているわけではなく、また

① サステナブルツーリズム及び周辺領域の概念整理

図 ①-1 サステナブルツーリズム及び関連用語の検索状況(過去5年)

Googleトレンドによる集計を元にJTBF作成

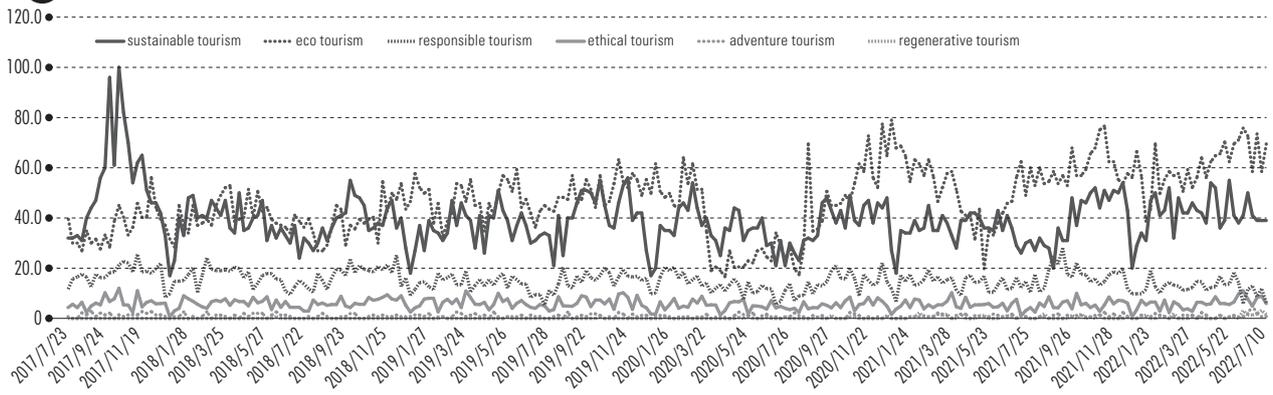


図 ①-2 エシカルツーリズムとリジェネラティブツーリズムの検索状況(過去5年)

Googleトレンドによる集計を元にJTBF作成

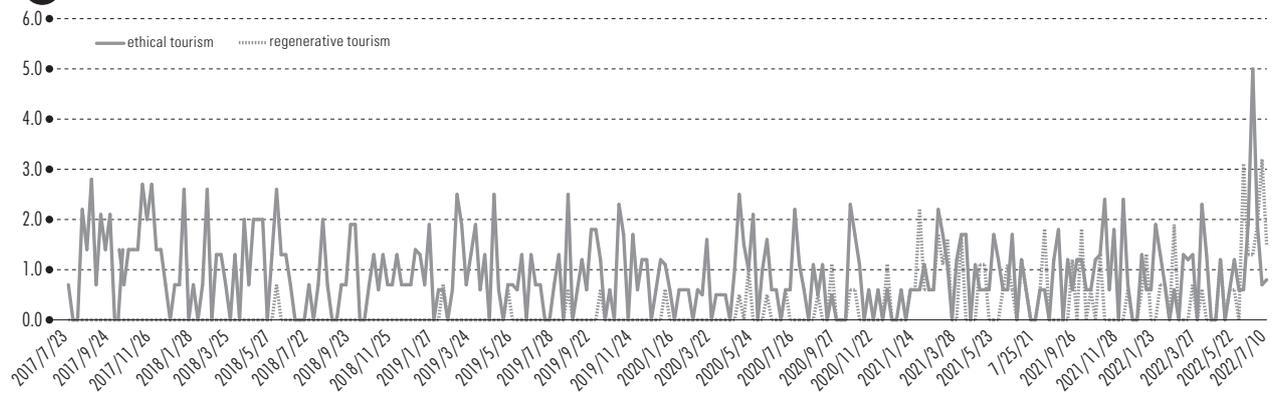


図 ②-1 サステナブルツーリズム及び関連用語の論文検索結果・すべての言語(過去約30年)

Google Scholarによる集計を元にJTBF作成

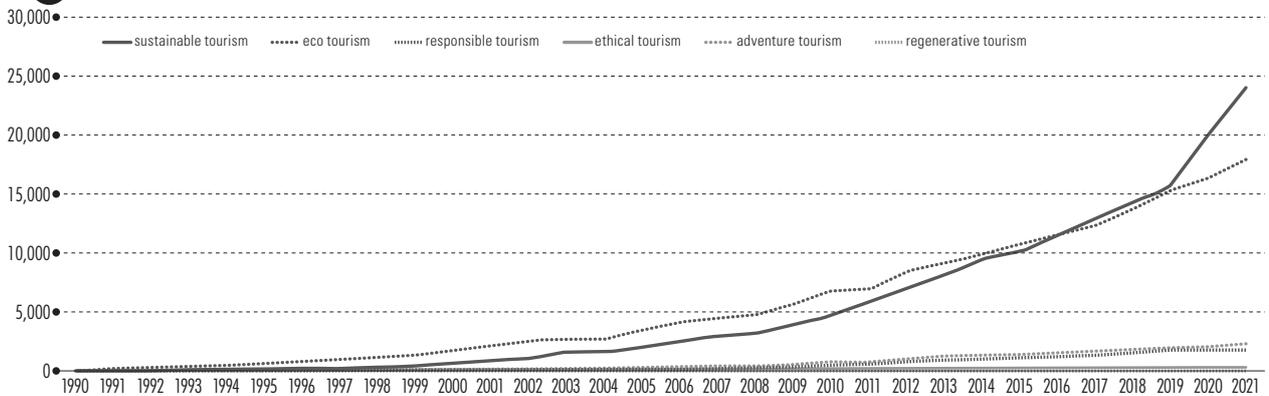
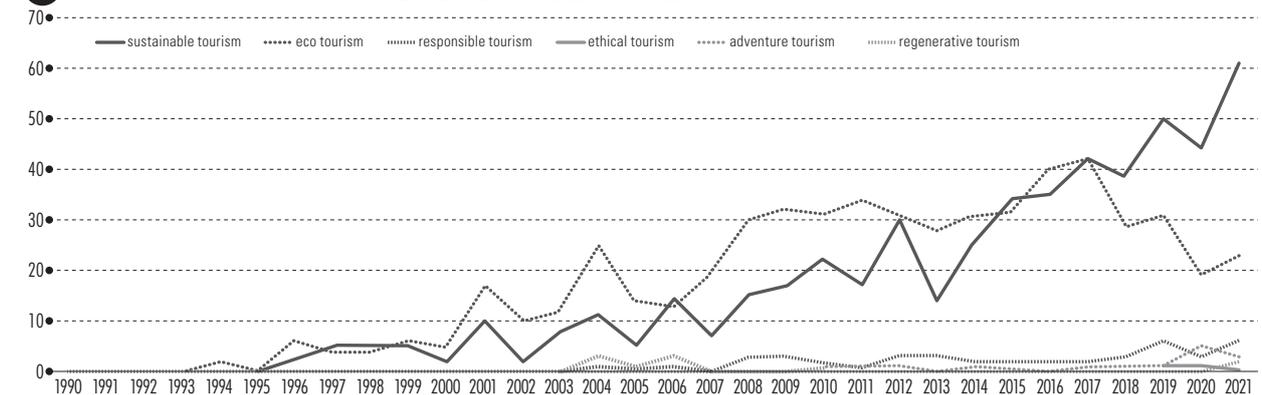


図 ②-2 サステナブルツーリズム及び関連用語の論文検索結果・日本語(過去約30年)

Google Scholarによる集計を元にJTBF作成



検索結果の表示数も正確な実数ではないことには留意が必要である。

図2-1が対象期間を約30年として集計した結果(対象言語…すべての言語)であるが、Googleトレンドで見たと同様、サステナブルツールリズムとエコツールリズムのポリウムが多く、次いでアドベンチャーツールリズムとレスポンスブルツールリズムが同程度、エシカルツールリズムとリジェネラティブツールリズムのポリウムは相対的にかなり低くなっている。

サステナブルツールリズムとエコツールリズムに関しては、1990年代以降、エコツールリズムがやや先行してポリウムが増加しているが、主に2010年代以降にサステナブルツールリズムのポリウムの増加率が高まり、近年はエコツールリズムのポリウムを上回る状況となっている。また、近年の状況を見た際に、Googleトレンドで見た際と傾向が異なるのは、エコツールリズムのポリウムがサステナブルツールリズムよりやや下がることと、アドベンチャーツールリズムのポリウムがやや下がつて、レスポンスブルツールリズムと同程度になっている点である。これは、Googleトレンド

では旅行の一形態としてより一般目線あるいはビジネス視点からエコツールリズムやアドベンチャーツールリズムを捉えて検索がされており、一方のGoogle Scholarではより概念的な部分を捉えて論文や書籍等のとりまとめが行われていることが要因として想定される。

また、図2-2は検索の対象言語を日本語に限定した場合のグラフである。各用語における全体のポリウムはかなり下がるものの、用語間の相対的なバランスは概ね図2-1と同様であることが分かる。

以上の整理からは、いくつかの類似の概念・用語がある中で、エコツールリズムとサステナブルツールリズムはその概念自体に重なりがありつつ、一定の使い分けをもつて、ただし若干の混用がされつつ、長年にわたって概ね同程度のポリウム・頻度で用いられてきた概念・用語であるということが言えるだろう。そして、それ以外に関して、レスポンスブルツールリズムやアドベンチャーツールリズムなど古くから用いられてきたものの、使用場面がより限定的であった用語や、近年になって新たな概念を説明する用語として登場

したりジェネラティブツールリズムなどの用語といったタイプに分類ができそうである。



3. (テキスト) 各用語の使われ方 マイニング分析)

最後に、各用語の使われ方、どのような文脈・コンテキストで使われているのかについて、テキストマイニングの手法を用いて分析した結果を見てみたい。

今回は、インターネット上において

各用語の説明・解説を行っているサイト、いわゆるまとめサイト(Wikipediaを含む)の中から、なるべく各用語・概念の「定義」と「変遷」を含む複数のサイトを対象として取り上げ、各サイトで用いられている文章をテキストマイニングの手法を用いて、分析し、その結果を共起ネットワーク図で表現した。共起ネットワーク図とは、単語が共通に出現する関係(共起関係)を円と線で表示した図であり、どのような単語が文章内に出現しやすいかを感覚的に把握することを可能にするものである。なお、円の大きさが大きいほど、サイト内での出現頻度が高いことを示している。

図3-1は、サステナブルツールリズムを対象に、説明・解説サイトから共起ネットワーク図を作成したものである(上:英語サイト、下:日本語サイト)。英語サイトの共起ネットワーク図を見ると、多くのキーワード群から成り立っており、ここからもサステナブルツールリズムが幅広い概念を包含する用語であることが見えてくる。キーワードの中身を見ると、例えば図の左側のキーワード群はサステナブルツールリズムの概念・定義に近いワードとし

て、社会、経済、環境のトリプルボトムラインや、それらに対する影響 (impact, effect) とプラス・マイナスの概念 (benefit, negative) の用語が入り込んでいる。また、右側には交通・移動と排出に関するワード群、上側には旅行者と人数に係るワード群なども見られる。

一方で、日本語サイトの方の共起ネットワーク図を見ると、キーワード自体の数が少なく、英語サイトと比較してやや限定的な範囲での記述となっていることが示唆される。キーワードの内容としては、英語サイトと同様の概念・定義に近いワード群が存在し、英語サイトにおける社会、経済、環境に対応するワードとして、地域、文化、伝統、環境が用いられており、経済については雇用と合わせて別のワード群を構成している。また、左側のワード群として、国際認証、基準といったワード群が「サステナブルツーリズム」における「取組」といったワードと同じ群の中で登場している点特徴的である。

図3-2は、同様に、エコツーリズム、レスポシブルツーリズム、エシカルツーリズムを説明・解説するサイト(英

語、日本語)から共起ネットワーク図を作成したものである。

エコツーリズムに関しては、英語サイト・日本語サイトいずれでも自然資源のみならず、地域や文化、住民、経済などにも触れられており、いわゆる広い概念で持続可能性に触れられている。また、日本語サイトでは「環境省」が「推進」していることが説明に入っている点特徴的である。

また、レスポシブルツーリズムについては、「Travel Industry」「商品」「ツアー」という形で旅行形態としての捉え方が強い面があり、エシカルツーリズムについても同様に「Tourism」「People」「旅」「楽しむ」「旅行」「スポーツ」など、旅行のあり方の一つとして紹介されている側面が強いであろうことが見て取れる。

4. おわりに

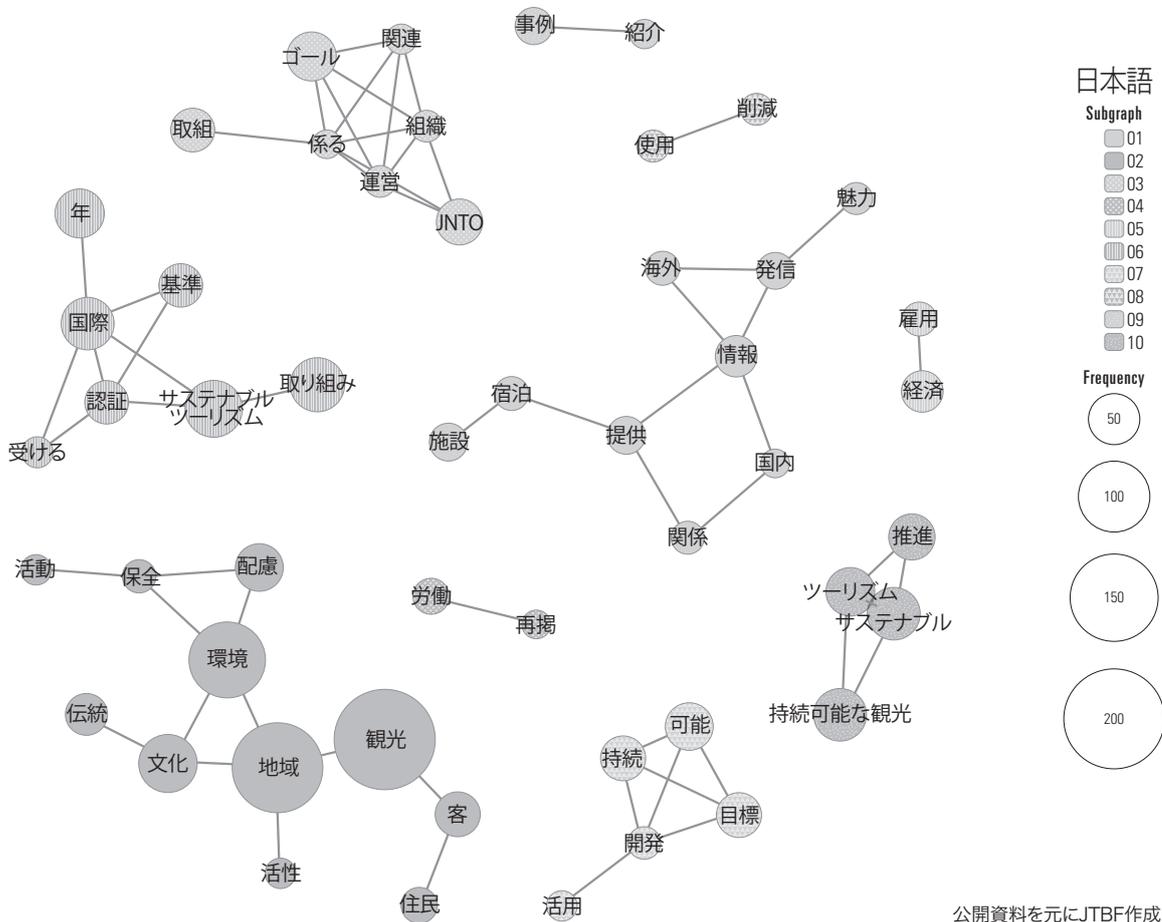
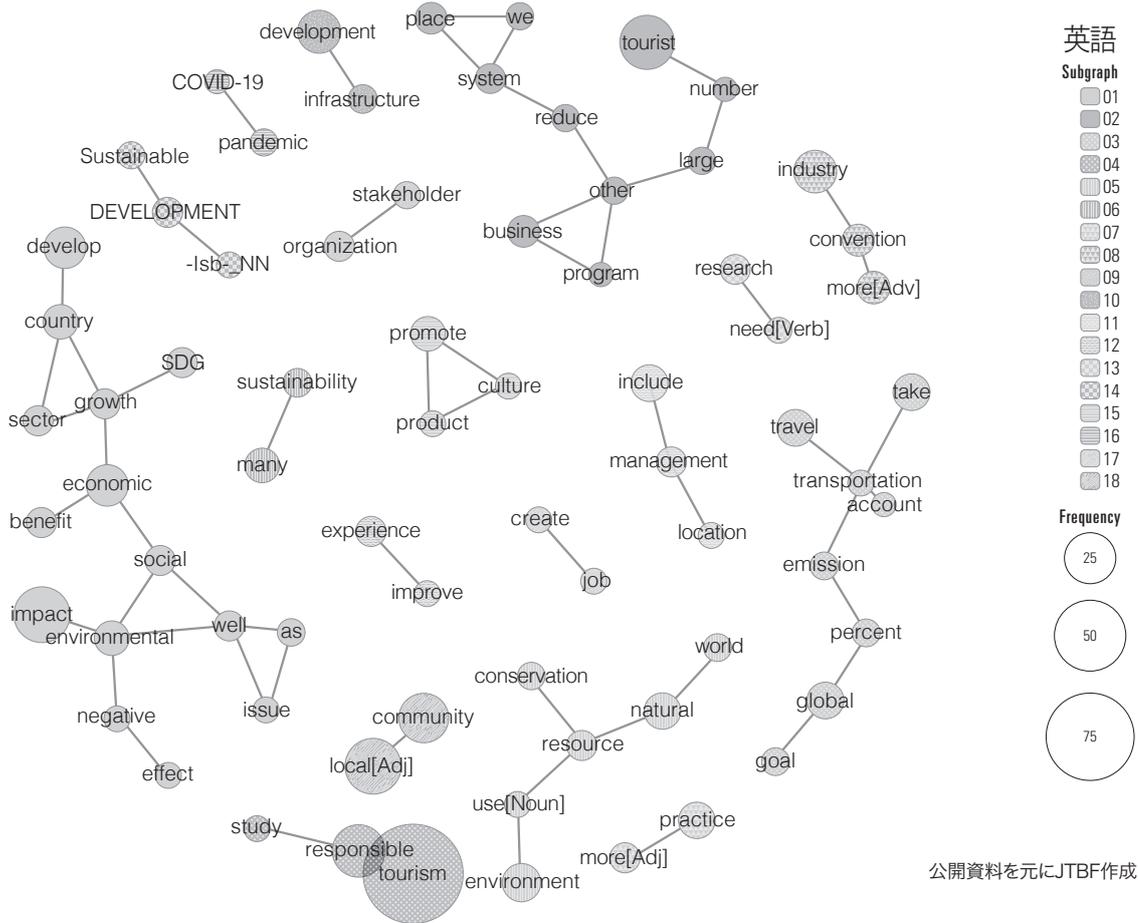
ここまで、雑駁にはあるが、サステナブルツーリズム及び周辺領域における用語の使われ方について振り返ってきた。その結果、エコツーリズムやサステナブルツーリズムのように長年にわたって使われる中で一定の定義づ

けがなされた用語がある一方、レスポシブルツーリズムのように概念・考え方は広がりつつも、定義としては定まっていないものがあること。用語によつて、エコツーリズムのように国内と海外でやや着目される側面が異なることがあること。そうした中で新たな言葉も登場してきていること。そして、それらを通底する概念として持続可能な開発(特にトリプルボトムライン)の存在がありそうなこと。

そのあたりが、おぼろげながらにはあるが、見えてきた。以降、特集2、3、4で、国内全体及び北海道、沖縄・奄美でどのように具体的な取組が行われてきたのかを検証した上で、特集5におけるサステナブルツーリズム概念のリコンストラクションに繋げて行きたい。



図 3-1 サステナブルツーリズムの使われ方 (英語/日本語)



国内における

持続可能な観光の

到達点と課題

東洋大学国際観光学部国際観光学科・教授
古屋秀樹（ふるや ひでき）



1968年埼玉県生まれ。1993年東京工業大学大学院理工学研究科修了。博士（工学）。筑波大学講師などを経て、2008年より現職。専門は観光交通計画、観光行動分析。ICTを活用した訪日外国人動態調査検討会委員、持続可能な観光指標に関する検討会委員、日本版持続可能な観光ガイドラインアドバイザー（観光庁）、APTECサステイナブル推進センター委員、日本観光振興協会客員研究員等を務める。

1. はじめに

コロナ禍以前の訪日外客数は3000万人を超え、旅行者の消費による経済効果発現の一方で、旅行者による混雑やマナー問題による社会や、生態系への影響などの環境への負の影響が危惧されていた。その後のコロナ禍における観光需要の減少とそれに伴

う観光産業への影響などを考慮すると、観光による功罪に改めて向き合いながら、よりよい観光の実現、持続可能な地域づくりを志向する機運が高まったといえる。

2022年6月、米国・商務省は、2027年までに外国人旅行者数を年間9000万人とする「旅行・観光戦略」を発表し、2019年の約8000万人を超えることを目指して旅行者の利

便性向上や魅力発信、旅行分野での二

酸化炭素削減に力を入れる¹。国際観光における競争の激化も考えられる中で、

本稿ではGSTC(Global Sustainable Tourism Council)を中心とした持続可

能な観光への国際的な取組みと、その流れを汲んで策定された日本版持続可能な

観光ガイドライン(JSTS-D:Japan Sustainable Tourism Standard for

Destinations)の策定経緯及び内容、同

2. 「持続可能な観光」への取組みの流れ

2・1 国際的な取組み

ガイドラインを経て動き出した国内各地の動向及び今後の課題について概観する。

国際機関における「持続可能な観光」への取組み²をみると、国連による環境と開発に関する世界委員会における持続可能な発展(Sustainable Development)の定義(1987年)ならびに「第1回環境と開発に関する国連会議(地球サミット)」における「持続可能な観光における指標開発のための国際的タスクフォース」結成(1992年)がある。そして、「訪問客、産業、環境、受入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光」と定義できる「持続可能な観光」の実現に向けて、「観光地のための持続可能な観光指標」がUNWTO(世界観光機関)によって作成され(2004年)、それを踏まえてGSTCによる観光地向け基準(GSTC-D: Global Sustainable

② 国内における持続可能な観光の到達点と課題

Tourism Criteria for Destination) が策定される(2013年)。これは「いかに行うべきか、どのくらい達成しているか」ではなく「何を行うべきか」を示すガイドラインと言える。同年、EUによっても持続可能な観光地経営のための欧州観光指標システム(ETIS: European Tourism Indicators System for the Sustainable Management of Destinations)が開発されるが、これは地域の実態や施策によるアウトカム、アウトプットをモニタリングする指標といえる。

一方、混雑を中心とした観光に起因する問題が世界各地で顕在化する。例えば、バルセロナにおいて数多くの旅行者の流入によって市民生活が脅かされることを描いたドキュメンタリー「Bye Bye Barcelona」の制作(2014年)、欧州債務危機から回復しつつある中でアムステルダムにおける国立美術館などの改装と合わせた積極的なプロモーション効果による旅行者の増加、ベネチア市による観光客の増加に対する「Project of territorial governance of tourism in Venice」の取りまとめ(2017年)などが見られ、より実効性のある対策が検討されている。

この中で、国連は2017年を「開発のための持続可能な観光の国際年」と定め、UNWTOの主導で様々な取組みが行われている。その一つとして持続可能な観光地づくり国際ネットワーク(INSTO: The UNWTO International Network of Sustainable Tourism Observatories)の推進がある。INSTOでは、「計測できないものは改善できない」という思想で、いずれかの指標による地域のモニタリングを前提としながら、ベストプラクティスなど観光地経営に関する情報共有を進めており、2019年にアジアではじめてのワークショップも行われた。

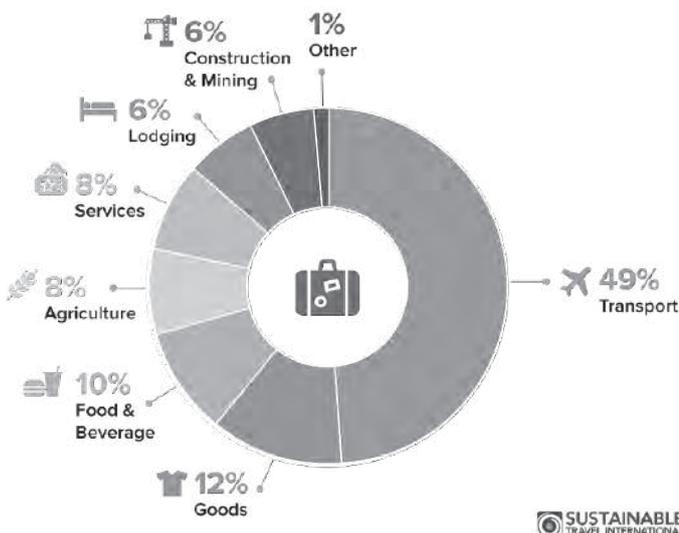
さて、2015年9月に開催された国連持続可能な開発サミットでは「我々の世界を変革する…持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択され、人間、地球及び繁栄のための行動計画として掲げられた17の持続可能な開発目標(SDGs: Sustainable Development Goals)のほか、その実現に向けた政府や民間セクター、市民社会、国連機関その他の主体(Stakeholders)の役割や予算、説明責任に言及している³⁾。それと関連して「気候変動に関するパリ協定(国際的枠組み)」も同時に合意され、産業革命前から

世界の平均気温上昇を「2度未満に抑え、さらに平均気温上昇「1.5度」を目指すとしている。地球温暖化の抑制は、SDGsに取組む理由、目的の大きなものといえる。そのため、観光における気候変動対策に関するグラスゴー宣言(2021年)では、今後10年間で観光部門での温室効果ガス排出を半減させ、2050年までに「ネット・ゼロエミッション」達成を目指す。そして、締約団体は気候変動対策に関する計画を署名後12か月以内に策定・更新し、それに沿って順次、取組むものとされており⁴⁾、気候変動対策に関するプライオリティが高まっているといえる。

2・2 日本国内の取組み

図1は観光に関連した世界の二酸化炭素排出量であるが、交通、宿泊以外にも様々な部門から温室効果ガスが排出されている。日本でも政府が決定した2030年度に2013年度比マイナス26.0%

図1 世界の観光に関連した部門別二酸化炭素排出量⁵⁾
Carbon Footprint of Global Tourism



(2005年度比マイナス25.4%)の目標に向けて取組む必要がある。このような中で、日本での持続可能な観光への取組みを概観する。

2017年、訪日外国人旅行者数は前年比19%増の2869万人、消費額は前年比18%増の4兆4162億円と、いずれも過去最高を記録した(当時)。それに比例するように、一部の観光地において地域住民の生活環境などに影響が生じ始めているとされ、観光庁に設置された「持続可能な観光推進本部(2018年6月)は翌年、検討の成果

として「持続可能な観光先進国に向けて」を取りまとめている。その中では、「地域社会における経済利益や旅行者・コミュニティ・文化資源・環境に対する利益の最大化、悪影響の最小化などにより『持続可能な観光先進国』を実現していく」中で、代表的な観光地において混雑やマナー違反対策等に関するモデル事業の横展開を目指すとともに、

地方自治体や観光地域づくり法人(DMO)が多面的な現状把握の結果に基づき持続可能な観光地経営を行えるよう、国際基準に準拠した「持続可能な観光指標」を開発・普及していくことが明記されている。この観光指標とは、観光客の出入人数等の経済的な側面のみならず、観光地の運営に地域住民の意見を反映しているか、地域の自然や文化的資源の保護計画が策定されているかなど、経済、文化、環境、住民などの広範な分野に及ぶものとしている。

以上の経緯から、GSTC-Dに準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTSD)」が観光庁ならびにUNWTO駐日事務所によって策定された(2020年6月)。地方自治体等が本ガイドラインの活用を通じて、多面的に地域の現状を把握し、

継続的なモニタリングとエビデンスに基づいた観光政策や計画の策定、それらに基づく持続可能な観光地マネジメントの促進が期待される。

3. 日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTSD)

持続可能性を保証するためには、①環境資源の活用の最適化②ホストコミュニティの社会文化的真正性③長期的な経済活動の保証からなる3領域(トリプルボトムライン)の間で適切な均衡を図る必要があるとされる。しかしながら、過度の旅行者の来訪による混雑、自然環境の悪化等が生じたケースや、逆に十分な旅行者がみられず、経済、地域社会の観点から持続可能性に課題を有するケースもみられる。

JSTSDでは、上記にマネジメントを加えた4分野、38大項目、174小項目に照らし合わせて対応できているか、観光地のマネジメント主体である地方自治体・DMOによって判断される。以下に代表的な項目を示すが、国連加盟国を対象としたGSTC-Dと比較する

と、JSTSDでは先進国である日本での評価になじまない、当然クリアできない項目を除外する一方、経済効果分析オーバーツーリズムや受入環境整備、災害に関連する危機管理部分の項目がきめ細かく設定される特徴がある。

A. 持続可能なマネジメント

- 現行のデステイネーション戦略・取組みを公表していること。
- リスクや危機管理について、地域内で情報を共有し、訓練を実施していること。

B. 社会経済のサステナビリティ

- 経済データの収集についての取組みを行っていること。
- 地域の観光事業者による農産物等の地域特産物の購入やサービスの利用を推奨する取組みがあること。

C. 文化的サステナビリティ

- 文化資産の修復や保全の取組みがあること。
- 文化的な場所やその周辺で、観光による負荷に関する取組みがあること。

D. 環境のサステナビリティ

- 自然遺産の保護に関する計画や規制等があること。
- エネルギー消費量の目標を公表し、促進していること。

また、7段階から構成される導入ステップを図2に示す。ETIS導入地域を対象としたアンケート調査⁷⁾では、その運用における課題点として、関係主体への働きかけ、関係主体からのデータ収集、関係主体との信頼醸成が指摘されるため⑤取組の実施に先立って、③ワーキンググループの形成、ならびに④役割と責任の確立が非常に重要と考えられる。また、ETISを導入したスペインカタルーニャ州では複数観光地での持続可能性レベルを比較している⁸⁾が、指標のアウトプット自体をどのように評価し、以降の取組みへ落とし込むのか、政策立案に向けた活用の難しさが指摘されている。以上から、JSTSDを導入、実施すれば自動的に「持続可能な観光地」が形成されるわけではなく、関係主体のコミットメント、実効性のある施策の実施とそれによる効果とその帰着先の把握を含むPDCAサイクル構築が重要と言える。

② 国内における持続可能な観光の到達点と課題

図 2 JSTS-Dにおける指標導入のステップ⁶

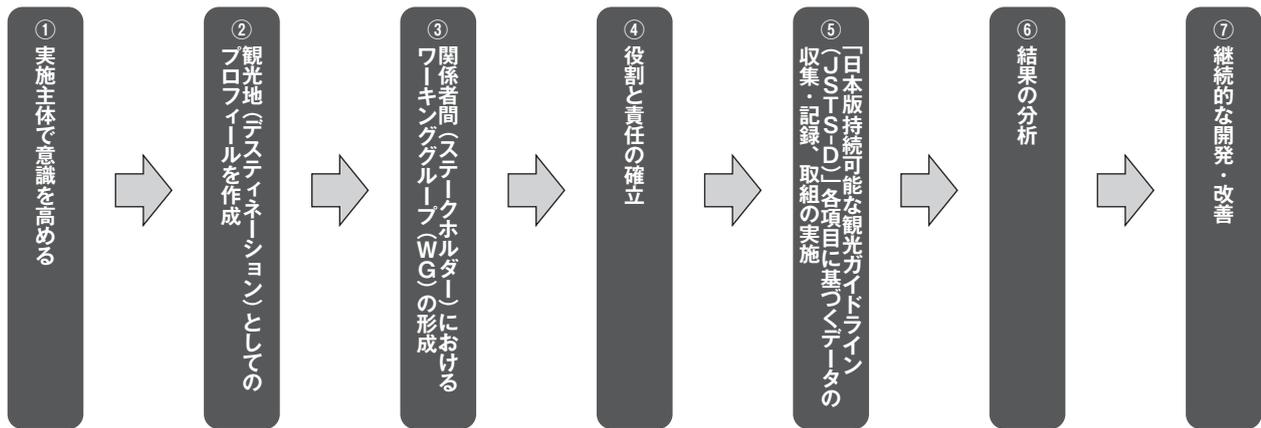


表 1 「A1 デスティネーション・マネジメント（観光地経営）戦略と実行計画」の評価（沖縄県）

項目	取組みの状況	取組みの内容	データ (参考資料や データ名とURL)	アドバイザーのコメント
①観光計画等に「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」に取組むことを明記していること	<input type="checkbox"/> ない/いいえ <input type="checkbox"/> 今後準備する予定である <input checked="" type="checkbox"/> 現在準備中である <input type="checkbox"/> ある/はい <input type="checkbox"/> 更新しながら適切に実施している	第6次沖縄県観光振興基本計画の「第6章基本施策」において明記するとともに、各施策の項目に指標番号を挿入する予定。	計画案	既に指標を用いたモニタリング（アウトカム評価）が沖縄では実施されている。そのため、地域のあるべき姿（目標）との関係を明示しながら、持続可能性を計画に明確にビルトインすることが望ましい。
②観光計画等は、複数年の計画であること	<input type="checkbox"/> ない/いいえ <input type="checkbox"/> 今後準備する予定である <input type="checkbox"/> 現在準備中である <input checked="" type="checkbox"/> ある/はい <input type="checkbox"/> 更新しながら適切に実施している	現行の第5次沖縄県観光振興基本計画で10年計画となっており、現在第6次計画を策定中。	「第5次沖縄県観光振興基本計画改定版(平成29年3月)」P2	
③観光計画等は、定期的な見直し(少なくとも5年ごと)及び一般公表をしていること	<input type="checkbox"/> ない/いいえ <input type="checkbox"/> 今後準備する予定である <input type="checkbox"/> 現在準備中である <input checked="" type="checkbox"/> ある/はい <input type="checkbox"/> 更新しながら適切に実施している	10年計画を策定し、5年ごとに見直しを行っている。現行の第5次沖縄県観光振興基本計画については、平成23年度に策定し、平成28年度に改定している。 第6次沖縄県観光振興基本計画では、各施策に成果指標を設定し、毎年度モニタリングを実施した上で、成果指標達成に向け、次年度以降の施策に反映することを検討している。	「第5次沖縄県観光振興基本計画改定版(平成29年3月)」P66	定期的なモニタリングをどのように見直しに反映しようとしているのか、また5年で十分なのか、検討されるとなお良い(関係主体の合意形成が効果的に進んでいけば問題ない)。
④観光計画等は、ステークホルダー(地域住民を含む)の参加によって策定していること	<input type="checkbox"/> ない/いいえ <input type="checkbox"/> 今後準備する予定である <input type="checkbox"/> 現在準備中である <input checked="" type="checkbox"/> ある/はい <input type="checkbox"/> 更新しながら適切に実施している	各観光団体関係者等を集め、アドバイザー会議を開催することでステークホルダーの意見を集約している。	「アドバイザー会議委員名簿」	「アドバイザー会議委員名簿」観光計画等の策定におけるステークホルダーの参加については、会議以外にも、パブリックコメントなどの書面での意見聴取の手段も対象となる。また、会議やパブリックコメントなどの機会が、ステークホルダーに対していかに周知されているかが評価のポイントとなる。
⑤観光計画等に関連する取組みの結果を公表していること	<input type="checkbox"/> ない/いいえ <input type="checkbox"/> 今後準備する予定である <input checked="" type="checkbox"/> 現在準備中である <input type="checkbox"/> ある/はい <input type="checkbox"/> 更新しながら適切に実施している	令和3年度に県民に対して意見募集を行う予定。	なし	取組結果の公表にあたっては、地域の将来像との関係を明示していただきたい。

さて、JSTS-Dの普及促進を目的として、観光庁によって5地区でのモデル事業(2020年度)が実施されている。事業では、GSTC公認のトレーナーによる講義や有識者の派遣とともに、JSTS-D各項目への取組状況等を記載したアクセスレポートを作成し、現状の取組みと今後の課題をまとめている。表1は、沖縄県のアセスメントレポート(抜粋)である。これを用いて、取組みが十分でない領域の確認や取組みによる効果、アウトカムの経年比較など⑥結果の分析、⑦継続的な開発・改善を行うこととなる。

なお、2022年度も、観光庁により「持続可能な観光地経営」実現を目的としたモデル形成への取組みのほか、観光を实践する地域人材の育成・創出ならびに持続可能な観光サービスを提供する地域の事業者群への支援が行われている。また、JSTS-Dの活用の狙いであるが、地域の現状理解を行うための自己分析ツール、地域のステークホルダーと共通認識を醸成するためのコミュニケーションツールに加えて、地域の取組みに箔を付けるためのプロモーションツールとしての機

能もあり、これには外部の認証団体から優秀な取組みとして評価される事例もみられる。

このような中で、運輸省(当時)のインシアティブにより設置された総合的調査機関としての流れをくむ運輸総合研究所において「観光を活用した持続可能な地域経営の手引き」が取りまとめられた(2022年3月)。これは持続可能な地域経営を図っていく上で観光分野としてどのように進めていくべきか、必要なノウハウ・スキルや、取組みの進め方に関する手順・ステップを示したもので、JSTS-D利用の一助となる。また、JICAとUNWTOは、SDGs実現に対する観光の寄与を評価するために、観光におけるプロジェクトベースの指標を開発する共同事業に取組んでおり、我が国の国際貢献へのサポートが期待される。

4. 今後に向けた課題

河川整備の話になるが、近年の集中豪雨の多発などから河川の堤防高の見直しをはじめとした治水対策が散見されるようになった。観光分野でも「持続可能性」をキャッチフレーズに留ま

ることなく、実効性のある取組みを講じる必要がある。持続可能な観光に向けた今後の課題として、多様な関係主体の巻き込みと経済的な裏付けの確保の2つの観点から考えてみたい。

4・1 多様な関係主体の巻き込み

各地で持続可能な観光に向けた取組みが実施されているが、現場レベルでは取組みによる効果を予測・想定しづらく、担当者自身が効力感を得られなといった声をよく聞く。文献¹⁰で取り上げられた釜石、白川郷では様々な効果が生じているとされるが、明確なメリットを実感できない地域も多い。

このような中で、持続可能な社会づくりを進める上で、地域の実情に基づいた適切な目標設定と、その達成のためのロジックの構築と関係主体間の合意による社会への実装が重要と考えられる。ヨーロッパのいくつかの都市では、事業による効果をあらかじめ推定しながら、課題解決のために十分なPCを用いたゲームフィクションで多様な主体による評価、合意を試行するシリアスゲームの適用例がみられる。また、観光事業による影響の波及プロセスをロジックモデルで示した研

究¹¹もあり、事業効果の見える化に留まらず、ステークホルダー間の合意形成に資する試みと位置づけできる。観光による地域振興の関係主体は、交通・観光・宿泊事業者をはじめ、住民・DMO・行政、環境団体など多岐にわたり、公共財である地域空間を対象とするため、受益と負担を考慮した適切な合意形成、関係主体への説明責任が必要と考えられる。

4・2 経済的な裏付けを持った持続可能性の確立

フランスでは、温室効果ガス排出量を2030年までに1990年比で40%以上削減する目標を明示した「気候変動対策・レジリエンス強化法」が成立(2021年7月)するとともに、それに伴って夜行列車や料金も速度も抑えたスーパーローコスト長距離列車「OUIGO Classic Speed」が登場している¹²。さらに、エールフランス航空では、サステナビリティ・ロードマップ「Air France Horizon 2030」に基づき、鉄道によって2時間半以内で移動可能な国内航空路線を廃止し、フランス国鉄(SNCF)が運行するTGVと連絡する「Train + Air」の導

② 国内における持続可能な観光の到達点と課題

入がみられる¹³。ヨーロッパで見られるこのような取組みの背景には、エネルギー源の調達からみた地政学的要因に加え、温暖化による食料問題とそれに伴う難民問題が関連していると考えられる。

持続可能性を担保するためには、地球温暖化や環境面を単独で捉えるのみならず、経済、社会的な裏付けを持つことが肝要と言える。この観点から、前述の国連サミット(2015年)における「開発資金に関するアジェンダ(ペバ行動目標)」の合意も忘れてはならない¹⁴。これは、資金調達の流れと政策を経済的、社会的、環境的優先事項と整合させることを目指すグローバルな枠組みであり、国連のコフィー・アナン事務総長(2006年)が金融業界に対して提唱した責任投資原則(PRI: Principles for Responsible Investment)と軌を一にしていると考えられる。すなわち、経済的、社会的、環境的な判断基準に合致していない開発資金の調達が困難になるというものである。

環境と経済との関連性を担保する動きは、例えばフランスの国家予算策定におけるグリーンバジレットの導入

(6つの環境目標に関して、予算のすべての影響をリスト化するもの)¹⁵や「気候変動対策・気候変動適応・生物多様性保護・公害対策のための未来の投資プログラム」の支出に充てられるグリーン国債¹⁶の導入事例としてみられる。さらにEUでは、企業の経済活動が地球環境にとつて持続可能であるかどうかを判定し、グリーンな投資を促すEUタクソノミーが試行されている。従業員500人以上の大企業等が対象で、タクソノミー規則に適合した経済活動の割合の公開が求められる。また、社会に関する最低限の基準を満たしていることも評価基準となっているため、環境、経済を含めた3視点を包含したものといえる。

5. まとめ

本稿では持続可能な観光への取組みの国際的な潮流、ならびに日本版ガイドライン(JSTS-D)の策定の経緯及び内容を示すとともに、今後の課題として多様な関係主体の巻き込み、ならびに経済的な裏付けの確保の2点について言及した。持続可能な観光づくりでは、環境・社会・経済の観点か

ら観光による影響とその帰着先を明確にしながら、その推進自体が自律的に継続される仕組みの構築が重要と考えられる。

地球温暖化の観点から不可逆的な状況に陥るTipping point(転換点)が近づく現在では、持続可能な社会づくりの観点から「環境・将来」が重要となり、これまでの「経済・現状」を判断基準とする社会からのパラダイムシフトを伴う。ここでは、これまでの「Predict and Provide」(予測にもと

づいて施設・システムを供給・整備)に代わって「Vision and Validation」(ビジョンから振り返って現在すべきことを考える方法)という「Back casting」が欠かせないといえる。

参考文献

1. 日本経済新聞、米・外国人客9000万人目標「コロナ前」超え狙う(2022年6月7日)、<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOQGN06CMY0W2A600C2000000/>.
2. 国土交通省国土交通政策研究所、持続可能な観光政策のあり方に関する調査研究(国土交通政策研究、第146号)、2018年4月。
3. United Nations, Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development, 2015.
4. UNWTO駐日事務所、グラスゴー宣言を発表 <https://unwto-ap.org/topics/glasgow/>.
5. Sustainable Travel International, Carbon Footprint of Global Tourism, <https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/>.
6. 観光庁、日本版持続可能な観光ガイドライン、https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics08_000148.html.
7. Mara Manente, ベネチアの現状とオーバーツーリズムへの取り組み、東洋大学シンポジウム発表資料、2019年10月。
8. バルセロナ州議会、持続可能な管理のための観光指標報告書/バルセロナ州の観光目的地(INDICADORS DE TURISME PER A LA GESTIÓ SOSTENIBLE DE LES DESTINACIONS DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA, 2019)、<https://www.diba.cat/documents/74348/12286904/Informe+general+SIT+DIBA+2019/245efe66-c001-4484-bb2f-d6c007f5bd2a>.
9. 観光庁、「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」に係るモデル事業を実施、https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics08_000181.html.
10. じゃらんリサーチセンター、第1特集「持続可能な観光」スタディ&アクション」、とりまか vol.68、2022年6月。
11. 古屋秀樹、金城香凛、近藤千恵子、安本達式、戦略的観光地域マネジメントのための定量的ロジックモデル作成方法の一考察、土木計画学研究・講演集、Vol.65、2022年6月。
12. JETRO、市民からの政策提言を基に環境法を策定・施行(フランス)、<https://www.jetro.go.jp/biz/areareports/2021/46c5285cbc7ab47a.html>.
13. トラベルボイス、鉄道2時間半区間の航空国内線は廃止、続々と復活する夜行列車、<https://www.travelvoice.jp/20211102-149933>.
14. OECD, Global Outlook on Financing for Sustainable Development 2019, <https://www.oecd.org/development/global-outlook-on-financing-for-sustainable-development-2019-9789264307995-en.htm>.
15. Ministre de l'Économie, Budget vert, <https://www.economie.gouv.fr/budget-vert-france-1er-pays-monde-mesurer-impact-budget-etat-environnement#>.
16. フランス国債庁、グリーンOAT, <https://www.aft.gouv.fr/fr/oat-verte>.

北海道における サステナブルツーリズムの 到達点と課題

はじめに

北海道では、観光産業を戦略成長分野と位置づけ、重点的な強化を図っている。係る中で、気候変動による観光資源の魅力低減、観光公害による地域への悪影響といった観光地としての持続性を失うリスクやSDGs・カーボンニュートラル(以下、「CN」)への対応は、北海道の観光産業の持続的成

長や国際競争力強化の観点から非常に重要となる。

そうした問題意識から、(株)日本政策投資銀行北海道支店ではサステナ

(株)日本政策投資銀行北海道支店 次長兼企画調査課長
桃井真弥 (もいしんや)



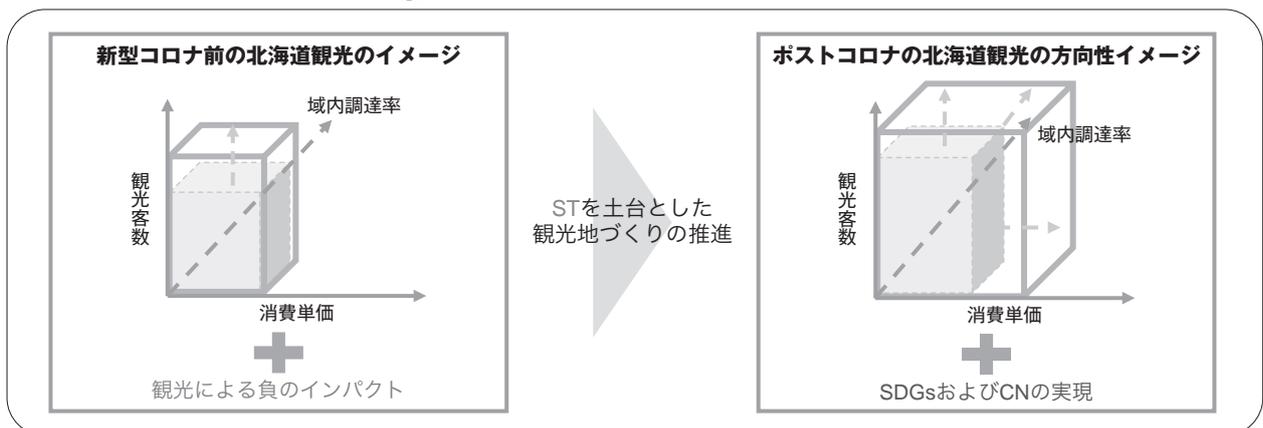
1975年宮城県仙台市生まれ。1998年東北大学卒業後、北海道東北開発公庫(現(株)日本政策投資銀行)入庫。経理部課長、北海道支店課長等を経て、2021年10月より現職。三度の北海道支店勤務を通して観光業向け融資・情報提供に注力し、コロナ禍においてもその下支えに奔走。個人的な趣味で北海道観光マスター検定も取得。

(株)日本政策投資銀行北海道支店 副調査役
神宮泰祐 (じんぐうたいすけ)



1996年神奈川県生まれ。2019年早稲田大学を卒業後、(株)日本政策投資銀行に入行。通信業界の営業担当を経て、2021年4月より現職。北海道の経済・産業動向の調査業務に従事し、2022年3月に「サステナブルツーリズムの現状と北海道における今後の方向性」持続可能な観光地づくりの推進に向けて」を執筆。

図 1 STを土台とした観光地づくりの推進



ブルツーリズム(以下、「ST」)に着目し、2022年3月に「サステナブルツーリズムの現状と北海道における今後の方向性」持続可能な観光地づくりの推進に向けて」を公表した。

本稿ではその概要を紹介しつつ、北海道におけるSTの重要性および現在の到達点・課題について考察した。

北海道における観光業の課題

STについて言及するにあたって、先ず北海道における観光業の課題を経済的観点およびサステナビリティ観点のそれぞれから整理したい。

経済的観点…観光産業の地域経済への波及効果は、主に「観光客数」、「消費単価」、「域内調達率」の3要素で決定される。北海道では新型コロナウイルス感染症(以下、「新型コロナ」)前までの中長期的な傾向として外国人観光客の増加を主因とした「観光客数」の増加は見られた一方、「消費単価」や「域内調達率」には伸び悩みが見られていた。観光客数の増加を目的とした施策を推進することは、観光公害をまねく懸念もあることに加え、今回の

新型コロナのように観光客数の激減が、観光地により深刻なダメージをもたらす要因ともなる。係る中で、より強靱で持続的な北海道観光を確立するためにも「観光客数」のみに頼らない形で波及効果の拡大を図る戦略的取組が求められる。

サステナビリティ観点…自然が織りなす景観、スノーアクティビティ、函館・小樽といった文化的な街並みを観光資源とする北海道にとって、気候変動や禁止区域への無断侵入・ゴミのポイ捨てといった観光公害の進行は、観光地としての魅力低減や観光資源の喪失に発展することも考えられる。また、SDGsやCNといった国際的な社会責任への対応についても、観光か否かに関わらず求められる事項であり、如何にこれらに対応し、観光地としての持続性を担保していくかについて検討する必要がある。

上述した経済的観点およびサステナビリティ観点の課題を両輪で対応していく必要がある中で、ポストコロナの新たな戦略として、STを土台とした観光地づくりの推進は非常に重要であると考えられる(図1)。

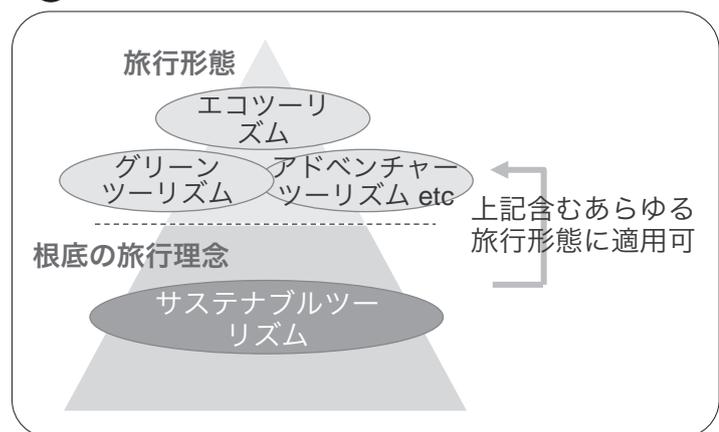
STの概要

STは、国連世界観光機関(UNWTO)によると、「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光」と定義されており、「環境面」、「社会文化面」、「経済面」の3点に配慮する必要がある。

STは様々な文脈で使われる観光用語ではあるが、本稿ではSTは旅行における根底的な理念と位置づけ、あらゆる旅行形態に通底するものとする。従って、北海道で推進を図るアドベンチャーツーリズム等においても、根底にはSTの理念があるべきであり、商品造成を行うにあたって、STを正しく理解した上で自然資源や地域文化等に配慮する必要がある(図2)。

また、「環境面」、「社会文化面」、「経済面」に十分に配慮された観光地となるためには、地域全体で取組を推進する必要がある。自治体やDMO、観光事業者は勿論、地元事業者や住民とも協力をしていかななくてはならない。

図2 STと他旅行形態との関係性



STに関する現状分析

STの現状を分析するにあたって、受入地域側の取組状況および旅行者のSTに対する志向状況にそれぞれ言及したい。

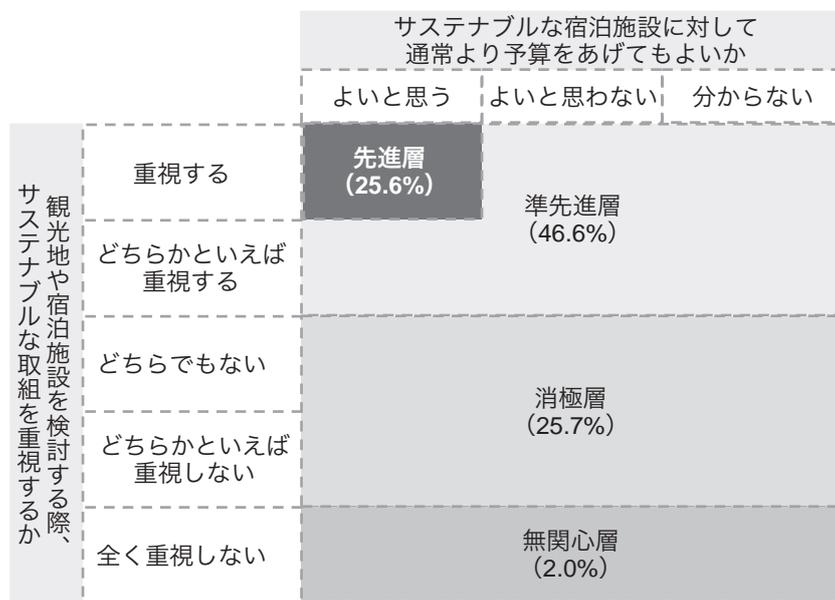
受入地域側…STの国際基準であるGSTC・Dに準拠した地域(GSTC認証を取得している地域)を見ると、ヨーロッパで8地域、北ア

アメリカ・南アメリカで7地域、オセアニアで4地域（2022年2月28日時点）と特に欧米豪地域で認証の取得が進んでいる。GSTC認証の取得に関わらず、STを推進する観光地は他にもあるため、一概には断定できないものの、STの国際的な枠組の中には、欧米豪地域が進んでいる。

旅行者側：近年のSDGsやCNの浸透もあり、ブックイングドットコムアンケート調査によると、サステナブルな宿泊施設に最低でも一度は泊まる意向のある割合は、2016年では全体で62%であったのに対し、2021年は81%と旅行者のSTに対する志向性の高まりが見受けられる。一方で、日本人旅行者が滞在を希望すると回答した割合は36%（2021年）に留まっており、STの理念が世界に比べて浸透していないと推測される。

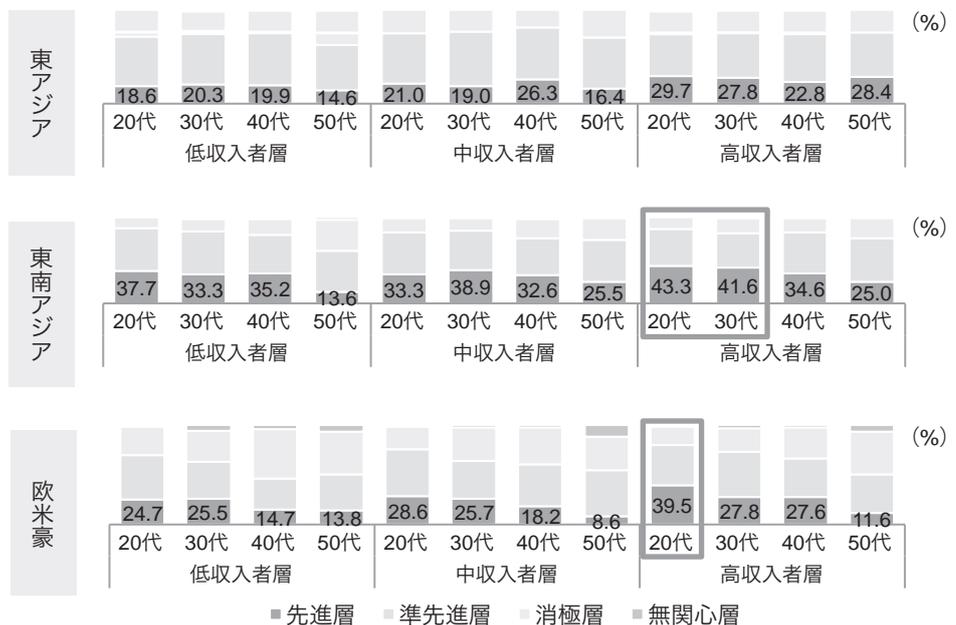
また、「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第3回新型コロナウイルス影響度 特別調査）」（以下、「インバウンドレポート」）内のSTに関連する設問2つの回答結果をもとに、回答者の属性別にカテゴリーの構成比を分析したところ、STの志向性が最も高い「先進層」に該当

図3 外国人旅行者におけるSTに対する志向性分析



※()の数値は全体平均。なお、各カテゴリーの大きさと割合の数値は同一ではない。

出所：「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第3回新型コロナウイルス影響度 特別調査）」のアンケート結果をもとにDBJ作成



する割合は、若年層ほどかつ高収入者層ほど高い結果となった。なお、先進層の割合が特に高い属性は、東南アジアの「20代×高収入層」、「30代×高収入層」であった（図3）。

入層、欧米豪の「20代×高収入層」で

北海道におけるSTの親和性と今後の方向性

インバウンドレポートにおける設問「日本の観光地の中で、実際に行ってみたい観光地」によると、STを志向する旅行者の方がSTを志向しない旅行者よりも北海道に行きたいと回答する割合が高く、他地域に比べてその差は大きい。STを志向する旅行者ほど、自然や文化を体感できる観光地を選ぶ傾向があると考えられ、豊富な自然資源や独自の文化資源を持つ北海道とSTの親和性は相応に高いことが見込まれる(図4)。

STは、気候変動・観光公害の顕在化、SDGs・CNの取組加速・可視化などを要因として、上述した先進的な旅行者を中心に今後中長期的に広がっていく可能性がある。STの根本理念はあくまで観光地や観光資源を守ることにあり、STの考えに即した観光コンテンツの造成・提供、STに基づいたブランディング、効果的な情報発信を行うことで、他地域との差別化、高所得者層・若年層の呼び込み、STを付加価値とする消費単価・

域内調達率の向上にも資するものと考えられる。

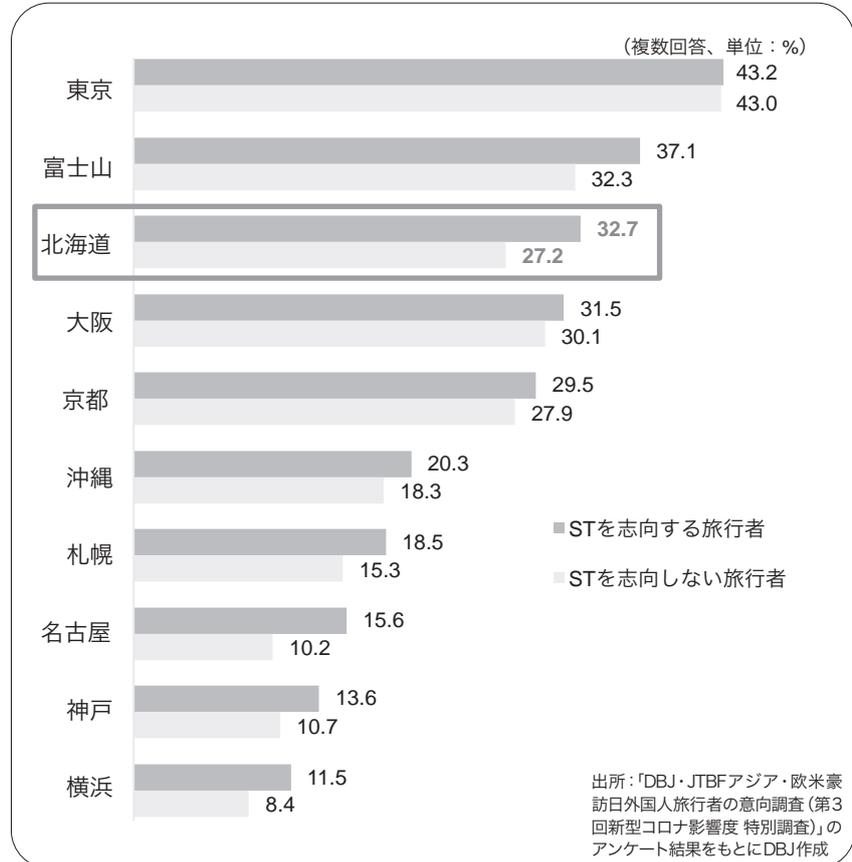
一方で、北海道とSTの親和性が高いからこそ、STの取組が遅れることで、観光地としての持続性が失われていくことは勿論、現在魅力的に捉えている観光客が離れていく可能性が考えられる。

北海道におけるSTを推進する上での課題

STを推進するには、相応のコスト・工数がかかることを踏まえた上で、地域全体で観光地の持続性を図ることが、戦略的な投資を継続的に行うことが必要不可欠と考えられる。

係る中で、①自治体やDMOを中心としたマネジメント体制の構築、②持続的な財源の確保、の2点が重要となるが、これらの整備が進んでいないことが北海道の主要課題として挙げられる。観光庁が全国の地方自治体(620自治体)を対象に実施した「持続可能な観光指標に関するアンケート調査」では、地域住民との連携不足(67・0%)といったマネジメント体制の課題、STに係る

図4 外国人旅行者における日本の観光地の中で実際に行ってみたい観光地(上位10地域)



長期的財源などの未確保(63・5%)といった財源確保の課題が見られ、これらは北海道でも同様の傾向と推測される。また、(二財)北海道開発協会が道内のDMOなどの観光推進組織を対象に実施した「道内観光推進組織アンケート」においても、人材不足や行政・

地域住民との連携不足、予算不足といったマネジメント体制および財源確保に係る課題が上位を占める結果となった(図5)。

道内の先進取組事例

マネジメント体制および財源確保に係る課題を検討する上で、先進事例として北海道ニセコ町を紹介する。

ニセコ町は、冬季のスキーを中心とする国際リゾートエリアの他、清流日本一にもなった尻別川など豊富な自然資源を有しており、農業に次ぐ2番目の産業として観光業を位置づけるなど、道内でも屈指の観光地である。

ニセコ町では、2013年度に環境モデル都市、2018年度にはSDGs未来自都市に選定されるなど、街づくりの一端として環境配慮やSDGsの達成に向けて先進的に取り組んでいた土壌があったことに加え、国際的な競争力を高める観点などを踏まえて、持続可能な観光地づくりを推進している。

その結果、2020年、2021年と連続でGSTC認証機関でもあるGreen DestinationsのTOP100に選ばれるなど、国内でも先進的なST推進地域となっている。

ニセコ町は、STを推進するにあたって、一定段階までは行政主体で推進した上で、自走可能となった段階で民間（株）ニセコリゾート観光協会

主体に移行するなど、段階に応じて柔軟に役割分担を変更し、持続可能なマネジメント体制を構築できている。

また、地域全体の連携を図る上で欠かせない地元住民のSTの理解醸成について、関心が比較的高い若年層に対して持続可能な観光地づくりの重要性を訴求すべく、ニセコ高校でSTのワークショップを開くなど、地域全体の理解醸成・巻き込みを図っている。

財源面では、観光庁からの補助金の効果的な活用に加え、2022年3月に策定された「ニセコ町観光振興ビジョン」によると、観光振興や環境保全対策等の費用に充てることを目的とす

る宿泊税の導入についても検討を進めており、持続可能な財源確保を図っている。

図5 道内DMOなどの観光推進組織における組織上の課題

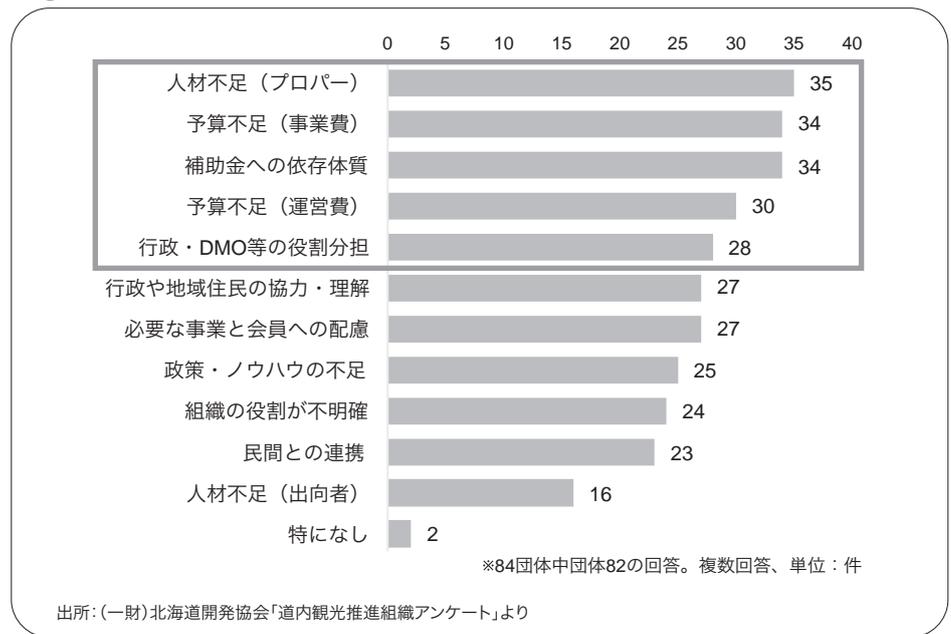
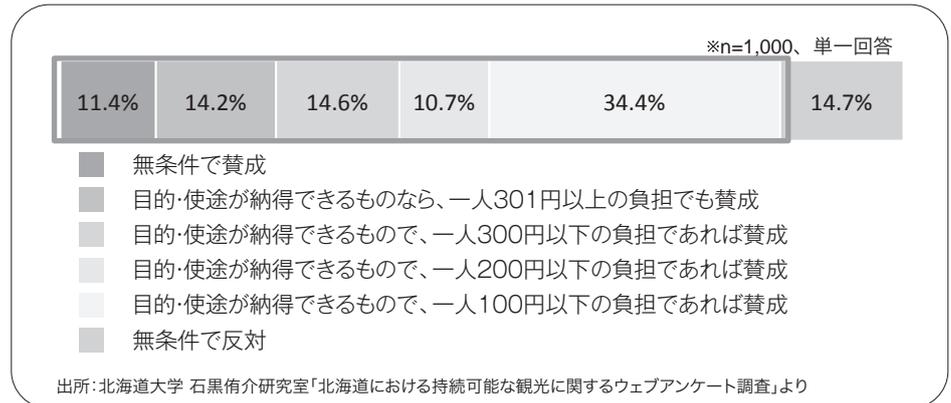


図6 「グリーン観光税」や「持続可能な観光税」といった税制導入に係る北海道旅行者の評価



ST推進における 財源確保策

ST推進にある程度特化して利用できる財源の確保が重要となる中で、地域においては、関係者間での綿密な調整などを踏まえた上で、地域の実情にあった適切な財源確保策の導入が求められる。

なお、財源確保策の導入には観光客を含め一定の理解を得る必要がある一方、多くの観光客は観光配慮やサステナブルな取組を用途とした税制導入に対して前向きな回答を示しており、ST推進を用途とする負担であれば、理解を得やすいものと考えられる(図6)。

今後の方向性

今後、北海道観光が目指すべき姿として、自治体やDMOが中心となり、観光事業者や地域住民など地域一体となった連携体制を構築し、好循環を生み出すサステナブルな観光圏構築が考えられる。

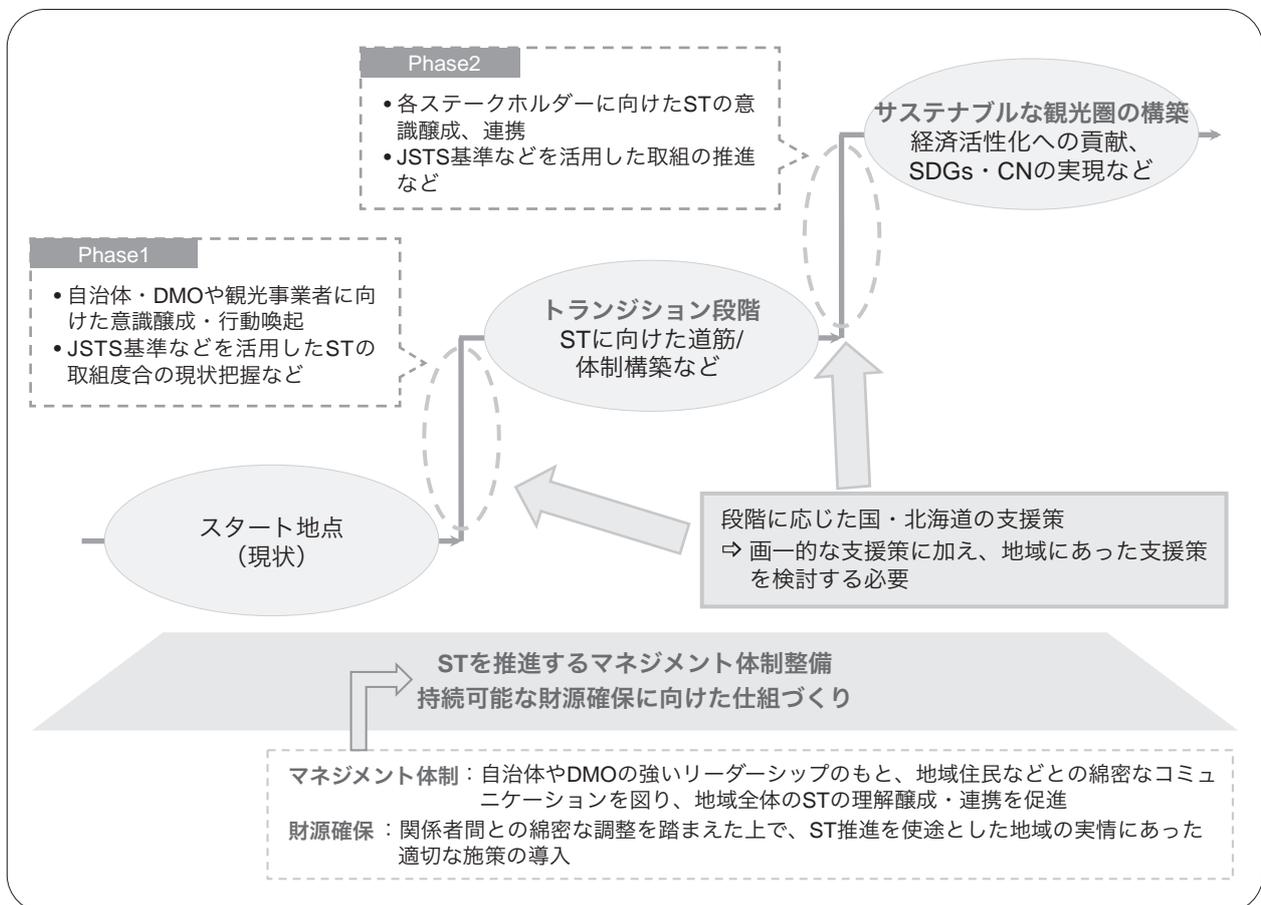
一方で、STの取り組むべき事項が多岐にわたる中で資金および工数を要

する点などを踏まえると、一足飛びにサステナブルな観光地を構築することは難しく、マネジメント体制整備および財源確保に向けた仕組みづくりも含め、段階的に取り組んでいくことが望ましい。また、各地域の取組を後押しするためには、国や北海道による支援策も重要であり、段階に応じた独自の支援策を実施することで、促進が図られると考える(図7)。

おこぼれ

新型コロナウイルスの影響に伴い、北海道では多くの観光地や観光事業者が多大な打撃を受けており、これまで経験したことのない状況に置かれている。引き続き、新型コロナウイルスの状況が見通せない中で、影響を最小限に抑える取組を推進する必要がある一方、中長期的な視点に立ち、ポストコロナを見据えた新たな北海道観光のあり方を検討する必要があると考えている。我々のレポートがその一助になることを願っている。

図7 推進に向けたマネジメント体制、財源確保、段階的取組



奄美・沖縄における

サステナブルツーリズムの

到達点と課題

〜主にアドベンチャー

ツーリズムの

社会実装を例として、

2021年7月に奄美・沖縄（奄美大島、徳之島、沖縄島北部及び西表島）が国内では五件目となる世界自然遺産に登録された。私は、2018年7月から2021年3月まで環境省沖縄美

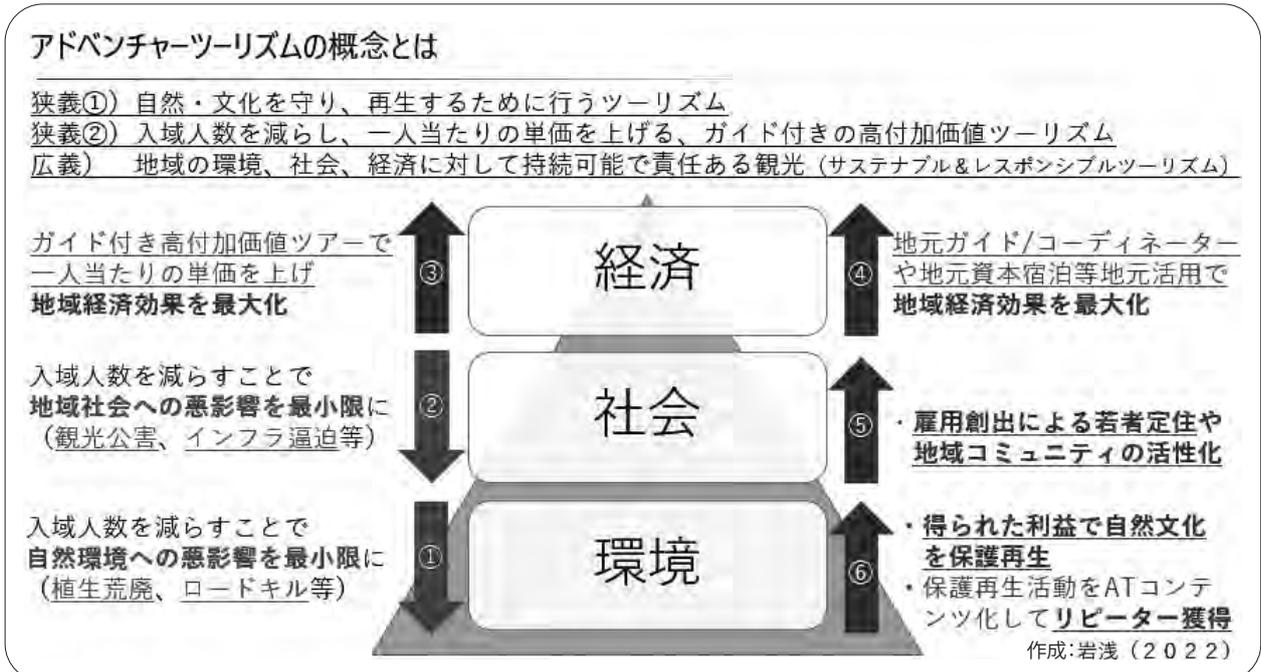
自然環境事務所の担当官として遺産登録の作業に関わっていたが、当時、遺産登録に伴う観光客数の増加が見込まれる中で、遺産の保護と利用をどのように両立させるのか、そのための仕組



大正大学准教授 岩浅有記（いわさき ゆうき）

大正大学准教授。環境省、国土交通省勤務を経て現職。観光庁アドバイザー（広域周遊観光促進のための専門家派遣事業登録専門家）、佐渡市総合戦略アドバイザー、北本市地域循環共生圏アドバイザー。専門は環境政策、自然活用地域創生。環境とのシナジーによる農業や観光の高付加価値化や、アドベンチャーツーリズムやウェルネスツーリズム等の持続可能で高付加価値な自然文化体験観光の社会実装に各地で取り組む。令和3年度沖縄におけるサステナブルツアーの造成検討委員会委員長（内閣府沖縄総合事務局）

図1 アドベンチャーツーリズムの概念とは（岩浅有記整理2022）



み作りや概念はどうあるべきかを模索していた。そこで出会った概念が持続可能で高付加価値な自然文化体験ツーリズムであるアドベンチャーツーリズムである。

本稿では、サステナブルツーリズムとも親和性の高いアドベンチャーツーリズムに着目し、主に沖縄におけるアドベンチャーツーリズムの社会実装を例に、奄美・沖縄におけるサステナブルツーリズムの到達点と課題について論じたい。

1. アドベンチャー ツーリズムとの 出会い

奄美・沖縄の遺産登録前から登録後の課題として指摘されていたのがアドベンチャーツーリズムの問題である。遺産登録の科学的審査を行う国際自然保護連合(IUCN)からの2021年5月の評価結果においても、第一に観光管理の徹底が要請された。

例えば、コロナ前の2019年の沖縄県への入域観光客数は1016万人(沖縄県調査)と七年連続で過去最高を更新、暦年で初の1000万人台を

記録した。また同年の那覇港のクルーズ船寄港回数は260回(国土交通省調査)であり、六年連続の増加で初の日本一の回数となっていた。筆者自身も那覇に任んでいたのでよく覚えていますが、慢性的な大渋滞、国際通りをはじめ観光地は常にどこも超満員の状態であり、地域のインフラ面からも明らかにキャパシティオーバーであった。このまま世界遺産に登録された場合、アドベンチャーツーリズムによる自然環境への悪影響を強く危惧していた。観光客が多すぎると自然が壊れ、観光客を減らそうとすると人口減少で疲弊する地域の経済効果が減るジレンマをどうやって解消するか。ちょうどそのような時期に出会った概念がアドベンチャーツーリズムである。

2. アドベンチャー ツーリズムとは 何か

アドベンチャーツーリズム(AT)とは、Adventure Travel Trade Association(ATTA)の定義では、「自然とのふれあい」「フィジカルなアクティビティ」「文化交流」の三つの要素

のうち、二つ以上が主目的である旅行とされる。従来の旅行産業の概念にとどまらない地域の中小事業者と地域住民に、経済・社会的な観点でのサステナブルな効果を残せること、同時にこの効果が地域の自然や文化を保護・活性化することに貢献していることが重要な要素であるとされる。筆者がこれまでの自然環境行政やアドベンチャーツーリズムの社会実装の経験から考えたATの概念を図1にまとめた(岩浅、2022)。

なお、今回世界遺産に登録された奄美地域においては、奄美群島国立公園のコンセプトとして、自然と共生してきた暮らしの中で培われた地域の伝統文化として「環境文化」を謳っている。また、沖縄において人と自然の関わりについて研究している当山も生きものと人との間に生み出された文化を「生物文化」と表現しており(当山、2015)、自然と文化を一体的に取り扱っている。このため、日本においては「自然」「文化」「体験」のうち二つ以上がATという国際的な定義よりは、「ストレートに」「自然文化」を「体験」することがATであるとする方が馴染みやすい。

3. 沖縄における ATの取組と 今後の社会実装に向けた課題

沖縄におけるATに関する主な取組を表1にまとめた。コロナ前の2018年度の観光庁事業が沖縄におけるAT社会実装の嚆矢となっている。具体的なモデル地域として、これまで沖縄本島の金武町や国頭村等においてATの社会実装を進めている。

沖縄における事業を通じて筆者が考えた、今後のAT実装に向けた視点や課題を挙げる。なお、以下の「AT」の部分を「サステナブルツーリズム」や「エコツーリズム」に置き換えて読み進めていただいても差し支えない。

(1) AT理念の地域内共有

まず、ATの有する理念やATが目指すところ、加えて、そもそもなぜATをやるのかを地域で共有することである。この部分がある程度地域内で議論・共有されていないと点の取組にかならず、地域ぐるみのATの社会実装が困難となり、広域周遊の議論も

表 ① 沖縄におけるアドベンチャーツーリズム(AT)に関する主な取組

※内閣府沖縄総合事務局及び
沖縄観光コンベンションビューロー等の資料より作成

- 2018年4月～
「欧米をターゲットとした広域周遊観光におけるサステナブルツーリズムのための高付加価値商品開発調査事業」実施 (平成30年度観光庁訪日外国人旅行者周遊促進事業)
- 2019年4月～
「沖縄の自然フィールドを活用した高付加価値コンテンツ造成事業」実施 (令和元年度内閣府沖縄総合事務局訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業)
- 2019年5月
アドベンチャーコネクトin沖縄 (JTB総研・JTB沖縄共催、OCVB後援) 開催
- 2019年9月
ATWS (ATTA主催のアドベンチャーツーリズムの世界サミット) in スウェーデンへの参加
- 2019年12月
沖縄本島北部地区におけるATセミナーの開催 (内閣府沖縄総合事務局主催)
- 2020年4月～
「ATガイド育成調査実証事業」実施 (令和2年度内閣府沖縄総合事務局世界自然遺産登録に向けた受入環境整備に係る実証調査事業)
「アドベンチャーツーリズムにおけるコーディネーター人材育成プログラム」実施 (令和2年度内閣府沖縄型産業中核人材育成事業)
- 2021年4月～
「スルーガイド育成及びツアー造成事業」実施 (令和3年度内閣府沖縄総合事務局地域の観光コンテンツを活用したアドベンチャーツーリズムのモデルツアー造成等事業)
「アドベンチャーツーリズムにおけるコーディネーター人材育成プログラム」実施 (令和3年度内閣府沖縄型産業中核人材育成事業)
- 2021年5月
「やんばる世界自然遺産を活用したSDGs次世代教育ツアー企画ガイド育成事業」(地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業 (1次選定))
- 2021年9月
「希少な野生生物と力強く知恵深い先人達の“奇跡の森”国頭村・地域活性化事業」(地域の観光資源の磨き上げを通じた域内連携促進に向けた実証事業 (2次選定))
- 2022年3月～
「令和3年度サステナブルな観光コンテンツ強化事業」
(世界レベルで通用するサステナブルツアー造成における要諦把握及びその実現に向けて求められる体制・機能仮説の構築事業/沖縄におけるサステナブルツアーの造成)

おぼつかない。

(2) 観光客数をKPIとしないこと

次に、観光客数を目標としないことである。オーバーツーリズムとなったシンガポールやバルセロナでは観光客数を目標とすることをやめた。今後のATの概念に沿うKPIとしては、地域に落ちる消費額、自然や文化の保護・

再生状況、住民の幸福度、ツーリストの満足度・再訪意向などが挙げられる。

(3) ATを手段とした地域観光ビジョンの策定

次にATを手段としてどのような地域でありたいのか地域主導でボトムアップの観光ビジョンの策定が必要であるとということである。行政計画は危

機や課題に始まり、フォアキャストの視点で具体的施策を記載することが多い。ここでいう地域主導でボトムアップの観光ビジョンとはもちろん行政の関与やオーソリテティも必要であるが、地域の多様な主体の熟議を通じて未来志向のビジョンを定め、バックキャストの視点で具体的な取組を記載することを意味する。観光ビジョン策定の対

象エリアは市町村単位だけではなく、必要に応じて複数の市町村にまたがる広域エリアでの策定も検討する。加えて、「ここにかく誰でもいいからたくさん観光客に来て欲しい」ではなく、前述の観光ビジョンを実現するために、「こんな人に来てほしい」と対外的に発信する必要がある。ATは高付加価値観光の一形態とも言えるが、お金を持っている富裕層なら地域は誰でも歓迎なのか。少なくとも「地域の自然、文化、コミュニティを尊重し、地域の有する価値を認め、そのポテンシャルに共感してくれる人(文化人)に来て欲しいはずだ。

(4) 利用のゾーニング

次に、利用のゾーニングや利用方法を明確にする必要があるということである。例えば、人の立ち入りを一切排し、厳正に自然環境を保護するエリア、ATによる利用など一日当たりやグループ当たりの上限人数等のルール設定の下に少人数の立ち入り認められるエリア、マスツーリズムに対応するエリアといった大きく三つくらいの利用のゾーニングを描く必要がある。これは生業が関係するため、観光業者な

どの利害関係者はもちろんのこと、広く地域の多様な主体の参画による議論が求められる。できれば自主ルールが望ましいが必要に応じて法令による規制を検討する。

(5) A T コーディネーターの育成

次に現場のスポットガイドの育成はもちろんだが、スポットガイド同士をつなぐ、全体の A T ツアーを企画するなど、いわゆる A T コーディネーターの育成が急務であるということである。手法としては行政の支援も得ながら研修会を開催し、一点集中で人材育成し、各地のネットワークによりノウハウを広域に展開するアプローチが考えられる。

(6) 観光と自然保護が連動した基金の創設

次に観光と自然保護が連動した基金にする必要があるということである。宿泊税が各地で議論されつつあるが、観光関係の基金と自然保護の基金が別々ではなく一体となつて、あるいは両者が連携しながら運用していくことが重要である。地域の環境、社会、経済の持続可能性を考えると、このよう

な基金を通じて、観光が進めば進むほど自然保護が進むという好循環を目指すべきである。また、自然や文化などの観光資本はタダでは守れないし、再生できない。必要に応じて利用者負担として入域料の検討も必要となる。

(7) A T 推進母体の設置

最後に、多様な関係者からなる A T 推進母体の設置である。A T の全国的な組織としては一般社団法人日本アドベンチャーツーリズム協議会 (J A T O) が 2019 年に設立されている。地域別には A T の先行地域でもある北海道では北海道アドベンチャートラベル協議会 (H A T A) が 2017 年に組織化されているが、沖縄には同様の組織はまだ存在しない。A T の理解促進と普及啓発、国内外からの問い合わせへの対応や宣伝誘致、情報や知見の共有、人材育成のための研修や相互交流、施策の立案やその実施など多岐にわたる役割が期待される。関係者もガイド、コーディネーター、宿泊事業者、観光協会、D M O、専門家、行政等多岐にわたると想定される。上記の推進母体構築に当たっては一定程度の行政の支援の下、民間の意思決定の速さと創意工夫が発

揮できる民主導、官サポートの組織づくりと継続的な資金・人材確保の仕組みづくりが求められるであろう。

以上、七点を挙げたが、いずれにしても地域の主体性や熱意の下に実装を繰り返しながら A T コンテンツだけではなく、地域全体の環境、社会、経済の質を高めていく好循環モデルの実現が持続可能な地域創生につながっていく。

今後の奄美・沖縄における A T の社会実装であるが、現在の沖縄における A T 社会実装は沖縄島が中心ではあるが、A T はロングステイを基本とすることから、より広域の視点も必要である。このため、沖縄島以外にも慶良間諸島、大東諸島、宮古諸島、八重山諸島などの沖縄県内の離島をはじめ、今回の奄美・沖縄の世界自然遺産を機に、

沖縄と奄美群島の更なる連携や、奄美群島と屋久島の世界自然遺産を通じた連携など、広く南西諸島における A T の緩やかなネットワークにより、コースの開発や人材育成、情報共有なども今後図っていきたくと考えている。

4. 沖縄におけるリゾート宿泊施設のサステナビリティに関する現況

本稿執筆にあたり 2022 年 6 月 1 日から 3 日にかけて、最新のリゾート宿泊施設のサステナビリティに関する現況を把握する目的で沖縄における 3 軒の国内資本のリゾート宿泊施設への取材及び沖縄県内の状況に詳しい大学有識者にヒアリングを実施した。

客室数としてはそれぞれ 200 室程度、100 室程度、1 室 (棟貸し) と規模はさまざまに宿泊料金も 2 万円程度から 15 万円程度と異なるが (繁忙期である 7 月、8 月は 2 倍以上の価格)、これらの施設に共通するコンセプトとしては、沖縄の本物の自然と文化を感じられることであり、随所に工夫が見られた。

景観としては、沖縄特有の目の覚めるようなエメラルドグリーンを遠景に、手前には自然海岸や自然植生を風景として楽しむことを旨として極力改変を行わず (写真 1)、ありのままの素晴らしい自然を残す工夫がなされ



写真1) 客室からの自然海岸と自然植生

ていた。庭にはシークワサーやアセロラなど沖縄で生産されている果樹なども植えられている。

資源循環としては、脱プラの取組が当たり前に行われていた。まずペットボトルの水が客室には置かれていない。これに対する対応としては、エレベーター前にウォーターサーバーを置いておき、客室備え付けのピッチャーでセルフ給水を行う方法(写真2)や、客室の冷蔵庫に給水されたピッチャー

を格納しておく方法が採られていた。導入前にはコスト高につながるのではないかと組織内の意見もあったが、うだが実際に試算したところ導入した方がコスト安につながるということでもまさに環境と経済の統合が図られた形となっている。



写真2) ウォーターサーバーによるセルフ給水

また、プラスチック製の歯ブラシやヘアブラシなどのアメニティグッズは客室には置かず、フロント近くにアメニティコーナーを設けて必要に応じて持つていくか、フロントに連絡して必要分を持つてきてもらう方法が採られていた。高価格帯の宿泊施設に宿泊する客は環境への意識が高い人も一定程度見られ、このような取組は以前からある程度の理解を得られていたのととであるが、2022年4月に施行された「プラスチックに係る資源循環の

促進等に関する法律」に基づく特定プラスチック使用製品の使用の合理化もあり、宿泊者の理解や納得がより得られやすくなったとのことである。その他、資源循環としては、食べ残しの食材を堆肥化して農場で利用する工夫も見られた。

食としては、地産地消と旬を意識し、農業や化学肥料を極力使用しないで作られた沖縄の伝統野菜や伝統料理を提供するコンセプトを全面に打ち出し、更に洋食へのアレンジによる高付加価値化の工夫も見られた。地産地消は輸送コスト削減や輸送にかかる二酸化炭素排出削減の観点でも有効である。また食器はプラスチック製を極力使わず、沖縄を感じられる伝統的な焼物である「やちむん」も使われていた。

脱炭素に関しては電動カーの利用が見られたが、単に電気であるから良いというだけではなく、その電気が化石燃料による発電か、再生可能エネルギーによる発電か、発電方法も重要である。沖縄は現在ほぼ化石燃料による発電であるため、世界から選ばれるサステナブル・ラグジュアリーリゾートとなるためには今後の再生可能エネルギーの導入やその拡大は必須事項であろう。

これまで沖縄のリゾートはヨーロッパ風、ハワイ風、東南アジア風が多く、本物の沖縄を感じられるラグジュアリーリゾートはあまりなかった。クラシックラグジュアリーからモダンラグジュアリーへの転換が進む中で、リゾート滞在中に本物の沖縄を感じられることは新たな高付加価値につながっていく可能性が高い。

上述した脱炭素、資源循環、生物多様性の3要素からなる環境のサステナビリティの視点は、今後の沖縄のリゾートにとって極めて重要である。現在のSDGsやESG投資の世界的な潮流を考えると、サステナビリティの視点はむしろ必須要素になっていくものと考えられ、取り組まない場合は世界から選ばれないリゾートとしてリスクとなる可能性がある。例えば資源循環に注目してみると脱プラを謳うだけではなく、観光事業を通じて排出される生ごみ、廃棄物、汚水といったこれまではエネルギーを投じて処理を行っていたものを新たな技術を通じて新たな資源として循環させることで、観光が進めば進むほど地域や環境がより良くなっていく好循環サイクルを地域単位で具体的に作り出していく必要

がある。全てを民間事業者に任せるのではなく、行政の施策として進めることも重要である。

今回は限られたサンプル数ではあったが沖縄のリゾート宿泊施設におけるサステナビリティの取組の現況を把握した。今後は個々のリゾート宿泊施設におけるサステナビリティの取組に加えて、地域全体でサステナビリティの取組を行うことも重要である。参考となる概念や施策として、地域循環共生圏とゼロカーボンパークが挙げられる。

「地域循環共生圏」とは、各地域が美しい自然景観等の地域資源を最大限活用しながら自立・分散型の社会を形成しつつ、地域の特性に応じて資源を補完し支え合うことにより、地域の活力が最大限に発揮されることを目指す考え方であり、ローカルSDGsとも言われる。「ゼロカーボンパーク」とは、国立公園における電気自動車等の活用、国立公園に立地する利用施設における再生可能エネルギーの活用、地産地消等の取組を進めることで、国立公園の脱炭素化を目指すとともに、脱プラスチックも含めてサステナブルな観光地づくりを実現していくエリアである。地域循環共生圏の概念ともほぼ同義であり、

現在7つの国立公園が登録されている。これらの概念や施策も活用しながら具体的なサステナビリティ地域を構築していくことはサステナブルツーリズムだけではなく既存産業の高付加価値化や新たなイノベーションなど更なる波及効果を生む可能性がある。

5. サステナブルツーリズムをはじめとした新しい観光の構築に向けて

特に戦後の高度経済成長以降、道路等の観光インフラの整備により自然が破壊され、自然保護を進めようとすれば観光開発ができないと関係者の不満が噴出するなど自然保護と観光は常に二項対立の関係にあった。その後、1990年頃から自然保護と持続可能な観光振興を両立するエコツーリズムの動きが屋久島など各地で見られるようになった。

その後の観光政策としては、2008年に観光庁が設置され、2013年に訪日外国人旅行客数が1000万人を突破し、2016年には政府の「明日

の日本を支える観光ビジョン」が策定され、訪日外国人旅行客数が2000万人を突破した。また、国立公園の魅力向上や外国人観光客数の倍増を目指す国立公園満喫プロジェクトが開始された。その後、2018年には訪日外国人旅行客数が3000万人を突破し、地域への経済効果を含めてポジティブな効果もあったが、いわゆる観光公害などネガティブな側面も顕在化した。上述したように沖縄はオーバーツーリズムの状況となり、また、世界遺産登録前の奄美大島の瀬戸内町ではクルーズ船の受け入れにあたって地域の自然保護か観光かの二項対立が起り、最終的には受け入れ計画は撤回された。特に自然環境に恵まれた地域は環境やインフラのキャパシティが限られており、大量送客による消費型の観光形態では地域の環境、社会、経済を

持続可能な形で守り、育てていくことが難しい。このような地域こそ自然保護と観光を両立させるアドベンチャーツーリズムやエコツーリズムなどのサステナブルツーリズムが適している。

今年2022年は、国連の持続可能な観光国際年から5年、国際エコツーリズム年から20年、沖縄の本土復帰50

年の節目の年であるが、我が国初の世界自然遺産である屋久島において「共生と循環」の理念が提唱されてからちょうど30年でもある。「共生と循環」はサステナブルツーリズムをはじめとした新しい観光を推進する上で重要な指針となるであろう。コロナ禍を経た新しい観光とは何か。サステナブルツーリズムを社会実装する現場から引き続き新しい観光について考えていきたい。

参考文献

- 1) 地域人第73号
(特集奄美大島、徳之島、沖縄島北部、西表島世界自然遺産の保全と地域の活性化)
(大正大学地域構想研究所)
- 2) 地域人第83号
(特集アドベンチャーツーリズム)
(大正大学地域構想研究所)
- 3) 当山昌直 (2015)
第3節 島に生きる .pp.39-51.
沖縄県教育庁文化財課史料編集班編、
沖縄県史各論編1
自然環境. 沖縄県教育委員会.

サステナブルツーリズムの

リコンストラクション

概念の分解と再構築

北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 准教授
石黒侑介（いしぐろ・ゆうすけ）



©The Yomiuri Shimbun

1982年東京都生まれ。専門は観光政策と観光組織（特に、インバウンド・ツーリズムやデスティネーション・マネジメント）。横浜国立大学国際社会科学研究所国際関係学専攻修士（修士・国際経済法学）。公益財団法人日本交通公社にて観光分野の中央官庁・地方自治体の調査事業・研究に従事。2014年、北海道大学観光学高等研究センター特任准教授、同准教授を経て、2021年4月より現職。2017年9月よりスペイン・バルセロナ大学ホテル・観光学院連携客員教授を兼務。

公益財団法人日本交通公社観光地域研究部 環境計画室長／おきなわサステナラボ ラボ長

中島泰（なかじま・ゆたか）

「サステナビリティ」の拡大

新型コロナウイルス感染症の多大な影響は国内外の観光を巡る環境を一変させ、欧州に始まる政情不安によって正常化へのシナリオは混迷を極めていく。それでもなお、サステナビリティは観光を含めた産業界にとって最大のテーマであり、SDGsの普及によって日常生活の中でその用語を目にする機会も急速に増えつつある。旅行や観光を考える上では、その視座を旅行者、地域、あるいは産業のいずれに置こうとも、当面は感染症や戦争といった観

光における既知の「リスク」と、サステナビリティという人類共通の「ゴール」の二正面作戦を強いられる。むしろ、昨今ではそうしたリスクへの備えやそこからの復興・回復を包含して、サステナビリティが語られることも多い。

他方でそうしたサステナビリティの包容力が、その実像を時に見えづらくする。サステナビリティとは対象の議論なのか、つまり「持続するもの」を問うているのか、あるいは「持続のさせ方」のようなプロセスや方法論を問うているのかは、実はよく分からない。今日、サステナビリティという看板を掲げることへの反論は多くないだろうが、その袂に何を置くべきかの議論

は尽くされているとは言いがたい。

SDGsの盛り上がりを見れば、サステナビリティの運動論としての成功は間違いない。ところが、それを実質化、実装し、政策や事業で具体的な成果を生み出そうとすると、途端にその存在が臆気になる。さらにインバウンド観光が復興し、顧客や投資者としての「世界」に直面することを考えれば、サステナビリティに対する解釈の「ガラパゴス化」はもはや許容されまい。世界が、地域が、何をサステナビリティと称し、どうとらえているのか。本稿では、その思考実験に挑んでみたい。

Sustainability on Tourismか Tourism on Sustainabilityか

サステナブルツーリズムは、文字どおりサステナビリティ（持続可能性）とツーリズムの2つの用語によって構成されるものである。サステナビリティが争点化した背景には言わずもがなブルントラント委員会による「持続可能な開発」の議論がある。他方で、観光は控えめに見ても21世紀のグローバルフォースであり、「開発」を主として経済的な側面から牽引し得る産業として、多くの発展途上国でその推進

が目指されてきた。サステナビリティーとツーリズムが20世紀末に「遭遇」したことは、ある種必然だったと言えるかもしれない。

サステナブルツーリズムについて、世界観光機関(UNWTO)は「現在および将来の経済、社会、環境面のインパクトを十分に考慮し、訪問者、産業界、環境およびホスト・コミュニティのニーズに対応する観光」と定義している。こうした定義の根幹には「観光は、地域社会に経済的および社会的利益をもたらす、環境保全に対する意識と支援を向上・拡大させるために非常に特別な立場にある」(UNEP & World Tourism Organization 2005)という考えがある。

しかしながら、こうした観光をある種、特別視する論調には多くの批判的考察がなされてきた。例えば「Tourism Area Life Cycle 理論で知られるR・W・パトラーは、主として地理学におけるサステナブルツーリズムの議論が、「全体論的な視点でマルチセクターのアプローチを採用する持続可能な開発の概念とは相容れないものである」と指摘している。つまりサステナビリティーとは、本来は観光を含めた様々な

産業、アプローチによって実現されるものであるにもかかわらず、サステナブルツーリズム論では観光が目的化されることによってサステナビリティーが矮小化されてとらえられているという批判である。

こうした「主客の逆転」は、サステナビリティーと観光の関係性が未整理であるが故に生じるように見える。エコツーリズムをはじめとして、サステナビリティーとの関係性で定義される観光形態は数多く存在し、今なお、新たな用語が増え続けている。例えばエコツーリズムやアドベンチャー・ツーリズムは観光実践の「内部」にサステナビリティーを見いだそうとしているとも読める一方、レスポンシブル・ツーリズムやリジェネラティブ・ツーリズムは観光によって実現されるべき目標や目的として、言わば観光の「外部」にサステナビリティーが位置づけられている。

サステナブルツーリズムは言葉としての構成のシンプルスにゆえに、サステナビリティーとツーリズムの関係性に様々な解釈を生む余地を内包しているように見える。この曖昧性は運動論としての拡張可能性ともとらえられる一

方、趣旨の逸脱や曲解につながる危険性ををはらんでいるとも言えよう。さらに、観光政策の実践においては、政策目標と政策メニューや施策の乖離にもつながりかねない。今日日、サステナビリティーの追求に反論はなかったとしても、観光政策の一環にそれを位置づけるためには、改めてその全体像を把握し、地域がどこに向かうのかという「航海図」を手に入れる必要がある。

NIISTツリーによるサステナブルツーリズムの素因数分解と再構築

他方で、前述のように概念的な拡張性や曖昧性を備えるサステナブルツーリズムを、総体としてとらえることは極めて難しい。地域によって三者三様の解釈、理解が存在し、またそれを許容してきたのがサステナブルツーリズムの実態だからである。したがってその全体像を理解するためには、サステナブルツーリズムを複合体としてとらえ、それを構成する要素に分解する必要がある。言わばサステナブルツーリズムを「素因数分解」することで総体

ではなく構成のパターンとして一般化する。その上で、地域の実情や特性に合わせたサステナブルツーリズムに再構築(リコンストラクション)することで、初めてサステナブルツーリズムの輪郭が見えてくると考えた。

そこで以降ではサステナブルツーリズムを、政策の課題やその射程に基づく「マインドセット(mindset)」と、その結果、策定され実行される「施策(measure)」とに分けて考察する。そしてそれぞれを政策としてのサステナブルツーリズムの「ルーツ(roots)」と、幹の成長とともに刻まれる「年輪(rings)」からなる樹木構造のモデルとして整理、統合する。本稿では、僭越ながら執筆者2名とサステナブルツーリズムのイニシヤルを付してこのモデルを「NIISTツリー」と呼ぶこととした。

なお、サステナブルツーリズムに限らず観光は官民の様々な取り組み・参画に基づく総合的で有機的な産業であり、その意味ではサステナブルツーリズムの実践においても多様な主体と視座が設定され得る。本稿では論点を絞るために、以降、産業界や個別の民間事業者ではなく、地域総体を取り組み

の対象や現場として設定し得る政策立案者 (policy maker) を主体として設定し、整理を行っている。

試論

ルーツ・モデルによる「分解」(マインドセット)

1つ目のマインドセットについては、政策立案者による政策課題の設定とその射程の2軸で整理を行った(33ページ図①)。いわゆる樹形図の様相を呈しているが、樹形図が枝幹からの葉の展開を模した図であるのに対し、この図はむしろサステナブルツーリズムという枝幹の元にある課題設定を示していることから、根 (roots) として表現したい。これをサステナブルツーリズムの「ルーツ・モデル」と呼ぶことにする。

まず、政策課題を把握する際に重要なことは、その課題がどの分野のサステナビリティを追求するものかということである。サステナビリティ論では気候変動や生物多様性など自然環境分野の諸課題が特に強く認識される傾向にあるが、例えばハワイ州のDMOではあな Hawaii Tourism Authority は

サステナブルツーリズム推進の目的として、自然環境の保全だけでなく、コミュニティの参画による永続的なハワイ文化の発展やサステナブルな観光産業の実現をも謳っている (Hawaii Tourism Authority)。つまり自然環境、社会、経済からなるトリプル・ボトムラインそれぞれに政策課題が見いだされているのである。

次の論点としては、政策課題が特定の問題の解決を目的としたものか、あるいはある種のビジョンの実現のような創造的なものか、という「動機」である。例えば、同じヨーロッパでも、オーバーツーリズムの社会問題化によって本格的に観光政策の中にサステナビリティ概念を導入したスペインのバルセロナは、明らかに「オーバーツーリズムの解消」という問題解決を目的とした政策構成となっているが、デンマークのコペンハーゲンでは「ローカルフード」という概念の具現化にあたってサステナブルツーリズムを用いている。前者は「問題解決型」、後者は「ビジョン追求型」として類型化できよう。実はSDGsも注意深く見ると前者と後者の組み合わせで構成されている。例えば「貧困をなくそう (No Poverty)」は貧困ごころ

具体的な問題の解決が指向されている一方、「すべての人に健康と福祉を (Good Health and Well-being)」は問題事象ではなく理想的な目標像が掲げられている。詳細は後述するが、前者は比較的長期的な構想に結びつくことが多く、大きなビジョンや目標観で施策が設計される傾向にある。一方後者は目前の問題をいかに解決するかという具体的で緊急性の高い課題に根ざした政策立案であり、総じて短期での成果・効果が追求されるため、強制性の高い制度設計となることが多い。

もう1つの分析軸は、これらの政策目標がどの程度の問題・ビジョンを「射程」として設計されているか、という点である。例えば、バルセロナにおけるサステナブルツーリズムでは、市内のオーバーツーリズムの解消という比較的狭い空間における政策課題が設定されているが、同じヨーロッパの都市でもコペンハーゲンでは冒頭からグローバルな目標へのコミットメントが謳われている。

そこでルーツ・モデルでは、政策の射程を特定のエリアや施設のようなかなり限定されたものから市町村単位のものまでをローカル (local)、複数の市町村

から都道府県レベルの単位までをリージョナル (regional) とし、次いで国レベル (national)、国家間 (international)、最終的には世界的なものをグローバル (global) とし、垂直方向に配している。樹木が土壌の深部に根を張るように、モデルの下部ほど政策の射程や効果も広がりを見せる構造になっている。無論、実際の「射程」は明確に区分することはできず、これらの中間領域や複数のカテゴリーにまたがるものなど多様に存在しており、グラデーションとして表現する方が適切かもしれない。ただし前述のとおり本稿では政策立案者の視座に基づいたモデル化を指摘していることを踏まえ、あえて5段階で整理している。すなわち市町村や地域DMOの政策立案者は一義的にローカルを、都道府県や地域連携DMO、広域DMOの政策立案者はリージョナルやナショナルを、そして国の政策立案者はナショナル、あるいは国際貢献の観点からインターナショナルやグローバルな目的や動機に適合することを想定している。

このように整理した上で政策の背景にある指向性に基づいて類型化を試みると、「ビジョン追求型」は、比較的小

⑤ サステナブルツーリズムの概念の分解と再構築

小さな射程で「環境」分野の目的を追求する「エコ・マインド」、「社会」分野の目標を追求する「まちづくり・マインド」、「経済」分野の目標を追求する「グリーンマーケティング・マインド」の3つ、「課題解決型」も小さな射程で「環境」分野の動機に基づく「資源保全マインド」、「社会」分野の動機に基づく「ソサイエタル・マインド」、そして「経済」分野の動機に基づく「プロプア・マインド」の3つの計6つのマインドセットに分類することができる。

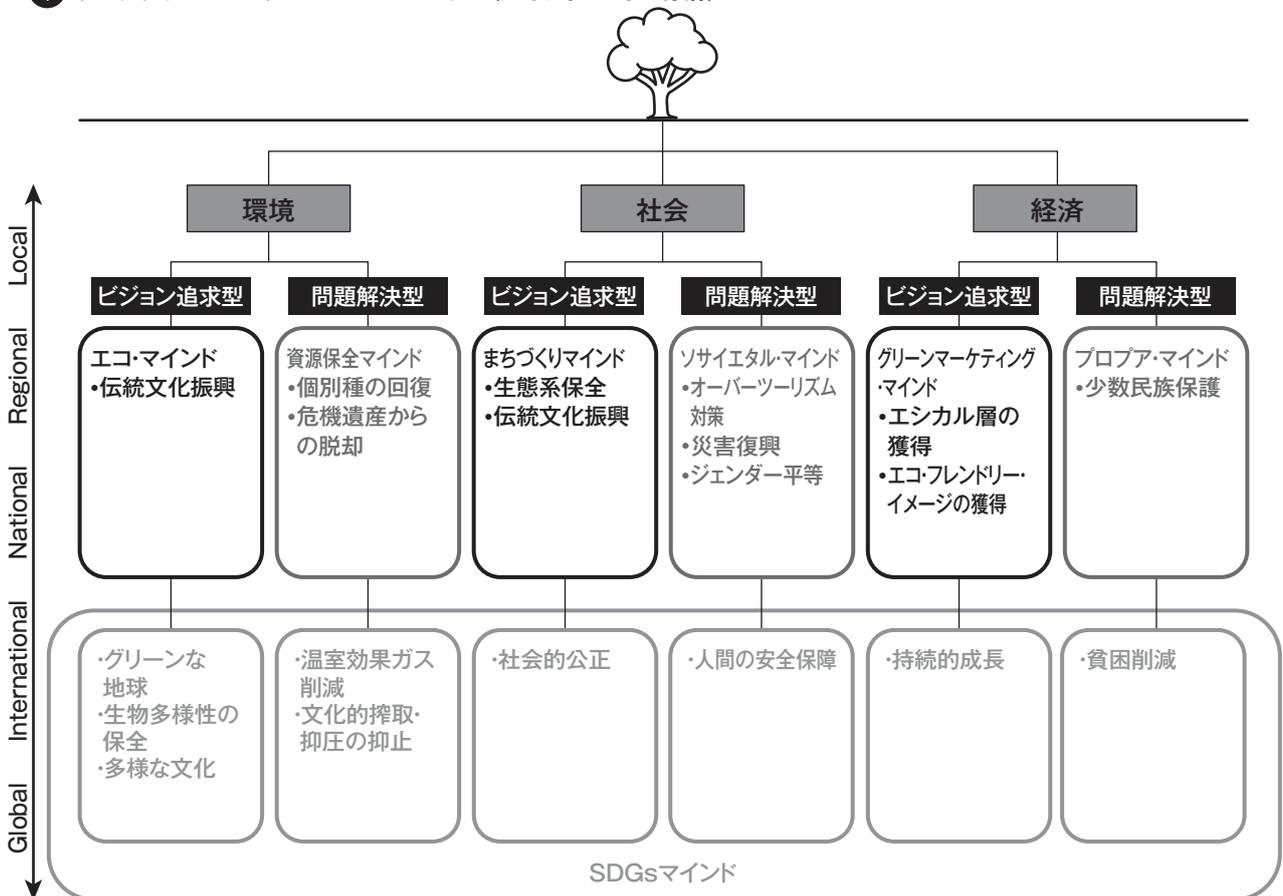
例えば沖縄県では、自然環境の再生や世界自然遺産登録を契機とした生態系保全への取り組みのようなビジョンを追求する中でサステナブルツーリズムを政策課題として位置づけている。もちろん個別には様々な問題や危機意識に根ざした議論はあろうが、具体的な課題を解決するための方法と言うよりは、沖縄における観光は「こうあるべき」という未来志向の議論の中でサステナブルツーリズムが浮上したと解釈できる。これはルーツ・モデルではローカルやリージョナルで自然再生や生態系保全を目的化させた「エコ・マインド」の事例と言える。

一方で、同じ島嶼部、同じ世界自然

遺産でも、例えばエクアドルのガラパゴス諸島が追求するサステナブルツーリズムは随分と趣が異なる。ガラパゴス諸島は観光客数の増加やそれに伴う移民の増加、外来種の侵入などによって2007年に危機遺産リストに登録され、それを契機にサステナブルツーリズムを推進するようになった。観光が島にもたらす負のインパクトを抑制し「危機遺産からの脱却」、あるいは「生態系回復」という具体的な課題解決のための「資源保全マインド」のサステナブルツーリズムと言える。

なお、ルーツ・モデルでは、国家間(international)とグローバル(global)な射程の根拠については、「問題解決型」と「ビジョン追求型」を一体的にとらえ「SDGsマインド」とした。これは国際機関など一部の例外を除き、多くの政策立案者は国家間やグローバルな射程でのサステナブルツーリズムを目標と課題の区別なくとらえていることが想定されるためである。気候変動や温暖化対策、マイクロプラスチックの削減などが最たるものであるが、意義のスケールが大きくなればなるほど、その根幹にあるのが問題の解決なのか、ビジョンの実現なのかは曖昧になる。前

図1 サステナブル・ツーリズムのルーツ・モデル(マインドセットの分解)



述のとおり、SDGsが「問題解決型」と「ビジョン追求型」の混在を許しているのもそのためだろう。

地方公共団体やDMOがサステナブルツーリズムに取り組む際の「根拠」と「射程」は、政策目標とその達成のための手段・方策の妥当性を継続的に検証する際に極めて重要である。前出のようにサステナブルツーリズムそのものの定義に一定の曖昧性が内包されている以上、一義的には政策立案主体自らがその大義を主体的に設定する必要がある。ルーツ・モデルを通じてサステナブルツーリズム推進の根源的意義を自覚することは、政策の継続性や戦略性を高め、同時にその意味を客視化することに貢献しよう。

試論… リング・モデルによる 「分解」(施策)

次にマインドセットに基づいた、政策・施策レベルでサステナブルツーリズムを分解するためのモデルが、年輪状の「リング・モデル」である(35ページ図②)。リング・モデルではUNWTOが提唱するVICIEモデル(Visitor, Industry,

Community, Environment)に基づいて政策・施策の効果が期待される対象が4方向に配置されている。このような軸を設定すると、デスティネーションにおける観光対象やその舞台などの「利用環境の保全」、「自然環境の保全」、サービスの「利用水準の保持」、「地域経済の維持」、住民の「生活環境の向上」、「地域文化の保全」という6つの取り組み効果の分類を、図中に領域として可視化することができる。

例えばバルセロナが取り組む「都市計画に基づく宿泊キャパシティの制限」は、「コミュニティ(communitiy)」と観光産業(Industry)の双方によって住民の「生活環境の向上」を実現することが期待された政策として位置づけられる。

その上で、サステナブルツーリズムの取り組みを、円の中心から外周に向かって強制性の高いものから自主性の高いものにグラデーションになるように配置する。こうすることで取り組みの期待される効果は同じ領域であったとしても、それが何らかの規制や法的な枠組みによる強制力を持ったものなのか、取り組み対象の自主性に基づくものなのかという制度上の「幅」を表現することが可能になる。前述のバルセロ

ナは強制性の強い「都市計画に基づく宿泊キャパシティの制限」であるため円の中心に近くなる。他方で、例えばコペンハーゲン、バルセロナ同様に民泊の拡大や混雑といった都市型デスティネーションの代表的な問題に直面してはいないが、バルセロナとは異なる政策的対応をとっている。具体的には、観光計画の中で従来の観光振興との決別を謳い、「ローカルフード」という概念を提起した上で、独自の都市型サステナブルツーリズムを標榜している。これは事業者や住民の取り組みを推奨・喚起することを通じて観光の質的変容を促す施策であり、より自主性の強い取り組みとして円の周縁に近い場所に位置づけられる。同じような政策アジェンダが設定されているにもかかわらず、その程度、強制性、換言すれば制度的な硬直性の高い施策が採用されるかは事例によって異なるのである。

このように整理すると、サステナブルツーリズムの具体施策とされている多種多様な取り組みや事業が、実はVICIEモデルを原則とした6つの領域に分類され、それらの中でいかに制度的硬直性の高い政策・施策を選択するかという議論に収斂することが分か

る。サステナビリティというグローバル・イシューを取り上げているがために、ややもすれば「誰に向けた政策か」という最も重要な論点を等閑視しがちであるが、実は「誰にどのような効果が生まれることを期待して採用する政策なのか」という問いに置き換えることで自ずと政策・施策の全体像、そしてどこまで制度的な硬直性を高めるべきかが明らかになる。裏を返せば、サステナブルツーリズムの推進という大義のみを掲げ、他の地域から単に政策をコピーするだけでは、地域最適な取り組みにはつながらないということでもあろう。

NISTツリーによる サステナブル ツーリズムの6タイプ

本稿ではサステナブルツーリズムをマインドセットと施策という2つの視点から分解し、それぞれを「ルーツ・モデル」、「リング・モデル」として概念の整理を行ってきた。最後に、「ルーツ・モデル」におけるマインドセットの分類を、「リング・モデル」に統合する形で、NISTツリーを完成させたい。

まず「リング・モデル」では、「ルーツ・

⑤ サステナブルツーリズムの概念の分解と再構築

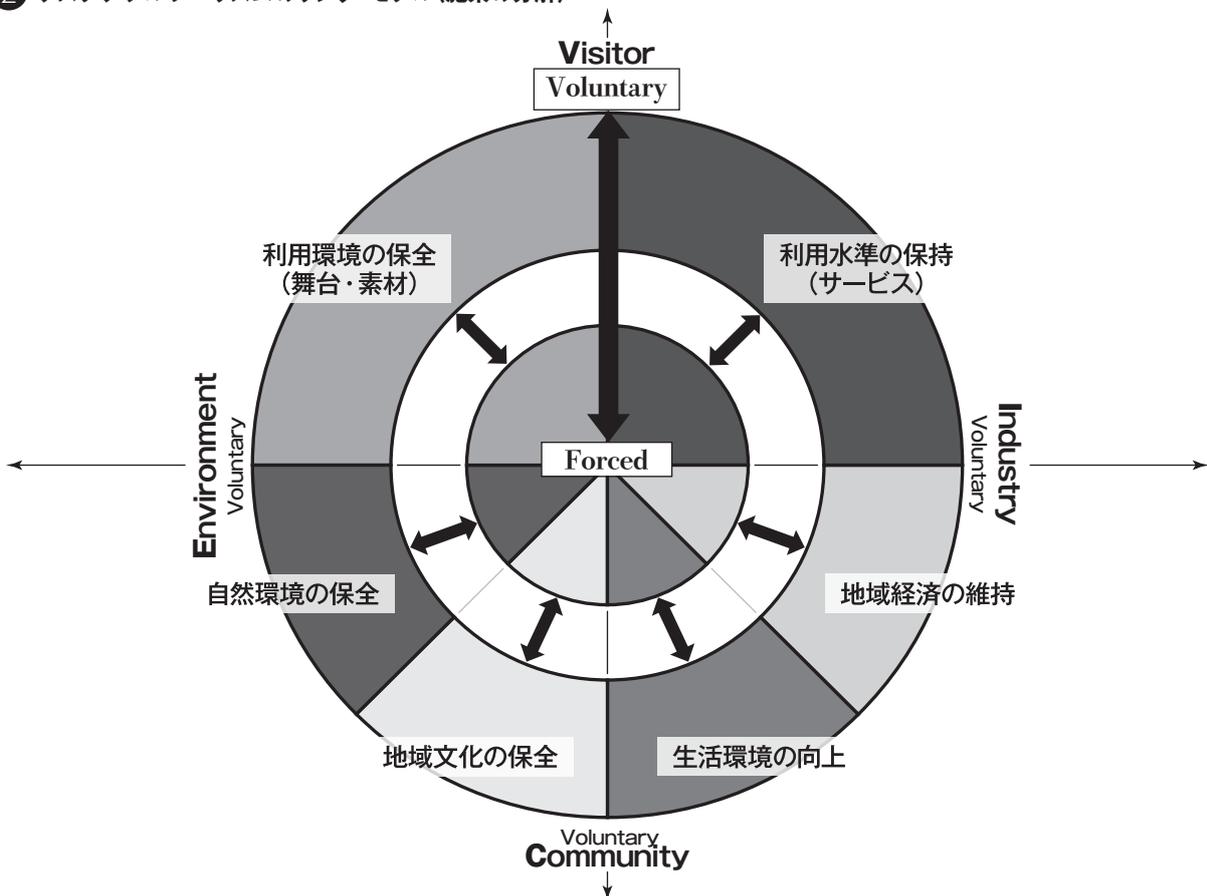
モデル」の「問題解決型」マインドセットの3つは円の中心に、反対に「ビジョン追求型」マインドセットの3つは円の周縁に配置される。円の中心はより緊急性が高くしたがって短期的、具体的な成果が求められるため制度的硬直性、すなわち一種の強制性を伴う施策になり、そこから円の外側に向かって徐々に制度的な硬直性が緩和される構造である。「ビジョン追求型」のマインドセットでは、あくまで目前の問題解決ではなく、理念やビジョン、世の潮流といった中長期的で総じて大きな目標の実現が目指されるため、より自主性に委ねるような施策が選択される。政策立案者の視点でより主観的に述べれば、「問題解決」を目指す政策立案者は円の中心をめがけて政策を検討し、逆に「ビジョン追求」を指向する政策立案者は外側に向かって最適な政策を検討するのである。なお、N I S T ツリーでは、「SDGs マインド」は最も外側に位置づけられている。これは文字通りSDGsの達成というグローバル・イシューへの取り組みに強制性を持たせることが難しいと解釈されるためである。

このように整理すると、今日のサス

テナブルツーリズムがどのような要素で構成され、またどのような施策が何を目的として実行されているのか、その全体像を描くことが可能になる。前述のとおりサステナブルツーリズムはサステナビリティとツーリズムという極めてシンプルな構造でありながら、両者の関係性に曖昧さを抱え、さらにはN I S T ツリーによる検証からも明らかになった通り、かなり広範で多様な要素を内包する。観光政策推進に取り組んできた地域において、サステナブルツーリズムの推進が反対されることは想定しづらいが、総論としての賛意の後には政策実践の具現化に伴う困難に直面する。本論は、漠然と把握され議論されてきたサステナブルツーリズムの全体像を臆気ながらも示し、どこからどこに向かうべきか、あるいはそこに向かうためにはどの方向に進むべきかをモデルとして提示することを目的に考察を重ねてきた。

その上で、地域総体のマネジメントの方向性を示す意味では、どのようなステイネーションを目指すのかというゴールのイメージについても類型化し、それがいずれの「素数」に依って組み立てられ得るのかを論じたい。こ

図 ② サステナブルツーリズムのリング・モデル(施策の分解)



れこそが「リコンストラクション」である。

・「コレクティブ・シティ」

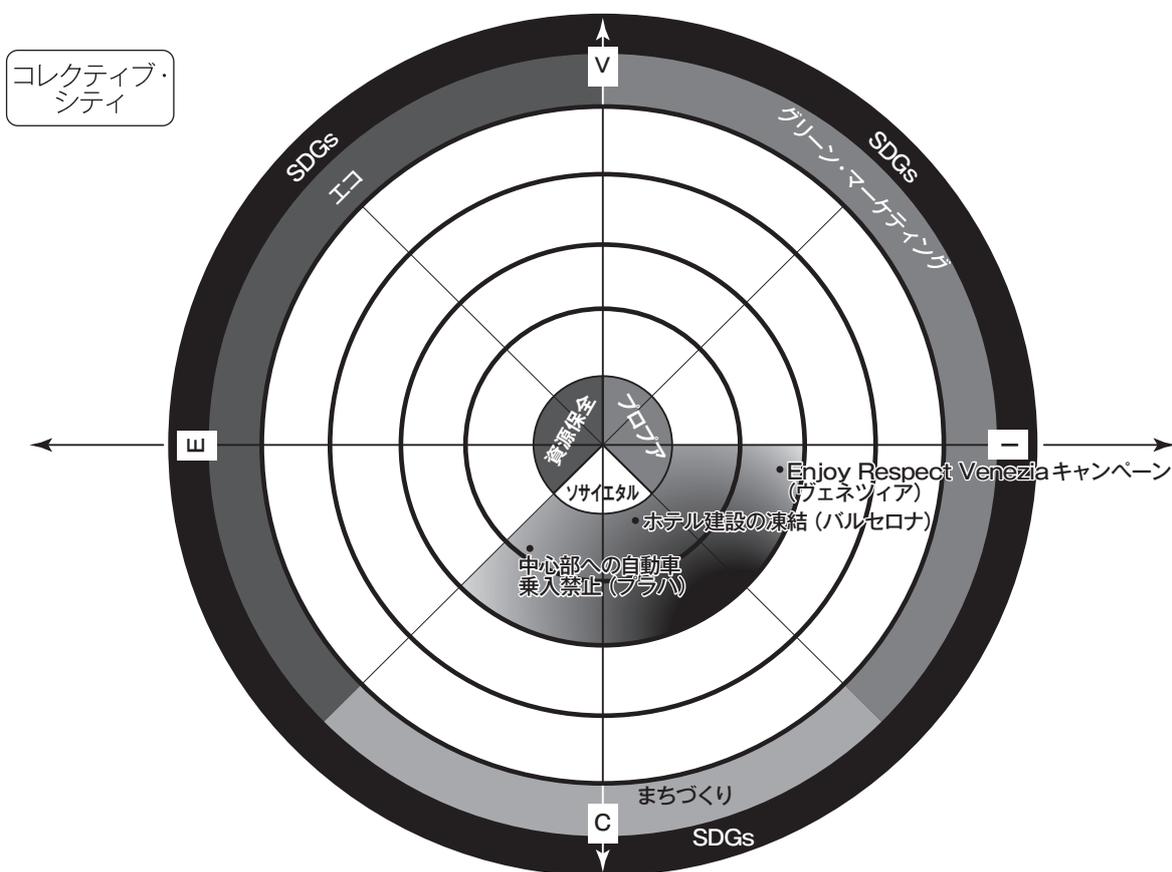
オーバーツーリズムなど、地域の社会的側面に与える観光の負の影響を解決することを目的に、観光を地域の中でコレクティブ（集会的）に位置づけようとするタイプである。ヨーロッパの都市に多く見られ、最たる例はバルセロナである。産業としての観光、観光客を独立した存在としてとらえず、都市という生態系の中で位置づける発想だ。都市住民の生活に直結する問題に直面していることも多く、NIST ツリーでは「ソサイエタル・マインド」に重点が置かれ、比較的強制性の高い施策が採用されることも少なくない。例えば、プラハでは、交通事故の抑制や騒音、温室効果ガス対策として中心市街地への車両乗り入れが禁止されているほか、バルセロナと同じくオーバーツーリズムの「メッカ」であるヴェネツィアではやや自主性の高い「Enjoy Respect Venezia」キャンペーンを通じて観光のマナー向上等に取り組んでいる。

・「クール・ルーラル」

従来の都市・大型観光地の対案（オーラルタナティブ）として拡大している魅力的な農村である。伝統的にはルーラル・ツーリズムと呼ばれ、スローや地域、食などもキーワードとなる。従来のルーラル・ツーリズムとの差異を見いだすとすれば、「都市ではない」ことによつて客体化されてきた農村をより概念的にとらえ直そうとする部分がある。すなわち、観光実践に伴う資源やサービスがより地域に根ざしており、結果的にフットプリントの少ない観光形態が実現する。しかもそれが高度なデザイン性や快適性と共存する点が「クール・ルーラル」の特徴だ。

リング・モデルでいうところの「利用環境の保全」と「利用水準の保持」の両立が目指され、「エコ」や「グリーンマーケティング」といった指向性を持つデザインেশションが多い。取り組みは強制性の低いものが一般的であり、「環境認証制度の取得促進」や「エコツアー商品の開発」などが事例としてあげられる。ニュージランドで初めての「持続可能な観光憲章」を策定しマオリの先住民観光や温泉観光で知られるロトルア、また

図 ③ サステナブルツーリズムの NIST ツリー（コレクティブ・シティを例に）



⑤ サステナブルツーリズムの概念の分解と再構築

2020年から始まったUNWTOによるBest Tourism Villageなども「クール・ルール」を後押しする枠組みと解釈できよう。

「グリーン・アイル」

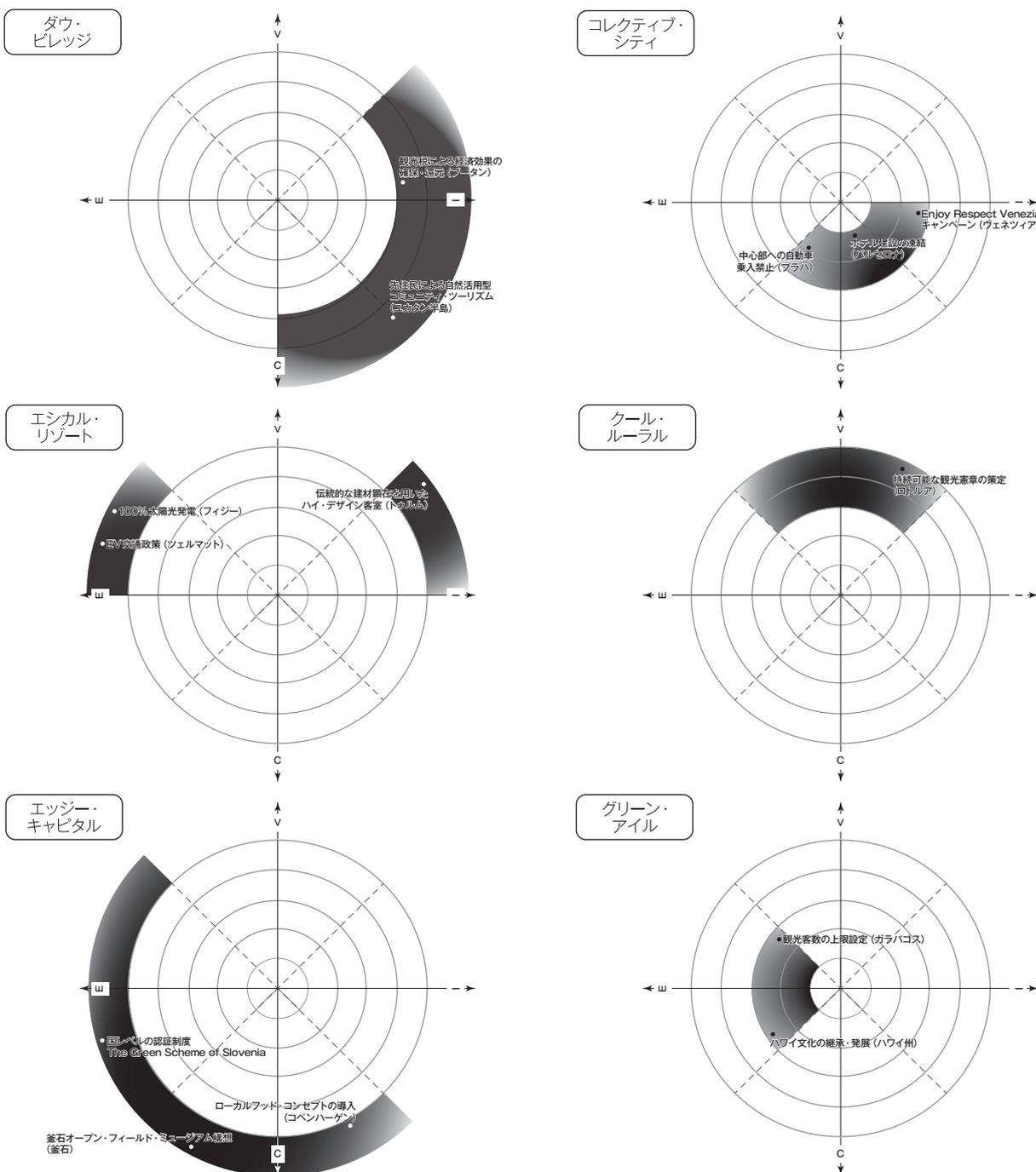
資源の消失等に対する危機意識に端を発する形でサステナブルツーリズムに取り組む事例である。主として自然環境への取り組みに重点が置かれ、資源賦存量の減耗や質的劣化への危機意識が芽生えやすい島(アイル)のほか、温暖化による少雪への対策に取り組む山岳デスティネーションなどもここに該当するだろう。

主として「資源保全マインド」であることが多く、取り組みも一定の強制性を伴う。ガラパゴス諸島で上陸する観光客数が強制的に制限されている例が代表的であろう。なおハワイ州は「グリーン・アイル」でありながらその政策・施策の対象に文化を重点的に位置づけている点が非常にユニークである。

「ダウ・ビレッジ」

住民参加型で、地域への経済波及効果の拡大を目的に取り組みれることが多く、総じて過疎地域、小規模な村落

④ NIST ツリーによるサステナブルツーリズムの6タイプ



等での事例が多い。コミュニティ・ペー
スト・ツーリズム等が代表的な事例で
あり先進国というよりは新興国、発展
途上国に多く見られる。平和や社会的
公正の象徴である鳩(ダヴ)を冠して、
「ダヴ・ビレッジ」と名付けた。

具体的な例でまず思い浮かぶのは、
観光客に1日200ドルの観光税を課
しているブータンだろう。コミュニ
ティ・ベースド・ツーリズムでも知ら
れる小国は、かなり早い段階から観光
客の量的拡大ではなく質的向上を掲
げ、住民の幸福、社会的公正、経済的
発展に資する観光形態を追求してき
た。200ドルの観光税はブータン国
内の観光人材の育成等の財源になっ
ている。

ルート・モデルの「グリーンマーケティ
ング」や「まちづくり」、「SDGs」とい
ったマインドセットが起点になっているこ
とが多く、リング・モデル上では「地域
経済の維持」を中心に「利用水準の保持」
から「生活環境の向上」まで一定の幅が
ある。そのため特定の強制性の高い取
り組みが実行されるといふよりは、「ツ
アーの開発」や「地元産品購入の場の設
置」など自主性の高い施策が目立つ。

・「エシカル・リゾート」

観光地などでエシカル・トラベラー
の取り込みを意識した施策が民間事業
者の間で展開され、サステナブルツ
ーリズムのイメージが付与されるタイプ
である。近年では「世界のエシカル・リ
ゾート・トップ10」や「ハネムーンで行
きたいエシカル・リゾート」などの切り
口でメディアを賑わすことも多く、総
体的に高価格帯のホテル等が「エシカ
ル」をコンセプトに新興国や発展途上
国、島嶼国などで事業展開することが
多い。したがってマインドセットとし
ては「グリーンマーケティング」や「エ
コ」、そして「SDGs」に分類される。
特徴としてはリング・モデル上の「地
域経済の維持」を指向するタイプと「利
用環境の保全」を指向するタイプに大
別されることである。前者は、地元の
職人を雇用して伝統的な建材や建築方
法によるリゾート施設整備、地場食材
の提供などを掲げた高級リゾートなど
であり、近年、北米の富裕層から注目
されているトゥルム(メキシコ)など
が好例である。また、後者はシックス・
センス・フィジークの「100%太陽光
発電」が最たるものである。

・「エッジ・キャピタル」

自国や世界をリードするべく、先進
的、革新的な取り組みを掲げてサステ
ナブルツーリズムを謳う事例である。
具体的な取り組みというよりは政策の
潮流の転換点となるようなビジョンを
掲げること、基準設定や中長期的な
政策の方針決定に影響力を持つ。ヨー
ロッパでは「観光の終わり」という
シヨッキングなタイトルの観光戦略を
掲げたコペンハーゲンが代表的な事例
であり、都市ではなく国全体でサステ
ナブルツーリズムの認証制度をいち早
く導入したスロベニアも「エッジ・
キャピタル」に分類されるだろう。ま
た日本国内では釜石市が取り組む地場
産業や食文化、被災地としての歩み等
を統合的にプロデュースした体験プロ
グラム「オープン・フィールド・ミュー
ジウム構想」などが該当するかもしれ
ない。
ルート・モデル上のマインドセット
は、「エコ」から「まちづくり」まで幅
広く、近年ではこれらを包含して
「SDGs」マインドにまで広げている
事例も多い。とがった(エッジ)な
取り組みを常に打ち出すことでその先

進性や固有性を外部に発信し、観光政
策の新しい価値観の構築を目指してい
るようなデステイネーションである。

【脚注】

本稿の分析・考察では、以下にあげる各サステナブルツーリズム推進に関する戦略や計画を参照している(ハワイ州政府観光局「Strategic Plan 2020-2025」、バルセロナ市「Turisme 2020 Barcelona」、デンマーク首都圏DMO「Tourism for Good」、バンクーバー観光局「Vancouver Tourism Master Plan」、釜石市「釜石市観光振興ビジョン」、沖縄県「第6次沖縄県観光振興基本計画」、プラハ市「Prague Destination Management: Putting Prague First」、ガラパゴス特區政府審議会「Plan Galápagos: Plan de Desarrollo Sustentable y Ordenamiento Territorial del Región Especial de Galápagos」)

参考文献

United Nations Environmental Programme and World Tourism Organization, 2005, Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers
Butler, Richard W., 1999, Sustainable tourism: A State of the Art Review, Tourism Geographies, 1:1, 7-25

サステナブル ツーリズムの これから

公益財団法人日本交通公社 観光地域研究部 環境計画室長
おきなわサステナラポ・ラボ長
中島 泰(なかしま・ゆたか)

はじめに

国連が定めた「持続可能な国際観光年」から5年の月日が経った。その間、サステナブルツーリズム／持続可能な観光(以降は同義としてサステナブルツーリズムを用いる)を取り巻く観光地の状況、そして市場及び関係者の意識は大きく変わったのではない。サステナブルツーリズムに関しては、90年代半ばに概念が提唱されて以降、研究と実践の両面において、特に海外を中心に進展してきた。そうした中、コロナ禍前は主にオーバーツーリズムへの対処

方策として、そして現在はアフターコロナにおける望ましい観光のあり方として、サステナブルツーリズムが改めて大きな注目を集めている状況にある。しかし、サステナブルツーリズムの概念は幅広く、本来は社会、環境、経済の視点を包含するものであるが、オーバーツーリズムの局面では主に社会の視点における地域コミュニティの立場から、脱炭素の局面では環境の視点における地球環境の立場からサステナブルツーリズムの表現が用いられるなど、焦点となる範囲が、ツーリズムとしての概念、あるいは旅行としての形態(または対応する市場)、対応す

べき課題、推進される取組などによって、また各局面によってもバラバラで、かつ重なり合っている状況にある。

そのため、国際機関、国・自治体、研究機関、各種コンサル等がそれぞれの立場・視点からサステナブルツーリズムを語り、語られる側、主に観光地(地域・自治体)や事業者(産業界・個別事業者)が行動を起こすにあたり動機・ゴールを設定する際に、混乱を招いている現状があるのではないか。

今回の観光文化特集では、そのような課題認識の下、複雑に重なり合った現在のサステナブルツーリズムの概念・現象の整理を行い、観光地・事業者等の主体別に、義務的に取り組むべきこと、選択的に取り組むべきこと等が分かるようにすることを目的に、サステナブルツーリズム概念をリコンストラクション(再構築／再建／復興)することに試みた。

エコツーリズムからの 問いかけ

特集1でも振り返ったように、サステナブルツーリズムもエコツーリズムも言葉と概念としては、90年代以前よ

り存在し、様々な場面で様々な使われ方をしてきた。その中でエコツーリズムは、地域資源、特に自然環境を観光魅力の源泉として取り扱う主にガイド業などを始めとした全国の事業者の自主・自発的な取組とともに、国として法律(「エコツーリズム推進法」)を定めてさらなる積極的な推進が図られてきたほか、日本エコツーリズム協会や日本エコツーリズムセンターといった全国的な組織に加えて、全国各地に地域別のエコツーリズム推進団体が作られてきた。

一方、サステナブルツーリズムに関しては、1992年の「持続可能な観光における指標開発のための国際的タスクフォース」の結成以降、UNWTOによる「観光地のための持続可能な観光指標」の提示(2004年)、GSTCによる観光地向け基準「GSTC-D」の策定(2013年)など、国際的には持続可能性指標(STI)の開発・導入を中心に取組が進められてきた一方で、国内における目立った動きは2018年における「持続可能な観光推進本部」の設置を待つこととなる。そうした意味で、特に国内においては、運動論としても地域における実装という面でもエコ



写真：沖縄県北部・やんばるの森

ツーリズムは、サステナブルツーリズムの一步、二歩先を進んできたといえる。

エコツーリズムの定義は、国内でも組織によって異なるが、環境省では「自然環境や歴史文化を対象とし、それらを体験し、学ぶとともに、対象となる地域の自然環境や歴史文化の保全に責任を持つ観光のありかた」と定めており、資源の保全に着目した定義となっている。一方、日本エコツーリズム協

会では、資源の保全・保護にも触れつつ、加えて「地域資源の健全な存続による地域経済への波及効果が実現することをねらいとする、資源の保護＋観光の成立＋地域振興の融合をめざす観光の考え方」として、地域振興も含めた定義を提示している。なお、日本自然保護協会（NACS-J）及び日本エコツーリズムセンター（エコセン）による定義も地域振興を含めている。いずれにせよエコツーリズムは、歴史・文化も含んだ、自然資源のみを対象にした狭義の概念ではなく、広義の定義であれば経済振興を含んだ、環境・社会、経済のトリプルボトムラインの保持をベースとしたサステナブルツーリズムの概念にかなり近いものとなっている。そして、このことは特集1の各

用語の定義で見てきたように、レスポンスブルツーリズム、アドベンチャーツーリズム、リジェネラティブツーリズムなどの各用語においても、やや強調される内容や視点が異なる面があるものの、核となる考え（対象としてのトリプルボトムライン、利用と保全のバランス）はほぼ同一であるように感じられる。

エコツーリズムがここまで浸透し、各地域・主体に真摯に取り組みられてきた中、エコツーリズムでは包含しきれない、サステナブルツーリズムには含まれた概念が存在し、その重要性が近年さらに高まってきたのか、あるいは同じ概念を示す、推進する中でも新たな言葉、サステナブルツーリズム、あるいはレスポンスブルツーリズム、リジェネラティブツーリズムを持ち出す必要・理由が何らかあったのか。その問いが今回の特集号における議論の出发点となった。

特集の振り返り

ここで特集1から5の概要・ポイントについて振り返る。

●特集1

特集1では、特集全体の検討を行う前段として、サステナブルツーリズムの用語の定義と使われ方の変遷について、サステナブルツーリズムと関連の深い類似の概念としてのエコツーリズムやレスポンスブルツーリズムなどいくつかの用語も取り上げて整理を行った。その整理からは、いくつかの類似の概念・用語がある中で、エコツーリズムとサステナブルツーリズムはその概念自体に重なりがありつつ、一定の使い分けをもって、ただし若干の混用がされつつ、長年に渡って概ね同程度のボリューム・頻度で用いられてきた概念・用語であること。そして、レスポンスブルツーリズムやアドベンチャーツーリズムなど古くから用いられてきたものの、より限定的な場面で用いられてきた用語、そして近年に新たな概念を説明する用語として登場したりジェネラティブツーリズムなどの用語といったタイプに分類することができた。

●特集2

特集2は、日本版持続可能な観光ガイドラインアドバイザー(観光庁)等を

歴任し、サステナブルツーリズム分野における国内政策を牽引してきた東洋大学の古屋教授に執筆を担いだ。

同特集では、国際的な取組の流れから、どのように日本国内の取組へと繋がっていったかを解説いただき、その上で、我が国がサステナブルツーリズムをさらに進めていく上での今後の課題として、2つのポイントを挙げていただいた。1つは「多様な関係主体の巻き込み」で、実際の観光地におけるサステナブルツーリズムの実装には、関係主体間の合意形成が必要との指摘である。もう1つは「経済的な裏付けを持った持続可能性の確立」で、持続可能な開発の概念における環境社会、経済のトリプルボトムラインを担保するためには、経済的な枠組みの中で予算・資金を調達・確保することが継続性の上でポイントとなるとの指摘である。いずれも、「べき論」を越えてサステナブルツーリズムを社会実装する上での、重要な気付きをいただいた。また、特集の中での「持続可能な社会づくりを進める上で、地域の実情に基づいた適切な目標設定」が必要との指摘は、特集5における地域モデルの提示にも通底する内容であった。

●特集3

特集3は、道内の観光産業の持続的成長をこれまでも支援し、昨年度に「サ

ステナブルツーリズムの現状と北海道における今後の方向性」を発行された、日本政策投資銀行北海道支店の桃井氏・神宮氏のお二人に執筆を担いだ。同特集では、まず豊富な自然資源を持つ北海道はサステナブルツーリズムの親和性が高いこと、そして優位性ゆえに、取組が遅れることで逆に観光地としての大きなダメージに繋がりがかねないといった懸念点を挙げていただいた。その上で、「マネジメント体制の構築」と「持続的な財源の確保」を北海道におけるサステナブルツーリズム推進における2大課題として指摘されている。これらは、特集2で古屋教授に挙げていただいた国内全体における課題の2点とも大きく重なるものである。また、先進取組事例として挙げられている二セコ町においても、ようやくマネジメント体制が整えられ、財源面の検討の一部はこれから進められるというところで、国内の多くの市町村ではまだサステナブルツーリズムの取組は端緒についた

●特集4

ばかりであろうことが示唆される。

特集4は、大正大学の岩浅准教授に、環境省職員としての豊富な現場経験を踏まえて、奄美・沖縄地方を対象としたアドベンチャーツーリズムの観点からの現状と課題を解説いただいた。アドベンチャーツーリズムはATTAの定義でいえば、特集の中でも触れられている通り「自然とのふれあい」「フィジカルなアクティビティ」「文化交流」の3つの要素のうち、2つ以上が主目的である旅行」であるが、同特集では、よりサステナブルツーリズムに近い概念としての拡張版ともいえるアドベンチャーツーリズムモデル(岩浅2022)を紹介していただいた。岩浅氏の「アドベンチャーツーリズム」の部分で「サステナブルツーリズム」や「エコツーリズム」に置き換えて読み進めていただいても差し支えない」という言葉の通り、いずれも概念は大きく重なるものである。その中で、特集2・3とも重なる内容として、岩浅氏も社会実装に向けた課題として挙げた「基金の創設」及び「推進母体の設置」や、加えて、前提としての「理念の地

域内共有」といった具体的な取組が、奄美・沖縄地方ではこれまでのエコツーリズムやサステナブルツーリズムではなく、アドベンチャーツーリズムの標語の下に進められている点は非常に興味深く、今後の展開に注目したい。

●特集5

特集5では、海外、特に欧州の情勢に詳しい北海道大学大学院の石黒准教授と私の共同執筆で、サステナブルツーリズムが含む概念の分解と再構築を試みた。ここでは、まず、国内外で展開されているサステナブルツーリズムの具体的な事象を、政策の課題やその射程に基づく「マインドセット」と、その結果、策定され実行される「施策」といった視点に基づいて情報の整理・分類を行っている。そして、分類の結果を可視化するモデルとして、樹木の根と幹に見立てた「ルーツ・モデル」と「リング・モデル」を提案した。このモデルにより、各地域がサステナブルツーリズムに「どこまでを対象に(射程)」「なぜ取り組むのか(課題)」をルーツ・モデルで、「どういった成果を期待して(目的)」「何を実行しているのか(施策)」をリング・モデルで確認す

ることができる。その上で、射程・課題といった取組の「背景」にある部分と目的・施策といった「具体的な取組事項」が、実際にはマッチしていない、あるいはマッチしていないことに気づいていない(意識していない)こともままあるものの、本来的にはマッチしていることが望まれるため、両者を統合した形でNISTモデルを提案し、「射程」「課題」「目的」「施策」がマッチした形におけるサステナブルツーリズムの地域イメージを6つ提示した。組み立て方はまだ他にもあるかもしれないが、この6つが今回我々が提示するサステナブルツーリズムの「射程」「課題」「目的」「施策」のマッチした典型的な地域パターンであり、サステナブルツーリズムの概念の分解からのリコンストラクションの結果である。

アフターコロナとサステナブルツーリズム

持続可能な国際観光年と同じ2017年、「観光文化」では今回と同じサステナブルツーリズム(持続可能な観光)をテーマに特集を組んでいる。

その際は「現場に学ぶ解決力」として、北海道から沖縄まで国内8箇所のケースを取り上げ、資源(自然・文化)、社会(住民・観光客)、経済(産業・雇用)の視点から、現場ごとに持続可能な観光における具体的な課題や解決の手法を示した。その目的は、逆説的ではあるが、それらの具体的な事象の総体から持続可能な観光という包括的な概念の重要性を示すことにあつた。

その後、5年の月日が経過し、サステナブルツーリズムは、アフターコロナにおける望ましい観光のあり方として、オルタナティブな新しいツーリズムのあり方ではなくツーリズム全体に通底する基礎的な概念として広がりを見せつつある。その意味で、5年前に取り上げたケースのような種先進的な地域以外でもサステナブルツーリズムに自主的に、あるいは要請に応じて取り組む地域が増えている。その中には、サステナブルツーリズムの概念に新たに触れ、その概念の広さに戸惑い、内容を咀嚼しきれずに取り組み始めている地域も多いのではないかと。

サステナブルツーリズム、レスポンスブルツーリズム、アドベンチャーツーリズムの言葉に囚われることに意味は



写真:おきなわサステナラボの人居するシェアオフィス・O2Okinawa

ないが、サステナブルツーリズムの概念とその重要性を伝え、国内での浸透・促進を図る立場としては、新たな情報・知見をあたかもただ一つの正解のように伝えないことに留意したい。一方で、取組を行う地域側も専門家・有識者に「頼る」「聞く」姿勢から、自ら「調べる」「決定する」姿勢へ進化する必要があるだろう。両者のための航海図が今回の特集で十分に揃えられたとは思わないが、今後議論し、削り上げていくための材料を用意したいと思いたい。

おきなわ サステナブルラボの 設置

当財団では今年度、沖縄県那覇市に「沖縄事務所（おきなわサステナブルラボ）」を開所することとなった。当財団としては、東京・青山に構える事務所以外の地域に事業所を設置することは初めての試みであり、手前事ではあるが当財団の経営計画「Challenge 2026」における大きな挑戦（チャレンジ）の一つとなっている。今後、おきなわサステナブルでは、今号のテーマでもあるサステナブルツーリズムをキーワードに、「沖縄観光の復興と持続可能な発展の支援」、「サステナブルツーリズムの推進現場での研究・調査の実践」、そして「サステナブルツーリズムを実践する人と知見のプラットフォームづくり」を目的に各種活動を精力的に行っていくこととなる。

当財団は「実践的学術研究機関」を標榜し、これまで「理論」と「実践」の両立を掲げて、独自財源を用いた自主事業等を通じて知見を蓄積した上で理論を構築し、その理論を国や地方公共団

体からの受託事業で実践することで更に強度を高めることに取り組んできた。今回の特集号ではまさにサステナブルツーリズムの新たな見方・理論の構築を試みたわけだが、とても議論がつくされたとは言えず、理論の強度としてまだまだ弱いものであることは自認している。今号で特集を担当いただいた有識者、加えてそれ以外のサステナブルツーリズムに関わる幅広い有識者・研究者・関係者との議論を重ねて、現場のための航海図として精度を高めていきたい。そして、客観的な知見の蓄積に基づいた理論を元にした多くの実践の場を、おきなわサステナブルの活動を通じて創り上げていきたいと思う。

おわりに

今回の原稿の執筆期間の中で、サステナブルツーリズムに関する国内外の記事・論評を目にする機会が多くあった。内容としては、サステナブルツーリズムの概念を改めて整理したもの、そして他のツーリズムとの位置づけの違いを解説するものが多かったように思う。その背景には、コロナ禍前から徐々に高まってきたサステナブルツー

リズムに対する関心が、コロナ禍においてさらに高まりを見せ、実際に取り組み始めた（あるいは検討し始めた）地域が急速に増えたことで、取組内容に対する疑問や質問も一斉に出てきたことがあるのだと自身の経験からも感じている。この間の国内外の記事・論評は、現場側からの疑問の噴出に対する研究者・関係者サイドからのある種の回答であった訳だが、こうした現場とサポートする側の双方の動き・盛り上がりにはこれまでにない心強さを感じている。持続可能な国際観光光年からは5年が経ったが、この盛り上がりは持続すればコロナ禍からの観光の本格再開が望まれる2022年が国内における実質的なサステナブルツーリズム元年になっていくのではないだろうか。UNWTO駐日事務所、観光庁及び関係機関、そして釜石市やニセコ町などを始めとした先行的に取り組んできたいくつかの地域・自治体のこの数年間の各種取組によって、ここまでサステナブルツーリズムの認知と全国的な取組の機運が急速に高まったものと思う。これまでの関係者の努力には大きな敬意を表したい。

また、最後になるが、今号の巻頭言

を執筆いただいたアーナンダ・クマール先生には、長年の日本国内での研究・教育活動を経てスリランカに帰国される大変忙しいタイミングでご対応をいただいた。クマール先生にも改めて感謝申し上げ、スリランカは現在大変厳しい局面にあるが、近い未来にはまた観光交流、経済交流、そして再び相互の研究交流が復活できる日が来るよう祈念して、本原稿を締めることとしたい。



写真：スリランカ・コロンボから眺める夕景

公益財団法人日本交通公社
観光文化振興部 研究員
仲七重
観光文化振興部 企画室長 上席主任研究員
五木田玲子

新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向5

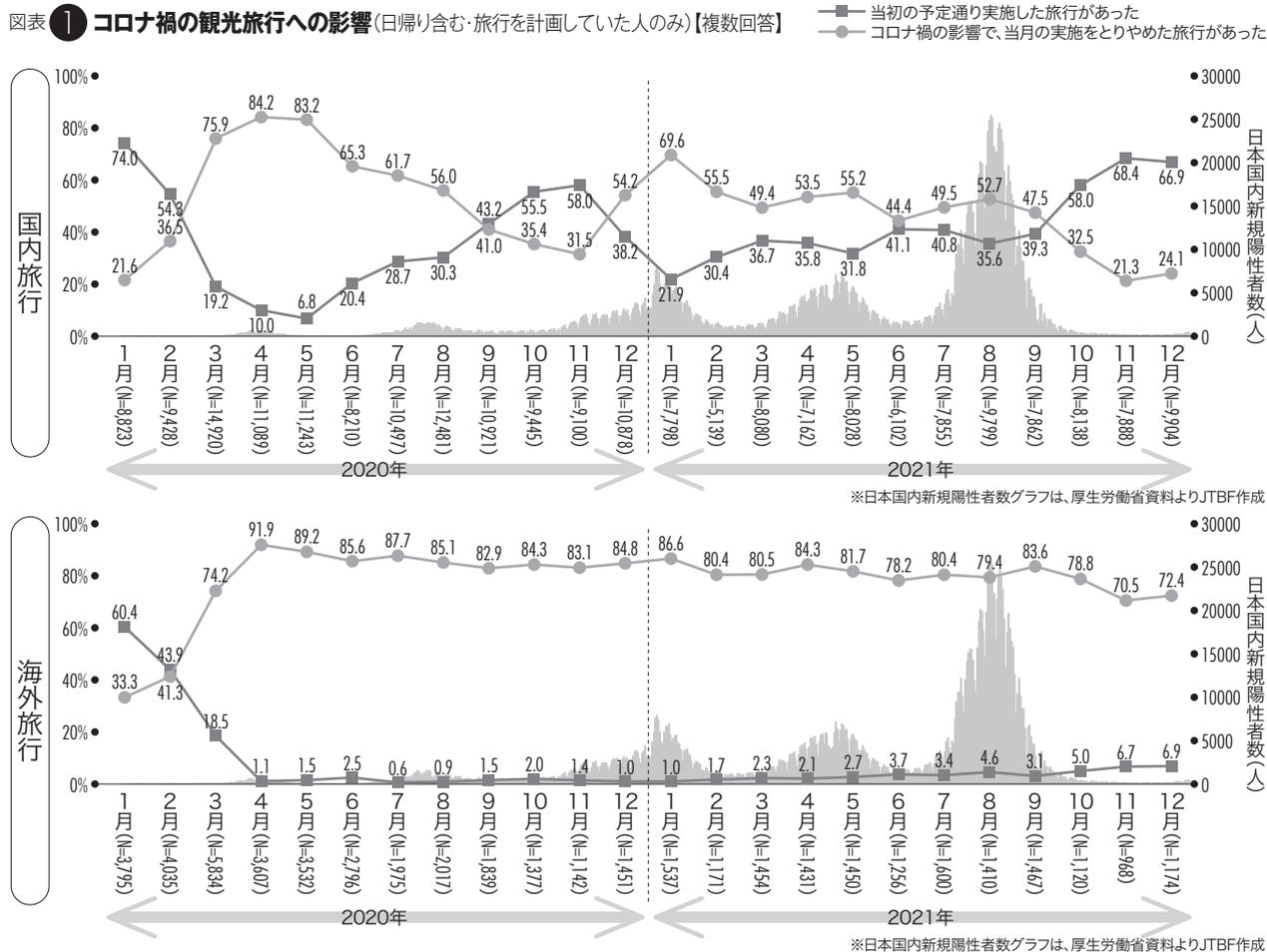
JTBF
旅行実態調査結果より

公益財団法人日本交通公社では、新型コロナウイルス感染症の流行が旅行市場に及ぼした影響把握を目的に、定期的に実施している「JTBF旅行実態調査」の調査内容を拡充し、分析を進めている。今回は、2020年から2021年の2年間の観光・レクリエーション旅行（以下、観光旅行）の実施状況及び旅行実態、今後の旅行予定・意向をとりまとめて紹介する。

1. 2020年から2021年の旅行実施状況

まず、2年間の観光旅行を感染拡大の時期とともに振り返る（図表1）。20年2月上旬のクルーズ船での集団感染以降、全国一斉休校要請、専門家会議による3密回避提言などが続き、第1波下（20年3～5月）にはコロナ禍によって8割程度が国内旅行をとりやめた。第2波下（20年7～8月）ではとりやめは徐々に減少したものの、第3波下（20年11月～21年2月）では3割

図表1 コロナ禍の観光旅行への影響（日帰り含む・旅行を計画していた人のみ）【複数回答】



から7割まで再び急増した。その後の第4波下(21年3~6月)・第5波下(21年7~9月)では、第3波下より感染者数が多かったにも関わらず、その割合は5割程度にとどまった。そして、第5波が落ち着きを見せた21年11月には「予定通り実施した旅行があった」と回答した割合が7割程度まで回復し、20年1月に迫る実施率となった。一方で、海外旅行のとりやめは、第1波下の20年4月をピークに徐々に減少し、21年1月以降は8割前後で推移した。その後、比較的発生状況が落ち着いていた21年11~12月にはさらに減少し、7割程度となった。

旅行をとりやめた理由については、国内旅行・海外旅行ともに、2年間を通して「自分自身の感染リスク回避」がトップとなった(図表2)。国内旅行の「自粛要請」を理由としたとりや

図表 2 観光旅行をとりやめた理由(コロナの影響でとりやめた人のみ)【複数回答】

国内旅行	%	その他	現地までの交通制限	参加予定のツアー等の中止	新型コロナウイルス対応で多忙	旅行先の受入制限	新型コロナウイルスの影響による経済的要因	旅行目的としていたイベント等の中止	GOTO一時停止	家族や友人等からの助言	同行者の意向	自粛要請	周りからの非難回避	旅行中に接する人への感染リスク回避	同行者の感染リスク回避	自分自身の感染リスク回避	
																	自粛要請
2020年																	
1月(N=1,906)	80.5	49.4	40.6	17.6	18.0	12.1	16.7	-	10.2	6.1	7.2	6.1	6.7	6.9	0.7		
2月(N=3,439)	80.1	53.2	44.8	16.4	21.2	12.0	16.4	-	12.8	3.5	6.3	4.2	5.6	4.5	0.8		
3月(N=11,329)	81.2	58.0	51.1	18.6	34.6	12.7	18.0	-	18.6	3.4	10.0	3.7	5.4	6.1	0.8		
4月(N=9,340)	79.7	53.6	46.3	23.6	44.4	11.2	16.8	-	17.0	3.5	14.2	3.6	6.7	10.1	0.7		
5月(N=9,355)	79.2	55.7	48.2	23.1	51.1	10.5	14.6	-	16.4	3.7	15.4	3.4	5.7	10.6	0.9		
6月(N=5,360)	75.6	48.6	42.8	20.7	36.5	10.2	14.1	-	18.6	4.4	15.0	4.0	8.1	11.8	1.1		
7月(N=6,478)	79.1	53.3	45.6	26.9	31.2	11.8	17.0	-	14.3	5.3	10.1	3.6	6.1	7.5	0.8		
8月(N=6,984)	78.3	55.9	49.1	27.3	29.1	10.9	17.4	-	11.3	5.4	7.8	2.9	4.0	5.6	1.0		
9月(N=4,478)	76.8	50.8	43.1	23.7	24.4	11.4	15.5	-	12.6	5.2	7.5	3.0	5.2	6.3	1.1		
10月(N=3,341)	81.8	54.8	41.7	18.8	20.1	10.0	12.0	-	8.2	4.0	4.9	3.6	4.0	4.6	1.8		
11月(N=2,862)	80.3	52.5	40.6	19.5	20.4	10.8	13.0	-	7.1	3.9	4.6	3.5	4.0	3.6	1.6		
12月(N=5,897)	77.7	56.0	47.3	20.8	27.0	10.4	14.9	-	5.7	3.2	4.1	2.4	3.6	2.9	3.0		
2021年																	
1月(N=5,424)	77.0	53.3	45.7	21.2	37.7	10.1	13.2	16.8	6.5	3.4	5.4	2.3	4.3	3.1	0.6		
2月(N=2,853)	79.0	50.2	40.3	21.3	35.3	9.1	12.0	11.7	8.9	4.1	6.3	2.7	4.0	3.6	0.6		
3月(N=3,995)	80.4	52.8	43.7	21.2	36.3	10.8	12.5	9.9	7.6	3.8	6.1	2.7	3.7	3.2	0.6		
4月(N=3,834)	77.6	51.1	42.4	20.1	39.5	10.1	13.3	7.9	9.5	4.3	7.5	2.8	4.2	4.2	1.0		
5月(N=4,431)	76.0	53.3	44.1	20.7	43.4	10.1	11.8	6.8	9.7	3.1	7.1	2.1	3.4	3.5	0.9		
6月(N=2,709)	75.0	46.0	39.1	17.5	35.9	10.0	11.4	6.6	9.4	4.0	7.9	2.8	4.6	4.4	1.1		
7月(N=3,885)	78.6	53.2	42.9	22.1	40.9	11.5	13.5	7.1	8.9	4.0	7.7	3.2	4.4	3.4	1.1		
8月(N=5,163)	77.2	56.5	46.8	22.4	45.3	12.0	13.6	5.4	7.8	3.7	7.6	2.5	3.4	2.9	1.1		
9月(N=3,735)	74.3	51.7	42.7	21.4	44.1	11.6	11.9	6.0	9.0	3.5	7.5	2.6	4.3	2.8	1.3		
10月(N=2,645)	78.0	50.7	37.3	19.7	23.7	12.9	14.2	7.8	9.3	4.9	6.0	4.2	4.8	3.3	0.6		
11月(N=1,678)	79.6	48.7	36.8	17.6	19.8	11.7	13.1	7.7	8.2	5.1	5.9	3.9	4.8	3.7	0.9		
12月(N=2,385)	81.6	53.7	41.1	19.2	16.5	13.8	13.2	6.3	5.2	4.2	3.9	3.4	2.7	2.6	0.8		

※ *は2021年度調査より追加

海外旅行	%	その他	新型コロナウイルスの影響による経済的要因	旅行目的としていたイベント等の中止	参加予定のツアー等の中止	新型コロナウイルス対応で多忙	現地までの交通制限	家族や友人等からの助言	自粛要請	周りからの非難回避	旅行中に接する人への感染リスク回避	同行者の感染リスク回避	自分自身の感染リスク回避				
														自粛要請			
2020年																	
1月(N=1,263)	75.9	45.5	39.7	14.9	7.4	15.7	18.2	8.9	11.8	13.3	8.9	7.3	8.6	0.7			
2月(N=1,666)	80.9	52.7	43.5	15.2	8.8	18.1	17.9	7.0	11.6	11.5	6.8	4.8	5.0	1.1			
3月(N=4,331)	82.1	58.0	47.8	18.0	14.9	27.8	20.0	11.5	13.2	14.5	8.2	4.6	4.3	0.9			
4月(N=3,316)	78.7	49.4	40.2	19.1	16.8	30.9	15.6	13.8	10.3	13.4	9.3	2.9	3.1	0.5			
5月(N=3,149)	78.3	51.1	41.4	18.3	18.9	34.0	14.4	16.3	9.7	12.5	8.7	2.9	3.1	0.5			
6月(N=2,393)	77.0	44.6	36.6	16.3	19.6	26.9	13.5	18.3	8.7	13.4	10.5	2.7	3.5	0.7			
7月(N=1,732)	74.1	42.9	34.2	17.5	24.2	22.4	12.9	19.7	7.6	7.6	9.5	2.2	2.9	0.5			
8月(N=1,717)	74.1	44.8	34.9	17.6	23.7	22.1	11.8	19.7	6.9	7.2	6.9	2.1	3.0	0.8			
9月(N=1,525)	73.8	42.0	31.1	16.1	23.3	20.1	10.7	19.9	6.6	6.8	8.8	1.8	2.6	1.2			
10月(N=1,161)	77.6	43.2	32.5	12.5	16.3	15.8	10.6	10.3	7.8	5.9	7.5	3.0	2.8	0.9			
11月(N=949)	76.7	39.3	29.8	11.4	14.4	14.0	9.8	10.9	5.8	4.8	6.4	2.3	3.0	1.2			
12月(N=1,230)	76.8	44.8	33.9	13.2	15.7	17.2	11.2	11.5	6.7	4.9	5.1	2.8	3.3	1.8			
2021年																	
1月(N=1,331)	79.8	47.4	35.2	15.7	10.5	22.9	11.7	8.5	8.9	6.2	6.1	3.8	4.3	1.0			
2月(N=942)	78.8	41.8	31.4	14.1	11.6	19.6	10.0	8.6	7.0	8.0	5.1	3.6	4.5	0.6			
3月(N=1,170)	79.6	46.6	34.4	15.5	11.6	22.6	11.7	9.1	8.5	7.7	5.6	3.3	3.8	0.4			
4月(N=1,207)	77.1	43.8	33.4	16.5	12.7	25.7	12.7	10.4	8.2	6.8	5.7	4.1	4.6	0.4			
5月(N=1,185)	75.9	45.2	34.2	16.0	12.9	26.8	11.0	10.5	7.4	6.6	5.2	3.3	4.1	0.7			
6月(N=982)	75.9	40.9	31.8	14.5	13.5	23.7	10.1	9.8	7.8	6.5	6.2	3.7	4.4	0.9			
7月(N=1,228)	77.6	47.0	34.7	17.9	13.7	26.0	14.9	9.8	10.2	8.0	6.4	3.2	3.8	0.8			
8月(N=1,287)	77.7	49.6	37.9	18.3	13.5	28.5	14.0	8.7	9.1	7.7	5.4	3.3	3.7	0.8			
9月(N=1,119)	75.7	45.4	35.6	16.6	13.6	26.1	12.2	8.8	8.8	8.5	6.1	2.9	3.5	1.2			
10月(N=883)	74.3	40.3	26.6	15.3	11.0	14.0	12.1	8.9	9.7	6.7	7.5	5.1	4.6	0.8			
11月(N=682)	75.7	39.0	25.5	12.3	9.7	11.9	10.3	8.8	8.9	6.3	6.3	4.7	3.8	1.0			
12月(N=850)	77.6	41.5	29.2	14.1	12.1	11.9	10.4	9.2	9.2	4.7	4.5	3.5	3.4	1.2			

めは、主に緊急事態宣言の発出やまん延防止等重点措置が適用された時期（20年4～5月、21年1～9月）に高まった。海外旅行は、国内旅行に比べて「旅行先の受入制限」や「現地までの交通制限」が多く挙げられたが、20年と比較して徐々に減少している。

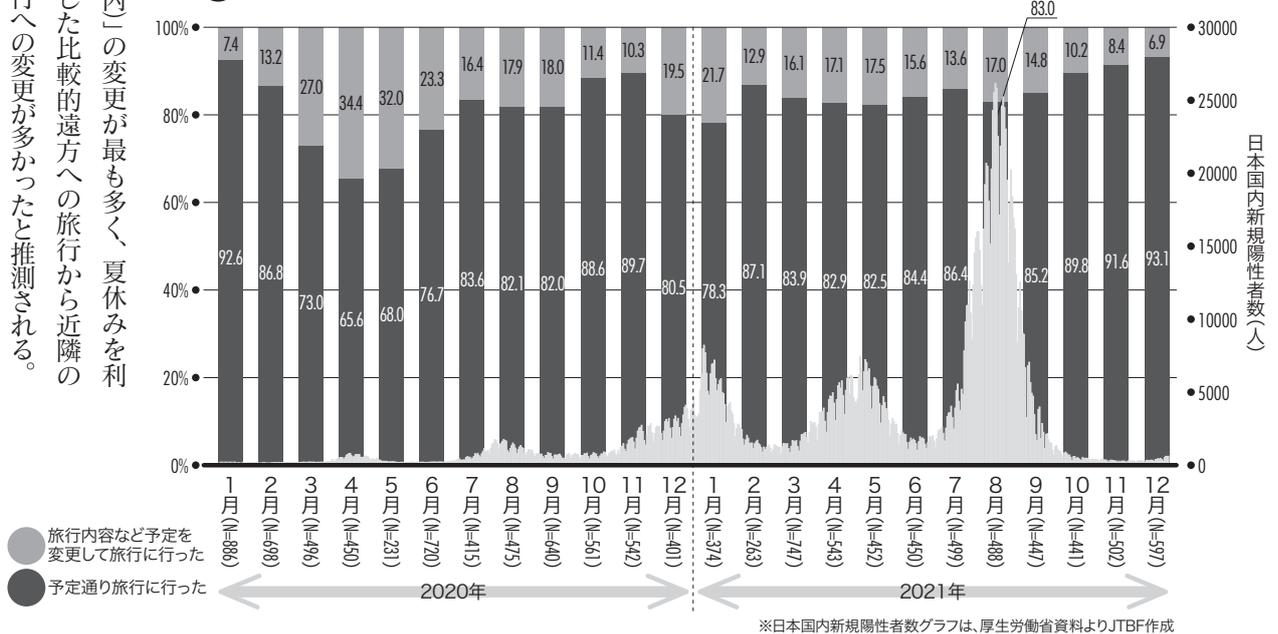
2. 2020年から2021年の国内旅行の実態

ここではコロナ禍中に実施した国内宿泊観光旅行についてみていく。

コロナ禍によって国内旅行予定に変更が生じた割合は、20～21年を通して感染拡大期に増加した（図表3）。しかしながら、その割合は第3波下では2割程度、第4波下では2割弱、第5波下では1・5割～2割弱と徐々に減少している。さらに、比較的感染状況が落ち着いていた21年11月以降には1割未満となり、感染拡大前の20年1月と同水準にまで戻っている。

では、どのような変更が行われたのか。コロナ禍の影響で変更した国内旅行の内容は、ほぼすべての月で「活動内容・訪問先」の変更が最多となった（図表4）。一方、20年8月・21年9月は「旅行先（国内↓

図表 ③ 実施した国内宿泊観光旅行のコロナ禍による変更の有無



国内」の変更が最も多く、夏休みを利用した比較的遠方への旅行から近隣の旅行への変更が多かったと推測される。

図表 ④ コロナ禍による変更内容（コロナの影響で内容を変更した旅行のみ）【複数回答】

年	月	訪問先・活動内容	泊数	旅行先		交通手段	同行者の人数	宿泊施設	同行者	その他	%
				国内	海外						
2020年	1月(N=66)	36.4	28.8	25.8	19.7	16.7	6.1	15.2	10.6	3.0	
	2月(N=92)	42.4	28.3	19.6	18.5	15.2	8.7	15.2	8.7	1.1	
	3月(N=134)	39.6	23.1	23.9	14.2	18.7	4.5	17.9	4.5	1.5	
	4月(N=155)	34.8	29.0	21.9	20.0	11.6	5.8	14.8	4.5	3.2	
	5月(N=74)	37.8	36.5	21.6	20.3	18.9	8.1	18.9	4.1	1.4	
	6月(N=168)	41.1	21.4	23.8	20.2	5.4	4.2	14.3	3.0	6.5	
	7月(N=68)	32.4	30.9	23.5	26.5	7.4	2.9	17.6	0.0	2.9	
	8月(N=85)	29.4	20.0	36.5	24.7	9.4	1.2	20.0	5.9	5.9	
	9月(N=115)	33.9	32.2	28.7	22.6	8.7	2.6	16.5	2.6	6.1	
	10月(N=64)	48.4	20.3	17.2	21.9	14.1	3.1	14.1	1.6	1.6	
	11月(N=56)	42.9	35.7	21.4	17.9	1.8	5.4	17.9	1.8	8.9	
	12月(N=78)	41.0	23.1	25.6	16.7	7.7	2.6	23.1	2.6	5.1	
2021年	1月(N=81)	34.6	35.8	29.6	8.6	1.2	6.2	21.0	1.2	2.5	
	2月(N=34)	29.4	26.5	29.4	8.8	8.8	2.9	17.6	0.0	2.9	
	3月(N=120)	40.0	28.3	22.5	13.3	6.7	4.2	16.7	2.5	4.2	
	4月(N=93)	44.1	30.1	25.8	15.1	3.2	2.2	20.4	1.1	2.2	
	5月(N=79)	38.0	24.1	29.1	5.1	2.5	8.9	22.8	5.1	3.8	
	6月(N=70)	37.1	27.1	17.1	18.6	1.4	5.7	25.7	1.4	8.6	
	7月(N=68)	45.6	20.6	41.2	11.8	1.5	1.5	14.7	1.5	2.9	
	8月(N=83)	42.2	33.7	34.9	9.6	7.2	4.8	10.8	2.4	3.6	
	9月(N=66)	37.9	9.1	42.4	10.6	3.0	1.5	12.1	3.0	6.1	
	10月(N=45)	37.8	26.7	20.0	8.9	4.4	2.2	15.6	0.0	13.3	
	11月(N=42)	26.2	16.7	26.2	16.7	2.4	2.4	19.0	7.1	11.9	
	12月(N=41)	39.0	29.3	22.0	22.0	7.3	4.9	2.4	0.0	2.4	

また、コロナ禍は、旅行にあたっての心理や行動にも影響を及ぼしている。コロナ禍での国内旅行実施にあたっての気持ちは、20年4月から21年8月まで(21年6月除く)は「心配しても仕方がない」が最多であったが、21年10月以降、「新型コロナに対する不安は感じない」が最多となった(図表5)。また、21年度調査より追加した「全国的なワクチン接種が始まっているので問題ない」は、ワクチン接種率の高まりにあわせて増加し、21年12月には1・5割となった。一方で、「旅行して良いのか迷った」は、21年8月以降、徐々に減少し、21年11月以降は1割未満で推移している。

国内旅行に行った感想は、21年上半期には「混雑がなく快適」が最も高かったが、21年7月以降その割合は減少した(図表6)。一方で、21年1~9月は3割前後で推移していた「コロナ禍前と特段変わらない」は、21年10月以降、徐々に増加し、12月には4割に迫る割合で最多となった。また、「想定より混雑」は、20年10月~21年10月は、1割程度だったものの、徐々に増加し、21年12月には2・5割程度まで増加した。旅行者も観光地に賑わいが戻りつ

図表 5 コロナ禍での国内宿泊観光旅行実施にあたっての気持ち [複数回答]

	その他	冠婚葬祭への出席を兼ねるので仕方ない	旅行の中止や変更をするのが面倒	自分は感染しない/感染しても発症しない・軽症で済む	キャンセル料が嫌	旅行先には迷惑はかからない	今しか楽しめない旅行(記念旅行など)	同行者の考えに応じた	値段が通常より安い	経済の停滞は避けるべき	旅行して良いのか迷った	外国人観光客が少ない	自粛に疲れた/我慢ばかりしてられない	今の状況では自分にあまりかわりはない	どこも空いている	旅行先の観光地を応援したい	訪問先や公共交通機関等が感染対策を徹底しているので問題ない	どうしても行きたい旅行	自分自身が感染対策を万全にすれば問題ない	全国的なワクチン接種が始まっているので問題ない	旅行先の感染者数が少ないので安心	心配しても仕方がない	新型コロナに対する不安は感じない	
2020年	1月(N=886)	66.4	13.9	8.2	—	—	6.7	—	3.3	2.1	30.2	1.4	4.3	—	4.3	1.2	3.4	2.9	6.5	4.3	10.2	3.0	1.5	9.8
	2月(N=698)	37.0	19.8	14.6	—	—	12.9	—	7.9	4.3	26.8	1.6	9.9	—	5.7	2.4	7.3	6.7	8.0	11.9	3.6	1.6	5.9	
	3月(N=496)	26.2	19.8	21.0	—	—	18.3	—	12.7	9.1	19.0	2.6	11.5	—	6.3	4.6	11.9	10.3	8.1	7.7	8.1	3.8	2.6	7.5
	4月(N=450)	20.4	26.2	17.3	—	—	13.8	—	12.9	9.8	17.3	5.8	10.2	—	10.2	5.1	10.7	8.7	7.6	9.6	15.6	4.0	2.0	4.0
	5月(N=231)	20.3	33.8	19.9	—	—	11.3	—	14.3	11.3	11.3	6.1	6.1	—	11.7	3.9	8.2	5.2	7.8	5.2	15.6	2.6	4.3	2.6
	6月(N=720)	21.7	27.9	24.9	—	—	10.1	—	24.0	10.0	11.5	5.0	11.8	—	13.8	12.8	9.0	3.2	7.8	2.2	6.4	1.4	0.8	5.3
	7月(N=415)	20.2	33.3	21.4	—	—	14.2	—	21.9	11.6	11.1	4.6	10.8	—	11.3	12.3	9.9	3.9	6.5	3.9	8.9	2.7	2.7	3.4
	8月(N=475)	22.5	37.5	21.3	—	—	13.3	—	18.7	8.8	10.5	6.1	10.3	—	11.8	14.7	11.8	6.9	9.7	2.5	6.1	0.4	2.3	2.3
	9月(N=640)	23.9	36.1	19.5	—	—	13.6	—	21.3	6.7	9.8	6.1	10.6	—	14.2	20.0	9.5	5.0	6.6	2.0	7.2	1.4	1.3	4.4
	10月(N=561)	25.5	27.3	25.0	—	—	12.7	—	23.5	6.1	12.7	2.5	13.0	—	12.8	19.6	10.0	7.5	5.5	3.9	6.8	2.3	2.0	3.0
	11月(N=542)	23.1	26.0	22.9	—	—	18.1	—	23.2	6.5	10.3	3.5	11.6	—	14.4	21.8	10.0	7.6	6.8	4.4	6.8	2.2	1.5	4.2
	12月(N=401)	24.2	28.9	17.7	—	—	20.2	—	21.2	4.7	7.5	2.2	9.5	—	14.7	20.4	13.0	9.5	6.0	5.7	4.2	3.7	1.5	3.5
2021年	1月(N=374)	22.2	28.6	18.7	0.8	15.0	12.3	12.0	17.4	18.4	13.1	12.8	11.8	23.0	11.5	10.7	7.2	5.3	7.0	7.0	4.5	3.5	0.5	3.2
	2月(N=263)	24.3	27.4	18.6	0.4	15.6	13.7	12.2	16.7	19.8	11.8	11.0	9.9	16.0	12.5	9.5	4.9	5.3	7.6	2.7	6.1	2.3	1.9	2.7
	3月(N=747)	25.8	28.9	17.5	0.5	15.9	13.9	13.5	17.3	18.1	9.1	12.0	9.0	20.7	12.4	8.3	6.2	8.8	6.6	4.8	4.3	2.3	1.2	1.7
	4月(N=543)	26.2	33.3	19.7	1.3	14.0	15.3	13.6	17.7	18.4	12.0	13.4	13.1	20.3	10.7	7.7	6.3	5.3	7.7	6.7	5.2	2.9	1.3	1.7
	5月(N=452)	27.4	29.2	19.0	1.3	17.0	17.3	11.1	15.5	19.5	8.6	14.8	10.6	18.4	12.4	6.4	9.7	8.0	8.4	4.6	3.5	2.4	1.8	2.0
	6月(N=450)	32.2	26.4	18.4	3.6	15.1	14.4	11.8	18.4	19.3	10.4	13.8	8.2	17.3	10.7	7.8	8.0	7.6	6.4	2.7	2.9	3.1	0.4	1.3
	7月(N=499)	24.0	26.5	14.6	6.6	15.6	15.6	12.2	14.6	14.6	10.6	11.2	7.8	16.0	8.4	7.0	8.6	6.6	8.2	3.6	5.8	2.6	1.0	3.6
	8月(N=488)	24.8	28.7	12.5	6.4	15.2	15.6	11.5	13.3	13.9	11.3	11.1	7.8	22.1	9.0	6.4	7.8	8.6	9.2	4.9	5.7	4.5	1.0	2.3
	9月(N=447)	26.4	26.4	14.8	10.7	17.7	14.3	13.0	14.3	19.9	8.3	14.8	11.0	17.9	9.4	6.7	9.4	6.0	6.3	3.6	5.1	1.3	1.8	2.0
	10月(N=441)	35.4	27.4	23.4	17.2	12.9	10.2	12.9	14.1	15.4	13.2	10.0	12.5	11.6	9.5	10.0	4.3	6.8	8.2	2.9	4.1	2.3	2.0	2.0
	11月(N=502)	35.1	23.5	22.3	18.9	14.5	14.5	13.1	12.5	13.1	12.4	8.4	11.4	8.2	10.0	6.8	8.0	7.4	7.2	3.2	1.2	0.8	2.4	
	12月(N=597)	34.3	24.6	21.6	16.9	15.2	15.1	12.2	12.1	10.9	10.6	10.4	9.5	9.0	8.5	7.9	7.7	6.0	4.9	3.9	3.2	2.2	1.7	1.3

※*は2021年度調査より追加

つあることを実感している。

国内旅行中のコロナ対策は、20~21年を通じて「マスクの着用」が最も高く、20年7月以降は9・5割前後で推移した(図表7)。「設置されているアルコール除菌の励行・徹底」も21年を通して7割以上で推移している。しかしながら、20年12月と21年12月を比較すると、「その他」以外のすべての項目で実施率が低下しており、特に「ソーシャルディスタンスの確保」の実施率は、20ポイント減と大幅に減少した。

3. 今後の旅行予定意向

最後に、今後の旅行の予定についてみていく。まず、この先3ヶ月間に「旅行意向あり」と回答した割合は、感染者数が減少傾向にあった21年10月には5割を超えたものの、再び感染者数が増加傾向にあった22年1月には4・5割弱に減少した(図表8)。「国内宿泊旅行をいまのところ実施予定」は、20年10月にかけて増加したが、緊急事態宣言下の21年1月・5月では0・5割を下回った。しかしながら、その後の沖縄県の緊急事態宣言下・東京都含む10都道府県のまん延防止等重点措置下に

図表 6 コロナ禍で実施した国内宿泊観光旅行の感想(複数回答)

	コロナ禍前と 特段変わらない	混雑がなく快適	旅行先の感染対策が 徹底されていた	想定より混雑	旅行が自分にとって 重要なことを再確認	旅行先で歓迎された	感染が不安	休業の店舗・施設が あり残念	自分が感染源に ならないか心配	閑散としていて寂しい	内緒で行ったため旅行後に 土産話ができなかった	感染を気にして疲れた	旅行先で早く思われな かったのではと不安	旅行先の感染対策が 徹底されておらず不安	旅行後に 周囲から非難された	その他	
			*		*						*			*		%	
2020年	1月(N=886)	82.1	14.2	—	6.1	—	11.3	7.6	3.6	5.5	4.4	—	5.0	2.0	—	1.2	0.9
	2月(N=698)	60.6	25.1	—	9.6	—	12.0	17.3	5.0	11.5	9.6	—	9.5	3.0	—	2.0	0.6
	3月(N=496)	44.0	36.7	—	12.1	—	13.1	26.2	13.7	14.7	19.4	—	9.3	3.8	—	2.0	1.0
	4月(N=450)	26.2	41.1	—	5.3	—	10.9	22.2	13.3	13.3	25.6	—	9.6	7.3	—	2.4	0.7
	5月(N=231)	24.7	43.7	—	5.2	—	14.3	20.3	20.8	12.6	23.8	—	9.5	8.7	—	0.9	1.3
	6月(N=720)	33.6	49.7	—	10.4	—	17.9	16.7	14.3	7.5	18.1	—	4.6	3.1	—	0.3	1.0
	7月(N=415)	32.5	52.5	—	10.8	—	12.8	17.3	11.3	8.7	14.7	—	6.3	3.9	—	0.5	0.7
	8月(N=475)	37.7	51.4	—	16.0	—	13.1	17.3	9.9	11.6	10.3	—	5.3	2.9	—	0.4	0.6
	9月(N=640)	39.5	43.4	—	20.3	—	13.9	16.6	6.6	9.2	7.7	—	4.7	3.9	—	0.3	1.7
	10月(N=561)	46.9	41.7	—	13.0	—	12.8	18.7	6.2	9.8	9.4	—	6.1	2.9	—	0.2	1.6
	11月(N=542)	45.9	40.6	—	17.5	—	10.1	20.5	6.1	11.4	7.6	—	5.7	2.4	—	0.2	1.7
	12月(N=401)	40.1	49.6	—	10.7	—	11.7	18.2	8.2	10.5	8.0	—	5.5	3.2	—	1.0	1.2
2021年	1月(N=374)	26.5	48.9	34.2	8.8	13.9	17.4	13.9	9.9	10.4	17.6	8.0	4.5	5.1	1.1	0.8	0.8
	2月(N=263)	24.7	49.4	32.7	11.8	14.8	17.5	12.2	9.1	11.0	16.0	6.5	3.8	1.5	1.5	0.4	1.1
	3月(N=747)	29.5	44.3	34.8	14.3	13.0	15.3	13.3	10.2	8.6	9.9	7.2	4.7	2.1	1.1	0.7	0.9
	4月(N=543)	31.5	51.2	29.3	11.2	17.5	19.2	13.3	12.2	7.4	12.2	6.4	4.8	2.8	1.5	0.6	1.1
	5月(N=452)	29.2	45.8	29.0	14.2	17.5	15.3	13.9	17.7	10.2	15.9	9.3	5.5	5.1	2.9	0.4	0.0
	6月(N=450)	33.8	50.0	32.2	11.6	17.8	18.2	10.9	14.9	7.6	16.2	7.1	4.7	2.4	0.7	0.4	1.3
	7月(N=499)	28.3	48.5	30.9	10.0	17.0	14.2	10.2	14.8	7.4	13.0	8.0	5.2	1.6	0.6	0.8	2.2
	8月(N=488)	30.1	47.1	30.7	10.5	17.2	15.0	14.1	15.0	7.6	9.4	8.4	5.3	4.5	1.2	0.6	0.8
	9月(N=447)	29.3	46.5	31.5	12.8	17.0	9.2	10.5	15.2	8.3	10.3	7.8	3.4	3.1	0.7	0.0	1.6
	10月(N=441)	36.3	43.8	29.3	12.0	15.2	15.2	8.2	7.7	6.8	7.9	6.6	4.8	1.4	0.9	0.5	0.9
	11月(N=502)	35.3	38.2	30.7	21.1	16.1	11.8	8.2	5.2	6.2	5.8	4.6	3.0	1.8	1.2	0.8	0.4
	12月(N=597)	39.0	29.6	28.1	24.3	15.2	9.7	9.7	7.0	5.7	5.0	4.7	4.0	1.2	1.0	0.7	1.3

※*は2021年度調査より追加

図表 7 国内宿泊観光旅行中のコロナ対策(複数回答)

	マスクの着用	アルコール除菌を励行・徹底	設置されている	手洗い・うがいの励行・徹底	アルコール除菌剤の携行	多数が集まる密集空間の回避	換気の悪い密閉空間の回避	ソーシャルディスタンスの確保	飲食時の注意(黙食や個室、マスク会食、少人数での食事等)	不特定多数が触れる箇所をなるべく触らない	キャッシュレス決済の利用	間近での会話等密接場面の回避	他人がそばにいる場所では、会話を控える	訪問予定施設のコロナ対策情報のチェック	旅行先地域のコロナ対策情報のチェック	接触確認アプリのダウンロード	「新しい旅のエチケット」や「新しい旅のルール」のチェック	体温計を持参し、毎日検温	PCR検査を受けてから旅行に行く	その他	特に何もしていない
											*		*	*	*	*	*	*	*		%
2020年	1月(N=886)	36.1	18.6	30.8	22.9	10.9	11.5	8.2	7.4	11.2	—	7.4	—	—	—	—	—	—	—	1.0	47.4
	2月(N=698)	59.7	37.2	53.4	40.7	23.4	24.1	17.9	15.3	24.1	—	16.0	—	—	—	—	—	—	—	0.4	19.5
	3月(N=496)	75.0	54.6	64.7	51.8	41.9	39.5	32.7	29.0	34.7	—	30.0	—	—	—	—	—	—	—	0.6	9.1
	4月(N=450)	81.3	52.7	61.3	52.2	43.6	38.9	34.4	27.8	36.4	—	27.3	—	—	—	—	—	—	—	0.4	4.2
	5月(N=231)	80.1	57.1	61.5	49.8	35.1	36.4	35.5	24.2	30.7	—	22.5	—	—	—	—	—	—	—	0.0	3.9
	6月(N=720)	92.9	73.9	74.0	61.1	47.9	43.5	46.9	35.3	42.2	—	31.7	—	—	—	—	—	—	—	0.6	1.8
	7月(N=415)	94.7	71.8	70.4	61.0	53.3	45.1	49.6	33.7	41.0	—	34.0	—	—	—	—	—	—	—	0.2	1.0
	8月(N=475)	94.1	76.6	74.7	64.6	53.3	48.4	50.5	36.0	40.4	—	33.9	—	—	—	—	—	—	—	0.6	1.9
	9月(N=640)	95.2	78.1	72.2	61.4	50.5	45.6	49.7	33.8	39.5	—	33.3	—	—	—	—	—	—	—	0.0	1.6
	10月(N=561)	96.3	80.6	76.8	66.7	56.7	51.5	56.3	43.7	47.6	—	42.2	—	—	—	—	—	—	—	0.2	0.7
	11月(N=542)	98.0	83.8	77.7	67.7	54.4	49.6	59.0	48.3	48.5	—	43.4	—	—	—	—	—	—	—	0.2	0.4
	12月(N=401)	97.5	81.5	74.3	62.8	55.6	50.1	59.6	43.6	40.4	—	41.6	—	—	—	—	—	—	—	0.0	0.5
2021年	1月(N=374)	94.1	74.6	71.9	64.4	55.9	48.7	52.9	42.5	36.9	34.5	37.4	33.4	15.8	13.4	12.0	9.1	9.4	1.1	0.0	0.5
	2月(N=263)	93.2	77.2	76.0	65.8	58.2	51.7	55.1	49.0	46.4	36.9	46.0	38.0	19.0	16.0	14.8	12.2	11.0	1.1	0.0	0.8
	3月(N=747)	94.8	77.9	73.5	66.4	54.4	47.5	53.0	47.1	41.2	36.4	38.0	37.2	16.2	12.6	13.7	9.2	9.1	0.7	0.1	1.1
	4月(N=543)	95.6	73.5	72.2	61.0	54.9	44.0	49.0	42.5	42.2	30.4	37.0	33.1	15.1	12.5	11.2	9.6	8.1	2.0	0.0	0.6
	5月(N=452)	94.7	77.4	71.2	63.3	56.4	47.8	50.0	45.4	42.9	34.1	37.4	37.4	14.2	10.4	12.2	9.3	8.2	2.7	0.4	0.4
	6月(N=450)	96.7	78.0	71.8	59.6	50.0	43.6	46.2	43.6	40.7	33.6	33.8	35.6	13.6	12.2	12.7	8.7	8.4	2.7	0.4	0.9
	7月(N=499)	93.6	77.4	71.1	61.1	52.9	47.3	48.3	44.3	38.7	30.1	32.1	35.1	15.8	11.0	7.0	7.8	9.4	2.6	0.6	1.4
	8月(N=488)	93.6	77.9	71.9	66.4	53.3	46.5	45.1	43.4	40.6	29.5	33.8	33.8	12.5	8.8	11.5	5.7	6.4	2.9	0.0	1.4
	9月(N=447)	94.4	79.2	70.9	61.7	51.2	45.2	49.0	46.8	41.6	34.5	35.6	37.1	12.5	10.3	10.5	7.6	6.5	2.9	0.4	1.8
	10月(N=441)	95.9	73.2	71.0	59.6	46.9	42.0	42.6	37.4	32.4	29.9	31.1	28.6	11.8	10.2	9.3	8.6	8.8	1.6	0.2	0.5
	11月(N=502)	94.0	76.7	68.1	58.0	43.2	41.4	45.0	38.6	33.3	30.1	28.9	29.9	12.2	8.8	7.4	7.6	6.6	1.2	0.4	1.6
	12月(N=597)	95.5	79.2	69.7	60.1	44.7	39.9	39.5	38.0	35.7	30.7	30.3	29.1	11.2	9.2	8.9	7.5	7.5	3.4	0.3	0.7

※*は2021年度調査より追加

あつた21年7月、3回目の全国的な緊急事態宣言が解除された直後に実施した21年10月には1割を超えた。第6波の兆候が見え始めた22年1月は微減したものの、前年同月を上回ったことから、直近の旅行意向に緊急事態宣言の影響が小さくなってきたと考えられる。

では、コロナ禍収束後の旅行意向はどうだろうか(図表9)。「これまで以上に旅行に行きたい」は、21年1月以降は2割以上で推移し、突如コロナ禍と対峙することになった20年より高まった。さらにその割合は、22年1月には2・5割を超え、調査開始以降、最も高い割合となった。一方、同時期の旅行に行きたくない層は6・9%となり、これまでで最も低い割合となった。長引くコロナ禍において、旅行意向は高まりをみせている。

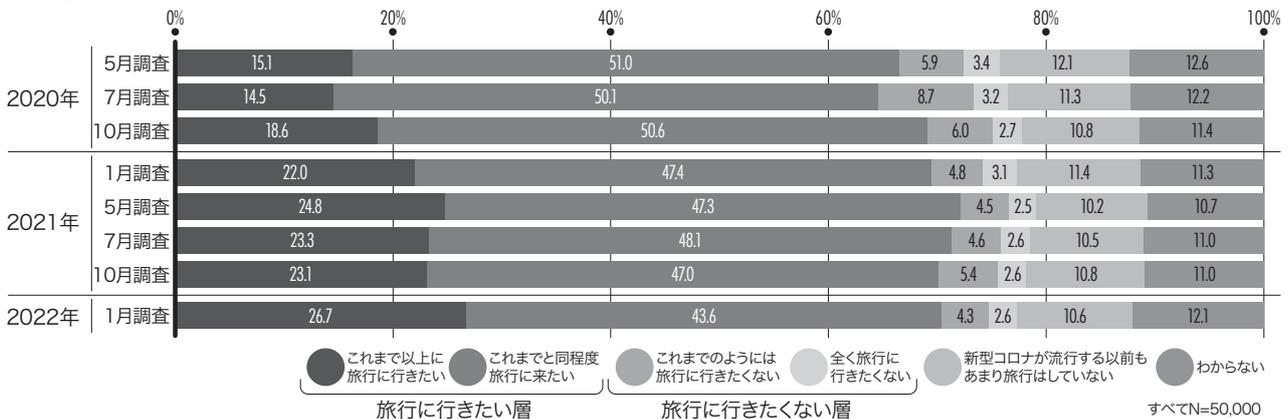
2年間分の調査結果を通じて、コロナ禍の旅行で変わることで・変わらないことが徐々に見えてきた。今後、旅行消費需要の増加やアウトバウンド市場の回復によって、今までは異なる旅行への影響や、旅行中の心理・行動として旅行意向に変化が起ころうとも考えられる。引き続き、今後の動向に注目していきたい。

図表 8 この先の3ヶ月間の観光旅行の予定【複数回答】

	調査月	旅行意向あり(検討・中止含む)														%	
		国内日帰り旅行				国内宿泊旅行				海外旅行							
		既に中止・延期を決定	中止・延期を検討	計画することを躊躇	いまのところ実施予定	既に中止・延期を決定	中止・延期を検討	計画することを躊躇	いまのところ実施予定	既に中止・延期を決定	中止・延期を検討	計画することを躊躇	いまのところ実施予定				
2020年	5月調査	55.6	44.4	17.5	0.5	6.5	2.0	6.1	0.8	14.9	3.0	8.3	1.6	3.3	1.0	2.0	1.4
	7月調査	45.7	54.3	30.1	0.6	2.7	1.6	5.8	3.0	6.5	2.8	10.0	9.3	2.1	0.9	2.4	1.7
	10月調査	45.6	54.4	29.3	0.5	2.0	1.2	4.1	4.5	4.6	1.9	6.6	14.8	1.6	0.8	1.9	1.5
2021年	1月調査	63.5	36.5	19.4	0.3	2.1	0.9	4.2	1.2	7.4	2.1	6.9	3.1	0.9	0.4	1.5	1.5
	5月調査	59.4	40.6	22.7	0.4	2.5	1.2	5.5	1.9	5.9	1.8	8.3	4.7	1.8	0.8	1.6	0.5
	7月調査	50.2	49.8	29.2	0.5	1.7	1.1	4.8	3.5	3.6	1.9	8.5	10.5	0.9	0.6	1.9	1.6
	10月調査	48.8	51.2	32.4	0.4	1.4	0.9	3.6	4.2	3.0	1.3	5.9	10.9	0.7	0.5	1.5	1.8
2022年	1月調査	55.8	44.2	24.9	0.5	1.3	1.1	4.0	2.9	3.3	2.1	6.9	8.3	0.6	0.4	1.2	1.9

前年同期と比較して5ポイント以上増加 5ポイント以上減少

図表 9 コロナ収束後の旅行意向



調査概要

JTB旅行実態調査2021【全体調査】	
調査名	全体調査 / トリップ調査
調査対象	全国16~79歳の男女(調査会社のパネルより抽出※1)
調査方法	ウェブ調査
調査時期(調査の対象とした旅行期間)	第1回:2021/5/18~25(1-3月の旅行実態) 第2回:2021/7/5~9(4-6月の旅行実態) 第3回:2021/10/1~6(7-9月の旅行実態) 第4回:2022/1/7~14(10-12月の旅行実態)
標本の大きさ(トリップ数※3)	各回 50,000 / 第1回:1,080/1,384 第3回:1,018/1,434 第2回:1,022/1,445 第4回:1,036/1,540

※1:国勢調査時の人口(地域・性別・年代)に基づき、調査会社のモニターを割り当て。ただし、一部不足した属性あり。
 ※2:海外観光旅行も調査対象だが、2020年4月以降の海外観光旅行実施票を十分に得られなかったため、今回の分析対象からは除外した。
 ※3:トリップ数:期間中に複数回旅行した人は旅行ごとに回答。
 ※「1. 2020年から2021年の旅行実施状況」「3. 今後の旅行予定・意向」は全体調査を、「2. 2020年から2021年の国内旅行の実態」はトリップ調査を対象に集計した。

※2020年度調査の概要は、250号を参照

「たびとしよCafe」



Guest speaker
片野陽介(かたのようすけ)

1989年生まれ。埼玉県新座市出身。飯能市在住10年目。
2012年飯能市入庁、2018年度まで飯能市役所観光・エコツーリズム推進課、
2019年度から現在まで農業振興課にて業務に従事。「人と人をつなぐ架け橋になる。」
をモットーに、飯能市内外のさまざまな縁をつなぐために奔走、
農家さんと飲食店・ふるさと納税・エコツアー等とのマッチングに取り組んでいる。
国内旅行業務取扱管理者。

「人と人をつなぐ架け橋に」を開催

行政職員が挑戦する「宝物」同士のマッチング

2022年3月3日(木)、「人と人をつなぐ架け橋に」行政職員が挑戦する「宝物」同士のマッチング」をテーマに、第25回たびとしよCafeを開催しました。ゲストスピーカーには、飯能市職員の片野陽介氏をお招きしました。

2022年3月3日(木)、「人と人をつなぐ架け橋に」行政職員が挑戦する「宝物」同士のマッチング」をテーマに、第25回たびとしよCafeを開催しました。ゲストスピーカーには、飯能市職員の片野陽介氏をお招きしました。

しながら、より広い視野で地域の方たちをつなぐために奮闘されています。当日は、エコツーリズムの専門家、エコツアーガイド、飯能市民、交通事業者など、様々な方の参加をいただきました。一人の行政職員の10年間を通して、地域との関わり方、地域振興とは何かについて考える会となりました。

【第1部】

話題提供

飯能エコツーリズムの取り組み経緯

●飯能市は、埼玉県内で3番目に大きい市で、面積の76%が森林。池袋駅から飯能駅までは電車で約50分、片道

500円以内で行けるワンコインリゾート”。

●飯能市は、身近で豊かな自然資源や歴史文化資源を活かし、地域の活性化や経済振興をはかることを目的として、2004年にエコツーリズムを始めた。同年には、里地里山型として、環境省が指定する13のモデル地区の一つに選ばれた。翌年に飯能市と名栗村が合併すると、合併後の新しいまちづくりの一つとしても位置付けられた。

●エコツーリズムの機運醸成のため、2005年2月開催のキックオフシンポジウムを皮切りに、市民を対象としたエコツーリズム講座を地区ごとに開催した。市内に12ある公民館を一つずつ回り、エコツーリズムの概要説明のほか、地区ごとの地域性を活かしてどのようなエコツアーができそうか、市役所職員と市民が話し合った。この講座は、その後も定期的に実施している。

飯能エコツアーの特徴

●知床や屋久島のような大自然のない飯能では、地域の自然環境、生活文化、伝統文化、歴史・産業など、地域のありのままの姿を伝えることを大切に

してきた。それらを伝えるのは地域の人たち。地域の人を持つている知恵や技術を通して地域資源を伝えることで、魅力的なエコツアーに仕上げている。飯能市のエコツーリズム推進のカギは、「地域に住む人」。

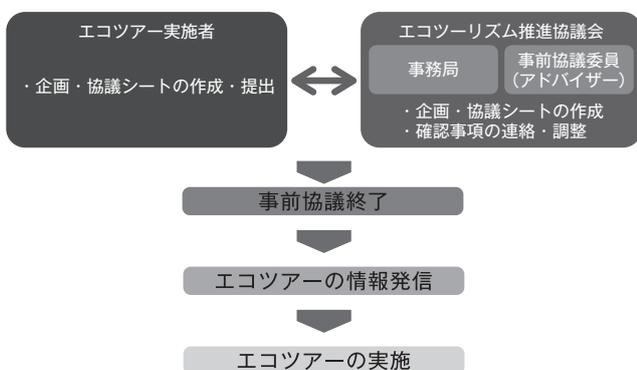
●飯能市では、自然保護や伝統芸能継承といった地域活動が元々盛んに行われており、そうした素地にエコツーリズムのエッセンスを加えることでエコツアー化していった。飯能エコツアー第1号は、地域の獅子舞を素材にしたもので、ガイドは獅子舞保存会役員。エコツアー参加者は、神社の社殿に上がってガイドの解説を聞けるという、特別感のあるもの。

●飯能エコツアーでは、誰でもエコツアーガイドになれる。エコツアーガイドをフォローする仕組みが事前協議制度。エコツアー実施希望者には、まず「企画協議シート」という企画書に自分のアイデアを落とし込んでもらう。実施希望者は、エコツアーのタイトル、エコツアーを通して参加者に伝えたいこと、費用、収支、スケジュール、行程、安全対策などを記入し、エコツーリズム推進協議会に提出する。エコツーリズム推進協議会では、事務局(飯

能市)と事前協議委員(アドバイザー)が企画内容を確認し、実施希望者と調整を重ねて内容のブラッシュアップをはかる。企画提出から事前協議終了までは、約2カ月を要する。

●飯能市では、エコツアーを企画、実施する上で10の推進ポイントを定めている。そのうち「飯能のファンを増やす」は特に重要だと考えているポイント。エコツーリズム推進を通して、飯能市外の人はもちろん、飯能が好きだと誇りを持って言える市民を増やしていきたい。

図1 誰もが安心してエコツアーガイドになれる仕組み



●主な広告手段は年に6回、1回につき15000部を発行しているエコツアーチラシ。配布先は、市外が7割、市内が3割。バス車内の吊り下げ広告を見た方が、エコツアーに参加してくれるケースも多い。

●2018年度のデータとなるが、当時のツアー開催数は96件、延べ参加者数は3619人。参加者は、市内が約3割、市外が約7割。取り組み開始当初は比率が逆転していて、市内が7割、市外が3割だった。リピーター率は約5割。

エコツーリズムがもたらした効果

①新たな自然環境保全の形

●里山整備のために竹を間伐し、間伐した竹を使って食器をつくり、流しそうめん体験を行うツアー、川の生態系保護のために漁協と連携してブラックバスを駆除し、駆除したブラックバスを試食するツアー等、保全作業にツアーとしての楽しみを付加してエコツアーに仕立てることで、新たな自然環境保全の形が見えてきた。

②新たな客層の来訪

●エコツアーをきっかけとして、飯能市を初めて訪れた方や、定期的に通うようになった方がうまれた。飯能エコツアーが飯能市を訪れる目的の一つになった。

③市のイメージアップ、PR、ブランド化

●エコツーリズムの取り組みをメディアが取り上げてくれることで、飯能市の露出が高まり、興味を持ってもらうきっかけになっている。

④地域への誇りと愛着を育む

●飯能市民はよく「自分の町には何もない、面白いものはない」と言うが、みなさんにとって当たり前なのが、よその方にとっては珍しく素晴らしいもの。エコツアーを実施し、参加者に喜んでもらえることが、ガイドやスタッフ、地域住民が「自分たちの住んでいる町はいい所だ」と認識するきっかけになる。地域に対する誇りや愛着の醸成が、最も大きな効果だと考えている。

●2008年に、地域一体となった取

り組みが認められエコツーリズム大賞を受賞。2016年には、エコツーリズム特別継続賞を受賞した。特別継続賞への応募は、取り組み開始から10年以上が経過する中で、実施者のモチベーションを上げることが目的だった。

エコツアー 担当者としての やりがいと課題

●ガイドである地元の方と一緒にエコツアーをつくり上げること、エコツアーを通じて飯能の新たな魅力を知ること、市内外の多くの方と出会うことが、エコツーリズム担当としての大きなやりがいだった。

●一方で、取り組み開始当初からエコツアーを実施してきた方の中には、年齢も重ねる中で次第に疲れてしまう方も出てきた。一度離れてしまうと復帰することは難しく、エコツアー実施件数は減少傾向にあった。

●新たな資源の発掘を試みた当初は、飯能のエコツーリズムは人が宝物と言っている中でモノに着目したためにうまくいかなかった。そこで、改めて

人に着目し、現役エコツアーガイド、公民館職員、Facebook等を通して、面白い取り組みをしている市民の情報を集めた。その結果、実際にエコツアー実施まで至った例もある。

エコツアー 担当者としての反省

●とある農家にエコツアー実施の打診をした際は、「繁忙期は忙しくて対応できない」、「農作業の知識のない人が作業をすると、次年度以降の収穫に悪影響を及ぼす可能性がある」という理由で断られてしまった。

●お祭りの担い手が減っている中、お祭りをエコツアーに仕立てて参加者の力を借りられないかと考えたが、役員からは「ただでさえ人手が足りていない中で、エコツアー参加者の出番をつくることは難しい」という回答だった。

●どちらも、エコツアーを通して地域の課題解決を図るつもりが、逆に負担になってしまったケース。エコツアー数を増やさなければと焦るあまり、相手の思いを考えられていなかったと気づかされた。

フオワードから デイフェンスへ 農業委員会事務局・ 農業振興課への異動と転機

●2019年4月、エコツーリズム推進担当から農業委員会事務局兼農業振興課に異動となった。エコツーリズムはサッカーというとフオワードだが、異動先の農業委員会事務局は農地法に基づき許認可の業務が主たる業務で、サッカーというとデイフェンス。フオワードからデイフェンスに異動したことで、自分の役割を見出せず非常に悩んでいた。さらに、メインである農業委員会事務局の業務で手いっぱい、兼務していた農業振興課の業務に十分時間を割くことができなかった。本当にくじけそうな1年だったが、下ばかり向いても仕方がないので、農家を知ることから始めることにした。

●現場に出たときには農家にために顔を出し、会話をしたり農産物を購入するなど、コミュニケーションを取るようになって心掛けた。JA農産物直売所もチェックして、農家との会話のネタ探しもこまめにした。

●異動1年目の後半、転機が訪れた。主にバーベキューを行うエコツアー実施者から、バーベキューソースを作りたいので梨農家を紹介してほしいと相談を受けた。飲食店の話を聞いてみると「地元の農産物を使ってみたいが、飯能でどのような農産物が作られているのか分からない」、特に移住者からは「少し高くても顔を知っている人から買えると安心だが、地元とのつながりがない」といった意見が聞かれた。こうした意見を聞いて、自分が農家と飲食店のつなぎ役になり、様々なマッチングができればよいと考えるようになった。

様々なマッチングの実例

カフェとのマッチング ～ふるさと納税担当者とともに～

●移住者が始めたカフェに対して飯能産の果物を使ってみたいかと提案したところ、看板商品である季節の果物パフェにマスクットを使いたいと要望を受けた。エコツアー担当時代からつながりのあるブドウ農家を紹介したところ、商品化に至った。

●このカフェでは日持ちする焼き菓子も製造しており、ふるさと納税の返礼品に最適ではと提案したところ、快諾をもらい実現した。市役所のふるさと納税担当者は新たな返礼品を探しており、飲食店は販路拡大を希望している。また、ふるさと納税は様々なサイトで受け付けているので、単純に販路確保だけでなく商品PRにもつなげられるのもメリット。

パン屋とのマッチング ～農業委員会とともに～

●Uターン者が始めたベーグルショップにも飯能産の農産物を使ってみないかと提案したところ、ぜひ使いたいと興味を持ってくれた。一方で、農業委員会の方から新たに農家を始めた人が出荷先を探していると情報を得た。この両者をマッチングし、安納芋を使った新たなベーグルが誕生した。この事例では、飲食店と農家のマッチングが新たな農業振興になることを農業委員会に知ってもらうことで、農業振興課としての業務に位置付けた。

製茶工場とのマッチング ～地域を超えた連携～

2 製茶工場とベーグルショップのマッチング (片野氏Facebookより)



●狭山茶は入間市、狭山市、飯能市を産地とするお茶。Facebookを通じて知った入間市の製茶工場を訪れると、その製茶工場の方は、自分の住んでいる入間市という括りではなく、狭山茶を知ってもらいたいと話した。それを聞いて、飯能市内でマッチングを完結させるのではなく、行政区域を超えて魅力を出出したいと考えるようになった。その取り組みが、先ほどのベーグルショップとお茶屋のコラボレーション。ベーグルショップに「狭山茶を使ったジェノベーゼソースを作って、新しいベーグルを作ませんか」と相談したところ、試作品を作ってくれた。製品化するかどうかは今後次第だが、行

政区域を超えたコラボレーションの手ごたえを感じた。

コロナ禍での取り組み

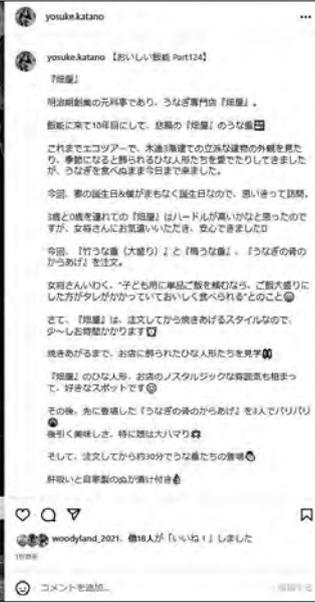
●コロナ禍で対面での活動が難しい中、飯能市農業青年会議所では農産物紹介アプリの制作を進めている。様々な農家の情報を集約し、また新たなマッチングにつなげていきたい。

「人と人をつなぐ架け橋になる」

●仕事、プライベート問わず、出会った人との縁を大切にしている。そうした人とFacebookでつながったことが、新たなアクションにつながることも多い。

●農業セクションへの異動を機に「おいしい飯能」というシリーズで市内の飲食店や農家の情報をFacebookに投稿し始めた。エコツアー担当から外れた後も、別の形で飯能の魅力を発信できないかと考えたことが

③「おいしい飯能」(片野氏Instagramより)



理由。現在124回で、200回を目標にしている。

●Facebookで発信を続けていると、面白いことに新たな情報が手に入る。Facebookで友達で紹介で、エコツアー実施に興味を持つ方に出会い、エコツアーリズム担当と一緒に話を聞きに行ったことがある。後日、その方の

Facebookを見ると、自分のことを「人と人との架け橋」と表現しており、まさにこれこそが自分のしたいことだと気づかされた。

●架け橋になりたい理由の一つは、エコツアーリズム担当時代と変わらず飯能市内外の飯能ファンを創出したいと思うから。二つ目は、単純に面白いから。

仕事の軸は「飯能ファンをつくる」

●自分が飯能市民になって10年になるが、飯能市に来て本当に良かったと思っている。エコツアーリズムの業務を通して飯能市の多くの人と話ができ、飯能のことがますます好きになった。農業セクションに異動してから

自分が架け橋になることで、新たな取り組みが生み出されることは幸せであり、大きなやりがいを感じている。

は悩んだこともあったが、人と人をつなげるというやりがいを見つけることができた。

●飯能市職員として、飯能市民の収入が1円でも増え、一人でも多くの人が喜んでもらえるように仕事をするのが使命。徳島県上勝町の葉っぱビジネスを手掛けた横石知二氏の言葉である「地域の人に出番と役割をつくれれば地域は活性化する」を、飯能に置き換えて大切にしている。

●自分の仕事の軸は飯能ファンをつくること。特に飯能市民には、自分の住む町を好きになってもらいたいし、誇りを持ってもらいたい。

●自分は特に器用なわけではなく、人を惹きつける話術があるわけでもない。何か大きなことを一発打ち上げるのではなく、小さなことをコツコツ積み上げることが重要だと考えている。飯能は地域の人が宝物であるというのは、エコツアーリズムでも農業でも同じ。飯能の宝物を見つけるために、とにかく現場に出て、直接人と話すこと、そして面白いことを見つけて、発信し続けることを大切にしている。こうした積み重ねの先に、少しでも飯能ファンになってくれる人がいれば嬉しい。

【第2部】意見交換

参加者：飯能市がエコツアーリズムに取り込む意義は何か。また、エコツアーガイドはどのような思いで活動しているのか。

片野氏：飯能市はシティープロモーションの一環としてエコツアーリズムに取り組んだ部分が多い。公益事業として市が主導していることで、市民も気軽に相談できるようだ。エコツアーガイドはリタイアされた方が中心。元々地域で様々な活動をしている方たちが、自分たちの活動を知ってもらいたい、自分たちの地域を紹介したいという思いで活動している。収益よりもやりがい求めて活動している方が多く、行政主導というスタイルに適している。

参加者：飯能ファンを増やしたいという片野氏の取り組みを加速するためには何が必要か。

片野氏：自分と同じような思いで取り組んでいる仲間がいると非常に心強い。また、自分にはない価値観を持っている人、民間の方、移住者の方ともつながりたい。市役所にいるとなか

なか情報が入りにくいので、もつと色々な考え方に触れたい。

参加者：その土地の食材を食べると、人はその地域に行つてみたいと感じるもの。その意味で農産物は地域の観光大使だと言える。飯能のような里地里山型エコツーリズムの場合、エコツーリズム推進にあたっては農産物が果たす役割は大きい。片野氏とはエコツーリズム担当時代からの知り合いだが、エコツーリズム担当から農業セクションに異動したことは大きな意味があると感じる。

片野氏：農業をテーマにしたエコツアーは、飯能ではこれまであまりなかったが、今後伸びしろがあると感じている。エコツーリズム担当と一緒に、なって、農家に働きかけている。

参加者：飯能エコツアーの実施件数が減少してきたということだったが、その理由について詳しく聞きたい。

片野氏：やる気はあるものの、年齢的に体力が追いつかなくなりました。ことが大きな理由だったと考えている。定年直後の60歳からエコツアーガイドを始めた方でも、10年、20年経てば70代、80代になる。

飯能市では、企画・受付・実施まで

の全てをエコツアーガイドが行うため、ガイドにかかる負担が大きい。他地域のようには、若い世代のコーディネートターが付き添い、事務作業部分を引き受けられると、ガイドの負担が抑えられ、年齢を重ねても無理なく継続できるかもしれない。

参加者：片野氏が考えるエコツーリズムの対象となる資源とは何か。

片野氏：人とセットで資源を考えると大切だと考えている。たとえば神社をエコツーリズムの対象にできないかと考える場合、以前は神社だけを見てしまっていた。しかし、神社にはそれを守ってきた人がいるわけで、資源の魅力を引き出すためには、そうした人の話を聞くことが重要だと気づいた。

参加者：行政職員の立場だと、地域を超えた連携は難しいのではないかと。

片野氏：所属部署の業務にとつて、どのような点でプラスになるのかを明確にすることが大切だと感じる。地域連携することで、飯能市単独では難しいことができるようになるかと伝えると、理解を得やすい。

司会：色々な方の話を聞いたうえで、どんなに相手のことを思って提案しても、うまくマッチングしないこともあ

るだろう。そこでくじけずに、精力的に活動し続けられる強さはどこからくるのか。

片野氏：やはり「楽しいから」というのが最も大きい。そして、成功しても失敗しても得られるものはたくさんある。そうした活動の積み重ねで、将来的に飯能ファンが増えて、飯能がもっと面白い場所になれば嬉しいと考えている。エコツーリズム担当時代の失敗や、農業セクションへの異動を経験したからこそ見えてきたものもたくさんある。転んでもただでは起きないという気持ちで取り組んでいる。

参加者：近年、世界的にサステナブルツーリズムに対する関心が高まっているが、飯能やその周辺ではどうか。

片野氏：エコツーリズムに関する興味や関心は年々高まっていると感じる。エコツーリズム担当時代も、まちづくりや観光のツールの一つとしてエコツーリズムに期待する自治体が、視察のために飯能をよく訪れていた。

参加者：長く続くエコツアーの特徴を知りたい。

片野氏：地域の暮らしや伝統芸能をテーマにしたエコツアーは長く続いている。こうしたエコツアーの実施者の

方は、「伝統芸能を外の人に見てもらふことでモチベーションアップにつながる、さらに長く続けていきたい」や、「普段は人との関わりが少ないので、自分たちの生活を知ってもらふことで外の人に喜んでもらいたい」等、明確な目的を持っている。明確な目的があることが継続のポイントだと思う。

おわりに

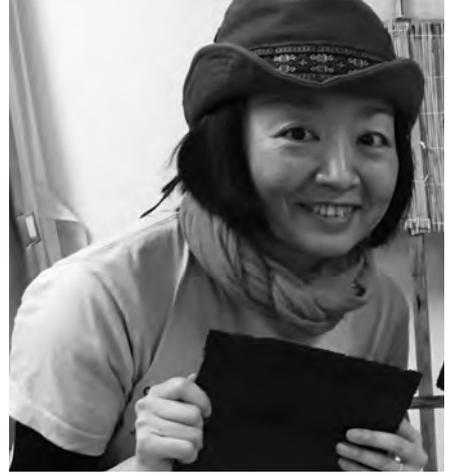
観光は複合的な活動であり、様々な立場の人が関わっています。そのなかで、積極的に現場に出かけることで、マーケティングのヒントを見つけ、常に他者の視点に立つて考えながら人と人をつないでいく片野さんのお話は、とても励まされるものでした。

参加者の皆様からは、「垣根を越えた熱心な取り組みが印象的だった」、「率直な意見交換ができて良かった」といった感想が聞かれました。実体験に基づく自然体のお話により、大きな熱意が参加者のみなさんにも伝播するような会となりました。

(文：観光政策研究部
社会・マネジメント室 副主任 研究員

門脇菜海)

「たびとしよCafe」



Guest speaker
小関みどり（こせき・みどり）

東京都大田区大森出身。
旅行会社、国際交流、文化活動等の事務局、
公立中学校教育支援員などを経て2010年（社）大田観光協会に入社。
2022年4月で13年目を迎える。
主な担当は、イベントの企画や新規事業の創出、ガイド養成講座など。
観光協会事業を通じて関わった人数は、大小併せて延べ1万人以上。
人が好き、まちが好き、面白いことが好き。
趣味は、駄菓子屋めぐりと昭和レトロさんぽ。

「コロナ禍で改めて気がついた 観光の意義」を開催

「巻き込まれ力」が築いた信頼関係

2022年3月18日（金）、「コロナ禍で改めて気がついた観光の意義」を「巻き込まれ力」が築いた信頼関係」をテーマに、第26回たびとしよCafeを開催しました。ゲストスピーカーには、一般社団法人大田観光協会の小関みどり氏をお招きしました。

2020年から突如始まったこのコロナ禍。観光業界全体はもろろのこど、地域の観光協会も大きな影響を受けています。
大田観光協会でも、イベントの相次ぐ中止など普段通りの活動が制限され、現場のスタッフはモチベーション

の維持にも苦労する日々が続いたといえます。そうした難しい状況の中でも前向きな気持ちを持ち続け、新たな取り組みに挑戦し続けることを通して、観光の持つ力に改めて気づかされたそうです。その試行錯誤の日々を支えたものは、町のみなさんと一緒に活動す

る中で築かれてきた信頼関係でした。

小関さんのお話を通して、コロナ禍を経て見つけた観光や地域の観光協会の意義について考えました。

【第1部】 話題提供

大田区、大田観光協会の概要

●東京都大田区は、神奈川県川崎市、東京都品川区、世田谷区、目黒区に囲まれている。区内には、羽田空港、有名人のお墓がある池上本門寺、映画『シン・ゴジラ』の舞台になった多摩川浅

間神社、大森貝塚などがある。

●地域連携コーディネーター／企画プランナーとして、様々な業務を担当している。まち歩きや地域イベントなどの企画運営、ボランティアガイド養成講座などの企画運営の他、行政・企業・市民ボランティアとの連携・調整も重要な業務の一つ。また、地域の様々な情報を収集し、地域が盛り上がるような企画を考え、地域と調整して実行する地域おこし活動も行っている。広報はSNSでの発信が中心で、コロナ禍をきっかけにまち歩きYouTubeとしての活動も始めた。また、最近では区内小中学校でのゲストティーチャーの依頼が増えた。コロナ禍で修学旅行ができない代わりに地元を案内したいが、どのような企画が良いかという学校からの相談にも応じている。

コロナ禍以前の代表的な取り組み

海苔による地域ブランディング

海苔のまち・大森

●海苔の養殖は江戸時代に大森から始まり、全国に広まったと言われている。

現在、大森では海苔養殖は行っていないが、長らく一大産地だったために目利きの海苔問屋が多く、現在でも全国から海苔が集まってくる。以前、海苔問屋組合の会合の場で全国の海苔の食べ比べを体験する機会があったが、産地ごとに海苔の味が異なり、一般向けに開催したら人気が出るのではないかと感じた。

●大森には、海苔養殖について紹介する博物館「大森海苔のふるさと館」がある。大森本場乾海苔問屋協同組合は、年に一度のり祭を開催していた。2014年には、京急観光と大田区観光課が連携して海苔問屋をめぐるウォーキングイベントを開催したこともある。

●しかし、地元で海苔が食べられる飲食店はほとんどなかった。地元の方に聞くと、海苔は日常的なものであり、わざわざ外食で食べるものではないとのことだった。海苔のふるさと館を見学した方から海苔を食べられる店はないかと問合せを受けたことや、海苔をテーマにまち歩きがしてみたいというリクエストを受けたことをきっかけに、個人的に海苔について調べ始めた。WEBサイトやレシピ本を参考に

様々な海苔料理を試作し、飲食店に新メニューとして提案してみたが、海苔は日常的なものと考えられているため、反応はあまり良くなかった。

海苔を楽しむまちあるきツアー

●そんな時、宮城県の実験プログラムが主催するワークショップに参加し、同じような取り組みが大森でもできるのではないかと感じた。そして、大森を海苔が楽しめるまちにするため、海苔にとことんこだわった「海苔を楽しむまちあるきツアー」づくりに着手した。

●WEBサイトで体験プログラムを販売している会社で大森海苔さんぽ企画を提案し、お土産付き2500円で販売することにした。それまでは無料か500円程度の安価で実施していたため、地元の人からは集客できないと言われたが、まずはチャレンジしてみようと言った。

●ツアー内容は、海苔を楽しむスポットめぐり。元海苔生産者の方々の交流や、海苔の食べ比べ、海苔問屋でのショッピングタイムも行程に組み込んだ。海苔の歴史の勉強会にならないよう、エンターテイメント要素を強め、歩く距離も短めにして、海苔ワー

ルドをとことん楽しんでもらえるよう工夫した。

●ガイドは自分が務めた。海苔ワール



写真1.2) 大森海苔さんぽの様子



下の案内人として雰囲気を高めたため、「観光協会職員の小関」としてではなく、「大森海苔クラブの海苔好きみつきー」として振る舞った。また、ただの解説者ではなく、ツアー全体のコーディネーターとして、様々な関係者の出番をアシストする役目を務めた。

●東京都内のまち歩きというと、アクティブシニアや歴史好きなグループが中心だったため、このモニターツアーではそれまでとは異なる客層へのアピールも目標にした。実際の参加者は小さな子ども連れから一人参加の方まで幅広く、参加動機も、「家族連れの休日のアクティビティになるから」、「地域の歴史に興味があるから」、「食に興味があるから」など様々だった。多様な参加動機があることが分かり、かつ参加者の満足度も高く、海苔は十分にまち歩きのコンテンツになると確信を持った。

●このモニターツアーは、海苔問屋や元海苔生産者といった地元関係者の方々に、海苔をテーマにしたまち歩きツアーの可能性を実感してもらおうことが大きな目的であり、絶対に失敗できないという緊張感があつた。2回のモニターツアー終了後、ツアーの様子、

参加者の反応、スタッフの反省や改善提案をまとめ、海苔組合に報告したところ、その可能性を認めてもらうことができた。

●機会があればまたやりたいという前向きな雰囲気になっていたところ、東京都全体のまち歩きイベントの一つとして、海苔組合と観光協会の共催で3回目のツアーを実施することになった。このイベントは販売初日で完売する大人気となり、関係者も非常に盛り上がった。

●ツアー内容を充実させながら、価格設定も少しずつ上げている。かつては無料や500円程度で実施していたため、関係者の中には「観光協会は地元を食い物にして儲けようとしているのではないかと考える人もいた。ツアー実施の明細書を見せ、不当な収益を得ていないことを示したところ、そうした不信感は払拭された。また、観光事業を通して海苔の魅力を多くの人に伝えられると実感できたことで、協力関係は強くなった。協力者を得るためには、伝え方に気をつけながら、自分が心を開いて、粘り強く相手と向き合うことが大切だと感じた。

コロナ後の活動状況

●コロナ禍で活動が中止となり、これまで積み上げてきたことが全て振り出しに戻ってしまった状態。海苔さんぽも、2020年2月に4回目を実施予定だったが中止となった。これ以降、まち歩きツアーは一切実施しておらず非常に悔しい思いをしている。

●コロナ禍では、せつかく準備してきたことが中止になることが相次いだ。

地元関係者も元気がなく、その姿を見て自分自身も落ち込んでしまうことが続いた。医療従事者が大変な思いをしているなか、「娯楽である観光を仕事とすることは正しいことなのか」とさえ思い悩んでしまう時期があつた。

●そんな時、コロナ禍以前から信頼関係を築いていた地元の人から「また何かしましょう」、「あなたは観光がお仕事だから大変だと思うけど頑張ってください」と声をかけてもらい、とても励まされた。準備してもどうせまたダメになるかもしれない、というネガティブな気持ちだったが、考えていても仕方がないと、吹っ切れるきっかけにもなった。

●コロナ禍の中、海苔に関する新たな

動きとして大森駅前への「海苔養殖業発祥の地」記念碑の設置、学校給食での海苔メニューの提供など、地元でも様々な動きがあつた。2020年10月には、東京新聞に「大森と海苔文化」という記事が掲載され、観光協会では「大森海苔さんぽまち歩き動画を作成しYouTubeへ投稿した。海苔の関係者のみなさんとは引き続きコミュニケーションを取り、コロナ禍が明けたらまた新しいことをしよう」と話している。

コロナ禍における代表的な取り組み

●2020年10月に非接触型・周遊型イベント「100年前の蒲田まちあるき」を開催した。100年前と現在の蒲田の地図を重ねて透明なクリアファイルに印刷、区内3カ所で配布した。昔と現在の地図を比較しながら、個人でまち歩きを楽しんでもらおうという企画。

●2021年4月からは、最近の小学生に人気の職業であるYouTuberにならう、大田区YouTuberみつきーとして、小学校で出前授業を行っている。イベント中止が相次いで落ち込ん



写真3) 小学校での出前授業

でいる時に、異分野である学校から誘いがあり引き受けたものだが、ガイドとして自分たちの町の魅力を伝えてきた経験がここまで授業に役立つことに驚いた。45分の授業を通して30人の子どもたちに大田の魅力を伝えることができ、観光協会としても継続すべき取り組みだと考えている。

●2021年11月には、参加型アクティビティとして、アナログスタンプラリーを実施した。完全非接触型で実施した「100年前の蒲田まちあるき」から約1年が経ち、そろそろマスクをして消毒をすれば、外へ出ても良いの

ではと考え始めていた。この企画のポイントとは、あえてアナログスタンプラリーとしたところ。最近流行のデジタルスタンプラリーにはスマホで手軽にできる魅力があるが、アナログスタンプラリーは、スタンプをポンと押す行為そのものの楽しさ、現地に行くまでどんなデザインスタンプがあるかわからないワクワク感、集め終わった時の達成感が魅力。また、小さな子どもから高齢者まで、紙さえあれば誰でも参加できるという良さもある。

●全てのスタンプを集めて応募してもらうと、銭湯入浴セットやホテルの宿泊券が当たるというプレゼントも用意した。応募用紙に書かれたアンケートには、「リフレッシュできた」、「知らないまちに行く機会ができた」、「家族で気軽に出かけることができ、とてもいい一日が過ごせた」、「健康のために歩いているが、このような目的がある」と歩いているが、このような目的があると思えた。

コロナ禍で改めて気がついた 観光や観光協会の意義

●アナログスタンプラリーのアンケート結果を見て、旅は心身ともに元気になる健康の源であり、観光協会はそれを支えられるはず、と考えるようになった。

●具体的な取り組みが、現在進めている「さくらウォークで心と体を健康に！おたの桜を楽しもう2022」。コロナの影響が続く以前のように遠方には行きにくい状況の中で、「家にはばかりで不健康だから外に出たい」、「何か楽しいことはないか」という声を聞く。そうしたニーズを受けて、コロナ禍で心身ともに疲弊してしまっているみなさんに、桜の力を借りて健康的に歩くことで元気を取り戻してもらおうという企画。

●まちに出て、歩いていい景色を見て、気分転換をすると、人は元気になる。元気になると美味しいものを食べたくなると、レストランに行くかもしれないし、ケーキを買って帰るかも

しれない。区民が元気になることは、商店街のみなさんにとっても明るい話題になるだろうと考えている。

●大田区内の全ての桜スポットをプロットしたマップを作成し、7つのおすすりコースを紹介している。地図を広げて、大田区には楽しい場所がたくさんあるのだなと思ってもらうだけでも成功と考えている。

●イベント期間中、2つのまち歩きツアーを開催する。一つは理学療法士による歩き方のミニ講座付きの健康さんぽ、もう一つは商店街をぶらぶら歩いてのんびりリラックスする



写真4) 「さくらウォークで心と体を健康に！おたの桜を楽しもう2022」マップ

ことを目的としたもの。長引いたステイホームやテレワークの普及により、運動不足の方が増えていると感じている。理学療法士に相談したところ、まち歩きツアーに協力してくれることになった。エンターテイメントとしてツアーを楽しんでいるうちに、正しい歩き方も身につくような内容にしている。

今後に向けて

●コロナ禍にあつて観光協会の活動に興味があるのかと思悩んでいた時期から約1年が経過し、世の中のニーズを汲み取りながら新たな企画を実施しようとした時、地域の方の力を借りることで新たな価値が生み出されることを実感した。

●地域の観光協会は単独では何一つできない。地域の方との協力関係を深めるための近道はなく、粘り強く働きかけを続け、そのうえで縁があつたら実施、ということに尽きる。これからも、諦めないこと、自分自身が地域で遊んで地域を楽しむこと、自分が病気になることを大切に組み組んでいきたい。

【第2部】 意見交換

司会：大田観光協会の体制について知りたい。

小関氏：正社員は4名、カウンター対応スタッフ等を含めると約12名。地域連携に取り組むのはこのうち3〜4名。

司会：これまで多くの人に出会ったと思うが、共に活動する仲間を増やすための秘訣は何か。

小関氏：出前授業の生徒なども含め知り合った人という基準でいうと、1万人は出会っているだろう。これまでにどのような分野の方に出会ったかを書き出してみたところ、まるで曼荼羅のように広がった。

「人を巻き込む」とよく言うが、自分の場合は「巻き込まれる力」があると自負している。自分は「面白そうですわ」が口癖で、相手に対して「面白そう」と応じたことがきっかけとなり、企画に結びついた例もある。多くの人と出会うために、常に自分の心は開いておくこと。

また、観光協会に対して不信任を持たれることは少なからずあるが、ちゃ

らちゃらしているのではなく、色々調べて勉強していることが伝わると、こちらの熱意を理解してもらえ。最初に壁を感じてもくじけないことが大切。

参加者：コロナ禍により変化した観光協会の活動の内、今後も定着すると感じるものはあるか。

小関氏：以前は、散歩しながらの写真撮影が趣味の方や、家族でピクニックに出かける方が観光協会のターゲットになるとは考えていなかったが、コロナ禍を経て、観光協会が更に地域住民を対象にした取り組みを行うことは重要だと考えるようになった。

ステイホームが続く、地域住民自身が屋外で楽しむ機会が十分になかったなかで、「観光は外から人を集めることで経済効果をもたらす活動」とのみに捉えてしまうと、観光協会は地域からの信頼を失ってしまうだろう。地域の内外の人が楽しめる企画づくりが、観光協会には求められていると考えている。

参加者：コロナ禍により、情報発信の方法で何か変化はあつたか。

小関氏：「さくらウォーク」の取り組みでは、新たに参画している理学療法士のネットワークにより、初めて病院

にも観光マップを配ることができた。患者の方が「元気になったらここに行ってみよう」と思ってくれたり、看護師の方が「勤務先である大田区内にはこんな楽しいところがあるのか」と気づいてくれるきっかけになるのではと期待している。観光協会単独では病院へマップを配布することはできなかった。新たな協力者を得ることは大切だと感じた。

参加者：小関氏が主体的に人を巻き込んでいった他の事例について知りたい。

小関氏：2012年に蒲田が舞台の「梅ちゃん先生」、2014年に大森出身の村岡花子氏がモデルとなった「花子とアン」と、立て続けに大田区を舞台とするNHK連続テレビ小説が放送された。

観光協会が「梅ちゃん先生」の放送を知らされたのは放送開始5カ月前の2011年11月のことだった。わずしかし時間がない中で、ドラマの時代設定である戦後の蒲田をテーマにしたまち歩き企画などを実施した。開催中だったボランティアガイドの養成講座も、急遽昔の蒲田をテーマに内容に切り替えるなどして対応した。

自分は、もんぺを履いた「梅ちゃん」というキャラクターになりきって、イベントに参加したり、取材に応じるなど、PRに務めた。

参加者：観光協会の予算について知りたい。

小関氏：継続的に予算が確保されているプロジェクトもあるが、予算検討の時点では大まかな企画案を提示しておき、予算獲得後に予算内でできる限りのことをする、というスタンス。基本的には、予算がなかったとしても実行することを前提に組み立てて、予算があればラッキーぐらいの心意気で取り組んでいる。

参加者：他の区と連携した取り組みはあるか。

小関氏：隣の品川区と広域連携をしており、コロナ禍を経験してお互いに協力し合おうという意識が強くなった。

参加者：これまでにポツになった企画はあるか。

小関氏：完全にポツになってしまった企画は思い当たらない。

今後実現したいと考えているものは、様々な体力レベルに応じた健康さんぽのプログラムづくり。先ほど紹介した「さくらウォーク」でのまち歩き

ツアーは、コース上に坂や階段の上り下りがあるため、健脚向けと条件設定をしている。車いすの方や杖突きながら散歩をしたい方もいると思われる中で、健脚向けと書くのは非常に心が痛んだが、複数名で歩く場合、体力に差があるとどうしてもスピードがずれてしまう。満足度の高いプログラムづくりに、ターゲットの絞り込みは必要。「なぜ健脚向けだけなのか」とクレームが来るとすれば、それは観光協会への期待の表れだと考えている。

参加者：観光協会には、IT担当やデザイナーなど様々な人材が必要だが、人材募集はどのように行っているか。

小関氏：アルバイトスタッフを募集する時に、「Illustratorが扱える方大歓迎」と記載したところ、実際に対応可能なスタッフを採用することができた。普段は電話応対や、カウンター対応をしつつ、パンフレット作成時にはIllustratorでデザインも行うという形で働いてもらっている。

動画撮影・編集やオンライン配信等も観光協会では必要な技能だが、常時雇用する余裕がないため、必要に応じて各プロジェクトの予算内で人材を見つけているという形で対応している。それ

までの取り組みを通じて培った人脈を活かして、地元の中で対応できそうな方を一本釣りして相談することが多い。

JTB F職員：自分は大森出身で、祖父が元海苔漁師。食卓には当たり前のように海苔がつきもので、海苔が観光コンテンツになるとは全く考えたことがなかった。今日は、大森の海苔の素晴らしさに光を当てた取り組みについて聞き、地元に対する愛着を改めて感じられた。

大森出身で、大田観光協会の職員として働こうと思った動機は何か。

小関氏：元々面白いことや人と一緒に何かをすることが好きで、学生時代は文化祭で人一倍張り切るタイプだった。大田観光協会への就職は知り合いからの紹介がきっかけだったが、人と一緒に楽しみながら、社会的にも良いことができるのであれば最高、と思ったのが最大の理由。

おわりに

参加者の皆様からは、「観光業を知らない地元の人々の理解をいかに得るか、難しさと克服のお話を聞けて良

かった」、「声を掛けたくなる人間力がそが大切なのだと感じた」、「旅は心身ともに元気になる健康の源、という言葉に同感」といった感想が聞かれました。

まだまだ大変な世の中ではありますが、「諦めないこと、面白いこと、自分が病気になること、先入観なしに地域で遊んでみるのが大事」という言葉に、勇気づけられた回となりました。

(文：観光政策研究部
社会・マネジメント室 副主任 研究員
門脇茉海)

”観光を学ぶ” “ということ”

ゼミを通して見る大学の今

第14回

和歌山大学・観光学部

サステナビリティゼミ

サステナビリティをクリティカルに考え、
クリエイティブに表現し、伝える



加藤久美(かとうくみ)

和歌山大学観光学部・大学院観光学研究科教授/武蔵野大学しあわせ研究所教授

豪クイーンズランド大学客員准教授 GSTC理事。クイーンズランド大学卒(PhD)。観光庁持続可能な観光ガイドライン策定委員(2016)「観光庁持続可能な観光推進事業アドバイザー(2020-2022)・WTTC Tourism for Tomorrow 審査員(京都観光振興計画2025)・ネット会議委員(2021-2022)など」多方面で持続可能な観光推進に関わる。福島県飯舘村狼天井絵復元(三井物産環境基金2013-16; 2016-19)、南相馬、大熊町などの復興支援、東北お遍路プロジェクト、熊野古道やサンフランシスコの巡礼道の連携を通しての持続可能な地域づくり支援などを行う。著書: Sharpley, R., & Kato, K. (Eds) (2020). Tourism development in Japan. Routledge; Kato, K. (2019). Gender and Sustainability - exploring ways of knowing: an ecumanities perspective. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 27 (7), 939-956; Kato, K. (2007). Waiting for the tide: ama divers sea whistle. ABC National Radio "Radio Eye" (ハンコキニエントリー)など

和歌山大学 観光学部 1. 地域とのつながり を大切に

和歌山大学観光学部は2007年に経済学部観光学科としてスタート、2008年から独立した学部となった。2011年大学院修士課程、

2014年には博士後期課程が設置され、国立大学では唯一「学部、博士前・後期課程」が揃う独立した観光学部として、現在常勤教員20名、学生約590名で成り立っている。

学部は当初「地域再生、観光経営」の2学科からなり、現在は観光学科の中に「地域再生、観光経営、観光文化」コースが設置されている。観光立国宣言や観光庁設置などの一連の流れで観

光に期待される「地域再生、活性化」は和歌山県としても大きなミッションであったことが観光学部設置の経緯でもある。2023年度の開設を目指して新たな修士課程「観光地域マネジメント専攻(専門職大学院)」の設置を申請しており、地域フォークスがより強化されることになる。

地域とのつながり

観光による地域の再生、活性化は、多くの学生が本学部を選ぶ大きな理由の一つとなっている。地元で働きたい、地元をもっと元気にしたい、などの課題意識を持って全国から来てくれる。地域からのご協力に基づく活動は、多くの授業やゼミ活動の一部となっている。地域の課題を学生が地域と共に検

討する活動は、LIP(地域インターンシッププログラム)として行ってきたが、今年度からはLPP(地域連携プログラム)として19のプログラムを展開している。国際活動も地域活動の海外版と考えられ、GIP(Global Intensive Project)として、交換留学などとは異なる、多様な短期プログラムがある。GIPは英語を使って「観光」を学び、グローバルな視点で課題解決に導くための知識・思考を磨くことを目指す学部の任意プログラムGP(Global Program)とも連動している。

*

私の授業やゼミでは、県内では熊野古道(紀伊山地の霊場と参詣道)沿いの田辺市各地域など地域の方々、参詣道連携のあるスペインのサンティアゴ・デ・コンポステラ、そして復興支援で今も交流を続ける福島の浜通り地域など、多方面で連携、また学生の教育や研究にご協力いただいている。私の前任校は豪州クイーンズランド大学、グライフ大学だったが、日本のような深い「地域との関わり」を持つことはなかったが、地域との連携を通じて良い学生が育ち、地域フォーカスの研究を行うことで還元できればと思う。

これら、多様な学びの中で、学生それぞれが専門性を高め、卒業条件である卒業論文としてまとめることを目標とするのが「ゼミ」だ。学生の所属ゼミは2年次後半に決まり、実際の活動は3年生から卒論を仕上げるまで(4年生の1月)となる。

*

2. サステナビリティゼミ

SDGsや脱炭素などへの取り組みが加速する今、「サステナビリティ」は今日のキーワードとなりつつある。観光もその例外ではない。コロナ前の議論はオーバーツーリズムと気候変動への対応が二大トピックであったが、この2年のブランクは観光にとって打撃であったと同時に大きな反省の時期でもあった。より安心安全への取り組みがサステナビリティをも推進することが期待されている。

サステナブルツーリズム研究は、1993年創刊の学術誌Journal of Sustainable Tourismを中心に多様な議論が進められてきている。サステナビリティは環境、社会、経済面のバ

ランスを前提とし、その対象分野も「環境保全、動物保護」から「伝統産業や関連文化の継承」、「地域のエンパワメント」(途上支援、被災地復興、貧困軽減)など多様、広範囲に及ぶ。

*

よりサステナブルな観光は復興や回復、地域のエンパワメントやアイデンティティの強化に寄与できる(リジェネラティブ)可能性がある。一方で、観光は資源の枯渇、自然破壊、格差や不平等に繋がる可能性もある。楽しい、美しい、美味しい経験が他の人や環境を犠牲の上に成り立つものでないよう、そのような視点を育てるのはサステナビリティゼミの目指すものだ。

*

サステナブルツーリズムでは国際的共通課題としてのグローバルな視点、また、よりよいオプションを常に考えるためのクリティカルな視点、それを多様な方法で伝え、また実行するクリエイティブな視点、が必要とされる。サステナビリティゼミでは、この「サステナビリティをクリティカルに考え、クリエイティブに、表現、行動する」をテーマに、「観光の視点を通してのよりサステナブルな地域づくり」を共



写真:地域活動



写真:持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)

通目標としている。ゼミでは、講読・ディスカッションの週と、「興味(後に卒論)プロジェクト」を隔週で行っている。講読は「環境社会学」関連の文献が多く、開発と保全の歴史、歴史的景観、負の遺産、過疎化と活性化、南北問題、貧困、ジェンダーなど多岐にわたる。観光庁「持続可能な観光ガイドライン(JSTSD)」も持続可能な地域づくりの参考書とし、地域がバランスある観光推進はどうあるべきかを検討する機会も設けている。

卒論に向けては、興味の定義づけ、関連データ・事例収集、SDGsとの関連づけ、などを通じて次第に「サステナビリティの課題」を構築していく。その後ミニ調査でアンケートや聞き取りを行ったのち、研究として深めていく。ゼミのルールはただ一つ、「全員必ず意見・感想を言うこと」だ。それぞれ取り組んでいることが違うため、異なる視点を得る、また、多様な意見を尊重し、対応することになる。3年生の初めから数ヶ月で、皆即意見が言えるようになる。

*

地域活動は、野外での活動も多く、農園や古民家ステイ、地域のお祭り支

援なども行っている。今年の3年生は「京都SDGs旅」の企画を行っており、フードロスへの対応などが中心テーマになりそうだ。

3. 研究プロジェクト

「自分が最も興味のあること」の中にサステナビリティの課題を見つけることからスタートするため、各自が選択する課題やアプローチは多種多様だ。これにより、サステナビリティは日々の生活のあらゆる場面に見つけることができ、多様なアプローチで取り組むことができることが示される。今年の4年生のテーマを、それぞれが説明する。

学部4年生の卒論紹介

*「花」…元々祖母や母がガーデニング好きで、昔から花に囲まれていた。さらにコロナ禍で散歩をし、花を愛でる機会が増えた。自分の生活を振り返ると、いつも身近に花が存在していると気づいた。その中でも、まだ咲いているのに余剰分や規格外の花が捨てられる、花の廃棄ロスに興味がある。花は食品と同じく、鮮度や日持ちが重視さ

れるのにも関わらず、嗜好品であるため人々が花を買う頻度や消費額は高くない。そのため余剰在庫や廃棄が増えるが、それらの維持費やコストも変わらずかかるため、花の小売価格が高騰するという悪循環が発生する。花の廃棄は生産から小売まであらゆる段階で発生するが、特に小売での花の廃棄に着目し、改善策を探ることで、花の「もったいない」を減らしたい。

(山口奈々)

*「年中行事の持続可能性」…近年、希薄化している年中行事を後世へ継続させるために、現代・これからの年中行事の意義やあり方を発見したいと考えている。テーマを選んだ理由は、幼少期から年中行事が好きだった、また、アメリカの友人との文化交流の中で、年中行事が日本特有の誇らしい文化であることを実感し、継承されるべきものだという気持ち芽生えたからだ。年中行事は「一番身近に感じることでできる非日常」であり、この非日常こそが現代社会の問題を意識づけさせてくれる契機となると考える。例えば、核家族化や地域の衰退において求められる「家族や地域の絆やつながり」を創造する契機、食料の大量廃棄に意識

を向ける契機などがあげられる。非日常体験である観光ともつなげ、持続可能なライフスタイルに合わせた年中行事も提案していきたい。(杉村奈央)

*「服の持続的な活用サブスクリプションの提案」…数多ある社会課題のうち、特に注視しているのは以下の3点だ。

●1年に約33億着もの服が捨てられる一方で、服を手に入れることができな

い人もいる。
●ボランティア活動をした人多数いる一方で、ボランティア活動が普及していない。

●途上国に井戸を作る、学校を作るなどの援助は必ずしも弱い立場の解消につながらない。

この状況を改善するべく、服のサブスクリプションの仕組みをつくらうと考えた。不要な服を必要な人に届ける、社会課題に対して何かしたいと考える人がもつと簡単にはやく安く行動できる、などの仕組みだ。苦しむ人が自身自身の力で生きていけるようにサポートできる方法、そんなサブスクリプションをつくることで世界を平等にしたいと考えている。(宮下純和)

*「富士山の自然の癒しの力」…コロナ禍の自粛で誰とも会えず、どこにも行

けない苦しさや辛さを感じる日々が続いていたとき、自然に触れたことで、心が少し和らぎ、日々の喧騒や辛さを忘れ癒された。疲れたときに自然に触れるとなぜこんなにも癒されるのだろうと思ったことが、研究のきっかけとなった。しかし自然となると対象があまりにも広大すぎるため、すぐ近くで生まれ育ち、常にその存在を感じていた富士山をフィールドに研究することとした。雄大な自然が広がる富士山だが、一方でごみ問題、オーバーツーリズムなど課題も多く存在する。「富士山の自然の癒しの力」を十分に受けられるだけでなく、自然と人、人と人をつなぐことで富士山が抱える課題解決にアプローチできる機能を備えた施設の構想を検討している。(井上綾乃)

***「サウナ」**…2016年頃から近年にかけての「第3次サウナブーム」で、サウナの在り方は大きく広がった。地域に訪れ自然の中で建てるテントサウナや、仕事の合間に入れるサウナ施設など、これまでの銭湯にあるような日常的なサウナとは少し違う。さらにはサウナとアートが融合したイベント型のサウナも登場するなど、サウナは日常的なものから観光・集客コンテンツに

なりつつある。そこで「サウナが観光・集客コンテンツとしての役割を果たすのか、それは今後も持続できるのか」を焦点に、研究を進めている。一時的なブームが生み出す地域や観光地の環境変化や、施設の一時的な設置を課題と捉え、地域や観光地、施設の持続的活性化のヒントになる研究をしたい。(竹中杏由紀)

博士課程研究

博士課程は前期(修士)2年、後期3年が履修年数となっている。本ゼミで取り組まれてきているテーマは災害復興、宗教的聖地のマネジメント、少数民族のエンパワメント、伝統芸能の継承、サイクリングによる地域活性化、観光における女性、などがある。これらの研究に共通するのは「観光の視点により地域に力や正義をもたらす視点」だと言え、近年注目されるリジェネラティブツーリズムのアプローチにも通じる。以下、博士前期課程の研究をゼミ生が紹介する。

*《持続可能なモビリティの研究》

観光とサステイナビリティに関する多くの先行研究において、移動、特に観光客の移動は、近年持続可能性に関

する問題となっている。観光客による移動手段の選択は、地域住民の日常生活の環境、社会、経済的側面に影響を与える可能性があると考え、持続可能なモビリティが主要なキーワードとなっている。観光地における持続可能なモビリティの研究は数多く行われてきているが、日本の小さな島々における研究はまだ少ない。日本では高齢化や若い世代の都市部への移住などで過疎化が進み、地域交通も変化している。地域交通と観光の交通手段は相互に影響を与える可能性がある。ここでは、観光客の移動が小さな島の地域に与える影響について、環境的・社会的側面から検討し、地域交通が観光客の移動と観光体験にどのような影響を与えるかについても調査していく。

(博士前期課程1年)

*《場所感覚の研究》

場所感覚(Sense of Place)の概念から、持続可能な地域コミュニティを形成する観光マネジメントについて研究している。場所感覚とは、場所と人の心理的繋がりを表す総括的な用語で、「場所アイデンティティ」「場所愛着」「場所依存」を下位概念とする。現

代の日本では、少子高齢化や人口流出から、地域社会の担い手不足が深刻化している。一方、2020年に観光庁が「持続可能な観光ガイドライン」を発刊したように、観光地マネジメントの変革が求められている。そうした中で、住民による内からの視点…「場所感覚」(住んでよし)と観光客による外からの視点…「観光」(訪れてよし)の融合が必要だ。

場所感覚は地理学や環境心理学などの領域で活発に研究が進められてきた。その構成要素として「物理的環境、人間の活動、場所への意味づけ」があるが、この「場所への意味づけ」が地域の持続性を考える上で重要だ。それが地域社会の本質を示すもので、時代の変化の中での場所やコミュニティのあり方について深く理解することができるところだ。この意味づけはその地域コミュニティでの個人的経験(住む、写真撮るなど)や集団的経験(地域行事への参加、清掃活動など)、また歴史的な流れの中で形成されていく。本研究では特に場所感覚を継承する手段としての地域行事の役割に注目し、和歌山市和歌浦地区の「和歌祭」への地域住民参加について調査している。研究

結果は持続可能な観光マネジメントへの提案に活かしていくことをめざしている。(博士前期課程2年 寺澤舞花)

4・ゼミ十の活動

研究室を中心に、ゼミ以外の学生も参加しての活動もある。「持続可能な観光評価指標」の開発と活用推進に関しては、今年のツーリズムEXPOSDGsゾーンにてSTARS (Sustainable Tourism Assessment & Review system。法政大学デザイン工学部川久保研究室との共同開発)として出展する。他にはUNWTO Tourism Highlightsなど出版物の日本語訳、Dark tourism研究会、また、「放射線と社会・福島浜通り研修(大阪大学核物理研究センター主催)にも毎年参加している。コロナ禍で、観光を学ぶ際には「現場」、人と人とのコミュニケーションや共同活動により地域を知ることの重要性が改めて身にしみた。これらの活動をさらに重視していきたい。



写真:地域ワークショップ=地域を知る



写真:STARS (Sustainable Tourism Assessment & Review system)

5・おわりに

「サステナビリティ」は社会全体の多様な参画を得ずしては進めることは難しい。が、この「必ずしも」と良いオプションがある「終わりのない旅は、ポジティブ思考を生み、あらゆる場面で、より良い社会・地域づくりに貢献できる可能性は、学生たちもプロジェクトを通じて感じている。地域循環共生圏、SDGs未来都市、ゼロカーボンシティなど、サステナビリティ推進の多くの事業が展開する今日、サステナブルな地域づくりを学んだ学生たちの将来の活躍の場も広がっている。

卒業生は観光・旅行関係だけでなく多方面に就職していくが、これは「観光学」の守備範囲が広く、観光で学ぶことは社会の多方面で活用することができる、ということでもある。サステナビリティに関する知識、経験、熱意をもつリーダーたちが観光分野から育っていくことを期待しながら、学生たちと日々議論を続けていきたい。

わたしの1冊

第26回

『宮本武蔵』

吉川英治・著
吉川英治文庫(講談社)



佐藤和志

有限会社鶴の湯温泉 代表取締役会長

を思い出し、わき目もふらずに読んだ。当時の複雑な心境もあつて、砂が水を吸うように素直に読むことができたことを、今でも覚えている。

料理「山の芋鍋」も好評で、「全国で一度は行ってみたい温泉」とも言われるようになった。多くの人に助けていただいたことがあります。

月日は流れ、私は父の温泉への夢に賛同し、温泉事業に加わることになった。12年後、乳頭温泉郷で最古の温泉、「鶴の湯」を任せられることになった。電気も電話も水道もない自炊専門の湯治場の温泉に始まり、食事付きの旅館に切り替えて、経営すること41年。乳白色の温泉に、秘湯ブームや露天風呂ブームも追い風となり、当館の名物

これまで、常に「勝負」という気持ちで生きてきた。『宮本武蔵』には、吉川英治先生の生き方や考え方が反映されているのだろうが、私自身がブレずに来られたのも、この本によるところが大きい。中学生という多感な時期に巡り合った『宮本武蔵』は、私の精神的な支えになっている。

小学6年生の時、担任の先生から『宮本武蔵』の話を聞いたことがあった。その時に、強い武士との印象が強く残った。中学校では部活動でバスケットボールに熱中。3年生の夏の郡大会では、仲間にも恵まれ、練習試合でも5勝1敗と好成績を取っていたので、周囲からも優勝を期待されていた。試合はトーナメント戦で、主将として試合相手を決めるクジを引いた。対戦相手は練習試合で唯一負けたチームだったが、ここに勝ちさえすればと気を引き締めて試合に臨んだ。お互い相譲らず接戦となったが、僅差で負け

てしまった。その後、対戦相手は順調に勝ち上がり優勝、県大会でも準優勝。クジを引いた自分の責任、主将として感じた重圧は忘れることができない。当時の私は誰とも逢いたくない、話したくもない、今でいう「引きこもり」の状態だったと思う。そんな時、同じ中学校の教師で野球部の監督を務める義兄の家を訪ねた。部屋の本棚に『宮本武蔵』が何巻か並んでいた。『宮本武蔵』は、剣禅一如を目指す求道者宮本武蔵を描いた作品。気性が荒く孤剣を磨いた武蔵が、剣の精進、魂の求道を通して、鏡のように澄明な境地へ

と悟達してゆく道程を描いた、吉川英治先生の代表作。勝負の追求、それがための人間関係の深さ、渦巻く功名心、たとえようのない敗北感、修業のためと置き去りにしたお通さんへの思い、本家の竹蔵との放浪の旅……。剣豪としても知られる沢庵和尚に城の天守閣に閉じ込められた数年には、本を読み、教養を身につけ、精神の鍛練に努め、武芸者としてさらなる高みに向き合い、これまでの生き方への自省と克己に励む。一方で、大衆に迎合しない個の確立を目指す武蔵の生きざま。私は、強い武士・武蔵のこと



佐藤和志(さとう かずし)

秋田県由利郡矢島町生まれ。製紙会社での勤務を経て、父の手伝いで温泉事業に加わる。1969年、乳頭温泉郷「大釜温泉」経営。その後、13代引き継がれた羽川氏から「鶴の湯温泉」の経営を委ねられ現在に至る。2003年、国土交通省観光力リスマ(秘湯の温泉力リスマ)、田沢湖・角館観光協会名誉会長、日本温泉文化を守る会会長など役職多数。

観光文化

全文公開と購読のご案内

「観光文化」の創刊は1976年。
読者は、観光にかかわる省庁・各地方公共団体の方々が最も多く、
次いで大学等の研究機関、観光産業界、全国の大学図書館、
公立図書館の順となっています。
季刊誌として年4回の発行です。

（ 全文公開 PDF版、WEB版 ）

「観光文化」は発行とほぼ同時に当財団ホームページで全文公開しています。
現在、180号(2006年11月発行)以降のものをご覧いただけます。
また、241号(2019年4月発行)からは、PDF版に加えてWEB版での全文公開も開始。
スマートフォンなど小さな画面でも快適に閲覧していただけるようになりました。
<https://www.jtb.or.jp/book/tourism-culture/>

（ 定期購読のご案内 ）

当財団ホームページで全文公開している「観光文化」ですが、
「続けて冊子で読みたい」という要望をいただくことも多いため、
定期購読のお申し込みも承っております。
当財団ホームページからお申し込みください。
<https://www.jtb.or.jp/book/subscription-2/>

期間

1年間
(年4冊・季刊)

※お申し込み時点の最新号から4回分をお送りします。開始号については変更可能です。

購読料

3,080円

(税込、4冊分。1冊あたり700円＋税＝定価の30%off。送料込分)

※途中キャンセルはできませんこと、ご了承ください。

※お申し込みの確認かとれ次第、請求書をお送りいたします。

※お支払いは銀行振込のみとなります。※振込手数料はご負担をお願いいたします。

※自動継続としておりません。

4冊分お送りした後、次号発行の1か月前を目安に、

メールで継続の意思確認をさせていただきます。

返信いただかなければ自動解約となります。

（ 単号販売のご案内 ）

単号での販売も行っています。

オンデマンド印刷版として、創刊号(1976年)から最新号まで、全ての号を購入いただけます。

アマゾン、楽天ブックス、三省堂書店オンデマンドでお買い求めください。

定価1,100円(税込。169号～214号は1,540円)。

（ お問い合わせ ）

観光文化振興部編集室までお願いいたします。

TEL:03-5770-8364 FAX:03-5770-8359 E-mail:jtbfbbook@jtb.or.jp

公益財団法人日本交通公社
および
「旅の図書館」
への
アクセス



〒107-0062

東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル

東京メトロ銀座線、半蔵門線、都営大江戸線

「青山一丁目」5番出口から徒歩3分

- 青山通りからお越しの方…楽天クリムゾンハウス青山のビルをくぐり、レストラン『NARISAWA』の前を通る公開空地を通り抜けると正面左側が日本交通公社ビルです。
- 外苑東通りからお越しの方…コンビニエンスストア『ポプラ』の角を西に曲がり、2つめの交差点を越え、約10m先左側が日本交通公社ビルです。
- 駐車場はございません。

機関誌

観光文化

第254号

第46巻 第3号 通巻 第254号

発行日●2022年8月22日

発行所●公益財団法人日本交通公社

〒107-0062 東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル

☎03-5770-8350 <https://www.jtb.or.jp>

デザイン●川口繁治郎(川口デザイン)

校閲・校正●株式会社ぶれす

制作・印刷●佐川印刷株式会社

企画・構成●中島泰

発行人●光山清秀

編集人●有沢徹郎

編集室●☎03-5770-8364

Mail:kankoubunka@jtb.or.jp

©2022 JTBF 禁無断転載

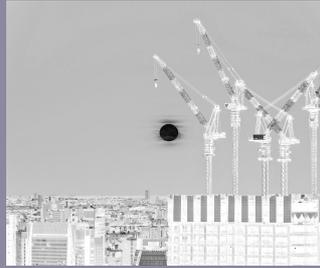
ISSN 0385-5554

機関誌

観光文化

第254号

第46巻 第3号 通巻 第254号



〒107-0062 東京都港区南青山二丁目7番29号 日本交通公社ビル
TEL: 03-5770-8350
<https://www.jtb.or.jp>

禁無断転載
ISSN 0385-5554