

第1回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	2020/10/19	モデル地区参加者	ニセコ町役場 商工観光課 高橋葉子
アドバイザー氏名	加藤久美		

アドバイザーへの質問

①観光政策への指標の取組の反映方法等について

現在作成している「ニセコ町観光振興ビジョン」に対してアドバイスがほしい。今回のGSTC(GDエントリー)を通じて、これまでの観光振興計画に不足していた部分(町民・事業者のコミットメント、観光客へのアプローチ、観光資源の掘り下げ等)が見えてきた。今後もGSTCに取り組むことで、観光振興計画のレベルアップに活用したいと考えている。(抜けもれチェックや国際的な水準ベンチマークとして活用したい。)

- ・ニセコ町については、「スキーリゾート」「国際的なリゾート」というイメージが強いが、歴史や生活文化(農業の歴史・農産物、安全な環境、多様な宿泊施設、温泉)、多様で人間味のある観光資源がある。
- ・「リゾート」は、多様な自然、歴史・文化、地域生活等の観光資源より、優位なものと思われがちだが、「ハイエンドなリゾート地」を目指すのではなく、今一度、地域のアイデンティティを見直してはどうか。
- ・町民へのコミットメントについてはニュージーランドやカナダの事例を参考にしてほしい。(下記参照)

(参考)

◎New Zealand Mood of the Nation

・半年ごとに住民が観光をどう思っているのかをモニタリングしている。意見聴取、参加の機会であり、観光への興味や意識が高まることにもつながる。

<https://tia.org.nz/resources-and-tools/insight/mood-of-the-nation/>

◎ウイスラー(カナダ)で住民意見をうまく取り入れている例

Whistler 2020 <http://www.whistlercentre.ca/project/whistler-2020/>

②「観光リスクマネジメント」について

コロナの影響で、観光産業へのダメージは大きく、改めて「観光リスクマネジメント」の重要性が認識されているが、ニセコ町が取り組むべき方向性についてご助言いただきたい。また、ニセコ町の場合は、3つのスキー場を有しており、気候変動等により、強みである「POWDER SNOW」が損なわれるリスクもある。(昨年冬、北海道は記録的な小雪であった。)

- ・「インバウンド」、「高級志向」への依存には、限界がある。
- ・コロナ禍においては、リスク回避の観点から、旅行先として海外よりも北海道が選択される傾向が強い。今後はさらに、地域への観光(マイクロツーリズム)が求められると考えられる。

③ニセコ町のアイデンティティについて

ニセコ町ならではの、奥深さが見せられるような切り口があれば、ご教示いただきたい。

- ・ニセコルールをはじめ、住民参加の意識が高いことも、ニセコ町ならではの特徴だ。また、今回の3日間のGSTCトレーニングプログラムにおいても、女性の参加者が多かった。SDGs未来都市に選定されており、多様性やジェンダーの平等が日常的に尊重されているように感じた。
- ・開拓の歴史の中で、有島武郎の「相互扶助」の精神、カタカナ町名にもストーリーが感じられる。
- ・CO2削減目標(2050年までに1990年比で86%減を目指す)や北海道の農産物認証制度「Yes Clean認証」などの取り組みについては、地域ストーリーや事業者・生産者の顔と結びつけられると良い。
- ・フットパス、ハイキング、サイクリングなど「ソフトモビリティ」の推進につながる。(CO2削減量が示せると良い。フットパスのガイドなどは、インタープレーションの一環とも言える。)

④「山岳ディスティネーション」について

ニセコ町では、観光振興ビジョン策定に向け、北海道大学と共同研究を進めている。その中で、「山岳ディスティネーション」という切り口が示され、町民や事業者、来訪者に対し、「国際スキーリゾート」とは一線を画したコンセプトが示せるになるのではないかと考えている。海外から見たときに違和感のないコンセプトになりうるか、また、事例などあればお示しいただきたい。

・ニセコルールやニセコ観光圏「NISECO My Extreme」は、観光客に対するアプローチとして特徴的だ。来訪者が現地の環境、文化を尊重することを表明する「約束、誓い(Pledge, Promise)」といった形で、地域のビジョンを積極的に伝えてはどうか。(下記参照)

・山岳への信仰など、文化的な側面を持ったディスティネーションの例を上げると、ニュージーランドの「トンガリロ」、オーストラリアの「ウルル」などがある。どちらも、世界自然遺産として登録されたが、1993年「文化的景観」コンセプトが導入された際、「(精神)文化的要素」が加えられた。(富士山は最初から文化遺産となったが、世界遺産ができた当初、「自然」と「文化」は切り離されていた。)

(参考)

◎来訪者が現地の環境、文化を尊重することを表明する事例

- ・アイスランド Inspired by Iceland <https://visiticeland.com/iceland-academy>
- ・ニュージーランド Tiaki Promise <https://tiakinewzealand.com>
- ・パラオ Palau Pledge <https://palaupledge.com>
- ・Leave No Trave <https://lnt.org/why/7-principles/> アウトドア活動をする際の「誓い」。ディスティネーション、事業者がコミットし、来訪者にも従うことを求めている。

◎「聖なる山」の事例

- ・トンガリロ (ニュージーランド マオリ <https://sacredland.org/tongariro-national-park-new-zealand/>)
- ・ウルル (オーストラリア アボリジニ <https://parksaustralia.gov.au/uluru/discover/culture/>)

⑤事業者アンケートについて

ニセコ町内の観光事業者(宿泊・飲食・アクティビティ・物販・交通等＝約200事業者)に対し、アンケート調査票を送付し、現在回収が終わったところである。今後の分析の方向性や結果の活用について、アドバイスいただきたい。

・事業者の持続可能な取り組みについては、地域ビジョン、SDGs、地域の歴史や文化等を、どのようにつなげ、ストーリーを示すことができるかが鍵となる。生活や生業の中で活かされている伝統知識(農業、生態系保全～精神文化、伝統環境知識等)の活用も重要だ。

・一方で、観光客に対する持続可能な観光への呼びかけや地域文化へのリスペクトは、簡単ではない。観光客側のインセンティブや特典も含め、検討してほしい。(例えば、マイボトルを持参した観光客には、協力店では、マイボトルに無料で給水してもらえる制度など)

第2回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	2020/11/2	モデル地区参加者	ニセコ町役場 商工観光課 高橋葉子
アドバイザー氏名	久保竜太		
アドバイザーへの質問			
①GSTCを観光ビジョンにどのように活用すれば良いか？			
<ul style="list-style-type: none"> ・国際基準をどう活かすかは、釜石でも模索中だ。GSTCは「マネジメントのためのツール」と理解している。DMOのMIはダブルミーニング(マーケティング/マネジメント)であるが、マーケティング＝経済的なパフォーマンスだけでなく、それ以外の部分(マネジメント)が重要であり、GSTCに取り組むことで、その両輪が回り始めて、持続可能な観光地づくりが可能となる。 ・GSTCが、①自己分析ツール、②コミュニケーションツール、③プロモーションツールの3つの使い方ができるが、「国際基準に沿うこと(≡マネジメントツールとして使うこと)」と「国際認証に参加すること(≡プロモーションに使うこと)」は切り分けて考えるべきだ。 ・①自己分析ツールには、人材育成という側面がある。誰に、ノウハウを蓄積させるのか、よく考えてほしい。ニセコ町の場合はチームで取り組む必要があるのではないか。 ・ベースラインアセスメント(基準値診断)は、健康診断のようなものだ。現状を把握し、目標設定を行うのは、健康管理やダイエットと同じで、マネジメントにおいて重要だ。 ・地域ビジョンはコンセプトありきだ。GSTCは合理的アプローチだが、最終的には担当者のセンスとパッションが鍵となる。予防医学的であって、<u>対処療法ではない</u>。 ・「釜石市観光振興ビジョン(2019年1月策定)」では、「釜石オープン・フィールド・ミュージアム構想」を掲げ、持続可能な都市となるために「国際基準の管理評価指標の導入」と明記している。 ※日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)はGSTCをベースに作成された、いわば日本版GSTCであるため、JSTS-Dに取り組むこと＝GSTCに取り組むことであり、別物と捉える必要はない。 			
②地域資源の活かし方について			
<ul style="list-style-type: none"> ・かまいしDMCには、担当者6名でサステナブルチームをつくって取り組んでいる。 ・今年中に「サステナビリティ・レポート」を作成し、リリースする予定だ。 ・<u>地域資源目録をつくり、リスク(－)、機会(＋)に分けて観光影響分析を行っている</u>。 ・レポートは、地域住民とのワークショップ等に活用することも考えている。(コミュニケーションツールとなる。) ・GDのTOP100は、フィードバックがないが、ベースラインアセスメントでは、審査員からのフィードバックが受けられる。(外部評価) ・評価は自己分析もできるので、何ができて、何ができていないのか、<u>セルフチェックしてはどうか</u>。釜石では評価を「見える化」するため、A～Cの3段階に評価を分け、6つの大項目に分けて達成具合を棒グラフで整理した。 ・<u>年1回、「持続可能な観光」のフォーラムを開催している</u>。基調講演には、国連世界観光機関(UNWTO)駐日事務所、観光庁に登壇いただいた。釜石では、地域資源＝ジオパークと紐づいているので、ジオガイドなど関係者も多く、参加者は100人規模のフォーラムとなる。 ・<u>ステイクホルダーリストをつくり、誰が、どの領域で持続可能な取り組みをしているのか、基準の診断作業を進めている</u>。 ・ニセコ観光圏のKPIに「サステナブルポリシーを持つ事業者の割合」というのがあったが、モニタリングできると面白い。「サステナブルポリシー」でネット検索してみると、多くの企業が理念として掲げている。持続可能な地域となるためには、企業理念から変えていく必要がある。 			
③その他			
<ul style="list-style-type: none"> ・今年は残念ながら、コロナの影響でオンライン開催であったが、本来GDの授賞式は、ドイツの国際的な展示会「ITBベルリン」の中で開催するはずだった。去年はクロアチアで開催され、釜石市のメンバーとして参加した。そこで感じたのは、各国の熱量の違いだ。ブータンは観光大臣など、その国や地域を代表する人たちが集まる。アースアワードを受賞したパラオは受賞コメントに大統領夫人が登壇し、涙ながらに苦労や喜びを語った。 ・入会は有料だが、「グローバル・リーダーズ・ネットワーク」という会があり、国際的なネットワーキング構築に有益であった。各国で、同じように持続可能な観光に取り組み地域の担当者がグループに分かれてセッションを行うなど、非常に価値のある会合であった。 			

第3回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	2020/11/5	モデル地区参加者	ニセコ町役場 商工観光課 高橋葉子
アドバイザー氏名	小林英俊		
アドバイザーへの質問			
①「持続可能な観光」に関する事業者アンケート結果の観光ビジョンへの活かし方			
<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート調査結果を見て、他地域に比べ、事業者の持続可能な観光に対する意識は高いと感じた。 ・アンケート票の設計は、もっと手を入れる必要があったのではないかと。「何を読み取りたくて行う調査なのか？」がわからない。方向性を出せるような設問になっていない。 ・観光事業者の持続可能な観光への取り組みについては、3つのステップがある。①自分の事業所内で行えること(事業所内の省エネやフードロス削減など)、②周りの事業者を巻き込んでできること、③(自社の立場を少し離れて)地域がどうあるべきかと考えること。(例えば、川の掃除活動などは、複数の事業者を巻き込んでの運動となるので、②にあたる。) ・持続可能な観光に積極的に取り組む事業者(②のステップにいる事業者)の巻き込みが重要だ。 ・ニセコ町内の事業者の取り組みを広報紙で町民にも知ってもらうことも重要だ。町内にとどまらず、北海道全体の持続可能な観光をニセコが牽引していくつもりで、新聞(北海道新聞の後志欄)に連載を持ってはどうか。 			
②地域(観光事業者、町民、観光客)へのアプローチについて			
<ul style="list-style-type: none"> ・<u>ニュージーランドのカイウコウラ(人口3,600人)では、住民参加の環境保全型まちづくり(グリーングローブ21)に取り組んでいる。</u>ホエールウォッチングで年間100万人の観光客が訪れる町だ。観光客が環境への負荷を与えていると考え調査したところ、観光客だけでなく、住民が環境へ与える負荷も大きいことが分かった。そこで「環境に及ぼす私たちの負荷」として具体的な数字を示し、旅行者にも理解と協力を求めている。町長はじめ、様々な立場の住人がかわり、「観光と環境を考える委員会」を開催し、問題意識を共有したことも大きい。 ・<u>オーストリアのレッヒ村(人口1,500人)では、ホテル組合が周辺農家から、乳製品を市価の倍額で購入している。</u>普通は、共同購入すれば、その分は安く調達できるはずだが、倍額で購入することで「地域の農家が元気になるれば、地域の景観が守られる」という考えだという。自然や景観はタダではない。<u>地域の土地や自然は、「先祖から引き継いだ」のではなく、「子孫から借りている」という考えだ。</u>また、レッヒ村は、隣国ドイツのベンツを連携し夏の間パビリオンを村内に設営し、<u>ベンツの電気自動車の展示や試乗をおこなった。</u>どのような地域や企業を連携するかは非常に重要だ。村のリーフレットに景観の規制(3階以上の高さの建物を建ててはいけない)飲める水の取り組みなど、観光客へのアピールもしている。また、観光事業者自身も地域の発展に観光を通じて貢献していくことを周知することにより、地域住民の理解を得ることができる。 ・スイスのリゾートとして知られるサースフェ(人口1,700人)では、環境に配慮し、ガソリン車乗り入れ禁止している。観光客は駐車場からリヤカーに荷物を積んで、宿泊施設まで歩かなければならない。Qマーク(クオリティマーク)を導入している。町が認証した宿泊施設が、説明と異なるサービス内容だった場合は、お客様に宿泊費を返還する、または泊数分の宿泊チケットを送っている。その費用(ギャランティ)は町が負担している。 			
③その他			
<ul style="list-style-type: none"> ・サステナブルツーリズムはクオリティツーリズムという側面もある。<u>ニセコ町が考える「持続可能な観光」をもっとブレイクダウンして定義する必要がある。</u>外のコンサルではなく、商工観光課が考えなければならない。 ・持続可能な観光に関心のある観光客の多くは、「宿泊先」「移動手段」を重視する。観光の質(良い体験をしたか?)をどのような指標でみるのか。(≒何をもち、うまくいったとするのか?) ・ニセコ町は、宿泊施設やアクティビティ会社の外国人オーナーも多いと聞く。自然の保護だけでなく、「<u>創造的な保護(修復)</u>」のレベルに持っていけると良い。 ・兵庫県豊岡市には、役場の中にコウノトリ推進課がある。「コウノトリが住める環境を創造すること」を目指す。当初、減農薬農家は12軒だったが、現在は300軒に増え、「コウノトリを育むお米」はブランド化している。「公助・自助・共助」がそれぞれの役割で連携している。現在は活動が広がり、「日本コウノトリの会」に発展している。 			

第4回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	2020/11/12	モデル地区参加者	ニセコ町役場 商工観光課 高橋葉子
アドバイザー氏名	高山傑		
アドバイザーへの質問			
①アドバイザーから見た「ニセコ町」の評価(強み/弱み)			
<p>・(コロナの影響で)実際にニセコ町を訪れていないため、GDの項目だけを見ての評価は難しい。(→そこで、事前にニセコ町担当者が作成したSWOT分析をもとにディスカッションした。)</p> <p>・SWOT分析で「空港から車で2時間の距離」を弱みとしてあげているが、離れているほど自然が多く、むしろ強みだ。</p>			
②今後、優先して取り組むべき事項			
<p>・サステナブルな地域になるほど、ツアーオペレーターやガイドのレベルが問われることから、観光事業者を巻き込んでの取り組みが重要だ。</p> <p>・今後、「サステナブルリゾート」として認知されることで、<u>これまでとは違う客層が狙えるのではないか</u>。そのためには、<u>サステナブルな取り組みを観光客に「見える化」</u>する必要がある。例えば、「 Condominiumに宿泊すると、ニセコ産の食材を使った料理が提供される」「飲み物には、プラスチックのストローをつけない」「サイクリストのための給水スポットがある」など、目に見える形で示せると良い。</p> <p>・ヨーロッパでは、旅行先を選ぶ際に、「サステナビリティ」を重視する傾向にある。例えば、ボツワナで空港からバスに乗ると、座席のポケットに認証を受けているホテルのリストが掲載されている。まずは、<u>観光案内所やビジターセンター等で、ニセコ町を訪れた観光客に対し、「責任ある旅行者であること」をメッセージとして発信しなければならない。</u></p> <p>・気候変動への対応として脱CO2を掲げているのであれば、飛行機を使って旅行をするインバウンドが伸びることは不都合な事実である。インバウンドの中でも「アジアからの観光客>国内>道内」と発地からの距離が近いほど、CO2の発生量は少ない。コロナでマイクロツーリズムが注目されているが、サステナブルの観点でも同様だ。</p> <p>・ブッキングドットコムレポートにもあったように、<u>今後は、持続可能な観光がメインストリームになる</u>。現在、日本人は欧米人に比べ、持続可能な観光への意識が低い一方、若者の意識は高い。</p> <p>・コロナ禍の今、投資すべきはサステナブルへの転換だ。今のうちに、<u>ツアーオペレーターや宿泊業、飲食業等に方向性(行動規範)を示すべきだ</u>。エコな取り組みに積極的な観光事業者の番付(一覧)を示すことも一案だ。ヨーロッパでは、大手バイヤーは認証のある宿泊施設等を優先するからだ。</p> <p>・中国のホテルでは、<u>アメニティを置かない施設も増えている</u>。<u>上海からの観光客にとっては、アメニティを置いていないことが当たり前になっている</u>。日本は遅れている。過剰な包装、客待ちのタクシーがエンジンかけたままなど、海外からみれば非常に違和感がある。</p>			
③その他			
<p>・5000人の町であれば、地域の顔が見える工夫がほしい。例えば、暮らしの歳時記や地域の食材を使った料理法の紹介(<u>フェノロジーカレンダー</u>)、町民が季節のおすすめ(花や鳥)を白地図にプロットする、子どもと地域の宝探しをするなど。暮らすように旅する感覚を大切にしてほしい。</p> <p>・TOP100は入口にすぎない。サステナブルなポリシーを持っていても、行動が伴わない事業者が少なくない。アクションを起こしている事業者を積極的に応援すべきだ。</p>			

第5回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	2020/11/25	モデル地区参加者	ニセコ町役場 商工観光課 高橋葉子
アドバイザー氏名	荒井一洋		
アドバイザーへの質問			
① デスティネーションマネジメントを自治体が担う場合の組織構成について(チーム編成やスキルセット等)			
<p>・サステナビリティコーディネーターを担う人材が適切かがポイントになる。釜石のようなチーム編成(4人)が理想的だ。地域おこし協力隊の活用も考えてはどうか。(適任者をヘッドハンティングしたり、英語が堪能でサステナビリティに関心の高い人物を募集したりできないか。)</p>			
② GSTC公認トレーニングプログラムをニセコ町単独で開催した場合に係る費用や手続きについて			
<p>・GSTC公認のトレーニングプログラム(3日間)を自前で実施する場合、おおよそ100万円の費用がかかる。(内訳は、一人当たりのライセンス料として400ドル×20人＝おおよそ80万円、現地の会場手配や視察経費等で20万円)(※2020年12月時点、詳細はGSTCに確認が必要)</p> <p>・GDに取り組む地域のすべてで毎年実施している訳ではない。釜石市では毎年実施している。</p> <p>・今回のように参加費を無料とせず、有料とする場合もある。その場合は、商工会等の研修費補助等の情報を併せて案内することで、参加者個人の負担を減らすこともできる。</p>			
③ 子ども(小・中学生)や高校生に対する観光教育(持続可能な観光)の事例があれば、教えてほしい。			
<p>・職業体験も観光教育になる。総合学習の時間に呼ばれ、大雪自然学校の仕事のことを話すこともある。</p> <p>・海外の姉妹都市への文化交流(短期留学、修学旅行)は観光教育の側面もある。</p> <p>・北海道上川高校では、中高一貫合同学習の一つとして、山を学ぶコースがあり、実際にシャトルバスの中で高校生がマイクを握り、観光ガイドをしている。</p>			
④ 旅行者に向けて、持続可能な観光にポジティブな行動を奨励する事例やアイデアがあればご教示いただきたい。			
<p>・「マナー啓発の情報発信」については、「看板の設置」「ガイドがオリエンテーションで話すこと」は最低限必要だ。旅行先でのふるまいについての心構えは、ガイドから観光客に伝えれば良い。旭岳では、山のロープウェイの中で、利用者に3分間のレクチャーをしているが、非常に好評だ。</p> <p>・旅行者だけでなく、送客側(旅行会社、OTA等)にポジティブな行動を求める地域であると伝えることも重要だ。送客する地域を選ぶ際の差別化につながる。レスポンスツーリズムを取り扱う旅行会社は日本ではまだ少ないが、JARTA(Japan Alliance of Responsible Tourism Agencis)には、北海道宝島社などが加盟している。</p> <p>・ホテルでのフロントで旅行者に求める行動(マナー、レスポンスフルトラベラーになろう、とのメッセージ等)を記載したカードを配るの有効だ。旅行者に守ってほしいことをピクトグラムにして、ホテルやガイド会社に提供しても良い。</p>			

第1回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	10月12日	モデル地区参加者	1)葉山町 産業振興課 小峰 2)鎌倉市 市民生活部 観光課 片桐 3)逗子市 市民協働部 経済観光課 大野 4)DMC Greater Yokohama 徳田・梅谷・関野
アドバイザー氏名	高松正人		
アドバイザーへの質問			
<p>【葉山町より下記質問】</p> <p>①新型コロナウイルスの影響を考慮したイベントの実施方法 今年は新型コロナウイルス感染症の影響により、多くの観光イベントが中止せざるを得ない状況であった。次年度以降も影響がある中で、どのような方法により運営すべきか。 例：葉山町で最も多くの人手があるのは花火大会となっている。</p> <p>主な助言：ひとつひとつの対策を考えれば実施可能。国も劇場の収容率などを100%としている。花火大会であれば屋外で実施するイベントであるため感染リスクは低く、実施可能であると考え。リスクの高くなる状況をいかに減らせるかを考えること。例えば、来場者が乗車するバスの本数を増やすなど。また、人は飲酒をすることで危機管理意識が低下し、マスクをせずに大声で話したり、密接した距離になってしまう傾向があるため、会場での飲酒を禁止するなどの工夫をする。最終的には費用対効果等も考慮し決定することにはなる。</p>			
<p>【葉山町・鎌倉市より下記質問】※例は葉山町のもの</p> <p>②観光客向けの災害対策 地域住民と観光客ではあらゆる条件が異なる（道が分からない、その土地のどんな場所に災害リスクがあるか分からない等）なかで、観光客向けに効果的な災害対策を取るにはどうすればよいか。 例：葉山町では海水浴場に多くの観光客が来場することから、防災部局が作成している「津波ハザードマップ」をベースに、観光客が分かりやすいような避難路や写真を示した「津波避難マップ」を別途作成し各海水浴場に掲示することを始めた。</p> <p>主な助言：取り組みを始めたことは良いが、効果的な方法でなければ意味がない。例えば、津波避難マップを掲示したところで観光客は見ない。なぜなら遊びに来ているのだから。もっとわかりやすく避難方向を示した支柱を海岸にたてるなどすべき。また、津波避難に用いるオレンジフラッグなども、その意味が浸透していないことや、視認が困難なこと等から効果が薄いと考える。例えば、沖縄の海水浴場では避難が必要になった場合は海上を水上バイクでまわり避難促すようになっている。</p>			
<p>【葉山町・鎌倉市・DMC Greater Yokohamaより同様の下記質問】</p> <p>③観光客が観光地で被災した場合の対応</p> <p>主な助言：多くの自治体は、災害時に備え備蓄している物資は住民数をベースに考えている。また、避難所のスペースも観光客の分まで備えることは難しい。それなのに観光客がいつまでも被災地の避難所に留まるようでは復興もままならない。被災した観光客は少しでもはやく帰らせることが大切。他の地域の計画として、救援物資を運んできた車両に観光客を乗せ帰宅させるというものがあった。柔軟な視点で災害対応を考えるべき。</p>			
<p>【DMC Greater Yokohamaより下記質問】</p> <p>④ニューノーマル下における観光復興について</p> <p>主な助言： 1) 新型コロナウイルスの影響は今後も続く。共存していかなければならない。現在は、マスク、消毒、ソーシャルディスタンスを保つなど、観光を阻害する要因が多いが、技術の進歩や各人の順応で対応できるようになる。また、ニューノーマルの状況は今回が初めてではなく、過去の9.11テロでも経験している。厳しいセキュリティチェックが課せられるようになったが、技術の進歩でスムーズな搭乗が可能となった。 2) 今三浦半島に足を運んでいただいている人々、及び訪問し易い環境にある人々にターゲットを絞る（例：国内リピーター、当地にゆかりのある人々、及び隣接県住民等） 3) 安易に安売りをしない：観光客数は当分の間減少傾向 4) Go Toトラベルのリピーター化は容易ではない</p>			

第2回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	10月16日	モデル地区参加者	1)葉山町 都市経済部 産業振興課 小峰 2)鎌倉市 市民生活部 観光課 片桐 3)三浦市 経済部 営業開発課 杉崎 4)逗子市 市民協働部 経済観光課 楠元 5)DMC Greater Yokohama 徳田・梅谷・関野
アドバイザー氏名	古屋秀樹		
アドバイザーへの質問			
<p>【葉山町より下記質問】</p> <p>①地域課題を解決するにあたり、効果的な地域住民の意見の反映方法 例：海岸でのバーベキューが問題</p> <p>主な助言：意見内容をオープンにする（パブコメのように）すると、ある程度内容が精査された意見が得られる。</p>			
<p>【DMC Greater Yokohama・葉山町・鎌倉市より同様の下記質問】</p> <p>②自治体が望む方向に地域住民や来場者を誘導する方法（住民参画の在り方について）</p> <p>主な助言： 1)ナッジ(nudge)という考え方がある。強制的に何かを禁止したり、させるようにするのではなく、それぞれが自発的に自治体が望む行動をとるように促すこと。葉山町の海水浴場ごみゼロナビゲーションはその主旨の取り組みとして良い。（来場者に自分自身でごみの分別をしてもらい（分別はボランティアがナビゲート）、ごみの種類により有料・無料で回収する取り組み）何か注意喚起をする際にはナッジを意識すると良いかもしれない。 2)別箇所で開催されていて成功している箇所事例を住民に提示することも良い対応策である。</p>			
<p>【鎌倉市・葉山町より同様の下記質問】</p> <p>③観光客の増加に伴う弊害 夏の海水浴場シーズンになると観光客が増加し、公衆トイレの清掃費用や不法投棄ごみの処理費用等が増加する。何か良い対策はないか。</p> <p>主な助言：観光客の増加によりメリットを得ている事業者（海の家）から費用を補填させてはどうか？ ベネチアでは来訪者への通行料の徴収、旅行時の行動ルール違反者への罰金など行っている。ベネチアでは「スマートコントロール室」を創設し、それらの対応にあたっている。</p>			
<p>【葉山町より下記質問】</p> <p>④そもそも「観光」とは何であるのか？</p> <p>主な助言：ウィキペディア等からの引用となるが、「地域の素晴らしいところをみてもらう＝国の光を観る（みせる）」ことに由来していると言われている。また、我々の言う観光とは、「観国之光(国の光を観る)」からとったものであるとの説が有力で、「観光」は、この後にここからとった言葉であると言われている。つまり地域の素晴らしい様々なものを、別の地域（国）の皆様にお披露目することが観光である。</p>			

第3回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	11月10日	モデル地区参加者	1)葉山町 都市経済部 産業振興課 小峰 2)鎌倉市 市民生活部 観光課 片桐 3)三浦市 経済部 営業開発課 杉崎 4)DMC Greater Yokohama 関野
アドバイザー氏名	久保竜太		

アドバイザーへの質問

【葉山町より下記質問】

①持続可能な観光を推進するにあたり、外部機関との合意形成をどのように図るのが効果的か？

主な助言：外部機関との合意形成を図る必要がある事項については、コーディネートを専門的に行う機関を設置するとよい。(釜石市ではかまいしDMOがその役割を担った)
コーディネーターの財源をどのように確保するかが課題となってくるが、三浦半島観光連絡協議会の構成自治体の持ち出しで捻出するなど。
今後三浦半島観光連絡協議会として活動していくのであれば、協議会の構成員である横須賀三浦地域県政総合センターを介し、三浦半島⇒神奈川県全体で推進するような動きをとってもらえば効果的では。

【葉山町より下記質問】

②役場内部においても持続的な観光を推進することが必要であることを首長・他部署に理解してもらう必要があるが、その方法は？

主な助言：庁舎内での調整は、連絡会を各課レベルで作る(環境課、政策課など関係する部署集める) と良い。
首長には選定されることによるメリットを伝える。

【葉山町より下記質問】

③これまで頂いたお話の中で、ディスティネーションプロフィールやアセスメントレポートを作成すること等により自治体の状況把握(健康診断)ができることや、地域住民等に対し、観光施策をどのように考えどのように対策を取っているのか説明をするツールになる等、メリットがあることが分かった。その他GDトップ100選にエントリーされることに伴うメリットはどのようなことが想定されるか？

主な助言：釜石市の例だと、国の重点地域(観光に関する何かか?)になる際に、GDトップ100選に選定されていることが観光庁からの評価基準となったと聞いている。そのため、観光庁からの補助金を得やすいといったメリットはあると感じる。
また、観光先進地として注目されることにより、市内の企業や市役所等に優秀な人材が集まってくるようになり、採用に困らなくなった。
その他、GDトップ100に選定された他の国や自治体とつながりを持つことができるため、情報交換やその後の事業展開などに繋げることができる。

【鎌倉市より下記質問】鎌倉市でも釜援隊のような外部のコーディネーター期間を設けたいと思っている。釜援隊はどのように人を募集したのか。

主な助言：門戸を狭くし各分野で必要なスキルを有する人材を募集した所、既に能力がある優秀な人員が集まった。(地域おこし協力隊のような若者というよりも、それぞれの組織でマネージャーレベルで働いており、既に自身が有するスキルを試したいという方が多かった印象)
各分野で求めるスキルの他、面接ではストレス耐性を確認した。

⑤その他助言等

- ・設定目標に対する現在地測定、対策実行、継続的に監視 持続的な観光地に大事なものはマネジメント
- ・災害リスクがある観光地でいかに持続可能な観光をうたうか(三浦半島 南海トラフ)
- ・知識や経験を継続させるために、アセスメントレポートをだれが作るかは大切。町の政策がかなり身につく。自治体職員だと数年で異動があり蓄積されないため、DMOのように外部のコーディネーターがその役を担うのが良いのでは。
- ・JSTS-Dはあくまでツール・手段である。指標に振り回されないように。

第4回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	12月8日	モデル地区参加者	1)葉山町 都市経済部 産業振興課 小峰 2)鎌倉市 市民生活部 観光課 片桐 3)逗子市 市民協働部 経済観光課 楠元 4)DMC Greater Yokohama 徳田・梅谷・関野
アドバイザー氏名	高山 傑		
アドバイザーへの質問			
<p>【葉山町より下記質問】</p> <p>①夏の海水浴場開設期間において、鎌倉市、逗子市、葉山町の共通の取り組みとして、海水浴場客のごみを有償で回収するエコステーションを設置している。エコステーションには地域住民や他地域からのボランティアスタッフが配置され、ごみの分別方法などをナビゲーションする。他地域からのボランティアにはエコステーションに配置される時間以外で各地域の海も楽しんでもらい、エコツーリズムとしての面もあると考えている。この取り組みを今後更に発展させるにはどうしたらよいか。</p> <p>主な助言：夏だけでなく、通年を通して行うようにはできないだろうか。ごみの回収費用は町が負担するなどし、人員や通年を通して行う仕組みは町民に考えてもらうなど。夏だけの単発の取り組みでは単なるイベントと同様となってしまう。サステイナビリティを出すことが大切。</p> <p>②その他助言等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光施策を進めていくにあたり、観光客側に寄せる必要はない。観光客は地域特有の体験をしたい。それぞれの特色を出したまちづくりを進めるべき。地域住民の理解や満足度をなくして観光は成り立たない。 ・観光客は地域の物を食べたいが、日本はそのような情報が手に入りにくい。また、地域資本の宿泊施設や店舗の情報もとれない。 <p>⇒それらを公開・周知していく仕組みがあれば地域にお金が落ちる。地元食材の生産・消費も進む。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SDGsやGSTCの取り組みは、やらなければいけないの気持ちで進めても意味がない。持続可能な観光は頭で考えるのではなく、まずは気持ちの面で何をどうしたいか、というところから始めてみよう。 ・今後の観光地のポイントは、オーバーツーリズム(密)ではない、サステイナビリティの情報が入手できるか。 ・GDトップ100に選定されたことをもっとPRしていくべき。選定されたことに誇りをもって。 ・パラオでは入国する際に先住民や自然、文化をリスペクトする旨を誓約しないと入国できない。自治体レベルでも同じようなことができるのでは。<Palau Pledge参照> ・日本では観光に関して税をほとんど取れない。(宿泊も少ない)オーバーツーリズム気味の自治体は、何らかの方法でお金をとってほしいのでは。日本は観光を安売りしすぎている。良い物を見る、体験するためにはそれ相応の対価があって然り。 ・使う責任は、個人から始められる。プラスチック製品は買わない、地元にお金が落ちる店で買う、エコな交通手段を使うなど。 <p>⇒この意識が観光行政担当者としても生きてくるか。</p> <p>【高山様からの参考コメント】</p> <p>Flightradar24のサイトにアクセスし、リアルタイムでどの程度の航空機が運航されているのか参加者と共有。</p> <p>12月8日研修実施時点で大凡6000機の飛行機がコロナ禍においても世界各地で運行されている。</p> <p>高山様自身もCO2排出が高いと言われている飛行機にどうしても乗らなければならない場面があるが、必ずカーボンオフセットを意識しながら生活している。その心掛けが重要である。</p>			

第5回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	12月9日	モデル地区参加者	1)葉山町 都市経済部 産業振興課 小峰 2)鎌倉市 市民生活部 観光課 片桐 3)逗子市 市民協働部 経済観光課 宮上 4)DMC Greater Yokohama 関野
アドバイザー氏名	小林 英俊		
アドバイザーへの質問			
<p>【以下葉山町より質問】</p> <p>①観光事業者も地域住民も双方が喜ぶ観光施策は</p> <p>主な助言:持続可能な観光を進めるには、地域住民も事業者も達成した時のゴールを共通でイメージする必要がある。ビジョンを作成し、地域住民が考え、話し合い、進めていく。進めるにあたっては、モデル的に一部の家族、事業者、コミュニティ、地域と進めていくと良い。</p> <p>豊岡市ではコウノトリツーリズムという事業を、市長の旗振りの下、地域住民の熱意も加わり進めた。コウノトリが住める町＝人間にとっても良い環境。コウノトリの餌場を確保するために無農薬により稲作を一部の農家で始め、徐々に拡大。当初は12羽だったコウノトリが現在では300羽に増えた。コウノトリが集まる田んぼのお米はブランド化し高額で売れる人気商品となった。</p> <p>⇒地域住民の理解・目指すべき町と、事業者の儲けが重なった良い事例。葉山町でも同じようなことができないだろうか。</p>			
<p>【以下葉山町より質問】</p> <p>②観光により地域を活性化する具体策とは</p> <p>主な助言:観光で大事なことは、場所ではなく、時と見せ方、そして観光客が求めている体験ができるかどうか。同じ場所でも、この時間、この時期に行けば特別な体験ができるなどを上手にPRする。また、観光客がその場所に溶け込む仕組みを作ることも効果的。(例:夕日と一緒に見る恋人岬)既存の観光資源も工夫すれば優れた資源となる。</p> <p>また、今後はコロナウイルスの影響もあり、精神面や心の豊かさ、健康といった面が重要視されてくることが予想される。日本では持続可能な観光はまだまだ発展途上だが、今後必ず必要になってくる要素である。観光は時代を先読みすることがとても重要。</p>			
<p>【以下鎌倉市より質問】</p> <p>③フライトシェイムの考えが広まっている。鎌倉市では欧米系の観光消費額の単価が高いであろう人達に来てほしいと考えているが、破綻してしまうだろうか。</p> <p>主な助言:多少減ることはあるかもしれないが、大勢は変わらないのでは。エンジン効率の良いエコな飛行機などを選択することもできる。フライトシェイムの考えだけでなく、観光はつまらないものではないと考える。</p>			
<p>【以下逗子市より質問】</p> <p>④環境面の取り組みを行っている事業者は多いが、海なのか山なのか等、事業者により目指すべきゴールが違う状況がある。共有のビジョンが必要か。</p> <p>主な助言:行政、事業者、住民がそろわないとうまくいかないのはその通り。環境面の取り組みを推進している事業者を繋げる、応援することが行政の立場ではないだろうか。まず最初は単発の事業者をモデルとして応援して進めていくのはどうか。</p>			

第1回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	2020/10/20-21	モデル地区参加者	白川村観光振興課 尾崎達也
アドバイザー氏名	小林英俊		
アドバイザーへの質問			
<p>① GSTCに取り組むにあたっては全てを網羅した計画策定をしなければならないのか？ 現在白川村では、世界遺産白川郷合掌造り集落を次世代に継承し、持続可能な地域づくりを推進するために、荻町構想計画会議を重ねている。本会議は、荻町区(区長・副区長)、白川郷自然環境を守る会(会長・副課長・事務局長・総務部長・企画部長・合掌環境部長・一般環境部長)、白川村教育委員会、同観光振興課、そしてアドバイザーには、白川村世界遺産マスタープランや白川村観光基本計画の策定に携わった同志社女子大学麻生准教授をお迎えして組織を設置し、月1回の定例会議とこれに向けた事務局会議を開催している。まず本会議で着手する活動は、村の人口減少や少子高齢化に伴う将来合掌集落における空き家問題を未然に防ぐため、荻町区に暮らす約150世帯を対象にアンケート調査を実施し、現在所有する物件の継承に不安を持っている30軒の世帯にその理由についてヒアリングを進めている。世界遺産白川郷は今なお住民の生活が営まれながら文化を継承し合掌集落を守っている生きた文化遺産である。そしてその礎とも言える白川郷自然環境を守る会(通称:守る会)は、来年2021年に発足50周年記念を迎える。守る会では、これまで「売らない、貸さない、壊さない」という三原則に基づいた住民憲章を制定し外資を入れない方法で50年に渡り合掌集落を守ってきた。次なるは向こう50年を守るために将来空き家問題を見据えた「貸さない」の緩和と貸し方のルールを明文化を定め、地域と空き家を活用する良質な外資をつなぐプラットフォームを創設し、持続可能な地域づくりを形成することで、未来の子ども達に世界遺産を継承することを目指している。今回GSTCに取り組むにあたっては、こうした根源となる集落形成の問題解決に友好的に活用したいと考えている。</p>			
<p>○白川村の取り組みは、正にGSTCそのものの活動である。全てを同時に網羅する必要はなく、優先順位や強み弱みを知るきっかけと捉えると良い。 ○白川村の場合は、世界遺産の継承が持続可能な地域社会を形成することに直接につながっていることから、向こう50年を考える荻町構想計画会議は地域全体で取り組む有効な策である。 ○参考事例:豊岡市「コウノトリと共生する地域」 持続可能な自然共生型社会 ・ビジョンの作成:「コウノトリが悠然と舞い、人と自然が輝くまち・豊岡」 コウノトリが住める環境を創造すること ・モデル的な実践:餌場確保のための無農薬・減農薬による稲作づくり。最初は12軒、現在は300軒 ・先端的な考え方を導入する仕組み:各分野の専門家 ・全体的にものを進めるための実行計画:公助・私助・共助がそれぞれの役割で連携 ・成果の見える化、継続発展のための人材養成:「コウノトリ育むお米」のブランド化で高く売れる経済的成果。生物調査で自然の回復実感。コウノトリの生息数を発表。 ○参考事例:スイスツェルマット人口5700人、同サースフェ1700人、オーストラリアのレヒ1500人</p>			
<p>② アドバイザー派遣についてそれぞれ多様な学識者の方々にどのようなご助言を賜れば良いか？ 荻町構想計画を基軸にGSTCの取り組みを進めたいと考えている。既存の荻町構想計画会議組織をベースに、GSTCを進めるための強固な組織体を形成することが何より一番大きな課題だと考える。</p> <p>次回、白川村で開催されるGSTC研修で全体イメージが掴める。そこでGSTCにどのように取り組むかのビジョンと、その達成に向けた課題が整理されるはずなので、それぞれアドバイザーから助言をいただくと良い。第2回目の久保アドバイザーは岩手県釜石市で組織形成にご尽力された方なので適任である。</p>			
<p>③ アンケート調査の意図と設問設計、実施方法について 物見遊山な観光がオーバーツーリズムやゼロドルツーリズムを招き、これに依存した経済構造が負のスパイラルを招いている。持続可能な地域社会を形成するためそうした負のメカニズムを紐解き適正な観光の在り方を地域とともに見出したい。</p> <p>観光客と住民に対しそれぞれアンケート調査を実施するが、どちらかという住民側に軸足を置いた調査設計とする。住民が地域の持続可能性を自分ごとと捉え客観的に考えられる設問や雰囲気をつくるためにも、住民に馴染みのある同志社女子大の麻生先生に協力要請してはどうか。</p>			

第2回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	2020/11/5-6	モデル地区参加者	白川村観光振興課 尾崎達也
アドバイザー氏名	久保竜太		

アドバイザーへの質問

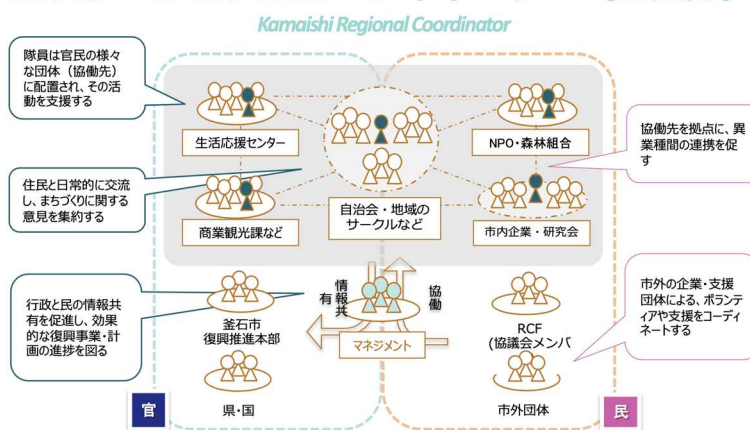
①GSTCを進めるための活動組織体(マネジメント)の確立や形成はどのように考えたら良いか？
白川村におけるGSTCを進めるための活動の組織体(マネジメント)をどのように構成するかを考えると、世界遺産白川郷の礎ともいえる”白川郷自然環境を守る会”や”一般財団法人世界遺産白川郷合掌造り保存財団”、村の将来担い手を育てる義務教育学校を開講する”村立白川郷学園”、人と自然が共生する未来に向けて、環境NGOと、白川村、トヨタ自動車の三者協働により設置されたNPO法人が運営する環境教育施設”トヨタ白川郷自然学校”、一般社団法人白川郷観光協会を想定するが、クリエイティブな要素や、責任が耐えうる組織体であること、また組織マネジメントが足りていないと感じている。

○釜石市では東日本大震災を経験し、震災復旧から復興、地方創生という、かつて前例のないまちづくりを進めた。そして、新たな観光振興ビジョンに基づいて、国際基準を活用した持続可能な観光地マネジメントの実践に取り組んだ。

○釜石リージョナルコーディネーター(釜援隊)を設置

- ・総務省復興支援制度に基づき、釜石市と業務委嘱契約を結んだ個人事業主である。
- ・2013年4月に第1期7名が活動開始/2020年10月現在延べ30名採用する。
- ・約200名の応募を受けて外部人材を登用した復興、地方創生モデルとして注目を受ける。
- ・観光分野において、GSTCの導入と取り組みの体制づくりを支援した。

釜石リージョナルコーディネーター (釜援隊)



○白川村がGSTCを進めるために必要な活動組織体(マネジメント)をデザインし、総務省地域おこし協力隊制度を活用して、欲しい人材を集めてはどうか。

○活動組織体では、セクションごとや全体にわたってMTGを繰り返し、ポジションのブランディングを進めることで定住につながる。

② GSTCを用いたブランドプロモーション方法は？

白川郷の観光入り込み客数は、1995年の世界遺産登録時点77.1万人だったものが2019年では215万人にまで増加している。しかしながら観光形態は、物見遊山な観光から脱却できないまま、三次産業(サービス)だけが突出して発展したことで、一次産業や二次産業が弱体化し、これを域外に頼る構図となっている。観光客を呼び寄せる強固な資源があっても、お金を消費し域内に滞留、循環することができない経済構造である。そしてこうした連鎖はオーバーツーリズムやゼロドルツーリズムに発展する負のスパイラルへと悪循環している。GSTCを進めることによって、物見遊山な観光から脱却し経済の域内循環を構築するためにも良質な客層を呼び込む先進事例をご教示賜りたい。

○コペンハーゲンにおける、持続可能性に貢献する旅行者へのマーケティング、好影響をもたらす観光商品等開発、旅行者に意識喚起を行える接客従事者の育成等による持続可能観光ブランドの形成や、観光客と市民が共に利用する両面機能(double-sided functionality)の施設整備等により、観光開発の恩恵を住民が感じやすくするとともに、双方のふれあい機会を創出するという方針は、抽出した他の内外の対象地で必ずしも確認できなかった特徴的な取組である。

観光の終焉を宣言したコペンハーゲン: <https://www.ecozzeria.jp/series/column/column190625.html>

第3回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	2020/11/18	モデル地区参加者	白川村観光振興課 尾崎達也
アドバイザー氏名	高松正人		

アドバイザーへの質問

① 住んでよし、訪れてよし、の観光地域づくりを推進するために、防災や危機管理をどのようにマネジメントしたら良いか？

山間僻地に集落が形成される白川郷では、豪雨、豪雪など予測できる災害についてはあらかじめ来訪を控えていただいたり、速やかに帰省いただくなど災害リスクをコントロールできるが、予測困難な地震などは観光客が村内で被災する可能性が高い。震度6弱クラスの地震が発生した場合、地震そのものの被害者のほか、火災等二次災害の被害者、交通網の寸断による帰宅困難者等、住民以外の被災者対応が発生する。村内の避難所の収容人数は新型コロナウイルス感染症拡大によって見直されたことにより、実質観光客が避難できるキャパシティは整っていないことから、観光客は交通網が回復するまで車中避難をする可能性が大きくなる。人口約500人の白川郷合掌造り集落に来訪する観光客数は2019年で215万人(うち訪日外客102万人)、1日平均で約5,900人(うち訪日外客約2,800人)の状況下において、繁忙期に震度6弱クラスの地震が生じると相当数の死亡者・重傷者が発生すると考えられる。このような状況のなかでどのような避難誘導をしたら宜しいかご教示賜りたい。

また、白川村では地域防災計画の策定をコンサルに委託しているが、村の実情に見合うものになっていないことが課題である。人口に対し十倍以上の観光客が訪れる観光地において、マンパワーをいかに合理的かつ最大限に活かした対策がとれるよう、併せて先進事例をご教示賜りたい。

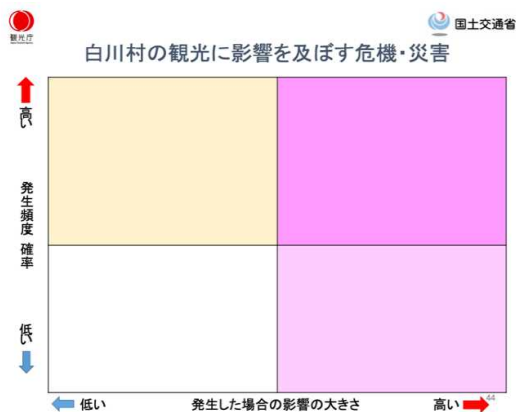
○大災害においては自助、共助が働く仕組みづくりを構築することが必要である。

・地域のマインドを深めるためには計画立案の段階から住民を巻き込むことが大切である。

・行政、地域住民、消防団、消防署、警察、観光事業所などが机上でリスク→備え→対応を考えるワークショップを開催、ファシリテーションが重要な役割を担う。

○住民と観光客は別のスキームで避難方法、避難場所等を設置する必要がある。

○観光客の一時避難場所は、路線バス等と災害協定を締結し、住民の避難場所と区別する。



<先進地事例>

・観光庁 非常時における外国人旅行者の安全安心の確保に向けた検討会

https://www.mlit.go.jp/kankocho/category01_000104.html

・観光事業者災害対応マニュアル 大分県湯布市

<http://www.city.yufu.oita.jp/wp-content/uploads/2017/04/kanoumanyuaru.pdf>

・災害時には子ども達がリヤカーで高齢者を輸送 沖縄県伊平屋村

<http://www.vill.iheya.okinawa.jp/index.jsp>

② 観光と新型コロナウイルス感染症対策について

現在、観光と新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から補助金制度を創設し、空気清浄機やマスク、消毒液などの物品購入に補助を行っている。その他、ホームページで「新しい旅のエチケット」の周知や事前の体調管理の依頼をするとともに、観光の際のマスク着用の徹底を看板を用いて周知しているところであるが、その他都市圏、観光地等で先進的に取り組まれている感染症防止対策があればご教授賜りたい。また、コロナの第1波の際には、村独自の緊急メッセージを発信し、世界遺産地区内の原則閉鎖を実施したが、今後、同様の対策を検討する場合、どのような点に留意すべきか併せてご教示賜りたい。

○今後白川村におけるコロナ対策は冬の換気の問題が挙げられる。風が通る入り口と出口を10cm程開けておくだけでも換気ができる。そうした情報の周知の徹底をする必要がある。

○そのほかメディア等での情報が錯綜しているため、正確な情報を行政から発信することが大切である。

第4回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	2020/12/1	モデル地区参加者	白川村観光振興課
アドバイザー氏名	荒井一洋		尾崎達也
アドバイザーへの質問			

○観光資源の多極化を目指した白山国立公園の活かし方について

白川村は、1995年にユネスコの世界遺産に登録された白川郷合掌造り集落と、1980年に生物多様性保護を目的とするユネスコエコパークに登録された白山国立公園を有する恵まれた環境にありながらも、これを資源に村全域に及ぶ地域づくりに活かしてきていない。

霊峰白山の麓、美しくも厳しい自然と共生のなかで生まれた文化は、今なお生きた文化遺産として白川郷合掌造り集落に根付いている。昨年村が策定した「白川村第二次総合戦略いつまでも住み続けたい村づくりマスタープラン(2020～2024年度)」では、基本目標に「(しごと)観光の「量から質へ」観光資源の多極化と経済の融合」を掲げ、白山を活用した新たな観光地づくりを進めるとある。世界遺産白川郷の物見遊山な観光から脱却するためにも、点から面へとマネジメントし再定義することで持続可能な観光地域づくりを目指したいと考えている。こうした村の戦略について、G S T Cを重ねたサステナブルな観光地域づくりを形成する上で、御助言や先進事例をご紹介賜りたい。

白川村第2次総合戦略 いつまでも住み続けたい村づくりマスタープラン(2020～2024年度)

http://shirakawa-go.org/yakuba_info/15052/

○白山国立公園を活用し新たな観光地づくりを目指すべく、日本山岳ガイド協会認定登山ガイドや、白山を愛するモンブランの会、山岳救助隊、漁師、トヨタ白川郷自然学校、観光協会など白川村村民を中心に様々な形でトレイルに関わる人たちによって、2013年7月に結成された白山白川郷トレイルクラブが抱える課題として、地元ネイチャーガイドの人材が増えない課題については、プロとボランティアレベルのアマチュアにガイドを区分けすることで、関わりを増やし地域の人材獲得につなげると良い。

○外部のクリエイティブな地域コーディネーターを獲得するには、ヘッドハンティングが必要である。イベントボランティアの活用から人材を確保し、目ぼしい人材をヘッドハンティングすると良い。

○ボランティアツーリズムの概念

参加とは、“サービスを消費”することである。一方、参画とは“サービスの価値を高める”こと、ボランティアは後者を指す。

○サステナビリティコーディネーターを地域おこし協力隊制度を活用して募集するのであれば、活動の促進をする一方でフォロー業務も重要である。

○白山国立公園における保護、利用、活動を目的とした3年間のミッションを明確にし、地域おこし協力隊制度を活用、インターンシップのストックから声をかけたり、大学連携による募集、また、新型コロナウイルス感染症拡大によってリストラされる旅行業界から抜擢する方法もある。

実践型インターンシップETIC <https://www.etic.or.jp/>

第5回 アドバイザー派遣報告

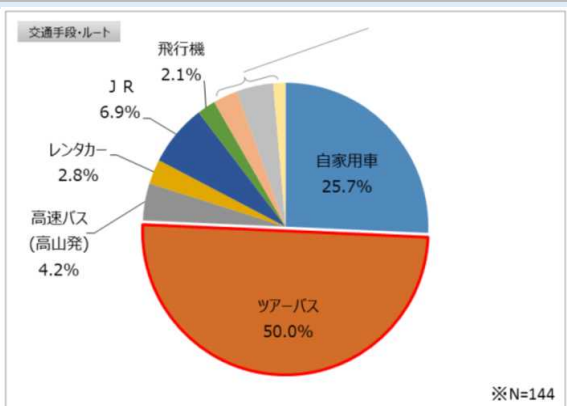
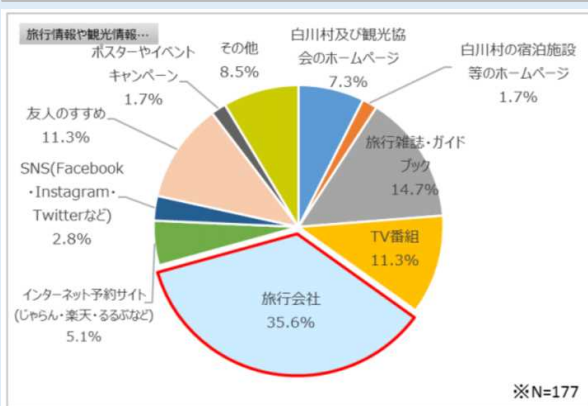
アドバイザー派遣日時	2020/12/2	モデル地区参加者	白川村観光振興課 尾崎達也
アドバイザー氏名	高山傑		

アドバイザーへの質問

○世界遺産白川郷を未来へつなぐ地域づくり戦略におけるSWOT分析

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	<p>強み (Strength)</p> <ul style="list-style-type: none"> 世界遺産白川郷と白山国立公園という恵まれた資源を有している。 白川郷荻町集落の自然環境を守る会が世界遺産の保全を核とした地域づくりを担っている。 文化や暮らしなど日常の生活にサステナブルな要素が根付いている。 義務教育学校白川郷学園で将来担い手を育む独自教育を進めている。 	<p>弱み (Weakness)</p> <ul style="list-style-type: none"> 自治体規模(人口)が小さくマンパワーや、クリエイティブ人材が不足している。 観光客の急増から三次産業(サービス業)が突出して発展したことにより、一次産業、二次産業など内製化が課題である。 近い将来、人口減少や後継者問題による集落のスポンジ化が懸念される。 地域につながる高等教育環境がない。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> 国のインバウンド推進と世界遺産の効果によって、世界遺産がキラーコンテンツとなっている。 総務省5G 実証によるドコモの5G エリア化によってICT やIoT などテクノロジーを活用した地方創生が期待できる。 メディアに取り上げられやすい。 大企業や大学連携に割と相性が良い。 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> 地球温暖化に伴う異常気象による自然災害 訪日外国人観光客の急増によるオーバーツーリズムやゼロドルツーリズムの加速 中国など外国資本によって不動産の買い占めによる開発が進み地域破壊の一途を辿る。 国の財政健全化から公共事業の衰退が進み、村の基幹産業の一つである建設業が廃業の危機を迎える。

白川郷における物見遊山な観光の脱却は、旅マエなる動機づけの段階でいかにサステナブルな情報を発信するか、また、旅ナカではサステナブルな体験や交流を交えるか、そして旅アトではファンとして関係を継続するかの繰り返しだと考えるが、これをマネジメントし形成するDMOやDMCなどサステナビリティコーディネーター人材が村では不足している。観光統計(下図:2017年白川村観光動態調査)からわかるように、白川郷における物見遊山な観光は旅行会社やメディアによって形成されているといっても過言ではない。白川郷という観光地の再定義をするには、すぐできることとして何があるかご教示賜りたい。



○2007年に白川村で開催された全国エコツーリズム大会の分科会のコーディネーターを務めた。分科会では、旅行者の観点、経営者の観点、エコツーリストの観点(アクティブ提供)、行政の観点からディスカッションした。村内経営者からは、お客様にご満足を提供出来ているのか不安という意見があったり、白川郷ならではの苦労があることを知った。一方、旅行者からの観点においては、地元の本当の笑顔が見たい、地のものがない、清潔感が薄い、といった意見があった。

○行政主導な観光地形成の脱却は課題にあるものの、すぐにできることとしては、エージェント向けと、ユーザー向けとに情報提供の内容を戦略的に変えると良い。

○観光マーケティングとしてできることは、ユーザーの期待値とのギャップ、ガッカリを拾うことである。また、生活の匂いが感じられる要素がどこにあったのかをヒアリングするのも良い。

○サステナビリティツアーファーストのサービスの普及は効果的である。

第1回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	11月4日	モデル地区参加者	渡辺英人
アドバイザー氏名	久保 竜太		神吉崇司
アドバイザーへの質問			
<p>① アセスメントレポートを作成することの意義等について</p> <p>主な助言：日本のDMOにおいては、マーケティングに力を入れている組織は多いが、マネジメントの部分までできている組織は少ない。アセスメントレポートの作成を通じて、マネジメントに取り組むことができる。国際基準ではマネジメントの仕組みなどが問われる。</p>			
<p>② 認証制度に認定されることによる効果等について</p> <p>主な助言：持続可能な観光を目指す世界各地の観光地との横のつながりができ、課題や取組事例の共有などができる。また、海外メディアからの取材依頼が増えた。特に、釜石市は日本で初めて選ばれたため、特に注目されたと感じている。</p>			
<p>③ 持続可能な観光に取り組む意義等について</p> <p>主な助言：旅行業界において、持続可能な観光という概念が一般的になる時代がやってくる。そのとき、持続可能な観光に取り組んでいない観光地は市場から取り残されると予想される。持続可能な観光に取り組む意義は、そういったデメリットを回避することにもつながる。</p>			
<p>④ 持続可能な観光に取り組む上での注意点等について</p> <p>主な助言：プロモーション部門との連携が必要である。観光地として持続可能な取組を進めていても、プロモーションではその面がPRできていない、あるいは持続可能な観光地だと感じてもらえないようなPRになっては効果が少ない。</p>			
<p>⑤ 持続可能な観光の効果の見える化について</p> <p>主な助言：持続可能な観光に取り組む効果を、具体的な数字で対外的に説明することは難しい。一方で、釜石市では、牡蠣の養殖において量から質への方向転換を図ったことで担い手が増加するなどの効果はあった。そういった社会的な面での効果を数値化できればと考えている。</p>			

第2回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	11月10日	モデル地区参加者	渡辺英人
アドバイザー氏名	高山 傑		神吉崇司
アドバイザーへの質問			
<p>① アセスメントレポートの活用方法について</p> <p>主な助言：アセスメントレポートは、作成するだけでなく、内容についての評価が必要である。また、SDGsの項目に基づいた観光のレポートを作ることが海外ではトレンドになっている。GSTCの項目とも対応しているため、こちらに取り組むことも良いだろう。</p>			
<p>② GDの「TOP100選」等の認証制度に認定されることの効果について</p> <p>主な助言：GDの「TOP100選」に選ばれるということは、「持続可能な観光に取り組む」という意思のある観光地であることを表明した段階である。現時点でマーケティングの効果は多少しかない。今後は、レポートの項目を増やしながらか組を継続していく必要がある。また、持続可能な観光に取り組む世界の観光地同士の横のつながりができるため、GDのような認証制度に取り組むことには意義がある。</p>			
<p>③ 持続可能な観光の実践による効果測定の方法について</p> <p>主な助言：持続可能な観光に取り組むことの効果を経済的な指標で表現することは難しい。CO2の削減量などは、経済的な指標とできるかもしれない。なお、GDの発表などでは、経済効果の話はあまりされない。住民がどれだけ幸せになっているかなどが多い。</p>			
<p>④ 市民の観光に対する理解や共感を促すための取組や手法について</p> <p>主な助言：（観光の効果の見える化について）例えば、文化に関しては、人が来ないと継続できないというメッセージが有効であると思う。観光客が来ていることが、文化の維持にどういう形で貢献できているか見える化する必要がある。また、観光と宗教が切り離されていないか考えるべき。富士山も登って終わり…ではない。背景には信仰や文化があるが、それが十分に理解されているとは言い難い。京都の送り火も、メディア等にイベントのように扱われている。難しいとは思いますが、本当の意味がどれだけ理解されているか把握する調査ができるといいと思う。</p> <p>観光をやることのメリットが見えないと担い手は増えないし、市民からは、観光客を大切にしているまちづくりをしているように映ってしまう。</p>			
<p>⑤ 担い手の確保・育成・定着支援について</p> <p>主な助言：担い手の確保だが、「なりたい」というあこがれが必要だが、その「あこがれ」を抱かせるようなストーリーを話せる人が少ないことが課題である。また、お金だけでなく、地域が元気になるための観光を行っているというプライドも必要である。</p>			

第3回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	12月3日	モデル地区参加者	渡辺英人
アドバイザー氏名	荒井 一洋		神吉崇司
アドバイザーへの質問			
① 持続可能な観光の進め方について			
<p>主な助言：規制と主体性のバランス感覚が重要になると考えている。例えば、強力な規制をかけて、それを守ることができる人だけに来てもらうことができればマナー問題は起こらないだろうが、現実的な取組ではない。規制を強くすること自体のハードルが高く、また、規制を強くすれば、監視のシステムが必要になるなどコストも増加するからである。観光客やツアーオペレーターが主体的にマナーを守ったりしようと思うようなアプローチが必要である。</p>			
② アセスメントレポートの活用について			
<p>主な助言：アセスメントレポートの活用方法には、地域外に向けた広報と地域内に向けた広報の2つが考えられる。地域外に向けた広報については、しっかりとしたアセスメントレポートがあれば、持続可能な観光地であることをPRすることでMICE等の誘致を図ることができる。地域内に向けては、その観光地における取組の成果と課題を住民へ説明するために活用する。地域外に向けた広報ばかり行っているのは、住民は「外向けの取組ばかりで、住民を蔑ろにしている」と感じるだろう。そういう観光地では魅力的にはならない。地域外に向けた広報を行うためにも、地域内に向けた広報を行うことも必要となる。</p>			
③ 持続可能な観光の実践による効果測定の方法について			
<p>主な助言：持続可能性を経済的な指標に置き換えることは難しいが、例えば、持続可能な取組を進めることで、収入を増やすということではなく、現在発生しているソーシャルコストの削減ができるという説明の仕方をするのは良いかもしれない。</p>			
④ 観光地におけるDMOの役割や取組について			
<p>主な助言：DMOの信頼性の向上を図ることが重要である。ニュージーランドのDMOでは、金融機関から提供を受けた観光客のクレジットカード情報を分析し、消費額を向上させるための取組を進めている。そして、そのデータを会員に共有しているため、会員事業者への強力なインセンティブになっている。そうして会員が増えれば、広く取組を進められるため、各種の取組の成果も出やすい。そして、それはDMOの信頼性の向上にもつながる。このように、DMOの信頼性が上がれば、良いサイクルを生み出すことにつながる。</p>			
⑤ 事業者を巻き込んだ取組の進め方について			
<p>主な助言：事業者に主体性を持ってもらう必要がある。実際、行政が事業者から「観光客を増やしてほしい」というようなことを言われることがあるが、事業者が具体的な数値目標を持っていないことが多い。そのため、そういった事業者には、客数や収入の目標を立ててもらわなければならない。そこが決まれば、どれだけの人を呼べばいいかがはっきりとするため、具体的にどのような取組をすればよいか考えることができる。そして、事業者も自分で決めた数値に対して責任を持つようになるため、誘客のための取組にも協力してもらいやすくなる。事業者と行政が対立するのではなく、同じ目標に向かって協力できる体制を作ることが重要である。</p>			

第4回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	12月9日	モデル地区参加者	渡辺英人
アドバイザー氏名	加藤 久美		神吉崇司
アドバイザーへの質問			
① 京都におけるレジリエントに関する取組の進め方について			
<p>主な助言：日本では、レジリエントというと災害復興という面が強い。そのため、普段からの地域コミュニティの構築が重要であり、その地域における伝統の知識や共生の知恵といったものがレジリエントの基本となる。京都は歴史や伝統のある町なので、そういう意味ではレジリエントの要素が多いと思う。</p>			
② 観光の分野における危機管理について			
<p>主な助言：危機管理に関する情報は、以前はネガティブなイメージがあった。例えば、空港を降りてすぐに避難所の場所や避難方法などが周知されていると、旅行を楽しもうという気分が削がれるだろう。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、危機管理に関する情報は「しっかり対策されている」とポジティブに受け取られるようになってきた。使い捨てのアメニティ等に対して嫌悪感を抱く旅行者が増えてきたことで、宿泊施設がサステナブルな対応を進め始めているように、危機管理においても、旅行者の意識の高まりから事業者は取組を進めることが求められるようになるだろう。</p>			
③ 持続可能な観光の実践について			
<p>主な助言：サステナブルな取組の中でも、プラスチックゼロやユニバーサルについては、観光分野は取り組みやすいと思う。旅行者の意識も高まりつつあるので、「利用者意識が向上する → サステナブルな取組が進む → さらに利用者意識が向上する」というように、好循環を作ることが大切である。</p>			
④ ダークツーリズムに取り組む際の留意点等について			
<p>主な助言：ダークツーリズムに関してだが、観光は記憶の継承にも役に立つ。平和学習などは良い例である。ただ、「ダーク」という言葉にはネガティブな印象を持たれることもあるダークツーリズムにおける情報は、デリケートなものが多いため、発信の際は気を付ける必要がある。また、商品開発も難しい。</p>			
⑤ マナー啓発の取組について			
<p>主な助言：アイスランドが、雪道での運転方法などの観光客に事前に知っておいてもらいたい情報を啓発するHPを作っている。内容は「〇〇してはダメ」というようなものではなく、興味深く、見ていて面白いと思える内容になっている。こういったアプローチも良いと思う。また、タスマニアでは、旅行者にサステナブルな行動をしてもらうためのメッセージを発信する際に、古くからの文化や考え方を中心にすることで説得力をつけている。また、動画等に子供を起用することで、効果的にメッセージを発信しようとしている（子供にマナーやルールの順守をお願いされた方が効果がある）。京都でも、同様の取組は有効であると思う。</p>			

第5回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	12月10日	モデル地区参加者	渡辺英人
アドバイザー氏名	古屋 秀樹		神吉崇司
アドバイザーへの質問			
① 訪問地データの活用について			
主な助言：複数のデータの組み合わせによって、その背景にある実態等を類推する研究手法がある。観光客が訪問した観光地についても、その組み合わせ（訪問先のパターン）を分析することで、観光客の特徴などを分析できると考えている。			
② 外国人観光客の訪日回数による訪問先の変化について			
主な助言：訪日の回数によって、訪問ルートは変わっていく。近畿圏は、訪問回数が浅いときは選ばれやすいが、訪問回数を重ねるごとに選ばれなくなっていく。北海道などは、訪日の回数を重ねるほど訪問率が高まっているようである。こういった特徴を分析して、施策に反映できると良いと思う。			
③ プロモーション等の施策の効果測定について			
主な助言：効果測定したいプロモーション手段を経由した観光客とそうでない観光客の消費額の差を分析するというアプローチがある。消費額の差がプロモーション費用を上回っていれば、効果があったと考えることができる。			
④ データを活用した施策の実施について			
主な助言：観光課題などに対して、先手を打っていくためにも、ある事象が発生する前段階に変化する指標（先行指標）を特定できれば（例：特定の観光地が混雑する前に変化する指標 など）、先手を打った施策を実行できると思う。			
⑤ SNS等の口コミに関するデータの活用について			
主な助言：SNS等の発言を詳細に分析することで、各コンテンツが持つ特徴や要素を類推することができる。例えば、ある特定のコンテンツがもつ特徴や要素が特定できた場合、その代わりとなるようなコンテンツを見つけることができるようになる。具体的には、京都の人気観光地に行くことと似たような体験ができる周辺部のコンテンツの発掘などができるかもしれない。			

第 1 回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	令和2年10月13日	モデル地区参加者	玉寄 兼一郎
アドバイザー氏名	高山 傑		
アドバイザーへの質問			
<p>①認証を得たことによる効果について 主な助言：観光をどのように進めていくか、という根本的な考え方を示すための位置づけと考えるほしい。持続可能な観光というのは、郷土愛があってこそ。認証によりDESTINATIONの質が上がってくる。GSTCに関わっている団体であれば、認証の有無を見ている。ヨーロッパ等のSDGsの意識が高い国の人たちは、そういった国に送客したいという考え方になる。</p>			
<p>②沖縄県観光振興基本計画への反映方法 主な助言：・環境の目標値はBest Effortでいいと思う。どれが一番にやった方がいいか検討し取り組む。プロモーションよりはソフト、長期計画に取り組む方がいい。国立公園、観光地になりうる要素を洗い出す。貧困、収入の格差が出ているため、地元に着ているかという指標。地域の食材を使っているか、というような指標から取り組んだ方がいい。クレジットカードによるデータ収集はオーストラリアのタスマニアの大学の先生が取り組んでいる。オーストラリアは積極的に取り組んでいる。沖縄でさんぴん茶を買って中国製だとがっかりする。観光客に見られやすいところから、取り組んでほしい。</p>			
<p>③住民の利益について 主な助言：・オーバーツーリズムとなり、住民が住めなくなってしまうからの報告が多い。満足度はどこで測るのか、というのが問題。商店のようなところで買うのが観光なのか、ローカルなコンテンツなのか、どういった形なのか。コウモリがとんでいるような森に、夜に観光客が来る場合、住民としては来てほしくないと思う。そのような時に村出身の研修を受けたガイドをつけないと入れないようにするなど。いきなり満足度だけを図っていてもしょうがない。仕組み作りが重要。</p>			
<p>④クルーズ船の受入強化等についての他地域の状況、環境への影響、メリットなど 主な助言：中国船が、中国の人が経営している店に客を連れて地元にお金が落ちないような事態を避けたいといけない。地元資本のオペレーターを使いなさい、というルールになっていて、それを守る船しか受け入れないことにしているところもある。自分たちのためにならない場合は入れないようにしている。UNWTOのクルーズスタディで、インパクトの話が書かれている。パルセロナ、ベネチア、クロアチアは一日あたりのクルーズ機構の数を制限している。または1泊させることで、夜の消費を促すなど。そういった条件を受けてくれるクルーズ船を受け入れていくべき。こちらから条件を出していくべきである。断るのではなくて、条件を呑んでくれる会社を優先的に受け入れる。</p>			
<p>⑤奄美沖縄世界自然遺産登録について 主な助言：知床は渋滞回避のため、ピーク時はバスでピストン運動を行っている。知床のDMOが行っている。ビジターマネジメントを行っており、オーバーユースになりにくいようになっている。地元泊まってくれない事が課題であったため、どうやって滞在型に変えていくかが課題だった。岬は奥までは入れないようになっている。ゴールデンルートはどこにでもある。そこでの差別化を県内で行っているようにすると良い。マスは必要ではあるが、FIT、自然に対してラグジュアリーな人たちが、求めているモノを崩してはいけない。観光施設のチケットをディズニーランドのファストパスのように時間帯で売ること、来訪者が来訪する時間のコントロールをしているところもある。混んでいない時間帯にはバーチャルで見せるなど、テクノロジーを使った見せ方は、先進的な取り組みをしている。凸版印刷は映像の復元の技術を持っている。首里城で実施してもいいかもしれない。</p>			
<p>⑥(離島など)医療がないのに来てくれ、というのは無責任か。 主な助言：ホテルドクターがいて、何かあったらヘリで輸送する等対応しているところもある。オーストラリアのパリアリーフ等は24時間対応でホテルドクターがいて、安心が買える。2名ローテーションで、ホテル同士で金額を負担している。ケアンズからチャーター便で離島に行く人達なので、金額的には問題ない。ホテルドクターに係る保険代は1日千円程度。オンライン診療などを検討してもいいかもしれない。ケニアは国立公園に行くのに1人1日1万円とっている。環境を守るため。世界では環境を守るための取り組みをしているので、恐れることはない。ホテル税などを公共性の高い部分に投資していくと住民の観光への理解を得られやすい。外資のホテル等はすぐ払ってくれる。あるべき旅行者像、レスポンシブルツーリズム、そういったプロモーションをして沖縄で困っていく動きの方がいいと思う。</p>			

第2回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	令和2年11月6日	モデル地区参加者	玉寄 兼一郎
アドバイザー氏名	小林 英俊		
アドバイザーへの質問			
①日本版持続可能な観光ガイドラインの具体的な反映方法など 主な助言： ・手段であって目的ではない。全ての項目に取り組んでいる観光地は世界中を見てもあまりない。 ・全ての項目に取り組むのではなく、沖縄で先行したい分野を選んで攻める感じで考えてよい。			
②成果指標の効果的なモニタリング方法 主な助言： ・物理的なものは分かりやすいが、満足度などについては5段階評価とかではダメ。 ・「わくわくドキドキしたか」、「アイデアが湧いてきたか」、調査する際は質問項目をきちんと研究した方がよい。「Gotoで安く来ることができた」「海外産ステーキが安く食べられた」などの満足では不十分。沖縄に来て質のいい体験ができたか、心が豊かになったか、「ちゅらさん」に出ていたおばあちゃんに偶然会えたとか。 ・観光客が地元に戻ってもしばらくの間「なんくるないさー」の雰囲気を持っているといった”心の部分の満足度”が重要。			
③奄美沖縄世界自然遺産登録について、西表島では、既にオーバーツーリズムが起きており住民の反発も見受けられるが、本島北部のやんばる地域ではまだそういった取組はなされていない。同様の問題が起きている国内外の事例等を御教示願いたい。 主な助言： ・海外では観光客数のコントロールをツーリズム産業が実施しているところもあるが、日本はそういったコントロールはやっておらずどんどん受け入れている。環境省の方も罰則規定などは持っていない。 ・アメリカは法律で規制しているので違反者は逮捕できる。 ・マナティと一緒に泳ぐためには事前に20分の動画を見ることが義務付けられている。動画を見なければ必要な道具をレンタルできない。翌日、今度は船の上から見る場合も事前に20分の同じ動画を見る必要がある。法律で決まっているので「昨日も見た」は通用しない。 ・日本は法律がないのでコミュニティがしっかりと取り組むことが重要。 ・実際に環境負荷がかかってからでは遅い。環境関連の活動家が決めるのではなく、事前に地域住民・コミュニティが主体的に決めることが重要。			
④沖縄が伸ばすべきエコツーリズムについて 主な助言： ・エコツーリズム参加者にも上質な食事、上質なワインを楽しみたい人はいるので、そういう需要を取り込む。富裕層向けのエコツー。質素な食事、簡素なテントだけがエコツーじゃない。 ・日本の場合は環境の意識が高い人しかエコツーリズムに参加しないので、エコツーリズムのレベル自体を高めないといけない。現在は、エコツーリズムに参加すると環境問題について勉強させられるイメージ。 ・アメリカではクジラ見学ツアーに2千ドルかかることもある。クジラの専門家が2人ガイドとしてつき、夜はキャンプをしながらネイティブの文化なども教えてくれる。客層は、医師や弁護士など富裕層となっており、高額だが内容が充実した面白いツアーになっている。 ・いい物を揃えて高く売る。自然が好きだけではダメ。			
⑤観光客にも責任を持たせるレスポンスブルツーリズムの好事例について 主な助言： ・ガイドラインがあるからやるのではなく、協力したくなるような仕組みを。人は情で動く。 ・沖縄の良さを守るためにどうするのか。ガイドが一生懸命やっている姿を見て観光客は共感し、協力する。 ・先にレスポンスブルを求めるのではなく、結果としてついてくる形を目指す。			
⑥VRなどを活用した疑似体験など、最新技術を活用したプロモーションが実際にリアルな観光に繋がるのか 主な助言： ・ITの進化でもうすぐ多言語化が必要なくなる。 ・VRはリアルを補助するためのツールとして便利だが、作った人の世界観からは出られない。 ・リアルを面白くするためのVR活用。リアルとVRを融合させないとダメ。			

第 3 回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	令和2年11月11日	モデル地区参加者	玉寄 兼一郎
アドバイザー氏名	久保 竜太		
アドバイザーへの質問			
<p>①第6次沖縄観光振興基本計画の骨子案を元に意見交換。 主な助言： 「1 沖縄ならではの歴史文化・自然環境の保存と活用」について ・環境分野のKPI、KGIについては、イメージで設定するのではなく、今後、実際に懸念される部分をデータなどで現状把握して設定した方がよい。 ・気候変動対策やカーボンオフセットについては今後重要になってくると思うので、指標への導入を検討した方がよい。インセンティブや選べる選択肢を見せるなどの情報発信も重要。まずは現在のCO2発生の状況などモニタリングが必要になる。 ・「食の魅力向上」であれば、域内調達率、地産地消、食の認証制度などに取り組むだけでなく、旅行者にそれが認知されているか。「〇〇産の××」「〇〇認証の△△」などホテルのレストランや飲食店で表示しているか。旅行者に認知してもらい、選択できるような取組。指標としては地元農家等への貢献という視点から「住民の満足度」でもいいかもしれない。</p>			
<p>②「2 安全・安心の観光地域づくり」について 主な助言： ・「観光政策への県民の参加促進」の項目について、基本計画を策定する段階から住民代表が参加することが望ましい。モニタリングについては県民意識調査を既にやっているの、それを定期的に継続できればよい。 ・ユニバーサルデザインの成果指標については、例えば宿泊施設のうち、障害者が利用可能な部屋数、ホテル従業員でヘルパー資格保持者の数などが考えられる。ハード(ホテル、部屋)、ソフト(従業員資格取得者)。</p>			
<p>③「3 持続可能な観光マネジメント」について 主な助言： ・「サステナブルツーリズム」「レスポンシブルツーリズム」は魔性の言葉でグリーンウォッシュになりがちなので、第三者評価などでモニタリングする必要がある。 ・「マネジメント」の中に「マーケティング」が入っているのは少し違和感がある。「リスクマネジメント」の環境で「ターゲットマーケティング」をしていくという趣旨なら分かる。 ・誘客プロモーションについては「平準化」と「季節性」の視点も入れた方がよい。 ・LGBT、ムスリム、富裕層をターゲットにして「お金持ちの人に来てもらいたい。」というニュアンスではなく、「富裕層を含む多様な観光客を受け入れられる十分な環境がありますよ。」という視点がよい。表現は気を付ける必要がある。</p>			
<p>④「4 質の高い観光の推進と受入基盤の構築」について 主な助言： ・本来、この項目全般が「サステナブル」「レスポンシブル」であるべきだと思うが、今後はよりはっきりとサステナブルツーリズムを意識するという意味で項目として使用するのは理解できる。観光事業者が行うサステナブルツーリズムやレスポンシブルツーリズムの取組は「3 持続可能な観光マネジメント」ではなく、「4 質の高い観光の推進と受入基盤の構築」に入れた方がいいかもしれない。例えばホテルや事業者が取得する認証制度などは「環境」や「持続可能」でもあり、「質の高い観光」にも繋がる。</p>			
<p>⑤「5 観光人材の確保・育成」について 主な助言： ・人材、雇用の成果指標については、例えば女性経営者の割合、障害者雇用率、ジェンダーなどの視点もあると望ましい。</p>			
<p>⑥その他 主な助言： ・観光と伝統芸能の関係は難しい。パリのダンスなどは完全に観光化している。 ・観光が与えているインパクトを住民アンケートなどでモニタリングしているところもある。 ・マネジメントしようとしているかどうかは、ガイドラインを作っているかどうかである程度判断できるので、これからマネジメントを考えている分野や地域はまずはガイドラインを作成すると思う。 ・日本版ガイドラインで現状把握して、それを計画に反映させていくのもよい。</p>			

第 4 回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	令和2年11月13日	モデル地区参加者	玉寄 兼一郎
アドバイザー氏名	加藤 久美		
アドバイザーへの質問			
<p>①レスポンスフルトラベルについて、住民やビジネスを仕掛ける側が意識することは当然だと思うため、もちろん取り組んでいきたいと考えている。一方、訪問客が責任を意識してもらい、もしくは共助してもらい方策は、世界的にみても我々の中でも提案できていない。講義の中で紹介された誓約書への署名やカーボンを負担してもらおうといった事例以外に沖縄県にふさわしい事例はあるか？</p> <p>主な助言： まず消費者の行動を変えることは難しいため、その部分を観光事業者等が行うことは難しいと考える。パラオでの地道な努力の例もあったが、沖縄は多様性持っているため、その強みを打ち出して、消費者にどうリスペクトしてもらうのかが鍵だと思う。消費者はコスト面で旅行先を選んでしまいがちであるため、仕掛ける側がいいものだけを提供するしかないという研究結果も出ている。ある意味消費者を教育するアプローチが適策ではないかと考える。</p>			
<p>②こちらが良い商品しか提供しなければ、消費者はそれしか選ぶようがないのが確かであるため、そのようなブランドづくりが大事だと思う。ただ、タイやプーケット、バリ島、ハワイなどの他の土地と比較し、沖縄県が選ばれるためにはコスト面も必要だと考えている。正直者が馬鹿を見るということもあるが、バランスとしてとても難しく感じる。そのような意味も含めて、今、行っているように県庁や大学が連携していくことが重要だと考える。</p> <p>主な助言： 私も同感である。教育する側として、意識の高い学生を教育し、送り出すことしかできないが、それにより学生が様々な地域に関わる学生たちが、1人でも多くサステナブルを語るができるようことを目指している。</p>			
<p>③方策としては、企業の活動や修学旅行を通して教育していくことがよいのか。</p> <p>主な助言： そう思う。</p>			
<p>④「世界から選ばれるリゾート地」という将来像について</p> <p>主な助言： 「リゾート」という言葉をあえて選んだのはなぜか。ニセコでは「パウダースノーのリゾート地」という言葉を使用していたが、今後も同じ言葉を利用していか議論をしている。日本の歴史の中でリゾート開発は、サステナブルな生き方とかけ離れたイメージや、訪れてすぐ帰るようなイメージがある。政府もラグジュアリーホテルを誘致する際に、ホテルの評価基準である5つ星、6つ星という考え方から離れていくのではないかと疑問を持っている。今後はプラスチックゼロホテルなどが5つ星になっていく時代なのではないかと考えると、リゾートという言葉が本当に必要なのか疑問である。</p>			
<p>⑤次期計画案の「客観指標に基づいた政策決定」の指標について</p> <p>主な助言： ごみの削減、ゼロエミッションを文言として見える化を行うのか、指標にとどめるのか。きちんと文言を入れていくことが大切だと考えているがどう思われているか。 →県としては、ゼロエミッション等の文言として盛り込むのかも含めて検討していきたい。</p>			

第 5 回 アドバイザー派遣報告

アドバイザー派遣日時	令和2年11月26日	モデル地区参加者	玉寄 兼一郎
アドバイザー氏名	荒井 一洋		
アドバイザーへの質問			
<p>①沖縄県観光振興基本計画への反映方法。「環境」関連項目の目標値設定として、どのような成果指標が適切か。</p> <p>主な助言： ・日本版持続可能な観光ガイドラインのP64からが参考になると思う。</p>			
<p>②環境のKGIの設定について悩んでいる。KPIの積み重ねがKGIに繋がると理解しているが、その時に例えば「赤土対策」などの成果指標はKPIであってKGIとしてはふさわしくないと考えている。また、我々はいくまでも「観光」の計画を作っているのであって「環境」に重点を置き過ぎると観光と直接関りのないKGIになってしまうのではないかと懸念している。</p> <p>主な助言： ・KGIとしては世界的にも「気候変動」や「地元の自然環境の保護」などの項目は不可欠なので、沖縄県の場合であればCO2の削減などが望ましいと思うが、例えばそこで「観光による」という部分に限定すれば、観光の指標として適切になるのではないか。 ・「観光によるCO2の削減」の場合、効果測定としては空気中のCO2の濃度などを図るのではなく、「移動と宿泊に係るCO2排出量の試算値」になる。例えば、飛行機、バス、レンタカー、タクシーなどが移動の際に出すCO2排出量であったり、宿泊施設・観光施設等が運営の際に出すCO2排出量などをモニタリングし、10年後の目標値を掲げるといった形で設定すれば、「観光としての」環境に係るKGIになるのではないか。 ・フランスなどでは「飛行機〇%」「バス〇%」という形で削減量の目標値などを掲げているようだ。そのあたりを参考にしてみてもどうか。 ・成果指標を設定してモニタリングをすること自体が大事なので、必ずしも全ての項目に目標値を設定する必要はないと思う。</p>			
<p>③「地域住民の利益」の目標値設定として、どのような成果指標が適切か。</p> <p>主な助言： ・日本版持続可能な観光ガイドラインのP42。 ・「利益」というのが必ずしも経済的なものとは限らないので、広い観点で考慮した方がよい。</p>			
<p>④観光の発展が住民の利益に繋がっているということをどのように認識させるべきか。</p> <p>主な助言： ・日本版持続可能な観光ガイドラインのP42。 B1 経済効果の測定と周知 B2 観光関連事業者への就業を促進し、それを周知する B3 地域の特産品やサービスの利用を促進する。 B4 観光事業者が地域住民と共に、文化や自然環境保全に取り組む機会を持つ ・観光客がいることによって交通インフラなどが整備されている部分もあるので、そこの方を周知してもよいかもしれない(飛行機や船の便数、バスのルートなど)。</p>			
<p>⑤その他</p> <p>主な助言： ・KPIを設定する際は、調査結果や業界の人の声などでエビデンスを取っておいた方がよい。 ・「施設の入場者数」だと数を追いがちになるので注意必要(⇒目標は「適正な数」など) ・「自分の街にかかるコスト」を観光で賄うというのも一つの視点(観光が発展することで住民の利益に繋がる)。 ・行政の役割として予算、法律(条例)があると思うが、そのほかに「旗振り」も重要で、方針や計画に明記したり団体を応援するのも効果があると思う。</p>			