

令和5年4月4日

持続可能な観光にかかる旅行商品のアワード創設に向けて

選考委員長

北海道大学観光学高等研究センター

客員教授 小林 英俊

3年間のコロナ禍を経験して、旅行者の意識にも大きな変化が見られます。旅行をする際の「サステナビリティへの意識が増した」と答えた人が増え、4割を超えています。(注\*1.)世界の旅行者トレンドをみても、その69%が積極的に、持続可能な観光を優先したいと回答しています。(注\*2.)国内外の旅行者の間で持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)に対する意識が明らかに高まっているのです。しかも、調査結果からは旅行頻度の多い人、旅行出費額の高い人ほど持続可能な観光への関心が高いことが明らかになりました。

同様に観光地側(自治体)でも持続可能な観光への関心が高まっています。持続可能な観光地の国際的な認証団体「グリーン・デスティネーションズ(GD)」へ認定申請する日本の自治体が増えています。(注\*3.)ここ2年、10を超える自治体が審査にパスして世界の「トップ100選」に選ばれています。

観光地の大きな魅力となる自然公園や文化財を管理する環境省や文化庁も、国の観光立国宣言以降、自然・文化資源の「保護と利用の両立」へと大きく舵を切りました。観光利用による保全仕組みづくりに真剣に取り組んでいます。

「旅行者」と「観光地」「観光資源」を結びつける大事な役割が旅行業です。一部のOTAは、環境コンシャスな旅行者に役立つように宿泊施設の環境への取り組み表示を始めました。最近では、国際基準のGSTCツアーオペレーター認証を取得する旅行会社も現れました。(注\*4.)

とはいえ、持続可能な観光の重要性は理解しているが、具体的にどのように取り組みを進めればいいのか悩んでいる事業者も多いのではないのでしょうか。その理由は、持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)の関係する分野が広いコト、理念や思想性がコアな価値なので具体化、見える化が難しいコト、パートナーとなる観光地、宿泊施設、運輸機関、現地オペレーター等との十分な意識合わせ(価値観の共有化)が必要なコト等にあります。

今年度(令和5年度)、観光庁が「持続可能な観光にかかる旅行商品のアワード」を創設するのは、日本の旅行業の持続可能な観光への取り組みに弾みをつけたいためであります。同時にどのような取り組みが日本の観光市場で支持されるの

かを探るためでもあります。アワード受賞の旅行商品を広く世の中に知ってもらうと同時に旅行会社の取り組み姿勢を理解してもらうことは、旅行業の社会的地位向上にも資するはずです。

多くの旅行会社からの創造的で持続可能な旅行商品の応募を期待しています。

注\*1. 「旅行や観光をする際のサステナビリティに関する意識調査」(楽天トラベル、23年3月17日調査結果公表)

注\*2. 「2022年以降の消費者の旅行トレンド変化」(消費者動向レポート:世界旅行ツーリズム協議会・Trip.com Group、23年1月24日)

注\*3. 「グリーン・デスティネーション」はグローバル・サステナブル・ツーリズム協議会(GSTC)が認定した国際的な認証団体で、持続可能な観光地の認証を行う。グリーン・デスティネーション認証には合計100項目の評価基準が設定されていて、1年目は100項目の中のコア項目である30項目のうち15項目の審査で60%を満たし、「優良事例ストーリー」をパスすると「世界の持続可能な観光地100選」に選ばれる。その上位段階に「ブロンズ」「シルバー」「ゴールド」「プラチナ」の認証プログラムがある。

注\*4. 「GSTC」グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会は、持続可能な旅行及び観光の基準を制定・管理する非営利団体。世界中の政府組織や民間事業者が会員となっており、日本では観光庁が2020年より会員として加入している。「日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)」は、GSTC-Dに準拠して日本の現状に合うように作成している。GSTCは直接自治体や事業者の認定を行うのではなく、GSTCの認定を受けた認証団体が得意分野の事業者の認定を行う。