声 VOICE

観光を支える方々の声を寄稿、インタビューを基にお届けします

サスティナブルな村、サスティナな観光

キャッチフレーズは「うえのテロワール」

群馬県上野村 村長
黒澤 八郎氏

持続可能な開発目標（SDGs）が共有され、社会への浸透が進んでいます。個々人の行動変容、企業理念の転換が求められる中、自治体においても、政策への反映が問われています。

本村では、第6次総合計画において、個々の施策をSDGsの目標体系により整理しました。

また、①生命・自然・営みのつながり②地域を担う人のつながり③ムラという協働の地域経営④ソトとのつながり⑤未来へのつながり―という五つのつながりをもとに基本理念を定めました。

これは、ローカルSDGs、あるいは上野村版地域循環共生圏を表したものであり、つながりの中で、誰もが幸せに暮らせるサスティナブルコミュニティ、「サスティな村」を目指すとしたものです。

そもそも山村社会は、自然との共生や協働の暮らしが根づいており、正確には、目指すのではなく、サスティな村の復活というべきかもしれません。

例えば、いま本村が進める「森林資源を活用したエネルギーの地産地活」の仕組みも、かつて山村経済を支えた木炭というエネルギー利用を、現代の技術が生んだ木質ペレットに置き換えただけのものであって、先人の営みの再現にほかなりません。SDGsの目標にあてこむならば、先人の知恵は陸の豊かさを守るとともに、経済を支え、気候変動を抑制していたのです。

このような視点で、さまざまな要素を掘り起こし、磨き上げ、サスティな村として復活することは、村の価値を高め、ひいてはシビックプライドの醸成につながっていきます。これこそが地域の持続の根幹と言えるのではないでしょうか。

そのような中、本村としても重点を置く観光事業においても、多くの共感から成り立つ「サスティな観光」にシフトすることが必要です。

サスティな村の魅力をどう表現し観光事業につなげるのか。生まれたキャッチフレーズは「うえのテロワール」です。癒やされ夢中になれるひと時、それを生む空間の魅力とは、言うなればその場所のテロワールです。培われた風土と積み重ねられてきた時間、育まれ息づく人の営みにほかなりません。

すでに環境保全や伝統文化伝承のための体験ツアー、ヘルスツーリズムなどを実行していますが、山村の時空は、サステナブルツーリズムのフィールドとして最適であり、サスティな観光の可能性にあふれています。

サスティな村とサスティな観光の構想を膨らまし、村の魅力の最大化に努めていきたいと考えます。

サステナブルな事業運営へ向けた新たな取り組み

挑戦し続ける気持ちとスピード感をもって、実行・決断を！！！

株式会社ジャルパック 取締役執行役員
小岩 弘典氏

めまぐるしく変化し続ける現代社会において、旅行業界も大きな影響を受けています。パンデミック、自然災害、不安定な世界情勢や物価上昇の環境下、従来の旅行商品を提供するだけでは、旅行業界において、サステナブルな事業運営は困難な状況であると認識しています。

その中において、JALグループでは、「移動を通じた関係・つながりを創造し、社会的価値・経済的価値を創出することで、企業価値を向上させる」という価値創造ストーリーを具現化し、お客さま、地域社会との共創により、サステナブルな未来の実現を目指しています。

また、ジャルパックでは、新規事業の取り組みとして、従来の旅行商品とは異なる、観光ではない「学び」をテーマにした、地域体験プログラム「旅アカデミー」の提供を開始しました。さまざまなテーマ・分野について、国内外の地域で「豊かな生き方」を実践する人々から学び、現地を訪れて「出会い・つながる体験」から、より良い生き方・ウェルビーイングを考えるきっかけをコンセプトとしています。地域で活躍する方々を講師に迎えて、生の情報が得られる「座学プログラム」と、実際にその地域を訪れて体感する「現地プログラム」を組み合わせたクラスを提供しています。

参加した方が、地域の人々や同じ思いを持った仲間とつながることで、より豊かな人生を送るためのヒントを見つけ、何度も通いたくなるような地域・居場所づくりを目指してまいります。

2024年度ジャルパックは、ブランド誕生60周年の節目の年であります。旅行業界が大きな過渡期にある中、新たなジャルパックとして生まれ変わるためにも、「挑戦」と「スピード」が重要であると考えています。今まで対応したことのない領域への挑戦、社会の変化に対応するスピード感で、決断し実行していくことが、私たちに求められていると考えています。デジタルトランスフォーメーションを活用しながら、リアルな旅行をご提供する、本物を見て、触れて、感じて、心を動かすような新しい旅。私たちがさらに思いを込めて、ワクワクする旅行をご提供し続けていきたいと考えています。

どんなに社会が変化したとしても、旅行はなくならないと確信しています。さらに、お客さまの思いにお応えできるよう、今まで培ってきた経験を生かしながら、失敗を恐れず、挑戦しつづけ、ワンチームとなって、「いい旅、あたらしい旅。」をご提供しつづける、新たなジャルパックを創り上げていきたいと考えています。

白川郷の持続可能な観光地づくり

「レスポンシブル・ツーリズム」で住民も安心の観光客受け入れを

岐阜県白川村 観光振興課
課長補佐 **小瀬 智之氏**

多くの観光客を魅了する世界遺産白川郷合掌造り集落。今も500人余りの村民が生活する。観光地が生活の場でもあるからこそ、生活と観光の両立を図るべく生活と観光の時間が明確に分けられている。宿泊は別として夜の観光を受け入れていない。

どのように時間を分けているかというと、外部からのアクセスが車に限られる地理的条件を生かしている。駐車は村営駐車場のみで、営業時間を午前8時から午後5時までにしている。さらに路線バスの最終便（白川村発）をおおむね午後6時までに設定している。従って、夜間の観光は事実上できない。この何気ない取り組みは、現在の観光地域づくりの常識を覆すような新たなパラダイムを提示しているのかもしれない。

また、村の観光地づくりの原点は、1971年に制定された住民憲章と言える。住民憲章には、地域内資源を「売らない・貸さない・こわさない」という保存の三原則が明示されており、半世紀たった今でも守られている。住民が自らルールを課し、地域内資源を「変わることなく」次の世代に引き継ごうとしている。この先見性により、1995年にユネスコの世界文化遺産に登録。来年で登録30周年という節目を迎える。

このような堅実な取り組みがあるとはいえ、村の観光地域づくりは新たな局面を迎えている。観光客の構成が大きく変わってきたのだ。白川村を訪れるインバウンド観光客が右肩上がりで増加し、2019年に102万人を記録。同年の村の観光入込総数215万人の47%にあたる。これまで観光客のモラルに任せてきたが、多様な価値観を持つインバウンド観光客が増えたため、マナーをめぐる摩擦が顕著となり具体的な行動を示す必要が出てきた。

そこで注目したのが、ハワイで進めている「レスポンシブル・ツーリズム（責任ある観光）」の啓発である。白川村のホームページに「白川郷レスポンシブル・ツーリズム」の特設ページを設け、観光地を守るための五つの具体的な行動とその理由や大切さ、さらに地域がどのような取り組みをしているのかを示すことにした。即効性のある対策ではないが、世界遺産白川郷の観光スタンダードとして定着すれば、受け入れ側のモチベーションを下げることなく観光客を受け入れることができる。

観光行政の最前線にいる者として、観光する側と受け入れる側の双方にとって満足度の高い観光地づくりが、持続可能な観光地づくりにおける重要な要素であると感じている。

宿泊事業者が今、取り組むべきこと

「心のBF」進めよう

京都バリアフリーツアーセンター
代表理事 **中村 敦美氏**

アフターコロナの時代において、ユニバーサルツーリズム（UT）やバリアフリー（BF）の視点は、宿泊事業者が取り組むべき大切な要素の一つです。それは一部の人々を対象とする特別なサービスではなく、社会全体のニーズに対応した持続可能なビジネスの基盤を築くものです。

UTとは、障がいの有無、年齢、身体的な関係に関係なく、誰もが旅行を楽しむことができることを目指す考え方です。このニーズに対応するためには、まず、ハード面のBF化を推進することが重要です。具体的には、エントランスなどの無段差化や、音声や視覚に頼らないサインシステムの導入、エレベーターや自動ドアの設置などです。これらの設備は、障害を持つ人だけでなく、高齢者や小さな子供を連れた家族旅行にも喜ばれるものです。

その上で私どもは、BF化で最も重要なのはソフト面の整備であると考えています。それらを「心のBF」と呼び、観光庁も「心のBF認定制度」として推進しています。心のBFを進める方法として宿泊事業者には、スタッフの意識と対応力を向上させるための教育プログラムの実施をお勧めします。研修によりスタッフが、車いすを利用するお客さまの移動サポートや視覚障害者に対する説明方法など、個別のニーズに応じた柔軟な対応ができるようになることが重要です。

コロナ禍でデジタル化の流れも進みました。宿泊施設のBF対応情報をデジタルで分かりやすく提供することも重要です。公式ホームページに、車いす対応の客室やBF設備の詳細を明記することは、宿泊先選びの重要な要素となります。BF対応施設の写真や動画を掲載することで、利用者に安心感を与えることもできます。また、BF化されていない設備に関する情報も合わせて正しく発信することは、現地での対応方法の判断材料となり、利用者の安心感につながります。

宿泊事業者がUTやBF化に取り組むことは、全ての人が平等に楽しめる旅行環境を実現するための重要な一歩です。ユニバーサルな意識を高めるだけでなく、社会全体の包括性を向上させるものでもあります。そしてそれは新たな顧客層の開拓、ひいてはさらなる観光業の発展につながることは間違いありません。

コロナ禍中、客室稼働率が全国平均34%だった時に、BF化に本気で取り組んだ宿泊事業者では80%超えだったという驚異的な実例もあります。全ての宿泊事業者がUTに取り組み、誰もが安心して旅行を楽しめる環境になることを切に願います。

豊かな自然を守り、未来に引き継ぐ

観光関係者の参加、支援を

公益社団法人日本ナショナル・トラスト協会
会長 **池谷 奉文氏**

私たちは「ナショナル・トラスト」で日本の豊かな自然を守り、未来に引き継ぐ活動をしている公益法人です。ナショナル・トラストは、皆さまから託された寄付金をもとに、自然や歴史的な建造物を買い取って守る環境活動として、英国で発祥しました。ピーターラビットの著者ビアトリクス・ポターもこの活動の支援者で、湖水地方の美しい風景を守るために1700㌶を超える土地の買い取りに協力しました。そのおかげで守られた雄大な風景は、100年以上たった今も、世界中の観光客を魅了しています。

日本のナショナル・トラストは、鎌倉で始まりました。1960年代の高度経済成長期、各地で宅地造成が進む中、鶴岡八幡宮の裏山「御谷の森」にも開発が迫りました。行政による解決が難しかったことから、英国の取り組みを参考に市民たちが立ち上がって鎌倉風致保存会を設立、全国からの寄付金でこの森を買い取って守ることに成功しました。その後、天神崎、柿田川、妻籠、知床、釧路湿原など全国50以上の地域に広がり、各地のトラスト団体が地域の大切な自然を取得し、守り続けています。

当協会はナショナル・トラストの全国組織で、自らも59カ所の土地を所有しています。特に、奄美大島のアマミノクロウサギなど、絶滅の危機にある野生生物を守るための土地取得に力を入れています。観光地については、京都の嵐山や有馬温泉エリアの森など、風光明媚な風景の一部となっている森を所有し、観光資源の保護にも貢献しています。

昨今、世界自然遺産や国立公園には多くの観光客が訪れ、自然の風景、野生生物は観光の目玉として重要な要素となっています。しかし、国立公園内にも私有地が多くあり、重要な自然所だと開発されて、その自然が損なわれることもあります。

自然を守るためには、その土台である「土地」を確保することが最も重要です。森や湿原などの自然がそのまま存在し続けられるように、私たちはこれからもどんどん土地を買い取っていきます。この取り組みは、30by30目標やネイチャーポジティブなど、世界の生物多様性を守る流れを後押しするものです。

自然や野生生物を観光資源として利活用する皆さまにも、業の基盤となっている自然資源を確実に守っていくため、土地確保の重要性について知っていただきたいと思います。50年先、100年先をみすえた観光業の推進に向けて、ナショナル・トラストへのご参加、ご支援をお待ちしています。

インバウンド富裕層の誘致

受け入れ体制強化へ息の長い取り組みを

雲仙観光局 観光物産振興事業部
部長 **荒木 正和氏**

現在、雲仙観光局では、観光庁事業により雲仙、阿蘇、鹿児島と3地区連携を行い、「Living with Volcanoes 火山とともに生きる。」をテーマとし、高付加価値インバウンド富裕層観光客誘致に向けて取り組みを行っております。

九州においては、韓国をはじめ、東アジアからの旅行客が9割と多くを占めております。

欧米豪5カ国にウルトラ富裕層が多いと仮定しても、もともと市場規模の大きな韓国、中国、台湾、香港の、その中でも消費額の予想額が高いノーマル富裕層を最重要マーケットとしていきます。この点を踏まえ、リピーターを含めて、新たなサービスを展開していきたいと思います。

本エリアでは、富裕層に至るマーケット構造を踏まえ、顧客のニーズをよりクリアに把握するためのアプローチを重要視。

DMCやOTAなど、既に多くの海外のお客さまと実際に第一線で向き合っている方々へ、ヒアリングを行い、関係性の構築を実施し、得た情報を地域の観光事業者と共有をして、受け入れ体制を強化し、実際に動き出したことで、エリアの課題も浮き上がってきました。

今まで「富裕層」と聞くと、どんな人が対象になるのか想像ができずにいたぼんやりとした対象が、経験豊富なDMCや大手ホテルのコンシェルジュの方へのヒアリングにより、少し想像ができるようになってきました。

富裕層とひとくくりにしたマーケティングはなかなかの困難で、多岐にわたる個々のニーズを拾うことが重要。

また、それに細やかに対応するのは、なかなか大変なことであり、大きな一歩をどんどん進めていくことができにくく、歩幅も狭く、上り調子も緩やかになるが、本エリアとしては、愚直に取り組む姿勢が大切だと感じています。

加えて、富裕層を受け入れるためのヤドやヒトが不足しており、次年度以降も息の長い取り組みをしていきます。

私たちの3地区は、九州を代表する火山地帯であり、その恩恵を頂きながら、毎日を過ごしています。この何気ない日々を切り取り、ありのままを、それぞれのお客さまにお喜びいただける形で味わっていただけるよう、ならではの体験に磨きをかけ、この地を訪れて良かったと感じていただけるような旅をご提案できたらと思います。火山とともに生きる、そして、その地を愛する人と共に生きていく、今後も3地区合同で、目標に向かい進んでいきます。