

レスポンスブル・ツーリズムとサステイナブル・トラベルで考える

コロナ後を見据えた高山市の観光

中田清介

これまでのインバウンドを基軸とした観光の行き詰まりは、コロナ禍の中でこれまでの報告でも指摘されたとおりである。このことを如実に示す例が先般地価の動向として報じられたところである。2019年度に地価の上昇したところは、軒並みインバウンドに関連したところであり、その分2020年度のコロナ禍での反動は大きく、発表では上三之町のように県下最大の下落率を報じられたところである。こうした状況下で、行政に望まれていることは、市内の産業・経済構造の多角化を通じて、コロナ後のその基盤を強化する方向性を政策としてまとめ上げることであり、そのためには市民ニーズを的確に把握し、行政課題の共有を通じた政策立案に努める事である。

そうはいっても現状観光を除いて高山市の経済を語る事はできない。観光庁の発表によると観光客8人で地元客の一人あたり消費額に相当するとの試算もあり、一昨年の入り込み数460万人は人口5万7千人余の消費に相当する事となる。現状は維持しつつも、世界の観光を取り巻く情勢の変化も取り入れながら、今後の方向性をしっかりと打ち出す事でもある。そこにコロナ以前のオーバーツーリズムの解消といった問題もあり、最近の世界の観光の潮流を把握しながら、高山市の今後の観光の基軸をどこに移しつつその再生を図る事ができるのか、今後の市民の関心事であり最大の課題と言える。そうした中で、昨今は脱炭素社会へ向けた取り組みも盛んとなってきており、そうした社会構造への転換が地球規模での大命題となってきている。その為脱炭素社会へ向けた地域ぐるみの取り組みで、インバウンドの組み立てを再構築し、ワーケーションの取り組みなどを通じて国内客をも対象にした新しい交流人口の増加への取り組みが必要と考える。その為次の二点について考えてみたい。

一つは「レスポンスブル・ツーリズム」（責任ある観光）と「サステイナブル・トラベル」（旅行先の観光やコミュニティに配慮した観光）について。もう一つがDMOの定着によるプロジェクトマネジメントである。これまでの成功体験とは異なる次元で観光客の意識を変え、地域社会との協働で観光を通じての社会貢献に配慮し、受け入れ側の地域住民の観光受容力を高める観光政策の推進である。観光地の自然・社会環境、住民の生活・文化に配慮しつつ観光の魅力アップにつなげる努力でもある。また、こうした政策を推進するには行政は勿論の事、観光地域づくり法人（DMO）の役割が重視される。両者の関係性を見直し連携する事が大いに望まれるところである。2点について見ていきたい。


1. 国内外で高まる持続可能な観光地づくりへの気運

2019年10月に北海道倶知安町にて開催されたG20観光大臣会合においても、北海道倶知安宣言が採択され、「観光客と地域社会に貢献する観光のマネジメント」等の達成に向けた取組について合意がなされた。コロナ収束後の反転攻勢を見据えれば、如何に危機を乗り越えていけるだけの対策を講じることができるか、そのために地域が

一体となって取り組むことができる体制があるか、ということが鍵となってくる。危機を耐え乗り越えていけるだけの、まさに文字通り「持続可能」な観光地域づくりが必要とされる場所である。

観光庁は、そうした内容を 2019 年 6 月公表の報告書『持続可能な観光先進国に向けて』にとりまとめ、適切な観光地マネジメントのための観光指標のあり方について検討を進め、「日本版持続可能な観光ガイドライン（Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations, J S T S - D）」として発表した。「日本版持続可能な観光ガイドライン（J S T S - D）」のベースとなる国際指標 G S T C - D は グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（G S T C : Global Sustainable Tourism Council※）が開発した国際基準である観光指標をベースとしている。G S T C - D は、国連において、観光地が「最低限順守すべき項目」と位置付けられ、加盟国での順守が求められている。

G S T C - D の特徴


Global Sustainable Tourism Council

- **マルチステークホルダーによるビジョンの共有**
国連の機関や公共、民間や N G O の各セクターなど、観光に関わる 150 以上の団体と持続可能な観光ビジョンを共有し、持続可能な観光基準に関して先導的な役割を担う。このため、世界各国・地域との情報共有が可能
- **基準や指標の柔軟性**
社会変化や地域性への対応に積極的に取り組み、多様な観光地からの意見を取り入れながら、継続的に見直しと更新を行っており、内容が時代に適合している
- **3 つの側面（経済・社会・環境）のバランス重視**
U N W T O が提唱する持続可能な観光のトリプルボトムライン「経済・社会・環境」に加え、観光地マネジメントを踏まえたものになっており、総合的なバランスが取れている
- **汎用性と地域性**
多様な文化や地政学的な背景が反映され、世界中の国や地域で適応可能であり、改善策・解決策を提示できる

[G S T C - D の概要] 観光地向けに開発された指標 G S T C - D は、4 つの分野、合計 38 の大項目・174 の小項目が設定されている。各分野と、掲げられた項目の例は次のとおり。

- A. **持続可能なマネジメント** 例) 現行の destination 戦略・取組を公表していること。(A2.a) 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。(A11.d)
- B. **社会経済のサステナビリティ** 例) 経済データの収集についての取組を行っていること。(B1.a) 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があること。(B3.c)

C. **文化的サステナビリティ** 例) 文化資産の修復や保全の取組があること。(C1.b)

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があること。(C6.b)

の利用を推奨する取組があること。(B3.c)

D. **環境のサステナビリティ** 例) 自然的な場所における来訪者管理について、ツアーオペレーターやガイドに向けた行動基準等があること。(D2.d)

エネルギー消費量の目標を公表し、促進していること。(D5.a)

こうした背景を踏まえ、観光庁は、国際基準に準拠し日本の特性に合わせた観光指標として「**日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)**」を定めた。日本の特性を踏まえた国際指標の活用によって、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・環境それぞれに対する利益の最大化と悪影響の最小化を図ることは、「持続可能な観光先進国」の実現に向けての大きな一歩になると考えられている。「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」の役割(活用の効果)については次のように述べられている。

(1) 自己分析ツール(観光政策の決定、観光計画の策定に資するガイドラインとして活用)

(2) コミュニケーションツール(地域が一体となって持続可能な観光地域づくりに取り組む契機に)

(3) プロモーションツール(観光地域としてのブランド化、国際競争力の向上)

こうした背景があつてのレスポンシブル・ツーリズムである。

2. レスポンシブル・ツーリズム

レスポンシブル・ツーリズム(責任ある観光)とは訪れる観光客が地元の考え方や生活習慣を尊重し、風土に根ざした地元文化を深く体験・理解しようとする観光のスタイルである。サステナブル・トラベルが観光地側の住民や事業者が、観光資源やコミュニティの保全を目的とする考え方であるのに対し、レスポンシブル・ツーリズムは観光客と地元との関係や、観光客の自立的な関与を重視する点が異なる。

この考えはハワイにおいて強力に進められている。その理由は、

- ① 観光客増により受け入れ許容量がタイトになってきている。その分住民満足度が低下してきている。
- ② 観光客の行動変容である。観光客の嗜好は有名スポットを巡る周遊観光から、今だけ・ここだけ、あなただけという特別感やユニークさを追求するツアーや、観光地化されていない本物の地元体験を楽しむ「こと消費型」へと移りつつある。
- ③ 観光客を受け入れる地元社会の伝統・文化再評価の変化に伴い、来訪者にもその尊重を求める動きが出てきた。

このような変化の中で次のような対応を始めていると伝えられている。

1. レスポンシブル・ツーリズムに求められるマナーや立ち居振る舞いの「見える化」

により、広く情報を開示してその遵守を呼びかける。

2. マナーを守る観光客にターゲットを絞ったマーケティングの強化。
3. あらゆる機会を捉えての情報発信、啓蒙活動の推進。
4. 観光客が文化の継承に参加するプログラムやキャンペーンの提供。そこではハワイスペシャリスト検定や自然保護に取り組むプロジェクトなど多彩なメニューづくりが展開されている。

見てきたような事例から考えると、今後の当市における観光政策のメニューとしても十分に導入可能な取り組みであり、街並み散策や体験ツアーを通じた地元文化の尊重や、乗鞍等の自然保護と観光の共存といった施策にも有効と考える。まずは地域住民との関係性を重視したレスポンスブル・ツーリズムの展開を図るべきと考える。

2. サステイナブル・トラベル

先にも述べたが、レスポンスブル・ツーリズムにおける観光客は、一方的にもてなされる立場から、応分の責務や役割を担う存在とされる。観光地の自然、社会環境、住民の生活・文化等に対して敬意を払ったり、その保全に寄与する人物像が想定される。では観光客自身はどの程度にそのことを意識しているのかというアンケートを、ブックイングドットコムが2010年に実施したとある、その中で「サステイナブルトラベル

(旅行先の環境やコミュニティの配慮した旅行)」に関するインターネットアンケートが発表されている。それによると「次世代のために地球を守るには、人々はすぐに行動しサステイナブルな選択を行う必要がある」と回答した比率は、全世界では72%、日本では40%であったと報告されている。又「宿泊施設がエコに配慮している事を知った場合、その施設を予約する可能性は高くなるだろう」との回答者は全世界では70%、日本では36%であったとある。日本では総じて旅行者のサステイナブル・トラベルに対する配慮や意識は世界と比べて低い傾向にある。この原因については、日本人の34%が責任ある観光より旅の特別感、開放感

	世界の旅行者のうち「はい」と答えた割合 (%)	日本の旅行者のうち「はい」と答えた割合 (%)
次世代のために地球を守るには、人々はすぐに行動し、サステイナブルな選択を行う必要がある	72	40
宿泊施設がエコに配慮していることを知った場合、その施設を予約する可能性は高くなるだろう	70	36
よりサステイナブルな旅行を行うためには必要ことを理解している	66	25
よりサステイナブルな旅行を行う方法がわからない	27	43
サステイナブルな旅行を行う選択は目に入るもの、その他の選択の方が魅力的に感じる	24	33
旅行会社はよりサステイナブルな旅行の選択法を消費者に提供すべき	21	—
旅行中によりサステイナブルな行動をとるためのアドバイスを旅行会社からほしい	41	22
サステイナビリティを高めるために旅行中の行動を控え、可能な限り徒歩や自転車の利用、ハイキングを行うようになった	22	34
滞在する宿泊施設のエコ・フットプリントを削減する方法があるなら実行したい	56	34
旅行中に使ったお金を環境にコミュニティに還元してほしい	68	41
サステイナブルな旅行に必要な追加料金を払えない	26	37
予定があるため、選べるサステイナブルな選択法に限りがある	24	43
サステイナブルな旅行の目的地はその後の旅行先よりも魅力的ではない	34	38

表1 サステイナブル・トラベルに関する意識調査
 出典：ブックイングドットコム「サステイナブル・トラベルについての調査結果」(2010年4月) 株式会社ブックイング

を優先する意識と、旅行日数が対象国中最短であることなどが言われており、「サステイナブルな旅行をどう行なえばよいのかわからない」とする回答が49%と回答され、世界の37%を上回っており、情報の発信とその共有の必要性が報じられている。

そうした背景の中で、観光客の側は旅行会社の役割に期待する向きが多いという。もっと情報がほしいのである。こうした中で旅行会社をはじめとする観光事業者は「レスポンシブル・ツーリズム」については、一部環境への関心や意識の強い一部顧客の為のニッチ市場としての対応に終始していた。しかしその後のレスポンシブル・ツーリズムの普及定着を図る為国際機関や旅行業界による複数の顕彰制度が設けられ「レスポンシブル・ツーリズム・アワード」が発足、表彰されるようになってきた。日本では2015年に「ジャパン・ツーリズム・アワード」の中で「UNWTO部門賞」が設けられ、「佐賀嬉野バリアフリーツアーセンター」や「屋久島野外活動総合センター」が受賞している。尚オーバーツーリズムへの反省もあり、SDGsの達成を求める社会の要請に応える為、旅程の立ち寄り先の環境保全状況を調査し、取り組みの進んだ地域を優先的にその旅程に組み込む「環境配慮型」商品の割合を増やすところも出てきていると言われており。サステナビリティを意識した取り組みはグローバルに広がってきており、環境への負荷を軽減するための取り組みも多方面で浸透しつつある。

(UNWTO：国連 world tourism organization)

今までも地域の伝統文化や、自然、社会環境、住民の生活や文化を前面に出した観光宣伝は継続して発信されているところではあるが、レスポンシブル・ツーリズムやサステイナブル・トラベルといった括りで、体系だったマーケティングの下で発信されてこなかったのが当市の観光である。アフターコロナの観光政策の柱として、官民合意の下で推進していく事が今後の方向性であると確信するところである。その点で留意したいところは、その推進母体としてのDMOやDMCの活動である。行政の進める観光政策と民間が主体となって展開する観光メニューの接点と役割分担について次章で述べていきたい。

4. 観光地域づくり法人（DMO）の役割

ニューノーマルの時代にはこれまでの成功体験や前例踏襲は役立たない。地域経営の主体としてのDMOへの転換を図っていく事を、観光庁は2020年発表のDMOガイドライン改定により通知している。観光庁DMO登録制度の見直しについては、これまでの登録要件を全て満たす法人の名称を日本版DMOから登録DMOに変更し、グローバルマーケットを強く意識した見直しになったといわれている。そもそもマネジメントが主なのかマーケティングが主なのかの解釈もあった。DMOとDMOの主体性についても議論があったところである。

今、レスポンシブル・ツーリズムやサステイナブル・トラベルについて取り組み因子や成果因子について語られているが、そうした事業を見ると、官民の連携を図らなけ

ればならない要因が多々見受けられる。国土交通省は平成20年2月の「観光と環境に関する調査報告書」でふれている。その分析を見てみよう。

「取り組みの状況」

1. 環境学習や情報発信の取り組み

- ・風力や太陽光などの地球環境に優しいエネルギーの利用
- ・自然環境ガイドや自然観察インストラクターの育成や活動
- ・地元の小・中学校等における環境教育
- ・環境学習や自然体験学習を行う修学（教育）旅行の受け入れ
- ・環境を守る地域の情報発信

2. 環境負荷抑制に繋がる取り組み

- ・観光地へのマイカー利用を控える呼びかけ
- ・罰すなどの公共交通機関の利用の奨励
- ・観光客への案内標識や周遊路の整備
- ・環境負荷のすく少ない公共交通の導入
- ・観光客に対するごみの持ち帰り促進
- ・温泉などの限りある資源の節度ある利用の地域の合意や協力
- ・観光客の過剰な集中を防ぐための観光地への入場規制などの処置

3. 環境保全に関する連携・協力の取り組み

- ・観光客の少ない時期のイベントや新たな観光の提案
- ・景観条例や風致地区の指定などによる建築物への規制
- ・地域住民による環境保全活動へのボランティア参加
- ・地域住民と観光産業との連携
- ・行政と観光産業との連携

4. 地域の食や生活の保全・活用の取り組み

- ・地域の農産品や水産物の魅力のアピール
- ・工芸品や伝統芸能、風俗習慣、祭りなどの地域文化の保全・継承

5. 自然や歴史遺産の保全・活用の取り組み

- ・自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護
- ・自然や文化に触れるエコツアーや歴史遺産ツアー
- ・世界遺産や国立公園などの認定地への立候補やその後の活動
- ・魅力的な自然環境や文化遺産を目玉に県外や遠方の観光客を誘致する活動

「成果の状況」

1. 地域全体での観光振興・意識向上

- ・自然環境や文化遺産が保全している
- ・観光地周辺で個性ある美しい街並みが形成されている
- ・住民のホスピタリティが高い

- ・地域の農産品や水産品を目当てにくる観光客が多い
- ・地場で採れた食材をよく利用している
- ・地域で観光資源を守る意識が高い
- ・地域おこしや観光イベントに地元住民も多く案化している

2. 観光地での魅力向上

- ・観光客はリピーターが多い
- ・この地域では観光産業が盛んである
- ・観光地周辺が観光客でよく賑わっている
- ・観光地として全国的によく知られている
- ・観光地に見せられて移住してきたり、一定期間だけ暮らす人が増えている

3. 住民生活環境への悪影響

- ・観光資源を保全する取り組みに不便さや窮屈さを感じる
- ・観光客によって住民のプライバシーが侵害されている
- ・観光による交通渋滞が悩ましい

4. 観光需要の平準化

- ・一年間を通じて観光客が多くきている
- ・平日でも観光客が多くきている

5. サービス品質の向上

- ・良質な宿泊施設が多い
- ・接客などの観光産業のサービスの質がよい

等が報告され、それぞれの因子間の関係性分析も行われている。又その分析の末尾ではこう結んでいる。「観光客が観光地の印象として感じやすいのは、直接的に感じられる『観光地の賑わい』や『おもてなし』であって、観光地の『環境保全』については滞在時間が限られた中では、認識はあるものの他の二つの因子に比べると印象が希薄になりがち。観光地における環境保全の活動やその効果について観光客へのアピールを強化する事が、環境保全に通じ組む観光地への再来訪意向に繋がっていくと考えられる」と。

「まとめとして」

アフターコロナの世界では、今までの成功体験や前例踏襲ではめまぐるしく変化する社会・経済状況に対応していく事はできないと説いた。そうした中では今まで以上に市の観光行政と民間の観光事業者間での緊密な連携や役割分担が求められるところである。その一方の主体として新たに位置づけられたのが登録DMOの制度である。地域のステークホルダーを網羅し、観光地域づくりを効率的にマネジメントしていくためのプロジェクトマネジメント組織である。観光庁の新指針では、マネジメントかマーケティングかの中では、今後の方向性としてアメリカ型のマーケティング重視のDMO活動を示唆されたところでもある。新たな組織としての脱皮に期待したい。

もう一点今回指摘したい点は、こうした政策の主体としての行政の方向性についてである。度重なる行政組織の変更は、政策の現場としての実行体制の脆弱さに起因すると認識している。縦割りの組織に横串を刺して政策を推進すると何度聞かされた事であろうか。結果は出ていないのである。今回のレスポンスブル・ツーリズムやサステイナブル・トラベルを今後の政策の柱と位置づけてその推進を図るには、組織をいじくるよりも、各課にまたがる課題解決を図るプロジェクトチームによる政策のすりあわせや役割分担で課題の解決を図る方が、政策としての実効性や、施策の充実に繋がると考える。その為のプロジェクトリーダーには権限とその遂行のための予算権限を与え、強力で推進する事を市民にも関連業界にも伝え、見える化を図る事である。DMO関連で言われているように観光政策のステークホルダーは関連業界のみではなく、市民を巻き込む事の意義が述べられている。入湯税の使途についても予算委員会でも議論があったように、市民に通用する透明性やその効果分析も求められる時代である。

又、長らく議論が繰り返されている乗鞍の環境保護と環境性能の優れた電気自動車による観光活用などについても、何時までも議論を繰り返してばかりいられないところにきている。こんな問題こそレスポンスブル・ツーリズムやサステイナブル・トラベルへの取り組みの中で解決を図っていく時期であると実感している。劇的な効果や性急な成果は他のコロナ対策での経済政策に譲るが、環境に配慮した息の長い取り組みで、世界の中で求められる観光都市像の発信に努め、あるべきインバウンドの回復につなげ、国内客の回帰への手がかりとしていきたい。

参考文献 ・高坂晶子著：「観光に消費されないまちの作り方・オーバーツーリズム」

・国土交通省平成20年2月2日：「観光と環境に関する調査報告書」

・日本版持続可能な観光ガイドライン：観光庁

・観光地域経営推進国際ネットワーク

UNWTO：国連 world tourism organization)

・持続可能な観光地経営推進ネットワーク

INSTO：International Network of Sustainable Tourism
Observatories

・日本版持続可能な観光ガイドライン

JSTD：Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations

・世界持続可能観光協議会

GSTC：Global Sustainable Tourism Council