

奈良県における 「持続可能な観光地づくり」に向けたあり方

～先人から受け継いだ宝を将来につなぐために～

2023年3月 改訂

奈良県観光局

国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所

はじめに

本格的な人口減少と超高齢化の同時進行、低迷する経済や地域の自立・活性化への早急な対応、SDGs の達成やカーボンニュートラルへの対応などの要請に応えていく必要があるなか、将来にわたって住み続けられる地域であるためには、経済面、社会・文化面、環境面を総合的に考慮して、「観光のチカラ」をもって地域の課題を解決し、地域を持続可能にしていくことが必要です。

奈良県では、日本古来の生活、文化、環境が現在まで引き継がれており、持続可能性と親和性が高いと言えます。これらを将来につなげていくため、県内地域で持続可能な観光に取り組む参考になるよう『奈良県における「持続可能な観光地づくり」に向けたあり方』（2022年3月）を奈良県と国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所が連携して作成しました。

本書は、『あり方』で示した「**持続可能な観光地づくり**」**に取り組むための手順や方法をより明確にし、行政、DMOの皆さまに活用、実践していただきやすいよう**に改訂したものです。具体的には、「持続可能な観光地づくり」を推進する参画メンバーとのワーキンググループの進め方や内容などを明確にするとともに、実際にこの手順に基づき「持続可能な観光地づくり」を進めている山の辺の道エリアでの進捗なども加え、皆さまにイメージを持って取り組んでいただけるようにしました。

本書が「持続可能な観光地づくり」に向けた取組推進の一助になれば幸いです。

本書の使い方

順に読み進めていただいても構いませんが、必要に応じて、以下のようにご活用ください。

○「持続可能な観光」や「持続可能な観光地づくり」とは何かを知りたい方

- **1 概論** から順にご確認ください

○「持続可能な観光地づくり」の取り組み方を確認したい方

- **3 「持続可能な観光地づくり」に取り組むための手順**

- **4 奈良県での事例** からご確認ください

○「持続可能な観光地づくり」の具体的な事例を知りたい方

- **別冊「持続可能な観光地づくり」の実現に向けた事例集** からご確認ください

目次

1 概論	1
1.1 「持続可能な観光地づくり」とは.....	1
1.1.1 なぜ観光振興が必要なのか	1
1.1.2 「持続可能な観光、観光地」とは何か	4
1.2 「持続可能な観光地づくり」に必要なこと.....	11
1.2.1 ゴールを決める	12
1.2.2 取組を決める	12
1.2.3 PDCA サイクルを実現する.....	12
2 奈良県における「持続可能な観光」とは	13
2.1 奈良県と持続可能性～これまで.....	13
2.2 奈良県と持続可能性～これから.....	14
2.2.1 奈良県の課題.....	14
2.2.2 「観光のチカラ」で課題解決を.....	17
3 「持続可能な観光地づくり」に取り組むための手順	18
3.1 「持続可能な観光地づくり」に取り組むに当たって	18
3.2 取り組むための手順の概要	19
3.3 ゴールを決める	20
3.4 取組を決める	23
3.5 PDCA サイクルを実現する.....	27
4 奈良県での事例	28
4.1 Yamanobe Project.....	28
4.2 「持続可能な観光地づくり」説明会.....	34

5	これから「持続可能な観光地づくり」に取り組む方へ.....	37
5.1	これからの世界・日本での「持続可能な観光地づくり」の展望	37
5.2	持続可能なテーマ型観光の推進.....	40
5.2.1	ガストロノミーツーリズム	40
5.2.2	アドベンチャーツーリズム	42
5.2.3	ヘルスツーリズム.....	42
5.3	活用できる組織やネットワーク.....	43
5.3.1	国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所	43
5.3.2	国内の活用できる組織やネットワーク	46
5.3.3	国際的な組織やネットワーク.....	48

別冊「持続可能な観光地づくり」の実現に向けた事例集

1 概論

1.1 「持続可能な観光地づくり」とは

1.1.1 なぜ観光振興が必要なのか

皆さんは、観光振興を目的として、日々、行政や DMO で取り組まれていることと思います。ところで、なぜ我々は観光振興に取り組むのでしょうか。そして、これからの観光には何が求められるのでしょうか。

【観光振興で期待できること：経済面】

地方創生。そのための経済面の柱のひとつとして観光産業が期待されています。その一番の理由は、観光客が地域で消費をすることによって地域にとっての“外貨”が獲得されるからです。地方創生のためには、地域の住民と地域の産業の間の経済循環（お金のやりとり）が活発になることが必要です。

地方創生には、まち・ひと・しごと、これらを地域で作り上げることが必要です。観光産業は地域に新たな消費を生むだけでなく、仕事（雇用）を生む力が大きいことが知られています。また、雇用吸収力（どれだけ多くの雇用を支えることができるか）が強いため、海外では観光振興を工場の撤退などによる失業対策として位置付けている例もあります。さらに、よく言われるように観光は裾野の広い産業、つまりサプライチェーンが様々に伸びている産業でもあります。観光産業が観光客に提供するサービスは、滞在期間中という短い間ではありますが、日常生活に必要なすべてのサービスに及びます。衣食住、移動、更には（旅行先ならではの）贅沢品の購入など。近年では観光を通じた学びへのニーズも高まっており、学習（ガイドもその一つと言えます）も観光産業の提供サービスになりつつあります。観光産業がサービスを提供するための仕入れや雇用も極めて多岐にわたり、観光産業と関係のない産業・雇用はないとさえ言えます。**地域の観光収入は農業や食品加工業をはじめとした多くの産業の収入・雇用につながります。**また、地域の基幹産業・企業に万一があった場合に、雇用を吸収して地域経済を底支えすることができます。このように、経済面での「観光のチカラ」は地域にとって大変力強いものです。

【観光振興で期待できること：社会・文化面】

観光が行われる舞台は、住民が日常生活を送る地域社会と密接な関係があります。経済面の関係でみたように、観光という手段によって地域振興を図ることができます。また、観光は経済面

以外でも住民生活の向上に貢献します。観光の語源は中国の詩経にある「國の光を觀る」と言われています。観光客が訪れた国・地域の魅力（＝光）に魅了されることは、外部（＝観光客）の目線により地域の魅力が評価されることにつながり、それにより住民に地域を愛する心、言い換えればシビックプライド（地域への誇り）が生まれます。

一方、近年、観光による混雑の問題により、この関係が崩れる例が世界中で発生しています。例えば、京都では住民のバス利用などでの支障が起きていること（京都市は観光公害ではなく観光課題と呼び、どちらかが悪いわけではなく、バランスを取った解決策が必要な課題と位置付けています）。ロンドンでは、民泊向けの不動産利用が居住利用に比べて投資効率が高いために、民泊の拡大によって家賃が著しく上昇するといったことも起きています。

社会面での「観光のチカラ」は、シビックプライドの醸成といったメリットや観光客増加によるデメリットのバランスを調整しつつ、プラスに働くように活用して行くことが重要です。

2017年6月に文化芸術振興基本法が改正されました。この法改正の理由は「時代の変化に応じた取組を進めていくためには、文化行政を大胆に転換し、観光、まちづくり、福祉、教育、産業などの様々な関連分野との連携を強化し、総合的に施策を推進することが不可欠」だからとされています。具体的には、2018年10月1日に、改正基本法等を踏まえ、文化による地方創生や文化財の活用等新たな政策ニーズへの対応などを進めるための機能強化や抜本的な組織改編が行われました。キーワードは「保存から活用へ」です。文化財を積極的に活用していくという考え方は政府が策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」（2016年3月）でも取り上げられました。保存し、記録し、観察するだけでは文化財は守っていけない、むしろ文化財の持つ価値を十分に発揮し、観光などで活用することで、守っていくための費用を確保することや意識を高めていくことが必要という考え方です。ここでいう文化財は有形のものに限りません。岐阜県では、存続の危機にあった地域伝統の「地歌舞伎」（「地歌舞伎」の上演箇所数は日本一）の魅力を再発掘し観光資源として磨き上げることで、海外での岐阜県の魅力プロモーションの目玉の一つとして披露しています。こうしたことで「地歌舞伎」の存続を図っているのです。

国レベルで法改正をしてまで施策の方向を変えたことから分かるように、文化面での「観光のチカラ」は、持続可能な文化資源の保全のために不可欠なものとして認識され、活用されています。

図表 岐阜の宝もの・地歌舞伎



（出所）岐阜の旅ガイド

（岐阜県観光誘客推進課発行）提供

【観光振興で期待できること：環境面】

観光振興は地域の環境面にどのような影響を与えるのでしょうか。おそらく、悪い影響はすぐに思いつくと思います。各種観光施設の整備に伴う自然環境破壊、ゴミの発生や水質悪化につながる問題などがあるでしょう。沖縄などでは、ダイビング客によるサンゴの破壊（生態系の破壊につながります）も顕在化しています。

環境面では「観光のチカラ」を見つけることは難しいように思えますが、果たしてそうでしょうか。自然環境、街並みなどの景観、これらも立派な観光資源となり得るものであることは言うまでもありません。実際、奈良県でもこうした環境面の魅力を中心として活用している観光地が多いと思います。こうした観光地では、環境の維持が観光振興のための条件となっているとも言えます。

奈良県の実例として、古の里山の景観の中でのウォーキングが魅力的な観光資源となっている地域において、歩道沿いに耕作放棄地が増えています。耕作放棄地の拡大は直接的には農業の問題かもしれませんが、観光地としての魅力を失うという点では観光の問題でもあります。このように捉えることで「観光のチカラ」を使うことが可能になります。観光の問題と捉えることで、経済面でお話したように観光は裾野が広いので、様々な関係者の力を結集することができます。例えば、耕作放棄地を観光客のための広場に整備するなど、「観光のチカラ」を活用して耕作放棄地等の農業の課題を解決できることはもとより、**課題の解決に向けた取組を通じて、多くの関係者が課題を自分事として考えることができます。**また、文化面でお話した文化財の例のように観光に環境が寄与しているのであれば、「観光のチカラ」を環境面の課題解決に活かして、相応の対価を得る仕組みを作ることも無理な話ではありません。

ハワイ・オアフ島のハナウマ湾自然保護区では、環境保全のため、入場料を値上げしました。その結果、観光客数が適正なものとなり、サンゴの損傷が復旧し、生態系が持続可能となりました。また、入場前に環境保全に関するビデオ視聴も義務付けています。なお、入場料は入念に検討して設定したため、観光産業関係者の収入は従前の水準が確保されています。こうしたことが、環境面の「観光のチカラ」です。

図表 ハナウマ湾自然保護区

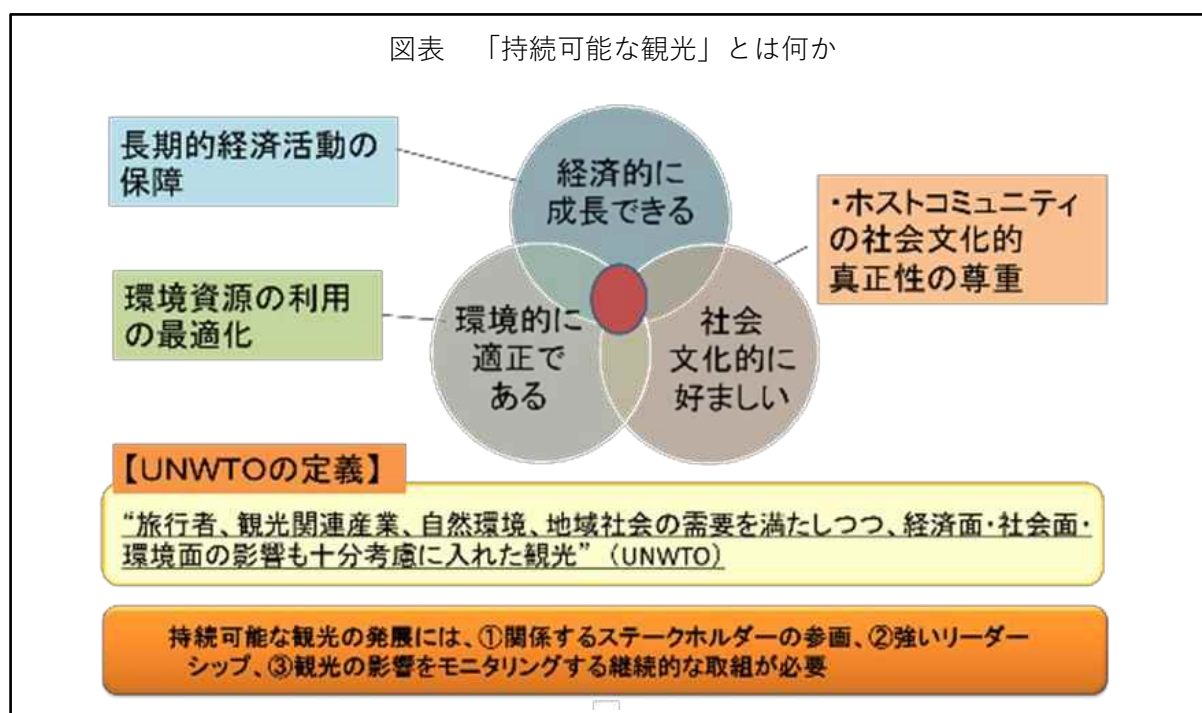


(出所) ハワイ州観光局公式ウェブサイト [allhawaii](https://www.allhawaii.jp/)
<https://www.allhawaii.jp/>

1.1.2 「持続可能な観光、観光地」とは何か

これまで、経済面、社会・文化面、環境面での「観光のチカラ」を見てきました。この3つの側面のバランスが取れた観光、どの側面でも課題が発生しない観光、それが「持続可能な観光」です。「持続可能な観光」を実現することにより、「観光のチカラ」が最大限に発揮されます。

「持続可能な観光」をわかりやすく定義すると、「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」ということになります¹。



【「持続可能な観光」のはじまり】

「持続可能な観光」の定義は2004年にできました。しかし、実はそれより前、1992年から持続可能な観光指標の開発が進められていました。地球環境問題への世界的な関心の高まりを受け、世界最大の産業²という見方もある観光産業が真っ先に持続可能性を維持するための課題に取り組むを始めました。国際観光市場が急速に拡大し、観光地における環境汚染や住民生活との摩擦などが顕在化してきたことも取組開始の理由のひとつです。そして、2004年には「持続可能な観光」の定義とあわせて、国連世界観光機関 (UNWTO) により、「観光地のための持続可能な開発指標・ガイドブック」が策定・発表されました。SDGs (持続可能な開発目標) が発表される2015年より10年も前のことです。

¹ UNWTO 駐日事務所ウェブサイト <https://unwto-ap.org/why/tourism-definition/>

² WTTC (World Travel & Tourism Council、世界旅行ツーリズム協会) によると、コロナ禍前の観光産業は世界の雇用全体の10.6%を、GDPの10.4%を占めていた。

なお、2020年に観光庁が国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所とともに作成し発表した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」もこうした流れを踏まえたものです。

図表 「持続可能な観光」のはじまり

1992年～ 持続可能な観光指標の開発	国連[第1回環境と開発に関する国際会議]（地球サミット） ➢ 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
2004年 UNWTOによる ガイドブックの発表	UNWTO[観光地のための持続可能な開発指標・ガイドブック] （UNWTOガイドブック） ➢ UNWTO指標の策定 ➢ INSTO（[持続可能な観光地域経営の推進に関する調査検討委員会]）の開始
2013年 GSTCによる 観光地向け基準の発表	GSTC（グローバルサステナブルツーリズム協議会）[GSTC-D] ➢ GSTC[世界規模での持続可能な観光に関する国際基準（産業界版）]（2008年） の観光地版
2013年 EUにおける 観光指標システムの発表	EU[ETIS]（欧州観光指標システム） ➢ 高品質な観光地づくりのため2002年代初頭から検討、約100観光地で試験導入
2015年 持続可能な開発目標 （SDGs）の発表	国連[持続可能な開発のための2030年アジェンダ]（持続可能な開発サミット） ➢ 17の持続可能な開発目標と169の項目
2017年 開発のための持続可能な 観光国際年	国連[観光によるSDGs達成に向けた貢献]（チェンドゥ（成都市）宣言） ➢ 17の持続可能な開発目標に対するCSRの推進、ならびに合致した指標の適用
2020年 観光庁における持続可能な 観光ガイドラインの発表	観光庁・UNWTO駐日事務所[日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）] ➢ GSTC-Dに準拠

（出所）『観光を活用した持続可能な地域経営の手引き』
（一般財団法人運輸総合研究所、UNWTO駐日事務所発行）

【観光市場の志向「持続可能な観光」】

また、コロナ禍を一つの契機として、持続可能な旅行を求める志向が世界的に強まっています。日本も、旅行時にサステナブルな選択をしたいとの割合が、韓国やアメリカより低いものの、38%となっています（「新型コロナウイルスと旅行に関する意識調査」2020年4月、5月スカイスキナー調査）。

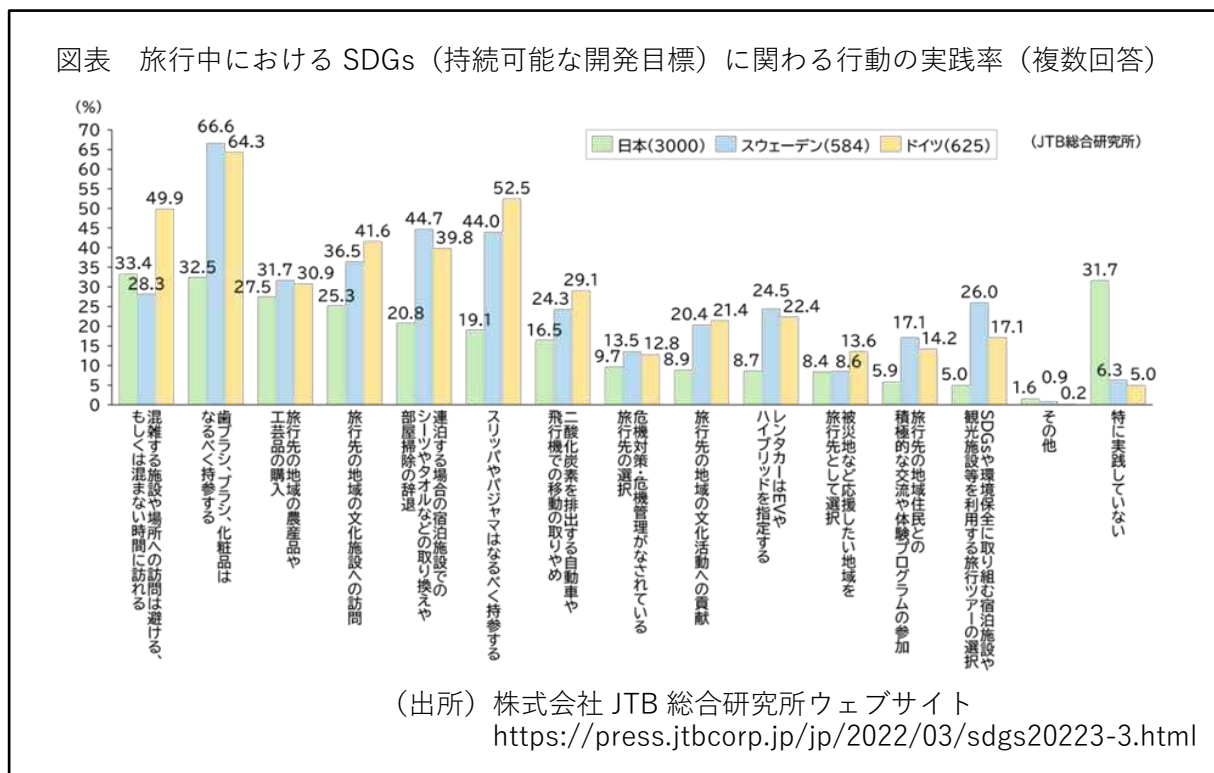
図表 サステナブルな旅についての（コロナ禍による）意識の変化

	変わった 旅行前にはサステナ ブルな選択をしたい	意識は変わったが、 実際には自分の旅の スタイルは変わらない	意識は変わらない
日本（600人）	38%	50%	12%
韓国（551人）	58%	30%	12%
イギリス（1,463人）	36%	40%	24%
アメリカ（594人）	51%	30%	19%

（出所）スカイスキナーウェブサイトを基に作成 <https://www.skyscanner.jp/>

近年の調査では、スウェーデンやドイツの多くの旅行者が旅行中の行動・選択に持続可能性に配慮することを求めています。日本はこれら諸国より実践の割合が低くなっていますが、今後、同等水準に高まることが想定され、対応が求められます。また、インバウンドについては、上記のとおり韓国やアメリカでは既に意識が高いように、持続可能性に配慮した観光地づくり、サービス提供が不可欠です（「SDGs（持続可能な開発目標）に対する生活者の意識と旅行（2022）～その3 スウェーデン、ドイツ、日本の3カ国比較～」2021年12月～2022年1月調査）。

そして、市場が求める「持続可能な観光」を実現していくことで、地域にとっても様々なメリットが生まれてきます。



【持続可能な観光地とは何か】

では具体的に「持続可能な観光地」とはどのようなものか、どのような地域の姿なのか、いくつかの事例から考えてみましょう。

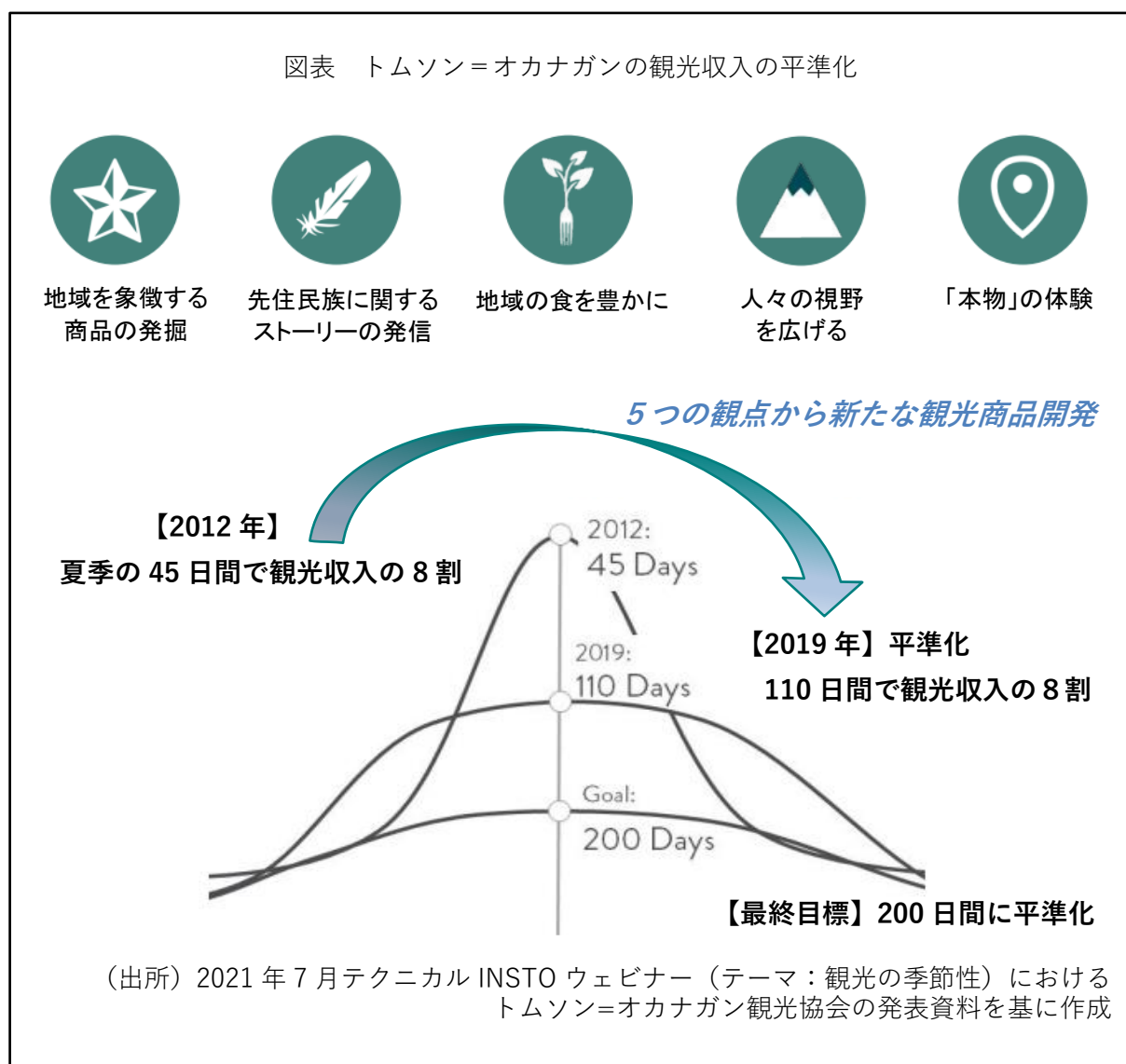
① 観光と地域との関係が明確で win-win であること

アメリカ・ハワイ州観光局は、3つの満足度で観光振興がうまく行っているかを確認・評価しています。1つ目の満足度は、観光客の満足度である「顧客満足度（CS：Customer Satisfaction）」。加えて、観光産業で働く人たちの満足度である「雇用者満足度（ES：Employee Satisfaction）」、そして、「住民満足度（RS：Residential Satisfaction）」。ESは経済面、RSは社会・文化面において、地域の関係者が観光とよい関係が作れているかを示すものです。こうした指標が高ければ「持続可能な観光地」と言えるでしょう。

② 地域の魅力の総力を発揮している地域であること

カナダ・トムソン=オカナガン³は、湖沼をはじめとした豊かな自然環境が魅力であり、夏季をハイシーズンとする観光地でした。夏の8週間で年間の観光収入の8割を得ていました。この季節性により観光収入が不安定となる状況を改善するために、地域の観光協会を中心に改めて地域の魅力を発掘する作業を行いました。

まず、「地域の食を豊かに」というテーマで観光振興に取り組むことで、農業を中心とした幅広い産業への寄与が実現しました。さらに、失われかけていた先住民族の生活を体験型の観光コンテンツとすることで、先住民及びその文化との共生を実現しました。こうした取組を通じて観光収入が年間を通じて得られることとなり、地域の雇用が安定しました。



³ カナダのブリティッシュコロンビア州にあるワインの産地の一つ。トムソン=オカナガン観光協会(TOTA)を推進主体とする取組の詳細については、別冊事例集P.21~23を参照。

③ 観光客の受入に対応できている地域であること

UNWTO は 2018 年に都市観光の予測を超える成長に対する認識と対策についてのレポートを
発表しています⁴。UNWTO では、「オーバーツーリズム」などの言葉が現れるはるか以前から、
観光地づくりにおいて「キャリングキャパシティ（許容容量）」を重視してきました。つまり、物
事にはなんらかの限界があるため、限界を上げること、または限界に達しないような管理をする
ことが必要という考え方です。

**観光におけるキャリングキャパシティとは、「物理的、経済的、社会文化的環境を破壊するこ
となく、また、訪問者が許容できないほど満足度を低下させることなく、1か所のデスティネーシ
ョンを同時に訪れることができる最大人数」とされています。**

UNWTO がヨーロッパの都市における「オーバーツーリズム」と言われる問題を分析した結果、
考えるべき対応として次のことを挙げています。

- ✓ 単に観光客数が多いということだけでなく地域側の受入可能数といった制約条件も影響し
得ること
- ✓ （市単位などの広範囲ではなく）一部の観光施設に集中するような局所的なものであること
- ✓ 観光客の行動だけでなく住民の日常生活での行動も考慮すべきであること
- ✓ DX（デジタルトランスフォーメーション）などの技術的対策だけでは解決できないため、利
害関係者がそれぞれの立場で対策に取り組むことが重要であり、その調整が重要であること

その上で、観光による過度な混雑の対策として、**地域の利害関係者との意思疎通を図り取組に
参加してもらうこと、課題の状況についてのモニタリングを行うこと**がポイントであるとしてい
ます。

【「持続可能な観光地づくり」のポイント】

観光によって地域の経済面、社会・文化面、環境面によい効果をもたらす「持続可能な観光地
づくり」。ここまで見てきた「持続可能な観光地づくり」のポイントを整理します。

まず、**観光や地域がどのような状態かを確認（モニタリング）することが必要**で、その際には
観光客の満足度だけでなく住民の満足度も対象とし、住民と観光客が win-win の関係になること
が望まれます（①、②の事例から）。

また、**地域の魅力（資源、宝）を再発見し、既にあるものも含めて観光コンテンツとして磨き
上げ、観光資源として活用する**ことが必要です（②の事例から）。

そして、**地域側のキャリングキャパシティを把握し、管理する**ことが必要です。そのためにも、
利害関係者との意思疎通と観光地づくりへの参画が大事です（①、③の事例から）。

⁴ UNWTO 『「オーバーツーリズム（観光過剰）」？ 都市観光の予測を超える成長に対する認識と対応』

UNWTO では、2023 年の国際観光客到着数が、景気減速の程度、アジア太平洋地域の回復スピード、ウクライナ危機の進展などにもよりますが、コロナ禍前の水準の 80~95% に回復すると予測しています（UNWTO World Tourism Barometer 2023 年 1 月号）。インバウンド再興に向けて、観光まちづくりコンサルタントの**アレクサンダー・スタンコフ**さんから、以下のようなアドバイスをいただきました。

観光まちづくりコンサルタント **Alexander Stankov (アレクサンダー・スタンコフ)**



ブルガリア出身。東京大学大学院卒。在日 13 年以上。通訳案内士資格獲得者。インバウンド実務主任者。体験予約 OTA「Voyagin」(現「Rakuten Travel Experiences」) の元コンテンツ・プロデューサー（7 年間勤務）。観光庁の「世界水準の DMO 形成促進事業」や「広域周遊観光促進のための専門家派遣事業」における外部専門人材。東京都観光まちづくりアドバイザー。47 都道府県全てに足を運び、日本全国の魅力を知り尽くしている。地方行政や中央省庁のアドバイザー業務に従事し、日本の知られざる魅力を世界に発信中。

コロナ禍前のインバウンドは、アジアが約 83%、欧米豪は約 15% でした。欧米豪の旅行者の方が 1 人当たりの消費額が高く、滞在日数も長いことはよく知られていますが、ポイントは娯楽等サービスの消費額が高いことです。宿泊や交通、飲食などの消費と異なり、娯楽等サービスの消費にはガイドや体験事業者など多くの人に関わるので、地域への経済波及効果も高まります。よって、欧米豪の誘客に力を入れるとともに、娯楽等サービスの消費を促す高付加価値のコンテンツ造成が重要になります。

高付加価値のキーワードは「ストーリー」です。どの地域、どの観光資源にも必ずあるストーリーを、外国人旅行者が納得できる、刺さる形で伝えることが必要です。その地域だけの世界観での体験、その地域の人との交流が付加価値を生みます。受け入れコミュニティの社会文化を尊重し、地域の人を受け取る影響を最小限にして、観光を通じて地域が潤う仕組みを考えることで、サステイナブルにもつながります。

コンテンツ造成に当たっては、「将来のトレンドの把握」「ターゲットの見直し」「サービスの磨き上げ」の 3 つが重要です。常にアンテナを張って、観光メディアに出る新しい取組などのトレンドに積極的に触れて、既存の観光資源の新しい活用方法につなげてもらいたいと思います。

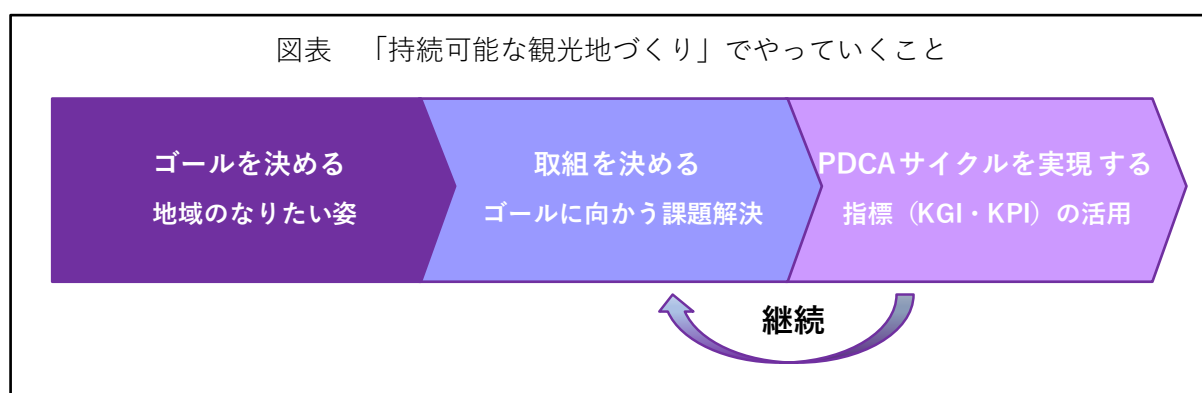
また、富裕層は訪れる地域や施設に限られるので、奈良県においては自分の興味や嗜好に合ったコンテンツなどの消費を惜しまない SIT (Special Interest Traveler) や Educated Travelerなどをターゲットにするべきだと考えます。ニッチでもいいので、地域で具体的な特定のテーマを決めて、それに興味がある人を狙ってください。そして、今あるコンテンツやサービスの価値を高められないか検討することです。ガイドや地域の人との交流を加えたり、多言語コミュニケーションツールの活用などサービスを磨き上げたりすることで、単価を上げることが可能です。

奈良県は、2019年の平均宿泊日数が0.4泊、1人当たりの消費額が5,300円で、ともに全国最下位でした。自然が豊富で、トレッキングなどの自然体験ができますが、自分自身でも楽しめます。ただし、例えば食材や湧き水を取りに行き、それを料理して食べるなど、トレッキングに目的を加えれば、旅行者がその地域の思い出を持ち帰ることができますし、消費額も増えます。地域資源を有効活用した高付加価値で持続可能なコンテンツ造成に期待しています。

1.2 「持続可能な観光地づくり」に必要なこと

行政や DMO の皆さんは、「持続可能な観光地づくり」を地域の皆さんと一緒に進めていくに当たって、取組を先導する主体であり、地域や民間事業者が取組を始める際の支援者です。取組の主体はあくまで地域の事業者、住民の皆さんですが、取組のきっかけを作り、取組を進めやすくする、そして、立ち上がり当初に、行政等で持つ情報の提供を始めとした伴走を行う立場です。

では、地域の皆さんと一緒にどのようなことを行っていけば良いのでしょうか。取組の全体像は、特別なものではありません。活動の目的である「ゴール」を決め、「ゴール」に向かう「取組」を決めます。そして、活動の状況、「ゴール」への達成状況を示す指標を使った「PDCA サイクル」をつくって、継続的に取組を進めていきます。



観光振興のためには、経済面の振興だけでなく、観光客と住民との調和の確保や文化資源の保全・活用、また、自然環境の保全・活用が必要になります。経済面の振興は関係者も多く、宿泊業や飲食業、小売業にとどまらず、地域の製品をつくる製造業、地産地消を支える一次産業なども含まれます。つまり、観光を考えることは地域の多くの産業を考えることにつながります。また、観光は、高齢者も女性も障害者も子どもも多様な人々が参加することができます。逆に、観光振興策として高齢者や障害者への対応を図ったり、地域の理解や観光客への対応を教材として子どもたちへの教育活動や地域の意識を高めたりすることも可能です。こうした社会・文化面での活動を通じて、「地域への誇り（シビックプライド）」の醸成を図ることができます。

そして、そもそも観光政策は、交通整備や各種施設整備、地域の文化や自然を活かしたコンテンツ整備、また人材育成などを含む総合政策です。地域活性化に貢献する交流人口・関係人口をつくる取組でもあります。

つまり、「持続可能な観光地づくり」でやっていくことは地域の未来づくりそのものと言えます。

1.2.1 ゴールを決める

地域の事業者や住民の皆さんに、地域にどんな宝があるか、地域が抱えている課題は何か、そして、10年後、また、100年後にどんな地域になりたいかを議論してもらいます。

議論に参画いただく皆さんには、観光振興が成功した姿だけでなく、住民生活、事業・就業・雇用、環境がどうなるかなどを含む地域社会全体のなりたい姿を議論していただくことが重要です。「ゴール」は、定性的な「コンセプト」と定量的な「地域の目標」の2本立てで整理すると理解・共有が進みます。

観光で活用する「地域の宝」、課題や「未来の姿」を踏まえて、他地域の事例を参照しながら「コンセプト」と「地域の目標」を決めていきます。

1.2.2 取組を決める

地域のなりたい姿を実現するために、現状、観光が抱える課題、地域社会が抱える課題から、重要なものを整理します。

そして、この重点課題を解決していくアイデアを集め、実施していく取組を整理します。取組は、検討に参加している地域の皆さんで実施できるものに限らず、観光客や域外の事業者を始めとした地域外の力を活用するもの、そして、行政の支援を必要とするものなども幅広く検討します。

また、外部からの目線・意見を取り入れることにより、地域における取組をより幅広く考えやすくし、実行しやすくすることも、「持続可能な観光地づくり」の重要なポイントです。

1.2.3 PDCA サイクルを実現する

PDCA サイクルを実現するために必要な指標として、なりたい姿をあらわす目標（重要目標達成指標。KGI：Key Goal Indicator）に加えて、目標に向かう取組がどの程度うまく行っているかを示す重要業績指標（KPI：Key Performance Indicator）を用意します。

そして、定期的に、取組の進捗、KGI・KPIの変化を確認・共有し、必要に応じて取組の見直し等を行います。例えば、KGIを来訪者数とし、そのKPIを地域の認知度の向上とした場合です。KPIである地域の認知度の向上を目指したプロモーションを実施した結果、認知度が十分に向上しなかった場合は、プロモーションの対象や活用する媒体を替えるなどの取組の改善を行います。あるいは、認知度は向上したがKGIである来訪者数が増加しなかった場合は、受入環境やアクセスの改善、観光コンテンツの磨き上げなどが必要かも知れませんので、こうした新たな取組を検討していきます。

2 奈良県における「持続可能な観光」とは

2.1 奈良県と持続可能性～これまで

奈良県には、「持続可能な観光地づくり」に取り組む上で、他にはない重要な特徴があります。それは日本の生活、文化の発祥の地という特徴です。世界遺産、国宝、重要文化財をどこよりも長く維持・保全し、現在に伝えています。これらの文化資源には、現在すでに観光資源として活用されているものが数多くある一方で、その価値が埋もれたままとなっているものも、まだまだあるのではないのでしょうか。大和・ヤマト・倭というイメージの源泉である奈良盆地を始めとした景観、手つかずのまま残る南部地域の自然なども大きく変わることなく受け継がれてきました。また、奈良県は清酒、素麺、茶道などの発祥の地でもあります。

奈良で暮らしていると、日常的に 1,300 年前の奈良、すなわち日本の生活の原点である風景、食べ物、習慣に触れることがあります⁵。これらは、日本で失われつつあるものであり、奈良だからこそ今なお息づいているもの、サステナビリティ（持続可能性）の証明となっています。

これら有形無形の、過去から現在まで引き継がれた奈良の各地域の生活、文化、環境を将来につなげることは、われわれ令和の奈良県民の使命と言えると思います。

図表 清酒発祥の地・正暦寺



(出所) 正暦寺ウェブサイト <https://shoryakuji.jp/sake-birthplace.html>

⁵ 奈良のサステナビリティな暮らしについては、別冊事例集 P.33～43 を参照。

2.2 奈良県と持続可能性～これから

私たちが受け継いだ奈良の持続可能性をどう将来につなげていくか。

奈良の現状を経済面、社会・文化面、環境面から冷静に見つめた上で、どのように「観光のチカラ」を活用していけるでしょうか。

2.2.1 奈良県の課題

現在の奈良県は、日本全体がそうであるように、少子高齢社会、一次産業等の後継者不足やそれに伴う自然環境の荒廃、地域文化の担い手不足等の課題を抱えています。

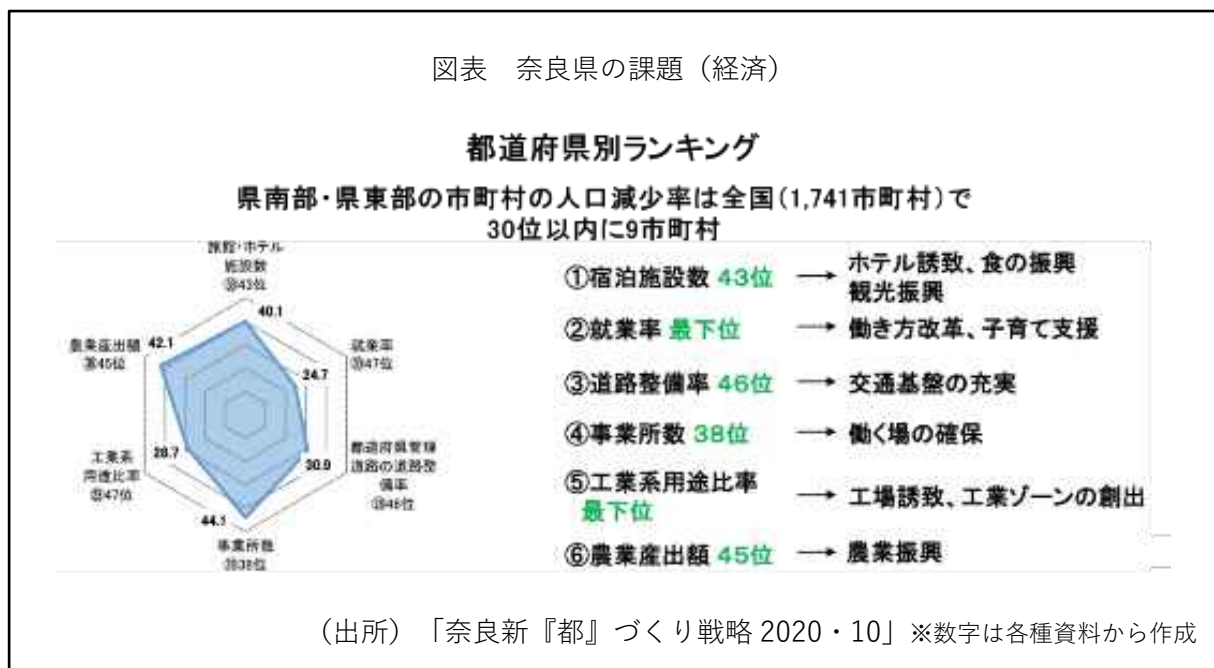
奈良県の地域課題について、持続可能性を確認する3つの視点、経済は持続可能か、社会・文化は持続可能か、環境は持続可能か、それぞれから見ておきます。

【経済面での奈良県の課題】

奈良県と他都道府県とを経済面で比較しました（全国平均を50とした指数で比較。それぞれの数値を2020年に収集したもの）。各種指標による都道府県別ランキングで奈良県は就業率が低くなっています（指数24.7、全国で47位）。雇用の場を産業別にみると、農業の産出額が低く（同42.1、45位）、工業系の立地が十分ではなく（同28.7、47位）、また、宿泊施設数も低い水準です（同40.1、43位）。

経済面の持続可能性に関する課題としては、産業全般の振興とそれによる雇用の創出が挙げられます。

図表 奈良県の課題（経済）



【社会・文化面での奈良県の課題】

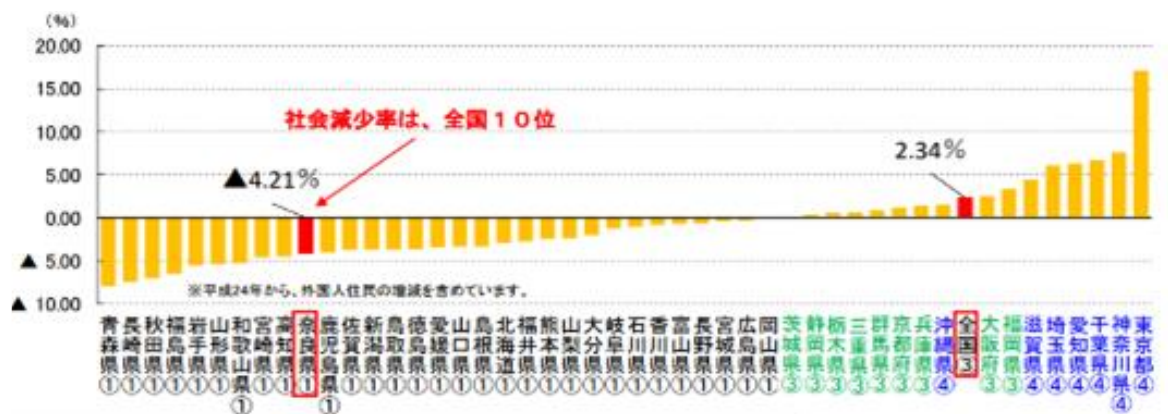
奈良県と他都道府県とを社会・文化面の主要指標、人口動向で比較しました。転出が転入を上回ることによる社会減少率は 4.21%で全国 10 位です。近畿圏では和歌山県と奈良県の 2 県が社会減となっています（2000 年～2019 年 20 年間）。

先に見た雇用の状況や就学の状況などから、若年層の転出が大きく、人口を持続可能とするためにはこれらを食い止めることが必要です。

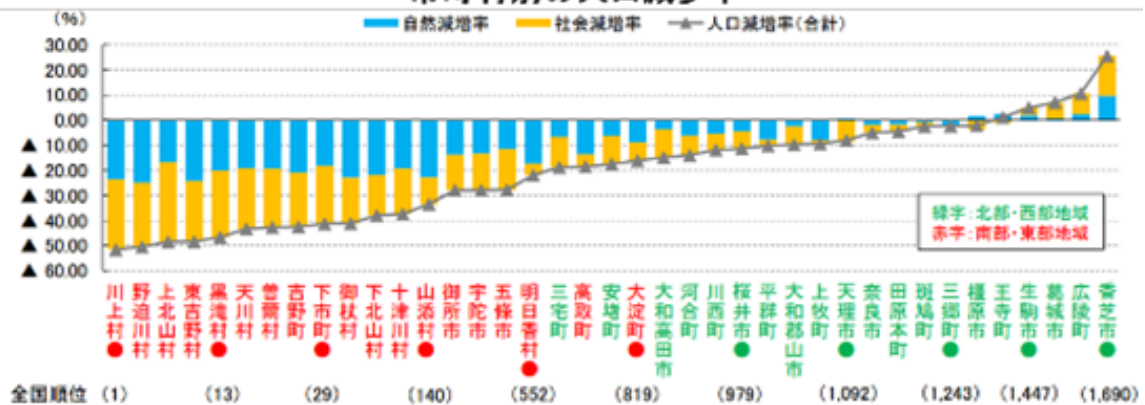
社会移動の状況への対応の重要性は、市町村別に見ると一層明らかになります。全国で社会減少率が大きい市町村の上位 30 までに、奈良県内の 9 市町村が入っています。社会減少率が 30% を超える市町村が 13 あり、少子化もあいまって人口の減少が急速に進むことから、人口維持の対策が急がれます（2000 年～2019 年 20 年間）。

社会・文化面の持続可能性に関する課題として、人口及び人口構成の維持が挙げられます。

図表 奈良県の課題（社会・文化）



市町村別の人口減少率



(出所) 「奈良新『都』づくり戦略 2020・10」

※数字は住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（総務省）より作成

【環境面での奈良県の課題】

奈良県は現在も自然豊かであり、特に人が関わる里山などでは、社会・生活活動を通じて自然を保全するエコシステムが保たれてきたと言えます。しかし、近年、これも経済面で見たような農林業の低迷の影響があり、エコシステムのほころびが顕在化しています。具体的には、農家の継承が進まないために里近くの耕作放棄地が拡大し、残る農地でも獣害が発生しています。また、放棄放棄林が山地の保水力を弱め、気象被害を大きくしているという報告もあります。

環境面の持続可能性について、これまでは農業によって自然を保全するエコシステムが維持されてきました。しかし今後は、農業だけに頼らない（あるいは農業の再構築による）自然を保全する新たなエコシステムを構築することが課題です。

図表 奈良県の課題（環境）

（里に近い耕作放棄地）



（林地の状況：施業放置林（左）、平成 23 年紀伊半島大水害における山地災害）



（出所）「奈良新『都』づくり戦略 2021」

【その他の課題】

経済面、社会・文化面、環境面の課題解決を図っていくためには、地域の様々な資源を活用し、総力をあげた取組が必要です。この点について、奈良県には、人口規模が小さく、財政等の体力が十分ではない市町村が多いこと、また、人口規模が大きな奈良市等では他地域への通勤人口が多く、地域に対する愛着が薄れがちになること、といった課題もあります。

つまり、「観光のチカラ」によって地域を持続可能としていく場合、単独の市町村ではなく複数の市町村で連携することも求められます。また、地域に対する愛着を高めること、地域に足りない人的資源などについては外部の力を活用することが不可欠です。

2.2.2 「観光のチカラ」で課題解決を

奈良県内での主要な課題を見てきましたが、「観光のチカラ」はこうした課題を解決することが可能です。

経済面の雇用創出という課題に対して、「観光のチカラ」は観光産業の高い雇用吸収力で応えることができます。社会・文化面の人口及び人口構成の維持という課題に対しても、雇用創出はもとより、「観光のチカラ」はシビックプライドを醸成し、人口の流出を抑制して応えることができます。また、「観光のチカラ」で関係人口を増加させることで、移住推進につなげることもできます。そして、環境面の社会・生活の活動を通じて自然を保全するエコシステムの維持・再構築という課題に対して、「観光のチカラ」はエコシステム自体を観光誘客や消費拡大につながる魅力あるコンテンツとすることで応えることができます。

そして、市町村連携、地域外の人的資源等の活用を「観光のチカラ」で進めていくことで、多様な関わりの中から、総合力を発揮した未来づくりが可能となってきます。

「観光のチカラ」は、「地域の宝」があってはじめて発揮されます。「地域の宝」は継承し続けなくてはなりません。また、「地域の宝」を継承していくために「観光のチカラ」は役立ちます。こうした相互に依存するいい関係をつくることで地域の課題が解決され続け、地域としての持続可能性が徐々に高まっていくのです。

3 「持続可能な観光地づくり」に取り組むための手順

ここでは、1.2「持続可能な観光地づくり」に必要なことで述べた内容の具体的な手順をご紹介します。

3.1 「持続可能な観光地づくり」に取り組むに当たって

行政や DMO の皆さんは、地域の方々と一緒に「持続可能な観光地づくり」に取り組み、スムーズに立ち上がる支援をすることが重要です。

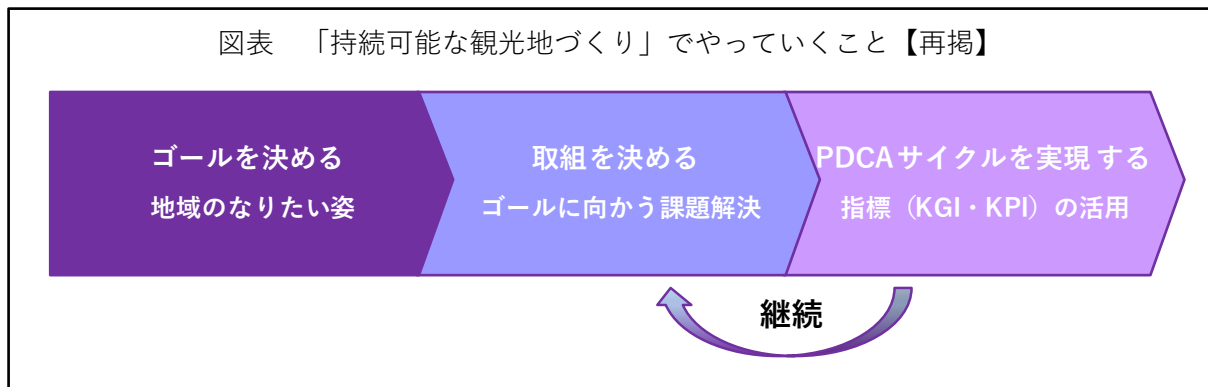
それぞれの地域に、事業として、あるいはボランティアとして、地域を良くしようという活動をされている方々がいるはずで、観光関係はもとより、それ以外の民間事業者、NPO、教育機関など、「持続可能な観光地づくり」の活動に共感してもらえるメンバー（以下「参画メンバー」という。）を集めることが最初の仕事となります。

観光関連などで様々な主体が参画する既存の組織がある場合は、それを活用しても良いでしょう。ただし、観光の経済面の振興に偏ったメンバー構成となっている場合は、多様な分野のメンバーの追加が必要になります。

取組への参画メンバーと意見交換を行い、「この地域の持続可能性を高める」という目的を共有することが重要です。しっかりとしたチームが作れば、このあとご紹介する手順のとおりでなくとも、「ゴール」を定め、「ゴール」に向かう「取組」を決め、「PDCA サイクル」を実現することができると思います。



図表 「持続可能な観光地づくり」でやっていくこと【再掲】

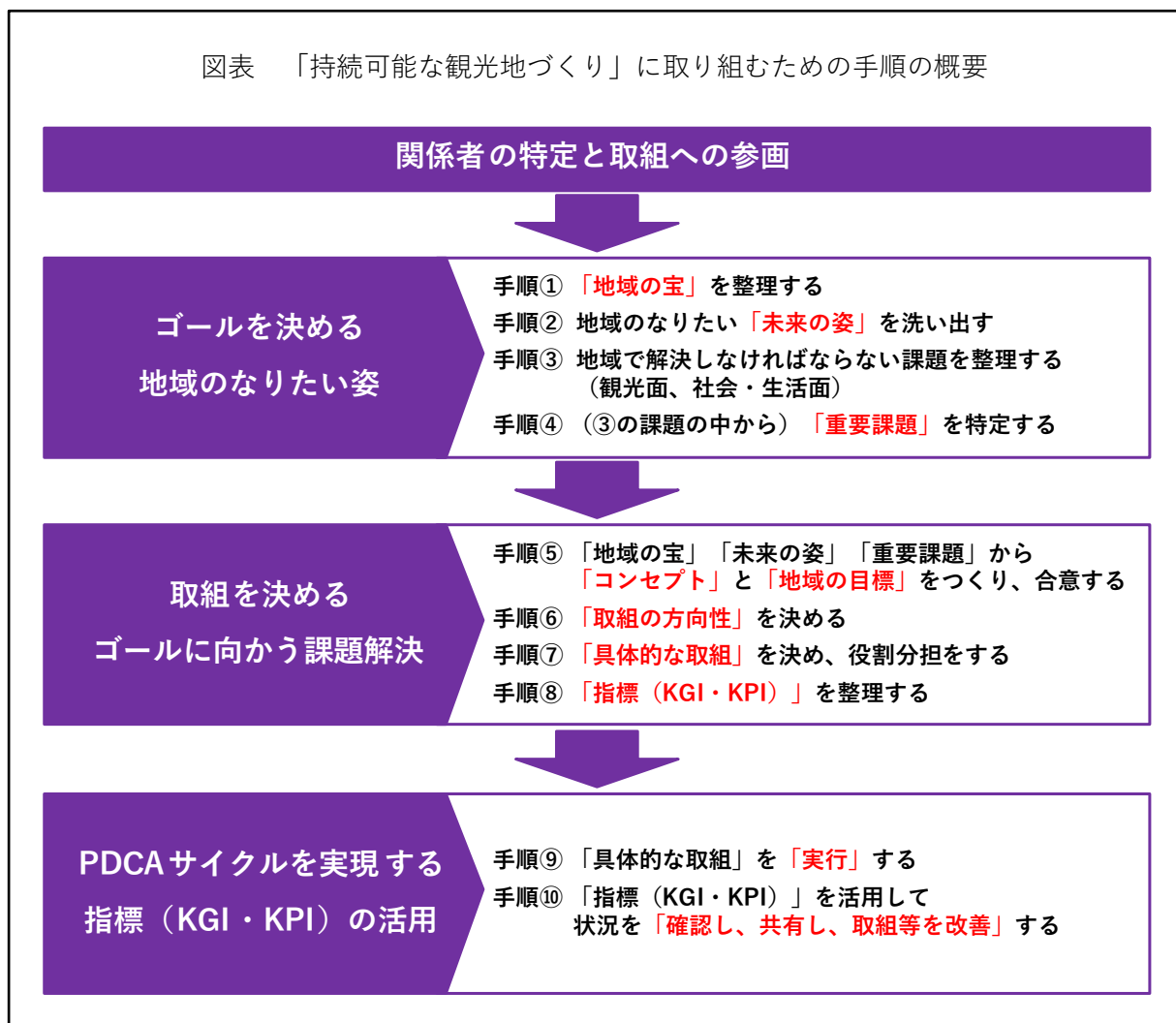


3.2 取り組むための手順の概要

「持続可能な観光地づくり」に取り組むための手順の概要を示します。まず、取組の当初に関係者を集め、取組の意義や必要性を伝え、自分事として参加していただくことが重要となります。

その後、下図の①~⑩の手順で取組を進めます。

ここでは、手順におけるキーワード（赤字で表記）を確認してください。「**ゴールを決める**」では、「**地域の宝**」「**未来の姿**」「**重要課題**」を決めることが必要です。次の「**取組を決める**」では、「**コンセプト**」「**地域の目標**」「**取組の方向性**」「**具体的な取組**」「**指標（KGI・KPI）**」の5つを決めます。最後の「**PDCA サイクルを実現する**」では、「**実行**」することと、「**確認し、共有し、取組等を改善**」することが重要です。



3.3 ゴールを決める

「持続可能な観光地づくり」は参画メンバーとの対話によって進めていきます。行政やDMOの皆さんが「ゴール」や取組の決定に深くかかわることは重要ですが、地域の実情に沿ったものでなくてはならず、そのためには地域の実情をよく知る参画メンバーと一緒に「ゴール」を決め、取組を決めることが必要です。

参画メンバーと一緒に「**地域の宝**」とは何かを再発見・整理し、その上で、10年後、また、100年後にどんな地域になりたいかを議論してもらい、「**未来の姿**」をまとめます。

さらに、地域の観光面や社会・生活面での課題を洗い出し、「**未来の姿**」を実現するために解決が必要な「**重要課題**」を特定します。

手順① 「**地域の宝**」を整理する

観光は、「國の光を観る」、言い換えれば「**地域の宝**」を見に行く、あるいは見てもらうものである、という語源を持ちます。

「持続可能な観光地づくり」では、この原点に戻り、改めて、「**地域の宝**」を探すことから始めます。これまでも地域の観光情報は、ウェブサイトやパンフレットにまとめられていることでしょう。しかし、それだけでしょうか。

農業遺産、料理やシェフの情報はどうでしょうか。文化資源や物語、地域独自の地場産品や風景や自然環境、日常生活そのものも「**地域の宝**」かも知れません。

観光以外の部署の情報も集めて観光資源を幅広く整理して、参画メンバーに提示します。その上で、地域を最も知っている参画メンバーと一緒に、観光資源だけでなく、幅広く「**地域の宝**」を再整理します。

ワーキンググループ①⁶

【目的】

「地域の宝」の整理

【進め方】

- ・ワーキンググループ実施前に、観光資源を幅広く整理する
- ・整理した観光資源に対する過不足はないか、参画メンバーそれぞれの立場から意見を交わし、「地域の宝」を整理する
- ・「地域の宝」は景観資源や伝統行事、特産品などのテーマごとに整理しておく

⁶ ①～⑧の8段階に分けてワーキンググループを記載しているが、地域の状況に合わせて、同時に実施しても構わない。

手順② 地域のなりたい「未来の姿」を洗い出す

一般的に、観光振興の目標として、観光客数や観光消費額が挙げられることが多いでしょう。宿泊数や雇用者数、観光客満足度などが加わることもあるかも知れません。これらは、地域の姿の経済面、中でも観光が影響する部分についての将来的になりたい姿（を数字で示したもの）と言えます。

しかし、私たちが行っているのは「観光のチカラ」を活用した地域活性化であり、地域の未来づくりです。経済面の観光が影響する部分だけでなく、地域を取り巻く自然環境や地域の社会・生活、文化をどう残し、どう活用していくかを含めた地域の「未来の姿」をつくり、取組の「ゴール」地点として合意することが必要になります。どのような姿が10年後、100年後の地域のあり方としてふさわしいか、どうありたいかを話し合みましょう。

ワーキンググループ②

【目的】

地域のなりたい「未来の姿」の洗い出し

【進め方】

- ・観光振興の観点に限らず、地域のなりたい「未来の姿」を、参画メンバーがそれぞれの立場で自由に議論して洗い出す
- ・「経済」「社会・文化」「環境」の分野やテーマごとに整理しておくとい

【備考】

- ・参画メンバーだけでなく、地域のすべての人に共有しやすいように、具体性を重視する
- ・可能であれば、地域のなりたい「未来の姿」を示す文章や図表などを作る
- ・アピール性の高い文章にするなどの議論や作業は、必要に応じて後で行う



手順③ 地域で解決しなければならない課題を整理する

地域をよく知る参画メンバーが、このままでは地域のなりたい「**未来の姿**」が実現できないと考える理由、それが解決しなければならない課題です（こうした心配がない状態、ひいては地域の人々が地域への誇りを持ち、生きがいを感じられる状態がなりたい「**未来の姿**」と言えます）。したがって、観光振興の観点だけではなく、地域社会としての観点、住民生活の観点も踏まえて一緒に議論しながら課題を探し、整理しましょう。地域が持続しなければ観光の持続はあり得ません。地域の住民がいなくなってしまうこと、産業が廃れていってしまうこと、こうした課題も取り上げる必要があります。

ワーキンググループ③

【目的】

地域で解決しなければならない課題の整理

【進め方】

- ・地域のなりたい「未来の姿」の実現のために解決しなければならない課題について議論する
（例）「こんなことも考えなければ安定的な雇用は実現しない」
「これも解決しなければこの地域の環境は良くなるならない」など
- ・議論の結果として「地域の解決すべき課題」を、「経済」「社会・文化」「環境」の分野やテーマごとに整理して、リストにする

手順④ (③の課題の中から) 「重要課題」を特定する

地域の「**未来の姿**」の裏返しだが、その地域で解決しなければならない課題です。皆さんは、手順③の議論で多様な立場の参画メンバーから出た課題とそれぞれが感じる重要性を踏まえ、課題の整理・統合をし、参画メンバーとの対話を通じて「**重要課題**」を特定しましょう。

ワーキンググループ④

【目的】

「地域の解決すべき課題」の中から、これから解決に取り組む「重要課題」の特定

【進め方】

- ・手順③で作成したリストの各課題に対して、さまざまな視点から議論を行い、「重要課題」を特定し、参画メンバーの合意を得る

【備考】

- ・「重要課題」を特定する際に、参画メンバーがそれぞれ、こういった形で実際の取組に参加できるか感触を確認することや、どのようなことができるか発言してもらうことも有効

3.4 取組を決める

ここでは、課題解決に向けた「**具体的な取組**」を決めます。そのために、そもそもどのような「**コンセプト**」で「**地域の目標**」を実現するのかを明らかにします。次に、参画メンバーと一緒に「**取組の方向性**」を決めます。

また、初期投資が必要なもの・かからないもの（投資の有無）、時間がかかるもの・すぐにできるもの（所要時間）の観点で、取組の優先順位を付け、①**すぐにできて、投資が不要なもの**、②**時間がかかるが、投資が不要なもの**、③**投資が必要なもの**といった整理をしましょう。①はできる人たちがすぐに取り掛かっていく、②はサブプロジェクト等を組織し計画・実行していく、③は観光客の利用料、国の補助金の活用、県・市町村の予算化などで対応していくといったことが考えられます。

その後は、皆さんと必要であれば専門家にも相談し、実際に取り組んでいく「**具体的な取組**」と取組の成果を示す「**指標（KGI・KPI）**」を検討します。そして、その検討案を参画メンバーに示して合意形成をしましょう。

手順⑤ 「地域の宝」「未来の姿」「重要課題」から「**コンセプト**」と「**地域の目標**」をつくり、合意する

地域が「観光のチカラ」で目指す「ゴール」は、定性的な「**コンセプト**」と定量的な「**(数値)目標**」の2本立てで整理すると理解・共有が進みます。

手順①～④でまとめた「**地域の宝**」「**未来の姿**」「**重要課題**」を踏まえ、他地域の事例などを参考にそれぞれの案を作りましょう。その上で、「**コンセプト**」と「**地域の目標**」を話し合っ決定しましょう。

【**コンセプト**】

「**コンセプト**」は、どのような「**地域の宝**」を地域の外に示していくのかを考えることから始めて、そこから描かれる「**未来の姿**」はどのようなものかを検討して作成します。

最終的に「**コンセプト**」は、いくつかの文章によって表すことになると思います。

【**地域の目標**】

「**コンセプト**」を実現するための目標のことです。

「**地域の宝**」を活かす観光とは、誰をお客さんとするのか、どのような観光を提供するのかを考え、その結果として目指す数字（例えば、来訪者数や消費額など）を具体化します。ここで決める指標が「持続可能な観光地づくり」のKGI（Key Goal Indicator：重要目標達成指標）と呼ばれるものになります。

ワーキンググループ⑤

【目的】

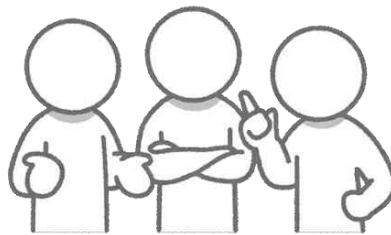
「コンセプト」と「地域の目標」の決定

【進め方】

- ・手順①～④で整理した「地域の宝」「未来の姿」「重要課題」を踏まえて、「コンセプト」と「地域の目標」の案を作成し、参画メンバーと議論し、合意を得る

【備考】

- ・参画メンバーと議論しながら、「コンセプト」と「地域の目標」の案を作成してもよい



手順⑥

「取組の方向性」を決める

課題を解決するための取組にはどのようなものがあるか、参画メンバーからアイデアを集めます。この時は制約をつけずに、簡単にできる取組も、大きな費用が必要な取組も幅広くアイデアを出してもらいます。

行政や DMO の皆さんは、集めたアイデアをどのように整理して優先順位を付けていくか、その考え方を参画メンバーに周知します。多くの場合、自由に活用できる予算がある訳ではないので、費用の大きさを考慮し、効果がすぐにあらわれるものか、それとも数年以上にわたる長期的な取組なのか、といった判断基準で整理していくことになると思います。

ワーキンググループ⑥

【目的】

「取組の方向性」の決定

【進め方】

- ・「重要課題」を解決するための取組について、実施主体や費用、期間などの制約をつけず、参画メンバーから自由にアイデアを出してもらう
- ・集めたアイデアを「具体的な取組」にどのようにつなげるのか、参画メンバーに周知する

手順⑦ 「具体的な取組」を決め、役割分担をする

参画メンバーからのアイデアを参考に実際にどのような「具体的な取組」を行うのか整理します。初期費用が大きな取組については、費用の調達方法や見込みなども検討し、どのようなスケジュールで、どのような体制・役割分担で取組を進めていくかを取りまとめます。それらを参画メンバーに提示し、実施する具体的な取組を最終的に決定します。

ワーキンググループ⑦

【目的】

「具体的な取組」の決定

【進め方】

- ・参画メンバーそれぞれに、自らが主体となって実施できる取組（既に実施しているが他の参画メンバーなどと連携することで拡充できる取組も含む）を持ち寄ってもらい議論する
- ・取組を進めるスケジュール、体制・役割を取りまとめ、「具体的な取組」を決定する

【備考】

- ・この場の議論だけで整理できる内容ではないため、ワーキンググループ開催前にメールなどを利用して、参画メンバーに自らが取り組む内容を整理するよう依頼することや、それぞれの取組状況を共有することも有効



手順⑧ 「指標 (KGI・KPI)」を整理する

具体的な取組を実行しても、直接的に「持続可能な観光地づくり」のKGIが実現するとは限りません。それぞれの取組が達成されていくことでKGIが改善していくといった段階的な関係を持つことが一般的です。

この途中段階の指標をKPIと言います。前述のように、地域におけるKGIが来訪者数であったならば、地域の認知度はKPIです。このように、今後の「地域の目標」と「取組の成果」の達成度を示すKGI、KPIの二種類の指標を整理します。

なお、特にKPIはこまめに確認できるほうが良いので、収集が容易であることが必要です。参画メンバーの日常的な活動や事業活動などを通じて集められる指標であれば、取組の成果が実感を持つものとなるので、より望ましいと言えます。

ワーキンググループ⑧

【目的】

「指標（KGI・KPI）」の決定

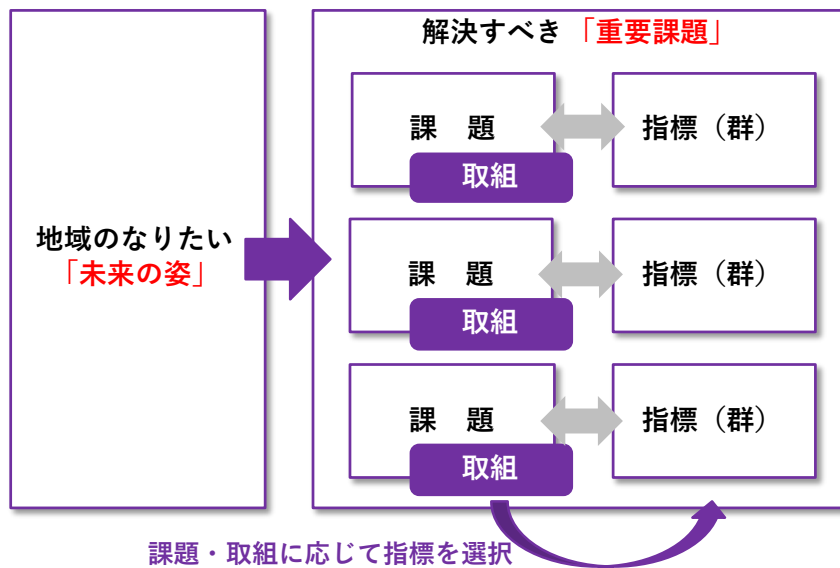
【進め方】

- ・ 基本的には、課題から遡って必要な指標を考察し、すでに他の取組で活用されている指標や、参画メンバーが独自に持つ指標（あるいは取得可能な指標）の中から、条件に合うものを持ち寄り、検討する
- ・ 専門家の協力を得ることがベストなので、可能であれば、できるだけ早い段階で協力を依頼し、指標のリストアップの方法についてもアドバイスをもらう

【備考】

- ・ 参画メンバーの意向を十分に把握しているなど、イニシアティブをとって指標を決定できる場合は、必ずしもワーキンググループを開催する必要はない

図表 課題・取組に応じて指標を選択



（出所）『観光を活用した持続可能な地域経営の手引き』
（一般財団法人運輸総合研究所、UNWTO 駐日事務所発行）を基に作成

ここまでの内容を整理すると、取組の「ゴール」（「コンセプト」、「地域の目標」）、そして、そこに向かうための「戦略・戦術」（取組の方向性、具体的な取組と KGI・KPI）がまとまります。

これは、地域の「持続可能な観光地づくり戦略」と言えます。参画メンバーに提示し、確認してもらいましょう。PDCA サイクルの“P”ができたことになります。

3.5 PDCA サイクルを実現する

手順⑦で整理した内容に基づき、「具体的な取組」を「**実行**」します。そして、定期的に、取組の進捗、KGI・KPIの変化によって「**状況を確認し、共有し、取組等を改善**」します。

手順⑨ 「具体的な取組」を「**実行**」する

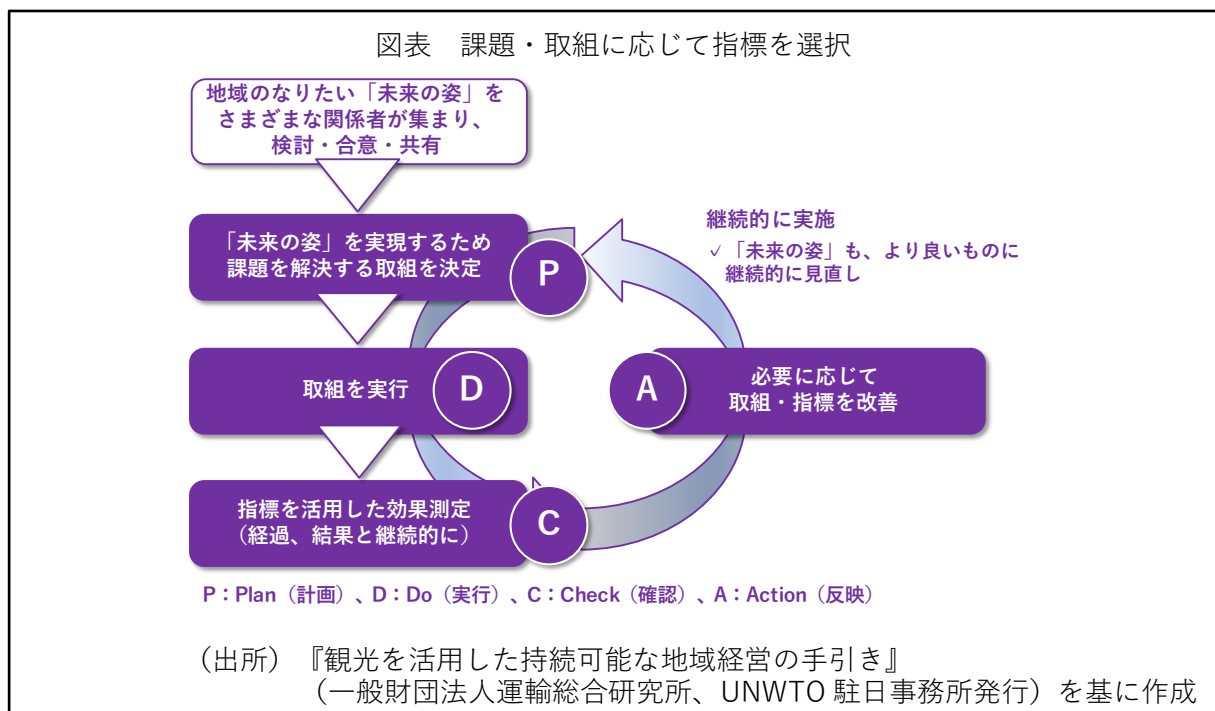
「具体的な取組」を「**実行**」していきます。皆さんは、それぞれの取組の実行・運営を適宜支援していくことになります。

手順⑩ 「指標（KGI・KPI）」を活用して、状況を「**確認し、共有し、取組等を改善**」する

定期的に参画メンバーとの会合を持ち、取組の進捗、KGI・KPIの変化を確認・共有し、必要に応じて手順⑦に戻って、取組の見直し等を行います（PDCAサイクルの実現）。

また、こうしたモニタリング結果は「持続可能な観光地づくり戦略」と共に定期的に公表し、地域の関係者、住民で共有していくことも重要です。

このように、「持続可能な観光地づくり」を行うことを地域に働きかけ、手順①～⑩によって参画メンバーと一緒に取り組んでいきます。この取組を将来にわたり持続可能なものとするためには、継続的に取り組んでいくことが必要です。そのことにより、自分たちの地域が10年後・100年後まで発展し、住民の皆さんが地域に対する誇りを持つことができることへの礎となります。皆さんは「持続可能な観光地づくり」が地域で自立・自走的に行われることを目標にしなければなりません。



4 奈良県での事例

4.1 Yamanobe Project

奈良県（観光局ならの観光力向上課）では、「持続可能な観光地づくり」を実践すべく、2021年度に Yamanobe Project（以下「本プロジェクト」という。）を立ち上げ、天理市、桜井市をはじめとした地域内外の参画メンバーと「持続可能な観光地づくり」に取り組んでいます。

【プロジェクトの対象と実施状況】

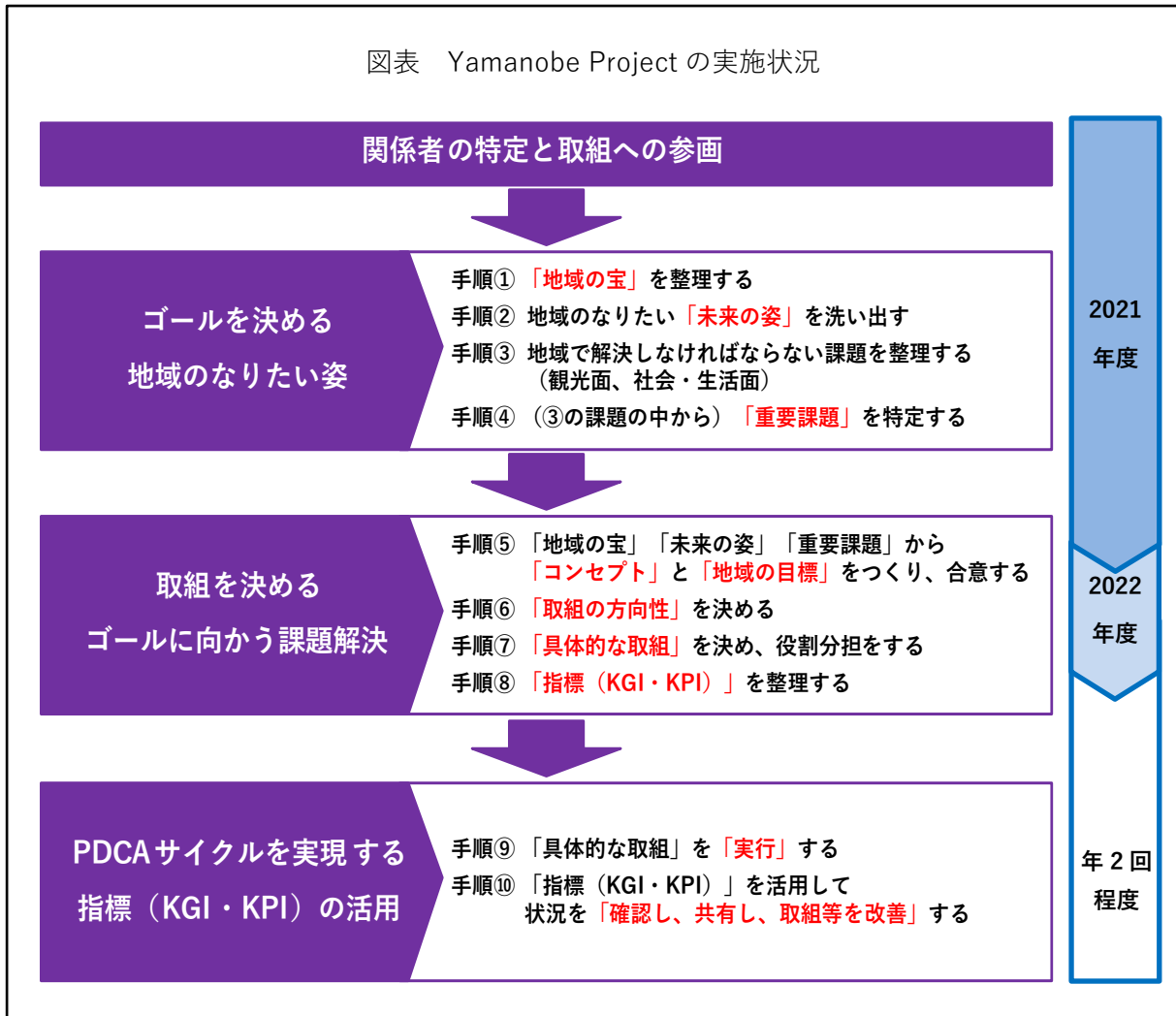
本プロジェクトは、天理市・桜井市にまたがる「山の辺の道」エリアを地理的範囲としています。本書の取組手順の従い、2021、2022年度で、手順⑦「**具体的な取組**」を決め、役割分担をするまでの議論を進めました。2023年度からは、手順⑧「**指標（KGI・KPI）**」を整理、手順⑨「**具体的な取組**」を「**実行**」し、年2回程度のプロジェクトミーティングを開催し、PDCA サイクルを実現していきます（⑩「**指標（KGI・KPI）**」を活用して状況を「**確認し、共有し、取組等を改善**」する）。複数の取組の実施が想定されますが、規模の大きな取組はサブプロジェクトとして取り組んでいく予定です。

図表 Yamanobe Project の対象エリア



(出所) 奈良県資料

図表 Yamanobe Project の実施状況



【関係者の特定と取組への参画】

天理市・桜井市と相談の上、本プロジェクト関係者として、両市で活動する事業者、ボランティア団体、大学等に声掛けを行いました。

参画いただいたのは、商店街組合、観光農園、山の辺の道の中心施設であるトレイルセンター、大学、大学附属博物館、農家、神社、ボランティアガイドの会（天理市、桜井市）、みかん狩り組合、古墳景観保全会、素麺工業組合、美術館、飲食事業者と多様なメンバーとなりました。また、ほとんどのメンバーが「山の辺の道」エリアに居住する住民でもあります。

第1回プロジェクトミーティングでは、観光地づくりを支援する団体として、大手交通事業者、地域連携 DMO にも参加していただきました。

手順① 「地域の宝」を整理する

本プロジェクトで整理した「山の辺の道」エリアの「地域の宝」の一部をご紹介します。

【観光資源、拠点】

すでに来訪者を集めている魅力として、景観豊かなトレッキングルート、その周辺に多数存在する由緒ある寺社仏閣（大神神社、石上神宮など）、崇神天皇陵や箸墓などの著名な古墳があります。また、2022年3月、天理市に「なら歴史芸術文化村」がオープンしました。

トレッキング来訪者の拠点となっている天理市トレイルセンターや心地よい自然の中でのみかん狩りも重要な「地域の宝」です。さらには、博物館や美術館、大規模な宗教施設も重要な「地域の宝」です。

【景観資源】

田畑や農家などが織りなす素朴な風景、歩いていくに連れて、また、時間帯が変わるに連れて様々な表情を見せる景色、足元の花々や小川も重要な「地域の宝」です。山の辺の道からの眺望、奈良盆地から生駒山までを一望できることや夕日・日の入りの情景も魅力的です。また、SNS映えするスポットも点在しています。

【伝統行事、伝承、イベント等】

集落ごとのお祭り、由緒ある寺社仏閣の神事、三輪山信仰を始めとした様々な伝承や昔話も「地域の宝」です。相撲の発祥の地でもあります。また、これらが地域住民の生活の中で息づいていることも重要なポイントです。

【特産品、産業】

刀根早生柿（発祥の地）、三輪素麺やみかんなどの農産品、日本酒などの特産品が長く受け継がれています。

「山の辺の道」エリアの「地域の宝」

「山の辺の道」エリアの魅力の源泉、ひとつひとつの「地域の宝」の根源となるものは、「日本の始まりの地、日本のこころのふるさと」であること、「日本の原風景が1,800年以上にわたって生活文化の中に残っている」ことです。また、「古墳の全景を見ることができる場所が点在している全国的にも珍しいエリア」、「家内制手工業、伝統産業である三輪素麺づくりの文化」も大きな宝であるとの意見がワーキンググループでは出ました。

手順② 地域のなりたい「未来の姿」を洗い出す

参画メンバーから出た、「山の辺の道」エリアのなりたい「未来の姿」の一部をご紹介します。

「山の辺の道」エリアの地域のなりたい「未来の姿」

- ✓ 風景やそこに住んでいる人が、10年後も100年後も変わらない
- ✓ 地域の特産品や伝統（刀根早生柿や三輪素麺等）が守られている
- ✓ 農業が賑わっている、農業へ若者が参入している
- ✓ もっと若い人が来訪している、若い人も行きたくなる目的地になっている
- ✓ 子供達ももっと来訪してくれるエリアになっている
- ✓ 地域も来訪者も、みんなで「山の辺の道」をタカラにしようという共有認識がある
- ✓ 来訪者の「観光のチカラ」が地域課題に循環している
- ✓ 地域の人同士、地域と来訪者が繋がりを感じられる場所がある
- ✓ 地域の人が「山の辺の道」の魅力を認知して郷土愛を持っている
- ✓ 地域の人同士で、何をすべきか議論し、賑わっている

手順③ 地域で解決しなければならない課題を整理する

手順④ (③の課題の中から) 「重要課題」を特定する

「山の辺の道」エリアの課題について、観光面、社会・生活面に分けて、その一部をご紹介します。参画メンバーが考える特に重要なものを地域の「重要課題」として特定しました。

【観光面の課題】

① 来訪者の利便性についての課題

来訪者のニーズに即した受入環境整備が課題です。

- ✓ トイレや休憩所、案内板の更なる整備
- ✓ 公共交通のアクセスポイント（鉄道駅）や鉄道情報の案内の充実に向けた取組

② 収益性についての課題

来訪者の多くがトレッキング利用であることに対応した取組が必要です。

- ✓ 消費促進の仕組みづくり
- ✓ 新たな来訪者層の獲得とそのための従来とは異なるチャンネルでの誘客

③ 景観維持についての課題

「山の辺の道」エリアの魅力の多くが、エリア内、また、周辺の日本の原風景と言える景観の維持を前提としています。

- ✓ 耕作放棄地への対応（利活用、維持管理の仕組み、耕作放棄地の拡大防止等）

④ 「地域の宝」の認知についての課題

「山の辺の道」エリアそのものの認知向上が不可欠です。

- ✓ 市場別（大阪などの近郊、東京などの国内、インバウンド）に訴求できるブランドの確立

【社会・生活面の課題】

① 農家、素麺製造者の継承についての課題

「山の辺の道」エリアの農家の継ぎ手不足により、耕作放棄地や空き家が発生し、景観に影響を与えているほか、住民の減少や高齢化により、清掃や草刈りなどのボランティア活動も持続可能性が危ぶまれています。収入の増加や大学と連携した人材供給などの農家継承策、農家減少に対応した新しい景観保全活動やその仕組みが必要です。また、「山の辺の道」エリアは小規模な農家や素麺製造業者、飲食事業者も小規模な事業者が多く、事業のネットワークを通じた人的交流や誘客が盛んとは言えません。地域づくりにおける外力の活用、更には誘客促進のためには、地域の関係者が連携した商品開発や発信などが必要です。

② 人口減少、流出についての課題

農家、素麺製造者の継承がうまく行かない要因のひとつが収入の安定性や水準にあります。これら業種に限らず、地域全体で安定的な収入を得ることが人口減少や流出に対応するために必要です。既存産業が生み出す産品、商品の高付加価値化、また、これまでになかった新たな地域としての商品開発が求められます。このとき、新たな商品やサービスの購買ターゲットを域外の方々とすることが考えられます。来訪者による消費の促進、また、既存の商品を域外から継続的に購買している方々に対するクロスセル（他の商品・サービスについても購買を誘うこと。例えば、定期的に柿の通信販売を利用している方々に柿ジャムなど、他の関連商品をお薦めする、あるいは、来訪を促すなど）の仕組みをつくることも重要です。

「山の辺の道」エリアの「重要課題」

- ✓ 景観保全
- ✓ 観光客受入体制の整備
- ✓ 参加型体験型観光コンテンツの整備
- ✓ 情報発信（手段）の整備
- ✓ 観光のチカラが地域に循環する仕組みづくり
- ✓ 地元産業の担い手確保
- ✓ 地元住民への意識啓発

手順⑤ 「地域の宝」「未来の姿」「重要課題」から「コンセプト」と「地域の目標」をつくり、合意する

これまでのワーキンググループで出た意見などを基に事務局（県、天理市、桜井市）で「コンセプト」案を作成し、参画メンバーと議論しました。

「山の辺の道」エリアの「コンセプト」案

「観光のチカラ」でみんなが繋がる。

ここは日本の始まりの地。

日本人の心の中にある原風景と 1800 年にわたって受け継がれてきた歴史・生活文化・産業が根付く。

その本物の体験を通じて、来訪者が癒され元気になり、地域も一緒に豊かになっていく。

そんな来訪者にも地域にも愛される山の辺の道の日常を、一緒に守り、10 年後 100 年後に受け継いでいく。

手順⑥ 「取組の方向性」を決める

手順⑦ 「具体的な取組」を決め、役割分担をする

「重要課題」解決に向けた「具体的な取組」の決定に当たっては、参画メンバーそれぞれが既にやっている取組、これからやろうとしている取組、やりたいと思っている取組のうち、地域内外の人と連携して推進していきたい、または連携した方が上手くいく取組について、時間軸別（すぐ取り組める、来年に向けて取り組める、少し時間がかかる・アイデアベース）に意見を出してもらいました。それらを絞り込んで決定した「具体的な取組」の一部をご紹介します。

【すぐ取り組める、来年に向けて取り組める】

- ✓ 第2のふるさとづくり推進
- ✓ 既存イベントの広がりづくり
- ✓ 神社での参加型・体験型コンテンツ
- ✓ 来訪者に対する地域の特産品ブランドの認知向上

【少し時間がかかる・アイデアベース】

- ✓ タクシー、バス等公共交通機関との連携
- ✓ 農業や地元産業を通じた旅行コンテンツの造成
- ✓ ホームページ、ポータルサイトの作成

4.2 「持続可能な観光地づくり」説明会

奈良県（観光局ならの観光力向上課）では、県内での「持続可能な観光地づくり」の機運醸成のため、行政、DMO、観光関連事業者などを対象に、2022年6月に「持続可能な観光地づくり」説明会を開催しました。

事前に行ったアンケートでは、参加者の約4割がすでに「持続可能な観光地づくり」に取り組んでいると回答した一方で、約5割がその必要は感じるが取り組み方が分からないと回答しました。これらを踏まえて、持続可能な観光の重要性や国内外の事例について説明を行い、「持続可能な観光地づくり」に具体的なイメージを持っていただきました⁷。

説明会後のアンケートでは、奈良県・UNWTO 駐日事務所と連携して「持続可能な観光づくり」に取り組むたいと約8割が回答しました。

⁷ 講演内容については、以下を参照。

⇒ 「持続可能な観光の重要性とトレンド、世界での事例紹介」
（UNWTO 駐日事務所 国際部 石崎雄久 部長補佐）



⇒ 「持続可能な観光地づくりとは何か？ 国内での実践事例紹介」
（本田屋本店有限公司 本田勝之助 代表取締役社長）



「持続可能な観光地づくり」説明会では、コロナ禍前後で大きく変化する社会の中で、どのようなことに気を付けて「持続な観光地づくり」に取り組んでいけばよいのか、実践事例も交えて本田屋本店有限会社の**本田勝之助**さんにご講演いただきました。

本田屋本店有限会社 **本田勝之助** 代表取締役社長



福島県会津若松市生まれ。早稲田大学政治経済学部卒業。地域を経営するという視点で、会津地方や福島県内を中心に、日本各地の食やモノづくりのプロデュース、ならびに伝統産業、観光、IoT活用による地域多領域の振興、都市ブランド戦略のコンサルティング事業を展開している。

総務省：地域再生マネージャー

文化庁：日本遺産統括プロデューサー

内閣府：地域活性化伝道師

内閣府：クールジャパン地域プロデューサー

会津地域スマートシティ推進協議会事務局長

コロナ禍で、マスク着用など自由が制限されて、安全が重視されるようになりました。人込みを避けて快適なところを目指す時差分散型になり、集客数ではなく、何回来たのか、何泊したのか、滞在時間の長さを重視するようになってきています。また、例えば奈良の大仏を見るという目的充足型から、奈良で誰に会えたか、友達がいるからまた行こうという交流感動型になります。世界的に訪れる人の成熟度も上がってきていますので、そこで暮らしている人がどう思っているのか、暮らす人のことを考えるようになってきています。

GDP に変わる新たな指標として GDW⁸が提唱されていますが、この背景には、Well-Being（幸福度、幸せ）が科学的、論理的になり、目標の数値に掲げやすくなったことがあります。マーティン・セリグマン博士は Well-Being を高める5つの指標として PERMA⁹を、タル・ベン・シャハー博士は Well-Being を維持する5つの指標として SPIRE¹⁰を提唱しています。

昭和の seeing 観光、平成の doing 観光は一度でいいから来てください、どなたかは知りませんがという交流人口観光でしたが、令和の being 観光は関係人口目的で、一度来ていい人に出会えたのもう一度会いたい、勉強になったので次はもう少しこれを学んでみたいという探求型になります。これらを踏まえた、計画づくりや取組が重要になります。

関係人口化を図っていくためには、「人」を中心にして、その人が地域でお薦めする店、お薦

⁸ Gross Domestic Well-Being（国内総充実）。

⁹ Positive emotion, Engagement, Relationship, Meaning, Accomplishment の頭文字をとったもの。

¹⁰ Spiritual, Physical, Intellectual, Relational, Emotional の頭文字をとったもの。

めしたい人、お薦めするコト、イベント、体験などの情報を編集することが重要です。自分のライフスタイルに合っている人がお薦めする店の方が、何も知らずに探した店よりも、満足度が高くなります。観光情報サイトでは、宿泊や食べ物、歴史などの情報が多い一方で、そこに息づく人たちの情報が少ないですが、また来たいと思う一番の理由は、そこに会いたい人がいることです。福島県会津地域では、その人がどんな人なのかを5つぐらいのキーワードで紹介して、自分に合う人を見つけて、つながれるようにしています。これからは、どれだけ美味しいものがあるかということよりも、どれだけ魅力的な人がいるかという情報を伝えることが重要になります。

また、観光客をおもてなすからと言って、地域の課題を全て解決した上で、綺麗なところを見てもらう必要もありません。関係人口重視ということは、課題と一緒に取り組みたいと思う人が増えているということなので、課題をオープンにして共有すればいいのです。そうすることで、課題も解決されやすくなりますし、お互いに Well-Being が上がります。徳島県神山町では、地震などで壊れた段々畑の石積みを、有料の石積み体験にしています。ありがとう、おかげで直ったという関係から、また来たいと思いますし、石積みについて学べて、身体を動かして気持ちがいいので達成感もあります。PERMA や SPIRE を考えながら、地域課題を解決するメニューを作っていくことが重要です。

「ひと・モノ・カネ」から「ひと・場所・知恵」の時代になりますので、美味しいコーヒーが飲めて、置いてある本を手にとって学べて、地域の人も外の人も集まる「ともば」（友達をつくる場）をつくって、交流が人を呼び、仕事が人を呼ぶような持続的な循環を生むことも重要です。

昭和・平成観光では、大手旅行観光サイトや SNS 会社などに、知恵やデータ、手数料が落ちていました。地域の官、民ができることに限界があり、大手に依存する形になっていましたが、オウンドメディアの時代にもなってきているので、地域で力を合わせて共助のモデルを作って、知恵やデータ、手数料が全て地域に落ちるような体制づくりを計画的に進めていくことが重要です。

奈良には歴史的なイメージが強いですが、史産地区のほかに自然地区、市街地区の機能もあって巡回して楽しむことで、暮らしている人も観光客も Well-Being が上がると言われていていますので、自然の良さや街の楽しさもあることを、3つの機能があることを明確に伝える必要があります。また、トレンドや話題性のあるものと組み合わせ、奈良の奥深さへの入口をつくるのが重要です。ガストロノミーの活動は奈良に合っていると感じています。奈良の食と、奥大和 GEO、神舞、発酵人類学などを組み合わせ、化学反応して動かしていくことが持続可能の観点でも重要です。また、瀬戸内や新潟県十日町市のように、見る人に問いを与えるアートとの相性もいいと思います。日本のコンテンツを遡ると奈良に通じますが、歴史的事実として知っただけでは、リピートにつながりませんので、奈良と自分を上手に第三者として掛け合わせていながら、未来の自分が見えてくるような接し方ができる、そのような情報が提供できれば、令和の being 観光、探求型になると思います。

5 これから「持続可能な観光地づくり」に取り組む方へ

「持続可能な観光地づくり」のこれまでの流れと今後の展望に触れた後、取組を進める際に支援してくれる機関や国際的なネットワークを紹介します。

5.1 これからの世界・日本での「持続可能な観光地づくり」の展望

【「持続可能な観光地づくり」のこれまでの流れ】

1.1.2 「持続可能な観光、観光地」とは何かで触れたように、「持続可能な観光地づくり」の取組は、1992年の「第1回環境と開発に関する国連会議」を契機に始まりました。

そして、2004年には20か国60人余の専門家の知見を結集し、この分野における国際的な名著となる「観光地のための持続可能な開発指標・ガイドブック」が発表されました。すなわち、2015年の国連サミットにおけるSDGs（持続可能な開発目標）の発表に先立つこと10年、観光からアプローチする「持続可能な観光地づくり」の形が示されたのです。

その後、2013年に海外でGSTC（Global Sustainable Tourism Council）による観光地向けの持続可能性を示す基準「GSTC-D」が作られ、また同年にEUによる観光指標システム「ETIS（European Tourism Indicators System）」が発表され、地域での導入・実践が始まりました。

図表 「持続可能な観光地づくり」に資する観光指標開発の経緯【再掲】

1992年～ 持続可能な観光指標の開発	国連[第1回環境と開発に関する国際会議]（地球サミット） ▶ 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
2004年 UNWTOによる ガイドブックの発表	UNWTO[観光地のための持続可能な開発指標・ガイドブック]（UNWTOガイドブック） ▶ UNWTO指標の策定 ▶ INSTO（[持続可能な観光地域経営の推進に関する調査検討委員会]）の開始
2013年 GSTCによる 観光地向け基準の発表	GSTC（グローバルサステナブルツーリズム協議会）[GSTC-D] ▶ GSTC[世界規模での持続可能な観光に関する国際基準（産業界版）]（2008年）の観光地版
2013年 EUにおける 観光指標システムの発表	EU[ETIS]（欧州観光指標システム） ▶ 高品質な観光地づくりのため2002年代初頭から検討、約100観光地で試験導入
2015年 持続可能な開発目標 （SDGs）の発表	国連[持続可能な開発のための2030年アジェンダ]（持続可能な開発サミット） ▶ 17の持続可能な開発目標と169の項目
2017年 開発のための持続可能な 観光国際年	国連[観光によるSDGs達成に向けた貢献]（チェンドウ（成都市）宣言） ▶ 17の持続可能な開発目標に対するCSRの推進、ならびに合致した指標の適用
2020年 観光庁における持続可能な 観光ガイドラインの発表	観光庁・UNWTO駐日事務所[日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）] ▶ GSTC-Dに準拠

（出所）『観光を活用した持続可能な地域経営の手引き』

日本でも、2015年ごろから訪日外国人旅行者が急激に増え始め、一部観光地における混雑やマナー違反などのいわゆる「オーバーツーリズム」が問題化しました。こうしたことを背景に、「持続可能な観光」への関心が高まり、2018年に観光庁は「持続可能な観光推進本部」を設置。国内の観光地の実態把握調査や今後の取組の方向性についての検討を進めてきました。

その成果の一つとして、2019年に観光庁が「持続可能な観光先進国に向けて」を公表。今後の取組の方向性として、「各自治体や観光地づくり法人（DMO）が多面的な現状把握の結果に基づき「持続可能な観光地づくり」を行うよう、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」ことが打ち出されました。

また、同年開催されたG20北海道倶知安観光大臣会合では、観光が世界の経済成長をけん引し、SDGs（持続可能な開発目標）の達成に貢献することを確認し、観光客と地域社会の双方に恩恵をもたらす「持続可能な観光地づくり」の推進などを盛り込んだ「G20北海道倶知安観光大臣会合宣言」が採択されました。附属書2「観光の強靱性向上に関する行動」の合意を受けて、日本は「観光危機管理・復興イニシアティブ」において、G20各国に日本が蓄積する観光と危機管理に関する知見と経験を共有し、各国の取組を促進することも発表しました。

2020年には「GSTC-D」に準拠する日本版持続可能な観光ガイドライン「JSTS-D」が発表され、観光庁によって、モデル地区での実践などを通じた普及活動が進められています。

【「持続可能な観光地づくり」のこれからの展望】

一方、2020年当初から世界はコロナ禍に見舞われました。それまで大きく伸びていた国際観光はもとより、日本国内の観光についてもコロナ禍の打撃は大きく、復活への模索が続けられています。

UNWTOは2020年6月に「ツーリズムの再始動（Restarting Tourism）」事務局長声明を発表しています。そこでのポイントが「イノベーション」と「サステナビリティ」です。コロナ禍後に目指すべき方向性は人々と地球のためになるツーリズムであり、旅行者に対しても、「これから旅行する人には、自分の選択によって、世界をポジティブに変えることができるということを意識してほしい」としています。

また、UNWTOの主導により、2021年11月4日に観光における気候変動対策に関するグラスゴー宣言が、国連気候変動枠組条約第26回締約国会議（COP26）で発表されました。

この宣言は、観光セクターが観光分野における気候変動対策を加速し、今後10年間で観光分野での二酸化炭素（CO₂）排出量を半減させ、2050年までに「ネット・ゼロエミッション」を達成するための強力な行動をコミットすることを目的にしたものです。締約団体は署名してから12か月以内に気候変動対策に関する計画を策定、更新し、同計画に沿って順次、実施への取組が必要です。2022年4月22日公表分では世界で500団体以上が署名しています。一方で、日本からは、

北海道ニセコ町、一般社団法人 JARTA（持続可能な観光を支援する団体）、春陽荘（淡路島の宿泊施設）のわずか3団体（2022年3月現在）の署名にとどまっています。

さらに、2022年12月19日に国連生物多様性条約第15回締約国会議（COP15）において、生物多様性の観点から、2030年までに地球上の陸域、海洋・沿岸域、内陸水域の30%を保護する（30by30）という合意がされました。

5.2 持続可能なテーマ型観光の推進

ここでは、地域の魅力（資源、宝）を観光コンテンツとして磨き上げ、観光資源として活用していくにあたって、代表的なテーマ型観光をご紹介します。

5.2.1 ガストロノミーツーリズム

2022年12月、日本で初めて奈良県で、UNWTO ガストロノミーツーリズム世界フォーラムが開催されました。UNWTO とバスク・カリナリー・センター（BCC）が主催するこのフォーラムは、ガストロノミーツーリズムの普及のため、2015年以降、毎年開催されているものです。

ガストロノミーツーリズムとは、「その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズム」と定義されています¹¹。地域の自然環境や農業、文化との関係が深く、誰もが参画することができて、人々の健康や幸福にも貢献するといった特長を有しており、「持続可能な観光」を実現する有効な手段になります。

UNWTO の調査によると、近年は観光名所を訪問することと同じくらい、訪問先で郷土料理を楽しむことを通じて、地域のライフスタイル・文化を味わい、体験することを重視する観光客が増えています。これらの観光客は、本物志向が強く、平均以上に消費するという傾向もあります。

「食」は地域に由来する歴史的・文化的背景が育んだものが多く、地域の特色を出しやすいコンテンツであり、旅の大きな楽しみでもあります。観光庁の調査（訪日外国人消費動向調査、2017年）においても、訪日外国人が期待することの1位が「日本食を食べること」、6位が「日本の酒を飲むこと」となっています。

積極的にガストロノミーツーリズムの取組を行っている自治体も多く、その優良事例などをまとめた「Gastronomy Tourism – The Case of Japan」が2019年に発表されています。この調査では、基礎自治体1,741団体（回収数584）へのアンケート調査により、日本ではガストロノミーツーリズムに関する試みは、観光振興よりも、「持続可能な地域づくり」や「農業との連携」という観点から、総合的に取り組まれていること、また、官民連携についても、海外よりも積極的に取り組まれていることが明らかになっています。

なお、ガストロノミーツーリズムが重視される理由として、①地域の差別化がしやすい、②訪問者に新たな価値観・体験を与えられる、③観光資源が乏しい地域でも始められる、④ストーリーを語りやすい、⑤再訪意識を促進するという点が挙げられています。

¹¹ 公益社団法人日本観光振興協会、株式会社ぐるなび、UNWTO 駐日事務所『我が国のガストロノミーツーリズムに関する調査報告』

2022年12月12日～15日、「人と地球のためのガストロノミーツーリズム：革新し、活躍を推進して、維持する」をテーマに、第7回 UNWTO ガストロノミーツーリズム世界フォーラムが開催され、奈良県に国内外の専門家が集まりました。持続可能な社会の発展、価値ある資源としての食材利用、女性や若者の活躍の推進、人材育成におけるガストロノミーツーリズムの役割などに着目したこのフォーラムに、約30か国450人以上が参加しました（オンライン参加は約125か国1,000人以上）。

奈良県、関西、そして日本のガストロノミーツーリズムの多様性、先進性を世界に発信する機会となったとともに、日本はもとより世界の人々が持続可能なガストロノミーツーリズムに関するベストプラクティスを学び、新たな知見を共有する機会になりました。今後の奈良県におけるガストロノミーツーリズムの推進、深化に、世界中が注目しています。

【13日 開会式、基調講演、セッション1～3】

ガストロノミーツーリズムが女性や若者のエンパワーメントを促進する手段として機能するため、より良い労働条件を提供し、人材を惹きつけ、維持する取組の必要性が強調されました。また、資源の持続可能な利用、地元の特産品やノウハウの促進、責任ある消費を保証するガストロノミーツーリズムの戦略と実践をデザインする最良の方法にも焦点が当てられました。



さらに、より持続可能な世界の食料システムを支える手段として、食品廃棄物の削減の必要性が強調されました。国連世界観光機関（UNWTO）は、一貫した行動を可能にし、循環性を強化するために、One Planet Sustainable Tourism Programme の枠組みの中で開発された、「Global Roadmap for Food Waste Reduction in the Tourism Sector」の公開協議を開始しました。

【14日 フィールドワーク、総括・閉会式】

参加者は、グループに分かれて、奈良県内各地（ならの食と農の魅力創造国際大学校（NAFIC）、なら歴史芸術文化村、大神神社、酒蔵、茶園、いちご農園など）で様々な体験や見学を行い、奈良県の食材・習慣・伝統・歴史、そして食文化に触れました。

【15日 エクスカーション】※海外参加者のみ

発酵文化の体験（田原本町）、慈光院での精進料理、薬師寺の食堂特別拝観、ならまち散策、ミシュラン星付きレストランでの昼食など、海外参加者は日帰りツアーを楽しみました。

5.2.2 アドベンチャーツーリズム

アドベンチャーツーリズムを推進する世界最大規模の団体である Adventure Travel Trade Association (ATTA) は、アドベンチャーツーリズムを「アクティビティ、自然、異文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行」と定義しています。

アドベンチャーツーリズムの旅行者は、地域独自の自然や地域のありのまま文化を、地域の人とともに体験し、旅行を通じて自分自身の変化や視野の拡大、学びなどを得ることを目的としており、滞在期間も長く、用具や装備などにもこだわることから、経済波及効果が高いと言われていいます。地域の雇用を創出したり、ガイドや通訳に地域の人々の伝統的な知識を活用したりと、様々なメリットもあります。

国連環境計画 (UNEP) によると、ほとんどのオールインクルーシブのマストツーリズム・パッケージツアーでは、旅行者の支出のうち約 20%しか地域の企業や労働者などに循環しない一方で、アドベンチャーツーリズムでは約 65%が地域に循環すると推定されています。また、手つかずの自然環境や意味のある文化的体験がなければ旅行者が他の地域に流れてしまうため、アドベンチャーツーリズムを推進することで、持続可能な自然環境の保全にもつながります。

近年は密集を回避した旅行形態も好まれており、自然や文化といった豊富な地域資源を活用し、本質を深く体験・体感できるアドベンチャーツーリズムを推進することは、国内外の旅行者の消費額増加や満足度向上につながることを期待されます。

5.2.3 ヘルスツーリズム

ヘルスツーリズムは、観光立国推進基本計画 (2017 年) で「自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する新しい観光形態」と定義されています。メディカルツーリズムとウェルネスツーリズムを総称したもので、医療的な要素の大きな治療・療養から楽しみの要素が大きなレジャーに近いものまで様々なものが含まれますが、いずれにせよ人々の身体的・精神的健康に貢献するものです。また、対象者も高齢者から子どもまで幅広く、滞在期間も長いため、今後の市場拡大が期待されています。

日本には古から「湯治」の文化もありますが、温泉や自然環境などの地域資源を活かし、宿泊業や飲食業、医薬品メーカーなど幅広い分野と連携することで新たな地域の魅力にもつながります。人々が健康になることで、医療費の抑制も期待できます。

5.3 活用できる組織やネットワーク

「持続可能な観光地づくり」について、いくつもの機関が取組の支援をしています。代表的なものを紹介します。

5.3.1 国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所

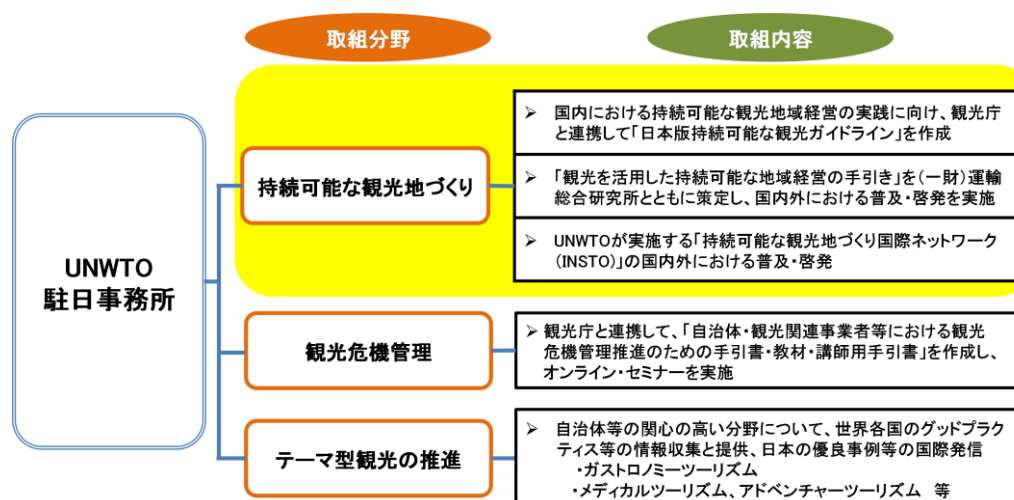
UNWTO 駐日事務所は、観光成長が著しいアジア太平洋地域の観光促進及び同地域間の連携を強化することを目的とし、1995年にUNWTOの唯一の地域事務所として大阪に設立され、2012年に奈良に移転しました。UNWTOの「誰もが参加できる持続可能な責任ある観光の促進」というミッションを踏まえ、UNWTO本部（スペイン・マドリッド）と連携し、観光促進によるマイナスの影響を最小限にしながら、社会経済への貢献を最大にするための持続可能な政策及び実践を奨励しています。観光に関する国際動向及びアジア太平洋地域における「持続可能な観光地づくり」等に関する調査研究を実施するほか、自治体等における「持続可能な観光」の実践に向けた支援・コンサルティングや外部講演、出張講義等を実施しています。

⇒UNWTO 駐日事務所ウェブサイト <https://unwto-ap.org/>



図表 国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所の概要

国連世界観光機関（UNWTO）駐日事務所は、“国内外の有識者と連携し、関係者のニーズに合致した情報提供を行い、我が国において「持続可能な観光」を牽引するセンター機能を果たす”ことを目指しています。



■主な日本語出版物



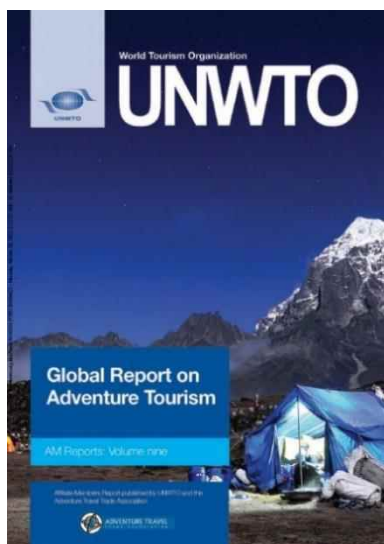
⇒UNWTO 駐日事務所ウェブサイト
UNWTO 刊行物日本語版ページ



ガストロノミーツーリズム発展のためのガイドライン

地域における効果的なガストロノミーツーリズムの発展に向けて考慮すべき点（計画、運営、モニタリング等）や取るべき行動について、実践的な推奨事項を紹介しています。

日本の優良事例を集めた UNWTO 出版物“Gastronomy Tourism-The Case of Japan （2019）”もあります。



アドベンチャーツーリズムに関するグローバルレポート

現在や将来におけるアドベンチャーツーリズムに関する詳細な洞察や世界のトレンド、構造的な知識を提供するレポートです。

アドベンチャーツーリズムにおける官民連携による取組の重要性のほか、アドベンチャーツーリズムの適切な運営と、地域コミュニティの発展に貢献する持続可能かつ倫理的な観光との関連性について説明しています。



ウォーキングツーリズム 地域振興の促進

地域の発展に向けてウォーキングツーリズムが果たす役割に関する推奨事項や世界の優良事例を紹介しています。

九州オルレ（トレッキングコース）、信越トレイル（長野県から新潟県）、ONSEN・ガストロノミーウォーキング（全国）、上山市温泉クオルト（山形県）の事例を掲載しています。

ヘルスツーリズムの考察

UNWTO と欧州旅行委員会が、国際メディカル・トラベルジャーナルからの支援を受けて作成したレポートです。

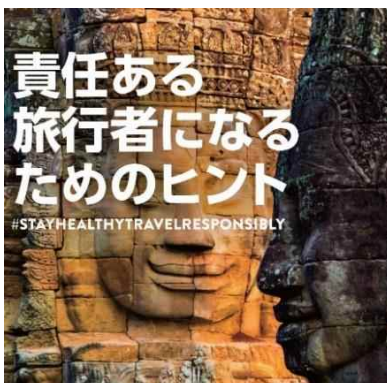
ヘルスツーリズムの概念化を試み、旅行者が健康関連サービスを求める動機を考察するとともに、健康を目的とした旅行に関する分類を初めて試みています。

Exploring Health Tourism



DMO の組織力強化のための UNWTO ガイドライン

本ガイドラインの目的は、それぞれのデスティネーションが主導的役割を果たす組織体を持ち、UNWTO.QUEST 認証を基に DMO の基準や指標となる実効性のある枠組みを設けることの重要性を強調することです。このガイドライン全体を通じて、DMO が企画力、運営力そして組織ガバナンスの向上を図るための提言を示しています。



責任ある旅行者になるためのヒント

観光が旅行者自身、また旅行者を受入れる側にとって価値のあるものにするための、心構えや考えかたのポイントを紹介しています。

5.3.2 国内の活用できる組織やネットワーク

「持続可能な観光地づくり」について、代表的な機関で提供している支援策（「専門家の紹介・派遣」「人材育成」「資金支援（取組への補助等）」「INSTO¹²加入」「国際認証取得」「統計関係」）を紹介します。

（1）観光庁

■専門家の紹介・派遣 ■人材育成

持続可能な観光推進モデル事業を実施しており、選定したモデル地区に対して、人材育成のための研修プログラム実施への支援や地域の取組に対してアドバイスをを行う有識者の派遣などを行っています。

⇒観光庁ウェブサイト <https://www.mlit.go.jp/kankocho/jizokukanou.html>



■資金支援（取組への補助等）

観光庁以外の省庁の事業も含む支援事業（最新の国予算に基づく）が掲載されています。

⇒観光庁ウェブサイト

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankochi/shienmenu.html>



■INSTO 加入 ■国際認証取得

INSTO 加入申請に必要なサポートレターを作成します。

また、国際認証取得については、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS - D）」導入モデル事業を通じて、Green Destinations が実施する「世界の持続的な観光地 TOP100 選」のエントリー支援を行い、モデル地区のうち、2020 年度は 5 地域（ニセコ町、三浦半島観光連絡協議会、白川村、京都市、沖縄県）、2021 年度は 8 地域（那須塩原市、佐渡市、七尾中能登、長良川流域、小豆島町、阿蘇市、与論島、奄美大島）が入賞しました。

■統計関係

観光庁では、各種の「観光統計」を作成し、公表しています。基本的に全国単位の統計となり、地域区分は都道府県単位のものが多いので、自らの地域の状況の位置づけを確認するために用いるものと言えます。なお、統計の個票（個別のデータ）も、観光庁に申請することによって入手可能となる場合があります。個票を入手し、地域分を集計することで、サンプル数の問題はありますが、自らの地域のデータを作成することも可能です。

¹² The UNWTO International Network of Sustainable Tourism Observations（持続可能な観光地づくり国際ネットワーク）。詳細については、P.48 を参照。

<主要な統計>

「旅行・観光消費動向調査」

：日本国内居住者の旅行・観光における消費実態等を調査しています。

「宿泊旅行統計調査」

：わが国の宿泊旅行の実態等を調査しています。

「訪日外国人消費動向調査」

：訪日外国人旅行者の旅行・観光における消費実態等を調査しています。

「共通基準による観光入込客統計」

：「観光入込客統計に関する共通基準」に基づいた都道府県等の入込客に関する調査結果をまとめています。

⇒観光庁ウェブサイト <https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/index.html>



(2) 内閣府

■資金支援（取組への補助等）

地方創生関連の補助事業等も活用できる可能性があります。

⇒内閣府ウェブサイト <https://www.chisou.go.jp/sousei/chihou.html>



(3) 日本政府観光局（JNTO）

■情報発信

JNTO ではオウンドメディアを通じて、サステイナブル・ツーリズムの国内先進事例にあたる取組（岐阜県、釜石市など）を紹介しています。

⇒JNTO 地域インバウンド促進サイト <https://action.jnto.go.jp/>



(4) 各都道府県

■資金支援（取組への補助等）

基礎自治体などをモデル地域とした取組を進めている場合もあります（奈良県など）。直接的な資金援助ではありませんが、こうした取組支援の事業は今後さらに進められると見込まれます。

5.3.3 国際的な組織やネットワーク

「持続可能な観光地づくり」に関する国際的な組織や、持続可能な観光地づくり国際ネットワーク（INSTO）、ベスト・ツーリズム・ビレッジ（BTV）を紹介します。

（1）GSTC

（Global Sustainable Tourism Council：グローバルサステイナブルツーリズム協議会）

■人材育成

年間を通じて STTP（Sustainable Tourism Training Program）を、世界各地またはオンラインで実施しています。研修終了後、試験に合格すると、トレーニング修了者には、Professional Certificate in Sustainable Tourism という修了書が授与されます。



⇒GSTC ウェブサイト <https://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-training/>

■国際認証取得

中央省庁や先進自治体、また、観光 SDGs 支援センター（事務局：一般社団法人地域観光研究所）などの関連民間団体を窓口として、国際認証取得の支援を行っています。



⇒GSTC ウェブサイト <https://www.gstcouncil.org/>

（2）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 Observations

INSTO は UNWTO が組織している世界の指標に基づく観光地づくりに取り組む地域のネットワークです。加入には、「関係者の参画」「持続可能な観光の観点からの指標作成」「モニタリング・評価の継続的实施」が要件となっています。

そのため、INSTO に加入するためのプロセスを実践することで、「持続可能な観光地づくり」の取組がおのずと促進される仕組みとなっています。

また、加入後は海外先進地域との情報交換といった支援策が用意されています。UNWTO の会議等における地域の情報発信も可能で、プロモーションやブランディングなどにもつながり、「持続可能な観光地づくり」の取組をより推進するものとなります。

なお、加入に当たっては UNWTO 駐日事務所の支援を受けることもでき、申請費用は不要です。2023 年 2 月時点で国内の加入地域はまだありません。今後、INSTO 加入を目指すことも、「持続可能な観光地づくり」の取組を加速する材料のひとつとなるでしょう。

⇒UNWTO ウェブサイト

<https://www.unwto.org/sustainable-development/>

[unwto-international-network-of-sustainable-tourism-observatories](https://www.unwto.org/sustainable-development/unwto-international-network-of-sustainable-tourism-observatories)



(3) ベスト・ツーリズム・ビレッジ (BTV) : The Best Tourism Villages

BTV は、2021 年から始まった、観光の強みを活用した地域コミュニティの伝統と文化保全のための表彰制度です。地域からの優良事例を求め、SDGs（持続可能な開発目標）に沿って、地域において新しい形で観光事業を実施する地域を見つけ出す UNWTO の取組です。

初回は、2021 年 12 月の UNWTO 総会で 44 の地域が発表されました。選定地域は BTV の諮問機関によって 9 つの評価分野に基づいて評価されました（選定地域は 100 点満点のうち合計で 80 点以上を獲得）。日本からは**北海道ニセコ町**と**京都府南丹市美山町**が選ばれました。また、BTV の 44 地域以外に、アップグレードプログラムに 20 地域が選定され、日本からは**北海道美瑛町**が選ばれました。

2022 年には、32 地域が BTV に選定され、20 地域がアップグレードプログラム¹³に参加することになりました（日本からは選定なし）。これらの地域は、「UNWTO ベスト・ツーリズム・ビレッジ・ネットワーク」に参加して、国内外の地域との関係構築や相互交流、海外企業との連携の機会などに活用することができます。

<ベスト・ツーリズム・ビレッジ (BTV) の評価分野>

- ・文化・自然資源
- ・文化資源の振興と保全
- ・経済分野の持続可能性
- ・社会分野の持続可能性
- ・環境分野の持続可能性
- ・観光の可能性と発展・バリューチェーン（価値連鎖）の強化
- ・観光分野のガバナンス
- ・アクセス・インフラ
- ・公衆衛生、安心・安全



⇒UNWTO ウェブサイト <https://www.unwto.org/tourism-villages/en/>

¹³ ベスト・ツーリズム・ビレッジの基準を十分に満たしていない地域を対象とするもので、評価過程で不十分であると評価された分野の要素、足りない点を改善するよう、UNWTO などから支援を受けることができる。

奈良県における
「持続可能な観光地づくり」に向けたあり方
~先人から受け継いだ宝を将来につなぐために~

2023年3月改訂



国連世界観光機関
駐日事務所