

SUSTAINABLE サステナブルな観光コンテンツの 実践に向けた事例集 TOURISM

～観光庁「令和4年度サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業」の内容に基づいて～



国土交通省
観光庁

目次

はじめに 003

1. サステナブルな観光コンテンツの実践に向けて

- | | |
|----------------------------------|-----|
| (1) サステナブルツーリズムの重要性 | 005 |
| (2) サステナブルな観光コンテンツの考え方 | 006 |
| (3)「サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業」実施事業一覧 | 010 |

2. サステブルな観光コンテンツの実践のポイント

- | | |
|--------------------------------|-----|
| サステナブルツーリズム推進のための3つの観点と10のポイント | 012 |
| (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供 | |
| A1 地域資源への理解と配慮あるコンテンツ造成 | 013 |
| A2 効果的な提供の方策 | 017 |
| A3 コンテンツ運営の人材・組織づくり | 021 |
| (2) 好循環の仕組みづくり | |
| B1 地域資源の利用と保全を両立する仕組み | 025 |
| B2 地球環境保全への貢献 | 029 |
| B3 経済の循環 | 031 |
| B4 交流の創出・拡大 | 034 |
| (3) サステナブルツーリズムを推進する体制の強化 | |
| C1 推進主体とステークホルダーの明確化 | 036 |
| C2 方針の策定 | 039 |
| C3 意識醸成と人材育成 | 042 |

3. 目標設定

- | | |
|------------------|-----|
| (1) 目標設定についての考え方 | 045 |
| (2) 目標の設定例 | 048 |

4. 事例の紹介

- | | |
|---------------------------------------|-----|
| みちのく潮風トレイルを活用したサステナブル「トレイル&トレイン」ツーリズム | 052 |
| 森林活用保全サイクル確立と自走型観光地経営基盤構築 | 054 |
| サステナブルな観光地・箱根のコンテンツ造成事業 | 056 |
| 地域資源を活用したサステナブルな未来創造事業 | 058 |
| 散居村の保全・活用につなげる「再生型旅行」実証実験 | 060 |
| 松本高山Big Bridge構想ルート実証事業 | 062 |
| 旅行者と創る「参加型ローカルガストロノミー八女」 | 064 |
| 阿蘇カルデラ「草原の王冠」の循環型観光モデル構築 | 066 |
| やんばるの林道等における保全体験コンテンツ造成事業 | 068 |
| 島と友(ゆー)を結ぶローカルサステナブルツアー | 070 |

おわりに 072

観光庁「サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業」で実施した内容に基づき、本事例集を作成しています。

豊かな自然や文化、歴史、生業、食などの
様々な魅力がある日本。
自然と調和しながら生き活きと
人々が暮らす何気ない日常は、
いま世界で注目される持続可能性を体現しており、
この国を訪れる理由の一つになる
大きな魅力を持っています。

各地域に引き継がれてきた魅力を
観光資源として活用し、
同時に、地域に貢献する
プラスの好循環によって、
それらの持続可能性や価値を
さらに高める仕組みを、
観光サービスや地域づくりに実装するなど、
地域を豊かにする持続可能な
観光を推進するための
様々な取組が始まっています。





1 章 FOR PRACTICE OF SUSTAINABLE TOURISM

サステナブルな 観光コンテンツの実践に向けて

1章 (1) サステナブルツーリズムの重要性

サステナブルツーリズムの定義

訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、
現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光

※2004年に国連世界観光機関（UNWTO）により定義

長いコロナ禍の影響も経て、世界的に持続可能な観光（サステナブルツーリズム）に対する配慮や意識がより高まっています。

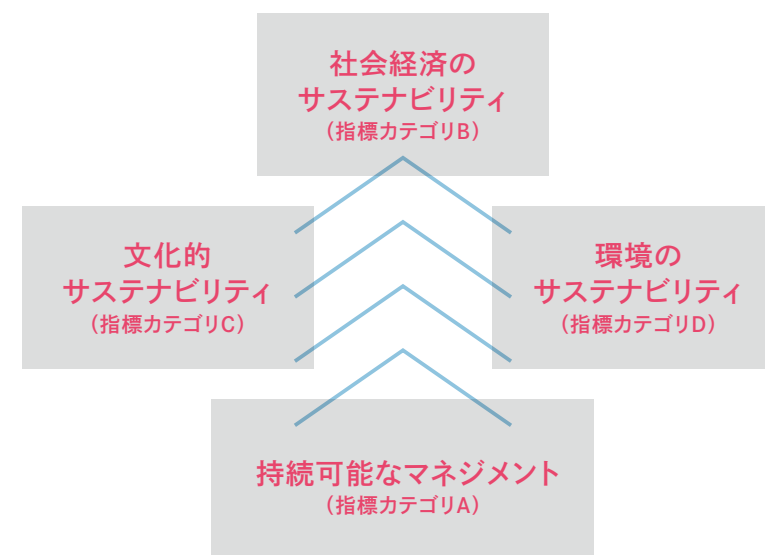
観光庁は、自治体や観光地域づくり法人（DMO）などが持続可能な観光地マネジメントを行えるよう、国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を策定しています。

サステナビリティに関心の高い旅行者は、地域の本質に触れる深い体験価値や、観光を通じた地域への貢献を重視する傾向も強いとされています。

我が国の豊富な地域資源を未来に継承していくためには、旅行者が地域の本質を味わいながら、地域への貢献を実感できる観光コンテンツを造成するとともに、旅行者の観光行動による恩恵を地域の経済・社会・環境へ還元する好循環を加速していくことが重要です。

※日本版持続可能な観光ガイドライン（Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations, JSTS-D）
https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics08_000148.html

本事業が地域の持続可能性向上に貢献するイメージ



日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）の指標カテゴリ

1章 (2) サステナブルな観光コンテンツの考え方

サステナブルな観光コンテンツの実践を通じて目指すこと

観光コンテンツとは地域資源を活用して旅行者に提供する滞在・体験のプログラムやツアーのことを主に指しますが、持続可能な観光の考え方を踏まえて実践することにより、持続可能な観光地経営の進展につなげ、ひいては持続可能な地域づくりそのものに寄与することが重要です。



本事業におけるサステナブルな観光コンテンツの考え方

持続可能なマネジメント体制のもとで 地域資源の観光利用と保全を両立するものであり、それを旅行者に提供することで観光による経済・社会・環境への恩恵を地域に還元し、地域の持続可能性の向上に資する好循環の仕組みづくりにつながることを重要と考えています。

旅行者のニーズや知的好奇心を踏まえ、
地域の本質を味わいながら観光利用と
地域資源の保全を両立する体験等のコンテンツを
造成・提供すること

持続可能なコンテンツを旅行者に提供することで、
観光による経済・社会・環境への恩恵を地域に
還元し、地域の持続可能性の向上に資する
好循環の仕組みづくりを実装すること

地域の価値継承に寄与する
持続可能な観光の実施、
マネジメント体制を強化すること

1章 (2) サステナブルな観光コンテンツの考え方

観光を通じて地域へのプラスの貢献や寄与を生み出す契機としてのコンテンツ

観光には、地域の観光産業への経済効果だけではなく様々な波及効果があります。同時に、環境破壊、交通渋滞や生活環境の劣化など、いわゆるオーバーツーリズム問題は世界各地で見られる現象です。観光は多様なメリットをもたらす反面、地域の社会や環境に多大な負荷をかける可能性もあると言えます。

サステナブルな観光コンテンツに取り組むうえでは、観光のメリットを地域の経済・社会・環境に適した形で最大限に発揮し、旅行者が訪れることによって地域にプラスの影響をもたらすことが重要です。その内容としては、右のようなものを挙げることができますが、これらは相互に関係性が深く、取組を通じて複数の貢献や寄与を実現していくことにもつながります。

地域にこのようなプラスの影響をもたらす「好循環の仕組み」を構築・運用していけるように、関係者が地域の未来像（ビジョン）を共有し、その実現のためにはどのようなステップで、何をすべきか、合意形成を図りながら取り組む必要があります。

地域資源の利用と
保全を両立する

地球環境保全に
貢献できる

地域への貢献や寄与

地域内での
経済的な循環を
生み出す

交流の機会を
創出・拡大する

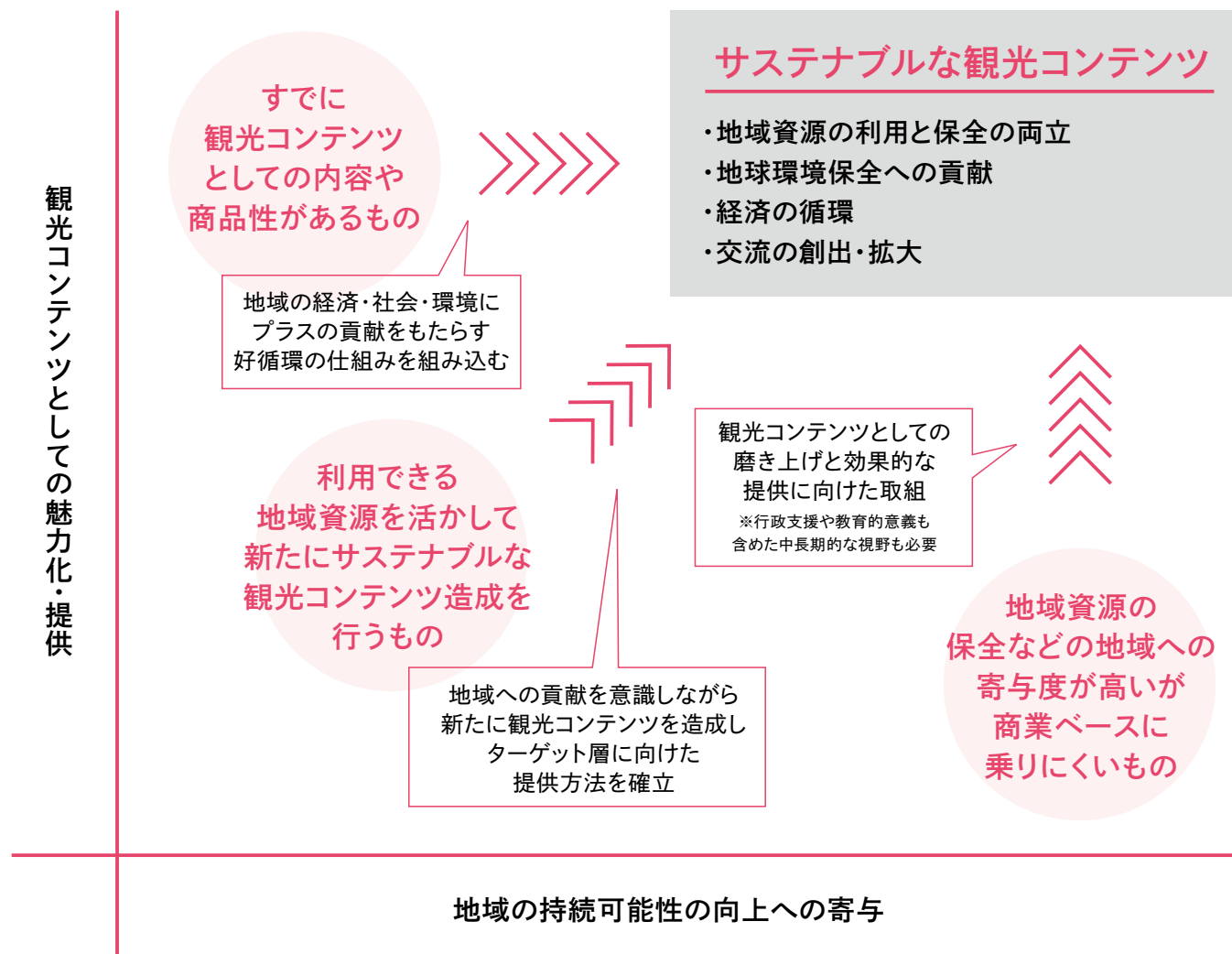
1章 (2) サステナブルな観光コンテンツの考え方

サステナブルな観光コンテンツを実践するには、観光コンテンツとしての魅力化・提供と、地域の持続可能性の向上への寄与、という2つの軸を両立することが大切です。

地域ですでに確立している観光コンテンツに持続可能性の向上の観点を加えることもあれば、利用可能な地域資源をもとに新たな観光コンテンツ造成を行う場合もあります。

また、貴重な自然など保全の重要性が高い地域資源を利用する場合は、商業ベースに乗りにくいことも想定されますが、保全と両立する利用が地域にもたらす寄与が大きいことに留意して、行政支援や教育的意義も含めた取組として考えることも重要です。

地域の特色やコンテンツに応じた進め方



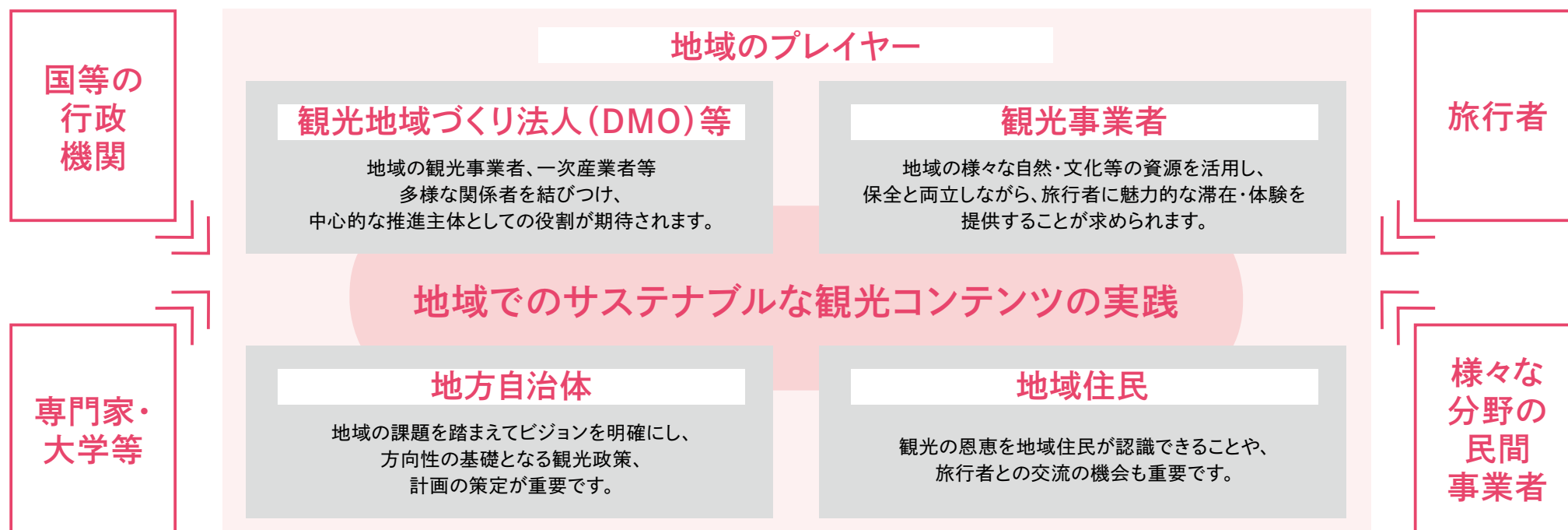
1章 (2) サステナブルな観光コンテンツの考え方

地域内外のさまざまな主体の関わり

サステナブルな観光コンテンツの実践には、多くの関係者の参画が必要です。地域の目的や状況に応じて、観光に直接関わる関係者だけでなく、できるだけ幅広い分野の関係者を巻き込んで官民連携して取り組むことが大切です。

また、外部の専門家や様々な分野の民間事業者との連携、行政による観光支援策の活用も効果的です。そして地域を訪れる旅行者が賛同しその観光消費と行動が、地域にプラスの影響をもたらす関係づくりが重要です。

本事例集は JSTS-Dの内容も踏まえ、サステナブルな観光コンテンツを地域で実践するうえで参考になる内容を、主に観光地域づくり法人(DMO)、観光事業者等の実施関係者に向けた内容として作成しています。



1 章 (3) 「サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業」実施事業一覧

北海道エリア

- 北海道／千歳市 (一社) 国立公園支笏湖運営協議会
国内最高峰のゼロカーボンパーク構築・磨き上げ事業 …P.16
- 北海道／斜里町 (一社) 知床しゃり
知床型環境復元観光／ゴミ拾い海岸トレッキング …P.16
- 北海道／上士幌町 エクストリームアドベンチャーコンシェルジュ
冬期ATコンシェルジュサービス制作 …P.20
- 北海道／弟子屈町 弟子屈町役場
弟子屈町のサステナブルな観光コンテンツ造成・発信事業 …P.43

中部エリア

- 長野県／岐阜県／松本市・高山市 (一社) 松本市アルプス山岳郷
松本高山Big Bridge構想ルート実証事業 …P.38／62
- 岐阜県／岐阜市等 長良川クアパークリゾート推進共同体
「長良川流域クアパークリゾート」づくり事業 …P.15
- 岐阜県／白川村 岐阜県白川村
住民の誇りにつながる白川村観光コンテンツ強化事業 …P.38
- 三重県／伊勢市等 伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会
気候変動を乗り越える！国立公園の新観光資源開発事業 …P.30

近畿エリア

- 京都府／南丹市 (一社) 南丹市美山観光まちづくり協会
都市と地域をつなぎ地域保全を図る相互扶助機能の構築 …P.19
- 兵庫県／丹波篠山市 Mase 丹波篠山
若者の学びと交流のプラットフォーム「里山アカデミー」の開講 …P.35

九州エリア

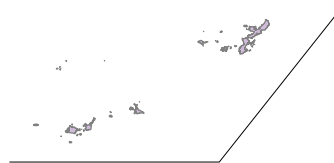
- 福岡県／八女市 (一財) FM 八女
旅行者と創る「参加型ローカルガストロノミー八女」 …P.27／64
- 長崎県／雲仙市 (一社) 雲仙観光局
雲仙での計画策定からの人材育成・コンテンツ実装事業 …P.41
- 熊本県／阿蘇市 阿蘇カルデラツーリズム推進協議会
阿蘇カルデラ「草原の王冠」の循環型観光モデル構築 …P.23／66
- 鹿児島県／鹿児島市等 観光かごしま大キャンペーン推進協議会
サステナブル・ネイチャーフィールド鹿児島 …P.24
- 鹿児島県／南大隅町 (一社) 南大隅町観光協会
観光者と共創：本土最南端のサステナブルライフ …P.30

東北エリア

- 青森県／佐井村 YARAGUSUTO
下北・滞在型アスリート・観光プログラム開発事業 …P.20
- 岩手県／久慈市等 (特非) 久慈広域観光協議会
みちのく潮風トレイルを活用したサステナブル「トレイル&トレイン」ツーリズム …P.28／52
- 山形県／鶴岡市等 磐梯朝日広域周遊促進協議会
磐梯朝日広域周遊 ボルケーノトレイル …P.23

北陸エリア

- 新潟県／佐渡市 相川車座協議会
佐渡金銀山のまち「相川まちごとミュージアム」 …P.33
- 富山県／高岡市等 (一社) 富山県西部観光社 水と匠
散居村の保全・活用につなげる
「再生型旅行」実証実験 …P.28／60
- 福井県／鯖江市等 (一社) SOE
7つの伝統産業が集積する
クラフトツーリズム推進事業 …P.33



- 文化・歴史・生業等の取組
- 国立・国定公園内の取組

関東エリア

- 群馬県／安中市 (一社) 安中市観光機構
台湾と安中を繋ぐ鉄道遺産グローバルサステナブル事業 …P.41
- 埼玉県／飯能市 (一社) 奥むさし飯能観光協会
森林活用保全サイクル確立と自走型観光地経営基盤構築 …P.19／54
- 神奈川県／箱根町 (一財) 箱根町観光協会
サステナブルな観光地・箱根のコンテンツ造成事業 …P.15／56
- 山梨県／北杜市 (一社) ハケ岳ツーリズムマネジメント
地域資源を活用したサステナブルな未来創造事業 …P.38／58

四国エリア

- 高知県／本山町 本山町
子どもにアウトドア文化を！アウトドア教育旅行の誘致 …P.24

沖縄エリア

- 沖縄県／東村等 やんばる「保全と利用」体験型
コンテンツ開発実行委員会
やんばるの林道等における保全体験コンテンツ造成事業 …P.15／68
- 沖縄県／恩納村 瀬良垣ホテルマネジメント(株)
「世界一サンゴにやさしい村・恩納村を巡り、学ぼう！」 …P.16
- 沖縄県／宮古島市 (一社) 宮古島観光協会
島と友(ゆー)を結ぶローカルサステナブルツアー …P.27／70
- 沖縄県／竹富町 竹富町西表島エコツーリズム推進協議会
西表島の海域・海岸域での低負荷型自然体験活動の促進 …P.27

2 章 PRACTICAL KEY POINTS OF SUSTAINABLE TOURISM

サステナブルな観光コンテンツの 実践のポイント



2章 サステナブルツーリズム推進のための3つの観点と10のポイント

地域においてサステナブルな観光コンテンツを強化する取組を行ううえで、重要な3つの観点を整理しました。
「サステナブルツーリズムを推進する体制の強化」を行いながら、「サステナブルな観光コンテンツの造成と提供」を確立し、
賛同する旅行者が地域への貢献・還元に参加できる「好循環の仕組みづくり」に取り組むことが重要です。

3つの観点を取り組むにあたり注力すべき
10のポイントについて紹介します。

A

サステナブルな 観光コンテンツの 造成と提供

- 地域が目指す方針を反映した高付加価値なコンテンツが確立し、提供が自走化する
- 地域の方針に賛同する旅行者が訪れる

- 1 地域資源への理解と配慮あるコンテンツ造成
- 2 効果的な提供の方策
- 3 コンテンツ運営の人材・組織づくり

B

好循環の 仕組みづくり

- 地域の仕組みづくりに賛同する旅行者が参画し、地域への貢献・還元が継続的になされる

- 1 地域資源の利用と保全を両立する仕組み
- 2 地球環境保全への貢献
- 3 経済の循環
- 4 交流の創出・拡大

C

サステナブルツーリズムを 推進する体制の強化

- 観光が地域にもたらすプラスの影響を享受する地域全体の関係者の体制ができ、地域住民の理解が向上する

- 1 推進主体とステークホルダーの明確化
- 2 方針の策定
- 3 意識醸成と人材育成

旅行者と地域の
双方が創る関係旅行者の
ニーズへの対応

A1 地域資源への理解と配慮あるコンテンツ造成

近年、旅行者のサステナブルツーリズムへの関心や参加の意向は高まっています。

観光コンテンツとしては、例えば地域の有形・無形の伝統文化や人々の暮らし、

自然との共生のあり方など地域の本質を体感できるもの、

参加プログラムの収益が地域資源の保全に還元されるもの、

アクティビティ自体が直接的に地域資源の保全に寄与するものなどが挙げられます。

コンテンツ造成にあたっては、旅行者が楽しみながら地域の本質や価値を体感・共有できる内容を、

地域資源の持続可能性に配慮しながら検討していく必要があります。

自然・文化等の地域資源の
本質を感じられるコンテンツ

地域資源の活用と
保全・維持管理を両立した
コンテンツ

地域資源への貢献を旅行者が
実感できるコンテンツ

2章 (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

A1 地域資源への理解と配慮あるコンテンツ造成

自然・文化等の地域資源の 本質を感じられるコンテンツ

コンテンツ造成において、第一に地域にどのような資源があり、その背景や価値、課題を理解すること、地域で大切に守っていききたいものを検討することが重要です。その上で、旅行者が地域資源の魅力や課題などの本質を感じることができる体験を魅力的な観光コンテンツにする必要があります。地域の資源の魅力をインバウンドを含む旅行者の視点で再整理したり、伝統産業の従事者が旅行者に直接語り本質を伝える機会を組み込むなど様々なアプローチがあります。

⇒事例：P.15 (一財)箱根町観光協会／P.15 長良川クアパークリゾート推進共同体

地域資源の活用と 保全・維持管理を両立した コンテンツ

地域資源を活用するだけでなく、資源の持続可能性を向上させ保全・維持管理と両立するような観光コンテンツにすることが重要です。人数や場所の立ち入り制限によりプレミアムな体験として高付加価値化する手法や、旅行者が参加することによるコンテンツの収益の一部を保全金等へ還元する方法もあります。特に脆弱な自然環境などの場合は、資源への負荷を低減する工夫が必要です。旅行者の保全活動への理解や意識向上を図るということも挙げられます。

⇒事例：P.15 やんばる「保全と利用」体験型コンテンツ開発実行委員会／P.16 瀬良垣ホテルマネジメント(株)

地域資源への貢献を旅行者が 実感できるコンテンツ

地域資源の保全や維持管理の活動そのものを観光コンテンツとして造成し、参加する旅行者に地域や資源への貢献を実感してもらう手法もあります。旅行者に楽しんでもらう工夫や仕掛けを備えることで、地域資源の価値を理解する人が増え、人手を要する保全や維持管理の活動に参加してもらうことにつながります。こうした取組や地域の想いに共感してもらえるターゲットをうまく設定し、集客のためのプロモーションを実施することも非常に重要になります。

⇒事例：P.16 (一社)国立公園支笏湖運営協議会／P.16 (一社)知床しゃり

2章 (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

A1 地域資源への理解と配慮あるコンテンツ造成

case 01 (一財)箱根町観光協会 [箱根町]

歴史文化を絡めたコンテンツ (観光ルート)の造成

箱根DMOを中心に箱根における観光資源の網羅調査を実施。箱根の魅力をさらに引き出すエリアを抽出し、地域の資源の棚卸しを行った。

観光ルートは、再整理した観光資源の中からアドベンチャーツーリズムで人気が出そうなハイキングルートとして旧東海道箱根八里の歴史文化と自然を関係づけたコースを造成した。また、インバウンド需要調査のために実施したFAMツアーは、英・独・米籍のアドベンチャーツーリズムに知見のある有識者からツアー内容のフィードバックを得るとともに、紹介記事を掲載してもらうことで情報発信を行うことができ有効であった。FAMツアーの実施は人選が重要であることを再確認した。

今後も、国内外の旅行者の意識に応えると同時に、事業者の意識を醸成し、観光地として箱根の本質を感じられるような魅力を継続的に伝えることができるコンテンツを造成していく。



case 02 長良川クアパークリゾート推進共同体 [岐阜市/他]

地域の伝統と文化を継承する 学びと体験の開発

長良川流域は「世界の持続可能な観光地100選」に選定されており、旅することで元気になるリトリート観光地として通年型、滞在型に進化させ、地域還元型の観光消費額の増加とともに、今後50年、100年と続く、地域の人々にも愛され、活用される持続可能な観光地域を目指している。

既存の人気観光素材に学びと体験、伝統文化継承の要素を加えた商品開発を実施。

具体的には、「宮内庁式部職職匠」に任命されている長良川鵜飼の伝統漁法「鵜飼」をサステナブルな観点から学ぶ体験プログラム、鵜飼観覧の際に、地域特有の「鮎のなれ鮓(発酵食)」「薬膳食」を体験するプログラムを開発した。

また、地域の特性を活かした健康を意識したアクティビティ、環境配慮型文化体験、地域食材を活用したヘルソコンシャスな食体験等を造成した。

今後は、体験コンテンツを複合的かつ通年で提供することで、サステナブルな観光エリアとしてブランディングしていく。



case 03 やんばる「保全と利用」体験型コンテンツ開発実行委員会 [東村/大宜味村/国頭村]

世界自然遺産の森の林道パトロール調査を 柱とした高付加価値コンテンツ

世界自然遺産のやんばるの森の希少種密猟防止のため、住民が主体的に実施してきた「林道パトロール調査」を体感してもらう観光コンテンツを造成することで、保全・維持管理との両立を目指した取組。

従来型の自然観察ツアーとは違い、夜の森で希少野生動植物や星空の観察、漆黒の闇の体験、街の喧騒とは違った自然の音など、五感を通して世界自然遺産やんばるの森の魅力を実感する。同時にやんばるの森の現状を把握するための環境モニタリング調査を体験してもらう内容とすることで、保全活動への理解や意識の向上を狙っている。

モデルツアー実施により、自然に関する豊富な知識を有するネイチャーガイドと地域の歴史・文化に精通した地域ガイドの2名体制で実施することで、やんばるにおける自然の保全と活用の両方をバランスよく伝えることができ、満足度向上が期待されるものとなった。



2章 (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

A1 地域資源への理解と配慮あるコンテンツ造成

case 04 瀬良垣ホテルマネジメント(株) [恩納村]

世界一サンゴに優しい村、恩納村の 地域資源観光利用と保全の両立

ハイアット リージェンシー 瀬良垣アイランド 沖縄は、「世界一サンゴにやさしい村」として自然環境の保全に取り組む恩納村の役場や観光協会と連携し、旅行者と地域をつなぐ交流拠点として、村内の環境保全の取組を観光資源として活用しプログラムを提供。プログラムを見学先の副収入源として持続可能な地域の活性化を目指した。

具体的なコンテンツとしては、サンゴをキーワードに村内を巡る体験プログラムを造成。「恩納村赤土流出防止対策Honey&Coralプロジェクトの養蜂農家見学」、「サンゴ苗作り体験」、「沖縄技術大学院大学(OIST)のメインキャンパスの見学」。ホテルは、「環境負担が少なく持続的な発展な社会構築」目指し、従来の沖縄観光の中心である海やビーチ目的以外での旅行者誘致、域内消費拡大、村が実施した取組の認知向上に取り組んだ。



case 05 (一社) 国立公園支笏湖運営協議会 [千歳市]

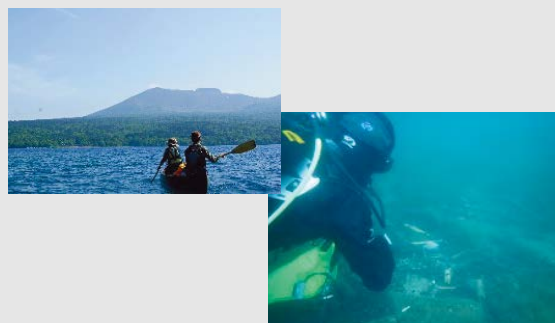
支笏湖を清掃する体験観光の開発

支笏湖は国内でも希少なゼロカーボン発電(水力)により域内の電力を調達する『ゼロカーボン環境』を展開。国立公園でも水力発電で域内の電力を賄うのは希少であり、ゼロカーボンパークという有利な環境を生かし、サステナブルな観光を目指すために、環境美化活動と体験型観光を組合せた商品開発に取り組んだ。

具体的には、ダイビングやシュノーケリングで支笏湖を清掃する体験観光、次世代向けのキャンプや体験観光の組合せによる滞在時間の創出、漁業者と連携した地域学習ツアーを造成したことで、支笏湖地域は自然環境やゼロカーボンなどのSDGs関連の取組意識が高まりつつある。

モニターツアーにより旅行者の環境配慮や自然保護に関する意識が事業者側の想定以上であることが確認できた。

また、本事業においてJSTS-Dを参考にしたガイドラインを作成し、従来のように宿泊事業者と体験事業者が個別に対応するのではなく、地域連携を行うことでサステナブルな観光地づくりに取り組んだ。



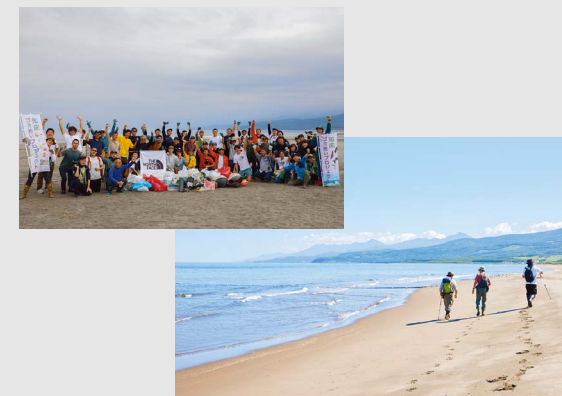
case 06 (一社) 知床しゃり [斜里町]

アクティビティ参加者が 地域資源を守ることに貢献できる

地形的に漂着ゴミが集まりやすい斜里町では、過去より住民が機会を設けて漂着ゴミを拾うという文化が根付いている。この文化に旅行者を取り込むことで、旅行者が地元の方と一緒に地域の環境保全への貢献と達成感を両立できるコンテンツを造成した。

本事業では、海岸トレッキングルート開発と有償ゴミ拾いイベントを企業と協働して実施した。今後は地域のホテルとガイド事業者を通じて教育旅行を提案。将来的にはゴミのアップサイクルと組合せて、旅行者が来れば来るほど海がきれいになるリジェネラティブトラベルを目指す。

知床地区の課題解決に向けて、海岸の漂着ゴミを「無限な資源」に位置づけ、旅行者が地域住民とともに漂着ゴミを回収する環境復元型観光を構築し、数百年後も知床の自然の素晴らしさを持続させることを目指し、旅行者と地域住民がともに協働可能な事業として位置付ける。



A2 効果的な提供の方策

サステナブルな観光コンテンツの実践においては、地域が提供する内容に合ったターゲットの選定、旅行者側のニーズの把握、効果的な提供手法の検討が不可欠です。

地域が目指す方向性に賛同する旅行者との継続的な関係構築につながるような、マーケティング、販路構築、プロモーション等の取組が重要です。

コンテンツと
親和性の高いターゲット選定

旅行者のニーズに対応した
コンテンツ設計・提供

コンテンツの提供(販売)の
仕組み構築

効果的なプロモーション

2章 (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

A2 効果的な提供の方策

コンテンツと 親和性の高いターゲット選定

ターゲットの選定においては、地域の目指す姿、提供する観光コンテンツの内容や特徴を明確にしたうえで、親和性の高い旅行者層のイメージを検討する必要があります。属性(年齢層、ライフスタイル、趣味、サステナビリティや観光に対する価値観等)を具体的に想定して、地域の想いや理念に共感し、観光を通じたまちづくりを地域と共創していけるような旅行者層を明確にすることが重要です。

⇒事例:P.19 (一社)奥むさし飯能観光協会/P.20 YARAGUSUTO

旅行者のニーズに対応した コンテンツ設計・提供

旅行者がどのような体験や価値を求めて来訪するかを把握したうえで、コンテンツの造成や磨き上げを行う必要があります。旅行者のニーズや期待を、市場調査やビッグデータ等の各種調査・分析や既来訪者の声から読み取り、訴求力があり参加しやすいコンテンツを設計することが求められます。また、販売開始後もコンテンツ参加者のアンケート調査等を実施し、意見をコンテンツに反映しながら継続的に改善していくことが重要です。

コンテンツの提供(販売)の 仕組み構築

コンテンツの提供(販売)においては、いかにターゲット層の旅行者と接点を持つことができる仕組みを構築するかが重要です。OTAの活用や旅行会社との連携、自社ホームページからの直接販売等のほか、CRM(顧客関係管理)アプリを活用したファンクラブの導入、リピーターや地域の想いに共感する仲間を集めるための会員制サービスの構築(サブスクリプションの導入等)など、地域の狙いに応じた様々な提供の仕組みが考えられます。⇒事例:P.19 (一社)奥むさし飯能観光協会/P.19 (一社)南丹市美山観光まちづくり協会

効果的なプロモーション

地域が目指すサステナブルな観光コンテンツのあり方について、ビジュアルを含めて分かりやすく発信し、ターゲット層に対する認知度を高め、来訪の動機付けを行っていく必要があります。ホームページやSNSなどを活用して地域自ら情報発信するほか、ターゲットの属性に合うメディア掲載、モデルツアー等へのライター招聘による記事掲載なども効果的です。また、地域内に対してもメディア発信を増やすことで、地域住民の理解向上を図ることも重要です。

⇒事例:P.20 エクストリームアドベンチャーコンシェルジュ

2章 (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

A2 効果的な提供の方策

case 01 (一社)奥むさし飯能観光協会【飯能市】

飯能の森のサポータークラブ設立とサブスクリプションの導入

飯能市は75%を森林が占め、荒川支流の3河川の源流がある地域。本事業ではその特徴を活かした森林滞在型プログラムを開発して、森林保全と地域自走型の観光地経営基盤の確立に取り組んだ。

本事業では、キャンプ場利用者を間伐問題を共有する仲間に変えるために、間伐対策プログラムの造成に取り組んだ。また、コンテンツ提供（販売）の仕組みとして会員組織化とサブスクリプションシステムを導入。事業継続性を意識した運営体制の構築（負担軽減）にも取り組み、「川上の森オーナーズクラブ」WEBサイトを新たに立上げ、地域の思いや意義を伝えるメッセージを掲載し、プレスリリースを実施。共感してくれる仲間づくり（会員制サービス）を行い、ゼロからマネタイズできる仕組みを構築。



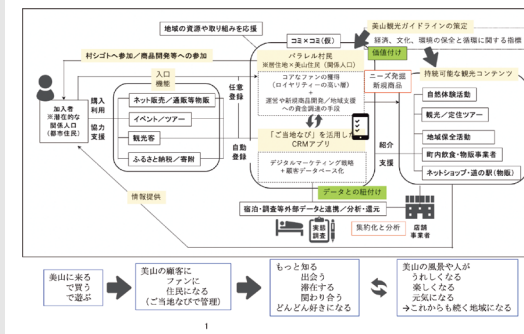
case 02 (一社)南丹市美山観光まちづくり協会【南丹市】

商品販売以外による新たな収益獲得の仕組み構築

旅行者のニーズの把握や導線情報を獲得して、適切なコンテンツの情報発信を行うために、データによる顧客管理を行うCRMアプリ「ご当地なび」を活用したファンクラブの運用を実施。

都市住民が地域のあり方に共感して地域支援に投資する機会を創出することで、第2のふるさととの獲得、地域にとって地域間交流、物流につなぐ地域振興、域内調達率が高まる取組を構築することを目指している。具体的にはアプリの中にファンド制度を導入し、美山町に住んではないが、美山町の風景や暮らし、地域の取組に共感いただける方から町会費を集め、特典として特産物や体験プログラムを提供する仕組みを構築した。商品販売以外での新たな収益獲得につながっている。

さらに、この仕組みを持続可能にするために、行政および周辺地域と役割分担した体制づくりと、ふるさと納税を活用した財源確保に向けた調整を継続的に実施。



2章 (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

A2 効果的な提供の方策

case 03 YARAGUSUTO [佐井村]

トライアスロンの合宿誘致及び トライアスロン大会の実施検討

食トレンド×スポーツ(トライアスロン)×栄養学による「滞在型健康スポーツ観光コンテンツ」の開発を目的とした取組。

トライアスロンのプロからも評価が高い「下北のバイク・ランロード」があり、海は「海のプール」とも言われるようにトライアスロントレーニングに相応しい環境を活用し、「しっかり練習したい」「遠征したい(旅行気分)」「みんなと楽しくつながりたい(練習後の娯楽:見学、食)」を満たすプログラムを開発。

地域の素材に合うターゲットであるトライアスロン団体の合宿を誘致したことが奏功し、地域では次年度以降にトライアスロン大会開催を検討することに進展した。下北半島の自然の特性を活かしたターゲット設定、そして大会が開催される運びとなれば、ターゲットの訪問を促す仕組みを構築する。

また、今後はスーパーアスリート(ウルトラマラソン、トライアスロン、トレイルラン)、ヨガなど高感度に「体・心・食の三位一体」を心がける層に向けて商品化を狙う。



case 04 エクストリームアドベンチャーコンシェルジュ [上士幌町]

冬の自然を活かして 観光コンテンツを通年化

よりニッチでラグジュアリーなアドベンチャートラベルのコンシェルジュサービスの仕組みを構築し、今までにない冬季のアドベンチャートラベルコンテンツを造成、訪日メディアや海外アドベンチャートラベル媒体に露出することで認知度向上を目指した。

この地域ならではの資源を活用した冬の観光「タウシュベツ川橋梁アイスライド」は、廃線をたどり、結氷した糠平湖をおよそ60分間、ファットバイク(レンタル)で走行するもの。アイスバブルやキノコ氷そして橋梁を見学できるコンテンツであり、開発したコンテンツの認知度を高めるために、訪日メディアや海外アドベンチャートラベル媒体に取り上げられ、上士幌地域に情報発信の重要性を認識させた。

北海道各地の事業者間で連携し、冬季アウトドアコンテンツを造成して訪日観光コンテンツ拡充により、北海道にスキーとスノーボード以外の誘客拡大を目指す。



A3コンテンツ運営の人材・組織づくり

サステナブルな観光コンテンツを持続的に運営していくためには、
旅行者に地域の本質や価値、課題を理解、共感してもらうことに
不可欠な役割を担うガイドやコーディネーターなどの人材育成が重要です。
また、コンテンツの運営・提供(販売)・管理に関わる組織をしっかりと構築し、
地域全体で現状や課題を共有しながら改善を図る
連携体制が必要です。

コンテンツに係わる人材の育成

コンテンツに係わる組織づくり

2章 (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

A3 コンテンツ運営の人材・組織づくり

コンテンツに係わる 人材の育成

ガイドやコーディネーターなどの旅行者と直接関わる人材は、コンテンツの質のみならず高付加価値化や高単価化につながり旅行者からの評価を決める重要な要素となります。ガイド人材の育成に関する内容は、地域資源の魅力や課題に関する知識、エンターテインメント性、インバウンド対応の語学力、安全対策の習得など多岐に渡ります。他地域のガイドとの相互交流によるスキルの向上や、地域でのガイドの登録・認定等に関する制度検討なども、ガイドの質と数の確保の観点で重要です。人材育成の候補としては、観光業に関わりのある地域の有償・無償ガイド、通訳案内士などのほか、地域資源に詳しい地域住民、伝統産業や農林水産業などの従事者も考えられます。

⇒事例：P.23 磐梯朝日広域周遊促進協議会／P.24 本山町／P.24 観光かごしま大キャンペーン推進協議会

コンテンツに係わる 組織づくり

サステナブルな観光コンテンツを持続的に運営していくためには、コンテンツの運営・提供（販売）や管理を行う組織をしっかりと構築することが重要です。ガイドや地域資源の所有・管理者、自治体、地域住民等を含めた幅広い関係者が、現状や課題を共有しながらコンテンツの改善を図っていけるよう、協議の場や中心となる組織を設けることが効果的です。安定的な運営体制に向け、ランドオペレーター機能の確立や、中心的なセンター機能を設けるなどの取組も見られます。

⇒事例：P.23 阿蘇カルデラツーリズム推進協議会

2章 (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

A3 コンテンツ運営の人材・組織づくり

case 01

阿蘇カルデラツーリズム推進協議会 [阿蘇市]

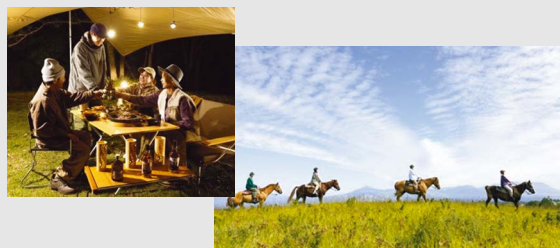
コンテンツ造成と販売に向けた ランドオペレーター機能の確立

「千年の草原」を舞台に「草原の守り人」たちの「サステナブルを地で行く暮らし」に触れ、匠の技や生き様を体験し、「暮らすように滞在する」コンテンツを造成した。

旅行者は心身ともに蘇りの時間を過ごし、「草原の守り人」は新たな収入が生まれる事により、草原の持続可能性を確保する目的で循環型観光モデルを構築することを目指している。

循環型観光モデル構築に向けては、既存観光コンテンツ等を整理し成果や課題を明確化するとともに、プロ草原ガイド人材を育成したうえで、サステナブルな観光コンテンツの造成、商品化、さらには地域のランドオペレーター、アクティビティ事業者、地域通訳案内士、料理人、生産者、牧野組合等の関係者の連携により、販売・催行を担う人材を確保し、5月～11月のシーズン中は毎日催行可能な受入体制を構築した。

今後は、ランドオペレーター機能確立を目指し、安定的な販売・催行体制確立のため、阿蘇温泉観光旅館協同組合の体制強化、また第三者組織における機能拡充検討や新組織の立上げを検討していく。



case 02

磐梯朝日広域周遊促進協議会
[鶴岡市/福島市/他]

広域的なトレイルツアーの運営強化に 向けた人材の育成と拠点の構築

国内3番目に広大でありながら飛び地となる磐梯朝日国立公園にて、国立公園内の380kmとつなぐ道路を合わせて520kmの1本のロングトレイルを造成する取組。

1本の長い道に魅力を感じる旅行者を誘引することを目的として、広域で複数の自治体や観光協会そしてDMOと連携を開始した。

各地域のガイドを広域的にガイディングができる人材として育成するため、また、遠隔に所在するガイド同士の交流により旅行者の引継ぎをより円滑にするために、磐梯と出羽三山にてガイド研修を実施するとともに、磐梯吾妻エリアでは、安達太良自然センターを拠点として山旅ガイドの展開を開始した。

さらに、協議会で地域の観光関係者にロングトレイルの意義と価値を啓蒙するセミナーを実施した。

来年度以降も磐梯朝日国立公園を一本の道でつないでいくことで、①全部歩きたくなる道(滞在日数増加)、②国立公園3エリアの地域の魅力を堪能できる、③欧米豪の歩く旅を愛する人たちの目的地となることを目指す。



2章 (1) サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

A3 コンテンツ運営の人材・組織づくり

case 03 本山町[本山町]

アウトドア、森林、一次産業、自然の 4ジャンルでの町民ガイド養成

本山町はアウトドア&サステナブルツーリズムの受入体制を整え、「ゼロカーボンシティ」の環境保全の取組を観光分野にも広げ、長期的視点で地域経済、自然環境のサステナブルを目指して、アウトドア&サステナブルツーリズムの人材育成や受入体制を整えた。

ラフティングや登山等のアウトドア関係、ツリークライミングやグリーンウッド等の森林関係、星空観察やバードウォッチング等の自然関係、棚田ウォークや間伐体験等の、一次産業関係の4ジャンルのガイド養成に取り組んだ。

今後は「学び」の要素を加え、教育旅行の誘致に取り組むことで、年間を通じて町民ガイドの養成や出動の機会を増やし、安定した雇用につなげていく。



case 04 観光かごしま大キャンペーン推進協議会 [鹿児島市/霧島市]

若い人材の自走可能を目指した 観光ガイド育成

霧島錦江湾国立公園をフィールドとし「アクティビティ、自然体験、文化体験」の宝庫であるこのエリアの地域資源を活用した観光コンテンツを磨き上げ、その魅力を高めるために、火山をキーワードに、火山と暮らす人々の暮らしや火山の恵みのストーリーを体感できる観光資源を活かしたコンテンツを商品化した。

コンテンツに係わる人材の育成として、ベテランガイドが自身の資質を高めると同時に、次世代へバトンを継承するための人材育成が求められ、大自然の中でより多くの気づきと発見を経験する機会を増やす取組としてガイド研修を実施した。

今後は、他地域からこの地の魅力に惹かれて来た若者に、ガイド教育を通じて地域の歴史文化を継承することにより、新たな雇用確保や移住・定住化の促進を図り、地域活性化につなげていく。



B1 地域資源の利用と保全を両立する仕組み

観光利用と組み合わせることで、各地域で先人から受け継いできた
自然環境、文化、歴史や生業などを未来に引き継いでいくための様々な取組がなされています。

例えば、地域ならではの貴重な資源や文化の継承につながる高付加価値な利用、
地域資源を守るためのルールやガイドライン策定、観光収入の一部を
地域資源の保全に充てる取組などがあります。

単に地域資源を利用するだけでない、保全と両立する仕組みづくりが必要です。

日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の指標「C 文化的サステナビリティ(文化の保全・利用管理等)」と、
「D 環境のサステナビリティ(自然の保全・利用管理・資源マネジメント等)」と関係するポイントです。

自然・文化等の地域資源の
高付加価値な利用と継承

地域資源の保全・
維持管理の実施
(負荷低減、ルールづくり等)

観光収益の地域資源の
保全・維持管理への再投資

2章 (2) 好循環の仕組みづくり

B1 地域資源の利用と保全を両立する仕組み

自然・文化等の地域資源の 高付加価値な利用と継承

地域で大事に引き継いできた自然や文化、歴史や生業等の地域資源について、あまり知られていなかったり担い手不足等の課題があるものを、観光で活用することによって復活させたり継承につなげることが期待できます。特にインバウンドを含む旅行者から見ても、これらの日本ならではの各地の魅力は重要な体験価値があり、旅行者のニーズを満たす上質かつ地域のストーリーを感じられる高付加価値な利用につなげる取組によって、次世代に継承する好循環を生み出すことが重要です。

⇒事例:P.27 (一財)FM 八女

地域資源の保全・ 維持管理の実施 (負荷低減、ルールづくり等)

観光には多様なメリットがある反面、利用によって地域の観光資源や地域住民の生活に負荷をかける可能性もあります。観光のメリットを最大限に引き出せるよう、地域が旅行者や観光事業者等に向けて、地域資源の負荷をできるだけ低減しながら利用するためのガイドラインやルールを策定し、遵守する仕組みづくりなどが重要です。地域資源を保全しながら利用する必要性を旅行者に理解してもらい賛同を得ることで、より意義のある体験につなげることも期待できます。

⇒事例:P.27 (一社)宮古島観光協会/P.27 竹富町西表島エコツーリズム推進協議会

観光収益の地域資源の 保全・維持管理への再投資

持続可能な観光に関心の高い旅行者が増加する中で、観光収益を地域資源の保全や維持管理へ再投資する取組は、旅行者にとっても自身の貢献を実感できることから重要です。受け継いできた地域資源を守り、育てることに旅行者も貢献できる仕組みづくりによって、賛同する旅行者の広がりや継続的なリピーター化などの関係構築が期待できます。まずは小さな規模から、地域資源の継続的な保全につながる仕組みを構築することが重要です。

⇒事例:P.28 (一社)富山県西部観光社 水と匠/P.28 (特非)久慈広域観光協議会

2章 (2) 好循環の仕組みづくり

B1 地域資源の利用と保全を両立する仕組み

case 01

(一財)FM八女[八女市]

地域の食と文化の旅行者への提供を通じた地域文化の継承

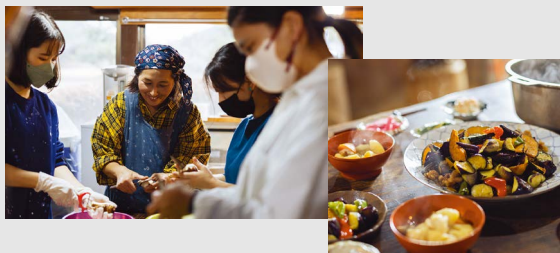
旧大内邸という明治時代の政治家の生家では、地元の女性たちが郷土料理を提供、その中で、地元の食材を余すことなく使う、丁寧に作られた道具をメンテナンスしながら長く使うといったことが地域で当たり前のように続けられてきた。

復活させた郷土料理と食や手仕事の体験を旅行者に提供することで、旅行者に「地域文化を継承する担い手」の1人になってもらい、旧大内邸が果たしてきた地域文化の継承を発展的に進めていく狙いである。

「シェフ・イン・レジデンス」を通して、この地域の文化をサステナビリティやサーキュラーエコノミーなどの現代的な価値観で捉え直し、食の背景にある文化まで体感できるコンテンツを造成した。

また、「シェフ・イン・レジデンス」の際に、時代と共に失われていく地域文化を旅行者に喜んでいただきながら継承することに取り組んだ。

さらに、単なる料理教室ではなく、地元の木材で木灰を作りこんにゃくを作るなどの里山の循環の仕組みや、タケノコ掘りや梅仕事、芋まんじゅう作りなどの季節に応じた素材のプログラム化に取り組んだ。



case 02

(一社)宮古島観光協会[宮古島市]

サステナブルツーリズムガイドライン策定と島の文化財保全を目指したコンテンツ造成

宮古島では、市民、旅行者、観光事業者が守るべきルールが明文化されておらず、自然への負荷や安全面のリスクを軽減する機運づくりが必要だった。環境、安全の両面から持続可能な観光を実現する取組として、サステナブルツーリズムガイドラインを策定した。また、島の課題と島を守る取組、島の文化的観光資源を伝えるWEBサイトを造成した。官民一体となった連絡会を組織化し、持続的な周知に結びつけ、ガイドライン、エコ活動、文化、歴史、信仰など、情報を正しく発信し、旅行者・市民・事業者とともに、「島を守る」意識を醸成、情報発信を通じた島外へのプロモーションを実施している。

併せて、島の指定文化財である宮古上布と宮古馬の観光活用に向けて、関係者向けトライアル体験を通じて保全・維持管理の課題を抽出、取り組むべき内容を整理した。販売につなげるために、職人や飼育者にとって負荷の少ないサポート体制づくりと、保全のために収益還元ができるような高単価コンテンツとして磨き上げを行った。



case 03

竹富町西表島エコツーリズム推進協議会
[竹富町]

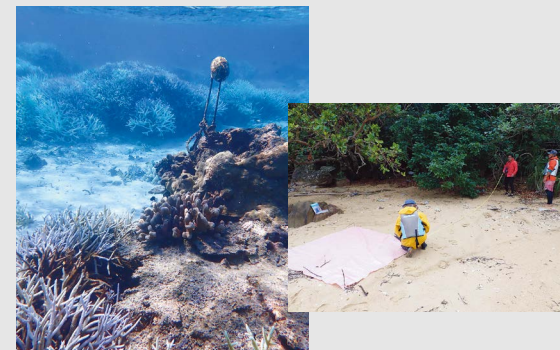
オーバーツーリズム解消と環境負荷低減に向けた海域・陸域の利用ガイドライン策定

「環境負荷の少ない高付加価値な自然体験」を伝えるために自然体験活動促進計画の策定に向けた調査と検討を実施した。今年度は、ルールに沿った「環境負荷の少ない高付加価値な自然体験」を早急に実施できるように、エコツーリズム推進協議会規定として、海域と野営に関する規定案を作成した。

具体的には西表島エコツーリズム推進協議会を中心に、「海域」と「陸域」に分けた組織（ワーキンググループ）を作成し現状把握と課題の抽出、自然体験活動促進計画案作成のプロセス調査を実施した。

海域については、北部と西部の海洋ブイの現地調査によりマップを作成、環境や漁業などを考慮して、ブイの不要・必要の判断を行い、不要なブイについては撤去した。

陸域については、野営の実施可能エリアを島内から19カ所選定しマップを作成、林野庁はじめ関係各所に、協力要請の説明等を実施した。



2章 (2) 好循環の仕組みづくり

B1 地域資源の利用と保全を両立する仕組み

case 04

(一社)富山県西部観光社 水と匠
[高岡市/砺波市/他]

散居村の暮らしの再生を目指したコンテンツ 造成と保全活動への還元の仕組みづくり

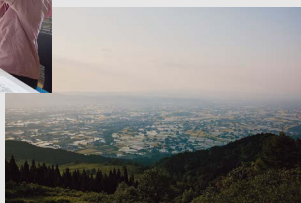
2022年10月、富山県西部となみ平野の散居村に「リジェネラティブ(再生)」をテーマにした宿泊施設「楽土庵(らくどあん)」を開業。楽土庵を中心に、散居村の景観および地域の精神文化、コミュニティを保全・継承するための実証実験とコンテンツ造成に取り組んだ。

地域の貴重な資源である「散居村」の持続可能性を強化することは、単に屋敷林(カイニョ)や古民家(アズマダチ)を保全するだけでは不十分であり、カイニョやアズマダチや水田について観光分野での新たな活用方法を見出し、「散居村の暮らし」を再生することに取り組んだ。

アズマダチを宿泊施設に改造した「楽土庵」では、宿泊代の2%を散居村の保全に還元する仕組みを構築した。

また、地産地消の推進として提供する食事に地域の豊かな素材を活用、食器類も地元工芸作家のオリジナル作品を使用、特産品・工芸品の販売も実施した。

さらに、将来的なナショナルトラスト運動を見据えてコミュニティのプラットフォームの立ち上げ準備を行った。



case 05

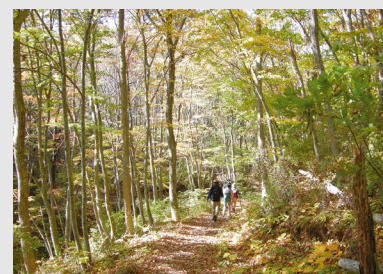
(特非)久慈広域観光協議会
[久慈市/八戸市/他]

旅行会社と連携した 寄付金を含めたコンテンツの販売展開

三陸復興国立公園内に整備された「みちのく潮風トレイル」は、海外メディアにも紹介されているなど、国内外から評価の高いコンテンツになりつつある一方で、広域であるがゆえに有名スポットの紹介に集中しがちであり、またトレイル初心者向けのプログラムが不足している。

そこで、トレイル初級から中級者向けのコンテンツを設計、併せて、地域連携による販売体制構築、二次交通の利便性向上に取り組んだ。

本事業では旅行会社と連携して電車を利用するトレイル商品を造成、商品の売上からみちのく潮風トレイル保全のための寄付金を含めたコンテンツとして販売を展開、このスタイルが波及し、岩手県の地元旅行会社にも寄付金を含めた商品販売をする展開となった。



B2 地球環境保全への貢献

観光の移動手段によるエネルギー消費やプラスチックゴミの削減、
温暖化対策のCO₂削減など、
観光が地域の環境に与える負荷を無くしてだけでなく、
ポジティブに地域の環境保全に貢献できることを見えるようにしていく必要があります。
プログラム中の環境配慮を徹底したり、環境を守る活動そのものを
観光コンテンツに組み込むなどの取組も実施されています。

日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の指標「D 環境のサステナビリティ(自然の保全・利用管理・資源マネジメント等)」と関係するポイントです。

観光を通じた地球環境保全
(温暖化対策、廃棄物削減等)

2 章 (2) 好循環の仕組みづくり

B2 地球環境保全への貢献

観光を通じた 地球環境保全 (温暖化対策、 廃棄物削減等)

観光による環境への負荷低減、そしてプラスの環境保全に取り組むことが重要です。環境への負荷低減は、持続可能な観光に関心の高い旅行者に選ばれるためには不可欠です。

プラスの環境保全としては、地域の清掃活動を観光コンテンツにしたり、観光から生まれる廃棄物のリサイクル・アップサイクルの実施など様々なアプローチが考えられます。

⇒事例：右欄参照 伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会／(一社)南大隅町観光協会

case 01

伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会
【伊勢市／鳥羽市／他】

観光・漁業協同で環境負荷低減を目指す 気候変動適応型コンテンツの造成

伊勢志摩地域では伊勢志摩国立公園エコツーリズム推進協議会を創設、地域全体でのエコツーリズムの推進を目指して、気候変動適応型コンテンツ造成（一次産業との連携）、そして海洋ゴミや廃棄物の3R（リユース・リデュース・リサイクル）+アップサイクルシステムと、コンテンツ造成に取り組んだ。

漁業との連携により気候変動適応型コンテンツを造成、温暖化により従来は無かったタイプの海の体験事業を造成している。海洋ゴミのアップサイクルは地域の環境負荷低減につながり、地域の漁業地域経済の維持に寄与する取組である。

島の旅社推進協議会では、海洋プラスチックゴミからつくる、パーツを使ったクラフト体験をプログラム化した。

また、海洋漂着ゴミの現状を学び、それらを活用して作品づくりを実施、海を守るを大切さを学ぶために、海洋漂着ゴミの収集活動と、シェルキャンドルづくりの2種類の体験プログラムを実施した。



case 02

(一社)南大隅町観光協会【南大隅町】

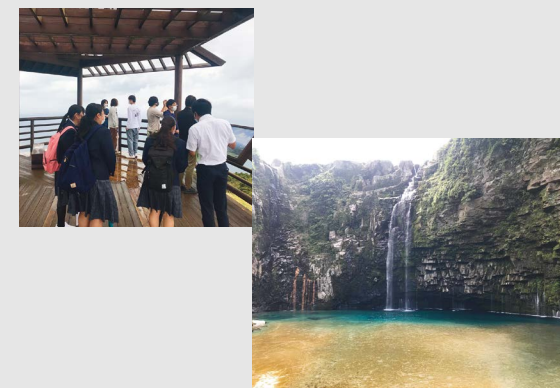
ゴミ拾いや草刈り実施により貯まる 南大隅サステナブルポイント構築

少子高齢化が進む最先端の町で観光資源を保全するために、観光来訪者が保全活動に関わる仕組みを構築することを目的として取り組んだ。

コンテンツ造成に先駆け、南大隅町の観光に関するアンケート調査を来訪経験者に実施して、ニーズを参考に地域の歴史や自然環境を保全するツアーを造成するとともに、次年度以降の販売に向けて、関係者間で協議やモニターツアーを行いコンテンツの質の向上を図った。

その中で、継続的な観光を通じた環境保全を実施していくために、ゴミ拾いや草刈りなどの実施による南大隅サステナブルポイント(MSP)が貯まる仕組みを検討し、導入に向けた課題を整理した。

保全活動をコンテンツとして、コンテンツごとにポイント値を設定し、獲得したポイントで南大隅町の特産品や限定商材、またはサービスの購入を可能とする仕組みを構築した。



B3 経済の循環

観光業は裾野が広く、雇用や所得の増加など、大きな経済波及効果をもたらします。

また観光業のみならず、地域の様々な産業に直接的・間接的な経済効果があり、

地域経済の好循環を生み出します。

これらの経済の好循環が、地域内にしっかりと還元される形をつくることにより、

観光を通じた地域活性化につなげることが重要です。

日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の指標

「B 社会経済のサステナビリティ(地域経済への貢献・地域コミュニティへの配慮等)」と関係するポイントです。

観光消費の観光業や
他産業への域内循環

観光を通じた雇用の創出・維持

2 章 (2) 好循環の仕組みづくり

B3 経済の循環

観光消費の観光業や 他産業への域内循環

旅行者による地域での消費活動が、域内の観光産業に還元されることに加え、地域内の農林水産業や伝統作業などにも波及するような仕組みづくりが重要です。例えば、ものづくりの伝統産業を生かしたクラフトツーリズムの展開や、林業や農業と連携したコンテンツづくり、地産食材にこだわる飲食メニュー提供などの取組があります。このように地域内での他産業との連携を強めることは、より大きな経済効果を生み出し、地域内の経済循環につなげることができます。

⇒事例:P.33 (一社)SOE

観光を通じた雇用の 創出・維持

域内観光を推進することで、観光業における地域の新たな雇用創出につなげることも重要です。例えば、地域の特色を生かした観光に携わる若い世代の人材活用に向けた取組や、地域の自然や生業などに詳しい地域住民がガイドとして活動する取組などがあります。地域で新たな生業を生み出し、雇用された方の地域への愛着ややりがいにつながるという効果も期待され、安定的な雇用の創出・維持につながる取組が求められます。

⇒事例:P.33 相川車座協議会

2章 (2) 好循環の仕組みづくり

B3 経済の循環

case 01

(一社)SOE [鯖江市/他]

クラフトツーリズムの推進による 地域経済活性化

(一社)SOEは、越前鯖江で産業観光をメインとした持続可能な地域をつくる観光地域づくり法人。漆器や和紙などの伝統工芸や、眼鏡や繊維といった地場産業が盛んな全国屈指のものづくり産地の特性を活かして、クラフトツーリズムとして地域経済を活性化させるとともに、観光収入の一部を伝統工芸の保全と継承に再投資することで循環を目指している。

工房の採算が取れる価格帯のコンテンツによる有償モニターツアーを実施。高価格、少人数のツアーとする代わりに、職人とコミュニケーションをとりながら深掘りできる体制とした。

オープンファクトリーイベント「RENEW」をきっかけに地域のファクトリーショップは増加したが、休日のコンテンツ不足、職人の高齢化など持続可能性を確保するための課題が確認された。産業観光を通じて、観光ガイドやファクトリーショップスタッフなど、職人以外の分野で新たな雇用が増加、若年層の移住者も増加傾向にある。



case 02

相川車座協議会 [佐渡市]

歴史ある佐渡金銀山の町全体で 地域を次世代につなぐ観光産業を創出

本事業を町全体における持続可能な取組の核と捉え、現在不足しているパーツである体験型観光事業を、暮らし・歴史文化の継承と地域の生業が両立するための「生業づくり」として好循環させることを目的とし、地域の歴史文化の掘り起こし・整理、それらを感じる魅力的な体験コンテンツの造成等を行った。

「相川まちごとミュージアム」という概念を、街の魅力に基づいた具体的なコンセプトやコンテンツに落とし込むために、金銀山での採掘で栄えた歴史や相川の魅力を訪れた人に自ら「掘り起こしてもらいたい」という想いから、「DIG TOWN AIKAWA」(DIG=掘る)をテーマに5つのカテゴリで体験やコンテンツ造成の方向を決めた。住民中心のチームで検討を行い、観光を通じた雇用の創出・維持の仕組みを構築した。



B4 交流の創出・拡大

多くの地域が、人々の交流の創出と拡大による地域の活性化を観光振興の目的の一つとして、我が国が目指す「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに取り組んでいます。各地域が有する自然や文化、歴史等の資源の活用や、地域独自の創意工夫によって旅行者と地域住民の交流の機会を生み出すことで、地域のファンや交流人口・関係人口の増加が期待できます。

日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の指標
「B 社会経済のサステナビリティ(地域経済への貢献・地域コミュニティへの配慮等)」と関係するポイントです。

地域のファンづくりと
交流人口や関係人口の増加

2 章 (2) 好循環の仕組みづくり

B4 交流の創出・拡大

地域の ファンづくりと 交流人口や 関係人口の増加

観光による地域の本質的な体験の提供を通じて旅行者と地域の人々との接点を増やし、ファンづくりにつなげたり、将来的な地域への移住を見据えた交流人口や関係人口を増加させる取組も進められています。例えば、ファンクラブ型組織の形成、CRM (Customer Relationship Management: 顧客関係管理) を導入し来訪者の満足度とロイヤルティの向上を目指す取組、ふるさと納税と連携した取組などがあります。

⇒事例: 右欄参照 Masse 丹波篠山

case 01

Masse 丹波篠山 [丹波篠山市]

若者の学びと交流の継続的な 仕組みによる関係人口増加の取組

若者の学びと交流の継続的なプラットフォームとして、丹波篠山市一体で「里山アカデミー」を仕組み化するため、サマーキャンプの実施や参加者による体験プログラムの考案と商品開発ワークショップ、体験レポート等のWEBサイトによる情報発信・関係人口創出・交流に取り組んだ。

丹波篠山地域の資源保全について、若者のコミットメント醸成、そして交流創出と地域の社会経済的なサステナビリティの構築に取り組んだ。参加者限定コミュニティサイトを作成して、地域との関わりを持続的にする仕組みを構築した。農家、林業家、集落の住人には、誘客の対価としての収益還元を行うスキームをつくることができ、地域経済の一端へ貢献する可能性を見出すことができた。

併せて、地域の人々が自らの仕事内容を次世代に語り継ぐことで、シビックプライドの醸成にもつながった。



C1 推進主体とステークホルダーの明確化

地域におけるサステナブルツーリズムの推進体制を強化するには、
地方自治体や観光地域づくり法人(DMO)等のみならず、
観光に関係する地域のあらゆる関係者(ステークホルダー)が、
持続可能な観光を自分ごととして推進し、協働して取り組む必要があります。

中心的に推進する主体は誰(どの組織)が担うのか、
ステークホルダーとして誰(どの組織)が連携して注力するかを明確にすることが重要です。

日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の指標「A 持続可能なマネジメント」と関係するポイントです。

事業の中心となる推進主体
(事務局組織)の形成

事業者間の
連携強化、組織の構築

地域住民による
観光地経営への参画

2章 (3) サステナブルツーリズムを推進する体制の強化

C1 推進主体とステークホルダーの明確化

事業の中心となる推進主体 (事務局組織)の形成

事業の自走化に向け、長期的かつ安定的に事業を推進できる事務局組織を構築することが重要です。地域の取組規模に見合った形で、専任的な担当者とその役割が明確化され、運営の財源を確保する必要があります。各地で観光地域づくり法人(DMO)が事務局として活躍している事例も見られます。サステナブルな観光コンテンツ実践のための試行的な取組を通じて、継続的な推進体制づくりのためにDMO設立の方向性を固めるような例もあります。

⇒事例:P.38 白川村

事業者間の 連携強化、組織の構築

地域の全体的な取組とするために、事業者間の連携を強化し、合意形成や意思決定を行う場づくり、組織構築が重要です。推進主体となる事務局組織が地域の幅広い事業者を巻き込み、地域の特性を活かした多種多様なコンテンツ造成を進めることや、その経験から得たノウハウ・課題を域内関係者に情報共有することなどを通じて、地域での経験・成果が蓄積されます。これらを通じて、さらに新たな連携や展開につなげることが期待できます。

⇒事例:P.38 (一社)ハケ岳ツーリズムマネジメント/P.38 (一社)松本市アルプス山岳郷

地域住民による 観光地経営への参画

サステナブルツーリズム推進のためには、地域に関わる多くの方々との連携が重要となります。事業関係者のみならず、特に地域住民から観光の課題や推進の方向性について意見や期待することを聞く機会を持つことも効果的です。観光による地域への貢献や寄与を分かりやすくしていくためにも、地域住民の観光に対する関心・理解を高め観光地経営に参画できる機会を設けることが、推進の体制強化につながります。

2章 (3) サステナブルツーリズムを推進する体制の強化

C1 推進主体とステークホルダーの明確化

case 01

岐阜県白川村【白川村】

地域が稼ぐ仕組みを実践する DMO設立に向けた検討

多様化する旅行者のニーズと白川村内の地域資源を結びつけ、持続可能な観光地としての価値を高めると共に、地域住民の満足度が高い観光地づくりを目指し、観光コンテンツが自走できる実施体制の確立に向けて取り組んだ。

具体的には、交通ストレス対策事業として村内送迎型旅行商品設定のためにモニターツアー等を実施、そのほかプロモーション事業として村独自の観光ルールの啓発とアフターコロナを見据えたインバウンド向けプロモーションを実施した。そして旅行者の観光消費額・満足度及び住民の観光に対する満足度を調査した上で、地域が稼ぐ仕組みの検討を進めた。

今後の展開として、白川村の実情に合ったDMO設立を目指す運びとなった。住民に負担を強いることのない魅力あるコンテンツの開発に注力して、経済の循環と好循環の仕組みづくりを踏まえて取組を推進する。



case 02

(一社)ハケ岳ツーリズムマネジメント
【北杜市】

共創型コンテンツのノウハウ蓄積と 地域への横展開による地域一体の取組推進

山梨県北杜市では、事業者レベルにおいてサステナビリティに関する意識が高いものの、地域一体で推進する機運や体制が整っていなかった。

本事業では、ハケ岳の誇る豊かな自然である森・山・里山・畑を景観保全という切り口から、プログラム参加者が自然との関わり方を学び、保全に貢献するコンテンツをモデル的に造成した。また、造成したコンテンツを地域に展開するためにノウハウを動画等で整理し、研修会を実施した。再来訪とハケ岳ファン獲得を促すために、SNS運用方針を策定し、地域で自走可能な情報発信体制も確立。これらの取組により地域一体でサステナブルな観光を推進する機運や体制が強化された。

今後は、今年度蓄積した旅行者と地域の共創型コンテンツ造成のノウハウを横展開し、コンテンツに参加できるフィールドの拡充や事業者間のコラボレーション創出に取り組む。また、サブスク型のコンテンツ展開やサポーター制度導入など優良顧客を明確にするアプローチを検討し、旅行者が継続的に地域を訪れる仕組みづくりに取り組む。



case 03

(一社)松本市アルプス山岳郷
【松本市／高山市】

広域プロジェクトと連携した自立自走可能な 観光圏確立を目指した取組

“日本の屋根”北アルプスを望む松本市・高山市では、松本高山Big Bridge構想実現プロジェクトを通じ、新たな経済循環の確保と自然環境保全を確保し「利用と保全の好循環の仕組みづくり」に取り組んでいる。

本事業では、国内・海外向けのターゲットに応じた観光ルート案を策定し、モニターツアーの実施などを通じ、地域の事業者のプロジェクト参画や松本市・高山市の連携推進を図るとともに、観光ルートの磨き上げを行い、次年度以降の販売に向けたタリフの作成を行った。また、住民向けインナープロモーションを行うことで、地域内でのプロジェクト認知が進んだ。地域事業者にもBig Bridgeの認知が進み、松本～高山で連携していく意識が醸成された。

今後は造成した観光ルートの販売・受入を進めるとともに、地域連携DMO等のマネジメント組織の検討を進め、自立自走可能な観光圏確立に向けた取組を進めていく。



C2 方針の策定

地域での取組を着実に推進していくには、目指す方向性をポリシーやビジョンとして明確にし、
取組方針や計画を策定することが効果的です。

さらに行政の観光政策や計画との連動性が重要です。

地方自治体が策定する観光計画が持続可能な観光地マネジメントを促進するものとなっていることや、
観光地域づくり法人(DMO)等や事業関係者が持続可能な観光地を目指すことを
ミッションとして明確に掲げ共有することが求められます。

日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の指標「A 持続可能なマネジメント」と関係するポイントです。

サステナブルツーリズムに関する
取組方針・計画(ポリシー等)の策定

行政計画への反映

2章 (3) サステナブルツーリズムを推進する体制の強化

C2 方針の策定

サステナブルツーリズムに 関する取組方針・ 計画(ポリシー等)の策定

観光を通じて地域でどのような課題を解決し、どのような姿を目指すかを、地域のポリシーやビジョンとして明確にすることが重要です。関係者の意識や考え方を合わせるためにも、事業の推進主体が中心となって方針や計画を策定し、関係者が共有できるよう示していく必要があります。さらに旅行者に対しても地域のポリシーやビジョンを分かりやすく発信することで、地域の方向性に賛同するターゲット層に届くメッセージとして、多くの旅行者を惹きつけることにつながります。 ⇒事例:P.41 (一社)雲仙観光局

行政計画への反映

地域行政の観光政策や計画に、サステナブルな観光コンテンツ実践の基礎となる考え方を明文的に反映することで、地域での統一的な方針に基づいて取組を推進することができます。地方自治体と連携しながら、観光計画等の策定・更新のタイミングに応じて、地域での取組方針を行政計画に反映させることが重要です。 ⇒事例:P.41 (一社)安中市観光機構

2章 (3) サステナブルツーリズムを推進する体制の強化

C2 方針の策定

case 01

(一社)雲仙観光局[雲仙市]

インタプリテーション 全体計画策定

訪れる人も、住む人も、働く人も幸せを感じられる持続可能な地域づくりと観光地の実現を目指して「雲仙温泉ならではの魅力的なストーリー」を明確化して、各事業者の立場で旅行者に伝えられるようインタプリテーション全体計画を策定して、サステナブルツーリズムに関する取組方針を定めた。

地域関係者それぞれの自分らしさと、各事業者らしさ(得意なこと)を再確認し、それぞれの立場で地域や自分達の努力の先の可能性を感じてもらうことにつながった。継続的に、必要な人材とサステナブルなコンテンツが生み出される体制を構築し、国内外の富裕層への訴求、オン・オフシーズンの平準化に取り組んだ。安定的な雇用と労働環境をもたすために、地域事業者の分類毎にインタプリテーション全体計画を策定して、人材育成研修のカリキュラムを作成・実施、サステナブルな観光コンテンツやサービスを造成した。併せて、販路形成・コーディネート・販売予約窓口の仕組みも構築した。



case 02

(一社)安中市観光機構[安中市]

市の次期観光振興計画に サステナブルツーリズムポリシー反映が決定

群馬県初の県広域型サステナブルツーリズムモデルを実装するために安中の鉄道遺産を活用、保全清掃活動や脱炭素型EVレールカートによる軽井沢～安中の二次交通化など、持続可能な鉄道観光コンテンツの提供を核とする取組を実施した。

事業の一環として、安中市観光振興プラン策定メンバー(34名)とともに8月からワーキンググループ定例委員会議を4回開催し、議論を重ね、文化資源の保全や活用・整備、ファン参加型の考え方を示した観光振興プランを策定した。

安中市観光機構・安中市・群馬大学の3者にて委員会を設定し、観光振興プラン策定に向けた協議を進めた。このプランを今後の3ヶ年における安中市観光指針とし、将来的な重点支援DMO認証を視野に入れた計画とした。



C3 意識醸成と人材育成

サステナブルツーリズムを推進する体制の強化には、地方自治体、事業関係者、そして地域住民の意識と理解の向上が重要です。

持続可能な観光地経営への関心を高めるため、それぞれの主体が観光に期待することを把握した上で、地域コミュニティの意識醸成の機会づくりや人材育成などの取組を進め、観光による地域の社会・経済・環境への寄与の重要性について地域全体で理解していく必要があります。

日本版持続可能な観光ガイドライン(JSTS-D)の指標「A 持続可能なマネジメント」と関係するポイントです。

行政・関係事業者の
意識及び理解度向上

地域住民の意識及び
理解度向上

サステナブルツーリズムを
推進する教育・人材育成

2章 (3) サステナブルツーリズムを推進する体制の強化

C3 意識醸成と人材育成

行政・関係 事業者の意識 及び理解度向上

域内の行政や関係事業者に対する、サステナブルツーリズムへの意識や理解の向上が重要です。事業に参画する自治体やDMO、また地域内の宿泊施設など観光に関わる関係者等を対象とした研修実施、GSTC公認トレーナーによるレクチャーなどを通じて、行政や関係事業者が取り組むべきことについて理解を深める機会を設けることが効果的です。

地域住民の意識 及び 理解度向上

地域住民のサステナブルツーリズムの認知・意識・理解度向上のため、住民向けの調査や講演会などの活動を実施することも効果的です。SDGsの重要性が唱えられる中で、地方自治体の多くがサステナブルな観光を推進することを掲げ、観光振興計画の内容を地域住民に訴求することに取り組んでいます。

⇒事例：右欄参照 弟子屈町

サステナブル ツーリズムを 推進する 教育・人材育成

地域全体でサステナブルツーリズムを推進するためには、世界的な情勢や基準も踏まえた考え方について学んだ上で実践できる、相応しい担い手の養成が必要です。JSTS-Dでは、持続可能な観光の推進に専念できる担当者（サステナビリティ・コーディネーター）を事業推進主体に配置すべきと定義されています。推進主体はサステナブルツーリズムについて学び、組織内外の関係者を啓蒙するに相応しい推進役を配置することが重要です。

case 01

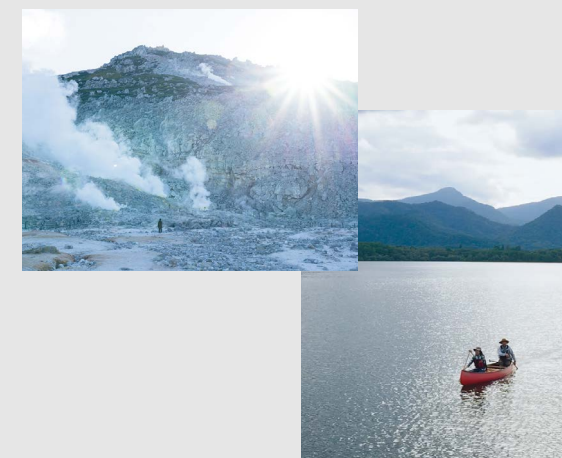
弟子屈町役場[弟子屈町]

町民向けモニターツアーと 調査の実施

「弟子屈町らしい持続可能な観光」の実現に向けて、観光振興計画のアクションプランを加速させるために、サステナブルなコンテンツ造成と町民および旅行者の認知・理解・共感度向上に取り組んだ。

町が日本を代表するサステナブルディステーションであることを国内外に情報発信するための意識調査と広報活動を旅行者だけでなく町民向けにも実施した。また、町民対象のサステナブルな体験モニターツアーや講演会を実施することで、地域住民の意識及び理解度向上を図った。

これらの取組により、町民の認知・理解・共感度向上を目的とした2回のアンケートでは、認知度0%→60%、理解度0%→20%～30%、共感度0%→78%と認知度と共感度が大きく上昇した。





3 章 GOAL SETTING

目標設定

3章 (1) 目標設定についての考え方

サステナブルな観光コンテンツを実践していくうえでは、観光を通じた地域の経済、社会、環境への寄与や、地域の価値を次世代に受け継いでいくことについて、地域全体の具体的なビジョンを明確にし、観光を通じて地域がどのような姿を目指すかを確認する必要があります。

ビジョンの実現に向けて、3～5年などの中長期的な目標、そして当該年度の取組としてはどこまで進めることができるかという具体的な目標を設定し、関係者で共有することが重要です。

できるだけ数値目標(KGI・KPI)とし、数値目標の設定が難しい場合は、定性的な表現でも「いつまでに何を実施」というように、達成の有無や度合いを判断できる目標を立てることが重要です。

地域の全体ビジョン

サステナブルな観光コンテンツの実践により
地域が将来的に目指す姿を確認

KGI(目標)

「地域の全体ビジョン」の実現に向けて
達成すべき目標

中長期的なKPI

KGIに紐づく形で設定する実績を評価する指標

当該年度のKPI

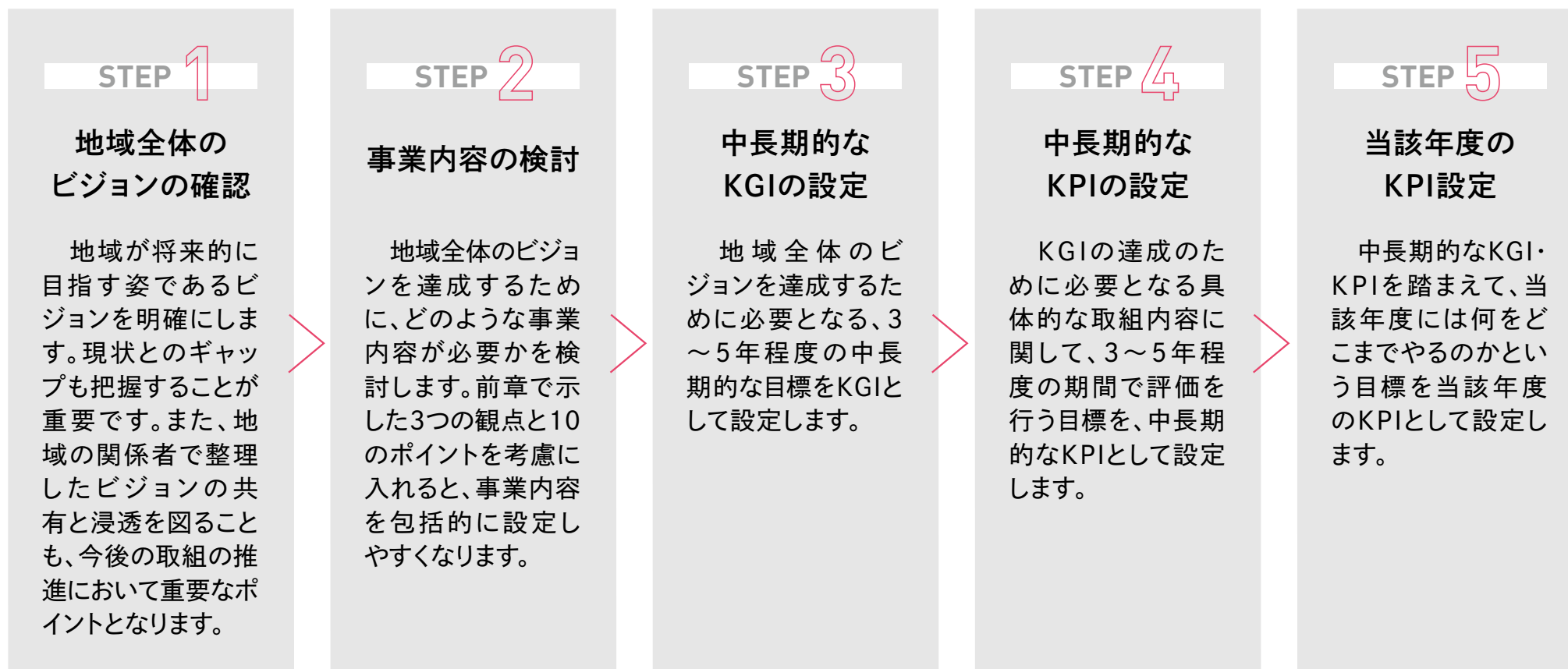
KGIに紐づく形で設定する実績を評価する指標

中長期的
3～5年

当該年度に
どこまで
できるのか

3章 (1) 目標設定についての考え方

サステナブルな観光コンテンツを実践するための目標設定の手順



※KGI:Key Goal Indicator
= 重要目標達成指標
※KPI:Key Performance Indicator
= 重要業績評価指標

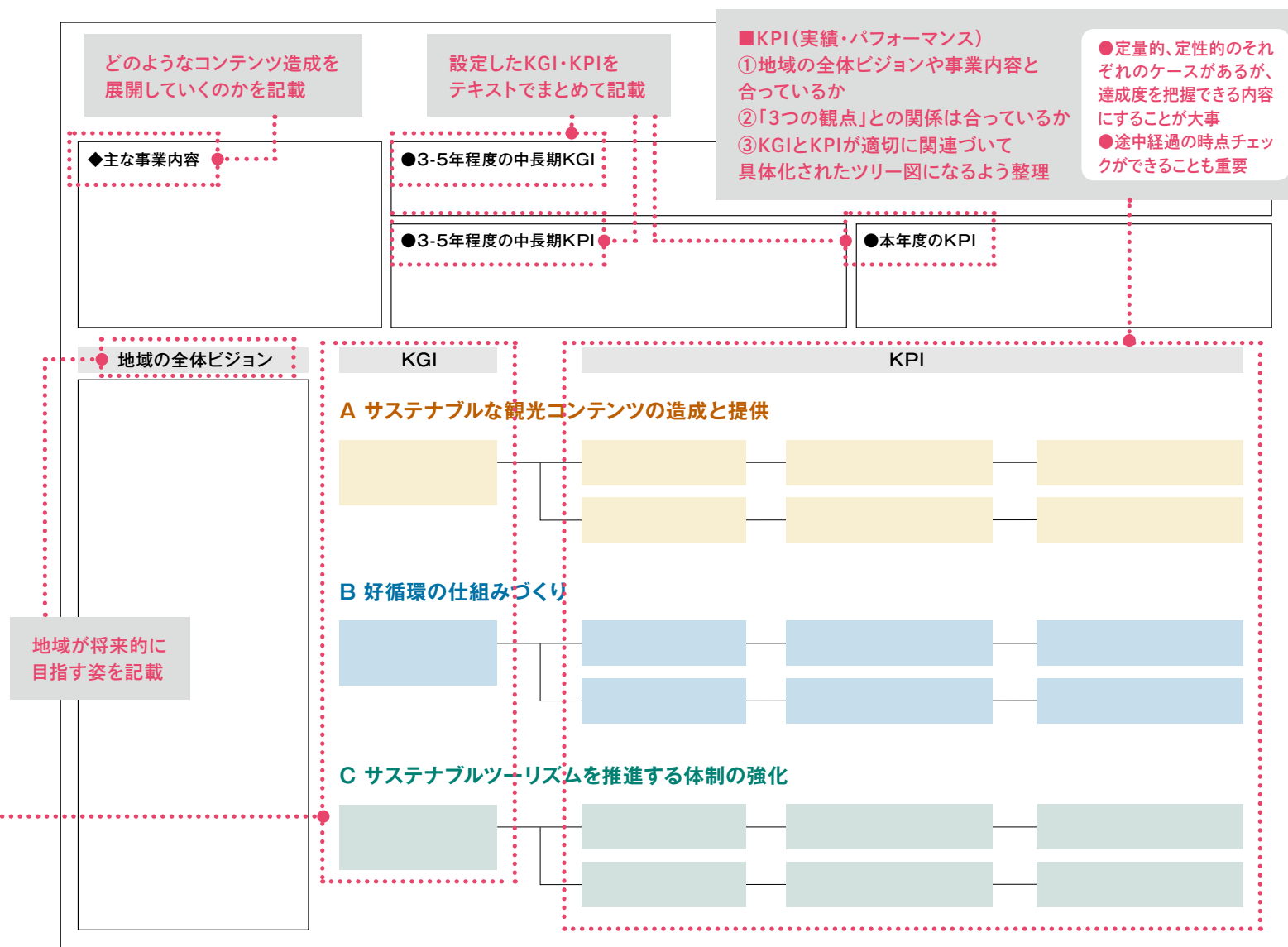
KGI・KPIは、本来はゴールとそれに向かう段階を評価するために数値目標を設定するものです。
事業においてKGI・KPIを設定する際は、原則として数値化した目標を定めることが望ましいですが、定量的な数値目標設定が難しい場合は、定性的な表現でも「いつまでに何をする」「いつまでにどの段階になる」と達成の有無や度合いを判断できる具体的な目標設定をし、関係者で共有して事業を推進することが重要です。

3章 (1) 目標設定についての考え方

目標設定は、関係者の合意のもとで定め、全ての関係者が理解し同じ方向性を持って事業を推進するために必要です。

本年度事業では右のようなフォームを使用し、地域が将来的に目指す姿を地域の全体ビジョンとつながるように「3つの観点」ごとに「何を目標・ゴールとするか」を設定し、「何に具体的に取り組むのか」を整理し、KGI・KPIツリー図として可視化しました。

KGI・KPIの目標設定と可視化



3章 (2) 目標の設定例

本年度事業のKGI・KPI目標設定例

本年度事業で実施したモデル地域における、KGI・KPI目標設定例の具体的な内容を右図に整理しました。

KGI・KPIについて、数値化した目標としているものと、事業関係者が「何をを目指す」「いつまでに何をする」といった達成したい内容を掲げる目標としているものがあります。

これらの目標を関係者で整理・共有しながら事業の進捗を図ることで、地域のビジョンと連動した中長期的な目標と、取り組んでいる単年度の目標の関係性を意識して進めることができます。

	中長期的なKGI設定例	中長期的なKPI設定例	当該年度のKPI設定例
 A サステナブルな観光コンテンツの造成と提供	・造成コンテンツによる利益：***円／年 ・観光入込数：2019年比 ***% ・観光消費額：2019年比 ***% ・協会のサステナブルツアー関心度 ***以上 ・通年型体験コンテンツ造成 ・滞在型コンテンツ造成 ・環境保全型コンテンツ造成 ・地域資源保全と継承のためのコンテンツ造成 ・地域特産品と工芸品需要の増加 ・選定ターゲット向けコンテンツ造成	・コンテンツ造成数：***件 ・コンテンツ売上高：***円 ・コンテンツ参加者数：***人／年 ・販売取扱旅行会社：リアル**社+OTA **社 ・WEBサイトPV：***PV／月 ・地域食材高付加価値化 ・地域環境を活用したスポーツ実施環境整備 ・日帰り観光偏重の課題解決 ・高単価で販売できる上質なコンテンツ提供 ・地域産業と観光資源ブランディング	・コンテンツ造成：***件 ・コンテンツ売上高：***円 ・コンテンツ参加者数：***人 ・ガイド養成研修：**回、**名 ・プロモーション動画再生回数***回 ・FAMツアー：**回、**名 ・モニターツアー：**回、**名 ・地域資源活用プログラム化 ・企業視察受入実施 ・地域資源活用リトリート観光商品の開発
 B 好循環の仕組みづくり	・開設するコミュニティをトラスト運動へ進化 ・コンテンツ参加費から地域還元の仕組み構築 ・地域還元型観光消費額の増加 ・サブスクリプションによる販売増大 ・交流人口と関係人口の増加 ・地域食材活用増加による域内調達率の向上 ・自然環境や史跡の保全、ルール運用の仕組みづくり ・地域経済への貢献 ・観光と住民生活の両立	・地域ファンクラブ構築から拡大 ・地域還元型商品開発（参加費から***還元） ・再来訪を促す仕組みづくり ・地域住民の生活向上 ・地域共通デジタル通貨開発 ・行政との連携による条例制定 ・開発レシピの地域名物化 ・トレイルの訴求による歩く旅人を誘客 ・マナーやルールの啓蒙 ・地域観光圏リピーター***以上	・地域ファンクラブの設立（有料会員制の検討） ・地域の情報発信の運用方針策定 ・特設WEBサイト制作 ・SNS情報発信 ・サブスクリプション導入 ・地域事業者向けガイドライン作成 ・旅行者向けルールの整備 ・地域の食材を活用したメニュー作成 ・コンテンツのテスト販売による調査 ・仕組みづくりに向けた地域事業者間の合意形成
 C サステナブルツーリズムを推進する体制の強化	・行政による保全のための施策と条例整備 ・地域住民への保全施策の周知 ・民間事業者、地元団体、地域関係者、地域住民との連携強化 ・推進主体の財務体制基盤の強化 ・サステナブル観光を推進する人材育成 ・持続可能な組織づくり ・受入体制整備・共有を通じた連携体制の構築 ・稼ぐ仕組みの核となるDMO設立 ・地域住民の暮らしについての誇りを向上	・関係団体、行政、住民との合意形成と連携の更なる強化 ・若手中心セミナー・ワークショップ参加者増大 ・持続可能な観光コンテンツ開発を継続 ・地域の若手へのノウハウの継承・勉強会実施 ・文化財活用の官民検討会の立ち上げ ・域内観光事業者と農林水産業者の連携 ・ガイド、コーディネーター、ランドオペレーター育成 ・トレイルセンター機能構築 ・地域が稼ぐ仕組みの検討	・関係団体、行政、住民との連携強化 ・行政によるサステナブル観光振興プラン策定 ・関係団体等との連携 ・事業者・地域住民向けのセミナーやワークショップ開催 ・行政と連携した満足度、動態調査 ・行政とDMOの役割分担 ・サステナブルツーリズム協議会の立ち上げ ・協議会メンバーのサステナブルツーリズムに関する意識向上

3章 (2) 目標の設定例

地域のビジョンと連動したKGI・KPIの段階的な目標設定例

本年度事業で実施したモデル地域における、地域のビジョンと連動した段階的な目標設定の例を右図に示します。

まず地域のビジョンを達成するために必要となる中長期的なKGIを設定し、それを具体化した中長期的なKPIを設定します。さらに一年間でどこまで実施するか当該年度のKPIを設定しています。

目の前の取組が何のために実施するものかを確認していくために、まず地域の目指す未来の姿を描き、その未来の姿を実現するための道筋を現在へと遡って目標設定を整理することが有効です。

A サステナブルな観光コンテンツの造成と提供についてのKGI・KPI設定例				
(一財) 箱根町観光協会	【地域のビジョン(抜粋)】 地域の事業者のSDGs意識を醸成、観光地の新たな魅力を継続的に向上	【中長期的なKGI】 宿泊促進/ゴールデンコース以外のコンテンツ拡充/ゴールデンコース自然環境負荷軽減	【中長期的なKPI】 宿泊連携サステナブルツアーへの会員企業関心度50%以上/宿泊施設のオプションツアー販売	【当該年度のKPI】 サステナブルツアーの造成/宿泊連携ツアー参加者アンケート実施
(特非) 久慈広域観光協議会	【地域のビジョン(抜粋)】 「作る・売る・受け入れる」のワンストップ体制構築	【中長期的なKGI】 初級～上級者向けトレイルや分割したルートなどを設定して販売商品数10本	【中長期的なKPI】 個人でトレイルを楽しむ方に向けた荷物配送サービス等の受入体制整備	【当該年度のKPI】 体験導入コース造成や環境の構築/スルーガイド育成/荷物と物産配送システム構築検討
B 好循環の仕組みづくりについてのKGI・KPI設定の例				
(一社) 富山県西部観光社 水と匠	【地域のビジョン(抜粋)】 来訪者と地域の方が共に価値の保全に取り組む、新たな「ナショナル・トラスト運動」へ	【中長期的なKGI】 開設するコミュニティをトラスト運動に進化	【中長期的なKPI】 散居村暮らしの継承を支援する会員制度「散居村倶楽部」の構築	【当該年度のKPI】 会員制度の導入、メンバー30名(域外20名+域内10名)
やんばる「保全と利用」体験型コンテンツ開発実行委員会	【地域のビジョン(抜粋)】 世界自然遺産の森の保全活動を観光と連動して自走していく体制づくり	【中長期的なKGI】 官民協同による継続的なやんばる地域の自然環境保全活動の実施	【中長期的なKPI】 (仮称)やんばるサステナブル観光コンテンツ委員会の設立・開催・年1回(R5年度以降)	【当該年度のKPI】 ガイドライン(骨子案)作成についての事業者参加: 5社以上
(一社) ハケ岳ツーリズム マネジメント	【地域のビジョン(抜粋)】 住民と来訪者の協働による地域づくりによる関係人口の深化、住民が誇れる豊かな地域	【中長期的なKGI】 拠点居住、移住者の増加	【中長期的なKPI】 ハケ岳観光圏のリピーター率80%以上/再来訪を促すための仕組みづくり	【当該年度のKPI】 コンテンツの有料会員制導入/SNS運用方針の策定と強化
C サステナブルツーリズムを推進する体制の強化についてのKGI・KPI設定例				
(一社) 奥むさし飯能観光協会	【地域のビジョン(抜粋)】 保全活動参加者拡大と基金による整備から森林利用増加につながる好循環により、100年続く森を実現	【中長期的なKGI】 キャンプ場事業者、交通事業者、金融機関、企業との連携強化/地域住民の意識改革、事業への参画	【中長期的なKPI】 関係事業者、エリア拡大/DMOを中心とした受入体制/運営ノウハウ構築、運用マニュアル作成	【当該年度のKPI】 喜多川キャンピングベースを拠点とし、市内木材加工会社、イベント会社、DMOの座組の構築
(一社) 松本市アルプス山岳郷	【地域のビジョン(抜粋)】 長期滞在モデル創出を通じた日本中部横断「Big Bridge」の醸成と来訪者増加	【中長期的なKGI】 松本高山間の広域連携体制の強化	【中長期的なKPI】 広域連携DMO構築/地域づくり団体と人材ネットワーク構築	【当該年度のKPI】 地域連携DMO検討会の開催/次年度に向けた新たな取組創出3件/検討会議地域参加人数20名

3章 (2) 目標の設定例

KGI・KPI設定例:『旅行者と創る「参加型ローカルガストロノミー八女」』



(一財)FM八女 観光事業部
茶のくに観光案内所 所長
中村かおり氏

2018年入職。茶のくに観光案内所を拠点に着地型コンテンツの作成やインバウンド事業の企画運営・プロモーション事業に従事。伝統工芸や手仕事が多く息づく八女市にて、「おもてなしの心」を大切に、DMOとしての役割を果たすべく日々奮闘中。

comment

KGI・KPIツリー図で全体を俯瞰することができたため、随時方向性を確認しながら、目指すゴールに向かって複数の取組を同時並行で進める事ができました。

作成には多少時間を要しましたが、その分総括の際は、ツリー図内の項目に添って達成度を確認でき、かなり効率よく作業が進みました。

今回我々は、パワーポイントのコメント機能を使って意見交換をしながら作成作業を進めましたが、(特に事業開始期であれば、)チームメンバーが一堂に会し、ワークショップ形式で作成するのもよいと思います。

◆主な事業内容

*シェフ・イン・レジデンスを通して、八女市立花町で受け継がれてきた食文化を新たな視点で再編集
⇒価値向上⇒郷土料理や暮らしの発展的継承
*地域文化を体感するプログラム・旅行商品造成
⇒ゲスト・ホスト共に地域文化の担い手となる体制構築、旧大内邸活性化の仕組みづくり
*販売ツール(ウェブサイト、動画)の制作とPR

●3-5年程度の中長期KGI

旧大内邸周辺が郷土料理、果樹栽培、たけのこ、梅、鍛冶、竹細工などが集まる「手仕事のある山里」として広く認知される。サステナブルツーリズムを実践している場として、20-40代や外国人訪問者が増加。
R7-9年に達成すべき指標:八女を訪れる人の2割以上が立花を目的に来訪。訪問者の3割が20-40代や外国人訪問者。

●3-5年程度の中長期KPI

・旧大内邸で夕食を提供する人材拡充
・「手仕事のある山里」としてのブランディング
・体験プログラムの材料や人材を地元でまかなうことによる収益の地域還元
・消滅の恐れのある地域文化のコンテンツ化拡大
・訪問客の受け皿となれる人材拡充
・外国人旅行者の受入環境整備
・タクシー・自転車を活用した旅行商品の造成

●本年度のKPI

・地元住民が自分たちが培ってきたものの価値を再認識
・体験プログラム5本・旅行商品6本造成
・郷土色の強い昼食の提供準備
・WEBサイト制作(日・英・中/繁体字)3000PV
・地域に収益が循環する商品価格設定
・旅行商品への協力事業者5団体

地域の全体ビジョン

中長期的に目指す八女の将来像
・「八女=手仕事のまち」イメージ浸透
・食や工芸に関心のある人の訪れたい町になる
・観光の先に移住・就業をする人が生まれてくる

↓
ツーリズムを通じて、地域文化を発展的に継承する

↓
地域の暮らし・コミュニティ支援(地域人材の活用、交流人口増加等)

↓
アクティビティ貢献(参加型の保全活動等)

KGI

A サステナブルな観光コンテンツの造成と提供

国内外から八女市立花町の地域文化に興味のある人が集まる

体験プログラム・旅行商品の継続的な販売

旧大内邸で夕食を提供する人材拡充、夕食の提供

八女や旧大内邸周辺のサステナブルな取組の認知を拡大

「手仕事のある山里」としての理解促進、ブランディング

KPI

下線付きは令和4年度のKPI

体験プログラム5本・旅行商品6本造成

郷土色の強い昼食の提供準備

WEBサイト制作3000PV
動画制作

シェフ・イン・レジデンスの定期的な開催

地元住民が自分たちが培ってきたものの価値を再認識する

サステナブルな取組認知拡大のために情報発信の装置を整える

シェフ・イン・レジデンスを通して八女市立花町の食文化の再編集

B 好循環の仕組みづくり

継続的に旅行者をお迎えすることで地域文化・郷土料理を継承する

収益の地域還元

コンテンツ活用とコンテンツ化拡大による地域文化の継承

地域に収益が循環する商品価格設定

消滅の恐れのある地域文化の観光コンテンツ化5本

C サステナブルツーリズムを推進する体制の強化

地元の事業者・住民・農業者・職人が参画する受入体制の構築

訪問客の受け皿となれる人材拡充

外国人旅行者の受入環境整備

二次交通の充実による利便性向上

旅行商品への協力事業者5団体

日・英・中/繁体字のWEB制作

タクシー・自転車を活用した商品の造成

農業者や職人が消費者との接点としてのツーリズムの価値に気づく

4 章 CASE STUDIES

事例の紹介



4章 事例の紹介

事業名 みちのく潮風トレイルを活用したサステナブル「トレイル&トレイン」ツーリズム 事業者名 (特非)久慈広域観光協議会

ロングトレイル初心者向けコースと鉄道を組み合わせた環境配慮型ツーリズムの造成と収益をトレイル維持管理に還元する寄付型ツアーによる展開

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- JR・三陸鉄道を活用した「トレイル&トレイン」では、環境にやさしい鉄道によるエリアを跨いでトレイルを案内できるガイド(スルーガイド)を育成
- ツアー収入の一部を活用し、みちのく潮風トレイルの維持整備に還元する「寄付型ツアー」の構築に向けた検討と実践
- 地域のサステナブルポリシー策定に向けたサステナブルツーリズムの勉強会を開催し、関係者間で意識向上

地域の課題と背景

みちのく潮風トレイルは、特色ある海岸部の1,000kmを超えるロングトレイルと、新幹線を含むJR沿線や三陸鉄道線により、脱炭素への機運の高まりを背景に、「列車+トレイル」の環境配慮型ツーリズム」として展開が期待。また、海外メディアに紹介され、国内外からの評価も向上。

しかし、広域複数の自治体にまたがり、有名スポットに旅行者が集中し、滞在型地域消費につながっていない状況。高付加価値化するために、地域間コーディネート力と地元ガイドの存在が重要だが、現状は限られた人材で対応しており、魅力的な情報配信・具体的な集客促進PR・商品造成など、ノウハウを持つ外部ネットワークが乏しい。また、個人ハイカーへの消費アプローチ、広域周遊コース造成および多言語対応など、インバウンド対応にも課題がある。

地域が目指す姿

世界に誇るトレイルの活用と保全に向け、「作る・売る・受け入れる」のワンストップ体制を構築。モデルエリアにて、持続可能な「歩く旅」商品と、販売する持続可能な地域体制、専門性の高い企業とのネットワーク構築、的確なプロモーションを遂行できるプロトタイプを形成。みちのく潮風トレイルの運営、保全に関わる関係者へ共有し、最終的に仕組みが全線で活用できることを目指す。世界的なトレイルの活用と保全をリードする。

事業内容

個人でもグループでも何度でも訪れてもらうトレイル文化の創出を目指し、みちのく潮風トレイルの統一的情報プラットフォームの構築(情報のワンストップ化等)、個人で巡れるビギナー向けツアープログラムの造成と体制構築(初級～中級向けを意識した2泊3日のセクションコースの設定、荷物・物産等の配送サービス等)、滞在型観光の地域消費向上につなげるアプローチおよびツアー収入の一部を活用した環境保全への還元について、検討し実践した。また、これらの取組のマネジメントを視野にサステナブルツーリズムについて学び、今後のサステナブルポリシーの策定を目指し、専門家をコーチとして招き、地域関係者とともに勉強会を行い、意識向上を図った。

今後は、他のみちのく潮風トレイル沿線上のトレイル受入団体とも事業成果を共有し、事業知見を活用していく。



トレイルを歩きながら、地域の文化、食、人と触れ合い、再訪を促すように地域との関係を深める工夫をしたツアー造成(旅行会社の会員ツアーにてトライアル実施)



4章 事例の紹介

事業名

みちのく潮風トレイルを活用したサステナブル「トレイル&トレイン」ツーリズム

事業者名

(特非)久慈広域観光協議会

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの 造成と提供の観点

コンテンツの造成

旅行者が求める「地域ならではの」の視点から「地域産業者（漁業者、食の匠、地域職人）」等が関わることの必要性を理解することができ、モニターツアーを通じて地域住民も積極的に関わる事が可能となった。旅行者と交流することで、自身の取組などに自信を得ることができたと、地域住民から声が多数あった。また、トレイルルート案内ガイドからも同様の声があった。

コンテンツの販売・自走化

旅行事業者からトレイルツアー企画実施の問合せがあり、立寄り等の地域事業者も受入を実施予定であるため、徐々に販売拡大できると捉えている。コンテンツの自走化に向けて注力していく。

旅行者の受入に関する「ニーズ把握」を強化し、地域が提供可能なコンテンツ造成につなげていく。

B

好循環の 仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

旅行者が、今後、「寄付型ツアー」の実施が複数の旅行会社のツアー造成に波及する可能性が高いと考えている。併せて、旅行者の環境配慮型ツアー（マイボトル、マイ箸持参等）も継続的に造成していく。

観光を通じた地域への好循環の創出

トレイルを歩くのみならず、地域資源（食、文化、人）への興味を示す旅行者が増加。また、荷物配送サービスの利用ニーズが確認されたことから、地域内では、配送サービスの取組を実施・準備することができる事業者と連携予定。

旅行者に対する観光を通じた「貢献、還元」の仕組みを明確に示し、地域としての持続化に努めて行くと共に、受入地域内でもその必要性を共有できる取組を継続的に実施していく。

C

サステナブルツーリズムを推進する 体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

宿泊、食事、荷物運搬、交通事業者等との合意形成が進み、関係者間の体制が強化された。

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

事業者間の連絡調整機関を久慈広域観光協議会が担うことになり、今後サステナブルツーリズムを推進するための役割が明確になった。

地域内体制強化を継続的に進めつつ、広がりの展開に取り組むと共に、地域資源の活用視点を深める取組を実施していく。

4章 事例の紹介

事業名

森林活用保全サイクル確立と自走型観光地経営基盤構築

事業者名

(一社) 奥むさし飯能観光協会

「100年続く森を育て愉しむ」を目指した伐採～加工～植樹と続く 通年の間伐対策のプログラム化とサブスクリプションによる提供

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 既存顧客(単発キャンプ場利用者)を会員組織化し、年間10回のキャンプ場利用+通年型のプログラム体験のサブスクリプションシステム化の実現
- 「100年続く森を育てるための、間伐を知る」そして「100年続く森を愉しむ」体験プログラムとして、伐採、植樹、木工加工など森を体感するコンテンツを造成
- リモートワークが増えメンタルヘルス対策のニーズが高まっている首都圏の企業研修もターゲットとし、企業研修専門会社と連携して企業研修プログラムを造成、販売
- 年会費等の売上の一部(5%)を森林保全基金に充当
- DMOが窓口となり受入・販売体制を一本化してキャンプ場事業者等の連携先の負担軽減を図り、事業継続性を意識した運営体制を構築

事業内容

既存リソース(キャンプ場・林業事業者・市内事業者・キャンプ場利用者)を活用し、継続性の高い間伐対策プログラムの造成と既存顧客の会員組織化を実施。ゼロからマネタイズできる仕組みを構築。国土の約8割を森林が占める日本にとって本事業の取組は、全国の森林エリアが抱える間伐対策問題を解決する参考になる。

旅行ツアーといった一過性の人流構築で終わらせるのではなく、「100年の森構想」に共感する旅行者が、通年で飯能の森を訪れ、間伐対策プログラム(伐採～加工～植樹)に参加することで、地域課題の解決を地域と旅行者が共に目指す。地域の事業者が主体となり活動に関わりながら既存顧客の会員組織化(サブスクリプション化)と法人・教育機関への研修プログラムを実装し、事業のマネタイズによる森林保全と自走型観光地経営の基盤を構築。100年続く森の実現のための活用と保全の好循環の仕組みと観光地としての事業、経営基盤を固めた。



参加者による伐採



箸づくり体験



木工プレートづくり体験



地域の課題と背景

地域の風土がスギやヒノキの生育に適し、人々が枝打ちや間伐など丁寧に手入れを重ねてきたことにより、この地の木材は「西川材」というブランドで高い評価を得ている。しかし、林業従事者の高齢化(後継者不足)、地域内人口減少、森林保全活動の担い手不足などの要因から、間伐対策が追い付かず、森が荒廃すること、そして景観が損失してしまうことや災害の発生も懸念される。

地域が目指す姿

- ①【100年の森構想】に賛同した森のオーナーの森林保全活動への参加拡大
 - ②オーナープログラム年会費からの森林保全基金による間伐対策、林道などの整備
 - ③森の整備による森の利用者の増加
- ⇒①②③の好循環サイクルによる100年続く森の実現

4章 事例の紹介

事業名

森林活用保全サイクル確立と自走型観光地経営基盤構築

事業者名

(一社) 奥むさし飯能観光協会

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの 造成と提供の観点

コンテンツの造成

- ①既存リソース(キャンプ場・林業事業者・市内事業者・キャンプ場利用者)を活用し、伐採～加工～植樹という継続性の高い間伐対策プログラムを造成。
- ②旅行会社等での一過性的な販売ではなく、企業研修専門会社が監修・販売することで継続利用の可能性が高い企業へのアプローチが可能。
- ③企業研修モニター検証を2回実施し、10社以上の企業に飯能の森の魅力と間伐対策の重要性を伝えられた。

コンテンツの販売・自走化

- ①コンテンツ造成とWEBサイトでの販売準備は完了。
1月:会員募集⇒4月:サービス開始(利用開始)
- ②プロモーション(17メディアに掲載)強化によるブランディングの浸透の足掛かりを掴めた。
- ③研修プログラムの【お客様対応マニュアル】・【スタッフ向け運営マニュアル】を作成。
⇒次年度以降、地域での運営自走化のベースを構築。

- ①間伐対策コンテンツの販売・集客
- ②飯能エコツアーリズムツアーでの商品化
- ③企業研修の受入と運営の自走化
・企業研修専門会社によるコーチング
・研修コンテンツマニュアルの運用
- ④同じ間伐対策問題を抱える他地域への事例共有・ナレッジ化

B

好循環の 仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

- ①オーナーズクラブを設立し、通年でキャンプ場と間伐対策プログラム体験するサブスクリプションによる会員組織化。
- ②キャンプ場のサブスクリプションシステム導入の先進事例地区との交流を通じて運営手法やマネタイズのポイントを検討。

観光を通じた地域への好循環の創出

- ①1月に販売開始⇒4月サービス開始後、年会費等の売上の一部(5%)を森林保全基金に充当予定。
- ②キャンプ場利用者以外にもトレイルランナー(約1,000名)やエコツアーリズム参加者のオーナーズクラブ加入を呼びかけ、マネタイズを進め、山道整備への参画も促進。
- ③サブスクリプションシステムによる定期来訪機会を創出⇒森林エリアや中心市街地での消費拡大を見込む。

- ①WEBサイトでのブランディング強化と会員集客
- ②森林保全基金設立(年会費の5%を充当)
- ③トレイルランナーやエコツアーリズム参加者のオーナーズクラブへの加入促進と山道整備への参画促進
- ④サブスクリプションシステム導入を契機とした来訪機会創出による市全域での消費拡大

C

サステナブルツーリズムを推進する 体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

- ①事業の継続性を意識し、主体者(キャンプ場)の負担軽減を前提とした運営体制を構築。
(例・WEBサイトやSNSによるブランディングと集客
・マニュアル活用による研修プログラム運営の普遍化
・企業研修専門会社によるコーチング、営業代行
・加工体験プログラムの専門事業者への外注)

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

- ①今年度は飯能市吾野地区での事業実施であり、地域全体での受入体制構築は次年度以降実施。次年度以降はDMOを窓口とした受付予約体制を構築し、統一した情報発信を行うことで【100年の森構想】のイメージを浸透させ、ブランディングを図る。

- ①負担の少ない運営体制の構築
・専門会社へのアウトソーシング
・マニュアル活用による研修コンテンツ運営の普遍化
- ②面での事業展開
・名栗地区キャンプ場での事業展開
- ③DMOを主体とした事業受入体制の構築
- ④市内事業者の参画拡大

4章 事例の紹介

事業名 サステナブルな観光地・箱根のコンテンツ造成事業

事業者名 (一財) 箱根町観光協会

インバウンド強化に向けた未開拓の歴史・文化と自然を組み合わせたコンテンツ造成と 認定ガイドの地域伝承・国際水準対応の両面からのスキルアップ

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 旧東海道の歴史と文化そして自然を関係づけた観光ルートを手探り・アドベンチャー・トラベル愛好家に向けて造成
- 箱根町トラスト基金への寄付やツアー費用から定額の寄付金回収による自然保全への還元
- DMOが中心となりサステナブルツーリズム関連事業者と宿泊事業者と連携してコンテンツ販売のためのサステナブルツーリズムWEBサイト構築
- 国際基準に準拠したガイドプログラムを実施、「資源の保全と利用の両立」に理解のある箱根DMO認定ガイドを育成
- 数多の観光事業者がある人気観光地でのホテル、旅館、飲食店、各種組合、団体、旅行会社との連携強化による取組の推進

地域の課題と背景

全国有数の観光地として、多くの観光事業者が存在しているが、事業者間連携の希薄さが課題。環境先進観光地・箱根を掲げる中、取組の更なる加速化を求められていた。世界水準のサステナブルな観光地と比較すると、以下6つの課題がある。

- ①既存フィールド・施設・資源の魅力を活かした新コース・プログラム開発
- ②域内事業者や認定ガイドの連携強化による受入体制づくり
- ③世界レベルのガイド育成
- ④売れるサステナブル・ツアー造成とオンライン流通の促進
- ⑤インバウンド誘客への魅力的な情報発信とプロモーション
- ⑥観光を通じた環境保全への貢献具体化とブランディング

地域が目指す姿

訪日外国人旅行者や国内旅行者に、箱根を我が国の「SDGsのショールーム」として発信する。

住民約1.1万人に対し旅行者は年間約2,000万人も訪れる国立公園観光地の箱根町。

観光経済消費の維持・拡大に加え、自然環境や地域社会の持続に資する観光地であるために、国内外の現在・未来の旅行者の意識に応えながら事業者の意識を醸成し、新たな魅力を継続的に高めていく。

事業内容

「SDGsのショールーム」の具現化に向けて、それを体現する、箱根ならではの資源を活用した「サステナブルな観光コンテンツの強化」を図ると共に、それを活用する人材、流通・販売力を強化し、行政、民間事業者・団体の連携を強め、地域全体で取り組んだ。

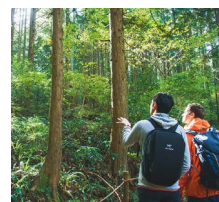
具体的には、歴史文化を絡めた観光ルート開発、サステナブルツーリズムのWEBサイト構築、オウンドメディア掲載や商談会による訴求、資源調査、認定ガイド研修、協議会開催によりサステナブルツーリズムについて町内のホテル・旅館・飲食店・ガイド業・各種組合・組織団体・旅行会社との連携を強化した。

歴史文化を絡めた コンテンツ(観光ルート)

箱根ゴールドルートから外れた、インバウンド市場に訴求力のありそうな要素を把握するためにFAMを実施し、箱根らしさ溢れる2泊3日のサンプルツアーを造成した。



- ・インバウンド視点での既存資源の棚卸
- ・宿泊連携による箱根町らしい付加価値の高い「サステナブルツアー」を造成、商品力の強化



・観光を通じた環境保全への貢献具体化(トラスト基金への寄付)とブランディング



- ・箱根DMO認定ガイドの世界に通用する高いレベルへスキルアップ
- ・箱根DMOを中核とした域内連携による受入体制強化



- ・宿泊連携による商品力の強化
- ・オウンドメディアを活用した情報発信・プロモーションの強化(特設サイト、WEB商談会)



4章 事例の紹介

事業名

サステナブルな観光地・箱根のコンテンツ造成事業

事業者名

(一財)箱根町観光協会

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの 造成と提供の観点

コンテンツの造成

コンテンツ造成のスキームを構築することができた。特に、インバウンドの需要を調査するため実施したFAMツアーの人選が重要であった。今回の参加者は、イギリス、ドイツ、アメリカ籍で、インバウンド観光戦略やアドベンチャーツーリズムの有識者であったため、ツアー内容のフィードバックだけでなく、それぞれのメディアにおいて記事化してもらい、発信強化も図ることができた。

コンテンツの販売・自走化

- ・コンテンツ造成は完了したが、旅館やホテルとの連携については、ハイキングコースの補修と絡めての販売までは至っていない。
- ・2月以降、パッケージ化して販売予定。

インバウンド客の需要に合わせてコンテンツを更にブラッシュアップしていくとともに、登山道補修など整備に参加できる仕組みづくりを構築、宿泊施設との連携プラン造成に向けて検討する。

B

好循環の 仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

- ・国際水準のガイドを育成するべく、箱根DMO認定ガイドのステップアッププログラムを実施。
- ・観光資源となり得る地域資源の保全活用の基礎情報を整理(棚卸)した。
- ・ハイキングコースの再調査を実施。課題を抽出。
- ・造成したツアーの代金の1%程度を箱根トラスト基金へ寄付。
- ・作成したWEBサイトで箱根におけるサステナブルな取組を紹介。
- ・海外向けにWEB商談会の実施。

観光を通じた地域への好循環の創出

- ・ガイドのステップアップ講習により、スキルが底上げされ、ガイド講習受講者定員達成。
- ・観光資源については棚卸まで完了。今後の活用については地域関係者と検討していく。
- ・WEBサイト上でガイドを紹介し、箱根の資源と自然保護を伝えられるガイド依頼の機会創出につなげている。
- ・WEB商談会では、台湾33社39名、北米52名(登録約140名)に参加してもらい、インバウンド回復時に箱根の新たな魅力を伝えることができた。

引き続きガイドのスキルアップを実施し、棚卸した資源の保護活用方法について地域関係者と協議し、箱根の自然資源を守り伝えていく。

C

サステナブルツーリズムを推進する 体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

- ・箱根森のふれあい館(畑引山集団施設地区)の利用促進を見据えた体制構築の検討。
- ・自然体験活動促進計画素案の作成。

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

- ・環境省「富士箱根伊豆国立公園満喫プラン箱根地域ステップアッププログラム」で検討されていた内容に加えて、本事業の資源の棚卸しやハイキングコースの再調査などの成果を生かして、施策を検討してきた。特に畑引山集団施設地区の活用検討において、大きく奏功した。
- ・自然体験活動促進計画について登山道補修や集計伐採、野外アクティビティ促進など、新たな着手ポイントを設計している。

自然体験活動促進計画実施に向けて、引き続き地域と連携して実施していく。環境省箱根地域ステップアッププログラムと連携していく。アウトドア拠点計画を推進。

4章 事例の紹介

事業名 地域資源を活用したサステナブルな未来創造事業

事業者名 (一社)ハケ岳ツーリズムマネジメント

「住民と来訪者の協働によるハケ岳の景観保全」を切り口とした森・山・里山・畑のコンテンツ造成と再来訪を促す情報発信に向けたSNS運用方針策定・展開

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 地域の将来的な担い手不足を見据え、住民と来訪者の協働により、地域の景観保全に取り組むことのできる「共創型」コンテンツについて、フィールドごとにモデル造成
- コンテンツを体験できるフィールドの拡大を目指し、モデル造成したコンテンツのノウハウは、動画やガイドブックとして見える化したうえで、地域の事業者向けに実施した勉強会で活用
- コンテンツ間の連携を育む場として、第三者も参加する事業者運営会議を開催し、来訪者を楽しませつつ、地域に成果が波及するコンテンツのありかたを議論
- 継続的な情報発信体制を整えるために、ハケ岳のファン拡大を目的に専門家の伴走支援を受けながら、SNS運用方針と発信体制を整備

地域の課題と背景

ハケ岳地域では、移住者も含め、サステナビリティは日常的生活の中に息づいており、観光庁からJSTS-Dロゴマークの使用許可を受けるなど、持続可能な観光地域づくりを進めている団体となる(一社)ハケ岳ツーリズムマネジメントでは、地域の宝である美しい景観を保全するために、地域に貢献しながら、ハケ岳のファン層を増やす活動に取り組んできた。

しかしながら、一部の事業者の意識は高いものの、エリア一体となって取り組む機運醸成や継続的にコンテンツを顧客に提供する体制確立に課題があった。

地域が目指す姿

住民と来訪者の協働による「共創型」コンテンツの提供を通じ、よりよい住環境及び観光地域に進化するため、将来的な担い手不足解消を見据え、住民と来訪者の協働による地域づくりに取り組み、より進化した関係人口増加を目指す。

この取組により、将来的には地域経済の流通が促進され、住民自らが誇れる豊かな地域になることを目指す。

事業内容

“自然とのファーストコンタクトの場”を適切に創出するサステナブルな観光コンテンツをモデル的に造成することで「共創型」コンテンツのノウハウを蓄積するとともに、蓄積したノウハウを地域に横展開することで、次年度以降、コンテンツを提供するフィールドの拡大を図った。
また、地域の思いや造成コンテンツの魅力を発信するために、エリアの情報発信体制を再検討し、専門家の伴走支援を受けながら、SNS運用方針と発信体制を整えた。

1. コンテンツをモデル造成

住民と来訪者の協働により、景観保全に携わるという共通コンセプトを持ちながら、「森」「山」「里山」「畑」をフィールドとしたコンテンツをモデル造成。コンテンツ参加を通じて、地域への愛着が生まれ、ハケ岳の接点拡大につながるよう、コンテンツの内容などを工夫。



2. ノウハウの蓄積と横展開に向けた仕掛け

コンテンツの造成ノウハウは、動画やガイドブックなどで「見える化」とするとともに、地域事業者向けの勉強会を行い、来年度以降のフィールド拡大につなげた。

また、コンテンツ間の連携を育むために、第三者である専門家が参加する事業者運営会議を運営し、地域内のコラボレーション創出について議論。



3. 継続的な情報発信体制の構築

ハケ岳ファン獲得と再来訪を促す仕組みづくりとして、SNSの運用体制を整えた。まず、何のためにSNSを運用するのかを議論し、運用方針を策定した後、専門家の伴走支援を受け投稿を行いながら、来年度以降も継続する情報発信体制を構築。



4章 事例の紹介

事業名

地域資源を活用したサステナブルな未来創造事業

事業者名

(一社)ハケ岳ツーリズムマネジメント

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの
造成と提供の観点

コンテンツの造成

森・山・里山・畑を活用したコンテンツを各1件ずつ計4件造成した。各種モニターツアー等実証は延べ281人が参加、コンテンツ参加を通じ地域や資源への愛着が生まれており、交流・関係人口の拡大や移住定住へのきっかけづくりのフックに足り得る有料コンテンツとして、商品展開が十分に可能な評価をいただいた。他方、コンテンツ間の有機的な連動の実践には至らず、地域としての持続可能観光へのアプローチが今後の取組への積み残し課題となった。

コンテンツの販売・自走化

山コンテンツのFAMツアーを実施し、招聘した大手旅行会社とツアー造成に向け協議を進め、来年度展開予定。その他コンテンツにおいては、モニターツアーを通じてより明確化されたターゲット・ペルソナを鑑みると、旅行代理店系の販売経路よりも、業界の大型サイトを介した発信と自社システムによる直売の組み合わせのほうがより効果的と考えられることから、今年度実施したSNS勉強会や策定した運用方針を参考に、次年度以降全てのコンテンツで販売・自走化を目指す。

【伝える・売る】

今年度のマーケティング調査結果を活かし、売するための見せ方・PRに関しても次年度以降戦略的な展開が必要である。また、具体的な売り方としては、森商品は大型サイトでの流通、山商品は大型媒体による流通、里山・畑商品は既存ルートを活かした直売の促進と販路拡大を図り、森・山商品についてはフィールドの拡充にも取り組む。その他サブスク等リピーターにつながる売り方も検討、実践する。

B

好循環の
仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

畑と山ではコンテンツの有料会員制の検討が進み、来年度以降の実装が見込まれる。畑と山の内容を運営会議で共有し、その他のコンテンツの実施についても議論した。ハケ岳ファン獲得と再来訪を促すための仕組みづくりとして、SNS運用強化に向けて勉強会開催や方針の策定に取り組んだ。

観光を通じた地域への好循環の創出

造成したコンテンツはいずれも本エリア最大の魅力のひとつである景観の保全活動そのものを観光商品化したものとなるため、単発での商品の購買、コンテンツへの参加自体が地域の持続・発展に寄与する共創観光であり、レスポンシブルツーリズム(旅行者もツーリズムを構成する一要素として扱い観光地形成を行うこと)であると言える。さらにこれらを持続的なものにするため、今年度のコンテンツ造成を皮切りに、商品開発→販売→商品単体収益→地域としての収益→地域資源への再投資、という地域(の景観)を守るために必要な循環が確立されることを目指す。

【持続可能なお金の流れを確立する】

ファンクラブやサポーター制度のような会員制度の確立・実装によりファンやリピーター等優良顧客を明確化し、ダイレクトマーケティングやインセンティブ付与による顧客管理に基づき継続的な来訪や地域への関与を誘発、地域が無理なく持続的に稼ぐためのパイを大きくすることに取り組みつつ、さらにその後の基金造成や基金の地域資源への再投資の仕組みづくりにつなげる。

C

サステナブルツーリズムを推進する
体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

コンテンツ単体を実施するための体制は事業着手時から盤石であり、事業完了後もそれぞれの事業者が造成コンテンツを継続的に手掛けていくこととなっている。また、造成に係るステップやフローを別途作成し、地域のノウハウとしてストックすることで、次年度以降のコンテンツ造成の横展開にもつなげることができる。

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

「点を増やして面をつくる」ための成果が上がった一方で、事業者間での事業の連動に関するナレッジの共有という点で課題を残しており、「点をつなげて面をつくっていく」ことが今後必要である。今年度事業において開催した各種会議体・勉強会を通じ、事業者間のコラボレーションアイデアは萌芽しつつあるため、この機運を活かし、次年度以降は地域内での循環の仕組みづくり、循環の環(わ)を広げる取組に昇華させ、本エリアの持続可能観光ブランドの確立・周知を図っていくことが必要である。

【地域として取り組む】

今年度も畑コンテンツで収穫したトウモロコシを使ったコーンスープを森コンテンツで提供したりと、コンテンツ間のコラボも生まれており、山コンテンツで発生した木材を里山コンテンツのチップづくりの材料にする等の構想もある。このような共通コンセプトによる共同プログラム造成を進めるほか、共通会員制度や相互送客などそれぞれのファンの共有等も検討し、個の取組から地域の取組として強化を図る。

4章 事例の紹介

事業名

散居村の保全・活用につなげる「再生型旅行」実証実験

事業者名

(一社) 富山県西部観光社 水と匠

さんきょそん

散居村の景観・伝統・文化の保全・継承を目指した古民家(アズマダチ)を活用した 富裕層向けコンテンツ造成と保全活動への還元の仕組み構築

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 散居村のサステナビリティ強化のために官民が参画する会議体を立ち上げ、地域全体が活動に取り組むための合意形成を推進
- 散居村の古民家を再生し、「リジェネラティブ(再生)ツーリズム」を推進する宿泊施設「楽土庵」開業、スタッフによる体験コンテンツと地域住民との交流を提供
- 「楽土庵」宿泊料金の一部を散居村保全活動団体へ寄付
- 「楽土庵」での地産地消や、地元工芸作家のオリジナル作品仕様と特産品と工芸品の販売
- 散居村の保全と未来継承に共に取り組む会員制度構築とトラスト活動推進を目指してコミュニティの立上げ準備(顧客集約システムを開発してコミュニティ開設の告知)

地域の課題と背景

自然と共生しながら積み重ねてきた「散居村」の景観や伝統の手仕事・文化といった当該地域の資源は、現在の世界にとっても価値あるものであると考える。

しかしながら、ライフスタイルや経済システムの変化により、“生活の中での保全・継承が現実的ではなくなっている”、“地域住民自身がその価値について認識が低い”といった要因から、散居村の価値ある資源の保全・継承が困難になっていく状況。

地域が目指す姿

- ・「楽土庵」を軸に、来訪者と地域の人と共に地域再生・回復に取り組む仕組みづくり
- ・日本では事例の少ない「リジェネラティブ(再生)・ツーリズム」の推進
- ・来訪者と地域の人と共に価値保全に取り組む新たな「ナショナル・トラスト運動」へつなげる
- ・地域ファンドの構築
- ・アルベルゴ・ディフーズ等、地域全体での取組への昇華

事業内容

2022年秋、富山県西部となみ平野の散居村に「リジェネラティブ(再生)」をテーマに宿泊施設「楽土庵」を開業。楽土庵を拠点に、散居村景観および地域の精神文化、コミュニティを保全・継承するための活動に取り組んだ。散居村関係者連携のためのネットワークづくり(行政、NPO・民間団体、自治会、観光事業者、農家・農協、金融機関など)、地域住民向けの「散居村勉強会」、散居村を構成するカイニョ(屋敷林)、アズマダチ(伝統家屋)、水田を現代の生活にあった形で維持・活用するためのコンテンツを造成した。

また、モデルツアーを実施して海外富裕層向けコンテンツを造成し、販売を開始、国内外へプロモーションを行った。さらに、散居村保全の新たな「トラスト運動」を目指し、国内外のメンバーと共に取り組むための「コミュニティ」立ち上げの準備を行った。

伝統的家屋を活用した宿泊施設「楽土庵」を開業し、散居村を体験する コンテンツを地域の方達と造成

富山の伝統的な家屋様式「アズマダチ」の古民家を再生。収益の一部を散居村保全活動を行っている団体に寄付。散居村の美しい景観、地域の伝統文化や精神風土を体感する「ライフスタイル・ツーリズム」コンテンツを7種類造成。



「楽土庵」宿泊客に対するコンテンツの造成

散居村の美しい農村景観、自然と共存するサステナブルな暮らし、それを支える多様な伝統文化や地域に根差す精神文化を未来へ継承するための「リジェネラティブ(再生型)・ツーリズム」の確立を目指したコンテンツを開発。



「越中いさみ太鼓」見学と体験
歴史ある太鼓芸能の練習の様子を見学、太鼓の叩き方を住民から習う体験プログラム。



散居村ウォーク
楽土庵スタッフが宿泊客を案内し、周辺の寺社や石仏、水路などを巡る。



散居村の暮らしアップデート
散居村産の米・小麦粉・酒米を使ったメニューの開発や屋敷林の選定枝を使った「アロマオイル」の開発などに取り組んだ。



地域内外への情報発信
散居村の魅力を伝えるビジュアル素材の撮影や記事の作成、国内外に向けプロモーション。地元向けの勉強会を開催。

4章 事例の紹介

事業名

散居村の保全・活用につなげる「再生型旅行」実証実験

事業者名

(一社) 富山県西部観光社 水と匠

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの
造成と提供の観点

コンテンツの造成

・コンテンツ開発では、「散居村のアップデート活用」及び「体験コンテンツの開発」の2つのテーマに取り組んだ。
・散居村の暮らしに触れ、この地域の「土徳」を感じていただくことをコンセプトにコンテンツ造成。
・コンテンツのほとんどが地域住民の協力をいただくもので、本事業の趣旨を時間をかけ丁寧に説明しながら実施し、その結果、「水と匠」の活動に対する理解と共感を一定レベルでいただけたと実感。

コンテンツの販売・自走化

BtoCでは「宿泊者」に対し、BtoBtoCでは「富裕層専門の旅行会社及びメディア」を通じ販売を推進、当初の想定値には至らなかったものの、お正月の高付加価値商品の売上やインバウンド旅行会社における商品化など、販路開拓にていくつかの成果を出すことができた。また、多くのメディアに取り上げられ（国内外182媒体）、世界中のJNTO支部サイトにて「2023年の訪れるべきデスティネーション」に選ばれたことで、海外富裕層旅行代理店・個人客からの問い合わせをいただき、2月以降の実際の送客につながったことは大きな成果。

【ライフスタイル・ツーリズムのさらなるコンテンツ化】

今年度の活動を通じて、まだまだ埋もれている魅力的な地域住民の活動や産業に出会った（漬物名人のお母さん、チューリップ球根農家、地元の温泉水で野菜を育てる農家など）。

【地域・分野の拡大】

散居村は4市にまたがるので、今年度入っていない地域や、ものづくり・ネイチャーアクティビティなど分野を拡大。それらをしっかりと広報し、今年度造成したコンテンツを含め販売につなげていく。

B

好循環の
仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

以下5つの仕組みを構築した。
①「Folks - 散居村保存コミュニティ」設立に向けた準備
②古民家（アズマダチ）の宿泊施設としての活用
③保全活動団体への資金援助
④地産地消費の推進
⑤環境保全・省エネに向けた関係者との意見交換や課題の洗い出し

観光を通じた地域への好循環の創出

①散居村の暮らしの継承を目的とした会員制度の構築準備をし、地域のトラスト活動の第一歩を踏み出した。
②新たなビジネスの創出により雇用や関係人口の増加に寄与した。
③宿泊料金の2パーセントを地域の保全団体に還元する。
④宿泊施設での地産地消費や特産品・工芸品を販売推進。
⑤剪定したカイニョの枝からの精油抽出・商品化着手、剪定枝や落ち葉の再生エネルギー発電への再利用、小規模水力発電を推進する活動に取り組み始めた。

今後、試作をした散居村プロダクトの商品化に取り組む。真にサステナブルな地域を目指すため、域内での「経済循環」や「エネルギー循環」にもっと取り組んでいきたい。

今年度見えた課題として、再利用できる資源（刳殻、カイニョの剪定枝、用水路の水等）が多くあるのに活用できていない。地域ビジネス創出を促していきたい。

「サステナブルな地域」として認知されることが、選ばれる観光地につながると考える。

C

サステナブルツーリズムを推進する
体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

①ステークホルダーへの啓蒙と合意形成。
②宿泊施設や地域の旅行者との連携による販売体制の強化→宿泊施設スタッフへの研修や地域の旅行会社との連携により運営体制を確立。
③Folks - 散居村保存コミュニティ（散居村のサステナビリティ強化推進の母体となる組織）の構築に向け、現状の関係者・顧客名簿の統合システム開発、コミュニティのあり方を整理。
④地域住民の理解を深めるための勉強会開催。

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

行政（1県4市）、業界団体、金融機関、民間団体などを集めた会議を開催し「散居村のサステナビリティ強化」への関心を惹起し、地域全体への活動にするための合意形成を推進、取組は地域の新聞・テレビなどにも取り上げられ、「散居村の暮らしを守る」というこれまで地域住民の意識になかったことを顕在化した。
地域住民の理解を深めるための勉強会2回はいずれも好評で、楽土庵周辺住民含め住民の意識の高まりを実感できた。行政においても機運が高まっており、今後の活動に拍車をかける素地づくりができたと感じている。

今年度できた地域関係者とのネットワークを継続させ、来年度は「分科会」を設立し、具体的な動きへとつなげていく。レイヤーごとのコミュニティ制度を本格的に発足、特に、第3レイヤーの主体的に関わるメンバーとは具体的な事業を起こしていく。住民との勉強会を継続し、さらに理解を広め、同志を募るとともに、行政と条例整備などの可能性を探る。

4章 事例の紹介

事業名 松本高山Big Bridge構想ルート実証事業

事業者名 (一社) 松本市アルプス山岳郷

松本高山Big Bridge構想実現を目指した2つの文化圏を周遊する 長期滞在型ウェルネスコンテンツ造成と広域連携DMO設立に向けた体制づくり

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 松本市・高山市の広域連携による「利用と保全の好循環」の実現に向け、海外・国内向け観光ルートの磨き上げ
- 両エリアの文化や山岳登山、里山体験等の地域資源を組み込んだ2つのルートコンテンツ造成
- 地域内外に向けた情報発信を実施するとともに、事業者が参加しやすい仕組みとすることで、松本高山Big Bridge構想実現プロジェクトへの参画を喚起
- インバウンド需要取り込みに向けて、開発した観光ルートの販売・運営を担う主体が必要との認識のもと、将来的な地域連携DMO設立に向けた検討

地域の課題と背景

松本～高山間は、“日本の屋根”・北アルプス（飛騨山脈）という資源を共有しているにも関わらず、地域間同士の連携が希薄であり、特に、松本・高山両市街地エリアのインバウンド誘客の伸び率と、山岳エリアでの伸び率に乖離があり、経済的な利潤につながらない課題があった。

地域が目指す姿

中部山岳国立公園の山岳エリアを中心とした長期滞在のモデルを創出することで日本中部を横断するための、まさに“Big Bridge”の醸成に寄与し、構築したモデルがエリア外からの来訪増加に繋がることを目指す。また、その運営を担う自立自走可能な観光圏確立を目指す。

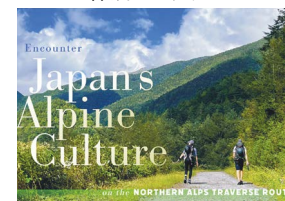
事業内容

「一週間滞在」「松本～高山の横断」「山岳・高原・街を満遍なく巡る」「環境配慮」の4要素を原則として、海外・国内のそれぞれのターゲットに即した観光ルート案のブラッシュアップを実施。その取組を行う中で、松本市と高山市間の地域連携の機運醸成を図るため、インナープロモーションや将来的な地域連携DMO設立に向けた検討を実施し、「利用と保全の好循環の仕組みづくり」の構築に取り組んだ。

1) 観光ルートの磨き上げ

海外・国外それぞれでターゲットを設定し、コンセプトから作りこんだ観光ルート案をモニターツアーとして実施し、磨き上げを行った。モニターツアーは参加者を変えて計3回実施し、地域事業者がプロジェクトに参画をしやすくなる仕組みとした。また、海外向けルートはタリフを作成し、次年度以降の販売で活用する予定。

作成したタリフ



2) インナープロモーションの実施

地域内におけるプロジェクトの知名度を上げ、地域連携の機運を醸成するため、ファクトブックの編纂、音声メディアによる地域住民インタビュー配信、取組参加を促進。

3) 販売体制確立に向けた議論の推進

造成した観光ルートを活用するためには、地域での実働組織が必要という課題認識のもの、開発した観光ルートの販売・運営を担う主体の確立に向け、地域連携DMO準備協議会（仮）を開催し、次年度以降の実施体制について検討した。



ファクトブック



地域内PRイベント



4章 事例の紹介

事業名

松本高山Big Bridge構想ルート実証事業

事業者名

(一社) 松本市アルプス山岳郷

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの 造成と提供の観点

コンテンツの造成

・松本～高山間を1週間で巡るために、両市街地の文化や山岳登山、里山体験等の地域資源を組み込んだ2つのルートコンテンツを造成。

・モニターツアーを計5回実施し、地域関係者・有識者・インフルエンサー・一般ターゲットそれぞれ(計26名)に体験いただき、とりわけインバウンド向けのルートに関しては商品化が期待できるというフィードバックを得た。

・ウェルネス向けのコンテンツについては、ツアー中計5名に体験してもらい、距離や内容についてブラッシュアップが必要とのフィードバックを得た。

コンテンツの販売・自走化

・インバウンド向けルートは今年度造成できたものをそのまま商品として販売できるという評価を得た。販売においては、外部専門家としてルート検証で連携したインバウンド専門会社で販売可能かの検討を進めていく。

・国内向けルートは、「1週間」であることが販売の足枷になっていることが分かったため、ルート内のコンテンツを1泊2日、2泊3日に組み替えて造成していく必要があり、旅行会社の商品造成チームとの検討を進めていく。

環境省および本事業関係者で引き続き連携し、海外エージェントやランドオペレーター、旅行代理店等とのBtoBコネクションおよび情報発信を強化し、具体的なルート商品の造成・販売を進めていく。

B

好循環の 仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

・登山道の維持管理へのドネーションの取組である「北アルプストレイルプログラム」をツアーに組み込むことで、ツアー参加者からの直接的な寄付を自然環境の維持管理につなげることができる仕組みづくりができた。

・特に、山岳ガイドやアクティビティガイドが現状の課題や登山道整備について詳しくガイディングしながら旅をすることで、ドネーションへの誘導に効果的であることが実証された。

観光を通じた地域への好循環の創出

・北アルプストレイルプログラムやNorikura Trailsのようにドネーションやトレイル整備体験を通じて地域とのつながりを求める旅行ニーズが顕在化した。

・ドネーションの仕組みはできているものの、Big Bridgeルートとの連動・連携がまだ明確ではなく、今後商品として販売するうえで、その仕組みをどのように商品に反映するかを検討が必要。

・それぞれのアクティビティや地域ごとのガイドは充実しているが、スルーガイドが不在のため全体の高付加価値化への取組が未達である。

旅行者に対する観光を通じた「貢献、還元」の仕組みを明確に示し、地域としての持続化に努めていくとともに、受入地域内でもその必要性を共有できる取組を継続的に実施。

C

サステナブルツーリズムを推進する 体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

・本事業で連携している関係団体の中で、個別の具体事業者としてアクティビティ事業者や山岳ガイド、飛騨千光寺、森ガイド、高山市街地のガイド事業者等の理解と協力を得られ、今後のツアー販売や造成への具体的な協力体制が整備された。

・インナー向けの音声配信やPR活動等で、Big Bridge構想実現プロジェクトの認知が進んだ。

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

・モニターツアーの実施を通して具体事業者のツアー造成への参画を促すことができ、旅行者を受け入れるための最低限の体制ができた。

・インナープロモーションによって、地域事業者にBig Bridgeの認知が進み、松本～高山で連携して取組を進めていく意識が醸成された。

地域内体制強化を継続的に進めつつ、広がりの展開に取り組むと共に、地域資源の活用視点を深める取組を実施。

4章 事例の紹介

事業名

旅行者と創る「参加型ローカルガストロノミー八女」

事業者名

(一財)FM 八女

訪問者が「地域文化継承の担い手」となることを目指した 地域で受け継がれる食と文化を組み込んだコンテンツ造成と地元調達による地域還元

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 地域の暮らしや食の文化をサステナブルな価値観でコンテンツ化、里山暮らしの知恵を旅行者に提供して地域文化を未来に向けて継承するプログラムを造成
- コンテンツの経費の大部分を地元で調達、そして来訪者目線の適切な価格設定により、地域への収益の還元
- 地域と関わりの深いものづくり(食・農産物・工芸品)をする人々を紹介する動画、地域の歴史と文化を紹介するWEBサイトを多言語で発信
- 地域の事業者、住民、農業者、工芸職人と連携して受入体制を構築、農業者や職人に消費者との接点としてのツーリズムの価値を共有

地域の課題と背景

矢部川流域の豊かな資源、伝統を活かした様々なものづくり、そして豊富な農産物が地域の自負するところである。八女には「山の手仕事(八女茶・果樹栽培や鍛冶・竹細工など)と町の手仕事(八女仏壇・八女提灯など)」があると言われる。不足しているのが「食」の充実である。八女茶や果樹以外にも、地鶏やブランド豚、ジビエなど豊富な食材が揃っているにもかかわらず、旅行者が求める「地域性のある食事」(特に夕食)を提供できる場がほとんどない。工芸や農業に携わる人々が高齢化し、休耕田や放置された竹林・杉林や空き家が急増し、自然資源や文化資源の継承が課題となっている。

地域が目指す姿

中長期的に目指す八女の将来像

- ・「八女=手仕事のまち」イメージの浸透
- ・食や工芸に関心のある人の訪れたい町になる
- ・観光の先に移住・就業をする人が生まれてくる
- ・ツーリズムを通じて、地域文化を発展的に継承すること

事業内容

旧大内邸(明治から昭和の初期に日中友好親善に注力した政治家大内暢三の生家)で郷土料理の提供を復活し、食や手仕事の体験を充実させることを目指した。旅行者に「地域文化を継承する担い手」の1人になってもらい、旧大内邸がこれまで果たしてきた地域文化の継承を発展的に進めていくことを狙いとした。郷土料理や暮らしを発展的に継承するためにシェフ・イン・レジデンスを通して、八女市立花町で受け継がれてきた食文化を新たな視点で再編集。地域文化を体感するプログラム・旅行商品造成、ゲスト・ホスト共に地域文化の担い手となる体制構築、旧大内邸活性化の仕組みづくり、そして販売ツールとしてホームページの作成や動画の制作などプロモーションを展開した。

シェフ・イン・レジデンス 食のサステナビリティに関心の高い料理人や専門家を招聘。八女市内に複数日滞在して八女の郷土料理や地域資源について学んでもらう一方、八女にも学びや気付きを与えてもらう。

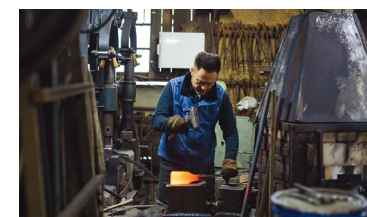


旧大内邸および周辺でのプログラム 「里山暮らしシリーズ」と銘打って、リクエスト型で開催する基本の旅行商品「里山暮らし 日々の手習い」と、募集型で開催する季節ごとの旅行商品「里山暮らし 季節の手習い」を造成した。(2023年3月に発売、4月以降に実施予定)



地元のお母さんに教わる
木灰を使ったこんにやく作り

8年待ちの包丁を作る
鍛冶職人に教わる
包丁研ぎと鍛造見学



4章 事例の紹介

事業名

旅行者と創る「参加型ローカルガストロノミー八女」

事業者名

(一財)FM 八女

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの 造成と提供の観点

コンテンツの造成

シェフ・イン・レジデンスを通して八女市立花町の食文化とその背景にある暮らしの価値を再認識し、5プログラム・6商品を造成した。12月に有償のモニターツアーを実施し、10月の東京でのPRイベント参加者を含めた11名に体験いただいた。情報発信の土台としてWEBサイトや動画を制作した。

コンテンツの販売・自走化

通年で実施出来るプログラムは2023年3月より販売開始予定。季節性のあるプログラムはその季節にならないと企画・実施ができないため、来年度もモニターツアーを実施しながら、商品を販売できる状態にしていく予定。旅行事業を継続していくために、安定的に集客していくことが今後の課題。

通年で実施するこんにゃく作りを軸としたプログラムは、3月に販売開始予定。季節に応じたプログラムは4月のためのこの時期から有償のモニターツアーという形で開催。シェフ・イン・レジデンスについては継続する方法を検討する。その中で、今年度事業を通じて見えてきた新たなターゲット層（調理師学校や給食関係者等）へのアプローチも行う。インバウンド集客は台湾を軸にターゲットを定めて取り組む。

B

好循環の 仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

事業計画時の想定よりも地域文化の衰退のスピードが進んでいたこと、旅行者を迎えること自体が地域文化を継承していく動機づけになることがわかった。放っておくと衰退してしまう地域文化をツーリズムの分野で活用して残していくことを明確にし、加えて持続可能とするために適切な値付けをすることが地域への還元であると考えた。

観光を通じた地域への好循環の創出

旅行事業を継続すること、適切な値付けをして受入の対価として支払うことを地域への還元をすることにした。モニターツアーでは物販の手応えも感じたため、ツアーと連動して物販の収益を上げていくことも今後取り組むべき課題と捉えている。

来年度のモニターツアー開催を通して、価格の見直しや物販との連動強化を模索していく。物販については、モニターツアーでは1本13,000円程度の包丁を15本も受注するなど想定を超える成果があった。一方で、農作物や加工品販売は期待していたほどではなかった。来年度は食の加工品をお土産として定着させたい。

C

サステナブルツーリズムを推進する 体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

シェフ・イン・レジデンスやモニターツアーを通じて、地域の人々に旅行者を迎えることの意義を感じてもらい、年間を通して展開するプログラム開催に協力してもらえる、地元の事業者・住民・農業従事者・工芸職人が参画する受入体制を構築した。

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

旧大内邸保存会・農家民宿 大道谷の里・農家・鍛冶工場・竹細工職人などとの関係を強化して受入体制を構築した。今後、自転車やタクシーを活用した商品造成を進める予定。

今年度地域として高まった観光に対する機運を継続・拡大すべく、地元の受入体制拡充に向けたネットワーク構築に取り組む。モニターツアーを通して自家用車で回る以外の交通手段の必要性を感じた。自転車やタクシー等を活用したツアー形式等も模索する。

4章 事例の紹介

事業名

阿蘇カルデラ「草原の王冠」の循環型観光モデル構築

事業者名

阿蘇カルデラツーリズム推進協議会

地域が保全・活用してきた「千年の草原」の 観光活用による三方良しの循環型観光モデル構築

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 地元旅行会社とランドオペレーターが核となり牧野関係者やアクティビティ事業者等の連携による販売運営体制を構築
- 草原の利用についてアクティビティ事業者向けと旅行者向けのガイドラインを整理
- 観光協会ホームページに特設ページを開設して持続可能なコンテンツ実施のためのルールを提示
- 高付加価値コンテンツ実施のためのフィールド・草原の確保と、コンテンツ体験料の一部を草原保全料への還元

【参考】・千年の草原：阿蘇の草原についてのブランディングワード。千年以上の昔から、人々が自然と共生して守り活かせてきたことへの敬意と誇り、尊さを表す。

・牧野：阿蘇の農家が農地としての草原を言う。

・草原：一般的に草の原っぱを表す。牧野も人の手が加わらずに草の原っぱになっているものも含む。

地域の課題と背景

阿蘇には、地球を感じる冒険、自然と人々の共存共栄を実感できる国立公園の指定とユネスコ世界ジオパークに認定されているが、カルデラや草原景観を活かした持続可能なビジネスモデルが確立されていない。阿蘇くじゅう国立公園の代表的な景観である「千年の草原」が従来からの農業（放牧）だけでは維持が困難になっている。

人々の認知や関心がSDGsの推進、そしてサステナブルツーリズムの需要が高まっていることを好機と捉え、持続可能な観光まちづくりにより草原を活用し価値を生み出し、「千年の草原」を次の千年に受け継ぐモデルを開発した。

地域が目指す姿

・阿蘇くじゅう国立公園の代表的な景観である「千年の草原」が従来からの農業（放牧）だけでは維持が困難になっている。そこでサステナブルな観光まちづくりにより草原を活用し、次の千年に受け継ぐモデルを開発する。阿蘇「千年の草原」が、従来からの農業に加えて、観光業においても保全・活用されている。地域住民と、阿蘇を訪れる旅行者が、連携・共創して、草原を保全・活用している。草原が、地域の雇用創出の場、経済効果の創出、交流にぎわいの場となっている。

事業内容

阿蘇の牧野で千年以上前から草原を活かし守ってきた「草原の守り人」たちの「サステナブルを地で行く暮らし」に触れ、匠の技や生き様を体験、阿蘇に「暮らすように滞在する」コンテンツを造成した。旅行者には心身ともに蘇りの時間を過ごしてもらい、「草原の守り人」は新たな収入が生まれ、草原は持続可能となる「三方良し」の循環型観光モデルを構築していく。プロフェッショナル草原ガイド（グラスランドコンシェルジュ）の人材育成を行った上で、サステナブルな観光コンテンツ3本の造成・商品化と「設え」を整備した。併せて、持続可能な受入体制づくりと、プロモーションを展開した。

サステナブルな滞在コンテンツの造成

専門ガイドの案内のもと特別な許可により草原に立ち入り、「千年の草原」を満喫する3つのコンテンツを造成

- ① 北外輪山「草の道」E-MTBライドまたはトレッキング
- ② 西湯浦牧野での現代版「草泊まり」滞在×あか牛田楽の食
- ③ 新宮牧野での乗馬×「草原の守り人」との草原時間

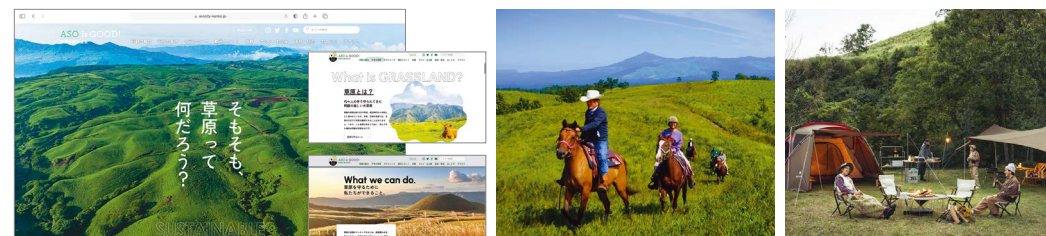
快適な草原滞在のための「設え」の整備

・草原文化の象徴である「草泊まり」の心地よさや質感を磨き上げ、持続可能な方法で草原に仮設～茅、竹、藁縄を主たる材料として用い、テントのように簡単に組み立て・解体できる構造を実現

・千年の草原のトレイル・E-MTBライド・乗馬等と組み合わせ、ランチやティータイム、ナイトパー、星空観察等で活用

「千年の草原」で「三方良し」の循環型観光モデル構築のために行う5つの循環プロセス

旅行者と地元住民をつなぐ⇒「千年の草原」の物語を旅行者に伝える⇒草原を守る⇒草原環や活用状況、満足度等のモニタリング⇒適正な対価により保全活動と管理体制と所得向上に貢献



4章 事例の紹介

事業名

阿蘇カルデラ「草原の王冠」の循環型観光モデル構築

事業者名

阿蘇カルデラツーリズム推進協議会

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの 造成と提供の観点

コンテンツの造成

- ・千年以上の昔から自然と人々が共存共栄してきた証である「千年の草原」こそが、世界に誇る阿蘇の固有の資源として再定義した。
- ・「千年の草原」を持続可能なスタイルで活用するコンテンツとして、E-MTBライド、あか牛アウトドアダイニング、ホースライド&農家ランチの3コンテンツを造成。
- ・モニタリング及びコーチングを通して、これまでの阿蘇にはない高付加価値な時間・特別な体験ができるという評価を得た。

コンテンツの販売・自走化

- ・コンテンツ造成・商品化・WEBサイトやOTAへの登録まで完了しており、野焼きが終了して草原が緑のバールに包まれる5月以降は、阿蘇の高付加価値コンテンツとして販売し、適正な収益を上げることで、自走化していく。
- ・3つのコンテンツについて、6つのOTAと観光協会WEBサイト、連携宿泊施設1軒で販売ができるようになった。

- ・実際に有償の一般旅行者に対するコンテンツの催行を重ね、アンケートやフィードバック等を受け、磨き上げを図っていく。
- ・市内全域の宿泊施設とのタイアッププランの販売や、インパウンド旅行会社の九州ツアーへの組み込み等の営業活動を行っている。
- ・雨天時や冬期においても、今回造成したコンテンツと同様の満足度が得られる代替コンテンツの整備が急務となっており、雨天や冬期でも魅力あるコンテンツを開発する。

B

好循環の 仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

- ・草原を持続可能なスタイルで保全・活用していくことを最優先に、事業者や来訪者ともにガイドラインを遵守し、影響等もモニタリングも行っていく仕組みを構築できた。
- ・旅行者に対して、旅前に観光協会WEBサイトで、わかりやすく草原の価値や保全について伝えられるようにした。
- ・参加料の一部を草原保全料として牧野組合等に還元する仕組みとし、草原育ちのあか牛や産品の調達、草原使用料の単価がアップした。

観光を通じた地域への好循環の創出

- ・これまで安価に使用されてきた草原内のキャンプ場について、ガイドラインに基づき高付加価値な草原空間として活用できるようにし、旅行者も牧野関係者も地元観光関係者にもメリットがある好循環を創出することができた。
- ・地元の事業者や団体、宿泊施設、料理人等と連携し、草原をフィールドに地元関係者が地元の食材や資材を用いて高付加価値のコンテンツを催行できる好循環を創出できた。

- ・本事業により構築した好循環を実際にできるだけ多く稼働させ、具体的に人や産品、お金が文字通り地域内で回っていく姿を「見える化」させていく。
- ・観光分野による草原の活用が、保全料の還元や使用料というカタチで直接的に草原保全につながっていくことを広く情報発信し、認知度を高めていく。
- ・好循環をより強固に安定的に進めていくため、更なる人材確保と、ガイドスキルの磨き上げにも取り組んでいく。

C

サステナブルツーリズムを推進する 体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

- ・2つの牧野組合、4つのアクティビティ事業者、6人のスルーガイド(地域通訳案内士)、1つの宿泊施設、交通事業者、観光協会、旅館組合、行政との間で連携体制が構築され、草原をフィールドとした3つのサステナブルコンテンツを実施できる体制を構築した。
- ・OTA等での販売や予約受付・手配等についても、地元のランドオペレーターにより安定的に行うことができるようになった。

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

- ・農業・環境・観光・アクティビティ等、それぞれがバラバラに活動していた事業者や団体等が、本事業により、「草原の持続可能な保全・活用」をテーマに、連携体制を構築できたことが大きな成果である。
- ・長年の懸案だったコンテンツの催行を「誰が担うのか」の課題についても、担い手を確保することができ、販売・予約・催行の体制を構築できた。

- ・本年度構築した体制を実際のコンテンツ販売・催行において機能させ、定期的にそれぞれの活躍の場と売上を創っていく。
- ・他の牧野組合やアクティビティ事業者、宿泊施設等と連携体制を広げ、草原を持続可能な観光で活用していくモデルを確立させていく。
- ・地元住民等にも広報し、取組の浸透を図っていく。

4章 事例の紹介

事業名 やんばるの林道等における保全体験コンテンツ造成事業 事業者名 やんばる「保全と利用」体験型コンテンツ開発実行委員会

世界自然遺産のやんばるの森と希少種を守る地域の活動を観光コンテンツとして造成し、 保全と観光利用を両立しながら、地域の自然や文化を伝える新たな生業の形成

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 世界自然遺産に登録されているやんばるの森と希少種を守る地域の活動(林道パトロール)を旅行者が体験することで、保全と観光を両立し、自走化できるコンテンツを造成
- 地元の歴史や文化に詳しい地域住民がガイドとして参加、また、地域の高校生が将来ガイドとして活躍できる機会の創出
- やんばる3村の観光事業者が連携してガイドライン骨子案の作成次年度以降さらなる改善・周知
- 環境保全金として参加者から一定額を徴収するため、参加者が協力しやすくなるよう、用途の明確化について次年度に向けて検討
- モデルツアー参加者や有識者に加え、地域のガイドの意見を反映しブラッシュアップ

地域の課題と背景

やんばる国立公園は世界屈指の生物多様性があり、希少種や固有種が多く生息する、自然と共存する暮らしや文化のある地域であり、世界自然遺産に登録されている。貴重な自然環境があればこそその被害(森林内の動植物の密猟・盗掘、熱帯魚の密漁)が以前より生じており、希少種の密猟を防止する林道パトロールという地域住民主体の取組が実施されている。やんばる北部3村の観光協会共同体結成の動きはあるが、情報発信、受入体制などは未だ整備されておらず、ガイド等の観光産業における人材も不足している。また、少子高齢化による地域の伝統行事や農林漁業等の担い手不足もある中で、地域力全体の衰えが懸念される。

地域が目指す姿

・希少種の密猟を防止する林道パトロールという地域住民主体の保全の取組と観光コンテンツ化の連動
・将来にわたる林道パトロールというやんばるの森の保全活動を持続可能な形で自走させていく体制づくり
・地域資源の保全と利用という新たな生業の形成

事業内容

2021年に世界自然遺産に登録された「やんばる国立公園」における、希少種保護のための活動(夜間の林道パトロールによる自然環境モニタリング調査)を観光コンテンツ化。自然環境保全に関する理解促進や新たな雇用創出などを狙い、やんばる地域全体の持続可能性を高めるために実施した。

具体的には、コンテンツ造成、ガイド研修、適切な利用のためのガイドライン(素案)の策定、環境保全金の検討などを行い、これらを関係者を対象としたデモツアー、一般旅行者を対象としたモデルツアーの実施を通じて検証した。特に魅力を伝えるガイドには、自然に関する豊富な知識を有するネイチャーガイドのほか、地域の歴史・文化に精通した地域ガイドの2名体制とし、やんばるにおける自然の保全と活用をバランスよく伝えることで、満足度向上を狙う内容とした。

●保全体験型ナイトツアー「AKISAMIYO」(デモツアー)

・エントリーコース: ①東村ルート、②大宜味村ルート

・ディープコース: ③国頭村ルート

*希少種保護のため、ルートは非公開。

19:00: 集合、ルートや注意事項に関するガイダンス(15分程度)

19:15~21:45: 専用車にて各ルートへ(途中、モニタリングや説明のため下車。乗車中も車窓より希少種探し)

21:45~22:00: 帰着、振り返り(15分程度)後、解散

従来型の自然観察ツアーとは違い、GPS機器と調査票を片手にやんばるの森の現状を調べる環境モニタリング調査を体験しながら、夜の森で希少野生動植物や星空の観察、漆黒の闇の体験、街の喧騒とは違った自然の音など、五感を通して世界自然遺産やんばるの森を体験してもらうツアー。



4章 事例の紹介

事業名 やんばるの林道等における保全体験コンテンツ造成事業 事業者名 やんばる「保全と利用」体験型コンテンツ開発実行委員会

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの造成と提供の観点

コンテンツの造成

- ・世界自然遺産のやんばるの森において2011年から取り組まれてきた地域住民による林道パトロールなどの地域資源を活用した観光コンテンツ「保全体験型ナイトツアー AKISAMIYO」を造成することができた。
- ・デモツアーを20回、モデルツアーを11回実施し、それぞれ63名、38名に体験いただいた。
- ・参加者からは、保全活動を体験できる点、自然ガイドと地域ガイドの2人体制で自然と文化の両方を学ぶことができる点について、高い評価をいただいた。

コンテンツの販売・自走化

- ・コンテンツ造成はある程度の形を作ることはできたが、高付加価値化については工夫が必要。
- ・ガイドが車を運転し案内する予定のため、道路運送法の課題がある。自然公園法における自然体験活動促進計画やエコツーリズム推進法におけるエコツーリズム全体構想を策定することで問題解決につなげる方向で協議中。
- ・今年度はコンテンツ販売やマーケティングを具体的に進めることができなかったため、次年度以降は自走化に向け、ターゲット層の明確化と的確なマーケティング戦略や販売経路の確立を進める予定。

- ・ターゲット層の明確化とニーズ検討を踏まえながら、コンテンツ内容の高付加価値化に向けた取組を行う
- ・的確なマーケティング戦略の確立
- ・地域ガイドの発掘：シニア層（歴史・文化）・女性（野草・草編み）
- ・自然・地域ガイドの質向上のための勉強会等の実施

B

好循環の仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

- ・今まで、関係性が薄かったやんばる3村の観光従事者（ガイド事業者）が、世界自然遺産の森という地域資源について、保全しながら活用していくという共通認識のもと、協働してガイドライン（骨子案）を作成することができた。
- ・ツアー料金の一部を、やんばる自然環境保全金として徴収し、密猟・盗掘等の抑止を目的とした林道パトロール調査や、外来植物の防除作業、地域の子供達への環境教育等といった保全活動に活用するという具体的な考えをガイドラインに取り入れることができた。

観光を通じた地域への好循環の創出

- ・観光業に従事していない地域住民（特にシニア層）に「地域ガイド」の役割を担ってもらい、やんばる地域の歴史や文化、方言等を旅行者や若い自然ガイドに伝えていくスタイルを構築した。今後は地域への周知を強化し、地域ガイドの人材発掘や育成が必要。

- ・やんばる自然環境保全金の仕組み構築
- ・沖縄県立辺土名高校の学生とガイドの交流会・勉強会の実施
- ・沖縄県立辺土名高校の課外授業の担当（やんばるリンクス）
- ・（仮称）やんばるサステナブル観光コンテンツ委員会の設立・開催
- ・ガイドライン（骨子案）をもとに、最終的なガイドラインを作り上げていく
- ・廃校を活用したやんばるの文化発信施設「喜如嘉翔」を活用し、地域住民と歴史・文化の勉強会を実施

C

サステナブルツーリズムを推進する体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

- ・やんばる3村のガイド事業者が協働体制を意識しながら主体的に関わることで、行政区分と地域の垣根を超えて、AKISAMIYOというコンテンツ造成を実施することができた。

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

- ・3村のガイド事業者、観光協会、3村行政、沖縄県、環境省といった官民の枠を超えた関係者が、コンテンツの造成やガイドライン（骨子案）の策定について、一堂に会する機会を民間主導で持つことができた。
- ・本事業を契機に「やんばる型サステナブルツーリズム」を3村全体で官民の枠を超えて作り上げていく機運の高まりが見られ、自然体験活動促進計画、またはエコツーリズム全体構想のやんばる地域全体での策定に向けて動き出した。

- ・モニターツアーの継続的な実施による運営体制の構築
- ・3村サステナガイドの交流会の実施
- ・自然体験活動促進計画、またはエコツーリズム全体構想策定に向けた行政との連携

4章 事例の紹介

事業名 島と友(ゆー)を結ぶローカルサステナブルツアー

事業者名 (一社)宮古島観光協会

「島を守り」ながら「つなぐ」 新たな観光の考え方の導入と サステナブルツーリズムガイドライン策定、戦略的な情報発信、文化財を継承できる活用

サステナブルツーリズム推進に向けたナレッジ

- 官民連携した体制により「宮古島サステナブルツーリズムガイドライン」策定
- 旅行者に対する意識付け・行動変容を促す為の観光情報サイト立ち上げを行い、島のオーバーツーリズムの現状、エコ活動、歴史・文化についての情報発信強化
- 地域資源の保全と継承につなげるための宮古馬、宮古上布に関するコンテンツ造成
- 若い世代が中心となり、産官民連携した横断的な体制づくりを実施(宮古島サステナブルツーリズム連絡会及び文化財活用の官民検討会の立ち上げ、食のコンテンツ造成のための関連団体との連携強化等)

地域の課題と背景

宮古島には自然、文化、食などコンテンツ造成の素材はあるにも関わらず、島全体の戦略的な情報発信が不足している。

現状「宮古ブルー」「アクティビティ」などの分かりやすい部分のみが宮古島の魅力として伝わっており、「島の継承」と「観光」がアンバランスになっている。

オーバーツーリズムによる「自然環境」や「地域生活」への負荷、マリネ事業者の急増による「海の観光利用」の無法地帯化など、宮古島観光は持続化に向けて危機的な課題を抱えている。

地域が目指す姿

「地域資源×観光活用」の循環を生み出すことで、地域資源の保全と活用を実現し、観光の高付加価値化と好循環型観光ロールモデルとなる。それにより以下の地域課題を解決する。

- ・観光による利益の島内還元
- ・地域の自然や文化の保全と継承
- ・冬季の観光コンテンツの不足、繁閑差解消
- ・観光の質向上に寄与する担い手の不足

事業内容

誘客一辺倒だった宮古島観光から、「島を守り」ながら「つなぐ」ための新たな観光の考え方へのシフトチェンジ。そして持続可能な観光を実現する為のアクションプランを実施。

「宮古島サステナブルツーリズムガイドライン策定」

官民連携した連絡会を設立し、旅行者向け、事業者向け、市民向けのガイドライン策定・周知の為の啓蒙ツール作成(小冊子・キービジュアル・ポスター等)

「旅行者の意識変容を促す戦略的な情報発信」

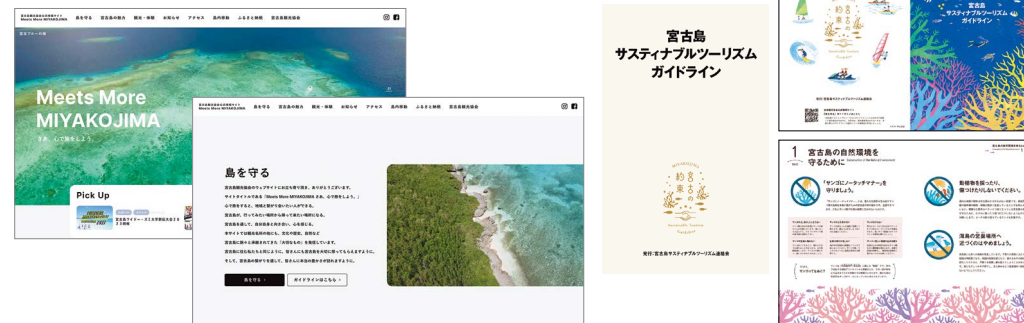
観光協会の公式観光情報サイトを立ち上げ、島外メディアへのプロモーションを強化。「島を守る」ページ新設。ガイドラインの掲載、課題の啓蒙、歴史や文化の啓蒙を通じて、旅行者の意識変容を促す。

「地域資源持続化の為の観光コンテンツ造成」

《宮古上布》高単価コンテンツ造成とモニター実施・生産単数などの実態調査・LPデザイン・パンフレットデザイン

《宮古馬》関係者とのワークショップと報告書作成・シートや、ビーチクリーンの試行

《食》冬野菜の食品分析などエビデンス取得



4章 事例の紹介

事業名 島と友(ゆー)を結ぶローカルサステナブルツアー

事業者名 (一社)宮古島観光協会

3つのポイントについての取組

A

サステナブルな観光コンテンツの 造成と提供の観点

コンテンツの造成

・島内外の意識変容を促す戦略的な観光情報サイトの制作ができた。
・島の自然、暮らし、安全を守るためのガイドラインの策定を官民の関連団体の合意のもとで実現できた。
・文化財及び天然記念物としての存在が危ぶまれている「宮古馬」「宮古上布」を活用した観光コンテンツ造成の土台づくりが実現でき、継承と循環のための大きな一歩となった。
・繁閑差解消のためのツールとして期待されている「食」のコンテンツ造成の土台ができた。
上記は、島全体としても手付かずの課題であった。

コンテンツの販売・自走化

・コンテンツ造成の販売、自走化には至っていないが、次年度以降の販売の準備に注力した。
▶コンテンツ造成、販売先の検討とトライアルの実施、販売手段としてのWEBページの制作、島外のPR媒体の検討を本事業内で実行。
地域資源(とりわけ文化財)の活用に関しては、体制の構築や仕組み作りを丁寧に進めていく必要がある。

【旅行者のレベルの底上げ地域資源継承の為の島内教育の実施】
・本事業において注力した情報発信やPRの手法を活用し、造成したコンテンツを高単価、高付加価値で販売。
▶旅行者及び島外資本による「島を守る」意識の醸成。宮古島の関係人口増加を目指す。
・継承すべき地域資源を島内にも情報発信。
▶教育分野におけるコンテンツの活用を目指し、島内の子どもたちにも地域資源を啓蒙。

B

好循環の 仕組みづくりの観点

観光を通じた地域への貢献・還元の仕組みの構築

・オーバーツーリズムなどの観光関連の問題について、観光情報サイト内で言及することで、現状の課題と今後の展望を対外的に発信し明確化した。(「島を守る」ページ)
・サステナブルツーリズムガイドライン策定。
・文化財を活用した観光コンテンツ造成により、観光を通して島を守り(島内還元)、地域資源を継承する為の土台を構築。
観光産業が「島を摩耗する」のではなく「島を守る」存在になるための仕組みづくりができた。

観光を通じた地域への好循環の創出

・島の課題や現状にも切り込んだ観光情報サイトを作成。(閲覧数の多い観光協会のサイト)
・文化財保全と継承を目指した、高付加価値の観光コンテンツ造成。島内教育に活かすことを視野に入れ、提言書となるレポートを作成。(宮古馬・宮古上布)
・繁閑差を埋めるための「食のコンテンツ」造成の土台づくりができた。
地域資源・島を守るガイドライン・情報発信を組み合わせることで地域への好循環創出。

【観光産業を通じた「島を守る」仕組みの具体化】
旅行者及び観光事業者が主体的に「島を守る」活動に参加できるように、より具体的な提言(情報発信)を実施。
▶本事業にて造成した高付加価値の観光コンテンツへの参加及び導入を促す。

C

サステナブルツーリズムを推進する 体制強化の観点

コンテンツを実施する体制の構築

・情報発信サイト制作にあたり、島内の若手クリエイターの育成が実現できた。同業者同士でノウハウを共有しながら事業を遂行した。
・文化財の保全と継承のための検討会を実施。官民一体となり、次年度以降の組織化に結びついた。
・約280あるマリン事業者を取りまとめる組織として、官民一体となった連絡会を立ち上げた。
若い世代が中心となり事業を遂行ディレクター及び地域の事業者のノウハウを蓄積できた。

サステナブルツーリズムを推進する地域全体での体制構築

・組織や団体が乱立する傾向にある現状を打破する為の体制構築に取り組み、土台づくりが実現できた。
▶宮古島の保全と継承検討ワークショップ
▶サステナブルツーリズム連絡会の構築
▶若手育成につながる情報発信サイト制作の体制構築
・宮古島の取組の際は、地域住民も巻き込んでトライアルを実施。(宮古島の原風景の再現に感動の声多数)
観光協会・産官民・地域住民も巻き込んで事業を遂行できた。

【横断的な組織による事業の自走化】
・本事業にて構築した「土台」の強化と自走化。
▶情報発信サイトの運営を地域内で実現し、さらに広告による収益化を目指す。
・官民一体となり組織化されたサステナブルツーリズム連絡会としてのアクションプランの推進。
▶宮古島市エコアイランド 推進課と足並みを揃えた「認証制度」の実施。

おわりに

長いコロナ禍を経て観光の形は様々に変わってきていますが、国内旅行需要の回復とインバウンド受入の緩和により、本格的に観光が復活を遂げるものと考えられます。

日本の地域それぞれの大切な資源を、保全しながら活用し、「そこでしかできない体験、そこでしか感じられないもの」を提供することで、地域の魅力を未来へ伝えていくことが期待されます。特にインバウンド旅行者が日本での本質的な体験をどのように感じ、持続可能性を感じられる日本の価値をどのように周囲に発信するかによって、世界の旅行者から日本がより一層魅力的な旅行先として評価されることにもつながります。さらに地域の取組の趣旨に賛同し、理解のある旅行者の訪問につながる継続的なサイクルの実現が重要です。

国内外から地域を訪れる人々との交流を通して、観光による経済・社会・環境への恩恵を地域に還元し、地域と旅行者の双方で新たな観光地域づくりを共創するような取組が進むことが望まれます。

今後、国内でのサステナブルツーリズムの取組が各地で進展することを、心から期待しています。



本事例集は、観光庁「令和4年度サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業」での実施内容に基づいて作成しました。
同事業は、有識者委員及び専門家人材(コーチ)の方々のご協力をいただいて実施しました。

有識者委員 五十音順 敬称略 (○:座長)

稲増 佑子	株式会社TOKI 代表取締役
梅澤 高明	KEARNEY 日本法人会長／CIC Japan 会長
加藤 久美	和歌山大学観光学部 教授／武蔵野大学 教授
小林 英俊	北海道大学 観光学高等研究センター 客員教授
佐々木 豊志	青森大学 観光SDGs支援センター長／総合経営学部 学部長
○下村 彰男	國學院大学 観光まちづくり学部観光まちづくり学科 教授
深谷 信介	ノートルダム清心女子大学 人間生活学部 教授／名古屋大学未来社会創造機構 特任教授

専門家人材(コーチ) 五十音順 敬称略

相澤 久美	NPO法人みちのくトレイルクラブ 常務理事・事務局長
伊藤 薫	株式会社イールー 代表取締役CEO
江崎 貴久	有限会社オズ(海島遊民くらぶ) 代表取締役
岡田 美奈子	和歌山大学 非常勤講師／国際観光学研究センター 客員フェロー
岡本 岳大	株式会社 wondertrunk & co. 代表取締役共同CEO
海津 ゆりえ	文教大学 国際学部国際観光学科 教授
久保 竜太	株式会社かまいしDMC サステナビリティ・コーディネーター
新谷 雅徳	一般社団法人エコロジック 代表理事
永谷 亜矢子	(株)an 代表取締役／立教大学 客員教授
古屋 秀樹	東洋大学 国際観光学部 教授
村山 慶輔	株式会社やまところ 代表取締役
山田 桂一郎	JTIC.SWISS 代表／北海道大学 客員教授／和歌山大学 客員教授

令和4年度サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業
観光庁 観光地域振興部 観光資源課



国土交通省
観光庁