



ESD-Jオンラインセミナー

「JARTAによるサステナブル ツーリズムに向けた活動」

観光を通じて

持続可能な地域社会の実現へ

20250131 / JARTA 渋谷武明



持続可能な観光地づくりに 取り組む必要性

持続可能な
観光とは

なぜ必要か

これから何
をすべきか

なぜ観光が重要なのか



¹ 出典:世界旅行ツーリズム協議会 (WTTC) ©

出典:©UNWTO世界観光指標2018-国連世界観光機関 (UNWTO) 2018年6月

なぜ観光が重要なのか



観光はあなたの想像をはるかに超える!

* 出典:世界旅行ツーリズム協議会(WTTC) ©

出典:©UNWTO世界観光指標2018-国連世界観光機関 (UNWTO) 2018年6月

ウェルビーイング

身体、精神、社会のそれぞれの観点で良好な状態でい続けること。

①自己実現と成長
の因子（やってみ
よう因子）

②つながりと感謝
の因子（ありがと
う因子）

③前向きと楽観の
因子（なんとかな
る因子）

④独立とあなたた
らしさの因子（あり
のままに因子）

➡ 4つの因子のうち、満たしているものが多いほど幸福を感じられる

ウェルビーイング と 旅の力・観光の力

① 自己実現と成長
の因子
(やってみよう因子)

↓
旅に出ること

② つながりと感謝
の因子
(ありがとう因子)

↓
旅を通じて
体験する事

③ 前向きと楽観の
因子
(なんとかなる因子)

↓
旅を通じて
学ぶこと

④ 独立とあなた
らしさの因子
(ありのままに因子)

↓
自分の
旅のスタイル

観光の無限の可能性

- 何もないところから、アイデア次第で、いくらでも創造できる
- 道具や資金がなくてもできる
- 楽しい、癒し、発見、知的興奮
- 心と身体の健康にとっても良い
- 異文化交流、相互理解、平和な精神

➡その一方で、土台となる環境、人、地域など資源に配慮する必要を忘れがちなので、注意しなければならない



持続可能な 観光とは？

サステナブル ツーリズムの イメージ

- <https://www.menti.com/al/dkdhfiyqcz>



UN Tourismの定義 (サステナブルツーリズム)

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

UN Tourismの定義 (サステナブルツーリズム)

【定義】

持続可能な観光に関する開発ガイドラインや管理慣習は、マス・ツーリズムや各種のニッチな観光分野も含め、あらゆる種類のDestinyネーションにおけるあらゆる形式の観光に適用できるものです。持続可能性の原則は、観光開発に関する環境、経済、社会文化的な側面にもあてはまり、これら3つの側面の間で適切なバランスを図り、その長期的な持続可能性を確保しなければなりません。

UN Tourismの定義 (サステナブルツーリズム)

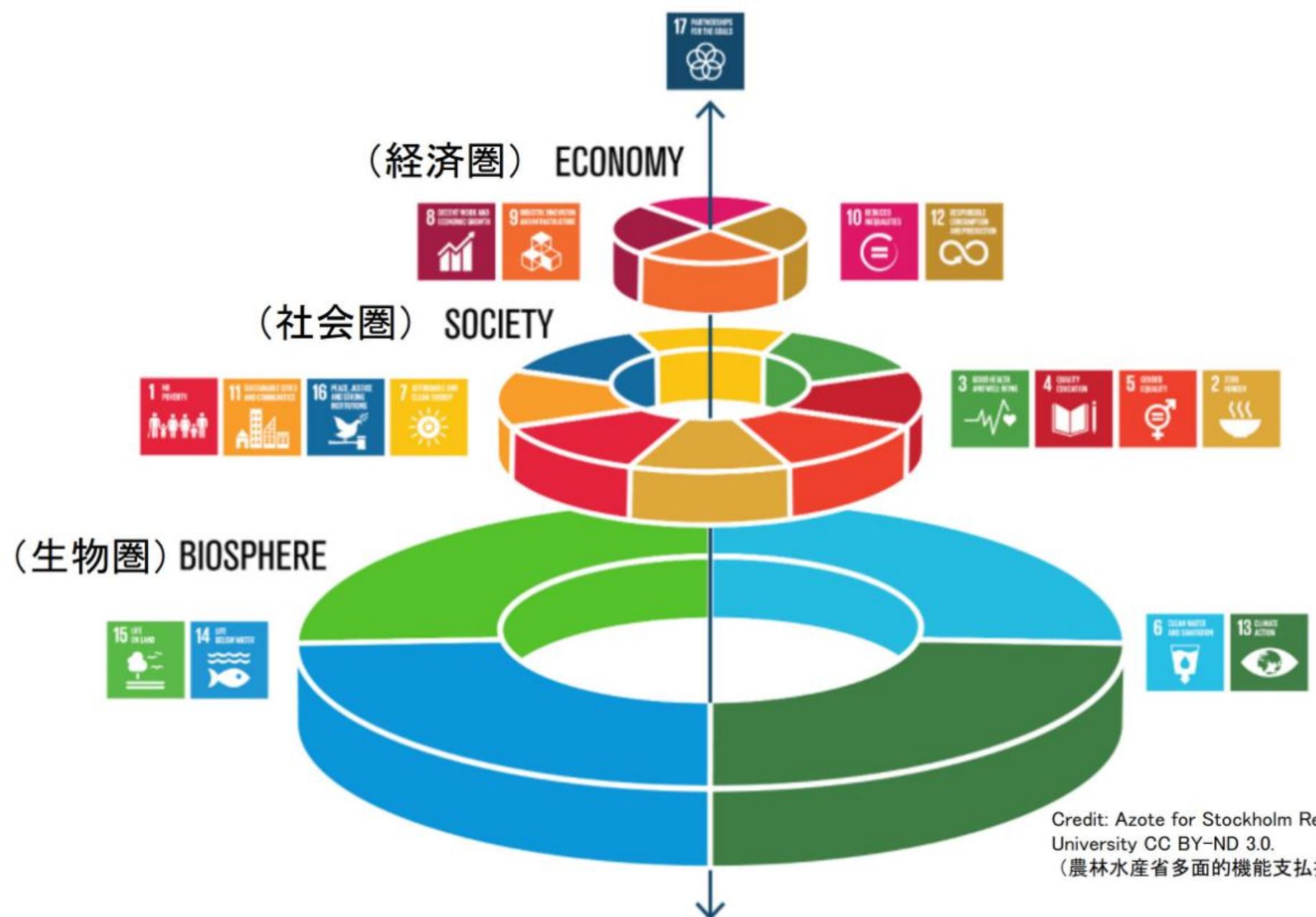
1. 主要な生態学的過程を維持し、自然遺産や生物多様性の保全を図りつつ、観光開発において鍵となる環境資源を最適な形で活用する。
2. 訪問客を受け入れるコミュニティの社会文化面での真正性を尊重し、コミュニティの建築文化遺産や生きた文化遺産、さらには伝統的な価値観を守り、異文化理解や異文化に対する寛容性に資する。
3. 訪問客を受け入れるコミュニティが安定した雇用、収入獲得の機会、社会サービスを享受できるようにする等、全てのステークホルダーに公平な形で社会経済的な利益を分配し、貧困緩和に貢献しつつ、実行可能かつ長期的な経済運用を実施する。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

SDGsとは? | JAPAN
SDGs Action Platform |
外務省 (mofa.go.jp)



SDGs (持続可能な開発目標) × 多面的機能支払交付金: 農林水産省 (maff.go.jp)



Credit: Azote for Stockholm Resilience Centre, Stockholm University CC BY-ND 3.0.
(農林水産省多面的機能支払推進室が一部翻訳を追記)

図: The SDGs wedding cake (SDGs ウェディングケーキモデル)



なぜ持続可能な観光は必要？

人間の営み



経済

社会・文化

自然環境

私たちの生活

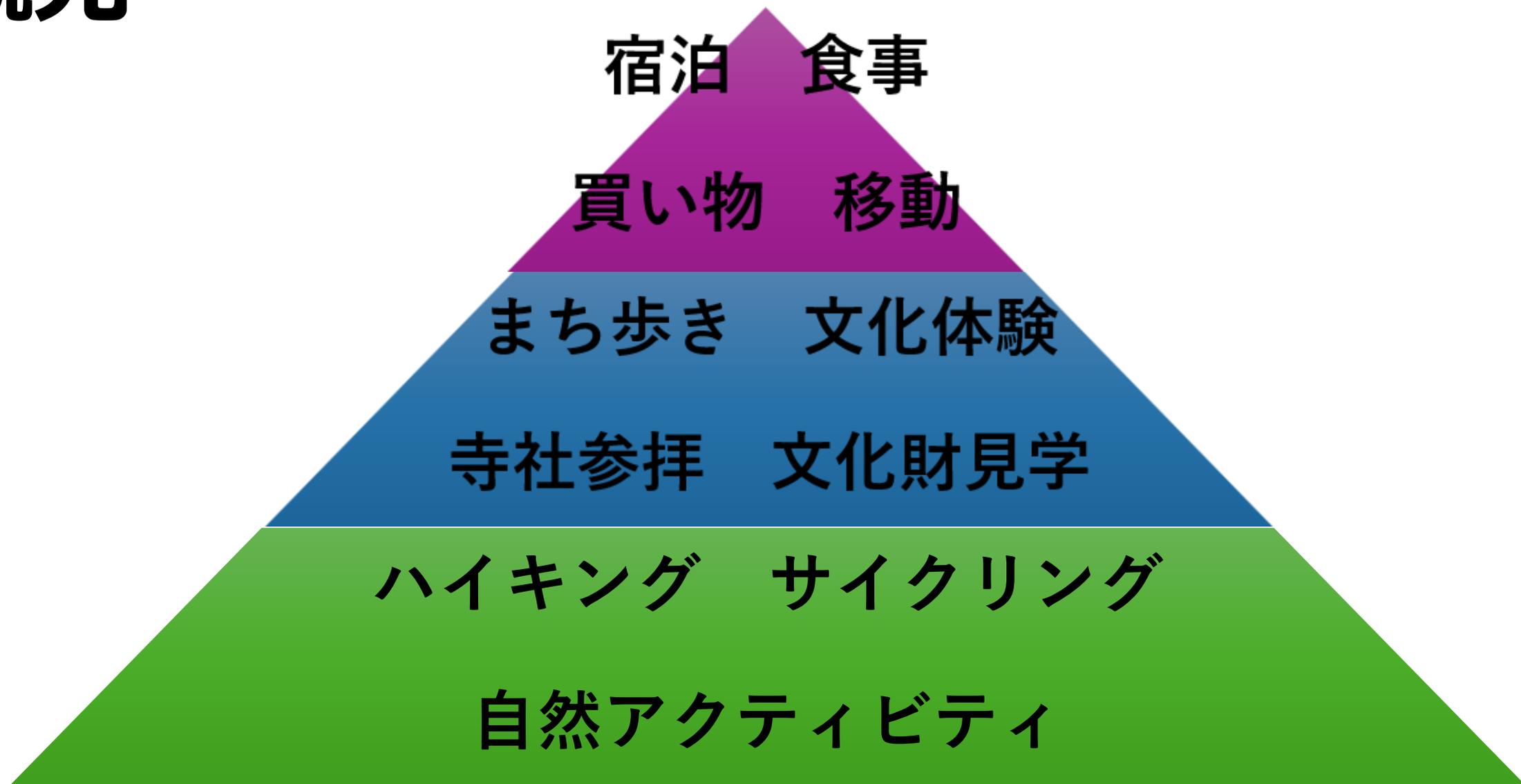


地域の産業

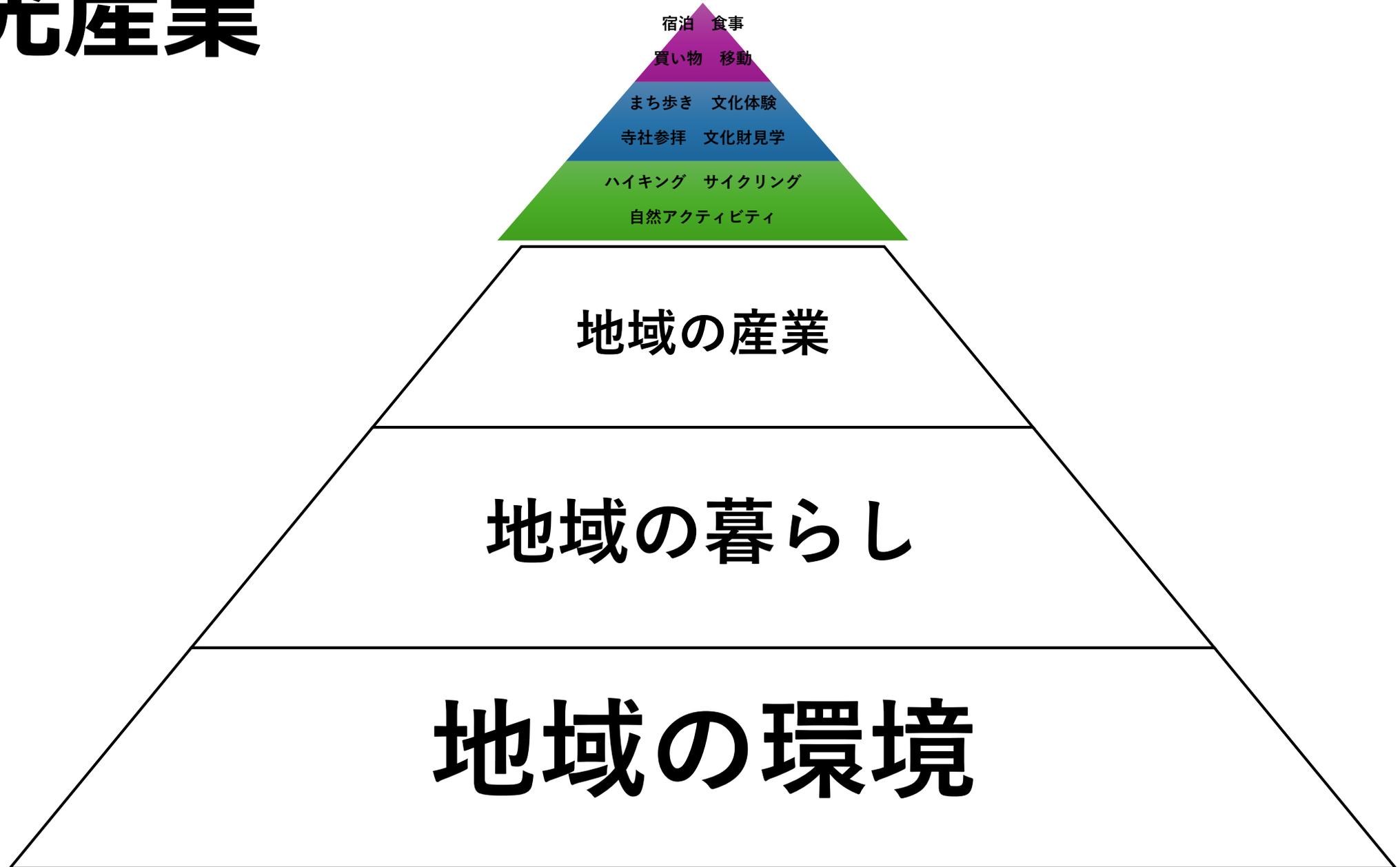
地域の暮らし

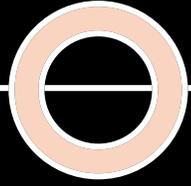
地域の環境

観光



観光産業





あるのが**当前** という**幻想**

**しかし、地域の環境、社会、経済
の土台なしには成り立たない**



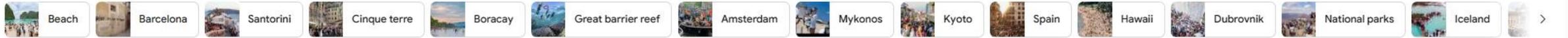
環境危機ならぬ

観光危機!

社会へのインパクト

今起きている事、
これからもっと
起きていくこと





what is overtourism and why is it such ... Overtourism- How Mass Tourism is ... Global chaos of overtourism in the ... Overtourism: 10+ Places Saying 'wish ... Hidden Costs of Mass Tourism ... Hawaii Business Magazine ... short-term rentals and levy port fees ...



Green Paros' Airport About overtourism - Green Paros' Airport



Worldcrunch Overtourism, Six Ways Locals Arou...

Related searches

barcelona overtourism

overtourism hawaii

overtourism bali



EHL Insights - EHL Hospitality Business Sc... Hospitality trends: Unveiling the harsh ...



Our Planet in my Lens overtourism on the environment ...



The New York Times Hot Spots Take Aim at Overtourism ...



CNN Overtourism: Can world be saved from ...



Skift Phrase 'Overtourism ...



Kanpai Japan Overtourism in Japan - Place...



Trey Tracy Travel Understanding Overtourism and How to ...



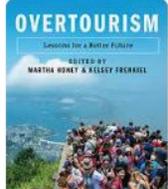
Verge Magazine Am I Contributing to Overtourism ...



HollyDayz Travel & Lifestyle Tourism Bad? Overtourism with Kim Hawk



Responsible Travel Responsible Travel



Island Press | Overtourism



YouTube Amsterdam Doesn't Want Tourists. Why ...



Ecobnb Overtourism: Causes, Consequences and ...



Worldcrunch Santorini Is Done With Overtourism...



EHL Insights - EHL Hospitality Business School Managing Overtourism - EHL Insights ...



Responsible Travel Who is responsible for overtourism? W...



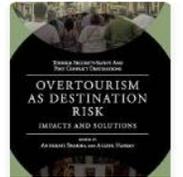
Junior Scholastic What Should Be Done About Overtouri...



Travel And Tour World Global Travel Advisor's Planning Trips ...



The National Herald Greece Combats Overtourism ...



Related searches

- overtourism graph
- overtourism problems



地獄化する京都の「観光公害」 地価高騰で子育て世代が続々流出、渦中の「宿泊税」は本当に抜本的対策になるのか？

2024.5.10 キャリコット美由紀（観光経済ライター）

[X \(Twitter\)](#) [Facebook](#) [Bookmark](#) [LinkedIn](#) [Pocket](#) [Mail](#) [COPY](#) [Print](#)

キーワード: [観光](#), [旅行](#), [観光公害](#)

外国人観光客をターゲットにした新たな財源確保策として、さまざまな料金徴収方法が検討されている。そのなかで、多くの自治体が「宿泊税」の導入を選択している。その理由は何だろうか。

大阪府の外国人向け料金導入



「ヴェネツィアでは、不動産価格が1平方メートルあたり4432ユーロ（約74万円）にまで跳ね上がり、旧市街の特に中心部では1.2万～2万ユーロと高騰。地元住民が住み続けることは容易ではない」

という。バルセロナでも「2014～2017年の3年間で住宅価格が35%上昇」し、

「特に旧市街やグラシアといった地区での上昇率が高く、住民の追い出しは日常茶飯事のように生じている」

と述べている。観光地化が進むにつれ、地元住民の生活に必要な商店が次々と閉店に追い込まれるケースも報告されている。

日本でもオーバーツーリズムの弊害はコロナ以前より顕在化していた。とりわけ京都では、ゲストハウスの無秩序な増加やマナーの悪い観光客の急増が、たびたび報じられていた。規制緩和により外国人観光客が復活した現在は、より状況が悪化している。このため、

「子育て世代の滋賀県などへの流出」

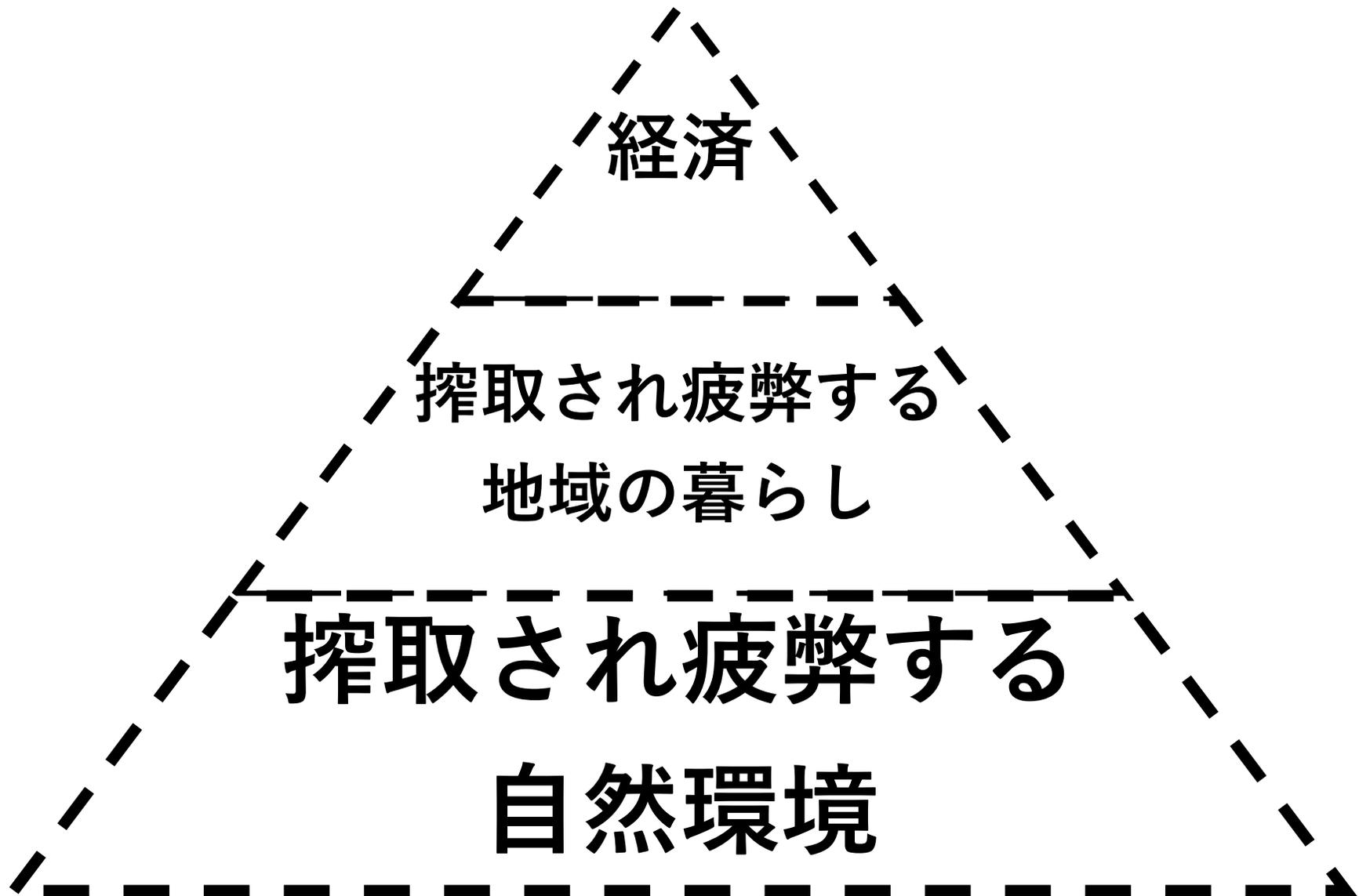
Merkmal : <https://merkmal-biz.jp/post/65800>

全てが消費の対象 地域の宝、資源が搾取されていく

- 限られた資源を食い尽くすビジネス。
- 本来、多様な価値を創造し、付加価値を生み出すはずの観光が、限られた資源をいかに効率よく収奪して利益を生み出すかという方向へ向かっていないか。
- インバウンドが活況を呈する一方で、地域の資源を、すべてコンテンツ化し、代替可能な消費の対象としてしまっていないか。
- ミッションなき、刹那的なビジネスでは、何も変わらない。

行き過ぎた観光の在り方が及ぼすインパクトは想定されていない...

その責任は誰がとる？
その代償は誰が払う？



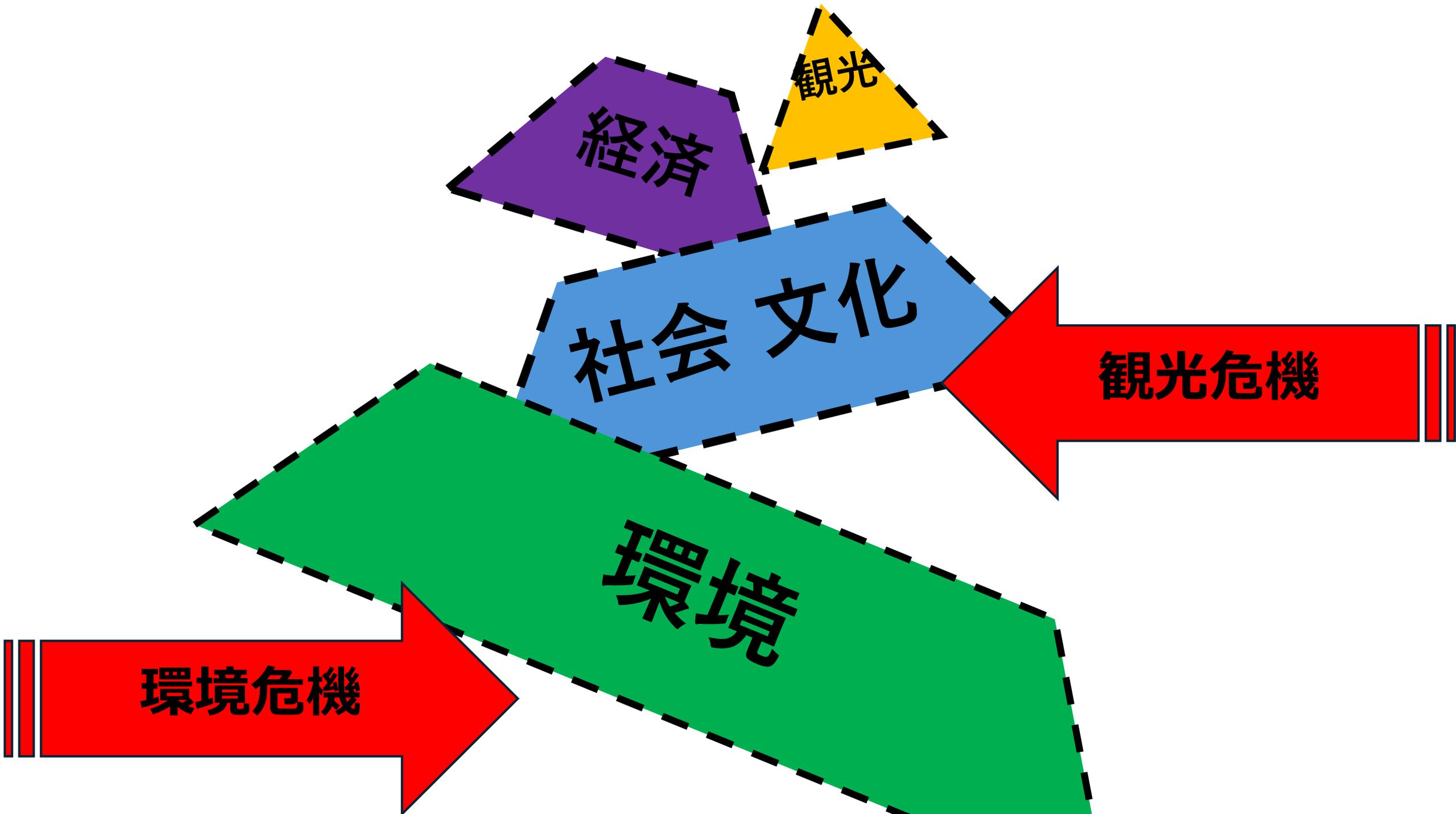
経済

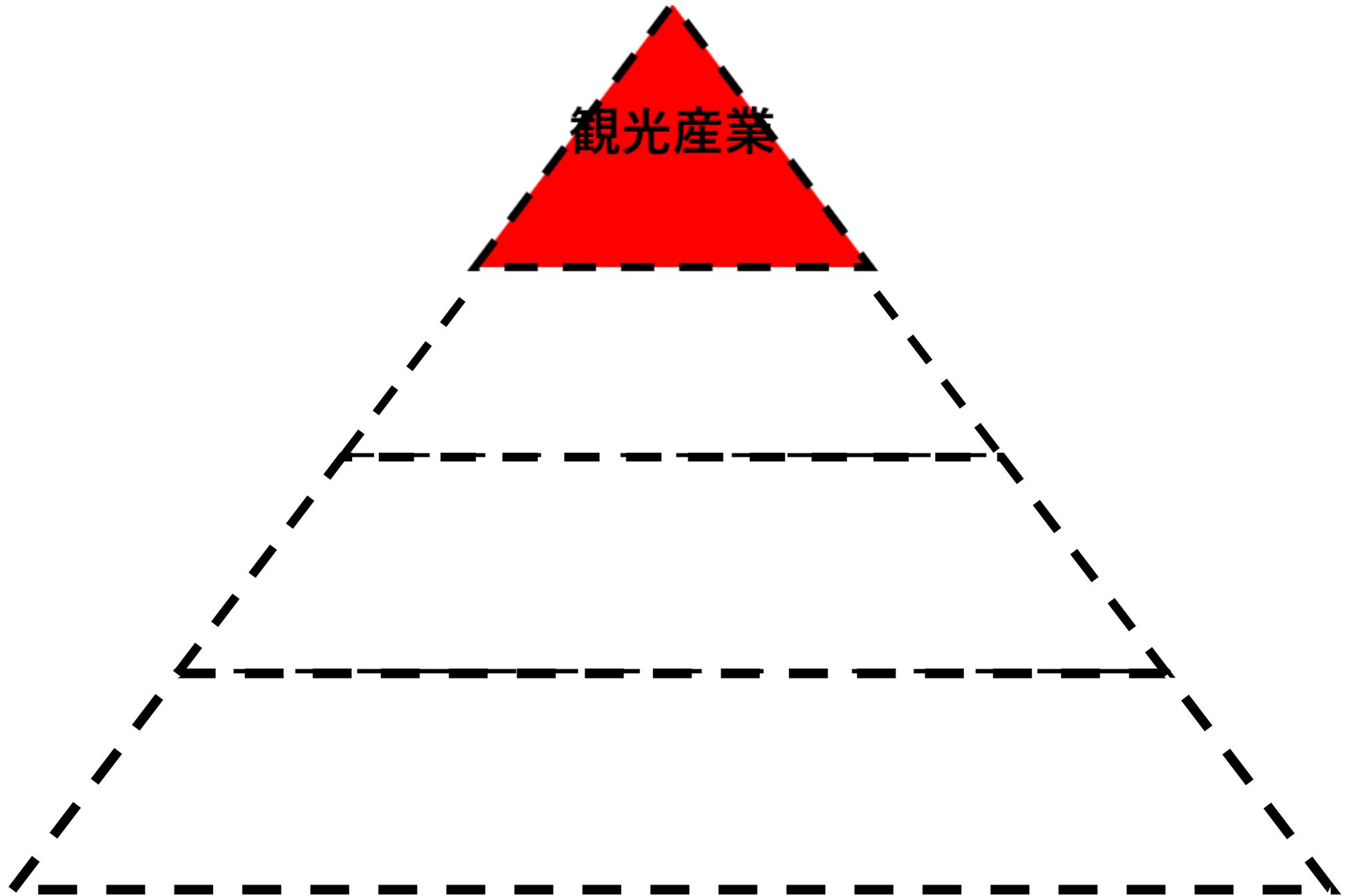
搾取され疲弊する

地域の暮らし

搾取され疲弊する

自然環境



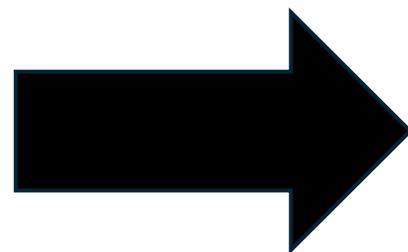






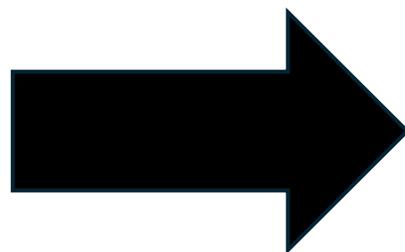
これから
何をすべきか

環境危機



**国際的な
ルール**

観光危機



**国際的な
ルール**

だから、持続可能な観光！

～ツーリズム

～ツーリズム

～ツーリズム

旅行会社、体験事業者、宿泊
事業者、飲食・送迎サービス、
観光協会、DMO、等々

土台は

持続可能な観光（サステナブルツーリズム）

何でやらなければいけないの？

綺麗事を言うな！ 無理だ！



頭ではなく、

心で皆で納得したい



**あなたにとって
旅とは？
観光の仕事とは？**

事業者にとっての観光とは？

事業者にとっての観光とは？

旅が好きだ

お客さんに楽しんでもらいたい

地域の人に喜んでもらいたい

地域が豊かになってほしい

お客さんも地域も社員も、みんな幸せになってほしい

旅行者にとっての観光とは？

旅行者にとっての観光とは？

旅が好きだ いつまでも旅のできる環境を残したい

地域の人と交流したい

自然を堪能したい

異なる文化を体験したい

新しい発見がしたい

人生を豊かにしたい

受け入れ地域にとっての観光とは？

受け入れ地域にとっての観光とは？

楽しんでほしい 交流を楽しみたい

自分の地域のすばらしさを味わってほしい

地域の経済が豊かになってほしい

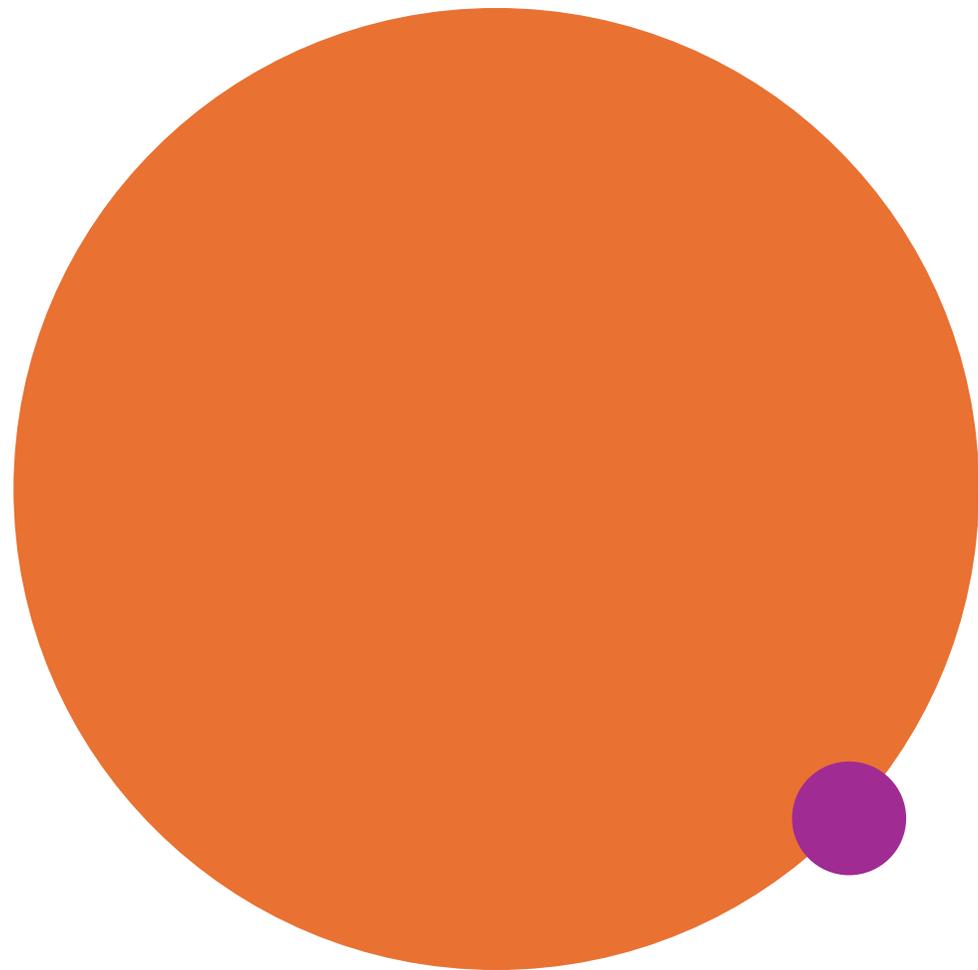
地域の文化が豊かになってほしい

地域の人にも、自分の暮らす土地の美しさに気付いてほしい



三者が**共感**できることは、

- 旅する喜び
- 旅を通じて幸せになる





三者が**同意**できることは、

- それを分かち合い、育み、
 - その環境を守っていくこと
- 



旅を通じて感動すると

- 感謝**
- 尊敬**
- 愛着**
- 畏怖**

こうした気持ちが自然と湧いてくる

三者それぞれの

役割と責任

役割と責任

事業者：

搾取型の古い観光経営からの脱却。
持続可能な観光運営の実施。
旅の楽しみ方をインスパイアする。

旅行者：

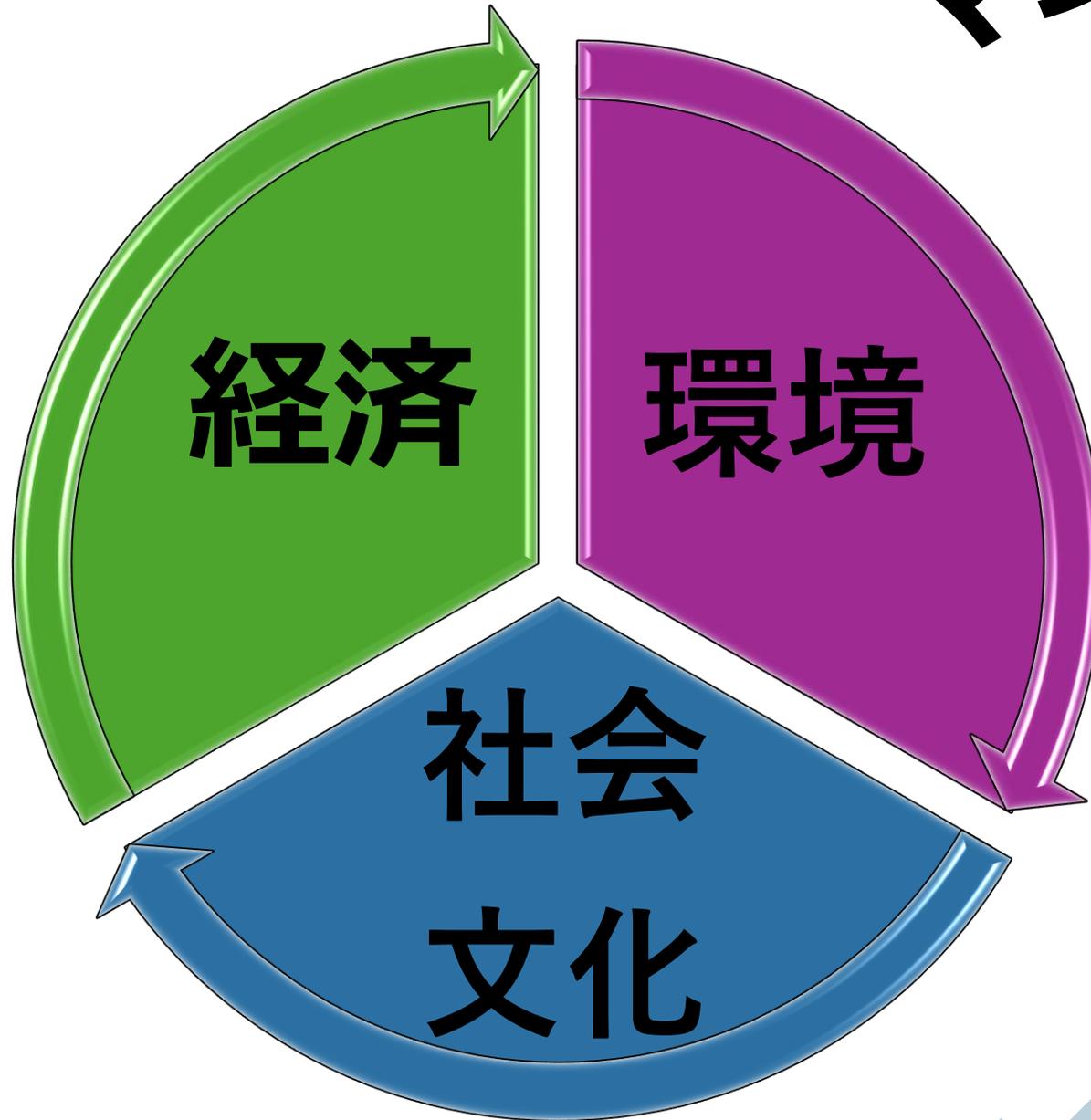
ツーリストシップの精神で旅する。

受け入れ地域：

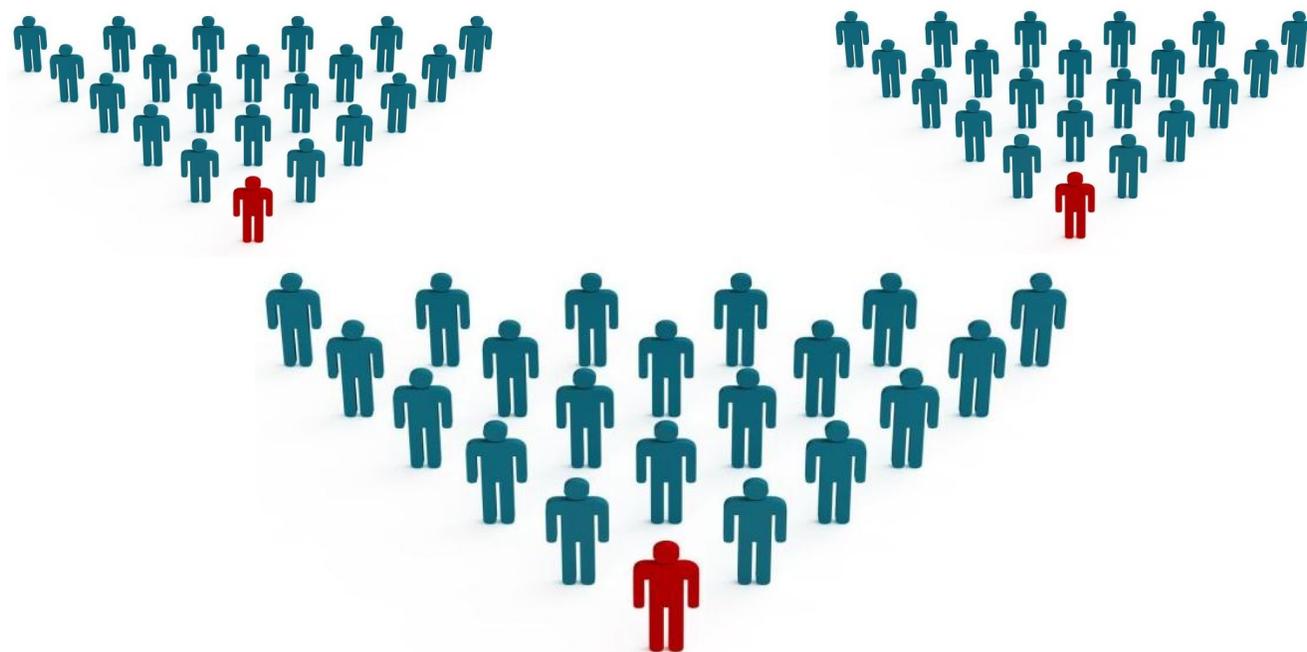
事業者と旅行者が常に感謝、敬意をもって行動することで、地域を維持・管理し受け入れてもらう。

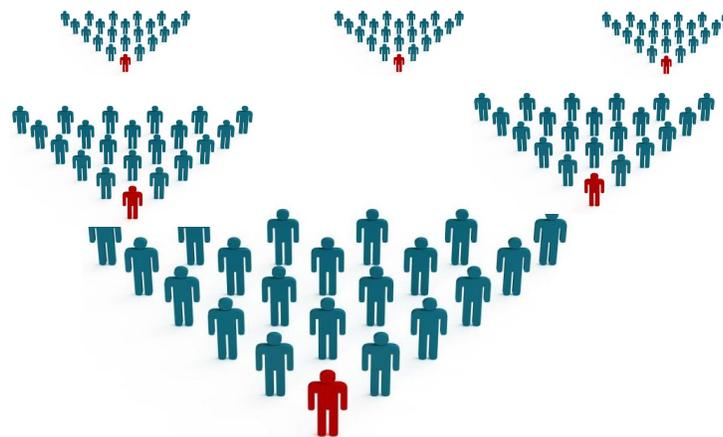
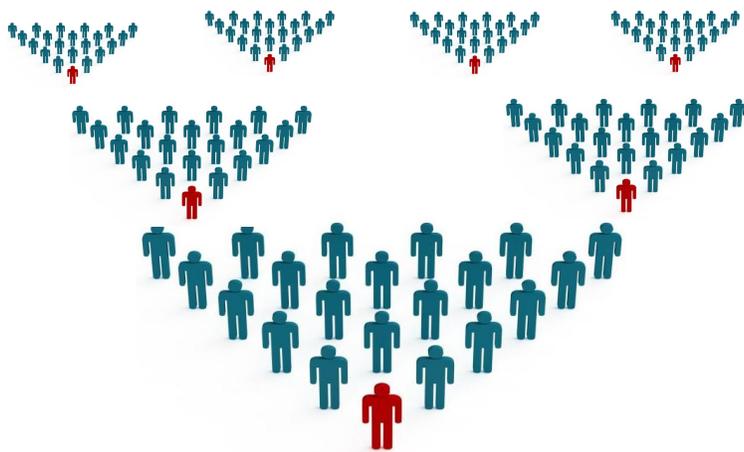
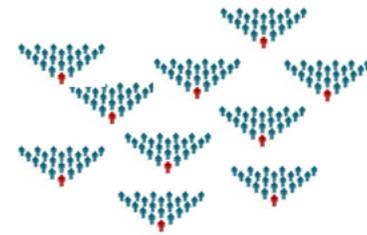
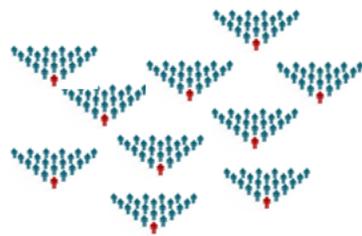
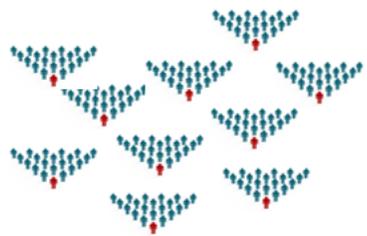
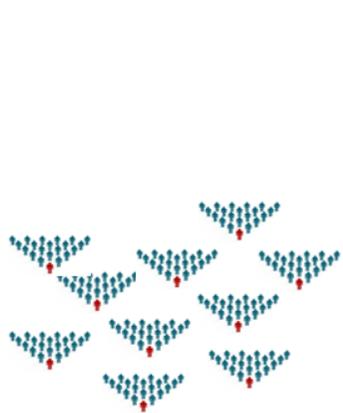


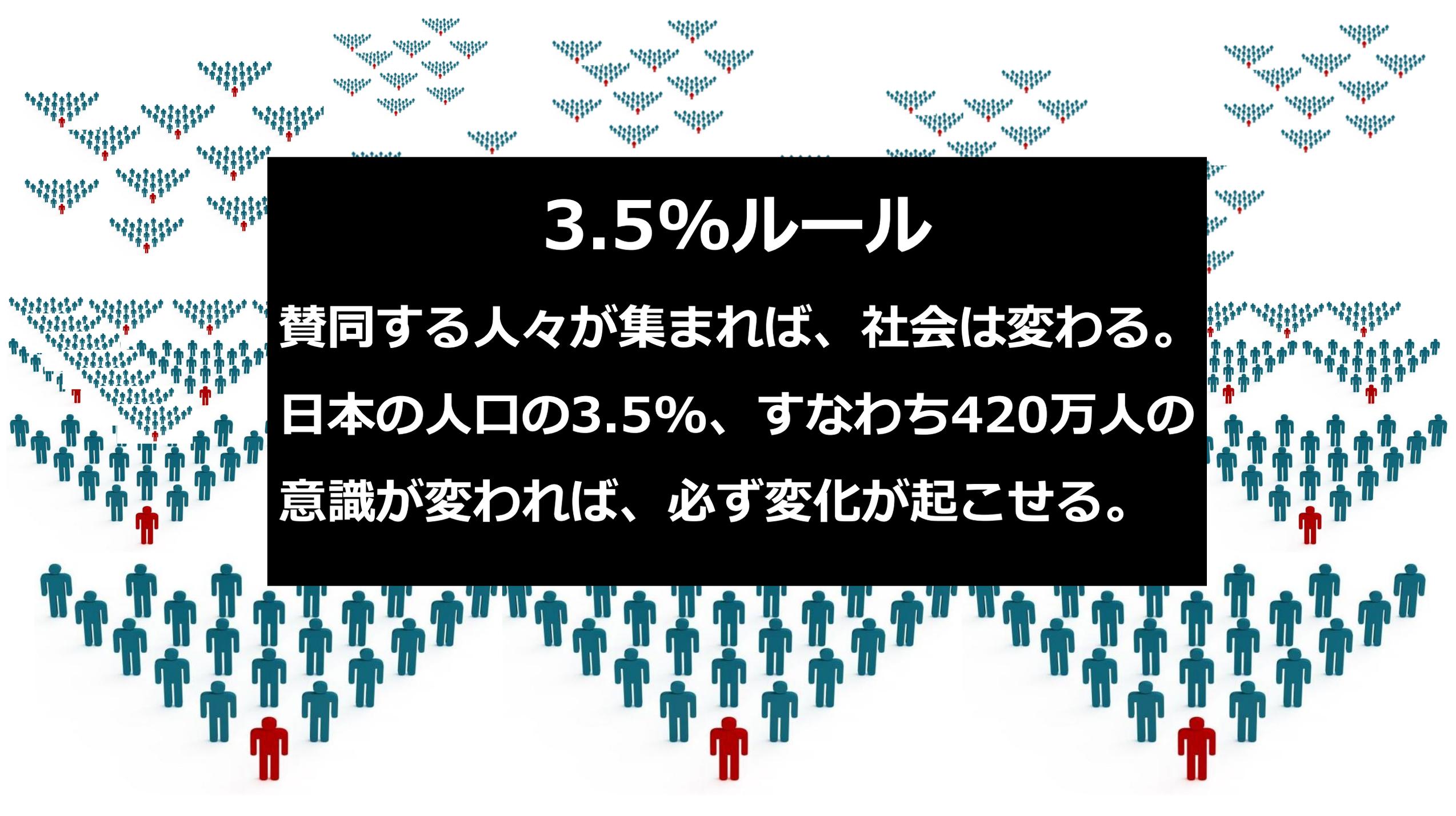
マネジメント



1人・1社の行動より、10人・10社の行動、
100人・100社の行動より、1000人・1000社の行動、
ポジティブな連鎖が社会を変える





The image features a large, stylized crowd of human figures. Most figures are blue, while a few are red, representing a small percentage of the total. The figures are arranged in a way that suggests movement and gathering. A central black rectangular box contains white text. The background is white with a subtle pattern of blue and red figures scattered throughout.

3.5%ルール

賛同する人々が集まれば、社会は変わる。
日本の人口の3.5%、すなわち420万人の
意識が変われば、必ず変化が起こせる。

観光で社会を変える

無理しない、苦勞しない、楽しみながら変えていく

仕組みを変える、楽しみながら貢献できる仕組み

経済も精神も健康にできる仕組み

自分も相手も心も体も健康にできる仕組み

サステナブルツーリズム・持続可能な観光運営の実践

**持続可能な地域社会の実現へ
共に歩んでいきましょう！**



ご清聴ありがとうございました

一般社団法人JARTA事務局 (Japan Alliance Of Responsible Travel Agencies)

- 〒604-8811京都市中京区壬生賀陽御所町 8 番地 2
- (2-8 Mibukayogosho-cho, Nakagyo-ku, Kyoto City, Kyoto, 604-8811)
- Tel: 075-406-7700
- Email: secretariat@jarta.org
- W: <https://www.jarta.org/>
- **国際認証部 渋谷 / 月江**
- t.shibuya@jarta.org / u.tsukie@jarta.org