

2. 観光・交流の視点から見た、九十九里地域のポテンシャル

(1)ポストコロナにおける観光の潮流

(1)ポストコロナにおける観光キーワード

➤観光の負の側面の顕在化

➤コロナ禍による観光産業／地域のダメージ（観光産業の脆弱性） etc…

サスティナビリティ

サスティナブル・ツーリズム

リジェネラティブ・トラベル

レスポンシブル・ツーリズム

コミュニティ・ツーリズム

デジタル

DX ライブコマース AI・ロボット／非接触型機器の活用

スマートツーリズム 観光貢献度の可視化

バーチャルツーリズム 観光CRM

観光型MaaS アフターインスタ映え

量から質へ

高付加価値化

ガストロノミーツーリズム アドベンチャーツーリズム

富裕層(ラグジュアリー)マーケット

ロングステイヤー／ワーケーション 関係人口の創出

その他

BCPの策定 リスク分散／事業の多角化

ダイバーシティ 食の多様化

人材の確保・育成 サバティカル制度

マイクロモビリティ

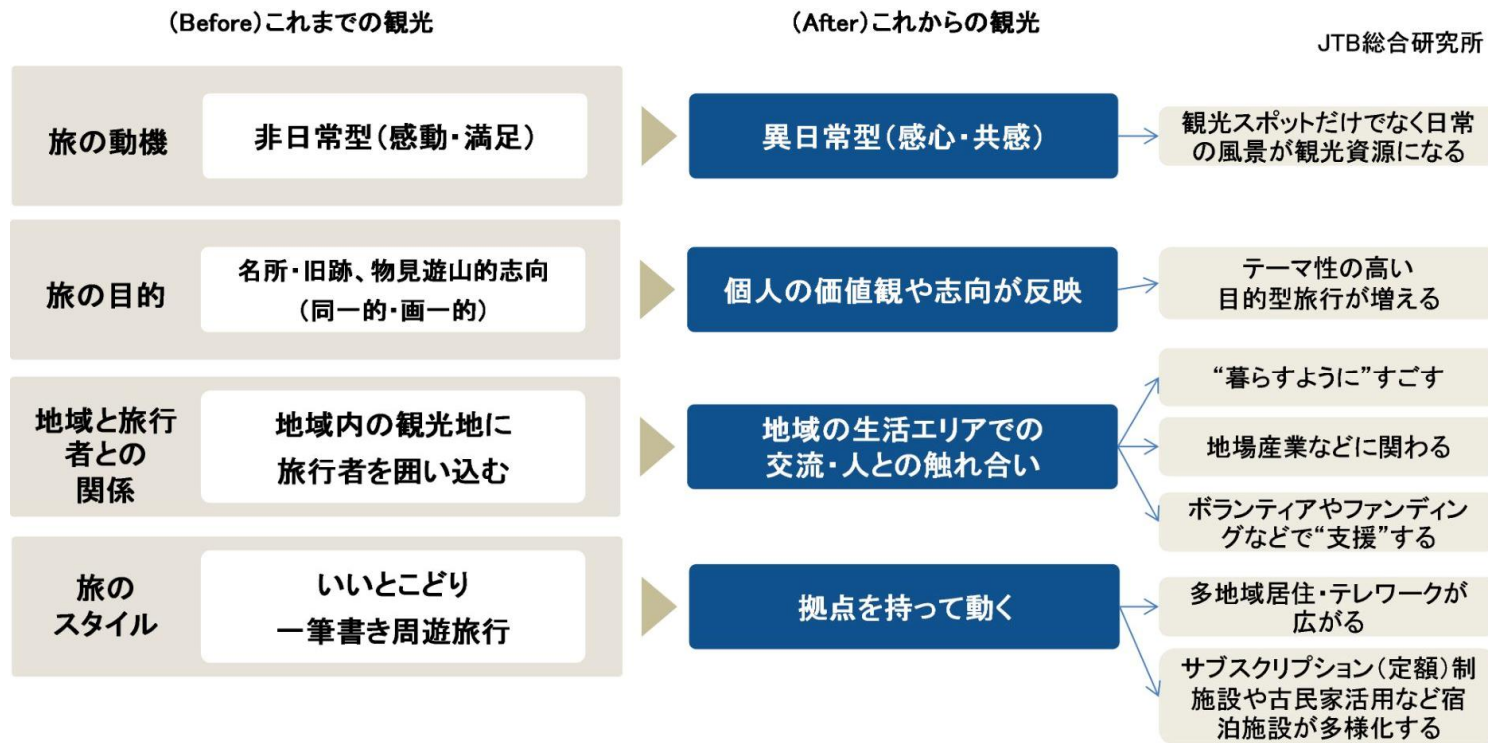


※村山慶輔,2020,「観光再生 サステナブルな地域をつくる 28のキーワード」,ダイヤモンド社

(2)コロナ禍前からの国内観光の変化

- ☞ ライフスタイルの多様化とともに旅行スタイルも多様化
- ☞ 旅行は趣味や自己実現を体現する「手段」へ
- ☞ SNSが旅行者の行動範囲を広げ、地域との関係性を進化

変わる観光の志向と“ツーリズム”領域の拡大



※JTB総合研究所「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行(2019)」

(3)サステナビリティ

日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D） 地域の観光振興において必須の指標に・・・

「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」は、持続可能な観光の推進に資するべく、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）等が多面的な現状把握の結果に基づき、持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標。日本の特性を各項目に反映した上で、観光地向けの持続可能な観光の国際基準「GSTC-D（Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations）」に準拠した指標。



出所：観光庁・日本版持続可能な観光ガイドラインを元に(株)JTB総研作成



(3)サステナビリティ

「Green Destinations Top 100」 / Destinations Sustainability Stories Competition

➤ GSTCの認証機関が毎年開催する表彰制度。持続可能な観光の国際基準の観点から、世界のどの位置にいるのかを把握する機会であり、マネジメント・ツールとしても活用する。持続可能な取組みを実施している地域の証としてブランド化。選ばれる地域へ。

GREEN DESTINATIONS TOP 100

Title of the Story:

The more people come to the island, the more beautiful it becomes.

- Localizing the destination supply chain
- Decarbonizing the destination supply chain
- Culture & Communities
- Environment & Climate
- Nature & Ecotourism
- Tourism Reset & Recovery

➤ 日本からは釜石市、阿蘇市、下呂温泉、箱根町、東松島市、南知多町、那須塩原市、小国町、大洲市、小豆島の10地域が選ばれている。

(4)サステナビリティ VICEモデル

☞UNWTO（国連世界観光機関）の「A Practical Guide to Tourism Destination Management」の中で紹介されている観光地域づくりの概念モデル。

☞観光地は、

- 自然環境や歴史・文化（Environment and Culture）をベースに
- 観光客（Visitor）観光客を迎え入れる地域社会・住民（Community）
- 観光客にサービスを提供する地域産業（Industry）

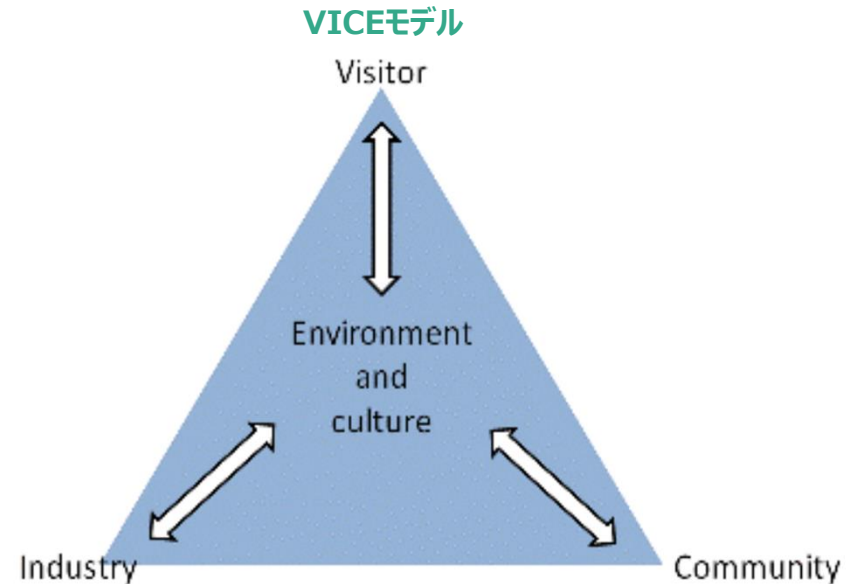
のそれぞれの視点から考えることが重要であり、

☞観光を計画するにあたっては、

- その取り組みは観光客にとって良いことか？
- 観光産業はもちろん、農業や漁業等の地場産業を巻き込めているか？
- 地域社会にとって良い結果につながっているのか？
- 自然や文化を壊していないか？悪い影響を与えていないか？

を常に意識することが重要。

※出典：UNWTO「A Practical Guide to Tourism Destination Management」



☞**地域内の多様な主体の連携 ⇒ 高付加価値化 ⇒ プレイス・ブランディング**