

令和6年 11月 15日
公益財団法人東京観光財団
総務部総務課(企画調査)

令和6年度「持続可能な観光加速化事業」海外最新情報の収集 報告書

- 1) 参加会議名:GDS-Forum & CityDNA Autumn Conference 2024
- 2) 主催者: [Global Destination Sustainability Forum](#)
[City Destinations Alliance](#)
- 3) 期間:2024年10月15日(火)~10月19日(土)
- 4) 開催場所:ブルージュ、ベルギー
- 5) 会議参加者:34カ国 227名
 - 欧州各国、カナダ、韓国、日本、他
- 6) プログラム全体概要
 - ・10月15日:GDS-Forum
 - ・10月16日:Knowledge group のオープンセッション
 - ・10月17~18日:CityDNA Conference
 - ・10月19日:オプショナルツアー
- 7) 参加したセッションのテーマ、内容及びその所感等
 - ▶ **開会セレモニー:Letting pigs fly(不可能を可能にしよう)**
 - ・CityDNAのPresidentに就任したBarbara Jamison-Woods氏(元London & Partnersのヨーロッパ責任者)及びCityDNA全体モデレーターのSigne Jungersted氏(Group NAOのCEO)によるスピーチ。
 - ・会議全体を通して、DMOや都市が持つ強みや知識を持ち寄り、どうすれば最良の結果を出せるかを一緒に考え、異なる協会やアライアンスとの競争ではなく、協働することが最も重要と強調した
 - ・「Pigs Can Fly」のアイデアや解決策は必ずしもステークホルダー全員にとって快適ではなく、むしろ不快である。観光業界が直面している問題(観光に対する社会的反発、気候変動等)も不快であるからこそ、直接的に取り組み、対処しなければならない
 - ・保守的な考え方と変化への恐れが、デスティネーションマーケティングのイノベーションに対する大きな障害であることを示唆

- ・DMO はアイデアフレンドリーな環境(=革新的な思考と実験のためのスペース)をつくる必要がある
- ・世界経済フォーラムによるグローバルリスク認識調査において、2年間の短期で最もリスクが高いもの、社会を完全に変革する可能性があるリスクとして、【①極端な気象変動】、【②AIによって生成された誤情報と偽情報】が挙げられた
- ・参加者が自身のデスティネーションでアイデアを実現するために障害になっていると感じているもの: 予算、知識、時間、恐怖、政治、無関心、協力の欠如、仕事量、想像力と変化への恐れ、保守的な考え方など

➤ **基調講演:より大きな思考のための個人レッスン!**

The school of moral ambition の共同創設者 Julia van Boven 氏による講演。個人の才能を最大限に活かし、ポジティブなインパクトを与えるために必要な思考回路に関するセッション。

- ・成功は、地位や富ではなく、世界に与えるプラスの影響によって再定義することである
- ・パートナーシップの力: 志を同じくする個人や組織とのコラボレーションは、自分の影響力を拡大し、野心的な目標を達成するために不可欠
- ・最小化よりも影響の最大化: 必要な視点は、ネガティブな影響を最小限に抑えることから、ポジティブな変化と社会への貢献を積極的に最大限に活用すること

➤ **基調講演:より大きな思考のための DMO レッスン!**

- 未来学者 Ed Gillespie 氏

- ・観光業におけるアプローチを人間中心(anthropocentric)から生態系中心(ecocentric)へとシフトすることは非常に重要
- ・リジェネラティブは、生態系の回復、循環型経済、訪問先のコミュニティの幸福とエンパワーメントに取り組むものであり、旅行体験そのものと同じくらい重要
- ・持続可能性の課題に関する沈黙を破ること、つまり、持続可能性の難しい側面についてオープンに議論することが重要
- ・観光は単なる訪問者の体験にとどまらず、地球規模の課題を解決し、コミュニティをより良く変革するためにどのように貢献できるかについても考える必要がある
- ・Tomorrow is Today

➤ **セッション:パリオリンピック-メガイベントの不可能性**

- パリ観光局 サステナブルディレクター Thomas Deschamps 氏
- TCI Research マネジメントディレクター Oliver Henry Biabaud 氏
- The Date Appeal Company パートナーシップ責任者 Hannah Babineau 氏
- ・パリ市民が抱える懸念事項に対処し、多くの市民がイベントを高く評価
- ・4万人ものボランティアの参加により、ホスピタリティの評価が急上昇
- ・アクセシブルとサステナビリティのレガシー
 - 障害者のアクセシビリティの向上:地下鉄の整備等
 - 持続可能な都市部のモビリティへの移行。パリ市内の広範囲のサイクリングネットワークを紹介・促進

➤ セッション:デスティネーションデザインによるアクセシビリティ

- City Destination Alliance インクルージョン最高責任者 Sophia Hyder Hock 氏
- Visit Mechelen メヘレン コーディネーター Els Van Zele 氏
- グダニスク観光局 代表 Lukasz Wysocki 氏
- ・DIとCityDNAによるアクセシビリティに関する調査結果の報告
- ・「アクセシビリティの定義」にばらつきがあるが、Belonging, Integration, Awareness, Support は共通するワードで登場している
- ⇒アクセシビリティに関して共通の言語を持つことが非常に重要
- ・「誰が主体となってアクセシビリティ戦略を立て、実施の責任を負うかが明確になっていること(=Ownership)」と資金(=Foundation)が、施策の計画や発展に大きく影響している
- ・Ownershipのある68%のデスティネーションがアクセシブル戦略を導入もしくは進行中である(ない場合は、10%に留まる)
- ・資金のある75%のデスティネーションがアクセシブル戦略を導入もしくは進行中である(ない場合は、15%に留まる)
- ・戦略を導入もしくは進行中のデスティネーションは、下記の優先順位でアクセシビリティに係る取組を実践している
- ①マーケティング&コミュニケーション:デスティネーションが旅行者に対してアクセシビリティに関するサービスを、正確かつ包括性をもって伝える
- ②コミュニティと専門家のエンゲージメント:デスティネーションが障害者と協力してエンゲージメントを高める

- ③トレーニングとリソース:評価基準や教材を活用してトレーニングする
- ④基準の順守:アクセシビリティ基準に準拠する、第三者による認定を受ける等
 - ・インクルーシブツーリズムは未開拓市場のポテンシャルがある
 - ・目的地をアクセシブルにすることで、障害を持つ旅行者とその同伴者の大きな市場が開かれ、経済的な機会がもたらされる
 - ・アクセシブル・ツーリズムへの草の根アプローチ:効果的なアクセシビリティの改善は、多くの場合、地域のニーズと経験に基づいて推進される小規模で低予算のイニシアチブから始まる
 - ・全ての人に全ての対応はできない

“The main challenge was choosing and limiting and focus.”

- ・障害を持つ地元の人々を巻き込む:障害を持つ地元の人々を巻き込むことは、デスティネーションのニーズを理解するための重要な第一歩であり、アクセシビリティイニシアチブの信頼性を確保するためには、マーケティング活動よりも優先されるべき

例)観光における包括性への革新的なアプローチ

①Visit Mechelen のリスニング・ウォーク:「[If Walls Could Talk](#)」

視覚、聴覚障害者、自閉症、車椅子利用者等が参加できるウォーキングツアー

②Charlottesville Albemarle CVB

目的地のホテルやレストランと協力して、縁石の切込みや、ベッドの高さなど、さまざまな障害物を測定し、訪問者が到着する前に情報提供をする

➤ セッション:Vivacity: 最も持続可能な都市になるために何をすべきか！

- City of Helsinki シニアアドバイザー Jukka Ounamaki 氏
- Göteborg & Co. Katarina Thorstensson 氏
- GDS-Movement 代表 Guy Bigwood 氏
- ・サステナビリティ指標と認証は、開発を導き、進捗を動機付けるための貴重なツールとして機能している一方で、地域の状況や優先事項を考慮していない可能性もあることを指摘
- ・ヘルシンキは 2024 年 GDS-Forum において世界で最も持続可能な観光地で 1 位に選出された。一方で、GDS-Index、GSTC 等の認証のチェック項目に時間を割き、ランキングに入るための作業になってしまい、サステナブルへの取組に繋がっているのか疑問を持っている
- ・ランキングに左右されるのではなく、地域にとって求められる活動、地域にあっ

たサステナビリティへの取組をするべきではないかという問題提起があった

➤ **Vivacity:Pigs flying yet? (不可能なことは可能になるのか?)**

- Simpleview シニアアドバイザー David Peacock 氏

・ViIVA City(=3年間にわたりデスティネーションマーケティング会社より包括的なアドバイス、コーチング等を受けられるプロジェクト。Simpleview がスポンサーしている。)で選ばれた都市、ヘルシンキ及びトリノの活動経過報告

ヘルシンキの課題:

①飛行機移動を考慮した真の持続可能性とは

②独自のアイデンティティの定義

③観光の価値をステークホルダーにどのように示すか

トリノの課題:

①観光客の受入れを推奨しながら、住民の信頼と生活の質をどう維持するか

②持続可能性と住民の感情に関するデータ分析

・持続可能であると認識されている都市でさえ、より高い持続可能性の基準を満たすために、その慣行を改善し、変革(=パートナーや市民を巻き込み、地域の期待に沿った解決策を生み出す)取組をしている

・収集した情報をステークホルダーに効果的に伝え、観光セクターで活用することで、価値を最大化させることが必要

➤ **基調講演:観光における不均衡のバランスを取るには**

- TUI ディレクター Ralf Pastleitner 氏

- New York Times ジャーナリスト Paige McClanahan 氏

- Amsterdam & Partners マーケティング戦略ディレクター Maya Janssen 氏

- European Tourism Future Institute シニア調査員 Bernaderr Papp 氏

・リアクティブからプロアクティブな観光政策:事後対応型の問題解決型政策から、長期的な持続可能性と都市計画への観光業の統合を考慮した、積極的で前向きな戦略に転換する必要がある

・観光業の成長と住民の幸福とのバランスをとるには、訪問者の満足度とともに住民の体験を優先する慎重な計画と政策立案が必要

⇒住民と観光客の両方にとっての「本物らしさ」の追求

・地域社会が経済活動のサービスに奉仕するのではなく、経済活動が地域社会の文化的・環境的な遺産を支援するアプローチ

⇒住民中心の観光開発

・DMO は従来のデスティネーション管理(物理的な観光の流れの管理)だけではなく、都市のアイデンティティを築き、持続可能な生活を促進するための「エコシステムのファシリテーター」としての役割に重点をシフトすることが議論された

➤ セッション:訪問者の行動・ふるまい

- Miles Partnership 責任者 Chris Adams 氏

- Wonderful Copenhagen マーケティング責任者 Rikke Holm Petersen 氏

- BehaviorSMART 創設者 Dr Milena S. Nikolova 氏

・旅行者が訪問先の地域社会に対して敬意を持って行動する重要性が語られた例)パラオ入国時、“自然保護誓約書”へ署名する取組(Palau Pledge)

例)ニュージーランドを守るための指標(Tiaki Promise)

例)Wonderful Copenhagen による Copenpay の取組

・88%がサステナブルな活動に協力したいと思っているが、行動を起こしているのは 22%

・Awareness(気づき)⇒Nudging(促す)⇒Action(行動)⇒Rewards(特典)のサイクル

⇒行動を起こすのは、旅行者の自主性に委ねられている点が特徴

・「良きゲスト」であることを旅行者に意識してもらうための文化の醸成が必要

・行動科学の知見を観光業への応用が効果的である。「楽しい」や「簡単」といった要素を取り入れることで、旅行者が無理なく持続可能な行動を取れるようにする。また、旅行中に様々な「選択ポイント」を設け、それぞれで持続可能な選択肢を提示することで、全体の体験を持続可能な方向にシフトさせることも可能例)

・旅行先で地元の食材を使った料理を目立つように配置する

・公共交通機関のチケット購入を簡単にする

・旅行の計画段階で地元の季節料理に関心を持ってもらい、目的地でその料理を目にすることで、さらに興味を引き出す

➤ セッション:スロートラベルに向けた取組

- CityDNA President Barbara Jamison-Woods 氏
- Evolve Events クリエイティブディレクター Anna Peters 氏
- Eurostar MICE 責任者 Inge Bauwens 氏
- ・スロートラベル(時間をかけた移動)が徐々に注目され、これにより持続可能な観光が実現できるという見解が示された
- ・移動自体を旅の一部とし、目的地へ早く到着することよりも、途中での体験や交流を大切にす文化が広がりつつある
- ・課題(時間の制約・コスト競争力・認知度向上・心理的障壁等)解決が求められるが、鉄道は「エコフレンドリー」な選択肢として、観光客にとっても地域にとっても有益
- ・本会議においても、ブルージュまで列車利用を促すイベント“Train Challenge”が企画された

➤ **閉会: ラディカルなコラボレーション**

- バンプ国立公園観光局代表 Leslie Bruce 氏
- 4VI(Vancouver Island)代表 Anthony Everett 氏
- ・コラボレーション vs. 協力:
- コラボレーション:異なる視点を持つ個人や組織が共通の目標に向かって深く関与して一緒に働くこと
- 協力:より浅い関与で、一緒に働くことに同意するだけのケース
- ・ラディカルなコラボレーション(徹底的な協力)に必要な要素
 - オープンなコミュニケーションと多様な意見を尊重する姿勢
他の産業や外部業界との協力が必要。観光業界内での同じ意見を持つ人々の集まり(= echo chamber)から向け出し、外部の意見や視点を取り入れる必要がある
 - 共通の目標の発見
 - 対立を機会として受け入れる
反対意見があっても、必要な変化を実現するためには議論を続け、開かれた姿勢を保つことが大切
 - 深い関わり合い

10) その他現地での気づき等

・経由地のブリュッセルの観光案内所では無料の観光マップの配布はなし。窓口に QR コードが掲示されたマップが置かれ、必要に応じてスキャンしてデバイスで確認する方法。マップは別途1€で購入可能(※ブルージュでは無料のマップ配布あり)



・レンタル自転車利用が普及しており、自転車専用の

の信号機やサイクルポートが多数存在。また電動スクーターの利用も整備されている



(Villo!や Dott など)

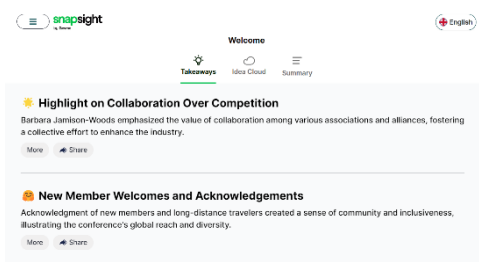


・コンパクトにまとまっている土地柄を活かし、メイン会場、レセプション会場等はすべて徒歩圏内の場所に位置しており、二酸化炭素の排出を抑えた会議運営。また、別途申込可能なオプションツアーもウォーキングツアーとサイクルツアーであった

・紙やプラスチックの使用量は最低限に抑え、バッジはリサイクル可能な紙の利用、会議では使い捨てプラスチックの利用はなかった。(水は瓶から各自グラスもしくはマイボトルに注ぐスタイル。ブレイクタイムのコーヒー・ソフトドリンクなどはすべて食器で提供)。希望者へはマイボトルの提供もあった



・AI 技術を活用した会議運営が行われ、参加者は指定の QR コードからアクセスすると、AI が自動作成した会議の概要やアイデアクラウドを確認できるシステム(snapsight)が活用された



・セッション中は Menti と呼ばれるライブアンケートが活用された

・ベルギー(特にフランダース)の文化遺産を保護し認識を広めるために、保護された建物の壁には「Beschermd Monument」の表示がされている



出張者撮影