

令和 7 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：Global Sustainable Tourism Conference 2025 FIJI
- 2) 主催者：Global Sustainable Tourism Council
- 3) 期間：2025 年 8 月 5 日～8 日
- 4) 開催都市：ナンディ、フィジー
- 5) 開催場所：Sheraton Golf & Beach Resort Fiji
- 6) イベント概要：

GSTC はサステナブル・ツーリズム(ST)を世界的に推進するために設立された国際的な非営利団体で、年に 1 回～2 回、世界中から ST に関わる組織や個人が集まり、会議が開催されている。自治体、DMO、ホテル、ツアーオペレーター、OTA、アトラクション、学術機関、業界団体、NGO、コンサル、認証機関（CB）、その他様々なステークホルダーが集まり、ST について多角的に議論されるほか、実践的な事例が数多く共有される

- 7) 会議参加者数：40 か国以上、350 名

- 8) プログラム全体概要：

8 月 5 日 GSTC デスティネーションメンバーミーティング、ウェルカムレセプション
8 月 6 日 会議 1 日目
8 月 7 日 会議 2 日目、ウェアウェルカクテルディナー
8 月 8 日 ポストカンファレンスツアー

- 9) セッション概要：

<GSTC デスティネーションメンバーミーティング>

▼GSTC からの情報共有

- 新プロジェクトとして、Connect with Purpose 社と協力し、動画シリーズを制作。
「[Travel Redefined: Tourism for People and Planet](#)」と題して、生物多様性やアクセシブルツーリズムなど持続可能性をテーマにした動画になっている。タヒチ、クック諸島、バハマ、パパガヨ半島が協力
- Destination Stewardship オンライン講座を開始
- 地域別のワーキンググループが活発（イタリア、日本、ラテンアメリカ）
- 企業イベントでは環境配慮への要求がレジャーより強いため、MICE 分野へのサステ

ナビリティ導入の好機だと考えている

▼ラテンアメリカ、カリブ海地域における YULUKA Alliance の事例

- ラテンアメリカとカリブ海地域全体を一つの持続可能な観光圏として捉える枠組みとして、「YULUKA Alliance」を設立。「YULUKA」とはタイロナ国立公園に住む先住民族の言葉に由来し、「ともに夢を見ること」という意味。2023 年にコロンビアで 150 名の関係者が初会合をもち、以後、地域横断的な課題と解決策の整理、行動計画の作成を進めている
- 行動計画の 3 つの柱
 1. 観光・保全・気候変動（生物多様性保全、炭素排出の計画と削減など）
 2. 地域コミュニティと起業家精神（文化継承、レジリエンス、再生型観光の促進）
 3. 意義ある旅行とインパクトのあるガバナンス（責任、戦略的ビジョン、成果に基づく運営手法）
- GSTC と協力し、この構想を認証プログラムとして制度化することを目指している

▼パークシティ（ユタ州、アメリカ）の事例

- GSTC 認証取得までの道のりは、まずは [GSTC アセスメント](#) を実施し、デスティネーションの現状を客観的に評価。その後、住民・労働者への大規模な意識調査を通じ、地域の観光に対する「感情」や「懸念点」を可視化。そして、22 のステークホルダーと持続可能な観光プランを共創し、市と郡の承認を得て、公式に計画を採択した
- 主な施策：
 1. サステナブル観光助成金制度（年次）

地域団体に資金を配分し、サステナビリティに関する活動を支援。毎年、地域全体にこの計画は存在すると意識づけをするきっかけにもなっている
 2. ブランドの刷新「[MountainKind](#)」

ブランドの核には「スチュワードシップ（地域を守る責任）」と「サステナビリティ」を据え、「責任ある訪問者行動」をやさしく伝えるやわらかいトーンが特徴
 3. 地域住民との対話「MountainKind Morning」

カフェで無料コーヒーを配布しながら、地域に観光局の仕事を紹介イベント
 4. 進捗を可視化する [ダッシュボード](#) の開発

▼タヒチの事例

- 地域住民が 28 万人に対し、観光客は 26.4 万人。観光客数が 1 人当たり 1 人未満であり、マスツーリズムから距離を置いている。しかしながら、自然景観だけではなく、「地元の人とのつながり」「温かさ」「文化」が観光の魅力であることから、地元住民

が歓迎し続けられる観光の在り方を模索している

- 3つの段階的なフェーズで取組を推進しており、持続観光なアクションプラン（2024～2030年）を策定したところ。策定前には、5つの調査（GSTC アセスメント、観光の炭素フットプリント評価、住民アンケート調査、宿泊開発マスタープラン、訪問者満足度調査）を実施。持続可能なアクションプランには、全体で110のアクションプランが存在し、各アクションに対し27のコーディネーター機関を設置。また住民代表をふくむ4層のガバナンス体制を構築
- 行動ごとに明確な責任機関を割り振ったことが実行力のカギ、全体を巻き込むために、地道な1対1の対応と訪問が不可欠と強調

＜島の内陸部の魅力：海と太陽にとどまらない価値＞

▼内陸観光がもたらす社会的インパクト

- Natalie Kidd氏は、従来の海岸部中心の観光から脱却し、より地域に根差した内陸観光の価値を強調した。観光は単なる消費ではなく、地域社会との接点であり、社会的価値を創出する手段として、次の3つの価値軸に言及
- 第一に、経済的包摂性。観光客がオールインクルーシブ型のリゾートに滞在し続けると、消費活動が施設内に限定され、地域社会への還元が限定的になる。Intrepidでは、観光客がクルーズ船やリゾートから出て、小規模の飲食店や伝統工芸の販売者、環境保護活動などに参加するよう設計されたツアーを提供している。これにより、小規模事業者やマイノリティ、先住民なども観光経済に参画できるようになる
- 第二に、文化・自然の保全。旅行者が地域文化や自然環境に直接触れることは、ホストコミュニティに「自らの文化や資源の価値」を気づかせ、次世代へ継承する意欲を促す。実際、観光によって希少な自然環境が価値づけられ、保護対象となるケースが増えていると説明
- 第三に、人と人との関係性の再構築。分断が進む世界において、観光は外交の一形態であり、「グローバルな相互理解」を促進する手段になる。Intrepidでは、観光を通じた“草の根の外交”を掲げ、多様な文化背景を持つ人々が交流できる環境づくりを進めている
- 上記具体例として、モルディブで展開した内陸寄港型セーリングツアーを紹介。リゾート型観光が主流のモルディブにおいて、地域コミュニティとの交流を重視した設計により、「観光＝ビーチ」という固定観念に一石を投じた。Intrepidは、太平洋諸国でも同様の理念のもと、地域住民との連携による内陸型ツアーを展開中

▼Talanoa Treksによる地域主導型ツーリズムの構築

- Marita Manley氏は、フィジー内陸部の高地に位置する先住民コミュニティと連携し、地域主導型観光事業「[Talanoa Treks](#)」を展開している。「観光は目的ではなく、コミ

- ユニティのレジリエンス強化のための手段である」と明言し、その哲学と実践を紹介
- Talanoa Treks は、「タラノア（対話）」の精神に基づいて設計されている。事業の立ち上げから運営まで、地域住民との丁寧な対話を重ねることで、双方にメリットがあり、かつ持続的なパートナーシップを築いてきた。特に、長老・女性・若者の意思決定参画を重視し、訪問者が画一的な観光体験ではなく、生きた文化に触れる機会を得られるよう設計されている
- フィジーでは、85%以上の土地が先住民による所有地であり、観光は土地所有者の意思に基づいて展開されるべきだという考えが強い。Talanoa Treks では、コミュニティごとに自律的な観光事業を構築しており、収益の使途も教育、農業、文化保存など、地域の優先事項に基づき決定される
- さらに、観光事業の成否は「マーケティングや観光経験」ではなく、「関係性と信頼」によって決まると述べた。例えば、地域の若者がガイドとして活躍する中で、自己肯定感やリーダーシップを育む過程は、単なる観光以上の社会的価値を持つと説明
- 「観光は変化のスピードではなく、信頼のスピードで動く」と語り、持続可能性・文化尊重・経済的自律性のバランスが取れた新たな観光モデルの可能性を提示した

▼観光市場構造の課題と変革への提言

- Jennifer Loh 氏は、観光市場における流通構造の偏りが、地域主導型・文化ベースの観光の可視化を阻害している現状を指摘した。特に、大手オンライン予約プラットフォーム（OTA）がアルゴリズムと高マージンに基づき商品表示を操作する構造に問題提起した
- Travaras は、再生型観光 (Regenerative Tourism) を掲げるプラットフォームとして、小規模で文化的・環境的に持続可能な体験を厳選して紹介している。「旅行者の 90%以上が持続可能な観光を望んでいるにもかかわらず、アクセス方法が分からない」と述べ、旅の設計段階から教育・共感・透明性を重視すべきと主張
- Travaras では、旅行者が「月曜に参加したい」と希望しても、体験提供側の都合や文化的な背景を優先する設計とし、効率性よりも尊重と共創を重視する姿勢を貫いていると説明
- また、沿岸部に比べ注目度の低い内陸部を魅力的に見せるには、「物語性のある体験設計」が鍵であると強調。例として、伝統農法や山岳信仰にまつわるストーリーを観光体験に組み込むことで、訪問者の関心を引き出すことができると述べた。「観光は風景だけでなく、記憶を持ち帰るもの」と説明。観光体験の多様化は、気候変動・構造的格差への対応としても機能すると述べた。
- さらに、観光開発において、地元住民との協働に関して、「住民を“協力者”ではなく“共同設計者”として位置づけるべき」と提言。ワークショップ形式でアイデアを共有し、観光ルートや体験内容を共に設計することで、地域の誇りと持続性が高まると

述べた

<観光を通じた環境再生>

▼太平洋ごみプロジェクト (POLP)

- プラスチック汚染の深刻化に対応するため、オーストラリア政府が資金提供する、太平洋地域での観光業における使い捨てプラスチックの削減を目指すプロジェクト (POLP) が 2019 年から 2027 年までの長期プログラムで実行中。豪州科学機関 (CSIRO) と協力し、プラスチックごみの排出量調査を実施、政策立案に活用
- このプロジェクトは、南太平洋観光機構 (SPTO) と連携し、観光業界向けの「基準・認証・実施ツールキット」を開発。プラスチック削減の理論的枠組みに基づき、政策立案者、業界関係者、消費者の行動変容を促す仕組みを構築している
- 特に注目すべきは、観光業界を宿泊施設だけでなく、飲食業、ツアー運営、航空会社、イベント主催者など広範に捉えている点である。2025 年には SPTO 理事会により基準が承認され、認証制度と実施ツールキットが正式に導入された。今後は各国での実装フェーズに入り、地域の事業者や代替素材の供給者との連携が進められる予定

▼米国における観光地マネジメントの変化

- Andrew Leary 氏は、米国の DMO の役割がマーケティングからマネジメントへと変化している現状を紹介。財政的・政治的な圧力により、観光予算が削減される傾向が強まっており、Brand USA の予算が 1 億ドルから 2,000 万ドルに減額された事例が挙げられた
- 観光地管理計画 (Destination Stewardship Plans) 35 件の調査によると、89%が環境保護を明記するも、気候変動対応を記載しているのは 15%に留まると説明
- Lake Tahoe では、観光税と T-BID (観光関連事業者からの収益に対して課される課税制度) による資金を地域の環境・経済・コミュニティ活性化に再投資する仕組みが構築されており、地域主導の観光地管理の好例として紹介された
- Maine 州の「Lookout for ME」キャンペーンでは、訪問者教育を通じて持続可能な観光を促進しており、観光客がクレジットカード決済時に寄付を行える仕組みなど、旅行者の関与を促す工夫も紹介された

▼サンゴ礁再生と観光の融合

- Jerome Mactuna 氏は、Coral Gardeners の活動を通じて、観光をサンゴ礁の再生手段として活用する取り組みを紹介した。2017 年に若者たちが始めた運動は、科学と地域知識を融合した国際的な保全活動へと発展していると説明
- 活動は「サンゴ礁の再生」「啓発活動」「科学的革新」の 3 つの柱で構成されており、VFOSF という独自ツールを用いて耐性のあるサンゴを選定・育成・モニタリングして

いる。2024 年には観光客がサンゴの植え付けに参加できる [Coral Gardeners Experience](#) が開始され、意識と行動変容を促す仕組みが構築された

- これまでに 16 万以上のサンゴを植え付け、21,000 m²のサンゴ礁を再生。AI による魚類モニタリングツール「Reef App」も開発されており、科学的根拠に基づいた活動が展開されている

▼リゾート運営と地域再生の両立

- Raquel Diaz 氏は、Six Senses Fiji における持続可能なリゾート運営と地域再生の取り組みを紹介。Six Senses は 1995 年から持続可能性を重視しており、廃棄物ゼロ、地元調達、プラスチックフリー等に取り組んでいる。[削減に向けた実践可能な方法を示したプレイブック \(Journey to Plastic Freedom\)](#) では 82 の解決策を公開
- また、サステナビリティ基金を行い、収益の 0.5%を地域と環境保全に再投資しており、絶滅危惧種 (Fijian Crested Iguana) の保護活動や森林再生、外来種排除、教育活動等を展開
- さらに、Coral Gardeners との連携により、科学的根拠に基づいたサンゴ礁再生を推進。30,000 以上のサンゴを育成中であり、観光客の参加による教育効果も高いと説明。地域コミュニティとの協働を重視し、水不足やインフラ整備、教育支援など、ニーズに応じた支援が行われている

<小島嶼国の観光地マネジメント>

▼バハマにおける地域主体型観光マネジメントの構築

- Janelle Campbell 氏は、2021 年のパンデミック後に観光の復興と持続可能な発展を目指す新たな取り組みとしてバハマ観光地管理評議会イニシアティブを開始した。このプロジェクトは、経済成長の手段としての観光から脱却し、暴力・不平等・環境劣化への対応を含む社会的な運動として観光を位置づけ直すものである
- COVID-19 による危機を契機に「持続可能性」「地域参加」「包摂性」を軸にした観光施策に移行。具体的には、GSTC 基準に基づく地域の能力向上研修、地域プロジェクトの設計、ボランティアによる NGO 設立などを推進
- これまでに 10 の島で研修が完了し、6 島では地域主導型の NGO が設立されており、それぞれ独自のロゴやアイデンティティを持つ。事例としては、以下が挙げられる
 - カナ島：ミネラル豊富な「Healing Point」を活用したウェルネスツーリズムの展開
 - エグズーマ島：高齢者の口述記録に基づく文化遺産保存プロジェクト
 - ビミニ島：国際企業と協働し、5 万ポンド以上の海洋ゴミを除去、環境管理計画策定
 - アンドロス島：ハリケーン被災地での廃棄物管理と復興支援
- 資金調達、自治体間の連携、疲弊する人材などの課題も存在。今後は 16 島への拡大、若手人材の育成、国際機関・学術機関との連携強化を通じて、地域の声を国家観光政

策に反映させる体制構築が目指されている。

- 観光を地域の誇りと目的意識に基づく「変革の手段」として捉え、「地域の人々による、地域のための観光」の重要性を強調した

▼ケイマン諸島における観光地分散と自然・文化資産の活用

- Marzita Bodden 氏は、国家観光計画に基づき、観光体験の多様化と自然・文化資産の保護を両立させる取り組みについて発表。ケイマン諸島は、Grand Cayman、Cayman Brac、Little Cayman の 3 つの島から成る。主要観光地は Grand Cayman で、Seven Mile Beach が広く知られているが、それ以外の地域資源の活用が課題となっている。
- 「ビーチ以外の観光体験」を創出するため、以下の 2 つの事例を紹介した：

事例①：Barker's National Park（自然保護区）

マングローブ林や野生の海岸線が残るエリアを、サイクリング、カヤック、カイトサーフィンなどのアクティビティ拠点に転換。高級リゾート「Vida」が 2024 年に開業し、エコツーリズムのハブとして機能。地元住民との信頼関係を基に、観光局がライセンス取得、マーケティング、人材育成等を支援

事例②：Pedro St. James（歴史文化資産）

ケイマン諸島における民主主義発祥の地であり、石造建築が現存する重要史跡。屋外キッチンで伝統料理体験が可能。新設レストラン「Thatch & Barrel」では地元食材を使用し、食文化と歴史を融合した体験を提供。観光局が観光ジャーナリストやインフルエンサーの誘致により広報活動を支援
観光客の分散によって Seven Mile Beach の混雑解消にも繋がっており、新たな来訪者層へのアピールが可能となったと説明

- 「変革は信頼のスピードで進む」と語り、地域の意欲と環境との一致を尊重することが観光資源の活性化に不可欠だと強調

▼フィジー・Nukubati 島における先住民知識を活用した観光地運営

- フィジー北部に位置する Nukubati Island Resort を運営する Jenny Burke 氏は、40 エーカーの小島を自立型の観光地として構築してきた経験を紹介。自身のフィジー先住民および中国系のルーツを活かし、観光を通じて地域住民、特に女性の教育・雇用機会を創出し、生態系の回復にも取り組んでいる

- 観光地運営の 3 つの柱：

リーダーシップ：観光開発において地域首長や女性、若者、NGO と連携し、共同意思決定を重視

住民参加：観光地マネジメントは外部による押し付けではなく、地域の「意思」と「知恵」によって方向付けるべき

レジリエンス：高潮、サイクロン、干ばつなど気候変動への備えを地域主導で推進

- 代表的な事例として Living Seawall（生きた防波堤）を紹介。マングローブやサンゴ礁といった自然生態系を活用して海岸線を守る取り組みであり、科学と伝統知識を融合させている
- フィジーの概念「Venua」は、土地・海・人・精神の一体性を示し、この思想が観光運営の基盤となっている。グローバルなサステナビリティ基準はしばしば文書化された証拠やデータに依存するが、口承・暦・儀式などを重視する先住民知識を適切に評価するには限界があると指摘（例：暦に基づいた漁業ルール、世代間の口伝による環境管理知識、自然に対する日常的な儀礼や行動規範）。監査や指標では測れないが、極めて有効な資源保全方法と説明。グローバル基準との「ハイブリッド型モデル」、または「口承文化を認証に組み込む仕組み」の必要性を提案

▼バヌアツにおける気候変動適応型の観光マネジメント

- Paul Pio 氏（バヌアツ貿易・商業省観光局長）は、世界で最も災害リスク（サイクロン、地震、火山噴火、海面上昇など）が高い国の一つとされるバヌアツにおいて、持続可能で回復力のある観光政策を通じた地域分散型の観光モデルの構築について発表
- バヌアツは、南太平洋に浮かぶ Y 字型の 83 の島々から成る島嶼国であり、人口は 30 万人超、多様な言語と文化が混在。首都ポートビラを中心とする沿岸部に人口と開発が集中しているが、本来の自然・文化の魅力は内陸部の熱帯雨林や火山地帯、伝統文化に宿っていると述べた
- COVID-19 により顕在化した観光の脆弱性に着目し、「経済・地理・文化の多様性を伴った分散型観光」への移行を加速する必要性を説明
- 2024 年から 2025 年にかけて、バヌアツ全 6 州において策定された持続可能な観光管理計画では、農業観光、エコツーリズム、文化体験、トレッキングなどの地域資源を活用した観光商品を中心に設計されており、地域経済の活性化と観光のレジリエンス強化を目指していると説明。また、国の観光方針は「コミュニティ中心」「気候変動への対応」「文化の尊重」を基本理念とし、数値目標ではなく価値志向型の政策として設計していると説明
- 地方政府と連携して観光ゾーニング（土地利用規制）を導入し、無秩序な開発の防止と観光資源の保護に取り組んでいる。また、地域の観光協会を支援し、首長・女性・若者など多様な立場の住民が観光地づくりの意思決定に参加する体制を構築している
- 観光開発においては、防災計画・避難誘導・災害時連携などを宿泊施設や観光事業者に義務付けている。また、地域住民が観光に関与することで、緊急時の対応力も高まると説明
- クルーズ観光による環境負荷に関しては、クルーズ船のカテゴリーごとに受入港や活動内容を規定し、環境負荷の高いエリアへのアクセスを制限している。また、「一度

に多くの観光客を集める」モデルではなく、「地域に分散する」モデルへと転換しており、クルーズ観光による経済効果と環境保護の両立を図っている

＜グローバルパートナーとの連携＞

▼開発パートナーとの協働

- Becky Last 氏は、開発機関との連携における実務的な視点から、観光分野における国際協力の現実と可能性について、「No fit, no funding（適合しなければ資金は得られない）」という言葉を用い、開発パートナーとの連携においては、相手の目的や仕組みに対する深い理解と戦略的な適合が不可欠であると強調した
- 開発パートナーは多様であり、世界銀行やアジア開発銀行のような多国間機関、国際NGO、さらには技術支援プラットフォームなどが存在する。それぞれの組織は異なる目的、資金の流れ、意思決定プロセスを持っており、単に「開発機関」と一括りにすることはできない。したがって、連携を図る際には、相手の背景や優先事項を事前に調査し、提案内容を相手の「レンズ」に合わせて調整する必要があると説明
- 支援の規模や構造によって、スピードや可視性、コントロールの度合いが大きく異なり、支援の形態も多様であり、直接支援、第三者機関を通じた支援、業界団体を介した支援などがあるため、構造を理解し、資金や技術支援がどのように「自分たち」に届くのかを把握することが重要であると説明
- GSTC スタンドアードのような共通の枠組みは、開発パートナーとの間で成果やインパクトを測定する際に有効であり、共通言語として機能すると強調

▼BtoB パートナリシッの可能性ー地域企業と持続可能な観光の関係構築

- Libby Owen-Edmunds 氏は、B2B パートナリシッが地域の観光事業者やコミュニティに対して持続可能かつ包括的な経済的・社会的インパクトをもたらす重要な手段であると位置づけた
- 従来の B2B のイメージは、国際的なツアーオペレーターと現地の地上手配業者との連携に限定されがらだが、その枠を超え、複数の事業者が協働してシステムの課題に取り組む「多層的・多目的な連携」の重要性を示した
- 成功する B2B パートナリシッの要素として、「相互理解と信頼の構築」「インセンティブの明確化」「ファシリテーターの存在」「長期的視点と柔軟な関係構築」を挙げた

事例：ホテル業界の食品ロス削減

- 世界持続可能ホスピタリティ連盟が WWF や Greenview 社（コンサルティング会社）と連携して、ホテル業界の食品ロス削減に取り組むための標準化されたフレームワークを構築
- Marriott ホテルグループが採用し、Winnow（ウィノー）というデジタルデータ収集プラットフォームと提携・活用し、ホテルの厨房やサプライチェーンにおける

食品廃棄量を可視化・記録・分析

- データをもとに、食品ロスの削減だけでなく、食品救済（フードリスキュー）や栄養支援へと取り組みを拡張

▼Trip.comによる地方活性化プロジェクト

- Trip.com グループが推進する地方活性化プロジェクト「Country Retreats」について紹介。主な仕組みは以下の通りである：
 1. 地域に高品質な宿泊施設を建設
 2. 地域住民が運営・管理を担当
 3. Trip.com のネットワークを活用して集客
 4. 収益の一部を地域経済に再投資
- このモデルは、旅行者にとって魅力的な体験を提供するだけでなく、地域文化の保全と持続可能な実践の促進にも寄与する。例えば、初期の Country Retreat では、開業から 14 ヶ月で周辺の民宿価格が 30%上昇し、世帯収入は 16 万 5 千ドル増加したと説明
- 地域の伝統文化や農業、景観を活かした体験型観光を提供するとともに、地元製品の販売を促進する e コマースプラットフォームも構築。これにより、地域の手工芸品や食品などが世界市場にアクセスできるようになった
- また、グリーンエネルギーへの転換による環境面への配慮や、地方人材育成 (Rural Talent Cultivation) というアカデミーを設置し、地元住民に対してオンライン・オフライン両方の研修を提供し、観光業への参入を支援
- 従来の中央集権型の観光モデルから、地域主導型の分散型モデルへの転換が重要であると強調

＜サステナビリティの測定と評価＞

▼Peninsula Papagayo（コスタリカ）の取り組み

- 複数のホテルブランドとステークホルダーが混在する複雑な観光地において、それぞれが異なる目的や価値観を持っているため、観光地全体として一体感を持ってサステナビリティに取り組むのは簡単ではない。こういった複雑な環境では、環境への負荷や社会的インパクトを定量的に測定することが非常に重要と説明。サステナビリティの測定は「現状を把握するための手段」であると同時に、「誰が何をすべきか決定するための根拠」として機能すると説明
- 実践内容は以下の通り：
 1. **環境負荷の削減**：ホテルやビーチクラブ、スポーツ施設などでの飲料提供方法を見直し、リフィルステーションの設置や再利用可能な容器の導入を進めた結果、プラスチックボトル 100 万本削減、CO₂排出量 19%削減

2. **AI スマートスケールによる食品ロス削減**: Four Seasons ホテルで AI スマートスケールを厨房や従業員食堂のゴミ箱に設置し、廃棄物の重量と画像を記録。どの料理・工程でどれだけの食品ロスが発生しているかを日次で可視化。従業員は自分の廃棄量を確認でき、行動変容（削減意識）を促進。1 年で 50%削減、3 ヶ月で導入費用を回収
 3. **エネルギー効率認証の導入**: 年間 60 万ドルの電力コスト削減
 4. **社会的インパクト**: 従業員の生活状況を把握するために、多次元貧困指数 (MPI) 調査を実施。これは、収入だけでなく、教育、健康、住環境など複数の側面から貧困を評価する手法。調査結果をもとに、英語教育、メンタルヘルス支援、ソーシャルワーカー配置の施策を実施し、従業員の定着率向上や職場の満足度向上にもつながった
 5. **生物多様性保全**: 900 種以上の生態系を有する地域にあるため、カメラトラップによる野生動物の行動記録。サンゴ礁・マングローブの調査による海洋生態系の健康状態の把握、研究機関との連携によるデータ収集と分析を実施。これらの情報は、「Papagayo Legacy Experiences」というゲスト向け体験プログラムにも活用されており、観光客が自然保護活動に参加できる仕組みを提供
- 地域コンサルタントの活用、役割の明確化、報告の簡素化、リーダーシップの関与等が成功に導いたと説明

▼Rosewood Hotel Group (香港) の取り組み

- 世界 26 カ国に 50 のホテルを展開する同社では、サステナビリティ戦略「Rosewood Impact」に基づき、ホテル運営における優先課題（例：エネルギー使用量、廃棄物、地域調達率、従業員の多様性など）を明確化し、測定すべき項目を定義した
- GSTC スタンドアードを参考に、最低限必要なデータ項目を特定。必要なデータを特定し、初年度は Excel ベースで収集を開始し、徐々にデータ管理プラットフォームへ移行
- ホテルごとで規模や体制は大きく異なるため、能力差に応じた段階的導入を実施。文化・言語・知識の差、少人数ホテルでの役割兼任（例：シェフが購買とデータ入力を兼務）等が課題として挙げられたが、段階的な導入と丁寧なトレーニングで解決
- データ収集の定着を図るため、ホテル支配人の報酬にデータ報告の達成度を連動。報告が未達の場合は上司に通知し、改善を促し、報告率が高いホテルには評価・報酬面での優遇措置を実施。この仕組みにより、現場の責任感と継続的な報告体制が確立された
- 社内では、地域別の四半期報告プレゼンテーションを実施。各ホテルにサステナビリティ担当者を任命し、現場での推進役を担わせていると説明
- データは変化を生むための手段であり、測定の目的は報告ではなく、実際の改善とインパクト創出であると強調

▼カーボンフットプリントの追跡と行動変容における役割

- [Travel Impact Model](#) (Google が提供している、飛行機移動に伴う温室効果ガス排出量を予測・見積もることが可能) が「よりグリーンなフライト」の認知向上に向けて紹介された
- Susana 氏は旅行検索エンジンにカーボンフットプリントデータを統合することで、意識を高め、より持続可能な選択肢に向けて旅行者の行動に影響を与える可能性がある」と説明
- また、Susanne 氏は持続可能性に関する指標への個人的な関与の重要性について、技術的なスキルに限られている個人でも、アクセスしやすくゲーム化された方法で提示されれば、関与することができると説明（例：ソーラーパネルでの電力生成量をスマートフォンで管理するなど）

<ストーリーテリングによる持続可能な観光の推進>

- 観光業におけるストーリーテリングの重要性と、持続可能な観光の推進におけるその役割について、映像制作の実践を通じて語られた。Rob Holmes 氏は、17 年間にわたり世界 46 カ国で映像制作を行ってきたコンテンツマーケティング専門家であり、観光地のブランド再構築と持続可能性の発信を支援
- ストーリーテリングの手法は、観光地の魅力を単なる情報ではなく、感情に訴える「記憶に残る体験」として伝えることが可能。また、地域の人々、文化、自然を中心に据えた物語は、信頼と魅力を生み出すと説明。また、地域住民が語り手となることで、観光は単なる消費ではなく、文化と自然の継承の場になると強調。
- 効果的なストーリーテリングのための重要な 4 つの要素：
 1. 目的 (Purpose)：なぜその物語を語るのかという意義
 2. ストーリーアーク (Story Arc)：課題や葛藤を描き、観光地の真の姿を伝える
 3. キャラクター (Character)：地域の人々や自然が物語の中心となる
 4. 背景 (Backdrop)：風景や文化的文脈が物語に深みを与える

<地域の文化を活用する>

▼文化は商品ではなく世界観である

- Kylie Ruwhiu-Karawana 氏はニュージーランドのマオリ文化に根ざした観光の在り方を、「Not About Us Without Us (私たち抜きで私たちのことを決めない)」という理念のもと、文化とは単なる観光資源ではなく、地域の人々が日常的に生きる「世界観」であり、観光客がその世界観を通じて風景や人々と出会うことが本質であると強調
- 観光は文化を支えるツールであるべきであり、「文化を観光に活用する」のではなく、「観光を文化のために活用する」という視点の転換が求められると説明した

- コミュニティとの関係構築においては、対等な立場での対話が不可欠であり、文化的背景に応じた方法論の選択が重要であり、太平洋諸国では「ナビゲーション的関与」、オーストラリアでは「On Country」といった地域特有の関与方法を使うべきと提案
 - **ナビゲーション関与**：太平洋諸国における文化的背景に根ざした関与の方法論であり、伝統的な航海術や共同体の意思決定プロセスに由来する概念。これは、プロジェクトや観光開発において、関係者が共に「航海する」ように、目的地に向かって協働しながら進むこと。地元コミュニティが「航海の乗組員」として関与し、外部の観光事業者と共に進路を決めていくことで、持続可能で文化的に誠実な観光が実現される
 - **On Country**：オーストラリアのアボリジニ文化における概念で、「自らの土地に根ざした関与」を意味する。土地（Country）は単なる地理的な場所ではなく、祖先・精神・文化・自然が一体となった存在であり、そこに「いること」自体が関与の第一歩とされる。「On Country」の文脈で体験することで、単なる訪問ではなく、土地の文化や精神性に触れる深い学びの機会となる

▼フィリピンにおける先住民主導の文化観光と文化遺産保全

- Ayman Anthony Hanares 氏は、ユネスコ・フィリピン国内委員会の事務局長として、長年にわたり文化遺産保護と観光を両立させる取り組みに携わってきた。講演では、文化観光を「先住民コミュニティによる開発と経済的自立のための有効な手段」と位置づけ、実際の事例とともにその実践と理念を紹介した
- 文化観光の意義として、「訪問者がその土地の住民の視点を通して地域を体験すること」が不可欠であると述べた
- 観光の内容や演出は外部が決めるのではなく、地域住民が主体となって決定し、自らの文化や価値を訪問者に示すべきであると説明
 - **事例：コルディリエラ地方のイフガオ族による棚田観光**
この地域では、稲作の年間サイクルにあわせた「ライス・サイクル・ツアー」が展開されており、観光と農業が一体化している。収穫や田植えに合わせた文化儀礼は、商業的な演出ではなく本来の文脈の中で行われ、観光客もその意味を理解した上で参加する。この取り組みは、地域農民への直接的な利益還元と文化継承を両立させており、世界遺産登録地域としての自覚と責任が感じられる
- 文化体験の価格設定についても触れ、「その収益は本当に地域の人々の努力に見合っているか」「彼らが共有する価値や時間に報いるものであるか」を常に問う必要があるとした
- また、共有する文化の範囲や方法も、地域が主権的に決定すべきであり、観光事業者はその決定を支える役割に徹すべきであると説明した

▼ロロマ・アワー—観光を通じた文化・環境への還元と若者への継承

- フィジーの観光政策における新たな取り組み「ロロマ・アワー (Loloma Hour)」は観光客が滞在中に 1 時間を地域社会や環境への貢献活動に充てることを促すものであり、「ロロマ (愛・思いやり)」というフィジーの価値観に根ざしている。観光を通じて、文化・自然・人々とのつながりを深めることを目的としており、単なる娯楽ではなく、意味ある滞在を提供することを目指している
- 2023 年に正式に開始され、2025 年 6 月時点で 27 の宿泊施設が参加し、累計 3,540 時間の活動が記録されている
- 活動内容は、野生動物保護（フィジー固有種のイグアナや海洋生物）、サンゴ礁の再生、海岸線の植林、地域コミュニティへの支援など多岐にわたる
- この取り組みは、都市部に移住した若者が自らの文化的アイデンティティを再認識する機会にもなっており、文化継承の手段としても機能している
- 文化は生きているものであり、観光客に伝えるには、地域住民自身が文化を日常的に生きていると意識することが不可欠であると説明し、ロロマ・アワーがその実践であることを強調した

▼文化の実践としての観光—ファ・サモアの価値と課題

- Robert Ah Sam 氏は、サモアの伝統文化「ファ・サモア (Fa' a Samoa)」(※マタイ制度 (首長制)、尊敬 (ファ・ロアロア)、家族 (アインガ) などの価値) が日常生活に根ざした価値体系であり、観光体験の基盤となっていると説明した
- 文化観光が地域住民の雇用創出や収入向上に貢献している一方で、文化の商業化やコミュニティの搾取、環境負荷などが問題視されており、大手事業者による収益の集中や、地域住民への利益還元の不均衡といった課題も存在すると説明
- 観光の成長が文化の歪曲やアイデンティティの喪失につながらないように、地域主導の意思決定と持続可能な管理体制の必要性を強調した

10) その他会議や現地での気づき等

▼カンファレンス会場・会議運営

- これまでの GSTC 会議と同様、全出席者の移動にかかる二酸化炭素排出量は計算され、オフセットされている (※参加者は参加登録フォームで移動手段を詳細に入力)
- 会場内のごみ箱自体がリサイクル可能な段ボール製を利用
- 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 (ウォーターサーバーの設置、コーヒーやお茶はすべて食器で提供)。また、コーヒーや紅茶のもとに置かれたミルクは、植物由来 (オーツミルク等) のオプションも必ず置かれていた
- 登録デスクの横に、「If you can' t bin it, bag it」のサインを掲示し、持ち帰り

用の手提げ袋を配布することで、参加者のポイ捨てに対する意識醸成を図る取組がされていた

- ・ ウェルカムレセプション、フェアウェルパーティで提供される飲み物に使用されるストローは植物性由来のもので出来ている様子で、若干甘みを感じ、水分を含むと柔らかくなる性質であった



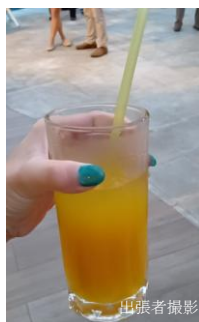
出張者撮影



出張者撮影



出張者撮影



出張者撮影



出張者撮影

▼ホテルの取組

- ・ 客室内のアメニティ（シャンプー・ボディーソープ等）は、環境負荷を軽減するために詰め替え式ボトルで提供されており、個包装の使い捨てタイプは使用されていない
- ・ 室内に、ウォーターボトルが提供され、ホテル敷地内に設置されているウォーターステーションで給水できる
- ・ ホテルで提供される食事には、アレルギー表示や宗教・嗜好に配慮した表示がなされており、食に対する配慮が徹底されていた



出張者撮影



出張者撮影



出張者撮影