

ブータンから考える 地球環境と観光

2020年10月18日(日) 日本GNH学会 オンライン研究会

松尾 茜

公益財団法人 地球環境戦略研究機関 (IGES)

自然資源・生態系サービス領域 研究員

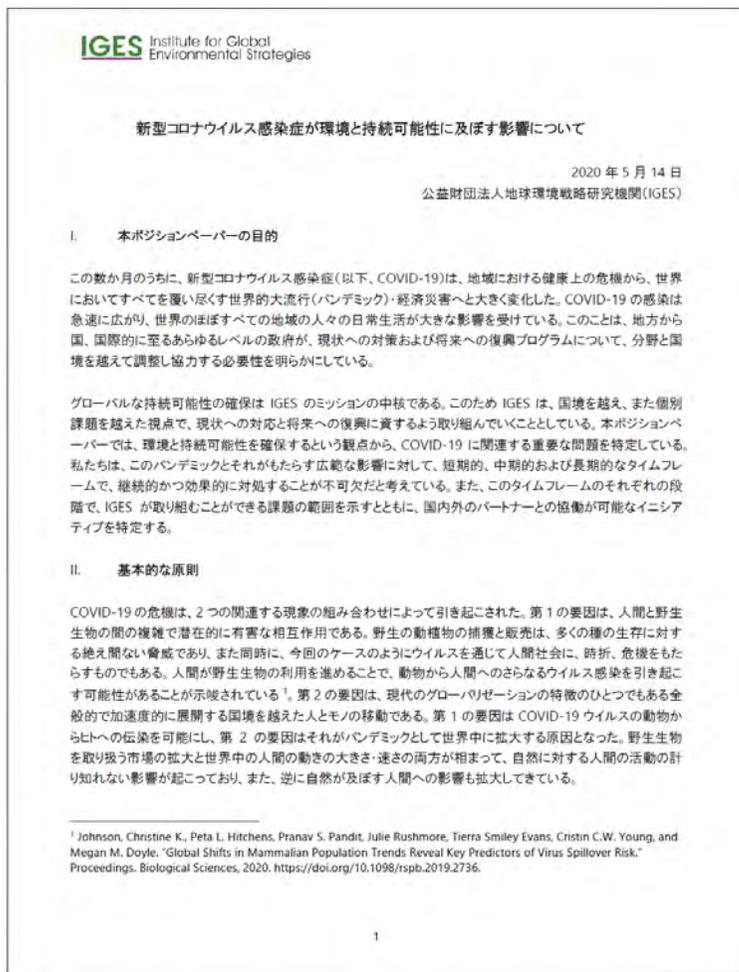
CONTENTS

1. 背景
2. 発表の枠組み
3. GNHに基づいた観光政策
4. 政府の観光マーケティング
5. ツーリズムによる農村開発
6. まとめ



1 - 1. 背景：地球環境問題、COVID-19と観光

新型コロナウイルス感染症が環境と持続可能性に及ぼす影響について (IGES ポジションペーパー 2020年5月14日)



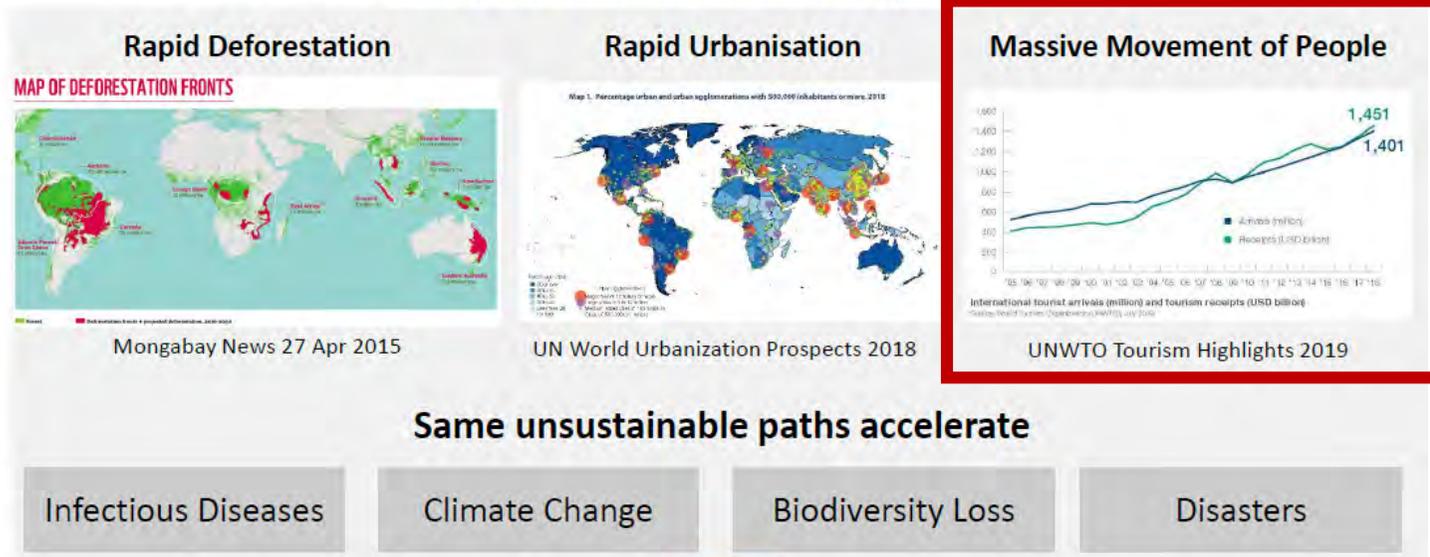
- 地球環境問題を助長させている原因のひとつが国際観光の急速な発展
 - 増えすぎた国際的な人の移動
 - オーバーツーリズム
 - 無秩序な観光地開発
 - 廃棄物問題
- 観光産業が抱える脆弱性
 - 保健衛生リスク（感染症）
 - 気候物理リスク（スキー場、ビーチリゾート）
 - 自然災害リスク
 - 金融リスク
- 長期的な対策として、**グローバルリスクに対し強靱な観光産業**をリデザインすることが重要
 - 「持続可能な観光」の推進
 - 「地球連帯税」の導入
 - 途上国の脆弱な人々への支援

1 - 1. 背景：地球環境問題、COVID-19と観光

Integrated Approach to Realize a Sustainable Society

(IGES 武内理事長 2020年10月2日 STSフォーラム/RACCスピーチ)

COVID-19 Pandemic and Unsustainable Development



国際観光の急速な発展によるヒトの移動の拡大

- 観光地開発による生態系破壊
- 沿岸部や都市部の災害に対する脆弱性
- 交通輸送によるGHG排出
- 感染症の助長



観光産業は、これらすべてのグローバルアジェンダに関連する



1 - 2. 背景：COVID-19と変容する観光

Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism

(国連事務総長 2020年8月25日)

概要

- 観光は世界で10人に1人の雇用を生み出し、数億人の暮らしを支えている非常に必要な経済分野である。
- 2020年1月～5月に、国際観光客数は半数以上減り、観光による輸出額の減少はおよそ3,200億ドルにのぼった。
- 観光業の再建は、私たちの責務だが、それは**安全で公正**、そして**気候変動に配慮**した形でなければならない。
- 観光復興に向けた5つの優先領域：
 - ① コロナ危機の社会経済的影響の緩和
 - ② 観光バリューチェーン全体でのレジリエンス構築
 - ③ 観光分野でのテクノロジーを最大限活用
 - ④ 持続可能性とグリーンな成長の促進
 - ⑤ SDGs達成のためのパートナーシップを育成

Policy Brief:
COVID-19 and
Transforming Tourism

AUGUST 2020



1 - 2. 背景：COVID-19と変容する観光

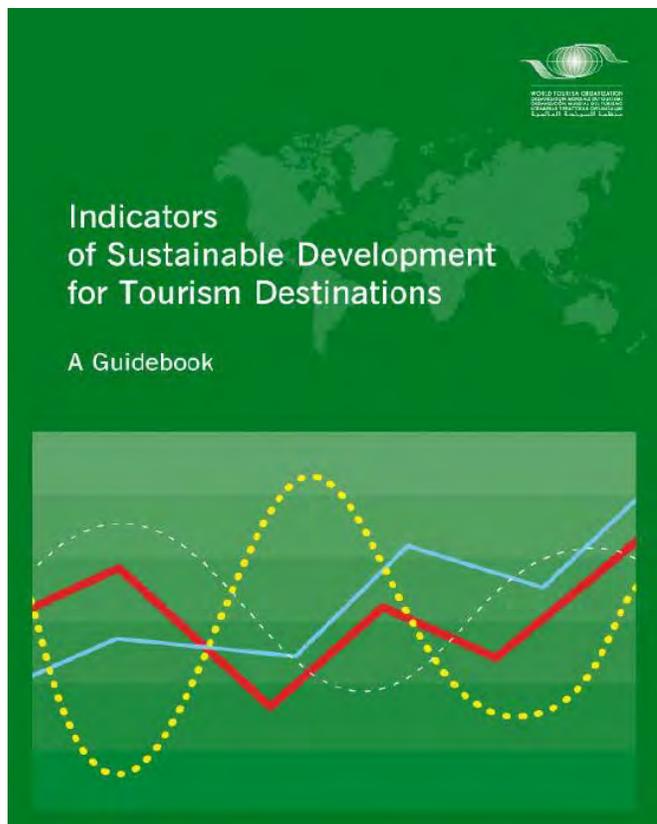
アントニオ・グテーレス国連事務総長ビデオ・メッセージ
(ニューヨーク 2020年8月25日)



1 - 3. 背景：持続可能な観光

UNWTO 持続可能な観光における指標

- 20カ国、63名の専門家が参画して2004年に開発
- 13のテーマ別、18の地域特性に具体的な指標を提案



13のテーマ

1. 地域コミュニティの幸福
2. 文化資源の保全
3. 地域コミュニティの観光への参画
4. 観光客の満足度
5. 健康と安全
6. 観光による経済的便益の獲得
7. 貴重な天然資源の保護
8. 希少な天然資源の管理
9. 観光による負の影響の軽減
10. 観光活動の管理
11. 観光地計画と管理
12. 観光商品・サービスの設計
13. 観光管理とサービスの持続可能性

18の地域特性

1. 沿岸地帯
2. ビーチ
3. スモールアイランド
4. 砂漠/乾燥地帯
5. 山岳地帯
6. 生態学的に敏感な区域
7. エコツーリズム地域
8. 国立公園・保護区域
9. 保護区域内のコミュニティ
10. トレイル（小道）/ルート（国道）
11. 歴史的建造物
12. 小規模で伝統的なコミュニティ
13. 都市
14. コンベンションセンター
15. 観光の発展を模索するコミュニティ
16. テーマパーク
17. ウォーターパーク
18. クルーズ

1 - 3. 背景：持続可能な観光

持続可能な観光指標を活用したUNWTOの取組

International Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO)

- 2004年より開始。観光地単位でUNWTOの開発した持続可能な観光指標等に基づいてモニタリングを行うネットワーク
- 2020年現在、30か所のオブザーバトリーが存在
- 中国（9）、インドネシア（5）、オーストラリア（1）、ニュージーランド（1）、アメリカ（1）、カナダ（1）、ブラジル（1）、メキシコ（1）、パナマ（1）、グアテマラ（1）、アルゼンチン（1）、クロアチア（1）、ギリシャ（1）、ポルトガル（3）、イタリア（1）、スペイン（1）



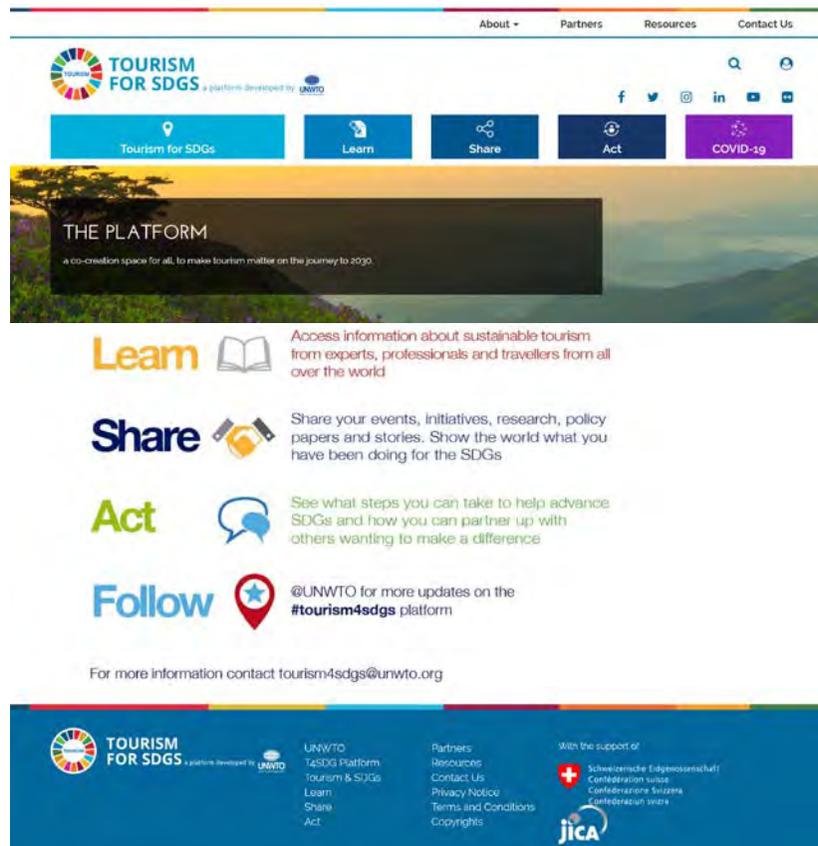
9つのモニタリング分野

1. 観光業の季節波動雇用
2. 雇用
3. 地域の経済便益
4. ガバナンス
5. 地域の満足度
6. エネルギー管理
7. 水質管理
8. 汚水管理
9. 廃棄物管理

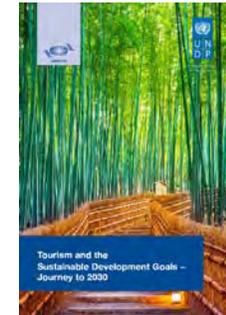
1 - 4. 背景：観光とSDGs

UNWTO Tourism for SDGs Platform

- スイス開発局のイニシアチブで立ち上げ
- 2017年にUNWTOと覚書を締結したJICAも、「観光SDGs指標(仮称)」開発等の分野で支援



<http://tourism4sdgs.org/>



UNDP (2017)
Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030



JICA (2018)
SDGsの達成に資する観光開発支援の在り方にかかる調査



国土交通省 (2018)
持続可能な観光政策のあり方に関する調査研究

(参考) 日本の動き

短期：RESPONSE



- ・失われた旅行需要の回復
- ・観光関連消費の喚起

中期：RECOVERY

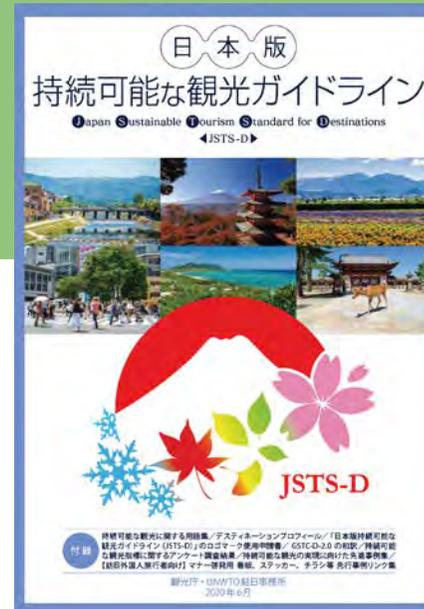


- ・安全で安心な旅のスタイルの定着、普及
- ・インバウンド旅行需要の回復

JUST TRANSITION

各観光地域における「持続可能な観光」の実装

長期：REDESIGN



1 - 5. 背景：観光と農村

UNWTO World Tourism Day 2020: Tourism & Rural Development

背景

- 観光は、今日最も急速に成長している産業のひとつ。国際貿易収支の約7%を占めている。
- しかし、その社会経済的な恩恵には、地域格差や男女格差がある。
- 農村地域における観光開発の際には、リスクを緩和し、効果を最大限にするための留意が必要。
- コロナからの復興においても、農村観光は重要な役割を果たす。

提案

<https://www.unwto.org/world-tourism-day-2020>



I. Placing Tourism as a strategic pillar in policies for rural development

農村政策に、観光を戦略的に配置

II. Tourism for the benefit and wellbeing of rural communities: Building a fair, inclusive, resilient and sustainable sector

農村コミュニティの福利に資する観光

III. New opportunities for tourism and rural development: Innovation, technology and digitalization

イノベーションとデジタル技術の活用

IV. Product development and value chain integration for a sustainable and enhanced travel experience

持続可能な観光のための商品開発と流通

V. Fostering sustainable policies and practices in rural destinations

農村地域における持続可能な政策と実践

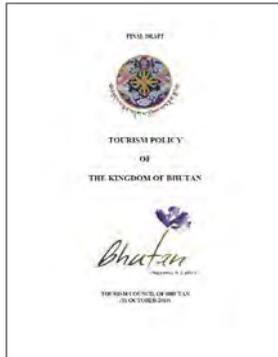
1 – 6. 背景：ブータンの持続可能な観光

1. “A Safe Heaven during COVID-19”
2. Bhutan #1 country to travel for 2020
3. Top Sustainable Green Destination
(Earth Award in 2018 and Gold Award in 2019)
4. Best Destination for Happy Tourism (PATWA2020)
5. Birth place of the Gross National Happiness
6. ‘High Value Low Volume’ Sustainable Tourism
7. The only Carbon Negative Country in the world
8. The only country in the world with no traffic lights
9. Highest unclimbed mountain in the world
10. Top biodiversity hotspot
11. Organic Dream
12. Democracy is a gift from golden throne ...



Sustainable Top 100
Destination Awards hosted
by ITB Berlin

2. 発表の枠組み



①GNHに基づいた観光政策 (マネジメント)

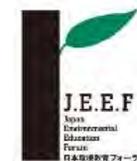
公共政策学の視点

②観光マーケティング (ゲスト)



観光経営学の視点(MBA)

③観光地域開発 (ホスト)

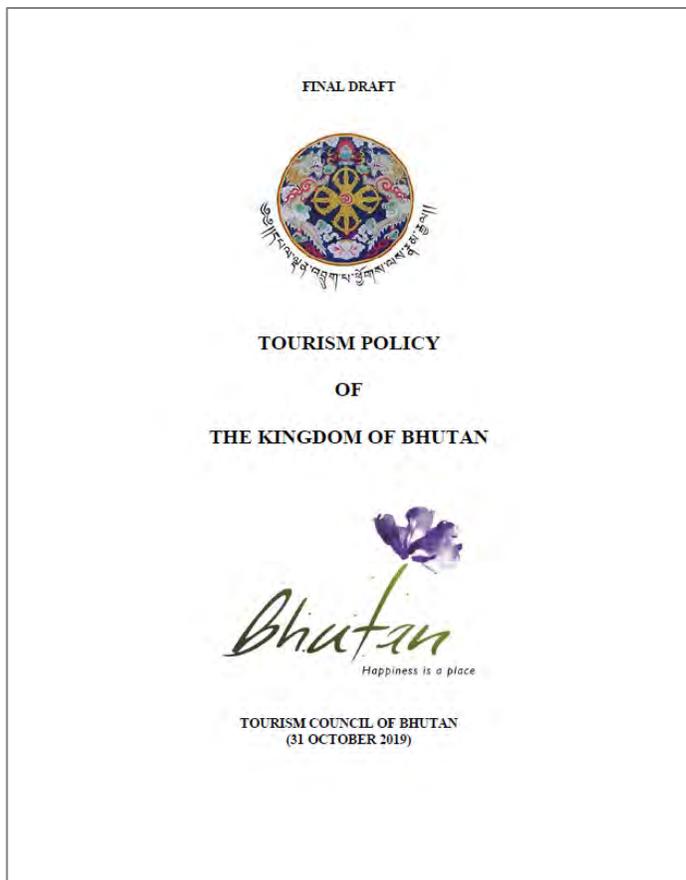


農村計画学・地元学の視点

3. GNHに基づいた観光政策

Tourism Policy of the Kingdom of Bhutan (Draft)

- 2012年当時、ブータン政府観光局(TCB)は、UNWTOやマッキンゼー社のコンサルティングのもと観光政策を作成していた。
- 2019年10月末時点で最終ドラフトへのパブリックコメント受付が終了している。



導入

- ブータンが鎖国を解除し、国際観光の扉を開いたのは、**1972年**、第4代国王の統治下の元である。
- 当初から、“**High Value, Low Volume**”の原則に基づいた、GNHの向上に即した観光政策を展開。それはまさに、今でいう”Sustainable Tourism”である。
- 現在まで続くその観光政策は、GNHのみならず、SDGsにも即したものとなっている。
- 外貨の獲得手段である観光産業は、雇用も創出しており、ブータンの社会経済発展にとって非常に重要なセクターとなっている。

3. GNHに基づいた観光政策

Tourism Policy of the Kingdom of Bhutan (Draft)

背景

1. Lack of a comprehensive policy document, socio-cultural and environmental standards to guide sustainable tourism development 観光政策文書の欠如
 2. Unregulated growth and management of tourism 無秩序な観光開発・成長
 3. Limited diversified tourism products 多様性に欠ける観光コンテンツ
 4. Growth in non-certified tourist facilities グレー（非認可）な観光施設の増加
 5. Unequal benefit sharing 不平等な利益分配
 6. Inadequate regional spread of tourism 地域による観光開発の偏り
 7. Seasonal tourism 大きな観光の季節波動
 8. Unsatisfactory visitor experience 観光客の満足度が低い観光体験
 9. Unethical business practices 非倫理的な商業習慣
 10. Poor coordination and collaboration amongst stakeholders ステークホルダー間のコーディネーション・協調不足
 11. Absence of legislation for tourism 観光に関する法律の欠如
 12. Growing waste and other concerns 廃棄物処理等の問題が顕在化
 13. Institutional strengthening and structure 観光マネジメント組織強化の必要性
- 観光産業の急速な成長による負の影響が顕在化
 - 政府が観光政策を明文化・法制化することで、ブータンの観光産業全体のマネジメントを強化する狙いがあると思われる

3. GNHに基づいた観光政策

Tourism Policy of the Kingdom of Bhutan (Draft)

基本原則

- i. Develop and promote forms of tourism that is consistent with our national development philosophy of **Gross National Happiness (GNH)**.
- ii. Promote **High value, Low volume** tourism
“**The High value** shall mean targeting mindful and responsible high-end visitors, creating good value for money experiences, high revenue and yield, quality infrastructure and tourism products and services and Brand Bhutan. While ensuring that the numbers of tourists Bhutan receives are as per the absorptive carrying capacity of our natural, sociocultural and infrastructure to reduce negative impacts – **Low volume**.”
- iii. Tourism development shall continue to be supported by the **Minimum Daily Package Rate (MDPR)** System and shall be reviewed as deemed necessary.
- iv. Tourism shall be developed and promoted in a manner that respects the country’s **natural and cultural resources, its people and core values**.
- v. Where **rural community** engagements in tourism are concerned, tourism shall be developed and promoted **as a supplementary income source** and not as a substitute for their primary livelihood.
- vi. Tourism shall be developed to promote **regional and seasonal spread** with equitable growth and benefit sharing.

3. GNHに基づいた観光政策

“The Royal Government shall...”

“The TCB shall...”

Tourism Policy of the Kingdom of Bhutan (Draft)

Policy Statements	概要
1. Framework of Instruments for Sustainable Tourism Development	観光ガバナンスについて（RGoBとTCBの強い権限）
2. Positioning Tourism in Development Policies and Programmes	
3. Tourism Governance and Institutional Setup	
4. Enabling Environment and Investment	RGoBとTCBが提供するサービスについて
5. Quality and Diversity of Product Offerings and Infrastructure	観光コンテンツと観光インフラの開発について
6. Brand, Marketing and Product Positioning	観光マーケティングについて
7. Standard and Quality	観光デスティネーションとしての品質管理について
8. Human Resource Development	観光人材育成について
9. Partnerships and Collaborations	マルチセクター間の連携について
10. Inclusive and Integrated Tourism	観光産業のマルチセクターへの貢献について

3. GNHに基づいた観光政策

2014年当時、TCBが作成したプレゼンテーション



Tourism in Bhutan

1974 (287)

High Value - Low Impact

GNH

Mindful & Responsible

Minimum Daily Tariff

US\$250
March – May
&
Sep – November

US\$200
June – August
&
Dec – February

Per person per night

Food
Tour guide
Trekking tours
Accommodation
Ground transport
Non-alcoholic beverage

Tourism policy

Responsible Tourism

Authenticity

Unique Character

Quality

3. GNHに基づいた観光政策

2014年当時、TCBが作成したプレゼンテーションを日本語でデザインし直したものの

“High Value, Low Impact”

☆ビジョン

- ・ツーリズムは、ブータンの社会経済的発展、貧困の削減において、非常に大きな可能性を秘めている。
- ・ツーリズムは、環境保全、文化の繁栄、国民のGNH向上に大きく貢献する華々しい産業である。
- ・同時に、ツーリズムによる、自然・文化への負の影響を最小限に抑え、持続可能な発展を目指す必要がある。

責任ある観光
Responsible Tourism

真正性
Authenticity

独自性
Unique Character

品質
Quality

3. GNHに基づいた観光政策

2019年10月時点での最新のTourism Policyの内容に置き換えると・・・

“High Value, Low Volume”

☆ビジョン

グリーンで、持続可能な、競争力と付加価値の高い観光デスティネーション

A Green, sustainable, inclusive and a high value competitive tourism destination

グリーン
Green

持続可能
Sustainable

包括的
Inclusive

競争力と高付加価値
*High value competitive
destination*

3. GNHに基づいた観光政策

公定料金制度 Minimum Daily Package Rate (MDPR) System

ブータンをご旅行いただく際には、必ず現地または日本の旅行会社を通してお申込みいただく必要があります。

また、ブータン政府は、旅行の品質安定のため「公定料金」を定めており、個人旅行・団体旅行いずれの場合も最低限以下の料金をお支払いいただく必要がございます。公定料金には、以下の内容がパッケージとして含まれています。

公定料金に含まれるもの

- 内国税65ドル(国内のインフラ整備・貧困削減に充てん)
- 宿泊代(三ツ星ホテル または ホームステイ)
- 食事代(1日3食)
- ガイド代
- 国内移動代(国内航空線利用時は追加料金が必要です)
- トレッキング時のキャンプ設備、運搬代

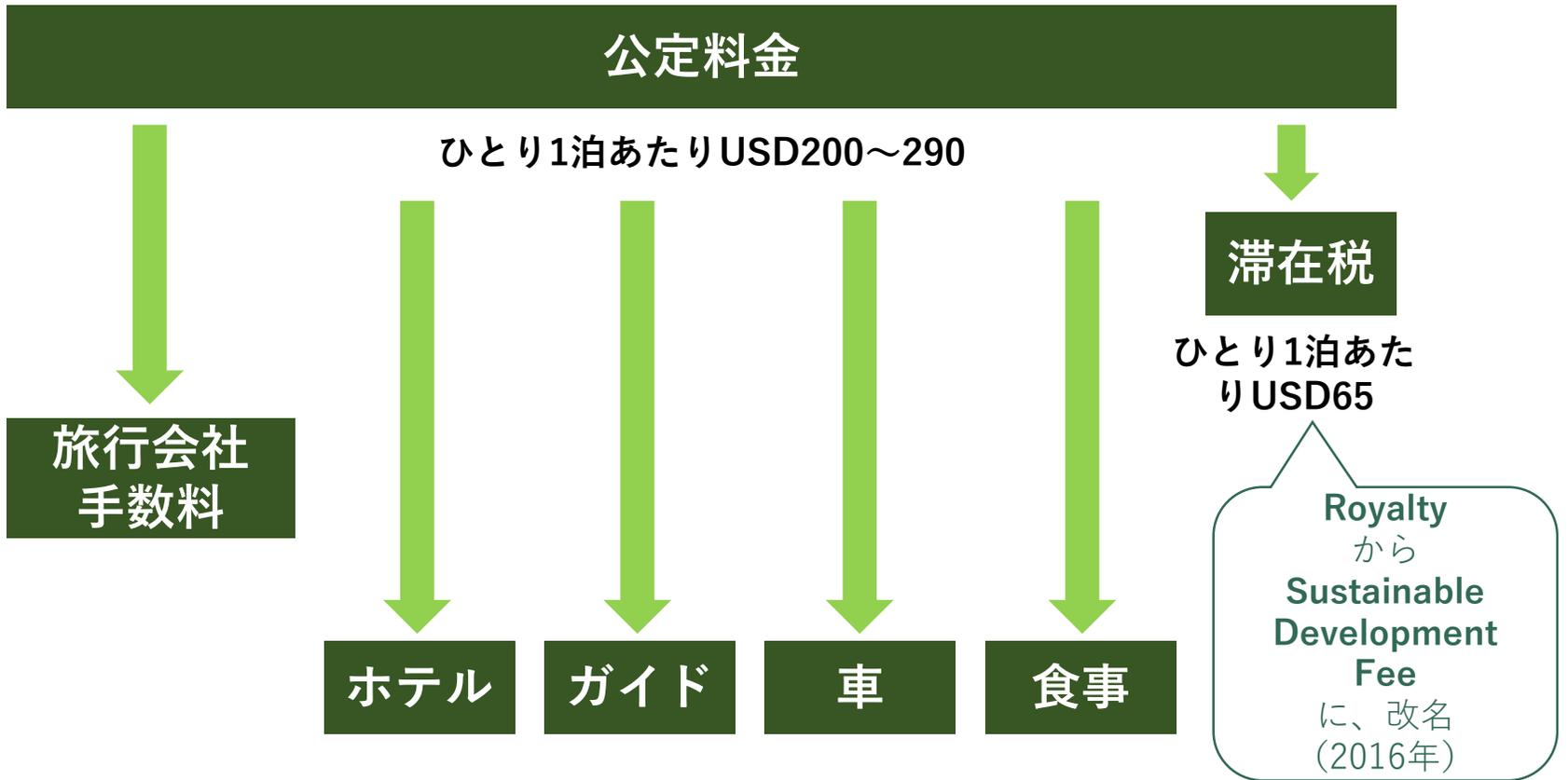
ブータン旅行では、
現地ツアー・オペレーター
によるガイド・ドライバー
の手配が義務付けられてい
ます。



※お一人様あたりの公定料金は**USD200~290**で、ご旅行人数、シーズンにより異なります。

3. GNHに基づいた観光政策

公定料金制度のしくみ



3. GNHに基づいた観光政策

公定料金制度のメリット・デメリット

メリット

- 滞在税の徴収漏れがなく、国内のインフラ整備や貧困削減に充てんされる。
- 現地にほとんど経済的利益をもたらさないバックパッカーのようなツーリストの流入を抑制できる。
- 急激な観光客数の増加による、環境や伝統文化の破壊を未然に防止（隣国ネパールを反面教師にしている）。

デメリット

- 観光産業が政府にコントロールされているため、競争が生じづらい。
⇒コンテンツ力が弱く、クオリティの向上に繋がりにくい。
- 外交上の理由から、インド・バングラデシュ・モルディブは公定料金制度適用外。
⇒インド人観光客のオーバーツーリズム問題
- 観光産業による収益が、政府と首都周辺の旅行会社に集中。
⇒地域コミュニティはリソースを安価で提供するのみ。

High Value?

Low Impact?

4. 政府の観光マーケティング

Tourism Policy: 6.6 Brand, Marketing and Product Positioning

*The development and promotion of the country's brand image and range of products in order to meet the market needs is vital to the competitiveness of the tourism sector. **Defining and articulating a distinctive brand** is the key to effective marketing, providing the basis for promotional messages and guiding product development to deliver on the brand promise.*

1. The TCB shall enhance and maintain competitiveness of Bhutan as an exclusive travel destination with focus on yield.
2. The TCB shall develop and implement **Brand Bhutan strategies** to differentiate Bhutan from the competing destinations including developing a unique market position, image and brand.
3. The TCB shall **encourage locals to travel and visit the country** through promotion of **domestic tourism**.
4. The TCB shall explore new markets and maintain existing markets.
5. The TCB shall develop and adopt new, strategic and professional approach to Branding and promotion.
6. The TCB shall increase awareness on the range of tourism products available in the country.

4. 政府の観光マーケティング

2014年JATA Tourism EXPO Japan ブータン政府観光局 セミナー資料より抜粋

3. ブランディング・マーケティング戦略



Bhutan
Happiness is a place

“ブータン旅行では、あらゆる形で『幸せな瞬間 (Happiness)』を体験することができます”

<http://www.travelto.bhutan.gov.bt/>

34

3. ブランディング・マーケティング戦略



ブランド・インサイト

- 「安全」「幸福」「リラックス」
- 「のんびり」「信仰深く、フレンドリーな人々」
- 「汚されていない環境」

3. ブランディング・マーケティング戦略



ブランド・パーソナリティ

- 「幸福」「穏やか」「平和」「スピリチュアル」
- 「フレンドリー」「汚されていない」「シンプル」

3. ブランディング・マーケティング戦略



ブランド・ポジショニング

平和で、クリーンな環境のブータンで、フレンドリーなブータンの人々と触れ合う。“自己発見”の旅。

4. 政府の観光マーケティング

2014年JATA Tourism EXPO Japan ブータン政府観光局 セミナー資料より抜粋

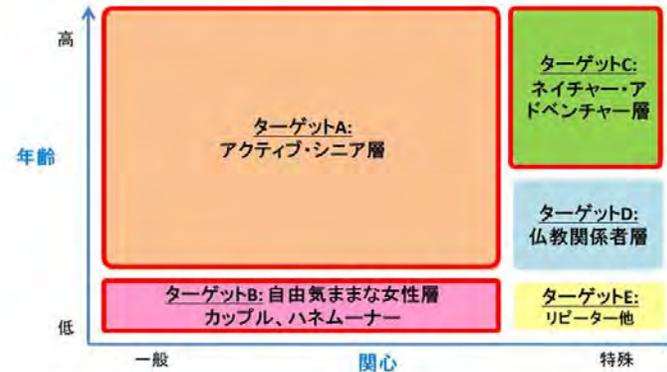
3. ブランディング・マーケティング戦略

ブータンを旅するあなたは・・・

- 地元の人々と共に、活きた伝統文化を体験
- 地元の人々による、おもてなしを受けます
- 清浄で汚されていない、美しい環境に染まり
- トレッキング等のアドベンチャー
- 自由にリラックスした時間を過ごす
- スピリチュアリティに伴う胸の高鳴りを覚え
- 価値観の変動が沸き起こる
- 自己を見つめ直す時間... それがブータンの旅

3. ブランディング・マーケティング戦略

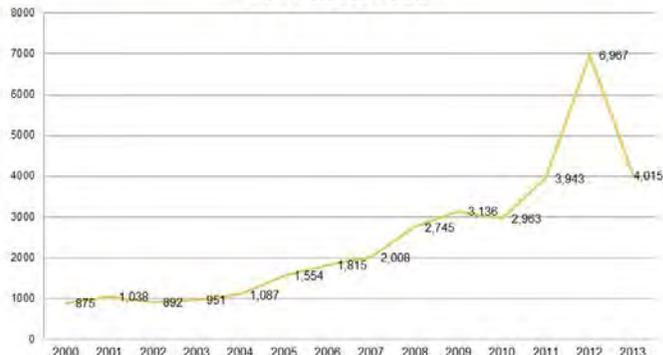
日本市場における、ターゲット・セグメント



4. 観光統計 ②日本人観光客数の推移

2012年、日本人観光客は過去最高数値を記録しました。

日本人観光客の推移



4. 観光統計 ③日本人観光客数の特徴



【日本人観光客の特徴】

・滞在期間短く、パロ、ティンブー、プナカといった主要箇所の訪問がメイン

・民家泊など文化体験、交流プログラムが人気

・女性60% 男性40%

年齢別訪問者

(2011.2012年平均)

年代	%
0~12	0.5%
13~20	1.1%
21~30	9.1%
31~40	14.8%
41~50	12.2%
51~60	12.1%
61~70	32.8%
71~	17.4%
Total	

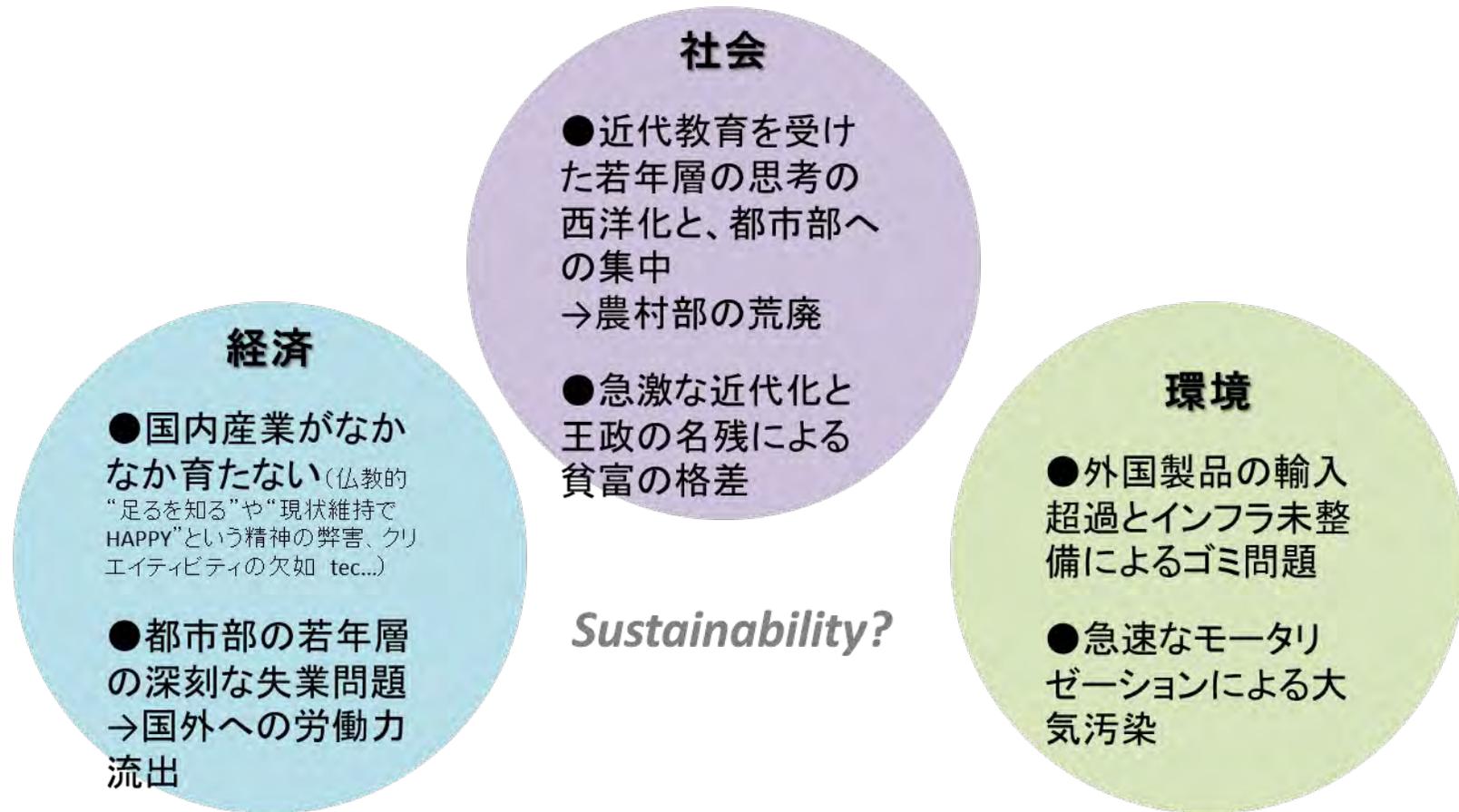
日本人観光客の訪問時期は、4月と8月がピーク。
今後、GWの5月、夏休みの7月、年末年始休暇の訪問者数拡大が課題。

4. 政府の観光マーケティング

“グリーンで、持続可能な、競争力と付加価値の高い観光デスティネーション”
のマーケティングに向けて、考慮すべきポイントとは？

- **グリーン：**
低炭素型社会における観光（輸送交通のあり方）、エコツーリズム再考、
エコラベル・認証、環境教育
- **持続可能（サステナブル）：**
GNH向上のための観光（環境、社会経済、伝統文化、ガバナンスのバランス）
- **包括的（インクルーシブ）：**
「観光まちづくり」の視点、地域住民主体、マルチククター連携、
ユニバーサル・ツーリズム、都市農村交流
- **競争力と高付加価値：**
“ブータンの”高品質なサービス（人とのふれあい・慈悲）、「消費されない」観光地、
量より質、インフラ整備、体験観光、Brand Bhutanの構築
- **ブータンに限らず、コロナ危機からの観光産業復興を考える際の、示唆を与えているのではないか。**

5. ツーリズムによる農村開発



日本の中山間地域が抱える課題と酷似？
ブータンで手遅れになる前に、日本の教訓を活かせないか・・・？

5. ツーリズムによる農村開発

Community Based Sustainable Tourism というアプローチ (地域に根ざした持続可能な観光)

目的:

- ①観光地の分散化と、それによる自然・文化資源保全
- ②地域コミュニティが観光産業へ参入することにより、利益を継続的に享受する仕組みを作ること
- ③地域発の産業をつくることで、若年層の流出を防ぐこと



ポナジカ谷・ハ県のCBSTグループメンバーたち



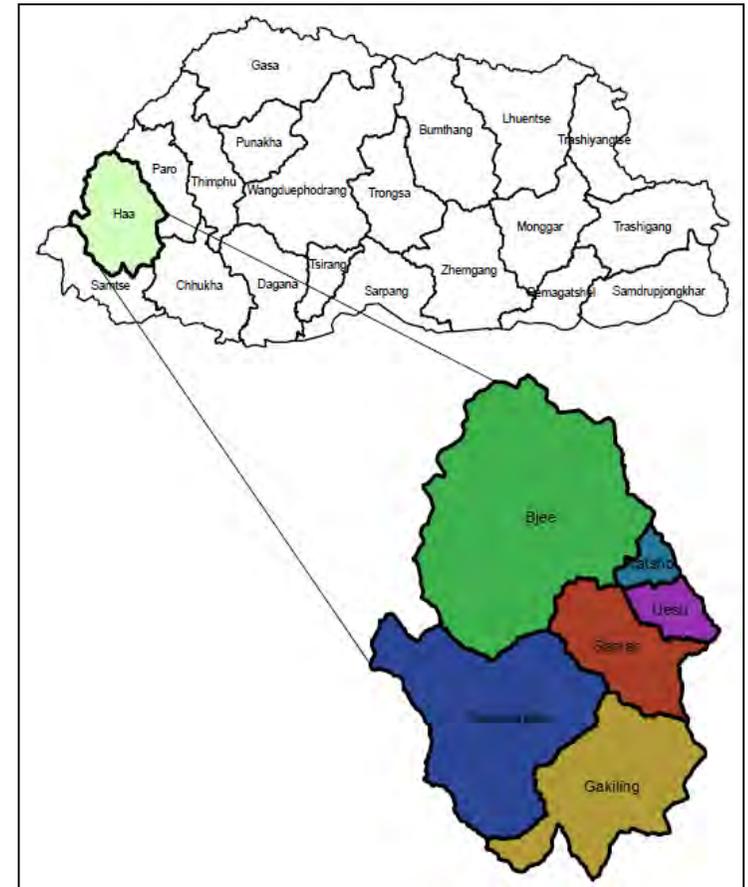
Bhutan Tourism Policy 基本原則(5)

Where *rural community* engagements in tourism are concerned, tourism shall be developed and promoted *as a supplementary income source* and not as a substitute for their primary livelihood.

5. ツーリズムによる農村開発

事業概要

事業名	ブータン王国ハ地域における地域に根ざした持続可能な観光開発と人材育成プロジェクト
実施国・地域	ブータン王国ハ県カツォ郡・ブジ郡・エス郡
実施期間	2015年1月～2018年1月
カウンターパート機関	王立自然保護協会（Royal Society for Protection of Nature: RSPN）
事業形態	JICA 草の根技術協力事業パートナー型



5. ツーリズムによる農村開発

具体的な活動内容

- ① ホームステイ（農家民宿）開発と「手引き」の作成
- ② ローカルガイド育成（若年層の失業者の副業として）
- ③ 観光アクティビティ開発とマーケティング
- ④ 地元の特産物を活用したお土産品の開発
- ⑤ 地元の人々と観光客の交流の場となるコミュニティーセンターの開発（日本でいう「道の駅」のような施設）
- ⑥ CBSTという仕組みの、ブータン全国への波及

5. ツーリズムによる農村開発

完成した道の駅 (Haa Visitor Information Centre)



GOOD DESIGN AWARD

JP EN 中(西 / 墨) お問い合わせ

グッドデザイン賞とは [受賞対象一覧](#) [応募ガイド](#) [プロモーション](#) [年度別アーカイブ](#) [ログイン](#)

2019 年度を選択 - 特別賞を選択 - 詳細検索を表示

🔍

GOOD DESIGN AWARD / グッドデザイン賞

[前のページへ戻る](#) [一覧へ戻る](#)



5. ツーリズムによる農村開発

効果① ホームステイ研修後、農家の生活水準が向上



5. ツーリズムによる農村開発

効果② 外国人観光客を受け入れることで、地域文化への誇りが増した



5. ツーリズムによる農村開発

効果③ 地域の若者らが、「ます釣り」や「パラグライダー」といったアイディアで、起業をめざすように



5. ツーリズムによる農村開発

効果④ 外国人客を迎え入れることで、ゴミ問題への意識が向上



ハイキングコースに有志で設置されたゴミ箱
(地域のローカルガイド、旅行会社、ハワイからの研修旅行生が、共同で設置)

5. ツーリズムによる農村開発

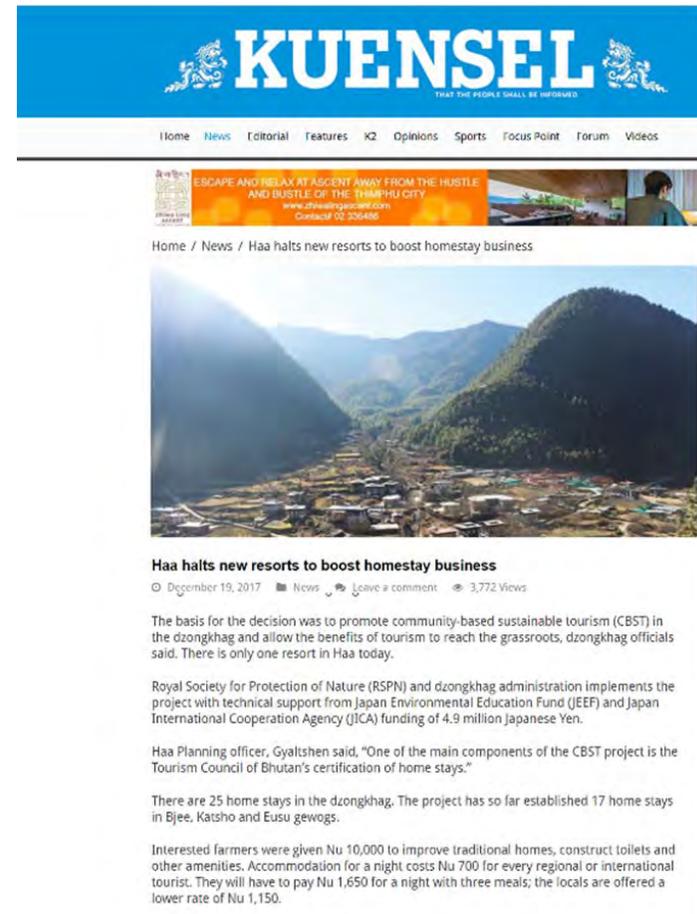
効果⑤ 事業開始時からの継続的なプロモーションにより、ハCBSTの知名度が向上



ブータン首相が、ホームステイ体験をFacebookで発信（2017年12月17日のブータン建国記念日）

5. ツーリズムによる農村開発

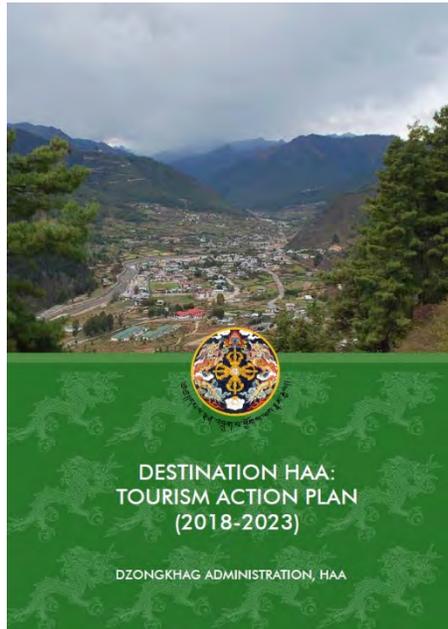
効果⑤ 事業開始時からの継続的なプロモーションにより、ハCBSTの知名度が向上



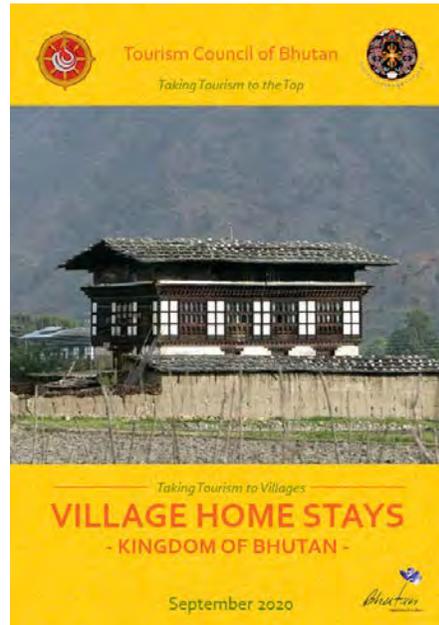
国王・首相に贈呈したお土産と、新聞記事

5. ツーリズムによる農村開発

効果⑥ 国と県の行政が、「持続可能な地域観光(CBST)」を政策に反映させた



事業後にハ県が制定した観光アクションプラン



事業後にブータン政府観光局が作成した農家民泊リーフレット



事業で制作した農家民泊ガイドラインを手にモニタリングをするブータン政府観光局職員

- ハ県政府が、3年間の域外資本によるホテル建設を許可せず、CBSTを中心とした観光開発を行う方針を打ち出した。お土産についても地元（ブータン国内）産以外のものは販売しないと条例で制定。
- 政府観光局が、事業で作成したガイドラインを活用し、ホームステイの品質水準を確認するモニタリング業務を担当することが決定。

5. ツーリズムによる農村開発

残された課題

- 道の駅、ならびに地域観光全般(DMO)の長期経営を担う人材育成ができなかった
ハ県から、JICAボランティアの要請有 → 現在募集中 → ✕ハ県は要請を取り消し
- 他県関係者の人材育成まで行えなかった
UNDPが、元RSPN職員とともに計画中 → ○プナカで実施済。東・南ブータンでの計画も有り。
- 国レベルで、CBSTの定義を決められなかった
RSPNが、知見共有ワークショップの成果を広げられるか
→ ○Tourism Policyに農村地域における観光のあり方についての指針が明記。

日本環境教育フォーラム(JEEF)は、新規のJICA草の根事業として、
『岐阜県飛騨地方と連携によるブータン王国ハ県持続可能な観光を核とした循環型地域開発プロジェクト』
をJICAに提案中。
美ら地球(岐阜県)・坂の途中(京都府)と協働予定。

→ ✕残念ながら不採択。他のチャネルからの関わり方を模索中。



5. ツーリズムによる農村開発

JICA事業終了から2.5年後のいま、思うこと

成果

- 観光やエネルギーを中心に、産業開発のスピードが加速するブータンにおいて、CBSTを「主流化」する契機となった。
- オーストリアなど欧米による観光支援とは一線を画する「日本（アジア）らしい観光支援」であった。
- 日本国内における「“持続可能な観光”による地方創生」の取組と同時進行で、特にアジアの途上国において、同様の取組をもっと加速できるのではないのか。
(例：「JICAと地方創生」)
- 事業を通じ、日本の国際協力市民参画を促すことができた。（ボランティアグループ）
- ブータン、ハ県の人々が、自分の地域の魅力を見つめなおす契機となった。（ブータン人による国内旅行の活性化、SNS投稿）

反省点・課題

- 国際観光＝資本主義的な概念を農村社会に持ち込んだことにより、格差を助長したのでは。
- 国際観光の推進自体が、低炭素社会の実現と相反するのではないか、という疑問。しかしブータンのように資源の乏しい途上国にとって、国際観光は重要な外貨獲得手段でもある。
- 国際観光は、実は「先進国への経済的な依存体質」を助長しているだけなのではないか。
→「地域循環共生圏」の実現と、国際観光の促進は、いかにして両立が可能なのか？
- 事業実施時、気候リスク等の外部不経済要因をほとんど考慮していなかった。（例：JICAのClimate FITによる事前アセスメント）
- 地域住民主体の「持続可能な地域観光運営組織(CBST Management Group)」は、幻に終わってしまうのか？今後、30～50年レベルで関わり続ける必要性を感じている。

6. まとめ

①GNHに基づいた観光政策 (マネジメントの視点)

- ✓ High value, Low volume
- ✓ グリーンで、持続可能な、競争力と付加価値の高い観光デスティネーション
- ✓ 公定料金制度
- ✓ 政府・エリート層主導のトップダウン型観光マネジメント

②観光マーケティング (ゲストの視点)

- ✓ GNHマーケティング
- ✓ Brand Bhutanの確立
- ✓ 量より質

③観光地域開発 (ホストの視点)

- ✓ 社会課題解決の手段としての観光
- ✓ 地域循環共生圏と観光
- ✓ どこまで地域住民の主体性を持続的に実現できるか

➤ **GNHの向上に資する観光 = 持続可能な観光**

おわりに



“ゲーテの言葉：「思索する人間の最高の幸福は、探求できるものを探究し尽くし、探究しがたいものを静かに敬うことである」という言葉をよく噛み締め、各宗教が大切にしている**愛や慈悲に基づく欲望の自己制御の概念**を共通の軸として相互に話し合う場を設けることが必要である。”

“21世紀は心の時代である。科学技術や生命科学の急速な発展にもかかわらず、人の心は満たされず、人類はますますいみみ方向に行きつつある。これを宗教や科学技術がどのように受け止め、どうすればよいかについて考えることが期待されている。”





བཀའ་རྒྱུ་ཆེ།

Kadrinche la!

ありがとうございました！