



JAPAN  
TOURISM  
AWARDS



2018年度 第4回「ジャパン・ツーリズム・アワード」

# 受賞取組紹介

ツーリズムEXPOジャパン



協賛・副賞提供：  
株式会社ジェーシービー



世界にひとつ。あなたにひとつ。



In collaboration with



ツーリズム  
EXPO  
ジャパン



第4回  
「ジャパン・ツーリズム・アワード」  
大賞受賞

## 一般社団法人雪国観光圏

### 《 受賞者の言葉 》

このたびは栄えある賞をいただき、大変光栄に思います。非降雪地域に住む人には魅力的に見える雪国ですが、豪雪地域の住民にとってはむしろ「不」に見えてしまう雪国。私達は地元の意識を変えていくことを目的として事業を続けてきました。民間主導ゆえに事務局機能も十分ではありませんが、そんな中でも、本業を抱えながらも自分たちの使命を担って動ける仲間たちに恵まれていることが雪国観光圏の一番の強みだと思っています。この受賞と一緒に動くメンバーの励みになり、また雪国に住む人の誇りに繋がれば幸いです。この度はありがとうございました。



国内外の人々の交流が日々拡大する中、観光は雇用機会の創出、社会経済の活性化、相互理解の深化を実現させ、日本のみならず世界の成長戦略として位置づけられています。ツーリズムの発展には旅行業、運輸・宿泊業のみならず自治体、農林水産業、製造業、サービス業、IT関連産業など幅広い分野の産業・組織が関与しており、その裾野の拡大は目をみはるばかりです。

本アワードはツーリズムの発展・拡大に貢献し、「ツーリズムEXPOジャパン」とのシナジー効果に寄与、または国内・海外の団体・組織・企業の持続可能で優れた取組を表彰するものです。

審査に当たっては、観光産業関係者のみならず様々な分野の方々の視点を取り入れるため、以下に記載の日本を代表する団体や企業の方に審査に参加いただきました。取組それぞれの「先駆性・創造性」、「持続・発展(可能性)」、「社会性」を審査ポイントとして活発な議論がなされました。

本アワードを通して日本のツーリズムを世界に発信する絶好の機会と捉え、日本の観光振興が観光関係の企業や団体のみで牽引されるのではなく、日本の良さが眠る「地域」を核に活性化を図ること、同時に海外各国との「双方向交流の拡大」が日本の観光振興をさらに促進させること、これらが今後のツーリズム発展に必要という共通認識のもと、各賞の選定を行いました。

## 審査委員



委員長  
**本保 芳明**  
国連世界観光機関  
駐日事務所 代表  
首都大学東京 客員教授

### 【ご挨拶】

4回目となる「ジャパン・ツーリズム・アワード」は前回にも増して、ツーリズムの裾野が着実に地域や様々な産業に拡大していることを反映して、昨年実績を上回る261件の応募がありました。

中でも大賞に選ばれた「雪国観光圏」は持続的に地元の意識変革を自ら進めながら、地域観光の将来図を描いていくDMOとしての逞しい姿勢が高く評価されました。

同時に、「エコツーリズム」、「ユニバーサルツーリズム」、「ダイバーシティ」など社会性の高い取組の応募が拡大することで、ツーリズムが社会・経済への発展とともに、人々の人生に夢を創出することに果たす役割がはっきりと見ることができました。

また、特別賞にもあるICTを活用して、お客様の満足度を向上させるとともに生産性の向上を実現する取組の応募も顕著に増加しており、我が国のツーリズムが力強く、そして持続的に発展していることを実感させました。

### 【第4回ジャパン・ツーリズム・アワード選考委員会審査委員名簿】 (50音順・敬称略)

審査委員長	本保 芳明	国連世界観光機関 (UNWTO) 駐日事務所代表
審査委員	Adam Fulford	Fulford Enterprise CEO
同	石原 義郎	株式会社航空新聞社取締役編集長
同	太下 義之	三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)芸術・文化政策センター長
同	久保 成人	公益社団法人日本観光振興協会理事長 ※主催者
同	清野 智	日本政府観光局 (JNTO) 理事長 ※主催者
同	関口 和一	日本経済新聞社編集委員
同	高田 佳幸	株式会社日本政策投資銀行地域企画部長
同	田川 博己	一般社団法人日本旅行業協会会長 ※主催者
同	浜野 京	内閣府政策参与(クールジャパン戦略担当)
同	藤井 真也	日本貿易振興機構(ジェトロ)サービス産業部長
同	森下 晶美	東洋大学国際観光学部国際観光学科学科教授
同	涌井 雅之	東京都市大学特別教授



大賞  
Grand Prize

Grand Prize

国内・訪日領域 / 地域部門

一般社団法人雪国観光圏

参考URL <http://snow-country.jp/>

## 地域連携DMOによる新たなブランドづくり 「真白き世界に隠された知恵に出会う」



### 取組概要

雪国観光圏では地域独自の価値である雪国文化をブランドの軸とし、複数の市町村を回遊させながら新たな顧客の開拓をすすめている。雪国文化に根ざした着地型旅行商品を開発することで、初年度には年間416万円を販売し、2年後の2017年にはその4倍である1,607万円まで市場の拡大を行った。日本版DMO法人の先駆けとして視察やメディアの露出も年々増えてきている。

### 独自性・特色

雪国観光圏の最大の特色は、7つの市町村が連携することで、地域の暮らしや文化に根付いた新たな価値を創造したことである。明確なターゲット顧客を設定し、地域独自の価値を対象顧客に体感させるための旅行商品の開発、顧客の信頼を得るための品質管理の構築、また持続的な発展を行うためのマーケティング・リサーチなどDMO法人として先進的な取り組みを進めてきた。これらの取組はテレビ東京ガイアの夜明けでも特集された。

### 選考ポイント

- ・日本版DMOの先駆的な存在として、雪国の新たなブランドストーリーを3県7市町村が連携して構築するなど、持続可能な地域経営の取組みで、成果を上げている点が評価される。
- ・地域に根付いた暮らしや文化など新たな価値を創造し、マーケティングにより明確な顧客ターゲットを設定、顧客ニーズにマッチした商品開発、品質管理などを徹底している点も評価される。



優秀賞  
Awards for Excellence

Awards for Excellence

国内・訪日領域 / ビジネス部門 ※応募受付順

株式会社 旅籠屋

参考URL <http://www.hatagoya.co.jp/>

日本初で唯一のMOTELチェーン「ファミリーロッジ旅籠屋」の  
全国展開による、車社会のインフラ整備と新しい旅行スタイルの提案

選考ポイント

- ・日本では間違った意味で理解されているMOTEL
- ・若年層の自動車離れが叫ばれて久しいが、子供や高齢者連れの旅行では車が非常に便利な交通(移動)手段である。この車を利用した旅行者が気軽に泊まれる宿泊施設は新たなマーケットの拡大が期待される取組みとして評価される。
- ・宿泊に特化した施設のため、飲食や買い物は周辺の施設を利用するため、地域の活性化にも貢献している点も評価される。



取組概要

1995年の1号店オープン以来23年、ほとんど何の宣伝も行わない中「こんな宿を待っていた」という利用者の声に支えられ、すでに66店舗(いずれも直営)を営業、延380万人を超えるお客様にお泊りいただいています。2008年には念願であった高速道路SA・PA内にも出店(現在3店舗)、年内には北海道や京都・大阪にも出店予定で、ほぼ全国に展開するに至っています。  
なお、小規模のため需要の少ない地方にも出店可能であるとともに、宿泊特化のため、集客は地域PRであり、食事や買い物は周辺施設が利用されるため、本質的に地域振興の基盤施設です。そのため、地方自治体からの出店要請が増え、すでに数か所で実現しています。

株式会社陣屋コネクト

参考URL <https://www.jinya-connect.com/>

陣屋コネクトの活用による旅館改革への挑戦

選考ポイント

- かねてより低生産性の改善が求められている旅館経営におけるICTを駆使した画期的なプログラム。
- 生産性向上、お客様の満足度向上、従業員の働き方改革を同時に実現した。
- そのメソッドは他の宿泊施設にも伝播され、宿泊業界の活性化に寄与していることを評価。



取組概要

クラウド型基幹システム「陣屋コネクト」による経営改善1.情報の「見える化」・個人所有から全体共有へ・いつでも・だれでも・どこからでも・どんな機器でも・情報はすぐに共有2.PDCAサイクル(計画・実行・評価・改善)の高速化・月次管理から日次管理へ3.情報は持つだけでなく活用させる・顧客の過去の詳細利用履歴を活用、おもてなし向上、次回営業機会に繋げる→顧客管理システム導入・WebやSNSを通じて情報を発信4.仕事を効率化し、お客様との会話と接点を増やす・裏方の仕事を減らし、接客の時間を増やす・アナログからデジタルへ、手動から自動へ・非効率な会議・朝礼・夕礼を減らす。

海外領域 / ビジネス部門

株式会社JTB

参考URL <http://www.honolulufestival.com/ja/>

ホノルルフェスティバル

選考ポイント

- 日本とハワイの交流の象徴的イベントとしておよそ四半世紀にわたり継続的に実施されている。プログラムは常に進化を遂げ、企業の営業の枠を超え、地域社会に完全に定着したことを評価する。



取組概要

ホノルル フェスティバルでは、「交流文化」・「教育」・「環境」の3つをテーマに、イベントの開催や、その他の取り組みを、実施している。日本やハワイ以外にも、様々な国・地域への参加を積極的に呼びかけ、民族や世代を超えた交流の輪を広げる場を提供。また、ホノルル フェスティバルに参加する団体から、文化や交流を提供する「Educational Program」等、教育への貢献に、力を入れている。そして、美しい地球を守り、次世代に受け継いでいくために、「コアの木」植樹プロジェクトに協力し、古代からハワイの人々の生活・文化の一部として重要な役割を占めてきた「コアの木」の環境保全活動にも、取り組んでいる。



写真提供：ホノルルフェスティバル



エクセレントパートナー賞

Excellent partner a prize

Excellent partner a prize

海外領域 / 地域部門

タイ国政府観光庁

参考URL <https://www.thailandtravel.or.jp/news/5441/>

タイ12の秘宝(12 Hidden Gems)

選考ポイント

- バンコクを中心としてリピーターが8割の日本からの訪問客に対して、新たな12の旅行先を提案する取組で、文化や自然に溢れた未知の魅力に触れることで旅行者を増やしている。



取組概要

バンコクやプーケット、チェンマイ等の主要観光都市以外の都市への積極的な誘致。「地元でしか体験できないこと(ローカルエクスペリエンス)」コンセプトの下で、地元コミュニティの経験を提供することによって、観光客の旅程に価値を加えることを目指す。観光収入を二次的な目的に広げて、地域社会や観光クラスターを強化。Y世代と女性旅行者、DINKS(二重所得子供なし)、高齢者を含む高可処分所得グループも含むすべての対象グループの旅行を誘引するよう戦略的に設計。2015年タイ国内でタイ語版、英語版冊子『12 Hidden Gems (タイ12の秘宝)』を作成し配布を開始。日本語版は2016年に配布を開始。



# 入賞

Category Award

# Category award

国内・訪日領域 ※応募受付順

ビジネス部門

## ハウステンボス株式会社

### ICT、IoTを活用したスマートホテルの取り組み

2年連続受賞



**取組のねらい** これまでのホテル概念を覆した、全く新しいタイプのホテルを作ることを目指している。これまでは「ホテル」という人による上級なサービスを提供する宿泊施設というイメージがあるが、こちらをICTを活用することで、サービスの質を落とさずにスマートがホテル運営ができるのではないかと考えた。快適で且つスタイリッシュな近未来を体験できるホテルを目指すことが本取組の狙いである。

参考URL <http://www.h-n-h.jp/>

## 株式会社いただきますカンパニー

### 畑ガイドと行く 農場ピクニック



**取組のねらい** 食糧自給率1200%を誇る十勝地方の「農業」という魅力を観光資源にして地域を活性化すること・普段食べている食べ物が、どのように生産されているか知る機会を作る・忙しい農家に代わって地域住民がガイドとして観光客に農場を案内することで、持続的で質の高いサービスを提供する・元学校教諭や元農協職員など地域の人材を有償ガイドとして養成し活躍してもらうことで生きがいを創出する

参考URL <http://www.itadakimasu-company.com/>

## アートミックスジャパン実行委員会

### アート・ミックス・ジャパン2019



**取組のねらい** 「世界に誇るべき日本文化が、現代日本においてははすっかり埋もれている」ということに危機感を持ちました。グローバル化が進み新興国の台頭が著しい昨今、日本人が確固たるアイデンティティを持つために。新潟は江戸時代から海を越えて西の文化・山を越えて東の文化が集まった場所。ふるさとの代名詞のような田園広がる新潟から日本の魅力を発信、日本人自身の価値認識を高めると同時に、日本に対する全世界の注目を高めます。

参考URL <http://artmixjapan.com/>

## くまの体験企画

### 熊野古道伊勢路をつなぎ広げるエコツーリズム

2年連続受賞



**取組のねらい** 熊野古道伊勢路において「観光客が山道だけ歩き、町なかにはほとんど入らず、地域住民とは無関係」「日帰りや通過客ばかりで滞在時間が短く、地域経済効果が少ない」「熊野古道は広域の世界遺産登録されているが、観光事業が行政区分化され、観光客にとって分かりにくい」「熊野古道に関わる若者が非常に少なく、関係者の高齢化が進み今後の保全が危惧される」といった地域課題の解決が目的です。

参考URL <http://kumanokodo.info/>

## 有限会社 兵吉屋 海女小屋はちまんかまど

### 「海女小屋体験が国内外の観光客を呼び込む」持続可能な地域活性化に向けた取り組み



**取組のねらい** 日本で初めて海女小屋を開放し、「海女」と語り合いながら、実際に獲った伊勢志摩の新鮮な海産物を食べ、海女文化にふれられる非日常の感動体験を地域や宗教、文化を超えて提供し続けています。このサービスが新規のビジネスモデルとなり、海女の生きがいを雇用を生み出し、地域に経済の循環を創出しました。これからも顧客満足度を高め、海女の事業継承と稚貝放流などの資源保護に取組み、持続可能な観光地づくりを進めていきます。

参考URL 日本語版 <http://amakoya.com/> 英語版 <http://amakoya.com/english%20page.htm>

## 株式会社 Seabird

### IT×自転車イベントで新たな地域振興を実現した「CYCLOG(シクログ)」



**取組のねらい** 人口減少が避けられない現状で地方が短中期的に最優先で取り組まなければならない行政課題は「域外からのヒト・カネの流入増」「移住の促進」。KPI的には「流動人口の獲得」「地域への経済効果の増大化」「話題性の獲得」「実現への少コスト少人数化」であり、具体的には新しい形の観光誘客型イベントが必要になる。弊社ではこの全地方に共通した行政課題の解決に向けてスポーツイベントを通じたソリューションを提供している。

参考URL <https://4969.jp/>

## 富士山登山学校ごうりき

### 富士山における少人数の高付加価値エコツアー

2年連続受賞



**取組のねらい** 世界文化遺産に登録された富士山全域において、通年で少人数制にこだわり、マストツアーのみであった富士登山では先駆的・持続的にエコツアーを開発・実施しています。安全管理やきめ細かなガイド、配慮が行き届いた専門性の高いツアー体制を継続しています。産官学の連携も進めています。富士山地域には多くの課題やチャンスが共存しています。地域活性と次世代のエコツアー事業者のビジネスモデルとなるよう努めます。

参考URL <http://www.fujitozan.jp/>

## 有限会社ワックジャパン

### 日本文化としての折紙のプログラム化と、難病支援のための折紙作品の商品化



**取組のねらい** 1997年以来、折り紙を茶道、着物、書道、華道と同様に文化体験の基本プログラムとして海外に紹介。折紙(作品)は壊れやすく、破れやすいことから、その時々遊びになりがちであった。それを防汚性、防水性をもつ特殊な液体を購入し紙に塗ることで、耐久性のある折紙作品が作れるようになった。実用新案特許をとり、難病支援のNPOの協力を得て、商品としての折紙「京花灯り」を開発。

参考URL <http://wakjapan.jp/>

## 沖縄ツーリスト株式会社

### 沖縄中文音楽バス



**取組のねらい** ①通訳案内士の資格を持ち、三線を習得した社員が、主に中国語圏からのお客様に沖縄の文化や歌を中国語で紹介する質の高い着地型ツアーを提供する。②レンタカーを利用できない中国本土からの観光客、運転に不慣れな人・自信のない人等の自由旅行の選択肢を提供し、沖縄観光の二次交通対策にも資する。③中国、香港、台湾ほか中国語圏の観光客同士がバス車中で、歌やゲームなどの体験を共有し、文化交流、相互理解を促進する。

参考URL <http://www.theokinawa.com/tw/okinawa-one-day-travel/86-kk-004.html>

## 秋田内陸縦貫鉄道株式会社

### ごっつお玉手箱列車の運行による地域の魅力発信



**取組のねらい** 自然が豊富で水質も良い秋田の内陸部、食・人も魅力的であることを走行する列車内というシチュエーションで五感で体験して頂き、地域の風景、食材と料理、人そのものの魅力を効果的にPRすることで、地域と人と秋田内陸線のファンを作り、リピーター・スピーカーとなって頂いて、過疎・高齢化が進む地域に住んでいる皆様の元気づくりと交流人口の拡大による地域の活性化を図る。

参考URL <http://tour.akita-nairiku.com/plan/gottso.php>



# 入賞

Category Award

# Category award

国内・訪日領域 ※応募受付順

ビジネス部門

## ゆっくりずむ北海道

「美味しく・楽しく・感じる・地域を繋ぐエコツアー」 **2年連続受賞**



**取組のねらい** 「美味しく・楽しく・感じる」をテーマに様々なエコツアーを展開。自然・食・文化・人という地域に点在する魅力の存在に注目し、感じる事を最優先に個人の価値を尊重し新たな気づきを促す体験を提供。また、多様性を感じる活動の提案としてインバウンドの受入れ・海外エコツアーの開催など異なる価値観の理解も提唱。利用最小限の負荷を目指し、地域と地域が繋がり、さらなる活性化の道標となるよう示し、持続可能な社会を目指す。

参考URL <http://yukkureism.com/>

## 株式会社一の湯

箱根温泉と文化財・農業などを組み合わせた観光体験サービスの提供



**取組のねらい** 箱根温泉を基盤に、文化財指定旅館、周辺の農家、漁業者等が連携し、箱根温泉と文化財・農業などを組み合わせた観光体験商品を提供することで、箱根エリアに地域を挙げた訪日外国人観光客向けの観光基盤を作り上げることを目的とした。すでに存在する温泉旅館と地域観光資源を組み合わせ、新たな協働宿泊プランとして訪日外国人観光客向けに提供することで、旅の思い出づくり、満足度の向上、誘客促進に寄与することを目指しました。

参考URL [https://www.ichinoyu.co.jp/regional\\_resource.jp/](https://www.ichinoyu.co.jp/regional_resource.jp/)

## 株式会社トラベリエンス

TripleLights



**取組のねらい** 訪日外国人観光客が通訳ガイドによるプライベートツアーを簡単に探して予約購入できるプラットフォームを構築することで、仕事を獲得する手段が限られている全国の通訳ガイドが自ら顧客を獲得してガイドとして活躍できる機会をつくり、観光客は地域に精通したガイドに旅程を相談しながら、満足度の高いカスタマイズツアーに参加できるという新しい旅のスタイルを創出すること。

参考URL <https://triplelights.com>

## 株式会社 梅守本店

エンターテインメント感動寿司体験から始まる訪日海外観光客の誘客とユニバーサルデザインのおもてなしを世界発信する取り組み



**取組のねらい** うめもり寿司学校は、社長の娘が白血病を患った小児癌病棟から始まった。感動寿司体験は、国籍、人種、性別、病氣、障害に囚われず全ての人を幸せにする世界基準のユニバーサルデザインのおもてなし事業である。和食の代表選手「寿司」を通じ思いやりと感謝の世界発信で海外観光客の誘客と地域経済、雇用の活性化を進める地域創生事業とする。障害者等の積極的な誘客や職場体験受入等での感動共創と人に優しい人材の育成をする取組。

参考URL <http://www.umemori-sushischool.com/profile.htm>

## 御坊日高博覧会実行委員会

御坊日高博覧会

**2年連続受賞**



**取組のねらい** 「わたしたちのすむ町は、こんなに魅力的でした」のキャッチフレーズのもと、御坊日高地方の地域観光資源の魅力をも、まず地域に暮らす人たち自身に再発掘・開発してもらい、参加者同士の交流を通じて、地域の魅力を更に磨き上げ、圏外からの来訪者にも御坊日高地方の魅力を伝えることを、私たちの取組のねらいとしています。

参考URL <http://goonpaku.jp/>

## 株式会社 はとバス

2階建てオープンバス「オー・ソラ・ミオ」を活用した多面的な観光誘致の取り組み



**取組のねらい** 導入10年目を迎えた2階建てオープンバス「オー・ソラ・ミオ」は、全く新しい東京観光の定番を生み出しました。近年は、インフラ整備による東京の日帰り交通網拡充やインバウンドの増加により、旅行の「隙間」を充実させる短時間コースの需要が高まっています。これに対し「はとバス流」のおもてなしを生かしつつ、お客さまのあらゆるニーズを顕在化することで、当社を通じて観光都市「東京」の更なる活性化を狙います。

参考URL [https://www.hatobus.co.jp/dom/feature/osola/?c\\_id=](https://www.hatobus.co.jp/dom/feature/osola/?c_id=)

## 株式会社日本旅行

赤い風船 観光列車「ながまれ海峡号」に乗ろう



**取組のねらい** 地域経済の衰退は深刻であり、国は「地方創生」を推進し下支えを図っている。当社は観光による交流人口の拡大により、地域経済の活性化を目指すため、地方創生推進に積極的に取組んでいる。「鉄道を基軸とした地方創生」は、地域の自治体や住民と一体となってこそ実現できるものであり、少額予算でも知恵を絞って成果に繋げるこの取組は、全国各地に点在する多くの地方ローカル鉄道に、夢や希望をもたらすものと確信している。

参考URL <http://www.nta.co.jp/hokkaido/LP/16nagamare.html>

## 東日本旅客鉄道株式会社

トランスイート四季島 その季節ならではの旬を楽しむ「東日本の旬」コース **2年連続受賞**



**取組のねらい** 「四季島」では年間を通して3つのコースを基盤としてご紹介しているが、他にも魅力ある自然や文化が各エリアに存在する。そこで「四季島」を通じて東日本の様々なエリアをご紹介し、さらには地域の魅力を発信することで地域の活性化に貢献したいという思いから、花や祭りといったその季節ならではの旬な素材に焦点をあてることで、お客さまに感動体験をお楽しみいただくべく「東日本の旬コース」を設定した。

参考URL [http://www.jreast.co.jp/shiki-shima/course\\_higashinohon.html](http://www.jreast.co.jp/shiki-shima/course_higashinohon.html)

地域部門

## 浜松フィルムコミッション

撮影支援件数が3年で約2倍、撮影日数は3年連続200日以上、浜松市役所フィルムコミッション推進室の軌跡



**取組のねらい** ロケ隊による直接的経済効果(経済的価値)とロケ地に選ばれることによる市民や地域の誇りの醸成(社会的価値)を高め、地域活性化に貢献する。

参考URL <http://www.hamamatsu-film.com/>

## 特定非営利活動法人 NAGOMI VISIT

世界中の旅人と食卓を囲むホームビジット



**取組のねらい** 「世界中の旅人と食卓を囲むホームビジット」は、日本に対する強い興味を持つ旅行者と異文化に触れる機会が少ない生活者が「同じ釜の飯を食う」という交流を通して、個々人の異文化理解と成長を促し、社会に多様性と平和をもたらすことを目指す取組である。両者が単に「お客様とおもてなし係」として当日限りの交流を消費するのではなく、互いに友人として価値ある関係を築くことを目的としている。

参考URL 日本語 <https://nagomivisit.jp/> 英語 <http://www.nagomivisit.com/>



# 入賞

Category Award

# Category award

国内・訪日領域 ※応募受付順

地域部門

## おおたオープンファクトリー実行委員会

### おおたオープンファクトリー

2年連続受賞



**取組のねらい** 現在3,500件ほどの工場が立地する東京都大田区のモノづくりは、切削、プレス、などの機械金属加工に係わる技術(基盤技術)の集積及びネットワークを強みとして、地域における暮らしとともに密接に結び付いてきた。a) 新たな創造産業の育成、b) モノづくりの裾野の拡大、c) 魅力ある創造空間の再生の課題の元、観光の力に注目し、工場一斉公開イベントを実施している。

参考URL <http://www.o-2.jp/mono/oof/>

## 一般社団法人 東北観光推進機構

### フェニックス塾



**取組のねらい** 東北のインバウンドを中心とした受入体制は各県独自で取り組んでいたが、『広域とオール東北』という観点からそれぞれの地域における観光振興策を企画・立案する構想力と、それらを実践する行動力を持った観光人材を育成することを目的として開始した。2016年度に開始し、3か年計画で100名の塾生を輩出し、知見の深化とともに、官・民・他業種間において、東北の観光における実務層のネットワークをつくる事も目的とする。

参考URL <http://www.phoenix-school.com/>

## 海島遊民くらぶ(有限会社オズ)

### エコツーリズムによる地域連携と持続可能な離島・漁村観光の取り組み



**取組のねらい** 観光による持続可能な地域貢献を目指しています。生活と信仰が直接つながっている海女文化や離島の漁村文化には体感しなければ伝わらない感動があります。継承された絆や慣わし、神事、その精神性等の無形の地域資源が失われつつある今、人々の努力や知恵を知って、伝え、生きた文化として守ることが狙いです。さらに、新しいアイデアと多様な方法で、多くの人が観光に参加し、観光によって人々を幸せにすることが目的です。

参考URL <http://oz-group.jp/>

## 沖縄県/一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー(OCVB)

### 外国人観光客受入体制強化事業「ウェルカムんちゅになろう受入啓発プロモーション」



**取組のねらい** 沖縄県では年々増加する外国人観光客の受入体制強化が喫緊の課題となっている。県では、沖縄観光ブランド「Be.Okinawa」で、沖縄の魅力・優位性の1つに「県民のホスピタリティー」を挙げ国内外にアピールしている。沖縄県及びOCVBでは、平成26年度から「ウェルカムんちゅになろう」のキャッチコピーの下、県民一人一人のホスピタリティーの更なる高揚と、観光産業に対する理解・関心を深めることを目的に、この取組を行っている。

参考URL <https://inbound.ocvb.or.jp/welcome/>

## 南三陸町地域観光復興協議会

### 「南三陸てん店まっぷ」活用による地域経済再生と創造への取り組み



**取組のねらい** 「南三陸てん店(てん)まっぷ」は、東日本大震災後町内に「点」し営業を再開した商店・事業所を繋ぎ、まっぷを利用する人々に復興が進む町を「転々」と巡ってほしい、町に来て下さる皆様を町全体でお迎えし「おもてなし」したい、という思いから誕生しました。観光を基軸とした交流人口の増加・拡大が重要な地域課題となっており、町や地域の活性化を生み出すため継続して毎年発行し活用している。

参考URL <https://www.facebook.com/minamisanriku.tentenmap/>

## 湖西夢ふるさとワイワイ倶楽部

### びわ湖里山の自然を大切に、環境保全活動と観光利用の笑湖(エコ)ツアーで地域振興



**取組のねらい** 平成11年、地域交流創出とエコツーリズムを目的に地域の観光施設などツアー行程に組み込み、ウォーキングイベントを開始。幼児から高齢者まで幅広い参加と参加者とともに環境保全活動を実施のため、平成19年から伝統産業の扇骨を支えてきた竹林で、竹林整備・自然観察・食育などエコツアープログラム化した「新竹取物語」を展開。平成23年から荒地を開墾し食育活動に利用。環境保全の大切さを伝え地域づくりに努めている。

参考URL <http://koseiyume.web.fc2.com/index.html>

## 一般社団法人ONSEN・ガストロノミーツーリズム推進機構

### ONSEN・ガストロノミーツーリズムの全国展開



**取組のねらい** 「めぐる、たべる、つかる」温泉地が有する食や自然、歴史・文化を体感できるツーリズムを確立させ、国内・インバウンドを含めた交流人口を増やし、温泉地を長期滞在型・体験型の観光の拠点として活性化させることを目指す。

参考URL <https://onsen-gastronomy.com/>

## 公益財団法人福島県観光物産交流協会

### 福島だからこそできる学び”ホープツーリズム”



**取組のねらい** 福島県は、東日本大震災・東京電力福島第一原子力発電所事故により、地域の産業が大きな被害を受け、風評による被害も根強い状況にあることから、震災と原発事故を経験した福島でしか体験できないことを素材とした新たな学びのツアーを創り上げ実施することで、地域の交流人口を拡大し復興につなげることを目指している。

参考URL <https://www.hopetourism.jp>

## まいまい京都実行委員会

### 京都の住民がガイドする 京都のミニツアー「まいまい京都」



**取組のねらい** まいまいとは「うろろする」という京ことば。京都の住民がガイドとなりまちの魅力を自慢してもらい、地元の方には自分のまちの魅力の再発見を、旅行者には京都のまちへの魅了と再訪を促し、人との出会いや交流を通して「地域の活性化」と「歩くまち・京都」を推進します。

参考URL <https://www.maimai-kyoto.jp/>

## スタービレッジ阿智誘客促進協議会

### スタービレッジ阿智 日本一の星の村 4年連続受賞



**取組のねらい** 阿智村は南信州の豊かな自然に囲まれた人口6,500人の小さな村です。村にある温泉を中心に以前は多くの観光客が訪れていましたが、近年では減少していました。また、村には大きな産業もなく高齢化や過疎化が進み地域全体が衰退するという課題を抱えていました。そこで2012年より星空をテーマに、村ぐるみでの観光振興や、継続的な地域ブランド構築に向けて取り組んでいます。

参考URL <http://info.sva.jp/>



# 入賞

Category Award

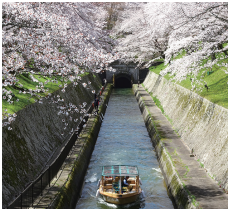
# Category award

国内・訪日領域 ※応募受付順

地域部門

## 琵琶湖疏水沿線魅力創造協議会

### 琵琶湖疏水通船67年ぶりの本格運航の開始と、 疏水沿線観光活性化に係る取り組み



**取組のねらい** 明治期に衰退した京都を復興させるため、先人たちは琵琶湖疏水、日本初の水力発電所の建設など先進的な取組みに挑戦、今日の発展の礎を築きあげた。明治23年に完成した琵琶湖疏水は、舟運や水力発電の活用等により産業に活力をもたらすが、昭和26年、陸運の発達によりその姿を消す。明治維新から150年、67年ぶりに観光船として復活させ、疏水沿線の魅力とともに新たな観光資源として磨き上げ地域活性化への貢献を目指す。

参考URL <http://www.biwako-sosui.jp/>

## 一般社団法人 相模海女文化運営協議会

### 海女文化をフックにした持続可能な地域づくり



**取組のねらい** 相模DMO候補法人(相模海女文化運営協議会)が中心となり、日本一現役海女が多いまちとして、海女が大漁安全を祈願する神明神社「石神さん」を中心に他地域との差別的優位性を確保していくため、海女文化に特化した取組を行なっている。海女文化の世界無形遺産登録を目指し、「相模・海女」をブランド化・PRを行ない、地域の基幹産業である宿泊業への客数の増加を図り、経済効果を高めていく事業を継続的に実施している。

参考URL <https://osatsu.org/>

メディア部門

## LIVE JAPAN事務局

### LIVE JAPAN PERFECT GUIDE 2年連続受賞



**取組のねらい** 「LIVE JAPAN」は2020年訪日外国人4000万人という日本の観光先進国化へ貢献する為、食や観光などの日本文化や訪日外国人の観光をサポートするワンストップガイドなど、訪日外国人が本当に必要としている情報を訪日外国人向け観光ガイドサービス「LIVE JAPAN PERFECT GUIDE TOKYO」やリアルイベントを通じて提供します。

参考URL <https://livejapan.com/>

## 株式会社 JTB パブリッシング

### 「るるぶ」ブランド活用によるソリューション事業 「るるぶ特別編集版」の制作



**取組のねらい** 1984年以降34年間に渡り継続的に発刊している旅行情報誌「るるぶ」のブランドを活用したソリューション事業。JTBグループならではの旅行に関するノウハウや「旅のプロ」として培った強い編集力と信頼感により、法人および自治体をクライアントとした観光・余暇情報などを魅力的に発信するオリジナル冊子(フリーペーパー)の制作を行っている。

参考URL <http://biz.rurubu.com/>

## 株式会社TBSビジョン

### (株)TBSビジョン 日本遺産プロジェクト/ 日本遺産のブランド力強化のための映像制作事業



**取組のねらい** 日本遺産の観光資源としてのブランド力の向上が本旨です。郷土史教育や経済活性化も副次的な狙いです。日本遺産のストーリーを初めて網羅的に映像化した事業であり、文化庁、観光庁からも高い期待が寄せられています。活用性高い映像の制作と観光PRの場の創造が事業の核であり、映像は全て訴求力の高い4Kでインバウンド向け効果も狙いに入っています。

参考URL 日本遺産プロジェクトFacebookページ<https://www.facebook.com/japanheritageproject/>  
BS-TBS「日本遺産」これまでの放送 <http://www.bs-tbs.co.jp/mihonisan/archive/index.html>  
BS-TBS「彩 日本遺産」公式ページ <http://www.bs-tbs.co.jp/journey/irodori/>

## Kafuu Resort Fuchaku CONDO・HOTEL

### 性的マイノリティーの方たちも 過ごしやすい・働きやすい街づくり



**取組のねらい** 世界のトップリゾートと肩を並べられるよう、ダイバーシティ、特に日本が遅れているLGBTの認知、理解をエリアで深め、どんな方でも安心して訪れる事のできるリゾート地域作りを目指すと同時に、観光従事者にも、更に働きやすい環境を作り、エリアの人材不足にも貢献できるエリアブランディングを行う。

参考URL <https://ryukyushimpo.jp/news/entry-578549.html>

## 株式会社 JTB 総合研究所

### 大学生観光まちづくりコンテスト



**取組のねらい** 全国の大学(学生)が、自ら構想した観光まちづくりプランを競うコンテストです。コンテストを通じて、学生への実践的教育、地域資源の掘り起こし、地域ビジネス振興を実現します。

参考URL <http://gaku-machi.jp/>

## 全日本空輸株式会社

### IS JAPAN COOL? DOU



**取組のねらい** 日本の「道」とはひとつの分野を極めながら物事の本質に迫る生き方を意味する。武道は、武術の技の習得を目的とするだけでなく人間形成のために稽古を通じて肉体と精神を鍛え続けるという生き様を表している。また芸道は、芸の型や所作の習得を目的とするだけでなく、ゴールのない完璧な美を追求し続ける生き様を示している。このような非常にハイコンテキストで奥深い日本文化の真髄を、世界に発信することを狙いとしている。

参考URL <https://www.ana-cooljapan.com/contents/dou/>

## 読売新聞社

### 読売新聞日曜版「名言巡礼」



**取組のねらい** 文学作品や映画、演劇、歌に登場する名言句や偉人の残した金言など、古今の「名言」をテーマに、ベテラン記者がフロントと二面にわたり、その言葉の生まれた背景と生んだ土地の文化、歴史を紹介する。休日の読者に読み応えのある読み物を届けるとともに、美しい写真と詳細なイラスト・地図など旅のガイドとしての情報も盛り込み、知的な旅への欲求を喚起することを狙った。

参考URL <http://www.yomiuri.co.jp/life/travel/meigen/>





# 入賞

Category Award

## Category award

### 海外領域 ※応募受付順

#### ビジネス部門

### 株式会社ツアー・ウェーブ

#### 地方空港からの国際チャーター便の取組



**取組のねらい** 国際定期路線が少ない、もしくは無い地方空港から国際チャーター便を運航することにより、地方空港の利便性を高め、活性化を図り、インバウンド・アウトバンドを双方で販売し2WAYツーリズムの促進を図る事により、新規路線誘致に繋げるねらい。

参考URL <http://www.tourwave.net/>

### 株式会社エイチ・アイ・エス

#### 全く新しいマーケットへの挑戦 ハッジ(大巡礼)& ウムラ(小巡礼)



**取組のねらい** イスラム教徒は、ヒジュラ暦12月8日から12日にかけてサウジアラビアの聖地メッカに詣で、「ハッジ」と呼ばれる巡礼を行います。今まで日本在住のムスリムの方は自国に一度帰り、自国で巡礼ビザを取得し、巡礼を行っていましたが、HISが巡礼ビザの取り扱いライセンスを取得し、日本発の巡礼ツアーをHISならではの価格で提供できるようになりました。

参考URL <https://www.his-j.com/tyo/tour/umrah/index.html>

#### 地域部門

### ブランドUSA

#### 多様なアメリカ旅行商品造成に向けた取り組み



**取組のねらい** ブランドUSAでは、日本から直行便が就航している都市だけでなく、「Beyond the gateway」をスローガンに、その先の全米の目的地にご旅行いただくため、さまざまなプロモーション活動を行っております。このたび、より幅広いアメリカ旅行商品の造成を目的とした旅行会社向けオンラインツールを新たに開設。著作権フリーの画像や動画、さらには旅行商品造成に役立つサンプル旅程表などがダウンロード可能です。

参考URL <https://traveltrade.visittheusa.com>

### インドネシア共和国観光省

#### 日伊合作映画「海を駆ける」制作サポートと「ジャカルタマラソン」実施による継続的プロモーションへの展開



**取組のねらい** 2004年に発生したアチェ大地震を題材とした日本・インドネシア合作映画「海を駆ける」の制作・公開サポートを通じての被災国としての相互理解の促進、そして2013年から継続して実施しているイベント「ジャカルタマラソン」を通じての観光交流の活性化により、毎年日本からの渡航者を増加させている。同時にインドネシアからの訪日客も増加して双方交流を拡大している。

参考URL <http://umikake.jp/>  
<http://thejakartamarathon.com/2018/en/>

### 審査ポイント

審査を行う上での選定のポイントは以下のとおりです

#### 先駆性・創造性

- ◆ 今までにない気づきの取組で、新しいマーケットを創造しているか?
- ◆ 新しいビジネスモデルの創出に繋がっているか?
- ◆ 消費者のニーズにマッチしているか?

#### 持続・発展(可能性)

- ◆ 継続した取組で、成果を残しているか?
- ◆ 今後の継続で、さらなる進展を実現できる可能性が高い取組か?

#### 社会性

- ◆ 地域との共生を目指し、課題解決、魅力づくりに貢献しているか?
- ◆ ツーリズムを通じて、歴史・文化遺産の保全、環境保護、人材育成、ユニバーサルデザインの実現など持続可能な社会の実現に貢献しているか?

### 株式会社JTB 個人事業本部 海外仕入商品事業部 アメリカ・オセアニア部

#### ～お客様の声から生まれて丸9年～ 旅先での現地在住アドバイザーとの街歩きで実現した「文化交流!」「おはよう」「ようこそ」「こんばんは」シリーズ



**取組のねらい** 数多くのお客様アンケートから見えた、個人旅行でのお客様ニーズに対応する現地滞在中での過ごし方の提案。現地の暮らしに触れたい、現地の人の目線で街歩きしたい、ガイドブックに載っていない情報収集等、現地在住の方による案内だからこその実現。海外旅行先の街で触れあう機会を設けた「文化交流」の実現。

参考URL <http://www.jtb.co.jp/lookjtb/miryoku/ohayo/>

### 株式会社ミキ・ツーリストFIT企画開発部

#### 個人旅行者の「こんな旅が欲しかった」に向けた 欧州現地発着1泊2日からの短い旅 [みゅう] プチ旅



**取組のねらい** 海外旅行市場において旅行形態が「マス」から「個」へ加速的に移りつつあり、ニーズが多様化する中で、旅行業界が持続発展するための商材として欧州現地発着型ランドパッケージを開始。電車やバス等現地での移動手段の少なさや人気観光箇所の予約の煩雑さなど個人旅行者ならではの不便が解消でき、旅行会社においては団体旅行の催行割れリスク軽減や、個人及び少人数対応が可能な商品設定での時間と手間の削減を担えるものとした。

参考URL <https://www.myshop.net/landpackage>

### スウェーデン大使館

#### スウェーデン大使館内に観光窓口「スウェーデン観光文化センター」を設立しツーリズムの普及・促進を目指す



**取組のねらい** スウェーデンへの関心を高め日本人旅行需要を増進させる。観光産業の発展に貢献することで、両国の相互理解を増進させ様々な分野での交流拡大を持続可能なものにする。本国の観光局などと協力して、日本におけるローカライズ・プロモーションの取り組みを進める。設立当初は日本人宿泊者数が前年度比-13.4%だったところ、順調に増加し2016年7.9%、2017年3.5%のプラスに転じた。

Credits: Ola Ericson/imagebank.sweden.se

参考URL <http://lets-go-sweden.com/>

#### メディア部門

### 日本放送協会

#### 2度目の旅シリーズ～ちょっとディープな海外旅行～



**取組のねらい** 海外に旅をしたいけれど「定番はもうあきた」「いろいろな事情で行けない」「海外はちょっと不安...」というすべての人に、旅の面白さを伝えるための番組。訪れるのは世界の有名観光地。「食べる」「買う」「観る」など、旅先でしたいことをベースに、ガイド本にない最先端情報や、お得な裏技情報、移動手段についてなど、実際に役立つ情報満載でお送りする。リアルに旅を疑似体験できる番組。

参考URL <http://www4.nhk.or.jp/2ndvisit/>



# DMO推進特別賞

DMO utilization special award

地域の「稼ぐ力」を引出し、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営の視点」に立った舵取り役として、多様な関係者と共同しながら、持続的に発展・推進しているDMOの取組を表彰します

DMO推進特別賞 / 国内・訪日領域 ※応募受付順

地域部門

## 一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社

### 日本版地域連携DMO

2年連続受賞



**取組のねらい** 生活圏をひとつにする秩父地域の1市4町では、「ちちぶ定住自立圏構想」のもと様々な分野で連携協定を締結している。その中の4つの観光連携協定である「滞在型観光の促進」「外国人観光客の増加」「地域ブランドの確立と販売促進」「秩父まるごとジオパークの推進」をミッションとして団体を設立し、取組んでいる。

参考URL <https://www.chichibu-omotenashi.com/>

## 一般社団法人 八ヶ岳ツーリズムマネジメント

### 日本版DMOの先に見える観光地域づくり



**取組のねらい** 豊かで活気のある誇れる地域を目指すには、地域住民が、地域の資源と風土・風習の意識啓発を地道に取り組むことが必要である。また、それが住んでよし・訪れてよしの地域づくりの骨格となる。地域住民が、絶えず合意形成と意識啓発を継続して取り組むことが、豊かな地域に繋がるという信念を実現するために、官民や広域連携事業を円滑に運営するため観光地域づくりプラットフォーム(日本版DMOの先進的組織)を確立した。

参考URL <http://yatsugatake-tm.com>



# ICT活用特別賞

ICT promotion special award

情報の発信、マーケティング、言葉の壁や障害の壁あるいは人材不足を補う手段として、ICTを活用して交流拡大を進める、あるいは実現に貢献する取組を表彰します

ICT活用特別賞 / 国内・訪日領域 ※応募受付順

ビジネス部門

## 日本航空株式会社

### 「どこかにマイル」

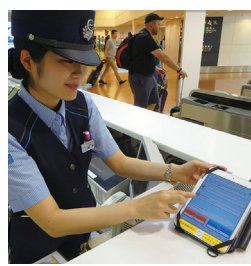


**取組のねらい** 旅の行先を決めるのは楽しみでもあるが、探すことに疲れてしまうほど多くの情報が溢れている。そんな時代に、決められた旅ではなく偶然が生み出す発見の旅や、気軽に旅に出られるように背中を押してくれる旅行サービスが求められているのではないかと、単に飛行機の空席を埋めるのではなく、地域の活性化や国内旅行需要の喚起など、多様な価値を創出するサービスを目指した。

参考URL <https://www.jal.co.jp/jmb/dokokani/>

## 京浜急行電鉄株式会社

### 多機能翻訳アプリ「駅コンシェル」による外国人のお客さまへのおもてなし強化



**取組のねらい** 最新のICTを活用することで訪日外国人のお客さまへの「言葉の壁を越えたおもてなし」を実現するため、様々な技術的シーズを有する研究機関及び関連企業と共同研究を実施。その成果を活用し、駅での多言語のご案内に際して実際に駅係員が抱えているニーズに対応する様々な機能を搭載した多言語音声翻訳アプリ「駅コンシェル」を開発し、京急線全駅に導入。これらにより、増加する訪日外国人のお客さまの受入体制を強化。

参考URL [http://www.keikyu.co.jp/company/news/2017/20180328HP\\_17271TS.html](http://www.keikyu.co.jp/company/news/2017/20180328HP_17271TS.html)

メディア部門

## Fuji-sankei Communications Group

### GaijinPot Travel



**取組のねらい** Our website's purpose is to promote Japan's unknown destinations to foreigners and connect tourists to local tradition and culture. A tourist may not know "Tohoku," but they may love anime and manga, so they can browse by interest to discover what's most fascinating about Japan based on their unique tastes. We shine a light on the lesser known regions of Japan by commissioning travel content from foreign writers local to and connected in that region who know what appeals to foreign travelers.

参考URL <https://travel.gaijinpot.com/>

**和訳文** GaijinPot Travel のウェブサイトは、外国人にまだ知られていない日本の旅先をご紹介します。外国人観光客と日本の地方の伝統や文化を結びつけることを目的としています。日本を訪れる外国人は「東北」のことは知らなくても、アニメやマンガのことは大好きかもしれません。GaijinPot Travel のウェブサイトでは、観光客それぞれの嗜好による最も魅力的な日本を発見することができます。また、海外からの観光客にとって何が魅力的であるかを知っている地元の外国人ライターの記事を掲載し、まだ知られていない日本の地方の魅力に光を当てています。



# UNWTO倫理特別賞

The Japan Tourism Award for Responsible Tourism in collaboration with UNWTO

地域環境の保全、歴史・文化の継承、障害者への配慮、交流活性化による相互理解の促進、働きやすい環境の整備など、持続的でUNWTO観光倫理憲章の精神に則った優れた取組を表彰します

## UNWTO倫理特別賞 ※応募受付順

### 国内・訪日領域

#### 地域部門

### 佐賀嬉野バリアフリーツアーセンター

#### 高齢者・障がい者・外国人などを含む 2年連続受賞 すべての人をおもてなしするバリアフリー観光の取り組み



**取組のねらい** ①日本三大美肌の湯に数えられる嬉野温泉を、障がいの有無や言葉の壁などで体験できない事が無いようにする②旅行そのものをあきらめている高齢者・障がい者を迎える態勢を整える事により、家族や同行者を含む旅行のニーズを喚起し、国内旅行市場の縮小に少しでも歯止めをかける③加齢や障がいの有無により旅行をあきらめる事のない日本にする。

参考URL <https://www.facebook.com/sagareshino.bftc/>

### 国内・訪日領域

#### 地域部門

### 合同会社ルーツ&フルーツ「富士山ネイチャーーツアーズ」

#### 富士山の知られざる魅力に出会う 自然旅行「富士下山」



**取組のねらい** 従来の「富士登山」を中心とする富士山観光には無い富士山の知られざる魅力を体感し、その素晴らしい自然、歴史文化を発信し、後世に残していくことが活動のねらいです。世界遺産登録を機に「オーバーユース」や「危険性」ばかりがメディアで取り上げられ、本来の魅力、多様な自然、楽しみ方についての情報の広がりがなされていない現状を危惧し、自ら利用者の意識改革を促さなければ富士山を守れないと感じた事がその背景です。

参考URL <http://roots-fruits.jp/home.html>

### 国内・訪日領域

#### ビジネス部門

### 株式会社JTB 熊本支店

#### 伝える 学びのプログラム(熊本版)



**取組のねらい** 熊本県では、2016年4月14日・16日2度の震度7以上の地震にみまわれ甚大な被害は人々の生活のみならず、観光地、地域の景色も一掃致しました。交流事業、旅行業に携わる会社として誘客の手法を震災以降何度も検討し、自治体とも連携をして、熊本県知事の復興指針として打ち出された創造的復興という言葉を具体的に形にして全国の方々にお越し頂くことを目的にこのプログラムを開発致しました。

参考URL <https://www.jtb.co.jp/chiihikoryu/case/48.asp>

### 国内・訪日領域

#### ビジネス部門

### クラブツーリズム株式会社

#### クラブツーリズムのトラベルサポーター制度



**取組のねらい** 「トラベルサポーター」とは、障がいのある方や高齢のお客様からのご要望により、一緒に旅に同行するサポートスタッフのことです。最大の特徴は「トラベルサポーター」自身も旅行代金の一部を支払い、介助やお手伝いをしながらツアーやイベントと一緒に楽しむ「旅仲間」であることです。①障がいや高齢を理由に、旅をあきらめないでほしい ②2019以降の障害者差別解消法改正に向けた需要の拡大への対応 ③2020年にサポーター需要が高まることへの対応を可能にします。

参考URL <https://www.club-t.com/travel-supporter/>

### 海外領域

#### ビジネス部門

### 株式会社エイチ・アイ・エス ユニバーサルツーリズムデスク

#### 【車椅子・杖で行く旅】みんなでチャレンジ! バリアフリー・ホノルルマラソン&10K ラン&ウォーク 6日間



**取組のねらい** 日常的に車椅子を利用していたり、疾病の後遺症で運動機能に障がいがある方の生きがいやリハビリの目標、日々の生活で失われている達成感を感じる機会を与える取り組みとしてスタート。車椅子ユーザーでもフルマラソンにチャレンジできるということを発信することで、新たな生きがい・目標の提案にもなっている。車椅子でも過ごしやすいハワイは海外旅行先としてもハードルが低く、海外旅行にチャレンジする機会にもなっている。

参考URL [https://www.his-barrierfree.com/travel/hnl\\_marathon\\_6days/](https://www.his-barrierfree.com/travel/hnl_marathon_6days/)

### 国内・訪日領域

#### 地域部門

### ピッキオ

#### 軽井沢の自然を未来に残す エコツーリズムの実践 2年連続受賞



**取組のねらい** ピッキオは、軽井沢を拠点に野生動物の調査研究および保全活動を行うと共に、自然の不思議を解き明かすエコツアーや環境教育を行っているエコツーリズムの専門家集団です。事業の基本は、「森本来の姿を経済的な価値として高く評価できれば、未来に森を残していける」という考え方。森のおもしろさや不思議さ、かけがえのなさを伝えることで、森の経済的な価値を高め、森を森の姿のまま後世に残していくことをめざしています。

参考URL <https://picchio.co.jp>

## 領域の説明

### ●国内・訪日領域

国内旅行および訪日外国人旅行の拡大・活性化への取組

### ●海外領域

日本からの海外旅行需要の拡大・活性化への取組

## 各部門の説明

### ●ビジネス部門(国内・訪日領域/海外領域)

国内外への交流人口の拡大や、ツーリズム業界の価値向上に大きく貢献した取組を表彰します。

### ●地域部門(国内・訪日領域/海外領域)

国・地域の観光関連団体が一体となつての魅力ある観光地域づくりや、国・地域の観光資源を活かした総合的な地域活性化に向けての取組を表彰します。

### ●メディア部門(国内・訪日領域/海外領域)

国内外への旅行需要喚起・促進および地域の価値向上に大きく貢献した広報媒体やプロモーションなどの取組を表彰します。



## 「ジャパン・ツーリズム・アワード」過去受賞団体一覧

### 第3回(2017年度)



大賞

(株)阿部長商店 南三陸ホテル観洋/  
「震災を風化させないための語り部バス」による  
地域交流活性化の取組



#### 優秀賞

- パークホテル東京/アーティスト・イン・ホテル プロジェクト
- 田舎館村むらおこし推進協議会/田んぼアート
- 大歩危・祖谷いってみる会/秘境山間地のインバウンドへの取組
- (株)JTBワールドパッケージングズ/ハワイにおける顧客利便性の圧倒的拡大を目的とした「'OLI'OLi」ブランドの確立

### 第2回(2016年度)



大賞

飛騨高山国際誘客協議会/  
官民協働での外国人観光客の誘致・受入



#### 優秀賞

- クラブツーリズム(株)/世界初!視覚障がい者 夢の自動車運転体験ツアーの実現
- 一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー/沖縄県 めんそ〜れ〜沖縄観光学習教材
- 日本航空(株)/JALホノルルマラソン 需要創造への取組

### 第1回(2015年度)



大賞

瀬戸内国際芸術祭実行委員会/  
瀬戸内国際芸術祭の開催による地域再生の取組



草間彌生「赤かぼちゃ」2006年 直島・宮浦港緑地  
写真:青地 大輔

#### 部門優秀賞

- (株)ジェイティービー 旅行事業本部/JTBオリジナルイベント「杜の賑わい」
- 東日本旅客鉄道(株)/東北6県でのDESTINATIONキャンペーン実施及び「行くぜ、東北」キャンペーン実施
- 熊本県/くまモンを活用したくまもとプロモーション
- 広島県教育委員会/異文化間協働活動推進事業  
～高校生海外留学1万人プロジェクト～
- (株)ワールド航空サービス/  
モンゴルとの観光交流拡大に向けての取組
- 韓国観光公社/第一回「韓国観光交流拡大シンポジウム」
- マレーシア政府観光局/  
「Malaysia My Second Home Program」

【主催】公益社団法人 日本観光振興協会/一般社団法人 日本旅行業協会/日本政府観光局  
E-mail: event@t-expo.jp TEL: 03-5510-2004 公式ホームページ <http://t-expo.jp/biz>