

2024年度 第8回「ジャパン・ツーリズム・アワード」 The 8th "JAPAN TOURISM AWARDS" in 2024

ツーリズム EXPO ジャパン / Tourism EXPO Japan

＜旅、それは新たな価値との遭遇＞
Travel, An Encounter With New Value Awaits

受賞取組紹介

Overview of Award-Winning Initiatives

国土交通 大臣賞

Minister of Land,
Infrastructure,
Transport and
Tourism Award

愛知県

Aichi Prefecture

愛知県「休み方改革」プロジェクト

Aichi Prefecture's Rest Style Reform Project

「愛知県『休み方改革』プロジェクト」を「国土交通大臣賞」に選定いただき、大変光栄に思います。「休み方改革」は、日本の休暇取得のあり方の見直しを通じて、ワーク・ライフ・バランスの充実と生産性向上による日本経済の活性化の実現を目指すもので、2023年度からプロジェクトを始動し、今年度で2年目となります。この取組を広げていくための活動は、全国知事会においても行っているところでありますが、行政だけでは成し得ません。観光業界の皆様とも力を合わせ、休み方改革を共に推進いただくよう、お願いします。

We are deeply honored that "Aichi Prefecture's Rest Style Reform Project" has been selected for the "Minister of Land, Infrastructure, Transport and Tourism Award". The "Rest Style Reform" aims to review the way vacations are taken in Japan, with the goal of improving work-life balance, enhancing productivity, and revitalizing the Japanese economy. This project, which started in FY2023, is now in its second year. Efforts to expand this initiative is also being pursued through the National Governors' Association, but it cannot be achieved by the government alone. We ask for the cooperation of everyone in the tourism industry to jointly promote the reform of vacation practices.



経済産業 大臣賞

Minister of
Economy,
Trade and
Industry's
Award

株式会社ナビタイムジャパン

NAVITIME JAPAN Co., Ltd.

訪日外国人向け観光ナビゲーションサービス 「Japan Travel by NAVITIME」(インバウンド)

Japan Travel by NAVITIME, a service primarily targeting inbound FITs (Free Independent Travelers)

このような名誉ある賞をいただき、大変光栄に存じます。ナビタイムジャパンでは、創業以来、経路探索の技術ですべての人々の安心・安全な移動支援に取り組んでいます。『Japan Travel by NAVITIME』は、訪日外国人旅行者の移動課題を解決し、日本の魅力を楽しんでいただきたい思いから提供を開始しました。また、そこから得られたデータを解析し、地域の観光資源の発掘や観光施策にも活用いただいています。今回の受賞を励みとして、今後も、旅行者が快適に楽しめるよう価値提供を続け、観光産業の持続的成長に貢献してまいります。

We are truly honored to receive such a prestigious award. Since our founding, Navitime Japan has been dedicated to supporting safe and secure transportation for everyone through our route search technology. "Japan Travel by NAVITIME" was launched with the aim of solving the transportation challenges faced by inbound tourists and helping them enjoy the various attractions in Japan. Furthermore, the data collected through this service is analyzed and used to discover regional tourism resources and inform tourism strategies. Inspired by this award, we will continue to provide valued services that ensure a comfortable and enjoyable experience for travelers, while contributing to the sustainable growth of the tourism industry.





ジャパン・ツーリズム・アワードとは

「ジャパン・ツーリズム・アワード」とは、ツーリズムの発展・拡大に貢献した、国内・海外の団体・組織・企業・個人の持続可能で優れた取組を表彰するものです。

本年度より公益社団法人日本観光振興協会が毎年実施する「産業観光まちづくり大賞」を統合し、「経済産業大臣賞」を新設しました。産業観光の視点を取り入れ、より広い視点から優れた取組を表彰し、広く社会に知らしめることで、ツーリズムへの理解を進めると同時に、この取組をモデルとしてさらなるツーリズムの発展に寄与することを目的としています。

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、日本を代表する組織や団体、学識者、企業の方に参加いただきました。

取組それぞれの「革新性」、「事業性」、「持続可能な観光への貢献」、「地域活性化への貢献」を審査ポイントとして、今回は「わくわく感」及び国連で「世界観光レジリエンスの日」が設定されたことなどから、経済的効果に加えて、ツーリズムは環境保護、地域文化の促進、農村の開発、女性・若者・先住民などの生活の質の向上などSDGsに貢献する横断的な産業であるとの認識により、強靭さ（レジリエンス）の要素等を加味した活発な議論がなされました。

本アワードを通じ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者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のさらなる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。



JAPAN TOURISM AWARDS

The Japan Tourism Awards (JTA) recognize domestic and international groups, organizations, companies, and individuals who are taking excellent sustainable initiatives that contribute to the promotion and development of tourism.

This year, the JTA merged with the Awards of Community Development through Industrial Tourism that was organized by the Japan Travel and Tourism Association every year and a new Minister of Economy, Trade and Industry's Award was established. By awarding excellent initiatives that take a broader perspective that includes industrial tourism and letting the public know more about them, the JTA hopes to increase people's understanding of tourism and encourage the further development of tourism modeled on such initiatives.

Applications are judged not just by those involved in the tourism industry but also organizations, groups, experts, and companies representing Japan in order to incorporate as many view points from different fields as possible. They are judged based on the four judging criteria of innovation, profitability, contribution to sustainable tourism, and contribution to regional revitalization.

This time, a lively discussion was held and the judging panel also looked at the excitement factor of each initiative. Furthermore, since the Global Tourism Resilience Day has been established by the United Nations General Assembly, they also considered the applications based on their resilience. This is because in addition to bringing economic benefits, tourism is an industry that has far-reaching impacts and contributes to the achievement of SDGs, such as environmental protection, promotion of regional cultures, development of rural areas, and improvement of QOL for women, young people, and indigenous people.

This award provides an excellent opportunity to showcase Japan's tourism to the world and shows that the promotion of tourism in Japan is not only led by companies, organizations, and those involved in tourism. The judging panel believed that revitalizing regions where the beauty of Japan has remained hidden and mutually expanding interactions with other countries are essential to further promote the development of tourism in Japan in the future, and has selected the winners according to this shared understanding.



審査委員長
Committee Chairman
本保 芳明
Mr. Yoshiaki Hompo
国連世界観光機関
(UNTourism)
駐日事務所代表
Chief,
Regional Support Office
for Asia and Pacific,
UNTourism

【審査委員長コメント Initiatives Message from the Committee Chairman】

ジャパン・ツーリズム・アワードは今回で 8 回目の実施となり、今回から公益社団法人日本観光振興協会が実施する「産業観光まちづくり大賞」と統合する事で、新たに経済産業大臣賞を新設し、国内外の幅広い分野から 119 件もの優れた取組の応募をいただきました。

特に優れた取組の内「事業性」に優れた取組が国土交通大臣賞に、「革新性」に優れた取組が経済産業大臣賞に選ばれております。

「国土交通大臣賞」に選ばれた愛知県の『愛知県「休み方改革」プロジェクト』は、県が主導し、経済界・労働界・教育界が一体となり、休日設定の柔軟化や休暇取得のあり方を見直し、曜日や時期による繁閑差を解消し、観光需要の平準化を図る事で、観光需要を生み出し、観光産業の労働生産性の向上に貢献している点が素晴らしい、観光界がまさに待ち望んでいた取組です。先駆的事例として他地域に同様の取り組みがすでに広がり始めており、更なる広がりを強く期待します。

「経済産業大臣賞」には株式会社ナビタイムジャパンの「訪日外国人向け観光ナビゲーションサービス『Japan Travel by NAVITIME』」が選ばれました。現在の名称になってから 11 年間に渡ってサービスを提供し、現在は 13 か国語に対応するなど着実に機能を充実させ、単月で 170 万人 (2024 年 3 月期) もの訪日インバウンド観光客に利用されると共に高い評価を受けている点が素晴らしい、経路検索やオンライン予約アプリに留まらず、旅行者の実体験や各種データの分析などにより地域観光資源を発掘する事で、地域誘客や分散観光にも貢献している点が評価されました。同社の貸切バス対応の行程表作成サービス『行程表クラウド by NAVITIME』も DX 推進に貢献するものとして高く評価されます。

今回は「観光」の力を利用し、地域産業の維持・発展を試みている取組が多く見られました。日本が観光立国として発展し、この事業を通じて観光産業が持続可能な社会に貢献していく事を期待しております。

This year marks the eighth year of the Japan Tourism Awards. Starting this year, we merged with the Awards of Community Development through Industrial Tourism organized by the Japan Travel and Tourism Association and established a new Minister of Economy, Trade and Industry's Award. As a result, we received 119 applications from a wide variety of fields from Japan and other countries.

There were many excellent initiatives, but we have selected a project with great profitability for the Minister of Land, Infrastructure, Transport and Tourism's Award and a project with wonderful innovation for the Minister of Economy, Trade and Industry's Award.

We selected Aichi Prefecture's Rest Style Reform Project as the winner of the Minister of Land, Infrastructure, Transport and Tourism's Award because the prefecture took the lead in getting the finance sector, labor sector, and academic sector to work together to make it easier for people to take vacations, review the way people can take vacations, resolve the gap between busy and quiet times depending on the day of the week or season, and balance out travel demand. This has led to the creation of travel demand and improved the labor productivity of the tourism industry. Such a project is precisely what the tourism industry needs. Other regions are already starting to take similar initiatives using this model and I strongly hope that it will spread further.

For the Minister of Economy, Trade and Industry's Award, we selected Japan Travel by NAVITIME, a Sightseeing Navigation Service for Inbound Tourists by NAVITIME JAPAN Co., Ltd. The company has provided the service for 11 years before it reached its current iteration and has steadily built its functions, with the app now available in 13 languages. It was used by 1.7 million inbound tourists per month (in March 2024) and is well-received. Particularly noteworthy is the fact that it is not merely an app for searching for routes or making online reservations, but it also helps to find regional tourism resources by analyzing the actual experiences of travelers and various data, thus contributing to attracting visitors to regional areas and preventing overtourism in specific areas. Their Itinerary Cloud by NAVITIME, a Service for Creating Itineraries for Chartered Buses initiative is also rated highly for its contribution to promoting digital transformation. This year, we saw many initiatives that used the power of tourism to maintain and develop regional industries. We hope that Japan can become a top international tourist destination and that the tourism industry can contribute to the creation of a sustainable society.

第8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 The 8th "JAPAN TOURISM AWARDS" Examination Committee

審査委員 Examination Committee

Mr. David Atkinson	株式会社小西美術工藝社社長 President, Konishi Decorative Arts and Crafts Co., Ltd.
石原 義郎 Mr. Yoshiro Ishihara	株式会社航空新聞社編集統括 General Editor, WING Aviation Press Co., LTD.
太下 義之 Prof. Yoshiyuki Oshita	同志社大学教授 Professor, Doshisha University
最明 仁 Mr. Hitoshi Saimyo	公益社団法人日本観光振興協会理事長 President, Japan Travel and Tourism Association
鈴木 貴典 Mr. Takanori Suzuki	観光庁審議官 Vice Commissioner, Japan Tourism Agency
関口 和一 Mr. Waichi Sekiguchi	株式会社 MM 総研代表取締役所長 Representative Director, MM Research Institute, Ltd.
高橋 広治 Mr. Koji Takahashi	日本政府観光局 (JNTO) 理事長代理 Executive Senior Vice President, Japan National Tourism Organization
高橋 広行 Mr. Hiroyuki Takahashi	一般社団法人日本旅行業協会会長 Chairperson, Japan Association of Travel Agents (JATA)
南 亮 Mr. Ryo minami	経済産業省 商務・サービス審議官 Director-General for Commerce/Service Industry Policy, Ministry of Economy, Trade and Industry
宮川 暁世 Ms. Akiyo Miyakawa	株式会社日本政策投資銀行 産業調査部長兼地域調査部担当部長 Manager, Development Bank of Japan Inc.
森下 晶美 Prof. Masami Morishita	東洋大学国際観光学部国際観光学科教授 Professor, Department of International Tourism Management Faculty of International Tourism Management, Toyo University
涌井 雅之 Prof. Masayuki Wakui	東京都市大学特別教授 Professor, Landscape Architect (J.R.L.A.), Faculty of Environmental Studies, Tokyo City University

(50 音順、敬称略) (Japanese syllabery order)

学生が選ぶジャパン・ツーリズム・アワード 学生審査委員一覧

Japan Tourism Awards elected by students Student Examination Committee

杉山 亜未 Ami Sugiyama	追手門学院大学 地域創造学部 地域創造学科 Department of Regional Development Studies, Faculty of Regional Development Studies, Ottemon Gakuin University
細金 はるか Haruka Hosogane	神奈川大学 国際日本学部 国際文化交流学科 Department of Cross-Cultural Studies, Faculty of Cross-Cultural and Japanese Studies, Kanagawa University
井手 陽香 Haruka Ide	國學院大学 観光まちづくり学部 観光まちづくり学科 Department of Tourism and Community Development, Faculty of Tourism and Community Development, Kokugakuin University
小島 ののほ Nonoha Kojima	埼玉女子短期大学 国際コミュニケーション学科 Department of International Communication, Saitama Women's Junior College
松原 梨紗 Risa Matsubara	淑徳大学 経営学部 観光経営学科 School of Tourism and Management, Faculty of Business Administration, Shukutoku University
吉田 煌輝 Kouki Yoshida	松蔭大学 観光メディア文化学部 Faculty of Tourism and Media Studies, Shoin University
栗山 啓汰 Keita Kuriyama	帝京大学 経済学部 Faculty of Economics, Teikyo University
小嶋 海輝 Kaiki Kojima	東京都立大学 都市環境学部 観光科学科 Department of Tourism Science, Faculty of Urban Environmental Sciences, Tokyo Metropolitan University
江崎 颯汰 Souta Ezaki	東洋大学 国際観光学部 国際観光学科 Department of International Tourism Management, Faculty of International Tourism Management, Toyo University
朝倉 万結 Mayu Asakura	日本大学 国際関係学部 国際教養学科 Department of International Liberal Arts, College of International Relations, Nihon University
奥隅 佳 Kei Okuzumi	日本大学 国際関係学部 国際総合政策学科 Department of International Studies, College of International Relations, Nihon University
向井 美蘭 Miran Mukai	一橋大学 商学部 商学科 Department of Commerce, Faculty of Commerce and Management, Hitotsubashi University
茂木 桜子 Sakurako Moki	文教大学 国際学部 国際観光学科 Department of International Tourism and Hospitality Management, Faculty of International Studies, Bunrikyo University
松野 莉子 Riko Matsuno	立教大学 観光学部 交流文化学科 Department of Culture and Tourism Studies, College of Tourism, Rikkyo University
兼松 陽花里 Hikari Kanematsu	流通経済大学 共創社会学部 国際文化ツーリズム学科 Department of Intercultural Studies & Tourism, Faculty of Collaborative Regional Sociology, Ryutsu Keizai University
出口 莉子 Riko Deguchi	和歌山大学 観光学部 観光学科 Department of Tourism, Faculty of Tourism, Wakayama University

(大学名 50 音順、敬称略) (University name in Japanese syllabery order)



審査ポイント Judging Criteria

審査を行う上での選定ポイントは次の4ポイントです。

Points on which applications are judged.

革新性 Innovation

- 取組自体がイノベーションを促進し、新しいビジネスモデルとして新たな市場を開拓しているか
- 観光DXの推進による旅行者の利便性向上や観光産業及び地域産業の生産性向上等へ貢献しているか
- イノベーションの取組が地域経済の活性化及び地域・産業等の持続可能性の向上に新たな地平や展開をもたらすものであるか
- Does the initiative promote innovation and create a new market as a new business model?
- Does the promotion of tourism DX contribute to improve the convenience of travelers and improve the productivity of the tourism industry and local industries?
- Does the innovation initiative bring new expansion to stimulate the local economy and to improve the sustainability of the region, industry, etc.?

事業性 Profitability

- 観光地・観光産業の高付加価値化等の取組による「稼ぐ地域」の実現や観光産業の収益力向上等へ貢献しているか
- 収益・財源確保が見込まれ、利用者の満足度が高い等、市場に受け入れられている取組であるか
- 持続可能な観光の推進に向けた取組の継続性や実効性を高めるものであるか
 - *取扱人数、来訪者数、取扱件数、実施回数、観光消費額、経済効果等の具体的な実績、見込み、目標を明記すること
- Does the initiative contribute to the realization of a “profitable region” and the improvement of the profitability of the tourism industry, such as by adding high value to tourist destinations and the tourism industry?
- Is the initiative expected to secure revenue and financial resources, and is it also accepted by the market, such as obtaining high user satisfaction?
- Does the initiative enhance the continuity and effectiveness to promote sustainable tourism?
 - *Clearly state the specific results such as handling number of people, number of visitors, handling number of cases, number of operations, amount of tourism consumption, economic effect, etc.

持続可能な観光への貢献 Contribution to sustainable tourism

- 持続的に取組を実施していくことが可能であるか
- 環境への配慮、歴史・文化遺産等の地域資源の活用・保全、人材育成、ユニバーサルデザイン、ダイバーシティ、リスクマネジメントなど持続可能な社会の実現に貢献しているか
- 強靭さ（レジリエンス）を備えた取組であるか
- Is it possible to implement the initiative on a sustainable basis?
- Does the initiative contribute to the realization of sustainable society through protection of the environment, utilization and preservation of local resources such as historical and cultural inheritance, human resource development, universal design, diversity and risk management?
- Is it a resilient initiative?

地域活性化への貢献 Contribution to regional revitalization

- 多様なステークホルダーと連携し、地域社会の発展に貢献した取組であるか
- Is the initiative contributing to the development of the local community in cooperation with various stakeholders?



領域の説明 About Fields

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

国内旅行および訪日外国人旅行の拡大・活性化への取組

Initiatives to promote or invigorate domestic or inbound travel

海外領域 Fields of Outbound Travel

日本国外における旅行需要の拡大・活性化への取組（日本からのアウトバウンドも含みます）

Initiatives to promote or invigorate international travel demand from within Japan



JAPAN
TOURISM
AWARDS

国土交通大臣賞

Minister of Land, Infrastructure, Transport and Tourism Award



愛知県「休み方改革」プロジェクト

検索

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

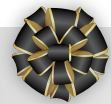
愛知県 Aichi Prefecture

愛知県「休み方改革」プロジェクト

Aichi Prefecture's Rest Style Reform Project

国内の観光に関して、日本では、二つの課題を抱えています。一つ目は、祝休日は多くあるものの、国民が一斉に休みを取るため、質の高い休暇を楽しむことができないということです。二つ目は、特に観光に関連する宿泊業・飲食サービス業などのサービス産業において、繁忙期と閑散期の差が大きいことから、人員等の最適化が図りにくく、欧米に比べ労働生産性が低くなっていることです。これらの課題に対し、愛知県では、国民全体のワーク・ライフ・バランスの充実と生産性向上による日本経済・観光産業の活性化を目指すため、愛知県「休み方改革」プロジェクトに取り組んでいます。

Japan faces two challenges when it comes to domestic tourism. The first is that even though there are many public holidays, everyone in Japan goes on a holiday at the same time, so it is impossible to enjoy high-quality vacations. The second is the large difference between the peak season and the off-peak season for the service industry, especially the accommodation industry and the restaurant service industry, which are closely connected to tourism. This makes it difficult to optimize personnel, so the labor productivity is lower compared to Europe and America. In relation to these issues, Aichi Prefecture is implementing a Rest Style Reform project in order to create a fulfilling work life balance for all citizens and improve productivity, which will in turn boost the Japanese economy and tourism industry.



選考ポイント

Selection Comment

観光需要の平準化を進める上で、県が主導して休暇改革を打ち出した点を高く評価した。まさに観光界が期待する取組であり、他の都道府県でも同様の施策を始めているがその先駆者となっている。学ぶ+休暇=「ラーケーション」という概念を作り出し、経済界・労働界・教育界が一体となって改革に取り組んでいる点が素晴らしい。

The vacation style reform led by the prefectural initiative is highly evaluated as an effective way to even tourism demands. This project embodies the expectation of tourism industry and serves as a pioneer for similar initiatives launched by other prefectures. This project is remarkable for the newly created idea of "Learning + Vacation" = "Learcation" and for the concerted efforts among economic, labor and education communities to realize the reform.



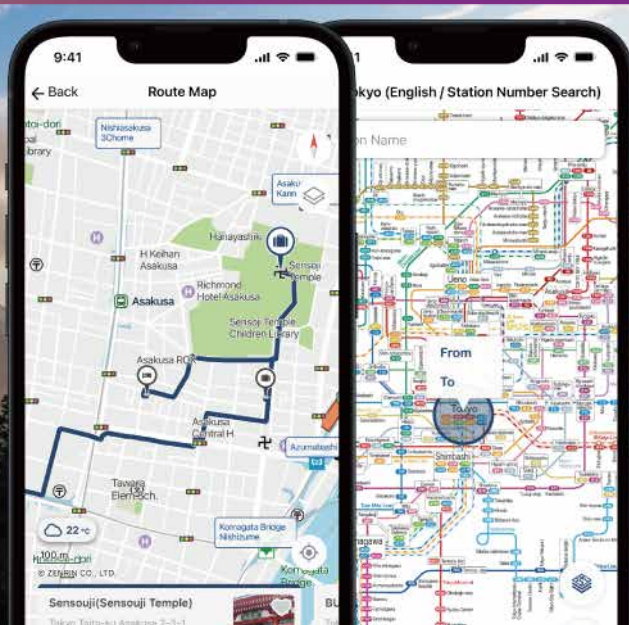
参考 URL <https://www.aichi-yasumikata.jp/>



JAPAN TOURISM AWARDS

経済産業大臣賞

Minister of Economy, Trade and Industry's Award



国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

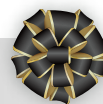
株式会社ナビタイムジャパン NAVITIME JAPAN Co., Ltd.

訪日外国人向け観光ナビゲーションサービス 『Japan Travel by NAVITIME』(インバウンド)

Japan Travel by NAVITIME, a service primarily targeting inbound FITs (Free Independent Travelers)

『Japan Travel by NAVITIME』は、訪日 FIT 旅行者を主な対象に、さまざまな移動手段を考慮したルート検索やナビゲーション、日本の観光スポット検索、観光ガイド、予約機能などを 13 言語で提供しています。2013 年 10 月のサービス開始以来、旅行前のプランニング・予約から旅行中の経路案内、旅行後の体験共有までをシームレスにサポートしています。2024 年 3 月には訪日外客数が 300 万人に達し、本アプリも同月に 170 万 MAU を突破しました。また、アプリから得られるデータを解析し、地域観光資源の発掘や観光施策にも活用いただいています。旅行者が快適に楽しめるよう価値提供を続け、観光産業の発展に貢献します。

Japan Travel by NAVITIME is a service primarily targeting FIT (Free Independent Traveler) tourists visiting Japan, offering multi-modal route searches, car navigation, searches for tourist spots in Japan, travel guides, reservation functions, and more, in 13 languages. Since its launch in October 2013, the service has seamlessly supported travelers before, during, and after their trip - such as in planning and reservations; route guidance while in Japan; and sharing experiences after their journey. In March 2024, the number of inbound tourists to Japan reached 3 million, and the app exceeded 1.7 million MAU (Monthly Active Users) in the same month. Additionally, data obtained from the app is analyzed and utilized for discovering regional tourism resources and implementing tourism strategies. Japan Travel by NAVITIME will continue to provide value to ensure that travelers can fully enjoy their trips comfortably and contribute to the development of the tourism industry.



選考ポイント Selection Comment

日本特有の交通事情を考慮した情報や、旅のすべての要素をシームレスにつなぐサービスは、旅行プランのみならず、データも取得でき、広域観光にも大きく寄与している点が素晴らしい。2013 年よりサービスを提供し、チケット予約など 13 言語に対応するなどアップデートを重ね、一つのアプリで完結する事からデータ活用による更なる展開可能性が期待できる点も高く評価した。

This service provides information incorporating traffic conditions unique to Japan and seamlessly connects all aspects of travelling. This service is excellent because it offers not only a travel plan but also other data which makes a great contribution to the promotion of wide-area tourism. Furthermore, since the start of service in 2013, several updates to cover 13 languages for ticket booking and other services have been made. This service is expected to develop further by utilizing data as a one-stop travel app and this is another point which is highly evaluated.



参考 URL https://www.navitime.co.jp/pcstorage/html/japan_travel/english/



JAPAN
TOURISM
AWARDS

観光庁長官賞

Japan Tourism Agency Commissioner's Awards



国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

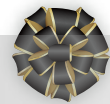
一般社団法人 越前市観光協会 Echizen City Tourism Association

伝統産業の未来を切り拓く 産地事業者と協働した『トップ層』誘客への挑戦

Attracting "top layer" customers who Collaborated with Businesses in Production Areas
to Carve a Future for Traditional Industries

本市は千年以上に渡るモノづくりのまちである。市内には経産大臣指定の伝統的工芸品の3産地（越前和紙、越前打刃物、越前箆笥）があり、今なお生業として継承されている。しかし、出荷額の減少や職人の高齢化と後継者問題等を抱える中、新たなプロダクトの開発や販路の開拓等が急務となっている。こうした産地を舞台とした産業観光の取組目的は、観光消費額の拡大はもとより、これら課題の改善・解決を始めた産業へのメリット創出である。そこで『旅のチカラ』を活用し、観光客のみならず、生産したモノを商業的に購入し使用してくれるトップ層（デザイナー、クリエイター等）を産地協働で誘致し、産業消費額拡大に資する取組を行っている。

Echizen is a manufacturing city with over 1,000 years of history. It is the production area for three traditional handicrafts (Echizen papers, Echizen knives, and Echizen cabinets) as designated by the Minister of Economy, Trade and Industry of Japan. Even though they are still in production today, these crafts face challenges such as a decrease in shipment amount, the aging of craftsmen, and the lack of successors, so the development of new products, the start of new sales channels, and so on are urgently needed. By implementing measures to boost industrial tourism in such production areas, we hope to increase tourist spending, resolve such problems, and create many other positive impacts in the industry. We use the power of traveling to attract not only tourists, but also "top layer" customers (designers, creators, etc.) who can commercially purchase and use the items produced in Echizen city through collaborations with production areas, and we implement measures that contribute to increasing industrial spending.



選考ポイント Selection Comment

出荷額の減少や職人の高齢化及び後継者問題等を抱える中、地方自治体が認知度と経済効果向上を目的として入込数・観光客・観光消費額のみならず、価値への共感・トップ層・産業消費額を重視する戦略を産業政策ではなく観光政策において公に掲げている点で独自性が強い点を評価した。地域の課題を的確に捉え、地域側に無理がない形で受入体制を取っている点も素晴らし

Under the current situation with various issues such as a decrease in shipment amount, aging of skilled artisans and lack of successors, this local government officially presented a strategy to raise public awareness and boost economic effects, by focusing not only on the number of visitors and tourists and the amount of tourism consumption but also on the creation of sympathy for values and "top-layer" customers and the amount of industrial consumption. It is remarkable that this local government demonstrated the strong originality in its official tourism policy rather than in an industrial policy. This project is excellent because it accurately identifies the local issues and implements an admission system which is affordable for local communities.



参考 URL https://www.echizen-tourism.jp/craft_tours/detail/9



JAPAN
TOURISM
AWARDS

観光庁長官賞

Japan Tourism Agency Commissioner's Awards



海外領域 Fields of Outbound Travel

Catalan Tourist Board カタルーニャ観光局

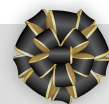
National Commitment to Responsible Tourism

責任ある観光へのカタルーニャ州の取り組み

カタルーニャ州では、昨今のオーバーツーリズムが叫ばれる中、今までのツーリズムモデルから新たなステップへ移る必要性を感じ、4つの軸（環境面にて持続性のある観光、社会的に公正・公平な観光、地域的に均衡の取れた観光、イノベーションに基づいた観光）を根本に、SDGsを基とした67項目を提言に組み込み、さらに倫理的で革新性と、責任ある観光を目指す。主に直面している課題は、気候緊急事態、脱炭素、生物多様性の保全、エネルギーの効率化、資源の合理的な利用、廃棄物削減でそれぞれの分野で解決を目指す。

The tourism in the region of Catalonia is at a crossroads where it is necessary to opt for a new model that is environmentally responsible, socially fair, territorially balanced and reconnected with the region's identity elements.

To that end, it has set 67 items in its proposal that address the SDGs based on four basic pillars (tourism that is sustainable for the environment, tourism that is socially fair and equitable, tourism that is regionally balanced, and tourism that is based on innovations). It aims to promote ethical, revolutionary and responsible tourism, as well as to resolve the challenges that it faces, which are mainly climate emergency, decarbonization, biodiversity conservation, energy efficiency, rational use of resources, and waste reduction.



選考ポイント

Selection Comment

オーバーツーリズム先進地域として「Climate Action Plan」を策定し、様々な認証制度も導入する事で、地域で大規模に連携している。世界に先駆けて脱炭素やごみの削減、生物多様性への取組を付加価値に繋げ、一つのモデルとしていることを評価した。

In this project, the "Climate Action Plan" has been formulated as a pioneer to address overtourism, and various certification programs have been introduced to implement a large-scale collaboration in the region. This project is highly evaluated because it has established a world-leading model which links the measures for decarbonization, waste reduction and biodiversity to the creation of additional values.



参考 URL

[https://empresa.gencat.cat/ca/treb_ambits_actuacio/turisme/compromiturisme/index.html#googtrans\(ca|en\)](https://empresa.gencat.cat/ca/treb_ambits_actuacio/turisme/compromiturisme/index.html#googtrans(ca|en))



JAPAN
TOURISM
AWARDS

観光庁長官賞

Japan Tourism Agency Commissioner's Awards



国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

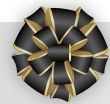
扉ホールディングス株式会社
Tobira Holdings Co., Ltd.

古民家再生で持続可能な観光地域づくりへ！ 地域共創ウェルネスツーリズム

Renovation of Old Houses to Create a Sustainable Tourism Region
– Co-creating Wellness Tourism with Regions

扉グループが運営する「Satoyama villa DEN」、[SATOYAMA FARM DEN+]、「Satoyama villa 本陣」は、地域の歴史文化を活かし、持続可能な観光と福祉の推進を目的としています。古民家再生を通じて地域の魅力を発信し、里山の暮らしを体験できるとともに、障がい者の就労支援により地域社会全体の幸福度向上を目指しています。地域経済、自然環境、歴史文化の調和を図り、持続可能な観光地モデルの確立を目指しています。さらに、松本城プレミアムディナーやマツモト建築芸術祭を通じて、地域の文化と食を世界に発信し、観光資源の多様化と地域活性化を図っています。

The Tobira Group operates Satoyama villa DEN, SATOYAMA FARM DEN+, and Satoyama villa Honjin, and aims to use the region's history and culture to achieve sustainable tourism and promote people's welfare. By renovating old houses, it hopes to share the charms of the region, get people to experience life in the countryside, and support the employment of disabled people, thus increasing the happiness of the region and the society as a whole. It is also working to create a balance between the regional economy, natural environment, history, and culture, thus establishing a sustainable tourism model. Through activities such as the Matsumoto Castle Premium Dinner and Matsumoto Architecture+Art Festival, the Tobira Group endeavors to share the region's culture and food with the world in order to diversify the tourism resources and revitalize the region.

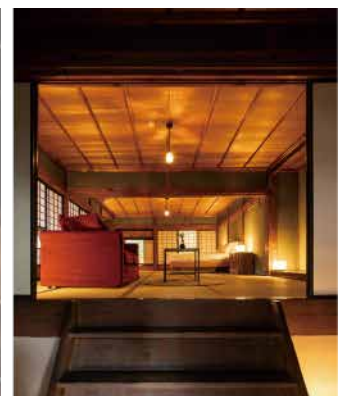


選考ポイント

Selection Comment

地域経済、自然環境、歴史文化の調和を図りながら、持続可能な観光地モデルの確立を目指している好事例である。観光資源の多様化と地域活性化を図ると共に福祉の推進も目的とし、実績が着実に伸びている点を評価した。

This is a good example of pursuing the establishment of sustainable tourist destination model while maintaining the balance among local economy, natural environment and historical culture. This project is excellent because it shows a steady increase in the actual results while pursuing diversification of tourism resources, local revitalization and promotion of welfare.



参考 URL <https://www.satoyamavilladen.com> , www.value-press.com/pressrelease/326742



JAPAN
TOURISM
AWARDS

実行委員長賞

Executive Committee Award

海外領域 Fields of Outbound Travel

Saudi Red Sea Authority サウジアラビア紅海観光局

Environmental Protection of Coastal Tourism

沿岸観光域の環境保護



選考ポイント
Selection Comment

国としてオイルから観光へ大胆なシフトを行う中であってもSDGsをしっかりと意識した素晴らしい取組である。地域自然の生態系を保護しながら観光振興と誘客を行い、観光の新たな世界基準を目指す点も良い。紅海における沿岸観光環境保護メカニズムの立ち上げと実施に向けたロードマップを提示し具体的に事業を進めている点も高く評価した。

このプロジェクトの目的は、サウジアラビアの紅海における包括的な「沿岸観光域環境保護メカニズム」を開発し、実施することです。このメカニズムは、沿岸域の観光がもたらす環境問題に対処し、沿岸域を持続可能かつ再生可能な観光地とすることを目指しています。主な目標として、①現状評価：生物多様性と沿岸観光資産の現状を理解し、環境リスクを特定し、世界基準に学ぶ。②メカニズムの開発：特定されたギャップと教訓を活かし、環境保護のための戦略的プログラムやプロジェクトを策定する。③ガバナンスと運営モデル：役割と責任を明確にした効果的なガバナンスを確立し、SRSAの目標とする運営モデルを定義する。④実施計画：提案されたイニシアチブの詳細な実行計画とスケジュールを策定する。イニシアチブの実施を促進するため、初期段階で成果を得ることに重点を置く。これらの目標は、紅海の生態系を保護すると同時に、クルージング、セーリング、ヨット、レクリエーション・フィッシング、ダイビング/シュノーケリングなどの持続可能な沿岸観光客向けアクティビティを促進することです。



The purpose of the project is to develop and implement a comprehensive "Coastal Tourism Environment Protection Mechanism" for the Red Sea in Saudi Arabia. This mechanism aims to address the environmental challenges posed by coastal tourism and ensure a sustainable and regenerative coastal tourism sector. Key objectives include: Baseline Assessment: Understanding the current state of biodiversity and coastal tourism assets, identifying environmental risks, and learning from global benchmarks. Mechanism Development: Translating identified gaps and lessons into strategic programs and projects for environmental protection. Governance and Operating Model: Establishing effective governance with clear roles and responsibilities and defining the target operating model for the SRSA. Implementation Plan: Designing a detailed execution plan and timeline for the proposed initiatives, with a focus on prioritizing quick wins for activation. These objectives aim to protect the Red Sea ecosystem while promoting sustainable coastal tourism activities such as cruising, sailing, yachting, recreational fishing, and diving/snorkeling.

While the country is making a bold change from oil to tourism in its policy, this is an excellent project clearly focusing on SDGs. This project is also remarkable in the balance between protecting of local natural ecosystem and promoting of tourism and visitor attraction, with an aim to achieve a new global standard for tourism. It is also highly evaluated because it has been taking concrete steps according to the roadmap to launch and implement the mechanism for environmental protection of coastal tourism in the Red Sea.

参考 URL WWW.REDSEA.GOV.SA



JAPAN
TOURISM
AWARDS

学生が選ぶ
ツリーリズム・アワード

Japan Tourism Award elected by students

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

九電産業株式会社旅行部 Tourism Division, Kyuden sangyo co., Inc.

エネ IKU (in 九重／玄海・唐津) ～マチまるごとエネルギーパーク～

Energy IKU (in Kokonoe, Genkai, and Karatsu):
Turning Whole Towns into Energy Theme Parks



九電グループと JTB と自治体がタッグを組み、町全体をエネルギー体験型テーマパークに見立てた体験型イベント。5歳～中学生の子供を持つご家族向けに、「エネルギー」を楽しみながら学べる体験を多く用意。豊富なリソースを保有する九電グループと、子供の育成と地域貢献に関する企画を多数運営している JTB とで、子供たちが持続可能な社会の実現のために自ら考え・行動する機会を創出した。本イベントを通じ、子供たちが様々な発見をし、好奇心・探求心を沸き立たせ、エデュテイメントに基づき「楽しみながら学ぶ」ことにより、将来を担う子供たちの世界観がより一層広がる機会となったと考える。

The Kyuden Group, JTB, and local governments are working together to create experience-based events in entire towns that are similar to theme parks for learning about energy through activities. Open to families with children from the age of 5 to 15, the events offered many experiences for them to learn about energy in a fun way. With the help of the Kyuden Group, which has abundant resources, and JTB, which runs many companies involved in the education of children and community support, this project created the opportunity for children to think and take actions to create a sustainable society by themselves. During the events, the children made many discoveries and their curiosity and interest were piqued. By letting them learn in a fun way based on edutainment, these events have helped children, who are our future, to further develop their world views.



選考ポイント
Selection Comment

観光 × 産業 × 教育 × 環境を組み合わせたプログラムは、特定の地域だけでなく、同じような資源を持っていないながらも活用方法を見つけれない地域にとって汎用性が高いと考えられる。町全体をテーマパークに見立てている部分が、地域の活性化に非常に貢献できている。持続可能な社会を実現させるための方法を考えるだけでなく、子どもたちにも自ら考えてもらうことで、次世代を担う子どもたちの世界観が広がる点も素晴らしい。

As this program combines tourism, industry, education and environment, it can be highly versatile not only in some specific areas but also in the areas where similar resources exist but the method for utilizing them has not been identified yet. This program assumes the whole town as a theme park and this concept highly contributes to the revitalization of local community. This program is remarkable because it is not only for identifying and implementing the way to realize a sustainable society, but also for making children think by themselves about it and expand the view of the world as a key player of the next generation.

参考 URL <https://www.qdentravel.com/eneiku-genkaikaratsu/>



JAPAN
TOURISM
AWARDS

UN Tourism
Special Awards
特別賞

UN Tourism Special Awards

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー
Okinawa Convention & Visitors Bureau

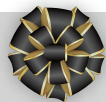
エシカルトラベルオキナワ

Ethical Travel Okinawa



これまでの沖縄観光は、旅行者数などに重きを置いてきたが、現在「世界から選ばれる持続可能な観光地」を目指すべく将来像として定め、量だけでなく、質の高い観光を求めた施策を展開している。エシカルトラベルでは、観光需要が急速に回復する中において、来訪されるすべての人に対し、沖縄の自然環境・伝統・産業を尊重し、旅行者と沖縄県民の相互満足度向上を目指すためのプロモーションを行っている。新たな沖縄観光の価値を提供し、持続可能な観光の推進へとつなげていくことを目的としている。

Up until now, tourism in Okinawa has prioritized the number of visitors and developed plans to attract more visitors. It has achieved a certain degree of success with that. However, now it has set a new goal of becoming a sustainable tourist spot that is recognized by the world, and has developed plans that focus not only on quantity, but also on the quality of tourism. With the rapid recovery of demand in traveling, Okinawa is promoting ethical travel and asking all visitors to respect the natural environment, tradition, and industries of Okinawa in order to increase the satisfaction of both visitors and local residents. The prefecture aims to provide new value to tourism in Okinawa that can help promote sustainable tourism.



選考ポイント
Selection Comment

旅行者数などに重きを置いた誘客施策ではなく「世界から選ばれる持続可能な観光地」を将来像として質の高い観光を求めた施策を展開している点を評価した。沖縄の自然環境・伝統・産業を尊重し、旅行者と県民の相互満足度向上を目指している事や参加事業者が着実に増えている事から今後の発展も期待できる。

This project is remarkable because it has formulated a high-quality tourism policy which pursues a future vision as "a sustainable tourist destination for people around the world" rather than a customer-attracting policy focusing on the number of travelers, etc. We expect this project to develop further as it respects for Okinawa's natural environment, tradition and industries, aims for greater satisfaction of both travelers and people of Okinawa, as well as steady increase in the number of participating businesses.

参考 URL https://www.okinawastory.jp/feature/ethical_travel/

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

一般社団法人南三陸町観光協会
Minamisanriku Tourism Association

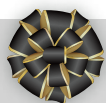
未来を育む学びの ツーリズム事業

Tourism Business for Learning to
Nurture the Future



東日本大震災で甚大な被害を受けた南三陸町。震災直後から物見遊山の被災地視察への要望が多くあった中、被災地を見世物にするのではなく、防災減災の一助となる「語り部ガイドによる学びのプログラム」としてブラッシュアップし、震災学習の受け入れをスタート。全国全世界から教育旅行等で当町を訪れる若年世代に防災減災プログラムや地方ならではの一次産業体験、地域住民との交流などを通じて、未来を担う子どもたちの「生きる力」を身につけるきっかけを提供しています。本事業は地域の多様なステークホルダーにより成立しており、経済的効果に留まらず、旅行者と共に持続的な観光地域づくりの推進に取り組むものです。

Minamisanriku suffered significant damage from the 2011 Great East Japan Earthquake. The town received many requests for visits to disaster-stricken areas right after the earthquake, but rather than turning such areas into sightseeing spots, it created the Learning Program by a Storytelling Guide, which helps to prevent and reduce the impacts of natural disasters, and started teaching people about earthquake disasters. The town invites young people from all over the country and the world to come visit on school trips, etc., and offers programs to prevent and reduce the impacts of natural disasters, unique experiences in primary industries, interactions with locals, and other activities. By doing so, it provides opportunities for children, who will be responsible for the future, to develop life skills. This project was established with the help of various stakeholders and aims to achieve not only economic benefits, but also to promote the creation of a sustainable tourism region with visitors.



選考ポイント
Selection Comment

震災直後から長い期間にわたり、被災地域が主体となり公益事業と収益事業の両輪で、持続できる方法で取組を続けている所を評価した。実際に被災地に訪れて体感することでより深く学ぶことができ、旅行者と共に持続的な観光地域づくりを行ない、震災を風化させず、防災・減災について考える機会を提供している点も素晴らしい。

This project is remarkable because a sustainable method has been implemented for both public welfare undertakings and profitable businesses mainly by the disaster-affected area for a long time immediately after the earthquake disaster. This project is excellent because it offers an experience-based authentic learning with an actual visit to the affected area as well as an opportunity to create sustainable tourism areas with tourists, prevent people's memory of the disaster from fading away and think about disaster prevention and reduction.

参考 URL <https://www.m-kankou.jp/>



審査委員特別賞

Jury's Special Awards

海外領域 Fields of Outbound Travel

Philippine Department of Tourism
フィリピン観光省



Love The Philippines Brand Campaign

「ラブ・ザ・フィリピン」ブランド・キャンペーン

「ラブ・ザ・フィリピン」は、フィリピン観光省の新しいブランド・キャンペーンで、壊滅的な被害をもたらした COVID-19 の大流行により旅行者の動機や嗜好、行動が変化したことで生じた観光業界の新たな需要に応えるために策定されました。このキャンペーンは、フィリピンの資産、歴史、遺産、豊かな文化、多様性といった、観光客がフィリピンを愛する理由となる多くの魅力を伝えることを目的としています。

"Love the Philippines" is a new brand campaign of the Philippine Department of Tourism which was formulated to cater to the new demands of the industry after the devastating COVID-19 pandemic changed travelers' motivations, preferences, and behavior. It was designed to recognize the country's assets, history, heritage, rich culture, and diversity and convey the many reasons why a tourist will love the Philippines.

選考ポイント

観光資源、歴史、史跡、豊かな文化、多様性を認識し、ステークホルダーの支援とサポートを得て持続可能な取り組みとなっている点を評価した。また、魅力を PR するアイコンの下でインフルエンサーが美しい海の情報発信などを行っており、今後の広がりも期待できる。

This sustainable initiative that has earned the support of stakeholders is highly regarded for recognizing the country's assets, history, heritage, rich culture, and diversity. Their promotional endeavors such as partnership with influencers in disseminating information on the country's tourism products and destinations are also highly commendable and are expected to boost the country's popularity further.

参考 URL なし

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

一般社団法人そらの郷 Sora no Sato



世界農業遺産をはじめとする農山村資源を活用した「住んでよし訪れてよしの観光地域づくり」

Creating Tourism Regions for Living or Visiting Using GIAHS and Other Rural Resources

日本の限界集落と呼ばれる 65 歳以上の高齢者が人口の半数以上を占める集落は、にし阿波では 33.3%に達している。地域資源の管理や景観、伝統文化の継承など様々な問題が顕在化してきており、地域としての自立、維持が困難になっている。その中で、世界農業遺産に認定された「にし阿波の傾斜地農耕システム」による農山村でのサステナブルな暮らしの中に来訪者を招き入れ、地域の農業者との交流により感動を共有するといったテーマ性のある観光に価値を見出し、新しい観光資源として地域ブランディングを図ることによって、観光客増による交流人口の増加、観光事業者・農業者の所得向上、新たな雇用の創出等による地域活性化を図っている。

Genkai shuraku, or marginal villages, refers to a settlement in which more than 50% of its population is over 65 years old. In Nishi-Awa, the percentage of people over 65 years old has reached 33.3%. The area faces many challenges, such as the management of regional resources and the preservation of the landscape and traditional culture, and it is becoming difficult to establish and maintain itself as an independent region. To resolve this, Nishi-Awa created a valuable themed tourism for visitors to see the sustainable lifestyle of the locals based on the Nishi-Awa Steep Slope Land Agriculture System, which is recognized as a Globally Important Agricultural Heritage System, and interact with local farmers to gain a better understanding. Through this attempt of regional branding with a new tourism resource, Nishi-Awa hopes to revitalize the region by increasing the non-resident population with tourists, improving the income of tour operators and farmers, and creating new job opportunities.

選考ポイント

地元の高校生が作成した観光プランを実際に実行し、教育旅行やインバウンドを積極的に受け入れる事で、子供たちや外国人たちにも地域に興味を持たせることに繋がる。地域一体となって、観光客を増やす事で地域の維持再生を図る事に取り組んでおり効果も上がっている点を評価した。Implementing tourist plans created by local high school students and proactively welcoming school trips and inbound tourists help to raise the interest of children and foreigners in the region. This project was highly evaluated because it is effectively working on maintaining and revitalizing the region by uniting the region to increase the number of tourists.

参考 URL <https://nishi-awa.jp/soranosato/>

海外領域 Fields of Outbound Travel

株式会社エイ・アイ・エス スタディツアーデスク
Study Tour Desk, HIS Co., Ltd.



HIS×unisteps わたしたちと服の関係性を見つめ直すスタディツアー

HIS × unisteps: Study Tours to Review Our Relationship with Clothes

持続可能な社会について考える上で、衣食住の衣という、生活と切り離せない衣服に着目し、衣服の生産過程や手放された衣服の行き着く先などを見学できるツアーを一般社団法人unistepsと共に実施しています。生活の一部となっている服という存在ですが、実際に服がどこでどのように作られ、どこへ行き着くのか、よくわかっていないまま使っている人がほとんどだと思います。世界的にも、毎秒トラック 1 台分の衣類が埋立地または焼却炉に廃棄されるという「衣類のゴミ」が問題となっています。このような現場に赴き、自分の目で見て学ぶことで、これからの衣服の生産と消費のあり方を考え、サステナブルファッションの実践に向けて機会にできればと考えています。

Food, clothing, and shelter are essential for a sustainable society and the company is focusing on clothes for this project by offering tours with unisteps for people to see the manufacturing process of clothes and where they go after they are discarded. Even though clothes are an essential part of our lives, many of us do not know how they are actually made and where they end up eventually. Every second, a truck load of clothing is sent to landfill or burned, and such clothing waste is becoming a global issue. The company hopes that visiting relevant sites and looking at the actual situation with their own eyes will help visitors to think about the production and consumption of clothes and create more opportunities for sustainable fashion.

選考ポイント

持続可能な社会について考える上で身近な生活必需品である「衣服」に着目し、生産過程や手放された衣服の行き着く先などを見学できるツアーを実施し、体験してもらった上で自らの生活や消費について考え、サステナブルな選択への一歩を踏み出すきっかけになる点を評価した。In its pursuit of a sustainable society, this project focuses on clothing, which is a basic item that is familiar to us and is essential in our day-to-day life. By offering tours for people to see the manufacturing process of clothes and where they go after they are discarded, the company hopes to give visitors the chance to think about their own lives and consumption and create more opportunities for sustainable options.

参考 URL <https://eco.his-j.com/html/kamikatsu/>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

九電産業株式会社旅行部
Tourism Division, Kyuden sangyo co., Inc.



エネ IKU (in 九重/玄海・唐津) ～マチまるごとエネルギーパーク～

Energy IKU (in Kokonoe, Genkai, and Karatsu):
Turning Whole Towns into Energy Theme Parks

九電グループと JT B と自治体がタッグを組み、町全体をエネルギー体験型テーマパークに見立てた体験型イベント。5歳～中学生の子供を持つご家族向けに、「エネルギー」を楽しみながら学べる体験を多く用意。豊富なリソースを保有する九電グループと、子供の育成と地域貢献に関する企画を多数運営している JT B とで、子供たちが持続可能な社会の実現のために自ら考え・行動する機会を創出した。本イベントを通じて、子供たちが様々な発見をし、好奇心・探求心を湧かした。エデュテイメントに基づき「楽しみながら学ぶ」ことにより、将来を担う子供たちの世界観がより一層広がる機会となったと考える。

The Kyuden Group, JT B, and local governments are working together to create experience-based events in entire towns that are similar to theme parks for learning about energy through activities. Open to families with children from the age of 5 to 15, the events offered many experiences for them to learn about energy in a fun way. With the help of the Kyuden Group, which has abundant resources, and JT B, which runs many companies involved in the education of children and community support, this project created the opportunity for children to think and take actions to create a sustainable society by themselves. During the events, the children made many discoveries and their curiosity and interest were piqued. By letting them learn in a fun way based on edutainment, these events have helped children, who are our future, to further develop their world views.

選考ポイント

町全体をエネルギー体験型テーマパークに見立て、環境問題だけでなく持続可能な社会の実現に向けて、地域活性化や SDGs などの取組などを、生活に密接に関わっているエネルギーの分野において「楽しみながら学ぶ」ことにより、将来を担う子供たちの世界観がより一層広がる点を評価した。今後の展開や、更なる特別な体験コンテンツ開発など持続的に取り組んでいる点も素晴らしい。This project is highly regarded for the way that it provides a fun learning method for children, who are our future, and expands their world view on energy, which is closely related to our lives. By converting whole towns into experience-based theme parks, children learn not only about environmental issues, but also initiatives for regional revitalization and SDGs in order to achieve a sustainable society. This project is also great because it will continue to be implemented in other towns and develop other special experience-based activities.

参考 URL <https://www.qdentravel.com/eneiku-genkaikaratsu/>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

SHINRA/知床自然ガイドツアー株式会社
Shinra (Shiretoko Nature Guided Tour Co., Ltd.)



流水ウォーク®×地球の神秘を体感できるサステナブルツーリズム

Sustainable Tourism with Drift Ice Walks and Experiences Involving the Mysteries of the Earth

流水氷接岸期の新たな地域観光産業創出のため、1997 年からエコツアーズとして開始し、冬の「見る」流水観光ではなく、「体感」する流水観光へ変化させ、観光産業の底上げや地域経済の発展にも貢献し、冬季の新たな観光素材・新たな観光客層とすることで多くのお客様を迎え入れる環境を作り、高付加価値を見出す観光地を目指す。SDGs の目標 6,8,9,11,13,14 の目標達成へ貢献するものとしており、教育旅行をはじめとする若年層にも体験していただき、自然環境の変化を体感することもできる。流水を通じたサステナブルツーリズムとして、地域観光産業から地球規模の環境問題まで考えていただく機会の提供を目指している。

The company started eco tours in 1997 to create a new regional tourism industry for the period of time when drift ice comes close to the shore each year. By changing its programs from merely looking at drift ice to experiencing it too, the company aims to boost the tourism industry, develop the regional economy, and create the environment to welcome many visitors as a new tourist activity and destination in the winter season with high added value. The company believes that its efforts contribute to Sustainable Development Goals 6, 8, 9, 11, 13, and 14 and wants the younger generation to experience this through school trips. Visitors can also experience the changes in the natural environment. By offering sustainable tourism for drift ice, the company hopes it will give visitors the opportunity to think about various issues, such as the regional tourism industry and global environmental problems.

選考ポイント

世界で唯一「流水を歩く」ということでしか体感できない観光を観光客に分かりやすく打出し、地域観光産業から地球規模の環境問題や SDGs まで考えられる素晴らしい取り組み。冬季間の新しい観光が生まれることで年間を通して地域経済に貢献でき実績も増加している点も評価した。The company offered the unique experience of walking on drift ice that can only be experienced in this region in a way that tourists can understand easily. It is an excellent initiative that addresses various problems, from the regional tourism industry to environmental issues and SDGs. In addition, by creating a new tourist activity for the winter season, it contributes to the regional economy all year long and has produced concrete results.

参考 URL <https://www.shinra.or.jp/>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

和歌山県北山村
Kitayama village, Wakayama Prefecture



筏流し文化の継承と観光産業への転換 ～小さな村の観光筏下り事業～

Passing on the Log Rafting Culture and Converting it into a Tourism Industry: Log Rafting Business in a Small Village

林業が盛んな北山村では切り出した木材を河川に組み流送る筏流しが行われ、その歴史は約 600 年とわかってきたが、近代になり木材搬送はトラック運送に代わり北山だけではなく全国の筏流しの文化は一度途絶えていた。しかし険しい北山峡谷で筏流しを生業としてきた北山村の筏師の技術は日本一といわれており、その伝統技術を失ってはならないと、過疎地域で林産業自体が衰退していく中で、これからの村の新たな産業として筏師の技術を観光資源へと転用し、昭和 54 年に観光筏下りとして再始動させ、以来筏師の雇用と育成を続けている。伝統的な筏流しの姿を今に伝える全国唯一の例であり、現在は周辺地域の観光産業に寄与し続けている。

Timber rafting is a method of transporting felled tree trunks by tying them together and guiding them downriver. This method has been practiced for about 600 years in Kitayama village, which has a thriving forest industry, but in the present day, this method has been substituted with trucks, so the culture of timber rafting died, not only in Kitayama but all over Japan. However, the rafters in Kitayama village, whose skills are legendary thanks to their years of experience guiding timber rafts through the steep Kitayama valley, are determined to keep this traditional skill alive. Even though the forest industry itself is dwindling in underpopulated areas, they have turned their rafting skills into a tourism resource as a new industry for the village. In 1979, river log rafting was launched as a tourist activity and since then, the village has been hiring and training rafters. It is the only place in the country where one can see the traditional skills of a rafter and their efforts have contributed to the development of the tourism industry in the surrounding regions.

選考ポイント

日本一といわれる筏師の伝統技術を観光コンテンツとして活かす事で、雇用と技術の継承・育成につながるというアイデアが興味深い。海外からも伝統文化の歴史を感じられるアクティビティとして高く評価されている点も素晴らしい。The idea of using the traditional skills of the best rafters in Japan as a tourism resource to boost employment, ensure its continuance, and train new people is very interesting. It is also great how this project is highly regarded overseas as an activity that can make people feel the history of a traditional culture.

参考 URL <https://www.will.kitayama.wakayama.jp/kanko/ikada/rekishi.html>



審査委員特別賞

Jury's Special Awards

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

有限会社丸徳水産 MARUTOKU SUISAN CO., LTD.

海を遊びながら、学んで、 記憶するツアー「海遊記」

Kaiyuki, a Tour to Enjoy,
Learn, and Remember the Sea



漁業は対馬市の主幹産業の一つであるが、磯焼けにより漁場が消失、漁獲量も激減した。重ねて、重油代や漁具代も高騰したことで、漁民の収入が大幅に減少した。つまり、対馬の漁業は環境的、社会的な観点から持続可能でなく、このままでは対馬から漁村が消失する危機である。そこで漁業者である私たちが漁場保全や漁師の所得向上を図りたいと考えた。また、対馬の海の現状や将来を見せたいと考え、「見せる漁業」と題して、地元漁師がガイドとして、対馬の海を案内する体験ツアー「海遊記」を始めるに至った。海から魚を「獲る漁業」から「見せる漁業」へシフトすることで、海を守り、次の世代に繋ぎたい。

The fishing industry is one of the core industries of Tsushima city. However, useful coastal seaweeds had disappeared due to environmental factors, and the total catch of fish had also declined. With the concurrent price hike in heavy oil and fishing equipment, the income of fishermen had dropped significantly. In other words, the fishing industry in Tsushima was not environmentally or socially sustainable and the city faced the risk of losing its fishing villages. To battle this, the people in the fishing industry decided to implement measures to conserve the coastal seaweed and increase the income of fishermen. In addition, they also wanted to show the current state and future of the sea to visitors, so they launched Kaiyuki, a guided tour of the sea in Tsushima by local fishermen. By shifting the fishing industry from catching fish to showing the sea, they hope to protect the sea for future generations.

選考ポイント 「獲る漁業」から「見せる漁業」へというキャッチフレーズは多様化のわくわく感が印象付けられ、島の生き残り策としても有効な点を評価した。漁業の現在・過去・未来や海の問題だけでなく、環境問題や地域のことも楽しみながら知ってもらえることができる点が素晴らしい。

Shifting the fishing industry from catching fish to showing the sea makes a great catchphrase that gives an exciting impression of diversity and it is also a very effective method of ensuring the survival of the island. This project is excellent because it can teach people not just about the past/present/future of the fishing industry and problems related to the sea, but also about environmental issues and about the region in a fun way.

参考 URL <https://marutoku-suisan.com/kaiyuki>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

一般社団法人 SOE Craft Invitation by SOE

福井「越前鯖江」における、産業観光 イベント RENEW を通じたものづくり ・まちづくり・ひとづくりの取組み

Initiatives to Boost Manufacturing, Improving
Towns, and Gather People through RENEW,
an Industrial Tourism Event, in Echizen Sabae, Fukui



伝統的工芸品の売上・従事者は全盛期から約 1/5 以下と減少し、下請産地による知名度の低さ、職人の誇りの低下等により地域全体が長く衰えてきた。こうした現状を打破するべく、産業観光を通じて持続可能な地域をつくることを目的に、様々な事業をスタート。2015 年より来場者が工房見学を通し、作り手の思いに触れられる産業観光イベント RENEW を開催し、ものづくりの活性化を図っている。ひとづくりでは Uターン促進、受入体制の整備のための作り手・伝え手の確保、まちづくりでは新たな稼ぎ口として通年型産業観光や宿泊事業など、単なる産業支援だけでなく、地域と連携しながら一体的に手がけ、仕組み化することを目指している。

The sales and the number of people involved in traditional handicrafts are now one-fifth of what they used to be in the golden days. With production subcontracted, local items lost their popularity and craftsmen began to lose their pride in their work, so the vitality of the region as a whole has been diminished for a long time. To break out of this rut, various new businesses were started in order to create a sustainable region through industrial tourism. An industrial tourism event called RENEW has been held since 2015 to invite people to visit studios and learn about the people who make the handicrafts in an effort to boost manufacturing. To address the labor issue, efforts are being made to induce people to return to their hometowns or move into the region and to get people who can build the proper infrastructure to welcome them. Meanwhile, Craft Invitation by SOE is improving towns, year-long industrial tourism, accommodation facilities, etc., will be established as new sources of income. Instead of merely providing industrial support, the association aims to work together with the region to resolve the issues and establish appropriate systems.

選考ポイント イベントの開催による地域活性化だけでなく、受入体制整備（作り手・伝え手の確保）や通年型産業観光・宿泊事業など、地域と連携しながらまちづくりを一体的に手がけるなど、組織づくりやインバウンドへのアプローチなども含め、包括的な取組みであり、効果がすぐに見られている所を評価した。This project is remarkable in its comprehensive and practical approach towards creating organizations and inbound tourists by working together with the region to develop the community. It not only achieved regional revitalization by hosting this event, but it also boosted the infrastructure to welcome tourists (by acquiring workers), as well as created year-round industrial tourism and accommodation businesses.

参考 URL <https://soe.or.jp/>, <https://craftinvitation.jp/>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

株式会社 D2C X D2C X Inc.

伝統工芸品の海外向けクラウドファンディングを 起点とした持続可能な産業観光プロジェクト

Sustainable Industrial Tourism Project for Export
of Traditional Handicrafts Based on Crowd Funding



伝統工芸品産業は過去 40 年間で 4 千億円以上の国内生産額が失われ、関わる従業員数も最盛期の 1/5 以上まで減少。日本の誇れる文化の一つである伝統工芸産業の存続が危ぶまれる中、越境 EC を活用して海外への需要を見出し、産業観光を軸として訪日客に産地へ訪問してもらうことを実現し、伝統工芸を生み出した産地を経済的に持続可能な地域に変革する一歩目を築き上げることが目的としています。古来から伝わる伝統産業の技術で作られた製品は、大量生産大量消費時代には価値を見出しづらい環境下ですが、物販を起点とした産業観光を実現し、そのストーリーや歴史、製造工程に直接触れることで高い付加価値を感じてもらおうとすることがゴールです。The traditional handicraft industry has lost more than 400 billion yen of domestic production value over the last 40 years and the number of people involved in traditional handicrafts are now one-fifth of what they used to be in the golden days. This industry, which is an important part of Japanese culture, is facing the risk of extinction, so the company is using cross-border eCommerce to find demand for such crafts overseas and connecting it with industrial tourism to get people to visit local production sites. The company aims to establish the first step to convert local production sites of traditional handicrafts into economically sustainable regions. In this current age of mass production and mass consumption, it can be difficult to find the value of items created using traditional methods that have been passed down for generations, but the goal is to use the sales of items as the starting point for industrial tourism, and to provide high added value by conveying the stories and histories of the crafts and by letting visitors experience the production process firsthand.

選考ポイント 後継者問題などの懸念点がある伝統工芸を日本の文化に興味を持ってきている国外の方からの支援により市場の拡大、海外から日本文化の逆流入のような形で日本の伝統文化の再発見や持続に繋げている好事例として評価した。Traditional handicrafts are facing various challenges, such as difficulty in finding people to continue the craft. This initiative is highly regarded for the way that it raises the interest of foreigners and gains their support to increase the market for traditional handicrafts. It is highly regarded as a good example of reverse import of Japanese culture from overseas by promoting the rediscovery of Japanese traditional culture and its continued existence.

参考 URL <https://www.d2cx.co.jp/ecproject/>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

株式会社 JTB 霞が関事業部 Kasumigaseki Division, JTB Corp.

地域向け生産性向上ソリューション「宿泊データ分析システム」 の全国提供～地域と規模を問わない宿泊・人流・消費データの 活用環境の提供による、EBPM と観光 DX の推進～



Nationwide Deployment of "Accommodation Data Analysis System" to Improve Regional Productivity: Promoting EBPM and Tourism DX through the Provision of an Environment for Utilizing Data on Accommodations, Flow of People, and Spending, Regardless of Region or Size

地域の活性化と人手不足解消に地域の DX は待ったなしの状態である。観光産業の生産性向上・高収益化は必要不可欠であるが、行政、DMO、観光事業者等の面的取組は進んでおらず、データ収集にも手間がかかり負担であった。この課題を解決する為に宿泊データ分析システムを開発。宿泊施設等が保有している観光客データを収集し、簡単に各施設・各地域の宿泊者数推移や国籍別消費額等、観光客の傾向を可視化し、属性別分析を可能とした。宿泊施設の PMS、サイトコントローラーと自動連携する事で、データ提供・集約の手間が省ける仕様である。全ての地域で面的 DX 実現に向け全国基盤のデータと共にデータ活用環境を提供している。Digital transformation is urgently needed to revitalize regions and address labor shortages. Although increasing the productivity and profitability of the tourism industry is essential, the blanket (comprehensive) measures by the government, DMO, tour operators, and others have not progressed sufficiently, and data collection has been time-consuming and burdensome task. To tackle this issue, the company has developed the "Accommodation Data Analysis System." It collects visitor data held by accommodations and simplifies the visualization of tourist trends, such as changes in the number of guests and spending by nationality, enabling detailed analysis based on various attributes. By automatically integrating with the PMS and site controllers of accommodation, it streamlines the data provision and collection process. Through this system, the company is committed to providing a nationwide database and data utilization environment to help all regions in achieving comprehensive DX.

選考ポイント 行政、DMO、観光事業者等の面的取組といった観光 DX の課題に取り組んでいる好事例。宿泊施設等が保有している観光客データを自動連携収集し、簡単に各施設・各地域の宿泊者数推移や国籍別消費額等、観光客の傾向を可視化し、属性別分析を可能とした点が素晴らしい。

This is an excellent example of addressing the issue of digital transformation in tourism with blanket measures by the government, DMO, tour operators, and other parties. The project stands out for its ability to enable attribute analysis by collecting visitor data from accommodation and visualizing trends such as changes in the number of guests at each facility and in each region, as well as spending by nationality.

参考 URL <https://kankouyohou.com/>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

ホンダモビリティランド株式会社 Honda Mobilityland Corporation

魅力的な地方観光資源を掘り起こし スポーツツーリズムを世界に 「F1 日本グランプリ地域観光 パッケージ」



Discovery of Attractive Regional Tourism Resources and Spreading Sports Tourism Globally: Formula 1 Japanese Grand Prix Region Sightseeing Package

世界中から期間計 22.9 万人が来場する「F1 日本グランプリ」の集客力を活用し、インバウンド観光客が普段利用しない地方（地元地域）の観光資源の利用を促進する。行政や地域企業と連携することで、F1 をきっかけにした日本文化への接触と、高い体験価値による日本への再来訪を促すスポーツツーリズムを確立する。

The Formula 1 Japanese Grand Prix attracted 229,000 people from all over the world. The company wants to take advantage of this to promote the use of tourism resources in regions that inbound tourists normally do not visit. By collaborating with local governments and companies, the company plans to establish sports tourism that promotes repeat visits to Japan with high-value experiences and interactions with Japanese cultures through Formula 1.

選考ポイント スポーツツーリズムの好事例である。鈴鹿サーキットや F1 というキラコンテツで集まる分散化を図り実績を上げている点を評価した。この取組を参考事例として、訪日観光客向けにサッカー、野球、バスケなどのプロスポーツが地方観光のキーマンコンテツに発展していくことを期待した。It is a good example of sports tourism. By using high-profile events such as the Suzuka Circuit and F1 to get inbound tourists to visit other sightseeing spots in the region and surrounding areas, it effectively contributes to regional industries and also helps to prevent overtourism. We hope that others will use this initiative as a model to develop professional sports such as soccer, baseball and basketball as key contents for regional tourism.

参考 URL なし

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

帰る旅研究会 Kaeru Tabi Project

ただいま・おかえりで始まる 何度も、ある地域へ、 ある場所へ通う旅「帰る旅」プロジェクト

Kaeru Tabi, a Project to Get Travelers to Keep
Returning to a Place They Have Visited



【帰る旅とは】ユーザー × 地域の人々との関係性を育むことで、帰る場所となり、何度もある地域へ・ある場所へ通う旅・帰る旅になる。来訪者が地域と関わる「場と機会」をつくり「関係性」を育むことでリピート来訪を促す新たな旅行需要・旅行機会の創出プロジェクト。従来型観光旅行では得られない地域への愛着を生み、関係人口～移住・2 拠点居住の準備の獲得機会としても機能。2 年目の昨年延べ 166 泊が利用した。

【帰る旅研究会とは】雪国観光圏とリクルートが事務局を担いながら、活動に共感した自治体・観光協会職員、宿泊業・福祉業等の経営・リーダー層、都内在勤 SE 職等のプロボノ人材 21 名が有志参加プロジェクト運営を実施中。Kaeru Tabi is a concept of getting travelers to keep returning to a place they have visited because it feels like home by encouraging users to develop connections with local residents. This project creates new travel demand and opportunities that promote repeat visits by creating places and opportunities for visitors to interact with locals and form connections. This allows visitors to form an attachment to places that they will not otherwise do with the conventional traveling style. It also works as a way to increase the number of people connected to the region and get them to consider moving in or having multiple residences in different regions. Last year was the second year since the start of the project and saw 166 users. Snow Country Tourism Zone and Recruit Holdings Co., Ltd. are in charge of the administrative work, and the project is run by 21 people who believe in the project and work pro-bono, including employees of local governments and tourist associations, owners and managers of accommodation facilities and welfare companies, and system engineers.

選考ポイント 観光客と移住定住の中間の取り組みにより関係人口を創出するという切り口が革新的である。従来型観光旅行では得られない地域への愛着を生み、関係人口から移住・2 拠点居住の準備の獲得を目指し、居心地の良い空間として認識される様々な取組を行っている点を評価した。It is revolutionarily the way this project increases the number of population that is connected to the region through tourists and by finding a niche between moving and settling. It fosters attachments to regions that the conventional traveling style does not offer, and aims to increase the number of people connected to the region and get them to consider moving in or having multiple residences in different regions. This project is highly evaluated for the way it implements various initiatives to create a comfortable space.

参考 URL <https://jrc.jalan.net/kaerutabi/>



審査委員特別賞

Jury's Special Awards



入賞

Winners

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

神戸フィルムオフィス

Kobe Film Office

産業遺産群を活用した撮影誘致と、ヘリテージツーリズム/ロケ地ツアーの実施について

Filming Invitations to Industrial Heritage Sites, and Heritage Tourism and Movie and TV Location Tours

産業遺産は、通常の観光施設と異なり、単なる古い建造物にしか見えないものが多いことから、産業遺産に対する一般の認知度は低く、地元住民からもその価値を十分に理解されていない。当取り組みは、撮影を誘致することによる直接経済効果（キャストスタッフの滞在費、施設使用料、資機材レンタル費等）はもちろんのこと、産業遺産群を映画やドラマの映像作品の中で甦らせることで、地元住民も知らない文化や魅力を再発見すると共に、ヘリテージツーリズムやロケ地ツアー等の観光資源として活用することを目的としている。

Industrial heritage sites are unlike regular tourist spots. They often look like mere old structures, so they are not widely known and the locals do not understand their values well. In addition to the direct economic benefits from filming (accommodation expenses for the crew, facility usage fees, equipment rental fees, etc.), reviving industrial heritage sites in movies and TV shows can help locals discover new culture and attractions, and these sites can be used as tourism resources (e.g., heritage tourism and movie and TV location tours).

選考ポイント 単なる古い建造物にしか見えない為、一般の認知度が低く、地元住民からも価値を十分に理解されていない産業遺産群を映画やドラマの映像作品の中で甦らせることで、文化や魅力・地域の歴史を再発見してもらい、地域の新しい観光資源として蘇らせ、実績を上げている事を評価した。

Industrial heritage sites often look like mere old structures, so they are not widely known and even the locals do not understand their values well. This initiative is highly regarded for the way it revives industrial heritage sites in movies and TV shows, allowing people to rediscover the culture, attractions, and history of the region and effectively converting these sites into a new tourism resource for the region.

参考 URL なし



海外領域 Fields of Outbound Travel

NPO 法人カラフルチェンジラボ

NPO Colourful Change Lab

ダイバーシティ先進都市視察・体感ツアー in シドニー

Tour to Observe and Experience Life in Cities with High Diversity (Sydney)

私たち NPO 法人カラフルチェンジラボは、LGBTQ をはじめとするあらゆる人が「諦めなくてもいい社会」の実現のために活動しています。その中でもDE&Iは最重要と考えており、日本におけるDE&Iの推進の一助とするため、学生と企業と共に DE&I を考え、行動・交流し新しい価値を創出するために共創型プロジェクト「ダイバーシティアカデミア」を運営しています。年間プロジェクトの締めくくりにして「ダイバーシティ先進都市視察・体感ツアー」を実施しており、このツアーは、DE&I 先進エリアでもあるシドニーで社会における DE&I が実装された結果、市民生活にどのような影響があるのかを、企業・行政・教育の分野で学び、体感することで日本では知り得ない本場の DE&I の理解することができ、パラダイムシフトを起こしてもらうことを明確な目的として実施しています。

NPO Colorful Change Lab is dedicated to creating a society where everyone, including LGBTQ individuals, can live without giving up on their dreams. Among our various initiatives, we prioritize DE&I as one of the most important. To contribute to the promotion of DE&I in Japan, we run a co-creation project called "Diversity Academia," where students and companies come together to explore, act, and interact, creating new values around DE&I. As the culmination of this year-long project, we organize the "Diversity Advanced City Study and Experience Tour." This tour takes place in Sydney, a city known for being a leader in DE&I, where participants can learn and experience how DE&I has been implemented in society and its impact on the daily lives of citizens across corporate, governmental, and educational fields. The clear objective of the tour is to foster a paradigm shift by providing participants with a deeper understanding of DE&I, which is difficult to gain solely from the context of Japan.

選考ポイント 「皆んなが笑顔になれる社会」を目指し活動して、毎年ツアーを実施していることが素晴らしい。DEI, ダイバーシティの推進を進めるためにも、多様化の時代に合わせたツアーの企画・達成が広がっていくことを期待し、モデルとなって牽引してほしい。

This NPO is excellent for organizing a tour and implementing activities to create "a society where everyone is smiling." We hope that they will plan and create more tours that are suitable for this age of diversity in order to promote DEI and diversity, and become a model and leader in this field.

参考 URL <https://vimeo.com/936516155/bb77f9e9e3?share-copy>



国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

仙北市役所

Semboku City Office

～農山村地域に外国人がおしよせる～

市内に旅行会社を設立

農家の母さんが旅行業務取扱主任者に

Swarms of Foreign Visitors to Rural Areas: Stories of Establishing a Travel Company in the City and How a Farmer's Mother Became the Head of the Business

市として地方創生総合戦略という専門部署を設置し地方創生特区制度を活用、農家民宿、アウトドア事業者等が旅行業務取扱資格を取得するため取り組んだ。資格取得後は地域協議会を法人化、旅行会社とし高齢で宿泊に伴う事務作業が困難になった事業者をサポート。宿泊業に専念することで廃業を防ぎ農山村地域の活動を活性化、武家屋敷や乳頭温泉郷を目的として東北への来訪を検討している海外からの旅行者へコアな魅力の提供をすることで滞在時間、さらには観光消費額の増加を目指した。また市で冬季に減少する宿泊者を平準化するため台湾教育旅行、海外団体の誘致に取組み、その手配を地域をよく知る協議会で行ったことも成果である。

The city established a dedicated division called Regional Revitalization Comprehensive Strategy Office, which uses the regional revitalization special zone system to help farmhouses, outdoor operators, and other people to obtain qualifications for providing travel services. After obtaining qualifications, the city provided support to incorporate regional councils and helped those who are old and were struggling with handling the administrative work that comes with providing accommodation services as a travel company. By focusing on the accommodation industry, the city was able to prevent industries from disappearing and to revitalize rural areas. It also worked on increasing the duration of stay and amount of spending by visitors by showing the main charms of the city to foreign visitors who are thinking of coming to Tohoku to visit old samurai residences and Nyuto Onsen. To address the decrease in the number of guests during the winter season, the city worked on getting Taiwanese people to visit on school trips, as well as for other overseas groups to visit, with a council consisting of members who are familiar with the region helping with the preparations.

選考ポイント 類似の事例が多い中で、自治体と農家が一体となり冬の農閑期に海外からの団体を誘致する等、着実に実績を上げ、地域経済の活性化に寄与している点を評価した。

Although there are many similar cases being implemented, this initiative is highly regarded for producing concrete results and contributing to the revitalization of the regional economy by having local governments and farmers work together to attract group visitors from overseas during the off-season for farming.

参考 URL <https://semboku-gt.jp/>



国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

昭和女子大学 ださいぐ?鶴岡プロジェクト

Showa Women's University's Dosaigu Tsuruoka Project

ださいぐ?鶴岡ツアー～留学生と鶴岡市の高校生が生み出す魅力再発見の旅～

Dosaigu Tsuruoka Tour for Foreign Students and High School Students in Tsuruoka to Discover the Attractions of the City

「鶴岡市の高校生による留学生向けガイドツアーで、留学生は鶴岡市の魅力を再発見!高校生は地元の魅力再発見!」山形県鶴岡市は、日本初のユネスコ食文化創造都市であることに加え、出羽三山の精神文化やサムライゆかりのシルク、ギネス世界記録を持つ加茂水族館などで知られる。「日本の伝統を継承する鶴岡市」「国際交流の機会を求めた地元高校生」「日本に学びに来た留学生」をつなげるこのプランは、観光交通手段の選択肢を広げ、高校生への国際交流機会と英語スキル実践機会の提供を可能にする。そうした新たな旅のかたちとして鶴岡市の更なる活性化・鶴岡市の認知度向上・高校生が地元の魅力を再発見するような取り組みを目指す。

The project aims to help high school students and foreign students in Tsuruoka city discover the charms of the city by having the former conduct guided tours for the latter. Tsuruoka city in Yamagata Prefecture is known for being Japan's first UNESCO Creative City of Gastronomy, for being a hotbed for Japanese spirituality of the three sacred mountains of Dewa, and for being the origin of Samurai Silk. Guinness World Record holder Kamo Aquarium is also located in the city. This plan connects foreign students who came to Japan with local high school students who are looking for opportunities for international interactions in Tsuruoka as a city that maintains Japanese traditions. It increases the options for sightseeing and traveling and offers high school students the chance to interact with foreigners and use their English skills in a practical setting. This new form of traveling will further revitalize the city, increase its popularity, and help local high school students rediscover the charms of their hometown.

選考ポイント 高校生による留学生向けガイドツアーを実施し、相互交流を促す事で、英語スキルの実践の機会が提供され国際的な視野の拡がり期待できる一方、留学生が帰国してからの地域の正しい情報の拡散が期待できる点が良い。取組を継続し、観光交通手段の選択肢を広げ、さらなる活性化と認知度の向上に貢献している点を評価した。

This project of getting high school students to give guided tours to foreign students and fostering interactions is excellent. It provides practical opportunities for the high school students to improve their English skills and expand their global mindset. At the same time, it also contributes to the spread of accurate information about the region when the foreign students return to their home countries. Another positive point is that continuing this initiative can contribute to further revitalization such as expanding the options for sightseeing and traveling, and increase the popularity of the city.

参考 URL <https://slabo.swu.ac.jp/projects/2019-tsuruokasaihakken>



国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

一般社団法人金山町観光物産協会

Kaneyama Town Tourist Association

高齢化率 60%超の町での若者定住

～霧幻峡の渡しと只見線による観光地域づくり～

Getting Young People to Settle in a Town with 60% Aging Population: Creating a Sightseeing Area with Mugenkyo no Watashi and JR Tadami Line

既存事業を維持・発展させ、地元の努力で復活した鉄路とのコラボレーションを含め参考になる取組である点を評価した。無理のない範囲で地元雇用を創出し、地域ならではの魅力を伝え、収入安定化や移住につなげており、今後の持続性も期待できる。

This project is highly evaluated as a good example where existing programs are maintained/developed, including the collaboration with a railroad that was recovered by the efforts by the local community. As this project has created local employment within a reasonable range, conveyed the unique local charms, and led to stable income sources and increased migration, it is expected to continue as a sustainable project.

参考 URL <https://www.kaneyama-kankou.ne.jp/>



国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

JR 東海バス

JR TOKAI BUS Co., Ltd.

地域と他バス会社・バス関連会社と連携したバスファンツアーの造成

Creation of Bus Fan Tours by Collaborating with the Region and Other Bus Companies and Relevant Companies

いわゆる「2024年問題」などで(ドライバー)の確保が難しく、他のバス会社やバス関連企業とも連携しアクセスリビリティの確保に挑戦し、地域振興に寄与した点を評価した。複数会社連携だからその付加価値向上や拡張性に期待したい。

To tackle the current difficulty in securing bus drivers due to so-called "2024 Problem," etc., this project has established a collaboration with other bus companies and bus-related businesses to secure accessibility. This project is highly evaluated for the contribution to regional improvement through these efforts. We expect the additional values and scalability to be improved by utilizing the unique advantage of multi-company collaboration.

参考 URL https://www.jrbnm.co.jp/topics/e/post_692.html



国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

一般社団法人 下諏訪町地域開発公社観光振興局

Tourism Promotion Bureau, Shimotsuwa Regional Development Corporations

国指定史跡・日本遺産

～星降る中部高地の縄文世界～

「星ヶ塔黒曜石原産地遺跡」の観光資源化

Turning Hoshigata Obsidian Mines, a National Historic Site and Cultural Property by Japan Heritage under Jomon World at the Starry Central Highlands of Japan, into a Tourism Resource

特別な体験の提供のみならず地域住民への機運醸成も行っている点が、持続可能な観光と地域活性化への貢献につながっている事を評価した。

In addition to the special experiences offered in this project, it fosters local citizens' awareness and motivation. This project is remarkable for its contribution to the sustainable tourism and to the local revitalization.

参考 URL <https://shimotsuwaonsen.jp/>



国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel

札幌国際大学 観光学部

Faculty of Tourism, Sapporo International University

人手不足を旅で解決!

「ぶどう収穫★ボランティアツアー」

Solving Labor Shortages with Traveling: Grape Harvesting Volunteer Tour

地域産業と観光産業の人手不足に対して、これからの観光を担う学生から発信しているテーマの具体性を評価した。ツアーに社会貢献という付加価値が付き「楽しみながら社会に貢献できる」という点が素晴らしい。今後の継続性、持続性に期待したい。

This project is about a solution for labor shortage in the local industry and the tourism industry, and it is highly evaluated for the concrete theme proposed by students who will play a central role in the tourism. The idea of "Enjoy and contribute to the society" which creates additional values of social contribution to the tour is excellent. We expect this project to continue and grow further.

参考 URL https://coopcycle.sapporo.coop/media/teaching/teaching_4947/





JAPAN TOURISM AWARDS

入賞

Winners

海外領域 Field of Outbound Travel
株式会社エイチ・アイ・エス ネイチャーワールド
 Nature World, HIS Co., Ltd.



持続可能な村への支援 「マサイの子供達の未来を支える学びの場づくり」
 Support for Sustainable Villages "Creating a Learning space to Support the Future of Maasai Children"
選考ポイント クラウドファンディングとツアー、交流人口を組み合わせた点が革新的で素晴らしい。目指す目標は高いが、過去の実績が少ない事から今後の継続性に期待したい。
Selection Comment This project is innovative and remarkable for the combination of crowd funding, tours, and nonresident population. Although the target goal is set high, the number of past records is small. We expect this project to continue.
参考 URL <https://www.natureworld.jp/tour/NW-KNA9021>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel
三重県産業観光推進協議会 桑名市産業観光まちづくり協議会
 Mie Industrial Tourism Promotion Council and Kuwana Industrial Tourism Creation Council



わが社にも光を当てよう!隠れた観光資源を磨き上げ地域循環型「産業観光ビジネス」
 ~世界が目にする三重県全域の有料産業観光~
 Shining a Light on Our Company: Sustainable Industrial Tourism Business Using Hidden Tourism Resources - Paid Sightseeing Spots throughout Mie That Have Gained the Attention of the World
選考ポイント いわゆる観光素材を持たないエリアでも産業観光は成立するということを証明している優れた取組である。地域企業が広く参画し、安定的に受け入れができる仕組みが構築できており、産業の継続性に寄与している点も評価した。
Selection Comment This project was recognized for its well-designed adventure tourism with a theme to interact with the local community. We look forward to the spread of this type of activity.
参考 URL <https://www.industrialtour-mie.info/>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel
一般社団法人四国ツーリズム創造機構
 TOURISM SHIKOKU



四国「持続可能な観光」推進ネットワークの取り組み
 Initiatives by Shikoku's Sustainable Tourism Promotion Network
選考ポイント 持続可能な観光に注力した戦略で、四国の良さを理解し、実際に認証取得なども進めている点を評価した。個々のコンテンツは日本人のみならず、訪日インバウンド客にも興味を持ってもらえそうな、独自性の高さも魅力的である。
Selection Comment This project is highly evaluated for its strategy focusing on sustainable tourism, understandings of the attractiveness of Shikoku, and actual results of certification acquisition system. The individual contents with high originality are rich and interesting enough to attract not only Japanese people but also foreign visitor to Japan.
参考 URL <https://shikoku-tourism.com/sustainable-tourism>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel
3者連名 十和田市 / (一社) 十和田奥入瀬観光機構 / 星野リゾート奥入瀬渓流ホテル
 Towada City, TOWADA TRAVEL, and Hoshino Resorts Oirase Keiryu Hotel



奥入瀬渓流水瀑ツアーを核とした冬季観光の振興
 Promotion of Winter Tourism Focusing on Frozen Oirase Gorge Bus Tour
選考ポイント ライトアップされた自然の鑑賞だけでなく、地元ガイドとの交流を通じて地域理解を深めることができる点が良い取組。閑散期の集客に寄与する事業性や、ライトアップ方法において環境面にも配慮する持続性を評価した。
Selection Comment This project is excellent because it offers an opportunity not only to view the illuminated nature but also to deepen understandings of local community through the exchange with local tour guide. This project is highly evaluated for the business aspect which contributes to an increase in customers during the off-peak season, and the sustainability which is taken into consideration for environmental impact by the illumination method.
参考 URL <https://frozen-oirase.com/>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel
広島フィルム・コミッション
 Hiroshima Film Commission



フィルム・コミッションが拓く!スクリーンツーリズム
 ~「ミステリと言う勿れ」の事例とともに~
 Film Commission, a Driving Force for Screen Tourism - With the Case Study of "Don't Call It Mystery"
選考ポイント 一つの作品で県内を活性化するというアイデアがとても興味深い。今ある街並みや自然などの地域資源を生かして口語致し、情報発信することで国内外からの誘客に繋げている事は地域環境への負荷が少なく、持続可能な観光である事を評価した。
Selection Comment The idea of revitalizing the prefecture with one film work is very interesting. As the invitation to the film location utilized local resources such as existing town and natural settings and this information was offered to attract visitors inside and outside the country, the burden to local environment was small. Accordingly, this project is highly evaluated for the way of sustainable tourism.
参考 URL なし

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel
東武トップツアーズ株式会社 東武沿線事業推進部
 Tobu Railway Area Business Promotion Dept., TOBU TOP TOURS CO., LTD



埼玉県小川町における観光振興等を通じた関係人口創出への取り組み
 Increasing the Related Population through the Promotion of Tourism in Ogawa Town, Saitama
選考ポイント 交通事業者がその強みを活かし、沿線にある産業の活性化を図り、対象をファミリーにする事で移住にも寄与している点を評価した。東京からも比較的近く、様々な体験コンテンツも持っているなど、気軽に行ける魅力的な田舎だと感じる。
Selection Comment This project is highly evaluated because it utilizes the advantage of transportation company to promote industrial revitalization along their service line, and because it is a family program which contributes to promotion of family relocation. The rural town is attractive because it is relatively close to Tokyo, easy to visit, and has a wide variety of experience-based contents.
参考 URL なし

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel
山形県高島町
 Takahata Town, Yamagata Prefecture



官民共創による新たな海外事業モデルインバウンド・アウトバウンドの高島モデルへの挑戦
 New Overseas Business Model with Private-Public Partnership: Creating a Takahata Model for Inbound and Outbound Visitors
選考ポイント 観光振興、物産輸出を組み合わせた重層的な取組を、提携先の民間企業の得意分野を活用して成果を挙げつつある官民連携のモデル的な事業。単年度ではなく3年間の継続事業として、実績を積み上げ地域産業の発展にも寄与していることを評価した。
Selection Comment This project is a multi-layered project including tourism promotion and product exporting and it is regarded as a public-private partnership model project which is starting to achieve results by utilizing advantages of partner private companies. This project is highly evaluated for the accumulated results and for the contribution to the local industry growth as a result of continued undertaking not for a single year but for three years.
参考 URL なし

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel
株式会社ナビタイムジャパン
 NAVITIME JAPAN Co., Ltd.



貸切バス対応の行程表作成サービス『行程表クラウド by NAVITIME』
 Itinerary Cloud by NAVITIME, a Service for Creating Itineraries for Chartered Buses
選考ポイント バス輸送の安全確保、効率化、法令順守等の効果があり、バス輸送サービスの安定供給に貢献する革新的なシステムである事を評価した。労働力不足に直面しているバス業界、安全な旅行を提供しながら業務の効率化を図りたい旅行業界の双方にメリットがあり、いわゆる「2024年問題」解決に向けた秀逸な取組みである。
Selection Comment As this service ensures bus transportation safety, improves efficiency and promotes legal compliance and other effects, it is highly evaluated as an innovative system which contributes to stable supply of bus transportation service. As the bus industry faces labor shortage and the travel industry seeks a method ensuring safe travel and efficient operation, this project is advantageous for both the industries and it is an outstanding project to tackle so-called '2024 Problem.'
参考 URL <https://www.navitime.co.jp/lp/koteihyo-cloud/>

国内・訪日領域 Field of Domestic and Inbound Travel
ツナガル株式会社
 Tsunagaru Inc



もっと地方へ! 販売初日から完売 KOLとコラボする台湾富裕層向け非観光地ツアー
 Initiative to Entice More Visitors to Rural Areas: Tours off the Beaten Path for Wealthy Taiwanese Visitors by Collaborating with KOL (Sold Out on the First Day of Sales)
選考ポイント 地方分散ではなく、地方中心を実践している好事例である。台湾の市場特性を踏まえ、地方誘客・消費に寄与するプログラムとなっている点が素晴らしい。
Selection Comment This is a good example where measures are centered around local regions and not dispersed. This program is remarkable because it is based on the market characteristics of Taiwan to contribute to the increase in customers and consumptions in the local regions.
参考 URL <https://tw.tsunagarutravel.com/>



JAPAN TOURISM AWARDS



「ジャパン・ツーリズム・アワード」過去受賞団体一覧

List of Past Japan Tourism Awards Winners

第7回 (2023年度) The Seventh in 2023

国土交通大臣賞
Minister of Land, Infrastructure, Transport and Tourism Award

沿線まるごと株式会社
Ensen Marugoto Co., Ltd.



過疎高齢地域での「沿線まるごとホテル」プロジェクト

"Ensen Marugoto Hotel" By considering the area along the railway line as one hotel, it is designed to revitalize this declining regions so the visitors can enjoy the charms of the whole railway line.

学生が選ぶジャパン・ツーリズム・アワード同時受賞

* This initiative has been also awarded the Japan Tourism Award elected by students.

観光庁長官賞
Japan Tourism Agency Commissioner's Awards

株式会社コラリアルチザンジャパン
CORARE ARTISANS JAPAN, INC.

「観光客と職人の新たな付き合い方」による伝統工芸の再興

Reviving Japanese traditional crafts through "A new way of interacting with tourists and craftsmen."

株式会社かまいしDMC
Kamaishi DMC Ltd.

震災復興とゼロからの持続可能な観光地域づくりの実践～まち全体を屋根のない博物館に～

Recovery from the 2011 Tsunami and the Practice of Building a Sustainable Destination from Scratch - Viewing the Whole Town as a "Museum Without a Roof"

株式会社トラベリエンス
GoWithGuide.com

世界中の旅行者と世界中のツアーガイドをマッチングする観光ツアーマーケットプレイス「GoWithGuide.com」

A Tour Marketplace that Connects Tourists and Tour Guide Professionals (GoWithGuide.com)

国内・訪日領域
Field of Domestic and Inbound Travel

海外領域
Fields of Outbound Travel

第6回 (2020年度) The Sixth in 2020

国土交通大臣賞
Minister of Land, Infrastructure, Transport and Tourism Award

奄美イノベーション株式会社
Amami Innovation Co., Ltd.



集落文化×「伝泊+まーぐん広場」が創る「日常の観光化」を国内外へ展開

Expanding "Daily" Tourism of everyday life experience" Created by Village Culture With "Denpaku + Magun Square" Both Domestically and Internationally

UNWTO倫理賞同時受賞

* This initiative has been also awarded The Japan Tourism Awards for Responsible Tourism in collaboration with UNWTO.

観光庁長官賞
Japan Tourism Agency Commissioner's Awards

一般社団法人大雪カムイミントラDMO
Taisetsu Kamuimintara DMO

『Mountain City Resort』ブランドの形成と地域づくり～誰もが上質で豊かな「滞在時間」を満喫できるエリアを目指して～

Region-Building and Establishing the "Mountain City Resort" Brand: Aiming for an Area Where Anyone Can Enjoy a Rich and Luxurious Stay

JTB九州&離島アイランドホッピングプロジェクト
JTB Kyushu & Remote Islands Island-Hopping Project

JTB九州&離島アイランドホッピングプロジェクト
JTB Kyushu & Remote Islands Island-Hopping Project

株式会社ミキ・ツーリスト
Miki Tourist Co., Ltd.

現地発着・次世代型周遊バスツアー「JOIBUS(ジョイバス)」世界の旅行者と一緒にヨーロッパ周遊！

Tour Europe With Travelers From Around the World on the Next-Generation Rambling Bus Tour JOIBUS!

国内・訪日領域
Field of Domestic and Inbound Travel

海外領域
Fields of Outbound Travel

第5回 (2019年度) The Fifth in 2019

国土交通大臣賞
Minister of Land, Infrastructure, Transport and Tourism Award

株式会社百戦錬磨
Hyakusenrenma Inc.



「農泊」と「世界」をつなぐ地域活性化サービス

Regional Invigoration Service to Connect "Farm Stays" with "The World"

観光庁長官賞
Japan Tourism Agency Commissioner's Awards

佐賀嬉野バリアフリーツアーセンター
Saga Ureshino Barrier Free Tour Center

嬉野温泉のバリアフリー化は第5段階へ～民間救急との連携～

Toward Phase 5 in Making the Ureshino Hot Springs Barrier-Free:

Coordinating With Private Ambulance Services

UNWTO倫理特別賞同時受賞

* This initiative has been also awarded The Japan Tourism Awards for Responsible Tourism in collaboration with UNWTO.

一般社団法人田辺市熊野ツーリズムビューロー
Tanabe City Kumano Tourism Bureau

聖地・熊野における地域ぐるみの新しい観光モデルへの挑戦

An Attempt at a Modern Sightseeing Model in the Hallowed Grounds of Kumano

パラオ政府観光局
Palau Tourism Board

世界初の環境保護誓約

「Palau Pledge パラオプレッジ(誓約)の創造」

Creating the Palau Pledge: The World's First Environmental Protection Pledge

国内・訪日領域
Field of Domestic and Inbound Travel

海外領域
Fields of Outbound Travel

第4回 (2018年度) The Fourth in 2018

大賞
Grand Prizes

一般社団法人雪国観光圏

Snow Country Tourist Area Association (Snow Country Tourism Zone)



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」

Creating new brand with the Regional Cooperation DMO, "Meet the wisdom hidden in the white world"

優秀賞
Awards for Excellence

株式会社旅籠屋
Hatagoya & Company

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

Expanding the only & the first MOTEL chain in Japan 'Family lodge Hatagoya' throughout the nation proposes for infrastructure building in the car-oriented society and for the new trip style

株式会社陣屋コネクト
Jinya Connect Co., Ltd.

陣屋コネクトの活用による旅館改革への挑戦

Challenge for revolution of Ryokan-inn by using the Jinya Connect

株式会社JTB
JTB Corp.

ホノルルフェスティバル

Honolulu Festival

国内・訪日領域
Field of Domestic and Inbound Travel

海外領域
Fields of Outbound Travel

【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

【Host Organization】Japan Travel and Tourism Association / Japan Association of Travel Agents / Japan National Tourism Organization

E-mail: event@t-expo.jp TEL:+81-3-5510-2004 Official Web Site: https://t-expo.jp/biz