JNTO
日本政府観光局
インバウンド最新リポート

サステナブルツーリズム

ＪＮＴＯパリ事務所
茅野 慎吾 次長

〈102〉

地域に親しむ「スローツーリズム」へ

世界的な傾向と同様に、フランスにおいても持続可能な観光の需要は増し続けている。日本の多くの観光関係者がサステナブルな視点での観光プロモーションを拡大させていることは、フランスで訪日旅行を取り扱う旅行会社などからも歓迎されている。

しかしながら、日本で語られるサステナブル・ツーリズムと、フランスで認識されているそれ（フランス語でTourisme Durable）の意味合いにギャップが発生しているとも感じている。日本政府観光局（ＪＮＴＯ）では、国連世界観光機関（ＵＮＷＴＯ）の定義するサステナブル・ツーリズムの概念を踏まえ、「地域の『環境』『文化』『経済』を守る・育む」をサステナブル・ツーリズムの枠組みと捉えて、関連するコンテンツの訴求に力を入れている。

一方、多くのフランス人は、サステナブル・ツーリズムを、特に「地域の『環境』に配慮した観光」というエコロジーの意味合いで捉えている。また、そもそも、フランスでは、旅行自体が環境に負荷を与えるものであると考えられており、日本のような長距離旅行では、フライトを利用せざるを得ないため、より負荷が大きいという批判もある。

このような背景を理解せずに、安易にサステナブル・ツーリズムという言葉をプロモーションで多用すると、「見せかけの環境配慮（グリーンウォッシング）」だと、ネガティブな印象を与えてしまう場合がある。

そんな中、最近はサステナブル・ツーリズムに代わる言葉として、「Slow Tourism（またはSlow Travel）」といった表現が使われる機会が増えてきた。「Slow Tourism」は外来語特有の意味が曖昧になる特性をうまく利用し、環境に限らず地域にポジティブな影響を与えることを広く想起させる表現で、日本語のサステナブル・ツーリズムに近い意味合いで捉えられている。例えば、伝統文化の継承や地元の暮らしにフォーカスを当てたコンテンツを紹介する時は、サステナブル・ツーリズムよりも「Slow Tourism」という言葉を選ぶ方が、フランスの消費者からは違和感なく受け入れられるだろう。

言葉の問題だけでなく、日本の常識とフランスの常識がそもそも異なることも多い。例えば、欧州ではサステナブル・ツーリズムがこのように意識される前から、多くのホテルには歯ブラシが置かれていなかった。一方、日本のホテルでは歯ブラシが置かれていることが当たり前であるため、今でも環境に配慮した素材に変えて配布している場合が多い。

サステナブル・ツーリズムのプロモーションにあたっては、現地の環境配慮への意識の在り方や関連する言葉の使われ方をよく理解し、情報が正しく伝わるように留意することが重要である。

（月1回掲載）

農家体験などを紹介する際は「Slow Tourism」の方が誤解が少ない