



第3回日越観光・人的交流イベント

観光分野に創造的付加価値を—地域の持続可能な未来に向けて



主催：ベトナム文化芸術スポーツ観光研究所（VICAST）、一般財団法人運輸総合研究所（JTTRI）、一般財団法人運輸総合研究所
アセアン・インド地域事務所（JTTRI-AIRO）

後援：在ベトナム日本国大使館

1. 開会挨拶



グエン・ティ・トゥ・フォン
ベトナム文化芸術スポーツ観光研究所（VICAST）
所長



奥田 哲也
運輸総合研究所 アセアン・インド地域事務所長

2. 来賓挨拶



グエン・チュン・カイン
ベトナム国家観光局（VNAT）長官



伊藤 直樹
駐ベトナム日本国特命全権大使

3. 有識者発表



ベトナムにおける
クリエイティブツーリズムの発展
ホアン・ダオ・バオ・カム
ベトナム文化芸術スポーツ観光研究所（VICAST）
観光研究開発部長



観光を活用した持続可能な地域経営について
—観光庁の取組と地域での実践に向けた
手引きの紹介—
鈴木 宏子
観光庁国際関係室 室長



クリエイティブツーリズム
文化体験から持続可能な開発へ
フン・クアン・タン
ベトナム・グリーンツーリズム協会 会長



ものづくりのまちの
観光まちづくりチャレンジ
西野 吉幸
越前市観光協会 事務局長

4. パネルディスカッション



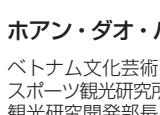
モデレーター
チン・レ・AIN
ベトナム国家大学ハノイ校
人文社会科学院
観光学部 事業管理部長



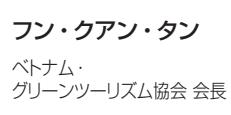
ド・カム・トー
ベトナム国家観光局
(VNAT)
企画・財務部課長



沢登 次彦
株式会社リクルート
じゃらんリサーチセンター
センター長



ホアン・ダオ・バオ・カム
ベトナム文化芸術
スポーツ観光研究所（VICAST）
観光研究開発部長



フン・クアン・タン
ベトナム・グリーンツーリズム協会 会長



鈴木 宏子
観光庁国際関係室 室長



西野 吉幸
越前市観光協会 事務局長

5. 閉会挨拶

グエン・ティ・トゥ・フォン

ベトナム文化芸術スポーツ観光研究所（VICAST）所長

奥田 哲也

運輸総合研究所 アセアン・インド地域事務所長

開催趣旨

第3回となる日越観光・人的交流イベント「観光分野に創造的付加価値を一地域の持続可能な未来に向けて」は、日本とベトナム双方の観光分野における協力関係をさらに深化させる重要な機会となりました。本イベントでは、地域・旅行者・観光事業者が「三方良し」となるよう、地域の文化や歴史を将来に向け継承・発展させ、観光資源として活用するための現状、課題、取組を紹介し、意見交換を行いました。

■開会挨拶

グエン・ティ・トゥ・フォン

ベトナム文化芸術スポーツ観光研究所（VICAST）所長

本イベントは、世界の観光産業が観光消費型から体験・創造型へと大きく変化する中で開催されています。この傾向は、観光開発における考え方の深い変化を反映しており、旅行者は単なる観察者ではなく、地域コミュニティとともに価値を創出する主体となります。今回のテーマは、ベトナムの観光開発の方向性における3つの重要な柱に焦点を当てています。1つ目は、資源の活用から価値の創造へと考え方を転換していくことです。観光は、景気や遺産に依存する経済産業ではなく、人・文化・地域のアイデンティティを中心とした創造産業であるべきです。2つ目に、文化的価値の保存と活用です。有形・無形の遺産を、芸術や技術などの言葉で伝えることができるようにならなければなりません。3つ目に、文化的アイデンティティを強く打ち出しつつ、国際競争力を備えた高付加価値の観光商品の開発です。クリエイティブツーリズムは、知識・芸術・技術を融合した経済発展の新たな原動力と位置付けられています。本日のイベントは、ベトナムの創造的価値の発展に向けた実践的な方向性を示し、人間的価値、そして持続可能で文化的アイデンティティ豊かな発展に貢献できるものと確信しています。



奥田 哲也 運輸総合研究所 アセアン・インド地域事務所長

第3回目となる今回は「観光分野に創造的付加価値を一地域の持続的な未来に向けて」がテーマです。観光は単なる経済活動にとどまらず、地域の文化・産業・自然と人々の暮らしをつなぐ創造的な力として注目されています。本日の日本側の発表では、観光庁より観光を通じて地域の課題を解決し、暮らしの質を高めていくという新たな地域経営の姿について説明を行います。また、越前市観光協会より観光を通じて職人の技や精神を見せるだけではなく、伝統工芸が地域を支える観光資源へと転換し、観光を通じて地域産業の再生や若手の承継につながる新たなモデルを生み出す取組を紹介いただきます。



観光は経済成長の手段であるとともに、文化・未来へ継承する創造的な力もあります。日本とベトナムが互いの知見を共有し、文化・人・自然を軸とした観光を発展させることは、地域社会の持続的な発展にとって極めて意義深いものと考えます。本日のイベントが持続可能で質の高い観光の実現に貢献できれば幸いです。

イベントの概要

■来賓挨拶

グエン・チュン・カイン ベトナム国家観光局（VNAT）長官

両国の協力関係が包括的戦略的パートナーシップに格上げされた中で、このような活動は大変有意義である。



コロナ禍を経て観光客のトレンドも変化し、観光客は単に目的地を訪れるだけでなく、自ら価値を創造し、観光地の人々と一緒に料理や陶器を作ったり、天然資源を守る活動に参加したいと考えるようになっている。これこそが、クリエイティブツーリズムの真の意味である。人間の体験を中心とし、コミュニティの人々がそれを支援すると同時に主体となって文化や環境を活用しながら守っていくことになる。ベトナムの豊富な伝統文化や歴史、美しい自然景観は観光客を誘致する魅力となるだけでなく、観光地の持続可能な発展にも寄与できると考えている。両国の観光分野での協力は、单にお互いの経験を学ぶだけでなく、両国で新たな形態のクリエイティブツーリズムを創出していく機会にもなると考えている。VNATは各関係機関や各研究所と引き続き連携し、クリエイティブツーリズム及び持続可能な発展に向けた活動を支援していく。

伊藤 直樹 駐ベトナム日本国特命全権大使

両国の関係は2023年に包括的戦略的パートナーシップへと格上げされた。その際の両国首脳から発出された共同声明において、観光は両国関係の重要な柱とされた。また2025年10月に開催された日ASEAN首脳会談の機会に行われた、高市総理とファム・ミン・チン首相との面談では、両国間のパートナーシップを深化させることができることが確認され、特に人的交流の拡大を目指すことについて改めて確認された。今後、両国は相互往来200万人という目標を掲げている。ベトナムからの訪日旅行者数の拡大に関して、日本政府は利便性向上に向け、査証問題では団体旅行に対する申請書類の一部免除や電子申請の導入、個人旅行者に対する最長5年間の数次査証の発行を進めるとともに、日本の地方の魅力を伝える取組を行った。日本からの訪越旅行者数拡大に関して、日本人の海外旅行自体が減少していることが一因であり、日本政府は海外旅行の促進に取り組んでおり、ベトナムは重点国に選定されている。一方で多くの日本人にベトナムの観光地を知ってもらうことが最も重要であると考えており、これに向け共に協力して取り組んでいきたいと考えている。



■有識者発表

ベトナムにおけるクリエイティブツーリズムの発展

ホアン・ダオ・バオ・カム VICAST観光研究開発部長

1994年からの30年間におけるベトナム観光分野の発展について紹介したい。ベトナムの問題点は、観光産業の経営効率があまり高くない点である。多くの取組を行ってきたが観光事業者が努力に見合う成果は



それほど大きくなかった。また、富裕層をターゲットにしているが観光商品の質も十分ではない上、観光客の滞在期間が短く、再訪者も多くない。その要因はこれまで主に美しい景色を眺めるという受動的なものにとどまり、主導性に欠けていたためリピーターが少ないことが挙げられる。近年少しずつ改善が見られ、観光サービスも向上し、特に日本の支援で観光インフラも整備され、観光商品も豊かになってきたが、まだ改善する余地がある。観光産業の再編では、持続可能な観光開発と観光商品の刷新が重要視されている。

グレッグ・リチャーズ氏とクリスピン・レイモンド氏によるクリエイティブツーリズムの定義では、観光客がコミュニティの文化や特徴を見学することを通じて自らの創造性を發揮し、自己成長につなげるものである。観光客は景色を受動的に眺めるだけでなく、その地域の製品をコミュニティの人々と共に作ったり、一緒に踊ったりするような活動を指す。

伝統的なツーリズムとクリエイティブツーリズムの違いは、以下の点が挙げられる。1点目は、観光客は受動的に景色を眺める代わりに、住民と一緒に活動を行う。2点目は、活動への参加を通じて住民と観光客のつながりが強まり、観光客の体験の質が向上する。また文化的価値も大きな差別化要因となる。3点目は、有形から無形文化遺産が中心となる。4点目は、観光地への貢献は間接的な利益から、文化・習慣・工芸品の共有から恩恵を得られる。5点目は、様々な要因に依存していたものから、体験の質に基づくものとなる。

ベトナムにおけるクリエイティブツーリズムの事例について、ソンテイにあるモンフという古い村では、タレントなどを通じて絵を描いたり陶器を作ったりすることができる。またバッチャン陶器村では、以前は陶器を作って販売していたが、最近では観光客が陶器づくりや料理教室に参加したりと参加型の商品を提供している。

最後に、ベトナムにおけるクリエイティブツーリズムの強化に向けた提案をしたい。1点目は、「Zone9」のようなクリエイティブツーリズムを奨励するための法制度や税制優遇措置などを整備し、有意義な観光地づくりの支援や、住民のスキル向上の研修を提供することも必要である。2点目は、観光商品を開発・提供する上で人材は中心的な位置づけとなるため、ガイドの案内スキルの向上や、商品開発能力を向上させるための研修を提供すべきである。3点目は、有形だけでなく無形文化遺産を保護・発展させていくことが重要である。最後に、マイナスの影響を回避するため、技術や機械を活用して影響を減らすとともに住民による監視も重要である。これらを実現することで、住民の主体的な参加、地域行政機関の支援、そして国際的な協力を得ることが可能となる。旅行会社とコミュニティが一体となって創造的観光商品を作り上げ、同時に創造的観光や持続可能な観光に関する教育対策も講じていくべきであると考える。



カム部長の発表資料

観光を活用した持続可能な地域経営について —観光庁の取組と地域での実践に向けた手引きの紹介— 鈴木 宏子 観光庁国際関係室 室長

訪日外国人旅行者数は、コロナ禍を経た後も力強く回復している一方で、観光客の約7割が都市部に集中し、混雑や、地域住民の生活への影響といった問題も一部地域で生じている。持続的な形で観光を振興させていくことは、日本にとって重要な課題である。



観光庁はUN Tourism駐日事務所と連携して2020年に日本版持続可能な観光ガイドライン「JSTS-D」を作成した。これは、マネジメント、社会経済、文化、環境の4分野において地域が取り組むべき100項目以上の取組を整理した。重要なことは、観光振興自体が最終目的ではなく、手段の一つであることを認識することである。そのためには、目指す将来像を地域全体で議論することが不可欠である。さらに、観光を活用することの有効性は、雇用を創出し地域経済を支える基盤になること、地域の人々の連携を強化すること、収益が観光資源の保全や継承の財源になることである。

運輸総合研究所はUN Tourismや観光庁と連携し、2022年に「観光を活用した持続可能な地域経営の手引き」を作成した。準備段階では、取り組む目的及び関係者の取組体制を明確にする。フェーズAでは、地域の将来像を関係者で議論し、地域が大切にすべき資源や解決すべき課題を整理する。フェーズBでは、将来と現状との差を踏まえた取り組むべき優先的課題の決定及び関係者が状況を共通して把握するための基礎資料となる取組の指標を設定する。フェーズCでは、設定した指標に基づき効果を測定し、その結果を基に取組を改善していくサイクルである。この「手引き」には、取組の支援ツールとして、関係者を可視化するためのマッピングや、住民・関係者の意見を把握するためのアンケート事例、そして取組の成果を測定するための指標リストなども合わせて提供している。

「手引き」を活用した岐阜県の事例では、近年、観光客による利益還元が十分でないことや、伝統産業の担い手不足という課題も抱えていた。フェーズAでは、地域住民や事業者と共に、地域の自然・文化・生活に根ざした既存資源を再整理し、フェーズBでは、伝統文化体験ツアーの開発やガイドの育成、取組の評価と改善に継続的に活用できる仕組みを導入した。その結果、観光と農業、工芸、食文化などの連携による新たな観光商品が開発され、宿泊者数が増加して地域内の周遊も増え、地域経済への還元が進んだ。

地域ならではの資源を用いた観光振興は、昨今ニーズが高く、クリエイティブツーリズムの振興においても、「観光を活用した持続可能な地域経営の手引き」は有用だと考える。英語版やベトナム語版の概要資料も作成しているので、ぜひ「手引き」を活用頂きたい。

3. Case study

RESULTS

- Boosting tourism by strengthening regional appeal and promoting overnight travel
- Fostered civic pride and understanding of the importance of local traditional culture.
- Positive environmental impact, including waste reduction.

- Develop tourism as a new pillar in the area's industry by identifying and communicating on various new resources.

鈴木室長の発表資料の一部

【参考】「観光を活用した持続可能な地域経営の手引き」
https://www.jttri.or.jp/kanko_tebiki.pdf



クリエイティブツーリズム 文化体験から持続可能な開発へ フン・クアン・タン ベトナム・グリーンツーリズム協会 会長

これまでベトナムには多くの伝統的な観光商品が存在した。民族の生活様式「舞台化」した棚田の観光商品や、タンロン王宮跡の物語やコンテンツを全て舞台化し、観光客に実際の歴史を体験させる商品など、実際に体験できることは素晴らしいことである。これらの事例からは、従来の「風景を見る」観光から、クリエイティブな「体験型」観光モデルへのシフトが顕著である。地域コミュニティを重視し、文化体験活動を並行して行うことが重要である。

ベトナムには数万の歴史的遺跡や記念碑があり、クリエイティブツーリズムを開発する高い潜在能力を持っている。クリエイティブな観光商品を作るためには、観光客や事業者がその商品を正しく認識する必要がある。観光客が単に観光地へ行って見るだけでなく、そこにある歴史的・文化的な物を自分の目で見て、体で体験できる観光商品を作ることが重要である。ラオカイ省にある「ビックスウェ」という民族舞踊の事例は、スタジアムのような会場で地元の多くの人々が参加する舞踊大会である。次に、ホアロー刑務所遺跡におけるナイトツアーの事例は、入場時に手の甲にスタンプを押すなどの演出がある。また、文学に関する観光ツアーの事例では、文学の魅力を生み出すため、ベトナム語の「タム（心）」と「タイ（才能）」という言葉を組み合わせたツアーがあり、子供から高齢者まで参加でき、ベトナムの文学史や文化活動を体験できる商品である。ハータイ村の漆芸ツアーの事例は、観光客が漆絵を描き、自分だけの作品を作ることができる。

これらの観光商品を踏まえ、いくつか提案したい。1点目は、クリエイティブツーリズムは遺跡や観光地を「新しくする」役割を果たすこと。2点目は、コミュニティ、つまり「人間」を中心になるということである。工芸村の職人も観光商品の主人公となる。また、ITやAIを活用したアートツーリズムや教育ツーリズムを考案することも重要である。最後に、持続可能性が高い測定方法についても考える必要がある。

今後のベトナムの方向性について、クリエイティブツーリズムを推進するためには、観光商品のネットワークを構築することが重要であり、各地方のコミュニティにクリエイティブな観光商品を扱うセンターを設置することが必要である。これらを達成するための対策として、政策メカニズムの整備などが挙げられる。私の考えでは、観光は単に観光地を刷新するだけでなく、観光客が地域の人々と触れ合い、文化的な要素を体験すること、そして持続可能性の高い観光商品を持つという意識が重要である。「クリエイティブ」と「持続可能性」は、並行して考えるべきである。



タン会長の発表資料

ものづくりのまちの観光まちづくりチャレンジ

西野 吉幸 越前市觀光協会 事務局長

越前市は伝統産業や先端産業が盛んで、県下1位の製造品出荷額を誇る「ものづくりの町」である。社会情勢の変化による伝統産業における様々な課題に対する我々の観光まちづくりの挑戦について紹介する。

2024年、越前市には430万人の観光客が訪れ、近隣県から自動車での来訪が多かつた。越前和紙、越前打刃物、越前簞笥、越前漆器、越前焼が集積する全国でも珍しい地域であることから、最近は観光客が増加している。

我々が目指す観光は、地域の魅力を向上させ、定住促進や地域への誇りを醸成することを念頭に、地域の持続可能性へ寄与することを目的に産業観光を推進している。越前和紙などの伝統工芸や長く息づく文化を活用し、工房や職人をコンテンツとして観光地としての魅力を向上させ、訪れた観光客が地域の商品等を購入することで経済を上向かせ、観光消費の分配などによって事業の持続、文化の発展に寄与させるというイメージである。この取組を循環させることができ、持続可能性に結びつくと考えている。地域資源として「伝統工芸」を捉えると、後継者不足、伝統工芸士の高齢化、生産額の低下といった課題が見えてきたため、観光の力を活用し、解決を図っている。

越前和紙の事例では、1995年には83事業所で763人が働き、102億円を生産していたが、現在では44事業所で231人が働き、19億円の生産まで落ち込んでいる。特に生産額は82%も減少し、30年間の物価上昇も加味すると大変深刻な状態である。1,500年続く越前和紙を未来につないでいくため、越前和紙を観光コンテンツとして作り上げ、課題解決の糸口を見出すこととした。そこで、日本全国に越前市の伝統工芸を広めることが最も重要なと感じ、観光プランを開発し主要都市の駅でPRを実施した結果、入込数の獲得には成功したが、工房周辺には人が溢れ、結果的にオーバーツーリズム状態となった。ウォーキングを主目的とした観光客は、伝統工芸士の説明を聞かず、素通りするだけで商品も買わないといった和紙産地に弊害をもたらす最悪の結果を招いてしまった。課題解決に向け、工房にアンケート調査を実施したところ、失敗の原因是「工房見学のルールがなかったこと」であると判明し、見学時間を設ける予約制、受け入れ可能人数に合わせた定員制、見学料の導入など、観光客を受け入れるために必要なことを工房ごとに定めた。さらに、受入側の負担を減らし、受け入れるメリットを見出すための取組が重要であると考え、狙うべき顧客ターゲットを伝統工芸の価値を理解・共感し、産地と来訪者の双方に有益な取組が望めるトップ層に焦点を当てた。このトップ層を、「プロフェッショナル層」と「高付加価値旅行者」に分け、「プロフェッショナル層」には伝統工芸士への説明方法の研修やインテリア関係出展等によるビ



西野事務局長の発表資料



ジネスのつながりを、「高付加価値旅行者」には工房体験や多言語通訳ガイドの育成等による観光消費額向上のアプローチによって、観光を通じて伝統工芸の課題を少しづつ解決し、伝統工芸士の誇りの醸成、来訪者の増加、長く続く神事や文化の継承、観光ガイドの増加など、好循環を生み出している。

■パネルディスカッション

【モデレーター】

チン・レ・アイン ベトナム国家大学ハノイ校人文社会科学大学
観光学部事業管理部長

【パネリスト】

ド・カム・トー ベトナム国家観光局（VNAT）企画・財務部課長
ホアン・ダオ・バオ・カム ベトナム文化芸術スポーツ観光研究所
(VICAST) 観光研究開発部長

フン・クアン・タン ベトナム・グリーンツーリズム協会 会長

鈴木 宏子 観光庁 国際関係室室長

西野 吉幸 越前市観光協会事務局長

沢登 次彦 株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター
センター長（オンライン参加）

アイン部長：多くの研究者の意見では、クリエイティブツーリズムの第1世代は「見るだけ・行くだけ」という受動的なもの、第2世代は「観光地の住民の生活を研究・理解するもの」、現在の第3世代では、「観光客が単に見るだけでなく主体性を持ち、さらにはクリエイティブツーリズムの体験を住民と共に創出するもの」となる。

Q1：クリエイティブツーリズムが観光地における持続可能な観光に貢献できること又は期待することは何か。

A（トー課長）：「クリエイティブツーリズムの開発」は非常に新しい概念である。これは形態の変更であり、観光客のニーズの変化から発生したものである。一般的な観光から文化体験へ、そして将来的には「文化的価値を創造していく」段階へ移行していく。文化的価値を創出できれば、観光資源を有効

活用できる。この手法は文化価値の保護のみならず、観光地の住民・職人の雇用創出にもつながり、観光分野の事業者の参加も誘致できる。すべての関係者にメリットをもたらすものとなるだろう。

A（鈴木室長）：クリエイティブツーリズムは、地域資源を見直し、観光客の意見を取り入れて新たな地域資源に付加価値をつけることで、地域の文化保護や継承につながる。加えて、新たな経済活動や雇用が生まれ、観光客が増加することで、地域に新たな経済的付加価値がもたらされる。観光地の差別化、その土地ならではのユニークでオーセンティックな体験の提供において非常に有益である。観光名所が少ない地域でも、推進することによって可能性が広がる。取組が一過性にならず、持続可能な形で継続する仕組みを作ることが重要である。

A（カム部長）：

- ・観光資源の調査事業も重要である。いくら調査しても容易に見つからない資源もある。
- ・ベトナムは既存の観光資源の付加価値を高めることはあまり得意ではなく、越前市等日本の事例から学ぶべきである。30年ほど

前の新聞記事で、日本の伝統工芸品が10~15ドルで販売されていたものを、外国人のアドバイスにより200ドルで売るようになった例が紹介されていた。それにより、美術的な価値だけでなく精神的・歴史的価値も高まった。

A（西野事務局長）：

- ・「伝統工芸」という言葉は「品物」を想起しがちだが、越前市が着目したのは、それを造っている「本物の製造現場」と「本物の職人」である。そこへ富裕層を誘客しようと取り組んできた。
- ・以前は、伝統工芸士が「注文されたものだけを作る」傾向にあつたが、現在では様々な新商品の制作に果敢に挑戦するようになっている。この変化が次のステップとなり、持続可能性を深めることにつながっていると感じている。

A（沢登センター長）：

- ・ベトナム側の発表にあった「クリエイティブツーリズムは人間中心の観光モデルであり、地域住民や旅行者の精神的な豊かさを高め、人間的な価値を広げていく」という言葉が非常に印象的であり、これから観光に重要な可能性を示唆していると感じた。
- ・今後、地域でクリエイティブツーリズムを開ける際、重要な視点は、この創造的・文化的価値を通じて地域に「経済的価値」と「社会的価値」の両方がもたらされるか否かであり、ここを最後まで見守り、作り続ける必要があると感じた。
- ・プロセスとしては、まず地域住民を交えて未来に残すべき、あるいはつないでいくべき文化的価値やビジョンを深く検討することである。「なぜ残すのか」「なぜ残したいのか」という起点が重要である。それが定まれば、創造的なアプローチで付加価値をつけ、魅力的な商品に仕立てる。それにより来訪者の深い共感を呼び、「つながりたい」「共創したい」という意識を醸成する。結果としてロイヤリティの高い顧客となり、生涯を通じて何度も訪れる地域となるだろう。そこで生まれる経済効果を、文化資源を作っている地域社会全体に還元・循環させる。住民の誇りも高まり、経済的豊かさと来訪者の質の高さが相まって、オーバーツーリズム対策にもつながる。このプロセスの構築が重要である。



Q2：各々の立場から、観光分野における創造的付加価値の促進に向けて、どのように取り組もうと思うか。

A（沢登センター長）：地域の思いと旅行者のニーズを一致させることができ、持続的な観光につながるが、そのためには、第三者の視点が不可欠であると考える。私は、ファシリテーターとして、客観的かつ俯瞰的な立場から深い議論を導き、当事者意識を持った合意形成を支援する存在でありたい。

A（タン会長）：課題点について、第一に「創造の範囲をどこまで定義するか」、第二に、地元の経済社会の発展を促進する役割を果たすが、もし「経済・ビジネス開発」を第一目標と認識すれば、アプローチとして誤りである。第三に、環境への悪影響を考慮すべきである。

本開催概要は主催者の責任でまとめています。

当日の講演資料等は運輸総合研究所のWEBページでご覧いただけます。
<https://www.jttri.or.jp/events/2025/workshop251112.html>

