

2017年8月25日

ツーリズムEXPOジャパン推進室



ツーリズムの未来を予感させる取り組みが結集

応募総数は過去最高の239件となる

第3回ジャパン・ツーリズム・アワード 各賞決定！

—南三陸ホテル観洋が大賞を受賞—

取組名「震災を風化させないための語り部バス」による地域交流活性化

(公社)日本観光振興協会、(一社)日本旅行業協会と日本政府観光局(JNTO)は「ツーリズム EXPO ジャパン 2017」【会期:2017年9月21日(木)~24日(日)】の開催に先立ち、「第3回ジャパン・ツーリズム・アワード」(審査委員長:本保良明 国連世界観光機関駐日事務所代表、首都大学東京特任教授)の各賞を決定しました。

大賞は、南三陸ホテル観洋の「震災を風化させないための語り部バスによる地域交流活性化への取り組み」が受賞しました。2011年3月の東日本大震災直後から、宿泊施設を被災者に提供するなど地域に寄り添い復興の道を開き、同時に「語り部バス」を催行して震災体験を宿泊客に伝えることで防災意識の向上を図り、震災を風化させないためのたゆまぬ取り組みが高く評価されました。

本年は国連の定める「持続可能な観光国際年」でもあり、持続的な観光への取組をテーマとして募集を進めた結果、昨年の158件を大きく上回る239件のいずれも持続的な取組の応募がありました。国内・訪日領域、海外領域、UNWTO(国連世界観光機関)部門の3カテゴリーとし、国内・訪日領域 187件(最多の応募部門は国内・訪日領域地域部門の79件)、海外領域 48件、UNWTO 部門 4件でした。多くのICT関連企業からツーリズムの拡大に資する取り組みがあり、また、本年新設のメディア部門には美しい映像を駆使して国内外の魅力を発信して需要の拡大を目指す取り組みの応募がありました。

ジャパン・ツーリズム・アワードは「ツーリズム EXPO ジャパン」とのシナジー効果により、国内・海外の団体・組織・企業の持続可能で優れた取り組みを表彰することで、ツーリズム業界の発展・拡大に寄与することを目的としています。本アワードの特長として、連続応募、連続受賞を可能とすることで、応募取組の継続性・発展性を重視しています。本年は3回連続でスタービレッジ阿智誘客推進協議会が国内・訪日領域地域部門賞を受賞しました。

表彰式は本年9月21日(木)のツーリズム EXPO ジャパン開会式に続いて執り行われます。

※各受賞者については別紙を参照願います。

(別紙1)

第3回ジャパン・ツーリズム・アワード受賞者 審査結果

1. 応募団体数

領域	部門			計
	ビジネス	地域	メディア	
国内・訪日	78	79	30	187
海外	34	10	4	48
UNWTO				4
合 計				239

2. 選考結果

(1) UNWTO 部門賞

- ①審査委員会: 2017年8月3日(木) 14:00~16:30
- ②選考結果: 全国産業観光推進協議会

(2) ジャパン・ツーリズム・アワード

- ①審査委員会: 2017年8月7日(月) 14:00~16:10
- ②選考結果

大 賞: 株式会社阿部長商店 南三陸ホテル観洋 (国内・訪日領域 ビジネス部門)

受賞者: 南三陸ホテル観洋

『「震災を風化させないための語り部バス」による地域交流活性化の取り組み』



南三陸ホテル観洋 全景

【受賞コメント】 女将 阿部憲子

大賞に選ばれましたこと、大変光栄に存じ、私たちの思いを今後も発信していくための大きな励みになり心より感謝申し上げます。語り部活動は国や世代を超えて地域の歴史や文化の継承を未来へ伝え、多くの方々が現地を訪れるキッカケとなり、地域の交流人口拡大や緑と絆を結んでおります。震災復興だけでなく、観光振興、地方創生に繋げていくために、大賞受賞の栄誉を胸に一層地域の発展に努めて参ります。この度は誠にありがとうございました。

※受賞一覧について別紙2を参照願います。

(別紙2)

第3回ジャパン・ツーリズム・アワード受賞者

◆大賞(1点)株式会社阿部長商店 南三陸ホテル観洋



防災庁舎前

【取組内容】
『「震災を風化させないための語り部バス」による地域交流活性化の取り組み』 (国内・訪日領域 ビジネス部門)
【評価ポイント】
2011年の東日本大震災直後から宿泊施設を被災者に提供するなど地域に寄り添い復興への道を開いた。同時に震災体験を伝えることで防災への意識向上を図っている。震災を風化させないためのたゆまぬ取組みを評価した。被災地の復興のためさらなる継続を期待する。

<国内・訪日領域>

◆領域優秀賞(3点)

【団体名】	【取組内容】
パークホテル東京	『アーティスト・イン・ホテル プロジェクト』(ビジネス部門)
【評価ポイント】	ホテルの客室をアート空間にする先駆的な取組でインバウンド市場での差別化を進めると同時に日本の魅力を増加させている。
大歩危・祖谷いってみる会 (徳島県)	『秘境山間地のインバウンドへの取り組み』(地域部門)
【評価ポイント】	公的資金に依存せずインバウンド客を27倍に増加した実績は見事。秘境・祖谷溪温泉をブランド化させた。
田舎館村むらおこし推進協議会 (青森県)	『田んぼアート』(地域部門)
【評価ポイント】	各地で行われる「田んぼアート」の先駆的存在、田植えや稲刈りなどの体験を加えて進化を続けている。地域活性化とともにビジネスモデルとなっている。

◆審査委員会特別賞(1点)

【団体名】	【取組内容】
青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県の東北6県並びに一般社団法人東北観光推進機構	『デジタルコンテンツプロモーション』
【評価ポイント】	東北の魅力を面のみならず点でも捉え、YouTubeを通じて質の高い映像で魅力を世界に発信、再生回数も増加してインバウンドの需要拡大に起用している。

◆ビジネス部門 部門賞(19点)

【団体名】	【取組内容】
株式会社ミキ・ツーリスト	『欧州サプライヤーを東北へ ～日本人の訪欧旅行のサプライヤー事業者向け訪福島ツアー～』
【評価ポイント】	欧州からの来訪者が少ない福島県への来訪促進につながり、震災復興にもつながっている。
東京グレートツアーズ	『東京グレートツアーズ』株式会社 諏訪田製作所
【評価ポイント】	東京を訪れる外国人観光客に環境保護、健康志向の観点で自転車、カヤック、ランで都市観光を提供している。
佐賀嬉野バリアフリーツアーセンター (佐賀県)	『温泉旅行を全ての人へ ～ハード・ソフト両面からのバリアフリー化～』
【評価ポイント】	身障者のみならず、高齢者や外国人などが安心して温泉を楽しめる機会を提供する取組みである。

株式会社 諏訪田製作所 (新潟県)	『OPEN FACTORY』
【評価ポイント】	日本のモノづくりの素晴らしさを実感できる工場開放は産業観光の原点。SUWADA を世界ブランドに引き上げた。
有限会社 森の国 (鳥取県)	『大山ダウンヒルサイクリングツアー』
【評価ポイント】	サイクリングが注目される中、ダウンヒルという新しい切り口に着眼した点が素晴らしい。地元の文化や自然、産業にも触れるメニュー作りも評価できる。
富士山登山学校ごうりき (山梨県)	『富士山における少人数の高付加価値エコツアー』
【評価ポイント】	近年、気軽に富士登山に臨む観光客が増えるとともに、ごみに関する問題も深刻化する中、富士山保護に寄与する素晴らしい取組みだ。
有限会社ワックジャパン	『海外富裕層観光客に対する文化体験サービスの提供と講師の育成』
【評価ポイント】	外国人富裕層を対象を絞り、他では体験できない重厚なメニューを用意して日本文化の魅力を余すことなく伝える取組みである。
おんたけアドベンチャー (長野県)	『自然湖ネイチャーカヌーツアー』
【評価ポイント】	エコツーリズムを通じて貴重な自然遺産の保全と、震災の記憶を後世に語り継ぐための素晴らしい取組みである。
京王電鉄株式会社	『中部地方に特化した訪日外国人旅行者に対応できる観光案内所 (中部地方インフォメーションプラザ in 京王新宿)の運営』
【評価ポイント】	一交通事業者が中心となり新たなルート開発に対する取組みで、移動から宿泊手配までワンストップで対応する点も評価のポイント。
ハウステンボス株式会社 変なホテル事業開発室 (長崎県)	『ロボットを活用したおもてなしビジネス』
【評価ポイント】	人材不足が予想され中、ホテル内におけるサービスを全てロボットで対応するといった先進的な取組みとして評価される。
くまの体験企画 (三重県)	『熊野古道伊勢路をつなぎ広げるエコツーリズム』
【評価ポイント】	世界遺産の熊野古道を保全や周辺地域の文化紹介という形で着地型のエコツアーを推進している点が評価される。
ピッキオ ワイルドライフリサーチセンター (長野県)	『野生動植物の持続可能な観光活用と保護管理』
【評価ポイント】	自然との共生、野生動植物の保護は重要な課題。これらを観光的に活用し、得られた収益で保護活動に取り組む仕組みが評価される。
ゆっくりずむ北海道 (北海道)	『美味しく・楽しく・感じる・地域を繋ぐエコツアー』
【評価ポイント】	北海道の魅力である食や自然、文化を観光の素材として、ストーリー性を持ったエコツアーの造成を進めている。
株式会社 JTB メディアリテリング	『復興支援から地域交流の創造へ(岩手県大槌町と JTB 旅物語の取組み)』
【評価ポイント】	震災以降、旅行会社の社員がボランティアを継続することで地域との絆が生まれ、商品造成を進め地域交流を創造した取組みである。
クラブツーリズム株式会社	『シリーズで全てをあるく！ 東海道五十三次の旅』
【評価ポイント】	ウォーキングブームの中、旧街道をただ歩くだけでなく、地域の歴史や文化、人との触合いが盛り込まれた魅力ある商品である。
江ノ島電鉄株式会社	『台湾との観光連携事業』
【評価ポイント】	台湾からのインバウンド拡大による利用促進を目指す取組として評価される。台湾の関係機関との交流・連携も素晴らしい。
東日本旅客鉄道株式会社	『JR 東日本のシニア向け会員組織「大人の休日倶楽部」による 10 年以上にわたる観光流動創出』
【評価ポイント】	完全に定着した取組み。大人の休日倶楽部の CM はインパクトが強く、旅行の動機づけになるなど、国内旅行の拡大に大きく貢献している。

SATOYAMA EXPERIENCE (岐阜県)	『SATOYAMA EXPERIENCE』
【評価ポイント】 地域の様々な資源の魅力を着地型の商品として造成。ツアー参加者も増大しており、インバウンドビジネスの成功事例といえる。	
東日本旅客鉄道株式会社	『クルーズトレイン「トランスイート四季島」の運行』
【評価ポイント】 最高級の旅を提供するといったコンセプトで、車内から立ち寄り先まで上質で洗練された体験が提供されている点が評価できる。	

◆ビジネス部門 奨励賞(2点)

【団体名】	【取組内容】
エジソンハードウェア株式会社	『非常用多言語装置』
【評価ポイント】 訪日客への有事における多言語情報発信機器としてその役割への期待は大きい。	
株式会社帝国ホテル	『持続的な環境活動を通じた直営4ホテルのエコマーク同時取得を達成～快適性・安全性・利便性の追求と環境配慮を両立し、ホテル業界の価値向上に貢献～』
【評価ポイント】 ホテル事業者として地球環境保全へ向けた持続的な取り組みを期待。	

◆ビジネス部門 努力賞(1点)

【団体名】	【取組内容】
日本航空株式会社	『訪日お客さま向け日本紹介サイト「JAL Guide to Japan」および 訪日プロモーションサイト「Explore Japan」の企画・運営』
【評価ポイント】 3年連続応募で、着実にサイトの魅力が向上しており成果もあげている。	

◆地域部門 部門賞(19点)

【団体名】	【取組内容】
特定非営利活動法人信越トレイルクラブ (長野県)	『信越トレイル「トレッキングによる訪日外国人向け里山自然・文化体験」』
【評価ポイント】 トレッキングで日本の自然・四季を感じていただくだけでなく、和紙づくり等の文化体験型の要素が融合されている点が評価される。	
福島県	『ダイヤモンドルート情報発信事業』
【評価ポイント】 データに基づく高度なマーケティングが極めて先進的。プロモーション動画のレベルも高く、広域での観光ルート形成にも効果が期待される。	
公益社団法人びわ湖大津観光協会	『「ちはやふる×かるたの聖地・大津」観光客誘客促進事業』
【評価ポイント】 単独で推進するロケツーリズムが多い中、ゆかりの地と連携による広域での取組みや、交通事業者との連携による展開が評価される。	
特定非営利活動法人おおぎみまるとつーリズム協会(沖縄)	『人と自然と文化が響きあう！いぎみ(大宜味)まるごと体験！』
【評価ポイント】 沖縄の豊かな自然環境や島内文化を観光素材とし、地域が連携し民泊という仕組みで提供し訪問客を増やしている。	
スタービレッジ阿智誘客促進協議会 (長野県)	『スタービレッジ阿智 日本一の星の村』
【評価ポイント】 満天の星空を見たいという要望を叶える取組みで、町全体で「星の村」をアピール。毎年企画を進化させ訪問客が増加している。	
(一社)うるま市観光物産協会 (沖縄県)	『島活性化事業「イチハナリアートプロジェクト+3」』
【評価ポイント】 古民家、沖縄の原風景にアートを融合させ観光の舞台に仕立て地域を活性化させようとする発想は評価できる。	
一般社団法人 草津温泉観光協会 (群馬県)	『草津温泉観光協会 DMO』
【評価ポイント】 観光先進地である草津においても、DMOとして映像を活用してマーケティング重視した地域づくりを進めている。	

株式会社よしもとラフ&ピース (沖縄県)	『島ぜんぶでおーきな祭～沖縄国際映画祭～』
【評価ポイント】 沖縄をアジアのエンターテインメント発信拠点にする目標の元、よしもとの知名度も活かし一大イベントとして定着させた。	
一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社 (埼玉県)	『日本版「地域連携 DMO」』
【評価ポイント】 広域連携による DMO 視点での地域経営が評価される。アニメの舞台としても秩父の知名度が高まるなど成果も現れている。	
一般社団法人アレルギー対応沖縄サポートデスク (沖縄県)	『沖縄を、2020 年までに、アレルギー対応先進リゾートにしよう!』
【評価ポイント】 アレルギーに対する関心が高まる中、10 年に渡りアレルギー対策に取組みで差別化を進め、患者を抱える家族の旅行を実現した。	
一般社団法人 ONSEN・ガストロミー・ツーリズム推進機構	『全国温泉地における「ONSEN・ガストロミーウォーキングコース」の認定と普及活動』
【評価ポイント】 温泉地の食や自然、歴史・文化など地域資源を素材としたウォーキングコースの設定による滞在型温泉地形成の取組みである。	
すみだ地域ブランド推進協議会 (東京都)	『すみだ地域ブランド戦略』
【評価ポイント】 地場産品のブランド力を高めることで、ものづくりのまち墨田として産業と観光が融合した産業観光まちづくりが実践されている。	
おたおオープンファクトリー実行委員会 (東京都)	『おたおオープンファクトリー』
【評価ポイント】 小説「下町ロケット」の舞台ともなった大田区の町工場を観光の素材として、日本のものづくり力を内外に発信する取組みとして評価される。	
小松市役所 (石川県)	『ブランドカアップのテーマによるまちづくりと観光戦略』
【評価ポイント】 小松市の歴史や文化、産業などをテーマやストーリーで発信することによる交流人口の拡大に資する取組みとして評価される。	
倉吉まち魅力開発プロジェクト実行委員会 (鳥取県)	『ポップカルチャーの活用による世界に直結するまちづくり～レトロとクール の融合・調和による観光誘客～』
【評価ポイント】 歴史的建造物と、最先端のポップカルチャーを結び付けることにより若年層といった新たな観光客の誘致に結び付けた。	
NPO法人英田上山棚田団 (岡山県)	『住んで良し、来て楽しい、新しい村づくり』
【評価ポイント】 棚田の再生、保全・継承に対する取組みにより、地域コミュニティの再生、来訪者の拡大など地域活性化を推進している。	
NPO 法人炭鉱の記憶推進事業団 (北海道)	『炭鉱遺産で地域を元気にする観光まちづくり』
【評価ポイント】 北海道の近代化を支えた炭鉱を産業遺産として光を当て、観光素材として活用した産業観光としての取組として評価される。	
一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会 (京都府)	『かやぶきの里美山は観光でがっちり!』
【評価ポイント】 高齢化が進む中、DMO 的発想による地域経営で、各種プログラムを展開。観光客の増大による地域経済への貢献している。	
一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー (沖縄県)	『台風時観光客対策協議会』
【評価ポイント】 沖縄県にとって台風対策は重要な課題。観光客が安心して楽しめるよう沖縄旅行を観光事業者と連携して長年にわたり対策を進めている。	

◆ビジネス部門 奨励賞(2点)

【団体名】	【取組内容】
御坊日高博覧会実行委員会 (和歌山県)	『御坊日高博覧会(御博・おんぼく)』
【評価ポイント】 若年者を中心に地域の魅力を再認識する機会の醸成が受け入れ拡大につながる。	
杉原千畝ルート推進協議会	『杉原千畝ルート推進協議会』
【評価ポイント】 亡命ユダヤ人への「命のビザ」を発行した杉原千畝の足跡をたどりながら、日本とロシアの双方向交流の拡大を図っている。	

地域観光プロデューサー (滋賀県)	『地方創生は観光の力で！着地型観光で地域が変わる エコツーリズム・プラットフォーム機能の構築事業』
【評価ポイント】 人材育成とともに、地域の魅力を立体的にプログラムし観光の活性化を図っている。	

◆メディア部門 部門賞(19点)

【団体名】	【取組内容】
九州朝日放送	『「福岡恋愛白書」海外番販の取り組み』
【評価ポイント】 ドラマの題材は実際の恋愛エピソード。ドラマの舞台がすべて福岡県内で完結され、ロケ地めぐりといった地域への波及にも貢献している。	
広島フィルム・コミッション	『アニメーション映画「この世界の片隅に」の応援を通じたロケ地広島の魅力発信』
【評価ポイント】 映画公開前後を通じたセミナーや文化体験会、ロケ地めぐりなどにより地域の魅力をアピール、ロケ地広島の知名度向上に貢献している。	
株式会社JTBグローバルマーケティング&トラベル	『訪日旅行者向け無料マンガアプリ「Ms. グリーン」』
【評価ポイント】 日本の魅力を、マンガを通じて発信するまったく新しい発想の取組み。訪日プロモーション手法の一つとして評価される。	
日本放送協会	『NHK ワールド TV Journeys in Japan』
【評価ポイント】 日本の観光魅力を外国人目線で世界 16 か国に配信、外国人の訪日旅行に対する動機づけに結び付く番組として評価される。	
LIVE JAPAN 事務局	『LIVE JAPAN PERFECT GUIDE TOKYO』
【評価ポイント】 ガイドブックにも掲載されていない地域の最新情報を様々な事業者が連携してワンストップで外国人観光客向けに発信している。	
株式会社テレビ東京コミュニケーションズ	『テレビ東京「厳選いい宿」』
【評価ポイント】 多くの旅番組を制作するTV 東京で宿泊予約まで可能とし、周辺地域の魅力を発信し平日の利用促進にも貢献する番組である。	
株式会社イントゥ (千葉県)	『日本応援コミュニティ「JAPAN COLLECT」による千葉鴨川の魅力発信プログラム』
【評価ポイント】 海外からの宿泊客拡大を狙ったモニターによる SNS からの発信する取組みで、今後の宿泊客の増大に期待される取組みとして評価される。	

<海外領域>

◆領域優秀賞(1点)

【団体名】	【取組内容】
株式会社 JTB ワールドパッケージング	『ハワイにおける顧客利便性の圧倒的拡大を目的とした「O' OLU' OLU」ブランドの確立とマーケットニーズに正対した独自のインフラ・サービスの継続的開発』
【評価ポイント】 ハワイのみならず滞在型ツアーの基本となったプログラム。お客様満足の最大化とともに企画を多角化することで地域の魅力の拡大につながり、経済活性化に寄与している。	

◆審査委員会特別賞(1点)

【団体名】	【取組内容】
日本放送協会	『BSプレミアム「世界ふれあい街歩き」』
【評価ポイント】 世界 80 か国、430 の街・地区の人や食など魅力を旅人目線で魅力を紹介している。ガイドブックにはない路地裏や地区を訪れる番組は海外旅行需要の喚起に貢献している。	

◆ビジネス部門 部門賞(6点)

【団体名】	【取組内容】
株式会社アサヒトラベルインターナショナル	『50年にわたる教育旅行に特化したマーケットの拡大』
【評価ポイント】 海外教育旅行に長年取り組み、青少年の国際交流による相互理解に貢献している。	
株式会社エイチ・アイ・エス ユニバーサルツーリズムデスク	『看護師の実務経験が豊富なスタッフが同行する！初めてのパリ 6日間』
【評価ポイント】 様々なバリアを持つ人に寄り添って安心・安全な旅を提供している。	
関西エアポート株式会社	『関空旅博』
【評価ポイント】 海外への出発口でのプロモーションイベントは海外旅行需要の喚起につながっている。	
株式会社ジェイティービー	『業界唯一の全国店舗対応！JTBの海外透析ツアー及び、透析予約サービスの取組み』
【評価ポイント】 世界30か国の旅先で血液透析治療を受けることのできる企画で夢の実現をした。	
プリンセス・クルーズ ジャパンオフィス/株式会社 カーニバル・ジャパン	『日本におけるクルーズ人口の拡大と外国客船による日本拠点での定期運行クルーズ旅行の定着』
【評価ポイント】 日本のクルーズ人口の拡大に貢献すると同時に海外旅行需要も吸収した。	
フランス観光開発機構	『ランデヴー・アン・フランス』
【評価ポイント】 2015年秋のテロ以来の積極的な商談会開催で着実に日本人の観光需要を回復させている。	

◆ビジネス部門 奨励賞(1点)

【団体名】	【取組内容】
株式会社ナビタイムジャパン	『海外向け無料乗換案内サービス「NAVITIME Transit」の開発・提供』
【評価ポイント】 海外旅行者の利便性を高める現地の乗換案内サービスのさらなる拡大を期待。	

◆地域部門 部門賞(6点)

【団体名】	【取組内容】
エストニア政府観光局・ラトビア投資開発公社・リトアニア政府観光局	『バルト三国間における共同ツーリズム・プロモーション』
【評価ポイント】 国境を跨いだ共同観光プロモーションで「バルト三国」の魅力を市場に定着させた。	
ケニア共和国大使館/ケニア政府観光局	『ケニア認知度向上プロジェクト』
【評価ポイント】 認知度向上のため潜在的イメージに加え歴史・文化・風土などの魅力を発信している。	
MEXICO TOURISM BOARD	『Addressing a New Market: “Diversification of Regional Tourist Destinations and creation of New Products for the new generations”』
【評価ポイント】 歴史、文化、食など魅力あるメキシコに毎日2便の運航開始で需要の拡大が進んでいる。	

◆地域部門 奨励賞(1点)

【団体名】	【取組内容】
Kaunas IN	『Sugihara route』
【評価ポイント】 亡命ユダヤ人への「命のビザ」を発行した杉原千蔵の足跡をたどりながら、日本とリトアニアの双方向交流の拡大を図っている。	

◆UNWTO 部門賞(1点)

◆地域部門 奨励賞(1点)

【団体名】	【取組内容】
全国産業観光推進協議会	『「産業」が「観光」になる ～全国産業観光推進協議会の取組み～』
<p>【評価ポイント】</p> <p>我が国における消費者の観光に対する価値観の多様化により、新たに地域の魅力をじっくりと味わう本物志向の観光が求められるようになった。その中で、全国産業観光推進協議会は工業のみならず農林水産業、サービス業など地域の産業を観光素材として消費者に提供することで交流人口を拡大することを目的に普及活動を中心とした事業を展開しており、観光活動としての産業観光を定着、かつ持続的な取組としていることが評価された。</p>	