



Spain TALKS

Caring for the Future

イベント報告書

東京, 2026年6月23日

Spain Talks アジア初開催

プログラム

時間	プログラム
09:00	開会挨拶 駐日スペイン大使 イニゴ・デ・パラシオ・エスパーニャ 駐日スペイン大使館 観光参事官 エンリケ・ルイス
09:10	基調講演 株式会社アクセス・オール・エリア 代表取締役 浜田岳文氏
09:30	パネル1：国家観光戦略 - 観光庁 国際観光部長 中野 岳史氏 - スペイン観光推進局（Turespaña）総局長 ミゲル・サンス氏 モデレーター：駐日スペイン大使館 観光参事官 エンリケ・ルイス
10:00	パネル2：ベストプラクティス（オーバーツーリズム対策&新興観光地） - カタール・ニャ州政府観光局 アジア・パシフィックディレクター ラウル・ゲラ氏 - 京都市 観光政策監 西山 真司氏 - ラ・リオハ州政府観光・地域振興 局長 ビルヒニア・ボルヘス氏 - 一般社団法人 岐阜県観光連盟 事務局長兼統括事業部長 加藤 英彦氏 モデレーター：ツーリズム総合研究所 代表 石原 義郎氏
11:00	コーヒーブレイク
11:30	パネル3：観光における体験およびベストプラクティス（観光業界） - 日本旅行業協会 理事長 蝦名 邦晴氏 - スペイン観光庁 観光担当国務長官室顧問 イネス・クレスポ氏 モデレーター：ツーリズム総合研究所 代表 石原 義郎氏
12:00	Spain Talks Awards 表彰式 【メディア・アワード】 テレビ番組『朝だ！生です 旅サラダ』 【アンバサダー・アワード】 ウェブサイト『Green Spain Plus』 【エクスペリエンス・アワード】 ワールド航空サービス『カスティージャ・イ・レオン9日間』『サンティアゴ巡礼11日間』 【コーポレート・アワード】 Base Tres『古道再生プロジェクト』
12:15	閉会挨拶 スペイン観光推進局 総局長 ミゲル・サンス
12:30	ネットワーキングランチ

開会挨拶

2026 年 6 月 23 日、スペイン観光推進局（Turespaña）は、駐日スペイン大使館観光部を通じて、アジアで初となるフォーラム「Spain Talks ～未来を思い描く～」を東京で開催しました。本フォーラムは、未来の観光が直面する課題と可能性について考え、持続可能な観光のあり方を議論することを目的としたものです。

会場となった八芳園（東京）には、日本の観光業界、行政機関、観光地、企業、メディア関係者など約 100 名が参加し、スペインと日本の観光に関する知見や経験を共有するとともに、両国の関係者が意見交換を行う貴重な機会となりました。

開会式では、イニゴ・デ・パラシオ・エスパルニャ駐日スペイン大使と、駐日スペイン大使館観光参事官のエンリケ・ルイス・デ・レラが挨拶を行いました。両氏は、本フォーラムがアジアで初めて開催される意義を強調するとともに、観光分野におけるスペインと日本の緊密な協力関係について述べました。

大使は講演の中で、観光はそれぞれの社会を結び付ける重要な手段であるとともに、経済・文化交流を促進する原動力でもあると強調しました。また、スペインと日本は、観光地の持続可能性の確保、観光客の流れの適切な管理、地域住民との共生、観光の地域分散といった共通の課題に直面していると指摘しました。その上で、双方向の観光交流をさらに促進するためには、両国間の航空ネットワークの一層の充実が不可欠であるとの考えを示しました。さらに、単に観光客数の増加を目指すのではなく、文化遺産や景観、地域コミュニティを守りながら、旅行者に質の高い体験を提供する持続可能な観光モデルを推進していく必要性を訴えました。

続いて、駐日スペイン大使館観光参事官のエンリケ・ルイス・デ・レラは、国際的な視点から議論の背景を説明し、観光産業は依然として経済成長と雇用創出を支える重要な原動力であると述べました。一方で、観光需要の拡大に伴うさまざまな課題に対応するためには、より革新的で持続可能な観光マネジメントへの転換が不可欠であると指摘しました。また、2025 年には世界全体、スペイン、日本のいずれにおいても過去最高水準の観光実績が記録され、観光産業の力強さが示された一方で、その成長を地域や地域社会にとって具体的な利益へと結び付けていくことの重要性を強調しました。

こうした問題意識のもと、「Spain Talks～未来を思い描く～」では、観光地の競争力向上に向けた経験や優良事例、革新的な取り組みが共有されました。セッションでは、持続可能性、デジタル化、観光客の流れの適切な管理、アクセス・交通網の改善、新たな観光商品の創出、そして経済発展と地域住民の暮らし、文化・自然遺産の保全との調和など、多岐にわたるテーマについて活発な議論が行われました。

フォーラムを通じて一貫して示されたメッセージは、「これからの観光の成功は、単に訪問者数の多さによって測られるものではない」ということです。地域社会に広く利益をもたらし、観光を支える文化・自然資源を守り、地域住民の生活の質を向上させるとともに、旅行者により高い付加価値を持つ体験を提供できるかどうか、これからの観光の価値を測る重要な指標となることが改めて確認されました。

基調講演

ガストロノミーツーリズム：サステナブルツーリズムの原動力

浜田岳文氏

基調講演「ガストロノミーツーリズム — 持続可能な観光を牽引する最大の原動力」では、株式会社アクセス・オール・エリア代表取締役の浜田岳文氏が登壇しました。

浜田氏は、食をテーマにこれまで 128 の国・地域を訪れた豊富な経験をもとに、ガストロノミーツーリズムは、持続可能で地域分散型の観光を促進し、地域固有の文化やアイデンティティと旅行者を結びつける極めて有効な手段であると述べました。また、地域ならではの魅力を活かしながら、持続可能な観光の実現に大きく貢献する可能性について紹介しました。

講演は、スペイン・バスク州アラバ県の小さな村にあるレストラン「Arrea!」の事例から始まりました。同店は、シェフのエドルタ・ラモ氏が故郷へ戻り開業したレストランで、主要な観光ルートから離れた農村地域へ国内外の旅行者を呼び込むことに成功しています。狩猟文化や地元食材など、地域に受け継がれてきた伝統を現代的なガストロノミーとして再解釈し、その土地の歴史や文化を新たな食体験として提供している点が紹介されました。

続いて浜田氏は、この事例をもとに、ガストロノミーツーリズムが持続可能な観光に果たす五つの役割を示しました。第一に宿泊需要を生み出し地域消費を促進すること、第二に生産者や農家、漁業者、ワイナリーなど

地域産業への経済効果をもたらすこと、第三に繁忙期以外の旅行需要を創出し観光客の分散化に寄与すること、第四に天候の影響を受けにくい観光資源であること、そして第五に、従来の観光資源に乏しい地域であっても、新たな来訪動機を創出できることを挙げました。

さらに、日本における「Destination Restaurants」の取り組みも紹介されました。これは、2021 年から The Japan Times が実施しているプロジェクトで、東京などの大都市圏以外に位置する優れたレストランを毎年 10 店舗選出し、一軒のレストランそのものを旅の目的地として発信することで、地域活性化につなげることを目指すものです。富山県南砺市利賀村の「L'évo」の事例では、高い評価を受けるレストランが地域への来訪者を増やすだけでなく、地域への誇りの醸成や生産者の売上向上、関連産業の活性化にも大きく貢献していることが紹介されました。

講演の最後に浜田氏は、観光が真に持続可能なものとなるためには、その恩恵が地域社会へ確実に還元され、その仕組みが地域住民にも旅行者にも見える形で構築されることが重要であると強調しました。ガストロノミーツーリズムは、雇用の創出や地域文化への誇りの醸成、さらには観光客の少ない地域に新たな活力をもたらす大きな可能性を秘めています。しかし、その実現には、地域住民や生産者、地域サービスへ利益が適切に還元される仕組みづくりが不可欠です。浜田氏は、「観光は地域に負担をもたらす存在ではなく、地域を支える力となるべきである」というメッセージをもって講演を締めくくり、ガストロノミーツーリズムが持続可能な地域づくりに果たす役割の重要性を改めて示しました。

パネル 1: 日本とスペインの観光戦略

最初のパネルディスカッションは、駐日スペイン大使館観光参事官のエンリケ・ルイス・デ・レラの司会のもと、日本政府観光庁（JTA）の中野岳史国際観光部長と、スペイン観光推進局（Turespaña）のミゲル・サンズ総局長が登壇しました。



両氏は、日本とスペインそれぞれの観光政策や取り組みを紹介しながら、共通の課題である「観光の成功をいかに持続可能な形で実現するか」について意見を交わしました。具体的には、観光需要の拡大を、地域住民の生活の質の向上、観光産業の競争力強化、そして文化・自然資源の保全とどのように両立させていくかという視点から、両国の戦略や取り組みが比較・紹介されました。

日本の戦略：地域との共生・観光の分散化・レジリエンスの強化

観光庁の中野岳史国際観光部長は、訪日外国人旅行が急速に回復する中、日本の観光政策が直面する課題と今後の方向性について説明しました。2025 年の訪日外国人旅行者数は約 4,268 万人と過去最高を記録し、観光が日本経済や地方創生を支える重要な産業であることが改めて示されました。一方で、この力強い回復に伴い、観光客の地域的・时期的な集中という課題も一層顕在化しています。

発表では、外国人旅行者の宿泊の多くが東京・大阪・京都を中心とする三大都市圏や、いわゆる「ゴールデンルート」に集中している現状が示されました。その結果、一部地域では混雑や交通機関のひっ迫、観光マナーに関する問題、自然環境への負荷などが生じるとともに、観光による経済効果が地方へ十分に波及していないことが課題として挙げられました。また、こうした状況は旅行者の満足度や観光体験の質の低下にもつながりかねないとの認識が示されました。

こうした課題に対応するため、日本政府は「第 5 次観光立国推進基本計画（2026～2030 年）」を策定し、観光を成長産業として位置付けるとともに、地域住民との共生を政策の柱の一つに掲げています。同計画では、2030 年までに訪日外国人旅行者数 6,000 万人、訪日旅行消費額 15 兆円の達成を目指すほか、リピーターの増加、一人当たり旅行消費額の向上、大都市圏以外での宿泊促進、さらには観光客の受入れと地域住民の生活の質を両立できる地域づくりなどを重要な目標として掲げています。

また、中野氏は、オーバーツーリズム対策として、交通インフラや受入環境の整備、入場制限や混雑状況の可視化、周遊ルートの分散化、事前予約制度の導入、ピクトグラムを活用、観光マナーの啓発など、多角的な取り組みを紹介しました。さらに、西表島、美瑛町、佐賀・嵐山地区、銀山温泉などの事例を取り上げ、入域管理やデジタル技術の活用、情報発信、交通規制などを組み合わせることで、地域住民との共生と自然環境の保全を両立させる取り組みが進められていることを紹介しました。

スペインの戦略：より高い付加価値と持続可能な観光への転換

続いて、スペイン観光推進局（Turespaña）のミゲル・サンス総局長は、世界有数の観光立国であるスペインの現状と、今後の観光政策の方向性について説明しました。2025 年、スペインは約 9,700 万人の外国人旅行者を受け入れ、観光消費額は 1,350 億ユーロに達しました。観光産業は国内総生産（GDP）の 12.6%、雇用の 12.3%を占めるなど、スペイン経済を支える基幹産業となっています。

一方でサンス氏は、今後の観光政策は「より多くの旅行者を誘致すること」ではなく、「旅行者一人ひとりが生み出す価値を高め、観光をより適切にマネジメントすること」へと軸足を移す必要があると強調しました。

発表では、訪問者数、観光消費額ともに 2019 年の水準を上回り、とりわけ旅行者一人当たりの消費額が着実に増加していることが示されました。これは、旅行者数の拡大のみを目指すのではなく、「量」から「質」へと重点を移し、高付加価値化や観光商品の多様化を推進するスペインの観光戦略を裏付けるものとなっています。

その具体的な施策として、「Turespaña 運営基本計画 2026～2028」が紹介されました。同計画は、「スペイン持続可能な観光戦略 2030」を実現するための実行計画として位置付けられており、成熟した観光地ではブランド価値の向上や閑散期需要の創出、観光商品の多様化を進める一方、内陸部など認知度の低い地域では、アクセスの改善や海外での認知向上を通じて、新たな観光需要をバランスよく取り込むことを目指しています。また、重点分野として、ガストロミーツーリズム、プレミアムツーリズム、MICE などが挙げられました。

さらにサンス氏は、観光 DX や観光インテリジェンスの活用が、観光客の流れの最適化や旅行者の満足度向上、さらには観光地の競争力強化に不可欠であると説明しました。あわせて、スロートラベルや責任ある観光、まだ広く知られていないスペインの魅力をテーマに展開している国際 SNS キャンペーンを紹介しました。このキャンペーンは、12 の自治州、60 か所以上のロケーション、総移動距離 8,000 キロを超える規模で実施されており、より持続可能で地域に根ざした多様な旅の魅力を発信することで、スペインブランドの新たな価値を世界へ訴求する取り組みとなっています。

日本とスペインに共通する方向性

ディスカッションを通じて明らかになったのは、日本とスペインが共通して、「観光客数の拡大」を重視する従来の発想から、「観光の質」と「持続可能性」を重視する戦略へと転換を進めているという点です。両国とも、観光需要の地域分散、旅行者一人当たりの付加価値の向上、データやデジタル技術を活用した観光マネジメント、そして行政・観光地・民間事業者の連携強化を通じて、地域社会と調和した持続可能な観光の実現を目指していることが示されました。

パネル 2: ベストプラクティス (オーバーツーリズム対策 & 新興観光地)

第 2 部のパネルディスカッションは、ツーリズム総合研究所代表の石原義郎氏がモデレーターを務め、異なる課題や発展段階にある観光地の事例が紹介されました。



パネルでは、カタルーニャ州・バルセロナ市や京都市のような世界的に高い人気を誇る観光地が直面する課題と、ラ・リオハ州や岐阜県のように、国際的な認知度の向上やさらなる観光振興の可能性を有する地域の取り組みを比較しながら議論が行われました。それぞれの地域が抱える課題や戦略を共有することで、持続可能な観光地づくりに向けた多様なアプローチについて理解を深める機会となりました。

カタルーニャ州とバルセロナ市: 観光の成功を持続可能な発展につなげる

カタルーニャ州政府観光局アジア・パシフィックディレクターのラウル・ゲラ氏は、カタルーニャ州における国際観光の発展と、それに伴う課題への対応について講演しました。同州を訪れる外国人旅行者数は、バルセロナ・オリンピックが開催された 1992 年の約 200 万人から、2025 年には約 2,000 万人へと大幅に増加しました。この成長は、地域経済や雇用に大きく貢献した一方で、観光地として新たな課題も顕在化させています。

具体的には、公共交通機関や都市空間の混雑、住宅市場への影響、短期賃貸型宿泊施設の増加、歴史地区におけるジェントリフィケーション（地域住民の転出）、さらには一部旅行者によるマナー違反を背景とした住民の不満の高まりなどが挙げられました。こうした状況を踏まえ、現在のバルセロナに求められているのは、観光客数のさらなる増加ではなく、観光活動そのものを適切にマネジメントすることであると説明しました。

その具体策として、バルセロナ市およびカタルーニャ州で進められているさまざまな施策が紹介されました。主な取り組みとして、観光用アパートメントの営業許可の制限および段階的な削減、観光税制度の見直し、観光バス専用駐車場の事前予約制の導入、グエル公園へ向かう 116 番バスの利用状況を踏まえた来訪者の流れの管理、クルーズ船ターミナルの削減や短時間寄港への課税強化、ガイド付きツアーの参加人数の制限、さらに観光ガイドによる拡声器の使用禁止などが挙げられました。

また、ゲラ氏は、「ある観光スポットへの立ち入りを制限しただけでは問題は解決しない」と指摘しました。適切な対策を講じなければ、旅行者が別の場所へ移動し、新たな混雑を生み出す可能性があるため、観光客の行動を見据えた総合的な観光マネジメントが不可欠であると強調しました。

最後に、カタルーニャ州の観光戦略として、観光需要の平準化、観光客の地域分散、住民と旅行者の良好な関係の構築、持続可能性の向上、地域への経済効果の拡大、リピーターの獲得、そして「カタルーニャ」ブランドの強化といった目標が示されました。同州の取り組みは、観光振興を中心とした政策から、観光地全体を戦略的にマネジメントする政策へと転換した先進的な事例として紹介され、持続可能な観光地づくりの方向性を示す好例となりました。

ラ・リオハ州: 地域が共有する観光のビジョンづくり

ラ・リオハ州政府観光・地域振興局長のビルヒニア・ボルヘス氏は、国際的な認知度はまだ高くないものの、大きな成長の可能性を秘めた観光地としてのラ・リオハ州の取り組みについて紹介しました。同州は、約 5,000 平方キロメートルの面積に約 32 万人が暮らし、174 の自治体を擁しています。世界的にはワインの産地「リオハ」として高い知名度を誇る一方で、そのブランド力が必ずしも「ラ・リオハ」という地域全体の観光地としての認知には結び付いていない現状について説明しました。

また、ラ・リオハ州は、これまで観光を地域経済の中心として発展してきた地域ではなく、そのことが同州の強みであると同時に課題でもあると述べました。地域経済は安定しており、ワインをはじめとする豊かな地域資源を有していますが、多くの自治体では人口が 300 人未満で、人口減少や過疎化が進んでいます。このような状況の中で、観光は地域の活力を維持する重要な役割を果たし得る一方、地域の将来を観光だけに依存して描くべきではないとの考えを示しました。

ボルヘス氏は、重要なのは単に観光客数を増やしたり、プロモーションを強化したりすることではなく、「地域の将来像の中で観光がどのような役割を果たすべきか」という方向性を地域全体で共有することであると強調しました。その実現に向けて、ラ・リオハ州では、観光インテリジェンスシステム、観光ガバナンス計画、地域アイデンティティとブランドの構築という三つの戦略を相互に連携させながら推進しています。これらの取り組みを通じて、データに基づく観光政策の推進、多様な関係者との対話の促進、そして地域の実情を反映した共通のビジョンの形成を目指していることが紹介されました。

最後に、ボルヘス氏は、ラ・リオハ州は観光需要が過度に集中していないという利点を生かし、自らが目指す観光のあり方を主体的に設計できる地域であると述べました。地域のアイデンティティや住民、文化遺産、ワイン、言語、文化といった固有の資源を将来の地域づくりと結び付けながら、地域社会と調和した持続可能な観光モデルの構築を目指していることを紹介し、講演を締めくくりました。

岐阜県：地域文化の保全につながる持続可能な観光

岐阜県観光連盟事務局長兼統括事業部長の加藤英彦氏は、東京・京都・大阪のほぼ中間に位置する内陸観光地としての岐阜県の取り組みについて紹介しました。岐阜県は、日本の原風景や伝統文化を体験できる地域として国内外から注目を集めており、世界文化遺産の白川郷や高山市、中山道などを有しています。特に中山道は、ヨーロッパの旅行者から「日本のサンティアゴ巡礼路」とも称されるなど、高い人気を集めていることが紹介されました。

岐阜県では 2009 年から本格的な海外プロモーションに取り組み、2025 年には外国人延べ宿泊者数が約 199 万人泊と過去最高を記録しました。なかでもスペインは、イタリアやフランスと並ぶ重要な欧州市場の一つとなっています。一方で、観光客が特定の地域に集中していることに加え、滞在期間の短さや国際的なラグジュアリーホテルの不足、高付加価値の体験型コンテンツが十分ではなかったことなどから、一人当たりの旅行消費額の向上が課題となっていることが説明されました。

講演では、世界文化遺産・白川郷を事例に、観光を地域文化の保全へとつなげる取り組みが紹介されました。白川郷は 1995 年に世界文化遺産に登録され、2023 年には国連観光機関（UN Tourism）の「ベスト・ツーリズム・ディレジット」に選定されています。しかし、白川郷はテーマパークではなく、現在も約 500 人の住民が暮らす生活の場です。合掌造り集落は、1971 年に住民が定めた「売らない・貸さない・壊さない」という理念のもと、大切に受け継がれています。

また、合掌造りの茅葺き屋根は約 30 年ごとに大規模な葺き替えが必要となるため、多額の維持管理費がかかります。白川村では、その費用の約 90%を補助し、その財源として観光駐車場収入の 30%を保全基金に充てています。この仕組みにより、観光による収益を文化遺産の保全へ直接還元する持続可能なモデルを構築しています。さらに、ピクトグラムを活用したマナー啓発や住居への立ち入り防止対策、駐車料金の見直しなどを通じて、観光客の適切な受入れと文化遺産の保全を両立する取り組みも進められています。

さらに岐阜県では、コロナ禍以前から「GIFU, Timeless Japan, Naturally an Adventure」をブランドコンセプトに掲げ、自然や伝統工芸、中山道、地歌舞伎、関市の刃物、美濃焼、美濃和紙など、地域固有の資源を生かした観光コンテンツの充実を進めています。約 60 種類の体験型オプションツアーを造成することで、滞在期間の延長や旅行消費額の増加を図るとともに、観光客を県内各地へ分散させる取り組みを推進しています。

講演では、観光を単なる地域振興の手段として捉えるのではなく、地域文化や暮らしを守り、次世代へ継承していくための仕組みとして活用することの重要性が示され、持続可能な観光地づくりに向けた岐阜県の先進的な取り組みが紹介されました。

京都市：デジタル技術を活用した観光客の分散化

京都市観光政策監の西山真司氏は、国内外から多くの旅行者を迎える成熟した観光都市としての京都市の取り組みについて紹介しました。2025 年の京都市への来訪者数は過去最高となる 6,279 万人を記録し、そのうち 79.8%が日本人旅行者、20.2%が外国人旅行者でした。一方で、混雑は年間を通じて市内全域で発生しているわけではなく、清水寺、祇園、伏見稲荷大社、嵐山、京都駅周辺などの人気観光地において、特定の時間帯や季節に集中していることが説明されました。

また、京都市では、路線バスや主要道路の混雑、特定エリアへの観光客の集中、一部旅行者によるマナー違反、違法・無許可宿泊施設の増加などが課題となっています。一方、市民意識調査では、多くの市民が観光産業の重要性を認識しているものの、混雑や観光客の行動による影響を実際に感じている人も少なくないことが紹介されました。観光が地域経済を支える重要な産業である一方、地域住民の暮らしとの調和をいかに図るかが大きな課題となっています。

こうした課題に対応するため、京都市では、観光客の地域的・時間的・季節的な分散を柱とした施策を推進しています。「とっておきの京都」プロジェクトでは、市内中心部以外の魅力ある地域への誘客を進めるとともに、夏季・冬季キャンペーンを通じて観光需要の平準化を図っています。また、事前予約の推奨や早朝・夜間観光の促進、鉄道事業者との連携による周遊ルートの多様化などにも取り組んでいます。

さらに、デジタル技術を活用した観光マネジメントについても紹介されました。観光情報を一元的に提供する「Kyoto Smart Navi」では、観光スポットの情報に加え、ライブカメラによる混雑状況、手荷物預かりサービス、桜や紅葉の見頃などをリアルタイムで確認することができます。また、「京都駅デジタルマップ」では、コインロッカーの空き状況や手荷物配送・一時預かりサービスの情報を提供するとともに、AIを活用した案内機能により、利用者の円滑な移動を支援しています。

また、観光特急バスの運行や「手ぶら観光」の推進、公共交通機関の混雑状況のリアルタイム配信など、デジタル技術を活用したさまざまな取り組みも紹介されました。これらの施策を通じて、観光客の利便性向上と混雑の緩和を両立させるとともに、地域住民と旅行者が快適に共存できる持続可能な観光地づくりを目指していることが示されました。

第3部：ベストプラクティス（観光産業）

第3部のパネルディスカッションは、第2部に引き続きツーリズム総合研究所代表の石原義郎氏がモデレーターを務め、行政や観光地の取り組みに加え、観光関連企業や業界団体の視点から、持続可能な観光の実現に向けた取り組みについて議論が行われました。

パネリストには、スペイン観光庁の観光担当国務長官室顧問のイネス・クレスポ氏と、日本旅行業協会（JATA）理事長の蝦名邦晴氏が登壇しました。セッションでは、多様化する旅行者のニーズに対応し、持続可能性と高い付加価値を両立させる観光商品や体験、サービスをどのように創出していくかをテーマに、それぞれの取り組みや考え方が紹介されました。



スペイン：観光プロモーションから観光の変革へ

スペイン観光庁の観光担当国務長官室顧問のイネス・クレスポ氏は、スペインの観光政策が、従来の国際プロモーションを中心とした施策から、観光地や観光産業そのものの変革を目指す政策へと発展してきた経緯について説明しました。その象徴的な取り組みとして、観光担当国務長官室内に観光政策総局が新設されたことが紹介されました。Turespaña が引き続き海外市場へのプロモーションやスペインブランドの発信を担う一方で、観光政策総局は、観光商品の多様化、持続可能性や競争力の強化、官民連携の推進、さらには観光地の変革を担う役割を果たしています。

こうした政策転換は、新型コロナウイルス感染症の拡大と EU の復興基金「Next Generation EU」を契機として加速しました。観光政策は、「いかに旅行者を誘致するか」という視点から、「いかに持続可能で、デジタル化され、競争力とレジリエンスを備え、地域間の均衡ある発展を実現するか」という視点へと大きく転換しています。その具体的な施策として、「Experiencias Turismo España（スペイン観光体験プログラム）」と「観光地持続可能性計画（PSTD）」が紹介されました。

「Experiencias Turismo España」は、持続可能で革新的かつ市場性の高い観光商品の開発を支援する事業です。単に個別のプロジェクトを支援するのではなく、地域や関係者のネットワーク形成、ガバナンスの強化、人材育成、デジタル化、販路開拓、さらには地域の魅力を一体的に発信するストーリーづくりを推進することで、各地に点在する観光資源を競争力のある観光商品へと発展させることを目的としています。講演では、「Wildlife Spain」、「Villas Romanas de Hispania（ローマ街道・ローマ遺跡ネットワーク）」、「古城・宮殿ネットワーク」、「Oleoturismo España（オリーブオイルツーリズム）」、「観光列車」、「España en Floración（フラワーツーリズム）」、「アストロツーリズム」など、多彩な事例が紹介されました。

一方、「観光地持続可能性計画（PSTD）」は、持続可能性、アクセシビリティ、デジタル化、観光マネジメントの強化に向けた投資を通じて、観光地の競争力向上を支援する制度です。対象地域の特性に応じて、成熟したビーチリゾート、歴史都市、自然地域、農村地域、内陸部など、それぞれの課題に応じた施策が展開されています。講演では、バレンシア州ベニドルム、グラン・カナリア島、トレドの事例が紹介され、持続可能なモビリティや脱炭素化の推進、自然環境の保全と来訪者管理、文化遺産の保全とアクセシビリティ向上、デジタル技術を活用した観光マネジメントなど、多様なアプローチが示されました。

講演の最後にクレスポ氏は、今後の観光地の競争力は、単に旅行者数を増やすことではなく、地域のアイデンティティに根ざした高付加価値な観光商品を創出し、その恩恵を地域全体へ広く還元できるかどうかにかかっていると強調しました。こうした考え方は、本フォーラム全体を通じて共有された「観光の量から質への転換」という理念を具体的な政策として示すものであり、スペインが目指す持続可能な観光政策の方向性を明確に示す内容となりました。

JATA：インバウンドとアウトバウンドの均衡、新たな観光商品の創出

日本旅行業協会（JATA）理事長の蝦名邦晴氏は、日本の観光産業の現状と今後の展望について講演しました。まず、訪日外国人旅行者（インバウンド）は力強い回復を続けている一方、日本人の海外旅行（アウトバウンド）の回復は依然として緩やかであり、両者の回復には大きな開きがあることを説明しました。こうした状況を踏まえ、JATAでは、双方向の国際交流を促進する「ツーウェイ・ツーリズム（Two-way Tourism）」を重要な理念として掲げ、インバウンドとアウトバウンドがバランスよく発展する持続可能な観光の実現を目指していることが紹介されました。

インバウンドに関しては、特定の都市や観光地への旅行者の集中、地域住民への影響、多言語に対応できる観光人材や英語以外の言語にも対応可能なガイドの育成などが課題として挙げられました。一方、アウトバウンドについては、円安や旅行費用の高騰が海外旅行需要の回復を妨げる大きな要因となっていることが説明されました。また、世界的な物価上昇や燃油価格の高騰、航空座席の不足といった課題は、インバウンド・アウトバウンド双方に共通する問題であると指摘しました。

こうした課題への対応として、JATA では、日本人の海外旅行需要の回復を目的とした「もっと！海外へ」キャンペーンを展開しています。同キャンペーンでは、パスポート取得支援、加盟旅行会社による特別商品の提供、渡航先の安全情報の発信などを通じて、海外旅行への関心を高める取り組みを進めています。また、国内では官民連携による地方誘客キャンペーンにも取り組んでおり、2026 年には東北地方を対象とした複数年にわたるモデル事業を開始する予定であることが紹介されました。

さらに、JATA は、日本の旅行業界における GSTC（世界持続可能観光協議会）基準の普及や、アウトバウンド促進協議会（JOTC）の活動についても紹介しました。JOTC では、オーストラリアなどの海外観光地と連携し、持続可能性を取り入れた旅行商品の造成を進めるとともに、地域施設への寄付や森林再生活動への参加、旅行者への情報発信を通じて、責任ある観光への理解と実践を促進しています。

講演では、新たな観光商品の事例として、株式会社 KURABITO STAY の酒蔵に滞在しながら日本酒文化を学ぶ体験型宿泊プログラム、交通・観光情報・予約・決済機能を一体化した「ひがし北海道観光 DX プラットフォーム」、東北地方の約 1,000 キロメートルにわたる海岸線を舞台とする「みちのく潮風トレイル」、さらに富山県で伝統工芸や漁業、食文化などを組み合わせた高付加価値な体験を提供する wondertrunk & Co.の取り組みなどが紹介されました。

講演の最後に蝦名氏は、これらの事例が示すように、日本の観光産業は、地域固有の文化や自然、産業を生かした高付加価値な観光商品の開発を進めるとともに、持続可能性やデジタル化を取り入れた新たな観光モデルの構築を目指していると述べました。そして、その方向性は、本フォーラムを通じてスペインと日本が共有した「地域に根ざした持続可能な観光の実現」という理念と軌を一にするものであると締めくくりました。

SPAIN TALKS AWARDS 受賞式

12 時から、「SPAIN TALKS AWARDS」の受賞式が開催されました。今回のアワードは、「メディア・アワード」「アンバサダー・アワード」「エクスペリエンス・アワード」「コーポレート・アワード」の 4 部門で実施されました。

「メディア・アワード」では、テレビ番組や雑誌などを通じて、スペインの多様な観光資源や持続可能な観光の魅力を広く発信したメディアを表彰しました。「アンバサダー・アワード」では、動画やブログ、ウェブサイト、SNS などを活用し、スペインの地域文化や自然、歴史などの魅力を国内外に積極的に発信したコンテンツクリエイターを表彰しました。また、「エクスペリエンス・アワード」では、持続可能性や地域分散を重視した旅行商品の企画・造成・販売に取り組み、新たな観光需要の創出に貢献した旅行会社を表彰しました。さらに、「コーポレー

ト・アワード」では、環境保全や地域活性化、社会貢献などの分野において優れた取り組みを実践し、持続可能な観光の推進に貢献した日本企業・団体を表彰しました。

本アワードを通じて、スペインの持続可能な観光の理念に共感し、その魅力の発信や地域社会への貢献に取り組む日本の企業・団体・メディア・クリエイターの活動を広く紹介するとともに、両国における持続可能な観光のさらなる発展と交流の促進につながることが期待されます。

部門	受賞者	評価
メディア・アワード	制作会社 CREA 5 テレビ番組『朝だ！生です 旅サラダ』	日本ではまだ知られていないスペイン北部の観光地の魅力を発信した 5 本の番組制作を通じて、その認知向上に貢献
アンバサダー・アワード	ウェブサイト『Green Spain Plus』	グリーン・スペイン（北スペイン）の情報発信に特化したポータルサイトを運営し、同地域の魅力の発信と認知向上に大きく貢献
エクスペリエンス・アワード	(株)ワールド航空サービス『カステーリャ・イ・レオン 9 日間』『サンティアゴ巡礼 1 1 日間』	持続可能性の推進と観光の地域分散を重視した旅行商品の企画・造成を通じて、持続可能な観光の発展に貢献
コーポレート・アワード	(株) Base Tres『古道再生プロジェクト』	歴史的街道の再生とその観光資源としての価値向上に取り組み、地域の活性化に貢献



閉会挨拶 & ネットワーキングランチ

閉会にあたり、スペイン観光推進局（Turespaña）のミゲル・サンス総局長が総括を行い、「Spain Talks」がアジアで初めて開催されたことの意義を改めて強調するとともに、約 100 名の参加者をはじめ、本フォーラムの開催に尽力した駐日スペイン大使館観光部および運営関係者に対し、謝意を表しました。

総括では、本フォーラムを通じて得られた成果として、三つの重要な視点が示されました。第一に、各国の観光戦略をテーマとしたセッションでは、スペインと日本が、観光需要の急速な拡大、旅行者と地域住民との共生、地域文化や自然環境の保全、さらには観光客や経済効果の地域分散といった共通の課題に直面していることが改めて確認されました。その一方で、持続可能性を軸とした観光政策、観光 DX・観光インテリジェンスの活用、そして行政・観光地・民間事業者が連携して課題解決に取り組むという方向性を両国が共有していることが示されました。

第二に、各地域の事例を紹介したセッションでは、京都市やバルセロナ市のような成熟した観光地が、デジタル技術を活用した観光客の流れの最適化や、地域住民との共生を重視した高度な観光マネジメントを進めていることが紹介されました。一方、岐阜県やラ・リオハ州の事例からは、地域固有の文化や歴史、自然などの資源を生かしたブランド戦略や、地域ならではの物語性を備えた観光コンテンツの創出、デジタル技術を活用した情報発信が、持続可能な観光地づくりにおいて重要な役割を果たすことが示されました。

第三に、観光産業をテーマとしたセッションでは、持続可能な観光体験の創出、観光地の魅力向上、官民連携の推進、高付加価値な観光商品の開発などが、地域社会と調和しながら観光産業を持続的に発展させるために不可欠であることが確認されました。

最後にサンス局長は、本フォーラムを通じて共有された知見や経験が、今後の観光政策や観光地づくりに生かされることへの期待を示すとともに、スペインと日本が今後も相互に学び合いながら、持続可能な観光の実現に向けて連携を一層深めていくことの重要性を強調しました。

フォーラム終了後には、スペインと日本の行政機関、観光地、企業、観光関係者が交流を深めるネットワーキングレセプションが開催され、活発な意見交換が行われました。また、Spain Talks Tokyo で始まった両国の対話は、2022 年に両国間で締結された観光協力に関する覚書に基づき、岐阜県で開催された、第 2 回日西観光合同協議会へと引き継がれました。本フォーラムは、両国の観光分野における連携をさらに深化させる契機となるとともに、持続可能な観光の実現に向けた継続的な協力関係を築く重要な一歩となりました。

