

約200名が参加！日本の観光未来を語り、祝う 「ジャパントラベル フォーラム 2026」開催レポート

～2026年の観光トレンドキーワードを発表！共通点は“人を中心に設計された観光”～



この度、グローバル視点でのブランディング、コンテンツ制作、マーケティングを手がける株式会社しいたけクリエイティブ（東京都品川区、代表取締役：本郷誠哉）が企画・運営する、国内最大級（※）の観光アワード「ジャパントラベルアワード」は、日本の観光未来を語り、祝う場として、2026年2月12日（木）「ジャパントラベル フォーラム 2026」初開催いたしました。※2026年1月時点「国内における観光アワードの表彰部門数における」当社調べ

本リリースでは、当日行われたパネルディスカッション、「ジャパントラベルアワード」による観光トレンド2026の発表、「ジャパントラベルアワード2026」表彰セレモニーをレポートし、観光業界の今を紐解きます。

《レポート1》パネルディスカッション | 地域にも世界にも“応援される”観光のつくり方とは？



フォーラムの幕開けを飾ったのは、「地域にも世界にも“応援される”観光のつくり方～地域と磨く価値を、共感で広げる情報発信～」をテーマとした、パネルディスカッション。

モデレーターを務めたジャパントラベルアワード共同創設者・本郷誠哉氏は、冒頭で『日本がこのまま“消費される国”になるのか。それとも“応援される国”であり続けられるのか。その分岐点に、私たちは立っています』と話し、観光を取り巻く課題を改めて会場に投げかけました。

そしてトークの前半では、実際に“応援される観光”を地域で実践している事例として、「ジャパントラベルアワード」と「ジャパン・ツーリズム・アワード」の二冠を受賞した、長野県佐久市で酒蔵滞在型の宿「KURABITO STAY」を展開する田澤麻里香氏と、雪国・新潟で育まれてきた保存食と発酵文化を伝えるプライベートレストラン兼ゲストハウス「HAKKO HOUSE Nagaoka」を営む、鈴木将氏が登壇。

田澤氏は『立ち上げ当初、実は地域から半信半疑の目を向けられてました。“本当に人が来るの？”と。そんなスタートだったからこそ、大事にしていたのは、私たちだけがお客様を囲い込むんじゃなくて、地域全体でお迎えして、この地域のファンになってもらうということを、最初からみんなに伝えていくことでした』と話し、地域の信頼を築いてきた歩みを振り返りました。

また、鈴木氏は、地元・新潟で有名な長岡花火を例に挙げながら『観光で一瞬にぎわうことよりも、地域の文化が守られることの方が大切だと思います。自分たちの地域を安売りしないことを、僕はすごく大事にしてきました』とコメントし、さらに『観光地じゃないエリアだからこそできる、日常の体験こそがスペシャルだと思っています。だからこそ僕自身が地域側の翻訳者となり、文化や大切にしているものを丁寧に伝えるようにしています』と続け、文化を守りながら観光と向き合う姿勢を示しました。



後半では、“海外から訪れる旅行者に応援される関係の作り方”に焦点を当てた議論が展開されました。



スピーカーとなったのは、「ジャパントラベルアワード2026」でLGBTQ+部門とアクセシブル部門の2部門に選ばれた、浅草で着物体験を展開する「InKimono」の松本スターシャ氏と、札幌市公式SNSを約2,000人から6万人超へと成長させた経験を持つ、しいたけクリエティブの戦略プランナー・ホリン ララ氏。

松本氏は、海外ゲストから支持を集める秘訣について『一人ひとりに合わせた“個人的なアプローチ”を大切にしています』と語り、体験を通じて学びたいことや好み、こだわりを丁寧にヒアリングしたうえで、オーダーメイドの体験を提供していると紹介しました。また、LGBTQ+やアクセシビリティへの配慮を積極的に発信していることにも触れ、『“ここなら安心して行ける”と感じてもらうことが、応援につながる』と述べました。

続いてホリン氏は、観光におけるSNS発信の役割について、SNSを“オンライン観光案内所”と表現。『旅行者が本当に知りたいのは、映える写真よりも“今どうなっているのか”というリアルな情報です』と強調し、地元目線で誠実に情報を届け続けることが、信頼やファンを生むと語りました。

パネルディスカッション全体を通して共有されたのは、短期的な施策や一過性の集客ではなく、地域と価値を分かち合いながら関係を築き続ける姿勢こそが“応援される観光”につながるという視点と、観光客数4,000万人時代を迎える日本にとって、いま問われているのは“どれだけ来るか”ではなく、“どう関わり続けるか”。

本セッションは、その未来へのヒントを具体的な実践とともに示す時間となりました。

《レポート2》ジャパントラベルアワードによる「観光トレンド2026」の発表

本セッションで登壇したのは、ジャパントラベルアワード共同創設者であり審査委員長を務める本郷アリー氏。



まず2025年を、円安や大阪・関西万博を背景に訪日観光客数が過去最高を記録する一方で、オーバーツーリズムとアンダーツーリズムの地域差が広がり、観光のあり方そのものが問われる一年だったと振り返りました。

そして、改めて『観光はいま“回復”ではなく“ターニングポイント”にある』と述べ、旅が増える中で“観光はどのような設計されるべきか”、“誰のために存在するものなのか”、“そのあり方そのものが問われ始めている段階になっていると指摘しました。

こうした状況を踏まえ、今年のジャパントラベルアワード応募事例や国内外の潮流をもとに、2026年の観光を象徴する3つの「トレンドキーワード」が発表されました。

トレンドキーワード1 | ナラティブ・ツーリズム (Narrative Tourism)

旅の価値が「体験そのもの」から、その土地の背景や歴史、社会的文脈を深く理解することへと広がっている潮流。旅行者は“物語”を消費するだけでなく、その地域が抱える問いやテーマを持ち帰り、ともに考える旅のあり方が注目されている。

トレンドキーワード2 | コレクティブ・ツーリズム (Collective Tourism)

住民やローカルビジネス、自治体など地域の多様な担い手が関わりながら、観光によって生まれた価値を地域内で循環させていくモデル。観光が地域の誇りや持続的な再生につながる仕組みとして、今後さらに重要性が高まるとされている。

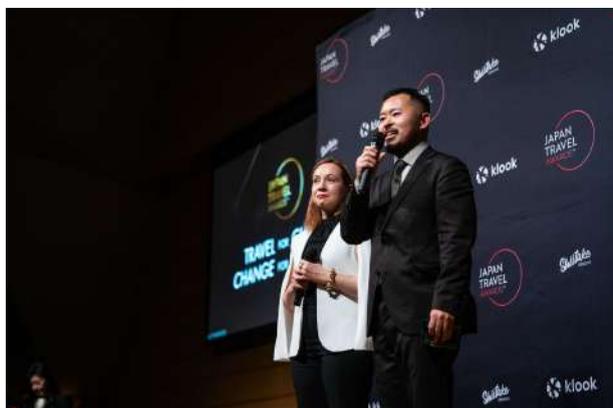
トレンドキーワード3 | ウルトラ・パーソナル・トラベル (Ultra Personal Travel)

旅行者が“理解され、歓迎されている”と感じられることが旅の価値となる、新しい個別最適型の観光スタイル。少人数制やカスタマイズ、アクセシビリティへの配慮など、一人ひとりに向き合う姿勢が評価される時代へと移行している。

本郷氏は『これら3つのトレンドに共通するのは、“人を中心に設計されている”という点です。個人を尊重し、地域の声を中心に置くこと。いま求められているのは、旅を通じて生まれる“人と人とのつながり”そのものだと言えます』と熱く語り、発表を締めくくりました。

《レポート3》涙溢れる、感動の嵐！第5回目を迎える「ジャパントラベルアワード2026」表彰セレモニー

フォーラム後半では、第5回目を迎える「ジャパントラベルアワード2026」表彰セレモニーを開催。アワードが大切にしている「誰もが安心して旅を楽しめること」「多様な人々の視点やニーズを大切にすること」「地域や環境にやさしいこと」という3つの視点を実践する10の地域・企業が、「サステナブル部門」や「インバウンド部門」「LGBTQ+部門」など全11部門で表彰されました。



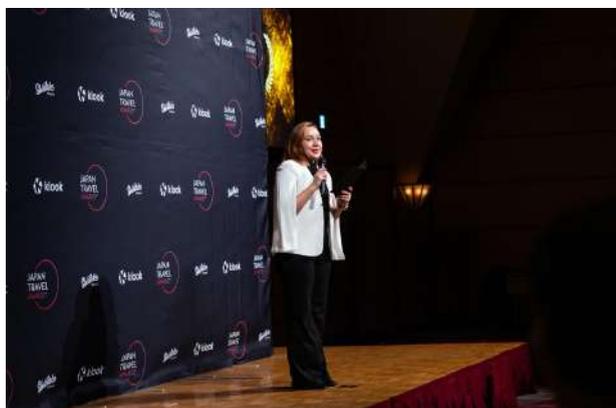
なかでも、アワードの象徴的な受賞として注目を集めたのが、「LGBTQ+部門」と「アクセシブル部門」の2部門を受賞した、浅草で着物体験を展開する「InKimono」。



認められていない現実がある中で、「アライ（=味方、支援者）」としての姿勢を確実に示すことに強い意義があると思います』と、評価しました。

その言葉を受けて登壇した「InKimono」の松本スターシャ氏は、感謝を述べ『よく“INKIMONOチームへ”というメールをいただくのですが、実は一人なんです』と明かし、着物選びから着付け、撮影、編集、マーケティングまで一人で担っていることを語ったうえで、『変化は一人から始まると思っています。小さな波でも、必ず大きな波に変わっていくと信じています。だからまずは、自分から小さな波を起こしましょう』とコメント。会場は、温かく大きな拍手に包まれました。

そして、会はいよいよクライマックスを迎え、2026年のグランプリに輝いた、福岡県柳川市の「柳川藩主立花邸 御花」が表彰されました。



審査員講評は、ジャパントラベルアワード共同創設者であり審査委員長を務める本郷アリー氏が担当。

『家族とは人生の中で最も長く続く、時に最も難しい関係かもしれません。喜びの節目もあれば、立ち止まらざるを得ない瞬間もあり、年齢や立場、身体の状態も時とともに変わってきます。今年のグランプリは、そんな家族の時間を静かに、そして力強く受け止めてきた場所です』と語り、歴史ある文化財としての佇まいを守りながら、旅館という枠を超えて“家族の記憶をつなぐ場”を育んできた姿勢を高く評価しました。

御花の代表である立花千月香氏は、その言葉を受け



『このような素晴らしい賞をいただけて、とても光栄であり、嬉しく思っています。御花は、日本で唯一、大名家のお屋敷を活用した、国の指定名勝に泊まることのできる宿です。

私は立花家十八代目の末裔であり、旅館経営としては三代目にあたります。戦後、祖父母は生計を立てるために、この屋敷を日本の伝統的な旅館へと変えるという大胆な決断をしました。それが『御花』の始まりでした。

立花家の歴史は400年にわたります。私の使命は、この本物の歴史を後世に残すことです。毎日、チーム

とともに、100年後も御花がここにあり続けるために何をすべきかを考え続けています。

だからこそ、この賞は、大きな勇気と希望を与えてくれましたし、私たちが日々積み重ねていることに価値があり、正しい道を歩んでいるのだと教えてくれました。

これからも皆さまとともに、新たな歴史の章をつくっていきたいと思います。いつかぜひ、御花を訪れてください。心からお待ちしております』と述べ、歴史を未来へとつなぐ覚悟が、セレモニーの最後を力強く締めくくりました。

本年度の受賞者一覧は下記URLよりご覧ください。 <https://japantravelawards.com/jp/winners/2026>

■「ジャパントラベルアワード」について



「観光からより良い社会をつくる」を目的とした、国内最大級（※）の観光アワード。誰もが安心して旅を楽しむこと、多様な人々の視点やニーズを大切にすること、地域や環境にやさしいことを実践する、日本各地の魅力的な観光地やユニークな体験を「感動地」として発掘し、表彰しています。2021年の初年度は80件だった応募が、前回の第4回には196件にまで伸び、本年度は206件にまで上昇。年々たくさんのエントリーが全国から寄せられています。

多様な旅行者がいる中で、誰もが「訪れやすい、居心地が良い」と感じられる場所を、グローバルな視点で審査・発信することで、地域や施設の魅力を世界へ広げていきます。

公式サイト：<https://japantravelawards.com/>

公式インスタグラム：[@japantravelawards](https://www.instagram.com/japantravelawards)

■企画・運営会社

株式会社しいたけクリエイティブ



世界専門の広告制作会社。主に英語の記事執筆やコピーライティング、デザイン、ウェブサイトや動画を含む広告制作などを行っています。国内企業や自治体などの海外向けプロモーション支援を軸に、DEIやサステナビリティ視点での観光を促進する「ジャパントラベルアワード」の運営をしています。

企業名：株式会社しいたけクリエイティブ

代表取締役：本郷 誠哉

事業内容：グローバル向け広告デザインや記事制作、ジャパントラベルアワードの運営

設立：2021年1月

所在地：東京都品川区東五反田2-5-2 THE CASK GOTANDA 904

公式サイト：<https://shiitakecreative.jp>