



Università
Ca' Foscari
Venezia

UNIVERSITA' CA' FOSCARI DI VENEZIA

Corso di studio in Lingue, economie e istituzioni del

Giappone (LEIG)

La rivitalizzazione regionale e il turismo sostenibile in Giappone

Tesina inerente al corso Competenze di sostenibilità

Docente Vera Costantini

Camporesi Linda

Anno accademico: 2019-2020

Indice

Introduzione.....	3
Capitolo 1: Princìpi di sostenibilità giapponese nel turismo.....	4
1.1 Gli obiettivi e i principali attori del turismo sostenibile in Giappone	4
1.2 Green tourism per una Green Economy.....	6
Capitolo 2: Pratiche giapponesi per uno sviluppo locale sostenibile.....	8
2.1 La rivitalizzazione regionale in Giappone	8
2.2 Agro-business e industrie creative	9
Capitolo 3: Elementi di turismo sostenibile nelle realtà urbane giapponesi	11
3.1 Japan Power Cities: Profiling Urban Attractiveness.....	11
3.2 Modelli urbani giapponesi di attrazione e vivibilità sostenibile	12
Conclusione	14
Bibliografia.....	15
Sitografia	16

Introduzione

L'elaborato propone di analizzare dati statistici sullo sviluppo sostenibile in Giappone e il ruolo del turismo nella sua crescita *green*.

L'obiettivo è quello di indagare le relazioni verticali e orizzontali di sostenibilità locale, da rurale a urbana in Giappone, attraverso l'analisi di una serie di trend dalle campagne alle città, per mettere in luce i possibili sviluppi futuri di politiche applicate.

In particolare, vengono presi in esame i modelli di crescita sostenibile nelle campagne e nelle città che il Giappone utilizza per superare sfide demografiche come l'invecchiamento della società, nonché costruire una struttura economica locale dinamica e sostenibile.

Per comprendere al meglio questi modelli, la tesina mostra alcuni esempi della realtà specifica giapponese associata ai seguenti punti:

1. Cooperazione interna e partecipazione verso uno sviluppo *community-based*
2. new green-economy: turismo e pratiche sostenibili
3. politiche di rivitalizzazione rurale e urbana

Dalla rivitalizzazione e riforma strutturale dell'area locale per il rilancio regionale, al progetto delle Japan Power Cities, si potrà facilmente riconoscere che in ogni realtà specifica del Giappone vengono implementati elementi di turismo sostenibile e *community-based*.

Capitolo 1: Principi di sostenibilità giapponese nel turismo

1.1 Gli obiettivi e i principali attori del turismo sostenibile in Giappone

Secondo il Rapporto del 2008 “White Paper on Tourism in Japan: Sustainable and Attractive Tourism Based on Environmental Conservation”, il Giappone, come molti altri paesi, si impegna a creare luoghi turistici sostenibili e attraenti.

In questo i termini ambiente e sviluppo, anziché essere mutuamente esclusivi, sono fatti coesistere in armonia in una politica di crescente consapevolezza del significato sociale, culturale ed economico del turismo.

“Tourism, with its heavy dependence on local resources, should take today’s trend for rising environmental awareness as a perfect opportunity to increase added value, further strengthen collaboration and cooperation between stakeholders, and strive to create sustainable, attractive tourist locations that are “good to live in, good to visit”, in which the synergistic effects of three different elements (promoting tourism, environmental protection, and encouraging repeat visits by tourists) are well manifested”¹.

Il Giappone punta quindi a realizzare una politica che miri all’integrità ambientale (limitando il degrado e il consumo di risorse), tramite modalità e servizi infrastrutturali sostenibili ed efficienti.

“Enhancing regional diversity Tourism promotion and development is expected to be the major field in which the synergy effect of administrative integration is fully realised, since tourism is closely related to transport policy (air, land and maritime), provision of infrastructure, regional development policy, building communities with diversity and achieving higher quality of life”².

Rispetto a tali obiettivi di sostenibilità turistica, l’OECD (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) ha raccomandato al Paese di:

- 1.salvaguardare e promuovere il prodotto locale;
- 2.prevedere sviluppi di sostenibilità futuri tramite indicatori del turismo, sulla base di ricerche e dati etnologici;
- 3.condurre una valutazione approfondita dell’attuazione del programma comunitario basato sul turismo;

¹ K., Alduais, 2009. Tourism in Japan 2.6.1 “White paper on tourism in Japan, 2008”pp 15-26, (26). Available at <https://researchgate.net>. Accessed 7/07/2020

² K., Alduais,2009.“cit.” 2.5.1, p.15

4. espandere le azioni verso lo sviluppo del partenariato pubblico-privato³;

Nel realizzare tali punti, entrano in gioco una serie di enti e organismi istituzionali giapponesi, che propongono al riguardo una serie di iniziative creative sostenibili.

Negli ultimi anni, sono stati incoraggiati dal Governo sforzi di partenariato pubblico-privato, che sfruttano gli spazi di comunicazione al fine di creare forum per attività, scambi regionali e mantenere o migliorare entro criteri sostenibili la qualità delle infrastrutture e i servizi di base⁴.

Inoltre, i responsabili della politica del turismo dell'ente governativo nazionale JNTO (Japan National Tourist Organisation) stanno attualmente lavorando nell'ottica di promuovere gli scambi con il Paese. Anche il MLIT (Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism in Japan) sostiene progetti relativi alla diffusione e la promozione del know-how in una collaborazione tra locali ed esteri⁵.

In anni recenti, è stata promossa e progressivamente implementata l'idea di turismo giapponese "lento" e dal basso: un turismo che, attraverso l'uso di infrastrutture innovative *soft* e *hard*, promuova al contempo principi di sostenibilità locale e regionale⁶.

L'importanza di tale tipo di turismo è legata a una serie di fattori, associati al tentativo di controllare e contrastare due pericolosi trend *fast* degli ultimi anni: quello dell'invecchiamento della popolazione giapponese, e quello dello spopolamento di numerose regioni, dato dalla migrazione verso i poli cittadini iniziata nel secolo scorso.

Tra le caratteristiche del turismo *slow* viene posta l'enfasi su una prospettiva *locally-based*, maggiormente cooperativa e a lungo termine, che faccia risaltare la qualità dei prodotti, l'esperienza comunitaria e l'incontro di culture. È un turismo che deve tener conto dell'importanza della valorizzazione delle risorse naturali e umane, come occasione per plasmare, o in certi casi ritrovare, il senso del luogo⁷, ovvero lo spazio proprio di un gruppo umano che viene investito di valori e progetti.

La rivitalizzazione per il Paese non si esaurisce nel tentativo di erigere un servizio, ma in quello di ritrovare il senso del luogo perduto, che emerge dalla dislocazione e dai flussi di nativi verso le città⁸. Il ripristino del senso del luogo incoraggia il Giappone verso una *green growth*: una crescita

³ K., Alduais, 2009. "cit." 2.6.1, p.26

⁴ Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism, 2017. "cit.". Part II, chapter 4. pp.157-176

⁵ Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism, 2017. "cit.". Part II, chapter 4., p. 159

⁶ Murayama, M., Parker, G., 2012. "Fast Japan, slow Japan: Shifting to slow tourism as a rural regeneration tool in Japan". Available at <https://www.researchgate.net>. Accessed 2/07/2020

⁷ Murayama, M., Parker, G., 2012. "cit" tab 13.1: "features of slow and fast tourism".

⁸ Love, Bridget, 2013. "Treasure Hunts in Rural Japan: Place Making at the Limits of Sustainability" Vol. 115, No. 1, pp. 112–124. American Anthropological Association. Available at <https://www.academia.eu>. Accessed 30/06/2020

economica sempre più indipendente dallo sviluppo industriale e che vede nel turismo slow uno strumento chiave di redditività futura del Paese.

*“Green growth seeks to spur investment and innovation in ways that give rise to new, more sustainable sources of economic activity and jobs.”*⁹

La realtà del turismo slow in Giappone si è differenziata in una serie di tipologie, adattate progressivamente all’ambiente e alla società tra cui risaltano il turismo verde, l’ecoturismo, il turismo culturale, il turismo rurale e l’agriturismo¹⁰.

1.2 Green tourism per una Green Economy

Il turismo verde è la forma di turismo sostenibile che è stata promossa maggiormente e in Giappone a partire dagli anni '70 dal Ministero dell'Agricoltura, delle Foreste e della Pesca, che ha pubblicato la relazione provvisoria che fornisce una raccomandazione rispetto alle principali attività correlate¹¹.

Tra gli obiettivi del *green tourism*, quello principale è di preservare le realtà di ecosistemi fragili in innumerevoli zone rurali che in Giappone si sono mantenute estranee alla repentina urbanizzazione¹².

Questa tipologia di turismo punta a promuovere la comunicazione e gli scambi tra le aree urbane e rurali, con due effetti primari. In primo luogo, permette di rafforzare l'attrattiva del Giappone per i turisti provenienti dall'estero che vorrebbero andare oltre le megalopoli giapponesi e sperimentare la cultura tradizionale e le bellezze naturali dei piccoli villaggi agricoli, di montagna e di pescatori. Per i turisti stranieri questo tipo di turismo comporta un viaggio piacevole all'interno di una comunità rurale per integrarsi nella natura e nella cultura della popolazione locale.

In secondo luogo, il turismo verde può fornire agli abitanti delle aree urbane giapponesi, che tendono a vivere in totale isolamento dalla natura, l'opportunità di avere esperienze nei luoghi reali della produzione alimentare, sperimentando il contatto con la terra, le loro origini di popolo di agricoltori. Le esperienze partecipative in agricoltura, pesca, raccolta, rappresentano uno stimolo

⁹ Available at <http://www.greengrowthknowledge.org/country/japan>

¹⁰ Murayama, M., Parker, G., 2012. “cit”

¹¹ Institute for Advanced Social Research, Kwansei Gakuin University, November 2016. “Nature-Based Tourism and Revitalization of Rural Communities in Japan”. *Journal of Social Science Studies* Vol. 4, No. 1, pp. 141-144. Macrothink Institute. Accessed 2/07/2020

¹² Hiwasaki, L., 2007. “Society and Natural Resources. Community-based tourism: A pathway to sustainability for Japan's protected areas”, *Society & Natural Resources: An International Journal*. Volume 19, Issue 8, 2006, pp. 675-692. Available at Taylor&Francis online website.

per i cittadini, spinti ad applicare metodi alternativi più sostenibili di valorizzazione dei prodotti e delle risorse naturali.

Infine, la promozione del turismo verde significa molto anche per le popolazioni locali, che possono beneficiare degli afflussi esterni su due fronti: se da un lato cittadini e turisti possono provvedere alla trasmissione delle proprie *skills* agli abitanti del rurale, dall'altro consentono di promuovere e tramandare quelle tecniche tradizionali ormai praticate solo dai locali.

Per esempio, studi etnologici dimostrano che molte aree al di fuori delle prefetture risentono della mancanza di un'offerta di infrastrutture di base, comprese le operazioni online e in inglese. Un contatto con turisti e cittadini che possiedano le basi di giapponese e inglese, potrebbe stimolare l'apprendimento in queste zone, che contribuirebbe ad una maggiore integrazione dei soggetti delle realtà rurali in un panorama economico globale.

Da quando nel 1995 è stato approvato un atto a sostegno dell'uso delle aree rurali per il turismo, il Ministero dell'Agricoltura, delle Foreste e della Pesca ha promosso la creazione di locande rurali, alla base del fenomeno dell'agriturismo. Si tratta di fattorie private che offrono ai visitatori vitto, alloggio e la possibilità di partecipare alle attività quotidiane legate alla gestione di una fattoria, come la semina, la raccolta, e la pesca. Sempre più villaggi da allora costruiscono strutture per esperienze pratiche, centri di scambio e mercati di prodotti speciali locali per attirare più visitatori dalle città¹³.

In sintesi, il turismo verde assume un ruolo chiave nella rivitalizzazione del territorio e del patrimonio culturale, e contribuisce allo stesso tempo all'economia locale, stimolata dagli afflussi esterni di denaro, infrastrutture e forza lavoro.

¹³ Ohe, Y., Kurihara, S., *Tourism Management*, 2013. "Evaluating the complementary relationship between local brand farm products and rural tourism: Evidence from Japan" *Tourism Management* Volume 35, April 2013, Pages 278-283. Paper available at www.sciencedirect.com . Accessed 09/07/2020

Capitolo 2: Pratiche giapponesi per uno sviluppo locale sostenibile

2.1 La rivitalizzazione regionale in Giappone

La rivitalizzazione regionale non è uno sforzo applicabile in modo uniforme in tutto il Giappone, in quanto coinvolge le singole regioni capitalizzando le risorse e caratteristiche distinte per affrontare le loro sfide peculiari e superare lo spopolamento.

Dal 2014, a seguito dell'allarme generale sul declino della popolazione e dell'esodo dalle aree rurali ai centri urbani - più una stima del settore privato secondo cui quasi la metà dei Comuni della Nazione potrebbe scomparire nel giro di pochi decenni -, sono state adottate una serie di strategie per incentivare il lavoro nelle aree spopolate e la loro valorizzazione¹⁴.

Nel 2017 il MLIT ha così elaborato la politica “*Vitalizing Local Economies*”, finalizzata a promuovere lo sviluppo delle regioni turistiche, sulla base di un progetto di Destination Marketing / Management Organization (DMO). Ha così creato vari contenuti regionali e un ambiente adeguato ad accogliere i turisti fino a fare del Giappone una destinazione turistica di livello mondiale sotto le parole chiave "regione" e "consumo"¹⁵.

Per combattere l'eccessiva concentrazione di persone e di imprese nella capitale, il Governo ha invece mirato a creare attrattive e punti d'appoggio a livello nazionale, promuovendo progetti multiculturali, compresi gli scambi con i residenti locali.

Nel marzo 2019 il Ministero degli Affari Interni ha incoraggiato i cittadini stranieri che vivono in Giappone ad aderire a programmi di rilancio regionale al di fuori della grande Tokyo e delle principali metropoli. Secondo tali piani, parte della manodopera “*skilled*” è destinata al trasferimento nelle campagne, dove è attesa per l'attività di rivitalizzazione negli ambiti di agricoltura, sviluppo di specialità locali o lavoro nelle industrie forestali e della pesca, da uno a tre anni¹⁶.

Data l'ingenza di queste sfide demografiche, la politica di rivitalizzazione regionale dell'amministrazione Abe deve essere integrata con un maggior sforzo partecipativo, di Governi locali, ONG, del settore delle imprese e del pubblico in generale.

¹⁴ JIJI, ottobre 2017. The Japan Times. “Slow regional revitalization” Available at The Japan Times website. Accessed 28/06/2020

¹⁵ Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism, 2017. “cit.” Part II, chapter 4.

¹⁶ JIJI, 2019. The Japan Times. “Japan wants more foreign nationals to join regional revitalization programs amid graying population”. Available at The Japan Times website. Accessed 25/06/2020

In questo spirito attori privati e civili si sono impegnati a gestire in modo efficace le risorse locali e le infrastrutture, portando in alcuni casi a veri e propri effetti di rivitalizzazione del territorio¹⁷.

Infatti, un buon design del territorio che riflette i valori della comunità fondamentale per raccontare la storia del posto e invocare una risposta emotiva da parte del visitatore, come dei locali.

Come spiega il Ministero dell'Ambiente nella sua "Guida per lo sviluppo regionale sostenibile" (*jizokutekina chiiki-zukuri*) del 2002:

*“Each region has unique resources that include history, culture, and human resources. Thinking of the region as sustainable means putting regional resources to efficient use in ongoing efforts undertaken not just by local administrators, but residents, businesses, and civic groups”*¹⁸.

Tuttavia, come sottolineano studi di località, lo sforzo non si esaurisce internamente al territorio: bisogna incoraggiare i residenti a riscoprire le loro tradizioni e unicità attraverso l'interazione con gli estranei. In questo modo si riattiva la riscoperta (*saihakken*再発見) o revisione (*mitsume naoshi*見つめ直し) di un luogo da parte dei suoi abitanti¹⁹.

Per esempio in Giappone le iconiche tradizioni dei villaggi come le feste (*matsuri*祭り) e la piantagione di riso sono state trasformate in offerte turistiche per creare un contatto umano significativo o “tocco” (*fureai*触れ合い) tra residenti e visitatori²⁰.

Simili contatti si concretizzano in attività sempre più richieste come l'agriturismo, l'agricoltura boutique, la modellazione di ceramica, l'ikebana (arte dei fiori), e iniziative sul patrimonio che sono diventate caratteristiche onnipresenti di luoghi rurali in Giappone.

Queste pratiche possono costituire veri propri elementi driver per la conservazione delle risorse e per la valorizzazione del territorio, e presentano numerose concretizzazioni. Le più significative si possono ritrovare nel sistema di pesca sostenibile e agro-business.

2.2 Agro-business e industrie creative

Secondo il rapporto MOFA “Assessment of Obstacles and Challenges to Growth” il governo giapponese sostiene la sostenibilità delle campagne dal 2015, implementando strumenti di agro-business²¹.

¹⁷ Love, B., 2013. “cit.”

¹⁸ Kankyō-shō, 2002 in Love, Bridget, 2013. “cit” p. 120

¹⁹ Love, B., 2013, “cit.” Treasure Hunt, Takashi H., p. 116

²⁰ Love, B., 2013. “cit.” p. 117

²¹ MOFA, 2014. “Assessment of Obstacles and Challenges to Growth”. “agriculture sector” p. 16 Official strategy available at <http://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/honbun2JP.pdf>

Prima di tutto, sono state istituite "banche agricole", a consolidare le proprietà immobiliari frammentate.

Il Governo ha poi incoraggiato la diversificazione dei canali di distribuzione locale-urbana per i prodotti lattiero-caseari, creando un sistema in cui gli agricoltori possono selezionare e vendere i loro prodotti non solo ai fornitori convenzionali designati. Si è mosso infine in direzione della promozione delle esportazioni di prodotti primari come la carne, il tè giapponese e prodotti della pesca.

È da sottolineare che gli introiti provenienti dall'agricoltura nel Paese rappresentano solo il 20% circa di tutti i redditi nelle aree rurali dagli anni '80. Ma nell'era dell'innovazione tecnologico-infrastrutturale, nemmeno il Giappone rurale può fermarsi al valore "culturale" dei prodotti: deve poter offrire qualità e vantaggi economici per mantenersi competitivo nel settore.

La ricerca di un maggiore valore aggiunto, come afferma l'economista Goto nel suo saggio del 2010 "*Sustainable development in rural areas and creative industries*", porta un altro approccio all'agri-business che considera e sfrutta la polifunzionalità delle aree²².

Lo studioso considera lo sviluppo di industrie alternative relative alla trasformazione e alla distribuzione di prodotti agricoli che producono valore aggiunto, tramite la valorizzazione del *jimoto* 地元 (lett. terra d'origine) e dei *jimoto-san* 地元産 (lett. prodotto locale).

Ad esempio, la designazione di Uji come paesaggio culturale relativo alla produzione tradizionale di tè ha aumentato il valore del prodotto nell'area, come la città di Kobe per la celebre carne consumata in tutto il mondo.

Si tratta allora di stimolare questa ricerca di soluzioni creative sostenibili, in quanto vantaggiose per il Giappone sia rispetto ai locali, che rispetto ai turisti delle aree rurali, che potranno godere di servizi innovativi ed esperienze stimolanti.

²² Goto, K., 2010. Sustainable development in rural areas and creative industries Journal of Rural Planning 2010 Vol.29 No.1 pp.21-28 ref.19t Available at <https://www.cabdirect.org>. Accessed 28/06/2019

Capitolo 3: Elementi di turismo sostenibile nelle realtà urbane giapponesi

3.1 Japan Power Cities: Profiling Urban Attractiveness

La creatività intesa come ricerca ed elaborazione di una soluzione alternativa è indispensabile ad uno sviluppo in senso sostenibile, tanto nelle zone rurali quanto nelle città.

A partire dagli anni '90 ciò che realmente accadde nel mondo, e più intensamente si verificò in Giappone, fu che le grandi città cominciarono ad emergere come luoghi strategici per la nuova economia mondiale proprio a causa delle loro differenze e conoscenze specialistiche.

Oggi siamo di fronte ad un'ottica di competizione non tanto per attrazione del Paese in toto, ma da parte delle città, che da realtà locali diventano un punto di riferimento globale per una serie di servizi offerti, come il potenziamento dei sistemi di ospitalità e alloggio del Giappone.

Attualmente, mentre l'industria terziaria in Giappone continua ad espandersi nelle città più grandi, c'è preoccupazione per la diminuzione della popolazione e per il declino industriale in tutte le città regionali minori. Nell'affrontare tali circostanze, le città di tutto il Giappone, al fine di mantenere il loro dinamismo, devono sfruttare le loro rispettive caratteristiche e portare avanti lo sviluppo urbano, conquistando il magnetismo necessario ad attrarre turisti, lavoratori e imprese.

In altre parole, è indispensabile valutare attentamente le caratteristiche di entrambe le tipologie di città urbane e regionali, e chiarire i loro punti di forza e di debolezza.

Al proposito, è stato istituito un comitato di esperti di specialisti urbani giapponesi per fornire la direzione e i dati, infine raccolti nel report "*Japan Power Cities: Profiling Urban Attractiveness*"²³(JPC), che presenta le sfide più urgenti per la rivitalizzazione locale.

Nell'analisi, sono state individuate sei funzioni (Economia e affari, Ricerca e sviluppo, Interazione culturale, Quotidiano, Vita e vivibilità, ambiente e accessibilità) per rappresentare i componenti delle città.

Non c'è un'agenda unica per tutte le città rispetto al fenomeno, ma vengono implementati piani specifici che differiscono rispetto a questioni di *water supply, transportation, housing, air pollution, waste management, growth management and governance*, e dalla capacità di gestirle.

L'analisi mostra come grazie alle nuove tecnologie e alle industrie creative, il Giappone si stia mobilitando verso un'economia più verde e collaborativa, che è già realizzata in numerose realtà.

²³ Institute for Urban Strategies: The Mori Memorial Foundation MMF, October 2018. "cit."

3.2 Modelli urbani giapponesi di attrazione e vivibilità sostenibile

Esistono una serie di esempi che mostrano come il Giappone agisca in un'ottica di vivibilità e attrazione turistica delle sue città, tanto localmente quanto globalmente²⁴.

Tra questi, Yokohama spicca per il suo progetto "*FutureCity*", che mira alla creazione e alla promozione di soluzioni creative rispetto ad ambiente e demografia. A partire dal Dicembre 2011 la città di Yokohama si è impegnata in cinque categorie: (1) conservazione a basse emissioni di carbonio e risparmio energetico; (2) acqua e ambiente; (3) società in super-invecchiamento; (4) creatività; (5) sfida sostenibile²⁵.

Un'altra iniziativa legata all'ambiente è "*Yokohama Green Valley* ", "*promoting the reduction of greenhouse gas and economical vitalization by the use of industry developed from the aspect of environment*"²⁶.

Nel giugno 2013 Yokohama ha vinto il "*Global Green City Award*" durante il "Dialogo ad alto livello sull'attuazione delle decisioni Rio + 20 in merito alle città sostenibili e il trasporto urbano" organizzato dall'ONU a Berlino.

Ancora, viene menzionata la visione di Kyoto del futuro tra 10 anni secondo il piano Miyako, basata su punti come: (I) "Kyoto: simbiosi ambientale e città a basse emissioni di carbonio "; (II) "Kyoto: una città che coltiva l'industria che contribuisce all'ambiente e società ", (III) " Kyoto: una città di apprendimento ", o (IV) "Kyoto: una città percorribile"²⁷. Quindi, c'è una forte attenzione sull'ambiente e (con il supporto di IBM) il trasporto nella città.

Dal 2011 è stato riconosciuto come modello positivo il piano ambientale di base di Osaka, che poggia su tre pilastri fondamentali: (1) la creazione di una società a basse emissioni di carbonio (attraverso la promozione della consapevolezza del riscaldamento globale, e l'introduzione di nuovi meccanismi per ridurre le emissioni di CO2), (2) la formazione di una società orientata al riciclo (attraverso la promozione di misure per rifiuti generici, e la gestione del riciclaggio industriale), e (3) garantire un ambiente urbano confortevole (che implica la promozione di misure contro l'effetto Heat Island).

Anche nel piano di sostenibilità di Tokyo 2020 vengono identificati una serie di punti chiave sostenibili ed evidenziati i possibili sviluppi in termini di attrattiva globale²⁸.

²⁴ Fietkiewicz, K. J., G. Stock, W., January 2015. "cit." pp. 2350-2353

²⁵ Fietkiewicz, K. J., G. Stock, W., January 2015. "cit." p. 2351

²⁶ City.yokohama.lg.jp

²⁷ City.kyoto.lg.jp

²⁸ The Tokyo Organising Committee of the Olympic and Paralympic Games, November 2018. "Tokyo 2020 Games sustainability plan". pp. 1-12. Available at Tokyo 2020 Sustainability website:

Infine, i Giochi Olimpici di Tokyo 2021 si baseranno su una gestione delle risorse condivisa, da parte di tutti, con l'obiettivo di contrastare la deforestazione e la devastazione della terra causata dallo sfruttamento delle risorse e dal carico ambientale eccessivo. Rispetto al problema del cambiamento climatico, in un'ottica green sono state pensate attività “verso zero carbonio” quali:

- l'uso di energia elettrica rinnovabile per il funzionamento dei Giochi Olimpici;
- la riduzione del carico ambientale nello sviluppo delle sedi utilizzando i luoghi esistenti e tecnologie per il risparmio energetico;
- la promozione del trasporto con un minore carico ambientale utilizzando i mezzi pubblici e veicoli a celle a combustibile²⁹.

Conclusione

Tutte le considerazioni precedenti ruotano intorno ai concetti di preservazione e valorizzazione del patrimonio socio-culturale e ambientale giapponese, che si fondono nell'ampio processo di rivitalizzazione regionale del Paese.

La prospettiva di un "Community Based Tourism Development", basato sulla promozione di campagne di sensibilizzazione e su una serie di innovazioni di prodotto, assume in Giappone un ruolo chiave nella rivitalizzazione del rurale, come nella valorizzazione dell'urbano.

Infatti, per superare le sfide demografiche e l'invecchiamento della società, nonché costruire una struttura economica locale dinamica, il Giappone da anni ha guardato alla sostenibilità come possibilità di sviluppo su diversi fronti come la ricerca di nuove pratiche di turismo sostenibili e politiche di rivitalizzazione rurale e urbana.

Nel racconto della storia sostenibile giapponese è necessario pensare a soluzioni creative *community-based e bottom-up* (dalle campagne di sensibilizzazione ambientale alle innovazioni di prodotto e di processo), ma anche rafforzare programmi turistici ed eventi internazionali, che devono essere sfruttati per la crescita senza però permettere che compromettano l'integrità ambientale.

Per esempio, oggi il Giappone si trova in un momento cruciale, in cui una strategia efficace per attirare i turisti internazionali in occasione dei Giochi Olimpici e Paraolimpici di Tokyo 2021 potrebbe essere preziosa per la crescita.

Queste iniziative prioritarie implementate in modo graduale potrebbero nel lungo periodo consentire al Giappone di superare gli ostacoli esistenti, dando impulso al turismo e alla collaborazione regionale.

Infine, per promuovere e valorizzare l'ottica sostenibile, tradizionale e moderna allo stesso tempo, il Paese dovrà sempre più preoccuparsi di forgiare una collaborazione interna e con l'esterno a lungo termine.

Bibliografia

Fietkiewicz, K. J., G. Stock, W., January 2015 in occasion of the 48th Hawaii International Conference on System Sciences. “How “Smart” are Japanese Cities? An Empirical Investigation of Infrastructures and Governmental Programs in Tokyo, Yokohama, Osaka and Kyoto” pp. 2349-2350, available at www.researchgate.net .

Goto, K., 2010. “Sustainable development in rural areas and creative industries”, Journal of Rural Planning 2010 Vol.29 No.1 pp.21-28 ref.19t, available at www.cabdirect.go.jp .

Hiwasaki, L., 2007. “Society and Natural Resources. Community-based tourism: A pathway to sustainability for Japan's protected areas”, Society & Natural Resources: An International Journal. Volume 19, Issue 8, 2006, pp. 675-692, available at Taylor&Francis online website .

Institute for Urban Strategies: The Mori Memorial Foundation MMF, October 2018. “Japan Power Cities 2018” pp.2-8, available at www.mori-m-foundation.or.jp .

JII, 2017. The Japan Times. “Slow regional revitalization”, available at The Japan Times website

JII, 2019. The Japan Times. “Japan wants more foreign nationals to join regional revitalization programs amid graying population”, available at The Japan Times website .

K., Alduais, 2009. Tourism in Japan 2.6.1 “White paper on tourism in Japan, 2008” pp. 15-26, (26), available at www.researchgate.net .

Love, Bridget, 2013. “Treasure Hunts in Rural Japan: Place Making at the Limits of Sustainability” American Anthropological Association Vol. 115, No. 1, pp. 112–124., available at www.academia.eu .

Macrothink Institute. “Nature-Based Tourism and Revitalization of Rural Communities in Japan”. Journal of Social Science Studies Vol. 4, No. 1, pp. 141-144 .

McKinsey Japan and Travel, Transport and Logistics Practice, October 2016. “The future of Japan’s tourism full report: Path for sustainable growth towards 2020”, chapter 3, pp.17-26 “skewed regional distribution”, available at www.mckinsey.com .

Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism, 2017. “White Paper on land, infrastructure, transport and tourism in Japan”. Part II, Chapter 3. pp. 140-156 www.mlit.go.jp .

MOFA, 2014. “Assessment of Obstacles and Challenges to Growth”. “agriculture sector” p. 16, available at www.kantei.org .

Murayama, M., Parker, G., 2012. “Fast Japan, slow Japan: Shifting to slow tourism as a rural regeneration tool in Japan”, available at www.researchgate.net .

Ohe, Y., Kurihara, S., Tourism Management, 2013. “Evaluating the complementary relationship between local brand farm products and rural tourism: Evidence from Japan” Tourism Management. Volume 35, April 2013, Pages 278-283, available at www.sciencedirect.com .

Richards, G., Hall, D., 2000. “Tourism and Sustainable Community Development”. Taylor and Francis group, e-Library, Chapter 1, pp. 1-7.

The Tokyo Organising Committee of the Olympic and Paralympic Games, November 2018. “Tokyo 2020 Games sustainability plan”. pp. 1-12, available at www.tokyo2020.org/en/games/sustainability .

Sitografia

www.apo-tokyo.org Asian Productivity Organization: an intergovernmental organization committed to improving productivity in the Asia-Pacific region.

www.gotokyo.org Tokyo official tourism’s website.

www.greengrowthknowledge.org/country/japan GGKP: an online platform which provides data visualization tool to explore the historical data and compare across countries.

www.jnto.go.jp. Japan National Tourism Organization’s website.

www.kantei.go.jp Prime Minister’s Office of Japan’s website.

www.mckinsey.com McKinsey & company: Global management consulting’s website.

www.mlit.go.jp Ministry of Land, Infrastructure Transport and Tourism’s website.

www.mori-m-foundation.or.jp The Mori Memorial Foundation: Institute of Urban Development and Setting’s website.

www.tokyo2020.org Tokyo Olympics’ website.