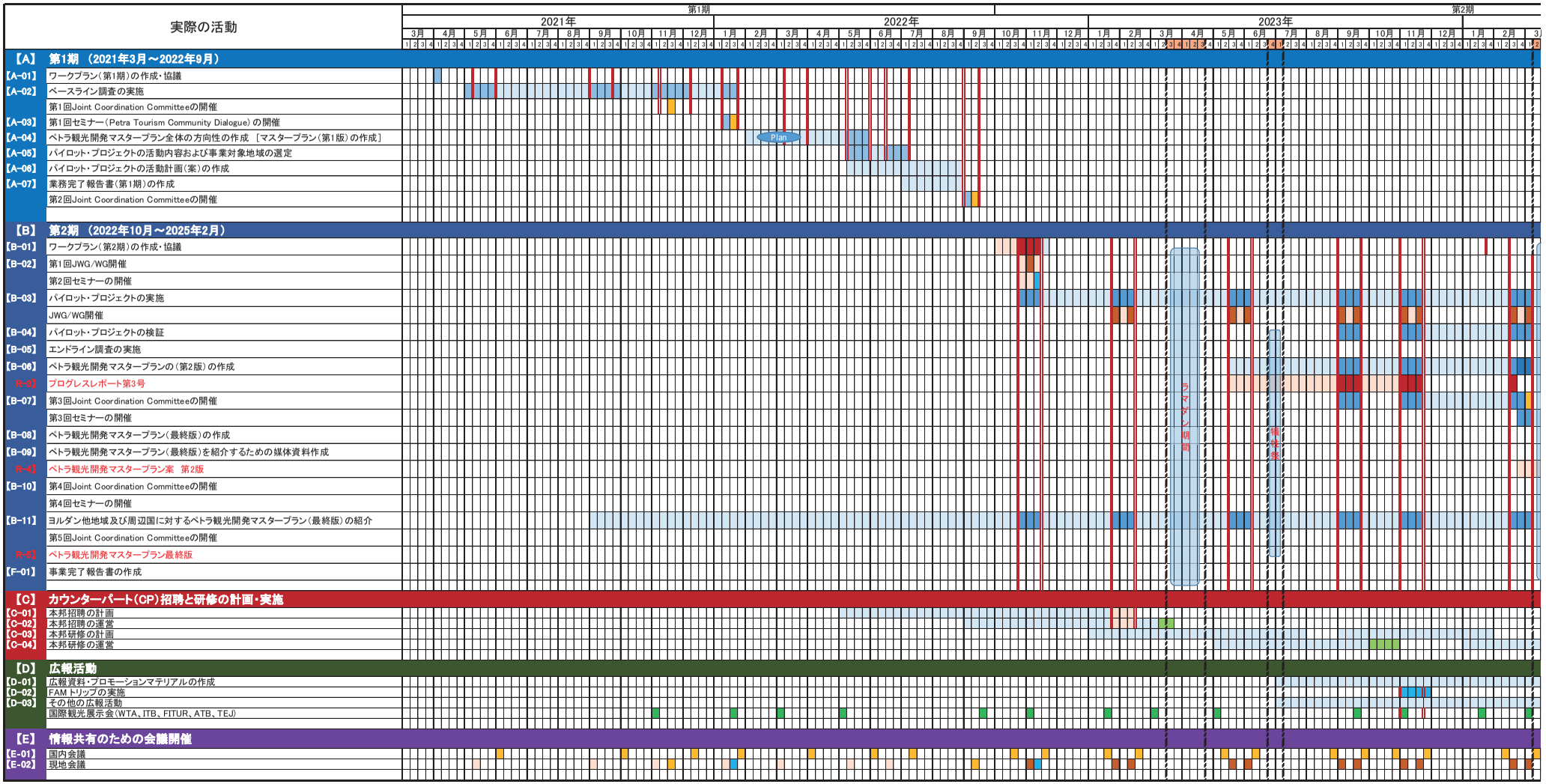
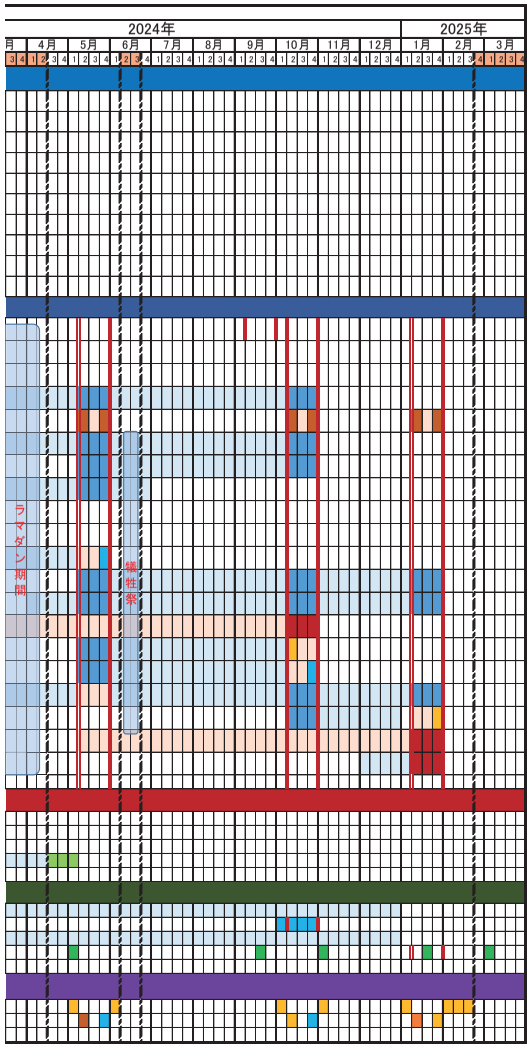
ヨルダン国 ペトラにおける
観光開発マスタープラン策定プロジェクト
業務完了報告書
（第１号）（ＡＮＮＥＸ）


実際の活動
第1期
第2期
2021年
2022年
2023年
3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月
【A】 第1期 （2021年3月～2022年9月）
【A-01】 ワークプラン（第1期）の作成・協議
【A-02】 ベースライン調査の実施
第1回Joint Coordination Committeeの開催
【A-03】 第1回セミナー（Petra Tourism Community Dialogue）の開催
【A-04】 ペトラ観光開発マスタープラン全体の方向性の作成 ［マスタープラン（第1版）の作成］
Plan
【A-05】 パイロット・プロジェクトの活動内容および事業対象地域の選定
【A-06】 パイロット・プロジェクトの活動計画（案）の作成
【A-07】 業務完了報告書（第1期）の作成
第2回Joint Coordination Committeeの開催
【B】 第2期 （2022年10月～2025年2月）
【B-01】 ワークプラン（第2期）の作成・協議
【B-02】 第1回JWG/WG開催
第2回セミナーの開催
【B-03】 パイロット・プロジェクトの実施
JWG/WG開催
【B-04】 パイロット・プロジェクトの検証
【B-05】 エンドライン調査の実施
【B-06】 ペトラ観光開発マスタープランの（第2版）の作成
R-3 プログレスレポート第3号
【B-07】 第3回Joint Coordination Committeeの開催
第3回セミナーの開催
【B-08】 ペトラ観光開発マスタープラン（最終版）の作成
【B-09】 ペトラ観光開発マスタープラン（最終版）を紹介するための媒体資料作成
R-4 ペトラ観光開発マスタープラン案 第2版
【B-10】 第4回Joint Coordination Committeeの開催
第4回セミナーの開催
【B-11】 ヨルダン他地域及び周辺国に対するペトラ観光開発マスタープラン（最終版）の紹介
第5回Joint Coordination Committeeの開催
R-5 ペトラ観光開発マスタープラン最終版
【F-01】 事業完了報告書の作成
ラマダン期間
様子見
【C】 カウンターパート（CP）招聘と研修の計画・実施
【C-01】 本邦招聘の計画
【C-02】 本邦招聘の運営
【C-03】 本邦研修の計画
【C-04】 本邦研修の運営
【D】 広報活動
【D-01】 広報資料・プロモーションマテリアルの作成
【D-02】 FAM トリップの実施
【D-03】 その他の広報活動
国際観光展示会（WTA、ITB、FITUR、ATB、TEJ）
【E】 情報共有のための会議開催
【E-01】 国内会議
【E-02】 現地会議


2024年
2025年
4月
5月
6月
7月
8月
9月
10月
11月
12月
1月
2月
3月
ライダーン現場
補性系

業務従事者の従事計画／実績表（2022年9月業務従事月報提出時）

契約件名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト

監督職員確認印： 石亀　敬治　印

	氏名 担当業務	格付		渡航回数	第1期契約期間 2021年 3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2022年 1	2	3	4	5	6	7	8	9	日数合計	人月合計
現地業務	熊田　順一 （業務主任者／観光開発計画）	3	計画	6			21				24		24		12	24			24				18	135	4.50
			変更	6			21						17		12				23	20			12	105	3.50
			実績	6			5/14 5/31 18	6/1-3 3					17		12				23	6/18-6/30 13 7	7/1-7/7		12	105	3.50
	齋藤　まり絵 （副業務主任者／観光ビジネス開発）	5	計画	5			21				24		24			18			24					111	3.70
			変更	7			21				14	10	23				21		23	20			12	144	4.80
			実績	7			5/14 5/31 18	6/1-3 3			14	10	19	4			20	1	23	6/18-6/30 13 7	7/1-7/7		8	140	4.67
	碓氷　晶子 （観光人材育成戦略）	3	計画	4				21			24		24							27				96	3.20
			変更	5							24		21				21		23	20				109	3.63
			実績	5							24		21				20	1	23	6/18-6/30 13 7	7/1-7/7			109	3.63
	谷村　浩志 （観光商品開発／ブランディング）	3	計画	4			21				24		24							27				96	3.20
			変更	6							28	3	21		12		21		23	20				128	4.26
			実績	6							28	3	21		12		20	1	23	6/18-6/30 13 7	7/1-7/7			128	4.26
	大原　啓 （観光地経営／ジェンダー担当）	3	計画	6			21				24		24			24			24				18	135	4.50
			変更	8			21				24		23		12		21		23	20			18	162	5.40
			実績	8			5/14 5/31 18	6/1-3 3			14	10	19	4	12		20	1	23	6/18-6/30 13 7	7/1-7/7		12	156	5.20
	アセファ・テメズガン （マーケティング・プロモーション）	5	計画	4				21			27		24						24					96	3.20
			変更	5							24		21				21		17	20			12	115	3.83
			実績	5							24		21				20	1	17	6/18-6/30 13 7	7/1-7/7		12	115	3.83
	大山　晃司 （考古学及び博物館管理	4	計画	6			24				27		24			24			27				18	144	4.80
			変更	7			21				24		34				21		23	20			18	161	5.37
			実績	7			5/14 5/31 18	6/1-3 3			24		30	4			20	1	23	6/18-6/30 13 7	7/1-7/7		12	155	5.17
	神宮　保 （観光危機管理1／地域強靭化計画）	4	計画	4							24			15		18							18	75	2.50
			変更	4							24		17						23	20				84	2.80
			実績	4							14	10	17						23	6/18-6/30 13 7	7/1-7/7			84	2.80
	河野　まゆ子 （観光危機管理2／4R体制構築）	4	計画	5							15			15		15				15			18	78	2.60
			変更	2							11									11				22	0.73
			実績	2							8	3							11					22	0.73
	小出　隆広 （GIS）	4	計画	4							24			15		18							18	75	2.50
			変更	4							24		17							20			18	79	2.63
			実績	4							14	10	17							6/18-6/30 13 7	7/1-7/7		12	73	2.43
	大澤　なず奈 （コミュニティー開発）	6	計画																						
			変更	1																20				20	0.67
			実績	1																6/18-6/30 13 6	7/1-7/6			19	0.63

		日数合計	人月合計
現地業務小計	計画	1041	34.70
	変更	1129	37.62
	実績	1106	36.85

	氏名 担当業務	格付		渡航回数	第1期契約期間 2021年 3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	2022年 1	2	3	4	5	6	7	8	9	日数合計	人月合計
国内業務	熊田　順一 （業務主任者／観光開発計画）	3	計画			2						2												4	0.20
			変更		1	2	1				2	1	2		2		2	2						15	0.75
			実績		1	2	1				2	1	2		2	2	2							15	0.75
	齋藤　まり絵 （副業務主任者／観光ビジネス開発）	5	計画			1						1												2	0.10
			変更			2	1				1	1	2			2		1	2	2	2	2	2	20	1.00
			実績			2	1				1	1	2			2	2	1				4	6.67	22.67	1.13
	碓氷　晶子 （観光人材育成戦略）	3	計画			1						2						1						4	0.20
			変更			1				2		2						1						6	0.30
			実績			1				2		2						1						6	0.30
	谷村　浩志 （観光商品開発／ブランディング）	3	計画			1						2						1						4	0.20
			変更		0.5		0.5			2	1		1.42			2								7.42	0.37
			実績		0.5	0.5				2	1		1.42			2								7.42	0.37
	大原　啓 （観光地経営／ジェンダー担当）	3	計画			1						1												2	0.10
			変更		0.5		0.5					1												2	0.10
			実績		0.5	0.5						1											4	6	0.30
	アセファ・テメズガン （マーケティング・プロモーション）	5	計画																						
			変更							2	1	2	2		1								1	9	0.45
			実績							2	1	2	2		1	1								9	0.45
	大山　晃司 （考古学及び博物館管理	4	計画																						
			変更																						
			実績																				4	4	0.20
	河野 まゆ子 （観光危機管理2／4R体制構築）	4	計画																						
			変更								5						3			2				10	0.50
			実績								1	2	2			1	2				2			10	0.50
	小出　隆広 （GIS）	4	計画																						
			変更																						
			実績																				4	4	0.20
	大澤　なず奈 （コミュニティー開発）	6	計画																						
			変更																						
			実績																		0.67			0.67	0.04

		日数合計	人月合計
国内業務小計	計画	16	0.80
	変更	69.42	3.47
	実績	84.76	4.24

凡例：　業務従事実績　業務従事計画　自社負担

合計	計画	**35.50**
	変更	**41.09**
	実績	**41.09**

報告書等	△ 業務計画書	△ ワークプラン（第1期）	△ プログレスレポート（第1号）	△ 観光開発MP（第1版）	△ プログレスレポート（第2号）	△ 業務完了報告書（第1期）

注１）各業務従事者の現地、国内のそれぞれの人月は、現地業務期間は30日、国内業務期間は20日で除した数字の小数点以下第３位を四捨五入して算定してください。
注２）現地業務と国内業務の振替えは人月単位で行うため、日数に端数が出ますが、端数は国内業務日数で調整してください。
注３）各業務従事者の各配置期間の下には、日数を括弧書きで記入してください。
注４）実績については各配置期間の開始日、終了日を記載してください（計画については記入不要です）。
注５）通訳についても記載してください。
注６）コンサルタント業務従事月報の添付資料とするときは、月報提出月以降の「業務従事予定日程」の日付を括弧書きで記載してください。日程が決まっていないものについては、バーと日数のみの記載で構いません。
注７）自社負担による業務従事期間が発生する場合、自社負担による業務従事期間を明確に区別できるよう（白黒印刷でもわかるよう）表記してください。

貸与物品リスト
List of Property Lending

業務名称 (Name of Project)：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト
対象国 (Country)：ヨルダン国
事業担当部課 (Division in Charge)：経済開発部民間セクター開発グループ

（2022年9月現在）
(As of Sept, 2022)

物品名称 (Name of Property)	規格・品番 (Standard, Part Number)	個数 (Quantity)	取得価格 (Purchase Price)			検査合格日 (Date of Inspection Passed)	配置場所 (Location)	現況 (Current State)	備考 (Remarks)	事業終了後の取扱い (After Completion of Project: Handover/Return)
			取得価格 (Purchase Price)	通貨 (Currency)	日本円換算取得価格 (In Japanese Yen)					
プリンター	Cannon I-Sensys MF641w Laser	1	329	JOD	64,303		ペトラ博物館のオフィス	使用中		
【以下、JICAから貸与されている物品 (Property Lent by JICA)】										

注１）本「貸与物品リスト」には、契約書附属書Ｉ「共通仕様書」第22条の規定に基づき、発注者から貸与を受けている物品・機材を記載してください。具体的には、契約金額内訳に経費を計上し、受注者自らが調達を行って事業に使用している物品・機材と発注者が受注者に無償で貸与している物品・機材が含まれます。ただし、消耗品に分類される物品・機材及び供与機材は除外します。
注２）受注者自らが調達を行った物品については、その取得価格及び検査合格日を記載してください。日本円換算に必要な為替レートは検査合格月のJICA統制レートを使用してください。
注３）「現況」欄は、「稼働中」、「故障：修理中」、「故障中」、「亡失」、「その他」の選択肢で記載し、「稼働中」以外の場合は、備考にその状況を説明してください。契約書附属書Ｉ「共通仕様書」第22条の規定に基づき、自己の故意または過失により貸与された物品を滅失又はき損したときは、代替品の返還、原状復帰、又は損害賠償を求められることがありますので、そのような事態が発生したときは、速やかに監督職員に相談してください。
注４）契約を複数の契約履行期間に分割して契約書を締結している場合であって、既に先行する契約履行期間において受注者が調達した物品でも、譲与／返還が未了の場合には本リストに引き続き記載してください。先行する契約履行期間にて購入経費を精算している場合は、その旨「備考」に記載してください。
注５）「事業終了後の取扱い」欄は、「実施機関に譲与」／「事務所・支所に返還」の選択肢で事業終了後の取扱いを記載するとともに、譲与／返還手続きの完了日付を記載してください。これらの取扱いは、事業終了時点で発生するため、それまでは「事業終了後の取扱いに係る想定」として、「実施機関に譲与予定」／「事務所・支所に返還予定」／「未定」の選択肢で記載しておいてください。
注６）なお、事業終了後に実施機関に譲与した場合は、実施機関の長又はそれに準ずる者が署名した受領書を徴取し、その原本をJICA在外事務所に提出、その写しを経費精算報告書に添付してください。事務所に返還した場合は、事務所から受領書を取得し、経費精算報告書に添付してください。万が一、履行期限内に受領書を取り付けられない場合には、在外事務所に報告のうえ、「事業終了後の取扱い」欄に「受領書取り付け中。〇〇事務所了承済み」と記載し、本リストに在外事務所からの確認サインを得て、領収書とともに精算報告書に添付してください。
注７）「JICAから貸与されている物品」については、JICAが貸与するに際して、「物品名称」、「規格・品番」、「日本円換算取得価格」、「検査完了日」をお伝えするので、その情報を記載してください。
注８）本リストを「コンサルタント業務従事月報」に添付して提出する際には、当該物品が配置場所に存在していることを確認（現品対査）してください。
注９）本リストの項目は日英併記していますが、内容は日本語での記載でも構いません。また、以下注書きの英訳は本リスト提出時に印刷範囲に含める必要はありません。

ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第１期）
第１次現地調査

議事録目次

1 JICA ヨルダン事務所との第１次現地調査の実施方針に係る会議.....1
2 PDTRA とのキックオフミーティング.....3
3 PDTRA の各部局の局長を交えたキックオフミーティング.....5
4 Petra Museum.....7
5 Directorate of Tourism and Marketing.....10
6 Directorate of Investment.....12
7 Archaeological Documentation and Research Center.....14
8 Visitor Center.....16
9 Directorate of Operations and Control, Rangers section.....18
10 Directorate of Urban Planning.....19
11 Directorate of Finance.....21
12 Petra Cultural Village.....23
13 Directorate of Cultural Resource Management (CRM).....25
14 PDTRA Tourism Directorate - Marketing and Promotion Department.....28
15 Directorate of Local Development and Environment Affairs.....30
16 Directorate of Infrastructure.....31
17 Um Syhoun Development Centre.....34
18 Directorate of Information Systems.....36
19 Directorate of Risks and Crisis.....38
20 Private Sector.....40
21 Directorate of Human Resources.....42
22 Ministry of Tourism and Antiquities (MoTA) 観光大臣表敬訪問.....44
23 JITOA (Jordan Inbound Tour Operators Association).....46
24 RAMZ GROUP JORDAN.....49
25 JICA ヨルダン事務所との Wrap-up Meeting.....51

1　JICA ヨルダン事務所との第 1 次現地調査の実施方針に係る会議

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 16 日（日）09:30 – 10:30	
場所：JICA ヨルダン事務所	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
宮原所長・後藤次長・山中嶋様	熊田、大原、大山、齋藤（記録）

議事

1.　第 1 次現地調査の実施方針

- PDTRA とのオンラインキックオフミーティング時に使用した資料を元に、現地調査スケジュールを確認。
- 特に、5 月 17 日にペトラで予定している PDTRA との現地キックオフミーティング及び第 1 陣のペトラ滞在中には「事前にこちらから PDTRA へ提案している本プロジェクトの向かうべき方向・実施方針・ＫＰＩと先方が描いている内容との乖離や現提案内容の改善すべき点を洗い出し、プロジェクト全体のフレームを考えることを目的とする」ことを熊田より強調。
- また、可能であれば 5 月 27 日（第 1 陣がペトラを離れる直前）には、「PDTRA の指導の元、今後プロジェクトで関わる関係各所の方々と方向性を決めることを目的とする JCC 会議を開催したい」ことを説明。

2.　ヨルダン滞在中の安全管理方針について

＜JICA からのインプット＞

- 一見陽性率が低下し COVID-19 の蔓延状況が改善しているかの様に見えるが、見え方のコントロールがヨルダン政府によりなされている可能性もあり、暫く様子見が必要。
- Aman アプリについては信頼性が欠けており（例：同じ建物内に居てもアラートが上がる人と上がらない人がいる）ヨルダン人も使用していない程、制度としてはあるが精度は低い。
- ワクチン接種率は決して高くない。（170 万人／1000 万人超の人口が摂取済。ペトラよりも教育レベルが高いアンマンの摂取率が高い。またワクチンの普及率がペトラは低い可能性あり。）
- PDTRA は、訪問客増加の見込める 9 月以降を目指してワクチン摂取を進める様子。
- ペトラでは感染が怪しまれた場合、ホテルで感染者受入れはなく直ぐに隔離され、まともな対応を JICA としても行えない為、また医療レベルも低い為、熱などがあった場合は直ちにアンマンに戻り医療機関へ受診すること。
- 会食での感染拡大が広がっている為、団員内の会食時もマスクをつけた上での会話をすること。

＜Mission Team からのアウトプット＞

- 上記について了解。
- 非接触型体温計を所持し、体調管理を徹底して行う。
- 車両の乗車に関して、毎回同じ組み合わせでの乗車を行い、バブル管理を徹底する。

＜その他＞

- 日本大使館・JICA 発信の安全管理情報の受信を熊田・齋藤で行うことを合意。

・ COVID-19 の感染リスク軽減の面から、当初予定していた後半組の JICA とのキックオフミーティング及び大使館表敬は不要。

（必要となった場合には適宜オンライン開催案含め再調整を行うこととした。）

・ 6 月 2 日の第 1 次現地調査のラップアップミーティングは、オンラインとする。

・ アンマン市内の Business District への訪問については、デモへの安全危機管理の理由から車窓で行う。

3. **その他**

・ 様々なドナーが近年 PDTRA に働きかけている。（例：USAID が博物館 HP 作成の提案を行うなど）気後れせず任務に努めるべき。

・ プロジェクトが進む中で、前 UNWTO 事務局長（タレブ・リファイ氏）へ協力を仰ぐ。現在の UNWTO 事務局長が Young Empowerment やデジタル化に力を注いでおり、前事務局長と方向性が違うため、様子を見ながら協力を打診する。

・ 日本人のヨルダン渡航促進については、PDTRA との連携と並行して行っていきたい。アドベンチャーツーリズムに関して、JICA も協力したいと考えている。

・ マスタープランを周辺隣国へ共有すると共に三国間の体制強化（イスラエル・パレスチナ・ヨルダン）をする話がある一方、パレスチナについては、PDTRA は積極的ではなく、表立ってパレスチナの会社や組織との協力は行わないことが懸命だと考えられる。

・ 若者が観光業会を離れる傾向がヨルダンでもあり、将来の為人材確保の必要性がある。

・ 今後ヨルダン・ペトラへの観光需要が増えるのは、ワクチン摂取率の高い国からだと考えられる。

・ 第 1 次現地調査については、すぐにプリンターの購入はせず、ペトラのオフィス環境を確認した上で購入することに合意。

以上

提出・受領資料

・ PDTRA とのオンラインキックオフミーティング時に使用した、英字 PPT 資料 “Project for Formulating a Tourism Development Master Plan in the Petra Region, Jordan”

・ JICA とのオンラインキックオフミーティング時に使用した PPT 資料の英訳版 “Work Plan”

・ 対処方針

2　PDTRA とのキックオフミーティング

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 17 日（月）14:00-15:00 (第 1 部：14:00-14:30 / 第 2 部：14:30-15:00)	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
第 1 部：Dr Suleiman・Dr Ismaiel・Mr Sabri 第 1 部：別紙参加者リスト参照	熊田、大原、大山、齋藤（記録）

議事

1. **第 1 部**：Chief Chairman **及び、オンラインキックオフミーティングに参加された主要メンバーとの顔合わせ**

＜団員からのインプット＞

・ 事前にこちらから PDTRA へ提案している本プロジェクトの向かうべき方向・実施方針・ＫＰＩと先方が描いている内容との乖離や現提案内容の改善すべき点を洗い出し、プロジェクト全体のフレームを考えることが第 1 次実地調査で行うことであり、PDTRA やローカルコミュニティー、その他ステークホルダーの考えや、取り巻く環境に配慮した上で、マスタープランの完成を試みたい意志を伝えた。

＜PDTRA からのインプット＞

・ 以前のマスタープラン作成から 3 年が経ち、実効性の高いプランが現状ない為、とても今回のプロジェクトに期待している。４年後に出来上がったマスタープランは、分厚い用無しの資料ではなく、実効性の高く持続性の高い、観光素材やペトラ観光の将来を担う人材の教育・確保が実現するプランであることを目指す。

・ 困った時・疑問に思うことがあれば、Chief Commissioner 含め今回会うスタッフに直ぐコンタクトして欲しい。ワンチームとして PDTRA 全体＋専門家で向こう 4 年、マスタープラン作りに携わる。

2. **第 2 部**：PDTRA **内関係箇所** Commissioner **や** Director **との顔合わせ**

＜団員からのインプット＞

専門家ごとの役割分担等を説明

・ 今回専門家チームの役割は、マスタープランを PDTRA にいる皆様が作成するお手伝いをすること。プロジェクト中活発に意見を交し、ぜひ自立性/自律性の高い、サステイナブルなプランを作る。

＜PDTRA からのインプット＞

・ 前回のプロジェクトに関わっていた Arwa さんがローカルスタッフとしてチームに加わっていること、そして大山さんが専門家の一人としていることは、とても心強いこと。ぜひ専門家チームには二人の知見を役立ててほしい。

・ これまでの遺跡だけの観光商品ではなく、ペトラ地域全体が関わるマスタープランとしたい。

・ 今回のプロジェクトはゼロベースのスタートではなく、既に在る様々な素材を組み合わせ、上手く活きるプランを探し作成すること。専門家にはそれを念頭に任務に当たることをお願いしたい。

・ ペトラ観光に関わる場所・ステークホルダーが既に持っているもの、持っていないもののリストを作り、現状を明確化することは初めの段階で必要であり、明確化させた上で次のステップに進むべき。

・ 前回のマスタープランは、too ambitious であり実現性に欠けており、結果何も役立つ

要素がなかったと現在感じている。ぜひ今回はプロジェクト終了後も汎用性が高く持続性のあるものにして欲しい。 ・ Las Vegas Tourism はペトラにはいらない。一方でレジャー観光のみならず、MICE 観光も今後視野に入れるなど、様々なツーリズムの形を実現する為の工夫を凝らした場所へとペトラ地域をしたい。（既に Convention Center の建設は始めている。）ペトラ地域内を、エコツーリズムエリア、コンベンションエリアなど、ゾーニングをしたいと考えている。 以上
提出・受領資料
なし

3　PDTRA の各部局の局長を交えたキックオフミーティング

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 18 日（火）09:00 – 11:20	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
別紙参加者リスト参照	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の各部局の局長を交えたキックオフミーティングを開催し、PPT の資料を基に、本プロジェクトの枠組みの説明を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. **PDTRA のペトラの開発方針について**

PDTRA の掲げるペトラ地域の開発に関わる重点分野は以下の三つ。

1. 文化遺産（遺跡）の保全
2. 観光サービスの向上
3. 地域の雇用創出

- ペトラには遺跡公園だけでなくカルチャーツーリズム、ネイチャーツーリズム、宗教ツーリズム、アドベンチャーツーリズムなど様々な開発ポテンシャルがある。
- また、外国人観光客に向けたアニュアルフェスティバルや、ヨルダン人向けのマンスリーやウィークリーのフェスティバルなど、新たなフェスティバルを開発することも重要。
- ペトラの観光開発マスタープランの策定に当たっては、ペトラだけでなく、周辺国（サウジアラビア）や周辺地域（アカバ、ワディ・ラムを含むゴールデン・トライアングル）を含む広域連携の視点が重要である。
- マスタープランの策定に当たっては、地域の有形／無形の観光資源をインベントリーマップに整理する作業が必要である。

2. **JCC の開催時期について**

Project team:　現状の COVID-19 の日本国内の感染状況を考慮すると、第 1 年時に計画していた第 1 回目の本邦研修を 2021 年 9 月に開催することは現実的でない。開催時期を 2022 年 4 月に延期することを提案する。2022 年 4 月に延期した場合、開催期間の一部がラマダンの時期に重なる可能性もあるが、問題ないか。

PDTRA:　2022 年 4 月に延期することで問題ない。

3. **JCC の実施方針について**

Project team:　今般の第 1 次派遣期間中に、官民のステークホルダーを交えた第 1 回目の JCC を開催することを想定しているが、PDTRA の考え如何。

PDTRA:　JCC を構成するステークホルダーは、①PDTRA、②ペトラ地域の民間観光事業者、③ペトラ地域の六つのコミュニティ、④中央政府／ドナー期間の四つのレベルがある。まずは、それぞれのレベルにおいて、プロジェクトの枠組みを共有し、各レベルのコメント等を踏まえ、プロジェクトの枠組みや課題を整理した上で、官民のステークホルダーを交えた第 1 回目の JCC を開催してはどうか。

Project team:　承知した。現在の COVID-19 の状況にも照らし、官民のステークホルダーを交えた第 1 回目の JCC は、次回 9 月以降の現地派遣期間において開

催する方向でプロジェクトを進めていくこととする。

4. **ペトラ地域の六つのコミュニティの取り扱いについて**

Project team: ペトラ地域では、中央政府や地方自治体の行政システムと併存する形で伝統的な部族社会が残っており、ペトラ地域で観光開発プロジェクトを進めるに当たっては、これら伝統的な部族社会に十分配慮する必要がある。JCC を構成するステークホルダーのうち、「③ペトラ地域の六つのコミュニティ」に六つのコミュニティの部族の代表者を含めることは適当か。

PDTRA: ペトラ地域の六つのコミュニティの代表者としては、各部族の代表者を含めた場合、様々な利害関係が生じることから、各部族の代表者よりもペトラの選挙区から選出された国会議員を含めるのが適当である。

Project team: 承知した。

5. **プロジェクトの実施方針について**

PDTRA: これまで 20 年に亘り、MOTA や PDTRA は、（ドナー等の支援の下で）土地利用計画、施設建設計画、観光開発計画など、様々な調査や計画を行ってきたが、現在までのところ、成果は全て単なる紙に終わり、（物理的な）成果が伴わない。JICA が策定する M/P では、これらの既存の成果を踏まえたものでなければならない。ペトラの観光を観光客ごとの宿泊数で見ると、これまで、トレイルルート、エコツーリズム、カルチュラルビレッジなど様々な商品開発を行ってきたが、依然、70%が 1 泊以下、20%が 2 泊、3 泊以上滞在する観光客は、全体の 10%程度に留まる。観光は、①観光客、②地域住民（コミュニティ）、③観光資源（サイト）の三つの要素からなる産業である。

6. **本プロジェクトの事後評価の指標（KPI）について**

PDTRA: KPI については、World Tourism Ranking (?) におけるペトラの順位や、ペトラにおける観光客一人当たりの泊数の増加を含めてはどうか。

以上

提出・受領資料

なし

4 Petra Museum

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 19 日（水）8:30 – 10:30	
場所：Petra Museum	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr Nahar E. Rawadieh（館長）	熊田、大原、齋藤、大山（記録）

議事

ペトラ博物館の開館後から現在までの運営活動体制や、今後の課題等について館長と協議

1. Petra Museum の運営、人員体制

現在の人員配置の状況

- 館長：1 名
- 学芸員：1 名(Ms.Maha Dhaghesh)
- 開館時に活動した学芸員のうち、1 名の学芸員（Mr.Qais Twaissi）は別部門に移り、Mr.Ibrahim Mashare は長期休業中→1 名で博物館活動の多くをこなさねばならない状況にあり、負担が大きいと思われる。博物館資料の保存管理技術に詳しい専門職員が不在と思われるため、人員体制は今後検討が必要。
- ギャラリースタッフ：10 名（交代制）
- 警備：3 名
- デジタルサイネージ等の技術的な部分を担当する IT 関連スタッフ（Ms.Areej など開館準備前後に活動したスタッフ）は、博物館部門ではなく別のセクションにいて、必要に応じて博物館に協力する形
- 博物館単独で必要なすべての人員を揃えるのではなく、必要に応じて PDTRA の他部門の専門職員と連携する形

2. 来館者の状況（主に COVID-19 の流行前）

1）来館者数

COVID-19 の流行前、2019 年（開館した年）の 11/12 から 2020 年 1/31 まで、来館者数データが取られている。内容は以下のとおり。

＜2019 年＞

- 11/12-11/30 総計　13067 人、1 日当たり平均 687.7 人（1 日当たりの最大 962 人、最小 463 人）
- 12/1-12/31　総計　13535 人、1 日当たり平均 436.6 人（1 日当たりの最大 853 人、最小 217 人）

＜2020 年＞

- 12/1-12/31　総計　13518 人、1 日当たり平均 436.1 人（1 日当たりの最大 760 人、最小 200 人）

2）平均訪問時間：約 30 分程度

- 夕方の来館が多い（遺跡公園訪問後が多いと思われる）、またヨルダンの週末の木・金・土曜日の来館が多い（→週末に訪れるのは主に地元からの来館と思われる）

- 観光ツアーグループの来館もあるが、来館者のデータは取得できていない。
- ヨルダンの博物館で一般的な、入口に来館者のデータを書く台帳を置き、記載してもらう形を館長側で検討中。
- 入館料は現在徴収しておらず無料（ペトラ遺跡のチケット提示も必要でないため、チケットに含まれる形でもない）。

3. Petra Museum の活動状況

- 2020 年の年次活動計画を策定し、学校との教育活動や、9 点の資料の展示への追加などを検討していたが、COVID-19 の影響で、延期となっている（2021 年に延期されたが、COVID-19 が終息しない中で、まだ活動は行われていない）
- 2019 年 4 月の開館と、その後 9 月までの JICA 専門家（大山）支援での体験型教育イベント試行（2019 年 5 月と 9 月の 2 回）以降も、地域の学校と連携した活動は行われているが、博物館の館内ツアーが主体。六つのコミュニティ内の多くの学校が訪問したとのこと。
- アンマンの児童博物館（Children Museum）と連携した活動も行われた。
- COVID-19 の中において、世界各地の博物館で展開が進みつつある、オンラインで実施する教育活動を、大山より館長に提案。5 月 18 日の「国際博物館の日」にちなんだ活動を今年はまだ行っていないので、スマートフォンの ZOOM を用いて、地元の学校（並びにアンマンの学校等）と博物館を結び、博物館のギャラリーを映し出して、児童生徒にいわば博物館の「バーチャルツアー」を体験させることを検討。6 月半ば頃までの活動は「国際博物館の日」の活動に数えられるので、その時期までに行うことを検討。
- 今後展開必要な、ペトラ博物館のオンラインによる活動の先駆けとなる。学校に加え、観光セクター向けにも行うことができる。

4. Petra Museum のプロモーション等

- Facebook での紹介：博物館での Facebook ページがあり、随時記事が配信されている。

  https://www.facebook.com/ThePetraMuseum
- 博物館パンフレットの状況：現在、英語、アラビア語、日本語のみ。
- パンフの多言語化が今後必要な状況　ドイツ語やフランス語、イタリア語など
- また、パンフの内容の改訂（展示テーマの説明の追加など）が必要。
- デジタルサイネージ、パネル、展示品説明などは英語・アラビア語のみで、多言語対応は今後の課題である（カラク博物館で導入したような多言語の QR コード導入も一案）。多言語対応の音声ガイド等はまだ導入されていない。
- メディアの取材：Jordan TV（2020 年 2 月　以下リンク　JICA にも言及）など、いくつかのメディアの取材は受けている（しかし、今後さらなる働き掛けが必要）。

  https://www.youtube.com/watch?v=DiAP3pXanlM

  （日本のテレビでは、NHK の番組や、TBS「世界遺産」などに展示の一部が登場）
- PDTRA によるペトラ紹介の WEB サイト「Visit Petra」への記載：まだ記載されていない、今後調整が必要。
- 博物館のウェブサイト（バーチャル博物館サイト）が必要（USAID が支援を打診した経緯あり）。

5. Petra Museum での COVID-19 対策

- 入口（カウンター）への消毒液の設置、来館者への検温、、入口部分を定期的に開放しての換気なども行っているとのこと。
- ソーシャルディスタンスを開ける来館者へのお願いは、入口部分に掲載。

6. ミュージアムショップ

- COVID-19 の影響で、ミュージアムショップは現在休業している。
- JICA で制作出版したガイドブック（英語、アラビア語）もまだ販売されていない。

7. ビジターセンターとのデマケ案（６つのコミュニティを紹介する展示等について）

- 博物館では常設展示の最後部分に、小さな民俗関連展示があるが、六つのコミュニティの各村落を紹介するには十分なスペースがないため、六つの村落については、ビジターセンター側で紹介する形が望ましい。
- 2018 年 9 月、博物館の展示準備中に、博物館の展示コンテンツとのデマケを考えて、JICA 専門家（大山）側より PDTRA に提言したビジターセンター改修案の内容に沿う形。もともと六つの村落の詳細な紹介は、行うとすればビジターセンターで行う方向で博物館展示も作られた。博物館側は、現代にまで継承されるナバテア文化という観点で、民俗展示を行っており、六つの村落も含まれるものの、村落ごとの切り口ではなく、また各村落の産品などは紹介していない。

以上

提出・受領資料
来館者統計（2019 年、2020 年）

5 Directorate of Tourism and Marketing

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 18 日（火）11:40 – 12:30	
場所：Petra Archaeological Park (PAP) Management Office	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
別紙参加者リスト参照	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の Directorate of Tourism and Marketing とのミーティングを開催し、同部局の所掌業務等の確認を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. Directorate of Tourism and Marketing について

Directorate of Tourism and Marketing は、以下の三つの課（Department）で構成される。

1. プロモーション&マーケティング課
2. 品質管理（Quality Assurance）課
3. 観光事業（Activities）課

・ 品質管理課ではホテルの格付けのためのインスペクションを毎年行っている。

・ プロモーション&マーケティング課では「Visit Petra」などの Web サイトの管理やソーシャルメディアを通じたプロモーション、ITB ベルリン等の国際観光展示会への出展等も行っている。

・ アカバのクルーズ船からの日帰り観光客に対しては、査証免除（対象国：全世界）の優遇策もある。

2. 観光事業者に関わる統計について

観光事業課では、ペトラの観光事業者の管理を行っている。ペトラの観光事業者に関わる主な統計は、以下のとおり。

・ ホテル数：61（総部屋数：約 4,000 室、総ベッド数：約 6,000 床）

・ 旅行代理店：39

・ 訪問者数：1.2 百万人（2019 年）

・ 平均泊数：1.4 泊／人

・ LCC 路線（アンマン空港／アカバ空港）：22 路線（18 便／週）

・ アカバ港に寄港する大型クルーズ船数：2 隻／週

3. PDTRA の財源について

PDTRA の年間予算は、約 24 百万 JD／年である。PDTRA の年間予算の 98%は、ペトラ遺跡公園のチケット代の売り上げを財源としている。

4. ペトラ遺跡公園のチケット代について

ペトラ遺跡公園のチケットの料金表は、以下のとおり。

カテゴリー	コンディション	入園料
1：ヨルダン国内の宿泊無し	日帰り観光客	90 JD
2：ヨルダン国内の宿泊有り	1 日券	50 JD
	2 日券	55 JD
	3 日券	60 JD

ヨルダン共通パス	ヨルダン国内の観光地共通のパス（ペトラの滞在日数：1 日の場合）	70 JD
ヨルダン国内在住者	1 日券	1 JD

・ カテゴリーに応じて、チケット代の一定割合が国庫、PDTRA、ガイド組合、乗馬組合、等に分配される仕組み。

・ 1 日券 50 JD の場合の分配

	配分先	配分額
国庫	財務省（国庫）	10.00 JD
	水利省（国庫）	1.00 JD
ペトラ地域事業者	PDTRA 運営費	28.65 JD
	乗馬組合	8.00 JD
	ガイド組合	3.00 JD
	キングアブドゥッラーフォルクロールショー	0.35 JD
	合計	**50.00 JD**

5. DMO の設立に係る課題について

・ DMO の設立のためには、法整備が必要。現行のヨルダンの法制度の下では、観光地を独自に管理する独立法人としての DMO の設立は認められていない。

・ ヨルダンには PPP に関する法制度は整備されている。

以上

提出・受領資料
なし

6 Directorate of Investment

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 18 日（火）13:00 – 14:00	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr. Hasan Lawama, Director	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の Directorate of Investment とのミーティングを開催し、同部局の所掌業務等の確認を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. Directorate of Investment について

Directorate of Investment は、以下の三つの課（Department）で構成される。

1. 事業ライセンス（Commercial Licensing）課
2. 観光業ライセンス（Tourism Licensing）課
3. 投資インセンティヴ機会促進（Investment Incentives and Opportunities）課

2. PPP について

- PPP 事業の管理は、首相府直属の PPP Unit が一括して管理を行っている。
- PDTRA が管理する区域の土地を使用して新規に PPP 事業を興す場合は、PDTRA と事業者と間で Agreement が締結される。
- 現在、ペトラにおいて PPP 事業の計画はない。

3. 外国資本による土地所有について

- 外交資本がヨルダン国内の土地を購入した上で事業を行う場合は、必ずヨルダン籍の法人と共同事業体を設立した上で、土地の所有権の 51%以上をヨルダン籍の法人の所有としなければならない。

Project team: このような土地所有制度を有する国は、ヨルダンの他にもある（アルジェリア等）が、観光事業に外国投資を呼び込む際の大きな阻害要因となるケースが多い（強い経営権を行使できないため）。PDTRA の考え如何。

PDTRA: 国の法制度であり、現時点で PDTRA が介入できるものではない。

4. 投資優遇策について

- ペトラは、死海やアカバと同様に首相府直轄の行政（経済）特区に指定されており、投資優遇策として、特区内で事業を行う事業者に対し、法人税（所得税）が、10%減免される（通常法人税率 20% ⇒ 特区内 10%）。

5. ペトラにおける民間投資事業について

- ペトラ博物館に隣接するクラウンプラザホテルの改修工事（150 室を有する五つ星ホテルとして新たに開業予定）や、ムーンホテルの拡張工事等が進行している。

6. 歴史的建造物を使用した民間の観光事業について

- ペトラには、5 ヵ所の歴史的建造物の保存地区があり、そのうち、三つについて修復工事後に民間事業に使用されている。
- 歴史的建造物を使用して事業を行う際には、PDTRA が（ドナー資金等で）修復工事を行った上で、事業者を公募するものや、民間事業者により、修復工事が行われるものもある。
- いずれの場合も、工事着工前に PDTRA に対する計画書の確認申請が必要になり、事

前の発掘調査を行うなど、工事ごとに一定の条件の下、工事が実施される。 以上
提出・受領資料
なし

7 Archaeological Documentation and Research Center

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 19 日（水）11:00 – 13:00	
場所：Petra Archaeological Park (PAP) Management Office	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
別紙参加者リスト参照	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の Research Center とのミーティングを開催し、同センターの所掌業務及び PDTRA が管理する観光統計の状況等の確認を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. PDTRA の Research Center について

Research Center の主なタスクは以下の三つ。

1. 文化遺産（考古学的な遺跡）の管理（インベントリー）
2. ペトラ遺跡公園の入園者の統計データの管理
3. 観光統計分析の提供による官民の観光事業に関わる意志決定支援

・ 考古学的な遺跡及び出土品の管理について、UNDP の支援の下、PDTRA の IT 部門が GIS のデータベースを作成したものの、GIS ソフトウェアの使用許諾ライセンスが失効し、GIS のデータベースは現状、使用されていない。

Project team: 現在、Q GIS など、汎用的に使用可能な GIS のフリーソフトウェアが多数あり、そちらを使用してはどうか。

PDTRA: Research Center が管理する出土品を例に挙げれば、 2 万点を超える出土品の目録があるが、 容量の大きなデータベースにも使用できるのか。

Project team: 使用可能だと思う。

2. Research Center が管理する観光統計について

・ PDTRA では、ペトラ遺跡公園のビジターセンターのチケット販売数を基に観光統計を取っている。

・ 観光統計はあくまでペトラ遺跡公園の入園者数である。国籍別の入園者数は、現在、団体ツアーの添乗員が提出するパスポートのリストや、チケット販売員が、その都度、入園者に口頭で質問し、数をカウントしているが、将来的には、ビジターセンターでチケットを販売する際に入園者のパスポートをスキャンするシステムを導入する予定である。これによって、国籍や性別、年齢別の入園者のデータが取得できるようになる。

Project team: 入園者数からは、宿泊者数や泊数（Number of nights spent）、六つのコミュニティごとの訪問者数等は把握できない。他国の場合、国境施設の入国管理データや、ホテルの宿泊者カードの情報を基に観光統計を取っている例が多い。ペトラでは、ホテルの宿泊者カードの情報を基にした観光統計は行われていないのか。

PDTRA: そのような観光統計は行っていない。ホテルの宿泊者カードでは、日帰りの観光客の数をカウントできないのではないか。

Project team: 施設訪問者数と宿泊者数は別途の統計である。日帰り客の数は、ツアーオペレーターの催行者数等のデータでも把握できる。

PDTRA: アカバでは、主要道路に設置した監視カメラにより、車種ごとの搭乗者数から訪問者数を概算する手法を取っているようである。

Project team: 一方、日本では、ホテルの宿泊者カードを用いた観光統計の取得は行っていない。日本では、定期的に空港施設において外国人訪問者に対するインタビュー調査を行っている。観光統計の取得に当たっては、個人情報の管理やプライバシーの観点も考慮に入れる必要がある。

PDTRA: この 5 月からビジターセンターにおいて、入園者に対し、アンケート調査を実施中である（目標サンプル数：400 サンプル）。

Project team: 統計学的に（年・月単位の）正確な全数（母数）が把握できていない中では、400 サンプルでは、データの信頼性が著しく低く、政策上の統計データとしては使用できない。最低でも 100 万サンプル程度は必要である。施設訪問者数と宿泊者数は別途の統計である。日帰り客の数は、ツアーオペレーターの催行者数等のデータでも把握できる。アンケート調査の質問項目に「観光客一人当たりのペトラでの観光支出額」及び「支出先内訳（ホテル、レストラン、土産物等の支出先ごとの支出額）」の質問を含めてもらいたい。

PDTRA: 承知した。観光統計データに関する調査に関しては、今後とも JICA のプロジェクトチームと連携していきたい。

3. **文化遺産の管理状況について**

- 文化遺産の中で、当リサーチセンターで管理しているのは、ヨルダンの Antiquity Law の対象となる 1750 年以前の考古遺産の中で、遺跡のみである。遺跡から出土する考古資料については、考古局（DOA）の管轄となり、インベントリー作成なども当センターでは行っていない。
- ペトラ地域の考古資料のうち、ペトラ博物館の管理となるのは、博物館の主に展示用に考古局から貸出されている資料のみであり、他の考古資料（旧博物館の収蔵庫等にある資料）は、考古局の管轄である。
- 当センターで行っている遺跡のインベントリーは、まだ資料情報収集段階で、データベース化等はされていない。
- 1750 年以降の伝統建築、無形遺産、動植物および地質鉱物は、当センターの対象ではないが、地域の観光資源となる可能性もあることから、今後プロジェクトで当センターでの調査対象として提案できる可能性もある。
- 無形遺産は PDTRA のコミュニティ開発関係の部局が担当している。

以上

提出・受領資料

PDTRA が入園者に対し実施しているアンケート調査の記入フォーム（ハードコピー）

8 Visitor Center

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 19 日（水）13:00 – 14:00	
場所：Petra Visitor Center	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr Yaseen A Alsaidat	熊田、大原、大山、齋藤（記録）

議事

1. Visitor Center の役割

幅広い役割を担っている：

- Heritage Site 入場のチケッティング
- Heritage Site と Visitor Center 周辺の清掃
- Heritage Site のセキュリティー
- Visitor Center の管理（建物内にある VIP Room や 40 名収容可能な Lecture Hall の管理含む）
- Visitor Center 敷地内（プラザ周辺）のレストラン・土産物店の管理
- ペトラ地域のガイド研修・登録業務

1) ガイド資格を得る為の研修や資格試験は国家規模で行われるが、ガイド登録や登録地域ならではの研修は地域毎に行われ、ペトラの場合は Visitor Center がその業務を担っている。

2) 現在登録しているガイドの数は 229 人。内、英語＝160、仏語＝17、独語＝6-7、西語＝5-6、ロシア語＝2。（イタリア語は以前いたが現在は 0。）

3) ガイドの料金システム：①基本は無料（個別 FIT 訪問者が 10 名に達し次第、ガイドが 1 名付き、1HR まで無料でアテンドする。以降は訪問客の希望に沿って有料にて延長可能。）②FIT として参加する場合には、最初の 2HR=50JOD、2HR で The Temple of the Winged Lions 辺りまで行くことが出来、以降は団体と同じく有料にて延長可能であり、もし monastery までアテンドを希望する場合は 100JOD。その他トレイルによって固定料金表が存在するが、より訪問者に寄り添った、分かり易い形とする為のブラシュアップの必要性を感じると専門家から伝え、Yaseen としてもその考えに反対の意向はなく、アドバイスを得ながら改訂を行う可能性は充分にあると考えられる。）

4) ちなみに、訪問客は必ずしも Visitor Center が提供するガイドを利用する必要はなく、もしペトラ地域外からガイドを連れてきた場合、そのガイドのサービスを利用可能。ペトラ地域のガイドはものの在り方はよく理解しており、これまで特別ペトラのガイドと地域外のガイドとで争いが起きたケースは報告されていない。

5) non-licensed ガイドの取締りはペトラの警察や licensed ガイドからの密告で徹底的に行われており、資格を有しないガイドには罰金が課される。

- Visitor Center 及び 屋外広場の洗面所の管理

1) 洗面所は便座数全 36。内、6 つが車椅子用。

2) 洗面所の清掃は地元住民を雇用している。

3) 上記、洗面所の清掃員を除き、56 名の地元住民雇用の元運営されている。

2. **その他**

- Visitor Center 単独での入場料は徴取しておらず無料。。
- 施設の建物は USAID 出資の元行われ、USAID との契約は２年前に失効。建物内に展示されていた考古資料は大半がペトラ博物館に移され、残りの資料は考古局に戻された。、現在はペトラ遺跡公園のメインルート周辺部分の模型（韓国の Hyundai の支援でヨルダンの模型会社が制作）に加え、壁面と一体化して貼り付けた形のグラフィックパネル、展示ケース（壁面型だが可動式が大半）、映像用モニターが残っている状況。遺跡公園に向かう通路部分（施設外側）は、遺跡内の主な見どころの解説パネルと、イタリアとユネスコが近年設置した、シーク安定化プロジェクトの紹介パネルが設置されている。
- Lecture Hall は、現在コロナワクチンの接種会場として一時的に利用。ペトラ遺跡全般を解説する映像も以前は流されていた。
- VIP ルームは、PDTRA との調整必要であるが、MICE などでの活用の可能性も秘めている。
- Yaseen としては、今後 Visitor Center 内の展示は、は民族的・文化的展示として生まれ変わらせたいと願っている。（2018 年段階で当時の JICA 専門家（大山）より PDTRA に提案されたビジターセンター改修案の内容や、今回改めてプロジェクトチームから提案も検討している、６つの集落を産品等含めビジターセンターで紹介するような構想と方向性が合致している。）先に記載の通り、USAID との契約は失効している為、特別 USAID へ配慮なく、空間を使用できるものと Yaseen は考えている。（要確認）

以上

提出・受領資料

なし

9 Directorate of Operations and Control, Rangers section

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 20 日（木）10:00-11:00	
場所： Petra Archaeological Park (PAP) Management Office	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr. Hassan・Mr. Sabri	熊田（記録）、大原、大山、齋藤

議事

PDTRA の Rangers section 責任者とのミーティングを開催し、同組織の所掌業務、関係部署、及び遺跡内における観光危機管理（Crisis Management）に関して、想定される危機の把握・確認を行った。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. **観光危機管理に関わる関係組織**

PDTRA 内組織：Visitors Center、博物館、文化セクション、環境部門、PDRTA 内規則整備

- PDTRA 組織外：警察、お土産物屋、中央政府、地域代表者等

2. **想定している危機**

1）落石による死傷、

2）鉄砲水（Flush Flood）、

3）雪による地域閉鎖(Snow time Isolation)、

4）遺跡内での争議（Conflict）

5）児童労働（Child Labor）

6） 盗掘(Treasure Hunter)、

7）文化財の違法取引（Cultural Illegal Trade）

3. **鉄砲水への対処方法**

- 鉄砲水は 4 月や 11 月に発生する。防災システムは、ダムによる貯水、トンネル建設による水のシーク流入からの迂回、遺跡上流や周辺地域天気予報／降雨雪状況との連動警戒システムの三つの要素で構築されている。流入前の 30 分前に警報が発動するようになっている。

4. **AED／First AID Kit の設置について**

- 遺跡内に設置されており、Ranger への研修も行っている。

5. **六つの地域を含む防災計画について**

- 危機管理組織体制は、①国家レベル（Crisis Management Council／内務省）、②ペトラ地域、③遺跡内（PDTRA）三つのレベルで動いる。
- 危機時において、PDTRA 各部門合代表者、民間組織が具体的に何をすべきかの計画があり、訓練は年 1 回実施している。

6. **その他**：**PDTRA よりの補足**

- 今後は地域内への車流入数等も踏まえた計画としていく。
- 旅行者の保険加入への働きかけも重要な要素。

以上

10 Directorate of Urban Planning

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 20 日（木）11:30 – 13:00	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
別紙参加者リスト参照	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の Directorate of Urban Planning とのミーティングを開催し、同部局の所掌業務、及び UNESCO の規制区域、ペトラ地域の都市計画上の用途地域、開発規制等の確認を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. **ペトラの土地利用計画（ゾーニング）について**

- Directorate of Urban Planning では、PDTRA の管轄地域内の土地利用計画を定めており、ゾーンごとに具体的な用途地域、開発規制、建築制限、等を定めている。
- 例として、農業地区における宿泊施設の建設については、建蔽率：5%以下、階数：平屋建て等の建築制限がある。
- 他方、観光地区においては、建蔽率：70%以下とするなど、用途地域に応じた投資インセンティヴを与えている。
- 都市計画区域内の建築工事に当たっては、用途地域ごとの建築規制（建築規模（建蔽率、階数制限、等）、材料、外壁の色、等）に従う必要があり、Directorate of Urban Planning が建築図面の建築確認（ライセンス）や工事検査を行う。民間投資で伝統建築の改修等を行う場合や、公共工事の場合でも基本的なプロセスは同じ。

図：ペトラの土地利用計画図

2. UNESCO 世界遺産の規制区域について

- UNESCO では、ペトラ遺跡公園の全域を保全地区（プロテクトゾーン：ピンクのエリア）に指定し、遺跡の保存・修復工事を除き、建築行為は認められていない。
- 緩衝地区（バッファーゾーン：濃いグレーのエリア）についても、新たな建築行為は認められていない。
- 現在の緩衝地区の境界線は仮のものであり、UNESCO を含め、周辺地域の文化遺産の調査を行った上で、正式に設定される予定。

以上

提出・受領資料
観光地区の都市計画図、PDTRA の行政区域図（ハードコピー）

11 Directorate of Finance

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 20 日（木）13:00 – 14:00	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr Yousef Al awadat (Director), Mr Hussein Tawara Mr Sabri Fdool	熊田、大原、大山、齋藤（記録）

議事

1. **PDTRA の財源について**

- PDTRA の 2020 年の年間予算は、約 2400 万 JOD である。PDTRA の年間予算の 98%は、ペトラ遺跡公園のチケット代の売り上げを財源としている。2%は PDTRA 所有の土地の賃貸料など民間投資収入となっている。
- 2010 年までは政府による支援金から運営がなされていたが、以降は独立している。PDTRA は Prime Minister の直接の管理下にあり、つまりは Ministry と同等の組織である。
- 以前ペトラ遺跡公園のチケット代は Ministry of Tourism & Antiquities によって管理されており、料金も 21JOD であったが、2010 年 PDTRA の管理下になってからは充分な組織運営資金を賄うため、また遺跡公園で事業を行う他事業者へお金が分配される制度構築の為、以下の通り料金改定が行われた。

カテゴリー	コンディション	入園料
1：ヨルダン国内の宿泊無し	日帰り観光客	90 JD
2：ヨルダン国内の宿泊有り	1 日券	50 JD
	2 日券	55 JD
	3 日券	60 JD

1 日券 50 JD の場合の分配：

	配分先	配分額
国庫	財務省（国庫）	10.00 JD
	水利省（国庫）	1.00 JD
ペトラ地域 事業者	PDTRA 運営費	28.65 JD
	乗馬組合	8.00 JD
	ガイド組合	3.00 JD
	キングアブドゥッラーフォルクロールショー	0.35 JD
合計		**50.00 JD**

※2 日券、3 日券の 1 日券との差額は全額 PDTRA の収入となる。

2. **PDTRA 法**

- PDTRA が独立した組織となる上で、土地の使用方法・チケット代設定方針・建設工事方針などを細かく記した ペトラ地域の開発・保存の責任を担う為の PDTRA 法 (Law number 15) なるものが 2009 年に制定された。

3. **その他**

- COVID-19 の影響は非常に大きく、2021 年の財源確保が厳しい。ペトラへの訪問者拡大の為に、1 つ具体策として Royal Jordanian 初め LCC にアカバ空港発着便を設定頂く

働きかけを必死に行なってきた。結果、Royal Jordanian とは 2022 年の契約を今年 11 月に完了する見込みがたった。(2019 年のペトラ訪問者数 120 万人は LCC 便のおかげと言っても過言ではないと、Yousef さんは仰っていた。) また、プライベート機でアカバ空港へ降り立った方には空港税を無料にすることも、具体策の１つとして練っている。

・ PDTRA の 2020 年の年間予算約 2400 万 JOD の 15%は COVID-19 に関連する対策費用に充てがわれている。PDTRA として、現在のペトラ遺跡公園のチケット代の売り上げに頼る財源構造には非常に危機感を覚えており、チケット売り上げ収入とは別の方法で安定した収入確保方法を見つけたいと切に思っている。（例として挙げられていたのは、Hotel Tax）

以上

提出・受領資料

なし

12 Petra Cultural Village

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 23 日（日）10:00 – 12:00	
場所：Petra Cultural Village	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
別紙参加者リスト参照	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

ペトラ遺跡公園の郊外に建設された Petra Cultural Village とのミーティングを開催し、同施設の概要、使用目的等の確認を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. Petra Cultural Village の施設概要について

- PDTRA の予算により建設。工事（2012–2018 年）が完了し、仮オープンの準備を進めていた中、COVID-19 の感染が拡大し、以来、施設の準備作業がストップしている。
- 施設内に 1,500 人収容の野外劇場、700 人収容の会議室、二つのレストラン（それぞれ 3,000 人、2,000 人収容）、店舗スペース（本館内：2 店、屋外ボックス（パビリオン）：76 店）等を有する。
- ペトラ遺跡公園出口⇒Petra Cultural Village⇒ビジターセンターを結ぶ巡回バス（韓国 Hyundai が 2 台の電気バス（ゼロエミッションバス）を供与済み）を運行予定。
- 空き地となっている中央部分のスペースには、公園施設を建設する計画あり。
- ロシアの企業が背後の丘陵との間にジップラインを建設する計画あり。
- 施設の運営資金は、51%：PDTRA、41%：Bait Al-Anbat アソシエーションが負担（現地 NGO）。
- 施設は UNESCO 世界遺産のバッファーゾーン内に新たに建設されたものであるが、UNESCO の建築規制はかかっておらず、バッファーゾーンの範囲やゾーン内の建築行為に係る建築制限は、現状、明確に定まっていない。

2. Petra Cultural Village の使用目的について

- ペトラでは遺跡公園以外にこれといったアトラクション、サービスを提供する施設が無く、観光客の宿泊数が限られていたことから、新たなアトラクション施設として建設されたもの。
- ペトラ遺跡公園はあくまでナバタイの墳墓を中心とした遺跡である一方、Petra Cultural Village が位置するリトルペトラやベイダ周辺は、ナバタイやベドウィンの生きた伝統文化（生活文化、水利システム、農業、等）を体験できる生活空間である。
- Cultural Village をリトルペトラやベイダ周辺の五つの観光トレイル（①ナマラ、②モナストリー（エド・ディル）、③バジャ、④リトルペトラ、⑤ジョルダントレイル）の拠点施設として活用することを計画している。また、観光トレイルの手段としては、4WD、ラクダ、ロバ、自転車、クワッド（4 輪バギー）によるトレイルなどを検討している。
- 現在、ペトラでは、ペトラバイナイト以外に夜間のアトラクションがないため、遺跡公園閉園後の時間に伝統芸能ショーなどの夜間のイベントを Petra Cultural Village で開催し、観光客の夜間のアトラックションのバリエーションを増やす計画。
- ペトラ遺跡公園内では、13 のライセンスを有した店舗が営業を行っている一方、地元在住の 84 家族（主にウム・サイフンに住むベドウィン）がライセンスを有しないイン

フォーマルなビジネス（土産物販売、ロバ、ラクダ、馬）を行っており、児童労働の問題も発生している。

- インフォーマルなビジネスは、観光客につきまとい強引な客引きを行うなど、遺跡公園内における様々なトラブルの原因になっていることから、遺跡公園内のインフォーマルな店舗を Petra Cultural Village 内のパビリオンに移転させ、遺跡公園内の環境を改善させる計画。
- これまでに 9 家族が移転に合意しており、移転料として、1,000 JD が PDTRA から支払われる。
- Petra Cultural Village 内のパビリオンの使用料は、当面の間は、無料でスペースを提供する。
- ペトラ遺跡公園内で販売されている土産物は、そのほとんどが、中国、トルコ、パキスタンなどから輸入された外国製の土産物品である。Petra Cultural Village 内のパビリオンでは、ペトラの現地の手工芸品の販売を行っていきたい。また、障がい者の雇用施設としても活用を図っていきたい。

3. **その他**

- ナバタイやベドウィンの伝統文化は、ペトラのアイデンティティの一部である一方、近年、観光客が無許可のベドウィンのテントに宿泊（宿泊者全体の 30%？）し、トラブルに巻き込まれるケースや、個人で遺跡公園外にトレイルに出かけ、滑落等で遭難するケースも発生している。
- 遺跡公園内のロバ引きが PETA 等の動物愛護団体からも動物虐待として問題視されている。
- 施設内のレストランは、大型クルーズ船からのツアー客も見込んでいる。
- 観光客から王室の歴史に関する質問が多く出ることに対応するため、施設内に、ヨルダンの王室の歴史関係の展示も行う予定。
- 北東部に、さらに Historical Village を建設する計画あり。王宮府が進めているが、ユネスコの許可が出ていないため、実現していない。
- ビレッジで利用する水は、ビレッジの地下にある地下水を利用予定。
- 太陽光パネルは導入されていないが、導入したいという希望もある。
- 一般車両の電気自動車用の EV コンセントは駐車場には設けられていない。

以上

提出・受領資料

なし

13 Directorate of Cultural Resource Management (CRM)

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 23 日（水）12:30 – 14:00	
場所：Petra Archaeological Park (PAP) CRM Director Office	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr. Ibrahim Farajat（CRM 部長）	熊田、大原、齋藤、大山（記録）

議事

CRM Directorate の運営活動体制、PAP や文化遺産の管理体制等について協議。

1. **CRM Directorate の組織体制**

- 同部門は、主にペトラ遺跡公園（PAP）に関わる維持管理、修復保全、内外の関係機関との調整を行っている。
- 同部門の下で、以下の四つの課が設けられて、職員が配置されている。

1) Department of Maintenance and Restoration （職員：10 名）

主に PAP 内の遺跡（岩窟墓等）の管理、修復保全などを行う

2) Department of Excavation（職員：1 名）

主に PAP 内での発掘調査を行う関係機関との調整、現場監理

3) Department of Control and Inspection（職員：6 名）

主に PAP の公園施設等の管理を行う

4) Department of World Heritage（職員：2 名）

主にペトラ遺跡の UNESCO 世界遺産登録に関わる業務、ユネスコや、近年設立された ICOMOS Jordan （ダーナ王女殿下が代表）と連携　ユネスコへのペトラ遺跡の保全状況報告書(SOC(State of Conservation) Report)作成

2. **CRM Directorate の活動、考古遺跡管理について**

- 同部門の活動、管理対象は、ペトラ遺跡公園（PAP）が主体。六つのコミュニティ含め、ペトラ地域には PAP 以外にも多くの考古遺跡があるが、PAP 以外の考古遺跡は、考古局（DOA）が管理。
- PAP 内で行われる発掘調査の 95%は海外の調査隊によるもので、ヨルダンによる発掘調査はほとんど行われておらず、また PDTRA による発掘調査も行われていない（ペトラ博物館展示でも紹介している 2002 年の宝物殿の発掘調査は、PDTRA 設立前に DOA が行った調査）
- PAP での発掘調査の許可は DOA が出すが、現場の監理、調整を PDTRA の同部門が行う。
- 昨今は、エド・ディルの頂部に損傷が見られるため修復を行っている
- 岩窟墓は砂岩でできており、特に冬季の雨などで損傷受けやすいので、常時のモニタリング必要

3. **伝統建築の管理に関して**

- 伝統建築の調査や管理、保全は、PDTRA の同部門では行っていない。
- 伝統建築については、（1750 年以前の）考古遺跡と異なり、管理、保全されず、新たな建物の建設に伴い破壊される例も多い（Beni Ata 村の事例のように）。建物や土地の権利を地元住民が持つなど、権利関係も複雑。しかしエルジー地区や、タイベの旧

市街などのように、観光向けに補修されている伝統建築もある。1812 年にペトラを発見したブルクハルトも言及しているエルジー地区は重要な文化遺産。

- 伝統建築の補修は、民間（建築コンサルタント等）も行う。
- ペトラ地域に点在する伝統建築の包括的な調査記録や、データベース化は行われていない（一部の重要な伝統建築は、大学等が行っている）。
- ワディ・ムサ中心部にも、エルジー地区に加え、オスマン時代の建造物（牢獄等、政庁舎（SARAYA）施設の一部）が残されているが、現在の警察署になっていることもあり、十分な調査や活用等はされていない。

4. 無形遺産の管理に関して

- 無形遺産については、ペトラ地域のベドゥイン文化が UNESCO 無形遺産の指定を受けているが、同部門による調査や管理等は行われていない。コミュニティ開発部門のコミッショナー（Dr. Maram）が管轄
- UNESCO はシークのプロジェクト等は行ってきたが、無形遺産関連のプロジェクト等は UNESCO でもペトラで行っていない（UNESCO に要確認）
- 英国の大学が近年短期間の無形遺産調査を行っている。
- PDTRA では、無形遺産を調査できる、民俗学や文化人類学の専門家はいない。

5. 自然遺産の管理に関して

- 動植物相の調査、管理は PDTRA では行っていない（過去に NGO の Petra National Trust が行っている）
- ペトラを自然遺産としても登録していく働き掛けは、現在環境省に対して行っている。

6. PAP のキャリングキャパシティ（観光客受入容量）に関連して

- （2019 年に年間 100 万人を超えていた）PAP 内の観光客による混雑は問題であり、入場口のチケット売り場に長い列ができ、宝物殿の前に 2,000 名ほどがひしめく事態も（COVID-19 前に）生じていた。
- ユネスコのペトラ総合マネージメントプランで、年間の受入容量が約 110 万人、1 日あたり約 3,000 人に設定している。現在はメインルートを往復するため混雑生じるが、もし PAP 裏口からシャトルバスで観光客が入口に戻る（メインルートを歩いて戻るのではなく）ようになれば、1 日約 5,000 人程度の受け入れは可能と考える。
- 団体グループの観光客については、PAP 訪問日時の事前予約による調整を行った方がよい。
- 特に、アカバに到着するクルーズ船からは、数千名の観光客が訪れるので、調整必要。クルーズ船からの観光客は、年間で約 10 万人。
- 学校児童生徒の団体による訪問も、3～4 月から 10～11 月が多いが、集中や混雑を避けるため教育省等と調整が必要。

7. PAP の管理について

- ゴミ回収：朝方と夕方（閉園後）に、PAP 内のゴミ箱のゴミを回収している。リサイクル等は行われていない。ゴミの最終的な処理も環境に配慮した形では行われていない模様（ヨルダン全体の問題）
- ロバや馬車等：PAP 内には 100 頭以上の馬、400 頭以上のロバが使われ、1,000 人以上が使役に従事している。

1) ロバや馬車に関する観光客からのクレームが多い。馬車については、COVID-19

の影響で現在運行していないが、今後電気カートを代わりに導入する（COVID後に馬車が再び運行することはない）。電気カートの運転手は、選別してトレーニングを行う（馬車に従事していた人がそのまま運転手になれる形ではないと思われる）

2) 現在のチケットには、入口からシーク入口までの馬も含まれるが、チップは別に請求される形（時には高額）

3) PAP チケット：入場料、博物館、シャトルバスなどすべてが含まれる形がよい。

・ 現在、博物館は無料だが、10.000 JD ほどの入場料の価値はあるため、チケットに含むのが望ましい。

以上

提出・受領資料

なし

14 PDTRA Tourism Directorate - Marketing and Promotion Department

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 24 日（月）10:00 – 11:20	
場所：JICA ヨルダン事務所	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr Khahil Mashaeleh	熊田、大原、大山、齋藤（記録）

議事

1. Khahil Mashaeleh (Mr) について

・ 2016 年より Tourism Directorate の Marketing and Promotion Department に勤務。

※ 彼が PDTRA 内唯一の Marketing & Promotion 担当者。（以前は他に 2 名いたが、COVID-19 後の人員調整で現在は彼 1 人。）

・ 2019 年 10 月 1 日～現在まで同 Department の Head を担っている。

※ ※2019 年 9 月末まで Head を担っていた方は、Salah A lFaqeer (Mr)。現在はローカルコミュニティーに関わる部署へ異動し、Umm Sayhoonn Community Development Center で働いている。

2. 活動内容について

・ 対象エリアは Petra Archeological Site に限られている。

・ Mr Kahil の Marketing & Promotion 活動はとても簡易的な形で行なわれている。PDTRA 内に Marketing & Promotion 目的に雇っているカメラマンやその他クルーはおらず、著作権侵害のない写真や動画をウェブ上で選定し、SMS（Twitter・Facebook・Instagram）と PDTRA ホームページ上で定期的に情報をアップロードし、ペトラが世間の方々の目に触れる機会を作っている。その他、Independence Day などペトラで特別な催し物がある場合には、その情報もアップロードしている。

・ ペトラの Marketing & Promotion 計画作成及び資金調整については、JTB が舵取りをしている。JTB と PDTRA 間で年間契約が存在し、毎年の年間予算は 250,000JOD 。基本的に海外での旅行博覧会などにヨルダンとして出展し、その中で PDTRA に代わりパンフレットや地図などの媒体を使用し、ペトラを紹介している。(PDTRA からは基本誰も参加しない。）PDTRA として出展の可否や使用媒体の選定権は与えられているようだが、実際に発言権は無いに等しい。

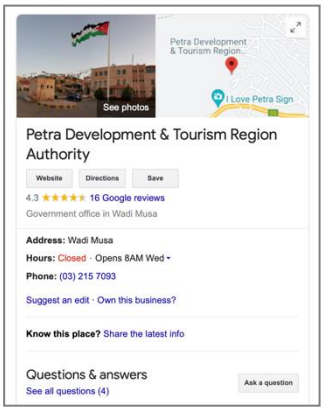
・ PDTRA ホームページ上の “Contact Us”（https://pdtra.gov.jo/Pages/viewpage?pageID=140）に届く問合せ内容に回答する業務も Mr Khahil の担う業務内容。彼曰く、マンパワー的に一人では足りないこともあり、また問合せの送受信は email のみで業務時間外では対応も出来ず、早急に 数人の人員確保及び、WhatsApp や Facebook など、旅行者が容易に使用出来ると同時に PDTRA の担当者も容易に対応できるコミュニケーションツールも加えた、問合せ窓口の体制を整える必要性を強く感じている。（彼の構想上では 24 時間体制でシフトを組み、各自に iPad を支給することでまずは体制作りを行う。）

3. その他 (課題)

・ Mr Khahil としては、上記記載の問合せ窓口の体制作り以外にも、根本的な PDTRA としての Marketing & Promotion 姿勢の早急な改善の必要性を感じており、Mr Sabri 初め経営陣へその必要性を説いている。しかし、例えば、写真素材もより魅力的に見せるための工夫や、SNS の活用方も今や “fun” 目的で単に写真をアップデートするだけで

なく “business”ツールとして戦略的に活用することの必要性などを説いても Mr Sabri より上の方々は「予算不足」「現状維持で充分である」と聞く耳を持たない状況の様子。

※ Google で PDTRA を検索した際に、電話番号以外の情報を記載すべきだと何度注意しても直そうとしないこと１つとっても、どれだけ PDTRA が対外的にどのように自分達の組織が見えているか (reputation) を軽く見ているかが現れていると Mr Khahil は話す。



・ USAID の補助のもと作成した “Care for Petra” (https://www.youtube.com/watch?v=OfBRdnkz_MI) なども、作っただけで上手く Visitor Center や PDTRA ホームページで活用されておらず、早い段階で Marketing & Promotion 担当者として 戦略立てて今ある素材・今後必要となる素材の整備・活用方法を考え、また戦略立ててどのマーケットに対してペトラを売り込むべきかなど、塾考したいと Mr Khahil は願っている。

・ 現在 Dr Suleiman として「サウジアラビアからの訪問者がこの先５年以内に大きく伸びる。今後このマーケットに注力する必要がある。」と幾度か言っていたが、そのことは Mr Khahil には共有されておらず、また Petra Archeological Site への国ごとの訪問者の統計の取り方が、”Arabic” と大雑把であり戦略性を感じないことが課題だと団員からインプットすると、納得されている様子であった。

以上

提出・受領資料

・ Questionnaire (PDTRA 総括)

15 Directorate of Local Development and Environment Affairs

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 24 日（月）12:00 – 13:00	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Dr. Maram M. Al-Frehat (Commissioner of Local Development and Environment Affairs)	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の Directorate of Local Development and Environment Affairs とのミーティングを開催し、同部局の所掌業務等の確認を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. Directorate of Local Development and Environment Affairs について

Directorate of Local Development and Environment Affairs は、以下の三つの課（Department）で構成される。

(1) Local community development（職員：10 名）

1) 奨学金制度の提供（大学学部生対象：10 人／年）
2) 現地産品開発
3) 女性支援（観光産業への参入支援、手工芸トレーニング、家政学トレーニングの提供、等）
4) 青少年（対象：7～16 歳）活動（1,500 人／年、識字教育、環境教育（環境美化、動物愛護、リサイクル、安全管理、等）音楽教育、外国語教育、等）
5) 障がい者支援プログラムの実施（対象者：550 人／6 コミュニティ、PAP のチケット収入（75 piastre／チケットが配分される）を財源とする。100／夏の障がい者児童を対象とするサマーキャンプの開催、等）
6) 施設建設時等における障がい者に関するガイドライン（保健省）の適用
7) 貧困世帯支援（住環境改善（電力、水道、等）

(2) Environment and city services（職員：約 150 名）

1) 市内の清掃・ゴミ収集業務
2) 街路樹の管理（水やり、等）
3) 供用の泉施設（アイン・ムサ、等）の管理（※地下水等の水資源管理は水省（Ministry of Water の所轄）
4) 河川管理（※表流水の利用）

(3) Um Syhoun development center（職員：約 90 名）

ウム・サイフンにおける上記活動の拠点施設として建設されたもの

以上

提出・受領資料

なし

16 Directorate of Infrastructure

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 24 日（月）13:00 – 13:30	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Eng. Majed N. Hasanat (Commissioner of Infrastructure)	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の Directorate of Infrastructure とのミーティングを開催し、同部局の所掌業務等の確認を行ったもの。ペトラ地域のインフラの状況は、以下のとおり。

1. **ペトラ地域のインフラ開発全般について**

- 全てのインフラを対象とした 18 のアクションプランが策定されている。
- PDTRA では、2011 年にオーストリアのコンサルタント企業が作成したペトラ地域の総合的な地域開発のための Strategic Master Plan のアップデートに係る業務をアラブ圏のコンサルタント会社に業務委託する予定（契約交渉中）。JICA プロジェクトチームが次回 9 月に予定している現地調査時には契約が済み、インセプションの段階にある。観光開発は、新たな Strategic Master Plan でも中心的な位置づけになるため、JICA の観光 M/P との連携・調整が必要である。
- インフラ整備等、建設事業の実施に関わる EIA は、Directorate of Local Development and Environment Affairs が管轄する。JICA の観光 M/P では、EIA よりも包括的な SEA（戦略的環境アセスメント）を実施することを提案する。
- インフラ（道路、上下水道）に関する GIS は Directorate of Infrastructure の下の Department of geographic information system が管理している。他方、水省（Ministry of Water）等から提供された GIS の設計データは、設計時のデータを基に作成されたものであり、As-built の現況と大きく食い違っており、維持管理目的では、活用できない。

2. **M/P の承認手続きについて**

- 2009 年の Bylaw において、M/P の承認権限は、PDTRA に与えられている。

3. **上水道について**

- 上下水道整備に関わる開発計画や戦略等の文書は策定されていない。
- 全てペトラ地域内の井戸水（深層化石水）を水源とし、他地域からの送水施設等は敷設されていない。
- 水道網からの供給量：4,000m³／日（50,000 人の地域住民が対象（80 L／日・人相当）
- 観光需要は考慮されていない（1.3 百万人／年の水需要を追加的に考慮する必要があり、5,000 人／日の観光客が訪れるピーク時には渇水のリスクが潜在している）。
- ホテル利用の水源については、5～3 つ星クラスのホテルは個別の井戸の掘削が認められており、他は、水道網から供給される。
- 水道施設の財源として PAP の入場料のうち、1.000 JD／チケットが水省（Ministry of Water）に配分される。
- 井戸からの取水量は年々減少している（ある井戸では、取水量が近年 200m³⇒8m³ に減少している）。

4. 下水道について

- ワディ・ムサ市内の下水を処理するための下水処理施設が整備されている（ベイダの北に USAID の支援により下水処理施設を建設、PPP 事業により運営は民間が行う）
- 下水処理水を農業用に再利用している（アルファルファ（家畜飼料）など六つの作物の栽培に利用中、保健省及び WHO の基準に準拠、毎月、WHO が水質をモニタリングしている）。
- 下水処理容量：3,400m³／日（ハイシーズンの下水量は、5,000m³／日に上り、下水処理施設の容量を既にオーバーしている（オーバーフローは環境に放流）。
- 下水道接続率：ワディ・ムサ市内の約 60%が下水道に接続。それ以外の五つのコミュニティについては、下水道処理施設が整備されていない状況（周辺環境に放流されており、表流水汚染のリスクがある）。
- タイベ、ラジフ、ドラガの南の三つのコミュニティを対象とした二つ目の下水処理施設の建設計画あり。

5. 電力について

- 国の電力網から供給
- 電力料金が高いため民間事業者の経営を圧迫している。
- 三菱電機が設置した太陽光発電施設があるものの、電力網に接続されておらず、稼働していない（これまでに供用されたことがない）。
- 新たな太陽光発電施設（スペインの民間企業の資本）の建設計画あり。
- 大規模な風力発電施設がペトラ地域の南北 2 カ所に建設されているものの、ペトラ地域の利用に供するものではない。

6. 廃棄物処理について

- PAP 内の廃棄物管理は、PDTRA の Directorate of Cultural Resource Management（CRM）が所管する。
- 六つのコミュニティを含むペトラ地域の市内の廃棄物管理は、Directorate of Local Development and Environment Affairs が所管する。
- 廃棄物管理に関わる開発計画や戦略等の文書は策定されていない。
- 最終処分場は、埋め立て処分のみ（ペトラから約 28km の Nejel 郊外）。
- 廃棄物リサイクルに関する指標（KPI）を JICA の M/P の KPI に含めることを提案する。
- 廃棄物リサイクルに関する支援については、現在、カナダの援助機関も関心を示している。
- ヨルダンでは全国的に埋め立て処分が一般的。アンマンの廃棄物処分場からの水系への汚染は、ヨルダン国内だけでなく、シリア等の周辺国にも影響を及ぼす問題である。

7. 通信について

- 開発計画や戦略等の文書は策定されていない。

8. 道路について

- PDTRA のインフラ整備に係る予算の大部分（12 百万 JD／年）が道路整備に充てられている。

・ 1954 年と比較し、2018 年にはペトラ地域の都市域が約 2 倍に拡大しており、道路整備が追い付いていない。

・ 2014 年に民間のコンサルタント企業が作成したペトラ地域の道路整備計画あり。部分的に実施されている。

9. **公共交通について**

・ ワディ・ムサ市内では、PAP に向かう観光バス等により交通渋滞が発生しており、ピーク時には、ワディ・ムサ市の入り口から中心部のビジターセンターまで 1.5 時間を要する場合もある。

・ 現在、ワディ・ムサ市の入り口から中心部のビジターセンターまでの陸橋によるバイパスをワディ・ムサ川沿いに建設中。

・ ペトラ地域の六つのコミュニティを結ぶ Internal な交通のためのバスステーションと、ペトラ地域と他の都市を結ぶ External な交通のためのバスステーション及び駐車場施設の二つプロジェクトを計画中。External な交通のためのバスステーションでは、ワディ・ムサ市内の交通渋滞緩和のためのパーク・アンド・ライド方式を想定。

・ Internal な交通の運賃は PAP の入場料に含め、観光客がワディ・ムサ以外のコミュニティを観光する際の移動手段としても想定。

・ 事業費の 50%を Ministry of Public Affairs、50%を PDTRA がそれぞれ負担する。

10. **防災について**

・ 河川防災を含む防災分野は Directorate of Infrastructure の下の Directorate of risks and crisis が管理している。

・ UNDP の支援によりペトラ地域のハザードマップを含む防災計画が策定されている。また、現在、ヨルダン全国の河川防災計画の分野について、スイス政府の援助機関（SDC）が支援を表明している。

11. **インフラ整備に係るバリアフリー基準等**

・ Ministry of Public Affairs の Code of Ethics に従う。

・ 視覚障がい者のための各種整備は今後の課題。

以上

提出・受領資料

なし

17 Um Syhoun Development Centre

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 26 日（水）10:30 – 11:30	
場所： Um Syhoun Development Centre	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
別紙参加者リスト参照	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の Um Syhoun Development Centre とのミーティングを開催し、同部局の所掌業務等の確認を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. **ウム・サイフンのコミュニティについて**

- 人口：約 4,000 人
- 平均世帯人数：4～5 人／世帯
- ウム・サイフンは、かつてペトラ遺跡内に居住していた住民（ベドゥール Bdoul という部族）が、遺跡の公園化に伴い、近隣に定住した村落であるが、現在、多くのベドゥールは、主に遺跡公園内の観光客向けのサービス（土産等の販売、ロバひきなど）で生計を立てている。しかし、遺跡内でのこうしたサービス業は、政府の許可なく行われているものが大半であるため、労働の統計に表れない形と思われ、統計上は、同村の失業率は COVID-19 流行前で 80%、 COVID-19 流行下で 90%である。許可のないサービス業に従事していても、政府の統計上は、「無職」と分類されるためであろうと思われる（なお、ウム・サイフンでは近年、村落の人口が増加しているため、居住地域が不足しているという情報もある）。
- 主な産業は、PAP 内のロバ、ラクダ、土産物販売、等に従事するインフォーマルビジネスから得られる収入。
- 牧畜業（主に羊、山羊）は、地域内のスーク（毎週開催される定期市）で取引される。主としてペトラ地域外に向けに販売。農業は行われていない。

2. **Um Syhoun Development Centre の役割について**

- PDTRA の Commissioner of local and environmental development（コミッショナー：Dr. Maram）の下部組織として設立されたウム・サイフンの女性や子供を対象にした各種の教育・啓発活動の拠点施設。
- 職員数は、PDTRA 正規職員 2 名、その他の契約職員 5 名（うち 4 名女性）（正職員の Salah 氏は、もとは PDTRA の Tourism Directorate の職員で、その際に JICA による本邦研修にも参加している）。
- UNICEF や UN Women の支援の下、地域の女性に対する家政学のトレーニング（対象者：30 名）や、子供対象にした識字教育、環境教育等等を実施。
- UNIECEF がシリア難民キャンプなどヨルダン各地で展開しているプロジェクトである Makani Center が、同センターにも置かれている。 Makani Center は、日本の支援に加え、EU、ドイツ、ベルギー、オランダ、フィンランド、アイスランド、オーストラリア、ニュージーランド、カナダ、スイス、米国、英国、デンマーク（Novo Nordisk 基金）、韓国（KOIKA）、クウェートの支援を受けている様子。その他、Save the Children、国境なき医師団、など、様々な NGO や基金の支援も受けている。
- また、ヨルダンの社会開発省と UN-WOMEN が展開しているプロジェクトである Oasis Center for Resilience and Empowerment of Women and Girls も、同センターに置かれている模様。同プロジェクトは、EU による「MADAD」信託基金の他、オ

ーストラリア、フランス、イタリア、フィンランド、アイスランドの支援も受けている様子。

- 加えて、ヨルダンの映画関連団体である Royal Film Commission が運営するプロジェクトである Children and Youth Film Center も同センターに置かれている。Children and Youth Film Center は、他にワディ・ラム、 マフラックにも置かれている様子。映画について若年層に教育することが目的。Drosos 基金（スイスの NPO）がプロジェクトを支援。
- UN Women（及び Arabic Women Association）が実施するコミュニティ内の女性 10 名／週を対象とした 3 日コースの家政学のトレーニングの参加者には、日ごとに 10 JD を供与することで、参加率を上げる仕組み。これまでに 50 名の女性が参加。
- 日常生活における様々な事項、例えば家庭での電気やガス等の取り扱いや、家計管理、子どもの教育、児童虐待の防止などについて、地元の住民（女性）を対象に研修が実施されている。この他、裁縫の研修等も実施され、学校の制服などが制作されている。
- 運営費は PDTRA 予算の他、王宮府や Ministry of Social Development の支援あり。
- 現在、観光に関連したプログラム等は実施していない。

3. **観光に関わる取り組みの可能性について**

- 手工芸品の生産に関わるトレーニングは、これまでにも行われた事例はあるものの、ヨルダン国内の原材料費や人件費が高く、安い中国製品に対して競争力がない（と現地では捉えられている）。
- 地域住民に対し、ベドウィンの伝統舞踊等の教育を行うことにより、ウム・サイフンに建設された Cultural Village 等で観光事業に活用を図ることも可能。
- かつてペトラ遺跡内に住んでいた歴史的記憶をもとに、遺跡について住民が語るイベントなども考えられるが、ガイドと対立する恐れがある。
- PAP 内のインフォーマルビジネスは、歴史的な既得権益からも容認されている。
- PAP 内のインフォーマルな土産物店については、現在、Cultural Village 内に建設された店舗施設に移転させる方向でウム・セイフン地域住民と調整が図られている。

以上

提出・受領資料

Makani center パンフレット

18 Directorate of Information Systems

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 26 日（水）12:00 – 13:00	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Eng. Belal A. Al-Twaissi Eng. Shrouk A. Al-Farajat	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の Directorate of Information Systems とのミーティングを開催し、同部局の所掌業務等の確認を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. Directorate of Information Systems について

   Directorate of Information Systems は、以下の三つの課（Department）で構成される。

   1. Programming and technical support
   2. Network and E-government

   職員数：30 名

2. PDTRA の IT 関連のシステムの整備状況について

   - PAP のチケット販売システム（ビジターセンターで入力されたデータを基に自動的に統計データに反映（時間別入場者数、国籍、等）。
   - 現在、新たなチケット販売システムに移行中（2021 年 1 月より運用開始）。ビジターセンターの窓口で入園者のパスポートのコードを読み取り、国籍や性別、年齢等これまで取得できなかったデータについても、取得できるシステム。
   - PAP 内における主要な観光スポットの周辺では、無料 WiFi を提供（⇒訪問時には全く繋がらなかった）。
   - ツーリズムカメラ（観光省（MoTA）が設置）によるライブ映像配信
   - ビジターセンターやシーク、エル・ハズネをはじめとする PAP 内に監視カメラ（CCTV）を設置し、セキュリティー管理を実施
   - 市民向けの Web サイトでは、E-Government による行政手続きや公共料金の支払い等に関わる公共サービスを提供
   - 観光客向けの Web サイト（Visit Petra）では、各種観光関連の情報を提供。UU や PV のデータは、Web サイトのプロバイダー（外部の管理会社）に申請を行った上で取得している。
   - CCTV 用、E-Government 用の 2 箇所のサーバールームあり。
   - PAP の入場に係るオンライン予約システムについても導入済み（現状、アンドロイド端末のみに対応）。入園予約のみ。予約時の予約番号をビジターセンターの窓口で提示。オンライン上で決済はできず、ビジターセンターで別途、支払いを行う必要あり。
   - 入場時間ごとに入場者数の制限は行っていない（⇒現状、統計データの取得以外にオンライン予約システムを用いたメリットはない）。

3. 将来的な IT 化について

   - セキュリティー用にビジターセンターに顔認証システムを導入することを検討してい

る。（X 線金属探知機は既にビジターセンターのゲート施設に設置されている）。

- 博物館の Web サイト開設について、JICA と協議中（コンテンツは作成済み）。
- WiFi や携帯電話会社の通信データ等のビッグデータを用いた観光客の解析等は行っていない。

4. GIS について

- 2007 年にハシュマイト大学の協力の下、PAP 内の約 800 ヵ所の墳墓・洞窟の CAD データが作成された。
- 2016 年に UNDP の協力の下、主要な史跡の位置情報が GIS 化され、墳墓・洞窟の CAD データも GIS に統合された（使用ソフト：ESRI 社 ArcGIS ArcInfo）ものの、ArcGIS のライセンス契約が切れており、使用できない状態。
- 現在、ArcGIS のライセンス契約を新たに更新する具体的な計画はない。
- 遺跡からの発掘品の目録については、ファイルメーカー形式で PAP の Directorate of Cultural Resource Management （CRM）が管理している一方、GIS には紐づけられていない。

以上

提出・受領資料

なし

19 Directorate of Risks and Crisis

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 26 日（水）13:00 – 14:00	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Dr. Hussein Al-Hasanat	熊田、大山、斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA の Directorate of Risks and Crisis とのミーティングを開催し、同部局の所掌業務等の確認を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. Directorate of Risks and Crisis の所掌について
   - ペトラ地域の洪水、地震、落石、地滑り等の自然災害から感染症までの全ての地域のリスク管理を所轄。
   - 防災分野の調査に係る調達業務を実施。
2. 防災計画について
   - 2014 年にスイス政府の援助機関（SDC）の協力の下、ペトラ地域のフラッシュフラッドに対する早期警戒システムを整備。
   - 2011 年～2014 年に UNDP により① 洪水（ペトラ地域の平均年間降水量：178mm）、② 地震、③ 落石、地滑りのリスクごとにハザードマップを作成（洪水ハザードマップ：5 年、10 年、50 年、100 年確率洪水に対応）。
   - 毎年、雨期（11 月）の前に防災計画（Emergency Plan）を更新。
3. COVID-19 対策について
   - COVID-19 の感染対策に関わるガイドラインは、2020 年に National Security Council が作成。
   - 感染対策の政策については、Ministry of Health が所轄。
   - 観光事業者向けには、Ministry of Finance が、Jordan Paradise 事業（日本の Go to に相当）を展開（旅行代理店を通したツアー商品の旅行代金の 50%を国が補助）。
4. フラッシュフラッド対策について
   - 現在、ヨルダン全国のフラッシュフラッドを含む河川防災の分野について、スイス政府の援助機関（SDC）が支援を表明している（カウンターパート：National Center for Crisis and Security、2021 年中に開始予定）。
   - ペトラ地域にフラッシュフラッド時の表流水を貯水し、農業用水等として利用する大規模ダム（高さ 42m）の建設に係る UNESCO の調査あり。
   - 大規模ダムは、環境影響が大きいため、地域に分散的に小規模なチェックダムを建設し、表流水を貯水・配水する方が好ましい。
5. 防災に関わる啓発活動等
   - 2014 年にペトラ地域の 44 の学校の生徒を対象に地域の防災に関わる啓発活動（防災キャンペーン）を実施（危険（自然災害、転落事故、等）認知のための野外実習、キャンペーン T シャツの配布、等）。
6. 地域防災組織等
   - PDTRA 内には、地域防災に関わる理事会（ハイレベルコミッティ）が定期的に開催

されている。

- 地域包括的な官民や PDTRA 以外の組織（憲兵隊（Civil Defense）、警察、軍、等）が連携した地域防災に関わる委員会（コミッティ）等は設置されていない。
- 地域防災については、主として PDTRA と六つのコミュニティの部族長（トライバルリーダー）の間で個別に協議が行われる。

7. **その他**

- 2020 年に京都大学（角教授）が主催する「フラッシュフラッド国際シンポジウム」に参加（ペトラも研究対象地域の一つに含まれる）。
- 2015 年に仙台で開催された第 3 回国連防災世界会議に参加。

以上

提出・受領資料

なし

20 Private Sector

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 27 日（木）9:30 – 11:00	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
別紙参加者リスト参照	熊田、大原、大山、斎藤（記録）

議事

PDTRA に声がけ頂き、ペトラ地域の観光に強く関わる Private Sector 組織の代表者にお集まり頂いた。PDTRA 代表の Dr. Ismaiel に通訳もお手伝い頂きながら、今回のプロジェクトの概要・目的を参加者に説明し、その後質疑応答・オープンディスカッションへと移った。Private Sector からの主な意見は以下のとおり。

1. Elgee Village はとても良いベニューであるが、上手く使われていない。ぜひこの建物を上手に活用する方法を考えたい。
2. “Made in Petra” というブランドを立ち上げ、浸透させる必要性を強く感じている。（現在は中国製やその他地域からの低コスト低質な物が流通しており、ペトラ産はおろかヨルダン産のものを見つけることも難しく、quality control・brand control が必要である。）
3. ペトラ周辺の六つのコミュニティを今回のマスタープラン作成に含めて欲しい。
4. ペトラ地域が直面している問題は大きく二つあり、これらを補い解決したい：① マーケティング知識・戦法の乏しさ、② 人材不足。特に②については、観光人材の育成に投資をしても、研修などが終わり、スキルが身についた段階でヨルダン国内の別主要地域に仕事場を求めてペトラ／ワディ・ムサを離れてしまうなど、課題がある。人材が残るよう工夫が必要である。Training Course の設定、Capacity Building も是非行いたい。
5. Hotel Association としては、人材育成研修の為の部屋、また JICA ミッションチームが使用を必要とするならばオフィスをホテル内に是非準備するなど、スペースに関する協力は積極的に行わせて頂きたい。
6. これまでペトラには幾つもマスタープランが作られてきたが、その度にライセンシングの手間が増え、税が増え、Private Sector として良いことが基本的になく、また同じことが今回起こるのではないかと心配している。基本結果として利益を得ているのは PDTRA など政府に限られてきた。マスタープラン作りの工程でも Private Sector は蔑ろにされ、きちんと意見交換の場も与えられず、蚊帳の外という印象であった。今回はこれまでとは違うという姿勢を是非見せて頂きたい。
7. これまでのマスタープラン、特に UNESCO のマスタープランは、作り終えるところにゴールがあり、以降は管理も責任も行わず、これは非常に悪い例となった。是非マスタープランを作るからには、責任持って管理するプロセスまでも含めて、その先にゴールを置いて頂きたい。
8. DMO を作ることには賛成である。だが希望としては、JTB や MoTA からは独立した組織として頂きたい。” We want tourism from within” というのが強い希望である。
9. PDTRA と Private Sector 代表者で構成される Committee で月 1 回程の頻度で会議を行なっている。その場でも良いし、別途 Private Sector と JICA Project Team とでも良いので是非本日に引き続き意見交換の場を早い段階で設けさせて頂きたい。

以上

提出資料

・PDTRA とのオンラインキックオフミーティング時に使用した、英字 PPT 資料 “Project for

Formulating a Tourism Development Master Plan in the Petra Region, Jordan"

・General Questionnaire

21 Directorate of Human Resources

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 27 日（木）11:00 – 12:00	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr Barakat Masadeh (Director), Mr Eyad Falahat (Officer)	熊田、大原、大山、齋藤（記録）

議事

1. **Directorate of Human Resources の構造・役割**

- Directorate には現在全 21 人が所属し、PDTRA 組織内の総務・人事管理を担う。

  ※ 現在 PDTRA で働く人間は日雇いと正規雇用人材含め約 700 人（日雇い 150 人程度）。 男女比率は 1：7。Petra Archeological Site の中は安全面や肉体面から必ず男性である必要があり、働く人数は約 150 人と多い。Site の人数を除いた場合、男女比利率は 6：4 と言うが、具体的な数値は再確認が必要。

- PDTRA のリクルート～所属初日～退職日まで、組織所属員の給与・福利厚生・教育制度・昇進制度・異動・退職制度まで幅広く業務を担う。

- Directorate は 3 つの division に分かれている：① Human Resources ② Safety ③ Training。

- PDTRA 所属員 1 人 1 人のデータ管理を担う。（勤怠管理・出張・外出実績など。外出実績に関しては例えアンマンへの日帰り外出であろうと事細かにデータベース上で管理している。）

2. **PDTRA の人材区分・社内求人方法・雇用制度**

- 六つの Grade が存在し、それぞれに 5 つの sub categories 区分が存在。(Grade 6 → Grade 1 の順に位が高くなる。) Sub-categories と Grade ごとに必修研修や合格すべき試験がある。

- ポストが空いた場合には、必須条件を明示した上で社内求人を行い、6 人の候補者を集め、採用を行う。

- 今回のプロジェクトでは 3 回の研修を行う予定でいるが、その際の求人や採用には法律で決められた条件（5 年以上の勤続年数ほじなど)に加えて、PDTRA の経営陣・Human Resources で決めた要件を満たす必要がある。任命までのプロセスは以下のとおり幾つものステップを経ることになる。

  ❶ 社内公募 → ❷ Human Resources で選定 → ❸ Chief Commissioner との承認 → ❹ Prime Minister の承認 → ❺ Ministry of Tourism からの紹介状・ビザを取得 → ❻ 研修を受講 → ❼ 最終的な Human Resources の承認

- PDTRA での定年制度はヨルダンの法律に習い：男性と女性で異なる。男性の場合 25 年以上の勤続年数かつ 45 歳以上～60 歳未満。女性の場合は 25 年以上の勤続年数かつ 45 歳以上～55 歳未満。

- 学生のインターン制度は整っておらず、何か PDTRA 内で特別なプロジェクトがある場合に短期的に低賃金&社会保険などの補償制度なく雇うことはあるが、その流れで採用に至るケースは基本ない。

- 障害者雇用についてはヨルダンの法律に基づき、Announced position 10 人につき 1 名は障害者の雇用を行なっている。

- PDTRA から private sector への出向・異動はヨルダンの法律に基づきない。また、

転職についても PDTRA 退職後 2 年間のブランクがない限りは private sector での雇用は認められない。PDTRA 雇用時にその旨の誓約書への署名を義務付けられている。

3. **その他**

- PDTRA で働く全職員の行動規範は徹底されている。 Code of Conducts の冊子が配られ、社内ポータルサイトへも全文掲載されている。Sustainability に関する部分については今後改善・追加の余地あり。
- 社内ポータルサイト・システムは中々充実しており、外出申請なども気軽に携帯から申請承認を確認でき、職員からは好評の様子。

以上

提出・受領資料

なし

22 Ministry of Tourism and Antiquities (MoTA) 観光大臣表敬訪問

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 30 日（木）11:00 – 12:00	
場所：MoTA 会議室	
出席者（相手方）	**出席者（JICA ヨルダン事務所）**
別紙参加者リスト参照	後藤、山中嶋、Ms. Shereen
	出席者（業務従事者）
	熊田、齋藤、大山、大原（記録）

議事

MoTA の観光大臣に表敬訪問を行ったもの。併せて同席の Jordan Tourism Board (JTB)等の出席者に対し、本プロジェクトの概要の説明と、今後のプロジェクトへの協力の依頼を行った。主な協議の内容は以下のとおり。

1. **本プロジェクトの内容、工程について**

MoTA 次官: ペトラでは、90 年代以降、これまでに少なくとも八つの観光関連のマスタープランが作成されてきた。PDTRA では、現在、2011 年にオーストリアのコンサルタント企業が作成したペトラ地域の地域開発に係る Strategic Master Plan のアップデート作業を実施中と承知している。

また、2018 年には、PDTRA においてペトラ地域の観光開発に係る投資計画（ドイツのコンサルタント企業作成）を取り纏めている。

こうした状況の中、JICA が作成する観光マスタープランは、内容や作業が重複しているのではないか。また、何故、マスタープランの作成に 4 年もの長期の期間を要するのか。

Project team: 2011 年の Strategic Master Plan は、観光開発だけでなく、インフラ開発を含む総合的な地域開発計画となっている一方、JICA の本プロジェクトにおいて作成するマスタープランは、観光セクターの開発に特化したものである。

MoTA 次官: ペトラ地域の開発は、観光産業がその中心である。2011 年の Strategic Master Plan の中心も観光セクター開発を軸とする地域開発計画であり、内容的にも非常に優れた計画である。

Project team: 本プロジェクトは、M/P の作成だけを目的とする調査プロジェクトではなく、M/P の作成を通してペトラ地域の観光産業振興と、地域のステークホルダーの能力強化を実施する技術協力プロジェクト（Technical Assistance: T/A）である。

2022 年 9 月までの期間でベースライン調査、及びベースライン調査の結果に基づく M/P のドラフトを作成する。

その後、約 1 年半の期間をかけて、M/P のドラフトに基づく最大五つ程度のパイロットプロジェクトを実施する。

さらに、パイロットプロジェクトの結果を M/P のドラフトに反映した上で M/P をファイナライズする計画である。

MoTA 次官: 本プロジェクトの最終成果品の提出時期は何時か。

Project team: 2025 年 2 月に最終成果品を提出する計画である。

MoTA 次官: MoTA では、現在、2021−2025 を計画対象とする新たな National Tourism Strategy (NTS)を策定中である。追ってドラフト版を共有するの

で、参照されたい。

MoTA 大臣: 本プロジェクトは、技術協力プロジェクト（T/A）である旨、理解した。MoTA としても今後、必要な協力や連携を図っていく。

＜大臣退席＞

2. ペトラ地域の観光に係るマーケティングについて

Project team: ペトラでは、現在、遺跡公園のビジターセンターにおいて、入園者数と国籍のみを集計しているものの、セグメントやソースマーケットを分析し、適切にターゲティングを行う一連のマーケティングのためには、より詳細な統計データの取得が課題である。

PDTRA: PDTRA では、既に 2021 年 1 月からビジターセンターでパスポート情報を基に入園者の情報を把握するための新たなシステムの運用を開始している。

JTB: JTB でも定期的にマーケティング調査を行っている。

3. DMO の設立について

Project team: 本プロジェクトでは、官民連携によるペトラ地域の Single Destination としての Identity の確立と、観光地経営の枠組みとして、Destination Management Organization の設立を目指している。かかる DMO の設立について、ヨルダン側の考え如何。

JTB: ヨルダンの Bylaw では、観光開発に関わるマーケティングや観光地のプロモーションは、全て JTB に権限が与えられており、観光地ごとの DMO が独自にこれらを行う権限はない。

PDTRA やアカバのチーフコミッショナーも JTB の Board メンバーであり、国の方針の下、観光開発が行われている。インバウンド客の全てがペトラを訪れ、ペトラ観光＝ヨルダン観光といってもよい。

DMO のような（観光地ごとの）組織と（中央の JTB との間で）役割や権限が干渉することは、ヨルダンの観光開発にとって望ましいことではない。

Project team: PDTRA とのこれまでの協議でも、ペトラとアカバ及びワディ・ラムのヨルダン南部の観光におけるゴールデン・トライアングルの重要性が繰り返いし示唆されている。

本プロジェクトでは、ペトラのみの観光開発だけでなく、こうしたヨルダン全体の広域連携も視野に入れた M/P を作成する方針である。

次回 9 月に予定している現地調査の期間中には、本プロジェクトの第 1 回目となる合同調整委員会（JCC）を開催する予定であり、ペトラの官民のステークホルダーのみならず、MoTA や JTB、JITOA など、中央の関係機関とも連携を図っていきたい。

以上

提出・受領資料
調査概要説明資料、プレゼンテーション資料

23 JITOA (Jordan Inbound Tour Operators Association)

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 31 日（木）10:00 – 11:30	
場所：JITOA 会議室	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr Awni Kawar (Chairman) Mr Omar Hazineh (Executive Director)	熊田、大原、齋藤（記録）

議事

JITOA (Jordan Inbound Tour Oerators Association)からのインプットは以下のとおり。

1. JITOA についての基礎情報

- JITOA is a voluntary non-profit tourism organization that works for the benefit of the inbound industry in Jordan with a goal of raising its standards and professionalism. Members consist of Active members (Jordan tour operators) and Associate members (corporate and individual industry stakeholders). JITOA members constitute 70% of the inbound tourism to Jordan. JITOA serves as the united industry voice, using advocacy and lobbying as a tool to reach officials in government and elsewhere to make a difference for our sector.
- 2003 年に発足。ヨルダンへのインバウンド旅行に特化した組織。現在は約 90 名のメンバーから成り、内 50%は inbound tour operators。
- 役員は 2 年ごとに、メンバーにより選出される。
- ヨルダン政府からの援助は一切なく、USAID から主に資金援助を得ており、その他スペイン・イタリア・レバノンなどにある類似した組織からの協力も得て運営されている。
- ヨルダンへのインバウンドを専門としているものの、他国のインバウンド情報リサーチも重要と捉えている為、定期的に 60 カ国の類似した組織の方々と会議を行なっている。
- 組織としての主な五つの取り組み事項：
  1. Lobbying and Advocacy
  2. Membership Services
  3. Marketing (i) Between members (ii) international aspect -road shows
  4. Training and Capacity Building（6-7 sessions per year featuring on tourism related and soft skills)

     ※ 2020 年 12 月からオンラインにて開催再開
  5. CSR

     ※ 2019 年 9 月 27 日の World Tourism Day には 観光地での “1-day Clean-up Campaign” を開催。Private Sectors からの支援もあり成功。
- ツーリズムニュースレター(英語とアラビア語対応、地元メディアと国際メディアから抜粋したもの)を毎朝メンバーと登録者に発信しており、現在約 2000 人の登録者がいる。

2. JSTA と JITOA との違い

- Jordan Society of Tourism & Travel Agents (JSTA)は加盟が義務化されている。（JITOA は任意）。

・ JSTA の役割は、インバウンドとアウトバウンドの公式ライセンシング、また消費者からの苦情対応などとなっている（JITOA はこのような役割は担っていない）。

3. Marketing & Promotion

・ 国際的な展示会への出展など、世界に対してのヨルダンのプロモーション活動は基本的に JTB 主体で行われている。

・ JITOA と JTB でジョイントロードとリップも毎年行なっている。（2020-2021 はアジアをテーマとした企画が計画されており、2020 年 6 月は日本の予定であったが、COVID-19 の影響で中止となった。）

・ 毎年年末に JTB より翌年の Marketing & Promotion 活動計画が発表される。

・ JITOA としては資金と人材不足を理由に Marketing Team を現在作れていないが、特に資金の工面ができた場合には、Research Center を立ち上げたいと考えている。

2. Training

・ JITOA から加盟メンバーに学びたいことを年末にヒアリングし、その上で翌年の実施計画を作成する。

・ 近年では、世界的なトレンドやニーズを踏まえ、デジタルマーケティング、SEM や SEO 研修、ソーシャルメディア研修、Sustainable Management などに着目した研修を行なっている。

・ COVID-19 蔓延の影響でオンライン研修が主となっているが、Micro-sized business はオンライン設備が整っておらず、大きな課題となっている。

3. ペトラ観光拡大の弊害

・ 女性が働くことに対するマイナスイメージが地域・地元住民に根付いており、mind-set をオープンにする教育や働き掛けが必要である。ヨルダン内他地域の例えばアカバは、ペトラに比べるとオープンマインドの様子。

・ COVID-19 の世界的蔓延に伴い、国際的なツーリズムが見込めるタイミングは不明確であり、現状は国内旅行、そして近隣諸国からのツーリズムに頼らざるを得ない。

・ ヨルダンにとっての最大のソースマーケットはサウジアラビアだが、ペトラに限ると需要は限られる。

・ サウジアラビアからの観光客は VFR 層が中心であり、アンマンでもホテルには滞在せず、賃貸型のアパートマントに滞在する。また、ショッピングや食に興味があり、文化や遺跡にはあまり興味を示さない。遺跡にあまり興味がない為、崩れやすい性質のペトラ遺跡に対する敬意も欠ける傾向にあり、正直必死に呼び込むべきマーケットでもないと考えられる。

・ ヨルダン人にもペトラは一生に一度行けば良いデスティネーションと考えられている程度。リピーターは見込み難い。ペトラ遺跡公園への入場券が 1 JD となることは、PDTRA が想定するインセンティヴとしては、十分に捉えられていない。

・ 一方、アカバについては、ショッピングや食を楽しむ機会が多く与えられており、家族層が好んで向かう地でもあり、リピーターも惹きつけ易い。「家族層を惹きつける」というのはペトラにとって一つの重要な focus point だと考えられる。

4. DMO についての考え

・ デスティネーションごとの DMO の設立には法的な根拠がない、とする JTB の意見はそのとおりであるが、彼らの行なってきたことの結果は出ている。現状を改善するには、方針を変える必要がある。是非 DMO を良い形で実現して頂きたい。

・ サルト市では、（JICA のプロジェクト終了後に）USAID の支援の下、ヨルダン国内

で最初の事例となる DMO が設立されている。

5. **その他**

- バラエティーに富んだヨルダンにとって、ブランディングは 1 つ大きな課題である。何を売りたいのか、何を宣伝したいのか、焦点を当てた上で戦略的に進める必要がある。
- イスラエルとペトラは、bi-product だと考えている。
- 今後は各国のワクチン摂取・隔離条件緩和によりツーリズムが動き始めるだろう。ヨルダンの場合、ヨルダン含めた複数国への旅行が COVID-19 前のトレンドであったが、複数国の移動は複雑と思われる為、シングルデスティネーションの需要から先に戻ってくるだろう。

以上

提出・受領資料

＜提出＞

- PDTRA とのオンラインキックオフミーティング時に使用した、英字 PPT 資料 “Project for Formulating a Tourism Development Master Plan in the Petra Region, Jordan”

＜受領＞

- JITOA の Brochure

24 RAMZ GROUP JORDAN

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 5 月 31 日（木）12:00 – 14:00	
場所： RAMZ GROUP 会議室	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr Fadi Al Ali (Director of Marketing) Ms Razan Ghanem (Assistant General Manager)	熊田、大原、齋藤（記録）

議事

1. RAMZ GROUP のペトラにおける活動について

- アンマンに拠点を置く Marketing & Event Management Company。(http://www.ramzgroup.com)
- HYUNDAI の CSR プロジェクトとして、ペトラ遺跡公園内の主要建造物の解説パネルや公園内の主要ルート上における無料 WiFi の提供、ビジターセンター内ペトラ遺跡公園ミニチュアジオラマ、ペトラ遺跡公園周辺を走る EV 車 （2 台）を提供している。
- HYUNDAI は、RAMZ GROUP JORDAN にとっての大口顧客。
- 何故 HYUNDAI がペトラに投資を行い始めたのか。それは 2017 年に遺跡を訪れた HYUNDAI の副会長が現地の状況を目の当たりにし、自社で行う CSR プロジェクトの一つにペトラを加える必要性を感じた為である。HYUNDAI はそれまでにブラジルでの CSR プロジェクトを主に行なっていた）。

2. RAMZ GROUP JORDAN について

- MICE イベントとホスピタリティービジネスを得意とし、以下五つの小会社を抱えるグループ
  1) HD Communications & Event Management
  2) HADEED Food & Entertainment Services
  3) beyond Production
  4) COUNTRY CLUB -AIRPORT ROAD- (Event Facility, Entertainment Center)
  5) EXIT CLUB (Biggest event venue in Jordan, 2000 ㎡ without columns)

3. RAMZ GROUP （HYUNDAI の代理） と PDTRA の関係

- 2018 年より 3 年間の契約を結んでおり、本来 2020 年で満了を迎える予定であったが、COVID-19 蔓延の影響により 2021 年まで持ち込んでいる。また、次の数ヶ月の内に、2023 年までの再契約を結ぶ予定でいる。
- これまでに PDTRA に対し行なってきた支援内容は先に述べた通りだが、それに加え、PDTRA の新ロゴ作成、及び新ロゴでのグッズ作成も引き受けている。
- ビジターセンターに置かれている各種言語のサイトマップについても、改訂版の作成を引き受けている。　※日本語版に印刷ミスがある旨、JICA Mission Team から指摘。データを受領し、訂正部分をこちらから後日お送りする予定。

4. HYUNDAI の 広告手法について

- 現在ペトラ遺跡公園内の主要建造物紹介ボードの右端にロゴを入れている。しかし、景観を損なうという観点から、現在作成に取り掛かっている新たなボードからは外し、その代わりにボードを支える支柱の 1 本に印字する予定。
- 空港～死海の道路横に”OOH (Out Of Home” をスローガンとした HYUNDAI x Petra

の広告パネルを設置している。目的は二つ：❶ HYUNDAI と ペトラの繋がりを広告 ❷ 走行する観光客の脳内にペトラを刷り込む為

- 「HYUNDAI」を表立って行う広告手法については、CSR プロジェクトだという位置づけもあり、これまでも議論が RAMZ GROUP と HYUNDAI、そして PDTRA 間で行われてきた。
- HYUNDAI の広告ロゴを各所に表示しているのは、HYUNDAI 関係者がペトラを訪問した際に（ビジターセンターからペトラ遺跡公園に向かう入口に設置された）日本の MITSUBISHI のソーラーパネルの展示を目の当たりにし、「MITSUBISHI がソーラーパネルに大きく自社ロゴを載せているので、HYUNDAI も行なって差し支えない」「UNESCO も USAID も行なっているので問題ない」と判断したもの。

  ※ 遺跡の商業的な利用や、遺跡周辺地域における過度な広告は、文化遺産の価値や周辺環境を含めた景観を大きく損なうことに繋がることから、今後ペトラ遺跡やその周辺地域に支援を行う組織に対して PDTRA としてロゴ仕様の可否、ロゴの大きさ指定など、基準やガイドラインを設ける必要があると JICA Project Team から RAMZ GROUP に対し、コメントを行った。

5. **その他、今後のペトラ支援について**

- RAMZ GROUP として HYUNDAI の支援内容の詳細は未だ開示不可だが、ある程度のところまで既に PDTRA とは話を進められている。
- JICA Project Team が掲げる Sustainability の要素は、 RAMZ GROUP として、これまで&これからも重要視しており、JICA の Master Plan 作成関連で協力頂ける様子。
- JICA Project Team として必要性を認識していたこと（e.g. 遺跡公園内外敷地のトイレやロッカールームなどのインフラ整備）に既に着手されていることもあるようで、上手く協力体制を組むことが出来れば、今後ノウハウと資金を集結させて相乗効果を期待出来る可能性があるとの認識で、RAMZ GROUP、及び JICA Project Team 同意。

以上

受領資料

- Brief about Hyundai CSR project, all completed phases
- Petra identity guideline
- Petra brochure in Japanese language
- Jordan River Foundation (JRF) for local community empowerment in Petra

25 JICA ヨルダン事務所との Wrap-up Meeting

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 6 月 2 日（水）10:00 – 11:00	
場所：オンライン(Teams)	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
宮原所長、後藤次長、山中嶋様	熊田、大原、大山、齋藤（記録）

議事

第 1 班のヨルダン渡航現地最終日に、過去 3 週間にわたり行なった現地調査内容の報告を行なった。まずは、第 1 班で事前準備を行なった「第一次調査報告書案」に添い、業務主任者より調査結果の報告を行ったもの。主な協議の内容は、以下のとおり。

1. **協議内容**

<JICA ヨルダン事務所より>

- Local Coordinator との再契約・契約延長の際には、JICA さんに報告及び相談を前広にお願いしたい。
- ヨルダンでは日本ほど「修学旅行」という習慣・考え方がない。今後「修学旅行」の考え方を日本からヨルダンに伝え、博物館訪問などを学校行事に加えて頂けるよう積極的に働きかける取り組みをしてみてはどうか。
- 現在ペトラ遺跡公園周辺では HYUNDAI の EV 車が走る予定だが、日本の例えば三菱などの車両を加えて使用頂くことで、日本のプレゼンスを示す良いきっかけとなるのではないか。

<JICA Project Team より＞

- PDTRA のオーナシップマインドが不足していることを痛感した。今回のプロジェクトを通して、マインド転換を試みる必要がある。
- 本プロジェクト中、ペトラでの JICA の業務従事者の執務用オフィスは、ペトラ博物館内会議室を使用することとなった。
- コピー機は博物館のものを今回 5 月には借りたが、プリンター購入は、やはり必要と感じている。9 月以降の現地調査において購入する予定である。
- ペトラ遺跡公園の防犯システムとしてビジターセンターのゲート等に顔認証システムを導入するなど、本邦技術活用の可能性はある。
- 一方、民間企業の参入に当たっては、遺跡の商業的な利用や、遺跡周辺地域における過度な広告は、文化遺産の価値や周辺環境を含めた景観を大きく損なうことに繋がることから、細心の注意が必要である。
- 現地調査の結果、ペトラ地域では、上水の供給量だけでなく、下水や廃棄物の問題が深刻であり、何らかの対策を行わない限り、観光客の受け入れに係るボトルネックになる。
- 下水は、ワディ・ムサのみ 60%程度が下水道に接続されているものの、他は、全て自然環境にそのまま放流されている。また、廃棄物は、焼却施設等は整備されておらず、ペトラの観光客が出すゴミは、全量がペトラから約 30km にあるランドフィルに埋め立て処理されていることが分かった。
- 今回のプロジェクトでは、具体的なインフラ整備計画を取り纏めることは想定されていないものの、フェーズ 2 の段階において、インフラ分野の専門家を追加することも必要と考える。

2. **今後の予定**

(1) 第一次現地調査帰国報告会（7 月上旬）

(2) 第二次現地調査対処方針会議（8 月中旬）

(3) 第 2 次調査派遣（最速で 8 月下旬～5 名×2 班に分けて派遣を検討）

(4) プログレスレポート（第 1 号）（9 月下旬）

以上

提出資料

・第一次調査報告書案

ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第１期）
第２次現地調査

議事録目次

1 JICA ヨルダン事務所との第 2 次現地調査に係る安全レクチャー....1
2 PDTRA とのキックオフミーティング....3
3 PDTRA Directorate of Risk & Crisis との面談....4
4 PDTRA 人事担当者（Department of Human Resource）との面談....5
5 PDTRA Directorate of Tourism & Marketing との面談....6
6 PDTRA 文化資源管理（CRM）部との面談....8
7 Petra Research Center との面談....10
8 Petra Cultural Village との面談....12
9 Visitor Center との面談....14
10 Tourist Police Petra Branch との面談....15
11 Jordan Guide Association Petra branch との面談....16
12 Petra Hotel Association との面談....18
13 PDTRA Department of Operation & Control との面談....20
14 NGO Nabataean (Al-Anbat) capital (Asima Anbat) society との面談....22
15 PDTRA Department of Quality Assurance との面談....23
16 ウム・サイフンローカルコミュニティ事務所との面談....24
17 Old Village Resort 視察....25
18 ラジフ、ドラガ、ワディ・ラム、アカバ視察....26
19 Aqaba Diving Association との面談....28
20 アカバ空港会社との面談....30
21 Tourism Directorate, Aqaba Special Economic Zone Authority (ASEZA)との面談....32
22 ペトラゲストハウスからのヒアリング....34
23 MOVENPICK RESORT PETRA からのヒアリング....36
24 Jordan Beauty Tours との面談....37
25 NGO: Baydha Societ との面談....38
26 Commissioner of Petra Archeological Park & Tourism Affairs との面談....39
27 Petra Boutique Hotel との面談....41
28 ペトラ博物館との面談....42
29 Petra Heart Hotel へのヒアリング....44
30 Le Maison Hotel Petra へのヒアリング....45
31 Movenpick Nabatean Castle Hotel へのヒアリング....46
32 DOA Ma’an 支局との面談....47
33 PDTRA との Wrap up ミーティング....48
34 Petra College of Tourism & Archaeology との面談....49
35 Petra Pottery Society との面談....52
36 Beit Al-Anbat (NGO) との面談....53
37 Why Jordan Tours との面談....54
38 CTOPJ (The Coalition of the Tour Operator in Petra, Jordan)との面談....55
39 Grand Tour との面談....56
40 MOTA(Ministry of Tourism and Antiquities),JTB(Jordan Tourism Board)との面談..58
41 KAWAR との面談....61
42 アンマン市内文化施設視察....63
43 Jordan Inbound Tour Guide Association との面談....64
44 MOTA (Directorate of Planning & Studies)との面談....65
45 JITOA との面談....66
46 Department of Statistics との面談....68

47 Jordan Hotel Association との面談 69
48 Ammon Applied University College (AAUC) との面談 70
49 UNESCO とのミーティング（オンライン） 72
50 UNIDO とのミーティング（オンライン） 74
51 リトルペトラ視察 76
52 Jordan Restaurant Association との面談 77
53 DOA 本部・博物館部門との面談 79
54 Jett Bus との面談 80
55 Tyche Tours との面談 81
56 UNDP とのミーティング 83
57 Jordan University との面談 85
58 ペトラ遺跡公園・リトルペトラ・Cultural Village 視察 88
59 ヨルダン博物館との面談 92
60 USAID とのオンラインミーティング 93
61 NET TOUR との面談 96
62 Jordan Tourism Board との面談 98
63 TANIA TOURS との面談 100
64 Ranger Section との面談 102
65 PDTRA Chief Commissioner H.E. Dr. Suleiman との面談 104
66 ワディ・ラムの視察 105
67 Directorate of Information Systems 107
68 PETRA GUEST HOUSE との面談 109
69 PDTRA Department of Operation & Control との面談 111
70 Research Center との面談 114
71 Comissioner of Infrastructure との面談 115
72 ペトラ地域ハンディクラフト・女性団体とのワークショップ 117
73 Clinic inside of Petra (Doctor of PAP)との面談 121
74 EBRD とのミーティング（オンライン） 123
75 Petra Hotel Association との面談（危機管理に関するヒアリング） 125
76 Petra Tour Operator Association との面談（危機管理に関するヒアリング） 127
77 Visitor Center との面談（危機管理に関するヒアリング） 129
78 PDTRA GIS セクションとの面談 131
79 JCC および JICA-OUT 生受け入れ期間の研修についての面談 133
80 PDTRA Director of Investment との面談 136
81 Alpha Bus との面談 140
82 Water Authority との面談 141
83 Housing Bank との面談 142
84 Jordan Islamic Bank との面談 144
85 Private Sector との合同ワークショップ 146
86 Directorate of Risks and Crisis との面談 148

1　JICA ヨルダン事務所との第 2 次現地調査に係る安全レクチャー

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 5 日（日）10:00 - 11:00	
場所：JICA ヨルダン事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
山中嶋様、馬杉様	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. 自己紹介

1)各専門家から自己紹介を行う。

2)ヨルダン事務所担当者からのコメント

馬杉様：ヨルダン事務所の勤務は 4 年 5 カ月になるが任期が終わるため、新任（カワタニ様）が到着した。ヨルダン滞在中に紹介できるかと思う。観光セクターは苦しい状況にある。皆さんの知見で支援いただけることに期待する。

山中嶋様：2020 年末に着任、産業開発と雇用機会拡充を担当している。

ヨルダン滞在中の安全管理方針について

1)ヨルダン南部（ペトラ・アカバ等）では国際観光客が増えてきているため、感染症対策には留意し、陽性にならないように気を付けて欲しい。日本のワクチン証明書はヨルダンでオフィシャルに認められているとは言えないため、ワディ・ラムとアカバに行く際に PCR 検査が必要になった場合は検査を受けないようにし、事前に JICA に相談して欲しい。（陽性が判明すると軍の病院に収容され連絡も取れなり支援できなくなる）

（PJT チーム）アンマンからペトラに移動する際の注意事項はあるか。

（JICA）カーブが多いうえ長旅になるため気を付けて移動して欲しい。

2. 観光セクターに関連する事案

1)博物館のデジタルコンテンツ

（JICA）オンライン会議にて様々な案を提案して貰ったが、現在予算内でどこまでできるか確認している。アンマンでミーティングを設定するので参加して欲しい。

2)The Petra Museum Guidebook

（JICA）日本語版は第二班がヨルダン滞在中に完成するかもしれないので、その際はお渡しする。ガイドブックの利用方について後ほどでいいので提案が欲しい。

（PJT チーム）日本の旅行会社の中にはペトラ博物館の存在自体を知らないところもある。旅行会社を対象とした観光セミナーの時に博物館と一緒に紹介してはどうか。マチュピチュのように博物館を見学しないと現場に行けないようにしているところもある。ツアー代金にガイドブック代を混ぜ込み、ツアー参加者に配る方法もある。PJT チームで検討し提案させていただく。博物館での販売は考えているか。

（JICA）博物館での販売もしたいと考えている。

3)UNIDO

日本の予算にて、手工芸品の品質向上を予定しており、ワークショップなどを検討中。

3. アポイントについて

（JICA）国際機関のアポイントについては現在 JICA で調整している。

（PJT チーム）アンマンの民間セクターに対するヒアリングを実施する場合、支援いただくことは可能か。

（JICA）具体名があれば支援できる。

（PJT チーム）まずは PDTRA にアンマンの民間セクターのアポイント取りについて確認し、PJT チームで難しい状況があった場合は支援をお願いしたい。また、Department of Statistics については追加でアポイントをお願いしたい。

※　JICA ヨルダン事務所の Ms. Shereen に調整をお願いする。

以上

提出・受領資料
なし

2 PDTRA とのキックオフミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 6 日（月）9:45 - 10:30	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	碓氷、大山、アセファ、谷村（記録）

議事

PDTRA の各部局長を交えたキックオフミーティングを開催した。本プロジェクトの枠組み等については 5 月の 1 回目渡航において説明済みのため、今回は具体的な調査内容についての確認を下記の通り行った。

1. Chief Commissioner Dr. Suleimann A.D. Farajat からのご挨拶
   1)マスタープランプロジェクトの 1 班メンバーを迎えられたことを大変うれしく思う。
   2)少し前に 5 年計画での別マスタープラン策定プロジェクトの話があったが、そちらは今回延期とし、本マスタープランを最優先にて取り組むこととした。
   3)ペトラでの滞在を楽しんでもらいながら、結果もしっかり残してほしい。
2. プロジェクトチームからのコメント
   1)今回こうしてペトラを訪問し、PDTRA の皆さんと顔を合わせることができ大変嬉しく思う。
   2)PDTRA の掲げるペトラ地域開発の重点分野「文化遺産（遺跡）の保全」「観光サービスの　向上」「地域の雇用創出」という 3 点をしっかり理解し、本プロジェクトを通じてその達成　に貢献したい。
4. そのためにも、今回の観光分野についてしっかりと現状を確認し、有益な観光開発マスター　プラン策定に取り組んでいきたい。また、それにあたっては PDTRA、特に観光部分のトップである Mr. Sabri Fdool 氏ならびに彼のチームと緊密に連携を取り、情報を共有しながら進めていきたい。
5. プロジェクトチーム、PDTRA 各部局長の自己紹介
6. 本日以降のベースライン調査の進め方について確認
7. PDTRA の各部局のうち、特に観光分野ならびに遺跡保全分野にかかわりの深い部局について　プロジェクトチームよりミーティングのリクエストを PDTRA に提出。PDTRA 側でアポイント　を調整し、明日（9/7）および明後日（9/8）にてミーティングを実施し、相互の考え方の 確認・理解を深める。

その後、6 つのコミュニティおよび各地の観光関連 NGO およびプライベートセクターの視察、関係者からのヒアリングを 9/17 までの滞在中に実施。対象箇所についてはプロジェクト チームからのリクエストと PDTRA からの提案をもとに調整の上決定する。以上

提出・受領資料

なし

3 PDTRA Directorate of Risk & Crisis との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 6 日（月）10:50 - 11:30	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	碓氷、大山、アセファ、谷村（記録）

議事

1. 9/29 開催「6th International Symposium of Flash Floods in Wadi Sysytem」関連（PJT チーム）ペトラ開催部分について詳細アジェンダを共有して欲しいと依頼。併せて本シンポジウムでの PDTRA およびプロジェクトチームのプレゼン内容を確認。

（PDTRA）現時点ではドラフトアジェンダしかないため、そちらを共有する。プロジェクトチームからは PDTRA へのサポートを行っているパートナーとして本プロジェクトの概要を PPT1 枚程度、また洪水が観光に与えるインパクトを専門家の観点から PPT2～3 枚程度でお願いしたい。

（PJT チーム）共有いただいたアジェンダをもとにドラフトのプレゼンを作成し、事前に PDTRA とすり合わせの上内容を確定させたい。

2. Department of Risk & Crisis の業務内容説明

1) 地域の 4 つの災害リスク（洪水、落石、土砂崩れ、地震）の防災・減災を目指して取り組みを行っている。2014 年には UNISDR から「Certificate of Commitment to Disaster Resilience」 を受けた。

2) 災害についてはヨルダン政府機関である The National Center for Security & Disaster Management, 洪水に関しては The Ministry of Interior と連携し、災害の程度を 3 段階（Strategic Level, Tactic Level, and Operational Level）に分けて対応を行うための Emergency Plan を作成している。同プランはペトラ地域の各行政でも作成をしている。

3) 2018 年にペトラ遺跡を襲った大規模な洪水（土石流）に関して、洪水対策について意見交換。プロジェクトチーム（大山）からは、シーク入口にある Wadi Muthlim 方面に抜ける古代ナバテアの転流トンネルが、2018 年の洪水でもシークへの洪水の流入を減少させた点など、古代のナバテア時代の洪水対策の遺構が現代の洪水対策に果たす役割について質問。転流トンネル、またシーク内で設けられた、古代のナバテアのダムを復元した形の洪水対策のダムは、実際の洪水対策にも役立っている。 しかしながら、ナバテアによる洪水対策のシステムは初歩的なものであるため、（別の場所では）洪水で破壊された事例もある。

4) シーク入口では、洪水対策用でワディムサの渓谷（涸れ川）の堤防（現代のもの）が設けられているが、洪水時に押し寄せる多量の水がこの堤防を超えてシーク内に入るので、強化が必要。また堤防内の渓谷部分に土石が溜まり、底が浅くなり洪水対策に悪影響を与えるので、土石の除去など対策が必要。なおナバテア時代には、シーク入口には大きなダムが 設けられていたという考古学的な説があり、その場合転流トンネルに水が入る前に、このダムでかなりの水量を食い止めていた可能性があることを大山より指摘。

第 2 班で防災および旅行におけるクライシスマネジメントの専門家が訪問予定なので、そちらで改めて打ち合わせの場を設定したい。また、クライシスマネジメントの専門家から事前の質問項目を送付させていただく。

以上

提出・受領資料

なし

4　PDTRA 人事担当者（Department of Human Resource）との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 6 日（月）12:00 - 12:40	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. XXXXXXXXXX	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. Human Resource の役割

（PJT チーム）観光セクターの人材育成も担当しているのか。

（Mr. XXXXXX）Department of Infrastructure が担当しているのではないかと思うが確実ではない。自分は PDTRA の職員の採用に際し TOR を準備し、公務員局（Civil Service Bureau）に提案する役目である。

PDTRA の職員は、2013 年より 1 年毎に契約更新する有期雇用のみとなり、正職員は採用しない。契約の更新については、マネージャーが評価して決定する。

（PJT チーム）評価基準はあるのか。あるとすれば PDTRA として統一されたものか。

（XXXXXXX）評価基準が統一されているか不明であるが、自分の部署では Daily Work, Monthly Work, スタッフからのフィードバック等をベースにしている。

※ Directorate of Investment とのミーティングが設定されているもキャンセルとなり、本ミーティングが急遽設定された。そのため、Mr. XXXXX が持つ情報が限定的であり PJT チームとして欲しい情報が得られそうにないと判断、質問があれば後日改めて連絡する旨を伝えた。

以上

提出・受領資料

なし

5 PDTRA Directorate of Tourism & Marketing との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 7 日（火）8:30 - 9:40	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	谷村、大山、碓氷、アセファ（記録）

議事

PDTRA の Directorate of Tourism and Marketing とのミーティングを開催し、主な協議の内容は、以下のとおり。

1. Mr.Sabri M. AI Fdool からのコメント
   1)海外でのプロモーション活動の 9 割以上が JTB との連携で行われている。
   2)政府は、ヨルダン国内の観光客が「Jordan Paradise Program」を通じて国内旅行をすることを奨励するために、予算（約 2500 万 JD）を転用することを決定した。
   3)「Jordan Paradise Program」では、国内旅行者が利用するホテルのカテゴリーに応じて、旅行代金の 45%から 60%を政府が負担して支援している。
   4)「Jordan Paradise Program」を利用して、多くのヨルダン人がアカバを訪れている。しかし、ペトラを訪れるヨルダン人は非常に少ない。これは、ヨルダン人の多くが、ペトラのような歴史的な場所を訪れるよりも、Entertainment 観光商品に興味を持っているために起こっていることである。
   5)LCC のフライトは 11 月 1 日から再開されるため、11 月からペトラへの訪問者が増えると予想される。

2. 観光統計について
   1)ペトラの訪問者データは、遺跡公園のチケット販売から集められている。
   2)遺跡公園のチケットを購入する際には、すべての観光客の属性情報がシステムに記録されている。
   3)ホテルは、ゲストの情報を毎日警察署に提出する必要がある。
   4)PDTRA は、ホテルから定期的に稼働率データを収集している。
   5)PDTRA は、データを共有するために JTB とサーバー接続を持っている。
   6)JTB は、このデータをマーケティング＆プロモーション活動の企画・実施のために使用している。
   7)ヨルダンの観光統計における最大の課題は、政府が国境を越えて入ってきた人をすべて「観光客」としてカウントしていることである。
   8)PDTRA では、ホテル（特に小規模ホテル）から稼働率のデータを収集することが課題となっている。何故ならば、ホテルは税金を少なくするために、意図的に数値を低く見積もっているためである。

3. マーケティングについて
   1)ペトラの観光客の約 85%は外国人である。
   2)ペトラを訪れる観光客の多くはグループツアーに参加している。しかし、COVID-19 の影響で個人観光客が増えている。
   3)ペトラ遺跡の Carrying Capacity（1 日約 3500 人）の課題があるため、遺跡公園の裏口から観光客が出るようなルートの開拓や、電気自動車を使った別のツアートレイルを増やし、観光客の数を増やしたいと考えている。
   4)JTB を通じて、中国の訪問者数を増やすためにいくつかのキャンペーンを実施した。
   5)しかし、ペトラで中国人旅行者を受け入れるには十分な機能性がないことが課題となっている。ペトラに中華レストランがないことや、中国語を話すツアーガイドがいないことが大きな課題となっている。
   6)日本人観光客は、5 スターホテル、日本語サポート、非常に清潔なトイレ等、要求が

非常に高いため、ペトラに誘致することは困難を伴う。

4. Jordan/PETRA の SWOT について
   1)ペトラはユニークで古く、巨大な（広さ 240 ㎢以上）遺跡である。
   2)豊かな文化的モニュメント
   3)ヨルダンは不安定な国の中心に位置している。
   4)ヨーロッパのいくつかの記事は、ペトラを「To Visit Before You Die」目的地と見なしている。
   5)LCC フライトは、観光客がヨルダンとペトラを訪れる機会を生み出している。
   6)ハリウッド映画（「インディ・ジョーンズ　最後の聖戦」など）はペトラに強いイメージを与える。
   7)しかし、ヨルダンとペトラというブランドの認知度を高めるためには、更なるプロモーションが必要である。

5. プロモーションについて
   1)ペトラのプロモーションは主に JTB が行っている。
   2)アブドッラー2 世国王陛下による、ペトラの観光により注力すべき、とのご意向に鑑み、JTB はヨルダンの他の目的地と比較してペトラをもっと宣伝するつもりである。
   3)現在、JTB は COVID-19 の問題により海外に出向いてのプロモーションを行っていないが、世界中でいくつかのバーチャルプロモーション活動を実施している。
   4)PDTRA のマーケティング＆プロモーションチーム（Mr.Kahil）は、SNS 上でのデジタルマーケティング活動を行っている。
   5)Mr. Kahil が英語のコンテンツを作成し、PDTRA のウェブサイトで公開をしている。しかし、PDTRA がデジタルマーケティングを行うには、資金や人的資源面での問題がある。King Abdullah がペトラの観光にもっと注意を向けたいと言ったので、JTB はヨルダンの他の目的地と比較してペトラをもっと宣伝するつもりである。
   6)ペトラの一部の民間セクターは、独自にプロモーションを行っており、一部のホテルは国際 Expo に直接参加している。しかし、PDTRA と共同でプロモーションを行うようなことはない。
   7)PDTRA、JTB ともに、効果的なマーケティング戦略が不足している。
   8)PDTRA が JTB に 25 万 JD を拠出しても、その資金は効率的に使われていない。通常、優先順位の低いものに使われている。

6. 観光商品について

   Petra by Night（一週間に 3 日開催）を担当しているのは、ゼマン・ツアーズというプライベートツアー会社である。

以上

提出・受領資料
なし

6 PDTRA 文化資源管理（CRM）部との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 7 日（火）11:00-11:45	
場所：PAP 事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	谷村、碓氷、アセファ、大山（記録）

議事

PDTRA の文化資源管理（Cultural Resource Management: CRM）部長と職員を交えたミーティングを開催した。下記の項目について質問、情報収集。

1. ペトラ遺跡公園（Petra Archaeological Park: PAP）内の遺跡管理（モニタリング、清掃等）、補修等について

   1) モニタリング部門の職員数は 3 名、保存修復部門は 8 名（保存を専門とするエンジニア等）
   2) 監視カメラ（シークや宝物殿等主な場所に設置）で常時遺跡の状況を監視（24 時間体制、遺跡管理（コントロール）部局で管理）。
   3) ローカルやツーリスト、レンジャー、考古学調査隊等さまざまな人からの報告などにより、遺跡の破損等が見つかった場合には、 直ちに CRM 部長に報告され、遺跡の補修等が実施される体制になっている。
   4) 遺跡の修復は、セメントを使わずにモルタルを使うなど、古代に使われていたものと同じ製法を用いて修復するが、現代の修復と明らかにわかり元の遺跡とは区分できるような形で修復
   5) 修復についてはどのような修復を行ったか報告書が書かれている。
   6) 修復は月に数件程度。雨の影響が出る冬期が多い。
   7) 遺跡の破損は、 洪水や風化など自然現象によるものと、 人による破損の、双方に起因するものがある。
   8) 最近修復した例としては、シークの水路の補修など水路の一部が、おそらく人が座ることによって破損された
   9) 2018 年の洪水では、遺跡自体には直接の損傷は出ていない。水と泥土が遊歩道に溢れたことによる被害が大きい
   10) 遺跡保護のため、一部に柵の取り付けも行っている。シーク内の柵など（ 落書きが見つかったため設置）

2. 遺跡公園内の案内板について

   1) 遺跡公園内の案内板も同部局が担当している。
   2) 案内板は破損しているものも散見されるが、 これらの多くは地元の人々が破損したもの。地元の人々に対する意識啓発活動が必要である。
   3) 韓国の HYUNDAI が支援した案内板が遺跡内の各所に設置されているが、 すでに古くなり、破損しているものも多いため、 別の案内板設置を支援してもらうよう HYUNDAI と調整中。現在の案内板、また今後設置予定の案内板も、英語とアラビア語の 2 言語の対応になる。 多言語対応の必要性については、 案内板ではなくパンフレット等で対応。

3. Archaeological excavation unit（考古遺跡調査部）について

   1) PDTRA の同部門単独による遺跡の発掘調査は行っていない。 主に PAP 内での海外の調査隊による調査において、発掘調査の調整や監理等を行っている。

2) 遺跡の発掘調査の許認可は PDTRA ではなく DOA が行う。

3) 2021 年にはフランスなど海外の調査隊の 3 件の発掘調査に関わっている。

以上

提出・受領資料
なし

7 Petra Research Center との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 7 日（火）9:30 - 10:30	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Moayad、Dr. Nissren Hasan	谷村、大山、碓氷、アセファ（記録）

議事

PDTRA の The Archeological Documentation and Tourism Research Center とのミーティングを開

以催し、主な協議の内容は、以下の通り。

1. 実施中の調査プロジェクトについて
   1)本リサーチセンターは昨年 7 月に開設された新部門である。
   2)これまでのところ、リサーチセンターは 3 つの主要なプロジェクトを行っている。
   ＊Socio-Economic Census Survey: サーベイの第 1 フェーズと第 2 フェーズが完了した。 第 1 フェーズは計画であり、第 2 フェーズはフィールドサーベイであった。 現在、分析とレポートの作成段階にある。
   ＊Visitors Survey: 400 サンプルサイズの調査が完了し、現在、分析とレポートの作成段階にある。
   ＊Research on the Impact of COVID-19: 本調査は、COVID-19 がペトラのすべてのコミュニティに、主に経済的観点からどのように影響しているかに焦点を当てている。

2. Socio-Economic Census Survey について
   1)データは 6 つのコミュニティすべてから完全に収集されている。
   2)本調査は、人口統計、世帯、健康、経済、収入、気候変動に関する意識、地域住民の観光や農業への関与など、いくつかのカテゴリーに分かれている。
   3)データは JICA の Project Team に役立つものであるが、共有するためには PDTRA の Chief Commissioner (Dr. Suleiman) からの正式な許可が必要である。
   4)すべてのデータはアラビア語であり、英語に翻訳するには多くの時間がかかる。
   ※Arwa さんが質問票を受け取り、英語に翻訳することとした。
   5)本調査には多くの個人情報が含まれているため、Project Team は、これらの個人情報をすべて除外してから共有いただくよう依頼した。
   6)調査結果の報告は 12 月末までに発表される予定。

3. Visitor Survey について
   1)本調査のアンケート収集は全て完了した。
   2)Project Team からもらった質問（2 問）を追加した。
   3)5 月にペトラに来た Project Team は、本調査のサンプルサイズを 100 万に増やすことを提案された。しかし、これは多くの観点から実施することは不可能である。
   4)調査を 1000 サンプルサイズに拡大し、必要に応じて質問を追加することも可能である。
   5)本調査の生データを Project Team と共有するには、PDTRA からの許可が必要である。
   6)Mr. Khalil と Mr. Sabri は PDTRA 内で議論し、Project Team にデータを共有するようにリサーチセンターに指示することとした。
   7)結果報告書は 10 月末または 11 月上旬に発表する予定である。

4. 観光客満足カードの作成について
   1)リサーチセンターは現在、観光客満足度カードを作成し、それをビジターセンターに配置することを計画している。
   2)観光客には、ツアー終了後にこのカードに記入してもらうことを考えている。

3)カードは、複数選択およびリッカート尺度スタイルで作成する予定
4)現時点で、カードのドラフトは作成していない。

5. 考古遺跡の調査について
1)リサーチセンターは現在、ペトラ遺跡公園（PAP）内の各遺跡でこれまで行われてきた考古学的な発掘調査等の情報、 遺跡や主な出土品に関する写真や映像、等の収集を行っている。
2)DOA や、海外の考古学研究機関、UNESCO 等が調査に連携。
3)現段階では PAP 内の遺跡のみ対象であるが、 将来的には PAP 以外の遺跡や、 無形遺産も対象として行く予定。
4)現段階では情報を収集しているのみであるが、 今後データベースを作成する予定。

以上

提出・受領資料
Visitor Survey のデータは、PDTRA の許可が得られた時点で JICA Project Team に提供される予定

8 Petra Cultural Village との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 7 日（火）11:50 - 12:50	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Fawaz Hasanat（Director）	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. Petra Cultural Village の現状

5 月の第一次現地調査時と状況は変わらず、施設は未だオープンしていない（ソフトオープニングの状態とのこと）。ランチやガラディナー等のイベント用として旅行会社に無料で貸し出している。

2. Petra Cultural Village の使用目的等

1) 遺跡公園出口から来るバスはシアター側に停まり、ビジターセンター行きのバスは Cultural Village のシアターとは反対側から出るように考えている。

2) PAP のバスパーク周辺で営業する 10 店舗を Cultural Village に移動させたい。

3) 現時点の構想として、NGO である Asima Anbat（Nabataean capital）による古代のペトラのナバテア人の生活や衣装の体験プログラム、ベドウィンライフを経験できる場所にしたい。

4) Petra Cultural Village は PDTRA 及びベドウィンと契約し、Cultural Village 内でベドウィンライフを見せる予定である。

5) 中央部の広い敷地には、コーヒーショップ、野鳥の水飲み場、遊歩道等にしたい。Cultural Village は観光客のみならず地域住民も利用できる場所であるため、キッズヤードも計画している。

6) Cultural Village 内には 80 店舗を予定。一店舗あたり 2 名が働くことになる。このうち 60%をローカルコミュニティーが運営、工芸品、ナバティアンやベドウィンの服、香水、花、地域で採れるフレッシュフルーツ等の他、小規模レストラン、ストーンカービング等の店舗を想定している。

7) Cultural Village を 4 つのトレイルの拠点にしたい。サファリトレイル、バギー、馬車、ドンキーの利用を考えている。

8) Cultural Village に大勢の観光客を誘致するには巡回バス 2 台では足りないため、PDTRA やローカルコミュニティーと協議している。

3. ショップや馬車曳き等スタッフの教育

PDTRA 職員に加え、Cultural Village で働く地域住民に対する教育は、研修のスペシャリストである IRADA や INJAZ といった NGO に依頼予定。ただし、当該地域の住民は長い間サービス業を経験しており、サービス品質は問題ないと考えている。

IRADA:

https://www.irada.org.jo/

INJAZ:

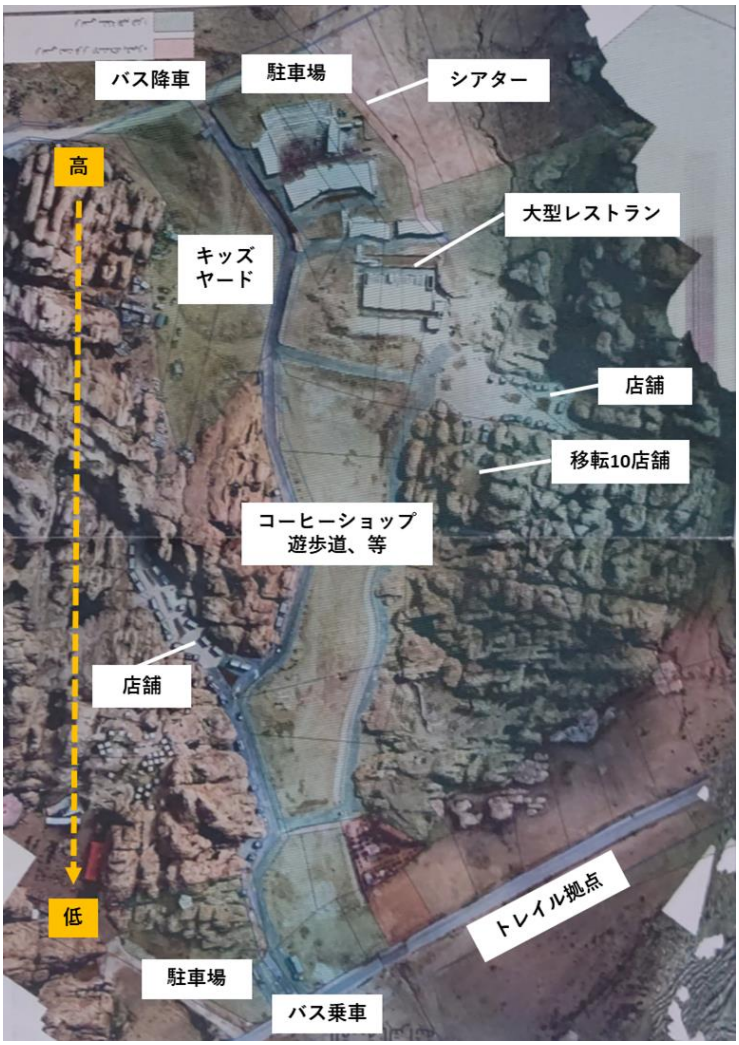
http://injaz.org.jo/

4. その他

現状、観光客のペトラ地域での宿泊は短い。もっと長く滞在してもらい、ナバタイストーリーを聞いてもらうことが重要である。

5. (17:00～19:00) PDTRA の案内で Petra Cultural Village を視察。

1) 公園内のマップを入手（下図参照）



2) すでに完成している会議棟、遺跡公園からのシャトルバス発着場所、カフェ＆レストラン、遺跡公園内の店舗が入店する予定のブース等を視察。

3) 構想として、遺跡公園の導線を一方通行とし、入場後裏側出口（Basin レストラン近く）から出場、シャトルバスにて Cultural Village 経由 Visitor Center へと移送する計画。Village 内に乗用車、貸し切りバス用の駐車場も用意する計画だが、収容台数は未定。また、クルーズ船客のように一度に多くの来場者がある場合、シャトルバスでの輸送能力がそれに対応できるか、また貸し切りバスも相当台数来ると思われ、それらを回送して Village の駐車場に収容できるかなどは確認が必要と思われる。

4) シャトル場所到着場所からレストラン棟を経由して Visitor Center 行シャトルバス乗り場までは緩い下り坂になっている。もし逆方向に移動する場合は上り坂となるため、お客様導線については慎重に検討が必要と思われる。

以上

提出・受領資料
なし

9 Visitor Center との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 8 日（火）8:30 - 9:10	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Yassin（Director of Visitor center）	谷村、碓氷、アセファ、大山（記録）

議事

PDTRA の Visitor Center(VC)との面談を実施。主な聞き取り事項は、以下の通り。

1. VC の改修、他ドナー支援について

1)VC の 今後の改修について、 現時点では USAID など、他ドナーによる支援の申し出の動きはない形である。（→USAID 等にも要確認

2)VC の展示スペースの改修案について、過去に JICA 専門家（大山）が提言した案や、前回の調査時に JV チームで検討した案である、 6 つの村落の農産品等を紹介するような展示や、UNESCO の Integrated Management Plan にもある（ペトラ博物館の常設展示とは別の）企画展示等を行なっていくような案に関しても、概ね同様の考えを VC 部長も持っている。

2. VC のサービス、職員、観光案内について

1)VC のレセプションデスクは、 交代制で毎日 5 人のスタッフで対応。 午前 7 時から午後 9 時まで勤務しているが、 ペトラバイナイトの対応等により、勤務時間が午後 10 時まで至ることもある。

2)対応言語は 英語アラビア語が主体で、 フランス語ができるスタッフが 1 名だけいる。（多言語に対応した形ではない。）

3)ペトラ遺跡公園内の情報提供に加え、 周辺のホテルやレストランの情報も提供していて、 ホテルやレストランのリストもある。（一定のペトラ地域の観光案内所の役割を果たしている）

4)ツーリストの 落し物の対応など、 トラブルの対応も行っている。

5)ツーリストに事故が発生するなど、緊急時には、 遺跡内のレンジャーともトランシーバー等で連絡を取りながら、連携して対応している。

3. ガイドについて

1)ガイド免許は期限がなく、1 年ごとの更新制。更新料 20JD。
2)現在は参加者が 10 名いる場合、ガイド 1 名が 2.5 時間案内するフリーツアーを提供。
3)プライベートガイド料金：50JD（ガイド 1 名あたり）
4)ガイドの事前指名は可能。
5)ガイド向けの研修はビジターセンターでは特に実施していない。

以上

提出・受領資料

なし

10 Tourist Police Petra Branch との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 8 日（水）9:20 - 9:40	
場所：Visitor Center	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Yasein Joher Mhedat	谷村、碓氷（記録）

議事

1. ツーリストポリス

   1)ペトラ地域には本部の他に各コミュニティーに 1 つのブランチがある。業務時間は 8 時から 18 時までとなっており、ペトラブランチでは毎日 9 名のポリスが業務にあたる。

   2)ポリスは一般的なものとツーリストポリスがあり、キャリアのスタート時に選ぶことが出来る。ツーリストポリスになるためには、外国語とツーリズム関係の知識（歴史、遺跡、文化、緊急時の観光客の退避方等）を学ばなければならない。

   3)外国語は基本的に英語であるが、ペトラブランチに所属する 9 名のうち、女性 1 名がフランス語を話す。

2. 主な業務

   1)観光客の紛失物やアクシデントが起きた際のケアが主な業務。

   2)ノンライセンスガイドを利用している観光客がいた際は警告し、ライセンスガイドがいることを案内するが、観光客の判断に任せる。ノンライセンスガイドに対する処罰等は行わない。

以上

提出・受領資料

なし

11 Jordan Guide Association Petra branch との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 8 日（水）11:30 - 12:30	
場所：Jordan Guide Association Petra Branch	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	谷村、碓氷（記録）

議事

1. ツーリズムガイド
   1)外国語を話せる、或いは外国に住んでいた人は、フィールドトレーニングを含む 6 か月間のガイド養成コースを受講。コースはアラビア語で行われる。それ以外の人は、大学で 4 年間学んだ後に語学試験を受け、ガイド養成コースを受講しなければならない。
   2)ガイド養成コースの終了試験に合格すると、講師／MoTA／ガイド協会等の面接官よりインタビューを受ける。インタビューはアラビア語で行われる。
   3)インタビューに合格するとライセンスを取得でき、その後毎年のライセンスリニューアル時に簡単な試験を受けリニューアル代を支払う。
   4)語学試験（80JOR） ガイド養成コース （1,500JOR） インタビュー（80JOR）
   5)ライセンス代（140JOR）
   6)ライセンスリニューアル（120JOR: 40JOR/MoTA、80JOR/ガイド協会に配分）
   7)ガイド養成コースでは、ジェネラルガイドとローカルガイドの両方について勉強するが、どちらのガイドになるかは本人が決める。ただし、試験結果が悪い場合は講師からジェネラルガイドになることは止められる。その場合は、ローカルガイドとして数年の経験を積んだ後に改めて試験を受けることでジェネラルガイドに変更することも可能。
2. ガイド養成コース及び協会によるワークショップ
   1)ガイド養成コースで学ぶ内容は歴史が中心であり、観光客への対応方法、コミュニケーションの仕方といったことは学ばない。
   2)ガイド協会では緊急対応等の First Aid のみを教えている。

   （PJT チーム）観光客対応やコミュニケーションの仕方等を何処も教えないことに対してどう思うか。

   （ガイド協会）本来はガイド養成コースで教えるべきである。意識の高いガイドは自分で勉強する。
3. 専門ガイド
   1)トレッキングやレリジャスなど専門ガイドを育成するコースは無く、ガイドを経験していく中で、自分で専門性を決めてアピールしている。

   （PJT チーム）トレッキングやハイキング等は一般のツアーと違い、リスク管理等の基本的知識を持つ必要があるのではないか。

   （ガイド協会）オンラインコースを受けるガイドもいる。また、ツアーリーダーと現場視察を行い、Should／Should not を決めている。
4. ペトラ登録ガイド
   1)約 250 名の地域ガイドが登録されており、14 か国語に対応できる。

   2)英語（200）フランス語（20）イタリア語（4）スペイン語（5）ドイツ語（5）ロシア語（1）中国語（1）日本語（0）韓国語（0）ヘブライ語（1）オランダ語（1）ギリシャ語（1）トルコ語（1）インドネシア語（1）等である。

   3)ガイドリストには、名前、対応言語、携帯番号のみが記載されており、個々の経験年数などは分からない。

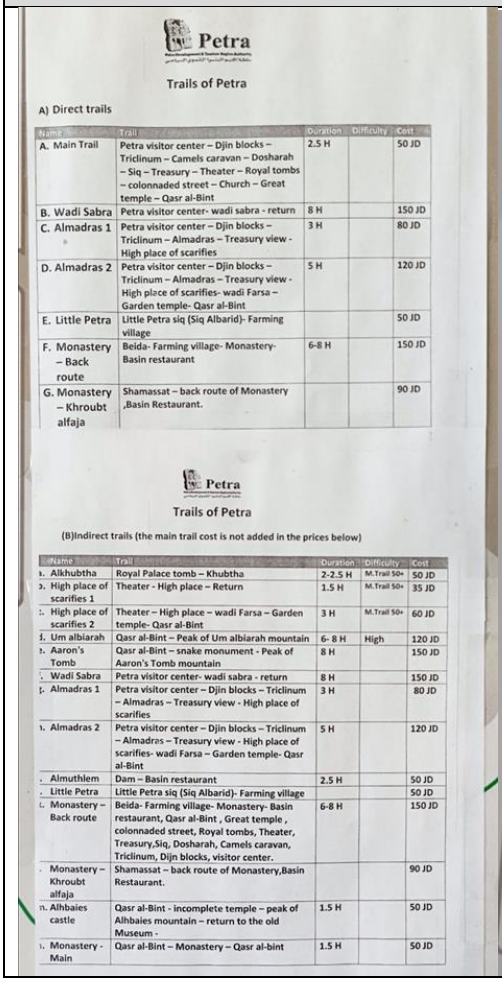
5. ガイド料金
   1)＜FIT10 名が集まった場合＞最初の 2.5 時間は無料、追加２時間毎に 50JOD
   2)＜１グループの場合（人数制限無し＞
   最初の 2.5 時間は 50JOD、以降はコースにより料金表に基づく

6. 課題
   英語ガイドが飽和状態になっており仕事のチャンスが少ない。MoTA はマーケットニーズを考え語学をコントロールする必要がある。ガイド協会としてもこの点を提言しているが変わらない。最大の課題は「これ以上の英語ガイドは不要」ということである。

7. 語学試験は受けるものの、ガイド養成コースもインタビュー試験もアラビア語で行われることは疑問である。

以上

提出・受領資料



Petra

Trails of Petra

A) Direct trails

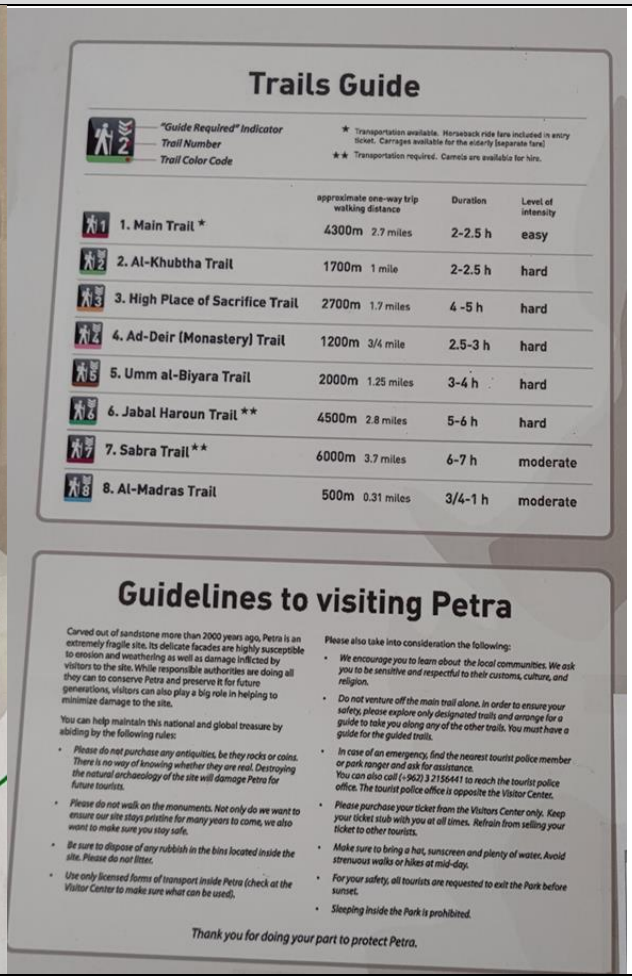
Name	Trail	Duration	Difficulty	Cost
A. Main Trail	Petra visitor center – Djin blocks – Triclinum – Camels caravan – Dosharah – Siq – Treasury – Theater – Royal tombs – colonnaded street – Church – Great temple – Qasr al-Bint	2.5 H		50 JD
B. Wadi Sabra	Petra visitor center- wadi sabra - return	8 H		150 JD
C. Almadras 1	Petra visitor center – Djin blocks – Triclinum – Almadras – Treasury view - High place of scarifies	3 H		80 JD
D. Almadras 2	Petra visitor center – Djin blocks – Triclinum – Almadras – Treasury view - High place of scarifies- wadi Farsa – Garden temple- Qasr al-Bint	5 H		120 JD
E. Little Petra	Little Petra siq (Siq Albarid)- Farming village			50 JD
F. Monastery – Back route	Beida- Farming village- Monastery- Basin restaurant	6-8 H		150 JD
G. Monastery – Khroubt alfaja	Shamassat – back route of Monastery ,Basin Restaurant.			90 JD

Petra

Trails of Petra

(B)Indirect trails (the main trail cost is not added in the prices below)

Name	Trail	Duration	Difficulty	Cost
١. Alkhubtha	Royal Palace tomb – Khubtha	2-2.5 H	M.Trail 50+	50 JD
٢. High place of scarifies 1	Theater - High place – Return	1.5 H	M.Trail 50+	35 JD
٣. High place of scarifies 2	Theater – High place – wadi Farsa – Garden temple- Qasr al-Bint	3 H	M.Trail 50+	60 JD
٤. Um albiarah	Qasr al-Bint – Peak of Um albiarah mountain	6- 8 H	High	120 JD
٥. Aaron's Tomb	Qasr al-Bint – snake monument - Peak of Aaron's Tomb mountain	8 H		150 JD
٦. Wadi Sabra	Petra visitor center- wadi sabra - return	8 H		150 JD
٧. Almadras 1	Petra visitor center – Djin blocks – Triclinum – Almadras – Treasury view - High place of scarifies	3 H		80 JD
٨. Almadras 2	Petra visitor center – Djin blocks – Triclinum – Almadras – Treasury view - High place of scarifies- wadi Farsa – Garden temple- Qasr al-Bint	5 H		120 JD
٩. Almuthlem	Dam – Basin restaurant	2.5 H		50 JD
١٠. Little Petra	Little Petra siq (Siq Albarid)- Farming village			50 JD
١١. Monastery – Back route	Beida- Farming village- Monastery- Basin restaurant, Qasr al-Bint , Great temple , colonnaded street, Royal tombs, Theater, Treasury,Siq, Dosharah, Camels caravan, Triclinum, Dijn blocks, visitor center.	6-8 H		150 JD
١٢. Monastery – Khroubt alfaja	Shamassat – back route of Monastery,Basin Restaurant.			90 JD
١٣. Alhbaies castle	Qasr al-Bint - incomplete temple – peak of Alhbaies mountain – return to the old Museum -	1.5 H		50 JD
١٤. Monastery - Main	Qasr al-Bint – Monastery – Qasr al-bint	1.5 H		50 JD



Trails Guide

"Guide Required" Indicator
Trail Number
Trail Color Code

★ Transportation available. Horseback ride fare included in entry ticket. Carriages available for the elderly (separate fare)
★★ Transportation required. Camels are available for hire.

	approximate one-way trip walking distance	Duration	Level of intensity
1. Main Trail *	4300m 2.7 miles	2-2.5 h	easy
2. Al-Khubtha Trail	1700m 1 mile	2-2.5 h	hard
3. High Place of Sacrifice Trail	2700m 1.7 miles	4 -5 h	hard
4. Ad-Deir (Monastery) Trail	1200m 3/4 mile	2.5-3 h	hard
5. Umm al-Biyara Trail	2000m 1.25 miles	3-4 h	hard
6. Jabal Haroun Trail **	4500m 2.8 miles	5-6 h	hard
7. Sabra Trail **	6000m 3.7 miles	6-7 h	moderate
8. Al-Madras Trail	500m 0.31 miles	3/4-1 h	moderate

Guidelines to visiting Petra

Carved out of sandstone more than 2000 years ago, Petra is an extremely fragile site. Its delicate facades are highly susceptible to erosion and weathering as well as damage inflicted by visitors to the site. While responsible authorities are doing all they can to conserve Petra and preserve it for future generations, visitors can also play a big role in helping to minimize damage to the site.

You can help maintain this national and global treasure by abiding by the following rules:

- Please do not purchase any antiquities, be they rocks or coins. There is no way of knowing whether they are real. Destroying the natural archaeology of the site will damage Petra for future tourists.
- Please do not walk on the monuments. Not only do we want to ensure our site stays pristine for many years to come, we also want to make sure you stay safe.
- Be sure to dispose of any rubbish in the bins located inside the site. Please do not litter.
- Use only licensed forms of transport inside Petra (check at the Visitor Center to make sure what can be used).

Please also take into consideration the following:

- We encourage you to learn about the local communities. We ask you to be sensitive and respectful to their customs, culture, and religion.
- Do not venture off the main trail alone. In order to ensure your safety, please explore only designated trails and arrange for a guide to take you along any of the other trails. You must have a guide for the guided trails.
- In case of an emergency, find the nearest tourist police member or park ranger and ask for assistance. You can also call (+962) 3 2156441 to reach the tourist police office. The tourist police office is opposite the Visitor Center.
- Please purchase your ticket from the Visitors Center only. Keep your ticket stub with you at all times. Refrain from selling your ticket to other tourists.
- Make sure to bring a hat, sunscreen and plenty of water. Avoid strenuous walks or hikes at mid-day.
- For your safety, all tourists are requested to exit the Park before sunset.
- Sleeping inside the Park is prohibited.

Thank you for doing your part to protect Petra.

12 Petra Hotel Association との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 8 日（水）10：05- 11：05	
場所：Petra Hotel Association 事務局	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	碓氷、谷村（記録）

議事

1. Petra Hotel Association の概要

1)2006 年設立、現在は 1~3 ツ星のホテル 15 軒が加盟。会費は年 200JD。
2)月例ミーティングを開催し、各ホテルが抱える課題について解決策を議論、解決に向けて取り組みを進めていく。
3)直近の最大課題は水不足（特に夏期）の解消。その解決に向けて取り組みを進め、水利に関するライセンスを国から取得、1 か月以内をめどに水の汲み上げポンプを改修し、加盟ホテルだけでなく全観光セクターで必要なところに水の供給ができるようにするめどがついた。
4)利用客は FIT が中心。泊数は 30%以上が 1 泊、平均宿泊数は約 1.3 泊。予約の際に 1 泊で予約をし、その後延泊をするお客様も多い
5)MOVENPICK、MARRIOTT など 4 ツ星以上のホテルに対して、加盟のアプローチをしているが、現在は非加盟。４ツ星以上のホテルはほとんどがグローバルチェーンのホテルで、様々な取り組み、投資についてグループ資本で賄うことができるため、協会に加盟するメリットがないと考えていると思われる。逆に会員ホテルはほとんどが個人経営、地元資本のホテルであり、それぞれの抱える課題に対して協会を通じ、他と連携して解決していく必要があることから協会に加盟していると想定される（上記の水利問題解決もその一つ）。

2. Hotel Association の抱える課題

1) 経験のある人材不足
地域に観光を教える Petra College があるが、インターンシップの制度がないため、即戦力が少ない。会員ホテルや関係省庁、その他プライベートセクターの企業に協力を依頼し、学生が経験を積む場の確保に取り組んでいるが、まだ十分ではな

2) 女性スタッフの不足
・5 年ほど前までは女性従業員はほとんどいなかった。
・ここ数年で改善されてきたが、数はまだ十分でなく、女性社員の就業の場が多いとは言い難い。

3) 従業員のスキル向上のためのトレーング
・会員ホテルの従業員はほとんどが地元のコミュニティ出身のため、海外からのお客様への接客、コミュニケーションスキルが低い。
・そうしたスキルを上げるためのトレーニングの場がまだ少ない。

3. お客様満足度向上に向けた取り組み

上記 1.にある通り、協会の主な活動が会員ホテルの相互連携を通じた課題解決にあるため、協会としての取り組みは多くないが、それでも下記のような活動を行っている。
1) 10 年前に関係機関と連携し、「ペトラバイナイト」を開発。
2) 新型コロナウイルスによる観光業のダメージを軽減し、需要回復を目指すためにヨルダン政府（the Ministry of Tourism and Antiquities）が国内向けに実施した観光振興策「Our Jordan is a Paradise」に連動し、ペトラ遺跡前で伝統民謡披露のイベントを週 2 回開催。開催費用は協会負担だが、一部ヨルダン政府観光局（JTB）からの支援を受ける。

ただ、一般家庭訪問などの体験プログラムについては受け入れ側の問題があり（言語対応や準備ができていないなど）、実施できていない。

ペトラ滞在中、会員ホテルのうち海外からの観光客を多く受け入れいているホテルを数軒視察させてほしい旨を申し入れ、後日視察先候補の提案をいただくことにした。提案先をいただき次第、ホテル視察を実施予定。

以上

提出・受領資料
なし

13 PDTRA Department of Operation & Control との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 9 日（木）8:30-9:30	
場所：PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Salim Shamaseen (manager)	大山、谷村（記録）

議事

Department of Operation & Control の業務の確認、ならびにそれに関連する諸課題について意見交換を行った。

1. 同 Department の主要業務
   1) 遺跡公園内のクリーニング、保守管理、トラブル等への対応、リスクマネジメント
   2) 遺跡公園内施設の運営管理（ショップ、ロバやラクダなど）

2. リスクマネジメントについて
   1)遺跡公園内にレンジャーを配置、公園内を巡回し旅行客の安全管理、ケガや病気等、清掃、またトラブル対応を行う。
   2)レンジャーは 24 時間体制で稼働。日中は 110 名、夜間は 48 名の合計 158 名体制。レンジャーは終身雇用の公務員扱いで、ヨルダン政府の公務員局（CSB:Civil Service Bureau）を通じてスタッフが雇用される。ただしスタッフの多くはワディ・ムサ出身が多く、そのほか近隣の 6 コミュニティ出身者も含まれている。
   3)レンジャーは指定のユニフォームを着用し、ID を携行し公園内でも誰がレンジャーかわかるようになっている。園内には Tourist Police も駐在、巡回をしており、トラブルや緊急事態（災害発生による入場者避難など）の際は連携して対応に当たるようになっている。なお、発生した事案のレポートは PDTRA からヨルダン政府の関係部署に報告を上げる。
   4)レンジャーに対しては下記のようなトレーニングを事前に実施する。
   ①Orientation ②Communication skills ③Tickets handling ④Writing a repor
   ⑤First Aid ⑥Trails（公園内のトレイルについてしっかり理解しておく）

3. 遺跡公園内の清掃業務について
   1)公園内の清掃については、PDTRA にて毎年入札を行い、民間の業者に委託。今年度はカラクにある清掃会社が業務を受託。契約は 1 年ごと。
   2)受託会社は園内の清掃、ごみ回収、トイレの清掃を行う。実際の作業員は近隣のウムサイフン在住の人を雇用し、作業に当たらせている。
   3)同作業にどの程度のスタッフが当たっているか詳細については確認をしていない。

4. 遺跡公園内ショップの対応
   1)現在遺跡公園内には PDTRA より許可を受けた店が 16 店、許可なしの店が 62 店存在。各店舗平均して 6〜10 名のスタッフが勤務している。
   2)許可なしの店舗の中にはテーブルと土産品だけを持参し、毎日場所を移動して営業しているようなところもあり、現状把握が難しい状況にある。
   3)公園内での無許可営業によるトラブルを避けるため、現在準備を進めている Cultural Village 内への移転を交渉しているが、新型コロナウイルスの影響で公園のオープン時期、また運用方が確定していないこともあって移転に同意した店舗はない。
   4)無許可営業の店舗について観光客とのトラブルや販売している品物の品質等は懸念材料ではあるが、スタッフがほとんど近隣のウムサイフンから出店しており、同コミュニティは遺跡内での販売が収入の 90%近くを占めているため、安易に営業停止措置をとることができない。そのため今は現状維持で進めざるを得ない。
   5)店舗の運営状況等については、月 2 回、ヨルダン政府の The Ministry of Health 傘下にあ

る保健関連企業がチェックをしており、問題のある店舗についてはPDTRAとともに対応にあたる体制はとっている（悪質なケースの場合は閉店を命じることもあるが、状況としては上記4）の通り）。

5, 遺跡公園内のロバ、ラクダの管理運営について

1)店舗と同様、ロバ、ラクダについてもほとんどがウムサイフンの住民が実施しており彼らの主要な収入源となっているため、安易に止めることができず、現状はモニタリングをする程度にとどめている。

2)観光客とトラブルを起こす住民（過去には一人で45件のクレームをもらったケースあり）に対しては注意や指導を行うが、それ以上のことが現時点ではできていない。

3)現状ロバ、ラクダおよび店舗関連でのクレームは1日あたり15件程度上がっている。

以上

提出・受領資料
なし

14 NGO Nabataean (Al-Anbat) capital (Asima Anbat) society との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 9 日（木）8:30 - 9:10	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Atif Nawafleh (Director of NGO)	谷村、碓氷、アセファ、大山（記録）

議事

NGO の Nabataean (Al-Anbat) capital society との面談を実施。主な聞き取り事項は、以下の通り。

1. 組織の概要
   1)2012 年に設立
   2)六つのコミュニティの 3000 世帯が加盟 メンバー約 25000 人(うち女性の比率は 12%)
   3)ヨルダンで最大級の NGO
   4)手工芸品は作っていない

2. 主なプロジェクトについて
   1)メインテナンスセンター
   2)約 50 万 D のプロジェクト
   3)自家用車などあらゆる車両の修理を行う
   4)ワディムーサに立地
   5)ビジターセンター横のレストラン (La plaza レストラン)
   6)ペトラの バスターミナル横の 10 軒のショップ
   7)紙コップ等を生産する工場
   8)ホテルで用いるシャンプーや石鹸等を生産する工場（計画中）
   9)オリーブオイル石鹸などが 良いのではないかという日本側のコメントに対して、 技術的な難しさがあるかもし指導してもらえるのならばぜひ作りたいとのこと

3. 古代ナバテア文化イベント
   1)古代のナバテアの 文化を紹介する体験型のイベントも行なっている
   2)ナバテア文字の体験、古代の料理、衣装などの実演、体験。キャラバン、交易品、宗教なども紹介
   3)Cultural VILLAGE で行なっていくことを予定。現在ペトラ遺跡公園で試行のイベントを行っている
   4)イベントは Dr.Hani Farahat など 古代ナバテア に詳しい学者が協力
   5)イベントを行う要員が 50 人おり、 うち 12 人が女、38 人が男性
   6)博物館開館直後には 博物館の入口付近でイベントを行うことも考えたが、場所について PDTRA の反対があった。
   7)今後博物館に二人程度の同 NGO の要員がいて活動をするような形で連携するのも一案である。

以上

提出・受領資料

なし

15 PDTRA Department of Quality Assurance との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 9 日（木）8:30 - 9:40	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	碓氷、アセファ（記録）

議事

PDTRA の Quality Assurance デパートメントとのミーティングを開催し、主な協議の内容は、以下の通り。

1. PDTRA の Quality Assurance 部門の役割について
   1)この部門は、ペトラのホテル、レストラン、ツアーオペレーターの品質を検査する責任がある。
   2)本部門は少なくとも年に 2 回ホテルの品質検査を実施している。
   3)ペトラの民泊施設はライセンスを持っていないため、本部門による検査を受けていない。
   4)ツアーオペレーターについては、彼らがビジネスを立ち上げる際にこの部門がサポートし、サービス品質は PDTRA の Investment Directorate が検査している
2. Quality Assurance の仕方について
   1)ペトラの多くのホテルやレストランは PDTRA が評価することを好まないため、品質を評価する際には、評価や検査という言葉は使わない。そのため、″Evaluation ″ではなく ″Awareness ″という言葉を使っている。
   2)サービス品質は、MoTA の検査ガイドラインに沿って評価している。
3. 研修提供について
   1)本部門ではこれまで、ホテルやレストランのスタッフにトレーニングを行ったことはない。
   2)PDTRA では、昨年大学と協力して研修を行う予定だったが、COVID-19 の影響で未だ実現していない。
   3)ペトラのホテルの大多数は従業員の離職率が高く 1～２か月で辞める者もいるため、従業員に対するトレーニングは実施しないが、経験豊富な高級ホテルと連携してトレーニングを提供しているホテルもある。
4. その他
   1)ペトラの土産物店のサービス品質と製品の検査は、この部門では実施していない。
   2)現在、ペトラには建設中のホテルが 4 つあり、すべて 4 star である。
   3)他のホテルも観光客を十分に受け入れるために部屋数を増やしている。

以上

提出・受領資料

なし

16 ウム・サイフンローカルコミュニティ事務所との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 9 日（木）12:45-13:30	
場所：ウムサイフンローカルコミュニティ事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	碓氷、大山、アセファ、谷村（記録）

議事

コミュニティー事務所が行っている活動

1)コミュニティー内で 3 つの学校を運営し、子供たちに教育の機会を提供している。
遺跡公園内のロバ、ラクダに乗る仕事で収入や、公園内での土産物販売を得ている家庭が多く、子供たちも教育を受けず、そうした仕事に従事しているケースがかなり多い。
子供たちにきちんと教育の機会を与え、観光だけに依存せずほかの仕事に就けるようにすることを目指し、現在いろいろと模索中。

2)女性への就業トレーニング
コミュニティ内の 100 名の女性に対し、手工芸品制作のトレーニングを提供するプロジェクトを開始。

3)遺跡公園内のロバ、ラクダの仕事はコミュニティ内での管理は今のところで来ていない。
新型コロナウイルスの時期は収入が激減したため、ロバやラクダを売って生活をしのいだ家庭も多い。今後に向けてはこうした仕事に従事する人たちの協会設立に向けて取り組みを始めたところ（今のところ約 400 名の従事者がいる）。

2. 観光業へのかかわり

1)上記の通り遺跡公園内でのロバ、ラクダ、また土産物販売が観光にかかわる部分で、収入のほとんどがここに依存している。

2)そのほか、一部家庭では Air B&B で民泊を提供しているところがあるが、実態は把握できていない。宿泊のみを提供しており、格安の宿泊場所を探している観光客の利用がある様子。

以上

提出・受領資料

なし

17 Old Village Resort 視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 9 日（木）10:15 - 11:15	
場所：The Old Village Resort	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Ahmad Nawafleh	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. ホテルの歴史

ホテルの土地と建物はナワーフレ族との関係が長く、1,800 年代に部族のメンバーが定住したことに始まる。1975 年に部族が近くに移転した後は廃墟になり、家畜小屋として使われていた。考古局が発掘したところナバテア時代から続く村であることが判明、当時の貯水槽等を残したまま、ホテルコンプレックスになった。ナワーフレ族がホテルの土地を所有し運営も行っている。

2. ホテル概要

1) 客室 189、コンファレンスルーム（ヨルダン南部では最大：600 名を収容）、プール（室内・屋外）ジャグジー（屋外）、ジム、サウナ、マッサージルームなどを有する 5 スターホテルで、UNWTO のコンファレンスも開催された。

2) ホテル敷地内にあるナバテア時代の遺跡は保存され、客室エリアは当時の村落の様子を残して作られている。

3) 従業員として地域住民を雇うことでコミュニティーをサポートしている。12 名の女性が働いている。（これまで女性がサービス業に従事することは躊躇われていたが、最近は変化が起きているとのこと）

3. 従業員教育

ホテルの従業員に対する教育は、ホテルの所有者であり Human Recourses Manager でもある Mr. Ahmad Nawafleh が、ホテル業 18 年の経験を基に自ら実施している。









以上

提出・受領資料

なし

18 ラジフ、ドラガ、ワディ・ラム、アカバ視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 10 日（金）～11 日（土）	
場所：	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. ラジフ
   1) 数百年年前のオスマン時代まで遡ると思われる 石造伝統建築群 が、 歴史街道「 王の道」 沿いの 村落の中心部に残っている。
   2) 古代のナバテアやローマ時代に元々は由来すると思われる、泉の水を村落 内部の伝統的な畑に引いた貯水槽が中心部に残っている。
   3) 伝統的な農法によるオリーブ畑 など 文化的景観が残る。
   4) これら村落で栽培されるオリーブは自家用。個々の家庭の収穫量は少ないが、村落全体及び周辺村落等のオリーブを集めることで一定程度の量にし、高品質な加工品にし、Made in Petra ブランドで販売することで、観光マーケットからの裨益が多少なりとも齎される可能性はあるかもしれない。ラジフの先にはスナック等も売る土産物店があり絶景ポイントになっている。※土産物店のトイレは鍵やドアがないブースもある






2. ドラガ
   1) 王の道からワディアラバへと下がる 渓谷沿いに形成された集落。
   2) 元は農村集落というより、生業としても遊牧が主体であったと思われ、 集落景観が他の農村集落とは若干異なる 。 渓谷沿いにオリーブ等の畑が見られる。
   3) 渓谷沿いにベドウィンのテントが多く見られ、 ヤギやラクダの放牧の様子も見られる 。
   4) 道路事情により個人客或いは小グループ向けの質の良いベドウィンテント体験プログラム等の可能性があるも地元ベドウィンの許可が出るかが課題。観光マーケットからの裨益を考えると、食肉やミルク、チーズ等の加工品をワディ・ムサ周辺のホテルやレストランに卸すことか。ドラガの先には Wind Tower が多数立っており、写真スポットになるかもしれない。ワディ・ラムに向かう途中にスナック等も売る土産物店がある。
      ※トイレは非常に清潔で日本人観光客にも問題無し






3. ワディ・ラム
   1) ヨルダン南部、アカバ県の県都アカバより東に約 60km の地点に位置する、砂岩と花崗岩でできた谷で面積は約 720ｋ㎡。
   2) 第 35 回世界遺産委員会にて複合遺産に「ワディ・ラム保護区」として登録された。（2011）
   3) ナバテア王国時代等の壁画、碑文、遺跡（神殿等）や、アラビアのロレンスに関連した史跡が残る。
   4) アラビアのロレンス、スターウォーズ、オデッセイ等、映画の撮影場所としても知られ

ている。

5) 4WD によるツアー、ラクダ乗り、トレッキング、ロッククライミング、キャンプ等、多数のアドベンチャーアクティビティが用意されている。キャンプは自然保護区内（ビジターセンターより南の地域）だけでなく、ディースィー村（ビジターセンターより北の地域）にも多数ある。自然保護区外のホテルに泊まり、この地域だけを周るツアーもあるため注意が必要。ワディ・ラムに続く道路脇に残る、ヒジャーズ鉄道跡、及び蒸気機関車（1959 年・日本車輌製）は写真スポットとなる。（蒸気機関車が常設展示かは不明）





4. アカバ（経済特区）

1) ヨルダン南部、紅海に面した港湾都市で、アカバ空港の他、貨物船・客船の港がある。

2) サウジ、エジプト、イスラエルと結ぶ海上交通の要所であり、アカバの西側にはイスラエル領のエイラットがある。

3) 温暖な気候によりゾート開発が進み、リゾートホテルだけでなく、ホテル・マンション・レストラン・ショップ等のコンプレックスも建設されている。

4) 市内にはウォーターパーク、海岸沿いにはマリンスポーツが楽しめる施設などがあり、外国人観光客はもとより、ヨルダン人もファミリーでやって来る。市内を観光できるオープンデッキバスが運行、バス駐車場にはインフォメーションセンターや両替所の他、マリンスポーツの案内ブース等もある。






以上

提出・受領資料
なし

19 Aqaba Diving Association との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 22 日（火）12:00 - 13:00	
場所：アカバ市内ミーティングスペース	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	碓氷、大山、テメズガン、谷村（記録）

議事

アカバの主要アクティビティの一つであるダイビングについて、市内ショップを取りまとめている Association からヒアリング。

1. Diving Association の概要
   1)加盟ダイビングショップ数：31（うちダイビングを提供しているビーチリゾートが 9）
   2)各ショップには平均 4~6 名のスタッフが在籍。またインストラクターは全体で 60 名。
   3))新型コロナウイルスの前、2019 年は年間 80 万人ほどの利用があったが、周辺地域の情勢によって変動が激しい（エジプトのシナイ半島の情勢や周辺の紛争、テロの影響など）。
   4)隣国のエジプト（シャルムエルシェイクなど）にも有名なダイビングスポットがあり、競合が激しい。
   5)インストラクターはほとんどがヨルダン人であるが、一部スペインなど他国出身者もいる。
   6)提供するプログラムはいずれも 2 時間程度。経験のない人向けのベーシックコースからある程度経験のある人向けのプログラムを用意している。また PADI ライセンス取得のためのコース（2 日間）やインストラクターライセンスコース（1 か月）もある。ダイビングが難しい人や子供向けにシュノーケリングも体験可能。
   7)最近は女性インストラクターも増えてきたが、まだ全体の 10~15%程度。インストラクター数は今でこそ 60 名程度（女性は 5 名程度うち 1 名はヨルダン人）だが、新型コロナウイルスの影響を受ける前は 100 名以上いた。
   8)障害の程度によるが、ハンディキャップを持った人への対応も行っている。

2. 海外からの旅行客の動向
   1)主な利用客：欧州各国（ドイツ、イタリア、フランス）やロシアが中心。新型コロナ前は中国からのお客様も増加、また日本からのお客様も利用があったが今はほとんどなし。
   新型コロナ後は欧州のお客様は戻ってきているものの、まだまだ数は少ないのでヨルダン国内のお客様をターゲットに営業を続けている。
   2)近隣にアカバ空港があり、ライアンエアが欧州内から 60 路線を運航（ミラノ、ケルン、ローマなど）、またロンドン（ガトウィック）などから Easyjet の路線もあり、そちらを利用してアカバを訪れる観光客が多い。
   3)アカバのダイビングスポットの魅力として海中に大型航空機（C-130 輸送機やトライスター）が沈んでいるスポットがあり、そこをセールスポイントとしてお客様に紹介している。
   また多種の魚や様々な種類のサンゴ礁も PR ポイント。

3. 今後のプロモーション等について
   1)日本マーケットには関心を持っており、日本国内でダイビング専門の商談会など、機会があればぜひ参加したい。
   2)ペトラ、ワディラム、アカバを組み合わせて「ゴールデントライアングル」としてプロモーションを行ってきた。これからも両地域と連携してプロモーションを進めていきたい。

ミーティングの前後でアカバのダウンタウンなどを歩いて視察してみたが、ヨルダン人を中心に多くの観光客が町中に出ており、その中に欧米からのお客様も少なからず見かけられた。ワクチン 2 回接種済みの旅行者の隔離免除や、9/1 からの国内の規制解除に加え、ヨルダン国民について The Ministry of Tourism が推進する「Jordan is Paradise」キャンペーンにより多くの国民が国内旅行に出かけていることも影響していると思われる。さらに、エジプトからサウジアラビアに出稼ぎに行くエジプト人労

働者が、ヨルダンで 2 週間の隔離をすればサウジに入国できることもあって、多くのエジプト人がアカバを訪れ、ホテルにて隔離を行っているとのこと。そのためこの週末はアカバ市内のホテルはほぼ満室であった。こうした事によりアカバには相当数のお客様が戻ってきていると言える。今後の新型コロナウイルスに対する規制解除の動きと合わせ、海外からの旅行客の動向も見極めながらペトラ地域との連携をどのように進めていくことができるかを継続的に考えていくことが必要と思われる。 以上
提出・受領資料
なし

20 アカバ空港会社との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 12 日（日）10:00-11:00	
場所：アカバ空港会社オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Ramzi Arafat (CEO)	大山、碓氷、テメズガン、谷村（記録）

議事

1.アカバ空港の運営状況

1)以前は欧州内各地からライアンエア、イージージェットなどの LCC を中心に多くの路線を運行、搭乗客も 2019 年には累計 304,000 人（到着 144,000 人、出発 160,000 人）を記録したが、新型コロナウイルスの影響を受け多くの路線が休止を余儀なくされた。

2)現在定期便の運行は下記 2 路線のみ。

＊アカバ-アンマン　ロイヤルジョルダニアン（RJ）が週 8 便、ジョルダンアビエーションが週 3 便

＊アカバ-カイロ　エアカイロが週 3 便

3)9 月から各種規制が撤廃されたことを受けて、10 月 27 日頃をめどに下記路線を再開予定。

＊ライアンエア：ローマ、ミラノ、アテネ、ソフィア、ケルンからの各路線

＊イージージェット：ジュネーブ、マンチェスター、ロンドン（ガトウィック）、ベルリンからの各路線

4)上記の運行再開に当たっては JTB（Jordan Tourism Board）が航空会社に対して補助金を提供する施策が導入された。

5)空港では 45 名のスタッフが勤務、グランドハンドリングは RJ が行っている。また貨物は主に軍関係のカーゴが多く、National Aviation Service という会社に委託して運営。

2.　今後の戦略およびターゲット

1)これまではロシアが最大のマーケット（アカバ訪問客の 35%）であったが、現在はロシアからの訪問客はほとんどいない。ロシアマーケットはリゾート志向が強く、エジプトのシャルムエルシェイクがアカバのライバルであるが、ロシア航空機の墜落事故以降、ロシア⇔シャルムエルシェイク間のフライト運行は中断されていた。しかし今年の 7 月に同区間の運行が再開され、非常に格安なパッケージが提供されているため、競合に勝つことができず、ロシアマーケットが回復は非常に厳しい状況にある。そのため、新たなターゲットとして北欧やアルメニアといったところからの誘客を目指している。

2)現在、SAS スカンジナビア航空（SK）、LCC の Norwegian と、JTB と連携して交渉を行うことを計画中。

3)現在トルコ航空（TK）との週 3 便での路線開設を折衝中。TK が運航されればイスタンブールで世界各地とアカバが結ばれることになり、利便性が飛躍的に向上すると考えている。

4)新しい LCC として WizzAIR とイギリス、アブダビ間の路線開設について交渉中。

5)将来的には中国から乗り継いでアカバに向かう路線の再開を考えたい。

6)アカバ発の LCC「Fly Aqaba」については 6 年ほど前から話は出ているが（アンマンとのシャトル便）、いまだ実現には至っていない。現在アンマン行きのフライトは搭乗率が 50%に届かず、市内～空港の移動も含めるとあまりメリットがない。現在 RJ 便でアカバに来る利用者はほとんどがアンマンでの乗り継ぎ客。

7)サウジアラビアからの Air Arabia はアカバからは需要が多くない。アンマン-アブダビ間は 25-30USD でフライトを運行しているが、アカバは車やフェリーなど、ほかの手段で訪問ができる。また、ドバイからの LCC、Fly Dubai は価格が決して安くないので魅力がない。

3. Transit Program

1)サウジアラビア政府との間で、サウジに出稼ぎに行くエジプト人をヨルダン経由で入国させるプログラムについて合意。ヨルダン国内で 14 日間の隔離を終え、PCR 検査が陰性の場合はサウジアラビアに入国できるというもの。それを受けて 9/1 以降多くのエジプト人がヨルダンに入国しており、特にアカバは国境を接していることもあって多数のエジプト人が市内のホテルに宿泊している。そのためアカバ市内のホテルは満室状態が続いている。

2)ヨルダン政府は隔離中のエジプト人に対して無料でワクチン接種を提供している。また空港内に Biolab による PCR 検査施設を開設、そこで検査が受けられるようになっている。

3)サウジアラビア行のチャーター便も用意。

4. プロモーション計画

今のところ JTB と連携してのプロモーション等は予定していない。

以上

提出・受領資料
なし

21 Tourism Directorate, Aqaba Special Economic Zone Authority (ASEZA)との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第1期）	
日時：2021 年9月12日（火）8:30 - 9:40	
場所：ASEZA 本部@AQABA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
H.E. Mr. Sharhabeel S. Madi, and Mr. Feras Ajlouni	谷村、大山、碓氷、アセファ（記録）

議事

ASEZA の Tourism Directorate とのミーティングを開催し、主な協議の内容は以下の通り。

1. ASEZA の Tourism Directorate の概要
   1) ASEZA の Tourism Directorate は、アカバ（ワディラムを含む）の観光活動全体を管理している。
   2)ASEZA の Tourism Directorate は MoTA と協力してアカバの観光を強化している。
   3)過去 20 年間、この部門のリーダーシップのもと、いくつかの開発活動が行われてきた。例えば、ホテルの客室数については、1000 室未満だったのが、現在は 5500 室以上になり、2025 年には 8000 室以上になると予想されている。
   4)本 Tourism Directorate は、アカバの観光製品・サービスに投資する投資家を誘致することにも力を入れている。例えば、エコツーリズムやアドベンチャーツーリズムなどは、投資家に投資してもらいたいセンターである。
   5)Tourism Directorate は、観光商品の開発により、観光客の平均滞在日数を 1.8 泊から 2.4 泊に伸ばし、2025 年末には 4 泊にすることを目指している。

2. 観光統計について
   1)2019 年にアカバで 110 万人以上の観光客を受け入れた。ワディラムを含めると、150 万人以上の観光客が Aqaba へ訪れた。
   2)2020 年、アカバは 2019 年の観光客数の 50%を受け入れていた。そして、その大半が国内旅行者だった。
   3)2019 年にアカバに到着した旅行者は、30%がエアー、10～15%がクルーズ、30～40%が陸路でイスラエルから国境を越えてきた。
   4)アカバは、世界中のクルーズの 20%以上を受け入れている。 2019 年には、約 65～70 のクルーズ船がアカバに到着。
   5)クルーズ船のキャパシティーにもよりますが、1 隻（例えば Ms. Queen Elizabeth 等）のクルーズ船に 5000 人の搭乗者が到着することもある。
   6)ペトラを訪れている観光客のほとんどはアカバから来ている。

3. マーケティング＆プロモーションについて
   1)ASEZA では、USAID の財政支援のもと、コンサルティング会社が 2014 年に作成した観光マーケティング＆プロモーション戦略がある。
   2)アカバで観光客が増加しているのは、ASEZA がこのマーケティング＆プロモーション戦略のガイドラインに沿って適切に活動しているからである。
   3)この戦略資料に、デジタルマーケティングなどの新しいマーケティングのエッセンスを盛り込んでアップデートしたいと考えている。
   4)オンラインとオフラインの両方のプロモーションツールを使って、アカバへの訪問者を増やした。
   5)ププロモーション活動の一環として、FAM トリップ、メディア、ブロガー、インフルエンサーなどを招待した。
   6)JTB と連携して国際的なプロモーションにも参加している。
   7)ASEZA は、国際的なプロモーションを目的として、JTB に年間 30 万 JD を拠出している。
   8)ASEZA では、予算の約 5%をマーケティング＆プロモーション活動に費やしている。

9)また、イギリス、スペイン、ロシアなどの旅行者を対象とした国際プロモーションのトラベルショーにも直接実施している。
10)中国、日本、インドなどのアジア市場をターゲットにしたいと考えているが、現在直行便がないため困難である。
11)プロモーションでは、家族旅行者、若者、アドベンチャートラベラー等をターゲットにしている。
12)Aqaba Diving は、多くの観光客が体験したいと思う主要な観光商品である。

4. ワディラム等の文化遺産の管理や活用について
1)ASEZA の管轄地域内にある世界遺産のワディラムについては、ASEZA 内に管理する部局があり、 世界遺産としての公園の管理を行っている。
2)Ayla 遺跡や 世界最古の教会建築のひとつとされる遺跡、アカバ城塞など、 アカバ市内に点在する遺跡の整備や管理は観光省や考古局の管轄であるが、ASEZA も 観光への積極的な活用を考えていて、観光トレイルでつなぐことも検討（ASEZA のアカバ観光地図にもこれらの遺跡は記載）
3)Sharif Hussein の旧邸宅を改修したアカバの歴史に関する博物館は、2021 年末に開館予定。
4)自然環境の保全については、 サンゴ礁の生態系を保全、管理（一帯の海岸がマリンパークとなっている）

5. その他
1)ホテルのスタッフには、必要に応じてトレーニングを提供している。例えば、2020 年の COVID-19 期間中には、ソーシャルメディアを使ったオンラインプロモーションの方法についてのトレーニングを行った。
2)ヨルダン大学と協力して、ホテルにトレーニングを提供していった。
3)他のデスティネーションのようなオーバーツーリズムの問題はない。
4)これまで、SDGs に貢献するための具体的な活動は行っていない。 SDGs に関する提言等があれば、ぜひしてもらいたい。

以上

提出・受領資料
Aqaba Tourism Statistics の資料を受領

22 ペトラゲストハウスからのヒアリング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 13 日（月）9:00-9:30	
場所：ペトラゲストハウス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad Falahat, Hotel Manager	谷村、碓氷（記録）

議事

1. ホテル概要
   1)Jordan Hotel Association（アンマン）のメンバーで、格付けは 4 スターホテル
   2)ペトラホテルアソシエーションのメンバーにはならない。
   3)2022 年 7 月か 8 月に 147 室のクラウンプラザホテルがオープン予定。
   4)部屋数（72 室）
   ＊メインビル 41 室：スタンダードキング（7）、スタンダードシングル（1）、スタンダードツイン（33)
   ＊シャレー31 室：ツイン（15）、シングル（1）、キング（10）、トリプル（5)
   5)レストラン&バー
   6)メインダイニングと Cave Bar（ホテル）
   7)Basin Restaurant（PAP、旧市街）

2. 顧客動向と稼働率
   1)65～70%がグループツアー、残りは FIT や大使館からの予約
   2)最大のマーケットは USA（国籍ベース）、ユニットとしてはヨーロッパ
   3)2019 年の平均稼働率は 83～85%

3. 雇用と教育
   1)95～98%のスタッフが地元住民で占め、残りはシェフやエンジニア等の専門職
   2)アルバイトとして 25～30 人の学生がいる
   3)雇用に際しては姉妹ホテルと情報を共有し、適任者がいれば CV を送ってもらう
   4)従業員教育は「ブランドスタンダード」と「ジョブトレーニング」の二種類
   5)機械やケミカルを取り扱うケースがあるため Life Safety のためのトレーニング
   6)ゲストと対峙するポジションのスタッフには英語試験を実施
   7)スキル強化のためにアンマンの姉妹ホテル等で研修させることもある

4. 評価
   1)ペトラ地域はビジネスも雇用も激戦区にあるため、従業員に対する評価の他、従業員満足度も第三者機関によって実施される。
   2)トリップアドバイザー等のコメントを見て、従業員の能力強化を図っている。
   3)客室にアンケート用紙があり、ホテルロビーにゲストサティスファクションボックスが設置されている（フィードバックを見せて欲しい旨依頼するも「トリップアドバイザー等の評価で分かる」とお茶を濁される）

5. PDTRA や地元大学との連携
   PDTRA や地元大学との連携についての質問には明確に答えず。ただし、ローカルコミュニティーからの依頼により、トレーニングを実施することもある。

6. ホテル造成の観光商品
   ホテルとしてのツアーは license と liability の関係で作れない。宿泊客の依頼に対してはツアーオペレーター等を紹介する。

7. その他

   1)当ホテルに 9 月 5 日から宿泊しているが、
   a.客室の設備のメンテナンスチェックをしていない、

b. 床のバキュームはしていないか目視確認していない（一週間以上前の小さなゴミが床に残っている）、
c. 朝食時にシェフが食べ物を取り分けてくれるがビュッフェ台に落としたハムを皿に乗せる、
d. コロナ禍にありながらカトラリーが袋に入っていない、
e. 館内にフィジカルディスタンスの注意が無い、等々の問題がある。

以上

提出・受領資料
なし

23 MOVENPICK RESORT PETRA からのヒアリング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 13 日（月）9:30-10:30	
場所：MOVENPICK PETRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammed Kasbah	碓氷、谷村（記録）

議事

1. ホテル概要
   1)Jordan Hotel Association（アンマン）のメンバーで、格付けは 5 スターホテル
   2)ペトラホテルアソシエーションには加盟していない。
   3)部屋数（183 室）
   うちスーペリアルームが 108 室、ジュニアスイート、エグゼクティブスイート、ロイヤルスイート（2 室）がある。町中&ペトラ遺跡ビューと内側のロビービュー（外が見えない）の部屋があり、内側ビューはすべてクラシックルーム（スーペリアの一つ下のカテゴリー）となっている。クラシックルームはリピーターでこの部屋をあえて指定してくる人以外は優先的にアサインをすることはせず、スーペリアルームからアサインをしていく。
   4)レストラン&バー
   ＊メインダイニング（席数 220 だが、現在は 50%の定員で運用）
   ＊アラカルトレストラン（予約制。現在は休止中）
   ＊バー

2. 顧客動向と稼働率
   1)コロナ前は 60～70%がグループツアー、残りは FIT であったが、コロナ禍の間に休業し、改装を行った。業績悪化の影響もありすべて完成はしていないが、先月に再オープンした。顧客は今のところ FIT が多い。
   2)顧客はアメリカ、ヨーロッパ各国など海外からのお客様が中心。シリーズツアーも受けており、一部のツアーが再開し、お客様を受け入れ始めた（アメリカの TAUCK など）

3. 雇用と教育
   1)XXXXXXXX

4. 評価
   1)XXXXXXXX

5. その他
   1)ワディムサに同じ系列ホテルの MOVENPICK NABATIEN CASTLE がある。

以上

提出・受領資料

なし

24 Jordan Beauty Tours との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 13 日（月）11:00-11:30	
場所：Jordan Beauty Tours オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Ali	碓氷、谷村（記録）

議事

現地にてエクスカーションを実施・販売している表記ローカルエージェントと面談。
http://www.jordanbeauty.com/

1. 取り扱いツアー
   1)ハイキング、トレッキング、キャメルライドなどのアドベンチャー系ツアー
   ※日帰りツアーだけではなく、ペトラ周辺のローカルコミュニティ（ラジフやドラガなど）やヨルダン国内（ダーナ~ペトラ）を 4 泊程度で歩く宿泊つきのトレッキングツアーも販売。ハイキングツアーは最大 50 人まで受付可能（その場合はガイド 1 名＋複数の同行スタッフにて対応）
   2)ベドウィンカルチャー体験
   3)ヨルダン国内の宿泊を伴うツアー
   4)ヨルダンと近隣諸国を含む周遊ツアー
   5)プライベートツアー（お客様の要望に合わせてカスタマイズ）

2. 同行ガイド
   ツアーを実施するそれぞれの地域在住のガイドを手配。

3. 販売チャネル
   1)ウェブサイト、また口コミによる申し込みがメイン。一部海外の旅行会社経由での申し込みあり（アメリカ、イタリア、スペインなど）
   2)ヨルダン国内ではアンマンにある Atlas という旅行会社からの申し込み実績あり。
   3)OTA での販売は行っていない。

4. 参加客層および取り扱い実績
   1)ヨーロッパ各国のお客様が利用しているが、ドラガ・ラジフのハイキングはイスラエルのお客様の利用が多い。また過去には日本からのお客様の利用もあり。
   3)新型コロナウイルス前は 1 日当たり 150 名程度の取り扱いがあったが、現在は月に数日 1~2 組程度の取り扱いしかない。オフィスも長期にわたりクローズしており、現在はオンラインにて申し込み受付、また基本は現金払い（振り込みやクレジットカードで対応をする場合もあり）にてツアーを運行している。
   4)収入のうち 4 割をドライバー、ガイド、地域コミュニティに分配。

5. その他の旅行会社情報
   同社以外にこうしたツアーを取り扱っているヨルダン国内の旅行会社をいくつか紹介していただいた。
   1)Jordan Experience（アンマン） https://jordanexperience.com/
   2)Jordan Inspiration（ワディ・ムサ）https://jitours.com/en/
   3)Jordan Artists Tours（ワディ・ムサ）https://jordanartisttours.com/en/

   ツアー内容を確認し、今後ヒアリングを実施していきたい。

以上

提出・受領資料

なし

25 NGO: Baydha Societ との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 13 日（月）8:30 - 9:10	
場所：Baydha Archaeological Tourism Cooperative Association for Weaving and Handicrafts	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Aed Amareen	谷村、碓氷、アセファ、大山（記録）

議事

NGO の Baydha Society（正式名：Baydha Archaeological Tourism Cooperative Association for Weaving and Handicrafts）との面談を実施。主な聞き取り事項は、以下の通り。

1. 組織の概要
   1)1989 年に設立
   2)180 人の地域住民等のメンバーがいて、 そのうち女性は 40%

   主な活動について
   1)観光客向けのキャンプ(amareen camp)の運営
   2)リトルペトラ入り口の ショップとカフェ の運営
   3)伝統的な技術に基づく 織物を中心とした手工芸品 の製作と販売
   4)伝統的なアラブの女性の服に加えて、 学校の制服も製作
   5)食料品は生産していない。 その理由の一つとして ミルクなど原料となる物の生産量の少なさがある。
   6)リトルペトラでのケータリングなどのイベントにも協力

2. 手工芸品等の製作と販売について
   1)販売しているショップは リトルペトラ入り口のショップと、 ベイダ にある NGO 事務所内のみ
   2)ペトラ遺跡公園 付近やワディムーサでは販売していない
   3)以前 PDTRA より、遺跡公園横に、 他の NGO と合同の ショップスペースが割り当てられたが、 ひとつの NGO あたり 1 平米のショップスペースしか与えられておらず、十分でないために断った
   4)ショップスペースを 別に 借りるにも予算的な制約がある
   5)手工芸品の土産物を買うのは主に外国人。 地元の人々は買わない。
   6)COVID-19 により販売が落ち込んでいる

3. 文化遺産の保全等に関連して
   1)手工芸品の生産は、 単なる土産物生産ではなく、伝統的な技術を次世代に伝えていくという無形遺産の保全的な観点から行なっている。 年老いた女性が若い世代に技術を教えるという形で生産している。
   2)Amareen キャンプ内で、 古い写真など村の歴史を紹介（博物館と呼んでいる）
   3)NGO の名称には「考古」を含むが、 これはリトルペトラの遺跡観光主体のベイダで活動を行っていることに由来するものであり、直接同 NGO が遺跡保全等の活動をしているということではない。

以上

提出・受領資料

なし

26 Commissioner of Petra Archeological Park & Tourism Affairs との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 14 日（火）8:30-9:30	
場所：PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
H.E. Dr. Ismail N. Abu Amound	谷村、大山、碓氷、アセファ（記録）

議事

PDTRA の Commissioner of PAP & Tourism Affairs とのミーティングを開催し、主な協議の内容は以下の通り。

1. ペトラの観光状況
   1) ペトラは 1 泊の観光客が多いが、アカバなどは最低でも 2 泊の観光客が多い。
   2) ペトラはヨルダンに観光客を呼び込むのに重要な役割を果たしているが、観光客はペトラに長く滞在していない。
   3) ペトラでの宿泊日数が少ないのは、ツアーオペレーターのタイトなツアー日程が原因のひとつである。
   4) PDTRA では、観光客の滞在数を長くする戦略の一環として、夜に体験できるアクティビティを検討している。

2. 観光商品開発について

   観光客の滞在日数を増やすために検討されている観光商品の例は以下の通り。
   ＊ワディ・ムーサで毎週行われるフォルクローレのパフォーマンス
   ＊Cultural Village の活用
   ＊遺跡公園のオルタナティブ・ツアー・トレイルの開発
   ＊リトルペトラで開催されるイベント（主に Movenpick 社のイベント）
   ＊ペトラバルーンライド（地上から 300 メートル、一度に 30 人の乗客）

3. マーケティング＆プロモーションについて
   1) ペトラは、本来あるべき国際的にプロモーションされていない。
   2) PDTRA が JTB に拠出している年間 25 万 JD は、ペトラのプロモーションのために合理的に使われていない。JTB によるペトラのプロモーションは、PDTRA が払っているお金に見合わない。
   3) JTB と PDTRA の間で、プロモーションにかかる実際の費用を確認する'Check & alance'の仕組みが必要である。
   4) PDTRA が資金面や人材面での問題を解決すれば、将来的には自分たちで直接海外プロモーションを行うチャンスがある。

4. PAP のバックロードの使用について
   1) 遺跡公園裏口（メイントレイルの終着点付近）の Back Road に電気バスを走らせ、観光客に Cultural Village や Little Petra を訪れてもらうことも考えている。
   2) 電気バス運行開始の今後の予定については、電気バスの オペレーターの契約の進行状況次第である。
   3) 地元の会社がバスを運営する形で現在契約の調整中。
   4) ウム・サイフーンにバスの運営を行う組合を設立することも検討中。

5. PAP 内部の電動カートについて
   1) 遺跡公園内について現在既に公園入口からシークを経由して宝物殿まで、以前は馬と馬車が走っていた部分が電動カートに置き換えられているが、 次段階で遺跡内の古代劇場付近から メイントレイルの終着点までの電気カートを導入することを検討している。

2)電気カートの収益の一部をロバ引きに渡すような形を導入することで、 ロバを遺跡公園からなくしていくことも検討。

6. ベイダのビジターセンターについて
ベイダに、 リトルペトラなどの様々な観光資源の紹介する展示や、ショップ、カフェなども併設するような。 ビジターセンターの新設も計画している。（2011 年の 観光マスタープランでも提案されていたもの）

7. ペトラ地域の無形文化遺産について
1)ペトラ遺跡に並ぶ、もうひとつのユネスコ世界遺産（無形遺産：ICH）である「ペトラとワディラムのベドゥの文化的空間」に関連して、 無形遺産も非常に重要である。
失われる危機にある無形遺産について、 調査研究や記録などが必要。
2)ワディムーサ中心部の ELJI 旧村落伝統建築（既に改修済）について、 無形遺産を紹介する民俗博物館にすることも一案である

8. その他
遺跡公園の Back Road に電気バスを走らせ、観光客に Cultural Village や Little Petra を訪れてもらうことも考えている。

以上

提出・受領資料

なし

27 Petra Boutique Hotel との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 14 日（火）12:00-13:00	
場所：Petra Boutique Hotel	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Hameed	碓氷、谷村（記録）

議事

1. ホテル概要
   1)客室数：24 室（うちデラックスルーム：12 室）
   2)レストラン：1（2 階）
   3)レセプション裏にオープンキッチンがあり、市内で食材を購入し、シェフと一緒に料理作りを体験する「Petra Kitchen」プログラムを提供している。
   4)ドアに防犯カメラがついており、ベルを鳴らしたときにテレビで訪問者の確認ができる。スイッチもタッチパネル式になっており、全体的にシンプル&モダンな印象。

2. 顧客動向
   1)新型コロナウイルスの影響は大きく、以前 29 名いたスタッフも現在 6 名（シェフ 2、レセプション 3、ハウスキーピング 1）のみとなり、客室も 1～2 室／日の稼働のみ。ホテルもしばらく休業しており、3 か月前に再開したばかり。
   2)予約は Agoda, Booking.com などの OTA 経由で販売。
   3)ワディラム、アカバがこの状況下でも宿泊者が比較的多い（Jordan is Paradise キャンペーンにより、ヨルダン国内の旅行者がホリデー期間、両地域に多く訪れている）のに比べ、ペトラはその恩恵を受けていない。サウジアラビアに出稼ぎに行くエジプト人の隔離場所としての予約は入っているが、バジットが 15JD／PP と低い。

3. 雇用
   1)スタッフは全員が地元の local community から。募集は facebook 等を利用。
   2)採用後、スタッフに対してトレーニングを実施。

以上

提出・受領資料

なし

28 ペトラ博物館との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 13 日（月）11:00 - 11:30, 9 月 16 日（水）11:00 - 12:30	
場所：Petra Museum	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Nahar E. Rawadieh（館長）	大山（記録）

議事

ペトラ博物館の活動等について館長と協議、 また来館者の動向などを調査。ミュージアムショップについても現状調査

1. 来館者の現状
   1)来館者数
   2021 年 8 月 総計 6934 人（ ヨルダン人 - 5384 人、 外国人 - 1550 人）
   10 月に、過去の分も含めて、 9 月末までのデータを入手予定。
   2)通常、来館者の国別データを博物館では取得していないが、今回大山の滞在期間中の 9/9-9/15 に限り、 来館者への入り口での質問により国別のデータを取得した。
   (今回ペトラ現地入りした際に、 ペトラを訪れる観光客がやや回復している様子が見られたため、 急遽実施した。)
   → 今後、ペトラ遺跡公園全体の同じ期間での国別訪問者数と比較予定。
   3)来館者は、 ガイドや添乗員等の引率による ツアーグループでの来館者が非常に少なく、個人（ 個人でのグループを含む）での来館者が多い。
   4)なお来館者については、 展示室での行動パターンなども大山が調査したが、 概ね以下のような状況である。
   ・ヨルダン人 来館者
   来館者数に占める割合は大きいが、 展示の見学時間は概ね約 10 分以下であり、 展示をじっくり見ずに、早く見て素通りするような来館者が多い。また、 外国人来館者と比べて、携帯電話で写真や ビデオ撮る人が非常に多い。 特に、展示を背景に自撮りする人が多い（ ギャラリー３で撮る人が多い）。入口から入って出口に向かわずに、入口にまた戻るような人も散見される。
   ・外国人来館者
   30 分から一時間程度かけて、 展示をじっくり見て行く来館者が多い。展示内容について同行者と話しながら見て行く来館者も多い。欧米人のカップルでの来館者も目立つ（ カップルでお互いに話しながらじっくり展示を見て行く人が多い。）写真撮影をする人は ヨルダン人と比べて相対的に少ない。 また、写真撮影をする場合も、 関心があると思われる展示品の写真を撮ることが多く、 展示を背景にした自撮りはほぼ皆無。
   ・展示品に触れようとする行為は、 ヨルダン人、外国人含めほぼ見られない。タッチパネルは来館者の一部のみが使っている形である。

2. Petra Museum の活動状況
   学校との教育活動について、 学校側が現在、 これまでの COVID-19 での休業期間を受け、授業で非常に忙しく博物館のイベントなどに対応出来ない為、 来年の春季以降に 再び教育活動を再開することを検討中。

3. Petra Museum の運営関連
   1)PDTRA の中ではペトラ博物館は PAP の中の下部組織になるので、 運営予算も単独では持っておらず、 PDTRA として持っている全体予算の中から、 さまざまな活動等を博物館が行う際に、PAP のコミッショナーと PDTRA のチーフコミッショナーへの申請により、PDTRA から予算が付けられる形となる。
   2)博物館の安全対策に関するプランは、 博物館単体ではなく、PDTRA 全体として。 さまざまな施設を含む安全対策のプランを策定している。

4. Petra Museum での企画展示に関して
   1)これまで企画展示は行われていないが、 今後企画展示も行なっていくことを考えている。
   2)ペトラでの新たな発掘調査の成果等に関する企画展示を行うことも一案として大山より提言。
   3)ペトラ博物館には企画展示室は設けられておらず、 ビジターセンターの旧展示室の改修案として さまざまな企画展示を行うことも計画されているが、 ペトラ博物館側としては、 できるだけ 常設展示にある博物館施設の中で 行っていくことを希望している。
   4)現在常設展示の最後にあたる ギャラリー8 が、 展示資料が非常に少なくかなりスペースが空いている状態となっているが、 この部屋で 今後企画展示を行うことも 検討中。
   5)ギャラリー８のテーマはこれまでの ペトラの発掘調査の歴史等に係るものでもあるため、新たな調査の成果や、 別のギャラリーで紹介されてない遺跡や出土品を 企画展示で展示したとしても、 ギャラリー8 のテーマに沿った形とはなる。 民俗関係の展示もあるため、 これに合わせる形で、 無形遺産や地域産品に関する企画展示を行うことも可能である。
   6)現在計画されているウェブサイトでも、 従って企画展示に対応する項目も設けておくことにする。

5. 展示品の追加に関して
   ９点の追加資料に加え、ペトラ近郊の新石器時代の遺跡から出土した首飾を、 発掘を担当した考古学者の協力のもと、新たに展示に加えることで調整している。

6. ギャラリーガイド
   ギャラリーには現在 5 名程度のギャラリースタッフが常時いる。そのうち 2 名は DOA による 雇用支援の一環として 一時的に雇用されている人である。

7. 博物館の WEB サイト
   博物館のウェブサイトについて、 ウェブサイトに必要となるものの 項目一覧と、 日本や海外の代表的な博物館のウェブサイトを 館長 と実際に見ていき、 ペトラ博物館の Web サイトの方向性を検討した

8. 博物館のモバイルアプリ
   1)博物館のモバイルアプリや AR についても、 別添資料などを用いて どのようなものか説明、実際に東京国立博物館のモバイルアプリを スマートフォン で試してみた
   2)多言語 音声ガイド に反対することも多い ローカルガイドと アプリの連携を図るために、モバイルアプリでの多言語での 音声ガイド で ローカルガイドを起用することを提案、 館長も同意した。

9. ユネスコによる研修
   8 月にユネスコと アメリカの連携で 博物館に関するオンラインでの研修 が開催されたが、 ペトラ博物館の学芸員も参加した。

10. ミュージアムショップ
   1)ミュージアムショップは現在再稼働している。
   2)JICA で制作出版したガイドブック（英語、アラビア語）を販売している。 ガイドブック販売用に特別のブックスタンドを設けており、 博物館ガイドブックがここで手に入るという旨の表示も今後行う予定。
   3)ミュージアムショップで売られている製品は、 タイベの土器やベイダの織物など地元の NGO 等による製品 が中心となっており、 ペトラに関する書籍も売られている。 また 過去に JICA 専門家（大山）で支援した マグカップや T シャツなどの ミュージアム オリジナル グッズも 同じものではないが、類似したものが販売されている。 ペトラの歴史に関わりがある没薬などお香なども売られている。 また、死海製品やオリーブ石けんも売られている。
   4)しかし、全体として並べ方が悪く、 地元の NGO の産品を取り扱っているということも分かりにくいので、 並べ方の改善が必要。 以上

提出・受領資料
なし

29 Petra Heart Hotel へのヒアリング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 14 日（火）9:50 - 10:30	
場所：Petra Heart Hotel	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Suliman Sowan (Manager)	谷村、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. ホテル概要
   1)Jordan Hotel Association（アンマン）のメンバーで、格付けは１スターホテル（PDTRA のリスト）で、ペトラホテルアソシエーションのメンバー
   2)2019 年にオープンするも COVID-19 の影 響でクローズ、今年 6 月に再スタートした。
   3)オーナーは元モーベンピックのセキュリティ、ホテルマネージャーは同・フロントオフィスで働いていた。
   4)部屋数（15 室）
   ① キング（6）、ツイン（6）：トータル 36 名収容可能
   5) 状況が落ち着いたら増室、4FL にレストランをオープンさせる予定
   6) 通常時のラックレートは 100～120JOD（現在は 50%ディスカウント）
2. 顧客動向と稼働率
   1) フランスや USA のカップルが多く、宿泊数は 2～3 泊
   2) 稼働率は現状月により違い先も見えないが、8 月 40%、9 月は現時点で 40%程度
   3) airbnb、Booking.com、Expedia 等からの予約が 90%
3. 雇用と教育
   1)10 ～12 名の従業員がいるも現在は 4～5 名で営業している（全て地元住民）
   2)学生が学業と仕事を両立させているケースもある。
   3)規従業員雇用の際はすぐにゲスト対応できる経験者を選ぶ
   4)従業員教育はホテル独自に実施
   5)Hotel Association から期待するようなトレーニングは無い
4. PDTRA や地元大学との連携
   PDTRA や地元大学との連携についての質問には明確に答えず。ただし、地元ツアーオペレーターと連携している。
5. ホテル造成の観光商品
   ツアーは作らないが、ゲストの依頼により周辺地域の説明や情報提供を行うとともに、タクシーやレンタカーの手配を行っている。ホテル内アクティビティとしてフォークロアショー等、小規模のものを実施していた。

以上

提出・受領資料

なし

30 Le Maison Hotel Petra へのヒアリング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 14 日（火）10:45 －11：30	
場所：Le Maison Hotel	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Mohammad Al Tweici, General Manager	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. ホテル概要
   1)Petra Hotel Association のメンバーで 3 スターホテル
   2)部屋数（76 室）、レストラン（GL）、ルーフトップ＋テラス
   3)通常時は 55JOR（現在は 32JOD）

2. 顧客動向と稼働率
   1)グループは全体宿泊者の 30%以下で、観光客のみ（ビジネス目的等は無い）
   2)FIT は Expedia や Booking.com 等オンライン予約が多い。
   3)コロナ禍以前の稼働率は 80%（現在は 10%程度で主にヨーロッパ）
   4)コロナ禍以前の平均宿泊数は 1.25 泊

3. 雇用と教育
   1)コロナ禍以前は 55 名のスタッフがいたが現在は 15 名で営業
   2)スタッフは全て地元住民で、女性が半数を占める。
   3)スタッフ教育は OJT で経験のある者が実施している

4. PDTRA や地元大学との連携
   1)PDTRA や地元観光系大学共との研修に関する連携は無い
   2)ペトラにそのような研修プログラムは無い

5. ホテル造成の観光商品
   1)ツアーは作らないが、ゲストの依頼により地元の旅行会社を紹介している。
   2)コロナ前はフォルクローレ等、小規模のイベントを実施していた。

6. ローカルコミュニティー連携
   1)地元のサプライヤーと直接契約を結び、野菜、チキン、ビーフ等食材や、クリーニングマテリアル等を仕入れている。「ローカルコミュニティータッチ」が重要。

7. 課題
   1)水、電気、税金等が高くオペレーションコストが上がる → 部屋代に影響
   2)ペトラに 1 泊する経費でシャルムシェイクに 1 か月滞在できる。
   3)COVID-19 の影響に対する政府からのサポートは無い
   4)COVID-19 で規模を縮小、別の仕事に就いた従業員もいる。そのため、宿泊客が戻った時に新しいスタッフでは対応できない可能性がある
   5)ペトラ地域の課題としては、もっと規制を作るべきだ。
   6)地元住民の PAP 内での言行動など全てにおいて！苦情は多い。

以上

提出・受領資料

なし

31 Movenpick Nabatean Castle Hotel へのヒアリング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 14 日（火）11:45 －12：50	
場所：Movenpick Nabatean Castle Hotel	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. ホテル概要
   1)アロンの墓と広大な自然を望む、5 スターホテル
   2)部屋数（92 室）：
   コネクティング（32）キング（11）ツイン（14）スーペリアとクラシック（50）
   ジュニアスイート（8）
   3)レストラン
   All day dining（1） バー（1）テント（屋外）
   4)その他
   インドアプール、ジム
   5)Spa は PAP 前にある姉妹ホテルのみ（希望者はホテルのシャトルバス利用）
   6)クラシックルームは 100JOD
2. 顧客動向と稼働率
   1)コロナ禍以前はグループが多かったが現在は FIT が増えた
   2)グリーンカントリーからの観光客
3. 雇用と教育
   1)従業員数は PAP 前にある姉妹ホテルの情報参照
   2)従業員教育を担当する部署がある（姉妹ホテルとの連携のみ）
   3)夏休みの期間に、大学生のインターンを 20～30 名受け入れている
   4)大学で教鞭をとるなど教育に関する連携はない
4. PDTRA や地元大学との連携
   1)大学で教鞭をとるなど地元観光系大学との連携は無い
   2)PDTRA とのミーティングはある（実際には無いらしい）
5. その他
   DGs やユニバーサルツーリズムに関する取り組みはやっていない

以上

提出・受領資料

なし

32 DOA Ma’an 支局との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 14 日（火）13:00 - 14:00	
場所：DOA Ma’an 支局（Wadi Musa オフィス）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Abdullah Rawashdeh (DOA Ma’an Director), Mr.Obada Farajat (DOA Ma,an office staff)	大山（記録）

議事

1. 同支局の組織体制
   職員数:局長 1 名、正規職員が 4 名（うち女性は 2 名)、専門は考古学や文化遺産管理
2. 同支局の業務
   1)ペトラ地域のみならず、 ショーバク城 などを含むマアン県全体の発掘調査や遺跡管理等を担当している。
   2)管轄している範囲が広域に及ぶが、予算、人員、機材等が足りず地域全体の遺跡の管理が難しい状態
   3)発掘調査は直接同局で行ってはおらず、 主に海外の調査隊が行なっている。
   4)遺跡から発掘調査で出土した遺物の管理は同支局 が行なっている。
3. 考古学的調査の現状
   1)2021 年現在においては、海外の調査隊による Ed deir や Wadi matah の調査が行われている。
   2)COVID-19 で観光客が少ない時に宝物殿での発掘調査も計画されていたが、宝物殿 への影響を懸念して行われなかった。
4. 考古資料 の管理、新たな収蔵庫
   1)現在登録されてる考古遺物は約 10700 点であるが、複数の資料に同じ登録番号が与えられてることもあり、 実際の点数はこれよりも多い。
   2)考古資料は現在、basin レストランの横にある旧博物館の収蔵庫に保管されている。
   3)老朽化している収蔵庫 について、 ワディムーサ郊外等の新たな場所に収蔵庫を建設して移転する計画であるがまだ実現していない。
   4)新収蔵庫は、収蔵庫のみならず、 ラボなどの研究設備も備えた文化遺産センターにしたい
   5)同支局のオフィスも新収蔵庫の中に持ちたい（現在ははワディムーサの老朽化した建物の中にある。
5. 無形遺産 や伝統建築等の扱い
   1)無形遺産 は DOA では取り扱っておらず 文化省が管轄している。
   2)1750 年以降の 伝統建築についても管轄外である。
   3)しかしながら両者とも 調査や保全 のプロジェクトがある場合は協力している。
   4)今後もこの分野で機会があれば協力したい。

以上

提出・受領資料

なし

33 PDTRA との Wrap up ミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 15 日（水）13:30-14:10	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Suleiman (Chief Commissioner) Dr. Ismail (Commisioner of PAP) Mr. Sabri Fdool (Director of Tourism) Mr. Khalil Mashareh (Dep. Of Tourism)	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

第 1 班ペトラ滞在中のベーシックサーベイの概要について報告、これまでの御礼。

1. Dr. Suleiman より
   1)4 年間のプロジェクトを実施していくにあたり、本プロジェクトにかかわる英語のネイティブスピーカーのアシスタントを 1 名 PDTRA に常駐させたい。その経費を検討してもらいたい。
   2)今後は UNESCO と関わることも出てくると思われるが、PDTRA に英語を駆使できるスタッフがほとんどいない。またコンテンツの分析を行う際にもそうしたアシスタントがいると業務上大変助かる。
   3)European Women、USAID とのプロジェクトでは期間中 1 名をドナーの経費負担にて雇用した。JICA にも同じようなことをお願いできないか検討していただきたい。
   4)マスタープラン作成に当たってはその内容が Practical であることがベター。
   5)新型コロナウイルスの影響で落ち込んだ入場者数も、2022 年 3 月には 1,000 人／日を超えると期待している。それも踏まえて、ワディムサに新たなビジターセンターを設置することはパイロットプロジェクトになるのではないか。新しいショッピングモール前などにスペースはある。
   6)そのビジターセンターにて小さな地図や冊子を紙＋デジタルで提供するのもよいと思う。
2. PJT ﾁｰﾑより
   上記については内容をチーム内にて共有する。来週以降に 2 班も渡航してくるので、改めて調査へのご協力をお願いしたい。

以上

提出・受領資料

なし

34 Petra College of Tourism & Archaeology との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 15 日（水）9:00 – 10:45	
場所：Petra College for Tourism and Archaeology	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Prof.Dr. Zeyad al-Salameen, Dean/Professor, Prof.Dr.Mohammad Tarawneh (Intangible cultural heritage center)	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. **大学概要**
   1)2004 年に設立された大学で Al Hussein Bin Talal University の一部。BA は、Archaeology、Tourism Management、Tour Guiding, Hotel Management、MA は、Cultural Heritage、Tourism Management。この他に、Diploma of Culinary Arts（PDTRA がスポンサー）がある。
   2)18 名の教員がおり 90%は英国、カナダ、ドイツ等の学位を有する。教員の 95%は男性で、アドミ関係は女性が多数を占める。
   3)理論的背景のみならずインターンシップを組み込むことで、より現場に近づけるようにしている。
   4)語学については、いくつかのコースでは英語かフランス語を教えている。
   5)ツアーガイドのライセンス取得に必要な 必修となる授業の一部を同大学で行っている（6 ヶ月のコース）。

2. **学生**
   1)約 150 名（Hotel Management と Tourism Management 合わせて 130 名）が在籍、学生の多くは他地域から（特にヨルダン北部）来ている。 地元出身の学生が多いわけではない。
   《理由》
   奨学金が貰えることと、研修制度があるため研修を通じて就職に繋がりやすいため。ただし、外国人と対峙するサービス系の業種に就職するためには英語の能力に限界があることが課題。
   2)学生の多くは男性だが、最近では女子学生も増加傾向にある。特に Culinary Arts に在籍する学生は女子が多い。

3. **インターンシップ**
   期間は 6 か月以上で、大学と受け入れ先であるホテルがモニタリングするとともに、受け入れ先及び学生はレポートを提出することになっている。

4. **PDTRA 及び民間セクターとの連携**
   1)ローカルの民間セクターは協力的ではない。ワディ・ムサには 200 名以上のガイドがいるも、古い情報しか持っていないためゲストスピーカーとして読んでも意味がない
   2)同大学でガイド向けのレクチャーを 実施したが、 200 名以上いるガイドのうち 3 名しか出席がなかった。
   3)学問と現場のギャップを埋めるために、大学ではボードメンバーにホテルマネージメントセクターとツーリズムセクターを入れることにした。学習計画を提案してもらう、ホテル現場でのテクニカルなことを話してもらうといったことを期待したい。
   4)PDTRA は、ゲストレクチャーが来る祭にホテルを提供してくれたりする。（これ以外に特段の連携はない模様）

5. **就職関連**
   1)ペトラ地域では学士を持つ卒業生の就職先は無い。また、ハイシーズンは仕事があるも、ローシーズンは仕事がなく実家に戻ってしまう。
   2)語学能力を高めるためのコースはあるがこれだけでは十分ではない。ヨルダン人はシャ

イなため人前で話すことを好まない人が多い。そのような人はバックヤードで働くことも多い。※当地では、かつて娘をホテル、ツアーガイドや看護婦として働かせることはしなかった（夜勤等があるため）また、ヨーロッパへのアクセスもなかった。

3)考古学専攻出身の学生の就職が非常に難しいことがひとつの課題。

6. ペトラのツーリズムの課題

1)One day tour

イスラエルとの平和協定が結ばれて以降、イスラエルの旅行会社による One day tour が増えた。観光客はヨーロッパやアメリカ人で、トータルとしては 10 日間程度のツアーのうち 1 日だけペトラにやって来る。遺跡公園入場料を 90JOR に値上げしても、コミュニティには裨益しない。

2)Back road

PDTRA で計画しているバックロードから巡回するバスは、遺跡公園内で昼まで過ごした観光客を別の都市に行かせてしまう可能性がある。冬は天候により危険であり、またバックロードの拡張を行う場合は遺跡も破壊する可能性がある。 またバスを待つ観光客 の集団が テロのターゲットになる恐れもある。（PDTRA で計画して既に実施段階に移行しつつあるバックロードを 使う方針に ZEYAD 教授は懐疑的、PDTRA 長官とも意見が対立しているとのこと。）

3)トレイル

現在トレイルとして観光客がよく利用するものは一つ（メイントレイル）しかない。旅行会社が一日のみのプログラムしか作らないことが原因だ。PDTRA と旅行会社が連携した取り組みが必要。 他の多くのトレイル（PAP には８つのトレイルがある）がより活用されるのがよい。

7. ペトラ遺跡での carrying capacity など

1)Carrying capacity

１日 2500 人くらいであろうか？様々な意見がある。（同大学としての研究等に基づく明確な数字はない様子）

2)PAP 内での発掘調査について

遺跡の保全の観点から考えて、PAP 内では遺跡の発掘調査を行うべきではない。 発掘調査後に、 露出したい遺構が崩壊の危機にさらされることもある。

同大学で行っている考古学的調査について

1)発掘調査

PAP 内での 発掘調査は行っていない。

2)Udruh（ペトラ近郊のローマ時代等の遺跡、PDTRA 管轄地域外）で、毎年、学生のトレーニングを兼ねて、発掘調査を行っている。 オランダのライデン大学との合同調査。ブリュッセル大学との合同調査も Braq 遺跡で行っている。

3)PAP 内での発掘調査について

遺跡の保全の観点から考えて、PAP 内では遺跡の発掘調査を行うべきではない。 発掘調査後に、 露出したい遺構が崩壊の危機にさらされることもある。

無形文化遺産センター（Intangible Cultural Heritage Center）（主に Dr.Mohammad に聞き取り）

1)センターの概要、収集資料、調査等

2010 年 に設立される。約 100 点 近くの民俗資料（民具、民俗衣装等）を所蔵。６つの コミュニティで集められた民具資料というわけではなく、元は Maan で民俗関係を含む博物館を作る計画（→同大学とは別のもので１０年以上前の計画）があった際に収蔵された 資料を同大学で引き取ったもの（→Maan 地域一帯の民具資料と思われるが、 来歴等は明らかではない）。

2)民俗資料に関して登録した台帳が作成されているが、 写真等での記録は取られておらず、 データベースも作成されていない。

3)資料は「博物館」と呼ばれている大学内の展示スペースに陳列されている。

4)古老からの口承伝承、Oral History の 聞き取り調査をワディムーサ等で実施している。 録音や映像による記録、 および記述による記録で収集。
5)伝統建築の調査もワディムーサで行っている。

6. **その他**

1)観光と考古学の関係（Zeyad 教授の意見）
「観光」と「考古学」は、別れるべきである。
2)同大学の博物館プロジェクト
USAID の 支援を受けた生物学関係の博物館設立を計画している。

以上

提出・受領資料
なし

35 Petra Pottery Society との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 15 日（火）11:30 －12：15	
場所：	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙出席者リスト参照	大山、アセファ、碓氷、谷村（記録）

議事

1. Society 概要
   1)2005 年設立、会員 45 名（うち男性 5 名、女性 40 名）
   2)古代のナバタイ様式の陶器を復元し制作・販売。ヨルダン国内ではここだけがこの陶器を制作している。
   3)当初は伝統的な様式のものを作成していたが、今はそれをアレンジし、モザイク柄をつけるなどしたモダンなデザインの陶器も制作・販売している。

2. 販売ルート
   1)販売ルートは主にウェブサイト、SNS 他口コミが多いが、ヨルダン国内にある American Univerisity など、ヨルダン国内の学校から、卒業生への記念品や贈答品として名前を入れたお皿などをまとめて注文いただくことも多い。
   2)通販サイト「Sukfan Art Market」にも一部商品を掲載し、販売している。
   3)ペトラ遺跡の周辺にあるような土産物店には商品を卸していない。実際に店に行くと同じようなデザインの陶器が並んでいるが、ほとんどが格安の中国製レプリカ。

3. 人材育成・品質の維持
   1)陶器の品質は制作者による内部チェックにて確認。
   2)デザインはお客様からのリクエストに基づき、製作者が決定。
   3)後継者は先輩の制作者が OJT で教えるが、一通りできるようになるまで最低 6 か月はかかる。

4. 旅行商品化の可能性
   1)これまでも工房見学の受け入れは行ってきた。人数的には 10-15 名程度。
   2)2 週間前までに連絡をもらえれば、お皿などに旅行者の氏名を入れたお土産用の陶器を用意することも可能、価格の目安は中サイズのお皿の場合 10JD／枚程度。

5. 課題
   1)旅行者に直接販売するチャネル（リアル店舗）がない。
   2)ナバタイ様式を復元し、制作しているのはこちらの Society のみで、手作りな分価格も土産物で売っているレプリカより高いが、その価値をお客様に伝える手段がない、ナバテア様式の陶器を復元しているが、こちらもあくまで近年における NGO の復元であり、（例えば日本の陶磁器の著名な焼物のように）古代から連綿として無形遺産的に製法が何百年も継承されてきたわけではないので、レプリカとの差別化、また魅力付をどのように行うか、PR 戦略および価値を上げる工夫が必要。

以上

提出・受領資料

なし

36 Beit Al-Anbat（NGO）との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 16 日（木）10:20 - 11:00	
場所：Beit Al-Anbat	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms.Maryam, Director, Ms.Shadha	碓氷（記録）

議事

1. **概要**
   1)1997 年設立の、Ministry of Culture（以下、「MoC」）から承認されている手工芸（他ペストリー、クッション等）の NGO でヨルダン全体を対象として設立された。
   2)設立当時のメンバーは 60 名であったが、現在は 150 名がボランティアとして参加、その多くはワディ・ムサにいる。男女比は 2/3 が男性、1/3 が女性のため、女性の参加を促しているところ。
   3)ボードメンバーは 7 名で、二年毎に選挙で選ぶ。文化的、社会的インパクトを重視し、残すべき既存の活動と新規の活動の戦略ビジョンを新任のボードメンバーが描き、これにメンバーが参加する。

2. **活動内容や運営**
   1)コロナ禍以前は MoC や USAID が資金面でのサポートをして貰うも、現在は MoC が 500JOD／年を援助、オペレーションコストを製品の売り上げや個人の寄付からカバーしている。ローカルの女性にアンマンかペトラでトレーニングを受けさせたいがトレーニーに支払うための資金が無い。組織の Web も改修したいが資金面で現状は難しい。
   2)ヨルダン及びナバティアン文化をモチーフにした手工芸品制作の他、社会開発に関するプロジェクトや出版、社会史及びナバタイ文明に関する研究等も行っている。

3. **販売**
   1)製品は、①手工芸関係の展示会（アンマンやペトラで開催）、②オンライン（組織 Web：http://www.baitalanbat.org/home.asp?mode=page&pageID=36&lang=eng）、③Visitor Center プラザにある店舗（現在はクローズ）で販売している。
   2)これ以外にマーケティングとプロモーションに係る活動は今のところやっていない

4. **その他**
   2011 年頃、JICA ボランティアが裁縫を教えてくれた。

製品は仕上げまで丁寧に作られておりレベルは高い。ヨルダンやナバテアン文化のモチーフはローカル向けかもしれないが、用途、サイズ、新しいモチーフ等を追加することで土産品として販売を伸ばせると感じた。

以上

提出・受領資料
なし

37 Why Jordan Tours との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 16 日（木）11:00 - 12:00	
場所：先方のオフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Abdullah M. Hasanat	碓氷、アセファ（記録

議事

Why Jordan とのミーティングを開催し、主な協議の内容は、以下の通り。

1. Why Jordan の概要
   1) 2017 年に設立され、2019 年には約 25 名の従業員がおり、そのうち 12 名が女性だった。現在、従業員は 5 名。
   2) このツアーオペレーターはインバウンドのみを扱っている。
   3) アカバから日帰りの観光客を対応しているナンバーワンのツアーオペレーターであ
   4) Why Jordan は、イスラエル、イギリス、フランス、ドイツ、イタリアなどのヨーロッパのソースマーケットの多くの旅行会社（パートナー）と連携している。
   5) 同社のビジネスの約 80%は B2B で、残りは B2C である。
   6) 同社のパッケージツアーの予約の約 7 割が 3 start ホテルを利用している。
   7) ビジネスの約 60%は Group で、残りは FIT である。
2. マーケティング＆プロモーションについて
   1) JTB と連携して、海外市場でのプロモーションを行っている。同社が JTB のプロモーション活動のために年間約 4000JD を拠出している。
   2) しかし、JTB が行っているプロモーションは十分ではないと感じている。
3. ペトラの観光産業の課題
   1) リトル・ペトラでガラディナーやその他のアクティビティを開催するのは、会場が非常に高価なため、小規模なツアーオペレーターでは難しい。
   2) 小規模なツアーオペレーターには、ライセンスに関連するいくつかのコストが発生している。
   3) ペトラではハイシーズナリティーの課題がある。
   4) トレーニングやその他のサポートを提供する強力な官学民のパートナーシップがない
4. 従業員雇用
   1) オフィスにアプリケーションを提出してもらうが、コミュニティの関係にもよる。
   2) トレーニングは自社で行っている。

以上

提出・受領資料

なし

38 CTOPJ（The Coalition of the Tour Operator in Petra, Jordan)との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第1期）	
日時：2021年9月16日（木）12:00－13:30	
場所：先方のオフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Sami A. Alhasanat Mr. Abdelazeez Hasanat	谷村、アセファ、碓氷（記録）

議事

JSTA（Jordan Society of Tourism & Travel Agents）のペトラ代表とミーティングを開催し、主な協議の内容は、以下の通り。

1. Introduction
   1)JSTAは、ヨルダンの旅行業界の全観光関係者をサポートする役割を担っている。
   2)ヨルダンには850社以上の旅行会社・オペレーターがあり、ペトラには34社ある。
   3)ペトラでは、"The Coalition of Tour Operators in Petra "という団体を設立した。この組織の主な目的は、ペトラに独立したDMOと観光局を設立することである。
   4)ペトラは確かにリブランディングとリポジショニングが必要。

2. ペトラにおける観光産業の影響について
   1)ペトラへの観光客の数は、すでにキャパシティに達している。
   2)観光によって、ペトラの生活費は大幅に増加している。
   3)ペトラでは、多くの若者が若くして教育を辞め、観光事業に従事している。
   4)グローバルなホテルチェーンがローカルなホテルを支配している。
   5)適正な管理をしないと、ペトラの旅行業界に対してローカルコミュニティが非常に敵対的になってしまう。
   6)ペトラでは深刻な言語と文化の侵食がある。
   7)ペトラでは、政府が住民よりも観光客を優先しているため、社会インフラが非常に脆弱
   8)PDTRAではMoney&Benefitは皆話すがNegative Impactは話さない。

3. ペトラの観光産業の課題
   1)ペトラの遺跡公園は適切に管理されていない。
   2)遺跡公園のメイントレイル以外の観光商品の選択肢がない。
   3)ペトラでは深刻な水不足の課題がある。

4. ペトラの観光産業におけるソリューション
   1)ペトラの観光産業を発展させ、管理するためには、以下の点を考慮する必要がある。
   2)すべてのステークホルダーは、過去の失敗から学び、未来をより良くするために努力すべきである
   3)強力な官民のパートナーシップを築くことが必要
   4)シーズナリティを緩和する形でジョーダンをプロモーションさせるべきだ
   5)オペレーターを育成し、ペトラの観光商品を幅広く作れるよう指導する必要がある。
   6)1JOD使用する1,000人の観光客より10JOD使用する100人のほうが良い。
   7)サウジアラビアなど、他のデスティネーションでの経験を共有する必要がある。
   8)ペトラ観光産業のソリューションの一つとして、JSTAはイベントマネージメントカンパニーの立ち上げを計画している。本イベントマネージメントカンパニーは、「Petra by Night」、「Movenpick's Gala Dinner at Little Petra」、「Cultural Village」などのさまざまな観光商品を管理することが期待されている。この計画をJICAに支援してもらいたい。

以上

提出・受領資料

なし

39 Grand Tour との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 19 日（水）9:00-10:30	
場所：Grand Tour オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mahmoud Khasawneh (General Manager)	アセファ、碓氷、谷村（記録）

議事

1. 会社概要
   1)2004 年に設立。主にアメリカ、東南アジアのエージェントと取引を行っている。特にアメリカの Grand Circle とは専属取引契約を 2025 年まで結んでおり、新型コロナウイルス前は年間で 500 本のツアーを扱っていた（Grand Ciarle とは排他条項契約を結んでいるため、アメリカ国内の他の旅行会社とは取引ができない）。
   主な取引先はルーマニア、クロアチア、インドネシア、フィリピン、ブラジル、アメリカ、韓国、マレーシア、シンガポールなど。またイタリアにレップオフィス 2 か所（ローマ、ミラノ）、パレスチナ、エジプトにもオフィスあり。
   2)エージェントへのアプローチ方法は主に下記の通り。
   ＊Travel Trade Show への出展（ITB、TTG、WTM など、JNTO の VJTM は出展経験なし）。出展は JTB ブース内での共同出展の形をとる。
   ＊そこで商談をした取引先と E メール等でやり取り
   ＊JTB と連携したファムトリップに参加したエージェントとのコンタクト
   3)実際に取引が始まった後、先方からの要望があればスタッフが現地旅行会社に出向き、ヨルダンのインフォメーションや旅行関連のレクチャーなどを提供。
   4)スタッフ数：21 名（営業および仕入担当 3 名、その他予約、オペレーション、経理など）
   新型コロナの影響は大きかったが、従業員を減らすことなく雇用を維持した。
   また、アンマンの空港や国境近辺にも斡旋スタッフを配置、出迎え等を行っている。
   5)取扱人員：新型コロナウイルス前は年間 35,000 名の取扱あり（75%団体、25%FIT）。

2. 直近の営業状況
   1)新型コロナウイルスの後、非常に厳しい時期が続いたが、最大の取引先である Grand Circle のツアーが再開し、1 日当たり 2～3 グループ、多い日で 7 グループほどの取り扱いがでるようになった。
   2)取引先からは見積価格について前年並み、もしくはそれ以下の金額の要求が多く、ホテルなどベンダーに対して価格の協力を依頼、競争力のある金額提示ができるよう努めている。
   3)国内向けの”Jordan is Paradise”キャンペーンについては開始当初は取り組んでいたが、海外からのお客様が戻り始めたので、今は取り扱いをやめ、本来の業務に集中している。

3. 予約・手配・精算の進め方
   1)ホテル、バス会社などツアーに関する素材はすべてアンマンから直接ベンダーに予約を入れている。3 名の営業兼仕入担当者が各ベンダーと折衝をし、1 年ごとにタリフの設定を行う。
   2)取引先からは 1～2 年前に予約が入り始める。すでに 2023 年の予約が始まっている。
   3)取引先との精算は基本出発前支払い。出発 30 日前にはすべての手配を終え、請求を行い、銀行振込等で支払ってもらうが、一部の大きなアカウントについては到着後 90 日以内に支払うという語払い契約を結んでいる。

4. 貸し切りバスの手配について
   1)バスはアンマンから全行程同一バスで周遊するパターンが多い、車種はセダン、ミニバン、小型バス（18 席）、中型バス（30 席）、大型バス（49 席）があり、人数に応じて

使い分ける。（ヨルダンでは 55 席のバスは無い）
2)管轄省庁の指導により、ヨルダン国内のバスは 3 年前にすべて更新されたので、バスは新しいものが多い。また Wifi、ミネラルウォーターも旅行会社で用意し、さらに大型車ではトイレ付の車も多い。同社で利用しているバス会社は下記が多い。
＊Alfa Bus
＊Smart Way
＊Rum
＊Jett Bus

5. 行程について
1)圧倒的にクラシックな行程が多い（アンマン 2 泊→死海 1～2 泊→ペトラ 1～2 泊→ワディラム 1 泊→アカバ 1 泊の 6 泊 7 日または 7 泊 8 日）。
2)アカバからはエジプトに移動、またアカバ発のエルサレム 1 日ツアーを組み込む場合もある。
3)アメリカのツアーでは一般家庭の訪問を組み込むプログラムもあり、同社にて訪問可能な家庭と契約を直接結んでいる（アンマン市内 10 家庭、マダバ 15 家庭、ペトラ 5 家庭、アカバ 2 家庭）
4)アンマン、ペトラ、アカバでそれぞれ料理体験の提供も可能。

6. 社員の採用について
1)PDTRA ような観光関連の関係者や大学、口コミなどで社員のリクルートを行っている。
2)大学からの新卒者は旅行会社での仕事に必要なお客様のフォローアップ、クオリティチェックなど、ホスピタリティが求められる業務についての理解が不足しており、会社としてのニーズとの間にギャップがあることが課題。旅行の仕事を希望する学生には在学中に実務を経験する機会を与えてほしい。（ペトラではハイシーズンに学生がパートタイムで働く機会があることに対し）アンマンでは残念ながらこちらから申し出ないとそのような機会がない。

7. クオリティの管理
1)マーケットニーズを知ることが重要。取引先からのフィードバックはベンダーにとっても品質の向上に重要。
2)経験のあるガイドを囲い込むエージェントもあれば、特に気にしないところもある。最大顧客の Grand Circle はガイドに対して 6 か月のトレーニングを実施し、ツアーリーダー兼ガイドとして業務を担当させている。
3)ペトラ遺跡内のショップやロバ、ラクダはほかの場所（Cultural Village）に移るべき。お客様とトラブルになるし、遺跡内をきれいに保全するためにもそのほうが良い。またガイドからも事前に対処方などインストラクションをしておくことは重要。ただしエージェントからロバやラクダ、電動カート利用のリクエストがあった場合は、会社として個人的に地元コミュニティ（部族）との関係があるため、そちらを通して事前に内容を決めたうえで手配。
4)24 時間の緊急対応を実施。オペレーション担当で Duty を決め、専用の携帯電話を用意して対応。また GM もバックアップの携帯電話を所持。

8. 観光教育について
1)大学はツーリズム業界・ツーリズムのコンセプトについて理解していない。旅行会社を巻き込むべき。※GM はヨルダン大学でレクチャーすることもある。
2)学生をもっと観光の現場に出すべき。フィールドスタディやワークショップが足りない。

以上

提出・受領資料
なし

40 MOTA(Ministry of Tourism and Antiquities),JTB(Jordan Tourism Board)との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 19 日（水）11:30-12:30	
場所：MOTA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	大原、斎藤、神宮、小出、碓氷、大山、アセファ、谷村（記録）

議事

MOTA(Ministry of Tourism & Antiquities)オフィスを訪問し、MOTA 事務次官および関係者、JTB 関係者と面談。面談内容は下記の通り。

1. 本ミッションの目的および概要について資料を使い説明。
2. １班メンバーよりペトラ滞在中のベースライン調査の概要およびその結果について報告。その後質疑応答と意見交換。
3. 国内向け「Our Jordan is Paradise (Orudun-na Jenna)」キャンペーンについて
   （PJT ﾁｰﾑ ）今回のペトラ滞在中、同キャンペーンを利用したヨルダン人観光客を多く見かけた。今回のキャンペーンの実施主体および概要を教えてほしい。
   （事務次官）キャンペーンは MOTA の管轄下である JTB（Jordan Tourism Board）が実施、ペトラ地域に対しては累計で 25,000 ルームナイト総統の経費を MOTA としてカバーした。国内の旅行会社が新型コロナウイルスの影響で大きなダメージを受けており、彼らをサポートする意味合いもある。また、キャンペーン全体では民間セクターを巻き込み、旅行商品に対してコストの 40～60%を補填することで業界へのダメージを最小限にとどめる努力をしている。新型コロナウイルスが収束したら、次のステップとしてローカルコミュニティや着地型商品への支援を実施したい。
4. 今後のプロジェクトの進め方について
   （事務次官）過去に実施したマスタープランも踏まえ、そちらをアップデートしたマスタープラン、また商品開発、マーケティングについてのビジョンを示してほしい。
   （PJT ﾁｰﾑ ）今回はベースライン調査で現状の把握と課題の抽出に取り組んでいる。その結果をまとめ、過去のマスタープランも踏まえてより地域に貢献できるプランを検討し、次回訪問時に提案をしていきたい。
   （事務次官）今年および昨年は新型コロナウイルスの影響で異常な年だったので、そちらを参考にするのではなく、それ以前（特に観光客が多かった 2019 年など）を踏まえて検討を進めてほしい。また商品開発に当たってはペトラに何が欠けているのかを考えてほしい。現在はアトラクションとしてペトラバイナイトしかないが、より長く滞在し、お金を地元に落としてもらえるような方法を考えてほしい。
   2019 年にはペトラ遺跡に 110 万人の訪問者があったので、そのアドバンテージを生かしてほしい。
   （PJT ﾁｰﾑ ）現在のペトラ滞在期間が平均 1.2 泊程度ということはこちらも把握している。ベースライン調査を通じて、新しいトレイルの開発や周辺コミュニティに点在する様々な魅力（美しい景色や工芸品など）があることを実感しているので、そうしたリソースをどのように生かすかを考えていきたい。また、オープンしたペトラ博物館は夜 8:30 まで開館をしていて、夜間のイベントが少ないペトラにおいて、新たな夜（遺跡訪問後）のアトラクションとなる可能性がある。しかしながら、ペトラ博物館は Jordan Paradise などのツアー

の行程にはほとんど組み込まれておらず、今後さらなるプロモーションが必要である。博物館を起点にした観光商品も考えていけるのではないか。

5. ペトラ地域のプロモーションについて

（PJT ﾁｰﾑ ）例えば ASEZA（Aqaba Special Economic Zone Authority）は独自でのプロモーションを実施しているが、JTB と PDTRA のプロモーションの役割分担はどのようになっているか。

（JTB　　）PDTRA は、海外向けの直接プロモーション行うための予算を持っていない。JTB が海外向けプロモーションを実施している。ペトラは海外プロモーションでは常にトッププライオリティに置かれており、プロモーションが不足しているということはないと考えている。

（PJT ﾁｰﾑ ）前回のミーティングで新たなマーケティング戦略を策定すると聞いているが、そちらの進捗はどうか。

（JTB　　）2022 年度の予算がようやく確定したところなので、暫定のプランを策定中。今のところ①ヨルダンの近隣国　②アフリカなど中距離のデスティネーションへのプロモーションを検討。シニアの市場が縮小しているので、30～45 歳の若者の観光客に力を入れていきたい。

（PJT ﾁｰﾑ ）プロモーションにかかる費用の負担、配分はどのようになっているか。

（JTB　　）民間セクター（ホテルや旅行会社）から一部費用を徴収しプロモーションにあてているが、PDTRA は（JTB 傘下で）費用の直接的な負担はない。

（PJT ﾁｰﾑ ）プロモーションの重点ターゲットはどこか。

（JTB　　）これまでも実施してきたヨーロッパ、アメリカ、カナダ、北欧、それに加えて日本や韓国、中国、オーストラリアが対象になっている。プロモーションの KPI ももちろん設定している。効果測定にはデジタルマーケティングがより効果的なので、SNS の活用により重点を置いている。また、OTA を含む旅行会社へのアプローチも行っている。さらにファムトリップの実施や映画撮影クルーの招致も行っている。旅行商談会は今年 TOP RESA（フランス）、WTM（英国）に参加予定だが、ITB は未定。今後はミラノでの商談会、ITB も検討したい。

（PJT ﾁｰﾑ ）IMEX など MICE 関係の商談会への参加はどうか。

（JTB　　）こちらも参加を検討している。

（PJT ﾁｰﾑ ）上記の重点ターゲット国以外に新しいマーケットの開拓は予定しているか。

（JTB　　）ポーランドなどではペトラが注目されており、対象になりえる。スカンジナビア市場もターゲットにしている。アジアについては、あいにくまだボーダーが開いておらず難しい。インドもいまだ Red Zone なので、現時点では難しい。現在、JTB は北京、デリー、英国、米国、ロシアのオフィスもクローズしている状況。

6. JCC の開催について

（PJT ﾁｰﾑ ）11 月に開催予定の JCC（Joint Coordination Committee）について開催地はペトラ、アンマンのどちらがよいか。

（事務次官）ペトラとアンマンでそれぞれ開催するのはどうか。

（PJT ﾁｰﾑ ）検討するが、仮にアンマンで行う場合、ミーティングルームを使わせていただくのは可能か。

（事務次官）日付と時間によるので、詳細が決まったら教えてほしい。また事前にアジェンダを送付してほしい。また、マスタープランの作成に当たってはペトラおよび周辺コミュニティを一つの Zone ととらえ、どのような”Zoning“ができるのかを考えてほしい。前述の通りペトラ遺跡の訪問者の 80％が classic trail に集中し。宿泊も 1 泊にとどまっている。一方でペトラ遺跡は 246 ㎢もの広さがあり、これまでは投資活動を主に行ってきたが、様々な旅行商品の提供が可能ではないかと考えている。特に周辺コミュニティはペトラ訪問者

の 20%以下しか訪れておらず、観光の恩恵を十分に受けていない。 （JTB　　）ペトラはヨルダンのゲートウェイであり、繰り返しになるが最もプロモーションがしやすい地域。そのほかにマダバやカラク、ジェラーシュの Old Roman City,さらにヨルダン国内には世界遺産が 6 つあるので、こちらと合わせて宣伝をして行きたい。 以上
提出・受領資料
なし

41 KAWAR との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 19 日（水）13:00-14:00	
場所：KAWAR 本社ビル	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Reem Andoni (General Manager)	碓氷、アセファ、谷村（記録）

議事

1. 会社概要
   1)1963 年設立。運輸、エネルギー、保険などの企業を統括する KAWAR グループの旅行会社。
   2)アウトバウンド、インバウンドの両方を手掛けている。
   ＊アウトバウンド・・・テーラーメイド、コーポレート関連、MICE を、その他には FIT、富裕層、イスラム圏のお客様も取り扱う。
   ＊インバウンド・・・クルーズの取り扱いでは国内最大手。カーニバルクルーズ、MSC、ロイヤルカリビアン、セレブリティなどが顧客。
   3)従業員：12 名
   新型コロナウイルの影響が大きく、会社も非常に厳しい状態であったが、KAWAR グループの支援を受けて何とかしのぐことができた（それがなければ会社は存続できなかった）。ヨーロッパからのお客様は戻り始めたがまだまだ以前ほどではなく、広告宣伝費も捻出が厳しい。2022 年 3 月ことに本格的な回復軌道に乗ることを期待している

2. クルーズ船の取り扱い
   1)MSC クルーズが今年の 9 月から運航を再開した。船のサイズは 4,000 人規模のものから富裕層向けに 200 人のものまであるが、現在はすべてサウジアラビアからのお客様で 4 回ほど寄港した。11 月からはヨーロッパ内での販売も開始され、ウィークリーベースでの運行が予定されている。
   2)2019 年には年間で 55 隻のクルーズ船がアカバに寄港。その前は多い年で 98 隻の寄港実績あり。パターンとしてはペルシャ湾などの周遊の他、アジアにも立ち寄る世界一周の途中で立ち寄る形。アメリカ、英国、ドイツの富裕層のお客様が中心。

3. クルーズのエクスカーション
   1)アカバの寄港は 1 日のみがほとんど。提供するエクスカーションは主に下記。
   ＊ペトラ 1 日ツアー
   ＊ワディラム 1 日ツアー
   ＊ビーチツアー（アカバ市内でのビーチ体験）
   ＊ペトラバイナイト（寄港が深夜までの場合に限る）
   ＊アカバ市内へのシャトルバス運行
   2)以前は死海への 1 日ツアーも行っていたが、最低でも 13 時間かかるため、現在の寄港時間では催行が難しく、実施していない。
   3)乗船者の 70%は上記エクスカーションのいずれかに参加、ペトラはその中でも参加者が最も多く、全体の 50%程度に上る。

4. ペトラ遺跡ツアーの課題
   1)多いときで 1 日に 3 隻の船が寄港する場合、相当数がペトラ遺跡に一度に入場するため遺跡公園内が相当混雑する。クルーズの入港を管理する箇所（ASEZA または Port Authority？）に 1 日当たりの入港数を調整してもらうように提言をしている。
   2)ガイド、バス、レストランの予約も困難な場合が発生する。特にガイドはレベルの低いガイドがつく可能性もあり、常にモニタリングが必要。最近はお客様のデマンドも高く、問題が発生するとすぐ訴訟になりかねない。またお客様からのフィードバックが悪いと次年度のエクスカーションの取り扱いができなくなるリスクもあるため、要注意。

3)様々なリスクに備えてヨルダン国内の保険会社による Liability Insurance、また World Wide の補償に対応する International Insurance をかけているが、その負担が相当大きい。これだけの保険をかけても、ヨルダン国内の保険会社ではクルーズ会社が求める補償額までカバーできない場合もある。

5. その他の課題

1)アカバ市内にはもう少しエンターテインメント、新しいホテル、よりエキサイティングなアトラクションが欲しい。

2)ペトラについては人の興味にもよるがアドベンチャーツーリズムなどで 3 泊程度できるようなプログラム、また夜の楽しみがあるとよい。またワディラムは砂漠ツアーをより充実させるとよいのでは。

3)ペトラ遺跡の導線を片道（ビジターセンター～バックロードへ抜けるパターン）にすることには賛成。それにより混雑が避けられる。

6. 人材育成

1)学生が大学で学ぶようなアカデミックな知識も必要だが、それにプラスして実務知識を身につけられるフィールドワークも必要。ぜひ学生にはインターンで来てほしい。

2)人材の採用はヘッドハンティング、JITOA からの紹介、グループ内の人事担当からの紹介、口コミなど。CV プラスインタビューで採用者を決定する。

以上

提出・受領資料
なし

42 アンマン市内文化施設視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 19 日（日）、20 日（月）	
場所：ヨルダン博物館、アンマン城、ローマ劇場、戦車博物館	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
	神宮、小出（記録）

議事

1. ヨルダン博物館
   1)9 月 19 日 13 時～14 時頃に訪問。14 時閉館とのことで、急ぎで見て回った。他の観光客はまばら。
   2)2 階の展示は閉館時間間際のためか閉まっていた。
   3)大山さんの解説により、体験の満足度が大幅に上がったと感じた。博物館や美術館で良く見かける音声ガイドではなく、生でやり取りのできる熟練のガイドにしか出せない付加価値だと思う。
2. アンマン城
   1)9 月 19 日 14 時 45 分～15 時 30 分頃に訪問。
   2)広い範囲に多くの遺跡が点在し、見ごたえがあると感じた一方、見たところ位置図が入り口にしか無く、帰り道を探すのに少し迷った。ガイドを付ければ良いのかもしれないが。
   3)遺物に触れないように注意する標示が見られなかった。柱など、もたれかかったら倒れそうで怖いと感じた。
3. 円形劇場
   1)9 月 19 日 15 時 45 分～16 時 15 分頃に訪問。
   2)地元の人が多く、観光客は少ない印象だった。皆慣れた様子で石段を登っていくが、上りはともかく下りは手すりも無く急で怖かった。慣れない観光客は転落する危険性があると感じた。
4. 戦車博物館
   1)9 月 20 日 13 時 00 分～14 時 30 分頃に訪問。
   2)入館時にワクチン証明を求められ、スマホに保存していた日本のワクチン証明書を示したところ、許可された。
   3)展示内容としては、戦車のみのコレクションとしてはおそらく世界最大級だと思われ、また戦車 1 台ごとに解説板が設置されており、マニアにはたまらない施設だと思われた。お土産ショップはまだ準備中だったが、展示されている商品はかなり多岐にわたっていた。しかしアクセスの問題か時間帯の問題か、観光客はほとんど見られなかった。

以上

提出・受領資料
なし

43 Jordan Inbound Tour Guide Association との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 19 日（水）14:30 - 16:00	
場所：Jordan Tour Guide Association	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Osama Al Otoum, General Secretary Mr. Mohammad Hammad, Secretary Mr. Basel Ata Al-Afifi, English speaking guide	谷村、碓氷（記録）

議事

1. 概要
   1988 年設立のガイド協会で 2000 年代にペトラとジェラシュに支部が出来た。2021 年現在の会員数は 1,250 名で、うち 65 名が女性ガイド。32 言語に対応し、ナショナルガイドとローカルガイドの比率は 95/5(%)。

2. ガイド登録までの流れ
   1)必要書類：Jordan 国籍、20 歳以上、裁判所からのクリアランスサーティフィケート、First Degree(BA)以上、アラビア語が母国語、一つ以上の外国語を MoTA に提出
   2)語学試験（60JOD）@Universal of Jordan で受ける
   3)Ammon College にて 6 か月のガイド養成コース受講（1,500JOD）：レクチャーとトレーニングツアー
   4)卒業試験：オーラル（語学＋ガイディングのための情報）＋筆記 →100 点満点中 75 点以上でナショナルガイド、70 点以上でローカルガイド
   5)ガイド協会に登録として、100JOD（現在は COVID の措置で 50JOD）を支払う
   6)MoTA に年会費として、50JOD を支払う
   7)ライセンスを取得（以降、毎年のリニューアルフィーとして 150JOD）
   ※ただし、Al-Hashimite 大学にてガイディングコース（4 年間：BA）を取った人は、6 か月のガイド養成コース受講は免除される。ガイドとして働くためには、ライセンス取得後ツアーオペレーターと直接契約し仕事をアサインしてもらう。（協会では毎年ガイドリストを更新し、ツアーオペレーターに共有している）

3. 研修
   ガイド協会独自の研修は実施していないが、有識者と連携し新しい知識を得るための研修を実施している。

4. 連携
   語学のコントロール、大学など教育機関に現場を知ってもらう等が必要であるも、官学との連携はこれまで無い。（マーケットニーズは民間セクターが良く知っている）

5. 課題
   1)中東のイメージを変えこの仕事を守って欲しい
   2)ガイドというステータスを守って欲しい
   3)ガイドの仕事の機会を増やして欲しい

以上

提出・受領資料

なし

44 MOTA (Directorate of Planning & Studies)との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 19 日（木）14:30 - 16:00	
場所：MoTA のオフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad Al-Shraiedeh	大原、大山、斎藤、アセファ（記録））

議事

MoTA の Manager Directorate of Planning & Studies とのミーティングを開催し、主な協議の内容は、以下の通り。

1. MoTA の観光データ収集システムについて
   1)観光客の到着データについては、世界的には UNWTO のデータを、国レベルでは General Intelligence のデータを組み合わせて使用している。
   2)国籍別到着数のデータについても、General Intelligence から得ている。
   3)MoTA は General Intelligence のデータをそのまま使うのではなく、別の Survey を基にさらに観光客の到着数を計算している。しかし、本 survey は 2 年ごとに実施する予定だったが、予算の関係で実施できなかった。計算式の詳細については、別途メールで JICA PJT Team と共有される予定。
   4)ヨルダンでは旅行者が記入する入国カードがないため、Arrivals データの収集プロセスが困難である。MoTA は、General Intelligence にイミグレーションの入国カードを開始するよう依頼している。
   5)観光収入(Tourism Receipts)については、中央銀行と連携してデータを収集している。
   6)ホテルの稼働率データは、ホテルから直接収集している。
   7)ヨルダン・パスは、ヨルダン国内の観光客の動きを把握するための指標の一つである。
   8)MoTA は、デスティネーション毎の観光客数のデータを収集するために、指標として入場券販売のデータを使用している。Dead Sea のエリアは、ペトラと違って特定の観光 地（チケッティングサイト）がないため、観光客数のデータを集めるのが難しい。
   9)MoTA は、企業が登録時に記入するライセンス情報から観光業の雇用データを収集している。
   10)MoTA は現在、UNWTO や UNDP と協力して TSA（Tourism Satellite Account）システムを導入している。

以上

提出・受領資料

なし

45 JITOA との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 20 日（月）10:00 - 11:30	
場所：JITOA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Awni Kawar, Vice Chaiman, Mr. Ashraf Bargaw, Executive Director Ms. Arwa Mahadin, Boad member	谷村、アセファ、大原、斎藤、碓氷（記録）

議事

1. コロナ禍におけるヨルダンインバウンドの現状
   1)ツーリズムビジネスはゆっくりではあるが戻りつつある。
   2)コロナ禍にあるなかで旅行先としてのヨルダンの評価基準を知りたい。
   3)9 月にはツアーの予約が入るもキャンセルになった（理由は不明）
   4)Jordan が安全なデスティネーションである旨を認知させていることは、マーケティング＆プロモーションの観点から JTB の役目である。

2. ペトラ（及びヨルダン）のツーリズム
   1)クルーズ客の日帰りツアーは問題である。例え 2,000 名がペトラを訪問しても地域の裨益は少ない。
   2)観光客の宿泊数を増やすためには、乗馬、コンファレンスツーリズム、夜のアクティビティ等を造る必要がある。宿泊数を伸ばすための理由も必要だ。ローカルとの交流を入れたプログラムを造成した旅行会社に対するインセンティブ等も検討の余地あり。JITOA としては、このようなプログラムをプロモートしたいと考える。
   3)ドイツの観光客はペトラに数泊し、エル・カズネ→修道院→ハイキングと経験していくアドベンチャーツーリズムはペトラでの宿泊数を伸ばし、ローカルコミュニティとの交流を入れることで観光客にとってもヨルダンにとっても Winwin。アドベンチャーツーリズムの需要が高くなり、多くのツアオペはアドベンチャーツーリズムの部署を持っている。
   4)ペトラ地域は 9 月～11 月、3 月～5 月がシーズン、夏は料金を押さえても観光客は来ない。ギャップを埋めるために、アカバや死海が好きなヨーロッパの観光客をターゲットとして冬を売ることは出来る。
   5)GCC の人達は夏にヨルダンに来る。古いシーズナリティカレンダーに固執することを変える必要がある。
   6)これまではイスラエル側がヨルダンの日程をコントロールしていた。LCC による直行便を増やし、ヨルダン手動にしたい。
   7)観光ビザを発給するようになったサウジアラビアは競合になっていく。
   8)ウム・サイフンの人々は柔軟ではなく抵抗する者もいるため時間を要する。C.V.にビジネスを移されるためには、そのほうが売り上げが上がり生活が良くなることを証明しなければならない。

3. 質疑応答

   （PJT チーム）
   1）アジア市場はどうか。中国では 2 月前後に旧正月がある。
   2）旅行プランを造るツアオペがローシーズンの情報を持っていない
   （JITOA）
   1）中国人観光客はヨルダンモノではなくイスラエルと組み合わせたツアーだ
   2）アジアの観光客を受け入れるためのインフラ（ガイド、PR マテリアル、ホテルや空港等）を整備する必要がある

（PJT チーム）

ペトラでの滞在を延ばすための施策はあるのか。対象市場はどこか。

（JITOA）

ペトラ宿泊をベースにした Dana、Wadi Rum、ショーバック等へのトレッキングツアーを検討している。USA やヨーロッパ市場は最低 2 泊する。ホテルも連泊だと料金を検討する。

4. 人材育成

1)GIZ と連携したストーリーテリングやソーシャルメディア等の研修を GIZ と連携して実施。

2)サービス品質向上や新しいツーリズム造成についての研修を実施、興味のある会員は誰でも参加できる（Zoom）

3)COVID が始まって以来ローカルガイドは仕事がないため、研修が必要だ。

4)ペトラ博物館は観光ルートの中にどのように組み込むか、ガイドに対する研修が必要。PAP のバックロードから C.V.に観光客を誘導すると、PAP 観光で疲れてしまい博物館に行かない可能性がある。

5. その他

（PJT チーム）

アンマンのツアオペはペトラ等地方のツアオペをサブオペとして利用するか。

（JITOA）

連携することもあるが、基本的に利用しない。何処にオフィスを構えるかの違いはあってもビジネスはアンマンでもペトラでも同じ。ペトラのツアオペの中にはアンマンにオフィスを持っているところもある。

以上

提出・受領資料
なし

46 Department of Statistics との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 20 日（月）12:30 - 12:45	
場所：Department of Statistics のオフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Taiyseer, Dr. Shaher, and Dr. Saleh	大原、アセファ（記録）

議事

Department of Statistics とのミーティングを開催し、主な協議の内容は、以下の通り。

1. ヨルダンの最新のセンサスデータは 2015 年に実施された。
2. センサスのデータには、以下の情報が含まれている
   (ア) 人口（地域別）
   (イ) GDP
   (ウ) セクター別の雇用
   (エ) 可処分所得
   (オ) 世帯数
   (カ) 観光統計、等
3. 統計局は、各省庁の意思決定に必要なデータを提供している。
4. 観光統計は基本的に MoTA によって収集され、統計局と共有されている。
5. 人口を除き、社会・経済関連のデータはほとんどが Governate レベルでしかない。
6. ほとんどのデータは DOS (Department of Statistics)のウェブサイトで公開されている。

以上

提出・受領資料

なし

47 Jordan Hotel Association との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 20 日（月）13:30 - 14:20	
場所：JTB 内 JHA 会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Abdul-Hakeem Al-Hindi, Chaiman of the Boad 他、参加者リストを参照	谷村、斎藤、碓氷（記録）

議事

1. 概要
   約 600 の会員ホテルと 24,000 人のホテル従業員を代表する非営利団体で、1969 年に設立され、1988 年の観光法第 20 条の第 14 条に基づいて、ヨルダン観光古代省に登録されている。Ammon College の筆頭株主でもある。
   ヨルダンにおけるホテル協会は JHA のみであり、地方にあるものは支援はするも JHA の支部ではない。
   ヨルダンの新しく開業するホテルを含め全てのホテルは JHA に登録のうえ会員費を払わなければならない（格付けにより会員費は変わる）

2. ホテル数と格付け
   ホテル数：アラビア語の資料を貰ったので英訳するものを参照
   格付けの基準：MoTA のサイトからダウンロード可能

3. ホテル事情
   1)Gulf カントリーではワールドカップに向けてヨルダンからホテル従業員を引き抜いているため、来年に向けて従業員が足りなくなる。新しいホテル従業員を増やすために研修が必要だ。
   2)ホテルで必要なのはマネジメントクラスではなく、現場のサービススタッフだが、ホテルで、特にサービススタッフとして、働くことは恥と考える人は文化的に多い。

4. 学生支援
   1)24,000 人のホテル従業員のうち 15～18%が女性。2024 年には 25%までにしたい。
   2)ホテルマネジメントを学ぶ女子学生は学費を 50%ディスカウントしている。
   3)Ammon College のホテルマネジメントの学生は 100%就職を保証している。
   4)優秀な学生は 5 スターホテルでトレーニングを受けさせポケットマネーを渡す。

※多くの時間を Ammon College の話に費やされてしまい JHA としての話が聞けなかった。

以上

提出・受領資料
なし

48 Ammon Applied University College (AAUC) との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 20 日（月）14:30 - 15:30	
場所：AAUC	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Noha Saleh Al-Mubaideen, Lecturer/Tour Guide Program Coordinator	谷村、碓氷（記録）

議事

1. 概要

1)1980 年にアンモンホスピタリティアンドツーリズムカレッジとして設立されたツーリズムに特化した大学。Tourism Excellence Award と Al Hassan Bin Talal Award for Scientific Excellence に加えて、2 度目の UNWTO Ted Qual 認証を取得。

2)EURHODIP、UNWTO、ICHRIE、及び American Hospitality Academy (AHA) のメンバー。GCET (Global Code of Ethics for Tourism) を取り入れている。

3)AAUC は、英語、実践的トレーニング、コンピュータースキルを重要視している。

4)同カレッジの課程は下記の通り。

＊BA：ホテルマネジメント、ホテル&イベントマネジメント
（ツーリズムマネジメントは現在無い）

＊ディプロマ：ホテルマネジメント、かリナリーアート

＊短期コース：1 週間から数か月のコースがある。

5)ツアーガイド養成コースの実施校に指定されている。MoTA は、Al-Hussein 大学をヨルダン南部の学生のためにツアーガイド養成コースを設置したが、内容は AAUC と若干違っている。

2. ガイドコース

1)プログラムは、360 時間のセオリー（遺跡や歴史、プロトコールやコミュニケーション等のソフトスキル、ヨルダンの基本情報、難民は水問題等の政治的状況を学ぶ特別講座などがある）、17 回の現 地視察ツアーで成り立つ。

2)働きながら学ぶ人のために一日 4 時間（15:30～20:30 の間）となっている。

※プログラムを共有してもらう

3)今後 Adventure Tour Guide や Biblical Tour Guide の養成が必要。MOTA にはその必要性を提案しているが、今のところまだ実現していない。

3. 質疑応答

(PJT チーム) ライセンス保有者に対するフォローアップ研修は実施しているか。また、ヨルダントレイルが Adventure Tour Guide のライセンス（のようなもの）を出しているようだが。

(AAUC) MoTA に申請しているが保留となっている。MoTA の判断は無視できない。ヨルダントレイルがどのようなものを出しているか分からないがオフィシャルなナショナルガイド研修をしているのは Ammon だ。

※ちなみにガイドの日当は 70～80JOD、経験者は 100JOD 程度

4. 観光人材育成の課題

1)イスラムのカルチャーに起因する問題（女性の就業者が非常に少なかった）。

2)待遇、雇用の格差。観光分野では Unemployment が大きな問題。

3)長時間労働とそれに見合わない低賃金。

4)季節波動が大きい。

5)ハイシーズンに一時的にガイドが不足し、語学の能力がある人をテンポラリーの通訳として雇用しなければならない場合がある。

以上

提出・受領資料
なし

49 UNESCO とのミーティング（オンライン）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 21 日（火）9:00-10:00	
場所：オンライン	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
(UNESCO) Ms.Cesaro Giorgia, Ms.O'connor Caitriona (JICA ヨルダン事務所) 山中嶋様、Ms.Shereen （PDTRA) Mr.Sabri Fdool	熊田、大原、斎藤、大山、アセファ、谷村（記録）

議事

1. JICA PJTﾁｰﾑより自己紹介＆齋藤より本ミッションの目的・概要についてプレゼン。

2. 質疑応答
   （UNESCO）本ミッションではパイロットプロジェクトを確定させるためにどのような手順をとるのか
   （PJTﾁｰﾑ ）5 月~今回の渡航では、もととなるベースライン調査を実施、その結果をまとめ、次回（11 月渡航時）に PDTRA へのフィードバック、具体的な取り組みについて協議を開始してパイロットプロジェクトの設定につなげていく。
   （UNESCO）本ミッションに掲げられている”sustainable tourism”は非常にタイムリーなテーマ。UNESCO でも Tourism に関して PDTRA をサポートし、その中でマスツーリズムよりも Sustainability を重視してきた。また、Universal Tourism についても観光の大事な分野として取り上げてきた。COVID-19 の流行以降は、 観光危機管理も大事な分野として取り上げている（パリ本部の世界遺産センターと連携。）。

3. UNESCO の過去の取り組み（UNESCO からのプレゼン）
   1)2014 年からペトラ遺跡に関する Integrated Master Plan の策定に取り組み、2019 年にいったん完了。その中で、たびたび取り上げられるペトラ遺跡の Carrying Capacity についても触れているが、Integrated Master Plan にある 1 日当たり約 3,500 名という数字から変化はない。
   2)COVID-19 により観光業に大きな打撃が発生したことから、ペトラ地域の観光業、ローカルコミュニティの住民の雇用支援に力点が置かれてきた。
   3)2012 年以降、シークの危機回避のため、PDTRA およびイタリア政府と連携のもとで、Siq Stability Project を実施。シークの岩盤（崩落の危険箇所）の補修を、新型コロナウイルスで訪問者が少ない期間等に、ロッククライマーの協力も得て実施した。
   4) Siq Stability Project では、プロジェクトを通じた雇用の創出も行っている。 プロジェクトを通じて短期雇用ではあるが 85 名が雇用された。
   5)PAP 内の犠牲祭壇や、WADI FARASA（犠牲祭壇付近）でも、地域住民参加型のプロジェクトを実施。
   6)ペトラ遺跡の住民参加型の岩窟墓の補修プロジェクトを王家の墓の「宮殿の墓」で実施（O'Connor 氏が担当）。
   7) 地域住民参加や Community Awareness、教育活動に UNESCO は重点置き関心持っているが、これは UNESCO 世界遺産条約内に記載ある「教育的活動」にも基づく。

4. JICA のプロジェクト実績、特に UNESCO が関心持つ地域住民活動について（大山）
   ペトラ博物館の支援や、カラク考古博物館などの技術協力を通じて、ICOM の「 国際博物館の日」等の枠組みも活用した教育・意識啓発活動を、地元の学校等と協力しながら実施してきた。今後も地域の学校等と連携した活動を行っていく予定。

5. 質疑応答

（UNESCO）今後策定するマスタープランはどのように活用する予定か。

（PJT ﾁｰﾑ ）マスタープランと合わせて、それを実施するためのアクションプランを作成するが、そちらが完成したのち、PDTRA に引き継いで彼らが主体となって実施する。そのために PDTRA を含む関係者の involvement が非常に重要。プロジェクトの進捗を共有するために最初の JCC を 11 月に開催し、エンゲージメントの最初の機会とする。その後 6 か月ごとに定期的に JCC を開催する。

（PJT ﾁｰﾑ ）無形文化遺産の調査保護についての取り組みはどうか（ユネスコ無形文化遺産「ペトラとワディラムのベドゥの文化的空間」に関する取り組み）

（UNESCO）現在、Ministry of Culture と連携し、ペトラ周辺地域の文化産業（Cultural Industry）のマッピングのプロジェクトを実施中。地元の NGO や芸術家等もリストアップ。「ペトラとワディラムのベドゥの文化的空間」に関わる伝統文化は、ユネスコ無形文化遺産に登録される際に調査記録が行われたが、 重複を避けるために、その後の追加調査等は行っていない。
無形文化遺産については今回会議に参加していない別の担当者もいる。

（PJT ﾁｰﾑ ）UNESCO の取り組みは本プロジェクトと関わることも多いため、本ミーティングをキックオフとして、今後定期的に情報交換を行い、相互のプロジェクトが重複することなく、効果が最大限に発揮できるようにしていきたい。また紹介いただいたプロジェクトを含め、参考となるレポート、資料があれば送付願いたい。

以上

提出・受領資料
JICA プロジェクト概要 PPT（JICA ヨルダン事務所経由で先方に配布）

50 UNIDO とのミーティング（オンライン）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 21 日（火）10:30-11:10	
場所：オンライン (TEAMS)	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
（UNIDO） Ms. Sulafa Mdanat （JICA ヨルダン事務所） 山中嶋様、Ms. Shereen （PDTRA） Mr. Sabri Fdool	熊田、大原、大山、アセファ、谷村、齋藤 （記録）

議事

1. JICA PJTﾁｰﾑより自己紹介＆齋藤より本ミッションの目的・概要についてプレゼン。

2. フリーディスカッション

（UNIDO） JICA とは凡そ 2 カ月前に Japanese Supplementary Budget Support Call for Concept Notes の会議でコミュニケーションを取ったところ。今回ミッションチームが取り掛かるマスタープランに UNIDO としても協力体制を取りたいと考えている。

（PJTﾁｰﾑ） UNIDO の活動には、”Creating shared prosperity” “Advancing economic competitiveness,” “Safeguarding the environment,” “Strengthening Knowledge and Institutions” 等、今回のマスタープラン作りに共通するキーワードが掲げられている。現在進行中の活動に “Job creation for youth and women in Jordan” “ Safeguarding the environment” があるが、その他ヨルダンで行われている活動、またペトラ地域で行われている活動があれば教えて欲しい。また、考古学とペトラ博物館の専門家である大山さんから、NGO 団体へのサポートについて質問がある。

（UNIDO） Ministry of Industry and Supplies と 省内の能力開発のプロジェクトにあたっている。Industrial Observatory / Industrial Intelligence Unit を発足させ、省内で選定された職員がデータ収集→分析→”Jordan Competitiveness Report”と呼ばれるドラフトレポート作成し、各セクターのトレンドを理解するというトレーニングプログラムを実施することに向けて動いている。これは政府がエビデンスに基づく政策立案や、海外からヨルダンに投資する組織を評価する為に役立てることが出来ることを目的としている。

また、ヨルダンの産業全体の 95%を占めるプライベートセクター・SMEs の為のサービスプロバイダーのサービスレベル向上（競争力向上・製造方法向上・資源の有効利用・より自然に配慮した製造方法実現）を目的としたプロジェクトも行っており、企業の選定段階を含め GIZ 等と協力している。

ペトラに関連するところでは、Global Environment Facility （世界的な基金）にこれから資金調達の為に提出するプロジェクトが 1 つある。既にヨルダン政府に承認を得ており PDTRA と協力のもと行う、ペトラ遺跡へのルートの 1 つを電動バスで移動することを実現させる（環境配慮型の移動を実現する）というパイロットプロジェクト。

この他ペトラ含めヨルダンの南側に位置する地域への支援プロジェクトを行いたいと考えている。何故ならば、ヨルダンの北側では既に多くのドナーが（例えばシリア難民関連等の）プロジェクトを行っているが、南側はそれに比べネグレクトされている傾向にあると感じている為。南側は COVID-19 によってよ

り深刻化した貧困問題があるが、豊富な歴史遺産があり、COVID-19 の打撃からの社会経済的回復に役立てることの出来る、UNIDO としてもサポート出来る要素を備えていると考えている。

その他、Ministry of Environment とは Montreal Protocol によって資金を得て行っているプロジェクトが多数ある。例えば、産業にオゾン発生器期の使用を控えるよう促すプロジェクト。

Product Development と Digital Marketing のスキル向上を目的としたプロジェクトも今後行っていきたいと思っており、もし日本と手を組めれば嬉しいが、実現しなければ他のパートナーを見つけ、なるべく早く実現したいと考えている。

（PJT ﾁｰﾑ）ペトラ博物館での NGO の活動支援について教えてください。

（UNIDO）ペトラ地域の現状を把握する為に、PDTRA や JICA で既に集められている情報開示の協力を依頼しているが、そこから得た情報のもと NGO によるハンディクラフトセクターに対しての研修内容の向上（主に Product Development, Training Curricula, Guiding and monitoring, Marketing & Branding のエリア）の支援に現在焦点を当てている。博物館については、既にプレゼンの中でも触れられていた、インターアクティブな教育プログラムの提供などの活動には非常に興味がある。ナバタイ時代の陶芸方法を学ぶことを目的とした体験型プログラム等が良いと思います。

（PJT ﾁｰﾑ）私たちのチーム内でここ数週間ペトラに滞在したメンバーがいます。（Handicrafts や Pottery 等の伝統品を作っている） NGO に会い、彼らがつくる作品を実際に見て、ペトラをプロモ―ションするのにとても役立ちそうだと感じました。UNIDO が NGO 等の機関が提供する研修に協力する際にカウンターパートとなる組織はどんなところがありますか？

（UNIDO）Vocational Training Corporation 等既に活動を行っている組織。また、直接団体・教会にコンタクトするというのが UNIDO の取っている方法。JICA からペトラ地域で活動する女性の団体・教会を紹介頂いておりそれらにコンタクトを試みる。他にも組織があるかもしれないので、PDTRA にも協力を仰いでいる。

（PJT ﾁｰﾑ）わたし達のチームは後２週間またペトラに滞在し、現地の調査を行う予定です。有益な情報があれば、共有致します。

（UNIDO）大山さん曰く、ペトラ博物館では定期的に教育プログラムを提供する予定ということだが、UNIDO としてもどのように協力出来るか判断する為にも、情報を適宜提供頂けたら助かる。

（PDTRA）PDTRA には直接 Local Community とコミュニケーションをとっている Local Community の Commissioner　がいる。現在 Visitor Center の中で期間限定で展示会を行う機会を与える等、特別なイベントを Wadi Musa の中心地で行う機会を作る等、観光客に自分たちの作品を見てもらう為の具体的な支援を行っている。

以上

提出・受領資料
なし

51 リトルペトラ視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 21 日（火）14 時 30 分～15 時 30 分頃	
場所：リトルペトラ	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. ローカルガイドへの聞き取り

   ローカルガイドのサーミさん 23 歳。遺跡内に標識が少ない中色々と説明してくれた。英語はそれほど上手くなく、コミュニケーションを取りづらいと感じたのか、何度かマスクを外すように促された。スマホを持っており、Google 翻訳が入っていた。道中物売りや楽器演奏者のもとへ誘導されるが、しつこくはなかった。

   彼の集落には 10 人ほどのガイドがいるが、外から団体の観光客が来る場合、ガイドも引き連れてくるため、集落にお金が落ちないとのこと。

   高所にある壁画にも案内された。ガイド無しでは気が付きにくいが、壁画の有る場所へのルートには手すりなども無く、危険であった。

   リトルペトラの入り口でパーティ会場（音響、照明など）の設営中であった。その晩 6 人の旅行者によるプライベートのイベント（酒・食事含む）を請け負うとのこと。ガイドによると数千 JD 支払ったのではとのこと。

2. その他

   狭小地形のため位置情報が取りづらかった。

以上

提出・受領資料

なし

52 Jordan Restaurant Association との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 21 日（水）09:00 - 10:00	
場所：JRA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Eliana B. Janineh, General Manager	碓氷（記録）

議事

1. 概要

1)2002 年に法律第（47）号によって権限を与えられた 、レストラン、エンターテインメント都市、コーヒーショップ、ファーストフード、ナイトクラブ、ディスコ、バー等、1,870 のメンバーを代表する非営利会員協会で、9 名のボードメンバーがいる。従業員トータルで約 22,000 名、うち女性は非常に少ない。

2)入会金及び年会費は、業態と格付けにより変わる。また、アンマン以外のレストランが登録する場合はインセンティブとして入会金が 50%ディスカウントされる。

3)JRA のメンバーとして登録、入会金を支払うことで格付けされ、MoTA からライセンスを取得できる。JRA のメンバーにならない場合は、自治体等に登録しライセンスを取得する。

4)ペトラの JRA メンバーは 7 店舗

3 スター（2） 2 スター（3） 1 スター（2）

2. レストラン（ツーリズム）業界の現状と課題

【現状】

1) アルコールを提供するところで働きたくない若者が多い
2) 働くところが無いためにウェイターになり、キャリアとしては考えていない人が多い
3) カリナリーアートは女性が増加しているも、お客様とは対峙したくない
4) 教育機関とセクター、供給と需要にギャップがある
5) サービスの現場では働きたくない（業界は現場で働く人を求めている）
6) サウジ等 Gulf はツーリズムに焦点を当てており、経験のあるヨルダン人を引き抜いている
7) ヨルダン国内で新しいホテルが開業する際、別のホテルやレストランから経験者を引き抜く（新しい人材を好まない）

【課題】

1)人材が一番の課題

・サービス人材の不足
・人材について観光セクターとしてシリアスに考えない
・飲食業界で働くことをキャリアとして考えない
・サービスの現場で働きたくない
→ 文化的、サラリー、就業時間、夜勤等

※メンタリティ を変えるためにアウェアネスキャンペーンが必要
（大人に対しても必要だが、幼稚園児の頃から飲食業界/サービス業界の重要性を伝える必要がある）

2)ペトラの課題

ペトラの住民は外部から人が来て店をオープンすることを嫌う。特にレストランはその傾向が強い

3. 官の課題

1)多くのドナーが調査研究しドキュメントは作成した
2)計画は作るものの実行とフォローアップはこの国には無い

《理由》大臣が変わる度に以前の計画は消えて新しいものになる

4. その他

1) 2019 年に、TVSDC（Technical Vocational Service Development Commission）が設立し、需要と供給のギャップを埋めるべく様々な取り組みを始めている
https://tvsdc.gov.jo/en/

2)障害を持つ人や子供等より多くの人を誘致するため、先ずはゴールデントライアングルに焦点を当てたアクセシブルツーリズムを検討している。（MoTA）

3)ヨルダン政府が決める最低賃金は 260JOD/月（ツーリズム業界は他業界より低い）

以上

提出・受領資料
なし

53 DOA 本部・博物館部門との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 21 日（火）14:00 - 14:30	
場所：アンマン　DOA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Basim Mahami (DOA Museum Directorate Director)	大原、大山（記録）

議事

1. DOA 管轄の博物館について
   現在ヨルダン全国で 16 ヶ所の考古・民俗博物館を管轄（Tafile 等の新博物館を 含む。）

2. DOA 管轄博物館の職員数
   1)中央の博物館部門の職員は 5 名
   2)全国で博物館に従事する職員は、およそ 200 名程度

3. 新たな博物館
   1)近年 Zalqa にも博物館がオープンした。
   2)Tafile 博物館は 施設改修が今年完了し、 来年展示品を搬入してオープン予定。
   3)Jerash 遺跡にある老朽化した博物館も 今後改修予定。
   4)アメリカとイタリアが支援する Madaba の博物館 プロジェクトは、 既に基本的な計画が発表されているが、 現在は博物館の敷地確保のために調整をしている段階
   5)ヨルダン側による博物館整備事業には、 地方分権化のための ヨルダン政府による予算が用いられている。

4. 博物館に関する法整備
   Antiquity law の by law として考古学博物館に関する法を整備していく動きが近年起こっている。しかし考古学博物館や民俗博物館 のみを対象とするものであり、 日本の博物館法のように 考古学博物館以外のあらゆる博物館 を対象とするものではない。博物館施設すべてを対象とする 法律 は存在していないのが現状である。

5. 中央の新収蔵庫
   現在アンマン市内の Tabarbur に ヨルダン全国から 75 万点以上の 出土した 考古資料を管理する 中央収蔵庫があるが、 老朽化した収蔵庫を 保存施設なども備えた 新たな収蔵庫に建て替える プロジェクトが進行中。 計画省が 資金面などを支援。

6. 資料管理データベース
   ヨルダンの博物館全体の資料を管理するデータベースについて、 ドイツの協力による DOJAN プロジェクトが進行中。 完成した際には インターネットを通じて外部からのアクセスも可能となる。

7. ICOM との連携
   Sharja(UAE) の ICOM Arab と連携した活動を実施。 研修などを行っている。

8. 伝統建築の修復について
   修復には DOA の許可が必要となる。

以上

提出・受領資料

なし

54 Jett Bus との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 21 日（火）13:30-14:30	
場所：Jett Bus 本社オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Malek Haddad (General Manager)	碓氷、アセファ、谷村（記録）

議事

1. 同社の概要
   1)ヨルダン国内の最大手バス会社。長距離の定期路線の他、貸切バス、リムジンサービス、旅行会社、燃料会社も運営。ヨルダン国内の 5 つ星ホテルを保有する ZARA Group の会社。
   ＊運行中の定期路線
   国内：アンマン-ペトラ（1 日 1 便）、アカバ-ワディラム、ペトラ-ワディラム、アカバ-ペトラ、アンマン-アカバ（1 日 40 便）
   国際：アンマン-サウジアラビア、アンマン-エジプト（カイロ）
   現在は休止中だが、アンマン-バグダッド、アンマン-バグダッド、アンマン-ダマスカス、アンマン-ベイルート、ヨルダン-イスラエル国境路線も保有。
   この 10 月からはアンマン-ナザレ、アンマン-テルアビブ便を運行開始予定。
   ＊利用者
   アンマン-アカバ間は年間 800,000 人の利用者あり。そのほかの利用をすべて合わせると年間約 300 万人の取り扱いあり。
   2)ペトラには運転手用のアパートメント 2 棟＋ビジターセンター内にチケットブースを保有。またアカバには同社保有ビル、アカバ空港内にもチケットブースを保有。
   3)ドライバーは最低限の英語は話せる。人数が多いときは車掌（Hostess、女性）が同乗。
   4)社内にはトイレ、Wifi、ミネラルウォーター完備。
   5)同社取り扱いの 30%が旅行会社経由の外国人客。
   6)保有バス台数：230 台、従業員：750 名（ドライバー250 名、整備士 150 名、その他 350 名）このほかにトラックも所有。
   7)アカバではオープントップバス 2 台を保有、運行。またアンマン市内では定期観光バスを運行。こちらは USAID からの支援を受けて運営。

2. ヨルダン国内のバス会社の営業状況
   1)以前、貸し切りバス会社は同社の他、Alpha、Rum の 3 社のみだったが、その後 17 社に増え、競合が激化している。その中でも同社はシェア 45~50%を維持。
   2)バスの各種規定は Transportation Regulation Committee にて協議の上決定している。
   3)定期路線については回復基調にあるが、まだ以前のレベルまでには至っていない。貸切を含む外国人客は個人が中心で、まだまだ取り扱いは少ない。

3. 従業員のトレーニング
   1)RMC（Royal Motor Club）と連携し、年 2 回、乗務員に対してトレーニングを実施。因みに、Jett のドライバーになるためには Jett 独自の試験に合格しなければならない
   2)本社にトレーニングセンターを設置し、ホスピタリティに関するトレーニングなども提供している。

以上

提出・受領資料
なし

55 Tyche Tours との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 21 日（火）15:00-16:30	
場所：Tyche Tours オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Arwa Mahadin (Director)	谷村、大山、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. 同社概要
   1)1979 年設立のインバウンド専門旅行会社。当時中東情勢が不安定で非常に経営が厳しい中、唯一動きのあったロシア市場にいち早く注目、ロシアに支店を構えて開拓に取り組んだ（当時ロシアを扱っている会社は同社のみ）。その関係もあり、ロシアマーケットの取り扱いが多い。
   2)現在ではその他、アメリカ、ヨーロッパのマーケットも取り扱っている。日本マーケットはまだ少ないが今後拡大していきたい。
   3)FIT の他、海外の旅行会社が設定するシリーズツアーの手配も請け負う。主な取引先は Gate1（米国）、TUI、Pilgrimage Holyland（※英国の会社とのことだが、複数類似の会社あり）。このうち Pilgrimage Tour はイスラエル＋ヨルダン、エジプト＋ヨルダン、サウジ＋ヨルダンといった近隣国との組み合わせが多い。また Gate1 はお客様に謝礼を払ってツアーアンケトの記入を依頼、その内容をオペレーターにフィードバックしてくれる。これはツアーのクオリティチェックに大変役立っている。
   4)シリーズツアーの手配の他、エージェントと合意の上現地にて食事やオプショナルツアーを販売。販売に応じてコミッションをエージェントに支払っている。
   5)土産物は案内する店を限定し、ガイドから事前にきちんと説明したうえでご案内することで、悪質な土産物購入によるクレームが出ないように気をつけている。

2. 課題について
   1)ビザや出入国時のルールなど、規制が多く、また頻繁に変わる。例えばアカバでは出入国のポイントが複数あるが、場所によって運用方が異なる（本来であればあり得ない）。
   2)観光関連の各組織はお互いに信頼感がなく、各自でバラバラに動いている。全体の動きをまとめるリーダーがいない。また政府も民間セクターとのミーティングは持つが、その内容が政策に全く反映されず、話した内容とは異なるもので「このように決まりました」という結果のみ伝えられる。決定事項をフォローする人もいない。
   3)ペトラのローカルコミュニティの問題は認識しているが、これらはすべて教育から派生している。例えば遺跡内の公園では危険な箇所でもロバに観光客を乗せたり強引な客引きがあるが、動物を保護しなければならないことやホスピタリティをきちんと教えないといけない。コミュニティの子供たちもきちんと学校に行き、日本のように道徳の授業を受けるべきだが両親がそのような教育を受けておらず、子供たちを労働に駆り出している。大人たちに対しても教育が必要。
   4)遺跡公園内の現在の状況が変わらない一つの理由は、現在の仕事に代わる収入の確保の道筋が住民にきちんと示されていないこと。公園の外でも収入が確保でき安定した生活ができることが理解できれば、彼らも公園外で仕事をすることに同意してくれるはず。
   5)ペトラ遺跡の入場料はバリエーションがあったほうが良い。
   6)ヨルダン国内で進んでいる LCC の導入には賛成できない。それによりナショナルフラッグ（ロイヤルジョルダニアン航空）を破綻させることになりかねず、正解とは思えない。
   7)マーケティングは Crisis Management と並行して慎重に行われるべき。
   8)ヨルダン自身にブランディングがない、自分たちは誰なのか、何が強みなのかを明確に分析し、戦略を立てるべき。

9)JTB には年間のフィーとして JOD300 を支払っている。
10)ヨルダンではガイドの教育をだれもやっていない。

以上

提出・受領資料
なし

56 UNDP とのミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 22 日（水）9:00-10:00	
場所：オンライン	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
(UNDP)Ms. Chiara Lorenzini, Ms. Ramzi Silke (JICA)山中嶋様、Ms. Shereen	熊田、大原、大山、アセファ、斎藤、谷村（記録）

議事

1. UNDP の取り組み
   1)下記のような取り組みをペトラ地域及び周辺で実施
   ＊生物多様性保全のプロジェクト(Conservation of Biodiversity)
   ＊ペトラ遺跡公園のトレイルのパンフレット作成支援
   ＊ラクダの養育支援
   ＊アカバでの女性就業支援
   2)UNDP では 3 つのポイントからアプローチを行っている。
   ＊Environment
   ＊Governance
   ＊Peace Building
   上記 3 つのアプローチを通して、地域の経済活性化・発展に貢献することを目指している。

2. 観光のマーケット刺激策
   1)Tourism は UNDP の重要なセクターの一つであり、sustainable な道筋を示すことに取り組む。
   例えばクリーンエコノミーやホスピタリティといった分野で、主に Preservation、Heritage、Revitalization という原則に基づいて様々な支援をこなう。
   2)それにあたり、ローカルコミュニティも巻き込んだ取り組みを行っていく、
   3)また、地方自治体に対し Development Plan 作成などの支援を実施する。

3. 経済の活性化
   1)ヨルダンでは特にアンマン、アカバに現在はフォーカスしており、今後ペトラ地域についても力を入れていきたい。
   2)2020 年には UNESCO と共同で Comprehensive Assessment of of Sustainable Tourism を実施。
   3)アカバでは Environment Team によるエコマリンプロジェクトを立ち上げた。
   4)アンマンでは下記のような支援を実施
   ＊デジタルエコノミーの導入支援
   ＊イラク難民問題の解決
   ＊アンマンダウンタウン地区の再活性化
   ＊アンマン周辺でのヒジャーズ鉄道の再活性化（沿線コミュニティを巻き込んで）

4. 自然環境保護に関する取り組み
   1)ペトラ地域で、種が絶滅する恐れもある、ペトラ地域の動植物相の固有種の調査と保全について、国際自然保護連合（IUCN）、PNT（Petra National Trust）と連携しながら 2019 年まで行ってきた。
   2)アカバ湾での、サンゴ礁生態系保全のため、アカバの沿岸一帯に海洋保護区（マリンパーク）を設定するエコマリンプロジェクトを、IUCN や ASEZA と連携して行っている。
   3)ASEZA、UNESCO と連携して、WADI RUM の環境保全にも取り組んでいる。
   4)ダーナを含む自然保護区でも環境保全のプロジェクトを行っている。

5. ペトラ地域における今後の取り組み
   1)カナダがドナーとなり下記のような新しい支援策を 2022 年の第一四半期に実施予定。
   ＊コミュニティに根づいたローカルガイド育成支援

＊環境問題の解決
＊宿泊事業者（アコーチェーン、モーベンピックなど）と連携した女性への就業訓練提供
2)ペトラ地域においてはグリーンエコノミー、エコツーリズムの開発が必要。
3)ウムセイフンなどのローカルコミュニティの支援も重要。遺跡裏口から出るルートにより、ウムセイフンを観光客が通り外空間でのマーケットなどが催されるのが重要。また、ショーバックでは女性の就業支援などが必要と感じている。
4)さらに災害リスクの軽減、遺跡公園管理のためのマネジメントプラン（環境保全のため）、各地域の Tourism 連携などの取り組みが必要。
5)Capacity Building の支援（2019 年に実施）
＊ツアーガイドのトレーニング
＊PNT（Petra National Trust）と連携した、洪水対策

6. JICA ミッションに対する提案
1)マスタープランには若年層を引き付けるための取り組みを含めるべき。
2)ペトラ地域での就業機会創出に向けた様々な取り組みを検討してほしい。
（例）
＊マッチメイキングプラットフォーム（就業希望者のスキルと勤め先のマッチメイキング）
＊職業訓練
＊デジタル関連スキル習得のためのトレーニング
3)ヨルダン国内には約 300 万人の難民がおり、彼らに対する就業機会の提供も重要。
4)また、ヨルダン国内では企業の約 70%が中小企業、自営業者なので、彼らへのサポートも必要。

7. 質疑応答
（PJT ﾁｰﾑ）環境保全について、廃棄物の投棄が問題になっている。これらの処理についても取り組む必要があると感じている。
（UNDP ）それは指摘の通り。廃棄物の投棄は大きな問題であり、早急に解決すべき課題。
（PJT ﾁｰﾑ）水のリサイクルはどこがサポートしているのか。
（UNDP ）USAID が支援をしている（UNDP ではない）。ただ政策策定の部分でヨルダン政府と連携している。なお、ヨルダンの他地域では水利に関するパイロットプロジェクトを実施している。
（PJT ﾁｰﾑ）女性所職業訓練についてもう少し詳しく教えてほしい。
（UNDP ）モーベンピックと連携した職業訓練では、約 50～60 名の女性に対して 2 年間の訓練提供を予定。訓練内容については現在検討中。
（PJT ﾁｰﾑ）エコツーリズムの PDTRA におけるコンタクト先はだれか？
（UNDP ）Dr. Ismail である。

その他（UNDP より）
ヨルダンにおける失業率の高さは非常に大きな問題。暴動や人権、市民の安全にもかかわるリスクをはらんでいる。そのため、観光においてもローカルコミュニティをベースにした支援やビジネスモデルの構築、不法なビジネスを減らすための教育および職業訓練が必要。
それによりローカルコミュニティに利益がもたらされることを目に見える形で示さなければならない。

以上

提出・受領資料
なし

57 Jordan University との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 22 日（水）9:30 - 11:15	
場所：Jordan University	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Hussein M. Abu Alasal, Assistant Professor of Tourism	碓氷（記録）

議事

1. School of Archaeology and Tourism

   B.A: Tourism Management,
   Archaeology,
   Cultural Resources Management and Conservation
   M.A: Archaeology

2. Department of Tourism
   1)1 年～4 年で約 500 名、うち 65%程度は女子学生
   2)留学生はおらずヨルダン人のみ
   3)学問だけではなく、ホテルと旅行会社で別のセメスターに各 400 時間の研修を行う
   4)公立大学/ヨルダン大学に進学する理由
   ・ツーリズムを学びたい
   ・ツーリズムに興味はないが、高校で公立大学に進学するためのポイントを得た
   ・BA が欲しいため
   ※ツーリズムを学びたいと思う学生だけではない
   5)卒業後、ツーリズム業界に進まない理由
   ・ツーリズムで BA を取得してもサラリーが低い（他の業界を選ぶ）
   ・アラブの文化として卒業後に結婚すると考える女子学生が多い
   ・パンデミックでツーリズム業界に希望を見いだせなくなった
   ・中東は情勢が安定しておらずツーリズム業界は影響を得やすい
   6)SDGs 教育
   1 年生　Introduction to Tourism
   2 年生　Introduction to Tourism Industry
   3 年生　Tourism Planning &Development
   ※これらの科目の中で SDGs のエッセンスを学ぶ
   7)ユニバーサルツーリズム
   Culture of Tourism の中でユニバーサルツーリズムのエッセンスを学ぶ

3. 大学の課題
   1)政府からのサポートが無くインフラが欠如
   ※ソフトウェアプログラミングや研修等、持っているリソースで出来るだけの教育をしているのが現状
   2)昨年 MA 設置を申請したが MoE がストップした
   （ストップする理由は？→はっきりとは分からないが MoE の考え方が違うようだ）
   BA 取得すると学生は Civil Service Bureau に申請書を提出しなければならない。
   Civil Service は官或いは民の職を探すが、MA 取得者は官の職に就きたい。しかしながら官のポジションは少ないため MoE が MA をストップしている
   ※今年再度、「Sustainable Tourism」にフォーカスして M.A.を申請する予定

4. ヨルダンのツーリズムの課題
   1)パンデミックや周辺地域（シリア、イラク、パレスチナ等）の情勢如何でツーリズム業界は影響される。
   2)パンデミックが収束するとツーリズムの在り方は変わる

3)旅行するに際しても多くの規制がかかる
4)新しいタイプの商品を造成するために、ツーリズムセクターとして考え方を変える、計画を立て直す必要がある
5)一般的な観光ではなく、SIT 商品を造成し観光客を惹きつけなければならない。ヨルダンにはユニークなリソースがある
（以下、例）
✓メディカルツーリズム
・ヨルダンはメディカルサービスで世界トップ 10 に入る
・アラブ、特に Gulf ではヨルダンの医者や看護師を引き抜いている
・ヨルダンにはアラブ、特に Gulf から医療のため多くの人がやってくる
✓ヘルスツーリズム
・死海、他国には無いハーブやプラントがある。
・ミネラルマイン（温泉）もヨルダンには多くあり効能は特別なものであることが判明している
※これらの事実から、ヘルスツーリズムに適したスパやマッサージを取り入れた特別な治療施設やセンターを造れば、地元民の雇用を増やすことが出来る。
しかしながら、これまで MoTA も誰も、これらに興味を持たない

MoTA が興味を持たない理由は？

→ MoTA にはツーリズムの専門家がいない。ツーリズムの大臣はこの道の専門家であるべきだ
✓レリジャスツーリズム
・サウジはモスリムを対象としたレリジャスツーリズムで成功している
・ヨルダンには旧約・新約聖書に関係する場所や洗礼地があるもクリスチャン巡礼者はイスラエルに行く。イスラエルはクリスチャン巡礼者の誘致のためヨルダンより遥かに努力している。
6)パンデミックによるマスツーリズム/一般的な観光の終焉
「Tourism is Human Experience」

✓5 スターホテルの建設より民家の活用
水の利用量： 5 スターホテル 148 ﾘｯﾄﾙ/日/宿泊者
民家 8～9 ﾘｯﾄﾙ

5 スターホテルで宿泊者が 100 ドル使用するとホテルの利益は 5 ドル
（他はコストでオーナー/投資家に行き銀行預金される）
民家であれば、宿泊客が 5 ドル使用したら 5 ドルそのまま住民に残る
住民は 5 ドルをエキストラ収入と考え何かの購入のために使用するため、経済が循環する ※SMEs にとっては重要なポイントだ

地域住民はホスピタリティに富み旅行者を歓待してくれる
住民と生活を共にするような、住民の生活を経験する旅行は後々心に残る

!!!しかしながら、このようなローカルのビジネスは 5 スターホテルのオーナーや投資家が阻止する傾向にある

7)Made in Jordan

・どの国にもそこにしかないユニークはものがある
・伝統手工芸品を造り販売することを推奨すべき
・ヨルダンではお祈り用のカーペットまで Made in China だ

5. 国としての課題
1)ヨルダンのみならず途上国はどこでも同じだが、どの方向に進むべきかといった中長期

的な戦略が無い。
2)誰もが MoTA は他の省と同じような考えのもとにいるがツーリズムは違う
※ツーリズムを通じた経済への貢献は大きい

6. その他
1)次回アンマンに来た際は是非学生と話をして欲しい。
→当方も学生と是非話がしたい
2)面談した Dr.は、マレーシアでガイド経験があり、Tourism and Hospitality Service の Ph.D を有する。

以上

提出・受領資料
なし

58 ペトラ遺跡公園・リトルペトラ・Cultural Village 視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 22 日（水）、28 日（火）他	
場所：ペトラ遺跡公園	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
	神宮、河野、谷村、小出（記録）

議事

1. 災害対策について

① 洪水について

シークに入る手前においても護岸がほとんどされておらず、洪水時には土砂が流水に大量にさらわれるおそれがある。

シーク入り口のダムで一定程度の水はせき止められるが、川にかかる橋の下が土砂などで目詰まりするとたちまち水があふれる危険性がある。



ダム前でせき止められ、迂回した水は下流の Nymphaeum 付近でメインルートと合流する。合流点付近の 2018 年の水位はメインルート上 0.5-1.0 m であった。

シーク内に水が流れ込む場合、シークに流入する支流からも水を集めて、下に行くほどに水位が高くなる。

シーク入口にある 88m の水路トンネルは、ガイドの同行があれば降水リスクのない時には見学可能。レンジャーに見学許可を得る。

洪水発生時の避難場所は、(1)入場ゲート付近　(2)シーク入口手前　(3) エルハズネ周辺の広いところ　(4)BASIN RESTRANT 周辺。(2)については低くなっているため水が溢れやすく、

増水してきた場合はシーク内の観光客は(2)でなく(3)方向へ誘導する。レンジャー等によるその場の指示で誘導方向が決定される。

② 落石について

シーク内で落石の危険性がありそうな箇所 2-3 地点において、US-AID 支援によって補強がされている。



岩の動きを検知するセンサがあちこちに取り付けられている。センサの有無に拘わらず、園内で落石のリスクが高いと思われる場所が認識されており、レンジャーが監視している。

レンジャーの平常時の監視箇所は、シーク手前 1 名、シーク内 1 名、エルハズネ以降 2 名の計 4 名。これに、動物事業を管轄する団体 3 名が監視を行っており、計 7 名で通常時の安全チェックを行っている。

落石は冬の降水がある時期に多い。

③ 通信状況について

Wi-Fi Hotspot は機能していないが、Treasury 前や Basin レストラン付近など、店が設置した Wi-Fi が使える場合がある。

シーク内では携帯電話は圏外で、位置情報も取れない。シークを抜けたメインルート沿いでは 4G が入ることが多かった。

④ 案内サイン等

避難場所や避難場所までの距離や時間、避難ルートを示す案内看板は見当たらない。

サイト内ルートの方角を示す看板はあるが、「○○まで○分」や「登り／下り」などの表記がないため、予め地形や安全な避難経路を確認することはできない。

⑤ その他

年 2-3 回雪が積もることがあるが、積雪深は 5-10 cm のことが多く、長くは残らない。

2. 観光客の状況並びに観光の安全管理等について

① 現在の観光客の状況・レート

コロナ以前は日に 3,000 人規模の観光客が来訪していたが、現在は約 800 人／日。

エルハズネ前にいるラクダはエルハズネ⇔カスル・アル・ビントまで。最初 50JD を要求してくるが、ラクダ引き曰く「対観光客の相場は 40JD」とのこと。今回は 15JD で手打ち。

エルハズネ前カフェのジュース、コーラ等の価格は 1JD。博物館周辺の土産物屋より安価。

② ガイド・店舗等の営業姿勢

動物の数は観光客の数に合わせて調整している模様。ラクダよりもロバの客引きがしつこい（推測：ロバよりもラクダのほうが飼育にコストがかかるため、ロバ事業者よりも生活が安定している可能性があり、扱う動物によって民度に差がある可能性）。

エルハズネを上から見下ろすビュースポットまでの道は狭く急なので危険だが、多くのガイドがビュースポットへの客引きをしてくる。園内で働く人の既得権益に忖度しているのか、レンジャー等による規制や口頭注意が行われている様子はない。

3. リトルペトラ（シク・アル・バリド）

① 資源の現状

ペトラから車で10分程度。無数の岩窟住居跡や貯水槽が確認できる。ナバテア時代の居住・日常生活エリアと考えられており、後年はベドウィン等の隊商隊が宿泊・居住に利用していたと思われる室内で火を使った煤などが確認できる。

入場ゲートはなく入場料もかからない。入り口に２～３件の土産物屋がある。現場には無免許ガイドが常駐している場合がある。

奥まで見学しても 1 時間かかるかどうかのコンパクトな遺跡だが、ペトラ遺跡との類似性もあり、コンパクトに“らしさ”を感じることができる。元々の砂岩の色はペトラのほうが桃色味が強く、堆積模様などのコントラストが美しい。

観光客が岩場の高いところまで登って写真撮影していたりするが、監視役が不在のため、ＦＩＴ客が怪我や事故等に遭った場合には個人で連絡・対応する必要があると想定される。

サイト内にはゴミ箱が設置されているため、PDTRA 等による管理が行われているものと想定されるが、Cave の中で誰かが寛いでいた形跡があり、煙草の吸殻やゴミが散乱している。入口のサイト案内板が割られていたり、管理状況がよいとは言えない。

② 資源性と活用拡大の可能性

ホテル主催で入り口の広場でガラディナーを開催し、Cave のひとつで音楽を奏でるなどのイベントを実施したことがある。最近も、６名の貸切パーティーを行ったとのこと。

世界遺産のコアゾーンであるものの、食事や音を伴うパーティーなどのエンターテインメントの場として活用されている。遺跡内のゴミやパーティー利用、危険個所の監視体制や柵がないことなど、ペトラ遺跡公園との管理状況の差が歴然としており、維持保全の面でリスクがある。

「遺跡見学」という観点のみで見ると、ペトラよりも格段に質は落ちること、説明パンフレット等がないため、ペトラの後にリトルペトラを単純見学したいニーズは多くはないと思われる。

4. BASIN Restrant 裏出口→Cultural Village の裏ルートについて

① ルートについて

裏ルートの道路はよいので、観光客等にとっての負担はないと想定される。サイト内からゲートが見えないのもよい。

「乗り放題電気バス」にてペトラのゲート→ペトラ裏口→Cultural Village という構想があるとのことだが、ペトラ遺跡での所要時間が半日以上と長くなるため、１日＋前後日３～４時間程度の滞在客にとっては、バスのみの「利用し放題」が観光客に与えるメリットは小さい。２日以上滞在する人にとっては意義があると考えられるため、乗り物のみのチケットをビジネスラインに乗せるためには、２日以上のＦＩＴ客の需要想定が必須と考えられる。

１泊２日のＦＩＴ客及び自由行動をとる団体観光客に対しては、巡回バスだけでなく、Cultural Village での食事やショーの観覧など、交通とコンテンツを抱き合わせたプランの造成を想定したほうが現実的かもしれない。

将来的には、本数が限られる巡回バスではなく、コンパクトＥＶカーなどをデマンドに応じて配車できるようなシステムが構築できるとなおよい。

② Cultural Village

レストランは工事が完了。前庭の中心に井戸を掘り、植栽を行う予定とのこと。前庭の広いスペースをショーやパーティー等でも活用できるように可変性を持たせるなど、よい舞台演出ができるとよい。

工事中の Cultural Village に建設される予定のショップ数は 90 程度。全てのショップがコンテナ状のハコ型になっており、外部から陳列物や価格が見にくいことから、観光客が入りにくい形状になっていることが懸念材料（建物外への陳列など、運用で解決できる可能性はある）。

遺跡公園内の事業者を Cultural Village に移すことが想定されているが、スムーズな実現は見込みにくいと考えられる。

＜理由＞

(1) 園内で働く事業者は横の繋がりが強く、何十年も同じ縄張りを守りながら仕事をしてきたことから、園内で働くことに特権意識や意義と誇りを感じている可能性が極めて高い。園内の事業者コミュニティから離脱することは、心象的な面において、彼らの日常生活における暮らしやすさに少なからず影響を及ぼす可能性がある。

(2) 遺跡公園に来る観光客のうち半数以下しか Cultural Village に来訪しない可能性もあるため、彼らにとってはビジネスチャンスが純減するということになり、その補填をどのように考えるかということと、補填等によるメリットが(1)の懸念を払拭させ、園外に移動を希望する事業者をマジョリティにできるかという点が肝になる。全員を移動させたかったら「（多少の金銭的支援を含む）お願いベース」では実現できない可能性が高い。

観光客が、園内に事業者がいない風景を望むかどうかという点も考慮する必要がある。客引きや価格の駆け引きは面倒で鬱陶しいものでもあるが、それ自体が旅独特の楽しみとして観光客に認識されている側面も少なからずあることは否定できない。園内が遺跡要素のみにクリーンアップされることは環境保全や観光客の事故・トラブル軽減のためには確実に有効であるが、観光客の満足度とは必ずしもイコールにはならないことに留意する必要がある。

以上

提出・受領資料
なし

59 ヨルダン博物館との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 22 日（火）12:00 - 13:00	
場所： ヨルダン博物館	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
H.E. Eng.Ihab Amareen（General Director） 他（別紙参加者リスト参照）	谷村、碓氷、大山（記録）

議事

1. 同博物館での研修について
   1)ヨルダンを代表する博物館として国内の博物館への研修等を行っている。
   2)ペトラ博物館の職員に対しても研修を実施した。
   3)ムタ大学からの学生を受け入れ、博物館の様々な現場を OJT で体験させる実習を実施した。

2. 同博物館を中心としたヨルダン国内外博物館のネットワークについて
   1)国際博物館会議（ICOM）の ヨルダンを代表する地域委員会は ヨルダン博物館に置かれている。代表はスマイヤ王女である（かつては DOA に置かれていた）。
   2)ヨルダン博物館を中核とする ヨルダン博物館協会（Jordan Museum Association） が NGO の形で数ヶ月前に 設立された。 博物館としてのメンバーは現在 ヨルダン博物館の他に ペトラ博物館 、貨幣博物館 である。
   →ヨルダン博物館がこうした ヨルダンの博物館のネットワークの中心となり 研修などを行う姿は、 過去に JICA 側でも提言 していた形で、 こうした提言が ヨルダン側の自主的な動きで 現実化している形である。

3. 来館者の動向など
   1)元は多くの 学校からの遠足を受け入れていたが、 2019 年に死海沿岸で発生した鉄砲水による遠足時の児童集団３０名の死亡事故以降、 教育省が遠足を博物館含めて中止している。したがって ヨルダン博物館を遠足で訪れる 学生もいない。 ヨルダン博物館は 博物館の安全性を 訴え遠足の再開を教育省に求めている。
   2)ヨルダン博物館を訪れる来館者は 欧米人が多い。

4. 日本からの来館者
   1)日本人観光客の訪問を増やすにはどうしたらいいか というヨルダン博物館側からの質問
   →日本の観光客は死海文書など博物館展示の中身に非常に関心があるので、展示テーマや展示品についてプロモーションすることが重要
   2)ヨルダンはアジアとかつて海のシルクロードで繋がっていたので、そうした点を 再評価して観光に結びつけるのはどうか、というヨルダン博物館学芸員からの提言

5. ペトラ博物館や ペトラ観光に関して
   ペトラ博物館を Orudunna Jenna（Jordan Paradice）等のツアーに組み込むには JITOA の協力を得るのが良い。

ペトラとワディムーサの間の 渓谷沿いの 伝統的な 段々畑も非常に重要なので、 遊歩道にするなど整備するのが良いのではないか

以上

提出・受領資料

なし

60 USAID とのオンラインミーティング

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 22 日（水）12:30-13:30	
場所：米国大使館内 USAID オフィス	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
（USAID） Mr. Nizar Al-Adarbeth Ms. Rebecca Acuna Ms. Sara Calvert （JICA ヨルダン事務所） 山中嶋様、Ms.Shereen （PDTRA） Mr.Sabri Fdool	大原、アセファ、齋藤（記録）

議事

6. JICA PJT ﾁｰﾑより自己紹介＆齋藤より本ミッションの目的・概要についてプレゼン。

7. PDTRA と契約締結したと（Mr Suleiman 経由）理解していた５年間のプロジェクトについて

   ⇒未締結であることが判明。現在は観光分野における新たなポートフォリオを準備段階。しいては、今回 JICA のプロジェクトに内容によっては協力する姿勢あり。

8. ペトラ地域の現状・直面している課題・解決案について USAID の考え

   ・<u>オーバーツーリズム、合わせて特にクルーズ客が一度に 2000~3000 人遺跡公園に入る問題</u>

   ⇒このようなオーバーツーリズムの状況が発生するのは１年に５～６日程度に限定されているが、とは言え、事前予約制度を取り入れ、同時に入場出来る人数を限定する体制を整えるべき。合わせて、ペトラ地域を超えて、例えば Wadi Araba、Aqaba 等の周辺地域と組み合わせた観光プログラムを考えるべき。

   JICA PJT チームからの追加提案：現在 Low Season と言われる時期の例えば 1-2 月は Chinese New Year の時期である。世界の国々の旅行傾向を見定め、プロモーションや観光コンテンツに変化を行う等、工夫をすれば年間の中で大きな観光客数の波を抑えられると考える。

   ・<u>遺跡公園以外に見る・体験することがない問題</u>

   ⇒早急に遺跡の外で行える体験プログラムの造成、また歴史的に大変価値のある伝統工芸や建造物、民族の習慣等に焦点を当てた観光エリア・観光コンテンツの発掘・拡大が急務である。上記事前予約制度による同時に入場出来る人数を限定する体制を整えた場合、遺跡公園に入るまでに周辺地域で時間を過ごす必要性が出てくる。その際に提供可能な観光コンテンツを周辺地域で提供出来たならば、それら地域の発展・収入にも貢献する。

   ・<u>ペトラ地域での滞在が短い問題</u>

   ⇒上記に同じ。合わせて、ナイトアクティビティーが乏しいことも課題であり、早急に現在の Petra By Night 以外に楽しめるコンテンツを作成する必要がある。

・インフォーマルビジネス（遺跡内の違法キオスク・ロバやラクダ乗り体験等）が行われている現状

⇒USAID としては、これまでもインフォーマルビジネスを行っている人々を排除するのではなく、”フォーマライズ” するよう促す姿勢を取ることを理想としてきた。COVID-19 が終息傾向にある現在、USAID はマイクロビジネスセクターの人々の再出発を支援するつもりであり、これは今回の COVID-19 蔓延による打撃を直に受けていると思われるインフォーマルビジネスの人々も含むつもりである。彼らは今回の経験により切羽詰まった状況であり、政府のルールに則って生活をすれば＝フォーマルな領域で商業を行えば、いざという時にすがることが出来るという考え方にシフトする可能性もある。それを促す取り組みを行う予定である。

・他国から輸入したおみやげが大々的に観光地で販売されている問題

⇒ペトラやヨルダン製のお土産がないわけではないが、質の向上が必要。例えばナバティアの陶器はとても良いお土産となると思うが、実用性のあるように改善が必要である。

・Visitor Center の機能が VIP の接待とチケッティングに限られている問題

⇒ペトラ博物館に展示物を略全て移動したことにより発生した問題だが、空間をどうすべきか具体的な案がないままである。

JICA PJT チームからの提案：ハワイのハナウマベイのように、環境保全・遺跡保全の観点を遺跡公園への入場者に説明する、必ず入場前に立ち寄らなければいけない施設にしてはどうか。せっかく作成した Care for Petra の映像も現在上手に役立てられていない状況なので、施設内で流すのが良いと思われる。また、周辺地域（６つのコミュニティー）の商品を展示する空間として活かすことも推薦したい。

・MICE 案件の誘致がしづらい問題

⇒大人数を収容できる宿泊施設や食事場所、会議スペースがないのが根本的な課題だが、必ずしも団体が宿泊や会議をペトラ内で行う必要はない。現在の観光コンテンツの量や質を踏まえると、ペトラを離れ Aqaba 等をメインの滞在先とし、ペトラには日帰り滞在をするに留めるのが良い。他地域と上手に組み合わせた売り方をインターナショナルマーケットに対して行うことが得策と考える。

・遺跡公園周辺地域の移動手段の選択肢が乏しい問題

⇒レンタカー、馬などでの移動手段確立することが求められている。これらを提供するサプライヤーを選定し、運用を開始すべきである。

・ファミリー層を呼び込むことが難しい問題

⇒遺跡の散策は構造上子供やお年寄りには難しく体力も必要であり、散策以外の要素が提供出来ない限りはファミリー層をペトラ地域で受けることが難しいが、体験型プログラムやエンターテインメントのコンテンツを充実させたならば、状況は変わる。是非とも今回の JICA のプロジェクトで取り組んで欲しい分野である。

9. その他

・ペトラ遺跡に学校の団体が来場した際に、ガイド役として Small Rangers を設置するなどすれば、遺跡内の体験が拡大され良いだろう。(USAID)

・盲目の方など、特別なケアが必要な方にも遺跡の空間を楽しんでもらえる取り組みを引き続き行っていくつもりである。（USAID）

以上

提出・受領資料

＜提出＞JICA プロジェクト概要 PPT

＜受領予定＞ヨルダンで現在進行中のプロジェクトと今後行う予定のプロジェクトリスト

61 NET TOUR との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 22 日（水）14:00-15:00	
場所：NET TOURS オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Raja Jazzar	碓氷、谷村（記録）

議事

1. NET TOURS の概要
   1)本社はエルサレム。本社以外にアンマン、ギリシャ、トルコ、イタリアに支社を持つほか、ホテルも 3 軒運営し、イスラエル国内ではバス会社も経営している。さらにヨルダンのバス会社である Jett Bus の株式も保有している。
   2)取り扱いマーケットはアメリカ、欧州全域、アジア（マレーシア、インドネシア、シンガポール、フィリピンなど。中国は取引なし）、南米、オセアニアと世界全域にわたる。日本マーケットは HIS とバーチャルツアーの制作で仕事をしているとのこと。
   3)団体、FIT ともに取り扱いがあるが、特徴的なのはキリスト教の聖地をめぐる Pilgrimage Trip の取り扱いが多いこと。
   4)ヨルダンのツアーを販売するにあたり、「3 つのハート」というキーワードでプロモーションをかけている。
   ＊Heart of Face （ヨルダンの顔となる、例えばネボ山をフィーチャー＋ヨルダン人のホスピタリティ）
   ＊Heart of History（例えば Black Desert にあるナバタイ時代の都、ジャワなど）
   ＊Heart of Nature（死海やそこで堪能できるスパ、地上で最低に位置することなど）
   5)販売はインスタグラムや TikTok などの SNS を活用し、Authentic Jordan を打ち出して PR。ただし商談会はイスラエルの本社が管轄で担当しているため、ヨルダン単独の参加はない。
   6)従業員数：以前は 35 名いたが現在は 10 名、アカバのオフィスは一時的にクローズしている。
   7)新規従業員の採用は口コミがメイン。学歴よりも実務経験・人柄で採用を決める。

2. ヨルダン国内の行程について
   1)アンマン→死海→ペトラ→ワディラム→アカバというクラシックルートが中心だが、その中にカラクやショーバックを加えるパターンもあり。
   2)その他にヨルダンをくまなく回る 12 日間の行程も海外の旅行会社に提案（数字は泊数）。
   ＊アンマン①→ジェラシュ→マダバ①→ネボ山→ショーバック→リトルペトラ→ペトラ②→ワディラム→アカバ③→死海②→アンマン②
   ＊アンマン→死海②（翌日にジェラシュ、アジュラン、アンマン 1 日観光）→ワディムジブ→カラク①→ダーナ（フェイナンのハイキング）→フェイナン①→リトルペトラ・ベイダ→ペトラ③→ワディラム①→ハイキング（Siq Barrah & Um Fruth）→アカバ②
   ドイツやスペインでは 14 日間の行程を組む旅行会社もある。

3. 観光地としてのペトラについて
   1)新しいペトラ博物館はとても良い。ただ 2 日間パスを買っても開館していないとそのメリットがないので、開館時間は考慮してほしいのと、カフェが館内にあるとよい。
   2)博物館を活用した Special Interest ツアーがあるとよい。
   3)ラクダ、ロバに関し、Treasury にラクダがいるのは絵になってよいと思うが、フンがあちこちに散らばっているのは不衛生。これをきちんと清掃してほしい。
   4)公園内のショップやレストランは、PDTRA もしくは民間セクターがしっかりと投資をし、ステークホルダー全員に裨益があるようにするべき。
   5)園内で売っているものは Made in China ではなく、Made in Jordan であるべきだと思う。

4. 体験型商品について
   1)サルトでホームビジット体験を提供している。
   2)その他、アグリツーリズムや料理体験をアンマン、ワディラムで提供している。

3)ジェラシュの難民キャンプ近くにパッションフルーツの農場があり、フルーツピッキングの体験が可能。
4)体験型商品の開発は正直なところ個人的なつてに頼っているのが現状。
5)ヨルダン人と商売をするときは「相手が自分に何をしてくれるか」と基本的に思っていると考えて付き合うことがポイント。

5. その他
1)ヨルダンのプロモーションに関し、1-4)にある 3 つのハートのようなことを JTB や MOTA に提案したが、採用されたことは一度もないし、コンサルされたこともない。政府が何かしてくれるということは全く期待していない。

以上

提出・受領資料
なし

62 Jordan Tourism Board との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 22 日（水）15:00 - 16:30	
場所：JTB のオフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Ahmed and Mr. Afanah	大原、齋藤、アセファ（記録）

議事

JTB とのミーティングを開催し、主な協議の内容は、以下の通り。

1. JTB のマーケティング&プロモーション概要
   1)2022 年度は、JTB が十分な予算を持っているので、オンラインとオフラインの両方のプロモーションを行う予定である。
   2)現在、ライアンエアーやイージージェットなどの LCC に補助金を出し、彼らのマーケティングチャンネルでヨルダンを宣伝してもらっている。このプロモーションツールにより、LCC が就航する市場でのヨルダンのプレゼンスを高めることが出来ている。
   3)JTB は、ツアーオペレーターに対して、ツアーの売上や観光客に販売した宿泊数に応じて奨励金を支給している。
   4)JTB は今後、できるだけ多くの世界的な旅行展に参加する予定である。

2. ターゲット市場について
   1)ヨルダンにとってロシア、イタリア、フランス、イギリス、スペイン、ドイツは「クラシック・マーケット」と呼ばれており、JTB は継続的にプロモーションを実施している。それぞれの「クラシック・マーケット」において、JTB はその市場に合った独自のプロモーション手法を用いる。例えば、イタリア人観光客はカリナリーツーリズムに興味があり、ドイツ人観光客は文化や歴史に興味があるので、プロモーションの手法もそれぞれに違ってくる。
   2)ポーランドからの観光客は現在増加しており、近いうちに「クラシック・マーケット」のリストに加わる可能性がある。
   3)サウジアラビアはヨルダンにとって最大の観光ソース市場のひとつであるにもかかわらず、ペトラを訪れているサウジアラビアの観光客は少ない。サウジアラビアの観光客の多くは、文化や歴史、考古学的な観光には興味がない。ペトラでファミリーツーリズムの商品を開発すれば、サウジアラビアの観光客が家族と一緒にペトラを訪れるようになるかもしれない。

3. JTB のプロモーションパートナーシップついて
   1)JTB は「グローバルデータ」という会社と協力し、市場に関する統計情報を入手した上でプロモーションを行っている。
   2)サーチエンジンの改善、ソーシャルメディアへの取り組み、Expedia、TripAdvisor, Kayak, Trip.com、Trivago などの OAT との連携などは、JTB のデジタルマーケティングツールのひとつである。中国市場において JTB は、WeChat や Weibo と連携している。
   3)JTB は、デジタルパートナーを活用したグローバルなデジタルキャンペーンと、市場ごとに実施するプロモーションの 2 つのマーケティング戦略を展開している。
   4)JTB は、ヨルダンの e-commerce サイトである「OpenSooq.com」と連携し、主にアラブ人観光客向けのプロモーションを展開している。

4. Potential 市場について
   1)潜在的な市場として、将来的にはブラジル、チリ、モロッコ、アルジェリア、チュニジアなどでもヨルダンをプロモーションすることを検討している。また、フィリピンからの巡礼観光客が増えているため、JTB は今後フィリピン市場向けのプロモーションを検討している。また、2022 年度は北欧市場でのプロモーションも検討したいと考えている。
   2)高齢者と若者の両方の観光客をターゲットにしている。高齢者の多くは文化的・歴史的な観光を、若者はアドベンチャー・ツーリズムを目的としている。しかし、今後は 30～45 歳の観光

客が主なターゲットとなる。

5. アジア市場向けのプロモーションについて
1)中国市場における最初のプロモーションは 2015 年に実施した。本プロモーションの後、中国からの観光客数が非常に高い伸びを示し、これが 2016 年から 2019 年の間にヨルダンでの宿泊数を 0.4 泊から 4.8 泊に増加させることに貢献した。引き続き、中国市場でのプロモーションを強化して行く。
2)Chinese Travel Academy を開始し、4000 社以上の中国の旅行会社がヨルダンについて学び、ヨルダンの専門家から卒業証明書を受け取っている。また、JTB は、中国の若者の観光客をターゲットに、Tik Tok を使ったプロモーションを行っている。
3)これまで日本での具体的なプロモーションは行っていないが、2019 年、2020 年からは大使の尽力により、ヨルダン大使館とのコラボレーションが始まった。

6. JTB と PDTRA の関係について
1)JTB と PDTRA は、ペトラのプロモーションに関して互いに補完し、協力している。
2)PDTRA は JTB に年間 25 万 JOD を拠出しているが、JTB が PDTRA に資金の使用状況を証明する仕組みはない。
3)PDTRA の役割は主に商品開発、遺産保存、デスティネーション・マネジメントなどであり、JTB は海外市場へのヨルダンのプロモーションを法的に対応している。しかし、PDTRA も海外向けプロモーションを行うこともできる。

7. その他
1)主要なキャンペーンを実施した後、JTB はキャンペーンまたはプロモーションの影響を測定するために ROI 調査を実施している。2017 年にイギリスで行われたキャンプの ROI 調査もその一例である。
2)Jordan Pass は FIT の旅行者をターゲットにしている。
3)Uber をはじめとする B2C のタクシー会社を含む多くのサプライヤーがヨルダンに進出しており、観光輸送のインフラが整備されている。また、Jordan Pass のパッケージにホップオン・ホップオフ・バスを含めることで、ヨルダンの交通問題を軽減できるかもしれない。
4)JTB のプロモーションの 65%は B2B、35%は B2C である

以上

提出・受領資料
プロモーション戦略資料等をメールでもらう予定

63 TANIA TOURS との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 22 日（水）15:30-17:00	
場所：TANIA TOURS オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Bishara Sawalha(CEO), Mr. Anwar Sawalha (Operation Manager) Mr. Rakan Batarseh (Operations Officer)	碓氷、谷村（記録）

議事

1. TANIA TOURS 概要
   1)1990 年設立。インバウンド、アウトバウンドの両方を取り扱いが、比重はインバウンドのほうが大きい。アウトバウンドは主に夏のホリデーシーズンのみを取り扱い、欧州やトルコにチャーター機でのパッケージを設定し販売している。今年はトルコに 32 機のチャーター便を飛ばした。また 2002 年にはピースボート寄港時の手配も担当した。
   日本関連で 2000 年に JTB がヨルダンで大きなコンフェレンスを行ったことを記憶している。
   2)取り扱いマーケットは北欧、日本、イタリア、アメリカ、南米、欧州、アジア（東南アジア、韓国、香港など）。
   3)従業員数は現在 7 名。アカバのオフィスは一時休業中。

2. ペトラ観光について
   1)遺跡公園内のロバ、ラクダは大きな問題（Disaster,と言っていた）。衛生面、接客など早急に改善が必要。
   2)一方でロバ、ラクダに乗りたいというリクエストもあり、その場合は関係のある地元の Professional を通して手配をする。手配に当たり料金や遵守事項をしっかり伝えているので基本的に問題は起きていない。

3. その他現在抱えている課題
   1)経験のあるガイドが欲しい（ペトラに限らず）。特に日本語ガイドはヨルダン国内に 4 名しかいない。ガイドが不足する場合は英語ガイド＋通訳という形で手配をするが、英語を話せるツアーリーダーが同行する場合は英語ガイドのみ手配することもある。
   2)中国語ガイドは日本語ガイドよりも数はずっと多い。
   3)ガイドとの契約に当たっては、得意分野を確認するようにしている。
   4)日本を含め各ソースマーケットで価格競争が激しくなり、希望価格を提供するのに苦労する。食事についてバリエーションを持たせる、アラカルトを提供するなどしたいと思っているが予算が限られるとどうしても費用が安く済むビュッフェにせざるを得ない。
   5)ただサービスを提供する立場としては安かろう、悪かろうはやりたくなく、価格が若干上がってもそれに見合ったサービスを提供できるようにしたい。その点を理解していただき、価格についてはある程度柔軟性を持ってもらえると助かる。
   6)旅行会社側の担当が 1~2 年ごとに変わってしまい、ノウハウが継承されないのは辛い。

4. 新しい旅行用素材
   1)アドベンチャートラベルについてはその地機器を持つガイドの開拓・育成が必要。同社でもアドベンチャートラベル用のガイドトレーニング提供を検討中。
   2)アドベンチャートラベルはオランダ、ドイツからのお客様が多い。
   3)SIT ツアーとしてホームビジット（ジェラシュ、ペトラ、サルト、アカバで契約家庭あり）、料理クラス（ペトラキッチン、アカバキッチン）、ワインテイスティング（ランチ付き）などを提供。

利用ホテル
アンマンの 4 つ星ではクラウンプラザがメインホテル。そのほか 5 つ星のフェアモント、セントレジス、インターコンチネンタルなど。ペトラはゲストハウスが多い。そのほかはモーベンピックなど。

ペトラの 3 つ星クラスではアムロパレス、ペトラパレスが多い、またペトラムーンは朝日
サンツアーズでよく利用。エドムホテルは以前 HIS でよく利用していたがサービスレベルが
低下し、衛生面も悪くメンテナンスも行き届いていないことでクレームが続出し、現在は利用
していない。ワディムサにあるホテルでは Canddes　Hotel、La Maison Hotel、Old Village Resort など
（Petora Panorama、Grand View は経営状況が悪く利用していない）。
アカバはインターコンチネンタル、死海エリアはクラウンプラザやマリオットをよく利用。

以上

提出・受領資料
なし

64 Ranger Section との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 23 日（木）9 時 00 分～11 時 00 分	
場所：PAP 事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Salim Shamaseen (Operation Control Manager)	神宮、小出（記録）

議事

1. 緊急時対応について
   1) 基本的な流れは、気象予報の受信→PDTRA 災害対応会議の招集→緊急時対応の開始→レンジャー全員の公園内への配置→観光客への声掛け・避難誘導など→落石などの片づけ
   2) 気象予報は Amman にある Weather Forecast Department が毎週発表し、内務省を通じて全ての省庁に展開される。その他緊急の情報がある場合にはその日のうちに伝達される。なお、緊急時対応をとるかどうかの明確な判断基準は無い。
   3) 緊急時対応には段階があり、最も危険度が高い場合にはサイレンによる警報が鳴るが、危険度がそれほど高くない場合には段階に応じてレンジャーによる声掛け（入り口で「午後雨が降るから注意」など）やシーク入り口の封鎖などを行う。2019 年には緊急時対応が 3 回とられた。
   4) 緊急時対応の責任者は Emergency room のチーフ。現在は Infrastructure の Commissioner。
   5) 緊急時対応の際には全てのレンジャーが投入され、普段約 300m おきに配置されているレンジャー（昼間 22 名、夜間 11 名）が 50m おき（109 名全員）に増員される。レンジャーは観光客に声をかけ、必要に応じて安全なポイントに誘導する。
   6) 緊急時の人員や車の配置などに関するマニュアルがあるので後で共有する。

2. 日常業務について
   1) 毎年計画を見直し、リスクを減らすように努めている。また毎年冬前に Emergency room のもと緊急時対応の訓練を行っている。
   2) レンジャーは新たな Water channel を作り続けており、Infrastructure 部がダムを造っている。
   3) モニタリングカメラが 4 か所（入り口、宝物殿、カスル・アル・ビント、セット（？））に設置されている。
   4) レンジャーは連絡にトランシーバーを使っており、WiFi は使っていない、トランシーバーは 6 機、またトランシーバーのシグナルを増幅するための装置を搭載した車が 2 台あり、公園内のほぼ全域をカバーしている。Trail 外にもレンジャーが巡回している。

3. 2018 年の洪水について
   当時公園内にいた 3,500 人の観光客を 2 時間以内に避難させた。Trail course 沿いのすべての箇所から園内の退避場所に集め、2 台の電気バス、6 台のピックアップ、6 台の小型トラックで輸送した。

4. 不足している点について
   1) ロバやラクダによる無許可営業や子供の労働などをきちんと取り締まれていない。
   2) 人手不足。レンジャーのカバーの薄い区域があるので、あと 90 人は雇いたい。

5. 空間情報について
   1) UNDP が作成したハザードマップは使っていない。
   2) 落石や水害などの危険情報については、重点的に警戒している地域はあるものの、GIS などは使っておらず、属人的な経験知に頼っている。ただし、公園全域を知り尽くしている人は限られている。
   3) 公園内で問題（落石、器物破損など）を発見した場合には、基本的に発見した人が対応を行うが、遺跡の修復の場合には Heritage Resource Management に連絡し、発見したレンジャーが修復を担当する人を現場に案内する。

6. プロジェクト側から先方への要望

1)緊急時の人員や車の配置などに関するマニュアルを共有してほしい。

2)Emergency room と面談したい。

3)降雨データをもらえないか？

危険個所とされている場所を見に行きたい。

以上

提出・受領資料
なし

65 PDTRA Chief Commissioner H.E. Dr. Suleiman との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 23 日（木）12 時 30 分～12 時 50 分	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
H.E.Dr. Suleiman	神宮、小出（記録）

議事

1. 緊急時対応について
   1)自然災害への対応が最も重要となる。マニュアルなどをきっちりと整備する必要がある。
   2)現在 GIS は道路やダムなどインフラの情報や、遺跡の位置などへの利用が主だが、新しい道路ができれば災害の生じ方も変化するはず。包括的な戦略が必要。
   3)現在属人的な情報をみんなで共有できるようにしたい。
   4)ユネスコがフラッシュフラッドに関する研究を行ってきたので、成果を取り入れたい。
   5)Dr. Suleiman のバックグラウンドは Crisis management。リスク管理について河野さんも交えて意見交換することを楽しみにしている。

2. ICT の活用について
   1)観光客の利便性向上（Maas のようなシステムの導入など）のためにどのような技術が応用できるのか検討してほしい。必要な情報（GIS を含め）や経験は全て共有する。
   2)WiFi コネクションの増強や監視カメラの拡充など、マスタープランによる提案があればお金を他から引っ張ってこられるように善処する。

以上

提出・受領資料

なし

66 ワディ・ラムの視察

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 24 日（金）11 時 00 分～13 時 30 分	
場所：ワディ・ラム	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
	小出（記録）
議事	

1. リスク管理

トラックの荷台に乗って移動すること自体がリスクの高い行為である。訪問時は乾燥状態で、主に平地を走っていたので揺れは大きくなかったが、土が湿った状態ではどうか？



訪れるサイトによっては落石が散在していた。また強風にあおられて転落する危険性のある箇所（Rock Bridge）もあった。



冬になると降水があるとのことだが、激しくは降らないとのこと。狭小地形が限られているため、洪水の危険性は低そうであった。

訪れるサイトごとにテントがあり、茶を進められた。コップの消毒など衛生面は期待できそうもなかった。



2. 空間情報関係

ロレンスの泉付近まで 4G が使えるが、それより奥に行くと電波が弱くなり、圏外になる。特に岩陰は弱い。しかし、ローカルの人たちはスマホを持っており、Whatsapp も使っている。

観光業は 2 部族で行っており、それ以外の人は許可されない。ガイドは 95 人いるが、全て地元の人たちであり、サイトの案内に空間情報は必要としない。観光客も自らサイトを回るわけではないので、その目的では空間情報は使わない。

3. その他

ワジ沿いに植生が見られ、地下水の存在が示唆される。



以上

提出・受領資料

67 Directorate of Information Systems

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 26 日（日）9 時 00 分～10 時 00 分	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Eng. Shrouq Ali Al-Farajat, Mr. Mohamac Naeum, Mr. Nounqlein Abudrn	神宮、小出（記録）

議事

1. 園内の通信について

ヒュンダイが設置した WiFi Hotspot は技術的な問題で機能していないが、資金援助が切れたために直せない。旅行者が戻ってきたら年次のアクションプランに計上して修復し、またできるだけ拡大したい。拡大のための計画は文書化されていない。

お金の問題以外に、公園内に新たな施設を設けることに制約があることがボトルネックとして挙げられる。発掘調査との兼ね合いもある。

携帯電話（主要 3 社）のシグナルも園内に弱い箇所があるが、公園内やバッファーゾーンに基地局を設けられないため、仕方がない。園内（特にシーク付近）よりもバッファーゾーンかつ市街地の外の通信状況が悪い。

2. 監視カメラについて

現在園内に 15 の監視カメラが設置されており、盗みやスリなどの犯罪対策に用いられている。監視カメラの数を増やすことを考えているが、予算次第。毎年のアクションプランに計上する必要がある。

モニタリングルームで常時モニタリングしているのは公園外の市内の様子。自動的に車のナンバーを読み取ることができる。ナンバーから車種が識別できる。

プロジェクトチームから、エントランスで顔認証して園内の監視カメラでトラックするというアイディアを示したところ、興味があるようだった。

監視カメラのほか、プロモーション用のライブカメラが Treasury と Visitor Center についている。Treasury の方は機能していない。

3. GIS について

IT 部として整備計画があり、様々な部署から情報を集めようとしているが、まだ初期段階。様々な部署の情報に手軽にアクセスできるようにしたい。

そのためのサーバーやワークステーションを導入したいが、コストが高い。

主な GIS 情報は Urban Planning 部が持っている。

4. インターネット関連

Web サイトが 2 つ（政府用[1]、プロモーション用[2]）あるが、どちらもアンマンの私企業に外注して作っている。改修計画は無し。

SNS を用いた広報として、Facebook、Instagram、Twitter などを使っているが、予算不足と人手不足が問題。

5. その他

[1] https://pdtra.gov.jo/Default
[2] https://visitpetra.jo/

電子マネーの導入については、アイディアレベルで検討しているが、実現化には至っていない。

防災アラートを自動的に SMS で配信する技術に興味があるようだ。

Visit Petra や Jordan pass などのデジタルアプリは、現在破損していることの多いサイトの解説板を補完することができると考えられる。ちなみに解説板は近いうちに置き換える計画がある。

Amman から離れたところにあるという点で、IT 管理の上で問題解決に時間がかかることが多い。

6. モニタリングルーム

市内に設置されたモニタリングカメラから配信された映像を見ることができる。

空調が効いており、データサーバーが置かれている。サーバーのソフトウェアは Windows server 2012R2。

緊急時のアラートを発信するための機材も置かれている。



以上

提出・受領資料

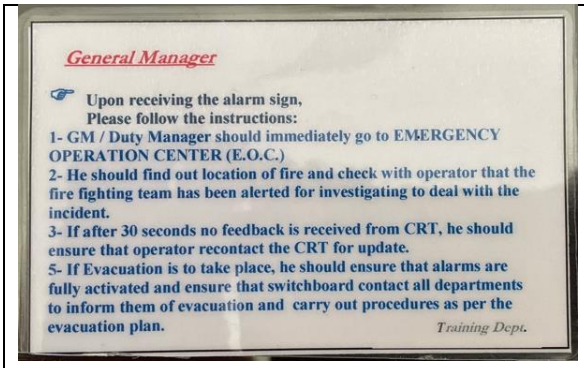
68 PETRA GUEST HOUSE との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 26 日（日）10 時 50 分～11 時 50 分	
場所：PERTA GUEST HOUSE	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Hanan Sweiss Crowne Meeting Director & Marketing Manager	河野（記録）、谷村

議事

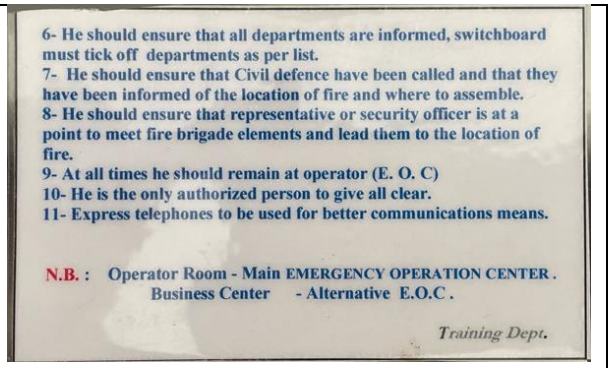
1. 2018 年の洪水発生時の対応
   1) サイトから避難した人々が最初に目にする大規模施設であるので、泥まみれになった人が大勢ホテルやその前の広場に逃げてきた。０階のラウンジエリアと０階客室を開放して避難者を受け入れ、飲み物やシャワーなどを提供した。ラウンジやホテル前のテラスは人で一杯になった。災害は昼頃に始まり、４時間程度で収束した。
   2) 当ホテルはサイト内に Basin Restrant を運営しており、そこにいるお客様も救護の対象となるため、レストラン裏手の道路まで送迎バスを回して当ホテルまで輸送した。
   3) 怪我人など、特別な対応をすべき人はその時にはいなかった。
   4) 災害時に団体を受け入れていた全ての旅行会社に対してはホテルから電話連絡を行い、ゲストが無事であることを伝えた。

2. 災害対策マニュアルとオペレーション
   1) ＩＨＧグループ（インターコンチネンタルホテルズグループ）の国際的な災害対応レギュレーションがあり、原則としてそれに従って厳密なマニュアルができている。そのため、どの国のグループホテルでも同様の対応をしているはずである。
   2) 全てのスタッフには災害時の役割を明記したカードが配られており、全員常に携帯している。災害発生時はこの役割を遂行する（アルバイト等の非正規職員も含む）。


General Manager

Upon receiving the alarm sign,
Please follow the instructions:
1- GM / Duty Manager should immediately go to EMERGENCY OPERATION CENTER (E.O.C.)
2- He should find out location of fire and check with operator that the fire fighting team has been alerted for investigating to deal with the incident.
3- If after 30 seconds no feedback is received from CRT, he should ensure that operator recontact the CRT for update.
5- If Evacuation is to take place, he should ensure that alarms are fully activated and ensure that switchboard contact all departments to inform them of evacuation and carry out procedures as per the evacuation plan.

Training Dept.


6- He should ensure that all departments are informed, switchboard must tick off departments as per list.
7- He should ensure that Civil defence have been called and that they have been informed of the location of fire and where to assemble.
8- He should ensure that representative or security officer is at a point to meet fire brigade elements and lead them to the location of fire.
9- At all times he should remain at operator (E. O. C)
10- He is the only authorized person to give all clear.
11- Express telephones to be used for better communications means.

N.B. : Operator Room - Main EMERGENCY OPERATION CENTER .
Business Center - Alternative E.O.C .

Training Dept.

   3) ホテルの工事・修繕など、一定期間の業務を委託する委託先とは、災害時対応を含む安全ルールを明記した契約書を取り交わす決まりとなっている。
   4) 緊急対応は、火災、自然災害、レスキュー、テロ災害等の分野に大別される。緊急対応を要する自然災害の対象は、火災、地震、洪水。冬期の雪による閉じ込めは緊急対応とは異なり、数日間をホテルで過ごすことができるための備蓄に関するもの。雪害による停電が起こった場合、圧水ポンプが作動しなくなるケースがあるため、水の備蓄と、自家発電用の軽油の備蓄が必要となる。
   5) テロに対するマニュアルはやや特殊で、避難場所のうちひとつは全員が知っているホテル前のテラスヤードだが、もうひとつの避難場所はマネージャーしか知らない。避難場所をリークされると人が集まっている避難場所自体がテロの標的になるリスクがあるため、「もうひとつの避難場所」は、マネージャーがその場の状況判断で決定するという仕組み。

ホテル前のテラスヤードには防災倉庫があり、非常時に使用する機器・資材を格納している。

3. 災害対策の研修と訓練
   1) スタッフ教育に関して、正規職員と、長期間雇用の非正規社員はフルスペックの安全管理・災害対策の研修を必修とし、短期契約社員であってもスケールダウンした安全管理研修の受講を義務付けている。これにより、全員が「災害時の役割カード」のミッションに則った行動がとれるようにする。
   2) 座学研修だけでは不足するため、年に２回の訓練を行っている。対象とする危機は火災のケースが多く、人命救助や消火訓練等を伴う。訓練シナリオは消防と連携して毎回個別に構築して行う。年２回実施する訓練のうち、１回は事前に予定されている研修＋訓練。もう１回はサプライズでマネージャーがある日突然スイッチを押して作動する。マネージャー以外は誰も訓練シナリオを知らない状態でサプライズ訓練を行うことにより、できたこと・できなかったことが明確になり改善点を洗い出せる。

4. 災害発生時の怪我人や病人の対応
   医療機関等との協定を結んでいるわけではないが、消防署との連携は常時ある。地域の防災システムがホテルと連携しているため、一定レベル以上の危機が発生した際には消防の側からホテルに状況確認の連絡がくる。ホテルから連絡したい場合には、フロントから直通電話で連絡ができるため、要請すれば通常は３分程度で到着する体制にはなっている。
   怪我人等の救護は政府の役割となるため、消防が主体となって救護にあたることとなっているが、過去の災害時に実際に運用されたことはない。

5. 災害発生時・平常時の情報発信について
   1) これまでは災害によってゲストが被害にあったケースはなかったため、洪水等が発生した際に「大丈夫です」「通常通りの営業です」などの情報をウェブサイト上で発信することはなかった。むしろ、そのような情報を発信することによって潜在顧客が不安に感じることのほうを懸念し、災害対策やリスクに関する情報をホテル独自で発信することはしていない。それらの情報を適切に観光客・潜在観光客に伝えるのは地域行政・政府の役割であると考えている。
   2) 但し、上記の判断は、洪水等の災害が頻繁に起こるものではなく、過去に 2～3 回程度の頻度のものであるため。より頻繁に災害が発生する地域であったなら、ホテルの立場としても何らかの情報を発信し、それによって安心を与えることが重要になるケースもあると思う。

6. 災害発生時に閉じ込められたゲストの費用負担の考え方
   災害発生時に閉じ込めにあった観光客が予定外の延泊・宿泊を余儀なくされた場合、原則としてその宿泊費は宿泊者個人が負担するものであるが、人道的な観点から、全額ではなく一部負担にするなどのことは検討することになると思われる。その対応は災害の状況によって個別判断となる。例えば、現在のコロナ感染拡大による渡航中止や旅行見合わせによるキャンセルについては、通常はキャンセル料が発生する期間であっても無料キャンセルを可とした。

7. 今後強化していきたいこと
   マニュアルに記載されていることは単なるルールに過ぎず、どんな状態にあっても、それを完全に実践できるようになることが理想であり、それに近づくには訓練の積み重ねしかない。訓練自体のレベルを上げ、スタッフの適応力を更に高めていきたい。

以上

提出・受領資料
なし

69 PDTRA Department of Operation & Control との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 26 日（日）13 時 40 分～15 時 00 分	
場所：PDTRA Dep of Operation & Control	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Salim Shamaseen (Operation Control Manager)	神宮、河野（記録）、谷村

議事

1. 2018 年の洪水発生時の避難誘導対応
   1) 災害発生時の対応事項は「観光客を動かし、サイト外へいち早く逃がす」ことに尽きる。
   2) 洪水発生から避難完了までのプロセスを 3 時間で完了。“Emargency (Response) Managament Plan For Petra Development & Tourism Region Authority”に準拠して行動。マニュアルは、洪水の水位別にはなっていない。
   3) ペトラから 7km 離れたアイン・ムーサエリアで、川が一度トンネルに入る。トンネルは幅 3m×高さ 4m と狭く、ここに入りきらないと洪水リスクがある。この場所が溢れた際にレンジャー間で状況を共有。当地点からペトラに水が到達するまでに 15 分の猶予があり、その間に避難誘導を行うことができたため、人的被害がなくて済んだ。この時間がもっと短かったら、被害が拡大していた可能性はある。
   4) サイト内での避難箇所は 3 箇所（アッサドゥ（エントランス）、アル・ハズネ、アルブトゥマ）。サイト外の誘導ゴール地点はビジターセンター周辺。

2. 非常時及びリスクが想定される際の体制
   1) 非常時には、地域の消防と常に連携が取れているため、要請をしなくても消防が来る。具体的な要望がある場合にはレンジャー側から消防に依頼する。
   2) 天気予報を見て洪水リスクが想定される場合は、予め上流の危険個所 6 ポイントにレンジャーを配置。洪水リスクがある場合に即時連絡を取る。同時に、サイト内に配置するレンジャーの数を増やし、危険個所への立ち入りを禁じたり、早期退出を促すなどの対応を行う。
   3) 非常時対応スタート時に特別な個別連絡報告はしない（消防と情報連携されているため、災害が発生したら自動的にわかるため）。避難誘導の完了については、マニュアルに基づき、PDTRA の緊急対策室長と、県の災害対策室に報告を行う。
   4) 平常時は、7 基の無線を使ってレンジャー間の情報連携を取っている。非常時には全基を使用し、21 基の無線を各担当者が、1 基をマネージャーが持って対応にあたる。
   5) PDTRA の災害対策チーム・マニュアルができる以前から、市役所を中心として雪による閉じ込めなどに対応する部署があり、それが現在の PDTRA の災害対策体制に引き継がれている。現在は、インフラストラクチャー部局の中に緊急対策室が設置され、当該部局に緊急対策室の長がいる。
   6) 地震は予知ができないため、突発的な対応となることが予想される。同じマニュアルで対応することになるが、発生頻度が少ないことから平常時に地震を対象とした訓練は行っていない。

3. 情報発信・報告等の手法と経路
   1) 洪水危機を知らせる相手は、サイト内の観光客に留まらず、周辺住民や農業関係者等も含まれる。モスクの管理等を管轄するアウカーフ省のペトラ支部と、エリア内のすべてのモスクはスピーカーが繋がっているため、アウカーフ省ペトラ支部に対して、リスクを知らせるアナウンスの発信を依頼し、その際の状況に応じた内容を、予め録音された内容でなく生の声で発信。モスクのスピーカーを通じて集落全域に音声で情報が届く（日本の防災行政無線のようなイメージ）。
   2) サイト内にいる人への注意喚起や誘導は英語で行い、掲示板やウェブサイト・SNS などは使わず、レンジャー等による人力のアナウンスのみ。

4. サイト内事業者との連携について
ペトラのサイト内で営業をしている事業者は全員、業種ごとに分けられた 16 の組織＋動物関連を統括する 1 組織、計 17 組織のいずれかに属しており、氏名や人数、営業箇所等を全て把握している。レンジャーとの連絡網があるため、災害時はそれぞれの責任者に行動指示を行ったり協力を仰ぐ。責任者に連絡がつかない場合には、サイト内に配置されている近隣地区のレンジャーが状況を把握し、口頭で代替のスタッフに連絡をする。良好な協力体制が築けていると考えている。

5. 2018 年の洪水以降に整備したこと
シークの中には 4 か所の小規模なダムがあるため、2018 年の洪水ではシーク外の最大水位が 2.5m だったが、シーク内ではそこまで高くならない。とはいえ、今後さらに大規模な水害にも対応し、シーク内への水の流入量を減らすため、シーク外のより危険が大きいと判断された箇所に 6 か所のダムを建設した。

6. 今後改善・強化したいこと

① ハード面
現在あるよりも大規模な（100m 規模の）ダムをサイト外に設け、ダム堤体を歩いて観光客が避難できるような安全なスペックと避難路ができるとよい。そのような構想はあるが、近年新規の 6 つのダムを新設したばかりなので、それがどの程度機能するかどうかを検証した後の話になる。

② ソフト面
週ごとの天気予報などをこまめにチェックし、リスクがある日には観光客に対して予め洪水のリスクとともに「何時までには退出するように」「このルートには行かないように」などの情報を与え、発災時にサイト内いる人数を減らすことができるようになるとよい。現時点では、デジタルでの情報伝達は検討しておらず、レンジャーによる声掛けを想定している。

7. 観光客の個人的な事故等への対応
約 300m おきにレンジャーを配置しており、ある地点で通った人数を次の地点のレンジャーに報告。人数が足りないなどのことを発見したら、横道に逸れたか、滑落したかなどのリスクを疑い、対応する。

8. 環境変化・環境危機の状況
1) 観光客の行動や観光客数増による遺跡や周辺環境への負荷が現象として表出しているという点は特段見受けられない。
2) むじろ、気候変動による 2010 年以降の降水量の大幅な減少のほうが生態系に与えるインパクトが大きく、1990 年代と比べると生息する鳥類の種の現象、植生の変化（複数の樹種の消滅危機）がある。（参考：平均降水量）269mm（2018）/174mm(2019)/280(2020)）
3) 人為的に植物を植えてみたりもするが、乾燥のためすぐに枯れてしまい、数年で 25%程度にまで減少してしまう。
4) 水資源については、近隣の山から集めてくるものを含めて、地下水を利用している。水道局が引いた水をホテル等で使用し、下水処理場で処理された水が農業用水やダムに転用されていく仕組み。

9. 人材確保について
1) 109 名のレンジャーがおり、平常時は日中 22 名／夜間 11 名を配置。シフトで回しているが、人員は不足している。
2) 現在のメンバーは殆どが 20 年以上勤務にあたっているスタッフで、若手がなかなか入ってこないことが悩み。近年の若年層は、8～15 時などの安定した勤務時間と給与を望むが、レンジャーの仕事は時間が不規則。また、レンジャー業務はかつて特別な任務として一般的な職業よりも高い給与体系であったが、2014 年に公務員に準ずるものとして雇用体系が変わり、それに伴って給与が公務員の水準に引き下げられた。公務員の給与が約 700JD のクラスの場合、近隣ホテルで勤務すれば 1,100JD 程度と 1.5 倍の差がある。なお、アカバの観光エ

リアのオペレーション業務についてはまだ“公務員化”されていないためサラリーが高く、ペトラのレンジャーの給与の約２倍。このような状況では、なかなか若い人材獲得が期待できない。 以上
提出・受領資料
なし

70 Research Center との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 26 日（日）、27 日（月）	
場所：PAP 事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
XXXX, Ms. Nisreen	大原、齋藤、小出（記録）

議事

1. Visitor survey について

   今行っている調査は目標 1000 のうち 650 まで終わっている。4 人体制で 1 日当たり 2-3 時間データ集めをしている。調査期間はあと 1 か月必要。そのあと 10 日ほどデータ分析の時間が必要。

   JICA 支援による第 2 期調査は、英語話者の男女 2 人組で 3 か所（Visitor center、Bus station、博物館前）で行う。飲食物の提供と引き換えに協力を呼び掛ける。またデータエントリのために 1 名、毎日 8 時から 3 時まで雇う。期間は 2021 年 11 月から 12 月。

   ←プロジェクトからは、入り口を含む公園内の 3 か所で調査を行うことを提案。また、揃いのキャップや T シャツなどで調査員だと分かるようにすることを提案。

2. GIS について

   2018 年から 2019 年にかけて UNDP 支援によって整備された GIS データが ArcGIS Online 上で管理されている。GIS データに紐づけて写真も保存している。レポートや文書も集約したいが、機能上の制限により実現していない。ArcGIS Online の利用にはライセンスが必要なため、ライセンスを更新できないと閲覧できなくなる。

   管理している GIS データは、公園内遺跡 20 か所ほど、WiFi 設置箇所、標識の設置箇所、発掘調査箇所、ケンカや窃盗などの情報、公園周辺の新しい道路など。

   日常業務で新たな GIS データを作成することは多くはないが、レンジャーなどから報告が挙がった場合には対応する。

   ←遺跡の破損個所を報告し、補修の実施と履歴の保存に至るまでの一連の流れを管理するシステムの開発を行うアイディアを提案。

   博物館が別に出土品のデータベースを持っている。

   地質データは UNESCO が持っているかもしれないので問い合わせる。

   GIS データの共有については上長の承認が得られなかった。

以上

提出・受領資料

71 Comissioner of Infrastructure との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 27 日（月）9 時 55 分～10 時 45 分	
場所：PDTRA Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Eng. Majed N. Hasanat (Connissioner of Infrastructure)	神宮、小出、河野（記録）、大原、齋藤、谷村

議事

1. 観光危機管理体制について

危機管理チームは毎年９月にメンバー更新がある（今年の体制は更新済）。ペトラと、周辺のコミュニティエリアをカバーできるよう、消防、警察等を含む関係機関を含むメンバーで構成されている。

2. 災害対策マニュアルの発動・解除基準

災害対策マニュアルは、ほぼ洪水に特化して策定されたものと言ってよい。地震等の他の自然災害やテロなどの人的災害や、環境危機等には対応していない。環境危機については、環境保全を担当する別の部署が対応・対策にあたる。

危機管理部局で判断し、対策室が発動する。洪水の場合は、スイスによる調査・支援によって整備された水位監視システムを常時モニタリングし、一定水位を超えると衛星を通じてアラームが発動するようになっている。

危機と対応の状況については３つの色で状況が示される。
レベル１「黄色」：準備ができている状態。例えば、大量降水が起こりやすく、スタンバイできている 9 月末の現時点はこれにあたる。

レベル２「オレンジ」：降水予報などによりリスクが察知された場合、リスクを想定した特別な監視や危機対応の準備が開始される。

レベル３「赤」：実際に危機が発生した非常時を指す。

危機が去り、平常時に戻ったと判断するためには以下の３つの条件を満たす必要がある。
①前述の水位監視システムによる数値が平常レベルに戻っている、②監視システムがない場所を含めた水位のリスク箇所を目視で点検し、平常レベルに戻っている、③ペトラのサイトに通じる流域におけるパイプやマンホール、砂防ダムなどの「水を逃がすための機能」が異常なく作動している

3. 過去の災害と対応

過去最大の被害は 1965 年の洪水の時で、38 名のフランス人が死亡した。その後危機管理体制を強化し、2018 年の洪水の時には 4,500 名の観光客がサイト内に滞留していたが、ひとりも被害者を出さずに済んだ。2019 年の降雨の際は小規模な崖崩れがあり、イタリア人の観光客が落石にあたって死亡した例があった。

4. 災害・事故等の影響で観光需要が減退した際の回復活動について

観光地では災害がどうしても発生し、全世界にニュースが発信される。災害自体をなくすことはできないため、PDTRA としてすべきことは、災害や被害の状況を把握したうえ原因を究明し、できるだけ早く・正確に情報を社会に発信することだと考えている（危機管理チームが情報発信の担当）。

5. 地震等、他の自然災害への対応について

地震や土砂崩れ等の自然災害についても意識はしており、リスクエリアを特定はしているものの監視システム等は配備していない。過去には、1991 年と 2021 年（約 4 か月前）に小規模な地震

が発生した程度で発生頻度は極めて少ない。洪水に対する対策が万全でない状況において、頻度の少ない危機に対して投資をすることが、（組織の立場的なことを含めて）困難な状況にあり、具体的な計画等はない。

6. 砂防ダム等の構造基準について

2018 年の洪水以降に作られた６基を含む「ダム」と呼んでいるものについては、コンクリート造ではなく地形に応じたアナログな砂防ダムであるため、厳密な設計書等はなく、簡易なものしかない。このような状況であるため、耐震等、構造物としての基準などが存在しない。岩を置いて大量の土砂の流れを止めるタイプのものと、岩と砂礫によって土砂だけでなく水の流れを遮断するものとがある。

砂防ダムを作ろうとして工事を開始すると、下から古代のダムの遺構が発見されたりする。

7. 今後の洪水対策計画等について

最も理想的なことは、洪水がペトラのサイトに到達しないようにすること。これまでの調査によって、水が流れてくるルートが全 64㎞に渡ることがわかっており、その中の危険個所を全て砂防ダム等で対処する場合、４つのコンクリート製ダムを建設することが望まれるが、合計で約 5.6 万ＪＤ程度の予算がかかり、直近の実現性は低い。将来的に、いつかは整備できるとよい。

8. その他

水質汚染等の環境危機に関することについては、インフラストラクチャーチームとは別の部署が担当していること、既存のクライシスマネジメントの範疇外であることから、環境担当部局に直接聞くのがよい。

以上

提出・受領資料
なし

72 ペトラ地域ハンディクラフト・女性団体とのワークショップ

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第２期）	
日時：2021 年 9 月 27 日（月）11:00-13:00	
場所：PAP (Meeting Room)	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
（Associations） 別途参加者リスト参照 （PDTRA） Mr Khalil Sowan	大原、谷村、齋藤（記録）

議事

JICA より事前に頂戴していた JICA DPL 資料（※）にリストアップされた協会を集め、これまでの活動～今後の活動計画、直面している課題等についてヒアリングを行った。参加協会は６つ。

※該当資料：The Development of local community –oriented tourism products and promotion of local woman with the fourteen societies/cooperatives within Petra Region concerned in woman empowerment

＜各協会からの代表者の言葉を基に作成した、活動内容等の紹介＞

❶ **Al-Taybeh Association for Social Development** *DPL 資料 p.9, no.9 の協会

活動拠点

タイベ

活動内容

タイベの貧困層を対象に、健康に関する講演、教育、女性による女性への手工芸品作成方・オンライン販売する研修の提供。ベビーシッターサービスの提供。

❷ **Petra Gate Association**　*DPL 資料 p.10, no.13 の協会

活動拠点

ワディ・ムサ

活動内容

陶芸、木版への彫刻（名前等）、彫金（伝統的な銅製品の浮彫）、手工芸編作り。

その他特記事項

- COVID-19 前は女性３名が所属していたが、現在は２名。理由は、需要減少による人数削減。
- 現在 Wadi Musa 内小さな建物内の工房で活動をしているが、資金調達が出来次第既に目を付けている大きな２階建ての建物に移動計画を立てている。
- 作品は、協会の人間が持っている伝手を使い、ホテルなどで販売している。
- 所属女性は、NGO 団体 IRADA（Initiative for Research and Development Action）で研修を受けた方を受け入れている ＝ 自身の協会では研修を提供していない。

❸ **Wadi Mousa Women's Association**　*DPL 資料 p.10, no.12 の協会

活動拠点

ワディ・ムサ

活動内容

女性用の手工芸品、学生服、鞄、セラミックモザイク作品の作成。ベビーシッターサービスの提供。

その他特記事項

- 1993 年設立。
- 現在１０名の女性のみで構成され、女性の経済的自立を目指している。研修時など必要に応じて一時的に男性を雇う場合もあり。
- 代表者の Ms.Mariam Al Nasarat さんは、Beit Al-Anbat（※）の代表者でもある。

※ 詳細は議事録#36 参照

❹ Al-Rajif Association for Special Education *DPL 資料 p.8, no.1 の協会

活動拠点

ラジフ

活動内容

ウール製品、ビーズ細工、等の作品作成。学校等ローカルコミュニティーからの依頼を受け、ペイストリーの調理とケータリングサービスの提供。（平均的な調理数：50~100 個）

先に述べた作品作りが可能となるよう、障害者への研修も行っている。

その他特記事項

- 1999 年設立。
- 障害者の方のエンパワーメントを目的とし、活動している。
- 現在１０名の障害者（女性８名、男性２名）と２名のスーパーバイザー（女性２名）で構成されている。
- 協会団員のコネクション＋ Tayibe や Rajif のバザーに参加　することで作品の販売、協会の紹介の場を作っている。

❺ Widows Association for Developmental Families *DPL 資料 p.8, no.3 の協会

活動拠点

ワディ・ムサ

活動内容

食事のケータリングサービス "Production Kitchen"、女性と子供用のクリニックサービス、縫製品（伝統的なドレス等）製作・販売（Visitor Center 広場内 "Traditional Arts and Local Handicrafts Store"で販売）。

その他特記事項

- Production Kitchen については、地元の食事（マンサフ、マクルーバ、ダワーリ、等）をテーマに、要望に合わせて食事を準備・ケータリングしており、過去に MoTA からの要望でリトルペトラの屋外キャンプに 200-300 名規模の食事を届けたこともある様子。毎度ケータリングを行う場合には、5~10 名女性を雇いサービスの提供を行っている。
- 新規プロジェクトとして年配の女性が健康に関するセラピーを行うことを考えており、現在支援先を探している。

❻Petra Ceramics Cooperative Society *DPL 資料 p.8, no.2 の協会

活動拠点

タイベ

活動内容

日常的に使用可能なナバテア時代の陶器を模した陶器作品作り。モザイク陶器作品作り。

その他特記事項

- 2005 年設立。
- 現在 45 名（女性 40 名、男性 5 名）で構成される。内、給与が支払われる対象者は 5 名。COVID-19 以前は@200JD 程の額が現在@100JD 程に下がっている。
- ナバテア時代の陶器伝承を目的に活動をしている

＜フリーディスカッション内容＞

- 共通課題として挙げられるのは、販売スペース・作業スペース不足、そして作品の存在や価値に気づいて貰えないという不満。
- 販売スペースの 1 つとして、PDTRA が Visitor Center 広場内、Guide association の左横に "Traditional Arts and Local Handicrafts Store" のスペースを提供しているが、各協会に 4-5 ㎡程のスペースしか与えられておらず、展示可能な作品の大きさにも限りがあり、また独自にブランド作りの為の工夫もろくに出来ず、あまり意味をなさない空間だと協会側は感じている様子。同時に、スペースを渡されているのにも関わらず、未使用ないし物置となっている協会もあり、積極的に活動をしたい協会としてはフェアではないと不満が大きい。一方、協会独自では資金不足で新たに販売スペース・作業スペースを借りるないし購入することが非常に困難な為、PDTRA に支援を強く求めている。
- 常時店舗としてスペースを確保出来ないならば、一時的なバザーを Visitor Center で開きたいという要望も協会側からあり。2014 年に PDTRA の協力による屋外スークが開かれ、また 2019 年には中等学校生によるバザーも行われ、いずれも成功した模様。このような機会を増やして欲しいと協会側から要望あり。
- 協会側としては、伝統的な作品、良い品質の作品を提供しているのにも関わらず、中国や東南アジア、また周辺の中東・西アジア地域からお土産品が輸入される事実、また価格面では競争出来ない事実に苛立っている。
- ❻の協会では、オンライン販売も軌道に乗り、メディアにも取り上げられることもあり、名前が知られるようになる段階まで熱心に活動をしているにも関わらず、PDTRA が支援をしない事実に大きな不満を抱えている。
- PDTRA 側としては、COVID-19 蔓延前、月に 1 ～ 2 回 Elgee Village のスペースを無償で協会側に提供し、販売の機会を設けていたが、場所的に観光客のルートから外れているため訪れる観光客はなく、協会側としては大した成果も上がらなかった。また COVID-19 蔓延以降は訪問者もなく閉鎖されている状況である為、別の形の援助を PDTRA に求めている。

JICA PJT チームからの提案：

- 週や月の限定した日（週末／月末、等）に、主要協会全てが自身の持つ販売・作業スペース、ないし PDTRA が許可すれば Visitor Center 等観光客が足を運び易いエリアで青空マーケット（金曜スーク（定期市）等）の開催を試みてはどうか。このような横の連携を利用したプロモーション活動は効果的だと考えられる。

・ 現在 Jordan Paradise の効果で火曜日に特別ヨルダン人がペトラに訪問している様子。本格的に国際的な観光が始まるのには未だ具体的な見通しが立っていない為、先ずはヨルダン人をターゲットにこのようなプロモーションを行ってみてはどうか。 以上
提出・受領資料
＜提出＞ なし ＜受領＞ ・ Wadi Mousa Women's Association　の概要資料（アラビア語・英語） ・ ・ Al-Rajif Association for Special Education　の概要資料（アラビア語）

73 Clinic inside of Petra (Doctor of PAP)との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 27 日（月）12 時 15 分～13 時 05 分	
場所：PAP Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Ali Masadeh　応急処置ユニット課長	神宮、河野（記録）、谷村

議事

1. 2018 年の洪水発生時の対応

洪水発生時は何かあればいつでも対応できるよう監視と待機をしていたが、結果的に怪我人や病人が発生することはなく、具体的な対応をせずに済んだ。

2. 当該地区の医療体制

ヨルダンにおいては、救急車の要請は観光客も国民も無料。

通常、ヨルダンでは地域の人口密度に応じて総合病院を配備する。ペトラやワディムーサを含む当該エリアは通常の人口基準では総合病院を配置できる条件にないが、世界各国から来る観光客に安全に観光を楽しんでもらうことが重要との考え方から、ワディムーサに国立の総合病院が設置されている。大抵の症例に対応できるよう専門課が揃っている。

ワディムーサの国立病院は、総合病院 Queen Rania Hospital（ペトラから約 10km）と、小規模なクリニック Wadi Mousa Health Centre（ペトラから約 5km）の２件がある。これらの病院と当クリニックは協定を結んでおり、「観光客の診療は必ず受け入れる（保険加入有無や症例の如何を問わず）」ということが義務付けられているため、観光客がたらい回しにされることがない。重病・大怪我の多くは Queen Rania Hospital で対応可能であるが、症例や患者本人の希望によっては、アンマンの病院に転院することもある。

観光客の中には、旅行保険未加入者等も含まれるが、医療費収受のトラブルが社会問題になるようなことはなく、未収トラブルはそれほど問題視されていない。ツアー客が半数以上を占め、旅行会社を通じて支払交渉が可能なケースが多く、FIT 客も保険に入っている人が殆どであると聞いている。仮に未収が発生した場合も、国立病院のため経営的に問題がないということもあり、私立病院とは異なりそれほど問題視しない（やむを得ない場合はホスピタリティの範疇として考えている）。

COVID-19 に関しては県ごとに指定病院が定められており、検査で陽性になった人は指定病院に搬送される。マアーン県では、上述の Queen Rania Hospital とは異なる別の病院が指定されている。

3. 当クリニックの体制と機能

常時３名が勤務。１名の救命救急担当者＋２名の看護師。コンパクトな施設で患者数 10 名程度まで一度に待合可能。簡単なケガやちょっとした体調不良等のケアを行う施設。当クリニックでの処置は全て無料で行うこととなっている。

当クリニックの運営に係る費用は PDTRA が負担している。2011 年に観光客にアンケート調査を行った際、安心安全な観光の実現に向けたニーズとしてクリニックの要望が一定程度あり、その結果としてサイト内にクリニックを設置した。

クリニックができる以前は軽傷者でもサイト外の病院へ搬送せざるを得なかったため、それらの人は観光を中途で切り上げなくてはならなくなる。今では、処置の終わった軽症者がそのままサイトの観光を継続できるようになった。また、具合が悪くない人にとっても“クリニックがここにある”ということを目にするだけで安心するという声も多く、安心の提供に繋がっていると実感している。

4. ペトラのサイト内における観光客への医療対応

手術を要するような大怪我や疾病に対しては対応できないため、消防に救急車を要請する。大抵は５分程度で救急車が到着し、ワディムーサにある総合病院へ搬送する。

対応は英語で行う。ガイドがアテンドしている客の方が多いこと、FIT 客はある程度英語を話すことができることから、言語面で困ることはそれほどない。ペトラのサイト内の多くの場所にＡＥＤを配備するのが理想であるが、現在はクリニックに１台あるのみ。ヨルダンでは電気で稼働するＡＥＤが一般的だが、歴史地区のため自由に電気を張り巡らせることができず、配備が進んでいない状況にある。

患者が自力でクリニックまで来られない場合や、救急車が進入できない場所での急病発生の際には、レンジャーの協力を得て患者を輸送する。レンジャーに対する応急処置講習を実施しており、現在所属しているレンジャーの約９割が講習済である。怪我人や病人の発見からクリニックまで搬送するか又は救急車に乗せるまでの間にできるだけ早く応急処置ができるよう、レンジャーには救命救急の簡易キットを渡している。より広範囲をカバーするためにキットの数を増やしたい。国連のファンドや PDTRA 予算でキットを少しずつ購入しているものの、充分な量の購入には至っていない。

5. 今後、医療を通じた安心安全強化のために強化したいこと

① 設備面
ペトラサイト内は狭い道も多く、患者がいる所から救急車が停車できる場所まで距離がある場合はどうしても搬送の時間がかかり、その間にリスクも高まる。狭い道や山道に対応できるコンパクトな救急車の導入に関して要望を上げたことがあるが、おそらく費用面が理由で導入には至っていない。

② 人による対応力の強化
レンジャーだけでなく、サイト内で働く飲食店や売店などの多くのスタッフに対しても救命救急の講習を受講してもらい、各店舗などに救命救急キットを配備したい。サイト内に常駐するより多くの人々が観光客の命を守るための対応力を付けることができれば、安心安全のレベルがさらに向上すると考える。

以上

提出・受領資料
なし

74 EBRD とのミーティング（オンライン）

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 2 期）	
日時：2021 年 9 月 28 日（火）9:00-10:00	
場所：オンライン (TEAMS)	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
（EBRD） Mr Samain, Rami （JICA ヨルダン事務所） 山中嶋様、Ms.Shereen	熊田、大原、谷村、齋藤（記録）

議事

10. JICA PJTﾁｰﾑより自己紹介＆齋藤より本ミッションの目的・概要についてプレゼン。

11. フリーディスカッションから得た情報

- EBRD (European Bank for Reconstruction and Development) のヨルダンの主な活動は、持続可能なエネルギーへの支援、民間企業への直接・間接的な融資、インフラ改革の推進、非政府系金融の促進などである。
- Sami さんの同僚である Ms Merna さん（今回不在）は EBRD のコアな事業＝銀行業務を担当しているが、同時に資産やツーリズムに関する業務も担っている。
- COVID-19 蔓延前は、EBRD としてツーリズムに関わる投資事業の太いパイプラインを持っていた。いくつか具体的なプロジェクトもあり、１つは PDTRA と JICA とペトラの観光をより活性化させる目的のもと進めようとしていたものであった。しかし、COVID-19 の蔓延により世の中の状況は大きく変わり、このプロジェクトは破綻した。
- 現在は、銀行業務、そして政府と民間企業への投資に関連する技術・能力支援が EBRD の活動内容となっている。（主には民間企業が対象。）
- Mr Sami さんの業務は、EBRD の投資に関連する経済的包括性と介入を設計することである。
- EBRD の投資先は 80-85% が民間企業である。残りの 15-20%は地方自治体、政府機関、国営企業である。
- 投資を行う項目・目的としては、再生可能エネルギー等環境に配慮した活動や、女性の社会進出促進活動等である。後者については、①特に若手世代に必要な技術習得の提供をすることでエンプロイアビリティーの向上を目指し　②インフラやサービスへのアクセスの提供を行い　③お金を得ることの達成 を３つの大きな柱と捉えている。
- 日頃、マイクロファイナンス機関と仕事をしており、クライアントのバリューチェーンや技術・能力支援の程度を審査している。
- ヨルダンに限っては、国民の７割が３０歳未満であり、失業率が高い状況である。（COVID-19 蔓延前も高く 30%の失業率だったが、蔓延後は 50%以上と推定される程高くなった。）これには幾つかの理由が考えられるが（例１：ヨルダンの経済状況が悪く職が足りない / 新たな職の機会を生めていない。例２：COVID-19 蔓延により経済状況は悪化し、ツーリズムに関わる事業については最も痛手を被った。）、一番重要な理由は、（学業や技術研修等を受けた後）**雇用を待ち望んでいる人材の所持しているスキルと企業が提供可能な職に必要なスキルがミスマッチである事態**である。ここが、EBRD として取り組んでいる部分である：
    ① Abdali Mall (アンマン) は EBRD の顧客である。建設への投資契約時に、Mall の中に入る店舗で働く為に必要となるスキルを身につける為の、若者に対してのトレーニングセンターの設置を盛り込んだ。EBRD が独自の研修プログラムやカリキュラムも準備し、Mall の範囲を超えて同様のスキルを必要とする事業者に対しても適用可能なものとし

た。これは若者にスキルを身につけさせただけではなく、Mall 等の民間企業で働く為に必要となる＝就職に繋がり易い技術・能力支援方法の良い例である。もう 1 つの EBRD の出資先である Ayla Oasis (アカバ) でも同様の施策の実施を試みている。

Abdali Mall での取り組みは結果的に 3000 もの新たな雇用を実現した様子。

② EBRD では 民間企業と政府を繋げる働きかけも行っている。例えば、ツーリズムに関わる事業者の代表者達から成る Tourism Skills Council を設置、セクター内の優先的に従業員が必要と思われる職の特定をし、更には “National Occupational Standards (※)” という職ごとに必要なスキル・言動などを定めた資料の作成を行い（この資料は Ministry of Labor や Technical Vocational Skills Commission に承認されている）、その内容を基に研修をプログラムすることに役立てている。

※一般に公開されている様子 (研修提供事業者に対しては確実に公開されている様子)

- 現在アドベンチャーツーリズムに関わる “National Occupational Standards” 作りに取組み始め、5 つ出来上がっており、2022 年 2 月末には 20 個のスタンダードを作り終える予定である。
- 職の創出というエリアには、EBRD として踏み込む予定はない。
- 「ツーリズムは若者にとって、職に就く登竜門とも言え、上の世代と購入する良いきっかけとなると共に、国際社会に関わるきっかけともなる。」という熊田さんの意見には賛成しており、もし今後例えば熊田さん提案のアドベンチャーツーリズムのガイド育成等、JICA 共同出来るプロジェクトがあれば、また EBRD の方針に合うものがあった場合には前向きに検討して頂ける様子。
- もしペトラ地域で（若者が）ツーリズムに関わる新たなビジネス/企業を始めたい場合等、EBRD が直接的に金銭的な支援する為の条件・仕組みはない。基本的にマイクロファイナンス機関を通じて行うことが想定される。
- 来年初頭には EBRD の活動内容に “New Inclusion Strategy” が運用される予定である。これまでは、雇用される人材とする為の支援だった枠を、自営業を実現する技術・能力支援へと広げるもの。既に 10 個の Home-based businesses を立ち上げるパイロットプロジェクトを行い、この様なビジネス方法の弱点を特定し、（弱点＝マーケット、商品やサービスの提供に関わるバリューチェーンにアプローチする力が弱い）business hub を設立することを検討する段階に現在到達している。この一連の内容は、UNHCR に毎月の報告会で共有しており、他のメンバーから注目されている。今後このプロジェクトが他のプロジェクト等に役立つきっかけとなれば喜ばしいと EBRD としては考えている。
- EBRD は先週ヨルダンのツーリズムに関わる機関の運営委員会の開催を行った。参加したドナー、また企業の代表者の中には、デジタル化に注力している機関もあれば、労働力向上に注力している機関もある等、区々である。だが、ツーリズムという共通の軸のもと集まって、意見交換をする場を設けたことには非常に生産的であり、今後も続ける予定である。

次回開催する際には、ぜひ JICA の PJT team にも参加頂ければと仰って頂いた。

⇒PDTRA に報告・相談の結果承認が下りればぜひ参加させて下さいと回答。

⇒現在政府機関を加えずに運営員会を進めたいという意見も出ているので、その場合は今回の PJT team ではなく 「JICA としてどなたか事務所の方に参加して頂くのが良い」というところに落ち着いた。

以上

提出・受領資料

＜提出＞ JICA プロジェクト概要 PPT

＜受領予定＞

75 Petra Hotel Association との面談（危機管理に関するヒアリング）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 28 日（火）10 時 10 分～11 時 00 分	
場所：Petra Hotel Association Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.　Tariq Ahmed Twaysie	神宮、河野

議事

7. 当組織の役割について

６つのコミュニティからなるペトラ地域全域の１～３Star のホテルを統括する協会。４～５Star のホテルは国際的な大規模なホテルが多く、地域のホテル協会に加盟する必要性がないため、それらのホテルは独自で活動しており地域団体には属していない。

通常の業務は、マーケティングや価格の検討、各ホテル独自では解決できない様々な問題解決の支援（行政組織との“つなぎ役”を含む）。

8. 災害対策マニュアルの運用

PDTRA の災害対策マニュアルに則って運用している。

毎年 9～10 月の洪水リスク時期を迎えると、各ホテルと連絡を取り、川の監視システムの情報をきちんと取得できる体制を整えているか、自ホテル周囲の危険個所を把握しているか、などの確認・フォローを行い、注意喚起をしている（ルーティン業務）。

災害発生時のゲストの安否確認については、各ホテルが抱えるゲストの情報を収集、協会に報告を行い、協会は、すべてのホテルからきちんと報告されたかをチェックする。連絡のつかないゲストがいる場合は、情報を取りまとめて地域行政の危機管理課に連絡報告を行う（PDTRA ではなく）。

協会には、僅かではあるが、非常時対応のための予算がある。ホテルが損壊したなどの場合、予算内で対応可能なものについては協会の予算を支出する。大規模な被害で協会予算では対応できないケースでは、各ホテルの被害状況を記録し、PDTRA と地域行政の危機管理課の双方に報告し、補助金等の支援を要請する。

災害時に観光客がやむなく１～２泊の延泊を余儀なくされた場合、観光客から追加宿泊費を徴収するのが原則とする。どうしても支払えない人がいた場合などは都度 PDTRA、各ホテル、協会の３社で協議を行い、３社間で費用負担割合を決める。

9. 2018 年の水害後、組織として行ったこと

洪水の後、ホテルの周辺に大量の泥が溜まり、個々のホテルで片付けることができる状態ではない箇所があったことから、協会から PDTRA や地域行政に撤去を依頼した。

10. 水不足問題への対応

前提として、ヨルダンでは毎日水が自由に使えるわけではない。週に２～３日だけ水道から水が出るので、それを個々の家や施設のタンクに貯めて利用している。

電気の場合、1kw＝0.16JD、水は水道利用で 1 ㎥＝2.9JD、タンクで運んでも同等の 3JD 程度。水道水や井戸水を飲用にするための高性能フィルターを備えた公的機関としての浄水場はなく、各家・施設で独自に高性能フィルターを導入するか、民間企業が販売する処理水を購入する。民間企業が販売している飲用可能な処理水は 20ℓ 単位で販売されている。

2019 年、あるホテルに 50 名が滞在している時に水が足りなくなった。その時は協会がタンクで水を購入して運び、有料でホテルに提供して対応した（水を運ぶ車両のタンクは 20 ㎥）。水不足は恒常的な問題のためこのような対処療法では埒が明かないことから、水道局に申請し、ホテル協会として井戸を掘ることとした。井戸は深さ 200m から化石水を汲み上げるもので飲料には

利用できない。パイプで個々のホテルと連結し、水がなくなった緊急時にホテルがリーズナブルな価格で井戸水を利用できるという仕組み。これを整備するために 70,000～80,000JD（1,200 万円程度）かかった。まだ運用前だが、１～２か月後くらいから運用できる見込みである。

11. １～３Star ホテル運営の課題

水に係るコストが常に経営を圧迫する構造になっており、ホテル運用コストの 20～28%を占めている。各施設は小規模事業者のため個別に高性能フィルターを備えることができず、飲料水は購入するほかない。

12. 当協会が課題と考えていること

① 人材確保と育成

語学、キッチン、コンシェルジュなどの基礎的なスキルを持つ人を雇用することが困難で、採用後に一定の研修が必要になることが殆どであり、それが個々の施設の負担になる。理想としては、採用前に協会主催で 1 か月程度の研修を行い、基礎的なスキル水準を満たしてから各ホテルに配属できるとよいが、スポンサーがいないと現在の協会の予算では実現できない。

② マーケティング体制の構築

各ホテルでも顧客のマーケティングを行っているが、費用や知識、余力がないためできることは限られている。協会としてマーケティングを精緻に行い、ホテルに情報を提供したり、新たな策を検討する材料にできることが望ましいが、予算不足でマーケティング精度の向上や、それに伴うプロモーション活動ができないでいる。

COVOD-19 流行中の現在、サウジアラビアに入国したい人がヨルダンで 14 日間の中継滞在を行っており、これが瞬間的な一大マーケットになっている。これらの人の多くは国境であるアンマンやアカバに多く滞在していたが、ペトラ地区にも滞在して貰えるよう地域行政に働きかけを行い、一定数を誘客することができた。

以上

提出・受領資料
なし

76 Petra Tour Operator Association との面談（危機管理に関するヒアリング）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 28 日（火）11 時 10 分～12 時 05 分	
場所：Jordan Artist Tours Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Sami A. Alhasanat	神宮、河野（記録）、谷村

議事

10. 当協会の概要

ツアーオペレーター協会の本部はアンマンに所在。こちらはそのペトラ支部。34 の旅行会社・オペレーターが所属する。

11. 災害対策マニュアルの運用

PDTRA の災害対策マニュアルに則って運用している。災害時協定は結んでいない。

当協会の災害時の活動原則は「スタッフみんなが即時現場に急行する」。サイトに入り、PDTRA やレンジャーの指示に従い、観光客の避難誘導支援にあたる。オフィスに待機してコントロールハブとなるメンバーがいるというわけではなく、現場で随時スマートフォンにてスタッフ間の連携を取りながら動く。

特にシーク内は逃げ道がないため、洪水が発生してから避難誘導を開始したのでは間に合わず、リスク情報を入手してから消防の到着を待つこともリスクがある。現場の近くにいる人が初動対応に即時あたらなければいけない。

ツアーオペレーターとの連携については、まず、各社が自社ゲストの状況を把握し、協会に報告する。各社からレスキューの要請があった場合は、協会が消防に連絡して要請を行う。団体ツアーの場合は、グループに無線機を持つツーリストポリスが帯同しているため、無線から連絡が入ることもある。最終的に、取りまとめた情報と対応内容について、協会から PDTRA に報告を行う。

雪害等で通行不能になった場合などの対応を担うのは県の危機管理担当部局。県のトップが危機管理部局に対応指示をトップダウンで行うことが通常。

12. 2018 年の洪水発生時の危機情報収集

非常に役に立ったのが SNS。当該エリアに居住する住民の約 6 割が観光業に従事しているため、観光地や観光客保護に対する意識が高く、リスク情報を入手した人が Twitter、Facebook、Whats App などのあらゆる SNS を使って動画付きで情報を発信したことから、観光関連事業者が早期にリスク情報を入手して、遺跡周辺に水が到達する前に避難誘導を開始することができた。

情報が集約されたあと、集落全体への発信はモスクのスピーカーを通じて行う。谷の下にオリーブ畑があり、そのエリアで農業に従事している人は浸水リスクがある。

13. 自然災害リスクへの認識と対応

① 洪水・土砂崩れ

地域最大の自然災害リスクは洪水と、それに伴う土砂崩れである。砂防ダムはナバテア時代のものを含めて複数あるが、老朽化しているものも多く、現時点のダムの質と数では洪水を防ぎきれないことは明らかで、ダムを強化することが減災のために不可欠であると考える。

マニュアルと初動対応のアクションがいくら完璧であっても、救助に必要な機器や資材が潤沢でないと被害を最小に留めることはできない。土砂を排除するブルドーザーや倒壊した石を起こすジャッキなど、救援に必要な機器が圧倒的に不足している。

② 地震

過去、地震はA.D.151／336／749／1895／1927年などに行っていることが記録にある。1927年以前に描かれた絵画に描かれているローマ時代のアーチが現在はなくなっていることから、1927年の地震で倒壊したことがわかる。

地震は洪水と比較すると圧倒的に発生頻度は少ないが、発生可能性のある土地であるということは明らかであり、本来は対策を進めていくことが望ましい。いつ来てもおかしくないものであるという認識はある。

地震によるリスクは、クラックが発生することにより岩に水を吸収しやすくなり、結果的に岩が割れやすくなる原因を作ること、土砂崩れ、高いところにある岩の落下などが想定される。

1998年に、シーク内で大規模な工事を行い、そのことによりシークに歪みが生じ、シーク自体が不安定になり地震で揺れやすくなったと聞いている。

14. 安全情報の発信

災害収束後の安全宣言や、災害対応中のペトラ地域全体の状況に関する情報発信については、PDTRAや国・県の役割であると考えている。当協会にはプロモーション業務の担当者はおらず、ウェブサイト等で協会独自に情報発信を行う決まりにはなっていない。

特に、マスメディアに対して情報を発信するのは、国・県の危機管理担当部局の役割である。

災害時や、平常時における災害への対応について、以下の３点が重要なポイントと考える。

① 真実を正確に伝えること

洪水や地震は頻度が稀とはいえ、確実に存在するリスクであるので、「安全です」という発信の仕方をすると嘘になる。リスクの存在や災害発生時の状況等については正確に発信する必要がある。

② 丁寧なコミュニケーション

発生前・平常時には、災害発生時の対応・手順に関する情報を、災害発生時には被害状況や対応方針・対応状況などについて状況の進行に応じて丁寧にコミュニケーションを図ることが極めて重要である。

③ 非常時に対応できるスタッフの存在

リスクの発見、災害対応、事後処理や回復フェーズなどの全ての場面において、対応可能な知見を持つスタッフが、適切な人数存在すること。

以上

提出・受領資料
なし

77 Visitor Center との面談（危機管理に関するヒアリング）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 29 日（火）12:00-13:00	
場所： Visitor Center 内オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.　Yaseen A Alsaidat	河野、谷村

議事

8. 当組織の役割について

管轄業務は、ビジターセンター内と周辺の観光客への対応とチケット販売、入場ゲートの管理。サイト内に関する業務には対応していない。

ビジターセンター内で遺跡の情報を掲示しているが、ウェブサイト等を通じた情報発信等は行っていない（担務ではない）。情報発信やウェブサイト管理は PDTRA の観光セクションの業務範囲であるが、プロモーションや情報発信を専門に行う部署や係はないと思われる。

9. 災害対策マニュアルの運用

PDTRA の災害対策マニュアルに則って運用している。マニュアルは毎年更新され、関係するメンバー全員の連絡先も一覧できる。

山の上の方で PDTRA 所属の複数の監視係員（レンジャーとは異なる）が水の流れを監視しており、計 14 基の無線機が山上の各監視エリアをカバーしている。山の上の監視はセンサーやモニターではなく、監視員が目視で確認を行っている。

リスクを発見した際には無線機で危機管理対策室に連絡が入る。無線機は、危機管理対策室に名を連ねているメンバー全員が保有している。無線機で現場からのリスク報告を受けた危機管理対策室のメンバーは、上層部の行動指示を待つのではなく、各々が持ち場の定めたれた対応業務を開始する。

10. 2018 年の水害後、組織として行ったこと

無線機で最初の連絡が入ってから水がサイトに到達するまでに 20～30 分程度の猶予があった。初動として、チケットの販売を停止するとともに、サイト内に入るゲートを閉鎖した。これらの判断はビジターセンター長が行い、各スタッフに指示を出す。

サイト内から避難してきた人がビジターセンター周辺に滞留するが、これをさばく業務は担務にはなっていない。避難者は PDTRA の車両でホテル等まで輸送する。

11. 観光客への情報提供について

① 一般的なこと

通常時、観光客から宿泊施設やレストラン、タクシー等に対する問合せを窓口で受けた場合には、カウンター裏に掲示している施設全リストをもとに口頭で情報を提供し、観光客自らに選択させる。公平性担保のため、「おすすめはどれですか」という問いに対しては回答せず、立地条件や価格、特徴等の事実のみを伝える。タクシー会社は電話番号を伝え、代行手配は行わない。

② 危機に関すること

洪水発生直後の短期間においては、「今はリスクはないか」という窓口での問合せがあったが、それほど多くはない。監視システム等の情報を得ているため、天気予報や水位等のファクト情報を口頭にて提供した。

通常時、観光客に対する注意喚起（自然災害に関することや、サイト内の危険個所や危険行動を控える注意点等）のための情報提供や案内板掲示などは行っていない。天気予報によっては、スタッフが口頭で説明や注意を行う。

12. 情報連絡体制強化のために要望していること

① 水位監視システムからのアラーム連携強化

水位監視システムが一定の水位に達するとアラームが発信されるが、それを受信できる機器がビジターセンターには潤沢にはないため、多くのスタッフが同時にアラームを受信できず、アラーム受信者から指示をする際のタイムラグが発生してしまう。危機の余地からすぐにアクションに起こすために、アラームを受信できる機器の数を増やしたい。

② 危険個所のリアルタイム映像の掲示

ビジターセンター周辺に、危険個所の川の水位を映像として流す（客に見せる）画面を設置したい。観光客に「水位が上がっていて危険である」と伝えても、離れた場所の目に見えない川のことはイメージが沸かず、“せっかくここまで来たから”という気持ちから観光を続行したいと考える人が多くいることは自然なことである。危険個所の水位をリアルタイム映像として掲示することで、危機が迫っていることを観光客に実感して頂くことで、個々人が安全を守る行動をとることに繋がると考えている。

13. その他

日本の観光地では、資源の説明、周辺の観光コンテンツ情報、宿泊施設やレストラン、交通情報等が一元管理されているウェブサイトがあるが、ペトラにはそれがない。観光に関するプラットフォームウェブサイトができるとよいと思っている。

⇒参考として、日本の観光プラットフォームサイトの課題として、①概ね公的機関が運用していること、②ペトラと同様に情報の公平性が求められること、③情報の定期更新（施設の営業情報や連絡先、公式サイトへのリンク等）にかなりの手間がかかり、適切に運用することが非常に困難であること、を伝えた。

以上

提出・受領資料

【受領】

- Training Manual for reduction of natural disasters effects in Petra district <Earthquakes, Flash Floods, Land Sliding, and Rocks falls>(2013-2014) (PDTRA/UNDP/Swiss Agency Development and Cooperation SDC)
- Emergency (Response) Management Plan (2021-2022) ＊事前に頂いていた資料の更新版 (PDTRA)
- The Petra Trails (UNDP の支援により作成されたトレイル案内冊子)

78 PDTRA GIS セクションとの面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 29 日（水）、10 月 4 日（月）	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
XXXX	小出（記録）
議事	

1. GIS データについて

ベースライン調査の目的について説明し、GIS データを共有いただくようにお願いした。得られたデータは以下の通り。

- PAP boundary
- Buffer zone of PAP
- Zoning for urban planning (Landuse)
- Road
- Water springs
- Mobile phone base station（担当者不在のため後日）
- Topography (Contours, Wadis)
- Parcels

地形データは Royal Jordanian Geographic Center 作成の 3D モデルに基づく。

地質データは Wadi Musa 地区のみで、PAP 内のデータは無い。PAP の Research center が持っているのではないか？（※Reserch center の GIS 担当者は持っていないことを把握済み）
Flora & Fauna の情報は持っていない。

UNDP 作成のハザードマップは持っていない。リスク管理部の Dr. Hussain が持っているのでは？

2. その他

GIS ソフトウェアとして ESRI 社の ArcGIS バージョン 10.8.x（最新版）を利用している。

Wadi Musa 全域でドローンによる空撮を行い、地形図の作成を行っている。例として見せていただいた箇所は、約 1 km^2 の範囲。55 分かけて 641 枚の写真撮影を行い、画像処理に 3-4 日かかったとのこと。（Wadi Musa 全域で面積 60 km^2 程度。）

10 月 4 日朝の気球試飛行は 13 基の気球によって行われ、ドローンによる空撮も行われたとのこと。



以上

提出・受領資料
GIS データ

79 JCC および JICA-OUT 生受け入れ期間の研修についての面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 9 月 29 日（水）14:00-15:00	
場所： PDTRA (Chief Commissioner's Meeting Room)	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
（PDTRA） Dr Suleiman Al-Farajat Dr Ismail Abu Amoud	大原、齋藤（記録）

議事

JICA PJT ﾁｰﾑより 2021 年 11 月開催予定の JCC (Joint Coordination Committee) と、2021 年 10 月 4 日～10 月 7 日に受入予定の JICA-OJT 生の滞在期間のプログラム案を提出。それらに基づいて、PDTRA と協議を行った。

＜JCC>

開催日について

・11 月 18 日（木）に仮決定

※PJT Team からの提案は 11 月 17 日（水）であったが、Dr Suleiman の意向として週始まり或いは週終わりが出席者の予定の調整を行い易く、更には週終わりの方がより理想的とのご意見をいただいたもの。

開催場所について

・アンマンのホテル（※）の会議室に仮決定

※PDTRA のメンバーがアンマンに出張することは、日常的な業務の中で普段から行っていることなので全く問題ない一方、JCC の参加メンバーとして想定されているそれ以外のメンバーは、全てアンマンを拠点としているため、 PDTRA の Dr Suleiman 長官よりアンマンで開催するのが適当とご判断いただいたもの。

※ GENEVA HOTEL については、JICA ヨルダン事務所が会議等で利用実績あり。現在の COVID-19 の状況下、当局の規制により、会議室の最大収容人数の 50%までに人数が制限されており、省庁の会議室では、所定の人数を収容できないため、アンマンで開催する場合は、ホテルの会議室の利用を PJT Team より提案。（大原・齋藤がアンマン滞在中にインスペクション済み。）PDTRA としても同意。

招集メンバーについて

・JICA 及び PDTRA の合意文書（R/D）のリスト（Annex 4）に基づき以下の通り：

1) Chairperson

Project Director, Chief Commissioner of PDTRA

2) Project Team

1. Project Manager, Commissioner of Petra Archeological Park and Tourism, PDTRA
2. Members of JICA Missions
3. JICA Experts
4. Personnel from PDTRA

3) Other members from Jordan side

1. Representatives from MOTA
2. Representatives from DOA
3. Representatives from JTB (Jordan Tourism Board)
4. Other Partner Organizations
5. Others whom are to be agreed by PDTRA and JICA
6. Other persons that Jordan side might consider necessary (consultants, technicians, etc)

※　現地 NGO については、これまでのところ、現地調査において、JCC に含めることが適当な現地 NGO 等が特定されていないため、今回は特に想定していない。

※上記 4 について、いずれのドナーを JCC のメンバーに含めるかは、PDTRA の方で検討する。

4) Other members from Jordan side

1. Chief Representative, representative and staff of JICA Jordan Office
2. Staff from JICA Headquarters, other domestic and foreign offices
3. Staff from the Embassy of Japan as an observer
4. Other persons that Japanese side may consider necessary

アジェンダについて

・次頁の案のとおり、PJT Team より提案中。現状 PDTRA より異論なし。

JCC アジェンダ案：

Date		Time	Agenda	Person on stage	Remarks
18-Nov	Thu	09:00-09:05	Opening words from PDTRA Chief Commissioner	Dr Suleiman Ali Al-Farajat	
		09:05-09:10	Greetings from JICA Jordan Office	Ms Chie Miyahara	
		09:10-09:30	Framework of the Petra Tourism Development Master Plan Project	Mr Junichi (Jack) Kumada	Including explanation on the structure and purpose of JCC, Project Purpose and KPI.
		09:30-09:40	Open Discussion about the framework of the Project	(Everyone present)	
		09:40-10:00	COFFEE BREAK (20 minutes)	-	
		Presentation from JICA Mission Team regarding the findings from the Baseline Survey conducted May ~ Oct 2021			
		10:00-10:15	Session #1: Destination Management	Mr Akira Ohara	
		10:15-10:30	Session #2: Tourism Product and Promotion	Mr Hiroshi Tanimura Mr Assefa (Tom) Temesgen	
		10:30-10:45	Session #3: Human Resource Development	Ms Shoko (Jasmine) Usui	
		10:45-11:00	Session #4: Tourism Crisis Management	Mr Junichi (Jack) Kumada	Findings from the Baseline Survey about the present 4R system in Petra
		11:00-11:15	Session #5: Museum Management	Mr Koji Oyama	
		11:15-11:45	Open Discussion about the findings from the Baseline Survey	(Everyone present)	
		11:45	Closing words from PDTRA Chief Commissioner	Dr. Suleiman Ali Al-Farajat	

※最終的なアジェンダ、開催日時、開催場所については、帰国報告会等で JICA と協議の上、確定。

JCC の招集方法について

各メンバー宛の JCC への出席依頼については、PDTRA がオフィシャルレターを作成し、発出する。

＜JICA-OJT 生の滞在期間のプログラム＞

・次頁の案のとおり、実施することで PDTRA と合意。

Date		Time	Program	Agenda	Attendants from project team	Remarks
4-Oct	Mon	09:00-13:00	Transfer (Amman ---> Petra)	09:00 Amman ---> 13:00 Petra		
		13:30	Meet @ Petra Guest House		Ms. Saito, Mr. Ohara, JICA trainees (Ms. Yamauchi, Ms. Shiraishi)	Contact with JICA M/P Team: WhatsApp (Ms. Saito): +81 80 97 09 11 24 Mobile in Jordan (Ms. Saito): 07 96 95 03 74
		14:00	Meeting with PDTRA with JICA trainees	- Introduction of JICA trainees	Ms. Saito, Mr. Ohara, JICA trainees (Ms. Yamauchi, Ms. Shiraishi)	
		20:00-21:00	Petra by Night		Ms. Saito, Mr. Ohara, JICA trainees (Ms. Yamauchi, Ms. Shiraishi)	
5-Oct	Tue	09:00-12:00	Workshop with PDTRA and tourism professionals in Petra	- To discuss about M/P framework	Ms. Saito, Mr. Ohara, JICA trainees (Ms. Yamauchi, Ms. Shiraishi)	
		13:00-16:00	Site visit @ Petra Archaeological Park		Ms. Saito, Mr. Ohara, JICA trainees (Ms. Yamauchi, Ms. Shiraishi)	Transport by PDTRA is required from Back gate
6-Oct	Wed	09:00-10:00	Wrap-up meeting between JICA M/P Team and PDTRA		Ms. Saito, Mr. Tanimura, Mr. Ohara, Mr. Shingu, Mr. Koide, Ms. Kono, JICA trainees (Ms. Ymauchi, Ms. Shiraishi)	
		13:00-15:00	Inspection of the Petra Museum		JICA Jordan (Mr. Goto), JICA trainees (Ms. Ymauchi, Ms. Shiraishi)	JICA Staff Only
7-Oct	Thu	09:00-12:00	Inspection of the Petra Museum		JICA Jordan (Mr. Goto), JICA trainees (Ms. Ymauchi, Ms. Shiraishi)	JICA Staff Only
			Transfer (Petra ---> Amman)			

その他（Dr Suleiman より）：

・今回 M/P を作成するにあたり、USAID や UNESCO 等、他のドナーのプロジェクトや意向を確認・必要に応じて協力し合うことは大切だが、PDTRA の意向を第 1 に尊重して欲しい。

・PDTRA として現在取り組みたいツーリズムセクターは主に 2 つ：① Adventure Tourism ②MICE。特に①については、ジップライン等のアトラクション施設を含むアドベンチャーパークを iBEX 社（http://www.ibexclimbing.com/）の企画書に基づき、Cultural Village/ Little Petra に建設する方向で交渉を進めている。。（9/28 に会議の場を設け、2021 年 10 月中に契約見込み。）

また、iBEX 社との上記計画とは別に、3D シアターを PAP 内で実現する為に今後アクションを起こす予定。以上

提出・受領資料

＜提出＞

・JCC のアジェンダ案

・JICA-OJT 生の滞在期間のプログラム案

＜受領＞※10/6 までにハードコピーを返却予定

・iBEX 社から PDTRA に提出されている Adventure Park 企画書

80 PDTRA Director of Investment との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 2 期）	
日時：2021 年 9 月 30 日（木）12:30-15:00	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Mr. Hasan M. Al Lawama -Director of Investment	大原、齋藤（記録）

議事

1. **PDTRA として現在注力したい主な観光プロジェクトの確認**

・Suleiman 長官が仰っていた分野と一致

①Adventure Tourism ②MICE。①については、ジップライン等のアトラクション施設を含むアドベンチャーパークを iBEX 社（http://www.ibexclimbing.com/）の企画書に基づき、Cultural Village/ Little Petra に建設する方向で交渉を進めている。（9/28 に会議の場を設け、2021 年 10 月中に契約見込み。）

2. **PPP（Public Private Partnership）について**

・5 月同様、現在ペトラにおいて具体的に進められている PPP 事業の計画はない。（首相府直属の PPP Unit の管理下にあり、大掛かりなプロジェクト＝マクロプロジェクトの場合に限られる為。）

⇒ペトラでは BOT (Build, Own and Transfer)*方式が主流

※　民間が公共事業の施設の建設に係る建設費を負担し、一定期間（25～30 年）事業権を取得し、施設を運営した後（減価償却後）、施設の事業権を政府・自治体に譲渡する方式。この間も施設の所有権は政府・自治体が有する。

3. **土地の所有権と借地権について**

・所有する場合には Ministry of Economics に申請が必要となるが、借りる場合には PDTRA や民間から借りることが可能。

4. **ペトラ地域 SMEs にインセンティブと成り得る項目について**

・ライセンシング：
PDTRA が直接的に商店・ホテル・旅行会社等に対して行う権限を持っている。

5. **SMEs に対しての経済的援助について**

・9 月 30 日現在、 PDTRA が提供するマイクロファイナンス等の中小零細企業支援策はない。

・銀行とローンを組む選択肢がある。商業銀行の利子は現在 5~7%。融資を受ける際には、万一事業が失敗し返済が不可能となった場合の為に、土地（所有している場合）と建物を担保に供する必要がある。

・COVID-19 パンデミック後、2020 年、政府の政策でライセンシングをゼロ JOD で行った。本来であれば 250,000 JOD 相当の額を無料で行った。また、2020-2021 年中頃にかけて、PDTRA と契約関係にある事業者に対しては賃貸料の請求や運営費の請求などは行わなかった。その総額は本来であれば 500,000 JOD 相当に上った。

6. **協会への支援について**

・（PDTRA が所有する）ビジターセンター広場の、Guide Association 横に PDTRA から “Traditional Arts and Local Handicrafts Store” の空間を手工芸品作り・販売をする協会には賃貸料なく提供している。（代わりに売上の 2%がコミッションとして PDTRA に支払わ

れる。）一般の店舗に対しては、賃貸料 300~500 JOD /月を借地面積に比例して収受している。

・“Nabataean Capital Society”（ペトラ地域の 6 つのコミュニティーから成る）に対しては、ビジターセンターの広場のレストラン店舗を賃貸料 500 JOD /年で提供している他、ビジターセンター広場のバス駐車場付近に在る店舗 10 店舗の賃貸料を 100 JOD /月で提供、アカバからのペトラ入口に位置する工業地帯に在る車両のメンテナンス会社の借地料を 300 JOD/年 で提供等、優遇策を講じている。

7. <u>Elgi Heritage Village について</u>

・現時点で 42 全ての部屋を PDTRA が所有している。2017 時点では PDTRA 所有：30 部屋、民間セクター所有：12 部屋 だったところ、約 2 年間掛けて民間所有の 12 部屋全てを買い取った。700 JOD/㎡の金額にて＝合計 200 万 JOD。

・施設の所有権は PDTRA、運営は民間セクターが担うという形での民営化を実現することを PDTRA では理想としている。

・2017 年～2019 年の期間で 3 回、Elgi Heritage Village の運営を民間委託するための入札を行った。内 2 回は誰も応札せず入札不調となり、残りの 1 回については、宿泊施設として使用する提案を行った事業者がいたが、当時 Suleiman 長官は宿泊施設としての利用には賛同しなかった為、実らなかった。

・最近になり、Suleiman 長官が Elgi Heritage Village の事業権を分割（ゾーニング）し、ゾーンごとに民間に運営を委託することを提案。Dr Maram もこの案に賛同している。しかし、約 7 年程使用されていない施設なので、全面的（部屋やその他の建物、小道）にリノベーションが必要であり、その費用の見積額は約 200,000 JOD。現在資金不足により事業は停滞している。

・以前は Elgi Heritage Village に手工芸品を作る協会や女性団体を向かい入れ、彼らにプロモーションの機会を与えると同時に、伝統的なナバテア時代の世界観を生み出すという戦略のもと双方に動いていたが、ペトラ観光のメインエリアからの移動手段が不充分で期待していた程観光客も訪れない状況に加え、COVID-19 のパンデミックも起こり、現在は PDTRA が門を閉めており機能していない。

8. <u>ペトラ観光の移動手段不足問題について</u>

・バックロードについては、HYUNDAI のエコバス（電気自動車）2 台が今後本格的に運行予定。

・遺跡内は、馬車に代わり Royal Hashemite Court による電動カート 20 台が運行している。

・2019 年の時点で、PDTRA と民間の共同出資によりペトラ地域（Visitor Center⇔Cultural village⇔Elgi Heritage Village 等含）を訪れる観光客の移動に供する 観光交通会社（Tourist Shuttle）を設立する計画を立てていたが、現在停滞中。 PAP 内には民間セクターは起業出来ない為、旅行者の移動を円滑にする為には有効な手段。運賃の精算方法は、①遺跡公園のチケット代に含む、②プリペイド（デポジット制）、③毎回支払いなど、いくつかのメニューを検討。

会社の所有権は 51% PDTRA、49%民間セクター（タクシー会社、協会、出資者 etc.）という PPP 事業とする予定。首相府に法人化の申請は済んでいるが、承認は未だされていない。理由は次の条件を満たしていない為：

① 登録の際必要となる最低資本金の 150 万 JOD（本来資本金となるべき 300 万 JOD の半額）が調達出来ていない。（2019 年の時点ではあったが、COVID-19 パンデミックによるペトラ地域への観光者数の激減による PDTRA の資金減少による。）

② 企業設立から遡って 1 年以内に製造されたバス 50 台（50 人乗り、25 人乗り、15 人乗り）を所有する条件を満たせない。

※PDTRA が組む民間セクターからのパートナーは、特別いつまでに見つけるべきという規定はない。

上記記載の企業設立は、現状を踏まえると現実的ではない為、他の手段を PDTRA として考え始めている。GGGI（Global Green Growth Institute）と組んで、ワディムサ地域でのシャトル他移動手段の採算性調査を行った。（調査結果は Commissioner of PAP & Tourism の Dr Ismail 氏が所有。）

9. <u>Cultural Village について</u>

・2016 年、620 万 JOD の資金を掛けて、PAP 内でベドゥインが営業する露店（キオスク）を（違法・合法問わず）PAP 外へ移転させることを一つの目的として作った。

・76 個のキオスク、1 つのシアター、複数の多目的部屋、2 つのレストラン、そして広場から成る。

・営業時間は 8:00am～11:00pm 或いは 8:00am～00:00am を予定している。

・Cultural Village のメインゲート付近に位置する 10 ドノム（＝10,000 ㎡）の空き地にアドベンチャーパークを建設するプロジェクトが現在進行中。2017 年の Investment Strategy 内で述べられた案に基づいてのプロジェクトであり、ジップライン等のアトラクション施設を含む設計。iBEX 社（http://www.ibexclimbing.com/）と共に進めており、直近では 9/28 に会議を行い、2021 年 10 月中に契約見込み。だが、IBEX 社はアドベンチャーパークの建設にのみ興味があり、契約もその部分のみが含まれる。つまりは Cultural Village に在るレストランは契約に含まれない。この点は、懸念要素だと PJT チームより伝えた。

・レストランについては、10 月中に営業権を民間に委託するための入札を実施し、年内に契約を取り付ける予定。インターナショナルフードチェーン（マクドナルド等）をテナントとすることを想定している。

・アドベンチャーパークとレストランの委託先は同じ企業とする方針であり、2022 年には営業開始を目指している。

・ Cultural Village 内の 76 のキオスク（木造の販売小屋）の内 9 つは “Nabataean Capital Society” が使用、2022 年に営業予定。他のテナントについては、今後入札を行う可能性もあり。

・PAP からのバックロード → Cultural Village は HYUNDAI のエコバスにて移動。Cultural Village → ビジターセンター は先に述べた“旅行者” の移動手段を PDTRA が総括的に提供する会社が設立されなかった場合は、バス 2 台を PDTRA が借り、運行させる予定。（バスの乗車代は、PAP のチケットに加える等、統括させる予定。）

・ジップライン及びアドベンチャーパークがサステイナブルな施設となるか、心配である旨を PJT チームより伝え、加えて前回の渡航で Suleiman 長官にご提案した、 Cultural Village のメインゲート付近の空き地をクルーズ船客が乗り入れるバスの駐車場として使い（つまりは必ず Cultural Village に客を誘導する工夫がされ）、そこを起点に彼らの観光の導線を描く案を共有した。

・PDTRA として、アドベンチャーパークのターゲットとしているのは全観光客の 2%程。特にヨルダン人をターゲットとしており、これまでアカバ・ワディラムの魅力であったアミューズメント要素をペトラに作ることで、その 2 つの地域からの観光客をペトラに呼び込む意図がある。

・17 台のバギーを利用してペトラの北部（PAP 外）を走るアドベンチャーコンテンツを企画している。起点は Cultural Village。

10. MICE 関連の投資計画について

・具体的に会議施設等、建設中・近日中に建設予定のプロジェクトはない。しかし、PDTRA が PARADIGM DH（ https://paradigmdh.com/ ）と作成した “Petra Mixed Development Zone” の企画を基に、150 ドノム（＝150,000 ㎡）の土地を利用した多目的施設を建設する案についての検討が進行中。9/29 に会議が開かれている。

・新たな建物を作ることに着手する前に、 MICE マーケットの客の持つスタンダードに応えられるよう、現在ペトラ地域に存在するレストランやホテルの質、またサービスレベルの向上に着手することが大事だと PJT チームより伝えた。

11. 新たな宿泊施設の建設等、新たな開発プロジェクトについて

・現在 3 星～5 星のホテル約 10 棟を建設中。

・その他、新たな建設プロジェクト用に準備をしている土地が複数あり。

※該当情報が記載されている（アラビア語）地図を受領

以上

提出・受領資料

＜提出＞ なし

＜受領＞

・2017 年に PDTRA - 英国コンサルタント会社 Dar（https://dar.com/）間で作成された、観光セクターに特化した現存する最新のマスタープランのデータ

・遂行中のインフラプロジェクト、遂行中の投資プロジェクト、新規投資対象プロジェクトエリア等
を示した地図

81 Alpha Bus との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 10 月 3 日（日）13:30 - 15:00	
場所：	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
	神宮

議事

１．そもそも、交通事業者の団体はどのようなものがあるか。
例：バス協会、タクシー協会など。本部＋地方支店、なのか、地方ごとにバラバラなのか。
In the first place, what kind of transportation company groups are there?
Example: Bus Association, Taxi Association, etc. Headquarters + regional branches, or are they different for each region?

２．ペトラについてはどのような交通関連の団体が、どういう数・規模で存在するか。
What kind of transportation-related organizations exist in Petra, and how many and in what scale?

３．災害時に、大勢の人が移動できなくなったようなケースで、交通事業者として観光客輸送等の対応をしたことが過去にあるか。
Have you ever taken measures such as transporting tourists as a transportation company in the case where a large number of people could not move in the event of a disaster?

４．（３で、過去にあった場合）緊急輸送のための費用はだれが負担したのか。
（過去実績がない場合）緊急輸送の際の費用は誰が負担することになると思われるか。
Who paid for the emergency transportation (if it was in the past in 3)?
Who will bear the cost of emergency transportation (if there is no past record)?

５．災害時の対応をするにあたって、交通事業者が連携する先（自治体や公的機関、他の民間事業者等）はどこになり、どのような内容の連携を行うか。
Where will the transportation companies cooperate (local governments, public institutions, other private companies, etc.) when responding to a disaster, and what kind of cooperation will be carried out?

６．交通事業者と、自治体等との災害時の協力に係る協定を結んでいるか。ある場合は、どのような内容か。
Do you have an agreement with the transportation company regarding cooperation in the event of a disaster with local governments, etc.? If so, what is the content?

７．（２で、協定がなく、必要性も感じていない場合）協定等が不要と考える理由はなにか。
(In 2, if there is no agreement and you do not feel the need) What is the reason for thinking that an agreement is unnecessary?

８．災害時に、ペトラから緊急で人を輸送することになることを想定すると、輸送先はアカバとアンマンあたりになる？
Assuming that people will be urgently transported from Petra in the event of a disaster, will the destinations be around Aqaba and Amman?

９．ペトラ周辺で自然災害やテロなどが発生し、多くの観光客が行動の自由を失ったことを想定した場合、交通事業者として、どのような協力ができると思うか。一方で、交通事業者として不安に感じることはなにか。
9 Assuming that many tourists have lost their freedom of action due to natural disasters and terrorism around Petra, what kind of cooperation do you think you can do as a transportation company? On the other hand, what do you feel uneasy as a transportation company?

以上

82 Water Authority との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 10 月 4 日（月）9 時 10 分～10 時 20 分	
場所：Water Authority	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Eng. Rabee Ala Meireh Eng. Islam Ahehuei	神宮、大原、齋藤、小出（記録）

議事

1. 給水について

地下水を 20 の井戸から取り、塩素添加のみ行って顧客に供給している。

井戸の多くは Petra から 30 km 離れた窪地にある。深度は約 200 m。3 つのみ Petra 地域にあるが、そのうち 2 つは動いていない。新たに 1 つの井戸を建設中である。

井戸の建設許可は Ministry of Water and Irrigation が出す。

地下水の貯留量には限界があり、徐々に枯渇していっていることは明らかである。年間降水量 200 mm では全く足りない。Flash Flood の水を貯水するとしても、量として大したことがなく、ダムを満水にするまで 100 年はかかる計算。紅海の水を淡水化して供給する計画はあるが、現在調査を開始した段階で、調査の完了までには 4-5 年かかると見られている。

給水量は 420 m^3 $hour^{-1}$。そのうち Petra 地域に来るのは 300 m^3 $hour^{-1}$。必要な量を賄おうとすると 800 - 1,000 m^3 $hour^{-1}$ の能力が必要。明らかに足りないので、地区を区切って 3-4 日に一度、12 時間のみ給水される。

アンマンの水道水はワディ・ラムから引いているが、アンマンに供給する分しか無い。Petra 地域に引いてこようとしても 30 - 40 mil USD かかる。

住民による水消費は 120 m^3 $person^{-1}$ day^{-1}。旅行者一人当たりの水消費は 300 m^3 $person^{-1}$ day^{-1}。ホテル宿泊者一人当たりの水消費は 500 m^3 $person^{-1}$ day^{-1}。農工業による水消費は限定的。

ホテルへ供給される水は十分でないため、マーンから水を運んでくる無認可の個人業者から毎日買っているようだ。

水道料金は、ホテルの場合は 2.5 JD m^{-3} で固定。住民は使用量 18 m^3 以上 1 m^3 ごとに価格が設定された従量課金制。例えば 50 m^3 利用の場合にはホテルは 125 JD、住民は 22.298 JD 払うこととなる。

2. 下水について

Water Authority の管轄は水処理施設までの下水管システムだけで、水処理は Aqaba water company が行っている。

下水管システムは Water Authority が水を供給している世帯の 65%をカバーしており、その多くが Wadi Musa と Taybeh に分布している。

3. GIS について

GIS は給水システムや下水管システムの緊急的な補修を行う際に利用している。

給水システムや下水管システムの GIS 化は構築時に行ったのみでその後は更新されていない。お見せすることはできない。

以上

83 Housing Bank との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 2 期）	
日時：2021 年 10 月 4 日（月）10:00-11:00	
場所：Housing Bank Petra Branch	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
(Housing Bank) Mr. Almad Alkawaldeh *Branch Manager (PDTRA) Mr Injad Al Helal	大原、齋藤（記録）

議事

1. <u>融資を行う際の条件・確認事項</u>

- 新たなビジネスを対象とする場合は、対象のビジネスとは別の収入源が確保されていること
- 上記記載の別途収入源がない場合は、保証人がいること。
- ビジネスを始める土地の賃貸許可証を所持していること。
- 融資前の審査（新ビジネス/プロジェクトの提案書の審査、充分な利益を上げる能力があるかの審査、もし既存ビジネスの拡大を目的に借り入れる場合には利益の向上が見込めるかの審査 等）を通ること。

※新たなビジネス向けの融資に比べ、既存ビジネスの拡大を目的とした融資は審査が通りやすい様子。

2. <u>SME s 向けの融資を行う際の条件・確認事項</u>

上記記載の条件に加え：

- ビジネスを行う為の営業許可証を所持していること
- 年齢

3. <u>融資の申請から借入金を受け取るまでの期間</u>

- 平均 10 日

4. <u>SME s 向けの貸付上限額（クレジットライン）、利子率</u>

- 貸付上限額：3,000 JOD ～150,000 JOD
- 利子率：6.5～9.0% / 年

※基本的には 9.0%であり、顧客からの依頼を基に審査を行い、最低 6.5%まで下げることが可能。この利子幅から大きく外れることは、Central Bank of Jordan により禁じられている。）
※政府系機関が投資貸付の対象の場合には、2.5～3.0% の利子幅となる。

5. <u>大型ビジネスへの貸付上限額、利子率</u>

- 貸付上限額：1,000,000 JOD～

※政府系機関が借入人の場合で例えば融資額が 50,000,000 JOD 等高額だった場合には、メインの銀行に加え、複数のサブ銀行との協力のもと、融資を行う。

- 利子率：SMEs に同じ

6. <u>返済猶予期間（グレースピリオド）</u>

- 融資対象の事業により異なるが、基本的に平均 6 カ月。住宅ローンの場合は、1 年。

7. <u>COVID-19 パンデミック以降の支援策</u>

① 政府の指示のもと、 Central Bank of Jordan が利子を 0.5～1.0%引き下げる方針を打ち出した。

② 政府の指示のもと、返済猶予期間を 3 カ月延長する方針を打ち出した。

③ Housing Bank では、COVID-19 パンデミックの影響により経営が困難となっている事業者に対し、従業員数に関係なく 24 カ月を上限としたローンの提供を行っている：
(@2000 JOD + 電気代などの固定費) x 24 カ月＝合計額

8. <u>その他</u>

・ パンデミック発生後の現段階で、レストランやホテルで上記 7.③記載のローンを申し出てきたところはいない様子。ツーリズムセクターでも特別いない様子。

・ 融資の際の利子は、ヨルダン人への融資に比べ、外国人への融資は高くなり易い。

・ 女性組合等の法人格を有さない（法人としての代表者のいない）アソシエーションは、多くの場合、ライセンスを有する場合でも銀行から借り入れは出来ない旨が融資審査時に交付される書類に明記されている。

・ アソシエーションが借入を行う場合は、アソシエーションに属するいずれかの個人が保証人を立てた上で個人として借り入れを行うことになる。

以上

提出・受領資料

＜提出＞ なし

＜受領予定＞　なし

84 Jordan Islamic Bank との面談

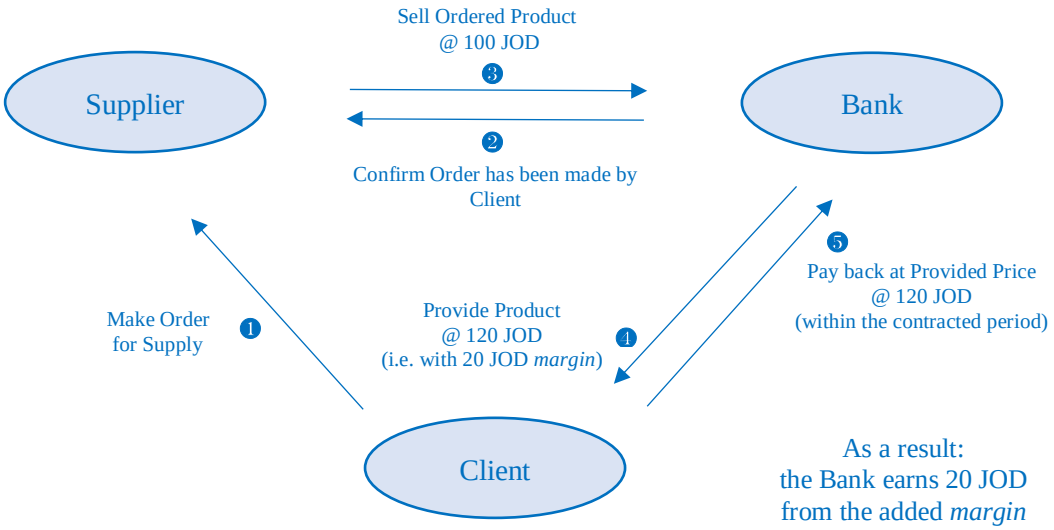
概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 2 期）	
日時：2021 年 10 月 4 日（月）11:00-11:45	
場所：Jordan Islamic Bank Petra Branch	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
(Jordan Islamic Bank) Mr. Mohammad Al Amarat (PDTRA) Mr Injad Al Helal	大原、齋藤（記録）

議事

1.　一般の銀行と Islamic Bank との決定的な違い

・対象となる取引がシャリーア（イスラム法）に準拠していることが前提となり、「利子」を顧客から取ることは出来ない。

・商取引が融資の前提となる



Islamic Bank の 融資の仕組み(例)

・一般の銀行とは違い、返済期間の長短により（特に延長時）返済合計額に変更は生じない。
（銀行から顧客への販売額は、その後返済期間中に変わることはない。）
※事前に決める返済期間の長短によって、販売額の調整はされる様子。
（期間が長ければ販売額が高めに設定される傾向にある。）

2.　担保の取り方

・顧客は返済を終えるまで、返済対象となっている物を売却することは出来ない。

・顧客が返済能力が無くなった場合には、返済対象となっている物は銀行の所有物となる。

3.　SMEs 融資額

・75,000 JOD ～ 130,000 JOD

4. 返済期間

・最短１年～最長２５年

・商取引の対象物により異なる（車など個人の所有物に比べ、商業の目的で建設する店舗等は長期の返済期間を与えられる傾向にある。）

・事前に取り決めた返済期間ないでの返済が困難な場合には、顧客から銀行へ期間延長の申出書（レター）を提出し、承認された場合にはマージンの追加なく、返済期間の延長が可能。

5. COVID-19 パンデミック以降の支援策

① 顧客から銀行へ返済期間延長の申出書（レター）の提出無く、顧客全員に対し平等に 3 カ月間返済期間の延長を認めた。

② 上記（①）のステップを踏んだ後、観光セクターに属する顧客から申出書の提出があった場合には、月々の返済額を一定の期間（6 カ月～24 カ月）本来の半額とすることを認めた。半額返済の対象期間は、例えば宿泊施設等観光に直結する事業者が長く、タクシー等主な事業内容が観光ではないが観光に関連する企業は短い。）

6. その他

・マージン(margin)の幅や条件は、ヨルダン人か否か、イスラム教徒か否かでは変わらない。

・Islamic Bank の顧客は、融資の仕組み上、個人ないし民間事業者となり、政府機関は基本的に対象外となる。

以上

提出・受領資料

＜提出＞ なし

＜受領予定＞　なし

85 Private Sector との合同ワークショップ

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 2 期）	
日時：2021 年 10 月 5 日（水）9:00-11:15	
場所： PDTRA 会議室	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
別途参加者リスト参照	大原、齋藤、白石、山内 （記録：白石・山内）

議事

PDTRA 及びペトラ地域の民間セクターを交えたワークショップを開催し（民間セクターの代表者 5 名が参加）、ペトラ観光のバリューチェーンを構成する要素ごとに課題の洗い出しを行った。３時間の開催時間とアナウンスしていたが、参加者のスケジュールの都合により、急遽会議の途中で２時間の開催へと変更になった。これに伴い、バリューチェーンを構成する５つの要素の内、1.Destination Management、2.Research & Development、3.Product Design の３つに限定し、洗い出しを行った。各要素について、話し合われた内容は以下の通りである：

1. Destination management

(Cultural Sustainability)

- Some of the communities are against tourism. All the communities should get the benefits. Revenue of Petra should be distributed to all communities. Conducting seminars for awareness would be of good way.
- People in some communities do not know how to deal with tourists. Even small investment to small businesses/companies, or teaching how to deal with tourists are important to deepen the understanding of local people about the importance of tourisms.

(Cultural Tourists and local people's conflict; How to mitigate the bad impact on local people?)

- Social sustainability is important but local people should understand the importance of visit of tourists to their sites.
- Saving their own culture and site of communities and balancing with tourism are important. The issue is how to reduce and mitigate the negative impact on communities by diversifying the benefit from tourism.
- It is important to utilize the benefit for all the local people. Training or awareness workshops should be done for not only the people working in tourism but also all the communities.

(Environmental Sustainability)

- Environmental issues (water and solid waste) depends on cooperation/ combination between private and public.
- Regarding problems of solid waste such as plastic and glass not being separated, private sector is not responsible.

(Water)

- Source of water: Hotels get water from will trough pipe, so lack of water might happens. Water for hotels are very expensive. All the hotels buy water by tank. 5 diner per liter. 5star~1star hotels buy water in same rate, and that is not fare.
- Is there any rule regarding on charging the fee for bottled water?

  ⇒It is hotel's rule. Hotels can choose if they charge bottled water from tourists or not.

  ⇒If hotel charge fees of bottled water, it might lead to complain of tourisms.

  ⇒If hotels put the mindset into tourists that water in Petra is limited, tourists would try not to waste water too much.

⇒Writing down “not to waste the water” would be one of solutions

2. Research and Development

(Data utilization)

- There is no visitor cards, so Petra has no way to get and analyze data.
- PDTRA have started to get and analyze data by questionnaires.
- It is necessary to develop capacities on how to gather and analyze data and make future prospect.

(Program and tour in Petra)

- Tourists do not know what they can do in Petra, but planning program and tours is the role of public sector and private sector cannot do it. Coordination with public sector is necessary.
- There are cultural villages where are attractive for tourists, heritage sites, and so on. Petra should plan program so that tourists can choose.

3. Product Design

(Selling local products more; Women association)

- Training for women employees for branding the products is important.
- Need more employees for the associate to make it bigger.
- The issues are how to increase the associate’s site, make the associate bigger, and how to train new employees. There is no problem on how to produce.
- Need physical help (materials, facilities) to produce more by minimum costs.
  - If PDTRA coordinate the private sector and local communities, they will sell the products more.
  - We have to change the mindset of getting the financial support from Japan
- The association have gotten some messages from other Europeans countries that they want to sell its products. However, the association do not have enough employment to deal with the demand.

(Blanding *how to sell the local products, supply and sales)

- There is no local product until now. At first, it is required to create products.
- 90 % of products are imported ones in Petra. To increase the portion of local products, conducting small workshops for designing/marketing/producing would be important.
- It is necessary to train them how to design the local packages and exports, and how to promote those products to other areas/countries.
- How to reduce the production costs is important to produce more.
- PDTRA said that human cost is more expensive rather than costs for imported products. Usually tourists select products made in Petra, even the products are not cheap. Most of tourists know that the sold products are not produced in Petra.

以上

提出・受領資料

＜提出＞

- Program of the Workshop

＜受領＞

なし

86 Directorate of Risks and Crisis との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 10 月 5 日（火）9 時 30 分～11 時 30 分	
場所：PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Hussein Alhasanat	神宮、小出（記録）

議事

1. 災害時の対応について

Natural Disaster としては、Flood （Flash/River）、Heatwave（7 月、8 月）、Coldwave（1 月、2 月）、Freezing、Snow、Drought などが想定されている。

PAP 内で大きな影響力を持っているのは Local community であり、リスク対応を行う際にもとにかく彼らを巻き込むことが重要。特に高齢者や女性、子供などの弱者をどのように災害に巻き込まれないようにするのか？

政府機関や商業施設など多くのステークホルダーを対象としたリスク管理に関するワークショップを開いている。また児童や学生向けの教材も作成している。

停電が起きた場合、PDTRA をはじめ、多くの政府機関、ホテル、病院は発電機を持っているため、10 秒以内に通電を再開することができる。PAP 内に太陽光発電の施設が 2 か所あるが、National grid に繋がっており、PAP や Wadi Musa のために電源を確保するためのものではない。

Wadi Musa 近辺に設置されている雨量計や河川水位のデータは PDTRA 内部のイントラネットからリアルタイムでモニタすることができる。

2. 2018 年の洪水について

2018 年の洪水の際には約 10 人の観光客と連絡が取れなくなっていたが、Emergency plan に則って対処し、Visitor center、Hotel、Guide などあらゆる関係者に問い合わせ、最終的に消息をつかむことに成功した。

またモスクのスピーカーを使って Flash Flood の危機を伝えた。

3. スマホアプリの活用について

公園入口で観光客にスマホアプリをダウンロードさせて防災情報を提供するアイディアを提案したところ、Dr. Hussein も同様のアイディアを持っていたとのことで、以下のような案が出てきた。

- 災害時の避難場所の位置情報の提供
- トレッキングコースや立ち入り禁止区域に関する情報の提供
- トラブルが起きた際に押せるヘルプボタン

また懸念される点として以下が示された。

- プライバシーの問題。アプリを入れた観光客がペトラから離れた後どうなるのか？
- 多言語対応は必須。
- とにかく地域住民を巻き込むことが重要。

4. その他

UNDP が行ったリスクアセスメントに関する技術資料とハザードマップを団内向けに共有いただいた。

プロジェクト側からの質問票に回答いただくようにお願いした。

COVID-19 の影響により職員の雇用に影響が出ており、人手不足である。段々と物事が動き出しており、最近特に忙しくなってきている。Hydrological engineer をすぐにでも雇いたい。

JICA に本プロジェクトの他、ダムのプロジェクトも要請しているが、こちらのプロジェクトが先に採択となった。

以上

提出・受領資料
Petra_ Wadi Mousa-Final Progress Report.pdf ハザードマップ GIS データ（洪水・地震） 児童・学生向けの防災に関する教材

ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第１期）
第３次現地調査

議事録目次

1 JICA ヨルダン事務所とのキックオフミーティング 1
2 Ammon Applied University Hotel Management との面談 3
3 MoTA・Department of Statistics との面談 4
4 MoTA・Department of Licensing & Quality Assurance との面談 6
5 Petra National Trust との面談 8
6 Jordan University Department of Tourism との面談および学生へのヒアリング 10
7 Jordan Trail Association（JTA）との面談 12
8 Hashmite University Faculty of Tourism and Heritage との面談 14
9 Jordan Tourism Board との面談 16
10 Jordan Inbound Tour Operator Association との面談 18
11 ペトラ博物館との面談 19
12 PDTRA Directore of Tourism スタッフとのグループディスカッション 23
13 PDTRA とのキックオフミーティング 26
14 PDTRA との Joint Coordination Committee 開催に関する打ち合わせ 28
15 PDTRA Quality Assurance, Investment Team とのグループディスカッション 30
16 World Bank（世界銀行）とのオンラインミーティング 33
17 ツアーオペレーターとのグループディスカッション 35
18 PDTRA Rresearch Center との面談 37
19 ホテルとのグループディスカッション 38
20 Commissioner of Local Development ＆Environment Affairs との面談 40
21 PDTRA との JCC 開催および危機管理ミーティング 42
22 サルト市 Development Project Unit との面談 44
23 Feynan Ecolodge 視察 46
24 JV 会議 48
25 第１回 JCC 会議 51
26 Mövenpick Resort Petra の視察 55
27 The Old Village Resort の視察 58
28 Al Raqeem for Logistics and Training とビジターサーベイについて協議 61
29 PDTRA との 第１回 JCC の振返りと 第１回セミナー開催に向けての面談 62
30 PDTRA CRM との面談 64
31 JARBA オリーブオイル工場の視察 65
32 PDTRA PAP Control Section との面談 67
33 Um-Saihoun の民間事業者との面談 69
34 Dana Biosphere Reserve への視察 71
35 Wadi Rum Visitor Center との面談 73
36 ASEZA (Aqaba Special Economic Zone Authority)との面談 76
37 SDC (Salt Development Corporation)との面談 79
38 Petra Museum shop との面談 82

1　JICA ヨルダン事務所とのキックオフミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 2 日（火）14:00-15:00	
場所： JICA ヨルダン事務所オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
宮原所長様、山中嶋様、Ms.Shereen	碓氷、大山、テメスガン、谷村（記録）

議事

1. 第三次 1 班到着のご報告と活動内容の共有（下記）
   - アンマンにおいて前回ベースライン調査の補足ならびに追加ヒアリング実施
   - ペトラにおいて PDTRA とベースライン調査結果を共有、今後の方向性について議論
   - 観光セクターの関係者ごとにグループディスカッション開催（6 回）
   - アンマンにおいて JCC 開催（11/18）
2. JCC に関する進捗の確認
   - ドナーに関し、PDTRA より指定のあった UNESCO、USAID に加え、JICA より提案のあった EBRD、UNIDO、UNDP について PDTRA と協議の上、追加で招聘を行うことで確定。
   - その他 Association 等も調整の上、11/2 時点での確定参加者は JICA に共有済み
   - 現在 11/18 の JCC 開催に向けて各専門家にてプレゼンテーションを準備中
   - 宮原所長より、最近ヨルダンはじめ特定地域での支援活動を行っている WORLD BANK（世界銀行）を JCC に招待することはどうかとの打診があり。
     ←11/7 に世界銀行の観光担当とオンラインミーティングを開催、現在の活動内容や支援の方向性を確認後、PDTRA とも協議の上参加可否を最終決定。
3. 新型コロナウイルス感染状況について（情報共有）
   - ヨルダンでは学校での感染が増え、新規感染者が再び拡大傾向（直近では 1 日あたり 2,000 名を超える日もある）。一方でワクチン接種完了者に対し入国緩和措置も進んでおり、国内の観光地ではマスクを着用しない旅行者、ヨルダン国民も増えている。
   - JICA としては安全規定を順守し、自衛措置をとるしかないので、引き続きマスク着用、ソーシャルディスタンスの確保など感染防止の徹底に努めてほしい
     →規定に沿って引き続き感染防止を徹底する旨お伝えする。
4. ペトラ博物館の WEB サイトとモバイルアプリの制作プロジェクトの状況
   - 案件に関心ある ベンダーのサイト訪問はすでに実施、4 社が訪問
   - TOR はすでに JICA 事務所側で 作成済、 入札に向けた公示は 11 月 11 日に行われる予定
   - 11 月中にベンダーを選定予定、ベンダーの作業期間としては 3 、4 ヶ月を予定今年度中には終える予定
   - 来年度以降も ベンダー にはフォローアップで引き続きかかってもらう予定
   - 音声ガイドコンテンツについて、ローカルガイド活用を提案したが、英語ガイドについては、１００人ほどの中から選ぶのは問題が生じるため、別途 SABRI 氏の方で英語ネイティブのナレーションの専門家をあてがう
   - アラビア語は、フスハーを（地元の方言的な発音ではなく）きちんと発音できる人を選ぶ、候補を選定中　館長などが候補

● 日本語は、日本語ガイドに依頼予定 ● テキスト等は大山が支援しながら博物館側で準備 以上
提出・受領資料
なし

2 Ammon Applied University Hotel Management との面談

概要	
日時：2021 年 11 月 3 日（水）09:00 – 10:30	
場所：大学キャンパス	
出席者（相手方）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Rola Rihani, Assistant Dean for Administration and Internship	谷村、碓氷（記録）

議事

1. Hotel Management 関連概要

   BA （4 年生）：Hotel Management（147 名中女性は 27 名）と Hotel and Event Management（32 名中女性は 12 名）

   Diploma（2 年生）：Hotel Management（43 名中女性は 6 名）とカリナリーアート（213 名中女性は 35 名）

   ほとんどの学生はアンマン出身（その他は、ザルカ、サルト、マダバから）。

   BA は 132 クレジット Hours で実習に多くの時間を取っている。ホテルの実習ではレセプション、ハウスキーピング等、全ての現場を経験し、実際の業務に備えている。5 スターか 4 スターのホテル（主にアンマンだが死海もある）でインターンシップ（20 クレジット）を行う。また、American Hotel Association とコントラクトがあり、リゾートホテルでのインターンシッププログラムを行っている。

2. 就職に関して

   リクルートメントデーを設定しており、5&4 スターホテル、レストラン、ホテルやレストラン協会等が参加。（働くのは卒業後に限っておらず 2 年生くらいから）

   Hotel looking for Ammon, Ammon does not look forHotel で、Ammon の学生は市場から求められている。

   ペトラ地域の学生がいれば地元で就職するケースがあるかもしれない。

3. ホスピタル業界における女性の就業

   ホスピタル業界における女性の就業は未だ少ない。理由は、ユニフォームで腕を出す、スカートを履く等は文化的に羞恥心、遅い時間帯のシフトの場合、家族の世話（特に子供）が出来ない等の理由もある。また、5 スターホテル等では、ヒジャブはユニフォームとして認められず、ゲストと直接対峙する部門で働くことが出来ない等の課題もある。

   文化的、社会的な課題解決には、ホスピタリティ業界の価値を挙げる、アウェアネスキャンペーンの実施等が必要。Ammon では親をホテルに招待し、ホテル（安全な職場である）やゲスト（紳士的である）を実際に見てもらうことで理解促進に努めている。

4. その他

   男女ともに、BA を有していると結婚条件として良いとの考えから大学に入る人もいる。ただし、Ammon のカリナリーアートを学ぶ学生は、シェフになりたいという明確な目的を持っている学生はいる。

以上

提出・受領資料

なし

3 MoTA・Department of Statistics との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 3 日（木）9:30 – 10:30	
場所：MoTA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad Al-Shraiedeh	アセファ（記録）

議事

MoTA の Manager Directorate of Planning & Studies とのミーティングを開催した。主な協議の内容は、以下の通り。

- MoTA は現在、7 つのセクションに 43 以上の KPI を持つ観光統計ダッシュボードを開発中である。ダッシュボードの目的は、データ収集システムの効率化とデジタル化を図ること。
- MoTA のダッシュボードと DoS のダッシュボードを連携させ、観光、経済、社会、持続可能性に関する包括的な統計を 1 つのダッシュボードで提供する予定。
- MoTA は、この観光統計ダッシュボードを開発するベンチマーク国として、UAE を検討している。
- ダッシュボードに掲載される KPI は以下の通りである

# of tourist arrivals globally/year UNWTO+website+yearly+Excel	Inspection details
# of tourist arrivals per month	Date of latest inspection
# of tourist arrivals per nationality	Warnings/closures/compliance details
# of tourist arrivals by border entry point	# of tourists/month/year
# of tourists per purpose (cultural/medical/MICE etc.)	# of trips/day
# of overnight tourists	# of participating establishments (restaurants, hotels, camps etc.)
# of one day visits	# of transportation vehicles utilized
# of LLC passengers	# of tourist per governates
# of cruise passengers	Budget – planned Vs actual
Total revenues	Employees per year (globally)
Total Expenditure/tourist	# of tourism employees per segment (hotels, restaurants, camps etc.)
Average length of stay	# of tourism employees per governorate
Hotel occupation rates (Amman, Dead sea, Petra, Aqaba)	Gender spilt (male/female) of employees per segment and per governorate
Revenues from Jordan Pass, Per Nationality	Nationality split (Jordanian/Non-Jordanian) per segment and per governorate
Total # of tourism establishments	#visitors/site e.g. Petra (where available)
# of establishments per segment (e.g. hotels, restaurants etc.)	Site management plans
# of establishments per governorate	Investment opportunities
Licensing details	Site improvement plans (status: Green/Amber/Red)
Details of establishment (commercial name, address, owner details etc.)	Revenues from sites
(date of initial license, date of renewals etc.)	Customer Satisfaction rating (where possible)
	Project Cards/Plans
	Project Status (Green/Amber/Red)
	Strategy action plan status (Green/Amber/Red)

- 政府は Immigration Entry Card プロジェクトを検討中で、スポンサーになってくれるドナーを探している。
- 観光統計の共有に関しては、MoTA と JTB の協力関係は希薄である。
- MoTA は現在、新しい観光戦略を策定中で、2022 年 1 月に発表される予定。COVID-19 の影響を考慮した、非常に具体的な戦略である。
- PDTRA がペトラの観光統計をタイムリーに提出していないことが課題である。

以上

提出・受領資料
なし

4 MoTA・Department of Licensing & Quality Assurance との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 3 日（水）11:00-12:00	
場所： MoTA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Maram Tarshihi (Quality Officer) Ms. Hanadi Abu-Rumman (Dept. of licensing)	碓氷、アセファ、谷村（記録）

議事

1. Hotel Classification について(Ms. Tarshihi)
   - ホテルのランクは一般的なホテルの場合１～５つ星、その他の宿泊施設は下記のように分類され、その中で A～D の４ランクでグレード分けされる。
     *Boutique Hotel *Hotel apartments *Hotel Suites *Camp site
     *Lodges and Motels
   - ホテルのレーティングは次の手順にて算定される。
     *事業者から MoTA に申請、施設リストを提出
     *MoTA が施設並びに周辺地域を調査、Civil Defense にも確認し、問題がないか確認。
     *提出リストを MoTA が設定した Clasiffication criteria に照らしてアセスメント実施、ホテルのグレードを決定。
   - グレード決定後もアセスメントは年 1 回実施。その時に基準を満たしていない施設には警告書を提示、改善を促す（実際のところ施設側から申し出がない限り、グレードを変更すること
     は少ない）。
2. Restaurants Classification について (Ms. Tarshihi)
   - 一般的なレストランのランクは１～５つ星の５段階。その他に下記のようなカテゴリーがあり、こちらは１～３つ星の３段階。
     *Coffee shop *Night Club *Bars *Recreational area *Fast food
     *Fast Services (日本の立ち食いソバのようなスタンドのお店)
   - レストランのレーティングもホテルと同様の手順で実施される。なお、アルコールが提供できるのは 2 つ星以上のレストランと同様の手順で行われる。
3. Quaality Assurance の業務(Ms. Tarshihi)
   - 消費者からのクレーム対応（ホテル、レストランに問題がある場合、MoTA のウェブサイト、または電話でクレームを受け付けている）。
   - 所定の Evaluation List に基づき、ホテル、レストランのチェック（Monotoring Team があり、Mystery Shop と呼ばれる抜き打ちでの視察を実施）。
   - グレードの更新手続き（更新料：ホテル 500JOD、レストラン XXXJOD）
4. Quality Assurance にかかわる最近の課題について(Ms. Tarshihi)
   - COVID-19 の影響により、ホテル、レストラン業界とも大きな打撃を受けている。その対策として、今年度は更新料の免除、また政府からのローン提供を行っている。
   - SDGs への取り組みはまだ Evaluation の項目には含まれていないが、今後に向けて検討を始めている。
   - （MP メンバー）ヒジャブの着用有無によりホテルでの女性雇用に差が生まれているという話を聞いたが、実際の状況はどうか。

→雇用に関しては Misintry of Labour の管轄になるが、ヒジャブによる雇用の差別は許されていない。

- （MP メンバー）外国資本によるホテル、レストランの運営には制限はあるか。
  →外国からの投資による制限は特にない。
- （MP メンバー）ペトラ地域でクオリティ上問題のあるホテルはあるか。
  →アカバ、ペトラでは問題のあるホテルがいくつかある。COVID-19 の影響で財政的に厳しく対応ができないホテルもあるので、すぐにグレードを変えるということではなく、Warning を出して改善を促している。

5. ライセンスの交付について(Ms. Hanadi Abu-Rumman)

- ライセンスはガイドの他、旅行会社、土産物店に対して交付される。
- 旅行会社は業務の内容によって交付されるライセンスの種類が異なる。
- アドベンチャーガイドについては専用のライセンスは特に設けておらず、現在ガイドのレギュレーション、スタンダードを作成し始めているところ。そちらをクリアしたガイドについてはアドベンチャーガイドとしての Permission を与える予定。

以上

提出・受領資料
Hotel、Restaurant Classification list

5 Petra National Trust との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 3 日（日）12:30 – 13:30	
場所：Petra National Trust Office (Amman-Jabal al-Webdeh)	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
HRH Princess Dana Firas (President-PNT), Mr.Abdullah Abu Ruman (Executive Director –PNT) Mr. Firas Salameen(PDTRA)	宮原所長・山中嶋企画調査員・大山（記録）

議事

1. JICA 側からの説明

- 宮原所長からのお話
  これまでの博物館を中心とした JICA の ヨルダンでの観光支援、 ペトラ博物館の建設及び能力強化等に関する支援、 また今回のプロジェクトに関して、観光振興と文化遺産の保全を両立させるものである点など(添付資料)
- 山中嶋企画調査員より、ペトラ観光マスタープランの技プロの概要について説明
- 大山から、ヨルダンでの自己のこれまでの経歴と、本プロジェクトでの専門家としての 担当分野について説明

2. 王女のお話

- JICA の ヨルダンでの支援 全般に対するヨルダンを代表しての謝辞
- 日本の文化や歴史、過去の経験などに学んでいきたい
- 観光振興はヨルダンの経済にとって非常に重要であるがそのためには文化遺産の保全が非常に重要である
- JICA の支援は(金額的な規模が)最大級ではないかというコメント

  → (所長より)無償援助についてはおそらく最大級

＜PNT の経緯や目的、活動について＞

- PNT は、1985 年に ペトラがユネスコ世界遺産に登録されたことを受け、 遺跡の保全や管理を行うため 1989 年に創設され(PDTRA の設立以前)、遺跡の運営、保全管理のための ガイドライン制定や、法制化を目指してきた。
- 一般市民の声を反映させるための NGO であり、 政府系機関とは異なる。
- 遺跡保全のプロジェクトとしては、29 のプロジェクトをこれまで 行ってきたが、中でも最大のものは シークに関する発掘や保全のプロジェクトである。
- ベイダ(リトルペトラ)の天井壁画の補修プロジェクト、 ナバテア時代のダムの補修プロジェクトも実施。ダム（5 つあるうちの 1 つ）を補修して機能するようにしたが、考古遺跡となったものを実際に使えるようにした世界でも稀有な例である。現在は遺跡の保全等のプロジェクトは行ってはいない。

＜Culture education program について＞

- 同プログラムを 11 年前から 実施中。 課外活動として、公立学校を対象に実施している。ペトラ地域の公立の学校で始めたが、マフラックやアンマンでも行なっているが、全国に広げていきたいので JICA に支援してほしい。

→（JICA より）JICA には直接資金的なサポートができるスキームがないため、そのような
支援は難しいが、連携できる可能性は検討していきたい。

- このプログラムに関連して、エジプト、カタール、バハレーンも含めて、 COVID-19 の流行期間に、デジタルを活用した Online Platform for Cultural Education を実施

＜その他の活動等＞

- 社会経済開発のためのローカルコミュニティ向けの様々な研修プログラムや、 気候変動と文化遺産の保全に関する活動も実施(CHN に参加)
- ペトラ地域の 動植物 の生物多様性 に関する調査も UNDP と行なったが、過去に行われたものであり、おそらくすでに絶滅してしまった動植物もいるかと思われる。再度調査を行っていくことが必要である。

3. 王女から プロジェクトに関しての 質問

- これまでペトラでは様々な マスタープランや 提案がすでに作られてきたが、そうした先行するプラン等をどうするのか?

  →（大山）先行するプランを 調査して、それらに立脚しながら新しいプランを作ってい

- プロジェクトは PAP のみを対象としたものなのか

  →（大山）PAP に 加えて ペトラ遺跡周辺の 6 つのコミュニティーを対象としていく

4. 所長より 質問 キャリングキャパシティの対策に関しての質問

（王女より）

- 観光客が触ることによる遺跡のすり減りなどのダメージが 報告されていた(宝物殿の中に入れた時期など)。 観光客による遺跡への損傷が 起こらないための対策が必要。
- 入場の 予約時間制（オンラインでの事前予約と電子チケット）を導入することで訪問者が特定の時間帯に集中することを避ける、 行き帰りで異なる遺跡公園内の順路の導入（出口やバスの運行等）などで、キャリングキャパシティを増やすことができると考える。他方で、バスの運行が増えることは景観にも影響するため、悩ましいところである。

以上

提出・受領資料
・ PNT 概要資料 ・JICA の支援に関する資料

6 Jordan University Department of Tourism との面談および学生へのヒアリング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 3 日（水）14:00 – 15:00	
場所：大学キャンパス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
参加者リスト参照	谷村、アセファ、碓氷（記録）

議事

1. 学生とのフリーディスカッション

① ヨルダンのツーリズムについてどう思うか。

・ローカルコミュニティとの協業が必要

・観光客を受け入れるためのサービス品質になっていない

・交通機関が負のインパクトを与えている

・学生のフィールドトリップを奨励すべき

・遺跡（の保全）は状況が悪い。またプロモーションが非常に重要。

・交通手段の改善が必要

② キャリアプランを教えて欲しい。

・ヨルダンのマーケティング、プロモーションにかかわり多

・有名ではない遺跡のプロモーションとマーケティング

・旅行会社としてソーシャルメディアを利用したマーケティングとプロモーション

・ガイドとしてヨルダンやヨルダン歴史を伝えたい

・ヘリテージを再建し、エコツーにより観光セクターを守りたい

・メディカルツーリズムの実施

③ Urdon-na Jenna でペトラよりアカバ等のエンタメ的な場所が好まれると聞いたが、国内旅行をするならやはりエンタメ的な場所がいいか。

・エンタメにあまり触れなかった時代の人達はエンタメ的な場所を好むと思う

・新しい人、文化、地域の伝統的な食事等を知りたいので地方が良い

・歴史的な場所が良い

2. Dean 及び教授の意見

- タウジヒのスコアが高い学生は薬学やエンジニアリングといったように、ヨルダンはスコアにより進学できるところが決まる。ツーリズムに対する意識を持ってもらうために入学するに際してならかの試験を実施したほうが良いと考えている。
- ヨルダンの旅行者に対しては高いホテルに泊まるより、ホームステイが良いのでは。After COVID - 19 においては、ツーリストは収入が減る可能性があり、ローカルはエキストラ収入が欲しい。これにより国内マーケットも取り込めるのではないか。
- ウム・サイフンの人々はワディ・ムサや他のコミュニティーの住人とは文化や考え方等含め、完全に違う。遺跡公園内のロバの問題等はあるが、追い出すのではなく、どのようにツーリズムに関わらせるかが重要だ。彼らにも生活がある。アウェアネスやトレーニング等大学や他のステイクホルダーと考えるのが良い。

● ガイドのクオリティ改善も必要。遺跡発掘にかかわる情報、発行物が、ガイドが新しい情報を得るほどない。また政府のサポートもない。 以上
提出・受領資料
なし

7 Jordan Trail Association（JTA）との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 3 日（水）16:30-18:00	
場所： Jordan Trail Association オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad Asfour (Board member) Ms. Ghada Abu Sitta (Project Manager)	碓氷、大山、アセファ、谷村（記録）

議事

1. 同 Association の概要について

- 2011 年からヨルダン国内のトレイルを商品化するプロジェクトがスタート、コスタリカやトルコのトレイル調査を行い、そちらを参考に 2015 年に Associationwo 設立。
- 2016 年に USAID、JTB ならびに民間セクターの支援を受け、トレイルの整備を進める。ヨルダン国内を縦断する総計 2,000km のトレイルの中から 675km を選び、「ヨルダントレイル」として認定し、プロモーションを開始した。
- トレイルの整備に当たっては各エリアのローカルコミュニティのサービスプロバイダと契約し、食事や宿泊、交通、ガイドなどの提供などを通して経済的な支援を行っている（サービスプロバイダはリスト化されている）。
- 昨年から COVID-19 の影響で事業がだいぶ縮小しているが、通常は年に 1 回の THRU HIKE やガラディナーなどのイベント、JTB からのサポート、メンバーからの会費、スポンサーシップ、企業などからの寄付によって運営されている。また、「JT PASS」（トレイルを踏歩したことを記録する冊子）の販売も行っている。
- 2018 年には National Geographic 社から Travel Best Award の表彰を受けた。

2. Jordan Trail の概要

- ヨルダン北部の Um Qais から南端の Aqaba を結ぶ 675km のルート。全体を 7 つのエリアにわけ、それぞれ数日で踏破するルートとなっている。トレイルの詳細はウェブサイト、また携帯用のアプリに掲載してあり、それを参照して自分で歩くことができるようにしている。
- ルートの中ではダーナ～ペトラのエリアが最も人気のあるルート。
- サステイナビリティに大変興味があり、最近ではメイントレイルの他、エリア内のサイドトレイル（半日～1 日程度のショートウォーク）や体験プログラム（メディテーションなど）の開発に取り掛かっている。
- トレイルの販売はヨルダン国内のツアーオペレーター2 社（Discover Jordan、Experience Jordan）を通して海外の旅行会社に販売している（JTA が直接販売をすることはない）。
- トレイルの参加者は COVID-19 前までは下記の通り順調に伸びていた。

  2017 年　20,000 人　2018 年　44,000 人　2019 年　60,000 人

  また、国別の参加者割合は下記の通り。

  ヨルダン 35%、アメリカ 25%、英国 7%、ドイツ 5&、ロシア 4%、フランス 3%

3. トレイルガイドについて

- トレイルを案内するガイドについては正式な資格はなく、所定のトレーニングを終了したガイドを Trail Escort または Navigation Escort として認定する。トレーニング内容は下記の通り（所要 1 日）

ホスピタリティ、コロナ対策、お客様の案内スキル、ハウスキーピング、救急処理

- 宿泊を伴うトレイルの場合、ツアーの進行状況を見ながら Trail Escort がその日の宿泊場所を決定する。キャンプでの宿泊の場合は有料でシュラフやテントを各コミュニティーのサービスプロバイダが準備する。

以上

提出・受領資料
Jordan Trail Route Map、パンフレット

8 Hashmite University Faculty of Tourism and Heritage との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 4 日（木）9:30 – 11:30	
場所：Hashemite University- Queen Rania Faculty of Tourism & Heritage	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Prof.Dr. Firas al-Awneh, Dean/Professor, Prof.Dr.Mohammad Waheeb (CRM Dep.) Prof.Dr. XXX (Tourism Dep) Ms.XXX (Master student)	谷村、碓氷、アセファ、大山（記録）

議事

1. 大学概要
   - 学部生は 1100 人いるが、 修士課程の学生は 11 人である
   - 専攻として保存科学、観光、 文化資源マネジメント CRM があり、 博物館学や 遺跡などの観光サイトの維持管理も学べるが、 学位としてはどの専攻であっても「観光」という形になる
   - 学生は女性が多く 70 パーセントが女性である。
   - 観光学を専攻とするもの 学生 が多く、 学生全体の約 8 割である。
   - 保存科学などは 化学など理系の知識を必要とするため専攻するのが難しいということも背景にある
2. 同大学によるペトラ周辺等での調査等
   - 過去（1993-2000 年）に Petra Stone Preservation Project を実施しており 約 20 年前には JICA の JOCV が支援していた。 当時、JICA 支援で、ペトラ遺跡の地図作成や岩窟墓のドキュメンテーションなどを行ったが、 そのデータは恐らく現在も大学内にあると思われる
   - 現在はペトラ南部の masuda 地域で 考古遺跡の 分布調査 を行っている。 これまでに 20 か所以上の遺跡が新たに発見された。 無形文化遺産のドキュメンテーションも 行なっている。Masuda エリアは 自然保護区 にすることが RSCN により提唱されたが、 保護区とすることに住民が反対している
   - 無形遺産の調査としては、 ペトラのワディ・ムサ 地域、マダバ、ザルカ、マフラク、 ワディ・ラムで実施しており、 これまで四つの著作が刊行されている
   - ペトラ周辺の文化遺産としては、 アラビア半島からペトラ、ヨルダン渓谷(bir mahdour)からガザまで続く 交易路 が重要であるが、 観光に十分に活用されていない
   - マアン近郊の東部の砂漠地帯には、ナバテア由来と思われる、万里の長城のような長い城壁も見つかっている（同大学で調査）
3. 観光、文化遺産分野全般に関する大学からのコメント
   - 民間の観光関係者は 遺跡などの観光から収益を上げることのみに 注力しており、遺跡の保全などはほとんど考えていない
   - 遺跡が海外の調査隊などの発掘調査の後に そのまま放置されて 保全されない状態であるものも多いことが問題
   - ツーリズムとローカルコミュニティ、遺跡保全をペトラではどのようにしたら成り立たせることができるか。MoTA は人数を追いかける一方で DoA は遺跡保全を目指しており、そのギャップが大きな課題である。

- ローカルコミュニティを巻き込むことが何よりも重要である。 海外の ドナー などにより様々なプロジェクトが 実施されてきたが、 ローカル コミュニティーが十分巻き込まれてきたとは言い難い。また、ローカルコミュニティに対しては教育を通じて遺跡保全の重要性を理解してもらうことが必要である。
- ローカルコミュニティを巻き込んだ活動の例として、同大学の院生であるハイファさんが取り組んでいるマングローブ再生プロジェクトがある。
- サウジアラビアによる観光等のプロジェクトである NEOM プロジェクトがヨルダンも巻き込んで進行中であるか、 これは ヨルダンにとって 非常に危険な動きであると思われる。

（参考　NEOM プロジェクト）

https://en.wikipedia.org/wiki/Neom

http://www.jordantimes.com/news/local/saudi-arabia%E2%80%99s-neom-project-good-news-jordan-region-%E2%80%94-officials

https://www.theguardian.com/global-development/2020/may/04/its-being-built-on-our-blood-the-true-cost-of-saudi-arabia-5bn-mega-city-neom

- 遺跡以外のバリューに目を向けるべき（イエメンなど、ヨルダン周辺国とつながる Historical route など）。
- これまで各ドナーが多くのお金を使ってきたが実際には何も変わっていない。また、アカデミックな分野からの意見も一切求められない。遺跡・環境の保全なしには観光は成り立たない（UNESCO の勧告に従わなければペトラが世界遺産から除外される可能性もある）。その点も踏まえ、明確なビジョンや戦略、そして具体的な解決策を考えるべき。
- ヨルダンの旅行業界には、大学の卒業生はすぐには使えない、すぐ実務にかかわれる人材を求める傾向がある。学生がより積極的に観光業に関われ、就業できるような支援が欲しい。

以上

提出・受領資料
なし

9 Jordan Tourism Boardとの面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第1期）	
日時：2021年11月04日（水）14:00 – 15:30	
場所：JTBオフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Ahmad Alhmoud (Marketing Director)	谷村、大山、アセファ（記録）

議事

JTBとのミーティングを開催した。主な協議の内容は、以下の通り。

1. イントロダクション

- 11月2日、ロンドンで開催されたワールド・トラベル・マーケット（WTM）で、JTBは新しいブランドとアイデンティティを発表した（ロゴも変更）。
- イージージェットがマンチェスターとアカバを結ぶ新しい直行便の就航を控えていることから、JTBはマンチェスターでヨルダンのゴールデントライアングルをプロモーションしたいと考えている。
- JTBでは、環境に配慮するため、パンフレットの印刷を約70%削減する予定。今年の9月からパンフレットのデジタル化を開始した。
- JTBは現在、ドイツ、イギリス、ギリシャの各拠点を早急に再開するための準備を進めている。

2. ターゲット市場及びプロモーションキャンペーンについて

- ポーランドからの訪問者数が増加しているため、ポーランド市場に大きく注力している。
- パレスチナは非常に重要な市場であり、教育、医療、VFR、および主要なイベントのために多くの訪問者がヨルダンを訪れている。
- 国境はまだ閉鎖されているため、日本向けの具体的なプロモーション計画はない。
- サウジアラビアの観光客は、特に以下のような観光商品に興味を持っていると考えられる

  ＊ネイチャーツーリズム
  ＊シティ・ツーリズム
  ＊ウォーターパークエンターテインメント
  ＊ショッピング・ツーリズム、等

- アラブ人は一般的に、歴史的な場所や考古学的な場所を訪れることに興味がないが、レバノン及びチュニジア人観光客についてはとても興味を持っている。
- JTBでは、キャンペーンを行う市場をTierで分けている。
  Tier 1は以下の通りである：

  ＊アメリカ、イギリス、イタリア、フランス、ドイツ、スペイン、ポーランド
  アメリカ市場は引き続き重要であり、2022年5月、ユナイテッド航空はワシントンとアンマン間の新しい直行便を開始する予定。

  Tier 2は以下の通りである：

  ＊ギリシャ、キプロス、ベラルーシ、東ヨーロッパ、中国、インド、オーストラリア、カナダ、オーストリア、スイス、日本、ブラジル、韓国、ロシア、アラブ国

- これらのTier市場は、主にデジタルマーケティング、ソーシャルメディアエンゲージメント、およびExpedia、Trip Advisor、Booking HoldingsなどのOATとのパートナーマーケティングを通じてプロモーションを行う。

- JTB では、ツアーオペレーターが観光客を誘致するためのキックバックインセンティブプログラムを提供している。ツアーオペレーターのパフォーマンスに応じて、キックバックのレートは 1Pax 当たり 3 ドルから 12 ドルの範囲である。

3. 潜在的なロードショーとエクシビション参加について

- JTB は、ドバイ国際博覧会に参加し、1 月 10 日にツーリズムイベントを実施。 JEDCO と JTB は、ドバイ万博に対するヨルダン政府の中心的な役割を担っている。
- また、JTB は今後、以下のエクシビションへの参加を予定している：

  - 1 月：Vakantiebeurs　（オランダ）
  - 1 月：Fitur　（スペイン）
  - 2 月：BIT（イタリア）
  - 3 月：ITB（ドイツ）& MITT（ロシア）
  - 4 月：IMEX（ドイツ）
  - 5 月：ATM（ドバイ）
  - 10 月：Top Resa (フランス)、IBTM（スペイン）、ITB（シンガポール）

4. その他

- JTB のプロモーション予算は、フェイス・ツーリズムが最も多く、次いでアドベンチャー・ツーリズムとなっている。

以上

提出・受領資料
なし

10 Jordan Inbound Tour Operator Association との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期た）	
日時：2021 年 11 月 4 日（木）15:30-16:30	
場所：	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Awni Kawar, Vice Chaiman, Mr.Ashraf Bargaw, Executive Director Ms.Yasar Malhas, Board member Mr. Firas (PDTRA)	大山、アセファ、谷村（記録）

議事

前回の面談および現地調査の内容を踏まえ、ペトラ地域の商品開発に関する意見交換

1. ペトラ地域の商品開発の進め方
   - （M/P チーム）前回の面談で、各社それぞれで家庭訪問などの手配を行っていると聞いたが、ペトラ地域としてプログラム開発を行うにはどのような形が良いか？
   - （JITOA）各地域に、ツアーオペレーターがコネクションを持つコーディネイター的な人材がいる。例えばペトラ地域では、Usama Hassan という方がいて、ベドウィン関係の体験プログラムを開発、手配してくれている。こうした人たちを活用して地域の商品開発に取り組むのが良いのではないか。地域として魅力ある商品の開発、提供ができれば旅行会社としては効率もよく、歓迎。
2. 海外の旅行会社に需要があると思われる商品
   - ポストコロナを踏まえて、安全・清潔が非常に大事。遺跡公園内の不衛生な状況が問題であることは前回の面談でも上がっており、これを改善し、遺跡を清潔にかつ安全に保つことでお客様が安心して訪問できるようになる。
   - SDGs も海外の旅行会社では近年需要が高まっており、エコツーリズムなどの新しいプログラムは常に要求される。これまでもヨルダン国内のエコツーリズムエリアでのプログラムを紹介してきているが、COVID-19 前は主要エリアの集客は 2018/2019 比で下記の伸びがあった。
     アズラックエリア 148%、ダーナエリア 145%、アジュルンエリア 152%
   - サイクリングや乗馬、トレイルを歩くツアーも需要が高い。
   - 新しいテーマのツアー、SIT プログラムは常に海外の旅行会社から提供を求められる。
3. ペトラ博物館を活用した商品
   - 博物館を利用した商品は海外の旅行会社にも受け入れられると思う。
   - 閉館後や開館前の貸切見学、学芸員による特別なテーマでの館内ツアーも SIT プログラムとしてお勧めできる。
   - 博物館前での伝統芸能（ナバテア時代の）パフォーマンス＋夕食のパッケージも新しい夜のプログラムとして面白いのではないか。
   - 博物館にオーディオセットがあるとよい。

今後も商品開発とプロモーションについては定期的に意見交換をしていくことで合意した。

以上

提出・受領資料

なし

11 ペトラ博物館との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 7 日（日）～11 月 30 日（火）随時実施（ほぼ毎日実施）	
場所：Petra Museum	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Nahar E. Rawadieh（館長）Ms.Maha daghesh (curator), Ms.Lubna Twaissi (Volunteer in charge of education)	大山（記録）
議事	

ペトラ博物館の運営、活動等について館長と協議、 また来館者の動向などを調査　展示の状況についても現状調査

1. 博物館年次計画の策定と運営状況（財務など）確認

・ペトラ博物館のキャパシティビルディングの一環として 、2022 年度の 年間の活動計画を館長と共に策定、 館長がアラビア語版も作成して学芸員(Ms.Maha)とも協議　今後、館長の方で他のスタッフとも協議予定

館長の方で 活動計画の 各項目の 担当者や 達成状況なども今後進捗管理を行っていく予定

展示、研究調査 、教育活動、 プロモーション、観光 商品開発 等に関する活動など全ての 分野を含む もの

・ 博物館の 財務状況についても 情報収集、確認。 財務状況については、PTMP ドラフトの改訂版に記載。

博物館にとっては」飾り」的な意味しかない、前面部分の池の水の維持管理などに、高額の費用が発生してしまっていることが判明。運営段階ではなく、もともとの建設計画に伴うものであるため、問題点のさらなる把握や対処法など、今後要検討。

2. 博物館のミッションステートメント

・博物館の基本方針をまとめたもので、 これまでのドラフト版をもとに再検討してアラビア語英語として行き PD TRA でも承認する 予定

ウェブサイトに掲載するため 早い段階で動いていく

3. 博物館展示品の状況の調査確認

・錆の発生などが懸念される金属製品など一部の展示品の保存の状況を館長及び 学芸員と 調査。CRM セクションのスタッフが今後、一部の展示品の保存にも協力

保存状況を記録するフォームを今後作成していく

温湿度計（前技プロで導入）の設置状況、管理体制もチェック→館内に Wi-Fi があれば

IPM (総合的有害生物管理)についても館長と 今後の導入について検討

今後害虫の調査も試験的に行っていく

4. 今後の調査研究（展示品に関するさらなる情報収集）

展示品 については情報が不足していて、 例えば ペトラ地域の どこから出土したものであるのかなど、よくわからないような ものもあるため、 今後博物館の活動の一環として 展示品の情報収集などの調整をしていく、発掘時の情報（遺跡内での出土地点、Locus Numbe なども含めた情報）など

観光ストーリーを作る観点からも、展示品（ および展示品が出土した遺跡など関連情報）についてさらなる情報を 博物館が収集していくことが非常に重要。

2019 年に提案した、QR コードを用いた資料情報タグも再稼働させていく

５．文化遺産などを包括する GIS のデータベース

・文化遺産 などを包括する GIS によるデータベースについて、 展示品の情報を遺跡を示したマップに落とし込むような形で 博物館も協力することに合意

是非とも作っていきたいとのこと(当方と小出氏で相談している GIS データベース作る動きについて賛成)

６． 博物館を 中核施設としたテーマ別のトレイル、旅行商品について

・(谷村氏と検討している)遺跡 公園の内外 及び博物館 を 共通のテーマで 結ぶ新たな観光トレイル、 観光商品についても非常に良いアイディアであり賛成とのこと

現在水利に関する トレイルや 交易路 に関するトレイル を検討中

７．ナイトプログラム

・同じく谷村氏と検討中の 博物館の夜間の特別訪問 プログラム(考古学者による解説、 乳香等の体験型イベント、 古代の文化に関係した食事 などもついたもの)案についても 館長も 賛成。 今後具体的なプログラムを検討していく。

８．ウェブサイトウェブサイトのコンテンツについて検討

・PDTRA のチーフコミッショナーや、館長からの メッセージを入れる方向性を検討(JICA 事務所でも同様の案、 ビデオ メッセージ で入れる形)

・ウェブサイト上で寄付金を募るのは、 PD TRA の 財務的な 制約などもあるようで 難しい

・ミュージアムショップでガイドブック の 電子書籍 版 などを Web 上のカード決済などで販売するのも同様の制約

９．来館者データ

・現在、 1 時間おきの 時間別の来館者データも取得中

データの Excel シート 作成 などに 通じている レセプションの女性が 今後データを取りまとめ予定(この女性を今後 来館したデータを専門的に扱うスタッフとして養成していく)

１０．教育活動

・UNDP 等での業務経験もある 地元出身の 女性 の有期ボランティア(ms.lubna twaissi)が、 来年以降の地元の学校と連携しての教育活動の案を策定中

これまで行なった体験型のイベントなども取り入れながら、 学校の各学年を分ける形で 来年以降実施していく予定

ワディ・ムサ 、ウム・サイフンの学校など、6 つのコミュニティーの 学校をターゲットでして行く。

１１．館内の wi-fi の問題

館内には未だに wi-fi が(PAP と交渉しているが) 設置されていない、 そのためオンラインでのプロモーションや教育活動で 館内を映すようなことが難しくなっている状況

今後のモバイルアプリ 導入に際しても 館内の wi-fi が必要となるため、 設置が急がれる状況館長から PDTRA に対して設置のための働き掛けを引き続き行っていく。

１２．展示の協力者の館内表記について

新石器時代の墓の復元に協力したドイツの大学などの関係機関の館内表記について、 ほかの 展示での協力機関（ビーナス像での ACOR など） についても、展示のラベルキャプションなどで表記し、また 将来的には 協力した協力者の一覧を 入り口の壁面に貼ることなども検討（ 世界中の博物館で一般的な形)

JICA や日本の支援の表記（ODA 銘板など）との関係について 今後検討していく

１３．オーディオガイドコンテンツ

モバイルアプリのうち、オーディオガイドのコンテンツとなる展示品の説明文について、 館長と共に準備。 今後展示され、 オーディオガイドに含まれるような 展示予定品についても 状況など確認。

１４．博物館での来館者サービスの研究をテーマに日本に留学する PDTRA スタッフと館長を交えた面談

・別府の立命館アジア太平洋大学に留学予定の EMAD 氏（PDTRA リサーチセンター）に対して、館長も交え、博物館の内容をブリーフィング（館長と共に 2019 年にハシミテ大学の学会で発表したペトラ博物館のプレゼンを用いて）

・EMAD 氏は観光サービスが主な関心分野で、今後博物館のギャラリースタッフ等のサービスなどについて研究調査予定。今後必要に応じて連携していく。

以上

提出・受領資料
2022 年度ペトラ博物館年次活動計画

<Petra Museum Activity Plan 2022 (Draft)>

Activity		2022-January	Feburary	March	April	May	June	July	August	September	October	November	December
Operation Management	New staff training												
	Registration of Petra museum as ICOM member												
	Approval of museum mission statement												
Research/Museum collection management	Study/Collecting information about museum collection												
	Photo documentation of new museum collection												
	3D scanning of museum object												
	Database update (adding data)/modification												
	Cooperation to GIS databese (part of museum collection, site introduced in museum)												
Conservation	Check conservation condition of museum object (gallery and storage)												
	Check RH (relative humidity), temperature, illuminance in gallery and storage												
	IPM planning/Checking pest problem in museum (Gallery, Storage etc)												
Exhibition	Acquisition/Add new object to exhibition												
	Partial revision of exhibition (revision of label etc)												
	Exhibition mobile App/Audio guide preparation, starting service												
	Introduction of multi-language system												
	Follow-up new exhibiton (PPNB Ba'ja exhibition,etc)												
	Temporary exhibition planning, preparation												
Education/local community awareness	Education event with local schools												
	International museum day event (around 5/18)												
Barrier-free/universalt tourism	Barrier-free check of museum												
	Planning of program for disability												
Visitor survery	Visitor data collection, analysis												
	Visitor survey by questionnare												
Promotion	Museum website set-up												
	Revision of Petra museum info in "Visit Petra"(by PDTRA) and "Visit Jordan"(by JTB)												
	Museum instagram set-up												
	Multi-language museum brochure preparation												
	Distribution of Petra museum brochure to tour operator, hotels, restaurant etc												
	TV program about Petra museum												
Museum shop	Planning and production of Petra museum goods												
	Enhancement of musuem shop sales method												
Trail and tour	Planning of trail/thematic tour route connecting Petra museum and sites by specified theme (such as water management etc)												
	Study of proposed theme/sites												
Safety/security management	Safety and security planning												
	Introduction of security device in museum												
	Emergency drill												

12 PDTRA Directore of Tourism スタッフとのグループディスカッション

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 7 日（日）14:00 – 16:00	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
参加者リスト参照	谷村、アセファ、碓氷（記録）

議事

Tourism Directrate から 4 名が参加、グループディスカッション（以下「GD」）を実施した。GD のルールや目的を説明した後、以下の点について自由に発言して貰った。

1. ペトラは持続的であるか
   - インターナショナルブランドレストラン、ガーデン、エンタメ等がなく持続的ではない
   - Not facilitate with tourists
   - 遺跡公園内（以下、「PAP」）の人々の問題がある
   - 観光客にとって PAP の入場料は高い
   - 公園内の動物が遺跡を破壊する恐れがある
   - 旅行会社の税金対策のため、観光客の正確な情報が取れない
   - ロイヤルヨルダン航空のチケット代が高い
   - PAP 内のインフォーマルビジネスや動物の問題がある
   - ベイダには観光サービスが無く、観光客が出来ることは無い
2. ペトラの価値を高めるために何をすればいいか
   - Petra by Night のように、夜のイベントを増やす
   - トレイルの開発
   - More activities
   - ホテル代を安くする
   - ローカルコミュニティを巻き込んだアラブ食やベドウィン生活体験
3. ターゲットにすべきグループは？（マス・ツーリズムか？）
   - SIT（PAP 入場料の 50JD は安いが、SIT なら高くしてもチケットは売れる）
   - 現在提供しているサービスと比較した場合 50JD より高くすべきではない
4. ユニバーサルツーリズム市場を誘致することについてどう思うか
   - Yes:ビジターセンターには車椅子があり、PAP 内はクラブカーも運行している
   - No:まずは自地域の見直しを図ることが必要

     ユニバーサルツーリズムを誘致するならメインルートのみとするのが良い
5. PAP 以外の観光商品としてどのようなものが考えられるか

   <<現時点での商品>>
   - キャンピング
   - リトルペトラでのガラディナー

- 乗馬、サイクリング（ただし、いずれもイリーガル）

  ※現時点ではリーガルな商品は少ないことを確認

<<今後考えられる商品>>

- カルチャルビレッジにインフォーマルビジネスを移転する
- メディテーションツーリズム（ヨガ、夕日、写真等）
- 星空観測（見るだけなく、説明等を付ける、プラネタリウム:天文台のような）
- ローカル住民によるナバティアン文化

<<Petra by Night をもっと良くするためのアイディア>>

- 催行日を増やす
- プログラムの見直し（つまらないという意見がある）
- イベントの最後に参加者全員でフラッシュを使う
- 修道院で同じようなイベントを実施する

  ※Petra by Night はサイレント＆クワイエットであることが重要

6. ペトラのブランディングについてどう思うか（ブランドの価値を造るには）
   - 映画撮影の誘致をする（インディジョーンズでペトラは有名になった）
   - ドローンによる観光客の空撮はどうか？

     ①許可と軍のアテンドが必要、②遺跡を破壊しないことが重要、③誰が運営するか
   - オリーブ園のようなものはどうか（小豆島の例）

     面白いと思う
7. ペトラ地域に誘致すべき観光客は誰か
   - ヨーロッパの、遺跡等に興味があるシニアが良い（ドイツ、スペイン、イタリア、フランス、オランダ等）
   - 経済状況が良い国
   - クルーズ船の乗客（ヨーロッパ、特に UK が多い）
   - ヨルダン人はどうか？

     ヨルダン人はビーチやショッピングが出来るアカバやエンタメを求めている

     子供のための遊び場があれば誘致できると思う

     PAP 入場料が 1JD であり、多くが来ると遺跡が破壊される可能性がある
   - サウジは誘致すべきか

     Yes:距離が近い、交通機関が安い、20 百万人の人口がいる、マダイン・サーレハとの親和性がある

     No:アラブ人の入場料は 10JD であるためバーゲンをしてまで来てもらう必要はない
   - サウジを誘致するために必要なことは？

     ナイトショー等夜のアクティビティがあれば来ると思う

- どのような苦情があるか

  動物の虐待、児童労働、イリーガルガイド、夜のイベントが無い、PAP 内の人々による観光
  客へのハラスメント、ダブルチャージや先に決めた料金が後で上がる、PAP 内に違法な宿泊施設がある（TripAdvisor に掲載）

8. ペトラは十分にプロモートされていると思うか
   - 7 ワンダーであるにも関わらずエジプトやトルコと比較して観光客は少ない
   - 観光インフラを考えると観光客は十分である
   - シーズナリティがある
   - シーズナリティを解消するには？

     PAP 入場料やフライト料金を安くする

9. 観光サービス品質についてどう思うか
   - 良いと思う
   - 入場料と他の経費を考えた際にどうか

     PAP とホテルは別である

     人々は訓練されている

     3 スター以下のホテルは従業員が直ぐに辞めるため研修にお金はかけない

     ツーリストのコメントは重要だ
   - 観光サービスの品質は PDTRA では良くコントロールされていないということか

     宿泊客は直接ホテルに苦情を言うので、PDTRA では把握できない

10. 観光サービスのどの分野を改善すべきか
    - 海外製土産についてどう思うか

      上層部からコントロールし、税金も上げることで海外製土産を扱わなくなる

      ローカルの女性が観光客の前で手工芸品を造ることで、その価値が伝わる

11. サービス業界に女性をどのようにして増やせるか
    - 文化的背景はあるが最近は女性ガイドもいる（少しずつではあるが状況は変わっていきている）

以上

提出・受領資料
なし

13 PDTRA とのキックオフミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 9 日（火）8:30-10:30	
場所： PDTRA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
H.E. Dr. Suleiman Farajat (Chief Commissioner) Dr. Ismaiel N. Abu Amoud (Commissioner of PAP) Mr. Sabri M. Al Fdool (Director of Tourism & marketing) Mr. Khalil Mashaleh (Directorate of Tourism & Marketing)	熊田、碓氷、アセファ、大山、小出、神宮、谷村（記録）

議事

1. ミッションリーダー（熊田）からの挨拶およびミッションの進捗報告
   - 11/18 開催の Joint Coordination Committee（JCC）を通じたプロジェクトの目的、Work Plan および課題の共有。
   - 前回（5 月及び 9 月）に実施したベースライン調査のブラッシュアップ。
   - 2022 年 9 月までに実施するパイロット・プロジェクトに向けた準備の開始。
2. 各専門家よりベースライン調査から得た課題の共有を行った。
3. PDTRA Dr. Suleimano、Dr.Ismaiel からの専門家のコメントに対して以下の確認があった
   - 本プロジェクトのカウンターパートは PDTRA であること。
   - それぞれのステイクホルダーの関心はそれぞれ異なる。目標達成に向け統合して進める。

     PNT 等については一定程度の距離感も必要
   - 将来の世代のために、遺跡の価値を守りつつペトラを国際的な観光地にしたい。
   - 成果は書面でなく、実践的で役立つプロジェクトとすることを再度リマインドしたい。
   - 5 日前に発表された Global Destination Index（https://www.gds.earth/）における評価向上で Security Measure の評価を
   - COVID-19 の影響は甚大だったが、旅行者は急回復しており、遺跡公園内での旅行者の不適切なふるまい、危険対策など各種課題が改めて浮き彫りになっている。旅行者向けガイドラインの策定の必要性を感じている。
   - プロモーションではソーシャルメディア活用を推進したい。
   - 現ウェブサイト（USAID 支援）で 10 年前に開設後、フレーム・機能・情報も不十分。SNS を活用できる人材育成もできていない。ぜひ外部からのサポートが欲しい。
   - 観光サービスの品質向上を図るため英国のサービス認証等も検討している。トイレやガイド（勤務中にタバコを吸ったり、身なりが清潔でなかったり）など管理も PDTRA が直接できるように同認証権限を MoTA から委譲してもらうことを協議している。そのうえで観光事業者の査察頻度を上げる、また抜き打ちのチェック（Ghost shopping）によりクオリティの向上を図りたい。また SNS のレビューも重要だと考えている。
   - 観光商品造成に際しては、地域内のトランスポーテーションシステムの議論も必要。
   - 遺跡公園外ではリトルペトラ、Heritage Village（これまで Cultural Village と呼んでいたが改名）および同地域に新設を予定しているビジターセンターの活用についてぜひアイディアを提供してもらいたい。

- 夜のイベントの必要性は感じている。ペトラバイナイトもより良い方向に改善し、リトルペトラを活用した新たな夜のイベントを開発することでペトラを夜も楽しめるデスティネーションにしたい。
- ペトラ地域の特産品（陶器や手工芸品・銀細工）を“Made in Petra”というブランドで打ち出すことを考えている。
- 観光商品は旅行者の期待に対していかにポジティブなイメージを与える経験を保証できるかが重要だと考える。（先述の）リトルペトラなどの他に、ワディ・ムサのヘリテージ博物館、また地域内のウォーキングツアーもよい素材として欧州投資銀行（EIB）の支援の下、検討したい。ワディ・ムサについてはコミュニティーの地図を制作するための委員会が立ち上がった。
- ペトラの大きな課題の一つは宿泊施設の不足。十分な客室数がないために旅行者が周辺に流れてしまう。また価格の競争力が低いのも問題。PDTRA では 2022 年までに客室数を 4,000 室、2025 年までに 6,000 室に拡大することを目指している。
- ツーリストエリアで行われている工事は 1 か月以内に終え、来年の 3 月 1 日から博物館の活用を含むツーリストエリアの Tourism Comprehensive Plan を実施する予定。その中で、例えば博物館を利用したツアーを旅行会社に提供する場合、１～２年間は PDTRA のサポートにより料金無料とし、プロモーションをするための猶予期間を設けたい。
- 博物館を活用したトレジャーハンティング・プログラムをスレイマン氏知人のドイツ人女性が子供向けに創って、好評だった。
- 遺跡公園の危機管理は喫緊の最重要課題である。ミッションチームの危機管理担当の知見を得るため、早速に Security Committee を週明けに開催したい。

以上

提出・受領資料
なし

14 PDTRA との Joint Coordination Committee 開催に関する打ち合わせ

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 9 日（火）12:00 – 13:30	
場所： PDTRA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
H.E. Dr. Suleiman Farajat (Chief Commissioner) Dr. Ismaiel N. Abu Amoud (Commissioner of PAP) Mr. Sabri M. Al Fdool (Director of Tourism & marketing) Mr. Khalil Mashaleh (Directorate of Tourism & Marketing)	熊田、谷村（記録）

議事

1. JCC 招待状の送付
   - 重要な関係者（政府関係者、ドナーなど）には事前に打診済み。今週木曜日までに PDTRA より招待状（メール）を送付する。
2. JCC 参加者の確定（ヨルダン側参加者は別紙リスト参照）
   - PDTRA としては下記参加者を Permanent Member としたい。
     MoTA、DOA、JTB、JITOA、Petra National Trust (PNT)、UNESCO、
     EIB (European Investment Bank)、WB (World Bank), JHA (Jordan Hotel Association)、
     Mr.Eid NawaFleh (Jordan Tours & Petra Boutique Hotel オーナー、民間セクター代表)
     ※EIB、WB については今後大きな投資案件があることが背景にある模様。
   - その他の参加者はオブザーバーとする。
3. JCC ミニッツの確認
   - P.1 に PAP Commisioner の Dr. Ismaiel も加えてほしい。
   - 他の部分ではおおむね問題なし。
   - JICA ヨルダン事務所からは本日時点でインプットがないため、念のため再確認をする。追加での修正等が出てきた場合は再度 PDTRA と確認をする（今週中にファイナルさせる）。
4. JCC 式次第
   - MoTA の Secretary General のような High Profile Attendee には冒頭で少しお話いただく時間を取る。
   - 座席はロの字型とし、正面に Dr. Suleiman、JICA 事務所宮原所長、プロジェクトリーダーの熊田が着席、両側にヨルダン参加者、日本側参加者と別れて座る。
   - PDTRA にて座席配置を決定、卓上氏名ホルダーも用意する。今週中に日本側参加者の英文タイトル、氏名を PDTRA に送付すること（今週日曜日が期限）。
   - 後半に予定されているプロジェクトの Overall Findings Presentation についてはできるだけ簡潔に General な内容にまとめ、代表の１～２名にて発表する形にしてもらいたい。
   - プレゼン資料は事前に印刷し、当日卓上配布をお願いしたい。
   - ワークプラン、Project Framework は事前に合意した内容なので特に変更なしで了承。
   - コーヒーブレイクは 10 分だと時間が少々短いのではないか。前半の Framework プレゼンの時間などを調整し、うまく時間が取れるようにしてほしい。

- Geneva Hotel での手配に漏れがないようにしたいので、現在手配している内容（テーブル配置、機材、ブレイク時に提供する飲食物）を PDTRA（Mr. Sabri）に共有して欲しい。
- Dr.Suleiman、Dr. Islmaiel ともその日の午後までアンマンに滞在予定なので、JCC 終了後、フォローアップミーティングを開催することが可能。必要があれば知らせてほしい。

以上

提出・受領資料
JCC 参加者リスト（ヨルダン側、本日付け修正）、JCC ミニッツ案（本日付け修正）

15 PDTRA Quality Assurance, Investment Team とのグループディスカッション

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 9 日（火）12:20 – 13:45	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
XXX	アセファ、碓氷（記録）

議事

Quality Assurance, Investment 部局から 4 名が参加、グループディスカッション（以下「GD」）を実施した。GD のルールや目的を説明した後、以下の点について自由に発言して貰った。

1. ペトラ地域は持続性について
   - 持続的ではない。2010 年には 100 万人が訪問するも、半年はピークで残りの半年はオフシーズンである。
   - LCC が観光客を増加してくれるので、持続させるためにはインセンティブが必要だ。
2. ペトラ地域に観光客を今より長く滞在させるためにはどうすべきか
   - 遺跡公園内のトレイルを延長することや新しいトレイルの開発が必要だ。
   - 新しいテーマでペトラに来てもらうために旅行会社やガイドは重要である。
   - ペトラをスタートポイントとして他の場所を見る循環を造る（Petra and Beyond）

     (例）ローカルコミュニティとの連携、アドベンチャー・ツーリズム、テーマパーク、ウォーターパーク等
   - ウォーターパーク等を造ればヨルダン人やサウジ人は来るのか

     来る。ガイドブックを見た時にペトラに多くのアクティビティがあれば長く滞在する
   - 遺跡公園観光後のアクティビティが必要だ。
   - どのようなアクティビティが必要だと思うか

     カルチャーセンター、土産物店、ミッドタウン、パノラマビュー等を結ぶ交通網

     良いサービス、エンタメ、アクティビティが必要

     （良いアクティビティとは多額の投資をしないもの）
3. ユニバーサルツーリズムについてペトラ地域の現状と今後の可能性
   - ホテルやレストランの障害者や高齢者の受入れについて MoTA に規定がある（ホテルにおいては 6%を障害者用にする）
   - 遺跡公園にはクラブカーがあり誰でも利用できる
   - グローバルな規定はどのようなものか、我々は何をしなければならないかガイドラインやクライテリアがあると良い。
4. Petra by Night について（面白いか、改善が必要か）
   - スタート時からプログラムは全く変わっていない
   - 宝物殿のみならず他の場所でも実施するのが良い
   - シークまでは自然光にしシークからキャンドルを置くと良い
   - プロジェクションを利用し、ストーリー性のあるものを、リトルペトラ等でも実施すると良い

- 光と音、フォルクローレ等
- Petra by Night 以外の夜のアクティビティとして考えられるものは何か

  伝統的なもの（フォルクローレバンド、バザール、ウェディング等）をペトラやワディ・ムサ以外でも実施するのが良い

5. ターゲットとしたい観光客
   - 誰でも歓迎する！
   - ペトラ遺跡含め、文化的なことに興味を持つ人が良い
6. ペトラ地域のプロモーションの課題
   - ヨルダン全体においてマーケティングの能力は低いため、キャパビルが必要だ
   - 現在は「ペトラ」だけをプロモートしているが、ペトラ地域の総合的なイメージでプロモートするのが良い
   - スローガンやブランディング、プロモーションのテーマを決めるのが良い
   - 誰に来て欲しいか、それによりコンテンツ等を変える必要がある
   - テクノロジーを利用した新しいプロモーションのアイディアが必要だ
7. 観光サービスの品質
   - 高いレベルのサービスは提供できていない
   - ホテル従業員は給料や研修の良いホテルに移っていき経験者は少ない
   - 格付けは 5 年前のもので、格と質が合っていない
   - Civil difence, MoTA, PDTRA, MoH 等でコミッティを作り数か月ごとにインスペをするのが良い
   - 90%の人材はペトラ出身であるため、プロトコールや接客等のキャパビルが必要だ
   - PDTRA とプライベートセクターの関係について（民間セクターは PDTRA に評価されたくないようだが）

     良い格づけをして欲しいのだと思う（冗談なのか不明）

     食の安全性、コミュニケーション skill 等、苦情が多い
8. PDTRA と大学の連携
   - 大学と連携してホテルやレストランの従業員研修を実施したいが、彼らは忙しいという理由で望まない
9. 観光産業における女性の就業
   - 2,500 名の観光人材のうち女性は 39 名である（2019 年）
   - PDTRA は 2019 年に 100 名の女性を観光産業で働いてもらった（50%の給料を PDTRA が負担した）
   - 現在でも彼女達は働いているのか　→　1 年のプログラムのため現在は働いていない
10. 海外製の土産品
    - 安く仕入れて高く売りたい
    - 2016 年に土産品を造るための小さな工場を作りたかったがインセンティブが無かったためできなかった

11. 観光客から来る苦情でもっとも多いもの

- 児童労働
- インフォーマルショップ
- ロバやラクダ

※いずれも繊細な問題である

以上

提出・受領資料
なし

16 World Bank（世界銀行）とのオンラインミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 9 日（火）16:00-17:00	
場所： オンライン	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
(World Bank) Mr. John Gabriel Goddard Ms. Nadeen Sousou（アンマン駐在コンサルタント） (JICA ヨルダン事務所) Ms. Abu Hweij Shereen, JD	熊田、大原、谷村（記録）

議事

1. 世界銀行によるヨルダンへの支援状況

- サルト市において、MoTA と提携し、既存の観光プロジェクトへの融資（Funding）を実施（予算 500 百万ドル）、またビジネス環境整備への融資（予算 40 百万ドル）を実施。
- 最近では新型コロナウイルスにより打撃を受けた産業への緊急融資の他、情報システム整備やセカンダリーサイトへの支援を行っている。
- 2022 年から 5 年間で今後、観光分野に対して 70 百万ドル規模でヨルダンへの支援を行う予定。内容は下記の通り。　＊観光事業者事業継続貸付事業
- ＊遺跡の保持改善
  ＊地域博物館のアップグレード
  ＊第 2 の観光地づくりへの取り組み（リトルペトラ）
  ＊グリーン関連の事業への支援

2. JCC（11/18）への参加

- 参加は可能。招待状を送ってもらえれば出席者の調整をしたい。
- JICA が実施するプロジェクトについてもう少し詳細を教えてほしい
  →熊田さんより PPT 資料を使ってプロジェクトの概要を説明。

3. 世界銀行からの質問

- 本プロジェクトはペトラにどの程度まで関わるのか。例えばリトルペトラなどのセカンダリーサイトの保全や Heritage Village への関与の程度、またリトルペトラにはビジターセンターがないが、そうした支援も行うのか。
  →本プロジェクトはサステナブル&レジリエントな観光地としてのマスタープラン策定プロジェクトであり観光地開発等のハード整備は実施しない。あくまでも観光セクターに関わる商品造成、販売・プロモーション、観光人材スキルアップ等が中心となる。。
- バリューチェーンはどのように機能するのか
  →例えば DOA は遺跡保全に非常に重要な役割を担っており、JTB はペトラのブランディングに大きな責任がある。こうしたステイクホルダーを巻き込みながらペトラの価値を向上させる取り組みを進めていく。
- 不法労働等も含めたローカルコミュニティとはどのように関わっていくか。
  →非常に難しい問題ではと認識している。、リトルペトラや Heritage Village 地域へが現地の人々にとっても働きがいのある観光地地域となるべくブランディングし、観光客が訪問できる手段などの開発をしていくことも地域の真のサステイナビリティを実践・維持するためには欠かせない役割を担っている。

- Pricing もプロジェクトには含まれるか。
  →訪問者のペルソナを理解し、カスタマージャーニーを描くことを通して、訪問されるお客様から頂ける料金や価格をキチンと考える。よってプライシングはろん含まれる。
- ペトラは Golden Triangle のアカバのような独自路線へと舵を切っていくのか？あるいは中央政府と連携をしていくことを続けていくのか？広域連携にどのように適応していけるか。
  →どちらかでなく、どちらも重要だと考えている。拡大している BtoC を取り込む Web マーケティングに加え、BtoB の団体も活用し、連携の中で観光客の季節性の分散化を図るなどして、うまく連携していけると考えている。

以上

提出・受領資料
なし

17 ツアーオペレーターとのグループディスカッション

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 10 日（木）12:00-13:30	
場所：PAP 会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad Farajat (Managing Director)	碓氷、アセファ、谷村（記録）

議事

1. ペトラバイナイト開催の経緯

- 1981 年～15 年間 Intercontinental Hotel にて勤務、その後ペトラにて Zaman Tours を創業
- 中東とイスラエルの緊張関係など周辺国の不安定な情勢が大きな課題であったが、1994 年にイスラエルとの間で和平合意が結ばれ、MoTA も新たな観光戦略を検討し始めた。
- 当時ペトラにはツアーオペレーターは 3 社のみであったが、MoTA の支援も受けて、この 3 社にてペトラバイナイトの造成・運営を開始した。
- 当初は週 1 回（月）のみの開催。15,000 個のローソクを置くのは大変な作業だったが、ツアーを継続しつつ JTB とともに世界各地の商談会に参加（2003-2004 年で JTB は観光 PR に数百万 JOD の予算を使った）し、PR に努めてきた。
- 1998 年～2003 年はイラク戦争などにより再度情勢が不安定化したが、2004 年ようやく情勢が落ち着き、回復期を迎えたところでプログラムを週 2 回に拡充した。
- 2004 年に地域のローカルコミュニティが利益分配を求めてツアー運営への参加を要求してきた。協議の結果、MoTA の支援は終了し、民間セクターによる純粋なツアーとして運行、ツアー運行利益の 50%をローカルコミュニティに還元する事とした。これ以降政府からの支援は一切ない。
- その間ペトラ地域のツアーオペレーターも 2004 年に 13 社、2013 年には 35 社に増加。
- 2013 年にはローカルコミュニティがさらなる利益還元を求め、約 400 名でのデモを実施。最終的にペトラ地域の 6 コミュニティーがツアー運営に関わることとなった。その利益還元のため、ツアー代金を当初の 12JOD から 17JOD に値上げし、5JOD をローカルコミュニティに還元することとした。

2. 現行のツアー運営状況

- 上記の経緯を受け、現在はツアー代金を下記の通り関係者に分配する形になっている。
  30%　PDTRA
  30%　ローカルコミュニティ
  10%　ツアー販売先へのコミッション
  10%　マーケティング費用
- 社として手元に残る運行利益は 10%程度。
- ツアー開始以降、23 年間様々なところと戦い続けてきた歴史があり、非常にフラストレーションがたまっている。

3. 現在の課題

- ローカルコミュニティとの関係が難しい。特に遺跡内ではツアー中静かな雰囲気を大切にしたいが、地元住民がロバやラクダの勧誘や物品販売を行い、場の雰囲気を損ねている。
- ツアーに対して様々な国からくる観光客の受け止め方が異なり、同じような満足感を与えることが難しい。

- ツアー自体の価値を高めることが重要であるが、PDTRA への支払額が当初の 230,000JOD から現在は 600,000JOD まで跳ね上がっており、コスト負担が大きい。そのためツアーにさらなるコストがかけられない。遺跡公園内のロバやラクダは一切税金を納めていないのに、ペトラバイナイトに多額の支払いを求めることには納得がいかない。
- ツアーの改善や、そのほかの新しいアイディアはたくさんあるが、人前では話したくない（情報を公開する事でそれが他に流用される、PDTRA やローカルコミュニティからの支払い要求など、様々な不満、不信感がある模様）。

※追記

第 3 班が滞在中に視察したペトラバイナイトでは、エル・ハズネでのライトアップを開催しているにも関わらず向かいの売店は一切明かりを消さないという事があったとのこと。メンバーが確認したところ、これまで売店を通してツアー客にふるまう紅茶を手配していたものを、ツアー会社が直手配に切り替えたことに抗議したものらしく、ローカルコミュニティとの間の争いは少なからず続いている模様。

以上

提出・受領資料
なし

18 PDTRA Rresearch Center との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 10 日（水）12 時 00 分～12 時 30 分	
場所：PAP 事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Sameyh M. Al Falahat	大山、小出（記録）

議事

1. GIS データベースについて

   現在、PAP 内で観光客も立ち寄る様々な遺跡等（例えば Qasr al-Bint や大神殿のような寺院など）については、GPS 座標に基づく GIS データベースが存在しない。考古局（DOA）で遺跡のデータベース（MegaJordan）があるが、PAP 全体でひとくくりの 1 データとして扱っているような形である。また遺跡の補修の状況などがわかる GIS もない。

   現在、Research center が、PAP 内の遺跡の過去の発掘調査等の情報を集めているが、これらを統合し、PAP 内外の主な遺跡等の観光資源の情報を、GIS データベース化していくことを、調査団内で検討中。GIS データベースには、遺跡の他に、無形遺産などのデータを入れることも検討。

   Research center で Tourism 用と Archeology 用の 2 つの GIS データベースを作る計画があり、US-AID がプロジェクトを行っていた際にプロポーザルを提出したが、プロジェクトが終わってしまったために頓挫してしまった。その時に作成したプロポーザルは後で共有する。

   現在整備されている GIS データは限られている。GIS ソフトウェアのライセンスが切れているために GIS データベース作成の継続が難しい。COVID-19 の拡大に伴う予算の減少の影響も多大にある。JICA で支援してくれると嬉しい。

   遺跡のデータベースはあるが GIS と結びついていない。これらを全て結び付けたい。

   Research center で調査対象としている遺跡等は、PAP 内であるため、PAP 内のベイダの遺跡についてはデータベースに含まれているが、PAP 外のワディ・ムサの遺跡は含まれていない

2. 今後の動きについて

   まずは GIS データベース作成のプロポーザルを確認して後のアクションを検討する。

   ある遺跡について GIS データを取る位置や GIS データを整備する優先順位について検討する必要がある。

   ワディ・ムサにも遺跡があるなど、PAP 外の遺跡のデータベース化はペトラ地域の観光セクターにとって欠かせない。

   パイロット事業などで一部のデータベースを作成して機能するかどうか確認しても良い。

   作業に当たって QGIS などのフリーソフトウェアの導入を検討する。データベース作成のみで複雑な解析などを行わないのであれば十分である。

以上

提出・受領資料

なし

19 ホテルとのグループディスカッション

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 11 日（木）9:30-11:30	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Tariq Twayssi	アセファ、碓氷（記録）

議事

アソシエーションを対象とした GD を実施予定であったが、ペトラホテル協会から 1 名のみ参加。
以下の点について自由に発言して貰った。

1. ペトラ地域の持続性
   - 1965 年頃はオリーブテラスがあったが、ロバ等が通るようになり景観は全く変わってしまった。このままいくと 100 年後は何もなくなってしまう。
   - 政府、PDTRA、UNESCO 等は連携しているものの、ローカルシステムにすべき
2. 観光客の滞在を延ばす
   - もっとアクティビティが必要（フォークローレ、ハイキング等）
   - 情報提供、料金など観光客に対する透明性と利便性が必要
3. ターゲットとすべき観光客
   - 全ての観光客がターゲットだ（ホテル、レストラン、車などを利用してくれる観光客であるべき）
4. ユニバーサルツーリズム
   - 特別な対応やサービスを提供しなければならないが、ペトラ地域においては準備ができていない。
   - 受入れを検討する時間が必要だ
5. PAP 周辺、PAP 以外での観光商品
   - 多くの商品が必要だ。

     (例）オリーブテラスにテーブルとイスを設置、キッチンを作り、木に囲まれて食事

     ストリートを封鎖し歩行者天国（のような感じ）にする日を設ける

     ※2022 年 2 月末に、ワディ・ムサで時間を区切って車を入れない実正実験を一カ月実施予定
   - 観光客は情報を有していないが、当該地域にはネットに出ていない様々なところがある
   - ホテルで紹介すると当初 1 泊の予定だったものが 12%は延長している

     ※12 月 15 日にメンバーホテルの会議がある。宿泊客の延泊を促すためにレセプションスタッフに対する二週間の研修を支援する。
6. ペトラのプロモーション
   - 十分とは思わない
   - プロモーションの 95%は民間セクターが実施しているが、非常にコストがかかる
   - PDTRA のマーケティング＆プロモーションは JTB に依存している

- 予約はどこから入るのか

  以前は旅行会社からの予約が 95%、現在は旅行会社からと直接予約が 50／50 だ

- AnB は合法的ではないがどう思うか。合法的になったらどう思うか。

  誰もが生活がある。AnB はコミュニティーのサポートになる。

  合法的になっても我々のビジネスに影響はない。宿泊する人が選ぶことである。

- Visit Petra の Web にホテル情報がある。サイトの改善についてどう思うか。

  Visit Petra は総合的な情報サイト。ホテルの多くは独自のサイトがあり、TripAdvisor や Booking.com 等も使用しているため、問題は無い。

7. サービスの品質

- 品質は中と低の間。ただし、アンマンやアカバの同クラスのホテルと比較するとペトラのほうが良い。
- 全般的、問題解決等の研修や適性が必要。研修対処はフロント、ハウスキーピング等。
- 研修について大学等との連携はあるか

  ミッドタウンに労働省の研修センターがあるが、特別な研修は実施していない

  PDTRA と連携した研修は、PDTRA の予算の問題で実施することが難しい

8. 土産品

- 99%の土産は海外製だ。ローカルの土産を売るためには持って帰りやすい、小さくて軽いものがよい。
- Made in Petra のタグや証明書を付ける等、生産者を励ますことが必要
- ホテルやレストランで使用するナプキン等リネンを、刺繍などを入れて NGO に作ってもらうのはどうか

  良い考えだ

  他にもアイディアは沢山ある。観光客ストーリーを求める。（ストーリー性を持たせるのがよい）

9. 女性の就労

- ホテルでは女性のほうが、予約、ドライクリーニング、ハウスキーピングにおいて男性より優れている。
- ペトラ地域のホテルにおける女性従業員は全体の 7%以下である
- ペトラ地域のサービス業への就労に対するカルチャー的問題は無くなってきている。大学卒業後は仕事を探す。女性の就労を促すためには人々を励ますことが必要だ。

10. ペトラはヨルダン人を対象としたほうがいいか、国際観光客か

- ヨルダン人が旅行に行く際は、家族の意向を聞く。（エンタメ等行くところが多いところが好まれる）
- サウジや Gulf の人達は遺跡には興味がない。自由を求め大きな都市を好む。

以上

提出・受領資料
なし

20 Commissioner of Local Development &Environment Affairs との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 14 日（日）10:45 – 11:45	
場所：PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Maram M. Al-Frehat Mr.Khalil Mashaleh	小出、大山／碓氷（記録）

議事

1. 民俗調査関係と GIS データベースの有無について
   - 現在 ワディ・ムサ の歴史的な 古い 地名を書いた地図を ペトラカレッジ で 民俗文化の調査を行っている プリンセスバスマセンターとともに 作成している
   - 作成している地図は紙ベースのものである。
   - GIS を活用したデータベース等は特に作成はしていない。
2. ペトラ文化センター
   - 同部局が管轄しているペトラ文化センターは、 2021 年にオープンした。
   - ワディ・ムサのプラザ内にあり、 子供向けの図書館などがある。
   - このセンターでも地域の無形資産の調査情報収集などを今後行なっていく 予定。USAID が支援する予定。
3. Traditional Arts and Local Handicrafts Store について
   - 2019 年終わりにオープンし、現在 6 つのアソシエーションが製品を展示販売している。場所代は求められないが売り上げの 15%を PDTRA に支払う（現在は COVID の救済策として支払い義務はない）

     ※15%について、PDTRA は Store の電気やメンテナンスに使用する。
   - 全てのアソシエーションが Store で販売できる権利がある（PDTRA にその旨のリクエストをし、クライテリアを満たすことで、PDTRA の Web で発表される）

     ※クライテリアは、①高品質であること、②ローカル製品であることの二点。
   - 「高品質」とは、

     ・Ministry of Manufacturing の規定に基づく（英訳中）

     ・PDTRA のテクニカルコミッティとメンバーである NGO のアドミ.コミッティが検査している。

     ・モニタリングと PDTRA へのレポートはアドミ.コミッティが実施している。
4. 売り上げと裨益
   - 売上レポートは年末に提出されるので共有（★）してもらうこととした。
   - 現在は 6 つのアソシエーション（35 名）が関わっているが、PDTRA では 100 名の女性が製品を売れるように目指している。
   - 現在、一番売れているのはシルバー製品である。

     ※ショップ店員に確認したところでも、シルバー製品やクッションが売れ筋とのこと。

5. その他

- アソシエーションでは、製品を購入できる、製品の評価を入力できる、アプリを開発したいと考えている。
- また、2～3週間のうちに、製品の評価等についてStoreにて調査を開始する予定でいる。
  ★1月に共有してもらう。
- Storeで売られている製品に「Petraブランド」はついていない。

  ※前プロジェクトで「Petraブランド」を作成している。

以上

提出・受領資料
なし

21 PDTRA との JCC 開催および危機管理ミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 15 日（水）14:00-15:30	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Ismaiel N. Abu Amoud (Commissioner of PAP) Mr. Sabri M. Al Fdool (Director of Tourism & marketing)	熊田（記録）・神宮

議事

1．11/18 JCC 資料の確認

- 記載内容でもんだない旨、確認。PDTRA と JICA のリードで進めて行く。
- パーマネント・メンバー選定について

国際機関や開発銀行： 今後、長期的にペトラへの支援を約束している機関を含めた。

JITOA と JSTA： JSTA はヨルダンの旅行会社の全国組織であり、海外・国内・インバウンドの旅行会社が加盟している。（図 1）
一方で JITOA はインバウンド専門であり、よりインバウンドに関連性のある JITOA を選定した。

熊田考察： 今後、国内旅行活性化等を考える上では発側のパートナーとして組み込むことも検討すべき

Mr. EID： ペトラ地域の観光コミュニティーを代表する人材として選定
投資家であり、事業者であり、開発者でもある。・

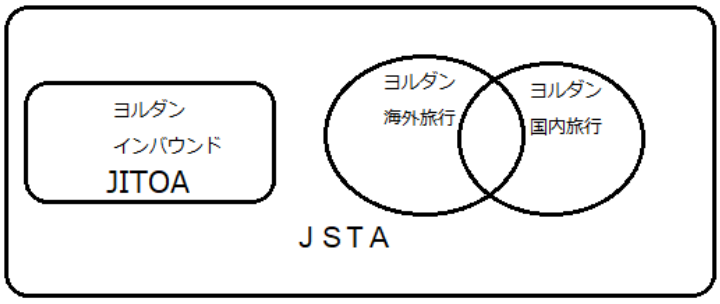


図 1：ヨルダン旅行会社組織の構図

2．今後の進め方について意見交換：

1）予算が合計約 50 万米ドルで 5 つ程度のプロジェクトを実施との説明。
PDTRA 側からは効率的に予算を活用していく上で、現在進んでいるリトルペトラ地域開発と関連させて Pilot が進めて行きたい旨の提案があった。

2）Working Group：
バリューチェーン毎の課題をワーキンググループ（以下：WG）で課題と重要な取り組みを議論していく。PDTRA へ各分野で WG を推進する担当者の選定も今後お願いした。

3．スレイマン氏・イスマイエル氏の危機管理に関する課題認識：

(ア) 災害対策（水害）よりも日々発生しているベドゥによる旅行者へのハラスメントや違法行為の撲滅こそが観光地ペトラを持続可能な観光地にする重要な課題

(イ) メインルートを安心・安全なエリアにすること（リトルペトラでの新交通や店舗増設による新しい就業場所・機会の提供、

(ウ) メインルートを常時混雑しない状況にすること

(エ) PAP 内・PDTRA 内のデジタル化を進めること（センサー設置等）

※なおロバ事業は入口から Basin までの間を禁止区域とするものの、ロバが必要トレイルもあることから部分的には継続営業を認めていく方針。

(オ) Sabri 個人としてはエル・ハズネを見下ろす展望への違法トレッキングは道を整備して合法なものにすればよいと考えている。

4．今後の進め方

- 2022 年 9 月までに実施するパイロット・プロジェクトに向けた準備の開始。
- リトルペトラを舞台としたパイロットが望ましい
- パイロット・プロジェクトやワーキング・グループメンバーの選定

以上

提出・受領資料
・JCC 開催資料への反映 ・第 3 班への申し送り

22 サルト市 Development Project Unit との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 16 日（火）11:00 – 12:00	
場所： As-Salt City Development Project Unit 事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
As-Salt City Development Project Unit (PU) Ms. Lina Abu Sali, Director (Architect)	JICA：山中嶋、Shereen JICA プロジェクトチーム：齋藤、大原（記録）

議事

1. As-Salt City Development Project Unit の位置付け
   - 首相府直属のセミガバメンタルな政府系機関として PU が設立された。予算は全て中央政府から配賦される。
   - 役割は、サルト市で実施される公共事業（インフラ、公共施設、公共交通機関、等）の管理、及び UNESCO 世界文化遺産に登録（2021 年 6 月）されたサルト市の歴史的建造物の保全・管理。
   - 民間事業者等が歴史的建造物の改修等を行う場合は、サルト市に建築許可に係る計画書を申請し、PU が技術的な観点から監督・レコメンデーションを行う。
   - 建築規制に関するガイドラインは、PU が作成済み。
   - 民間事業者等が歴史的建造物の改修等を行う際にサルト市や PU が建設費の一部を補助するような補助金制度は、現在までのところ、無い。
2. UNESCO 世界文化遺産登録までの経緯
   - 1995 年からサルト市の登録活動を開始。
   - 2014 年から 2016 年にかけて 1 回目の登録申請を行ったものの、UNESCO からは、登録に必要な条件を満たさない旨の勧告を受けた。
   - 2019 年に 2 回目の登録申請を行ったものの、書類不備により、審査の対象にならなかった。
   - 2021 年 3 回目の申請において、ようやく登録された。
3. Salt Development Cooperation (SDC) の位置付け
   - 1996 年に設立された民間セクターの NGO である。
   - PU と共にサルト市の開発委員会（Steering Committee）の常任委員となっている。
   - USAID が SDC をカウンターパートに観光開発プロジェクトを実施。民間セクター開発を主なコンポーネントとし、トレイル開発、サルト市のブランド及びショップの整備、博物館の展示改善、トレイルマップの作成、等の支援を実施した（2021 年 5 月にプロジェクト終了）。
4. サルト市におけるその他の観光開発プロジェクトの状況
   - 政府予算により、市内の中心部に観光の拠点となるプラザを建設。2021 年 12 月のソフトオープンを目指している。施設内のテナントスペースについては、今後、入札によりテナントオーナーを決定する方針（過去に入札を実施するも事業者と条件面で折り合わず）。
   - サルト市内の歴史的建造物 2 件を今後改修し、公共施設（ハンディクラフトセンター、歴史的建造物の保存・修復技術を教えるためのトレーニングセンター、等のアイディア有り）として活用する計画がある。

5. サルト市における DMO の活動等について

・ 観光地管理を一元化して行う組織体（法人）としての DMO は、現在までのところ、設置されていない。

・ サルト市は、ヨルダン国内で街並み（歴史的建造物群）として UNESCO 世界文化遺産に登録された初めてのケースであり、管理方法が明確になっていない。考古庁（DOA）の所掌も考古遺跡の管理であり、サルト市の管理については、所掌外の立場。

・ 現在、WEB 上でサルト市のプロモーションを行うためのコンテンツ（Visit Salt.com）が、JTB と USAID の支援により整備されている。

・ PU や SDC も含め、どの機関がサルト市のプロモーションや観光コンテンツの開発をオフィシャルに担っていくかは、中央レベル及び地方レベル共に整理されておらず、今後の課題である。

以上

提出・受領資料

特になし。

23 Feynan Ecolodge 視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 16 日（月）08:30～17:00 終日	
場所： 現場視察　（ペトラからフェイナンそしてアンマンへの移動中に立ち寄り視察）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Feynan Ecolodge https://ecohotels.me/Feynan	大山、谷村、Tom、碓氷、小出、神宮、熊田（記録）

議事

1．Feynan Ecolodge の概要

Wadi Feynan 地域の Dana Biosphere Reserve に位置する宿泊施設。周辺は亜石器時代や新石器時代の遺構等が点在するものの観光地としてテーマや見どころの訴求ができていない等の課題も存在する。ホテル自体は WTM（世界観光の展示会）で最優秀サステナブル賞を受賞しており、訪問した時も多くの訪問者で賑わっていた。

部屋数：26 室　一人 180JD（All Inclusive）電気は事務所とフロント周り、シャワー等で利用する最低限（アンマンのホテルの通常利用の 2 部屋分）を施設全体の 1 日の利用にまで抑えている。

GIZ の支援で Black Waster(トイレ)、Gray Water（中水）、灌漑用水に分類してろ過・再利用を行っている。温水は温水器を利用して造っている。

夜は暖炉とキャンドルの火で、太陽光の電気はオフィスとお客様の充電・シャワーのポンプ等の電力を賄う程度に限った滞在を提案している。

水の提供は PET ボトルを止め、陶器のジャーに変更。飲水は水道供給者で供給している。

また Reception の建物からホテルまでは保護区域に住むベドウィン達の自家用車を利用したシャトルサービスを 12.5JD で提供し、地域の副収入を創出している。

屋上では朝はヨガ体験、昼は日光浴、夜は星空観察等のサステナブルなアクティビティが用意されている。またクッキングクラスや、周辺地域のトレッキング等も充実しており、同アクティビティを参考にした商品開発もペトラで参考にできると考えられる。

2．フェイナンの遺跡と博物館

フェイナンは石器時代より続く銅鉱山や銅の精錬所を中心とした遺跡。 ローマ帝国によりキリスト教が禁じられていた時代には、迫害されたキリスト教の信者が送られ鉱山での強制労働につかされたという暗黒の歴史も持つ場所である。フェイナンの一帯に多くの鉱山跡などの遺跡が点在しているが、 中心的 なものの 1 つが、ロッジに行く途中にある Khirbet Feinan で、 ビザンツ時代の教会の遺構などが残されている。

フェイナンの入口となるフェイナン村（受付のある村）には、英国のレディング大学の協力で、2018 年 3 月に開館した Feinan Heritage Museum がある。 フェイナンに点在する 遺跡の場所などを示した 大型の地形模型を中心として、フェイナンに点在する遺跡を時系列で紹介する パネルや、 数は限られているが、点在する遺跡からの出土品を展示している。 しかし、内容やデザインが 発掘調査隊の報告のような形に終始している感が強く、 一般のビジターには関心を持ちにくく魅力的とはいえない展示内容となっている。 フェイナンで最も重要な銅の採掘について詳細に説明した展示もない様子である。映像などもない展示の手法や、ショーケースの作りなども古典的なもので、 ペトラ博物館の新設前に存在した旧ペトラ博物館のような、ヨルダンの古い博物館にやや近い感がある。 立地場所自体は、フェイナン観光の導入口となる可能性がある場所にある。

フェイナンはダーナの自然保護区から、 トレッキングルートで渓谷を降りてきた場所にある。

３．感想

大山氏：現代版のナバティア人といえるかの如く、水を Dana 近郊の泉から効果的に導水してロッジで利用している。現在ペトラでは行っていないが、このような施設をペトラにこそ創るべきだと感じた。

ペトラ地域でも同様な考え方をもった観光事業者が出てくると連携がし易くなる

以上

提出・受領資料
なし

24 JV 会議

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 17 日（水）8:30-11:00	
場所：Crowne Plaza Hotel Amman (Jasmine Lounge)	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
熊田（進行）碓氷、大山、谷村、トム、神宮、小出、大原、齋藤（記録）	

議事

11/18 (木) 開催の第 1 回 JCC に向けての最終確認、今後のスケジュール確認と調整、その他の点について、ヨルダン渡航中の専門家全員参加にて会議を開催した。

＜11/18 (木) 開催の第 1 回 JCC に向けての最終確認＞

１）ＪＣＣ開催について

① Annex 5 に沿ってプログラム概要説明（熊田さん）

② Annex2 に沿って最終参加者確認（谷村さん）

③ 資料確認と修正点の説明（熊田さん）

④ ベースライン Q&A 等の質疑（各メンバー）
・STP（セグメント・ターゲット・ポジション）等の言葉の定義など確認

・強調したい点、相互に内容の確認また修正の必要性を感じる部分を確認

⇒皆で協議した上で資料を修正し完成

⑥ 宮原所長の挨拶に含めるべき内容のインプット

２）今後のスケジュール確認と調整

①第 1 回セミナー開催

- 11 月後半にペトラに訪問する団員が滞在中に PDTRA と開催日程確定
- 参加者リスト案作成、場所やプログラム内容を確認することを団員内で合意
- PDTRA 内大々的な人事異動が行われる 1 月末手前、1/26(水)以前に開催予定と団内確認

②ＶＣ課題の評価方法に関して（進め方）

- ＪＣＣ資料のアセスメントの議論過程については、熊田さんが提案している枠組みに大原さんの枠組みをうまくマージさせる。

③第 2 回ＪＣＣ開催　　5 月～6 月　@アンマン

④ワーキンググループのイメージ（各メンバー発言）

- 重要課題を特定し、各団員からのカウンターパート側の責任者と関係者メンバーを選定し、団員の確認を取った上で、どのようなパイロット・プロジェクトを進めるのかを具体化する

⑤パイロットプロジェクトイメージ（各メンバー発言）

- どのようなプロジェクトを現在イメージしているかを団員より抽出。
- 神宮：中小企業支援、アラートシステムの試行、
- 大原：国際展示会などに JTB/PDTRA が持参する配布物やプロモーション素材の作成・出展・反響確認・必要に応じて改良するまでの一連のサイクルの試行等

- 碓氷：パイロット・プロジェクトではないが、別枠組みの「民間連携事業」として提案できる例としてウズベキスタンであったエコ・トイレの例を紹介。

３）第３班への引継ぎ事項

①イスマイエル氏との意見交換：

- 観光危機管理の実態は鉄砲水ではなく日々のベドゥインによる観光客への迷惑行為

  ※別途、レポートあり

②１月セミナー開催のスケジュール調整と場所の予約

→ゲストハウスのレストランが良いのではないか？

③第２回ＪＣＣ開催時期と場所

→アンマンの予定で考える（1月に固める）

④ビジョン策定以下の進め方について*

⑤各バリューチェーン上の課題重要性の優先順位と確認*

⑥ワーキンググループのメンバー名候補リストアップ

→1月までに別途対応

４）今日・明日のスケジュール

①今日のスケジュール

１０：３０～１１：３０　修正　齋藤さん／熊田さん

１２：００～１５：００　印刷　齋藤さん／大原さん

査証延長申請　大山さん

２０：３０～　ホテル準備　齋藤さん／谷村さん／小出さん／熊田さん／トムさん

・ホテル打合せ　（齋藤さん→谷村さんへ引継ぎ）

・Ｚｏｏｍ等のＩＴ関連確認（小出さん／齋藤さん）

・資料配布（全員）

・MC原稿確認（齋藤／大原）→　スレイマン氏対応

②明日のスケジュール

７：３０　各ホテル発

８：００　ホテル着

・ホテルとのプログラム確認　谷村さん

・ＰＤＴＲＡへ受付関連依頼　齋藤さん

・Ｚｏｏｍ用ＰＣセット　小出さん／齋藤さん

９：００　開始　議事録（大山さん、大原さん、Tom さん）

１１：２０　終了

終了後、ＰＤＴＲＡへの挨拶とＪＩＣＡへの挨拶

第１班（大山さん除く）と２班はＰＣＲ検査へ

５）その他

①ＪＶ内のＪＣＣ開催責任者は熊田さん（後ほど協議し大原さんから熊田さんへ）

②ＪＶ内のセミナー開催担当者：　碓氷さん、谷村さん、トムさん、

③日本での研修プログラムで研修させたいこと・視察場所*

＜その他＞

1. 9月の渡航について

- 清算期日を考え、2022年8月に早める必要性・可能性について言及。倉瀧より確認頂き、改めて団員内で話し合いの場を設け、最終的な決定を下すことを合意。
- KPIの１つに挙げている「ペトラ地域を訪れる観光客の一人当たりの消費額」の増加に関し、何が短期間で実現可能であり効果的か意見を交わした。宿泊日数を増やす（１泊⇒２泊にする）というテーマで考えていくことも効果的ではないかという意見、GCC (Gulf Cooperation Council) の国々からの観光客を増やすことも効果的ではないかという意見（その為にはファミリー層に響く観光コンテンツの充実をさせたいとの意見）等が出た。

・*グレイアウトしている点は継続議論とした。

以上

提出・受領資料
なし

25 第 1 回 JCC 会議

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 18 日（木）9:00-11:20	
場所：Geneva Hotel Amman, Executive 03 Meeting Room	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
※ミニッツの付随資料 【Annex 4】List of Attendees for the 1st JCC 記載の通り 記録：熊田・齋藤	

議事

以下アジェンダに基づき、第 1 回 JOINT COORDINATION COMMITTEE FOR THE PROJECT FOR FORMULATING A TOURISM DEVELOPMENT MASTER PLAN IN THE PETRA REGION, JORDAN を開催した。

Program	Contents	Time
Opening remarks from PDTRA Chief Commissioner	-	9:00 – 9:05
Greetings from JICA Jordan Office	-	9:05 – 9:10
Presentation#1 from JICA Team	Project Outline	9:10 – 9:30
Open Discussion #1	Suggestions, Proposals and Advices Questions and Answers	9:30 – 10:00
COFFEE BREAK		10:00 – 10:20
Presentation#2 from JICA Team	Overall findings of the baseline surveys	10:20 – 10:40
Open Discussion #2	Q&A on JICA Mission Team's presentation, and any relevant topics	10:40 – 11:10
Closing remarks from PDTRA Chief Commissioner	-	11:10 – 11:15

PDTRA を代表し Chief Commissioner の H.E. Dr Suleiman Farajat 氏に会のファシリテーターを担って頂き、プロジェクトを代表し 業務主任者の熊田順一が プロジェクト概要・ワークプラン概要・ベースライン調査の主な結果報告・ マスタープランを作成するにあたり取組みが必要と思われるキーポイントの発表を行った。（発表に使用した資料は、ミニッツの付随資料 【Annex5】1st JCC Presentation (Final Version) の通り。）

会議で交わされた発言内容は以下の通り：

- 現在、COVID-19 により観光が停滞していた状況から観光が回復しつつある。 現在来ている観光客は、 10 日から 14 日程度、長くヨルダンに滞在する観光客も多い。（MoTA）
- ペトラ地域に来る観光客の滞在日数が限られており、大半の観光客がメインルートの内シークから宝物殿に行くだけで 帰ってしまうのも問題である。（ MoTA）
- ペトラ地域にはメインルート以外にも様々なサイトがあり、 それらを回るだけでも最低でも 3～4 日は必要であり、 現在のペトラでの観光客の滞在日数は短すぎる。（MoTA）
- 6 つのコミュニティーは、 観光で大きな可能性がある。 6 つのコミュニティーを観光回廊のようにすべきである」（USAID）

- ペトラ遺跡（主にシーク）への観光客の集中を避ける為の、観光ルート・コンテンツを多様化する重要性が挙げられた。（USAID）
- 全体の観光プランの中で、 USAID がどこをサポートできるのか 非常に関心がある。プロジェクトチームが取り組むマスタープランの方向性を共有、また USAID として取り組むことの共有を行う場を、来年 6 月～7 月頃に設けたい」との意見が挙がった。（USAID）
- 観光セクターに関わる職に就くことへの（特にこれからの時代を作る若者の）マイナスイメージを払拭すべく、MoTA の協力も得ながら観光分野に特化する教育機関のカリキュラムの見直しが必要なのではないか。（Jordan Hotel Ass.）
- 特別な配慮が必要な観光客受入体制に見直しの必要がある。（Jordan Hotel Ass.）
- 施設の整備、旅マエの観光客への情報発信の仕方や内容の改善、またその他に旅行会社へエチケットを守った対応をして頂くよう促す必要がある。（PDTRA）
- PDTRA では身体に不自由をお持ちの観光客に対しては入場料の免除やカートの乗車料免除を行っているにも関わらず、旅行会社によっては、費用免除をせず全額該当の旅行者へ請求をしているケースが見受けられる。(PDTRA)
- EBRD の取組む TVSDC の様な技能基準制度策定は有用である。（Jordan Hotel Ass.）
- ペトラ地域の宿泊施設（主にホテル）の登録を、MoTA で行う必要である。（Jordan Hotel Ass.）
- ペトラ地域の安定化を、観光以外にも、非観光、人流や観光周辺から派生する観光に依存しない雇用を実現することは重要だ。（PNT）
- プロジェクトの継続性と協力性が重要であり、異なるドナーが行ったプロジェクトの重複を避ける工夫が必要（国際機関/参加者複数名）
- マスタープランを作成するにあたり、地域住民の期待を汲み取ることの重要性の提言があった。（USAID/PNT/PDTRA）
- 持続可能な観光を実現する上で、児童教育や労働・動物保護・気候変動の課題に優先的に取り組む重要性が挙げられた。（EBRD/UNESCO/PDTRA）
- ペトラ地域の観光開発を行う上で、遺跡周辺のバッファーゾーン内（例：リトルペトラ）に新たな施設の開発を行う際は、周辺環境に配慮して行う必要性が挙げられた。（PDTRA）
- ペトラ地域が観光によって得る利益が、6 つのコミュニティー全てに行きわたる工夫、また各コミュニティーへの利益配分は観光促進への協力度合により差を設けることへの検討の重要性が挙げられた。（PDTRA/JTB/JITOA）
- プロジェクト及び PDTRA の活動に透明性を持たせて欲しいとの意見、またステイクホルダー間でも透明性を持って観光開発を行う必要性も意見として挙がった。（PNT/PDTRA）
  ※この点に関しては、JCC メンバーからの要望に応じて、検討の上、プロジェクトで収集した情報やデータを電子メールや SNS などの手段で PDTRA が配信する提案がされた。
- ペトラ地域への訪問者は 70%が高齢者であり、80%が旅行代理店やランドオペレーターを通じて予約している実情が挙げられた。（PDTRA）
- PAP 内のインフォーマルビジネス等、ペトラ地域に存在する問題への対応方のスタンスとして適しているのは、権力の駆使ではなく、継続的な議論をコミュニティーと行った上で最終判断を下すことである（PDTRA）
- ペトラで DMO を設置する予定が今後あるかとの質問に対し、PDTRA としては「今回のプロジェクトを通して必要性の有無を判断したい。ペトラは小規模な地域であり、必ずしも政府がこの地域をプロモーションすることに適しているかは検討が必要である。PPP により民間セクターにこの役割を担って頂くほうが効果的とも考える。（JTB/PDTRA）

- 旅行者のペトラ地域での滞在期間が短い理由について、観光コンテンツの不足が頻繁に挙げられるが、地域全体で宿泊施設（部屋数）が不足していることが要因であるとも言える。（PDTRA）
- ペトラ地域（主には PAP 内）が抱える問題は、フラッシュフラッドに代表される自然災害だけではなく、（それ以上に）インフォーマルビジネスや観光客に対する客引き等日常的に行われている不適切な行為も含まれる。（PDTRA）
- MICE ビジネスの展開方についての質問に対し、オフシーズンの誘客促進・開発を進めることを考えている。具体的には 6～8 月の夏期は（ペトラ地域の競争相手である）アカバや死海に比べて滞在者にとってペトラは過ごし易く、MICE ビジネス誘客の利点となる。（JITOA/PDTRA）
- 巨大なコンベンションセンター等の施設の建設は不要と考えている。現在 150 ドノム（15 万平米）の土地にリゾート施設＋ビジネスセンターの複合施設を建設することを検討している。」(PDTRA)。
- 地域の無形文化遺産は非常に重要である。 無形文化遺産に関連して、 PDTRA は現在、ワディ・ムサの伝承にある歴史的な地名を書いた地図を作成するプロジェクトを行っている」との発言があった。（JITOA/PDTRA/Restaurant Ass.）
- 6 つのコミュニティーの中でも、 観光の観点からは特にワディ・ムサ、ウム・サイフン、ベイダの 3 つが非常に重要。（PDTRA）
- PDTRA は現在、PAP 裏口とウム・サイフン、 カルチュラルビレッジ、ワディ・ムサ、 ホテルゾーンなどを結ぶ 観光客向けのシャトルバスの運航を予定している。（PDTRA）
- 2019 年は 年間で 110 万人程度に設定された ペトラ遺跡のキャリングキャパシティを ビジターが肥えているように見えるが、 キャリングキャパシティでの一日の限度となる人数を考えると、その数値を超えているのは年間で 5 日間のみである。 観光客数は季節的な変動もあるため、 観光客の数を季節で分散させることで キャリングキャパシティの問題に対応ができると考える。（PDTRA）
- PAP 内で 導入している 電気カートに対し非常にポジティブな反応が返ってきている。（PDTRA）
- 観光が地域のアイデンティティを再形成する。（PDTRA）
- 本プロジェクトでは、 マスタープランも重要であるが、 ペトラ観光の具体的な問題の解決のため、 各ワーキンググループによる Pilot project がとりわけ重要である。（PDTRA）
- ペトラ地域の観光の中核拠点をペトラ博物館が担う案が挙がった。（PDTRA/PJCT Team）
- 既存のガイドライセンス制度を尊重しつつ、特定の分野に特化したガイディングを行えるローカルガイドを提供する仕組みを慎重に検討する必要がある。（PJCT TEAM/JITOA）
- GSTC 等の国際的な Sustainable Tourism Framework がサステナブル・ツーリズムを実現する為に有効である」との意見が挙がった。（Restaurant Ass.）
- 国際的なフレームワークにおいては UNWTO の INSTO や GSTC 等が挙げられる。（PJCT TEAM）
- ペトラ地域の無形遺産をストーリー立てて紹介することが重要である。（PJCT TEAM）
- 世界遺産として登録されているペトラ遺跡保全の重要性である。（PDTRA/DOA/PJCT TEAM）
- 考古遺跡の保全が 何よりも重要であるが、観光において考古遺跡の保全が 考慮されているとは言い難い。（DOA）
- 活用か保全かではなく共存していくより良い保全をする循環を生み出すことが重要だ（PJCT TEAM）

- ペトラ博物館は重要なプロジェクト成果であり、観光施設としても非常に重要。本プロジェクトも、ベトラ博物館との連携が重要であり、これらの日本の貢献に対し謝意が表明された（PDTRA/参加者）

最後に、PDTRA より「2022 年 1 月にペトラで開催予定の First Seminar へ可能であれば今回の JCC 参加者にも参加頂きたい」との希望があったが、こちらについては別途話し合うこととした。

上記議論を踏まえ、プレゼン発表内容等も勘案し PDTRA と確認し M/M に掲載した重要な事項は以下の通り

1. マスタープランを作成する際には、地元コミュニティーの期待を考慮することが重要であることが強調された。（USAID）
2. 公園内の非公認のビジネスは、6 つのコミュニティーとの現実的な対話を通して管理されなければならない。（PDTRA）
3. 地域全体のホテルの部屋数が不足していることが、滞在日数を増やすための重要な要因である可能性がある。（PDTRA）
4. 公園内の危機は、自然災害だけではなく、非公認のビジネスや特定の地域住民の観光客に対する態度によって引き起こされる日常的なトラブルである。（PDTRA）
5. 観光業での雇用が社会的に低い地位にあるという地元の人々の意識変革の必要性。（PJCT TEAM）
6. ペトラにおける DMO の設立は、官民連携（PPP)の下で検討すること。（PJCT TEAM）
7. 関係者間のオープンなコミュニケーションの重要性　（JCC メンバー全員）
8. プロジェクトの一貫性とドナー間の連携によるプロジェクト重複回避。（PDTRA/JTB）
9. 「持続可能な観光」の実現にむけた INSTO や GSTC などの国際的な持続可能な観光フレームワークの有効性。（レストラン協会）
10. ペトラ地域では、施設やサイトの改善、旅行者との旅行前・旅行中のコミュニケーション など、「アクセシブル・ツーリズム」のエッセンスを取り入れることの重要性（レストラン協会）
11. 教育と観光の関係の重要性、特に観光セクターの重要性や国内観光の拡大についての意識を高めるための学校の遠足や課外授業との連携。（レストラン協会/UNESCO）
12. MICE ビジネスなど、閑散期の観光を促進・発展させる重要性（JITOA/PDTRA）。
13. ペトラの無形遺産をストーリーと連携させ活用することの重要性（）。
14. 目指すべき姿としては、ペトラ観光の恩恵は 6 つのコミュニティーすべてに行き渡っている状態。一方で、協力の度合いによって収入やシェアに相応の違いも考えるべき（PNT/PDTRA）。
15. 観光による間接的な雇用の創出と人の流れによるペトラ地域の安定（PNT）。
16. ユネスコ世界遺産に登録されているペトラ遺跡の保護の重要性（DOA）。
17. ペトラ観光の中核拠点であるペトラ博物館の振興（DOA/PDTRA/PJCT TEAM）。
18. 観光客の観光ルートを多様化し、シークの混雑を回避するとともに、公園外の観光地・体験への訪問の促進。（PJCT TEAM）
19. 地域の問題を力ずくで解決しようとするのではなく、最終的な決定を下す前に、継続的な対話を行い、代替案を提示することの重要性。(USAID/PDTRA)
20. 持続可能性（特に児童教育と労働、動物福祉、気候変動）に関する優先的な取組(PJCT TEAM)
21. 訪問者の現状は、70%が高齢者であり、80%が旅行代理店やランドオペレーターを通じてペトラへの旅行を予約していることの共通認識 (PDTRA)。
22. 既存のガイドライセンス制度を尊重しつつ、特定の分野に特化したペトラのローカルガイドを提供する枠組みを慎重に設計する必要性 (PJCT Team/PDTRA)。
23. バッファーゾーンにおける新たな施設の開発（ペトラの観光を拡大するためのリトルペトラなど）は、周辺環境に配慮して実施する認識。(PDTRA/PJCT Team)

24. PDTRA／JICA チームは、プロジェクトで収集した情報やデータを、JCC メンバーの要望に応じ電子メールや SNS などの通信手段を通じて配布すること確認した。

以上

提出・受領資料：なし

26 Mövenpick Resort Petra の視察

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 22 日（月）11:45-12:30	
場所： Mövenpick Resort Petra	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Mohammed Kasbah (Front Office Manager)	齋藤（記録）
議事	

Mövenpick Resort Petra には手前に別の専門家が訪れているが、MICE 担当者として、同ホテルを訪れた。

＜客室＞

※政府から稼働率に制限は現在なく、また客室は個室なので、100%（全客室）利用可能

※今回インスペクションはなし

・総客室数：183 室

・客室タイプ：

- Classic (Standard) — 24sqm, King or Twin Bed, Combined Bathtub & Shower, Courtyard View
- Superior — 28sqm, King or Twin Bed, Combined Bathtub & Shower, Petra Mt. View
- Family — 48sqm, King + Twin, Combined Bathtub & Shower
- Junior Suite — 32sqm, King or Twin Bed, Combined Bathtub & Shower, Pool View
- Suite — 40sqm, King Bed, Combined Bathtub & Shower, Gateway to Petra View
- Royal Suite — 55sqm, King Bed, Separate Bath & Shower, Petra Site View

・客室料金（参考程度）：

- 3 つのシーズナリティ―　(Low, High, and Peak)
  Peak： April ~ Mid May, October ~ Mid November, 21 Dec ~ 10 Jan
  ※2019 年は Classic タイプで 約 340JOD (Incl. Tax & Service charge)
  2021 年上記日程は 220JOD で販売予定

＜レストラン・ラウンジ＞

※政府からの要請は受けていないが、基本通常収容人数の 1/2 で営業中

※ルーフトップに在る Al Ghadeer Roof Garden を除いては全て 1 階に位置する

- Al Multaqa Lobby Lounge — 20 Seats Approx., 6:00am~00:00am
- Al Saraya Restaurant (Main Dining) — Up to 220pax (90 seats), 6:30am~10:30pm
  *Has Semi-Private Room for 40-50 seating
- Al Iwan (Reservation Only Elegant Dining) — 40 Seats Approx., 7:00pm~11:00pm
- Al Maqa'ad bar (Bar and Dining) — 40 seats Approx., 4:00pm~0:00am
- Al Ghadeer Roof Garden — 40 seats Approx., 5:00pm~0:00am
  *Open during summer time

＜宴会場/会議室ｘ１会場＞

※政府からの要請は受けていないが、基本通常収容人数の70%で使用許可中

・ホテルのメインエントランスを入り直ぐ左手に位置する

・会場名：AL-DIWAN

・平米数：100sqm

・収容人数：シアタースタイル 100pax Approx.,
スクールスタイル 40~50pax Approx.

・団体での朝食提供が必要な場合には、この会議室を使用
(この場合は、通常収容人数 1/2 にて提供。また、総人数が多い場合には複数回転させ＝時間をずらして提供。)



AL-DIWAN

＜ビジネスセンター＞

・1 階に在る

・4 名が一度に利用可能

・卓上プリンターx1 台設置あり



Business Center

＜その他＞

・1 階に Cairo Amman Bank の ATMx1 台設置あり。

・1 階に土産店 x2 店舗あり。

・モロッコ式スパが地下 1 階に在る。（現在は COVID-19 対策の一環として、最長 50 分までのコースのみ提供。また、各予約の間に 15 分間のインターバル（清掃時間）を設けている。

・コロナの期間中、ラウンジ（ Al Multaqa Lobby Lounge）と客室の内装を改装していた。今後は客入り状況を考慮しながら、レストランやその他のパブリックエリアの改装に着手される様子。

・ Mövenpick Resort Petra が競争相手だと感じているのは、同エリアに在る Petra Guest House や、現在全面改装中の Crowne Plaza Resort Petra。

・客層は、通常時（非コロナ時）アメリカ　＞　ヨーロッパ　＞　スペイン語圏（南米含む）の順に多く、コロナ前は地中海周辺エリアからのお客様と中国からのお客様が伸びている兆候にあった。最近はヨルダン・パラダイスの影響で、国内からのお客様が増えている。
※ Mr Mohammed Kasbah 個人の意見としては、国内の方がこんなにも一度に多くペトラを訪れる可能性も、また再度ペトラを訪れる可能性も、ヨルダン・パラダイスが終了した後は低い。主な理由は、居住エリア⇔ペトラの移動に利用可能な公共交通機関の運行スケジュールが大分限られており、自家用車で移動する場合には掛かるコスト（つまりはガソリン代）が高く、運転による疲労も

大きく、駐車スペースが限られており、またそれだけの苦労があるにも関わらず基本的に PAP 以外に観光場所がない為。）

・過去に、国連の方々、米国大統領のクリントン氏、イスラエルの総理大臣、等数多くの国際的に有名な方々が宿泊をされている。

・PAP 内、宝物殿前エリアの貸切りを希望されるお客様が宿泊されることもあり、PDTRA 経由で常に予約を行っている。貸切料（原価）は固定額 2,000JOD 程。

・リトルペトラのエリアを部分的に貸切り、屋外イベントを希望されるお客様もおり、こちらも PDTRA 経由で手配、ケータリング実績も多々あり。貸切料金は、PDTRA の言い値となっている様子で、凡そ 800～1,000JOD の幅でコロナ前は提供されていた様子。（カクテルタイムもアレンジ可能＝アルコールも提供可能。特別杯数に制限はないが、酔っぱらわない程度となるよう、現場に居るスタッフが注意を払って提供する。）

以上

提出・受領資料

＜提出＞　なし

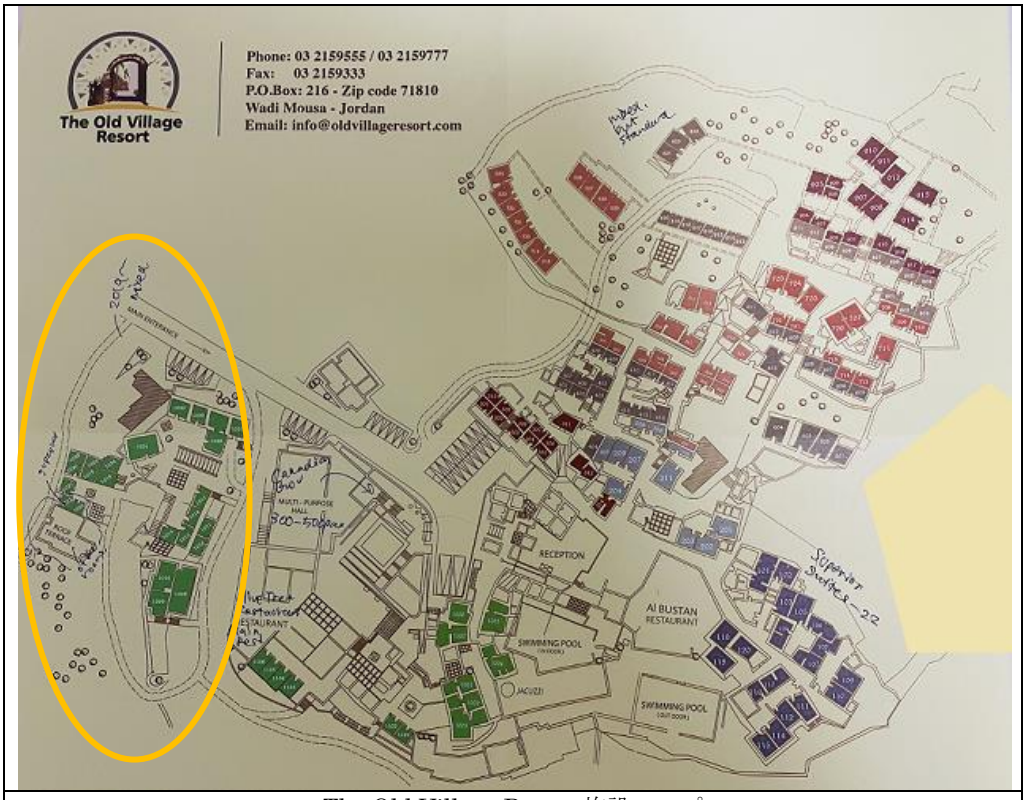
＜受領予定＞　なし

27 The Old Village Resort の視察

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 22 日（月）12:40-14:00	
場所： The Old Village Resort	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Mohammad Al-Nawafleh	齋藤（記録）
議事	

The Old Village Resort には 5 月に一度客室とスパ、レストラン及びパブリックエリアの視察を目的に訪れているが、再度 MICE 担当者として、同ホテルを訪れた。5 月当時は COVID-19 の影響で営業を停止している状況であったが、9 月 1 日より営業再開され、徐々に客足が戻ってきている様子であった。

再度来て感じたが、ナバテア時代の建物を活かした、程よい古さと清潔感のある、ユニークなベニューである。



The Old Village Resort 施設マップ

＜客室＞

※政府から稼働率に制限は現在なく、また客室は個室なので、100%（全客室）利用可能

※今回インスペクションはなし

※上記施設マップ、黄色枠エリアは 2019 年に増築（内、1022-1023 号室には Roof Top あり）

・総客室数：136 室

・客室タイプ：

- Deluxe Double Room —30sqm, King Bed, Combined Bathtub & Shower
- Deluxe Twin Room —30sqm, Twin Bed, Combined Bathtub & Shower
- Deluxe Triple Room —40sqm, 3 Single Beds, Combined Bathtub & Shower
- Junior Suite —40sqm, King Bed, Shower Room,

・客室料金（参考程度）：

- 3 つのシーズナリティー （Low, High, and Peak）
  Peak： April ~ Mid May, October ~ Mid November, Week of Christmas ~ Mid January
  ※2021 年は Deluxe タイプで 約 200JOD (Incl. Tax & Service charge)

＜レストラン＞

- Olive Tree Restaurant —メインレストラン
- AL BUSTAN RESTAURANT —レストランと屋外プールの間の空間を、夏場はカクテルスペースや屋外ダイニングスペースとして使用可。（プールにお客様が落ちないよう、プールの周辺は囲った上で。）ホテルとしてアルコールの販売は不可だが、持ち込まれたものを（持込料なしにて）提供することは可能。屋外スペースで着席ディナーは 35~40pax、カクテルスタイルであれば、100~120pax 程可能。



AL BUSTAN 正面の空間



AL BUSTAN 側からの屋外プール周辺エリア

＜宴会場/会議室 x 5 会場＞

※視察日午後には、カナダ政府の方が会議で使用予定であり、セッティングが進められていた

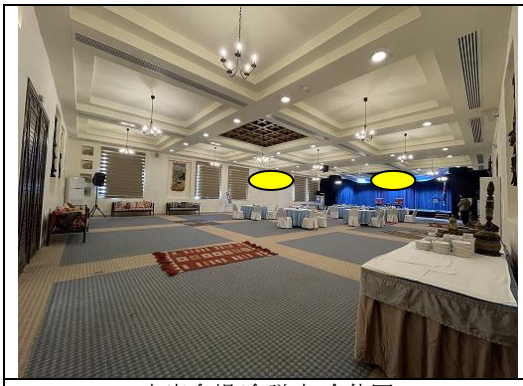
・Olive Tree Restaurant の横に位置する

・大宴会場/会議室 x1, 小会議室 x4

・大宴会場/会議室収容人数：最大 400pax 程

・小会議室収容人数：各最大 50pax 程

・会議用文具等、ホテルで提供する物は、環境に配慮しプラスチックを可能な限り使用していない（クリアファイルの代わりに再生紙で出来たエンベロープ、ボールペンの本体部分にも再生紙を利用する 等）

<table>
<tr><td>  </td><td>  </td></tr>
<tr><td>大宴会場/会議室 全体図

※黄色部分：スクリーン設置場所</td><td>大宴会場/会議室 ホールエリア</td></tr>
<tr><td>  </td><td>  </td></tr>
<tr><td>会議用文具（フォルダ外側）</td><td>会議用文具（フォルダ内側）</td></tr>
</table>

以上

提出・受領資料
＜提出＞　なし ＜受領＞　会議用文具（エンベロープ x1、ボールペン x1）

28 Al Raqeem for Logistics and Training とビジターサーベイについて協議

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 23 日（火）9:30 -10:00	
場所：PAP 会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr Ismaiel Abu Amoud (Observer) (Commissioner of Petra Archeology Park and Tourism) **Ms Maria Elena Ronza** (CEO and Founder of Al Raqeem for Logistics and Training)	大原、齋藤（記録）

議事

プロジェクトチーム主導で行う、ペトラ遺跡内にてビジターサーベイを実施するにあたり、現地再委託先の Al Raqeem for Logistics and Training 代表者の Maria さんと、契約締結に向けて面談を行った。（Dr Ismaiel 氏には、ビジターサーベイの調査に協力する PDTRA の代表者として同席頂いた。）

面談の主な目的は、契約書に記載する契約期間を決定することである。

＜背景＞

当初、ペトラ地域への外国人観光客数が多い秋の時期を狙って調査を行う予定で、プロジェクトメンバーの代表 2 名（Tom Asseffa ・ 大原啓 さん）と Maria さんとで契約手続きを進めていたが、契約内容や見積額についての見直し作業に時間を要し、予定通りの走り出しが出来なくなった。ペトラ地域への外国人観光客数が既に減少傾向となってきており、調査費用に見合うだけの有効なデータが取れないことが危惧される為、契約期間の再検討をプロジェクトチームより打診した。

＜プロジェクトチームからの提案＞

① このまま 12－1 月に合計 2 ヵ月実施
② 12 月 1 ヵ月、ハイシーズンとなる 5 月に 1 ヵ月、合計 2 ヵ月実施
③ 4 月以降に実施を延期し、ハイシーズンとなる 4－5 月に合計 2 ヵ月実施

＜結論＞

- 調査期間：今週末～2022 年 5 月末日　※今週末：実質、契約書にサイン可能な日以降となる
- 上記契約期間とする理由：有効なデータを取るにあたり、調査日程をよりフレキシブルにする為
- 特記事項：信頼性のある有効な調査結果を得るために、AlRaqeem for Logistics and Training は、調査を実施する時期、一時中断する時期、終了する時期を依頼者に通知した上で、上記契約期間内に複数の期間にわたって調査を実施することが可能。データ収集者は、上記の契約期間中、合計 47 日程度勤務する。

今後、プロジェクトチームのサイナーである熊田さんが所属する (株)JTB 総合研究所 と 契約書等の事務作業を担う (株) JTB グローバルマーケティング＆トラベル とで契約書面を編集し、AlRaqeem for Logistics and Training と内容の合意を得た後に、契約締結となる運びである。

以上

提出・受領資料

なし

29 PDTRA との 第 1 回 JCC の振返りと 第 1 回セミナー開催に向けての面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 23 日（火）10:00-11:30	
場所：PAP イスマイル氏のお部屋	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr Ismaiel Abu Amoud (Observer) (Commissioner of Petra Archeology Park and Tourism) **Mr Khalil Mashaleh** (Tourism Department Representative)	大原、齋藤（記録）

議事

2021 年 11 月 18 日にアンマンにて開催した第 1 回 JCC の振り返りを行うと共に、2022 年 1 月に開催を予定している第 1 回セミナーに向けて準備を始める為に、PDTRA と面談の場を設けさせて頂いた。残念ながら、スレイマン氏は休暇中の為、この場には参加することが叶わなかった。（来週 PJT TEAM がペトラを離れる前に行うラップアップ面談の際に、ご挨拶すると共に、本日の面談の続きを行う予定である。）

＜第 1 回 JCC に関して、イスマイル氏からのコメント＞

・声掛けをした人数の約 2/3 が実際に参加出来たことは、喜ばしいことである

・ステイクホルダーが一堂に集まる機会を設けられたことは、どのステイクホルダーに対しても、意思決定をする場で平等に発言の機会を与えられたことになり、良かった。

・一方で、あまり多くの方には発言を頂けなかったのが残念であった。

※ミニッツについては、改めて PJT TEAM より近日中にイスマイル氏へ提出し、PDTRA 内で内容の確認を頂いた後、PJT TEAM へお返し頂くこととした。（その後 JICA の方々へ展開し承認の上、署名を進める）

＜第 1 回セミナーに向けて話し合った内容＞

PJT TEAM より：今回のマスタープラン策定プロジェクトについては、プロジェクト終了後レジリエント且つサステナブルなものとなるよう、PDTRA と JICA PJT TEAM が “共同” で取り組むべきものである。特に民間セクター/リージョナルレベルについては（これまでのプロジェクト等で上手に巻き込めていない状況がある様なので）JCC に比べ、より PDTRA が参加者をプロジェクトの大事なステイクホルダーとして考えている姿勢に映るよう、工夫をしたセミナーとしたい。

以下、面談の結果生まれた案 (PDTRA へ提出済議事録より引用)：

Suggested New Date by PDTRA
13th Jan 2022 (Thursday)
※当初 1/26 を PJT TEAM より提案していたが、1/16 には PDTRA 組織内の大掛かりな人事の内示が出ることが判った様で、その手前に開催をすることを強く希望されている為

Objective of the seminar
1. Share the result of the survey from PDTRA & JICA Project Team to the private sectors
2. Encourage the private sector to be involved in the development of tourism in Petra
3. Hear the attendees' thoughts to realize a more sustainable tourism in Petra
+ Give attendees the opportunity to see Petra (down town of Petra ---> inside PAP ---> Cultural Village using ELEC CITY bus)

Items that should be presented/discussed during the seminar
*The presentation used for JCC is to be the basis for the seminar also
・Introduction/Outline of Project
・Result of the Baseline Survey (e.g. Key Finding of the Baseline Survey, Key points to overcome the challenges identified through the Baseline Survey)
・Where and how JICA (Project Team) may intervene and support to overcome the challenges, better the current situation, etc.

Attendees suggested by PDTRA
・Representatives mainly from the private sector in Petra
・Selected permanent members of JCC

General Itinerary suggested by PDTRA
*People attending from Amman are suggested to travel the night before to Petra, and their accommodation is to be covered by PDTRA
*Transfer costs for short tour of Petra to be covered by PDTRA
*Costs for other items such as tables, chairs, coffee break, drinks, etc. to be paid between PDTRA and JICA Project Team

9:00am-11:00am Begin Short Tour of Petra (Down town area of Petra ---> inside PAP ---> Backroad to Cultural Village by ELEC CITY bus)
11:00am-1:00pm Sit-down Seminar with coffee-and-tea corner, with cookies and croissants provided as light snacks
After 1pm Lunch for those coming from Amman

上記内容をハリル氏（或いはイスマイル氏）よりスレイマン氏へ共有頂き適宜 PDTRA 内で協議を頂いた上で、来週 PJT TEAM がペトラ出発前にセミナーの開催方をスレイマン氏も居る場で協議出来る様、主にハリル氏にアクションを頂くよう依頼した。次回面談までに PDTRA に用意をお願いした資料は次の通り；
・プログラム・アウトライン（市内集合場所～プログラム終了時点）
・プログラムにかかる見積書（項目ごとに費用を示したした形にて）
・PDTRA としてセミナーに招待したい方/組織のリスト

＜その他＞

USAID と PDTRA との間で会議が先週行われたと報告を今回の面談の場で受けた。USAID は今後、これまでとは違う形で政府機関との連携を図るつもりだとのこと。「PJT TEAM としては、現在ビジターセンターの活用方法を初め是非適宜 USAID と連携して物事を進めていきたい」という意向をイスマイル氏へお伝えしたところ、来年 1 月以降に PDTRA – USAID – PJT TEAM 3 者間での会議の場を設定すると仰って頂けた。

以上

提出・受領資料
＜提出＞ ・JCC ミニッツの原案 ＜受領予定＞ ・第 1 回セミナーの：プログラム・アウトライン（市内集合場所～プログラム終了時点） プログラムにかかる見積書（項目ごとに費用を示したした形にて） PDTRA としてセミナーに招待したい方/組織のリスト

30 PDTRA CRM との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 24 日（月）10:00 – 10:30	
場所：CRM 部オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Ibrahim Farajat（館長）	大山（記録）

議事

1. GIS データベース

- GIS によるデータベースは CRM では現在まだ作られていない
- 文化遺産 などを包括する GIS によるデータベースについて 是非とも作っていきたいとのこと (当方と小出氏で相談している GIS データベース作る動きについて賛成)

2.テーマに則した観光ルート

- （谷村氏と検討している)遺跡 公園の内外 及び博物館 を 共通のテーマで 結ぶ新たな観光トレイル、 観光商品についても非常に良いアイディアであり賛成とのこと

3. その他

- ユネスコによる王家の墓の修復のプロジェクトは一旦 完了 した形である
- ユネスコによるシーク安定化プロジェクトについても、 危険箇所の崩落防止の措置を すでに大半について実施済み

以上

提出・受領資料

なし

31 JARBA オリーブオイル工場の視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 24 日（水）11:30-12:45	
場所：JARBA オリーブ工場	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Abu Almad Al-Turky (Engineer and Supervisor of the factory)	大原、大山、齋藤（記録）

議事

ペトラ地域へ渡航する観光客への観光コンテンツと成り得るか、遺跡公園より車で 30 分の距離に位置する JARBA のオリーブ工場へ視察を行った。

視察を行った結果：こちらの工場は、ヨルダン南部で比較的最初に設立された工場であり、その当時は競争相手もおらずビジネスは好調だった様だが、その後周辺地域に 4 つの工場が設立され、現在は細々と稼働している印象であった。競争相手である他工場については、製造ラインが 2~3 ラインあり、機械も新しく（特に Hussainiya に在る工場）、一度に製造出来るオリーブオイルの量とオイルの質が高く、また製造時間も短い為、客足がそちらに向いてしまい、JARBA の工場は苦戦していると仰っていた。

＜工場に関する基本情報＞

・設立年：1997 年

・製造ライン：1 ライン

・稼働期間：毎年 10 月中旬から 約 2 カ月～2 カ月半
※持ち込まれるオリーブの実の量と、地元住民の客足が続く期間により変動）

・従業員：稼働期間中の雇用契約 x 10 名
※稼働期間に合わせオーナーが雇う
※給料は役割により異なるが、300～900 JOD / month
※約 20 年務めるエンジニア兼スーパーバイザーの Mr Abu Almad Al-Turky ＋9 名

＜製造過程＞

※持ち込まれたオリーブの実の総量が約 3 トンに達した後、製造を始める
（持ち込まれる量は大きくバラつきあり。50kg の人もいれば、数百キロという方もいる。）

※製造のプロセスは全て機械により行われる

① オリーブの実に付いている葉や砂利を除く

② オリーブの実を潰す

③ 潰した実を熱する

④ 実とオイルとを分離する

⑤ オイルのみ抽出する

⑥ お客様がお持ちのコンテイナー、或いは工場が販売する缶に注ぎ完成

※オリーブの実の粕は、ブロック型の燃料として再利用される

＜料金＞

・機械の稼働費用：なし

・オリーブオイルの販売額：（オリーブの実を持込んだ方）0.65 JOD / kg

（一般の方）　4,75 JOD / kg

※市販に比べて 1/2 程と仰っていた

＜写真＞

<table>
<tr>
<td> 
製造過程①～②を行う機械</td>
<td> 
製造過程③を行う機械</td>
<td> 
製造過程④を行う機械</td>
</tr>
<tr>
<td> 
製造過程⑤を行う機械</td>
<td> 
再利用される実の粕</td>
<td> 
工場エントランスでの集合写真</td>
</tr>
</table>

以上

提出・受領資料
なし

32 PDTRA PAP Control Section との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 25 日（木）09:30-10:30	
場所：PDTRA PAP	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
PDTRA PAP Control Section Mr. Salem Al-Shamaseen（Head of Rangers）	JICA プロジェクトチーム（PJT）： 齋藤、大原（記録）

議事

1. PAP 内の公衆トイレや店舗等の施設管理の方法について

- PAP 内の 13 ヵ所の公衆トイレ（男女別＋障がい者用）の管理は、民間のアソシエーションに外部委託。毎年、入札によりアソシエーションの人員体制や機材等を評価した上で委託先を選定。
- 13 ヵ所の公衆トイレそれぞれに清掃・管理を行う担当者を配置している（デイリーベースの雇用・支払い）
- エド・ディルの店舗の裏側にある公衆トイレ（5 月の視察の時点では損壊し、極めて不衛生な状態。現在は、修理が行われている（要確認）とのこと）は、高所にあることから、下水の回収等の問題もあり、外部委託の 13 ヵ所には含まれていない。
- 上とは別にエド・ディルの正面向かって左側にエコ・トイレが設置されている（要確認）、とのこと。
- 2 ヵ所の恒久構造物型のトイレ（ファサード通り脇、バックゲート Basin Restaurant 正面）については、発掘調査により、地下に遺跡がないことを確認した上で、DOA の許可の下、建設されている。
- その他の 11 ヵ所のトイレについては、発掘調査等が行われていない場所に設置されているため、、仮設型のトイレ（洗浄水はタンクから給水、下水は定期的に下水タンクから回収）となっている。
- PAP 内の店舗は、合計 16 のアソシエーション（各アソシエーションに 5～14 名が登録）が運営。
- PAP 内の店舗を運営するアソシエーションに対しては、全て法的な営業ライセンスは与えておらず、あくまで、PAP 内で店舗を営業するに当たり、遵守すべき事項を定めたアグリーメントを PDTRA とアソシエーションの間で個別に締結した上で、営業を認めている状態。
- バックゲートにある Petra Guest House （IHG）が営業を行う Basin Restaurant についても、営業ライセンスは有しておらず、MoTA との間で PAP 内の施設営業に係るアグリーメントの下、営業を行っている。今後、PDTRA が管理する Cultural Village に移転する予定（契約交渉中）。

2. その他

- エル・ハズネの正面の崖の上の展望スポットに違法に観光客を案内し、ガイド料を請求する地域住民が後を絶たない。過去には、観光客が崖から転落し死亡する事故も発生している。
- PDTRA では、2021 年 6 月に崖に登る入口に壁を建設し、ルートを塞いだものの、直ぐに地域住民に破壊され、元の状況に戻ってしまった。
- 6 月～11 月の間で既に約 570 名の観光客がエル・ハズネの正面の崖の上の展望スポットに登っている。PAP 内に配置されたツーリスト・ポリスが PDTRA の PAP Control Section に報告することになっているものの、監視の目が行き届かない状態。

- （⇒11/24（水）にペトラバイナイトの視察を行ったところ、楽器演奏やストーリーテラーの語りの最中にもエル・ハズネの正面の店舗の照明が煌々と点いており、イベントして全く成立していないことが観察された。
- エル・ハズネの正面の店舗とペトラバイナイトを主催するペトラの旅行代理店との間の紛争は、過去に何度も発生している。11/24 については、それまでエル・ハズネの正面の店舗が支払いを受けて（チケット代に含む）行っていたペトラバイナイトのお茶の提供方法が、旅行代理店の直営に変更されたことによる抗議として、ペトラバイナイトのプログラムを妨害したもの。

以上

提出・受領資料
なし

33 Um-Saihoun の民間事業者との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 25 日（木）11:00 – 12:00	
場所：Petra Bedouin House（ウム・サイフンの民泊施設）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Attallh Abu Sksukh	JICA プロジェクトチーム（PJT）： 斎藤、大原（記録）

議事

1. Um-Saihoun の民間事業者から見た PAP 内のインフォーマルビジネスについて

PJT： PAP 内では、ロバやラクダの動物（ムチ打ち等の行為が国際機関から動物虐待との指摘を受ける）を用いた商売、非公認ガイド、非公認の店舗、危険なスポットへの観光客のガイディング、児童労働、など、ウム・サイフンの住民が行うインフォーマルビジネスが、観光客の快適性のみならず、安全にとっても大きなリスクとなっており、何らかの解決策を探る必要がある。

Mr. Attallh：これが問題であることは、ウム・サイフンの住民の誰もが認識している。しかしながら、生活のためには、こうしたインフォーマルビジネスに従事するしか収入を得る手段がない。

他に安定的に収入を得る手段があれば、皆、こうしたインフォーマルビジネスに従事する必要がないことは、誰でも分かっている。

私自身は、過去にレンジャーとして PDTRA に雇用された（PAP 内の PDTRA が雇い主となる業務については、平均 300～400JOD／月が支払われる）こともあるが、3 ヵ月間のみの短期契約であり、その後は、解雇された。

現在は、Airbnb を通した民泊（平均 25～50 人／月程度が宿泊、10 JOD／泊、Airbnb 手数料：2%程度）の他に、エル・ハズネの脇にテーブルを並べ、土産物を販売しており、PAP 内のインフォーマルビジネスからは、業者によって違いはあるものの、平均して 700～800JOD／月を売り上げることができ、1～2 名の販売員が上げる売り上げにより、10～15 人の家族・親戚を養っている。

PAP 内には、約 400 等のロバがおり、PDTRA では、ロバ業者のアソシエーションを設立することにより、組織化した上で、ペトラ地域内（遺跡公園内／外）の観光客向けの公共交通機関会社を設立し、従業員として雇用する計画を進めていた（法人登録の段階で要件を満たさず、サスペンド中）。この中には、エル・ハズネからバックゲートまでのクラブカーのドライバーも含まれる（遺跡公園からエル・ハズネまでのクラブカーのドライバーについては、既に過去に馬車の営業を行っていた業者の雇用の受け皿となっている。）。

2. ペトラ地域で販売される土産物品について

PJT： 現在、ペトラ地域で販売されている土産物品の 90%以上が中国（T シャツ、帽子等の衣料品、プラスチック製品、マグネット、等）、トルコ（銀製品、等）、インド、パキスタン（ストール、スカーフ、等）、イラン（エナメル製品、陶器⇒アメリカによる経済制裁後、ヨルダンが販売先の一つとなる）、シリア（象嵌細工等の木工品⇒内戦後、ヨルダンが主な販売先となる）の品である。このような流通・販売の構造では、地元の経済に十分に裨益せず、ペトラの産品を開発し、観光客に提供していくことが、観光開発の上では重要と考える。

Mr. Attallh：ヨルダンは、人件費が高く（仕入れ価格が高く）利益を確保しようとする販売価格が高額になる。中国製品は、あくまでヨルダン向けに製作されたものであり、他では販売されていない。一般的な観光客は、より価格の安いものを好むことから、

ヨルダン製品は競争力がない。高額な土産物品を買うのは、ごく少数の観光客だけである。ヨルダンの産品を買い取り、展示・保管するのにもコストがかかる。

PJT： JICA のプロジェクトを通し、青空マーケットのような定期市を開催し、ペトラの生産者が観光客に直接、地元の産品を販売することができる機会を提供することを一つのアイディアとして考えている。

Mr. Attallh：賛同する。

PJT： ペトラ地域には、どのような工芸品があるのか。

Mr. Attallh：ワディ・ムサにあるクイーン・ノール財団が銀製品を製作している（高額である。）。その他にもベイダのアソシエーションが、カーペット（キリム）、タイベの女性組合が陶器などを製作している。

3. Cultural Village について

PJT： 現在、PDTRA では、Cultural Village 内に店舗スペースを設置し、PAP 内のインフォーマルビジネスの店舗移転させる計画がある。現在の、Cultural Village は、観光客の動線上になく、PAP 内のインフォーマルビジネスの店舗が、Cultural Village 内の店舗スペースに移転しても、商売は成り立たない。

一方、Cultural Village をクルーズ船や、ツアーバスの駐車及び休憩スペースとして活用できれば、自ずと観光客の動線上に位置付けられ、ワディ・ムサ市内の交通渋滞の解消にも繋がることから、こうした計画を今後、提案することを考えている。

Mr. Attallh：Cultural Village には、観光客がおらず、現状では、ウム・サイフンの住民は誰も移転に同意しないだろう。

クルーズ船の観光客については、非常に短時間の日程の中、ペトラを日帰りで訪問するため、Cultural Village に誘導しても、Cultural Village 内の店舗でショッピングを楽しむような時間はないだろう。

以上

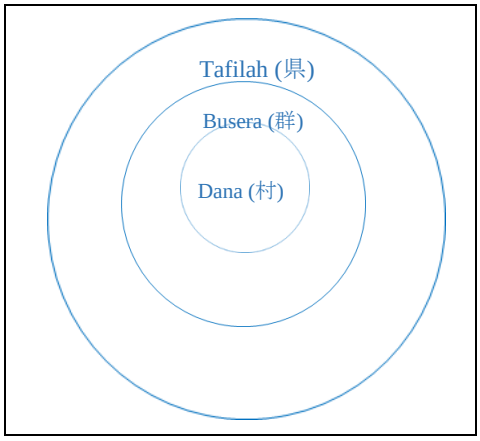
提出・受領資料
なし

34 Dana Biosphere Reserve への視察

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 27 日（土）10:00 - 12:30	
場所： Dana Biosphere Reserve	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Abed Khawaldeh (Duty Manager of Dana Guest House)	大原、大山、齋藤（記録）
議事	

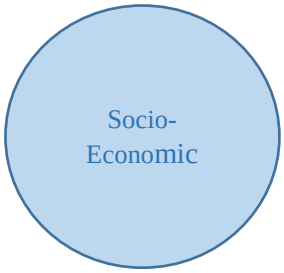
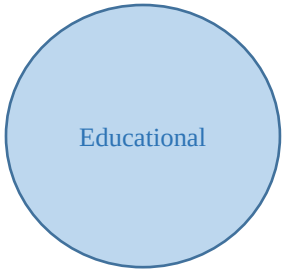
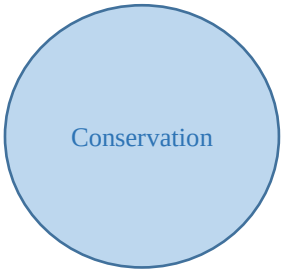
Amman 在 Wild Jordan のセールス担当者を介し、ペトラ地域より車で約 1.5 時間の距離に在る Dana Biosphere Reserve へ、ペトラ地域周辺に存在する観光地の代表の 1 つとしての視察、及びこれからペトラ地域の観光開発を行う上で役立つ知見を得る為に訪問した。今回アテンド頂いた Mr Abed Khawaldeh さんは、RSCN (The Royal Society for the Conservation of Nature) による Dana Biosphere Reserve のプロジェクト開始時期より仕事をしている地域住民の一人。

＜Dana Biosphere Reserve の概要・課題＞



- 1980 年代中頃に廃墟化していた村を、1990 年代中頃 RSCN (自然保全が主な活動内容の NGO) の介入により復興させたのが、Dana Biosphere Reserve である。
- 従業員は、周辺地域の住民含め約 70 名。内 11 名がワークショップで働く正社員の女性であり、約 300JOD/月の給与と社会保険が適用されている。その他職員はレンジャーや施設のマネージャーや清掃員等。
- RSCN の管轄で生活をすることに当初住民は反抗していたが、近年では例えばルールを守らない観光客等があると知らせてくれる等、協力的である様子。
- ステイクホルダーと正式な定例会議等はないが、必要に応じて自然・環境保護について論じる場をレンジャーと設けている
- RSCN 自体には権力がない為、問題に直面した際には環境庁に介入頂く
- 自然・環境保護の為、立入禁止区域なども指定している
- COVID-19 手前は順調に観光客数は伸びる傾向にあったが、パンデミック後完全に居なくなり、最近やっと少しずつ戻ってきている。
- 現在直面している課題の 1 つは、区域内で「銅」が採れると言われており (調査の結果待)、その結果によっては銅の発掘作業が行われ、景観や環境が損なわれる事。
- 建物の建設において現状規制がなく、好きな材料、デザインで増築・新築出来てしまう。
- 区域内生態系について、保護活動の甲斐あり Nubian Ibex は RSCN が最初介入した 1990 年代に比べ増加。蝶や蛾などは雨量不足や積雪不足で減少傾向。ジュニパーや樫の木については土に生息する寄生虫により減少　傾向。

Dana Biosphere Reserve プロジェクトは以下のとおり 3 つの部門に大きく分かれている

		
Ladies' Workshop (eg. Jewery Making)	Teach Proper Behavior to stakeholders, visitors, etc.	Rangers observe illegal behavior (eg. Hunting, Overgrazing)

＜Dana Guest House の概要＞

・1993 年に RSCN の調査員用の宿泊施設としてオープンした（9 部屋、トイレ・バスは共同）

・RSCN の協力によって、当初の 9 部屋に加え、内装や家具が洗礼された 15 のデラックスルーム（各部屋トイレ・バス付）を増築し、現在の観光客用の宿泊施設として営業するに至った。

・水の共有については自然の湧水をひいており、汚水は 2 つの浄化槽に貯留した上で、定期的に汲み取りを行い、Shobak の下水処理場で処理される。

・宿泊部屋それぞれには、部屋入れのペットボトルの水はなく、宿泊客がラウンジに在るウォーターサーバーより各自必要な分だけ水を得られるよう、ガラス瓶が置かれている。（自然への配慮）

・ゴミ処理については、金属、紙、プラスチック、ガラス の 4 つに分けて分別をしている

・宿泊料を区域内他ロッジ (6-7 存在する) よりも高めに設定することで、彼らの競争相手にならないよう工夫をしている。（地元住民に観光収益を分配する工夫の一つである）

			
オープン当初の部屋 （一例）	デラックス部屋 （一例）	客室内設置のガラス瓶	分別用ゴミ箱

以上

提出・受領資料	
＜提出＞	なし
＜受領＞	RSCN 発行の Dana Biosphere Reserve 紹介パンプレット “Explore Dana”
＜受領予定＞	訪問者数の推移を示すデータ

35 Wadi Rum Visitor Center との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 29 日（月）10:30 – 11:30	
場所： Wadi Rum Visitor Center	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Saleh Alnoaimat (ASEZA Director of Wadi Rum)	JICA プロジェクトチーム（PJT）： 大原（記録） PDTRA：Mr. Khalil

議事

1. Wadi Rum の観光地管理の問題について

PJT：　冒頭から非常に失礼な言い方をして申し訳ないが、率直な議論を行いたいため、正直な意見を述べる。以前、Wadi Rum を訪問した際に、UNESCO 世界遺産（Wadi Rum は複合遺産に指定）に登録された公園内に多数のキャンプが建設され、アイベックスなどの野生動物の観察どころか、観光客を乗せた多数の 4DW 車が、大きなエンジン音を立てて走行し、地面は、タイヤの跡だらけである姿に大きな衝撃を受けた。実際に夜間に宿泊していないため実態は把握していないが、恐らく、これだけのキャンプがあれば、夜間に光害の問題が生じていることも容易に想像できる。訪問前に想像していた自然公園の静かで豊かな景観のイメージは大きく崩れた。公園内には上下水道が整備されておらず、キャンプに宿泊する観光客から排出される下水や廃棄物の問題にも大きな懸念がある。UNESCO の諮問機関（ICOMOS／ICROM）からも既に危機遺産に格下げする旨の勧告を受けているのではないか、と想像するが、いかがか。

Mr. Saleh：　大変的確な分析である。2011 年に始まる「アラブの春」のムーブメントは、ヨルダンにも及び、民間事業者による開発が事実上、無法状態のまま放置されることになり、今日の状況に至ってしまった。UNESCO 世界遺産のプロテクトゾーン内の宿泊施設は、全て無許可で営業されている違法施設である。

2018 年からは、新たなキャンプやホテルの建設は全て禁止されている。今後は、UNESCO 世界遺産のプロテクトゾーン内の宿泊施設の総数を 25 軒以下にすべく、プロテクトゾーン外への移転を進めている最中である。

光害の問題については、夜間の照明を制限する規制は作成されている（守られていない）。

UNESCO には、2 年に 1 回、定期的に世界遺産のモニタリングレポートを提出することが義務付けられており、全くもって指摘のとおり、これまでに、以下の勧告を受けている（現状、危機遺産に格下げする旨の勧告までは受けていない）。

1)　UNESCO 世界遺産のプロテクトゾーン内の違法宿泊施設問題の改善

2)　廃棄物処理問題の改善

3)　下水処理問題の改善

なお、こうした多くの問題が生じているのは、UNESCO 世界遺産のプロテクトゾーンの中でも観光客が訪問するメインルートの一部のエリアだけであり、観光客が訪問しないエリアの環境は、比較的、良好に保たれている。

2. Wadi Rum の観光地管理に関わる活動について

Mr. Saleh： ASEZA の Wadi Rum 管理事務所では、現在、以下の取り組みを進めている。

1) 文化・自然遺産の GIS インベントリーの作成

2) ドローン測量による地形データのデータベースの作成

3) 文化遺産影響評価（HIA）及び環境影響評価（EIA）の実施

廃棄物管理に係る三つのパイロット・プロジェクト（うち一つは、スペインの民間企業と 3 年契約の下、廃棄物の回収・処分事業を PPP で実施）

4) RSCN（王立自然保護協会）によるローカルコミュニティ（対象者：キャンプオーナー、レンジャー、ガイド）向けのエコツーリズム啓発活動及びトレーニング

5) ASEZA によるローカルコミュニティ向けの語学（英語）研修

6) USAID による民間セクター支援プロジェクト（SCHEP: Sustainable Cultural Heritage Through Engagement of Local Communities Project）※ 2021 年 5 月終了

7) UNESCO による公園整備プロジェクト（2021 年開始、木製のトレイルルートの設置、壁画を保護するための柵の設置、等。事業費のうち 2,005 USD を UNESCO が供与）

3. 観光開発とローカルコミュニティの問題について

Mr. Saleh： Wadi Rum で提供されている 4WD ツアー、ラクダ、ガイド、レンジャー、キャンプなどの観光客向けのサービスは、全て Wadi Rum の三つの部族（コミュニティ）に属する民間事業者によって提供されている。他の地域の業者は、伝統的な部族社会根強く残る Wadi Rum では、観光事業に新たに参入することができず、事実上、排除されている。

ヨルダンでは、国の行政システムと伝統的な部族社会のシステムが並立している状態であり、ローカルコミュニティとの共生は、観光開発を進める上での大きなテーマである。

4. 官民連携の枠組みについて

Mr. Saleh： Wadi Rum の観光開発の各種協議を行う枠組みとして、観光開発委員会（Tourism Committee）が 2～3 ヵ月に 1 回、定例で開催されており、MoTA、ASEZA、Wadi Rum の三つの部族の代表者が委員会のメンバーになっている。

5. Wadi Rum Visitor Center の役割、その他

PJT： 2021 年 5 月に Wadi Rum を訪問した際は、Visitor Center には立ち寄らずに、直接、民間のキャンプの一つで 4WD を手配し、公園内を散策した。入園料は、一切支払っていない。散策ルートには、もちろん、UNESCO 世界遺産のプロテクトゾーン内の観光スポットも複数含まれていた。

Mr. Saleh： こうしたサービスは、そもそも、違法である。Wadi Rum の入園者は、必ず、Visitor Center を訪れ、入園料を支払った上で、入園する必要があるが、全く守られていないのが実情。

	Visitor Center のチケットオフィスでは、入園者に対し、数、国籍、滞在期間（宿泊数）の統計データを、チケットオフィスの職員がヒアリングにより収集している。 アカバに寄港するクルーズ船からの観光客については、クルーズ会社から事前に Visitor Center に申請があり、Visitor Center が、Wadi Rum の三つの部族の民間事業者に対し、4WD 等の手配を行う。 アカバに寄港するクルーズ船の観光客は、日帰りでペトラと Wadi Rum の両方を訪問することは時間的に困難であり、どちらかのツアーを選択することになる。大多数がペトラを選択しており、Wadi Rum を訪れる観光客は、バスにして 5～最大 15 台程度である。 以上
提出・受領資料	
・　公園 Map	

36 ASEZA (Aqaba Special Economic Zone Authority)との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 29 日（月）13:00 – 14:00	
場所： ASEZA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Salaam L. Malki (ASEZA Deputy Tourism Director)	JICA プロジェクトチーム（PJT）： 大原（記録） PDTRA：Mr. Khalil

議事

1. ASEZA の Tourism Directorate の組織について

Ms. Salaam： ASEZA の Tourism Directorate は、以下の五つの部署で構成されている。

1) Statistic Department
2) Classification Department
3) Product Department
4) Marketing Department
5) Visitor Services Department

PJT： PDTRA には、Classification Department に対応する部署はないが、ASEZA のこちらの部署では、ホテルの格付け等に関わる具体的なインスペクション等の業務を日常的に行っているのか。

Ms. Salaam：アカバは、国際空港、国際港だけでなく、イスラエル、エジプト、サウジアラビアとの複数の国境を有し、アンマンと並ぶヨルダン観光のゲートウェイであり、多くの国際的な観光客が往来することから、ホテル等のサービスの品質管理が非常に重要である。ASEZA の Classification Department では、こうした状況から、ホテルやレストランなどの観光事業者に対するインスペクション業務を日常的に行っている。ホテルの格付けは、MoTA 及び JHA（ヨルダンホテル組合）が定める基準に従って運用されており、ASEZA が実施するインスペクションに基づき独自に評価を行うものではない。

2. MICE について

PJT： アカバは国際空港、国際港を有することから MICE のポテンシャルを有すると考えられるが、MICE 誘致の状況如何。

Ms. Salaam： MICE については、Product Department の所掌である。アカバには、現状、国際的な MICE を誘致可能な大型コンベンション施設が無く、ホテルの会議室も 1,000 名以上を受け入れ可能な会議施設が無い状況である。また、5 つ星クラスのホテルのベッド数も限られており、MICE のデスティネーションとして十分なサービスを提供できる状況にはない。現在、2023 年の完成を目指し、大型のコンベンション施設を含む複合施設を建設するプロジェクト（Saraya Aqaba Project）を実施中であり、2023 年以降は、



MICE のデスティネーションとして積極的なプロモーションを行う計画がある。

3. ASEZA が実施する観光地のプロモーション活動について

PJT： ASEZA では、海外マーケットに対し、どのようにアカバの観光地としてのプロモーションを実施しているか。また、ヨルダンでは、JTB が対外的な観光プロモーションの窓口になることが、国内法に定められているようであるが、アカバの観光プロモーションを行う上で、JTB とどのようなデマケを行っているか。

Ms. Salaam：ASEZA では、Marketing Department がプロモーション業務を所掌している。アカバは、ヨルダンの行政法上も首相府直轄の経済特区に指定されており、VAT がヨルダン国内に適用されている 16%から 7%に減免され、法人所得税も 10%から 5%に減免されるなど、特別な行政上の地位にある。アカバは、言ったとおり、国際空港、国際港だけでなく、イスラエル、エジプト、サウジアラビアとの複数の国境を有し、アンマンと並ぶヨルダン観光のゲートウェイである。大枠においては、JTB が実施する全国レベルのプロモーションの方針と整合させつつも、多くの国際的な観光客を受け入れるための特別な取り組みが必要であり、JTB の全国レベルのプロモーションでは必ずしも十分にアドレスできていない、より地域に根差した地域レベルのマーケティングやプロモーションを ASEZA のイニシアチブにおいて実施している。

例えば、アカバは、世界的なダイビングのデスティネーションとして知名度が高く、特に近年、スイスのマーケットが伸びてきているが、こうした特定のマーケットにアドレスするシングル・デスティネーションとしてのプロモーションについては、ASEZA が独自に実施している。

PJT： 拝見したところ、ASEZA では、既にペトラやワディ・ラムを含むゴールデントライアングルをブランド化し、ロゴなどのパッケージデザインまで行っている。また、ASEZA が独自に作成しているプロモーションマテリアルの完成度も、ペトラを含めた他の観光地や JTB が作成しているプロモーションマテリアルと比べても非常に高い。これらは、ASEZA 独自に（JTB を通さずに）作成しているのか。また、作成に係る資金やデザインを行う業者はどのように調達しているのか。

Ms. Salaam：ASEZA では、Tourism Directorate に配分される政府予算だけでなく、ホテルやレストラン、旅行代理店など民間から資金を調達しながら、独自のプロモーションマテリアルを作成している。民間事業者が独自に作成するプロモーションマテリアルについては、ASEZA が監修を行っており、いずれも、特に、JTB は関わっていない。

プロモーションマテリアルの作成は、優れた技術を有する民間のデザイン会社（海外企業含む）に外注している。

JTB と関連するプロモーションについては、ITB などの旅行博にヨルダンが出展する際に、JTB のブースの一画で ASEZA がアカバのプロモーションを行っており、こうした JTB によるプロモーションの資金として、毎年、100,000 JOD を JTB に拠出している。

Mr. Khalil： PDTRA では、毎年 ASEZA の 2.5 倍の 250,000JOD を JTB に拠出しているものの、ペトラについては、JTB により十分なプロモーションが行われているとは言えない状況である。ゴールデントライアングルのブランド化に当たっては、JTB は関わっていないのか。

Ms. Salaam：PDTRA は、遺跡公園の入場料収入がある一方、ASEZA には、こうした財源が一切無い中で民間事業者と協力しながらプロモーションを行っている。PDTRA に同様の活動ができない理由などない。

ASEZA では、確かにゴールデンとラインアングルをブランド化し、海外のマーケットに向けたプロモーションを実施しているが、これはあくまで広域レベルのものであり、ペトラの地域レベルのプロモーションを行うのは、ASEZA ではなく、PDTRA の仕事である。JTB に頼らず、PDTRA 自身でやればよいのではないか。ゴールデントライアングルのブランド化も ASEZA の発案によるものである。

Mr. Khalil： PDTRA としても、今後、ASEZA とより連携を強化したい。

4. その他

Ms. Salaam：ASEZA の Visitor Services Department では、プロモーションマテリアルの作成や B2B の FAM の斡旋など、Before Arrival のサービスから、市内中心部や空港に Information Center のブースを設置して、訪れる観光客に対し、様々アクティビティーの紹介や、各国語のパンフレットの配布（アラビア語、英語、フランス語、スペイン語、ドイツ語、中国語）、ホテルの手配など、After Arrival のサービスまでを行っている。

市内中心部の Information Center は、老朽化し、手狭であるため、移転・改修工事を行う予定であるが、ASEZA がこれまでに作成したプロモーションマテリアルやプロモーショングッズを一式置いているので、是非、訪問して欲しい。

以上

提出・受領資料
・ プロモーションマテリアル各種 ・ Aqaba Tourism Marketing Plan ・ Aqaba Branding Manual

37 SDC (Salt Development Corporation)との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 12 月 2 日（木）14:00 – 15:00	
場所： SDC	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Khaldoun Khraisat (Exective Director)	JICA プロジェクトチーム（PJT）： 大原（記録）、斎藤、大山

議事

1. SDC について

SDC： SDC は、1982 年に設立されたヨルダン最初の Development Corporation。法的なステイタスは、あくまで NGO であるものの、ヨルダンの国内法では、Development Corporation 法という法律がある。

Development Corporation は、一般的なアソシエーションとは法的な位置付けが異なり、ローカルコミュニティを代表する NGO として、地域開発を担う法的な地位が与えられている。

他方、現在までのところ、Development Corporation であるからといって、中央政府からの補助金制度等の資金的な裏付けはない。

SDC は、具体的なプロジェクトを実施し、収益を得る個別事業の利害関係者ではなく、行政側のサルト市と、具体的な事業やプロジェクトの事業者となるローカルコミュニティとを繋ぐオプショナルな仲介役としての機能を有する。

SDC は、特定の事業の利害関係者ではなく、ローカルコミュニティを代表する中立的な立場にあることから、これまで、EU、JICA、USAID といったドナー資金（グラント）を用いたプロジェクトのカウンターパートにもなっている。

SDC の主な業務は、以下の三つ。

1) 観光地経営（マネジメント）業務
2) ツアーオペレーター業務
3) マーケティング業務

2. SDC の観光地経営（マネジメント）業務について

SDC： SDC では、ローカルコミュニティに対し、手工芸品開発（衣服、陶芸、等）などのトレーニングや、パッケージデザイン、デジタルマーケティングなどのスタートアップ支援を実施している。サルト博物館 1 階に併設されているショップも SDC が運営し、SDC がパッケージデザイン等の支援を行った地元の生産者の商品を販売している。

3. SDC のツアーオペレーター業務について

SDC： SDC の HP（VisitAs-Salt.com）を通し、FAM のアレンジ、トレイルルートを案内するガイドの手配、ホームビジット（サルトの一般家庭における料理体験、これまでに 3 軒が登録）の手配等を行っており、手数料を得ている。

4. SDC のマーケティング業務について

SDC： SNS を通じたデジタルマーケティングを USAID の専門家の支援の下で実施。現在は、USAID の SCHEP のプロジェクトの終了により専門家が帰任して後は、マーケティングを専門に行うスタッフ等は配置されていない。

5. SDC の財源について

SDC： SDC が所有する事務所のテナントスペースのテナント料（店舗、銀行がテナントとして入居中）、会議室のレンタル料、SDC メンバーの会費（30 JOD/年、150 メンバーが加盟、うち 50 メンバーが実際に活動中）、ツアーオペレーター業務の手数料からなる。

6. USAID による民間セクター支援プロジェクトについて

SDC： サルト市は、USAID の SCHEP（Sustainable Cultural Heritage Through Engagement of Local Communities Project）の対象地域の一つであり、SCHEP のグラントを通じて、これまでに、USAID が調達した専門家と共に、ローカルコミュニティに対し、レストランやゲストハウスの改修、トレイルの開発、農産品開発、ローカルガイドの養成、市民に向けたサルトの文化遺産保護に関わる啓発活動等が実施した（※ 2021 年 5 月終了）。

7. サルト市の歴史的建造物の再生プロジェクトについて

SDC： Jordan Heritage と USAID の協調グラントによる歴史的建造物の再生を含むローカルコミュニティによるパイロット・プロジェクトの公募に当たっては、主に以下の選定クライテリアの下、サルト市、MoTA、USAID、SDC で構成される Steering Committee がプロジェクトを審査し、159 件の応募に対し、35 件が採択された。

＜選定クライテリア＞

1) 事業費のうち 40～60%を民間事業者が負担する

2) （既存プロジェクトで開発された）トレイルルートからの距離

3) 歴史的建造物としての価値を有するか

PJT： 1 件のパイロット・プロジェクトに対する支援額の上限はあるか。



SDC： 歴史的建造物をカフェやレストランとして再生するプロジェクトの場合、1 件当たり、最大 5,000 JOD である。

歴史的な建造物の改修は、一般的に新築に比べ、コストがかかり、サルト市では、歴史的建造物が 657 軒以上あるものの、放置されているものも多い。

サルト市の宿泊施設である Beit Aziz Guest House （30 室、民間の BTC が経営）もこのパイロット・プロジェクトの一つ。

PJT： 民間のパイロット・プロジェクトの選定においては、公平性の観点や、採択の是非に関する意見（反対意見）も多く、調整が難しいのではないか。

SDC： 公平性に関しては、SDC は、特定のプロジェクトの事業を担う利害関係者ではなく、あくまで、ローカルコミュニティを代表するオプショナルな仲介者であるという立場にあることが重要である。

また、採択に関しては、選定クライテリアを明確に設定した上で、第三者を交えた Steering Committee の審査の下、採択を行っている。

8. サルト市のイベント、フェスティバルについて

SDC： サルト市では、毎年 4 月にスプリングフェスティバルを開催し（2021 年は COVID-19 により中止）、フォルクロールダンス、バザール、トレイルツアーなどのイベントを実施している。

9. SDC が実施するサルト市の観光プロモーションについて

PJT： ヨルダンでは、JTB が対外的な観光プロモーションの窓口になることが、国内法に定められているようであるが、サルト市の観光プロモーションを行う上で、JTB とどのようなデマケを行っているか。

SDC： SDC では、JTB に対し、サルト市の観光プロモーションに必要なコンテンツを提供している。

マス・ツーリズムは、サルト市が望む観光の姿ではないため、現在、対外的に積極的なプロモーションは行っていない。

ハイエンドかつセレクティブな顧客を対象に、サルト市民とのローカルな交流を軸に高い品質の体験型のコンテンツを提供するのが、サルトの目指す観光の姿である。

ローカルコミュニティが受け入れなければ、サルト市の持続可能な観光は成立しない。

以上

提出・受領資料
特になし。

38 Petra Museum shop との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 11 月 28 日（日）11:00-12:00	
場所：Petra Museum	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Nahar E. Rawadieh（館長）Mr.Saber Farajat(ミュージアムショップオペレーター代表)	大山（記録）
議事	

ペトラ博物館内の ミュージアムショップの運営状況今後の展望などについて館長と聞き取り。

5. ミュージアムショップの現在の訪問者

・1 日約 40 人から 80 人 程度が訪問。 博物館のビジターのうち 3～4 割が訪問しているのではないかと 考えている。

・女性が多い。

・ ヨーロッパやアメリカ等、 欧米からの訪問者が多い。

・ ヨルダン人が少ない（→ 博物館の訪問者はヨルダン人が多いことを考えると、 ヨルダン人を訪問する 割合が 欧米人の来館者よりも かなり低いと考えられる。）

２． 販売されている商品について

・ペトラをはじめ ヨルダンの NGO 等が 制作しているハンディクラフトの商品等を 中心に販売している。

・ペトラに関する書籍も販売しており、JICA で作成したペトラ博物館のガイドブックも現在販売している。

・ よく売れている商品は、 銀細工などのジュエリー類。

・ ペトラ博物館のガイドブックについて、 英語版はこれまで 100 部程度が売れた。 アラビア語版についてはほとんど売れていない（ ヨルダン人等の来館者が 相対的に多いにもかかわらず、買う人がほとんどいない。）

・ 欧米の英語圏以外の 来館者などからは、 英語以外の言語での ガイドブックを欲しいという 声がかなり出ている。 特に、フランス語、イタリア語、スペイン語など。

・ この他に、 博物館のコレクションに関する ポストカードも 販売したいと考えている。 ポスカードについては 2019 年の段階で、 Jica 専門家支援で作成したものがあり、 その同じポストカードを増刷して売ることができればと考えている。

（同 ポストカードには JICA ロゴが入っているため、 Jica との調整が必要）

・ 博物館で流している 映像を DVD で購入したいという 来館者からの声も出ている。 版権が jica にあるため、 こちらも今後調整が必要。

・ ミュージアムグッズの今後開発が必要。

３． ショップの表示板について 外を歩く観光客にも ショップがわかるように、 ショップの案内表示を博物館の外側にも出したい。 ロールアップなどで出すことも提案。 以上
提出・受領資料
特になし

39 JICA ヨルダン事務所との Wrap-up Meeting

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2021 年 12 月 1 日（水）10:00-11:00	
場所： JICA ヨルダン事務所	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
JICA ヨルダン事務所 宮原所長、山中嶋	JICA プロジェクトチーム（PJT TEAM） 大原、大山、齋藤（記録）
議事	

JICA ヨルダン事務所に対し、第三次現地作業調査の結果を報告した。主な議事は以下のとおり。

1.　2022 年 1 月に実施予定の第四次現地調査について

PJT TEAM：

2022 年 1 月に渡航を行う場合は、12 月 15 日迄に JICA 本部より外務省へ渡航申請をする必要があり、12 月 10 日までに PJT TEAM において渡航メンバーと渡航時期を確定する必要がある。

PJT TEAM：

PDTRA では、1 月下旬に人事異動があり、組織の改編が行われる予定。これまでベースライン調査を行ってきたカウンターパートのメンバーが変わる前に、第 1 回セミナーを開催し、ベースライン調査の結果をフィードバックする機会を設けることが重要。反対に、第 1 回セミナーの後は、ベースライン調査の結果を踏まえ、M/P の骨格を作成する作業に入るため、人事異動の前にこれらの協議を行っても、合意内容が十分に引き継がれない恐れがあるため、 M/P の骨格を作成する作業は、人事異動の後にカウンターパートと協議を行うことが妥当。

「渡航期間が長ければ長い程、また同時に動く人数が多ければ多い程、感染リスクが高まる」という考えのもと、2022 年 1 月に渡航を行うにあたり、必要最低限のメンバー、必要最低限の渡航期間とすることが妥当であることを JICA ヨルダン事務所と渡航中の PJT TEAM とで確認した。

2.　2022 年 1 月の渡航経路等について

JICA ヨルダン事務所：

現段階では、ヨルダンでオミクロン株の感染者なしの状況でもある為、政府はロックダウンをする方針は示していない。けれども、この数日でオミクロン株の出現による世界の状況がどんどん変わっており、読めないところがある。日本の厚労省も新規航空券の予約を入れないよう指示を出している状況であり、1 月の渡航に向けて航空券の予約が出来ない状況が続く可能性もあり得る。

PJT TEAM：

現在 JICA よりヨルダンへの渡航許可が下りていたとしても、今年 5 月の第 2 班の例のように、渡航直前で渡航中止のジャッジがされる可能性もあり得る。現在カタール空港での感染がニュースになっている。カタール航空は今回オミクロン株の発生地域とされているエリアの路線を多く持っており、既にカタール航空の搭乗者に陽性者が出ている。これまで、PJT TEAM は、カタール航空便でドーハを経由して渡航しているが、これに関しても 1 月に渡航する場合は、感染経路を踏まえて航空会社を選択するのも一案である。

3. ペトラ博物館に関わる成果について（大山専門家より報告）

- キャパシティビルディングの一環として、博物館の来年のアクションプランを館長と共に作成した。ミュージアムショップの強化についてもプランに組み込んだ。館長も主任の学芸員を巻き込んで話をする等、積極的に取り組んで下さった。次は、3~5 年の長期プラン作成にも取り組み、M/P に組み込むことを目標としている。
- （GIS を活かした）パーク内の主な遺跡などをデータベースで管理・提供する計画案について館長と話すことが出来た。
- 博物館を、エコミュージアムのようなコンセプトでツアーパッケージ/プログラムに組み込む話を持込んだ。（例：ナバテア時代の水路にフォーカスを置いた、水路を辿るツアーの設定＋博物館内で関連資料を見た後に出かける等）トレイルは設定されているが、これまでテーマごとに設定しておらず、これはリピーターにとっても良い取り組みと考える。
- 博物館でのナイトプログラムの設定も視野に入れている。（有名な考古学者の方に館内を案内して頂いた後、夕食等。）
- 博物館のウェブサイトやアプリについて詰めて話し、掲載内容の大枠を決定した。

4. AFD（Agence Française de Développement）の動向について

JICA ヨルダン事務所：

先日、AFD と面談した際、我が国が支援を行ったペトラ博物館のプロジェクトを非常に評価していた。

PJT TEAM：

AFD は、今後、ヨルダンの観光セクター支援を実施する予定はあるか。

JICA ヨルダン事務所：

現状、具体的なプロジェクトは実施していないものの、AFD は観光セクター支援にも関心はある様子。

PJT TEAM：

ペトラ地域は、慢性的に水不足の問題を抱えており、上水道の供給量により地域に受け入れ可能な観光客のキャリイングキャパシティが決まる。ペトラ地域の多くのコミュニティーには、下水道や廃棄物処理施設が整備されておらず持続可能な観光の観点からも環境面の影響が懸念される。USAID くらいしかフィジカルなインフラ整備のプロジェクトを実施していない。

JICA ヨルダン事務所：

AFD は、JICA が策定した上水道整備に関わるマスタープランに基づき、ヨルダンの北部地域で上水道整備プロジェクトを実施している。

PJT TEAM：

過去（2019 年頃から）にカラク（城と城塞都市）の世界遺産登録に向けた動きを AFD がフランス大使館とともに行っていた。
AFD が観光セクター支援に関心があるのであれば、次回以降、面談の場を設けていただきたい。

以上

提出・受領資料

＜提出＞

・第三次現地作業調査報告書（案）

＜受領＞

・なし　※感染予防強化の為、N-95 マスクを 6 枚頂戴した

ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第１期）
第４次現地調査

議事録目次

1　第四次調査　出発前対処方針会議 1
2　PDTRA とのキックオフミーティング 5
3　第１回 Tourism Community’s Dialogue in the Petra region 7
4　PDTRA との Wrap Up ミーティング（1 回目） 13
5　SELA（Visitor Survey 実施会社）との打ち合わせ 17
6　PDTRA との Wrap Up ミーティング（2 回目） 18
7　JICA ヨルダン事務所との Wrap Up ミーティング 20

1　第四次調査　出発前対処方針会議

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 1 月 13 日（水）11:00-12:00	
場所： オンライン	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
JICA：森畑課長、浦野課長補佐、上田国際協力専門員、バラダ特別嘱託	熊田、大原、谷村（記録）、他プロジェクトメンバー

議事

1. JICA 森畑課長様ご挨拶
   - このような重要な観光案件を担当できることはありがたい。
   - 知見をいただきながら JICA としても積極的に取り組んでいければと思う。
   - 新型コロナウイルスの感染対策には十分注意し、安全に帰国してほしい。
2. 熊田より
   - 新型コロナウイルスの影響もあり、予定どおりに進められていないところもあるが、JICA の浦野様、バラダ様よりいつもご支援をいただいている。
   - PDTRA とのコミュニケーションをしっかり取っていくので、今後もご支援よろしくお願いしたい。
3. 渡航方針の説明（熊田）※対象方針会議資料に基づいて
   - 目的

   ①第一回セミナー（Tourism Community Dialogue）開催。11 月の第一回 JCC で合意した内容をペトラの観光事業者に共有、意見交換し M/P 作成に反映する。WG の素地になるよう合意形成を図る。

   ②現地で実施するファムトリップをオペレーション、商品造成の観点から視察する。

   ③バリューチェーンアプローチについて整理し、PDTRA との共通認識を図る。

   ④M/P のビジョン（観光を通してどのようにペトラ地域をよくしていくか）の共通点を見つける。

   ⑤ベースライン調査のフォローアップ

   ⑥6 つのコミュニティに対する影響分析

   ⑦第四次調査の JICA ヨルダン事務所への報告、follow-up
4. 団員および期間
   - 熊田、大原、谷村の 3 名にて 1/15～26 で渡航
5. 感染対策
   - JICA の基準に沿って万全の感染対策を取って調査を行う。またオミクロン株下のリモート推進体制を PDTRA とも議論。

6. PDTRA の観光政策の確認と精査

- 第一回セミナー参加者
  アンマンから 20 名程度、MoTA の事務次官も参加予定＋JCC メンバー

  →JICA ヨルダン事務所　宮原所長様にも参加を打診中
- ペトラの観光事業者（旅行会社、協会、レストラン、教育機関）20 名
- 2/1 または 2/2 に帰国報告会を予定。
- プログレスレポートの修正→エクセルにてコメントを集約し、JICA 側に報告予定。

7. 第二次プログレスレポート：5 月下旬予定。

8. 質疑応答（敬称略）

- （バラダ）Tourism Community Dialogue の参加者の半分がアンマン、説明内容も JCC の内容をベースとのことだが、JCC 内容を地元の事業者に共有するという主旨をアンマンからの参加者が理解し、またペトラの事業者と意見交換をするという理解でよいか
- （熊田）地元の参加者の反応を確認することも目的の一つと PDTRA より聞いている。
- （バラダ）地元の参加者のうち、ワディ・ムサからの参加者がメインだが、もう少し 6 つのコミュニティから均等に参加をすることは難しいか？
- （熊田）PDTRA にはその旨継続して打診中。
- （バラダ）PDTRA で九州の APU に留学予定の職員 1 名が日本の水際対策の強化によりまだ来日できていない。この職員も中長期的にペトラの観光開発を支える人材になるので、本イベントなどにもお声がけいただき積極的に案件にも関わってもらえるように PDTRA と話してほしい。
- （熊田）JV メンバーのアセファさんがすでにコンタクトを取っており、連携は始めている。ただ渡航ができていないところは把握できていなかったので、現地でフォローアップする（確か Dr.Ismaiel の部下と聞いている）。
- （森畑課長）現地での機会を十分に生かす内容を企画頂いたと理解している。多くの関係者とのミーティングを予定しているが、先方との連絡調整はスムーズにいっているか。
- (熊田)参加者の招聘はすでに昨年 invitation を送付済みで、最終調整段階。ファムトリップなどのスケジュールは現地にて最終調整を行う。
- （森畑課長）スケジュールの変更も予想されるので、余裕を持ち、無理をせず安全に業務を進めてほしい。
- （熊田）今回はペトラ、アンマンから動かずにエリア内で活動予定。
- （浦野）ファムツアーの中身はこれから詰めるのか？
- （熊田）遺跡内を視察する際、エルハズネまでの電気カートを体験、遺跡からバックロードを通りホテルに戻るという混雑回避ルートを見ていただくことをプランに盛り込んでいる。一方通行のルートを取れば UNESCO が設定している Capacity（100 万人）をこえて運用ができるのではないかということも確認したい。
- （浦野）遺跡公園から観光客を分散するという観点から、今回のファムツアーでも６つのコミュニティをどのように巻き込めるか検討出来るのではと思ったが、今回は UNESCO がらみで遺跡中心と対象としたいう事で理解した。
- （熊田）６つのコミュニティの関わり方は PDTRA とも議論を続けていきたい。
- （浦野）ICOMOS の次回視察はいつになるか？

- （熊田）確認が取れていないのでチェックする。
- （上田）送付いただいたPDFファイルにあるアジェンダ、スケジュールに齟齬があるように感じていたが、ファムとセミナーの順番が変わっているのか？テクニカルビジットとファムトリップは同義か？
- （熊田）その部分の順番が変更になっている。言葉は同じ意味なので、言い方を統一する。
- （上田）バリューチェーンアプローチで進めるという事は理解したが、UNWTOでも取り上げられているような一般的なバリューチェーンアプローチではなく、本プロジェクトで独自に設定しているバリューチェーンアプローチであることをPDTRAにも説明をしてほしい。
- （熊田）PDTRAを一つの企業体と見立て、どのようにお客様への対応を組み立てていくかということを説明して行きたい。
- （上田）デスティネーションマネジメントやResearch & Developmentは全体にかかる部分なので（時系列で最初だけという事ではない）、その点は誤解がないように説明をしてきてほしい。
- （バラダ）プレゼン資料に今回新たに付け加えられている資料についても説明してほしい。
- （大原）AdvantageとPotentialは、JCCは時間も限られていたことから、一つのスライドに纏めていたものをもう少しわかりやすく二つに分けた。内容はJCCと変わらない。観光危機管理は大原より代理で説明をする。PDTRA側の関心も高く、実際に毎年、落石による死亡事故が起きているという事実があり、スライドを分けた。
- （大原）M/Pを作っていく上での議論ポイントとしてKey Pointを提示。
- （大原）インパクトの指標として雇用の創出、ステークホルダーの所得向上が設定されている。それを踏まえ、観光収入の向上を構成する三つのベクトル（①一人当たり観光消費額、②域内調達率、③観光客数）を、ダイアグラムで示した。危機管理では、ダム建設等によるストラクチュラルな解決策だけでなく、ナバタイ時代から存在する治水システム（オリーブ畑、還流トンネル等）や景観を尊重しながら対策を進めていくことの重要性を説明したい。
- （谷村）観光ビジネスは密接にかかわっているので、三つの項目を一つのシートにまとめた。JCCでの内容を盛り込みつつ、商品開発、マーケティング＆プロモーション、サービス＆ホスピタリティがどのようにかかわりながら進み、最終的にお客様の満足=ペトラ地域の観光収入増になるかという事を図で説明する。また日本の商品開発事例も紹介し、最後に議論ポイントを明示し、活発な議論につなげたい。
- （バラダ）調査内容を盛り込んでいただいてわかりやすいプレゼンになっていると思う。特に日本の事例を盛り込んでいるのは良い。ダイアグラムについてはオレンジのボックスの体積部分が何を表すのかスライドに記載があったほうがよい。域内調達率の「域内」はどこまでの地域を指すのか。お土産や農業製品は国内での調達を増やしつつ中長期的にペトラで生産するという事でよいと思う。
- （大原）商品の価値を上げる、域内調達を増やすことなどで最終的にペトラ、ヨルダン国内に観光でのお金が落ちる、ヨルダン国内で創出される付加価値を上げる、そのためのバリューチェーンアプローチという事を説明していきたい。
- （バラダ）対価に見合う商品造成が必要という事は全くそのとおり。付加価値をつけることの重要性をうまく伝えてほしい。
- （森畑課長）観光地経営、危機管理についても納得できた。災害コントロールと歴史遺産の両立の重要性も理解できた。今後カウンターパートとは治水部分についても議論をしていくという理解でよいか。

- （神宮）危機管理対応は急を要する。洪水は毎年発生し、シークに流れ込むようになっている。PDTRA に治水技術がないということもわかったので、日本からの支援が必要ではないかと考えている。
- （森畑課長）ペトラは洪水が起きると住民に危険が及ぶような地形なのか？
- （神宮）住民は高台に住んでいるので問題ないが、遺跡内に水が流れ込み、それに伴いシークなどで浸食が発生し、落石などで観光客に被害が及ぶリスクがある。２年に１度程度、落石による死亡事故もある。UNESCO もその点を把握しカバーしているが、１時間でも鉄砲水のように流れてくるので非常に危険。
- （大原）災害が起きたときにいかに減災し、速やかにリカバリーを図る、そうした防災を担当する組織作りを含むノン・ストラクチュラルな解決策も M/P の中に入れ込んでいけると良い。
- （森畑課長）日本の民間企業にそうしたスキルを持っている会社もあるので、そうしたところも関わっていけると良い。
- （森畑課長）防災についてカウンターパートの中で議論することが出来ると良い。
- （浦野）段々畑はストーリーを作ると貴重な観光資源になると考える。治水システムとの併用などを説明出来たら面白いのではないか。また、洪水で遺構が破壊されることは避けなければならないが、治水によってオリーブ畑が廃れることも並行して防がなくてはならない。洪水が発生する前に入場させないということも一つの方法で、民間企業によるアラートシステムの導入も検討できるのではないか。
- （神宮）アラートシステムはあるが、洪水が来る 15 分前にしか検知できないのが課題。
- （浦野）もっと早期に感知できる技術を日本の企業が持っていると良いのだが。フィヨルドでは崩落を事前予告するシステムがあるがそちらは使えないか。またアンコールワットも治水では大変苦労している。新たな治水システムを構築したと聞いているが、そちらも参考になるかもしれない。

9. まとめ（バラダさん）

現地の人の思いをぜひ引き出して聞いてきてほしい。感染対策を万全にして、安全に渡航をしてきてほしい。

10.

11. 以上

提出・受領資料
● ヨルダン観光 MP_技プロ_第 4 次調査対処方針案_210111 ● 1st Tourism Community Dialogue Presentation Draft 210112_Draft ● 1st Tourism Community’s Dialogue Name List

2　PDTRA とのキックオフミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 1 月 18 日（火）9:30-10:30	
場所： PAP オフィスミーティングルーム	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
PDTRA： Mr. Sabri Fdool, Mr. Khalil Mashaleh, Mr. Injad Alhelali	熊田、大原、谷村（記録）、Ms. Arwa Alfarajat

議事

1.　1/19 第 1 回セミナーアジェンダ

- PDTRA から提示のあったスケジュールをもとにアジェンダを修正、Mr. Sabri とすり合わせ

Program on Jan. 19	Contents	Time
Opening Remarks	Delivered by Dr. Suleiman PDTRA Chief Commissioner	09:00 – 09:10
Opening Remarks	Delivered by Ms. Miyahara Chief Representative, JICA Jordan Office	09:10 – 09:20
Outline and Key note Message: Challenges and Opportunities Petra can solve through Tourism	Presented by Dr. Ismaiel **Need to discuss how PDTRA would like to pesent.	09:20 – 09:40
Destination Management and Research & Development	Presented by Mr. Ohara	09:40 – 10:10
Product & Service Design, Sales & Promotion and Service and Hospitality	Presented by Mr. Tanimura, JICA Expert	10:10 – 10:50
COFFEE BREAK		10:50 – 11:20
Discussion # 1 (Destination Management and Research & Development)	Facilitated by Mr. Ohara, JICA Expert	11:20 – 11:50
Discussion # 2 (Product Design, Marketing & Sales, Service & Hospitality)	Facilitated by Mr. Tanimura, JICA Expert	11:50 – 12:30
Wrap up & Closing Remarks	By Dr. Suleiman	12:30 – 12:45
Graduation Ceremony		12:45 – 13:00
Lunch		13:00 – 14:00
Technical Tours	Technical Tours * * *	14:00 – 16:00

- （Mr. Sabri）Dr. Suleiman と Dr. Ismaiel がファシリテートをすることで問題ない。スケジュールも下記で OK。
- （熊田）感染症対策は？ワクチン接種証明書か陰性証明書の持参は依頼済みか？
- （Mr. Sabri）依頼済み。
- 参加者：合計 23 名（アンマンから 9 名、ペトラから 14 名）、未定（回答なし）10 名の見込み

2. 1/18 の準備＆ウェルカムレセプション
   - 9:00-11:00　PDTRA とスケジュールおよびファシリテーションの打ち合わせ
   - 11:00-12:00　HAYAT ZAMAN ホテル視察
   - 13:00 アンマンからの参加者がバスにて出発
   - 16:00 過ぎ　HAYAT ZAMANN ホテル着、チェックイン
   - 18:00　WELCOME DINNER（手順、感染症対策は現地にて最終確認）
3. 1/19（当日）の準備
   - 現地集合　午前 8:30
   - セミナー後のファムトリップ
     →電動カートでシークを通り Treasury まで。現地をかんたん視察後、入り口に戻りバックロードを視察（1〜1.5 時間程度の予定）。
4. その他
   - プレゼンテーション（Handout）のうち R&D の部分は差し替え必要？
     →PPT のみ修正し、口頭で参加者に伝える

以上

提出・受領資料
なし

3　第１回 Tourism Community’s Dialogue in the Petra region

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 1 月 19 日（水）9:00-12:30	
場所： HAYAT ZAMAN ホテル（タイベ）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙一覧参照	熊田、大原、谷村（記録）

議事

1.　アジェンダ

Program on Jan. 19	Contents	Time
Opening Remarks	Delivered by Dr. Suleiman PDTRA Chief Commissioner	09:00 – 09:10
Opening Remarks	Delivered by Ms. Miyahara Chief Representative, JICA Jordan Office	09:10 – 09:20
Outline and Key note Message: Challenges and Opportunities Petra can solve through Tourism	Presented by Dr. Ismaiel **Need to discuss how PDTRA would like to present.	09:20 – 09:40
Destination Management and Research & Development	Presented by Mr. Ohara	09:40 – 10:10
Product & Service Design, Sales & Promotion and Service and Hospitality	Presented by Mr. Tanimura, JICA Expert	10:10 – 10:50
COFFEE BREAK	Operated by HAYAT ZAMAN	10:50 – 11:20
Discussion # 1 (Destination Management and Research & Development)	Facilitated by Mr. Ohara, JICA Expert	11:20 – 11:50
Discussion # 2 (Product Design, Marketing & Sales, Service & Hospitality)	Facilitated by Mr. Tanimura, JICA Expert	11:50 – 12:30
Wrap up & Closing Remarks	By Dr. Suleiman	12:30 – 12:45
Graduation Ceremony	*Advise us more details.	12:45 – 13:00
Lunch	Operated by HAYAT ZAMAN	13:00 – 14:00
Technical Tours	Technical Tours * *	14:00 – 16:00

※セミナー後のテクニカルツアーは降雪のため中止

ベースライン調査の結果を、ペトラ地域のステークホルダーにフィードバックし、ペトラ地域の観光開発に関わるポテンシャルや課題について、協議するための第 1 回セミナーを開催したもの。

（アンマンからの参加者を含む参加者の内訳は、添付の参加者リストのとおり。）

プレゼンテーション後に参加者を交えて行った意見交換の主な議事は、以下のとおり。

2.　主な意見交換の内容

(1)　Destination Management、CrisisManagement、Risearch & Development（大原）

Key Points to be discussed

- ☑ What is necessary to strengthen institutional framework for R&D?
- ☑ What are the strategies required for data-driven marketing and management?
- ☑ To what extent is it necessary to establish a one-stop tourism statistics database hub? And who is in charge ?
- ☑ How can we use the GIS database to show the natural and cultural heritage of the Petra region?
- ☑ What R&D activities should be carried out in order to study and evaluate a carrying capacity for Petra Archaeological Park?
- ☑ What R&D activities should be carried out in order to document, protect and utilize intangible cultural heritage in Petra region?

（Petra National Trust）本プロジェクトにおける Sustainability の定義は何か？
（大原）最初に申し上げておきたいが、観光はあくまで利益を追求すべきビジネスであることをリマインドしておきたい。観光が無ければお金が稼げないのではなく（No Tourism, No Money）、お金が稼げないようでは、そもそも観光として成り立たない（No Money, No Tourism）。この関係は、逆ではないことを改めてリマインドする。

観光開発においては、とかく経済面ばかりがフォーカスされがち、との意見もあるが、本当にそうだろうか？

実際は、経済面のインパクトをきちんと掘り下げて取り組んでいる（金銭面できちんと地域経済に貢献できている）プロジェクトの方が実は少ない。我々のプロジェクトの最終的な目的は、ヨルダンの経済開発であり、持続可能な観光地の形成に当たっては、まず、何よりも経済面で持続可能である必要がある。

その上で、経済面と同時に、環境面、社会面の持続可能性もに担保しなくてはならない。観光開発の結果、ペトラ地域の観光資源がダメージを受けるようであれば、ペトラ観光の価値（Value）を失うことになり、結果的には、観光収入の減少に繋がってしまう。この点観点からペトラ地域の観光資源を保全していくことが重要である。
本日ご紹介するベースラインサーベイの結果を受け、次のステップにおいて、ペトラ地域のステークホルダーとの間で Sustainability の方向性について、ビジョンをすり合わせた上で、具体的な目標（KPI: Key Performance Indicator）を設定していきたい。
（Dr.Suleiman）PDTRA としては、持続可能な観光にとって最も重要なのは、ペトラ遺跡の保全だと考えている。その上で経済面とのバランスを取ることが重要だと考えている。遺跡公園（PAP）の活用も長い目で考え、キャリング・キャパシティと経済のバランスを取るためにバックロードの整備などを行ってきた。今後は、遺跡公園と遺跡公園以外を訪れる観光客の割合周をそれぞれ 50%になるように考えたい。

（大原）プレゼンテーションの中で説明したとおり、地域の観光収入は、①一人当たり観光消費額、②域内調達率、③観光客数の掛け算で算出することができる。

地域の収容応力（キャリング・キャパシティー）を超えた観光客数を受け入れることは、環境面や観光資源に負のインパクトを与えることから、今後、ペトラが進むべき方向性ではない、と考える。

仮に観光客数が 50%に減ったとしても、泊数を従来の 1 泊程度から 2 泊程度に増やすことができれば、これまで遺跡公園の入場料やミネラルウォーター程度にしかお金を支払っていなかった観光客が、現地のレストランやサービスも利用することになることから、これまでと同等以上の観光収入が得られる。

よって、①一人当たり観光消費額を増やすことが、鍵となり、そのためには、野心的な目標ではあるものの、泊数を 2 泊程度に増やすことや、付加価値の高い商品の開発、 ハイスペンダー（アラブ市場など）の誘致などが次のターゲットとなる。特に、アラブ市場からは年間 400 万人程度がヨルダンを訪問しており、ヨルダン観光にとって、最大のソースマーケットになっている。

一方で、年間 400 万人のアラブからの訪問者のうち、ペトラを訪れるのは、僅か、年間 13 万人程度に留まる。**（Petra National Trust）**400 万人という数字は何れの統計によるものか。

（大原）（MoTA の観光統計に基づき）国際的な統計書（Euromonitor）が集計している数字である。**（Dr. Suleiman）**統計については扱いを注意すべき。またペトラの訪問者数により注目すべき。
（大原）アラブ市場の中でもサウジアラビアからの訪問者は、年間で 8 億ドル程度をヨルダン国内で消費している（2019 年）。こうしたハイスペンダーを取り込むことができれば、ペトラ地域の観光収入を増やすことができる。先週、PDTRA のスレイマン長官も視察を行ったサウジアラビアのアル・ウーラの観光開発などは、一つの例である。

また、域内調達率を上げることも地域の経済にとって大きなインパクトがある。その為にマーケティングスキルの向上が必要。
（Dr.Ismaiel）“Made In Petra”ブランドは地元にもアイデンティティを与える。何がペトラの価値なのかを特定することが必要。

（大原）“Informal Business”については排除するのではなく、まず受け入れて Safety Manner を教えるなどしながら Formalize（正式なビジネスとして組織化）できるように改善をしていくのが良いと考える。
（Petra National Trust）遺跡公園内の Informal Business への対応は進んでおらず、大きな課題。解決するためにはまず法律を整備し、illegal business を排除することが必要ではないか。
（Dr.Suleiman）Formalize ではなく、Regulate、Reform（規制し、改善させる）ことが必要である。
（Dr.Ismaiel）ペトラ地域のニーズはコミュニティによって違う。各コミュニティの意見、ニーズを聞いて、それに合った施策を立てないといけない。活性化のためにコミュニティ間の競争もある程度必要だと考えている。ペトラには観光を除くと鉱業などもなく、農業くらいしか産業がないので、観光が非常に重要な収入源。ポイントはコミュニティとともに活動をすることであり、各コミュニティのニーズを丁寧にくみ取ることである。
（大原）既存のコミュニティの活動に対して規制や制限を加えるような Negative なアプローチは、必ず大きなリアクション（反対）を伴う。地域コミュニティを交え、よりよい方向に活動を導くなど、Positive なアプローチを行うことが、地域の活性化につながると考えている。
（EIB）Informal Business の調査はどの程度で来ているのか。
（大原）ペトラ地域おいては、非常に Sensitive な問題であり、必ずしも十分な調査を行えているとは言えない。今後、時間をかけて進めていく予定である。
（EIB）なにかベンチマーク（目標とすべき到達点）があれば、それをもとに議論ができるのでは。
（大原）例えば、長年 JICA が支援を行ってきたサルトの事例を挙げると、地域の NGO（サルト開発会社（SDC））の下、地域コミュニティを交えた観光開発が進められており、一つのベストプラクティスとして参照可能である。サルトのコミュニティは、ヨルダンの中でも保守的なコミュニティであり、プロジェクトの開始当初は、観光事業に参集することにためらいがあったものの、10 年が経った現在、地域のコミュニティの理解も進み、今では、一般家庭に観光客を招いて食事などを提供するホームビジットなども行われている。サルトでは、Development Cooperation Law に基づき、SDC が設立されており、民間セクターの主導により、商品開発やマーケティング／プロモーシ

ョンなどDMOに類する活動が行われるようになってきている。サルトの事例を参考にし、ペトラでも同様のDevelop Cooperationを設立することも一つのベンチマークになるのではないか。
（Dr.Ismaiel）PDTRAとしてもコミュニティとの協力は始めている。Politicalなことも時にはあるが、相互の信頼を高め、コミュニティと協力を進めるための戦略を一緒に作ることが大事。

（大原）マスタープランにおいては、地域の限られた資源をいかに保全するかという視点も重要。キャリング・キャパシティの問題は、必ずしも遺跡公園の収容能力だけを指すものではなく、特に、水資源については、配慮が必要。現在、ペトラのホテルのいくつかにはプールが併設されており、水不足となる夏場において、大量の水が使用されている一方、ペトラの住民には、3日に1度しか給水が行われない僅かな水を、各家庭に設置されたタンクに貯留して使用している状況。夏場の水不足は、ペトラの住民にとって既に深刻な問題になっている。このような状態は、明らかにアンフェアである。水の問題について何か意見はあるか。
（Dr.Ismaiel）PDTRAとしては、ペトラ地域のキャリング・キャパシティは、年間20,000～30,000人程度まではOKだと考えている。

（大原）観光危機管理について意見交換をしたい。
（Dr.Ismaiel）洪水については毎年冬に備えて対策を取っているが、スタッフの経験によりWarningの判断をしていることが多い。
（大原）洪水対策については、環境面や文化遺産保全の面で影響が懸念されるダムなどの構造物を建設するのではなく、ナバテア時代の棚田や還流トンネルなど、伝統的な治水施設を活用するなど、Non Structural measuresを導入するのが良いと考えるが、これについてどう思うか。
（EIB）この議論を深めるためには、まず、ナバテア時代の伝統的な治水施設の機能を科学的、技術的に検証した上で、是非を議論することが必要。
（Dr.Ismaiel）JICAコンサルタントからのインプット、アセスメントをぜひお願いしたい。

(2)　Tourism Business（谷村）



＜意見交換＞
（谷村）Discussion Point 1、2について、ペトラ地域ではどのようなお客様を呼び込むべきか、どのような地域になるのが良いと考えるか。

（Marriott Hotel）MICEやコンベンションなど、ビジネス関連の顧客をもっと呼び込みたい。

（Petra National Trust）ローカルコミュニティや女性、ディスアビリティーの人々を観光開発に巻き込んでいくことが必要であり、それが PDTRA に課せられたタスクである。また、ローカルコミュニティ対するトレーニングにより、商品とサービスの質を上げることも重要。

（PDTRA・Director of investment）ペトラの観光の中心は、あくまで文化遺産観光（Cultural tourism）である。その上で、ハイキングやトレッキングなどのアドベンチャーツーリズム、また Conference を次のターゲットとするのが良いと思う。ただし、アドベンチャーツーリズムの対象は、（現在のペトラ観光のボリュームゾーンではない）若者層に限定されることに注意が必要である。

（谷村）その意見には賛成である。以前リトルペトラの遺跡入り口でインセンティブイベントを開催した事例があったが、それも大変魅力的であったし、アル・ウーラのように似たような地形をうまく利用してハイエンドのお客様、MICE を呼び込んでいる事例があるので、それらを参考にして新しいターゲットとして取り組むのはよいのではないか。また地域の魅力、アセットを生かした Cultural、Heritage ツアー、ハイキングやトレッキングはこちらでも新しいツアーとして検討できると考えているところなので、ぜひ一緒に取り組んでいきたい。サービスの質向上は Discussion Point 6,7 に取り上げている通り、こちらでも提案をしている通りで、それとまさに考えが一致すると思う。Discussion Point 3 のプロモーションについてはどう思うか？

（Marriott Hotel）SMEs 向けの支援、特に、デジタルマーケティングの支援にもっと力を入れるべきだと思う。

（谷村）デジタルマーケティングのツールとしては、どのようなツールが有効と考えるか。

（Marriott Hotel）現在では、フェイズブック、インスタグラム、ティックトックなどの SNS が、一般的なデジタルマーケティングのツールとして使用されている。

（谷村）（雑誌を見せて）例えばこのようにクレジットカードの会員向け雑誌や旅行雑誌に掲載をするという方法もあるが、これはどうか？日本ではこうした雑誌は旅行をしたいと考える女性に特に読まれている。一つの方法として参考にしてほしい。

（Dr.Ismaiel）（ヨルダンの観光開発に関わる関係機関の役割として）全ての役割を PDTRA が抱えるのは、PDTRA の限られたリソースに照らしてもキャパシティを超える。プロモーションは、Jordan Tourism Board （JTB）の役割として全て任せればいいと考える。PDTRA を含むペトラ側の役割としては、商品の開発、新しい魅力の開発、サービス品質の向上など、よりテクニカルな部分に力を入れていくのが良いのではないか。それによりペトラを観光地としてより International なレベルに上げていくべき。

（Marriott Hotel）残念ながら地域の人々の観光業に対する信頼は高くない。そのため人材が定着しせず、コロナの影響下においては、さらなる観光業以外の職業へのシフトが進んでいる。また英語の問題もあり、対応できる人材が限られるという課題もある。

（谷村）観光業に人材が定着しないという課題はこちらでも同じ認識。観光を通して地域に利益があり、産業として成り立つこと、また仕事の魅力を地元の学生などにしっかりと伝える努力が必要。英語の問題は、正直日本でも同じ課題を抱えている。トレーニングなど、コミュニケーションスキルを上げていく方法をこれから一緒に考えていきたい。

（谷村）今回のダイアログはプロジェクトのスタートであり、これから地域の皆さんといろいろと意見を交わしながら皆が納得できる方向性、取り組みを決めて進めていく。今回のプレゼンテーションを受けて意見、また質問などがあれば遠慮なく知らせてほしい。

- Closing Remark（熊田）
- Closing Remark（Dr. Ismaiel）

3. まとめ

- 当日の天候が悪く直前で参加取りやめとなった方もいたが、合計で 37 名の参加者を迎え、1 回目のダイアログとしては概ね目標を達成できたと考えている（PDTRA との Wrap Up ミーティング議事録も参照）
- 一方で地元からの参加者について、Discussion でもう少し率直な意見を聞きたかったが、PDTRA の前ということもあるのか、意見が思ったより多くなかったように感じる。谷村のパートで行ったように、マイクを持って会場を回り、氏名をする形で発言を求めるなど、議論を活発化させるような新興の仕方を次回以降工夫していきたい。
- 地域の課題についてはまだまだ多くの意見がありそうなので、コミュニティと PDTRA との Advisory Committee での議論内容、また今後も地域事業者、住民との対話を通して各コミュニティが抱える課題、地域に対する率直な思いをくみ取っていく取り組みを続けていきたい。

以上

提出・受領資料
第 1 回セミナープレゼンテーション

4 PDTRA との Wrap Up ミーティング（1 回目）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 1 月 20 日（木）10:00-11:20	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
PDTRA： Mr. Sabri Fdool, Mr. Khalil Mashaleh, Mr. Injad Alhelali	熊田、大原、谷村（記録）

議事

1. 第一回セミナーの振り返り

（Mr. Sabri）天候が悪く直前キャンセルもあったが概ねセミナーはうまくいったと思う。

最終参加者：37 名（うちペトラから 11 名）※参加者一覧は別紙参照

2. 今回のセミナーおよび今後に関する確認事項
下記項目ごとに PDTRA と達成度、実施状況を確認。

１）The wrap up of the Tourism Community Dialogue
Did we achieve all the objectives?
①To create a forum for dialogue among tourism stakeholders in the Petra region.
②To discuss and share the local challenges in Petra that can be solved through tourism.
(Sabri) 第 1 回セミナーの目標は、概ね達成できたと思う、水の供給は大きな問題、電力については、ヨルダン政府と中国の電力事業者との間で（政治的に）12 piestre/kWh の条件の下、契約が進められている一方、現状、スペイン企業との契約は、1 piestre/kWh であり、大幅な電力料金の増加が見込まれる。電力料金や水道料金は、ホテルなどの観光事業者の経営にとって深刻な問題であり、ペトラの特区制度を利用した料金面での優遇措置が必要。PDTRA のこれまでの方針は、泊数を延ばすよりも、観光客のニーズに応じて、特に五つ星ホテルなど、様々なカテゴリのホテルの客室数を増やすことに注力している。客室数は、は 2022 年中に 3,200 室、2023 年に 4,200 室まで増室の見込み。
③To share the research outcomes from the JICA experts and get feedback from the community n Petra.：完了
④To discuss how tourism can be used to make the Petra region a better world.
(Sabri) ペトラ地域に ZIP ラインを開設、現在建設に係る基準などをチェック中（by ドバイの会社。こうしたアドベンチャートラベル素材を導入するなど、商品の Diversification に取り掛かり始めている。アドベンチャートラベルの中身の精査が重要(Zip Line, 4x4, Sky Diving, Para Sailing, Bangee Jump)。1/26 に Adventure Tourism のオンラインセミナーが開催されるので世界の状況を確認したい。
⑤To discuss how tourism in Petra can be transformed to be a sustainable desstination.
(熊田)Petra National Trust から「サステナブルツーリズム」の定義への質問があった。ペトラにおける定義をきちんと固めておく必要がある。
(Sabri)遺跡公園の保存、維持が一番大きなサステナブルツーリズム
(熊田)その他に有形・無形文化遺産の保護、地域住民の参画なども定義の中に入る。その点も含めてもう少し突っ込んだ議論が必要。
(大原)サイトの保護は重要だが、いかに経済的ベネフィットを増やせるかが Tourism Sector の最も関心のあるところであり、実は、この本質的な取り組みが、これまで、一番不十分ところである。

２）Minutes of Community Dialogue

We have understood that Sabri san and his team has drafted by Today and share with us. JICA team will review and add/amend comments by Sunday.
(JICA)ビデオを見てPDTRAでも議事録を作成、日本側で作成したものとすり合わせる。
(PDTRA)了解

3）Present Tourism Master Plan
Please advise ongoing projects until status
(熊田)ZIP Lineや電気バスなど取り組んでいるも、止まっているものがあるように見受けられる。計画＞現状＞完成等のフェーズで5W1Hが判るように改めて、詳細をメールで送ってほしい。
(PDTRA)了解。

4）PDTRA's idea and thought of Sustainable Tourism in Petra
The difinition of Susitainable Tourism would be very important. Need leader's and staffs' view for this.：２．１）⑤と同様

- 6 communities inclusion
  How PDTRA consider to include 6 communities through tourism?
  (Sabri) Local Community Advisory Commissioner (Dr. Ismaielの後任) が来月着任。おそらく本日か日曜日に具体的な人事が決まる。
  ※Dr. Suleimanの留任も同じタイミングで決定する予定。
  (大原) 6 Communitiesとのミーティングの設置を、これまでにも再三にわたり要請しているが、これまで実現していない。何か理由があるのか。
  (Sabri) 6地域の代表者を含めた観光に関するAdvisory Committeeには6 Communitiesから約45名出席する。この場がコミュニティとコミュニケーションを取る良い場になる。Tourismの話だけではない。議事録もある。
  (熊田) 過去3回の議事録はぜひ共有して欲しい。また次回のCommitteeがあればそれに合わせて渡航することを検討したい。
- (Sabri)了解。Khalilが議事録を探して提供する。
- (熊田)翻訳が必要であればｱﾙﾜさんにお願いしても良い
- PDTRA's idea of essential elements of Vision for the NEXT Tourism Master Plan (2025 - 2035)
  How would like to transform Petra region better through tourism development with following aspect?
  (熊田) SustainabilityとResilienceがキーコンセプトだが、下記の五つのポイントに沿って、2025年～2035年の時点でペトラの人々と地域にとって社会課題が顕在化するのかを認識を合わせながら、観光を通じて／観光が引き起こすその課題を解決していけるかを考えて、ペトラのSustainable Tourismを作り上げるか、PDTRA内の考え議論した上で、教えてほしい。検討にあたっては下記の視点がどれが地域の人々にとって優先順位（Prioritization）になるのかも検討してほしい。
  1) Community elements (Level of ....Public Service, Education, Hygine level, Civic
     Pride and so on)
  2) Social elements (Women and Young Empowerment,Employment, Incluudion of Vlunerability)
  3) Cultural elements
     (Conservation of Heritage, Ilegal trade of excavated items, Art & Design, Perfoming Arts and Music, Story and folklore peopl in Petra would like to Intangible Heritage, Gastronomy, New Culture, Fashion and Diversity)
  4) Environmental elements (Carbon Emission, Fauna and Flora preservation, Nature

and Biodiversity: Animal Wellfare, Ilegal Wildlife Trade, Environment: Water Supply, Toilet circumstance, Zero Plastic, Seweage, Sound and Noise and Night light)

5) Economic points of view
How can PDTRA measure for this?
a. Expenditure per person

(熊田) Expenditure はどうやって確認できるか？
(Sabri) ホテルでの支払いなどで確認ができると思う。
(大原) ホテル泊数の統計をきちんと取ることも忘れないでほしい。
(Sabri) 泊数を増やすことには賛成だが、客室数が足りないのでまずそこに取り組みたい。(Injad)ペトラの泊数を増やす上で重要なのは、商品の多様化である。
(大原)本当にそうだろうか。 Dead Sea を想像して欲しい。Dead Sea には、ビーチの他に特にすることなどないが、1～2 週間、多い場合 1 ヵ月以上宿泊する観光客も多数いる。ペトラを滞在型リゾートして開発するオプションもある。商品の Diversification も必要だが、サウジのアル・ウーラにある Habitats Hotel のようなハイエンドな砂漠リゾートが Petra にあってもよい。
(Sabri) アル・ウーラは少ない客室数（300 室）でハイエンドのお客様だけを狙っている。
(大原) 同じことがペトラでもできるのではないか。商品だけでなくこうしたアプローチも可能。
(熊田) エコロッジなどのサステナブル志向の高級宿泊施設の建設はグローバルトレンドでもある。

b. Number of targeting tourists (By nationality, By sales Channels, By business sectors?)
c. Wages Level of local community

- Intensive meeting including virtual Worshop after dialogue

1) Value Chains Approach
To understand the practical methodology of Value chain approach

(熊田)Value Chain Approach について PDTRA にもクリアに理解してもらいたい。日曜日に詳細を説明したい。（結果、天候もあり実施は延期）
(Sabri) OK。

2) Customer journey and STP workshop
We would like PDTRA to select the provaite sector to join

(熊田) ターゲット層および STP について詳細を説明したい。またターゲット層がどのような行動をとり、何を求めているのかという Customer Journey を把握することも重要。
(Sabri) OK。

3) Follow up workshop of communities Dialogue
Set virtual platform to listen and receive the comment from PDTRA and local communities

(熊田) 定期的に 30 分ほどオンラインでのミーティングを開催したい。
(Sabri) OK。

- Schedule and mission

1) Every week Online Meeting
We would like to set the online meeting to share the status weekly basis from Feb.

2) Mission
March 5 - 24 or May 7 - 26

(熊田) ４月はラマダンなのでこの時期を避けて 3 月、5 月に次の渡航をしたい。
(Sabri) OK。

9. Others

Any agenda

１）Formalize か Regularte か？

(大原)遺跡公園内の不法ビジネスについて、Dr. Suleiman から Formalize ではなく Regulated という表現にしてほしいというコメントがあったが、Regulated は、一般的には法律に基づく罰則を含む。Formalize のほうがよりポジティブであると感じている。今後、インフォーマルビジネスの問題を掘り下げるためには、誰とコンタクトを始めればよいか。

(Khalil) コミュニティ（ウムサイフン）の代表者と話すのが良い。ミーティングをセットアップする。

２）担当窓口

(谷村) これから Tourism Business の具体的な打ち合わせをするのに、だれが PDTRA のカウンターパートになるか？

(Sabri) Khalil さんがカウンターパートとなり、プライベートセクターなど関係者との打ち合わせなどを進めていく。

(熊田) Destination Management と R&D は誰がカウンターパートになるか。

(Sabri) Dr. Sabri を通してアレンジする。

３）参考となる事例

(Injad) Petra が参考にする事例はあるのか？

(大原) 観光地経営のベストプラクティスとしては、公的セクターと民間事業者の関係においては、アカバの ASEZA が参考になる。一方、公的セクターと地域コミュニティの関係においては、サルト市の SDC が参考になる。これらをうまく組み合わせて、持続可能な官民連携体制を検討したい。

４）Dialogue の JICA PETRA Project 負担分について

ZAMAN Hotel に 600JD を直接払ってもらいたい。

以上

提出・受領資料
第１回セミナー参加者リスト

5 SELA（Visitor Survey 実施会社）との打ち合わせ

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 1 月 20 日（木）14:00-15:00	
場所： SELA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Maria Elena Ronza	谷村（記録）

議事

1. Visitor Survey の契約期間について
   - 契約時に調査機関を 5 月末までとして、契約期日までにターゲットの調査数が得られない場合、契約延長となり、追加費用が発生する。それを見越して今の時点で 9 月末まで契約期間を延長する。
2. 契約内容を最終確認し、サイン&コピー取り交わし完了
3. 2 週間以内に Work Plan を SELA から提出する。
4. これから 2 月中にビジターサーベイを実施する準備を SELA 側で進める。
   - ペトラの旅行会社との打ち合わせ
   - プロジェクトマネージャーの選定
   - Google Form を使ったアンケートの準備　など
5. 3 月に渡航ができた場合は改めて SELA を訪問し、進捗を確認する。

以上

提出・受領資料

ビジターサーベイ実施に係る契約書

6 PDTRA との Wrap Up ミーティング（2 回目）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 1 月 23 日（日）13:00-14:00	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
PDTRA： Mr. Khalil Mashaleh, Mr. Injad Alhelali	熊田、大原、谷村（記録）

議事

1. 現在進行中のプロジェクトに関する確認

- 第 1 回セミナーで Dr. Suleiman がコメントした棚田再生プロジェクト
（Khalil）あるとすればモーベンピックホテルの向かい側ではないかと思われるが、PDTRA 内で確認しても情報がない。
- （Injad）進行中のものではなく、Nabatien Association が行っているナバテア時代の生活を再現するプロジェクトのことではないか？2019 年から遺跡公園内でこれらの紹介をする契約を結んでいる。
- （熊田）Dr. Suleiman と確認を取ってほしい。

2. ZIP ラインの建設支援

- （大原）当初はロシアの会社が支援を行っていたと聞いていたが、前回のセミナーではスペインの会社に変わったとのコメントがあった。支援先が変わった理由はあるか？
- （Khalil）すでにフランスの会社と契約を済ませ、リトルペトラに 6 カ月以内に起工の予定である。フランスの会社に変わった経緯はわからない。
- （熊田）どの会社が契約をしたか、詳細を教えてほしい。

3. その他確認事項

- PDTRA とのオンラインミーティング
毎週木曜日　9:00-9:30（ヨルダン時間）で開催、後日 invitation を送る。
アジェンダを事前に PDTRA に送る。
- 追加情報の提供（碓氷さん、神宮さんからの追加質問）
1/24 を目標にする。遅れても来週には送れるように準備する。
- （大原）ヨルダンの Develop Cooperation Law について詳細を知りたい。
（Injad）詳細を確認して大原さんにレポートする。
- （熊田）Made in Petra/Made in Jordan のブランド確立をどう進めて行くべきか現状の PDTRA の認識とあるべき姿をどう考えているのか改めて議論をしたい。オリーブオイルや農産物、それを育てる苗木や畑のオーナシップ制度とツーリズム、日本の茶畑テラスの事例、刺繍、陶器、絵、織物、食事等カテゴリ毎にブランドコンセプトの下に考えていくべき尾
（Khalil）Made in Petra の取組みは陶器製造組合等含めて何度かトライをしている。
（熊田）PDTRA がどのように考えているのか改めて意見交換したい。
- （熊田）各都市を結ぶ Intercity Tourist Transportation と Intercommunity Tourist Transportation System があるとより観光客と観光労働者の勤務などの足として活用ができるのではないか？Intercity は各都市を定期的にアフォーダブルに周遊するツアーと移動の機能を兼ね備えてヨルダン人の旅行者を含めた観光周遊移動の足として存在すると観光事業者も販売促進がし易い。Intercommunity の移動は６つの地域のガイドが添乗した観光路線

バスを運行し、地域のレストランや名所を回り地域経済に貢献をするイメージ。
（Khalil）非常に興味深いアイディアであり、詳しく話をしていきたい。

- （熊田）PAP 内についてメイントレイル以外にもガイドが Seat-in-coach ベースで一人当たりの価格を決めて集客するトレイルツアーがあると個人の旅行者も手ごろにかつ安全にメイントレイル以外のトレイルツアーに参加できるので地域分散や季節分散もできると考える。

  （Khalil）ガイド協会のタリフ

  等の課題もあるが、前向きに検討したい。
  （谷村）日本のガイドツアーの例も共有できるので、次回意見交換をしたい。
  （Khalil）ぜひ情報を教えてほしい。

- PDTRA の人事異動について
  （Khalil）Dr.Suleiman の留任はほぼ確定だが、正式なアナウンスはこれから
  （ヨルダン首相が最終承認するまで一カ月ほどかかる見込み）。わかり次第お知らせする。

以上

提出・受領資料

7 JICA ヨルダン事務所との Wrap Up ミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 1 月 24 日（月）16:30-17:30	
場所： オンライン	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
JICA ヨルダン事務所： 山中嶋　様、	熊田、大原、谷村（記録）

議事

1. 第一回セミナー　ディスカッション内容の共有（熊田）

- ディスカッション内容の共有（大原・谷村より、議事録参照）
- テクニカルツアーは残念ながら中止。
- 終了後、コミュニティの方が用意した昼食をホテル内レストランにて提供
- ペトラナショナルトラスト、EIB の方が最後まで残られた。

2. PDTRA との Wrap Up ミーティング

- Dr. Suleiman、
- PDTRA として、全体的には良かったという印象。
- 当日参加できなかったアンマンからの参加者に対して資料を送付し、フォローアップを依頼
- 5 つの目的について確認
  (1)対話フォーラムの構築
  (2)地域の社会・環境課題はセミナーであまり上がってこなかったので、6 つのコミュニティの課題について継続議論をする。
  (3)専門家のインプットの共有→達成できた。
  (4)ペトラの観光地としてのビジョンは議論が深まらなかった。Diversification、Simplification のどちらに行くのか、富裕層などどのマーケットを狙っていくのか、アドベンチャーツーリズムはペトラの中ではどのような定義で進めていくか議論が必要であることを共有。
  (5)ペトラをサステナブルなエリアにするための方策、またどのようなサステナブルエリアにしたいのか PDTRA としての議論を深めたいことを共有。
- 議事録作成など、PDTRA 側に動いてもらうことを今後意識して働きかけていく。
- 過去のマスタープランの進捗確認（計画、現状など）を依頼。
- コミュニティと議論をする委員会を過去 3 度開催。こちらの議事録共有&次回の開催時の参加を依頼。オミクロン株が落ち着き、渡航ができるようであれば 3 月にクリアにしていきたい。
- マスタープランの骨子にあるエレメントを次体制の中で PDTRA と早急に固める。具体的にコミュニティ、カルチャー、ソーシャルエレメント、環境、経済という 5 つの指標を具体的に提示し、どれを重視していくのか見当を依頼。
- オンラインでの定期的なミーティング開催を提案。その中でバリューチェーンアプローチを浸透させる取り組みを行う（大原さん中心、カスタマージャーニーなどの STP モデルはトムさんを中心に動いていただく）。毎週木曜日、30 分程度の定例ミーティングを予定。
- 次回ミッション：3/5 前後、3 月が難しい場合はラマダン明けの 5 月に予定。

3. 質疑応答

- （山中嶋さん）参加者からの意見発表の状況はどうだったか。
- （大原）ペトラのステークホルダーから意見が出てきたかというとそうではなかった。アンマンからの出席者は観光の専門家が多かったが、ペトラからの出席者はテクニカルな専門家ではなく、また PDTRA の前で現状の批判がしにくいということがあったのかもしれない。限限られた方からの意見が多かったようにする。こちらから水を向けるようなこともしたが、あまりテクニカルな話が伝わらないということもあった。次回以降は M/P のドラフトを話し合うタイミングになるので、特定分野のステークホルダーとの話し合いが必要。ペトラのビジョンについて話す相手と、テクニカルな事を話す相手を選定したほうが良い。
- （山中嶋）どのステークホルダーと今後ストラテジーを話していくか、PDTRA と話をしてほしい。
- （谷村）観光ビジネスについてはいろいろな意見を聞くことができた。ただ参加者が限られていたため、深く突っ込んだ話まではできなかった。また PDTRA の前では話しにくい、という雰囲気は確かにあったので、今後は特定のステークホルダーなどと本音を話し合う機会を作ったほうが良いと感じた。
- （大原）週末に遺跡公園を視察し、中でビジネスをしている人たちから話を聞くことができた。PDTRA はロバ、ラクダなどに組合を作り遺跡の外に仕事を出そうをしているところがある。正直な感想として、観光による悪影響がでており、仕事をしなくても政府からチケットのお金を分けてもらうなど、若い人を含めてできるだけ楽をして仕事をしようとするメンタリティになってしまっている。地道に働き報酬を得ようという気持ちにさせられるのか、今後何をすべきかという点で難しさも感じている。
- （熊田）お土産屋は遺跡を見学した帰路に買い物をする人が 90%なので、バックロードができると商売上がったり、になる。バックロードを作るのなら PDTRA からその補償をしてほしい、という意見もでた。遺跡で働いているコミュニティの人がどのようなメンタリティを持っているのか、をじっくり調査したほうがよいかもしれない。
- （山中嶋）観光バブルでよい思いをした人たちのメンタリティをどう変えていくのか、は確かに難しい。オフレコで聞いた声が実際の本音で、PDTRA の前では話せないことだと思う。
- （大原）一度観光でおいしい思いをした人のメンタリティをどう変えていくか、観光の技術移転をすればそれで仕事を前向きにしてくれる、という簡単なことではないと感じた。
- （谷村）おそらく遺跡公園の中で仕事をしている人たちにその問題が大きい。そのため子供たちへの教育から取り組んでいく必要性を複数の人が指摘しているが、その通りだと思う。一方で旅行業やホテルなど観光ビジネスに携わる人たちの中には地道に仕事をしている人もいるので、そうした方については魅力ある商品造成などを地道に伝えていくようにしたい。
- （熊田）人材育成、キャリアプランが作れないかということを PDTRA とも話していきたい。

4. PDTRA との 2 回目の Wrap Up ミーティング

- 棚田再生プロジェクト→詳細を改めて確認
- Zip Line 建設の詳細について引き続き確認
- PDTRA との定例ミーティングについて必要があれば参加を。
- ペトラブランドの確立についても今後議論をしたい。PDTRA からのそうした取り組みは重要。また地域内の transportation system についても将来的な話として提案。
- ガイドツアーの充実についても提案。
- PDTRA の人事異動→この 1 週間で動きがあると思われるので、ヨルダン事務所にも何か情報が入ったら共有いただきたい。

- （山中嶋）Dr.Suleiman は留任の方向でよいか。
- （熊田）複数の人からそのような情報を得ている。
- （山中嶋）Chamber of Jordan が Made In Jordan ブランドを立ち上げ、輸出促進をしたいという動きがあるので、それに連携するのもよいかもしれない。活動の詳細を確認し、共有する。
- （山中嶋）ペトラでミュージアムショップの品物を見たが、雑然としているが商品としては面白いものが多い。ナバテア時代のお香など。ユニークなものをもっとプロモーションできたら面白いのではないか。
- （熊田）ミュージアムショップは世界各地の博物館でも力を入れて取り組んでいる。ここをペトラブランドの発信基地とし、周辺に波及させることも考えてもよいかもしれない。
- （大原）ビジターセンターの広場に隣接しているギフトショップが再オープンし、ローカルな商品を販売している。そこで販売しているものはかなりクオリティが高いので、もう少し観光客の目に触れる形にする、またホテルの売店で扱ってもらえるようにするとよいのではと考えている。他国の例でも成功すると他の人たちもそこに追随するというケースがあるので、成功が目に見える形のパイロットプロジェクトを考えてもよい。
- （山中嶋）ウェブサイトに掲載することも考えている。
- （熊田）ペトラ博物館のロゴを Made In Petra のロゴとして審査のうえ開放するのもクオリティを保証し、観光客を呼び込む手段になると思う。

5. その他

- 次回渡航時、ヨルダンのオミクロン感染状況がいつ落ち着いてくるかが気になるが、3 月に渡航を予定したい。
- 3 月は副業務主任の齋藤、大原、谷村で取りまとめ、スケジュールを組んで進めていきたい。

以上

提出・受領資料

ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第１期）
第５次現地調査

議事録目次

1 JICA ヨルダン事務所とのキックオフミーティング 1
2 PDTRA とのキックオフミーティング 3
3 CRM 部との面談 6
4 Petra Museum 関係 7
5 6 つのコミュニティとのグループディスカッション 8
6 PDTRA Director of Investment との面談 11
7 PDTRA Commisioners とのグループディスカッション 13
8 ASEZA（Aqaba Special Economic Zone Authority）との面談・アソシエーション視察 18
9 Petra Pottery Society 視察と面談 23
10 Rajef コミュニティ代表者との個別ミーティング 25
11 ワディムサのオリーブ農園経営者との面談・農園視察 27
12 定例 JV 会議（3 月 23 日） 30
13 民間セクターとのグループミーティング 31
14 Princess Basma Center-Petra College for Tourism and Archaeology との面談 34
15 PDTRA とのミーティング 35
16 品質管理チーム（PDTRA）とのミーティング 44
17 EDOM HOTEL へのヒアリング 45
18 PDTRA Tourism Directorate（Mr. Sabri, Mr. Khalil)とのミーティング 46
19 PDTRA Dr. Maram とのミーティング 48
20 PDTRA との Wrap Up ミーティング 50
21 Petra College との面談 53
22 Travco（アンマン）との面談 57
23 ECHO Company との面談 60
24 Jordan Tourism Board（JTB)との面談 62
25 文化省　無形遺産担当部局との面談 65
26 NET TOUR との面談 66
27 MoTA（Statistics Department）との面談 68
28 Ramz Group との面談 69
29 JICA ヨルダン事務所との Wrap Up ミーティング 71

1　JICA ヨルダン事務所とのキックオフミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 13 日（日）15:00-15:40	
場所： JICA ヨルダン事務所オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
宮原所長様、山中嶋様、後藤次長様、川谷次長様	齋藤、大原、碓氷、大山、テメスガン、谷村（記録）

議事

1. 第五次 1 班到着のご報告と活動内容の共有（下記）
   - 新しく着任した Commissioner である Dr.Bilal へこれまでの活動内容を共有
   - Vision、Guiding Principles 素案を PDTRA（Dr.Suleiman、Dr.Bilal および各 Commisioner）に説明、先方の意見や考えを聞きながら議論を行い、内容の合意まで持っていく。
   - Visitor Survey の詳細を詰める。
   - 2020-25 年の Petra Development Strategy について現在の進捗を確認。合わせて現在進行中の各種プロジェクトの進捗も確認する。
2. 質疑応答
   - （宮原所長様）第 1 回セミナーにおけるペトラ地域のステークホルダーからのコメントはどのように M/P に反映されるのか。
   - （大原）第 1 回セミナーは JCC での合意内容をペトラ地域のステークホルダーと共有する場であったが、これまでのベースライン調査の結果と、ペトラ地域のステークホルダーからのコメントも踏まえ M/P 案を作成していく方針である。
   - （宮原所長様）第 1 回セミナーのコメントのうち、M/P の方向性に大きな影響を与えるようなコメントはあったか。
   - （大原）参加者からは、本プロジェクトで使用している Sustainability の定義は何か？というコメントがあった。それに対し、PDTRA のスレイマン長官からペトラの Sustainability にとって最も重要なのは、サステナブルに遺跡を保全することである旨、ご示唆をいただいた。M/P においても、こうしたペトラの Identity の持続可能性に軸足を置いた計画を策定する方針である。
   - （宮原所長様）Visitor Survey はベースライン調査と同じものか。
   - （大原）4 月からこれまでの間、JICA 専門家が実施してきた現況調査を広くベースライン調査と位置付けており、ベースライン調査のうち、現地再委託先に再委託するプロジェクト開始時の各種の観光統計データを取得する目的で行う調査が Visitor Survey である。Visitor Survey は、ペトラ地域に拠点を有する現地の NGO（SELA）と（2022 年 1 月 20 日付）と契約している。これまで COVID-19 の影響により、十分なサンプル（観光客）数が取れず、また、1 月はペトラ観光のオフシーズンであったが、3 月以降、ペトラ観光のハイシーズンを向かえるため、4,000～7,000 サンプルを取得する。他方、現在のウクライナの情勢を受け、ロシア市場等からの観光客が事実上、消滅した中、有効なベースライン値を得られるか、という懸念があり、再委託先からもその点を指摘されている。ロシアからのペトラ訪問者数は TOP6 の数字であり、ウクライナの隣国であるポーランド、ルーマニアを合わせると全体の訪問者数の 8%になる。その影響は小さくないと考えている。

- （後藤次長様）このウクライナ情勢と新型コロナウイルスの影響で、取得したサンプル数が信頼に足る数値、内容足りえるのか、という点が心配。報告の際影響した内容を説明する、また場合によっては後日の追加調査も検討するなどしたほうが良い。
- （大原）観光客数に影響があることは否めない。観光客数のデータについては、PDTRA の遺跡公園の入場者数を統計データとして使用しており、再委託先の調査には含まれない。一方、本プロジェクトの指標の一つとして、一人当たり観光消費額を挙げている。これについては、これまでに観光統計が存在していないため、今回、Visitor Survey で調査を行うことになる。ロシア市場以外からの観光客数は、回復基調にあり、消費額のデータについては、今般のウクライナの影響は限定的との想定である。なお、サウジアラビアなどの湾岸諸国は、ヨルダン訪問者数はトップであるものの、ペトラへの訪問者は非常に限定的であり、観光の嗜好が欧米市場とは異なっている。パレスチナもヨルダンへの訪問者は多いが、相当数が親族訪問である。JTB は新しいターゲットとしてファミリー層を挙げているが、ペトラでは、ファミリー向けの商品は少ない。
- （齋藤）今回は Vision、Guiding Principles について PDTRA と意見交換をする他に、6 つのコミュニティ代表者やプライベートセクターの代表とも内容について意見交換を行い、先方の考えをじっくりと聞き出す予定。

3. 新型コロナウイルス感染状況について（情報共有）
   - 空港での PCR 検査もなくなるなど、コロナ対策はほぼなくなっている状況。3 回目のワクチン接種は進んでおり（現在国内の 40%が 3 回目接種完了とのこと）、ワクチンを接種した＝マスクはしなくても良い、と思っている人が相当数いる。また感染者集の発表も週に 1 階となった。そのような状況ではあるが、感染防止策は引き続きガイドラインに沿って進めていただきたい。
4. その他（ヨルダン事務所様から）
   - 今月の 21、22 日に国内の地方総選挙が行われる。この日はアポイントを入れず、こちらでできる視察等を行う予定とのことだが、十分に注意してほしい。
   - 先週から天候が不安定で火～木は気温も下がり雨または雪が降る恐れもあるのでこちらも注意してほしい。

以上

提出・受領資料
1. 第 5 次渡航対処方針会議資料 2. マスタープラン・ガイディングプリンシパル資料

2 PDTRA とのキックオフミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 14 日（月）13:30-15:00	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Bilal Khreisat Mr. Sabri M. Fdool Mr. Khalil Mashaleh	齋藤、大原、碓氷、大山、テメスガン、 谷村（記録）

議事

1. JICA 渡航メンバーの自己紹介（齋藤→各専門家）
2. Dr. Bilal の自己紹介
   - 2000 年からペトラで考古学の専門家として仕事をしていた。
   - 2004 年に初めて GIS の導入に取り組んだ
   - 2019 年に JICA の専門家 3 名と仕事をした。
   - その後 Hashmete University で教鞭を取った。
   - Tourism を本事業のターゲットにしていることは知っているが、PAP の保護も大切だと考えている。
3. プロジェクトの概要説明（齋藤、大原）および質疑応答
   - （齋藤）2021 年 3 月から事業をスタート。Tourism Master Plan の策定が目標で 2025 年までの 4 年プロジェクト。
   - （齋藤）PDTRA、Private Sector へのリサーチを通して課題を抽出し、マスタープランの素案を議論・作成した段階。
   - （齋藤）明日 6 つのコミュニティや Private Sector など地元のステークホルダーとの意見交換を行い、情報の共有・またそれぞれの考えを聞き出すことを進めていく。
   - （齋藤）少なくとも各コミュニティから 1 名以上代表者に出ていただき、話をしたい。
   - （齋藤）6 つのコミュニティが Tourism にそれぞれ参画してもらえること、また今後 10 年継続し、最終的に地域で自立して Tourism を発展させることを目指す。
   - （Dr. Bilal）M/P のターゲットする将来のモデルの設定に当たっては、既存の統計データをもとに Sustainability のモデルを構築するのか？というのも新型コロナウイルスの影響で 2 年間観光客を受け入れることが出来なかった。これは誰も想像できなかったこと。既存のデータだけでなくそうしたリスクも考慮に入れたモデルを設定する必要があるのではないか。
   - （大原）我々のマスタープランは、2035 年までにペトラで持続可能かつ自立した観光が形成ことを目標にしている。M/P のインパクトを測る指標として観光客数の増加も考えられるが、一方で UNESCO の PAP のキャリング・キャパシティや、水資源管理の問題など、地域が受け入れ可能な観光客のキャリング・キャパシティとのバランスも図る必要がある。これらをパラメタに複数のシナリオ（モデル）の比較を行うことによって、最適なシナリオを選定した上で、KPI 及び目標値を設定しなければならない。その際、観光客数の管理に必要な技術や、飲料水、下水処理、廃棄物処理など、キャリング・キャパシティ等の観点からインフラや設備の導入が必要であればそれも併せて提案していく（技術支援、エンジニアリングサイドの両面を見て行く）。
   - （Dr.Bilal）私の考えは収集したデータ、統計をプランに反映していくことは重要だが、（今回のように）状況によってデータは変動する。そうしたリスクを反映して今後 10 年に向けてどのようなプラン、提案ができるのか。現状にできるだけ即した形でシナリオを考えなければならない。サステナビリティとリスクの両面を考えていくのであればより多く、現状も踏まえたデータ収集が必要と考える。
   - （大原）モデルの設定に当たっては、まず、シナリオを比較する際に考慮すべきパラメタを設定する必要がある。
   - （Dr. Bilal）ペトラの Social Element は非常に Dynamic で、観光客とも積極的に交流するような力がある。

- （トム）いくつかのKPIはご提案のようなリスクを考慮しないと、現存統計だけでは誤った方向に向かうことがあることはそのとおり。例えばExpenditureや泊数というKPIはそうしたリスク（社会経済状況の変化による可処分所得の変化等）を考慮に入れる必要がある。

- （Dr. Bilal）ペトラの訪問者数はまた増加傾向にあるが、例えばコロナ前はLCCを利用する訪問客は多くなかった。6か月後にはまた以前のような富裕層が来るかもしれないが、今はLCCを利用して訪れる観光客が増えている。富裕層であってもLCCを利用する客がおり、Expenditureも以前ほどではない。
- （トム）過去10年の統計データはあるが、Expenditureなど詳細データはそろっていない。
- （大原）年配の旅行者はLCCを利用することは少ないのではないか。誰がどのような航空会社を利用しているかなど、想像ではなく、エビデンスに基づいて慎重に分析する必要がある。
- （Dr. Bilal）旅行者が何にお金を使っているかの既存の統計データは確かにない。
- （大原）それもあって、今回、Visitor Surveyを実施し、追加のデータ収集を行う。
- （Dr. Bilal）どのようなデータを収集する予定なのか
- （トム）現在不足しているデータ（泊数、移動手段など）を補完するQuestionnaireを作成し、PDTRAのDr.Moyadと協力して実施することを予定している。今後こうした課題をクリアするためにデータセンターを設置し、データベースの作成を提案している。MoTAの協力も必要と考えている。
- （齋藤）また、明日PDTRAのCommissionerとの重要なミーティングを予定している。こちらで用意したVision、Guiding Principlesを共有し、ペトラのTourismがいかにあるべきかということについて意見交換を行う。明日の時点で意見を一つにまとめる必要はないが、多くの意見交換が重要と考える。
- （Dr. Bilal）Visionは私たちのためのものであるので、関係者にしっかり同じ意味が伝わり、理解ができるように文言を選ぶ（アラビア語に翻訳する際）ことが必要。
- （大原）六つのコミュニティの代表者はどのような人が出てくるのか。我々のサイドでベースライン調査は実施してきたが、コミュニティの人たちから観光客を呼び込みたいという明確な意思表示をまだ確認できていない。
- （Dr. Bilal）今回のミーティングはイントロダクションとして情報共有を行い、次回以降により深く意見交換を行ってはどうか。
- （大原）現在、ラジフ、ドラガ、ベイダについては、必ずしも十分に観光産業の恩恵を受けていない。それらのコミュニティの住民の観光へのニーズを聴取するためにはどのように住民にアプローチすればよいか。
- （Dr. Bilal）各コミュニティの代表を紹介し、彼らと話したうえでアプローチの方法を考えるのがベストではないか。
- （Mr. Sabri）各コミュニティからの参加者はTourismにこれまで関わり、広く経験がある人を選んでいる。
- （Dr. Bilal）各コミュニティの経済状況などによって答えも変わってくる。すべての質問に答えはないかもしれないが、それが状況を反映しており、そちらを踏まえてアプローチを考える必要があるのではないか。
- （齋藤）11月にJCCをアンマンで開催した。その時の議事録をお渡しする。こちらに参加者からの意見・提案が記載されている。
- （大原）JCCはNational Levelのミーティングで、MoTA、JTB、JITOAなどヨルダン全体のステークホルダーを招待した。
- （齋藤・大原）9月に2回目を開催する。プロジェクトの概要を記載しているのでぜひ目を通してほしい。
- （Mr. Sabri）Dr. Bilalがドキュメントにすべて目を通すので、改めてミーティングを設定する。Dr. Bilal自身のVisionもあるので、次回はもっと突っ込んで意見交換をしたい。
- （齋藤）ミーティングに際して、Tourismをよくわかっている人の他に、現時点でTourismに関わらない人とも話をし、そうした人たちがどう考えているのか、地元の人の視点を知りたい。

- （Khalil）Commissioner ミーティングには 5 名参加する。
- （Mr. Sabri）Local Transportation に関するミーティングを Local Community と実施する。これに関して何か質問があれば Chief Commissiner に聞いてほしい。
- （Dr. Sabri） Visit Petra のウェブサイトについては、RAMS GROUP との契約が 2022 年で終了した。新たに ECHO GROUP という会社が Visit Petra ウェブサイトの運営管理を行っている（ペトラ博物館の APP も担当しているはず）。必要があればアンマンでのミーティングを設定する。→（トム）業務内容を把握したいのでミーティング設定をお願いしたい。
- （大原）2022 年 5 月初旬からドバイで ATM（Arabic Travel Mart）が開催され、ヨルダンからは JTB も出展するが、ペトラの観光プロモーションを行うに当たり、PDTRA から JTB に対し、何かインプットを行っているか？
- （Mr. Sabri）マーケティング／プロモーション関係の活動はすべて JTB のマンデートであり、PDTRA のマンデートではないことから、特にインプットは行っていない。

以上

提出・受領資料

3　CRM 部との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 14 日（月）17:00 – 17:30, 3 月 27 日（月）9:00 – 10:00	
場所：Petra museum, CRM 部オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Ibrahim Farajat（CRM 部長）	大山（記録）

議事

1.　ICOM 総会での発表について

・元ペトラ博物館長である CRM 部長より打診あった、国際博物館会議（ICOM）年次総会（2022）でのペトラ博物館関連の発表（への応募）について協議

・発表は結果的に CRM 部長ではなくペトラ博物館長で行うこととなり、CRM 部長が支援予定。

2.　ペトラの自然保護区設定の状況

・ペトラの自然保護区設定の状況について聞き取り

・PDTRA としては PAP を将来自然保護区としていきたいと考え、RSCN や環境省など関係機関とも調整しているが、一方で実施には PDTRA の組織改編（自然担当部局の新設、職員配置）が必要なこともあり、まだ今後時間がかかっていく。

・自然保護区としていく場合に、日本の登山道で行っているような、例えば携帯トイレの導入など、新たな方策が必要となることについても協議

3.　テーマに則した観光ルート（古代の水路のトレイル）

・谷村氏と検討している)遺跡 公園の内外 及び博物館 を 共通のテーマで 結ぶ新たな観光トレイルの一環での、古代ナバテア時代の水路を歩くトレイルルート（PAP 内）について、ぜひとも開拓していきたいとのこと

・次回調査時に、CRM 部長も同行して PAP 内の水路ルート調査予定

以上

提出・受領資料

4 Petra Museum 関係

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第１期）	
日時：2022 年３月１５日（火）～３月２７日（日）随時実施	
場所：Petra Museum	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Nahar E. Rawadieh（館長）Mr.Ibrahim al-Mashalah (副館長) Ms.Maha daghesh (curator)	大山（記録）

議事

ペトラ博物館の運営、活動等について館長や博物館職員と協議

1. 博物館年次計画に基づく活動状況の確認

・ペトラ博物館活動の進捗状況を提案済の 2022 年の年次計画に則して確認

（展示、調査、保存、教育活動、等の各項目）

・ 昨年訪問時にドラフトした 活動計画については、 館長の方で、既にアラビア語に訳したものを 作成して活用している状況。

2. 博物館のミッションステートメント

・館長がドラフトした博物館の Mission Statement について協議

3. ウェブサイトのコンテンツ作成

・ペトラ博物館の WEB とモバイルアプリ（オーディオガイド）の現状の把握、内容チェック、追加コンテンツ（展示説明等）を館長と作成

・ウェブサイトコンテンツについては、 今後も通じ、アップデートして行く予定。

4. 博物館と SDGｓ

・博物館と SDGｓについて協議、ペトラ博物館と SDGｓの関係性について、Goal 1,4, 8, 11 & 12 に特に貢献するとの方向性を確認

ペトラ博物館と SDGs（2022 年夏のプラハでの ICOM 総会での発表内容）について協議、発表要旨作成

・博物館と SDGｓが 一つのテーマとなっている、2022 年 5 月１８日の国際博物館の日の活動について検討

ナバテアの水利を持続性、SDGs から考えるイベントを実施する方向で合意。

→SDGｓに関する博物館関係者の理解が深まった。

5. 博物館資料管理体制の強化

・博物館の資料管理（特に IPM 統合的虫害管理）について協議

展示室に現れ被害を及ぼす恐れある害虫調査用の捕虫トラップを試行的に設置

6. 展示に関するフォローアップ

・QR コード用いたキャプションラベル（Baja 展示）の作成

（BAJA 展示の謝辞のウェブサイトへのリンク）　以上

提出・受領資料

5　6 つのコミュニティとのグループディスカッション

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 15 日（火）11:00-13:00	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	齋藤、大原、碓氷、大山、テメスガン、 谷村（記録）

議事

ペトラ地域の 6 つのコミュニティの代表者に出席していただき、プロジェクト概要の説明と意見交換を実施した（今回はタイベからの参加なし）。内容は下記の通り。

1. JICA チームからのプロジェクト概要説明（齋藤）
   - M/P 資料に基づき概要を説明
2. 意見交換
   - （JICA チーム／谷村）本プロジェクトでは“Community Based Tourism”として、ツーリズムへのコミュニティ参加による裨益、観光資源の活用、有形／無形文化財を活用した新しい旅行商品の開発を進めたいと考えている。そのためには各コミュニティが同じ方向を向いて取り組むことが重要であり、下記について聞かせてほしい。

     ＊観光への参加についての考えを聞かせてほしい。
     ＊また観光に対して現在独自に考えているビジョン、アイディア、戦略があるか。
     ＊各地域でお勧めしたい観光資源を紹介してほしい。
     ＊各コミュニティで進めている観光関連の取り組みがあれば教えてほしい。
   - （ウムサイフン代表）観光が遺跡周辺に集中していることはその通り。遺跡周辺のコミュニティには多くの観光資源がある。ハイキングやウォーキングを楽しめるトレイルもその一つであり、開発するポテンシャルがある。ペトラ遺跡だけをフォーカスするのではなく、遺跡の外もフォーカスしてほしい。
   - （ワディムサ代表）観光関連の仕事は 30 年以上前からかかわっており、ワディムサで小さなホテルを経営している。観光客は一度ペトラを訪れるとその後リピートする事がないし、リピーターを惹きつけるアトラクションもない。また地域内ではトイレなどのインフラが整っていない。また、地域には会議など MICE 系の誘致を行いたいと考えている。
   - （JICA チーム/齋藤）ペトラ地域により多くの誘客を図るためには MICE 誘致は一つのオプションであり、その点は賛成。ただ誘致するために必要な（会議施設などの）インフラが整っていない。また（ミーティングを含め）ペトラを訪れる人をがペトラで楽しく時間を過ごせるオプションがもっと必要。こちらが強調しているように、例えば VIP 向けに提供できる旅行商品の開発は重要だと考える。
   - （ベイダ代表）自分はアマリンビレッジの代表。地域内にはツーリズムを推進する Society があり、女性 50 名を含む約 200 名のメンバーが参加している。ただマーケティングが不足していること、予算が限られているためスタッフのトレーニングや事業運営が限定的になってしまっていることが課題。ベイダには新石器時代の遺跡（大山さん曰く世界遺産級の史跡であるとのこと）、そしてリトルペトラがあるが、プロモーションが行われておらず、交通手段もないことが課題。なお将来的にはベイダにビジターセンターを作ることを目指したい。
   - （JICA チーム／齋藤）ベイダでは陶器を制作しているのか？
   - （ベイダ代表）陶器ではなくカーペットなどの手工芸品を作っている。

- （JICA チーム／齋藤）手工芸品を作っているとのことだが、予算に問題があるという事か？
- （ベイダ代表）その通り。予算がなく Society の運営も限定的になってしまっている。
- （PDTRA／Khalil）PDTRA が Visitor Center を設立し、その中で商品を展示して販売できる場所を設けた。
- (JICA チーム／齋藤)商品の販売について、Visitor Center 以外の場所でプロモーションすることも問題ないか。
- （ベイダ代表）問題ない。また地域内にはツーリスト向けのベドウィンキャンプもある。更に 7,000 年前の新石器時代の遺跡が残っている。これは新たな観光資源として紹介できる。
- （JICA チーム／大原）ベイダには「リトルペトラ」があるが、そこを訪問する観光客は少ない。理由としては Visitor Center からリトルペトラまでの交通手段がない事と考える。
- （JICA チーム／齋藤）トランスファーについては現在 PDTRA が対応をしており、解決手段のひとつになるのではないか。
- （JICA チーム／大原）住民や学校に通う子供たち向けの路線バスがあるとのことだが、観光客にとっては利用しにくい。
- （PDTRA／Khalil）Visitor Center から Cultural Village までのトランスファーを設置予定。Cultural Center はリトルペトラにも近いので、このトランスファーが開通すれば問題は改善される。
- （JICA チーム／大原）ラジフ、ドラガも交通手段がないことが難点。
- （ラジフ・ドラガ代表）ラジフはヨルダンで最も古い村落の一つである。古い歴史を持つモスクもある。また、「王の道」が村内を通っており、夕日も大変美しい。旅行者は伝統的なトランスポーテーション（ロバやラクダ）を利用して村を訪れている。農業、酪農が盛んで、ヤギのミルクやチーズ、オリーブオイルなどを生産している。
- （JICA チーム／谷村）夕日やトレイルが観光資源として存在することは分かったが、観光客にはどのように紹介されているのか。旅行会社を通じて既にプロモーションは行われているのか。
- （ラジフ・ドラガ代表）ツーリズムを推進する Society の設立を目指しており、タイベ～ラジフ間のトレイルとベドウィンキャンプの整備、また村内のローカルカルチャーの紹介をしたい。また村内には障害者を雇用して手工芸品を制作する Society がある。
- （JICA チーム／齋藤）障害者が観光客・訪問者の前に出て販売を行うということだが、人によってはそれを快く思わない人もいるかもしれない。
- （ラジフ・ドラガ代表）産業は農業がメイン。よければオリーブ畑をご案内する。ワディムサからも近いので、イベントの時などに観光客をお迎えする事もできる。
- （JICA チーム／齋藤）今ご提案いただいたアイディアは興味深く、我々の考えていることとも一致する。一方で観光客が村を訪れることに対し、地域住民側では懸念点はないか。
- （ラジフ・ドラガ代表）それはない、住民はオープンマインドで、観光客を喜んでお迎えする。
- （JICA チーム／大原）ラジフには観光プロモーションを推進するアソシエーションはあるか。
- （ラジフ代表）設立を目指しているが、今は障害者へのサービス、職業訓練を行っているセンターのみ。

- （JICA チーム／碓氷）ラジフの夕日の美しさは素晴らしい、これは商品化をして照会ができると考えている。
- （ラジフ代表）課題としてはツーリズムを推進する人材が不足していること。
- （JICA チーム／大原）現在青空市を開催することをプロジェクトの一つとして検討している。そうした場に地域の特産品を出店することで販売の機会が得られるのでは。ただ土産物店などから、売り上げが減ることを理由に反対意見が出る可能性はある。
- （ウムサイフン代表）多くのプロジェクトがあることは分かったが、どのようにスタートすればよいか。JICA としてどのようなサポートをしてくれるのかを知りたい。
- （JICA チーム／大原）個人への支援はしない。地域に官によるアソシエーションがあれば、そこを通じて支援を相談することはできる。
- （JICA チーム／大山）「Made in Petra」は良いアイディアではないかと考える。その場合、ペトラのスペシャルティは何か。例えば食べ物ではマンディがペトラならではの食ではないかと考える。
- （ウムサイフン代表）ナバテア時代のコインもあるのでは。
- （JICA チーム／大山）それは確かにそうだが、もっと伝統的な、ペトラならではの特別なものが欲しい。Elgee Village などはそうではないか。
- （ウムサイフン代表）ベドウィンティーがあるのでは。
- （JICA チーム／大原）ダーナやフェイナンにはその土地のスペシャルティーがある。ペトラにはなぜそうした紅茶が作れないか。
- （PDTRA／Khalil）ペトラでは主にローカルで消費されたり、薬用に使われたりしているので、お土産用の生産ができない。
- （ワディムサ代表）昔農業に使用されていた伝統的な農機具がある。
- （JICA チーム／大原）繰り返しになるが、Visitor Center に青空市、「スーク」を開催することを考えている。ここに商品を持ち寄って販売する事についてはどう思うか。また、これも繰り返しになるがショップの開催に対して反対をする人もいる。
- （ベイダ代表）開催時期や営業時間も限られており、どこまで効果があるか。
- （JICA チーム／大原）Visitor Center はツーリストが多く訪れる場所であり、販売には格好の場所である。
- （ワディムサ代表）スークは既に存在しており、週 2 回開催されている。
- （JICA チーム／大原）青空市にはラジフやドラガ、ウムサイフンも含めたい。ベイダも。既存のスークはこうしたコミュニティは含まれていない。またマーケティングの機会にもなる。
- （JICA チーム／齋藤）時間も迫って来たので、できれば今後、各コミュニティと個別にミーティングを開催したい。

以上

提出・受領資料
なし

6 PDTRA Director of Investment との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 16 日（水）11:00 - 12:00	
場所： PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Hassan Director, Investment Department	斎藤、大原（記録）

議事

PDTRA が実施中の計画の進捗状況について、アップデート等を行ったもの。主な確認事項は、以下のとおり。

1. DEF （Development and Employment Fund）の実施状況

- 2021 年 12 月 21 日付けで PDTRA と DEF の間で民間セクター開発に係る融資スキームの覚書（MOU）を締結。
- スキーム全体の融資額の合計は、1.0 million JOD
- アソシエーション向けの融資先としては、以下の 4 組織が候補に上がっており、融資条件については、融資先ごとに個別の Agreement を PDTRA が締結する。
  1) ホースアソシエーション
  2) ガイド組合
  3) ナバテアン・キャピタル組合（アル・アンバート・ソサイエティ）
  4) ヨルダン・ヘリテージ・リバイバル・カンパニー（Jordan HRC）
- 上記の 4 候補のうち、3)、4) については、融資に係るリクエストが既に PDTRA 対し行われており、向こう 2 週間中に合意に至る見込み。1)、2)については、具体的な融資に係る協議はこれまでのところ行われていない（融資を必要とする具体的な事業計画がない）。

2. Heritage Village の計画の進捗状況

- 施設内の空地をアドベンチャーパークとして開発する事業について、仏 IBEX 社と PDTRA の間で契約交渉を実施済み（調印待ちのステイタス）。2022 年 4 月初旬に正式な契約予定。開業は、今年中に開業予定。
- 施設内の設備（照明、等）や緑地（樹木、等）の整備を行う民間業者を調達予定（予定価格：0.5 million JOD、入札評価中のステイタス）。

3. Elgee Village の計画の進捗状況

- 施設を三つの区画に分け、区画ごとにテナントや事業を分割して運営する計画あり。現在、レストラン、ハンディクラフトショップ、研修施設の三つの機能を持った施設として活用する案がある。（所管：Environment Department, 責任者：Dr. Maram, Commissioner of Environment Department）

4. **その他の事業計画**

1) バルーンプロジェクト：バラカット社（ヨルダン企業）が PAP 前の敷地において、気球（35 名定員）のアトラクションを提供する計画。

2) ジップライン：仏 IBEX 社と 2022 年 4 月初旬に契約予定（アドベンチャーパークの事業の一部）。

3) 3D シネマ：オーストリア企業が Visitor Center のオーディトリアムスペースを 3D シネマ施設として開発する計画あり。現在、事業計画書が PDTRA へ提出されるのを待っている。

5. Petra Development Plan 2020-2025 **のステイタス**

- 計画自体は、PDTRA の正式な文書として承認を得たもの。
- 適宜、計画の見直しを行いながら実施中。
- Pillar 1 から Pillar 5 のうち、Pillar 2 に記載された World wonders park（東武ワールドスクエアのようなミニチュアパーク）、Wadi Musa park、Equestrian center 以外の事業は、概ね実施済もしくは、実施中のステイタス。
- Pillar 1 に記載された地域内の公共交通機関の事業会社の設立計画については、既に F/S が実施されている。（⇒追って JICA Team に F/S を共有する）
- Pillar 3 に記載された Crown Plaza は、2022 年中に改修工事を完了し、開業する予定。Jabal Haroun Hotel は、土地の開発許可を取得済（建築確認申請を行う予定）。Multifunctional resort & convention center については、F/S は実施されたものの、具体的な事業の実施に至っていない（敷地面積：150 donum ）。
- Pillar 5 に記載されたウム・サイフンの開発計画については、40 戸の公営住宅を建設予定。
- 民間事業の計画を取り纏めた英文のプレゼンテーション資料を追って JICA Team に共有する。

以上

提出・受領資料
なし

7　PDTRA Commisioners とのグループディスカッション

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 15 日（火）17:00 – 19:00	
場所： PDTRA	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別途参加者リスト参照	対面：大原・碓氷・谷村・大山・トム・齋藤（記録） オンライン：熊田
議事	

今回の渡航に向けて、JV で協議・纏めた資料 “PETRA MP ver.1” に基づき、M/P 作りに関わる Value Chain Approach, M/P Structure, KPI, Vision と Guiding Principles について、PDTRA の Commissioners と協議を行った。尚、前述資料には、過去のヨルダン/ペトラへの（国別）訪問者数・滞在泊数・観光シーズナリティ―・観光から得る利益等のデータ や、これまで約 1 年に渡り行ってきたベースラインサーベイの分析（ペトラの観光の強みや可能性、課題）を纏めた資料も含まれているが、これらは既にこれまで彼らが業務上目にしているものであり、第 1 回 JCC の報告資料等で共有している内容である為、M/P 骨子の協議中参照頂く程度に紹介を行うに留めた。

◆ Value Chain Approach

M/P の骨子作りを本格的に PDTRA と始めるステージとなり、今回初めて共有する M/P Structure 案を意識した際に、今回の M/P のコアとなる Value Chain Approach をよりイメージし易いよう、第 1 期プロジェクト開始時より使用していた図をよ以下の通りアップデートしたことを説明。特別参加者よりその場での異論はなし。

＜以前＞



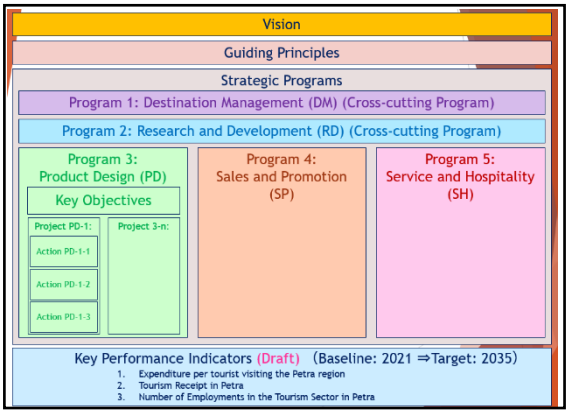
＜現在＞



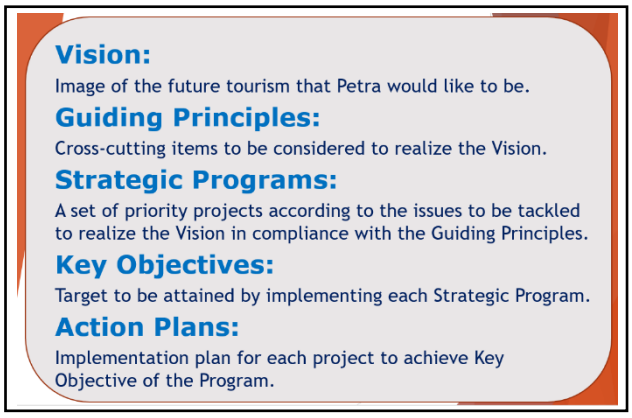
◆ M/P Structure

JV として提案する、M/P Structure 案を、各用語の定義と共に紹介した。特別参加者よりその場での異論はなし

＜M/P Structure 案＞

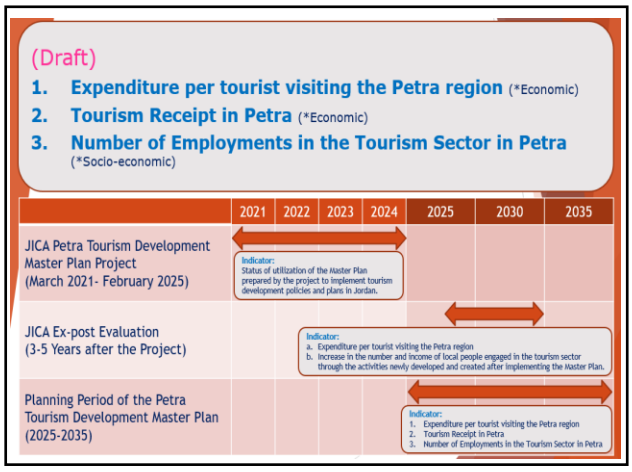


＜用語の定義＞



◆ **KPI**

＜JV より提案の KPI＞



JV として提案する 3 つの KPI 案を共有した。その結果、現在提案しているものに以下 2 点を追加したいと意見が出た：

① ペトラへの訪問者数（Dr. Suleiman より。実際にインディケーターではないと考えているものの、必ず数値化され、これまで判断対象とされてきた為、今回のプロジェクトでも含めたいとの希望）

② 環境保全からの面の KPI（熊田さんから経済面以外の例えばサステイナビリティや環境保全などの KPI は考えられるかという提案の後、Dr. Bilal が特に関心を示した。）
シークの人口密度の減少割合を測る、訪問客数を減少させつつも観光利益の増加を測る、ビニール袋の使用率、環境に配慮したエコロッジが全体の宿泊施設に占める割合、観光客入場禁止ゾーンをペトラに作る、等の案が出た。合わせて、Dr. Bilal よりパフォーマンスインディケーターの概念のもと、ペトラが環境・安全・文化に配慮した観光地と認識される為の、1 年後には〇〇を果たす、3 年後には△△を果たす、等の目標を立てその達成率を測る案も出た。（緑地化の拡大、エコキャンプの提供、プラスチック使用率の減少、大気汚染の減少 等）

※Dr. Suleiman より、現在 Wadi Musa 周辺の緑地化計画を進めようという動きはあるとのコメントあり。

※観光客入場禁止ゾーンを作る案に関連して、JV より Guiding Principles について記載しているスライド#34, “To separate: Tourists from private and sensitive area” という項目を紹介。

※（大山さんより）絶滅種の動植物のデータを取る必要性も感じている。

また、Dr. Suleiman より、ヨルダン政府が 2023 年 ~ 2033 年の Jordan Development Plan 作成に現在着手しており、可能出れば本案件も区切りを（2035 年ではなく）2033 年へ合わせてはどうかと提案があった。

⇒JV と JICA で協議致しますと回答。

◆ **Vision**

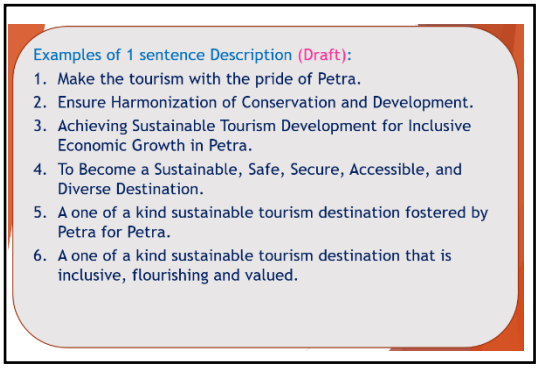
4 つの層/レイヤーからなる構成にするのはどうかと提案した。（層 1：ステイクホルダーが一体感を持て、ゆくゆくペトラの観光用アイコン等を作成する際に使用可能なスローガン的な少ない単語で表現 / 層 2: 一文で表現 / 層 3: 層 2 の文章の補足を一段落程の長さで表現 / 層 4: 別添の資料に掲載する、層 3 より更に詳細な補足を学術的な単語なども使用し表現）特別参加者より構成についての、その場での異論はなし。しかし、JV として提案する具体的な Vision 案については、以下の通りコメントが出た：



・#2：”PRIDE” という単語は捉えられ方に誤りが起こる可能性がある為、使用を控えるべき。あまりにアイデンティティーを強調する言葉で、ナショナリズム的な要素が含まれてしまう。ユニバーサルバリュー、ハーモニーのイメージを描きたい。

・#4-6, 8-11：ペトラ以外の観光地にもそのまま適用可能であり、ペトラ独自のスローガンとならない。

・#7：ペトラを “Lost City” というのは、ペトラは一度も消えてはおらず、好ましくない。



・#1：”PRIDE” という単語は捉えられ方に誤りが起こる可能性がある為、使用を控えるべき。あまりにアイデンティティーを強調する言葉で、ナショナリズム的な要素が含まれてしまう。例えば、欧州の人は私たち（ヨルダン人）が自分達に誇りを持ちすぎているイメージを嫌う傾向にある。ネガティブな印象を与えペトラに来ることを止めてしまうのは避けたい。

・Dr. Suleiman より：全体的にペトラ独自のものとなる様工夫が欲しい。同時に、ペトラは既に世界的によく知られている地域であるので、特に知名度を上げることの工夫は不要だと考えている。（現在新たなプロジェクトの出資に名乗りを上げているオーストリアの会社がペトラのイメージについて調査を行い、ペトラを世界の様々な観光地と比較している中で、年間 600 万人の観光客が集まるベトナムのシャルム宮殿に比べペトラの知名度が勝ることが判った。）ペトラに対し人々が持つイメージを表すフレーズも多く存在する。（eg. Rose-red City）Vision に地元の人、その地域の持つ独自性を意識したメッセージ性のあるものを含むのが良い。（eg. Saudi Arabia = “Truly Arabian” / India = “Incredible India” / Singapore = “Truly Asian”

今回考える Vision は観光プロモーション目的のものではなく、M/P を使用する対象＝地元の方々であり、彼らが一体となって同じ方向を向くための Vision であることを強調した上で、特に 層 1-2 の部分について、参加者の案を募った。出た案は以下の通り：

- 層 1-2 で使用したい言葉/コンセプト：Sustainable / Generations / Future / World-class Destination / Our Petra (Unite the people, culture etc.というコンセプトのもと) / Special / Astonishing / Unique / Wonders / One-time Experience / Breathtaking / Raqum (ペトラの歴史を彷彿させるというコンセプトのもと) / It's Just Petra / Petra for All / Petra the Jordanian Pride / Jewel of Old Times / The City of Caravans / The Capital of Caravans / Petra Where the Caravans Meet / Petra Where you smell the Insenses / The Place you can stay longer / ペトラの風景を表す言葉 (eg. Landcape of Petra is like “Outer space”) / World Wonder や Arabian Wonder (ペトラは世界

の 7 不思議に数えられており、この単語を使えば多くの人がペトラを連想するという考えのもと) / アラビア語で “Hello” にあたる言葉 / The City of Old Times / Colorful Rocks / Experience the Wonder (谷村さんの “Be Part of the World Wonder” の案を受けて) / Land of Mysteries / Colorful Mountains /

その後、層 3 についても少し時間をとり、以下の案が出た。Dr, Suleiman の思いとしては、”Petra deserved the best narrative.”（途中で脱線したが、キーワードとなる単語やフレーズを含んでいると思われるので記しておく）

- Timeless detination where the past is being imagined, where the caravans from Saudi Arabia brought the insense and different civilizations met, city of art, music, genious water harvet techniques, city alive, when you close your eyes and image the cavans going down through the Siq, the treasure …, city that has the magic sense of place early morning, great city where the sun goes down… (Dr. Suleiman より)

- 層 3 で使用したい言葉/コンセプト：Nabatians respected their religion / How they were cosmo-politicians / Open to other cultures / Worshiping mountains / Sustainable way of the Nagateans / Architecture in Petra / Sofistication of engineering / Water harvesting techniques (hardeology) / Petra where globalization existed 2000 years ago / The city where the dead tell its story / Where the royal tombs and something meet / One place where you can see different influences / Speechless / Hidden Secrets / Overlooking views / Arabian Treasure / In our heart / Scaring and loving something together / Another gorge that opends the heart

最後に、次回の渡航で PDTRA と共に作業に着手する M/P 作りに係る Strategic Programs について、資料に基づき構成を説明。

＜その他＞

- Dr. Suleiman より「PAP の南側は観光客等が基本足を踏み入れないエリアであり、これはアドバンテージと捉えられる。Dlagha 等はこの理由からアドベンチャーツーリズムを発展させる為によいと考えられる。ハイキング・登山・トレッキング等。」とコメントがあった。

  ⇒（大原）このエリアについては自然保全に重点を置くのはどうか と提案
  ⇒（Dr. Suleiman）アドベンチャーツーリズムの発展をするのが良いだろう

- Dr. Suleiman より「先週、ペトラ博物館でナイトディナーイベントを行った。水（池）の部分に入っての飲食を提供し、非常に良かった。Mövenpick と提携し（ケータリング）、”Dining in Water” という新たな観光商品として考えている。商品は Mövenpick だけでなく、他のホテルも販売可能。200 名規模で提供可能。博物館の建物だけでなく、建物のある敷地全体を貸切りとするイメージでいる。次回ペトラに来た時に、JICA の人や日本大使館を含めて是非これを体験して頂く機会を作りたい。JICA へ招待を送る。」とコメントがあった。

- Dr. Suleiman より、「パイロットプロジェクトにはいつ着手するのか」と質問があった
  ⇒JV より「第 2 フェーズからです。今回のミッションで Vision と Guiding Principles について合意に向けて協議をし、次回 Strategic Programs と Action Plan について協議した後、パイロットプロジェクト(案)を協議し始める予定です。」と JV より回答を行った。

- Dr. Suleiman より「今月 Royal Court にて行われる、ヨルダンの 2023-2033 観光計画についての委員会会議にて、このプロジェクトについて発表する場を提供したいと考えている。25 名程の委員会で、ペトラについては 1 時間程の枠がある。USAID と EBRD が参加予定。JICA(チームより 2 名)に参加頂く場合、3/26 となる見込み。委員会の人間と話した上で Shereen へ改めて連絡する。」とコメントあり。

⇒JV チームより、アジェンダを共有頂きたいと依頼を行った。 以上
提出・受領資料
＜提出資料＞ ・PETRA MP ver.1

8 ASEZA（Aqaba Special Economic Zone Authority）との面談・アソシエーション視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第1期）	
日時：2022年3月17日（火）12:00-13:30, 18:00-20:30、3月18日 11:00-12:00（ワディラム）	
場所：	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Feras M. Ajlouni (Marketing & Tourism Director) Mr. Saleh M. Al No'aimat (Director of Wadi Rum Protected Area) Ms. Salma Redwan (Aqaba Tourism Division Manager)	碓氷、テメスガン、谷村（記録）

議事

1. 直近のプロモーション活動について
   - アカバを“Sunny Destination”として、海、太陽、砂（3S）をコンセプトに商品の多角化を図っている。先月にはアンマンの旅行会社を招聘してファムトリップを実施した。
   - アカバ、ワディ・ラムの他に、ワディ・アラバを新しいデスティネーションとして開発する取り組みを始めた（後述）
   - サステナビリティ、ローカロコミュニティとの連携、またLCCやチャーターフライトの誘致に力を入れている。3/27からトルコ航空が週3便、アカバ便の運航再開を決定した。
   - JTB（Jordan Tourism Board）、アカバ空港会社とは引き続き連携をしている。
   - ターゲットとするマーケットは東欧・西欧、ロシアで変わりなし。ロシアのウクライナ侵攻により、ルーマニアからのチャーター便がキャンセルになるなどの影響は出ている。ロシアからのツアーは秋がハイシーズンで、その時に何か影響が出るのではと懸念している。
   - エジプト（シャルムエルシェイク)との競合は変わらずだが、オールインクルーシブで低価格を売りにするエジプトと同じ立場での競合はしない。マスツーリズムではなく、クオリティツーリズムを目指している。
   - 海外商談会にはJTBと連携しながら（ASEZAにJTBからの出向者＝Commissioner& Board Member）が在籍している）スペイン、ロシア、またダイビング関係の商談会（ドイツ・デュッセルドルフ）にも参加している。
   - JTBはアカバ全体をプロモーションしているが、ASEZAはJTBがカバーしていない市場へも直接プロモーションしている。ASEZAは、ドイツ、ロシア、オランダ、米国で、アカバのダイビングを直接プロモーションしている。
   - ASEZAが直接国際プロモーションを行うことに法的な制限はなく、JTBの事前の許可も必要ない。
   - JTBは、ASEZAへの年間プロモーション料を10万JDから30万JDに増額した。一方、ASEZAは支払いを拒否しており、長年の未払い残高がある。
   - 商品関連ではアドベンチャーツーリズムの開発に力を入れ始めている。ワディ・アラバでは地域開発を担うWadi Araba Development Companyが設立され、主にインフラの整備から始めている。合わせてアセスメントを実施、事業に協力してくれるドナー探しも始めた。同社はASEZAとMOUを締結し、バイオダイバーシティの推進、エコロッジの建設を進める予定。
2. 今後の活動予定
   - シニア層、ファミリー層をターゲットとして取り組みを進めていく。
   - 商品関連ではアドベンチャーツーリズム、ローカルコミュニティ内の各アソシエーションと協力した各種商品開発（後述）を推進している。

- アカバでの滞在日数を増やすため、国際イベント（コンサート、スポーツ関連）やMICE関連の誘致も進める予定。会議関連では現状専用のコンベンションホールはないが、市内には数百名規模を収容できるボールルームを持つホテルが数軒あり、そちらを活用していく予定。
- 専用コンベンションホールは5年以内の建設を目指して準備を進める予定。
- クルーズ誘致も重要なセグメントではあるが、アカバ市内に裨益が少ないのが悩み。現在のクルーズターミナルは古いもので、2～3年以内に新しいターミナルを建設予定。
- クルーズエクスカーションは主にアンマンベースの大手旅行会社2社（KAWAR、Travco）が扱っているが、それぞれアカバにオペレーション用のオフィスを構えている。

3. ローカルコミュニティとの連携

- ASEZA管轄内のローカルコミュニティとは、各コミュニティに存在する商品制作のアソシエーション支援という形で連携している。例えば下記のような取り組みを行っているアソシエーションがある。
  ＊体験型旅行商品造成
  ＊手工芸品制作（衣料品、アクセサリーなど）
  ＊ローカルフード生産、砂漠の緑化
  これらの活動を実施しているアソシエーションをASEZA担当者とともに訪問、視察した。
- これらアソシエーションの商品を広く紹介するためのプラットフォームの作成を検討している。実施に当たっては魅力的なサイトとなるよう、プロフェッショナルな制作会社を入札により選定し、委託する予定。

4. ホテル及びレストランのサービス品質

- レストランについてはJRAとUSAIDの支援により品質向上のための取り組みを実施。
- ホテルについてはUSAIDの支援でサービス品質戦略を策定したが、現場での取り組みは実施していない。
- ASEZA内に格付けを管理する部署はあるが、サービス品質は含まれない。

5. 課題

- 様々な政治状況、またバジットが事業推進の上では課題となっている。現在ローカルコミュニティのサポートにはGIZ、各種調査事業ではUSAIDからの支援があるものの、それでも予算的には十分ではない。前述のコンベンションホール建設も予算の確保は課題となっている。
- ASEZAとPDTRAの間のコミュニケーションは、Golden Triangleのプロモーションを実施する上で不十分である。

6. アカバ市内のアソシエーション視察

18:00にASEZAのMs. Radwanと待ち合わせ、アカバ市内のアソシエーション3か所を視察。

① JOHUD Al Ayadi

アカバ市内で衣料品やエコバッグなどの手工芸品を制作・販売しているアソシエーション。バスターミナル向かいにショップがある。店内では手作りのエコバッグやヨルダンの民族衣装、手工芸品が展示されている。バスターミナル向かいという立地で、クルーズのシャトルバスも目の前に停車するという条件から、多くの海外観光客が立ち寄るとのこと。また隣の広場でもローカルコミュニティの皆さんが自分の作った品物や食品を持ち寄り、オープンマーケットを開催してい

た。一部ストールはサルト市からの出展で、サルトとアカバではこうした相互の展示販売を実施しているとのこと。

② AYRA

アカバ市内でゴルフコースやショッピングモール、短期滞在用ホテルアパートメントを展開する AYRA RESORT を訪問。その中に各アソシエーションが作った天然素材の石鹸、アクセサリーなどを販売する屋台がある。石鹸を製造販売しているアソシエーション（Our Lady of Peace Center, OLPC）では、知的障害者、身体障害者を積極的に雇用し、作業に従事してもらうという取り組みを行っている。
またリゾート内のショッピングモールでは、“Aqabawi”というショップで絵画や木工製品の制作体験を提供している。同店は 2018 年に設立、国内外の旅行会社や SNS 等を通じて積極的にプロモーションを展開している。現在は最大で 30 名前後の受け入れだが、近々店舗を拡大し、70 名程度まで受け入れ可能になるとのこと。なお、同ショッピングモールにはこの他にも Wild Jordan のショップもテナントで入っている。AYRA のマネージャーによると、同リゾートではローカルコミュニティとの連携を重視しており、テナントの提供や滞在者向けの様々なプログラム開発支援を行っているとのこと。

③House of Ladies Roses Association

築 40 年の民家を改装し、アカバの生活様式を紹介する場所として展開している。女性が中心となって運営をし、邸宅内では伝統的なパン焼きの実演、アラビックコーヒーの提供の他、ローカル料理体験、手工芸品の制作販売を行っている。同プロジェクトはヨルダン国内にて雇用、企業の促進を行う NPO、Business Development Center が行った新型コロナ対策援事業によるサポートを受けている。

7. ワディラムのアソシエーション視察

3 月 18 日に、ワディラムの 2 つのコミュニティの 1 つである Disi 村にあるアソシエーション、「Disi Women Cooperative Association」を視察した。こちらも ASEZA によるサポートを受けているほか、職業訓練では BDC、エコシステム設置事業では日本の三菱商事、ベドゥイン生活体験の提供に関してはイタリアの AICS（Italian Agency for Development Cooperation）および前述の Aqabawi、また地元に伝わる伝承の保存継承にはカナダのファンドである FCM（Federaton of Canada Minicipalities）が支援をするなど、多くのドナーからの支援を受けている。
同アソシエーションでは手工芸品や衣料品の制作販売、古くなった衣料品の再利用、陶器の制作販売、ローカル料理体験、また砂漠に緑を植える緑化事業にも取り組んでいる。さらに地元の女性向けに子供たちを預かり、教育を提供する取り組みも進めている。
3 月下旬にはイタリアから 14 名のグループが訪問し、料理体験を行う予定とのこと。また緑化については寄付を募って自分の木を植える運動も行っている。

＜3/17 JOHUD Al Ayadi＞

店舗入り口



アソシエーションの説明



店舗内視察の様子



＜3/17　AYRA RESORT＞

モール内の屋台



OLPC 紹介パンフと石鹸



AQABAWI 店内



AQABAWI 店内視察の様子



＜3/17 House of Ladies Roses Association＞

入り口



ハウス内でのパン焼き実演



料理体験用キッチン



＜3/18　Disi Women Cooperative Association＞

アソシエーション入り口



ドナー支援を示すパネル



地域の子供向け教室



砂漠に植える植物の栽培



以上

提出・受領資料
なし

9 Petra Pottery Society 視察と面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 20 日（日）9:30-10:30	
場所： Petra Pottery Society オフィスおよび工場	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms.Myasar Khlaifat、 Ms.Mai Khalaifeh、 Ms.Manar Khalaifeh	齋藤、大原、碓氷、大山、テメスガン、 谷村（記録）

議事

昨年訪問した同 Society を再訪問し、陶器の制作現場を視察後、Workshop 担当者と打ち合わせ。

1. 陶器制作現場視察（添付写真参照）
   - 電動のろくろを利用して成型を行うが、絵付け、釉薬塗は手作業。
   - 完了後、電気窯にて火入れをし、陶器を完成させる。
   - 制作スペースはそれほど広くなく、一度に見学できるのは最大で 10～12 名程度と想定。
2. 担当者との打ち合わせ
   - 陶器用の土はペトラから採取したものの他に現在はスペイン、イタリアから輸入している（ペトラさんの土のほうが若干茶色が濃い）。
   - 成形～乾燥まで２日、その後絵付けをし、窯で焼きあげて完成となる。
   - ナバテア様式を復元した陶器もあり、ものによっては水をつけると模様が取れてしまうものもあるが、最近では課までしっかり焼き上げる、または釉薬を塗ることで色が落ちないように仕上げている。
   - 現在はウェブサイトでの販売を行っており（www.petra_pottery）、品物の発送も普段から行っているので、その作業は慣れている。
3. 旅行商品化のイメージ
   - 博物館での事前学習＋絵付け体験（
     ＊博物館に展示されているナバテア陶器を見ながら、陶器の歴史・特徴を博物館の学芸員から説明していただく。
     ＊その後、ワーキングスペースにて陶器にナバテア文様の絵付けを行う（陶器、絵筆など必要な備品は Society がワーキングスペースに持参し、絵付け指導を行う。
     ＊課題は体験を行うワーキングスペースが博物館内で確保できるか。博物館では、屋根付きの屋外スペースがあり、そこで 10～15 名程度までは体験が可能。人数が増える場合はホテルもしくはレストラン等のスペースを借りて開催するなどの対応が必要。
     ＊絵付けが終わった陶器は焼き上げて参加者の自宅へ郵送。その費用をツアー代に含める。
     ＊Society 制作の陶器をお土産としてつけることも検討できる。
     ＊更に、ツアー費用の一部を Society 運営の支援に充てる形を取ることも考えられる。
   - 制作現場見学と体験（個人向け、最大 3～5 名）
     ＊Society を訪問し、陶器の制作現場を見学させてもらう。Society のスタッフから設立の経緯、ナバテア陶器の特徴、また最近の取り組み（モダンなデザインを取り入れた新しいスタイルの陶器を制作している、女性が中心となって働いていることなど）を説明。
     ＊その後、ろくろを回しての陶器制作、もしくは乾燥後の陶器への絵付け体験を行う。
     ＊絵付けが終わった陶器は焼き上げて参加者の自宅へ郵送。その費用をツアー代に含める。
     ＊体験後、ショップにて希望者は買い物（展示について、ナバテア陶器の復元版と新しいデザインのものを明確に分けて、参加者が誤った知識で購入しないように工夫する）。

＊団体向けと同様、お土産をつける、費用の一部を Society 運営の支援に充てる形を取ることも考えられる。

ワーキンググループ設定後、具体的なアイディアについて Society を交えて意見交換を行い商品の概要をより深く決定していきたい。

陶器制作の様子（電動ろくろ）



絵付けの様子



復元したナバテア時代の陶器



ショップ内の陳列の様子



陶器を送るパッケージ（外装）



以上

提出・受領資料
なし

10 Rajef コミュニティ代表者との個別ミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 20 日（火）11:15-12:45	
場所： Rajef Society for the Special Needs オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	齋藤、大原、碓氷、大山、テメスガン、谷村（記録）

議事

Rajef を渡航メンバー全員で訪問、モスクなど村内を視察後、障害者へのサポートを提供している Society for the Secial Neds のオフィスにてコミュニティ代表者と面談。

1. Rajef Society for the Special Needs について
   - Rajif Society の組織は、1999 年に設立。施設は、2000 年に EU の支援で建設された。ボランティアにより運営されており、コミュニティ内の障害者へのサポート、子供たちへの教育を提供している（生徒数 25 名）。
   - 障害者と健常者の交流の場にもなっており、また障害者向けの職業訓練（ラグなどのウール製品、食品（菓子パン類）、衣類など）を提供している。
   - 各家庭から施設までの送迎は無料で提供。
   - 子どもたちへの教育もコミュニティ内のボランティアが実施。同センターの卒業生で、現在同センターで先生役として働いている人もいる。
   - センターの運営は主に有志による寄付で行っている。
   - 食品については、デーツなどの入った菓子パン類などを製造、作ったものは学校やコミュニティ内のバザールなどで主にローカル向けに販売されている。店舗は特に構えておらず、ラジフでフェスティバルなどのイベントがあればそこでも販売している。
   - 施設内には、9 床の宿泊施設もある。
2. Rajef における観光への取り組みについて
   - コミュニティの代表者から、Rajef 内の史跡、自然景観などの紹介（パワーポイントによるプレゼンテーション）。村内には石橋や渓谷、夕日の景観など素晴らしい景色がいくつも点在しており、また伝統的な農機具、キッチン用品などもあり、ローカルな生活の紹介オンできる。
   - Association of Tourism の今年度末までの設立を目指している。Rajef をリゾートとして開発したいという希望があり。村内にベドウィンテントを利用した宿泊施設を新たに建設することを計画しているものの、建設資金の問題から計画は進んでいない。

     →JV メンバーより「ベドウィンテントは Rajef だけでなくヨルダン各地にみられる。他の地域で既に行われているコピーではなく何か差別化が必要なのでは」、「これまで各地に見られるベドウィンテントを模したフェイク的な宿泊施設ではなく、実際にベドウィンの人々が暮らす家へのホームビジット体験は提供できないのか」という問題提起を行ったところ、民泊等の宿泊施設の営業については、開業に当たり役所からライセンスを取得する必要があり、これまで許可がおりないため、実施できていない、とのコメントがあったがこの点は今後の議論課題。
   - プレゼンテーションで紹介いただいた観光箇所のロケーション、地図での提供、また視察の申し入れを行ったが、Association を設立し、その後紹介の資料を作成する予定で、それまでは案内ができないとのこと。理由を尋ねたところ、事前に情報を漏らしてしまうとアンマンなど他地域のガイドや旅行会社が先にツアー等で訪問をし始め、地域に何も利益を残さないため、とのこと。この点も引き続き協議が必要。

以上
提出・受領資料
なし

11 ワディムサのオリーブ農園経営者との面談・農園視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 21 日（月）11:00-14:30	
場所： PAP オフィスおよびオリーブ農園	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙出席者リスト参照	大原、大山、碓氷、谷村（記録）

議事

ワディムサでオリーブ農園を経営する農家数軒に集まっていただき、観光への活用についての意見交換を実施、その後オリーブ農園を数か所視察した。

＜オリーブ農家経営者との意見交換＞

1. プロジェクト概要・面談の目的について（大原）
   - 本プロジェクトではプライベートセクターのビジネス振興もターゲットにしている。
   - ワディムサには多くのオリーブ園があるが、主にローカル向けで観光目的にはあまり利用されていない。
   - チュニジア、モロッコではオリーブ園の訪問が観光商品として展開されているが、ペトラではそうしたアグリツーリズモ的な商品がまだ開発されていない。
   - 一方でペトラにはナバテア時代の段々畑が残っている。洪水対策にも利用されており、これは一つの文化遺産として重要（UNESCO の保護管轄外であり、残念ながら破壊されたところが多く保存が十分にされていない）。
   - この段々畑の保全に取り組み、オリーブを産業として育成することが地域の産業振興に役立つのではないか。
2. 意見交換
   - （オリーブ農園）我々が現在直面している最大の課題は水不足である。ワディムサには全部で 47 の泉があるが、その水が農園まで供給されず、給水車からタンクに水を補充してもらい、そこから散水しなければならない。それでも十分ではなく、支援もない。もし観光客を受け入れるのであればそれに適した場所を探さないといけない。
   - （JICA チーム）段々畑は（前述の通り）破壊されてしまったところも多いが、Old Village Resort 周辺には当時の状況がよく保存されているところがある。ここを観光向けに利用することができるのではないか。
   - （オリーブ農園）ワディムサの農家は 1 軒当たりの規模が小さいため、1 か所だけでは対応が難しい。郊外のショーバックやマアンであればもう少し大規模な農園もある。また、和泉から水を引くための水路が途中で壊されているため、全体の 25%の水しか利用できていない。泉の水を分配するための方法を内部で調達しているが、もし水路の修復、拡張ができるのであれば水の供給がだいぶ容易になるのだが。
   - （JICA チーム）アラブでは時間で水門の開け閉めを行う人を配置するといった、伝統的に水を供給する仕組みがあると思うが、そうした方法はとっているか。これも無形文化財の一つと言えるのだが。
   - （オリーブ農園）現在は各自にて 2 時間おきに水をそれぞれに供給するなどのやり方を取っている。残念ながら掘削をしても水はなかなか出てこない。地下 3～5m のところに砂岩の層があり、水が底で吸収されてしまう。それも難しさの一つである。段々畑の価値は理解しており、お金をかけてでも守りたいが、地域の大多数はそれを理解しておらず、観光向けに整備するにもコストがかなりかかる。

- （JICA チーム）一方で観光客を呼び込むことで農園の利益につながり、整備や改善が進められるのではないか。
- （オリーブ農園）生産量も非常に少なく、ほとんどは家族、またコミュニティ内で消費されているため、それ以外の販売用に提供する余力がない。また畑の維持にも月 200-300JOD+水の購入費用がかかり、オリーブからほとんど利益は出ていない。その中で、例えば伝統的な
- （JICA チーム）ツーリズムのためにあえて整備をしたり拡張をする必要はなく、そのままを見てもらい、その中で水利システムや段々畑の価値を説明するという形が良いのではないかと思っている。

3. オリーブ畑の視察

- AL Meshagarah 地区（Old Village Resort の向かい周辺）

オリーブの他にレモン、オレンジ、ホウレンソウといった柑橘類、野菜も育てている。水は自分で井戸を掘り、そこからパイプで畑内に共有している。

オリーブ畑全景



ナバテア時代の畑の残骸



泉からの水路（壊れて利用不可）



井戸（パイプで水を供給）



畑の様子（オレンジも栽培）



- Al Hajleh 地区（ワディムサ）
  ワディムサの中腹部、新しく宅地として開発されている地域にあるオリーブ農園。水は掘削しても出てこないため、大きなタンクを設置し、週に 1 回、給水車から水を補充してもらい、それを畑に散水している。畑にはオリーブオイルの他にアプリコットも多く栽培されている。

畑に給水するパイプ　　畑の様子　　貯水タンク（13m×13m）





- Al Begaah 地区（モーゼの泉の上流にある地区）
  ここはオリーブをメインに栽培している農園。1,500 本のオリーブが植えられている。コミュニティの住民では、自宅用のオリーブオイルを事前に予約する人が多い。16ℓで 90JOD で、スーパーで購入するより割安とのこと。
-

畑の様子



なお、博物館への帰路、モーゼの泉近くより、Old Village Resort 周辺に残るオリーブの段々畑を路上から見学。写真の中央部には、小麦を水の力で挽いていた水車の跡が残っている。

※こちらの史跡は「ナバテア時代の水利を巡るウォーキングツアー」の中で取り入れる予定。



以上

提出・受領資料
なし

12 定例 JV 会議（3 月 23 日）

概要
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）
日時：2022 年 3 月 23 日（水）14:00-15:00（ヨルダン時間　8:00-9:00）
場所： オンライン
出席者（業務従事者）
熊田、齋藤、大原、碓氷、大山、小出、新宮、テメスガン、谷村（記録）
議事
（省略）
提出・受領資料

13 民間セクターとのグループミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 23 日（水）11:00 - 13:00	
場所： PAP 会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Mukhles-Al Ababneh （ペトラカレッジ観光学部教授）	碓氷、テメスガン、谷村

議事

プライベートセクターとのミーティングを実施。ただし、繁忙期のため参加者はペトラカレッジの Vice Dean、及び PDTRA の Mr.Injad（アパートメントホテル所有）のみであった。

前半は本プロジェクトの概要、バリューチェーンアプローチならびにツーリズムビジネスのワークフロー、ベースライン調査を通して把握した課題を共有し、その後それぞれの分野について意見交換を行った。

１．商品開発及びブランディング

- 官側で数多く議論されてきた観光振興のビジョンがプライベートセクターには十分に共有、理解されていない。各コミュニティの地域住民が、自分たちの住む地域の持つ観光的な価値、魅力を再発見し、観光を通じて地域を将来どのようにしたいかというビジョンを明確にする必要がある。
- 6 つのコミュニティ間でも PAP から受ける裨益には大きな差がある。
- PAP は世界中に誰もが知っている有名なサイトであるが、その周辺の観光箇所、魅力についてはほとんど認知されていない。
- コミュニティへの裨益を増やすために商品の多様化プロジェクトに取り組む（Product Diversification project）。コミュニティの関係者と一緒になり、地域に根差した商品開発、地域の名産品を生かした体験の開発もその一つ。旅行会社ではなく、地域に根差した商品開発ができる組織、体制が必要。
- 博物館はペトラの価値、有形／無形文化財を観光客に周知するのに非常に有益な施設。ここを活用した商品の開発も地域の新しい魅力発見に有効。欧州からの観光客はこうした知的好奇心が非常に高い。例えばナバテア時代の水利を巡るウォーキングあーなどが考えられる。
- 既に周知されているプログラム（ペトラバイナイト、ペトラキッチン）のクオリティ改善、プログラム多角化も考えられる。
- （Dr.Mukhles）コミュニティを巻き込むという考え方には賛成。地域の魅力を、住民を巻き込んで見つけていくのはサステナブルツーリズムの主要な目標の一つでもある。
- （谷村）プログラムの開発に当たってはサステナビリティ、環境への配慮という視点も持つことを地域住民、商品開発担当者と共有していきたい。欧州の旅行代理店ではそうした取り組みをしていくことがエージェント選定の条件になっていることもある。
- （Dr.Mukhles）世界の観光客も一般的なホテルからエコフレンドリーなホテルにシフトする傾向が見られる。
- （Mr.Injad）商品開発のゴールは？
- （谷村）3 年後（2025 年）以降に各コミュニティが自分自身で商品を開発、改善し、販売をしていけるようにする、その体制を作ること。そのためにも官民の協力が不可欠。
- （Mr.Injad）シーズンによる差の大きさも課題では？

- （谷村）それは指摘の通り。ハイシーズンは黙っていても観光客は来るが、それ以外のシーズンにいかにお客様を呼び込めるか、その意味での商品多角化も必要である。例えばMICEはローシーズンにお客様を呼び込む一つの方法になりえる。
- （Mr. Injad）家庭訪問など文化体験も観光客が体験したいと思うものだと思う。最大10名程度になると思うが、そうした体験も面白いのではないか。
- （谷村）その通り。現状は旅行会社と各コミュニティの個人的なつながりで手配されているが、それもコミュニティ内で連携して手配ができるようになると良い。また、ソースマーケットの希望、条件、ニーズを知ることも商品開発上は大切。プロモーションに含まれるが旅行商談会への参加やファムトリップの実施もフィードバックを得る良い機会。

２．マーケティング＆プロモーション

- PDTRAのデジタルマーケティングのパフォーマンスを強化し、適切な旅行者の誘致という点でデスティネーションの能力を高める必要がある。
- 学術的には、多くの観光地で、マスツーリズムからよりターゲットを絞ったツーリズムへと少しずつシフトしている。そのため、JICAのターゲティングプロジェクトは、この流れをサポートするものである。
- ウェブサイトのリニューアルは、最も重要かつ早急に検討する必要がある。ウェブサイトが古くなっており、コンテンツの大幅な更新が必要である。
- パーソナライゼーションが重要な課題となっている昨今、ターゲットとなる顧客を意識したウェブサイトやアプリの設計が必要である。
- ペトラに持続可能性の原則を取り入れることは非常に良いアイデアであり、最優先されるべきことである。少なくとも、ホテルやツアーオペレーターは、様々なステークホルダーとの関わりが深いので、持続可能性の原則にコミットする必要がある。
- ペトラの季節性に関する課題を軽減することも、デスティネーションのプロモーションの中で優先されるべきである。

３．サービス＆ホスピタリティ

- ペトラの大きな課題は、サービスレベルがまだ非常に伝統的で、ここ数年のデスティネーションの成長に伴って成長していないことである。また、ペトラにおけるホテル従業員の採用スタイルは、きちんとしたチャンネルを使うよりも、個人のネットワークで機能している。
- ペトラに欠けている基本的なポイントは、民間のステークホルダー間の競争である。ペトラのホテルは互いに競争することに熱心ではなく、結局のところ同じようなサービスを提供しているにとどまる。これは、ペトラに国際的なチェーンホテルがあまり存在しないことと関係していると思われる。
- JICAのプログラムを通じて競争や表彰制度を導入することができれば、ペトラの民間セクターの活動のあり方を変えることができるだろう。
- 良いおもてなしをすることが、良いサービスにつながるという誤った理解があるが、ホスピタリティとサービスの質は別物であり、その考え方は間違っている。
- ペトラには明確な品質基準管理のガイドラインが無いため、品質基準のためのガイドラインはペトラの観光品質向上に強く貢献する。
- 民間企業（特にホテル）の間で、サービスの質について議論するための特別なワークショップを開催する価値がある。

意識改革プロジェクトについては、ペトラカレッジもトレーニングなど必要なすべてのサポートを提供する役割を果たすことが可能である。 以上
提出・受領資料
なし

14 Princess Basma Center-Petra College for Tourism and Archaeology との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 23 日（水）13:00 – 14:00	
場所：Princess Basma Center（**無形文化遺産センター**）-Petra College for Tourism and Archaeology	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Dr. Bellal Abuhelaleh/Associate Professor-Princess Basma Center, Mr.Injad, Ms.XX (PDTRA Tourism Section)	大山（記録）

議事

2.　ユネスコ無形文化遺産「ペトラとワディラムのベドゥの文化的空間」の現状について

このユネスコの枠組みての無形文化遺産の調査やフォローアップは同大学では行なっていない(過去に協力した経緯がある)

無形文化遺産についてユネスコと連携した活動、プロジェクトも、現在は行なっていない様子

ベドウィンによるラクダやロバなど家畜の管理技術や、登攀技術、動物の捜索法（ユネスコ無形遺産での構成要素）などについては、これまで調査研究もまだされていない

2.　同大学での 6 つの村落を対象とした無形文化遺産調査について

- ペトラ地域の無形文化遺産の調査については、これまで主にワディムーサやタイベで行なってきた。ベイダ、rajif dlagha ではまだ行なっていない。
- 古老からの口承伝承、Oral History の 聞き取り調査を実施している。 録音や映像による記録、 および記述による記録で収集。民謡、民俗舞踊（Samer）、詩など

（→同大学による無形遺産調査は、主に自文化を対象として調査研究しているため、「民俗学（日本民俗学のような形）」と呼べるもの。異文化を調査する民族学、文化人類学とは異なる。）

- ワディムーサなどでの調査成果についてはまだ同大学から出版された形にはなってない。

2.　同大学での 6 つの村落を対象とした無形文化遺産調査について

- 今後 JICA プロジェクトで GIS データベースを作成する際に無形文化遺産等については協力できるとのこと

以上

提出・受領資料

同センターパンフ

15 PDTRA とのミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 24 日（木）9:00-11:00	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Bilal Mr. Sabri M. Fdool Mr. Khalil Mashaleh	齋藤、大原、碓氷、大山、テメスガン、 谷村（記録）

議事

1. 各専門家に対する PDTRA のカウンターパート確認&本日以降のスケジュール確認

＜カウンターパートの確認＞

- （Mr.Sabri）対碓氷： Human Resourse は PDTRA スタッフの人事が管轄なので、観光客関連のクオリティを担当する品質管理チームが窓口になるが、内容によっては他部署が担当になる（例. Dr. Maram/Local Community 担当、Visitor Center など）。確認をして改めて連絡をするが、本日 10:30～クオリティ・アシュアランスチームとのミーティングを設定する。

＜本日以降のスケジュール＞

- 3/27 Dr. Suleiman とのミーティング開催（Confirmed）
- 3/28 9:30～Petra College とのミーティング（Confirmed、PDTRA からも同席）
- 3/28 TRAVCO：16:00～オンラインミーティングで実施の方向
- 3/29 UNESCO：オンラインミーティング希望と回答あり→（大原）可能であれば対面でのミーティング希望→（Khalil）確認する。
- 3/29 Ministry of Culture：（大山）アンマンで全体の担当者に会えたら面談希望。無理であれば次回渡航の際、マアンの支部にて面談を希望する。→（Khalil）1 時間でのミーティング設定の方向で調整する。

  →（Mr.Sabri）どのような連携ができるが、先方がどのようなサポートを希望するかについて確認ができれば。
- 3/29 ECHO GROUP：確認中

2. Dr. Bilal との打ち合わせ（Mr.Sabri、Mr.Khalil 同席）

＜Visitor Survey の進捗共有＞（詳細：別紙 PDTRA へのプレゼン資料参照）

- Visitor Survey では観光客に対するアンケートを実施し、これまで実施された調査で収集できなかった詳細な情報を収集することを目的にする。
- 本調査後に既存調査とのデータ比較を行い、結果をマスタープラン作成に反映させる。
- 観光客の消費額部分のデータ現在欠落しているのでそちらのデータ収集を実施する。
- 最低 4,000 サンプル、最大 7,000 サンプルの収集を目指す（1 日当たりに収集できる想定数から算出）。
- オンラインによるアンケート収集も含む（現地訪問の観光客に QR コードを読み取ってもらい、アンケートに回答してもらう）。
- 対面でのアンケートは調査員がタブレットを使用し、観光客にその場で回答してもらう。

- （Dr.Bilal）ホテルなどにQRコードを設置してもらい、そこで回答をしてもらうことはしないのか。
- （Dr. Bilal）PDTRAサイトから過去にペトラ訪問済みの観光客に回答してもらうこともできるのではないか。
- （大原・テメスガン）過去のデータではなく、あくまでM/P開始前のベースライン値として、現在ペトラを訪問している観光客の生の答えを収集したい。観光客がPAPを訪問することを邪魔する形にはしたくないので、PAP見学後にアンケートに答えてもらう、またはVisitor Centerで回答をしてもらうなど工夫したい。
- （Dr.Bilal）最大7,000サンプルに制限する必要はあるか。
- （テメスガン）予算の関係で実施できるのが7,000サンプルまで。業者決定にあたってアンマンのリサーチ会社も検討をしたが、入札の結果ペトラの会社に決定した。調査には男性、女性の両方が参加する。調査員はQRコードの付いたTシャツを着用する。
- （Dr.Bilal）活動内容の詳細を報告いただき、PDTRAとしてそちらの調査実施許可を出すようにする。
- （大原）合わせてリサーチセンターのDr.Moayadが調査の監理を行う形でPDTRAとの連携をお願いしたい。
- （Dr.Bilal）アンケート内容の作成には既に彼が関わっているという事で理解している。アンケート実施に際しては連携して進めていただきたい。
- （テメスガン）実施期間は合計47日を予定。状況によっては延期をする可能性もある。その後結果の分析には5～10日、もしくはそれ以上かかる可能性もあり。アンケート回答率は20%を目指す。
- （Dr.Bilal）アンケートの回答にはどの程度かかるか。また質問は何問あるか。
- （テメスガン）20分程度を想定している。回答数は25-26問
- （Dr.Bilal）回答に5分以上かかると想定するような回答が得られないのではないか。
- （テメスガン）Survey Monkeyのアンケート回答時間は平均で10分程度なので、大きな支障はないのではないかと考えている。
- （Dr.Bilal）ペトラ訪問客は忙しく、博物館でさえも訪問しない人がいる。その中で回答を得るために、かかる時間も検討したほうが良いのではないか。
- （大原）20分は長すぎるので、本格調査の前の1週間前後のの試用期間を経て、必要があれば見直す。
- （Mr.Sabri）旅行会社、ガイドにも協力をいただき、ペトラに到着したバスがアカバやワディラムに移動をするときに回答をしていただくのはどうか。最低でも移動時は30分以上バスに乗っている。バス乗客の半分が回答してくれれば効果があるのでは。あるいはホテルにて朝食時にアンケートの協力をお願いし（4-5つ星ホテルなど、稼働率が高いホテル）、朝食時、ホテルを出発して移動時に回答してもらうことをお願いする方法もある。
- （テメスガン）現地再委託先（SELA）にもその旨を伝える。
- （テメスガン）Dr.Moayadが既に所有しているデータ（Census）について利用を許可いただくことは可能か（雇用者などの統計データ）。
- （Dr.Bilal）必要なデータを自分あてに知らせてほしい。

＜M/P 全体の Framework の検討＞

(詳細：別紙 PDTRA へのプレゼン資料参照)

- （大原）P9：General Structure について前回提示をしたが、それについての修正コメントなど Commissioner はあったか。
- （Dr.Bilal）内容の細かいワーディングまではすべて見切れていないが。M/P 全体の Framework は JICA チームの提案で問題ない。

＜M/P 用語の定義＞

- （大原）P21：それぞれの用語の定義について PDTRA 側の理解に齟齬はないか。
- （Dr.Bilal）それぞれの言葉の定義については理解しており、齟齬はない。M/P のフレームワークのうち、今回の現地調査では、どこまでの検討を行うのか（タイムラインはあるのか。その中で現在はどの段階にあるか。）
- （大原）今回の現地調査では、M/P のフレームワークの合意と、Vision、Guiding Principles のワーディングについて、検討を行うことを想定している。Strategic Projects は、次回、5 月に予定している現地調査で具体的な提案を行い、PDTRA 側と詳細な検討を行う予定。現在は、各専門家が自分の担当分野の Program について提案を取り纏めている段階。次回渡航までに Program 案を提案する。

＜KPI の検討＞

- （大原）P22：KPI について 3 つのインディケーターを提案したが、Commissioners からのインプットをいただき、ターゲットにはしないものの、Number of Tourists を指標に加えた。
- （Dr.Bilal）Number of Tourists に関しては、チケット収入が、PDTRA の財務状況に大きな影響を与えることからモニタリングすることが重要である。一方で環境への影響も考慮し、観光客数と、キャリングキャパシティや、サービスクオリティとのバラランスを図る必要がある。
- （大原）経済面では KPI の 1～3 がそれに関連する。おおまかに言えば、一人当たり消費額（指標１）×観光客数（指標 2）＝観光収入（指標 3）の関係にあり、観光客数が 1/2 になっても消費額が 2 倍になれば、観光収入は同じ。量よりも質、観光客数ではなく消費額を伸ばすのがペトラの進むべき方向性であろう。
- （Dr.Bilal）そのとおり。
- （大原）４番目の KPI には前回の会議を踏まえてジェンダーの視点から女性の雇用数という KPI を追加した。また 5 番目の環境保全の取り組み進捗を追加した。
- （Dr.Bilal）了解。
- （Dr.Bilal）5 番目の KPI については、定性的な指標であり、測定に当たっては、ターゲットイヤーを設定し、何時までにどこまでのアクションを達成するか、といった基準を設ける必要がある。

＜Layer 1：Vision の Icon の検討＞

- （大原）P25：Vision の 3 つの Layer（Icon、One Simple Phrase, Narrative Description）について、Icon は Vision のすべての要素を体現したイメージとして用いる。。Dr.Suleiman から一般的な言葉は望まないというコメントを受け、一部の候補を削除

し、Dr. Bilal から提案された「Our PETRA」も含めた 5 つの案に絞った。こちらの案をベースに PDTRA 側で次回の渡航時までに検討を行い、コメント等をいただきたい。

- （大原）P26 ：Icon の使い方を説明。資料のような形でビジュアル化することで M/P の活動を「見える化」し、ユーザーとのコミュニケーションを図る。ペトラのステークホルダーすべてを一つの Icon の下にユナイトしたい。コミッショナーとの会議で繰り返し説明したように対外的なプロモーション用の Icon とは区別される。例えば We are Petra という言葉を Icon に選んだとしたら障がい者や女性、ペトラの産品などペトラのリソースのすべてをもって We are PETRA であり、ステークホルダー全員が同じ方向を向いてペトラの観光に取り組んでいることを表現したい。

＜Layer 2：Vision のフレーズの検討＞

- （大原）P27：Dr. Suleiman からの前回コメント（PRIDE という言葉はナショナリズムを想起させるので使わない）を受けて文言を再検討した。Diyafa というアラブの「おもてなし」のマインドを表す言葉をワーディングに含めた。
- （Dr.Bilal）「Diyafa」という事はは Generousity の一種で、行為自体を指す言葉。アラブの人たちはおもてなしの心があり、アラブの人たちには良いかもしれないが、対外的には理解できないため、その点について考慮が必要。
- （齋藤）ローカルの人たちをユナイトする意味で別の単語に置き換えたほうが良いか。
- （Dr.Bilal）Diyafa は smiling face, open minded, welcoming people というニュアンスがあるが、マインドというよりは行為をさす意味合いが強い。心理的な意味とは異なり、正しくは、「Diyaf」とすべき。
- （大原）地域の人が地元の価値を理解し、ハイクオリティなサービスを提供しようという“マインド”を持つことがサステナビリティの実現にとって最も重要だと考えている。Vision の目的はローカルの人々を巻き込み、その認識を共有すること。フェイナンエコロッジでは、宿泊客へのオリエンテーションとして、フェイナンの価値、どのようにサービスを提供するかをホテルのスタッフが理解し、自分の言葉で宿泊客全員に対し説明を行うプログラムを設けている。
- （Dr.Bilal）JICA チームのコンセプトに同意する。ローカルを巻き込むことを表現したいのであればアラビア語で PRIDE に相当する言葉を利用することで、ビジョンを共感してもらえるのではないか。例えばヒンドゥー語では「ナマステ」という言葉がある。
- （大原）今回の現地調査の終了後、1 週間程度を目途に PDTRA にてワーディングの検討を行って欲しい。
- （テメスガン）Layer2 のビジョンにおいては、コンセプトとして人々と何を共有したいのか、を表現することが最も重要。
- （Dr.Bilal）ペトラという言葉は地域だけでなく、ヨルダンのシンボルでもある。ヨルダン国民はすべてペトラを誇りに思っている。To be proud of Petra は重要な要素だと考えている。Generousity の部分はアラビア語であれば、「Diyaf」よりも「Nashami」という言葉の方が適しているのではないか。「Nashami」は、相手に寄り添い、相手の思う事をやってあげるという「マインド」を表現しており、それに基づいた行為が「Diyafa」である。Pride は「ファフール」という言葉が当てはまる。ペトラとこれらの言葉を結びつけることで、訪問者がいつもペトラの事を思い出してくれるようになるのではないか。フレーズについては PDTRA 側の案もいくつか提案したい。

＜Layer 3：Vision の Narrative Description の検討＞

- （大原）PDTRA とのコミッショナーとの会議のコメントを受け、JICA チームで再検討を行った。P28:3rd Layer では、まず、前半のパラグラフでペトラがかつて持っていた価値を表現し、ローカルの人々にもペトラが持つ価値を再認識していただく、後半のパラグラフではそれが観光にとっても貴重な価値であり、ペトラの価値・誇りを心にとめて、ワールドクラス、かつサステナブル＆レジリエントな観光地を目指す、そのために必要な具体的な視点をワーディングに表現する案に修正した。
- （Dr.Bilal）civilized という言葉と wisdom という言葉のシンクロの仕方に違和感がある。civilized はどのような意味で使ったのか。
- （齋藤）Commissioners とのミーティングでは、ナバタイ時代のペトラは交易が盛んな国際都市で、水利システムなど先進的なシステムもあった。そうしたハイテクな都市であったことを表現したい。
- （Dr.Bilal）Diyafa と wisdom はとても相性がいいと思う。
- （大原）文末の wisdom という言葉に Civilized の概念が含まれるため、Civilized を削除し、シンプルに Petra has been a Rose-Red City とするのはどうか。
- （Dr.Bilal）JICA チームが提案する Narrative Description のコンセプトには完全に同意する。最初の部分を Petra, the red rose city of Petra in the desert has been where the caravans met and …というほうが良い。
- （齋藤）今のコメントを踏まえ、最初の文章を“Petra, the rose-red city in the desert ahs been the cross-road where the Caravans met na people lived in harmony with the mind of “Diyafa” and wisdom”に修正した。
- （Dr.Bilal）素晴らしい文章である。
- （Dr.Bilal）後半のパラグラフの world-class という言葉には sustainable を含めてすべての要素が含まれると思うので、sustainable という言葉は要らないのではないか。また、high quality service と comfort も同じ意味のように思うので、comfortable high quarity services（観光客、住民の両方に対して)としてはどうか。
- （齋藤）これを踏まえて次のように修正をする。Keeping this in mind, we strive to become a world-class tourism destination that includes local communities, tourists, businesses and public stakeholders by providing comfortable high quality services, timeless experiences, eco-friendliness, and safety which we desire to pass on to our children.”

  sustainability の言葉が入らない代わりに、sustainable の概念に含まれる考慮すべき具体的な要素を明示する形に書き換える。また、最初のパラグラフでペトラのアイデンティティを表現し、後半のパラグラフでそれに基づく M/P のビジョンを表現し、さらには、将来の子供たちや次世代に向けてそれらを引き継いでいく、というメッセージも文章の最後に表現したい。
- (Dr.Bilal)そのコンセプトに同意する。他方、Children というワーディングは、「一世代限り」というイメージ。Children や Generations などの具体的な目的語を記載せずとも pass on だけで将来に向けたメッセージは表現できると考える。

＜Guiding Principles について＞

- （大原・テメスガン）P30:Guiding Principles について二項対立の関係にある言葉を組み合わせる形にした。対立する概念のどちらか一方が重要なのではなく、そのバランスを図ることこそが重要であり、、包摂的なアプローチを目指していることを Guiding Principles のメッセージとして表現している。ワーディングについてはもう少し議論をして詰めていきたいが、こうしたアプローチのコンセプトについてはいかがか。
- （Dr.Bilal）JICA チームのコンセプトに同意する。ターゲットに対してバランスを取って様々視点からアプローチをするという事が表現されている。一方、現在の I.～V.までの内容には、経済面の Principles に偏っている印象。社会面の Principles や、ツーリストの顧客満足度の向上に資する Principles も含めてはどうか。
- （大原）P33 のスライドにツーリストの顧客満足度の向上に資する Principles が含まれる。
- （大原）Conservation の概念は主として地域の伝統や文化、遺産といた保全を対象としている。、他方、Innovation は定義がより広くなり、Conservation の対義語としても、未だ検討の余地がある。
- （テメスガン）Conservation の反対語は Development が当てはまるのではないか。
- （齋藤）名詞の形にしているが、これを動詞形に置き換えては？（例：Conserve & Develop または Conserve & Innovate、Simplify & and Diversify という形）
- （齋藤・テメスガン）Innovate よりも Develop の方がしっくりくる。
- （Dr.Bilal）同意。
- （Dr.Bilal）4 つ目を Harmonize ＆ Separate とし、5 つ目を Coordinate ＆ Compete としてはどうか。
- （JICA チーム）同意。

＜Vision 及び Guiding Principles の作成にかかる今後の作業について＞

- （齋藤）資料をアップデートし、27 日の Wrap Up ミーティングで改めて議論したい。
- （大原）次のステップとして来週 Wrap Up ミーティングを開催し、リバイスした資料を提示する。その後 PDTRA 内で検討をしてもらい、次の渡航でさらに議論を深めていきたい。また、Strategic Projects の詳細についても、次回 5 月の渡航までに準備し、具体的な提案を行う。
- （Dr.Bilal）今回の資料全体をもう一度見直し、コメントすべき点があれば、改めて 27 日のラップアップ会議の席でフィードバックする。
- （大原）ワーディングは、PDTTRA だけでなく、今後、ペトラのステークホルダーも交えて検討していく。まずは、ワーディングに込めたいコンセプトをお互いに共有することが大切である。

＜PDTRA の PAP 所管の各種計画の実施状況の確認＞

- （齋藤）新しいトランスポーテーションプランについて、PDTRA の全体的な計画を知りたい。
- （Dr.Bilal）ウム・サイフンのコミュニティ内の道路を通らずにバックロードに行くことができるう回路を新たに建設する計画を検討している。併せてウム・サイフンに隣接するう回

路沿いに新たなビジターセンターを建設する予定。トランスポーテーションもバックゲートから新ビジターセンターまたはカルチャービレッジまで運行する予定で現在調整中。

- （大原）ローカルトランスポーテーションの計画はいつ決定するか。ビジターセンターの設置はウム・サイフンではなく、カルチャービレッジ内に置くことを想定してトランスポーテーションに関する Strategic Project を想定していた。
- （Dr.Bilal）Monastery への新しトレイルを設置し、またドンキーの利用をできるだけ減らす（自動労働を減らすため）など新しい計画を検討している。
- （大原）クルーズのエクスカーションなど日帰りバスはワディ・ムサ中心部を通らずに、デザートハイウェイからベイダの東側を通り、カルチャービレッジに駐車、トイレや食事を済ませてから電気バスで遺跡公園に送迎するルートを想定していた。それにより、カルチャービレッジに自動的に観光客を誘致することで、PAP 内のインフォーマルビジネスを PAP 内からカルチャービレッジ内に設ける店舗への移転を促進すると共に、ウム・サイフンの住民にビジネスチャンスを与えることができる、と考える。
- （Dr.Bilal）提案のコンセプトは理解できる一方、観光客が好むルートかどうか検討が必要。ウム・サイフンに新たに設けるビジターセンターとワディ・ムサのビジターセンターを経由するチョイスを与えることで、2 つのルートが選択できる。来月までにバックロードへの送迎を行う電気バスを運行させる予定。ウム・サイフンに建設するビジターセンターには、観光バス用の駐車場（10～15 台）を建設する予定。
- （大原）こちらの提案はワディ・ムサの渋滞を緩和させること（ピーク時にはワディ・ムサの入り口のロータリーからビジターセンターの駐車場まで 2～3 時間近くかかる。）。
- （Dr.Bilal）JICA チームと同様の考え方の下、日帰り客のバスはワディ・ムサ中心部を通らず、ウム・サイフンのビジターセンターまで誘導するルートを建設する（UNESCO からの許可待ち）。
- （大原、斎藤）レンタサイクル（電動自動車）の導入も考えている。ローカルコミュニティを巻き込んでリトル・ペトラまで自転車で行けるようにすることで、ウム・サイフンのコミュニティ内の店舗でショッピングをするなど（途中立ち寄り）の地域に住民に直接裨益するビジネスチャンスも生まれる。
- （Dr.Bilal）現在のウム・サイフンは問題を多く抱えている状況。ドンキー利用の代わりに衛生面や食事についても指導を行い、民泊を提供できるライセンスを与えること（Airbnb）を考えている。これは 2-3 年の計画になる。自宅を民泊として提供できる機会を与えることでコミュニティからのプレッシャー、問題の軽減を図りたい。これはウム・サイフンだけの施策である。PDTRA として空き家を買い取り、回収して現在仕事がない住民に運営をさせる機会を提供することも計画している。ウム・サイフン内の道路では、交通事故も多く、将来的には、バックゲートやリトル・ペトラへの観光動線としては使用しない計画。
- （大原）新たなウム・サイフンのビジターセンターが完成したら、博物館北側の大型バス用の駐車場は他の目的に使うのか。
- （Dr.Bilal）上層部の駐車場の土地はクラウンプラザの所有地。現在は、PDTRA が駐車場として借地している。ウム・サイフンのバス駐車場に移転した時点で緑地にするなど他の目的に利用することが想定されている。電気バスも現在は 2 台だが、8 台まで増やす予定。新規の 6 台については、具体的な調達計画はない。
- （齋藤）このウム・サイフンのビジターセンターの計画は日曜日の Wrap Up ミーティングで取り上げても問題ないか。
- （Dr.Bilal）この計画には賛成の人もいれば反対の人もいる。ワディ・ムサの住民はビジネスが減少することを懸念して反対している。コミュニティの住民とはこの件の協議を始めて

いるが、現在はあくまでも計画段階ということで、対外的には注意して扱ってもらいたい。まだ詳細を話す段階ではない。9月までには具体的な計画を示すことが出来ると思う。

- （大原）新しいビジターセンターが出来たら、バックゲートからも入場できるということか
- （Dr.Bilal）そのとおり。
- （大原）その場合ツーリストの動きはどうなるか。シークの動線を一方通行化し、混雑を緩和する、というこれまでのPDTRAの計画と矛盾しないか。
- （Dr.Bilal）バックゲートから入園した訪問客とメインゲートから入園客とでは、シークを通過する時間帯が異なると考えられることから、動線を二つの方向に分離することにより、混雑を緩和できると考えている。こちらは主に2日目に訪問する観光客を想定している。
- （大原）チケットはどのようにコントロールするのか。
- （Dr.Bilal）オンラインチケットを導入することを検討中。チケットの価格には電気バス等のトランスポーテーションの運賃も含む。運用が進んだ段階で段階的にチケット料金の値上げを実施する事も考えているが、運用開始時から値上げを行うことについては、注意が必要。
- （大原）チケットに対して民間セクターと連携して一定額を買い物等で使ってもらえるプリペイド機能をつけることを考えている。
- （Dr.Bilal）トランスポーテーション費用、博物館への入館料は、チケット料金に含める予定。ショッピングに関してはそれとは分けて考えるべき。博物館への入館者を増やす役割は、博物館が行う業務である。
- （齋藤）博物館でのアクティビティについてはこちらでも検討している。
- （大原）リサーチ目的でチケットにQRコードをつけ、公園内にポイントを設けてスキャンしてもらうことで各箇所への訪問者数などの統計データが取れると思うがどうか。
- （Dr.Bilal）よいアイデアである。併せて、遺跡公園内の観光スポットの説明をQRコードで取得できるようなアイデアを考えている。
- （大原）オンライン予約システムで入場者をコントロールするために時間帯別に入場者数を制限するということは考えているか。
- （Dr.Bilal）時間帯別のチケットの導入により、キャリングキャパシティをコントロールするのには良いアイデアだと思うが、100%効果があるかどうかは不明。現在もクルーズ等の大型のツアー客を受け入れる際は、クルーズ会社等と連携し、入園者数の調整等を行っている。
- （大原）例えば午前入場と午後入場に分け、価格を変えることで入場者を分散することもできるのではないか。入場時間によって価格を調整することは可能か。
- （Dr.Bilal）時間によって分けることは一つの考え方だが、ほとんどの入場者、特にクルーズ客は午前中入場を希望している。大まかに入場券を分ける（A,B,C,Dというように）ことである程度の調整はできるかもしれない。観光客は入場時間に合わせてそのほかの予定を組むことを考えることにつながる。心配しているのは遺跡公園内のインフォーマルビジネスである。関係者の問題や児童労働、インフォーマルビジネス、観光客が起こす問題など多くの課題に並行して取り組まなければならないのが現状である。
- （テメスガン）観光客に対して入場前のブリーフィングを行う必要があることはチーム内でも議論していた。
- （Dr.Bilal）観光客の行為がインフォーマルビジネスを助長することを避け、ライセンスガイドを利用するなど、適正なやり方で観光をすることを促さないといけない。インフォーマ

ルインフォーマルビジネスを行っている住民に対して、最低限の生活ができるような支援を行っていくことが正しいやり方である。

- （大原）現地のレンジャーがそうしたブリーフィングを行えるよう、ビジターセンター内にそうした観光客向けのガイダンスを行うための機能を設けることを想定している。PAP 内には、遺跡やインフォーマルビジネスの管理だけでなく、触れると失明につながるような危険な植物も生息しており、こうしたガイダンスは必要。
- （Dr.Bilal）併せて、ヨルダン国内でやって良い事、悪い事があるので、ペトラに来る前に事前にそうした情報を観光客が理解しておくことも必要。その上で、ペトラの具体的なガイダンスは、レンジャーがそうした情報を与えることは有効。
- （碓氷）サービスクオリティの改善を行うためにいくつかのプロジェクトを考えているが、ホテル、レストラン、ガイドのクオリティ改善を行うには誰がカウンターパートになるか
- （Dr.Bilal）ホテル、レストランはそれぞれにアソシエーションがあるので、そこが窓口になる。PDTRA では品質管理チームがカウンターパート。ガイドについては Visitor Center の Mr.Yassin がカウンターパートになる。

以上

提出・受領資料
● ビジターサーベイに関する資料 ● 修正後の M/P プロジェクトプレゼン資料

16 品質管理チーム（PDTRA）とのミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 24 日（木）10:30 - 11:30	
場所： PAP 会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
品質管理チーム（PDTRA）	アセファ、碓氷（記録）

議事

サービス＆ホスピタリティ（以下「S&H」）に係るプロジェクト案について品質管理チームと協議した。最初にベースライン調査で判明した S&H に係る課題を共有、サービスの重要性について説明した。

1. サービス品質管理

   品質管理チームでは、サービス品質は民間セクター（ホテル及びレストラン協会、ガイド協会など）の責任であると考えているようであったため、ペトラ地域の観光サービス品質を総合的に管理するためには PDTRA が重要な役割を持つことを話し、理解を得た。

2. サービス品質ガイドライン

   PDTRA にはホテルとレストラン格付けのためのマニュアル（MoTA 作成）はあるも、サービス品質に関するガイドラインは無い。PDTRA 独自にサービス品質ガイドラインを作成することは可能。

3. プロジェクト案

   現時点でのプロジェクト案について共有し、品質管理チームでも検討して貰うことを依頼。

4. その他

Petra Elite Hotel ではホテル内コンペを実施しているとのこと。個別面談を実施し詳細を確認したい。

以上

提出・受領資料

なし

17 EDOM HOTEL へのヒアリング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 25 日（金）13:00 - 14:00	
場所： EDOM HOTEL	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad K. Twaissi, General Manager	谷村、アセファ、碓氷（記録）

議事

ペトラ地域のサービス品質について意見交換を実施した。Mr.Twaissi はモーベンピックで HR を経験している。プロジェクト概要及びサービス&ホスピタリティに係るプロジェクト案について簡単に説明した。

1. EDOM HOTEL

   コロナ前は約 70 名、現在は 30 名程度でオペレーションしている。従業員の約 7 割はワディ・ムサ以外から雇用、従業員の約 3 割は女性。

   ワディ・ムサ以外の周辺地域、アンマン、エジプトなどから人材を入れることで従業員の間で地域競争が生まれ、全体的に良いパフォーマンスをするように変化している。

   EDOM HOTEL はマネージャーが一年毎に変わる時期があり評判が悪く地元住民の雇用が難しかった。ホテルの評判を上げることで地元住民の雇用も促進したい。

   EDOM HOTEL は現在 3 スターであるが、競合先は 4 スターのペトラムーンやゲストハウスとし改善に取り組んでいる。いずれは EDOM HOTEL を 4 スターにしたい。

   ソーシャルセキュリティは 100%ではないがホテルで負担、医療費は全額負担している。

2. ペトラ地域のホテル人材・研修・マニュアルなど

   ペトラ地域のホテル人材の約 7 割はノンプロフェッショナルであることは大きな問題である。特にコロナにより経験者が他の業種に転職してしまったため、ホテル業界の経験を持たない人材が増えた。ホテル従業員が数か月で他のホテルに移ってしまうのは、キャリアプランや評価システムが無いことが理由と考えている旨を伝えると、Mr.Twaissi も同意見であった。

   ペトラ地域のホテルには品質基準やオペレーションマニュアルは無い。従業員トレーニングは第三者に依頼しなければならず費用が掛かるため実施しない。

3. ホテル組合

   水不足解消や電気代高騰の対策など中小ホテルのオーナーのための取り組みが主なものになっており、ホテル従業員の教育などに関することは実施していない。ペトラ地域の全てのホテルがホテル組合を通じて一体となることが必要。ホテル組合も、人材育成など必要とされる部門を作り「組織」として運営していくことが必要である。

4. その他

   昨年からホテルで使用する多くのものが最低 15%高騰した。Mr.Twaissi とは、プロジェクト実施に向けて今後も意見交換していく。Mr.Twaissi は農園を所有しておりオリーブオイルを生産、家族親戚以外で使用する以外にリクエストがあれば販売している（小瓶ではなく一斗缶のようなもの）。当地ではブランディングということはせず、誰の家のオリーブオイルかということが重要視されるとのこと。ペトラ地域にはオリーブ農園が多数あるので、「ファミリーストーリー」とともに小瓶に入れることで土産品に出来るのではないか。

以上

提出・受領資料

なし

18 PDTRA Tourism Directorate (Mr. Sabri, Mr. Khalil)とのミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 27 日（日）10:30-11:30 & 17:00-18:30	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Sabri M. Fdool Mr. Khalil Mashaleh	齋藤、碓氷、テメスガン、谷村（記録）

議事

第六次渡航（5 月）およびそれ以降の、旅行ビジネス、特に商品開発とセールス・プロモーションの Strategic Project 設定に向けた進め方を中心に打ち合わせ。

1. 旅行商品開発関連

- 各コミュニティに商品開発を住民主導で行う観光振興のアソシエーションを設立するアイディアを説明するが、既存の旅行会社との関係性が今一つピンと来ていなかった様子。そのため、次回渡航時に、商品開発モデルを説明するプレゼンテーションを用意の上、改めて両氏に説明を行う事とした。
- “商品”という言葉から、旅行商品と物品（地元の特産品）が混同して取り上げられ、旅行商品についてペトラならではのものを作りたいという話が、地元の産品に対して“Made In Petra”ブランドをつけるという話になってしまうことがあった。この点に関しても次回、改めてプレゼンの中で分けて考える必要があることを改めて説明したい。

2. 観光客からのコンプレイン関係

- “Visit Petra”ホームページに寄せられるメール対応を行っている Mr.Khalil と、観光客からのコンプレイン関係について確認し、メールの一部を見せていただく。
- 現状は一般的なメール問い合わせとコンプレインが混在しており、システム上自動的な分類ができないために 1 つずつ Mr.Khalil がメールを確認し仕訳けている状態。そのため、コンプレインメールに関してもまだきれいに整理されていない。
- その中で、動物関連は優先的に仕分けされており、その中を確認したところ、動物の虐待、また遺跡公園内のロバオーナーの態度の悪さなどの指摘が複数あった。
- PDTRA Mr.Sabri より、オフラインで閲覧のみできる形で改めてメールを転送していただくことを約束いただいたので、こちらは帰国後フォローアップを行っていく。

3. セールス&プロモーション関連

- STP マーケティング手法を用いたマーケット・ターゲティング・プロジェクトは、デスティネーションとしてのペトラにとって実施することが非常に有益である。
- しかしながら、ペトラにとって最も困難なことは、季節性の問題である。可能な限り、季節性を考慮したマーケティング戦略を取りたいと考えている。
- シーズンオフの時期にペトラを MICE デスティネーションとしてアピールするなど、観光商品の開発を検討することは、季節性の課題に対するひとつの解決策としても価値がある。
- また、入場券やホテルなどの価格を下げることで、ペトラの季節性の問題を緩和することができる。
- PDTRA のデジタルマーケティング戦略の強化も非常に重要なことである。
- PDTRA のマンパワー不足により、デジタルマーケティングで思うような成果を上げることが難しい状況である。

- この課題の結果、PDTRA は Facebook や Instagram などのソーシャルメディアプロモーション戦略において、凌駕することができていない。
- また、プロモーションビデオの作成も重要ですが、ターゲットごとに複数のプロモーションビデオを作成することに留意が必要である。
- また、プロモーションビデオの作成も非常に重要である。しかしながら、異なるターゲット旅行者を対象とした複数のプロモーションビデオが必要である。
- GSTC 認証のようなサステナビリティの概念を民間企業に導入することは非常に有益であり、サービスプロバイダーは競合他社と比較してより良いポジションに立つことができる。

4. サービス&ホスピタリティー関連

- サービス品質向上のために、SMEs ホテルやレストラン及びガイドを対象としたガイドラインを作成、セルフトレーニングビデオを作成することで、個々の空き時間を活用した研修が可能となる。また、新規にサービス業に携わる観光人材に対しても活用が可能となる。

  これに対し、Mr. Sabri よりガイドラインは MoTA が作成したクライテリアがありこれを変更することは簡単ではない旨の説明があった。

  MoTA のクライテリアは施設格付けのためのものであるが、プロジェクトとして想定するのはサービス業に携わる「人」により提供されるサービスの品質を向上させるためのものであり、MoTA のクライテリアを変更するものではない旨を説明、理解を得た。

  今後、品質ガイドライン“ミニマムスタンダード”という呼び方をすることで混乱を避けることとした。

- コミュニティに設立されるであろうツーリズムアソシエーションのメンバーを対象とし、ツーリズムビジネスに係る要素である、地域資源発掘、持続的な観光商品造成、プロモーションなどを効果的に実施できるように「観光塾」の必要性を説明、理解を得た。
- 若者や女性のサービス産業に対する理解促進、サービス人材（及び施設など）が自身に誇りを持って業務に携わることが品質を向上させることに繋がるため、啓蒙活動やサービスコンペティションの実施が有用である旨を説明した。

  これに対し、Mr. Sabri から、コロナ以前は同様の取り組みを実施していた旨の話があったため、評価基準について確認したところ、明確な基準は無いことが判明。今後、評価基準が必要であるとの意見が Mr. Sabri から出た。

- Made in Petra の品質向上や販路拡大について、Elgee Village を活用した取り組みを Dr.Maram の部署で検討しており、連携の方向性については今後の協議になる旨説明。

以上

提出・受領資料
なし

19 PDTRA Dr. Maram とのミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 27 日（日）12:00 - 13:30	
場所： PDTRA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Maram Mahmoud Al-Freihat (Commissioner of Local and Environment Development)	大原、碓氷、大山、トム、谷村、齋藤（記録）

議事

3 月 16 日に Mr. Hasan (Director of Investment Department)と面談をした際に、Elgee Village の活用計画の進捗について質問したところ、本件は Dr. Maram の管轄下にあると伺い、彼女へ面談を申し込んだ。施設の視察は 3 月 20 日に彼女の部下と実施済。

面談内容は以下のとおり：

36 の部屋からなる Elgee Village を大きく 5 つのエリアに分け、段階的に活用する計画（構想）を立てている。施設全体の活用コンセプトとしては、ペトラ地域の伝統を重んじた空間とすること：

- ◆ ハンディクラフトを作成・販売するエリア
- ◆ レストランやベーカリー、カフェとして営業するエリア
- ◆ 観光人材を育成するための教育施設として活用するエリア
- ◆ Folklore Museum として活用するエリア
- ◆ トイレや倉庫として活用するエリア

ハンディクラフトを作成・販売するエリア（7 部屋）

このエリアの計画が最も具体化している。

第 1 フェーズ：2022 年 4 月中を目途

観光セクターの雇用促進を目的に、ハンディクラフト（陶器・ジュエリー・カーペット など）を作成するスキル、またビジネスを行う上での経営スキルを養うトレーニングプログラムを提供するべく、PDTRA と GIZ 間で契約締結。

※通常 PDTRA としては、協会などの組織を通じて人材を支援している。しかし今回は、協会などに属していない人々、またペトラ地域の 6 つのコミュニティ全域にも働きかけたい為、新聞や SNS を活用しての募集をかける予定。

第 2 フェーズ：2022 年 7 月～8 月を目途

作業場（ゆくゆくはショップとして運営も視野にあり）x 3 部屋、事務所 x 4 部屋、計 7 部屋を PDTRA の資金によりリノベーション。

第 3 フェーズ：2022 年 9 月～2023 年 3 月

GIZ によるトレーニングプログラム催行。

第 4 フェーズ：2023 年 4 月～

トレーニングを終えた人材が Elgee Village の作業部屋及び事務所を使用し、販売する作品の作成・販売の開始。（暫くは PAP 入口付近、Visitor Center のプラザ内、Handicrafts Shop に作品を展示し販売予定。）

レストランやベーカリー、カフェとして営業するエリア（17 部屋）

2022 年春～ SMEs 中心に、部屋のリノベーションも含めた投資先を募集予定。

観光人材を育成するための教育施設として活用するエリア（3 部屋）

Jordan University と連携して、将来観光セクターで活躍する人材育成の為の研修施設（Center for Tourism Development）を立上げ予定。具体的なリノベーション計画、プログラム計画は現時点でなし。

Folklore Museum として活用するエリア（3 部屋）

かつて人々が住んでいた Elgee Village の建物及び文化を大事な遺産として現地の方々そして訪問客が理解を深められるよう、小さなミュージアム（Folklore Museum）として利用予定。具体的なリノベーション計画、プログラム計画は現時点でなし。

トイレや倉庫として活用するエリア（6 部屋）

今後 PDTRA の資金によりリノベーション予定。

以上

提出・受領資料
なし

20 PDTRA との Wrap Up ミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 27 日（日）14:00-15:00	
場所： PDTRA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参加者リスト参照	齋藤、大原、碓氷、テメスガン、大山、 谷村（記録）

議事

1. JICA チームより修正後 M/P の提示（齋藤、大原）

- ペトラ滞在中、M/P ストラクチャ、ビジョン、ガイディングプリンシパルについて意見交換を行い、内容の修正を行った。
- P22（KPI）：当初 3 つの KPI を設定したが、議論を受けて 2. Number of Tourists、4. Employment における女性の雇用数、5. 環境対策のアクション進捗　の 3 つを追加した。
- P25（1st Layer of Vision）：当初の 4 つに Dr. Bilal から提案のあった Our Petra を追加。
- P26（1st Layer の活用方）：アイコンと画像と組み合わせて地域のすべての人が参加するイメージを提供するような利用方を検討している。
- P27（2nd Layer of Vision）：2 番目の素案ではアラビア語の「おもてなし」という言葉を組み合わせてみた。

2. 質疑応答

（Dr. Suleiman）P27 の 2 番目は“Diyafa”という言葉の方が「世界中からのお客様をお迎えする」というイメージが出ると思う。Heart of Petra という言葉は何を指すのか不明確。

（齋藤・大原）渡航チームではおもてなしを的確に表すアラビア語が思い浮かばないため、前回のミーティングで伺った 2 つの言葉を入れてみた。

（Dr.Bilal）Pride という言葉は重すぎる。

（Mr. Rawajifeh）Our Petra、 We are Petra という言葉が良いのでは。

（Dr.Maram）“With open hearts we welcome the world”という言葉が良いのでは。

（Dr. Suleiman）Heart という言葉はあちこちでかなりつかわれているので、Dr.Maram のいったポイントを指し示す別の言葉がないか。

（Dr.Bilal）“Saram”という言葉は「平和」という意味を示し、ナバテア人が平和を好んだという事もイメージできるので良いのでは。United in the Nabateans way of life という意味も込められる。

（大原）Nabatea という言葉はペトラ全体の中でかなり期間が限られるのでは？

（Dr.Bilal）Nabatean という言葉は時代を示す意味ではなく、その文化、平和を好むという事を指し示すという意味で使える。

（Dr.Suleiman）“Saram”という言葉の意味は良いが、イスラムと結びつくイメージを与えて、観光にとってはネガティブなイメージを与えるのではないか。Petra with open heart のような言葉ではどうか。

（大山）日本人を例にとれば、Saram という言葉の本当の意味を知れば理解できると思う。

（Dr.Bilal）イスラムはヨーロッパでネガティブなイメージがある。これはポリティカルな問題である。Saram の意味を別の形で伝える言葉はないか。ナバテアのアイデンティティに焦点を当てるべき。ナバテアの子孫であり、ナバテアの土地に済んでいる、ここはナバテア王国であった、など。様々な出版物を見てもナバテアの事は明確に記載されている。同じアラブでもサウジアラビアなどと明確に区別ができる。

（Dr. Bilal）ナバテアの伝統を伝える意味で、“legend ot Nabateans”という言葉はどうか。

（大原）繰り返すが、ビジョンはプロモーションのためではなく、地域の人々を結び付け、おもてなしのマインドを植え付けるためのものである。

（Dr. Suleiman）ナバテアのマインドはペトラだけではなくヨルダン全体に関わる。

（大原）ビジョンは関係者すべてにシェアし、全員が合意できれば OK。

（Dr.Suleiman）Petra、Nabateans、City of caravans という 3 つの言葉がペトラのアイデンティティなので、この 3 つは入れたい。ヨルダンに来たことがない観光客にとってもペトラのイメージがつきやすいし、関係者向けのものではあるが、外部の人にもわかるものでなければならない。

（Dr.Bilal）“Nabatean mind”という言葉がイメージに最も合うのではないか。

（大原）Nabatean という言葉が世界の観光客に通じるかどうか、わからない。

（Dr.Bilal）シリアやサウジアラビアを含めた土地がナバテア王国の土地であった。Nabatean という言葉を使うことで興味を持って調べてもらえるのではないか。

（テメスガン）メッセージに関し、内向きと外向きのバランスを取らなければならない。

それを整えるために、”To be one-of-a-kind that with preserving the Nabatean legend and welcomes the visitors from our heart.”ではどうか。

（Dr.Bilal）

（齋藤）こちらをもとに PDTRA 側でも議論を続けていただきたい。

（齋藤）P28（3rd Layer of the vision）：前回の議論を踏まえて修正した。最初のパラグラフではかつてペトラが持っていた伝統やおもてなしを表現し、2 つ目のパラグラフでそれを心に抱きながらペトラをどのようなエリアにしたいかという事を具体的に表現した。次の世代に伝えていくという意味も込めた。

（Dr.Suleiman）Diyafa という言葉はどのような意味で使ったのか

（Dr.Bilal）「おもてなし」という意味を込めて含めた。わかりやすくするために,Diyafa を使わず、peace, hosipitality and wisdom という表現でもよい。

（Dr.Suleima）next generation という言葉は conservation of culture, heritage, humanity という意味も含まれているように感じるのでとても重要である。

（Mr.Bilal）stakeholders の代わりに public だけを残すほうがより協力するというイメージが出るのではないか。Stakeholders という言葉はビジネス要素が強すぎるように思う。

（Dr.Suleiman）この文章については了解する。

（Dr.Bilal）timeless experiences の後に conservation を加えてほしい。

（Dr.Suleiman）conservation という言葉は耳障りが良くないように思う。

（大原）conservation of heritage という形にしてはどうか。

（Dr.Bilal）preservation、または protection という言葉でもよい。

（齋藤）今のお話を受けて再度修正のうえ、素案を再提示する。それを改めて Commisioners と共有の上、検討した結果をフィードバックしてほしい。5 月に確定されるまでメール等を通じて意見交換を続ける。

（Dr.Suleiman）ラマダンの間であっても取り組むことに支障はない。5 月第 1 週は休日にあたるので、渡航メンバーとは 2 週目以降（5/8 以降）に協議を始めたい。

（齋藤）次回までに Guiding Principles の詳細、Strategic Projects の詳細も用意し、提案する。次回はこの部分も集中的に議論をしたい。

以上

提出・受領資料
修正後 M/P プレゼン資料

21 Petra College との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 28 日（月）9:30-11:30	
場所： Petra College 内会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr.Mukhles Al-Ababneh（Tourism 専攻教授） Dr.Zeyad Al-Sarameen（考古学教授）	碓氷、大原、テメスガン、谷村（記録）

議事

前回の民間セクターミーティングでの面談に引き続き、人材育成、ホスピタリティに関するヒアリング、意見交換を実施した。内容は下記の通り。

1. Tourism 学部の概要

- 9 月渡航時に確認した学部の構成に加えて、Guide Deploma コースが設定されている。学部を卒業し Bacheler 資格を取得(学部は特に指定なし)した後、Diploma で 9 カ月の集中コースを実施、終了後にガイド試験で 80 点以上の点数を取得するとガイド資格が得られる。
- Diploma では観光地を実際に訪れるスタディツアーも行う。
- 学部にはガイドコースもあり、Tour Guide Bacheler を取得した生徒は MoTA による語学試験を受け、一定点数以上を取得するとガイド資格が取得できる。ただし最近は Diploma を受けさせたいという MoTA の意向もあり、ガイドコースは 3 年以内に廃止の計画がある。
- 前回のヒアリングで生徒数が 150 名であったが、新型コロナウイルスの影響で授業がほとんどオンラインとなり、学生数は 261 名に増えた。特に考古学専攻は、以前は 2-3 名の学生しかいなかったが、オンラインになったことで 60 名に学生が増えた。ホテルマネジメント専攻は 90 名、ツーリズムマネジメントは 39 名、ツアーガイド専攻は 21 名。
- インターンシップはマスター課程において実施しているツーリズムではなく、考古学専攻の他、ホテルマネジメント、ツーリズムマネジメントにおいて 5 つ星ホテルなどにお願いして 6 ヶ月のインターンシップを実施。おかげさまで生徒はほぼ Excellent の評価をいただいているが、狭い地域でお互いをよく知っているので、それぞれの評価がどうなったかがすぐ伝わってしまう。成績が悪いと学部教授やさらに上にまでクレームが上がることがある。地域のメンタリティの問題。
- ツーリズムマネジメントはペトラの旅行会社で、ガイドコースはガイド協会にてインターンシップを行う。ガイドコースの場合はライセンスガイドに同行するなどして研修を実施している。
- ツーリズムマネジメントはメディカルツーリズム、アドベンチャーツーリズムなどの細かい分野に分かれている。
- ガイドコースの学生には考古学（ヨルダン全体）、プレゼンテーションスキル、ガイディングテクニック、コミュニケーションスキル、海外旅行者の文化理解、地理、ツーリズムマネジメント、ツーリズムマーケティング、ホスピタリティ、旅行業法、旅行会社マネジメント、コンピューターアプリケーション、広告宣伝など、またペトラのヘリテージサイトに関する授業もある。マスター課程ではツーリズム戦略マネジメント、デスティネーションマネジメント、ヨルダンのツーリズム、観光経済学、危機管理、情報コミュニケーションテクノロジー、商品開発、異文化コミュニケーションといった授業がある。

2. 意見交換

- （大原）ペトラの自然、生物に関する知識を持っているガイドがいなかったが。

- （Dr.Mukhles）これまではエコツーリズムなどについては焦点を当ててこなかった。最近エコホテルに宿泊することを好む観光客が増えていることは認識している。学部としてその方向を含めるかは検討段階。
- （谷村）MoTA ではアドベンチャーガイドの認証も始めたと聞いている。
- （Dr.Dean）観光客のデマンドが変わってくれば、それに合わせて授業内容も変更していく。現在はデジタルマーケティング、E-Tourism にも焦点を当てつつある。
- （碓氷）アカデミックサイドと現場ではニーズのギャップがあるため、ボードメンバーにホテルなどツーリズムセクターの人間を入れて学習計画を提案してもらうと聞いているが、協議は始めたか。
- （Dr.Zeyad）残念ながら新型コロナウイルスの影響もあり、まだ開始できていない。
- （碓氷）観光客は戻ってきているので、これから協議ができる時期になると思う。
- （大原）デジタルマーケティングのニーズはあると思う。小規模、中規模のホテルではデジタルマーケティングやマネジメントで経験が少なく、多くの支援が必要と感じている。
- （Dr.Mukhles）その点は同意する。世の中はオンラインの方向に進んでおり、デジタルマーケティングの重要性は増している。ただその部分についてはホテル向けのプラットフォームを設定するなど、PDTRA が主体となって進めるべき分野と考える（現在はそれがない）。
- （テメスガン）デジタルマーケティングに関するコース、クラスはあるか。
- （Dr.Mukhles）学部およびマスター課程に授業がある。
- （テメスガン）どの授業が学生に人気があるか。
- （Dr.Zeyad）学生の希望によって異なる。
- （谷村）無形文化財の保護に対する活動は行っているか。
- （Dr.Zeyad）フィールドワークを行い、地域の慣習や規律、マアン地域の伝統的建築物と無形文化財、ナバテア陶器などについての聞き取り、記録を行っている。2010 年に有形無形文化財センターを設立して、すでに亡くなった人を含めて記録を収集し、データベースにて PC に保管している。機会を見て出版することも検討している。考古学に比べると学生も取り組みやすい。今はマアン県からの学生が多いが、将来的にはそれ以外の地域からの学生も入学させ、取り組み地域を広げていきたい。新しいところでは伝統的な医療方法なども現在データの収集に取り組んでいる。
- （大原）UNESCO との連携はあるか。UNESCO でも有形無形文化財リストを作成している。
- （Dr.Zeyad）担当の教授がおり、UNESCO とも連絡を取りながら進めている。また Spureme Committeeof Intangible Heritage にも 2 名が委員として参加している。Intangible Heritage は Ministry of Culture の管轄（Tangible Culture は DoA の管轄）。PAP はこの活動には参加していない。PAP を含めると中央官庁を含めて関係が複雑になるので、そこはシンプルにしたい。PDTRA と中央省庁との関係度合いによりその点は変わるかもしれない。Princess Basma Center がヨルダン国内では Intangible Culture を管轄する唯一の箇所。大学では考古学の経験、スキルを活かして Intangible Heritage の記録収集にも取り組めると考える。
- （大原）ペトラにあるナバテア時代の段々畑も Intangible Culture だと思うが、残念ながら現在はほとんど破壊されてしまっている。観光商品化にむけても段々畑の再生、そこで栽培されているオリーブや果物を活用することで観光振興につながるし、収入確保にもつながる。
- （Dr.Zeyad）ペトラはもっと遺跡の保護・保全が必要であるという事をレポートに書いてほしい。洪水や強風、オーバーツーリズムなどペトラの遺跡は多くの脅威にさらされている。

2000 年前には水利システム、洪水対策のダムなど、優れた仕組みがあった。古代の排水施設を整備し、ダムを修復することで 2000 年前の知見を活かし、現代の洪水対策、都市を守ることが出来るのではないかと考えている。シークの修復も必要だが、遺跡の外で洪水対策をすることも重要である。

- （大原）UNESCO は残念ながら段々畑を文化遺跡としては認めていないが、洪水防止システムはおっしゃるように非常に重要。
- （Dr.Zeyad）観光客だけでなく、地域住民、ベドウィンにとっても有益な取り組みである。洪水から守られることで農業などを促進し、新たな収入源ともなるし、景観の保全にもつながる。
- （碓氷）授業にはホテルなどからプロフェッショナルをゲストとして招待することはあるか。
- （Dr.Mukhles）ハウスキーピングなど、ゲストスピーカーを主に 5 つ星ホテルから招いて学生に話してもらうことはある。
- （碓氷）アカデミックサイドと現場のギャップを埋めるための方策は？
- （Dr.Mukhles）ビジネスの現場の課題を把握するためにリサーチを行ったり、海外の大学と連携して情報を得ている。学生には最高のカリキュラムを提供していると自負している。
- （碓氷）卒業後に職を得ることはどうか。
- （Dr.Mukhles）ペトラには多くのホテルがあるので職を得ることは難しくない。数名の学生はペトラ以外のホテルに就職することもあるが、インターンシップを行ったホテルからは経験者としてリクルートがあるので、数年後に戻ってくるケースも多い。ホテルマネジメントで就職ができないケースはごくわずか。ペトラ以外であればアカバ、死海、アンマンなどで職を見つけることが出来る。
- （大原）アンマンやペトラ、死海のホテルで食事を取るとき、お客様が話している途中にウェイターが割り込んでくることが多々ある。
- （Dr.Mukhles）お客様が楽しんでいるかを常に確認したいというカルチャーから来ているともう。ある意味オーバーホスピタリティではあるが。
- （碓氷）お客様に話しかけるタイミングは重要。会話を邪魔しないなどの配慮があるべき。ヨルダンの文化も理解する必要はあるが、サービス業としてはこちらの文化もリスペクトするべき。
- （Dr.Zeyad）その点は理解する。アメリカのお客様はウェイターとの会話をヨルダンのカルチャーとして楽しんでいたりすることもあるが、学生には異文化理解を授業として教えている。これも無形文化財の一つ（笑）？
- （碓氷）お客様の期待、価格に見合ったサービススタンダードが必要であることは従事者として理解する必要がある。そのためにミニマムスタンダードガイドラインを提案したい。
- （Dr.Mukhles）サービススタンダードを測る指標が今はないので、プロセスやミニマムスタンダードを設けることは良い考えだと思う。
- （テメスガン）民間セクターへのトレーニングについて、大学側からトレーニングを提供することはあるか。
- （Dr.Mukhles）ホテルスタッフへのトレーニングを提供することは検討しているが、無料での提供を要求されるため、現状はできていない。ホテル側はスタッフに対するコストをかけたくないと思っている。
- （テメスガン）民間、大学、自治体と連携することで継続的にトレーニングを提供することが出来ると思うが、費用面を含めてそうした提案を大学側からしているか。

- （Dr.Mukhles）いろいろと考えていることはあるが、予算面の問題もあり具体的な提案には至っていない。
- （テメスガン）トレーニングを実施しないことでクオリティも下がり、結果として従業員が辞めるという悪循環を繰り返している。ミニマムサービススタンダードを提供することでこうした循環を断ち切ることが出来ると考える。この点でJICAはいかにサポートすることが出来ると考えるか（財政支援ではなくテクニカルサポートとして）
- （Dr.Mukhles）新型コロナウイルス前、PDTRAは豊富な予算を持っていたので、そこから資金的な支援をもらい、連携ができると良いのでは。
- （テメスガン）PDTRA、大学、JICAとの間で合意ができれば民間セクターに対してトレーニングに参加する事を要請することはより簡単にできるのではないかと思う。ペトラはリピーターが少なく、現金での収入がすぐ入ってくる（fast money）ので、こうした連携への対応はしやすいと思う。

以上

提出・受領資料
なし

22 Travco（アンマン）との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 28 日（月）16:00-17:30	
場所： Travco アンマンオフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Paolo Nocerino (General manager & Business Development manager)	碓氷、テメスガン、谷村（記録）

議事

1. Travco 社の概要
   - 1978 年：エジプトで設立
   - 1998 年：ドイツの大手旅行会社、TUI が最大株主となり、TUI グループとなる。その後ドバイ、オマーンなどにオフィスを開設。ヨルダン国内では唯一の国際資本の旅行会社。
   - 2010 年：ヨルダンオフィスを開設、現在はアンマンとアカバにオフィスを構える。
   - 従業員数：正規雇用社員 48 名の他、ドライバーなど非正規雇用社員が多数。
   - 年間の取扱数：約 100,000 人
   - 主要なソースマーケット：①ドイツ（年間 10,000 人） ②ロシア ③イタリア その他にはスペイン、ポルトガル、東欧（ブルガリア、ルーマニア、ポーランドなど）との取引が多い。アジアでは中国、日本とも取引がある。アメリカについては現在取引がないが、今後 2 年のうちに新たに開拓に乗り出す予定（ただしエジプト、ドバイの Travco オフィスは多数のアメリカ人ツアーを取り扱っている）。
   - 主なビジネス：①欧州からのチャーター機利用グループツアー、②クルーズエクスカーション ③一般的なグループツアー
   - バス等の手配はアンマンオフィスで行い、アカバオフィスは斡旋・オペレーション面を中心に対応している。
2. クルーズビジネスの概要
   - 主な取引会社：カーニバルクルーズ、アイーダ、コスタクルーズ、TUI クルーズ。MSC クルーズは湾岸、特にサウジアラビアが中心でヨルダンはそれほど多くないが、現在取引奈杯（入札には応募している）。
   - 年間の取扱数：年 36 隻の船を取り扱う（1 隻当たり最低 700 名のエクスカーション参加者あり。計算すると最低でも年間 25,200 名以上の取り扱いあり）。
   - アカバからのエクスカーションではペトラ日帰りが最も人気がある。その他にはワディラム、死海、アカバ市内のエクスカーションがある。死海は距離がありすぎるので人気はいま一つ。
   - ペトラ日帰りは遺跡公園を訪問し、その後ゲストハウスやクラウンプラザ、モーベンピックなどで昼食を取りアカバに戻るというシンプルなプランだが、コスタクルーズでは“Trek in Petra”というツアーで Monastery まで登るツアー、また、”Premium Petra“というツアーでリトルペトラを訪問するツアーがあるとのこと。
3. 意見交換
   - （谷村）JICA プロジェクトで遺跡以外のコミュティ内で体験型など新しい旅行商品の開発を検討している。そうしたプログラムへのニーズや、御社商品への組み込みの可能性はあるか。
   - （Mr.Paolo）地域の体験型プログラムには大きなニーズがあると思う。

- （Mr.Paolo）ペトラの課題①：ローカルガイドのクオリティが人により差が大きい。
- （Mr.Paolo）課題②：ペトラのホテルのキャパシティが限られている
- （Mr.Paolo）課題③：ヨルダンの他の地域に比べてもホテル代が高い。アカバなら 200USD のところが、ペトラだと 250USD になる。
- （Mr.Paolo）課題④：グループツアーなどホテル代金をあらかじめ合意しているにもかかわらず、メールで突然の値上げを要求されるなど、価格が不透明（Unstable）である。
- （Mr.Paolo）課題⑤：スークなどその街の雰囲気を歩いて楽しめるところがない。ナイトプログラムもない。サルトには魅力的な（authentic な)スークがある。作られたものではなく、本物があると良いのだが。
- （Mr.Paolo）以前はクルーズ客専用の Perta By Night を設定できたり、7 年前には平均ペトラに 2 泊していたが、上記のような原因から 2018 年には 0.7 泊にまで減った。多くのツアーが日帰りでペトラを訪れる行程になっている。また、クルーズでもアカバに翌日まで停泊をする船があり（2022 年もオーバーナイト予定のクルーズ船が 2 隻ある）、以前はクルーズエクスカーションでの宿泊付きコースも設定していた。
- （谷村）ペトラの課題についてよく理解した。プロジェクトではペトラの宿泊を延長できるように商品の多角化を進めていきたいと考えているが、こうした課題の解決も必要。
- （谷村）ペトラには 2 年前に新しいペトラ博物館ができた。遺跡公園への入場者に比べると博物館は入場者がかなり少ないが、クルーズツアーで組み込みの可能性はあるか。
- （Mr.Paolo）前述のようにクルーズ 1 隻につき最低 700 名のツアー客が一度に訪れる。ペトラで取れる時間が最大で 3.5 時間なので、博物館に入場させる場合には最大でも 40 分以内（できれば 20～30 分）、かつスムーズに見学をさせられるような導線が必要。個人的には大勢の人数だと時間もかかり、多くのクレームにつながってしまう可能性があるため、クルーズエクスカーションの行程には含めたくない。また、オーディオガイドの用意はあるか？
- （谷村）現在はまだ用意がない。プロジェクトチームでも様々な案を検討しているところ。
- （Mr.Paolo）ヨーロッパの多くの国々のお客様が参加するので、ドイツ語、イタリア語など多言語対応は必須である。
- （谷村）お客様に人気のプログラムは何があるか。
- （Mr.Paolo）“オスマントレイル”というトレイルツアーはクルーズのお客様だけではなく、ドイツのグループツアーにも組み込まれるなど人気がある。
- （谷村）優良ガイドはどのように囲い込んでいるか。
- （Mr. Paolo）現在はドイツ語ガイドを約 30 名プリファードガイドとして登録しており、これらのガイドを中心に回している。ガイドの発掘は、その経歴、経験をオペレーションマネージャーがチェック、最初に少人数のツアーを担当させて、お客様の満足度（Customer Satisfaction Questionnaire）を確認してその後のアサイン度合いを検討する。他にはロシア語、イタリア語、スペイン語のガイド登録もあるが、フランス語は今は多くない。
- （谷村）今後有望と考えるマーケットはあるか。東欧からのお客様が多い印象があるがどうか。
- （Mr.Paolo）ロシアはポテンシャルのあるマーケットだったが、ウクライナ侵攻の影響で長い付き合いのあったロシアのオペレーターも送客ができない状況。早く事態が落ち着いてほしい。東欧は多くの LCC がアンマン、アカバに飛んできているので今後伸びしろがある。具体的にはルーマニア、ブルガリア、ポーランドなどである。
- （テメスガン）プロモーションは JTB と連携して行っているのか。海外商談会への出展は。

- （Mr.Paolo）JTB とは良く連携を取っており、欧州の主要な商談会（ITB Berlin、WTM、TOP RESA など）には出展し、独自のプロモーションを展開している。主に BtoB 向けである。
- （碓氷）クルーズエクスカーションのツアー客の入場料は。
- （Mr.Paolo）ヨルダン国内に宿泊した場合と同じ 50JOD である。クルーズはアカバに停泊した時点で着岸料など多くの経費を支払っているので、そのような料金適用となっている。

以上

提出・受領資料
なし

23 ECHO Company との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 29 日（月）11:00-12:30	
場所： ECHO Company 内会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Yousef Zafer Alem (Managing Director) Mr. Ali AI Zoubi (Account Manager)	斎藤、碓氷、大原、谷村、大山、テメスガン（記録）

議事

Visit Petra のウェブサイトのリデザインやアプリの開発など、デジタルマーケティングに関するヒアリングを実施した。内容は下記の通り。

3. ECHO Company の概要

- ECHO Company 社は 2008 年にヨルダンで設立され、現在では中東 4 カ国で展開しており、Web プラットフォーム、e サービス、イントラネットの開発、IT コンサルティング、会議管理システム、苦情管理システムの提供などのサービスを提供している。
- ECHO Company 社はヨルダンの様々な官公庁の Web サイトやアプリを制作している。また、マイクロソフトや Mendix など、複数の国際的な企業とパートナーシップを結んでいる。
- PDTRA とは 2011 年から協働しており、pdtra.gov と Visit Petra の最初のバージョンのウェブサイトは、ECHO Company によって開発された。

4. 意見交換

- 旅行者のペルソナ（トラフィックソース市場、彼らが何に興味があるかなど）は、現代技術のウェブサイトを通じて作成することができる。
- Visit Petra のウェブサイトはシステムが非常に古い。内容も古く、多言語での情報がない。
- 観光客の注目を集めるには、Visit Petra のウェブサイトのコンテンツを更新し、最新の 360 度動画を取り入れる必要がある。
- ウェブサイトと SNS のプラットフォーム(Facebook, Instagram, TikTok, WeChat, 等)を連携させる必要がある。
- ペトラのウェブサイトは、単に情報を提供するだけでなく、アクティビティや体験の予約など、観光客にサービスを提供できるウェブサイトとしての展開を検討することが望ましい。
- アカバの ASEZA は、予約機能を持つウェブサイトの開発を試みたが、ホテルを中心とした第三者が ASEZA と契約を結べないため、失敗に終わった。
- ペトラ遺跡公園の入場券を Web サイトに統合し、観光客に予約の選択肢と柔軟性を提供できるようにする必要がある。
- 現在の遺跡公園の入場券システムは、GCE (General Computers & Electronics) 社によって作られたものである。GCE と協力して、現在のチケットシステムとウェブサイトを統合し、遺跡公園での観光客の混雑を緩和することが可能。
- ペトラにあるホテル（主に 3 つ星以下）、レストラン、ツアーオペレーターなどの民間セクターが、自社製品のプロモーションや販売までを行うためのプラットフォームとして活用できる。

- PDTRA のマーケティングおよび IT 担当者が不足している。
- PDTRA のデジタルマーケティング担当者、および Web サイトの監視担当者に対して、ECHO Company が 1 年間のサポートトレーニングを実施することが可能。1 年間のフォローアップとトレーニングの後、PDTRA は独自にウェブサイトを監視し、更新する必要がある。
- 観光客がペトラに関する正しい情報を収集できるよう、包括的なアプリを作成することが重要である。アプリのコンテンツはウェブサイトとは一線を画し、スマートフォンに依存する若い旅行者をターゲットにする必要がある。
- MaaS（Mobility as a Service）は、ペトラの交通問題の解決策の 1 つと考えられ、バックエンドで Web サイトと統合することが可能。
- 現在の Visit Petra のウェブサイトを再設計し、より現代的で包括的なものにするために、最大で 8 ヶ月の時間が必要。
- ECHO 社は現在 AR（拡張現実）の開発はしていないが、ヨルダンの別の会社と共同開発をしている。
- AI の一環として、2030 年にはスマートグラスを観光客が装着して観光を楽しむことが一般的になる可能性が高い。
- スマートグラス、ネットワーク、グラフィックスがあれば、AI の導入は簡単にできる傾向にある。

以上

提出・受領資料
なし

24 Jordan Tourism Board (JTB)との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 29 日（月）13:00-15:00	
場所： JTB 内会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Ahmad Alhmoud (Marketing Director) Mr. Hakim AI-Tamimi (Eco & Adventure Tourism Unit Head, Europe Representative)	斎藤、碓氷、大原、谷村、大山、トム（記録）

議事

JTB のマーケティング戦略全般と PDTRA との関係についてヒアリングを実施した。内容は下記の通り。

5. 現在のマーケット状況について

- COVID-19 に関連してヨルダンの国境管理が緩和されたため、JTB はプロモーションを強化した。
- 2020 年と比較すると、2021 年にヨルダンを訪れた観光客数は 100%増加した。さらに、2021 年の最初の 2 ヶ月と比較すると、2022 年の最初の 2 ヶ月は、観光客数が 200%増加した。
- ヨルダンの国境規制が緩和されて以来、イタリア、フランス、ドイツからの訪問者が増えている。
- ヨルダン・パスの売上は、ヨルダンへの観光客の増加を示す良い指標となる。3 月 10 日の時点で、フランスからヨルダン・パスを購入した旅行者の数が最も多く、次いでスペイン、イタリアとなっている。
- LCC はヨーロッパから多くの観光客を呼び込むのに重要な役割を果たしている。フランスやポーランドなどヨーロッパ諸国からの高額な旅行者も LCC を利用し、残りの旅行予算は良いホテルに泊まることに使っている。
- JTB のプロモーション戦略は、市場の状況に応じて柔軟に変更されることがある。例えば、今年のロシアに対するプロモーション予算を、より有望と思われる他のソースマーケットに振り変えることもある。
- 2022 年、JTB は 30～50 歳代へのプロモーションを強化する方針である。

6. Arabian Travel Market (ATM) 2022 について

- JTB は、11 月にロンドンで開催された WTM に出展して以来、新しいブランドとブースイメージを開発し、来年の ATM でも同じブランディングイメージを使用する予定である。しかしながら、ATM では、サウジアラビアが大半のスペースを占めるため、大きなプロモーションブース（展示会場の内外）を設けることは難しい。
- ASEZA、ロイヤルヨルダン航空、ツアーオペレーター9 社が、JTB とともに 5 月の ATM に参加する予定である。
- ATM では、JTB 主催のサイドイベントやナイトイベントは予定していない。
- PDTRA は ATM に過去参加したことがあるが、今回は参加しない。PDTRA が ATM に参加しないとしても、JTB はペトラをとにかく宣伝する。

7. ペトラの観光商品のプロモーションについて

- ペトラにとっては、これまでにはなかった商品を開発し、観光客を多様化させることは非常に重要なことである。
- JTB では、新しく開発された観光商品が観光客の興味を惹くような説得力のあるものであれば、積極的に PR していきたいと考えている。
- JTB が 2009 年から長年にわたって推進してきた Petra by Night は、ペトラやヨルダン全体に観光客を呼び込む優れた観光商品であるが、より多くの観光客を惹きつけるためには、さらなる商品の充実が必要である。
- ペトラには十分なホテルがないが、観光客の滞在時間を延ばすためには、エンターテイメント関連の観光商品があることが望ましいと思われる。
- 2019 年のピーク時には、誰もが深刻な宿泊施設不足に直面するとともに、ペトラではホテル価格が高騰した。ハイシーズンには、例えばペトラの 5 つ星ホテルの価格が 1 泊 750 米ドルから 1,000 米ドルに上昇したこともある。このため、多くの観光客がペトラに滞在することを躊躇し、ワディラムやアカバに滞在することを希望した。
- JTB は、JICA の支援で生まれる新しい観光商品のプロモーションを JICA チームと共同で行うことを希望している。ただし、その商品が高品質で価値があり、国際的なプロモーションに値するものであることが条件である。
- ペトラに滞在する観光客を維持するためには、夜間の追加観光商品が非常に必要である。
- ペトラは考古学的な観光地としてだけでなく、エコ・アドベンチャーの観光地としてもアピールできる。
- 新商品を旅行者に伝え、その効果を確認するためには、少なくとも 3 年間のプロモーションが必要であろ。

8. アドベンチャー&サステイナブルツーリズムについて

- JTB はアドベンチャーツーリズム部門を新設し、アドベンチャーツーリズム商品を提供するツアーオペレーターにマーケティングとプロモーションのプラットフォームを提供する。
- JTB は USAID の支援でガイドトレーニングに 20 万 JD を受け取る機会があった。しかしながら、4 日間という短いトレーニング期間に反対したため支援は実現しなかった。
- USAID との契約がうまくいかなかったとき、JTB はフランス政府からフランス国立スキー・登山学校（ENSA）という別の助成金を得て、さまざまな専門分野の候補者 44 人に 2 年間のトレーニングを提供することに合意した。現在、トレーニングは終了し、ヨルダンには ENSA 認定のガイドがいる。しかしながら、これらのガイドをヨルダンの国家資格として認定するための法的な仕組みは、まだ整っていない。
- サステナビリティの取り組みで認証を取得したホテルやツアーオペレーターのプロモーションを行う。

9. ペトラのプロモーションにおける JTB の役割について

- イスラエルが、ペトラを自国の観光地としてイスラエルをアピールする流れを変えるため、JTB は 2007 年から 2008 年にかけてペトラの大々的なプロモーションを実施した。ペトラがイスラエルではなくヨルダンの一部であることを伝える一連のプロモーションを展開することで、観光客の認識を変えたいと考えた。
- PDTRA に資金力があれば、直接国際市場に働きかけて宣伝することも可能であるが、その場合は JTB に事前に連絡する必要がある。
- JTB では、ペトラ遺跡公園の入場券とヨルダンのビザがセットになった「Jordan Pass」の販売を促進し、ペトラを応援している。
- 2022 年の最初の 2 ヶ月間から、ジョーダン・パスの売上は増加している
  - フランス 3395 枚
  - チェコ 1270 枚
  - ハンガリー 1000 枚（JTB がハンガリーからのチャーター便をサポート）
  - ルーマニア 1000 枚
  - ポーランド 800 枚
  - スロバキア 400 枚
- JTB はこの 20 年間、ペトラのプロモーションを続けてきており、現在では大変な人気になった。そのため、ペトラのプロモーションを縮小しようと考えている。

10. JTB の参加可能な展示会

- JTB は今年、以下の展示会に参加する予定:
  - 4 月の BIT ミラノ
  - トップリサ（9 月）
  - WTM（9 月@ロンドン）
  - IBTM(MICE 関連）（11 月@バルセロナ）
  - その他、ポルトガルやヨーロッパ各国での小規模な展示会など
  - 日本ではツーリズム EXPO(JATA)に出展する可能性があり、5 万 JD 程度を割り当てている。

以上

提出・受領資料
なし

25 文化省　無形遺産担当部局との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 30 日（水）9:00 – 10:00	
場所：**文化省　無形遺産担当部**	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Dr. Ahmed Rashed (Minister counselor/Assistant SG)	大山（記録）

議事

3.　ユネスコ無形文化遺産「ペトラとワディラムのベドゥの文化的空間」の現状について

このユネスコの枠組みての無形文化遺産の調査やフォローアップは同省では行なっていない(過去には協力した経緯がある)

無形文化遺産についてユネスコと連携した活動、プロジェクトも現在は行なっていない

2. 文化省による無形遺産調査（ペトラ地域での調査等）、出版状況

・ペトラ地域の無形文化遺産の調査については、これまであまり行われてこなかったが、今後フセイン大学のバスマ王女センターと連携して、シヨーバクまで含む調査と無形文化遺産のインベントリーを作成するプロジェクトを行なっていく計画はある。

・文化省による無形文化遺産の調査成果について、ヨルダン全体の民俗関係の語彙や、ヨルダン北部やカラクの調査は出版されているが、ペトラ地域などについてはこれまで出版されたものがない

3. 文化省で行っている民俗文化関係のフェスティバル

文化省で以下のようなフェスティバルを行ってきた経緯がある。

1)Samer festival

ヨルダンの伝統的な踊りでユネスコ無形文化遺産にも指定されている Samer に関するフェスティバルで、毎年 9 月か 10 月に 3 日間程度行ってきた経緯がある。ペトラ地域での実施場所は Rajif。最近はコロナの影響で中止している。PDTRA ではなく地元の NGO と文化省の間で行っている。

2)Cultural diversity festival

地元の無形文化遺産を紹介するフェスティバルで、ワディムーサで行なってきた。2018 年は elji ビレッジを使って行い、2019 年は中心部の広場で行った。

４．無形遺産関連のウェブサイト

無形文化遺産関連のの活動について参考となる Web サイトは以下

www.ich.gov.jo

以上

提出・受領資料

ヨルダン北部やカラク等の無形遺産関連出版物

26 NET TOUR との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 30 日（水）11:00-12:30	
場所： NNET TOUR オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Raja Jazzar (Sales Mananer)	碓氷、谷村（記録）

議事

1. ロシアによるウクライナ侵攻の影響
   - 欧州のエージェントはロシアの旅行代理店に預けているツアー代金のデポジットが戻ってくるのかを非常に心配している。
   - ヨルダンを訪れるグループツアーのサイズが縮小している。以前は一つのグループ 55 名程度だったものが現在は 15 名～20 名態度。またロシアからのグループは訪問が途絶えている状況。
2. 3 月 26 日 ROYAL COURT での政府・王室関係者との面談

   上記面談において、Ms.Raja より下記のような意見を述べた。
   - コロナ禍のこの 2 年間、回復に向けて準備を進めるべきだった（例. ヨルダン国内の遺跡の整備修復、観光関連のサイネージやトイレなどのインフラ整備）のに、政府は全く取り組んでこなかった。コロナ対策として 2 千万 JOD もの予算を確保しており、こうした整備はその中のわずかな費用で賄えるはずなのに、政府は全く耳を貸さなかった。
   - ヨルダン国内には全部で 10 万近い遺跡があるが、現在観光客が訪れるのはわずか 10 前後の遺跡のみ。知られていない貴重な遺跡も多く、そうした遺跡の整備開発も進める必要があるが、政府はどのように考えているのか。
3. ペトラの観光についての意見交換
   - ペトラはヨルダン国内でも最も有名な世界遺産であり、セブンワンダーの一つであるが、国内でペトラの価値を認知させる看板がほとんどない。アンマン空港に到着して市内に入るまでの間にもそうしたものは一つもないし、ペトラに向かう途中でも見られない。それはサルトやマダバも同様である。
   - クロアチアでは世界遺産のドブロブニクをはじめ、看板などが非常に多く、観光地の価値を最大限利用している。
   - また、旅行商品もイタリアやイスラエルは路ピーター向けに様々な商品を開発している。なぜヨルダン、ペトラではそれができないのか、
   - JTB のプロモーションも非常に古いスタイルだと感じている。
   - ペトラ博物館の表示だが、英語とアラビア語では表記が少しずれている（冠詞の有無）。そこはきちんと合わせるべき。また館内展示の説明でも、非常に重要な女神像など、大事なものの展示・説明が抜けている。レバノンの博物館のほうが内容としては数段良いように感じる。
   - 博物館のショップでは Made In China の商品は置くべきではない。展示品のレプリカなど、博物館の展示に関連したもの、或いは Made in Petra を販売したほうが良いのではないか。
   - 「Petra Kitchen」は内容に比べて金額が高い。料理体験をなぜホテルのキッチンでやらないといけないのか。NET TOUR ではマダバにてレストラン（Food Basket）での料理体験（個人～団体向け）、また少人数向けには昔ながらの古い邸宅を利用した料理体験を提供している。

※次回渡航時にプログラムを視察させていただく。

- 体験型プログラムでは陶器制作体験も人気（ペトラではない）。これは作ることを体験し、完成品の送付は本人の希望があれば追加で対応する。また、一般家庭訪問も人気がある。
- 一般家庭で料理を観光客に提示するためにはアグリツーリズモの登録をすることが必要。そうしないと旅行会社では販売ができない。

※コミュニティの協同組合が旅行商品を開発するのに必要なライセンス、手続きについて確認する必要がある。次回渡航までに調査を進める。

以上

提出・受領資料
なし

27 MoTA (Statistics Department) との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 30 日（水）12:00-12:30	
場所： MoTA 内会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad Alshraiedeh	トム（記録）

議事

MoTA (Statistics Department)と、観光統計について協議した。内容は下記の通り。

11. 議論内容について

- MoTA は現在、公共および内部目的の両方に使用できる観光統計プラットフォームの作成に取り組んでいる。
- このプラットフォームの開発は 2 フェーズに分かれており、第 1 フェーズでは観光客の到着数、消費額、宿泊数などの基本的な KPI の決定に焦点を当て、第 2 段階ではアクセス性、観光の経済・社会的影響などの追加 KPI に焦点を当てている。
- プロジェクトの第一フェーズでは、観光に関する基本的な統計情報を一般に公開するためのダッシュボードの作成も含まれている。ダッシュボードはほぼ完成しており、近日中に公開する予定である。
- フェーズ 1 では、MoTA は EBRD の支援により、Datahub という会社と提携している。
- プロジェクトの第 2 フェーズはイタリア政府機関の支援を受ける予定で、現在、MoTA はイタリアの大学と共同研究を行っている。
- MoTA の新しいダッシュボードが公開されるため、PDTRA は正確な KPI を提供することでこれを利用することができる。
- 現在、PDTRA は MoTA にホテルの分類、ツアーオペレーターの数、レストラン、新しい施設、観光客の到着に関する情報を提供している。
- しかしながら、これらのデータの精度は低いため、MoTA は適切な時期に適切なデータ入力を要請している。
- PDTRA が MoTA のデータ入力シートに正しく記入する限り、ペトラ専用の新しいデータダッシュボードを作成する必要はない。
- PDTRA は MoTA に対し、宿泊数、観光客支出など、現在ペトラレベルでは入手できない追加データの KPI 追加を提案することができる。

以上

提出・受領資料

なし

28 Ramz Group との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 30 日（）13:00-15:00	
場所： Ramz Group 内会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad AI Ali Mr. Fadi AI Ali (Director of Business Operations & Strategy) Ms. Razan Ghanem (Assistant General Manager)	碓氷、谷村、 テメスガン（記録）

議事

ラムズグループと、デジタルマーケティングチャネルによるペトラのプロモーションについて協議した。内容は下記の通り。

12. Ramz Group の取り組みについて

- ラムズグループは、現代自動車と共同で、2018 年からペトラで 3 つのフェーズに分けてプロジェクトを開始した。
- プロジェクトの第一段階は、6 つの特徴的なプログラム（Wi-Fi サービス、OOH（屋外広告）、解説サイネージ、スマートアプリケーション、プリントマップ、3D ペトラミニチュア）を実施した。
- 2018 年 6 月より、ペトラ遺跡公園内の 11 ヶ所のホットスポットで Wi-Fi プログラムを開始した。



- ペトラの Wi-Fi サービスは、訪問中に Facebook や Instagram でライブ配信を行うことができ、2018 年から 2019 年にかけての観光客数の増加に貢献したと考えられている。ただし、ヒュンダイとの契約が終了したため、現在は Wi-Fi サービスを利用することができない。
- ラムズグループは、アンマンの空港通りを中心に、様々な場所で OOH 広告の一環として遺跡のプロモーションを行っている。しかし、多くの関係者が、現代自動車のプロモーションなのかペトラ遺跡のプロモーションなのか、観客を混乱させるので、現代自動車の車両をバナーに表示すべきではないとの懸念を示した。



- 第 2 期では、電気バス、EV 充電器、バス停、制服とバスのブランディング、充電器ステーションという 5 つのプログラムに分けて、主に交通機関に焦点を当てた。

- 第 3 期は、ペトラのブランディングが主なテーマであった。このフェーズでは、「ペトラ再ブランディング・アイデンティティ」と「ブランディング・アプリケーション」の 2 つの主要プログラムを実施した。
- PDTRA のロゴは、複数のブランドコンサルティング会社やデザイン会社から新しいデザイン案が提出された。ランドー・ブランディング・エージェンシー 最終的なロゴは、PDTRA チーフ・コミッショナーの提案により、ドイツ・ベルリンを拠点とする専門デザイナーによってデザインされた。
- プロジェクトが延長された場合、ラムズグループは、大きな荷物を持った旅行者のためのロッカールームの提供、ハンディキャップのサポート、補聴器、ビデオマッピング、ヘリテージビレッジでのフェスティバルなど、新しいプログラムを提案する予定であった。
- 2021 年 3 月をもって現代自動車との契約が終了したため、現在ラムズグループのほぼすべてのプログラムが終了している。PDTRA は現在、全プログラムの再開に向けて新たな支援機関を探している。
- 必要に応じて、ラムズグループは JICA チームと連携し、プロモーションビデオ制作、デジタルキャンペーン設計、ソーシャルメディアサポート、ウェブサイト設計サポートなど、デジタルマーケティング支援を行うことが可能である。
- ラムズグループは、よりモダンで魅力的なプロモーションコンテンツやウェブサイトコンテンツの制作も可能である。

以上

提出・受領資料
なし

29 JICA ヨルダン事務所との Wrap Up ミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 3 月 30 日（水）15:30 - 16:45	
場所： JICA ヨルダン事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
宮原所長様、山中嶋様、後藤次長様、 川谷次長様	大原・大山・齋藤（記録） ※最後 30 分程オンラインにて熊田参加

議事

第 5 次現地作業の調査報告を、事前に準備した報告書の内容に沿って、行った。
報告内容は、別途「第五次現地作業調査報告書（案）」を参照。

以下、報告書記載の順番に則り特記事項を以下に記載：

1. 背景　－割愛

2. 本プロジェクトの目的　－割愛

3. 第五次現地作業の結果概要

－現地作業中、主に PDTRA とグループミーティングや個別の面談を通じて行きついた、PDTRA と共有している現段階での Vision、Guiding Principles、KPI 案を、別紙「PETRA MP_rev7」の該当ページを参照しつつ説明。

－本 M/P の運用期間を、Royal Hashimite Court で現在計画しているヨルダン全体の Development Plan の期間に合わせ、2023 - 2033 に変更する案については、事務所としては反対しないが、はっきりと「2023 年の時点では M/P は完成していない旨を PDTRA やその他ステークホルダーに伝える」旨を、後藤様より助言頂いた。合わせて、「MoTA の取り組んでいる National Strategy に合わせて本 M/P プロジェクトは進められていれば良いと考える」旨を、山中嶋様より助言頂いた。

－Baseline Survey の現地再委託調査に関連して、ペトラ地域における一人当たり消費額などの目標値も、2033 年に設定することを、後藤様と大原との間で確認した。合わせて、この度現地滞在中に契約内容の変更を行った（支払い条件に Intermediate 条件を加えた）旨を JV より報告。

－DEF（Development Employment Fund）について宮原様より質問をお受けした。
⇒適切な収入を得られる持続可能な雇用機会を創出する為の資金を提供するために、開発・雇用基金としてヨルダン政府が立ち上げたプロジェクトである。

加えて、今回 PDTRA と DEF との間で交わされた MOU について補足説明を行った。
⇒銀行は協会などから担保が取れず、よって協会などは銀行からの融資の対象にならない為、救済処置として実施する。DEF から PDTRA へは無担保で 100 万 JOD を条件に融資を行い、その先 PDTRA と協会などへの融資条件は両者間で契約内容を決定する。現段階では 2 つの協会（Nabatean Capital Society と Jordan Heritage Revival Company）が融資申請をしており、今月中に融資条件が PDTRA との間で決定する見込み。

－JITOA より、次回現地調査中に会員に対し、第 1 回目 JCC のプレゼン内容を共有頂きたいという声掛けを頂いている旨を JV より報告。

－フェイナン、ダナでのエコツーリズム体験についてフィードバックを JV より行った。（体験したメンバーは、大原・大山・齋藤。）関連して、フェイナンのエコロッジで従業員（現地のベドウィン）がロッジでの取り組みや周辺住民のエンゲージメントの仕方を自分の言葉で説明している＝サービスの体質を理解しているプレゼンテーションの仕方やマインドセット であ

ったこと、ペトラで観光に携わる人材育成にこのマインドセットを理解し体現して頂くことの重要性について大原よりコメントをした。

4. 第5次現地作業に従事する団員の構成及び派遣日程　ー割愛

その他

- JVより、次回渡航時には観光のピークシーズンに重なることもあり、特にペトラでの宿泊施設は、現在宿泊可能となっているリスト外の施設での宿泊も検討する必要性を感じていることを共有。今回渡航時に、①Petra Elite Hotel　②Amra Palace ③La Maison を視察してきたことを報告し、現時点でリスト外となっている施設の利用を検討頂きたい旨をお伝えした。
  ⇒事務所としては4月はRamadan、その後 Eid Al-Fitr となってしまい視察は難しい為、JICAの安全ガイドラインのリストに沿って候補施設に対し安全確認をJVより行い、利用する上で支障がないとJV内で判断された場合は利用可とのお返事を頂いた。
- ヨルダン国内でのコロナ感染予防に対する意識が薄れていることを共有。（例：本日よりクラウンプラザアンマンの朝食は、セルフサービスのブッフェに変わった。
- 今後現地調査を行う際、同時期に渡航するメンバーの数に条件があるかをJVより質問。
  ⇒現在のコロナ感染状況が続く場合（悪化しない場合）、具体的に〇人という上限は設ける予定はない旨を確認した。しかし、ラマダン明けはミッションが多く、同時期に複数ミッションが重なる場合は、事務所として安全管理体制を整える為に、人数の調整が必要となる可能性はあることを確認。早めに渡航計画を事務所に共有することが必要である旨、助言を頂いた。
- 成田空港到着時、ファストトラックを利用して入国する予定である旨をJVより共有。
  ⇒1日あたりの入国可能人数が7000人に増加したこと、同時間帯に到着便が重なることから、抗原検査の結果が出るまでに時間を要する可能性がある旨、事務所の方々とJV双方で共有。長い場合はフライト到着から5-6時間後に空港を出発する可能性があることを事務所より共有頂いた。

以上

提出・受領資料
＜提出資料＞ ・第五次現地作業調査報告書（案） ・PETRA MP_rev7

ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）
第 6 次現地調査

議事録目次

1 JICA ヨルダン事務所とのキックオフミーティング 1
2 As Salt Development Corporation との面談および市内視察 5
3 USAID との面談 8
4 在ヨルダン日本国大使館　表敬・報告ミーティング 12
5 マダバ市内視察＆料理体験 14
6 PAP Dr. Bilal との面談 16
7 PDTRA Board of Commissioners とのキックオフミーティング 18
8 ペトラ博物館との面談 25
9 Petra Culture Center の視察 27
10 6 つのコミュニティー代表者とのグループミーティング 28
11 Directorate of CRM との面談 32
12 Private Sector とのグループミーティング 34
13 SELA との面談 40
14 Biet Al-Ambat の視察及び面談 42
15 DOA Ma’an 支局との面談 43
16 Petra Museum (Museum Day 関係) との面談 44
17 Baidha Archaeological Cooperative Association との Focus Group Meeting 47
18 PDTRA Dr. Maram との面談 49
19 Wadi Musa コミュニティ代表者との面談 51
20 UNESCO Jordan Office とのオンラインミーティング 53
21 PDTRA Tourism Directorate との面談 56
22 IT Department との面談 57
23 PDTRA Board of Commissioners とのラップアップミーティング 59
24 ベイダ地区の観光資源視察 70
25 PDTRA Risk management との面談 74
26 Rajif 地区代表者との面談および視察 78
27 PDTRA Dep of Operation and Control との面談 80
28 Petra Hotel Association との面談 82
29 USAID Jordan Office とのオンラインミーティング 84
30 PAP Dr.Bilal との Wrap Up ミーティング 86
31 PDTRA Dep of Operation & Control との面談 89
32 Medical center との面談 (The clinic in the archaeological site and the health center of Wadi Musa) 91
33 ECHO Company との面談 93
34 JICA 本部・ヨルダン事務所との現地作業後報告会 95

1　JICA ヨルダン事務所とのキックオフミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 8 日（日）12:10-12:40	
場所： JICA ヨルダン事務所オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
宮原所長様、後藤次長様、山中嶋様	熊田、大原、齋藤（記録）

議事

現地作業対処方針（案）」の内容に沿っての概要の説明を行ったもの。

1. Pilot Project について

（熊田）　Vision, Guiding Principles, Strategic Program について専門家案を提案し、PDTRA 及びその他のステークホルダーと協議し、プレ最終版をまとめることを目標にしたい。 中心議論は Strategic Programs と、マスタープランの有効性を検証する Pilot Projects の協議・検討となる。これまで PDTRA と専門家間で集中的に協議を行ってきたが、ペトラ地域の民間セクターや住民の意見は反映できていない。滞在中には PDTRA との協議と並行して民間セクターや地域コミュニティーからの M/P 骨子や Strartegic Program への声の反映ができるよう、ステークホルダーとの深い議論機会を設けていくことを心掛ける。Pilot Projects は、渡航前に PDTRA と実施したオンライン・ミーティングでスレイマン長官より「JICA の要件である 5 つのプロジェクトに分散せず 1-2 つに集中させて実施する可能性」について問い合わせを受けている。当方からは本プロジェクトの目的である「6 つのコミュニティーや地域の様々なステークホルダーに裨益することに適っていれば検討する」旨を説明している。PDTRA の意見を聞くと共に、ステークホルダーの方々の意見を聞いた上で Pilot Project の選定を行いたいと考えている。

（大原）　Pilot Project はマスタープランの有効性を検証することを目的に実施するものであり、PDTRA の希望する事業にファイナンスを充てるものではない。PDTRA への説明・協議のトーンとして、M/P の内容を踏まえずに「どのようなプロジェクトを希望するか」といったフリーディスカッションにならないよう、注意していく方針。

（宮原所長様）Pilot Project が動き出すのはいつ頃を想定されているか。

（大原）　特記仕様書上は、第 2 回 JCC が始動時期となっているが、そのタイミングで全ての Pilot Projects の契約や調達が済んでいないと想定される。現実的には 2023 年 4 月頃から具体的な活動が始まる見込みである。プロジェクトの数は、1 件当たり 1,200 万円が上限となっており、予算の総額は、6,000 万円であることから、5～6 件程度のパイロットプロジェクトの実施を想定している。

（後藤次長様）MoTA と PDTRA との間でファイナンスを行う政策について前回（3 月）の報告会で聞いたが、それは利用できるのか。

（齋藤）　労働省（Ministry of Labor）が提供する DEF（Development Employment Fund）と PDTRA との MOU のファイナンスの対象は、民間のアソシエーションなど、これまで商業銀行からの融資の対象となってこなかった団体を対象にしており、PDTRA が実施する公共事業を対象にファイナンスを行うものではない。

2. 第 2 回 JCC（2022 年 9 月中旬を予定）の準備について

（熊田）　第 1 回 JCC メンバーを招集し、Geneva Hotel Amman での開催予定。
この期間中、開催を避けるべき日付あれば、ご連絡を頂きたい。。

3. 第 6 次現地調査作業の帰国報告会の実施方法について

（熊田・齋藤）現状 5 月 26 日 15:30-16:30 オンラインでの開催にて山中嶋様へ相談している。現在、JICA 本部のバラダ様が可能であれば上記時間帯で本部・ヨルダン事務所合同で開催を行いたい旨、相談頂いている。日本との時差を考慮し早めの開始を検討したい。山中嶋様を介して調整をさせて頂きたい。

（山中嶋様）　了解した。（斎藤より日時のフォローを 5/10 に行う。）

4. 第 6 次現地作業に従事する団員の構成

（熊田）　今回の作業は全 10 名中 9 名の専門家が同時に現地に入る。マスタープランの骨子やプロジェクトについて専門家皆で深堀りしていくこととする。

5. 今後の予定

（熊田）　より多くの現地のステークホルダーと協議の機会を設け、マスタープランに反映させる為、6 月以降渡航の回数を増やす為の契約変更手続きを現在 JICA 本部と進めている。現在の予定では 6 月中旬～7 月頭に掛けて Strategic Program と Pilot Project のファイナルを行う。その後、9 月中旬頃に JCC 開催、11 月にペトラでのコミュニティダイアローグを開催する予定で進めていく。

(1)　6. その他第 6 次現地作業中の主な行程

（熊田）　5 月 10 日：Dr. Bilal と Vision 案, Guiding Principles 案, マスタープラン案について、3 月の渡航に引き続き深堀りする

5 月 21 日：王宮府での観光関連の会議は今後の会議設定がされておらず現在のところ予定はない。アンマンへの移動や滞在も無くなる見込みである。動きがあったら改めて連絡する。

5 月 26 日：一部専門家（谷村・碓氷・大山）については前日（5 月 25 日）にアンマンへ移動し、26 日に JITOA でのプレゼンテーションを予定している。

（山中嶋様）　JITOA でのプレゼンテーションについて、話す内容はどういったものなのか。

（齋藤）　昨年行った第 1 回 JCC の内容を JITOA 会員に実施する。本プロジェクトの概要説明、ペトラの観光の強み・課題分析を共有する予定。開催日時が今回の現地作業後となるため、実施作業をマスタープラン骨子や Strategic Programs にも触れる可能性はある。アジェンダが決定次第、お知らせする。

（山中嶋様）　メンバーは JITOA 以外に入る可能性がある場合、JCC 以外の内容に触れる場合は、事前にヨルダン事務所へ相談頂きたい。参加を検討する。

（宮原所長様）アンマンとペトラ以外の地域に行く予定はあるか。

（齋藤）　はい、あります。

5月8日：一部専門家（谷村・碓氷・大山）がサルトに視察

5月9日：熊田・谷村・碓氷が、マダバ経由でペトラ入り

齋藤・大原・大山・神宮が、キングス・ハイウェイ経由ペトラ入り

5月17日：齋藤・大原・神宮が、アカバとワディラムへ視察

(2)　日本へのインバウンド需要

（熊田）　日本政府が6月より水際対策を緩和（観光目的での渡航を一部認める）すると報道がされた。

（齋藤）　オセアニアについては、5月2日にニュージーランドが国境を開け、海外旅行に前向きな姿勢も見られ、このところ今年秋、来年春の案件の問い合わせが増えている。

(3)　ヨルダンへのインバウンド需要

（宮原所長様）ヨルダンへの観光客が増えてきたと感じている。ジェラシュを先日訪問し、観光客が続々到着する姿を目にし、伊・仏・西・英語 等、の言語が耳にした。喜ばしい一方で急な観光客増加に伴う観光地のレジリエンスやサステナビリティが心配と感じた。

(4)　ヨルダンでの安全対策

（後藤次長様）滞在中の天気の急変に十分注意をされたい。イードの連休中、5月にもかかわらず雨が降る、砂嵐が起こる等して、視界が悪く、一部（キングスハイウェイのワディ・アラバ辺り）の道路が閉鎖された。

（宮原所長様）5月25日の独立記念日は、念の為、注意・警戒をお願いしたい。人の動きが活発化することが想像される。テロ活動が行われる可能性は例年の状況からすると極めて低いがゼロではない。

（宮原所長様）感染対策には引き続き注意を。実態は以下の通り：
・マスクをしていない人が増えている。
・検査を受ける人数が減少している
・政府高官対象の検査は廃止されている。
・海外からの観光客への検査も廃止され、感染者が入国できる状況である
ヨルダン国内の感染状況は以下の通り。政府実施の COVID-19 感染者のモニタリング検査は1週間に1回程度。
新規感染者数：凡そ 50 名/日
死者： 2 名/週
入院者数：13 名程度
アクティブケース：170 件程

（後藤次長様）イード期間に多くの人との交流機会も多く、引き続き感染対策をお願いしたい。

（熊田）　了解致した。

(5) 本邦研修

（熊田） 本邦研修についての確認・ヒアリングが想定される。スレイマン長官が日本訪問に触れ、強い関心を示している。研修の日程や方法について留意・懸念点があればご教示頂きたい。

（後藤次長） 研修員とスレイマン長官等が同時に渡航する場合は、研修員から（扱いの違いについて）不満が出る可能性がある。上手く行程の調整を行うなどすることが重要である。JICA 本部や研修実施センターへ相談しアドバイスを貰うとよい。

（大原） 本プロジェクトの本邦研修の回数は、全 3 回を予定しており、第 1 回目は、次官・局長クラスを対象とした「本邦招聘」（視察・コネクションネットワーキングが来日の主な目的）と位置付けられており、残り 2 回は実務者や民間セクターの代表者を対象とした「本邦研修」（研修・意見交換が主な目的）となっている。次官・局長クラス向けのプロフラムと実務者向けのプログラムが同じタイミングで重なることは基本的には生じないと考える。

（山中嶋様） 現在 JICA では短期間研修を再開している。JICA は、外国人研修員に対し、入国後、1 週間の隔離を義務付けており、日本政府が定める 3 日目の検査が陰性だった場合に隔離が解除されるという制度はリスクヘッジの為、適用していない。6 月以降政府は待機期間等について緩和する可能性はあるが、JICA がそれに伴い変更を行うかは不確定。また変更をする場合にタイムラグが発生する可能性は大いにあることから、本邦研修を実施するタイミングについては、慎重に検討が必要である。

以上

提出資料
1. 第 6 次渡航対処方針会議資料 2. M/P の Vision, Guiding Principles, Strategic Programs までを協議するためのプレゼン資料 3. 第 6 次渡航アポイントメントリスト
アクション
1. 帰国報告会の日時設定： 5/10 齋藤より山中嶋様へ確認 2. 9 月 JCC 開催日程で避けるべき日時： 5/10 齋藤より山中嶋様へ確認 3. JITOA 招聘メンバーや発表内容： 5/12 碓氷より山中嶋様へ連絡

2 As Salt Development Corporation との面談および市内視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 8 日（火）13:00-16:30	
場所： サルト市 As Salt Development Corporation オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Khaldoun Khraisat (Executive Director)	碓氷、大山、谷村（記録）

議事

2012 年～16 年にかけて JICA の支援による「持続可能な観光支援プロジェクト」を実施したサルト市を訪問し、現在の活動状況をヒアリングした。合わせてサルト市内の視察も実施した。

＜As Salt Develompent Corporation（SDC）からのヒアリング＞

1. 活動の概要

- 1982 年に同 Corporation は設立される。サルト在住の個人や法人が会員となり、活動を支援している。
- 観光開発のみならず、遺跡・景観の保全、地域の福利厚生、女性の活動支援、教育など、地域コミュニティーへのサポート全般を実施している。
- ヨルダンの Development Corporation Law に基づいて設立された NGO である。活動内容について特に制限はないが、活動地域はサルト市内に限られること、また活動を行うにあたり銀行からのローンが受けられないという制約がある。Develop Corporation Law の英語版がないかと問い合わせるが、現在手元にはないため、調べて英語版があれば連絡するとのこと。
- 主な収入は、同 Corporation 所有の不動産（伝統的建築物）の賃貸料、銀行に預けている預金の利子、会員からの年会費、法人からの寄付、ドナーからの補助。
- 旅行商品からの収入は大部分がコミュニティーに還元されるため、Corporation に残る利益は少なく、時にマイナスになることもある。

2. 旅行商品の開発

- 旅行商品の開発は地域に裨益を齎すものであるが、当初、地域に観光客を誘致することに反対する住民もいた。開発する商品はコマーシャル性の強いものではなく、あくまでも地域住民が主体である旨を訴えたことにより理解を得ることができた。商品は伝統的な、建築、衣装、食、ゲーム等を対象とした。
- コミュニティベースの旅行商品を開発するにあたり、各コミュニティーとのミーティングを重ね、「サルトの魅力は何か、地域をどのようにしたいか」という議論を実施した。最初はコミュニティー内でビジネスを行うオーナーとのミーティングからスタートし、更にサーベイ会社も利用して各コミュニティーの意識調査を実施した。
- 地域から出された様々なアイディアをもとに、JICA 側からのアドバイスも得て、サルト市内の歴史的建築物や教育関連の施設を回るなど、いくつかのトレイルを開発、またサルトの有形無形文化財を紹介する博物館の設置、日常生活を紹介するホームビジットといった商品を開発した。
- 旅行商品の開発販売は、本来であれば旅行業のライセンス取得が必要であるが、サルト市にはそれに対応できる旅行会社がなかったこともあり、同 Corporation が造成販売を行うための特別許可を MoTA から付与され、ヨルダン国内の旅行会社と取引をしている。アンマンなどの旅行会社にとっても、コミュニティーと直接やり取りをすることは難しく、その仲立ちとして存在する意義があると思っている。

- サルト市の手工芸品については Made in Salt ブランドの確立を目指し、ブランドコミッティを設立した。市内のアソシエーションやデザイナーが制作した商品についてはコミッティが内容を精査のうえ、そこで承認されれば Made in Salt 商品としてのプロモーションが許可される。市内には Made in Salt 商品を取り扱うショップもあり（ビジターセンター横）、市内のトレイルツアーを実施する際は、最後に必ずこちらの店を案内するなど工夫をしている。また購入品を入れる紙袋にもサルトを PR するデザインが施されている。
- ペトラの土産物店では Made in China の商品が販売されていることは知っている。最初はそれに大変衝撃を受けた。
- USAID などのドナーから受ける支援については、伝統的建築物の修復支援（信用保証）などに活用されている。また USAID は JICA の支援終了後、トレイルの整備や町中のサイネージ整備などの支援をもらい、旧市街である Hamman Street のいくつかのお店では、その店の特徴を紹介するサイネージが店主の写真と共に掲載されており、それらは USAID の支援によって製作されている。
- サルトで実施されているホームビジットは現在 3 軒の家庭が参加している。当初は家族の中には反対する人もいたが、地道に取り組みを始めて成果が出てくると徐々に前向きな方向に変わっていった。参加家庭に対してはフードセイフティ、衛生面の対応などのトレーニングを実施した。また、最初はそれらを確実に実施できるようチェックリストも用意した。各家庭では訪問時にマクルーバなどの郷土料理を提供するが、当初は人数にあった量の料理を用意するのが難しかった。最近では複数のグループを合わせて実施するなどして調整をするように心がけている。観光客を受け入れる過程を教育する上で注力した点として、①食事のプレゼンテーション（沢山出せばよいという考えが根底にあるため）、②タイミングが挙げられる。
- 現地のツアーを案内するローカルガイド（ローカルインタープリターと呼んでいる）養成のためのプログラムを提供している。その中ではタイムマネジメント、サルト市の歴史や文化、緊急対応などを学び、最終的に試験に合格するとインタープリターとして活動ができる。現在は 10 名のインタープリターがいる。ローカルガイドが観光客を連れて歩く姿を見ることで住民が刺激を受け、自分の家にも客を連れてきて欲しいというリクエストも出た。

3. サルト市内視察

SDC でのヒアリング後、ローカルガイド（Mr.Hussan）によるサルトトレイルツアー（JICA プロジェクトで開発）に参加してサルト市内を視察した。

＜視察ルート＞

① As-Salt Gift & Craft Shop（サルトブランドショップ）→②Visitor Information Center→③Historic Old Salt Museum→④Hammam Street（旧市街のショッピングストリート、伝統的な商店街）→⑤ホームビジット（Ms. Fatimah al Zaubi）

（家族との交流＆郷土料理のランチ）→⑥Al-Khadr Church

視察途中で上記１～２に記載の内容を確認した。④のストリートは活気もあり、街歩きとしても楽しむことが出来た。いくつかの店に掲示されたサイネージがそれをさらに盛り上げてくれる。また家庭訪問では家族との交流をしながらランチも楽しむことが出来る。最大で 40 名迄の受け入れが可能で、イタリアやフランスを中心とした欧米のグループも多く訪問している。



ギフトショップの紙バッグ



ギフトショップの店内



Hamman St.の店内にあるサイネージ



ホームビジットで提供された食事

以上

提出・受領資料
なし

3 USAID との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 8 日（日）13:30-14:30	
場所：米国大使館内 USAID オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
（USAID） Mr. Nizar Al-Adarbeth Ms. Rebecca Acuna （JICA ヨルダン事務所） 山中嶋様、Ms.Shereen 様	熊田、大原、齋藤（記録）

議事

事前に準備した「M/P の Vision, Guiding Principles, Strategic Programs までを協議するためのプレゼン資料」を使用し、プロジェクトの進捗状況の共有、それに対する USAID からのインプット、また USAID が現在ペトラを対象に取り組んでいる（今後取り組むことを検討している）プロジェクトについてヒアリングした。

1. M/P の Vision

（USAID） JTB が展開している文書に使用されている用語を使うなど、Vision 初めマスタープランの文書作成の際には国レベルで作成されている文書内容と一貫性をもたせることが大変重要である。その点を念頭に置くことを勧める。

（JICA TEAM）アドバイスを頂き感謝する。今回作成するマスタープランの特に Vision の部分においては、ペトラ地域の住民、観光業に携わる地元の様々なステークホルダーとの強い連携を促進すべく彼らの唱える Vision として示すことを目的としている。JTB が対外的なプロモーション目的に作成しているキャッチコピーと趣旨が異なるものの、我々としてもその点は非常に重要だと認識している。

（USAID） 現在、ヨルダン全体の観光戦略が策定される中、コミュニティー対象とはいえ外部に Vision 等の言葉が発信されるのであれば、MoTA や JTB と平仄を合わせていくべき。また、英語のみの文書となっている様だが、（マスタープランの活用及び観光の裨益を行き届かせたい対象が地元民であるからこそ）本来であればアラビア語での議論がされて英語に翻訳されていくべきではないのか？いずれにしてもアラビア語バージョンを作成することを勧める。また、自分たちも度々直面する課題だが、英語の直訳では同じメッセージ性を保てない。マスタープラン及びその骨子に含めるメッセージを理解した上で、ネイティブなアラビア語訳を作成出来る専門家を投入することが必要である。更には、6 つの各コミュニティーの住民代表者複数名とフォーカスグループを開催し、彼ら自身が自分の言葉で表現する機会を設けることを勧める。Al Hussein Bin Talal University の Dr. Zeyad Al-Salameen に相談すると良いだろう。

（JICA TEAM） 検討する。ちなみに、本件に関して、6 つのコミュニティーへのアプローチはコミュにティー毎に行うのが良いか、それとも纏めたかたちが良いと思われるか。

（USAID） 可能出れば、それぞれからしっかりと意見を集める為に、コミュニティー毎に行った上で、グループミーティングとするのが良いだろう。

（USAID） 6 つのコミュニティーに関連して：彼らと PDTRA との間で “Tribal Council” が定期的に行われている。過去の協議内容を把握しておくことは非

常に大事である。ただあまり深い入りすると纏められなくなる可能性にも留意する必要がある。

（JICA TEAM）その様な場が設けられていることは我々としても認識している。改めてPDTRA へ確認を行う。

2. Guiding Princilples

（JICA TEAM）持続可能性と強靭性が今回の MP の柱であるため、成長と持続性を基本に対比表現を用いた表現としている。

（USAID） 基本的な概念について理解した。また、良い形で表現されていると思う。Vision 同様に、この先ブラッシュアップをするプロセスの中で、JTB が展開している文書に使用されている用語を使うなど、国レベルで作成されている文書内容と一貫性をもたせる工夫をすることを勧める。

3. Strategic Programs

予定していた会議時間では協議しきれず、先方に一度資料に目を通して頂いた上で、改めて今回の現地作業中にオンラインでの会議（1.5 時間）を設定することとした。特に DM-6（Reactivate Visitor Center）については、USAID の支援のもと建設された施設に関するものである為、必ず会議の実現をしたい旨をお伝えした。

(1) DM-1（Establish Destination Management Framework in Petra under PPP）

（USAID） 良い案だと思う。だが、“PPP”という用語は提案内容に誤解を生む可能性が非常に高い。ヨルダンでは、PPP の定義が PPP 法に定められており、PPP＝Public Private Partnership の略であり（Queen Alia 空港のように）政府の公共事業に対して民間投資を導入するスキームのことを意味する。今回提案する内容は、PPP 法の定義に沿ったものではないので、誤解を与える恐れがあるため、適切な言葉に言い換えることが必要である。

（JICA TEAM） アドバイスを頂き感謝する。言い換え方を検討する。
ヨルダンの観光戦略で利用されている言葉・ターミノロジーも USAID のアドバイスを頂きながら平仄を合わせたい。

（USAID） 合わせて、6 つ全てのコミュニティーを対象に行うことは理想的ではあるものの、自律的な運営を出来るまでには 5 年以上掛かるだろう。マスタープランの検証を行うステージでは、1-2 つのコミュニティーを対象に（試験的に）取り組み、他のコミュニティーへも適用可能であるスキームであるか、また何が適しているスキームなのかを見定めてはどうか。

（JICA TEAM） ためになるアドバイスを頂き感謝する。検討する。

(2) DM-2（Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033）

（USAID） この案には非常に興味がある。COVID-19 の影響で具体的なアクションには至っていないものの、USAID は、UNESCO の Integrated Management Plan の Recommendation に含まれる PAP＋バッファーゾーンの一部を対象にペトラを GSTC の下、環境にやさしい観光地グリーンデスティネーションとする取り組みを 2019 年から進めている。

（JICA TEAM） INSTO プログラムとして UNWTO と組む予定はあるか。（ヨルダン出身であり UNWTO の事務局長を務めた）リファイ氏との連携ができると考えるが。

（USAID） 今のところ、そのような予定はない。

(3) DM-3（Create Weekly Local Market）

（USAID） “Souk by the Sea” というウィークエンドマーケットが、毎週アカバで開催されており、アンマンのレインボーストリートでも、Souk Jara が毎週開催されており、（COVID-19 により最近は開催しおらず、現在の開催状況は不明）組織立った非常によくマネジメントされていたものであった。Jordan Handicraft Producers Association が主に携わっていたので、相談してみると良いだろう。

（JICA TEAM） アドバイスを頂き感謝する。

(4) DM-4（Install new Ticketing system）

（USAID） 非常に良い案だと思う。ぜひ実現させて欲しい。PAP の団体予約の確立も行えた場合、ツアーオペレーター達も喜ぶだろう。

チケットを交通機関と組み合わせるのが良い。交通機関については、現在 USAID として PDTRA と、PAP から Baidha を繋ぐプロジェクトに取り組み始めている。

Jordan Pass のモデルを参考にすると良いだろう。MoTA に相談し、チケットからの収入がどのように何処へ届いているのかも確認するのが良い。

観光データ管理については、USAID でも行っている。

(5) DM-5（Activate Heritage Village）

（JICA TEAM）PAP 入口付近の（Wadi Musa の）交通状況の改善にもなると考えている。

（USAID） その可能性は充分にあるが、現在 PDTRA が Baidha に建設計画をしている新たなビジターセンターとコンセプトが似ている様である。（PDTRA は国際的なブランドにテナント貸しをすることや、馬とロバを使ったファミリーフレンドリーな体験を提供するなど、他の計画を考えている様だが）Heritage Village は、文化体験を提供する施設、また夜間プログラムの提供施設とするのが良いと考えている。

関連して、高い質の食べ物や手工芸品、質の高い観光商品のニーズを多くの観光客が持っていることをペトラの住民に理解してもらう必要性を感じている。ここは日本チームに USAID としても期待している。

PDTRA はアドベンチャーツーリズムに焦点を当てているが、目線をシフトさせ、子供たちが楽しみながらも学べる体験を提供することに尽力すべきである。例えば発掘の疑似体験、儀礼、何らかの形で水管理システムについて学べる体験など、ペトラで体験することに意味があるプログラムを Heritage Village で提供出来るなら、非常に良いだろう。過去の連携可能な過去の取り組みを紹介する。

Baidha ならではの文化を紹介する施設として Heritage Village を使用するのも一案である。

（JICA TEAM）具体的なアドバイスに感謝する。世代間の持続可能性の観点からも教育視点は重要。JCC でも議題となった。Edutainment（教育要素を含んだエンターテインメント）の観点も含めて PDTRA と議論をしていきたい。

4. その他

(1) ヨルダンの観光に関する戦略/マスタープラン（2023-2033 年）について Royal Hashemite Court で行われていた会議の内容

（Mr.Nizar） 自身も一員として参加していた。内容については、今月中（5 月中）を目途に成果文書が発表されると聞いている。参加メンバー以外に展開するタイミングについては現状未定である。

(2) Key Performance Indicators

（Mr.Nizar） 昨年 11 月の第 1 回 JCC の際にも挙げたとおり、観光業に直接係る（宿泊業者やレストランなど）事業ごとの発展についても加える必要があるだろう。例えば、Taybeh で営業するベドウィンキャンプ数の増加など。

（JICA TEAM）検討する。

(3) 世代間の感覚のズレについて

（Mr.Nizar） ペトラに限ったことではなくヨルダン全体で（しかしペトラなど郊外地域で顕著であると思われる）、女性が働くことへの考え方など、生活環境や働き方について年配と若者間で大きく考え方が異なる。この事実は受け止めながらも、国や地域の発展の為には良い方向へ転換する必要がある。

（JICA TEAM） 改めて別途オンライン・ミーティングの設定をしたい。

（USAID） 了解した。

以上

提出資料
4. M/P の Vision, Guiding Principles, Strategic Programs までを協議するためのプレゼン資料

アクション
5. USAID とのオンラインミーティングの設定　齋藤→Shreen さん・山中嶋さん→Nizar 6. Entertainment 関連でエイコレという組織がある発言が Nizar 氏からあった。確認要。 7.

4 在ヨルダン日本国大使館　表敬・報告ミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 8 日（日）16:30-17:00	
場所： 在ヨルダン日本国大使館	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
嶋﨑　郁　大使 Kei Kikuchi　Second Secretary 経済班 徳尾　幸　Second Secretary 経済班 JICA 後藤次長様	熊田（記録）、齋藤

議事

「第 6 次現地作業対処方針（案）」の内容に沿って今次調査の概要の説明を行った。

1. 本 Project について

（熊田）　今回で 6 回目の調査となる。今次調査はペトラ地域の住民・民間セクターの声を反映した観光計画の Strategic Program をまとめていくことを主目的する。中心議論は Strategic Programs と、それを検証する Strategic Program の有効性を検証する Pilot Projects の協議・検討となる。来月（6 月）中旬より約 3 週間再度現地での作業を行った後、9 月には第 2 回 JCC を開催予定であり、プロジェクト第 1 期の成果、マスタープランの素案を JCC メンバーに提示する機会となる。今回の 5 月の渡航では、その実施準備を行う予定である。

これまで PDTRA と専門家間で集中的に協議を行ってきたが、ペトラ地域の民間セクターや住民の意見は反映できていない。滞在中には PDTRA との協議と並行して民間セクターや地域コミュニティーからの M/P 骨子や Strategic Program への声の反映ができるよう、ステークホルダーとの論機会を設けていくことを心掛ける。PDTRA の意見を聞くと共に、ステークホルダーの方々の意見を聞いた上で今後 Pilot Project の選定を行うえている。Pilot Project については、5 つ程（各 1200 万円を上限として）今年の 10 月より約 1 年間に亘り行う予定であり、マスタープランを検証する為のプロジェクトとなる。

（嶋崎大使）　2021 年 10 月にペトラを訪問した際に、多くの方から日本の同地域への支援について感謝と称賛の声を頂いた。観光計画で現地に入っている専門家の皆さんの活躍が大変大きいと感じている。引き続きよろしくお願いしたい。

一方で観光客が戻ってきたと聞いている。混雑の解消等も含めて地元の住民や事業者に歓迎される計画策定を引き続き進めて頂きたい。前任地のチェコ（プラハ）ではコロナで観光客が減った際に、地域の人たちが真のプラハの姿を楽しめたと多くの観光客が来ることを実際には歓迎しない風潮もある。景観保全、廃棄物の処理、騒音防止などについても考えていくべきだろう。またヨルダン南部地域との連携が重要だと考えている。JICA の推進しているアカバマスタープランとの連携も視野に入れて欲しい。

（徳尾書記官）　前任地のベニスでは大型客船が頻繁に来航し、観光地はお客様で溢れ混雑がピークであった。ゴミも多く散乱していた記憶がある。現計画は今の時代にあったサステナブルツーリズムを踏まえた内容であると理解している。遺跡保全については特に重要だと考えている。またレピュテーション・コントロールの観点から遺跡公園内で行われているビジネスの整備が必要だと強く感じている。また地域内の移動システムについても利便性改善に取り組むべきだと考える。

（熊田）　PDTRA はペトラ地域内を結ぶ交通機関整備やバックゲートからのアクセスができるような仕組みを PDTRA として現在検討している。これまでは要人・

	VIP のみが遺跡内を往復せずにバックゲートからのアクセスが可能であったが、今後は一般の観光客もバックゲートを利用できるようになり、1 日目は遺跡公園正面口よりエルハズネへ行き、2 日目はバックゲートからエルディルへ行くことが出来るなど、遺跡の訪問もバリエーションが生まれる。
(嶋崎大使)	交通に加えてアクセスポイントの多様化は大変重要な視点。それに関連してルート（エルハズネ以外の周辺トレール）の多様化も進めていくと良いだろう。また洪水危機管理についても留意して観光計画を策定して欲しい
（熊田）	灌漑とリスク管理を両立させているオリーブ畑の重要さについて、自身の現地調査を通じても感じている。オリーブ畑が土砂崩れを押えていることを改めて認識した。オリーブの木を植えることで景観保全や洪水危機管理にも繋がり、実った実を商品化することで経済支援にもなる。PDTRA もオリーブ畑の保全の重要さを認識しており、既にドナーとの連携をし始めた様子。今回のプロジェクトで後押しをすることが出来ると良いと考えている。 石見銀山の様に（山を切り出し、砂鉄を掘り出して出来た場所が棚田として使われ、その棚田の景観が注目を集め、観光地化した）ペトラも上手く転換を出来ると良いと感じている。
（徳尾書記官）	ペトラ地域の各コミュニティーで観光に関する強みや違いはあるのか。景観は似ているように思われるが。
（齋藤）	Taybeh では焼き物、Baidha ではベドウィンキャンプがある。観光に対する姿勢（自身のコミュニティーを対外的にプロモートする姿勢）には大きな差がある。Rajif については 自身のコミュニティーの観光素材を発掘し tourism society を立ち上げる現在具体的なアクションを現在取っているが、他のコミュニティーでは政府や他ドナーの援助を待ち続けている等、非常に消極的なコミュニティーもある。
（徳尾書記官）	Pilot Project の実施スケジュールはどのようなものか。全て同時に行われるのか。
（齋藤）	バリューチェーンの“Product and Design”のステップは新商品開発をするプロジェクトは、早い段階で実施するが“Sales and Promotion”は後の段階で実施される可能性が考えられる。
（Kikuchi 書記官）	JCC で多くの関係者が参加し、良いスタートとなっていると感じている。一方で多くの関係者がいることの難しさもあると考えている。調整が大変だと察するが、是非良い形に纏めて頂きたい。
（熊田）	6 つのコミュニティーの方々や民間セクターと議論を密にし、実践的な計画策定を進めたい。
	以上

1. 第 6 次渡航対処方針会議資料
2. マスタープラン・ガイディングプリンシパル資料

アクション

1. 9 月 JCC 開催日程で避けるべき日時： 5/10 齋藤より山中嶋様へ確認

5 マダバ市内視察＆料理体験

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 9 日（火）8:30-13:30	
場所： マダバ市内	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
<FOOD BASKET restaurant> Mr. Elias Khzous（オーナー） Ms. Feryal Karadsheh（オーナー夫人）	熊田、碓氷、谷村（記録）

議事

ヨルダン国内の旅行行程においてアンマン～ペトラ移動時に組み込まれることの多いマダバの観光施設について直近の状況を視察し、また体験型商品としてアンマンの旅行会社が提供しているローカルレストランでの料理体験プログラムに参加した。詳細は下記の通り。

1. マダバ市内観光施設視察

- ネボ山（8:50-9:30）

  モーゼ終焉の地として知られる。山頂にはイタリアのカトリック教会の支援で建てられた教会があり、内部にはモーゼに関連したモザイクが保存されている。
  昨年訪問した際は新型コロナウイルスの影響もあり訪問者は少なかったが、今回は 9:00 前の訪問にもかかわらずイタリア、フランスの団体が訪問しており、その後も続々とバスや乗用車が訪れて盛況であった。なお、教会内では、柵を越えてモザイク画の保全エリアに立ち入って写真撮影を行うツアー客が数名見られた。マナーの課題なのか、柵設置方法で保全エリアに簡単に踏み入れる構造になっていることが理由なのか。全社であれば極めて残念である。

- 聖ジョージ教会（9:50-10:20）

  死海を中心としたヨルダン・パレスチナ・エジプトを描いたモザイク画が有名なギリシャ正教の教会。こちらはネボ山以上に混雑しており、モザイク画も順番に並んでみるような状態であった。

こちらの 2 施設がマダバ市内の主な観光箇所で、併せて 2 時間程度あれば見学が可能。アンマンとペトラ間の立ち寄り箇所としてはルート、時間的にも適当と言える。ネボ山とマダバ間は約 20 分程度で移動できるが、マダバ市内の混雑を鑑み、余裕を持ったスケジュールを策定することが望ましい。

2. マダバ市内のローカルレストランでの料理体験

アンマンにあるツアーオペレーター（NET TOURS）から紹介を受け、同社がマダバで提供している料理体験プログラムに参加した。レストランオーナー夫人である Ms. Feryal Karadsheh が講師となり、レストランスタッフがサポートについてプログラムを行う。

会場となったのは「Hikayet Sitti Food Basket」レストランである。こちらは建物が 2 棟あり、1 つは 50 名収容、もう 1 つは 200～300 名（夏のテラス席を利用した場合）収容可能。

人数が少ない場合は小さなレストランの、人数が多い場合は大きなレストランのキッチンを利用し、最大で一度に 50 名までの参加が可能。なお、レストランでは現在ワインセラーの建設とテイスティングツアーの提供を予定しており、今月末には完成の見込み。Jordan River がテイスティング等の研修を実施する。

料理体験プログラムの詳細は下記の通り。

＊料理内容の説明（10 分）

＊料理体験（50 分）

＊作った料理での昼食（1～2 時間）

レストランは家庭的な雰囲気を大切にしており、オーナー夫人も気さくな雰囲気で話しかけてくれるので楽しく体験ができる。また料理に入る前に、ご家族の歴史等を、写真を見せながら紹介してくれるのも高付加価値を感じた。

今回のメニューはサラダ 4 種（ムタバル、フェッタ、ザータ、ヨーグルトサラダ）とマクルーバだったが、実際には材料を切ってスパイスや調味料と合わせる程度で、その後はレストラン側で調理をしてくれるので難しいということもない。
出来上がった料理は昼食としていただくことができる。レストラン側は体験費用として 20 ドル（約 14 ディナール）をヨルダン国内のツアーオペレーターに請求、ツアーオペレーターは海外の旅行会社に対して 25 ドル程度で卸しているとのこと。

観光施設の見学に料理体験プログラムを組み合わせることでマダバ市内での滞在が 2 時間→1 日となり、その分マダバ市内での観光消費額が増える。ペトラでの商品造成、コミュニティ内での消費額増を考えるうえで参考になる事例である。
Elias 氏夫妻が同レストランを開始したきっかけは、ツアーガイドであった Elias 氏が旅行会社からの依頼でホームビジット兼家庭料理体験を自身で企画したことが始まり。日に日に評判になり、ご家族で相談してレストランを開設して日常生活のような雰囲気を残したレストランを開設した。同施設の改修にあたり USAIDS から 25,000JOD の Grant を受け、古民家をレストランにしている。
Grant の条件としては地域雇用や地域調達等が条件にあったとのこと。実際、事業としたのは 9 年前から







提出・受領資料
なし

6 PAP Dr. Bilal との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 10 日（火）9:00-9:45	
場所： PAP 会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr.Bilal Khrisat (Commissioner of PAP) Mr.Khalil Mashaleh (Tourism Directorate)	熊田、齋藤、大原、碓氷、神宮、大山、 谷村（記録）

議事

マスタープランアップデートの共有と意見交換を実施した。内容は下記の通り

- （熊田より配布資料の説明）マスタープラン資料、4th Layer アップデート版
- （齋藤）4th Layer については本日の Commissioner とのミーティングでも共有する。
- （Dr.Bilal）時間が本日 30 分しかないので、確認が必要な事項に絞ってチェックしたい
- （大原）今回のミッションでは Strategic Programs の詳細について議論したい。また、ビジョン、ガイディングプリンシパルは PDTRA で議論した内容、コメントを伺って意見交換したい。
- （Dr.Bilal）今回のミッションのマイルストーンをミーティングで示して欲しい。
  4th Layer の資料は事前に共有されているか。各コミッショナーが事前に目を通していれば議論の時間を減らさずに済む。
  →Khalil さんからコピーを各コミッショナーに事前配布してもらう。
- （大原）今回のミッションのマイルストーンは、まず、3 月の調査の際に提案した Vision、Guiding Principles、KPI 等について PDTRA とのコンセンサスを得ることである。Vision については、配布した 4th Layer の文書を基に説明したい。次に今回の 5 月の調査を通して提案を行う Strategic Programs の内容を協議し、コンセンサスを得たい。さらに、次回 6 月の調査において選定を行う Pilot Projects の選定クライテリアについて、JICA の Pilot Poject の実施に係る条件等を具体的な Pilot Projects を確認する。
- （齋藤）（資料の内容を説明しながら）今回は Strategic Programs の内容について各コミッショナーからご意見をいただきたい。
- （Dr.Bilal）この Strategic Programs は JV 側の認識に基づいたものということでよいか。
- （齋藤）その認識でよい。
- （大原）Strategic Programs に含まれる各 Project は、これまでの調査に基づき、前回 3 月の調査で提案したマスタープランのフレームワークに基づいて提案されている。
- （Dr.Bilal）Pilot Projects の目的はマスタープランの有効性を検証し、検証結果を M/P に反映することによって、M/P をより効果的に実施するためのものである、と理解している。
- （齋藤）その通りである。
- （熊田）9 月には 2 回目の JCC を開催する予定なので、今回と次回渡航で Pilot Projects の詳細まで確定できるようにしたい。そのためにも各コミッショナーから今回提案する Strategic Programs についてインプットをいただきたい。
- （齋藤・熊田）今回は JV から提案した Strategic Programs 案を検討してもらい、次回渡航で実施内容を決定するイメージ。ただある程度内容については本ミッションでクリアにしたい。

- （Dr.Bilal）現状を見ると少々一方通行的になっている印象があるので、PDTRA 側ももっと積極的に関与する必要がある。
- （齋藤）JICA とのミーティングで、英語バージョンをアラビア語にした場合に意味が変わってくるのではという指摘もいただいた。その点をカバーできるメンバーや、地域のキーパーソンの参加なども今回必要ではないかと考える。
- （Dr.Bilal）各コミッショナーは日常業務が多くある中で対応をしなければならない。そういう状況でできるだけ効率的に検討ができる方法を考えたいと思っている。
- （大原）提案する五つの項目の Strategic Programs それぞれについて、各分野の適切な関係者と具体的な協議を進めるためのワーキンググループを設置してはどうか。
- （Dr.Bilal）上記のような状況を踏まえると、PDTRA 側でも本プロジェクトにある程度専念できる 3～4 名のスタッフを配置する必要がある。こうしたプロジェクトに精通しているスタッフの雇用について、JICA や MoTA と相談することはできるか？
- （熊田）本ミッションでは五つのバリュー毎の Strategic Program に対応する PDTRA のカウンターパートを決め、その後で専門に本プロジェクトに対応するスタッフの配置について検討をするのはどうか。
- （Dr.Bilal）本プロジェクトについて JICA 側ではどんどん進めていただいて構わないが、PDTRA 側のコミッショナーがこれに専念できないことが問題。そのために、本プロジェクトの内容を理解し、専念できるスタッフの配置が必要。PDTRA 内の現スタッフで選任できれば問題ないが現状では難しい。この点を本日のミーティングでも問題提起したい。
- （齋藤）今回持参した資料を関係ステークホルダーや民間セクターにシェアしても良いか？
- （Dr.Bilal）本日のコミッショナーとのミーティングで情報共有の可否については相談したい。

以上

提出・受領資料
マスタープラン資料（修正版）、Vision 4th Layer ドラフト

7 PDTRA Board of Commissioners とのキックオフミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 10 日（火）17:00-20:00	
場所： PDTRA 大会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
● Dr. Suleiman Ali Al-Farajat（Chief Commissioner） ● Dr. Bilal Al-Khrissat (Commissioner of PAP & Tourism) ● Mr. Murad Al-Farajat ● Mr. Khalil Mashaleh	熊田、大原、碓氷、谷村、大山、神宮、齋藤（記録）

議事

今回の渡航に向けて、JV で協議・纏めたプレゼン資料 に基づき、M/P 作りに関わる Vision, Guiding Principles, Strategic Programs について、PDTRA の Commissioners との協議を目的に開催。

1. 熊田さん&齋藤からの挨拶

いよいよ本プロジェクトも本格的にマスタープラン作成に向けて骨子を固める重要な段階となっている。マスタープランの骨子となる Vision と Guiding Principles については、今回の渡航中にプレ・ファイナル版の合意を目指している。マスタープランは長期的に使用されるものである為、コンセプトに加えて使用する用語の選択も重要であると認識している。前回 3 月の渡航から今回 5 月の渡航の期間に、3 月の渡航中交わした意見を基に Vision の 4th Layer を専門家で作成し、またこれまでのベースラインサーベイを共に Strategic Programs についても案を作成した。我々が準備した案へ忌憚のない意見を頂き、協力してブラシュアップ出来ればと思う。

2. PDTRA よりプレゼン資料の統計に係る部分についての質問及びインプット

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）以前に頂いたプレゼン資料に目を通した。 1 点非常に気になっている点がある。資料 p.9 に示されている 「Number of Nights spent – Petra-」はどこから引用してきたのか？

⇒（JICA TEAM）MoTA が開示している資料です。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）我々が認識している数値（1.2 泊）よりだいぶ高い値であり、誤っている。PDTRA の所有する統計を共有する必要があるので、Mr. Khalil より共有する。

⇒（JICA TEAM）かしこまりました。感謝致します。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）p.8 「Number of visitors to Petra by source region」については、非常に喜ばしい果である。2018 年に比べて、2019 年は欧州からの訪問者が 42% 増加したということは非常に嬉しい。人数の増加も大事だが、増加率が約 50% 上った事実が大事である。

⇒（JICA TEAM）欧州の増加率については、その通りです。一方でアラブ圏からの訪問者数が「-1%」となっていることにも着目したい。この統計結果は、アラブ圏からの訪問者数を今後伸ばすポテンシャルがあると考えられる。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 伸ばすべきマーケットとそうでないマーケットとある。アラブ圏については、現状特別注力すべきとは考えていない。

⇒（JICA TEAM）p.5「The top 30 countries visited Joran」と p.6「The top 30 countries visited Petra」を参照頂きたい。ヨルダンへの訪問者数でトップの国はサ

ウジアラビアであるが、ペトラへの訪問者数ではランク外である。彼らは中々にハイスペンダーであり、無下には出来ない。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） サウジアラビアからはクルーズ船でも来る。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）旅行客の期待に応えられる観光商品を提供出来ることが大事である。現在の世界情勢、COVID-19 など、観光への影響を踏まえ、周辺地域からの観光客数を増やすことも大事だが、消費額を増やす術を考え、マスタープランに含めることが良いと思われる。

3. Vision 4th Layer について

JICA TEAM より、3 月の渡航の振り返りの意図を踏めて、改めて Vision 1-4rd Layer の使用方を説明すると共に、コンセプトの認識が一致しているか確認を行った。事前に JICA TEAM が準備した文書を基に行われた協議内容は以下のとおりである：

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） コンセプトや構成について特別異議はない。4th Layer の「TOURISM IN PETRA TODAY」の文頭がマイナスな内容、且つ読み手に誤った印象を与える内容から始まることは良くない。ペトラが「over-tourism」となったのは 2019 年に限られたことである。「natural disaster」とは何を指しているのか？ポジティブな内容＋それにもかかわらずいくつかのリスクがあり、最後に COVID-19 という大きな波が来た、というような表記方の方が正しいと感じる。

⇒（JICA TEAM）natural disaster＝Flush-flood です。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） それであれば「natural disaster」の用語は大袈裟であり相応しくない。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 「OUR STORY –The Nabatean Legends」の箇所で使用されている「the vast desert」という用語はペトラを指す用語として相応しくない。ペトラは広大な砂漠ではないので、誤った印象を読み手に与える。「vast」という単語も、誇張表現となり良くない。「Arabian desert」と置き換えるのが良い。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 「Raqmu」を使用したことはとても良い。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 「As-Salam」を使用したことも非常に良い。「Salam」はアラブ世界で頻繁に使用されている重要な用語であり、現代のアラビア語に大きな影響をナバテア語がもたらしたことの象徴である。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 「Legend of Harmony」の箇所、「a legacy that has been passed down in the traditional technologies of locals living in PETRA today」の部分は誤った情報である。ペトラの中には誰も住んでいるべきではない為、最後の部分を「around PETRA」と修正すべき。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 「OUR VISION」の箇所、最初の項目に使用している「Unite」という単語は、ナショナリズム、戦争、（サッカーなどの）試合 など、何かに対抗するイメージを呼び起こす為、他の単語に置き換える必要がある。項目自

体を「Our Identity」、「A collected local Identity」、「Putting together the Locals」などに変更するのが良いだろう。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） Community について 6 つのコミュニティー＋コミュニティー名が具体的に書かれているが、ここは「Communities」という General な表記にしてほしい。更に、「We also to aim to expanding」の部分は英語に誤りがあると思われるので修正が必要である。※「We also aim to expanding」が正当

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 3rd Layer に「we strive to become a world-class destination」と記載しているが、ペトラは既に「world-class destination」であり事実に反するので修正が必要である。「we strive to strengthen our position as a world-class destination」とするのが良い。また、「safety」という用語も使用することを控えたい。この用語を敢えて使用することで「ペトラには何か危険な環境があり安全策が必要なのか」と読み手に印象を与えてしまう。

⇒（JICA TEAM）貴重な多くの意見を頂き感謝します。頂いた意見を基に、再度 JICA TEAM として案を作成し、提出致します。

4. Guiding Princilples について

JICA TEAM より、前回（3 月）にペトラを離れる前に PDTRA との間でコンファームした内容から特別変更を加えていない旨を説明。PDTRA より現在のもので進めることに異議はないことを確認。

5. Strategic Programs について

バリューチェーンに示している各分野の専門家ごとに、未だドラフト段階であると説明した上で、Strategic Programs の発表を行った。協議内容は以下のとおりである：

- **Destination Management（大原）**

資料 p.38 を用い、殆どのプロジェクトは現在在るものを利用して行うものであることを説明。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 11 個のプロジェクトの内、既に PDTRA として取り組んでいるものがある。DM-3（Create Weekly Local Market）はこれまでに開催している。DM-4（Install new Ticketing system）は現在 online-ticketing に取組んでいる。DM-5（Activate Heritage Village）は現在景観プロジェクトを始めたことに加え、遺跡公園バックゲートからのアクセスについても運用に取組んでいる。

DM-8（Promote electric rent-a-bike system...）については、乗り物を限定せず eco-friendly transportation system と表記するのも良い。

DM-10（Develop 4R System for Tourism Crisis Management）と DM-11（Develop 3R System for Sustainable Environmental Management）は良い案である。

DM-1（Establish Destination Management Framework in Petra under PPP）をピックアップし、Rajif のコミュニティーが立上げを計画している Tourism Society を例に、ペトラの観光に携わる人の中でのキープレイヤーを代表者として、各コミュニティー＝地域住民が

観光に係る機会を創出する組織作りに取り組む重要性を説明。経済的・社会的・文化的に持続性を保つために有効であることも説明。
※大原より PPP という用語が誤った認識を与える為この用語は participating approach などに置き換える予定である旨を説明

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 提案内容に同意できない。（ATC 作成の）過去のマスタープランでコミュニティーに大きな期待感を持たせたが、結果的に彼らの利益に繋がることはなかった。期待だけ膨らませて結果を伴わない状況は作りたくない。また、同マスタープランで PDTRA が彼らを操っているという印象を植え付けた。こういった状況を作り得ることは避けたい。また、尽力すべきエリアは Wadi Musa, Umm Sayhoun, Baidha の 3 つである。

⇒（ﾋﾞﾗﾙ氏） Destination Management の価値を見出すことが重要である。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） ヨルダンの文化とは、組織化せず流れに身を任せて生きるものである。ペトラで実在する制度且つ受け入れられてきた制度とは、サプライヤーたちが築いたものであり、政府の役目は彼らにお金を出すことであり、それ以上の役割を求められていない。また、これまで PDTRA の役割の大部分は crisis management である。わたしはツーリズムに取組みたいと考えている。ペトラのツーリズムは過去 20 年間殆ど前進していないと言っても過言ではない。未だ道に番号も振られていない。世界は発展してきたが、ペトラは発展していない。

● **Product Design（谷村）**

資料 p.62 を用い、大枠を説明。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） PD-3（Development of Family-oriented & Evening Programs）については、「Family-oriented」部分は無くすのが良い。

PD-5（Develop Petra as a MI destination）の「MI」とは何か？

⇒（JICA TEAM）Meeting と Incentive を指しています。

PD-2（Development of Community Based Programs）の概要を説明。

⇒（谷村）（先の DM-1 で、コミュニティに対して過度な期待感を抱かせることを避けたい、とスレイマン長官からコメントがあったことを受け）タイトルや内容についてはそうした期待感を避けられるよう、継続して PDTRA と内容を検討していきたい。

※特別 PDTRA からのコメントはなし。

PD-3（Development of Family-oriented & Evening Programs）の概要を説明。Evening Programs については、Petra by Night をより良いものにする取り組みも考えていることを説明。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） Petra by Night に手を加えるのではなく、テクノロジーを駆使した新たなコンテンツを作るのが良い。Sustainability Fund も上手く運用するのが良い。

PD-4（Dispersal of tourists to the six communities）の概要を説明。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） QR コードを使用するのが良い。

PD-5（Develop Petra as a MI destination）の概要を説明。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） ペトラでは既に国際的な会議の開催実績があり、来年 3 月にも国際的な大きな会議が行われる予定である。2000-3000 人を収容する、宿泊施設なども併設するコンベンションセンターの建設計画も具体的に進み始めており、近々 feasible study が開始される。MICE の誘致には非常に興味がある。

PD-6（"Made in Petra" Product）の概要を説明。Heritage Village の活性化に絡める仕組みについても触れた。

⇒（ﾋﾞﾗﾙ氏） ペトラに在る石で、手工芸品作りに利用できるものがある。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） King Hussein Foundation の協力のもと作られているシルバー製品もよい。地域貢献、また質のよい製品作りに精通している Jordan River Foundation に技術移転の協力、ノウハウの伝授を依頼すると良いだろう。

⇒（ﾋﾞﾗﾙ氏） ホームメイド製品も良い。Umm Sayhoun の純正はちみつなど、製品化すると良いだろう。非常に質が高い。ペトラには、アプリコットや、ムシムシ、ドライイチジク、ピーチなど、多くの美味しい果物もある。

USAID がアズラクで取り組んだ彫刻品は、今でも作られ続けておりサクセスストーリーの一つである。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） Heritage Village に絡める案は良い。

PD-7（Re-branding of Petra Region）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 昨年 PDTRA でもブランディングの更新を行った（RAMS グループによるロゴの作成など）。

● **Service & Hospitality（碓氷）**

資料 p.79 を用い、大枠を説明。

SH-1（Hotel and Restaurant Service Quality Improvement）と

SH-2（Local Guide Service Quality Improvement）の概要を説明。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） どちらも良い提案である。

SH-3（Awareness Enhancement）の概要を説明。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） これは非常に良い提案である。我々もこれまで表彰は機会のある時に行ってきたが、形ばかりであまり中身は伴っていなかった。

SH-4（"Kanko Juku" Workshop for Tourism Business）の概要を説明。

⇒（ﾋﾞﾗﾙ氏） 経済面に関することだけでなく、環境面にも関する内容を加えるとより良いプロジェクトとなるだろう。

● **Research & Development（大山）**

資料 p.52 を用い、大枠を説明。

RD-1（Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA）と

RD-2（Develop thematic heritage trail connecting museum as core and heritage sites）の概要を説明。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）　Destination Management の具体例で良い。

RD-3（ Enhancement of heritage interpretation and management by DX technology）の概要を説明。

⇒（ﾋﾞﾗﾙ氏）　このようなテクノロジーは 2033 年に普及していると考えるのか？それとも 2025 年には普及していると考えるのか？

⇒（JICA TEAM）2020 年代中頃と見込んでいる。

RD-4（Enhancement of Petra museum activities）の概要を説明。

※特別 PDTRA からのコメントはなし。

RD-5（Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product, local identity and environmental sustainability）の概要を説明。

⇒（ﾋﾞﾗﾙ氏）　良い提案だが、あまりアンビシャスにならないように。インターネットコネクションなど、多くのインフラ整備が必要である為。

6. Pilot Projects について

JICA TEAM より、Pilot Projects の選定クライテリアについて説明。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）　ペトラの為に多くの手間を掛け、尽力していることは、本日共有頂いた資料で理解している。共有しておくが、今後リトルペトラを第二のハブにしようと計画している。遺跡公園のバックゲートから走らせる追加バス 10 台のドナーからの支援も最近決定した。また、屋外シネマの建設についてもポーランドのドナーと現在話が進んでいる。

⇒(JICA TEAM)　新たなプロジェクトの計画について、タイムリーに情報共有をお願いしたい。

⇒(ｽﾚｲﾏﾝ長官)　承知した。来週にでも朝食を兼ねたミーティングを設定し、そこで情報共有をしよう。

⇒(JICA TEAM)　宜しくお願いします。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）　Pilot Projects については、アンマンからペトラに来るまでのルートを示す為の道路の標識や、ペトラ地域内の標識の整備などハード面のことに取組みたい。

⇒(JICA TEAM)　ペトラ博物館の例にならって、JICA に PDTRA よりアプローチするのが良いだろう。

⇒(ｽﾚｲﾏﾝ長官)　今回のマスタープラン策定のプロジェクトでインフラに費用を使えないならば、デザインの部分で支援を頂くことは可能なのか？

⇒(JICA TEAM)　それについては、支援の可能性はある。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）　ペトラ地域のブランディングの一環で PDTRA の制服を作るのも良さそうだ。

現在遺跡公園内で使用しているクラブカートは中国製なのだが、質が低く困っている。やはり日本製品が良い。今回のプロジェクトで支援はできないものか？

⇒(JICA TEAM)　今回の Liability Contract ではカバーされていない内容の為、その手の支援はできない。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）　現在我々が検討しているリトルペトラでの夜間プログラム（PDTRA の利益は全て Sustainability Fund へいく）に使用する照明や音響の設備を整える為の Pilot Project もよい。

ペトラにイベント・マネジメント会社を設立させたい。

⇒(JICA TEAM)　（プロジェクトとするかはさておき）PPP のもと進められるものと理解している。

7. 本邦招聘について

スレイマン長官より、本邦招聘の開催について、「一年の内で、日本に渡航すべきベストシーズンはいつか」と質問を受け、JICA TEAM より桜のシーズン（3 月後半～4 月前半）或いは紅葉の 11 月頃だと回答。

来年のラマダンが、3 月 22 日～である為、また前述の国際会議の開催時期を踏まえ、以下の日程が候補に挙がった：

2023 年 3 月 10 日～2023 年 3 月 21 日

以上

提出資料

8. M/P の Vision, Guiding Principles, Strategic Programs までを協議するためのプレゼン資料
9. Vision 1-4th Layer 案

8 ペトラ博物館との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 10 日（月）12:30 – 14:00	
場所：Petra Museum	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Nahar E. Rawadieh（館長）	熊田、谷村、碓氷、大山（記録）

議事

以下の項目についてペトラ博物館長と協議した。

１．博物館の特別ツアープログラムの可能性

・学芸員、博物館長など博物館のスタッフが、博物館のコンテンツに対して、専門性に裏打ちされた説明を行って行く。それによりツアーに付加価値をつけることができる

・ツアーオペレーターと連携しながら、特別な観光商品として開発していく。

・博物館としてこのプログラムに対応する対応するスタッフを準備して行くことも可能

・ガイドと博物館スタッフが連携して行うツアーが望ましい形である

・VIP 向けの特別プログラムとして限られたチャネルで販売をしていく

・FIT 向けおよび団体向けのそれぞれにあったガイドツアーがあると販売しやすい。

２．クルーズ船からの多くの観光客をどのように扱っていくか

・クルーズ船からの観光客についてはペトラでの時間が大変限られており、ペトラ遺跡観光が中心となるため、博物館での時間がなかなか取れない

・クルーズ船の複数のグループがペトラ遺跡に到着して中に入る前に、待合の時間中にペトラ博物館を見学するというのも一案である

・クルーズ船上でオンラインのレクチャーや、博物館紹介ビデオを船上やバス内で放映して
博物館への訪問の関心を高めるのも一案である。

３．ペトラ博物館を活用したナイトプログラム

・2019 年に観光客向けに、夜に乳香を焚く体験プログラムを(大山の方で)施行した事があった。ペトラバイナイトがない日に、このような体験プログラムと博物館ツアー、お茶の提供などを組み合わせたナイトプログラムを行うのも一案である

・ツアーオペレーターと連携してプログラムを開発するのが良い

４．博物館の前のプラザの活用

・NGO の商品販売イベント等で使われることがある

・イベントは Dr.Maram のセクションが担当している。

・フリーマーケット等で活用することは可能であるが、地元の家族等が使っている場所が多いため、利用する部分をうまく区切ることが必要である

5．ミュージアムのグッズに関して

・2019 年までにミュージアムショップで販売するグッズのアイデア策定や一部グッズ(ポストカード、T シャツなど)の試作を JICA(大山)で行った。

・今後、博物館のロゴを使った試作品として、エコバッグを NGO により制作する予定（碓氷氏）》現状：多頭式刺繍機（TAJIMA 工業製）を有する Biet Al-ambat に試作品を依頼したところ、機械が故障中とのこと。以前はメーカーのメンテナス担当者がヨルダンにいたが現在はシリアに行っており不在。メンテナンスができる他の技師がアンマンにいるため費用を確認したところ一日 200JD（ホテル代別）とのことで治すことができていない状況にあることが判明した。博物館のロゴ使用については館長が JICA から了承を得ているため、同機械のメンテナンスに係る支援策或いは他の方法を検討したい。

6. 博物館のプロモーション

・博物館のプロモーションビデオを作るのも一案である

・博物館のプロモーションや観光活用に関しては、PDTRA の観光部門と博物館が連携するのが良い方法であると思われる

以上

提出・受領資料

9 Petra Culture Center の視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 11 日（火）13:00-14:00	
場所： Petra Culture Center（Wadi Musa）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
館長（氏名不明）	碓氷、神宮、谷村（記録）

議事

Wadi Musa にある表記センター視察を訪問、視察。

1. Culture Center の概要

- コミュニティ中心部、PLAZA 内にあり、一般向けおよび児童向けの図書館運営、また PC スキルのクラス提供などを行っている。
- スタッフは 10 名で PDTRA の職員である。
- 図書館内には広い閲覧スペース、また児童向け図書館では子供のプレイスペースなども併設されている。
- 図書数はあまり多くないが、幅広い分野の本が設置されている。また PC が設置してあり利用者が情報検索等に使用している。
- 閲覧スペースは集会等で利用することも可能。利用に際しては PDTRA に申請を行い、許可を得る。利用料については都度 PDTRA より提示があるとのこと。今後観光ビジネス関連でのトレーニングを提供する際の場所としても利用可能。
- Culture Center の備品等については USAID からのサポートも提供されている。



一般向け図書館内部



設置されている PC



児童向け図書館内部

以上

提出・受領資料

なし

10 6つのコミュニティー代表者とのグループミーティング

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第1期）	
日時：2022年5月12日（月）13:00 – 14:00	
場所：PAP	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Injad al-Helal (PDTRA) Ms.Etedal al-Hasanat (PDTRA) Mr.Mohammad Helali（Wadi Musa） Mr.Salem Rawajfeh（Rajif & Dlhagha-The head of Al-Rajif association for special needs) Mr. Faisal Rawajfeh（Rajif & Dlhagha-member of Al-Rajif association for special needs) Mr.Ibrahim Nawafleh (Wadi Musa-Nawafleh) Mr.Eid Amareen（Amareen-Beidha-Beidha association)	熊田、斎藤、大原、神宮、碓氷、谷村、テメスガン、大山（記録） Ms.Arwa Farajat (Assistant)

議事

6つのコミュニティのうち、タイベとウム・サイフン以外の4つのコミュニティから代表者が参加、パイロットプロジェクトについて説明、意見収集。

1．プロジェクト全体や本日の目的についての説明

熊田氏より、持続的でレジリエントな形の10年の観光マスタープランを策定していることを説明。観光のメインはペトラ遺跡であるが、周辺のローカルコミュニティの巻き込み、直接的また間接的な雇用増大、コミュニティでの観光体験などが重要であることを説明

観光での就業の機会はワディムサにあるが、周辺にもそのような機会を作るのが重要と説明。

各コミュニティでの農産物、手工芸品、観光商品、また観光での難題などについて教えて欲しい。

2．ビジョンドラフトとパイロットプロジェクト

プロジェクト案について、担当する各専門家から説明。

DM－大原氏、プロジェクトの説明（特にコミュニティの産品を売るマーケット案、コミュニティの産品を紹介するビジターセンター案、ELJEEでの産品販売案について説明）、各コミュニティに観光の可能性がある点、（遺跡以外に）すべてのコミュニティが「ペトラ」であること（We are Petraの説明）、観光に直結する3つのコミュニティ（Wadi Musa, Umm Sayfun, Baydha）のみならず、すべてのコミュニティがMPプロジェクトで考えていく対象である。

ムーベンピックの前でマーケットを行うという案、周辺のショップから反対が起こる恐れもあるが観光客をより引き付けるので（マーケット、周辺ショップ双方に）WIN-WINとなると思う。

斎藤氏―どのコミュニティも観光に参加する権利ある、各コミュニティのアイデア欲しい

観光客がコミュニティを訪問するのみならず、コミュニティが観光客の側に向かう手法もある。

PD－谷村氏　プロジェクト説明、観光ビジネス関連のプログラム全体の関係性についてチャート用いて説明

地元にとって当たり前のものでも、観光客にとっては価値がある（夕日など　観光客にとって人生で唯一の体験でもある）

コミュニティの郷土料理などは、観光商品として観光客に提供するため、海外のツアーオペレーターなどが要求するスタンダードを考慮する必要がある。

旅行会社とのコミュニケーションが重要。

どのように観光客にコミュニティの価値を伝えるか、ストーリーが大切

いくらでコミュニティの観光商品を販売するか？

どのようにして観光商品に必要な要素をアレンジするか？ガイド、レストラン等、旅程をどのように作るか

ホームビジットが観光客に人気だが、各家庭とどのようにアレンジするかが重要

FAM トリップが旅行会社に観光商品を紹介するよい方法

ホスピタリティの重要性

事例の紹介（ローカルフード、民芸品、土器体験など）

RD－大山

RD1（GIS プロジェクト）：PAP のみならず、PAP 以外の各コミュニティに存在する様々な遺産、伝統建築、無形遺産などをデータベース化して、どこに何があるかわかるようにする

RD2：（テーマ別トレイル）：ナバテアの水利など、様々なテーマに則して、テーマに関連する各地に点在する遺産（PAP 以外含め）を結んでいく。体験プログラムも含む。

RD5：それぞれのコミュニティでどのような特徴的な無形遺産があるか、伝統料理など

また古代のナバテアの特徴的なデザイン、文字など、ペトラに特別なもの

環境保全、持続性の重要性　ナバテアまた伝統的な雨水の利用など持続的な方法

各村落で何が特別なのか、特に料理、音楽、詩

（西洋的な生活に影響される中）文化を守り若い次世代に継承することが重要

また、例えばお茶でも、泉の水を使って入れたようなお茶はない。地方に存在する泉の水でいれたお茶を出すなどもよいのでは。

斎藤氏より

・我々の意図は、すべてのコミュニティを巻き込んでいくこと

＊コミュニティ（および PDTRA）より出された意見。

・（Wadi Musa の Helali 氏）このマスタープランは各コミュニティーにとってどのような利益があるのか？どのようなことをこのプロジェクトで行おうとしているのか？

（回答）（策定中のペトラの観光マスタープランで）コミュニティは観光の重要な一部である。

六つのコミュニティが持つさまざまな観光資源を知りたいと考えている。観光開発の過程を支援する形となる。

・（数名から）本日の MTG にウム・サイフーン代表はなぜいない？ペトラのイメージや価値に関連してウム・サイフーンのベドゥール族が非常に重要（直接観光につながる）、代表がいた方がよい

（回答）代表となる人物に声をかけたが都合がつかなかった。

・（Rajif Salem 氏）ペトラ地域の観光は、ペトラの遺跡に集中すべきではない。 ペトラの遺跡以外にも、様々なナバテアの遺跡や、古いナバテアの交易路、 民芸品や伝統文化（伝統料理等）などの観光資源がある。ナバテアの生活がどのようであったかも（伝統の中で）知ることができる。

・（ Rajif Faisal 氏） 6 つのコミュニティを巻き込むには、PDTRA が管轄する形でトレーニングセンターがあればよい。 どのようなことが最も観光に適しているか、 関係者が研修を受けられるような形が良い。特に新卒でまだ仕事がない人々など。地域の人々に強制するのではなく、人々にやる気を起こさせるような形が必要。

（回答）JICA チーム側も似た意見ある（→碓氷氏の観光塾など）。後で（プログラム）説明する

（大原氏の DM プログラムのマーケット案に関して）

・（Rajif Salem 氏）この 3 年程度、自分の NGO では何も販売していない。 みやげ物など販売するの限界がある。観光の利益はペトラと周りのコミュニティにしか落ちていない。

・（Wadi Musa の Helali 氏）観光客を惹きつけるための具体的なアイディアがもっと欲しい。

（谷村氏の PD 案について）

・（Rajif Salem 氏）ペトラの周りでも観光発展させる必要があるのはよくわかる。観光客もペトラ遺跡の周辺の地理や人々について知りたい。

観光客のニーズがどのようなものであるか知る必要がある。

我々（RAJIF）は宿泊や食事などを観光客に対して提供することができる。

・（PDTRA　Etedal 氏）例えば村落部での Rashf（マンサフのようなスープ）のような伝統料理が観光商品となり得る。

（大山の RD 案について）

・（Rajif Salem 氏）（テーマ別のトレイル案など）非常に重要である。有形無形の様々な遺産に着目している。

各コミュニティで文化に違いがある。文化の多様性がある。それらへの着目が重要。

各コミュニティの文化や遺産などの多様性は、観光プログラムで検討されるべき

・（Wadi Musa の Helali 氏）織物、料理、またヘンナのプログラムなど考えられる。

・（Rajif Salem 氏）様々な伝統文化を次世代に伝えていくことができる。

（観光開発での懸念点について）

（観光ビジネスについて）

（ベイダの EID 氏より）

・カーペットづくりなど、 伝統的な手法を次世代に伝えるような活動は既に行ってきているが、COVID が大きな難題で、また財務状況も難題である。

・5－6 人でコミュニティの代表の会議であるというのはいい方法ではない。より多くの参加が必要。各コミュニティで会議してすべての人が参加できるような形がよい。ベイダやウム・サイフンが特に人口も多い。

・（Rajif Salem 氏）本日のようなミーティングの結果は、NGO の我々が村に戻ってからコミュニティの人々と共有する。

Rajif に（また）来ていただければ、地元の女性グループなどにも会ってもらえる

（大山から　各地での地方料理はあるか？音楽などは？）

・（Wadi Musa の Helali 氏）伝統料理については、 ペトラで独自の料理というのはないと思われる。ヨルダンのほかの地域と料理同じである。

・（他の人）音楽などは違いある。また料理も、例えば Rashuf など違いはある
（PDTRA　Etedal 氏）

（斎藤氏より　観光での安全上で問題と思われることはあるか？）

・（Wadi Musa の Helali 氏）ペトラ遺跡の中の人の混雑、サインの欠如などマネージメントの不足が大きな問題であると思われる。また（遺跡内のローカルの人々が？？）例えば写真を撮るのにチップを要求する、入場券を持っているのにさらに（観光客が遺跡に入るのに）チップを要求するなどの問題がある。

（神宮氏より　コミュニティでどのようなことが観光での安全上の問題か？医療なども含め）

・（Wadi Musa の Helali 氏など）（PAP 内は問題あるが）ワディムサの村はじめコミュニティは安全上の問題はない。ローカルのメディアも何も問題にしていない。

・（.Ibrahim 氏）クライシスマネジメントを コミュニティーレベルで行う組織はなく、PDTRA が行う形となる。

（神宮氏より）日本では各コミュニティに安全担当の組織がある。

以上

提出・受領資料
Strategic Program 案

11 Directorate of CRM との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 15 日（日）8:30 – 9:30	
場所：Petra Archaeological Park (PAP) CRM Director Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Ibrahim Farajat（CRM 部長）	熊田、神宮、大山（記録）
議事	

Strategic Program の CRM 部関連部分について、CRM 部と協議、合意

1.　RD での Strategic Program について

CRM が関連しているプログラムについて説明（特に RD1, RD2, RD3）

各プログラムについては、これまでも CRM と話してきたことであり、内容について合意した。

２．その他のコメント

１）博物館のプロモーションについて。

博物館について、PR 用の DVD 等を作成して、観光関係者に配布するのがよい。ペトラ博物館の存在知らないツアオペもいる。

博物館プロモーションについては Tourism Directorate とも連携する　RD-4 にも加える

２）博物館のナイトプログラムについて。

ナイトプログラムが重要であると思われる。ペトラキッチンからビジターセンター、博物館までのエリアについて、今後、夜間は車両通行止めで閉鎖して、歩行者天国とする予定。

博物館前のプラザなどで、ナイトプログラムを実施するのが望ましい。

博物館の開館時間も、今後は午後１０時まで延長することをスレイマン氏も考えている。

→RD-4 に加える

３）周辺コミュニティのシニア層を招待するイベントについて

地元のシニア層（55 歳以上／男女別）があまり博物館訪問しないので、周辺コミュニティから 伝統的な民族文化について知っている老齢の人々を招待して、 博物館を見てもらうとともに、 昔ながらの伝統的な 衣装着て集まってもらい、 伝統的な知識について教えてもらいながら、地域の食事を食べられるイベントをモーベンピック前の広場で行っていくのも一案である。 夏季に行っていくのが良い（ 今年の犠牲祭の休暇など）

→検討して RD-5 に加える予定。

4) ドローンによる撮影について

PDTRA ではドローンとオペレイターを保持しており、必要な場合には 2 週間前までに申請すれば使えるように、撮影許可等を含め対応できる。

5）フラッシュフラッド対策について

2020 年に UNESCO が対策計画案を提出している。建設コストは約 40millionJOD である。

対策計画はすでに策定されているので、建設の資金調達を日本の ODA でやってもらえるとありがたい。下記の調査資料を受領した。 Surveys, studies and preliminary control measures to protect the Petra April 2020 Volume 1: Main Report
提出・受領資料
Strategic program

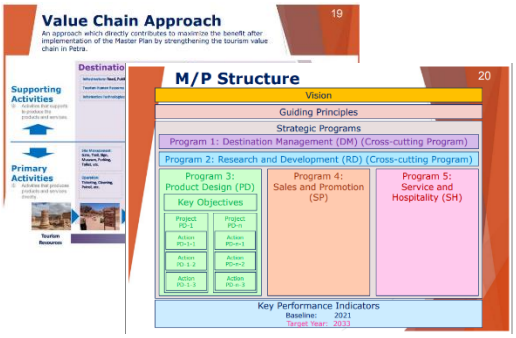
12 Private Sector とのグループミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 15 日（日）11:00-14:00	
場所： PAP 大会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
＜Private Sector＞ ● Mr.Ahmad Helalat (Orient Handcrafts Association) ● Mr.Tariq Twaissi (Hotels Association) ● Mr.Mohammad Helali (Hotels Association) ● Mr.Raad Amarat (Hotels Association) ● Mr.Ahmad Nawafleh (Petra Guides Association) ＜PDTRA Tourism Directorate＞ ● Ms.Etedal Hasanat ● Mr.Injad Helali ● Ms.Nesrin Salamin	熊田、大原、碓氷、谷村、トム、齋藤（記録）

議事

今回の渡航に向けて、JV で協議・纏めたプレゼン資料 に基づき、プロジェクトの目的、M/P 作りに関わる Value Chain Approach, M/P Structure, Vision, Strategic Programs についての協議を目的に開催。

1. Value Chain Approach & M/P Structure について

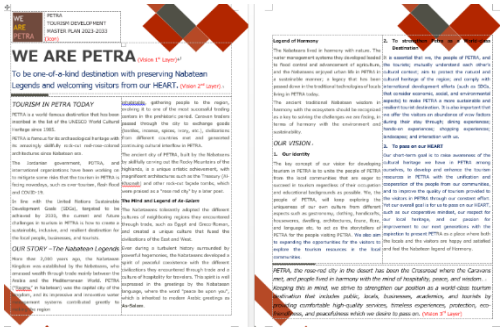


（JICA TEAM）

今回マスタープランを作成するにあたり、またペトラ地域のツーリズムの価値を最大化する為の大事な概念である。

民間の皆さまのエンゲージメントとエンパワメントが非常に大事になるので、我々の考える提案に対するインプットを是非お願いしたい。

2. Vision について



（JICA TEAM）

Vision はペトラ地域で生活をする方々の目線で書いたものとしたい。一度我々でをたたき台を作成した。忌憚のない意見を交換したい。

（JICA TEAM） ペトラの誇れるものは、遺跡公園だけでない。宿泊施設や手工芸品、全ての観光資源がペトラの一部であると考える。

そして勿論遺跡公園に隣接するコミュニティーだけがペトラではない。6 つのコミュニティーの内、例えば Wadi Mousa は観光へのエンゲージメントが高いが、遺跡公園から離れているコミュニティーの人々のエンゲージメントは低く、観光からの恩恵をあまり受けていない。観光資源の発掘をし、観光客に届ける術を手に入れた場合、観光からの恩恵を受けられるポテンシャルは充分にあると思われる。

遺跡公園内の悪行やエチケットの理解不足により（サービス&ホスピタリティー（SH）の質が低い場合）ペトラを訪れた観光客の、ペトラに対するイメージに影響が出てしまう。ロバやラクダを利用した移動手段の客引き、中国製品が陳列されたキオスクなど、懸念される要素は複数存在する。

ペトラのアイデンティティーの維持は持続可能なツーリズムをペトラで実現する為に必須である。

さて、「オーバーツーリズム」という用語について、どのように感じるか。必ずしも観光客数だけに留まる概念ではない。例えば観光客が増えることによる、水資源への影響という要素も含まれる。

⇒（HTL Assoc.） オーバーツーリズムがペトラの課題として捉えられるのは、2018-2019 年の 2 年ほどに限られたことである。水資源については、飲み水などは多く売られており大した問題ではないが、観光客がホテル滞在中に消費する生活水の量（タンクで運搬・購入する水の量）が、観光客が増加した分だけ必要となり、これが大きな問題である。2 名 1 室利用の場合、凡そ 1 ㎥/1 泊消費する。現在水道局が水供給の管理をしているが、Wadi Mousa の水供給への投資が必要である。

水に加えて、観光客による電気の消費量にも大きな課題がある。電気もペトラでは高額の為。

⇒（JICA TEAM）廃棄物の処理についても、ペトラは課題を抱えていると思われる。全てそのままの形で埋め立てている。また汚水処理も課題である。

⇒（HTL Assoc.） そのとおりである。

遺跡公園の保全含め、水や電気の供給など、こういった課題解決は政府の役目である。

50 年前とペトラの現状は大きく異なる。遺跡公園はその当時観光スポットではなかった。ロバの客引きはおらず、よってロバがたくさんいる情景も存在しなかった。子供が商売をしている情景もない。遺跡が観光によって破壊されることもなかった。政府は、UNESCO などの国際機関へ支援を仰ぐなどして遺跡公園の保全に尽力すべきである。

（Guide Assoc.） “STORY”について話したい。ペトラに居る人は物語を作ることにたけている。話し手によって内容が変わる。一貫性がないことは問題であり、ペトラの物語は 1 つであるべきだ。その物語を作り、浸透させることが必要と考える。

⇒（HTL Assoc.） Elgee Village についても、全く決まった物語がない。

⇒（Injad 氏） 考古学者によっても物語が変わる。歴史を明確にし、正しい物語を皆が語れるようにすることが必要だろう。

⇒（JICA TEAM） 物語を 1 つにすることは本当に必要なのだろうか。色々な作り話を聞くことも観光客の旅の楽しみの 1 つだと考えるが。

⇒（Guide Assoc.）事実を伝える話の内容は統一されているべきである。

⇒（JICA TEAM）それについては、同感である。

⇒（Guide Assoc.）8 ヵ月に亘り行われるガイドの研修の中で歴史の勉強をする為事実に基づいた（知識に基づいた）ガイディングが出来るが、例えば植物や動物についての勉強は研修内容に含まれておらず、よってガイディング内容は作り話といっても過言ではない。

⇒（JICA TEAM） 知識をつけることは大事である。

⇒（Guide Assoc.）そのとおりである。特にガイドが伝えることに一貫性が保たれていることは必須である。

（Guide Assoc.） “Nabatean Legends”について話したい。“Legend” という用語は作り話を意図する。ここに書かれていることは事実なので用語を変える必要があると思われる。例えば “Raqmu”は中国の書物にも書かれている列記とした事実である。

⇒（JICA TEAM） “Legend”はよりキャッチーでプロモーショナルだと思うが。

⇒（Guide Assoc.） だが事実を伝説とは出来ない。代わりに “Culture”はどうだろうか。

⇒（JICA TEAM） 貴重な意見に感謝する。検討する。

（Guide Assoc.）“Local people” とは誰を指しているのか。

⇒（JICA TEAM） ペトラ地域に存在する 6 つのコミュニティー全体である。これにはホテルで働く従業員やガイドとして働く方々も含まれる。女性や不自由をお持ちの方も含まれる。

（JICA TEAM） 我々は、ペトラで持続可能な観光を実現すべくこのプロジェクトを行っている。

⇒（Guide Assoc.）今のペトラに持続可能な要素などほとんどない。ペトラでは観光から “easy money”を得られると地元民では思われている。教養は不要、資格も不要。極端に言えばパイロットも資格なしで観光客を乗せてお金を得られる状況である。観光客は特別な体験をでき笑顔で帰っていくが、まさか資格がないパイロットの機材に乗ると知っていれば、参加しないだろう。

⇒（JICA TEAM） なるほど。それは安心・安全な観光地を実現する為に改善が必要な大事なポイントである。ところで、Feynan のようなエコツーリズムに尽力する施設をペトラに作ることについてどう思うか。

⇒（Guide Assoc.）ペトラでは Feynan のようにはいかない。規模が全く違う。（Feynan は非常に小さい。）

3. Strategic Programs について

（JICA TEAM） ※Tourism Business Development の PDCA サイクルについて説明

遺跡貢献だけでなく、ペトラ地域全体のブランド力を上げる必要性を感じている。政府によるマーケティングに頼ることなく、知識がありセンスのある方による SNS などを活用したデジタルマーケティングが有効的であると考えている。

⇒（Guide Assoc.）ペトラの地元民は英語を話せるが、実は読み書きはかなり苦手である。また、インターネットによる情報の拡散力については理解している。遺跡公園内で民宿事業を（違法で）行っているベドゥールの洞窟に宿泊した客が Facebook に情報を載せ、それを見た旅行者が私に「このような場所にはどうやって泊まれるか」と聞いてくることがある。MoTA などもこういった状況の整備が行き届かない事態であり、大問題である。

（JICA TEAM） 商品・食事・サービスなど、ペトラで提供するものが観光客の期待に沿う（更には超える）ものであることが重要である。どのようにこれを実現すべきか。我々は向こう 3 年程密にペトラの方々の話を聞き、ペトラの観光の環境を整えることに尽力できるが、その後は自立してペトラの観光整備・向上を目指して頂く必要がある。

※Strategic Program PD-1（Training for product development and distribution Project）と PD-2（Development of Community Based Programs）を紹介。

観光商品は物である必要はなく、例えば地元の方が毎日目にしている、丘の上から見える夕日も充分な観光商品と成り得る。意外と日常で特別感がないと思っている習慣や景色が観光客の目線に立つと特別と成り得る。外部目線をもち、観光のスペシャリストである我々は、あなた方地元の方々と商品の発掘をしたいと考えている。

⇒（Guide Assoc.）この話題に関連して、ペトラ博物館には入館料をとる価値があると思う。ペトラツアーを販売する旅行会社は、必ず行程表に含めなければならないなど、もっと多くの人に入ってもらう為の工夫をすべきだ。そうでもしないと、制限された時間の中、自ら旅行客は博物館に入らないだろう。

⇒（JICA TEAM） 博物館内でガイディングツアーを提供することを検討している。また 1 毎日 1-2 回の体験プログラムの提供も考えている。

⇒（Guide Assoc.）それが観光客を博物館に呼び込むネタになるとは思わない。例えば伝統的な洋服を着て写真を撮れるコーナーを作り、更にそれをフレームに入れて買えるようにする（販売する）のはどうか。

※PD-5（Develop Petra as a MI destination）を紹介。

⇒（Guide Assoc.）Marriott や、Mövenpick、Old Village などの宿泊施設の会議室を利用して、会議等が行われている。だが 5 つ星ホテル建設に投資がされていたのは、約 20 年前までのことに思える。以前王室によってペトラにカンファレンスセンターを建てる約束がされていたが、形として現れない。

ペトラは、アンマンからの日帰りで訪れる MICE 客も多いと感じる。

⇒（JICA TEAM） その現状は変えたい。一方で MICE 市場を呼び込む環境は現在ペトラで整っているとは言えない。サービス、ホスピタリティー、観光商品の向上・充実

を図った上で、先ずは比較的規模感の小さな MI（Meeting, Incentive）を呼び込み、その後 CE（Convention, Event）に目を向けるべきと考えている。

※SP-3（Enhance digital marketing）を紹介。

魅力的なウェブサイト作りは大切である。見た目やコンテンツがキャッチーであることも大事だが、内容が包括的であることも大事である。ウェブの時代、魅力的でないウェブサイトは購買力を損ない致命的である。

（JICA TEAM） ※SH-2（Local Guide Service Quality Improvement）と SH-3 （Awareness Enhancement）を合わせて紹介。また、PD のプログラムを紹介。

ペトラには多くの観光コンテンツが既に存在する。大きな課題はそれらをどのように観光客に紹介するかである。地元で作られた手工芸品においても、ホテルなどで使用されている様子は見受けられず。観光客の目に触れる機会の創出が必要だろう。

※DM-3（Create Weekly Local Market）を紹介。

⇒（HC Assoc.） 1 週間に一度の催し物の為にいちいち物を動かすのは面倒である。

⇒（JICA TEAM）例えばトランクスペースをマーケット付近に提供した場合はどうか。

⇒（HC Assoc.） それでも面倒で賛同できない。

（Guide Assoc.） Petra Guide Association では、ガイドのサービスの質（コミュニケーションスキルや観光客に接する態度など）の管理に欠けており、大きな課題だと認識している。特に観光客を危険から守るという大事な役目を担うべき立場にいながら、このことに関しては無知なガイドも多い。現在我々として観光客からの評価を得る方法は、ツアー後に事務所に立ち寄って頂き話を伺うのみ。Jordan Guide Association ではアンケートによる評価制度をとっている。我々もこのような制度を VC と連携して取り入れたいと考えている。あまりに評価の悪い者については、免許はく奪などの処置を取ることも検討したい。

加えて、ライセンスを持たずガイディングを行う者の存在が、我々ライセンスを所持している者の存在を脅かしている。

⇒（JICA TEAM） ガイド研修の際に、応急処置を学ぶ授業はあるのか。

⇒（Guide Assoc.）ある。卒業に必須な科目であり、民間防衛の授業を 1 ヵ月程受講する。だがその後再度学ぶ機会はない。

（JICA TEAM） SIT ガイドは存在するのか。

⇒（Guide Assoc.）特定の分野を得意とする者はいるが、SIT ガイド（という商品）として旅行者に自ら営業することはない。そのような営業をしてしまうと、「商品」を売ることになってしまい、我々の権限を越えてしまい、ツアーオペレータとの争いのもとになるからである。

（JICA TEAM） ツーリストインフォメーションセンターが存在しないことは、観光客にとって不便である。特に FIT 客が立ち寄って、必要だと考える。

⇒（Guide Assoc.）FIT 客はタクシーの運転手、キオスク、街中で出会った地元民や観光客から情報収集する傾向にあるので、そこまでの課題とは思えない。ところで、我々ガイドは観光客に対してお勧めの体験や場所を伝えることはしても、自ら販売することは出来ないのでその点は理解して頂きたい。

（JICA TEAM） フラッシュ・フラッドなどの天候や自然による災害が起きた際に、政府と民間が協力して観光客の避難に取組む体制は整っているのか。

⇒（Guide Assoc.）正式なものではないが、自然と連携をとれる体制はある。ガイド協会については、PDTRA と連携をとる規約がある。天気予報を確認し、遺跡公園への入場が危険だと判断される場合には、観光客へ周知し公園内から退場させる役目などを日頃から担っている。

⇒（JICA TEAM） PDTRA とガイド協会が交わしている書面は存在するのか。

⇒（Guide Assoc.）存在するはずだが、PDTRA より得て頂きたい。

⇒（JICA TEAM） 了解した。

以上

提出資料
10. M/P の Vision, Guiding Principles, Strategic Programs までを協議するためのプレゼン資料 11. Vision 1-4th Layer 案

13 SELA との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 16 日（月）9:00-10:40	
場所： ペトラ博物館内会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Marie Elena Ronza	熊田、碓氷、大山、テメスガン、谷村（記録）

議事

同社で行っている遺跡発掘プログラムについてヒアリング。

1. SELA の遺跡発掘関連業務概要
   - PDTRA と連携した遺跡修復（現在は PAP 内ローマ浴場跡(Temenos Gate 南側)の緊急修復を実施中）
     ※Dr.Suleiman と Dr.Bilal を窓口に遺跡修復プログラムについて検討中。
   - 地方自治体と連携したヨルダン国内の遺跡保存・修復事業
   - ACOR（American Center of Research）と連携した遺跡修復体験プログラム
   - 大学生向けの遺跡修復インターンシッププログラム
   - 遺跡修復担当者向けのボケーショナルトレーニング
   - 旅行者向けの遺跡修復体験プログラム
   - 子供向けアクティビティ
2. 遺跡修復を行うまでのプロセス

   ヨルダン国内で遺跡修復を実施するにあたっては下記のようなプロセスを取ることが必要。
   - ヨルダン政府内務省向けの誓約書の提出（実施予定日の 4 か月前までに提出が必要）
   - （誓約書の承認後）遺跡修復のトレーニング後、実施が可能となる。
3. 旅行者向け修復体験プログラム詳細（PAP 内・有翼獅子神殿（Winged Lion Temple）跡での体験の場合、所要 2-3 時間）
   - 遺跡修復チームからのブリーフィングおよび朝食
   - チームの発掘・修復作業の見学、土器片（実物資料だが調査研究上は重要ではなく廃棄扱しているもの）洗浄、Beutification など作業補助　※ギブアウェイとして有翼獅子神殿ロゴ入り T シャツを配布
   - 実際の発掘作業に参加するというより、発掘の見学や、プログラム用に準備された疑似的な発掘関係の体験、また修復の一部への参加などが主体。
   - 体験プログラム実施にあたって寄付をお願いしている。寄付のうち 70%がプログラム実施にかかる経費、残り 30%について PDTRA など関係自治体へ遺跡修復費用として還元。
4. 学生向けインターンシッププログラムの詳細
   - 4-8 週間のプログラムを実施（海外の学生向け：4-6 週間、ヨルダン人学生向け：8 週間）
   - 費用：1 週間あたり約 800USD（海外からの学生のみ）
   - 遺跡保全・修復に関するテクニカルプログラムを提供。
   - 参加学生はヨルダンの他、北米、オーストラリア、ヨーロッパからで、考古学、人類学、保存科学、コミュニティ開発、天体物理学、歴史関連を専攻している学生が多い。観光は少ないが受け入れ可能。

- プログラムのキャパシティは最大で 50-60 名程度。

5. 子供向けプログラムの詳細

- 「small archaeologist」プログラムと銘打って遺跡発掘の体験を提供している。
- 遺跡体験キットを使った発掘体験、実際に遺跡内での修復作業を実施。（注：子供向け遺跡発掘体験キットは、ヨルダンでは元々2005 年に「国際博物館の日」のプログラムでカラク博物館にて JICA 博物館支援技プロでも始めていた）
- モザイク制作、土器の修復や制作を体験。
- 自治体と連携したサマーキャンプの実施（4 週間）。自宅から通って遺跡内外での体験を行う。費用は Wadi Musa 出身者は 25JOD／名、Amman からは 100-200JD 程度。

6. その他

- 上記事業実施にあたって、スイスのファンデーションからのサポートはあるが、それ以外の主要ドナーからは特に支援は受けていない。
- 事業を実施するにあたり、コミュニティの参加を目指したが、現状はトレーニングプログラムなどロジスティックを同社に依頼するケースが多い。特に大学はそうである。
- 滞在中に遺跡発掘体験など、参加できそうなプログラムがあったらぜひ紹介してい頂きたい旨をお願いする。
- 海外の学生が遺跡公園保存に関わる社会貢献プログラムとして世界中の学校 Program 等に提案できる可能性がある。夏の時期の閑散期対策にもなると考える。

以上

提出・受領資料
SELA の会社概要、プログラム詳細資料

14 Biet Al-Ambat の視察及び面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 16 日（月）11:15 – 12:30	
場所：Al-Ambat オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms.Maryam, Director	熊田、谷村、齋藤、碓氷（記録）

議事

2. 概要（2021 年 9 月議事録参照）

現在、7 名のボードメンバー（ボランティア）、会議等に参加するレップ機能を果たす女性 1 名（260JD）5 名の女性作業員（作業量により支払う）が稼働している。

オフィス賃貸 300JD、電気代 50JD、水道料 50JD（三か月）、データコネクション等のための通信費 37JD がオフィスの必要経費となる。現状は赤字になっていることはないとのこと。

Ministry of Culture, Ministry of Finance, USAID 等からファイナンス支援を受けている。(過去 USAID に支援頂いた際には、取り組みたいプロジェクトのプロポーザルを申請し、承認がされた上で行われた。決して USAID から能動的に行われたものではない。)

ヨルダン及びナバティアン文化をモチーフにした手工芸品制作の他、社会開発に関するプロジェクトや出版、社会史及びナバタイ文明に関する研究等も行っている。（出版した書籍はこれまでに 9 つ。）

製品はウェッブで発信しており、ローカルと観光客の両方の顧客がいる。観光客の場合、ワディムサ市内で同組織を聞きつけ買いに来る人もいる。（ウェッブへのアクセスは 150 名/日とのこと）

観光客に対しては、オーダーメイドはやっておらず同組織で作成した既製品を買ってもらう。受け渡しが可能な場合（長期滞在者等）はこれに限らず。※民族衣装で約 6 か月程度を要する。※既にモチーフなどのパーツが作業場に在る場合でトートバックなど手間の掛からない製品の場合は、依頼を受け 3 日程で完成する（金額は 10~30JD 程）。

3. 製品造成の課題（現状）

手刺繍の他に、多頭式刺繍機による大量生産も可能。

しかしながら、多頭式刺繍機（TAJIMA 工業株式会社）が壊れておりデザインをプログラミングすることが出来ない。以前はメーカーのメンテナス担当者がヨルダンにいたが現在はシリアに行っており不在。メンテナンスができる他の技師がアンマンにいるため費用を確認したところ一日 200JD（ホテル代別）とのことで機械を直すことができない。よって、現在は、以前大量に作成したモチーフを用いた製品や手刺繍による製品等を作成しているとのこと。

以上

提出・受領資料

15 DOA Ma'an 支局との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 16 日（火）11:30 – 12:30	
場所：DOA Ma'an 支局（Wadi Musa オフィス）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Abdullah Rawashdeh (DOA Ma'an Director), Mr.Obada Farajat (DOA Ma,an office staff) Mr.Injad (PDTRA)	神宮、大山（記録）

議事

4. Strategic Program について

DOA に対して、プログラムのうち、DOA が関連するプログラム（RD）ついて説明

RD1 の GIS データベースについては、PAP 内に相手くわえて、PAP の外にある DOA 管轄の遺跡についても含む予定があることを説明、また DOA が既に持つ Mega Jordan の遺跡データベースとは異なる（補完するものとなる）ことも説明

RD3 に関して、QR コードの文化遺産への導入、遺物の管理システム(遺物タグ)への導入などについて検討していることも説明

(このシステムについては 2019 年に大山から博物館に提案したもの)

→DOA マアン支局としてもこれらのプロジェクトに賛同し、是非とも協力連携したいとのこと

5. DOA による新たな遺物保存施設（収蔵庫）のプロジェクトの進捗について。

ユネスコの Integrated Management Plan により提案されたものであるが、 まだ計画のみで、予算なども付いておらず 建設の目途はまだ立っていない。

ヨルダン南部の遺物をすべて管理する 収蔵庫となる予定で、 ペトラ周辺地域のみならず、 カラクから南、 アカバ地域まで含まれる予定。

3. GIS データについて

DOA や UNESCO が保持する GIS データについて、共有できるようにお願いした。

4．Royal Geographic Center の活動

PDTRA と Royal Geographic Center は GIS 分野において協定を結んだが、現時点では活動は行われていない。

以上

特になし

16 Petra Museum (Museum Day 関係) との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 16 日（月）13:00 – 14:00	
場所：Petra Museum	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr Nahar E. Rawadieh（館長） Ms.Maha Daghesh　Curator Ms.Maymonna Rawajfeh Assistant curator/Monitoring Ms. Remal Gnemat　Assistant curator/Monitoring Ms.Haneen Nawafleh　Reception Ms.Nawal Helalat　Reception	熊田、大山（記録） Ms.Arwa Farajat (Assistant)

議事

国際博物館 国際博物館の日の活動に向けて、以下の項目についてペトラ博物館長およびペトラ博物館スタッフと協議した。

１．「国際博物館の日」の枠組みやテーマについて

ICOM による 国際博物館の日の枠組みや、 2022 年のテーマについて説明。

２．SDG s に 関する説明

2022 年の国際博物館の日のテーマの一つが SDGs であることから、SDGs について、 特に観光や博物館と SDGs の関係、 ジョルダンの World Economic Forum での 経済開発指標 などに言及しながら、SDGs がどのようなものであるかのプレゼンを熊田氏が実施。博物館と SDGs の繋がりにおいてはゴール 4,8,12 が重要と強調した。

SDGs のアラビア語版を見せながら説明

→SDGs について博物館スタッフによる理解が深まったと思われる。

3．2022 年の国際博物館の日のペトラ博物館での活動について

本年のペトラ博物館での活動について、 以下のような点に留意しながら、プログラムについて説明。 また、ペトラ博物館が、SDG s のどのような目標に貢献するかについても説明（大山と館長）。

・ 博物館は地域社会への教育、 地域の観光振興と 観光通じた貧困の削減、 地域の伝統文化の次世代への継承、 などに貢献すること

・ 博物館は過去のみならず 未来についても考える場所であること。

・ 雨水など限られた水資源を有効に利用していたナバテアの持続的な手法を SDG s の 観点から再評価する必要があること（ゴール 6）

・ モザイク体験のイベントを行うにあたっては、マダバのモザイクよりも古く ヨルダン最古級でもある、ナバテアのモザイク(博物館展示品)に焦点を当てる必要があること。

以上

提出・受領資料

「国際博物館の日」プログラム　※以下参照
SDGx のプレゼン資料（熊田氏）

2022 International Museum Day

Event for Petra Museum

"Rediscover Ancient Technology and Art in Petra and Think about Sustainability/SDGs in Petra region"

Day:18th and 19th of May 2019
Place: Petra Museum
The theme of 2022 **"International Museum Day**" by ICOM

*"**The Power of Museums**: Museums have the power to transform the world around us."*
"As incomparable places of discovery, they teach us about our past and open our minds to new ideas — two essential steps in building a better future."
***-The power of achieving sustainability**: Museums are strategic partners in the implementation of **the Sustainable Development Goals (SDGs)** of the United Nations.*
***-The power of community building through education**: Through its collections and programmes, museums thread a social fabric that is essential in community building.*

Purpose of Petra museum activity for International Museum Day 2022
(all these education activity relating with **SDGs Goal 4 "Quality Education"**:

- To promote awareness of young generation of local community toward their **heritage** in their living area
- To promote awareness of young generation of **importance of heritage (archaeological sites and objects etc) as tourism resources and social development through heritage tourism (**relating with **Goal 1 "No Poverty": and Goal 8 "Decent Work and Economic Growth")**
- To let young generation of local community understand/discover **ancient technology, especially Nabataean water management in Petra and sustainable use of water resources (rainwater and water from spring) by Nabataean** (relating with **SDGs Goal 11 "Sustainable Cities and Communities"** and **Goal 12 "Responsible consumption and production"**)
- To promote awareness of archaeological work and museum for protection of archaeological sites and development of tourism (relating with **Goal 1 "No Poverty", Goal 4 "Quality Education"** and **Goal 8 "Decent Work and Economic Growth")**

Target: Students from local school of 6 communities under PDTRA (nearly 250 students)
One class of school from each 6 communities

Program
18th of May 2022
(9:00 Staff meeting/Preparation)
10:30 Arrival of students/reception
-Explanation of museum day theme, program
-Short brief about SDGs and sustainability
11:00-12:30 Hands-on activity program
A: "Little Archaeologist" : Program of hands-on experience of sample archaeological excavation)-Gallery 1
B: "Little Artist" : Program of Nabataean mosaic technic (hands on experience of mosaic work)-Gallery 1
C: "Little Engineer": Program of Nabataean water management technique (Hands-on experience of Nabataean water pipe) – rest space

- Each school students group will have these 3 program by rotation

12:30 Museum tour

- Focusing on theme/object relating with activities, including "Nabataean water management" and "Nabataean mosaic"
- Each tour by 1 class with teacher, total 6 tours

19th of May 2022

18:00-18:45 Live show of Petra museum (in Petra museum Facebook page)

- Petra museum will open until 22:00 on 18th and 19th of May 2022, in order for local families to visit museum more in night time.

Material to be used

- Replica of waterpipe
- Set of mosaic stone (replica)
- Archaeology hands-on set (box, sand, replica of archaeological materials etc)
- Museum goods (pencils etc)

17 Baidha Archaeological Cooperative Association との Focus Group Meeting

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 16 日（月）13:30-14:30	
場所： PAP 会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙参照（出席者：約 20 名程度）	齋藤、谷村、碓氷、大原（記録）

議事

ベイダに拠点を置いて活動を行う Baidha Archaeological Cooperative Association のメンバーを交えたグループ会議を開催し、JICA Team が Strategic Programs で提案しているプロジェクトのアイデア等について意見交換を行ったもの。主な議事の内容は、以下のとおり。

1. 組織概要

- 1998 年設立。約 200 名のアマリーン（ベイダに定住しているベドウィンの部族の一つ）のコミュニティの出身者で構成される。
- メンバーのうち、25%が女性。
- メンバーの男性は、普段は農業、公務員、軍職員として生計を得ている。
- ベイダの 18-25 歳の就労可能人口のうち、約 53%が失業状態にある。

2. 観光に関わる活動の概要

- 主な活動の対象は、観光及び羊毛製品（ラグ、タペストリー、テーブルウェア等）を主とする手工芸品の製作と販売。土産物店では中国製品など必ずしも地域の部産ではないものも販売しているが、海外からの交易品の売買は、ナバテア時代からの伝統？である。
- リトル・ペトラにあるアマリーンキャンプの宿泊施設、及びゲートの土産物店についても同アソシエーションが管理している。
- リトル・ペトラ（の UNESCO のプロテクトゾーンに指定された遺跡公園内）で営業を行っているアマリーンキャンプについては、ライセンスを得て正式に営業が認められているものではなく、あくまで宿泊施設としての使用が黙認されている状態。
- リトル・ペトラを訪れる観光客に声をかけ、ベイダ周辺のトレッキングルートの案内等を行っているものの、観光から得られる収入はほとんどない。こうした案内を行っている者のほとんどはガイドのライセンスを有していない。
- PAP 内で活動を行う、正規の英語ガイドのうち 2 名がベイダの出身者（2 名共に会議に出席）。
- アンマン方面からペトラを訪れるグループのツアーバスについては、ペトラだけでなく、ワディ・ラム訪問などの日程がつまっており、リトル・ペトラを訪れるのは 25%程度であり、訪れたとしても PAP 訪問の前に 15 分程度立ち寄る程度。
- ベイダにも観光客を誘致するため、アマリーンのコミュニティ内に独立したビジターセンターを建設する計画について、これまで（PDTRA と）検討が行われてきている。
- ベイダには、BC 7,200 ～6,500 の新石器時代の集落跡（Neolithic Baidha）、ビール・アライス（Bir al-Arayis：ナバテア時代の地下貯水槽の遺跡）、ナバテア時代の巨大な貯水槽跡（アマリーンキャンプの入り口付近に組石が露出しているものの未発掘の状態）、ワインの醸造施設跡、ペトラで唯一の壁画が残っているトリクリニウム、リトル・ペトラからエド・ディルまでのバック・トレイル、周辺の自然景観など、豊かな観光資源がある。

・ 2005 年に DOA に対し、ペトラ・バイ・ナイトと同様にベイダ・バイ・ナイトのプログラムの用途で遺跡を使用する許可申請を行ったものの、既にワディ・ムサのホテルがケータリングによるイベント会場として使用してる敷地であり、また、遺跡保全の観点からも承認されなかった。ペトラ・バイ・ナイトは非常に短い（面白みに欠ける）プログラムである。ペトラ・バイ・ナイトとは違う曜日に開催し、夜間の商品の多様化を図る、というアイデアである。

3. その他

・ ヘリテージ・ビレッジをビジターセンターとして活用する場合は、ウム・サイフンのベドゥールなど他の部族に利益が行ってしまうのであれば、好ましくない。ビジターセンターを整備するのであれば、確実にアマリーンが利益を享受できる施設を希望する。

・ 現在は、リトル・ペトラの入園料は、PAP のチケット代金に含まれているものの、（8.000 JOD 程度？）別料金とし、チケット収入が確実に地域に還元される仕組みにすることを希望する。

※ 最後に、より詳細な協議は、改めて会議を設定し、協議を行うこととした。

以上

提出・受領資料
なし

18 PDTRA Dr. Maram との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 16 日（月）15:15-15:55	
場所： JICA ヨルダン事務所オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Maram Mahmoud Al-Freihat (Commissioner of Local and Environment Development)	熊田、大原、碓氷、谷村、トム、齋藤（記録）

議事

前回（第 5 次現地作業の際に）伺った、Elgee Village の活用計画の「ハンディクラフトを作成・販売するエリア」の進捗確認及び、Dr. Maram の管轄に係る Strategic Program 案の紹介の為、面談の場を設けた。

1. Elgee Village の活用計画「ハンディクラフトを作成・販売するエリア」の進捗について

※計画概要については、2022 年 3 月 27 日の面談議事録を参照

進捗確認を齋藤より確認：

今日現在、計画のフェーズ 1 （観光セクターの雇用促進を目的に、ハンディクラフト（陶器・ジュエリー・カーペット など）を作成するスキル、またビジネスを行う上での経営スキルを養うトレーニングプログラムを提供するべく、PDTRA と GIZ 間で契約締結。）の最終段階にある。GIZ に対する PDTRA のプロポーザル内容の最終化を近日中に終え、送付予定。特別異議がなければ、Dr. Maram 曰く向こう 1-2 ヵ月で契約締結見込み。契約締結後、施設のリノベーション（フェーズ 2）に着手。当初の契約より全工程が 1-2 ヵ月遅れる見込みではあるが、計画は進行中。

2. Strategic Program 案の紹介と Local and Environment Development 部門の推進案件について

（谷村）観光から得る収入を、より多くの民間・コミュニティーの方々の裨益となる仕組み作りが我々の大きな目的である。また重要なことは、係る皆がパッションを持って携わることである。各コミュニティーには景色・果物・歴史的なトレイルなど、様々な観光コンテンツと成り得る素材が存在する。例えば Rajif では独自に自分たちのコミュニティーで発見した素材を活かしツーリズムに活かすべく、現在ツーリズム・ソサエティーの立上げに取組んでいる。

PD-2（Development of Community Based Programs）の概要を説明。

（Dr. Maram）良い内容だと思う。現在ペトラではローカルアソシエーションのための、特に職業訓練・研修の機会が不足している。この課題については彼らからも多くの声が挙がっており、PDTRA としても真面目に取り組むべき事項だと認識している。このほか（観光分野に限定したものではないが）、コミュニティーから上がっている課題をリスト化した資料が存在する。こちらを JICA TEAM に Mr. Khalil 経由で近日中に共有する。

⇒（谷村）我々の提案の中に類似したものがあるので、紹介する。

PD-1（Training for product development and distribution Project） を紹介。

（Dr. Maram）良い内容だと思う。改めて落ち着いた時間に資料に目を通す。

⇒（谷村）　宜しくお願いします。

PD-6（ “Made in Petra” Product）の概要を説明。

（Dr. Maram）こちらも良い内容だと思う。Visitor Center のプラザに在る、“Traditional Arts and Local Handicrafts Store”は改善の必要がある。手工芸品のアソシエーションに所属する 35 人の女性＝会員と共に、作品を（世界中の方を対象に）オンライン販売する携帯アプリの立上げに今年取組み、その後、ウェブサイトも立ち上げる予定である。本来は昨年取り掛るプロジェクトだったのだが、COVID-19 の影響により PDTRA は資金不足の状況となり、よって今年の PDTRA の Operational Plan に含むこととなった。既に昨年の時点でスレイマン長官にはプロジェクトの内容の承認は頂いている。今後アプリやウェブサイト設立に協力してくれる投資会社をテンダーするつもりである。

（熊田）　中国などからの製品がペトラの土産品として売られている現状を変えるのは難しいと理解しているが、Made in Petra ブランドを確立することでローカルアソシエーションとそこに所属する人々のエンパワメント、そして製品の質の向上、高付加価値への転換につながる一つの鍵と成り得る。

（Dr. Maram）ペトラ製品のプロモーション（ブランディング・パッケージング・マーケティング）に掛けるプロジェクトの費用として、現在 60,000JOD を申請しているが... 現在の PDTRA の財政状況を鑑みると、恐らく承認されないだろう。

アプリに掲載する作品（商品）に条件を設けている。詳細を記したプロポーザル資料を Mr. Khalil 経由で近日中に共有する。

（齋藤）　例えばアソシエーションで使用している機械が故障した場合、メンテナンスに掛かる費用の（部分的）援助など、PDTRA から行うことは可能か？
（※Beit Al-Ambat の状況を踏まえての質問）

（Dr. Maram）今後可能となる可能性はある。先に述べた、ペトラ製品のプロモーションプロジェクトのプロポーザル資料に含んでいる。

⇒（齋藤）　理解した。共有頂く資料を見た上で、本件含めて不明点がある場合に改めて問合せさせて頂く。

その後、他のプロジェクトの説明を JICA TEAM より行うつもりであったが、面談の終了時間が来てしまい、敢え無く断念。Dr. Maram より、以下 3 点最後に言葉を頂き、面談終了：

① JICA TEAM より受け取った資料に目落とし、それぞれのプロジェクトについてのコメントを纏め、Mr. Khalil 経由で共有する。

② 1500 人のペトラに住む女性を対象に、5 つのクラブが立ち上がっている。本件についても、Mr. Khalil 経由で資料を共有する。」

③ JICA TEAM としてコミュニティーから挙がっている課題に対するクリエイティブなアイデアがある場合には是非提案頂きたい。

以上

提出資料
12. M/P の Vision, Guiding Principles, Strategic Programs までを協議するためのプレゼン資料

受領予定資料
4. コミュニティーから上がっている課題をリスト化した資料 5. 手工芸品アソシエーションのオンライン作品販売に関するプロポーザル 6. ペトラの 1500 人女性を対象としたクラブに関する資料

19 Wadi Musa コミュニティ代表者との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 17 日（火）13:00-14:40	
場所： Wadi Musa コミュニティの集会所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mohammad Al Helali	熊田、碓氷、テメスガン、谷村（記録）

議事

前回のコミュニティとのグループミーティングで、Wadi Musa の代表として参加してくれた Mr. Mohammad と改めて面談。

1. Wadi Musa の部族構成

   - 全部で 14 の部族がある。最大の部族が Hassanat 家（実際には Farajat 家が最も大きいと思われるが）、次いで Mr. Mohammad の属する Al Helalat、そのほかには Old Village Resort ホテル等を有する Nawafleh 家などがある。

2. Wadi Musa の社会・環境課題への認識共有

   ＜社会課題＞

   - 若者層が西側などの新しい文化に触れることで、コミュニティの伝統的な文化を失ってしまうのではないかという事を危惧している。
   - 一方で、ツーリズムを通じた経済発展が早急に進むことについても問題ない。
   - Wadi Musa は比較的オープンマインドで、観光客を受け入れるホスピタリティが高いが、他のコミュニティ（ラジフ、ドラガなど）はどちらかというと保守的であり、コミュニティによってメンタリティに若干の違いがある。ただし、Wadi Musa においても観光客を受け入れる一方で自分たちのアイデンティティをしっかり維持しなければ、と考えている人は少なくない。
   - 女性が旅行業に従事する（例：ホテルでの勤務）をすることについては問題ない。ただ、ホテルの場合、フロントでの業務は OK だが、ハウスキーピングのように女性が一人で、個室内で行うような業務、周りに男性が多い業務は好まれない。また、家族によっては女性が働くことを好まないところもある。女性が職業訓練を受ける場合はホテル外で実施されることが必要である。
   - 学校訪問も含め旅行者と子供たちが交わるようなプログラム・体験も適切に管理監督できれば問題ない。具体的には文化保全の一環として踊りや歌などを観光客の前で披露するきことも可能。
   - 季節波動が大きいため、年間を通して観光業に関わるスタッフを雇用することが難しい。オフシーズンになると、仕事をせずに家族のサポートを受ける観光業従事者も多い。ヨルダン国内でも失業保険はあり、解雇などで職を失った場合、6 カ月は保険から手当てが支払われる。

     Wadi Musa のコミュニティは、リゾート、カフェ、公園、ベドウィンのテントやキャンプへの投資を希望しているが、UNESCO と PDTRA は、ほとんどの Wadi Musa の地域が Buffer Zone の一部であることを理由に断っている。

   ＜環境関連＞

   - ごみについては今のところ特に大きな課題を感じていない。

- 動物関連については野生動物について危惧していることはない。遺跡公園内外でロバ等の家畜が起こす問題はあるが、主に PDTRA で対応すべき課題と理解している。

3. コミュニティでの商品開発について

- ホームビジットなど、コミュニティに関連したプログラムの開発はツアーガイドやアソシエーション（例：Nabatean Capital など）を窓口にするのが良いのではないか。
※Nabatean Capital については別紙 PDF「第二次調査における Nabatean Capital 面談議事録（20210909）」を参照の事。アソシエーション会費として、入会時に 300JOD を支払い、その後アソシエーションが得た事業収益および PAP チケットからの補助金から、平均すると約 90JOD／1 家庭当たりが支払われる。
- 個人のビジネスとして、古い家を改装して民泊用に提供する動きも Wadi Musa では増えており、その場合は個人に任せることになる。
- 文化体験については、Nabatean　Capital が提供しているナバテア文化体験を監修する Dr.Hani Al Farajat などに相談してみると良いかもしれない。

4. 当該地域の課題

- ライセンス、サポート、トレーニングが課題である。
- ペトラが世界遺産になったことにより、自分の土地の一部がバッファーゾーンに指定された。キャンプ、カフェ、パーク等の事業を実施したくてもできない。営業ライセンスが取れるなら様々な規定には従う。

以上

提出・受領資料
第二次調査における Nabatean Capital 面談議事録（20210909）

20 **UNESCO Jordan Office とのオンラインミーティング**

Outline of the Meeting	
Project：Petra Tourism Master Plan Development Project (Phase 1)	
Day/Time：May 17 15:00-16:00	
Place：Teams Online	
Attendants (UNESCO)	Attendants（JICA Project Team）
Ms. Georgia, Ms. Catherine	Mr. Kumada, Ms Saito, Mr. Shingu, Mr. Ohara (Recorder)

Main Points Discussed

JICA Project Team up-dated information about the intervention conducted by UNESCO to Petra according to the following subjects:

1. Up-date and exchange the information about UNESCO / JICA projects
2. Zoning of the World Heritage
3. Carrying Capacity in the Park
4. Tourism Crisis Management

1. Up-date and exchange the information about UNESCO / JICA projects

1) Progress of the actions provided in *Decision 44 COM 7B.16 2017*

UNESCO: (In general) The decision was made between World Heritage Committee (ICOMOS) and the Government of Jordan (DoA). UNESCO Jordan office will provide some supports to implement the action, if required.

JICA: Regarding the Commends No.3, are there any up-dates regarding the action for preparing studies addressing flood management supported by UNESCO?

UNESCO: UNESCO has prepared a feasibility study for flash flood management from 2019 to 2020 with PDTRA (PDTRA has already provided this report to the JICA Team.).

This study provides some scenarios composed of projects to install dams and dikes at the up-stream area of the Wadi-Musa river. UNESCO recommends scenario 7 based on the results of assessment conducted in the study.

JICA: Regarding the Commends No.4, are there any up-dates regarding the action for developing GIS-based platform?

UNESCO: UNESCO has established a GIS data around the Siq area during Siq stability project. A comprehensive GIS-based platform to manage the heritage properties are not exist in Petra and it is required as a priority indeed.

JICA: Regarding the Commends No.5, are there any up-dates regarding the action for carrying out community engagement and awareness raising activities?

UNESCO: UNESCO has implemented several awareness raising programs to the locals, especially for children and aged people, in the field of disaster prevention, such as Rock fall and landslide as a component of the Siq stability project since 2012.

Around 150 children were benefited from the first program and 83 children were benefited from the second program. Regarding heritage conservation, UNESCO has also developed two trails around Wadi-Farasa (East/West) from 2019 to 2020.

JICA: Regarding the Al-Dara Development Project mentioned in the decision, please provide us information about the project, such as location, status, etc.

UNESCO: The main component of the Al-Dara Development Project is to protect the terrace located at opposite side of the Movenpick Hotel.

JICA: Unfortunately, the terrace you mentioned was already destroyed due to several city development projects, such as construction of new city plaza over the Wadi-Musa river and construction of new bypass road from city gate to the Visitor Center area.

JICA: Regarding the establishment of a sustainable tourism strategy mentioned in the decision, are there any progress? JICA Team would like to avoid duplicating same type of intervention.

UNESCO: This project is suspended due to COVID-19, because the priority of intervention is totally changed.

2. Zoning of the World Heritage

JICA: Regarding the Urges No.3, are there any progress to determine buffer zone for the World Heritage site? JICA Team propose a project to rehabilitate a Nabatean farming terrace beside the Old Village Resort Hotel. This terrace is a good example that presents historical Eco-system in Petra, both a part of historical agricultural heritage and a part of historical disaster prevention system against the flash flood since Nabatean era. Our plan recommends integrating this area as a part of the heritage site (ideally as a part of Protected zone).

UNESCO: No progress is observed. The buffer zone has never been determined in Petra since its registration. The idea that JICA Team proposed is reasonable. It may be integrated as a part of buffer zone for protecting the site from the pressure of urbanization.

3. Carrying Capacity in the Park

JICA: Regarding the number of Carrying Capacity determined in the Integrated Management Plan 2019, please provide us more detail information how you calculated such number, which parameters you considered, etc.

UNESCO: The number was determined in 1994 by UNESCO Carrying Capacity Analysis and in 2009 by USAID and ICOMOS analysis. The number was provided through complicated process, and it is difficult to explain.

JICA: If these two reports are available, it is very helpful for the JICA Team to understand the number.

UNESCO: The number shall be revised, because current circulation inside the PAP has been changed comparing the time when the number was provided.

4. Tourism Crisis Management

JICA: Did UNESCO agree to construct dam in the upper stream of Wadi Musa in terms of environmental Impact assessment and heritage conservation?

UNESCO: The construction site is located at up-stream of the Wadi-Musa river far from the PAP and there is no negative impact on the heritage site. UNESCO recommends scenario 7.

JICA: Are there any possibility that UNESCO will fund the construction projects identified in the study in the future?

UNESCO: The finance has not been planned by UNESCO.

JICA: Does your study include any no-structural measures, such as flood warnings system?

UNESCO: The study focused on structural measures. JICA: Are there any possibility that UNESCO and JICA will implement the projects jointly? UNESCO: Why not. [END]
Documents Provided/Received
13. Presentation for Questionnaire 14. Presentation for Draft M/P

21 PDTRA Tourism Directorate との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 18 日（水）12:00 – 13:00	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Sabri M. Fdool Mr. Khalil Mashaleh	熊田、碓氷、テメスガン、谷村（記録）

議事

1. プロジェクトの今後の進め方について

- PD,SP,SH の Strategic Program、及びコミュニティを対象とした効果的な支援の概要図の説明の説明を行った。
- 観光ビジネスチームについては PD,SP,SH が連携することでより効果的な支援になることを説明し、理解を得た。
- （JICA チーム）各専門家業務の作業を進めていくにあたり、実際に物事を進める Working Group を設定したい。
- （Mr.Sabri）それに同意する

  →Working Group のドラフト案を検討、作成。

以上

提出・受領資料

なし

22 IT Department との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 18 日（火）13:00-14:00	
場所： PDTRA オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Bilal Twaissi (Director)	神宮、テメスガン（記録）

議事

IT Department の Mr.Bilal と打ち合わせを実施し、内容は下記の通り。

1. サーベイランスの概要について

- 監視カメラは PDTRA 本館、遺跡公園、ワディ・ムサのダウンタウンに設置されている。
- 遺跡公園内には 7 か所に 23 台の監視カメラが設置されたが、コミュニティからの被害により、現在は 1 台も稼働していない。
- これらの監視カメラは、台湾製かスペイン製で、2017 年に考古学公園に設置された。

  しかしながら、この監視カメラの機種はかなり古く、人の顔をはっきり映すことはできない。
- IT 部門は、JICA が本プロジェクトを通じこれらの監視カメラを最新モデルにアップグレードすることを期待している。

2. Early Warning システムについて

- SNS を利用した情報収集発信システムを利用した予警報避難訓練をパイロットプロジェクトで実施したいことを説明し、IT department でシステムの開発可能性について確認したところ、開発は可能であるとのことであった。
- また、アプリをダウンロードする必要のない映像通報システムについても説明し、今後の情報取得手段として有用であることを確認し可能であれば、このシステムも訓練に利用したいことを説明した。
- 上記のシステムについては WIFI やモバイル通信で全域をカバーする必要がある。PDTRA では全域カバーを目指しているが、シークなどの峡谷では繋がらないため何らかの対応が必要と考えている。現時点では UNESCO が観光ルートでの通信機器の設置を認めないため、峡谷での通信環境確保が困難となっている。ただ、山頂部は全てのエリアで通信が可能となっている。

3. Visit Petra's Website について

- Visit Petra のウェブサイトは、システムも内容も古くなっているので、更新が必要である。
- Visit Petra のウェブサイトは内容が乏しく、洗練されたものが必要である。
- ECHO Company 社は、Visit Petra のウェブサイトを 6000JD（約 100 万円）の費用で制作した。
- 2017 年から ECHO Company では、サービスの一環として PDTRA IT 部門のスタッフに 3 年間の技術トレーニングを無償で提供してきた。
- このトレーニングは、2020 年以後には年会費 800JD（約 14 万円）で継続される予定だったが、PDTRA の予算不足で実施できなかった。

以上

提出・受領資料
IT 部門、次回 6 月のミッションまでに JICA チームに提案書を提出修正済み Strategic Projects 素案予定

23 PDTRA Board of Commissioners とのラップアップミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 19 日（木）8:00-11:30	
場所： Mövenpick Petra Ali Iwan Restaurant	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
● Dr. Suleiman Ali Al-Farajat（Chief Commissioner） ● Dr. Bilal Al-Khrissat (Commissioner of PAP & Tourism) ● Dr. Ziad Mohammad Al-Saidat (Commissioner of Administrative and Investment Affairs) ● Dr. Maram Mahmoud Al-Freihat (Commissioner of Local and Environment Development) ● Eng.Said Al-Awajfeh (Commissioner for Infrastructure) ● Mr. Sabri Fool ● Mr. Khalil Mashaleh	熊田、大原、碓氷、谷村、大山、神宮、トム、齋藤（記録）

議事

スレイマン長官が、JICA TEAM ペトラ滞在の最終週に急遽エジプトへの出張が決まった為、当初 PDTRA から現在進行中・今後取り組む可能性のあるプロジェクトについて共有頂く目的の（5 月 10 日のミーティングで発言のあった）朝食ミーティングに Wrap-up Meeting を合体させる形で開催。

1. 第 2 回 JCC について

（熊田） 2022 年 9 月 8 日（木）、半日程掛けての開催としたいが如何だろうか。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 同意する。

⇒（熊田） 参加者については、第 1 回目 JCC 開催の際に合意をした Permanent Members のリストに記載の組織・人物に加え、USAID を加えることを提案する。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 賛成する。合わせて、こちらから第 2 回 JCC へ招待したいメンバーがいた場合には知らせる。6 月中旬～7 月上旬に本件についてはコミュニケーションをとり、内容の確定を行う。

⇒（熊田） 承知した。

2. 本邦招聘について

（熊田） 対面でのキックオフミーティングの際に挙がった期間（2023 年 3 月 10 日～2023 年 3 月 21 日）を第一候補として JICA と話を進めても良いか。

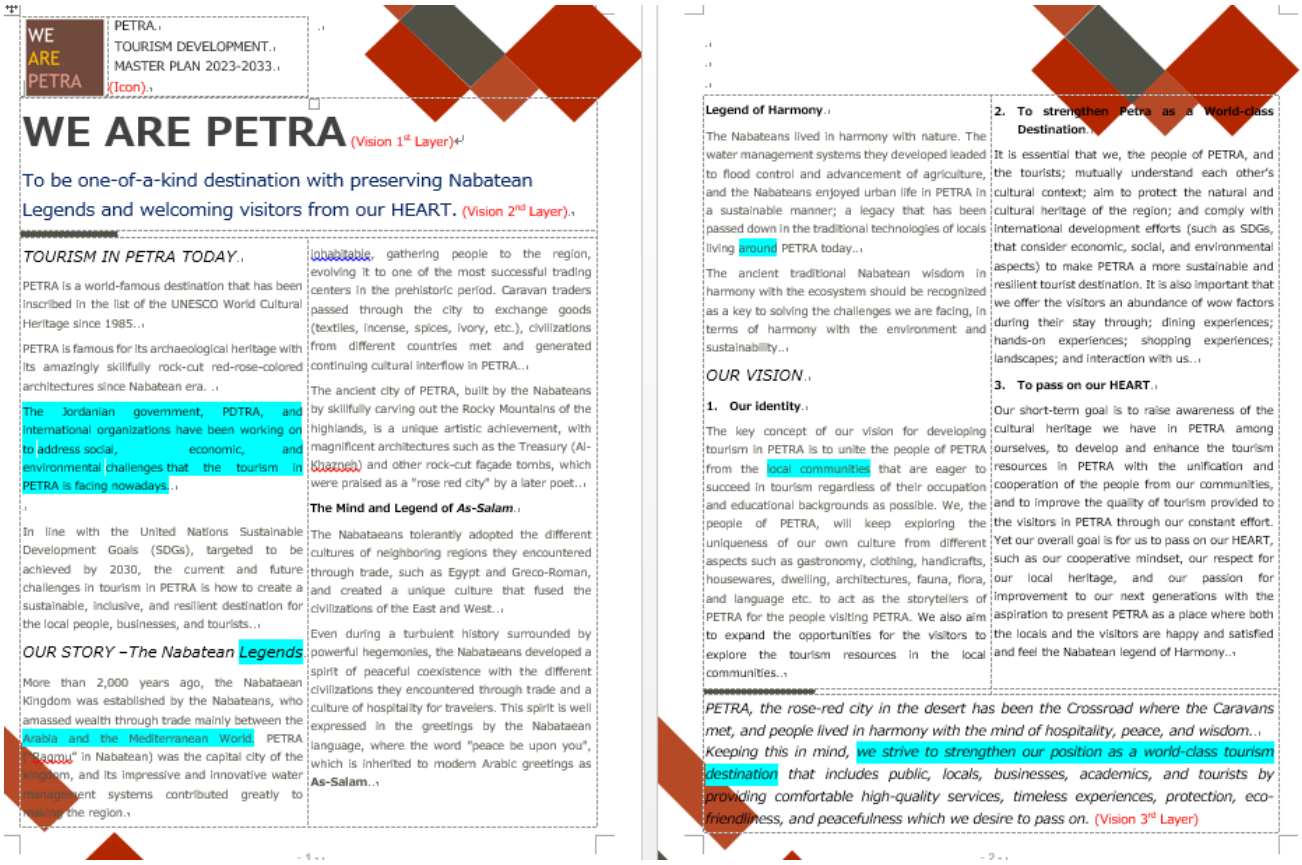
⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 問題ない。

⇒（熊田） それでは、11 月頃より調整・準備を始める。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 承知した。

3. Vision 4th Layer について

（熊田）　対面でのキックオフミーティングの際に頂いたインプットを基に、Vision 4th Layer を編集してきたので一緒にご確認頂きたい。今回編集した該当部分を青でハイライトしている。



WE ARE PETRA
PETRA
TOURISM DEVELOPMENT
MASTER PLAN 2023-2033
(Icon)

WE ARE PETRA (Vision 1st Layer)

To be one-of-a-kind destination with preserving Nabatean Legends and welcoming visitors from our HEART. (Vision 2nd Layer)

TOURISM IN PETRA TODAY

PETRA is a world-famous destination that has been inscribed in the list of the UNESCO World Cultural Heritage since 1985.

PETRA is famous for its archaeological heritage with its amazingly skillfully rock-cut red-rose-colored architectures since Nabatean era.

The Jordanian government, PDTRA, and international organizations have been working on to address social, economic, and environmental challenges that the tourism in PETRA is facing nowadays.

In line with the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), targeted to be achieved by 2030, the current and future challenges in tourism in PETRA is how to create a sustainable, inclusive, and resilient destination for the local people, businesses, and tourists.

OUR STORY –The Nabatean Legends

More than 2,000 years ago, the Nabataean Kingdom was established by the Nabateans, who amassed wealth through trade mainly between the Arabia and the Mediterranean World. PETRA ("Raqmu" in Nabatean) was the capital city of the kingdom, and its impressive and innovative water management systems contributed greatly to making the region inhabitable, gathering people to the region, evolving it to one of the most successful trading centers in the prehistoric period. Caravan traders passed through the city to exchange goods (textiles, incense, spices, ivory, etc.), civilizations from different countries met and generated continuing cultural interflow in PETRA.

The ancient city of PETRA, built by the Nabateans by skillfully carving out the Rocky Mountains of the highlands, is a unique artistic achievement, with magnificent architectures such as the Treasury (Al-Khazneh) and other rock-cut façade tombs, which were praised as a "rose red city" by a later poet.

The Mind and Legend of *As-Salam*

The Nabataeans tolerantly adopted the different cultures of neighboring regions they encountered through trade, such as Egypt and Greco-Roman, and created a unique culture that fused the civilizations of the East and West.

Even during a turbulent history surrounded by powerful hegemonies, the Nabataeans developed a spirit of peaceful coexistence with the different civilizations they encountered through trade and a culture of hospitality for travelers. This spirit is well expressed in the greetings by the Nabataean language, where the word "peace be upon you", which is inherited to modern Arabic greetings as **As-Salam**.

- 1 -

Legend of Harmony

The Nabateans lived in harmony with nature. The water management systems they developed leaded to flood control and advancement of agriculture, and the Nabateans enjoyed urban life in PETRA in a sustainable manner; a legacy that has been passed down in the traditional technologies of locals living around PETRA today.

The ancient traditional Nabatean wisdom in harmony with the ecosystem should be recognized as a key to solving the challenges we are facing, in terms of harmony with the environment and sustainability.

OUR VISION

1. Our identity

The key concept of our vision for developing tourism in PETRA is to unite the people of PETRA from the local communities that are eager to succeed in tourism regardless of their occupation and educational backgrounds as possible. We, the people of PETRA, will keep exploring the uniqueness of our own culture from different aspects such as gastronomy, clothing, handicrafts, housewares, dwelling, architectures, fauna, flora, and language etc. to act as the storytellers of PETRA for the people visiting PETRA. We also aim to expand the opportunities for the visitors to explore the tourism resources in the local communities.

2. To strengthen Petra as a World-class Destination

It is essential that we, the people of PETRA, and the tourists; mutually understand each other's cultural context; aim to protect the natural and cultural heritage of the region; and comply with international development efforts (such as SDGs, that consider economic, social, and environmental aspects) to make PETRA a more sustainable and resilient tourist destination. It is also important that we offer the visitors an abundance of wow factors during their stay through; dining experiences; hands-on experiences; shopping experiences; landscapes; and interaction with us.

3. To pass on our HEART

Our short-term goal is to raise awareness of the cultural heritage we have in PETRA among ourselves, to develop and enhance the tourism resources in PETRA with the unification and cooperation of the people from our communities, and to improve the quality of tourism provided to the visitors in PETRA through our constant effort. Yet our overall goal is for us to pass on our HEART, such as our cooperative mindset, our respect for our local heritage, and our passion for improvement to our next generations with the aspiration to present PETRA as a place where both the locals and the visitors are happy and satisfied and feel the Nabatean legend of Harmony.

PETRA, the rose-red city in the desert has been the Crossroad where the Caravans met, and people lived in harmony with the mind of hospitality, peace, and wisdom. Keeping this in mind, we strive to strengthen our position as a world-class tourism destination that includes public, locals, businesses, academics, and tourists by providing comfortable high-quality services, timeless experiences, protection, eco-friendliness, and peacefulness which we desire to pass on. (Vision 3rd Layer)

- 2 -

<u>The Jordanian government, PDTRA, and international organizations have been working on to address social, economic, and environmental challenges that the tourism in PETRA is facing nowadays.</u> の部分について

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）　政府（Government）と PDTRA と国際的なドナーを並列することはそれぞれ役割が異なるので相応しくない。“The Jordanian Government, represented by Petra Authority～”とリフレーズをお願いしたい。また、その後に続く文章も、ペトラの課題を解決することは国際的なドナーの役割ではなく政府の役割であり、ドナーは協力をすることに留まる為 “with the help of international organizations”とすべきである。

⇒（齋藤）　承知した。

<u>Legends</u> の部分について

（齋藤）　一つ修正ではなく意見を伺いたい部分がある。 “Legend”の用語について、民間セクターと協議する中で「事実を書いているので、伝説＝作り話を意味する Legend を使用することに疑問を持つ。Culture に置き換えるのはどうか。」との意見を頂いた。どう思われるか？

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）　“Legend” という用語からは確かにそのようなイメージを持つ。

⇒（Said 氏）　“Culture” に置き換えた場合、後に続く内容が文化に留まっていない為、こちらも適していない。

⇒（Bilal 氏）　“Identity”はどうか。 “The sense of the Nabatean Identity”

⇒（複数参加者）良いかもしれない。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）“Legacy”はどうか。

⇒（複数参加者）それもよく使われる用語で良いかもしれない。

⇒（齋藤）　良いと思いながらも一つ思ったことをお伝えする~~します~~。 “Legacy”を使うことで、コンセプトとしてきた昔～今～未来を繋げるというイメージが弱まらないか。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）昔で終わったものというイメージは確かにある。

⇒（Bilal 氏）　“OUR STORY - The Nabateans“としてはどうか。

⇒（複数参加者）同意する。

<u>Arabia and the Mediterranean World</u> の部分について

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）“Mediterranean” に限定する必要はない。世界の他の地域、例えば日本とだって貿易をしていた可能性はある。

⇒（大山）　日本にとの貿易の歴史に記録はないが、中国であれば漢代の歴史書にペトラの言及がある。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）それであれば、やはり“Mediterranean”を削除すべきである。

⇒（齋藤）　大山さん、そのようにしても事実を損なうことなく問題はないか。

⇒（大山）　問題ない。

<u>around</u> の部分について

（齋藤）　「ペトラの中には誰も住んでいるべきではない」という意見を基に、先日の会議で話されたとおり、 “in” ⇒ “around” へ修正した。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）よい。

<u>local communities</u> の部分について

（齋藤）　先日の会議で話されたとおり、“six local communities ⇒ “local communities” へ修正した。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）よい。我々は collective であるという姿勢を保ち、限定的な用語の使用を控えることが大事である。

<u>We strive to strengthen our position as a world-class tourism destination</u> の部分について

（齋藤）　先日の会議で話されたとおり、「既にペトラは world-class destination である」という意見を基に、頂いた文章に修正した。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）よい。ところで、に求められるものは何か。サービスの質か。満足度か。様々な要素から成るはずだ。

（熊田）　現在注力したいマーケットはどこか。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）特別 2019 年から変更はない。米国、ドイツ、フランス、イタリア、スペインなどだが、市場に応える前段として、我々が考えねばならないことは、ペトラを訪問する人たちが “world-class destination”に対して持つ期待値を達成することである。具体的には観光客の、50JD/100JD の入場料を支払って公園のサービスに求めるもの（期待）を我々は提供しているのか考えなければならない。サービス品質の安定性、案内標識、公衆トイレ、安全性等は当然のこと、どの観光客に対しても安定・一貫した質の高いサービス提供が必要だと考えている。何が達成できていて、何が達成できていないのか、マイクロ分析をすべきである。例えば、行き先を示す案内標識がペトラ地域には不足している。Amman から Wadi Musa まで、Wadi Musa から Petra へ、ペトラに着いてからビジターセンターや遺跡公園までの案内標識。政府が訪問者に充分な情報を提供していない現状を早急に変える必要がある。

サービスやホスピタリティの水準について言えば、ペトラを 8 時間のハラスメントを受け続ける場所 として取り上げた記事を読んで欲しい。このようなことを書かれるような観光地ではいけない。ツーリズムが急速に回復しているいま、現状を変える為の具体的なアクションを取ることは急務である。ミステリーショッパーによる検証も必要だと考えている。

※該当の記事：
https://www.nobedtimesnoborders.com/blog/animalpushersruiningpetra

（大原） “world-class destination”かどうかは、あくまで顧客が評価するものであり、その意味では、顧客満足度が最も重要な要素である。JICA チームは、現地調査の渡航の度に Petra by Night を訪問しているが、毎回、プログラムの内容が異なり、サービスに一貫性が欠けている。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）同感である。新たなナイトプログラムを作ること、そこから PDTRA に入る利益は全て Sustainability Fund に入れることが必要である。

（大原） Sustainability Fund の財源は何か。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）ジップラインや、アドベンチャーパーク、バルーン等のアトラクションや、新たに導入予定のエル・ハズネからカスル・エル・ビントまでのゴルフカートサービス等の料金収入から一定割合を徴収し、Sustainability Fund の財源とする計画。徴取された Sustainability Fund は、ペトラの地域開発に資するプロジェクトの事業費に充てる。

*Sustainability Fund: 観光分野に携わるステークホルダーが COVID-19 時のように危機に瀕した際に事業継続を支える財源として活用したい意向。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）案内標識については、真面目に直ぐに取り組みたい事項である。案内標識その物を作成できないのであれば、デザインや計画部分で支援して頂きたい。（本プロジェクトが始まり）既に一年という年月が経っているが、具体的な成果が見えない。そろそろミーティングだけでなく、具体策を立てて取り組む時期に来ていると感じている。

（大原） 現在の PAP 内は、過去のドナー等の支援で整備された各種のサイネージが既に老朽化、もしくは破損した状態で散乱している状況。これに加えてさらにパネル上のサイネージを追加的に設置することは、遺跡の景観破壊につながり、推奨できない。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）既存のサイネージは、全て撤去する方針。新たに整備するサイネージは、QR コードを用いたデジタルサイネージを想定している。JICA の過去の技プロで作成したワディ・ムサの観光マップについても再版が望まれる。案内標識のデジタル化は、JICA チームが提案している新たなチケッティング・システムの一部として含めることができるだろう。チケットに QR コードを印刷し、ダウンロードされるデジタルマップ上に観光客の現在位置が表示されるイメージ。

（大原）　次回 6 月の現地調査には、GIS の専門家も含まれるので、より具体的な検討を行うことが可能である。

Vision 1st Layer について

（大原）　現在の案の一つとして、紙面には WE ARE PETRA を暫定的に表記している。その上で、これまでの PDTRA との協議では、五つの案が挙がっている。検討に時間を要するようであれば、後日、コメントをいただくことでも構わないが、可能であれば、この場で出席者の同意を得たい。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）この場で決め、議論を先に進める。

（大原）　Vision 1st Layer については、WE ARE PETRA に決定することで、一同異議はないか。

（出席者）　異議なし。

Vision 4th Layer について

（大原）　Vision 4th Layer については、ひとまず本日出た意見を反映したものを作成し、共有する。PDTRA の中で追加修正が必要な場合は 6 月 1 日までに意見集約をお願いしたい。合わせて、他のステークホルダーとも協議を重ねる中で修正が必要と思われた場合には、相談する。

（熊田）　これをベースに対外的に出せるようにネイティブチェックなどを作業も行う。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）承知した。

4.　Strategic Programs について

大原より、“Strategic Programs Logical Framework”の資料を用いて、全体的なプロジェクトの時系列・関係性を説明。その後、トムより Tourism Business Development の Strategic Program の関連性を別途準備した資料に基づき説明。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）PDTRA 内部、ペトラ地域で、デジタルマーケティングが弱いことは自覚している。実際サブリが専門家であるが、他のことに忙しすぎて中々取り組めていない状況である。

トレーニングは、継続的に行うべきものであり、最初に（一度）行って終わるものではない。直ぐに取り組みたいと考えているのは、“Product Design”である。

⇒（トム）　承知した。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）Pilot Project は全て同時に行うのか。

⇒（大原）　そうではない。例えば商品を作るプロジェクトが先に動き出し、その後プロモーションのプロジェクト、そして最後には実際に商品を購入・体験して頂いた方からの意見を集め検証する。このように段階的に行っていく。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）リトルペトラの開発に取組みたいと考えている。新たな観光コンテンツを多く生める見込がある。遺跡公園の外でジープ、ラクダ、馬に乗って移動を楽しめ、景色を楽しめ...遺跡公園に観光客が集中する現状を変えることが出来る。

⇒（谷村）　その様な意見をお持ちであることを伺え、観光商品開発担当者として嬉しい。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）5 月 22 日に現在構想中のアイデアを話しながら、該当エリアの施設へ一緒に出掛けることを提案する。

⇒（JICA TEAM）了解した。

各 Strategic Program を専門家より説明。PDTRA 内で 6 月 1 日までに意見集約をして頂きたい旨を伝えた。PDTRA より当日インプットのあった事項は以下のとおり：

DM-4（Install new Ticketing System）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）良い案であるが、料金収入の扱いは、ヨルダンの国内法の観点から、デポジットの形を取るのはハードルが高い。その点は伝えておく。チケットについては、①チケット代の内いくらがどこに還元しているのか ②チケット代に何が含まれているのか（シークまでの乗馬や.バックゲートからのバス運賃等） ③PAP 訪問時にやってはいけないことの注意喚起 を購入者自身が QR コードを読み取ることで情報を得ることを可能としたい。

DM-6（Reactivate Visitor Center）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）提案内容に含まれるミュージアムに関しては、Old Police Station（ワディ・ムサ) に作る予定である。また、以前話した Visitor Center(以下 VC)内で VR コンテンツを提供する計画が進行中であり、機材も近々搬入することになっている。

DM-8（Promote electric rent-a-bike system）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）良い案である。ペトラの中心街～リトルペトラ区間で運用するのが良さそうだ。デザインにも工夫したい。

DM-9（Rehabilitate the Nabatean farming eco-system）

⇒（大原）　UNESCO の Al-Dara Development Project の Nabatean Terrace のエリアにバイパスロードを通すようだが、このエリアのテラスの景観は文化遺産の一部であり、文化遺産保全の観点から好ましくないと考える。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）Nabatean Terrace については、保全するつもりであり、新たに木も植えている。PDTRA として、Green Footprint を意識している。

UNESCO へはこれまで幾度もプロジェクトの申請を行っているが承認されない。現在 5 回目になる。JICA の協力を仰ぎたい。

⇒（大原）　当方は、モロッコの文化省の建築家として UNESCO との協働の下、文化遺産保全事業を実施した経験を有しており、必要に応じて支援する。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）UNESCO 等の国際機関と話す際は、必ず PDTRA の同席あるいは認識を合わせた上で活動に当たることを心掛けて欲しい

⇒（熊田）　承知した。

ブランディングについて　※Strategic Programs の発表内容から脱線

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）現在 PDTRA が所持している電気バスやペトラの街中を走っているタクシーを統一した色やデザインにラッピングしたいと考えているのだが、JICA は本件に協力可能か。

⇒（大原）　乗り物を提供することは出来ないが、デザインの部分であれば可能~~です~~。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）Ramz Group と取り組んだデザインをサブリ経由で共有する。また、PDTRA のウェブサイトも統一したブランディングを行いたい。ペトラ博物館を参考にすると良さそうだ。

PD-3（Development of Family-oriented & Evening Programs

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）リトルペトラの南部をアドベンチャーツーリズムの開発地区にしている。ナイトプログラムについては、リトルペトラで最新の照明や音響設備を使った新たなプログラムを開発したい。このプログラムに関しては、従来のように特定の企業へお金が入る仕組みではなく、住民の新たな働き口を作る仕組みとし、プログラムから PDTRA が得る収入は Sustainabiluty Fund に入れる。加えて、民間のイベント会社を PDTRA から補助金を出す形で設立したい。この会社から PDTRA が得る収入についても、全て Sustainabiluty Fund に入れる。

Petra by Night について、今後は入場者数に上限を設けたい。1000 人/回がよいと考えている。

PD-5（Develop Petra as a MI destination）/ SP-2（Promoting Petra as a MICE destination）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）ペトラの状況を踏まえると、先に MI（Meeting & Incentives）誘致に取り組み、その後 CE（Convention & Events）に取組む JICA TEAM の考え方に賛成する。既に MICE 誘致に関連する feasible study を行っているが不十分だと考えている。当時の資料を共有するので JICA から助言などを頂き MICE 誘致の戦略を PDTRA と共に立てて頂きたい。Pilot Project の 1 つになり得るか。

⇒（齋藤）　オプションとしてはある。

⇒（熊田）　本件は齋藤が担当する。

PD-6（ “Made in Petra” Product）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）アイデアは良い。具体的なアクションを是非取って頂きたい。

⇒（熊田）　ペトラ博物館が純粋なペトラ製品であると太鼓判を押すことで信頼性を向上させることも出来るだろう。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）良い案である。

ところで、博物館は 6 月 1 日より開館時間を夜 10 時に延ばすことが決定した。

SP-1（Promote a product developed with JICA’s assistance）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）プロモーションにフォーカスした Pilot Project は是非 1 つ行いたい。

⇒（熊田）　検討する。

SP-3（Enhance digital marketing）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） デジタルマーケティングは絶対に取り組みが必要であると日々感じている。我々のホームページやシステムは、2012 年頃からアップデートがされていない。2023 年にでも直ぐに取り掛って頂きたい。

⇒（熊田） Pilot Project で段階的に取り組めると良いだろう。

⇒（トム） Pilot Project にするように検討する。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） Pilot Project を 5 つにせず、1 つに集中するのも良い。もし資金的な課題がある場合には、部分的に JICA から資金援助を頂き、残りは PDTRA が支払うことも可能である。

⇒（トム） デジタルマーケティングはお金を掛けるべきところである。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 機械やシステムの整備だけではなく、デジタルマーケティングに関する技術移転の研修にも取り組んで頂きたい。2019 年にドローンを 2 台購入したが 1 台は破損、1 台は行方が分からなくなっている。何らかの形でドローンを活用したい。

加えて、ホスニ氏など、民間人でノウハウのある人間にプロジェクトに加わってもらうことが望ましい。

⇒（トム） 同意する。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） デスティネーション・マーケティングの動画を作成するのも良い。現状のものは、遺跡公園内を馬車が走っている映像が入っており、また映像が古く、アップデートが必要である。バックゲートの交通整備を終えた頃に撮影するのが良いだろう。また、例えば約 2 年後にペトラがどのようになっているかを伝える動画を作成するのも良い。

SP-4（Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）エコフレンドリーなバスの運用にも取り組んでいるので、良いアイデアである。

SH-1（Hotel and Restaurant Service Quality Improvement）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）サービスのスタンダードに一貫性がないことは同感である。文化的にフレンドリーな対応でごまかす傾向にあることも認識している。

SH-3（Awareness Enhancement）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） ﾋﾞﾗﾙ氏が「環境面にも関する内容を加えるとより良い」と言っていたが、正にそのとおりである。

7 月 7 日の 7 Wonders Day のイベントで、これまでペトラの観光に貢献してきたツアーオペレーターの表彰を行う計画をしている。

⇒（熊田） 初めての試みなのか。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 以前にも行ったが、改善した形で開催したい。また例年開催することを検討している。JICA からも参加を検討して欲しい。

⇒（熊田） 検討する。

SH-4（ “Kanko Juku” Workshop for Tourism Business）

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 非常に良い案である。

5. Working Group について

Mr. Sabri の協力のもとドラフトした “Working Group Structure” の図を用いて説明。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） いくつか修正が必要な箇所がある。修正したものを Mr. Sabri / Mr. Khalil 経由で提出する。また、PDTRA 職員は異動があるため肩書までとし、名前を書くことは控える

⇒（熊田） 了解した。

6. Pilot Projects のクライテリアについて

I~VI の点を一つ一つ説明し、同意を得た。また次回 6 月の渡航の際には、Action Plan と Pilot Project の候補を準備してくるので、それに対する PDTRA のコメントを得たいことを説明。その後 PDTRA より当日インプットのあった事項は以下のとおり：

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） Pilot Projects については、早急に取り掛って欲しい。次の観光シーズンまで 3 か月程である。案内標識や園内の説明版、地図など観光客の利便性を上げることが急務である。

⇒（大山） 案内標識や説明版は多言語に対応することが大事である。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）そのとおりである。QR コードでの対応は比較的短期間で対応可能なのか。QR コードを地図にリンクする形式が良い。

⇒（大山） QR による多言語対応のテクニカルな部分については、カラク博物館で取り組んだので比較的直ぐに可能だろう。（カラクで導入した QR コードの仕組みは）アプリダウンロードもインターネット接続も不要である。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）よい。まずは VC と遺跡公園のメイントレイル部分の整備から始め、ゆくゆくはその他のエリアでも対応出来るようにしよう。現在遺跡公園内には多くの案内標識や説明版が点在している一方、破壊もされている。今後は QR コードを使用したデジタルサイネージに切り替えていきたい。

⇒（熊田） 1 つの Pilot Project と成り得る。

⇒（大原） 6 月の渡航では、GIS の専門家が我々と一緒にペトラに来る。次回の現地調査において検討する。

⇒（ﾋﾞﾗﾙ氏） ベースマップの作成にまず取り組み、次にグーグルマップなどと連携するのが良い。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官） Royal Geographic Center との契約も済んだ。

⇒（大原） GIS のベースマップを我々と共有頂くことは可能か。軍事的な情報も含まれており難しいと考える。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）全てのデータにアクセス許可を貰っている。特に一般公開されている 2 種類のデータは問題ないはずだ。Mr. Sabri / Mr. Khalil 経由で共有する。

⇒（熊田） MAP の QR 化については大山氏が担当する。

7. PDTRA が取り組む予定のプロジェクトについて

（ｽﾚｲﾏﾝ長官）リトルペトラ周辺の開発に絡んで、<u>交通の整備</u>も進んでいる。今年 6 月にフェーズ 1 の部分を運用開始見込み。まずは Hyundai のエコバス 2 台を使用し、7 月に民間事業者より運転手と共にバス 5 台をレンタルし、9 月に更に 5 台レンタル予定。運転の技術をベドゥールの人々に移転し、環境が整い次第独立した会社を設立予定。交通整備

を行うとともに、ベドゥールに働き口を与えることで、遺跡公園内に存在する違法キオスクや動物を使った商売を減少させることが目的である。

フェーズ 1：PAP バックゲート➡Heritage Village

※道の整備や運転に関して Al-Ambat Association と契約書済
※運用開始時運賃は PAP チケットに含まれるが、いずれ乗客に追加請求。（追加請求する運賃収入は、ベドゥール 95%と PDTRA 5%。PDTRA の収入は全て Sustainable Fund に入れる。）

フェーズ 2：PAP エントランス➡Heritage Village➡New VC in Umm Sayhoun

フェーズ 3：PAP エントランス➡Wadi Musa 中心街➡Mövenpick Nabatean Castle / Petra Marriott Hotel

ペトラの交通整備については、2019 年に USAID が計画書を作成し、また Dr. Ismaiel も別途計画書作成に取り組んでいた。この 2 つの資料を JICA TEAM に展開するので、具体的な提案をお願いしたい。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 2 つ目のプロジェクトは、遺跡公園内の危機管理に関連して、**公園内の監視カメラの整備**である。ここ数日の間にまた 1 台破壊された。

⇒（神宮） 昨日 PDTRA IT Department と面談の際に監視カメラの破壊・窃盗問題の話を伺い、TOR を提出するようアドバイスした。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）本プロジェクトに関して、JICA が協力可能なことは技術支援の部分という理解でよいか。

⇒（神宮） そのとおり。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）今年 10 月に USAID が購入の為の資金援助をしてくれると言っている。関連資料を共有する。

⇒（大原） 監視カメラについては、何に使うかが重要。COVID-19 の状況やシークのキャリング・キャパシティーの観点から PAP 内の混雑状況を監視カメラで監視し、AI を用いた画像解析により、ゲートからの入場者数をコントロールする技術が既に汎用化されている。ドラフトでも良いので是非共有頂きたい。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）了解した。共有する資料を基に、次回渡航の際に、PDTRA のエンジニアを連れての視察を行い、現在どこにカメラが在るのか、今後どこに設置するのが良いかなど確認をお願いしたい。カメラの設置場所や有効的な使用方のアドバイスと共に見積も作成をお願いしたい。今後カメラのモニタールームも準備したいと考えている。設置したカメラを破壊する者を特定できるようにすることも大事である。

⇒（神宮） PDTRA のサーバーは中々によい。

⇒（ｽﾚｲﾏﾝ長官）上手く活用する術を是非教えて欲しい。

⇒（神宮） 承知した。

（ｽﾚｲﾏﾝ長官） 3-4 つ目に取組みたいプロジェクトは、**遺跡公園内のフェンスや洗面所の整備**である。いま春の観光シーズンの終わりを迎え始めているが、次のシーズン（9 月～）を迎えるにあたり可能な限りインフラ整備を行いたい。

⇒（熊田） カメラ関連については大原氏と神宮氏が対応する。

以上

提出資料
15. 本日のアジェンダ 16. M/P の Vision, Guiding Principles, Strategic Programs までを協議するためのプレゼン資料（修正版） 17. Vision 1-4th Layer 案 ver.17 18. JCC Permanent Members List 19. Strategic Programs Logical Framework 20. Tourism Business Development の Strategic Program の関連性を示した図

24 ベイダ地区の観光資源視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 19 日（木）16:00-19:30	
場所： ベイダ地区	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Moath Ammarin (tour guide)	熊田、大山、碓氷、テメスガン、谷村（記録）

議事

先般のベイダ地区代表者とのミーティングを受けて、地区内の新しい観光資源の視察、ならびに同地区出身のツアーガイドである Mr.Moath Ammarin からのインプットを得るため、地区内の案内を依頼した、詳細は下記の通り。

1. 行程
   - 16:00　ベイダハンディクラフトアソシエーションオフィスにて待ち合わせ
   - 16:20　ディブディバの泉、周辺の畑等を視察
   - 16:50　ビューポイント
   - 17:30　ワディ・アラバ渓谷を望むビューポイントおよびオベリスク
   - 18:00　アマリンキャンプ
   - 19:00　ハンディクラフトアソシエーション
2. 視察内容

ディブディバの泉

ナバテア時代から利用されている泉の一つ。ペトラ博物館の水利に関する展示で紹介している。当時はこの泉から PAP 内の Basin 付近まで水路が引かれていたとのこと。水量は近年だいぶ減っているものの、近隣の農業用に現在も利用されている。ただ泉内には藻が多く繁殖し、ごみも捨てられているなど、管理や衛生面では課題がある。また道路も舗装をされておらず、大型バスでの訪問は難しい状況。

周辺には地元住民の畑が点在しており、ピスタチオやイチジク、オリーブなどが栽培されている。ただ販売用ではなく、ほぼ家庭での消費用に使われており、住民の収入源にはなっていない。また畑の手入れは複数の家族、親戚で交代して行っているが、若者を中心に街で仕事をする人も増え、人手が徐々に足りなくなってきている状況。そのため、ワディムサなど他の地区の家族の力を借り、収穫物を配分する代わりに畑の世話をしてもらうという取引をしているところもあるとのこと。視察した畑はガイドの Mr.Moath の家族が所有しているが、そちらもそうした取引で人手を確保している。



ディブディバの泉



近くにある Mr.Moath の畑



畑の視察

ビューポイント

アンマン～ダーナ～ショーバック～ペトラに移動するルート（ワディラム方面に抜けず、ベイダ方面に抜けるルート）の途中にあり、ベイダ地区やリトルペトラ、PAP、遠くにはワディアラバ渓谷とパレスチナまで見通せるビューポイント。今回訪問した際、カナダの旅行会社である G Adventure 社のツアーが 10 名ほどのお客様を連れてここで写真撮影タイムを取っていた。このポイントは大型バスでも訪問が可能で、ベイダ地区のツアーを実施する際の訪問箇所として組み入れが考えられる。ガイドの Mr.Moath は、将来的にこの場所に近い丘の上にレストランを建設し、ツアーのお客様を誘致、絶景を楽しみながら食事を取れるようにしたいという夢があるとのこと。



ビューポイントからの景色



ポイントにいたツアーのバス

ワディアラバ渓谷を望むビューポイントおよびオベリスク

ベイダ地区の北の端、アカバ県との境界周辺のビューポイント（古代のナバテアの交易路上で、ペトラからワディアラバを通り、ネゲブ砂漠（世界遺産のナバテアの隊商都市が点在）、ガザ（古代の地中海の玄関港）へと続いていた）からは、ワディアラバ渓谷の入り口を望むことができる。また、フェイナンからのヨルダントレイルの到着地点でもある。Mr.Moath 曰く、ヨルダントレイルやワディアラバのトレイルについて、地元の地理に詳しいエスコート（一部はヨルダントレイル協会からエスコートとして承認をされている）がいるが、危険な個所や携帯等の通信ができない個所もあり、ガイド 1 名でのトレイルは危険性が高い。日本のように登山計画書を提出するという手続きもなく、また事前の参加者の健康状態のチェックや、装備の確認、詳細な行程の確認やトレッキング用の概念図の作成など、日本で登山に必要な準備も行われていない様子。、特に FIT のお客様が自身でトレイルを歩く場合は、何かあっても把握する手段がないため非常に危険。できればローカルエスコート＋ツアーガイド、それにグループのツアーリーダー、途中宿泊を伴う場合にはテントや調理器具を持参するサポートチームを帯同することが望ましい。

Mr.Moath も以前お客様をトレイルに案内した際、骨折と心臓発作を発症し、搬送まで 24 時間かかった経験がある。幸いその時は一命をとりとめたそうだが、携帯での連絡がつかず、連絡ができるところまでエスコートが移動をしてようやくヨルダン軍のヘルプで搬送ができた。

また、トレイルを含め、地区内の詳細な地図がないことも大きな問題。等高線やルートの難易度、水場、危険場所、コースタイムなどが明記され、また水に塗れても破れない特殊な用紙で作成されている日本にあるような登山用地図がない。地図があれば現在地などを把握しやすいが、それがないために迷った場合、自分がいる場所を正確に伝えられない。

なお、このビューポイントに行く手前に、ナバテア時代のオベリスク（魂を表したもの）がある。



ビューポイント視察の様子



ビューポイントから見たワディアラバ



オベリスクの壁画

アマリンキャンプ

ベイダ地区の最大部族であるアマリンファミリーにより運営されているベドゥインキャンプ、リトルペトラの手前、新石器時代の遺跡を通り過ぎ 300m ほど進んだところにあり、舗装はされていないが大型バスでもキャンプ手前までつけることができる。

全部で 20 棟のベドウィン様式コテージがあり、バス（シャワー）、トイレは共同。食事もレストランにてビュフェ形式で夕・朝食が提供される。客室は旅行会社、OTA ならびにキャンプのホームページで販売しており、時期にもよるが 1 泊当たり 2 食付きで JOD25-35 程度。個人客だけでなく、グループの宿泊も受け付けており、直近ではルーマニアからメディテーション体験をしたいというグループの宿泊があったとのこと。

キャンプ内にはソファが置かれたリラックスエリアや、郷土料理である蒸し料理を作るための土製オーブンもおかれている。また、キャンプ内にはベイダ地区の伝統器具や写真などが展示されている民俗資料館（Folklore Museum）がある。貴重な展示もあり、興味深い。同資料館は、ヨルダン北部の民間の出資で設けられたもので、ベイダ地域から収集された民具資料や薬草等が、ベイダ地域の民俗文化を撮影した歴史的な写真などと共に、陳列展示されている。民具資料の台帳への記載なども行っているとのこと。住民が政府や学術機関等の力も借りず自主的に自らの手で作り上げたといえる資料館で、キャンプ内の小さな施設ではあるが、ユネスコ無形文化遺産「ペトラとワディラムのベドゥの文化的空間」の要素でもあるベイダ地域のベドゥイン文化を知るひとつの住民参加型拠点となる可能性を持っている。

周辺はリトルペトラの山々に囲まれ、キャンプ外には砂漠のような場所もあり、宿泊者のメディテーション体験にも利用されている。

キャンプを建築するにあたっては、土地の利用など地元の所有者が協力してくれ、その支援を受けてアマリンファミリーが運営を行っている。



キャンプの外観



レストラン内部



民俗博物館



キャンプ周辺の砂漠

3. ガイド（Mr.Moath）のコメント

アマリンキャンプに限らず、観光関連の事業を行うには施設の整備など、資金的な支援、また観光ビジネスに携わる人材の育成などが大きな課題。

ハンディクラフトについても雇用の拡大を目的に織物技術のトレーニングなどを地区内の若手に提供する取り組みを行ったが、どうしても即金で収入が得られる仕事に目が向いてしまい、最後までトレーニングを受けた若者は１名しかいなかった。その１名も製品がなかなか売れず、収入が入らないために結局仕事を辞めてしまった。手工芸品はデザインをもっと洗練させること、縫製技術を高めるためのトレーニングに加えて、製品のプロモーションが大きな課題。現在は製作した製品が売れず在庫が多くあるため、織物製作を停止している状態。また、織物技術は、アラブとしては伝統的な形ではあるものの、エジプトの職人の指導で行われた、それまでのベイダのベドゥインの伝統的な織物技術とは異なるものである（エジプトの織物技術の方が、生産効率がよいためそちらを導入したとのこと）。本来のベイダの伝統的な技術による織物のトレーニングや製品開発は、まだ今後の課題ともいえる。

こうしたスキルの向上や人材育成、観光素材の開発と販売に関わるスキル向上にぜひ協力してほしい。

ガイドの方でも、ベイダの無形遺産、例えば伝統的な薬草や、ヤギの放牧技術などに根差した、様々な体験型プログラムのアイデアを持っているとのことである。危機に瀕しているともいえる無形遺産の（現代文化での変容による）脆弱さも同ガイドの方では認識している。すべてを商品化の対象にすることが無形遺産を破壊する恐れも観光開発にあたっては存在するため、調査研究や保全、ガイドラインの制定（どこまで商品化してよいか）などを組み合わせながらの開発が必要なため、こうしたガイドの人々の存在は貴重である。

以上

提出・受領資料
なし

25 PDTRA Risk management との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 22 日（日）9:00-11:45	
場所：PDTRA Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Risk management Mr.Hussein Hasanat (Director for Disaster management)	熊田、神宮、河野

議事

これまでの当該地区での危機管理対策の状況や現時点での不足点、今後強化したいことなどについて聴取・協議するとともに、パイロットプロジェクトとして推進していくにあたっての留意点等を確認した。

4. 4R の考え方と課題感について

- UNESCO では、Reduncion=Prevention, Readiness=Preparedness と記載されることが多い。

(1)Prevention：

- 避難路について。レンジャーは危機発生時に観光客を集合させるべき場所や危険個所、緊急時避難路などを知っているため、現行のマニュアルに沿って避難誘導を実行に移すことはこれまでもできている。とはいえ、避難路はマップに落とし込まれておらず、遺跡内での案内サインがないなど情報発信が不十分で、観光客自身への啓発は不足している。
  また、乳幼児連れや高齢者等の要配慮者に対する対応方についてもマニュアルに明文化はされていない。このような具体的なことまで明文化しておくことが本来は必要であると考えている。（運用上、これまでは適切に対応できていたが、「みんなにわかる状況になっている」ことが重要）
- 観光客自身への啓発（災害時の行動、立入禁止エリアの周知、マナーの問題含む）も必要。同様に、地域の安心安全の取組を観光客自身に周知しておくことも重要。

(2)Preparedness：

- 民間セクターのうち、特に観光客と直接接する人々の、災害対策を含むサービスレベル全体のスキルアップを推進していくことが課題と考えている。
- これまで、雨量計やレーダーの情報により、洪水の危険が予見される際には遺跡公園への入場制限（禁止）を行っている。2018 年には 2 回、2019 年にも 1 回入場を禁止した。観光客からは入りたいという声があるが、クレームを受ける可能性があるとしても、観光客やスタッフの安心を担保することを優先し、入園禁止措置を徹底している。
  （マニュアルに基づき、1 時間雨量 7mm：アラート黄色／14mm：アラートオレンジ／21mm:：アラート赤色 と定めて運用中）
- アンマンなど北部地区では独自のレーダーで天候予測が緻密にできるが、ペトラを含む南部地域では独自のレーダーを持たず、中央の気象庁から 1 日に 2 回程度発信されてくるレーダー情報に頼るしかない。降雨から洪水発生までの時間は短く、正確なレーダー情報を独自に取得することが対策強化に向けた必須事項であると考えている。予算に限界があるが、入手した見積では直径 200km でアカバからペトラまでカバーできるレーダーシステム導入に 750,000USD 程度かかると見込まれた。
  ⇒日本のXバンドレーダーは半径 60km で 500USD 程度と情報提供

(3)Recover：

- ”build back better”の考え方が重要。道路や建築などを「復旧」するだけでなく、被災中のスタッフのサービストレーニングや、景観等を直すときによりよい状態に改善することな

ど、ハード・ソフト両面でこの考え方に基づいて実施できることが望ましい。
そのためには、通常時からの「観光地をよくする／強くするための投資」の仕組み構築も必要と考える。例えば、観光客の支払う料金の一部が植樹に回されたり、企業の投資を呼び込む取組みなどが想定される。が、企業からの投資を呼び込むためには仕組みだけでなく観光地としてのブランディングによって投資価値を感じて貰うことも重要であり、このような一貫した取組については観光危機管理単体の問題ではない。

5. 今後、強化していきたいと考えること（パイロットプロジェクトも見据えて）

- 前提として、「インフラ整備が本事業の対象ではない」ことについては了承。

(1)避難路など、必要な情報の整理と発信

- レンジャーは危険個所や避難路を知っているが、マップや遺跡公園内の看板などに表示・可視化されていない。情報をきちんととりまとめ、関係各所と共有できるツールが作れるとよい（アナログ/デジタルは問わない）。
- 民間セクターを含むそれぞれの役割（マニュアルに記載されているコミッショナーレベルのみでなく）や準備しておくべきことが記載されているチェックリストなどもあれば有用であるとは思う。

(2)危機管理対策室（オペレーションセンター）と、それを支えるレーダーシステムの整備

- 観光客の位置情報（GPS）、遺跡公園内の各エリアの様子、水位などの危険個所情報などがリアルタイムで見られるモニターが完備されていて、警察や連携する医療機関、民間セクターや Civil Defense などに連絡する際の拠点となるエマージェンシーオペレーションセンター（危機管理対策室）が欲しい。
- 上述の、ペトラ周辺＋アカバ地域までをカバーする独自のレーダーシステムを導入してオペレーションセンターで常時監視することができれば、洪水発生リスクをいち早く察知し、対応にあたるまでのリードタイムをより長く確保できる。

(3)モバイルアプリケーションの活用促進

- 観光客の 90%はスマートフォンを携帯している。GPS で観光客の位置情報がわかれば、アプリ等を使って観光客が支援要請をした際にレンジャー等の支援スタッフがすぐに現場に向かうことができる。これは、自然災害発生時だけでなく、怪我や体調不良等の個人的な危機時の対策としても有効。
- 同様に、観光客の GPS 監視ができれば、混雑度に応じた入場制限の実施や、危険個所に入った観光客にスマホ上で警告と退避要請を自動的に発信する仕組みの構築など、遺跡公園内の人数コントロールや観光客個々人へのリスク情報伝達が容易になる（現時点では、広大な敷地の全てをレンジャーがカバーできるわけではないため、高いところやこみいったところに立ち入る観光客を全て目視確認することはできていない）。

(4)各コミュニティや民間セクターにおける「危機管理対応者」の育成・組織化

- ボランタリーな組織では、いざというときに機能しにくく、指揮命令系統も作りにくく、メンバーのプロフィールも把握しにくいため、小規模でよいので civil defense（軍系統の組織となる民間防衛隊）の傘下民間組織として組織化したい（注：日本の消防団のようなイメージか）。ホテルのキーパーソンや、部族長は特に重要な関係者として中心に巻き込む必要がある。
- 民間セクターに訓練を実施する場合は、PDTRA も同席したいと考える。民間セクターに対しては、マニュアルや、洪水の仕組みなどの細かい指示や説明は不要（抵抗感が強まるため）。むしろ「何が起こったら」「なにに基づいて」「何をすればよいか」をシンプルに伝達し、徹底することが望ましい。

- 街なかの避難看板整備や、民間セクターに向けた啓発のチラシ・掲示物の制作などについても、観光客への発信というだけでなく、民間事業者自身への意識付けのために有効であると考える（観光客に見せる/訊かれることを通じて従業員自身が意義に気付く）。

6. 危機管理体制づくりに向けた課題

(1)過去の案件事例
＜UNDP による人材育成プログラム「ネイバーフッドプロジェクト」2011～2014 年＞

- ビジターセンター横を含め、遺跡公園内・周辺に計 9 か所の雨量計がある。これと別に、ワジに 2 か所の水位計を設置している。これらの設置作業を含む、洪水、落石、地震、地すべりなどのリスクアセスメントを過去に実施しており、リスクの洗い出しは実施済。
- 同じプロジェクトで、ワディムサエリアにおける危機対応人材育成プログラム「ネイバーフッドプロジェクト」を実施。18～35 歳の若年層 25 名に対し、初期消火、応急処置などの初動対応ができるように育成した。PDTRA のパイロット事業として実施し、Civil Defense の下部組織という位置づけでメンバーを組成した。
- 「ネイバーフッドプロジェクト」で構成されるメンバーには法律上の権限が付与されていないため（このことはトラブルや誤った対応をした際の責任範囲が不明瞭であるということでもある）、自由に活動させるにはリスクがあるということで 2014 年を最後に活動が中断。現在は、転居等により当時トレーニングを受けたメンバーは 12 名程度にまで減少していると思われる。

(2)今後の体制強化に向けた課題やステップ

①危機管理対応の指揮命令系統

- コミュニティを含む地域全体の危機管理体制については、Civil Definse⇒レンジャー(PDTRA)⇒民間セクターやワーカー　の順序で非常時の指揮命令系統ができている。遺跡公園内における対応は PDTRA が中心。
- 警察と Civil Defense は別系統の組織。Civil Definse が安全対策や災害対応の管轄で、ナショナルセンターがアンマンにあり、首相によってコントロールされている。レンジャーや民間セクターは、あくまで Civil Defense の指示や承認のもとで活動を行わなくてはならない。
- もしも、コミュニティにおける危機管理対応人材の育成・訓練・組織化を行いたい場合には、ビラル氏を通じて Civil Defense に目的と意義を理解して頂くことが必要。ビラル氏は前述の「ネイバーフッドプロジェクト」の詳細を知らない可能性もあるので、その話とともにインプットする必要がある。当該地区独自のレーダー設置の可能性や意義についても同様に、ビラル氏にも意向確認をして頂きたい。

②遺跡公園内で働く店舗やベドゥの危機管理対応メンバーへの組み込み可能性

- 遺跡公園内で働く方々とは、折々にトラブルがあるため、巻き込める人材とそうでない人材があるだろう。
- 彼らもビジネスとして遺跡内で働いているが、観光客を守りたい気持ちはあるので、過去の災害発生時にはレンジャーの指示を受けて自発的にサポートをしてくれた。しかし、彼らの役割について明文化はされておらず、災害時のアクションの義務化もしていない。
- 遺跡公園内で働く方々は、災害発生時のミートポイントや避難路についての情報を共有されていないため、自発的に避難誘導をして頂くことは困難。不正確な情報を観光客に与えることはリスクとなる。
- まずは彼ら自身の財産である店舗や動物などの安全を確認できたあとで、観光客支援の余力がある人には、あくまでレンジャーの指示を受けて避難誘導支援をして頂けるとよい。ラク

ダや馬、カートなどの事業者は事業者団体があるため、事業者団体に所属している方々であれば、窓口組織があるため、訓練に巻き込むことも可能ではないか。

7. ハード面の洪水対策について

- 洪水対策で設置された 6 か所のダム（土砂を固めただけのもの）についての情報は共有されておらず、場所も知らない。Operation & Control との情報や活動連携が弱いことが推察される。
- ユネスコの「フラッシュフラッドマスタープラン」では、遺跡公園に流れ込む前に水を食い止めるために 7 つのダムを作る計画が書かれている。高さ 10m 以上のダムを作る計画になっているが、コストが大きくなることと、急傾斜のため構造物への負荷が大きくなり損壊のリスクもある。6～7m 以下の高さの小さな砂防ダムを複数個所連続して作ることにより水流速度を抑える方法のほうが低リスク且つローコストになると考えている（道路の速度を落とさせるバンプのイメージ）。
- 洪水時はマリオットホテル裏から多く水が流れてきて、ワディカンターラに向けて集中して流れていく。ワディカンターラ付近で水が溢れるリスクが高まるので、マリオット裏からそこまで水が到達する前に、複数の支流水路を作って水流を分割させることでリスクを減らせるとよいと考える（具体的な計画があるわけではない）。

8. その他事項

- 救急車要請「911」は、英語対応可。オペレーターが内容を確認したうえで適切な組織につなぐ。



面談の様子

以上

提出・受領資料
なし

26 Rajif 地区代表者との面談および視察

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 22 日（日）11:00 – 13:00	
場所： ラジフ地区ハンディクラフトセンター	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
別紙リスト参照	碓氷、テメスガン、谷村（記録）

議事

3 月のミーティングに引き続き、2 回目の面談を実施。内容は下記の通り。

1. 民間セクター向けのプレゼンテーションを利用し、観光ビジネスフレームワークの概要説明
2. 意見交換

- （JICA チーム）PDCA サイクルのフレームワークについてどう思うか
- （Rajif 代表）よく理解できた。現在 Rajif 地区内で新たにリゾートを設立する計画を考えている。そこで様々なプログラムを提供し、地元の雇用を増やすことに取り組みたい。
- （Rajif 代表）候補地として、PDTRA 所有で、Rajif に利用許可をもらったエリアがある。このハンディクラフトセンターをツアーの拠点とし、ここで 4 WD に乗り換えてリゾートエリアに移動、そこでトレイル散策やローカル文化体験（食事、お茶などを含む）を提供する。この計画は PDTRA のスレイマン長官に先日提出し、打ち合わせの時間をいただく予定。
- （JICA チーム）スレイマン長官に提出した計画書をこちらにも共有してほしい。
- （Rajif 代表）承知した。書面を用意し、JICA チームの次回渡航までに渡せるようにする。

  ※後に「コンセプト」という言葉を使用しており実際には計画書は未だ無いものと推測する（JICA チーム）
- （Rajif 代表）リゾート運営は、地区内にツーリズムアソシエーションを設立し、そちらが運営する。アソシエーションには地元住民のうち、趣旨に賛同してくれる人から投資を募り、そちらを活動資金とする。
- （JICA チーム）アソシエーションの収益は投資をしたメンバーのみ裨益する形になるか。
- （Rajif 代表）そうではない。直接的な還元にはならないが、雇用や販売の増加など、印ダイレクトな形で地区全体に裨益することを考えている。例えばハンディクラフトセンターからリゾート候補地までの 4 WD によるトランスポーテーションも新たに雇用を生む方法の一つである。
- （Rajif 代表）リゾートのプロモーションのためにパンフレットの制作を進めたい。そのために財政支援が必要で、支援者を探している。例えば JICA では支援できないか。
- （JICA チーム）本プロジェクトでは基本的にインフラ等の支援はできない。リゾート計画の中で、商品造成、ホスピタリティ研修など一部のコンテンツについて支援を検討することはできる。パンフレット制作はその一環として検討することは可能。
- （Rajif 代表）現在計画中のリゾートプランを本プロジェクトの支援対象とすることは可能か。できれば PDTRA に推薦してほしい。
- （JICA チーム）現在はマスタープランに関わる Strategic Projects をこちらから提案し、内容の妥当性について議論を始めたところなので、今の時点ではイエスともノーともいえない。なお、検討するにあたってサステナビリティの観点は非常に重要である。アソシエーシ

ョンだけでなく、地区、地域住民に継続して観光により裨益がある、コミュニティ内の課題を観光により解決する、観光ビジネスが継続的に進められる、といった点である。

- （JICA チーム）このリゾート計画は地域内でどの程度承認されているのか、ラジフの人口に対して賛成はどの程度あるのか。
- （Rajif 代表）地区の人口は 4,000 人（約 600 家庭）、そのうち約 300～400 家庭は主旨に賛同している。

3. 地区内の視察

終了後、Rajif 地区郊外に広がる雄大な渓谷、また古い家の跡が残るリゾート候補地を視察。





ここがリゾート候補地、古民家を一部再現、ローカル文化体験などをここで提供できるように整備するとのこと。

以上

提出・受領資料
観光ビジネスフレームワーク、Strategic Projects 資料（PC にて投影）

27 PDTRA Dep of Operation and Control との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 23 日（月）9:00-11:00	
場所：PAP Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Sameer Nawafleh (supervisor) Mr. Hwashek Nawafleh (supervisor)	熊田、神宮、河野

議事

翌日の同セクション責任者との面談に先立ち、現場でのレンジャー運用実態について把握した。

1. レンジャーの配置状況・活動

- レンジャーの登録総数は約 120 名。3 交代シフトで回しており、日中（6:00～18:00）に遺跡公園内に 30～35 名のレンジャーを配置させる。夜間（18:00～6:00）はそれ以下の人数になる。リトルペトラにも 5 名程度配置している。
- 現状の人数では、全てのエリアをカバーすることはできず、シーク内やエルハズネなどの混雑区域においても、各 1 名しか配置できない。
- 遺跡公園内、特にシーク内は、景観悪化や写真撮影時に余計なものが移り込まないために案内サインを設置できない（政府の決定）。シーク内の水路に上らないこと、高いところに登らないことなどの警告を掲示できないことから、子供がシーク内水路に上がったり、危険なエリアに大人が入り込むことがある。レンジャーは目視確認のうえ注意をするが、全てに目が届かないため落書きなどについてもいたちごっこになる。
- 混雑や渋滞はリスクの元。人の滞留を防ぐため、シーク内やエルハズネ付近などの特に狭い箇所では、ツアーガイド等に対して、立ち止まって説明する時間は 5 分以内にするよう推奨している。

2. 危機管理警戒態勢の「起動」

- 「危機管理体制起動」は、マニュアルに基づき、関係セクションに PDTRA Risk Management から個別連絡をすることで発動される。入場制限が必要な際には、その段階で PDTRA Risk Management がサイレンとアナウンスの発信を行う。
- は Risk Management から携帯で連絡が入る。大規模な災害の際は、PAP Operation & Control からシフト外のメンバーにも携帯または無線で連絡し、総動員することもある。
- 災害発生時は、3～5 時間で、園内の全ての観光客を外に出す必要がある。

3. 必要と考える機材等について

- 遺跡公園内で、Wi-Fi や携帯電話がつながらないエリア／つながるエリアを明記したマップは過去にはあった。回線・電波が改善されている現在の範囲マップはないと思う。
- 当セクションでドローンを 1 基有していたが、使い道検討中に故障してしまった。上述の通り、目視で補えない箇所や滑落者を探すなど複数の用途でドローンが利用できるとよい。
- 過去に、単独滑落者を大勢のレンジャーで探したが見つからず、3 日後にアンマンから派遣されたヘリが発見した。人間の目線からでは事故者を発見できないケースがあるため、空中からの監視や探索は有効。早くに発見・移送ができれば命が助かる可能性が高くなる。



水路部分を歩く子供

以上

提出・受領資料
なし

28 **Petra Hotel Association との面談**

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 23 日（火）11:30 – 12:40	
場所： PAP 会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Tariq Twayssi, Director	熊田、谷村、アセファ、神宮、河野、碓氷（記録）

議事

ペトラホテル組合の Mr.Tariq Twayssi とミーティングを実施、内容は以下の通り。

1. サービス&ホスピタリティ
   - サービス品質向上に係る研修についてはオフ期の実施、研修期間や時間について考慮することで組合として協力できる。
   - ヒューマンビーイングマネージメントについて個々には難しいものの、組合を通じて実施することが可能。ヒューマンビーイングはホテルの商品である。Something Unique なものをペトラで作りたい。
   - 一部屋の掃除に係る水の使用量は 20ℓ のスタッフもいれば、100ℓ のスタッフもいる。水の使用量を抑えるためには、どのように掃除すればいいかといったガイドラインがあると良い。
2. セールス&プロモーション
   - GSTC の取り組みは、ホテルのセールスの観点からも良いことである。
   - ペトラホテル組合は、GSTC 認証プログラムを成功させるために協力することを望んでいる
   - いくつかのホテルが証明を取れば、時間はかかるもののやがて全体に広がると思う。
   - デジタルマーケティング(特にウェブサイト制作)については、3 スター以下のホテルにとっては良いことである。
   - ホテルは OTA に高い手数料を支払っている為、このようなウェブサイトがあれば、かなりの負担が軽減されると思う。
   - ペトラを MICE のデスティネーションとしてプロモーションすることは、今後 5～6 年の間に検討されるべきことである。
3. プロダクトデザイン

   宿泊客からツアー、例えばワディラムへ行きたいというリクエストをもらった場合、ワディラムまでのタクシーなどはホテルが直接手配している。ホームビジットも、ホテルがコネクションのある家庭に直接連絡、手配を行っているとのこと。こうした手配がヨルダンの旅行業法では問題ないか、いわゆるコンシェルジュ業務の一環として認められるかは確認が必要。また、着地型商品を造成した場合、ホテルでも予約を受けられるシステムが必要なので、今後の検討課題。
4. リスクマネージメント

   備蓄については、概ねどのホテルにおいても常時約 2 週間程度の食糧・水がある。危機に備えて、というよりも、多くの物資はアンマンから仕入れているので、まとめて調達することでコストを抑えることが主目的。

   過去に雪のため 5～7 日程度の閉じ込めになったケースがあった。国の危機管理対応部署が管轄するため、バスなどの移動手段を地域で手配・アサインすることはない（※移動や滞在にかかる費用を誰が負担するかについては、質問したが回答なし）。
5. 災害時のホテルの対応について

- ホテルが対応する必要があるような災害は冬期の雪で地域が封鎖された時ぐらいである。
- ホテルでは 2 週間の食料のストックパイルがある。
- ほとんどの食品はアンマンから取り寄せているため、通常のオペレーションとして 2 週間分の食料ストックをしているので、災害等で孤立した場合も問題なく対応できる。
- Covid 19 の時は、逆にストックしていた食料品が消費できなくなったため、地域住民に無料配布して処分した。
- 災害が発生した場合、PDTRA の指揮のもと観光客を CIVIL DEFENCE や医療機関、ホテルなど協働で対応する体制が構築されている。これらの関係機関との連絡は 5 分以内に取れるようになっている。]
- PDTRA や CIVIL　DEFENCE は観光客を安全な場所へ移動させ、ホテルは被災観光客を受け入れる体制がある。PDTRA の指揮のもと緊急体制に入る。
- 過去にペトラ地域は交通、電気等が寸断し、5 日間地域孤立したこともあったが、アンマン戻りたい人は、アンマンに送り、残りたい人は残れるように対処した。
- 被災観光客の宿泊等の対応については、地域がクローズした場合、新たな観光客が入ってこないので問題なく滞在観光客の対処は行える。
- 災害時に観光客の延泊などが必要となった場合の費用は、政府が負担する場合もあるし、観光客が支払う場合もある。また、観光客とホテル側が 50%負担する場合もある。場合によって異なる。
- ホテルが入っている保険については、建物の保証だけである。

6. GSTC の観点から

ホテルやレストランで利用する食材はアンマンで購入するものが多い。ペトラで少しでも多く調達できるようになると良い。

ゴミの分別をすることは難しいことではないが、ペトラには分別したゴミをリサイクルするシステムや工場がない。

リサイクルからホテルに還元されるものがあると、ホテル組合を通じエンカレッジすることが出来る。

アメニティ等についてリサイクル品を使用することは可能だが、通常のものより値段が高い。ホテル其々に自身のポリシーがあり、バルクで共同購入することは難しい。リサイクル品の使用についてホテル組合としてアドバイスすることは可能である。

7. その他

ペトラ地域の中小のホテルでは水と電気がメインの問題である。

以上

提出・受領資料
なし

29 USAID Jordan Office とのオンラインミーティング

Outline of the Meeting	
Project: Petra Tourism Master Plan Development Project (Phase 1)	
Day/Time: May 23 14:00-14:30	
Place：Teams Online	
Attendants (USAID)	Attendants（JICA Project Team）
Mr. Nizar Al Adarbeh	<JICA Jordan Office> Ms. Yamanakajima, Ms. Shereen <JICA Project Team> Mr. Kumada, Ms. Saito, Mr. Shingu, Ms. Kono, Mr. Ohara (Recorder)

Main Points Discussed

JICA Project Team and USAID exchanged ideas to activate the existing visitor center. Main points discussed are as follows:

5. Comments from USAID to the proposed projects

2) DM-6: Strengthen the Function of the Visitor Center

USAID: USAID agreed the proposed concept in general.

Proposed folklore museum shall preferably be separated from the function of the visitor center and the JICA project may concentrate to establish a Welcoming Center for the visitors.

As a function, USAID had been informed from PDTRA that VIP room will be installed inside the center. However, USAID considered that this function was not preferable.

Redesigning not only the interior but also exterior of the center shall be considered to provide the information to the tourists for planning the trail, etc., before visiting the PAP.

JICA PJT: VIP room had already been installed inside the center.

Regarding the folklore museum JICA Team has been informed that PDTRA will construct new folklore museum at the downtown of Wadi-Musa.

3) DM-5: Strengthen the Function of the Heritage Village; and DM-7: Strengthen the Function of the Elgee Village

USAID: To diversify the tourism product other than PAP, this function shall be preferably integrated with the other projects such as DM-5 (Strengthen the Function of the Heritage Village) and DM-7 (Strengthen the Function of the Elgee Village).

6. Projects planned by USAID for the center

USAID: USAID are planning to install a park control and monitoring center at the lower floor of the center managed by Tourist Polis and PDTRA rangers.

Regarding the information center, USAID is considering installing an information KIOSK along the main trail to provide information inside the PAP.

Project status is still conception stage and project components has not been identified yet.

Monitoring and surveillance will be conducted by using UAV (Drone) and fix point camera.

JICA PJT: How the center will utilize the data from the camera is important. The data from the camera can be also used for controlling the density of tourists inside the Siq by applying AI (Artificial Intelligence) analysis technologies associated with the gate operation.

7. Framework for collaboration between JICA project and USAID

USAID: How does the project implement proposed projects? JICA PJT: JICA cannot finance to all projects proposed. During the project period until 2025, implementation of several pilot projects is planned to implement the priority projects / actions, to confirm effectiveness and efficiency of the proposed projects. USAID: USAID would like to collaborate with JICA to elaborate the project components and to share some financial proportion to the proposed project. JICA PJT: We welcome collaborating with you both technical and financial. USAID: We will coordinate some joint meeting inviting other donors, such as UNDP, etc. [END]
Documents Provided/Received
21. Presentation for Draft M/P

30 **PAP Dr.Bilal との Wrap Up ミーティング**

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 24 日（火）9:15-10:00	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Bilal Al-Khrissat (Commissioner of PAP & Tourism)	熊田、齋藤、大原、碓氷、大山、神宮、テメスガン、 谷村（記録）

議事

PAP Commissioner の Dr.Bilal と本渡航での合意事項ならびに次回渡航に向けた準備、依頼事項の確認、打ち合わせを実施。詳細は下記の通り。

4. 5/22 実施のインスペクションについて

- （Dr.Bilal）日曜日の視察はどうだったか。皆さんからの意見を聞きたい。
- （谷村）End of the World からの絶景は素晴らしかった。商品としてのポテンシャルはあると感じた。観光ビジネスチームで視察に関するメモをまとめて共有したい。一点質問があるが、End of the World 等のジープツアーはどのように手配、販売を行うのか。どこか特定の旅行会社などに委託するのか。
- （Dr.Bilal）現時点ではツアーのアイディアという段階で、具体的な商品化には至っていない。本ツアーに興味のある投資先がいればそちらと話を進めたいが、投資先が見つからなければ道路の整備などから先に進めたい。また、このエリアは遺跡保護というよりは環境保全を意識して進めなければならない。
- （神宮）環境の観点から見て、利用する 4WD やジープの排気、騒音等は大丈夫か。
- （Dr.Bilal）ジープはハイブリッド車を利用する予定で、排気の問題はない。また、騒音についても周辺の環境を見る限り問題ない。
- （齋藤）Cultural Village で見たバギーはどの区間を運行予定か。
- （Dr.Bilal）新石器時代の遺跡～End of the World に向かう途中の渓谷まで。その先はバギーでは進むことが難しい。
  ⇒正確な運行区間を別途確認中（谷村）

5. Vision 4th Layer、Guiding Principles について

- （齋藤）Commissioner とのミーティングで出た意見を受けて修正した点を説明
- （Dr.Bilal）Our Story-Nabateans：Eastern and Western world は西洋により定義された世界の分け方で、それに追随したくはない。World の代わりに Civilization を使いたい。
- （熊田）今回は民間セクターやコミュニティとのミーティングでもこちらを示し意見集約した。それを踏まえてこの内容で進めたい。
- （Dr.Bilal）了解した。

6. Strategic Programs について

- （熊田）今回の Commissioners とのミーティング、民間セクターやコミュニティとのミーティングでで体験を踏まえて内容を一部修正したものを提出する。こちらについて PDTRA でレビューを 6 月 1 日までにお願いしたい。
- （谷村）Product Design については PD-1 のタイトルと目的を修正した、PD-1 はアソシエーションの設立が目的ではなく、コミュニティと共に商品造成を行うプロセスを通して観光人材を育成する事。また PD-3 については Dr.Suleiman のコメントを受けて、Evening Program の開発に集中する形に変更した。

- （Dr.Bilal）Family-Oriented については削除する必要はない。例えば博物館や遺跡でのアクティビティなど、価格を抑えて子供に提供できるプログラムがあると思う。
- （谷村）承知した。ではそちらは残す方向で修正を行う。
- （大原）商品については現在かけていると思われる Evening　Program、Family 向けプログラム、オフシーズンプログラムを対象に取り組んではと思うがどうか。
- （Dr.Bilal）それは良いと思う。
- （大原）P45（PD-1）について Vision の 3rd Layer に基づき、Framework のストラクチャを修正した。
- （Dr.Bilal）Vision の中では Educational Institutions が触れられていない。Academic は子供の教育は含まれていないのではないか。Academic の代わりに Educational Institutions としてはどうか。
- （齋藤）ポイントについては承知した。チーム内で再度議論する。
- （碓氷）SH は P89（SH-3）のタイトルをより分かりやすい形で変更した。目的に変更はない。P90（SH-4）はタイトルを Tourism Training Course に変更した。当初は民間セクター、コミュニティへのトレーニングを想定したが、そこばかりでなく PDTRA スタッフ等、パブリックについても提供する必要があると感じた。対象と観光関連のすべてのステークホルダーに拡大した。
- （Dr.Bilal）それは大変良い考えである。
- （熊田）こちらの内容を再度確認いただき、改めて PDTRA からのインプットからをいただけるとありがたい。

7. Working Group について

- （熊田）本日修正のリストをいただいた。こちらをもとに検討し、他に適当な人を追加する必要がないか確認したい。
- （大山）RD のリストに Mr.Nahar（Petra Museum）と Mr.Ibrahim（CRM）を追加したい。
- （Dr.Bilal）大山さんのご提案に感謝する。リストに追加する事は問題ない。
- （大原）Crisis Management は Destination Management の一部でもあるので、Dr.Hasannat の他に追加することはできないか。
- （Dr.Bilal）DM については Destination Management と Crisis Management の 2 つのセグメントに分けてメンバーを検討したい。
- （神宮）Crisis Management はそれで独立したチームを作りたい。
- （齋藤）次回渡航時には Crisis Management チームとして Civil Service や Tourist Police とも面談をしたい。
- （Dr.Bilal）Civil Defense を含めた Crisis Management のコミッティがあり（Risk Management Committee）、定期的にミーティングを行っている。チームは Security & Defense、Risk & Safety に分かれている。
- （大原）チームの構成についてご提案をいただけるとありがたい。
- （Dr.Bilal）サイト内で起きた事件や事故にどう対処するかについては Tourist Police や Civil Defense の管轄であり、どのように行っているかはこちらでは関知していない。Working Group の資料については、まず Destination Management を ① PAP 内の

Destination Management と ②Risk & Crisis Management の 2 層にするのが良いと考える。

- （熊田）Pilot Projects の Criteria については先日のミーティングで確認した。こちらの選定を進めるにあたって Working Group の見直しをしていただき、次回渡航までにご提案をいただきたい。

8. プログレスレポートについて

- 「分析編」「計画編」「アクションプラン編」の 3 部構成となることを説明し、Dr. Bilal よりご理解頂いた。

9. 今後のスケジュール

- 第 2 回 JCC：2022 年 9 月 8 日
- 本邦研修：2023 年 3 月 12-21 日
- 次回渡航前のオンラインミーティング：6 月 14 日（火）17:00～（ヨルダン時間 11:00～）に設定したい旨を説明。

  （Dr.Bilal）火、木はできれば避けてほしい。火曜日は定例の Commissioner ミーティングがあるため。火曜日は 16:00 以降であれば OK。月曜日の夜は別のミーティングがある。水曜日は来客対応等があり忙しい。木曜日は 12:00 以降の午後は忙しいが、夜であれば対応可能。
  （齋藤）こちらを踏まえてスケジュールを調整し、改めてお知らせする。
  ⇒現在 6/13（月）17:00～で調整中。

- アポイントメント：
  （Dr.Bilal）JCC ミーティングメンバーのアサインを優先で進めてほしい。
  （熊田）承知した。

以上

提出・受領資料

- Wrap Up ミーティングアジェンダ
- 修正済み Vision 4th Layer
- 修正済み Strategic Projects 素案
- 6-7 月渡航スケジュール
- アポイントリクエスト表

31 PDTRA Dep of Operation & Control との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 24 日（火）10:10-11:00	
場所：PAP Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Salim Shamaseen PDTRA Dep of Operation & Control Manager Mr. Injad Helali	熊田、神宮、河野

議事

前日の同セクション SV から得たインプットに基づき、責任者との協議を行った。

1. 訓練・トレーニングについて
   - レンジャーに対しては 2 か月に 1 回の訓練を実施している。
   - 新任のスタッフに対しては、救命救急や登山、レスキュー基本行動などの基礎的な研修を入社時に行う。研修は PDTRA が実施。このような基礎的な訓練は繰り返し実施することはなく、入社時研修のみ。

2. 監視・見回り体制とオペレーション
   - 遺跡公園内を 5 エリアに分けてレンジャーを配置。エリアごとにレンジャーのチーフを配置、チーフの指示でスタッフが行動する。1 エリアにつき 1 台のレスキュー車両（4WD）を配備。
   - Civil Defense（警察）は 4 名配置され、2 名×2 のシフトで遺跡公園内を巡回している。
   - クルーズ客が来る際は 10 日程度前からわかっており、4 千人程度が一度に来るため、時間差をつけて入場させるよう予め手配するなど、混雑しすぎないための入場制限を行う。その他、ピーク時に遺跡公園内に 3,000 人程度が入場している場合は入場制限を行っている。
   - 遺跡公園内で働いているベドゥ等を避難誘導のメンバーや支援体制に含める可能性はゼロ。彼らと政府・行政との間の信頼関係が構築されていないため、非常時・緊急時の体制に組み込むことはリスクが大きい。

3. ICT や機材の活用
   - 遺跡公園内で、Wi-Fi や携帯電話がつながらないエリア／つながるエリアを明記したマップはない。IT セクションの管轄のため、IT のほうに確認してほしい。IT から提供された情報に基づき、マップをチェックすることには協力する。
   - 園内には、メインゲート、シーク、エルハズネ、カスルアルビントなど計 5 箇所に監視カメラを設置。カメラの映像は、PDTRA オフィス、PAP オフィス、ビジターセンター内のモニタールーム（警察の常駐箇所）に共有されている。カメラの管轄も IT セクション。
   - ドローンは PDTRA で 2 基所有しており、うち 1 基は測量に活用。ドローンを飛ばす際には警察や航空局への許可が必要であるほか、警察がドローン飛行区域に随行していなくてはならず、監視等のために通常運行させるのはハードルが高い。

4. 今後の協力について
   - 訓練実施の際には主催することができる。

- 公園内のレンジャー配置スポットについて、マップに落とし込むことについては協力可能（今後、正式に依頼が必要）。



公園内を巡回する警察

以上

提出・受領資料
なし

32 **Medical center との面談**
(The clinic in the archaeological site and the health center of Wadi Musa)

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 24 日（火）11:10-11:45	
場所：Petra Museum	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Ali Masadeh 応急処置ユニット課長 Dr. Hatem Saraireh Mr. Injad Helali	熊田、神宮、河野

議事

遺跡公園内クリニックと市街地の病院その他関係機関との連携状況や役割分担、患者（観光客）の対応状況について確認した。

5. クリニックの役割

(1) 遺跡公園内クリニック

- 1 日あたり 5 名ほどの患者に対応している。多い時で 7 名程度。
- 全員が看護師で、ドクターはいない。クリニックは救命救急などの初期対応をする役割。搬送が必要な患者については連携してワディムサの病院へ救急車等で移送。
- PDTRA 及び健康省との取り決めにより、原則的にメインゲート⇔エドディルまでのエリアの怪我人・病人に対応することとなっている。車で救護できない場所には担架を持って徒歩でレンジャーとともにレスキューに向かう。
- 一般的な病気やけがの場合はクリニック内や、遺跡公園に 10 か所設定されている”応急処置ができる場所”で応急処置を行ったうえで、必要と判断した場合は病院に搬送する。目視で明らかに深刻なけが・病気と判断される場合は、クリニックを経由せず救急車で直接病院に搬送する。
- レンジャーに対する救命救急のトレーニングを請け負う（一般的・初歩的な内容に限る）。

(2) The health center of Wadi Musa

- PDTRA と連携している公立病院。営業時間は原則として 8:00～18:00。
- 1 日あたり 150～200 名程度の患者を受け入れる。観光客が搬送される頻度は低く、1～2 か月に 1 名程度。但し、民間の医療機関にかかっている観光客もいると想定され、観光客が病院にかかる総量は明らかでない。
- COVID-19 の流行以降は、PCR 検査対応を重点的に行っている。

6. 関係機関との連携

- 患者を遺跡公園外の病院へ搬送する際は、Civil Defense と連携して行う（救急車に引き渡すという形が正しいか）。
- レスキューヘリについては航空局の管轄であり、病院等から直接の要請・連携はできない。ペトラ地域・南部地域にはレスキューヘリの基地がない。国内でアンマンが唯一。アンマンからペトラまでは約 90 分でヘリが到着する。

7. ドクターヘリの必要性と導入可能性

- 過去にドクターヘリを要請したことはある。ドクターヘリ派遣要請手順は以下の通り。
  レンジャーによる患者発見＋クリニックによる状況把握

⇒PDTRA Risk Management の責任者による派遣要請の判断
⇒Civil Defense を通じて航空局への派遣要請
⇒国内で唯一アンマンに所在するレスキューヘリ組織からの派遣が決定される

- 上述の通り、ドクターヘリの管轄は航空局に限定されているので、PDTRA または病院、行政区がレスキューヘリを所有・運用することの実現性は低い。

8. メディカルツーリズムの可能性

- The health center of Wadi Musa は公立病院であるため、地域住民への対応が最優先されることから、観光客に医療サービスを「コンテンツとして」提供するような活動は、地域住民にも政府にも理解されない。公立病院の役割として、メディカルツーリズムへの対応は考えにくい。



面談の様子

以上

提出・受領資料
なし

33 ECHO Company との面談

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 24 日（火）12:00-13:00	
場所： オンライン	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Yousef Alem	谷村、神宮、河野、熊田、テメスガン（記録）

議事

ECHO Company の Mr.Yousef Alem と打ち合わせを実施し、内容は下記の通り。

10. 現在の Visit Petra ウェブサイトの課題について

- 現在のウェブサイトは、コンテンツやサイトマップを含め、いくつかの改善が必要である。
- ウェブサイトの文章や画像は非常に古く、不鮮明で、観光客へのアピール度が低い。
- 現在の Visit Petra のウェブサイトには、ギャラリー、"things to do"、地図、注意事項など、基本的な標準コンテンツが欠けている。
- また、現在のホームページには、観光客がいつでもチェックできるホテル、レストラン、カフェや口コミ等の情報が乗っていない。
- アプリユーザーの需要が高まるにつれ、観光客に必要な情報を提供するために、Visit Petra のアプリも定期的に更新する必要がある。
- 現在の Web サイトとアプリは統合されていないため、Web サイトで内容を変更してもアプリに反映されない。これは改善すべきである。

11. 改善点について

- ウェブサイトのコンテンツが包括的で、多言語であること（機械翻訳ではないこと）。
- ペトラのすべてのサプライヤーのリストを持っている必要があり、長期的に、予約プラットフォームとリンクする必要がある。
- 観光客の苦情を迅速に処理するために、「ケースマネジメント」システムをウェブサイトに組み込むべきである。
- SEO (Search Engine Optimization) 対策に役立ち、SNS との連携が強いウェブサイトであること。
- 遺跡公園の入場券の購入も、ウェブサイトとの連携が必要である。
- Petra by Night や Petra Kitchen などの着地型商品の一部は、観光客が即座に予約できるように、ウェブサイトと連動させるべきである。
- 長期的には、独自の予約プラットフォームを持たない 3 つ星以下のホテルにも予約サービスを提供できるようにする。

12. デジタル化による危機管理について

- ヨルダンでは、ソーシャルメディア情報分析システムを防災に活用することは、まだ広く行われていない。
- しかし、このような技術を導入するには、ソフトウェアや AI だけでなく、このシステムのためのステーションや複数の機器が必要になるため、コストがかかる可能性がある。
- ECHO カンパニーでは、現在このようなサービスは行っていないが、必要に応じて専門家を雇い、共同で行うことが可能である。

- 現在の Visit Petra のウェブサイトは、情報発信の面で危機管理の目的に十分活用されていないため、ウェブサイトを更新する際には、その点を考慮する必要がある。
- 有事の際には、ウェブサイトやアプリを災害モードに変換し、ウェブサイトやアプリから直接情報発信できる仕組みも盛り込むことが可能である。

以上

提出・受領資料
ECHO Company が企画書を作成の上 JICA チームと共有し、新しいウェブサイトのアイデアを次回（6 月）のミッション際に議論する予定。

34 JICA 本部・ヨルダン事務所との現地作業後報告会

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 5 月 25 日（木）13:30-14:30	
場所： オンライン（TEAMS）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
＜JICA 本部＞ バラダ様、上田様 ＜JICA ヨルダン事務所＞ 宮原様、川谷様、山中嶋様、	熊田、大原、大山、神宮、河野、齋藤（記録）

議事

「ヨルダン観光 MP_第 6 次調査結果報告書案_Final」の資料に基づき、報告会を行った。

※専門家の内、谷村・碓氷・トムについては、JITOA（アンマン）での面談に出席の為、欠席

主な協議の内容は、以下のとおり：

1. <u>第 6 次現地作業の結果概要</u>

（熊田）

－Vision について、最も多くの言葉で説明を行っている 4th Layer について、今回現地では最も多くの協議を行った。PDTRA とは 2-3 回協議の場を設け、入念に取り組んだ。民間セクターやコミュニティの方々（4 つのコミュニティ）からもインプットを頂き、5 月 19 日の PDTRA との Wrap-up Meeting の内容を反映したものが、今回共有させて頂いた ver.21 である。

－Guiding Princilples の詳細部分については、これまで落ち着いた時間の中で協議をしていない為、継続協議。大枠のコンセプトや文言については、Dr. Bilal を含め承認済。

－Strategic Programs については現地作業中にブラシュアップしたものを最後 PDTRA にお渡しし、6 月 1 日を期限にインプットを頂けるよう依頼をした。とはいえ、明日より休みに入る為、次回渡航までに巻き取るようにする。

－5 月 19 日の PDTRA との Wrap-up Meeting にて Dr. Suleiman が発言された内容になるが、この 5 月のペトラ訪問者数が 2019 年の同時期を上回り、次のオンシーズンである 9 月に観光客を受け入れる為の体制作りを整えたい様子。

－Sustainability Fund （危機となった際に事業者や民間の生活の底を支える為に使用する資金、及びコミュニティーへ遠隔的な支援を行う為の資金）なるものを PDTRA が立ち上げた。

－ハイブランドホテル（エコロッジ）の建設が進行している件については、具体的に今回の現地調査中に Habitas AlUla の投資家がペトラに訪れていた。今後 UNESCO と協議が必要な状況である。

（齋藤）

PDTRA として特別着手したい開発エリアが Little Petra と Baidha 地区であることを認識した。MICE を向こう 10 年で実現可能な地域へとペトラを

	発展させることには非常に強い関心があり、まず向こう 3-4 年は比較的規模の小さな MI に着手、その後（2000-3000 人規模のコンベンションセンターの建設を PDTRA が現在企画中でもある為）CE の獲得に 着手する方向性で大枠の認識が一致していることを確認した。 Strategic Programs DM-8 (Promote electric rent-a-bike system)については、まず PAP のバックロード～Baidha で取り組む前向きな案が PDTRA より頂けた。
（大原）	Strategic Program の DM-1 に掲げているペトラ地域の観光地経営に関わる組織作りについて、マスタープラン全体のアクションをコミュニティの代表者をペトラの観光地経営の意思決定のプロセスに含めた形での組織改革から始めた場合、現在、ペトラの観光地経営の意思決定機関である PDTRA の理解を得ることが難しい、という感触。まずは、Pilot Projects を動かした上で最適な官民連携の枠組みを検討することとしたい。 USAID と会議を二度設け、Strategic Programs に含まれるビジターセンターの改修 Project のアイディアについて、技術面だけでなく資金面についても JICA プロジェクトと連携したい、とのコメントがあった。
（神宮）	ペトラでは、観光危機管理は最も重大な関心事であり、様々な国際機関が取り組んでいる。 UNESCO=ハード面、USAID=防災教育、UNDP=サーバーシステム、SWISS=早期警報システム、Italy=落石防護などドナーごとに支援の内容に傾向が見られる。観光危機管理の分野で PDTRA が最も取り組みたいものが PDTRA が日常的に行っている安全管理の強化であり、特に現在設置している監視カメラ 150 台がほとんど壊れており、かつ PC など旧型式であり、実質的に利用不可となっている。そのため、最新設備の監視カメラシステムを強化することを計画している。PDTRA で TOR の準備をおこなっているが、顔認証システムなど日本の技術に興味を示しており、そのサポートを依頼された。監視カメラシステムについては UNDP、監視モニタリング室の強化については USAID が興味を示しており、ハードな洪水対策については UNESCO が計画調査している。これらの状況から実施に向けた UNESCO や UNDP、USAID などは JICA と協調して実施したい意向があることを確認した。そのため各ドナー間で協働又は枠割分担して総合的な防災システムを構築する必要性について副局長 Bilal 氏に説明し賛同を得た、次の 6 月次の出張時に PDTRA 主催のドナー会議を開催することを提案した。また、観光客の位置情報を GPS で把握し GIS 上にマッピングすることで、観光客の動向を把握するシステムについても力を入れたいとのことである。
（河野）	避難誘導にあたる人員や危機管理体制強化に向けて、遺跡公園内で働く人々を巻き込む構想については、PDTRA との信頼関係が構築されていないことから実現化困難であることがわかった。また、Civil Defense が非常時の対応体制の主幹であることから、遺跡公園外と連携した危機管理体制構築の検討や実行については協議と連携構築に時間を要することが想定され、プロジェクト期間内で体制構築するには障壁が大きいことを確認した。
（大山）	国際博物館の日に合わせ、今年のテーマである「博物館と SDG s」に絡めたイベントをペトラ博物館で 5 月 18 日、5 月 19 日の 2 日間に亘行った。Baidha を除く各コミュニティの学校が参加し、各々の SNS にも投稿がされ

	ており、成功したと言える。計画段階より博物館のスタッフが取り組み、SDGs とは何かを熊田よりスタッフに講義し、イベント当日には館長自らが SDGs について説明を行い、イベント終了後に反省会も行い、包括的にマネジメントが出来、満足いくものとなった。

2. <u>その他（JICA の方々と専門家間の質疑応答）</u>

（バラダ様）	丁寧な説明に感謝する。観光商品の多様化を考える中で、PDTRA の意向としては北部の Little Petra と Baidha に重点を置きたいと考えられている様だが、プロジェクトとして南部のコミュニティへも観光の裨益が届く仕組み作りをするつもりか。
⇒（熊田）	六つのコミュニティの包摂性に軸を置くという理解のもとアクションをしていくつもりである。遺跡公園内外のステイクホルダーに対するサービス&ホスピタリティーの教育の必要性も感じている。元々 Strategic Programs については、六つのコミュニティを軸に考えている為、そのことをこちらとしては提案しつつ、ペトラでの向こう 10 年の開発内容も把握しつつ、提案内容を適正化していくべきだと考えている。Rajif のように、能動的なコミュニティもあるので、上手く協力をしていきたいと考えている。日本の IR を組み入れた観光開発の事例も参考に、観光開発と周辺地域の経済開発をセットで考えていきたい。
（バラダ様）	PDTRA の問題意識も多様化している様子。日本として支援の優位性のある分野は何か。
⇒（熊田）	防災分野は我が国の支援の優位性がある分野の一つと考える。また、博物館を柱として、日本の修学旅行の文化を取り入れた、教育活動支援なども有効なのではないか。また、サービス向上をさせ観光客の体験をどのように向上させるかも大事なポイントである。
（バラダ様）	本邦研修を来年 3 月 12 日～3 月 21 日に行う予定だと伺った。国内センターとの調整が必要となる為、何処でどのようなことをされる予定なのかを伺いたい。想定される研修場所はあるか。
⇒（熊田）	現在意見を専門家の中でも集約中の段階の為、追ってお知らせしたい。
⇒（バラダ様）	調整の上、教えて頂きたい。
⇒（大原）	具体的な工程の検討は今後行うものの、東京と大阪の JICA 研修所を使用する想定。
⇒（バラダ様）	どちらを拠点に本邦研修を実施するの、詳細が分かり次第連絡をお願いしたい。
⇒（熊田）	承知した。
（宮原様）	細かなところまで教えて頂き感謝する。直接顔を合わせる機会に言えず申し訳ないが、実は次回現地作業の際には既に離任しているタイミングとなる。ヨルダン事務所の所長として涌井に後任が決定している。引続き事務所としては現地での作業がスムーズに進むよう調整を続ける。

⇒（専門家）	これまでご協力頂き感謝する。
（熊田）	9 月 8 日に第 2 回 JCC を開催することについては、個別にヨルダン事務所と調整する形ことでよいか。
⇒（山中嶋様）	よい。
（バラダ様）	経済開発部の国際開発コンソーシアムで、今年は「気候変動」と「文化遺産」をテーマにシンポジウムを開催する予定である。ペトラのマスタープランプロジェクトが取り上げるに相応しいという意見が出た。可能な範囲で協力をお願いしたい。
⇒（熊田）	承知した。
（大原）	現在、契約変更に関わる打合せ簿について、JICA 本部の承認を待っている状況である。他方、現在、ペトラ地域のホテルが大変混雑しており、航空券と併せ、早急に手配を進めたい。契約専門家（10 名）については、既に航空券を発券済みであり、ホテルも手配済である。現地業務調整員の手配を進めても問題ないか。。
⇒（バラダ様）	手続き上は、調達部の打合簿の捺印完了後に手配を行うべきであるものの、現地業務調整員の配置については、打合簿の内容を確認の上、JICA 本部として必要性を認めるものであることから、手続きと並行して手配を進めて問題ない。。
⇒（熊田）	感謝する。
（熊田）	7 月 7 日～7 月 9 日のいずれかで、観光に係る表彰式がペトラで行われる様子。現在 7 月 7 日を帰国日としているが、PDTRA から「是非参加して頂きたい。帰国日を変えられないのか。」という類の言葉を頂いた為、場合によっては PDTRA からヨルダン事務所へ連絡が来る可能性がある。その時は宜しくお願いしたい。
（山中嶋様）	特別ヨルダン事務所から追加のコメントはないが、最後に詳細な報告を頂き、大変勉強になった感謝の言葉をお伝えしたい。

以上

提出資料
22. ヨルダン観光 MP_第 6 次調査結果報告書案_Final
23. Vision 1-4th Layer 案（ver.21）
24. M/P の Vision, Guiding Principles, Strategic Programs までを協議するためのプレゼン資料

ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）
第 7 次現地調査

議事録目次

1 JICA ヨルダン事務所とのキックオフ会議（6/19） 1
2 JICA ヨルダン事務所との面談（PDTRA 配属の青年海外協力隊員との面談）（6/19） ...5
3 Dr. Bilal とのキックオフ会議（6/20） 8
4 第 1 回ワーキンググループ会議 (Destination Management / Risk & Crisis)（6/21） 12
5 第 1 回ワーキンググループ会議 (Destination Management / Investment)（6/22） 14
6 第 1 回ワーキンググループ会議 (Product Design)（6/22） 18
7 PDTRA Board of Commissioners とのキックオフ会議（6/22） 23
8 第 1 回ワーキンググループ会議 (Research & Development)（6/23） 27
9 第 1 回ワーキンググループ会議 (Service & Hospitality)（6/23） 29
10 第 2 回ワーキンググループ会議 (Service & Hospitality)（6/26） 32
11 PAP Site Visit with UNESCO（6/26） 35
12 Visitor Survey Meeting with SELA（6/27） 37
13 第 2 回ワーキンググループ会議 (Research & Development)（6/27） 39
14 第 2 回ワーキンググループ会議 (Sales & Promotion)（6/27） 43
15 第 2 回ワーキンググループ会議 (Product Design)（6/27） 54
16 Mr. Ibrahim Farajat (Cultural Resource Management) との会議（6/28） 58
17 第 2 回ワーキンググループ会議 (Sales & Promotion)（6/28） 59
18 Dr. Suleiman とのラップアップ前会議（6/28） 63
19 第 2 回ワーキンググループ会議 (Destination Management / Risk & Crisis)（6/28） 65
20 第 2 回ワーキンググループ会議 (Destination Management / Investment)（6/28） 67
21 PDTRA Board of Commissioners とのラップアップ会議（6/29） 73
22 Dr. Bilal とのフォローアップ会議（6/29） 80
23 Ms. Areej (GIS)との会議（6/29） 84
24 第 3 回ワーキンググループ会議 (Service & Hospitality)（6/29） 86
25 Cultural Center への視察（6/30） 88
26 JTB との面談（7/3） 90
27 AR/VR Association 及び UBitc 社との面談（7/3） 94
28 JITOA との面談（7/3） 96
29 Petra National Trust との面談（7/4） 100
30 Jordan Restaurant Association との面談（7/4） 109
31 Meeting with UNESCO Jordan Office（7/4） 113
32 Ammon College との面談（7/4） 115
33 Jordan Hotel Association との面談（7/5） 119
34 JICA ヨルダン事務所との帰国前報告会（7/5） 122

1　JICA ヨルダン事務所とのキックオフ会議（6/19）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 19 日（日）14:00-15:00	
場所： JICA ヨルダン事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
・涌井様：Chief Representative ・山中嶋様：Project Formulation Advisor	熊田、齋藤、大原、大澤（記録）

議事

標記案件に係る第 7 次現地調査の開始にあたり、本ミッションの作業目的及び今後の予定に関する説明を目的とする会議を実施した。説明及び議論の内容は以下のとおりである。

『第 7 次現地作業対処方針』に基づき、熊田より以下のとおり説明を行った。

1. 本プロジェクトの目的

- ペトラ地域における観光開発にあたり、PDTRA の観光開発能力を向上させる
- SDGs に沿ったサステナブル且つレジリエントなマスタープランの策定を目標としている点が本件の特徴である
- 2023 年より開始されるヨルダン政府の観光政策に合わせ、本マスタープランの期間を 2023～2033 年としている
- 民間及び教育機関のステークホルダーとの連携の重要性を認識している

2. 本ミッションの目的

- Strategic Program 及び Action Plan を固める段階にある
- 各ビジョンや Guiding Principles に関する PDTRA 側の意見を取り入れ、9 月に開催予定である第 2 回 JCC 会議に向けて各ステークホルダーとの確認を進める

3. 本ミッションの作業目的

(1) Strategic Program と Action Plans に関する作業

- Destination Management から Service & Hospitality までの 5 つのバリューチェーンにおいて、ベースライン調査にて各ステップにおける課題を明らかにし、改善事項を Strategic Programs に落とし込む
- PDTRA の各専門カウンターパートと連携し、関連する民間セクターとの協働を図る
- 第 6 次現地調査時に得た PDTRA 側からの具体的な要望（報告書に記載）を踏まえ、本ミッションの作業を行う（例: リトル・ペトラの開発の遅れに対する課題意識等）
- ワディムサや遺跡公園内のみならず、6 コミュニティの課題に対する包括性を重視する
- 遺跡公園の課題解決と同時に周辺地域の開発を可能とするマスタープランの策定を目指す

(2) Pilot Project に関する作業

- 課題の実証に向け、カウンターパートとの議論を進める

(3) 第 2 回 JCC 実施準備（2022 年 9 月 8 日、アンマンにて開催予定）

- 9 月に開催予定であり、現在は日程のみが決定している

- 本ミッション内で式次第及び諸手配（会場等）の確認を行う
- 可能な範囲で招待状の送付及び参加状況の確認を行いたいと考えている

(4) Vision, Guiding Principles, マスタープランの KPI に関する作業

- JCC メンバーとの協議を通して、Guiding Principles 等に関する認識の相違の有無を確認する
- 7/3(日)以降アンマンにて会議を開催し、JCC メンバーである国際機関等との間で上記内容に関する合意を得る

  →修正の必要が場合は、9 月の第 2 回 JCC 会議までに行う

(5) Visitor Survey の進捗確認

- 収集を進めている観光客からの生データについて、進捗状況を確認するとともに分析を開始する

(6) 日本への招聘

- PDTRA 側より日程に関する合意は得ており、本ミッションにおいては工程の確認を行う

4. 今後の予定

- 本会議の翌日（6/20(月)）にペトラへ移動する
- 週末はアカバ及び死海への訪問を予定している
- JICA 帰国前報告会を 7/5(火)に対面にて開催できるよう調整中である

5. 安全対策

- 新型コロナウイルス感染症対策として、マスクの着用や移動時の人数制限（車 1 台につき 3 名以下の乗車）等の措置をとる
- 特に食事の際の感染対策に注意し、宿泊施設を選定した

以上の説明を踏まえた発言・議論の内容は以下のとおりである。

- （涌井様）コロナ禍において観光分野への期待が高まる中で、本プロジェクトのマスタープラン策定にも期待する
- （涌井様）KPI は、各バリューチェーンに対するものではなく、マスタープラン実施後の 2033 年以降にペトラの観光がどうあるべきかという指標であるとの認識で正しいか

  →（齋藤）その通りである。PDTRA との協議の中で KPI の内容に変更が加わる可能性もある
- （熊田）サステナブル・ツーリズムや SDGs に対する意識が高まりを見せる中、「持続可能な観光の測定(MST)」の考え方を反映し、ペトラ地域の人々に受け入れられるマスタープランの策定を目指す
- （涌井様）KPI がプリミティブな印象であるため、持続性及び強靭性の観点からヨルダンの観光発展に向けた別視点の指標があっても良いのではないか
- （山中嶋様）UNWTO－JICA 本部間で、SDGs のゴールにおいて観光がどこに位置付けられるかについての議論があり、7～8 月を目処に意見が固まる予定である

以上の説明及び議論の後、5 つのバリューチェーンを通した本プロジェクトのコンセプトについて、大原より以下のとおり説明を加えた。

- コロナ禍において財源が縮小している状況を踏まえ、観光客一人当たりの観光消費を増やすことを目指している
- 特に PAP 内におけるオーバーツーリズムを解消するため、チケット販売方法の改善等を通じた観光客の分散が必要である
- 観光客の分散と観光消費（観光客の消費単価）の増加を実現するため、5 つのバリューチェーンを通して観光地全体としての付加価値を高めることが我々のコンセプトである

  (例) リトル・ペトラでの商品提供について、土産物の開発のみでなく、それらをどのように販売するかというプロモーション段階までを考慮したプランの作成

以下、上記を踏まえた議論の内容である。

- （涌井様）リピーターの確保のためには「毎回シークを通る必要がある」等のルート上の問題を避けるため、スポットを切り取った観光の提供が一つの手口となるのではないか

  →（大原）PAP メインゲート周辺の観光客の集中を緩和するため、USAID 等が様々なトレイルの開発に注力しているが、我々は PAP 内に限らずペトラ地域全体で観光客を分散させることを狙いとしている
- （涌井様）トレイルや観光ルートを商品化するためには一定額の投資が必要になると考えられるが、投資計画に関する案はあるか

  →（熊田）プロジェクト費用として、PDTRA からどの程度の投資が可能であるか、また国際機関からどの程度の費用が得られるかについて議論を進める必要がある
- （大原）本プロジェクトはインフラ整備を対象としていないため、「防災」という観点からソフト面での観光地管理に注力している

  →（涌井様）世界遺産でハード面のインフラ整備を行うことは、手続きの面からほぼ不可能であると認識している

- （山中嶋様）6 月 28 日(火)昼頃より、山中嶋様と Shereen 様がペトラ博物館にてモバイルアプリの検証を実施予定
- （山中嶋様）ペトラ博物館前のスペースを利用し、地元の子ども達を主な対象としたイベントの実施も検討したい

  →完成したウェブサイトを利用した情報発信について、主に大山と相談したい

山中嶋様より本邦招聘に関して以下のとおり発言があった。

- 新型コロナウイルス感染症への対応として、本邦招聘プログラムにおいて 2.3 日の余裕を持った日程設定をしていたが、ヨルダンにおいてはその必要がなくなった
- コロナ禍で延期措置がとられていた各種研修が再開された場合、同招聘との調整が必要となる可能性がある
- 研修会場が決定次第、早急にバラダ様にご連絡する

以上

提出資料

1. マスタープラン資料（修正版）
2. 最新日程表
3. 最新アポイントメントリスト

2 JICA ヨルダン事務所との面談（PDTRA 配属の青年海外協力隊員との面談）（6/19）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 19 日（日）15:30 - 17:00	
場所：JICA ヨルダン事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
・涌井所長（ご挨拶のみ） ・山中嶋様 ・佐藤様：企画調査員（ボランティア調整員） ・高池様：青年海外協力隊員	熊田、碓氷、大山、トム、谷村（記録）

議事

7 月中旬よりペトラにて観光の職種で青年海外協力隊業務に従事される高池様（Mr.）との面談。ボランティアとして業務に従事いただくにあたり、ペトラの観光に関する現状やプロジェクトの基本概要を理解いただく、また今後現地において、プロジェクトの中でも観光ビジネス（マーケティング＆リサーチ、博物館を含む商品開発、サービス＆ホスピタリティ）の分野でいろいろと関わる可能性が高い、ということから、観光ビジネス関連の専門家を交えての面談となった。面談内容は下記の通り。

1. ペトラ観光マスタープランプロジェクトの概要説明（熊田）

- 高池様に対して観光ビジネスの基本内容、プロジェクトの概要、その中でもポイントである「持続可能な観光開発計画」の概要を説明。
- プロジェクトメンバーの概要、所属会社、および担当分野の説明。
- JTB の持つ観光分野での各種ノウハウを活用＋経営地管理、観光危機管理、GIS という側面はアンジェロセック社が担当してノウハウを提供。
- 現状は基本調査、分析が終了した段階（P）ペトラを支援する各種ドナーとの合意を経て、第二期に Pilot Project の実施（D）、その結果を踏まえて（C）内容を改善し（A）、最終的なマスタープランの完成にもっていくという流れ。
- コロナ禍によって欧米を含む世界各地からの旅行者が途絶えた経験、また基本調査の結果も踏まえて、アラブ圏内、ヨルダン国内からの人流を取っていく、また旅行者一人当たりの消費額を上げていく、ということも PDTRA に対して提案をしている。ヨルダンの子供たちに経験をしていただくためにペトラ博物館を活用するということも考えられる。
- ペトラの産品（農産品、工芸品）が旅行者に消費される、また流通チャネルに乗ってヨルダン国内外に販売される流れも考えていきたい。
- アカバ、ワディラムを含めた”ゴールデントライアングル”のプロモーションも検討すべきものの一つ。
- Pilot Project 案、本邦研修案、プロジェクトの広報活動のご紹介。

2. 高池様の今後のスケジュール

- ペトラ着任：7/6 または 7/7 の予定（任期：2 年間）
- 次回渡航（9/2～19）の際にはペトラにてお会いできる予定。高池様は現地到着後、ペトラ博物館、CRM 部、Tourism Directorate でいったん業務を経験し、その後に 2 年間の活動概要を固める予定。

- （佐藤様）現地からの要請が１年前の内容に基づいているため、現地に赴き、様々な部署や関係者と面談のうえ、高池様が担当する業務の概要を決める。着任６ヶ月後に活動計画書を提出し、残り１年半の活動内容を考えていく。
- （高池様）今回ご説明をいただいたプロジェクトには大変興味がある。自分が関われるところがあればぜひ協力させていただきたい。観光分野での協力に関心がある。
- 広報（プレスリリース）、SNS での情報発信が得意。映像編集のスキルもある。商品開発、営業の経験もあり。
- 福島県の岳温泉でアドベンチャーツーリズム商品の開発、ガイドおよび販促を担当していた。
- ペトラの販売促進に、Instagram などが活用できないかと考えている。
- （谷村）PDTRA 内の担当者も SNS については改善をしたいと強く思っているが、クレーム対応など他の仕事も多く、手が回っていないのが現状。
- （佐藤様）ペトラ博物館の館長も SNS で積極的に発信をしたいということで、そうした発信はできるか、という問い合わせが前回訪問した際にあった。

3. 質疑応答および意見交換

- （大山）（大山の方で関わってきたプロジェクトでもある）これまでの JICA によるペトラ博物館をはじめとする観光・博物館支援について説明。ペトラの観光マスタープランが開始された契機となったプロジェクトとして、文化無償案件によるペトラ博物館プロジェクトがあり、博物館の建設に加え、展示やコンセプトなど中身に関わる準備、また 2019 年５月の開館後の活動支援など、博物館作りを総体として支援してきたこと、またペトラ博物館を支援するようになったのは、それ以前の 2000 年以降の日本による４つの博物館（ヨルダン博物館、カラク博物館、サルト博物館、死海博物館）の支援があったことによるものであることを伝える。また、ペトラのプロモーション支援として、これまで、NHK によるペトラの番組、TBS-BS「地球絶景紀行」、（また JICA ではないが大山の個人業務で）TBS「世界遺産」などでペトラの番組作成に協力してきた経緯を伝える。博物館が、地域の文化遺産を紹介する意味で、地域観光の導入口になるため JICA でこれまで観光の観点で博物館支援してきた点も伝える。

  高池隊員が過去に活動していた岳温泉地域に関連して、現在、福島県立博物館を核として周辺の観光振興を推進する計画が文化庁による計画である旨にも言及。
- （碓氷）特に活動してみたい分野はあるか。
- （高池様）広報、IT 分野、着地型商品の造成（こちらは技術協力のなかでどこまで関われるかわからないが、サポートできることがあればぜひ協力してみたい）。まずは人脈作りからと考えている。
- （佐藤様）明確な線引きがないので、都度相談をしてすり合わせながらの対応になる。
- （山中嶋様）コンサルタント業務をサポートするマンパワーとしてはカウントできない。コンサルタント業務はきちんとしていただきつつ、ボランティアの目線から協力をいただくなど、連携を考えていただきたい。博物館に軸足を置いて、観光プロモーションで協力をいただくのがよいのではないか。
- （熊田）PDTRA 側からプロジェクトに絡めてほしいと言ってくるのではないかというところを懸念している。
- （佐藤様）PDTRA にもプロジェクトチームとは別のスキームという事を伝え、一定の理解をしていただいていると思うが、引き続きフォローしていく。

- （熊田）PDTRA 側から要請のある業務を担当していただくのが良い。例えば他のドナー（USAID 等）に関連する業務に関わるということもあるのではないか。また 2 年という限られた期間なので、終了した時に自分の成果となるテーマを目指すのが良い。
- （トム） PDTRA の Tourism Directorate はデジタルマーケティングを担当している。 ただし、デジタルマーケティング、特に Facebook や Instagram などのソーシャルメディアプラットフォームを介したプロモーションでは、あまり努力が払われていない。
- （碓氷）人間関係などいろいろと難しいこともあるが、一人で抱えず何かあればぜひ相談をしてほしい。
- （高池様）CRM と Tourism Directorate の具体的な業務は？
- （大山）CRM 部は遺跡保全管理がメイン。Tourism Directorate は観光プロモーション（JTB との連携）、イベントマネジメント、クオリティ管理を担当。
- （熊田）プロジェクトとの境目を PDTRA に明確に区別できるようにするべき。
- （佐藤様）何か予算を持ってきてくれるのではないか、JICA に口利きをしてくれるのではないかという誤った期待を抱くケースもある。それをうまくスルーして対応する力を高池様にはつけてもらいたい。

以上

提出資料
なし

3 Dr. Bilal とのキックオフ会議（6/20）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 20 日（月）14:00-15:30	
場所：Dr. Bilal の オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Bilal: Commissioner of Petra Archaeological Park & Tourism Affairs	熊田、大原、碓氷、谷村、トム、大澤、齋藤（記録）

議事

マスタープラン（案）策定に向けて、前回の渡航以降のアップデート事項の共有と意見交換を実施した。内容は下記の通り：

（熊田）

オンラインでのキックオフミーティングでもお伝えしているとおり、今回の現地作業の主な目的は２つある：

1. 第 6 次現地調査において Strategic Programs ごとに設置した ワーキンググループ (WG) の下、Strategic Programs 及び Action Plans についての具体的な実施計画（実施体制、WG メンバー、費用、実施スケジュール等）について以下の点に留意し、協議し、PDTRA と合意する。

・5/19　PDTRA Board of Commissioners Meeting の際に頂いた PDTRA からの要望

・5/22　ベイダ地域視察内容

2. Pilot Project について：

・第 6 次現地調査において PDTRA と合意した Pilot Project の選定クライテリアに基づき Pilot Project の内容と対象地域を検討する。

・Pilot Project の実施計画（実施体制、費用、実施スケジュール等）を検討する。

Strategic Programs や Pilot Project 候補を JICA チーム内で検討するにあたり、5/22 のベイダ地域の視察内容もきちんと盛り込んでいる。

Pilot Project (案) については、今回ペトラ滞在中に PDTRA と JICA チームでの協議に基づき決定する。

加えて、今回の現地作業中には、9/8（木）にアンマンでの開催を予定している第 2 回 JCC についても、協議をしたいと考えている。資料作りの段階から各 WG の Person in Charge と JICA チームの専門家と共同で取り組み、実施体制については、PDTRA に表立って発言／発表をして頂くのが良いと考えている。

（ﾋﾞﾗﾙ氏）

Pilot Project の実施に当たっては、全てのアスペクトが同じようにはいかない。特に Destination Management のような Administration segment は一筋縄で行かないと思うので、それぞれの進め方を検討する必要がある。第 2 回 JCC での発表の場や、Pilot Project の実施段階で PDTRA の人間が作業にあたる上で、JICA チームの手助けが必要と考える。JICA チームの想定している知

	識を保有している人間が PDTRA 内にいないと危惧している。また、M/P (案) の実施段階を踏まえ、PDTRA の組織内に不足している担当部門や密に連携すべき民間セクターの組織（や人間）がある場合は、JICA チームより意見を頂きたい。
(熊田)	了解した。
(大原)	我々のプロジェクトでは、官民の連携、特に、可能なものについては、公共サービスの民営化を視野に入れている。また、民間事業者がペトラの観光開発にかかわりを持てる環境作りも意識している。例えば、ペトラ博物館の HP やアプリ開発を担っている Echo Company とは引き続き PDTRA に連携を図って頂くのがよいと考える。 その他、前回の渡航中にスレイマン長官からもインプットのあった、Jordan River Foundation なども、手工芸品絡みのプロジェクトで連携を図るのがよいと考える。 Dr. Sami の知見も非常に貴重なものであり、彼に協力を仰ぐことを是非推奨したい。
(ﾋﾞﾗﾙ氏)	ペトラ内部ではなく、外部の人間から見た、第三者の客観性のある意見に基づき物事を進めていく必要性を感じている。官民共通して、ペトラ内部の利権に左右された体制の下では、我々（PDTRA と JICA チーム）が目指すべき方向に進まず、M/P の活用範囲も狭まってしまう。組織や個人のもつ専門性や能力を基準とし、客観的な選出要件が必要だろう。Opinion Teller ではなく、Strategy implementer が必要である。
(大原)	文化遺産保全の分野の外部の有識者という観点からは、やはり UNESCO を絡めて物事を進めていく必要があるだろう。
(ﾋﾞﾗﾙ氏)	2025 年以降（M/P 策定後＝プロジェクト終了後）PDTRA やペトラの人間のみで M/P の実施に取組むことは難しいと懸念している。JICA として、このプロジェクト終了と共に手放しにすることはないと信じているが、如何だろうか。
(大原)	サルトの支援の事例にもあるように、技術協力プロジェクトの終了後に JICA の専門家派遣のスキームを利用することも可能なのではないか。
(ﾋﾞﾗﾙ氏)	それは理想的である。費用も人員もかけて策定した M/P を最大限活かすためには必要であろう。是非その段階で適した専門家の派遣をお願いしたい。例えば、これまで flush flood の研究を約 20 年かけて行ってきているが、一向に解決に向かわないのは、研究ばかりがされていて具体的な解決策の実施に対して行動がとられていないからである。

（大原）	PDTRA から JICA へ要請を行ってはどうか。サルトでは、M/P の策定段階から JICA は約 10 年に亘り、博物館の建設やそれに係る専門家の派遣など、支援を行っている。
（ﾋﾞﾗﾙ氏）	了解した。M/P の効果を定期的に測る必要もあることから日本政府や JICA が、プロジェクト終了後も継続的にペトラの支援に関わることに期待している。
（熊田）	本プロジェクトは 2025 年の春まで続く。第 2 期に予定されている活動と同時並行で、2025 年以降の話についても一緒に考えることとしよう。
（ﾋﾞﾗﾙ氏）	第 2 期に（そして以降も）プロジェクトに含めるべき民間セクターの組織や人間を特定する必要性を強く感じている。
（熊田）	同感である。条件に基づき選任する必要がある。
（大原・齋藤）	今回の現地作業手前に行った、オンライン会議の際、スレイマン氏が Pilot Project について具体案をお持ちだと仰っていたが、その内容について把握されているか。
（ﾋﾞﾗﾙ氏）	残念ながらない。だが、方向性としては、バリューチェーンに示されている 5 つの各項目（ステージ）から 1 つ Pilot Project を選定することに前回の渡航時合意したと認識している。JICA のクライテリア上、どのようなものに費用を使えるか示されている。我々（PDTRA）が認識しているペトラの課題の中で、JICA として支援可能な領域を特定し、取り組むのが最善であると考える。
（熊田）	現在我々（JICA チーム）が提案しているものの中で取り組むべき部分はどこだと思われるか。
（ﾋﾞﾗﾙ氏）	まずは、ステークホルダー間で摩擦の少ない、結果を出しやすいものから取り組むのが良い。Basic needs と Evaluation needs をうまく組み合わせたものが出せると良い。
（熊田）	了解した。 第 2 回 JCC について話し合いたい。
（ﾋﾞﾗﾙ氏）	JICA からの要請として、関係するステークホルダーについて JICA チームから提案をいただきたい。
（大原）	メンバーに Jordan River Foundation を含めてはどうか。こちらについては、これまでヨルダンにおいて、品質の高い手工芸品の開発を行ってきた実績がある。

（ﾋﾞﾗﾙ氏）	そのとおりであるが、エコツーリズムや、もし LCC の協会が存在するのであれば、その分野の人間も加えるのがよいと考える。
（大原）	前回の JCC メンバーを決定するプロセスにおいて、PDTRA と JICA（チーム）間で複数回に亘り、やりとりを交わした。今回も同様のことが想定されるが、その際、組織的な／個人的な利権を考慮しての選定は可能な限り行いたくない。
（ﾋﾞﾗﾙ氏）	同感である。同様に、努力（をし結果に結びつかない組織や人間）と結果を出している組織や人間を同等に扱うことも避けたい。
（JICA TEAM）	仰ることは理解できる。忌憚のない意見を本日は頂き、感謝する。

以上

提出資料
1. マスタープラン資料（修正版） 2. 最新日程表 3. 最新アポイントメントリスト 4. オンライン Kick-off Meeting 用 資料

4 第１回ワーキンググループ会議 (Destination Management / Risk & Crisis)（6/21）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 21 日（火）10:00-11:45	
場所： PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田、大原、神宮、大澤、小出（記録）

議事

1. Action plan について

こちらから提案した 4R 推進のための Action plan 案（DM 10）の「Responsible organization」欄と「Participants」欄を完成させ、不足しているアクションや既に実施しているアクションの位置づけを確認した。各活動の Responsibility については、仮に Pilot Project の対象となる活動であったとしても、あくまでも PDTRA が担うこととなる。各活動については以下の通り。

10-1

- Responsible organization: Unit of Disaster Management、Directorate of Local Community Development
- Participants: 案に Local community around Petra を含める
- 備考：Tourist guide は 10-3 に含めれば良い。

10-2

- Responsible organization: Unit of Disaster Management、IT Department、GIS Department
- Participants: 案の通り

10-3

- Responsible organization: Unit of Disaster Management、Directorate of Local Community Development、Culture Center、Visitor Center、Public Relationship Department
- Participants: 案に Tourist guide を含める

10-4

- Responsible organization: Unit of Disaster Management、IT Department、GIS Department、Visitor Center、Department of Tourist、High level committee for emergency in PDTRA
- Participants: National Center for Security and Crisis Management、Local government、Tourism guide、Travel agencies

10-5

- Responsible organization: Unit of Disaster Management、IT Department、Control and operation unit
- Participants: 案の通り
- 備考：レーダの導入のためのドナーを探している。このプロジェクトの予算ではできないことは分かっている。Security monitoring system については USAID のプロジェクト（200,000 USD）で整備する計画がある。

10-6

- Responsible organization: Unit of Disaster Management、Department of Public Works、IT Department、GIS Department
- Participants: 案に National Center for Security and Crisis Management、SDC を加える
- 備考：Catchment area や Wadi の位置情報を整備する必要がある。UNESCO については今後プロジェクトを行う予定があるかどうか分からないので Participants には加えない。

10-7

- Responsible organization: Unit of Disaster Management、Statistics Directorate、Public awareness
- Participants:案の通り

その他

- Unit of Disaster Management に Dr. Alhasanat しかおらず、業務が滞っている。プロジェクト期間中であれば JICA から人を付けることも可能かもしれないが、ボランティアレベルだと支援できる範囲が限られる。
- 各 Action plan をどのような予算で実施するのかについて 7/1 までに Dr. Alhasanat が考えをシェアする。

2. Pilot Project について

- Action plan のうち予算（65,000 JD）内でできる活動を Pilot Project として切り出していくこととなる。PDTRA の手続きとしては、まず Pilot Project の概要を承認した上で活動の中身を協議の上詰めていくこととなる。
- JICA プロジェクトチームからは 10-2 と 10-5 の活動にフォーカスした Pilot Project を提案する。詳細は 6 月 23 日 9:30 からの Dr. Alhasanat との会議でお伝えする。

3. その他

- 用語の定義が必要。「Crisis」・「Disaster」・「Risk」・「Hazard」、「Recovery」・「Restoration」などそれぞれ意味合いが異なる（Dr. Alhasanat）。
- 日曜日のランチを 12:30～13:30 にずらしてほしい（Dr. Alhasanat）。

以上

提出資料

5 第１回ワーキンググループ会議 (Destination Management / Investment)（6/22）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 22 日（水）9:00-11:00	
場所： ペトラ博物館	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田、齋藤、大原、大澤（記録）

議事

Destination Management (Investment)に関連する PDTRA 専門カウンターパートとの会議において、Vision、Guiding Principles、Strategic Programs、Action Plans に関する説明及び Pilot Project に関する議論を行った。

大原よりマスタープラン資料（冊子）に基づいた説明を行ったところ、以下の議論があった。

1. Vision 及び Guiding Principles

- ペトラをワールドクラスの観光地とすることを目指す
- 多様性の実現に先立ち、地域全体としてのアイデンティティの単一化を重要視する
- PDTRA が重視してきた観光客数の増加ではなく、観光客一人当たりの消費額の増加（KPI に記載）により、オーバーツーリズムの問題を防止しつつ観光収入を増やすことが狙いである

  →（Mr. Sa'ad）オーバーツーリズムに関する具体的な対策はされていないが、来月までに実施されるウムサイフンへの道路整備がオーバーツーリズム緩和に繋がる可能性がある

  →（Mr. Sa'ad）電気自動車の活用も含め、交通機関の改善を進めている
- （Mr. Hasan）提示されている KPI は、観光地ランキングとも関連しているのか

  →（熊田）WEF の国単位の観光地競争力指標によるランキングは存在するが、本プロジェクトの KPI はペトラ地域に対するものであるため関連付けは検証していない。2022 年から WEF 世界開発力指標に変わったが、関連指標として利用できるものがないか確認していきたい

2. Strategic Programs 及び Action Plans

DM-1 Strengthen Destination Management Framework in Petra

- 「WE ARE PETRA」のコンセプトに基づき、全てのステークホルダーを意思決定プロセスに組み込むことが望ましい
- （Mr. Sa'ad）PDTRA は既に教育機関及びローカルコミュニティと定期的な会議の場を持っている

  →（大原）各コミュニティ代表者を明確にした上で観光関連議論を進めたいと考えている

  →（Mr. Sa'ad）観光客の増加により地域住民に悪影響が生じる場合等に、コミュニティとのコミュニケーションのプラットフォームとなるような構造が必要である
- Responsible Agency 及び Relevant Stakeholders に変更なし

DM-2 Obtain Global Sustainability Certification for Destination, such as GSTC, by the Year 2033

- 観光客は旅行前に目的地を選定するため、観光地としてのペトラの価値を高めることが必要である
- 観光客は、GSTC を含む認証に基づいてサステナビリティ等を検討し、ホテルを選定する

  →ペトラがワールドクラスのサステナブルな観光地であることの証明にもなる
- （Mr. Hasan）DM2-2 の Responsible Agency について、主要となる Directorate of Tourism をサポートする他の局を追加することが望ましい

DM-3 Create Weekly Local Market

- 最初の開催地は Movenpick Hotel が望ましい
- 最大でも週 2 回の開催とすることで、特別感のあるイベントとする
- （Mr. Hasan）Plaza のスペースを有効活用し、家族連れのコミュニケーション空間とすることができる
- （Mr. Sa'ad）週ごとに様々な地域で開催することにより、現状観光への関与の少ないワディムサ以外の地域へも直接的な利益を創出することが可能である
- 小規模なマーケット開催から始め、次第に規模を拡大していく方向で検討している

DM-4 Install New Ticketing System

- プリペイドシステムと連動した QR コードを各チケットに付与する

  →通常の入場料に加えて予め支払われた 15～20JD は、交通機関やレストラン等で利用が可能である

  →自動的な観光消費の促進が可能となる
- PDTRA の管轄の下で民間企業がオペレーターとなる

  →（Mr. Hasan）資金の流れやプロセスは法の下で決定する必要があるが、チケットの管理を PDTRA が行っている以上、民間企業とのお金の流れに関しては PDTRA が担当すべきではないか

DM-5 Strengthen the Function of the Heritage Village

- Heritage Village を活用することにより、土地不足の問題を解消することができる
- ベイダの Visitor Center を Heritage Village に統合することを検討している
- ワディムサ中心部を通って博物館へ向かうツアーバスにより交通渋滞が発生する

  →ベイダから King's Highway を通り Heritage Village へ向かうルートの整備により、自動的に観光客を Heritage Village に呼び込むことができる

  →渋滞の緩和と、Heritage Village における店舗販売を通した地域住民への直接的な利益が同時に可能となる
- （Mr. Hasan）Heritage Village 中部にあるフラットなスペースに駐車場を造ることができるが、近接する UNESCO の保護区への注意が必要である

DM-6 Strengthen the Function of the Visitor Center

- 観光地と観光客のコミュニケーションは GSTC のクライテリアの一つとなっている
- USAID が本プランに関心を表明しており、JICA と USAID の協働の可能性も考えられる
- 「DM-5-6 Prepare an instruction video」は、既存の「Care for Petra」の改善や新規ビデオの作成が考えられるが、Environmental Directorate の関与が必要である

DM-7 Strengthen the Function of the Elgee Village

- （Mr. Sa'ad）ビレッジのテーマとの整合性について検討が必要である
- エリアを制限しつつもアルコールの提供を可能とすることで、ビレッジを訪れた観光客が周辺の店舗に立ち寄る可能性も考えられる
- （Mr. Hasan）アルコールの提供には、①4～5 つ星ホテルが経営する店であることと、②観光客向けレストランとしての資格を得ること、の 2 つの方法がある
- （Mr. Hasan）地元住民の伝統との共存について懸念が残ることに加え、バーの開店に際してはヨルダン全国に対する規制が適用されるため、PDTRA のみの管理が困難であることが課題である
- （Mr. Hasan）Elgee Village 全体を一度に開発するのではなく、区画に分けて徐々に開発を進めていくというビジネスプランが考えられる
- （Mr. Hasan）観光客向けの駐車場の整備が必要となる
- （Mr. Hasan）PDTRA 側で、Elgee Village の開発に係る男女の機会に関する内容を含む各種ルールを設定し、リストを作成して共有する

DM-8 Promote Electric Rent-a-bike System (Bicycle / Scooter)

- （Mr. Hasan）Transportation and Connection Directorate 及び Dr. Bilal（Commissioner of PAP and Tourism）と議論する必要がある
- （Mr. Hasan）入場チケットとサービスチケット（プリペイド）を分けて提供することとする

  →入場チケットは PDTRA による管理、サービスチケットは民間企業による管理、との分業が可能となる
- 入場料・サービス料含め、支払い方法の簡素化は引き続き重要視する

DM-9 Rehabilitate the Nabataean Farming Eco-system

- （Mr. Sa'ad）資金が獲得できれば開始できるプランではあるが、建物の建設が禁止されている区画があること等、歴史的遺産の一部である点を踏まえた観光開発が必要である
- （PDTRA）Responsible Agency に Land-use Planning や Public Works、Infrastructure を含めることとする

DM-10 Project for Strengthening the Resident Participation Type Tourism Risk Management 4R System

DM-11 Develop 3R (Reduce, Reuse, Recycle) System for Sustainable Environmental Management (Solid-waste, Water, Energy, etc.)

- （Mr. Hasan）Dr. Maram との議論が必要な内容である

会議終了時、全体を通して PDTRA 側より**ドラガやラジフでの観光開発**へ高い関心を示している旨発言があった。 以上
提出資料
1. マスタープラン資料（修正版）

6 第１回ワーキンググループ会議 (Product Design)（6/22）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 22 日（水）11:00-13:00	
場所： ペトラ博物館オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田、齋藤、大原、碓氷、トム、大澤、谷村（記録）

議事

1. 本ミーティングの目的（谷村）

- 提案した Strategic Programs の中から、Pilot Project として取り出すものを特定する。
- Pilot Project として展開する旅行商品を特定する。
- 選定された Pilot Project について Action Plans、実行をする Relevant Stakeholders を特定する。

2. 提案旅行商品の選定基準説明（谷村）

- Product Design で提案した Strategic Programs の有効性を検証するためには、実際に旅行商品を造成し、販売する一連のプロセスを取ることが効果的だと考える。その意味で JICA としては PD-2、3 を Pilot Project として実施することを提案したい。
- そちらに関係するものとして、チーム内で検討の上 14 の旅行商品を提案したい。

旅行商品説明の前に、それらの商品をどのような基準で検討し、選定したかのプロセスを説明。選定の基本となる Vision、Guiding Principles、Challenges & Potentials の資料（以前展開済みのもの）を改めて提示し確認したところ、Dr. Suleiman より下記指摘あり。

＜Vision＞

- “desert”という言葉は使わないという事で話をしていたと思う（ペトラは実際 desert ではない）。確認してほしい。
- 最初の文で、”has been”という表記がされているが、ナバテア時代は 2,000 年前なので was で良いのではないか。 → PETRA, the rose-red city was the crossroad
- ペトラの位置を示すのが良い為、PETRA, the rose-red city in southern Jordan was the crossroad～ とするのが良い。
- Keeping this in mind → Therefore がよい
- 文中に academic という言葉が使われているが、academic は正直重要ではない。
- “protection“よりは”preservation”の方が適切だと思う。

※上記を踏まえ、Vision の 3rd Layer を以下のとおりに修正：

PETRA, the rose-red city in southern Jordan was the Crossroad where the Caravans met, and people lived in harmony with the mind of hospitality, peace, and wisdom.

Therefore, we strive to strengthen ～ timeless experiences, preservation, eco-friendliness, and peacefulness which we desire to pass on.

＜Guiding Principles＞

- 順番を変えてほしい。Ⅰ→Ⅲにする。

＜Advantages and Potentials & Challenges＞

- Challenges の 8. “Imbalanced among 6 communities”は適切ではない、”Lack of distribution of tourism products”が良いのではないか。
- 9.”Women & local communities’ engagement”については、local communities は既にかかわりがあるので、”Women engagement”だけで良い。
- 10.は”Lack of coordination of local attractions”が適切だと思う。
- Potentials の 7.にある Audio guide in PAP は、PAP 内ではなくペトラ博物館で考えてほしい。PAP 内はガイドとの問題があるので実施をしたくない。
- 商品選択の Criteria に 4 つ目として"Products which encourage tourists to spend more time outside the PAP”を加えてほしいという要望が Dr.Suleiman から出された。

なお、Pilot Project について、Visitor Center のデザインを取り上げることはできないか、との確認があった。JICA チームより、インフラではないにしても Pilot Project はマスタープランの有効性を確認するためのもので、デザインは有効性の確認ができないため不可、と回答。ちなみに USAID は新しい Visitor Center の建設とトランスポーテーションに対する支援を実施するとのこと。

3. 提案旅行商品の説明および意見交換

(1) Product 1: End of the World Sunset Trail Tour

- （Dr. Suleiman）この商品は気に入っている。商品は夏、冬を含めて通年で実施できる（冬もペトラは雪が降らない）。
- （谷村）交通手段について 4WD を使うのか、徒歩でのツアーにするのか環境保護の観点から検討が必要。
- （Dr. Suleiman）了解した。
- （Dr. Suleiman）Visitor Center 発着以外にバックロード迄の送迎をつけるなど、オプションは作れるのか
- （谷村）もちろん可能。もし Pilot Project 商品として選定されるのであれば、決定後に詳細を検討したい。
- （Dr.Suleiman）現在、Eco Village に Adventure Center を併設させることを考えている。Rent-a-bike もゆくゆく使用可能と成り得る。

(2) Product 2：Folklore Dinner Show

- （Dr. Suleiman）類似したプログラムがすでにある（例．Old Village Resort などで Traditional Dance を提供している事例は確認）。また、EIB の支援でダムを現在作っているが、Visitor Center からダムまでの Evening Tour も現在考えている。また、夜のプログラムとしては Petra By Night の毎日実施や Little Petra by Night も考えている。なお、Rajif では伝統的な Folklore があるので、今後やるとすれば Rajif での実施もいいかもしれない。またグループ向けにやるとすれば Cultural Village が会場として利用できる。夜間に提供可能なプロダクトを複数準備しておくことは大事である。

(3) Product 3: Bedouin Cultural Experience with Dinner & Sunset

- （Dr. Suleiman）内容については承知した。類似したものは既に存在するが、良いプログラムだと思う。PAP 内の洞窟で現在許可なく行われている夜間の宿泊ビジネスをマネジメントすることに繋げられると良い。

(4) Product 4: Meditation Program in Little Petra

- （Dr. Suleiman）砂丘でやる Meditation は Wadi Rum のイメージが強いが、Little Petra でも実施できることを PR して、Wadi Rum に対抗できる商品になれる。Amman から来るヨルダン人の女性がペトラでヨガを楽しんでいる姿を見かけることもある。ペトラでヨガクラス等を提供できると良いだろう。

(5) Product 5: Sunrise Breakfast at PAP

- （Dr. Suleiman）一般へのオープン前に PAP を訪問するプログラムを実施したことはあるが、食事を提供するとなるとライセンスや衛生面が問題。過去に食事を提供するプログラムも行っているが、実施頻度は年に 1 回程度。ローカルアソシエーションの協力やライセンス付与も必要になる。アイデアとしては非常によい。既に PAP 内で活動しているアソシエーションと話してみると良いだろう。

(6) Product 6: Archaeologist Experience in PAP

- （Dr. Suleiman）USAID も類似したプログラムをコーディネートしていたことがある。これはペトラ博物館を絡めて子供向けプログラムとするのが良いのではないか。Wadi Musa に住むドイツ人女性が Treasure Hunting を行っているが子供に人気がある。Treasure Hunting であれば Wadi Musa ダウンタウンをスタートし、PAP をゴールとするコースが面白い。

(7) Product 7 & 8: Local Cultural Experience

- （Dr. Suleiman）これは Cultural Village や Elgee Village にて実施すると良いだろう、また Carving も追加したい。

(8) Product 9 : Bedouin Family Visit

- （Dr. Suleiman） こちらはベドウィンに限定せず（プログラム名からも Bedouin を削除）、ベドウィンも含んだ Family Visit として実施してはどうか。コミュニティも 6 つすべて含めてよい。現在既に Wadi Musa, Um Sayhoun, Taybhe, Baidha で実施されており、観光客からも喜ばれている。現状よりもさらに Standardize することについては賛成である。

(9) Product 10: Petra Photogenic Tour

- （Dr. Suleiman）Photo Competition などを開催できれば、ペトラのプロモーションにも貢献できてよい。

(10) Product 11: Traditional Nabatean Style Dinner

- （Dr. Suleiman）既にペトラの複数地域で存在する。Cultural Village にて実施すれば面白いのではないか。
- （谷村）ナバテア時代の服装やメニューなど、史実に基づいて検証し、それに沿ったものを提供する必要がある。
- （Dr. Suleiman）その通りである。

(11) Product 12: Illumination Experience in Petra

- （Dr. Suleiman）11 月初めにサウンド&ライトイベントの実施予定がある。これがうまく行ったら PDTRA 主体で継続を考えたいと思っている。ちなみにこれは 1 回だけのイベントか？
- （谷村）夏、冬の閑散期に 1 カ月など一定期間で実施するイベントを考えている。

- （Dr. Suleiman）Little Petra でのオイルランプを使用した光を使った研究をした女性がいる。彼女と話をしてはどうか。例えば PAP 入場券購入者にオイルランプをセットで渡し、夜イベントに参加してもらうなど、戦略的に行うのが良いだろう。

(12) Product 13：Star Gazing Tour in Petra

- （Dr. Suleiman）こちらも Wadi Rum が有名だが、ペトラではどこからも星がきれいに見える。特に南はそうである。Little Petra で行う案は良い。
- （谷村）星座早見表を渡し、専門家から説明をしてもらうことも考えている。
- （Dr. Suleiman）それは良いアイデアだと思う。

(13) Product 14：Make The PETRA Main Trail Sustainable

- （Dr. Suleiman）これは喫緊の課題なので優先して取り組みたい。

4. Pilot Project 商品の選定

- （Dr. Suleiman）対象商品として最優先は 14、次いで 1、7&8、12 の合計 5 商品を選定したい。１．は PDTRA としても新しい Visitor Center と組み合わせて実施したいし、７＆８は Cultural Village と絡めて実施、14 は最優先として取り組むべきものである。12 については、他のプログラムは何かしら既に実施しているが、12 はこれまで実施したことがないので、ぜひ取り組んでみたい。
- （トム）No.14 について選定をした理由をもう一度聞かせてほしい。
- （Dr. Suleiman）この商品に記載されている内容は既に議論した通り、緊急に解決すべき課題である。
- （大原）ユニバーサルツーリズムとして No.14 を取り組むことはどうか。
- （Dr. Suleiman）大切な課題であることは理解するが、その部分は難しいところもあり、優先的に取り組むことは難しい。他にやるべき課題が多くある。これらの旅行者にはすでに多くの無料サービスを提供しているため、このセグメントを拡大または優先した場合、大きなコストが発生する可能性がある。

5. Pilot Project となる Strategic Program の選定および関係するステークホルダーの選定

- （谷村）選定した商品をもとに考えると、PD-3（Development of Summer/Winter, Evening, Family-Oriented products）が適当かと思う。こちらを Pilot Project 対象として選定することでよいか。
- （Dr. Suleiman）それで了解した。
- （谷村）同 Strategy について P113 の通り Action Plan および実際の作業に関わる Stakeholder を記載した。Action Plan については次の通り（内容を説明）。こちらで問題はないか。
- （Dr. Suleiman）Action Plan は承知した。
- （谷村）Stakeholder の部分だが、PDTRA 側から誰を選定するか協議したい。
- （Dr. Suleiman）自分が head となる。その他には Mr. Yassin、Mr.Khalil、Mr. Sabri、Mr.Hassan をメンバーとしたい。民間は local agent を加えたい。
- （谷村）Community の代表者を加えることはどうか。Project の目的の一つとして、商品造成のノウハウ、スキルを関係者に教えていくことである。Community からも参加してもらえるとそうしたスキルを持った人が地域に増える。

- （Dr. Suleiman）了解。民間セクターは Mr.Eid Nawafleh、Mr.Sami Hassanat はどうか。
- （熊田）次回のミーティングでは今回合意した内容を PDTRA 側から民間セクターにプレゼンしてもらいたい。Dr. Suleiman にリードを取っていただくことはできるか。
- （Dr. Suleiman）承知した。次回は自分がリードを取って進める。

6. その他

ミーティング終了後、WG のリーダーである Mr. Hasan Lawama と Wrap Up（Dr. Suleiman は次のミーティングのため退出）。Mr. Hasan に次の事をお願いした。

① Pilot Project（Strategy の PD-3 と 5 つの商品）について、こちらで決定であること、また Action Plan についても問題がないか PDTRA 内で再確認してほしい。

②実際に商品を作るとなると、だれが（どの組織が）進めるかが重要になる（旅行会社なのか、コミュニティ内にあるソサイエティなのか）。こちらでも考えるが、その点をまず最初に協議したい。

その他、Mr. Hasan からライセンス関係についての話を伺う。ホームビジットについても彼の部署である Invest department でライセンス付与が可能とのこと。きちんとスタンダードを決め、ライセンスを与えることで一定程度のクオリティを持った受け入れ可能な家庭が増えれば、トレイル＋一般家庭での夕食といったプログラムも提案できるし、PAP での食事などにそうしたライセンスを持った家庭の料理を出すことも可能になる。こちらについてはぜひリスト化を進めていきましょうということで合意。

以上

提出資料
1. Proposed Tourism Products for the Product Design Pilot Project 2. Action Plan ハンドアウト

7 PDTRA Board of Commissioners とのキックオフ会議（6/22）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 22 日（水）17:00-18:30	
場所： PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田、齋藤、大原、碓氷、谷村、大山、トム、神宮、小出、大澤（記録）

議事

標記案件に係る第 7 次現地調査の目的と、Pilot Project に関する JICA 専門家チームとしての意見の共有及び議論のための会議を開催した。議論の内容は以下のとおりである。

1. 第 7 次現地作業の目的

- Strategic Program 及び Action Plan の確認及び合意
- Pilot Project の内容・対象地域の選定第 2 回 JCC 会議の日程、メンバー、会場の確認 Visitor Survey の進捗状況の確認
- 本邦招聘の日程、メンバー、会場の確認
- 第 2 回 JCC 会議の常任メンバーに対する M/P の内容の説明

2. アクションプラン案の構成について

バリューチェーンの五つのプロセスごとに Strategic Programs を設定。さらに Strategic Programs を構成する Project ごとに Project を実施していくために必要となる Action Plans を提案している。一例として Destination Management の Action Plans の説明を行ったところ、以下の議論があった。

(1) 「DM-4　Install New Ticketing System」

1) 現行のチケットシステムについて

＜PDTRA＞

- PDTRA は既にオンラインチケットシステムを導入に向けた作業を始めており、システム開発を行う企業との委託契約を締結済みであり、近日中にペトラ遺跡公園（PAP）への入場券もオンラインで購入することが可能となる予定である。
- PDTRA 内の担当は Mr. Bilal (IT Dep. – Eng.) である。

2) JICA 専門家からの提案内容について

＜JICA チーム＞

- JICA チームの提案は、入場券とは別にプリペイド方式のサービスチケットの提供を想定しており、当チケットを利用する観光客は、交通機関やレストラン等の各サービスにおいて、QR コードの読み取りによって支払いが可能となる、というもの。
- 同時に PAP 内の複数個所にチェックポイントを設け、QR コードを読み取ることによって、PAP を訪れる観光客の動向に関する統計データの取得も可能となる。
- QR コードの読み取りは各人のスマートフォン等で可能であり、追加的な端末・機材の準備を必要としない。

- QR コードのシステム自体は、RD 等の他のバリューチェーンとの連携も可能であると考えられる。
- 同システムのアライアンスメンバーとして提示している「shops」とは、PAP 内及びペトラ地域の店舗やゴルフカート等の交通サービスを想定している。
- チケットシステムの開発、メンテナンス、アップデート等の運営管理業務は、民間企業へのサービス・メンテナンス契約によって民営化する提案である。
- その場合、PDTRA と民間企業間での資金フローについて検討する必要がある。

以上の説明及び議論を踏まえ、今回新たに設置するワーキンググループでの協議において、Strategic Programs、Project、及び Action Plans を検討し、さらに Pilot Project (案) を選定する旨、理解を得た。

3. Working Group Meeting について

＜JICA チーム＞

本ミッションでは、各バリューチェーンについて二度の Working Group Meeting の開催を予定しており、各回の方針は以下のとおりである。

第 1 回：Strategic Programs、Project、及び Action Plans の説明

第 2 回：PDTRA と JICA 専門家の連携による、民間企業を含むワーキンググループに対する上記の説明及び Pilot Project 案の検討

4. Pilot Project に関する PDTRA 側の意見

(1) Pilot Project 全体の確認

＜PDTRA＞

- Pilot Project の選定に当たっては、実施の容易さ（障壁の有無）、対象エリアの適切な選定、具体的な成果を重要視したい。
- 各 Pilot Project では、活動の規模や必要な予算に応じて Project 全体を実施する場合と、特定のアクションプランを選定して実施する場合があることを理解した。
- 簡易的な設備の導入は可能なのか。PAP 内では、現状の設備（トイレ等）では不十分であり、トイレの追加等が必要。
- トイレは、恒常的な建築物ではなく、移動可能な仮設トイレを想定している。

＜JICA チーム＞

- Pilot Project において、設備・機材の供与も可能であるものの、M/P の有効性を検証することが Pilot Project の目的であり、目的に合致した活動に必要な設備・機材である必要がある。

＜PDTRA＞

- Pilot Project の結果を評価した後、プロジェクトの規模を拡大することは可能である旨理解した。

(2) 新規ビジターセンター（ベイダに建設予定）について

＜PDTRA＞

- 新規ビジターセンターの建設費は、USAID からのグラントが供与される（覚書を締結済み）。一方、USAID のプロジェクトの開始は、2022 年 11 月以降となるため、それまでに JICA の Pilot Project の予算を使って必要な完成予想図（イメージデザイン）を準備し、調査・設計を完了させ、USAID のプロジェクトの開始と同時に速やかに工事を進めたい。その上でセンターのイメージデザインを早急に形にすることが必要であるが、今回のパイロットの一環として完成予想図（イメージデザイン）の対応することは可能か？調査・設計を実施する設計事務所については、入札により選定するのではなく、既に発注先として想定している設計事務所がある。

＜JICA チーム＞

- 新規ビジターセンターの完成予想図（イメージデザイン）、F/S の作成や設計のみを Pilot Project とすることは、Pilot Project の選定条件・目的に適合しない。入札等の調達や建設に係るプロセスを短縮したいのであれば、Design Build 方式を採用するのも一案である。Pilot Project の開始時期は、どんなに早くても 2022 年 10 月以降になる。

＜PDTRA＞

- 承知した。新規ビジターセンターの建設に関わる完成予想図(イメージデザイン)、調査・設計は Pilot Project の対象としないこととする。

(3) Elgee Village の活用について

＜PDTRA＞

- 施設全域を一つの施設として開発するのではなく、用途ごとに区画に分けて開発するのが望ましい。

5. 第 2 回 JCC 会議について

- 2022 年 9 月 11 日(日)、アンマンにて開催する方向で調整。

  ※前回 JICA チームのペトラ滞在中、5 月 19 日の Wrap-up Meeting にて、2022 年 9 月 8 日(木) と合意していたが、スレイマン長官に別途予定が出来た為、再調整を行った。

- 会場手配は、PDTRA 側で行い、第 1 回 JCC を開催した GENEVA HOTEL ではなく、Fairmont Hotel 等を使用し、且つ PDTRA が手配を行う方向で検討する。
- PDTRA の出席者がアンマンに前泊せず日帰りの行程とする場合は、ペトラからの移動時間を考慮し、開始時刻を 9:00 から 10:30 に変更する方向で調整。
- JCC での発表は PDTRA 主体で行うことを理想としているが（配布資料における◎印は同会議でのプレゼンターを示す）、発表内容に応じて、JICA チームの専門家も発言する場を設ける。
- JCC メンバーの参加を確保するため、前広に招待レターを JCC メンバーに発出する。（PDTRA としては、7 月 1-2 週目に発出することを目標と考えている。）
- JICA チームとしての予算は、現在の為替を考慮した上で約 11 万円≈580JOD 程とし、追加発生する部分については PDTRA が支払う方向で検討する。
- メンバーについて、以下に加え Observer を 5 名程、また PDTRA の人間を 5 名程追加したい旨、スレイマン長官より希望を頂戴した。前述の追加メンバーについては、JICA チームペトラ滞在中の Wrap-up Meeting までに案を頂けるよう依頼。
  - PDTRA Chief Commissioner
  - Commissioner of Petra Archeology Park and Tourism

- PDTRA Person in Charge of Working Groups（各グループの代表者）
- JCC Permanent Members（USAID も今回より含むことを前回渡航時に合意済）

6. Working Group のメンバー構成について

＜JICA チーム＞

- Sale & Promotion 部門に Mr. Sabri 及び Mr. Khalil に参加いただきたい

7. 本邦招聘について

＜JICA チーム＞

- 2023 年 3 月 12 日(日)～21 日(火) 実施予定
- 10 日間の日程の中で京都や奈良を含む観光地を訪問予定
- 参加者の決定は JICA 側で行われる

＜PDTRA＞

- 日程及び行程については、時差やラマダン時期を考慮し、無理のない日程としてほしい。10 日間という期間は短く、時差による身体への負担も大きいと考えられることから、多少滞在日数を増やしたい。再度確認が必要だが、ヨルダン出発日を 3 月 9 日(木) に早められる可能性がある。

以上

提出資料
1. 最新版 Action Plan 冊子 [PETRA MP_17 June 2022] 2. 本会議のアジェンダ [Agenda for PDTRA Board of Commissioners] 3. 第 2 回 JCC 会議アジェンダ案 [2nd JCC Presentation ver.3] 4. JCC メンバーリスト

8 第１回ワーキンググループ会議 (Research & Development)（6/23）

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第１期）	
日時：2022 年 6 月 23 日（木）9:00 – 11:00	
場所：ペトラ博物館	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	小出、トム（途中まで参加）、大山（記録）

議事

これまで既にワーキンググループの主要メンバーには話してきたが、特に Research & Development (RD) の 1 から 5 までのプログラムをもう一度レビューするとともに、ペトラ博物館を核とした Pilot Project の方向性や、実施する内容について説明、合意形成。

Dr. Bilal は、RD で検討しているプログラム、プロジェクトは、全体として自分として大変関心があるとのコメント。

Pilot Project で計画している活動で、特に以下について詳細に説明、討議。

1. GIS データベースと遺跡やトレイル歩きのモバイルアプリ

- GIS は、考古遺跡に加え、博物館展示品（出土地）、伝統建築、無形遺産、文化的景観、自然遺産、テーマ別トレイル、危険箇所、観光施設などを包括的に含む、１１のレイヤーから構成されるものを計画。
- GIS をベースとして、遺跡公園や、博物館を起点とするテーマ別トレイルなどを歩く、モバイルアプリも開発していく。このアプリ上で、特定のスポットで遺跡復元の AR を見られるような形とする。
- 福井の朝倉城館遺跡の観光アプリを事例としたプランを小出専門家が図説。

（Dr. Bilal からのコメント）

- RD で検討している試みは、自分として大変関心がある。
- モバイルアプリの版権などに懸念があり、観光客が帰国後にも見られるような形にはしたくない。

  →一定期間（１週間程度）有効なアカウントによりアクセスできるようにして、帰国後は見られないようにするなども一案。

2. テーマ別トレイル

- テーマ別トレイルについては、参考事例として、 日本遺産の取り組み（京都宇治のお茶の日本遺産など）を紹介。また博物館を核として、博物館の関連テーマと関連サイトをトレイルでつなげていくことを説明。
- ナバテアの水利に関するトレイル、交易路に関するトレイル、ナバテア語からアラビア語に至る言語の変遷を辿るトレイル等が考えられることを説明
- 検討中の実際のルート(含まれるサイトなど)の案についての説明

3. QR コード、AR、VR の導入

- 多言語対応について、12 か国語での遺跡の説明の QR コードを試しに作成し、ネットにつないでいない状態のスマホで説明が現れることを見せた。

- また VR ゴーグルについて実物を見せながら、同じ程度のスマホはめ込み型のものでは廉価で買えることに言及
- AR についてもスマホでサンプルを実際に見せ説明、また遺跡の古代の様子の復元などで AR が既に日本の現場では導入されていることを説明

（Dr.Bilal からのコメント）

- 制作した後の管理、メンテナンス、オペレーション等が課題との指摘

4. 障がい者向けプログラム（博物館活動強化の一環）

- 障がい者向けの活動としては、視覚障がい者向けの、例えば触れる展示などが日本の博物館では導入されており、同様のものをパイロットで導入することを検討していることを説明

以上

提出資料

9 第１回ワーキンググループ会議 (Service & Hospitality)（6/23）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 23 日（木）11:00-13:00	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田、碓氷、トム、谷村（記録）

議事

1. ミーティングの目的（碓氷）

- Pilot Project を選定し、合意する。
- 作業に関わる PDTRA 部局およびメンバー、民間セクターのメンバーを選定し、合意する。

2. Service & Hospitality (SH) 提案 Pilot Project 資料の説明（碓氷）

- マスタープラン構成、Vision、Guiding Principles、KPI のレビュー
- Vision、Guiding Principles のうち、SH に関わるコンテクストの確認
- KPI の内容および選定理由説明（テメスガン）
- 現状の Challenges、Advantages & Potentials 確認（ペトラで実際に体験した事例の共有）
- 「カスタマーの期待とサービスレベルの関係」「笑顔が大切な理由」に関する説明と確認

3. SH Strategic Programs および Action Plans の説明、Pilot Projects 候補の提案（碓氷）

- SH については 4 つのプロジェクトを提案（内容のレビュー）
- （Mr. Feras）アモンカレッジにて Food Service コースを修了し資格を取得した。
- （碓氷）コースは何日のものか。
- （Mr. Feras）5 時間である。今回は約 50 名が参加したが、今後もっと多くの人が参加できると良い。
- （碓氷）素晴らしいことだ。ワーキンググループ (WG) のアドバイザリーメンバーにアモンを入れているので、どのように連携できるか検討したい。
- （碓氷）Pilot Project を実施するための WG について具体的に人をアサインする必要がある（WG ストラクチャーの説明）。
- （碓氷）WG メンバーについて不足があれば追加を提案してほしい。
- （Mr. Feras）アドバイザリーメンバーに入っている Ammon College などにはどのようなアクションが必要か。
- （碓氷）誰が WG メンバーとして参加するかを、我々がヨルダンにいる間に確認して教えてほしい。6/27 または 6/28 までに確定できるとありがたい。
- （Mr. Feras）確認して WhatsApp にて連絡する。
- （碓氷）Pilot Project の実施期間は 1 年半、予算の上限も決まっている（Pilot Project Conditions の説明）
- （碓氷）4 つの Project のうち、SH-1、SH-4 を Pilot Project として提案したい。限られた時間と予算の中でもこの 2 つは実施がしやすい。1 つの Project の予算上限は 65,0000JOD である。SH-1、SH-4 について皆さんの意見を伺いたい。

4. Pilot Project 候補についての意見交換

- （Ms. Etedal）Pilot Project とはどのようなものか。
- （谷村）今回 SH の課題解決として提案した 4 つの Project のうち、その効果を検証するものとして 1 つを選び出し、1 年半の間で実施、検証を行うものである。
- （Mr. Feras）SH-4 について説明をしてほしい。
- （碓氷）PD→SP→SH の一連の流れの中で、Pilot Project に関わるメンバーに観光ビジネスに関する必要なトレーニングを提供するものである。
- （Mr. Feras）自分としては SH-4（KANKO-JUKU）が良いのではないかと思っている。SH-4 と合わせてその素材としてビデオを作ることもできないか。
- （Ms. Etedal）ペトラをツーリストデスティネーションとするためにも SH-4 はいいと思う。また、サステナビリティの意識を上げることも大切である。
- （碓氷）SH-1、SH-4 を合わせて一つの Pilot Project とするのは良いアイデアだと思う。
- （Mr. Feras）Mr.Sabri がリーダーなので、これで行くかどうかを彼と確認する。SH-1 の Action Plan にある Service Quality Committee は面白いと思う。いくつかの Civil Defense は消防活動などで Committee を作っているし、環境関係はホテルなどを含めたごみ処理に関する Committee がある。警察もそう。こうした Committee とも連携が取れると良いのではないか。
- （熊田）Committee も内容や目的に応じて 2 つぐらいの階層で作れるかもしれない。
- （碓氷）Quality of Service の向上が目的なので、Committee の中心メンバーはサービス産業（ホテル、レストラン等）に絞るのが良いと思う。他の Committee はアドバイザーとして参加する事ではどうか。
- （Mr. Ahmed）PDTRA から Tourism Dep、Investment、Infrastructure、Health の各部局から 1 名、Police から 1 名、それにローカルショップ等から参加してもらうのはどうか。
- （熊田）民間セクター、例えばホテル、人事担当、ツアーガイドなども含めるのかどうか。
- （碓氷）Committee という言葉がよりオフィシャルというイメージを与えたかもしれないが、意図としては WG に含まれているメンバーで構成することを考えていた。なので、Committee＝WG という事で整理したい。
- （Mr. Feras）Pilot Project の Service Quality 向上に率先して取り組むメンバーのグループが Committee であるということで理解した。KANKO-JUKU の内容が PDTRA の基準や規定に違反していないか確認をする必要がある。
- （トム）これはあくまでもトレーニングなので、規定に反することはないと思う。
- （Ms. Etedal）“KANKO-JUKU”は日本でもよくおこなわれているのか。
- （熊田）日本の企業や自治体で実施されている観光分野の研修コースで秀逸なプログラムを集めて研修にしたものが KNAKO-JUKU として提案している。
- （Mr. Feras）KANKO-JUKU に観光を学ぶ学生や、関心のある生徒を育てていく観光の重要性について Awareness Raising 含めることは将来に向けても良いのではないかと考える。KANKO-JUKU for Kids である。
- （碓氷、熊田）それはとても良い取り組みだと思う。
- （Mr. Feras）週に 1 回程度コースを設定し、学校を選んで講義を受けてもらうやり方を考えたい、まだアイデアの段階ではあるが。金額は無料で行いたい。

- （碓氷）それであれば子供向けのショートビデオを作成することも面白い。
- （Mr. Feras）2 回目の WG ミーティングで我々は何を用意すればよいか。
- （碓氷）次回の WG ミーティングでは PDTRA 側から今回の内容について民間セクターに説明をしてもらいたい
- （熊田）最初のフレームをこちらで説明し、Pilot Project の部分について PDTRA 側から説明してもらったらどうか。
- （碓氷）PDTRA が次回ミーティングではファシリテーターとなり、民間セクターに対して説明をしていただくことをお願いしたい。その際に説明しやすいように資料を整理し、改めてお渡しする　→説明すべき個所の確認。
- （Mr. Feras）土曜日に Mr. Ahmed と打ち合わせをしたいので資料は早めに送って欲しい。
- （碓氷）承知した。金曜の夜には送る。
- （トム）民間セクターは既に招待されているか？
- （Mr. Feras）誰が参加予定かはわかるが、参加の可否については確認していない。Mr. Injad と確認をする。資料を送ってもらえたらこちらで印刷をする。
- （熊田）ヨルダン大学の Dr. Ibrahim、Dr. Mahdi Hassanat も参加予定とのこと（Ms.Etedal からの情報）
- （Ms. Etedal）Ammon College からは 1 名の参加（サービス関連）でよいか。こちらから連絡をして 1 名選んでいただくようにする。Dr.Omeima の予定。

以上

提出資料

1. SH 提案 Pilot Project 資料
2. Strategic Project & Action Plan ハンドアウト

10 第 2 回ワーキンググループ会議 (Service & Hospitality)（6/26）

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 26 日（日）13:00-15:00	
場所：PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	碓氷、トム、大澤、Arwa、谷村（記録）

議事

1. 資料の説明（PDTRA / Mr.Feras, Ms. Etedal）

- ビジョン、KPI、Strategic Project、Pilot Project の順で説明（アラビア語）

2. 意見交換

- （碓氷）提案した 2 つの Pilot Project 候補について意見を伺いたい。Pilot Project は WG メンバーで実施するものであり、皆さんに参画していただくものである。
- （Mr. Salem）サービス改善はツーリズムに関わるステークホルダーにとって重要であり、中でもトレーニングを通してツーリズムの重要性に対する認識を広げることが最も大切である。PDTRA のゴールはこのプロジェクトを通して 6 つのコミュニティにツーリズムの重要性について正しい Direction を示すことである。各コミュニティにはそれぞれ特色のある tangible/intangible cultural heritage があり、旅行商品として形にすることが必要。将来のプロジェクトを考えるうえでも必要。
- （Mr. Taha）ホテルや旅行会社から参加がないのは残念。旅行会社は価格ばかりにこだわり、質を重視していない。彼らにも参加してもらいクオリティの重要性を理解してもらうべきだ。
- （碓氷）JITOA などとのミーティングを通して、価格だけではなく質の重要性を説明している。すぐには変わらないかもしれないが、取り組むことは大切である。Pilot Project の内容については何か意見はあるか。（Mr.Taha に対して）レストランスタッフ向けのセルフトレーニングビデオを作り、中小のレストランにも使ってもらいたいと思う。これはスタッフのトレーニングに役立つと思うか。
- （Mr. Taha）役に立つ。とても良いアイデアだと思う。
- （Mr. Ahamad）6 つのコミュニティを連携させ、若者や女性をツーリズムに参加させることがゴールの一つだと考える。また、レストランでテーブルをきれいにする、良い印象を与えるボディランゲージなど、一定のスタンダードを確保する取り組みは大切である。1 つ星やホステルのようなところでスタンダードを浸透させることは難しいが、4 つ星、5 つ星のホテルではスタンダードの重要性を理解してもらう事は重要である。ガイドについて、ミニマムスタンダードを設定するという提案がある。ガイドに言語や歴史、文化のトレーニングはあるが、コミュニケーションスキル、接客スキルに対するトレーニングはない。まずはガイドを養成する大学のコースでこうした科目を増やすべきだと考える。また、子供連れの家族に対し、子供をどう扱うかというトレーニングはない。お客様の興味も本物志向からそうでないものまで様々であり、ガイドもフレキシブルに対応をしなければならない。セルフトレーニングビデオだが、ガイドは自分の知識を常に新しいものにしなければならないし、ガイド同士がお互いを批判しあうような状況もある。そうしたところを改善できるよう、幅広い内容を含めたビデオ作成が必要である。ガイドのサービスに対してお客様からのフィードバックがあると良い。お客様が時折ガイドオフィスに来てクレームやコメントを言ってくる場合があり、そちらへの対応も必要なため、現在こうした評価制度に取り組

んでいる。最後に、Heritage Site の大切さ、ナバテア時代の Civilization などに関しては学校などでもっと取り上げ、貴重さをより認識させる取り組みが必要である。

- （トム）（Mr.Taha に対して）ペトラのレストランでサービスのクオリティを上げるためにはどのような取り組みが必要だと思うか。トレーニングであれば具体的にどのようなトレーニングがあると良いか。
- （Mr. Taha）接客のトレーニングがあると良いと思う。
- （Mr. Ahamad）レストランはホテル内レストランも含むのか。
- （トム）含む。
- （Mr. Ahamad）レストランでメニューを見ても、それがどのような料理なのかがわからない。また、どのメニューもレストランが同じ。メニューをもっと改善しないといけない。ペトラには独自のメニューもあるのに、エジプト料理などヨルダン料理でないものが出てきたりする。コミュニティ内にはローカルの美味しい料理を作る熟年の女性も多いので、そうした人たちをもっと活用してはどうか。
- （Ms. Etedal）ヨルダン国外でそうしたトレーニングを積むのも良いのではないか（グローバルスタンダードを知るために）。
- （碓氷）ビデオ以外に、ホテルレストランからサービス&ホスピタリティを牽引すべき代表となるスタッフを数名選出し、Ammon College などで集中トレーニングを受けてもらうことを SH-1 で提案している。
- （Mr. Ahamad）アンマンは観光客がペトラほど多くなく、地元のお客様が多い。彼らは最もコンプレインを言う層でもある。アンマンのレストランでは日ごろからそうした対応をしているので、アンマンのレストランでトレーニングを受けることも、サービススタンダードの改善には役立つと思う。
- （Mr. Salah）大学の学生向けトレーニングとしてホテル等でのインターンシップを充実させるべき。
- （Mr. Salem）小中学生は学校にてペトラの歴史、文化、ツーリズムについてもっと学習をし、実際に遺跡も見学するべき。子供向けにそうした知識を提供するツアーガイドの育成も必要。
- （碓氷）Pilot Project としてセルフトレーニングビデオ、メニュー改善、ガイド向けトレーニング、子供向けの「観光塾」トレーニングを含めている。これが Pilot Project として有効だと思うが、賛同いただけるか。Project として決定したらこのメンバーが参画いただくことになるので、この場で合意を取りたい。
- （Mr.Ahamad）ツーリズムからのステークホルダーを含めるべき。
- （トム）Special Assistance が必要なお客様について、どのように接客をするかというトレーニングはあるか。
- （Mr. Ahamad）ガイド同士でそうした対応経験を共有している。残念ながらアモンカレッジではこうしたお客様への対応を教えるコースがないので、プログラムにぜひ加えてほしい。例えば片耳しか聞こえない人を「聴覚障害」として扱うのではなく、聞こえる耳の側にガイドが立つなどの対応をすればよい。そうした基本的なことを教えてほしい。
- （トム）ビデオの内容についてはワーキンググループで話し合って決めたい。それも目的の一つである。
- （碓氷）子供のツーリズムに関する認知を上げるトレーニングについてはどう思うか。

- （全員）良いと思う。
- （Mr. Ahamad）トレーニングには無形文化財もぜひ含めてほしい。後世に伝える取り組みをしないといずれ消滅してしまう。
- （碓氷）本プロジェクトの第二期は 10 月からスタートする。Pilot Project は最終的に 9 月の JCC を経て決定するが、SH に関しては Pilot Project idea 2（Tourism Training Course）を強く提案したい。
- （Mr. Feras）ビデオに関しては子供向けとツーリズム向けの 2 種類を作ることでよいか。
- （碓氷）別に作る。各ビデオに含めるコンテンツは第二期で詳細を提示し協議したい。

以上

提出資料
1. SH 提案 Pilot Project 資料（2 回目ミーティング用） 2. Strategic Project & Action Plan ハンドアウト抜粋

11 PAP Site Visit with UNESCO（6/26）

概　要	
Project: Petra Tourism Master Plan Development Project (Phase 1)	
Date/Time: June 26 10:00-15:00	
Place: Petra Archaeological Park (PAP)	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Catherine (UNESCO) Dr. Bilal (PDTRA) Dr. Hussain (PDTRA)	Mr. Kumada, Ms. Saito, Mr. Shingu, Mr. Koide, Mr. Oyama, Mr. Ohara (Recorder)

議事

JICA Project Team (JPT), PDTRA and UNESCO visited the Petra Archaeological Park (PAP) to confirm current status of the past projects implemented by UNESCO and to identify the risks to be tackled with. The member also visited several project sites in Madi Musa proposed in the JICA' master Plan to share the future plan to be proposed. Main points observed are as follows:

1. Status of the UNESCO's "*Siq Stability Project*"

1) Monitoring System

PDTRA: During the project, several satellite remote sensing system, such as remote gauge to measure the movement of the crack, 3D scan instruments etc., ware installed. However, this system is managed by foreign private agency (in Italy) and is not under the management by PDTRA.

Rocks in Petra are made of sandstone, which tends to contain water. In the rainy season, water infiltrates the rock and the rock expands, and in the dry season, it contracts due to drying. This causes the rock to crack.

3D scan shall be conducted regularly (every three months, etc.) to capture the movement of the rocks, but is not implemented due to rack of human and financial resources.

After installation, no information is provided from the agency to PDTRA.

PDTRA has neither department nor human resources to manage the system at all.

To establish the monitoring system inside PDTRA is an urgent issue and some technical and financial supports are required.

2) Other interventions

PDTRA: During the project, high risk points of rock fall and land slide along the Siq were identified. High-risk unstable rocks have been fixed by rock anchor bolts. However, several high-risk areas are remained due to difficulties of intervention.

Fortunately, no serious accidents are observed in the past.



During inspection



Remained high-risk unstable rocks

2. Al-Dara Development Project

PDTRA: This area will be developed green area. Bypass road will be also constructed upper side of the terrace to avoid destruction of the remaining terrace.

There is a plan to build a parking lot on the opposite side of the road from the sewage pumping station. In addition, the current Al-Dara plaza is planned to be expanded along the tourist street.

Traffic will be restricted on the tourist street at night, and it will be a pedestrian road, and roadside shops will be opened on the road.

The terrace was constructed 19-20th century, is not since the Nabataean era. There is a theory that there was a necropolis in this area in the past, but there is no archaeological evidence.

3. Project proposed in the M/P – Rehabilitate the Nabataean farming eco-system

JPT: JPT proposed a project to rehabilitate the Nabataean farming eco-system at the terrace beside the Old Village resort Hotel. This terrace was built since Nabataean era and original form are still remained that well represents traditional eco-system in Petra. The terrace is an extremely excellent ecosystem that has not only functions as an agricultural land but also has hydraulic and disaster prevention functions.



Project Site

However, this area currently faces threat of rapid urbanization, and there is a high risk of loss of value unless protective measures are taken, such as integrating this area into a part of the World Heritage buffer zone.

The proposed project not only protects cultural heritage, but also develops the terrace as a tourism resource and makes it an agritourism site, which can bring profits not only from agriculture but also from tourism to local farmers.

UNESCO: The project is interesting and proposal to include this area to buffer zone of the World Heritage Site seems to be very reasonable.

4. Discussion

JPT: JPT explained outline of the proposed JICA's master plan. JPT expressed that JPT would like to continue to exchange information with UNESCO to avoid any duplication of interventions.

UNESCO: UNESCO expressed that the information provided from JPT today will be shared with other UNESCO staff, including Ms. Georgia, and shall have a follow-up meeting in Amman later.

[END]

提出資料

1. A booklet of the JICA's M/P

12 **Visitor Survey Meeting with SELA（6/27）**

概要	
Project： Petra Tourism Master Plan Development Project (Phase 1)	
Date / Time：June 27 8:00-8:45	
Place: Online	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
・Ms. Maria Elena ・Mr. Obada Farajat	Mr. Akira Ohara (Destination Management) Dr. Tom Assefa (Marketing & Promotion) *Record

議事

The summary of the visitor survey meeting is as follows:

- Please give us an update on the progress of the visitor survey as well as the current status (Tom)
- The questionnaire collection was completed by the end of May, and we are pleased to inform you that the goal of collecting more than 7000 questionnaires was collected. To be exact, 7,717 questionnaires were collected (Ms. Elena)
- What is the status of the data cleaning task at the moment? (Tom)
- We are currently cleaning up the data. The data cleaning task, particularly the free answer section, is taking longer than expected (Ms. Elena)
- Since the Arabic and English interfaces in the Google Form were different, our data cleaning clerk is now also handling data merging along with the cleaning task (Elena).
- How do you intend to carry out the analysis? (Tom)
- SPSS will be used to conduct the analysis. The SPSS software will be used to generate simple tabulations as well as descriptive analysis, including cross-tabulations (Ms. Elena)
- However, as far as I can see in the dataset, some of the figures are not ready for SPSS analysis because they require detailed cleaning (Tom).
- Yes, our data clerks are also revising those sections (Tom).

Regarding the timeline, both sides (JICA Team and SELLA) have agreed on the following milestones:

- The cleaned dataset, particularly the free answers section, is due by June 30.
- The survey's key findings will be delivered to the JICA team by July 31st (preferably by July 21st)
- The draft final report is due on August 4th
- The final report will be due on August 31st (Preferably by August 18th)
- Though we have agreed on these timelines, Sella will make every effort to complete it as soon as possible (Ms. Elena).

Regarding the table of contents of the report:

- Thank you for creating the draft table of contents. I went through it, but I would like to slightly revise it because you do not need to mention the analysis tools in your outline; rather, it should be the report outline (Tom).
- For your convenience, I have created a revised table of contents based on your draft. Let me first discuss this with you, and if we agree, we will use this as the final version (Tom).

Table of Contents

1. **Executive Summary**
2. **Introduction**
   1.1. A brief overview of the project
3. **Methodology**
   3.1. Brief overview
   3.2. Sampling and data collection
   3.3. Project timeline and implementation
4. **Key Findings**
   4.1. Visitors' demographics (Elena, please cover Q1-Q7)
   4.2. Leading source markets and ways of travel to Jordan and Petra
      4.2.1. Purpose of visit
      4.2.2. Mode of transportation
      4.2.3. Travel companion
      4.2.4. Travel arrangement (Elena, please cover Q13, 14, 15)
   4.3. Overview of visitors' spending
      4.3.1. Average expenditure per tourist in Petra
      4.3.2. Expenditure by demographics
         4.3.2.1.Expenditure by nationality
         4.3.2.2.Expenditure by income
         4.3.2.3.Expenditure by age
         4.3.2.4.Expenditure gender
      4.3.3. Average expenditure by service items
   4.4. Overview of the number of nights stay in Petra
      4.4.1. The average number of nights stay in Petra
         4.4.1.1.The average number of nights by nationality
         4.4.1.2.The average number of nights by income
         4.4.1.3.The average number of nights by age
         4.4.1.4.The average number of nights by gender
   4.5. Visitors satisfaction and challenge
   4.6. Ideas of new product and experiences in Petra region
5. **Conclusion and Recommendation**
   5.1. Conclusion
   5.2. Recommendation
   5.3. Research Limitation
6. **Appendix**
   6.1. English and Arabic Questionnaire

- This table of contents is acceptable. We can proceed according to this plan (Ms. Elena)
- Please prioritize section 4 (key findings) because it is an important part of the report and requires a lot of time. (Mr. Ohara)
- Noted (Elena)
- Please summarize the free answers question by categorizing them into similar categories (Mr. Ohara)
- Noted. That is how I am planning to do it (Elena)

提出資料
1. The draft table of content was shared on-screen and later via email

13 第 2 回ワーキンググループ会議 (Research & Development)（6/27）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 27 日（月）9:00-11:00	
場所： ペトラ博物館	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田、齋藤、谷村、トム、小出、大澤、大山（記録）

議事

1. Dr. Maram 参加まで（遅れて参加）

Pilot project 案について大山から説明、 ペトラ博物館をペトラ地域の観光の中核施設とするためのプロジェクトである旨と、プロジェクト案で検討中の各項目について説明

（Dr.Bilal）

- プロジェクト終了後も持続可能性が確保される必要がある
- パイロット・プロジェクトは持続的に物事を進めるためのスタートポイントであるべきである
- 様々なアイデアを実施段階で考えていくときに、実際に推進していく機関がない等の問題が発生する懸念はある
- アイデアが実施された後、持続的にプロジェクトを続けられることが重要である
- スペアパーツの提供等も視野に入れる必要がある（博物館で最近一部のデバイスでスペアパーツが入手困難な事態が発生している件を踏まえ）

＊各項目での詳細な説明とヨルダン側からのコメント

（大山　GIS 関連）

- GIS:博物館ウェブサイトを通して GIS システムへのアクセスを可能にする
- 現状では博物館のウェブサイトには GIS のページはないが、GIS データを集約したページを作成して、そこに観光客等がアクセスできるようにすることで、博物館をペトラ観光のコアにする

（Dr. Bilal）

- GIS を博物館ウェブサイトに作成することに対し、別の GIS 専用ウェブサイトとの間で競合が起こるなどの懸念がある。GIS は一般観光客向けというより、文化遺産に関連した計画や提言などに関連するため、博物館とはデジタルでのシステム上は繋がると思うが、基本的には別のものである
- GIS に関してはソフトウェアに関するライセンスの問題がある。ライセンス料についてもプロジェクトで支援してもらえる可能性？

（小出）

- ライセンス料が手頃な価格でなかった場合、今回計画している GIS データベースの作成にはあまり複雑な処理を必要としないのでフリーソフトウェアの利用も可能と思われる。最も一般的に使われている有償 GIS ソフトは ArcGIS であるが、その中で最も安価なライセンスは年間 US$3000 程度。

- PAP で使用するのであれば ArcGIS（必ずしも最新バージョンでない）が使えるが、QGIS（フリーソフトウェア）の利用も可能である

大山より Pilot Project について説明（トレイル内に含まれる体験プログラム、また AR や VR の導入について）

- 子どもに対する教育プログラムは既にあり実施してきたが、大人も含め全ての観光客に対するプログラムを作成するのが狙いである
- トレイル内での体験で、VR や AR を用いた体験を組み合わせる方法も検討中
- AR のためのスマートグラスについて、ヨルダン国内での適用が可能か不透明であるが、2030 年代の観光の姿を見越して実証事件的に導入することを検討

（Dr. Bilal）

- サステナビリティの観点踏まえどのように実施するのか？もしパイロットでうまくいった場合、次のステップとしてのアイデアは？

  →（大山）（開発後は）PD と連携していく可能性。民間のツアオペが、PDTRA との連携協定締結で AR コンテンツの導入が可能になった。デバイスの調達に関しては、民間企業が PDTRA から貸与される形をとるような形も一案

（Dr. Bilal）

- VR や AR の作成等について、実証実験としては簡単で最善の方法を採るとして、どのように開発するのが良いか？どのように実施するのか？

  →（大山）ヨルダンには既に VR・AR の協会もあり、VR・AR 開発を進めている企業がいくつかある。その後、PDTRA がさらなる AR・VR の開発を進める方向で考えるのであれば、こうした企業とのとの連携で開発するのも一案。

大山より、障碍者向けプログラムなどの説明

（Dr.Bilal）

- プロジェクトで障害のある方が必要とする機材（車椅子等）の供与を含めることができるか？

  →（大山）PAP のメイントレイルをバリアフリーの観点で持続的にしていく全体の計画があり、車椅子等のバリアフリーの考えに沿った機材等の提供も検討可能

2. Dr. Maram 参加後

大山より RD のプログラム全体について、以下のポイント含め改めて説明（特に Dr. Maram が関わる無形遺産的な側面について）

- 包括的な遺産の GIS データベース構築の計画（無形文化遺産や、泉や水路など文化的景観を含む）。物理的な文化遺産のみならず、伝統的な水源の利用等の社会・文化的背景を含む無形文化遺産も重視すべきという考え。例えば Rajif にある貯水施設（泉）は、社会的意味も持つ
- 観光用のモバイルアプリでは、無形遺産の全てではなく、テーマ的に意味を持つなど、特定のもののみが表示されるようにする。無形遺産について、観光客にどこまでの情報を提供すべきか、一定のラインを設定する必要もある
- 遺跡に関する情報のみならず、トイレ等観光設備の場所などをモバイルアプリで提供する。

- 博物館を核としたテーマ別トレイルの情報をアプリで提供。
- 全ての文化遺産関連の情報を入れる形ではない。ガイドからのストーリー提供も大切
- GIS については、Princess Basma Center による無形遺産に関する研究のクレジットを表示するような形で、学術的に公表されていない情報も含め、GIS 化していく中で利用できる可能性もあると思われる。
- 観光の観点で考えると、無形遺産で最も重要となるのは、民俗音楽と地域料理である
- ラバーバの演奏者は一定数いるが、そのリストはない→伝統技術を継承する「人」も無形遺産となりうるため、例えば演奏者のリストを作ることも、無形遺産保全の観点で長期的に見て重要である
- 無形遺産の観光への活用に関連して、無形遺産の観光化による破壊や変容を防ぐため、観光プログラムを作り上げる前に、無形文化遺産の扱いに関するガイドラインを作成するのが望ましい
- 伝統音楽のラバーバ演奏等は、単にイベントの BGM とするような形ではなく、無形文化遺産としてきちんと背景や意味合いを知りながら音楽鑑賞するような方向性が重要

（Dr. Maram）

- 自分が設立に関与した、ペトラカレッジの Princess Basma Center（Dr. Sami Hasanat が管轄）について、これまで様々な無形遺産の記録等を進めてきた（ため、連携するのがよい）

  →（大山）同センターとは既に連携する形で進めている
- 手工芸品はプロジェクトに含まれるのか、また Made in Petra ブランドについてはどのようになっているのか。ビジターセンター横の施設で Made in Petra のブランドを販売しているが、この部分に関わっていくのか？

  →（大山）今回のプロジェクトは博物館に焦点を当てているため手工芸品開発自体に焦点は当てない（しかしミュージアムショップ支援の中で一部実施）。Made in Petra ブランドは、PD の方で取り扱う

（その他のコメント）

- パイロットでの各活動の実際のスケジュールはどのようなものか？

  →今年末あるいは来年初頭くらいから、各項目について徐々に進めていく
- データベース構造は誰が構築するのか？データベース開発や管理自体は特定の department によって行われるべきである」（館長）

  →パイロットにおいて JICA チームと PDTRA（IT Dep.）と協力してデータベースを構築していく
- IT セクション、Infrastructure、Visitor Center、Cultural Center（無形文化遺産が絡むため）の人を含め、複数の組織と連携して進めるべき

3. RD６、RD７について

トムより、以下のポイント等について説明

- 包括的なデータベースの構築による観光統計の獲得について
- この統計データベースは、MoTA の既存のデータベースと統合される必要がある。

（Dr. Bilal）

- PDTRA で既にあるシステムがあるが、どのように統合するのか？
- 犯罪発生件数等も含め、様々な内容に対応可能であるのがよい。内部の議論で内容を決めるのではなく、一般の需要に合わせた開発が望ましい
- Tourism satellite data 等は、Petra においては PDTRA がしている提供

（トム）

- マーケティング戦略として、マーケティングの前に調査研究（STP の調査等）の段階が必要である（Research Center がマーケティングの技術に関して担当）

  →（Dr. Bilal）本件に関しては、Dr. Suleiman と議論するのが良い（PDTRA で現在 Petra Pass を検討しているという背景もあるため）

以上

提出資料

14 第 2 回ワーキンググループ会議 (Sales & Promotion)（6/27）

概　要	
Project: Petra Tourism Master Plan Development Project (Phase 1)	
Date / Time: June 27 11:00-12:00	
Place: JICA Office in Petra Museum	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	Dr. Tom Assefa (Marketing & Promotion) Mr. Junichi Kumada (Leader) Mr. Akira Ohara (Destination Management) Ms. Marie Saito (Deputy Leader) *Record

議事

The summary of the First Group Meeting for Sales and Promotion is as follows:



Tom)	Each of the projects and programs suggested by our team is connected directly or indirectly to solve the problems and challenges Petra is facing. Just to recap on the challenges we have found out from our baseline survey related to sales and promotion: There is the targeting problem. The target market that comes to Petra is not yet determined. While JTB is doing a lot of promotions internationally, as we are just moving forward into the future, I suggest we do a promotion directly to the international market.
Dr. Suleiman)	I believe **it would be better if we continued promoting through JTB.**
Tom)	Yes. Promotion will still be done through JTB, but if you would like to have your own marketing engagement, that could also be worked on.
Dr. Suleiman)	Marketing and promoting through JTB is the whole part of the strategy. JTB targets different segments, and from all the segments Petra gets its shape. I don't think Petra would target a certain segment. So it is best to market/promote in the Jordan context. I know through this JICA project, we could have assistance with marketing and promoting, but it does not make sense for me to go to the World Travel Market as Petra. Jordan cannot sell without Petra. However, it would be good to sit down with the JTB marketing manager and understand how their marketing plan. I am familiar with that because I am in the board. It seems they are finding that the work

	they are doing is not well progressing now with the new markets (younger generation, adventure, etc.). JTB is opening offices in other countries now.
	The success factors of Petra are actually the diversity of the segments. Cultural tourism, adventure tourism for example, and for LCC Petra is the main seller.
	Maybe sometime in the future we could market newly developed products and experiences in Petra (especially those that which the local communities are involved). So that Petra is known by the people with a wider brand (not only relying on the fame of the treasury alone), and could be a destination that people could stay for 3-4 days.
	What is more important than marketing is how to communicate what is new in our products?
Tom)	It is not well communicated with JTB that we want them to promote Petra, not only the Archeological Park.
Dr. Suleiman)	JTB brings thousands of social media influencers. Some of them with direct coordination with us, and some not. In spring, there was a social media influencer brought from Saudi Arabia, by JTB. JTB did not want to show that they brought him. There is a great deal of social media marketing taking place in Petra. There is a risk here. They can also market negative experiences. And this is one of the big challenges we are facing today and the important factor we should keep in mind. They can show live experiences in Petra, the harassment on the site, etc.
	JTB would have an office in Petra soon. Maybe this would make their access to our products easier. Because sometimes, they don't know of our other products. So (by having their office here in Petra) they wouldn't mind promoting the other products that are communicated from us. JTB and PDTRA are now in the contracting stage now, and the MOU is scheduled to be signed in the next couple of weeks. The MOU says they will bring staff. The staff could be working on marketing or operation, but they will work with our people together.
Ohara)	Do you know if JTB is opening their office only in Petra, or if they are opening one in Aqaba, etc.?
Dr. Suleiman)	No. But for Petra, we are paying 250,000JOD/year to JTB. And this new office is considered part of JTB's commitment to us. (Besides covering our participation in international fairs, and covering the ticket costs for the guests they bring to Petra. But basically, we offer them free tickets if they are here for promotional reasons, for promoting Petra. But there is always confusion about who should accompany them, etc. So once the JTB office in Petra opens, they will take care of all of these things on their side.) JTB has been spending money on promotional materials like brochures and pamphlets, but we wish them to spend our money in a more effective way. So opening their office in Petra is one way to spend the money, not in vain.
Tom)	It is best if there was a way to evaluate how the money you paid is used by JTB, and to what performances it leads.
Dr. Suleiman)	Yes, I agree. Petra cannot have the capacity to market itself alone. JTB is the one who does it (for us). Our plan with Little Petra and our new transportation plan should be shared with them and the Tour Operators Association.
JICA's volunteer coming to Petra	
Ohara)	Have you heard that JICA is sending a volunteer to Petra? This volunteer would be belonging to Mr. Ibrahim Farajat.

Dr. Suleiman)	Yes, I know a volunteer would be coming. But who decided this volunteer would be working there?
Ohara)	Maybe PDTRA and JICA.
Jack)	It has exactly not been decided where he would be working. JICA is now intervening for him to decide himself what kind of support he can do. His background is in promoting and digital marketing, etc.
Dr. Suleiman)	If he could help us in marketing. Because the idea of having the JTB office in Petra is also that they transfer their knowledge to our people.
Ohara)	So maybe the volunteer could be allocated to the JTB office.
Dr. Suleiman)	I agree.



Tom) I am also involved in the Research and Development side of things, and they are related to Marketing. We will not be doing all of the programs listed here as Pilot Projects, but we will pick a couple of them as Pilot Projects.

<u>RD Program 1</u>

Tom) More about creating a database system within PDTRA, collaborating with the Research Center. To have one clear tourism statistics database that could be used in your decision-making process, so you can find any data with a click. Now I am discussing with Ms. Samiya how we can develop this.

<u>RD Program 2</u>

Tom) As H.E. Dr. Suleiman mentioned, it is not directly linked to promoting. But to communicate with JTB to reach the market that you are currently targeting. In one of our meetings, we discussed the Petra Pass which you are trying to develop more. It would help you probably if you knew which market you would sell more the Petra Pass. So determining Petra's target visitors would be a kind of input, for that kind of reservation technique as well. Maybe this is not a Pilot Project but a Strategic Program that can be part of the strategy of the Master Plan. Worked with the collaboration of the Research Center and Mr. Sabri in the Tourism Directorate.

SP Program 1

Dr. Suleiman) You need to understand that the Pilot Projects are not fully JICA-assisted. Some of them are already existing.

Tom) So we need to paraphrase it.

Dr. Suleiman) "**Promote Newly Developed Products**" is enough.

Tom) Okay.

SP Program 2

Tom) Promoting Petra as a MICE-destination was discussed in our last breakfast meeting. For the low/off-seasons. But this may not be a thing to be done in the short run at the moment. Because we have a lot of MICE components to work on. We will promote the future and keep it in our Master Plan. Using the advantage of the Heritage Village we have and the Elgee Village and others.

Dr. Suleiman) There are already existing incentives like Little Petra Gala Dinner, which is promoted well. Also promoted by JTB and tour operators.
We are discussing with a private company and there might be a light festival in early November. For almost 10 days there will be different lighting and VR projects.

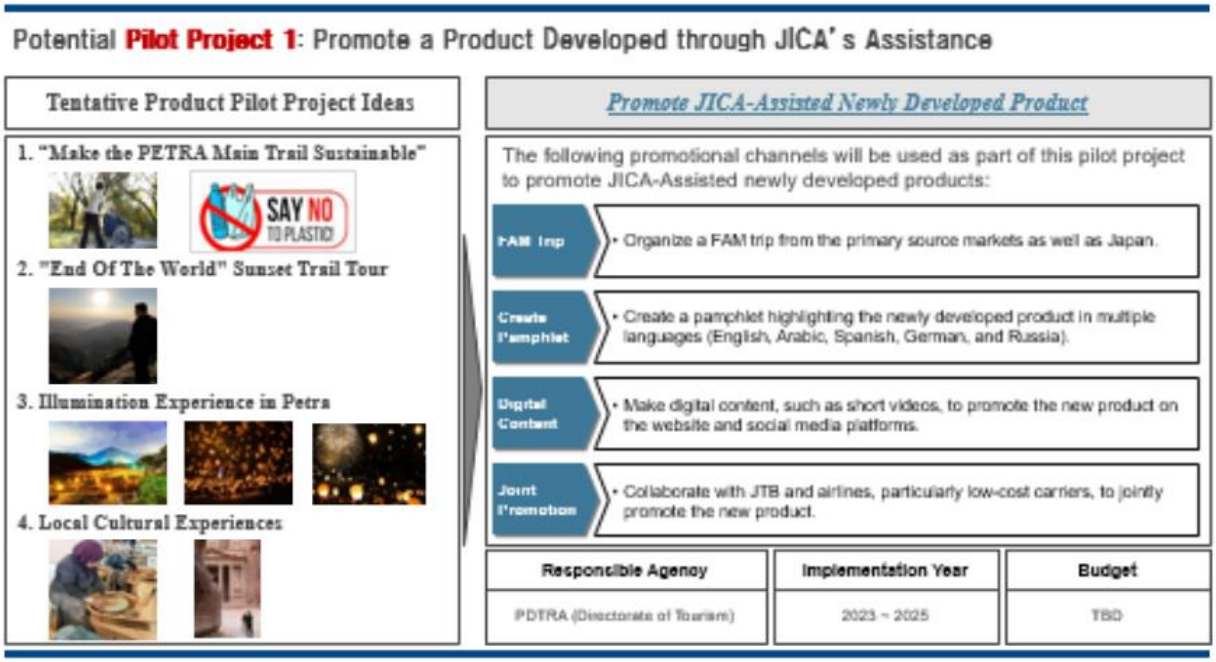
SP Program 3

Tom) Related to website development, video, and all other digital marketing components.

SP Program 4

Tom) This is more about sustainability.

Tom) I have the details for each program in the next slides. But it would be best if we jumped into the Pilot Projects, as the slides for the Pilot Projects include what is mentioned in the slides for the Strategic Programs.



Tom) (Just to emphasize) The products listed are "tentative" ones that have been discussed in the Product Design Working Group #1. The fam trips could be done for domestic tour operators in a team with JITOA.

This Pilot Project could be run as soon as the product is complete. So my part and Hiroshi's part are linked in this Pilot Project.

Considering how to allocate the budget, this project would not be sufficient/efficient to spend all the money (allocated for Sales and Promotion). So it would be better if we merged it with the next project.



Tom) This is to enhance digital marketing in PDTRA or Petra as a whole.

<u>Upgrade Visit Petra's Website</u>

Dr. Suleiman) Please be careful with the word "information on disaster management." Maybe "Information during certain weather/winter."

Jack) Maybe we could just say "Dos and Don'ts"

Dr. Suleiman) Maybe "Information during the rainy season." But there are other aspects…

Mr. Sabri) I suggest we add the 1-day pass to the booking system.

Dr. Suleiman) There would be legal issues.

Tom) The booking system could be developed for example for in-destination products like Petra by Night, or Petra Kitchen.

Mr. Sabri) If people can purchase with a discount (in line with the validity of the PAP entrance ticket) it would be good, especially to encourage them to stay longer in Petra.

Dr. Suleiman) There is an important point that I want to mention. That we plan to establish transportation but without raising the cost for tour operators. I am thinking to increase it for individuals and people who book through Jordan Pass. Because we started discussing with the tour operators that we start to increase it for outside the park. So my idea was to start discussing with the tour operators to start increasing from 2024. Because they need money and need to notify (their customers). But for

	those booking through Jordan Pass, it could start earlier. Communicating at the right time is important.
	Coupling the Petra Pass with Jordan Visa is not going to be easy because it would be impacting the Jordan Pass. The idea behind the Jordan Pass is to encourage travelers to visit other sites in Jordan and not one destination.
Tom)	So in the case of Petra Pass, you only have Petra, correct?
Dr. Suleiman)	Yes. We could think of something…
Tom)	Is it possible to include other in-destination tourism products?
Dr. Suleiman)	Of course. First, you have the animals to include. I was talking with the Minister last night, and I think they are afraid that if the Jordan Visa was included in the Petra Pass it would kill the Jordan Pass. But I have an idea in mind now to encourage tourists to stay more nights. To make the 2-day (PAP) ticket 60JDs, and the third day would be for free. And we could start discussing increasing the Jordan Pass for Petra from 37JD to 40-41JD. And from the extra bit, we will fund partially the transportation and could include all years around Petra for the Jordan Pass. In this way, Petra contributes to the development of less known areas.
	I am now defining the ticket of Petra based on the current situation, but, adding a new service which is going to be extra for the tourists within their site experience. And I want to increase the price for people who buy directly and not through the tour operators. That is easy. But for the tour operators, it is difficult because they have already sent out their prices for next year(s). And this could be a really good way of compensating for the ruins we do to the Jordan Pass.
Tom)	How much is the Jordan Pass? 70JD?
Dr. Suleiman)	70-75JD.
Tom)	And Petra gets 37JD share.
Dr. Suleiman)	47JD. 37JD goes to the government.
	I think the Petra Pass without including the visa would be no problem. This can work easily. But if we want to include the visa, this is the risk for the Jordan Pass.
Tom)	Yes, I understand. For those visitors who have the intention of visiting only Petra, it would be much more feasible.
Dr. Suleiman)	Yes. And I understand that the government is very afraid that if we establish the Petra Pass, it would encourage many travelers to visit only Petra. Because what is the selling point of Jordan Pass that doesn't include the visa? The entrance ticket to PAP is 50JD + 40JD for Jordan Visa = 90JD. (Expensive than the Jordan Pass.)
Tom)	For example, if we look at the American market, they don't need a visa, correct?
Dr. Suleiman)	They don't need to apply for a visa beforehand, but they have to pay for it. They get the visa upon arrival in Jordan. As an individual (not as a group of over 5 people), for the Americans, Japanese, etc. you go to the airport to get the visa at the airport.
JICA Team)	Our Japanese members don't pay for visas. We get the visa upon arrival at the airport, but we don't pay for it. It is also said on the webpage.
Dr. Suleiman & Mr. Sabri)	That is not how we understand it. Please check.
JICA Team)	We will double-check and give you a definite answer.

<u>Create Promotional Video</u>

Tom)	We talked about this during our last breakfast meeting too, and you (H.E. Dr. Suleiman) mentioned you wanted to work on this after the tourism street completes. How is the timeline going to be?
Dr. Suleiman)	The lower part may be completed in a month.
Jack)	You mean the area up to the Petra Boutique Hotel?
Dr. Suleiman)	Yes. And then we need to bring in the new club carts and the buses.
Mr. Sabri)	(Is it going to be) One promotional video?
Tom)	No. More. Maybe depending on the budget…
Mr. Sabri)	At least five. Something for infrastructure, something for the site, adventure, etc. 6-7 short videos. Each one minute long or less. Something attractive and catchy.
Tom)	I was thinking this promotional video can somehow promote these (JICA-assisted) products. And it's better not to focus much on the Archeological Park, correct?
Mr. Sabri)	Yes of course we can. And no, we should not.
Tom)	Do we have such videos at the moment?
Dr. Suleiman & Mr. Sabri)	Yes. But we need upgrading.
Mr. Sabri)	Horse carriages still exist in the media. So we should show the golf carts. Certain parts need modifications. Petra illumination… maybe like the one on July 7th, we can make good use of that. There will be many events. We also have the 3D projects, award projects, etc. We can feature the backroads and transportation and some of the services inside the Park.
Tom)	Is there going to be an issue if we wanted to promote privately-owned products like Petra by Night or Petra Kitchen?
Dr. Suleiman)	Of course, you could include it as part of the experiences in Petra. You can of course not market as a governmental project. You can talk in general about the developments of the last couple of years. More class services, hotels, and restaurants. That you can experience local food in the middle of Wadi Musa, such as…
Ohara)	Yes. But my idea is if we promote private business, we can take some commission. To ensure the budget of PDTRA.
Dr. Suleiman)	You may also market it without naming it. You can have the picture of the Petra Kitchen and the Petra by Night, but you don't need to mention it by the brand or show their logo.
Ohara)	In the case of Aqaba, they have a good relationship between the public and private sectors.
Mr. Sabri)	We have too.
Ohara)	Yes. But in the financial aspect also (in Aqaba).
Dr. Suleiman)	We have also. It is a win-win situation. If I want to market Petra, I cannot say to the tourists to come by saying the name of the hotels. I need to tell tourists what are the services that Petra has. I could say Petra has international hotels. This is enough. That it (Petra) has a variety of restaurants, night activities, etc. Make it general.
Ohara)	ASEZA is now gathering alliance fees from the members. I think this is one of the options to ensure your budget situation.

Jack)	He (Ohara) is talking about the future, after the Pilot Projects.
Ohara)	Yes. Through marketing especially.
Jack)	It could be one of the trials. If it was a little bit too challenging, then we do not need to continue.
Ohara)	The budget for the promotion is very limited, but if you can gather money, you can ask the alliance members, especially for the promotion.
Tom)	Do you think it's better to have 5 separate videos? And what kind of things should be included?
Jack)	Actually, I use to work on the online booking systems in Japan, and for the filming of the videos we can invite a team to come for 2-3 days to film them, and later cut them into as many as you want. So what is important is not the number of videos, but the elements to be included in the video library. The videos could be utilized in the future.
Dr. Suleiman)	I know this is not part of our duty, but may I enquire if it is possible to create a PPT presentation about tourism in Petra? Because of so many presentations on Petra, they are old. I have occasions to present Petra to the international market, but I think the PPT(s) do not cover everything. Could it be part of this "Create Promotional Video" component?
Tom)	So it would be used by PDTRA?
Dr. Suleiman)	Yes.
Ohara)	How about putting it on YouTube? Because the PPT we cannot see on our mobile phone, YouTube is easy.
Dr. Suleiman)	Yes, we could but…
Tom)	You need the content, correct?
Dr. Suleiman)	Yes, we need the content first. The way of distribution could be different. For the content, we need to make something that is timeless. That can be used for the next 5 years. As a Chief Commissioner I am invited somewhere and if I want to present about Petra there is plenty of data here and my staff put them (the old slides) together, and I need to spend the next hour creating a new one myself. If we talk about the number of tourists, and the number of days spent we can make a template that we can update each year. In some of our strategic approaches, we don't need to go into many details, with nice pictures, and with one video to go together.
Jack)	To would also have an occasion to present to your main market.
Tom)	It is part of promotion actually.
Dr. Suleiman)	Absolutely.
Tom)	Did you have contacts with Ramz Group to provide you with such materials?
Dr. Suleiman)	No, not really. The problem is whether it is Ramz Group or you, you need the content.
Tom)	I think if we could put it as a part of this Pilot Project, it is doable.
Dr. Suleiman)	By now you know what is in Petra, what is happening. We could first make it in English, and then later make it into Arabic. I don't always have the time to create new PPTs.

	The videos you can't edit, but the PPTS you can edit anytime.
	And I would highly appreciate it if I could allocate someone, and I think it would be Dr. Murad, who can coordinate with you on this.
	You know the Royal vision. There would be a follow-up department consisting of each organization. They would ask us "Where are you with your projects?" And maybe in a very clever way, we could link this presentation to the Royal Vision. Where do they want to have tourism in 2033? And we could link the PPT to show what PDTRA is doing to that vision.
Ohara)	Has the Royal Hashemite Court already issued some documents?
Dr. Suleiman)	Yes. I have one document I think I can share with you later.
Tom)	Is it in English?
Dr. Suleiman)	Yes. I think it is in English.

Active Social Media Engagement

Dr. Suleiman)	From the beginning, we need to allocate someone from our staff who will be working with you, and understand how you make it and could update later.
Tom)	Yes, so we could probably work closely with Mr. Sabri and Mr. Khalil, and Mr. Injad as well maybe.
Dr. Suleiman)	Mr. Sabri and Mr. Khalil. And find new people.
Ohara)	JTB should be included.
Tom)	In the Action Plans, JTB is listed as the relevant stakeholder. So maybe the local office. JTB coming to Petra is a pretty good advantage. You can collaborate on the content.
Tom)	Is it okay to merge Pilot Project 1 and 2? Because at the end of the day we need to have one Pilot Project related to Sales and Promotion. So as long as our budget allows us, we can consider merging this project.
Dr. Suleiman)	Okay. But we do not want to sabotage the project because of the budget.



Tom) Mr. Ohara also has a project focusing on GSTC Destination. But this one is more focused on the industries. Hotel, tour operators, etc. So we will pick up a couple of hotels, especially the 3-star hotels and below. Because the hotels in the higher category could do it themselves.

Dr. Suleiman) The 4-starts are locally owned. So we should include them.

Tom) Well noted.

Tom) So considering how we merge each of the Pilot Projects as a team, if the budget allows us, we would consider having this project merged with Mr. Ohara's. Jasmine's project will be providing a lot of training, so we could create a linkage among the projects.

Tom) This project could create good competition among the private sectors. If one hotel got a certificate, other hotels would try to get certified too.

Jack) sustainability branding is very difficult sometimes. In the long term, you could use GSTC as a tool. Branding Petra as a green destination, maybe under the budget of JTB.

Mr. Sabri) What about Green Key?

Jack) Green Key is very popular, but it is not certified. It is a kind of labeling. Let's determine which certification we should work towards. Maybe we could ask the person of GSTC which certification would be more feasible.

Just to remind you, Mövenpick is a member of the Green Globe.

Just to explain, GSTC has about 135 indicators and they ask you to initially commit to 40-70 indicators for the introduction stage, and gradually ask you to work on additional indicators to raise commitment. It would be a little burden on PDTRA to report and challenging.

Dr. Suleiman) We won one in 2019 at the World Travel Market. Green Destination. We did it with USAID. The first time it may be challenging, but it should be okay eventually. We are already working on recycling projects.

Mr. Sabri)	It would be better to ask the Environment Department for details.
Jack)	So you actually applied for GSTC, but could not continue your commitment.
Dr. Suleiman)	It was COVID-19.
Jack)	Yes. So it would be best if we went with “Green Destination” Tom.
Tom)	Yes. We will try to be consistent.
Dr. Suleiman)	I like how things were presented today. Very specific, narrowing things down. But let’s remember there is always room for adding and deleting things. Thank you.



Sustainable Destination Top 100 PAP won 2nd place for “Best of Culture & Communities”

提出・受領資料
1. "Proposed Pilot Projects For the Sales and Promotion Program” printed out a document

15 第 2 回ワーキンググループ会議 (Product Design)（6/27）

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 27 日（月）11:00 – 13:00	
場所：ペトラ博物館会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	谷村、大澤、碓氷（記録）

議事

1. 第 1 回目WGの振り返り（谷村）

昨年からプロジェクトをスタートし、ペトラ観光開発の Advantage と Challenge が判明した。Challenge の解決のために、プロジェクトは現在ステップ 4 におり、マスタープランに含める Strategic Program について合意した。ペトラ観光が抱える Challenge は多様な観光商品が無いことである。

- （Mr.Hasan）Advantage と Challenge は SWOT 分析なのか。
- （谷村）昨年から実施してきたベースライン調査の結果である。

  現在の状況は、（1）夏と冬に観光客が少ない、（2）コミュニティが 6 つあるが観光客は遺跡公園のみに集中しており、観光の裨益が少ないコミュニティがあることだ。そのため、マスタープランでは 6 つのコミュニティが裨益することを目指している。延泊、ローシーズン向けの観光商品を造ることで、観光の裨益を 6 つのコミュニティに分散したいと考える。

  PD では、Strategic Program に 7 つのプロジェクトを設定した（各プロジェクトの簡単な説明）。ローカルプロダクトについてはブランディングとプロモーションが必要である。PD の Strategic Program を評価するために Pilot Project を実施する。前回の協議で Pilot Project として PD-3 の実施が決定した。この Pilot Project を通じ、早朝、オフシーズン、新しいセグメントの旅行者を誘致することを検証したい。（Pilot Project の Action Plans とスケジュールの説明）

2. Pilot Project の説明

（メンバーに全てのプロジェクト Idea を説明後にスレイマン長官が参加したが、長官のコメントは同時記載とした）

- （Mr. Hasan）KPI をベースに Pilot Project として PD-3 を選んだのか。
- （谷村）Product selection criteria として（1）夏と冬のオフシーズン対策、（2）宿泊数を延ばすために早朝や夜の体験プログラム、（3）新しいセグメントの旅行者を誘致できる、この 3 点を設定した。このような観光商品を造ることが効果的であると考える。
- （Mr. Hasan）PD-3 に Product Design は含まれるのか。
- （谷村）PD-1 や PD-2 のエッセンスを取り入れて、ローカルコミュニティ向けのトレーニングを実施する。Made in Petra についても、Local Cultural Experience プロジェクトを通じ、ブランディングを実施することも可能である。これらの取り組みを通じ、いずれ MICE 誘致にも役に立つ。
- （Mr. Injad）最近は Airbnb の体験が増えているが、ライセンスの有無について差別化が必要だと考える。ライセンスを取得しフォーマルビジネスにすることにより、観光客はこれらの体験をもっとしたいと考えるはずである。
- （Mr.Hasan）ローカルの観光商品としては食事やディナー等をコミュニティ内のファミリーと取ることが良い体験商品となる。

- （Mr. Injad）Airbnb もローカルの体験商品になる。
- （谷村）1 回目の WG では 4 つの Pilot Project を選定した。

  Idea 1 は、PAP 内観光をもっと快適なものにするためのものである。

  Idea 2 は、PDTRA が推進を希望している商品と理解している。Idea 3 は、カルチャービレッジで実施する前提である。

  Idea 4 について、同様のイベントが 11 月に実施されると聞いたが知っている人はいるか。（Mr. Hasan 等：我々は情報を持っていない）

  このようなイベントは一回限りではなく、オフシーズンに一定期間に渡り実施する想定でいる。
- （XXXX）特にオフシーズンの何もイベントが無い時期に実施するのは良い。イベントカレンダーを作り、いつ、どのようなイベントがあるか記載すると良い。PDTRA やプライベートの年間イベントにマッチできる。
- （谷村）日本において、このようなイベントを実施する際は、行政がサポートしたり、民間のドネーションがあったりする。
- （Mr. Injad）官民連携である。
- （谷村）イベントは持続的であることが重要であり、2～3 年で終わるものであってはならない。このプロジェクトを通じ、地元住民はスキルや知識を得るとともに、商品としてどのように持続させて売るか、収益をどのようにするか等を考えることが出来る。
- （Mr. Injad）プロジェクトの実施に関する具体的な時期の提案はあるか。
- （谷村）提案はするものの、協議の結果、変更は可能であると考える。
- （Mr. Injad）Pilot Project は後になって追加することは可能か。
- （谷村）予算が限られているため、先に決定する必要がある。現在は 4～5 つのプロジェクトを想定しているが、いくつかの商品は追加することができるかもしれない。一回目の WG で選定したプロジェクトの他に 3 つを追加で用意したので、こちらの追加または差し替え可否ついて打診したい。

  Idea 5 は、ナバテアの水利システム等をペトラ博物館との連携で周るテーマトレイルである。また、有形/無形の文化財をペトラ博物館との連携により、サンプル日程を作成することで商品化できる。
- （Dr. Suleiman）風車の復元プロジェクトが数週間のうちに開始予定である。このようなツアーの場合、ガイドの説明によって内容が変わってくるし、正しく歴史的な価値を評価することが難しい。ヨルダントレイルのマップシステムを活用し、ツアー客が自分で回れるフリーウォーキングツアーにすべきである。また、キリスト教的側面からのペトラやイスラム教的側面からのペトラ等も伝えていくことが重要である。ガイドの研修をする必要がある。現在のガイドは多くの情報について少ししか話すことが出来ない。
- （谷村）Idea 6 は、アグリツーリズムである。イタリアではこのようなツアーは人気がある。オリーブや果物狩り、ランチなど、ラジフやドラガに大きな農園があり、オリーブオイルを生産しているところもある。購入したくても家族親族向けで買えないのが残念だ。
- （Dr. Suleiman）大変良いアイデアだ。オリーブの収穫は果物と違い収穫期間が長い。住民の助けにもなる。日本では小さなボトルに入れて販売されている。パッケー

ジングの検討が必要だ。一年を通じ全てのイベント等が分かるカレンダーを作成すると良い。

- （谷村）Idea 7 については、品質の標準化とコントロール、高品質なものにすることでヨルダンの他の地域より優位性を取りたい。
- （XXXX）受入れのための方針を作ることは重要だ。
- （Dr. Suleiman）地域住民家族と旅行者を繋ぐことは良いことである。このような商品の場合、インフォーマル・ビジネスに誘導されることを懸念する。食事体験とうたいながら洞窟で宿泊するケースがある。
- （Mr. Hasan） ライセンスを与えられた家庭のリストを作成しツアー会社に提示することにより、クオリティの高い家庭訪問が可能になる。
- （Dr. Suleiman）現状、観光がワディ・ムサに集中していることは承知している。しかし、全てのコミュニティの意見を取り入れることは難しいため、各コミュニティで利用可能なものをマッピングする必要がある。

3. Pilot Project 選定

- （谷村）Pilot Project の候補としてどの Idea が良いか意見を聞きたい。
- （Dr. Suleiman）Idea 6 と 7 は合体できる。Idea3 についてはカルチャービレッジ以外でも実施可能であり、ローカル体験を拡大する意味でよい。ローカルカルチャー体験は季節や場所を反映したペトラのイベントカレンダーをプラットフォームに出来ると良い。

  因みにオリーブ収穫はどの地域でも可能だが、ラジフやドラガについては移動などロジの問題がある。長期間をかけたビジネス開発は待つことができない。また、ラジフには２つの集落がある。一方はエコロッジを造りたいが、一方ではツーリストは必要ないと考えている。注意が必要だ。

  また、ワディムサにあるものと同じものを他地域でやる必要はない。政府に頼りすぎず、コミュニティは自分達で何かをやっていくこと必要だ。

  ペトラトレイル（Beyond Petra）も次の計画として考えられる。PAP 以外のトレイルを開発し、最終的に各コミュニティと繋がるということだ。
- （谷村）Pilot Project としての優先を聞きたい。
- （Dr. Suleiman）メイントレイルの改善、ベイダ地区（リトルペトラ周辺）周辺プロジェクト、カルチャー体験（来年になればコンテンツが増える可能性もある）だ。メイントレイルとリトル・ペトラ周辺は言わばメインディッシュ、その他はアペタイザー的位置づけである。イルミネーションは個別のプロジェクトとしてやるのがよい。

4. その他、協議を通じて出された意見

- （Hotel Association）Made in Petra やコミュニティ関連ツアーにはマーケティングやポリシーが必要だ。コミュニティには様々な状況がある。少ない投資で実施したい。また、実施に際してはコミュニティへのトレーニングが必要だ。
- （谷村）Pilot Project の商品は、誰がオペレーションを担うか等を決めることが重要だ。旅行会社との連携、あるいは地域住民の主体的な実施等、最適な方法に関する意見が欲しい。

- （Dr. Suleiman）政府に頼るだけでなく、コミュニティが何かアクションを

起こすことが重要であると考えている。

- （碓氷）SH では、PD で実施する Pilot Project をベースにコミュニティへのトレーニングを考えている。観光ビジネス基本、商品造成ポイント、品質等である。セルフトレーニングビデオも検討しており、これが実現すれば多くの人がいつでも、どこでも研修できる。
- （谷村）Pilot Project において、選定された地域以外を巻き込むことは可能であると考えるか。
- （Dr. Suleiman）異なるルートのペトラ・トレイルを開発することによって可能である？
- （XXXX）SP においてデジタルマーケティングに関する検討も進めている。
- （Mr.Hasan）現在、観光客は PAP 観光のみである。これらの商品を組み合わせ数日間のプログラムを作ることが必要だ。コミュニティを絡めた商品は家族の収入になることも考えることが必要だ。
- （XXXX） プロジェクトを通して観光客に対する選択肢が拡大する中で、観光商品を結び付け、2-3day チケットを利用して滞在延長を促進することが考えられる。
- （谷村）観光行程の例を提示することにより、観光客は滞在中の時間の使い方についてのイメージが容易になる。ツアオペは自分達でヨルダン観光の日程を決めているのが現状だ。
- （XXXX）観光商品をどのようにツアーパッケージに組み込むか等、旅行会社との連携も重要である。
- （Mr. Hasan）例えば The End of the World において、トレイル後に Cultural Village に立ち寄り、ベイダで夕食をとる、等といったプロダクトの組み合わせが可能であると考える。
- （XXXX）近い将来、ツアオペビジネスは減少する。
- （谷村）両方のチャネル、ツアオペビジネスとオンラインの両方のビジネスを考える必要がある。現状ペトラではツアーオペレーターを通す BtoB ビジネスが主流であるため、こちらに商品を販売してもらうための取り組みも重要だ。

以上

提出資料

16 Mr. Ibrahim Farajat (Cultural Resource Management) との会議（6/28）

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 28 日（火）8:00-9:00	
場所：PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Ibrahim Farajat: CRM 部長	大山（記録）
議事	

CRM 部長が第 2 回ワーキンググループ会議 (RD) に欠席されたため、改めて本会議を設け、 Pilot Project について説明（博物館を核とした Pilot Project 、テーマ別トレイル、GIS、モバイルアプリ、QR や VR など）、合意を得る。RD のプロジェクトやプログラム、方向性全体についてはこれまでも説明、既に合意済み。

QR については、１２か国語のサンプルを実際に見せて説明、導入に賛同を得る。

先方からは以下のコメントが出た。

- （GIS に含まれる）伝統建築については、CRM 部もある程度関わっている。
- ペトラ遺跡公園内の GIS については、ユネスコの世界遺産センターから世界遺産管理の観点から策定に関しての勧告が出ていたため、その勧告に対応するような試みとなると思われる
- VR に関連して、すでにペトラ遺跡全体の 3DCG 化が南アの協力で進められている。その担当者の Ms. Areej に会うことを勧める

以上

提出資料

17 第 2 回ワーキンググループ会議 (Sales & Promotion)（6/28）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 28 日（火）11:00-12:30	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田、齋藤、大原、碓氷、トム、谷村（記録）

議事

1. SP Pilot Project についての説明（トム）

- DM、RD、PD、SH については既に 2 回のミーティングを終えて Pilot Project を確定した。今回は SP の部分についてレビューを行い、最終的な Pilot Project を確定したい。
- （プレゼン資料の説明）

  Challenges → Strategic Projects (RD 6 & 7, SP 1-4)（全体&各 Project の説明）

  → Project ごとの Action Plan →
- Pilot Project の提案：
  SP としては SP-1（Promote a Product Developed through JICA's assistance）、SP-2 (Enhance Digital Marketing)、SP-4 (Obtain Sustainability Certification)を提案したい。SP-4 については他の専門家（DM）と連携して実施する予定である。

2. 意見交換

- （トム）今回提案した Pilot Project はマーケティングの課題解決に役立つと思うか。もしくは更に提案が必要か。
- （Dr. Mukhles）ペトラはこれまでも多くの課題を抱えてきた。ペトラでは全体的に物価が高すぎ、プロモーションを行っても高価格のためにあまり効果が発揮されなかった。PDTRA は価格をコントロールすることは難しいが、ホテルやレストランの価格を抑える方法は考えられるのではないか。また今回提案された Project はマスタープランとしては素晴らしいが、これを理解して正しく実行できる人材が少ないのが課題。
- （大原）ペトラにはデジタルマーケティングの知見を有する人材が限られているのか。
- （Dr. Mukhles）ペトラカレッジでは語学やスキルを含めて人材の教育に力を入れているが、まだまだ不足している。
- （トム）その点は同意する。例えば JICA のプロジェクトの一つとしてデジタルマーケティングのトレーニングを提供することもできると思う。
- （Mr. Ahmed）ペトラをサイトではなく、デスティネーションとしてプロモーションすることが必要である（エジプトやイスラエルのように）。ペトラには PAP 以外にもトレイルや自然など見るところがたくさんある。クライミングやトレッキングなどのアクティビティも多い。JTB と連携してソーシャルメディアでの PR やファムも実施しているが、PAP の視察がメインであり、それ以外のところを見せられていない。1 日フリーの日を取るなど、もう少し他のところも見せられるよう、JTB と調整が必要である。更に PAP（特にトレジャリー）は誰でも知っている。これは映画の影響もある。それと同じように映画等を使ってペトラ地域のプロモーションを行うと興味をひくのではないか。
- （Dr. Sami）これはとても素晴らしい仕事だと思う。しかし、ターゲット、オーディエンスを特定できていないことは課題。例えばライアンエアを使ってくるお客様は安価な代金でくる旅行者である、ペトラも安価なデスティネーションの一つととらえられている。またペトラ内である児童労働、児童虐待、不登校やドロップアウトといった問題も解決しなければ

ならない。60%以上の子供がドロップアウトする現実があり、親が仕事に駆り出すからである。更に他のデスティネーションとの競合もある。サウジアラビアは、新しいデスティネーションとして、大々的なプロモーション予算を確保し、プロモーションを行う予定である。ペトラにはディマーケティングがより必要だと考える。ペトラの将来、崩落の危険があるPAP のキャパシティの問題の解決方法、他のデスティネーションとの競争を頭に置いておく必要がある。

ツーリズムに関わる多くのステークホルダーは現在ペトラ、ヨルダンで起きている課題をどう解決し、観光から最大限の裨益を得られるか、将来に対する明確なビジョンの設定と合わせて考えなければならない。ヨルダンの政治状況のため、観光に対して政府は明確な絵を描けていない。観光の裨益は大手（Big Fish）のみに還元されている。

自分が決定権者であれば、ペトラのチケット代を JOD500、USD1,000 にする。それだけペトラの歴史、文化はユニークであり、世界に唯一のものである。ツーリズムはサステナブルではなく、ガイドは他の仕事も持つべきである。環境的にも地域にダメージを与え、サステナブルとは言えない。USAID や UNESCO などが掲げるエコツーリズム、レスポンシブルツーリズムはサステナブルとは言えないと考えている。

チケットの価格を上げる理由は、なぜそれでもそこに行きたいのかを観光客に考えさせ、また世界のトップデスティネーションとしてユニークな体験を提供できるようにしたいからだ。観光客の滞在を伸ばすためにはナイトライフや魅力ある観光地など、PA 周辺の観光リソースを増やさないといけない。Petra By Night は決して観光客にとって楽しめる内容ではない。チケット価格を上げる議論を避けてはいけない。ペトラ地域の観光事業者は接客の知識も不足している。PAP 内でお客様に乱暴な言葉を使って急かす、ガイドへのハラスメントを行うということもよく目にする。

PAP 内の洞窟に住んでいた住民を 1985 年に移動させたが、それにより彼らは 100%政府に依存するようになってしまった。最大の問題は UNESCO である。彼らにおりペトラは自分たちで物事が進められなくなってしまった。ペトラ地域に対して自分たちで取り組める機会をもっと与えるべきである。

- （大原）本会議は SP に特化した WG であるが、本会議の後で、JICA チームが提案するマスタープラン全体の概要を説明する。
- （トム）LCC で訪問する観光客はペトラでもあまりお金を落とさないというコメントがあった。
- （Dr. Sami）その通り。LCC でアカバに到着した観光客はレンタカーをシェアしてペトラを訪問し、自分たちで回ってまたアカバに戻っていく。彼らはペトラにほとんどお金を落とさない。チケット代を上げることで、そうした観光客にもペトラはチープな観光地ではないというイメージを与えることができる。ハイエンドのお客様はサービスに満足すれば 1 日 USD1,000 使ってもクレームはでない。
- （熊田）日本でも同じである。LCC を利用した観光客、ハイエンドのお客様の 2 つについてリサーチし、評価をすることが必要ではないか。
- （Dr. Sami）一つ大事なことがある。自分のアプローチは 1,000 人の観光客で USD1,000 を稼ぐのではなく、10 人の観光客で USD1,000 を稼ぐことである。それにより PAP へのダメージを避け、トップデスティネーションとすることができる。そうでないと遺跡へのダメージは避けられない。
- （トム）承知した。4 つの Project については内容をより深めていくこととしたい。その方向でよいか。
- （全員）了解した。
- （熊田）価格についてコメントがあったが、現在新しい商品開発もプロジェクトの一環として進めている。そのバリューにあった価格設定など、ぜひご意見を伺いたい。

- （Dr. Sami）質の悪い土産物品、お客様を強引に勧誘するドンキーなどの課題解決にも目を向けてほしい。
  ※熊田、碓氷は途中で退出
- （大原）マスタープランの概要の説明
  ＊Vision（ペトラのアイデンティティ、ホスピタリティのマインドセットを特定、コミュニティの包含、将来の世代に地域の価値をつないでいくことなどを明記）
  ＊Guiding Principles（Vision を実現するためのアプローチ）
  ＊Value Chain Approach（DM→RD→PD→SP→SH）
  ＊KPI
  ＊Strategic Programs ＋ Action Plan
- （大原）（DM の各プロジェクトについて説明）
- （Dr. Sami）GSTC の Certificate 取得には費用がかかるのか。
- （トム）トレーニングを受ける必要があるため、ある程度の費用はかかる。今回は Pilot Project として JICA にて費用を負担し、トレーニングを提供することを考えている。
- （Dr. Sami）Weekly Market ではペトラ産の商品を扱うのか。また We Are Petra という言葉だが、We Are al-Petra としてはどうか。Al　Petra とすることでペトラの人々という事をより特定でき、ヨルダン国内の人にも認知されやすくなる。
- （Dr. Sami）ペトラ遺跡は常にガイド同行とすべき。また PAP も訪問箇所によってチケット価格を変えても良いのではないか。新チケットシステムは Jordan-Pass は適用外とするべき。
- （大原）Jordan-Pass には適用しない。プリペイドシステムを備えた新しいチケットシステムを導入することによって、一人当たり観光消費額を増やすと共に、遺跡内の観光客数のコントロール、観光統計データ取得などが可能になる。
- （Dr. Sami）神宮氏と議論をしたが、PAP への入場者はモバイルアプリを必ずインストールし携行するのが良いのではという事を聞いている。それにより誰がどこにいるかを把握でき、危機管理に役立つ。
- （Dr. Sami）Heritage Village はコミュニティによって強く拒絶されている。新しいバスパーキングの件も話されているが、DMO を設立してトランスポーテーションの運営を行うのであれば、ワディムサ全域ですべての乗用車の乗り入れを規制し、電気バスでのトランスポーテーションを提供する必要がある。
- （大原）Heritage Village のプロジェクトは、日帰り観光客を誘導することによって、PAP 内のインフォーマル・ビジネスの移転を促進すること、また、日帰り観光客に対し、食事やショッピングの機会を提供することによって、新しい雇用の創出につながると考えている。
- （Dr. Sami）Heritage Village のアイデアは前回のマスタープランでも提案された。その中では全部で 8 つ（実際には 9 つ）のプロジェクトがあったが、実現したのは Heritage Village だけである。ここを活用していくことは非常にハードルの高いタスクである。ここを利用するには例えば Nabatean Village、Petra Village というような名称にし、ローカル産品の販売や体験の提供など、地域の特色を出したものにしないといけない。
- （Dr. Sami）ビジターセンターの活用は大変良いアイディアだと思う。
- （Dr. Sami）大前提として、ペトラはどのようなデスティネーションなのか。文化的なのか、ツーリストなのか。なぜ観光客が旅行先の文化、歴史を尊重しなければならないのか、その点を観光客にしっかり伝えなければならない。コミュニティが自分たちの文化に対する認識をさらに高めることも大切である。
- （Dr. Sami）レンタルバイクの代わりに馬はどうか？より簡単ではないか？

- （Dr. Mukhles）レンタルバイクの導入は現実的には簡単ではないのでは、と感じる。
- （大原：RD、PD（ここは谷村から）、SH について説明）
- （Dr. Sami）6 つのコミュニティには、関心の違いや UNESCO の規制によりコミュニティ間での争いがあり、融和を妨げている。UNESCO の規制が入ったことにより、ベドゥールの人々は遺跡方退去せざるを得なくなり、そこで争いが発生した。また、ペトラの特有な地形と遺跡があることにより居住地を広げることが出来ない。また、3,000 ㎡もの土地がバッファゾーンとして UNESCO に規制されたこともその問題に輪をかけている。英国式の Divide &Rule というシステムは、この地では全く受け入れられない。ペトラが Seven Wonders of The World になってから PDTRA は地域住民から大きな要求を受けるようになった。新しいライセンスシステムなども導入されず、雇用も提供されず、地域住民の要求にもこたえていない。ヨルダン軍により PAP 内での遺跡探索、PAP 内での銃の使用などを通して遺跡に大きなダメージを与えた。これまで様々な観光プランが策定されたが、それらはすべて海外のドナーによって作成され、地元住民が関わることがなかった。USAID からいくらの支援をもらえるかということを自分は気にしない、自分はペトラの事が心配なだけである。私たちは具体的に実行でき、評価ができるプランが欲しい（卓上のプランだけではなく）。JICA がこのような支援をしてくれることにはもちろん感謝している。私たちはこのペトラという土地の被害者であった。世界的な観光地であることによって、高い税金を支払い、交通渋滞も我慢してきた。観光客は多くの水をホテルで使用しているが、それはすべて私たちが使用できるはずだった水資源である。地域住民が普通に暮らせ、水を使える、そんなデスティネーションにペトラがなれるよう、ぜひ支援をしてほしい。オーストリアのプロジェクトは残念ながらローカルコミュニティの参画がなく、結果として Heritage Village 以外は何も実現しなかった。
- （トム）今回提案した Project 全体についてコメントがあればぜひ寄せてほしい。実行することが大切であり、民間セクター、アカデミックを広く含めていくことが重要である。100%の実行はできないかもしれないが、それに向けて取り組まなければならない。
- （Dr. Sami）JICA チームの支援と PDTRA だけでは不十分である。民間セクターやコミュニティから参加するメンバーに対する十分なトレーニングが提供されなければならない。地域全体でチームを作り、マインドセットを変える必要がある。そのためにも適切なガイダンスが求められる。私たちはいまどちらの方向に向かうべきか、迷っている中にある。これはペトラ、ヨルダンだけでなく COVID-19 によって世界全体がそうなっている。ツアーガイドは民間アンバサダーとして誇りをもって仕事をすべきだが、今は競合する新しいガイドを排除するといった恥ずべき状況になっている。そうしたマインドセットを変えていかなければならない。池に意思を投げたら水紋が広がるように、観光による裨益も地域に広がっていくようにしたい。地域住民はお金が必要である。それにこたえなければならない。ペトラはヨルダンの GNP の 19.4%を稼ぎ出している。

以上

提出資料

1. SP、PD　Pilot Project 提案資料

18 Dr. Suleiman とのラップアップ前会議（6/28）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 28 日（火）12:30-13:30	
場所： PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田（記録）、碓氷

議事

以下の確認を行った。

1. 第 2 回 JCC の日時、Working Group と JCC 参加メンバー、Agenda との確認

- 9 月 11 日 10 時半からアンマン市内の Ritz あるいは Fairmont で開催
- 観光大臣や Royal Court メンバーも招聘意向あり
- Dr. Sami や Ammon College についても専門家の意向を踏まえて WG に含めることで確認

2. 6/29 の Wrap Up Meeting Agenda について

- 各専門家からの Pilot Program 説明＞議論＞確認の手順で進めることで合意

3. 本邦招聘に関する事項

- 3 月 9 日～3 月 20 日の渡航が可能と確認
- 本邦招聘においては、招聘する強い理由が必要である旨を伝え理解を得た
- 招聘メンバーとして、PDTRA に加え、MoTA や JTB からの参加も推奨する旨伝え理解を得た
- メンバーは Suleiman 長官、観光大臣、ペトラ地域の国会議員、Dr. Bilal 等を想定

  ※イード明けに改めて検討し 7 月末までにショートリストが届くことを確認した

  <u>但しメンバー選定は慎重に行いたいため JICA から PDTRA やヨルダン関係者への連絡は無用</u>
- 招聘条件については観光庁と JICA 研修規程を説明し理解を得た。

４．その他

- ペトラ地域の新 Transportation 計画（構想）について Dr. Suleiman から情報提供があった

  1）ペトラの Entry Gate であるモーゼの泉付近に観光客向けの駐車場を建設する。

  2）観光客は同駐車場で電気シャトルバスに乗り換えて観光ゾーンに入る

  3）観光ゾーンでの Drop Off は Tourist Street の Petra Boutique Hotel 前付近

  4）バックゲートを開放し、リトル・ペトラに建設している Heritage Village 経由でメインゲートの Visitor Center 脇まで輸送する。これにより現在の Visitor Center 横の Plaza でお土産物販売を展開する事業者の販売機会を担保する。

  5）現在のバス駐車場は地下駐車場化して景観配慮を行う。

６）モーゼの泉付近の見晴らしがよい地区に展望台＋劇場を建設する

７）マリオット地区とモーゼの泉地域の地点を結ぶ橋を建設する

８）Tourist Street⇔ワディムサ中心部⇔マリオットホテル地区（山上）⇔モーゼの泉地域の展望台を結ぶシャトルバスを日夜運行させる。

上記内容は今後の観光計画策定において大変重要であり、最新の地域開発計画の共有を依頼。

以上

提出資料
1. 本邦招聘日程案（作成：碓氷） 2. 観光庁・JICA 研修時のコロナ対策関連情報資料（作成：碓氷）

19 **第 2 回ワーキンググループ会議 (Destination Management / Risk & Crisis)（6/28）**

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 28 日（火）13:45-14:15	
場所： PDTRA 本部	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田、神宮、小出（記録）

議事

4. Pilot project について

＜JICA チーム＞

- Master plan は PDTRA の Product となる。Risk management もその重要なコンポーネントの 1 つである。Pilot project はあくまでも Master plan の実証のためにぶら下がっているものであり、仮に Pilot project として選ばれなかったものでも継続議論の上必要と判断された project は何らかのファンドで実現できるかもしれない。
- Master plan としては、まず人と人とのコミュニケーションを介した安全対策があり、それを踏まえた上で ICT によるサポートを考えるという流れとなる。ICT の導入にはお金がかかることとなるが、前提となる安全対策については Master plan 作成を通じて議論を続ける必要がある。

＜PDTRA＞

- 旅行業界において Market や Promotion はもちろん重要だが、Safety も同様に重要。Feasibility を踏まえ、PDTRA と JICA とで Pilot project の選定を行うべき。
- 元々のアイデアとしては、携帯電話会社から観光客の位置情報を入手し、人の密集地域などをモニタリングすることを考えていた。Feasibility 等を踏まえて今の SNS を用いた Pilot project 案を提案していただいたと理解している。
- もう 1 つ持っていたアイデアは、Emergency operation center を作り、カメラを使って園内の様子をモニタリングし、警察等と連携した安全対策を行うことである。

5. その他

＜PDTRA＞

- 「Crisis」を使うものの例：Traffic
- 「Disaster」を使うものの例：Earthquake、Flash flood、Volcano、Health、Fire

＜以下参考＞

https://www.soumu.go.jp/main_content/000746880.pdf

- 危機に対応する英語

Incident < Emergency <<< Crisis < Disaster < Catastrophe

起きてしまった事の程度によって、言葉が変わる

被害想定内の出来事：Incident、Emergency

想定外および想定以上の出来事：Crisis、 Disaster、Catastrophe

辞書による定義

Incident: a public disturbance

Risk, hazard: a source of danger; a possibility of incurring loss or misfortune

Crisis: an unstable situation of extreme danger or difficulty

Disaster, catastrophe: an event resulting in great loss and misfortune

「Hazard」と「Risk」の違い（https://www.nickel-japan.com/magazine/pdf/RiskHazard.pdf）

A hazard is something that can theoretically cause harm. A risk is the likelihood, high or low, that a hazard will actually cause harm.

「Disaster」と「Catastrophe」の違い（https://wikidiff.com/catastrophe/disaster）

As nouns the difference between catastrophe and disaster is that catastrophe is any large and disastrous event of great significance while disaster is an unexpected natural or man-made catastrophe of substantial extent causing significant physical damage or destruction, loss of life or sometimes permanent change to the natural environment.

「Crisis」と「Disaster」の違い（https://www.sdmi.lsu.edu/about-us/faqs/）

Crisis: a threat to core values or life-sustaining systems, which requires an urgent response under conditions of deep uncertainty.

Disaster: the outcome or consequences for a society: a disaster is a “crisis with a bad ending.”

以上

提出資料

20 **第 2 回ワーキンググループ会議 (Destination Management / Investment)（6/28）**

Outline of the Meeting	
Project：Petra Tourism Master Plan Development Project (Phase 1)	
Date/Time：June 28 16:00-18:00	
Place：PDTRA Headquarters	
Attendants（counterpart）	Attendants（JICA Project Team）
出席者リスト参照	Mr. Junichi Kumada (Leader) Ms. Marie Saito (Deputy Leader) *Record Mr. Akira Ohara (Destination Management) Mr. Tom Asseffa (Marketing & promotion) Ms. Nazuna Osawa (Community Development)

Main Points Discussed

This meeting was set to discuss the various issues and projects that could be worked on by PDTRA and JICA, with the involvement of private stakeholders in Jordan and Petra region. Notes on the discussed topics are as follows:

1. Strategic Programs DM-4 (Install New Ticketing System)

Dr. Suleiman) The allocation of PAP admission fees is set by law, and under the current system, it is difficult to directly allocate the price of private business services on top of the ticket.

2. New Transportation Plan

Mr. Hasan) As you know, PDTRA has been working on to develop better transportation routes in the Petra region. The current focus is developing shuttles to and from the back gate of PAP. This would make the visitors' experience much more convenient and time-efficient, especially for those visiting the site more than one day.

Ohara) One of the issues is traffic. During the peak season, before COVID-19, once the buses arrive at the top of Wadi Musa they headed to the parking behind the museum, and there was big traffic on the main road. How do we reduce the number of buses?

Mr. Hasan) Now PDTRA has a newly started project. Bus parking would be at the entrance of the city, and people would take the shuttle into the city from there. This would reduce the number of buses coming into Petra.

Dr. Suleiman) We would like you to put this in consideration and have your projects in line with this plan.

Ohara) So every single bus coming to Petra would be required to park at that parking?

Mr. Hasan) Yes. That is the idea.

Kumada) It is like the system Tokyo took for the Olympic Games.

Saito) Yes. It is. The buses and coaches were required to park outside the designated zone surrounding the stadiums, and people were required to transfer on foot or by train to the stadiums.

Mr. Hasan) That seems to match the idea we have.

Ohara) Technically speaking, if a bus brings 50 people to the entrance of Wadi Musa, and the people change their vehicle to shuttles (which will take up to about 20 passengers),

there would be no reduction to the number of vehicles running inside the city, and no improvement to traffic conditions. The only change would be that fuel buses would be eco-buses.

Mr. Hasan) That is true. It is not practical. Instead of one bus, there would be two buses…

Ohara) Yes. But in the case of gathering people arriving on sedans and vans to take the shuttle, the scheme would work.

3. **Strategic Programs DM-6 (Strengthen the Function of the Visitor Center)**

Mr. Hasan) Should this be managed by a private sector?

Ohara) There are two options: Private and Government. But I think government is better.

Mr. Hasan) Yes. If the information provided is going to be about rules, government would be the better choice.

4. Strategic Programs DM-8 (Promote electric rent-a-bike system)

Mr. Hasan) This is the project you (Marie) have been mentioning for the past 1/2 years. I actually got a request from the local community that he wants a license for rent-a-bicycle business.

Saito) Great.

5. Strategic Programs DM-1 (Develop 3R System for Sustainable Environmental Management

Ms.Areej) As you say, solid waste and especially the amount of plastic bottles consumed and discarded in Petra is a problem. We could give each tourist a bottle, and then ask them to refill it instead of wasting the bottle each time they finish drinking.

6. The idea of charging entrance fee to Petra Museum

Mr. Mohammad) The Petra Museum is one of the best sites to visit for the tourists.

Saito) Out of curiosity, what do you think about the idea of charging entrance fee to the museum?

Mr. Mohammad) I don't think that is an option now from a travel agent's point of view, because the entrance ticket to PAP is very high, the highest in the world.

Saito) So you think more tourists are likely to visit the museum if we did not charge them?

Mr. Mohammad) Yes.

Mr. Hasan) At the back of the ticket, we should list what is covered by the ticket, so that the tourists could easily notice what is included and not. And it makes the ticket more attractive (that it covers not only the entrance fee to PAP, but for other services as well.)

Saito) Yes. Transparency is good.

Mr. Mohammad) Agree. I get a lot of complaints about the ticket, and I believe what Mr. Hasan said would help to some extent. It would even be better if the ticket came with a small souvenir that the tourists could take back home. And this be mentioned on the ticket.

Kumada)	The souvenir(s) may be given at stations. To incentivize the tourists to spend some money at the stations.
Mr. Mohammad)	Even if it is a small, simple, cheap gift, it represents the tourist's visit to Petra.

7. Involvement of children

Ms. Areej)	Is there anything that involves children in your suggested projects? Many family group tours come to Petra. There are family who come on their own (slow tourism / FIT) too.
Kumada)	Do you have any suggestions for the groups with kids?
Ms. Areej)	Not at the moment.
Saito)	If you come up with anything, please do share. We are very interested in knowing.

*Ohara later in his presentation explained RD-4 (Enhancement of Petra Museum activities) which includes the awareness raising programs for children as one example.

8. Strategic Programs RD-1 (Utilization of GIS information for tourism and research in Petra)

Mr. Hasan)	Would GIS be used inside or outside the PAP?
Ohara)	Inside and outside. We would like to register every tourism resource in the region, although it may be done slowly.
Kumada)	The idea would be the dynamic mapping system, which Dr. Suleiman mentioned he is interested in working on. From the tour operator point of view, do you think such dynamic mapping system would be useful for the FIT travelers? It also may be useful for the tour guide or the escort to identify the objects, etc.?
Mr. Mohammad)	I am not particularly interested.
Kumada)	Maybe for the FIT tourists in the future?
Mr. Mohammad)	Maybe.
Ms. Areej)	I am more interested in knowing what could be done in terms of accessible tourism.

9. Strategic Programs (Determining Petra's target visitors)

Mr. Hasan)	I think this is a very good idea which would be useful for PDTRA.
Tom)	And also for the tour operators.
Mr. Hasan)	Yes.
Mr. Mohammad)	I like what I see in this booklet you created but am concerned about the stability of Petra. Back in 2019, the authority had a lot of money to support many projects, but in 2020-2021, no. The important thing is the stability of Petra for the private sector, local communities and the government. And a good relationship with the local communities.
Kumada)	Yes. It is important that they survive on themselves.
Mr. Mohammad)	Yes… On behalf of the private sector, I would like to thank you so much for your effort.

10. Strategic Programs PD-6 (Establish "Made in Petra" Brand for local products)

Mr. Hasan) "Made in Petra" is now an investment opportunity. We did some sessions for the local associations in cooperation with the Ministry of Economics how to license the products officially and to register it as a brand. PDTRA will give approval what products can be labeled "Made in Petra." This is under Dr. Maram's management.

Saito) If I understand correctly, she has already completed the feasible study, correct?

Mr. Hasan) Yes.

Saito) Do you think you or she can share it with our team?

Mr. Hasan) Certainly. I will ask her.

Saito) Thank you so much.

Mr. Hasan) Now, by law, we already have an incentive for small businesses, financially, such as tax exemptions, equipment purchasing, etc.

Kumada) The labeling of products as "Made in Petra" by the government would help the customers and guides to actually take those products in their hands with confidence.

Saito) It would also help to develop gifts for MICE groups.

Mr. Hasan) Yes. Packaging and labeling would also be important. To add more trust to the product, we could add some description about the product.

Saito) Yes. When people can see the story behind the product making, it would be more attractive.

Kumada) If you establish a good position, then maybe outside of Petra or Jordan there would be a partner(s) who will collaborate. Like the Hello Kitty. A popular authentic brand.

Mr. Mohammad) Maybe we could give gift(s) to tourists who stay in Petra for more than one night.

Saito) That may be a good incentive.

11. Strategic Programs SP-4 (Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators)

Ms. Areej) I took a training course for GSTC at my office.

Kumada) Was that an online training course?

Ms. Areej) Yes.

12. DM Pilot Projects

Mr. Hasan) I think the two you selected are both good and important. The first one focus on the development of the destination under the world classification criteria. The second one as you say would be a project that could be done in a relatively short amount of time and well-focused on the local communities.

13. Other Pilot Projects

Mr. Hasan) When we talk about products, should we not have a product designer(s) to make the product(s)? There are potential products shown on your slides, but I feel the need to collect and program them together in order to promote them as good products. We need someone who can share his/her knowledge with the stakeholders, the travel agencies, how much time is needed for the travelers to enjoy enough of Petra, with some ideas put into how the sites, experiences, transfers could be fit into an itinerary.

	How the local communities could be connected with the travelers. How the government, private stakeholders and the communities could work together, etc.
Saito)	In terms of handicrafts, I believe Dr. Maram is working with two donors (GIZ and WIPO) to improve the standards of the local handicrafts and how to market them.
Mr. Hasan)	Yes. She is asking for two rooms at the Heritage Village.
Saito)	Do you think she is in need of additional assistance or collaboration with JICA?
Mr. Hasan)	I cannot be sure. You could ask her.
Mr. Mohammad)	From your experience here in Petra, Jordan, do you think sustainable tourism would work? Travel agents are concentrating on mass tourism.
Kumada)	Two things: First). Eco tourism (micro tourism) is not profitable, because it is relatively small scale. In that sense, we need to set high value (price) to such products, by adding exclusivity for example. By such approach eco-tourism could be made sustainable. Second) To make mass tourism sustainable is another approach. For example, by asking the tourists small initiatives like reduce the amount of plastic they waste. This is something that should be implemented right now for the future. It may be challenging to the community also. I see a lot of cigarette buts on the ground. Myself, I carry my own portable ashtray.
Ms. Areej)	Someone needs to start.
Kumada)	Yes. It is not actually a way of tourism itself but a lifestyle. Considering for the future.
Mr. Mohammad)	As a travel agent, I think I want to help and move ahead to start on such sustainable tourism, but I think it is quite difficult. Very challenging.
Tom)	From a developing country's perspective, I understand that there are a lot of priorities, as a government, as a public sector, there are economic priorities before investing in sustainability… But sustainability has now become a trend. For a destination like Petra, maybe the plastic issues, the environmental issues could be secondary. The first priority might be just preserving the heritage, in line with the tourism development. If there is no heritage, there would not be tourism at all in Petra. The most challenging situation is, can we have a balance between conserving the heritage and increasing tourism. If this could be done, Petra would be doing sustainable tourism.
Kumada)	I used to be a tour operator and I share your concern "how we can attract tourism through sustainability." But now the younger generation's mentality is changing. They would like to contribute themselves to preserve Petra. Are there any activities you can offer for the preservation, engagement, or contribution to sustainability? There are people who are willing to pay money for that. So that is the point. If you have any idea, please share and we could create a product(s) based on your ideas. Our proposals are based on that kind of concept. But we would like to have your local essence.
Mr. Mohammad)	Do you think it is possible?
Tom)	It is possible.
Kumada)	You could maybe start with creating a Zaman Tour water bottle to reduce plastic. It could be a product of yours. It costs but is valuable.
Mr. Mohammad)	I do feel there is the need to catch up with the satisfaction of the tourists. There are much negative feedbacks from the tourists actually. With the support of the local people and the government we should solve the problems.
	[END]
Documents Provided/Received	

1. M/P First Draft (Latest Version)
2. Pilot Projects

21 PDTRA Board of Commissioners とのラップアップ会議（6/29）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 29 日（水）8:00 – 10:00	
場所： ペトラ博物館会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
出席者リスト参照	熊田、齋藤、大原、碓氷、谷村、大山、トム、神宮、小出、大澤（記録）

議事

標記案件に係る第 7 次現地調査における各ワーキンググループ会議にて決定された Pilot Project 案に関する情報共有及び合意を目的とし、PDTRA の Board of Commissioners との会議を開催した。説明及び議論の内容は以下のとおりである。

1. 各専門家からの報告

(1) Pilot Project について（大原）

- 本ミッションにおけるワーキンググループ会議を通して、Pilot Project の候補が決定した

1) 定義

- Pilot Project とは、マスタープランで提示されるプロジェクト及び Action Plans の効果と有効性を検証するための小規模な試行的プロジェクトを指す
- マスタープランを部分的に検証し結果を評価することにより、マスタープラン（Strategic Programs 及び Action Plans）を推敲する
- ベースライン調査を基にマスタープラン第 1 稿を作成し、2022 年 9 月末にフェーズ 1 を終了する予定である

  →2022 年 10 月以降、本プロジェクトのフェーズ 2 として Pilot Project の実施に移る

2) JICA が提示する条件

- 各プロジェクトに対する予算はおよそ 65,000JD である
- 施設・設備・建設に係る活動（ハード面）は Pilot Project に含めることができない
- 各 Pilot Project の実施期間は 1 年半以内である

3) 選定基準

- Validity: マスタープランの有効性が確認できる
- Effectiveness: 限られたコストの中で効果を最大化する
- Efficiency: 実施により可視的な結果や効果を追求する
- （Dr. Suleiman）「benefit to six communities equally」が「Gender Consideration」の枠にあることに違和感がある

  →（大原）「Environmental and Social Consideration」に移動させる

(2) Destination Management（大原）

1) Create a Sustainable Destination Framework in accordance with the GSTC Criteria

- Pilot Project はトレーニングあるいはトレーニング材料を含む

→最終的に資格を得ることも可能である

- 1年半という限られた実施期間の中でも、信頼性のあるGSTC認証機関からトレーナーを招くことにより可能であると考える
- ペトラ地域の全てのステークホルダーが、社会的側面・経済的側面・環境的側面における持続可能性の重要性を認識することに繋がる

トムより、GSTCに関して以下のとおり説明を加えた。

- GSTCには、観光地全体を対象とするものとホテルに対する産業サポートビジネスの2種類の資格がある
- 観光地全体の認証を得ることは容易ではないが、GSTCの観光地100選への選出（2019年）をアップグレードすることは目標にできるのではと考えている
- 産業サポートビジネスについては、4つ星以下のいくつかのホテル及びオペレーターを選出し、資格に準じたトレーニングを提供する

2) Create Weekly Local Market

- 効果が可視的であり、実施に際してのコミュニティ及び部族間の衝突という観点からも障壁が少ないと考えられる
- 開催場所はMovenpick Hotel前を提案している

  →（Dr. Suleiman）Dala Plazaと呼ばれている場所である
- 開催頻度は多くて週1回を想定しているが、定期的に開催することが重要である

  →オフシーズンではなく、オンシーズンに集中的に行うことも検討すべきである
- 2023年3月以降の開始に向け、設備の準備や参加者の構成を行う

  →食事・土産物・手工芸品等の提供を通して、全ての地元生産者に参加の機会を提供することを目的とする
- 開催に先立ち、倫理及び衛生面に関するトレーニングの実施が必要である
- （Dr. Bilal）17時以降の夜間の時間帯に道路を閉鎖してマーケットを開催する場合、エリア内の既存のレストランもプロジェクトに巻き込むことが望ましい

  →（大原）市場の開催は朝の時間帯を想定している

  →（Dr. Bilal）Petra by Nightの前に夕食をとることを想定する場合、夜の開催の方が適当ではない

  →（Dr. Suleiman）サンドイッチやスイーツ、伝統的な地元食品を軽食として提供するのが良いだろう

  →（大原）観光客向けの通りに新たな店を展開することで、既存の店舗との間に対立が生じる可能性があるが、市場へ訪問した観光客が土産物店に立ち寄る可能性は十分にあり、経済的な観点から見てネガティブな効果となることは考えにくい

  →（XXXX）週1回の開催であれば問題ないと考えられる

(3) Research & Development（大山）

1) Enhancement of Role of Petra Museum as Core of Heritage Tourism in Petra

- ペトラ博物館に焦点を当てたタイトルとなっているものの、実施内容は PAP や 6 コミュニティも対象としている
- GIS データベースはペトラ地域に存在する全ての遺跡を対象とする
- テーマ別ルートに基づき、ペトラ博物館から PAP 内へのルートを繋ぐモバイルアプリを開発する
- ペトラ博物館の展示内容に沿った AR／VR コンテンツを開発し、PAP 内で携帯電話を使用して遺跡情報を確認できるようにする
- QR コードシステムを利用し、ペトラ博物館及び PAP 内での多言語対応を可能にする
- ペトラ博物館において、ナイトプログラムを含む体験型プログラムを提供する
- 障がいを持った方へ向けたプログラムを開発する
- ペトラ博物館の展示内容に基づいた博物館グッズを制作する
- 地域の歴史や文化に関するブックレットを作成する
- （Dr. Suleiman）VR に関しては既に博物館で実施中のプロジェクトもあるため、Mr. Hasan や Mr. Sabri と議論する必要がある

(4) Product Design（谷村）

1) Make the PDTRA Main Trail Sustainable

- 最も優先度の高い課題として合意した
- ペトラ地域の自然を如何に持続可能なものとするかという点を評価する

2) Develop Local Cultural Experience Products

<u>The End of the World トレイル</u>

- The End of the World のトレイルは年間を通して提供可能な観光商品であるため、コアプログラムとして位置付ける
- （Dr. Suleiman）ペトラに馴染みのない観光客がタイトルからネガティブな印象を受ける可能性もあるため、The End of the World の内容については更に議論する必要がある
- （Dr. Suleiman）リトル・ペトラからのパッケージツアーとしてブランディングすることが望ましいと考える

<u>地元文化体験</u>

- アグリツーリズムやサンドボトル作り等を検討している
- 季節や時間帯に合わせて提供する
- The End of the World と文化体験を結び付け、パッケージとして観光商品を提供することにより、オフシーズンを含めより多くの観光客を誘致し、滞在時間の延長を促進することを狙いとする
- 資料にて提示しているカレンダーは、特定の年のものではなく毎年利用可能なものである

大原より以下のとおり追加説明を行った。

- 観光商品のパッケージに開発においては、まずコアとなる商品を選定する必要がある

  →単一のプロダクトとして魅力に欠けるものに関しても、季節毎のパッケージのようにオプションを加え、カスタマイズを可能とすることにより、観光客にとってより魅力的なものになる

  →Pilot Project の結果を踏まえ、マスタープランにおいて非常に品質の高いコアな観光商品を特定する必要がある

- いずれの観光商品においてもペトラ地域のアイデンティティに関する認識は不可欠である

(5) Sales & Promotion（テメスガン）

1) Promote Newly Developed Products and Improve Digital Marketing Capability

- 第一の目的は、Product Design の Pilot Project にて開発された観光商品のプロモーションを行うことである
- 第二の目的は、Tourism Directorate をはじめ PDTRA 内の関連する全てのステークホルダーについて、デジタルマーケティング能力を向上させることである
- 既存のウェブサイト「Visit Petra」を、より現代的で包括的な情報を含める形でアップグレードする
- 様々な機会で利用可能な短いプロモーションビデオを 5～7 種類、またパワーポイント等のプレゼンテーション資料を作成する
- Facebook や Instagram 等のソーシャルメディアを通したマーケティングを向上させる
- JTB と共同でパンフレット（例: The End of the World ツアーのプロモーション）を作成し、国際的な観光市場に届ける
- Product Design で開発された FAM トリップを、JITOA との協力の下ヨルダン国内を対象とするものとしてアピールする

  →（Dr. Suleiman）同様の実施中の企画があり、現在は新型コロナの影響で開催できていないものの、過去には Cultural Village でのイベント等を開催した。来週、JASTA よりオペレーターを招き会議を開催する予定である

  →（トム）当企画とのコラボレーションにより、アレンジを加え新商品の開発に努めたい

- JTB やローカルの航空会社とも連携し商品をプロモーションする
- JTB や他の外部トレーナーとの協力の下、PDTRA に対してデジタルマーケティングのトレーニングを提供することが最も重要であると考えている

  →オンラインマーケティングの向上に繋がる

(6) Service & Hospitality（碓氷）

1) Tourism Training Course “KANKO JUKU”

- コミュニティの人々の能力構築と、ホテル、レストラン、ローカルガイドのサービス品質の向上の 2 点を主な目的としている
- Product Design の Pilot Project と連携して実施される

→開発される観光商品の種類・内容に応じてプログラムをカスタマイズする

- 地元住民への利益に限らず、Ammon College やアンマン市内のホテル等、ペトラ以外の地域への拡大も検討している

  →ペトラ地域のホテルやレストランで働くスタッフがサービスの違いを学び、より高い品質のサービスの提供を追求できるようになる

- 自習用ビデオを作成することにより、ホテルやレストラン従事者、ローカルガイドに限らず、将来的に観光業に就きたい若年層にも基礎学習を提供できる
- 現時点でプログラムのアイデアは提示しているものの、Product Design のパ Pilot Project と連携してカスタマイズする予定である
- （Dr. Suleiman）地元住民によって新設されたレストランの視察に行ったところ、高い意識は感じられたもののサービス品質には欠陥があったため、このような取組みには高いニーズがあると認識しており、特にローカルなレストランやホテルに対しては早急なトレーニング提供が望ましいと考える

  →ペトラ地域における小規模な新設レストランに対するトレーナーを数週間のうちに探す予定をしていた

- （熊田）観光業従事者の不足はグローバルな課題でもあるため、新世代の育成が必要である

  →（Dr. Suleiman）不安定性を原因として観光業への信頼性が低いことが問題であり、早急なトレーニングを必要としている

(7) Pilot Project の全体像について

- （大原）各 Pilot Project は独立して実施されるわけではない

  →現時点で提案している 7 つの Pilot Project 全てが密接な関わりを持っている

- （Dr. Suleiman）Pilot Project はゼロからのスタートではなく、既存のプロジェクトのレベルを高め促進するという認識を持つことが重要である

  ※Pilot Project の実施について、PDTRA より合意を得た

(8) その他（意見交換）

- （Dr. Bilal）全ての Pilot Project について、見込みの実行時期を懸念している

  →（Dr. Suleiman）フェーズ 2 の渡航時に具体的な議論が進むだろう

  →（Dr. Suleiman）Pilot Project のアイデアの多くは我々の意見を反映したものであり、全てにおいて待つ姿勢をとる必要はない。既に開始段階にあるバックトレイルの整備等については先にスタートを切ることも可能であり、Pilot Project の開始時点にそれらを総合的に評価する必要がある

- （Dr. Bilal）Pilot Project の実施主体は PDTRA 側であるとのことであるが、いつ、どのように動き始めるべきかが不透明である

  →（Dr. Suleiman）次回渡航（9 月）にアイデアがより明確になるだろう

- （大原）実施する Pilot Project が正式に確定した後、各プロジェクトにかかる費用及び必要なマテリアルについて見積もりを建てる必要がある

→現地価格を反映するため、JICA チーム側よりチャートを配布し、PDTRA 側より見積もりに必要な単価を提示してもらう形をとる

→単価の提出は 7 月中を目処とし、Mr. Sabri を通して行われる

- （Dr. Bilal）GSTC のトレーニング費用等、見積もりが困難な費用もある

  →（大原）それらは JICA チーム側より見積もりを出すことが可能である

- （トム）JICA チーム側で見積もり可能なものもあるが、現地価格の把握が必要なものに関しては PDTRA 側より提示いただいた上で、協力して見積もりを作成したい

- （大原）65,000JD という総額に変更はない点は認識が必要である

2. 齋藤より

(1) ワーキングループの一覧について

- 黒字＝5 月時点で合意済み，青字＝Pre-Wrap-up Meeting（Dr. Suleiman・熊田・碓氷が参加）における追加事項，赤字＝JICA チーム側からの追加提案

Dr. Suleiman からのコメントは以下のとおりである。

- 氏名の表記に関して、「Farahat」ではなく「Falahat」である
- 教育機関、ビジネス、ローカルコミュニティのステークホルダーについては、今回出席がない場合でも将来の連携を見越してワーキンググループのリストに入れておくことが重要である
- ベースラインとしては問題ないと考える
- PDTRA 側の名簿に関しては、異動やポジション変更の可能性もあるため、個人の氏名ではなく肩書きでの表記が適切である
- Product Design のコア責任者として Dr. Maram を入れる必要がある

  →彼女がフォーカルポイントとなる

- Risk Management に Dr. Bilal を入れる
- Sales & Promotion のウェブサイトに関連して、Mr. Bilal（IT Dep.）が必要である

- （熊田）今回 Pilot Project として実施しない Risk Management も含め、マスタープランの構築に向けては Dr. Husein Hasanat を中心に更なる調査や議論が必要となると認識している

(2) 第 2 回 JCC 会議参加者について

- （Dr. Suleiman）2 週間以内（7 月中旬）に追加の参加候補者リストをメールにて送付する
- （Dr. Suleiman）その後、スケジュール確保のため 8 月上旬までに招待を送る必要がある
- （齋藤）PDTRA より送付された参加者リストは JICA に提出し、承認を得た上で招待を開始することとする
- （Dr. Suleiman）大臣の参加についても確認でき次第連絡する

以上

提出・受領資料
1. Pilot Project 資料 2. ワーキンググループリスト 3. 第 1 回 JCC 会議参加者リスト（修正版） 4. 第 2 回 JCC 会議参加者リスト

22 Dr. Bilal とのフォローアップ会議（6/29）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 29 日（水）10:00-11:00	
場所： ペトラ博物館会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Dr. Bilal: Commissioner of Petra Archaeological Park & Tourism Affairs	熊田、齋藤、大原、碓氷、谷村、大山、テメスガン、神宮、小出、大澤（記録）

議事

PDTRA の Board of Commissioners との Wrap-up Meeting 後、本ミッションにおける決定事項等の確認及び追加的な意見交換を目的とし、Dr. Bilal との Follow-up Meeting を開催した。議論の内容は以下のとおりである。

1. 次回の渡航について（熊田）

- 次回の渡航予定は 9 月であり、第 2 回 JCC 会議開催に係るアンマンでの滞在の後、ペトラ入りする予定である
- 渡航者は熊田、齋藤、大原、大山、小出の 5 名である

2. Pilot Project に関する意見（Dr. Bilal）

(1) Pilot Project 全体について

- Pilot Project は完全に我々の需要に基づいて形成されていると考えている
- プロジェクトにおいては、各プランの利益や達成すべき目標について深く検討した上で選定することが重要である
- 需要と利益を同時に満たす方法についての懸念がある

  →様々な権益を統合して検討し、スムーズに全てのプロジェクトを開始することが重要であると考え

  →そのためにも、シンプルなプラン（人材や費用の確保が容易なもの等）から始めるのが良い

(2) ワーキンググループの構成及び JICA 専門家との連携について

- 全員が全ての Pilot Project に精通しているわけではないため、ワーキンググループの責任者の選定は良い案だと考える
- ワーキンググループの一覧には JICA 専門家も含まれているが、誰が何の専門家なのか、何を担当するのかについて明記するのが良い

  →各担当者を通じて全てのコミュニケーションを円滑に始めることが可能である

  →（大原）Pilot Project の実施にあたっては、JICA 専門家と PDTRA 側職員の中でフォーカルポイントとなるメンバー最低でも 5 名程度の連携が必要になると考えている

(3) 必要資材の調達について

- トレーニングの重要性は認識しているが、同時にオフィスやプロジェクト実施場所の環境を整えることも重要視したい

  →例: Weekly Market に出店する地域住民は、販売する商品はあってもそれらを並べるテーブルを所持していない場合がある

→テーブルを設備としてカウントする場合プロジェクト内での用意は不可能であるが、そのような支援は必要である

→設備としてではなく「消耗品」として認識している

(4) ステークホルダー間のコミュニケーション及び進捗報告について

- JICA や PDTRA、コミュニティ等のステークホルダーの間で、スムーズで開かれた会議の場を持つことが重要である
- プロジェクトの進捗を示す書面でのダイナミック・メソッドが必要である

  →どのような流れの中で何が達成されたかを明確に記すことができる

  →（大原）本ミッション後、熊田が議論のミニッツを作成する予定である

  →（Dr. Bilal）Pilot Project に限らず、本プロジェクト全体を通して、何から始めて何で終わり、どのような成果が得られるのかという流れを示すことが重要である。プロジェクト終了後の報告ではなく、コミュニケーションとして、プロジェクトの流れがわかりステップ毎に外部に発信できるものを求めている

  →（Dr. Bilal）現在 PDTRA には外部への発信の行う役割を担うような人材がいない。SP の WG の誰かをそのような人材にするように Pilot Project を通じて教育すべき。
- （Dr. Bilal）観光事業において欠如している観光客・PDTRA・各ステークホルダーの間のコミュニケーションの課題を改善できる

  →（大原）情報発信において、JICA 青年海外協力隊員との連携も可能である

  →（齋藤）2 年間という限定的な協力ではなく、PDTRA と継続的に連携できる人材が望ましいのではないか

(5) 観光における動物の扱いについて

- 特にアグリツーリズム等、プロダクトによっては地域毎に適した時期があるため検討が必要である
- 工芸品の中には動物（ウールやレザー等）から作られる製品が多くあるが、ペトラにはレザー製作を行う者はいない

  →農業的事業よりもレザー製業等の方が観光に結びつく可能性がある
- PAP 内におけるラクダの利用も含め、観光客の観光の楽しみ方は多様である点を意識する必要がある

(6) 遺跡内の交通手段及びインフォーマルセクターについて

- ワディラムの例から、ツアーには動物ではなくジープの利用がより望ましいと考えている

  →動物は歩きやすい新たなルートを見つけて通るため、遺跡の保存には適していない一方で、車両は通るルートが限定されている
- PAP 内では 30 のラクダのオペレーターにライセンスを付与しているものの、実際はそれ以上のラクダが遺跡内にいる状態である

  →ライセンスを所持しないオペレーターについては遺跡内から撤退してもらうよう呼び掛けている
- ジープを利用する場合、所有権は PDTRA にあり、オペレーションは民間が行うこととなる
- （大原）ワディラムの例を基に、観光客の流入によるインフォーマルセクターのビジネスの活性化について問題意識を持つ必要がある

→ワディラムの場合コミュニティが既にサイト内の中に存在しているため、自宅から近い距離でビジネスを始めることが可能な状況ができている

- ペトラの場合はサイト内にコミュニティが存在しないため、ビジネスのために外部からサイト内に入ってくる必要がある

  →サイトへの入場を規制することが可能である

  →観光客の需要に基づいてビジネスの開始が可能であるワディラムと、政治的な規制があるペトラでは、インフォーマルセクターの問題の根本は異なる（サイト内でのキャンプの運営についても同様である）

(7) 教育機関について

- ペトラはトレーニングのためのサイトではあるが、トレーナーのためのサイトではないと認識している

  →ペトラ地域内でトレーナーを探すことは困難である

(8) 今後の予定について（大原）

- 本ミッション終了後、2～3ヶ月かけて物的資本及び人材の調達する予定である
- Pilot Project と PDTRA の既存のプラン（ベイダのトレイル開発等）との兼ね合いのため、進捗状況は適宜共有していただきたい

3. JICA 専門家側の懸念や課題について

(1)（谷村）Product Design において、商品開発のためのグループをどのように組織すべきか、また誰を責任者とすべきか

- （谷村）ローカルな知識を豊富に持つ地域住民によってアソシエーションを組織できればと考えている
- （Dr. Bilal）6 コミュニティがそれぞれに観光に関わるアソシエーション（必要に応じて PDTRA より支援を受けている）を既に組織しているため、それらがパイロット・プロジェクト開始にあたってのフォーカルポイントとなるのではないかと考える
- （齋藤）タイベやウム・サイフンのアソシエーションとはこれまでから連携がとりにくい状態にあるが、どのようにそれらのコミュニティを巻き込むことができるか

  →（谷村）本プロジェクトにて開発する観光商品が全てのコミュニティに裨益する点に基づき、会議の実施場所を工夫することにより、6 コミュニティ全てからの参加を促進することは可能であると考える

  →（Dr. Bilal）ベドウィンコミュニティであるベイダ、ウム・サイフン、ドラガ、ラジフと、農業コミュニティであるタイベ、ワディムサは文化が異なるが、アソシエーションについては 6 コミュニティに共通したものがあると考えられる

  →（大原）USAID は、全費用が単一のアソシエーションにのみ投入される点を指摘している

  →（Dr. Bilal）開始時点で、裨益が 6 コミュニティ全体に及ぶ点の認識が必要である

(2)（谷村）地元の人々が開発した観光商品を提供する際に、ライセンスは必要となるか

- （Dr. Bilal）ライセンスは必要ではないが、ブランディングは重要であるため、Dr. Maram と連携するのが良い
- （Dr. Bilal）許可はサイトの利用に関してのみ必要となる要である

(3) （ ）Social media person をプロジェクトに協力させることについて ● （Dr. Bilal）Positive な面と Negative な面がある。人選をしっかりとすべき。 以上
提出資料
なし

23 Ms. Areej (GIS)との会議（6/29）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 29 日（水）12:00-12:30	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Eng. Areej Farajat（PDTRA）	大山、小出（記録）

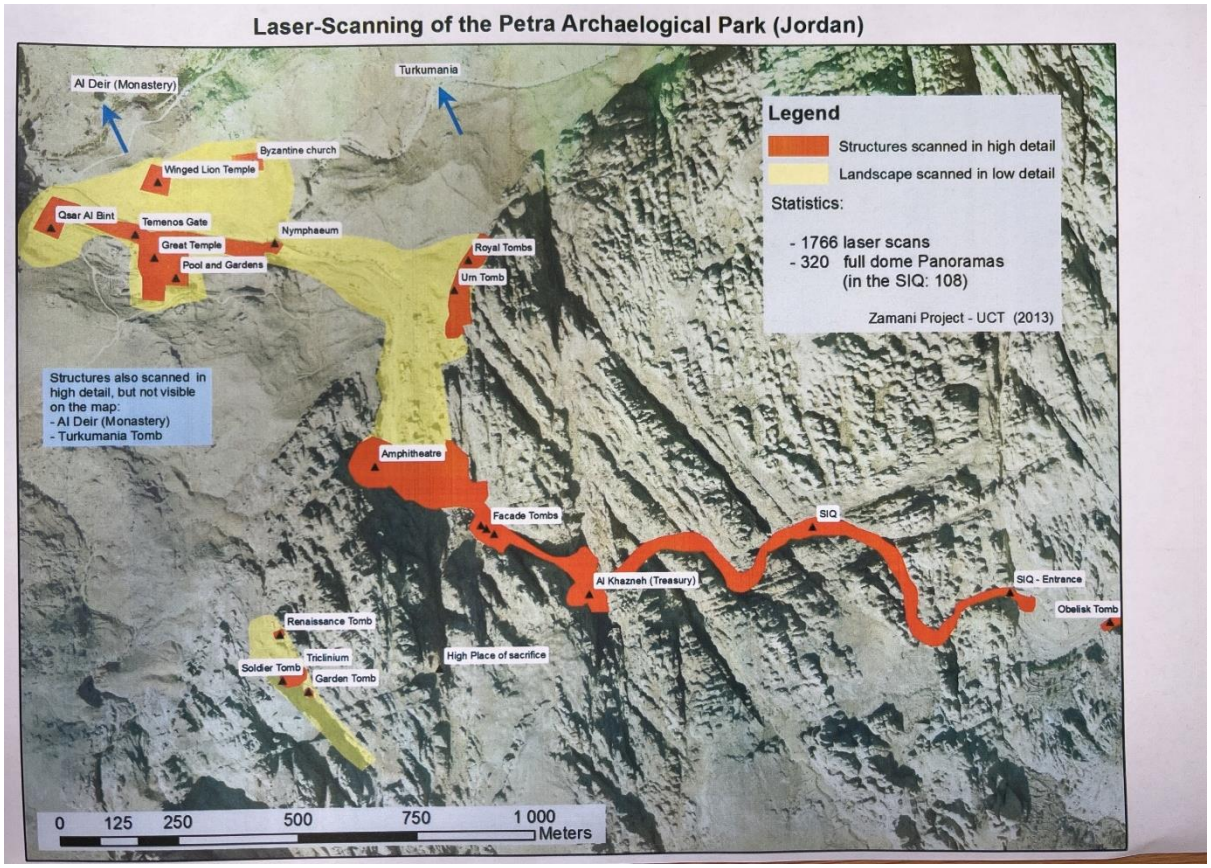
議事

RD のパイロットで検討している文化遺産 GIS や VR に関連して、PDTRA で南ア、ユネスコと行ったペトラ遺跡内の 3 D 化（Zamani Project）について担当者と面談、意見交換

1. Zamani project について

＜PDTRA＞

- 南アのケープタウン大学が 2011 年から 2014 年にかけて Zamani プロジェクトのもとシークから Qsar Al Bint にかけて PAP 内の地形、遺跡をレーザスキャナーで計測・記録した。目的は遺跡のデジタル保存である。またこの調査は UNESCO SIQ Stability プロジェクトの一部として行われた。イタリアも支援。



- データの記録形式は Polygon File Format（PLY）方式[1]。
- 当時はドローンの使用許可が下りなかったために全てレーザスキャナーでの計測となった。
- シークの形状は位置情報化され、平面図および地形図が作成されている。
- 2022 年 11 月にふたたび Zamani プロジェクトがペトラを訪問する予定である。今回はドローンの利用が検討されている。

[1] 原則として 3D スキャナからの 3 次元データを格納するために設計された形式

- Visitor center で企画される予定の VR 体験にはこのデータが用いられる予定である。

＜JICA プロジェクトに関連して＞

- データが Publish されたら Museum のウェブサイトでも成果を公開できると良い。
- 3D データを 3D プリンタで打ち出し、触れて形状を知る体験に用いることができれば有意義。ヨルダン博物館が 3D プリンタを持っているかもしれない。
- Zamani プロジェクト側の許可が下りればこれからパイロット活動を通じて PDTRA が整備を開始する GIS データベースに加えておけば何かと有意義かと思う。もし 11 月に JICA プロジェクトと Zamani プロジェクトの滞在期間が重なれば打合せを行いたい。

＜以下参考＞

ABOUT THE ZAMANI PROJECT（https://zamaniproject.org/index.html）

Heritage provides a window into the past that helps us understand our present and plan for our future. The study of diverse sites and structures gives insight into why societies have come to value the things they do. Awareness of heritage can help to develop one's own cultural identity and to promote tolerance and acceptance of others.

However, heritage sites are often undocumented, or poorly documented, and many face threats of damage or destruction. These include sea-level rise, natural disasters, vandalism and willful destruction, cultural terrorism, war, mining, construction, poorly-managed tourism, and the ravages of time. As such, digital collections of the tangible archaeological, cultural and anthropological information contained in these sites have become especially relevant.

Over the past 15 years, in collaboration with significant international heritage organizations such as UNESCO and the World Monuments Fund, the Zamani team has documented more than 250 structures, rock art sites and statues at some 65 heritage sites in 18 countries across Africa, the Middle East and Southeast Asia. Operating as a research group within the University of Cape Town (UCT), we collect and analyze heritage data, communicate the importance of heritage, and enable experts and the public alike to access, learn from, conserve, and protect heritage.

以上

提出資料

なし

24 **第 3 回ワーキンググループ会議 (Service & Hospitality)（6/29）**

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 29 日（木）13:00 - 14:00	
場所： PAP オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms.Etedal Mousa Al Hussain Mr.Feras Ahmed Salaun Mr.Ahmed Helalat	碓氷、谷村（記録）

議事

1. Pilot Project (SH)のアップデート（碓氷）

- 旅行ビジネスのトレーニング→SH はこの分野に特化して実施
- サステナブル&レジリエントデスティネーションにするためのトレーニング→DM に統合
- 子供たちの旅行ビジネスの認知を上げるプログラム→RD に統合
- トレーニングの目的
  ＊ローカルコミュニティ向けのトレーニング（PD の旅行商品造成に連携して実施）
  ＊サービスクオリティ向上のトレーニング（ホテル、レストラン、ガイド）
  →アンマンのホテルやレストラン、アモンカレッジでのトレーニング実施、
  セルフトレーニングビデオの制作（旅行ビジネス従事者＋カレッジの学生向け）
- 7 月中に Pilot Project のコストを算出しないといけない。コスト計算用のシートを共有するので、必要な個所について金額の算出に協力して欲しい。シートは Sabri さん経由で送るので、必要な経費算出後、Sabri さん経由で提出してほしい。その後予算に応じて人数、数量などを調整する。
- Project の実施に当たっては、業務を委託する業者を入札によって選定する予定。受注した企業または団体が実務を実行するが、PDTRA がプロジェクトの進捗をコントロールする立場になる。
- トレーニングの内容は仮のものなので、今後 Working Group で協議の上カスタマイズして行きたい。このアクションは 10 月～11 月にかけてスタートする。
- 今紹介した内容は本日の Commissioners Meeting にて最終合意した内容である。

2. 質疑応答

- （Ms. Etedal）トレーニング参加者には女性を含めるべきか。
- （碓氷）男女どちらも想定している。
- （Mr. Feras）まずは内容をじっくり読んで、質問があれば連絡する。
- （Mr. Feras）トレーニングはアモンカレッジで行うことで確定か。
- （碓氷）アンマンに移動後、アモンカレッジとアポイントを取っているのでプロジェクトへの協力を打診する。
- （Ms. Etedal）ビデオはホテル向け、レストラン向けも一緒のものか。別になるのか。
- （碓氷）それぞれに合わせて別のものを用意する予定。子供向けのトレーニングはペトラ博物館での Project にて実施を検討することになる。
- （Mr. Feras）ペトラカレッジもプログラムの作成に関わるのか。
- （碓氷）今のタイミングはまだ早いが、ペトラカレッジも関わることを想定している。

- （Ms. Etedal）ビデオはどの程度の長さになるか。
- （碓氷）基本のトレーニング向けビデオは 15 分程度、各サービスに関わる Dos & Don'ts もビデオは 1 テーマ当たり 1 分程度を予定している。
- （Mr. Feras）もう一度確認したいが、それぞれのトレーニングは誰向けになるか。
- （碓氷）コミュニティ向けは商品造成に関わるコミュニティの担当者、サービス&クオリティは旅行ビジネスおよびカレッジの学生全員に向けたものである。今後何かあれば日本の連絡先を共有するのでいつでもコンタクトしてほしい。また WhatsApp の連絡先も共有する。
- （Mr. Feras）今後 PDTRA から専門家に共有すべき資料がある場合アラビア語に翻訳して共有する必要があるか。
- （碓氷）すべてを翻訳する必要はない、重要なところだけを要約して翻訳することでもよい。

以上

提出・受領資料
● SH 提案 Pilot Project 資料

25 **Cultural Center への視察（6/30）**

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 6 月 30 日（木）16:00-19:30	
場所： Cultural Center	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Mousa Farajat: Manager of Cultural Center	大山、谷村、小出、Arwa、大澤（記録）

議事

Working Group Meeting (Research & Development) #2 において、Dr. Maram より Cultural Center に関する言及があった。無形文化遺産に関連する同センターの活動についての情報収集を目的とする訪問を実施したところ、先方の発言内容は以下のとおりである。

1. Cultural Center 及び文化的都市の選出について

- 同センターは 2 年前に設立された
- 今年、全 18 都市のうち Sahab、Salt と共にペトラ（6 コミュニティ全てを含む）が文化的都市（City of Culture）に選出された
- 選出は毎年行われるものの、2 年連続の選出は不可能となっている

2. 無形文化遺産の扱いについて

(1) 記録方法・保存

- 無形文化遺産（伝統的農法や等を含む）をビデオやボイスレコードとして記録し、保全する試みがある
- Culture Center が現在リストに記録している無形文化遺産は 2 点である（新設の施設であるため）

(2) オーラルヒストリー

- Elgee Village にて、地元住民（主にご年配の方）によるストーリーテリングが行われている

  →各ストーリーがどの地域のものであるかについても記録を残しているが、Ministry of Culture にて管理されているため閲覧は不可能である
- Culture Center は grannies' club をセンターに招待し、無形文化遺産のドキュメント化に取り組んでいる
- 民俗資料は Elgee Village に収蔵されている他、ペトラ博物館にて管理されているものもある

  →それらを使用して上記のストーリーテリングを実施している

(3) 伝統楽器

- ペトラ地域における無形文化遺産の記録には、ラバーバをはじめとする伝統的な楽器も含まれている

→Cultural Center としては、ボイスレコーダーのみを媒体としてラバーバに関する記録を行っている

- ラバーバの演奏自体は時代を経ても不変のものである

(4) 伝統料理

- Elgee Village にて、地元住民（主にご年配の方）によって地元料理を提供するイベントを開催している

  →イベントの様子を収めた写真の共有が可能である

- （小出）過去のイベントに関する既存の記録をデータベースに取り込み、位置情報等を追加して管理することが可能である

3. Nabatean Grandsons Association について

- Cultural Center は、ベイダにオフィスを構える Nabatean Grandsons Association との協力の下で記録の収集を行っている
- 同 Association に直接連絡することで、データを共有することが可能である
- 基本的に収集した記録は全て Ministry of Culture にて保存されるが、一部は同 Association が管理している
- Nabatean art に関するドキュメントは保存されていないものの、Nabatean capital に関する記録は行われている
- 同 Association は無形文化遺産に関するショートムービーの作成を検討しており、JICA との協力を望んでいる

4. 無形文化遺産に関連する組織と観光との連携について

- Visitor Center 前の Plaza にてイベントの開催を検討している
- 現在利用されていない Heritage Village についても、将来的には活用したいと考えている
- 昨年、新型コロナ対策のため少人数ではあるが、Folklores に関するイベントを実施した
- ペトラの「新世界七不思議」への選出記念として、7/7(木)に Petra College 及び Visitor Center にてイベントが開催される（いずれも観光客に開かれる）

  →Petra College でのイベントは Ministry of Culture と PDTRA が共同で開催するものであり、サメル（ラジフの伝統舞踊）が披露される

  →Visitor Center では、地域の伝統舞踊に関連するイベントが開催される

  →イベントの様子は Facebook に投稿される可能性がある

以上

提出・受領資料
なし

26 JTB との面談（7/3）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 7 月 3 日（日）11:00-12:30	
場所：JTB オフィス（アンマン）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Abed AlRazzaq Arabiyat (Ph.D, MD) Ms. Dana Kharoufeh (Area Marketing Manager) Ms. Luna Khatub（MICE Manager） Mr. Khalil Sowan (PDTRA)	熊田、齋藤、大原、トム、大澤、谷村（記録）

議事

1. JTB Dr. Abed からのご挨拶

- 近年、環境配慮を含め観光に対する姿勢に変化があり、娯楽や消費のみを重視していた過去の観光の在り方とは大きく異なっている
- 全てのサプライチェーンにおいてエコフレンドリーが求められており、観光地の保全についての検討が為されている
- ペトラでは夜のエンタテインメントが不足している。Petra By Night 以外にもそうしたアトラクションをそろえて、滞在日数が延びるように工夫が必要である。

2. Vision、Guiding Principles のプレゼンテーションおよび意見交換（大原）

- （大原）本プロジェクトは 2021 年 4 月からスタートした、ペトラ地域を対象に観光マスタープランを策定するプロジェクトである。これまでの 1 年間に行ってきたベースラインサーベイの結果に基づき PDTRA と作成したマスタープランの第 1 稿の概要を本日は共有したい。
- （大原）Vision のコンセプト説明（課題→ペトラのアイデンティティを特定→ビジョンを決定）
- （Dr. Abed）Vision ではナバテア王朝時代を中心に設定されているが、ヨルダンとしての観光ビジョンも確認の上、そちらとうまく整合が取れるようにしてほしい。ペトラがヨルダンの観光競争力に重要な役割を果たしているのは間違いない。
- （大原）本プロジェクトで設定しているビジョン（1st Layer）は、対外的な観光プロモーション用のキャッチフレーズではなく、ペトラ地域のステークホルダーと目標を共有し、同じ方向に向かって M/P を実施していくためのものである。
- (Dr. Abed) 現在、"Kingdom of Time "のスローガンのもと、ヨルダンのプロモーションを行っている。ヨルダン全体とのブランド戦略の整合性をキチンともってもらいたい。
- （熊田）了解した。
- （大原）ビジョンの 1～4th Layer、ガイディングプリンシプルについて説明
- （Ms. Luna）ペトラにおいて競争環境が醸成されていないのは確かにそのとおりである。外からペトラにビジネスとして参入するのはどの程度容易なのか。コミュニティは受け入れてくれるのか。
- （Mr. Khalil）例えば KFC や国際資本のホテルなどは比較的受け入れられやすいが、それ以外は現実として簡単ではないと思う。

- （Dr. Abed）ペトラ地域の人々の多くが政府に仕事の提供を求めている。2020 年は 100 万人いた観光客が一気にゼロになり、地域経済を維持するために手を打つ必要があった。今後地域が自立して生活してくために、Royal Court にて 2023 年までの戦略を協議した。
- （大原）バリューチェーン、マスタープランストラクチャ、KPI の説明
- （Dr. Abed）JTB としてチャーターフライト就航への支援を行い、海外の旅行会社へのプロモーションを実施してペトラでの滞在が 2 泊以上となるように支援をしてきた。新プログラムでペトラ滞在を 2 泊以上含む場合ペトラ滞在費の 50%をサポートする仕組みも作った。
- （大原）本 M/P では、観光客数の増加をメインターゲットには据えていない。バリューチェーンプロセスを通して一人当たりの観光消費額を上げることが、本 M/P の最も重要な KPI である。一人当たりの観光消費額を上げるには、①泊数を増やす、②商品・サービスの付加価値を高め販売価格を上げる、③消費額の高いハイエンドなソースマーケットからの観光客を誘致する、の三つの方法しかない。ペトラの物価は他の国に比べても非常に高い。現在の販売価格は適正な水準とは言えず、価格にはそれにふさわしいサービスや品質が伴わなければならない。
- （Dr. Abed）そうは思わない。個人の意見だが、例えばトヨタと他の車を比べるとトヨタの方が高いが、トヨタしかない特徴があり、それを購入する層がある。ペトラも同様で、ならではの価値があれば価格が高くても購入をしてくれると考えている。ただし価格とサービスが見合っていないという点は同意する。
- （Dr. Abed）ペトラの大きな課題の一つはサービスプロバイダーのメンタリティである。トレーニングやプロジェクトの参画を通して、彼らのメンタリティを変えていくことが必要。
  多くの旅行会社はオンシーズンだけのプロモーションを行っているが、年間を通してお客様を誘致するという方向に考え方を変えないといけない。そのギャップを埋めるために、旅行会社に対するインセンティブも考えていただきたい。
- （熊田）例えば地域内であるハラスメントの問題などを解決するための、地域での認識を上げていく取り組みもプロジェクトに含んでいる。

3. Strategic Programs の説明、意見交換

- Product Design の説明（谷村）
- Sales & Promotion の説明（トム）
- （Dr. Abed）エティハド航空とエミレーツ航空が日本でロードショーを開催する。両航空会社が日本からの旅行者向けに競争力のある運賃を提供する予定。
- （トム）我々が開発した商品についてはぜひ JTB と協力し、マーケットへのプロモーションを進めたい。
- （Dr. Abed）先日役員での会議を開催し、特にマーケティング部分を管轄する JTB のペトラ支所のオフィスを約一か月後を目途に PDTRA オフィス内に開設し、ペトラ地域から 5 名のスタッフをリクルートした上で、アンマンの JTB 本部で必要なトレーニングを行った上で JTB のペトラ支所の職員として派遣することで、PDTRA と覚書を締結した。
- （トム）経験のある JTB からのスキルを PDTRA に提供いただけるのは大変力になる。
- （Dr. Abed）アカバにあったオフィスは既に ASEZA にそのスキルがついていると判断し、クローズすることにした。

- （熊田）GSTC に関して、2019 年に Green Destination の Certificate を取得したとｽﾚｲﾏﾝ長官から聞いている。その点は PDTRA と再度確認する。
- （Dr. Abed）土産物品のパッケージングは非常に重要。そのトレーニングも必要である。
- （齋藤）PDTRA 内にもそうしたことに対応している部署があり、GIZ と協力して取り組みを進めている。
- （Dr. Abed）JTB の「JORDAN」ロゴはヨルダン国内の名所を含めてデザインしており、その中にペトラも入っている。
- （大原）SP 等の Working Group には JTB も多く含まれている。特に、今後設置される JTB のペトラ支所については、是非とも WG のメンバーに入っていただきたい。

4. Pilot Projects の説明

- （大原）各 Pilot Project の説明
- （Dr. Abed）この Pilot Project に対して、JTB としてイニシアチブを取っている案件への（OTA の設立などいくつか）協力をお願いしたいことがあるが可能か。OTA 案件では 5 名の学生を選び、コンテンツ作成、プロモーションのトレーニングを実施した後、ローカル商品を造成し、OTA スキームを通してプロモーション、販売することを検討している。ペトラの Local Culture Experience について、地域の人からプログラムを提供してもらい、この OTA のスキームで販売することが出来ると考えている。それにより地域の雇用も生み出せる。
- （大原）ペトラにツーリストインフォメーションセンター（TIC）を設立することについてはどう思うか。現在のビジターセンターの空きスペースに TIC を設置することを M/P のプロジェクトの一つとして提案している。ペトラには、個人観光客に対し、観光地の情報をワンストップで提供する TIC がない。
- （Dr. Abed）デジタルでのワンストップショップは検討している。観光に必要なサービスは全てそこに含まれる。
- （大原）ペトラを訪れる観光客の最大のエイジグループは、60 歳以上のシニア層である。60 代以上の観光客にはデジタルだけでは難しい。統計データに基づき、マーケットをきちんと分析した上で、最適な手段を使って情報を発信する必要がある。
- （Dr. Abed）TIC については、協力したい。
- （大原）ビジターセンターに TIC を設置することについては、USAID からも関心をいただいている。
- （谷村）Pilot Project（PD）の説明
- (Dr. Abed) End of the World という名称は紛らわしいので、変えた方が良い。
- （トム）Pilot Project（SP）の説明
- （Dr. Abed）アルウーラ（サウジアラビア）をうまく組み入れられないか、同じナバテア時代の史跡もあり、ペトラともつながりがある。アルウーラは大きなプロモーション予算を持っており、これから 5 年後にどのようになるか注視する必要はあるが、アルウーラとペトラは大きな違いがあり、競争は可能と考えている。
- （Ms. Dana）アルウーラはサステナブルデスティネーションとしても売り出している。
- （大原）Pilot Project（SH）の説明

- （Dr. Abed）様々アスペクトでのプランは理解した。特にコミュニティを巻き込んでいる点は大変良い事だと思う。雇用創出の観点からも、こうしたプロジェクトに対しては感謝を申し上げたい。これによりペトラも正しい方向に向かうと思っている。
- （齋藤）9/11 に今回の成果を共有する JCC を開催する（10:30～3 時間程度）。こちらへの参加をよろしくお願いしたい。インビテーションは PDTRA から今月中に送付される。
- （Dr. Abed）承知した。ボードメンバーと大臣が参加予定である。

以上

提出・受領資料
1. ビジョンおよび Strategic Projects ハンドアウト 2. Pilot Project 紹介資料

27 AR/VR Association 及び UBitc 社との面談（7/3）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 7 月 3 日（日）12:00 – 14:30	
場所： Crowne Plaza Amman ロビー、UBitc 社	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
・Mr. Mohammad Ismail ・Mr. Waleed Hamdan ・Mr. Abdallah Malkawi ・Mr. Hani Al Hajj ・Dr. Mike Jabarin (VRAR Association consultant)	大山、小出（記録）

議事

本ミーティングは、RD で計画中のプロジェクトに関連して、ヨルダンでの VR や AR の状況に関する情報を収集するため、 ヨルダンの VRAR Association の代表者（Dr. Mike Jabarin）コンサルタントに 面談を申し込んだところ、 面談に加え、ヨルダンでの VRAR の 先進的な企業を訪問して実際に VR の制作現場の状況を見せてくれるという話になったため、 同社を訪問したもの。 当社で VR/AR を担当している 担当者にヨルダンでの VR/AR の状況について話を聞いた。

VRAR Association

https://www.facebook.com/JORVRAR/

1. VR/AR の一般的な状況（Dr. Mike との意見交換）

- 国王陛下も、ヨルダンの遺跡等を VR 化していくことに大変ご関心がある。
- VR/AR に関して、ヨルダン国内で既に 5 回のセミナーと 2 回のコンファレンスが開催された。
- ヨルダン人は国を超えて旅行をするのにビザなどの制限があるが、VR でバーチャル空間上での会議などの活動を行うと、こうした制約を超えた活動が可能である。
- VR/AR への投資は将来の有用なサービスの普及のために必要。戦略的な計画が求められている。
- 遺跡等について、古代の様子を CG で復元して VR 化していくことが重要である（同氏は VR や AR の観光への活用に大変関心あるとのこと）

2. VR/AR の制作会社訪問

(1) UBitc 社の概要等

UBitc 社（https://ubitc.com/）

- 2005 年創業。ソフトウェア・アプリケーション開発、DX、農業（KHAIR AGRICULTURAL INVESTMENTS）、ビデオコンテンツ制作（KAWALEES MEDIA SERVICES）、ライブストリーミングプラットフォームサービス（LIVAAT）などを展開。
- メタバース上に同社で制作したプラットフォーム（LIVAAT）を持ち、ビットコイン同様の仮想通貨も発行。
- VR、3D アニメーション制作に関して中東で最も経験豊かな企業の 1 つである。

- ヨルダン国内における観光地の Ticketing システムへの ICT 技術の導入を推進しようとしている。
- 「iHERITAGE」（https://www.enicbcmed.eu/projects/iheritage）というプロジェクトによるヨルダン国内の遺跡の VR/AR 化を支援している。Petra においてはエル・ハズネの 3 DCG 化を行った（Zamani プロジェクトとは別に独自で行ったもの）。Photogrammetric な手法に手動による修正を加えたもので、レーザースキャナーは使用していない。
- 画像処理のために 24 人が協同で作業できるスーパーコンピューターを導入している。
- 現在 75 名の社員がいるが、人手が足りず、画像処理に時間がかかっている。エル・ハズネの画像処理には 2-3 週間かかった。将来的には 200～300 人に増員したく、大学で寄付講座を開くなどして人材発掘に取り組んでいる。

(2) ヨルダンにおける VR/AR について（UBitc 社での見解）

- AR は VR のデータをそのまま転用できるので、UBitc 社でも開発可能（しかしこれまでは主に VR 制作を行っており、AR に関する経験は少ない可能性がある。AR 制作の具体例は出てこなかった）。
- VR ゴーグルや AR グラスはヨルダンでも中国製のものが入手可能。同社でもメタバース用の VR ゴーグルを開発している。
- 単に 360 度映像を VR ゴーグルで見るのみのものであれば、メタバース上などでインタラクティブに働きかけができるものよりも簡単にできる。
- VR 制作を行っている会社はヨルダン国内にも複数あるが、UBitc 社が一番先進的である。
- メタバース上などのバーチャル空間に、ペトラなどの遺跡を完全に復元すれば、もはや実際の旅行に行く必要はなく、家からオンラインで旅するだけで満足するのでは。価格的にも廉価。

以上

提出資料
なし

28 **JITOA との面談（7/3）**

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 7 月 3 日（日）13:00-15:00	
場所：Jordan Heritage Restaurant	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr. Awni Kawar(Chairman) Ms. Arwa Mahadin(Board Member) Mr. Ashraf Barqawi (Executive Director)	熊田、齋藤、トム、谷村（記録）

議事

JITOA メンバーと昼食後、Strategic Programs の説明（テメスガン）および意見交換を実施した。内容は下記の通り。

- （熊田）Vision、Guiding Principles は前回のミーティングで共有済みなので割愛する
- （トム）Strategic Projects の説明
- （Ms. Arwa）プロジェクトは誰が実行するのか。
- （トム）これは 2025 年までのプロジェクトだが、PDTRA がイニシアチブを取り、Working Group に含まれたメンバーで協議をして進めていく。
- （Ms. Arwa）これは実行されることが大切だ。
- （トム）その通り、実施に長期間かかるようであれば JICA のプロジェクト後に、別のアシスタンスを得て PDTRA が引き続き実行することも検討する必要がある。
- （Ms. Arwa）GSTC のプロジェクトはペトラのツアーオペレーターのみが対象か。もしペトラだけだとするとヨルダン国内の他のオペレーターも殆どがペトラを販売しているのに何故自分たちは対象外なのかとクレームが出る。
- （トム、熊田）ペトラを販売しているオペレーターが研修を受けられる枠組みも検討する。
- （Ms. Arwa）新チケットシステムについてもう少し詳しく説明してもらいたい。
- （ハリル氏）Jordan Pass を除き、チケットをオンラインで販売するシステム。
- （Mr. Arwa）これによりツアーオペレーターの負担が減るのであればありがたい。ヨルダンではデジタル化が極端に遅れており、オペレーターに大きな負担がかかっている。Jordan Pass が使えるときはそちらを利用するが、ペトラしか行かないのに Jordan Pass を使うことは無駄になる。また、ペトラの入場チケットも 1 日用、2 日用など種類があり、ビザの様である。
- （齋藤）新チケットシステムは入場券の販売だけでなく、マーケティングやチケットにプリペイ代金を含めることで地域での商品を増やすことも狙っている。
- （Ms. Arwa）しかしそれは入場料とは異なる話である。チケットの他にプリペイ代金を含むものもできるということか。
- （熊田、齋藤）これは現段階ではアイデアなので、今後一緒に議論していきたい。
- （トム）皆さんの懸念は承知した。これは議論の材料としたい。
- （熊田）LCC 市場（FIT 市場）についてはワディムサ市中の消費を増やすことでコミュニティに裨益する観点から重要である。一方で BtoB ビジネスの重要性も理解している。
- （Mr. Ashraf）B2B のビジネスにも大きな関心を持たなければならない。
- （谷村）Product　Design についての説明

- （Ms. Arwa）Local Cultural Experience を Cultural Village で提供するということは遺跡公園のルーティングが片道（バックロードから出る）ということになるのか。その場合遺跡公園内のショップやガイドと大きな争いになることを懸念する。
- （谷村）ルーティングと合わせて、その点については PDTRA で引き続き検討、交渉をしている。その懸念点は十分理解している。
- （トム）ペトラ博物館の入場は含まれるツアーが多いか。
- （Ms. Arwa）今は多くない。ただ、アンマンからペトラまで約 3.5 時間かかるので、その道中でガイドからペトラ博物館の価値を説明し、入場を促すことはできる。これはツアーオペレーターの仕事である。
- （トム）SP のパートについて説明
- （Ms. Arwa）ペトラ博物館の話に戻るが、JTB もペトラ博物館のプロモーションをぜひ実施するべき。
- （Ms. Arwa）ファムトリップはどの商品とつながるのか。なぜこの質問をするかというと、JTB から MICE 関連のファムの話があるが、実際のところ MICE はほとんど私たちには関係がない。自分たちのビジネスとつながる内容でなければならない。アドベンチャーも同様である。
- （トム）今回の Pilot Project で開発する商品を対象に実施する。
- （Ms. Arwa）承知した。ペトラはまだ MICE デスティネーションとは言えない。2033 年にプロジェクトが完了した時点でペトラが MICE デスティネーションになっているのであれば喜んで MICE 関連ファムにも参加する。
- （Mr. Kawar, Ms. Arwa）ペトラを MICE としてプロモートするのであれば十分な収容施設が必要。現在ではガラディナーを開催するのが精いっぱい。700～1,000 名程度収容できる施設ができたら、MICE としてプロモーションすることは大賛成である。死海のホテルでは最大 2,000 名を収容できる。またホテルの収容能力も考える必要がある。
- （Ms. Arwa）現在プロモーションにおいて、ペトラは分割したプロモーションを行っている。アカバは独自のプロモーションを行っているが、単独ではなくヨルダンとしてプロモーションをするべき。その点で JTB と連携して行う事には賛成である。JTB は PDTRA と緊密に連携して、ヨルダンの中でも NO.1 のデスティネーションとしてプロモートすべき。
- （Mr. Arwa）ヨルダン国内の観光統計は必ずしも正確ではないが、ペトラに関しては PDTRA を通して正確に数値を取ることが出来る。
- （トム）より正確に、かつ必要なデータにアクセスできるように、各種データを集約したデータベースプラットフォームを構築することもプロジェクトの一つである。
- （Ms. Arwa）国別データなども正確なものがないので、データが取れるようにしてほしい。
- （トム）SH のパートについて説明
- （Ms. Arwa）AirBnB がトレーニングの対象に入ったのはなぜか。
- （谷村）PDTRA スタッフから、民泊についても一定のクオリティを保てるようにトレーニングをしては、という意見が出たためと理解している。
- （熊田）JITOA ではトレーニングを提供しているのか。
- （Ms. Arwa）会員向けのトレーニングは実施している。
- （トム）Pilot Projects の説明

- （Ms. Arwa）Weekly Market は以前実施したことがあるが、良いアイデアだと思う。
- （熊田）モーベンピックホテルの向かいに新しくできたプラザで実施する予定。
- （Ms. Arwa）ペトラ博物館に入場をさせるには、博物館を通らないと入場できないようにすればよいのではないか。それが唯一入場者を増やす方法だと考える。
- （トム）RD のパートについて説明。
- （Ms. Arwa）ペトラ博物館は、ペトラの観光に欠かせない。特に 2-3 日滞在する観光客に対し、博物館の存在を知って頂けるよう、工夫が必要である。また、ペトラにはナイトコンテンツが不足している。週 3 日の Petra by Night しかない。Petra Kitchen もあるが、参加出来る人数の規模が限られている。実際、ツアーオペレーターや観光客から、「夜に何をすればよいのか？」と頻繁に聞かれる。博物館が 10 時まで空いているのであれば、そのことをもっと周知すべきである。
- （トム）PD のパート（Make the PETRA Main Trail Sustainable～）について説明。
- （Ms. Arwa）現地のモスクで働く方等、コミュニティの方々が、教訓や意見を比較的受け入れやすい立場にいる人の協力を得るのがよいと考える。ちなみに、JITOA では "Clean-up Campaign Project" を行っている。開催毎に特定の地域に限定して行っており、今年の World Tourism Day (9 月 27 日）には、マダバで開催予定。 実に JITOA としては協力することに興味のある Pilot Project である。過去に、JITOA として、ペトラで "Plant A (Olive) Tree Project" を提案したことがある。お客はお金を出し、1 本のオリーブの木を購入し、賞状を貰う。その後定期的に木がどのように育っているのか、ペトラを訪れることで経過観察できる。現地に貢献も出来、お客も喜びを得られるよい案だったのだが、土地が貧弱で木を植えた後に育つ可能性が低いという理由で断念した。
- （齋藤）良いコンセプトのもと考えられた案だと思う。オリーブの木に変わるもので、上手く実現できると良い。
- （トム）PD のパート（Develop Local Cultural～）について説明。

  ※先方より特別コメントなし
- （トム）PD のパート（"End Of The World" Sunset Trail Tour）について説明。
- （Ms. Arwa）"Sunset" は、Wadi Rum についても描けるので、名前から抜くことをお勧めする。ツアー名だが、やはり危険なツアーの印象を与える。 Baidha や Little Petra と敢えて地域の名前を入れてはどうか？ "Beginning of the World" も良いかもしれない。
- （トム）SP のパートについて手短に説明。（Strategic Programs 部分で概要説明済）※特別コメントなし。
- （トム）SH のパートについて説明。
- （Ms. Arwa）JITOA として、連携できる部分があると思われる。

  ※Khalil より別席で、"KANKO JUKU" という term はやりたいことが単語から連想できず、現地で浸透しづらいので、変えることを勧めるとコメントあり
- （Ms. Arwa）全体を通して、今回の JICA のプロジェクトに対し、JITOA としてはどのように貢献出来るのか？
- （テメスガン）Working Group について説明。（JITOA が複数個所の Advisory Member に位置付けられていることに触れた。）
- （Ms. Arwa）是非協力できることはさせて頂く。
- （熊田）PDTRA が構想している Transportation Route について共有。

- （Ms. Arwa）クルーズ客については、別ルートを用意することが必要不可欠。彼らは基本日帰り客であり、例えば冬の場合は滞在時間が 3 時間程度である。（10:30-12:30 PAP、その後 1 時間の昼食）
- （齋藤）JCC は 9/11 10:30～実施予定。参加をぜひお願いしたい。
- （Ms. Arwa）是非参加させて頂く。可能であれば Board Members 全員参加を希望する。
- （齋藤）それは嬉しい。だが収容の問題でそれが叶わない可能性がある。その際は会議の様子の録画の共有など、別の形でメンバーの方々に共有をさせて頂きたい。
- （Mr. Khalil）録画は可能。
- （Ms. Arwa）理解した。その様にさせて頂けたら助かる。

以上

提出・受領資料
なし

29 **Petra National Trust との面談（7/4）**

概要	
Project：Petra Tourism Master Plan Development Project (Phase 1)	
Date / Time：July 4 11:30-13:30	
Place： PNT Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
・Mr. Abdullah Abu Rumman (Executive Director) ・Ms. Zeina Khashashneh (Project Manager)	Mr. Junichi Kumada (Leader) Ms. Marie Saito (Deputy Leader) *Record Mr. Akira Ohara (Destination Management) Mr. Koji Oyama (Archeology & Museum Management)

議事

Meeting Agenda:

1. Reconfirm PNT's sphere of activity
2. Outline of the overall project (incl. Vision, Guiding Principles, KPI, Value Chain Approach, Structure of M/P)
3. Strategic Programs
4. Pilot Projects & Working Groups
5. 2nd Joint Coordination Committee

14. Reconfirm PNT's sphere of activity

Mr. Abdullah) PDTRA is the actual governmental body for the whole Petra region, including the Petra Archeological site. Under the Jordanian law, DOA is the most responsible for any archeological site in Jordan, but there is a kind of coordination between PDTRA and the Department of Antiquities (DOA), because Petra (along with Aqaba) is one of the two special zones in Jordan. The Petra Archeological site was designated as a World Heritage site in 1985 (back when the Jordanian government was not well operated as it is now), and PNT was established (as an NGO) in 1989 for the sole reason to keep track of the operational guidelines of UNESCO in order to sustain the Petra Archeological site as a World Heritage site. Later, PDTRA was established, and they are the one now in charge of managing the site (as well as the whole Petra region). PNT is included in the discussions to give opinions, but we are not so keen on having our opinions always being activated, because we understand the government has other priorities. Jordan is one of those countries that have so few resources and when tourism is one of the major resources, economic gain comes over heritage conservation and sustainability. We are trying to balance between economic gains for the government and the sustainability of the site. This is where we stand. We do not have any legal status in Petra, but as the oldest conservation organization in terms of heritage site, PNT plays its role from an NGO perspective.

Ohara) Where does your financial resources come from?

Mr. Abdullah) We have two: Donations and the Projects we do.
We run educational program projects. And some of the private schools cover the fees.

Kumada) Who would be the project owners?

Mr. Abdullah) We deal with international donors, mostly for the big projects. For example, with the effect of COVID-19, many handicraft associations suffered due to drastic drop of sale and income. With the assistance from International Alliance for the Protection of Heritage in Conflict Areas (ALIPH) in Geneva, we proposed the project to digitize

	their businesses. We assisted 13 associations, and supported them with laptops, money, intensive training, etc. We did a separate regional project supported by the British Council. We did training for different cultural heritage practitioners in Jordan, Syria, and Egypt. It included different topics related to cultural heritage preservation, sustainability projects, socio-economic developments in cultural heritage sites, etc. Lately we are executing a bigger project for Yemen, with the support from ALIPH. There are two parts to the project: One part is for the Ministry of Education, and the other for the Ministry of Culture (which is responsible for the archeological sites). The first part was to develop a full curriculum on cultural heritage for the children from the age 7 to 12. To include all topics related to cultural heritage and environmental aspects beginning from what is cultural heritage, the history of Yemen, old civilizations, handicrafts in Yemen, etc. and tell the kids they can develop ways to conduct their own preservation projects. We created a custom-made students book (30 chapters), and the teachers books. We actually brought 12 teachers from Yemen here to train for a week to relay the techniques of how to teach this exact curriculum, sent them back, and sent all the equipment they need. The curriculum is taught at 10 schools, to 250 children, and we are waiting for the results to come. This is the first comprehensive cultural heritage program in the region and maybe beyond. It is a breakthrough in the cultural heritage awareness work, which is the pillar of PNT. We wish to export this knowledge to other parts of the world. We are starting another project soon with the Antiquities Department of the Ministry pf Culture. We are going to gather around 12 experts on cultural heritage and build their capacities in 6-7 topics related to excavations, conservation, etc. Before starting, we will have an international expert conducting an assessment for the cultural heritage and cultural tourism status within Yemen. To identify the gaps in needs and challenges, and what we can recommend. After we get the training done, we also would be fencing and protecting some really important inscriptional sites in Yemen. We are also now heading towards working on a project regarding the impact of climate change on heritages. In the Middle East, we do not have an expert in this field of work. This is a real problem. So, what we are trying to do now is to fund the project that will build the baseline for the first experts who can advise on or do the impact assessments on the tangible and intangible heritage in terms of climate. We have reached out to 5 or so donors and are waiting for the results.
Ohara)	So your activities are not limited within Petra nor Jordan.
Mr. Abdullah)	Correct. Our expansion might be slow, but steady.
Ohara)	Do you have any ongoing projects in Petra?
Mr. Abdullah)	No. But we might have a research taking place for the impact of climate change on heritages soon. Especially on the cultural and traditional practices on water harvesting, and traditional agriculture.
Oyama)	We have something related to that in our presentation.
Ohara)	So let us take you through our presentation to share our findings and ideas.

15. Outline of the overall project (incl. Vision, Guiding Principles, KPI, Value Chain Approach, Structure of M/P)

*Ohara explained the progress of the JICA project. The summary of the exchange of words between PNT and JICA experts are as follows:

The Mind of As-Salam (p.27)

Mr. Abdullah)	What do you mean by "The MIND of As-Salam?"
Ohara, Saito)	The important VALUE that the Nabateans (the ancestors of the people in Petra) had. Respecting people who came to Petra. With the rapid development of tourism and life in Petra, we feel this value they once had is being forgotten and we wanted to put emphasis that the people in Petra should remember this important value they once had in order to realize a sustainable and resilient tourism in Petra.
Kumada)	This is an example of an intangible heritage, and it should be passed down generations by generation.
Oyama)	The word "As-Salam" is found in Nabatean inscriptions.
Mr. Abdullah)	It is really engraved in the Arabic DNA. The Nabateans were also Arabs.
Oyama)	Yes. That is our point.
Mr. Abdullah)	I would not say they (the people in Petra) have forgotten "As-Salam," but that they are now thinking differently, which is more dangerous than forgetting.

Our Vision (p.29-31)

Ohara)	We understand the negative impacts that tourism has in Petra (by bringing tourists to the region). Tourism is changing how the local people behave.
Mr. Abdullah)	Yes. And the people are making the experience of the tourists worse. They are worsening each other.
Ohara)	Most people in Petra are looking at fast cash / money for tomorrow. It is challenging, but we need to remind them what the value of Petra is.
Mr. Abdullah)	Yes, I agree.
Kumada)	It is something that is happening everywhere, where tourism is developing rapidly. The investors want fast cash also. If there is any intervention that we could do, to make people stop and think what their uniqueness is…

Our Vision 1st and 2nd Layer (p.32-33)

Kumada)	Dr. Suleiman mention somethings that "unite" is a tricky word. Maybe a better word would be "embrace". Embrace the 6 communities.
Mr. Abdullah)	Maybe yes.
Kumada)	Yesterday we met with the Jordan Tourism Board (JTB) and have been told that they have set a (promotional) slogan "Kingdom of Time." And we are aware of the need to align our messaging with theirs.

Saito)	Yes. But please understand our slogan is not for promotional reasons, but to embrace the people under one slogan.

Guiding Principles (p.36)

Ohara)	It is important that the products in Petra keeps its identity.
Kumada)	Currently, many products are made without plan.
Ohara)	We are concerned about the zip-line and the air-balloon projects.
Mr. Abdullah)	What do you think of them?
Ohara)	They do not fit the image of Petra.
Mr. Abdullah)	I agree. Thank you.
Mr. Abdullah)	Over 90% of the souvenirs sold in Petra comes from India and China. As PNT, we have projects related to handicrafts. If JICA in interested in funding, we are more than happy.
ALL)	Creating competition based on skills and services, not relying on family/friends relationships, among businesses is important.

KPI (p.45)

Ohara)	"Number of tourists" has been the indicator for the development of tourism in Petra, but this is not a sustainable way of assessment. The carrying capacity of Petra is limited, especially when considering its water resources. So, our main target is to increase the "Expenditure per tourist visiting the Petra region." But when we increase the cost, we need to increase the service standards.
Mr. Abdullah)	Have you identified the indicative number for the carrying capacity? The number of tourists best accommodated in Petra region?
Ohara)	No not yet. But we have conducted a visitor survey (over 7000 samples), and its analysis may help us identify it to some extent. The "Number of tourists" is just a projection.
Saito)	There would be the need to align with what UNESCO is (will be) saying. The current carrying capacity stated by UNESCO is 3,500/day, but this is when the tourists enter and exit from the same gate. PDTRA is now working on to have them enter and exit from different gates, and this would probably change the carrying capacity.
Oyama)	UNESCO is now saying that if the back-gate operation begins, the carrying capacity will change to about 1.8 million/year. The number of visitors in Petra has not reached this number yet. So, it means that we still have some space for increasing the number of visitors. Maybe this number would be reached in 5-10 years.

Saito) But again, we need to think that even if we have a lot of people coming, there is not enough space that people can spend the night. And as Ohara mentioned earlier in his presentation, we also need to think about the natural resources, especially water. There are so many elements that we need to think about when identifying the number of tourists that could be welcomed in Petra.

16. Strategic Programs

DM-5: (Strengthen the Function of the Heritage Village)
DM-6: Strengthen the Function of the Visitor Center

Mr. Abdullah) Yes, these facilities need working on.

DM-8: Promote electric rent-a-bike system

Mr. Abdullah) It is a very nice idea. But, as you say, Marie, the terrain of Petra region may limit the area of usage. But it is something that is worth testing, doing trials to verify whether it something feasible or not.

Saito) Yes, I understand. So, it may be something that could not be implemented for the entire region, but for some regions.

DM-9: Rehabilitate the Nabatean farming eco-system

Mr. Abdullah) This could be something that could be worked on once we complete the study.

DM-10: Develop Petra as a MICE destination

Mr. Abdullah) I agree with your idea that this is a comprehensive program which needs to be done step by step, (spending the next 10 years as you mention).

RD-2: Develop thematic heritage trail connecting museum as core and heritage sites

Mr. Abdullah) Is your plan to implement objects on the thematic trails?

Oyama) No. We will not implement any signage. Everything will be digital (application).

Mr. Abdullah) Good. When creating the trail(s), you should first identify the flagship sites/vegetation of Petra. If you need any advice, we are happy to do so.

Oyama) Thank you. I understand PNT has already done a study on GIS database on the Siq area. I have the report. So, I studied it and would like to include with your cooperation.

Mr. Abdullah) Well noted.

RD-4: Enhancement of Petra museum activities

Mr. Abdullah) I believe we could be the ones to assist this.

PD-5: Establish "Made in Petra" Brand for local products

Mr. Abdullah) This one we suggest also.

SP-2: Promoting Petra as a MICE destination

Saito) We believe MICE would help in balancing the seasonality of tourism in Petra.

Mr. Abdullah) Yes. Especially July and August.

17. Pilot Projects & Working Groups

Working Groups

Saito) Since we are meeting today, we have yet not listed your organization name on the list. So, among the five big groups that we have, considering the discussion that we have been having today, I am thinking we could ask for your cooperation on all except Sales and Promotion. What do you think?

Mr. Abdullah) At this point, I could not decide which ones we could definitely be joining, but whatever we could help based on our values, we would be happily assist. Education, we are certainly focusing.

We would like to be added as part of the Advisory Board. You can share with us any documents and things we should be aware of to give our opinions.

Saito) Thank you.

Ohara) Since you are focused on the heritage conservation and human resource development, I would particularly like to ask for your cooperation for the DM group, for the site protection side of things.

Mr. Abdullah) Yes. Just to note, PNT is not only focusing on those two, and archeology, but want to promote Petra as a sustainable destination. So, we want to put effort on the socio-economic, develop communities, etc.

Pilot Projects

*Ohara explained each of the 7 Pilot Projects.

Mr. Abdullah) Thank you so much for all the hard work. Just an advice: It is best if you showed the slides you want to focus on when explaining so that it does not give the impression to the listener that you are skipping some slides. Anyways…

	What are you going to do to unite the people in Petra, or to make them feel as one? It would be challenging. What would be your approach?
Mr. Abdullah)	I am looking at the Working Group sheet, and I find that most of them are from Wadi Musa.
Ohara)	We had discussions with PDTRA, but yet not decided on a concrete approach. But as I mentioned, one way is to establish a structure like shown in Strategic Program DM-1. So, to create something like a DMO.
(Jack needed to leave to make it for his next appointment. He mentioned to Mr. Abdullah that he would like to follow-up about GSTC, and if Mr. Abdullah had any inputs to contact him.)	
	Every time we were in Petra, we mentioned to PDTRA that we wanted to meet the local people. But, the important point was "who is the representative?"
Mr. Abdullah)	I see. So, you could not identify them.
Saito)	For some of them, yes. For example, Rajif and Dlagha they are constructing a tourism society together. And also Baidha, the Amareens, they are quite into creating their own tourism society / association also.
Mr. Abdullah)	Yes, the Amareen people are nice. They are feeling unfairness because they think everything has been taken by the Wadi Musa people.
Ohara)	We may be able to work through the associations. Restaurant Associations, Hotel Associations, etc.
Mr. Abdullah)	Maybe. But I do not think it is much effective. People and hotels could belong to associations, but the associations are not something that binds people, moreover, to make them act in certain ways. You really need to look deeply inside the politics, and to identify the persons that have real influence over others. Sometimes the tribe chief has the impact more than PDTRA.
Saito)	Yes. Dr. Bilal (Commissioner of PAP and Tourism) at PDTRA pointed that out also. We have travelled to Petra for about 6-7 times within the past year, and each time we had a local translator who assisted us in conveying our ideas and vice versa. And we think we still need time to actually reach into the local communities.
Mr. Abdullah)	Yes. The more you travel and communicate with them, the closer you should get to hear their actual thoughts. They could really give you important insights, which significantly could activate your plans.
Oyama)	Petra Museum has actually been launching several activities to bring the local schools to the museum. This May, on the International Museum Day, we brought the local schools from all 6 communities. I believe this was a good occasion for the children to learn about Petra, and then to relay their findings to their parents and family. (A bottom-up approach.)
Ms. Zeina)	I believe each village has their own uniqueness, which could be adopted into tourism products. Have you identified what could be considered as products for each village?

Saito)	I would not say that we have identified a single product for each community. However, for example, Taybhe has the Nabatean pottery, which we may offer a hands-on experience program to the tourists. And for Rajif and Dlagha…
Mr. Abdullah)	They have the weaving.
Ohara)	Yes. And just to note Rajif has their own folklore festival.
Oyama)	There is also the musical instrument, rabala.
Oyama)	We are also studying the uniqueness of each of the villages. Like their intangible cultural heritage, and we try to make like a database. After the GIS database is established you click Rajif, and you can see what Rajif has from archeology to the intangible heritage the village has.
Ohara)	Yes. We could work with the tourism societies in each village to identify what could be adopted as a tourism product(s).
Saito)	But the important thing is that we do not want to force the local people to do what we are thinking as products. We want to actually have them explore and have them thinking what is original to them, and what they are thinking they want to show to the tourists.
Mr. Abdullah)	Yes. That is good. To have them exercise. If you need any help, please let us know.
Saito)	Thank you.
Mr. Abdullah)	I could only connect to you as a person, because I am resigning. But PNT is here, and of course we can do something together. We certainly appreciate you including us in your work. I believe we would not be having more questions now. What we need to do is to look into the documents you gave us and then come back to you again with any questions we may have. But in general, this is a really great effort. A lot of thoughts have been put in. The way you put it is really like music to our ears. I really hope they would be implemented.

18. 2nd Joint Coordination Meeting

Ohara)	We will be holding it on 11 Sep. this year in Amman. We hope you could join us.
Mr. Abdullah)	With all means, yes. But it would not be me, but Ms. Zeina joining this time. If you would like to sit with us again, for further thought, please let us know. We would be very happy to share our ideas.



Photo: PNT Meeting Room

提出・受領資料
1. M/P First Draft (Latest Draft Version) 2. Pilot Projects (Draft)

30 **Jordan Restaurant Association との面談（7/4）**

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 7 月 4 日（月）13:30 - 15:00	
場所： Jordan Restaurant Association オフィス（ミーティングルーム）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms.Eliana B. Jonineh (General Manager)	熊田、トム、谷村（記録）

議事

1. Opening Comments（熊田）

- ペトラ観光開発マスタープランのドラフトを作成したのでそちらを説明する。
- 9/11 に第 2 回 JCC をアンマンで開催するのでぜひ参加してほしい
- Pilot Projects を PDTRA と合意したので、そちらの内容を共有したい。

2. マスタープラン概要の説明（トム）および意見交換

- 第 1 回の JCC ミーティングからのアップデート内容を共有する。

- Vision（P.25-34）の説明
- （Ms. Eliana）サウジのアルウーラがペトラにとっておおきな競争相手となっている。博物館を建設するなど、巨額の予算をバックに積極的にプロモーションを行っている。ペトラもそこにどう対抗していくかを考える必要がある。ペトラとアルウーラを比較した書籍があり、積極的なプロモーションや清潔さなどから、最終的に旅行者はアルウーラを選ぶ、と記載されている。遺跡公園内のローカル住民の態度（ラクダを強制的に乗せるなど）の改善などに取り組まなければならない。
- （トム）それらの課題を直接・間接的に解決し、地域住民の観光に対する認知をたためるためのプログラムをマスタープランの中で用意した。

- Guiding Principles の説明（トム、P35-41）
- （Ms. Eliana）ペトラには多くの観光素材があるが、その見せ方、出し方を知らない。JTB ではゴールデントライアングルを PR しているが、アカバが砂漠やモザイクなど積極的にアピールしているのに比べてペトラは露出が不足している。滞在期間を延ばすためには 18:00 以降のアクティビティなどの整備に取り組まなければならない。例えばフォークロアなどは良いと思う。
- （熊田）今回アマリンキャンプでフォークロア体験を行った。伝統楽器の演奏や、キャンドルでのライトアップなどとても素敵だった。
- （Ms. Eliana）アンマン在住の友人に、ロシアやモロッコなどでレストランをいかに見せるか、そのストーリーをアドバイスする人がいる。そうしたストーリーテリングについてもっと工夫をすると良いと思う。特にガストロノミーは重要である。
- （熊田）ガストロノミーは地域と観光客を結びつける重要な要素だ。
- （Ms. Eliana）協会は MoTA と協力し、トレーニングを実施して Certification を与える取り組みをしている。トレーニングを修了したレストランは Certified Restaurant となる。
- （熊田）レストランの Classification をいただくことは可能か。

- （Ms. Eliana）MoTA では新しい Classification の設定に取り組んでいる。例えばガイドではサイクリングなどのアドベンチャーツーリズムに特化したガイドの Classification ができている。
- （熊田）ごみ処理については何か取り組みはあるか。
- （Ms. Eliana）アンマン市内で USAID と協力したリサイクリングプロジェクトに取り組んでいる。レストランで出た食事の残りを肥料に変える取り組みも行っているが、機会が高額（25,000 ユーロ）なのが課題。
- （熊田）ペトラでも同じような取り組みができればサステナブルとしてプロモーションをすることが出来る。

- Strategic Projects の説明（トム、P42-）
- （Ms. Eliana）Made In Petra を謳うには、ヨルダン産以外（中国、トルコ）から来る土産品を禁止する必要がある。
- （熊田）デザインやパッケージなどの改善も必要だ。
- （Ms. Eliana）ペトラでは、そのあたりの石を拾ってきてアメリカ人観光客に「ペトラの石」と言って 50 ドルで売りつける人もいる。また、観光データ収集も非常に重要だと考える。イタリア系の会社（SELA）と PDTRA が協業しているとは聞いている。
- （トム）ペトラの統計データと MoTA のデータを結び付けて、ステークホルダーが相互のデータを容易に収集できる形を作りたい。
- （Ms. Eliana）遺跡公園以外に買いたい、お金を使いたいと思わせる素材の充実が必要だ。ワディラムのようにアドベンチャーツーリズムや地域コミュニティにお金を落とす仕組みも作るべき。
- （熊田）ペトラには 6 つのコミュニティがある。地域を訪れて新鮮なフルーツや野菜などがあることを理解した。これらは新しい価値として活用ができるのではないか。レストランのメニューに対し、例えば「ラジフのオリーブオイルを利用」と付加するなどブランディングの工夫をすればより価値を上げることが出来る。
- （Ms. Eliana）その考えに同意する。現在「Taste of Jordan」と銘打った国内の様々な料理を紹介し、それを調理する女性の参画（Empowerment）を促すことを検討している。同じマクルーバでも地域によって調理法や味付けが違う。
- （熊田）ヨルダンの名物料理コンテストも面白い。
- （Ms. Eliana）カタールやヨルダン、ドバイなどではデーツを使った料理が共通としてある。おっしゃったようなイニシアチブはいつでも歓迎する。
- （Ms. Eliana）コロナ前は観光産業全体での女性の雇用率は全体の 15%だったが、今は 5%に下がった。
- （Ms. Eliana）ペトラを MICE 地域にするのであれば地域内の、ペトラと他地域を結ぶ公共交通機関の充実が必要。
- （Ms. Eliana）求職者とレストラン経営者のマッチングプラットフォームが出来上がり JRA による運営されている。Sector Skill Council for Hospitality and Tourism（Ministry of Labour の傘下にある）が EBRD の支援を受け、JRA のプラットフォーム構築および運営に協力している。GIZ も XXX EBRD とヨルダン政府は 2022-27 年で Skills Development For Tourism Industry のプロジェクトを進めている。ヨルダン国内のレストランは小規模経営が多く、1-2 つ星のレストランはシーシャなど伝統的なサービスに偏っていた。しかし最近は若手経営者がカフェなど新しいアイデアでお店を開くことも増えてい

る。ただ資金的に厳しいという現状がある。経営者が求めるスキルと実際の仕事のギャップについては各種のリサーチがされており、それに基づいて数カ月程度のホスピタリティトレーニングを提供する取り組みをしている。またレストランにどのようなトレーニングが必要かのヒアリングを行っている。コロナ前は頻繁に行っていたが、コロナ中はオンラインで語学やホスピタリティのトレーニングが中心となった。

- Pilot Projects の説明（トム）
- （トム）P.15 に SH の Pilot Project がある。ホテル、レストランに対するトレーニング提供をするものである。
- （Ms. Eliana）トレーニングを実施するのであれば Sector Skill Council を含めるのが良い。現在はペトラからの参加者はないが、代表者を含めるように呼び掛けることは可能。Mr.Mohammad が代表である。
- （トム）アイデアとしてペトラのレストランスタッフ代表をアンマンに招聘し、レストランでの OJT による研修を提供したいと考えている。そうしたアレンジは可能か。
- （Ms. Eliana）可能である。実施に当たっては指導をするトレーナーが必要だ。
- （トム）そのトレーナーにはペトラに来ていただき、地域内のレストラン経営者やスタッフに対して現地でトレーニングを実施することもできるか。
- （Ms. Eliana）実施することはできるがどうやってレストランを選定するかが課題。
- （トム）その点はぜひ協力をお願いしたい。
- （Ms. Eliana）従来のレストラン経営者だけでなく、主婦や次世代を担う若手も含めたい。経営者についてはメンタリティの問題があり、声をかけても実際にはなかなか参加してもらえない。またペトラにはまともなレストランがない。マダバも同様である。外からの投資を地域住民が受け入れず、問題になる傾向がヨルダン南部は特に強い。
- （トム）今回提案をするようなトレーニングプログラムは課題解決に役立つと思うか。またどのように JRA と連携していけるか。
- （Ms. Eliana）トレーニングは重要である。このプランを会員に共有し、トレーニング提供への協力を依頼することはできる。トレーニングを実施するのであれば１，２日ではなく１週間程度の時間を取ってほしい。USAID はコミュニケーションスキル、衛生面、メニューデザインなどのプログラムを彼らの支援として無料で提供している。アモンカレッジではホスピタリティ学科を設けて、プラクティカルなトレーニングを提供している。ベルギーからもトレーニング提供を行う支援を受けている。しかしそれを提供するトレーナー不足が課題である。
- （トム）ペトラではガイドスキルやホスピタリティに関する講義を実施している。
- （谷村）ペトラカレッジではホテルでのインターンシップを実施していると聞いている。
- （Ms. Eliana）大学では Career Advisor Center を設けて学生の就職相談に乗っており、MoTA とも雇用に向けた協議を行っている。
- （トム）アンマンでホスピタリティに関するトレーニングを提供してくれるトレーナーを紹介していただけたら助かる。
- （Ms. Eliana）ある会社（PUM-JEBA）では、オランダ人のホスピタリティトレーナーの手配、トレーニングの提供を行ってくれる。担当者は Mr. Ainman Kefaf（連絡先：0796966798）、ストーリーテリングの専門家は Mr. Zaid Buruni（連絡先：0799989970）。

https://www.pum.nl/en

- （トム）レストランへのトレーニングではぜひ JRA の協力もお願いしたい。
- （Ms. Eliana）もちろん協力する。
- （トム）最後に Working Group について。SH 部分に Advisory Member として貴協会を含めている。Pilot Project の実施に当たって様々な協力、アドバイスをお願いしたい。
- （Ms. Eliana）Advisory Member のところに、Sector Skill Council for Hospitality & Tourism(SSC)のメンバーを入れられないか。今はペトラに代表者がいないが、PDTRA と協議し、MOU を結べば、新たに代表を立てて Working Group に加えることができるのではないか。
- Chairman of SSC: Mr. Mohammad Al Quesen（連絡先：0797773773）

以上

提出・受領資料
1. マスタープランおよび Strategic Projects 概要資料 2. Pilot Project 提案資料 3. Working Group 一覧

31 **Meeting with UNESCO Jordan Office（7/4）**

概要	
Project：Petra Tourism Master Plan Development Project (Phase 1)	
Date/Time：July 4 14:00-15:00	
Place：UNESCO Jordan Office	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Catherine Heim Ms. Ala'a Otain	Ms Saito, Mr. Oyama, Mr. Ohara (Recorder)

議事

JICA Project Team (JPT) confirmed project information conducted by UNESCO in Petra, according to the following subjects:

1. Place Tomb Rehabilitation Project
2. Conservation of Intangible Cultural Heritage (ICH)

1. Place Tomb Rehabilitation Project

1) Project Period

UNESCO: The project is on-going and will be completed in December 2022.

2) Project Components

UNESCO: The project consists of three main components: 1) Capacity development for preparing "State of Conservation" report, 2) Heritage Impact Assessment, and 3) Summer School Program.

Petra was inscribed in UNESCO World Heritage list in 1985 and "State of Conservation" report must be submitted from the state body (Government of Jordan) to UNESCO World Heritage center every two years. The component of 1) Capacity development for preparing "State of Conservation" report targets total 12 staff (6 from DOA, 6 from PDTRA) to strengthen the capacity to prepare the report.

The component of 2) Heritage Impact Assessment will start July-August 2022. This includes topographic survey, preparation of rehabilitation plan and small-scale rehabilitation work on façade of the palace tomb.

The component of 3) Summer School Program targets 25 University level students and provides two weeks program. The program scheduled in August 2022. Lecture will be provided by an Italian architect who also has an experience to work in Bamiyan, Afghanistan. Candidates will be selected from all over Jordan by reviewing the application form.

JPT: Regarding the component 2), have UNESCO any relationships with CRAterre (http://craterre.org/) / Grenoble University for the project in Petra? They have extensive knowledge to rehabilitate architecture made of stone and soil.

UNESCO: In case of Petra, No.

JPT: Please provide us project information report to understand the detail.

UNESCO: OK.

2. Conservation of Intangible Cultural Heritage (ICH)

UNESCO: UNESCO Jordan Office has no project regarding the ICH in Petra (and also in Wadi Rum) since its registration into the UNESCO's ICH.

However, ICH will be one of the tools for community development from the viewpoint of income generation through tourism.

In Jordan, focal point for ICH shall be Ministry of Culture. But no discussion to conserve ICH is undergoing between UNESCO and Ministry of Culture actually.

Creating a community-based inventory (database) of ICH by using GIS is a very effective for conservation of ICH, and UNESCO has an experience in Bamiyan, Afghanistan to create GIS database of ICH.

3. Other Projects

UNESCO: UNESCO and GIZ are negotiating to organize a project for disaster management. The project includes rehabilitation of Nabataean small check Dam in the area located at up-stream of El-Khazne. The project cost is estimated 1.8 million USD.

[END]

提出・受領資料

32 **Ammon College との面談（7/4）**

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 7 月 4 日（月）16:00 - 17:30	
場所：Ammon College	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Ms. Umeima Abed Al-Aziz ALMajthoub (Lecturer, Short Courses Coordinator) Ms. Noha Saleh Al-Mubaideen (Lecturer, Tour Guide Program Coordinator)	熊田、トム、谷村（記録）

議事

1. Opening Comments(熊田)

- マスタープランの概要説明。
- ツーリズムをサステナブルにするために観光を学ぶ学生は大変貴重である。
- PDTRA と集中的に PAP 内での接客の改善、地域に対して何を行うかを議論してきた。観光のプロとしてホスピタリティの強化は必要であり、その点で Ammon College の協力は必要であり、それが今回訪問した理由である。

2. 資料の概要説明と意見交換

- 冊子を使い、SH を中心に Pilot Project の紹介（トム）
- (Ms. Noha) マーケティングは主要な課題の一つである。例えばワディラムでは素晴らしい土産物を作っているが、そのクオリティをどうやって見せるか、またプロモートしていくかという知識が全くない。ヨルダン南部は大変重要な観光コンポーネントであるが、保守的な場所でありツーリズムの受け入れを拒否しているところもある。だが今はそれを変えて、ヨルダンの重要なエリアとしてマーケティングに取り組むべき。
- （トム）マスタープランの中でサービス&ホスピタリティは大変重要な分野である。レストランオーナー、ホテル従業員などに必要なトレーニングを提供し、スキル、能力を向上させることが必要である。また本プロジェクトの Working Group として参加してほしい。
- （Ms. Noha）Working Group についてもう少し説明してほしい。
- （トム）別紙のとおり、各分野別に Working Group をデザインしている。SH に関し貴カレッジをアカデミックのメンバーとして含め、Pilot Project の実施にご協力をお願いしたい。これは 1，2 回の事ではなく、プロジェクト中継続して実施するものである。また、対象はペトラ地域となる。ミーティング開催の際、必要と思われる資料、データについて事前に依頼するので用意をして臨んでほしい。
- （Ms. Umeima）プロジェクトはどのような形で進むのか。
- （トム）提案した Strategic Project の中から 1～2 個を選択し、Pilot Project として実施、有効性を検証する。
- （Ms. Noha）つまりこのプロジェクトの 2 つの目的達成に向けて協力をしてほしいという事でよいか。スケジュールも教えてほしい。最初の Working Group Meeting はいつ開催されるか。
- （トム&熊田）その通り。スケジュールは追って共有する。また最初のミーティングは恐らく 10 月ことになる妥当。

- （Ms. Umeima）カレッジが提供するトレーニングは短期、長期のプログラムがある。もし何かトレーニングを実施するのであれば事前にすり合わせ、プログラムを確定したうえで、更に参加者のニーズに合わせてカスタマイズする。トレーナーは学校の講師だけでなく、ホテルやレストランのエキスパートなど、民間の力も借りて提供する。トレーニングは HP に掲載されているが、参加者のレベル、目的に合わせて如何様にも変更が可能。更にイベントマネジメント、ごみ処理など様々な分野のトレーニングが用意されている。Ms. Noha はホスピタリティの専門家（ガイドコース担当）であり、私（Ms. Umeimah）はごみ処理・衛星の担当である。
- （Ms. Noha）カレッジで提供しているガイドコースでは、外国人観光客との接し方の他にヨルダン、イスラムの歴史文化をいかに見せるか、といったことにも重点を置いて授業を進めている。
- （Ms. Umeima）長期コースではホテルでのインターンシップもトレーニングに含まれている。また、サステナブル・ツーリズムも力を入れて教育している。
- （Ms. Noha）UNWTO から Certificate もいただいた（SDG の 14 ゴールのうち 5 つを達成）。チームは小さいが、様々な分野を幅広く取り上げられるよう努力している。
- （トム）ペトラに来ていただいてトレーニングをすることは可能か。
- （Ms. Umeima）もちろんできる。昨年 6 月に JHA、PDTRA と協力して 1 日のトレーニングを実施した（参加者 37 名）。その時の資料はアラビア語だが残っている。HASUP プログラムも導入しており、そこでは 3-4 日のプログラムを提供している。
- （トム）その時参加者から受講後の感想、評価はあったか。
- （Ms. Umeima）残念ながら詳しい話は聞いていない。ただペトラにはトレーニングすべき多くのトピックがあると考えられる。
- （Ms. Noha）必要なスキルとしてはリスクマネジメント、コミュニティ、衛生、文化に対する認識向上など多岐にわたる。異なる文化や生活習慣、人種などをすべて含めて受け入れる取り組みが必要である。PAP 内ではローカルの人々が Treasury につくなり「ドンキーはどうか」などと執拗に声をかけてくるし、お店も同様である。この状況は嘆かわしいことである。観光客をしっかり受け入れるためにも十分なトレーニングが必要である。
ワディムサでは、女性を人前にさらしたくないとして、観光業への女性就業率は 1～2%にとどまっている。
- （Ms. Umeima）ペトラには能力のある素晴らしい女性が少なからずいるが、彼らを活用することが出来ておらず、就業できる職種も限られており女性のエンパワメントはできていない。
- （Ms. Noha）女性を抑え込んでいる制限をなくし、普通に外で仕事をできるようにすることが自分の将来の夢でありゴールである。インターンシップも小規模から初めて徐々に広げていけばよい。
- （熊田）博物館横で PDTRA と朝食を取ったが、その時にもローカルの女性が活躍していた。カレッジとしてはどのようなサポートが必要なのか。
- （Ms. Umeima）MoTA からの支援が欲しい。支援があれば女性向けの雇用も創出し維持ができるが、それがないと持続的に就業を促すことが出来ない。PDTRA の Ms. Maram とこの件を話しているので、ぜひ彼女とコミュニケートしてほしい。
- （Ms. Noha）単なるワークショップで終わらせず、具体的に戦略を実行していただきたい。
- （熊田）スレイマン長官がまさに言っていることと一致する。

- （Ms. Noha）ペトラでのローカルエクスペリエンスも強化すべき。遺跡公園など現在の素材は全体の 20%であり、自然や景観、新しいトレイルなど楽しめるものがたくさんある。アルウーラは同じナバテア文化を持ちペトラに非常に似ていて、かつ多額の予算がサウジ政府から供与されており大々的なプロモーションを行っている。ペトラの脅威となっている。どうやってそうした地域と競争をしていくか真剣に考えないといけない。
- （熊田）SH について実施予定の Pilot Project について説明したい。Heritage Village でのローカルエクスペリエンス提供なども含まれている。また、モーベンピック前の広場でのウィークリーマーケットの開催もコミュニティの参加、女性の参加も促せる。
- （Mr. Noha）ただ、全コミュニティ、部族に対して平等にアナウンスし、公平に扱いことを注意してほしい。ワディムサなどは特定の部族がアソシエーションを運営しているので、そうしたところにも注意が必要。
- （Ms. Noha）ペトラ博物館は、ヨルダン博物館のスタッフがそうであるように笑顔とホスピタリティをもっと持ち、展示物のストーリーを提供することで魅力が上がるのではないか。ナバテアの主神であるドゥシャラも、「ドゥシャラとは何か」をはじめとしてきちんとそのストーリーを説明する事が重要である。
- （Ms. Umeima）重要なものを保護して伝えることである。
- （熊田）博物館は夜間もオープンするようになった。夜のイベントが少ない中の新しい試みである。
- （Ms. Noha）Ms.Tararaq Akash をヘッドとするグループがペトラに関する VR プロジェクトを毎週金曜日に複数の講師を呼んで開催している。
- （熊田）我々も同じように VR を利用したプロジェクトを検討しているので、担当の専門家と連携させるようにしたい。また、Dynamic Mapping System の開発も検討している。
- （Ms. Noha）観光客の滞在を伸ばす事を目的にしているのか？
- （熊田）それは KPI の一つとして含んでいる。
- （Ms. Umeima）コミュニティで行われている行事、アクティビティを商品にする際は、彼らのカルチャー、しきたりを十分に尊重してほしい。
- （トム）SP の概要について説明。
- （Ms. Noha）ナバテア様式の陶器には興味がある。この技術を使って観光客に制作体験をさせるのはどうか。ナバテア自体の宗教も面白いと思う。当時は 10 以上の神が信仰されており、それぞれにストーリーがある。
- （Ms. Umeima）ペトラキッチン以外のクッキングクラスやアグリツーリズムも面白い体験だと思う。ゴートのミルクからチーズを作る体験もある。野外劇場も楽しい。
- （Ms. Noha）ペトラ博物館ではナバテア自体のすべての歴史を展示している。そちらを活用したミステリアスな体験を提供してもよい。
- （Ms. Umeima）デジタルマーケティングではバーチャルでナバテア時代の生活を紹介するのもよいのでは。
- （トム）貴カレッジと最も緊密に連携するのが SH の部分。ツーリズムトレーニングを提供する事が SH の Pilot Project であり、2023～24 年にかけて実施予定である。先ほど紹介した Working Group にてトレーニング内容を決定する。ペトラのホテル、レストランスタッフがアンマンに来てトレーニングを受ける、また貴カレッジから講師をペトラに派遣してトレーニングをしていただく形で協力したい。それに加えて 1～2 分のセルフトレーニングビデオを制作したいが、そちらのスーパーバイズをお願いできないか。

- （Ms. Umeima）制作の前に内容をお互いに議論、確認することが重要である。制作に協力することは問題ない。
- （トム）現在トレーニングを日本語で「KANKO-JUKU」と表示しているが、アラビア語で適切な表現がないか伺いたい。よりローカルの人に伝わるような、キャッチ―な名前を付けたい。
- （Ms. Naha）“Haya Kala”や“Alhan”が Welcome の意味を表していて良いのではないか。
- （熊田）JICA としては女性のエンパワメント、ごみ処理など環境への配慮も取り組みたい内容である。9/11 に第二回 JCC が開催される。PDTRA から招待があると思うのでぜひ参加してほしい。
- （Ms. Umeima & Ms. Noha）喜んで参加したい。
- （トム）ホテルマネジメント、ホスピタリティについてのシラバスをもらえないか。
- （Ms. Umeima）ホテルマネジメントはいくつかの分野に分かれており、どの部分を知りたいかによって内容が異なる。ホテルマネジメントだけだと範囲が非常に広い。ホスピタリティについては提供が可能なので後日メールにて送付する。
- （熊田）Pilot Projects のグランドデザインが整理できたら必要な個所を改めてお願いする。

以上

提出・受領資料
なし

33 **Jordan Hotel Association との面談（7/5）**

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 7 月 5 日（火）12:00-13:00	
場所：Jordan Hotel Association オフィス（ミーティングルーム）	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
・Mr. Abdul-Hakeem Al-Hindi (Chairman of the Board) ・Ms. Lana Al-Shawabkel (Communication, Digital Media, Statistics & Training supervisor) ・Mr. Khalil Mashareh (PDTRA)	熊田、トム、碓氷、谷村（記録）

議事

1. **Opening Comments（熊田）**
   - 本プロジェクト、第 1 回 JCC、コミュニティダイアログの概要説明
   - 第 1 回の JCC ミーティングからのアップデート内容を共有する。
   - 9/11 に第二回 JCC ミーティング開催予定。ご招待を送るので参加してほしい。
   - （Mr.Khalil）招待状を PDTRA から 8 月中旬までにお送りする。
   - （Mr.Abdul）何か質問があれば遠慮なく聞いてほしい。

2. **マスタープラン概要の説明（トム）および意見交換**
   - Vision、Guiding Principles（P.24-34）の説明
   - （Mr.Abdul）ペトラで Competition が必要なのはその通り、それはフェアな形で行われなければならない。
   - バリューチェーンアプローチ、マスタープランストラクチャ、KPI（P43-45）の説明

3. **Strategic Projects の説明（トム）**
   - （Mr. Abdul & Mr. Khalil）（PD-2 について）コミュニティを巻き込んだ商品づくりは非常に重要だ。コミュニティは大きな問題を抱えているし、ツーリズムに関する知識もない。学校にも行かせず、6 歳の小さな子供を働かせている。そうした子供たちは学校に行かせなければならないし、両親のマインドセットを変えていく必要がある。学校に行ってこそ言語や観光客の持つ文化的バックグラウンドが理解できる。
   - （Mr. Abdul）ホテルで採用するスタッフは高学歴であるよりもトレーニングを積んだスタッフが必要だ。JHA では 3 か月のホテルトレーニングコースを実施している。トレーニング後卒業生はホテルやレストランで活躍をしている。トレーニングは USAID の支援を受け 18 歳から 20 歳の若者が Ammon Collage で研修を受けている。全従業員に十分なトレーニングを行うには 200 名の専用トレーナーが必要。特にペトラやアカバではその課題が大きい。また、ヨルダンでは 500JD の給与でも GCC では 3,000JD にもなり人材の流出が問題である。2023 年 1 月以降、アカバ、ペトラ、死海、アンマン等では人材が不足する懸念がある。
   - （トム）ホテルのサステナビリティ認証について、どのようにお考えですか？
   - （Mr. Abdul）GSTC に大変興味がある。JHA は、会員ホテルがこのようなサステナビリティ認証を取得できるよう、積極的に支援している。

- （熊田）GSTC 認証の取得はペトラだけでなくヨルダン国内全体の各ホテルで検討をすべきだと考える。トルコでは取り組みが始まっている。

4. Pilot Projects の紹介（トム）および意見交換

- DM→2 つの Project を選定（GSTC、Weekly Local Market）
- RD→ペトラ博物館活用の Project を選定
- PD→2 つのプロジェクトを選定（Make Petra Main Trail Sustainable、Local Cultural Experience）
- （Ms. Lana）ウム・サイフンの状況はどうか。
- （Mr. Khalil）PDTRA はウム・サイフンにセンターを設置し、子供たちの就学支援を行っている。また警察と連携して不法労働および児童労働の排除に取り組むとともに、ウム・サイフンおよびリトル・ペトラ（ベイダ）に新しい住居の建築を始めている。
- （トム）Working Group 一覧を説明。SH の Advisory Member として JHA を加えた。
- （Mr. Abdul）プライベートセクターにある「Hotel Association」は JHA のことか？
- （トム）これはペトラにある Petra Hotel Association である。JHA は表の右側に Advisory Member として含まれている。
- （トム）SH ではツーリズム向けのトレーニングを予定しているが、そちらに協力をいただくことは可能か。
- （Mr. Abdul）JHA では既に Ammon College としてトレーニングコースを実施している。専門のトレーナーがホテルビジネスの詳細についてトレーニングを行う。
- （トム）トレーニングには何名ほど参加しているか。
- （Mr. Abdul）参加者の正確な数値はないが、ヨルダン全体で年間 1,500 名が参加している。
- （トム）どのようなトレーニングを提供しているか。
- （Mr. Abdul）ホテルオペレーションとソフトスキル（ホスピタリティ）に関するプログラムを提供している。
- （トム）ペトラのホテルに対してトレーニングが必要と思う事は何か。
- （Mr. Abdul）オペレーション（ハウスキーピング、レセプション、F&B 等）、ソフトスキル（ホスピタリティ、クレーム対応、コミュニケーション等）の両方が必要だ。オペレーションは 2～3 日、ソフトスキルは 1 日のプログラムである。
- （トム）トレーニングの実施状況はどうか。
- （Mr. Abdul）コロナ前は 20 のトレーニングコースを実施した、ペトラでも 1 回、死海で 2 回実施実績がある。ただ、JHA は NPO であり、十分なトレーニングを提供する資金がないのが問題。
- （トム）貴協会が提供しているトレーニングと、プロジェクトで実施予定のトレーニングで類似しているものについて協力をお願いすることは可能か？
- （Mr. Abdul）可能だ。
- （トム）会員ホテルのマネージャーにペトラに来てもらう、もしくはペトラからアンマンに移動してトレーニングの実施や意見交換をすることは可能か。また、トレーニングコースの詳細をいただくことは可能か。

- （Mr. Abdul）可能だ。トレーニングに関しては、ソフトスキルは 1 日当たり JOD100 の講師費用+交通費・宿泊費等実費が必要である。また資料等の準備費用も協力いただきたい。
  どの部分の支援でも歓迎する。まずはコミッティが対象地域を訪問、地域の強みと弱点を把握する。トレーニング内容は地域の課題（弱点）をベースにカスタマイズしている。
- また KSA から観光人材育成講師の招聘依頼がヨルダン国内の報酬の 3～6 倍でも引き合いもあり、観光人材流出の懸念も高まっている。

  ※JOD100 が受講者一人当たりの費用か講師一人当たりの費用か再度確認が必要
- （熊田）JRA との連携はあるか。
- （Mr. Abdul）ある。JRA はレストランのみだが、JHA はホテル、レストランなど関連施設すべてを含む。両協会は同じラインで協力をしている。
- （熊田）次回オンラインミーティング等で引き続き協議したい。
- （トム）次回のミーティング設定を含めて、SH 担当の碓氷がコンタクトの窓口となる。彼女から今後の打合せ等については連絡をする。またトレーニングプランのプロポーザルを共有いただきたい。
- （熊田）こちらから女性雇用創出（DM）、ペトラ地域の産品の販売（DM）、チェックイン時に新商品（PD と SP）や PAP 訪問者に対するガイドラインの提供（DM）などいくつか M/P を進めていく上で協力をお願いしたいことがあるので、メールで問い合わせをさせていただく。
- （Mr. Abdul）承知した。トレーニング提供に関するコストについてはぜひご協力をいただきたい。

以上

提出・受領資料
なし

34 JICA ヨルダン事務所との帰国前報告会（7/5）

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 7 月 5 日（火）15:00-16:00	
場所： JICA ヨルダン事務所会議室	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
・涌井様: Chief Representative ・川谷様: Senior Representative ・山中嶋様: Project Formulation Advisor ・宮本様: 経済基盤開発・環境課	熊田、齋藤、大原、大澤（記録）

議事

本ミッションにおける成果の報告及び決定事項の共有を目的とし、JICA ヨルダン事務所にて帰国前報告会を実施した。説明及び議論の内容は以下のとおりである。

帰国報告書に基づき、熊田より以下のとおり説明を行った。

1. 本ミッションの目的・位置づけ

- 9 月末（フェーズ 1 終了時）までにマスタープラン第 1 稿を作成し、フェーズ 2 において Pilot Project を実施するため、ワーキンググループ内で議論を実施した
- Pilot Project に関する具体的な検討を行った
- 6,000 万円という予算の中でどのような活動を行うかに関する議論を行い、長官である Dr. Suleiman をはじめ、PDTRA 側と確認済みである
- 現状 Pilot Project は 7 種類用意しており、最終的な選定及びブラッシュアップについては 7～9 月のうちに行う予定である

（「1. 背景」及び「2. 本プロジェクトの目的」に関する説明は、時間の都合上割愛した。）

2. 第 7 次現地作業の結果

(1) Strategic Programs と Action Plans に関する作業

- マスタープランを最終化する 2025 年時点では、Pilot Project を通して内容が修正される、または一部のプロジェクトが既に終了している可能性がある
- 本プロジェクト全体を通し、PDTRA のスキルの体得を重要視している

(2) Pilot Project に関する作業

- 6,000 万円の予算の中で 7 件の Pilot Project を実施することに関し、PDTRA より合意を得ている
- 7/7(木)に実施される「世界の七不思議」への選出を記念したイベントにおいて、PAP のメインルートからバックゲート及びその先の交通機関の整備が試行される予定である
- 実施件数について特記仕様書の内容と差異があるところ、実施可能性について JICA 本部との確認が必要である

(3) 第 2 回 JCC 会議実施準備

- PDTRA 側の意見を反映し、開催日程を 9/8(木)から 9/11(日)に変更した

(7) 日本への招聘と研修

- 大臣も候補に入れたハイクラスな招聘を予定している

3. コミュニティ開発について

（山中嶋様）コミュニティの巻き込み方について、どのような課題が発見されたか

→コミュニティ開発担当（大澤）より、以下のとおり回答した。

- Service & Hospitality の第 2 回ワーキンググループ会議をはじめ、会議へのコミュニティ代表者の参加が見られた
- 今後、フェーズ 2 において PDTRA が主体となって Pilot Project 実施に向けた具体的な議論が行われる中で、6 つのコミュニティ全ての代表者の参加が重要である

（詳細は帰国報告書「4. 各専門家の作業結果」を参照）

合意を得た Pilot Project について、冊子を基に大原より以下のとおり説明を行った。

4. Pilot Project の内容説明

(1) Destination Management

- GSTC 認証に基づいたトレーニングを提供し、可能であれば認証取得を目指す
- 防災の 4R と環境管理の 3R を柱とし、持続可能な観光地に向けた取組みを行う
- Weekly Market はなるべく早い段階で実施し、目に見える成果を出したいと考えている

(2) Research & Development

- ペトラ博物館の機能及び活動の強化に重点を置く
- GIS データベースの整備や AR/VR のデジタルコンテンツを活用した展示、歴史的テーマを持ったプログラムの開発を検討している

(3) Product Design

- PAP のメイントレイルを持続可能なものとする
- 特別なニーズを持つ方々もアクセス可能なトレイルとして整備する
- Pilot Project においてトライアルとして PAP 内を散策してもらい、課題を抽出する
- 文化・歴史的遺産を中心とした観光商品を開発していく上で、コミュニティ開発担当者が地域住民をどのように巻き込み、調整していくかが重要な課題となる

  →ペトラのアイデンティティを再度深掘りし、有形・無形共に文化的価値に注目する
- Pilot Project を経て、Petra by Night に続く観光の目玉商品の開発を目指す
- コアとなる観光商品に加え、コミュニティ毎、季節毎に特徴を持った商品を開発することにより、観光客数を平準化する狙いがある

  →こちらについても、コミュニティ開発担当者による横断的なサポートが重要であると認識している

(4) Sales & Promotion

- プロモーションコンテンツの作成に向けた技術トレーニングを中心とした内容である
- FAM トリップや国際展示会を通したフィードバックを基に改善を重ねる

(5) Service & Hospitality

- スターの付与は施設のキャパシティに基づいて行われ、実際のサービス品質は反映されていないのが現状である

  →高級ホテルという理解で宿泊した場合でも、提供されるサービスの品質が低い可能性は十分にある

- トレーニングの提供により、観光地としてのサービス品質の底上げを狙う

(6) 今後の予定

- フェーズ 2 開始後の最初の 3 ヶ月（2022 年 10～12 月）程は、Pilot Project の内容の精査に充てる
- 入札を経て Pilot Project が完全に開始できるのは 2023 年 4 月頃と見ている
- Weekly Market における機材供与等の諸準備については、フェーズ 2 における議論にて決定する
- デジタルコンテンツの作成にあたっては、随意契約という形は採らず、ヨルダン企業からの入札により決定する

  →（山中嶋様）フェーズ 2 のスケジュール感について承知した

以上の説明を踏まえた JICA 側からの発言及び議論の内容は以下のとおりである。

5. 質疑応答

(1) Pilot Project 終了後の自立性について

- （川谷様）Service & Hospitality の観光サービス品質向上プロジェクトにおいて、PDTRA を中心に民間セクターを巻き込む形で Pilot Project を実施した後、活動を継続していくためにどのようなことを検討しているか
- →①インストラクションビデオを作成することにより、Pilot Project 終了後も全てのステークホルダーが自習を続けることのできる環境を作る

  ②GSTC を含め、教育開発により一過性でなく継続的な学習の場を提供する

  ③Wild Jordan による子ども向け環境教育教材の開発や、PNT による文化遺産保全テキストによる啓発活動を参考に、教材制作を検討する

  →PNT との面談にて、教育制作に係る連携について議論した

- （涌井様）サステナビリティの担い手をどのように育成するのかが非常に重要であると考える
- （涌井様）Pilot Project を基に観光商品が継続的に提供される場合、場所の提供等の基本的な整備の先にある構造を如何に持続的なものにするかという点を、本プロジェクトの中で議論し、コミュニティの育成という観点も踏まえてアクションプランにて記載すると良い
- （涌井様）上記に必要となる資金をどのように確保するかについても、Pilot Project の中で仕組みを提示すると良い

(2) Pilot Project の実施件数について

- （川谷様）件数については JICA 本部による判断が必要であるが、契約金額に変更がなければ 7 件の実施は可能であると考えられる

(3) 観光人材の流出について（熊田）

- 近年、ヨルダンの観光人材がサウジアラビアに多く流出する傾向が見られる。サウジアラビアにもナバテアの自然文化遺産があり、ハイエンドを対象としたエコロッジの開発に注力しているため、ユニークネスの観点からペトラの競争力に課題が生じている
- （川谷様）観光業において、他国へと渡ったのちにヨルダンに戻ってくる人はいるのか

  →いるとは考えられる
- （山中嶋様）ペトラの観光業は、エジプトやレバノンをはじめとする外国人労働者に支えられている印象である

  →ヨルダン人は、インターナショナルチェーン等で経験を積んだ後、マネージャークラスを目指して欧米諸国へ流れ出る例が少なくない

  →ホテルマンやレストランの優秀な人材が国外に流出する
- トレーナーとして国外に流れ出る傾向について、サウジアラビア等との「連携」には注意が必要であると認識している
- ヨルダン人自身がペトラ観光業の主な裨益者でないことが根本的な問題である
- 女性の社会進出も一つのキーであり、観光業を通してコミュニティから徐々に社会に進出していく構造を作ることが望ましいと考えている
- 観光業で働くこと自体への羞恥心の問題を解消するため、自分を表に出すことに関するメンタル面でのトレーニングも必要となってくる

  →観光を切り口に解決できるのではと考えている

(4) KPI について

- （涌井様）提示されている 5 つの KPI は、7 件の Pilot Project においてカバーされているとの認識で正しいか

  →（大原）PDTRA 向けのパブリックなトレーニングと民間セクター向けのトレーニングの両方を提供することで、上流から下流までをカバーした Pilot Project となることを意識している

(5) 3R の担い手について

- （涌井様）3R は誰が主な担い手となって進めるのか

  →（大原）廃棄物管理の向上に関しては、PAP 内のみならずペトラ地域全体からのごみの排出に意識を向け、根本的な仕組みの構築が必要になるが、啓発活動自体は PAP 周辺から開始できるのではないかと考えている
- （熊田）地域住民の意識変革に加え、観光客がごみの排出に対してどのような行動をとるかという点において、消費者行動の変容についても議論の必要がある
- （齋藤）JITOA によるクリーンアップ・キャンペーンの事例を参考に、本プロジェクトにも同様のキャンペーンを取り入れられないかと検討している

(6) ペトラ地域における観光従事者の統計ついて

- （涌井様）現在ペトラ地域で観光業に従事している人は何人程度いるのか、また、その数値をどの程度引き上げることを本プロジェクトの目標とするのかを、現時点での数値と 2033 年時点での目標数値の提示により明確化できると良い

  →（山中嶋様）うち、ヨルダン人及び他国からの出稼ぎ労働者のそれぞれの割合に関するデータがあれば、ヨルダン人雇用増加を測る際の基準となるのではないか
- （涌井様）観光によってどの程度収入を得ているかについても興味深いが、観光への関与が直接的であるか間接的であるかという定義が必要となる

(7) JTB の支店展開について

- JTB が 1 ヶ月後を目処にペトラ（PDTRA 内）に支店を構えることとなっている

  →協力隊員の高池様に、ペトラのプロモーションにおいて JTB との連携を図る可能性についてインプットしてみてはどうか

以上

提出資料
1. Pilot Project 冊子 2. 帰国報告書 3. ワーキンググループリスト

ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第１期）
第８次現地調査

議事録目次

1　JICA ヨルダン事務所とのキックオフミーティング.....1
2　Research and Development WG 会議.....2
3　SH Working Group (PDTRA Only) Meeting.....3
4　ヨルダン博物館との面談.....4
5　JICA ヨルダン事務所との現地作業後報告会.....5
6　在ヨルダン日本国大使館　表敬・報告ミーティング.....7

1　JICA ヨルダン事務所とのキックオフミーティング

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 9 月 4 日（日）16:00-17:00	
場所： JICA ヨルダン事務所オフィス	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
涌井所長、後藤次長、川原次長、鈴木担当、山中嶋担当	大原、齋藤、大山、小出、熊田（記録）

議事

「第 8 次現地作業対処方針（案）」の内容に沿っての以下の通り概要・目的について説明を行った。

(1) 第 2 回 JCC 実施

（2022 年 9 月 11 日、10:30-13:15 Hotel Fairmont Amman で開催予定）

a. プロジェクトの概要・進捗・M/P 骨子の説明

b. WG メンバーによる、パイロット・プロジェクトを中心としたプレゼン実施

c. JCC メンバーに対する Vision、Guiding Principles、Strategic Program、Pilot Program、KPI 等 M/P に関する説明と計画への意見の反映

d. 第 2 回 JCC の Minutes の作成及び署名

(2) Visitor Survey の検収

a. 最終レポートの成果品の検収

(3) 第 2 期の推進スケジュールに関する協議

a. スケジュール案を説明し、第 2 期のスケジュール作成に反映する

b. PDTRA の観光開発計画や地域開発計画について把握し、第 2 期の活動計画で必要な専門家活動に反映する。

(4) 日本への招聘と研修

a. 2023 年 3 月の招聘研修のプログラム案を提示する

b. 招聘されるメンバーを把握し、JICA ヨルダン事務所と合意を取る

c. 2 回の研修プログラムのスケジュールについて PDTRA と合意する。

以上

提出資料

1. 第 8 次渡航対処方針会議資料
2. M/P のアクションプラン資料
3. 第 8 次渡航アポイントメントリスト
4. 第 8 次現地スケジュール

アクション

2 Research and Development WG 会議

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 9 月 7 日（水）9 時 00 分～10 時 30 分	
場所：PAP 事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Nahar Rawadieh、Dr.Bilal Khrisat、 Ms.Sameyah Falahat	大山、熊田、小出（記録）

議事

1. Strategic Plan の内容および JCC における発表に関して

   - JCC でのプレゼンテーションは Ms. Sameyah が行う。翌日 8 日までに大山さんが発表原稿を準備し、指導を行う。JCC 当日 9 時から現地でリハーサルを行う。
   - GIS データベースは各機関が分担し、各自担当分野のものをフリーGIS ソフトウェアもしくはエクセルを用いて作成する。それぞれのデータベースは Research center で統合し、PDTRA の GIS セクションの管理下に置かれる。
   - VR はガイドがソフトウェアを管理し、客に見せることを想定している。Bluetooth などで客のタブレットやスマホに表示させることもできそう。
   - 学校の生徒がクラス単位で博物館見学に来て Hands-on 体験をする場合、そのための場所の確保が問題となる。教育活動や保存修復を行うための部屋を増築し、有効活用できないか？（Dr. Bilal）
   - ミュージアムショップで売る土産物の開発については、現在まだ土産物に反映されていないテトラ博物館で紹介しているナバテアのデザインなどを反映した土産をサンプル的に作ることを考えている

2. パイロットプロジェクトのコスト見積もりについて

   - Direct cost に示された項目の見積もりが必要となる。金額によって現在パイロット活動で行う予定となっている項目の削除や修正を行うかもしれない。

以上

提出・受領資料

提出：説明用資料

3 SH Working Group (PDTRA Only) Meeting

概要	
Project： Petra Tourism Master Plan Development Project (Phase 1)	
Date / Time：Sep 7, 11:00-12:30	
Venue： online	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
Mr.Ahmed Helalat Ms.Etedal Mousa Al Hussain Mr.Feras Ahmed Salaun	Mr. Jack Kumada (Team Leader) Mr. Akira Ohara (Destination Management) Ms. Marie Saito (Deputy Team Leader) Mr. Takahiro Koide (GIS) Dr. Tom Assefa (Marketing & Promotion)

議事

The summary of the SH Working Group meeting is as follows:

- Details of the strategic program, timeline, and pilot projects were presented by JICA teams.
- The target for "Tourism Training Course, KANKO JUKU" project need to be clearly specified. Mentioning the target beneficiaries as "All Stakeholders" could be a bit misleading (Feras)
- During the last mission we porposed to include Kids/school children. Why is it excluded now? (Feras)
- We excluded it because we were thinking to include Kids/school children under Mr. Oyama's program (Tom)
- We need to reconsider this because including it under Mr. Oyama's program may not sound correct because his program is mainly focusing on Musesum, conservation, history, etc. (Ohara).
- However, under the SH program, we need to target kids mainly for the program of tourism business awareness (Ohara)
- Yes, that would be a wonderful ideal. It is better to raise awareness of children regarding on how to conduct tourism businesses, and this will help them for their future career in case they will engage in tourism industry (Feras)
- If necessary, we can collaborate with schools in Petra (Etedal).
- There are a total of 45 schools in Petra and we can reach most of them in order to facilitate this program (Etedal)
- This (KANKO JUKU) program will be nice if we can target business stakeholders as well as children in Petra (Feras).
- I think for business stakeholders we better even divide the training program for SMEs and highly professional experienced stakeholders (Ohara).
- Yes, I agree with that (Ahmed)
- We will inform Jasmine to consider the target beneficieries as "SMEs, experienced professionals, and Kids/School children for this (KANKO JUKU) specific program.
- Another important point is that we do not want to see this training (KANKO JUKUU) to end at employees level, we would rather want to see a continuation of it. For this purpose, I think we should consider Train the Trainer (TOT) program (Feras).
- This is a very good idea (Jack)
- Regarding the presentation at JCC, Sabri will make the presentation (Ahmed)
- Noted. Please discuss this internally and let us know (Tom)

提出・受領資料

Documents for JCC

4　ヨルダン博物館との面談

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 9 月 12 日（火）9:30 – 10:30	
場所：　ヨルダン博物館	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
Dr.Yosha al Amri (Director of Technical Affairs), Mr.Jehad Kfafi (Curator)	大山（記録）

議事

1. レプリカの制作について

   ヨルダン博物館ではレプリカの制作は可能であるが、3 d プリンターを利用したもので、30 cm 程度のサイズまでのやや小型の物のみ可能。大型は無理。またマテリアルもプラスチック的な素材に限り、例えば石を使うなどはできない

2. ヨルダン博物館で行っている保存処理について

   鉄製品などの金属製品について、ヨルダン博物館での保存処理が可能。ペトラ博物館資料で保存処理が必要な場合は、公式に PDTRA からヨルダン博物館への依頼が必要

   (日本では標準的に行われてるような)金属製品保存処理前の X 線写真撮影は、X 線機材がないため行われていない。また、金属の材質を分析するのに有効な蛍光 X 線分析装置は、資料からサンプルを取得して粉末状にして分析する形のものはあるが、非破壊で携行用タイプで分析できるものはない。X 線撮影装置や、携行タイプで非破壊の蛍光 X 線装置などが今後導入されるのが望ましい(JICA が支援してくれればヨルダンの文化財分野貢献が大きいと思われる)

3. 害虫対策

   害虫の調査処理などは外部委託で行っている

4. バリアフリー対策

   観光省とのプロジェクトで、視覚障害者用のブロックの設置、視覚障害者向けの触れる展示、などのバリアフリー対策を現在進めている。また現在 QR コードを用いた多言語システムの導入も観光省と進めている(QR コードの多言語システムは、2019 年に大山が karak でのプロジェクトで試験的に導入して、観光省に提案したもの)

5. 教育活動について

   教育スペースの Makani でハンズオンの様々な活動を行っている

   昨年の「国際博物館の日」の活動は同博物館で実施、本年は DOA の呼びかけで Lowest Point on the Earth Museum での活動に参加。

6. 展示解説書や展示解説のモバイルアプリについて

   現在まだ導入されていない。展示解説書を作りたいが、出版に見合うレベルの展示品の写真を撮れるカメラマンや、またカメラ機材が不足している(博物館が持っているデジタルカメラは既に古いものとなっている)

以上

提出・受領資料

特になし

5 JICA ヨルダン事務所との現地作業後報告会

概要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 9 月 12 日（月）14:30-15:40	
場所： JICA ヨルダン事務所	
出席者（相手方）	出席者（業務従事者）
＜JICA ヨルダン事務所＞ 涌井様、川谷様、鈴木様、山中嶋様	熊田、大原、大山、小出（記録）

議事

「ヨルダン観光 MP_第 8 次現地作業帰国報告書（案）」に基づき、報告会を行った。

※専門家の内、トムについては、ラムズグループ（アンマン）での面談に出席の為、欠席

主な協議の内容は、以下のとおり：

1. JCC 所感

（涌井様） －JCC での議論は大変興味深かった。スレイマン氏のように主体的にプロジェクトに関わろうとする人物はなかなかいない。

－投資の話が出たが、各機関や住民のモチベーションをどのように高めるのかが重要となる。また民間企業・ドナーなどにどのように参加してもらうのか？チャンスを示すのか？商品開発には種銭、生産・物流に乗せる仕組みが必要。

2. 本邦研修

（涌井様） －日本において地元の人が観光にどのように参加し、儲けているのか？行政はどのようにサポートしているのか等を知ってもらうチャンスとなる。

（大原） －今回の本邦招聘においてもそのような学びを得る機会を設ける予定である。

（鈴木様） －本邦招聘は学びの機会となるのかあるいはペトラの観光を売り込みに行くのか？招聘の場合、トレーニングよりも打合せや講演をメインにした方が良い。

（熊田） －まずは日本の事例を学んでもらおうと考えていたが、JATA との打ち合わせ等で意見交換などもできると良い。

（大原） －日本の旅行会社へむしろペトラ観光の売り込みを主軸に考えることも可能だろうか？

（鈴木様） －JATA 経由とするなど、声掛けに気を付ければ十分可能だと思う。大臣クラスが来るのであれば駐日ヨルダン大使に協力を仰ぐことも考えられる。

3. 次フェーズ

（大原） －マスタープラン作成後を見据えて次期フェーズの形成を視野に入れ始める時期となっている。

（涌井様） －せっかく本邦招聘に偉い人達が参加するので、本部の担当者等とワークショップを開き、次どうするかの話をすることもあり得る。

4. SNS を用いた PR について

（涌井様） －10 月下旬に日本大使館がプレスツアーを行う予定となっており、ペトラ地域にも訪問する可能性がある。ヨルダン人のブロガーも何人か同行すると聞いている。そのようなインフルエンサーが写真などを広めてくれると宣伝効果が高い。

（大原） －ペトラ周辺には観光資源はたくさんあるのだが、プログラムになっていない。知られていない映えスポットなどを紹介してくれると良いと思う。

5. 現地再委託について

（山中嶋様） －現時点で想定される、パイロット活動に伴う現地再委託業務は何か？

（大原） －DM で言えば、Heritage conservation training に実績のある PNT を考えている。PDTRA から将来にわたってパートナーとなりうる所と仕事をしたいというリクエストを受けており、ベストな選択となると思う。SP ではイベント会社かつ広告代理店であるラムズグループや、過去に PDTRA の Web site を作った Eco company への委託を考えている。SH ではサービスに関するトレーニングに実績のある Ammon College への委託を考えている。1 件当たり 1000 万円以下の契約となると想定されるので、いたずらに入札を行うよりは、随意契約でしっかりした実績のある所と仕事をしたい。

（大山） －RD については、モバイルアプリの作成は多くの企業が対応できると思うので、入札で選ぶことも可能だと考えている。一方 AR/VR はできる会社が限られる。また障碍者系の活動や商品開発ではローカル NGO を活用することを考えている。

6. JCC Minuites について

（山中嶋様） －12 日中に所長が目を通して署名する。13 日のどの時間帯にでもお渡しできるようにする。

以上

提出資料

1. ヨルダン観光 MP_第 8 次現地作業帰国報告書（案）

6　在ヨルダン日本国大使館　表敬・報告ミーティング

概　要	
業務名：ヨルダン国ペトラにおける観光開発マスタープラン策定プロジェクト（第 1 期）	
日時：2022 年 9 月 12 日（火）16:30 – 17:30	
場所：　在アンマン日本大使館	
出席者（相手方）	**出席者（業務従事者）**
嶋崎特命全権大使、菊池二等書記官、徳尾二等書記官、川谷 JICA ヨルダン事務所次長、山中嶋 JICA ヨルダン事務所企画調査員	熊田、トム、大山（記録）

議事

熊田専門家より、今回のミッションの概要や結果、JCC の内容等について説明。それに対しての嶋崎大使からのコメント、質問は以下。

7. 先日ペトラ内で部族による騒擾が発生したと聞いているが、活動への影響はじめ現在の状況はどのようであったか

→（熊田、大山）電動カートの導入によるものであるが、活動への影響など、特に大きな影響は出ていない旨を説明

8. 様々なドナーが参加しているが、世銀の関わりはどうか

→（熊田）JCC メンバーではあるが参加は今回なかった。EBI や EBRD 等は気候変動課題に関心が高い。

9. ペトラ遺跡公園は自分も行ったが、訪問前に予想されていたほどハードなコースではないかと思われる(シニア層にも)。一方で wadi rum はハードなところが多いと思われる。

10. ペトラ遺跡内にラクダやロバなどがあるが、全てライセンスを取得して営業しているのだろうか?

→（大山）ロバに関してはライセンスを取得していない旨を説明

→（大使）ロバについては違法ということになるが、だからといって地元の住民が長年やってきたビジネスをすぐに排除できるような形にすべきではないと思われる。

→（熊田）Ed-Deir までの道についてはロバ利用が引き続き継続される形を PDTRA で考えている

・（熊田）ペトラで最近進んでいる Al ula との関係について説明　ペトラのナバテアのブランドを Al-Ula が利用したいと考えている旨など

（大山）Al-Ula の Madain Saleh 遺跡について説明

・（熊田、トム）Visitor Survey の結果について説明

11. （大使）航空機でヨルダン入りする観光客が大半とのことだが、これは Amman の空港であるのかもしくは Aqaba か(大使は Aqaba からペトラに入る観光客が多いという印象をお持ちである)

→（トム、大山）ヨルダンのどのポイントから入るかはサーベイでは明らかではないが、アンマンのクイーンアリア空港から入る観光客が大半と思われる旨を説明

12. 研修で含まれている京都府美山町はどのような場所であるのか

（熊田、大山）白川郷のような茅葺伝統建築が残る場所である旨を回答

・また大使から、以下の旨のご発言があった。

2024 年は、ヨルダン日本の両国が大使館を開設して 50 周年という記念すべき年になるので、VIP のヨルダン訪問などのイベントも想定される。その際はペトラ訪問なども考えられるので、ペトラのプロジェクトでも念頭においていただきたい

・加えて、同席した書記官から以下のコメントが出た。

・徳尾二等書記官より

ペトラ博物館とペトラ遺跡を訪れた。ペトラ博物館ではペトラについてよくわかったが、遺跡内ではどこに何があるのか、分かりにくい。ガイドをつければ分かるものであろうか。

→（大山）博物館の内容をペトラ遺跡と結ぶトレイルを計画しており、そのトレイルをガイドツアーで歩くことでより内容がわかるようになる旨を説明。

・菊池一等書記官より

MICE に関するコメントが JCC で出ていたが、その今後の見通しについて

→（熊田）夏の閑散期対策として検討している。またアンマンとセットでの MICE 需要も一定程度あると見込んでいる。

以上

提出・受領資料
プロジェクト説明資料一式

MINUTES OF MEETING

ON

THE FIRST
JOINT COORDINATION COMMITTEE

FOR

THE PROJECT FOR
FORMULATING TOURISM DEVELOPMENT MASTER PLAN
IN PETRA REGION

Amman, the Hashemite Kingdom of Jordan
18th November 2021

The parties acknowledge and agree that this Minutes of Meetings may be executed by electronic signature, which is considered as an original signature for all purposes and has the same force and effect as an original signature. "Electronic signature" includes faxed versions of an original signature or electronically scanned and transmitted versions (e.g., via pdf) of an original signature.

H.E. Dr. Suleiman FARAJAT
Chief Commissioner,
Petra Development and Tourism Region
Authority (PDTRA),
Hashemite Kingdom of Jordan

Ms. MIYAHARA Chie
Chief Representative,
JICA Jordan Office

Dr. Ismaiel N. ABU AMOUD
Commissioner of Petra Archeological Park
& Tourism Affairs (PDTRA)

Mr. KUMADA Junichi
Team Leader
The Project for Formulating Tourism
Development Master Plan in Petra
Region

The first Joint Coordination Committee (hereinafter referred to as "JCC") meeting on the Project for Formulating a Tourism Development Master Plan in the Petra Region Jordan (hereinafter referred to as "the Project") was held in Amman on Thursday 18th November 2021 with the participation of the committee members listed in Annex.

The meeting was conducted according to the following agenda:

i) Opening remarks from Chief Commissioner of PDTRA
ii) Opening remarks from Chief Representative of JICA Jordan Office
iii) Presentation on the Project Framework by the Project Leader
iv) Open Discussion about the Project Framework
v) Presentation from JICA Mission Team regarding the overall findings from the Baseline Survey conducted from May to Oct 2021
vi) Open Discussion (Q&A) about the findings from the Baseline Survey
vii) Closing words from PDTRA Chief Commissioner

1. Project Framework

Following the opening remarks by Dr. Suleiman FARAJAT, Chief Commissioner of PDTRA and Ms. MIYAHARA Chie, Chief Representative of JICA Jordan Office, JICA Project Team explained the framework of the Project. The framework was confirmed by the JCC members as Annex 1 attached hereto.

2. Work Plan

The JICA Project Team officially submitted the Work Plan for the 1st phase of the Project (from March 2021 to September 2022) to PDTRA in April 2021 and presented it to the JCC members during the 1st JCC.

The JCC members confirmed the submitted work plan for the 1st phase as Annex 2 attached hereto.

3. Member of the JCC

The JCC members confirmed the structure of JCC to be as Annex 3 attached hereto.

4. Modification of the member of the JCC

The JCC members confirmed that whenever it became necessary or appropriate to add a member(s) to the JCC in relation to the composition of the WGs for the pilot projects, it shall be done after consultation with JCC.

5. Key Finding of the Baseline Survey and Steps Forward

The JICA Project Team shared the first results of the Baseline Survey to identify current issue on the tourism sector development in the Petra region during the second session of the 1st JCC according to the presentation as Annex 5 attached hereto.

The JICA Project Team also explained that draft master plan will be prepared after analyzing the results of the baseline survey and the Team will present the draft master plan to the JCC members in the 2nd JCC to be scheduled in September 2022.

6. Key Comments from JCC Members

(1) Based on the comments and clarifications from the JCC members, the JICA Project Team and PDTRA noted that the master plan will be prepared considering:

1) The importance of taking into account the expectations of the local community when developing the master plan was emphasized;
2) The informal business inside PAP has to be managed through the practical communication with 6 communities;
3) The shortage of overall hotel rooms in the region may be the key factor to increase the length of stay;
4) The crisis inside the PAP is not only the natural disasters but the daily troubles caused by the informal business and attitudes by certain local people with tourists
5) The need to change the mindset of local people that employment in the tourism sector has a low status in society.
6) The establishment of DMO in Petra may be considered under the Public Private Partnership;
7) The importance of open communication among the stakeholders;
8) The importance of continuity and cooperativeness of projects and avoiding duplication of projects done by different donors;
9) The effectiveness of International Sustainable Tourism Framework such as INSTO and GSTC, especially for realizing "sustainable tourism";
10) The importance of including the essence of 'accessible tourism' in the Petra region, such as improving facilities and sites, and communicating with travelers before and during their trip
11) The importance of the relationship between education and tourism, especially organizing of school field trips and outings to raise awareness about the importance of the tourism sector and the expansion of domestic tourism;
12) The importance of promoting and developing tourism for the off-peak season, for example through MICE business;

13) The importance of leveraging Petra's intangible heritage with story;
14) The benefits of PETRA tourism are spread to all 6 communities, with income and share disparities depending on the level of cooperation;
15) The stability of the Petra region through the creation of indirect tourism employment and the flow of people;
16) The importance of protecting the Petra archaeological site, listed as a UNESCO World Heritage site;
17) The Promotion of the Petra Museum as the core center for tourism in Petra;
18) Diversifying tourists' sightseeing routes so as to avoid congestion in the Siq as well as encouraging people to visit the sites outside PAP;
19) The importance of trying not to eliminate the problems in the region by force, but by holding continuous discussions and providing alternative solutions before making final decisions;
20) The Sustainability has to be prioritized, especially regarding child education and labor, animal welfare and climate change
21) The current status of visitors, among which 70% are over aged and 80% book their trip to Petra through travel agents and land operators;
22) The need of carefully designing a framework for offering local guides in Petra specialized in certain areas of interests while respecting the existing guide-licensing system, and
23) Developments of new facilities in the buffer zone (such as in Little Petra to expand tourism in Petra) must be done with care of the surrounding environment.

(2) PDTRA may distribute information and data collected during the project to the JCC members through communication channels such as email and SNS in accordance with their requests.

Finally, Dr. Suleiman FARAJAT officially closed the first JCC meeting and declared that the JCC members would meet again in the 2nd JCC to be scheduled in September 2022.

List of Annexes:
Annex 1 Project Framework
Annex 2 Work Plan
Annex 3 Permanent JCC Members
Annex 4 List of Attendees for the 1st JCC
Annex 5 the presentation documents JICA Project Team deliver at 1st JCC

Annex 1 Project Framework

The framework of the Project is as follows:

(1) Implementation Agency of the Project

Petra Development and Tourism Region Authority (PDTRA)

(2) Duration of Japanese Technical Cooperation Project

The duration of the Project is from March 2021 to February 2025.

(3) Target areas of the Project

6 existing communities and Petra Archeological Park (PAP) included in the PDTRA Jurisdiction as below:

-Wadi Musa
-Taybeh
-Um Sayhoun
-Al-Baidha
-Rajif
-Dlagha

(4) Expected Goals which will be attained after implementing the proposed plan

To contribute to the promotion of resilient and sustainable tourism development projects in the region.

(5) Outputs

1) The Tourism Development Master Plan in the Petra Region is drafted, and necessary institutional setting (i.e., working groups) is developed as a forum of relevant stakeholders.
2) Pilot projects (demonstration experiments) will be implemented based on the draft Master Plan set in Output 1.
3) The Tourism Development Master Plan in the Petra Region is finalized while reflecting the results of Output 2, and the Master Plan is presented to other regions in Jordan and neighboring countries as a role model for sustainable and resilient tourism development in the region.

(6) Activities

[For Output 1]

1-1) Review existing plans and policies in tourism sector in the Petra region.

1-2) Survey and analyze current situation and challenges for the key stakeholders in the sector (administrative authorities and associations, private firms, local communities, international aid agencies, etc.).

1-3) (Based on the existing survey report to be provided by PDTRA)
Conduct additional survey such as tourism related legislation (laws/regulations), statistics (including tourism expenditure and participation rate of local residents in tourism activities), database for tourism resources, current structure of tourism administration in the Petra region (including the management of tourism revenue and expenditure, investment management), and marketing promotion materials. In addition, analyze the impact of the pandemic on the tourism sector in Jordan, particularly in the Petra region. And develop an index inventory of the Petra region to clarify the insufficient elements as a tourism destination.

1-4) Establish Working Groups to promote information sharing and mutual cooperation among the related organizations.

1-5) Draft a Tourism Development Master Plan based on the results of the above activities.

[For Output 2]

2-1) Prioritize the key activities to be carried out as pilot projects based on the Tourism Development Master Plan (draft) and formulate the plans for each pilot projects.

2-2) Conduct and monitor the pilot projects based on the above drafted plans (approximately 4 to 5 pilot projects).

2-3) Verify the results of the pilot projects and consider improvement measures.

[For Output 3]

3-1) Evaluate and finalize the Master Plan while reflecting the results of the above-mentioned various pilot projects.

3-2) Promote the Master Plan among relevant stakeholders and local residents, by creating promotion materials (ex. Brochure) and conducting seminars.

3-3) Disseminate the Master Plan to other regions in Jordan and neighboring countries.

(7) Inputs

1) Input by JICA

a) JICA Project Team

-Tourism Development Planning / Team Leader

-Tourism Business Development / Sub Leader

-Destination Management / Gender Considerations

-Tourism Human Resource Development Strategy

-Tourism Product Development / Branding

-Tourism Marketing and Promotion

-Archeology and Museum Management

-Tourism Crisis Management / 4R System Development

-Tourism Crisis Management / Regional Resilience Improvement

-GIS / Hazard Maps

-Short-term experts associated with pilot projects

b) Counterpart training in Japan and/or third countries

c) Training/seminar expenses

Input other than indicated above will be determined through mutual consultations between JICA and PDTRA during the implementation of the Project, when necessary.

2) Input by PDTRA

PDTRA will take necessary measures to provide at its own expenses:

a) Assignment from PDTRA's counterpart personnel.

b) Suitable office space with necessary equipment.

c) Service utilities (electricity, water).

d) Communication fee (telephone).

e) Report of survey by PDTRA and other organizations

(8) Implementing Structure

1) Administration of the Project

a) Chief Commissioner of PDTRA will serve as the Project Director and bear overall responsibilities for the administration and implementation of the Project.

b) Commissioner of the Petra Archeological Park (PAP) and Tourism of PDTRA will serve as the Project Manager and will be responsible for managerial and technical matters of the Project.

c) Joint Coordination Committee (hereinafter referred to as "JCC") will be established to facilitate inter-organizational coordination, planning, implementation, and evaluation of the Project. JCC shall be created at the commencement of the Project. It will be held once or twice a year or whenever it is necessary. The main functions of the JCC are as follows:

i) to review the progress of the Project;

ii) to revise the overall plan when necessary;

iii) to approve an annual work plan;

iv) to conduct evaluation of the Project; and

v) to exchange opinions on major issues that arise during the implementation

of the Project

d) Composition of the JCC

The member of the JCC is detailed in Annex 2 attached hereto.

2) Working Groups

Working Groups (hereinafter referred to as "WGs") shall be formed to ensure the coordination among various actors and implementation of each pilot projects decided in the JCC. The number of WGs and its members shall be decided among PDTRA and partner organizations (including administrative authorities and associations, private firms, local communities, international aid agencies, etc.) at the JCC. The composition of each WGs depends on the content of each pilot projects. The chair of each WGs shall be nominated from PDTRA. The WGs meeting shall be held whenever it's necessary, and once every quarter for Joint-WG (All WGs gathering) meeting.

(9) Ex-post evaluation Indicators

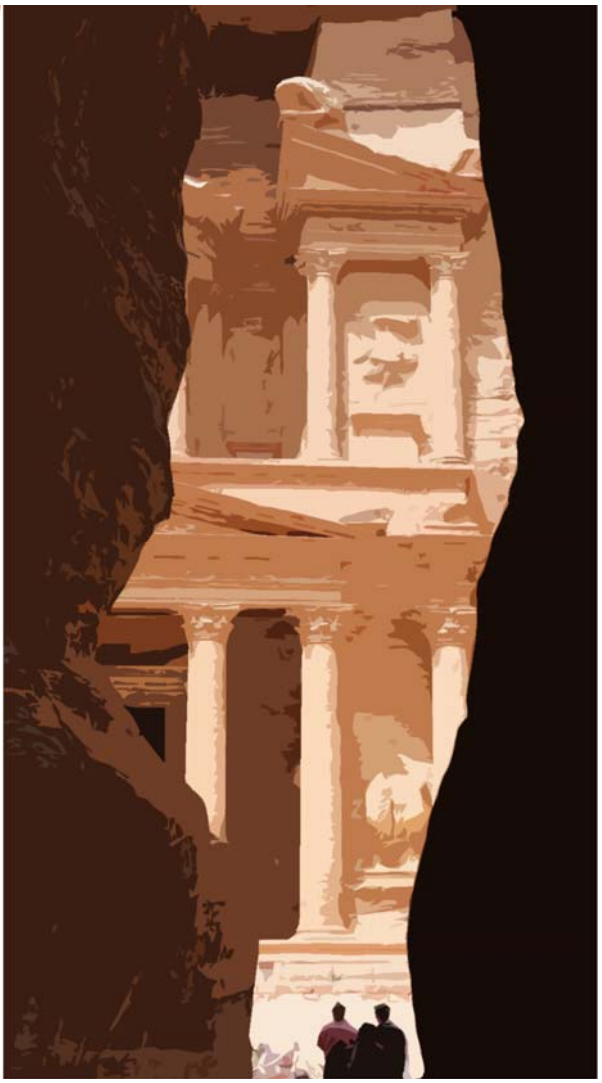
1) Indicator to be used to measure the impacts of the Project

Status of utilization of the Master Plan prepared by the project to implement tourism development policies and plans in Jordan.

2) Indicator to be used to measure the impacts after the implementation of the Master Plan

a) Expenditure per tourist visiting the Petra region

b) Increase in the number and income of local people engaged in the tourism sector through the activities newly developed and created after implementing the Master Plan.

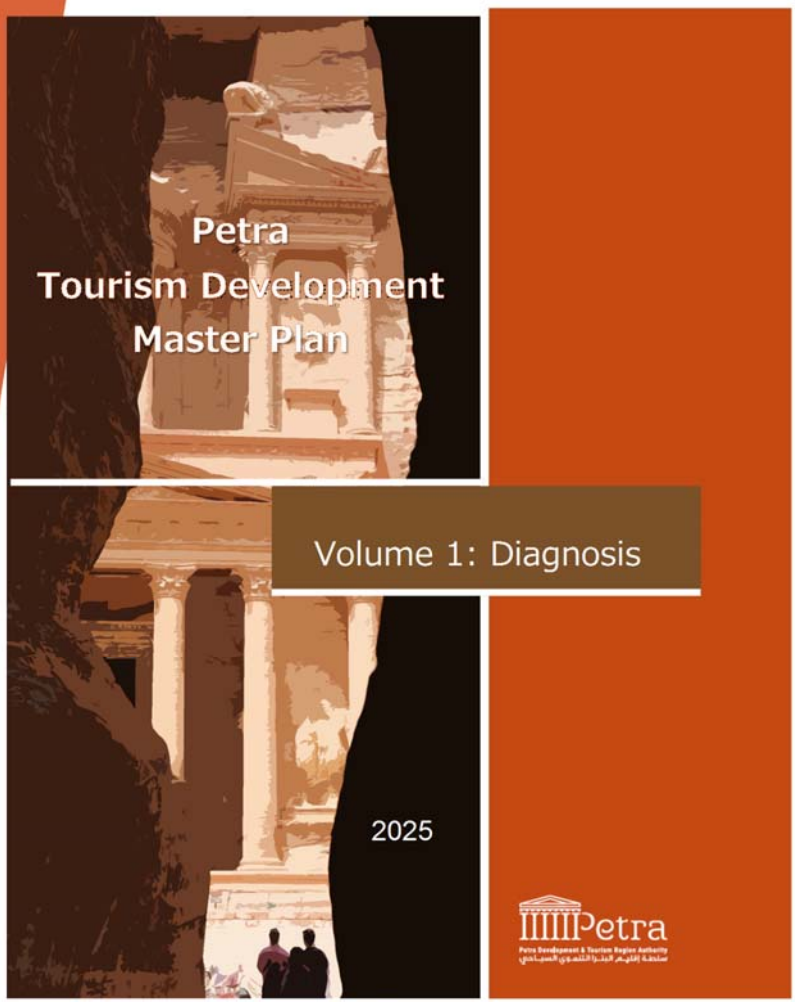


Japan International Cooperation Agency

Petra Tourism Development Master Plan

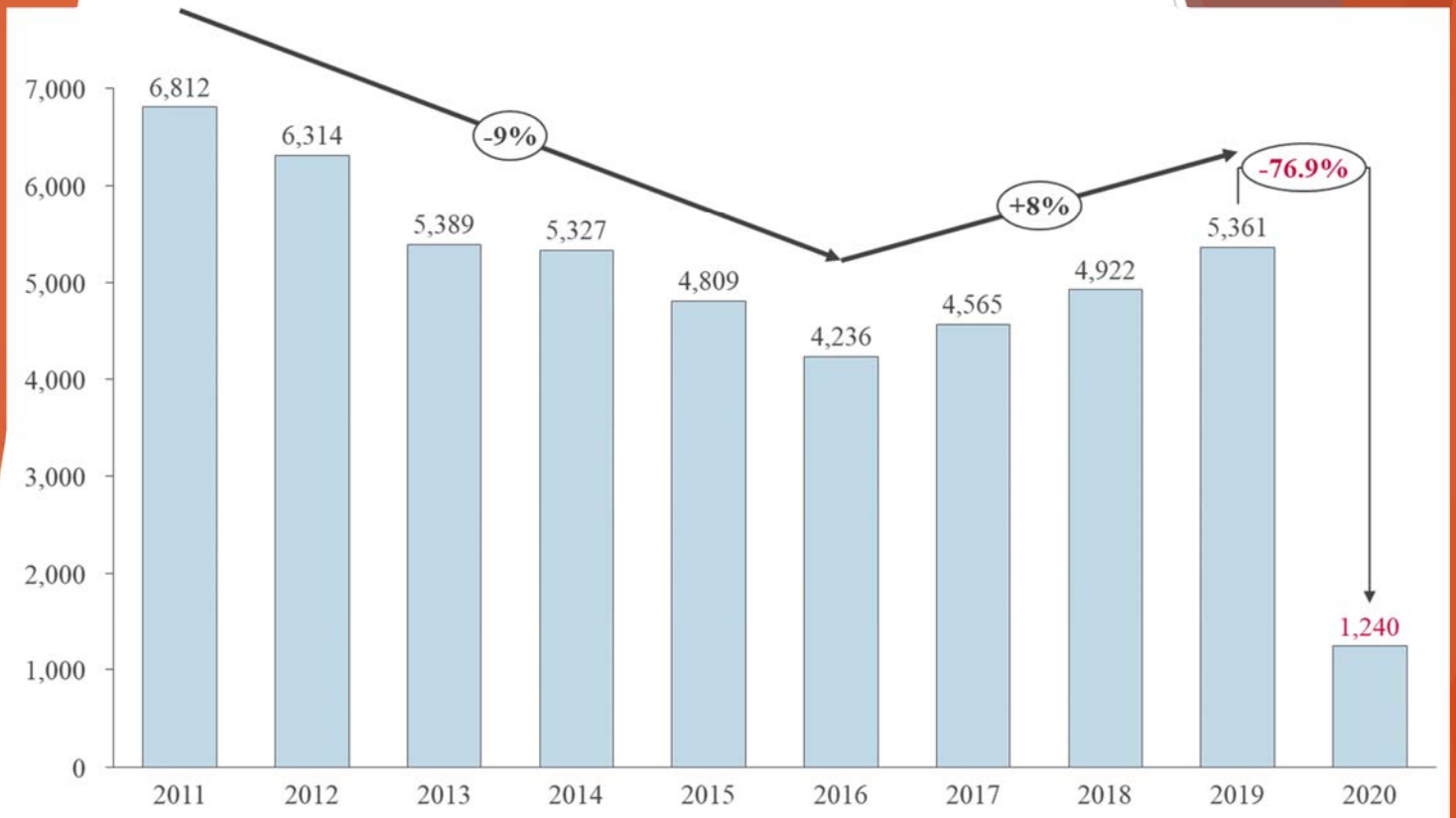
1st Draft Version

July 2022



Volume 1: Diagnosis

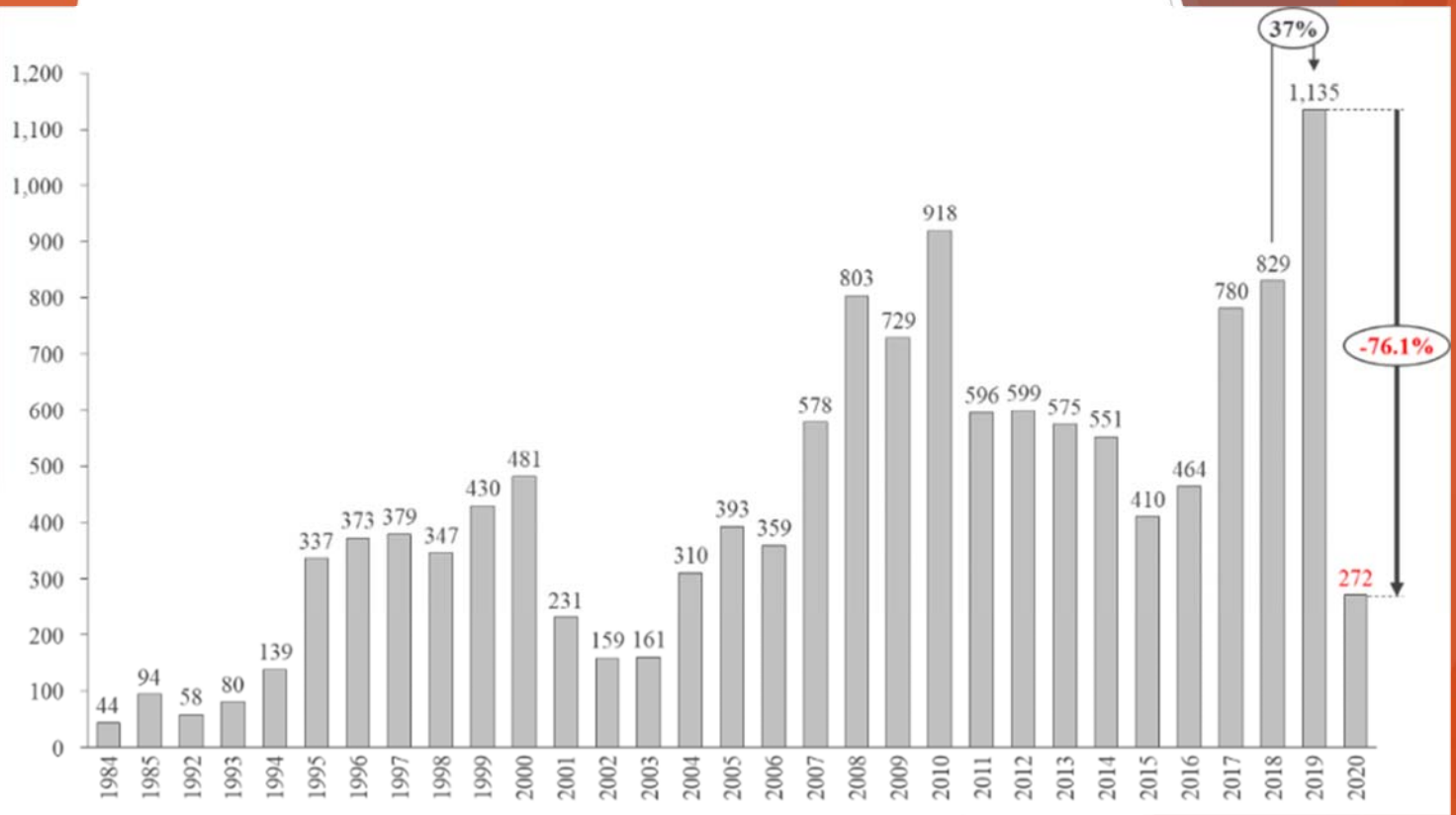
Assessment Results
Number of Visitors –Jordan-



Unit: Thousands; Source: PDTRA

Number of visitors to Jordan

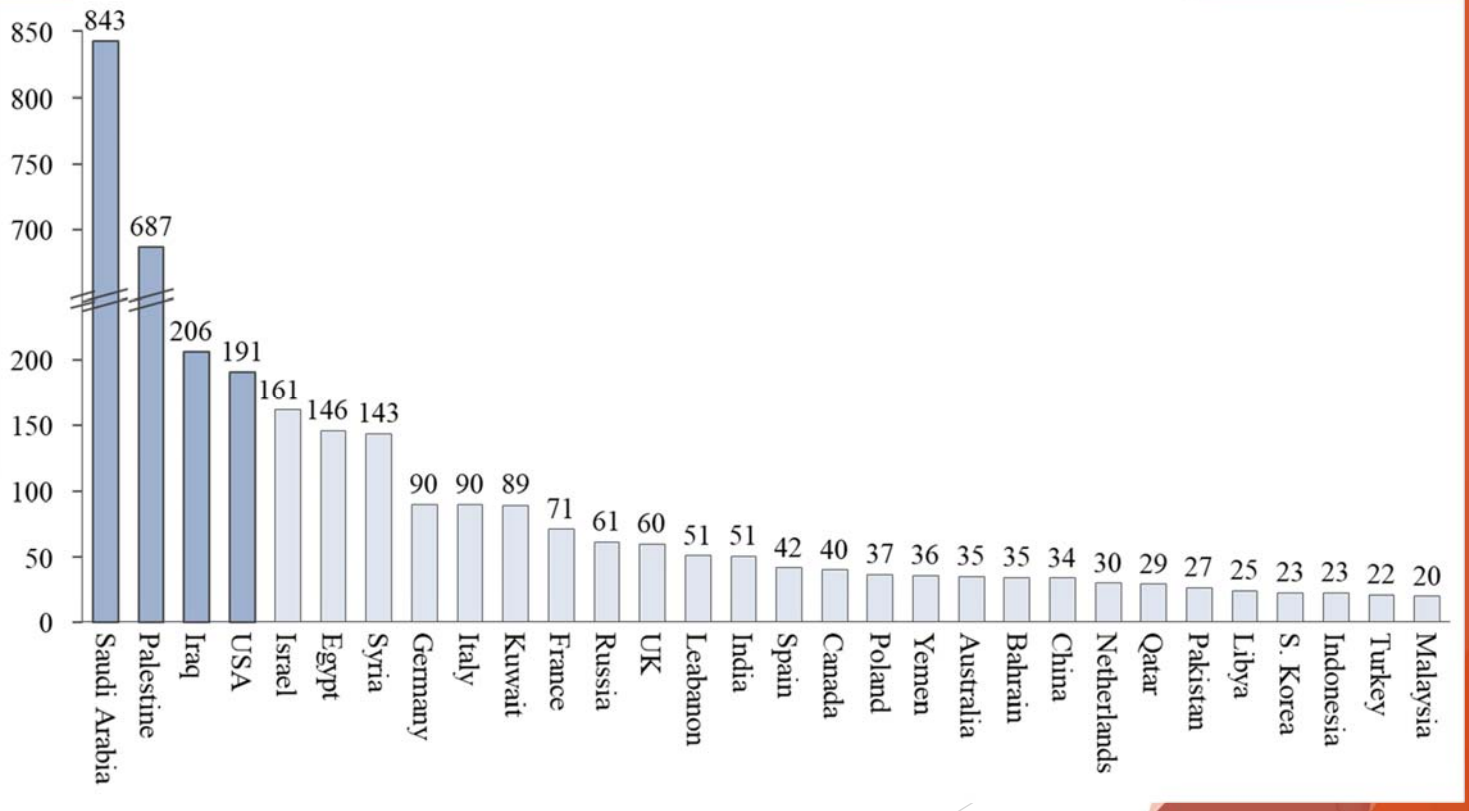
Assessment Results
Number of Visitors –Petra-



Unit: Thousands; Source: PDTRA

Number of visitors to Petra

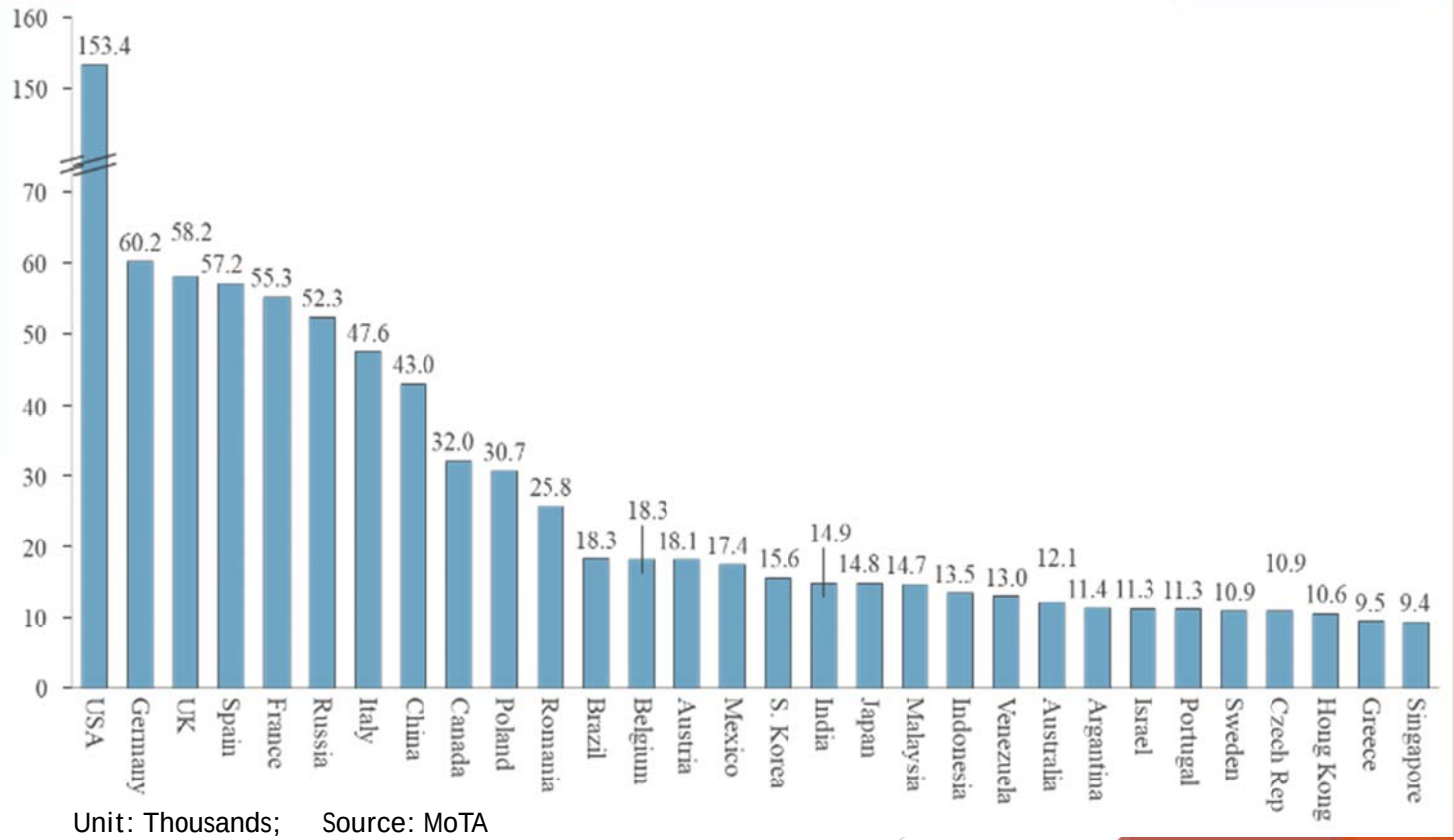
Assessment Results
Top 30 countries –Jordan-



Unit: Thousands; Source: MoTA

The top 30 countries visited Jordan in 2019

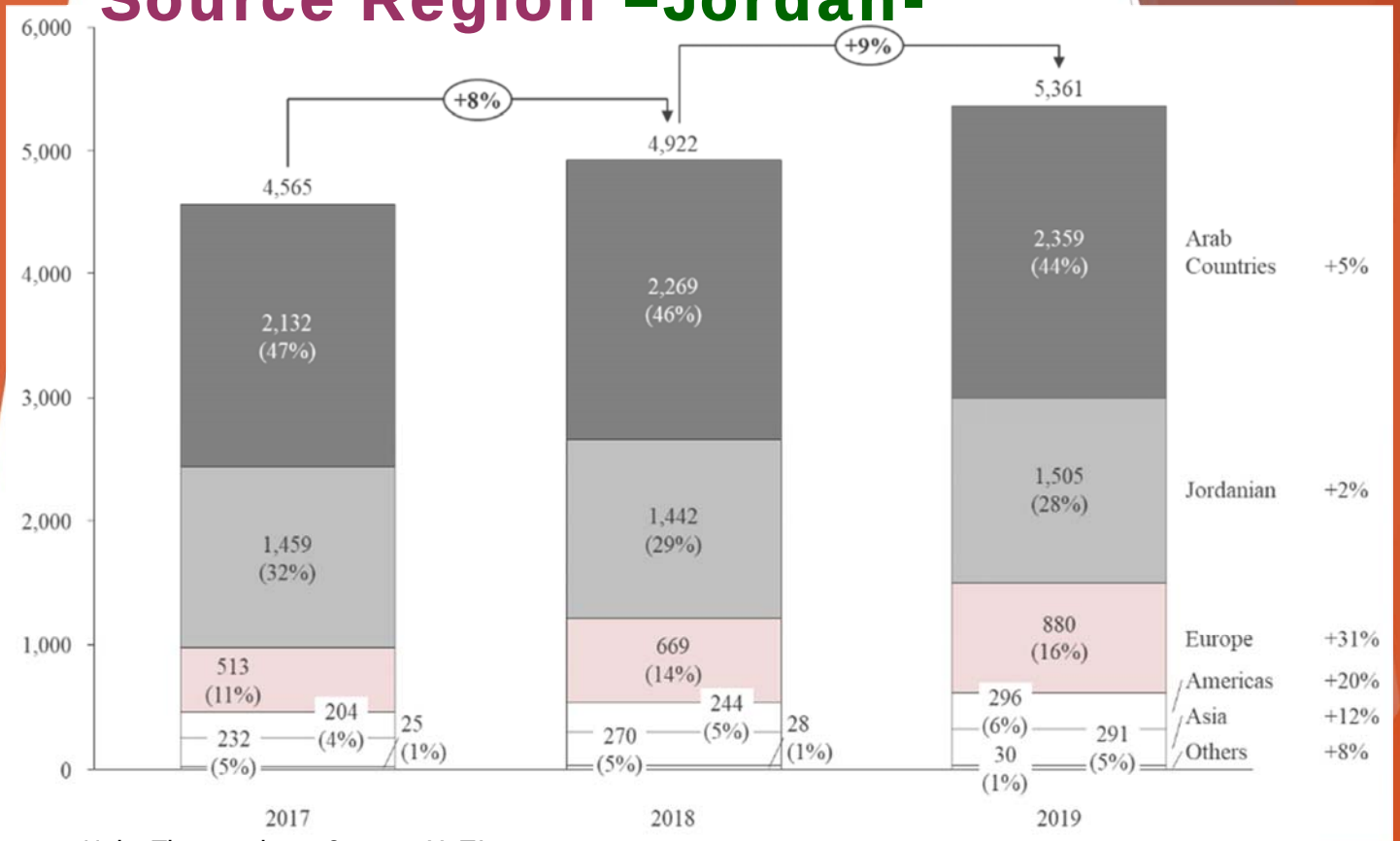
Assessment Results
Top 30 countries –Petra-



Unit: Thousands; Source: MoTA

The top 30 countries visited Petra in 2019

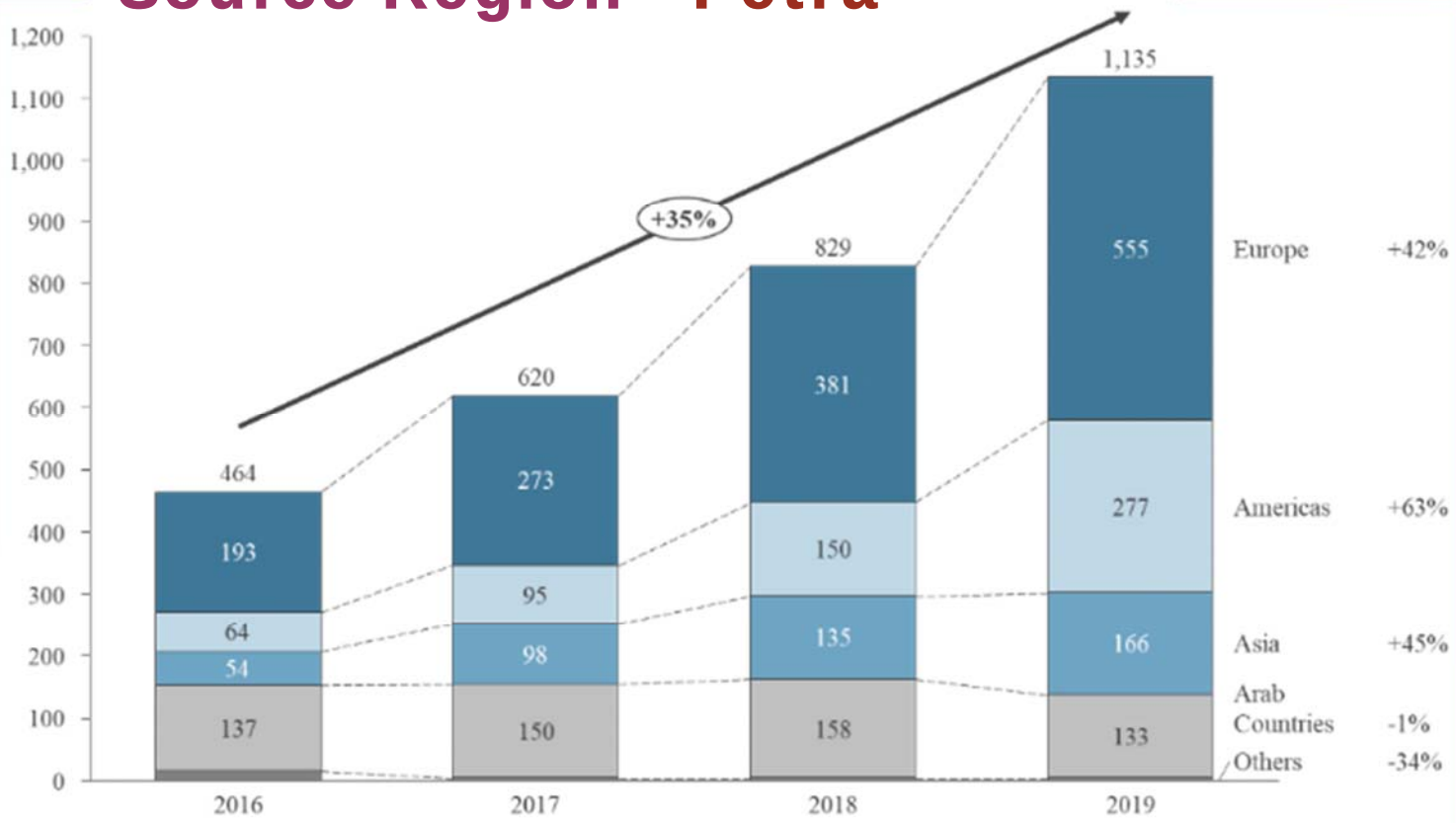
Assessment Results
Source Region –Jordan-



Unit: Thousands; Source: MoTA

Number of visitors to Jordan by source region

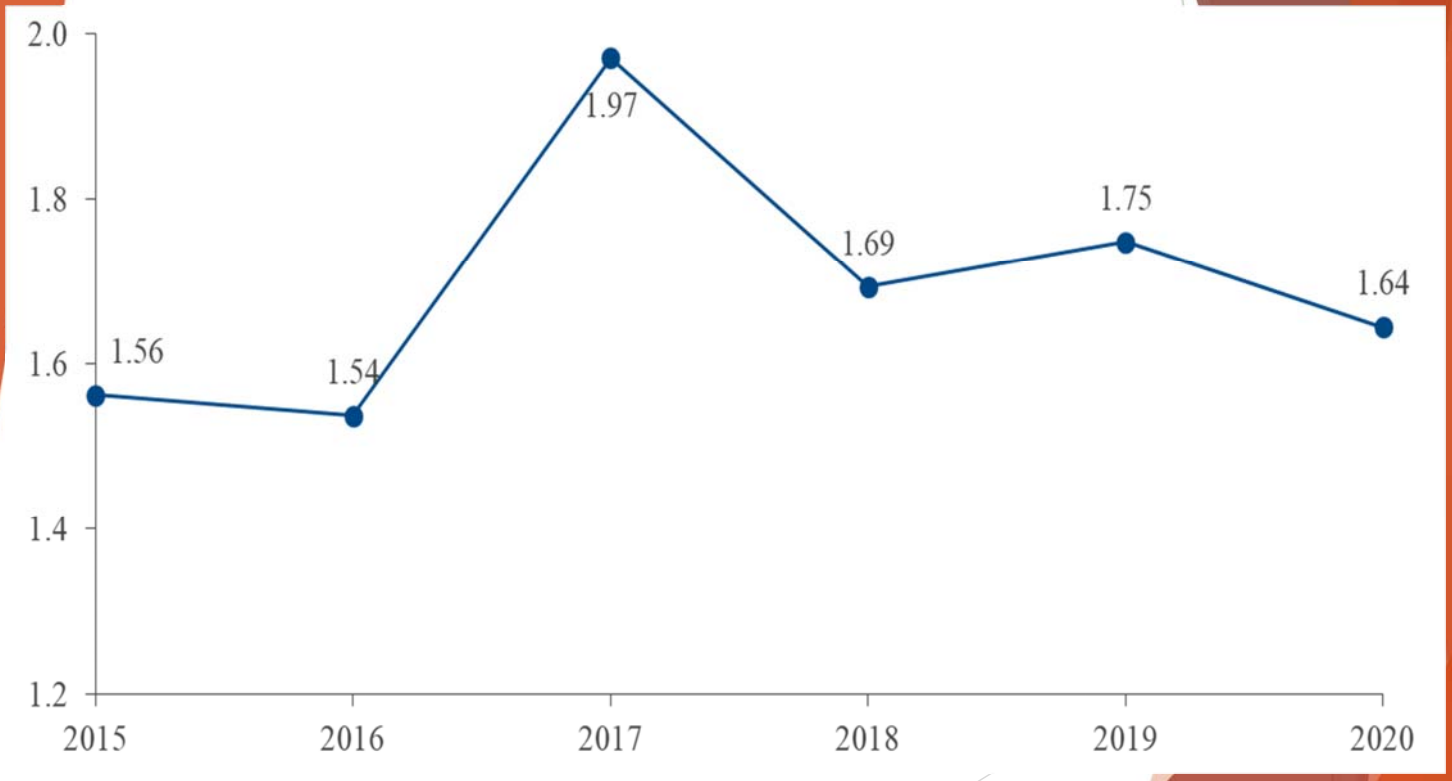
Assessment Results
Source Region –Petra-



Unit: Thousands; Source: PDTRA

Number of visitors to Petra by source region

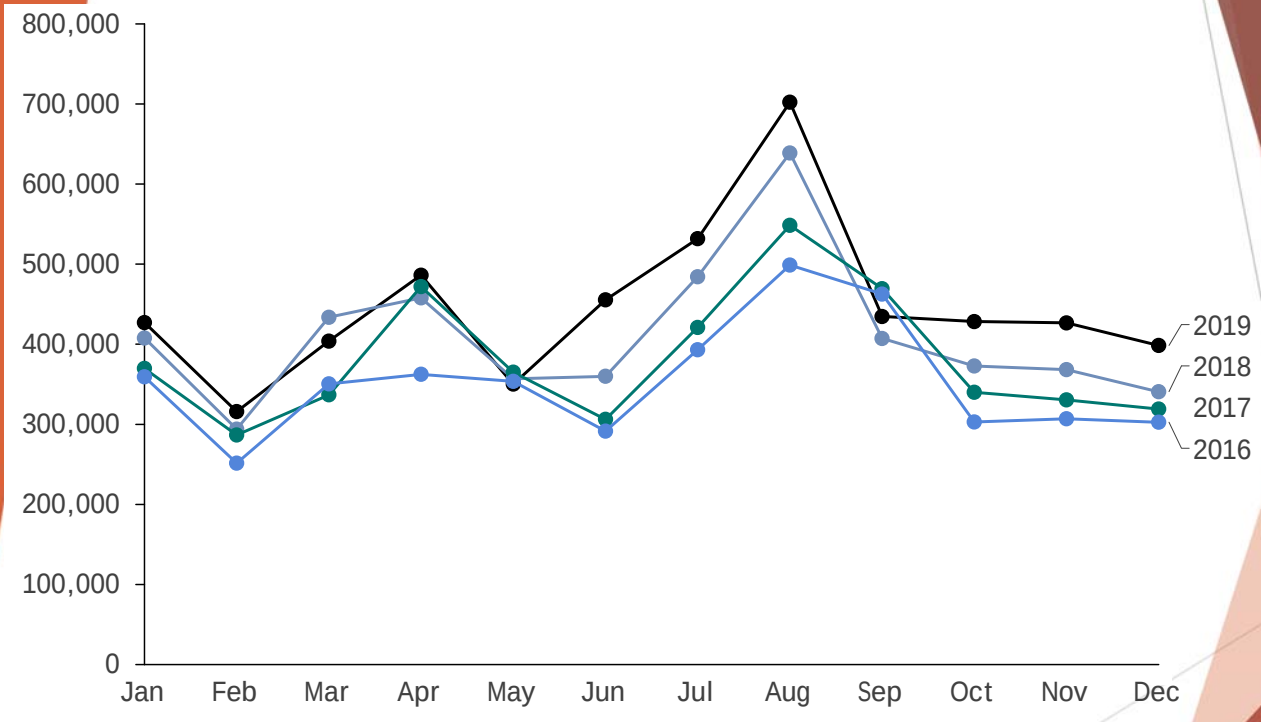
Assessment Results
Number of Nights spent –Petra-



Unit: Nights; Source: MoTA

Average Number of Nights spent in Petra

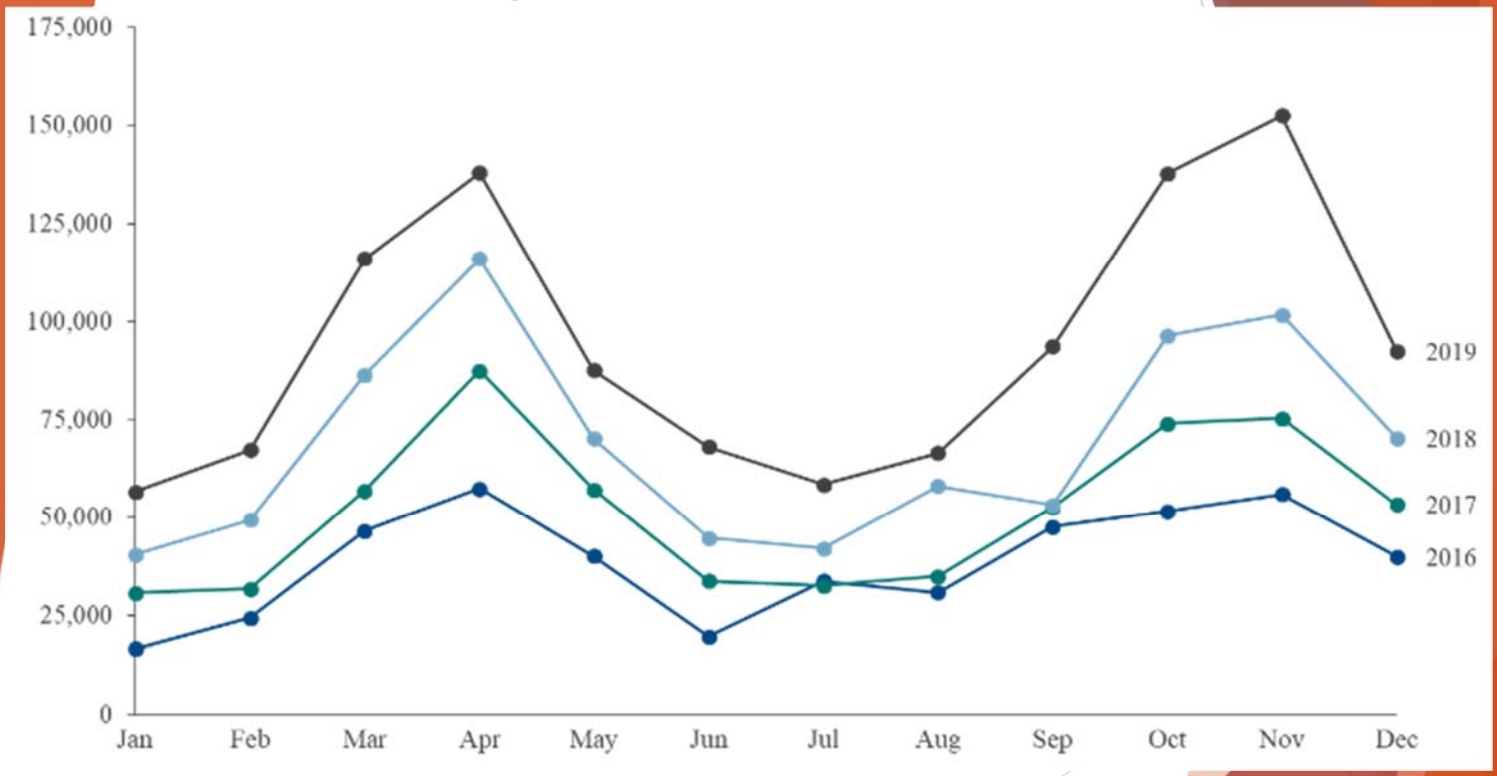
Assessment Results
Seasonality –Jordan-



Unit: Person; Source: MoTA

Monthly changes in the number of tourists visiting Jordan

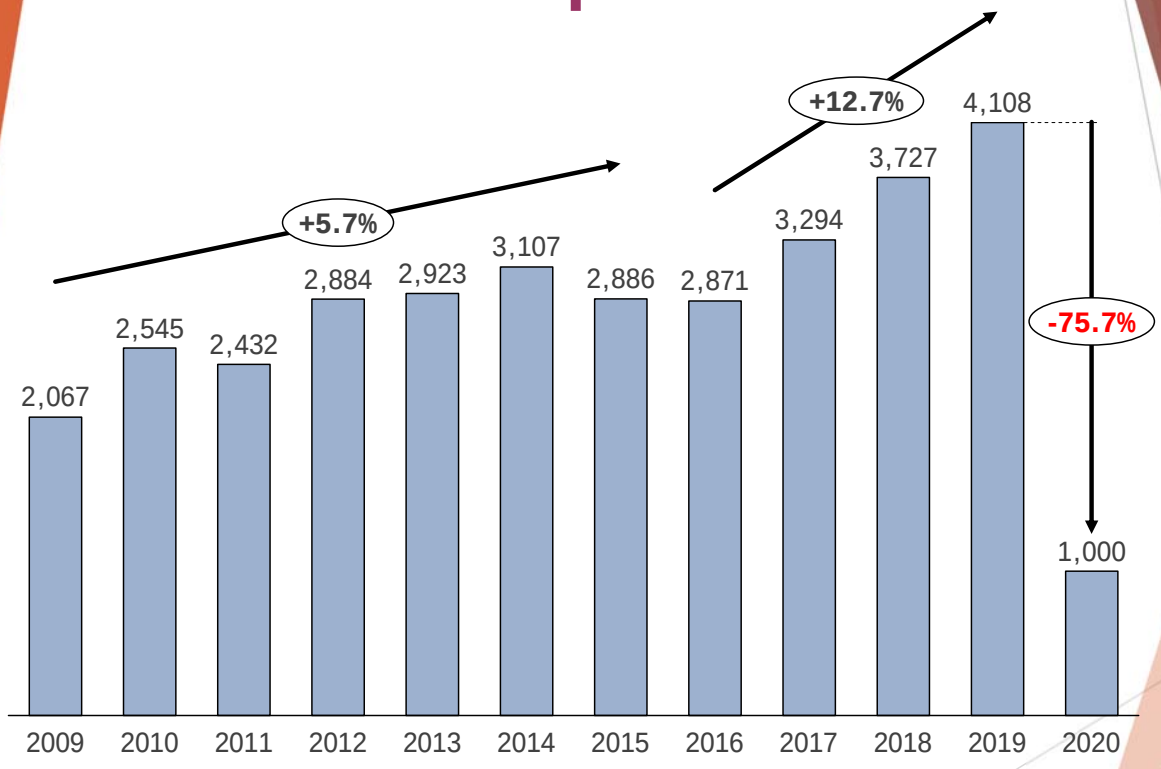
Assessment Results
Seasonality –Petra-



Unit: Person; Source: PDTRA

Monthly changes in the number of tourists visiting Petra

Assessment Results
Tourism Receipt –Jordan-



Unit: Million JD; Source: MoTA, Adapted from Central Bank of Jordan

Tourism Receipt in the tourism sector in Jordan 2009-2020

Assessment Results
Destination Management

Advantages and Potentials	Challenges
☑ PDTRA is a single admiration body managing tourism, infrastructure and social development ☑ Petra is UNESCO World Cultural Heritage Site including Cultural space of the Bedu in Petra. ☑ Many Public and Private Sector invest Petra. ☑ Tourism service facilities have been developed. ☑ Good Accessibility to Int'l Airport ☑ Classified as a Special Economic Zone in Jordan. ☑ Special tax incentives framework	☑ Identify clear Vision and Goals in the tourism Sector ☑ Management skill for the tourists' experience. ☑ Informal Business Control, including child labors ☑ Seasonal fluctuations ☑ Depletion of groundwater/ Solid waste is handling. ☑ Safety and Hygiene measures installment in PPP ☑ Overcrowding in the main route considering carrying capacity of number of tourists ☑ Financial Support for MSMEs tourism sector.

Assessment Results
Research & Development

Advantages and Potentials	Challenges
☑ PDTRA PAP launched Research Center with qualified professionals. ☑ PDTRA has begun conducting visitor surveys in order to better understand tourist behavior and also is placing a high value on socioeconomic-related researches. ☑ The Petra Museum embraces tangible and intangible cultural heritage. ☑ Plenty studies have been done on archeology and history in the Petra region.	☑ Limited resources of the Tourists' dynamic data. ☑ Capacity Building of the Museum ☑ Measurement of the impact of tourism on the local community. ☑ Conservation of cultural and natural heritage. ☑ Limited usage of the Petra Museum ☑ Limited information and guidance of PAP's hazardous areas and conservation for tourists

Assessment Results
Product Design

Advantages and Potentials	Challenges
☑ Petra Historic Heritage Site ☑ Intangible Culture Heritage ☑ Beautiful landscape for trekking on side trails ☑ Community based experience ☑ Local coordinators on the ground. ☑ The Petra Museum ☑ The Visit Petra: Audio guide in PAP	☑ Public-private/Private-Private partnership ☑ Local Coordinators for local attractions & products. ☑ Imbalance among 6 communities ☑ Women and local communities' engagement ☑ Limited availability of the Local made products ☑ Lack of product diversification to attract new market ☑ Limited utilization of intangible cultural heritage ☑ Development of Special Interest Products

Assessment Results
Sales & Promotion

Advantages and Potentials	Challenges
☑ Petra is regarded as the crown jewel and is featured in most of JTB's international promotions. ☑ Petra will continue to be regarded as a potential hub for Golden Triangle promotion. ☑ Several emerging markets, including China, Brazil, and others, have received significant promotional attention. ☑ Each tour operator in Petra has strong relationships with travel agencies in the source markets.	☑ Targeting markets and customers with DX. ☑ Consistent promotion cycle with cooperation based on PPP ☑ Limited Human Resources for Sales, Promotion, Digital Marketing. ☑ Lack of appropriate market pricing ☑ Enhancement of mobile and web promotion methodology

Assessment Results
Service & Hospitality

Advantages and Potentials	Challenges
☑ Strong motivation of Vibrant MSMEs in the tourism sectors. ☑ Awareness of the importance of hospitality and quality of service is raising among private sectors. ☑ Young people and women is the great asset for the human resources ☑ Strong hospitality spirits among tourism sector. ☑ The best practices by NGOs in allied with local human resources that produce high-quality crafts.	☑ Sustainable human resources in the tourism sectors. ☑ Training for Quality Assurance. ☑ Limited knowledge for the market and tourists. ☑ Sustainable and Universal tourism Capability ☑ High quality Service for MICE and luxury travelers. ☑ Accessibility to the tourism sector from other sectors. ☑ Quality Assurance of handicrafts led by NGOs ☑ Local people' understanding for the work in the tourism sector.



Volume 2: Concept & Planning

Value Chain Approach

An approach which directly contributes to maximize the benefit after implementation of the Master Plan by strengthening the tourism value chain in Petra.

Supporting Activities

※ Activities that supports to produce the products and services.

Primary Activities

※ Activities that produces products and services directly.

Destination Management

- **Infrastructure:** Road, Public Transports, Water, Electricity, Tele-communication, etc.
- **Tourism Human Resource Development:** University, Hotel Schools, etc.
- **Information Technologies:** AI, IoT, etc.
- **Legal and Institutional Arrangements:** Lows, Standards, Licenses, etc.

Research & Development

- **Research & Development:** Excavation, Data collection, Exhibitions, Education, etc.
- **Statistical Analysis:** Data collection, Analysis, Marketing, Policy making, etc.

Margin (Benefit)

※ Benefit produced through the Value Chain.

Site Management	Product Design	Sales & Promotion	Service & Hospitality
Site Management: Gate, Trail, Sign, Museum, Parking, Toilet, etc. **Operation:** Ticketing, Cleaning, Patrol, etc.	**Product Design:** Site Tours, Events, Souvenirs, etc.	**Promotional Activities:** B2B, B2C, FAM, Digital Marketing, Exhibitions, SNS, etc.	**Tourism Services:** Hotels, Restaurants, Attractions, Transportations, Guide, etc.



Tourism Resources → Tourism Products & Services

M/P Structure

- Vision
- Guiding Principles
- Strategic Programs
  - Program 1: Destination Management (DM) (Cross-cutting Program)
  - Program 2: Research and Development (RD) (Cross-cutting Program)
  - Program 3: Product Design (PD)
    - Key Objectives
    - Project PD-1
      - Action PD-1-1
      - Action PD-1-2
      - Action PD-1-3
    - Project PD-n
      - Action PD-n-1
      - Action PD-n-2
      - Action PD-n-3
  - Program 4: Sales and Promotion (SP)
  - Program 5: Service and Hospitality (SH)
- Key Performance Indicators
  - Baseline: 2021
  - Target Year: 2033

Definitions

Vision:

Image of the future tourism that Petra would like to be.

Guiding Principles:

Cross-cutting items to be considered to realize the Vision.

Strategic Programs:

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Key Objectives:

Target to be attained by implementing each Strategic Program.

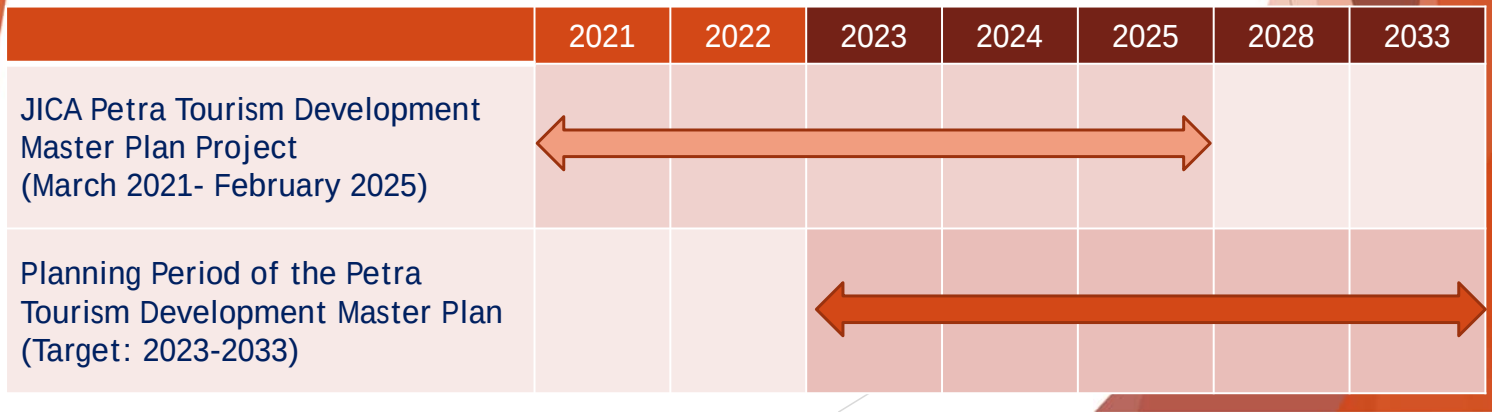
Action Plans:

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Key Performance Indicators

Target to be attained by implementing the Master Plan by the Year 2033.

1. **Expenditure per tourist visiting the Petra region** (*Economic)
2. **Number of tourists** (*Economic)
3. **Tourism Receipt in Petra** (*Economic)
4. **Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the woman** (*Socio-economic)
5. **Progress of the action taken for the environmental consideration** (*Environmental)



Ex-post evaluation Indicators

Following indicators for Ex-post evaluation were confirmed at the 1st Joint Coordination Committee (JCC) :

1. **Indicator to be used to measure the impacts of the Project**

   Status of utilization of the Master Plan prepared by the project to implement tourism development policies and plans in Jordan.

2. **Indicator to be used to measure the impacts after the implementation of the Master Plan**

   a) Expenditure per tourist visiting the Petra region

   b) Increase in the number and income of local people engaged in the tourism sector through the activities newly developed and created after implementing the Master Plan.

Vision

Image of the future tourism that Petra would like to be.

TOURISM in PETRA Today

PETRA is a world-famous destination that has been inscribed in the list of the UNESCO World Cultural Heritage since 1985.

PETRA is famous for its archaeological heritage with its amazingly skillfully rock-cut red-rose-colored architectures since Nabatean era.

The Government of Jordan, represented by Petra Development and Tourism Region Authority (PDTRA), with the help of international organizations have been working on to address social, economic, and environmental challenges that the tourism in PETRA is facing nowadays.

In line with the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), targeted to be achieved by 2030, the current and future challenges in tourism in PETRA is how to create a sustainable, inclusive, and resilient destination for the local people, businesses, and tourists.

OUR STORY The Nabateans

More than 2,000 years ago, the Nabataean Kingdom was established by the Nabateans, who amassed wealth through trade mainly between the Eastern and the Western civilization. PETRA (“Raqmu” in Nabatean) was the capital city of the kingdom, and its impressive and innovative water management systems contributed greatly to making the region inhabitable, gathering people to the region, evolving it to one of the most successful trading centers in ancient times. Caravan traders passed through the city to exchange goods (textiles, incense, spices, ivory, etc.), civilizations from different countries met and generated continuing cultural interflow in PETRA.

The ancient city of PETRA, built by the Nabateans by skillfully carving out the Rocky Mountains of the highlands, is a unique artistic achievement, with magnificent architectures such as the Treasury (Al-Khazneh) and other rock-cut façade tombs, which were praised as a "rose red city" by a later poet.

The Mind of As-Salam

The Nabataeans tolerantly adopted the different cultures of neighboring regions they encountered through trade, such as Egypt and Greco-Roman, and created a unique culture that fused the civilizations of the Eastern and the Western civilization.

Even during a turbulent history surrounded by powerful hegemonies, the Nabataeans developed a spirit of peaceful coexistence with the different civilizations they encountered through trade and a culture of hospitality for travelers. This spirit is well expressed in the greetings by the Nabataean language, "peace be upon you", which is inherited to modern Arabic greetings as As-Salam.

Living in Harmony

The Nabateans lived in harmony with nature. The water management systems they developed leaded to flood control and advancement of agriculture, and the Nabateans enjoyed urban life in PETRA in a sustainable manner; a legacy that is inherited in the traditional technologies of locals living around PETRA today.

The ancient traditional Nabatean wisdom in harmony with the ecosystem should be recognized as a key to solving the challenges we are facing, in terms of harmony with the environment and sustainability.

OUR VISION

1. Our identity

The key concept of our vision for developing tourism in PETRA is to unite the people of PETRA from the local communities that are eager to succeed in tourism regardless of their occupation and educational backgrounds as possible. We, the people of PETRA, will keep exploring the uniqueness of our own culture from different aspects such as gastronomy, clothing, handicrafts, housewares, dwelling, architectures, fauna, flora, and language etc. to act as the storytellers of PETRA for the people visiting PETRA. We also aim to expand the opportunities for the visitors to explore the tourism resources in the local communities.

OUR VISION

2. To strengthen PETRA as a World-class Destination

It is essential that we, the people of PETRA, and the tourists; mutually understand each other's cultural context; aim to protect the natural and cultural heritage of the region; and comply with international development efforts (such as SDGs, that consider economic, social, and environmental aspects) to make PETRA a more sustainable and resilient tourist destination. It is also important that we offer the visitors an abundance of wow factors during their stay through; dining experiences; hands-on experiences; shopping experiences; landscapes; and interaction with us.

Our short-term goal is to raise awareness of the cultural heritage we have in PETRA among ourselves, to develop and enhance the tourism resources in PETRA with the unification and cooperation of the people from our communities, and to improve the quality of tourism provided to the visitors in PETRA through our constant effort. Yet our overall goal is for us to pass on our HEART, such as our cooperative mindset, our respect for our local heritage, and our passion for improvement to our next generations with the aspiration to present PETRA as a place where both the local people and the visitors share the sense of Harmony.

OUR VISION

3. To pass on our HEART

Vision

Vision 1st Layer:

Icon that represents the key concept of the Master Plan.

WE ARE PETRA

Vision 2nd Layer:

One simple phrase that represents the identity of PETRA.

To be one-of-a-kind destination preserving the Nabatean identity and welcoming visitors from our HEART.

Vision - 1st Layer:

Icon, how we use it.

WE
ARE
PETRA













Guiding Principles

Cross-cutting items to be considered to realize the Vision.

Guiding Principles

I. Simplify and Diversify

Simplify the image and identity of the Petra tourism and diversify products and services.

II. Localize and Globalize

Localize the products and services to increase the revenue from tourism by globalizing the service standards.

III. Conserve and Develop

Conserve the value of Petra tourism by developing innovative technologies.

IV. Harmonize and Separate

Harmonize tourism with local traditions and culture and separate it from environmental and social risks.

V. Coordinate and Compete

Coordinate the Petra tourism with international, national and local needs for tourism development through establishment of appropriate competition environment.

Guiding Principles

I. Simplify and Diversify

Simplify the image and identity of the Petra tourism and diversify products and services.

To simplify:

- Image of the Petra brand
- Target for effective tourism promotion
- Promotion channels that are suitable for target segments
- Tourism statistics in order to improve tourism development decision making processes

To diversify:

- Source markets, target segments, etc.
- Tourism products and services
- Employments considering Gender, Disability, etc.
- Circulation of tourists
- Promotion channel
- Tourism trail based on historical/cultural theme
- Tourism experience and social role of Petra museum

Guiding Principles

II. Localize and Globalize

Localize the products and services to increase the revenue from tourism by globalizing the service standard.

To localize:

- Tourism products
- Tourism services
- Employments
- Material and human resources for Petra tourism
- Food experience

To globalize:

- Service standard
- Product quality
- Communication and promotion channel with tourists
- Security, safety, and hygiene standards
- Pricing system for public services
- Tourism data collection process/system

Guiding Principles

III. Conserve and Develop

Conserve the value of Petra tourism by developing innovative technologies.

To conserve:

- Value of the tangible and intangible heritage, history and culture
- Outstanding Universal Value (OUV) of Petra
- Limited local environmental resources
- Local traditional and religious lifestyle
- The hospitality mindset of locals
- The identity of the local communities in Petra
- The value of local communities from the negative effects of tourism

To develop:

- Environment-Friendly tourism
- Technologies for destination management
- Technologies for heritage management, interpretation, presentation, etc.
- Technologies for risk and crisis management
- A database system for tourism marketing and promotion
- Communication channel among different stakeholders, such as citizen, visitors and business professionals
- Training programs to assure quality of service
- SMEs business know-how and skills

Guiding Principles

IV. Harmonize and Separate

Harmonize tourism with local traditions and culture and separate it from environmental and social risks.

To harmonize (the Petra tourism with):

- Unique local tourism resources
- 6 communities
- Knowledges and lesson learned from past and existing projects, plans etc.
- Different stakeholders, such as citizen, visitors and business professionals
- The quality standard of tourism service and products
- Tourism promotion know-how and skill through public-private partnership
- Global sustainability principles with the Petra tourism

To separate (the Petra tourism from):

- Risk and crisis
- Over-tourism
- Environmental pollution
- Private space
- Environmentally and socially sensitive area

Guiding Principles

V. Coordinate and Compete

Coordinate the Petra tourism with international, national and local needs for tourism development through establishment of appropriate competition environment.

To coordinate (the Petra tourism with):

- Local social and environmental condition
- Local communities
- National tourism policy and strategy
- Global development approach, such as United Nation's Sustainable Development Goals (SGDs)
- Public and private stakeholders, especially in Petra
- Tourism promotion efforts in other destinations

To compete (the Petra tourism with):

- Other tourism destinations
- Domestic and international competitors by revitalizing the tourism industry in Petra
- Different actors by accelerating privatization

Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Logical Framework to achieve 5 KPIs

How each strategic program and proposed Projects will contribute to the achievement of the five KPIs.

Target KPI	Necessary Components to attain target KPI	Strategic Programs				
		Destination Management DM	Research and Development RD	Product Design PD	Sales and Promotion SP	Service and Hospitality SH
1. Expenditure per tourist visiting the Petra region (*Economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2	RD-5 RD-6		SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-3 DM-4 DM-5 DM-6 DM-7 DM-8 DM-9	RD-2 RD-3	PD-5	SP-3	
	Financial Management	DM-4 DM-12	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4 PD-5	SP-1 SP-2 SP-3	
	Human Resource Development	DM-1 DM-2 DM-12	RD-4 RD-7	PD-1 PD-2 PD-4 PD-5	SP-1 SP-2 SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4
2. Number of tourists (*Economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2	RD-5 RD-6		SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-4 DM-12	RD-2 RD-3		SP-3	
	Financial Management	DM-4 DM-12	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4 PD-5	SP-1 SP-2 SP-3	
	Human Resource Development	DM-1 DM-2 DM-12	RD-4	PD-1 PD-2 PD-4 PD-5 PD-6	SP-1 SP-2 SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4

Logical Framework to achieve 5 KPIs

How each strategic program and proposed Projects will contribute to the achievement of the five KPIs.

Target KPI	Necessary Components to attain target KPI	Strategic Programs				
		Destination Management DM	Research and Development RD	Product Design PD	Sales and Promotion SP	Service and Hospitality SH
3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2	RD-5 RD-6		SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-3 DM-4 DM-5 DM-6 DM-7 DM-8 DM-9 DM-12	RD-2 RD-3		SP-3	
	Financial Management	DM-4 DM-12	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4 PD-5	SP-1 SP-2 SP-3	
	Human Resource Development	DM-1 DM-2	RD-4 RD-7	PD-1 PD-2 PD-4 PD-5 PD-6	SP-1 SP-2 SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4

Logical Framework to achieve 5 KPIs

How each strategic program and proposed Projects will contribute to the achievement of the five KPIs.

Target KPI	Necessary Components to attain target KPI	Strategic Programs				
		Destination Management DM	Research and Development RD	Product Design PD	Sales and Promotion SP	Service and Hospitality SH
4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the woman (*Socio-economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2	RD-5 RD-6		SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-3 DM-5 DM-6 DM-7	RD-2 RD-3	PD-5	SP-3	
	Financial Management	DM-4	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4 PD-5 PD-6	SP-1 SP-2	
	Human Resource Development	DM-1 DM-2	RD-4 RD-7	PD-1 PD-2 PD-4 PD-6 PD-7	SP-1 SP-2 SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4
5. Progress of the action taken for the environmental consideration (*Environmental and Socio-economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2 DM-10 DM-11	RD-1 RD-5 RD-6		SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-4 DM-8 DM-9	RD-2 RD-3			
	Financial Management	DM-4	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4		
	Human Resource Development	DM-1 DM-2 DM-10 DM-11	RD-4 RD-7	PD-1 PD-2 PD-4 PD-7	SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4

Strategic Programs

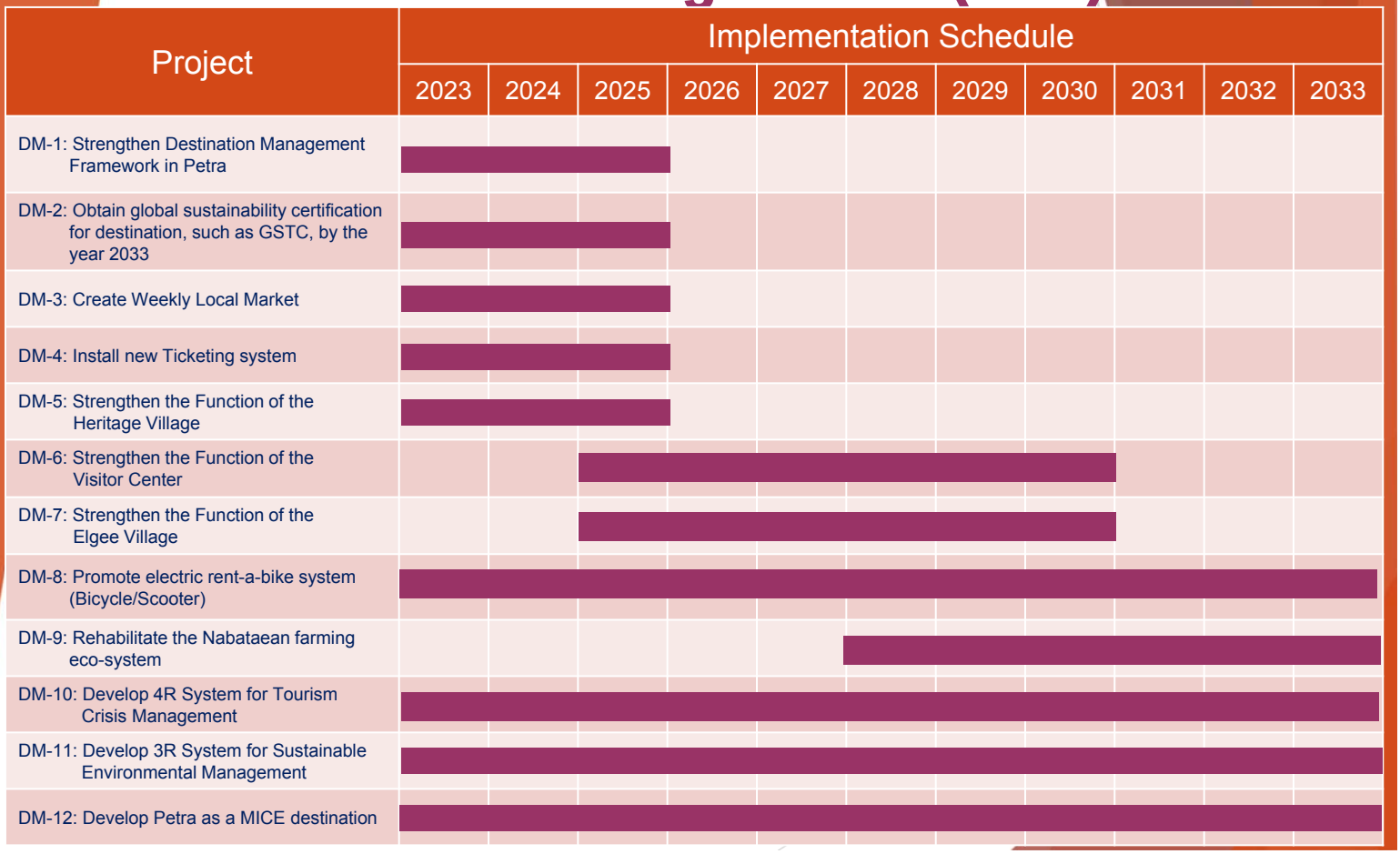
A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Program 1:
Destination Management (DM)

Program 1:
Destination Management (DM)

Key Objective: Establish sustainable destination management framework		
Project	**Implementation Year**	**Target Beneficiaries**
DM-1: Strengthen Destination Management Framework in Petra	2023-2025	All stakeholders in the Petra region
DM-2: Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033	2023-2025	PDTRA and All stakeholders in the Petra region
DM-3: Create Weekly Local Market	2023-2025	All tourists and local providers
DM-4: Install new Ticketing system	2023-2025	All tourists
DM-5: Strengthen the Function of the Heritage Village	2023-2025	Local providers
DM-6: Strengthen the Function of the Visitor Center	2025-2030	All tourists and local associations/people
DM-7: Strengthen the Function of the Elgee Village	2025-2030	Local associations/people
DM-8: Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers	2023-2033	All tourists and local communities
DM-9: Rehabilitate the Nabataean farming eco-system	2028-2033	Local farmers and local product producers
DM-10: Develop 4R System for Tourism Crisis Management	2023-2028	All tourists and local people
DM-11: Develop 3R System for Sustainable Environmental Management	2023-2033	All tourists and local people
DM-12: Develop Petra as a MICE destination	2023-2033	All stakeholders in the Petra region

Program 1:
Destination Management (DM)



Program 1:
Destination Management (DM)

Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
DM-1: Strengthen Destination Management Framework in Petra	○	○	○	○	◎
DM-2: Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033	○	○	○	○	◎
DM-3: Create Weekly Local Market	◎	○	◎	◎	○
DM-4: Install new Ticketing system	◎	◎	◎	○	○
DM-5: Strengthen the Function of the Heritage Village	◎	○	◎	◎	○
DM-6: Strengthen the Function of the Visitor Center	◎	○	◎	◎	○
DM-7: Strengthen the Function of the Elgee Village	◎	○	◎	◎	○
DM-8: Promote electric rent-a-bike system (Bicycle/Scooter)	◎	○	◎	○	○
DM-9: Rehabilitate the Nabataean farming eco-system	◎	○	◎	○	○
DM-10: Develop 4R System for Tourism Crisis Management	–	○	○	–	◎
DM-11: Develop 3R System for Sustainable Environmental Management	–	○	○	–	◎
DM-12: Develop Petra as a MICE destination	◎	◎	◎	◎	○

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-1
Project Name	Strengthen Destination Management Framework in Petra
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All stakeholders in the Petra region
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Establish Destination Management Framework in Petra by:

- Establishing an association/society specially for tourism development in each community as a focal point to implement the activities programed in the M/P;
- Establishing “Petra Tourism Development Committee” composed of the Public sector (PDTRA) and the Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities) to coordinate different stakeholders; and
- Providing awareness raising program through the association/society in order that local people understand the value of local tourism resources.

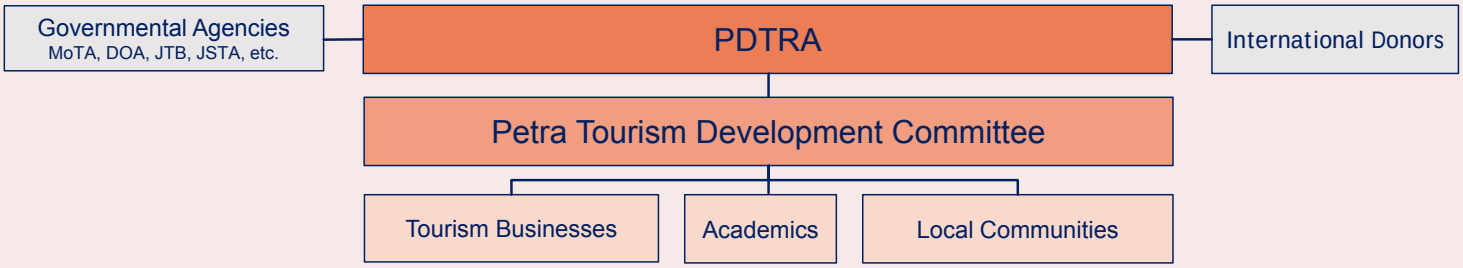


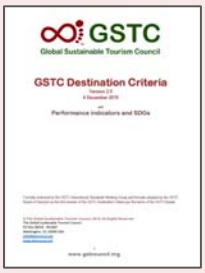
Figure 1: Destination Management structure (Proposal)

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-2
Project Name	Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	PDTRA and All stakeholders in the Petra region
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033, by:
- Providing trainings to the public body to recognize GSTC-D; and
- Obtaining certification of the GSTC-D.

GSTC
Global Sustainable Tourism Council







Web site: https://www.gstcouncil.org/

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-3
Project Name	Create Weekly Local Market
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All tourists and local providers
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Create Weekly Local Market at the New City Plaza over the Wadi-Musa river by:
- Organizing local alliance member;
- Providing local people, association, farmers a temporally weekly market space;
- Exhibiting historical and traditional way of life such as tea, Arabic coffee, local foods in the Bedouin Tent; and
- Providing a meal at night (before visiting Petra by Night, etc.).





Jamaa El Funa, Marrakech, Morocco



Night Market, Su-Lin, Chinese Taipei



KCC Farmers Market, Honolulu, Hawaii, USA



Program 1:
Destination Management (DM)

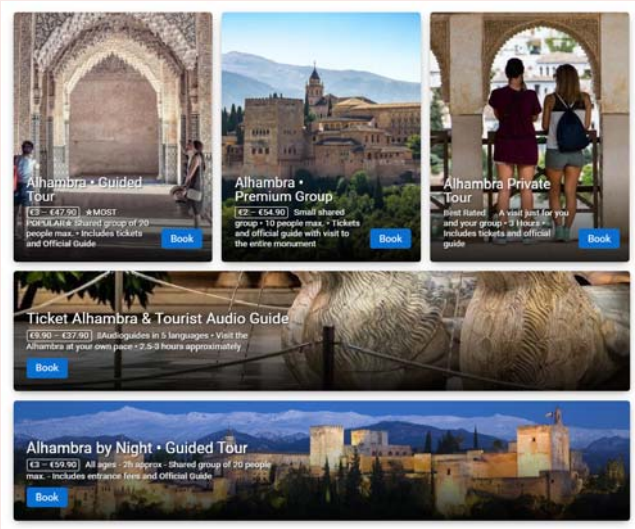
Project Code	DM-4
Project Name	Install new Ticketing system
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All tourists
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Install new Ticketing system) to control the number of tourists, to obtain statistics, to add a pre-paid system on the Ticket valid for payments of the tourist services and transportations in Petra by:

- Establishing legal and financial structure for pre-paid system, including rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.;
- Installing on-line ticketing system and equipment for ticket control; and
- Organizing alliance member (shops, restaurants, etc.) to participate pre-paid system.







Web site: https://www.alhambraonline.com/

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-5
Project Name	Strengthen the Function of the Heritage Village
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Local providers
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Establish new Reception Center for specific Group Tour, such as cruise ship, under the concept of the Michi-no-Eki by:

- Constructing new Reception Center;
- Providing tenant spaces for local investors;
- Providing space for night attractions and activities;
- Engaging local people (for cafe, restaurant, shops, etc.) under privatization.







Michi-no-Eki, Japan

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-6
Project Name	Strengthen the Function of the Visitor Center
Implementation Year	2025-2030
Target Beneficiaries	All tourists and local associations/people
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Reactivate the Visitor Center as a 1) Tourist Information (TIC) and 2) Educational Center before visiting the PAP by:

- Providing information about accommodations, restaurants, local tour products, etc.;
- Providing educational and safety instructions to the tourists by instruction video (e.g., "Care for Petra")
- Employing new park rangers and receptionists; and
- Providing information about nature (endemic/poison species), etc.





Hanauma Bay Visitor center, Honolulu, Hawaii, USA



Office de Tourisme, Paris, France

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-7
Project Name	Strengthen the Function of the Elgee Village
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Local associations/people
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Reactivate Elgee Village (for SMEs business development) by:

- Providing training to local people (hotel services, handicrafts, etc.) and provide cultural experience to tourists (ceramics, etc.);
- Installing antenna shops specially for products made in Petra;
- Installing tenant shops (restaurants, bar, souvenir shops, etc.);
- Exhibiting authentic lifestyle in the village; and
- Establishing cooperative relationship among associations.



Elgee Village





Old Dubai (Bastakiya), Dubai, UAE

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-8
Project Name	Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers
Implementation Year	2023-2030
Target Beneficiaries	All tourists and local product producers
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Promote electric-rental-cycle/rental-scooter transfer option. (Managed by local company) by:
- Providing on demand (a kind of MaaS) service (Allied with DM-4);
- Installing necessary equipment and infrastructure;
- Providing an alternative mobility for new guiding tour; and
- Privatizing operation and maintenance service company.







Web site: https://www.velib-metropole.fr/

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-9
Project Name	Rehabilitate the Nabataean farming eco-system
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	Local farmers and local product producers
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Rehabilitate the Nabataean (Olive, etc.) Farming as a Historical Heritage in Petra by:
- Rehabilitating historical farming terrace;
- Creating an open-air museum; and
- Providing tourism products and an experience of the Nabataean historical Eco-system to the tourists.





Agritourismo, Italy



Wadi-Musa

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-10
Project Name	Develop 4R System for Tourism Crisis Management
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	All tourists and local people
Project Cost	(TBD) JOD

Description

Project for Strengthening the 4R System of Tourism Risk Management with Resident Participation:

- Strengthen crisis response capabilities by expanding the stakeholders and target crises of the existing Tourism Crisis Management Plan.
- Strengthen disaster mitigation measures by enhancing crisis monitoring systems, disaster prevention infrastructure, etc.
- Gaining market trust by establishing a mechanism to collect crisis information involving people and tourists and disseminate information quickly and accurately to tourists and the market through social media, apps, websites, etc.
- Brush up plans and raise stakeholder awareness through periodic operational training







(Left) Queensland Police Facebook, Australia
(Middle) "Safety and Security Guide" installed in hotel guest rooms, Okinawa, Japan
(Right) Risk Analysis Workshop, Okinawa, Japan

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-11
Project Name	Develop 3R (Reduce, Reuse, Recycle) System for Sustainable Environmental Management (Solid-waste, Water, Energy, etc.)
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	All tourists and local people
Project Cost	(TBD) JOD

Description

Develop 3R (Reduce, Reuse, Recycle) system for sustainable environmental management, especially in the field of solid-waste, potable water, renewable energy by:

- Conducting awareness rising campaign of the 3R for environmental management;
- Establishing separation and recycle system for solid-waste;
- Enhancing recycle system for waste-water;
- Reducing the consumption of potable water, fossil fuel, plastic, paper, etc.;
- Installing necessary equipment and infrastructure; and
- Privatizing operation service company.





Wastewater Treatment Plant, Baidha



Landfill, Ayle



Electric Bus



Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12
Project Name	Develop Petra as a MICE destination
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	4-5* Hotels, 5-10 Restaurants, Hired bus and coach companies, 3+Venues, Good quality Handicraftsmen / Associations and Shop owners, Entertainment suppliers, Good-quality tour operators, All successful and engaging local communities, Guides, Event Planning and Management companies, Catering companies
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

This project aims to develop and enhance Petra region as a MICE destination with the cooperation of private and public stakeholders in tourism in Petra.

Initial stage:

- Focus on training to improve the service quality of the private stakeholders
- Establish a MICE Management Unit within PDTRA which will operate as a one-stop agency responsible for collecting and compiling information related to MICE in Petra as well as managing MICE marketing and promotion.

Middle stage:

- Focus on managing Meetings and Incentives in Petra

Last stage:

- Continue to managing Conventions and Events.



Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

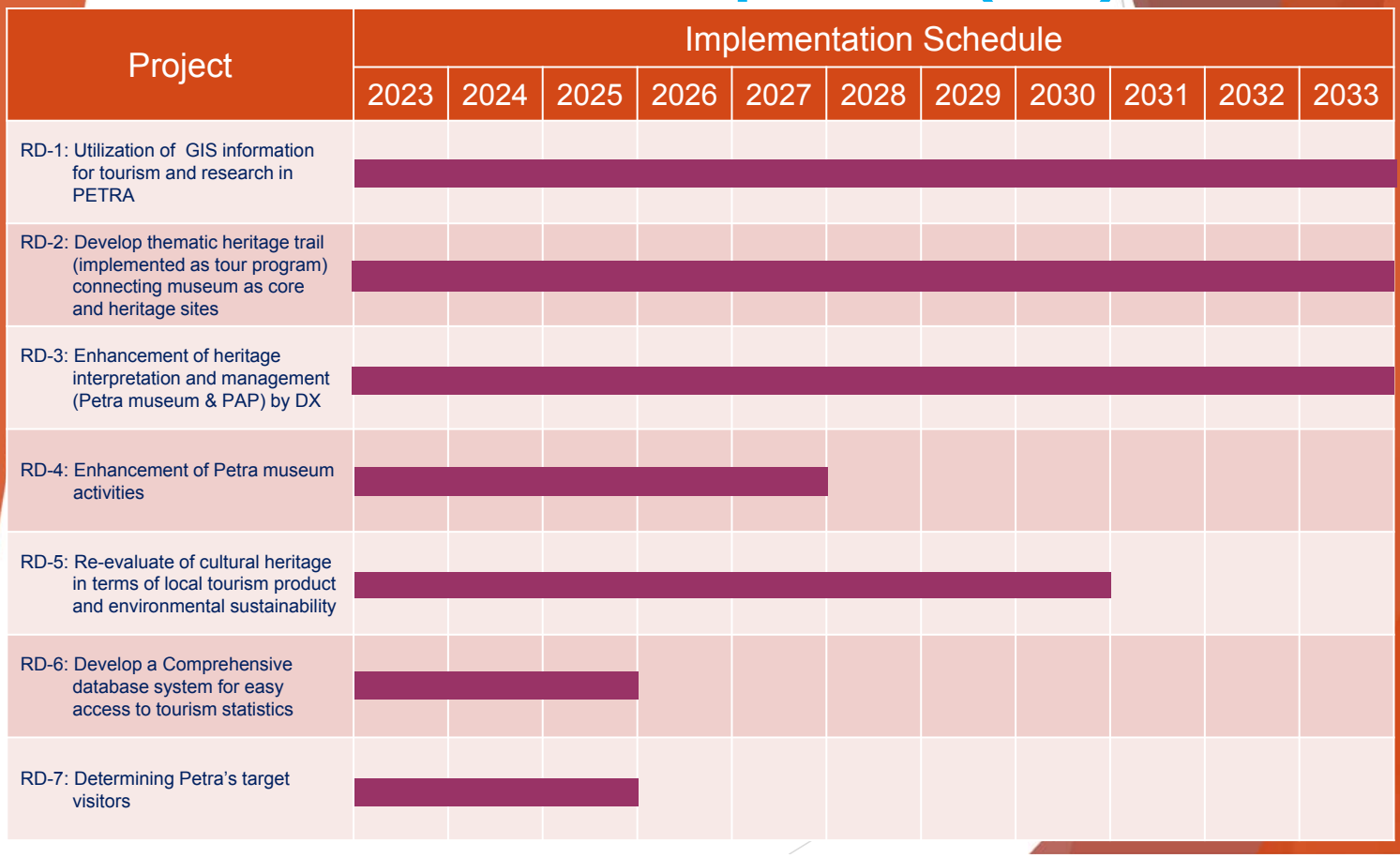
Program 2:
Research & Development (RD)

Program 2:
Research & Development (RD)

Key Objective: Enhance Petra museum role as core of heritage management, community awareness and tourism/Establish sustainable heritage management/Re-discover cultural uniqueness and identity of Petra region/Evaluate heritage in terms of sustainability and SDGs

Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
RD-1: Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA	2023-2033	Global /PDTRA, Petra museum, DOA, local NGO, local university
RD-2: Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum and heritage	2023-2033	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
RD-3: Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX	2023-2033	All tourists, PDTRA, Petra museum, DOA
RD-4: Enhancement of Petra museum activities (Temporary exhibition, Gallery tour, community awareness, museum shop, barrier-free etc.)	2022-2027	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
RD-5: Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product and environmental sustainability	2023-2030	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local NGO
RD-6: Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics	2023-2025	PDTRA, Hotels, Tour Operators, Universities
RD-7: Determining Petra's target visitors	2023-2025	PDTRA, hotels, restaurants, tour operators

Program 2:
Research & Development (RD)



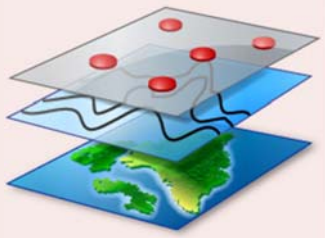
Program 2:
Research & Development (RD)

Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman (*Socio-economic)	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
RD-1: Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA	–	–	–	–	◎
RD-2: Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum as core and heritage sites	◎	○	◎	○	◎
RD-3: Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX	◎	○	◎	○	◎
RD-4: Enhancement of Petra museum activities	◎	○	◎	○	◎
RD-5: Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product and environmental sustainability	◎	○	◎	○	◎
RD-6: Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics	◎	◎	◎	○	–
RD-7: Determining Petra's target visitors	◎	◎	◎	○	–

Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-1
Project Name	Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	Global /PDTRA, Petra museum, DOA, local NGO, local university
Project Cost	(TBD) JOD (50 persons year + cost for field measurement)
Description	

Prepare GIS information useful for tourism and research in PETRA by:
- Identify useful GIS information for tourism and research in PETRA;
- Development of methodology to record GIS information
- Develop missing GIS information considering priority and cost ;
- Visualize the GIS information in maps such as various risk maps, evacuation route maps, cultural & natural heritage distribution maps, restoration history map, etc.; and
- Install facilities for tourists useful to walk in PAP safely and meaningfully.





Risk of rockfall



Hazard maps



Heritage restoration (www.alamy.com)



Museum artifacts (Excavated sites)

Program 2:
Research & Development (RD)



Ad Deir

The Arabic name "Ad Deir" (the Monastery) was given to the place by native Bedouins because.....



XXXX

Aaaaa bbb cccccc ddd eeee ffff....

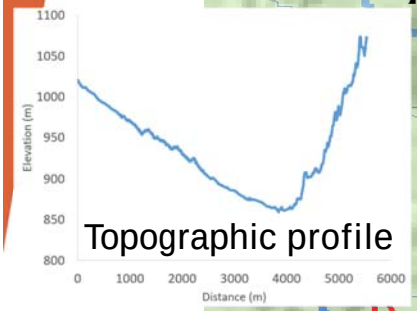


Click!

Click!



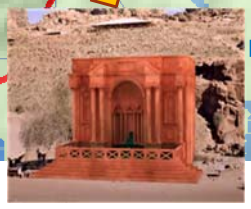
Risk of rockfall



Topographic profile

0.85 km





AR visualization

Toilet

An idea of utilization of GIS: Dynamic tourism map on a mobile app

Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-2
Project Name	Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum as core and heritage sites
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, Private sectors (local tour operator etc), local guide, local community
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Develop thematic heritage trail connecting museum as core and heritage sites, landscape, cultural activity etc, following eco-museum and cultural route concept. This project will maximize the attraction of Petra Museum as tourism hub. (Project to be related/cooperated with “Product Development” (PD) as well)

- Research/Making theme/story of trail includes topics relating with Petra history and culture, mainly Nabataean
- Example theme; “Nabataean water management” “ Nabataean Trade” etc
- List-up heritage relating with thematic route
- Plan route of thematic trail
- Development of mobile app.to show thematic trail





Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-3
Project Name	Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX technology (QR code, AR,VR etc)
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	PDTRA, Petra museum, DOA, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Enhancement of interpretation in Petra museum exhibition and PAP site as well as collection management by DX technology, , considering evolution of DX technology in the field of heritage tourism in 2030's

- Introduce multi-language system by using QR code in museum exhibition and archaeological site signage
- AR of several artifacts in Petra museum (to be added to mobile application)
- Introduce heritage management system by using QR code label management system
- Text AR interpretation of heritage sites (instead of signage)
- Plan/Make test sample of AR inside PAP
- Test guide tour with AR/VR device (Smart glass, VR headset etc)
- VR Tour Contents for Promotion and FAM Trip
- Develop mobile app. Using AR (for thematic trail/PAP/museum)
- Revise mobile app for museum by adding AR/VR





Source: Wikipedia (mr3641)

Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-4
Project Name	Enhancement of Petra museum activities
Implementation Year	2023-2027
Target Beneficiaries	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Enhancement of Petra museum activities in the field of exhibition, education/community awareness, museum shop etc.

- Plan and implement temporary exhibition relating with cultural heritage in Petra with collaboration of private sector and media
- Introduce gallery talk by museum staff
- Enhance local community awareness program (Hands-on education program, volunteer/friends of museum etc) considering awareness of SDGs, heritage and environment protection
- Enhance museum shop by developing museum shop items
- Enhancement of barrier-free/Plan program for disability
- Establish "Museum and heritage" club by students in local school of 6 local communities



Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-5
Project Name	Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product, local identity and environmental sustainability
Implementation Year	2023-2030
Target Beneficiaries	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local NGO
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Re-evaluate of tangible/intangible cultural heritage in terms of

1) local tourism product: Plan and develop tourism product (tour program etc) based on local intangible cultural heritage (ICH), Set-up guideline for developing ICH into tourism product, in order to protect ICH
2) Local uniqueness/Identity: Re-evaluate historical Nabataean culture (art design, language etc) as well as ICH for unique local product (souvenir etc) in Petra region
3) Environmental sustainability: Implement awareness program for re-evaluate traditional/historical eco-friendly lifestyle, such as rainwater use, in terms of SDGs





www.ich.unesco.org

Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-6
Project Name	Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	PDTRA, Hotels, Tour Operators, Universities
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Create a one-stop comprehensive tourism statistics dashboard to make data access as simple as a click away. This statistics dashboard will be developed by:

- Mobilizing all the disintegrated statistical information available at different public and private stakeholders;
- Collaborating with an IT company to launch a modern dashboard;

Furthermore, this dashboard can be served as:

- A platform for sharing the annual report, market insights, and tourism statistics both within and outside of the PDTRA.
- A real-time data sharing platform by linking with PAP's ticketing system.

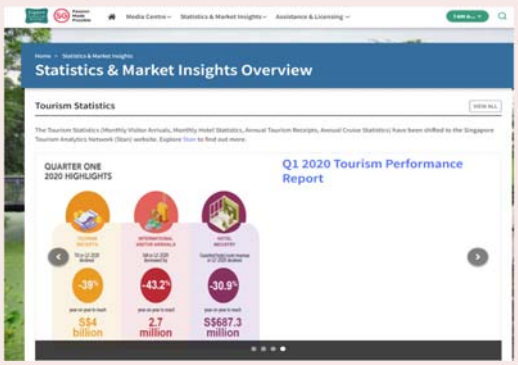


Image: Singapore Tourism Board (STB) Statistics Dashboard

Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-7
Project Name	Determining Petra's target visitors
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	PDTRA, hotels, restaurants, tour operators
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Determine target travelers and promotion channels by:

- Applying proper marketing techniques such as STP model (Segmentation, Targeting, and Positioning) ;
- Creating a traveler persona for Petra region based on result of STP analysis; and
- Proposing the right promotion channel for each targeted persona.

Segmentation

- Determination of segment variables
- Definition and segmentation of the market
- Development and description of resulting segment profiles

Targeting

- Analysis of estimation of attractiveness of each segment
- Selecting the most attractive target segments for Petra

Positioning

- Designing of a possible positioning concept
- Service providers in Petra should assess their competitive advantage and position themesleves in the travelers mind

Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Program 3:
Product Design (PD)

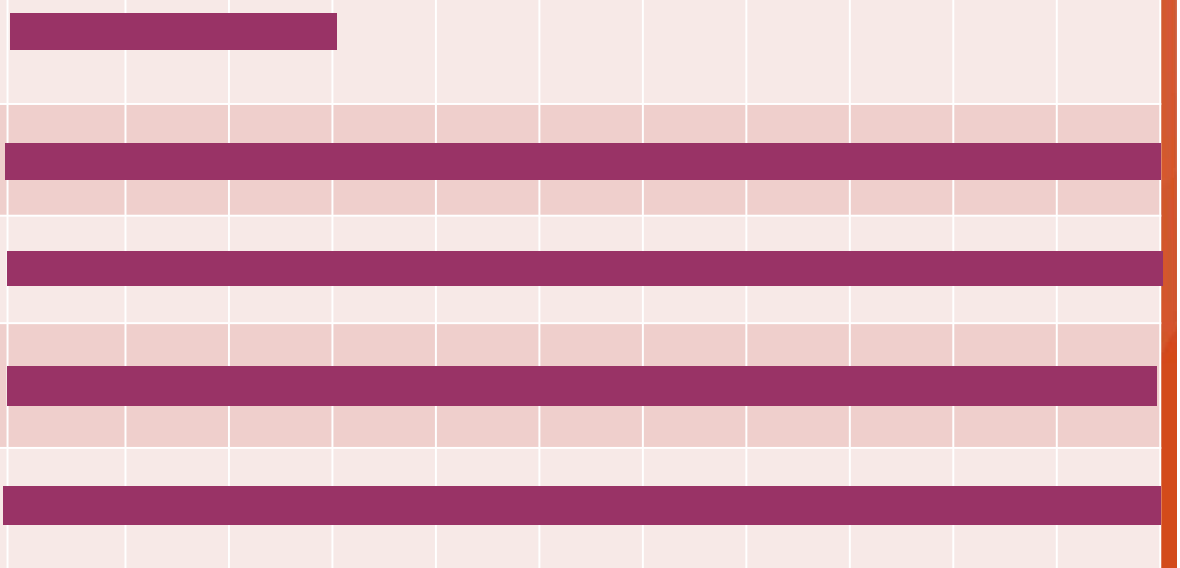
Program 3:
Product Design (PD)

Key Objective: Development of tourism products which contribute to the conservation of history and culture, the empowerment of women and the local communities, which will lead to more benefits towards the region.

Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
PD-1: Training for product development and distribution Project	2023-2025	Local Community Local association Private sectors
PD-2: Develop Local Cultural Experiences	2023-2033	All tourists, local people private sectors
PD-3: Dispersal of tourists to the six communities	2022-2028	All tourists, local people private sectors
PD-4: Establish “Made in Petra” Brand for local products	2023-2033	Association Community
PD-3: Re-branding of Petra region	2023-2033	PDTRA, Local community, private sectors, academics

Program 3:
Product Design (PD)

Project	Implementation Schedule										
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
PD-1: Training for product development and distribution Project											
PD-2: Develop Local Cultural Experiences											
PD-3: Dispersal of tourists to the six communities											
PD-4: Establish “Made in Petra” Brand for local products											
PD-5: Re-branding of Petra region in line with the Master Plan											



Program 3:
Product Design (PD)

Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman (*Socio-economic)	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
PD-1: Training for product development and distribution Project	–	–	○	○	◎
PD-2: Develop Local Cultural Experiences	◎	◎	◎	◎	◎
PD-3: Dispersal of tourists to the six communities	○	◎	○	○	○
PD-4: Establish “Made in Petra” Brand for local products	○	—	◎	◎	○
PD-5: Re-branding of Petra region in line with the Master Plan	◎	◎	◎	◎	◎

Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-1
Project Name	Training for product development and distribution Project
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Local Community, Local association, Private sectors
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

This project aims to give the local association and coordinators who will be the main player in the association the skill and knowledge of product development, quality assurance, sales and promotion so that they can independently keep working on this business..

- Prepare the material for training of product development, distribution, sales and promotion
- Give training for the coordinator of the organization in community, and relevant stakeholders



Study material (Sample)


Seminar & workshop


Promotion at Tourism EXPO

Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-2
Project Name	Develop Local Cultural Experiences
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	All tourists, local people, private sectors
Project Cost	(TBD) JOD

Description

This project aims to contribute to increasing the number of night stays and expenditure in Petra region that leads to more benefit to the region by reinforcing the missing programs, such as off season (especially summer), evening or early morning and new segments such as family, high-end customers, new market (e.g. Arab countries) and customers who require special needs in a sustainable way. Also, it aims to nurture the tourism human resources who can manage the programs.



- Exchange ideas of products in Petra region with relevant stakeholders and finalize the details of the program.
- Do the open competitive bidding under certain criteria (e.g., Inclusion of local community)
- Give training and support to the selected travel agents or association
- Product development and sales by selected travel agent or association
- Get the feedback from customers and travel agents, review and improve the quality of products.
- By repeating PDCA cycle they try to improve their skills and establish the partnership with PDTRA and stakeholders

Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-3
Project Name	Dispersal of tourists to the six communities
Implementation Year	2023-2028
Target Beneficiaries	All tourists, local people, private sectors
Project Cost	(TBD) JOD

Description

Develop a location-based application to certify visit in various spots distributed in the six communities by:



- Identify tourism attractions worth to be visited distributed in the six communities;
- Weight the tourism attractions according to value to visit, distance from Wadi Musa, accessibility, etc.;
- Conceive and develop the prize for tourists; and
- Development of a location-based application to certify visit in various tourism attractions.



Ad Deir



Little Petra, Baidha



Astonishing scenery in Dlagha

Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-4
Project Name	Establish “Made in Petra” Brand for local products
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Association, Community
Project Cost	(TBD) JOD

Description

Expand Sales of the “Made in Petra” Products by:
- Creating a committee to organize associations;
- Collaboration with the external technical partner (e.g. Jordan River Association)
- Understanding the needs of the handicrafts market;
- Improving a quality of the products;
- Developing a variety of the products; and
- Expanding the sales channel.
- Make the most use of renewed Logo of Petra










Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-5
Project Name	Re-branding of Petra region in line with the Master Plan
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	PDTRA, Local community, private sectors, academics
Project Cost	(TBD) JOD

Description

This project aims to change the brand image of Petra which currently focuses only on PAP so that it represents the uniqueness and difference of whole region, and to contribute to promoting and selling the community-based tourism products.

- Based on the final vision and tourism resources in the community, analyzed and discussed what is the difference from other competing destination and uniqueness of the region in collaboration with various experts (e.g., advertising agency, research company, academic, etc.);
- Finalize a concept and identity of new brands;
- Clarify the value which will be provided under the new brand concept;
- Create the new brand name and phrase; and
- Start promoting in accordance with sales & promotion strategy including the use of "Visit Petra" website to settle the new brands in the targeted market.



Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Key Objective: Enhancement of marketing and promotional capabilities through understanding of marketing principles and outperformance in digital marketing.		
Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
SP-1: Promote the newly developed product	2024-2026	Local communities (the product owner)
SP-2: Promoting Petra as a MICE destination	2024-2026	Hotels, local SMEs in terms of catering MICE attendees
SP-3: Enhance digital marketing	2023-2025	PDTRA, All Tourists, Hotels
SP-4: Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators	2023-2025	Hotels and tour operators

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project	Implementation Schedule										
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
SP-1: Promote the Newly Developed Product											
SP-2: Promoting Petra as a MICE destination											
SP-3: Enhance digital marketing											
SP-4: Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators											

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman (*Socio-economic)	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
SP-1: Promote the Newly Developed Product	◎	◎	◎	◎	○
SP-2: Promoting Petra as a MICE destination	◎	◎	◎	◎	○
SP-3: Enhance digital marketing	◎	◎	◎	◎	○
SP-4: Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators	◎	◎	◎	◎	○

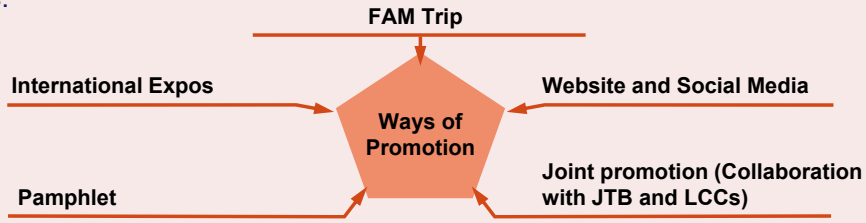
Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-1
Project Name	Promote the Newly Developed Product
Implementation Year	2023-2024
Target Beneficiaries	Local communities, hotels, tour operators
Project Cost	(TBD) JOD

Description

Secure a market reach for a newly developed product as part of the master plan's pilot project for product design. The promotion will be conducted through;

- Organizing a FAM trip from the domestic market, leading source markets, and Japan to learn about the newly developed product;
- Participating in international expos and trade shows through collaboration with JTB;
- Releasing the product on the PDTRA's website and social media;
- Creating a promotional pamphlet; and
- Collaboration with airline carriers, primarily low-cost carriers (LCCs), to promote the product through the appropriate channels.



Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-2
Project Name	Promoting Petra as a MICE destination
Implementation Year	2024-2028
Target Beneficiaries	Hotels, local SMEs in terms of catering MICE attendees
Project Cost	(TBD) JOD

Description

To overcome the seasonality challenge in Petra, the destination could be promoted as a MICE destination. Promoting the destination can be conducted by:

- Attending to the international MICE exhibitions in Europe and in the Middle East; and
- Highlighting Petra has the required MICE facilities such as Heritage Village and some 5 star hotel facilities;



Potential MICE Facility in Petra (Heritage Village)



Regional Conference Hosted by UNWTO at Petra, Heritage Village



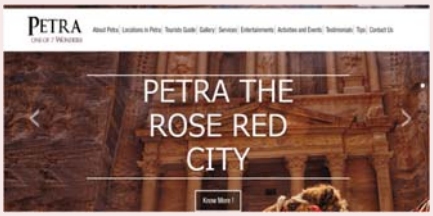
MICE Event at IMEX Frankfurt

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-3
Project Name	Enhance digital marketing
Implementation Year	2023-2024
Target Beneficiaries	PDTRA, All Tourists, Hotels
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

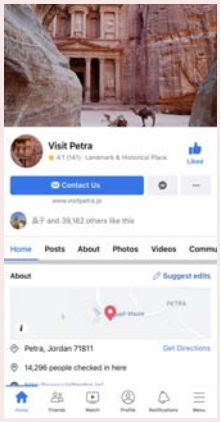
Improve Petra's digital marketing capabilities in order to attract visitors. Some of the digital marketing programs in Petra will be focusing on:

- Redesigning Visit Petra's website and APP in a more modern and appealing manner;
- Enhancing Petra's presence through active social media engagement;
- Increasing Petra's exposure by collaboration with media influencers (Youtubers, bloggers, TikTokers, etc.); and
- Creating destination promotion videos that is appealing to the travelers and introduce a product other than the Petra Archeological Park
- Creating promotional PowerPoint presentations to be used in several occasions.

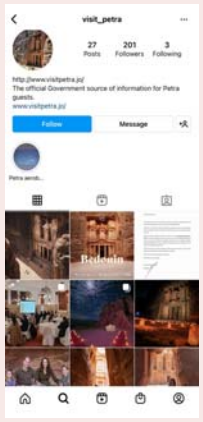


The current Visit Petra's website


Image of Promotional Video, Georgia



Visit Petra's Facebook Page



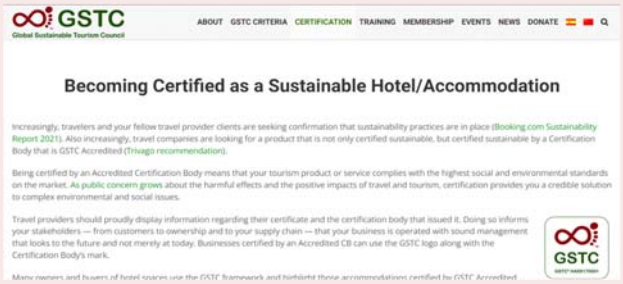
Visit Petra's Instagram Page

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-4
Project Name	Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Tours and Hotels (4 stars and below)
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Encourage Petra's hotels and tour operators to incorporate sustainability principles into their operations. This certification will provide private sectors in Petra with a preferred contracting privilege. A global sustainability certification (such as GSTC) will be granted by:

- Completing the necessary training requirements from the Certification Body;
- Passing all the necessary Onsite Audit visit by the Certification Body;



GSTC Certification for Hotel/Accommodation



GSTC Certification for Tour Operator

Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Key Objective: Improvement of Service Quality and Human Resource Development for Tourism		
Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
SH-1: Hotel and Restaurant Service Quality Improvement	2023-2025	SMEs Hotels, Vacation Rental, and Restaurants, Petra college
SH-2: Local Guide Service Quality Improvement	2023-2025	All Local guides, Petra college
SH-3: Make a difference among private sectors	2024-2026	SMEs Hotels, Vacation Rental, and Restaurants, Local guides, Petra college, Communities
SH-4: Tourism Training Course “KANKO JUKU”	2023-2025	All Stakeholders in Petra region

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project	Implementation Schedule										
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
SH-1: Hotel and Restaurant Service Quality Improvement											
SH-2: Local Guide Service Quality Improvement											
SH-3: Make a difference among private sectors											
SH-4: Tourism Training Course "KANKO JUKU"											

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman (*Socio-economic)	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
SH-1: Hotel and Restaurant Service Quality Improvement	–	○	○	◎	◎
SH-2: Local Guide Service Quality Improvement	–	○	○	–	◎
SH-3: Make a difference among private sectors	–	–	○	◎	◎
SH-4: Tourism Training Course "KANKO JUKU"	○	○	◎	◎	○

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Code	SH-1
Project Name	Hotel and Restaurant Service Quality Improvement
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	SMEs Hotel, Vacation Rental, and Restaurant, Petra college
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Improve Service Quality of Hotel and Restaurant by:
- Assessing a service quality of SMEs hotel, vacation rental, and restaurant
- Creating a service quality guideline “Minimum Standard”
- Creating a self-training video and a manual
- Creating tourism human resources career development program
- Creating a system for evaluating employees





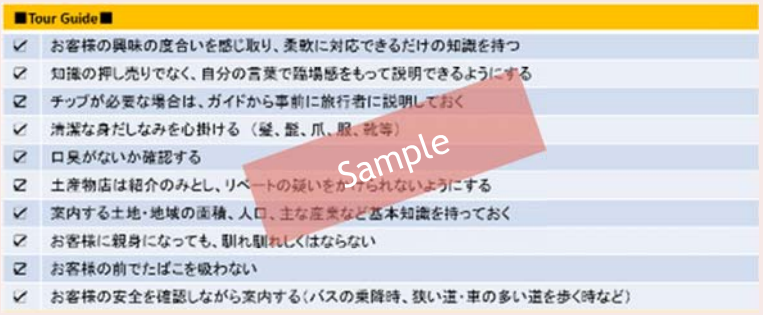
Section	Sean	Category	USP/IE	Standard	Remarks
Reservation	Telephone	Service	Accrate&Fast	Phone was answered within three rings.	
Reservation	Telephone	Service	Accrate&Fast	If the ringer rings more than 3 times, there was an apology for the delay.	NA if less than 3 rings
Reservation	Telephone	Service	Accrate&Fast	The greeting was, "Thank you for calling, this is XXX Hotel."	
Reservation	Telephone	Service	Accrate&Fast	The tone of the staff's voice was "warm and welcoming".	
Front	Check in	Service	Accrate&Fast	Staff recognized customer within 20 seconds upon arrival.	
Front	Check in	Service	Smile	Staff greeted the guest with a smile, eye contact, "Welcome", "We've been waiting for you", etc.	
Front	Check in	Service	Impressive experience	During the conversation, staff called the customer by name at least once.	
Front	Check in	Behavior & Appearance		Staff's hair was clean and well-groomed.	

Sample

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Code	SH-2
Project Name	Local Guide Service Quality Improvement
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All Local Guide in Petra Region, Petra college, Community
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Improve Service Quality of Local Guide by:
- Assessing a service quality of local guide
- Creating a service quality guideline “Minimum Standard”
- Creating a self-training video
- Creating system for evaluating local guides





Sample

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Code	SH-3
Project Name	Make a difference among private sectors
Implementation Year	2024-2026
Target Beneficiaries	Hotel, Vacation Rental, Restaurant, and Guide, Petra college, Community
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Aware of the importance of tourism service and service quality by:
- Developing a Petra service credo
- Conducting service competitions with a certification
- Enlighten youth and women in the tourism industry

Hotel & Restaurant Service competition =winners=



一般社団法人 日本ホテル・レストランサービス技能協会

The Ritz-Carlton = CREDO =



Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Code	SH-4
Project Name	Tourism Training Course “KANKO JUKU”
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All stakeholders in Petra region
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

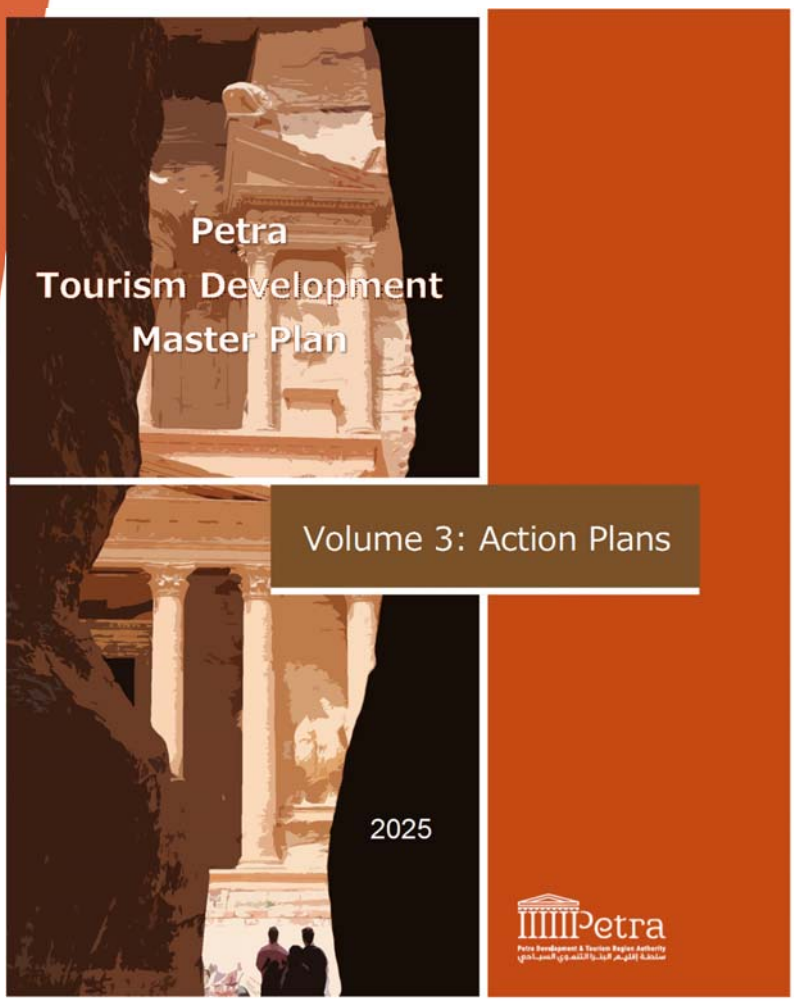
Acquire skill and knowledge of the tourism business by:
- Understanding the fundamental tourism business knowledge (Product, Promotion, Price, and Sales/Distribution)
- Understanding the importance of (1) Story, (2) Uniqueness, and (3) Quality of Petra as a destination
- Understanding the roles and responsibilities of tourism human resource

Develop Petra as a sustainable and resilient destination by:
- Acquiring global sustainability certification of (1) Destination, (2) Hotel, and (3) Tour operator
- Understanding the importance of tangible and intangible heritage in Petra region
- Understanding the importance of crisis management









Volume 3: Action Plans

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 1:
Destination Management (DM)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Key Objective: Establish sustainable destination management framework		
Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
DM-1: Strengthen Destination Management Framework in Petra	2023-2025	All stakeholders in the Petra region
DM-2: Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033	2023-2025	PDTRA and All stakeholders in the Petra region
DM-3: Create Weekly Local Market	2023-2025	All tourists and local providers
DM-4: Install new Ticketing system	2023-2025	All tourists
DM-5: Strengthen the Function of the Heritage Village	2023-2025	Local providers
DM-6: Strengthen the Function of the Visitor Center	2025-2030	All tourists and local associations/people
DM-7: Strengthen the Function of the Elgee Village	2025-2030	Local associations/people
DM-8: Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers	2023-2033	All tourists and local communities
DM-9: Rehabilitate the Nabataean farming eco-system	2028-2033	Local farmers and local product producers
DM-10: Develop 4R System for Tourism Crisis Management	2023-2028	All tourists and local people
DM-11: Develop 3R System for Sustainable Environmental Management	2023-2033	All tourists and local people
DM-12: Develop Petra as a MICE destination	2023-2033	All stakeholders in the Petra region

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-1		
Project Name	Strengthen Destination Management Framework in Petra		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-1-1: Establish an association/society specially for tourism development in each community as a focal point to implement the activities programed in the M/P	2023-2024	PDTRA, Directorate of Community Development	Local community (individual / association)
DM-1-2: Establish “Petra Tourism Development Committee” composed of the Public sector (PDTRA) and the Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities) to coordinate different stakeholders	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-1-3: Provide awareness raising program through the association/society in order that local people understand the value of local tourism resources	2024-2025	PDTRA, Directorate of Community Development, Directorate of Tourism	Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-2		
Project Name	Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-2-1: Conduct awareness-raising events for the Public sector (Relevant state ministry, Municipality, etc.) and the Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Infrastructure, Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-2-2: Prepare all necessary requirements as well as logistics arrangements after a thorough discussion with GSTC	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Infrastructure, Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministry, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-2-3: Conduct GSTC Criteria staff training through regular online classes or by special arrangement for on-site training sessions	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Infrastructure, Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministry, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-2-4: Obtaining certification of the GSTC-D	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Infrastructure, Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministry, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-3		
Project Name	Create Weekly Local Market		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-3-1: Organize local alliance member from 6 communities to open the shops at the weekly market	2023	PDTRA, Directorate of Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-3-2: Procure basic equipment (tent table, chair, etc.)	2023	PDTRA, Directorate of Community Development	—
DM-3-3: Provide basic equipment (tent table, chair, etc.) and market space to local people, association, farmers to open shops at weekly market	2023	PDTRA, Directorate of Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-3-4: Prepare an agreement between PDTRA and shop owner to open the shop, including articles of hygiene, security, quality, rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2024	PDTRA, Directorate of Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-3-5: Conduct test event as a pilot project	2024	PDTRA, Directorate of Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-4		
Project Name	Install new Ticketing system		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-4-1: Coordinate legal and financial arrangement for pre-paid system, including rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Public sector (Relevant state ministries)
DM-4-2: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operator （Concessionaire） to install necessary equipment and to manage the on-line ticketing system under PPP (Concession contract)	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	—
DM-4-3: Install on-line ticketing system and equipment for ticket control	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	Concessionaire
DM-4-4: Organize alliance member (shops, restaurants, etc.) to participate pre-paid system	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	Private sector (Tourism Businesses)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-5		
Project Name	Strengthen the Function of the Heritage Village		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-5-1: Prepare technical specifications and tender documents to procure contractor for design and construction to install new reception center inside the village	2023-2024	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	—
DM-5-2: Procure a contractor for design and construction work to install new reception center	2023-2024	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Contractor for design and construction
DM-5-3: Construct new reception center	2024-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Contractor for design and construction
DM-5-4: Prepare technical specifications and tender documents to procure tenants (restaurants, souvenir shops, etc.)	2024-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	—
DM-5-5: Procure tenants (restaurants, souvenir shops, etc.)	2024-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-5-6: Prepare an agreement between PDTRA and tenant owner, including articles of hygiene, security, quality, rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2025	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-6		
Project Name	Strengthen the Function of the Visitor Center		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-6-1: Prepare technical specifications and tender documents to procure contractor for design and construction to install new tourist information center inside the Visitor Center	2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Visitor Center, Directorate of Investment	—
DM-6-2: Procure a contractor for design and construction work to install new tourist information center	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Visitor Center, Directorate of Investment	Contractor for design and construction
DM-6-3: Construct new tourist information center	2026-2027	PDTRA, Directorate of Tourism, Visitor Center, Directorate of Investment	Contractor for design and construction
DM-6-4: Prepare technical specifications and tender documents to procure a vender to prepare an instruction video	2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Visitor Center, Directorate of Investment	—

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-6		
Project Name	Strengthen the Function of the Visitor Center		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-6-5: Procure a vender	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-6-6: Prepare an instruction video (e.g., Care for Petra)	2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-6-7: Employ new staff and park rangers to provide services at the tourist information center	2026-2027	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	—
DM-6-8: Provide necessary trainings to the staff. including hygiene, security, quality, natural science etc.	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Staff

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-7		
Project Name	Strengthen the Function of the Elgee Village		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-7-1: Prepare technical specifications and tender documents to procure contractor for design and construction to renovate the public space of the village	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	—
DM-7-2: Procure a contractor for design and construction work to renovate the public space of the village	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Contractor for design and construction
DM-7-3: Conduct renovation works	2026-2027	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Contractor for design and construction
DM-7-4: Prepare technical specifications and tender documents to procure tenants (restaurants, bar, souvenir shops, etc.)	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	—
DM-7-5: Procure tenants (restaurants, bar, souvenir shops, etc.)	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-7-6: Prepare an agreement between PDTRA and tenant owner, including articles of hygiene, security, quality, rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-8		
Project Name	Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-8-1: Include electric rent-a-bike / scooter as a way of transport (as a start between the BASIN Restaurant to Baidha, and main routes of Wadi Musa) in the “Transportation At Petra Region” plan.	2023	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment	—
DM-8-2: Look for possible investor(s) in purchasing the rent-a-bike / scooter (20-30 bicycles to start with) and purchase the bicycles/scooters. ※ If the investor is interested in operating the business, that can also be considered.	2023-2024	PDTRA Directorate of Investment	Private transportation supplier(s), Private investors, International donor(s)
DM-8-3: Designate stations/staffs for operating and managing the business.	2023-2024	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private transportation supplier(s), Private investors, Local communities

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-8		
Project Name	Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-8-4: Determine and develop ways to collect payment directly from tourists (ideally by cash, credit card, online payment using smartphones, and pre-paid through Visit Petra HP).	2023-2024	PDTRA Directorate of Investment	—
DM-8-5: Start providing transportation options using rent-a-bike / scooter between the BASIN Restaurant to Baidha, and main routes of Wadi Musa to tourists.	2024-2026	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment	Private transportation supplier(s), Private investor(s) Local communities
DM-8-6: Purchase additional rent-a-bike / scooter (the exact number is to be determined based on how well the business is going and/or demand from the tourists).	2026-2033	PDTRA Directorate of Investment	Private transportation supplier(s), Private investor(s), International donors

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-8		
Project Name	Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-8-7: Provide guided tours using the bicycles / scooters.	2026-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Private transportation supplier(s), Private investor(s), Guides, Tour Operators
DM-8-8: Integrate payment option as pre-paid/top-up of PAP ticketing system.	2026-2033	PDTRA Directorate of Investment	Private transportation supplier(s), Private investor(s)
DM-8-9: Expand the routes that could be accessed using the bicycles / scooters.	2026-2033	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private transportation supplier(s), Private investor(s) Local communities

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-9		
Project Name	Rehabilitate the Nabataean farming eco-system		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-9-1: Prepare an agreement between PDTRA and terrace owner in terms of land use and development project	2028-2030	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Landowner
DM-9-2: Conduct necessary study to rehabilitate the historical terrace	2028-2030	PDTRA, PAP Research Center	Public sector (Relevant state ministries, such as DOA, etc.)
DM-9-3: Prepare technical specifications and tender documents to procure contractor for design and construction to rehabilitate the historical terrace	2030-2031	PDTRA, PAP Research Center, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Public sector (Relevant state ministries, such as DOA, etc.)
DM-9-4: Procure a contractor for design and construction work to rehabilitate the historical terrace	2030-2031	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Contractor for design and construction

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-9		
Project Name	Rehabilitate the Nabataean farming eco-system		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-9-5: Obtain necessary permissions for construction works	2031	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Contractor for design and construction, Public sector (Relevant state ministries, such as DOA, etc.)
DM-9-6: Conduct rehabilitation works	2031-2033	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Contractor for design and construction
DM-9-7: Prepare an agreement between PDTRA and terrace owner to operate tourism business, including articles of hygiene, security, quality, rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2033	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-10		
Project Name	Project for strengthening the resident participation type tourism risk management 4R system		
Action Plan	Implementation schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-10-1: Building (improving) a risk management system based on public-private partnerships and reviewing / brushing up existing risk management plans	2023-2025 (Improvement according to the system) → Periodical improvement according to the training result	PDTRA Risk Management Unit Dep. Operation and Control Directorate of Local Community	Hotels / restaurants, medical institutions, travel agencies / transportation companies, local police, local governments, local communities around PAP
DM-10-2: Building a mechanism for collecting / disseminating information using SNS or apps	2024-2025	PDTRA Risk Management Unit Directorate of IT Dep. GIS	Hotels / restaurants, local communities, tourists
DM-10-3: Awareness-raising activities based on risk management plans and hazard maps (implementation of disaster prevention drills, etc.)	2024-2028 (Continuous implementation → monitoring → improvement of plan)	PDTRA Risk Management Unit Dep. Operation and Control Directorate of Local Community Visitor Center Petra Cultural Center Dep. Public Relationship	Hotels, restaurants, local governments, Tourist Guide

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-10		
Project Name	Project for strengthening the resident participation type tourism risk management 4R system		
Action Plan	Implementation schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-10-4: Launching of risk information communication rules on the tourism portal site "VISIT PETRA"	2025-2026	PDTRA High Level Committee for Emergency Dep. Tourism Directorate of IT Dep. GIS Visitor Center	National Center for Security and Crisis, Tourist Guide, Travel Agencies
DM-10-5: Strengthening of early warning system and safety monitoring system	2023-2025	PDTRA Directorate of IT Dep. GIS Dep. Operation and Control Dep. Ranger	PDTRA, Meteorological Agency, Police
DM-10-6: Formulation of Flash flood MP （FFM） and Watershed management plan （WMP）	2023-2025	PDTRA Directorate of Public Works Directorate of IT Dep. GIS	National Center for Security and Crisis, Swiss Embassy (SDC)
DM-10-7: Development of flood control dams, small check dams, channel works, etc. based on FEM.	2025-2033	PDTRA Directorate of Public Works Dep. Engineering Studies	National Center for Security and Crisis

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-11		
Project Name	Develop 3R (Reduce, Reuse, Recycle) System for Sustainable Environmental Management (Solid-waste, Water, Energy, etc.)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-11-1: Coordinate legal and financial arrangement for separate collection and recycle system for solid-waste, wastewater, etc.	2023-2025	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.)
DM-11-2: Establishing separate collection and recycle system for solid-waste, wastewater, etc.	2023-2033	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-11-3: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operators (Concessionaire) for separate collection and recycle system for solid-waste, wastewater, etc.	2025-2026	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	—
DM-11-4: Installing necessary equipment and infrastructure for separate collection and recycle system for solid-waste, wastewater, etc.	2026	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Concessionaires

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-11		
Project Name	Develop 3R (Reduce, Reuse, Recycle) System for Sustainable Environmental Management (Solid-waste, Water, Energy, etc.)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-11-5: Conducting awareness rising campaign of the 3R for environmental management	2023-2033	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-11-6: Conducting awareness rising campaign of the 3R for enhancing recycle system for waste-water	2023-2033	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-11-7: Conducting awareness rising campaign of the 3R for reducing the consumption of potable water, fossil fuel, plastic, paper, etc.	2023-2033	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-1: Provide key players (suppliers) with educational and practical training （for example through means as described in SH-4） to improve their quality of service in preparation for welcoming MICE travelers. ※ Examples of key players: Hotels, Restaurants, Coach companies, Guides, etc. With regards to the guides, incorporate existing guides and Bedouins to help them understand the preferences and expectations of MI oriented groups, and then to perform accordingly. ※ Narratives presented by Bedouins could be a great component to enhance the overall experience.	2023-2025	PDTRA Directorate of Community Development	Japanese Experts 4-5* Hotels, restaurants suitable for MICE, Coach companies, Guides

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-2: Increase Handicrafts related stakeholders' capability of production. ※ For example, by encouraging collaboration among associations and handicraftsmen to create the same MI(CE) attractive products.	2023-2025	PDTRA Directorate of Community Development	Handicrafts association and businesses in the local communities
DM-12-3: Develop high-quality tours and hands-on experience, as well as team building, entertainment and culinary options attractive to MI clients. ※ It is important that the programs have flexibility so that they could be customized to meet each client's expectations and needs.)	2023-2025	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Community Development	Local communities, Tour Operators, Entertainment Suppliers, Restaurants

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-4: Establish a MICE Management Unit within PDTRA which will operate as a one-stop agency responsible for collecting and compiling information related to MICE in Petra as well as managing MICE marketing and promotion.	2023-2025	PDTRA Directorate of Tourism	—
DM-12-5: Designate a land and an investor/donor to construct a venue (convention center) appropriate for (MI)CE usage. ※ Construct the venue accordingly in the next years.	2024-2025	PDTRA Directorate of Investment	Private investor(s), International donor(s)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-6: Determine existing venues that have the potential to accommodate MI groups, review their business, and redesign their presentation and service standards incorporating global MICE standards while keeping in mind to respect their cultural aspects.	2024-2026	PDTRA Directorate of Investment	e.g., Elgee Village, Heritage Village, Alqantarah Restaurant
DM-12-7: Establish an organization for managing catering of F&B, equipment's, tables and chairs, etc.	2024-2026	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment Directorate of Community Development	Local communities, Catering Companies in Amman

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-8: Procure coaches and buses appropriate for transporting MICE travelers.	2024-2026	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment	Coach companies, Private investor(s), International donor(s)
DM-12-9: Establish an event planning and management company or entity, managed by PDTRA and operated by private/local stakeholders.	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment	private/local stakeholders. Event planning and management company(s) in Amman.
DM-12-10: Promote Petra as a MI destination.	2026-2030	PDTRA Directorate of Tourism	JTB

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-11: Work continuously on actions DM-12-1~3 to welcome more MI groups and then CE groups to Petra.	2026-2033	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Community Development	Japanese Experts 4-5* Hotels, restaurants suitable for MICE, Coach companies, Guides, Handicrafts association and businesses in the local communities, Tour Operators, Entertainment Suppliers
DM-12-12: Welcome MICE travelers/programs to Petra.	2026-2033	—	—

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 2:
Research & Development (RD)

Action Plan:
Research & Development (RD)

Key Objective: Enhance Petra museum role as core of heritage management, community awareness and tourism/Establish sustainable heritage management/Re-discover cultural uniqueness and identity of Petra region/Evaluate heritage in terms of sustainability and SDGs

Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
RD-1: Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA	2023-2033	Global /PDTRA, Petra museum, DOA, local NGO, local university
RD-2: Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum and heritage	2023-2033	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
RD-3: Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX	2023-2033	All tourists, PDTRA, Petra museum, DOA
RD-4: Enhancement of Petra museum activities (Temporary exhibition, Gallery tour, community awareness, museum shop, barrier-free etc.)	2022-2027	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
RD-5: Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product and environmental sustainability	2023-2030	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local NGO
RD-6: Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics	2023-2025	PDTRA, Hotels, Tour Operators, Universities
RD-7: Determining Petra's target visitors	2023-2025	PDTRA, hotels, restaurants, tour operators

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-1		
Project Name	Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-1-1: Identify useful GIS information related tourism and research in PETRA, such as archeological sites, terrain, trail course, hazardous area, etc.	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep. IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic
RD-1-2: Design a system of GIS database to record GIS information related tourism and research in PETRA clarifying processing, number of users, system configuration, Hardware / Software, geodatabase design, etc.	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic
RD-1-3: Develop missing GIS information considering priority and cost in standardized manner. Select a survey company to develop the information through a tender process as necessary.	2023-2033	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic, Petra museum

Action Plan(Draft):
Research & Development (RD)

Project Code	RD-1		
Project Name	Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-1-4: Establish a maintenance system for GIS database clarifying responsible entities / persons, frequency, source of budget, etc.	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic, Petra museum
RD-1-5: Visualize the GIS information in mobile app such as various risk maps, evacuation route maps, terrain profile maps of trail courses, heritage distribution maps, restoration history map, map of excavation sites, etc.	2023-2033	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic, Petra museum
RD-1-6: Install facilities for tourists useful to walk in PAP safely and meaningfully such as direction and distance display board along the trail courses, indication of evacuation routes, etc. Select a company to implement this process through a tender process.	2023-2033	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic, Petra museum

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-2		
Project Name	Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum as core and heritage sites		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-2-1: Study and prepare theme/story and list of related heritage sites for thematic trail	2023-2024	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.)	DOA, academic, foreign archaeological mission, local NGO
RD-2-2: List up heritage relating with thematic trail by using GIS database (relating with RD1)	2023-2024	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, tourism dep.)	local guide, local tour operator
RD-2-3: Prepare promotion/education material for thematic trail (mobile app etc.)	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, tourism dep.IT)	DOA, academic

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-2		
Project Name	Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum as core and heritage sites		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-2-4:Education/Community awareness activity by Petra museum relating with thematic trail	2024-	PDTRA (Petra museum)	Local school, local NGO

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-3		
Project Name	Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX technology (QR code, AR,VR etc)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-3-1: Introduce multi-language system by using QR code in museum exhibition and archaeological site signage	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM)	DOA, academic, foreign archaeological mission
RD-3-2: Plan, produce and introduce AR of several artifacts in Petra museum (to be added to mobile application)	2023-2025	PDTRA (Petra museum, IT)	DOA, local guide
RD-3-3: Plan, produce and introduce (as trial) AR-based interpretation in PAP and other heritage sites (instead of signage) based on Petra museum contents (3DCG)	2023-2027	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, IT)	DOA, academic, local guide

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-3		
Project Name	Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX technology (QR code, AR,VR etc)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-3-4: Introduce heritage management system by using QR code label management system	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM)	DOA, academic
RD-3-5: Develop/Revise mobile app using AR	2024-	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, Tourism, IT)	local guide, local tour operator
RD-3-6: Test guide tour with AR/VR device (Smart glass, VR headset etc.) (part of RD-2 as well/cooperated with PD)	2024-	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, Tourism, IT)	local guide, local tour operator

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-4		
Project Name	Enhancement of Petra museum activities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-4-1: Plan and implement temporary exhibition relating with cultural heritage in Petra with collaboration of private sector and media	2023-2025	PDTRA (Petra museum)	MOTA, DOA, academic, foreign archaeological mission, private sector, media
RD-4-2: Enhance local community awareness program (Hands-on education program, volunteer/friends of museum etc.) considering awareness of SDGs, heritage and environment protection	2022-2025	PDTRA (Petra museum)	Petra museum, DOA, academic, local school, local NGO, Min.Education, Min.Environment, Min.Culture,MOTA
RD-4-3: Plan and implement special program for visitor, such as night program, gallery talk, etc.	2022-2027	PDTRA (Petra museum)	Petra museum, local tour operator, local hotels etc

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-4		
Project Name	Enhancement of Petra museum activities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-4-4: Enhance documentation, research & conservation function of museum	2023-2027	PDTRA (Petra museum)	DOA, academic, foreign archaeological mission
RD-4-5: Publish booklet about heritage of Petra region by Petra museum	2024-2027	PDTRA (Petra museum)	DOA, academic, local school, local NGO, foreign mission
RD-4-6: Enhancement of barrier-free/Plan program for persons with disabilities	2024-2027	PDTRA (Petra museum, community dep)	local NGO, local school

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-4		
Project Name	Enhancement of Petra museum activities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-4-7: Introduce multi-language for museum exhibition (related with RD-3 as well)	2023-2027	PDTRA (Petra museum)	foreign archaeological mission, foreign embassy, JTB
RD-4-8: Enhance promotion of Petra museum/Produce promotion material for museum	2023-2027	PDTRA (Petra museum)	local hotel, local tour operator, JTB
RD-4-9: Enhance museum shop and museum goods	2023-2027	PDTRA (Petra museum)	local NGO, shop operator

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-5		
Project Name	Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product, local identity and environmental sustainability		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-5-1: Research/document intangible cultural heritage (ICH), unique Nabataean culture etc.	2023-	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep)	DOA, academic (Princess Basma center etc) foreign archaeological mission, local school, local NGO, student group, local artist
RD-5-2: Set-up guideline for developing ICH into tourism product, in order to protect ICH	2023-2024	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	DOA, academic(Princess Basma center etc), local NGO, UNESCO
RD-5-3: Plan and produce local product based on historical Nabataean culture as well as ICH	2023-2030	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	local NGO, local school, local artist, local farmer

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-5		
Project Name	Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product, local identity and environmental sustainability		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-5-4: Implement awareness program for re-evaluate and inherit ICH and traditional/historical eco-friendly lifestyle in terms of SDGs	2023-	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	Petra museum, local NGO, local school, academic (Princess Basma center etc)
RD-5-5: Publish booklet, report, brochure etc. about ICH and unique local culture/history for community awareness and tourism	2023-2030	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	Petra museum, DOA, academic(Princess Basma center etc), UNESCO, Min.Culture, local NGO, local school
RD 5-6: Establish database of ICH	2023-2027	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	Petra museum, DOA, academic(Princess Basma center etc), UNESCO, Min.Culture, local NGO, local school

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-6		
Project Name	Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-6-1: Create a detailed plan for the framework and the database dashboard	2023-2024	PDTRA (Research Center, Information Technology Directorate, Tourism Directorate)	MoTA (Statistics Department), Petra College for Tourism and Archaeology, and Database Developers
RD-6-2: Functional requirements, data items, and database features must be determined	2023-2024	PDTRA (Research Center, Information Technology Directorate)	MoTA (Statistics Department), Petra College for Tourism and Archaeology, Hotels, and Database Developers
RD-6-3: Following extensive interviews with key stakeholders, developers will create the actual database dashboard	2024-2025	PDTRA (Research Center)	Database Developers
RD-6-4: Integrate the designed tourism statistical database with the newly upgraded Visit Petra's website for publicly available data	2024-2025	PDTRA (Information Technology Directorate)	Database Developers and Website Developers
RD-6-5: Integrate the designed tourism statistical database with the MoTA's statistics platform for both internal and public data	2024-2025	MoTA, PDTRA (Research Center)	Database Developers and MoTA (statistics department)
RD-6-6: Determine a maintenance schedule as well as follow and update the data items on a regular basis	2024-2025	PDTRA (Information Technology Directorate)	Database Developers

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-7		
Project Name	Determining Petra's target visitors		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-7-1: Train PDTRA's Marketing and Research department personnel on tourism marketing strategies such as the STP modeling, persona creation, and so on	2023-2024	PDTRA (Tourism Directorate)	JTB, Petra College for Tourism and Archaeology, and Consulting firms
RD-7-2: Conduct a thorough annual visitor survey to keep track of the number and types of visitors to Petra	2023-2024	PDTRA (Research Center)	Hotels, restaurants, local community, and tourists
RD-7-3: Implement the STP model based on the results of the visitor survey through carrying out the specific steps listed below: – Define the market – Create market segments – Evaluate the segments for viability – Construct segment profiles – Evaluate the attractiveness of each segment – Select target market – Develop positioning strategy – Develop & implement the marketing mix – Review performance	2024-2025	PDTRA (Research Center, Tourism Directorate)	MoTA (statistics department), JTB, and Consulting Firms

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 3:
Product Design (PD)

Program 3:
Product Design (PD)

Key Objective: Development of tourism products which contribute to the conservation of history and culture, the empowerment of women and the local communities, which will lead to more benefits towards the region.		
Project	**Implementation Year**	**Target Beneficiaries**
PD-1: Training for product development and distribution Project	2023-2025	Local Community Local association Private sectors
PD-2: Develop Local Cultural Experiences	2023-2033	All tourists, local people private sectors
PD-3: Dispersal of tourists to the six communities	2022-2028	All tourists, local people private sectors
PD-4: Establish “Made in Petra” Brand for local products	2023-2033	Association Community
PD-3: Re-branding of Petra region	2023-2033	PDTRA, Local community, private sectors, academics

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-1		
Project Name	Training for product development and distribution Project		
Action	**Implementation Schedule**	**Responsible Agency**	**Relevant Stakeholders**
PD-1-1: Develop a training framework and subjects (in collaboration with SH-4)	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors
PD-1-2: Discuss what subjects to be added based on the subjects which proposed by Japanese experts, decide the subjects, provide the materials, select outside experts (in collaboration with SH-4)	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors
PD-1-3: Decided the subjects, provide the materials, select outside experts.	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-1		
Project Name	Training for product development and distribution Project		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-1-4: Seminar and Workshop (In collaboration with SH-4) ◆ Sustainable and Resilient Destination 1. Global sustainability certification of (1) Destination, (2) Hotel, and (3) Tour operator > Collaboration of DM and SP 2. Importance of tangible and intangible heritage in Petra region > Collaboration of RD 3. Importance of crisis management > Collaboration of DM	2023 - 2025	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-1		
Project Name	Training for product development and distribution Project		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-1-5: Seminar, Workshop, Field Work (in collaboration with SH-4) ◆ Tourism Business 1. Fundamental tourism business knowledge ・Treasure Hunting ・Tourism Product ・Revenue and Revenue Sharing ・Operation ・Marketing and Promotion > Collaboration of PD and SP 2. Importance of Story, Uniqueness, and Quality of Petra as a destination ・Product Value > Collaboration of RD-5, PD, SP 3. Roles and responsibilities of tourism human resource ・Service Quality ・Sales Technics ・Risk Management	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-1		
Project Name	Training for product development and distribution Project		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-1-6: Test tour ◆Monitor and FAM Tour - Conduct monitor tour and FAM tour to introduce new product. ◆Evaluation 1. Analyze the tour operation 2. Discuss how to improve the product and operation 3. Revise the product and operation	2024	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member
PD-1-7: Participation ◆Tourism Exhibition 1. Collaborate with JTB to attend tourism exhibition in the target country, or 2. Raise fund and attend tourism exhibition with PDTRA	2025	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member
PD-1-8: PDCA Continue PD-1-1/2/3/4/5 in collaboration with SH-4 ※ All materials used through this training and SH-4 will be open to anyone in Petra region.	2025	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-2		
Project Name	Develop Local Cultural Experiences with Communities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-2-1: Meeting with them and relevant stakeholders (PDTRA, private sector, academic, etc.) to find the suitable tourism resources and decide the details of the program	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association
PD-2-2 Find a person or association who have a passion to enhance the community through tourism through the open bidding	2023-2024	PDTRA Directorate of Community Development	Local community (individual or association)
PD-2-3: Give them training program (refer to PD-1 & SH-4)	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local community (individual or association)
PD-2-4: Do the process of product development, sales and promotion and operation under the support by JICA, PDTRA and relevant stakeholders	2023-2024	PDTRA Directorate of Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association
PD-2-5: By repeating PDCA cycle they try to improve their skills and establish the good partnership with PDTRA and relevant stakeholders	2024-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-4		
Project Name	Dispersal of tourists to the six communities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-3-1: Identify tourism attractions worth to be visited distributed in the six communities through interviews and group works	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community (individual or association), academic, Petra museum
PD-3-2: Investigate accessibility of each tourism attractions identified and acquire GPS coordinates of each	2023-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community (individual or association), academic, Petra museum
PD-3-3: Create a guide showing descriptions and access information for the identified tourism attractions	2023-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community (individual or association), academic, Petra museum
PD-3-4: Give scores to the tourism attractions according to value to visit, distance from Wadi Musa, accessibility, etc.	2023-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community (individual or association), academic, Petra museum

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-3		
Project Name	Dispersal of tourists to the six communities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-3-5: Selection of an IT company which develops a location-based application through a tender process.	2024	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community, Private sectors
PD-3-6: Development of a location-based application to certify visit in identified tourism attractions considering connection of the application with the other services such as guidance in PAP, a ticketing service, etc.	2024-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association
PD-3-7: Conceive and develop the prize for tourists visiting the identified tourism attractions according to scores	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-4		
Project Name	Establish “Made in Petra” Brand for local products		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-4-1: Create a committee among the association and set the criteria to define “Made In Petra” brand	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities
PD-4-2: Collaboration with the external technical partner (e.g., Jordan River Foundation) to define the brand	2023-2025	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities External technical partner
PD-4-3: Understanding the needs of the handicrafts market;	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities
PD-4-4: Give training and develop ab variety and quality of the products	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities
PD-4-5: Expand the sales channel	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities Private sectors (e.g., hotels, tour operators, retailers, etc.)
PD-4-6: Make the most use of renewed Logo of Petra	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities Private sectors (e.g., hotels, tour operators, retailers, etc.)

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-5		
Project Name	Re-branding of Petra region in line with the Master Plan		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-5-1: Based on the final vision and tourism resources in the community, analyzed and discussed what is the difference from other competing destination and uniqueness of the region in collaboration with various experts (e.g., advertising agency, research company, academic, etc.)	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic
PD-5-2: Finalize a concept and identity of new brands	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic
PD-5-3: Clarify the value which will be provided under the new brand concept;	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic
PD-5-4: Create the new brand name and phrase	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic
PD-5-5: Start promoting in accordance with sales & promotion strategy including the use of "Visit Petra" website to settle the new brands in the targeted market.	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Key Objective: Enhancement of marketing and promotional capabilities through understanding of marketing principles and outperformance in digital marketing.		
Project	**Implementation Year**	**Target Beneficiaries**
SP-1: Promote the newly developed product	2024-2026	Local communities (the product owner)
SP-2: Promoting Petra as a MICE destination	2024-2026	Hotels, local SMEs in terms of catering MICE attendees
SP-3: Enhance digital marketing	2023-2025	PDTRA, All Tourists, Hotels
SP-4: Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators	2023-2025	Hotels and tour operators

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-1		
Project Name	Promote the Newly Developed Product		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-1-1: Organize a FAM trip and invite media influencers to promote the new product	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, JITOA, Hotels, and Tour Operators
SP-1-2: Create a well-designed pamphlet highlighting the new product	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, Content Creation & Publishing Companies
SP-1-3: Create digital content to promote the product on the newly upgraded PDTRA's website as well as social media platforms	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, Digital Content Creation Companies
SP-1-4: Collaborate with JTB to promote the product in the international market through expos, printed and digital media	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB
SP-1-5: Collaborate with airline carriers, particularly LCCs, to jointly promote the new product	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, Airline Carriers (e.g., Royal Jordanian, Ryanair, etc
SP-1-6: Evaluate the effectiveness of each promotion mix and measure the ROI	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Research Center	JTB, Airline Carriers (LCCs), etc

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-2		
Project Name	Promoting Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-2-1: Petra, as a destination, should leverage on its key MICE facilities and consider improving them	2023-2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Hotels and Restaurants
SP-2-2: Designate one marketing team to focus on MICE marketing & promotion	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB
SP-2-3: Encourage hotels and restaurants to adopt a MICE mindset and to establish relationships with Travel Management Companies (TMCs) in the source market.	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Hotels and Restaurants
SP-2-4: Highlight Petra as a MICE destination on print and digital media on a regular basis to gain global attention	2026-2028	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, JITOA, Petra Hotel Association
SP-2-5: Attend at global MICE conferences and exhibitions such as IMEX, IBTM, and others on a regular basis.	2026-2028	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, JITOA, Petra Hotel Association

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-3		
Project Name	Enhance digital marketing		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-3-1: Determine the primary digital marketing channels and their associated KPIs	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Research Center	JTB and Petra College for Tourism and Archaeology
SP-3-2: Provide extensive digital marketing training to PDTRA's marketing personnel	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	MoTA, JTB, Petra College for Tourism and Archaeology, and Consulting firms
SP-3-3: Prepare technical specification and tender documents to procure website as well as digital content developing company	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	-
SP-3-4: Website Related: Perform an in-depth audit of Visit Petra's current website to determine the point of upgrade	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, IT Department	MoTA, JTB, JITOA, Petra College for Tourism and Archaeology, Website Developing company, and tourists
SP-3-5: Website Related: Determine and develop a new website contents by paying close attention to the customer journey. Potential contents and features include, but are not limited to, the following: – Purchasing a PAP entrance ticket – Booking of in-destination activities and experiences (e.g., Petra by night, Petra Kitchen, etc) – Information on disaster prevention – Include visual contents, etc.	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, IT Department	MoTA, JTB, JITOA, Petra College for Tourism and Archaeology, Website Developing company, and tourists

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-3		
Project Name	Enhance Digital Marketing		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-3-6: Website Related: Provide regular training to the PDTRA IT and Marketing Departments on website usage and content updates	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, IT Department	Website Developing Company
SP-3-7: Website Related: Add a booking feature to the website for three-star and lower hotels using the API connection system	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, IT Department	Website Developing Company and Petra Hotel Association
SP-3-8: Promotion Video Related: Determine the promotion video's theme, concept, storyline, and shooting location. And Create promotional PPT materials	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB and Content Creation Company
SP-3-9: Social Media Related: Check and prepare the necessary documentation to apply for an official Facebook and Instagram account	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	MoTA and JTB
SP-3-10: Social Media Related: Collaborate with a professional photographer and upload photo and visual contents to social media on a regular basis	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	Local community (individuals)

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-4		
Project Name	Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-4-1: Conduct awareness-raising events for hotels and tour operators to educate them on the benefits of being sustainably certified	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Petra Tour Operators Association, and JITOA
SP-4-2: Prepare all necessary requirements as well as logistics arrangements after a thorough discussion with GSTC	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Petra Tour Operators Association, JITOA, and GSTC
SP-4-3: Choose volunteer tour operators and hotels (4 stars and below) who are willing to submit application and go through certification processes	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Petra Tour Operators Association, JITOA, and GSTC
SP-4-4: Conduct GSTC Criteria staff training through regular online classes or by special arrangement for on-site training sessions	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Petra Tour Operators Association, JITOA, and GSTC
SP-4-5: Issue the certification once the Certification Body (CB) has confirmed that the respective stakeholder meets the GSTC standard.	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	GSTC, Certification Body (CB), Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Tour Operators Association, and JITOA

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

Key Objective: Improvement of Service Quality and Human Resource Development for Tourism		
Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
SH-1: Hotel and Restaurant Service Quality Improvement	2023-2025	SMEs Hotels, Vacation Rental, and Restaurants, Petra college
SH-2: Local Guide Service Quality Improvement	2023-2025	All Local guides, Petra college
SH-3: Make a difference among private sectors	2024-2026	SMEs Hotels, Vacation Rental, and Restaurants, Local guides, Petra college, Communities
SH-4: Tourism Training Course “KANKO JUKU”	2023-2025	All Stakeholders in Petra region

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-1		
Project Name	Hotel & Restaurant Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-1-1: Assess guest satisfaction of SMEs hotel, vacation rental, and restaurant by WG members.	2023	PDTRA Quality Assurance	SMEs Hotel and Restaurant, and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-1-2: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operator to implement the program.	2023	PDTRA Quality Assurance	Japanese expert
SH-1-3: Mystery shopping for service quality by Hotel and Restaurant Associations and Ammon College in Amman, and Japanese experts. Survey results feedback and reconciliation of discrepancies with their own evaluations	2023	PDTRA Quality Assurance	Petra College, Hotel Association and Restaurant Associations, JITOA, and Ammon College in Amman, Japanese expert
SH-1-4: Based on the reviews and evaluations, discuss and categorize service quality issues of SMEs in the hotel, vacation rental, and restaurant industries. Establishment of minimum standards for service quality.	2023	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association and Restaurant Association in Petra region, Petra College, Hotel Association, Restaurant Association, and Ammon College in Amman

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-1		
Project Name	Hotel & Restaurant Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-1-5: Select several hotel and restaurant staff members to become future leaders in improving the quality of service in hotels and restaurants in the Petra region and train them at Ammon College and hotels and restaurants in Amman.	2023 - 2024	PDTRA Quality Assurance	SMEs Hotel and Restaurant in Petra region, Hotel, Restaurant, and Ammon College in Amman
SH-1-6: Review and revise the minimum standards, as well as create a self-training video and manual.	2023 - 2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association and Restaurant Association in Petra region, Petra College
SH-1-7: Discuss career development plans and an employee evaluation system in hotels (especially 3 stars and below) and restaurants.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association and Restaurant Association in Petra region, Petra College
SH-1-8: Creating a Career Development Plans and a System for Evaluating Employees in hotels (especially 3 stars and below) and restaurants.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association and Restaurant Association in Petra region, Petra College
SH-1-9: Training through self-training videos and manuals, training for new employees based on the career development plan and initiating evaluations through the employee evaluation system	2024 - 2025	PDTRA Quality Assurance	SMEs Hotel, Vacation Rental, and Restaurant

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-1		
Project Name	Hotel & Restaurant Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-1-10: Check on a regular basis to ensure that service quality and employee evaluations are being carried out properly. The video is available to anyone in the Petra area interested in tourism.	2025 -	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Tour Operator Association in Petra region, Petra College

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-2		
Project Name	Local Guide Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-2-1: Assess local guide guest satisfaction by working group members.	2023	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-2-2: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operator to implement the program.	2023	PDTRA Quality Assurance	Japanese expert
SH-2-3: JITOA and the Tour Guide Association in Amman, as well as Japanese experts, conducted an undercover survey of service quality. Feedback on survey results and reconciliation of discrepancies with their own evaluations.	2023	PDTRA Quality Assurance	JITOA, Guide Association in Amman, Japanese expert
SH-2-4: Based on the review and evaluations, discuss and classify local service quality issues. Establishment of minimum standards for service quality.	2023	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College, JITOA and Guide Association in Amman

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-2		
Project Name	Local Guide Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-2-5: Select several local guides to become future leaders in improving the quality of service in local guides by having them attend a tour guided by the most experienced national guide and monitored by a Japanese expert in the Petra region and train.	2023 - 2024	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, JITOA and Guide Association in Amman, Japanese expert
SH-2-6: Review and revise the minimum standards, as well as create a self-training video and manual.	2023 - 2024	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-2-7: Creating a System for Evaluating Local Guide.	2024	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-2-8: Training through self-training videos and manuals and initiating evaluations through the local guide evaluation system.	2024 - 2025	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-2-9: Check on a regular basis to ensure that service quality and local guide evaluations are being carried out properly. The video is available to local guide and anyone in the Petra area interested in tour guide.	2025 -	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-3		
Project Name	Make a difference among private sectors		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-3-1: WG members will discuss the readiness of service personnel to work in the Petra region and the value of their services in order to develop a Petra Service Credo. Credo contents may refer to The Ritz-Carlton Credo.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Associations in Petra region, Petra College
SH-3-2: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operator to implement the program.	2024	PDTRA Quality Assurance	Japanese expert
SH-3-3: Create a Petra Service Credo	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Associations in Petra region, Petra College
SH-3-4: Prepare an evaluation criteria and a checklist to verify the quality of service provided by hotels, restaurants, and local guides based on the minimum standards developed in SH-1 and SH-2 and credo.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Associations in Petra region, Petra College
SH-3-5: Discuss the prizes and raise funds to prepare prizes. Prepare an application form for conducting service quality competitions.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Associations in Petra region, Petra College

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-3		
Project Name	Make a difference among private sectors		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-3-6: Implement the Service Quality Competition. (Jan. to Dec.) * Periodic checks with checklist, Guest satisfaction form, Recommendation from colleagues, etc.	2025	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Association in Amman, Petra College, Prize Sponsors
SH-3-7: Choose the best hotel (and hotel staff), restaurant (and restaurant staff), and local guide service. At the Awards Ceremony, prizes and certificates (service quality ambassador badges for individuals) are presented. Hotels and restaurants that have been selected for Best Service Quality may display Certificates. Local guides who have been selected for Best Service Quality can wear the Petra Service Quality Ambassador badge.	2026	PDTRA Quality Assurance	PDTRA, Petra College, Prize Sponsors
SH-3-8: Continue each year with improvements in the way criteria and competitions are conducted.	2026 -	PDTRA Quality Assurance	PDTRA, Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Association in Petra region, Petra College

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-4		
Project Name	"Kanko Juku" (Tourism Training Course)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-4-1: Develop a training framework and subjects.	2023	PDTRA Quality Assurance	Japanese Experts
SH-4-2: Discuss what subjects to be added in the KANKO JUKU based on the subjects which proposed by Japanese Experts. Decided the subjects, provide the materials, select experts.	2023	PDTRA Quality Assurance	All WG member, Japanese Experts
SH-4-3: Seminar and Workshop. ◆ Sustainable and Resilient Destination 1. Global sustainability certification of (1) Destination, (2) Hotel, and (3) Tour operator > Collaboration of DM and SP 2. Importance of tangible and intangible heritage in Petra region > Collaboration of RD 3. Importance of crisis management > Collaboration of DM	2023 - 2025	PDTRA Quality Assurance	All WG member, Hotel, Restaurant, Tour Operator in Petra region
SH-4-4-1: Decided tourism product that KANKO JUKU implement the training. *Collaboration with PD.	2023	PDTRA Quality Assurance	Community, Japanese Expert

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-4		
Project Name	"Kanko Juku" (Tourism Training Course)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-4-4-2: Seminar, Workshop, Field Work ◆ Tourism Business 1. Fundamental tourism business knowledge ・Treasure Hunting ・Tourism Product ・Revenue and Revenue Sharing ・Operation ・Marketing and Promotion > Collaboration of PD and SP 2. Importance of Story, Uniqueness, and Quality of Petra as a destination ・Product Value > Collaboration of RD-5, PD, SP 3. Roles and responsibilities of tourism human resource ・Service Quality ・Sales Technics ・Risk Management > Collaborating DM-10 & 11, and SP	2023	PDTRA Quality Assurance	Community, Petra College, Tour Operator Association in Petra region

Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects:
Conditions provided by JICA

Definitions

Pilot Project:

A small-scale demonstration trial project to verify the effectiveness and validity of the projects/actions proposed in the Petra Tourism Master Plan to improve current situation in Petra tourism identified through the Baseline Survey.

Pilot Projects:
Conditions provided by JICA

I. Each Pilot Project shall be approved by governmental and agencies such as PDTRA, and shall comply with the Jordanian laws and regulations, and the JICA's Environmental and Social Considerations guideline.

II. Project cost for each Pilot Project must not exceed 12 million yen (approx. 65,000 JOD as of June 2022), including the cost for necessary survey, permission, etc.

III. Each Pilot Project must be designed considering the applicability of the Master Plan to other regions.

IV. Any activities related to Facility and Equipment and construction works must be excluded from the scope and the components of the Pilot Project, such as construction of roads, buildings, any permanent structures (e.g., dams, gabions, pavements, sign boards, toilets, etc.).

V. Implementation period of each Pilot Project must be less than one and a half years.

VI. If there is any concerns about duplications with other projects conducted and planned by other donors, scope and the components of the Pilot Project must be flexibly adjusted.

Pilot Projects:
Selection Criteria Proposed

Items to be considered		Details to be considered
1. Validity	Feasibility	· Can a Pilot Project take necessary permissions/approvals by related governmental agencies and municipalities? · Can a Pilot Project satisfy with the Jordanian laws and regulations, and conditions provided by JICA's Environmental and Social Consideration Guideline?
	Gender Considerations	· Can a Pilot Project promote participation of women?
	Environmental and Social Considerations	· Does a Pilot Project benefit to six communities equally? · Does a Pilot Project cause any negative/positive impacts on local society? · Does a Pilot Project cause any negative/positive impacts on the cultural heritage?
	Other Donor, etc.	· Are there any duplications with projects or activities conducted or planned by other donors or agencies?
2. Effectiveness	Branding	· Can a Pilot Project contribute to promote branding and competitiveness of the Petra tourism
	Verification of Master Plan	· Will a Pilot Project contribute to the verification of the effectiveness of the Master Plan?
3. Efficiency	Input	· Will the cost per project be less than 12 million yen (80,000 JOD)? · Can a Pilot Project be managed within the inputs from the Japanese (JICA Project Team) and Jordanian (PDTRA) sides?
	Implementation Period	· Will a Pilot Project be completed within due period (one and a half years)?
	Number of Beneficiaries	· How many people will benefit from a Pilot Project?
4. Impact and sustainability	Impacts	· Is the impacts of a Pilot Project visible? · Can the impacts of a Pilot Project be measured?
	Sustainability	· Can the activities of a Pilot Project be expanded to other areas? · Will the activities of a Pilot Project continue after the end of the implementation period?

Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 1:
Destination Management (DM)

Pilot Projects 1:
Destination Management (DM)

Project Name	Create a Sustainable Destination Framework in accordance with the GSTC criteria			
Project Site	6 Communities			
Project Cost	(TBD) JOD			
Implementation Schedule	Main Activities	2022	2023	2024
	1: Establish a cooperation framework			
	2: Prepare educational materials			
	3: Conduct GSTC training			
	4: Conduct Heritage Conservation campaign			
	5: Conduct 3R campaign			
	6: Conduct 4R campaign			

Description

Create a Sustainable Destination Framework by:

- Establishing a framework for cooperation between the public and private sectors in order to carry out the pilot project;
- Preparing educational materials for awareness rising campaigns;
- Conducting GSTC-D and other awareness-raising training to improve understanding of heritage conservation, environmental protection, and tourism crisis management;
- Awarding the Petra region with the GSTC-Accredited Green Destination's Bronze award;
- Certifying selected tour operators and hotels (4 star and below) with GSTC-I certification; and
- Conducting awareness rising campaigns for heritage conservation, environmental protection, and tourism crisis management.

GSTC
Global Sustainable Tourism Council



Pilot Projects 1:
Destination Management (DM)

Project Name	Create Weekly Local Market			
Project Site	Wadi Musa			
Project Cost	(TBD) JOD			
Implementation Schedule	Main Activities	2022	2023	2024
	1: Organize member from 6 communities			
	2: Procure basic equipment (tent table, chair, etc.)			
	3: Provide basic equipment			
	4: Prepare an agreement with PDTRA			
	5: Conduct test event			

Description

Create Weekly Local Market at the New City Plaza over the Wadi-Musa river by:

- Organizing local alliance member;
- Providing local people, association, farmers a temporally weekly market space;
- Exhibiting historical and traditional way of life such as tea, Arabic coffee, local foods in the Bedouin Tent;
- Providing a meal at night (before visiting Petra by Night, etc.); and
- Organizing special events, such as best food contest, flea market, etc.



KCC Farmers Market, Honolulu, Hawaii, USA

Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 2:
Research & Development (RD)

Pilot Projects 2:
Research & Development (RD)

Project Name	Enhance the role of the Petra Museum as core of heritage tourism in Petra			
Project Site	Petra museum, PAP, 6 local communities			
Project Cost	(TBD) JOD			
Implementation Schedule	Main Activities	2022	2023	2024
	Produce GIS heritage database to be opened in Petra museum			
	Produce mobile app of thematic route and PAP connecting museum, PAP and heritage sites			
	Produce AR/VR contents relating with museum exhibition (part of mobile app)			
	Introduce multi-language system in museum and PAP			
	Develop hands-on program in museum (night program, etc.)			
	Develop program for persons with disabilities			
	Develop museum goods based on museum exhibition			
	Develop booklet about local history and culture by museum			

Description

Enhance role of Petra museum as core of heritage tourism in PAP and surrounding area (6 communities) as well as local community awareness toward heritage in Petra region by

- Establish heritage GIS database of Petra region to be opened in museum (through museum website etc.)
- Plan thematic route connecting museum and PAP, and develop mobile app to explore route (PAP and museum)
- Produce AR/VR contents relating with museum exhibition such as 3DCG reconstruction (part of mobile app)
- Introduce multi-language system in museum and PAP by using QR code etc.
- Develop hands-on program in museum (night program etc.)
- Develop program for persons with disabilities, such as exhibition material for touching
- Develop museum goods based on museum exhibition to be sold in museum shop
- Develop booklet about local history and culture by museum

Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Project Name	Examine product 1: Make the Petra Archaeological Park Main Trail Sustainable
Project Site	Petra Archaeological Park (PAP)
Project Cost	(TBD) JOD

Implementation Schedule

Main Activities	2022	2023	2024
Finalize the details of products			
Open bidding			
Product Development , promotion and sales			
Review, evaluation and improvement of products			

Outline of the Project

This project will address the challenges on the main trail. The below elements will be added on the current tour by local guide and proceed the visitor survey to see the result:

- Orientation to tourists at Visitors Center
- Risk on the trail (Services and harassment)
- Backroad exit/entry operation with transportation
- Transportation System among 6 communities and PAP
- Accessible Service
- Zero Plastic policy
- QR Code Signage





Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Project Name	Examine Product 2: Develop Local Cultural Experiences
Project Site	Wadi Musa, Baidha,, Rajif, Dlagha, Taybeh and Um Sayhoun
Project Cost	(TBD) JOD

Implementation Schedule

Main Activities	2022	2023	2024
Finalize the details of products			
Open bidding			
Product Development , promotion and sales			
Review, evaluation and improvement of products			

Outline of the Project

This project aims to contributing to the increase of the staying nights and expenditure in Petra region that leads to more benefit to the region by reinforcing the missing programs, such as off season (espe
early morning and new segments such as family, high-end customers, new market (e.g., Arab countries). We develop the “End Of The World” trail tour as the core program and various kinds of local cultural experiences such as sand bottle making, home visit, Agri-Tourism experience. We make a seasonal package by combining those products. The details of “End Of The World” Trail Tour, ideas of Local Cultural Experience and the image of the combination will be shown as follows



Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Product Idea 2: "End Of The World" Sunset Trail Tour

Details of the Product
Starting from New Visitor Center or Heritage Village in Baidha visit the top of the mountain to enjoy the beautiful sunset. Also enjoy the visit to Sig Al Barid (Little Petra) and Neolithic ruins on the way. <Example itinerary> Leave the new Visitor Center in Baidha by 4WD Visit Neolithic Site Start trekking (climbing up the mountain) Enjoy the view of sunset from the top of the mountain Return to the Visitor Center Remarks: • We need to consider if we use 4 WD vehicle or do that on foot. If we use 4WD we have to carefully evaluate what route we should take for nature conservation. If we travel on foot, we need to consider the safe way to go back to the VC. • Story that will explain the unique geographical character and the history of the region will give more attraction to the program.



Target Customer
• Adventure Tour Oriented Customer (FIT, group)

Location
• Baidha

Potential Contribution of the Program
• Extend the length of stay • Develop new markets

Responsible Strategic Project	PD-2		
Duration	3.5-6 hours	Appropriate period	March-May, September-November

Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Product Idea: "End Of The World" Sunset Trail Tour (Sample itinerary)

Depart the new Visitor Center (by 4WD or on foot)

Visit Neotithic Heritage site

Arrive at the bottom of the mountain and start climbing



Arrive at the top of mountain, enjoy the spectacular view!
**Bedouin tea service by the local community*



Return to the car

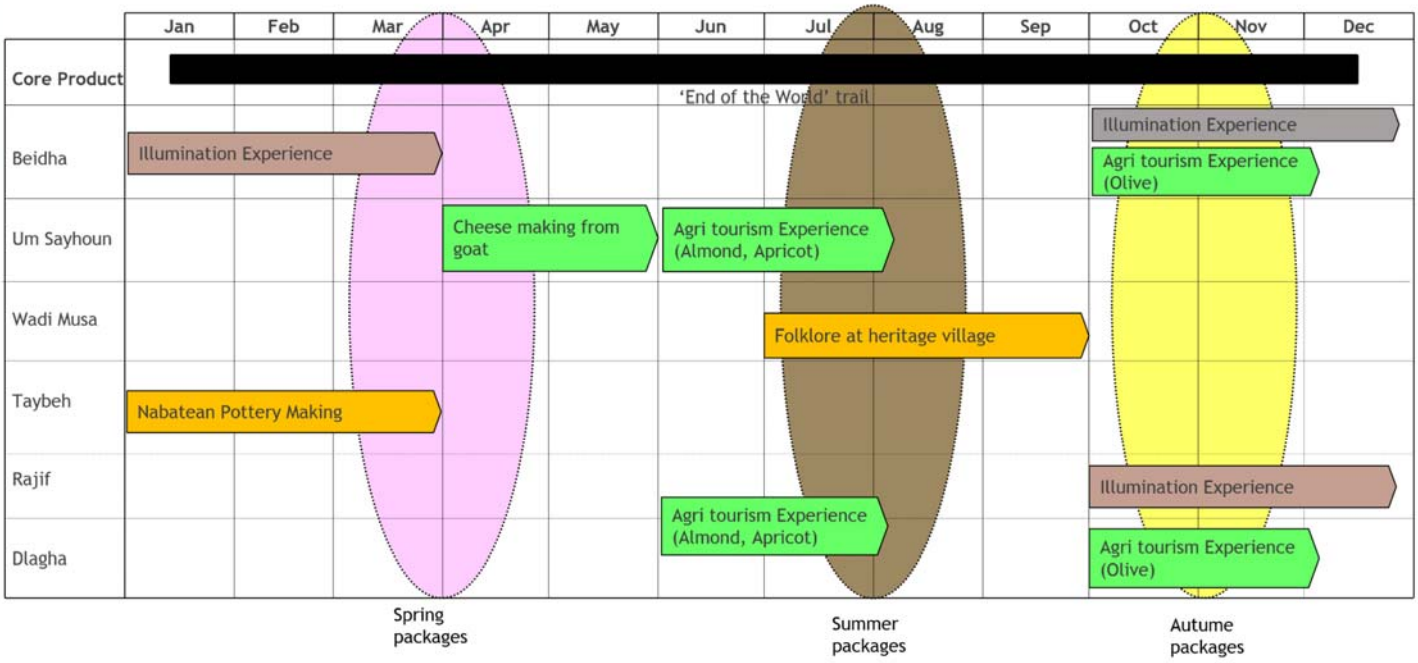


Arrive at the New Visitor Center (End of the tour)

Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Packaging of Core Program and Local Cultural Experience

We prepare the seasonal packages by combining the core program (Product idea 2) "End Of The World" Trail and Local Cultural Experiences (product idea 3 & 4) as below.



Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 4:
Sales & Promotion (SP)

Pilot Projects 4:
Sales & Promotion (SP)

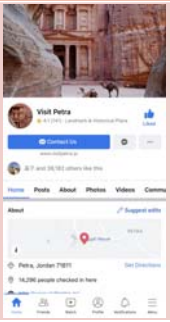
Project Name	Promote Newly Developed Products and Improve Digital Marketing Capability			
Project Site	N/A			
Project Cost	(TBD) JOD			
Implementation Schedule	Main Activities	2022	2023	2024
	1: Upgrade Visit Petra's website and engage in online marketing analytics			
	2: Create promotional videos and PPT materials			
	3: Enhance SNS engagement			
	4:Create a pamphlet			
	5: Organize a FAM trip			
	6: Joint promotion with JTB and LCCs			

Description

The following actions will be considered to promote newly developed products and improve digital marketing capability:

- Upgrade Visit Petra's website and APP by adding many informative features;
- Create 5 to 7 short promotional videos and presentation materials for use in a variety of events and occasions.
- Increase Petra's presence through SNS engagement and other online marketing analytics;
- Make a pamphlet highlighting the newly developed product;
- Organizing a FAM trip from major source markets (Europe, USA) as well as Japan. tour operators in Jordan can also join the FAM trip;
- Collaborate with JTB and LCCs to expand the new product's market reach; and
- Provide digital marketing training to PDTRA staff to improve their capabilities.







Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 5:
Service & Hospitality (SH)

Pilot Projects 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Name	Provide Tourism Training Course “KANKO JUKU”
Project Site	6 communities
Project Cost	(TBD) JOD

Implementation Schedule

Main Activities	2022	2023	2024
Create training programs based on PD pilot project			
Procure contractor to implement the project			
Implement the training			
Create training materials and videos			

Description

This project will be implemented through implementation of the Product Development pilot project.
Programs are customized according to the content of the Product Development pilot project.

Acquire skill and knowledge of the tourism business by:

- Understanding the fundamentals of the tourism business:
  (1) Product, (2) Marketing, (3) Promotion, (4) Price, and (5) Sales or Distribution
- Understanding the importance of the tourism products: (1) Story, (2) Uniqueness, and (3) Quality of the tourism products
- Understand the fundamental aspects to welcome tourists: (1) Safety, (2) Security, and (3) Hygiene
- Understand the fundamental knowledge of service quality: Refer to the next page
- Understanding the roles and responsibilities of tourism human resource:
  (1) Reporting, communication, consultation (2) Accurate operation, and (3) as a Sales person of the region

This project provides tourism training outside of Petra region, taking into account gender balance and also creates self-training videos.

Pilot Projects 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Name	Provide Tourism Training Course “KANKO JUKU”
Project Site	6 communities
	(TBD) JOD

Description

Overall Program Image
The following content is excerpted from Petra College's program

مقدمة في السياح
مقدمة في علوم الضيافة
السياحة الأردنية
إدارة أصول الضيافة
العلاقات العامة في الضيافة
إدارة الجودة الشاملة في صناعة الفنادق
إدارة الموارد البشرية في الضيافة
إدارة الأزمات في السياحة والضيافة
فن الضيافة والاتيكيت
مهارات الاتصال السياحي وفن الاتيكيت
إدارة الجودة
أخلاقيات السياحة العالمية

Service Quality Program Image
Understanding fundamental knowledge of service quality

Definition of service
Customer four expectations
Service Quality
Three assets to produce the services
Feature of Service Quality
Six Elements of Service Quality
Service quality check list
Service quality training
Service quality management
etc.


Work shop


Self-training video

MINUTES OF MEETING

ON

THE 2nd JOINT COORDINATION COMMITTEE

FOR

THE PROJECT FOR
FORMULATING TOURISM DEVELOPMENT MASTER PLAN
IN PETRA REGION

Amman, the Hashemite Kingdom of Jordan
11th September 2022

The parties acknowledge and agree that this Minutes of Meetings may be executed by electronic signature, which is considered as an original signature for all purposes and has the same force and effect as an original signature. "Electronic signature" includes faxed versions of an original signature or electronically scanned and transmitted versions (e.g., via pdf) of an original signature.

H.E. Dr. Suleiman A.D. FARAJAT
Chief Commissioner,
Petra Development and Tourism Region
Authority (PDTRA),
Hashemite Kingdom of Jordan

Mr. WAKUI Junji
Chief Representative,
JICA Jordan Office

Dr. Bilal R. KHRISAT
Commissioner of Petra Archeological Park
& Tourism Affairs
Petra Development and Tourism Region
Authority (PDTRA),
Hashemite Kingdom of Jordan

Mr. KUMADA Junichi
Team Leader
The Project for Formulating Tourism
Development Master Plan in Petra
Region

The 2nd Joint Coordination Committee (hereinafter referred to as "JCC") meeting on the Project for

Formulating a Tourism Development Master Plan in the Petra Region Jordan (hereinafter referred to as "the Project") was held in Amman on Sunday 11th September 2022 with the participation of the committee members listed in Annex 4.

The meeting was conducted according to the following agenda:

i) Opening remarks (from Chief Commissioner of PDTRA)
ii) Greetings from JICA (from Chief Representative of JICA Jordan Office)
iii) Greetings from JICA Project Team (from Team Leader)
iv) SESSION #1: Master Plan Structure
v) SESSION #2: Destination Management, first process of the Value Chain Approach
vi) SESSION #3: Research and Development, second process of the Value Chain Approach
vii) Open Discussion on above mentioned v) and vi)
viii) SESSION #4: Product Design, third process of the Value Chain Approach
ix) SESSION #5: Sales and Promotion, forth process of the Value Chain Approach
x) SESSION #6: Service and Hospitality, fifth process of the Value Chain Approach
xi) Open Discussion on above mentioned viii) thru x), v) and vi)
xii) Overall Schedule for the 2nd Phase (from JICA Project Team Leader)
xiii) Closing remarks (from PDTRA Chief Commissioner)

1. Master Plan Structure

Following the opening remarks by H.E. Dr. Suleiman A.D. FARAJAT, Chief Commissioner of PDTRA and Mr. WAKUI Junji, Chief Representative of JICA Jordan Office, JICA Project Team explained the Master Plan Structure. The Master Plan Structure was confirmed by the JCC members as Annex 1 attached hereto.

2. Pilot Projects

The JICA Project Team officially submitted the selection of candidate Pilot Projects (to be carried out during 2nd Phase of the project) to PDTRA in June 2022 and presented it to the JCC members during the 2nd JCC.

The JCC members confirmed the submitted Pilot Projects for the 2nd Phase as Annex 1 attached hereto.

3. Overall schedule for the 2nd Phase

The JICA Project Team shared overall schedule for the 2nd Phase of the project to be implemented from October 2022 to March 2025. The JCC members confirmed the submitted plan as Annex 2 attached hereto.

4. Modification to the Permanent JCC Members List

PDTRA and the JICA Project Team consulted with the JCC members of including the following two organizations to the Permanent JCC Members List: Jordan Society of Tourist and Travel Agents (JSTA) and United States Agency for International Development (USAID). The JCC members confirmed the two organizations are appropriate to be included to the JCC Members List as Annex 3 attached hereto.

5. Key Comments from JCC Members

The following comments and feedback were provided by JCC members on the structure and each section of the master plan:

(1) Regarding the Master Plan Structure:

1) It would be necessary to prepare other donors' exercise mapping in order to identify what is missing and avoid redundancy of support projects;
2) All of the strategic programs and projects are very clear, and the structure is well designed; however, it appears to be a bit broad, and some detail actions are required;
3) The role of PDTRA and JICA in terms of covering project budgets or costs must be clearly defined in order to avoid some projects remaining unimplemented;
4) The master plan should also consider concepts and details related to sustainability and heritage conservation;
5) The master plan should highlight Petra's uniqueness in comparison to other local and international competing destinations;

(2) Regarding the five strategic programs of the master plan:

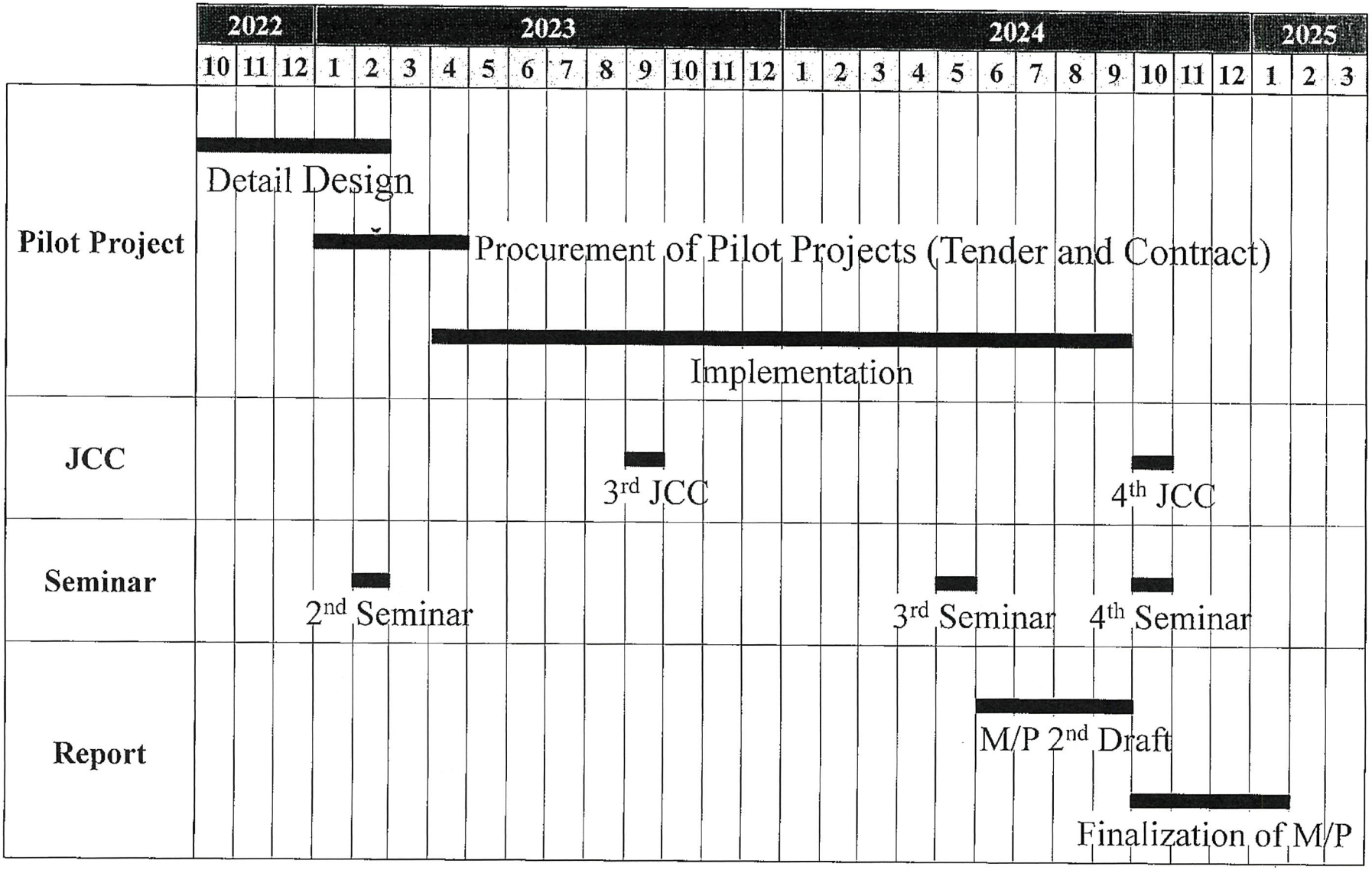
1) The EBRD is willing to provide ongoing assistance to PDTRA in all relevant sectors, particularly in the infrastructure;
2) JTB has been assisting PDTRA in increasing the number of nights stay in Petra by providing an incentive to operators who sell more than two nights;
3) We need to prepare a feasibility study in order to attract investors to support some of Petra's ongoing projects, such as the heritage village project;
4) Despite the fact that Petra has an iconic heritage site, there must be a diversification of tourism products developed through this master plan in order for tourists to stay longer in Petra;
5) Petra's branding should be consistent with JTB's national campaign, "*the Kingdom of Time*";
6) As part of this master plan, we must consider developing MICE facilities in Petra that can accommodate 2,000 people at once;

7) The master plan should take into account providing operational and soft skill training to Petra's hotels, restaurants, and tour guides;
8) To reduce imported souvenirs from other countries, this master plan must support and encourage Petra's local handicrafts producers;
9) Each project in this master plan must pay special attention to sustainability and climate impact analysis;
10) UNESCO is willing to support this master plan project;
11) A discussion should be held between USAID and JICA teams in order to collaborate on the USAID-supported project of visitor transportation from the back gate to the visitor center.

Finally, H.E. Dr. Suleiman A.D. FARAJAT officially closed the 2nd JCC meeting and declared that the JCC members would meet again in the 3rd JCC scheduled to be held in September, 2023.

List of Annexes:
Annex 1 Master Plan First Draft
Annex 2 Overall schedule for the 2nd Phase
Annex 3 Updated JCC Members List
Annex 4 List of Attendees for the 2nd Joint Coordination Committee (JCC)

Overall schedule for the 2nd Phase



Annex 3

Updated JCC Members List

JCC Members

- Ministry of Tourism and Antiquities (MOTA)
- Department of Antiquities (DOA)
- Jordan Tourism Board (JTB)
- Jordan Inbound Tour Operators Association (JITOA)
- Petra National Trust (PNT)
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)
- World Bank (WB)
- European Bank for Reconstruction and Development (EBRD)
- Jordan Hotel Association (JHA)
- Mr. Eid Nawafleh (Private Sector representative)
- Petra Development & Tourism Region Authority (PDTRA)
- Japan International Cooperation Agency (JICA)

- United States Agency for International Development (USAID)

  ※Suggested by PDTRA and the JICA Project Team and accepted by the JCC members on 11th September, 2022.

- Jordan Society of Tourist and Travel Agents (JSTA)

  ※Suggested by PDTRA and the JICA Project Team and accepted by the JCC members on 11th September, 2022.

List of Attendees fir the 2nd Joinrt Coordination Committee (JCC)

No.	Name
1	H.E. Dr.Suleiman A.D. Farajat
2	H.E. Mr. Nayef Al-Fayez
3	Dr. Zyad Alsaidat
4	Dr. Bilal R. Khrisat
5	Dr. Maram Ma'en Al-Frehat
6	Eng. Sa'ad Rawajfeh
7	Mr. Sabri Fdool
8	Mr. Hassan Lawama
9	Mr. Khalil Mashaleh
10	Ms. Samia Falahat
11	Mr. Ahmad Helalat
12	Mr. Etidal Al-Hasanat
13	Ms. Nisreen Salameen
14	Mr. Junji Wakui
15	Mr. Suzuki Takahiro
16	s. Michi Yamanakajima
17	Ms. Shereen Abu Hweij
18	Mr. Junichi (Jack) KUMADA
19	Dr. Assefa Temesgen (Tom)
20	Mr. Akira Ohara
21	Mr. Koji Oyama
22	Dr. Takahiro Koide
23	Dr. Fadi Balawi
24	Mr. Abdulrazzaq Arabiyat
25	Mr. Awni Kawar
26	Ms. Zena Al-Khashashneh
27	Ms. Catherine Heim
28	Ms. Mirna Salayta
29	Mr. Mustafa Kawash
30	Mr. Nizar Al-Adarbeh
31	Mr. Kei Kikuchi
32	Ms. Soua Farsi
33	Dr. Mohamamad Al-jboor



Petra Development & Tourism Region Authority
سلطة إقليم البترا التنموي السياحي

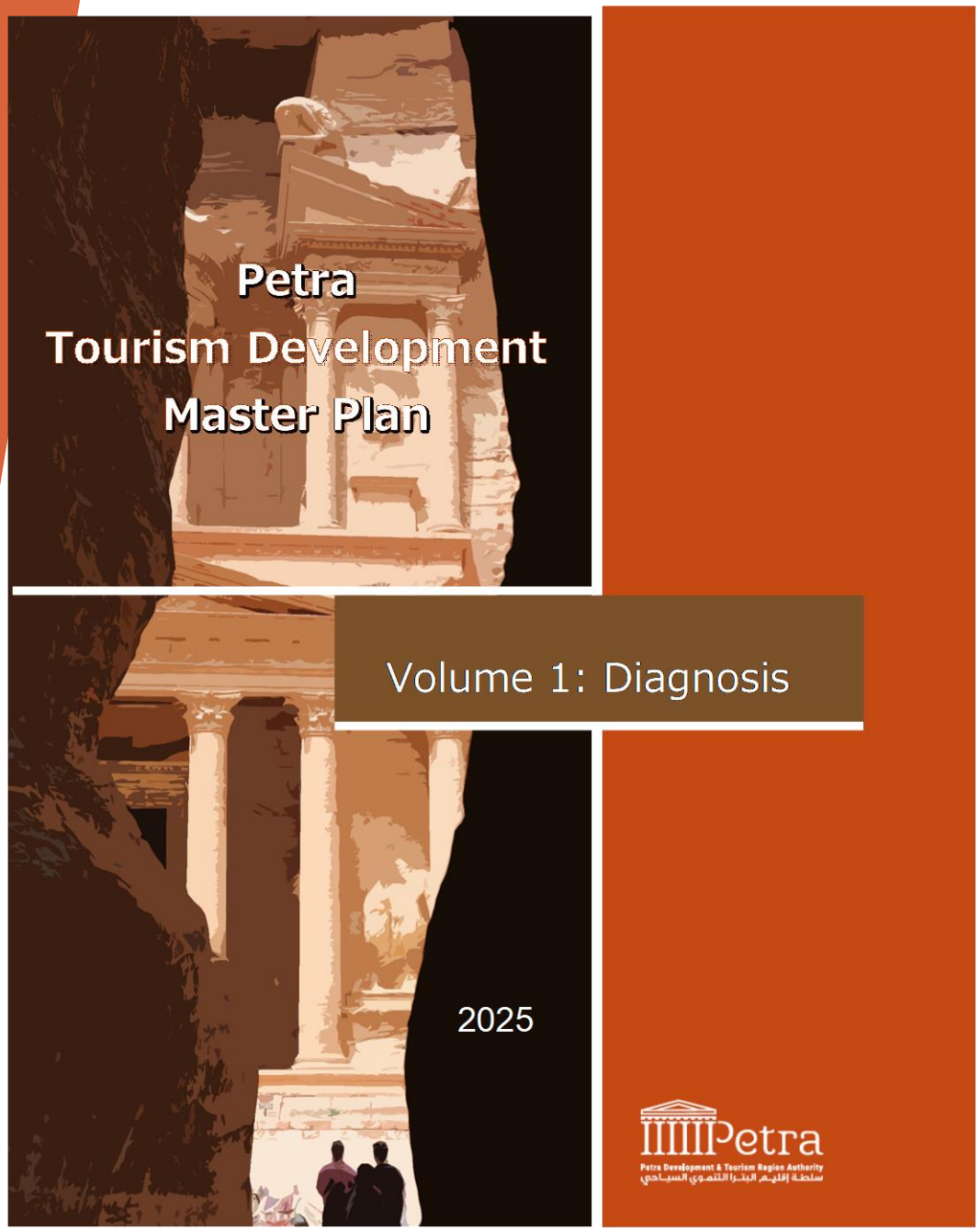
JICA

Japan International Cooperation Agency

Petra Tourism Development Master Plan

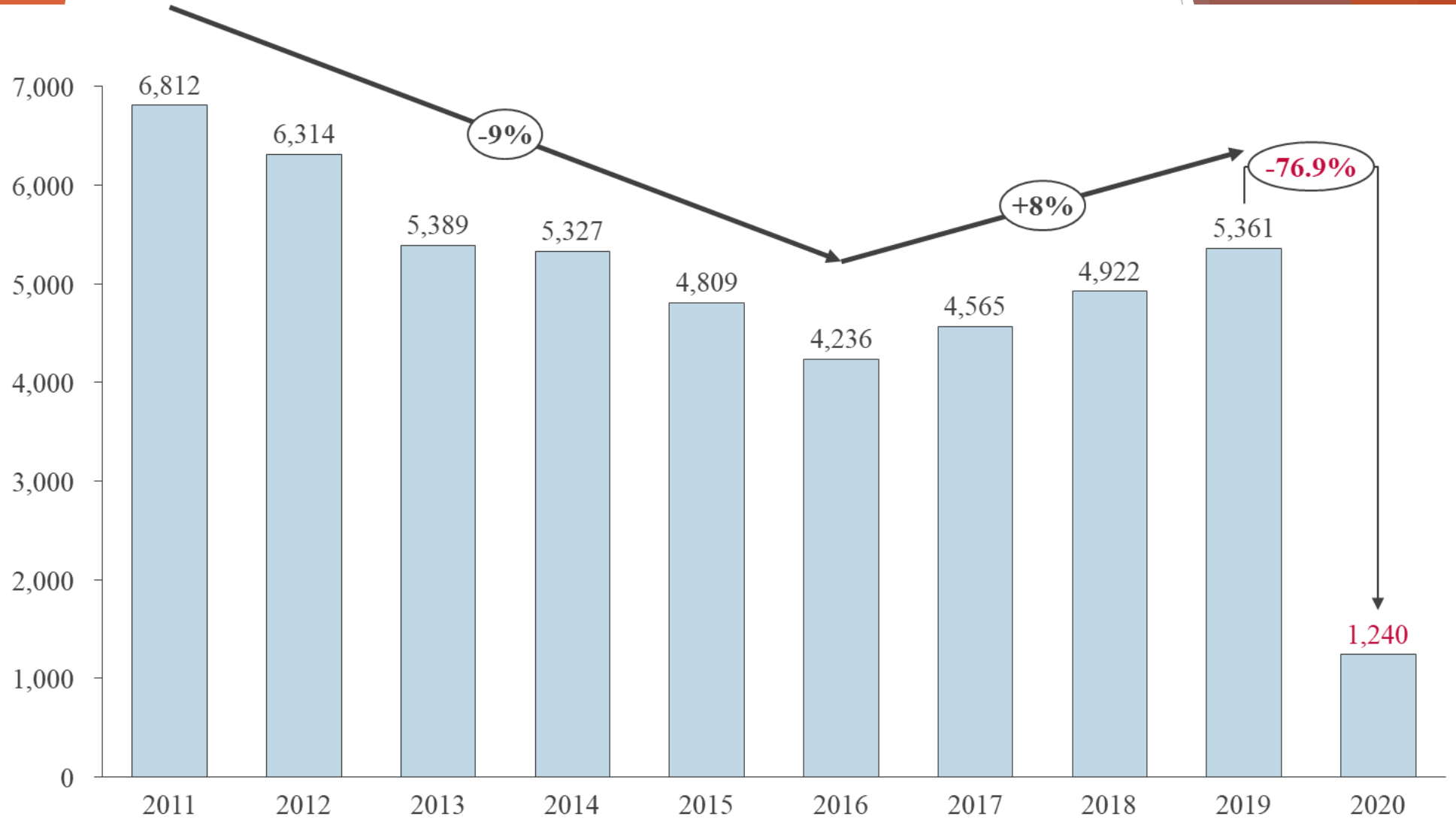
1st Draft Version

July 2022



Volume 1: Diagnosis

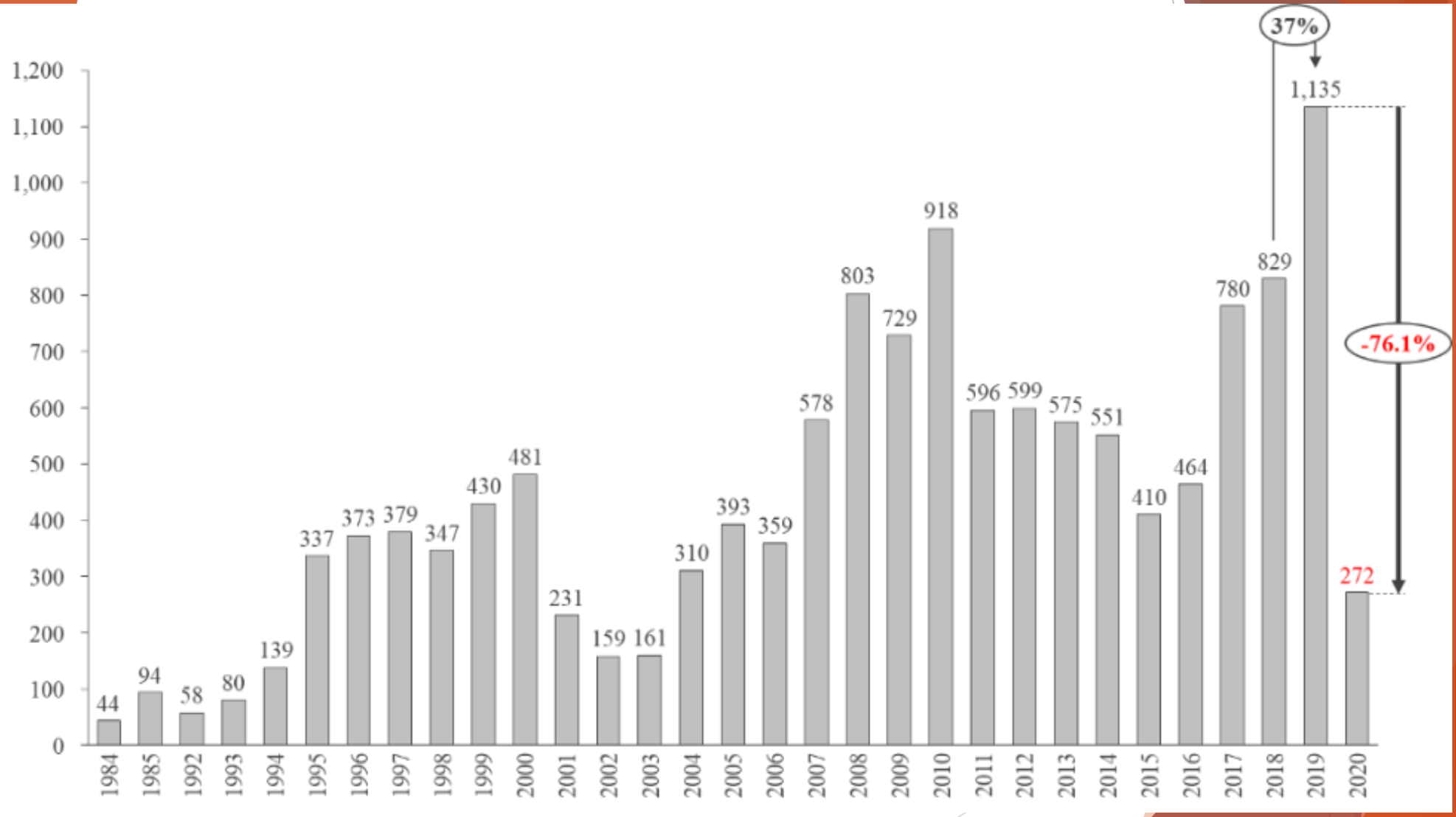
Assessment Results
Number of Visitors –Jordan-



Unit: Thousands; Source: PDTRA

Number of visitors to Jordan

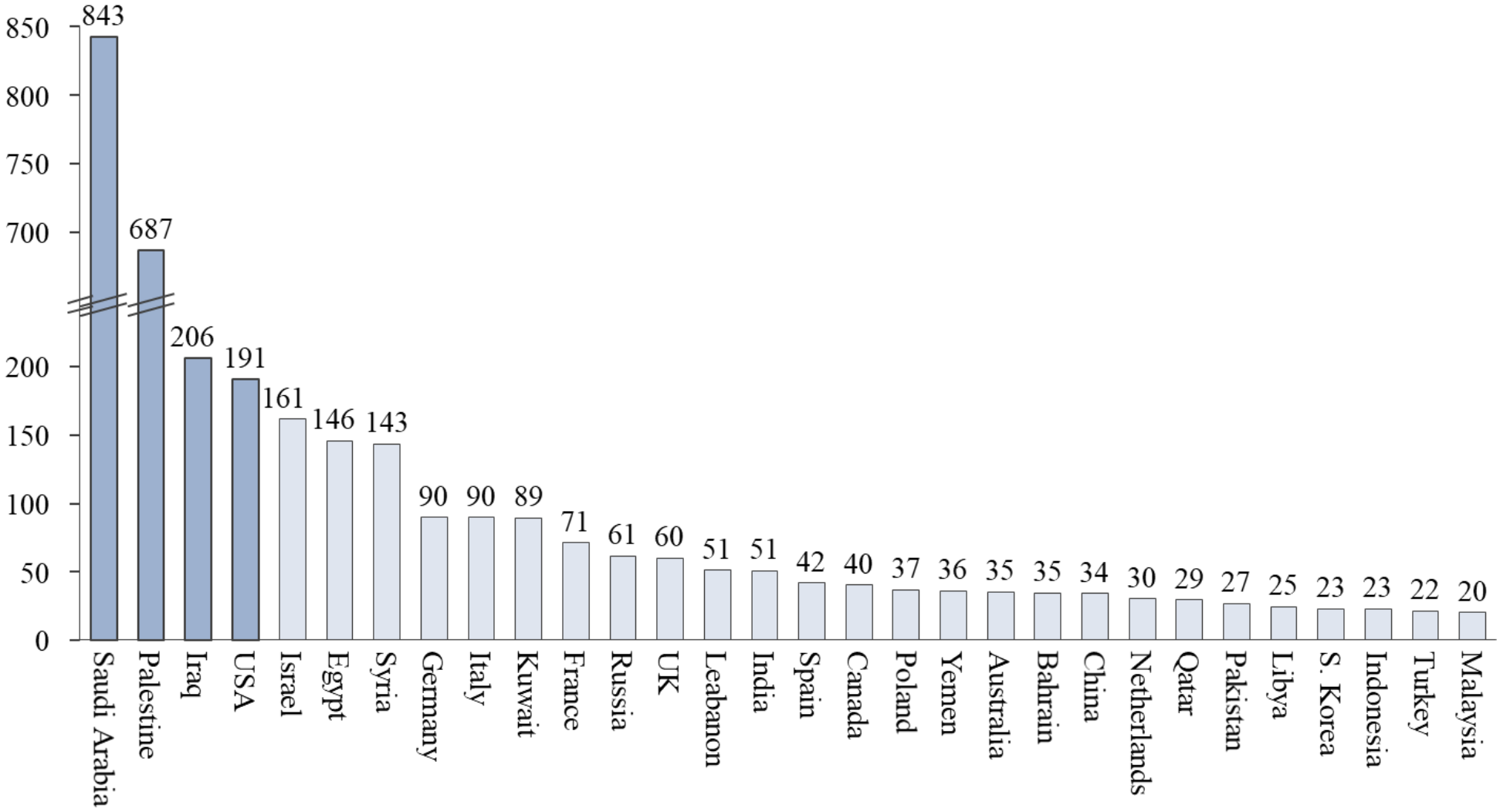
Assessment Results
Number of Visitors –Petra-



Unit: Thousands; Source: PDTRA

Number of visitors to Petra

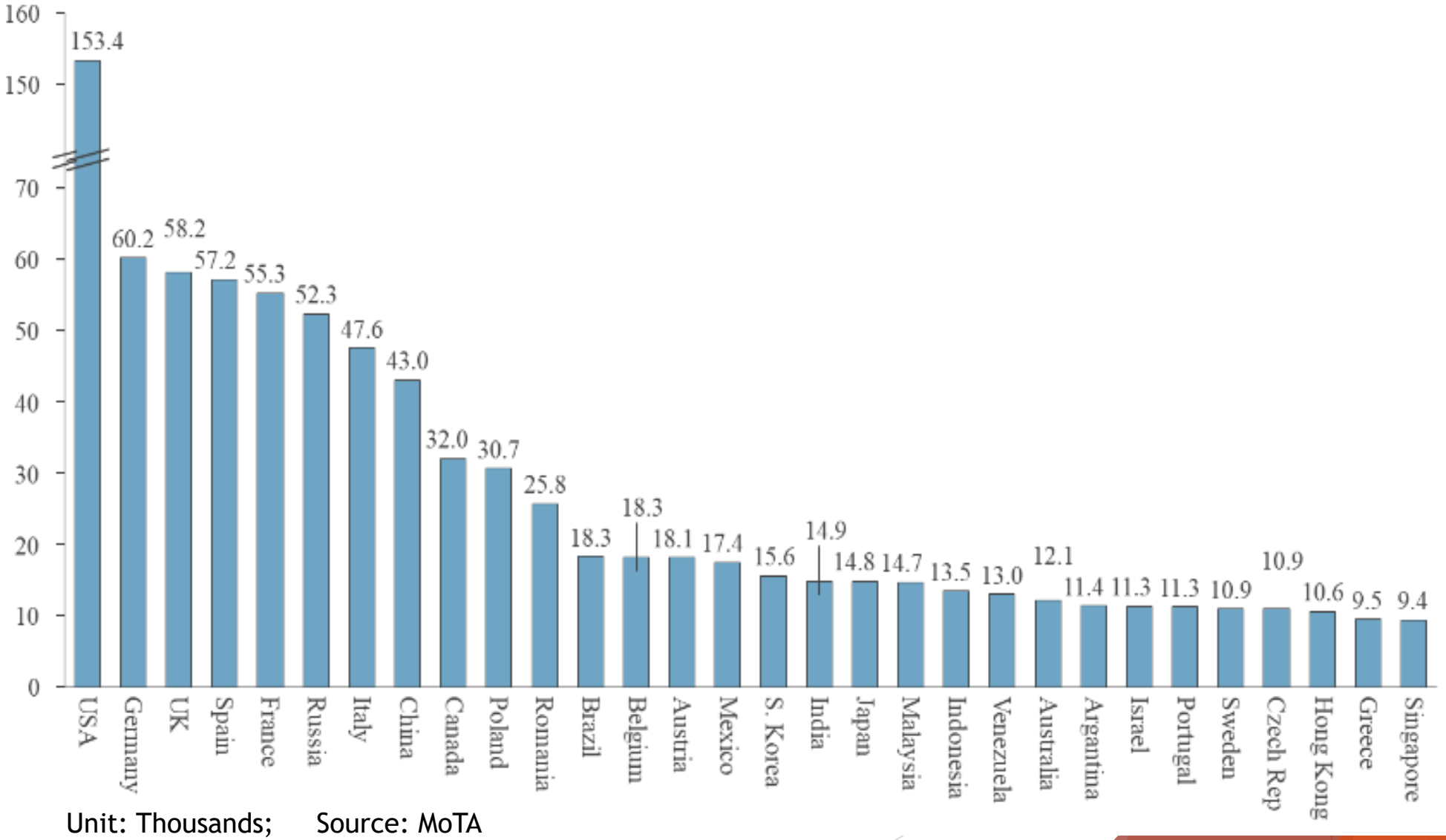
Assessment Results
Top 30 countries –Jordan-



Unit: Thousands; Source: MoTA

The top 30 countries visited Jordan in 2019

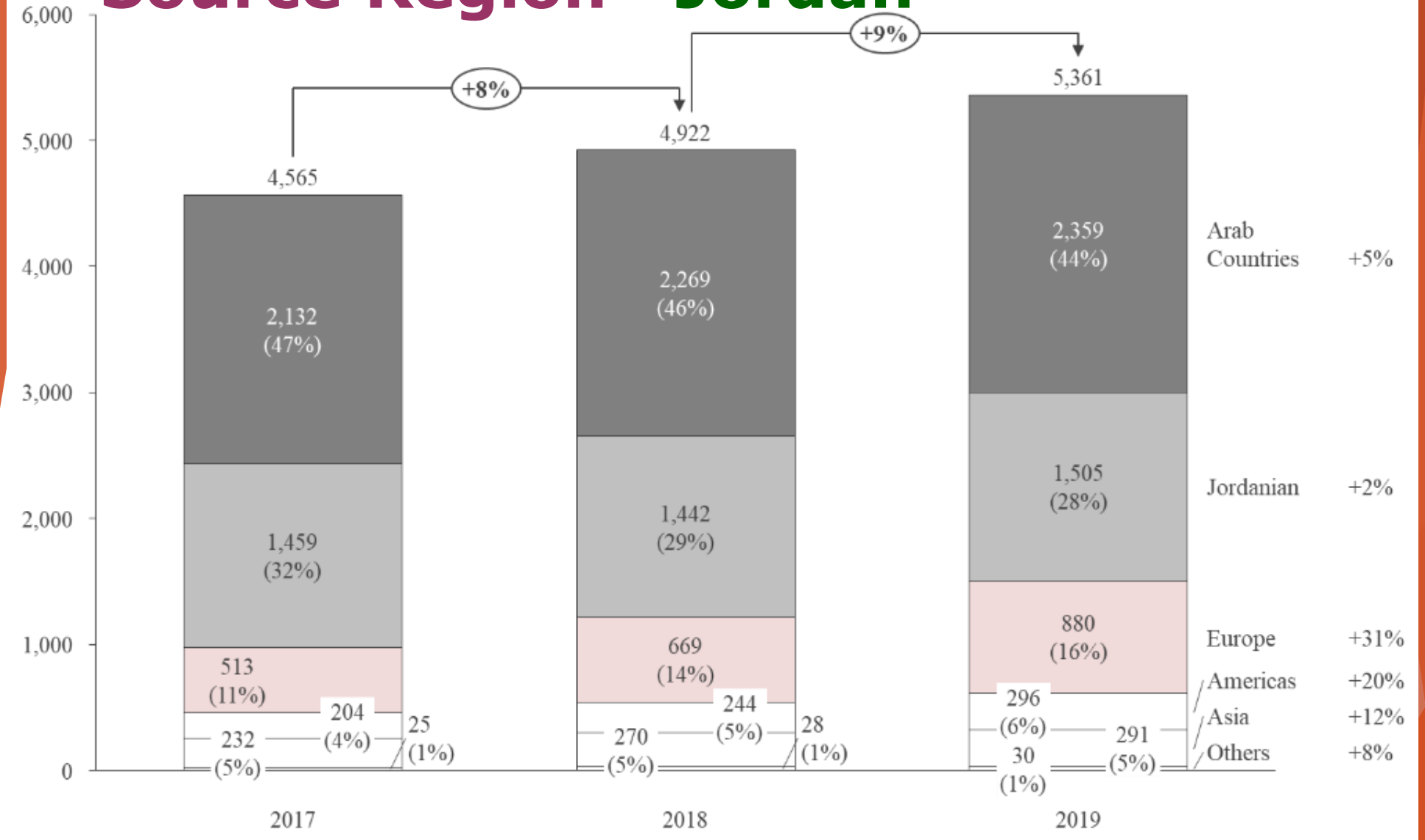
Assessment Results
Top 30 countries –Petra-



Unit: Thousands; Source: MoTA

The top 30 countries visited Petra in 2019

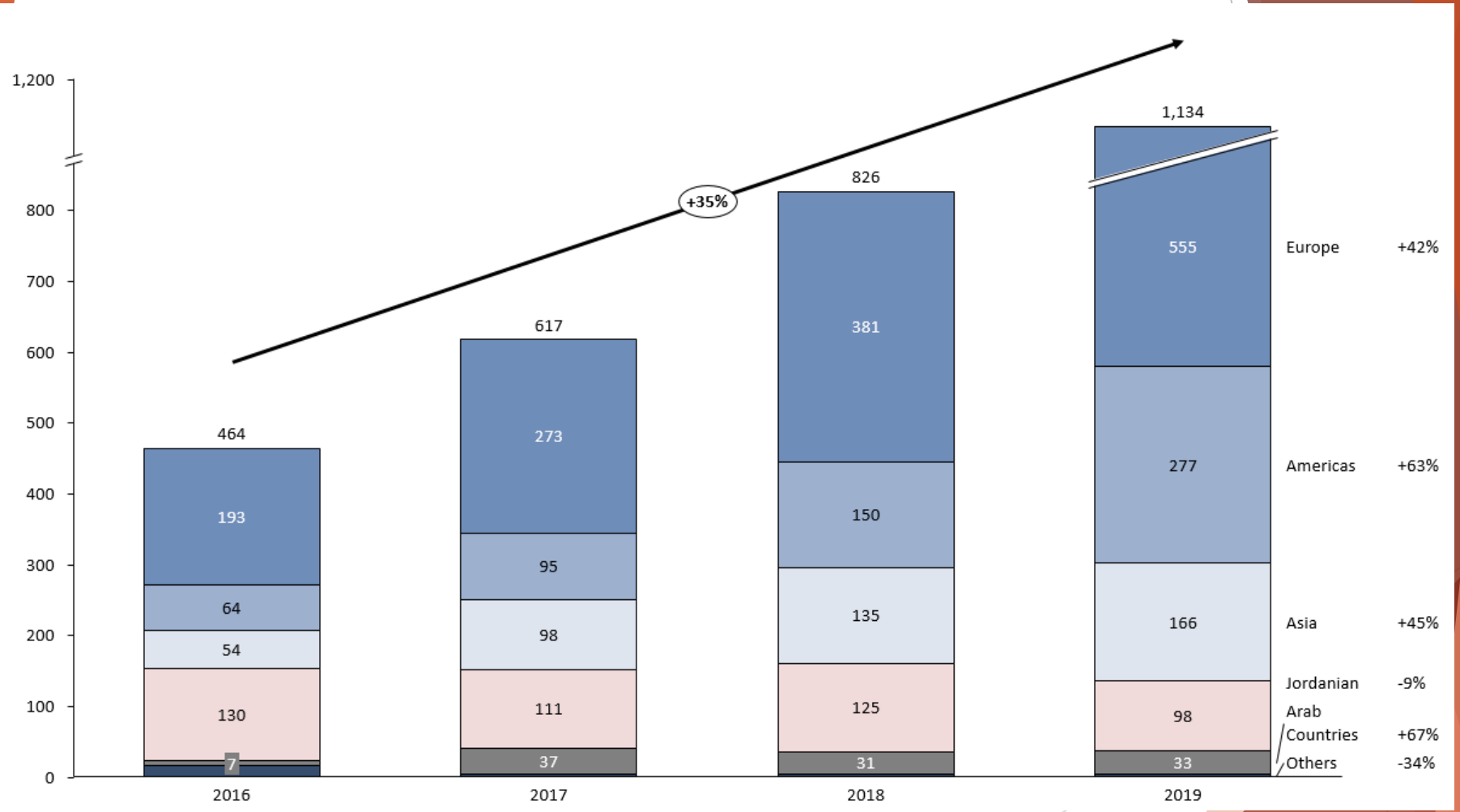
Assessment Results
Source Region –Jordan-



Unit: Thousands; Source: MoTA

Number of visitors to Jordan by source region

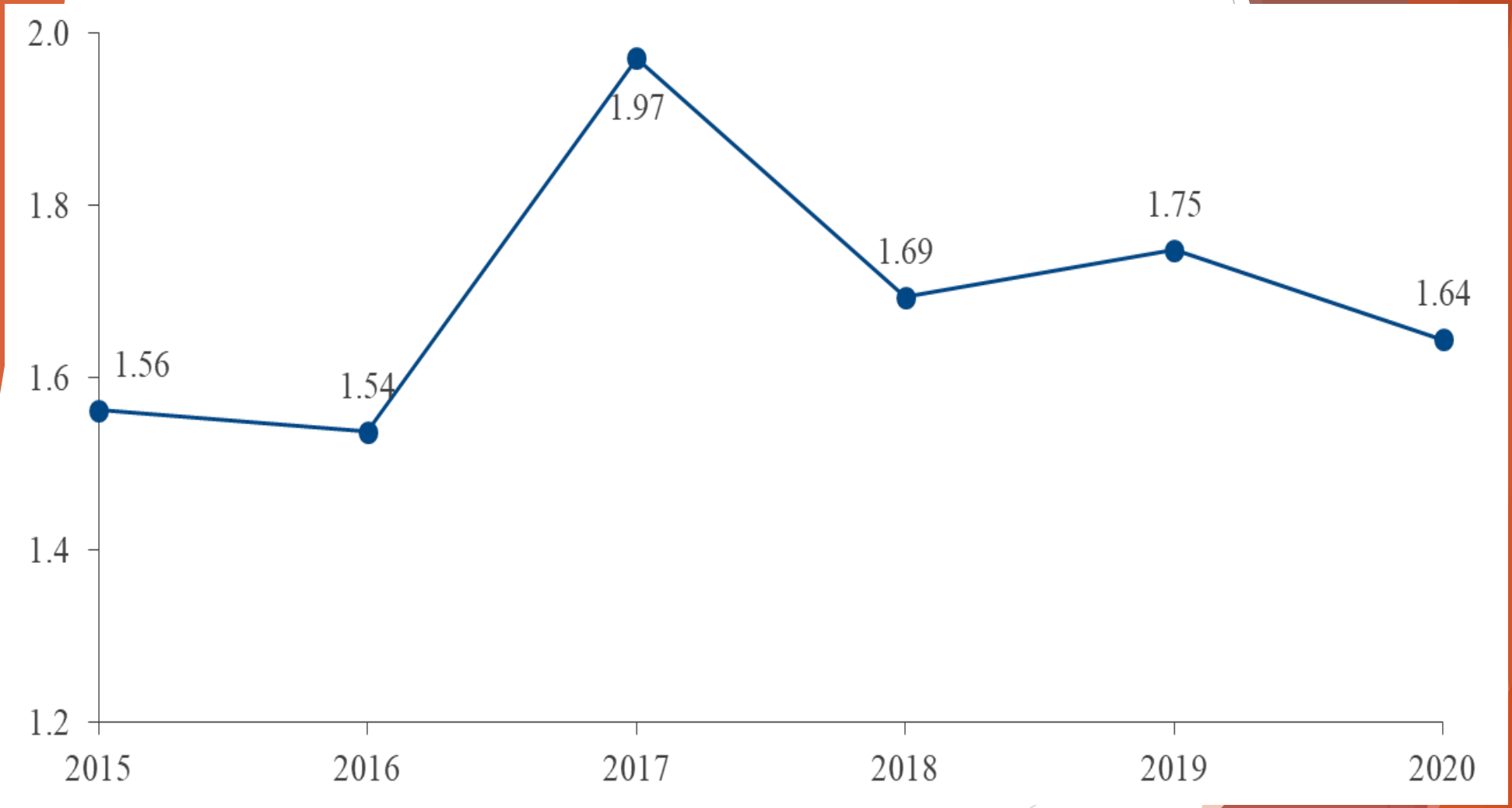
Assessment Results
Source Region –Petra-



Unit: Thousands; Source: PDTRA

Number of visitors to Petra by source region

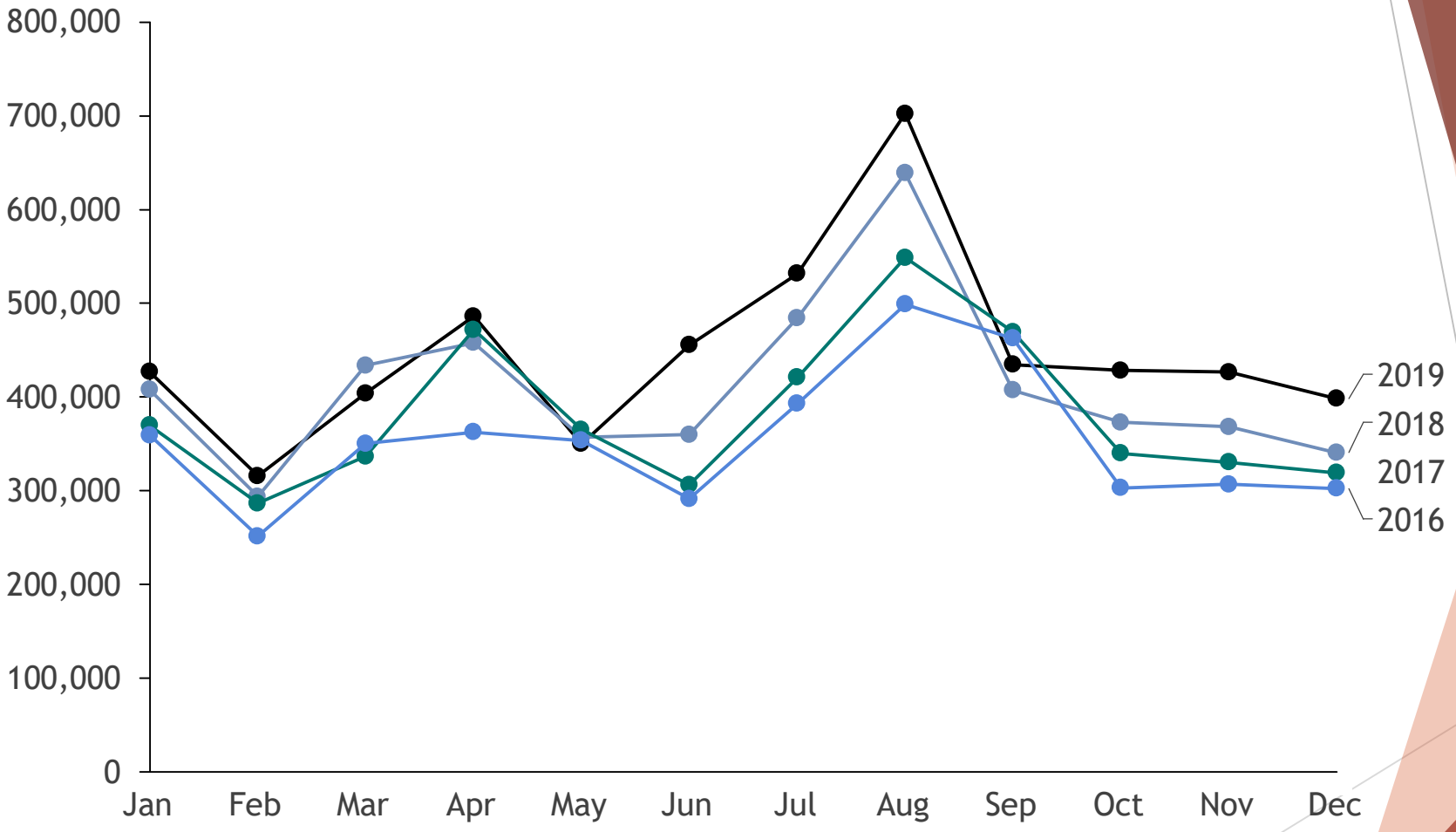
Assessment Results
Number of Nights spent –Petra-



Unit: Nights; Source: MoTA

Average Number of Nights spent in Petra

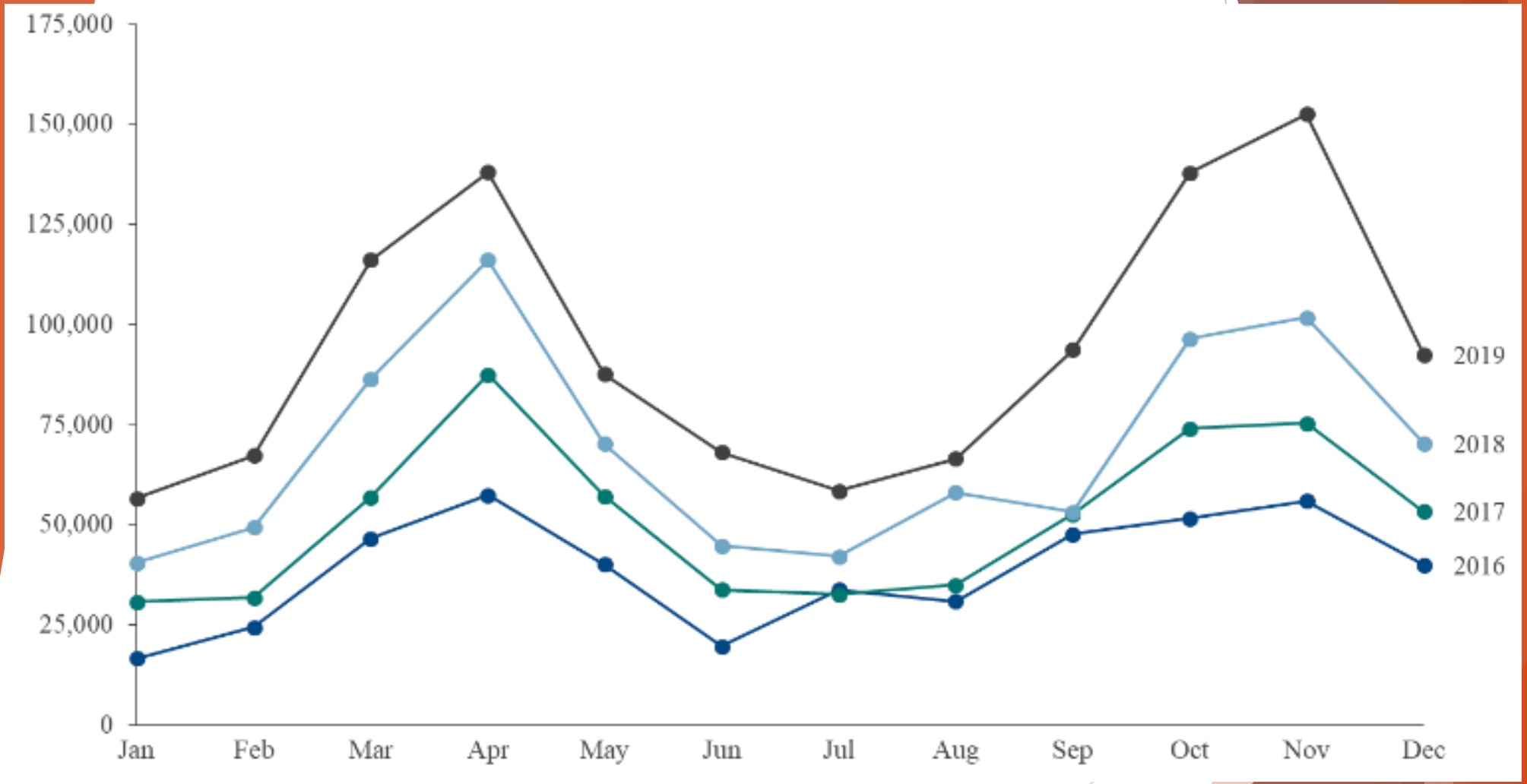
Assessment Results
Seasonality –Jordan-



Unit: Person; Source: MoTA

Monthly changes in the number of tourists visiting Jordan

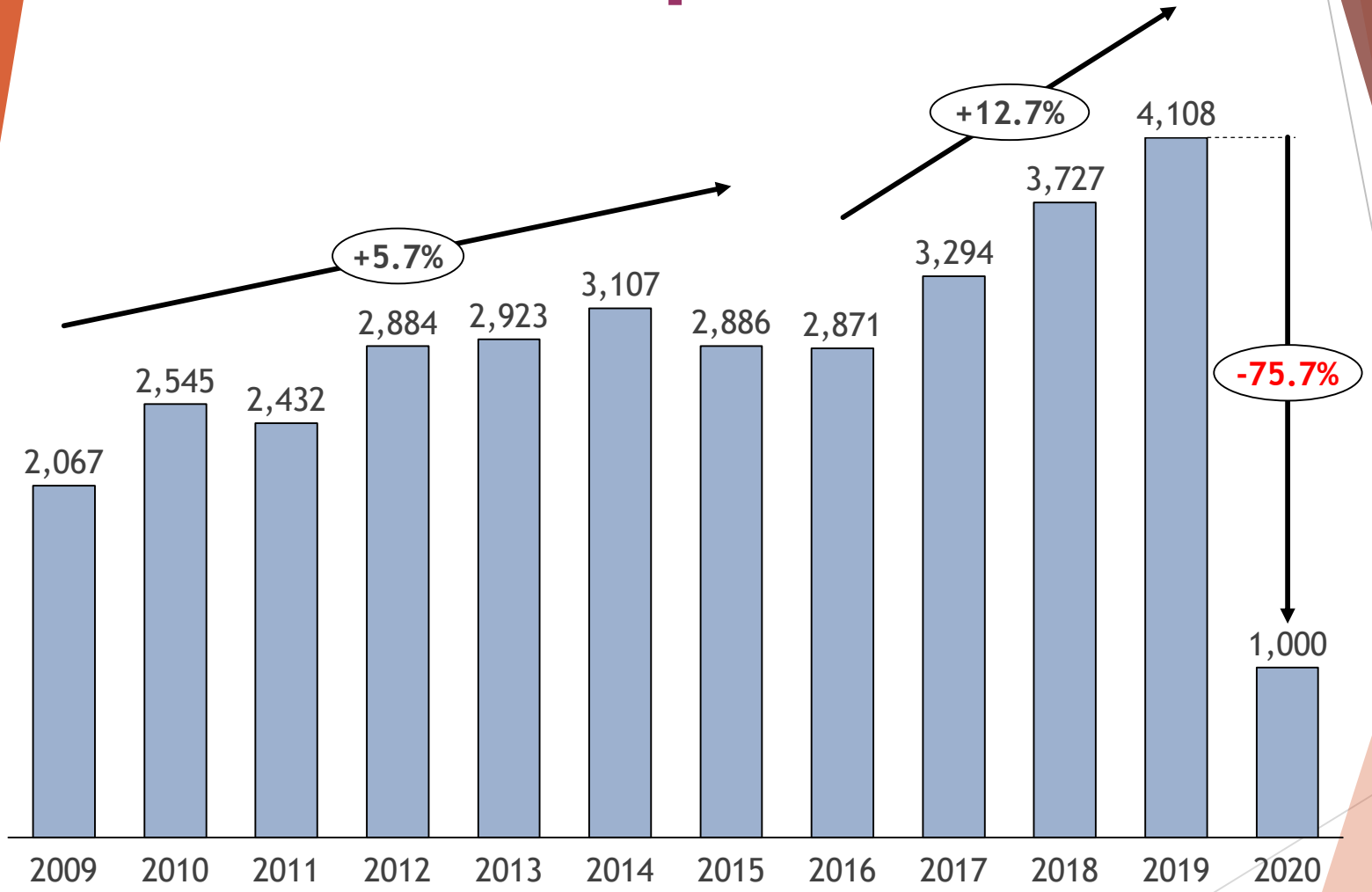
Assessment Results
Seasonality –Petra-



Unit: Person; Source: PDTRA

Monthly changes in the number of tourists visiting Petra

Assessment Results
Tourism Receipt –Jordan-



Unit: Million JD; Source: MoTA, Adapted from Central Bank of Jordan

Tourism Receipt in the tourism sector in Jordan 2009-2020

Assessment Results
Destination Management

Advantages and Potentials	Challenges
☑ PDTRA is a single admiration body managing tourism, infrastructure and social development ☑ Petra is UNESCO World Cultural Heritage Site including Cultural space of the Bedu in Petra. ☑ Many Public and Private Sector invest Petra. ☑ Tourism service facilities have been developed. ☑ Good Accessibility to Int'l Airport ☑ Classified as a Special Economic Zone in Jordan. ☑ Special tax incentives framework	☑ Identify clear Vision and Goals in the tourism Sector ☑ Management skill for the tourists' experience. ☑ Informal Business Control, including child labors ☑ Seasonal fluctuations ☑ Depletion of groundwater/ Solid waste is handling. ☑ Safety and Hygiene measures installment in PPP ☑ Overcrowding in the main route considering carrying capacity of number of tourists ☑ Financial Support for MSMEs tourism sector.

Assessment Results
Research & Development

Advantages and Potentials	Challenges
☑ PDTRA PAP launched Research Center with qualified professionals. ☑ PDTRA has begun conducting visitor surveys in order to better understand tourist behavior and also is placing a high value on socioeconomic-related researches. ☑ The Petra Museum embraces tangible and intangible cultural heritage. ☑ Plenty studies have been done on archeology and history in the Petra region.	☑ Limited resources of the Tourists' dynamic data. ☑ Capacity Building of the Museum ☑ Measurement of the impact of tourism on the local community. ☑ Conservation of cultural and natural heritage. ☑ Limited usage of the Petra Museum ☑ Limited information and guidance of PAP's hazardous areas and conservation for tourists

Assessment Results
Product Design

Advantages and Potentials	Challenges
☑ Petra Historic Heritage Site ☑ Intangible Culture Heritage ☑ Beautiful landscape for trekking on side trails ☑ Community based experience ☑ Local coordinators on the ground. ☑ The Petra Museum ☑ The Visit Petra: Audio guide in PAP	☑ Public-private/Private-Private partnership ☑ Local Coordinators for local attractions & products. ☑ Imbalance among 6 communities ☑ Women and local communities' engagement ☑ Limited availability of the Local made products ☑ Lack of product diversification to attract new market ☑ Limited utilization of intangible cultural heritage ☑ Development of Special Interest Products

Assessment Results
Sales & Promotion

Advantages and Potentials	Challenges
☑ Petra is regarded as the crown jewel and is featured in most of JTB's international promotions. ☑ Petra will continue to be regarded as a potential hub for Golden Triangle promotion. ☑ Several emerging markets, including China, Brazil, and others, have received significant promotional attention. ☑ Each tour operator in Petra has strong relationships with travel agencies in the source markets.	☑ Targeting markets and customers with DX. ☑ Consistent promotion cycle with cooperation based on PPP ☑ Limited Human Resources for Sales, Promotion, Digital Marketing. ☑ Lack of appropriate market pricing ☑ Enhancement of mobile and web promotion methodology

Assessment Results
Service & Hospitality

Advantages and Potentials	Challenges
☑ Strong motivation of Vibrant MSMEs in the tourism sectors. ☑ Awareness of the importance of hospitality and quality of service is raising among private sectors. ☑ Young people and women is the great asset for the human resources ☑ Strong hospitality spirits among tourism sector. ☑ The best practices by NGOs in allied with local human resources that produce high-quality crafts.	☑ Sustainable human resources in the tourism sectors. ☑ Training for Quality Assurance. ☑ Limited knowledge for the market and tourists. ☑ Sustainable and Universal tourism Capability ☑ High quality Service for MICE and luxury travelers. ☑ Accessibility to the tourism sector from other sectors. ☑ Quality Assurance of handicrafts led by NGOs ☑ Local people' understanding for the work in the tourism sector.



Volume 2: Concept & Planning

Value Chain Approach

An approach which directly contributes to maximize the benefit after implementation of the Master Plan by strengthening the tourism value chain in Petra.

Supporting Activities

※ Activities that supports to produce the products and services.

Primary Activities

※ Activities that produces products and services directly.

Destination Management

- **Infrastructure:** Road, Public Transports, Water, Electricity, Tele-communication, etc.
- **Tourism Human Resource Development:** University, Hotel Schools, etc.
- **Information Technologies:** AI, IoT, etc.
- **Legal and Institutional Arrangements:** Lows, Standards, Licenses, etc.

Research & Development

- **Research & Development:** Excavation, Data collection, Exhibitions, Education, etc.
- **Statistical Analysis:** Data collection, Analysis, Marketing, Policy making, etc.

Margin (Benefit)

※ Benefit produced through the Value Chain.

Site Management	Product Design	Sales & Promotion	Service & Hospitality
Site Management: Gate, Trail, Sign, Museum, Parking, Toilet, etc. **Operation:** Ticketing, Cleaning, Patrol, etc.	**Product Design:** Site Tours, Events, Souvenirs, etc.	**Promotional Activities:** B2B, B2C, FAM, Digital Marketing, Exhibitions, SNS, etc.	**Tourism Services:** Hotels, Restaurants, Attractions, Transportations, Guide, etc.









Tourism Resources → **Tourism Products & Services**

M/P Structure

Vision

Guiding Principles

Strategic Programs

Program 1: Destination Management (DM) (Cross-cutting Program)

Program 2: Research and Development (RD) (Cross-cutting Program)

Program 3:
Product Design (PD)

Key Objectives

Project PD-1	Project PD-n
Action PD-1-1	Action PD-n-1
Action PD-1-2	Action PD-n-2
Action PD-1-3	Action PD-n-3

Program 4:
Sales and Promotion (SP)

Program 5:
Service and Hospitality (SH)

Key Performance Indicators

Baseline: 2021

Target Year: 2033

Definitions

Vision:

Image of the future tourism that Petra would like to be.

Guiding Principles:

Cross-cutting items to be considered to realize the Vision.

Strategic Programs:

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Key Objectives:

Target to be attained by implementing each Strategic Program.

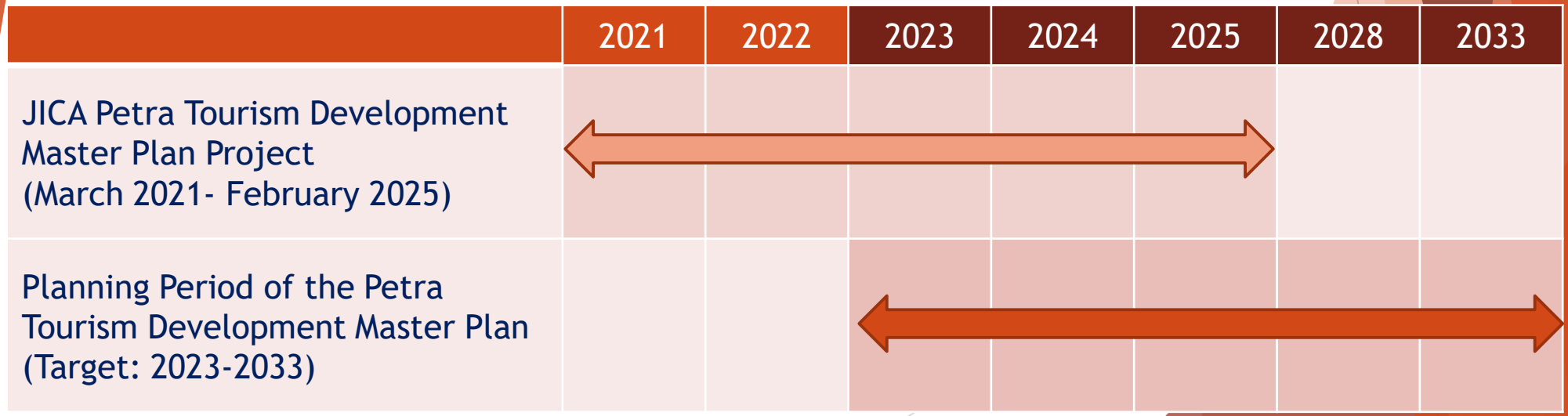
Action Plans:

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Key Performance Indicators

Target to be attained by implementing the Master Plan by the Year 2033.

1. **Expenditure per tourist visiting the Petra region** (*Economic)
2. **Number of tourists** (*Economic)
3. **Tourism Receipt in Petra** (*Economic)
4. **Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the woman** (*Socio-economic)
5. **Progress of the action taken for the environmental consideration** (*Environmental)



Ex-post evaluation Indicators

Following indicators for Ex-post evaluation were confirmed at the 1st Joint Coordination Committee (JCC) :

1. **Indicator to be used to measure the impacts of the Project**

   Status of utilization of the Master Plan prepared by the project to implement tourism development policies and plans in Jordan.

2. **Indicator to be used to measure the impacts after the implementation of the Master Plan**

   a) Expenditure per tourist visiting the Petra region

   b) Increase in the number and income of local people engaged in the tourism sector through the activities newly developed and created after implementing the Master Plan.

Vision

Image of the future tourism that Petra would like to be.

TOURISM in PETRA Today

PETRA is a world-famous destination that has been inscribed in the list of the UNESCO World Cultural Heritage since 1985.

PETRA is famous for its archaeological heritage with its amazingly skillfully rock-cut red-rose-colored architectures since Nabatean era.

The Government of Jordan, represented by Petra Development and Tourism Region Authority (PDTRA), with the help of international organizations have been working on to address social, economic, and environmental challenges that the tourism in PETRA is facing nowadays.

In line with the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), targeted to be achieved by 2030, the current and future challenges in tourism in PETRA is how to create a sustainable, inclusive, and resilient destination for the local people, businesses, and tourists.

OUR STORY
The Nabateans

More than 2,000 years ago, the Nabataean Kingdom was established by the Nabateans, who amassed wealth through trade mainly between the Eastern and the Western civilization. PETRA (“Raqmu” in Nabatean) was the capital city of the kingdom, and its impressive and innovative water management systems contributed greatly to making the region inhabitable, gathering people to the region, evolving it to one of the most successful trading centers in ancient times. Caravan traders passed through the city to exchange goods (textiles, incense, spices, ivory, etc.), civilizations from different countries met and generated continuing cultural interflow in PETRA.

The ancient city of PETRA, built by the Nabateans by skillfully carving out the Rocky Mountains of the highlands, is a unique artistic achievement, with magnificent architectures such as the Treasury (Al-Khazneh) and other rock-cut façade tombs, which were praised as a "rose red city" by a later poet.

The Mind of As-Salam

The Nabataeans tolerantly adopted the different cultures of neighboring regions they encountered through trade, such as Egypt and Greco-Roman, and created a unique culture that fused the civilizations of the Eastern and the Western civilization.

Even during a turbulent history surrounded by powerful hegemonies, the Nabataeans developed a spirit of peaceful coexistence with the different civilizations they encountered through trade and a culture of hospitality for travelers. This spirit is well expressed in the greetings by the Nabataean language, "peace be upon you", which is inherited to modern Arabic greetings as As-Salam.

Living in Harmony

The Nabateans lived in harmony with nature. The water management systems they developed leaded to flood control and advancement of agriculture, and the Nabateans enjoyed urban life in PETRA in a sustainable manner; a legacy that is inherited in the traditional technologies of locals living around PETRA today.

The ancient traditional Nabatean wisdom in harmony with the ecosystem should be recognized as a key to solving the challenges we are facing, in terms of harmony with the environment and sustainability.

OUR VISION

1. Our identity

The key concept of our vision for developing tourism in PETRA is to unite the people of PETRA from the local communities that are eager to succeed in tourism regardless of their occupation and educational backgrounds as possible. We, the people of PETRA, will keep exploring the uniqueness of our own culture from different aspects such as gastronomy, clothing, handicrafts, housewares, dwelling, architectures, fauna, flora, and language etc. to act as the storytellers of PETRA for the people visiting PETRA. We also aim to expand the opportunities for the visitors to explore the tourism resources in the local communities.

It is essential that we, the people of PETRA, and the tourists; mutually understand each other's cultural context; aim to protect the natural and cultural heritage of the region; and comply with international development efforts (such as SDGs, that consider economic, social, and environmental aspects) to make PETRA a more sustainable and resilient tourist destination. It is also important that we offer the visitors an abundance of wow factors during their stay through; dining experiences; hands-on experiences; shopping experiences; landscapes; and interaction with us.

OUR VISION

2. To strengthen PETRA as a World-class Destination

OUR VISION

3. To pass on our HEART

Our short-term goal is to raise awareness of the cultural heritage we have in PETRA among ourselves, to develop and enhance the tourism resources in PETRA with the unification and cooperation of the people from our communities, and to improve the quality of tourism provided to the visitors in PETRA through our constant effort. Yet our overall goal is for us to pass on our HEART, such as our cooperative mindset, our respect for our local heritage, and our passion for improvement to our next generations with the aspiration to present PETRA as a place where both the local people and the visitors share the sense of Harmony.

Vision

Vision 1st Layer:

Icon that represents the key concept of the Master Plan.

WE ARE PETRA

Vision 2nd Layer:

One simple phrase that represents the identity of PETRA.

To be one-of-a-kind destination preserving the Nabatean identity and welcoming visitors from our HEART.

Vision - 1st Layer:

Icon, how we use it.

WE
ARE
PETRA











Tokyo Tokyo Old meets New











Vision

Vision – 3rd Layer:

Narrative description that explains the background and concept of the vision.

PETRA, the rose-red city in the southern Jordan, was the Crossroad where the Caravans met, and people lived in harmony with the mind of hospitality, peace, and wisdom.

Therefore, we strive to strengthen our position as a world-class tourism destination that includes public, locals, businesses, and tourists by providing comfortable high-quality services, timeless experiences, preservation, eco-friendliness, and peacefulness which we desire to pass on.

Guiding Principles

Cross-cutting items to be considered to realize the Vision.

Guiding Principles

I. Simplify and Diversify

Simplify the image and identity of the Petra tourism and diversify products and services.

II. Localize and Globalize

Localize the products and services to increase the revenue from tourism by globalizing the service standards.

III. Conserve and Develop

Conserve the value of Petra tourism by developing innovative technologies.

IV. Harmonize and Separate

Harmonize tourism with local traditions and culture and separate it from environmental and social risks.

V. Coordinate and Compete

Coordinate the Petra tourism with international, national and local needs for tourism development through establishment of appropriate competition environment.

Guiding Principles

I. Simplify and Diversify

Simplify the image and identity of the Petra tourism and diversify products and services.

To simplify:

- Image of the Petra brand
- Target for effective tourism promotion
- Promotion channels that are suitable for target segments
- Tourism statistics in order to improve tourism development decision making processes

To diversify:

- Source markets, target segments, etc.
- Tourism products and services
- Employments considering Gender, Disability, etc.
- Circulation of tourists
- Promotion channel
- Tourism trail based on historical/cultural theme
- Tourism experience and social role of Petra museum

Guiding Principles

II. Localize and Globalize

Localize the products and services to increase the revenue from tourism by globalizing the service standard.

To localize:

- Tourism products
- Tourism services
- Employments
- Material and human resources for Petra tourism
- Food experience

To globalize:

- Service standard
- Product quality
- Communication and promotion channel with tourists
- Security, safety, and hygiene standards
- Pricing system for public services
- Tourism data collection process/system

Guiding Principles

III. Conserve and Develop

Conserve the value of Petra tourism by developing innovative technologies.

To conserve:

- Value of the tangible and intangible heritage, history and culture
- Outstanding Universal Value (OUV) of Petra
- Limited local environmental resources
- Local traditional and religious lifestyle
- The hospitality mindset of locals
- The identity of the local communities in Petra
- The value of local communities from the negative effects of tourism

To develop:

- Environment-Friendly tourism
- Technologies for destination management
- Technologies for heritage management, interpretation, presentation, etc.
- Technologies for risk and crisis management
- A database system for tourism marketing and promotion
- Communication channel among different stakeholders, such as citizen, visitors and business professionals
- Training programs to assure quality of service
- SMEs business know-how and skills

Guiding Principles

IV. Harmonize and Separate

Harmonize tourism with local traditions and culture and separate it from environmental and social risks.

To harmonize (the Petra tourism with):

- Unique local tourism resources
- 6 communities
- Knowledges and lesson learned from past and existing projects, plans etc.
- Different stakeholders, such as citizen, visitors and business professionals
- The quality standard of tourism service and products
- Tourism promotion know-how and skill through public-private partnership
- Global sustainability principles with the Petra tourism

To separate (the Petra tourism from):

- Risk and crisis
- Over-tourism
- Environmental pollution
- Private space
- Environmentally and socially sensitive area

Guiding Principles

V. Coordinate and Compete

Coordinate the Petra tourism with international, national and local needs for tourism development through establishment of appropriate competition environment.

To coordinate (the Petra tourism with):

- Local social and environmental condition
- Local communities
- National tourism policy and strategy
- Global development approach, such as United Nation's Sustainable Development Goals (SGDs)
- Public and private stakeholders, especially in Petra
- Tourism promotion efforts in other destinations

To compete (the Petra tourism with):

- Other tourism destinations
- Domestic and international competitors by revitalizing the tourism industry in Petra
- Different actors by accelerating privatization

Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Logical Framework to achieve 5 KPIs

How each strategic program and proposed Projects will contribute to the achievement of the five KPIs.

Target KPI	Necessary Components to attain target KPI	Strategic Programs				
		Destination Management DM	Research and Development RD	Product Design PD	Sales and Promotion SP	Service and Hospitality SH
1. Expenditure per tourist visiting the Petra region (*Economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2	RD-5 RD-6		SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-3 DM-4 DM-5 DM-6 DM-7 DM-8 DM-9	RD-2 RD-3	PD-5	SP-3	
	Financial Management	DM-4 DM-12	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4 PD-5	SP-1 SP-2 SP-3	
	Human Resource Development	DM-1 DM-2 DM-12	RD-4 RD-7	PD-1 PD-2 PD-4 PD-5	SP-1 SP-2 SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4
2. Number of tourists (*Economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2	RD-5 RD-6		SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-4 DM-12	RD-2 RD-3		SP-3	
	Financial Management	DM-4 DM-12	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4 PD-5	SP-1 SP-2 SP-3	
	Human Resource Development	DM-1 DM-2 DM-12	RD-4	PD-1 PD-2 PD-4 PD-5 PD-6	SP-1 SP-2 SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4

Logical Framework to achieve 5 KPIs

How each strategic program and proposed Projects will contribute to the achievement of the five KPIs.

Target KPI	Necessary Components to attain target KPI	Strategic Programs				
		Destination Management DM	Research and Development RD	Product Design PD	Sales and Promotion SP	Service and Hospitality SH
3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2	RD-5 RD-6		SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-3 DM-4 DM-5 DM-6 DM-7 DM-8 DM-9 DM-12	RD-2 RD-3		SP-3	
	Financial Management	DM-4 DM-12	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4 PD-5	SP-1 SP-2 SP-3	
	Human Resource Development	DM-1 DM-2	RD-4 RD-7	PD-1 PD-2 PD-4 PD-5 PD-6	SP-1 SP-2 SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4

Logical Framework to achieve 5 KPIs

How each strategic program and proposed Projects will contribute to the achievement of the five KPIs.

Target KPI	Necessary Components to attain target KPI	Strategic Programs				
		Destination Management DM	Research and Development RD	Product Design PD	Sales and Promotion SP	Service and Hospitality SH
4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the woman (*Socio-economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2	RD-5 RD-6		SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-3 DM-5 DM-6 DM-7	RD-2 RD-3	PD-5	SP-3	
	Financial Management	DM-4	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4 PD-5 PD-6	SP-1 SP-2	
	Human Resource Development	DM-1 DM-2	RD-4 RD-7	PD-1 PD-2 PD-4 PD-6 PD-7	SP-1 SP-2 SP-3 SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4
5. Progress of the action taken for the environmental consideration (*Environmental and Socio-economic)	Institutional Arrangement	DM-1 DM-2 DM-10 DM-11	RD-1 RD-5 RD-6		SP-4	SH-1 SH-2 SH-3
	Facility and Equipment	DM-4 DM-8 DM-9	RD-2 RD-3			
	Financial Management	DM-4	RD-2	PD-2 PD-3 PD-4		
	Human Resource Development	DM-1 DM-2 DM-10 DM-11	RD-4 RD-7	PD-1 PD-2 PD-4 PD-7	SP-4	SH-1 SH-2 SH-3 SH-4

Strategic Programs

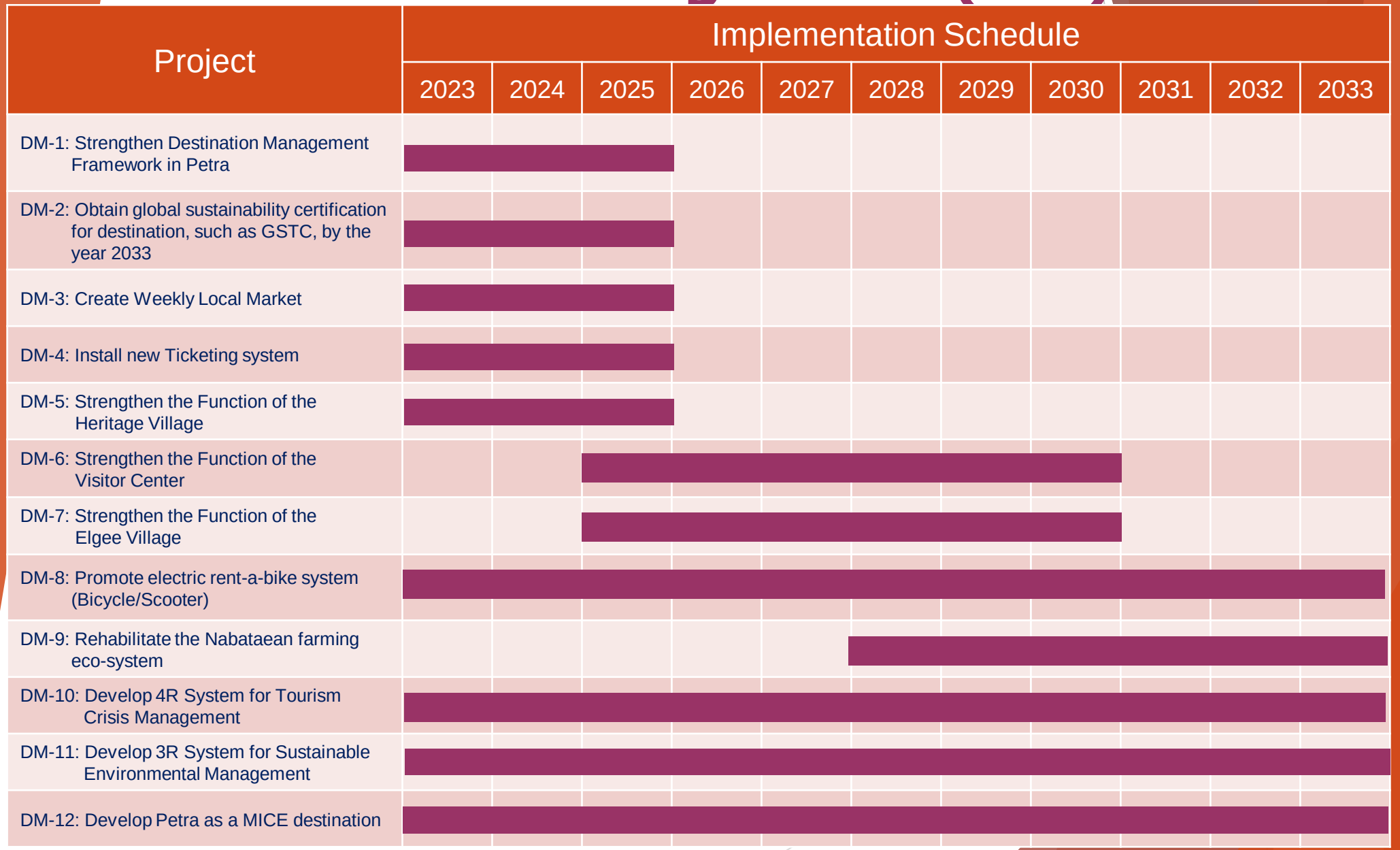
A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Program 1:
Destination Management (DM)

Program 1: Destination Management (DM)

Key Objective: Establish sustainable destination management framework		
Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
DM-1: Strengthen Destination Management Framework in Petra	2023-2025	All stakeholders in the Petra region
DM-2: Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033	2023-2025	PDTRA and All stakeholders in the Petra region
DM-3: Create Weekly Local Market	2023-2025	All tourists and local providers
DM-4: Install new Ticketing system	2023-2025	All tourists
DM-5: Strengthen the Function of the Heritage Village	2023-2025	Local providers
DM-6: Strengthen the Function of the Visitor Center	2025-2030	All tourists and local associations/people
DM-7: Strengthen the Function of the Elgee Village	2025-2030	Local associations/people
DM-8: Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers	2023-2033	All tourists and local communities
DM-9: Rehabilitate the Nabataean farming eco-system	2028-2033	Local farmers and local product producers
DM-10: Develop 4R System for Tourism Crisis Management	2023-2028	All tourists and local people
DM-11: Develop 3R System for Sustainable Environmental Management	2023-2033	All tourists and local people
DM-12: Develop Petra as a MICE destination	2023-2033	All stakeholders in the Petra region

Program 1: Destination Management (DM)



Program 1: Destination Management (DM)

Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
DM-1: Strengthen Destination Management Framework in Petra	○	○	○	○	◎
DM-2: Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033	○	○	○	○	◎
DM-3: Create Weekly Local Market	◎	○	◎	◎	○
DM-4: Install new Ticketing system	◎	◎	◎	○	○
DM-5: Strengthen the Function of the Heritage Village	◎	○	◎	◎	○
DM-6: Strengthen the Function of the Visitor Center	◎	○	◎	◎	○
DM-7: Strengthen the Function of the Elgee Village	◎	○	◎	◎	○
DM-8: Promote electric rent-a-bike system (Bicycle/Scooter)	◎	○	◎	○	○
DM-9: Rehabilitate the Nabataean farming eco-system	◎	○	◎	○	○
DM-10: Develop 4R System for Tourism Crisis Management	–	○	○	–	◎
DM-11: Develop 3R System for Sustainable Environmental Management	–	○	○	–	◎
DM-12: Develop Petra as a MICE destination	◎	◎	◎	◎	○

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-1
Project Name	Strengthen Destination Management Framework in Petra
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All stakeholders in the Petra region
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Establish Destination Management Framework in Petra by:

- Establishing an association/society specially for tourism development in each community as a focal point to implement the activities programed in the M/P;
- Establishing “Petra Tourism Development Committee” composed of the Public sector (PDTRA) and the Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities) to coordinate different stakeholders; and
- Providing awareness raising program through the association/society in order that local people understand the value of local tourism resources.

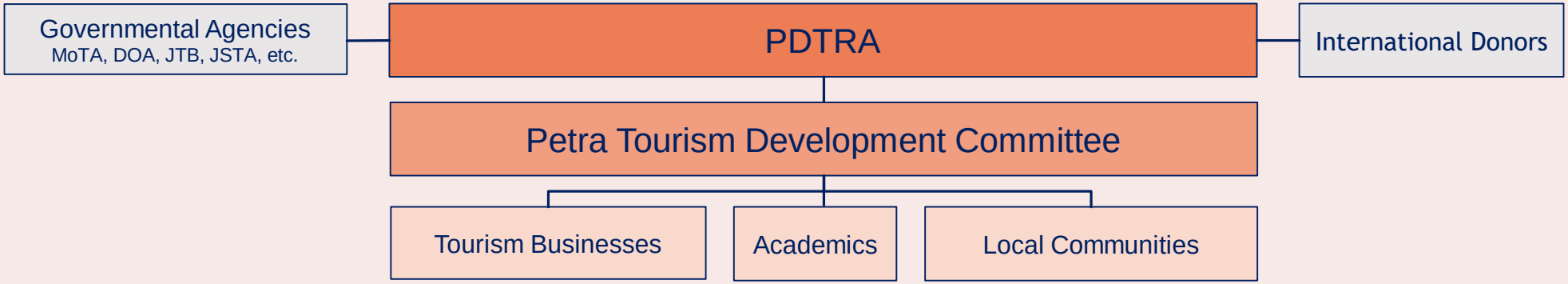


Figure 1: Destination Management structure (Proposal)

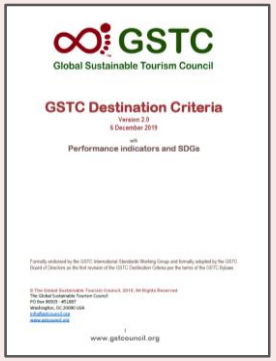
Program 1:
Destination Management (DM)

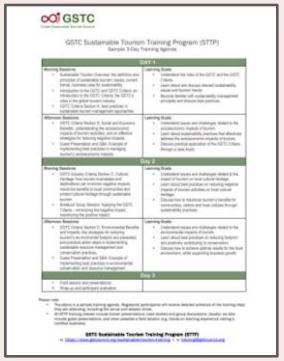
Project Code	DM-2
Project Name	Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	PDTRA and All stakeholders in the Petra region
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

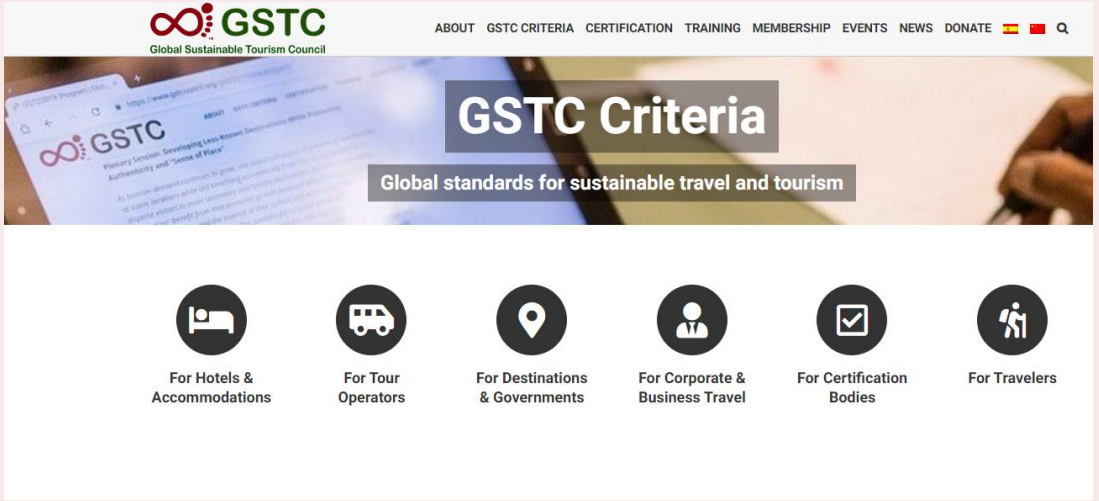
Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033, by:

- Providing trainings to the public body to recognize GSTC-D; and
- Obtaining certification of the GSTC-D.

GSTC
Global Sustainable Tourism Council







Web site: https://www.gstcouncil.org/

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-3
Project Name	Create Weekly Local Market
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All tourists and local providers
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Create Weekly Local Market at the New City Plaza over the Wadi-Musa river by:

- Organizing local alliance member;
- Providing local people, association, farmers a temporally weekly market space;
- Exhibiting historical and traditional way of life such as tea, Arabic coffee, local foods in the Bedouin Tent; and
- Providing a meal at night (before visiting Petra by Night, etc.).





Jamaa El Funa, Marrakech, Morocco



Night Market, Su-Lin, Chinese Taipei



KCC Farmers Market, Honolulu, Hawaii, USA



Program 1:
Destination Management (DM)

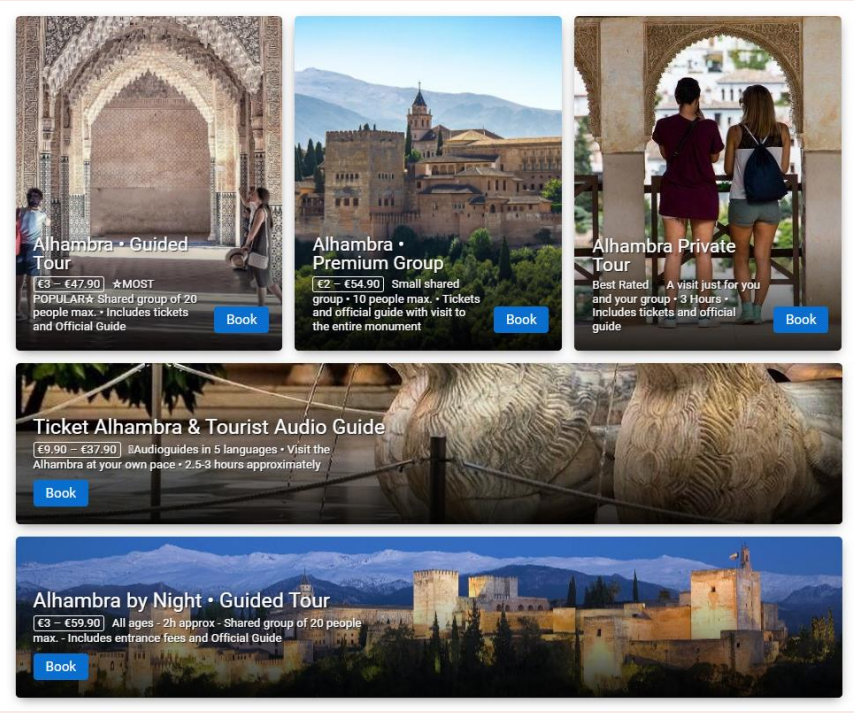
Project Code	DM-4
Project Name	Install new Ticketing system
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All tourists
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Install new Ticketing system) to control the number of tourists, to obtain statistics, to add a pre-paid system on the Ticket valid for payments of the tourist services and transportations in Petra by:

- Establishing legal and financial structure for pre-paid system, including rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.;
- Installing on-line ticketing system and equipment for ticket control; and
- Organizing alliance member (shops, restaurants, etc.) to participate pre-paid system.







Web site: https://www.alhambraonline.com/

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-5
Project Name	Strengthen the Function of the Heritage Village
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Local providers
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Establish new Reception Center for specific Group Tour, such as cruise ship, under the concept of the Michi-no-Eki by:

- Constructing new Reception Center;
- Providing tenant spaces for local investors;
- Providing space for night attractions and activities;
- Engaging local people (for cafe, restaurant, shops, etc.) under privatization.







Michi-no-Eki, Japan

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-6
Project Name	Strengthen the Function of the Visitor Center
Implementation Year	2025-2030
Target Beneficiaries	All tourists and local associations/people
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Reactivate the Visitor Center as a 1) Tourist Information (TIC) and 2) Educational Center before visiting the PAP by:

- Providing information about accommodations, restaurants, local tour products, etc.;
- Providing educational and safety instructions to the tourists by instruction video (e.g., "Care for Petra“)
- Employing new park rangers and receptionists; and
- Providing information about nature (endemic/poison species), etc.

CARE FOR PETRA
CHILDREN, ANIMALS, HERITAGE
–JORDAN–



Hanauma Bay Visitor center, Honolulu, Hawaii, USA





Office de Tourisme, Paris, France

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-7
Project Name	Strengthen the Function of the Elgee Village
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Local associations/people
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Reactivate Elgee Village (for SMEs business development) by:

- Providing training to local people (hotel services, handicrafts, etc.) and provide cultural experience to tourists (ceramics, etc.);
- Installing antenna shops specially for products made in Petra;
- Installing tenant shops (restaurants, bar, souvenir shops, etc.);
- Exhibiting authentic lifestyle in the village; and
- Establishing cooperative relationship among associations.



Elgee Village





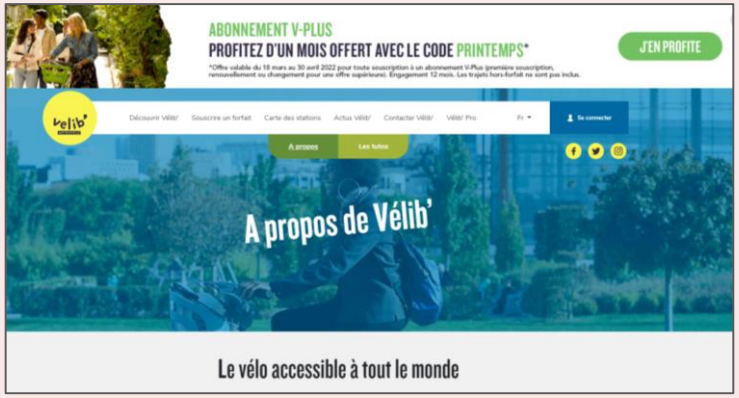
Old Dubai (Bastakiya), Dubai, UAE

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-8
Project Name	Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers
Implementation Year	2023-2030
Target Beneficiaries	All tourists and local product producers
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Promote electric-rental-cycle/rental-scooter transfer option. (Managed by local company) by:

- Providing on demand (a kind of MaaS) service (Allied with DM-4);
- Installing necessary equipment and infrastructure;
- Providing an alternative mobility for new guiding tour; and
- Privatizing operation and maintenance service company.







Web site: https://www.velib-metropole.fr/

Program 1:
Destination Management (DM)

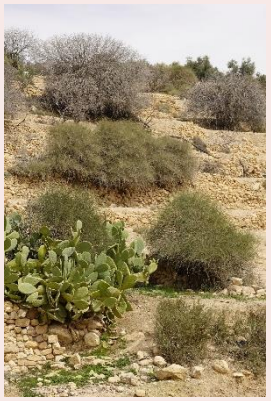
Project Code	DM-9
Project Name	Rehabilitate the Nabataean farming eco-system
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	Local farmers and local product producers
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Rehabilitate the Nabataean (Olive, etc.) Farming as a Historical Heritage in Petra by:

- Rehabilitating historical farming terrace;
- Creating an open-air museum; and
- Providing tourism products and an experience of the Nabataean historical Eco-system to the tourists.



Agritourismo, Italy





Wadi-Musa

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-10
Project Name	Develop 4R System for Tourism Crisis Management
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	All tourists and local people
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Project for Strengthening the 4R System of Tourism Risk Management with Resident Participation:

- Strengthen crisis response capabilities by expanding the stakeholders and target crises of the existing Tourism Crisis Management Plan.
- Strengthen disaster mitigation measures by enhancing crisis monitoring systems, disaster prevention infrastructure, etc.
- Gaining market trust by establishing a mechanism to collect crisis information involving people and tourists and disseminate information quickly and accurately to tourists and the market through social media, apps, websites, etc.
- Brush up plans and raise stakeholder awareness through periodic operational training







(Left) Queensland Police Facebook, Australia
(Middle) "Safety and Security Guide" installed in hotel guest rooms, Okinawa, Japan
(Right) Risk Analysis Workshop, Okinawa, Japan

Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-11
Project Name	Develop 3R (Reduce, Reuse, Recycle) System for Sustainable Environmental Management (Solid-waste, Water, Energy, etc.)
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	All tourists and local people
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Develop 3R (Reduce, Reuse, Recycle) system for sustainable environmental management, especially in the field of solid-waste, potable water, renewable energy by:

- Conducting awareness rising campaign of the 3R for environmental management;
- Establishing separation and recycle system for solid-waste;
- Enhancing recycle system for waste-water;
- Reducing the consumption of potable water, fossil fuel, plastic, paper, etc.;
- Installing necessary equipment and infrastructure; and
- Privatizing operation service company.




Wastewater Treatment Plant, Baidha


Landfill, Ayle



Electric Bus



Program 1:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12
Project Name	Develop Petra as a MICE destination
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	4-5* Hotels, 5-10 Restaurants, Hired bus and coach companies, 3+Venues, Good quality Handicraftsmen / Associations and Shop owners, Entertainment suppliers, Good-quality tour operators, All successful and engaging local communities, Guides, Event Planning and Management companies, Catering companies
Project Cost	(TBD) JOD

Description

This project aims to develop and enhance Petra region as a MICE destination with the cooperation of private and public stakeholders in tourism in Petra.

Initial stage:

- Focus on training to improve the service quality of the private stakeholders
- Establish a MICE Management Unit within PDTRA which will operate as a one-stop agency responsible for collecting and compiling information related to MICE in Petra as well as managing MICE marketing and promotion.

Middle stage:

- Focus on managing Meetings and Incentives in Petra

Last stage:

- Continue to managing Conventions and Events.



Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

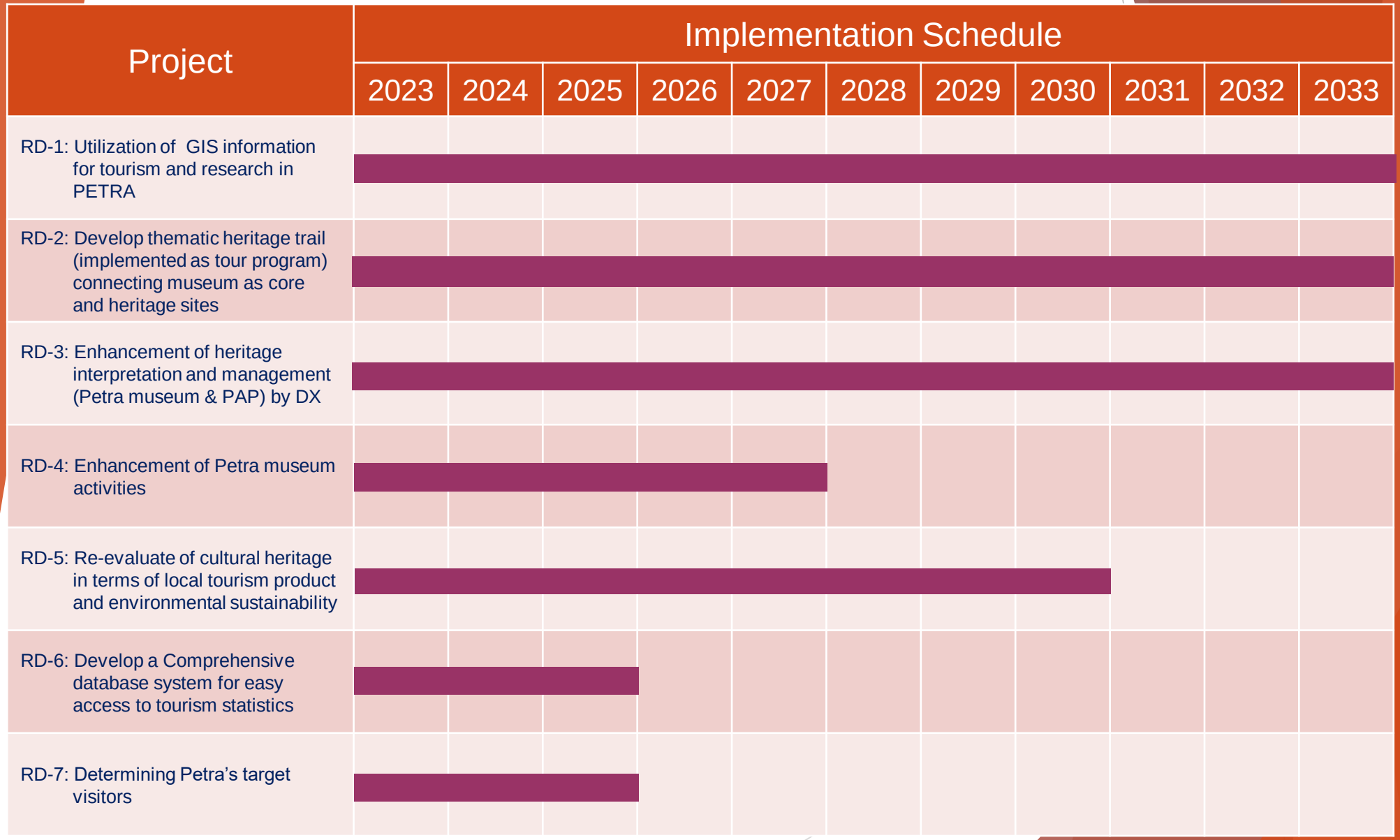
Program 2:
Research & Development (RD)

Program 2:
Research & Development (RD)

Key Objective: Enhance Petra museum role as core of heritage management, community awareness and tourism/Establish sustainable heritage management/Re-discover cultural uniqueness and identity of Petra region/Evaluate heritage in terms of sustainability and SDGs

Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
RD-1: Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA	2023-2033	Global /PDTRA, Petra museum, DOA, local NGO, local university
RD-2: Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum and heritage	2023-2033	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
RD-3: Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX	2023-2033	All tourists, PDTRA, Petra museum, DOA
RD-4: Enhancement of Petra museum activities (Temporary exhibition, Gallery tour, community awareness, museum shop, barrier-free etc.)	2022-2027	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
RD-5: Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product and environmental sustainability	2023-2030	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local NGO
RD-6: Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics	2023-2025	PDTRA, Hotels, Tour Operators, Universities
RD-7: Determining Petra's target visitors	2023-2025	PDTRA, hotels, restaurants, tour operators

Program 2:
Research & Development (RD)



Program 2:
Research & Development (RD)

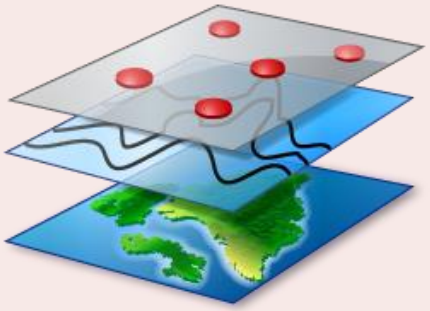
Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman (*Socio-economic)	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
RD-1: Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA	–	–	–	–	◎
RD-2: Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum as core and heritage sites	◎	○	◎	○	◎
RD-3: Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX	◎	○	◎	○	◎
RD-4: Enhancement of Petra museum activities	◎	○	◎	○	◎
RD-5: Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product and environmental sustainability	◎	○	◎	○	◎
RD-6: Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics	◎	◎	◎	○	–
RD-7: Determining Petra's target visitors	◎	◎	◎	○	–

Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-1
Project Name	Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	Global /PDTRA, Petra museum, DOA, local NGO, local university
Project Cost	(TBD) JOD (50 persons year + cost for field measurement)
Description	

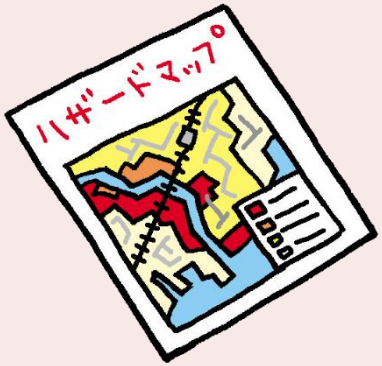
Prepare GIS information useful for tourism and research in PETRA by:

- Identify useful GIS information for tourism and research in PETRA;
- Development of methodology to record GIS information
- Develop missing GIS information considering priority and cost ;
- Visualize the GIS information in maps such as various risk maps, evacuation route maps, cultural & natural heritage distribution maps, restoration history map, etc.; and
- Install facilities for tourists useful to walk in PAP safely and meaningfully.

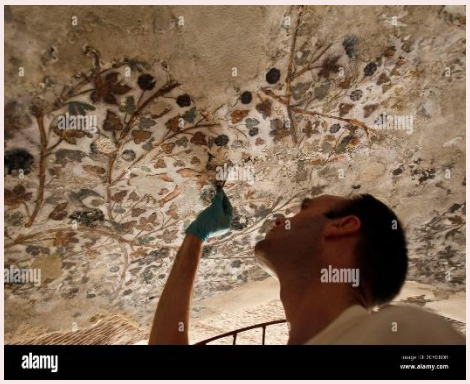




Risk of rockfall



Hazard maps



Heritage restoration (www.alamy.com)



Museum artifacts (Excavated sites)

Program 2:
Research & Development (RD)



Ad Deir

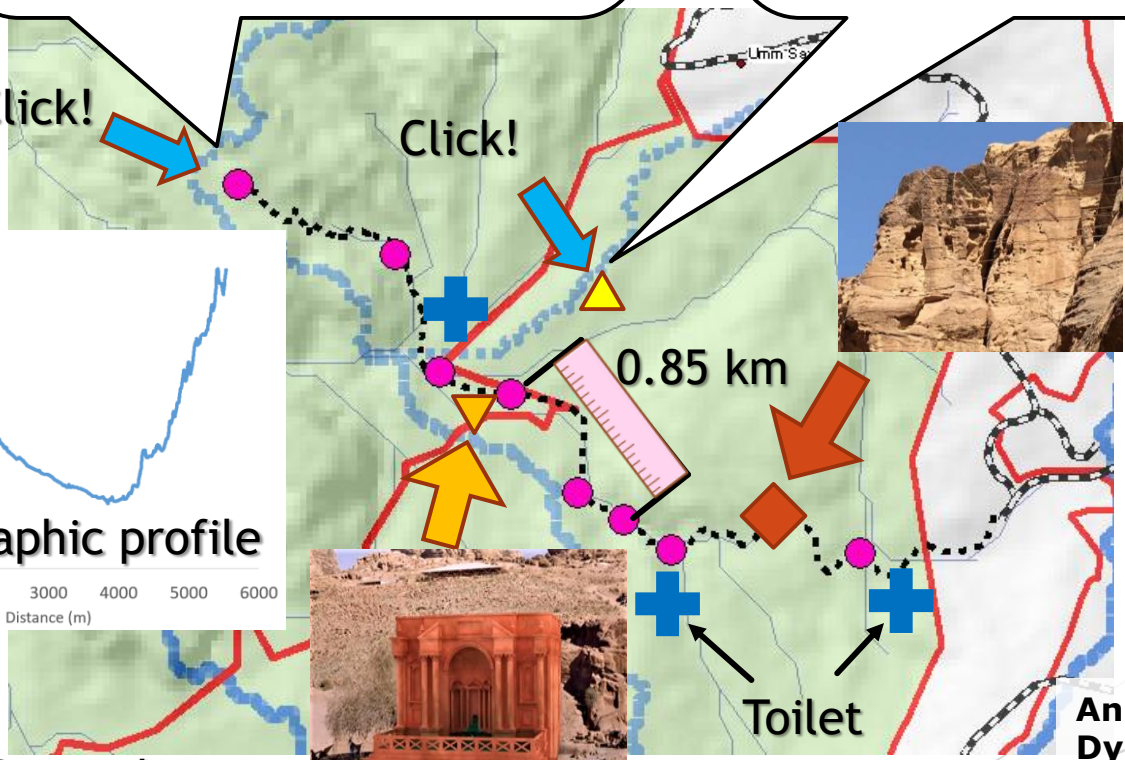
The Arabic name "Ad Deir" (the Monastery) was given to the place by native Bedouins because.....



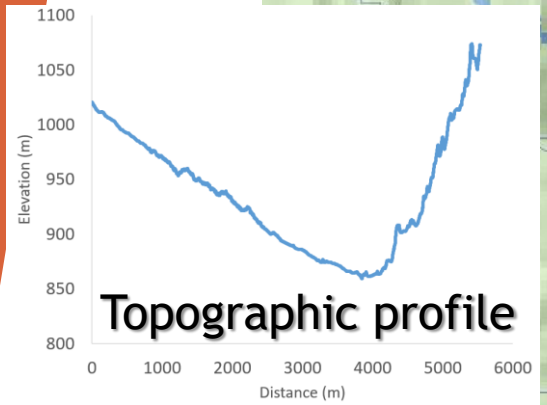
XXXX

Aaaaa bbb cccccc ddd eeee ffff....





Risk of rockfall



Topographic profile



AR visualization



An idea of utilization of GIS: Dynamic tourism map on a mobile app

Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-2
Project Name	Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum as core and heritage sites
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, Private sectors (local tour operator etc), local guide, local community
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Develop thematic heritage trail connecting museum as core and heritage sites, landscape, cultural activity etc, following eco-museum and cultural route concept. This project will maximize the attraction of Petra Museum as tourism hub. (Project to be related/cooperated with “Product Development” (PD) as well)

- Research/Making theme/story of trail includes topics relating with Petra history and culture, mainly Nabataean
- Example theme; “Nabataean water management” “ Nabataean Trade” etc
- List-up heritage relating with thematic route
- Plan route of thematic trail
- Development of mobile app.to show thematic trail





Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-3
Project Name	Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX technology (QR code, AR,VR etc)
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	PDTRA, Petra museum, DOA, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Enhancement of interpretation in Petra museum exhibition and PAP site as well as collection management by DX technology, , considering evolution of DX technology in the field of heritage tourism in 2030's

- Introduce multi-language system by using QR code in museum exhibition and archaeological site signage
- AR of several artifacts in Petra museum (to be added to mobile application)
- Introduce heritage management system by using QR code label management system
- Text AR interpretation of heritage sites (instead of signage)
- Plan/Make test sample of AR inside PAP
- Test guide tour with AR/VR device (Smart glass, VR headset etc)
- VR Tour Contents for Promotion and FAM Trip
- Develop mobile app. Using AR (for thematic trail/PAP/museum)
- Revise mobile app for museum by adding AR/VR



Source: Wikipedia (mr3641)



Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-4
Project Name	Enhancement of Petra museum activities
Implementation Year	2023-2027
Target Beneficiaries	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
Project Cost	(TBD) JOD

Description

Enhancement of Petra museum activities in the field of exhibition, education/community awareness, museum shop etc.

- Plan and implement temporary exhibition relating with cultural heritage in Petra with collaboration of private sector and media
- Introduce gallery talk by museum staff
- Enhance local community awareness program (Hands-on education program, volunteer/friends of museum etc) considering awareness of SDGs, heritage and environment protection
- Enhance museum shop by developing museum shop items
- Enhancement of barrier-free/Plan program for disability
- Establish “Museum and heritage” club by students in local school of 6 local communities

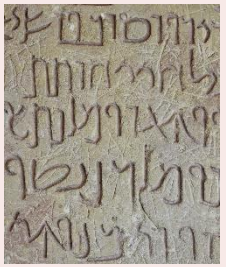


Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-5
Project Name	Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product, local identity and environmental sustainability
Implementation Year	2023-2030
Target Beneficiaries	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local NGO
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Re-evaluate of tangible/intangible cultural heritage in terms of

1) local tourism product: Plan and develop tourism product (tour program etc) based on local intangible cultural heritage (ICH), Set-up guideline for developing ICH into tourism product, in order to protect ICH
2) Local uniqueness/Identity: Re-evaluate historical Nabataean culture (art design, language etc) as well as ICH for unique local product (souvenir etc) in Petra region
3) Environmental sustainability: Implement awareness program for re-evaluate traditional/historical eco-friendly lifestyle, such as rainwater use, in terms of SDGs







www.ich.unesco.org

Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-6
Project Name	Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	PDTRA, Hotels, Tour Operators, Universities
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Create a one-stop comprehensive tourism statistics dashboard to make data access as simple as a click away. This statistics dashboard will be developed by:

- Mobilizing all the disintegrated statistical information available at different public and private stakeholders;
- Collaborating with an IT company to launch a modern dashboard;

Furthermore, this dashboard can be served as:

- A platform for sharing the annual report, market insights, and tourism statistics both within and outside of the PDTRA.
- A real-time data sharing platform by linking with PAP's ticketing system.

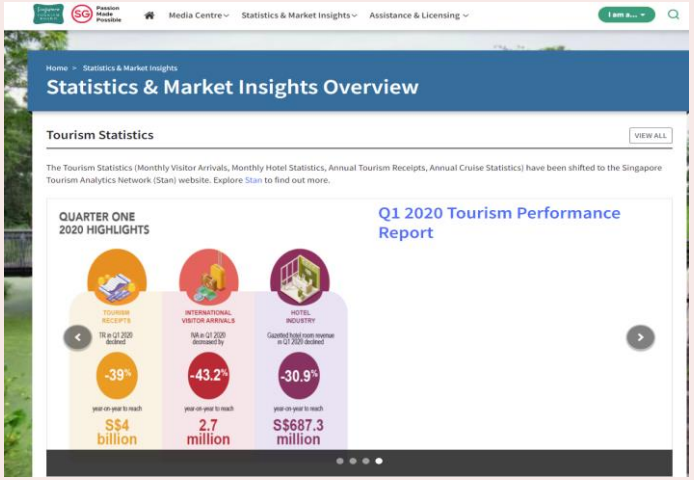


Image: Singapore Tourism Board (STB) Statistics Dashboard

Program 2:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-7
Project Name	Determining Petra's target visitors
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	PDTRA, hotels, restaurants, tour operators
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Determine target travelers and promotion channels by:

- Applying proper marketing techniques such as STP model (Segmentation, Targeting, and Positioning) ;
- Creating a traveler persona for Petra region based on result of STP analysis; and
- Proposing the right promotion channel for each targeted persona.

Segmentation

- Determination of segment variables
- Definition and segmentation of the market
- Development and description of resulting segment profiles

Targeting

- Analysis of estimation of attractiveness of each segment
- Selecting the most attractive target segments for Petra

Positioning

- Designing of a possible positioning concept
- Service providers in Petra should assess their competitive advantage and position themesleves in the travelers mind

Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Program 3:
Product Design (PD)

Program 3:
Product Design (PD)

Key Objective: Development of tourism products which contribute to the conservation of history and culture, the empowerment of women and the local communities, which will lead to more benefits towards the region.		
Project	**Implementation Year**	**Target Beneficiaries**
PD-1: Training for product development and distribution Project	2023-2025	Local Community Local association Private sectors
PD-2: Develop Local Cultural Experiences	2023-2033	All tourists, local people private sectors
PD-3: Dispersal of tourists to the six communities	2022-2028	All tourists, local people private sectors
PD-4: Establish “Made in Petra” Brand for local products	2023-2033	Association Community
PD-3: Re-branding of Petra region	2023-2033	PDTRA, Local community, private sectors, academics

Program 3:
Product Design (PD)

Project	Implementation Schedule										
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
PD-1: Training for product development and distribution Project											
PD-2: Develop Local Cultural Experiences											
PD-3: Dispersal of tourists to the six communities											
PD-4: Establish “Made in Petra” Brand for local products											
PD-5: Re-branding of Petra region in line with the Master Plan											

Program 3:
Product Design (PD)

Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman (*Socio-economic)	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
PD-1: Training for product development and distribution Project	–	–	○	○	◎
PD-2: Develop Local Cultural Experiences	◎	◎	◎	◎	◎
PD-3: Dispersal of tourists to the six communities	○	◎	○	○	○
PD-4: Establish “Made in Petra” Brand for local products	○	—	◎	◎	○
PD-5: Re-branding of Petra region in line with the Master Plan	◎	◎	◎	◎	◎

Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-1
Project Name	Training for product development and distribution Project
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Local Community, Local association, Private sectors
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

This project aims to give the local association and coordinators who will be the main player in the association the skill and knowledge of product development, quality assurance, sales and promotion so that they can independently keep working on this business..

- Prepare the material for training of product development, distribution, sales and promotion
- Give training for the coordinator of the organization in community, and relevant stakeholders



Study material (Sample)


Seminar & workshop


Promotion at Tourism EXPO

Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-2
Project Name	Develop Local Cultural Experiences
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	All tourists, local people, private sectors
Project Cost	(TBD) JOD

Description

This project aims to contribute to increasing the number of night stays and expenditure in Petra region that leads to more benefit to the region by reinforcing the missing programs, such as off season (especially summer), evening or early morning and new segments such as family, high-end customers, new market (e.g. Arab countries) and customers who require special needs in a sustainable way. Also, it aims to nurture the tourism human resources who can manage the programs.



- Exchange ideas of products in Petra region with relevant stakeholders and finalize the details of the program.
- Do the open competitive bidding under certain criteria (e.g., Inclusion of local community)
- Give training and support to the selected travel agents or association
- Product development and sales by selected travel agent or association
- Get the feedback from customers and travel agents, review and improve the quality of products.
- By repeating PDCA cycle they try to improve their skills and establish the partnership with PDTRA and stakeholders

Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-3
Project Name	Dispersal of tourists to the six communities
Implementation Year	2023-2028
Target Beneficiaries	All tourists, local people, private sectors
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Develop a location-based application to certify visit in various spots distributed in the six communities by:

- Identify tourism attractions worth to be visited distributed in the six communities;
- Weight the tourism attractions according to value to visit, distance from Wadi Musa, accessibility, etc.;
- Conceive and develop the prize for tourists; and
- Development of a location-based application to certify visit in various tourism attractions.





Ad Deir



Little Petra, Baidha



Astonishing scenery in Dlagha

Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-4
Project Name	Establish “Made in Petra” Brand for local products
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Association, Community
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Expand Sales of the “Made in Petra” Products by:

- Creating a committee to organize associations;
- Collaboration with the external technical partner (e.g. Jordan River Association)
- Understanding the needs of the handicrafts market;
- Improving a quality of the products;
- Developing a variety of the products; and
- Expanding the sales channel.
- Make the most use of renewed Logo of Petra










Program 3:
Product Design (PD)

Project Code	PD-5
Project Name	Re-branding of Petra region in line with the Master Plan
Implementation Year	2023-2033
Target Beneficiaries	PDTRA, Local community, private sectors, academics
Project Cost	(TBD) JOD

Description

This project aims to change the brand image of Petra which currently focuses only on PAP so that it represents the uniqueness and difference of whole region, and to contribute to promoting and selling the community-based tourism products.

- Based on the final vision and tourism resources in the community, analyzed and discussed what is the difference from other competing destination and uniqueness of the region in collaboration with various experts (e.g., advertising agency, research company, academic, etc.);
- Finalize a concept and identity of new brands;
- Clarify the value which will be provided under the new brand concept;
- Create the new brand name and phrase; and
- Start promoting in accordance with sales & promotion strategy including the use of "Visit Petra" website to settle the new brands in the targeted market.



Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Key Objective: Enhancement of marketing and promotional capabilities through understanding of marketing principles and outperformance in digital marketing.		
Project	**Implementation Year**	**Target Beneficiaries**
SP-1: Promote the newly developed product	2024-2026	Local communities (the product owner)
SP-2: Promoting Petra as a MICE destination	2024-2026	Hotels, local SMEs in terms of catering MICE attendees
SP-3: Enhance digital marketing	2023-2025	PDTRA, All Tourists, Hotels
SP-4: Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators	2023-2025	Hotels and tour operators

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project	Implementation Schedule										
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
SP-1: Promote the Newly Developed Product											
SP-2: Promoting Petra as a MICE destination											
SP-3: Enhance digital marketing											
SP-4: Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators											

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

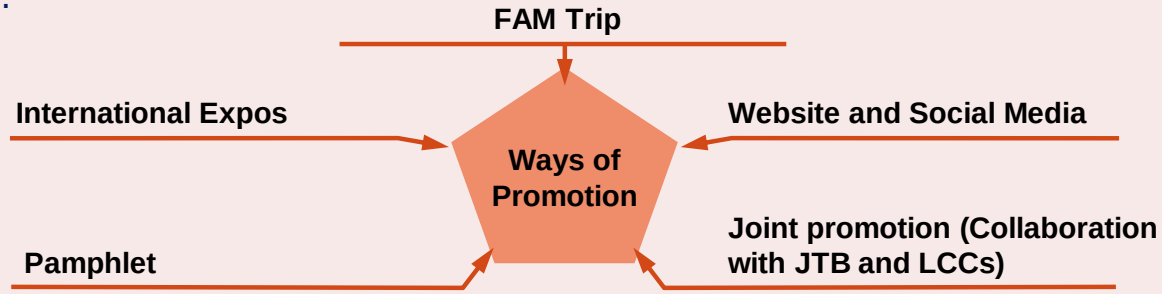
Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman (*Socio-economic)	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
SP-1: Promote the Newly Developed Product	◎	◎	◎	◎	○
SP-2: Promoting Petra as a MICE destination	◎	◎	◎	◎	○
SP-3: Enhance digital marketing	◎	◎	◎	◎	○
SP-4: Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators	◎	◎	◎	◎	○

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-1
Project Name	Promote the Newly Developed Product
Implementation Year	2023-2024
Target Beneficiaries	Local communities, hotels, tour operators
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Secure a market reach for a newly developed product as part of the master plan's pilot project for product design.
The promotion will be conducted through;

- Organizing a FAM trip from the domestic market, leading source markets, and Japan to learn about the newly developed product;
- Participating in international expos and trade shows through collaboration with JTB;
- Releasing the product on the PDTRA's website and social media;
- Creating a promotional pamphlet; and
- Collaboration with airline carriers, primarily low-cost carriers (LCCs), to promote the product through the appropriate channels.



Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-2
Project Name	Promoting Petra as a MICE destination
Implementation Year	2024-2028
Target Beneficiaries	Hotels, local SMEs in terms of catering MICE attendees
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

To overcome the seasonality challenge in Petra, the destination could be promoted as a MICE destination. Promoting the destination can be conducted by:

- Attending to the international MICE exhibitions in Europe and in the Middle East; and
- Highlighting Petra has the required MICE facilities such as Heritage Village and some 5 star hotel facilities;



Potential MICE Facility in Petra (Heritage Village)



Regional Conference Hosted by UNWTO at Petra, Heritage Village



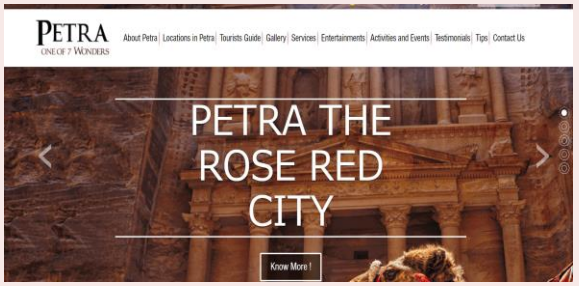
MICE Event at IMEX Frankfurt

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-3
Project Name	Enhance digital marketing
Implementation Year	2023-2024
Target Beneficiaries	PDTRA, All Tourists, Hotels
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Improve Petra's digital marketing capabilities in order to attract visitors. Some of the digital marketing programs in Petra will be focusing on:

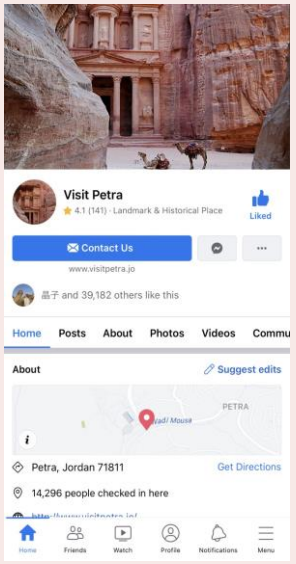
- Redesigning Visit Petra's website and APP in a more modern and appealing manner;
- Enhancing Petra's presence through active social media engagement;
- Increasing Petra's exposure by collaboration with media influencers (Youtubers, bloggers, TikTokers, etc.); and
- Creating destination promotion videos that is appealing to the travelers and introduce a product other than the Petra Archeological Park
- Creating promotional PowerPoint presentations to be used in several occasions.



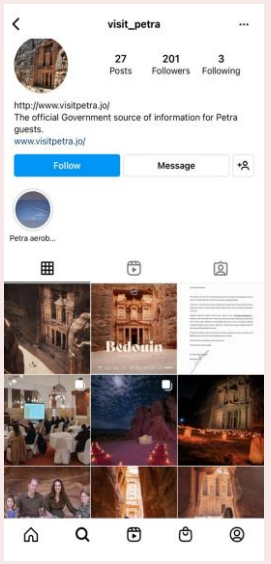
The current Visit Petra's website



Image of Promotional Video, Georgia



Visit Petra's Facebook Page



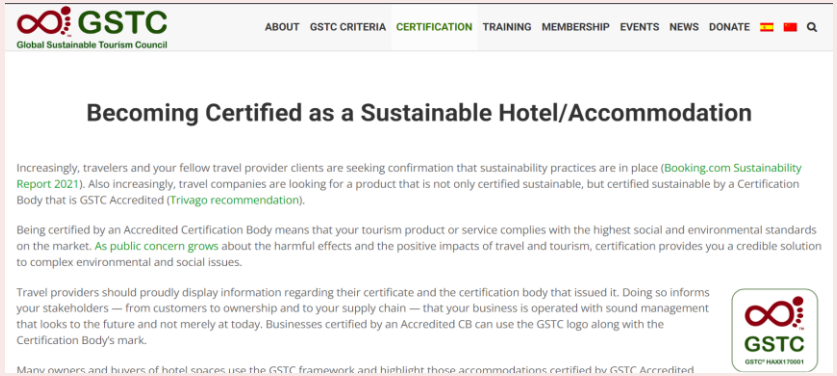
Visit Petra's Instagram Page

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-4
Project Name	Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	Tours and Hotels (4 stars and below)
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Encourage Petra's hotels and tour operators to incorporate sustainability principles into their operations. This certification will provide private sectors in Petra with a preferred contracting privilege. A global sustainability certification (such as GSTC) will be granted by:

- Completing the necessary training requirements from the Certification Body;
- Passing all the necessary Onsite Audit visit by the Certification Body;



GSTC Certification for Hotel/Accommodation



GSTC Certification for Tour Operator

Strategic Programs

A set of priority projects according to the issues to be tackled to realize the Vision in compliance with the Guiding Principles.

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Key Objective: Improvement of Service Quality and Human Resource Development for Tourism		
Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
SH-1: Hotel and Restaurant Service Quality Improvement	2023-2025	SMEs Hotels, Vacation Rental, and Restaurants, Petra college
SH-2: Local Guide Service Quality Improvement	2023-2025	All Local guides, Petra college
SH-3: Make a difference among private sectors	2024-2026	SMEs Hotels, Vacation Rental, and Restaurants, Local guides, Petra college, Communities
SH-4: Tourism Training Course “KANKO JUKU”	2023-2025	All Stakeholders in Petra region

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project	Implementation Schedule										
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
SH-1: Hotel and Restaurant Service Quality Improvement											
SH-2: Local Guide Service Quality Improvement											
SH-3: Make a difference among private sectors											
SH-4: Tourism Training Course “KANKO JUKU”											

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project	Impacts Expected				
	1. Expenditure per Tourist visiting the Petra region (*Economic)	2. Number of Tourists (*Economic)	3. Tourism Receipt in Petra (*Economic)	4. Number of Employments in the Tourism Sector in Petra, especially the number of the Woman (*Socio-economic)	5. Progress of the action taken for the Environmental Consideration (*Environmental)
SH-1: Hotel and Restaurant Service Quality Improvement	–	○	○	◎	◎
SH-2: Local Guide Service Quality Improvement	–	○	○	–	◎
SH-3: Make a difference among private sectors	–	–	○	◎	◎
SH-4: Tourism Training Course “KANKO JUKU”	○	○	◎	◎	○

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Code	SH-1
Project Name	Hotel and Restaurant Service Quality Improvement
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	SMEs Hotel, Vacation Rental, and Restaurant, Petra college
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Improve Service Quality of Hotel and Restaurant by:
- Assessing a service quality of SMEs hotel, vacation rental, and restaurant
- Creating a service quality guideline “Minimum Standard”
- Creating a self-training video and a manual
- Creating tourism human resources career development program
- Creating a system for evaluating employees





Section	Sean	Category	USP/IE	Standard	Remarks
Reservation	Telephone	Service	Accrate&Fast	Phone was answered within three rings.	
Reservation	Telephone	Service	Accrate&Fast	If the ringer rings more than 3 times, there was an apology for the delay.	NA if less than 3 rings
Reservation	Telephone	Service	Accrate&Fast	The greeting was, "Thank you for calling, this is XXX Hotel."	
Reservation	Telephone	Service	Accrate&Fast	The tone of the staff's voice was "warm and welcoming".	
Front	Check in	Service	Accrate&Fast	Staff recognized customer within 20 seconds upon arrival.	
Front	Check in	Service	Smile	Staff greeted the guest with a smile, eye contact, "Welcome", "We've been waiting for you", etc.	
Front	Check in	Service	Impressive experience	During the conversation, staff called the customer by name at least once.	
Front	Check in	Behavior & Appearance		Staff's hair was clean and well-groomed.	

Sample

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Code	SH-2
Project Name	Local Guide Service Quality Improvement
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All Local Guide in Petra Region, Petra college, Community
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Improve Service Quality of Local Guide by:
- Assessing a service quality of local guide
- Creating a service quality guideline “Minimum Standard”
- Creating a self-training video
- Creating system for evaluating local guides

■Tour Guide■	
☑	お客様の興味の度合いを感じ取り、柔軟に対応できるだけの知識を持つ
☑	知識の押し売りでなく、自分の言葉で臨場感をもって説明できるようにする
☑	チップが必要な場合は、ガイドから事前に旅行者に説明しておく
☑	清潔な身だしなみを心掛ける（髪、髭、爪、服、靴等）
☑	口臭がないか確認する
☑	土産物店は紹介のみとし、リベートの疑いをかけられないようにする
☑	案内する土地・地域の面積、人口、主な産業など基本知識を持っておく
☑	お客様に親身になっても、馴れ馴れしくはならない
☑	お客様の前でたばこを吸わない
☑	お客様の安全を確認しながら案内する（バスの乗降時、狭い道・車の多い道を歩く時など）

Sample



Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Code	SH-3
Project Name	Make a difference among private sectors
Implementation Year	2024-2026
Target Beneficiaries	Hotel, Vacation Rental, Restaurant, and Guide, Petra college, Community
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Aware of the importance of tourism service and service quality by:
- Developing a Petra service credo
- Conducting service competitions with a certification
- Enlighten youth and women in the tourism industry

Hotel & Restaurant Service competition =winners=



一般社団法人 日本ホテル・レストランサービス技能協会

The Ritz-Carlton = CREDO =



Program 5:
Service & Hospitality (SH)

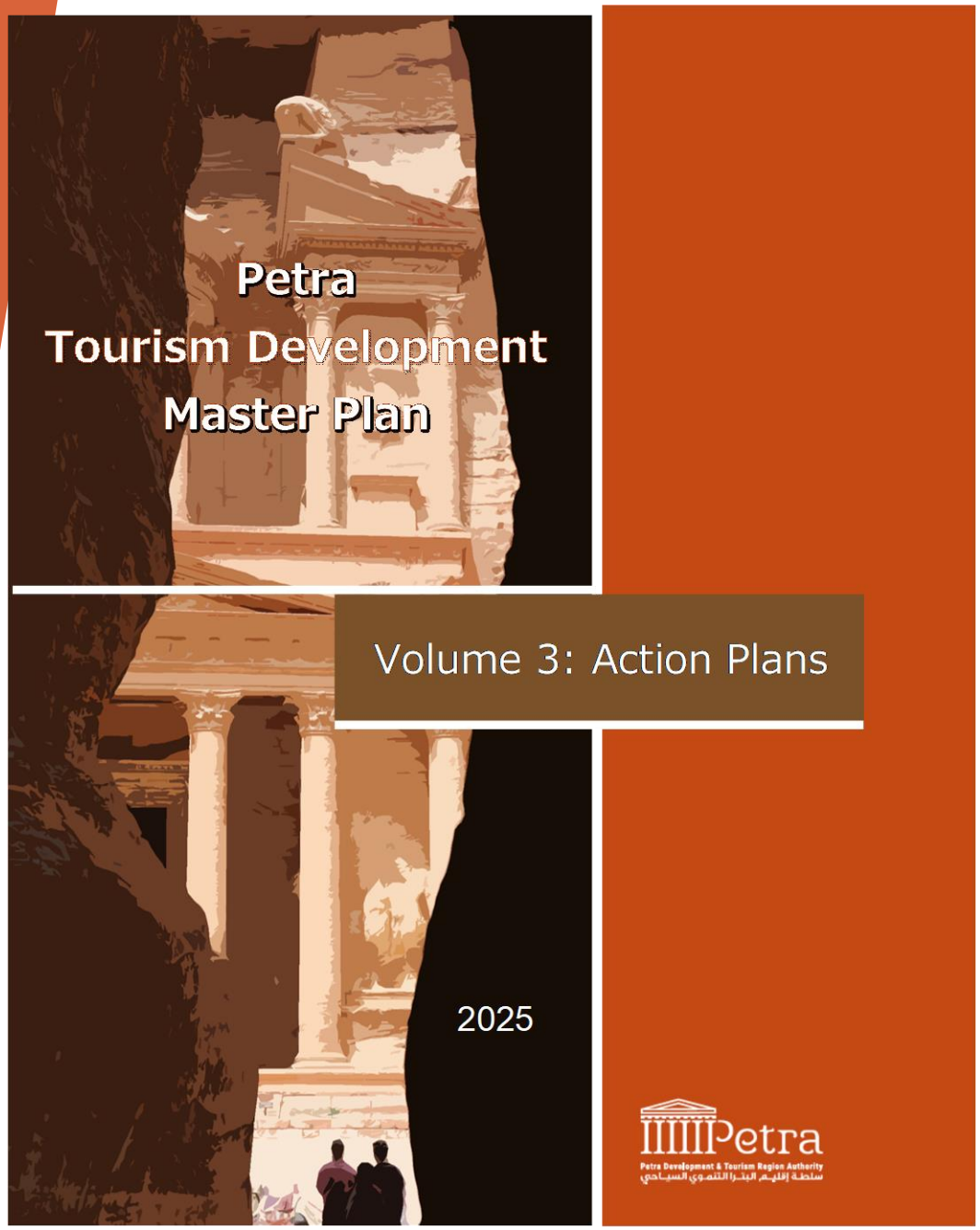
Project Code	SH-4
Project Name	Tourism Training Course “KANKO JUKU”
Implementation Year	2023-2025
Target Beneficiaries	All stakeholders in Petra region
Project Cost	(TBD) JOD
Description	

Acquire skill and knowledge of the tourism business by:
- Understanding the fundamental tourism business knowledge (Product, Promotion, Price, and Sales/Distribution)
- Understanding the importance of (1) Story, (2) Uniqueness, and (3) Quality of Petra as a destination
- Understanding the roles and responsibilities of tourism human resource

Develop Petra as a sustainable and resilient destination by:
- Acquiring global sustainability certification of (1) Destination, (2) Hotel, and (3) Tour operator
- Understanding the importance of tangible and intangible heritage in Petra region
- Understanding the importance of crisis management







Volume 3: Action Plans

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 1:
Destination Management (DM)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Key Objective: Establish sustainable destination management framework		
Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
DM-1: Strengthen Destination Management Framework in Petra	2023-2025	All stakeholders in the Petra region
DM-2: Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033	2023-2025	PDTRA and All stakeholders in the Petra region
DM-3: Create Weekly Local Market	2023-2025	All tourists and local providers
DM-4: Install new Ticketing system	2023-2025	All tourists
DM-5: Strengthen the Function of the Heritage Village	2023-2025	Local providers
DM-6: Strengthen the Function of the Visitor Center	2025-2030	All tourists and local associations/people
DM-7: Strengthen the Function of the Elgee Village	2025-2030	Local associations/people
DM-8: Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers	2023-2033	All tourists and local communities
DM-9: Rehabilitate the Nabataean farming eco-system	2028-2033	Local farmers and local product producers
DM-10: Develop 4R System for Tourism Crisis Management	2023-2028	All tourists and local people
DM-11: Develop 3R System for Sustainable Environmental Management	2023-2033	All tourists and local people
DM-12: Develop Petra as a MICE destination	2023-2033	All stakeholders in the Petra region

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-1		
Project Name	Strengthen Destination Management Framework in Petra		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-1-1: Establish an association/society specially for tourism development in each community as a focal point to implement the activities programed in the M/P	2023-2024	PDTRA, Directorate of Community Development	Local community (individual / association)
DM-1-2: Establish “Petra Tourism Development Committee” composed of the Public sector (PDTRA) and the Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities) to coordinate different stakeholders	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-1-3: Provide awareness raising program through the association/society in order that local people understand the value of local tourism resources	2024-2025	PDTRA, Directorate of Community Development, Directorate of Tourism	Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-2		
Project Name	Obtain global sustainability certification for destination, such as GSTC, by the year 2033		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-2-1: Conduct awareness-raising events for the Public sector (Relevant state ministry, Municipality, etc.) and the Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Infrastructure, Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-2-2: Prepare all necessary requirements as well as logistics arrangements after a thorough discussion with GSTC	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Infrastructure, Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministry, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-2-3: Conduct GSTC Criteria staff training through regular online classes or by special arrangement for on-site training sessions	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Infrastructure, Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministry, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-2-4: Obtaining certification of the GSTC-D	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Infrastructure, Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministry, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-3		
Project Name	Create Weekly Local Market		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-3-1: Organize local alliance member from 6 communities to open the shops at the weekly market	2023	PDTRA, Directorate of Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-3-2: Procure basic equipment (tent table, chair, etc.)	2023	PDTRA, Directorate of Community Development	—
DM-3-3: Provide basic equipment (tent table, chair, etc.) and market space to local people, association, farmers to open shops at weekly market	2023	PDTRA, Directorate of Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-3-4: Prepare an agreement between PDTRA and shop owner to open the shop, including articles of hygiene, security, quality, rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2024	PDTRA, Directorate of Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-3-5: Conduct test event as a pilot project	2024	PDTRA, Directorate of Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-4		
Project Name	Install new Ticketing system		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-4-1: Coordinate legal and financial arrangement for pre-paid system, including rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Public sector (Relevant state ministries)
DM-4-2: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operator （Concessionaire） to install necessary equipment and to manage the on-line ticketing system under PPP (Concession contract)	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	—
DM-4-3: Install on-line ticketing system and equipment for ticket control	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	Concessionaire
DM-4-4: Organize alliance member (shops, restaurants, etc.) to participate pre-paid system	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	Private sector (Tourism Businesses)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-5		
Project Name	Strengthen the Function of the Heritage Village		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-5-1: Prepare technical specifications and tender documents to procure contractor for design and construction to install new reception center inside the village	2023-2024	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	—
DM-5-2: Procure a contractor for design and construction work to install new reception center	2023-2024	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Contractor for design and construction
DM-5-3: Construct new reception center	2024-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Contractor for design and construction
DM-5-4: Prepare technical specifications and tender documents to procure tenants (restaurants, souvenir shops, etc.)	2024-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	—
DM-5-5: Procure tenants (restaurants, souvenir shops, etc.)	2024-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-5-6: Prepare an agreement between PDTRA and tenant owner, including articles of hygiene, security, quality, rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2025	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-6		
Project Name	Strengthen the Function of the Visitor Center		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-6-1: Prepare technical specifications and tender documents to procure contractor for design and construction to install new tourist information center inside the Visitor Center	2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Visitor Center, Directorate of Investment	—
DM-6-2: Procure a contractor for design and construction work to install new tourist information center	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Visitor Center, Directorate of Investment	Contractor for design and construction
DM-6-3: Construct new tourist information center	2026-2027	PDTRA, Directorate of Tourism, Visitor Center, Directorate of Investment	Contractor for design and construction
DM-6-4: Prepare technical specifications and tender documents to procure a vender to prepare an instruction video	2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Visitor Center, Directorate of Investment	—

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-6		
Project Name	Strengthen the Function of the Visitor Center		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-6-5: Procure a vender	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-6-6: Prepare an instruction video (e.g., Care for Petra)	2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-6-7: Employ new staff and park rangers to provide services at the tourist information center	2026-2027	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	—
DM-6-8: Provide necessary trainings to the staff. including hygiene, security, quality, natural science etc.	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Staff

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-7		
Project Name	Strengthen the Function of the Elgee Village		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-7-1: Prepare technical specifications and tender documents to procure contractor for design and construction to renovate the public space of the village	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	—
DM-7-2: Procure a contractor for design and construction work to renovate the public space of the village	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Contractor for design and construction
DM-7-3: Conduct renovation works	2026-2027	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Contractor for design and construction
DM-7-4: Prepare technical specifications and tender documents to procure tenants (restaurants, bar, souvenir shops, etc.)	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	—
DM-7-5: Procure tenants (restaurants, bar, souvenir shops, etc.)	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)
DM-7-6: Prepare an agreement between PDTRA and tenant owner, including articles of hygiene, security, quality, rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2026	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-8		
Project Name	Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-8-1: Include electric rent-a-bike / scooter as a way of transport (as a start between the BASIN Restaurant to Baidha, and main routes of Wadi Musa) in the “Transportation At Petra Region” plan.	2023	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment	—
DM-8-2: Look for possible investor(s) in purchasing the rent-a-bike / scooter (20-30 bicycles to start with) and purchase the bicycles/scooters. ※ If the investor is interested in operating the business, that can also be considered.	2023-2024	PDTRA Directorate of Investment	Private transportation supplier(s), Private investors, International donor(s)
DM-8-3: Designate stations/staffs for operating and managing the business.	2023-2024	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private transportation supplier(s), Private investors, Local communities

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-8		
Project Name	Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-8-4: Determine and develop ways to collect payment directly from tourists (ideally by cash, credit card, online payment using smartphones, and pre-paid through Visit Petra HP).	2023-2024	PDTRA Directorate of Investment	—
DM-8-5: Start providing transportation options using rent-a-bike / scooter between the BASIN Restaurant to Baidha, and main routes of Wadi Musa to tourists.	2024-2026	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment	Private transportation supplier(s), Private investor(s) Local communities
DM-8-6: Purchase additional rent-a-bike / scooter (the exact number is to be determined based on how well the business is going and/or demand from the tourists).	2026-2033	PDTRA Directorate of Investment	Private transportation supplier(s), Private investor(s), International donors

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-8		
Project Name	Promote power-assisted rent-a-bike/scooter transfers		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-8-7: Provide guided tours using the bicycles / scooters.	2026-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Private transportation supplier(s), Private investor(s), Guides, Tour Operators
DM-8-8: Integrate payment option as pre-paid/top-up of PAP ticketing system.	2026-2033	PDTRA Directorate of Investment	Private transportation supplier(s), Private investor(s)
DM-8-9: Expand the routes that could be accessed using the bicycles / scooters.	2026-2033	PDTRA Directorate of Tourism, Investment, Community Development	Private transportation supplier(s), Private investor(s) Local communities

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-9		
Project Name	Rehabilitate the Nabataean farming eco-system		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-9-1: Prepare an agreement between PDTRA and terrace owner in terms of land use and development project	2028-2030	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Landowner
DM-9-2: Conduct necessary study to rehabilitate the historical terrace	2028-2030	PDTRA, PAP Research Center	Public sector (Relevant state ministries, such as DOA, etc.)
DM-9-3: Prepare technical specifications and tender documents to procure contractor for design and construction to rehabilitate the historical terrace	2030-2031	PDTRA, PAP Research Center, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Public sector (Relevant state ministries, such as DOA, etc.)
DM-9-4: Procure a contractor for design and construction work to rehabilitate the historical terrace	2030-2031	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Contractor for design and construction

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-9		
Project Name	Rehabilitate the Nabataean farming eco-system		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-9-5: Obtain necessary permissions for construction works	2031	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Contractor for design and construction, Public sector (Relevant state ministries, such as DOA, etc.)
DM-9-6: Conduct rehabilitation works	2031-2033	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Contractor for design and construction
DM-9-7: Prepare an agreement between PDTRA and terrace owner to operate tourism business, including articles of hygiene, security, quality, rate of sustainability fund to be charged on sales amount, etc.	2033	PDTRA, Directorate of Tourism, Investment, Infrastructure, Public Works	Private sector (Tourism Businesses, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-10		
Project Name	Project for strengthening the resident participation type tourism risk management 4R system		
Action Plan	Implementation schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-10-1: Building (improving) a risk management system based on public-private partnerships and reviewing / brushing up existing risk management plans	2023-2025 (Improvement according to the system) → Periodical improvement according to the training result	PDTRA Risk Management Unit Dep. Operation and Control Directorate of Local Community	Hotels / restaurants, medical institutions, travel agencies / transportation companies, local police, local governments, local communities around PAP
DM-10-2: Building a mechanism for collecting / disseminating information using SNS or apps	2024-2025	PDTRA Risk Management Unit Directorate of IT Dep. GIS	Hotels / restaurants, local communities, tourists
DM-10-3: Awareness-raising activities based on risk management plans and hazard maps (implementation of disaster prevention drills, etc.)	2024-2028 (Continuous implementation → monitoring → improvement of plan)	PDTRA Risk Management Unit Dep. Operation and Control Directorate of Local Community Visitor Center Petra Cultural Center Dep. Public Relationship	Hotels, restaurants, local governments, Tourist Guide

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-10		
Project Name	Project for strengthening the resident participation type tourism risk management 4R system		
Action Plan	Implementation schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-10-4: Launching of risk information communication rules on the tourism portal site "VISIT PETRA"	2025-2026	PDTRA High Level Committee for Emergency Dep. Tourism Directorate of IT Dep. GIS Visitor Center	National Center for Security and Crisis, Tourist Guide, Travel Agencies
DM-10-5: Strengthening of early warning system and safety monitoring system	2023-2025	PDTRA Directorate of IT Dep. GIS Dep. Operation and Control Dep. Ranger	PDTRA, Meteorological Agency, Police
DM-10-6: Formulation of Flash flood MP （FFM）and Watershed management plan（WMP)	2023-2025	PDTRA Directorate of Public Works Directorate of IT Dep. GIS	National Center for Security and Crisis, Swiss Embassy (SDC)
DM-10-7: Development of flood control dams, small check dams, channel works, etc. based on FEM.	2025-2033	PDTRA Directorate of Public Works Dep. Engineering Studies	National Center for Security and Crisis

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-11		
Project Name	Develop 3R (Reduce, Reuse, Recycle) System for Sustainable Environmental Management (Solid-waste, Water, Energy, etc.)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-11-1: Coordinate legal and financial arrangement for separate collection and recycle system for solid-waste, wastewater, etc.	2023-2025	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.)
DM-11-2: Establishing separate collection and recycle system for solid-waste, wastewater, etc.	2023-2033	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-11-3: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operators （Concessionaire) for separate collection and recycle system for solid-waste, wastewater, etc.	2025-2026	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	—
DM-11-4: Installing necessary equipment and infrastructure for separate collection and recycle system for solid-waste, wastewater, etc.	2026	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Concessionaires

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-11		
Project Name	Develop 3R (Reduce, Reuse, Recycle) System for Sustainable Environmental Management (Solid-waste, Water, Energy, etc.)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-11-5: Conducting awareness rising campaign of the 3R for environmental management	2023-2033	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-11-6: Conducting awareness rising campaign of the 3R for enhancing recycle system for waste-water	2023-2033	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)
DM-11-7: Conducting awareness rising campaign of the 3R for reducing the consumption of potable water, fossil fuel, plastic, paper, etc.	2023-2033	PDTRA, Directorate of Community Development and Environment Affaires	Public sector (Relevant state ministries, Municipality, etc.), Private sector (Tourism Businesses, Academics, Local communities)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-1: Provide key players (suppliers) with educational and practical training （for example through means as described in SH-4） to improve their quality of service in preparation for welcoming MICE travelers. ※ Examples of key players: Hotels, Restaurants, Coach companies, Guides, etc. With regards to the guides, incorporate existing guides and Bedouins to help them understand the preferences and expectations of MI oriented groups, and then to perform accordingly. ※ Narratives presented by Bedouins could be a great component to enhance the overall experience.	2023-2025	PDTRA Directorate of Community Development	Japanese Experts 4-5* Hotels, restaurants suitable for MICE, Coach companies, Guides

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-2: Increase Handicrafts related stakeholders' capability of production. ※ For example, by encouraging collaboration among associations and handicraftsmen to create the same MI(CE) attractive products.	2023-2025	PDTRA Directorate of Community Development	Handicrafts association and businesses in the local communities
DM-12-3: Develop high-quality tours and hands-on experience, as well as team building, entertainment and culinary options attractive to MI clients. ※ It is important that the programs have flexibility so that they could be customized to meet each client's expectations and needs.)	2023-2025	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Community Development	Local communities, Tour Operators, Entertainment Suppliers, Restaurants

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-4: Establish a MICE Management Unit within PDTRA which will operate as a one-stop agency responsible for collecting and compiling information related to MICE in Petra as well as managing MICE marketing and promotion.	2023-2025	PDTRA Directorate of Tourism	—
DM-12-5: Designate a land and an investor/donor to construct a venue (convention center) appropriate for (MI)CE usage. ※ Construct the venue accordingly in the next years.	2024-2025	PDTRA Directorate of Investment	Private investor(s), International donor(s)

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-6: Determine existing venues that have the potential to accommodate MI groups, review their business, and redesign their presentation and service standards incorporating global MICE standards while keeping in mind to respect their cultural aspects.	2024-2026	PDTRA Directorate of Investment	e.g., Elgee Village, Heritage Village, Alqantarah Restaurant
DM-12-7: Establish an organization for managing catering of F&B, equipment's, tables and chairs, etc.	2024-2026	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment Directorate of Community Development	Local communities, Catering Companies in Amman

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-8: Procure coaches and buses appropriate for transporting MICE travelers.	2024-2026	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment	Coach companies, Private investor(s), International donor(s)
DM-12-9: Establish an event planning and management company or entity, managed by PDTRA and operated by private/local stakeholders.	2025-2026	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Investment	private/local stakeholders. Event planning and management company(s) in Amman.
DM-12-10: Promote Petra as a MI destination.	2026-2030	PDTRA Directorate of Tourism	JTB

Action Plan:
Destination Management (DM)

Project Code	DM-12		
Project Name	Develop Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
DM-12-11: Work continuously on actions DM-12-1~3 to welcome more MI groups and then CE groups to Petra.	2026-2033	PDTRA Directorate of Tourism Directorate of Community Development	Japanese Experts 4-5* Hotels, restaurants suitable for MICE, Coach companies, Guides, Handicrafts association and businesses in the local communities, Tour Operators, Entertainment Suppliers
DM-12-12: Welcome MICE travelers/programs to Petra.	2026-2033	—	—

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 2:
Research & Development (RD)

Action Plan:
Research & Development (RD)

Key Objective: Enhance Petra museum role as core of heritage management, community awareness and tourism/Establish sustainable heritage management/Re-discover cultural uniqueness and identity of Petra region/Evaluate heritage in terms of sustainability and SDGs

Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
RD-1: Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA	2023-2033	Global /PDTRA, Petra museum, DOA, local NGO, local university
RD-2: Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum and heritage	2023-2033	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
RD-3: Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX	2023-2033	All tourists, PDTRA, Petra museum, DOA
RD-4: Enhancement of Petra museum activities (Temporary exhibition, Gallery tour, community awareness, museum shop, barrier-free etc.)	2022-2027	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local tour operator, local guide
RD-5: Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product and environmental sustainability	2023-2030	PDTRA, Petra museum, All tourists, local communities, local NGO
RD-6: Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics	2023-2025	PDTRA, Hotels, Tour Operators, Universities
RD-7: Determining Petra's target visitors	2023-2025	PDTRA, hotels, restaurants, tour operators

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-1		
Project Name	Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-1-1: Identify useful GIS information related tourism and research in PETRA, such as archeological sites, terrain, trail course, hazardous area, etc.	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep. IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic
RD-1-2: Design a system of GIS database to record GIS information related tourism and research in PETRA clarifying processing, number of users, system configuration, Hardware / Software, geodatabase design, etc.	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic
RD-1-3: Develop missing GIS information considering priority and cost in standardized manner. Select a survey company to develop the information through a tender process as necessary.	2023-2033	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic, Petra museum

Action Plan(Draft):
Research & Development (RD)

Project Code	RD-1		
Project Name	Utilization of GIS information for tourism and research in PETRA		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-1-4: Establish a maintenance system for GIS database clarifying responsible entities / persons, frequency, source of budget, etc.	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic, Petra museum
RD-1-5: Visualize the GIS information in mobile app such as various risk maps, evacuation route maps, terrain profile maps of trail courses, heritage distribution maps, restoration history map, map of excavation sites, etc.	2023-2033	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic, Petra museum
RD-1-6: Install facilities for tourists useful to walk in PAP safely and meaningfully such as direction and distance display board along the trail courses, indication of evacuation routes, etc. Select a company to implement this process through a tender process.	2023-2033	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.IT)	Rangers, local guides, research center, DOA, academic, Petra museum

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-2		
Project Name	Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum as core and heritage sites		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-2-1: Study and prepare theme/story and list of related heritage sites for thematic trail	2023-2024	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep.)	DOA, academic, foreign archaeological mission, local NGO
RD-2-2: List up heritage relating with thematic trail by using GIS database (relating with RD1)	2023-2024	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, tourism dep.)	local guide, local tour operator
RD-2-3: Prepare promotion/education material for thematic trail (mobile app etc.)	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, tourism dep.IT)	DOA, academic

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-2		
Project Name	Develop thematic heritage trail (implemented as tour program) connecting museum as core and heritage sites		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-2-4:Education/Community awareness activity by Petra museum relating with thematic trail	2024-	PDTRA (Petra museum)	Local school, local NGO

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-3		
Project Name	Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX technology (QR code, AR,VR etc)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-3-1: Introduce multi-language system by using QR code in museum exhibition and archaeological site signage	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM)	DOA, academic, foreign archaeological mission
RD-3-2: Plan, produce and introduce AR of several artifacts in Petra museum (to be added to mobile application)	2023-2025	PDTRA (Petra museum, IT)	DOA, local guide
RD-3-3: Plan, produce and introduce (as trial) AR-based interpretation in PAP and other heritage sites (instead of signage) based on Petra museum contents (3DCG)	2023-2027	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, IT)	DOA, academic, local guide

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-3		
Project Name	Enhancement of heritage interpretation and management (Petra museum & PAP) by DX technology (QR code, AR,VR etc)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-3-4: Introduce heritage management system by using QR code label management system	2023-2025	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM)	DOA, academic
RD-3-5: Develop/Revise mobile app using AR	2024-	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, Tourism, IT)	local guide, local tour operator
RD-3-6: Test guide tour with AR/VR device (Smart glass, VR headset etc.) (part of RD-2 as well/cooperated with PD)	2024-	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, Tourism, IT)	local guide, local tour operator

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-4		
Project Name	Enhancement of Petra museum activities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-4-1: Plan and implement temporary exhibition relating with cultural heritage in Petra with collaboration of private sector and media	2023-2025	PDTRA (Petra museum)	MOTA, DOA, academic, foreign archaeological mission, private sector, media
RD-4-2: Enhance local community awareness program (Hands-on education program, volunteer/friends of museum etc.) considering awareness of SDGs, heritage and environment protection	2022-2025	PDTRA (Petra museum)	Petra museum, DOA, academic, local school, local NGO, Min.Education, Min.Environment, Min.Culture,MOTA
RD-4-3: Plan and implement special program for visitor, such as night program, gallery talk, etc.	2022-2027	PDTRA (Petra museum)	Petra museum, local tour operator, local hotels etc

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-4		
Project Name	Enhancement of Petra museum activities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-4-4: Enhance documentation, research & conservation function of museum	2023-2027	PDTRA (Petra museum)	DOA, academic, foreign archaeological mission
RD-4-5: Publish booklet about heritage of Petra region by Petra museum	2024-2027	PDTRA (Petra museum)	DOA, academic, local school, local NGO, foreign mission
RD-4-6: Enhancement of barrier-free/Plan program for persons with disabilities	2024-2027	PDTRA (Petra museum, community dep)	local NGO, local school

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-4		
Project Name	Enhancement of Petra museum activities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-4-7: Introduce multi-language for museum exhibition (related with RD-3 as well)	2023-2027	PDTRA (Petra museum)	foreign archaeological mission, foreign embassy, JTB
RD-4-8: Enhance promotion of Petra museum/Produce promotion material for museum	2023-2027	PDTRA (Petra museum)	local hotel, local tour operator, JTB
RD-4-9: Enhance museum shop and museum goods	2023-2027	PDTRA (Petra museum)	local NGO, shop operator

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-5		
Project Name	Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product, local identity and environmental sustainability		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-5-1: Research/document intangible cultural heritage (ICH), unique Nabataean culture etc.	2023-	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, research center, community dep)	DOA, academic (Princess Basma center etc) foreign archaeological mission, local school, local NGO, student group, local artist
RD-5-2: Set-up guideline for developing ICH into tourism product, in order to protect ICH	2023-2024	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	DOA, academic(Princess Basma center etc), local NGO, UNESCO
RD-5-3: Plan and produce local product based on historical Nabataean culture as well as ICH	2023-2030	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	local NGO, local school, local artist, local farmer

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-5		
Project Name	Re-evaluate of cultural heritage in terms of local tourism product, local identity and environmental sustainability		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-5-4: Implement awareness program for re-evaluate and inherit ICH and traditional/historical eco-friendly lifestyle in terms of SDGs	2023-	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	Petra museum, local NGO, local school, academic (Princess Basma center etc)
RD-5-5: Publish booklet, report, brochure etc. about ICH and unique local culture/history for community awareness and tourism	2023-2030	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	Petra museum, DOA, academic(Princess Basma center etc), UNESCO, Min.Culture, local NGO, local school
RD 5-6: Establish database of ICH	2023-2027	PDTRA (Petra museum, PAP/CRM, culture center, community dep)	Petra museum, DOA, academic(Princess Basma center etc), UNESCO, Min.Culture, local NGO, local school

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-6		
Project Name	Develop a Comprehensive database system for easy access to tourism statistics		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-6-1: Create a detailed plan for the framework and the database dashboard	2023-2024	PDTRA (Research Center, Information Technology Directorate, Tourism Directorate)	MoTA (Statistics Department), Petra College for Tourism and Archaeology, and Database Developers
RD-6-2: Functional requirements, data items, and database features must be determined	2023-2024	PDTRA (Research Center, Information Technology Directorate)	MoTA (Statistics Department), Petra College for Tourism and Archaeology, Hotels, and Database Developers
RD-6-3: Following extensive interviews with key stakeholders, developers will create the actual database dashboard	2024-2025	PDTRA (Research Center)	Database Developers
RD-6-4: Integrate the designed tourism statistical database with the newly upgraded Visit Petra's website for publicly available data	2024-2025	PDTRA (Information Technology Directorate)	Database Developers and Website Developers
RD-6-5: Integrate the designed tourism statistical database with the MoTA's statistics platform for both internal and public data	2024-2025	MoTA, PDTRA (Research Center)	Database Developers and MoTA (statistics department)
RD-6-6: Determine a maintenance schedule as well as follow and update the data items on a regular basis	2024-2025	PDTRA (Information Technology Directorate)	Database Developers

Action Plan:
Research & Development (RD)

Project Code	RD-7		
Project Name	Determining Petra's target visitors		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
RD-7-1: Train PDTRA's Marketing and Research department personnel on tourism marketing strategies such as the STP modeling, persona creation, and so on	2023-2024	PDTRA (Tourism Directorate)	JTB, Petra College for Tourism and Archaeology, and Consulting firms
RD-7-2: Conduct a thorough annual visitor survey to keep track of the number and types of visitors to Petra	2023-2024	PDTRA (Research Center)	Hotels, restaurants, local community, and tourists
RD-7-3: Implement the STP model based on the results of the visitor survey through carrying out the specific steps listed below: – Define the market – Create market segments – Evaluate the segments for viability – Construct segment profiles – Evaluate the attractiveness of each segment – Select target market – Develop positioning strategy – Develop & implement the marketing mix – Review performance	2024-2025	PDTRA (Research Center, Tourism Directorate)	MoTA (statistics department), JTB, and Consulting Firms

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 3:
Product Design (PD)

Program 3:
Product Design (PD)

Key Objective: Development of tourism products which contribute to the conservation of history and culture, the empowerment of women and the local communities, which will lead to more benefits towards the region.		
Project	**Implementation Year**	**Target Beneficiaries**
PD-1: Training for product development and distribution Project	2023-2025	Local Community Local association Private sectors
PD-2: Develop Local Cultural Experiences	2023-2033	All tourists, local people private sectors
PD-3: Dispersal of tourists to the six communities	2022-2028	All tourists, local people private sectors
PD-4: Establish “Made in Petra” Brand for local products	2023-2033	Association Community
PD-3: Re-branding of Petra region	2023-2033	PDTRA, Local community, private sectors, academics

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-1		
Project Name	Training for product development and distribution Project		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-1-1: Develop a training framework and subjects (in collaboration with SH-4)	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors
PD-1-2: Discuss what subjects to be added based on the subjects which proposed by Japanese experts, decide the subjects, provide the materials, select outside experts (in collaboration with SH-4)	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors
PD-1-3: Decided the subjects, provide the materials, select outside experts.	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-1		
Project Name	Training for product development and distribution Project		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-1-4: Seminar and Workshop (In collaboration with SH-4) ◆ Sustainable and Resilient Destination 1. Global sustainability certification of (1) Destination, (2) Hotel, and (3) Tour operator > Collaboration of DM and SP 2. Importance of tangible and intangible heritage in Petra region > Collaboration of RD 3. Importance of crisis management > Collaboration of DM	2023 - 2025	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-1		
Project Name	Training for product development and distribution Project		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-1-5: Seminar, Workshop, Field Work (in collaboration with SH-4) ◆ Tourism Business 1. Fundamental tourism business knowledge ・Treasure Hunting ・Tourism Product ・Revenue and Revenue Sharing ・Operation ・Marketing and Promotion > Collaboration of PD and SP 2. Importance of Story, Uniqueness, and Quality of Petra as a destination ・Product Value > Collaboration of RD-5, PD, SP 3. Roles and responsibilities of tourism human resource ・Service Quality ・Sales Technics ・Risk Management	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-1		
Project Name	Training for product development and distribution Project		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-1-6: Test tour ◆Monitor and FAM Tour - Conduct monitor tour and FAM tour to introduce new product. ◆Evaluation 1. Analyze the tour operation 2. Discuss how to improve the product and operation 3. Revise the product and operation	2024	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member
PD-1-7: Participation ◆Tourism Exhibition 1. Collaborate with JTB to attend tourism exhibition in the target country, or 2. Raise fund and attend tourism exhibition with PDTRA	2025	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member
PD-1-8: PDCA Continue PD-1-1/2/3/4/5 in collaboration with SH-4 ※ All materials used through this training and SH-4 will be open to anyone in Petra region.	2025	PDTRA Directorate of Community Development	Local Communities Private Sectors PDTRA All WG member

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-2		
Project Name	Develop Local Cultural Experiences with Communities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-2-1: Meeting with them and relevant stakeholders (PDTRA, private sector, academic, etc.) to find the suitable tourism resources and decide the details of the program	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association
PD-2-2 Find a person or association who have a passion to enhance the community through tourism through the open bidding	2023-2024	PDTRA Directorate of Community Development	Local community (individual or association)
PD-2-3: Give them training program (refer to PD-1 & SH-4)	2023	PDTRA Directorate of Community Development	Local community (individual or association)
PD-2-4: Do the process of product development, sales and promotion and operation under the support by JICA, PDTRA and relevant stakeholders	2023-2024	PDTRA Directorate of Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association
PD-2-5: By repeating PDCA cycle they try to improve their skills and establish the good partnership with PDTRA and relevant stakeholders	2024-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-4		
Project Name	Dispersal of tourists to the six communities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-3-1: Identify tourism attractions worth to be visited distributed in the six communities through interviews and group works	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community (individual or association), academic, Petra museum
PD-3-2: Investigate accessibility of each tourism attractions identified and acquire GPS coordinates of each	2023-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community (individual or association), academic, Petra museum
PD-3-3: Create a guide showing descriptions and access information for the identified tourism attractions	2023-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community (individual or association), academic, Petra museum
PD-3-4: Give scores to the tourism attractions according to value to visit, distance from Wadi Musa, accessibility, etc.	2023-2025	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community (individual or association), academic, Petra museum

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-3		
Project Name	Dispersal of tourists to the six communities		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-3-5: Selection of an IT company which develops a location-based application through a tender process.	2024	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community, Private sectors
PD-3-6: Development of a location-based application to certify visit in identified tourism attractions considering connection of the application with the other services such as guidance in PAP, a ticketing service, etc.	2024-2026	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association
PD-3-7: Conceive and develop the prize for tourists visiting the identified tourism attractions according to scores	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism, Community Development	Local community, Private sectors, academic, advisory member, JITOA, Petra tour operator association

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-4		
Project Name	Establish “Made in Petra” Brand for local products		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-4-1: Create a committee among the association and set the criteria to define “Made In Petra” brand	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities
PD-4-2: Collaboration with the external technical partner (e.g., Jordan River Foundation) to define the brand	2023-2025	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities External technical partner
PD-4-3: Understanding the needs of the handicrafts market;	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities
PD-4-4: Give training and develop ab variety and quality of the products	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities
PD-4-5: Expand the sales channel	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities Private sectors (e.g., hotels, tour operators, retailers, etc.)
PD-4-6: Make the most use of renewed Logo of Petra	2023-2033	PDTRA Directorate of Community Development	Handicraft and Pottery association in 6 communities Private sectors (e.g., hotels, tour operators, retailers, etc.)

Action Plan:
Product Design(PD)

Project Code	PD-5		
Project Name	Re-branding of Petra region in line with the Master Plan		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
PD-5-1: Based on the final vision and tourism resources in the community, analyzed and discussed what is the difference from other competing destination and uniqueness of the region in collaboration with various experts (e.g., advertising agency, research company, academic, etc.)	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic
PD-5-2: Finalize a concept and identity of new brands	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic
PD-5-3: Clarify the value which will be provided under the new brand concept;	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic
PD-5-4: Create the new brand name and phrase	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic
PD-5-5: Start promoting in accordance with sales & promotion strategy including the use of "Visit Petra" website to settle the new brands in the targeted market.	2023-2033	PDTRA Directorate of Tourism	Local communities Private Sectors Academic

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 4:
Sales & Promotion (SP)

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Key Objective: Enhancement of marketing and promotional capabilities through understanding of marketing principles and outperformance in digital marketing.		
Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
SP-1: Promote the newly developed product	2024-2026	Local communities (the product owner)
SP-2: Promoting Petra as a MICE destination	2024-2026	Hotels, local SMEs in terms of catering MICE attendees
SP-3: Enhance digital marketing	2023-2025	PDTRA, All Tourists, Hotels
SP-4: Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators	2023-2025	Hotels and tour operators

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-1		
Project Name	Promote the Newly Developed Product		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-1-1: Organize a FAM trip and invite media influencers to promote the new product	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, JITOA, Hotels, and Tour Operators
SP-1-2: Create a well-designed pamphlet highlighting the new product	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, Content Creation & Publishing Companies
SP-1-3: Create digital content to promote the product on the newly upgraded PDTRA's website as well as social media platforms	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, Digital Content Creation Companies
SP-1-4: Collaborate with JTB to promote the product in the international market through expos, printed and digital media	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB
SP-1-5: Collaborate with airline carriers, particularly LCCs, to jointly promote the new product	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, Airline Carriers (e.g., Royal Jordanian, Ryanair, etc
SP-1-6: Evaluate the effectiveness of each promotion mix and measure the ROI	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Research Center	JTB, Airline Carriers (LCCs), etc

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-2		
Project Name	Promoting Petra as a MICE destination		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-2-1: Petra, as a destination, should leverage on its key MICE facilities and consider improving them	2023-2025	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Hotels and Restaurants
SP-2-2: Designate one marketing team to focus on MICE marketing & promotion	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB
SP-2-3: Encourage hotels and restaurants to adopt a MICE mindset and to establish relationships with Travel Management Companies (TMCs) in the source market.	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism, Directorate of Investment	Hotels and Restaurants
SP-2-4: Highlight Petra as a MICE destination on print and digital media on a regular basis to gain global attention	2026-2028	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, JITOA, Petra Hotel Association
SP-2-5: Attend at global MICE conferences and exhibitions such as IMEX, IBTM, and others on a regular basis.	2026-2028	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB, JITOA, Petra Hotel Association

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-3		
Project Name	Enhance digital marketing		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-3-1: Determine the primary digital marketing channels and their associated KPIs	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, Research Center	JTB and Petra College for Tourism and Archaeology
SP-3-2: Provide extensive digital marketing training to PDTRA's marketing personnel	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	MoTA, JTB, Petra College for Tourism and Archaeology, and Consulting firms
SP-3-3: Prepare technical specification and tender documents to procure website as well as digital content developing company	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	-
SP-3-4: Website Related: Perform an in-depth audit of Visit Petra's current website to determine the point of upgrade	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, IT Department	MoTA, JTB, JITOA, Petra College for Tourism and Archaeology, Website Developing company, and tourists
SP-3-5: Website Related: Determine and develop a new website contents by paying close attention to the customer journey. Potential contents and features include, but are not limited to, the following: – Purchasing a PAP entrance ticket – Booking of in-destination activities and experiences (e.g., Petra by night, Petra Kitchen, etc) – Information on disaster prevention – Include visual contents, etc.	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, IT Department	MoTA, JTB, JITOA, Petra College for Tourism and Archaeology, Website Developing company, and tourists

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-3		
Project Name	Enhance Digital Marketing		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-3-6: Website Related: Provide regular training to the PDTRA IT and Marketing Departments on website usage and content updates	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, IT Department	Website Developing Company
SP-3-7: Website Related: Add a booking feature to the website for three-star and lower hotels using the API connection system	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism, IT Department	Website Developing Company and Petra Hotel Association
SP-3-8: Promotion Video Related: Determine the promotion video's theme, concept, storyline, and shooting location. And Create promotional PPT materials	2025-2026	PDTRA, Directorate of Tourism	JTB and Content Creation Company
SP-3-9: Social Media Related: Check and prepare the necessary documentation to apply for an official Facebook and Instagram account	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	MoTA and JTB
SP-3-10: Social Media Related: Collaborate with a professional photographer and upload photo and visual contents to social media on a regular basis	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	Local community (individuals)

Action Plan:
Sales & Promotion (SP)

Project Code	SP-4		
Project Name	Obtain global sustainability certification for hotels and tour operators		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SP-4-1: Conduct awareness-raising events for hotels and tour operators to educate them on the benefits of being sustainably certified	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Petra Tour Operators Association, and JITOA
SP-4-2: Prepare all necessary requirements as well as logistics arrangements after a thorough discussion with GSTC	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Petra Tour Operators Association, JITOA, and GSTC
SP-4-3: Choose volunteer tour operators and hotels (4 stars and below) who are willing to submit application and go through certification processes	2023-2024	PDTRA, Directorate of Tourism	Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Petra Tour Operators Association, JITOA, and GSTC
SP-4-4: Conduct GSTC Criteria staff training through regular online classes or by special arrangement for on-site training sessions	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Petra Tour Operators Association, JITOA, and GSTC
SP-4-5: Issue the certification once the Certification Body (CB) has confirmed that the respective stakeholder meets the GSTC standard.	2024-2025	PDTRA, Directorate of Tourism	GSTC, Certification Body (CB), Hotels, Tour Operators, Petra Hotels Association, Tour Operators Association, and JITOA

Action Plans

Implementation plan for each project to achieve Key Objective of the Program.

Program 5:
Service & Hospitality (SH)

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

Key Objective: Improvement of Service Quality and Human Resource Development for Tourism		
Project	Implementation Year	Target Beneficiaries
SH-1: Hotel and Restaurant Service Quality Improvement	2023-2025	SMEs Hotels, Vacation Rental, and Restaurants, Petra college
SH-2: Local Guide Service Quality Improvement	2023-2025	All Local guides, Petra college
SH-3: Make a difference among private sectors	2024-2026	SMEs Hotels, Vacation Rental, and Restaurants, Local guides, Petra college, Communities
SH-4: Tourism Training Course “KANKO JUKU”	2023-2025	All Stakeholders in Petra region

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-1		
Project Name	Hotel & Restaurant Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-1-1: Assess guest satisfaction of SMEs hotel, vacation rental, and restaurant by WG members.	2023	PDTRA Quality Assurance	SMEs Hotel and Restaurant, and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-1-2: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operator to implement the program.	2023	PDTRA Quality Assurance	Japanese expert
SH-1-3: Mystery shopping for service quality by Hotel and Restaurant Associations and Ammon College in Amman, and Japanese experts. Survey results feedback and reconciliation of discrepancies with their own evaluations	2023	PDTRA Quality Assurance	Petra College, Hotel Association and Restaurant Associations, JITOA, and Ammon College in Amman, Japanese expert
SH-1-4: Based on the reviews and evaluations, discuss and categorize service quality issues of SMEs in the hotel, vacation rental, and restaurant industries. Establishment of minimum standards for service quality.	2023	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association and Restaurant Association in Petra region, Petra College, Hotel Association, Restaurant Association, and Ammon College in Amman

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-1		
Project Name	Hotel & Restaurant Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-1-5: Select several hotel and restaurant staff members to become future leaders in improving the quality of service in hotels and restaurants in the Petra region and train them at Ammon College and hotels and restaurants in Amman.	2023 - 2024	PDTRA Quality Assurance	SMEs Hotel and Restaurant in Petra region, Hotel, Restaurant, and Ammon College in Amman
SH-1-6: Review and revise the minimum standards, as well as create a self-training video and manual.	2023 - 2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association and Restaurant Association in Petra region, Petra College
SH-1-7: Discuss career development plans and an employee evaluation system in hotels (especially 3 stars and below) and restaurants.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association and Restaurant Association in Petra region, Petra College
SH-1-8: Creating a Career Development Plans and a System for Evaluating Employees in hotels (especially 3 stars and below) and restaurants.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association and Restaurant Association in Petra region, Petra College
SH-1-9: Training through self-training videos and manuals, training for new employees based on the career development plan and initiating evaluations through the employee evaluation system.	2024 - 2025	PDTRA Quality Assurance	SMEs Hotel, Vacation Rental, and Restaurant

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-1		
Project Name	Hotel & Restaurant Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-1-10: Check on a regular basis to ensure that service quality and employee evaluations are being carried out properly. The video is available to anyone in the Petra area interested in tourism.	2025 -	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Tour Operator Association in Petra region, Petra College

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-2		
Project Name	Local Guide Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-2-1: Assess local guide guest satisfaction by working group members.	2023	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-2-2: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operator to implement the program.	2023	PDTRA Quality Assurance	Japanese expert
SH-2-3: JITOA and the Tour Guide Association in Amman, as well as Japanese experts, conducted an undercover survey of service quality. Feedback on survey results and reconciliation of discrepancies with their own evaluations.	2023	PDTRA Quality Assurance	JITOA, Guide Association in Amman, Japanese expert
SH-2-4: Based on the review and evaluations, discuss and classify local service quality issues. Establishment of minimum standards for service quality.	2023	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College, JITOA and Guide Association in Amman

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-2		
Project Name	Local Guide Service Quality Improvement		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-2-5: Select several local guides to become future leaders in improving the quality of service in local guides by having them attend a tour guided by the most experienced national guide and monitored by a Japanese expert in the Petra region and train.	2023 - 2024	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, JITOA and Guide Association in Amman, Japanese expert
SH-2-6: Review and revise the minimum standards, as well as create a self-training video and manual.	2023 - 2024	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-2-7: Creating a System for Evaluating Local Guide.	2024	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-2-8: Training through self-training videos and manuals and initiating evaluations through the local guide evaluation system.	2024 - 2025	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College
SH-2-9: Check on a regular basis to ensure that service quality and local guide evaluations are being carried out properly. The video is available to local guide and anyone in the Petra area interested in tour guide.	2025 -	PDTRA Quality Assurance	Guide Association and Tour Operator Association in Petra region, Petra College

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-3		
Project Name	Make a difference among private sectors		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-3-1: WG members will discuss the readiness of service personnel to work in the Petra region and the value of their services in order to develop a Petra Service Credo. Credo contents may refer to The Ritz-Carlton Credo.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Associations in Petra region, Petra College
SH-3-2: Prepare technical specifications and tender documents to procure private operator to implement the program.	2024	PDTRA Quality Assurance	Japanese expert
SH-3-3: Create a Petra Service Credo	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Associations in Petra region, Petra College
SH-3-4: Prepare an evaluation criteria and a checklist to verify the quality of service provided by hotels, restaurants, and local guides based on the minimum standards developed in SH-1 and SH-2 and credo.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Associations in Petra region, Petra College
SH-3-5: Discuss the prizes and raise funds to prepare prizes. Prepare an application form for conducting service quality competitions.	2024	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Associations in Petra region, Petra College

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-3		
Project Name	Make a difference among private sectors		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-3-6: Implement the Service Quality Competition. (Jan. to Dec.) * Periodic checks with checklist, Guest satisfaction form, Recommendation from colleagues, etc.	2025	PDTRA Quality Assurance	Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Association in Amman, Petra College, Prize Sponsors
SH-3-7: Choose the best hotel (and hotel staff), restaurant (and restaurant staff), and local guide service. At the Awards Ceremony, prizes and certificates (service quality ambassador badges for individuals) are presented. Hotels and restaurants that have been selected for Best Service Quality may display Certificates. Local guides who have been selected for Best Service Quality can wear the Petra Service Quality Ambassador badge.	2026	PDTRA Quality Assurance	PDTRA, Petra College, Prize Sponsors
SH-3-8: Continue each year with improvements in the way criteria and competitions are conducted.	2026 -	PDTRA Quality Assurance	PDTRA, Hotel Association, Restaurant Association, and Guide Association in Petra region, Petra College

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-4		
Project Name	"Kanko Juku" (Tourism Training Course)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-4-1: Develop a training framework and subjects.	2023	PDTRA Quality Assurance	Japanese Experts
SH-4-2: Discuss what subjects to be added in the KANKO JUKU based on the subjects which proposed by Japanese Experts. Decided the subjects, provide the materials, select experts.	2023	PDTRA Quality Assurance	All WG member, Japanese Experts
SH-4-3: Seminar and Workshop. ◆ Sustainable and Resilient Destination 1. Global sustainability certification of (1) Destination, (2) Hotel, and (3) Tour operator > Collaboration of DM and SP 2. Importance of tangible and intangible heritage in Petra region > Collaboration of RD 3. Importance of crisis management > Collaboration of DM	2023 - 2025	PDTRA Quality Assurance	All WG member, Hotel, Restaurant, Tour Operator in Petra region
SH-4-4-1: Decided tourism product that KANKO JUKU implement the training. *Collaboration with PD.	2023	PDTRA Quality Assurance	Community, Japanese Expert

Action Plan:
Service & Hospitality (SH)

project code	SH-4		
Project Name	“Kanko Juku” (Tourism Training Course)		
Action	Implementation Schedule	Responsible Agency	Relevant Stakeholders
SH-4-4-2: Seminar, Workshop, Field Work ◆ Tourism Business 1. Fundamental tourism business knowledge ・Treasure Hunting ・Tourism Product ・Revenue and Revenue Sharing ・Operation ・Marketing and Promotion > Collaboration of PD and SP 2. Importance of Story, Uniqueness, and Quality of Petra as a destination ・Product Value > Collaboration of RD-5, PD, SP 3. Roles and responsibilities of tourism human resource ・Service Quality ・Sales Technics ・Risk Management > Collaborating DM-10 & 11, and SP	2023	PDTRA Quality Assurance	Community, Petra College, Tour Operator Association in Petra region

Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects:
Conditions provided by JICA

Definitions

Pilot Project:

A small-scale demonstration trial project to verify the effectiveness and validity of the projects/actions proposed in the Petra Tourism Master Plan to improve current situation in Petra tourism identified through the Baseline Survey.

Pilot Projects:
Conditions provided by JICA

I. Each Pilot Project shall be approved by governmental and agencies such as PDTRA, and shall comply with the Jordanian laws and regulations, and the JICA's Environmental and Social Considerations guideline.

II. Project cost for each Pilot Project must not exceed 12 million yen (approx. 65,000 JOD as of June 2022), including the cost for necessary survey, permission, etc.

III. Each Pilot Project must be designed considering the applicability of the Master Plan to other regions.

IV. Any activities related to Facility and Equipment and construction works must be excluded from the scope and the components of the Pilot Project, such as construction of roads, buildings, any permanent structures (e.g., dams, gabions, pavements, sign boards, toilets, etc.).

V. Implementation period of each Pilot Project must be less than one and a half years.

VI. If there is any concerns about duplications with other projects conducted and planned by other donors, scope and the components of the Pilot Project must be flexibly adjusted.

Pilot Projects:
Selection Criteria Proposed

Items to be considered		Details to be considered
1. Validity	Feasibility	・ Can a Pilot Project take necessary permissions/approvals by related governmental agencies and municipalities? ・ Can a Pilot Project satisfy with the Jordanian laws and regulations, and conditions provided by JICA's Environmental and Social Consideration Guideline?
	Gender Considerations	・ Can a Pilot Project promote participation of women?
	Environmental and Social Considerations	・ Does a Pilot Project benefit to six communities equally? ・ Does a Pilot Project cause any negative/positive impacts on local society? ・ Does a Pilot Project cause any negative/positive impacts on the cultural heritage?
	Other Donor, etc.	・ Are there any duplications with projects or activities conducted or planned by other donors or agencies?
2. Effectiveness	Branding	・ Can a Pilot Project contribute to promote branding and competitiveness of the Petra tourism
	Verification of Master Plan	・ Will a Pilot Project contribute to the verification of the effectiveness of the Master Plan?
3. Efficiency	Input	・ Will the cost per project be less than 12 million yen (80,000 JOD)? ・ Can a Pilot Project be managed within the inputs from the Japanese (JICA Project Team) and Jordanian (PDTRA) sides?
	Implementation Period	・ Will a Pilot Project be completed within due period (one and a half years)?
	Number of Beneficiaries	・ How many people will benefit from a Pilot Project?
4. Impact and sustainability	Impacts	・ Is the impacts of a Pilot Project visible? ・ Can the impacts of a Pilot Project be measured?
	Sustainability	・ Can the activities of a Pilot Project be expanded to other areas? ・ Will the activities of a Pilot Project continue after the end of the implementation period?

Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 1:
Destination Management (DM)

Pilot Projects 1:
Destination Management (DM)

Project Name	Create a Sustainable Destination Framework in accordance with the GSTC criteria
Project Site	6 Communities
Project Cost	(TBD) JOD

Implementation Schedule

Main Activities	2022	2023	2024
1: Establish a cooperation framework			
2: Prepare educational materials			
3: Conduct GSTC training			
4: Conduct Heritage Conservation campaign			
5: Conduct 3R campaign			
6: Conduct 4R campaign			

Description

Create a Sustainable Destination Framework by:

- Establishing a framework for cooperation between the public and private sectors in order to carry out the pilot project;
- Preparing educational materials for awareness rising campaigns;
- Conducting GSTC-D and other awareness-raising training to improve understanding of heritage conservation, environmental protection, and tourism crisis management;
- Awarding the Petra region with the GSTC-Accredited Green Destination's Bronze award;
- Certifying selected tour operators and hotels (4 star and below) with GSTC-I certification; and
- Conducting awareness rising campaigns for heritage conservation, environmental protection, and tourism crisis management.

GSTC
Global Sustainable Tourism Council





Pilot Projects 1:
Destination Management (DM)

Project Name	Create Weekly Local Market			
Project Site	Wadi Musa			
Project Cost	(TBD) JOD			
Implementation Schedule	Main Activities	2022	2023	2024
	1: Organize member from 6 communities			
	2: Procure basic equipment (tent table, chair, etc.)			
	3: Provide basic equipment			
	4: Prepare an agreement with PDTRA			
	5: Conduct test event			

Description

Create Weekly Local Market at the New City Plaza over the Wadi-Musa river by:

- Organizing local alliance member;
- Providing local people, association, farmers a temporally weekly market space;
- Exhibiting historical and traditional way of life such as tea, Arabic coffee, local foods in the Bedouin Tent;
- Providing a meal at night (before visiting Petra by Night, etc.); and
- Organizing special events, such as best food contest, flea market, etc.



KCC Farmers Market, Honolulu, Hawaii, USA

Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 2:
Research & Development (RD)

Pilot Projects 2:
Research & Development (RD)

Project Name	Enhance the role of the Petra Museum as core of heritage tourism in Petra
Project Site	Petra museum, PAP, 6 local communities
Project Cost	(TBD) JOD

Implementation Schedule

Main Activities	2022	2023	2024
Produce GIS heritage database to be opened in Petra museum			
Produce mobile app of thematic route and PAP connecting museum, PAP and heritage sites			
Produce AR/VR contents relating with museum exhibition (part of mobile app)			
Introduce multi-language system in museum and PAP			
Develop hands-on program in museum (night program, etc.)			
Develop program for persons with disabilities			
Develop museum goods based on museum exhibition			
Develop booklet about local history and culture by museum			

Description

Enhance role of Petra museum as core of heritage tourism in PAP and surrounding area (6 communities) as well as local community awareness toward heritage in Petra region by

- Establish heritage GIS database of Petra region to be opened in museum (through museum website etc.)
- Plan thematic route connecting museum and PAP, and develop mobile app to explore route (PAP and museum)
- Produce AR/VR contents relating with museum exhibition such as 3DCG reconstruction (part of mobile app)
- Introduce multi-language system in museum and PAP by using QR code etc.
- Develop hands-on program in museum (night program etc.)
- Develop program for persons with disabilities, such as exhibition material for touching
- Develop museum goods based on museum exhibition to be sold in museum shop
- Develop booklet about local history and culture by museum

Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Project Name	Examine product 1: Make the Petra Archaeological Park Main Trail Sustainable			
Project Site	Petra Archaeological Park (PAP)			
Project Cost	(TBD) JOD			
Implementation Schedule	Main Activities	2022	2023	2024
	Finalize the details of products			
	Open bidding			
	Product Development , promotion and sales			
	Review, evaluation and improvement of products			

Outline of the Project

This project will address the challenges on the main trail. The below elements will be added on the current tour by local guide and proceed the visitor survey to see the result:

- Orientation to tourists at Visitors Center
- Risk on the trail (Services and harassment)
- Backroad exit/entry operation with transportation
- Transportation System among 6 communities and PAP
- Accessible Service
- Zero Plastic policy
- QR Code Signage





Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Project Name	Examine Product 2: Develop Local Cultural Experiences			
Project Site	Wadi Musa, Baidha,, Rajif, Dlagha, Taybeh and Um Sayhoun			
Project Cost	(TBD) JOD			
Implementation Schedule	Main Activities	2022	2023	2024
	Finalize the details of products			
	Open bidding			
	Product Development , promotion and sales			
	Review, evaluation and improvement of products			

Outline of the Project

This project aims to contributing to the increase of the staying nights and expenditure in Petra region that leads to more benefit to the region by reinforcing the missing programs, such as off season (especially [illegible] early morning and new segments such as family, high-end customers, new market (e.g., Arab countries). We develop the “End Of The World” trail tour as the core program and various kinds of local cultural experiences such as sand bottle making, home visit, Agri-Tourism experience. We make a seasonal package by combining those products. The details of “End Of The World” Trail Tour, ideas of Local Cultural Experience and the image of the combination will be shown as follows



Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Product Idea 2: "End Of The World" Sunset Trail Tour

Details of the Product

Starting from New Visitor Center or Heritage Village in Baidha visit the top of the mountain to enjoy the beautiful sunset. Also enjoy the visit to Siq Al Barid (Little Petra) and Neolithic ruins on the way.

<Example itinerary>
Leave the new Visitor Center in Baidha by 4WD
Visit Neolithic Site
Start trekking (climbing up the mountain)
Enjoy the view of sunset from the top of the mountain
Return to the Visitor Center



Remarks:

- **We need to consider if we use 4 WD vehicle or do that on foot. If we use 4WD we have to carefully evaluate what route we should take for nature conservation. If we travel on foot, we need to consider the safe way to go back to the VC.**
- Story that will explain the unique geographical character and the history of the region will give more attraction to the program.

Responsible Strategic Project	PD-2		
Duration	3.5-6 hours	**Appropriate period**	March-May, September-November

Target Customer

- Adventure Tour Oriented Customer (FIT, group)

Location

- Baidha

Potential Contribution of the Program

- Extend the length of stay
- Develop new markets

Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Product Idea: "End Of The World" Sunset Trail Tour (Sample itinerary)

Depart the new Visitor Center (by 4WD or on foot)



Visit Neotithic Heritage site

Arrive at the bottom of the mountain and start climbing





Arrive at the top of mountain, enjoy the spectacular view!

***Bedouin tea service by the local community**

Return to the car

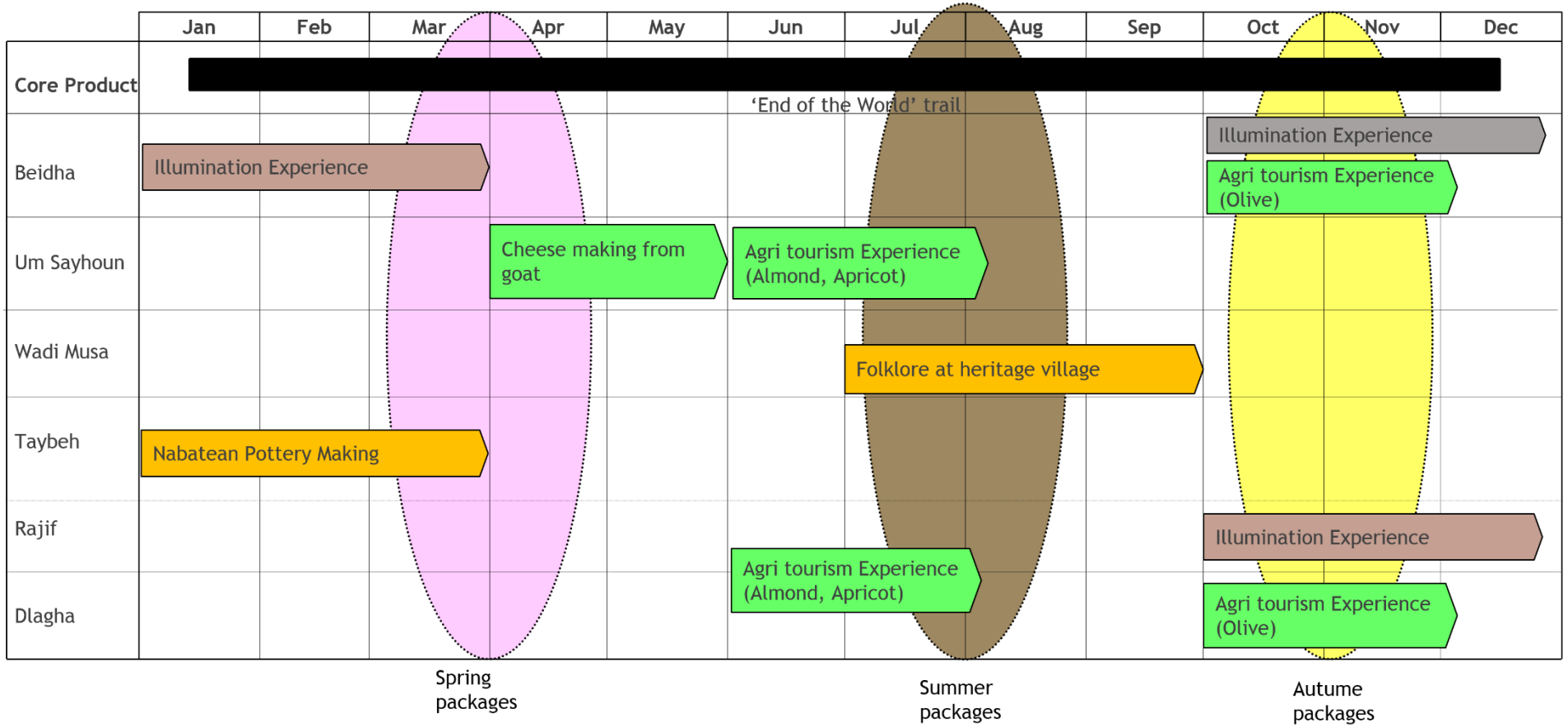


Arrive at the New Visitor Center (End of the tour)

Pilot Projects 3:
Product Design (PD)

Packaging of Core Program and Local Cultural Experience

We prepare the seasonal packages by combining the core program (Product idea 2) “End Of The World” Trail and Local Cultural Experiences (product idea 3 & 4) as below.



Pilot Projects

A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 4:
Sales & Promotion (SP)

Pilot Projects 4:
Sales & Promotion (SP)

Project Name	Promote Newly Developed Products and Improve Digital Marketing Capability			
Project Site	N/A			
Project Cost	(TBD) JOD			
Implementation Schedule	Main Activities	2022	2023	2024
	1: Upgrade Visit Petra's website and engage in online marketing analytics			
	2: Create promotional videos and PPT materials			
	3: Enhance SNS engagement			
	4:Create a pamphlet			
	5: Organize a FAM trip			
	6: Joint promotion with JTB and LCCs			

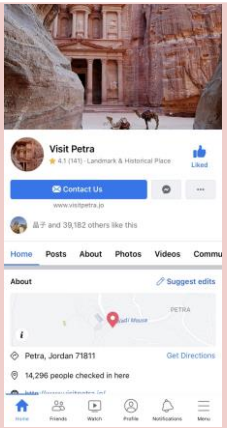
Description

The following actions will be considered to promote newly developed products and improve digital marketing capability:

- Upgrade Visit Petra's website and APP by adding many informative features;
- Create 5 to 7 short promotional videos and presentation materials for use in a variety of events and occasions.
- Increase Petra's presence through SNS engagement and other online marketing analytics;
- Make a pamphlet highlighting the newly developed product;
- Organizing a FAM trip from major source markets (Europe, USA) as well as Japan. tour operators in Jordan can also join the FAM trip;
- Collaborate with JTB and LCCs to expand the new product's market reach; and
- Provide digital marketing training to PDTRA staff to improve their capabilities.







Pilot Projects

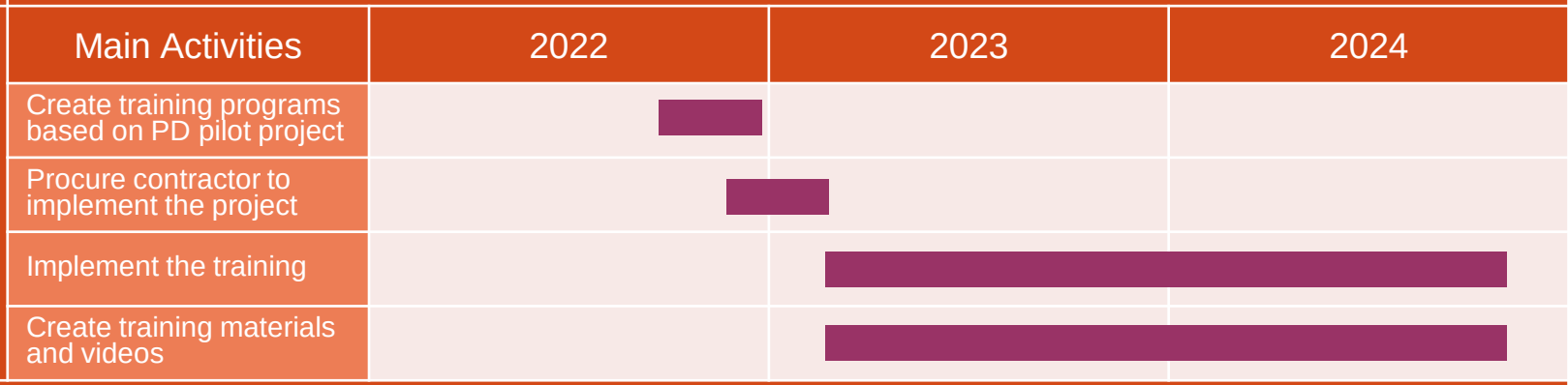
A small-scale experimental project to verify the effectiveness of the projects and actions included in the Strategic Programs of the Master Plan.

Pilot Projects 5:
Service & Hospitality (SH)

Pilot Projects 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Name	Provide Tourism Training Course “KANKO JUKU”
Project Site	6 communities
Project Cost	(TBD) JOD

Implementation Schedule



Description

This project will be implemented through implementation of the Product Development pilot project.
Programs are customized according to the content of the Product Development pilot project.

Acquire skill and knowledge of the tourism business by:

- Understanding the fundamentals of the tourism business:
  (1) Product, (2) Marketing, (3) Promotion, (4) Price, and (5) Sales or Distribution
- Understanding the importance of the tourism products: (1) Story, (2) Uniqueness, and (3) Quality of the tourism products
- Understand the fundamental aspects to welcome tourists: (1) Safety, (2) Security, and (3) Hygiene
- Understand the fundamental knowledge of service quality: Refer to the next page
- Understanding the roles and responsibilities of tourism human resource:
  (1) Reporting, communication, consultation (2) Accurate operation, and (3) as a Sales person of the region

This project provides tourism training outside of Petra region, taking into account gender balance and also creates self-training videos.

Pilot Projects 5:
Service & Hospitality (SH)

Project Name	Provide Tourism Training Course “KANKO JUKU”
Project Site	6 communities
	(TBD) JOD
Description	

Overall Program Image
The following content is excerpted from Petra College's program

مقدمة في السياح
مقدمة في علوم الضيافة
السياحة الأردنية
إدارة أصول الضيافة
العلاقات العامة في الضيافة
إدارة الجودة الشاملة في صناعة الفنادق
إدارة الموارد البشرية في الضيافة
إدارة الأزمات في السياحة والضيافة
فن الضيافة والاتيكيت
مهارات الاتصال السياحي وفن الاتيكيت
إدارة الجودة
أخلاقيات السياحة العالمية

Service Quality Program Image
Understanding fundamental knowledge of service quality

Definition of service
Customer four expectations
Service Quality
Three assets to produce the services
Feature of Service Quality
Six Elements of Service Quality
Service quality check list
Service quality training
Service quality management
etc.


Work shop


Self-training video

Petra Development and Tourism Region Authority (PDTRA)

Japan International Cooperation Agency (JICA)
Project for Formulating a Tourism Development Master Plan in the Petra Region, Jordan

Petra visitors' survey

Satisfaction, Motivations, and Perceptions

Dear visitor,

Thank you for accepting to participate in this survey. This questionnaire survey is being carried out as part of greater efforts by the Japan International Cooperation Agency (**JICA**) to formulate a master plan for the Petra region through the project: *The Tourism Masterplan Project for Petra Region in Jordan*.

This survey will help for the economic recovery of the Petra region's tourism sector as well as the development of the tourism services of the Petra Archeological Park. It will also assist tourism officials and stakeholders in predicting future tourism movements.

This survey will take no more than 10 minutes of your valuable time, and your responses will be used solely for research purposes and will be kept confidential.

A. Travel data to visit Petra

Q1. Please indicate your gender. (SA)

1. Male 2. Female 3. Others

Q2. Please indicate your age group. (SA)

1. 20 and below
2. 20-30
3. 31-40
4. 41-50
5. 51-60
6. 61-70
7. 70 and above

Q3. What is your marital status (SA)

1. Single
2. Married
3. Divorced or separated
4. Widowed
5. Others (Please Specify) ……

Q4. **Nationality(ies)** ……

Q5. **Country of residence** ……

Q6. **What is your total household income? (SA)**

1. Under $30,000
2. $30,000 – $40,000
3. $40,000 – $50,000
4. $50,000 – $60,000
5. $60,000 – $70,000
6. $70,000 – $80,000
7. $80,000 – $90,000
8. Over $90,000
9. I prefer not to answer

Q7. Is Jordan the ONLY country you are visiting on this trip?

1. Yes (Go to Q8 and then to Q11)
2. No
3. I am a domestic traveler (Go to12)

Q8. How many days do you spend in Jordan?

……days

Q9. Please indicate the other countries that are part of your current trip. (Choose all that apply)

1. Palestine Territory
2. Oman
3. Egypt
4. Saudi Arabia
5. Qatar
6. Israel
7. United Arab Emirates
8. Others (please specify)
   ……

Q10. Please indicate the number of days you spend in the other countries that are part of your current trip.

……..……(days)

Q11. Which mode of transportation did you take to get to Jordan?

1. Cruise
2. Full service airplane (e.g. Qatar Airways, Emirates, etc)
3. Low cost carrier airplane (e.g. Easy Jet, Ryanair, etc.)
4. Bus
5. Others (please specify) ……

Q12. **How did you hear about Petra in general? (Choose all that apply) (MA)**

1. Friend
2. Family
3. Travel Agent
4. TV
5. Books
6. Social Media
7. YouTube
8. Movie
9. Promotional Pamphlet
10. Others (Please specify):
    ……

Q13. **How did you arrange your travel to the Petra region? (SA)**

1. I joined a group tour planned by a travel agency
2. I used a package tour for an individual trip including round-trip air (or bus) and accommodation
3. I individually arranged a round-trip air (or bus) and accommodation
4. Others (Please specify) ……

Q14. **When did you book your travel to the Petra region? (SA)**

1. Before departure from your home country (to Jordan)
2. During travel in Jordan
3. During travel in other countries (Please specify) ……

Q15. **Where did you book your travel to the Petra region? (SA)**

1. At retail stores (travel agencies retail store, bus company's retail store, etc)
2. Through an agent (tour desk at the hotel, tour desk at cruise, etc)
3. Through a website (travel agency, Airline Company, Bus Company, etc.)
4. By phone
5. Through other ways (Please specify) ……

Q16. Whom are you traveling with? (MA)

1. Solo Traveler
2. Spouse/partner
3. With friends
4. With family/relatives
5. Organized group
6. Unorganized group
7. Others (Please specify): ……..

Q17. What was (were) the purpose(s) of visiting Petra Region? (Choose all that apply) (MA)

1. Culturally motivated
2. Educational (Exchanges, study, research)
3. Rest/relaxation
4. Business
5. Photography
6. Adventure
7. Health
8. Meeting friends/relatives
9. Sport
10. Religious (Pilgrim)
11. Leisure/Entertainment
12. Search for natural beauty
13. Shopping
14. Others (please specify) ……..

Q18. How did you get to the Petra Archeological Park (to the Visitor Center area)? (MA)

1. Using car rental
2. Own Car
3. By walk
4. Public Transportations (Bus / Taxi / Others)
5. Travel Agent's Transportations
6. Others (Please specify): ……..

Q19. **How did you buy the entrance ticket to the Petra Archeological Park? (SA)**

1. Ticketing Office
2. Jordan Pass
3. Travel Agent
4. through Guide
5. I don't know
6. Others (Please specify): .....

Q20. Did/do you stay overnight in Petra?

1. Yes
2. No (Skip to Q24)

Q21. **If yes, how many nights are you/ did you spend in Petra? .....night (s)?**

Q22. Where do you stay in the Petra region?

1. Downtown in Wadi Musa
2. Outside of Central Wadi Musa, along the Kings Way (e.g. Marriot, Mövenpick Nabatean, Panorama, etc.)
3. Bedouin Village and Little Petra
4. Around the Visitor Center
5. Taybeh (e.g. Hayat Zaman, etc.)
6. Others (Please specify) ……

Q23. **Indicate the type/class of accommodation in the Petra region where you are staying/have stayed**.

1. 5 Stars hotel
2. 4 Stars hotel
3. 3 Star hotels and below
4. Private accommodation (e.g. Airbnb)
5. Camps
6. Others (please specify) .....

Q24. **Which way did you enter the Petra Archeological Park? (SA)**

1. Visitor Center
2. Um Sayhoun Gate
3. Back Door Hiking Route
4. Jordan Trail
5. Other (Please specify).....

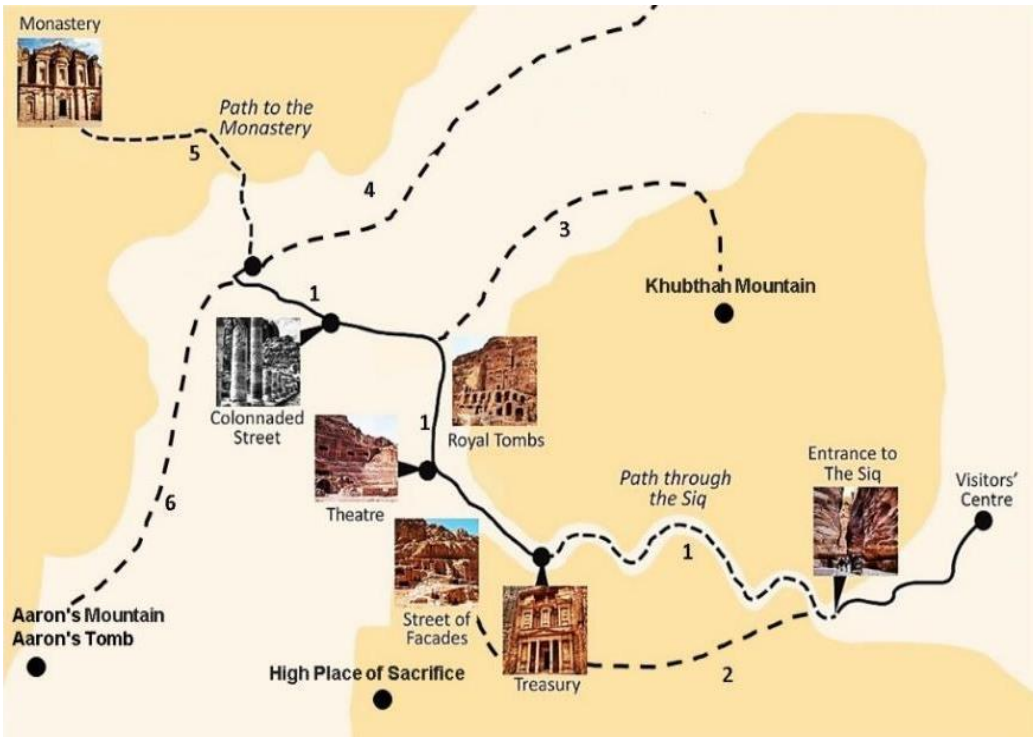
Use the map to answer the following questions 25 and 26

Q25. **Which spot did you visit in Petra Archeological Park? (Point on the map) or select from the following (Choose all that apply)? (MA)**

1. The Treasury
2. Great Temple
3. Basin Restaurant
4. The Sextius Florentinus Tomb
5. Winged Lion Temple
6. Umm el-Biyara
7. The Theater
8. Qasr Al Bint
9. The Monastery
10. Khubtha Mountain
11. Roman Soldier Tomb/Garden Tomb/Wadi Farasa
12. The Royal Tombs
13. Colonnaded Street
14. Aaron's Mountain
15. Petra Church
16. Others (Please specify): .....

Q26. **Which trail did you choose to do your trip? (Choose all that apply)**

1. 1
2. 2
3. 3
4. 4
5. 5
6. 6



Q27. **Please specify your spending during your visit to Petra? (SA)**

Items	Spending (JD)
Entrance fees to the site	
Tour Guide	
Souvenirs	
Food and beverage	
Accommodation/night	
Transportation service (e.g. taxi, animals inside the site etc.)	
Attractions and activities (e.g. Petra by night, Petra Kitchen etc.)	
Other Expenses (Please specify)	
Total	

Q28. **How satisfied are you with the value for money of your visit to the Petra region?**

1. Not at all satisfied
2. Slightly satisfied
3. Neutral
4. Very Satisfied
5. Extremely Satisfied

Q29. **Where did you hire your tour guide in Petra? (SA)**

1. At the Visitor Center
2. Inside the Petra Park
3. Online
4. Travel Agent or tour operator
5. I did not hire a tour guide
6. Other (please specify): ……

Q30. **Did you visit the Petra Museum? (SA)**

1. Yes
2. No

Q31. **If yes, please indicate when you visited the Petra Museum? (SA)**

1. Right before visiting the Petra Archeological Park
2. Right after visiting the Petra Archeological Park
3. A day before visiting the Petra Archeological Park
4. On the day you visited the Petra Archeological Park
5. The next day after you visited the Petra Archeological Park

Q32. If yes, please indicate the time you visited the Petra Museum. (SA)

1. Between morning to Noon
2. Between noon to afternoon
3. Between late afternoon to evening

Q33. Have you used/plan to use social media to share or upload anything about your trip to the Petra region? (SA)

1. Yes
2. No

Q34. If yes, which social media platform have you used or plan to use? (choose all that apply)

1. Facebook
2. Instagram
3. Twitter
4. Snapchat
5. Telegram
6. Others (Please specify)
   ……

Q35. Have you visited any site other than the Petra Archeological Park?

1. Yes
2. No

Q36. Please indicate which areas/sites you have visited besides Petra Archeological Park.

1. Little Petra (Baidha)
2. Bedouin Village
3. Wadi Musa (downtown area)
4. Taybeh
5. Rajif
6. Dlagha
7. Others

Q37. Did you bring your smartphone when you visited the Petra Archeological Park?

1. Yes
2. No

Q38. If yes, do you have a local Jordanian SIM card on your smartphone?

1. Yes
2. No

B. Satisfaction of the visit

B.1. Satisfaction of Visit (Inside the Site)

Please rate your level of satisfaction if you have used/experienced any of the following services **INSIDE** the Petra Archeological Park. If you did not use/experience, please select Not Applicable (N/A).

1= Not at All Satisfied/ 2=Slightly Satisfied/ 3=Neutral/ 4=Very Satisfied/ 5=Extremely Satisfied

#	*Items*	*N/A*	*Rate*				
B1(a)	Club car (Golf Car)		1	2	3	4	5
B1(b)	Restaurants and coffee shops		1	2	3	4	5
B1(c)	Souvenirs		1	2	3	4	5
B1(d)	Signage		1	2	3	4	5
B1(e)	Tour guides		1	2	3	4	5
B1(f)	Petra by night		1	2	3	4	5
B1(g)	Toilets		1	2	3	4	5
B1(h)	Wi-Fi		1	2	3	4	5

B.2. Satisfaction of Visit (Outside the Site)

Please rate your level of satisfaction if you have used/experienced any of the following services **OUTSIDE** the Petra Archeological Park. If you did not use/experience, please select Not Applicable (N/A).

1= Not at All Satisfied/ 2=Slightly Satisfied/ 3=Neutral/ 4=Very Satisfied/ 5=Extremely Satisfied

#	*Items*	*N/A*	*Rate*				
B2(a)	The Petra Museum visit		1	2	3	4	5
B2(b)	Quality of accommodation services		1	2	3	4	5
B2(c)	Food and Beverages		1	2	3	4	5
B2(d)	Quality of souvenirs		1	2	3	4	5
B2(e)	Transportations		1	2	3	4	5
B2(f)	Wi-Fi		1	2	3	4	5

C. Perceptions and attitudes

C.1. Perceptions and attitudes of your visit to the Petra Archeological Park

Please rate the following statements on a scale from 1-5 where:

1=Strongly disagree; 2=Disagree; 3= Neutral; 4=Agree; 5=Strongly Agree

Items (Choose all that apply)	Rate				
I will recommend the Petra region to my friends and relatives	1	2	3	4	5
I will visit the Petra region again	1	2	3	4	5
I feel very safe inside the Petra Park	1	2	3	4	5
The presence of police and ambulance inside Petra Park made me feel comfortable	1	2	3	4	5
The site is kept clean	1	2	3	4	5

C.2. Challenges

Please select the list of challenges indicated below and rate what applies to you on a scale from 1-5 where:

1=Strongly disagree; 2=Disagree; 3= Neutral; 4=Agree; 5=Strongly Agree

Items (Choose all that apply)	Rate				
Price of entrance ticket was very expensive	1	2	3	4	5
There are few activities to do outside Petra Park especially at the night	1	2	3	4	5
The smell of animal manure inside Petra Park distracted my visit	1	2	3	4	5
I was scared of wild dogs inside Petra Park especially at the night	1	2	3	4	5
Lack of transportation in Petra region	1	2	3	4	5
Lack of information about the archeological site	1	2	3	4	5
Lack of information about tourist services (accommodation, transportation, etc)	1	2	3	4	5

Continue C.2.

Please write any other challenges you encountered during your visit to Petra Park.

C.3. Suggestions

Finally, please specify any travel product or experience you would like to have in the Petra region. (Choose all that apply)

1. Home visit to the local family
2. Bedouin cultural experience (visit the Bedouin family and experience their lifestyle)
3. Adventure travel experience (e.g. hiking or trekking of the surrounding region)
4. Local handicraft experience (e.g. Sand Bottle making, Nabatean pottery making, etc)
5. Night time experiences (museum nights, folklore performances, etc.)
6. Cooking experiences
7. Cultural activities and events (e.g. music festivals)
8. Cinema
9. Others (please specify).....

Thank you for participating in our survey.

سلطة إقليم البترا التنموي السياحي
الوكالة اليابانية للتعاون الدولي (جايكا)
مشروع صياغة خطة شاملة للتنمية السياحية في إقليم البترا، الأردن
استطلاع رأي زوار البترا
الرضا، الدوافع، والتصورات

زوار البترا الكرام،

شكرا لك على المشاركة في هذا الاستطلاع.

يتم تنفيذ هذا الاستبيان كجزء من الجهود التي تبذلها الوكالة اليابانية للتعاون الدولي لصياغة خطة إستراتيجية شاملة لإقليم البترا من خلال: مشروع خطة السياحية الشاملة لإقليم البترا في الأردن.

ستساعد هذه الدراسة الانتعاش الاقتصادي لقطاع السياحة في إقليم البترا، وستساعد أيضاً في تنمية وتطوير الخدمات السياحية المقدمة في محمية البترا. كما ستساهم هذه الدراسة في عملية اتخاذ القرارات من قبل أصحاب المصلحة والجهات الرسمية فيما يتعلق بتحسين الخدمات السياحية والتنبؤ بمتغيرات القطاع السياحي في المستقبل.

سوف يستغرق هذا الاستبيان 10 دقائق من وقتك لإتمامه، وسيتم استخدام الإجابات لأغراض البحث فقط وستبقى سرية.

أ بيانات سفر زيارة البترا

1. الرجاء تحديد الجنس:

- ☐ أنثى
- ☐ ذكر

2. الرجاء تحديد الفئة العمرية:

- ☐ 20 سنة وأقل
- ☐ 20-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 61-70
- ☐ 70 فما فوق

3. الحالة الاجتماعية:

- ☐ أعزب/عزباء
- ☐ متزوج/ة
- ☐ مطلق/ة أو منفصل/ة
- ☐ أرمل/ة
- ☐ (أخرى)الرجاء التحديد.....

4. الجنسية: .....

5. بلد الإقامة: .....

6. الدخل السنوي الكلي للأسرة أو للفرد: .....(بالدولار الأمريكي)

- ☐ اقل من 30000دولار
- ☐ 40000-30000 دولار
- ☐ 50000-40000 دولار
- ☐ 60000-50000 دولار
- ☐ 70000-60000 دولار
- ☐ 80000 -70000 دولار
- ☐ 90000-80000 دولار
- ☐ أكثر من 90000 دولار
- ☐ أفضل عدم الإجابة

7. هل الأردن هي الدولة الوحيدة التي تزورها ضمن رحلتك هذه؟

- ☐ نعم
- ☐ لا
- ☐ زائر محلي (انتقل الى السؤال 12)

8. كم عدد أيام رحلتك في الاردن؟..... (يوم)

9. من فضلك، حدد الدول الاخرى الموجودة ضمن برنامج رحلتك الحالية؟ (اختر جميع ما ينطبق):

- ☐ فلسطين
- ☐ مصر
- ☐ المملكة العربية السعودية
- ☐ قطر
- ☐ عُمان
- ☐ الامارات العربية المتحدة
- ☐ إسرائيل
- ☐ أخرى، (الرجاء التحديد): .....

10. من فضلك، حدد عدد الايام الكلي التي قضيتها أو سوف تقضيها في الاردن والدول الاخرى الموجودة ضمن رحلتك:

.....(يوم)

11. ماهي وسيلة المواصلات التي استخدمتها للسفر الى الاردن؟

- ☐ رحلة بحرية
- ☐ رحلة جوية (الخطوط القطرية ,الاماراتية ,...الخ)
- ☐ رحلة جوية منخفضة التكاليف (ايزي جت ,ريان اير....الخ)
- ☐ باص
- ☐ اخرى، (الرجاء التحديد): .....

12.كيف سمعت عن البترا؟

- ☐ صديق
- ☐ عائلة
- ☐ مكتب سياحي
- ☐ التلفاز
- ☐ الكتب
- ☐ وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك، إنستغرام...الخ).
- ☐ اليوتيوب
- ☐ فيلم
- ☐ كتيب ترويجي
- ☐ أخرى، (الرجاء التحديد).....

13. كيف نظمت الرحلة الى منطقة البترا؟

- ☐ رحلة منظمة من قبل مكتب سياحي.
- ☐ كانت من ضمن عرض سفر (حزمة سياحية) تتضمن رحلة جويه ذهابا وإيابا (او الحافلة) والإقامة .
- ☐ نظمت الرحلة بشكل فردي بما في ذلك من رحلة جويه (او حافلة) والإقامة .
- ☐ أخرى (الرجاء التحديد) .....

14.متى حجزت رحلتك الى منطقة البترا؟

- ☐ قبل المغادرة من بلدك الى الأردن
- ☐ خلال رحلتك في الاردن
- ☐ اثناء السفر في احدى الدول (الرجاء التحديد).....

15.اين حجزت رحلتك الى منطقة البترا؟

- ☐ عن طريق مكتب سياحي او شركة نقل.
- ☐ من خلال وكيل سياحة وسفر (مكتب سياحة وسفر في الفندق،مكتب سياحة وسفر على متن باخرة ....الخ)
- ☐ من خلال موقع الكتروني (وكالة سفر، شركة طيران، شركة حافلات ...الخ)
- ☐ عن طريق الهاتف
- ☐ من خلال طرق أخرى، (الرجاء التحديد).....

16.مع من تسافر؟

- ☐ بشكل منفرد
- ☐ زوج/ة
- ☐ صديق/ة
- ☐ العائلة أو الأقارب
- ☐ مجموعة منظمة
- ☐ مجموعة غير منظمة
- ☐ أخرى (الرجاء التحديد).....

17.ما هو الغرض من زيارتك لمدينة البترا؟(اختر كل ما يتطابق مع اجابتك)

- ☐ دوافع ثقافية
- ☐ تعليمي (تبادلات ,دراسة ,بحث)
- ☐ الراحة/ الاسترخاء
- ☐ عمل
- ☐ التصوير
- ☐ مغامرة
- ☐ صحة
- ☐ الالتقاء بالأصدقاء /الأقارب
- ☐ الرياضة
- ☐ دوافع دينية
- ☐ ترفيه
- ☐ جمال الطبيعة
- ☐ التسوق
- ☐ أخرى، (الرجاء التحديد).....

18.كيف وصلت الى محمية البترا الاثرية (منطقة مركز الزوار)؟

- ☐ سيارة مستأجرة
- ☐ سيارة الخاصة
- ☐ سيرا على الاقدام
- ☐ وسائل النقل العام (باص، تكسي، اخرى)
- ☐ وسائل نقل من خلال وكيل سفر
- ☐ أخرى، (الرجاء التحديد) .....

19.كيف اشتريت تذكرة الدخول الى محمية البترا الاثرية؟

- ☐ مكتب التذاكر
- ☐ تذكرة العبور (**Jordan pass**)
- ☐ مكتب سياحي
- ☐ من خلال دليل سياحي
- ☐ لا أعرف
- ☐ أخرى، (الرجاء التحديد).....

20. هل ستقضي /قضيت ليلة في البترا؟

- ☐ نعم
- ☐ لا (انتقل الى السؤال 24)

21. إذا كانت الإجابة على السؤال 20 بنعم، كم ليلة ستقضي / قضيت في البترا؟.....ليلة

22.اين تقيم في منطقة البترا؟

- ☐ وسط البلد
- ☐ خارج مركز مدينة وادي موسى (ماريوت، موفينبيك، بانوراما...الخ)
- ☐ قرية البدول والبترا الصغيرة
- ☐ بالقرب من مركز الزوار
- ☐ الطيبة (حياة زمان ...الخ)
- ☐ اخرى، (الرجاء التحديد).....

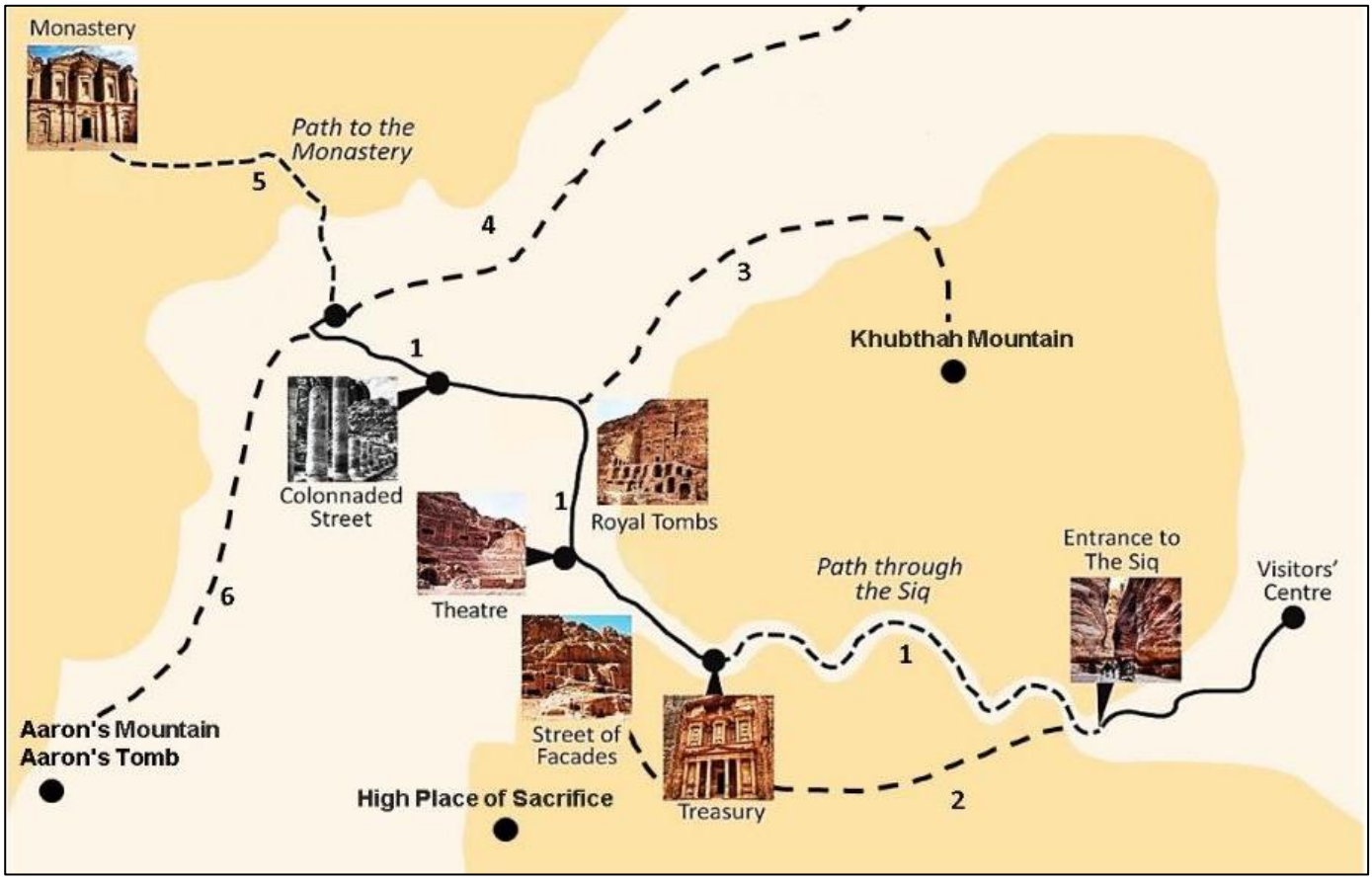
23.حدد نوع/مستوى الاقامة في منطقة البترا حيث اقمت او تقيم؟

- ☐ فندق 5 نجوم
- ☐ فندق 4 نجوم
- ☐ فندق 3 نجوم وأقل
- ☐ اقامة خاصة (**Airbnb**، شقق مفروشة الخ.)
- ☐ مخيمات
- ☐ اخرى، (الرجاء التحديد).....

24.أي طريق استخدمت للدخول الى البترا؟

- ☐ مركز الزوار
- ☐ بوابة ام صيحون
- ☐ طريق البترا الخلفي وصولا للدير
- ☐ مسار درب الاردن (**Jordan Trail**)

استخدم الخريطة للإجابة على السؤالين التاليين 25 و26



25. ماهي المعالم التي قمت بزيارتها داخل مدينة البترا؟ (ضع نقاط على الخريطة أو اختر ما يتطابق مع اجابتك)

- ☐ الخزنة
- ☐ المعبد العظيم
- ☐ مطعم كراون بلازا
- ☐ ضريح سيكتيوس فلورنتينوس
- ☐ معبد الأسود المجنحة
- ☐ ام البيارة
- ☐ المدرج
- ☐ قصر البنت
- ☐ الدير
- ☐ جبل خبثة
- ☐ ضريح الجندي الروماني /ضريح الحديقة/وادي فرسه
- ☐ القبور الملكية
- ☐ شارع الاعمدة
- ☐ جبل النبي هارون
- ☐ كنيسة البترا
- ☐ أخرى، (الرجاء التحديد).....

26. أي مسار اخترت للقيام برحلتك؟

- ☐ **1**
- ☐ **2**
- ☐ **3**
- ☐ **4**
- ☐ **5**
- ☐ **6**

27. من فضلك قم بتحديد نفقاتك خلال زيارتك للبترا.

نوع الانفاق	الانفاق (بالدينار الأردني)
رسوم الدخول الى البترا	
دليل سياحي	
الهدايا التذكارية	
الطعام والشراب	
الاقامة	
وسائل النقل	
نشاطات وفعاليات (البترا في الليل، مطبخ البترا الخ.)	
أخرى (الرجاء التحديد)	
المجموع	

28.ما مدى رضاك عن مصاريف رحلتك للبترا؟

غير راضي تماما	راضي بعض الشي	محايد	جدا راضي	راضي الى درجة كبيرة
1	**2**	**3**	**4**	**5**

29. اين استأجرت دليلك السياحي؟

- ☐ من مركز الزوار
- ☐ داخل المحمية الأثرية
- ☐ عن طريق الانترنت
- ☐ عن طريق مكتب سياحي او منظم رحلات
- ☐ لم استأجر دليل سياحي
- ☐ أخرى (الرجاء التحديد).....

30. هل قمت بزيارة متحف البترا؟

- ☐ نعم
- ☐ لا

31. إذا كانت اجابتك نعم على السؤال 30، من فضلك حدد في أي وقت قمت بزيارة المتحف.

- ☐ قبل زيارة محمية البترا الاثرية
- ☐ بعد زيارة محمية البترا الاثرية
- ☐ قبل زيارة محمية البترا الاثرية بيوم
- ☐ في اليوم الذي قمت به بزيارة محمية البترا الاثرية
- ☐ بعد يوم من زيارتك لمحمية البترا الاثرية

32. إذا كانت اجابتك نعم على السؤال 30، من فضلك حدد التوقيت.

- ☐ في فترة ما بين الصباح والظهر
- ☐ في فترة ما بين الظهر وبعد الظهر
- ☐ في فترة ما بين العصر والمساء

33. هل استخدمت /ستستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة أي شي عن الرحلة.

- ☐ نعم
- ☐ لا

34. إذا كانت اجابتك نعم على السؤال 33، أي منصة من وسائل التواصل الاجتماعي استخدمت او ستستخدم.

- ☐ فيس بوك
- ☐ انستقرام
- ☐ تويتر
- ☐ سناب شات
- ☐ تيليجرام
- ☐ أخرى (من فضلك حدد).....

35. هل قمت بزيارة منطقة أخرى غير محمية البترا الاثرية.

- ☐ نعم
- ☐ لا

36. من فضلك حدد المناطق /الاماكن التي قمت بزيارتها بالإضافة الى محمية البترا الاثرية.

- ☐ البترا الصغيرة (بيضه)
- ☐ قرية البدول
- ☐ وادي موسى (وسط البلد)
- ☐ الطيبة
- ☐ الراجف
- ☐ دلاغة
- ☐ أخرى (من فضلك حدد).....

37. هل قمت بإحضار هاتفك المحمول خلال زيارتك لمحمية البترا الاثرية.

- ☐ نعم
- ☐ لا

38. اذا كانت اجابتك نعم ,هل لديك شريحة هاتف محليه (أردنية).

- ☐ نعم
- ☐ لا

ب الرضا عن الزيارة

ب/1 الرضا عن الزيارة (داخل الموقع)

من فضلك قم بتقييم مدى رضاك عن الخدمات التالية داخل المحمية الاثرية.

وإذا لم تقم باستخدام احداها قم باختيار غير متطابق.

1=غير راضي على الاطلاق /2=راضي بشكل قليل /3=محايد /4=راضي جدا /5= راضي الى درجة كبيرة

#	العناصر	غير متطابق	التقييم				
ب1(ا)	سيارة الكهرباء	☐	1	2	3	4	5
ب1(ب)	المطاعم والمقاهي	☐	1	2	3	4	5
ب1(ت)	محلات بيع الهدايا التذكارية	☐	1	2	3	4	5
ب1(ج)	اللافتات	☐	1	2	3	4	5
ب1(ح)	الادلاء السياحيين	☐	1	2	3	4	5
ب1(خ)	البترا بالليل	☐	1	2	3	4	5
ب1(ر)	المرافق الصحية	☐	1	2	3	4	5
ب1 (ز)	خدمة الاتصال بالأنترنت (الواي فاي)	☐	1	2	3	4	5

ب/2 الرضا عن الزيارة (خارج الموقع)

من فضلك قم بتقييم مدى رضاك عن الخدمات التالية خارج المحمية الاثرية.

وإذا لم تقم باستخدام احداها قم باختيار غير متطابق.

1=غير راضي على الاطلاق /2=راضي بشكل قليل /3=محايد /4=راضي جدا /5= راضي الى درجة كبيرة

العناصر (من فضلك قم بتحديد ما ينطبق)	غير متطابق	التقييم				
زيارة متحف البترا	☐	1	2	3	4	5
جودة خدمة الاقامة	☐	1	2	3	4	5
الطعام والشراب	☐	1	2	3	4	5
جودة الهدايا التذكارية	☐	1	2	3	4	5
المواصلات	☐	1	2	3	4	5
خدمة الاتصال بالانترنت (الواي فاي)	☐	1	2	3	4	5

ت التصورات والانطباعات عن زيارتك للبترا

ت/1 ما هو انطباعك عن زيارتك لمدينة البترا؟

يرجى تقييم العبارات التالية من 1 الى 5 ، حيث:

1=غير موافق بشدة/2=غير موافق /3=محايد /4=موافق /5=موافق بشدة

البند	التقييم				
سوف انصح أصدقائي واقاربي بزيارة البترا	1	2	3	4	5
سأزور البترا مجددا	1	2	3	4	5
اشعر بالأمان داخل المحمية	1	2	3	4	5
وجود الشرطة والاسعاف جعلني اشعر بالارتياح	1	2	3	4	5
الموقع الأثري يمتاز بالنظافة	1	2	3	4	5

ت/2 التحديات

من فضلك قم بتحديد قائمة التحديات المبينة في الجدول وقيم ذلك من 1-5 حيث:

1=لا أوافق بشدة /2=لا أوافق /3=محايد /4=أوافق /5=أوافق بشدة

العناصر (من فضلك قم بتحديد ما ينطبق)	التقييم				
سعر تذكرة الدخول الى البترا باهض (مرتفع)	1	2	3	4	5
قلة الأنشطة التي يمكن ممارستها خارج الموقع الاثري وخاصة في الليل	1	2	3	4	5
رائحة مخلفات الحيوانات داخل الموقع الأثري مزعجة	1	2	3	4	5
كنت خائف من الكلاب الضالة خاصة في الليل	1	2	3	4	5
قلة المواصلات وخاصة اثناء الليل	1	2	3	4	5
نقص المعلومات عن الموقع الاثري	1	2	3	4	5
نقص المعلومات حول الخدمات السياحية (الاقامة، المواصلات، الخ)	1	2	3	4	5

تكملة ث.2.

إذا واجهت أي تحديات خلال زيارتك لمدينة البترا، الرجاء كتابتها هنا..

ت/3 اقتراحات

في النهاية، نرجو منك تحديداي منتج سياحي أو تجربة جديده تحب أن تراها في البترا.

- ☐ زيارة لأحد العائلات المحلية في منزلهم.
- ☐ برامج وأنشطة تساعد على تجربة الثقافية البدوية (زيارة الأسرة البدوية وتجربة أسلوب حياتهم)
- ☐ برامج وأنشطة مختصة في المغامرة (مثل المشي لمسافات طويلة أو الرحلات في المنطقة المحيطة)
- ☐ برامج وأنشطة تساعد على تعلم الحرف اليدوية المحلية (مثل صناعة الزجاجات الرملية، صناعة الفخار النبطي ، إلخ)
- ☐ فعاليات وأنشطة ليلية (زيارة المتاحف ليلاً، عروض الفولكلور، إلخ.)
- ☐ برامج وأنشطة تساعد على تعلم الطبخ المحلي.
- ☐ الأنشطة والفعاليات الثقافية (مثل المهرجانات الموسيقية)
- ☐ السينما
- ☐ أخرى (يرجى التحديد): .....

شكرا لتعاونكم معنا.

BASELINE SURVEY ON THE TOURISM MASTERPLAN PROJECT FOR PETRA REGION IN JORDAN
FINAL REPORT



Alraqeem for Logistics and Training

8/31/2022

Table of Contents

1. Executive Summary 2
2. Introduction 3
2.1. A brief overview of the project 3
3. Methodology 3
3.1. Brief overview 3
3.2. Sampling and data collection 3
3.3. Project timeline and implementation 4
4. Key Findings 5
4.1. Visitors' demographics 5
4.2. Leading source markets and ways of travel to Jordan and Petra 10
4.2.1. Purpose of visit 10
4.2.2. Mode of transportation 14
4.2.3. Travel companion 18
4.2.4. Travel arrangement 20
4.2.5. Site visit 28
4.2.6. Accommodation 41
4.3. Overview of the number of nights stay in Petra 45
4.3.1. The average number of nights stay in Petra 45
4.4. Overview of visitors' spending 48
4.4.1. Average expenditure per tourist in Petra 48
4.4.2. Average expenditure by service items 50
4.5. Visitors' satisfaction and challenge 54
4.6. Ideas of new product and experiences in Petra region 52
5.1. Conclusion 53
5.2. Recommendation 55
5.3. Research Limitation 55

1. Executive Summary

This report is the result of an independent study conducted by Alraqeem for Services and Training for the JICA Study team and aims to examine the basic information of the current situation of the tourism sector in the Petra region and to evaluate the experience of visitors in Petra Park.

The baseline survey was implemented by submitting a questionnaire prepared by the JICA STUDY TEAM (in English and in Arabic language – Appendix 1) with a combination of quantitative and qualitative methods to visitors (18+ years old) exiting the archaeological park with a valid ticket on a voluntary basis and in a non-disturbing manner.

Sixteen data collectors and three data entry from the host communities living around Petra were involved in the survey implementation. The questionnaires were submitted both online (self-administered) and in person (semi-structured interview) and were design to collect data about the demographics, the level of satisfaction and the challenges encountered during the visit to the Petra Archaeological Park.

Fieldwork began on April 6th and a total of 7715 valid questionnaires were collected and entered online. All data was digitalized using Google Forms and was then downloaded into Microsoft Excel and cleaned. Frequency tables (Appendix 3), cross-tabulations and charts were generated to show frequency and percentages of variables.

The scattered results on the nationality and country of residence of the respondents shows the diversity of Petra's tourist market. USA dominates arrivals to Petra with almost 12% (11.9%). It is worth noting that only 0.5% of the respondents were Russians and 0.1% Ukrainian. These low percentages are very likely due to the current conflict between Russia and Ukraine.

It resulted that the overall tourist perception of the site is positive, even if there is space for improvement, especially in terms of offer variety, signage, and facilities on site.

The main reasons bringing visitors to Petra is its cultural value, but also the search for adventure, entertainment, and natural beauty.

Most visitors tend to reach Jordan by plane (>75%) and to travel with an organized group (>40%).

Visitors spend an average of 1.89 nights in Petra.

The average expenditure per visitor per night in Petra is 101.6 JOD, of which 75.45 JOD are spent on daily-consumable items as follows: 13.82 JOD for souvenirs, 15.27 JOD for food and beverage, 26.64 JOD for accommodation, 8.36 JOD for transportation services, 5.19 JOD for Attractions and Activities, and 6.18 JOD for other expenses.

2. Introduction

2.1. A brief overview of the project

Alraqeem for Services and Training (hereafter Alraqeem) has been tasked by the JICA STUDY TEAM to implement a baseline survey in the Petra area aiming at examining basic information of the current condition of the tourism sector in the Petra Region and assess the visitors' experience of the Petra Park. The baseline survey was conducted over a period of 63 days between January 23rd and September 30th, 2022.

The purpose of the baseline survey was to identify the current condition of the tourism sector through conducting a visitor survey in the Petra region.

The specific objectives of the baseline survey were:

- To collect tourist statistics, including the demographics of tourists visiting Petra (e.g. nationality, age, gender etc.) and the characteristics of the visit (e.g. average expenditures, purpose of the visit, mode of transportation etc.)
- To improve the understanding of the level of satisfaction and the challenges faced during the visit.
- To collect tourists' suggestions about how to improve the tourist experience in Petra and how to enrich the visit.

3. Methodology

3.1. Brief overview

The baseline survey was implemented by submitting a questionnaire prepared by the JICA STUDY TEAM (in English and in Arabic language – Appendix 1) with a combination of quantitative and qualitative methods to visitors (18+ years old) exiting the archaeological park with a valid ticket on a voluntary basis and in a non-disturbing manner.

Alraqeem received the questionnaires in Arabic and in English from the JICA STUDY TEAM in word format and converted it into an online Google Form (Appendix 2). Circa 65% of the questionnaires were distributed in hard copies.

3.2. Sampling and data collection

Alraqeem set a main collection point at the Petra Entrance and planned for three more points as follows: (1) between the Visitor Center and the Movenpick entrance, (2) in proximity of the Museum and (3) in Petra at the exit of the Siq near the dam.

Due to ongoing road works, it was not possible to set up the point (1) which was set inside the Visitor Center area, and, after coordinating with local authorities, it was decided to set collection point (3) between the museum and the bus stop. Questionnaires were also distributed at hotels and restaurants

and to the tourists queuing to enter Petra by night.
Each collection point was equipped with free Wi-Fi connection and one tablet for the visitors to use. Due to the COVID-19 pandemic, all collection points were equipped with hand sanitizer and face masks and interviewees were invited to respect social distance to ensure the safety of the tourists and the staff.
Visitors could fill in the questionnaires themselves by scanning a QR code to access the online form or by filling in the hard copy or be assisted by the data collection staff through a semi-structured interview.

3.3. Project timeline and implementation

The implementation of the survey was particularly challenging due to the COVID-19 pandemic, which determined the unpredictability of the tourist flow due to the continuous changes in the travel regulations. Between January 23rd and February 2nd, 2022, Alraqeem contacted travel agents and hotel owners in the Petra Region by email and by phone to obtain the estimated number of expected tourists and the tourist flow trend between February 1st and September 30th, 2022. Based on the results, Alraqeem prepared and submitted a detailed workplan (Click here).

Sixteen data collectors and three data entry from the host communities living around Petra were involved in the survey implementation. Fieldwork began on April 6th and a total of 7715 valid questionnaires were collected and entered online. All data was digitalized using Google Forms and was then downloaded into Microsoft Excel and cleaned. Frequency tables (Appendix 3), cross-tabulations and charts were generated to show frequency and percentages of variables.

4. Key Findings

4.1. Visitors' demographics

The survey results indicated that 52.8% of respondents were female and 46.6% were male. Approximately 0.3% of the respondents chose "Other".

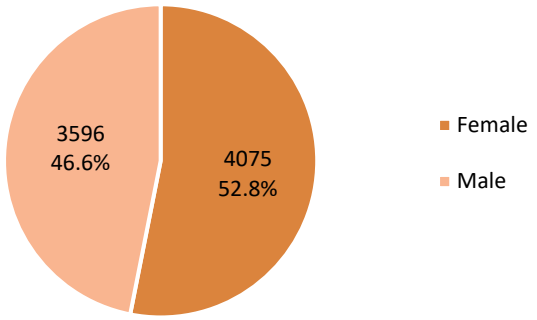


Figure 1. Gender distribution (N=7715).
Q1. Please indicate your gender (SA)

Approximately 58% (57.9%) of the respondents were between 18 and 40 years of age and 42.1% above 40 years of age.

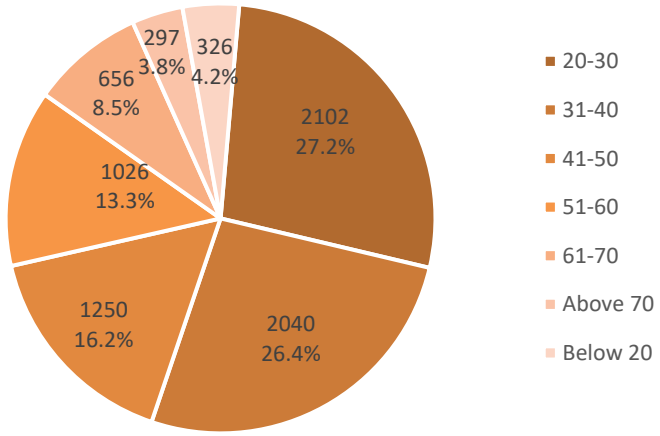


Figure 2. Age distribution (N=7715)
Q2. Please indicate your age group (SA)



Figure 3. Cross-tabulation age/gender (N=7684)

Almost 90% of respondents are either married (45.8%) or single (42.7%) with the highest percentage of singles among the younger generations (55% of the respondents who are single are 30 years old or less) and 93% of the married respondents are 30 years old and above (Figure 5). Approximately 2% of the respondents chose "Other", of which almost 90% (88.5%) is below 40 years of age.

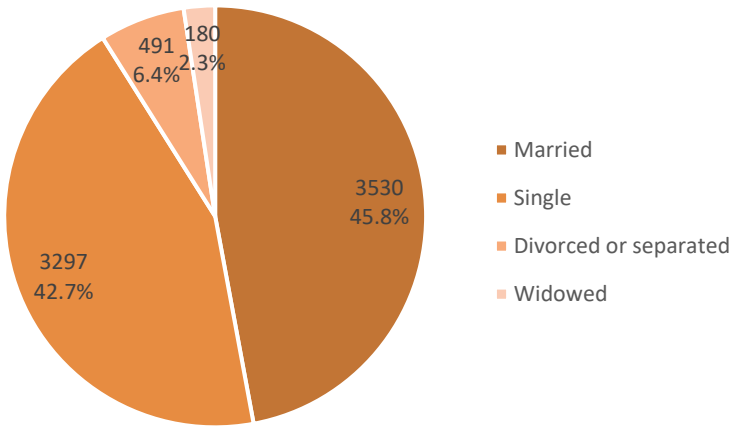


Figure 4. Marital status (N=7715)
Q3. What is your marital status (SA)

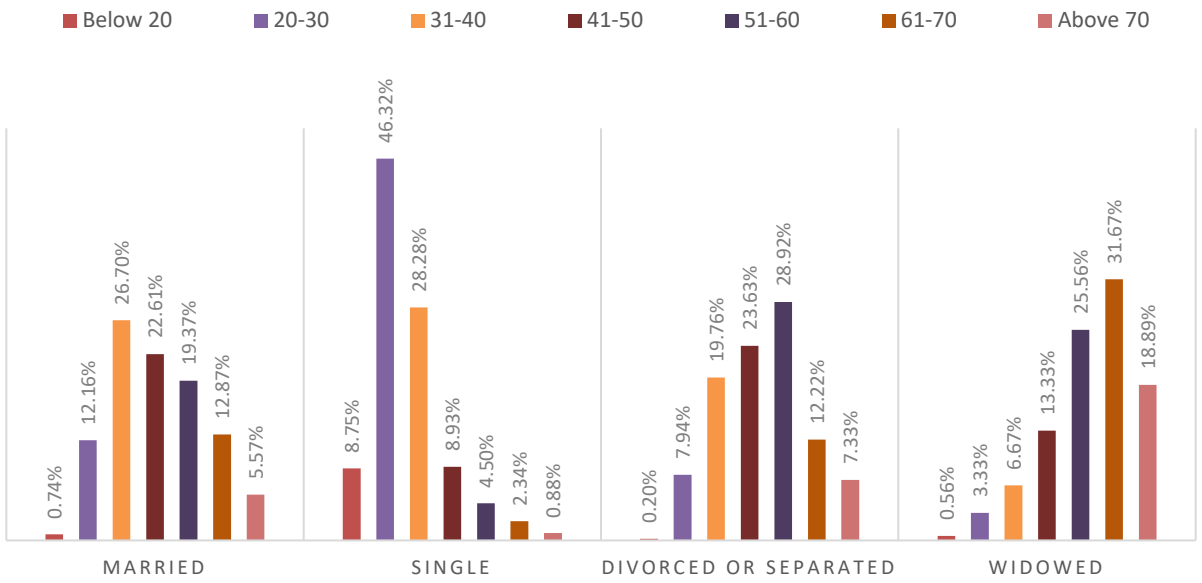


Figure 5. Cross-tabulation marital status/age (N=7484)

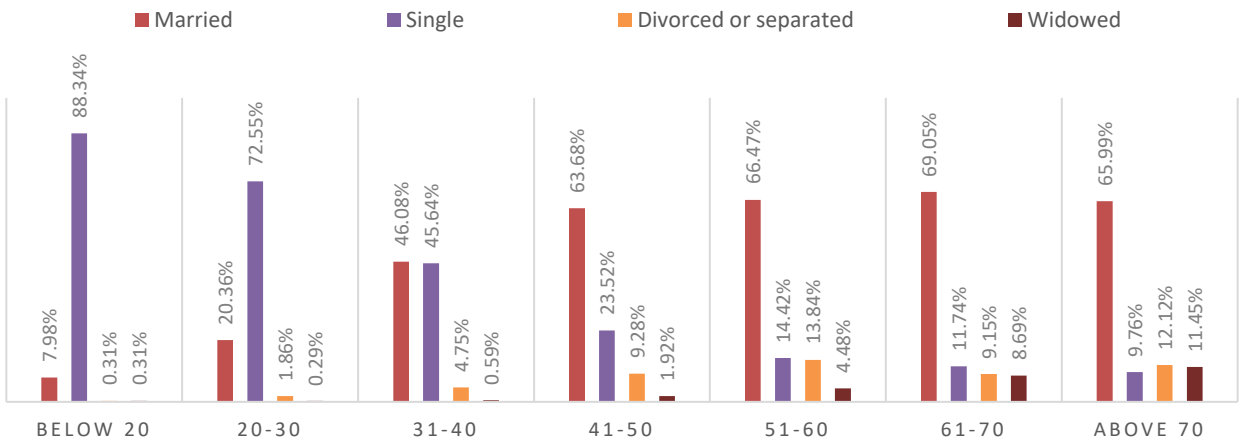


Figure 6. Cross-tabulation age/marital status (N=7484)

The scattered results on the nationality and country of residence of the respondents shows the diversity of Petra's tourist market. USA dominates arrivals to Petra with almost 12% (11.9%). Figure 7 shows the top 35 nationalities. It is worth noting that only 0.5% of the respondents were Russians and 0.1% Ukrainian. These low percentages are very likely due to the current conflict between Russia and Ukraine. For this report, only nationalities representing over 1% of the arrivals in Jordan have been considered.

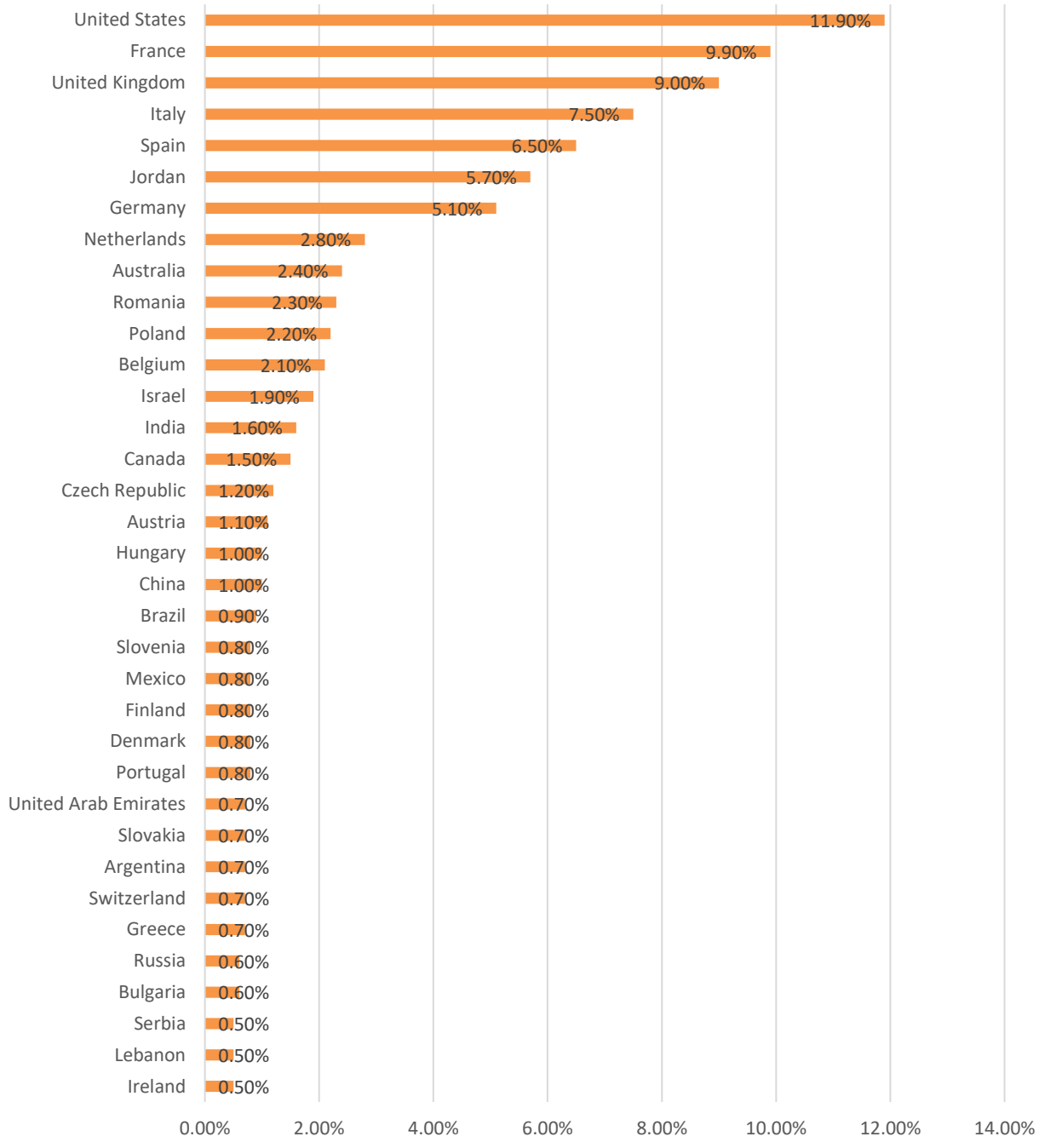


Figure 7. Top 35 visiting nationalities (N=7715). Other nationalities represent 11.40% of the arrivals.

Q4. Nationality

Cross-tabulation of the nationalities with the countries of residence do not show major discrepancies between nationalities and country of residence.
Approximately 14% (14.2%) are residents of Arab countries (Western Asia, Jordan and Northern Africa), of which 6.2% are domestic travelers. About 51.5% of the respondents were residents of a European country (Northern, Southern and Western Europe) and about 14.3% were residents of a North American country (USA and Canada)[1].

Over a quarter of the respondent (26.1%) did not reply to the question about their household income. This result did not come unexpected since in many countries it is considered inappropriate to inquire about income.

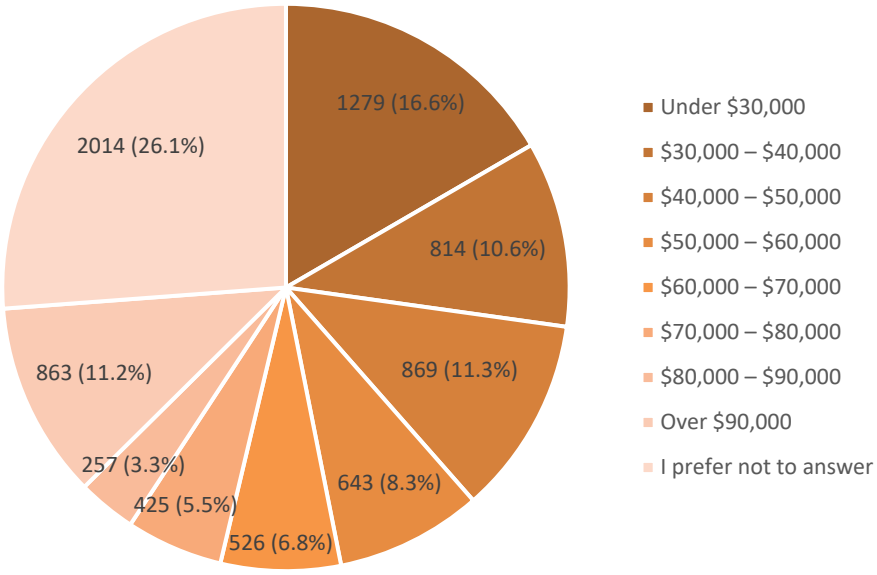


Figure 8. Income distribution (N=7715)
Q6. What is your total household income? (SA)

[1] For the purpose of this analysis, Alraqeem adopted the 2002 UN regional division (Click here).

4.2. Leading source markets and ways of travel to Jordan and Petra

4.2.1. **Purpose of visit**

Five top reasons for visiting Jordan were indicated by the respondents (Figure 9), namely *cultural motivation*, *adventure*, *search for natural beauty*, *leisure/entertainment*, and *photography*. The 15% of the respondents indicated cultural motivation as the sole purpose of their visit and almost a quarter of the respondents (24.6%) indicated cultural motivation as one of the main reasons for the visit. Cultural motivation is also the top first choice in combination with other reasons and the combination "Culturally motivation + Adventure" appears in 34% of the responses, either as the preferred combination (4%) or in combination with other options.

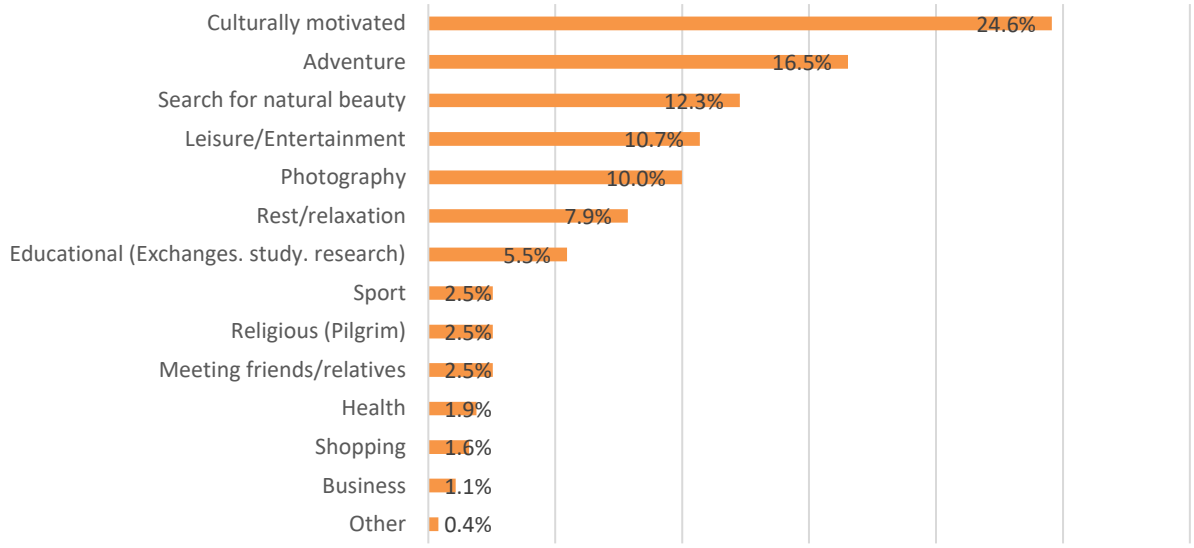


Figure 9. Purpose of visiting Petra Region (N=7715).
Q17. What was (were) the purpose(s) of visiting Petra Region? (Choose all that apply) (MA)

Cross-tabulation of the responses about the purpose of the visit with age, household income and nationality confirm that cultural motivation is the top reason (Figure 10-12). Nevertheless, we observed that respondents below 40 years of age and those between 51 and 60 years of age indicated "Adventure" as the second top reason to visit Jordan, while those between 41 and 60 years of age and those between 61 and 70 years of age indicated "Leisure/entertainment" as the second top reason. Likely, respondents between 41 and 60 years of age represent the working class and therefore travels to Jordan is their annual vacation. It is interesting to observe that 1% of the respondents above 70 years of age indicated "Sport" as the sole purpose of their visit, most likely because of the many opportunities for hiking and walk in the nature offered.

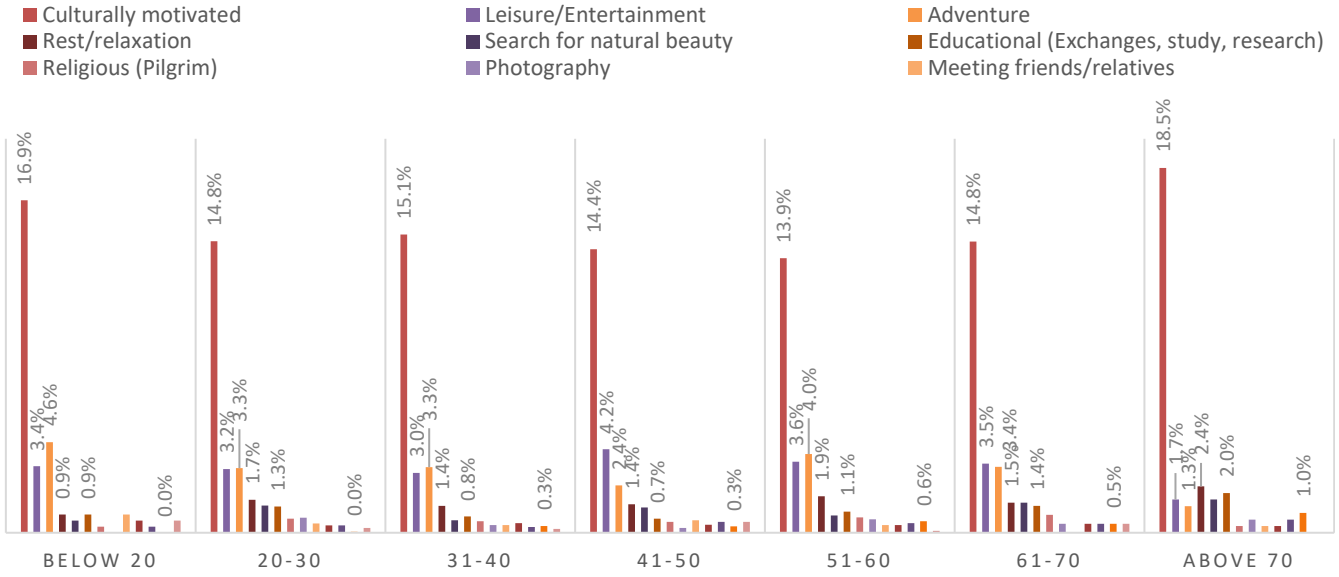


Figure 10. Cross-tabulation visit purpose/age (N=7697)

In Figure 11 below, it is worth mentioning that "Adventure" and "Leisure/entertainment" are the second and third top reasons for travelling to Jordan consistently across the different income categories.

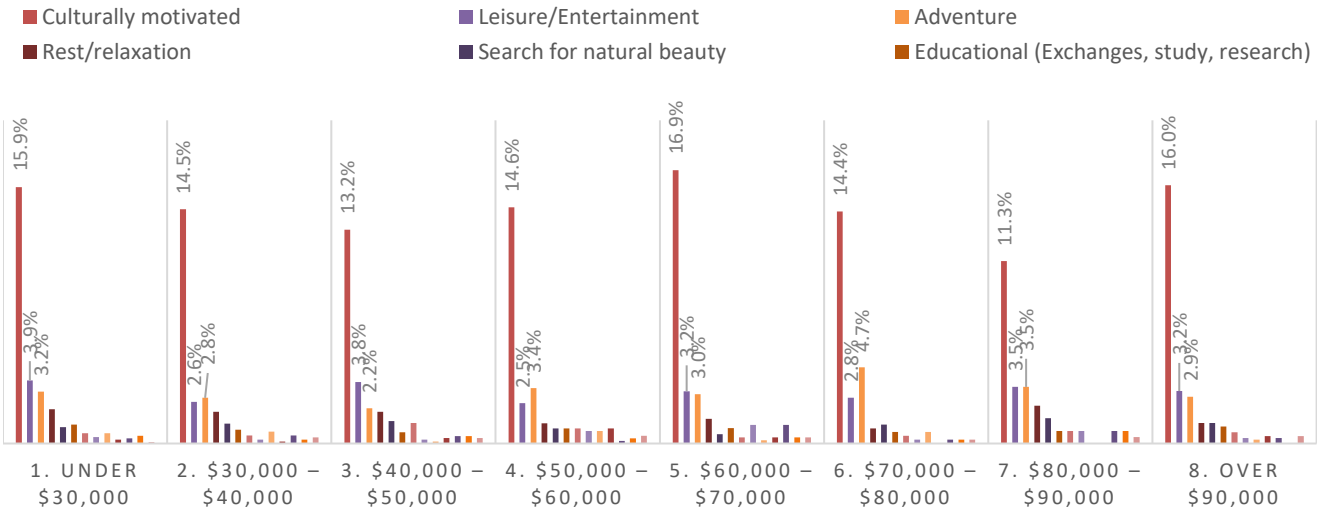


Figure 11. Cross-tabulation visit purpose/household income (N=5676)

In Figure 12, we observe that cultural motivation is the dominant purpose of visit for all nationals, followed by “Leisure/Entertainment”.
It is worth making some observations:

1. The percentage of respondents who indicated cultural motivation as the sole purpose of their visit ranges between 12% and 20%. A quarter of the Swiss nationals (Swiss nationals represent 0.75% of the respondents) indicated cultural motivation as the sole purpose of their visit, which is the highest percentage recorded for this response. While Argentinian nationals (Argentinians represent 0.7% of the respondents) recorded the lowest percentage for the same response with 6%.
2. The average percentage of respondents who indicated Leisure/Entertainment as the sole purpose of their visit is 4% (based on the 35 countries indicated in Figure 7 – N=6752).
3. 8% of UAE nationals (UAE nationals represent 0.66% of the respondents) indicated “Education” as the sole purpose of their visit, so as 3% of Slovenian nationals (Slovenians represent 0.69% of the respondents), and 2.25% of Czech nationals (Czech nationals represent 1.15% of the respondents).
4. Czech nationals also account for the highest percentage of respondents (3%) who indicated religious pilgrimage as the sole purpose of their visit.
5. 1.69% of Slovenian nationals indicated “Business’ as the sole purpose of their trip, which represents the highest percentage among the 35 countries listed in Figure 7, followed by Portuguese nationals (1.59%), British nationals (1.16%) and Czech nationals (1.12%).
6. Eastern European countries nationals (Hungary, Poland, Czech Republic) account for the highest percentages of respondents (over 1%) who indicated “health’ as the sole purpose of their visit.
7. 1.7% of the Slovenian respondents (highest percentage) and 1.6% of Denmark nationals indicated “Sport” as the sole purpose of their visit.
8. 5.56% of the Lebanese nationals and 2.46% of Indian nationals indicated “Shopping” as the sole purpose of their visit.

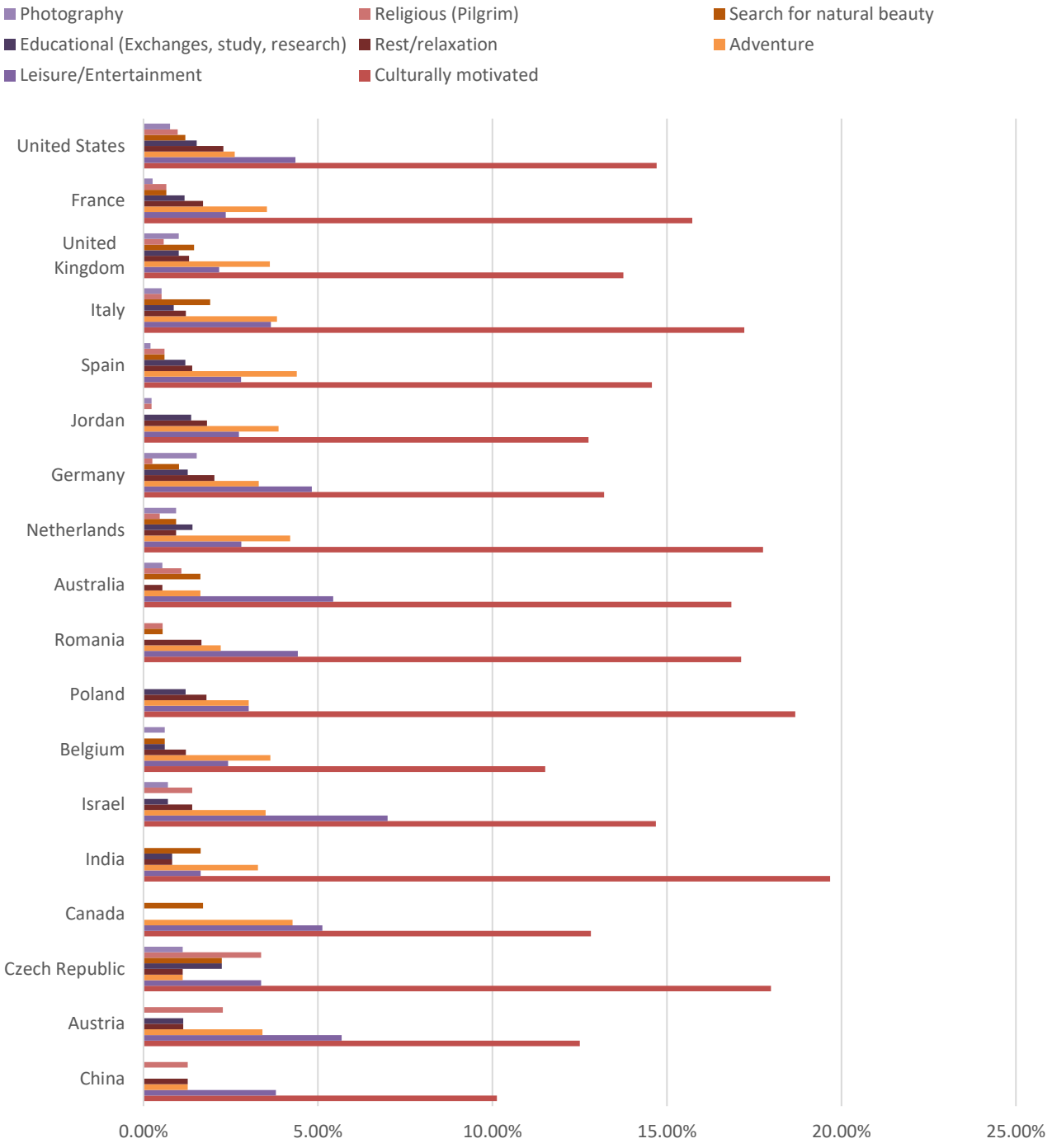


Figure 12. Cross-tabulation visit purpose/nationality (N=5829)

4.2.2. Mode of transportation

Over 75% of the respondents (77.7%) choose airplane as means of transportation to reach Jordan, of which 48% chose a full-service carrier and 31% chose a low-cost carrier.

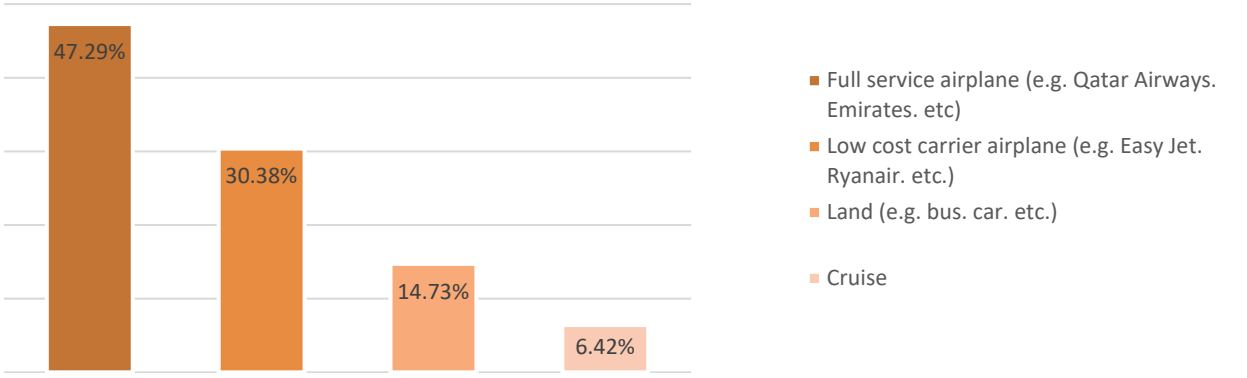


Figure 13. Mode of transportation to Jordan (N=7715)

Q11. Which mode of transportation did you take to get to Jordan? (MA)

Cross-tabulation of the responses about the mode of transportation with age, household income and nationality are consistent with these results (Figure 14-16).

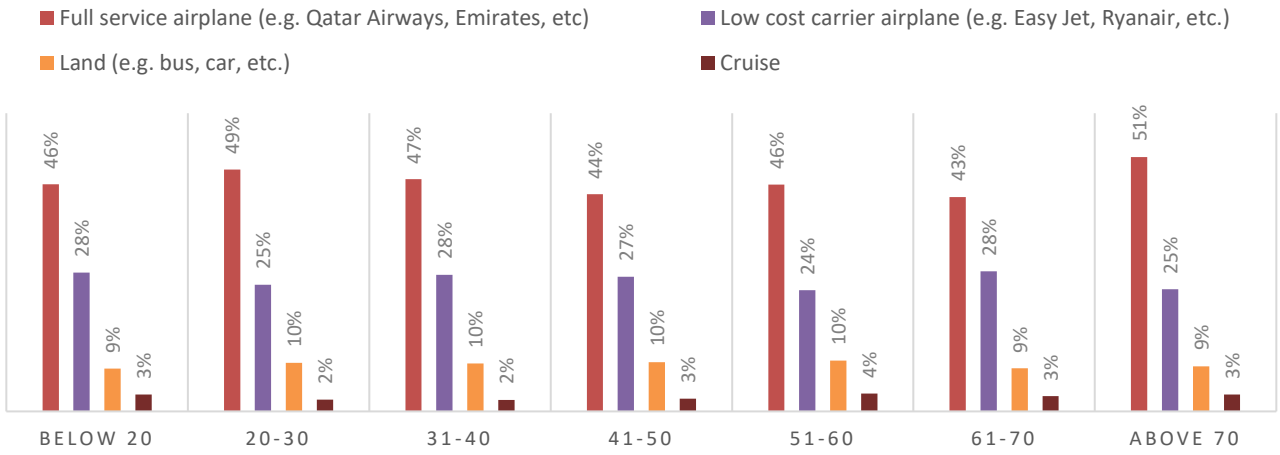


Figure 14. Cross-tabulation mode of transportation/age (N=7697)

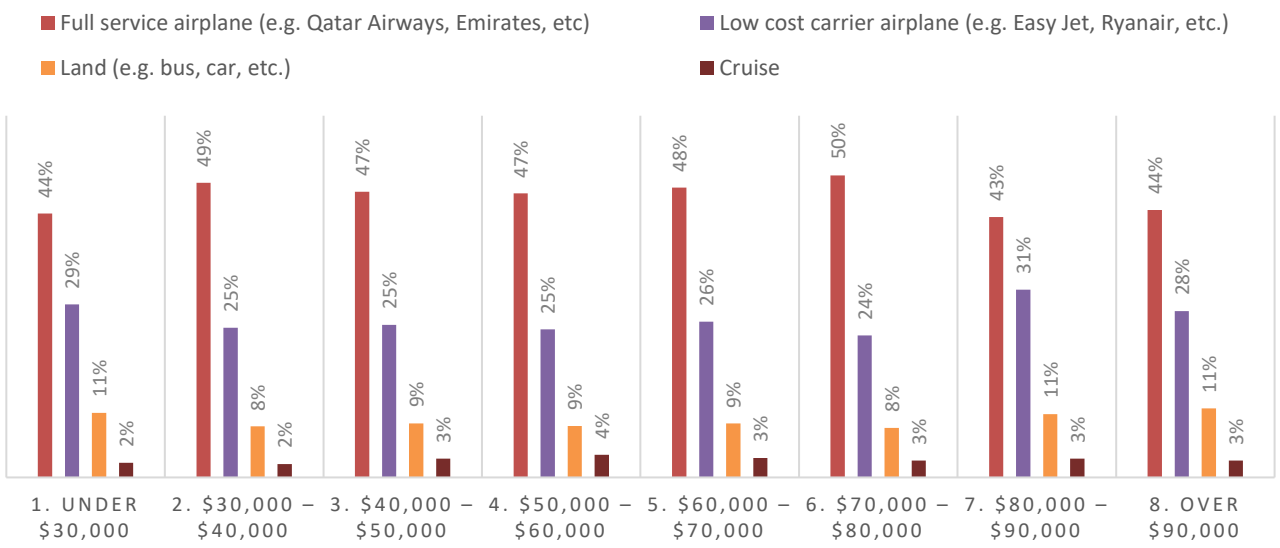


Figure 15. Cross-tabulation mode of transportation/household income (N=5676)

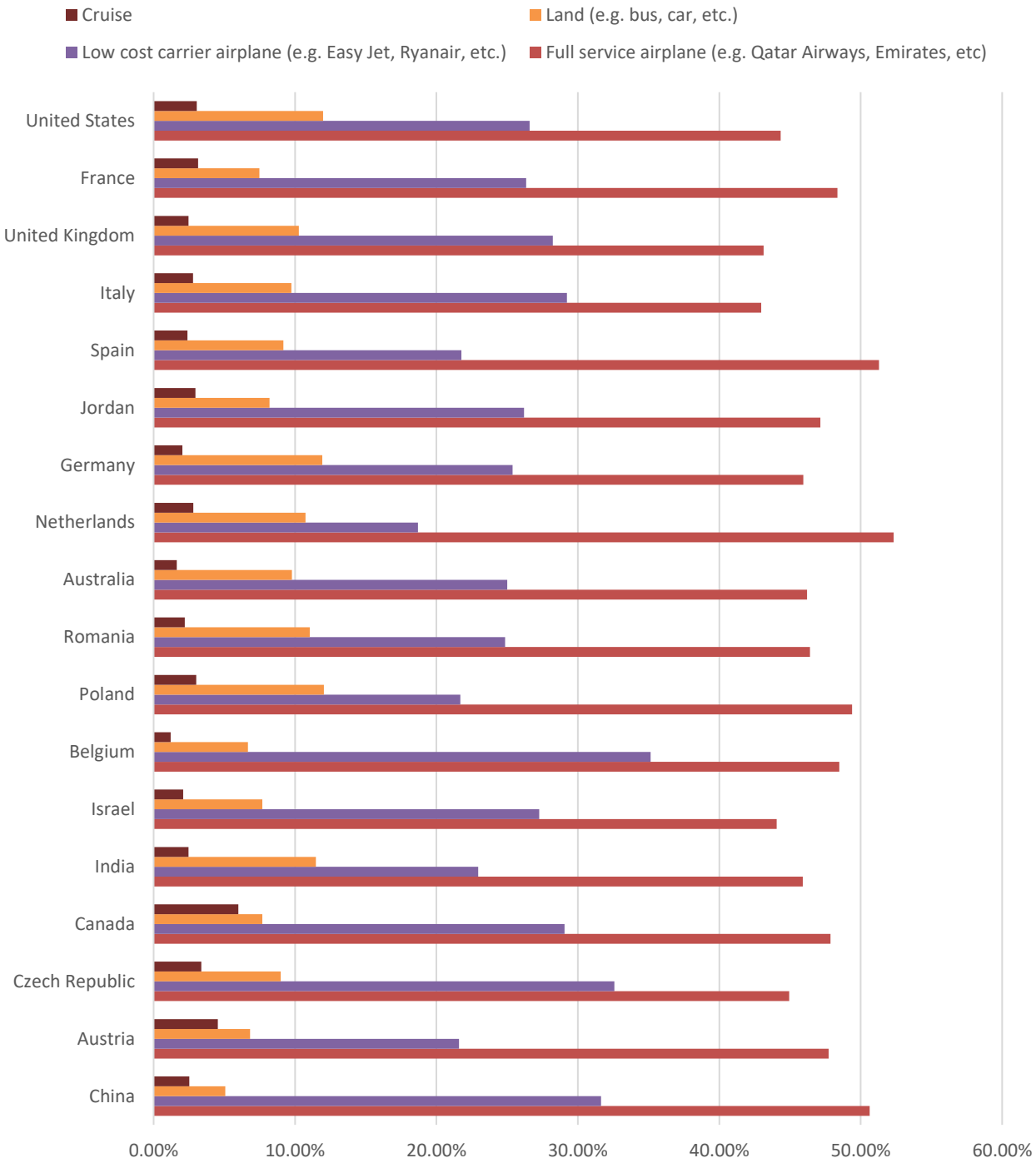


Figure 16. Cross-tabulation mode of transportation/nationality (N=5829)

Over 40% of the respondents purchased a tour with a group through a travel agent (see Figure 23 below) and over 30% (31.4%) of the respondents used transportation means provided by the travel agent to reach Petra.
Approximately 30% (29.9%) of the respondents reached Petra by car (24.2% using a rental car and 5.8% using their private car). Public transportation was chosen by 12.1% of the respondents. It is interesting to note that while over 20% of the respondents chose a hotel in the proximity of the visitors' center (see Figure 48 below), only 12% of the respondents walked to Petra.

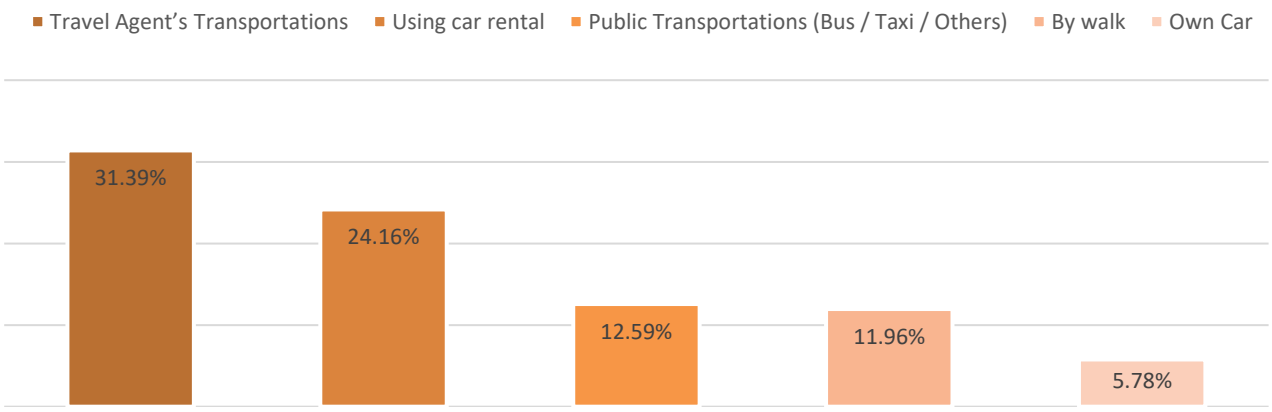


Figure 17. Mode of transportation to Petra (N=7715)
Q18. How did you get to the Petra Archeological Park (to the Visitor Center area)? (MA)

4.2.3. Travel companion

Approximately 22% (21.8%) of the respondents were travelling with their spouse/partner and 21.2% travelled with friends and approximately 17% (16.9%) travelled with relatives/family. Almost 15% (14.8%) chose an organized group and only 2.1% travelled with an unorganized group. Approximately 10% of the respondents were travelling solo.

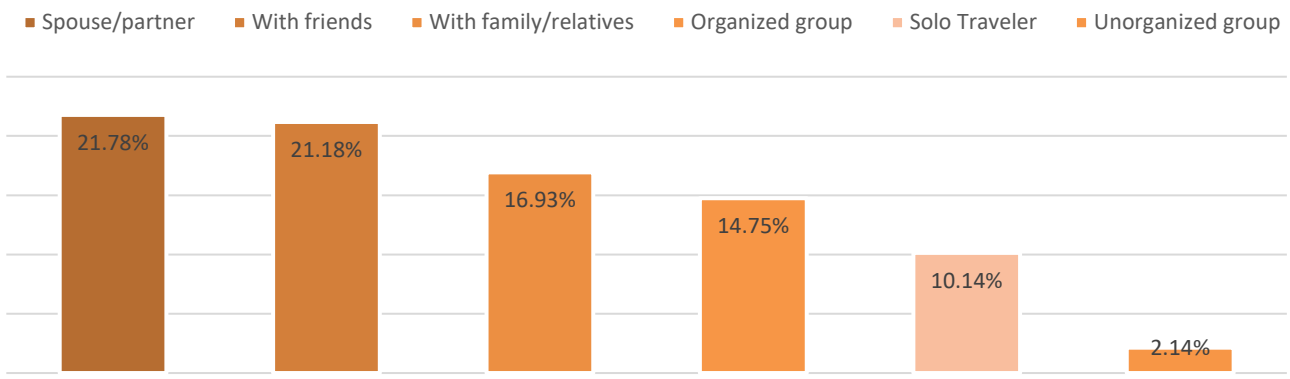


Figure 18. Travel companion (N=7715)
Q16. Whom are you traveling with? (MA)

It is worth noting that almost 40% (37.7%) of the respondents aged between 18 and 20 travelled with their families, while those aged between 20 and 30 mostly travel with friends (29.9%) or their partner (23.07%). And in fact, almost 40% (38.5%) of the those travelling with friends are between 20 and 30 years of age. The preference for travelling with organized group increase with age. In fact, without considering the lower age range (below 20) of the respondents that are mostly travelling with their families, the percentage of respondents that prefer organized group increase with the age range from 10% (9.47%) of the respondents in their 20s choosing an organized group up to 30% (29.97%) of the respondents above 70 years of age that chose an organized group. This trend is confirmed by analyzing the responses to Q13 (see Figure 24).
Approximately 60% (58.9%) of the solo travelers aged between 20 and 40 and 54.5% were male.

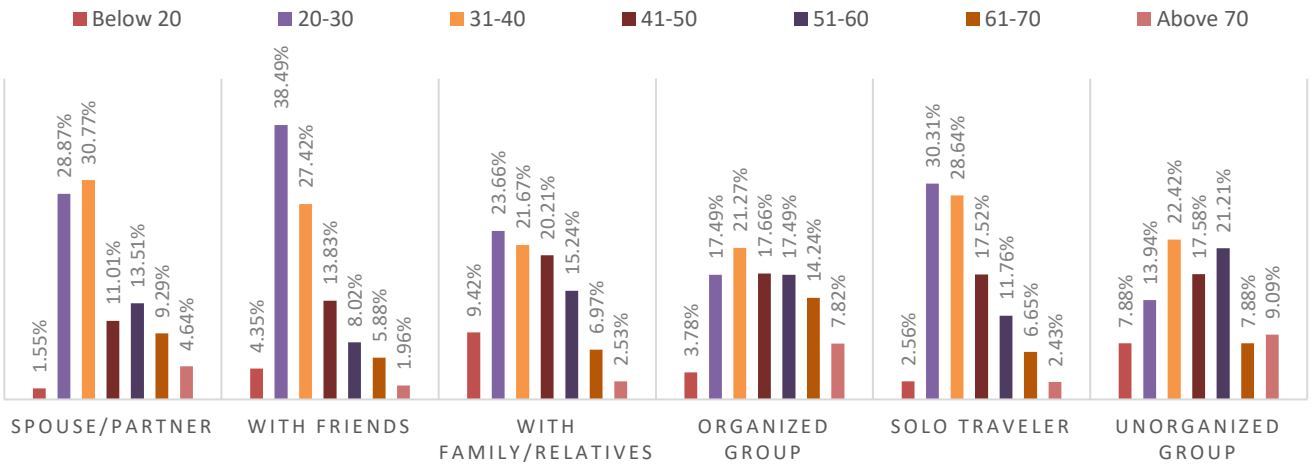


Figure 19. Cross tabulation age/travel companion (N=7697)

4.2.4. Travel arrangement

In terms of travel arrangements, over 40% (42.1%) of the respondents booked their travel through a website.



Figure 20. Booking modalities (N=7715)
Q15. Where did you book your travel to the Petra region? (MA)

Cross-tabulation with age and nationality confirm the trends (see Figure 21 and 22).



Figure 21. Crosstabulation Booking modalities/age (N=7697)

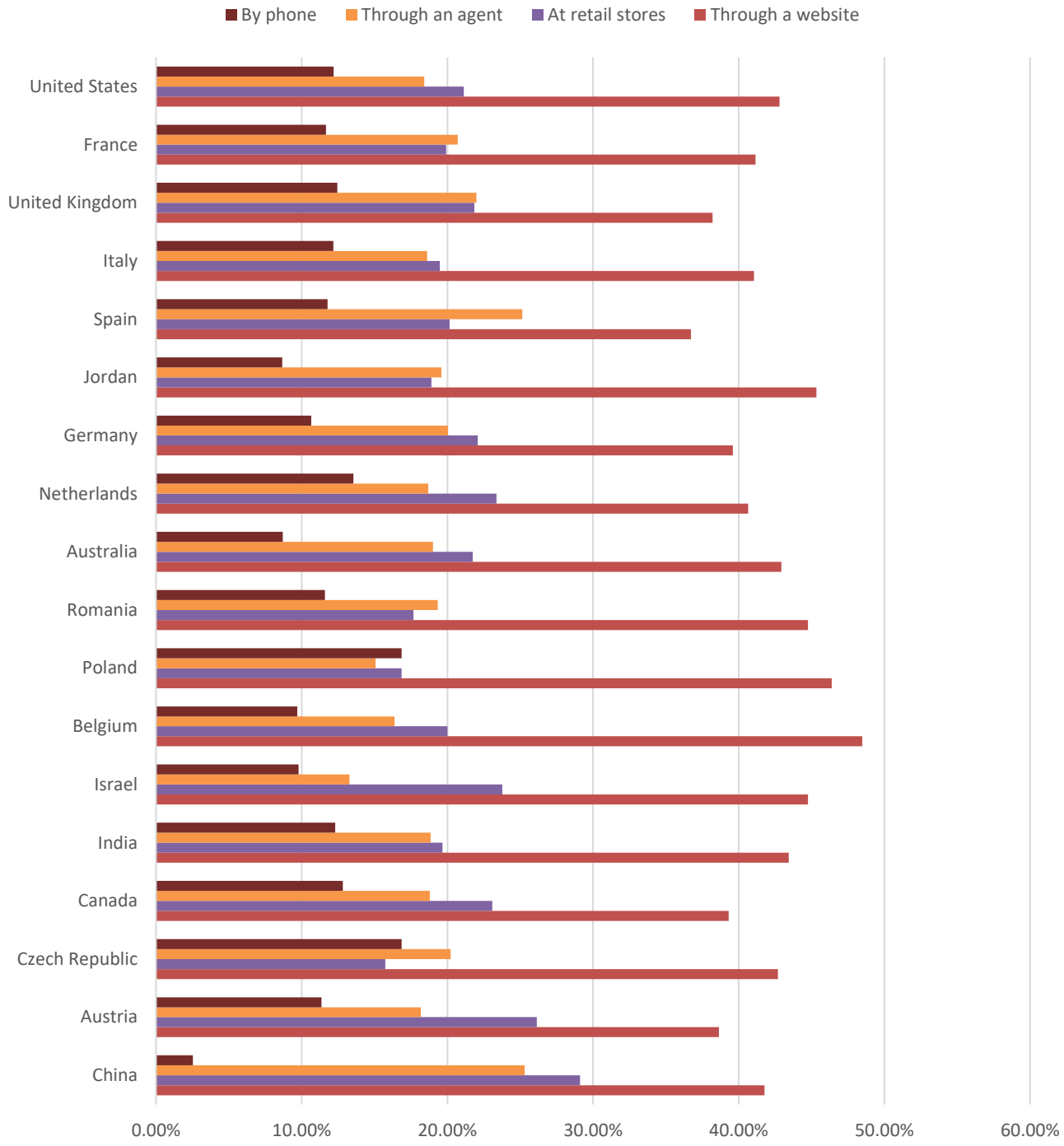


Figure 22. Crosstabulation booking modalities/nationality (N=5829)

It is worth noting that organized groups are as popular as individually arranged tours (with 41.4% and 41.2% respectively). The majority of those who did not join a group tour (41.36%), individually arranged their trip rather than purchasing a tour package for individual trips (13.32%).

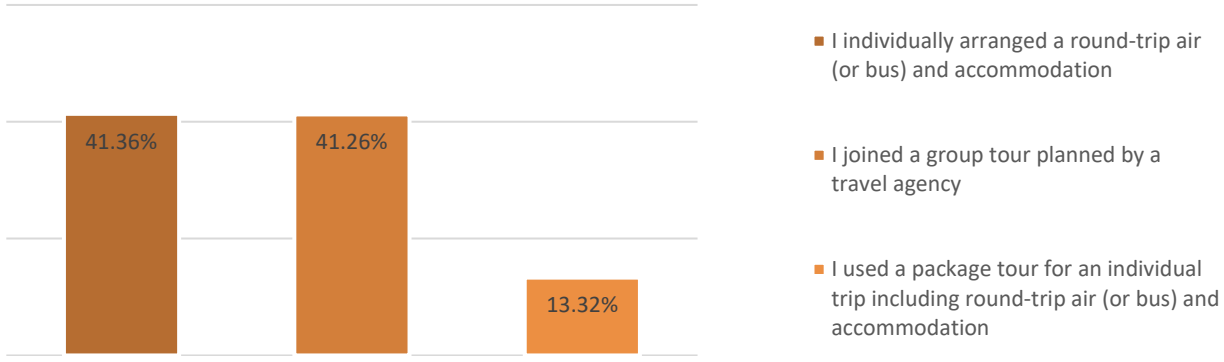


Figure 23. Travel arrangements (N=7715)
Q13. How did you arrange your travel to the Petra region (SA)

Cross-tabulation with age shows that individually arranged travels decrease as age of respondents increases and the choice to join a tour group is increasingly more popular.

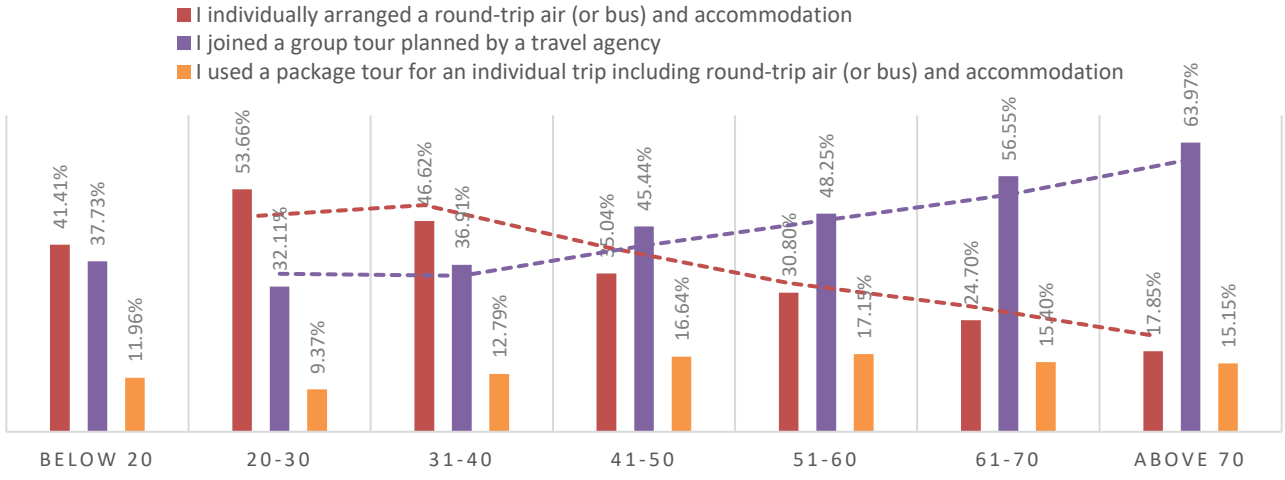


Figure 24. Cross tabulation travel arrangements/age (N=7697)

Crosstabulation with income and nationality show very different results as outlined in Figure 25 and 26.

It is worth noting that question **Q13 (How did you arrange your travel to the Petra region?)** resulted unclear to almost 2% (1.9%) of the respondents, who indicated the mode of transportation instead of the travel arrangements in their responses (e.g. they responded “by car” or “by bus”).

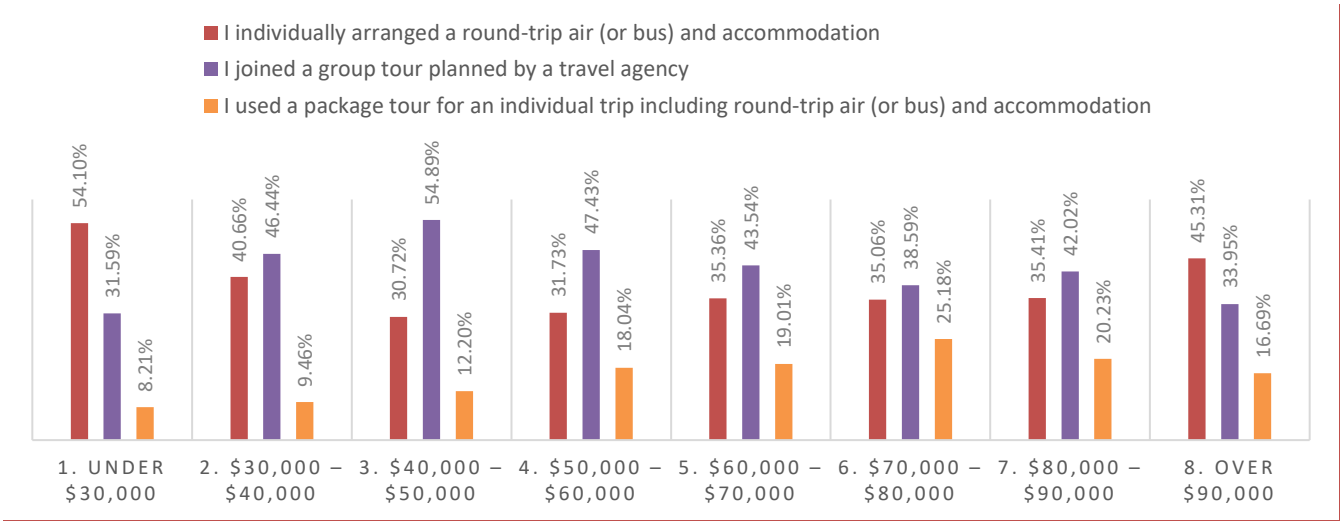


Figure 25. Cross tabulation travel arrangements/income (N=5676)

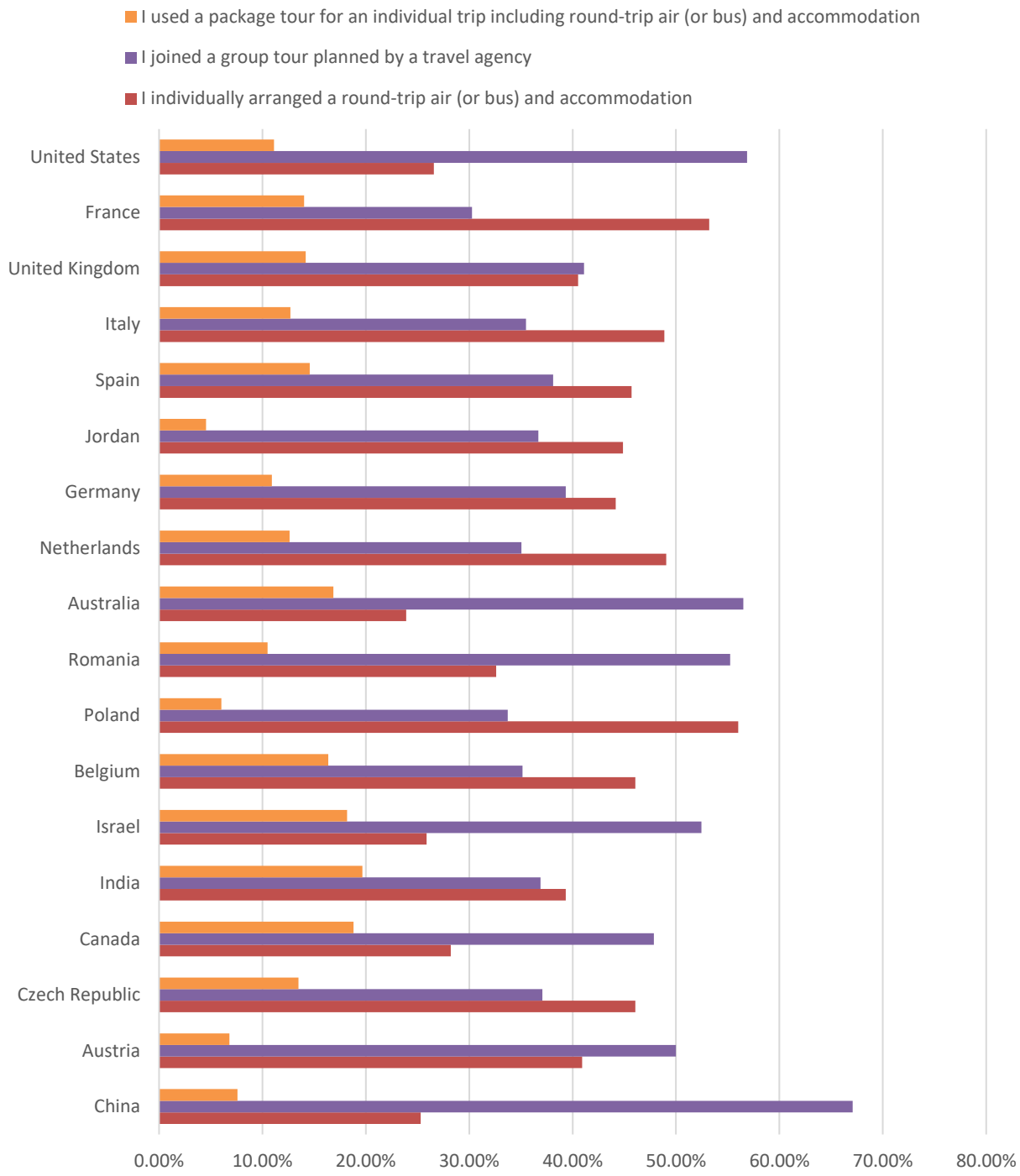


Figure 26. Cross tabulation travel arrangements/nationality (N=5829)

Over 70% (73.3%) of the respondents booked their trip to Petra before their departure and about 24% (23.9%) booked their trip to Petra during their travel in Jordan. This trend is confirmed when data are crossed with nationality (Figure 29).

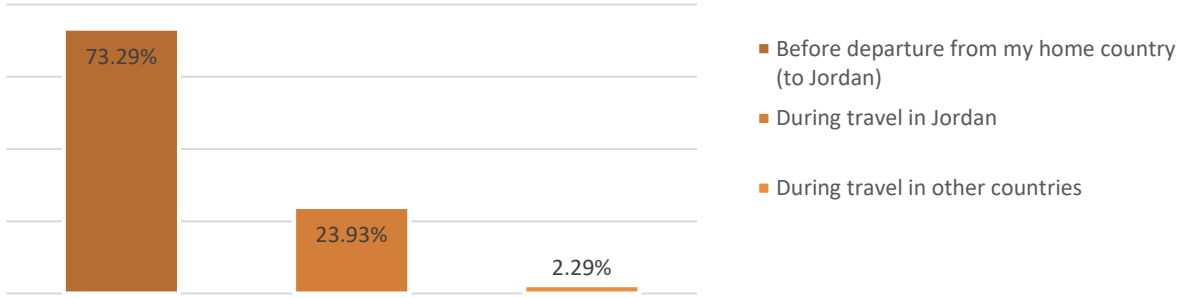


Figure 27. Time of booking (N=7715)

Q14. When did you book your travel to the Petra region (SA)

The majority of the younger respondents (below 40 years of age) booked their trip to the Petra region while already travelling either in Jordan or in another country, while the majority of older respondents (above 40 years of age) booked their trip to Petra before departing from their country.

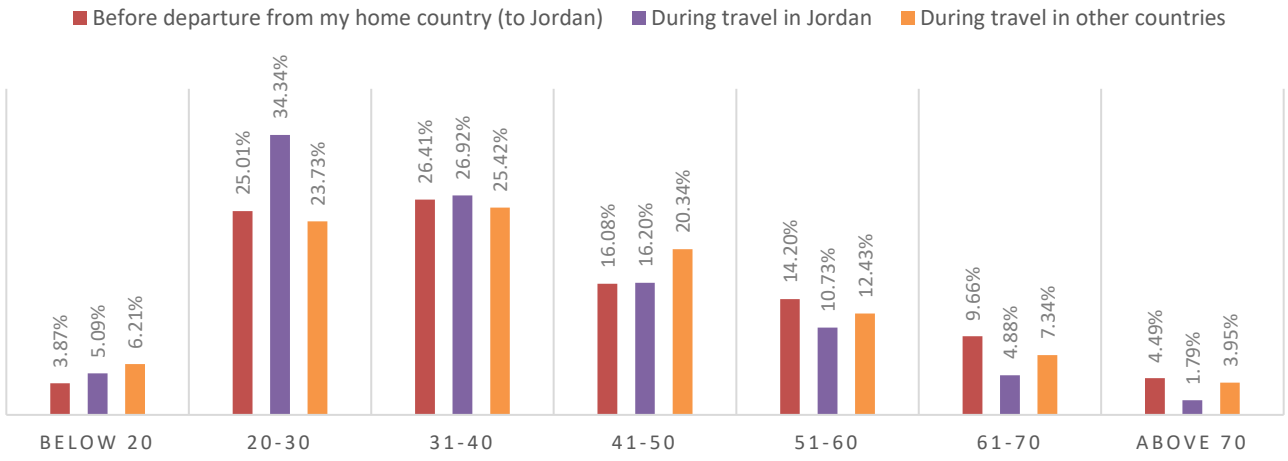


Figure 28. Cross tabulation age/time of booking (N=7697)

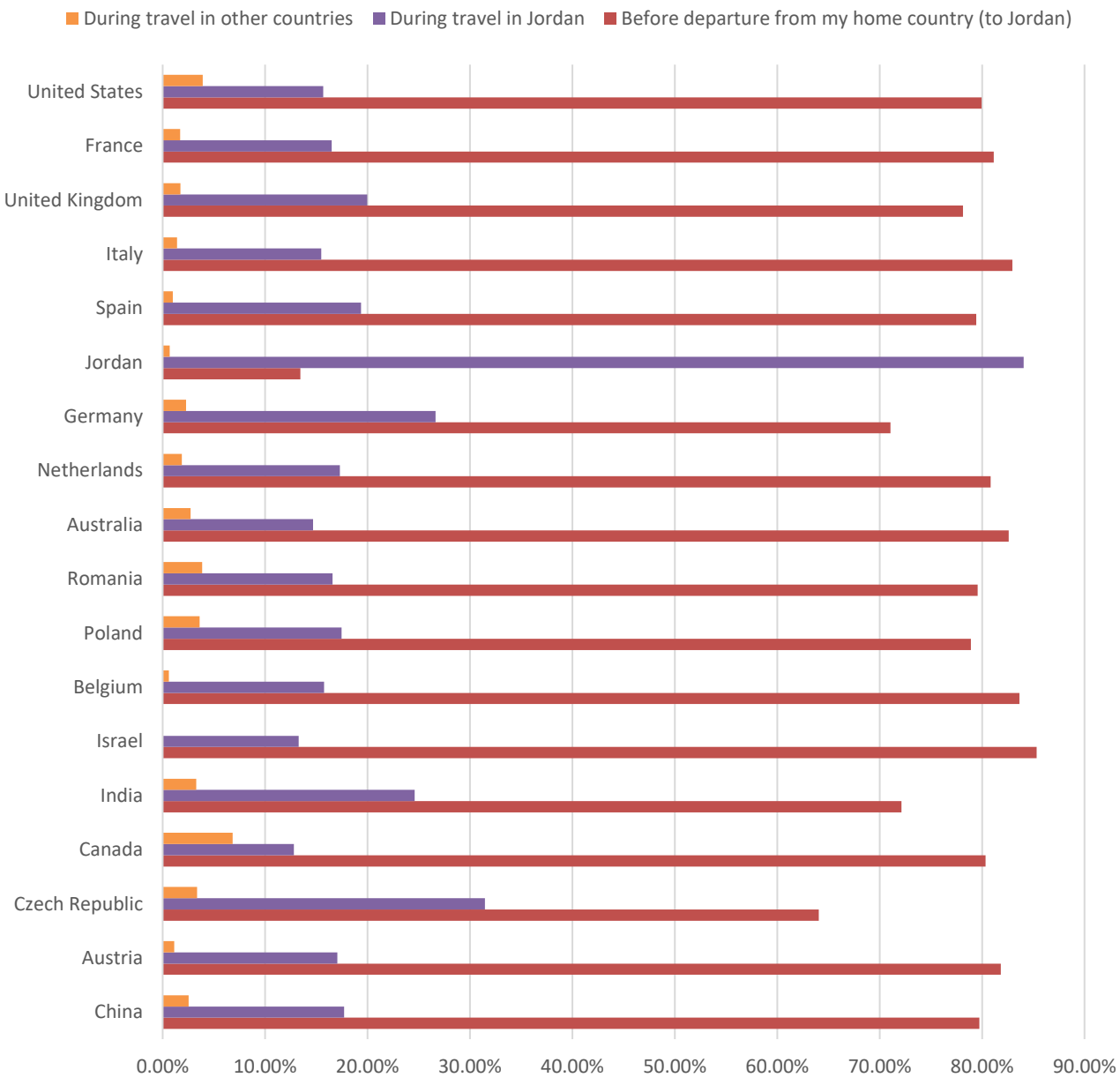


Figure 29. Cross-tabulation time of booking/nationality (N=5829)

It is worth noting that approximately 25.6% of the respondents combined their travel to Jordan with (an)other country(ies). The top itineraries are shown in Figure 31.
Nevertheless, only 2.29% of the respondents booked their trip to Petra while traveling in another

country, which represents less than 10% of those who combined the travel to Jordan with travels to other country(ies).

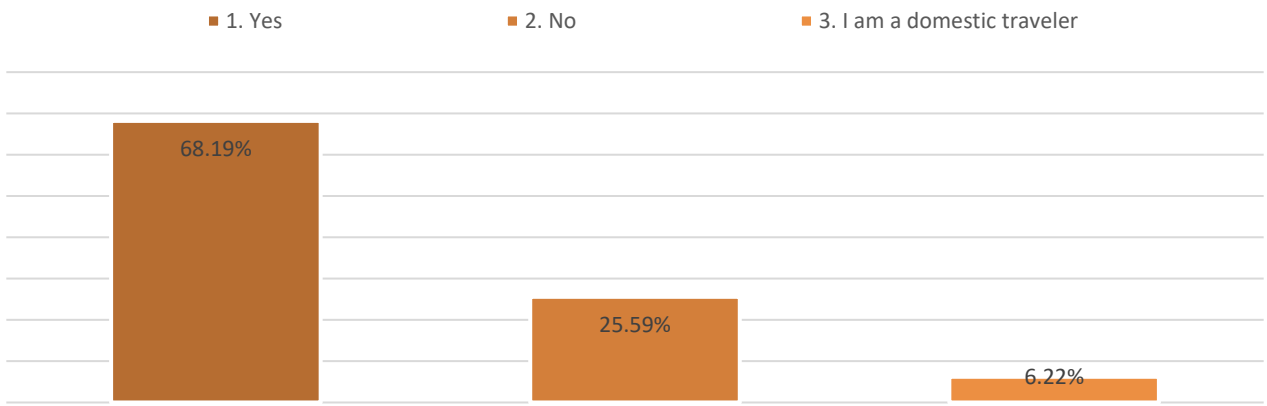


Figure 30. Travel itinerary (N=7715).
Q7. Is Jordan the ONLY country you are visiting on this trip? (SA)

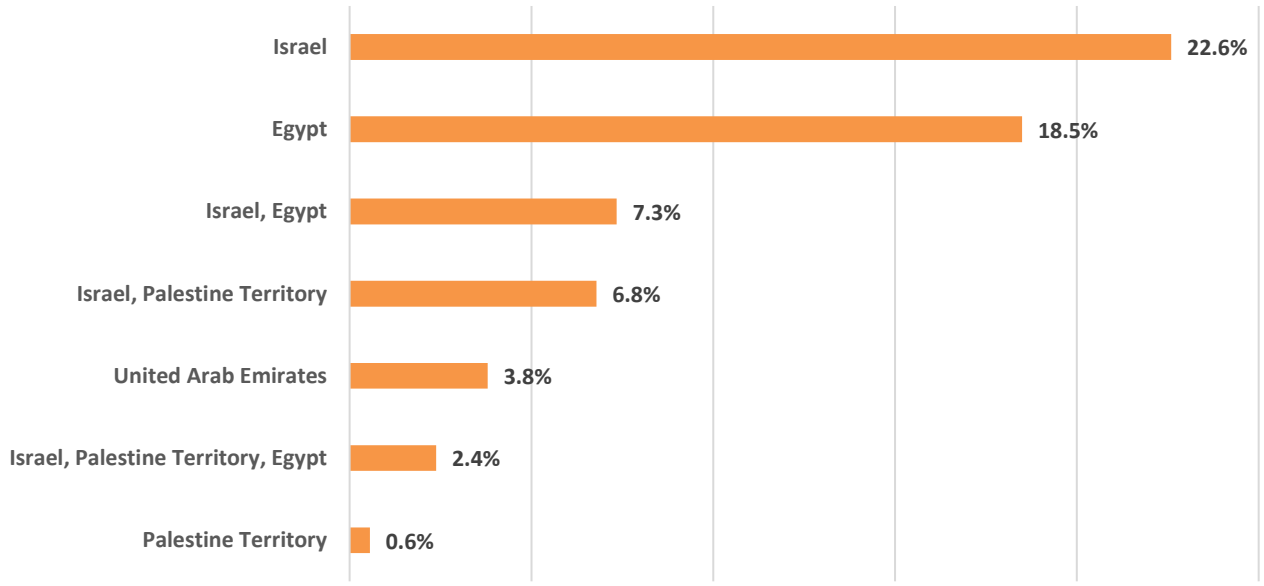


Figure 31. Top 7 itineraries (N=1974)
Q9. Please indicate the other countries that are part of your current trip (MA)

4.2.5. Site visit

Over 85% (85.5%) of the respondents entered the Petra Archaeological Park from the Visitors Center and 27.6% purchased their tickets there from the ticketing office. It is interesting to note that almost 6% indicated “Other”, which may lead to conclude that those respondents did not use any of the official entry points.

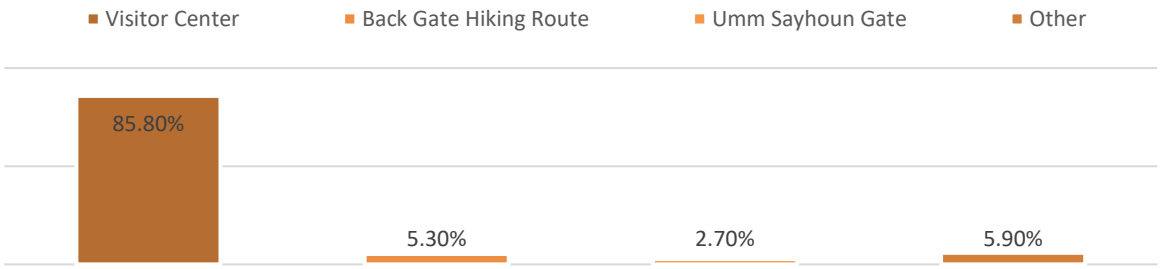


Figure 32. Site entrance (N=7715)
Q24. Which way did you enter the Petra Archeological Park (SA)

Over 35% (36.3%) of the respondents purchased a Jordan pass. Nevertheless, few of the respondents (less than 0.5%) commented in the section about the challenges faced during their visit that the Jordan pass scanners at the site entrance are not functioning and Jordan pass holders are required to queue at the ticket office to obtain a ticket.

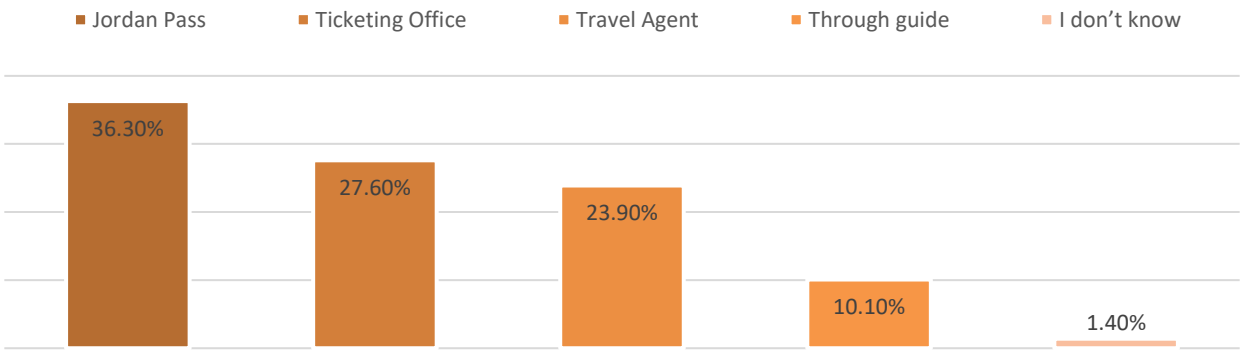


Figure 33. Ticket purchase modality (N=7715)
Q19. How did you buy the entrance ticket to the Petra Archeological Park (SA)

The Jordan pass remains the most popular modality to purchase the ticket across all age groups. Confirming the trend observed in Figure 24, the percentage of those purchasing through a travel agent increase with age, even if the trend is not confirmed for those above 70 years of age in this case. Approximately 35% of the respondents above 70 years of age indicated the Jordan pass as the preferred modality of purchase followed almost 30% who prefer the ticketing office. And yet, over 25% of the respondents above 70 years of age purchased their tickets through a travel agent.

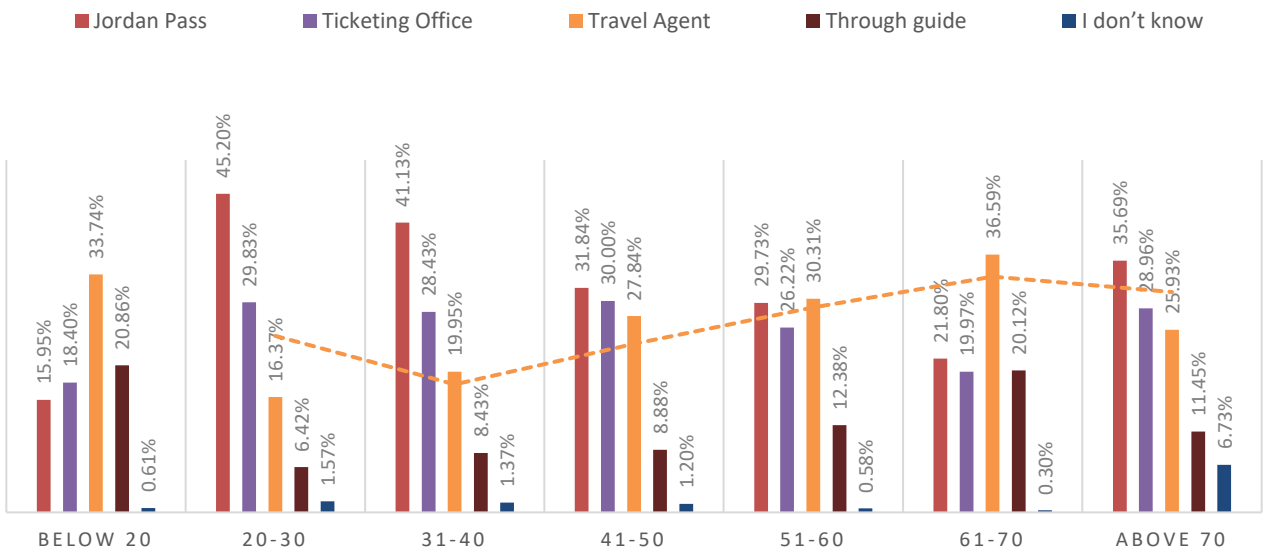


Figure 34. Cross tabulation ticket purchase modality/age (N=7697)

The Jordan pass is the preferred modality of ticket purchasing across different nationalities with some exception:

1) Australians, Austrians and Jordanians indicated the ticketing office as the preferred modality to purchase their tickets.
2) The majority of Israelis and Canadians purchased their tickets through a travel agent, which is consistent with the percentage in Figure 26 showing that the majority of Israelis and Canadian nationals joined a tour group.

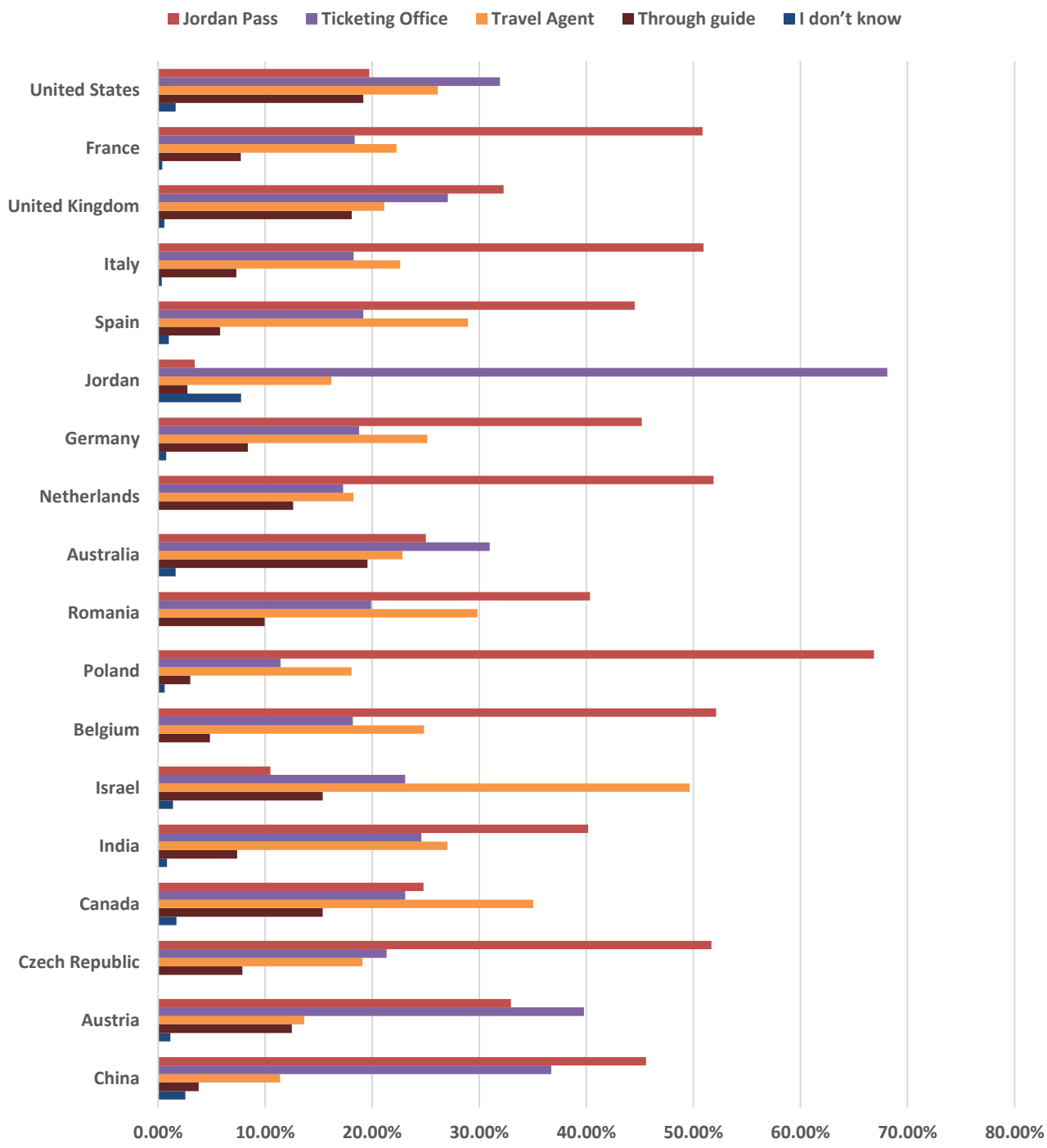


Figure 35. Cross tabulation ticket purchase modality/nationality (N=5829)

Approximately 1.5% of the respondents did not know how they obtained their tickets. This is not surprising since it might have been included in a tourist package.
Even if over a quarter of the respondents (27.6%) purchased their tickets from the ticket office at the visitor center, only 12,2% hired a tour guide from the visitor center.
Almost 3400 respondents (44%) did not hire a tour guide for their visit. Nevertheless, 8% of the respondents who did not hire a tour guide were not satisfied with the signage and 14% of them indicated the lack of proper signage as a challenge/limitation to their visit.

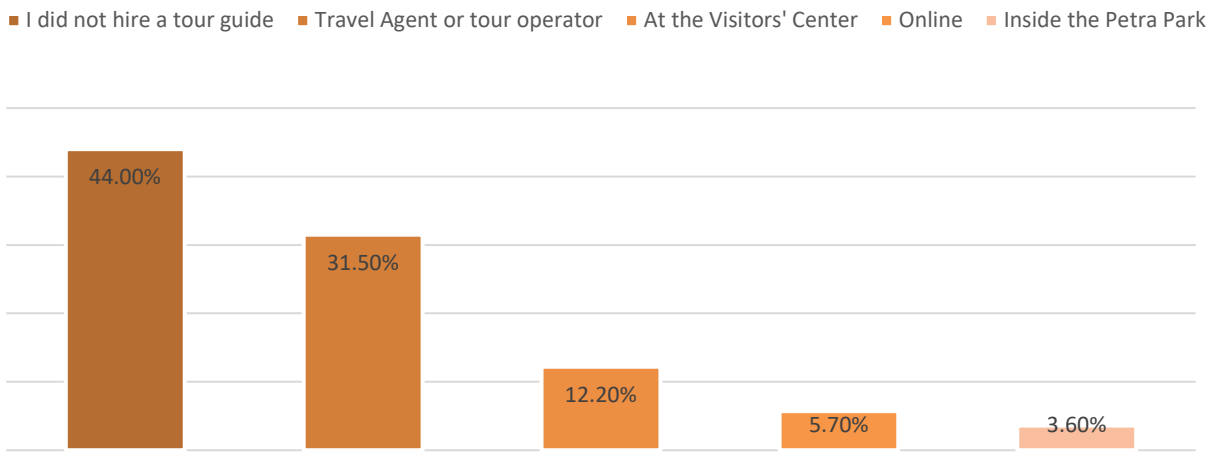
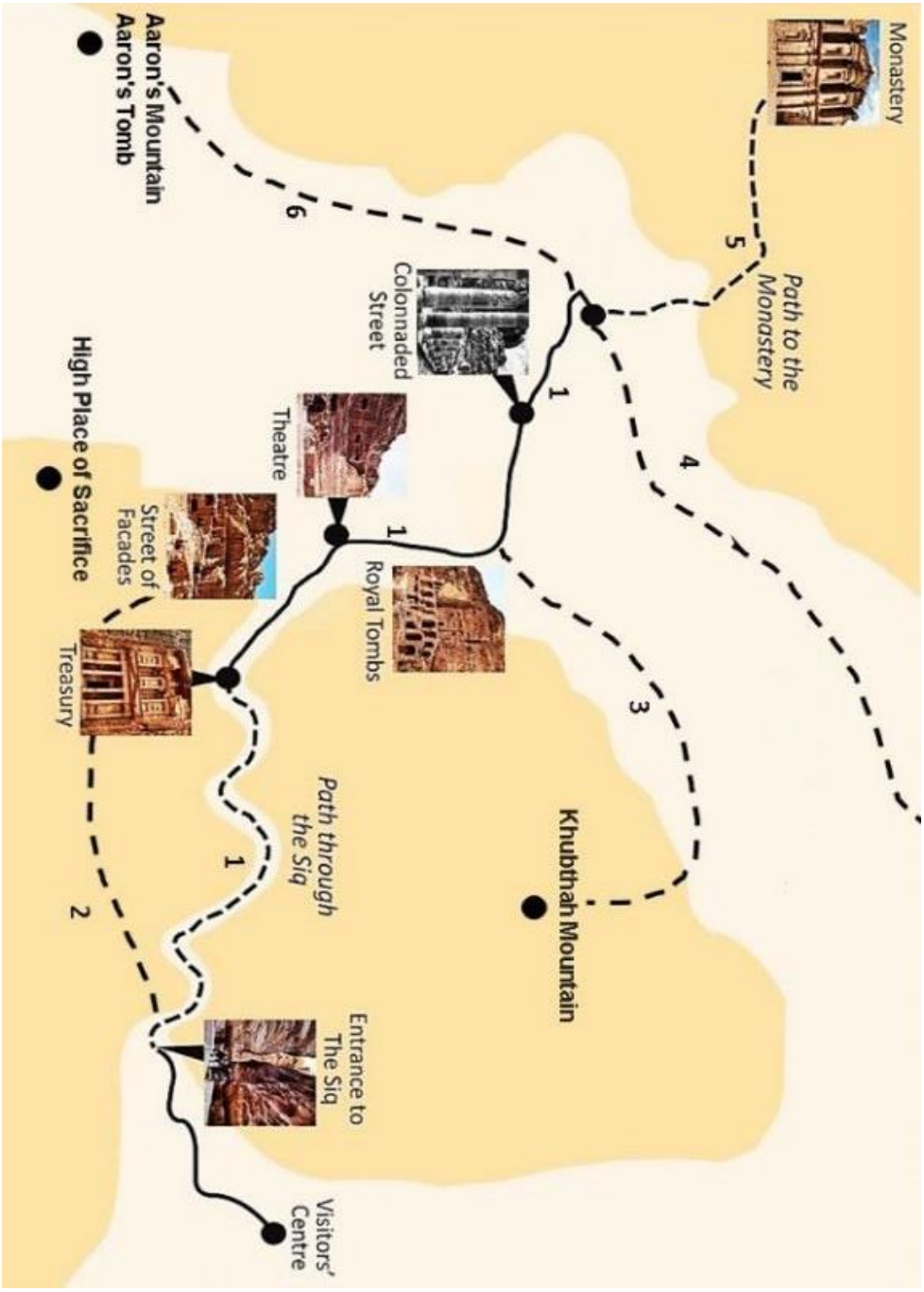


Figure 36. Tour guide (N=7715)
Q29. Where did you hire your tour guide in Petra (SA)

Inside the park, most respondents (32.7%) walked only trail 1 (see map below) and 18.3% of the respondents combined trails 1 and 5, and 7.2% of the respondents combined trails 1 and 2. Approximately 2.4% of the respondents walked only trail 2.
And in fact, the top 5 visited spots are located on trails 1 and 5 (Figure 38).


Monastery
Path to the Monastery
5
4
3
Khubthah Mountain
Entrance to The Siq
Visitors' Centre
Path through the Siq
1
2
Colonnaded Street
1
Theatre
1
Royal Tombs
Street of Facades
Treasury
High Place of Sacrifice
Aaron's Mountain
Aaron's Tomb
6

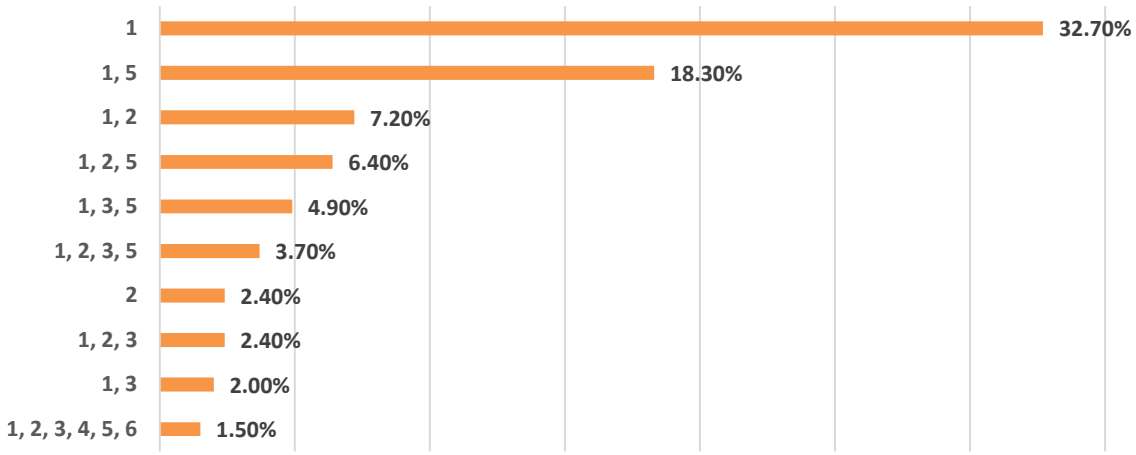


Figure 37. Trails inside the park (N=7715)

Q26. Which trail did you choose to do your trip (MA)

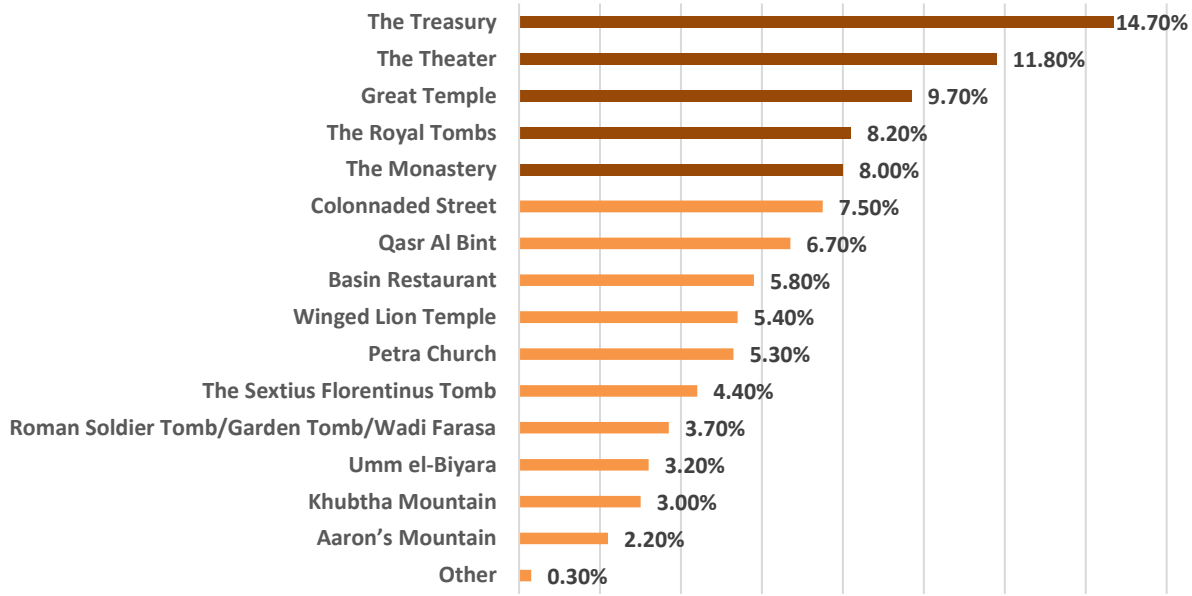


Figure 38. Top visited spots (N=7715)

Q25. Which spot did you visit in Petra Archeological Park? (MA)

Table 1 below highlights how respondents between 20 and 40 years old tend to explore the most. Their responses are in fact scattered as opposite to the responses of those below 20 and above 60 years of age that are clustered around the top ten itineraries.

Table 1 – Crosstabulation Q26 – Q2								
26. Which trail did you choose to do your trip? (Look at the map) * 2. Please indicate your age group – Crosstabulation								
Trail	Below 20	20-30	31-40	41-50	51-60	61-70	Above 70	Total
1	104	630	610	438	323	269	141	2522
1, 5	60	406	421	214	188	98	23	1414
1, 2	33	118	111	88	99	55	49	554
1, 2, 5	22	155	128	87	53	39	10	496
1, 3, 5	10	121	140	51	37	15	2	378
1, 2, 3, 5	7	109	84	32	35	15	0	283
2	10	60	47	31	15	18	7	188
1, 2, 3	12	41	36	28	29	28	10	184
1, 3	7	46	38	22	21	14	5	153
1, 2, 3, 4, 5, 6	8	32	33	15	11	11	1	112
1, 2, 6	6	16	18	20	16	11	9	96
5	6	28	26	15	14	2	4	95
1, 5, 6	7	20	35	12	13	5	0	92
1, 2, 4	7	16	14	23	10	8	9	87
1, 4, 5	1	19	24	21	16	3	1	85
1, 2, 3, 4, 5	0	24	28	5	11	5	3	76
1, 6	1	19	15	8	8	3	1	55
1, 2, 5, 6	3	10	16	9	9	3	2	52
1, 4	1	17	8	10	5	5	5	51
1, 2, 3, 4	0	6	15	5	13	6	2	47
1, 3, 5, 6	4	14	18	3	4	4	0	47
2, 5	1	18	9	7	5	2	0	42
1, 2, 3, 5, 6	2	11	15	6	6	1	0	41
1, 4, 5, 6	1	13	14	5	4	0	0	37
1, 2, 4, 5	0	10	12	4	5	4	1	36
1, 3, 4	1	8	11	5	4	6	1	36
3	0	16	8	6	5	1	0	36
1, 3, 4, 5	2	7	12	4	7	0	0	32
1, 3, 6	1	13	8	4	4	1	0	31
4	1	10	8	6	4	1	1	31
1, 2, 3, 6	2	7	3	6	6	3	1	28
1, 2, 4, 6	1	4	8	7	5	3	0	28
2, 3, 5	0	4	10	2	2	1	0	19
1, 2, 4, 5, 6	0	6	2	2	5	2	0	17
1, 3, 4, 5, 6	1	6	6	1	3	0	0	17

Over 50% of the respondents visited the Petra Museum and almost 48% (47.55%) visited the museum right after visiting the park (See Figure 42).
The older the respondent the more they are keen to visit the museum (Figure 40).
The percentage of visitors of the museum varies very much from one country to another (Figure 41).

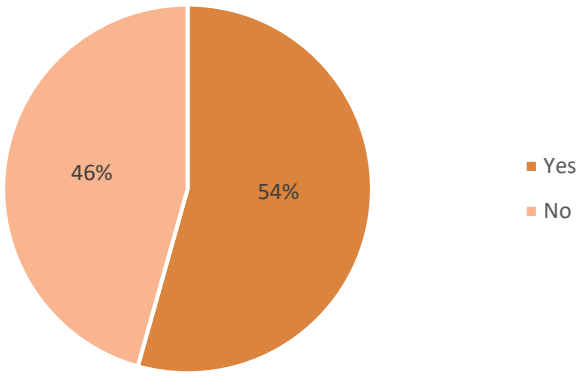


Figure 39. Petra museum visitors (N=7715).
Q30. Did you visit the Petra Museum (SA)

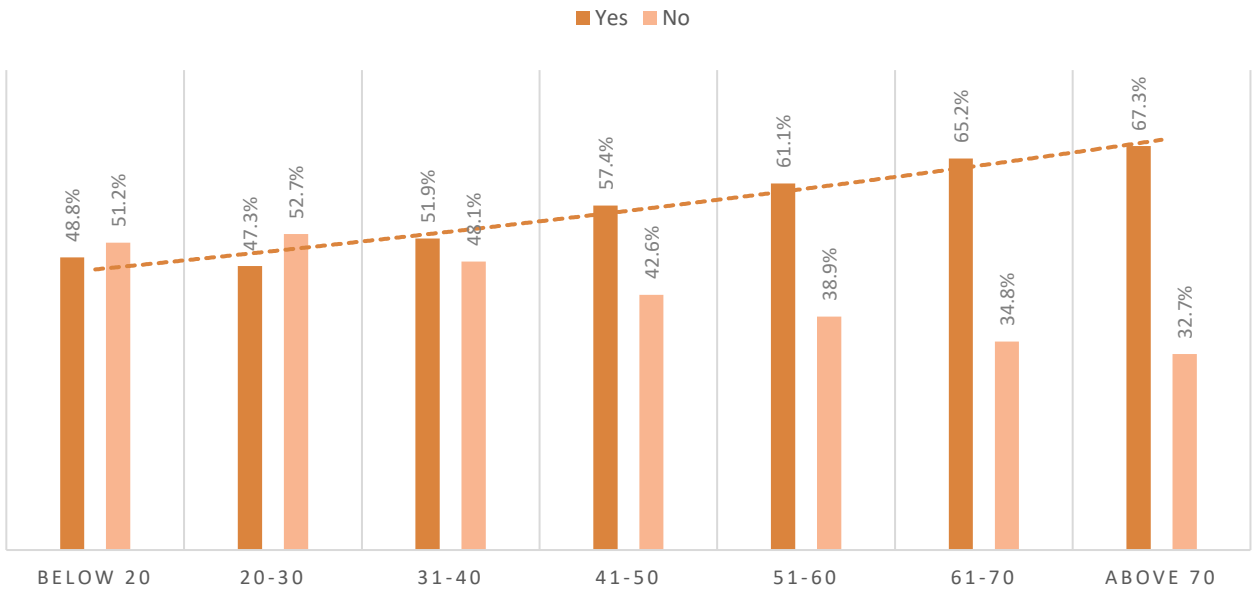


Figure 40. Cross-tabulation visit to Petra Museum/age (N=7696)

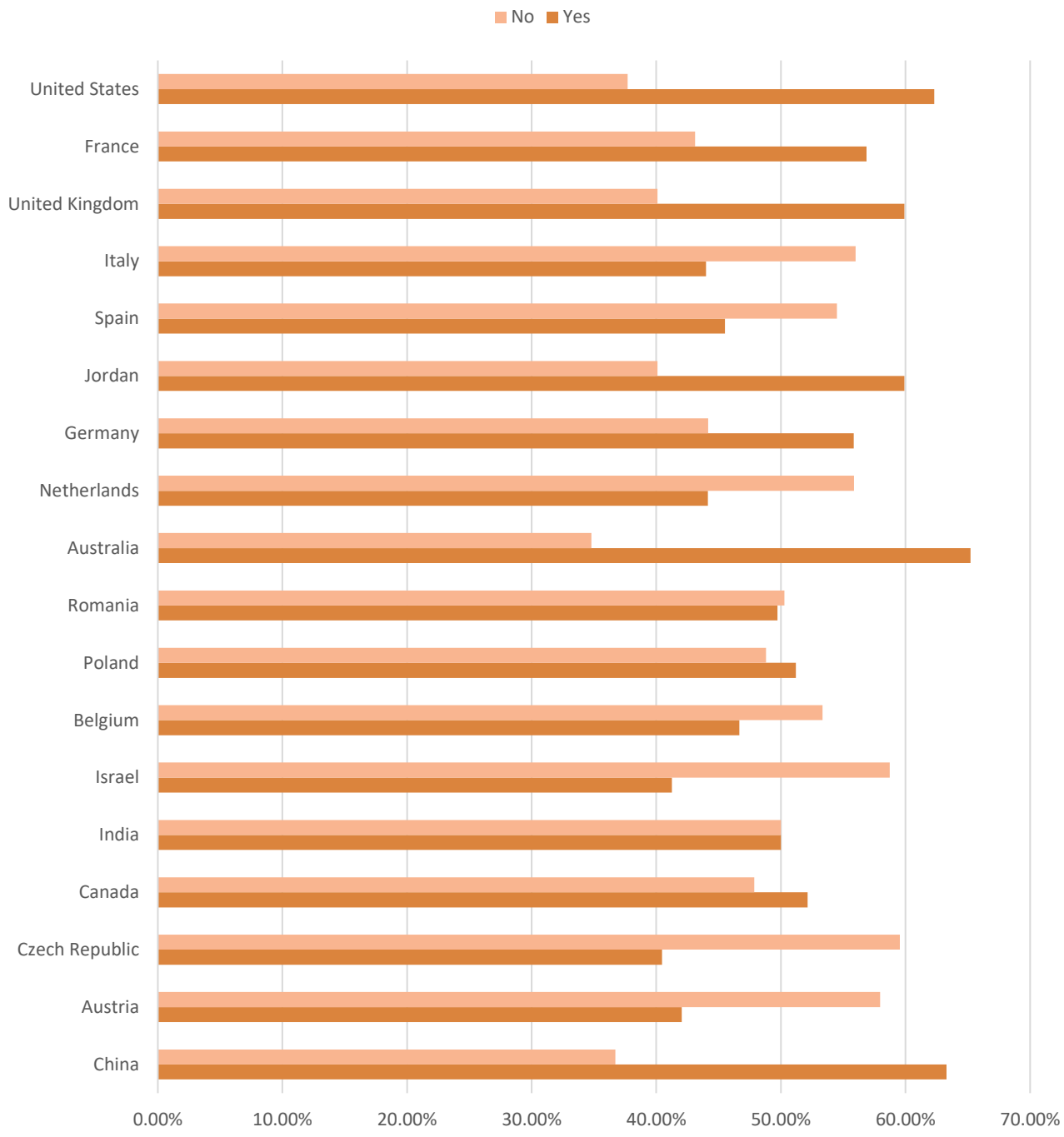


Figure 41. Cross-tabulation visit to Petra Museum/nationality (N=5828)

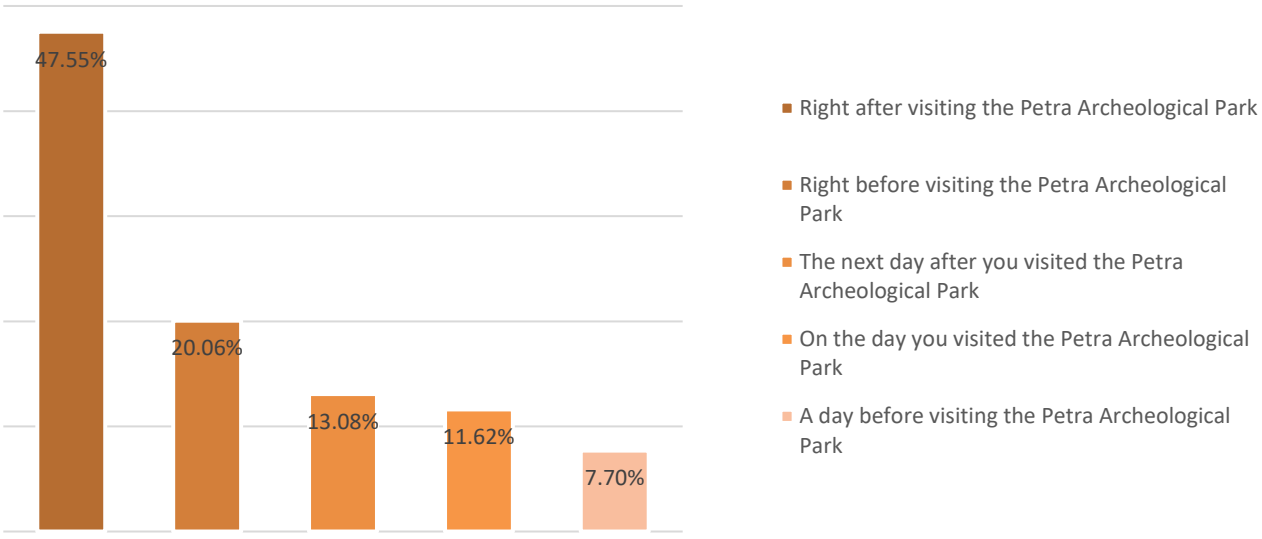


Figure 42. Museum visit (N=4183)
Q31. Please indicate when you visited the Petra Museum (SA)

Almost 40% (38.73%) of the respondents visited the museum between noon and afternoon, which is consistent with the time needed to walk trail 1 (in and out) if one enters the site early in the morning.

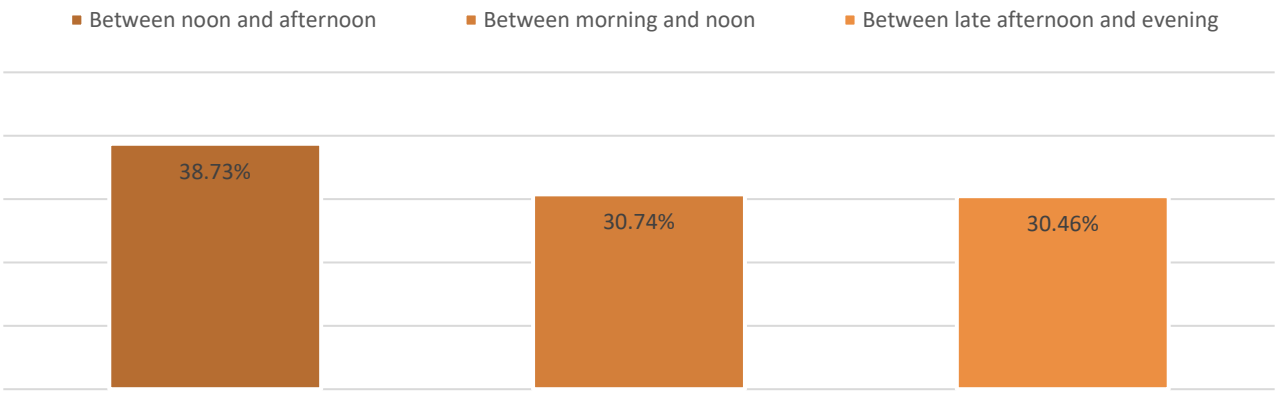


Figure 43. Time of museum visit (N=4183)
Q32. Please indicate the time you visited the Petra Museum (SA)

Over 50% (50.3%) of the respondents visited other sites/areas outside the park. Figure 44 shows the top ten itineraries. Downtown Wadi Mousa and Little Petra recur the most.
Downtown Wadi Mousa is the preferred location in terms of accommodation (see Figure 48) and therefore it is not surprising that it is also the most visited area.

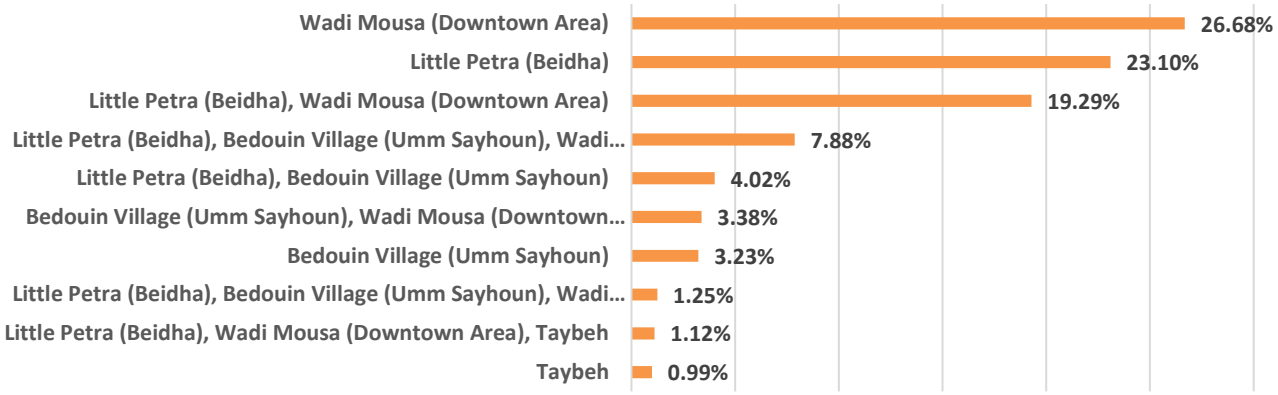


Figure 44. Top 10 sites/areas visited outside the park (N=3935)
Q36. Please Indicate which Areas/Sites You Have Visited Besides Petra Archeological Park (MA)

Over 65% (66.1%) of the respondents used/planned to use social media in Petra. The most popular platform is Instagram with 69% of recurrence in the responses.
Crosstabulation of the responses about the social media used in Petra with age and nationality confirm the trends.
It is interesting to note that over 20% of the respondents was unsatisfied with the Wi-Fi service in Petra.

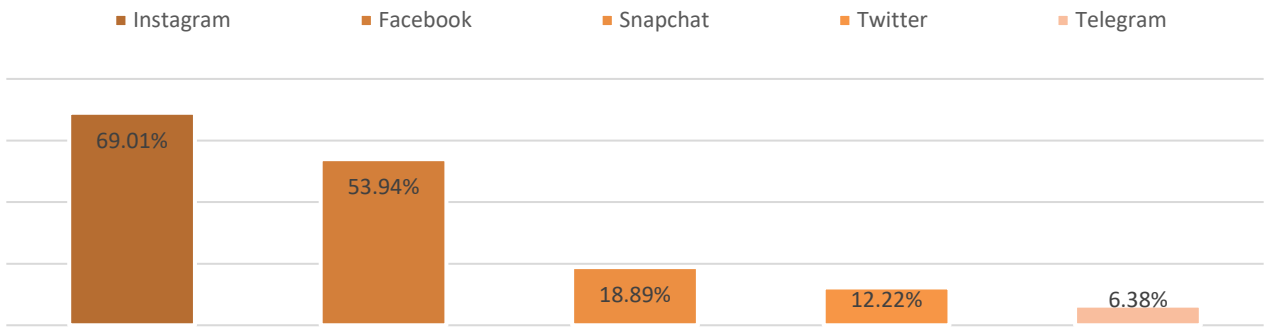


Figure 45. Social media use (N=5098)
Q34. Which Social Media Platform Have You Used Or Plan To Use? (MA)

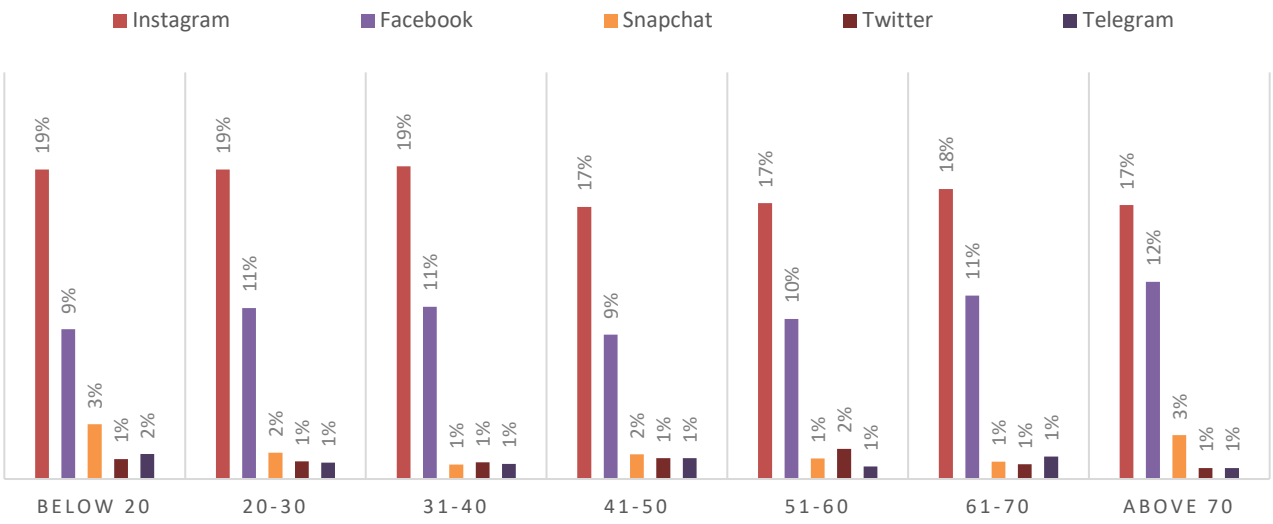


Figure 46. Crosstabulation age/social media use (N=7697)

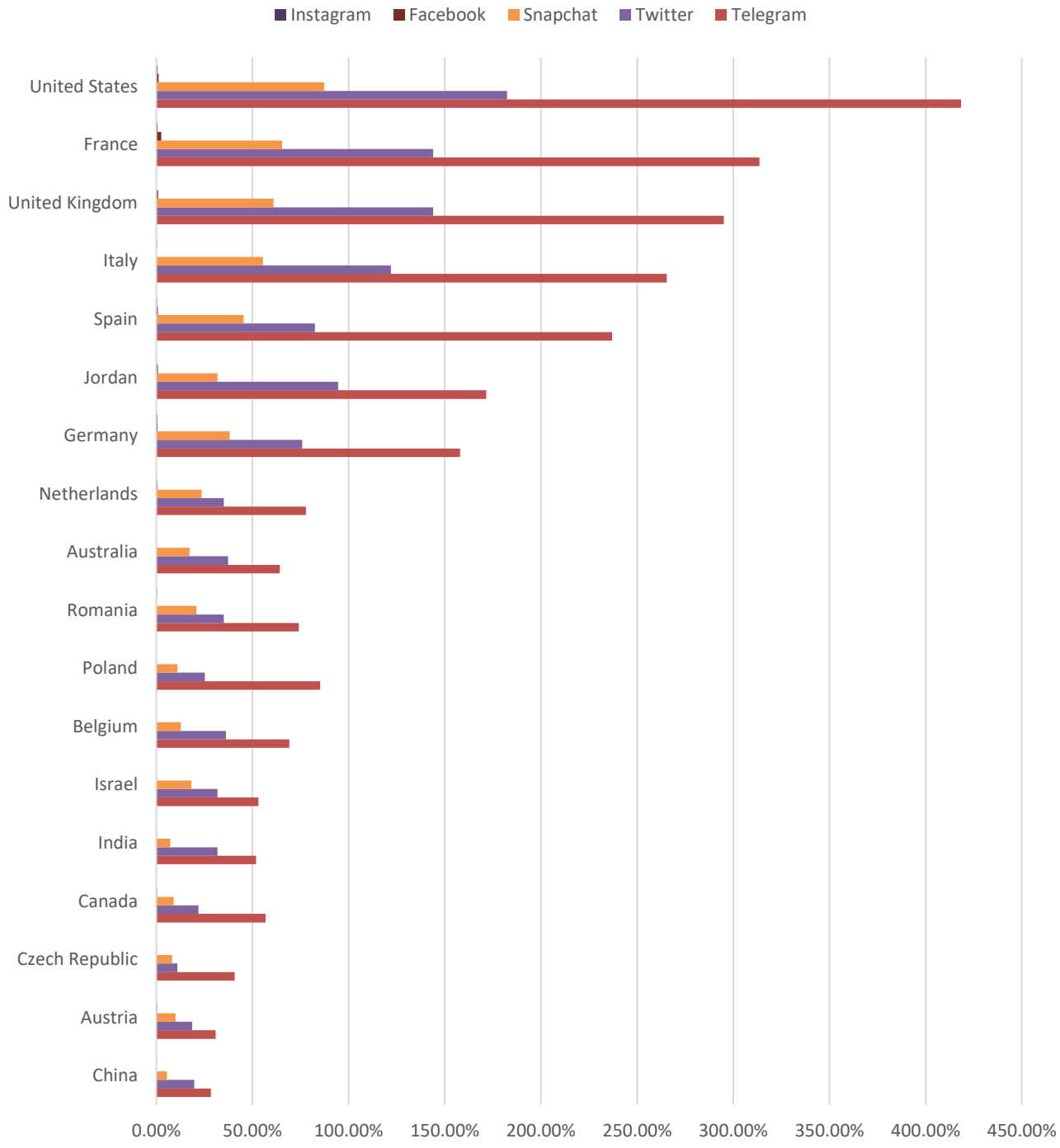


Figure 47. Crosstabulation social media use/nationality (N=5829)

4.2.6. Accommodation

The most popular location for accommodation is downtown Wadi Mousa with over 45% of preferences. Nevertheless, when responses are cross tabulated with age this trend is confirmed (see Figure 49), but when cross tabulated with nationalities (Figure 50), responses vary from country to country.

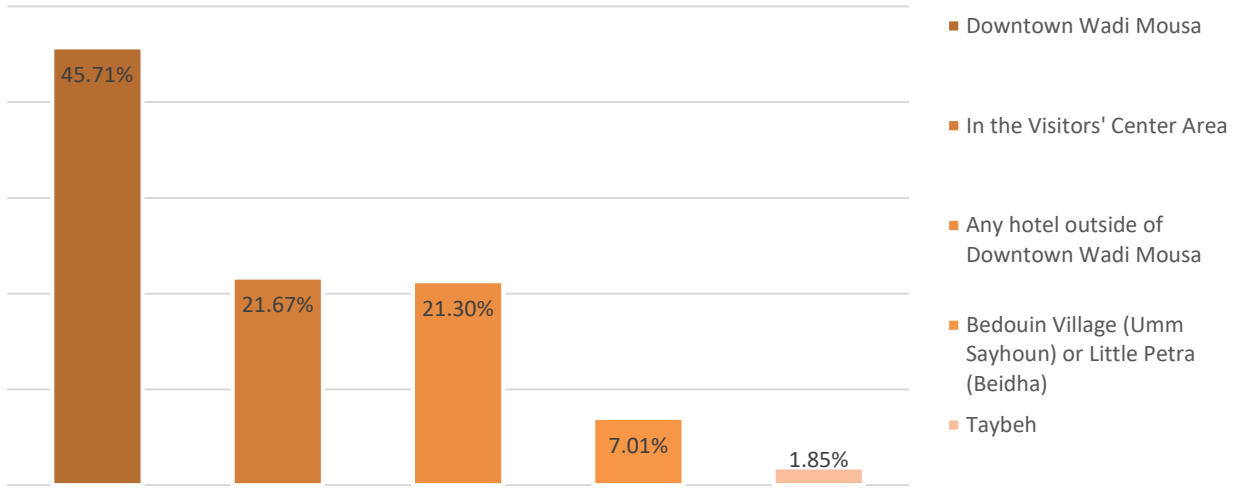


Figure 48. Accommodation (N=5574)
Q22. Where do you stay in the Petra region (SA)

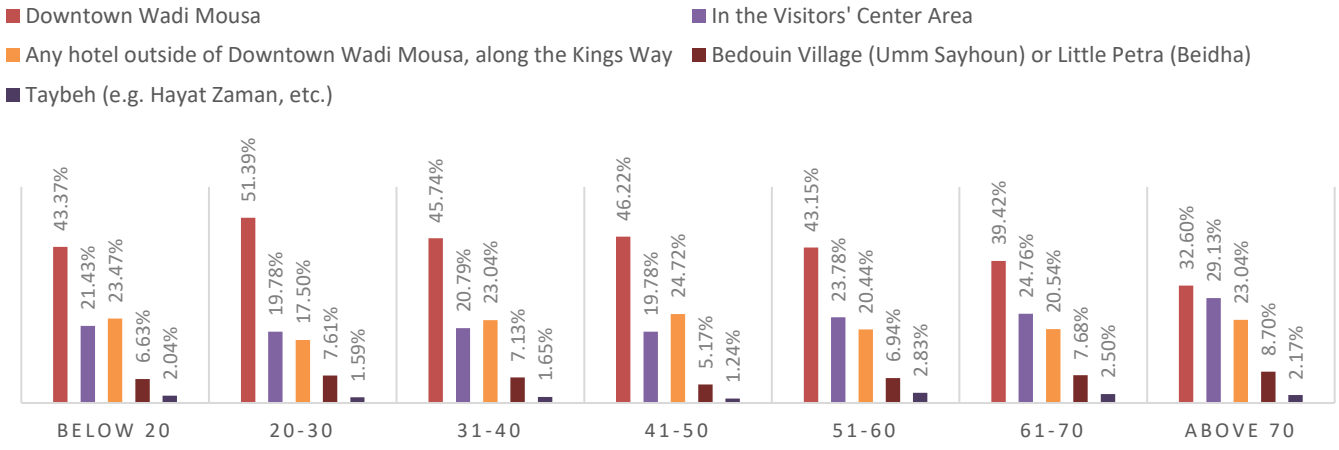


Figure 49. Crosstabulation accommodation/age (N=5557)

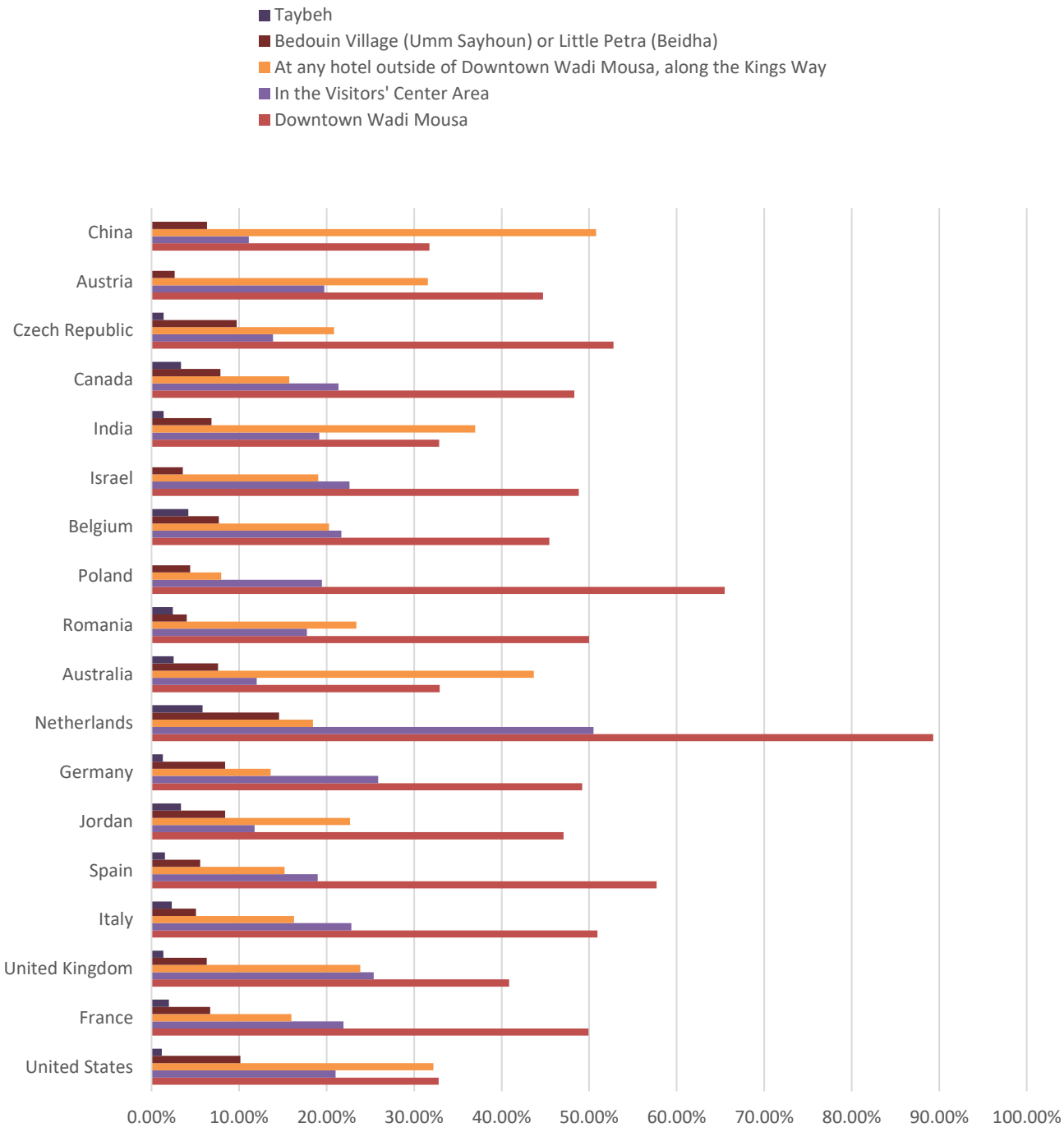


Figure 50. Crosstabulation Accommodation/nationality (N=4345)

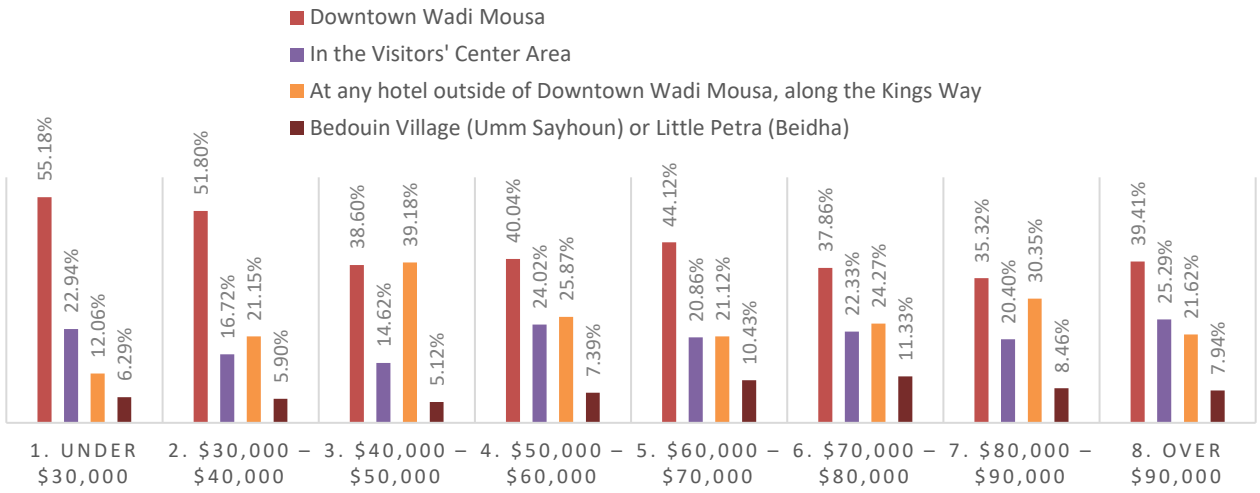


Figure 51. Cross tabulation Accommodation/Income (N=4017)

In terms of level of accommodation, the most popular choice is 3-stars hotels and below. It is worth noting that 2.53% of the sample chose a hostel.

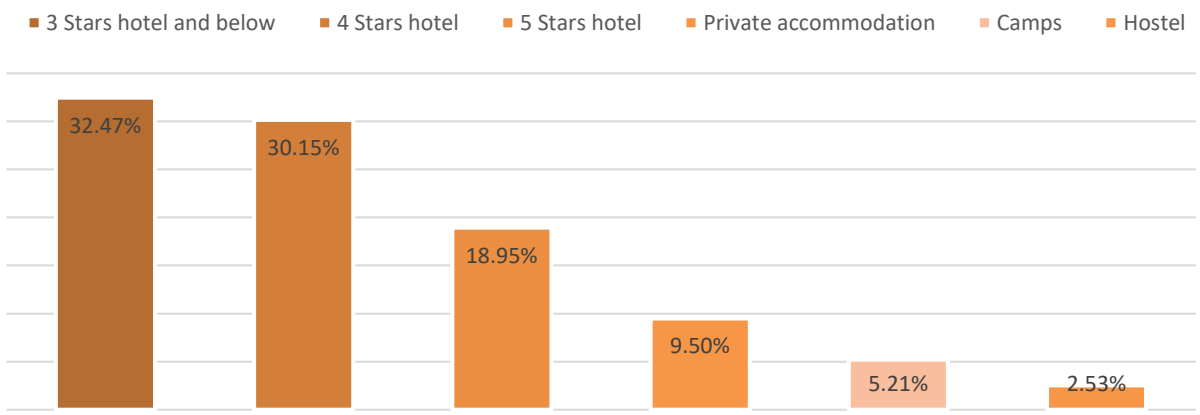


Figure 52. Level of accommodation (N=5568)

Q23. Indicate the type/class of accommodation in the Petra region where you are staying/stayed (SA)

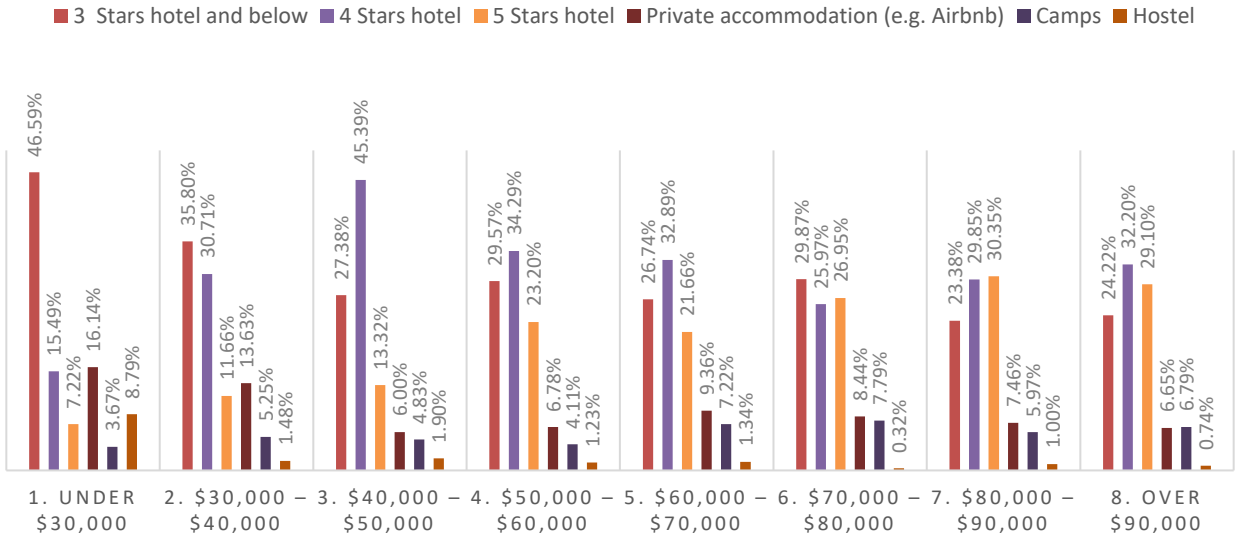


Figure 53. Cross tabulation (N=7665)

4.3. Overview of the number of nights stay in Petra

4.3.1. **The average number of nights stay in Petra**

To determine the average number of nights spent in Petra by tourists and any related statistics, it is considered here only the data referring to those who spent one to four nights in Petra representing 69% of the respondents[2]. Those tourists spend an average of 1.89 nights in Petra.

21. How many nights are you/did you spend in Petra?		
N	**Spent between 1 and 4 nights in Petra**	**5328**
	Spent over 4 nights in Petra	**265**
	Did not spend the night in Petra	**2122**
Average		**1.89**

Table 2. Average number of nights in Petra (N=5328)

Figures 54 to 57 below show the cross tabulation between the number of nights spent in Petra with gender, age, household income and nationality.

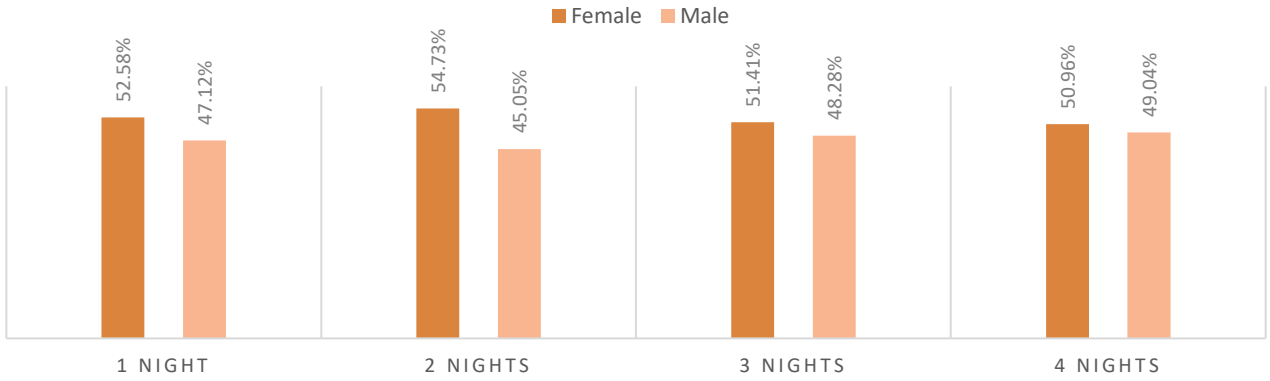


Figure 54. Crosstabulation number of nights/gender (N=5300)

[2] It is reasonable to assume that the 3% of respondents (265) that spent over four nights in Petra are not tourists. For example, members of foreign archaeological missions spend between two and six weeks in Petra.

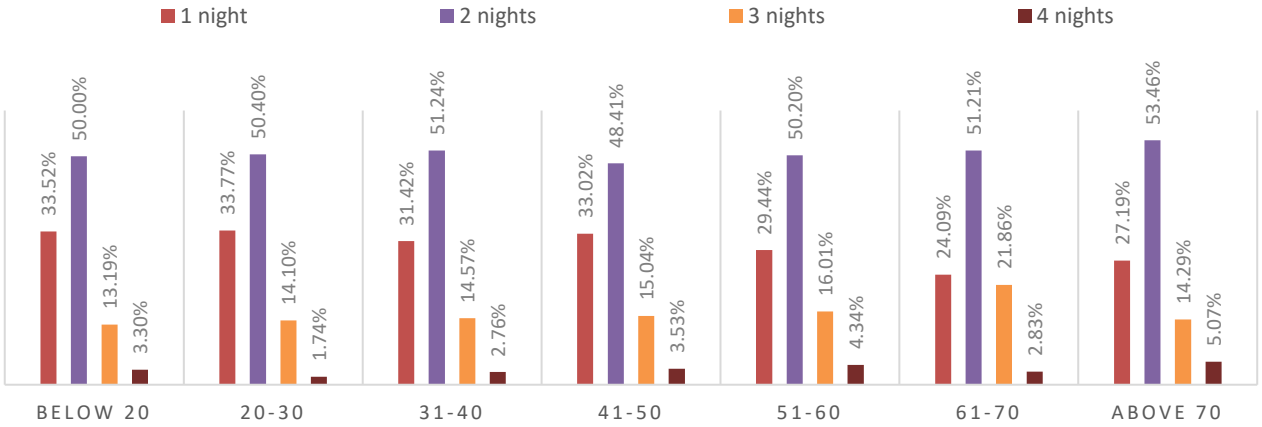


Figure 55. Crosstabulation number of nights/age (N=5312)

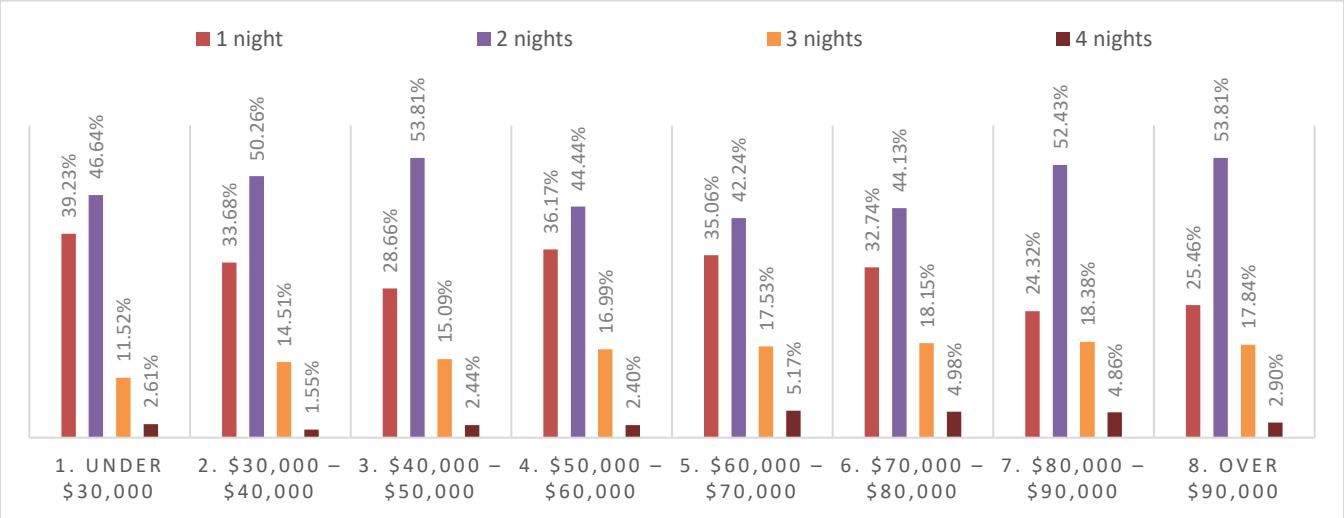


Figure 56. Crosstabulation number of nights/household income (N=3893)

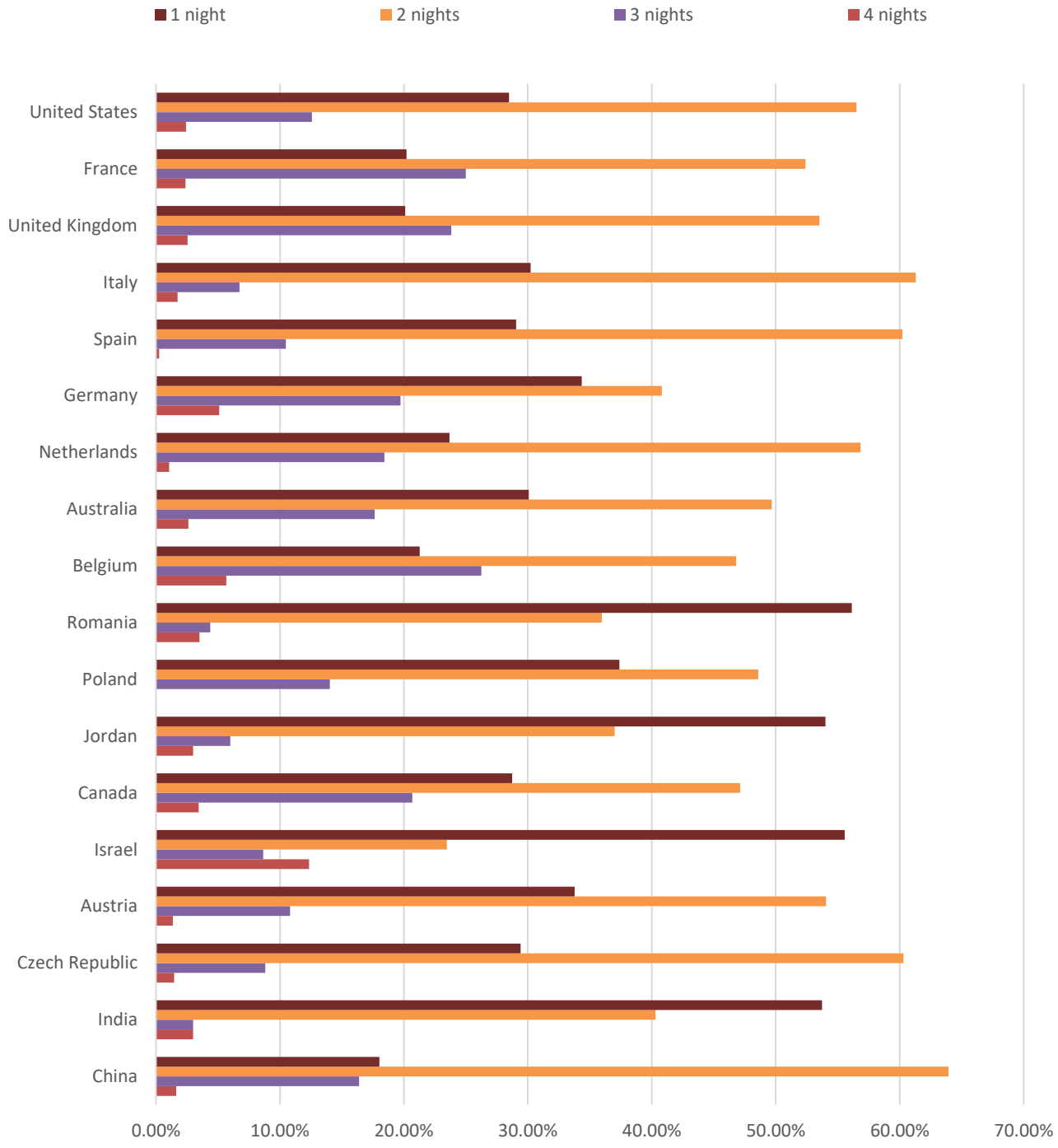


Figure 57. Crosstabulation number of nights/age (N=4179)

4.4. Overview of visitors' spending

4.4.1. **Average expenditure per tourist in Petra**

Tourists spend a total average of 165JOD in Petra.
Two service items (entrance fees and tour guide) resulted difficult to estimate. Those items are often included in tourist packages and, in fact, 47% of the respondents replied with "0" to the question about the cost of the entrance fee and over 75% (75.72%) of the respondents replied with "0" to the question about the cost of the tour guide. While each visitor must have purchased a ticket, the service of a tour guide is optional and, in fact, 44% of the respondents did not hire a tour guide (see Figure 36).
Approximately 31.5% of the respondents hire their guide through a travel agent, of those almost 80% (78.8%) responded with "0" to the question and the remaining 20% (21.2%) spent an average of 68.5 JOD for this service. Approximately 12% (12.2%) of the respondents hired a tour guide from the Visitors' center and spent an average of 44 JOD for this service, 5.7% of the respondents hired their guide online and spent an average of 42.5 JOD for this service, 3.6% of the respondents hired a tour guide inside the archaeological park and spent an average of 54 JOD for this service.
About the entrance fees, of the 47% that replied with "0" to the question about the cost of the entrance fees almost 30% (28.2%) purchased their tickets through a travel agent and over 11% (11.3%) purchased their tickets through their tour guide. It is reasonable to assume that in both cases the entrance fees were part of a tourist package; over 47% (47.3%) of those who replied with "0" to the question about the cost of the entrance fees purchased a Jordan pass, which also includes the entrance fees to Petra among other sites.
Approximately 3% of the respondents indicated an amount greater than 90 JD for tickets purchase. This result might be due to the purchase of several tickets (e.g. for family or a group).
On a final note, almost 32% of the respondent purchased a one-day ticket for 50 JD (20.8%) or a two-day ticket for 55 JD (11.1%). Almost 10% of one-day tickets were purchased through a tourist guide, 30% were purchased through a travel agent, and almost 43% at the ticketing office.
Figure 58 below shows how expenses on the daily consumable are distributed:

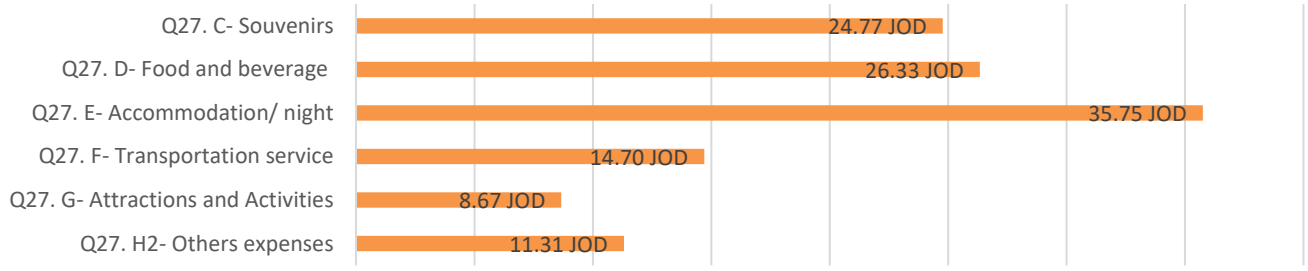


Figure 58. Average expenditures per service item in Petra (N=7715)

To determine the average expenditures per tourist per night in Petra and any related statistics here below, it is considered only the data referring to those who spent one to four nights in Petra that represent 69% of the respondents. They spent a total average of 101.6 JOD per night in Petra on different services and a total average of 75.45 JOD on daily consumable service items, as detailed in Figure 59.

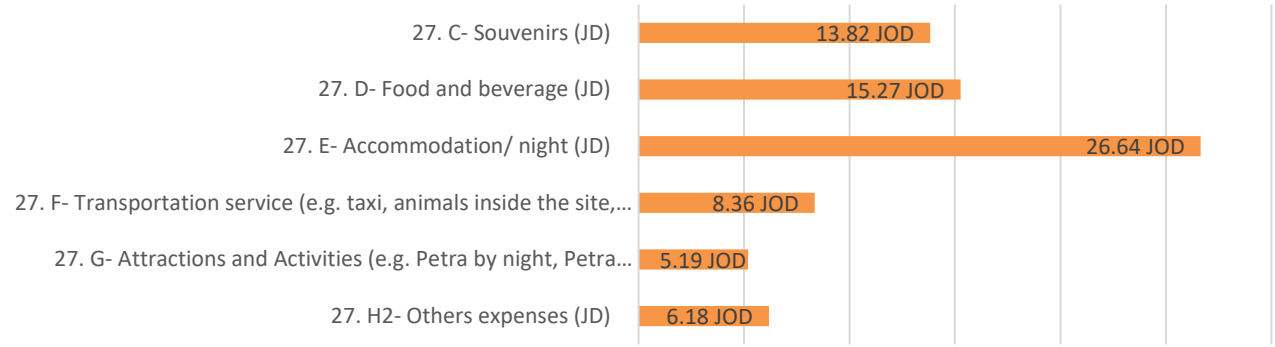


Figure 59. Average expenditures per service item per night in Petra (N=5328)

Table 3 shows the total average expenditures against the number of nights spent in Petra. Figures 60-64 below show the related expenditures per daily consumable item.

Number of nights	Percentage of respondents	Average spending
Did not sleep in Petra	**27.5%**	**131.51 JOD**
One night	**21.6%**	**148.19 JOD**
Two nights	**34.7%**	**168.37 JOD**
Three nights	**10.6%**	**204.50 JOD**
Four nights	**2%**	**275.27 JOD**

Table 3. Total average expenditures against number of nights spent in Petra

4.4.2. **Average expenditure by service items**

Table 4 shows the average expenditure per daily consumable service item per tourist per night for the sample here considered (5328 respondents who spent in Petra a minimum of 1 night and a maximum of 4 nights).

Average expenditure by service item per night in Petra (JOD)	
Q27. C- Souvenirs	13.82 JOD
Q27. D- Food and beverage	15.27 JOD
Q27. E- Accommodation/ night	26.64 JOD
Q27. F- Transportation service	8.36 JOD
Q27. G- Attractions and Activities	5.19 JOD
Q27. H2- Other expenses	6.18 JOD
Q27.I Total Expenses	**75.45 JOD**

Table 4. Average expenditures per service item – Respondents who spent 1 to 4 nights in Petra (N=5328)

Figures 60-64 shows the distribution of the total expenditures per daily consumable service based on the number of nights spent in Petra.
Figure 60 shows the average expenditures per daily consumable service of the respondents who did not spend the night in Petra.

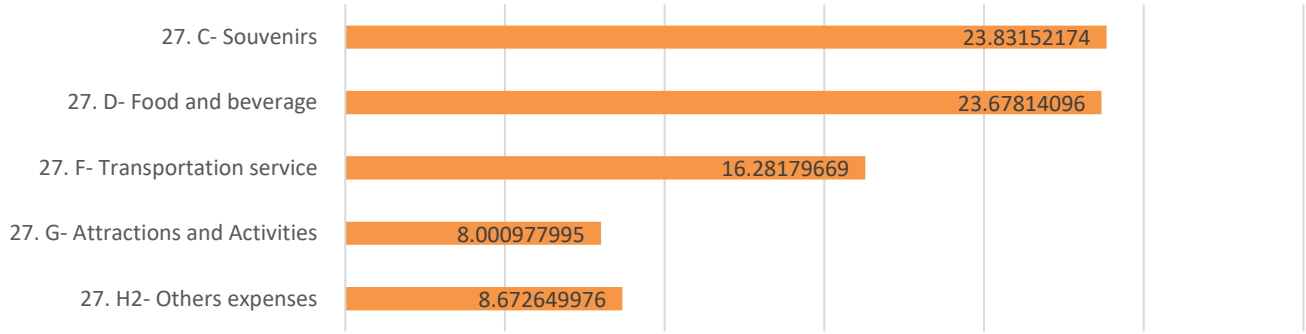


Figure 60. Average expenditure per daily consumable service item in Petra – Respondents who did not stay overnight (N=2122)

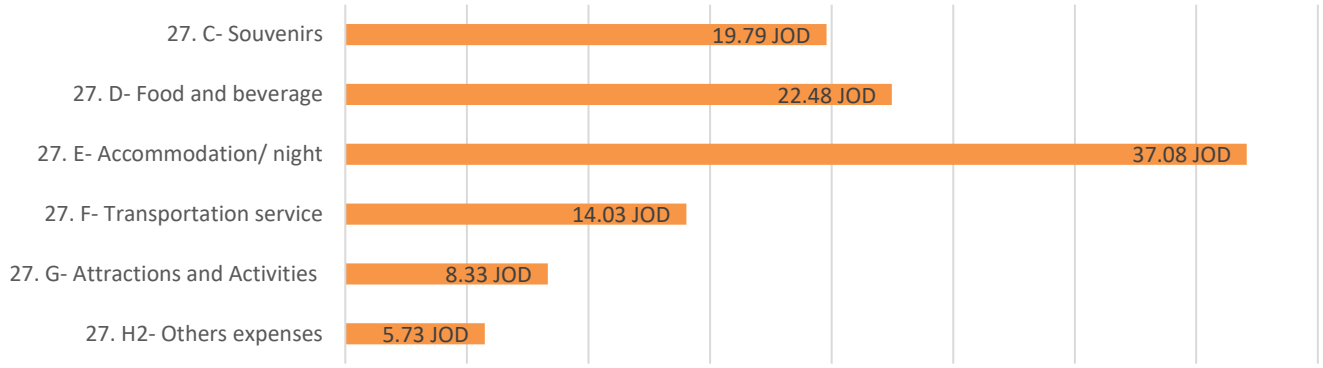


Figure 61. Average expenditures per daily consumable service item in Petra – Respondents who spent one night in Petra (N=1664)

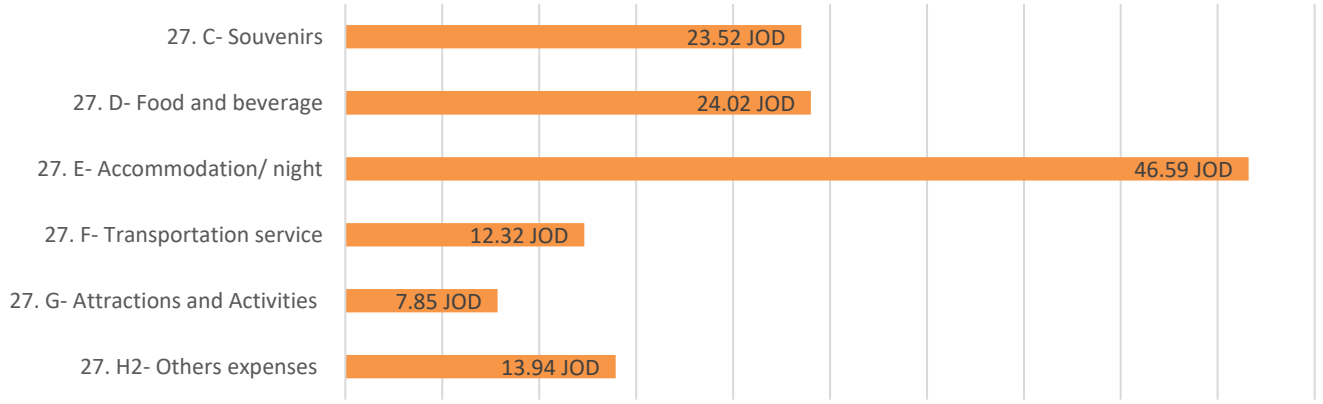


Figure 62. Average expenditures per daily consumable service item in Petra – Respondents who spent two nights in Petra (N=2677)

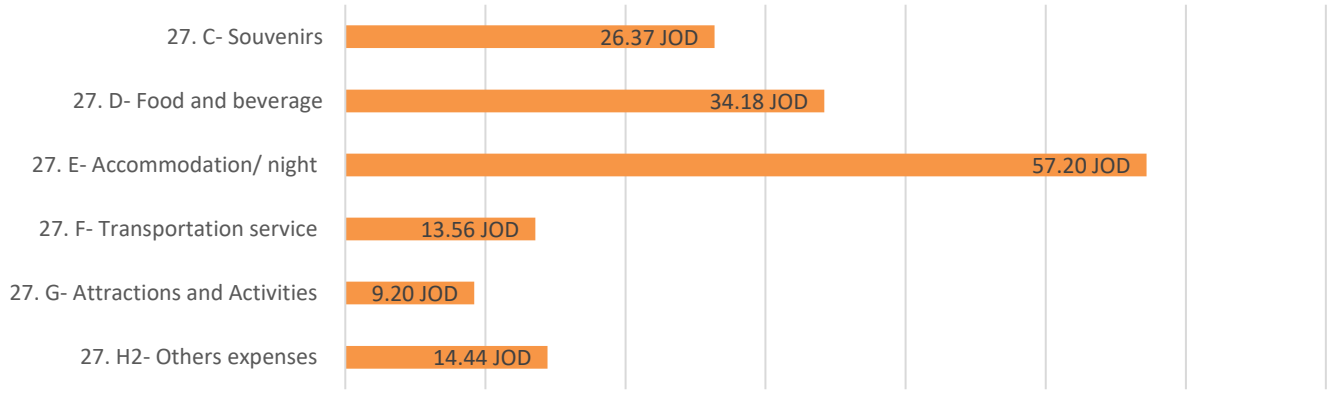


Figure 63. Average expenditures per daily consumable service item in Petra – Respondents who spent three nights in Petra (N=816)

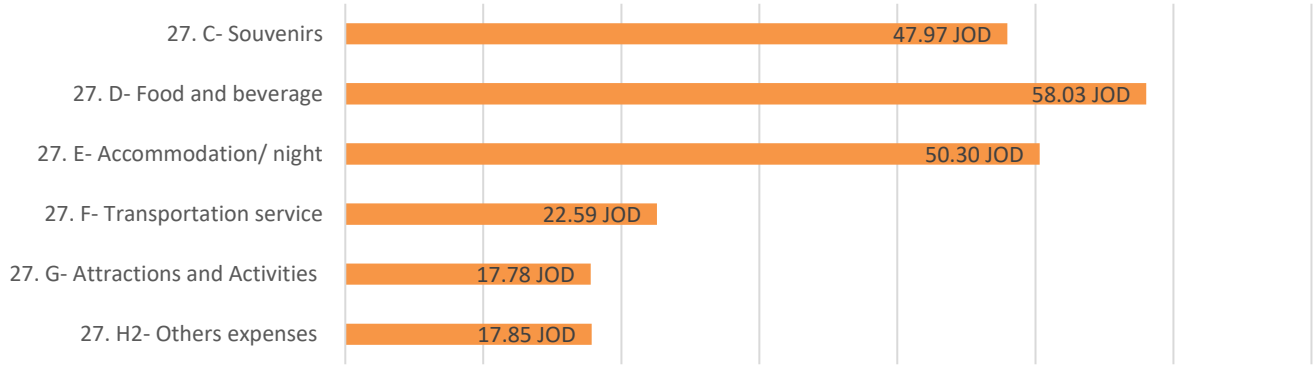


Figure 64. Average expenditures per daily consumable service item in Petra – Respondents who spent four nights in Petra (N=157)

Figure 65 shows the average expenditure per tourist of the top 35 visiting nationalities (Figure 7). It is worth noting that European nationals tend to spend less than other nationalities.

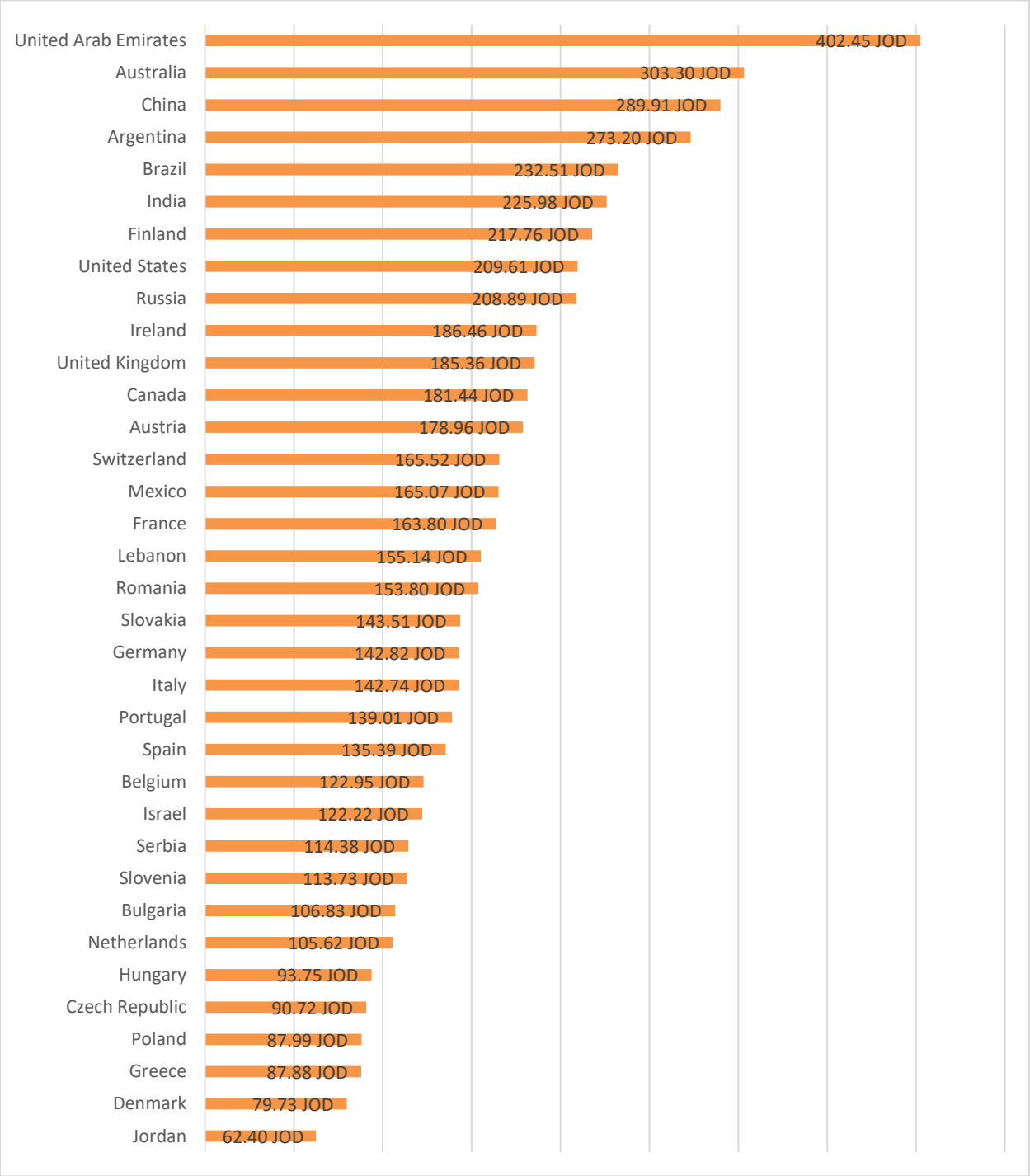


Figure 65. Top 35 visiting nationalities arranged according to average expenditure per tourist (N=6752)

4.5. Visitors' satisfaction and challenge

The level of satisfaction expressed by visitors is summarized in Figures 66 and 67.

Here below Table 5 summarizes the percentage of the respondents who did not use the services listed in Question B1 and B2 and therefore replied with "N/A".

Services inside the site	
Club car (Golf Car)	67.08%
Restaurants and coffee shops	26.79%
Souvenirs	34.04%
Signage	32.97%
Tour guides	50.47%
Petra by night	65.48%
Toilets	15.14%
Wi-Fi	45.60%
Services outside the site	
The Petra Museum visit	44.8%
Quality of accommodation services	27.5%
Food and beverage	20.8%
Quality of souvenirs	36.1%
Transportation	36.2%
Wi-Fi	36.3%

Table 5. Percentage of respondents who did not use the listed services (N=7715)

The majority of respondents did not rate the services as positive or negative and *neutral* is the most chosen rate for the services inside the site (Figure 66), with the exception of coffee shops and restaurant that were rated satisfying by over 35% of the respondents.
In terms of services outside the site, most of the respondents were satisfied.
Even if the percentage of unsatisfied respondents doesn't exceed 15%, unsatisfied respondents were very vocal about their dissatisfaction in the open answer section (see Figure 70 and Table 7).

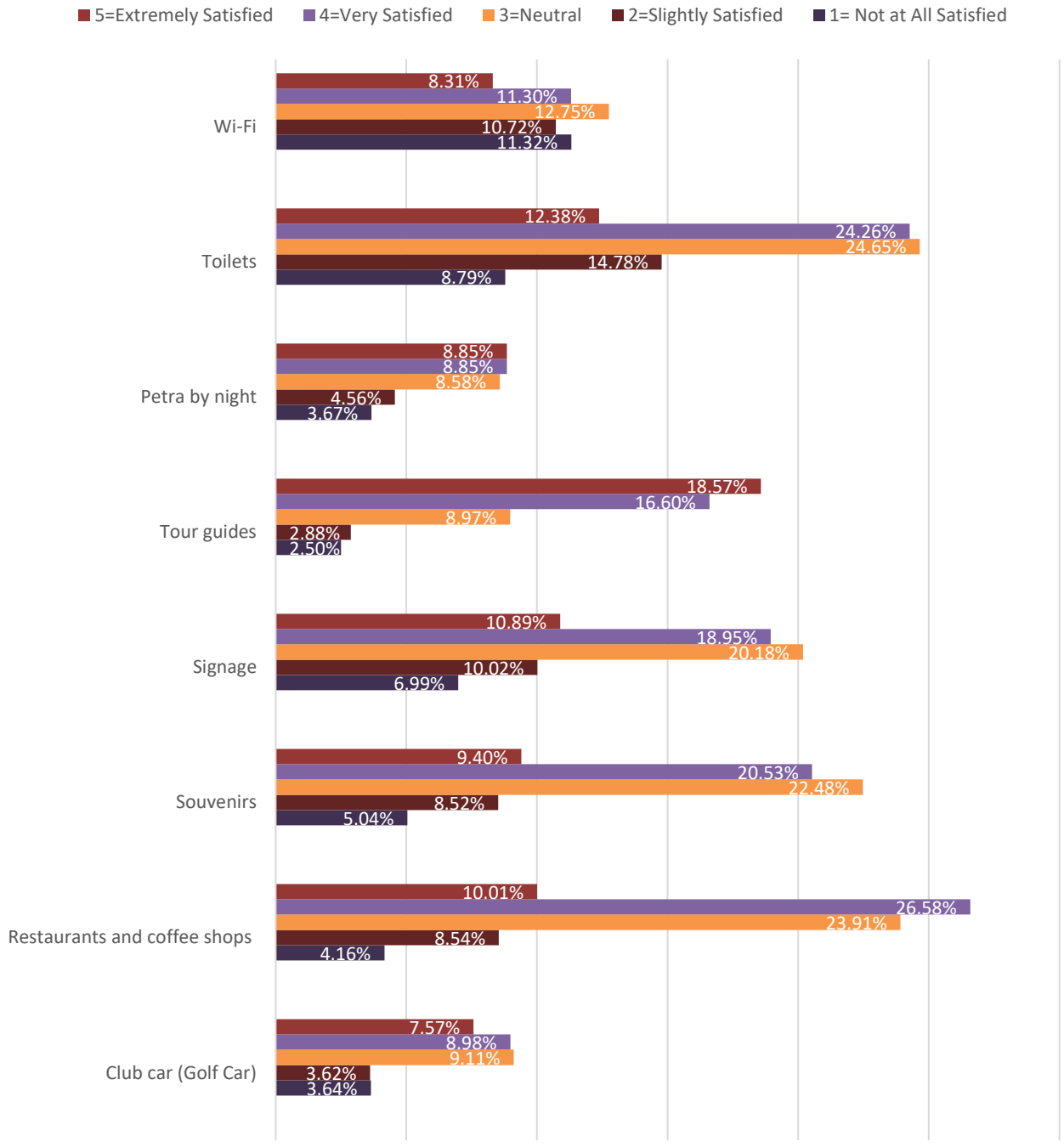


Figure 66. Tourist satisfaction (services/products inside the archaeological site) (N=7715)

QB1. Satisfaction of visit inside the site

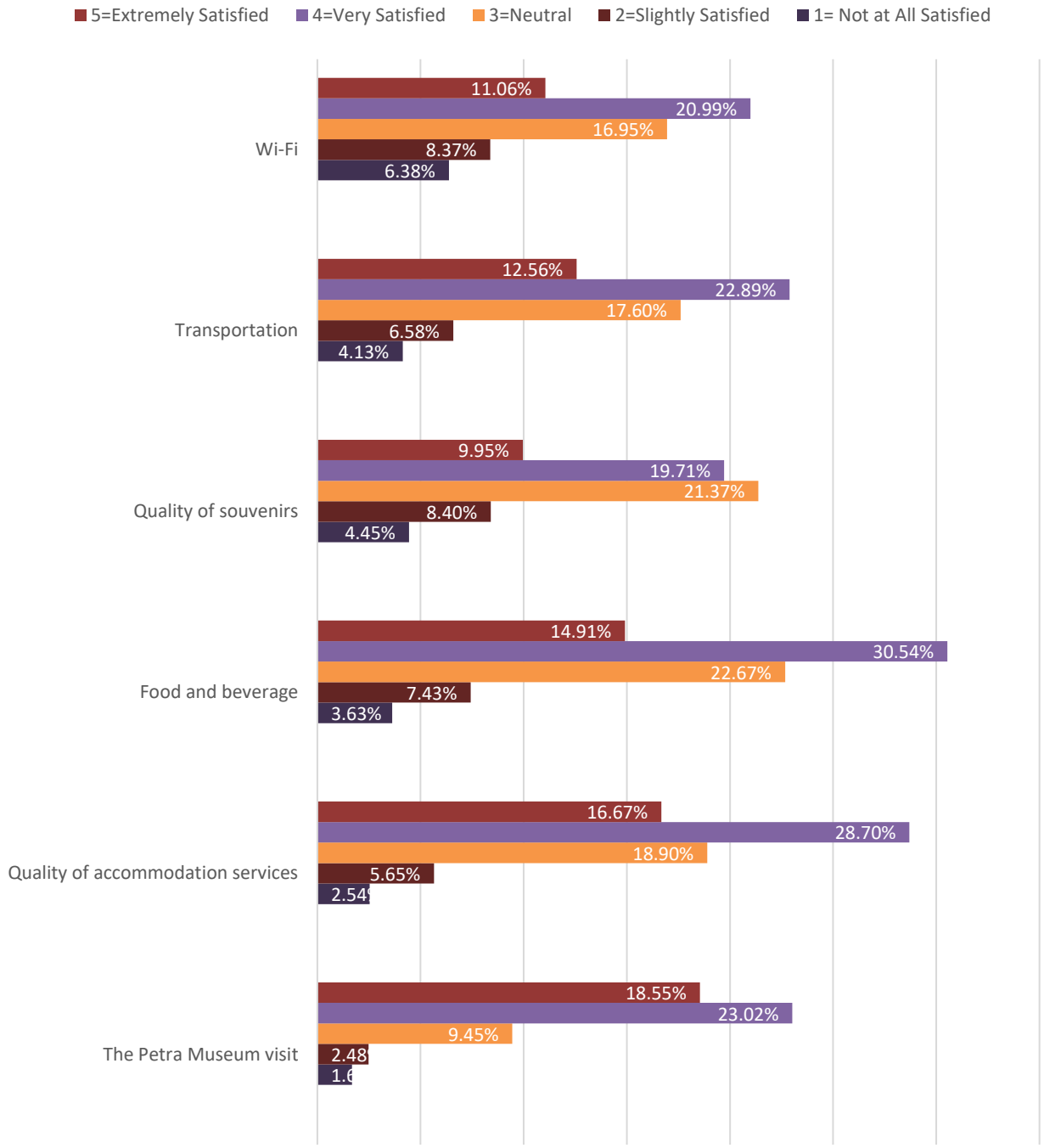


Figure 67. Tourist satisfaction (services/products inside the archaeological site) – (N=7715)

QB2. Satisfaction of the visit outside the archaeological site

Figure 68 summarize the perceptions and attitude of the visitors toward the site, which is overall positive with over 50% of the respondents willing to recommend Petra region as a destination to friends and relatives.

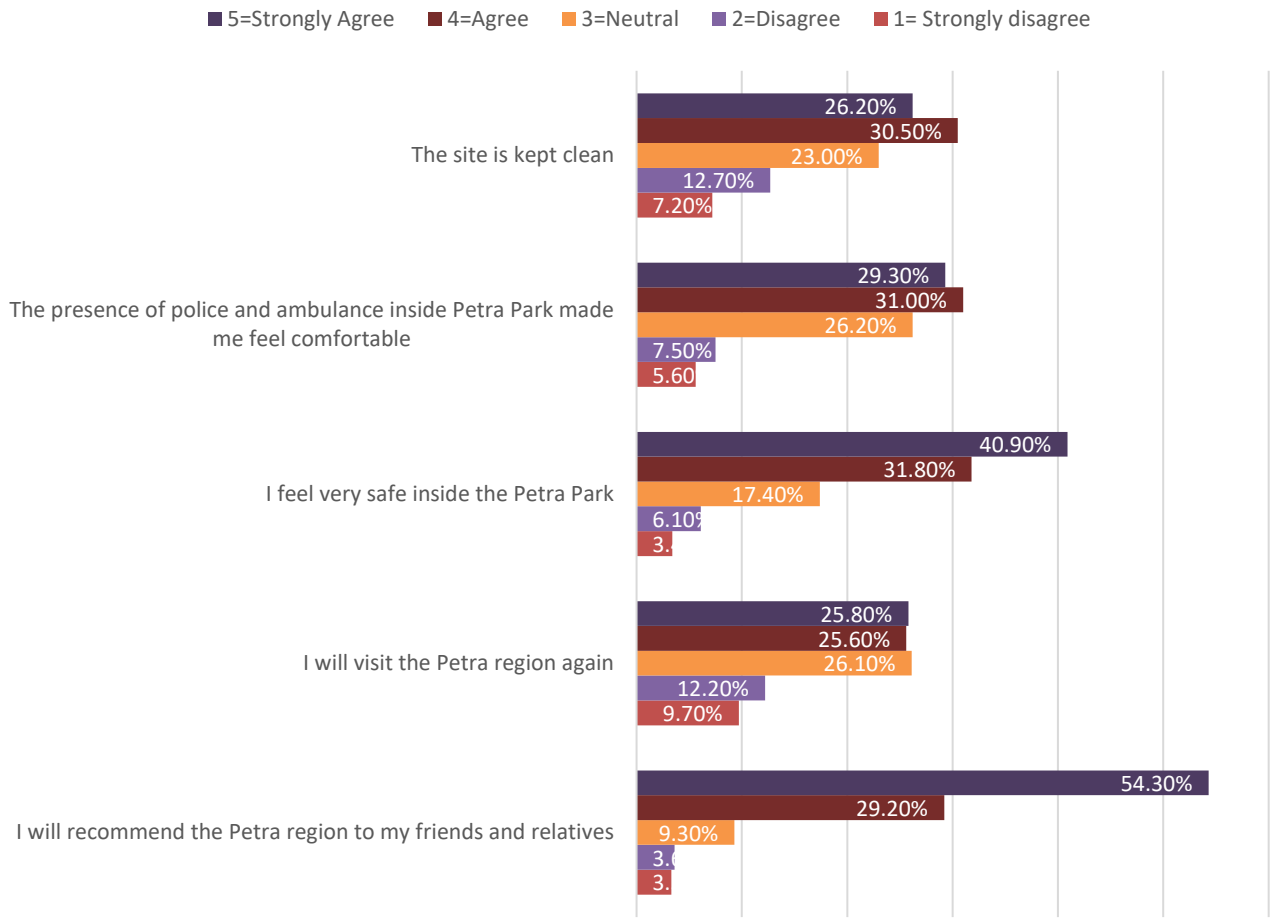


Figure 68. Perception/attitude – (N=7715)

QC1. Perceptions and attitudes of your visit to the Petra Archaeological Park (SA)

Figure 69 summarizes the result of question C2 about the challenges faced by the visitors in the park. The majority responded with *neutral* to all the questions, but by comparing positive and negative answers, we can observe that the overall attitude is positive.

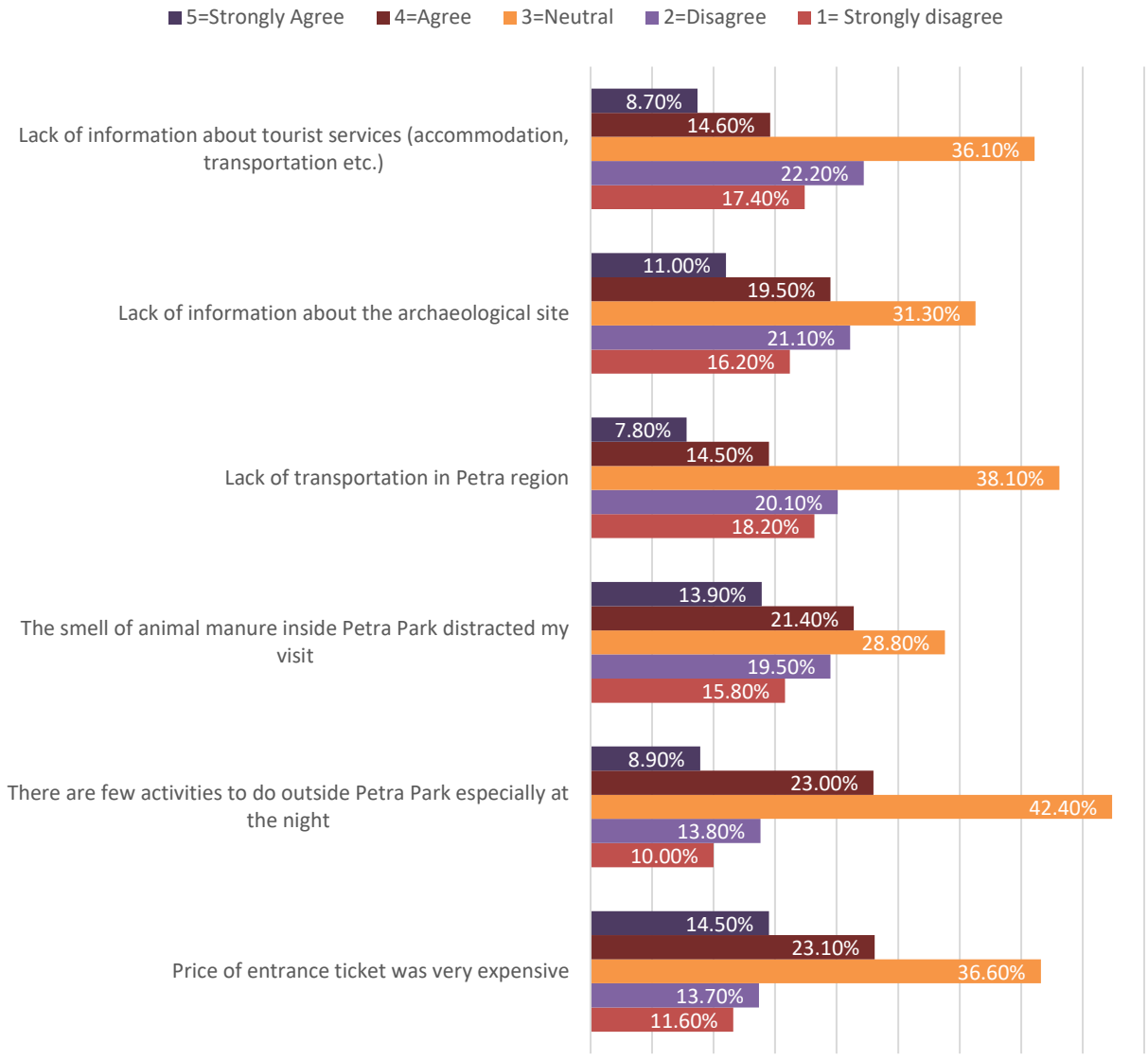


Figure 69. Challenges – (N=7715)

QC2. Perceptions and attitudes of your visit to the Petra Archaeological Park (SA)

Approximately 15% (1174 individuals) of the respondents indicated additional challenges that they faced during their visit. Of those, over 25% of the respondents complained about some sort of harassment by the locals, such as aggressive vendors, beggars, helpless police force etc. Figure 70 summarize the main challenges reported (a more detailed list at Table 6).

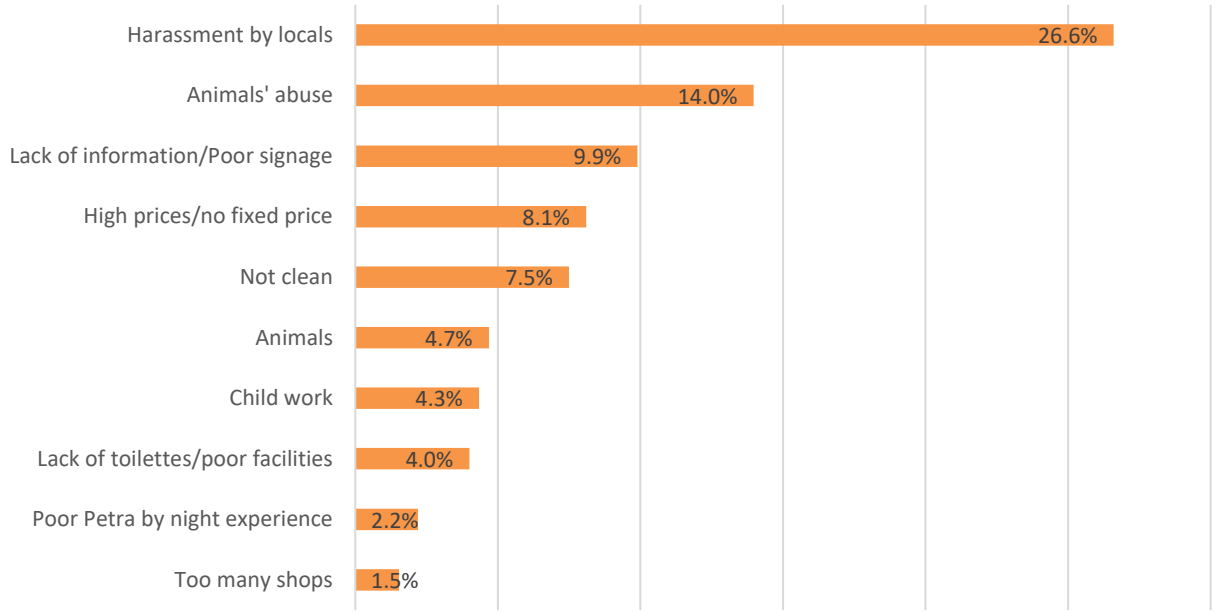


Figure 70. Challenges - open answers (N=1174)

TABLE 6	N	%
ANIMALS' ABUSE	164	14.0%
ANNOYING/AGGRESSIVE VENDORS	160	13.6%
NOT CLEAN	88	7.5%
POOR SIGNAGE	88	7.5%
HIGH PRICES	84	7.2%
AGGRESSIVE/ANNOYING BEDOUINS	75	6.4%
ANIMALS	55	4.7%
CHILD WORK	51	4.3%
BETTER TOILETTES	38	3.2%
HARASSMENT BY LOCALS	37	3.2%
LACK OF INFORMATION	25	2.1%
IMPROVE PETRA BY NIGHT	18	1.5%
TOO MANY SHOPS	18	1.5%
HEAT	17	1.4%
FLIES	16	1.4%
NO WI-FI	15	1.3%
PAYMENT FOR HORSE RIDING	14	1.2%
BEGGARS	13	1.1%
POLICE DOESN'T HELP	13	1.1%
BETTER TRAILS	11	0.9%
POOR FOOD OFFER	10	0.9%
LACK OF REST AREAS	9	0.8%
LONG WALK	9	0.8%
BETTER MAPS	8	0.7%
FAST CLUB CARTS/CARRIAGES	8	0.7%
PETRA BY NIGHT IS TOO CROWDED	8	0.7%
POOR MANAGEMENT	8	0.7%
UNLICENSED GUIDES	8	0.7%
BETTER SOUVENIRS	7	0.6%
LACK OF TOILETTES	7	0.6%
NO FIXED PRICES	6	0.5%
TAXI PRICES	5	0.4%
INCREASE ACCESSIBILITY	4	0.3%
LIMITED OFFER	4	0.3%
MORE POLICE	4	0.3%
NO PUBLIC TRANSPORTATION	4	0.3%
POOR REGIONAL TRANSPORTATION	4	0.3%
SMOCKING CONTROL	4	0.3%
TRANSPORTATION IN PETRA	4	0.3%
UNSAFE	4	0.3%
CARRIAGES	3	0.3%
LACK OF TRASH BINS	3	0.3%
NO STUDENTS' DISCOUNT	3	0.3%
NO WATER FOUNTAINS	3	0.3%
BETTER CARE OF THE SITE	2	0.2%
CLUB CARTS	2	0.2%
FAST HORSES	2	0.2%
LACK OF AUDIO GUIDES	2	0.2%
LONG QUESTIONNAIRE	2	0.2%
LOUD MUSIC	2	0.2%
NO SCAN FOR JORDAN PASS	2	0.2%
PAYMENT FOR TOILETTES	2	0.2%
POOR SERVICES	2	0.2%
ANTIQUITIES LOOTING	1	0.1%
BETTER MAPS IN THE MUSEUM	1	0.1%
LACK OF ATMS	1	0.1%
LACK OF CARE	1	0.1%
LACK OF ONLINE TICKETS	1	0.1%
LACK OF ROAD SIGNAGE	1	0.1%
LACK OF SECURITY	1	0.1%
MEDICAL ASSISTANCE	1	0.1%
NO DRINKING FOUNTAINS	1	0.1%
NO LIGHTING	1	0.1%
NO PARKING LOT	1	0.1%
POOR ENGLISH	1	0.1%
POOR FRENCH	1	0.1%
POOR GUIDING SERVICE	1	0.1%
PROTECT NATURE	1	0.1%
TAXI	1	0.1%
TOO MUCH DUSTY	1	0.1%
TOO MUCH TRAFFIC	1	0.1%
UNLICENSED ANIMALS' KEEPERS	1	0.1%

4.6. Ideas of new product and experiences in Petra region

One of the recurrent responses at the questions about the visitors' satisfaction and challenges is the limitation of the touristic offer and the low value for money of some of the tourist products, such as Petra by night. Respondents would like a richer offer in terms of tourist products. Experiences related to adventure and culture are the top rated, confirming the trend observed in Figure 9.

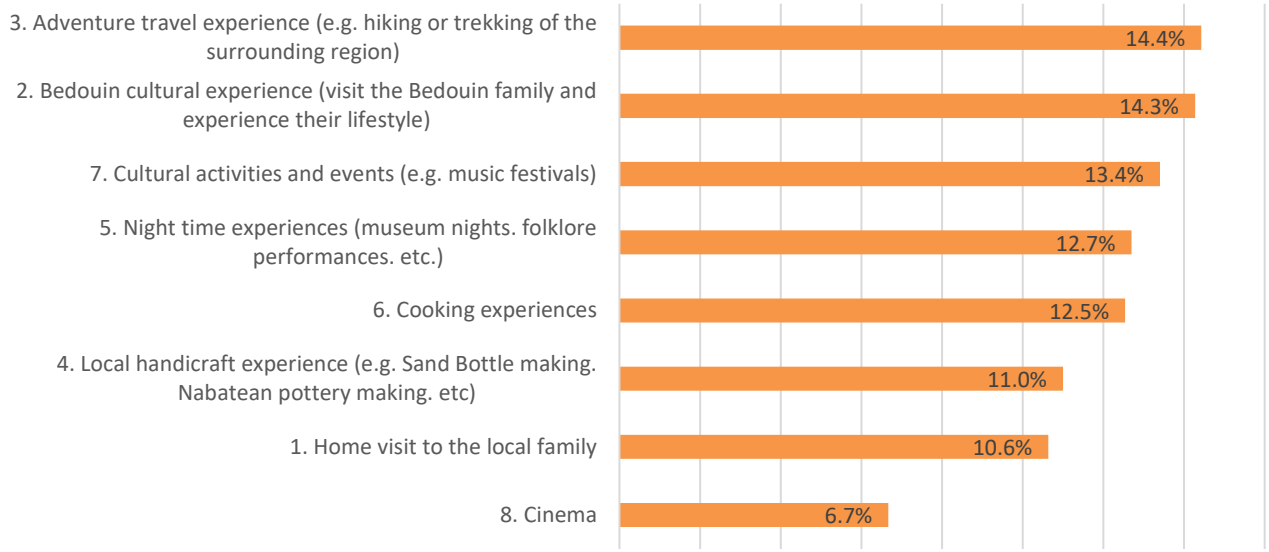


Figure 71. Ideas for new products/experiences in Petra (N=7715)

5. Conclusion and Recommendation

5.1. Conclusion

Even if the sample was randomly selected, the ratio male/female is approximately 50:50.

Almost 60% of the respondents (57.8%) are between 18 and 40 years of age travelling in search of cultural enrichment and adventure (Figure 11). Approximately 30% (29.5%) of the respondents are between 41 and 60 years of age and the main purpose of their visit is relax/entertainment beside cultural motivation. Therefore, these are the major target groups to consider when designing and planning new tourist products and activities.
The main reasons bringing visitors to Petra is, in fact, its cultural value, but also the search for adventure, entertainment and natural beauty.
Most visitors tend to reach Jordan by plane (>75%) and to travel with an organized group (>40%).

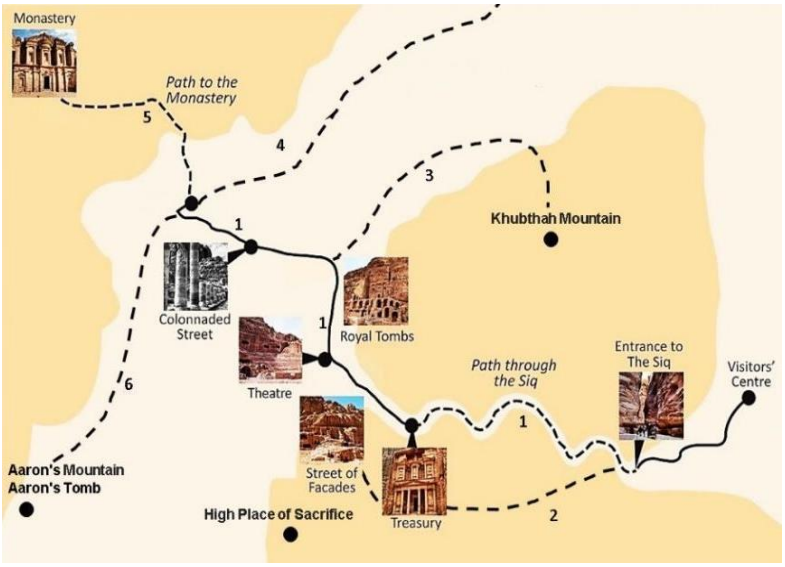
Petra's tourist market is very diverse in terms of nationalities. Americans, French and British are the top visiting nationalities representing over 30% (30.8%) of all the respondents. Nevertheless, several nationalities represent markets with high potentials, such as UAE, Australian, Chinese, Argentinian, Brazilian, and Indian nationals that are the top spenders (Figure 65), but, combined, represent less than 10% of the respondents (Figure 7).

Almost 40% (38.5%) of the respondents have an annual household income lower than $50,000, of which almost 17% (16.6%) have an annual income lower than $30,000. Nevertheless, cross tabulations show that household income doesn't have major impact on trends.
It is worth noting that approximately 7% of the respondents listed high prices as one of the challenges faced in Petra and that the main source of dissatisfaction are the services inside the site. Tourist products should be diversified in terms of offer and prices in order to better meet market needs.

Almost 70% (69%) of the respondents spent between 1 and 4 nights in Petra with an average of 1.89 nights and each tourist spent an average of 101.6 JOD per night, of which only 5.19 JOD are paid for attractions and activities and 6.18 JOD for other expenses.

The diversification of the tourist products might also help to increase the average. Approximately 32% (31.9%) of the respondents indicated that there is a lack of activities outside the archaeological site, especially at night. In designing activities, those that could be experienced by groups should be prioritized since 77% of the respondents travelled in groups, whether with a spouse/partner, friends, relatives/family, organized or unorganized groups. And only 10% of the respondents travel solo.
On this matter, it is worth considering that, while younger respondents tend to travel with friends, the percentage of respondents that prefer organized group increase with the age range from 10% (9.47%) of the respondents in their 20s choosing an organized group up to 30% (29.97%) of the respondents above 70 years of age that chose an organized group.

For example, over 50% (54.30%) of the respondents visited the Petra Museum. The percentage of respondents visiting the museum increases with the age range from almost 50% (48.8%) of the respondents in their 20s to almost 70% (67.3%) of the respondents in their 70s visiting the museum. Age-targeted programs at the museum and events may increase the number of younger visitors. Approximately 40% (38.73%) of the museum's visitors visited the museum between noon and afternoon, which is consistent with the preferred trails on site (no. 1,2 and 5) that can take about 3 to 6 hours walking. Almost 65% (64.6%) walked trails 1,2 and 5 in different combinations (Figure 37).



Online promotion should be increased and the possibilities for online reservations should be improved since over 40% (42.1%) of the respondents booked their trip to Petra through a website.

Over 50% (50.3%) of the respondents visited other sites/areas outside the park. Offering excursion packages to nearby sites (like Shobak castle, Hudruh Roman camp etc..) purchasable online or at hotels might increase the duration of the stay in the region.

It is important that the overall perception of and attitude toward the site is positive, even if there is space for improvement, especially in terms of offer variety, signage, and facilities on site.
Over 50% of the respondents willing to recommend Petra region as a destination to friends and relatives.

Even if the percentage of unsatisfied respondents doesn't exceed 15%, those unsatisfied respondents were very vocal about their dissatisfaction in the open answer section (see Figure 70 and Table 7). Several recurrent complaints are related to the host community, especially vendors and service providers inside the site.

5.2. Recommendation

Recommendation for future studies:
Conduct follow up surveys to closely monitor the change in the market and adjust tourist offer.
Interview stakeholders, host communities and workers of the tourism sector.

Recommendations to the administration in Petra:
Designing integrated tourism programs tailored to the needs and demands of the tourist market.
Extending the visitor's stay by proposing a variety of activities and events, especially at night, and providing local tours outside the park at encouraging prices.
Involve host communities in designing the tourist offer and in the decision-making process in order to provide a more authentic cultural experience and to assure long-term sustainability through an active community engagement.
Design and implement training program for tourism workers (private and public) to improve their communication skills and the quality and standard of the services, especially inside the park.
Design promotional strategies to help overcome seasonality by targeting different markets at different periods of the years based on tourists' interests and motivations.

5.3. Research Limitation

Several respondents did not complete the questionnaire due to its length.
Language was a major limitation. Questionnaires were in Arabic and English.

Temporal determinants:
The study covered the period from April to July 2022

Spatial determinants:
The study included the area around the Petra Visitor Center, some hotels, camps and tourist restaurants.
Variable weather conditions such as: extreme heat, dust, wind, etc.

ANNEX E: 招聘旅程

Itinerary (Tentative)				Stay
Mar. 9	Thu	Jordan (QAIA) ～ Doha		In flight
Mar.10	Fri	Doha ～ Tokyo (Narita International Airport)		Tokyo
Mar.11	Sat	AM	Refreshment	Tokyo
		Lunch	*Tokyo*	
		Inspection	《Pending - Tokyo》 ・TBD ・TBD	
		Courtesy call	Embassy of the Hashemite Kingdom of Jordan - Tokyo	
		Dinner	*Tokyo*	
Mar.12	Sun	Inspection	《Pending - Out of Tokyo》 ・TBD ・TBD ・TBD	Tokyo
		Lunch	*Inspection area*	
		Dinner	*Tokyo*	
Mar.13	Mon	Courtesy call	JICA	Tokyo
		Lunch	*Tokyo*	
		Courtesy call	*JATA* Out bound travel agents	
		Discussion		
		Inspection	《Pending - Tokyo》 ・TBD ・TBD	
		Dinner	*Tokyo*	
Mar.14	Tue	Tokyo ～ Kyoto by Bullet train Kyoto ～ Nara by car		Nara
		Lunch	*Nara*	

		Inspection Experience Inspection *Dinner*	Nara Ikaruga Tourism WAIKARU Tuk Tuk Horyuji Information Center Horyuji Temple *Nara*	
Mar.15	Wed	Inspection Experience *Lunch* *Dinner*	《Full day Asuka area》 ・Tourism Office in Asuka ・Heijokyo Ruins AR ・Ishibutai-Kofun Tumulus ・Aguricultural Experience ・Michi-no-Eki ASUKA *Asuka area* *Nara*	Nara
Mar.16	Thu	Inspection *Lunch* Discussion Inspection Experience *Dinner*	Todaiji Temple, Nara Park or Nara National Institute of Cultural Properties(WebGIS) *Kyoto* Ocha-no-Kyoto DMO Tea plantation area Matcha or Hojicha making at Fukujuen Uji workshop *Kyoto*	Kyoto
Mar.17	Fri	 Discussion Experience Inspection *Lunch* *Dinner*	《One day trip to Miyama》 ・MiyamaTourism Office (南丹市美山観光まちづくり協会) ・Thatched Village Guide Walk ・Miyama Ethnographic museum *Miyama* *Kyoto*	Kyoto
Mar.18	Sat	Inspection Discussion *Lunch*	Philosopher's Path, etc. Yoshida Sanso *Yoshida Sanso*	Kyoto

		Inspection *Dinner*	Arashiyama Area or City central: Kiyomizu Temple, Gion area, etc. *Kyoto*	
Mar.19	Sun	*Early Lunch*	Kyoto inspection or packing for return to Jordan *Kyoto*	In flight
		(13:00) Kyoto ～ Itami (Osaka) by Car (15:30) Itami (Osaka) ～ (16:45) Haneda (Tokyo) by QR6094 (JAL) ＊Haneda ～ Narita by Car (21:55) Narita ～ Doha (5:00＋1)		
Mar.20	Mon	(06:15) Doha ～ (9:30) QAIA		