



## Sustainability is Cool in Arctic Tourism, Sapporo, 28.6.2018

Työ- ja elinkeinoministeriö järjesti osana Arktinen talousdialogi -projektia *Sustainability is Cool in Arctic Tourism* -seminaarin Japanin Sapporossa Hokkaidon yliopiston tiloissa 28.6.2018. Tilaisuus järjestettiin Arktisen talousneuvoston kokouksen sivutapahtumana yhteistyössä Hokkaidon yliopiston, Hokkaidon hallinnon, Hokkaidon talouskehityskomitean, Team Finlandin, Business Finlandin, Visit Finlandin ja Suomen Tokion suurlähetystön kanssa. Tavoitteena oli tuoda esille arktisen matkailun tulevaisuudennäkymiä japanilaisten ja suomalaisten matkailutoimijoiden näkökulmasta ja keskustella arktisen matkailumarkkinan kehittymisestä. Keskustelua kestävästä matkailun mahdollisuuksista ja haasteista Suomessa ja Japanissa käytiin mm. arktisten olosuhteiden, alkuperäiskansojen kanssa tehtävän yhteistyön, alueen saavutettavuuden ja matkailun kausiluonteisuuden näkökulmista.

Tilaisuuteen osallistui yhteensä 80 arktisen alueen ja arktisen matkailun kehityksestä kiinnostunutta henkilöä. Osallistujat edustivat Hokkaidolla toimivia matkailuyrityksiä, Hokkaidon yliopiston matkailututkimuksen oppiainetta ja Hokkaidon yliopiston arktista tutkimuskeskusta sekä alueen elinkeinojen kehittämistä vastaavia julkisen hallinnon toimijoita, kuten Hokkaidon talouskehityskomiteaa ja Hokkaidon aluehallintoa. Lisäksi osallistujien joukossa oli Arktisen talousneuvoston toimijoita ja Suomen Tokion suurlähetystön ja Business Finlandin työntekijöitä. Suomesta tilaisuuteen osallistuivat myös puheenvuoron pitäneet johtaja Mikko Turtiainen Finnairilta ja projektipäällikkö Rauno Posio Visit Arctic Europe –hankkeesta. Tilaisuuden tarkempi osallistujalista ja ohjelma ovat liitteenä.

### Seminaarissa keskusteltua

Tilaisuuden puheenvuoroissa ja keskusteluissa nousi esiin Suomelle ja Japanille yhteisesti tärkeitä teemoja arktisen matkailun kestävyys edistämiseksi ja arktisen alueen liiketoimintamahdollisuuksien kehittämiseksi. Keskustelua käytiin myös erilaisista matkailun kestävyys liittyvistä sertifikaateista.

**Sertifikaatit keinona vahvistaa arktisen matkailun kestävyttä.** Tilaisuudessa läsnä olleiden japanilaisten mukaan kestävyttä ei ole Japanin matkailuelinkeinossa määritelty yhtä tarkasti kuin Suomessa. Kestävyys ymmärtäminen taloudellisena, kulttuurisena ja sosiaalisena kestävyys ympäristöllisen kestävyys rinnalla oli keskustelua avaavaa. Japanilaisten matkailuyrittäjien puheenvuoroissa tuli esille kestävyys eri ulottuvuuksia, mutta toiminnan kestävyys viestintää tämän päivän valvutuneille matkailijoille ei oltu tois- taiseksi toteutettu systemaattisesti. Suomessa matkailumarkkinoinnissa hyödynnetään entistä vahvemmin useita kestävyys liittyviä mittareita. Noin 800 suomalaisella matkailuyrityksellä on tällä hetkellä käytös- sään jokin kansallinen tai kansainvälinen kestävyttä seuraava sertifikaatti ja yritysten määrää on tarkoitus lisätä lähivuosien aikana. Suomessa on selvityksen alla myös oma Sustainable Finland –sateenvarjomerkki (kyseessä ei ole uusi sertifiointi) matkakohteille. Jos yritykset toimivat pitkäjänteisesti, ne toimivat yleensä myös kestävästi, sillä muutoin menestys ei välttämättä ole mahdollista kymmenen vuoden päästä. Suomeen matkailijoita tuovat ulkomaiset matkanjärjestäjät myös edellyttävät usein kestävyyssertifikaatteja. Vastaa- vanlaisia kokemuksia ei jaettu Japanissa. Tilaisuudessa nousi esiin, että japanilaiset ovat innokkaita oppimaan lisää ja käymään dialogia aiheesta. Japan Travel Bureaun paikalla ollut edustaja kertoi, että Japanin hallituk- sella on kestävyysstrategia vuoteen 2030 ja se ohjeistaa kaikkien elinkeinojen yrityksiä kohti kestävää toimin- tatapaa. Isot yritykset, joille toimenpiteet olisivat mahdollisia ilman suuria riskejä, eivät ole kuitenkaan va- paaehtoisesti halunneet seurata kestävyttä edistäviä toimintatapoja, eikä konkreettisia toimenpiteitä kes- tävyysstrategian toteuttamiseksi ei ole toteutettu.

**Matkailun kausiluonteisuus.** Matkailun kausiluonteisuuden tasaaminen ympärivuotiseksi matkailukysynnäksi edellyttää lisäpanostuksia sekä Hokkaidolla että Suomessa. Hokkaidolla kesämatkailu on kotimaisen kysynnän ja talvimatkailu ulkomaisen kysynnän varassa. Suomessa ulkomaisten yöpymisten osalta on erotettavissa kaksi erillistä jaksoa heinä-elokuussa ja joulumaaliskuussa. Loppukevät ja alkusyksy sen sijaan ovat hiljaisempia. Kotimaanmatkailussa kesäkuukaudet puolestaan dominoivat selkeästi yöpymistilastoja. Hokkaidolle aasialaisittain viileämpi ilmasto on markkinointivaltti, onhan yli 90 prosenttia ulkomaan matkailijoista Aasiasta. Samoin Suomen kesä on vetovoimainen Aasian ja erityisesti arabimaiden matkailijoiden keskuudessa, mikä luo mahdollisuuksia kesämatkailun kehittämiseen. Sekä Hokkaido että Suomi voisivat hyötyä arktiseen ja viileään kesään liittyvien positiivisten assosiaatioiden tehostamisesta; arktisuus ei tarkoita pelkästään jätää ja lunta. Sesonkivaihteluiden tasaaminen on tärkeä elementti matkailun kestävyuden edistämässä.

**Matkailu ja alkuperäiskansojen kulttuuri ja arvot.** Arktisen alueen alkuperäisväestön ja alueen asukkaiden elinvoimainen arkiympäristö on oleellista matkailuteollisuuden kilpailukyvyllä sekä Lapissa että Hokkaidolla. Hokkaidolla alkuperäisväestö Ainu-kansa on linkittynyt matkailuun 1900-luvun alusta lähtien. Ainujen esittäminen matkailutuotteena perustuen yhteisön erilaisuuteen valtaväestöön nähden, sai osakseen raivoisaa kritiikkiä ja 1970-luvulla alkanut järjestäytyminen alkuperäiskansojen oikeuksien puolesta on johtanut Ainukansan oikeuksien paranemiseen. Keskustelussa on paljon yhtymäkohtia eettisen saamelaismatkailun kehittämiseksi käytyyn keskusteluun erityisesti Suomen Lapissa, mutta myös muualla saamelaisien kotiseutualueella Pohjois-Norjassa, Pohjois-Ruotsissa ja Kuolan niemimaalla Venäjällä. Alkuperäiskansojen osallistaminen arktisella ja omalla kotiseudullaan tapahtuvan matkailun kehittämiseen on keskeistä matkailun kestävyuden toteutumisessa. Keskusteluissa pohdittavaksi nousi myös kysymys, miten paljon alkuperäiskansoja voi pyytää osallistumaan matkailuteollisuuden toimintoihin. Suomessa on jo käynnissä saamelaismatkailun eettisen ohjeistuksen laadinta. Ohjeistuksen tavoitteena on opastaa saamelaisia matkailutoimijoita ja saamelaisyhteisön ulkopuolisia matkailutoimijoita siitä, miten saamelaiskulttuuria kaikessa monimuotoisuudessaan voi matkailullisesti tuotteistaa, esittää ja markkinoida.

**Liikamatkailu (over tourism) on yksi suurimmista haasteista kestäväälle turismille.** Matkailuteollisuus on viime vuosina kasvanut nopeasti globaalisti, ja tulee lähitulevaisuudessa vain kasvamaan, mistä kertovat osataan esimerkiksi Lapin matkailun kasvuennusteet. Lapin markkinointi- ja viestintätalo House of Laplandin arvion mukaan Lapin matkailukysynnän arvioidaan kasvavan yli puolella vuoteen 2026 mennessä: vuonna 2016 rekisteröityjä yöpymisiä oli 4,4 miljoonaa ja vuodelle 2026 niiden arvioidaan olevat jopa 10 miljoonaa. Tällöin Lapissa olisi ulkomaisia yöpymisiä 6,5 miljoonaa, lähes saman verran mitä tällä hetkellä koko Suomessa ja Hokkaidolla. Myös Hokkaidon matkailuluvut ovat kiivaassa nousussa. Liikamatkailu on yksi isoimmista haasteista matkailun kestävyydelle ja sitä on helpompi välttää kuin toipua siitä. Matkailuvirtojen tasaisempi jakautuminen eri vuodenajoille on yksi keino lisätä kantokykyä. Suomi ei ole perinteisesti ollut massamatkailukohde, vaan enemmänkin niche-kohde, mikä on toistaiseksi suojannut Suomea liikamatkailun negatiivisilta vaikutuksilta. Paikallisesti kantokyvyn ylittymisestä alkaa kuitenkin olla merkkejä ympäristöllisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti; paikalliset asukkaat eivät ole enää tyytyväisiä kaikkiin matkailun mukanaan tuomiin ilmiöihin. Hokkaidolla liikamatkailu ei ole vielä keskeinen keskustelunaihe.

**Saavutettavuuden ei tulisi uhata kestävyttä.** Kansainväliset suorat lentoyhteydet Eurooppaan nähdään Hokkaidolla tärkeäksi ja suorien yhteyksien eteen on tehty paljon töitä. Myös Suomen saavutettavuus ulkomailta on paljolti lentoliikenteen varassa. Japanilaiset pysähtyvät usein Suomessa osana Euroopan matkaansa. Finnair on liikennöinyt Suomen ja Japanin välillä 35 vuotta. Aluksi lentoja oli yksi viikossa, mutta kasvu on ollut tasaista ja tällä hetkellä lentoja on 38 viikossa yhdessä kumppaniyhtiöiden kanssa. Finnairin mahdol-

linen Sapporo-Helsinki -yhteys kiinnostaa Hokkaidolla kovasti. Suomen ja Japanin, Hokkaidon saavutettavuuden lisäksi myös alueen sisäinen saavutettavuus on keskeistä matkailun kehittämisessä. Saavutettavuuden kehittäminen aiempaa kestävämmällä tavalla niin lentoyhteyksien, kun sisäisen liikenteen kohdalla on tärkeää. Esimerkiksi Finnairin kestävä kehityksen strategia huomioi yrityksen liiketoiminnassa kaikki kestävyysulottuvuudet ja pyrkii kehittämään toimintaansa ajatuksella ”kestävyys on osa yrityksen DNA:ta”.

### **Yhteenveto ja jatkotoimenpiteet**

Matkailijoiden ja maailman mielenkiinto arktista aluetta kohtaan on voimakasta ja Suomi ja Japani, Hokkaido saavat osansa tästä mielenkiinnosta. Seminaari osoitti useita Suomea ja Japania yhdistäviä mielenkiinnon kohteita kestävä matkailun kehittämisessä arktisella alueella. Tilaisuuden keskusteluiden pohjalta Arktinen talousdialogi -hankkeessa jatketaan keskustelua Suomen ja Japanin näkemyksistä arktisen alueen tulevaisuudesta erityisesti matkailuun ja kestävä matkailuun liittyen. Yhteistyömahdollisuuksia on erityisesti alkuperäiskansojen kulttuuriperinnön huomioivan matkailuteollisuuden kehittämisessä ja matkailun kestävyttä edistävien kestävyysertifikaattien kehittämisessä. Sertifikaattien avulla elinkeinon kestävyttä voidaan seurata, ennakoida ja kehittää kaikilla kestävyden aloilla. Sertifikaattien soveltuvuus arktiselle alueelle ja erityisesti arktista aluetta koskevan ilmastonmuutoksen hidastamiseen ja sopeutumiseen liittyen tarjoaa yhteistyön mahdollisuuksia ja osaamisen vientiä. Myös arktisen matkailun tutkimuksessa on selkeitä yhdistäviä tekijöitä.

Kestävä matkailu on strateginen mahdollisuus lisätä arktisen alueen asukkaiden hyvinvointia, ylläpitää arktista luonnon ja kulttuuriympäristöä sekä kehittää liiketoimintamahdollisuuksia alueella. Kestävyys on hyvää liiketoimintaa ja olennaista arktisen alueen matkailuteollisuudelle, kestävyys on oikeutus arktisen matkailuteollisuuden olemassaololle.