

# 循環型社会における旅行業の戦略的な環境経営 ～旅行会社の環境問題への貢献～

## Strategic Sustainable Management of Travel Industry in a Recycling Society

九里 徳泰\*  
KUNORI Noriyasu

小林 裕和\*\*  
KOBAYASHI Hirokazu

観光が世界的に大規模となるにつれ環境負荷への認識が高まり、「持続可能な観光」が提唱され、例えば環境に配慮したエコツーリズムなど世界各地でその実践がなされてきた。しかし市場規模からみれば、マスツーリズムのエココンシャスな部分を達成することは、より環境負荷低減のパフォーマンスの評価をあげることができる。さらには企業の環境活動を LCV(Life Cycle Value)を用いて市場経済化することにより、循環型社会の実現に貢献でき、それは産業自体のパラダイム変革を迫ることになる。21 世紀の旅行業界のあり方を考える場合、これまで見過ごされがちであった環境経営（サステイナブル・マネジメント）の実践が大きな役割を果たすことを明らかにした。

キーワード：環境経営、企業の社会的責任、サステイナブル・マネジメント

### 1. はじめに

#### (1) 企業の社会的責任と旅行業

世界的に「企業の社会的責任」(CSR)への関心が高まりつつある中で、日本において、経営課題としての環境経営は、法規制への対応というコストから、経営計画の中で競争戦略型へと移行しつつある。

一方で、観光産業全体における CSR は、世界的には欧州を主導に発展している。世界観光産業機関(WTTC)は2002年11月に「観光産業における企業の社会的なリーダーシップ」(CSL)と題するレポートをロンドンで発表し、将来的には市場からの需要により CSR が競争優位性を高める、ということを明記した。また、旅行業界を見ても、英国旅行業協会(ABTA)も同じく2002年11月に「ツアーオペレーターの業績向上をするために～企業の社会的責任とその報告」というレポートを提出しており、それ以来、ツアーオペレーターへの啓蒙と支援を中心にさまざまな CSR の推進活動を行っている。

しかし日本においては広く観光産業を見れば、運輸業などの環境経営の取り組みはあるものの、旅行業では業界全体での取り組みはほとんどされていない。

#### (2) 循環型社会と旅行業界

2000年6月に「循環型社会形成推進基本法」(循環型社会基本法)が交付された。これは「大量生産、大量消費、大量廃棄型の社会のあり方や国民のライフスタイルを見直し、社会における物質循環を確保することにより、天然資源の消費が抑制され、環境への負荷の低減が図られた「循環型社会」を形成する<sup>1)</sup>」ことを目的としている。以降、各種リサイクル法の施行などにより、循環型社会の実現に向けた具体的な企業活動が活発化している。

では旅行業界はどうであろうか。

旅行業界ではパッケージ商品を「製造」し販売することで大量生産、大量販売を実現し、産業の発展につながってきた。その結果、社会や環境への影響、特にマスツーリズムによる環境への影響については、これまで世界レベルで指摘されてきた。

しかし、旅行業あるいは旅行会社の責任までは明確にされてこなかった。

本研究では、旅行業界が商品を造り販売する立場としてとるべき社会的責任を明確にし、その上で実際に環境負荷低減のための具体的な解決策を提示する。そ

して旅行業における環境・社会貢献のできる経営のあり方を提示する。

## 2. 旅行業の商品による環境への影響

### (1) 旅行商品は環境にどのような影響を与えているか

旅行業は、旅行素材を組み合わせることで「旅行商品」とすることで、大衆化してきた。その結果、多くの観光客が観光地を訪れ、観光地に対してさまざまな影響を及ぼしている。観光地理学的な空間構造から見れば、観光は大きく2つの局面がある。

①観光地への移動（交通機関を利用）

②観光地での滞在・行動（宿泊・観光施設を利用）

このうち、主な議論対象は②の観光地における環境への影響である。これはトリプルボトムライン（TBL）に沿って、経済的、社会的、環境的な影響で整理することができる。様々な旅行形態の中で、エコツーリズムが特に環境に配慮をした観光形態とされている。

### (2) エコツーリズム市場の現状

昨今、日本各地にエコツーリズム協会ができ、人気のあるエコツアーのディスティネーションや、エコツアーの商品ブランドができている。1998年の沖縄での調査では、観光客のエコツーリズムに対する欲求は高いという結果が出た<sup>(1)</sup>。地球環境問題が顕在化し、環境の世紀と言われる21世紀において、エコツーリズムの本来の社会での役割は、ツーリズムのローインパクト化であり、環境保全型の観光であるはずである。しかし、エコツアーのツアー実践内容は、現状として玉石混合の状態である<sup>(2)</sup>。それは、日本のエコツーリズム自体の定義が今だ定まらずにいるからであり、試行錯誤の模索段階を脱していないからだ。世界観光機関（WTO）は近年エコツーリズムと持続可能な観光産業の定義づけをしなくてはならないと述べている。理念としてはすばらしいエコツーリズムであるが、日本でのエコツーリズムは現状として、環境への（定量的に測ることができる）影響を少なくする、というものではなく、一マーケティングの手法（顧客満足の手法）としての段階にあるといえる。つまり、多くのエコツーリズムは、マストツーリズムの一部がエコツーリズムという名前に市場の需要により変化しただけで、エコツーリズムの本来の意味である“旅行者が、生態系や地域文化に悪影響を及ぼすことなく、自然地域を理解し、鑑賞し、楽しむことができるよう、環境に配慮した施設及び環境教育が提供され、地域の自然と

文化の保護・地域経済に貢献することを目的とした旅行形態”（財）日本自然保護協会、エコツーリズム・ガイドライン）という環境インパクト低減を重視した一つの定義とはへだたり、実体としては“自然観光を基盤とした観光の総称、分類”<sup>(2)</sup>として使われている。このようなあいまいでゆるやかなエコツアーは商品化しやすく、過剰に促進される可能性がある。何らかの規制がない条件下では、そして引率者、顧客が適切な指導や教育、そして環境の管理がなされていない状況下にある場合、通常の観光では行かない自然の中に人が立ち入るということにより、その理念とは正反対に環境にとって悪影響を及ぼす可能性がある。

### (3) エコツーリズムとエコロジカル・マネジメント

九里・小林（2002）<sup>(3)</sup>では、大衆化されるエコツーリズムは、マーケティングの選好の結果、エコツーリズム本来の理念からは大きく離れてしまうところに、現在の事業としてのエコツーリズムの失敗がある、と指摘した。日本の場合、エコツーリズムの商業化が、サステナブルツーリズム（持続可能な観光）の考え方よりも先行して発展してきた。サステナビリティ（持続可能性）を念頭においた、観光のサステナビリティ化は、旅行企画のみをエコ化する（＝つまり、従来のエコツーリズム）ことだけでは達成できる問題ではない。それは、他産業における環境に重きをおいた経営意志を持つ企業が、エコプロダクツ（環境負荷の少ない製品、サービス）だけを製造、提供する、ということは行わないのと同様に、企業そのものの環境経営（エコロジカル・マネジメント）システムの導入が同時に行われるのであり、最近では欧州のGRIガイドライン<sup>(4)</sup>に沿い、社会貢献要素も取り入れられ、企業の持続可能性についての統合的なアプローチ及びその第三者評価、情報のディスクロージャーを行っているのである。では、観光業界における環境対応はどうか、ということだが、エコツーリズムに代表されるように、その旅行内容自体に目がいていた。だが、現代的な経営環境において旅行業がすべきことは、それをを行う主催、受け入れ、事業関連会社が、観光事業を行う際の、商品・サービスのフローを考え、関係各社からの購買、ロジスティクスなどサプライチェーン、NPO、行政等との環境・社会分野での連携、厳しい業界基準を含むコンプライアンスが、他の産業と同様に行われるべきものだといえる。本来のエコツーリズムとは、産業全体が全事業分野においてエコ

化（エココンシャス）されていないとそれはエコツーリズムとは言えない。

### 3. 旅行業界における環境負荷低減と社会貢献に向けて

#### (1) 第三次産業における環境に対する責任

製造業では、環境・社会配慮をした経営が必要だというのはわかるが、第三次産業であるツーリズムでなぜ環境・社会配慮をしなくてはならないか、という問いにまず答えておかななくてはならない。それは一つには産業構造自体が日本では第三次産業が産業の中でのウエイトが年々増している、ということ、さらに循環型社会における環境負荷低減は各産業セクターが協同して取り組むべきことであり、第三次産業が ISO14001 取得や EMS の構築が他のセクターよりも遅れているから、と言えるだろう。環境白書では以下のように第三次産業の関わり合いを指摘している。

「第一次産業は、環境保全機能を維持・増進しエコ（再生可能）資源を供給する主体として、第二次産業は、環境効率性を追及し、リサイクルの循環回路を形成する主体として、第三次産業は、ストック活用の媒体・非物質系循環の推進主体として、それぞれ持続可能性を高めていくとともに、相互にバランスをとりつつ連携を強めていくことにより、循環促進型の産業構造への移行を図っていくことが重要である。」

つまり、第三次産業も環境負荷低減の推進主体として、他産業と連携して循環型社会へ向かう、という産業構造の大きな変革へ参加する必要性を指摘している。

#### (2) 旅行業の CSR とコンプライアンス

九里・小林（2002）<sup>4)</sup> で述べたように、企業における環境・社会対応を考慮した経営（サステナブル・マネジメント）において、第三次産業としての旅行業も TBL の考え方により、企業が環境・社会・経済、三要素の責任と貢献が必要であるといえる。TBL を導入した旅行業ができる施策を以下に指摘する。

##### ・ 社会に対する責任

産業発展を最重要視するなかで後回しになっていた企業の社会的責任（CSR）は、企業が利潤追求するだけでなく社会への積極的貢献を意味するものであり、社会貢献型ツーリズムを模索する必要がある。

##### ・ 環境に対する責任

コンプライアンス（法令等遵守）の徹底は、関係法令から社内規則、さらには社会規範や倫理面まで含め

られ、これらを遵守行動し、企業のコンプライアンス体制の整備・強化の必要性を意味するもので、最近では法令遵守は当たり前で、より厳しい業界基準の策定・遵守が求められている。

##### ・ 経済に対する責任

これまで会計には組み込まれてこなかった社会、環境影響という外部不経済の撤廃と、消費型ではない循環型ツーリズムの模索の必要性である。この場合、決して社会・環境貢献という企業活動が企業の経済的な発展を妨げるものにならないようにする。

##### ・ 旅行業のとりうるサステナビリティ対策

結論から言えば、環境経営システム導入もさることながら、環境報告書、社会環境報告書、持続可能性報告書（サステナビリティ・レポート）等の、旅行者からの情報発信であり、ステイクホルダーとのコミュニケーションにこれらの責任の行動結果は集約されるものである。このようなアニュアル・レポートにより、トップマネジメントのコミットメントが表明されるとともに、企業各社の目的、そして目標達成が明確化されるのである。「環境情報開示」を実施している企業数は 97 年では、485 社なのに対し、2001 年では 1,953 社に伸びている。これをみても社会的要請が高まっていることが伺える<sup>5)</sup>。

#### (3) LCV と環境・社会貢献マネジメントの導入

では、ソフトウェア産業としての旅行業がどのようなサステナビリティに貢献するマネジメントシステムをとればいいのか。もちろん ISO14001 取得を目指すのが標準的な考え方だが、ここでは第三次産業に適したものとして LCV（Life Cycle Value）を紹介したい。LCV とは、経済価値（商品価値）、環境価値（地球価値）、社会価値の 3 つから構成される、TBL 経営の下に生み出されるプロダクツのことで、商品にはこの 3 つのデザイン・コンセプトが必要だとされる発想である。どれだけ環境・社会貢献できる商品でも商品そのものに魅力がないと経済価値にはなりえないわけで、このトリニティ（三位一体）・デザインにより市場経済化をめざす考え方である。旅行商品をこの、LCV デザインをもとに考えると、企業としての旅行業がすべき方向性が見えてくる。その時のツアーの形は、決して現状の日本のエコツーリズムだけではないはずだ。これまでのマスツーリズムのツアー内容とは一見違わないが、環境負荷低減型であり、社会貢献型で従来の観光の魅力を兼ね備えた商品であるものであろう。

LCV デザインによる旅行形態は、環境・社会貢献要素を含む「よりよい品質の商品」を提供する、というものである。

#### (4) 導入方法と達成目標、評価

サステイナブル・マネジメントは、マネジメント・システム、コンプライアンス（リスクマネジメント含む）、企業内教育、ステイクホルダーとのコミュニケーション、その定量的定性的評価システムと監査により成立する。ここでは、コンプライアンスと評価に関して追記する。

##### ・自主基準

コンプライアンスの下に、企業のトップマネジメントが、環境・社会へのコミットメント宣言により明確化されるものであり、全てがオープンにされるべきものであり、自社の不都合な部分や不透明な部分を決して隠すものでないようすべきである。

##### ・業界レベルの基準

製造業では拡大生産者責任（EPR：Extended Producer Responsibility）という、生産者の責任を、製品の製造、使用、流通段階だけでなく、製品が廃棄されて処理・リサイクルされる段階まで拡大する考え方が導入された。「循環型社会形成推進基本法」に明記されている。では、旅行業ではどのような拡大サービス提供者責任があるのか、というと、観光による、自然環境・社会文化・経済への影響に対して、業界ガイドラインの策定が考えられる。業界での自主規制は法令を大きく乗り越えた先進的でかなり厳しいガイドラインにするべきである。

##### ・評価

評価は環境要素においては、環境パフォーマンス評価において、今日では定量的に測定することができる。社会要素においての評価は、その投入する資金及び人員動員数、その継続性により評価ができる。経済性は従来通り財務諸表、IR 等で測ることができる。現在では、各企業間の評価方法が異なり、比較が困難であるという事も指摘されているが、第三者による企業のサステイナビリティ格付けにより、その達成度合いは比較可能となっている。

#### 4. まとめ

日本の旅行業界における持続可能な観光への貢献は、理論レベルでも実践レベルでもまだ始まったばかりである。これまではエココンシャスな商品を消費者が望

んでいない、市場が求めている、という事情もあったが<sup>③</sup>、他産業では CSR は着実に浸透しており、旅行業界においても、市場ニーズの地殻変動は確実におきつつある。今後は、LCV デザインなどを通じて、環境、社会、経済の 3 つの局面に対する貢献をすることが、旅行業界における重要な経営課題となる。

このような考え方は、旅行業界の存在意義のパラダイム変革を引き起こす。旅行商品には必ず観光地が含まれており、そこには地域住民がいる。その地域の自然環境に負荷をかけていないか、社会・文化的な貢献をしているのか、そして、経済的な利益貢献をしているか、ということの商品企画から造成・販売までの段階で意識する、ということは、およそ旅行会社の従業員すべての意識変革を伴うからである。

しかし、今後はそのような意識改革が競争優位を生み出していくであろうし、旅行業界あるいは観光産業が真の意味で近代化していくには、必要不可欠、というよりも、またとないチャンスととらえる視野の広さも必要である。

#### 【補注】

(1) 運輸省のインターアイル構想による沖縄県観光客アンケート調査 (98 年実施) において、今後の観光地づくりの項目で「エコロジカルな観光地」が 33% で 3 位となっている。（「本県におけるエコツーリズムの現状と課題」琉球銀行調査部、1999 年）

(2) Global Reporting Initiative、社会、環境、経済の 3 つの TBL（トリプルボトムライン）による情報開示を米 NGO や UNEP が作成した報告書の基準

(3) 企業が環境保全に取り組むことは最低条件であり、それを PR する事だけで利益であることは不可能といえる（清水真(2003)：環境のマーケティングと消費者の購買行動、サステナブルマネジメント、3(1)）。

#### 【参考文献】

1) 環境省編 (2003)：循環型社会白書、p3

2) 佐々木雅幸等 (2001)：都市と中山間地域の交流・連携の視点から見たエコツーリズムのあり方についての研究、北陸の視座 No. 6 北陸経済研究会 PP42-43

3) 九里徳泰・小林裕和 (2002)：マーケティングを通じたサステイナブルツーリズムのあり方と最適サイズのツーリズム理論への試論、日本観光研究学会全国大会研究発表論文集、17、p162

4) 九里・小林 (2002)：p161

5) 「環境にやさしい企業行動調査」環境省総合環境政策局環境経済課

