

持続可能な社会と持続可能な観光

Sustainable Society, Sustainable Tourism

九里 徳泰*、小林 裕和**

KUNORI Noriyasu, KOBAYASHI Hirokazu

2006年4月、第三次環境基本計画において、政府の描く“持続可能な社会”像が明らかとなった。そこでは、物質的な面だけでなく、精神的な面からも、安心、豊かさ、健やかで快適な暮らし、歴史と誇りある文化、結びつきの強い地域コミュニティといったものを、我が国において将来世代にわたって約束するとともに、世界全体をそのような社会としていくことに積極的に貢献していく必要があるとしている。そこで基本計画の示す持続可能な社会において、「持続可能な観光」をどのように実現すべきか、統合的アプローチ、指標を用いることによる観光の持続可能な社会への貢献を考察した。本研究は、日本観光研究学会「持続可能な観光」研究分科会、2005年度の研究報告である。

キーワード：持続可能な観光、持続可能な社会、環境・社会指標

1. はじめに

第三次環境基本計画（以下「基本計画」）¹⁾が06年4月に発表となった。そこでは目指すべき“持続可能な社会”を「健全で恵み豊かな環境が地球規模から身近な地域までにわたって保全されるとともに、それらを通じて国民一人一人が幸せを実感できる生活を享受でき、将来世代にも継承することができる社会」であると定義し、「健やかで美しく豊かな環境先進国“HERB”」が我が国として目指すべき姿である²⁾としている。

また、「環境問題と社会経済活動全体の深い結びつきを踏まえて環境の側面、経済的側面、社会的側面という社会経済活動の各側面を統合的に捉える「統合的アプローチ」を示し、「具体的な施策をより一層強力に進めなければならない状況」と指摘している²⁾。

観光が社会現象であり、人間の社会経済活動そのものであるならば、“持続可能な社会”を実現するための観光のあり方もまた、統合的なアプローチにより示される必要がある。

「持続可能な社会を実現するための観光」（本論のST定義）、つまり「持続可能な観光」（以下ST）のあり方については多くの先行研究がある。例えば持続可能な観光を実現するための旅行業の役割を指摘したものの³⁾、旅行会社のCSRマネジメントについての提言などがある⁴⁾。そこで本研究では、基本計画を踏まえて、

STの実現に向けての統合的なアプローチを試みる。

2. 統合的アプローチ

(1) マーケティング

ST普及のためには、その意義が理解され生活者の行動が具現化する必要がある。企業の行為で旅行商品のサプライチェーン上最も生活者に近くにあるのはマーケティングである。マーケティングはSTが普及する機能を果たす一方で、ST自体を企業、業界がしっかりと理解し実践していないと、その本旨が間違っ伝わる面もある。

例えば、消費者の「LOHAS」志向が確実に定着しつつある⁵⁾一方で、「理想とかけ離れたET（エコツーリズム：筆者注）が実施され」、「環境重視型ET」と「商業重視型ET」といったETの再定義の必要性も指摘されている⁶⁾。観光産業が都合よく用語を利用、拡大解釈しないことが肝要であることを示唆する研究である。

(2) 観光地側の試み

「環境保全のために行動する人づくり」（基本計画）との連動のためには、自然環境を生態系サービスとして無償利用している旅行商品の中に、社会影響を考えるとそのサプライチェーン上にコミュニティを組み込むことが必要となる。つまり着地側のサービスの担い手を、旅館等観光産業主導型から、コミュニティ主導に変えなければならない。これは観光地側から観光

*中央大学 研究開発機構

**JTB グローバルマーケティング&トラベル

をデザインする「自律的観光」の必要性として指摘されており⁷⁾、今後旅行商品の制作過程に影響を与える。

(3) 産業レベル

環境に対する取り組みについては、交通機関、宿泊機関などに比較して、旅行会社、ネット販売会社、ホールセラーのような中間業者においてまだ取り組みが進んでいない。例えば交通機関における二酸化炭素の総排出量算出は、すでに簡易な方法で算出可能であるが、旅行会社の企業活動においては、同様な手法を用いている企業はない。

その上で、旅行商品を提供する側に対する体系的な環境・CSR教育の機会の提供が必要である。観光業界はさまざまな業種の集合体であるが、持続可能な社会への観光産業の貢献に対しては共通知識が必要である。

(4) 事例

1) 全日本空輸

15~20%の燃費削減となるボーイング 787 をラウンディングカスタマーとして50機購入する計画である。それ以外にも、飛行場内での早めのエンジン停止とグラウンド電力の使用(GPU)、燃費のよい運行などの二酸化炭素排出削減を念頭に置いた運行(EFP、RNAV)が行われている。

2) 星野リゾート

環境配慮型ホテル経営で有名となった星野リゾートは、施設運営による周辺環境への負荷を限りなくゼロに近づけることが重要な企業競争力の1つであるとしている。「リゾートは自然破壊」というイメージを払拭し、リゾート事業自体が自然環境の活用と保全を両立する手段として認知されるためにも、環境対策面の能力を高めていきたいとしている。

3. 観光産業における環境・社会への影響の指標化

観光が環境・社会に与える影響をマネジメントするためには、指標化することが重要である。それは二酸化炭素総排出量の算出やさらに社会も含めた総合的指標をとる手法により可能である。

観光産業が環境・社会に与える影響の重要な側面は以下の通りである。

環境ファクター：温室効果ガス、オゾン層破壊物質、有害大気汚染物質、光化学オキシダント、NOX、SPM10、河川のBOD、海域のCOD、海域等への窒素、海域等へのリン、埋立廃棄物(JEPIXの指標)⁸⁾

社会ファクター：経済生産、家族や共同体及び自然

生息環境の経済的貢献(GPIによる指標)

指標自体を詳しく説明すると以下の通りである。

環境：統合的環境指標、LIME(被害算定方)、JEPIX(国の環境政策目標を考慮)限界削減費用法等から影響の算出可能である。二酸化炭素排出量は、利用エネルギーによる原単位表から算出できる。運賃料金検索ソフト「駅すばあと」により、簡易判断も可能である。

社会：GPI(Genuine Progress Indicator)指標による算出が可能。すでに滋賀県が独自に行っている⁹⁾。社会健康指数(ISH)という指数もある。観光に応用する場合には、ファクターに、歴史・文化、管理保全、地域住民の参画、等を入れる必要があるだろう。ファクターは目的に合わせて任意に組み合わせることが可能である。

これらを活用することにより、これまで不明瞭であり、しかし観光マーケットに影響を与える旅行会社のとるべき環境・社会配慮の戦略が明確にもなる。

統合的な、サステイナブル経営指標も環境経営学会のサステイナブル経営格付により可能である。

4. 今後の課題

環境・社会への影響の測定は各種手法が確立されてきており、GPIにより観光地を単位とした地域の持続可能性についての指標化も可能である。

本研究では、統合的なアプローチに向け整理すべき課題、及び具体的な指標についての指摘を行った。その適用と有効性の検証については今後の課題としたい。

【参考文献】

- 1)環境省(2006)：環境基本計画
- 2)環境省(2006)：環境基本計画 p.4
- 3)九里・小林(2003)：循環型社会における旅行業の課題的な環境経営～旅行会社の環境問題への貢献～、第18回日本観光研究学会全国大会研究発表論文集、pp.205-208
- 4)九里・小林(2004)：旅行業におけるCSRマネジメント、第19回日本観光研究学会全国大会研究発表論文集、pp.261-264
- 5)九里・小林(2005)：持続可能な観光の実践経営モデル - 指標、経営戦略、SR、CSの観点から -、第20回日本観光研究学会全国大会研究発表論文集、p.139
- 6)柴崎・永田(2005)：エコツーリズムの定義に関する再検討 エコツーリズムは世間にとって持続可能な観光か、林業経済、pp.2-21
- 7)敷田・森重(2006)：オープンソースによる自律的観光 デザインプロセスへの観光客の参加とその促進メカニズム、西山徳明編「文化遺産マネジメントとツーリズムの持続的関係構築に関する研究」、国立民俗学博物館調査報告、pp.243-261
- 8)JEPIX <http://www.jepix.org>
- 9)大橋照枝(2005)：「満足社会」をデザインする第3のモノサシ、ダイヤモンド社、pp.88-94