

持続可能な観光論—歴史・理論・戦略

The Theory of Sustainable Tourism

九里 徳泰*、小林 裕和**

KUNORI Noriyasu, KOBAYASHI Hirokazu

持続可能な開発と持続可能な観光の歴史、及びその背景をレビューし、持続可能性（サステナビリティ）に関する理論を明らかにし、歴史、理論背景をもとに、持続可能な観光への応用について、企業及び政府の戦略を提示し、持続可能な社会への政策、持続可能性経営による観光産業のグリーン化から、「持続可能な観光論」の枠組みを提示する。

キーワード：持続可能な開発、持続可能性、持続可能な観光

1. はじめに

経済の発展、社会の成熟は、ツーリズムの量的な拡大をもたらした。それは、環境、社会、経済に影響を与え、環境・社会問題を引き起こしつつ、枯渇性エネルギー資源を消費する。

観光は人間の好奇心から生じるものであり、それらが冒険心、探究心同様、本質的に備わっているものとするならば、さらに人間が地球上の生態系に組み込まれているとするならば、観光は本来この2つの要素の調整の上に持続可能でなければならない。なぜなら、もし観光が持続可能でないならば、人間自らが生態系の破壊行為及び枯渇性エネルギーを濫費することを本質的に行う生物だとの結論に行き着くからである。

社会がポストモダン社会に移行する中で、観光の形態も大きく変わってきており、マスツーリズムの変容ともとらえられる。一方でその<質>が変化したとしても、人の動きは量的には拡大すると予測されている。

観光の経済システム基盤である資本主義のメカニズム、投資とリターンの短期的な追及、観光客を受ける側の地域経済、観光の基盤となる自然資源、文化資源、あるいは生態系そのものなど、観光はさまざまな構成要素によるサブシステムと、それらが複雑に影響しあう社会システムを構成しているともいえる。

持続可能な観光論は、それらの関係性を明らかにし、持続可能な社会の実現に、観光が貢献できることはなにか、を提示する。本研究では、持続可能な観光論の枠組みを提示することを最大の目的とする。

2. 歴史と背景

(1) 持続可能な観光（ST）と持続可能な開発（SD）

SDは、STを包含するものであり、国際的にはほぼ同時期に扱われてきた。持続可能性に関しては、国際関係論の中で研究が多く進められており、その争点は、市場の失敗（資本主義変革）、国家の失敗（国家体制変革）の2つに分けられる。

SDは、1987年、環境と開発に関する世界委員会(WCED)により発表され、1992年リオ・サミットにより、アジェンダ21がグローバルアクションプランとして提示された。そこでは観光産業におけるSDの適用が示された。

世界観光機関(WTO)では1988年にすでにST原則を以下のように規定している。

「持続可能な観光開発とは、現在の旅行者と受入れ地域の需要に適合しつつ、次世代のための機会を守り、強化するものである。あらゆる資源を活用するにあたっては、文化の尊厳、大切な生態系環境、生態系の多様性、生命を支える仕組みを維持しながら、経済的、社会的、美的な必要性を満たさなければならない。」同時にSTの関係者を、地域社会、地域行政(Community、Local Authorities)／観光保護団体(Environment Supporters)／観光産業(Tourism Industry)の3者とし、それぞれに必要なのは、生活の質の向上、観光資源の保護、適正な利潤の確保、だとしている。

1995年には、世界旅行観光評議会(WTTC)、WTO、Earth councilとによりAgenda 21 for the Travel & Tourism Industryが発表され、STについて、「持続可能な観光商品とは、旅行対象地域の環境、コミュニティ、文化

と調和を保つよう実施されている。結果、恒久的な利点をもたらすのである」としている。

2002年のヨハネスブルグ・サミットでもSTは扱われ、会合に先立ち国連環境計画（UNEP）は「旅行と観光」に関する報告書で、観光業が世界のGDPの11%を担っていること、観光業に世界の労働者の8%が従事していることを示し、STを主に支えるのは個々の観光業者であるとした。それは「NGOなどとの積極的な対話、環境関連法令の遵守、職員や観光客への持続可能な観光についての啓蒙、自主的ガイドラインの採用、現地との利益分担スキームの確立、新たな観光企画導入の際の環境アセスメントの実施、ツーリズム及び観光に関する経済的インセンティブづくりを目指した政府との協力等」である。ここでいう「持続可能性」とは、資本主義体制を変えず、国家主義体制を変更することなく、体制内部で「改良する」、改良型持続可能性であり、国連などはこの立場をとる¹⁾。

STは世界的にも今だに多義的との指摘もある²⁾。観光が人間の社会経済活動そのものであることを踏まえれば、「持続可能な社会を実現するための観光」として理解し、その実現に向けては、現在の観光の状況の改善、すなわちマスツーリズムのエコ化が鍵である。

グローバル経済が発展する中で、特に日本、中国、韓国、ASEAN各国を含めた東アジア経済圏の活発化と共に観光交流の爆発的な拡大が予測されており「より適切な観光の成長」とは何か、求められている。

(2) 持続可能な観光とエコツーリズム

日本におけるSTの現状は、STを具現化するものとしてエコツーリズムが期待されているが、その用語が拡大解釈されていることが多くの論文で指摘されている。エコツーリズムの実態の多くはNature Based Tourといわれるべきもので、自然を楽しむタイプのツアーから、環境配慮に関し任意の団体の認証を得たものまで幅広く存在し、エコロジカル・ツーリズムとはいえないものも含まれる。さらに、2003年のWTOのリリースでは「エコツーリズムという言葉自体は観光産業の一分野に関するものであり、持続可能性の原理については、あらゆるタイプの観光活動、運営、施設、計画に適用されるべきである」とし、国際的にはSTとエコツーリズムは同義ではないことがわかる。さらに、エコツーリズムは市場セグメントとしてはニッチであり、持続可能な社会を実現する貢献度は、その市場範囲にとどまる。持続可能な社会をすべからく実現するため

のツーリズムにはなりえない。

ST実現の難しさの本質は、およそ観光がすべての人間の行動・モビリティにかかわることであることに起因することだ。同時に利害関係者も多く、さらにモビリティのパターンは複雑である。つまりSTの実現可能性は、消費者の選好及び産業の各セクターでの持続可能性の追求に影響される。企業においては持続可能性の追求には、環境経営、CSR経営、フィランソフィー（慈善事業）などの各マネジメント手法がとられるが、取り組みは緒についたばかりである。具体的には海外では、運輸、宿泊機関、ツアーオペレータはすでにトップによる意思決定、マネジメントに組み込まれたガイドラインを持ち、取り組みを始めている。日本の現状はそれに比較すると非常に遅れている。業界としては例えば、日本旅行業協会（JATA）では、従来からコンプライアンス経営の取り組みとして、個人情報保護法や消費者基本法、児童買春等防止法などへの対応や、JATA環境基金事業などを行っているが、具体的な旅行業の持続可能性のための経営の指針は出していない。

(3) 持続可能な観光の社会的ミッション

ではSTは、日本において何を社会的ミッションとしてターゲットにすべきか。日本では「持続可能な社会」像を政府が以下のように定義している。

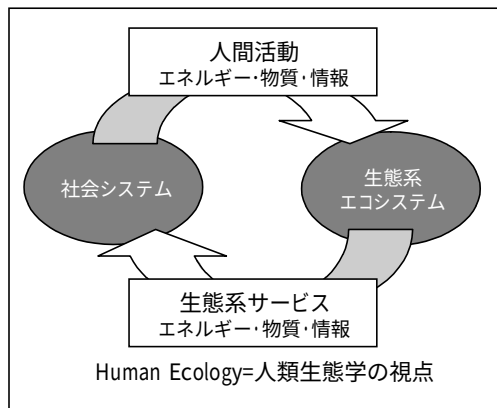
「健全で恵み豊かな環境が地球規模から身近な地域までにわたって保全されるとともに、それらを通じて国民一人一人が幸せを実感できる生活を享受でき、将来世代にも継承することができる社会であり、そのためには、多様化する国民の期待が実現する社会の基盤としての環境が適切に保全されるとともに、経済的側面、社会的側面も統合的に向上することが求められる」（第三次環境基本計画）。

このように環境面、経済面、社会面の持続可能性に目を向けたものがSTとして解釈ができる。

3. 理論

(1) 持続可能性—人類生態学の観点

SDは、「地球環境問題解決」への一つの突破口として出された概念である。それに基づくSTは、観光地の自然や文化といった観光資源の価値の持続性だけではなく、環境と社会の持続可能性を含んでいる。つまり、「エコシステム」と「社会システム」との相互的関係が課題である、ということであり、人類生態学（Human Ecology）の視点である（図1）³⁾。



図ー1 環境・社会サステナビリティ概念図

その視点から見れば、地球環境問題とは、人間社会と生態系の「持続不可能な」相互作用である。STの課題は、その持続不可能な相互作用の中における社会システムのサブシステムとしての観光（観光システム）のあり方の問題となる。環境・社会サステナビリティを実現して始めて、観光地の持続的な利用が実現する。観光システムにかかわるすべての関係者が、この考え方をいかに具体化するか、そして観光客さえもいかに自律的に協力していくかが重要である。

STの社会的ミッションは、「環境・社会・経済の持続可能性」である。例えば環境面においては、観光総体の環境の持続可能性の達成の方法は「観光のグリーン化」であり、旅行商品をエコ化するだけでは達成できない。観光業界の企業あるいは産業界全体におけるCSRを定義し、CSRマネジメントを実践する必要がある⁴⁾。

環境問題は地球の環境収容力（キャリングキャパシティ）の限界を超えた、またはそれに近づいた産業及び経済社会活動の結果であり、市場の失敗である。環境問題は、原因と結果の因果関係を掴むまで一定の時間がかかり、かつ長期にわたりその影響が残るため、リスクマネジメントからも「予防原則」として、現在の時点での影響だけを考えるのではなく、将来に渡っての影響を予測した上での判断を取るべきものである。

社会の持続可能性は、物理的人間生息環境の問題と不可分の関係にあり、無形の知的資産、文化資産として継承されているものも含む。それには、地域環境保全、地域経済（雇用含む）の維持・発展、地域価値保全も含まれる。ここで扱う「持続可能性」概念は、先般の国連等で使われるSD概念の資本主義部分を一部変革した「自然資本主義」つまり、資本主義を統制経済に変更するまではいかない中間理論であるといえる¹⁾。

(2) 持続可能性—企業責任論の観点

企業は、利潤追求と組織継続（ゴーイングコンサーン）さえすればいいとする時代から変化している。それは、企業は法人として社会の構成員であり、経済的な側面だけでなく環境、社会側面での貢献も果たすべきというトリプルボトムライン（TBL）の考えである。TBLは財務パフォーマンスのみを評価軸とするのではなく、企業活動の環境的、社会的、経済的の3つの側面がバランスした経営であるというものである。このTBLのガイドラインにより観光産業における企業行動を行うとマストツーリズム自体がグリーン化を達成できる。観光産業がTBLを実践することは“環境に優しい観光”が当たり前になるということだからだ。これが、TBL経営であり、今市場で求められている企業像である。つまり、TBLによる持続可能性経営がSTを成立させる要因である。ここで扱う「持続可能性」概念は、先述した国連等で使われるSD概念と同じ、体制内改革論で、弱いエコ近代化ともいえる¹⁾。

4. 政策戦略、企業戦略

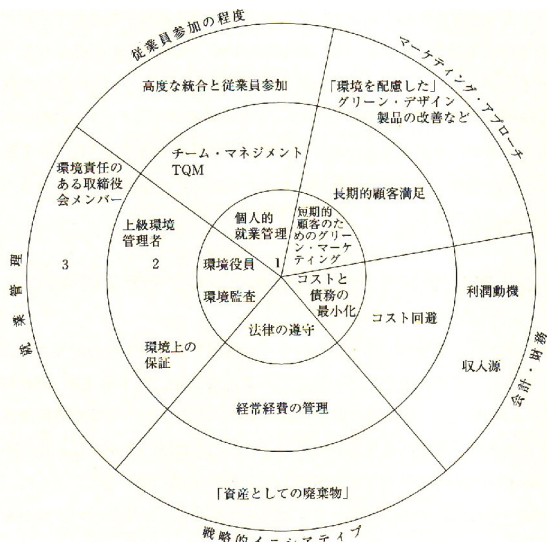
(1) 政策戦略

観光基本法の前文に「観光は、国際平和と国民生活の安定を象徴するものであつて、その発達は、恒久の平和と国際社会の相互理解の増進を念願し、健康で文化的な生活を享受しようとするわれらの理想とするところである。また、観光は、国際親善の増進のみならず、国際収支の改善、国民生活の緊張の緩和等国民経済の発展と国民生活の安定向上に寄与するものである。」としている。基本法はSDにも立場は近く、環境・社会・経済側面を包含するものである。

観光による諸問題は観光関与地（特に着地）及び地球環境全体で起こっている。地球環境全体への影響は、産業・市場全体で取り組まなくてはならない課題である。観光関与地はどうか。日本では、政府による環境政策、エコツーリズム推進会議や魅力ある地域活性化の取り組みなどにSTの取り組みが見られる。STの社会的ミッションに基づくならば、発地側、及び着地側双方における関係者の社会的責任を定義し、それを管理する指標を策定し、キャリングキャパシティ、市民参加などを考慮した総合アプローチ、つまり、＜WTOの定義に基づく、STを成立させるための総合観光政策＞に踏み込む段階に来ているといえる。

(2) 企業戦略

環境・CSR経営導入が企業財務パフォーマンスにプラスの関係にあるということは、すでに豊澄（2005）⁽¹⁾等多くの研究で明らかになっている。つまり、環境・CSR経営導入は、倫理的に発生するコストではなく、投資であると解釈でき、環境・CSR経営＝持続可能性経営は、企業成長戦略そのものである。1つのモデルとして、ダルトンの環境ホイールを用い説明する（図2）。



図一2 D.K.ダルトンの環境ホイール⁵⁾

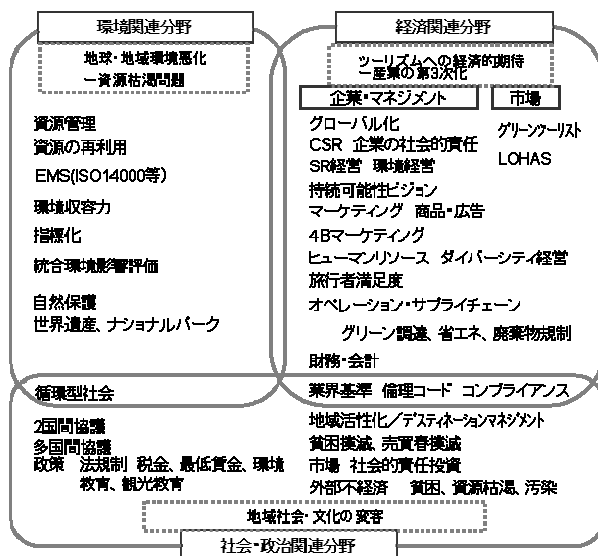
このダルトンの環境ホイールは、戦略1～3というように、小さな円から大きな円へ、企業の経営戦略を一目でみることができる。戦略要素は、従業員参加、マーケティング、会計・財務、戦略的イニシアティブ、就業管理をあげている。この5つの要素を3段階でアプローチしてゆく。ステージ1では、コンプライアンス、財務の健全化、短期的グリーンマーケティング、個人による就業管理、環境監査レベル。ステージ2は、経常経費の管理、コスト回避、長期的顧客満足、TQM、上級環境管理者等レベル。ステージ3は、廃棄物の資産化、環境配慮からの利潤、環境デザイン、従業員の連動と参加、環境担当取締役レベルである。

では観光産業をみると、運輸、宿泊機関、ツアーオペレータではすでに先行事例があるが、旅行会社においてはサービス業という理由であまり行われていない。しかし、WTOが“持続可能性の原理は、あらゆるタイプの観光活動、運営、施設、計画に適用されるべきである”と指摘しているように、観光産業のすべてのビジネスセクターにおいて、トップマネジメントが企業の社会的責任を掲げ、ビジョンから戦略レベルへ落とし込むこと、そして、最終的には、商品ライフサイクル

を実現することが必要なのである。観光業界においてすべからく持続可能性経営（サステナブルマネジメント）が行われたときに、STが成立するものである。

(3) 持続可能な観光論の範囲と課題

以上見てきたとおり、持続可能な観光論の範囲とその課題について、以下のとおりまとめる。（図3）



図一3 持続可能な観光論の範囲・課題

5. まとめ

本研究では、これまでの一連の研究成果を基にして、SD、STの歴史、その理論をまとめた。グローバル化が進展し、国境を越えた人の交流が今後拡大すると予測される中で、マスツーリズム現象・行動そのものがいかにしてSTとなるか、政策、戦略の観点から考察し、STについての体系をまとめ、＜持続可能な観光論＞とした。持続可能な社会の実現のためには、社会システム、経済システム、政治システムなどシステムの変革が必要との指摘がある。それらはツーリズムのあり方にも大いにかかわっている。その解明については今後の課題としたい。

【補注】

(1) 豊澄智己（2005）：戦略的環境経営に関する実証分析、愛知学院大学博士論文、など

【参考文献】

- 1) 深井滋子（2005）：「持続可能な世界論」、ナカニシヤ出版、p6
- 2) M.Hall(1999): *Sustainable Tourism*, Longman, pp. 28-29
- 3) 九里・敷田・小林（2005）：持続可能な観光—そのフレームワークと概念の体系化への試考—、日本観光研究学会第20回全国大会学術論文集、pp. 253-254
- 4) 九里・小林（2004）：旅行業におけるCSRマネジメント、日本観光研究学会第19回全国大会学術論文集、pp. 261-264
- 5) D.K.Dalton(1994): *Enviro-Management*, Prentice-Hall p.105