

Title	地球温暖化防止と新しい観光
Author(s)	敷田, 麻実
Citation	観光, 494: 22-25
Issue Date	2009-01-20
Type	Article
Text version	publisher
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10119/17270">http://hdl.handle.net/10119/17270</a>
Rights	本著作物は日本観光協会（2011年日本観光振興協会に改称）の許可のもとに掲載するものです。Copyright (C) 2009 日本観光協会. 敷田麻実, 観光, 494, 2009, pp.22-25.
Description	特集 地球温暖化防止と観光振興

# 地球温暖化防止と 新しい観光

北海道大学観光学高等研究センター教授

## 敷田麻実

### 2050年の現実

2050年に、私たちはどのような観光を体験しているでしょうか。豊かな消費社会は維持できているでしょうか。観光地には楽しい会話をする家族連れや仲間が集まっているでしょうか。もちろん、今世紀後半も豊かな社会を楽しみ、観光が人生を豊かにすることを切実に願っています。しかし、2009年に生きる私たちが直面する環境問題を考えると、今、問題を先送りせず、現実を見据えることが重要です。

新年号の冒頭から厳しい指摘をしますが、このままでは、2050年には世界の「温室効果ガス」の

排出量は現在の約2倍になると予測されています。一方、日本が提唱している「クールアース50」では、温暖化防止を図るため、2050年までに温室効果ガスの排出量を現在の半分にする必要があるとしていて、あわせると排出量を4分の1にしなければならぬこととなります。この現実の前には、「観光は製造業ではなく、余暇活動だから」などと、無関心でいることは許されたいのです。

こと環境問題、それも地球環境問題を考えた場合、私たちは決して安心できる状態ではありません。人間活動によって排出される二酸化炭素は年間約63億トン（炭素換算）で、陸や海で吸収されるのは30億トンに過ぎないのです。その

結果、大気中に滞留する二酸化炭素が温暖化を進行させます。気候変動や自然災害の増加理由が地球温暖化のためだと喧伝されると、不安を感じる人が増えてもおかしくはありません。

もちろん、これに対して私たちは何もしてこなかったのではありません。過去20年間の対策と国際社会の協働は成果を上げています。特に、1987年の国連の環境と開発に関する世界委員会の最終報告では「持続可能性」のフレームワークが提示され、1992年の国連地球サミットの「アジェンダ21」につながりました。そして、京都議定書の調印など国際社会での対策も実を結びつつあります。

ところが、それを私たち一人ひ



(撮影：敷田麻実)

温暖化で流氷も消える？

とりのレベルで考えてみると問題

点もあります。まず内閣府大臣官  
房政府広報室が2007年8月に  
行った「地球温暖化対策に関する  
世論調査」では、回答者の92%が  
地球温暖化問題に「関心がある」  
と回答しました。しかし、「どのよ  
うに取り組めばよいか情報が不足」  
(23%)、「どれだけ効果があるのか  
疑問」(13%)など、それが実際の  
行動につながっていない可能性が  
あります。同じ広報室が2008  
年5月に行った「低炭素社会に関  
する特別世論調査」では、低炭素  
社会についての周知度はまだ3割  
程度と低く、「低炭素社会に移行し  
ても豊かになる」とした回答者は  
41%で、32%が「我慢を強いられる」  
と不安を訴えています。

ここから見いだされる課題は、  
地球温暖化対策は誰もが必要だと  
納得できるが、具体的にそれをど  
のように進めるかとなると、まだ  
まだ個人が納得できるものではな  
いという現実です。低炭素社会の  
実現が、個人のライフスタイルや  
美意識に反映されていないのです。

## 「責任ある観光」へ

低炭素社会の到来は、観光産  
業にも変革を迫っています。この  
ような中で、私たち観光関係者は  
何を目指して努力すればいいので  
しょうか。観光産業に新たな道は  
あるのでしょうか。そこで、近未  
来の観光業界の持続可能な発展、  
「持続可能な観光」の姿を考えてみ  
たいと思います。

地域外から人がやって来るとい  
う観光の特性から、観光は移動手  
段である航空機や自動車の使用に  
依存しています。そのため遠方に  
移動すればするほど、二酸化炭素  
を大量に排出するというハンディ  
があるのです。特に近年増加傾向  
にある航空機による移動は、大き  
な排出源です。例えば、日米間を  
飛行機で往復した場合の二酸化炭  
素排出量は1年分の自家用車利用  
に匹敵します。しかし、「二酸化炭  
素排出量でハンディがあるから、  
観光は社会に必要がない」という  
主張に与<sup>く</sup>ずすることは、「二酸化炭  
素を排出してまでビールを製造す  
るな」と主張することと同じです。

そこから生み出される個人の幸福  
感や社会の充実を考えれば、決し  
て「効率」だけで問題を考えれば  
いけないのです。

必要なのは、このような観光  
のハンディを自覚した上で、新た  
な産業形態への変化を促進した  
り、対応する商品やサービスの開  
発を進めたりすることです。それ  
が「責任ある観光 (responsible  
tourism)」への転換なのです。他  
産業ではこうした「自覚」も進ん  
でいます。乱獲を厳しく批判され  
た漁業でさえ、最近では「責任ある  
漁業」を掲げて、漁業の社会的評  
価を向上させています。観光産業  
も社会的責任を自覚した持続可  
能な産業を目指すべきではないで  
しょうか。

## 新たな観光サービス戦略

では、責任ある観光とはいった  
いどのようなものでしょうか。観  
光現場では具体的に何をすればい  
いのでしょうか。そして、移動手  
段からの大量の二酸化炭素排出の問  
題は解決できるのでしょうか。

その対策として、まず「カーボ



飛行機による移動は  
効率的だが…

(撮影：敷田麻実)

ンオフセット」が考えられます。以前の公害型の汚染であれば、特定の汚染物質が特定の地域で排出されるので、どこで対策をしても同じ効果があるというわけにはいきませんでした。しかし二酸化炭素は地球上どこで排出しても、また抑制しても効果は同じだと言われています。その「利点」を生かせば、例えば海外への航空機利用で日本人一人が1年間に平均して排出する700kgの二酸化炭素(環境省資料)を、生活の見直しでオフセット(帳消しに)すること、つまり他の方法で解消することも無理な相談ではありません。

実際「カーボンオフセットツアー」は、沖繩をはじめとする各地で試みられ、JTBや小田急トラベル等ではカーボンオフセット付き旅行商品も発売されています。また小田急電鉄は周遊券では初めてカーボンオフセットを導入した「箱根旧街道・1号線きっぷ」を発売しました。この周遊券は、排出が想定される二酸化炭素をオフセットし、移動する際に発生する排出量を実質的にゼロにする企画です。こうした試みはマスコミなどが

らの評価もあり、話題になりました。しかしカーボンオフセットツアーでは、十分な催行人数が集まらないことも多く、まだまだ課題が多いのが現実です。マーケティングなどの点でも改善の余地はあると思います。

ただし、カーボンオフセットツアーはマスツーリズムの「原罪」解消ではありません。できるだけ多数の観光客を効率的に観光体験させる、マスツーリズムのシステムを維持したままでのカーボンオフセットには無理があります。そこで、このシステムの革新こそが観光業界のテーマとならなければなりません。そして「それは無理」という主張には、かつて排気ガス規制のマスター法に比べて技術革新を成し遂げた日本の自動車産業の成功例を挙げておきたいと思えます。

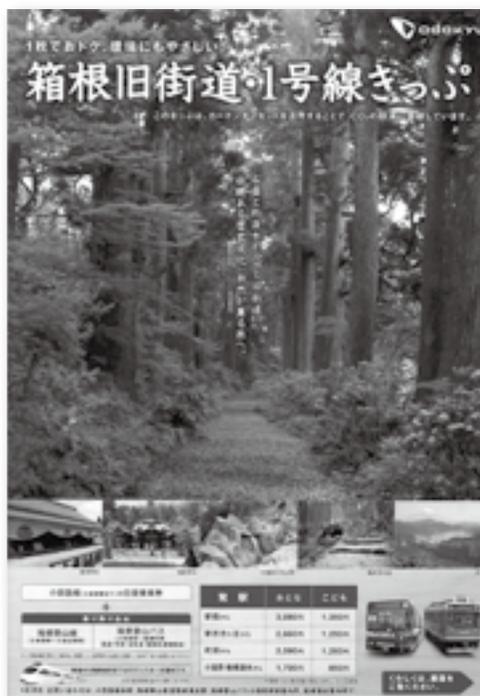
## 移動の価値の再発見

カーボンオフセットツアーのよきな二酸化炭素排出量を削減する旅行商品の出現は、持続可能な観光への移行として歓迎すべきこと

です。しかし、その移行は、観光産業が自らそのスタイルを変化させるというより、むしろ観光客の「選好」によって変化していくものでしょう。つまり、環境への影響や持続可能な社会を意識して消費者が選択することがマーケティングへの圧力となり、サービスの提供形態を変化させていきます。その点で

は観光分野でも「賢い消費」が求められています。観光客側にとっても責任ある観光は課題なので、つまり、責任ある観光を指して、観光産業と観光客がともに変化することが、本当の責任ある観光の実現です。

この視点で考えた場合にもう一つ見逃せないことは旅行形態の変化です。マスツーリズム全盛の、誰もが「早く、いくつも観光地を回りたい」と望んでいた時代には、観光における移動は短時間で効率的なことが求められました。しか



(写真提供：小田急電鉄)

箱根旧街道・1号線きっぷ

し、移動そのものが楽しいことが、本来の観光だと定義すればどうでしょうか。

この点では、「長崎さるく」のように歩く旅のプログラムが各地の着地型観光で普及してきています。石川県の「百万石ウォーク」では、タクシーやバスで移動していた観光客が「歩く」という、移動そのものを楽しむようになってきています。このように歩くことが「ファッション」になれば、本来の旅の姿である「歩く」観光が評価されます。もちろん観光地でエネルギー消費を控え、二酸化炭素排出量を削減する効果もあるので、旅の再生につながるという点が重要です。

### スローな観光への転換

持続可能な社会、低炭素社会への潮流の中で、観光だけではなく、私たちの暮らしそのものも変化してきています。生活そのものが「効率的で早い」から「ゆっくり楽しむ」へと志向が変わってきています。そして、日常生活は貧しいが、せめて観光だけは非日常の中で「羽

目を外す」という今までのスタイルが変わりつつあります。理想的には、日常生活が余裕のある「スローライフ」で、その延長にゆっくりとした観光があることが望ましいのです。

そこで、観光産業は日常生活がスローになるまで「待つ」のではなく、観光こそが、スローライフをつくり出す原動力になればいいのではないでしょうか。非日常と言われ続けてきた観光だからこそ、その限られた時間のなかで、日常のファストを忘れて、スローな時間を体験して、その良さを実感してもらえるのです。日常生活をいきなりスロー化できない人々は、まずスローツーリズムでゆっくり

りとした時間に共鳴するのです。以前「狭い日本そんなに急いでどこへゆく」という名キャッチコピーがありました。今ならさしずめ「狭い地球そんなに排出してど



長崎さるく



百万石ウォーク

(写真提供: KAGA 旅・まちネット)

こへゆく」となるのでしょうか。スローツーリズムや持続可能な観光の出現は、観光の退歩ではありません。観光業界にとって、それは「イノベーション」のチャンスなのです。