

The Ryokan Textbook for SDGs

旅館のためのSDGs

「持続可能性」が求められる
現代に向けた宿と地域づくりを。

現在、社会はさまざまな課題を抱えていますが、企業を含むすべてのステークホルダーが連携し、課題解決に向け取り組むことが求められています。このような状況下で、持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable – Development Goals）への取り組みは不可欠なものとなりました。宿泊業界もSDGsに取り組むことで、新規の顧客や新しいサービスの開発、社会的イメージの向上等のメリットを期待できます。また、近年は観光業界においてもサステナブル・ツーリズムへの関心が高まっています。旅館やホテルがSDGsに取り組むことで、環境問題解決の一端を担うといった社会に対する貢献や、現代において必要とされる取り組みを進められるだけでなく、企業価値を高めることができます。

北海道ホテル旅館生活衛生同業組合では、「SDGs自体がよくわからない」「どのようなことをしたらいいかわからない」という施設が多いのでは？ という懸案から、この教科書づくりをスタートしました。全国各地のメンバーが議論し、そのような状況に少しでも光を見出せる一歩となるよう『旅館の、旅館による、旅館のための教科書』をテーマに、宿泊業だけでなく関わりの深い観光業の内容も含めて本書を作成しています。

この教科書がSDGsの取り組みへのきっかけと評価につながり、旅館こそが地域の持続可能性を継承して社会貢献している産業である、ということを伝えていくお役に立ちましたら幸いです。

Contents

1 基本のSDGs まずは理解を。そして始めよう！

• Situation of Occurs	—— 現在起こっていること	8
• History of SDGs	—— SDGsの歴史	10
• Details of SDGs	—— SDGsとは	12

2 観光業のSDGs 持続可能な観光地域づくりを目指して

• For Sustainable Tourism	—— 持続可能な観光のために	16
• Background Factors	—— 持続可能な観光発展における重要な要因	18
• Tourism Value Chain	—— 観光全体における付加価値の連鎖	20
• ESG Investing	—— ESG投資とは	22

3 宿泊業・観光業のSDGs 当事者としてできること

• SDGs for a Company Strategy	—— SDGsにおける企業戦略	26
• Human Rights & Labor	—— 人権・労働	30
• Company & Organizational Structure	—— 企業・組織体制	33
• Environment & Conservation	—— 環境・保全	36
• Social & Community Contribution	—— 社会・地域貢献	42

4 観光産業のSDGs事例 先駆者を見つける

• Model Case No.1	—— リゾートトラスト株式会社	50
• Model Case No.2	—— 阿蘇温泉観光旅館協同組合	51
• Model Case No.3	—— 株式会社スーパーホテル	52
• Model Case No.4	—— メズム東京、オートグラフ コレクション	53
• Model Case No.5	—— 星野リゾート	54
• Model Case No.6	—— 宮古島サスティナブルツーリズム連絡会	56
• Model Case No.7	—— 三菱地所 ホテルズ＆リゾート	57
• Model Case No.8	—— 熊本国際空港株式会社	58
• Model Case No.9	—— 地熱観光ラボ 縁間	59

5 もっとよく知るSDGs 理解を深め、より先に

• Data Analysis of SDGs Survey	—— 分析データ	62
• References & Related Certifications	—— 関係性の高い文献・関係性の高い認証制度	66
• Bibliography	—— 出典	72

Basic knowledge of the SDGs

The background features a teal gradient. On the right side, there are large, overlapping circular and semi-circular shapes in yellow and white, creating a modern, abstract design.

1

基本のSDGs



まずは理解を。そして始めよう！

世間でもはや一般的となったSDGs。

なんとなく環境問題への配慮や持続可能な活動に対する社会的な責任といった意味合いはわかっても、細かいところまではどうでしょう。そして、宿泊業界にできることって？

まずは基本知識を理解していくことから始めましょう。

Situation of Occurs

不確実性がますます加速する現代社会。

その背景には、貧困、紛争、気候変動、感染症等多くの危機や不安への直面があります。

近年の日本では、最も大きなインパクトがあったといえる新型コロナウイルスによる生活の変化を始め、震災や津波、大雪等の自然災害や、生活水準の低下、少子高齢化、物価の上昇、さらに国外での戦争・紛争等さまざまな不安にかられています。

人類は、これまでになかった数多くの課題に直面しており、このままでは、人類が安定してこの世界で暮らし続けることができなくなると、心配されています。

多くの危機感から、世界中のさまざまな立場の人々が話し合い、課題を整理し、解決方法を考え、2030年までに達成すべき具体的な目標を立てました。

それが「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals 通称 S D G s)」です。

「持続可能」とは、将来の世代のための地球環境や資源が守られ、今の状態が持続できることです。また、「開発」とは、すべての人が安心して、自分の能力を十分に発揮しながら満足して暮らせることを指します。

S D G s は、私たちみんなが、一つしかないこの地球を「持続可能な世界」にするために進むべき道を示した、ナビのようなものです。

そして、人類がこの地球で暮らし続けていくために、2030年までに達成すべき目標なのです。

さまざまな社会の課題と S D G s とのつながりを知り、

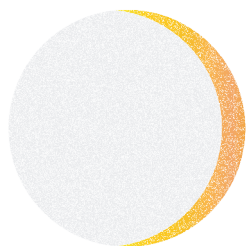
「持続可能な世界を築くためには、何をしたらよいか？」

「S D G s の達成のために、自分はどんなことができるか？」

ということを、一人ひとりが考えて行動することが大切です。

History of SDGs

——SDGsの歴史



1972

「成長の限界」への気づき

ローマクラブ（※1）は、このまま人口増加や環境汚染が続くと、あと100年で地球の「成長の限界」に達するという警鐘を世界に鳴らしました。

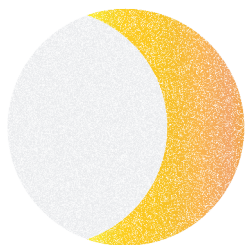
第二次世界大戦後の世界は、西洋文明の物質的な豊かさを求め、成長と繁栄の道を歩んでいました。

「持続可能性」の概念が登場

（※2）で公式的に「持続可能性」という概念が初めて登場します。

「我ら共有の未来（通称：ブルントラント報告書）」（※3）の中で、SDGsのルーツとなる「持続可能な開発」の考え方が打ち出されました。

1980s

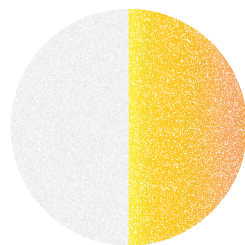


1989

経済のグローバル化が 地球環境問題への危機感に

ベルリンの壁の崩壊をきっかけに東西冷戦が終結します。

経済が急激にグローバル化する中で、世界の長期的な安定と平和には、地球環境問題解決が不可欠であるという共通認識が指導者層に広がっていきました。

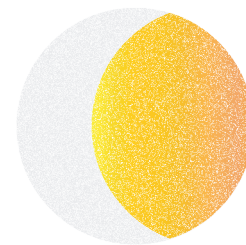


歴史的転換点に

「地球サミット（リオサミット）」（※4）は、持続可能な開発における歴史的転換となります。

現在の、持続可能な開発に関する行動の基本原則である「リオ宣言」と、これを実行するための行動綱領として「アジェンダ21」が採択されました。

1993



1997

「京都議定書」地球温暖化 世界全体で対策を

京都議定書（※5）が採択され、地球温暖化対策の世界的な協調取組みが進みました。

「MDGs」開発途上国の 課題解決を目指す

2009年9月開催の国連ミレニアム・サミットで採択された国連ミレニアム宣言をもとにMDGs（ミレニアル開発目標）という、開発途上国の貧困や教育、環境等を改善するための8つの目標と21のターゲットが掲げられました。

2009

2015

「誰ひとり取り残さない」 世界の実現を目指して

2015年9月開催の国連サミットで150を超える加盟国首脳が参加のもと、MDGsの後継として2030年までに達成すべき持続可能な開発目標、SDGsが誕生しました。

※1 ローマクラブ

ローマクラブとは、地球環境問題や人口増加、天然資源の枯渇化等の問題を研究・提言する民間のシンクタンクです。

ローマクラブは、公害や環境破壊、貧困、天然資源の枯渇化等の問題を緩和・回避することを目的として活動しています。

ローマクラブという名前は、1968年にローマで最初の会合を開いたことに由来しています。

※2 世界自然資源保全戦略

世界自然資源保全戦略（World Conservation Strategy、通称：WCS）とは地球環境保全と自然保護のための指針です。国際自然保護連合（IUCN）が国連環境計画（UNEP）の委託を受けて1980年に策定されました。

世界自然資源保全戦略では、持続可能な開発の概念を打ち出し、地球の自然資源保全のための新しい国際的経済秩序と環境倫理の確立を提唱しています。

※3 我ら共有の未来

我ら共有の未来（通称：ブルントラント報告書）とは、1987年に国連環境と開発に関する世界委員会（WCED）が発表した報告書です。環境と開発のバランスを保ちながら、現在の世代と将来の世代のニーズを満たす「持続可能な開発」の概念が提唱されました。

この報告書では、環境問題を政治的課題として明確に位置づけ、国際社会に「持続可能な開発」の重要性を発信しました。この概念が、2015年の国連サミットで採択された、持続可能な開発目標（SDGs）等さまざまな国際的取組みや議論の基礎となっています。

※4 地球サミット

地球サミットとは、1992年6月にブラジルのリオ・デ・ジャネイロで開催された、環境と開発をテーマにした国連会議のことです。正式名称は「国連環境開発会議（UNCED）」です。

※5 京都議定書

京都議定書は、1997年に京都で開催された国連気候変動枠組条約第3回締約国会議（COP3）で採択された国際条約です。地球温暖化の原因となる温室効果ガスの排出量を削減することを目的としています。

Details of SDGs —SDGsとは

「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals：SDGs）」を進めていくにはどうしたらよいでしょうか。

SDGsには17の目標があります。貧困と飢餓の撲滅、健康と福祉の向上、教育の普及、ジェンダー平等の実現、クリーンなエネルギーの普及、経済成長と働きがいのある労働の実現、産業と技術の革新、格差の縮小、持続可能な都市とコミュニティの実現、持続可能な生産消費、

気候変動の対策、海洋と陸上の生態系の保全、平和と公正な社会の実現、パートナーシップの強化等、人間の生活と地球環境の持続可能性に関わる幅広い課題に取り組むことを目指しています。この目標は2030年にあるべき姿を表す目標です。

17の目標の中に169の具体的なターゲットがあり、さらに、達成度を測るために、232の指標が設けられています。

企業や個人が一人ひとり、目標を達成していくことで**誰一人取り残さない社会**を実現するため指標となっています。

People	①貧困をなくそう ②飢餓をゼロに ③すべての人に健康と福祉を ④質の高い教育をみんなに ⑤ジェンダー平等を実現しよう ⑥安全な水とトイレを世界中に	人々の生活水準を向上させ、貧困を根絶する。 人々が健康的な食事を摂れるようにし、飢餓をなくす。 健康で豊かな生活を送れるようにする。 平等に質の高い教育を受けられるようにする。 女性と男性が平等に権利を享受し、リーダーシップを担える社会をつくる。 安全な水を利用し、衛生的なトイレを使えるようにする。
Prosperity	⑦エネルギーをみんなにそしてクリーンに ⑧働きがいも経済成長も ⑨産業と技術革新の基盤をつくろう ⑩人や国の不平等をなくそう ⑪住み続けられるまちづくりを	持続可能で現代的なエネルギーをすべての人々に提供する。 すべての人々が働きがいのある仕事を持ち、持続可能な経済成長を達成する。 持続可能な産業を構築し、イノベーションを推進する。 社会や経済の不平等をなくし、国や地域間の格差を縮小する。 安全で持続可能な都市や人間の居住地を享受できるようにする。
Planet	⑫つくる責任 つかう責任 ⑬気候変動に具体的な対策を ⑭海の豊かさを守ろう ⑮陸の豊かさを守ろう	持続可能な消費と生産のパターンを確立する。 気候変動とその影響に対応するための緊急対策を講じる。 海洋と海洋資源の持続可能な利用を促進し、海洋生態系を保全する。 陸地や森林の生態系を保全や管理、土地の劣化を防ぎ、生物多様性の損失を防ぐ。
Peace	⑯平和と公正をすべての人に	平和と公正を享受し、包括的で公正な制度を構築する。
Partnership	⑰パートナーシップで目標を達成しよう	持続可能な開発のための強固な手段とパートナーシップを構築・活性化する。

ロゴについて

私たちがよく目にするようになったSDGsのロゴにも、意味があります。SDGsのロゴは、スウェーデン出身のクリエイティブディレクター、ヤーコブ・トロールベック氏がデザインしました。「複雑な社会課題をわかりやすく伝え、言葉を行動に移してほしい」という思いのもと、シンプルなデザインになっています。

太陽のようなホイル状のロゴには、「すべてが包含される」という意味が込められています。

SDGsのロゴは、誰でも使用できます。例示的かつ非商業的で資金調達を意図しない単純な「情報目的」であれば許可は不要です。SDGs浸透を目的とした自社サイトやビラ・ポスターへの掲載がこれに該当します。近年、個人や企業活動の一環として、ロゴのバッジを着用したり、ロゴをホームページに貼る企業も増えています。

ただし、以下の用途では国際連



合（国連）の事前許可が必要です。

①資金調達目的

団体や個人が、SDGsに関する活動費用をまかなうための資金調達をする際にのロゴを使用する場合は、国連の事前許可と適切なライセンス契約の締結が必要です。例えばSDGs普及のため団体を立ち上げて資金を募るケース等が「資金調達目的」に該当します。

②商業用途

営利主体の活動や商業目的の販促商品・製品等に「SDGsのロゴ」を使う場合も、国連の事前

許可と適切なライセンス契約の締結が必要です。例えば企業でSDGsを社内浸透させるためにオリジナルグッズを作ったり、社外で配ったり販売したりすること等が「商業用途」に該当します。

また、直接的な商品の販売でなくとも、参加費を徴収するイベントの告知等で使用する場合も該当するので、注意しましょう。

使用許可の申請方法

使用許可の申請が必要な場合は、国連宛に英語でメールを提出する必要があります。詳しくは、国連のウェブサイトでご確認ください。

SDGsを策定した国際連合とは

国際連合（United Nations、以下：国連）とは「国際の平和と安全の維持」を主な目的として設立された国際機関です。

国連は第二次世界大戦中の1945年6月に、戦争の惨害を終わらせるという強い決意のもとに起草された「国際連合憲章（Charter of the United Nations）」の採択をもって成立しました。

その後、中国、フランス、アメリカ等およびその他の署名国の過半数が批准したことを受けて、国連は1945年10月24日に正式に設立されました。加盟国は、現在193カ国となっています（2024年10月現在）。

日本は1956年12月18日に、80番目の加盟国となりました。

国連の目的は、次のようなものです。

- ・国際の平和と安全を維持すること
- ・人民の同権と自決の原則を尊重する諸国間の友好関係を発展させること
- ・経済的、社会的、文化的、人道的な国際問題を解決すること
- ・人権と基本的自由を尊重するように助長奨励すること

国連の主な機関には、総会や安全保障理事会等があり、専門機関としてユネスコやユニセフ等が置かれています。

日本には30の国連諸機関の事務所があります。東京のみならず、全国のさまざまな地域に設置された事務所は、諸機関の日本における拠点として、また、国連をより身近な存在として知ってもらえるよう、活動しています。

SDGs relevant to tourism

2

観光業のSDGs

持続可能な観光地域づくりを目指して

SDGsは、我々の業界にとって必須活動。特に、衣食住を伴う宿泊業では、継続的に考えるべき課題です。

さらに、宿泊業と切り離せない観光業においても、地域社会との共存や地域資源を活用することが重要となります。

持続的な観光地域づくりを目指していく際には、金融機関との折衝や連携、社会的責任も重要視されます。

For Sustainable Tourism —持続可能な観光のために

国連世界観光機関（World Tourism Organization=UN Tourism）

UN Tourism は、「観光を通じた豊かな社会の実現と各国の相互理解の促進」を理念として掲げ、責任ある持続可能な観光の促進を目的とした国際連合の専門機関です。160の加盟国および6地域、500以上の賛助加盟員で構成されています（2024年8月時点）。経済成長および包括的開発、環境、社会の持続可能性のかじ取り役として、卓越した知識を持って、観光政策を必要とする国や地域をサポートしています。また、世界観光倫理憲章の推進やSDGsの達成のためのツールとして、持続可能な観光の推進を行っています。

重点事項

◇観光を国際的なアジェンダの主流にする

社会経済的な成長および発展の推進力としての観光の価値、国家および国際政策の重点事項としての観光、そして、観光が発展および繁栄するように公平な条件を設ける必要性を訴える。

◇持続可能な観光の開発を促進する

観光資源を最適形で活用し、受け入れるコミュニティの社会文化面での真正性を尊重し、全員に社会経済的な利益を提供する、持続可能な観光政策や慣習を支持する。

◇貧困削減および開発に対する観光の寄与を促進する

貧困の軽減にむけて観光を最大限に寄与させる。また、開発の手段として観光を機能させ、開発アジェンダに観光を加える取組みを進めることで、SDGsを達成する。

◇知識、教育、能力開発を促進する

教育および訓練に関する自らのニーズを評価・対応できるよう各国を支援する。また、知識の創造および交流のためのネットワークを提供する。

◇観光競争力を向上させる

知識の創造および交流、人材開発、さらには、政策立案、統計、市場動向、持続可能な観光の開発、マーケティングおよびプロモーション、商品開発、リスク・マネジメントおよびクライシス・マネジメントといった分野における卓越性の促進により、UN Tourismのメンバーの競争力を向上させる。

◇パートナーシップを構築する

民間部門、各地方や地域の観光組織、学術関係者や研究機関、市民社会、国連システム等と協力し、より持続可能で、責任のある、競争力の高い観光分野を実現する。

「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、 現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」

—— *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 2005, P11-12*

UN Tourism は持続可能な観光を上記のように定義しました。

持続可能な観光に関する開発ガイドラインや管理慣習は、マス・ツーリズムや各種のニッチな観光分野も含め、あらゆる形式の観光に適用できるものです。持続可能性の原則は、観光開発に関する環境、経済、社会文化的な側面にもあてはまり、これら3つの側面の間で適切なバランスを図り、その長期的な持続可能性を確保しなければなりません。

よって、持続可能な観光では以下のことが求められます。

1) 主要な生態学的過程を維持し、自然遺産や生物多様性の保全

を図りつつ、観光開発において鍵となる環境資源を最適な形で活用すること。

2) 訪問客を受け入れるコミュニティの社会文化面での真正性を尊重し、コミュニティの建築文化遺産や生きた文化遺産、さらには伝統的な価値観を守り、異文化理解や異文化に対する寛容性に資すること。

3) 訪問客を受け入れるコミュニティが安定した雇用、収入獲得の機会、社会サービスを享受できるようにする等、すべてのステークホルダーに公平な形で社会経済的な利益を分配し、貧困緩和に貢献しつつ、実行可能かつ長期的

な経済運用を実施すること。

持続可能な観光の開発には、多方面からの参画やコンセンサスの形成を実現する強力な政治のリーダーシップが求められますが、同時に、関連するあらゆるステークホルダーが事実を知ったうえで参画することも求められます。持続可能な観光の実現に向けていくことはハードルが高いと理解し、長期的視野を持つことが必要です。影響を絶えずモニタリングし、また、必要に応じて予防策や正策を導入しなければなりません。

また、持続可能な観光では、観光客の高い満足度を維持し、観光客が意義ある体験を享受できるよ

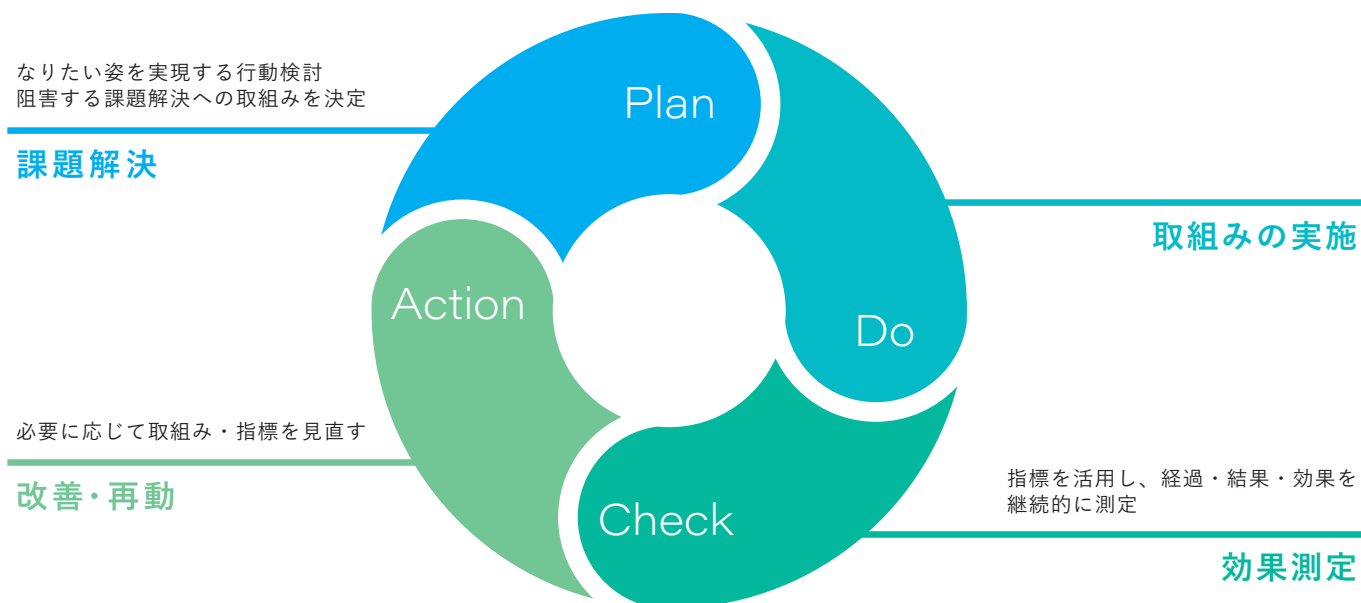
うにすることも大切です。SDGsの問題に関する認識を高め、持続可能な観光の慣習を観光客の間で広めることも必要です。

観光は、適切に活用されるとき、SDGsの17の目標すべてに直接的または間接的に貢献することができます。観光政策立案者と観光バリューチェーン（P.20）に関わるすべてのステークホルダーに、観光を国家の政策の上位に位置付けるという重要な役割を果たす機会を提供します。あらゆる種類の観光は、責任を持って管理されれば、SDGsに貢献できる可能性があるのを理解することが重要になります。

Background Factors

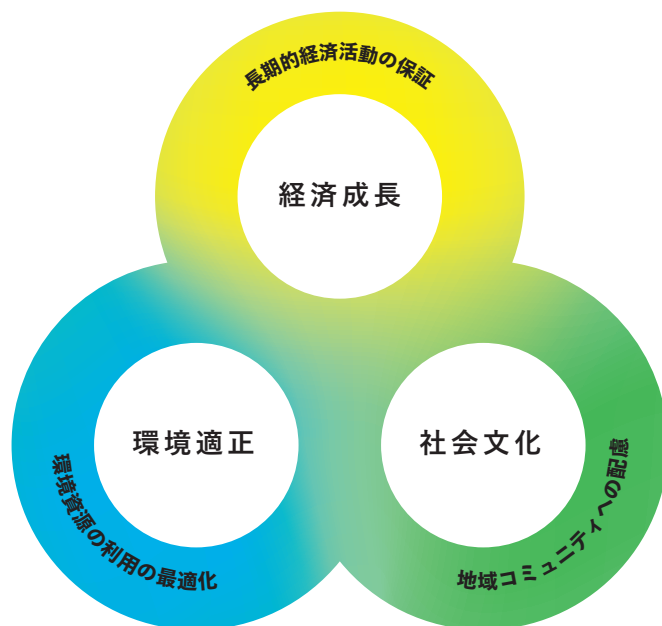
——持続可能な観光発展における重要な要因

持続可能な観光開発には、多くのステークホルダーに対しての合意形成や、顧客に対してのアプローチ、継続的な効果測定や経過観察、また投資が必要です。そうした中で、3つのファクターで開発すべき要素・コンテンツ・地域状況を把握しながら、必要性を理解し、地域経営の流れに沿いながら指標を活用しましょう。



前述した、各観光地のバックグラウンドファクターには、もちろん課題が存在します。右の図は課題例を記載したものです。どこの観光地でもあてはまる課題があるのではないのでしょうか。

こうしたことをそれぞれ細分化し、各分野において割合・規模感等で指標をつくり、報告・分析して解決に結びつけたり、アップデートしていくことが持続可能な観光地域づくりに必要です。



バックグラウンド課題例

経済

- 来訪者の季節変動、曜日変動
- 観光産業従事者の低賃金、人材不足
- 観光サービスの低価格化
- 災害や非常事態への耐力がない
(レジリエンスの欠如)
- 観光消費額の地域外の流出
- 観光のその他の地域産業への寄与不足 等

社会文化

- 住民の理解促進、満足度の低下
- 住民生活への悪影響（交通等）、寄与不足
- 文化財等の毀損
- 景観への悪影響（自然、街）
- 来訪者マナーの悪化
- 来訪者の情報不足
- 地域ブランドの毀損 等

環境

- 生態系の破壊
- 水、エネルギーの消費量の増大
- ゴミの大量発生および不適切な処理
- 水質汚濁
- 耕作放棄地の保全
- カーボンニュートラルの実現 等

Tourism Value Chain

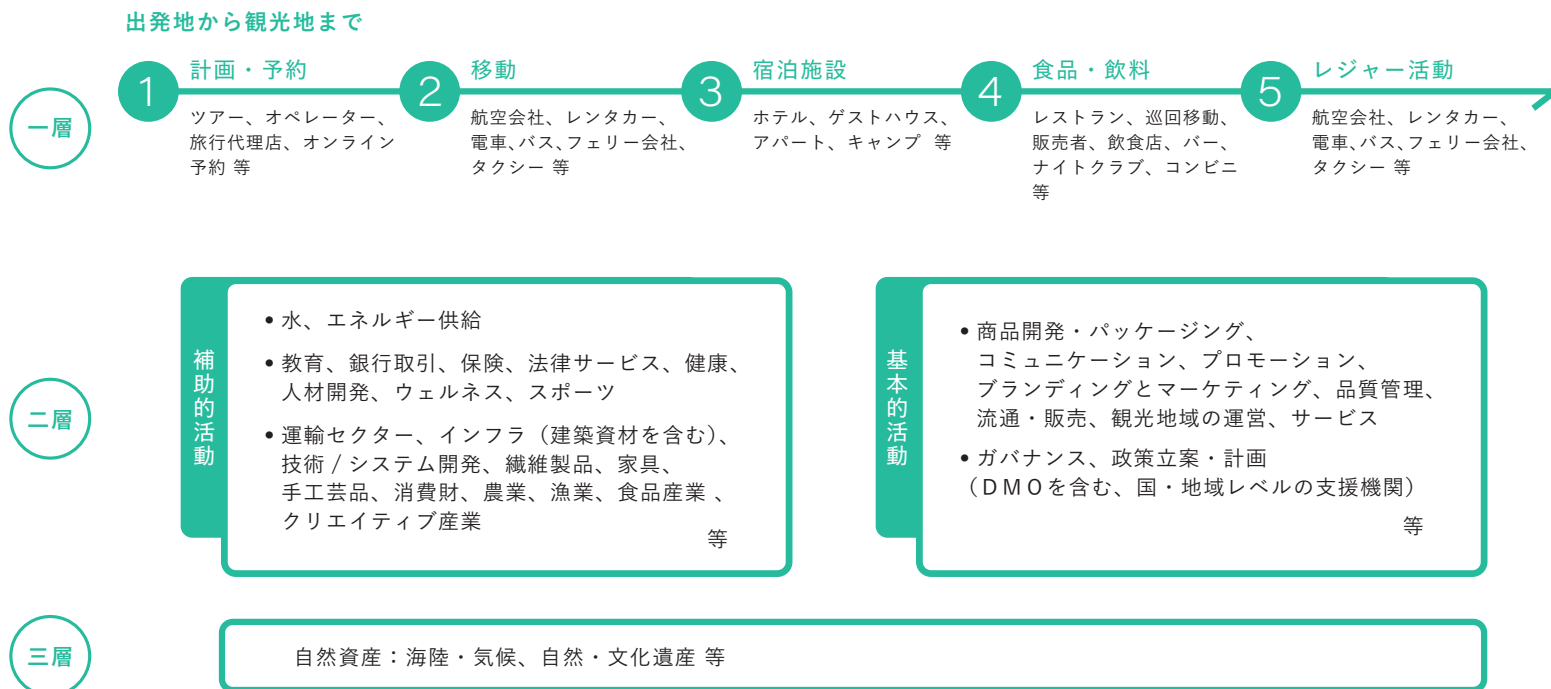
——観光全体における付加価値の連鎖

観光バリューチェーン（価値連鎖）は、「観光セクターのパフォーマンスにとっての戦略的基礎となる一連の『基本的活動』および『補助的活動』」と定義され（UNWTO 2019）観光関係者によって観光バリューチェーン上のつながりが最適化され、地域外への収益流出が最小限に抑えられれば、その地域内の観光発展の可能性は高まります。

第一層は、出発地から目的地までの観光の行程を表します。そこには、観光資源（後述の第三層）が含まれ、また、主要な基本的活動・補助的活動との社会的・経済的つながりに大きく依存しています（後述の第二層）。旅行者が食事や買い物等の消費活動を行うためには、食品産業や手工芸品、文化財、スポーツ活動等のセクターがサービスを生み出す必要があります。観光の取組みが直接的な経済効果をもたらし、責任ある消費および生産パターンを採用して繁栄を促進することで、貧困を削減することにつながります。関連するSDGsは、貧困の削減や経済成長等です。

第二層は、主要な基本的活動・補助的活動が含まれます。関連するSDGsは、水・エネルギー、保健・教育等の社会活動、農業・インフラ等の観光を支える各種セクターだけでなく、人間社会におけるパートナーシップ、並びにさまざまな国および地方機関が支援する政治ガバナンス等も含まれます。

最後の第三層は、気候または自然・文化資源等、観光地域の種類や魅力を定義づける観光資産で構成されることが多くなります。関連するSDGsは、地球や地球上の生命等です。



ESG Investing — ESGとは

近年、SDGsを考える上で切り離すことができないのが「ESG」です。ESGとは環境（Environment）・社会（Social）・ガバナンス（Governance）の頭文字をとった言葉で、企業を評価する基準の一つです。ESGをもとに投資する企業を選択する投資方法を「ESG投資」といいます。

ESG投資が注目される以前の投資は、簡単にいえば儲かっているかどうかという財務情報が判断基準となることが一般的でした。

しかしSDGsの達成を目指す今、従来の基準のみでは不十分という考え方が広がっています。そこでESGに配慮し、どれだけ社会的な価値を創出したり、社会に貢献できているか、という非財務情報も注目されるようになったのです。

ESGは企業が取り組むべき課題であると同時に、企業の経営方針の判断基準であり、さらに、投資家が投資する企業を選ぶときの判断基準でもあります。

経済・社会・環境の3つのバランスがとれた社会を目指すSDGsとESGは「目標」か「課題」という視点の違いや、「すべての人」か「企業・投資家」という対象の違い等がありますが、内容では相互に関わり合っています。企業がESGを重視して経済活動を行うことは、長い目で見ると、SDGsの目標達成につながります。SDGsは世界共通のゴールで、ESGはSDGsを達成するための手段といえるのです。

ESG投資は、2006年に国連

がUNFPFIおよびUNGCTとのパートナーシップのもと「責任投資原則」（PRI）を提唱したことをきっかけに拡がりました。PRIは次頁の6つの原則を打ち出しました。

これにより世界各国の多くの機関が署名・同意し、日本でも広がっています。いま投資家の間では、投資する企業を選択する際、「どのようにSDGsに取り組んでいるか」「SDGsの取り組みによってどのような成果をもたらしているか」等の視点も判断基準として重視されています。



E S G投資の責任投資原則

- 1 私たちは投資分析と意志決定のプロセスにE S Gの課題を組み込みます。
- 2 私たちは活動的な（株式）所有者になり、
所有方針と所有慣習にE S G問題を組み入れます。
- 3 私たちは、投資対象の主体に対してE S Gの課題について適切な開示を求めます。
- 4 私たちは、資産運用業界において本原則が受け入れられ、
実行に移されるように働きかけを行います。
- 5 私たちは、本原則を実行する際の効果を高めるために協働します。
- 6 私たちは、本原則の実行に関する活動状況や進捗状況に関して報告します。

SDGs relevant to lodging business

3

宿泊業・観光業のSDGs

当事者としてできること

我々の業界でもさまざまな問題を抱えています。

持続可能な社会にしていくために宿泊業界ができることは何でしょうか。
日本の伝統文化である旅館や、ビジネス・レジャーに欠かせないホテル
は、各都市、観光地になくてはならないもの。

地域とともに日本の基幹産業として発展しながらも、持続できる経営を
していくことは、大きな課題です。

SDGs for a Company Strategy

——企業戦略とSDGs

企業としてSDGsに取り組むには、まずステップや方法について戦略を策定するところから始め、それに準じてアプローチを展開し、透明性のある報告や開示、そして、ガバナンスの実践を通じてコミットメントを強化していく必要があります。

企業自体の見直し、価値の向上、収益アップ、対外的なアプローチにはSDGsの実践が極めて重要です。

戦略 1

事業に責任を持ち持続可能な形態で運営する。積極的にSDGsに貢献し、最善のインパクトを出す。

戦略 2

ステークホルダーにとって、そしてSDGsの達成に向けて何が重要か、また組織が現在どの領域でインパクトを生み出しているかを把握する。そうすることで将来、価値の高いインパクトをどの領域で発揮できるかを見極める。

戦略 3

インパクトを組織のパーパスと戦略に組み込む。

戦略 4

一体化したパーパスと戦略に沿って、インパクト目標を設定する。

戦略 5

最善のインパクトを生み出すため、必要に応じて戦略とインパクトの目標を調整する。

アプローチ 1

組織の文化、構造、能力、システム、インセンティブをパーパスと戦略に合致させる。

アプローチ 2

インパクトを効果的に測定するための方法、プロセスやシステムを構築し、意思決定に組み入れる。

アプローチ 3

外部のベンチマーク指標、およびステークホルダーの大グループや小グループの指標に照らして、重要なインパクトを長期的に評価、比較、モニタリングする。インパクト拡大のための選択肢を設定し、どれを採用するか決定する。

アプローチ 4

改善を続け、インパクトマネジメントのあり方を刷新するためのプロセスを、必要に応じて業務に組み込む。

透明性

責任あるビジネス慣行、SDGsへの積極的な貢献を意思決定とパフォーマンス報告にどう組み込んでいるか開示する。

ガバナンス 1

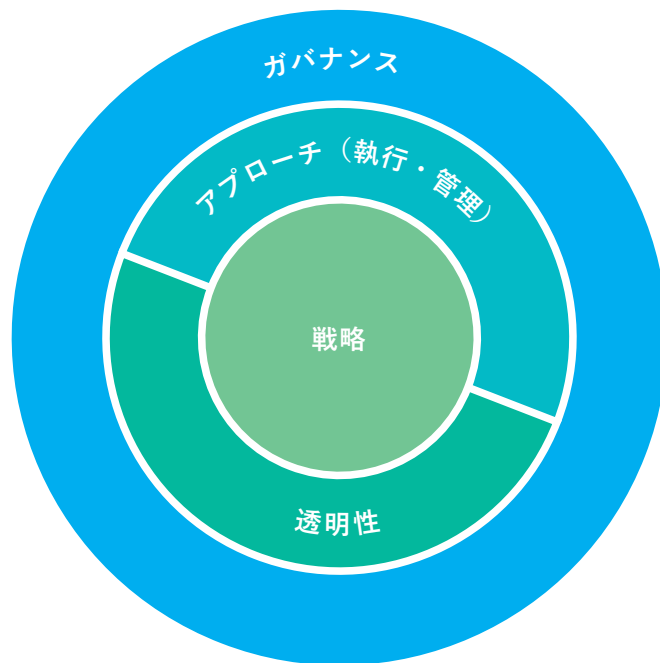
責任ある事業活動とインパクトマネジメントの取組みをガバナンスの枠組みに組み込む。

ガバナンス 2

組織のガバナンス機構が責任を持って組織運営の模範を示す。

基本要素

- 持続可能な開発に積極的に貢献し、SDGsを達成すること。
- 人権、プラネタリーバウンダリー（地球の限界）、およびその他の責任あるビジネス慣行を尊重すること。
- 効果的なインパクトマネジメントと意思決定によって実現されるものであること。



戦略

基本要素をSDGs達成のためのパーパスと戦略に盛り込んでいるか

アプローチ

基本要素を経営の執行と管理に統合しているか

透明性

組織のパーパス、戦略、アプローチ、そしてガバナンスに基本要素がどう統合されているか、透明性を持たせた上で開示し、パフォーマンスを報告しているか

ガバナンス

ガバナンスの実践を通して、基本要素へのコミットメントを強化しているか

差別の禁止／ハラスメントの禁止／労働時間・環境／外国人労働者／労働安全衛生／ダイバーシティ経営／人材育成／公正な待遇／雇用に関わる平等性／個人情報保護／健康経営

人権・労働

内部管理体制／法令遵守・組織体制／ステークホルダーとの対話／リスクマネジメント／イノベーション／社会的責任／地元企業や地域と協力

企業・組織体制

環境・保全

廃棄物／省エネ・温暖化対策／生産と消費／有害化学物質の理解／生物多様性の理解／3 R推進／水の管理／環境情報開示／再生可能エネルギー利用／品質保証／環境に配慮した資源・素材の持続的利用／製品・サービスの安全性／環境に配慮した開発／環境配慮による管理と削減

社会・地域貢献

地域への配慮／社会貢献活動／観光における地域資源／観光における保全・啓発／山林・森林保護／海洋・漁業保護／地域観光との共生／地域文化・伝統

では、宿泊業・観光業はどのSDGsに取組むのがよいのでしょうか？

この教科書では、旅館やホテルが取組むのに適しているSDGs項目のうち17項目を大きく4カテゴリに分類しました。

また169の目標から40項目を指定しました。このチャプターではそれぞれの機会・リスクや事例等に触れて、わかりやすく説明を記載しています。

まずは、この教科書を見ながら取組みやすい項目を探し、実践につなげていきましょう。

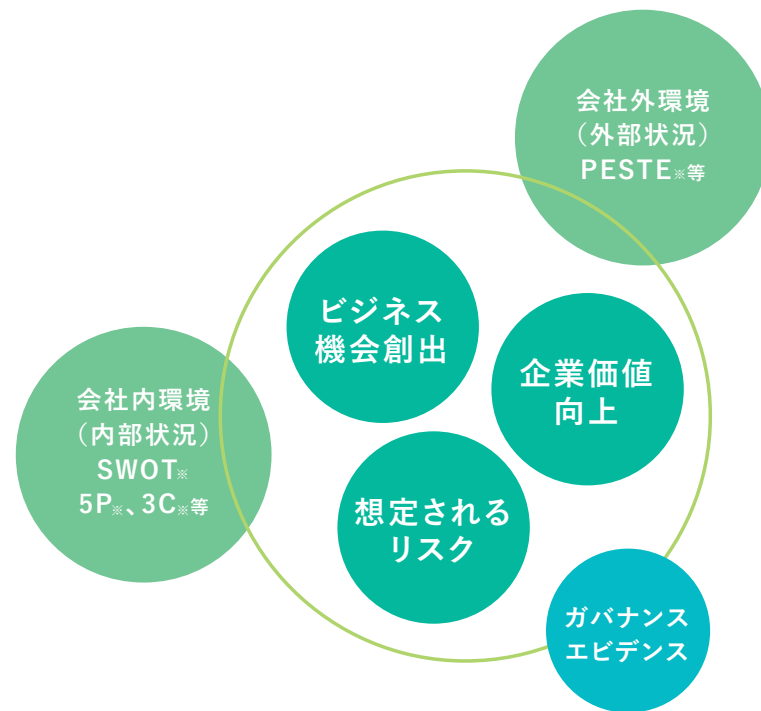
40項目について

各旅館やホテルは会社内で起きている内部状況と周りを取り巻く外部状況の元に存在しています。

その中で各項目ごとの内容について考えます。

- ビジネス機会の創出の可能性、企業価値の向上の欄には、対象となるSDGs活動を行うことで会社や地域、人々にメリットとなると考えられる事項の例を記載。
- 想定されるリスクは対象となるSDGs活動をしない場合に会社や地域、人々にマイナスとなる事項の例を記載。
- それらを加味した上でSDGsの考え方のもと、ガバナンスや内外へのエビデンスを表す認証の取得をしながら取組みを進めていく。

次頁からは各項目の具体的な事例や想定される事項を記載します。



※SWOT 強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat) の頭文字をとったものです。企業や事業の内部環境と外部環境を分析するフレームワークとして、経営戦略やマーケティング戦略の立案に活用されます。SWOT分析では、自社の状況を多角的に検証することで、競合他社との比較において優位に立てる戦略を打ち出すことができます。

※5P Product (商品)、Price (価格)、Place (流通)、Promotion (販売促進) の4つの「P」に5つ目の「P」People (人)を加えたものです。マーケティング戦略を立てるためのフレームワークで使用されます。

※3C Customer (顧客)、Competitor (競合)、Company (自社) の頭文字をとったものです。マーケティング分析のフレームワークで使用されます。

※PESTE Politics (政治)、Economics (経済)、Social (社会)、Technology (技術)、Environment (環境) の頭文字をとったもの。自社を取り巻く外部環境が、現在もしくは将来的にどのような影響を与えるかを把握・予測するためのフレームワークとして活用されます。

Human Rights & Labor

人権・労働

差別の禁止／ハラスメントの禁止／労働時間・環境／外国人労働者／労働安全衛生／ダイバーシティ経営／人材育成／公正な待遇／雇用に関わる平等性／個人情報保護／健康経営

旅館やホテルは**労働集約型産業**に分類されることが多いです。

これは人間の労働力による業務の割合が大きい産業、サービス業といった「第三次産業」に該当するからです。

そうした中で、人手不足等の課題解決に向けた業務の効率化やマルチタスク化という議論とは別に、SDGsの視点において

- 働きがいのある労働の実現
- 公平・公正、格差や不平等の縮小
- 健康、健全、安全な人的労働環境
- 多様性、ダイバーシティの尊重

を軸に目標を設けました。

このカテゴリーの特徴は、金銭・製造的投資があまりかからない、目に見えづらい内容であることです。書類や仕組み、コミュニケーション等ソフト面の整備が必要で、実施を怠ると離職や内部の人的・組織的影響が大きく、コンプライアンス部分にも影響が出ます。直接的に顧客に関わってくるので、長期的な視野で見て、非常に重要な項目といえます。

< 関連するSDGs項目 >



目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
差別の禁止	性別、年齢、障がい、国籍、出身等による差別を防ぐ教育体制や相談体制を整備し、差別がないことを確認している	- 企業として人事を扱う上での価値向上 - 従業員雇用や採用、維持に際してプラスのメリット	- 従業員と雇用上のトラブルになる - 従業員同士でのコミュニケーションや評価制度の妨げになる	- 就業規則に適切に記載する - ホームページ等に方針を掲載する - 入社時や定期的に説明やセミナー等を開催 - 相談窓口や会議を開催する等
ハラスメントの禁止	セクハラ、マタハラ、パワハラ等のハラスメントを防ぐ、ルール・教育・相談体制を整備している	- 社内での治安維持や従業員へのハラスメントによるストレスをなくす - 相談の体制をつくることにより未然にトラブルを防ぎ、改善できる	- 同内容の問題が発生することによる離職やトラブル - 従業員同士の論争の元になる	- 就業規則に適切に記載し、入社時等定期的に説明をする - ホームページ等に方針を掲載する - 相談窓口や対話の機会を設ける - 勉強会や会議を開催する - ケーススタディや事例の共有
労働時間・環境	過度な長時間労働の防止や労働環境の改善に取り組んでいる	- 社内での過重労働を防ぐことで生産効率や業務能力を維持する - 従業員のモチベーションアップと満足度向上および改善 - 離職率の減少、新規雇用機会の増加	- 労働生産性や労働意欲の低下 - 残業による賃金の増加	- 就業規則に記載し実行する - ホームページ等に方針を掲載する - 十分かつ適切な労働環境（人員体制）を整える - 雇用状況を各部署や上長または本人に都度確認する - 人事考課を適切に行い、適宜見直す
外国人労働者	外国人労働者を適切に雇用し、他言語や理解できる対応・マニュアル・業務環境を整えるとともに差別、人権侵害がないことを確認している	- 多言語対応と顧客満足度の向上 - 文化的な多様性による新しいサービス創出 - 人手不足の解消と安定した運営 - グローバルな視点の導入と国際展開の強化	- 言語の壁とコミュニケーションの問題 - 文化的な違いによるトラブル - 法規制やビザの問題 - 定着率の低さと高い離職率 - 顧客からの偏見や差別	- 多言語教育プログラムの導入 - 多言語マニュアルと翻訳ツールの活用 - メンター制度の導入、専門家の活用 - 法令遵守の徹底 - 生活支援プログラムの提供 - 顧客への多様性啓発
労働安全衛生	作業中の事故等を防ぐため、安全で衛生的な労働環境の整備に取り組んでいる	- 従業員の健康と生産性、モチベーションの向上 - ブランドイメージの向上 - 法令遵守とリスクマネジメントの強化	- コストの増加 - 新たな規制対応の複雑さ - 顧客の安全意識とクレームの増加	- マニュアルの作成と周知 - 費用対効果の高い対策の優先導入 - 定期的なメンテナンスやチェック項目に基づいた点検実施 - 定期的な安全衛生研修の実施 - 専門家のサポートの活用等
ダイバーシティ経営	多様な人材（女性、外国人、障がい者、高齢者等）が、十分に活躍できる環境の整備に取り組んでいる	- 多様な顧客ニーズへの対応と市場拡大 - 新しいアイデアやイノベーションの促進 - 企業の社会的責任（CSR）の向上とブランド価値の強化 - 多様な人材を確保できる雇用機会増加	- コミュニケーションの問題 - 文化的な摩擦や偏見 - 従業員間の公平性の問題 - 顧客からのクレームや不満	- ハラスメント防止ポリシーの整備と周知を徹底 - 透明性のある評価制度の導入 - メンター制度や生活支援プログラムの導入 - コンプライアンス教育の定期的な実施等

目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
人材育成	適切な能力開発、教育訓練の機会を従業員に提供している	- 従業員のスキル向上によるサービス品質の向上 - 人材の多様なキャリアパスの提供と定着率の向上 - 顧客対応力の強化とトラブル回避	- 教育訓練にかかるコストの増加 - 従業員の過度な負担によるストレスの増加 - 従業員の育成に対する不満や不公平感	- コスト効率の高い研修の選択と導入・実施 - 面談（個人、グループ、役職ごと等）の定期実施 - 研修プログラムの定期開催 - 従業員からのフィードバック収集等
公正な待遇	雇用形態に関わらず、同一労働・同一賃金等の原則に沿って対応している	- 優秀な人材の確保とリクルーティングの強化 - 労務トラブルの予防と法的リスクの軽減	- 待遇に対する従業員の期待の高まり - 業務内容の明確化と管理の難しさ	- 透明性あるコミュニケーションと期待管理 - 職務分析と評価基準の整備 - 職務記述書（ジョブディスクリプション）の活用等
雇用に関わる平等性	税制、賃金、社会保障政策を始めとする政策を正しく導入している	- 適切な納税等を行うことでの対外企業からのレピュテーション（評判）向上 - 賃金増による優秀な人材確保の機会向上 - 社会的・行政的評価アップと各種調査の際の正当性	- 従業員満足度が低下、離職につながる - 税金等の対応システムや仕組みがないと家計が煩雑になり間違いが起きる - 保障が不十分だと新規雇用がしづらくなる - 調査時、行政等の対応により罰金や改善を求められる	- 情報管理体制の徹底 - システムを活用した情報漏洩対策およびシステム導入 - 書類やファイルの適切な保管 - 管理マニュアル作成と周知
個人情報保護	個人情報を適切に管理している	- 管理体制の徹底による企業価値の向上 - セキュリティ向上によりさまざまなシステムが活用できる - ステークホルダーの信頼度アップ	- 情報漏洩によるコンプライアンス違反 - システムや書類の利用時に不安が残る - 顧客や従業員の信頼度低下	- ハラスメント防止ポリシーの整備と周知の徹底 - 透明性のある評価制度の導入 - メンター制度や生活支援プログラムの導入 - コンプライアンス教育の定期的な実施等
健康経営	従業員への健康投資による維持管理、それによる生産性の低下抑制等に取り組んでいる	- 優秀な人材の確保 - 生産性の向上、生活全般を含めた従業員の意欲の維持と入院等のリスクの減少 - 離職率の減少、従業員満足度向上	- 従業員の休業、離職、不満等の増加につながる - 労災や会社の責任が問われる場合がある - 労働状況の悪化等問題を把握できない	- 定期的な健康診断の実施 - 健康投資のための福利厚生充実 - 定期的な現場と個人の健康管理と調査実施

Company & Organizational Structure

旅館やホテルは、家族経営や古くからの経営体質のところもあり、企業として、また組織としての体制が整っていないところも多いのではないのでしょうか。会社を経営している以上、さまざまなリスクや社会的責任が生じます。

また関連する企業や取引先との連携・協力も必須となってきます。それらのことをなんとなくやっていると問題が生じるケースも少なくありません。さらには、社会的な信用の問題も出てきます。

そこで、このカテゴリの中にある、内部および組織体制、法令遵守、リスクマネジメントや社会的責任（CSR）等の概念と、それに対する項目、そして、ステークホルダーや地域との協力等、今一度しっかりと見直しましょう。SDGsの項目に即して経営ができれば、会社としてより社会に準じた体制になっていくのではないのでしょうか。

企業・組織体制

内部管理体制／法令遵守・組織体制／ステークホルダーとの対話／リスクマネジメント／イノベーション／社会的責任／地元企業や地域と協力

< 関連するSDGs項目 >



目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
内部体制管理	経営理念および経営目標を、社内で共有している	- 社内共有による売上増加機運の向上 - 組織の方向性やスタンスの統一化 - トップの意識共有を図ることによる一体感	- 会社としての目標と従業員の意識にズレが生じる - トップの方向性が伝わらず会社へのロイヤリティが低下	- 企業理念・ビジョンや方針等をホームページ等で公表している - 経営計画発表会の実施 - 事業計画書の共有
法令遵守・組織体制	法令遵守の考えが社内に浸透し、法令を確実に遵守する体制・仕組みを構築している また、企業活動が社会・環境におよぼす影響を理解している	- 管理体制の徹底による企業価値の向上 - 社内外からの信頼度の向上 - 安全性や社会通念上の常識、決まりを守る体制整備	- 違法行為、犯罪行為に緩くなり危険性が伴う - 社会におよぼす影響を鑑みない経営体制や営業活動により信頼を失ったり、悪化の原因になる	- ホームページ等での法令順守に対する取組みの記載 - ブログ等で企業の社会的活動等を掲載している - マニュアルの作成や定期的なミーティング等による社員啓発
ステークホルダーとの対話	ステークホルダー（※）との対話により、自社の活動がステークホルダーにおよぼす影響を把握し、適切に対応している ※利害関係者のこと 消費者、投資家等および社会全体を指す	- 対外企業からのレビュー向上 - 取引先や金融機関へのイメージアップと業務円滑化 - 顧客へのサービスや商品展開力の向上 - ステークホルダーそれぞれに対しての意識や対応力の向上	- 取引先や金融機関との関係性が悪くなり、取引や交渉に影響が出る - 顧客のレビューや口コミに返信したり対応していかないとサービスの改善等につながらなくなる - 投資家の要求（指摘やリターン）に適切に応えられないと組織の改変やトップの解任等につながり、組織として継続することが難しくなる	- 取引先や顧客の声からの評価や意見を社内へフィードバックする - 会社の社会全体に与える影響や役割について議論し共有する - 適正な会議や会合の場（株主総会、取引先会議、バンクミーティング等）を定期的開催して共有と意見交換を図り、必要な対象に必要な情報を開示する
リスクマネジメント	あらゆるリスクを特定、評価し、マネジメントするプロセスを整備している	- 多言語対応と顧客満足度の向上 - 文化的な多様性による新しいサービス創出 - 人手不足の解消と安定した運営 - グローバルな視点の導入と国際展開の強化	- 言語の壁とコミュニケーションの問題 - 文化的な違いによるトラブル - 法規制やビザの問題 - 定着率の低さと高い離職率 - 顧客からの偏見や差別	- 多言語教育プログラムの導入 - 多言語マニュアルと翻訳ツールの活用 - メンター制度の導入、専門家の活用 - 法令遵守の徹底 - 生活支援プログラムの提供 - 顧客への多様性啓発

目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
イノベーション	高付加価値セクターや労働集約型セクターに重点を置くこと等により、多様化、技術向上およびイノベーションを通じた高いレベルの経済生産性を達成している	- 旅館やホテルは労働集約型が多いため高付加価値や効率化とのバランスをとることで会社の生産性が上がる - 労働生産性向上による業務効率化 - 高付加価値化による他社との差別化 - 単価や売り上げの上昇、コスト削減につながる	- 生産性が向上しないとコストや人的資源増加によるマイナスが生じる - 現代に合わない体制や備品、機械を使用し続けることでコストが下がらず効率も悪くなる - 付加価値がないと単価や評価が上がりづらい、また競争優位性が下がる	- マルチタスク化や業務細分化による残業時間の軽減、雇用人数の削減 - 根拠を示す書類やレポートを作成する - 新しく導入した高付加価値商品を適切に販売する - 業界における最新設備、IoT機器の導入を行う
社会的責任	CSR（Corporate Social Responsibility：企業の社会的責任）の考えに基づき企業活動が社会・環境におよぼす影響に対して、責任を持った対応に取り組んでいる	- 管理体制の徹底による企業価値の向上 - 従業員満足度の向上 - 企業の社会的責任（CSR）の向上とブランド価値の強化 - 他業種とは違った旅館やホテル独自のCSR展開をすることで社会貢献できる	- 企業の対外的な価値や方針が不明確になり信頼度やロイヤリティ低下 - 金融借入や補助金取得時に不利になる可能性がある - 企業としての地位確立や新たな事業展開が難しくなる	- ホームページ等での社会的責任（CSR）に対する取組みの記載する - 企業活動の取組みをレポートしブログ等に掲載する - 地域や異業種と連携する
地元企業や地域との協力	協体制や資源の利用、取引等において地域や地元企業と持続可能な関係を保っている	- 地元企業からのレピュテーション向上 - 意見を活用することで社内パフォーマンスの向上やアップデートができる - 地域での連携や活動がしやすくなる - 地域資源を商品等に活かすことで差別化と顧客満足度が上がる - 温泉街や文化財への投資と協力を続けることで地域全体の価値向上が図れる	- 協力関係が弱まり、信頼度が低下したり取引や活動がしづらくなる - 顧客へのサービスや商品力が弱体化 - 施設を利用してもらえなくなることで売上低下 - 地域の施設活用や特産品の仕入れ等がしづらくなる	- ホームページ等での地元企業と取組みの記載 - 地域や企業との会合に定期的に参加し意見交換する - 地域の観光協会や旅館組合等業界団体に積極的に参加し活動する

Environment & Conservation

SDGsの取組みの中で、最もイメージしやすいのが、このカテゴリにある環境問題への配慮です。プラスチックの削減や再利用、エコ備品の導入等、我々の生活にも常に密着した課題です。

観光・宿泊業界においても、そういった活動は広がっています。特に衣食住に近い場所を提供する宿泊業界では必須ともいえます。

反面、会社内では少しずつ実現できていても「レジャーとして贅沢をする」といった顧客意識のもと、どの程度実現できるでしょうか？ 地域や観光地でいうと、オーバーツーリズムによる観光公害等の影響も懸念されつつあります。

よくある環境への配慮だけでなく、「持続可能」な環境への配慮や取り組みを始め、保全等の断片的ではなく、安全性も考慮した取り組み等が必要とされています。

環境・保全

廃棄物／省エネ・温暖化対策／生産と消費
有害化学物質の理解／生物多様性の理解／
3 R 推進／水の管理／環境情報開示／再生
可能エネルギー利用／品質保証／環境に配
慮した資源・素材の持続的利用／製品・サ
ービスの安全性／環境に配慮した開発／環
境配慮による管理と削減

< 関連するSDGs項目 >



目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
廃棄物	飲食関係の残飯や、業務上の廃棄物の管理を適切に行い、適切な処理に取り組んでいる	・廃棄物の削減によって廃棄コストが削減され、効率的な資源利用により全体の経費を抑えられる ・残飯や廃棄物を元にした再製品化や、バイオガスの製造等の新しい製品やサービスを開発する機会となる ・廃棄物を効率的に管理することで、サプライチェーンの効率性を向上させ、食品ロスを減らす新しい戦略を見つける鍵となる ・環境規制が今後厳しくなることが予想される中、先取りして対策を行うことで法的リスクを軽減できる	・残飯や廃棄物は微生物の温床となり、適切に管理しないと細菌やウイルスの繁殖を招き、食中毒や感染症のリスクが高まる ・不適切な管理により悪臭等が発生すると周辺環境に悪影響をおよぼし、地域社会との関係を悪化させる ・廃棄物の処理には法的な規制があり、適切な管理を怠ると法令違反となり、罰則を受ける可能性がある ・適切に処理されない廃棄物は、土壌や水質の汚染につながる可能性がある ・不適切な管理が原因で、緊急対応が必要になったり、罰金が科せられると、コストが増大することがある	・廃棄物の扱いのマニュアルやチェックリストを作成し、従業員に周知を徹底する ・廃棄物の管理システムを導入し、廃棄物の内容や発生状況を把握することで適切な管理を行う ・廃棄物管理の重要性や適切な廃棄方法について従業員に定期的な指導を実施する ・正式な認可を受けた廃棄物処理業者との契約を結び、適切に廃棄物を処理してもらう ・第三者の監査による廃棄物管理の評価を受け、その報告書に基づいて改善を継続する ・廃棄物管理に関する法律や条例を定期的に確認し、それに従った運用をしていることを示す文書を用意する
省エネ・温暖化対策	自社の温室効果ガスの排出量を把握し、最新設備やエコ認定設備の導入等排出の抑制に取り組んでいる	・エネルギー効率の高い設備を導入することで、長期的なエネルギーコスト削減が可能となる ・環境に配慮した取組みを強化することで、SDGsに関心の高い顧客へのアピールとなり、ブランドの差別化につながる ・エコフレンドリーな宿泊施設を選ぶニーズに応えることができ、新たな顧客層の獲得につながる ・環境対策を実施することで政府や自治体から補助金や助成金を受けられる場合がある ・地域全体の環境保護に寄与することで、持続可能な観光の促進へとつながり、地域経済への貢献ができる	・エネルギー料金の増加により、運営コストが増加し、利益が下がる ・環境に関する規制が強化され、コンプライアンスにかかるコストが増加する ・環境問題への対応が不十分であると、顧客やステークホルダーからの信頼・ブランドイメージが失われる。	・定期的に監査を行い、エネルギー消費の状況を把握し、改善ポイントを特定する ・エコマークや省エネ基準を満たしたエアコンや機器を導入する ・スマートテクノロジーによる管理システムを導入し、使用状況に応じてエネルギーを効率的に管理する ・グリーンキー等の環境認定を取得し、エコ活動を公式に評価してもらう ・施設利用客用に電気自動車の充電ステーションを設置し、持続可能な交通手段を促進する
生産と消費	消費と生産における資源効率を漸進的に改善させ、持続可能な消費と生産を行い、経済成長と環境悪化の分断を図っている	・持続可能な消費と生産を行うことで、運営コストが低下し、利益率向上につながる ・持続可能な運営を行うことで、社会的責任を果たしていると認識され、ブランド価値が向上する ・地元の農家や生産者との連携を強化し、地産地消を促進することで、地域経済の活性化に寄与できる ・環境意識の高い顧客は、エコフレンドリーな宿泊施設に対して忠誠心を持ちやすく、リピート客の増加に期待がもてる ・環境認証エコラベルを取得することで、消費者に対して信頼性を提供し、選ばれる理由を増やす	・資源の無駄遣いにより、エネルギーや水道光熱費が高騰し、運営コストが増加する ・環境への影響が大きいと政府や地方自治体からの規制が強くなり、罰金や改善費用が発生する可能性がある	・リサイクルやコンポストの設置を推進し、廃棄物の発生を抑制する ・客室や館内にリサイクルボックスを設置し、施設利用者にも参加を促す ・環境認証を取得し、持続可能な運営を実践していることをアピールする ・環境保護に関する研修や、地元の特産物等の知識を深める研修を行い、従業員が持続可能な取組みに積極的に関与できる環境を整える ・仕入れ先に対して持続可能な努力を求めることで、全体のサプライチェーンにおける環境負荷を低減する ・使用している素材や食材の情報や、持続可能性を公表する

目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
有害化学物質の理解	法令等で規制されている有害化学物質を把握し、使用量の抑制および適切な使用に取組んでいる	- 環境に配慮した製品は、消費者の間で人気が高まっているため、有害化学物質を含まない製品を積極的に使用することで、持続可能性を重視する市場において競争優位性を持つことができる - 有害化学物質の使用削減により、リスク管理や事故対応にかかるコストを削減できる可能性がある	- 法令の変更や新たな規制に対応するためのコストが発生する可能性がある - 安全性を高めるためには、製品設計や製造プロセスの見直しが必要であり、これには時間と資金がかかる - 有害化学物質が問題となった場合、消費者からの信頼を失うリスクがあり、市場での競争力にも影響する可能性がある	- 環境に配慮した製品が持続可能なビジネス成長に寄与することを示す研究レポートが数多くあるため、理解を深めることはもちろん、裏付けとして表示できる - 各国の規制機関が発表しているガイドラインや規制情報は、企業が遵守すべき基準を示しているため参考になる - 消費者の需要がどのように変化しているかを示す市場調査報告が、ビジネスチャンスを見出すのに役立つ - 有害として懸念される物質や物質に関するリスクをしっかりと共有していくことが重要
生物多様性の理解	自社活動が生物多様性や生態系に悪影響をおよぼさないよう配慮している	- 環境に配慮した宿泊施設はエコツーリスト（持続可能な観光を求める旅行者）の期待に応え、マーケティングにもつながる - 持続可能な努力を持って環境保護に取組むことで、消費者の信頼を獲得し、ブランド価値が向上し、競争優位性が得られる - 地元の環境保護活動や農家と協力して地域貢献を強化することで、地域住民との関係性が深まり、地域の支持を得やすくなる - 自然環境を活かしたアクティビティや宿泊体験は地域独自の価値を提供し、顧客満足度の向上にもつながる - 環境保護に配慮することで、今後の法規制に対するリスクを軽減し、コンプライアンスを確保できる	- 環境保護に関する法規制が強化されると、違反した際の罰則や罰金、営業停止のリスクが増加する - 環境への配慮が不足していると、顧客からの信頼を失い、悪評が広がる可能性がある - 生態系の破壊が進むと、観光資源が失われ、集客に影響を与えることがある - 環境保護に取組む企業や団体との連携が難しくなり、ビジネスチャンスを失う可能性がある - 環境問題に対する対応策や補償の必要性が高まることで、コストが増加する	- 自然素材を使用した建物や、太陽光発電、雨水利用システムを導入することで、エネルギー消費を抑え、環境負荷を軽減する - 地元の生産者との連携を図り、相互に発信する - 周辺の自然保護区と連携し、生態系保護のボランティア活動や資金提供を行うイベントや事業を実施する - 施設利用客に対して、生物多様性や環境保護の重要性を伝えるワークショップやガイドツアーを提供して、意識向上を図る - 館内敷地内で緑地の展開（庭や緑地を設け地元の植物を植える等）、展示ブース（環境や自然に特化した取組みや写真、ムービー等）を展開し、顧客に周知する
3 R推進	リデュース、リユース、リサイクルに取組んでいる 廃棄物削減、プラ製品や使い捨て製品の削減やリサイクルに取り組んでいる	- 廃棄物を減らすことで、廃棄物処理コストを削減でき、リユースやリサイクルによって新たな資源購入の必要性が減少する - 環境に配慮した取組みは、エコ意識の高い顧客に支持され、顧客のリピート率や口コミ評価の向上につながる - 環境意識の高いサプライヤーや地域団体との連携が可能となり共同プロジェクトやイベントを通じてさらなる価値を創出できる - リサイクルやリユースを通じて、持続可能な観光体験を提供し、エコツーリズムのニーズに応えることができる - 地域のリサイクル業者や環境保護団体と連携することで、地域貢献の一環としての価値を高められる	- 資源の無駄遣いにより、廃棄物処理費や購入コストが高くなる - 環境への配慮が不足すると、行政からの規制が厳しくなり、改善費用や罰則等が発生する可能性がある - 環境意識の高い顧客に対して魅力がなくなり、選ばれなくなるリスクがある - 社会的貢献が失われ、企業の信頼性やブランド価値が損なわれる - 競合他社が再利用等の取組みを進める中、自社の取組みが遅れをとり、競争力が失われる	- 備品の毎日の取替えや洗濯等を軽減する取組みを推進して周知する - リユース・リサイクル備品やアメニティを客室や館内に導入、またセルフ化することで無駄な利用を省く仕組みをつくる - 食品廃棄物をコンポスト化して、肥料として施設の庭や近隣コミュニティに活用する - エコフレンドリーな宿泊者がお得に施設を利用できる等の滞在プランの提案

目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
水の管理	水資源の利用状況を適切に管理し、利用効率の改善に取り組んでいる	- 適切な水資源管理や利用効率の改善により、水の使用量を削減できる - 分散や集中等切り替えができるシャワーヘッドやシンクにすることで使い勝手が上がり、節水にもなるので設備サービス向上になる - 旅館内にある池や滝等の景観設備を循環型のものにすることで持続可能でありながら館内景観力が向上し、マイナスイオン効果も生むことができる - 地下水や雪解け水といった天然水を、飲料水等に活用することで観光資源になる	- 地域的な要因や水の利用方法によって異なるが、管理を誤ることで、農業や産業への悪影響、公衆衛生の悪化、環境への悪影響等さまざまな問題を生じる可能性がある - 設備の管理を怠ったことによる配管の破裂で継続的に資源が流出する等、資源の無駄遣いによるコスト増加の可能性がある - タンクや配管、その他シンク等適切に管理しないと不衛生な水の流入につながり、顧客への健康面や衛生面に問題が出る	- 水の使用量を定期的にモニタリングし、具体的な削減実績を示すことで、どの程度水の利用効率を向上させているか、また、水資源の無駄を減らしているかを証明できる - 年間の水使用量データを記録することで、水の消費量の推移や削減率を示す具体的な数値をチェックする - 業界平均と比較して水使用量がどれだけ削減されているか、ベンチマークを設定し、継続的に比較する - 再生水やリサイクル水の利用割合が増加していることを示すデータを確認できるツールを導入する - 節水備品を導入・活用し、節水への協力を顧客に呼びかける
環境情報開示	環境の取組みに関する情報を正しく開示している	- 消費者の間でエコ意識が高まり、「エシカル消費」や「グリーン消費」が拡大している中、環境情報を開示する企業は、こうした市場で強力な支持を得ることができる - 環境情報の透明な開示は、企業の信頼を高め、ブランド価値を向上させる - さまざまな取組みを環境やSDGsといった情報の統一性を持って発信するベースをつくることで、周知しやすくなる	- 企業が環境対策を実施していても、その情報開示が曖昧であったり、過度に強調されることで「グリーンウォッシング」（環境配慮を装った偽りのイメージづくり）と見なされるリスクがある - 環境情報を積極的に開示することで、消費者はその企業に対して高い期待を持つようになるが、実際の成果が消費者の期待におよばない場合、企業への失望感や信頼の低下につながる	- グローバルな開示基準に基づくレポートGR I（グローバル・レポーティング・イニシアチブ）基準やCDP（カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト）等への報告により開示情報の正確性と信頼性が向上する - ホームページ等にコンテンツページを開設し、多くの顧客の目にふれる環境への取組みを開示・周知する - 自社での環境への取組みを周知させ、理解を浸透させるための文章やイラスト入りポップ、案内を作成する - 環境への取組みに関する従業員セミナーや勉強会・会合を計画的に開催する。
再生可能エネルギー利用	再生可能エネルギーの利用や再生可能な素材の利用に取り組んでいる	- 再生可能な素材を積極的に利用することで、新たな資源購入の必要性が減少する - 環境意識の高いサプライヤーや地域団体との連携が可能となり、共同プロジェクトなどを通じてさらなる価値を創出できる - 環境保護に対する取組みは、今後の厳格な環境規制への適応を助けリスクを軽減する - 再生可能エネルギーの利用を通じて、持続可能な観光体験を提供し、エコツーリズムのニーズに応えることができる - 地域のリサイクル業者や環境保護団体と連携することで、地域貢献の一環としての価値を高められる	- 資源の無駄遣いにより、廃棄物処理費や購入コストが高くなる - 環境への配慮が不足すると、行政からの規制が厳しくなり、改善費用や罰則等が発生する可能性がある - 環境意識の高い顧客に対して魅力がなくなり、選ばれなくなるリスクがある - 社会的貢献が失われ、企業の信頼性やブランド価値が損なわれる - 競合他社が再利用等の取組みを進める中、自社の取組みが遅れをとり、競争力が失われる	- 備品の毎日の取替えや洗濯等を軽減する取組みを推進して周知する - 再生可能な素材を使用した備品やアメニティを客室や館内に導入、またセルフサービス化することで無駄な利用を省く仕組みをつくる - 食品廃棄物をコンポスト化して、肥料として施設の庭や近隣コミュニティに活用する - 上記内容を含めた滞在プランや館内施設の利用方法等を提案する

目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
品質保証	品質のよいモノやサービスを提供するための仕組みを構築している	- 品質の高い製品やサービスは顧客満足度が向上すると、顧客のリピート購入につながり、それにより付加価値が高まることで、単価アップ等も期待できる - 確立された品質保証体系により、ブランドへの信頼が高まり、市場での地位が強化される - 高い品質基準により、これまで参入できなかった新しい国際市場や業界への参入が可能になる可能性がある - 効率的な品質管理は製品やサービスの欠陥を減少させ、品質問題による返品や修理コストを削減する - 品質に優れた製品は差別化要因となり、競合他社に対する優位性を強化する	- 質の悪いサービスや設備が提供されると、顧客の期待を裏切り、満足度が低下する可能性がある - サービスの品質が低下したことにより、ネガティブな口コミがSNS等で広がると、他の潜在的な顧客に悪影響を与え、宿泊客の減少を招く可能性がある - 同業他社が高品質のサービスや設備を提供している場合、競争力が低下し、市場シェアの喪失につながる恐れがある - 質の低いサービスや環境は、従業員のモチベーションや士気にも悪影響を与え、サービスのさらなる品質低下を引き起こす悪循環を生む可能性がある	- 製造やサービス提供の各工程の手順と、その実行記録を管理することで、プロセスの一貫性と有効性を確認できる - 定期的な内部監査の実施と、それに基づく改善策の実施記録を作成することで、継続的に品質を改善していることを示す - 顧客からのフィードバックやクレーム対応の詳細な記録を作成することで、顧客の声を反映した改善策の履行を示す - サプライチェーンの品質保証のために、資材や部品の供給者の選定基準と評価記録を作成する - 品質管理に携わる社員が必要な知識とスキルを有していることを裏付けるトレーニング実施と資格を獲得する
製品・サービスの安全性	安全性を確保するための仕組みを構築している	- セキュリティが強化されたシステムは顧客の信頼を得やすくなり、ブランドの信頼性が向上する - 建物自体の安全性（耐震構造、軋みやひび割れがない壁、変な音がしないドアや床など）や、見た目・使い勝手の安全性（手すりやサイン等）のメンテナンスをすることで満足度が向上する - 従業員が製品の使い方等を正しく理解することで安心して働くことができ、危険やリスクが減る - 定期的なメンテナンスや、製品の耐用年数、利用特性を理解しておくことで、事故防止につながり、破損や事故による損失、過失を防止できる	- 防犯カメラや施錠、警備体制の不備は、侵入者や窃盗、その他の犯罪行為を招く可能性が高まる - 火災報知器に不備があったり、地震、台風、洪水等の自然災害に対する備え・チェックが不十分な場合、災害時に大きな被害を被る可能性がある - 建物や設備の定期的な点検・修繕を行わないと、事故（天井の崩壊、電気系統の故障等）が起こりやすくなる - 安全性への配慮が欠けていると、顧客の信頼が失われ、悪評につながる可能性がある - 旅館やホテルは施設内のさまざまな面で安全基準を満たす必要があり、怠ると法的責任を問われるリスクが増大する	- 製品やサービスの潜在的なリスクを特定しそれらの重大度を評価した詳細なリスクアセスメント報告書を作成する - 安全性を考慮した設計が行われていることを示す設計仕様書、およびその仕様に基づく検証結果を示す - 業界標準や法令に準拠していることを示すコンプライアンス証明書を示す - 製品が安全基準を満たすことを証明する各種テストを行い、その検査結果を示す - 製品の供給者を含むサプライチェーン全体で監査を実施し、その結果の記録を示す - ユーザーフィードバックや市場調査の結果を集めて分析し、安全性の継続的向上に役立てるためのエビデンスを集める
環境に配慮した資源・素材の持続的利用	天然資源の持続的利用に配慮した調達や利用に取組んでいる	- 天然資源は子どもにも安全なもの（エコマテリアル、天然素材等）や、身体に優しいものがあるため、顧客に安心感を与えられる - 天然素材やリサイクル素材等は、地球温暖化防止や環境汚染の軽減、資源の節約、廃棄物の削減等に役立ち、環境へ配慮していることがわかりやすい（植物系、きのこ菌由来の材料等） - 旅館・ホテルのアメニティや設備に活用することで、顧客にダイレクトに使用を訴えることができる	- サステナブル素材や天然素材、エコ資源を活用できないことで、現代の流れから取り残され、企業としてマイナスのイメージがつくことがある - プラスチック素材等は使用感が悪いと破壊されやすく、満足度低下の要因にもなる - 天然資源は各地域や施設等で貴重なものもあり、それを継続的かつ持続できる状態で使わないと損失につながる可能性がある	- 信頼性のある第三者機関による認証を受けることにより利用を評価する上で最も重要なエビデンスの一つとなる - FSC（森林管理協議会）認証等、持続可能な森林管理を行っていることを証明する認証を得た木材・紙製品を採用する - MSC（海洋管理協議会）認証等、持続可能な漁業による水産物の調達を証明する認証を得た水産物を採用する - 使用している素材や材質についてわかりやすく掲示・表現することで、顧客からの理解や認知を得る

目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
環境に配慮した開発	環境に配慮した製品や商品の開発・設計に取り組んでいる	- 持続可能な資源使用による開発やリサイクルの促進は、長期的に見て材料コストの削減につながる場合がある - 環境配慮を目指すことで、技術革新やプロセス改善が促進され、新しいビジネスモデルや製品の開発につながる - 地域の土地や環境に根付いた商品を開発・展開（森林を利用したアメニティ、自然水の提供、エコドライブ等）していくことで、全体の強みになるだけではなく持続可能な地域開発につながる	- 環境問題への関心が高まる中、環境配慮が欠けているとみなされることで、エコ意識の高い顧客からの評価が低下し、競争相手に顧客を奪われるリスクがある - ブランドとしての持続可能性や環境意識をアピールできないことは、長期的に他の旅館との差別化が難しくなり、市場での存在感が薄れる可能性がある - 環境に対する法令や規制が強化される場合に備えていないと、将来的に法令違反となる可能性があり、罰金や営業停止等のリスクを抱えることになる - 環境負荷の高い製品の使用に対して将来的に税金や料金が課せられるようになる可能性もあり、結果的にコストが上昇する。 - 環境配慮商品の開発に後から取組む場合、研修や設備投資、製品設計の見直しに大きな転換コストがかかり、その費用負担が後になって大きくなる可能性がある	- ライフサイクルアセスメント（LCA）という製品全体の環境負荷を定量化する評価を獲得する - エコラベルやISO 14001等の環境認証を取得することで、環境配慮を外部に証明する - 環境への取組みや成果を文書化した報告書（サステナビリティレポート）を作成する - 使用される材料の環境特性に関するデータを整理した文書を作成する - 供給者の環境基準遵守状況を確認し、透明性を持たせた監査報告書を作成する
環境配慮による管理と削減	化学物質やすべての廃棄物の環境に配慮した管理を達成し、大気、水、土壌への排出の削減に取り組んでいる	- 食に関する事項は顧客に直接的な影響があり、適切な管理と表示を心がけることで満足度の向上や、安心感が生まれる - 管理と取組みが評価されると、顧客のみならず近隣地域からもイメージアップやプラスの評価を受けやすくなる - 適切な管理体制を敷くことで従業員の安心感につながる - 温暖化防止策としてエアコンの抑制や消耗品の廃棄に気を配ることでコスト削減になる	- ステークホルダーから管理体制が不十分とみなされると評価の悪化を招く - 管理体制に対する法令や規制が強化される場合に備えていないと、将来的に違反となる可能性があり、罰金や営業停止等のリスクを抱えることになる - 管理体制が不十分だと、過剰利用や、廃棄やそれに関わる事故や損害等コストがかかる場合がある	- 環境省の掲げる地球温暖化対策マニュアル等に則り数値化・顧客への見える化を実施する - 電気利用状況メーターや、各種管理状態でのCO₂排出量の削減を公表することで具体的に配慮していることを示す - 行政と連携したプログラムに参加認定を受ける

Social & Community Contribution

旅館やホテルは、地域社会と大変密接に関わっています。これは会社としてもですが、宿泊者にとっても、宿泊施設のある地域や観光地を巡ることが、旅をすることの大きな魅力であるとともに、非常に重要な要素となっているのです。また、経営者にとっても、地域に貢献し、地元社会と密接に関わっていくことは必須です。

そういった地域社会と共存し、資源や伝統、地域環境への配慮をしながら、持続的かつ継続的な観光地域づくりをしていくことは、SDGsの活動に大きな役割を果たしているといえます。

しかしながら近年では、天然資源・水質汚染等から派生する資源の枯渇問題、伝統文化の継承や後継者不足や、人手不足により、多くの地域で伝統や資源が失われつつある問題もあります。

事業と地域を維持しながら、住んでよし、訪れてよしの観光地域社会づくりを目指しましょう。

< 関連するSDGs項目 >



社会・地域貢献

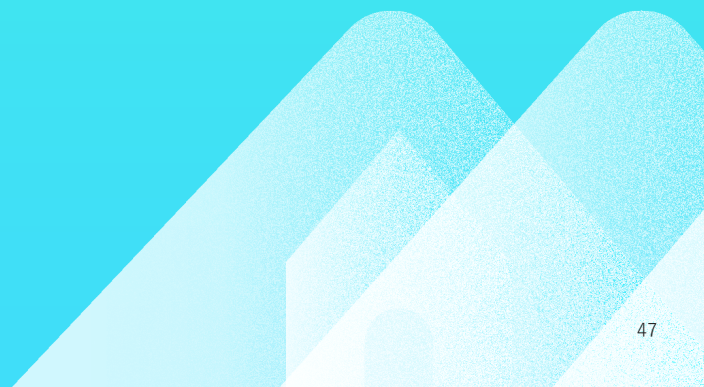
地域への配慮／社会貢献活動／観光における地域資源／観光における保全・啓発／山林・森林保護／海洋・漁業保護／地域観光との共生／地域文化・伝統

目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
地域への配慮	自社事業が地域観光に与える影響を把握し適切に対応している	・地域のオリジナリティーを出すことで他地域と差別化できる ・適切に把握・配慮することで地域との共生や理解を図れる ・ビジネスによるデメリットやオーバーツーリズム等に対処、あるいは理解を示して対応策を行うことで観光公害に対応できるきっかけとなる ・宿泊者、来訪者を地域の他の観光地や事業者へ案内、仲介、連携していくことで地域全体が潤う仕組みができる	・地域へ配慮した活動をししないと、顧客の評価が下がることがある ・自己中心的な地域経営となり、他の事業者や地域住民との連携や理解度が下がる ・オーバーツーリズムや観光公害といった問題が生じてくる ・建物や関連施設、設備を無造作に立てると景観的な問題が生じる ・宴会や大型団体の来訪により、騒音や混雑が生じると、地域の迷惑になる	・渋滞や混雑を緩和するための適切な案内をする ・地域社会の活動や時間帯に配慮した観光客の誘導や案内をする ・顧客への地域での過ごし方や配慮すべき時間帯等の案内を掲示する ・パンフレット、マップ、アプリ等を用いて適切な地域観光の案内をする
社会貢献活動	寄付、ボランティア、地域の観光協会活動等社会貢献活動に積極的に取り組んでいる	・ボランティアや寄付活動は他社や顧客からも高く評価されるため、イメージアップにつながる ・地域の観光協会での活動は、新たな、かつ迅速な情報収集ができるだけでなく、地域活動がしやすくなる ・地域団体長等に積極的に関わることで、企業としての評価アップにつながる。また自社のしたい活動がしやすくなり、優位に立てる施策を打つこともできる ・活動を継続していくとNPOや行政、自治体から支援や協力が得やすい	・自社中心になると排他される ・地域の団体に所属したり活動していないと、情報が入らない・連携が弱くなる等会社にとって不利になる ・自社で地域や他社への協力を促す場合、協力が得られにくくなったり、施設を利用してもらえない等、売上に響く	・地域の観光協会や自治会、行政関係の活動に経営者が積極的に参加する ・各地域の観光協会が発行する年次報告書や活動レポートは、寄付、ボランティア活動、社会貢献に関する詳細な情報を提供する材料になる ・地域自治体が発行するSDGs実施計画や進捗報告書に、具体的な取組みや成果について記載がある ・基金や地域貢献活動（イベント参加、周遊プログラム等の参加、清掃活動等）を適切に発信することで顧客や地域へ活動内容が伝わる
観光における地域資源	地域の商品や食材等の資源を積極的に利用（地産地消、地産外商）している	・地元限定色が出やすいため特色あるPRがしやすく、差別化が図れる ・地域色のある商品を宿泊客に提供する（料理や飲料等）ことで差別化と売上増加が見込める ・Eコマースやネット販売を活用することで、土産品や飲食の販売が全国で可能になる ・道の駅や土産店、飲食店で共通の特産品・名物の土産等を販売することで、ブランディングとなる ・比較的安定した産業に育てられれば雇用や、地域の人口増加にもよい影響を与える	・地域の独自性や特徴を見出せなくなる ・商品力が上がらず売り上げ増加につながらない ・自分の地域内での消費だけでなく、外での消費につながらなくなる（ネットショップ、道の駅、ふるさと納税商品等）	・行政の実施する地産地消推進プログラムや認証制度へ参加することで活動を見える化できる ・食材の説明やサイクル、仕入れ先や生産者等を顧客に明示する ・Eコマース等を用いた販売とPRをすることで、地域に來なくても、地域に根付いた特産品やオリジナル商品を展開・発信できる ・行政が主に実施するイベント等で物販・外商に参加し、発信する

目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
観光における保全・啓発	エコツーリズムやネイチャー、保全活動等に組み入れている	・旅行する目的の中で「自然に触れ合える」ことはキラコンテツになる ・景観や自然に対して保全活動の要素を取り入れることで自社のブランディングや地域自然の価値向上になる ・地域内での自然や植物に関する知識の啓発や、人材活用のきっかけになる ・ツアーに環境保全や寄付の要素を含むことで、観光業を通じた地域経済の活性化と環境保全の両立が図られる ・自然保護の重要性を啓発するプログラムや体験型コンテツは、地域住民と観光客の両方の環境意識を高めるきっかけとなる ・エコツーリズム関連の事業者が増え、新たな雇用とビジネスチャンスが創出される	・保全・啓発を怠ることで、過剰な観光客の訪問による地域の負担が増える場合がある ・保全・啓発を怠ることで、観光地や観光名所の景観・雰囲気が悪くなる ・自然保護のための適切な管理が行われない場合、生態系の破壊や野生動物への悪影響が懸念される ・観光における保全に関して、地域の経済活動に影響をおよぼす制限が導入される場合、住民の意思を得られないと、地域住民との摩擦が生じることがある	・コンテツの特徴だけでなく生産者や生産環境等を表現することで価値が生まれやすくなる ・レトロなデザインやモダンな表現、アニメ等とのコラボ等、コンテツによりターゲットや特徴を活かしたパッケージングをすることで差別化と認知がされやすくなる ・農政関係や商工関係と連携して幅広く商品展開やPR、ブランド力を上げることで認知が広まる
山林・森林保護	あらゆる種類の森林および生態系の持続可能な管理の実施を促進し、保全、回復、および持続可能な利用を確保する	・地元の環境に配慮した木材や竹等を使用した家具やアメニティ、エシカルなお土産などを導入することで、地域経済の活性化と森林資源の持続可能な利用を促進し、ゲストに資源を守るための意識を高められる ・地域の森林保護団体や、自然保護活動を行うNPO等と提携し、地域の保全活動や啓発イベントを共催できる ・里山の再生や、森づくりに関連した伝統的な技術を学べるプログラムを提供し、文化的・環境的価値をゲストと共有することで持続可能な森林管理の意識を高められる ・森林を活用した体験や郷土料理を味わえるツアーを開催することで、自然への理解と愛着を育み、森林保護意識を促進できる	・森林生態系の持続可能な利用のガイドラインが不明確で管理されていない場合、資源の乱伐による資源の枯渇や、生態系への悪影響が懸念される ・森林保護を怠ることで、土砂災害や水害などの自然災害リスクが増大し、周辺の宿泊施設が直接被害を受ける可能性が高まることで、災害対策や復旧のためのコストが増加するリスクがある ・森林や自然資源の管理が不適切だと、地域社会や環境保護団体との軋轢を生む可能性があり、支持が得られなくなることがある ・地域の林業や自然保護団体と連携して森林保護に取組めない場合、協力関係やパートナーシップの機会を失う可能性がある	・FSC認証、PEFC認証、SGEC認証等を申請・取得したり、団体へ参加することで制度を活用でき、森林貢献をアピールできる ・体験や商品の適切な販売をPRする ・関係諸団体や事業者、地域と連携する
海洋・漁業保護	あらゆる種類の海洋および生態系の持続可能な管理の実施を促進し、保全、回復、および持続可能な利用を確保する	・地域の持続可能な漁業を行う漁師や養殖業者から直接シーフードを仕入れ、地産地消のメニューを提供することで、鮮度のよい高品質な食事を提供でき、地元経済の活性化や持続可能な漁業の支援にもつながる ・マリンアクティビティや、浜辺で楽しめるイベントに、ビーチクリーンや、海洋環境の保全プログラム（サンゴ礁の再生等）を同時開催することで、海洋保護の重要性を体感してもらえる ・伝統的な漁法を学べる体験ツアー（定置網漁や一本釣り等）や郷土料理を味わえるツアーを開催することで、地域の海洋資源と文化に触れながら、持続可能な漁業の重要性の理解と、海洋保護意識を促進できる	・多くの旅館では海産物売り場にしていることで、環境の保護や漁業の持続可能な管理と保全が行われないと、魚介類が入手困難となり、結果輸入に頼ることになる等、大きな打撃となる ・海産物生態系の持続可能な管理が不適切な場合、観光や漁業の過剰な利用による資源枯渇のリスクがある ・水質改善や海の保護を怠ることで、水害や海の汚染等の自然災害・公害リスクが増大する恐れがあり、事故が起きた場合は災害対策や復旧のためのコストが増加するリスクがある	・MSC（持続可能な漁業）やASC（責任ある養殖業）の認証を得た魚介を導入し、環境に配慮したメニューを提供することで、海洋資源保護への貢献をアピールできる ・体験や商品の適切な販売をPRする ・関係諸団体や事業者、地域と連携する

目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
地域観光との共生	雇用創出、地元の文化・商品の販促につながる持続可能な観光業を促進するための政策を立案し実施している	- 地域の若者やリターン希望者を積極的に採用することで、地域の雇用創出に貢献でき、それにより地域との結びつきの強化、施設の知名度向上にもつながる - 地元で働きたい人に向けて、観光業やホスピタリティ業務の研修、スキルアッププログラム（外国語教育等）を提供することで、地元の観光人材の育成と、地域全体の観光対応力向上に貢献できる - 地元の農家や漁業者と提携し、体験プログラム（収穫体験や、漁業体験、料理教室など）を提供することで、地域の産業と観光客をつなぐことができる - 旅館やホテル内で地元農産物や特産品を販売するマルシェ・物産展を定期的に開催し、宿泊者に地元産品を知ってもらう機会を作ることで、地域と観光客の接点が増え、地元産業の販促につながる - 地元のクリエイターや企業とコラボレーションし、ホテルの内装や部屋に地域色を取り入れることで、地域文化をPRしつつ宿泊体験の価値を高めることができる - 地域の他の観光事業者と提携して宿泊プラン（たとえば「地域の温泉と地元レストランのセットプラン」等）をつくることで、宿泊施設だけでなく地域全体が注目され、地域観光の一体感を演出し、観光業全体の活性化につながる - 地元の学生向けに職場見学やインターンシップの機会を提供することで、地元への愛着と観光業の理解を深めてもらうと同時に、将来の地域の人材確保につながる - 地元住民と共同で地域の課題を解決するイベントやプロジェクトに積極的に参加することで、旅館やホテルが地域のための施設という印象を持ってもらうことができ、地域との連携を強化できる	- SDGsに取組む施設が増える中で、環境保護や地域貢献に配慮しない宿泊施設は、持続可能性を重視する旅行者（特に若年層や、国際旅行者）から避けられる可能性があり、施設のイメージダウン・競争力の低下に直結することがある - SNSや口コミサイトで「環境に配慮していない」「地域に貢献していない」といったネガティブな評価が広まるリスクがある - 日本国内外で、持続可能な観光を推進する法的規制が増えており、今後も強化されることが予想される。環境保護対策（たとえば省エネ・廃棄物管理等）や地域貢献に対する規制を守らないと、罰則や営業許可の取消しといったリスクを負う可能性がある - 地域の自然環境や文化に悪影響を与える施設は、地元住民や自治体からの反発を招くリスクが高まり、観光公害（オーバーツーリズム）や環境負荷を増やすような事業運営は、地域との信頼関係を損ない、協力関係が得られにくくなり、それにより、地元企業や観光協会との協業チャンスを逃し、地域資源を活かした観光商品開発等も困難になる場合がある - 近年、環境・社会・ガバナンス（ESG）に配慮した企業に投資する動きが強まっているため、SDGsを無視した運営を行っている、今後の資金調達や投資誘致が難しくなったり、成長資金が得られなくなるリスクがある	- 地域の観光協会等と短期的、または長期的な観光施策を決定し、持続的に取組む - 採用情報に積極的な地元採用、インターン、説明会等を実施していることを掲示する - 地元の情報誌や雇用雑誌、商工会との連携等により雇用創出を図る機会を設ける - 各種メディア（テレビ、ラジオ、雑誌、ネット媒体等）と連携してイベントや取り組みをPRする - 地域課題解決やイベントの活動に学生や行政、企業を巻き込むことで一般人に広く周知する

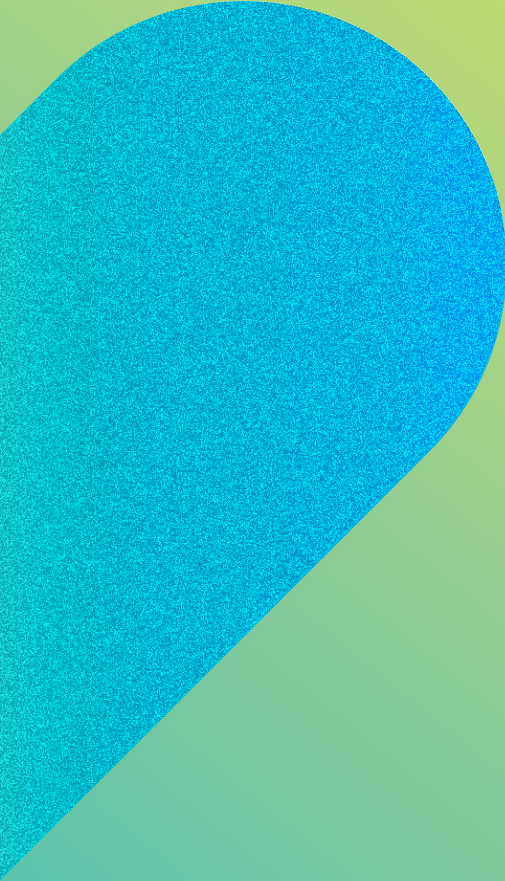
目標	取組み	ビジネス機会の創出と価値向上	想定されるリスク	ガバナンス・エビデンス
地域文化・伝統	地域の伝統的行事や物産を守る活動、文化的な要素を自社で活用・発信している	• 地元の祭りや伝統行事に合わせた宿泊プランや、ゲストが行事を楽しめるツアーを企画することで、販売強化につながる • 季節ごとの文化イベントとして宿泊施設内で地域の伝統文化や行事に関する展示やワークショップを行い、季節ごとに異なる文化体験を提供することで、リピーターも楽しめる仕組みをつくることができる • 地元のアーティストや職人の作品展示・販売を行い、ゲストが地域文化を身近に感じられるようにすることで、販売機会や認知機会が増える • 陶器や染物、漆器等の伝統工芸品を飾りやインテリアとして用いることで、施設全体に地域の雰囲気を取り入れられる • 地域の伝統技術を持つ職人を招き、体験型ワークショップを実施することで、地域ならではの体験が顧客満足度向上につながる • 地域の歴史や伝統を反映したテーマ性のある客室やロビーのデザイン・設計を行うことで、施設自体が地域文化を感じられる空間にすることができる • 施設内に地元の祭りや文化、観光情報を紹介するコーナーを設け、来館者が気軽に地域の歴史や文化、行事の日程、周遊観光に役立つマップ等を得られるようにすることで、顧客満足度が高まる • 地元文化に詳しいスタッフを配置し、ゲストに地域の歴史や祭りについて直接説明できる体制を整えたり、観光地の見どころや、現地ならではの楽しみ方を教えることで、顧客満足度が高まる • 例えば、「着物を着て地元を散策するプラン」や「地域の祭りに参加するプラン」など、地域の文化に触れる体験をセットにした宿泊プランを提供することで、地域文化に直接触れる貴重な機会をつくることができる • 地域の伝統的な楽器（和太鼓や三味線等）や舞踊の体験プランを提供し、宿泊者が地元の文化や音楽に親しむ機会をつくることで、国内だけでなく国際旅行者からも人気が得られる • 伝統文化や行事、文化的な要素はその場所にしかないものが多く、他地域と差別化が実施できる	• 観光客が地域に来る理由の一つは、その土地ならではの体験や文化を楽しむことなので、地域文化や伝統を活用しないと、他のエリアや施設との差別化が図れず、特色のない一般的な宿泊施設と見なされてしまう可能性がある • 文化的体験を求める観光客が増えているため、こうしたニーズに応えないことで他の施設に顧客が流れ、集客力が低下するリスクがある • 国際旅行者にとっては、地域文化を感じられる体験が宿泊先選びのポイントになっていることが多いため、選ばれる機会を失う可能性が高まる • 地域に愛着を持つリピーターにとって、地域の伝統や文化に触れた体験は、特別な思い出として残り、さらなるリピートにつながりやすいので、こうした文化体験が提供されないと、再訪の動機が減り、リピーターやファンを増やす機会を逃す可能性がある • 地元の職人や団体と協力して文化発信を行わないと、地域とのつながりが弱くなり、地域からの信頼や協力を得にくくなる • 地域資源を活用しないことは、地域社会からのサポートや連携の機会も減少させ、評価も下がり、地域とともに成長するビジネス機会を失うことにつながる • 地元の工芸品や特産品の販売、伝統文化の体験プログラムを通じた追加収益が期待できるが、地域文化を活用しないと、これらの収益機会や事業展開の機会を逃す • 文化や体験を売りにしたプログラムは、観光シーズン以外にも観光客を呼び込む手段になるので、こうした取組みがないと、閑散期の集客が難しくなり、年間を通して安定した収益を上げるチャンスを逃すことになる	• ただモノやコトを売るだけでなく、伝統や文化に通じたウェブコンテンツや紹介パンフレットをしっかりとつくることで、歴史やつくり手、文化自体をブランディングでき、発信にも強くなる • 文化や工芸等を継続的に守ることは、文化財保護団体や行政からの支援も受けやすいため相互発信につながり、周知されやすい • 特に体験は実際に実施した際の顧客の声が重要であり、それが口コミとしてつながっていくので、宣伝材料としてアンケートを取ることが重要である • 地域の文化や特徴ある工芸等はムービーにして表現すると迫力があり、その特徴が伝わりやすくなるので、宣伝にも有効である



SDGs relevant to tourism industry

4

観光産業のSDGs事例



先駆者を見つける

観光・宿泊業界でもSDGsの取組みが広がっています。現在実施している経営の中で、普通にやっていることがSDGsにつながっていることもあれば、実践可能な、今できることを考えていくことも必要です。

また、よりサステナブルなことを考えて投資したり、事業を始めるチャレンジも重要。

何かを始める際には、他者を参考にすることが近道です。先進事例や成功事例から、自社でできそうなことを探してみましょう。

リゾートトラスト株式会社

リゾートトラストグループは、持続可能な社会の実現へ貢献するとともに、中長期的な企業価値の向上を目指すため、2022年4月にサステナビリティ経営の推進機関として、代表取締役社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」を設置しました。グループ全体のサステナビリティ戦略を計画、実行しています。

Model Case No.1

また、同委員会の事務局を担うとともに、当社グループのサステナビリティに関わる方針の策定や計画立案、施策の実行を統括する組織として、「サステナビリティ推進部」も設置しています。その基本的な考え方をもとに、今後も将来に向けて社会とともに持続的に成長するために、自社が取り組むべき重要課題として、4つのテーマ・11のマテリアリティを設定し、KPIとゴールを定めて活動しています。

プロセスが立てられ、組織化された
持続可能な経営

機会の創出・課題解決

環境・社会・ガバナンスの3つの軸で取組んでおり、特に社会との価値の創造や共有、ダイバーシティへの取組みに力を入れています。

マテリアリティが主に機会の創出や課題解決を示しており、KPIやモニタリング、結果分析のもとに取組まれています。

将来像・地域との共生

グループアイデンティティ「一緒にします、いい人生 ～より豊かで、しあわせな時間を創造します～」を掲げ、インプット（主な経営資本）から、理念、サステナビリティ経営、戦略の中でアウトカム（創出する価値）までの一連の流れを明確化されています。

阿蘇温泉観光旅館協同組合

Model Case No.2

継続的かつ持続可能な観光推進が 三方良しの循環に

熊本県阿蘇市は、同地の象徴ともいえる「千年の草原」を次の千年まで受け継いでいくために、阿蘇サステナブルアクションプラン

「三方良し」の循環モデルで、サステナブルな観光地域づくりを実践しています。

2013年の世界農業遺産認定以降、さまざまな取組みがなされ、

観光ガイドラインを策定し、国際エコラベル「Green Key」を始めとする数々のSDGsや持続可能な観光関係の認証を取得しています。

アクションプランには、各宿泊施設・温泉街で行うことのルール化や、脱炭素、環境配慮、住民の

取組み等、複合的に持続可能な地域にしていくための活動が策定されています。

機会の創出・課題解決

草原であることを生かした農業支援や保全活動、伝統の継承を始め、観光系施設や街で行うことを明確にしながら、取引の拡大や、資源の利用、集客に結びつけられるような取組みの数々が、機会の創出として高く評価できます。

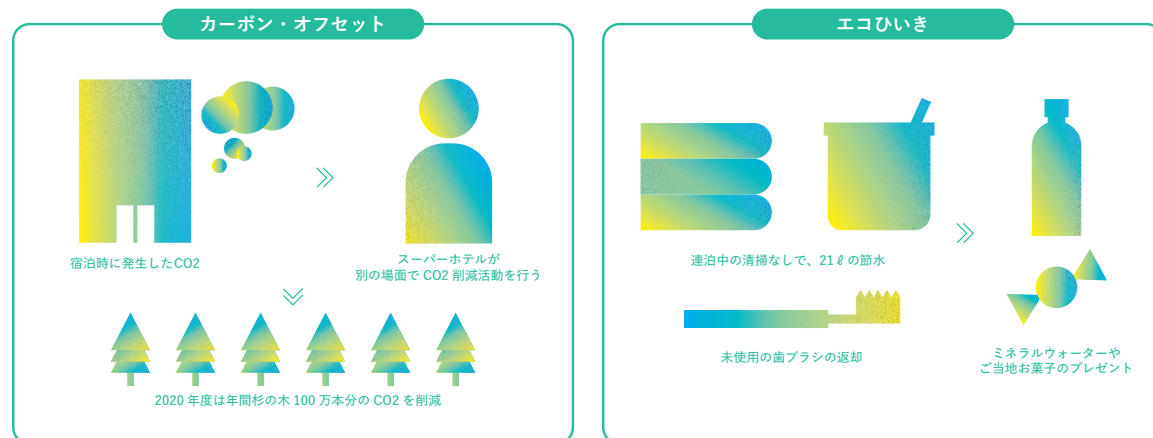
同業である旅館・ホテルが中心となった取組みもあります。

将来像・地域との共生

アクションプランには地域や子ども、街全体での取組みも多くあり、長年継続した取組みが成果を出しています。

観光庁の事業も活用し、同庁による2023年度の「サステナブルな旅AWARD」で大賞も受賞しています。今後も継続的な取組みが期待されます。

株式会社スーパーホテル



Model Case 宿泊するだけで脱炭素活動に 累計2000万泊突破

「Natural, Organic, Smart」をコンセプトに地球にも人にも優しいホテルの運営を手掛ける株式会社スーパーホテルでは、宿泊者とともに取組む気候変動対策としてさまざまな施策を打ち出しています。その中で「自社が排出するCO2に責任を持つ」という基本方針に基づき、2010年に全店舗でカーボン・オフセット付宿泊サービス「ECO泊」を導入しました。

2023年3月末時点、「ECO泊」宿泊数は延べ22,518,593泊となり、これによるカーボン・オフセットによって、累計CO2削減量は123,284トンに達しました。

さらに、2024年10月からは、全宿泊を対象に「CO2実質ゼロ泊」を始めました。これは、SCOPE1・2を基に宿泊1泊あたりのCO2排出量を算定し、オフセットしていく取り組みです。

施設内で再生可能エネルギー由来の電力を使用していることや、ガス・水道の使用によって発生する温室効果ガスはカーボン・オフセットされていることを宿泊者に伝えることで、参加型のCO2削減の取り組みとなり、宿泊者への啓発効果も生み出しています。

カーボン・オフセット実施先との連携により地域の森林整備や保全にも貢献しています。

機会の創出・課題解決

スーパーホテルには「エコひいき」という取り組みもあります。

「エコひいき」は、客室内の歯ブラシを未使用で返却した宿泊者や、連泊中の清掃を希望せず、節水に協力した宿泊者に対してお菓子やミネラルウォーターをプレゼントする活動です。宿泊者へ環境保全活動を身近に感じてもらえる取り組みとして認知されています。また、清掃のコスト削減といった課題解決にもなっています。

将来像・地域との共生

スーパーホテルは、「ECO泊（現：CO2実質ゼロ泊）」等の環境保護活動が評価され、2011年にホテル業界では唯一の環境大臣認定エコ・ファースト企業に認定されました。

その他、フードロスや地域共生の取り組み等も継続的に行われており、将来的にもSDGsにつながっていくといえます。



JR東日本ホテルズでは、サステナビリティにおける取組みを周知する特設ページを開設しています。ダイバーシティへの取組みとして、一人ひとりが互いに協力しあい、能力を発揮できるよう、働きやすく、働きがいのある職場づくりを目指した施策を進めています。

育児・介護と仕事の両立や女性の活躍をサポートする制度、障がい者の雇用促進とサポート体制の強化、外国籍スタッフの雇用、ベテランスタッフの継続雇用等、ダイバーシティにも積極的に取り組んでいます。さらに、従業員の健康管理と健康増進の取組みを行い、誰もが安心して、自分らしく働ける

職場環境を整えることを宣言しています。

中でも、グループのホテルである「メズム東京、オートグラフ コレクション」は、2020年の開業当初、年齢・性別・国籍の枠にとらわれずに個性を生かせる場所や選択を提供すべく「ジェンダーレス」をコンセプトにしたユニフォ

ームを、東京を拠点とし、クリエイションで世界的な評価を受けるヨウジヤマモト社の協力のもと開発しました。宿泊部門と料飲部門の垣根のないワンチームでの接客サービススタイル「スターサービス」を採用し、セクションや性別に関係なく全員が同じデザインのユニフォームを着用しています。

機会の創出・課題解決

女性にとって働きやすい職場として、管理職に女性も多く、育児休暇もほぼ全員の女性スタッフと、20%の男性が取得しています。仕事と、育児や介護の両立に向けた取組みを行っています。

その他の取組み

健康経営のため、「心と身体が健康であるために～ワークライフバランスへの取組み～」として、スタッフの心身の健康維持に取り組んでいます。さまざまな趣味の部活、手当、健康チェックプログラム等を導入しています。



星野リゾート

Model Case No.5

「温泉街全体の再構築」を掲げ、宿泊施設、自治体、地域の事業者等のステークホルダーが連携

山口県を代表する温泉街、長門湯本温泉。施設の老朽化や旅行スタイルの変化といった要因が重なり、次第に訪れる旅行者は減少していきました。

そこで、長門市は「長門湯本温泉の再生」を目指してプロジェクトを立ち上げました。当初、星野リゾートとして受けたオファーは新規宿泊施設の参入でしたが、長門市や地域の事業者と協議を続ける中で、星野リゾートは長門湯本温泉の温泉街全体をリニューアルさせる計画「マスタープラン」を

提案します。長門湯本温泉の再生には、宿泊施設をつくるだけでなく、美しい自然景観や訪れる旅行者が楽しむことのできるスポット、周辺店舗の整備を行い、さらにはその地の文化や歴史、暮らす人たちとの関わりも体感できる場所を再構築する必要があると考えたのです。

街全体の再生を促すマスタープランでは、魅力的な温泉街の再生を目指すための6つの要素「風呂（外湯）」「食べ歩き」「文化体験」「そぞろ歩き（回遊性）」「絵にな

る場所」「休む・佇む空間」を軸に、官民が連携して街づくりに取り組むことが示されました。

再生プロジェクトは、近年、星野リゾートが掲げている「ステークホルダーツーリズム」の考えに基づき、星野リゾート、長門市、地域の事業者等が協力しながら着手しました。

また、地元での取り組みを始め、ハード整備、交通手段、イベント、温泉旅館「界 長門」のオープンといった計画も平行して実施しています。

機会の創出・課題解決

マスタープランに基づき、地元キーパーソンと協力、デザイン会議と推進会議を実施し、事業を行います。温泉街に関わる人たち＝ステークホルダーが関わりあうことで、持続可能な街づくりのための体制が初めて構築されました。その中で、地域住民への理解や、文化の継承、交通手段の増加等が生まれました。

将来像・地域との共生

現在、長門湯本温泉の再生プロジェクトは、景観や施設といったハード面が整い、サービスや店舗等のソフト面の充実を育てていく段階です。プロジェクトに賛同し、理念に共感し、長門で店を開きたい、ビジネスをやってみたいという人や交通手段も増加しています。旅行者を迎える準備は着々と進んでおり、マスタープランで提唱した「投資が投資を呼ぶ」好循環が生まれています。



美しい自然と文化を
次世代に継承するために、
適切な運営と環境への配慮を行う

を進めています。

関係者との対話を重ねることや、モニターツアー、質の高いコンテンツづくり、ガイドラインの策定等、多角的に島を守るための取り組みを行っています。

機会の創出・課題解決

元の自然環境を守りつつ、どうツーリズムを持続化させていくかが課題でしたが、適切な運営と環境への配慮を行う事業者の支援に力を入れることで、課題解決だけでなく、価値のある体験の創出や新たな連携が生まれています。

将来像・地域との共生

「宮古島サステイナブルツーリズムガイドライン」が発表され、「島を守る」というテーマでポスターや冊子、ウェブサイト等媒体を通して周知されました。

2024年3月からは、ガイドラインに基づいた認証制度が開始され、宮古島における観光の新しい姿への重要な一歩となっています。

宮古島サステイナブルツーリズム連絡会

宮古島市は2015年からの5年間で観光客が倍増し、島に多くの恩恵をもたらしましたが、同時にオーバーツーリズムによる課題も顕在化しました。観光客の増加は、地元住民の生活への負担、レンタカーによる事故の増加、住宅やホ

テル建設に伴う建設費や家賃の高騰等、新たにさまざまな問題を生みしました。

そこで、宮古島観光協会は同年に観光戦略委員会を立ち上げ、観光協会の中長期ビジョンの策定と観光地域づくり法人（DMO）の

設立に向けた重要な取り組みを進める役割を担いました。

島の魅力をさらに高めるため、観光客だけでなく、マリンスポーツ、市民向けのガイドラインを整備し、質の高い観光体験を提供することに重点を置いた環境保護の取組み

三菱地所ホテルズ&リゾーツ株式会社



気に入れば購入することも エシカルでデザイン性のあるホテル滞在の提案

三菱地所ホテルズ&リゾーツは、SDGs実現に対する責任の一端を担い、課題解決とともに、社会から、利用者から、取引先からの信頼を得るために、さまざまな取り組みを行っています。

その中で、「北海道を体感する」をコンセプトとしたサステナブルなライフスタイルホテル「ザロイヤルパーク キャンパス 札幌大通公

園」は、「宿泊客とともに自然環境や地域社会に対して出来ることを考えるホテル」として北海道・札幌の中心部に2021年オープンしました。

同ホテルは日本初の高層ハイブリッド木造ホテルで、客室やロビーのインテリアに北海道産木材を使用しています。ウッドデッキの床で仕上げられた木造階の屋上で

は、焚き火を囲みながら札幌の景観とともに、クラフトビールを味わったり、不定期に開催されるさまざまなイベントを楽しむことができます。

木質感溢れる客室は、山のキャビンのような空間になっており、木のぬくもりを感じながらデジタルデトックスできる、安らぎの時間を提供しています。

機会の創出・課題解決

宿泊者がホテル全体で地域の特性や特産、イメージを共有・体感できるだけでなく、館内の意匠の一部を購入できるという独自のコンセプトがあります。

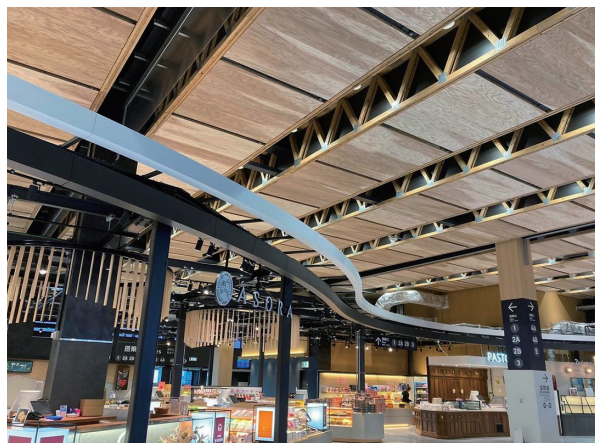
実際使用してもらいながら購入へつなげる機会を創出し、地元のアーティストや工芸が伝わっていく機会を提供しています。



将来像・地域との共生

ホテルで活用している備品やインテリアに地域のものを積極的に使用することで、将来的なコラボレーションや販売機会が広がっていきます。

熊本国際空港株式会社



旅行の起点となる 空港の居心地の良さをサステナブルに

熊本国際空港株式会社（KKIAC）は2020年4月から「阿蘇くまもと空港」の航空管制を除く運営業務を行っています。「訪れる人も、働く人も、笑顔になれる、世界でいちばん居心地のいい空港になる」というビジョンの実現をベースに「阿蘇くまもと空港」は、

2023年3月に新旅客ターミナルビルを開業しました。同施設は、熊本地震からの創造的復興のシンボルとして、災害時でも盤石な航空インフラを提供することが期待されており、「地方創生の先進地域」を実現することが目標とされています。



Model Case No.8

SDGsの取組みは2021年からスタートし、現状の課題や同地域での取組みの必要性、社会からの期待を踏まえ、注力すべき重要課題を選定しました。空港としての安全性はもとより、より開かれた快適な空港を目指し、交流活性化や産業基盤の育成を始め、カー

ボンニュートラルの実現といった、環境への配慮を重視しながら運営しています。

機会の創出・課題解決

観光の起点ともいえる空港において、外国人観光客を受け入れる整備はもとより、交通機関の一部に関わらず快適性や、商品の販売、施設にSDGsを取り入れることでサステナブルなサービスを展開しています。

また、空港内で体験できる観光も整備されています。

将来像・地域との共生

明確なビジョンと活動方針の中、地域産業の活性化として地元の商品や建材を使用し、開かれた空港をコンセプトにさまざまなイベントや催しを開催しています。

また、世界と地域にひらかれた九州セントラルゲートウェイを目指し、すべての人々が活躍できる環境を目標とした取組みを行っています。



Model Case No.9

地熱観光ラボ 縁間

「地熱観光ラボ 縁間」は、2015年に誕生しました。

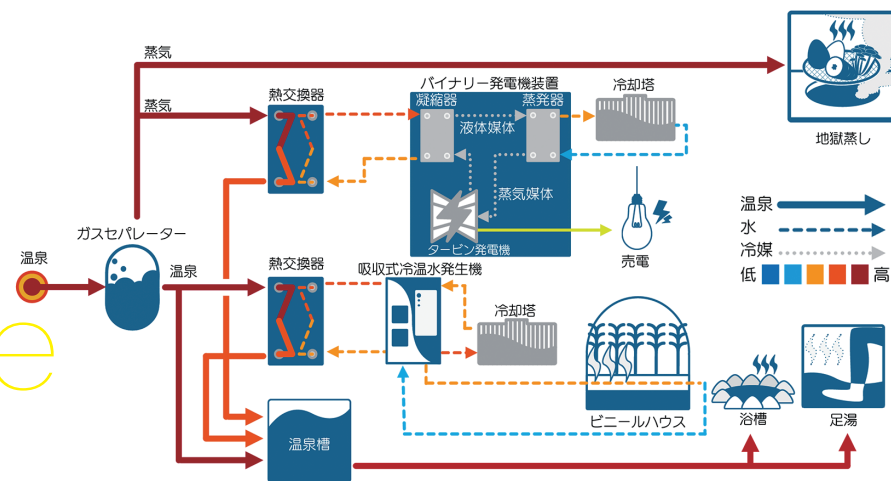
温泉街ならではの温泉熱を利用して吸収式冷温水発生機を駆動し、いちご栽培用のビニールハウスにおけるヒートパイプの熱源と、同一敷地内の観光施設、選果施設の

冷暖房に利用しています。

また、敷地内において、蒸気を利用した地獄蒸しを提供しています。日帰り温浴施設に併設された飲食を行うエリアでは、足湯の提供も行っています。

さらに、バイナリー発電システムによる売電も行っており、自然エネルギーの持続可能な利用に取り組んでいます。

温泉熱エネルギーをさまざまな観光資源に余すことなく活用



機会の創出・課題解決

「地熱観光ラボ 縁間」は平成25年度・平成26年度経済産業省の地熱理解促進事業の採択を受け地熱を最大限利用した施設づくりを行っています。各施設共通し、鉄輪温泉より悠々と湧き上がる「温泉熱」を最大限に利用していることが特徴です。地熱発電所から湧

き出る温泉熱エネルギーを余すことなく活用し、運営しています。

将来像・地域との共生

温泉熱を利用した観光施設であり、施設運営だけでなく、体験や食事等でも利用できることが特徴です。顧客に直結するコンテンツで、温泉地らしい持続可能な施設運営となっています。

Better understanding the SDGs

5

もっとよく知るSDGs



理解を深め、より先に

S D G s の取組みは世界中で推進されています。それは国民の意識や、特性によっても、進捗状況や各項目における考え方等が大きく異なります。

また、国内でも、行政や多くの団体が推進していく中で参考になる文献や認証、事例が多くあります。より深く理解し、推進していく上で、国内外のアーカイブを参考にしてみてください。

JTB総合研究所の「旅行者のSDGsに対する意識調査」によると、SDGsの認知度や、SDGs・サステナビリティに配慮した旅行に対する意向に大きな差があることがわかりました。

調査の概要

- 実施方法 : インターネットリサーチ
- 調査対象（国内）：全国の20～69歳の男女、各年代100名
合計500名
- 対象条件 : 直近1年以内に旅行をした方（国内外問わず）
- サンプル数 : 500サンプル
- 調査地域（国外）：英語圏（英米豪居住）に住む20～69歳の男女
合計122名
- 対象条件 : 直近1年以内に旅行をした方（国内外問わず）
- サンプル数 : 100サンプル

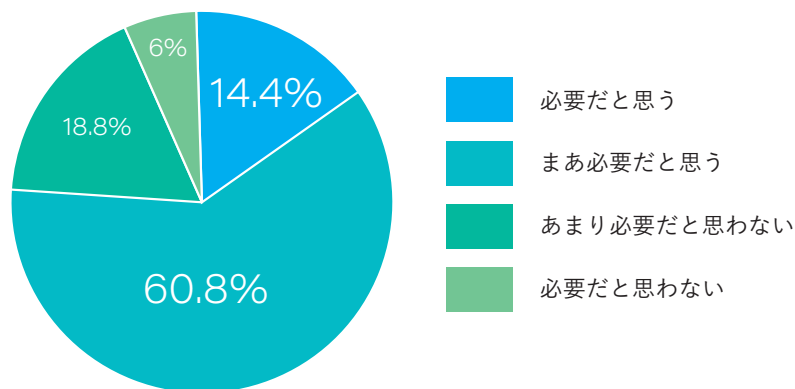


表1

日本人が「SDGsに配慮した旅行の必要性」を感じている割合は75.2%にとどまりました（表1）。一方で、外国人は「必要だと思う」が96.7%と、ほぼ全員がその必要性を認識しています（表データなし）。

また、必要だと思う理由について、「子どもたちの未来に役立てたいから」は50.3%、「社会問題や環境問題について知る、解決につなげたいから」が日本人は39.4%でした（社会問題については、外国人は73%）。さらに、日本人の約25%は、SDGs達成に貢献する旅行への必要性を認識しておらず、その半数以上が、「観光は単純に楽しむものであるから」を理由としています。

以上から、一般諸外国と比較して日本人のSDGsに対する認識と必要性に関してはまだ差があります。特に、「旅行が社会貢献になる」というような意識がまだ弱いため、長期的な啓発が必要です。

「SDGsに配慮した旅行の内容で関心のあるもの」という調査では、日本人は、「地産地消をうたっている宿泊施設や飲食店を用いた旅行」、

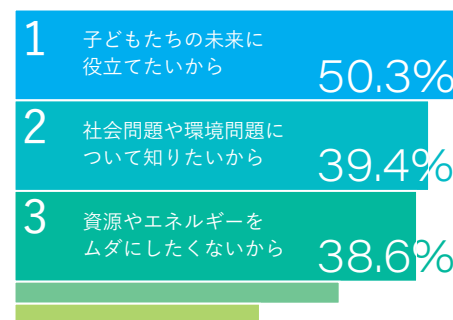


表2

「厳選した食材で必要な量だけ提供される食事メニューを取り入れて
いる旅行」、「自然由来のエネルギーで運営している宿泊施設を用いた旅
行」に高い関心を持つ結果となりました。

一方、外国人は、「移動に関するエネルギーをできる限り使用しない
ようにするため、公共交通機関を用いた旅行」「ツアー中に使用する備
品類が、障がい者支援やフェアトレードにつながる旅行」等、自らの旅
行を通して社会問題の解決につながるような旅行への関心が高くなって
います。

他にも、SDGsに配慮した旅行の価格が通常の旅行価格よりも上昇
することについて、約9割の外国人は許容する一方で、日本人は7割
程度にとどまったという調査内容もあります。価格が高くなるなら利用
しないという回答も少なくないようです。日本人にとっては、SDGs
に配慮できるような行動や商品購入による旅行の動機は弱く、逆に自分
にわかりやすいメリット（食事や特典に近いもの）だと受け入れやすい
といった結果になりました。

表1 SDGsに配慮した旅行の
必要性（日本人）

表2 SDGsに配慮した旅行が
必要な理由（日本人）

表3 SDGsに配慮した旅行が
必要な理由（日本人）

表4 SDGsに配慮した旅行の
内容で関心のあるもの（日本人）

表5 SDGsに配慮した旅行の
内容で関心のあるもの（外国人）

Reference：JTB総合研究所(2024年)

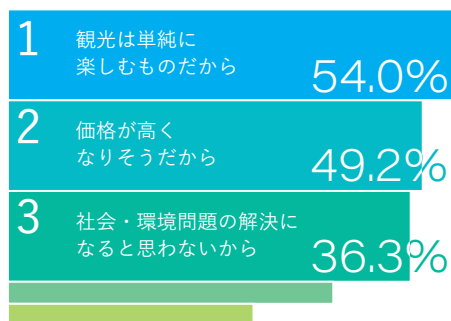


表3

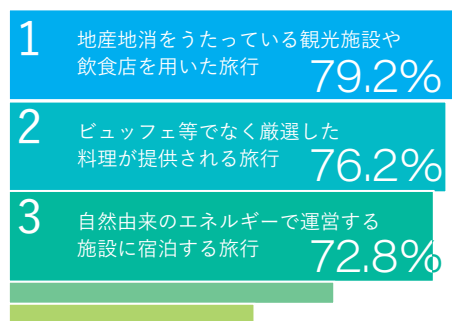


表4

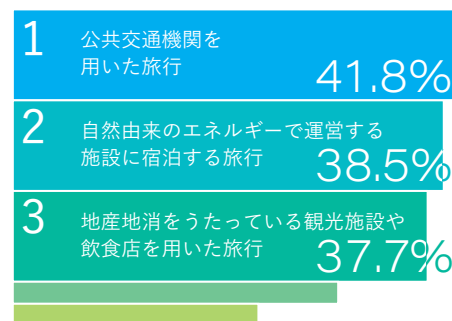


表5

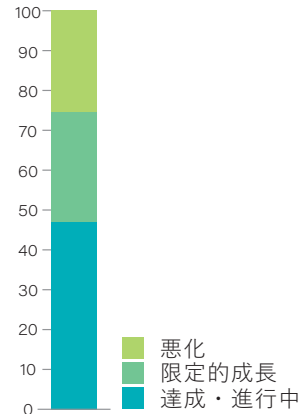
日本の目標達成度の順位

18 / 167

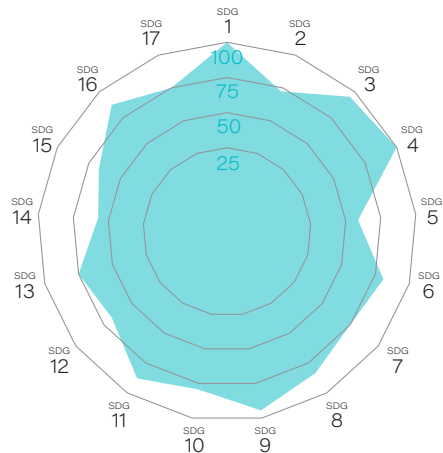
スコア



目標達成度のステータス



パフォーマンスの平均（目標別）



順位	国	スコア
1	フィンランド	86.4
2	スウェーデン	85.7
3	デンマーク	85.0
4	ドイツ	83.4
5	フランス	82.8
6	オーストリア	82.5
7	ノルウェー	82.2
8	クロアチア	82.2
9	イギリス	82.2
10	ポーランド	81.7
11	スロベニア	81.3
12	チェコ	81.3
13	ラトビア	81.0
14	スペイン	80.7
15	エストニア	80.5
16	ポルトガル	80.2
17	ベルギー	80.0
18	日本	79.9
19	アイスランド	79.5
20	ハンガリー	79.5
21	スロバキア	79.4
22	スイス	79.3
23	イタリア	79.3
24	オランダ	79.2
25	カナダ	78.8
26	ニュージーランド	78.8
27	モルドバ	78.8
28	アイルランド	78.7
29	ギリシャ	78.7
30	ペラルーシ	78.6
31	リトアニア	78.1
32	チリ	77.8
33	韓国	77.3
34	ウルグアイ	77.1
35	セルビア	77.0
36	マルタ	77.0
37	オーストラリア	76.9
38	ルクセンブルク	76.8
39	キューバ	76.7
40	ルーマニア	76.7
41	ブルガリア	75.5
42	アルバニア	75.0
43	ジョージア	74.9
44	ウクライナ	74.8

順位	国	スコア
45	タイ	74.7
46	アメリカ	74.4
47	アルゼンチン	74.4
48	キルギス共和国	74.2
49	アルメニア	74.1
50	ボスニア・ヘルツェゴビナ	74.0
51	北マケドニア	73.8
52	ブラジル	73.8
53	イスラエル	73.5
54	ベトナム	73.3
55	ドミニカ共和国	73.1
56	ロシア	73.1
57	モンテネグロ	73.1
58	キプロス	72.9
59	コスタリカ	72.9
60	チュニジア	72.5
61	ブータン	72.5
62	フィジー	72.3
63	アゼルバイジャン	72.2
64	ペルー	71.9
65	シンガポール	71.4
66	カザフスタン	71.1
67	モルディブ	70.9
68	中国	70.9
69	モロッコ	70.9
70	アラブ首長国連邦	70.5
71	アルジェリア	70.5
72	トルコ	70.5
73	モリシャス	70.4
74	コロンビア	70.3
75	エクアドル	70.1
76	スリナム	70.0
77	ジャマイカ	69.5
78	インドネシア	69.4
79	マレーシア	69.3
80	メキシコ	69.3
81	ウズベキスタン	69.2
82	バルバドス	69.2
83	エジプト	69.1
84	パナマ	69.1
85	ヨルダン	69.1
86	イラン	69.0
87	エルサルバドル	68.6
88	カーボベルデ	68.2

国連と連携する国際的な研究組織「持続可能な開発ソリューション・ネットワーク」(SDSN)は、2016年より毎年、国別のSDGs達成状況等をまとめた報告書「持続可能な開発レポート」を作成しています。2024年度版は、

6月17日に発表されました。167カ国を比べた達成度ランキングの1位はフィンランドで、これで4年連続トップとなりました。2位はスウェーデン、3位はデンマーク、4位はドイツ、5位はフランスと続き、4位のドイツまでは前年と同じ顔ぶれでした。

24位までは、日本を除いて欧州の国々が占め、前年からの順位とスコアの変動は小幅でした。米国は46位、中国は68位となりました。

日本のSDGs達成度は167カ国中18位で、過去最低順位だった前年(166カ国中21位)から3ランク上がりました。しかし、17の目標のうちジェンダー平等や気候変動対策等5つの目標が前

年に続いて「最低評価」でした。

報告書は17の目標ごとに「達成済み」から「課題が残る」、「重要な課題がある」、さらに最低評価の「深刻な課題がある」までの4ランクで評価していますが、日本は「ジェンダー平等」(目標5)、「つくる責任 つかう責任」(目標12)、「気候変動対策」(目標13)、「海の環境保全」(目標14)、「陸の環境保全」(目標15)の5つが、大きな課題が残っていると判断され、昨年に続いて最低評価となりました。

一部の抜粋では、国会議員の女性比率の低さや男女賃金格差が問題視されています。気候変動対策の目標13では化石燃料の燃焼による二酸化炭素排出量の多さが、また、生産と消費に関する目標12ではプラスチックごみの輸出量の多さが、それぞれ指摘されています。海洋環境保護の目標14ではトロール漁等の漁法が海の生態系に悪影響をおよぼすと示されました。

世界全体のSDGsの進捗については、「2030年のSDGs達成に向けて、すべての目標の平均で進捗が見られるのはわずか16%で、残りの84%は限定的な進捗か、あるいは後退している。」という厳しい結果となりました。

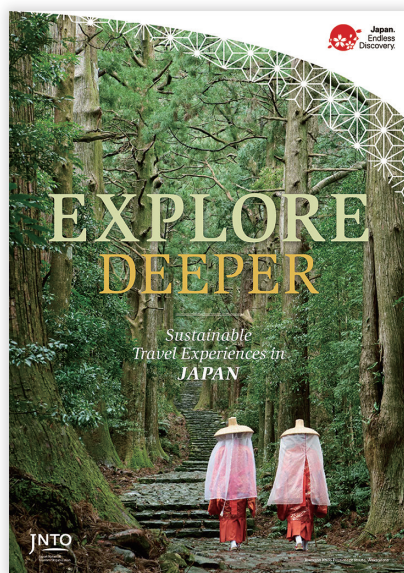
Reference : 一般社団法人 Happy Earth、
Japan Science and Technology、
Agency Sustainable Development Report
(2024年)

References & Related Certifications



EXPLORE DEEPER

—Sustainable Travel Experiences in JAPAN—
(J N T O)



こちらからご覧
いただけます▶



日本の地形・気候的特性を背景に、日本の独自性の根源である“自然と自然に根ざした文化”をコンセプトとして、サステナブル・ツーリズムを紹介する、外国人旅行者向けの英語版デジタルパンフレットです。

パンフレットでは、「自然を楽しむアウトドア・アクティビティ」「エコ・フレンドリーな宿泊施設」「地域に根付く伝統文化」等10のテーマに合わせて、50の観光コンテンツを紹介しています。「観光を通じた東北震災復興」「先住民族・アイヌ文化」に関する特集記事もあります。

日本版 持続可能な観光ガイドライン

(観光庁・U N W T O 駐日事務所)



こちらからご覧
いただけます▶

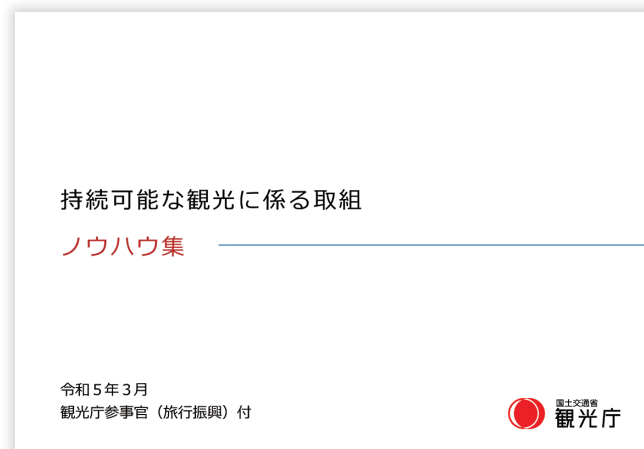


「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」は、持続可能な観光の推進に資するべく、各地方の自治体や観光地域づくり法人 (DMO) 等が多面的な現状把握の結果に基づいて持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標です。

それに基づいた説明、オリジナルロゴマークについての説明や、取組む心構え等が記載されています。また、各目標別に各地域の取り組みのリンクを紹介しています。主に企業より自治体等が掲載されています。

持続可能な観光に係る取組 ノウハウ集

(観光庁)



こちらからご覧
いただけます▶



観光庁が発行しているドキュメントで、持続可能な観光の定義や、実施した研修と伴走支援、先進事例集がまとめられています。

各地域でのさまざまな取組みが掲載されていてわかりやすく、持続可能な取組みに関わる資格や認証等の紹介もあります。

旅行者向けの取組みや情報発信、ユニバーサルツーリズムやオーバーツーリズム対策、また旅行業者や団体の取組みについて等、幅広いノウハウが掲載されています。

サステナブルな観光コンテンツの実践に向けた事例集

(観光庁)



こちらからご覧
いただけます▶



サステナブルな観光コンテンツの実践に向けて、その重要性、考え方やモデルを紹介しています。実践のポイントとして地域資源の提供や経済の循環、効果的な提供の方法や、運営の人材・組織づくり等を事例とともに掲載しています。

内容は、日本各所のトピックスごとに実例を紹介しながら理論を展開する構成です。地域の課題と背景からあるべき姿を目標として設定し、そこからの取組みは順序立てられ、わかりやすくまとめられています。

国際グリーン・ツーリズム推進の手引き

(JTB総合研究所)



こちらからご覧
いただけます▶



外国人旅行者のリピーター化と地方への来訪促進のためには、日本の農山漁村を中心とした各地域の魅力を活かしたグリーン・ツーリズムが有効です。

外国人旅行者が地方に訪問しやすくなる環境を整えることや、日本の地方の魅力を海外の消費者・国内外の旅行会社に発信していくこと等、グリーン・ツーリズム推進に必要な取組みを始め、マーケットのニーズ、企画や商品造成の考え方、流通等についても記載されています。

SDGsアクションプラン2023

(日本政府SDGs推進本部)



こちらからご覧
いただけます▶



SDGsアクションプランは、SDGs実施指針に基づき、2030年までに目標を達成するための「優先課題8分野」において、政府が行う具体的な施策やその予算額を整理し、各事業のSDGsへの貢献を「見える化」することを目的として制作されました。

「2030アジェンダ」に掲げられている People（人間）、Planet（地球）、Prosperity（繁栄）、Peace（平和）、Partnership（パートナーシップ）の5つのPに基づき、重点的に取組むべき内容が記載されています。

認証名称	対象	ロゴ	管理団体	本部国	概要
ジオパーク	地域		国際連合教育科学文化機関 (ユネスコ) 日本ジオパーク委員会 日本ジオパークネットワーク	フランス・日本	ジオパークとは、地球科学的意義のあるサイトや景観が、保護、教育、持続可能な開発のすべてを含んだ総合的な考え方によって管理された、一つにまとまったエリアのこと。ジオパーク（Geopark）は、地球や大地を意味するジオ（Geo）と公園を意味するパーク（Park）を組み合わせてできた造語で、地質・地形から地球の過去を知り、未来を考えて、活動する場所である。 日本には、日本ジオパーク委員会が認定する「日本ジオパーク」が48地域あり、そのうちの10地域は、ユネスコが認定する「ユネスコ世界ジオパーク」でもある。ユネスコ世界ジオパークとは、ユネスコの定める基準に基づいて認定されたジオパークのことで、2015年、第38回ユネスコ総会においてユネスコの正式プログラムとなった。 ジオパークは、地球資源を持続的に利用したり、気候変動の影響を緩和したり、自然災害の影響を軽減するといった、社会が直面している重要課題への意識と理解を高めるため、その地域のあらゆる自然・文化遺産と関連した地質遺産を活用している。地域の地質遺産の重要性について意識を高めることで、地域住民が自分たちの地域に誇りを持ち、地域の地質資源を保護しながら、ジオツーリズムや教育等に活かしている。
世界遺産	文化遺産 自然遺産		国際連合教育科学文化機関 (ユネスコ)	日本	世界遺産とは、1972年にユネスコ総会で採択された世界遺産条約に基づき「世界遺産リスト」に記載された、「顕著な普遍的価値」をもつ建造物や遺跡、景観、自然のこと。世界遺産条約とは、世界の文化遺産や自然遺産を人類全体のための世界遺産として、損傷、破壊等の脅威から保護し保存していくために、国際的な協力および援助の体制を確立することを目的とした条約。世界遺産リストに記載する遺産は、年に一度開催される世界遺産委員会で審議され、登録の可否が決定する。世界遺産委員会では「登録」「情報照会」「登録延期」「不登録」の4段階の決議を行う。世界遺産は人類がつくり上げた「文化遺産」と、地球の歴史や動植物の進化を伝える「自然遺産」、その両方の価値をもつ「複合遺産」に分類される。
日本遺産	文化遺産 自然遺産 エリア		文化庁	日本	日本遺産とは、文化庁が2015年に創設した認定制度。地域の歴史的魅力や特色を通じて文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage）」として認定し、ストーリーを語る上で不可欠な魅力ある有形・無形のさまざまな文化財群を総合的に活用する取組みを支援するもの。ロゴを使用するには文化または協議会への事前届出が必要である。 世界遺産登録や文化財指定は、いずれも登録・指定される文化財（文化遺産）の価値付けを行い、保護を担保することを目的とするものであるが、日本遺産は、既存の文化財の価値付けや保全のための新たな規制を図ることを目的としたものではなく、地域に点在する遺産を「面」として活用し、発信することで、地域活性化を図ることを目的としている点に、違いがある。「日本遺産」に認定されると、認定された当該地域の認知度が高まるとともに、今後、日本遺産を通じたさまざまな取組みを行うことにより、地域住民のアイデンティティの再確認や地域のブランド化等にも貢献し、ひいては地方創生に大いに資するものとなると考えられている。

認証名称	ロゴ	管理団体	本部国	概要
日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)		観光庁	日本	JSTS-Dとは、各地方公共団体や観光地域づくり法人（DMO）が持続可能な観光地マネジメントを行うことができるよう、国際基準であるGSTCに準拠したガイドラインのこと。観光庁が2020年に開発した。 各地域において、本ガイドラインを取り入れ、最大限活用されることにより、効果的で持続可能な観光地マネジメントへの取組みがさらに加速することが期待される。 JSTS-Dロゴマークは所定の条件を充足することで使用することができ、プロモーション等に活用することで、SDGs等に関心の高い旅行者や移住者等を地域に呼び込むことが期待できる。（ロゴマークの使用は無料）
Sakura Quality An ESG Practice (サクラクオリティ グリーン)		株式会社サクラクオリティ マネジメント	日本	Sakura Quality An ESG Practice（サクラクオリティ グリーン）は宿泊施設向け品質認証「サクラクオリティ」を提供するサクラクオリティマネジメントが開発した日本発のESG認証のこと。宿泊施設で日々取組まれている地域社会との関係づくり、文化保全、環境対応等のSDGs対応について、レベルの維持・向上を目的とした第三者認証の仕組みである。SDGsの17ゴールを日本の宿泊事情に照らし合わせながら172項目に整理された認証基準は、国際認証であるGSTCより承認を受けている。調査は、経験豊富な日本人調査員により日本語で行われる。 施設側にとっては、認証を得ることで世界に向けてサクラクオリティ グリーンを通じたブランディングを提供することができる。
① EarthCheck Certified		アースチェック	オーストラリア	アースチェックとは、1987年に設立された歴史ある団体で、GSTCが認定している地域向けプログラムを持つ第三者認証機関のこと。 EarthCheck Certifiedは宿泊・観光事業者がサステナビリティへの取組みを測定・改善・促進するための、科学的根拠に基づいた認証プログラム。業務の効率化やコスト削減を促進し、顧客を惹きつけるとともに、国際的なサステナブル基準を満たすことを支援する。認証を取得することで、気候変動対策におけるリーダーシップを示し、地域社会に貢献しながら、サステナブルで質の高い観光体験を提供していることの周知が期待できる。
① Green Destinations Top 100 Stories (TOP100) ② Green Destinations Awards & Certification program	 	グリーン・ デスティネーションズ	オランダ	グリーン・デスティネーションズとは、2014年に設立された団体で、観光地域に対し認証を行う、GSTCが認定している第三者認証機関のこと。グリーン・デスティネーションズは、認証までのプロセスにおいて、段階的な制度を設けており、TOP100ストーリー、表彰（ブロンズ賞、シルバー賞、ゴールド賞、プラチナ賞）、そして認証という仕組みで構成されている。 TOP100ストーリーは、最初のステップとして奨励されており、グリーン・デスティネーションズが策定した84の基準項目のうち、一年目は15項目、二年目は30項目のサステナビリティチェックを行いレポートを作成する。基準の60%以上に準拠すると二次審査に進むことができる。二次審査では、「グッドプラクティスストーリー」という持続可能な観光の取組みに関する優良事例を提出し、そのストーリーが高い評価を受けた地域がTOP100として選出される。TOP100、各表彰・認証を獲得した地域はグリーン・デスティネーションズによって国際的なプロモーション等の支援が受けられ、また、各国のグリーン・デスティネーションズメンバーとの情報交換やネットワークの機会に参加が可能となる。他の認証機関と異なり、日本人の審査員が存在する。

Bibliography

本書を制作するにあたり、参考にさせていただいた出典先を、QRコードからご覧いただけます。



Credit

The Ryokan Textbook for SDGs 旅館のためのSDGs

発行日 2025年3月26日

制作・発行 北海道ホテル旅館生活衛生同業組合

制作協力 全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会青年部令和5・6年度総務委員会

後援 一般財団法人国連支援財団 株式会社日本政策投資銀行



本書掲載の写真、イラストレーション、内容の無断転載および無許可での複写を禁じます。

© 北海道ホテル旅館生活衛生同業組合