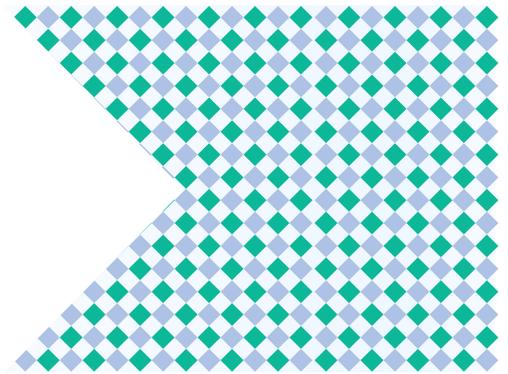


GPN Column

グリーン購入ネットワーク コラム Vol.25



持続可能な観光へのリカバリー —LCAや環境ラベルがいかに貢献できるか—

柴原 尚希

(中部大学工学部都市建設工学科 准教授)

1. はじめに

2021年10月1日、新型コロナウイルス対策の緊急事態宣言などが全面解除され、これまでの我慢の生活を本来の正常な姿へ戻そうとようやく動き始めました。行楽地にも少しずつ人出が戻ってきているようですし、政府主導の観光支援事業「Go To トラベル」の早期再開を求める動きも出てきました。観光産業の裾野は広く、コロナ禍で受けた打撃からの回復は極めて重要な課題です。その一方で、単に元の状態に戻せばよいというわけではないとの認識が広がっているとも感じています。

コロナ禍以前、観光地にはインバウンド（訪日旅行）による経済効果がもたらされていた反面、収容力を超えた観光客の来訪によるオーバーツーリズム問題といった負の影響も表れていました。そのため、観光庁は国際基準に準拠した持続可能な観光指標「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」¹⁾を開発し、多面的かつ客観的なデータ計測と中長期的な計画に基づく総合的な観光地マネジメントの支援を進めていました。

その矢先に感染症の流行が始まり、密を避けるという感染対策の徹底と合わせて、移動・密集・交流により高めていた観光の価値そのものを改めて考え直す機会となっています。さらに、コロナ禍からの復興に向けた合言葉が「グリーンリカバリー」であることは今や世界の趨勢であり、旅行者のサステナビリティに対する意識の高まりを考えると、今後の日本が世界の旅行者から選ばれる観光地となっていくためには、持続可能な開発目標（SDGs）への貢献も避けては通れ

ないでしょう。

以上のような課題に対する事業者などの取り組みも、その努力が消費者に伝わってこそ意義があります。伝達手段として飲食店の感染防止対策や環境ラベルなどの認証制度がありますが、事業者の頑張りに対するお墨付きは消費者の選択に対して少なからず影響を与えることになるため、その信頼性がますます重要になってくると考えられます。ライフサイクルアセスメント（LCA）や環境ラベルに携わってきた筆者の視点から、ポスト／ウィズコロナ時代に持続可能な観光を実現するための方向性や課題について考えてみたいと思います。

2. 観光の状況および政策動向

2.1 国内外の観光の動向

令和3年版観光白書²⁾によると、訪日外国人旅行者数は2019年まで7年連続で過去最高を更新し続け、年間3,000万人を突破していましたが、2020年にはコロナ禍の影響により412万人まで減少しました（前年比87.1%減）。一方、2020年の日本人の国内旅行については、宿泊旅行が延べ1億6,070万人（前年比48.4%減）、日帰り旅行が延べ1億3,271万人（前年比51.8%減）となり、国内旅行消費額は10.0兆円（前年比54.5%減）に落ち込んでいます。

このような失われた旅行需要の回復や旅行中における地域の観光関連消費の喚起を図るとともに、ウィズコロナの時代における「安全で安心な旅のスタイル」を普及・定着させることを目的として始まったのがGo Toトラベル事業でした。

[続きはGPN会員専用ページからご覧いただけます。](#)