

観光と環境に関する調査 報告書

平成 20 年 2 月

国土交通省

目次

1. 調査の目的と方法	1
1.1. 調査の目的	1
1.2. 調査の方法	2
1.2.1. 観光産業による環境保全への取組の現状調査	2
1.2.2. 観光地における環境保全への取組の現状調査	2
1.2.3. 国際的な取組の現状調査	3
2. 調査結果の要約	4
2.1. 観光と環境を巡る国際動向	4
2.2. 我が国観光産業の環境保全に関する取組の現状と課題	4
2.2.1. 環境保全の取組の現状	4
2.2.2. 環境保全の取組に対する顧客の反応	5
2.2.3. 環境保全の取組による効果	5
2.2.4. 環境保全の取組の課題	5
2.3. 我が国観光地における環境保全の取組と現状	6
2.3.1. 観光地における地方公共団体の取組と課題	6
2.3.2. 観光地における環境保全の取組	7
2.4. 調査のまとめ	10
3. 調査結果の詳細	11
3.1. 観光と環境を巡る国際動向	11
3.1.1. 国際機関における動向	11
3.1.2. 諸外国における先行的な取組事例	13
3.1.3. 調査からの示唆	16
3.2. 観光産業による環境保全への取組の現状調査	17
3.2.1. 調査の実施概要	17
3.2.2. 観光産業に対する調査結果のまとめ	18
3.2.3. 観光産業に対する調査結果の詳細	24
3.2.4. 観光産業に対する調査結果からの示唆	56
3.3. 観光地における環境保全の取組の現状と課題	57
3.3.1. 調査の実施概要	57
3.3.2. 観光地に対する調査のまとめ	61
3.3.3. 観光地に対する調査結果の詳細	70
3.3.4. 観光地に対する調査結果からの示唆	114
3.4. 調査のまとめ	115
資料編	116

1. 調査の目的と方法

1.1. 調査の目的

近年、国の内外で環境を巡る議論が活発に行われ、環境と開発を相反するものではなく共存し得るものと捉え、人間活動の基盤である環境を保全しつつ節度ある開発を進めることにより、現在世代だけでなく将来世代の利益も確保すべきであるとする「持続可能な開発」の実現が提唱されている。環境を巡る国民の意識も高まりを見せており、従来は環境や自然は無料という意識が強かったが、現在では、一度壊すと取り戻せない不可逆的なものであり、良好な環境を保全するにはコストがかかるという意識が浸透しつつある。

一方、観光活動は、昭和 30 年代に国民の所得水準の向上や余暇時間の増大に伴い、生活の一部として定着したが、観光に対する多くの国民のイメージは、物見遊山・レジャーというものであった。しかしながら、その後の社会経済情勢の変化や本格的な国際交流の進展、経済のソフト化の進展等に伴い、観光の持つ社会的・文化的・経済的意義の重要性への認識が高まり、平成 18 年の「観光立国推進基本法」の成立により、観光立国は、国全体で官民を挙げて取り組むべき、21 世紀の重要な政策として明確に位置付けられることとなった。

この「観光立国推進基本法」は、観光を通じて地域の活性化を持続的に図っていくことを強く後押しするものであり、そのような中で、観光地における環境及び良好な景観の保全も重要な施策の一つとして位置付けられている。我が国の観光地でも、景観保全や観光資源保護の活動等により、住みやすく魅力的な観光まちづくりを行うなどの取組が既に活発に行われているが、あらゆる分野において環境保全への対応が益々求められる中、地域の文化・自然等の環境要素が観光資源として、その地域の魅力の源泉となっているような観光地域においては、持続的な観光の実現のため環境保全の取組の重要性が一層高まると考えられる。

そこで本調査では、観光産業や観光地における環境保全の取組の現状と課題を明らかにし、取組のあるべき方向性や行政の支援のあり方の示唆を得るとともに、環境保全の取組を強化することが、観光地の魅力向上につながり、ひいては、観光地の持続的な発展や「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりに貢献することを観光産業や観光地に対するアンケート調査や現地調査によって検証する。

1.2. 調査の方法

1.2.1. 観光産業による環境保全への取組の現状調査

対象を旅行業、宿泊業、イベント業（スポーツやコンベンション等のイベント企画）とした。観光産業に対してアンケート調査を実施し、事業者の行っている環境保全の取組の現状や課題について調査した。

旅行業は JATA（社団法人日本旅行業協会）より第 1 種旅行業 750 社、ANTA（社団法人全国旅行業協会）に加盟する第 2 種旅行業者 750 社と第 3 種旅行業 750 社の計 2,250 社を対象とした。

宿泊業は日本ホテル協会加盟の 223 施設と国際観光旅館連盟の 1,344 施設、民宿・ペンション 158 施設（社団法人日本民宿協会及び日本ペンション協会の加盟施設から抽出）1,725 施設を対象とし、イベント業については展示会・コンベンション企画業者から 37 社、スポーツイベント業者から 50 社の計 87 社を各社の HP 等で検索して抽出し対象とした。

アンケートの調査結果は単純集計及び業種別クロス集計、売上規模別クロス集計などを基に分析を行った。

1.2.2. 観光地における環境保全への取組の現状調査

1.2.2.1. 自治体アンケート調査

主要な観光地を擁する自治体に対して、そこで行われている環境保全の取組の実態を把握することを目的として、観光行政担当を対象とするアンケートを実施した。国土交通省や環境省、マスコミ等の各種の観光地百選及び先行調査による環境対応の事例、各都道府県の観光客動態調査（入込客数調査）結果から 405 の自治体を選定し対象とした。

1.2.2.2. 住民等アンケート調査

主要な観光地を擁する自治体から、先進的な環境保全に関する取組を行っている 19 自治体を選定し、観光地の周辺に暮らす住民と地元の観光産業や観光協会・商工団体、観光やまちづくりに関する NPO 等に対して、環境保全の取組とその効果や課題等についてアンケート調査を行った。

調査の結果は単純集計や主体別・地域別のクロス集計による分析と、取組と効果の因果関係を調べる共分散構造分析を行った。

1.2.2.3. 観光客アンケート調査

上記の 19 地域の観光地を訪れた観光客（来訪者）を対象に、観光客の視点から当地における環境保全等の取組と観光地の印象（取組の効果）についてアンケート調査を実施した。

調査の結果は単純集計や地域別のクロス集計による分析と、取組と効果の因果関係を調べる共分散構造分析を行った。

1.2.2.4. 現地ヒアリング調査

19 地域の観光行政担当と、環境保全等の取組を行っている団体・組織のキーパーソンに対して、具体的な取組の内容と課題、成功や継続の要因、後述するアンケートや共分散構造分析

の結果の検証についてヒアリング調査を行った。

1.2.3. 国際的な取組の現状調査

外国における環境問題への観光分野の先行的な取組について、国際機関における動向の整理と諸外国における取組について事例を調査した。

2. 調査結果の要約

2.1. 観光と環境を巡る国際動向

国際観光の振興及び発展を目的とする国連の専門機関である世界観光機関(UNWTO)によると、2006年において各国が受け入れた外国人旅行者数の総数は8億4,639万人(前年比 5.4%増)と過去最高を記録するなど、近年、観光分野は世界規模で着実に発展している。観光による人的交流や経済活動の更なる進歩及び発展が期待されている中、UNWTO は、観光関係者が 2008 年において常に認識していなければならない課題として、地球温暖化を始めとする環境問題への対応を挙げている。

2007 年は、UNWTO を始めとする多くの国際機関等や観光関係の国際会議において、環境問題、中でも気候変動の観光分野に与える影響及び環境問題への観光分野の取組の方策に関する議論が活発に展開された。

また、諸外国では、国レベル及び地方自治体レベルのそれぞれで観光における環境保全に関するフレームが設けられている事例や、地域が持つ貧困や様々な格差等の問題に対して持続可能を目指す観光産業が解決への大きな役割を担っている事例があった。

2.2. 我が国観光産業の環境保全に関する取組の現状と課題

観光分野が環境変化の影響を受けやすいと同時に環境に影響を与える可能性があることを踏まえ、「持続可能な観光」の実現を図る観点から、観光分野も環境保全に積極的な役割を果たすべきとの認識が確立されつつある。

我が国の観光分野における環境保全の取組について、まず、観光産業(旅行業者、宿泊業者及びイベント業者)を対象としたアンケート調査¹を基に、我が国の観光産業における現状と課題を分析した。

2.2.1. 環境保全の取組の現状

観光産業約 1,200 社の環境保全に対する取組状況を見ると、約 4 割の事業者は環境への取組に関して何らかの体制を整えていた。特に大企業(従業員 500 人以上)で見れば、その取組体制は製造業には後れをとるものの、金融・保険業、不動産業等の他の非製造業と比較しても遜色ない状況にある²と言える。

また、環境保全に取り組むために体制整備を行っている旅行業 254 社、宿泊業 217 社を見ると、環境保全への取組の理由として、「社会的責務」を挙げる事業者が多く、特に売上高が大きい事業者でその意識が極めて強い。売上高の小さい事業者では、売上高の大きい事業者と比べると相対的に「地域住民への配慮」や「観光資源の維持保全」といった地域に密着した理由を挙げているという特徴が見られた。

次に、宿泊業について具体的な環境保全の取組内容を規模別に見ると、大規模事業者

¹ アンケート調査の実施概要は「3.2 観光産業による環境保全への取組の現状調査」P17 以降に詳述。

² 比較調査の概要は「3.2.3.4 他産業との取組状況の比較」P48 以降に詳述。

は「省エネ設備の導入」や「廃棄物等の排出抑制やリサイクル等の資源の有効活用」に取り組む傾向がある一方、小規模事業者は、大規模事業者と比較して「自然文化・歴史遺産等の観光資源の保護活動への参加」や「地域の清掃や美化活動等への参加」により積極的に取り組んでいることが分かる。

以上のように、規模の大きい事業者は、社会的責務として環境負荷の軽減やそれに伴う経営効率の改善に前向きであるという傾向が見られる。他方、規模の小さい事業者は、地域住民に配慮し、地域ぐるみの観光資源の保全の取組に自ら参加することに前向きである。

後述のように、環境保全に関する地域内の連携・協力の強化は観光サービス品質の向上につながり、ひいては観光地の魅力向上をもたらすものと推察され、今後とも、観光産業が地域の関係者とこのような連携・協力を一層強め、地域ぐるみで環境保全に取り組むことが期待される。

2.2.2. 環境保全の取組に対する顧客の反応

旅行業や宿泊業における環境保全の取組は、顧客の理解や協力が必要になるものも多いと考えられるが、「特典の特典はないが顧客の理解・協力を得ている」とする事業者が3割近くに達している。その具体的取組内容についてヒアリングを行うと、例えば、宿泊産業では、アメニティの省略や割り箸のリサイクル等の取組、食べ残しを少なくするよう食事量の表示や空腹具合を聞きながら配膳するなど料理の出し方の工夫も行われている。一方で、「顧客に不便や負担を強いるような取組は行っていない」という事業者は約6割に上っている。これは、事業者の側で顧客の環境保全に対する協力的な意識が十分に汲み取れず、積極的な取組にまで踏み出せていないのではないかと考えられる。しかし、多くの事業者が現状は顧客に不便や負担を強いる取組を行っていないものの、半数以上の事業者は、今後、環境に対する取組に理解・協力してくれる顧客は増えていくと見込んでいる。

2.2.3. 環境保全の取組による効果

環境保全の取組により実際に得られた効果としては、「コストの削減」や「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」といった事業者内で得られる効果のみならず、「周辺の環境や景観の維持保全」、「地域全体での環境の取組の活発化」、「観光地全体の活性化や魅力の向上」といった、地域全体に波及する効果も多く挙げられている。特に、「コストの削減」や「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」といった事業運営・経営上の効果は、一定程度期待に応じた効果が得られている。

2.2.4. 環境保全の取組の課題

多くの事業者は、環境保全の取組の課題として、コストの増大、投資回収が困難、「作業効率の低下や不便の発生」、「取組に対する従業員の理解や意思統一が困難」等の事業運営・経営上の課題と、「顧客に環境取組の意図が伝わりにくい」、「顧客の不便や負担」といった顧客の理解・協力を得る上での課題を挙げている。

しかし、特に事業運営・経営上の課題については、上述のように「コストの削減」や「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」といった効果が得られる可能性が示されていることを踏まえると、適切な環境整備やビジネスモデルの確立により、克服し得るものと考えられる。

また、課題解決に向けて、「環境活動への助成や支援」を求める声が多かったほか、「行政、観光産業、住民のネットワークの構築」、「地域と連携して行う環境活動の推進」、「環境に配慮した企業経営に関する情報の提供」も強く求められており、観光産業における環境保全の取組の促進のためには、資金、情報面での支援と、地域ぐるみの取組の促進が重要である。

2.3. 我が国観光地における環境保全の取組と現状

環境保全の取組が特に観光地の活性化にどのような影響を与えるのかを検証するため、観光地という「地域」に着目してアンケートやヒアリング³による調査・分析を行った。

2.3.1. 観光地における地方公共団体の取組と課題

観光地を擁する市町村に対するアンケート調査を行ったところ、約 300 の市町村から回答が得られた。その約 6 割が環境保全に取り組む際の政策上の位置付けとして、「知名度を向上させるチャンスとして積極的に取り組んでいる」又は「行政の長期的な課題として一定の取組をしている」と、環境保全に前向きに取り組んでいる状況がうかがえる。特に積極的に行われている取組としては、「自然・生態系・文化・歴史遺産等の保護」、「工芸品、伝統芸能、風俗慣習、祭り等の地方文化の保全・継承」のほか、「地域の農産品や水産物の魅力のアピール」、「県外や遠方の観光客を誘致する活動」といったプロモーション活動、さらに「行政と観光産業との連携」等が挙げられ、観光資源を守り、これを外部にアピールすること、また官民連携による施策推進が積極的に行われている状況が見られる。

また、これらの取組の効果としては「地域の取組がマスコミ等で取り上げられる機会の向上」のほか、「地域の農水産品、郷土料理等の普及」、「県外や遠方からの来客数の増大」といった観光面、「地域の自然景観の魅力向上」、「地域住民の環境保全活動への参加向上」「歴史的遺産の保全状態の向上」等の環境面の効果も共に挙げられている。

環境保全に関する取組に当たっての課題として、市町村の半数以上が「行政と地域の観光関連産業や関係団体との連携」、「地域の協力体制や合意の形成」、「行政区画を超えた広域的な連携」といった協力体制構築の課題や「マイカー依存度が強く、公共交通機関の維持が難しい」、「環境対応へのコスト増大」といった課題を挙げている。一方では、環境保全を行う上で懸念される「日常生活が不便や窮屈になるのではないかという不

³ アンケート及びヒアリング調査の実施概要は「3.3 観光地における環境保全の取組の現状と課題」P57 以降に詳述。

安」、「観光客離れを起こすのではないかという不安」といった懸念はそれほど強くない。

2.3.2. 観光地における環境保全の取組

環境保全の具体的取組がそれぞれどのような成果に結びつきやすいのか、環境保全に関して先進的な取組を行う 19 の観光地を対象を絞った上で、地方公共団体のほか、地域住民や地域の観光事業者等、さらには観光客にまで対象を拡大して調査・分析した。なお、対象 19 地域の選定に当たっては、地域特性や観光地の特性、環境取組の特性を勘案し、できるだけ多様な地域がカバーされるように選定した。

2.3.2.1. 観光地の住民等から見た取組と課題

環境保全に関する取組とその成果を具体的に分析するため、前述の 19 地域の住民及び地元観光産業、観光・地域づくり NPO 等を対象に平成 19 年 12 月から平成 20 年 1 月にかけてアンケート調査を実施したところ、以下の結果が得られた。

観光地の住民等は、約半数が「生活の不便や経済効率より環境を優先する地域合意がある」又は「地域として環境保全に取り組む協力体制ができつつあると思う」として、地域ぐるみで環境保全に取り組む体制ができていると考えている。これに「個別に環境に関する取組を行っていると思う」とする回答を合わせると、約 8 割の観光地の住民等が環境保全に取り組んでいると考えており、対象 19 地域においては環境保全の取組に対する意識が高いことが分かる。

具体的取組内容を見ると、「自然・生態系・文化・歴史遺産等の保護」のほか、「地域の農産品や水産物の魅力のアピール」等が上位に挙げられており、前述の市町村アンケート調査から得られた結果とほぼ同等の傾向が見られた。

2.3.2.2. 観光地の住民等から見た取組とその効果の関係

観光地の住民等から見た環境保全の取組とその効果について、定量的に因果関係を探ることのできる共分散構造分析の手法を用いて分析した結果、以下のような結果が得られた。

① 環境学習や情報発信の取組

地域における環境学習や環境保全の取組の情報発信を積極的に行うことは、住民のホスピタリティ向上・環境資源保護の意識向上、地産地消の推進、地域おこしイベントへの住民参加といった、地域ぐるみでの活動につながっている。特に、環境学習や情報発信の取組とその効果の関係は、他の関係よりも強いという結果が出ており、取組に応じた効果の得られる期待が高いものと推察される。

② 環境保全に関する連携・協力の取組

景観条例等による規制、地域関係者の連携強化の取組は、地域で観光資源を守り、発展させていこうという合意の表れと考えられ、そのことが、地域内にある宿泊施設の品質向上、接客サービス向上等にもつながっているのではないかと考えられる。

環境保全に関する規制の導入事例としては、大分県由布市（旧湯布院町）が、「潤いのあるまちづくり条例」によって大型のホテル等の進出を抑制した事例がある。この取組は、田園風景と由布岳の景観や観光資源を守ることにより、「由布院らしさ」の価値を高め、その地域ブランドを維持し、質の高いサービスを提供することに結びついているものと考えられる。

③ 環境負荷抑制につながる取組

マイカー利用抑制の呼び掛けや公共交通機関利用の奨励等、環境負荷抑制に直接つながる取組は、地域住民がその取組に不便・窮屈を感じるなど、観光地域住民等にとっては必ずしも肯定的な効果が出ているとは言えない。しかし、観光地へのマイカー流入によって住民生活にも渋滞や環境悪化等の悪影響がでるようになった神奈川県鎌倉市、岐阜県白川村、島根県大田市等は、逆にパーク＆ライド等の抑制策を導入している。

他方で、環境負荷抑制の取組は、混雑期における過剰集中を抑制する効果があると見られ、年間を通じた観光客増加や平日の観光客増加等、旅行需要の平準化に寄与する可能性も示された。

④ 自然や歴史遺産の保全・活用の取組

自然・文化遺産の保護や世界遺産の登録を目指すなどの活動は、地域住民等にとって窮屈を感じたり観光客の集中による交通渋滞等の不便をもたらす可能性も考えられるが、地域の住民生活にマイナスの影響は感じさせないとの結果が得られており、観光地住民等はむしろ好意的に捉えているとも推察される。

⑤ 地域の食や生活の保全・活用の取組

地域の農水産物や地域文化の保全・アピールを積極的に行うことは、その地域への観光客のリピーターの増大、知名度向上、移住者増加等その地域の魅力やにぎわいの向上につながっていると考えられる。

例えば、宮城県大崎市では蕉栗沼（かぶくりぬま）周辺の「ふゆみずたんぼ（冬季湛水）」によって野鳥と田園の共生を図ることで、当地で収穫される米の安全性が認識され、ブランド米になるなど付加価値を高めることに成功した。同時に、自然生態系保全の取組と併せて環境に優しい地域としての発信力・知名度を高める効果が得られ、地域イメージが向上し、J ターン等の移住者も引き寄せている。

2.3.2.3. 観光客から見た観光地における取組

観光客から見た観光地における環境保全の取組状況の認識を見ると、「自然・生態系・文化・歴史遺産等の保護に努めている」といった地域資源の保全に対する取組や「地域の農産品や水産物の魅力をアピールしている」、「環境を守る地域の活動を PR している」といった観光地の PR に、観光客が気付き、認識しているという状況がうかがえる。

当該観光地に「また来たいと思った」という観光客は、「どちらかといえば思う」を含めると 8 割を超え、対象 19 地域が観光地として観光客から高い評価を得ていることが分かる。また、約 7 割の観光客が「自然環境や文化遺産が良好に保全されている」、「ゴミが少なく清潔だと感じた」としており、観光地における環境保全の取組の成果も観光

客に強く認識されている。

2.3.2.4. 観光客から見た観光地における取組とその評価の関係

19 地域を訪れた観光客に対するアンケート調査の結果から、同様に共分散構造分析の手法を活用し、取組と効果の因果関係の分析を行ったところ以下のようなことが明らかとなった。

① 環境保全の取組とその評価の関係

自然・歴史等遺産の保護や地場産品のアピール等の取組は、観光地に住んでみたいと感じさせたり、観光産業が盛んと認識させるなど、観光地のにぎわいを感じさせることに効果があると示唆される。

また、交通の環境負荷軽減の取組は、観光地の環境がよく保全されているという認識につながっている。地域インフラや地域協力に関する取組はおもてなし品質の向上につながっており、これは、案内標識や周遊路整備、観光客のゴミの持ち帰り促進といった、観光客に向けた取組が観光地住民等のおもてなしの意識を向上させているものと考えられる。

② 再来訪意向への影響

観光客の再来訪意向に影響を与える要因としては、観光地のにぎわい向上とおもてなし品質がほぼ等しく関係しているとの結果が出ている。集客に関する観光地の競争力としては、初めて観光地を訪れようとする観光客にとっては観光地の知名度や価格要因が大きいと思われるが、本分析からは、観光客が再び同じ観光地を訪れたいと思うためには、接客サービス等おもてなし品質も大きな要因になると考えられる。

観光地選びの決定要因は、価格からサービス品質に移ってきており、さらに今後、サービス品質の競争でしのぎを削るようになってくると、差別化要因として観光地の環境保全の取組の在り方が競争力を持ってくるとも言われており、今後の動向を注目する必要がある。

2.4. 調査のまとめ

環境への取組が分野を問わず最重要課題となっている今日、我が国の観光分野においても地方公共団体、住民、観光産業等の様々な主体が環境保全に向けた取組を着実に進めており、そうした取組を進める中で、単独主体による取組を越えた協力体制の構築の必要性等が強く認識されるようになってきている。

観光産業は、一旦破壊・滅失されると再生することが困難な自然や景観、歴史・文化といった観光資源にその存立を大きく依存する資源依存型産業である。そのため、環境保全の取組は、観光産業にとってその持続的な発展の根幹をなすとともに、観光産業そのものが、関連する産業のすそ野が広いという特性によって、地域における環境保全の取組を通じて他を先導し得るものであると考えられる。

環境保全の取組は、観光の持続可能な発展に不可欠であるだけでなく、観光地の魅力向上にも大きく関係していることが明らかになった。このことは、環境保全の取組により観光客を惹きつけられる時代、若しくは環境保全の取組を行わないと観光客を惹きつけられないという時代がいずれ到来することを示唆しているとも言える。

また、地域の若者や観光客が保全された地域の伝統・文化や地域ブランド等に触れることにより、観光分野における次世代育成にも資するものと考えられる。

したがって、地域資源に依存する観光は環境意識が高まりつつある今日を付加価値向上の絶好の機会と捉え、関係者の連携・協力を一層強化し、観光振興、環境保全、観光客の再来訪促進の3つの要素の相乗効果を発揮させた、持続的かつ魅力ある「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりに取り組むことが求められている。

3. 調査結果の詳細

3.1. 観光と環境を巡る国際動向

3.1.1. 国際機関における動向

国際観光の振興及び発展を目的とする国連の専門機関である世界観光機関(UNWTO)によると、2006 年において各国が受け入れた外国人旅行者数の総数は 8 億 4,639 万人(前年比 5.4%増)と過去最高を記録するなど、近年、観光分野は世界規模で着実に発展している。観光による人的交流や経済活動の更なる進歩及び発展が期待されている中、UNWTO は、観光関係者が 2008 年において常に認識していなければならない課題として、地球温暖化を始めとする環境問題への対応を挙げている。

2007 年は、UNWTO を始めとする多くの国際機関等や観光関係の国際会議において、環境問題、中でも気候変動の観光分野に与える影響及び環境問題への観光分野の取組の方策に関する議論が活発に展開された。

3.1.1.1. 世界観光機関(UNWTO)

① 第 2 回気候変動と観光に関する国際会議(2007 年 10 月、スイス・ダボス)

2007 年 10 月、世界観光機関(UNWTO)、国連環境計画(UNEP)及び世界気象機関(WMO)が共催する「第 2 回気候変動と観光に関する国際会議」が、世界経済フォーラム(WEF)及びスイス政府の後援の下、スイスのダボスにおいて開催された。

本会議は、2003 年にチュニジア・ジェルバで開催された「第 1 回気候変動と観光に関する国際会議※⁴」の議論を深化させるべく開催され、観光分野は環境との関係で重要な役割を担い、持続可能な発展のためには観光分野の取組が不可欠であるとの共通認識に基づき、「ダボス宣言」(副題「気候変動と観光：グローバルな課題への対応」)が採択された。

「ダボス宣言」の主な記載事項：

- 環境は観光分野において重要な財産であり、また、観光分野は、気候変動及び地球温暖化の影響に敏感である。観光分野からの二酸化炭素排出量は、総排出量の約 5%と推計されている。
- 気候変動及び貧困削減への世界的取組における観光分野の果たす役割の重要性にかんがみ、環境・社会・経済・気候の相互の影響を反映した真に持続可能な観光を促進するための一連の政策を至急導入する必要がある。
- 観光分野は、持続的発展のためには国連の枠組みの下、気候変動に早急に対応し、温室効果ガスを削減しなければならない。そのためには、以下の取組が必要となる。
 - ・ 運輸及び宿泊分野から排出される温室効果ガスを削減すること

⁴「第 1 回気候変動と観光に関する国際会議」では、多くの国、特に小さな島国や後進国においては気候変動と観光との関係が経済的重要性を持つことが強調され、参加した 42 か国の公的機関や民間セクター、NGO 等に対して、気候変動に関する意識の喚起と気候変動に関する国際的な取組への参加と協力を促すとともに、観光セクターにおける効果的な対応と緩和策を講じることを求めるジェルバ宣言が採択された。

- ・ 観光産業及び観光地を気候変動に適合させること
- ・ 既存及び新規のテクノロジーをエネルギー効率向上のために活用すること
- ・ 貧困国及び貧困地域を援助するための財源を確保すること

② 観光と気候変動に関する大臣会合(2007 年 11 月、イギリス・ロンドン)

2007 年 11 月には、ロンドンにおいて、「観光と気候変動に関する大臣会合」が開催され、上記「ダボス宣言」について、参加各国の観光担当大臣から強力な支持が表明され、同宣言で部門別に取り組むことが期待される事項を積極的に履行するべきであるとした。

一方で、気候変動への対応は、観光分野に過度の負担とならないようにすべきであるとの指摘や、取組に当たっては発展途上国への配慮が必要であるとの指摘、民間部門も相応の負担をするべきであるとの指摘がなされた。

③ 第 17 回世界観光機関(UNWTO)総会(2007 年 11 月、コロンビア・カルタヘナ)

2007 年 11 月に開催された「第 17 回世界観光機関(UNWTO)総会」においては、150 か国を超える加盟国が参加し、上記議論を踏まえさらに観光分野として気候変動に適応する緊急の必要性があるとの共通理解が構築された。しかしながら、一方では「ダボス宣言」についての全面的な支持の表明には至らず、むしろ気候変動への対応が発展途上国の経済発展の妨げとなることがないように、また貧困撲滅及び国連ミレニアム開発目標の達成というより高次の目標の達成の障害とならないようにすべきであるとの留保が付された。

3.1.1.2. 経済協力開発機構(OECD)

経済協力開発機構(OECD)の観光委員会においても、「持続可能な観光」に関する議論が行われており、環境、特に気候変動に関する課題が取り上げられている。気候変動に関しては、観光分野の今後の発展にとって中長期的に最も重要な戦略テーマになると認識されている。

2007 年 5 月にベルギー・ナミュールで開催された第 79 回 OECD 観光委員会では「アルプスの気候変動ー冬季観光の適合と自然災害マネジメントー」について OECD 環境政策委員会事務局から報告が行われた。報告においては、積雪の減少に伴う冬期観光客の減少、居住地の拡大に伴う自然災害に対する社会基盤整備問題という、アルプスにおける気候変動がもたらした二つの主要な課題に対する適応方策に焦点が当てられ、気候変動に係る課題対応のコスト、官民の役割分担等が言及された。また、国連環境計画(UNEP)や世界観光機関(UNWTO)等の他の国際機関と連携して課題に対処することが必要であるとされた。

2007 年 11 月に開催された第 80 回 OECD 観光委員会では、欧米を拠点として企業・国際機関・非政府組織等とのパートナーシップに基づきカーボン・オフセット促進にむけた取組を行っている企業が、その活動内容について発表を行うとともに、持続可能なクリーン開発メカニズムの在り方としての自主的カーボン・オフセットや、NGO や旅行業界等との連携の必要性、各国における温室効果ガス削減及び吸収プロジェクトを紹介した。

3.1.1.3. アジア太平洋経済協力(APEC)

アジア太平洋経済協力(APEC)の観光ワーキンググループでは、観光はアジア太平洋地域における雇用創出や投資・開発の促進のための重要な要素であるとして、域内における持続可能な観光を実現する観点から議論が行われている。その政策目標として、1)観光ビジネスに関する阻害要因の除去、2)観光客及び観光商品・サービス需要の増加、3)観光分野がもたらす様々な影響の長期的・持続的な調査・分析・管理、4)観光が、経済・社会発展のための手段であるという認識と理解の向上、という4つの目標を掲げている。また、各国の取組内容を取りまとめた「持続可能な観光経営の優良事例集」を作成し、ノウハウ及び情報の共有を図っている。

2007年10月にインドネシアのバンドンで開催された第31回APEC観光ワーキンググループにおいては、オーストラリア、インドネシア、ニュージーランド及びタイから気候変動と観光に関する国内での取組について報告が行われた。観光ワーキンググループで気候変動と観光をテーマに位置付けて議論したのはこれが2回目であり、APECにおいても、観光と環境、中でも気候変動に観光分野として如何なる対応を行うべきかについて関心が高まってきている。

3.1.2. 諸外国における先行的な取組事例

環境保全を図りながら観光の振興を図る持続可能な観光に関する外国の事例として、国レベルの取組と自治体レベルでの取組事例を整理する。

出典「Making Tourism More Sustainable」UNEP、UNWTO

3.1.2.1. オーストラリアの取組事例

オーストラリアでは労働人口の7%が観光産業に従事するほどの重要産業であり、1992年の国の観光戦略によって持続的な観光開発に取り組み、エコツーリズムの発展のための政策のフレームワークが自然区域における持続可能な観光を達成するために非常に有効であることを確信して全国エコツーリズム戦略を94年に策定した。

オーストラリアの観光政策の成功の秘訣は、1千万豪ドル（約10億円）の財政的支援の競争的な分配にあり、特に重点が置かれた支援は、社会基盤開発（遊歩道や標識、野生動物観察台等の革新的なデザインや技術）、基礎研究、モニタリング、地域のエコツーリズム計画、4つの中心的な研究・教育テーマ（省エネ、エコツーリズム教育、事業開発及び市場調査）であった。

また、その支援の成果としてエコツーリズム認定プログラム（NEAP: National Ecotourism Accreditation Programme）や、エコツーリズムに関する研究・出版、エコツーリズム教育、オーストラリア旅行者向けの啓発ビデオ（国内航空路線の機内で上映）、地域のエコツーリズム開発ガイドの作成等が行われている。

エコツーリズムの認証プログラムが導入された背景には、エコツーリズムを行う事業者に対して、壊れやすい自然や文化を対象とする観光が持続可能であることを証明し、サステナビリティの手本として他の観光産業の助言者になってほしいとの期待があった。認証の指標には、環境へのインパクトや、保全への貢献度、地域コミュニティとの協働、地域への利益還元など、

持続可能性にとっての重要な要素が含まれている。NEAP は現在、「エコ認証プログラム (EcoCertification Programme)」と改称し、エコツーリズム・オーストラリアによって管理運営されている。

また、オーストラリアの観光産業はその特異な自然と文化遺産に大きく依存しており、政府のエコツーリズムに関する政策は観光の利益と保護区や遺産の管理の間の関係に焦点が当てられてきた。2003 年の政府の調査報告では、観光と保護区の管理の関係の研究によって、環境保全を進めながら観光を伸ばすベンチャー企業が発展する可能性がある結論づけられた。

オーストラリアでも特にエコツーリズムの開発や運営に前向きで、持続可能な観光に配慮しているクイーンズランド州では、州独自のエコツーリズム計画を策定しているが、これは生きた計画として策定以来何度も更新されており、研修・講習会や自助のための手引書として配布されるなどの多くの実務的な取組でサポートされている。また、ツーリズム・クイーンズランドが持続的な観光のために設立され、エコ認定プログラムの支援を行ったり、産業のコーディネートやパートナーシップの強化、利害関係の調整といった観光地管理のためのフレームワークの構築を行っている。

3.1.2.2. 南アフリカの取組事例

南アフリカでは、1994 年の民主化以降、持続可能な発展の考え方が取り入れられ、政府の推進により観光が持続可能な発展のための重要な産業の一つとなっていった。

南アフリカの観光政策は、1996 年の「観光の発展と推進に関する白書(White Paper on the Development and Promotion of Tourism)」を基本としており、持続可能な観光（責任ある観光）の原則は、政策の中核として位置付けられている。

また、同白書を受け、「責任ある観光のための指針 (Guidelines for Responsible Tourism)」が出版・配布されている。同指針は、公的機関や民間に法的枠組を与えるとともに、事業者団体や地域団体に自主行動規範の改善に同指針を活用すべきであるとしている。また、州政府は、この指針作成の過程に全て関与しており、指針の普及・促進を支援してきた。そのため、州政府は責任ある観光の考え方や観光白書に沿って、観光の役割を生み出し、州の観光政策を発展させてきた。

さらに、同指針がより実践的に個別企業に役立てられるよう、「責任ある観光の手引書 (Responsible Tourism Handbook)」が作成され、他企業の事例や企業が受けられる支援等を紹介している。

南アフリカでは職能開発にも非常に重点が置かれており、教育訓練や能力開発などが国の評価基準に則して促進されており、観光産業も例外ではない。特に、適正はあっても満足に公教育を受けられなかった黒人に対して職業訓練や実務的な職能評価が提供されている。

クルーガー国立公園では南アフリカ国立公園当局からサファリの運営者や支配人、店の経営者に特権が与えられているが、就労者のうち 79%は、不当な環境に置かれた黒人居留地から募集するよう義務づけられた。この目標が達成されると同時に、観光客へのサービスの質を改善し、資源を保護するための多くの資金が確保された。

また、財務省の主導で観光での官民連携事業が取り入れられてきたが、このことが雇用の創出や貧困の軽減、社会基盤投資、職能開発、黒人経済の強化、特に国の周縁部での観光推進と

いった機会の創出に非常に貢献していることが確認された。

責任ある観光のアプローチを実践している中小企業は経済的なインセンティブや事業の助言サービスを受けることができ、南アフリカ開発銀行は、政府の「責任ある観光のための指針」に基づく評価指針を策定して、責任ある観光の新たなプロジェクトを提案することを評価している。

これらの南アフリカの事例は、観光の拠点の拡大や以前は不当な扱いを受けてきた人々への公平な機会の提供といった明確な政策と共に、持続可能な観光への転換に際して、政府が明確なコミットメントを持つことのメリットを証明している。

3.1.2.3. カルヴィア市（スペイン）の取組事例

スペインのマジョルカ島にあるカルヴィア市は美しい海岸線を資源に 60 年代から 80 年代後半に急速に観光地化した有名な夏の地中海リゾートの一つに数えられる。この街には年間 160 万人以上が訪れるが、5 月から 9 月の夏期に集中するため、地域の容量を超えた観光客による負荷がかかるようになり、88 年から 91 年にかけて観光客が 2 割減少した。

カルヴィア市当局は、島の環境悪化や観光の大衆化といった事態に鑑み、持続可能な観光を目指すことにした。行政と産業、地元住民の代表からなる会議を設け、地域の持続可能性を高めるための地域行動計画を策定することが全会一致で決定された。この行動計画は、学識経験者や実務家、民間が協働して作成し、人口や生活の質、環境、文化遺産、経済、都市計画、水・エネルギー・廃棄物の 6 つのテーマで構成され、97 年には実行計画である「ローカルアジェンダ 21」として承認された。

実行計画では 40 に上る先駆的な取組が、以下の 10 の戦略の下に示された。

- ① 成長を抑制し、市域とその沿岸区域の完全な回復を促進する
- ② 居住者の融和、共存、生活の質の向上を促進する
- ③ 自然遺産、海洋遺産を保全するとともに、用途を環境保全に限った地域観光税の設立を推進する
- ④ 歴史遺産、文化遺産、自然遺産を復元する
- ⑤ 居住地域と観光地域の完全回復を推進する
- ⑥ カルヴィアを観光地として改善し、成長から持続可能な質へと転換し、一人当たりの観光支出を増大させ、観光シーズンを平準化する
- ⑦ 公共交通機関を改善し、街中あるいは街中から別の街中への移動に歩行や自転車を奨励する
- ⑧ 水、エネルギー、廃棄物に対して持続可能な管理を導入する
- ⑨ 人材や知識リソースに投資し、金融システムを多様化させる
- ⑩ 自治体経営を革新し、公共/個人の投資計画のキャパシティを増大する

「ローカルアジェンダ 21」の実現には、都市計画が重要な手法として用いられ、開発用地とされていた 1,700 ヘクタールが保全のために残されることになり、景観を破壊するホテルなどが 30 件以上壊されたり、緑地や並木道、遊歩道が整備された。また、環境保全の取組とし

て、野生動物や生態系を保護するために海浜公園や保護地区が設立された。さらに、カルヴィア市の取組の良いところは、観光客と地域住民の生活との関係を一体化させるところにあり、持続可能な観光のために地域社会の課題を解消する必要があるとして、観光客とその多くが観光産業に従事する移民者に対して、舞踊やスペイン語の教室を開いたり、文化的なイベントを催してマジョルカ流の生活への融和を図る取組が行われた。

ローカルアジェンダ 21 の取組は現在も継続しており、進捗状況はモニタリングと評価の仕組みによってオープンになっている。一部の事業では資金が追いつかなくなったり、水やエネルギーの消費量を削減する取組がうまくいかなかったりと課題も出ているが、まだ未着手だったり成果がうまく出ていない事業に絞って取り組むワーキンググループが設けられている。

3.1.3. 調査からの示唆

観光産業が国の産業で主要な位置を占めている先進国、及び途上国の例で、両国ともその資源である自然や景観、文化を保全するために、中央政府が根幹となる持続可能な観光の方針を打ち出し、法制度や財政的なフレームワークを構築している。同時に観光産業向けの認証制度や企業が活用できるハンドブックの整備、地方政府における実行計画の策定など実務レベルのサポートが用意され、観光産業に持続可能な観光への転換を促している。また、原住民のコミュニティや文化などの保全、貧困層への支援といった副次的な効果もあがっており、持続可能な観光への取組が、地域が抱える課題への一つのアプローチになることを示唆している。

一方、ローカルな取組の事例では、オーバーユースによる観光資源へのダメージや生活環境の悪化などの地域の現状に鑑みて、自治体をはじめとして住民や地場産業を含めた地域全体で持続的な観光への転換の取組が推進されており、住民参加の仕組みや観光客一人あたりの消費支出増大、ベンチャー創出等の地域経済の維持・発展策は示唆に富んでいる。また、事例でも取組・効果のモニタリングと評価が重要視されており、観光と環境に関する様々な指標の設定や評価の基準といったフレームワークを観光地が共有することが必要だと考えられている。

3.2. 観光産業による環境保全への取組の現状調査

3.2.1. 調査の実施概要

旅行業、宿泊業、イベント業（スポーツやコンベンション等のイベント企画）に対してアンケート調査を実施し、各事業者が行っている環境保全の取組の現状や課題について調査した。

3.2.1.1. 調査対象

調査対象については以下の通りで、旅行業については日本旅行業協会(JATA)及び全国旅行業協会(ANTA)の協力を得て対象を抽出し、宿泊業については日本ホテル協会及び国際観光旅館連盟の協力を得て対象を抽出した。（カッコ内は協力を依頼した団体。記載のない民宿やペンション、イベント業は事業者の HP 等を参考に対象を選定）。

(1) 旅行業	
①第1種旅行者	: 750 社 (日本旅行業協会)
②第2種旅行者	: 750 社 (全国旅行業協会)
③第3種旅行者	: 750 社 (")
(2) 宿泊業	
①ホテル	: 223 施設 (日本ホテル協会)
②旅館	: 1344 施設 (国際観光旅館連盟)
③民宿	: 72 施設
④ペンション	: 86 施設
(3) イベント業	
①展示会業者	} : 計 37 社
②コンベンション業者	
③スポーツイベント業者	
	: 50 社

3.2.1.2. 調査期間

2007 年 12 月上旬に調査用紙を郵送で配布し 12 月 21 日を締切日としたが、回収状況が芳しくなかったため回収を延長し、08 年 1 月中旬に各業界団体を通して FAX や電子メールによる督促、あるいは直接葉書を送付して督促し、1 月 28 日まで回収を継続した。

3.2.1.3. 配布・回収

郵送による配布、同封する封筒による郵送回収（督促後は一部 FAX による回収も行った）。回収結果（有効回答）は次表の通り。

表 3.2-1 観光産業に対するアンケートの回収結果

	旅行業	宿泊業	イベント業	観光産業計
発送数	2,250	1,725	87	4,062
回収数	718	462	9	1,191
回収率	31.9%	26.8%	10.3%	29.3%

3.2.2. 観光産業に対する調査結果のまとめ

我が国の観光分野における環境保全の取組について、観光産業(旅行業者、宿泊業者及びイベント業者)を対象としたアンケート調査を基に、我が国の観光産業における現状と課題を分析した。

3.2.2.1. 観光産業における環境保全の取組の現状

観光産業約 1,200 社の環境保全に対する取組状況を見ると、約 4 割の事業者は環境への取組に関して何らかの体制を整えていた。特に従業員 500 人以上の企業について見れば、その取組体制は製造業には後れをとるものの、金融・保険業、不動産業等の他の非製造業と比較しても遜色ない状況にあると言える。

図 3.2-1 環境産業における環境保全に対する全社的な取組状況

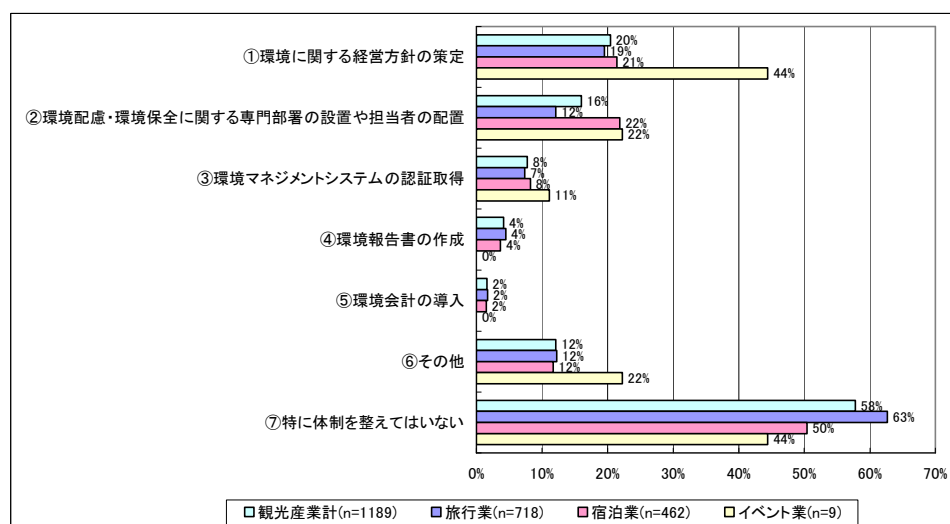
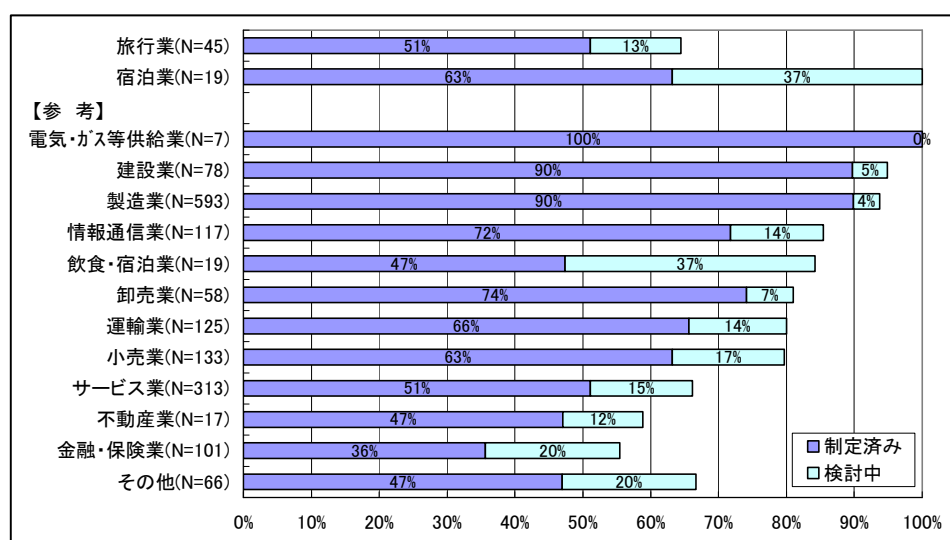


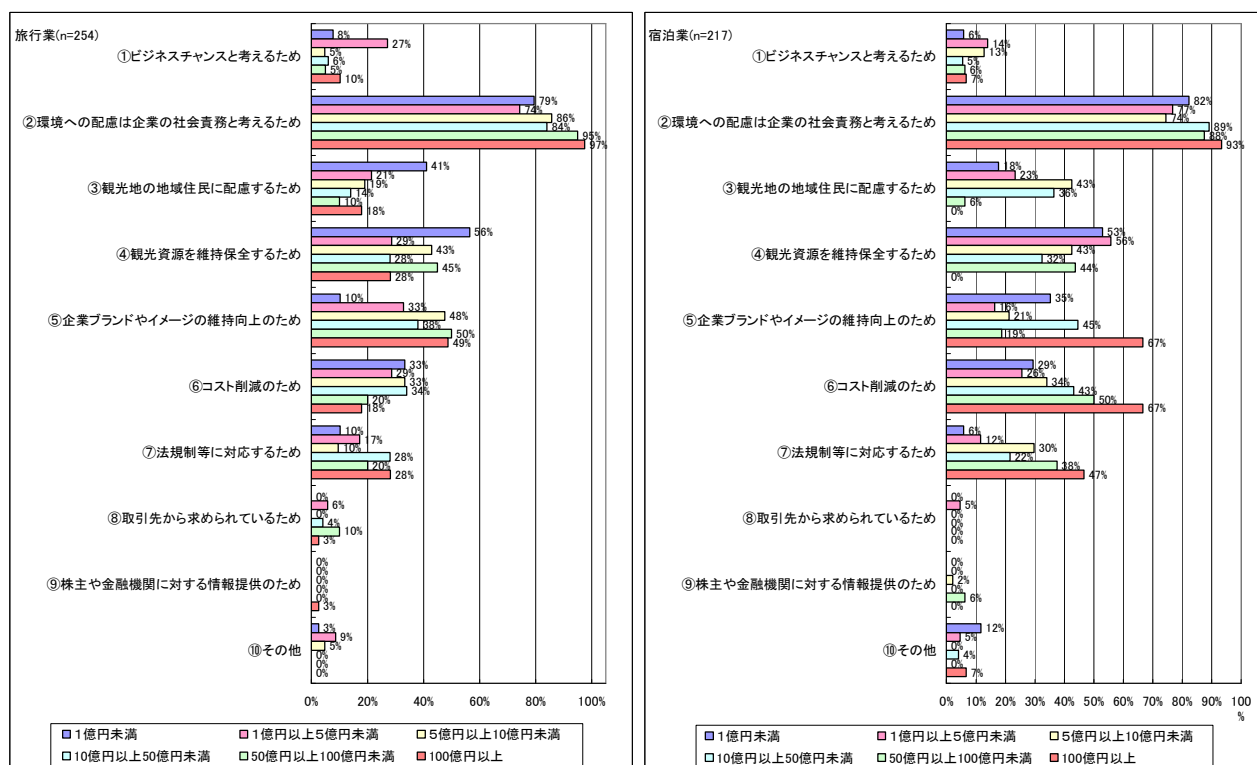
図 3.2-2 観光産業と他産業の環境に関する経営方針の策定状況の比較(従業員 500 人以上)



注)【参考】以下の業種は環境省「環境に優しい企業行動調査」(平成 18 年度)より「従業員 500 人以上の非上場企業及び事業所」の結果。詳細は「3.2.3.4 他産業との取組状況の比較」参照。

また、環境保全に取り組むために体制整備を行っている旅行業 254 社、宿泊業 217 社を見ると、環境保全への取組の理由として、「社会的責務」を挙げる事業者が多く、特に売上高が大きい事業者でその意識が極めて強い。「企業ブランドやイメージの向上」や「法規制への対応」を理由とするのも同様である。売上高の小さい事業者では、売上高の大きい事業者と比べると相対的に「地域住民への配慮」や「観光資源の維持保全」といった地域に密着した理由を挙げているという特徴が見られた。

図 3.2-3 観光業・宿泊業が全社的な環境対応の取組を行う理由（売上階級別）

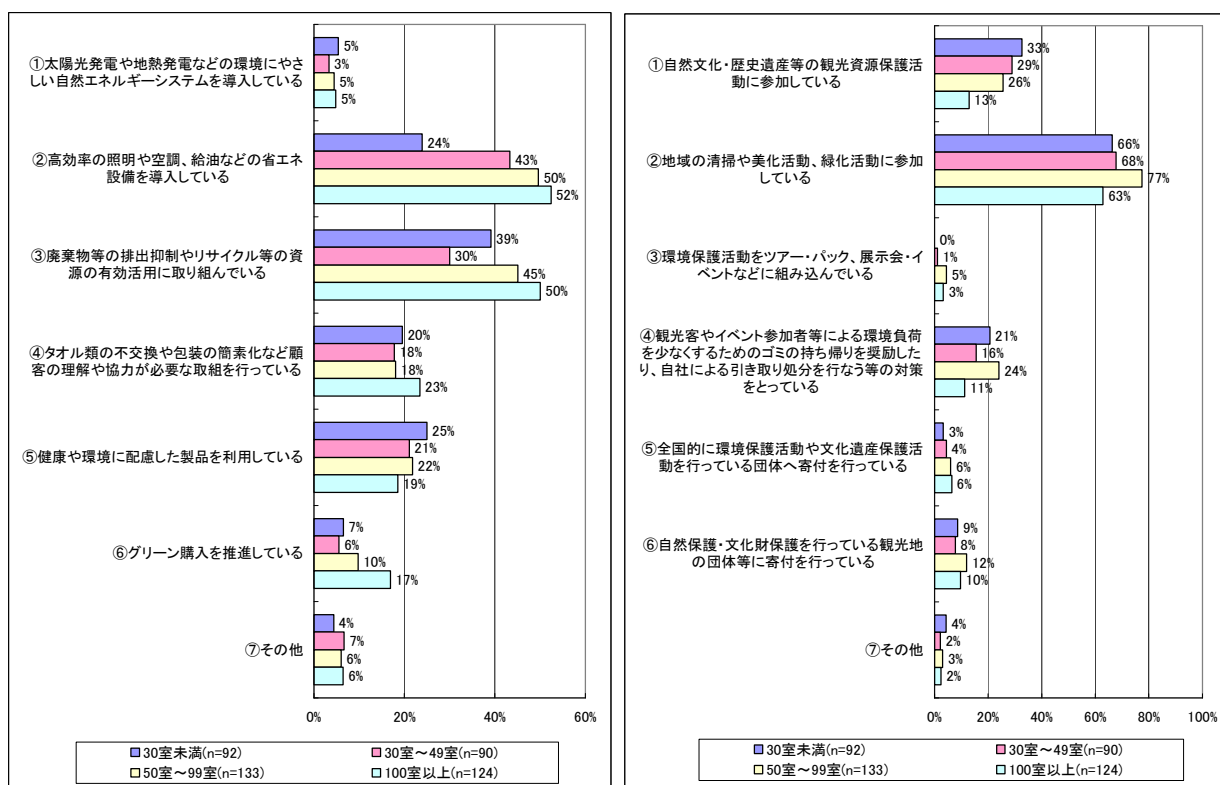


次に、宿泊業について具体的な環境保全の取組内容を規模別に見ると、大規模事業者は「省エネ設備の導入」や「廃棄物等の排出抑制やリサイクル等の資源の有効活用」に取り組む傾向がある一方、小規模事業者は、大規模事業者と比較して「自然文化・歴史遺産等の観光資源の保護活動への参加」や「地域の清掃や美化活動等への参加」により積極的に取り組んでいることが分かる。

図 3.2-4 宿泊業における環境保全の具体的取組内容(客室規模別)

【省エネ・省資源化に関する取組】

【自然環境や文化遺産等の保護に関する取組】



以上のように、規模の大きい事業者は、社会的責務として環境負荷の軽減やそれに伴う経営効率の改善に前向きであるという傾向が見られる。他方、規模の小さい事業者は、地域住民に配慮し、地域ぐるみの観光資源の保全の取組に自ら参加することに前向きである。

こうした事業者の取組について顧客がどのように考えているか、顧客の反応についての回答を見ると、旅行業や宿泊業における環境保全の取組は、顧客の理解や協力が必要になるものも多いと考えられるが、「特段の特典はないが顧客の理解・協力を得ている」とする事業者が3割近くに達している。その具体的取組内容についてヒアリングを行うと、例えば、宿泊産業では、アメニティの省略や割り箸のリサイクル等の取組、食べ残しを少なくするよう食事量の表示や空腹具合を聞きながら配膳するなど料理の出し方の工夫も行われている。一方で、「顧客に不便や負担を強いるような取組は行っていない」という事業者は約6割に上っている。これは、事業者の側で顧客の環境保全に対する協力的な意識が十分に汲み取れず、積極的な取組にまで踏み出せていないのではないかと考えられる。しかし、多くの事業者が現状は顧客に不便や負担を強いる取組を行っていないものの、半数以上の事業者は、今後、環境に対する取組に理解・協力してくれる顧客は増えていくと見込んでいる。

図 3.2-5 観光産業における環境に対する取組への顧客の理解や協力の状況

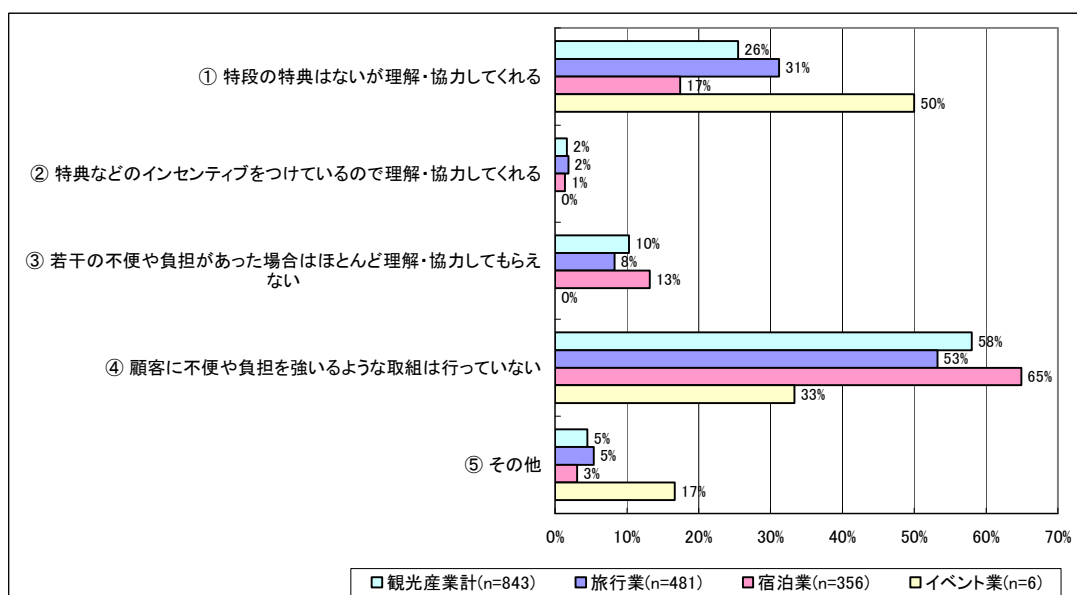
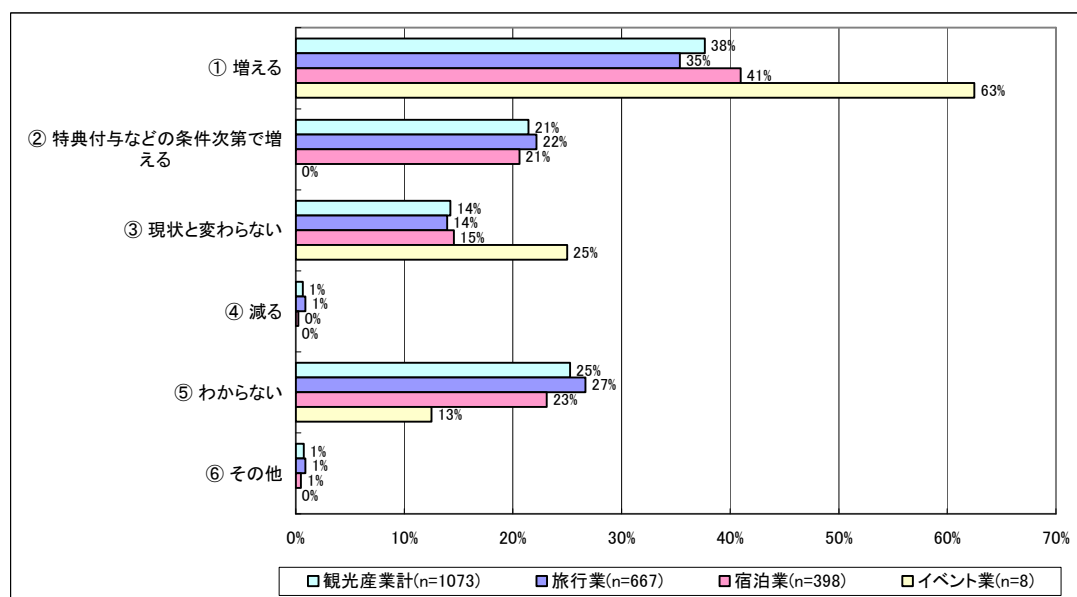
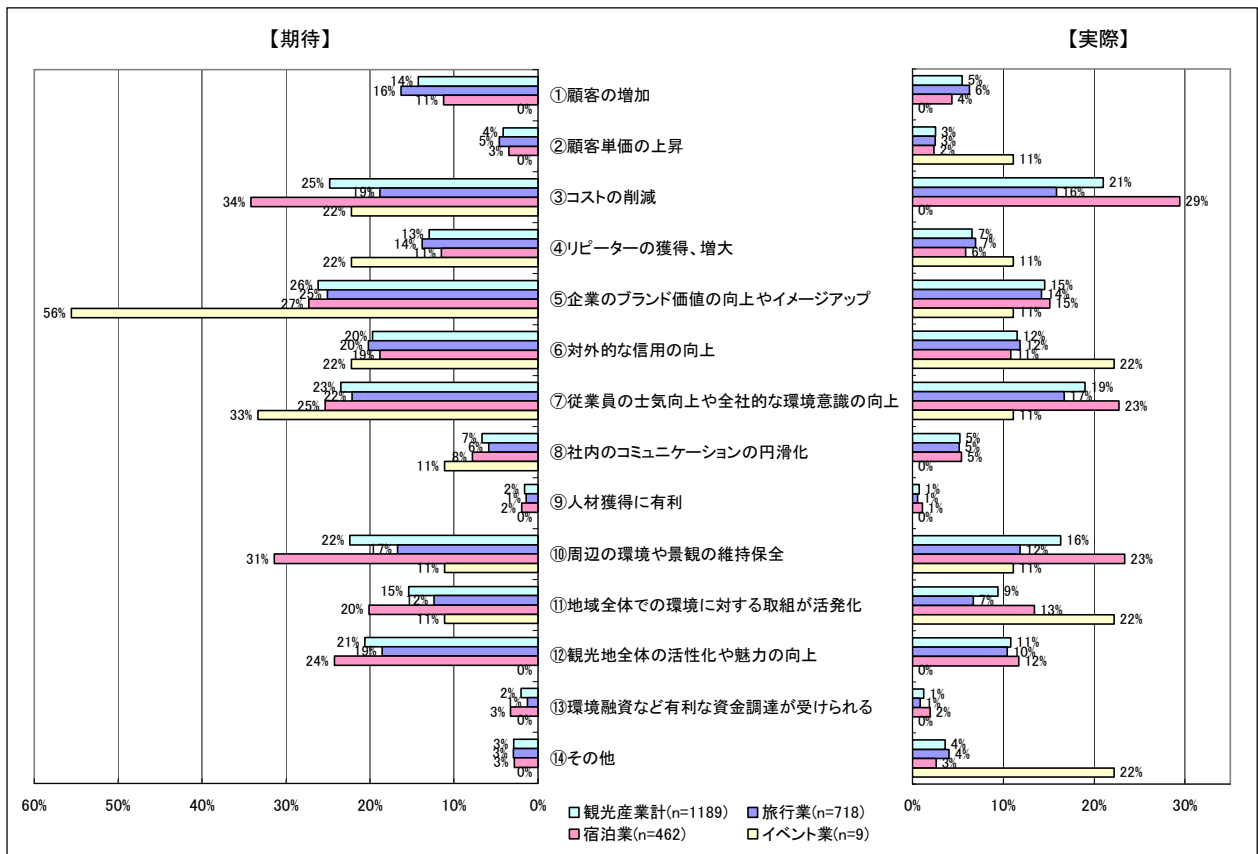


図 3.2-6 観光産業における自社の環境に対する取組への顧客の理解・協力の将来展望



環境保全の取組により実際に得られた効果としては、「コストの削減」や「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」といった事業者内で得られる効果のみならず、「周辺の環境や景観の維持保全」、「地域全体での環境の取組の活発化」、「観光地全体の活性化や魅力の向上」といった、地域全体に波及する効果も多く挙げられている。特に、「コストの削減」や「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」といった事業運営・経営上の効果は、一定程度期待に応じた効果が得られている。

図 3.2-7 観光産業における環境保全の取組に際して期待した効果と実際の効果

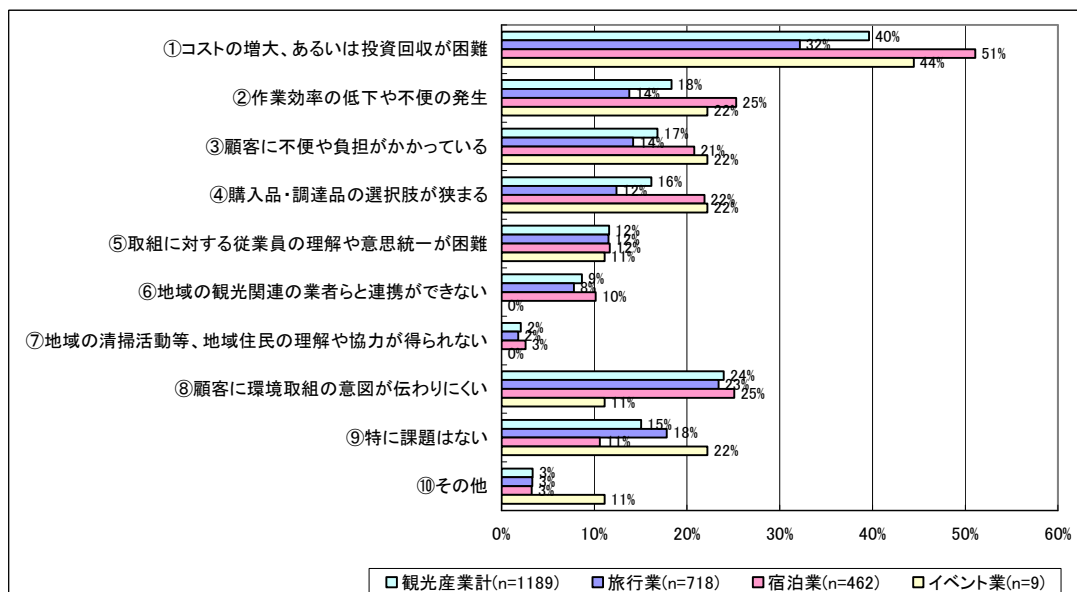


3.2.2.2. 観光産業における環境保全の取組における課題

多くの事業者は、環境保全の取組の課題として、「コストの増大、投資回収が困難」、「作業効率の低下や不便の発生」、「取組に対する従業員の理解や意思統一が困難」等の事業運営・経営上の課題と、「顧客に環境取組の意図が伝わりにくい」、「顧客の不便や負担」といった顧客の理解・協力を得る上での課題を挙げている。

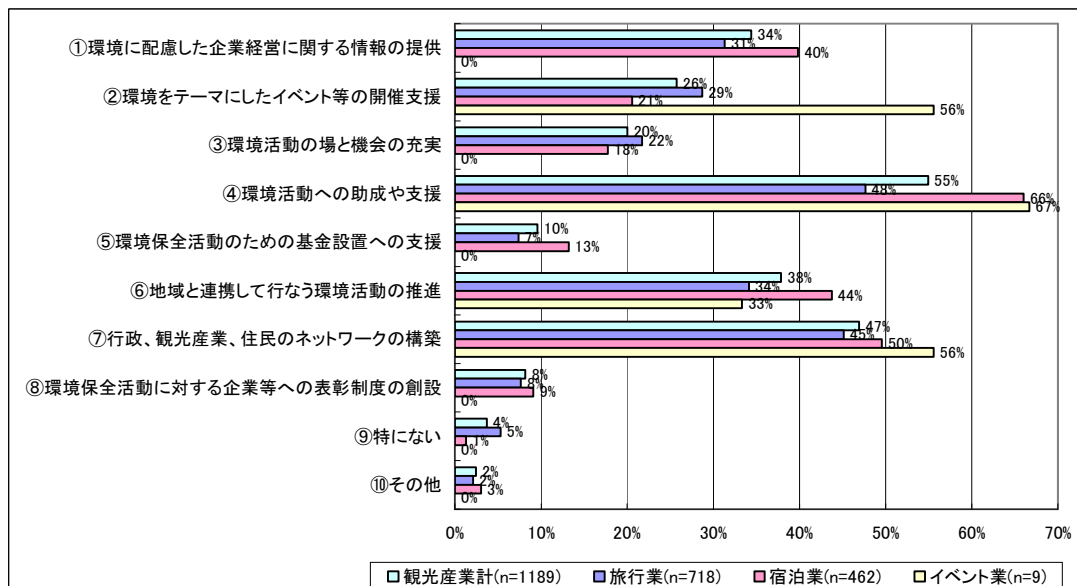
しかし、特に事業運営・経営上の課題については、上述のように「コストの削減」や「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」といった効果が得られる可能性が示されていることを踏まえると、適切な環境整備やビジネスモデルの確立により、克服し得るものと考えられる。

図 3.2-8 観光産業における環境問題に対する取組を行う上での課題



また、課題解決に向けて、「環境活動への助成や支援」を求める声が多かったほかに、「行政、観光産業、住民のネットワークの構築」、「地域と連携して行う環境活動の推進」、「環境に配慮した企業経営に関する情報の提供」も強く求められており、観光産業における環境保全の取組の促進のためには、資金、情報面での支援と、地域ぐるみの取組の促進が重要である。

図 3.2-9 観光産業における環境への取組を活発化させるために望まれる支援や制度



3.2.3. 観光産業に対する調査結果の詳細

3.2.3.1. 業種別集計

各設問について、観光産業全体と旅行業、宿泊業、イベント業の業種別に見た結果を以下に示す。

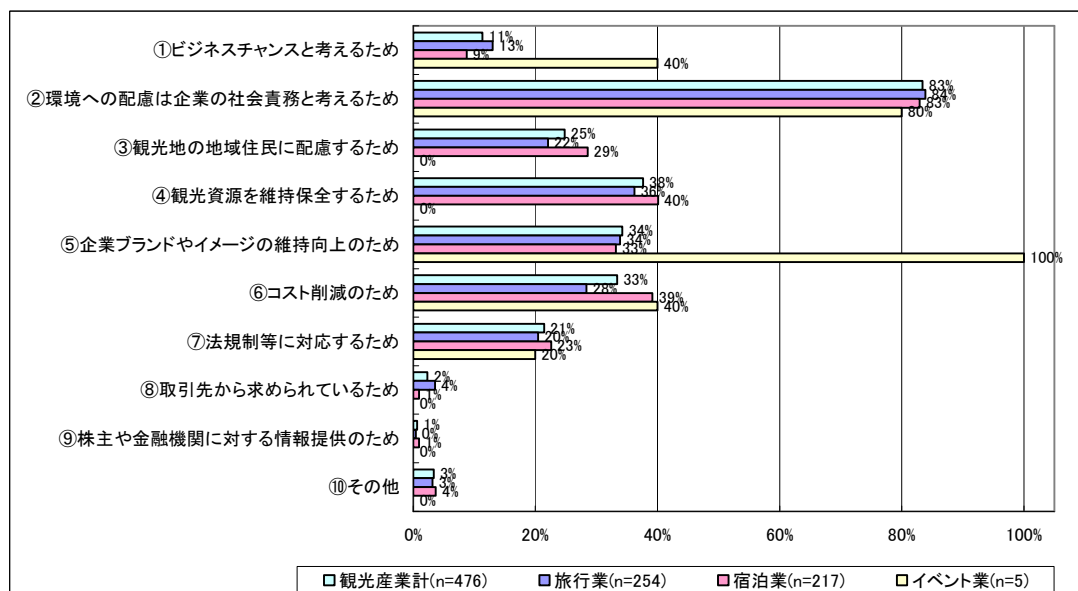
① 環境保全の取組の現状

アンケートでは問1として全社的な取組状況に関していくつかの質問をしている。

環境に対する全社的な対応の実施状況について尋ねたところ、「環境に関する経営方針の策定」が観光産業全体で20%と最も多い。次いで「環境配慮・環境保全に関する専門部署の設置や担当者の配置」が同じく16%で続いている。「特に体制を整えていない」事業者が同じく58%に上り、旅行業では63%となった（図3.2-1）。

前述の全社的な環境への取組体制を整えていると答えた回答者にその理由を尋ねると、「環境への配慮は企業の社会的責務と考えるため」との回答が観光産業全体で83%と最も多い。反対に「ビジネスチャンスと考えるため」は11%と最も低くなった。「コスト削減のため」が33%、「企業ブランドやイメージの維持向上のため」が34%となり、自社の経営課題への対応よりも社会に対する責任の方が環境対策推進の動機としては強いと言える。また、「観光地の地域住民に配慮するため」と「観光資源を維持保全するため」の回答は、地域により密着していると考えられる宿泊業の方が旅行業よりも高くなっている。

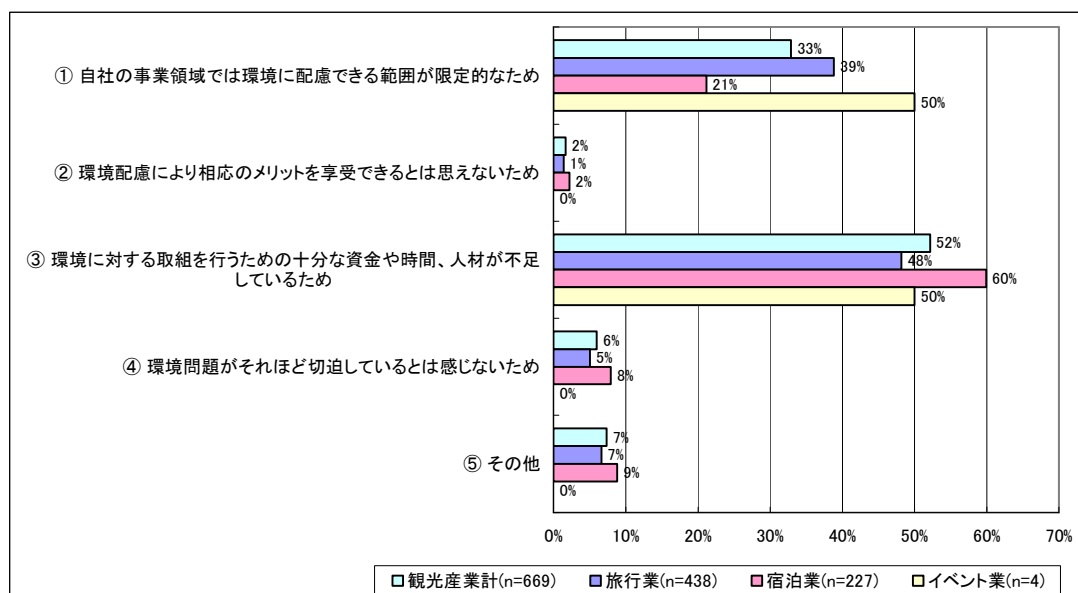
図 3.2-10 観光産業における全社的な環境保全への取組体制を整える理由



全社的な取組体制を整備していない事業者に対してその理由を尋ねると、「環境に配慮する取組を行うための十分な資金や時間、人材が不足しているため」の回答が52%と最も多い。次いで「自社の事業領域では環境に配慮できる範囲が限定的なため」が33%と多い。また、前者は宿泊業において高く、後者は旅行業において高くなっている。

「環境問題がそれほど切迫しているとは感じないため」は6%と低く、環境問題に対してはある程度の危機感をほとんどの事業者が抱いていると言える。

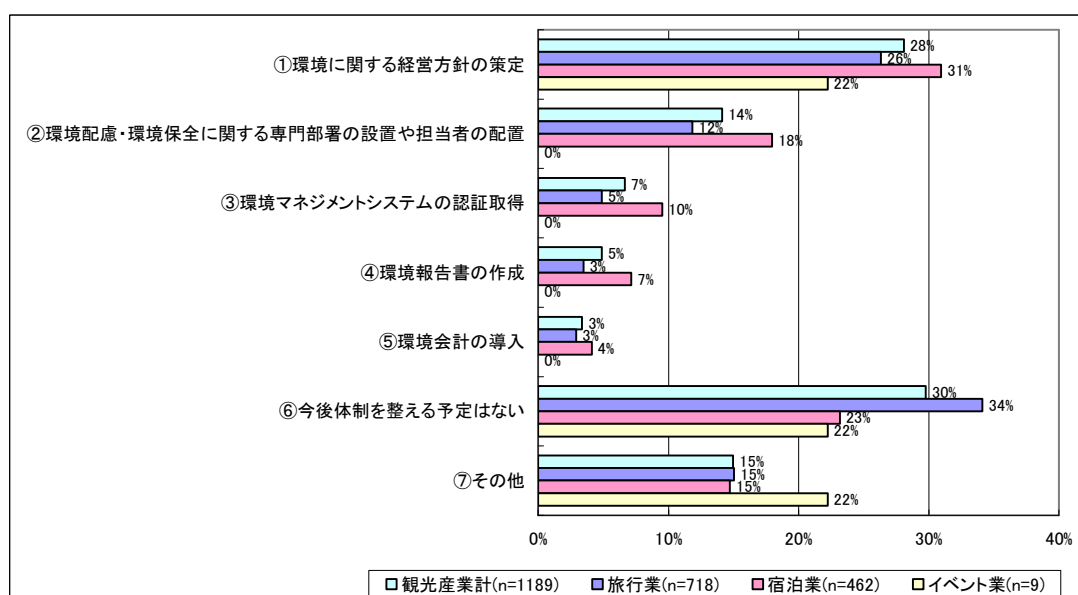
図 3.2-11 観光産業における環境への取組体制を整えない理由



今後実施を予定あるいは検討している全社的な取組を全員に訊いたところ、「環境に関する経営方針の策定」が28%と最も多く、現在の推進状況とあわせると48%と約半数に達する。次いで「環境配慮・環境保全に関する専門部署の設置や担当者の配置」が14%となり、現在の推進状況とあわせると30%になる。

一方で、「今後体制を整える予定はない」が30%ある。何らかの取組を行う意志が高いのは宿泊業で、旅行業はそれに少し劣るという差が見られる。

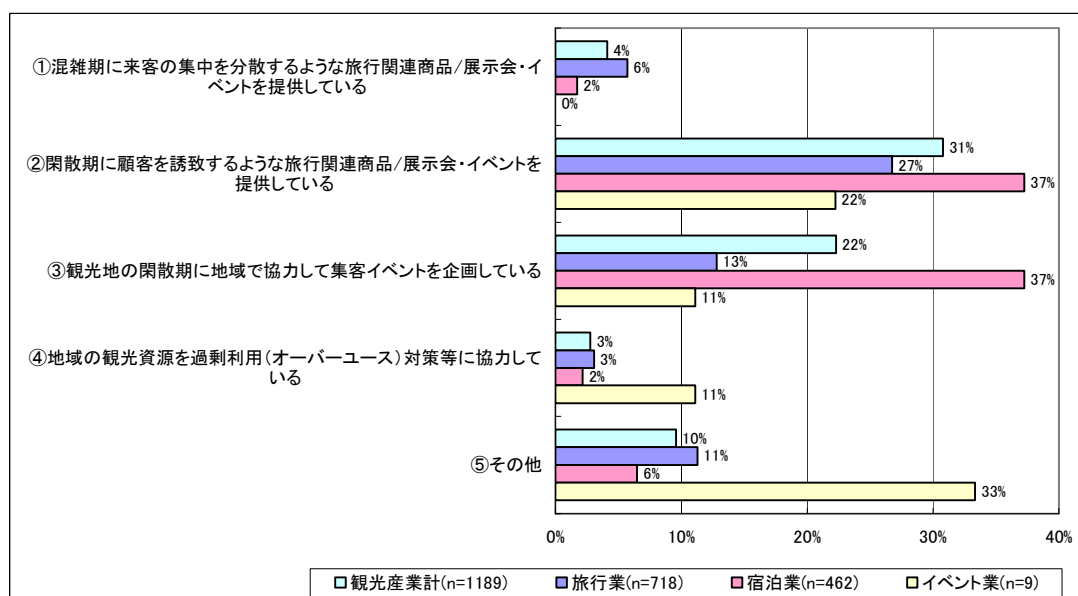
図 3.2-12 観光産業における今後実施を予定・検討している取組



次に、問2では具体的な環境保全の取組について「季節変動の平準化」、「交通や輸送による環境影響の緩和」、「環境対策に関する人材育成や人材活用」、「地域活性化への貢献」、「省エネ・省資源化」、「自然環境や文化遺産などの保護」の6つのカテゴリーを設けて具体的な取組の実施状況を質問している。

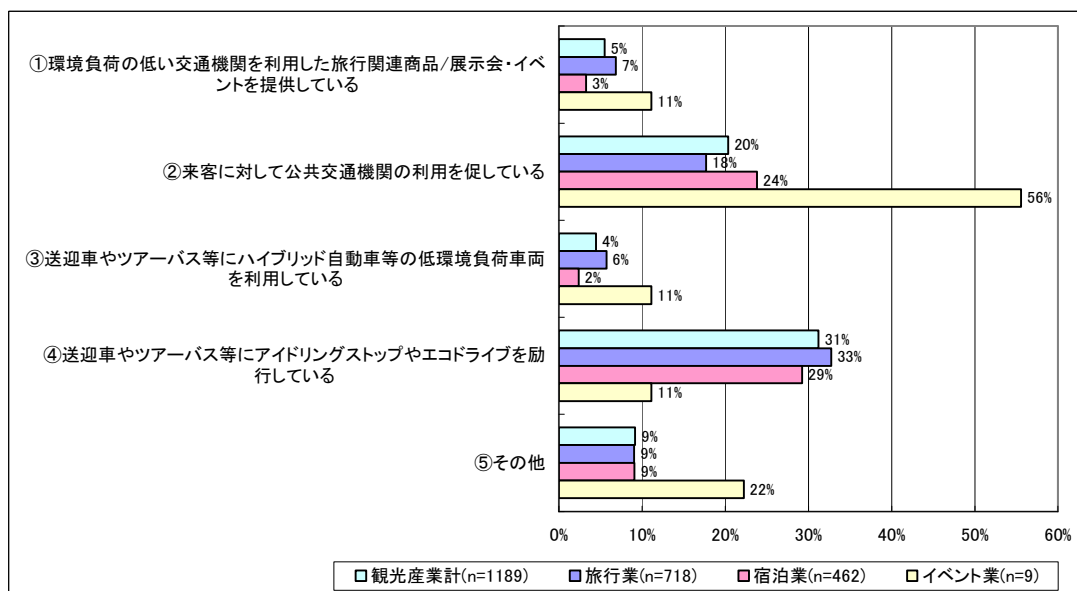
最初のカテゴリーである「季節変動の平準化」について具体的な取組の実施状況を聞いたところ、「閑散期に顧客を誘引するような旅行関連商品/展示会・イベントを提供している」が31%、「観光地の閑散期に地域で協力して集客イベントを企画している」が22%と高く、閑散期の利用客増加（ボトムアップ）が主な取組内容となっている。いずれも宿泊業において高い取組の比率となっている。混雑期の分散やオーバーユース対策（ピークカット）に取り組んでいるのは、合わせても1割に満たない。若干ではあるが旅行業での実施率が高い。

図 3.2-13 観光産業における季節変動の平準化の具体的取組



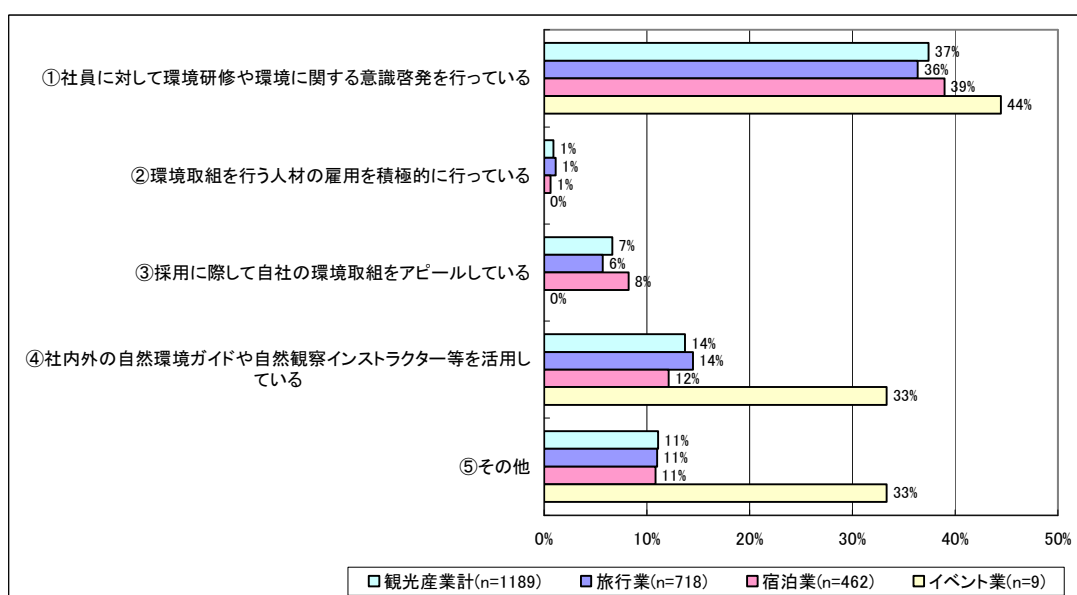
「交通や輸送による環境影響の緩和」について尋ねると、「送迎車やツアーバス等にアイドリングストップやエコドライブを励行している」が31%と最も多く、「来客に対して公共交通機関の利用を促している」が20%で続いている。

図 3.2-14 観光産業における交通や輸送による環境影響の緩和の具体的取組



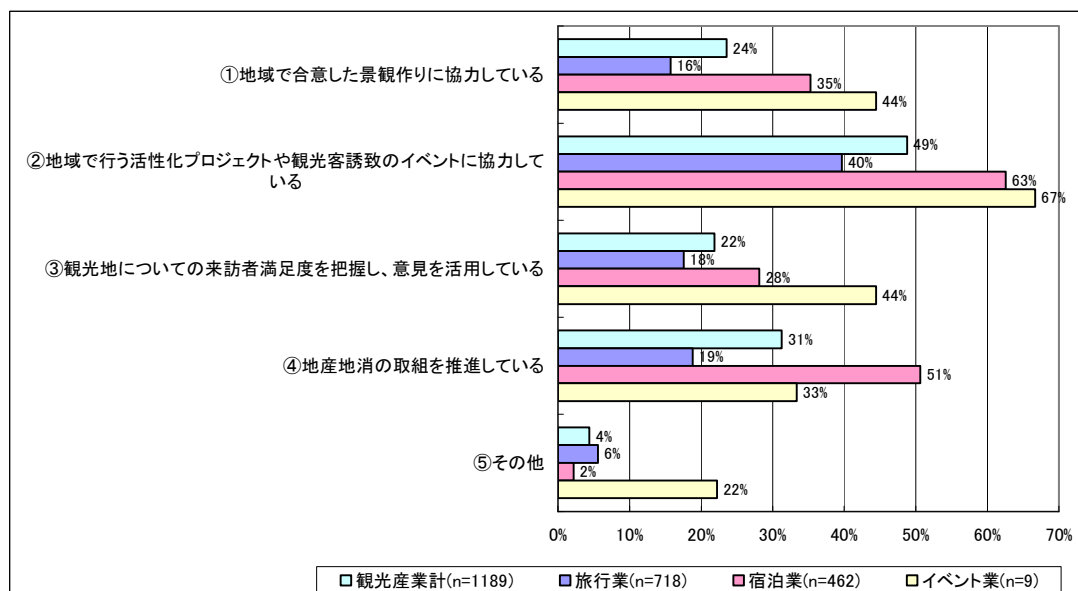
「環境対策に関する人材育成や人材活用」については、「社員に対して環境研修や環境に関する意識啓発を行っている」が37%と最も多く、事業所内部での教育、意識づけが多く行われている。「社内外の自然環境ガイドや自然観察インストラクター等を活用している」が14%で続いており、専門家によるエコツアーや体験型ツアーが展開されていると見られる。

図 3.2-15 観光産業における環境対策に関する人材育成や人材活用の具体的取組



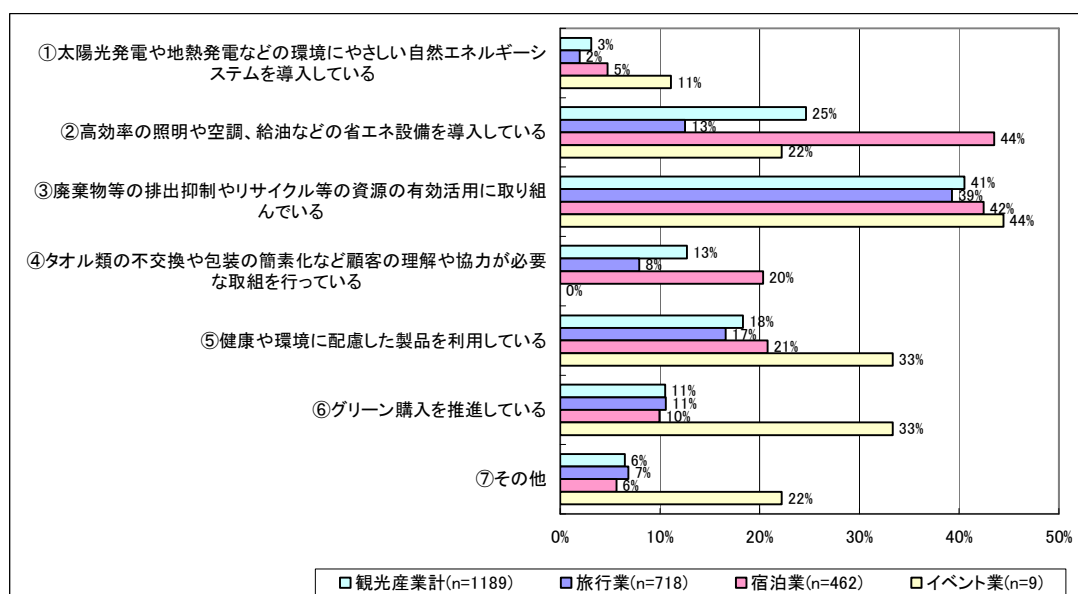
「地域活性化への貢献」については、「地域で行う活性化プロジェクトや観光客誘致のイベントに協力している」が49%と最も多い。「地産地消の取組を推進している」が31%で続いている。ここでも地域に密着している宿泊業で実施率が高く現れている。

図 3.2-16 観光産業における地域活性化への貢献の具体的取組



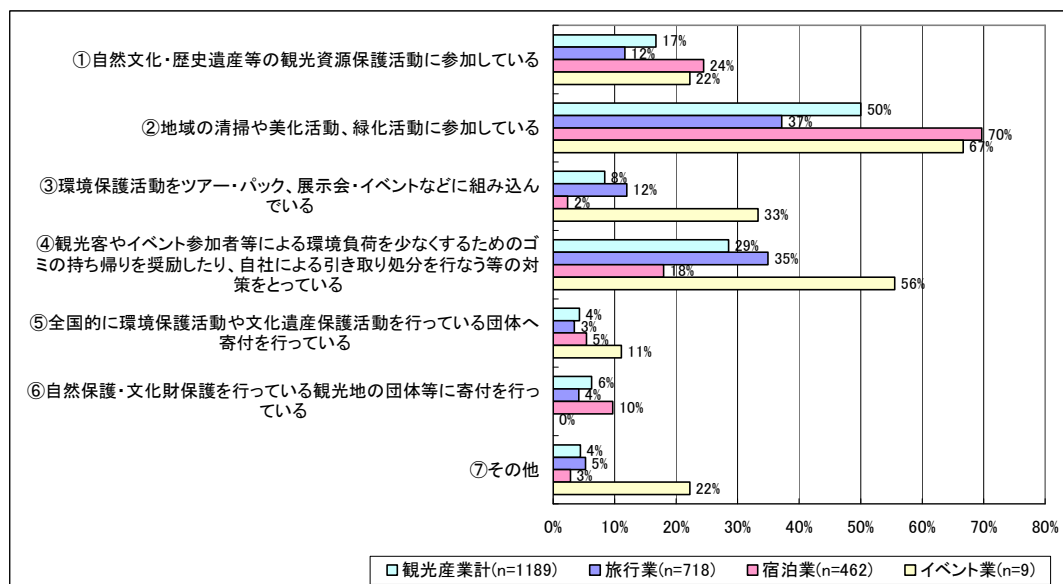
「省エネ・省資源化」については、「廃棄物等の排出抑制やリサイクル等の資源の有効活用に取り組んでいる」が41%と最も多い。「高効率の照明や空調、給油などの省エネ設備を導入している」が25%と続き、宿泊業では44%の比率に上る。

図 3.2-17 観光産業における省エネ・省資源化の具体的取組



「自然環境や文化遺産などの保護」については、「地域の清掃や美化活動、緑化活動に参加している」が50%と半数に上っており、特に宿泊業では70%と高い。「観光客やイベント参加者等による環境負荷を少なくするためのゴミの持ち帰りを奨励したり、自社による引き取り処分を行なう等の対策をとっている」が29%で続いている。

図 3.2-18 観光産業における自然環境や文化遺産などの保護の具体的取組

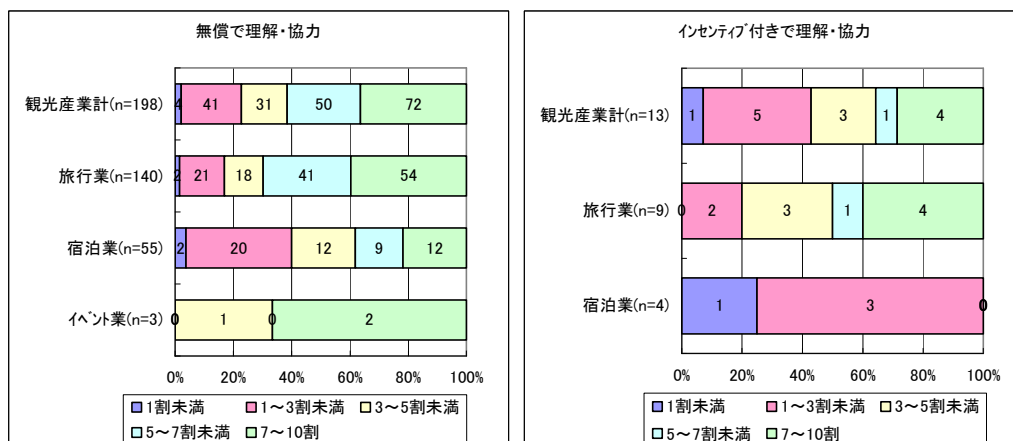


環境に対する取組のうち、顧客に理解や協力を求めるものについて、顧客の反応を聞いたところ、「特典の特典はないが理解・協力してくれる」が26%に上り、特典等の条件付きを上回っている。一方、「顧客に不便や負担を強いるような取組は行っていない」が58%に上り、顧客への負担を求めない範囲で一定の取組が行われている傾向が強い。

業種別では、図表中選択肢①が低く③が高く、宿泊業において顧客の協力が旅行業より低くなっている状況が見られる（図 3.2-5）。

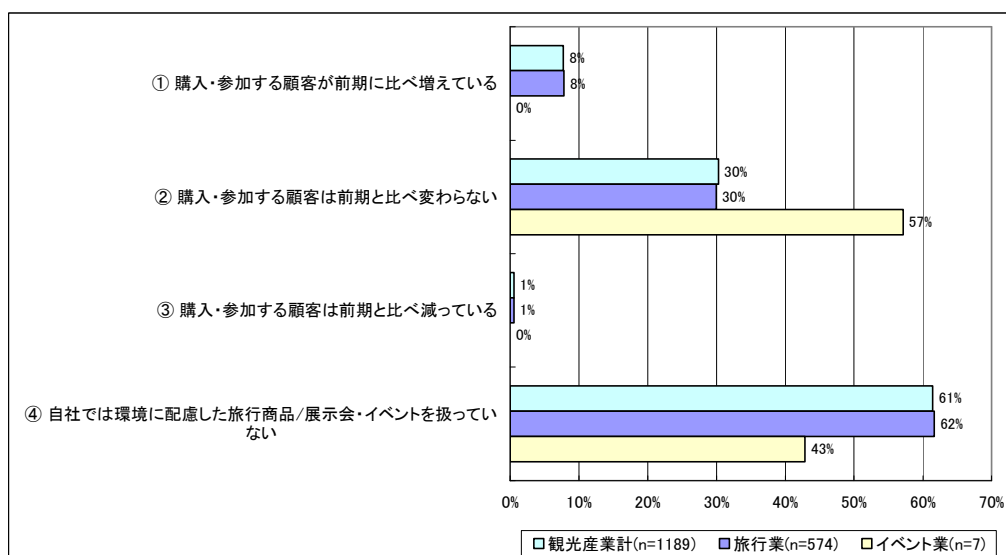
無償で理解・協力してくれる顧客の割合を記入してもらったところ、旅行業で7割以上が最も多く、宿泊業では1～3割未満の回答が最も多くなった。インセンティブ付きの理解・協力の回答数は少ないが、宿泊業では全て3割未満となった。

図 3.2-19 観光産業における無償／インセンティブ付きで理解・協力してくれる顧客の割合



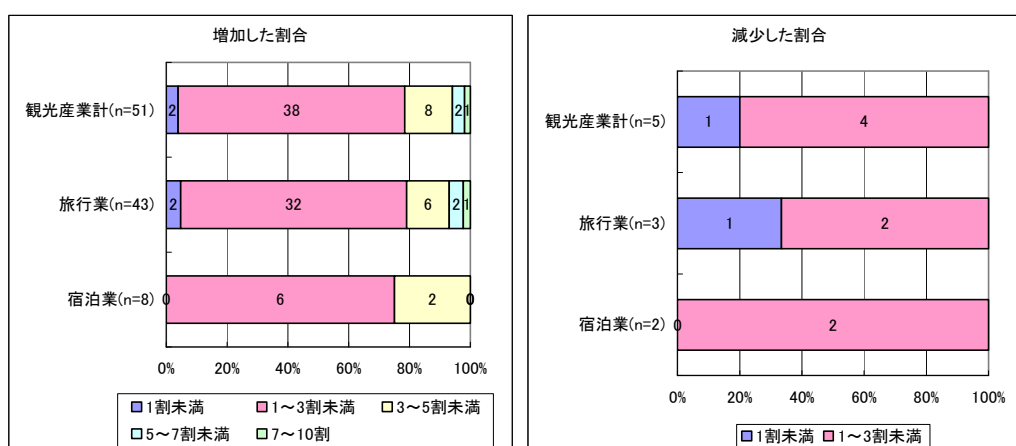
旅行業及びイベント業に対して、エコツアーなどの環境に配慮した旅行商品や展示会／イベントへの顧客の反応について訊いたところ、「購入・参加する顧客が前期に比べ増えている」のは旅行業で8%となった。「購入・参加する顧客は前期と比べ変わらない」が旅行業で30%、イベント業で57%となり、「自社では環境に配慮した旅行商品/展示会・イベントを扱っていない」が旅行業で6割超、イベント業で4割超となっている。

図 3.2-20 観光産業における環境に配慮した旅行商品／展示会・イベントへの顧客の反応



環境に配慮した旅行商品や展示会・イベントに対して顧客・参加者がどの程度増加、あるいは減少したかを数値で問うた結果は、増加については1～3割未満の増加率が回答の7割以上を占めた。減少については、回答数は少ないが、1～3割の減少率が多い。

図 3.2-21 観光産業における環境配慮型商品の顧客の増加／減少割合



今後、環境への取組に理解・協力してくれる顧客が増加するかどうかという問いには、38%の事業者が、今後、顧客の協力が「増える」と回答している。「特典付与などの条件次第で増える」は21%であり、合わせると59%に上る。これは、「現状と変わらない」と「減る」を合わせた15%と比べるとはるかに多い水準にある（図 3.2-6）。

② 環境保全の取組の効果

問3では、環境保全についての具体的な取組による効果について期待した効果と、実際に得られた効果について質問している。

図3.2-7を見ると、期待した効果としては「企業のブランド価値の向上やイメージアップ」や「コストの削減」、「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」が上位となり、実際の効果としては「コストの削減」、「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」、「周囲の環境や景観の維持保全」が上位に挙がった。「コストの削減」や「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」については、期待した効果と実際の効果の両方で回答が多くなった。

期待した効果が高い割には実際の効果が小さいものとして、「企業ブランド価値の向上やイメージアップ」、「対外的な信用の向上」、「観光地全体の活性化や魅力の向上」が挙げられる。「コストの削減」や「従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上」については効果を期待した回答者と実際に効果のあった回答者の差が小さくなっている。

取組への効果を期待した上で、その効果が期待通りにあったと回答した事業所の割合を「ヒット率」と定義し、当初は期待していなかったのに、意外に効果があったと回答した事業所の割合を「意外率」と定義して、旅行業と宿泊業についてこれらを見ることとした。

旅行業では「コストの削減」や「士気向上や環境意識の向上」、「コミュニケーションの円滑化」が50%を超えるヒット率となった。また、意外率は「顧客単価の上昇」や「人材獲得に有利」が高くなったが、これらは回答数が少ない。他には「観光地の活性化」が回答も多く、比較的意外率が高い。

表 3.2-2 観光産業における期待した効果と実際の効果のクロス集計（旅行業）

旅行業	効果を期待(A)	実際に効果あり		ヒット率 (B)/(A)	意外率 (C)/[(B)+(C)]
		期待した(B)	期待しない(C)		
①顧客の増加	117	31	14	26.5%	31.1%
②顧客単価の上昇	33	7	11	21.2%	61.1%
③コストの削減	135	87	27	64.4%	23.7%
④リピーターの獲得、増大	99	35	15	35.4%	30.0%
⑤企業のブランド価値の向上やイメージアップ	180	78	24	43.3%	23.5%
⑥対外的な信用の向上	145	58	27	40.0%	31.8%
⑦従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上	159	95	25	59.7%	20.8%
⑧社内のコミュニケーションの円滑化	42	24	13	57.1%	35.1%
⑨人材獲得に有利	10	2	2	20.0%	50.0%
⑩周辺の環境や景観の維持保全	120	55	30	45.8%	35.3%
⑪地域全体での環境に対する取組が活発化	89	32	16	36.0%	33.3%
⑫観光地全体の活性化や魅力の向上	133	42	33	31.6%	44.0%
⑬環境融資など有利な資金調達が受けられる	9	4	2	44.4%	33.3%
⑭その他	21	19	10	90.5%	34.5%

■：ヒット率、意外率が50%以上

宿泊業では、「コストの削減」や「士気向上や環境意識の向上」、「コミュニケーションの円滑化」に加え、「環境や景観の維持保全」や「地域全体で取組活発化」も高いヒット率となった。ヒット率が低かった取組は、「顧客の増加」、宿泊業における「観光地の活性化」であり、旅行業と同様であった。

意外率については、宿泊業でも「人材獲得に有利」が最も高いがこれも回答数は少なく、ある程度回答数のあった「観光地の活性化」の意外率の高さが注目される。

表 3.2-3 観光産業における期待した効果と実際の効果のクロス集計（宿泊業）

宿泊業	効果を期待(A)	実際に効果あり		ヒット率 (B)/(A)	意外率 (C)/[(B)+(C)]
		期待した (B)	期待しない (C)		
①顧客の増加	52	13	7	25.0%	35.0%
②顧客単価の上昇	16	7	4	43.8%	36.4%
③コストの削減	158	100	36	63.3%	26.5%
④リピーターの獲得、増大	53	21	6	39.6%	22.2%
⑤企業のブランド価値の向上やイメージアップ	126	54	16	42.9%	22.9%
⑥対外的な信用の向上	87	37	13	42.5%	26.0%
⑦従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上	117	78	27	66.7%	25.7%
⑧社内のコミュニケーションの円滑化	36	19	6	52.8%	24.0%
⑨人材獲得に有利	9	2	3	22.2%	60.0%
⑩周辺の環境や景観の維持保全	145	82	26	56.6%	24.1%
⑪地域全体での環境に対する取組が活発化	93	50	12	53.8%	19.4%
⑫観光地全体の活性化や魅力の向上	112	30	24	26.8%	44.4%
⑬環境融資など有利な資金調達が受けられる	15	5	4	33.3%	44.4%
⑭その他	13	11	1	84.6%	8.3%

■：ヒット率、意外率が50%以上

③ 環境保全の取組の課題

問 4 では環境対応に関する課題について質問している。

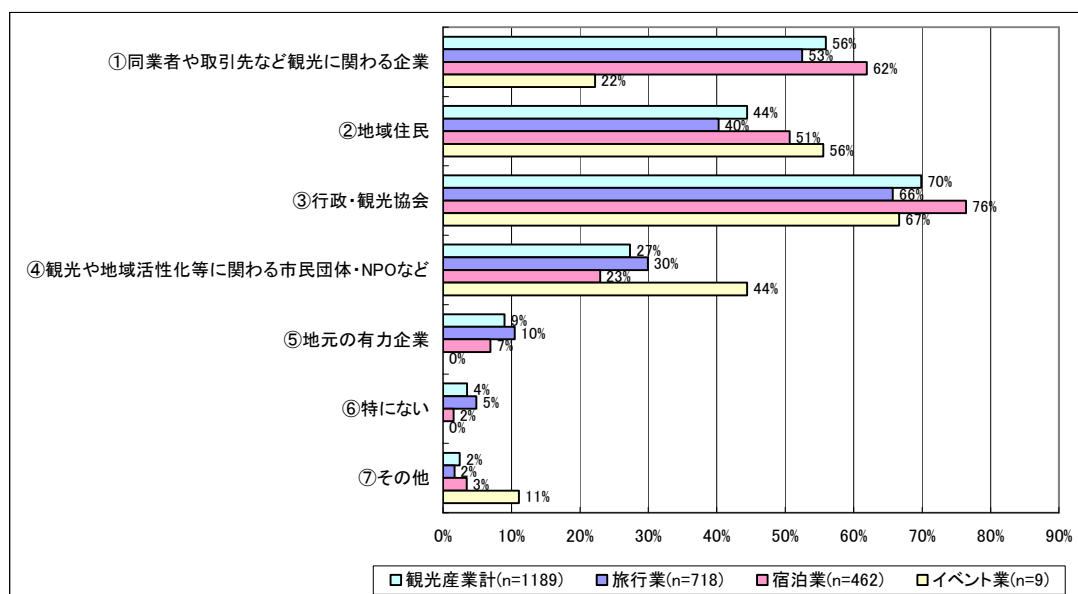
図 3.2-8 を見ると、環境問題に対する取組を行う上で課題になっている事柄について、「コストの増大、あるいは投資回収が困難」の回答が最も多く 40%に上った。次いで、「顧客に環境取組の意図が伝わりにくい」が 24%となり、前述のように多くの事業者が環境への取組に理解・協力する顧客は今後増加すると考えている一方で、顧客に対して環境への取組の意図をいかにして伝えるか戸惑っている様子も伺われる。

「コストの増大、あるいは投資回収が困難」、「作業効率の低下や不便の発生」、「顧客に不便や負担がかかっている」、「購入品・調達品の選択肢が狭まる」の課題については宿泊業での回答が旅行業よりも比較的多くなっている。

環境への取組をより活発にさせるために協力・連携を希望する相手を尋ねたところ、「行政・観光協会」が 70%と最も多くなった。次に、「同業者や取引先など観光に関わる企業」が 56%に上っており、観光業界内での企業間連携を求める声が多かった。

「地域住民」については宿泊業で高く、約半数が協力・連携を期待する結果となった。

図 3.2-22 観光産業における環境への取組を活発化させるために協力・連携が必要な相手

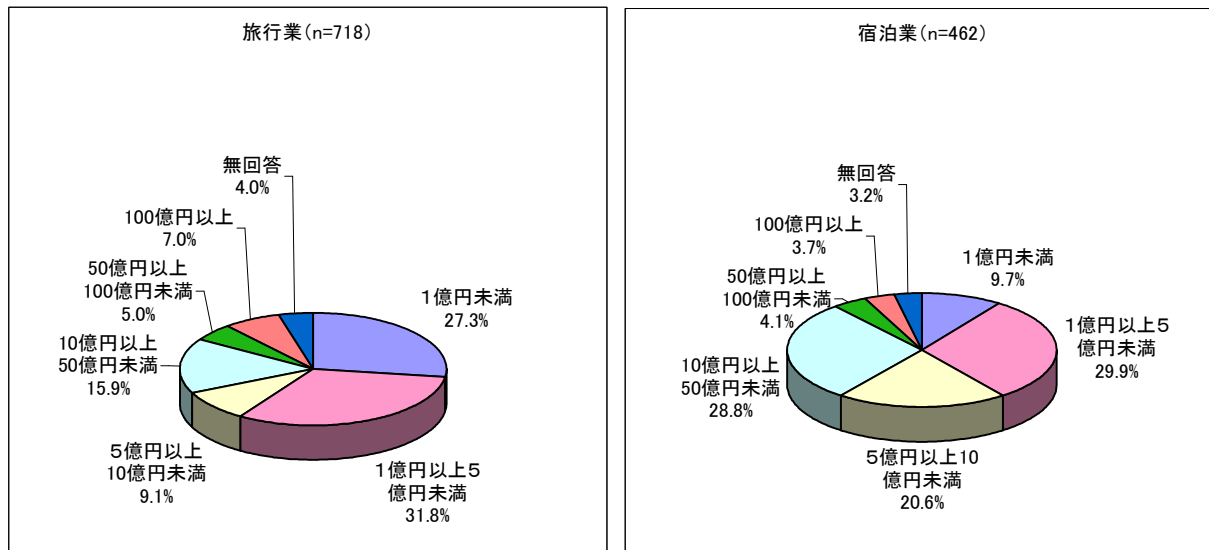


環境への取組を活発化させるために、事業者が望む支援や制度については「環境活動への助成や支援」が 55%と最も多くなり、旅行業では半数近く、宿泊業では 7 割近くに達した。多くの事業者で経済的な負担が環境取組のボトルネックになっていると考えられる。次いで「行政、観光産業、住民のネットワークの構築」が 47%となり、さらに「地域と連携して行う環境活動の推進」の 38%が続いていることから、事業者単独での取組には限界があり、主体間の連携が強く求められていると考えられる（図 3.2-9）。

3.2.3.2. 売上規模別集計（旅行業・宿泊業）

旅行業と宿泊業について売上規模で集計し、回答に特徴的な差が現れた設問を中心に分析を行った。なお、各業種の売上規模別の構成比は以下の図のようになっている。

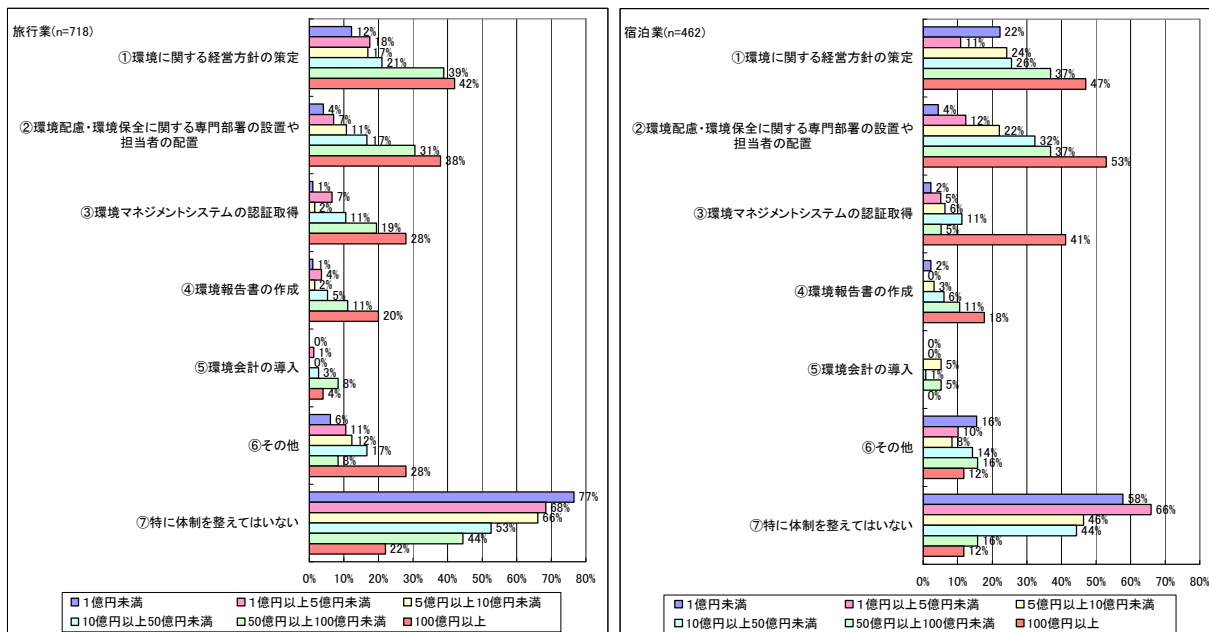
図 3.2-23 旅行業と宿泊業の売上規模別の構成比



① 環境保全の取組の現状

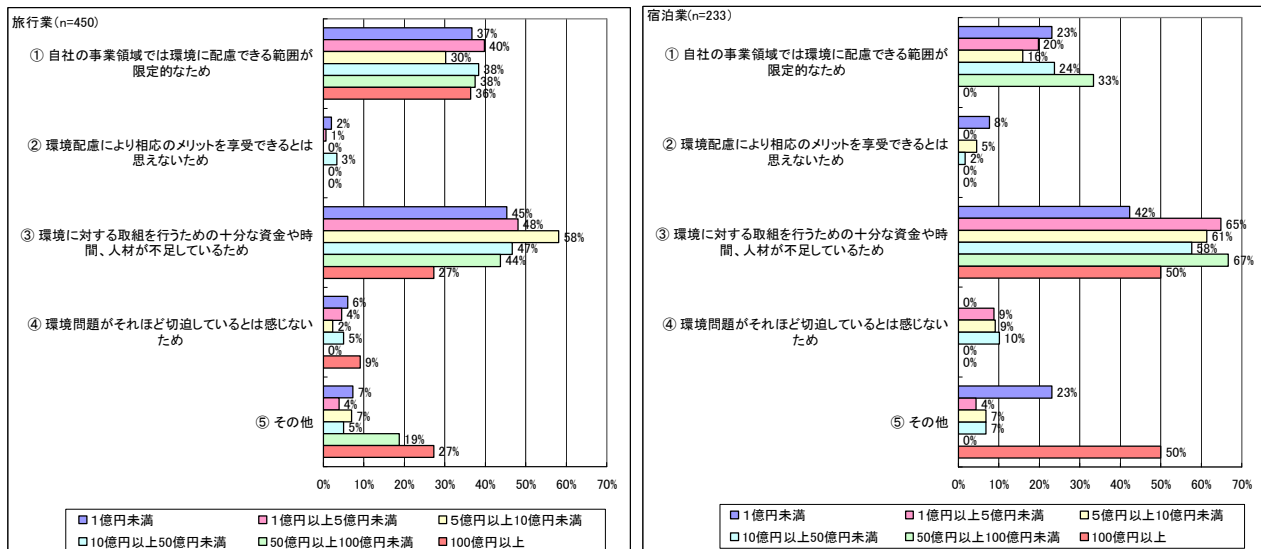
全社的な社内体制の整備は、事業者の売上高が大きくなるにつれて、いずれも実施している割合が高くなった。反対に「特に体制を整えてはいない」と答えた割合は、売上高が少ないほど高くなる傾向が現れた。

図 3.2-24 観光産業の売上規模別に見た環境保全に対する全社的な取組状況



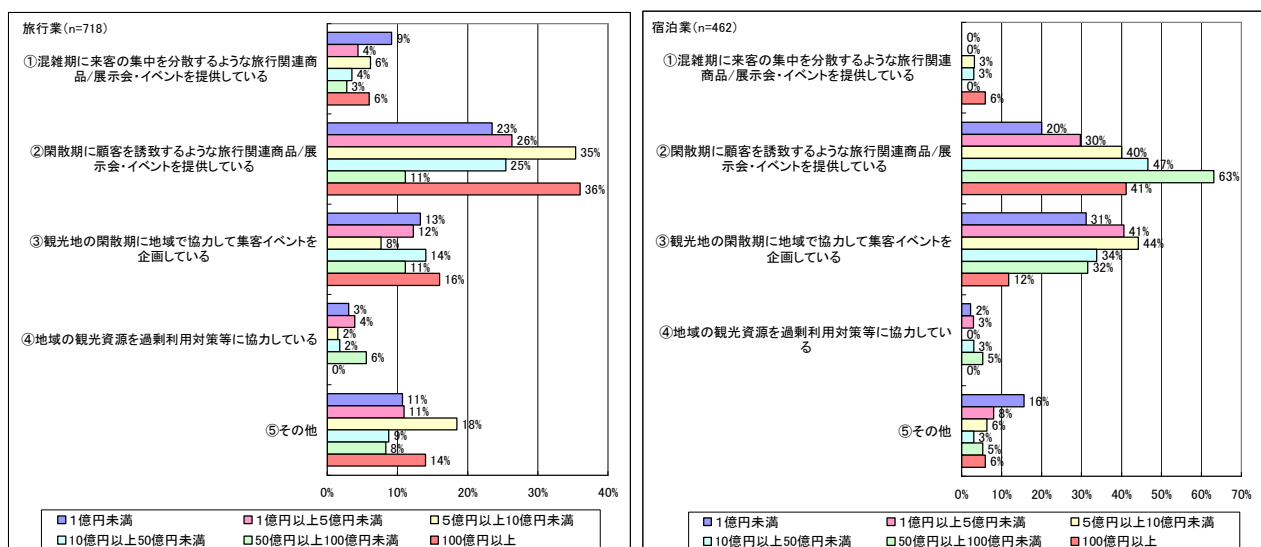
取組体制を整えない理由については売上規模で顕著な差はなかった。特に宿泊業では、売上規模の小さい宿泊事業者だけが資金や時間、人材の不足を理由にしているのではない。

図 3.2-25 観光産業の売上規模別に見た環境への取組体制を整えない理由



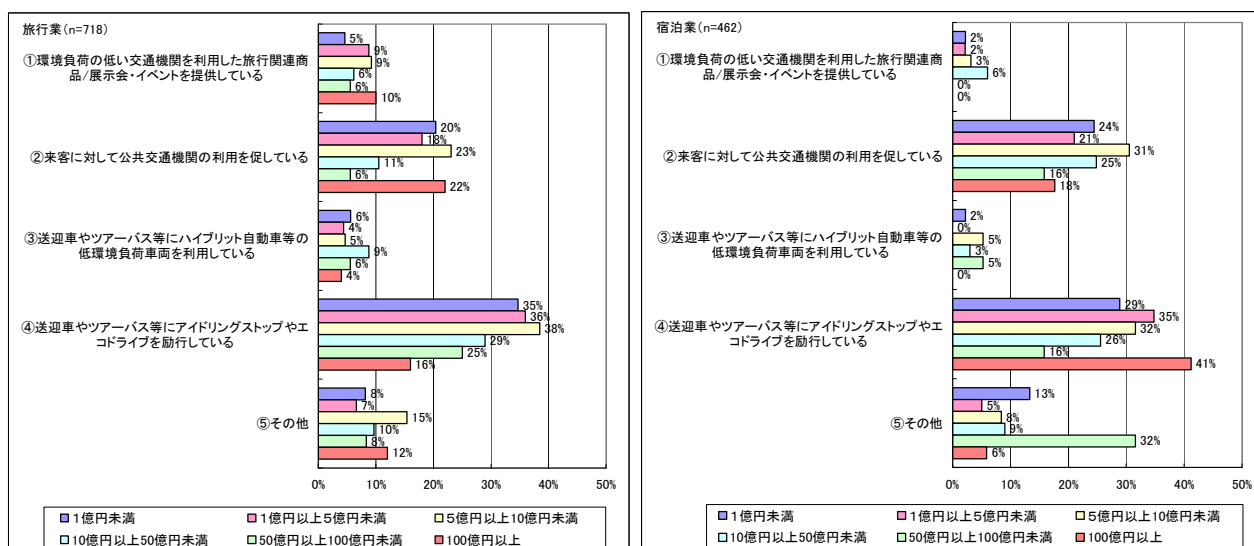
季節変動の平準化に関する取組については、旅行業では売上規模による特徴はあまりない。宿泊業においては、「閑散期に顧客を誘致する観光商品やイベント実施」の取組で規模が大きい事業者ほど実施率が高いが、100 億円以上の規模の事業者では反落した。

図 3.2-26 観光産業の売上規模別に見た季節変動の平準化の具体的取組



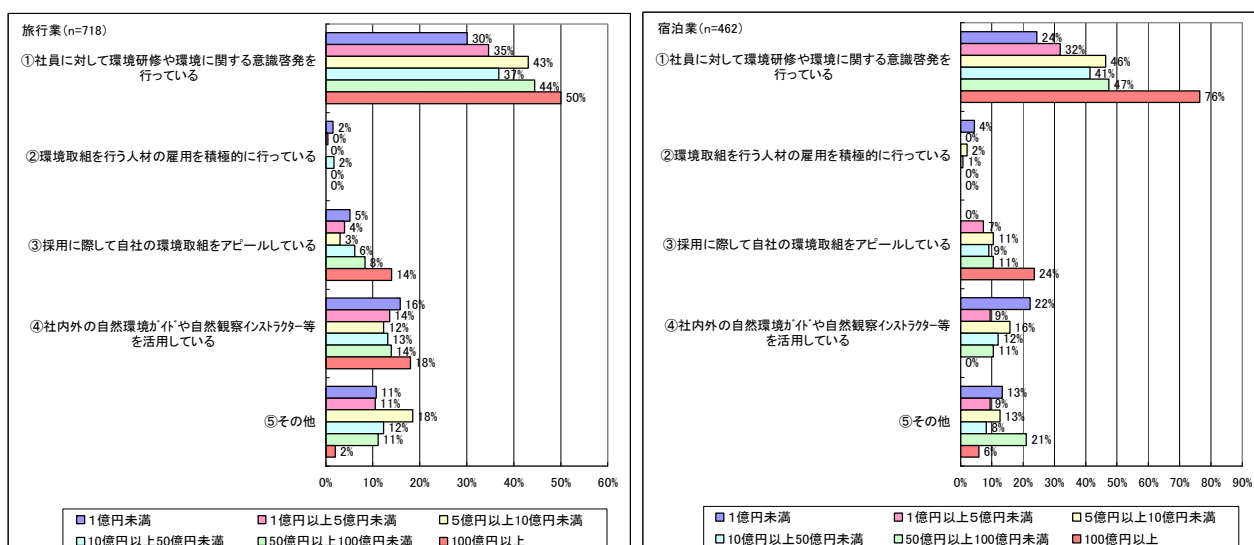
交通や輸送による環境影響の緩和については、「送迎車やツアーバス等でのアイドリングストップやエコドライブの奨励」で、売上規模の小さい事業者ほど実施している割合が高くなった。宿泊業でもその傾向にあるが、100 億円以上の事業者が最も高い実施率となった。

図 3.2-27 観光産業の売上規模別に見た交通や輸送による環境影響の緩和の具体的取組



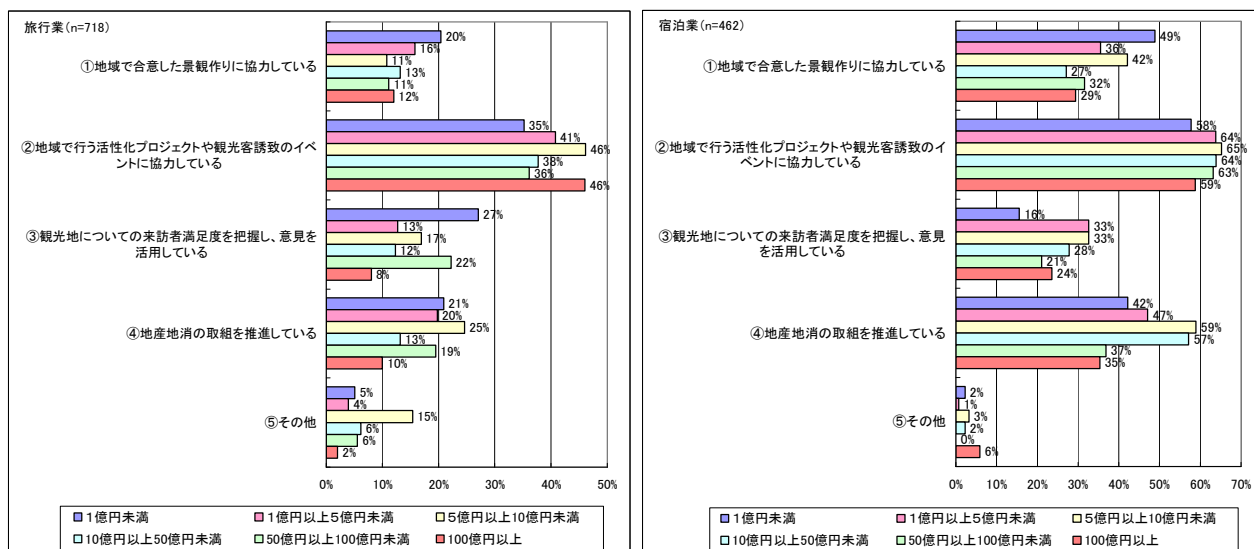
人材育成や人材活用に関する取組については、双方の業種で売上規模が大きくなるにつれ、「社員への環境研修や意識啓発」を実施する割合が高くなった。「社員採用に際して自社の環境への取組をアピールしている」のは旅行業、宿泊業とも 100 億円以上の階層で高く現れ、採用規模の大きい企業では環境への取組がアピールポイントになりつつあると考えられる。

図 3.2-28 観光産業の売上規模別に見た環境対策に関する人材育成や人材活用の具体的取組



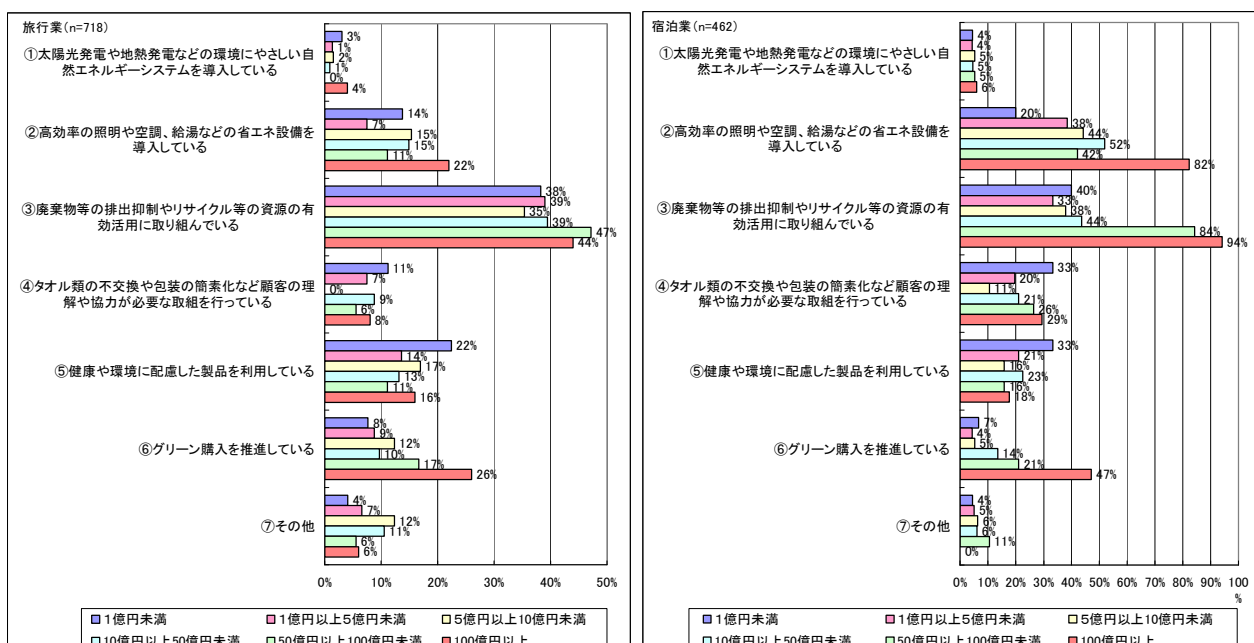
地域活性化に関する取組については、「地域で合意した景観作りに協力」への回答で、規模の小さい事業者が取り組む割合が高くなった。「地産地消の推進」については、宿泊業で「5 億円以上 10 億円未満」と「10 億円以上 50 億円未満」の層で取り組む割合が 6 割近くに達したが、それ以下及びそれ以上の階層では半数以下となり顕著な差が現れた。「地産地消の推進」には取り組みやすい一定の規模があることを示唆しているとも考えられ、今後さらなる調査・分析が必要である。

図 3.2-29 観光産業の売上規模別に見た地域活性化への貢献の具体的取組



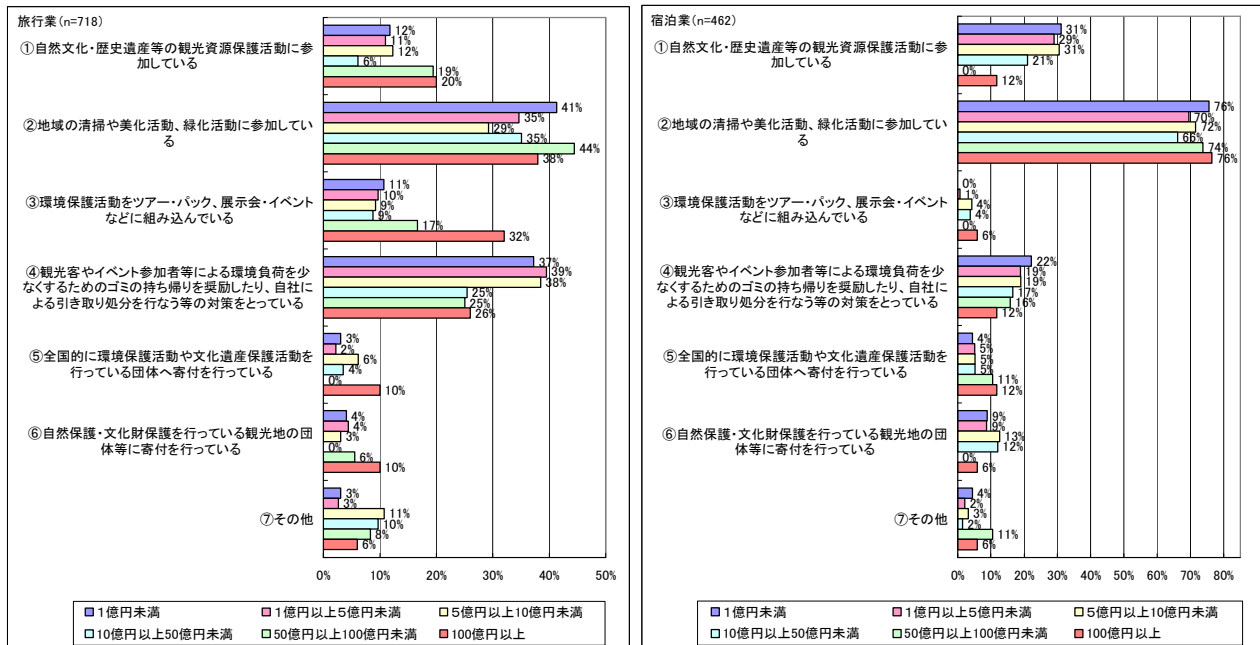
省エネ・省資源化に関する取組については「省エネ設備の導入」「廃棄物の排出抑制やリサイクル」といった、設備投資を伴ったり、規模の効果があるような取組には、売上規模の大きい事業者での実施割合が高くなった。

図 3.2-30 観光産業の売上規模別に見た省エネ・省資源化の具体的取組



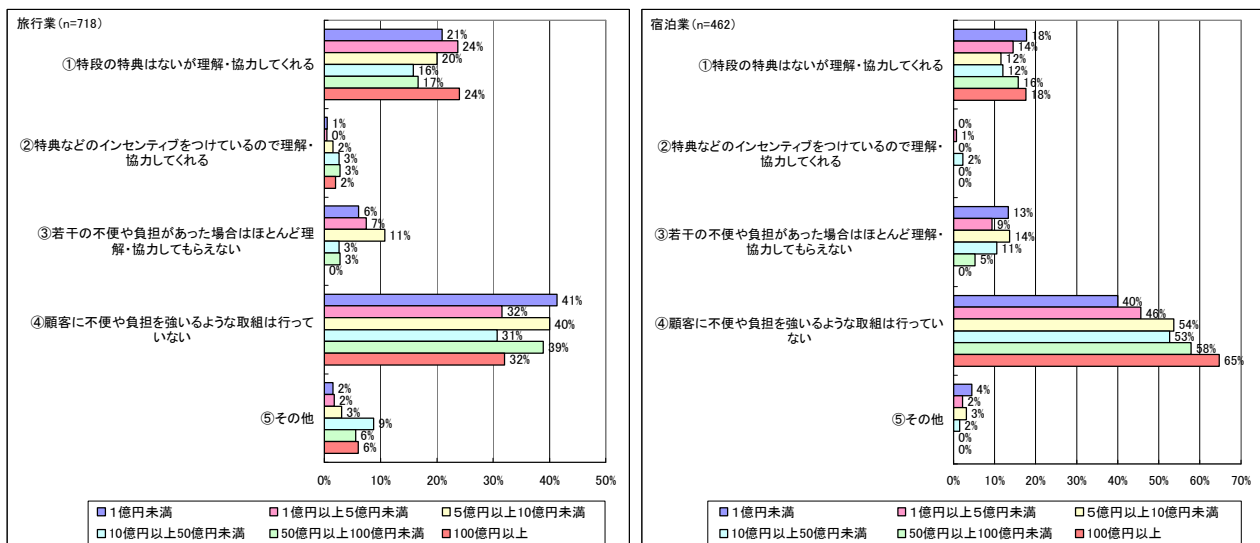
自然環境や文化遺産等の保護に関する取組については、「ゴミの持帰り奨励や引取り処分」の取組で双方の業種で規模の小さい業者の実施割合が高い。また、「観光資源の保護活動に参加」の割合は旅行業では大規模の事業者で高いが、宿泊業では規模の小さい事業者の方が高い。

図 3.2-31 観光産業の売上規模別に見た自然環境や文化遺産などの保護の具体的取組



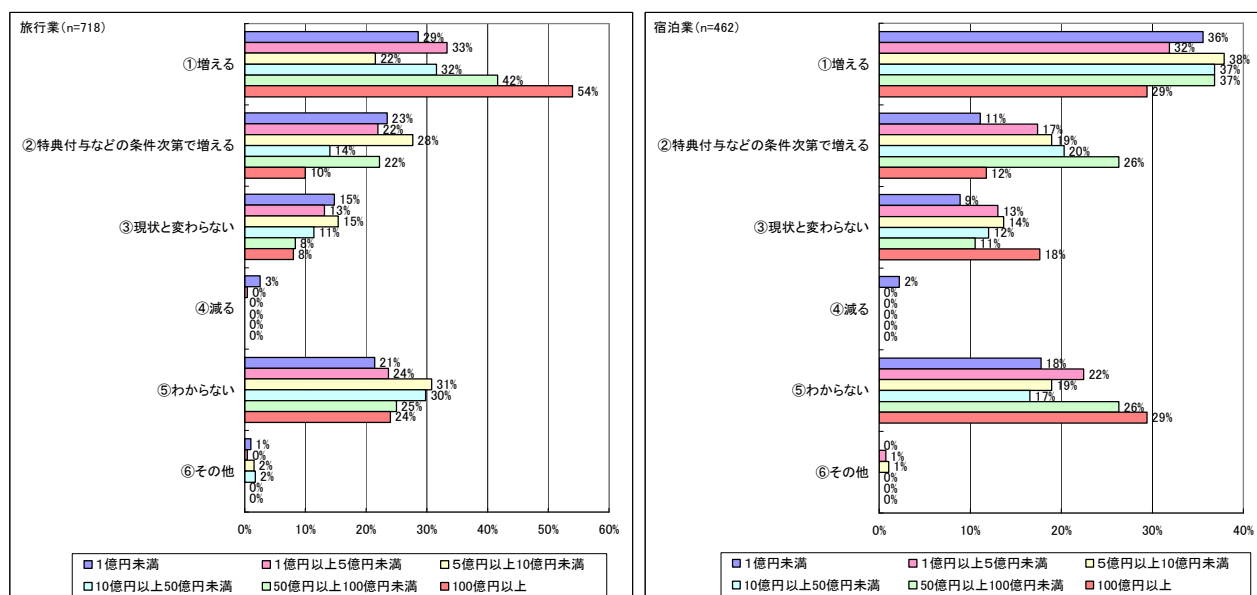
環境取組への顧客の理解や協力の状況については、旅行業では売上規模による特徴は現れなかったが、宿泊業では、「顧客に不便や負担を強いる取組は行っていない」割合が売上規模が大きくなるほど高まっていることがわかった。

図 3.2-32 観光産業の売上規模別に見た環境に対する取組への顧客の理解や協力の状況



自社の環境に対する取組に対して顧客の理解が増えるかどうかという質問について、旅行業では売上規模の大きい事業者が多く「増える」と回答する傾向にあった。宿泊業では「増える」と答えた事業者に売上規模による特徴は見られず、「特典付与などの条件付きで増える」との回答では経営規模が大きいほど増える傾向が見られた。しかしながら、100 億円以上の階層では「現状と変わらない」や「わからない」の回答が他よりも多く、落ち込む結果となった。

図 3.2-33 観光産業の売上規模別に見た自社の環境に対する取組への顧客の理解・協力の将来展望

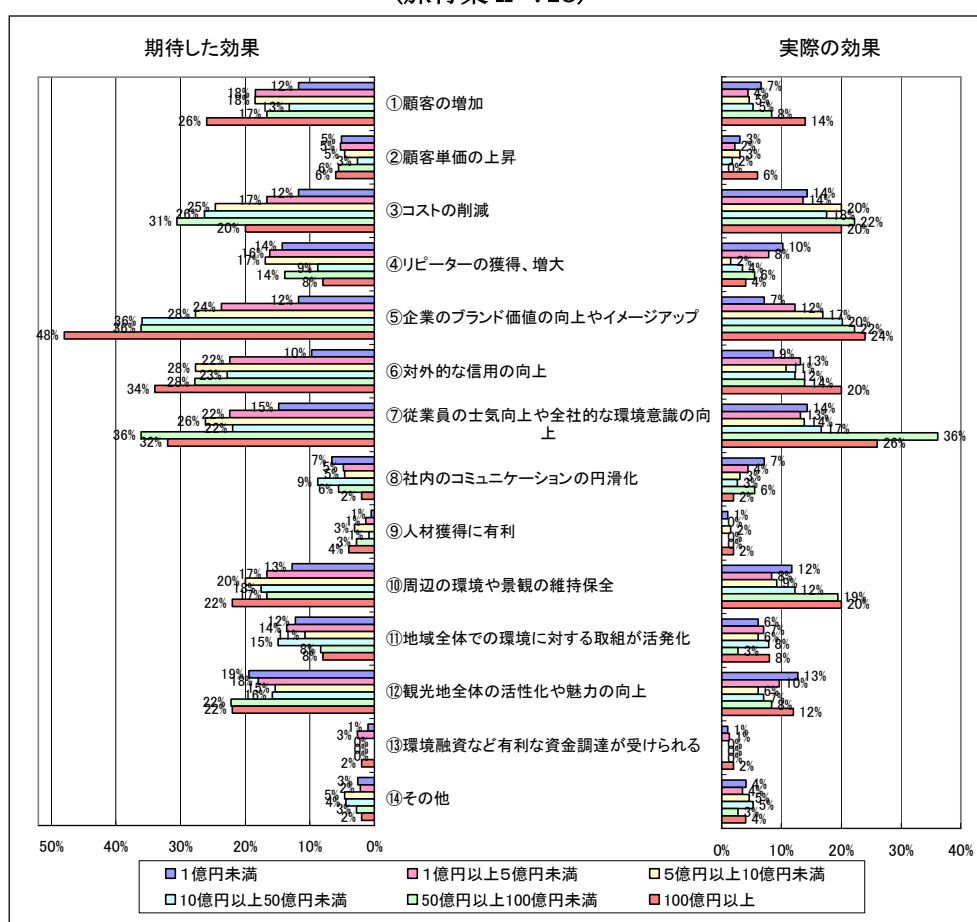


② 環境保全の取組効果

旅行業においては、期待する取組の効果として「顧客の増加」や「コストの削減」、「ブランド価値の向上」、「対外的な信用の向上」、「従業員の士気向上や環境意識の向上」で売上規模の大きい事業者の回答が多いという差が見られた。

実際の効果については、全体的に回答割合が低いものの、期待と同様の傾向であるが、「コストの削減」については売上高による差が小さくなっている。概して売上規模の大きい事業者ほど期待も高く、実際の効果も高い傾向があるが、「リピーターの獲得、拡大」や「社内のコミュニケーション円滑化」については逆転が見られた。

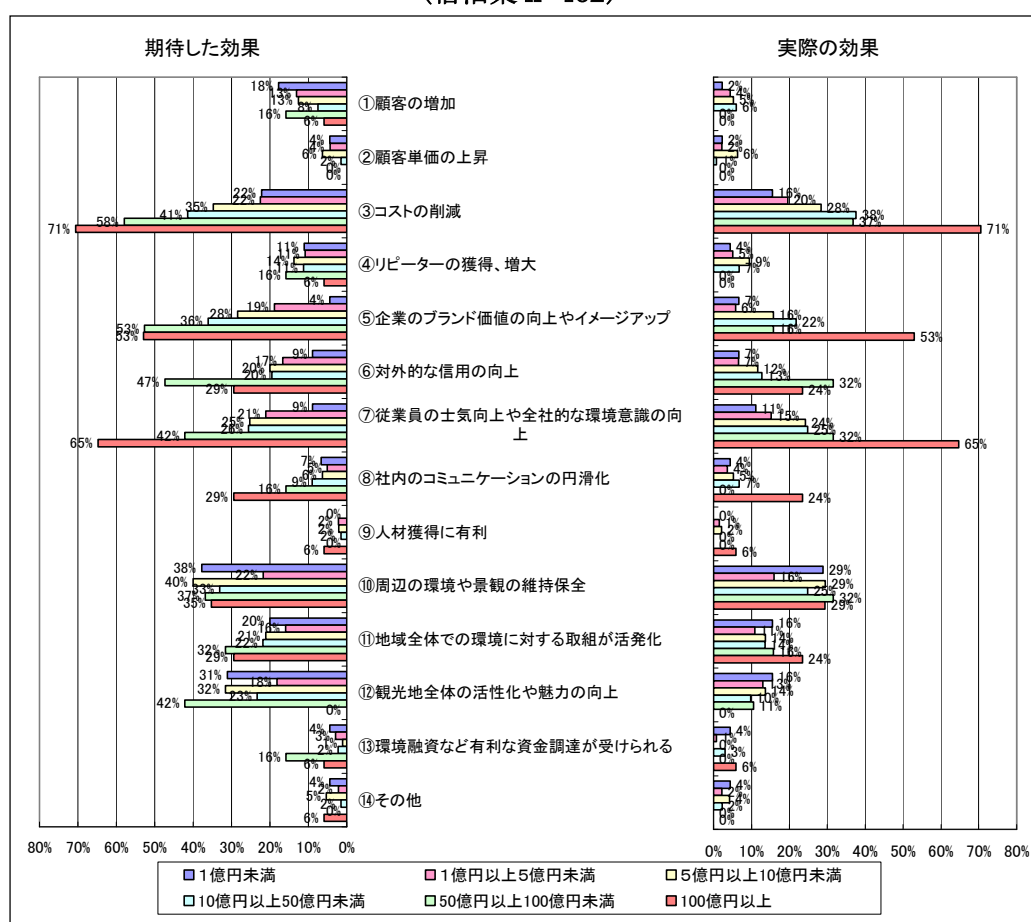
図 3.2-34 観光産業の売上規模別に見た環境保全の取組に際して期待した効果と実際の効果
(旅行業 n=718)



宿泊業においては、期待する取組の効果として「コストの削減」や「ブランド価値の向上」、「対外的な信用の向上」、「士気向上や環境意識の向上」、「社内のコミュニケーションの円滑化」で売上規模の大きい事業者の回答が多く見られた。

実際の効果については「コスト削減」や「ブランド価値の向上」、「士気向上や環境意識の向上」など、特に売上高 100 億円以上の事業者においてそれより売上規模の低い階級の事業者と大きな差が現れている項目が出た。特に売上規模が最小の階層においては、期待する効果として、また実際の効果として最も多かったのが「周辺の環境や景観の維持保全」となっており、規模の大きい事業者との差が明らかに出た。

図 3.2-35 観光産業の売上規模別に見た環境保全の取組に際して期待した効果と実際の効果
(宿泊業 n=462)

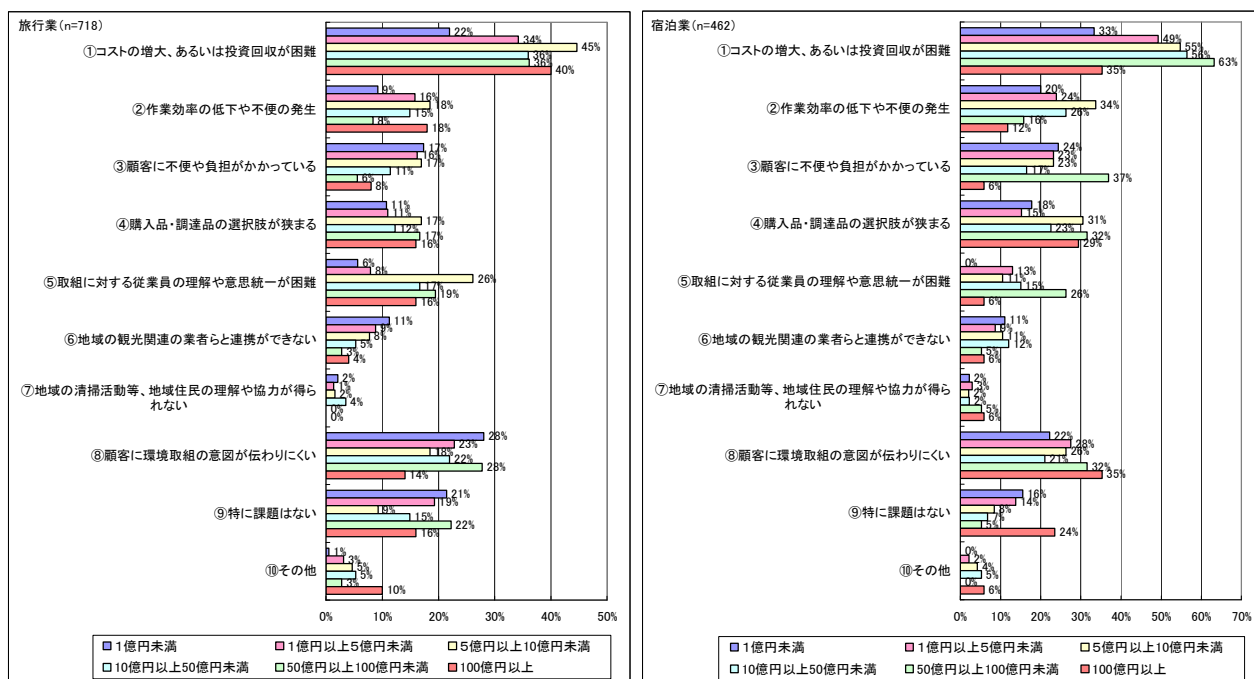


③ 環境保全の取組の課題

環境保全の取組における課題については、旅行業では「コストの増大、投資回収が困難」で売上規模の大きい事業者の回答が多くなった。また、「地域の関連業者との連携ができない」は規模の小さい事業者ほど課題とする割合が増えた。

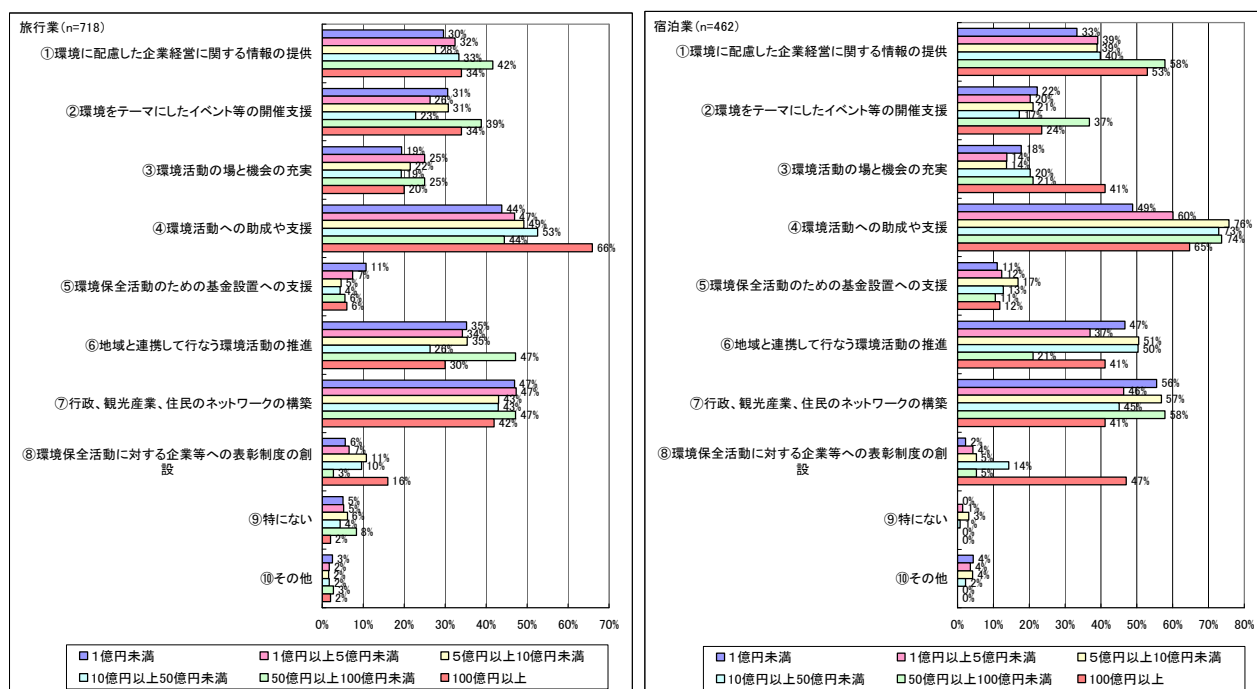
宿泊業では、同様に「コストの増大、投資回収が困難」で売上規模の大きい事業者の回答が多くなっている他は、特徴があまり見られない。また、売上100億円以上の階層の事業者では、「コストの増大、投資回収が困難」と同程度に「顧客に環境取組の意図が伝わりにくい」が多い割合で回答された。

図 3.2-36 観光産業の売上規模別に見た環境問題に対する取組を行う上での課題



環境保全の取組をより活発にする制度や支援については、旅行業についてはあまり特徴的な傾向は見られない。宿泊業については、「環境に配慮した企業経営の情報提供」や、「環境活動の場や機会の充実」「環境活動への助成や支援」について、売上規模の大きい事業者で回答が多くなる傾向が見られた。また、「表彰制度の創設」には売上 100 億円以上の階層でほぼ半数の企業が回答した。

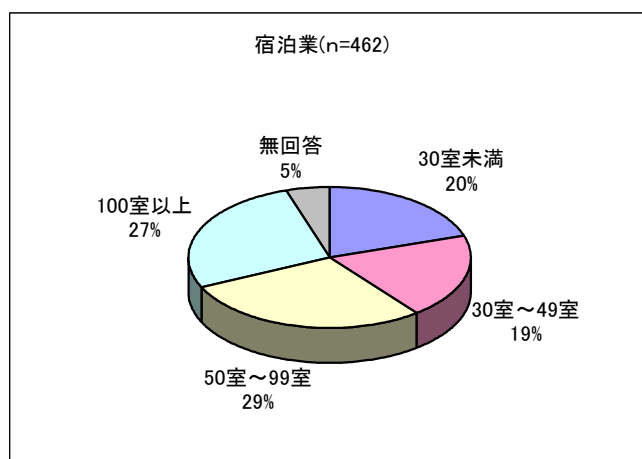
図 3.2-37 観光産業の売上規模別に見た取組を活発化させるために望まれる支援や制度



3.2.3.3. 宿泊業客室規模別集計

宿泊業について、客室数の階級別に集計し、回答に顕著な差が出た設問を中心に分析を行った。ただし、客室数は売上規模と相関が高いため、売上規模別集計とほぼ同様の傾向となったが、ホテル・旅館の規模を具体的にイメージできるよう分析を行った。客室数階級別の構成比は以下の図のようになっている。

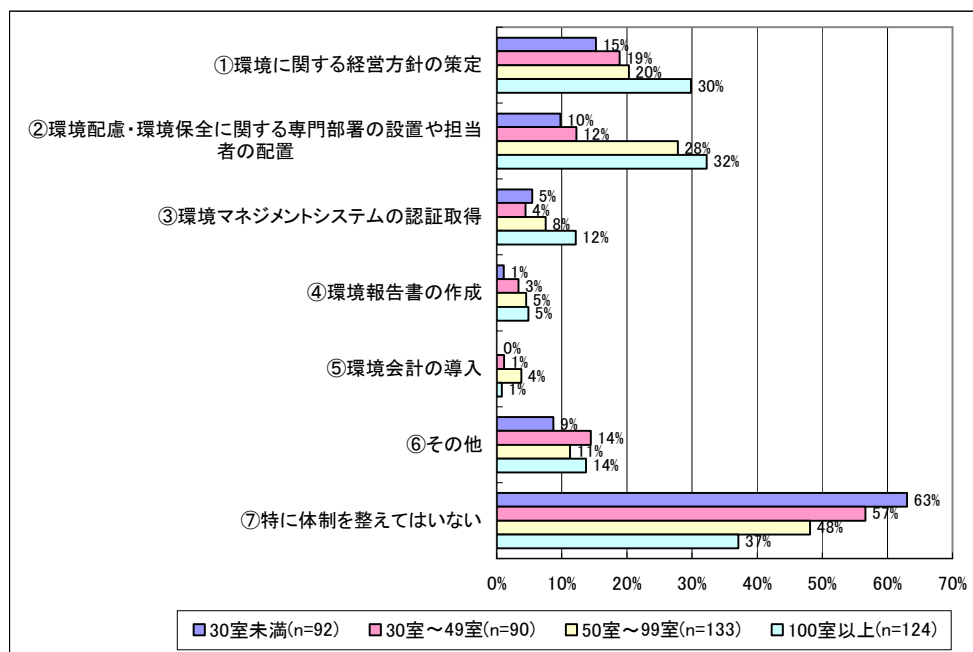
図 3.2-38 客室数階級別の構成比



① 環境保全の取組の現状

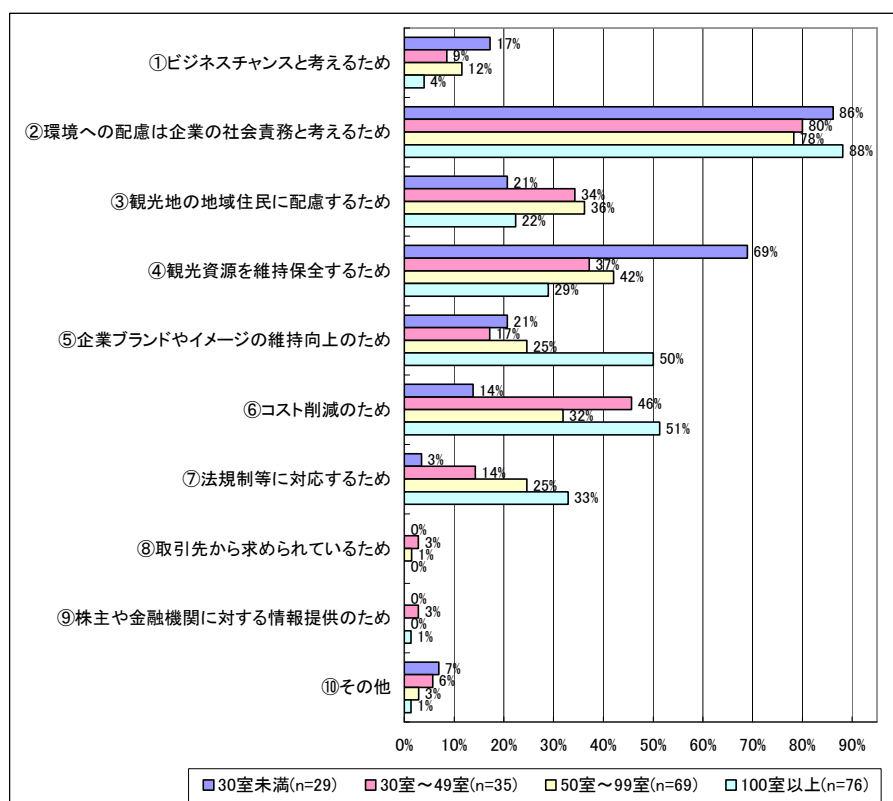
全社的な社内体制の整備は、客室数が多くなるにつれていずれも実施している割合が高い。「専門部署の設置や担当者の配置」については 50 室未満の層は 1 割程度が実施するのみであるが、50 室以上の層から実施している事業者が 3 割前後に上がっている。

図 3.2-39 宿泊業の客室数階級別に見た環境保全に対する全社的な取組状況



取組を行う理由について、「社会的責務」の回答にどの階層も集中しているが、その次に多い回答を見ると、30室未満は「観光資源を保全するため」が突出しており、多くの階層と比較しても大きな差が現れた。30～49室、50～99室の層は「地域住民に配慮」「観光資源を維持保全」「コスト削減」が拮抗し、100室以上の層は「企業ブランドやイメージ向上」と「コスト削減」が同程度になった。

図 3.2-40 宿泊業の客室数階級別に見た全社的な取組を行う理由



② 環境保全の取組の効果

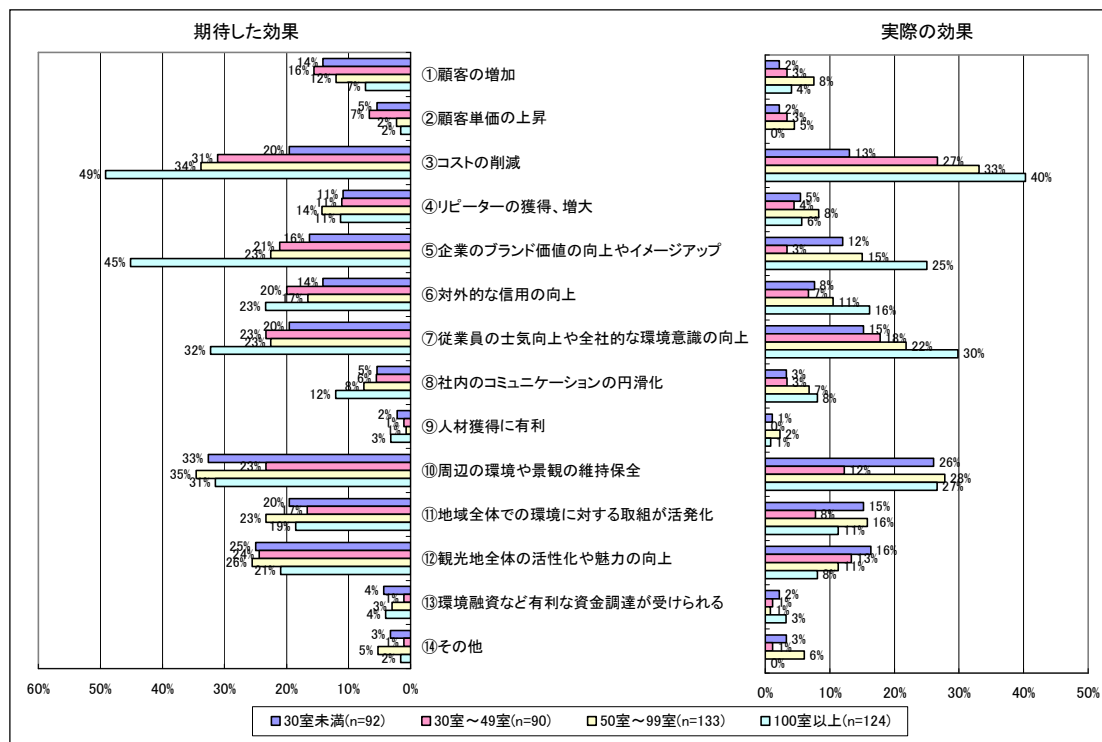
取組の効果については、30室未満の層は、「周辺の環境や景観の保全」を最も期待し、実際の効果としても最多となっている。

30室～49室の層は「コスト削減」への期待が最も多く、実際の効果も最多となった。

50室～99室の層は「周辺の環境や景観の保全」と「コスト削減」が期待する効果として拮抗して多く、「コストの削減」は期待した効果とほぼ同水準で実際の効果が得られている。

100室以上の層では、取組を行う理由で上位に挙がった「企業ブランドやイメージ向上」と「コスト削減」への期待が高く、実際の効果でも上位に挙がった。

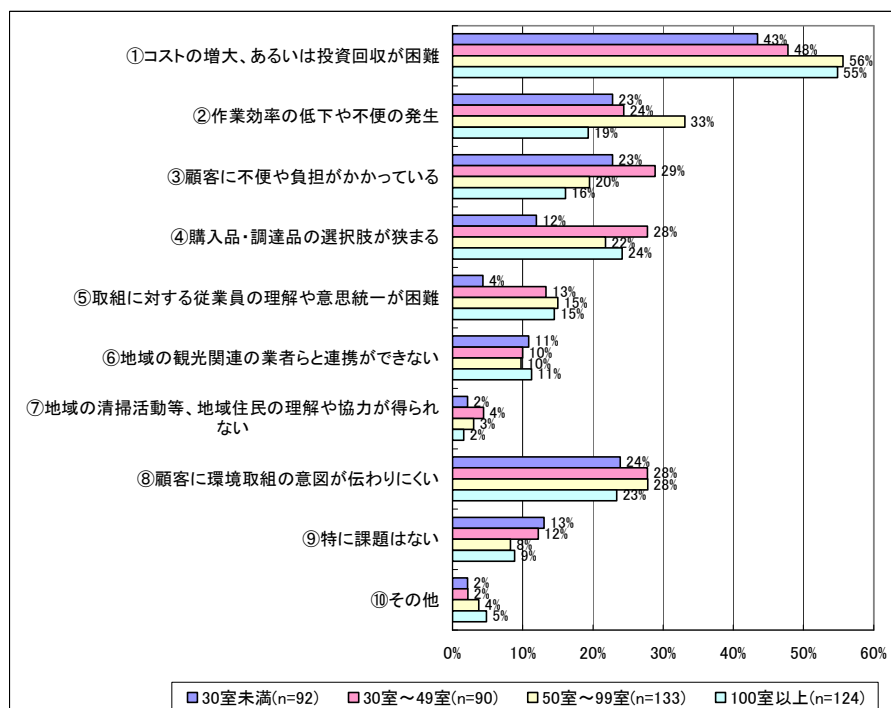
図 3.2-41 宿泊業の客室数階級別に見た環境保全の取組に際して期待した効果と実際の効果



③ 環境保全の取組の課題

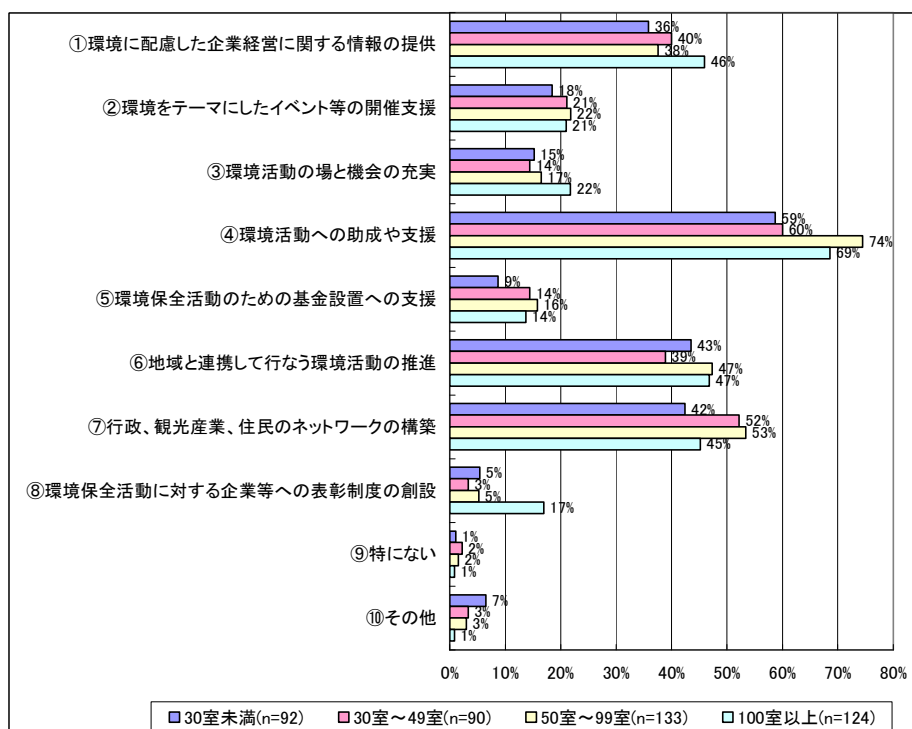
取組上の課題として「コスト増大や投資回収困難」を挙げる割合は、客室数が少なくなるほど低くなった。「顧客に環境取組の意図が伝わりにくい」のは客室数の多寡に関わらず同程度の回答を集めた。

図 3.2-42 宿泊業の客室数階級別に見た環境問題に対する取組を行う上での課題



取組の活発化のための支援や制度については客室数で顕著な差は見られなかったが、「助成や支援」を期待する割合は、大規模の事業者の方が若干高く、「ネットワークの構築」を期待する割合は中規模の事業者で若干高かった。

図 3.2-43 宿泊業の客室数階級別に見た取組を活発化させるために望まれる支援や制度



3.2.3.4. 他産業との取組状況の比較

観光産業アンケートにおける旅行業及び宿泊業の環境保全に対する取組について、国内産業界でどのような位置づけにあるのかを明らかにするために、環境省が実施している「環境に優しい企業行動調査」（以下、企業行動調査）の結果と比較した。

- 「環境にやさしい企業行動調査（平成 18 年度における取組に関する調査結果）」
（平成 3 年度から継続して実施）
- ① 調査実施者：環境省（総合環境政策局環境経済課）
 - ② 調査対象
 - (ア) 東京、大阪及び名古屋証券取引所 1 部及び 2 部上場企業 2,751 社
 - (イ) 従業員 500 人以上の非上場企業及び事業所 3,814 社
 - 合計 6,565 社
 - ③ 有効回収数 2,774 件（42.3%）
 - (ア) 東京、大阪及び名古屋証券取引所 1 部及び 2 部上場企業 1,138 社
 - (イ) 従業員 500 人以上の非上場企業及び事業所 1,636 社
 - ④ 実施期間：平成 19 年 7 月 17 日～平成 19 年 8 月 10 日
 - ⑤ 業種分類について
- ※旅行業及びイベント業は専門サービス業として「サービス業」に含まれる。宿泊業は「飲食業」の中に含まれており、本報告資料では「飲食・宿泊業」と表記した。

本調査では、比較対象をできる限り同等とするために、上記調査対象の②の「従業員 500 人以上の非上場企業及び事業所」と観光産業アンケートの回答者から従業員数を 500 人以上と回答した旅行業と宿泊業の事業者（旅行業 45 社、宿泊業 19 社の計 64 社）とを比較した。その結果、観光産業における取組状況は、金融・保険業や不動産業等の他の非製造業と比較しても遜色がないと言える。

① 環境への取組を行う理由

観光産業アンケートにおける環境取組への全社的な体制の整備の理由についての回答結果（3 つまでのマルチアンサー）と、企業行動調査における「企業の環境への取組と企業活動のあり方」の結果（シングルアンサー）を比較すると、企業行動調査では、「企業の社会的責任」が各業種で 8 割以上の回答を集め、観光産業アンケートと同様の傾向が見られる。

【観光産業アンケート】

問1-2. 貴社の経営の中で上記(問1-1)のような取組を行っている主な理由は何ですか(3つまで○をつけて下さい)。

- ① ビジネスチャンスと考えるため
- ② 環境への配慮は企業の社会的責務と考えるため
- ③ 観光地の地域住民に配慮するため
- ④ 観光資源を維持保全するため
- ⑤ 企業ブランドやイメージの維持向上のため
- ⑥ コスト削減のため
- ⑦ 法規制等に対応するため
- ⑧ 取引先から求められているため
- ⑨ 株主や金融機関に対する情報提供のため
- ⑩ その他

業種	問1-2	① ビジネスチャンスと考えるため	② 環境への配慮は企業の社会責務と考えるため	③ 観光地の地域住民に配慮するため	④ 観光資源を維持保全するため	⑤ 企業ブランドやイメージの維持向上のため	⑥ コスト削減のため	⑦ 法規制等に対応するため	⑧ 取引先から求められているため	⑨ 株主や金融機関に対する情報提供のため	⑩ その他	合計
旅行業		6 13.3%	35 77.8%	6 13.3%	10 22.2%	19 42.2%	7 15.6%	9 20.0%	0 0.0%	1 2.2%	0 0.0%	45 100.0%
宿泊業		1 5.3%	15 78.9%	1 5.3%	1 5.3%	10 52.6%	11 57.9%	9 47.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	19 100.0%

【企業行動調査】

2-1. 貴組織では企業の環境への取組と企業活動のあり方についてどう考えられますか。1つ選んで○を付けて下さい。

- ☐ ビジネスチャンスである
- ☐ 企業の社会的責任(CSR、社会貢献を含む)の一つである
- ☐ 法規制等をクリアするレベルでよい
- ☐ 今後の業績を左右する重要な戦略の一つとして取り組んでいる
- ☐ 環境への取組と企業活動は関連がないと考えている
- ☐ その他

	① ビジネスチャンス	② 社会的責任	③ 法規制クリア	④ 業績左右する要素	⑤ 関連がない	⑥ その他	回答なし	サンプル数
建設業	4 5.1%	66 84.6%	0 0.0%	7 9.0%	0 0.0%	1 1.3%	0 0.0%	78 100.0%
製造業	32 5.4%	492 83.0%	4 0.7%	60 10.1%	2 0.3%	1 0.2%	2 0.3%	593 100.0%
電気・ガス等供給業	0 0.0%	6 85.7%	1 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 100.0%
情報通信業	1 0.9%	107 91.5%	3 2.6%	3 2.6%	2 1.7%	0 0.0%	1 0.9%	117 100.0%
運輸業	8 6.4%	103 82.4%	2 1.6%	10 8.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.6%	125 100.0%
卸売業	6 10.3%	42 72.4%	1 1.7%	9 15.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	58 100.0%
小売業	4 3.0%	118 88.7%	4 3.0%	3 2.3%	1 0.8%	0 0.0%	3 2.3%	133 100.0%
金融・保険業	1 1.0%	95 94.1%	1 1.0%	1 1.0%	1 1.0%	0 0.0%	2 2.0%	101 100.0%
不動産業	0 0.0%	17 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	17 100.0%
飲食・宿泊業	0 0.0%	18 94.7%	0 0.0%	1 5.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	19 100.0%
サービス業	13 4.2%	249 79.6%	28 8.9%	16 5.1%	2 0.6%	3 1.0%	2 0.6%	313 100.0%
その他	3 4.5%	56 84.8%	4 6.1%	3 4.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	66 100.0%

② 環境に関する経営方針の作成

観光産業アンケートにおける環境配慮の経営方針の策定は、旅行業で策定済みと予定・検討中を合わせると 64.4%、宿泊業では同じく 100%となった。

企業行動調査では、飲食・宿泊業が 84.2%と高い値となった。建設業と製造業で同様に 9 割を超えているが、金融や不動産。サービス業では同じく 6 割程度にとどまっている。

【観光産業アンケート】

	問1-1 策定済み	問1-4 策定予定、 検討中	全体
問1-1. 貴社の環境への取組として現在実施している内容はどれですか(該当するもの全てに○印をつけて下さい)。 ① 環境に関する経営方針の策定			
問1-4. 貴社の環境への取組として今後新たに実施を予定、もしくは検討している内容はどれですか(該当するもの全てに○をつけて下さい)。 ① 環境に関する経営方針の策定			
旅行業	23 51.1%	6 13.3%	45 100.0%
宿泊業	12 63.2%	7 36.8%	19 100.0%

【企業行動調査】

2-2. 貴組織では環境に関する経営方針を制定していますか。1つ選んで○を付けて下さい。

- ☐ 制定している
☐ 制定に向けて現在検討している
☐ 制定することは現在のところ検討していない

	① 制定している	② 検討中である	③ 検討していない	回答なし	サンプル数
建設業	70 89.7%	4 5.1%	4 5.1%	0 0.0%	78 100.0%
製造業	533 89.9%	23 3.9%	33 5.6%	4 0.7%	593 100.0%
電気・ガス等供給業	7 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 100.0%
情報通信業	84 71.8%	16 13.7%	16 13.7%	1 0.9%	117 100.0%
運輸業	82 65.6%	18 14.4%	24 19.2%	1 0.8%	125 100.0%
卸売業	43 74.1%	4 6.9%	11 19.0%	0 0.0%	58 100.0%
小売業	84 63.2%	22 16.5%	23 17.3%	4 3.0%	133 100.0%
金融・保険業	36 35.6%	20 19.8%	43 42.6%	2 2.0%	101 100.0%
不動産業	8 47.1%	2 11.8%	7 41.2%	0 0.0%	17 100.0%
飲食・宿泊業	9 47.4%	7 36.8%	2 10.5%	1 5.3%	19 100.0%
サービス業	160 51.1%	47 15.0%	104 33.2%	2 0.6%	313 100.0%
その他	31 47.0%	13 19.7%	21 31.8%	1 1.5%	66 100.0%

③ 環境マネジメントの認証取得

観光産業アンケートにおける ISO14001 等の環境マネジメントの取得状況は、予定を含めて旅行業で 35.5%、宿泊業で 52.6%となり、企業行動調査のサービス業 55.0%、飲食・宿泊業 57.9%よりもそれぞれ低い結果となった。

【観光産業アンケート】

	問1-1	問1-4	全体
	取得済み	取得予定、検討中	
問1-1. 貴社の環境への取組として現在実施している内容はどれですか(該当するもの全てに○印をつけて下さい)。 ③ 環境マネジメントシステム(ISO14001やエコステージなど)の認証取得			
問1-4. 貴社の環境への取組として今後新たに実施を予定、もしくは検討している内容はどれですか(該当するもの全てに○印をつけて下さい)。 ③ 環境マネジメントシステム(ISO14001やエコステージなど)の認証取得			
旅行業	15 33.3%	1 2.2%	45 100.0%
宿泊業	7 36.8%	3 15.8%	19 100.0%

【企業行動調査】

3-1. 貴組織では、環境マネジメントシステムの国際規格「ISO14001規格」の認証についてどのようにされていますか(される予定ですか)。1つ選んで○を付けて下さい。
☐ 全社(全事業所)において既に認証を取得した
☐ 一部の事業所で認証を取得した
☐ 今後認証を取得する予定である
☐ ISO規格に基づくシステムを構築した(構築予定である)が、認証を取得するつもりはない
☐ ISO規格以外に、環境マネジメントシステムを構築した(構築する予定である)
☐ ISO規格等に関心はない

	で① 認全 証社 取(全 得済 事業 所)	得② 済一 部 の 事 業 所 で 取	③ 今 後 認 証 取 得 予 定	得ス④ 予テ 定ム な構 築、 認証 取シ	シ⑤ スI テS ムO 構規 築格 以 外 に	⑥ 特 に 関 心 は な い	回 答 な し	サ ン プ ル 数
建設業	40 51.3%	20 25.6%	3 3.8%	4 5.1%	4 5.1%	7 9.0%	0 0.0%	78 100.0%
製造業	345 58.2%	163 27.5%	27 4.6%	16 2.7%	8 1.3%	26 4.4%	8 1.3%	593 100.0%
電気・ガス等供給業	2 28.6%	4 57.1%	1 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 100.0%
情報通信業	43 36.8%	41 35.0%	7 6.0%	5 4.3%	10 8.5%	10 8.5%	1 0.9%	117 100.0%
運輸業	8 6.4%	37 29.6%	12 9.6%	16 12.8%	19 15.2%	29 23.2%	4 3.2%	125 100.0%
卸売業	19 32.8%	15 25.9%	3 5.2%	4 6.9%	4 6.9%	11 19.0%	2 3.4%	58 100.0%
小売業	37 27.8%	21 15.8%	8 6.0%	12 9.0%	16 12.0%	36 27.1%	3 2.3%	133 100.0%
金融・保険業	2 2.0%	16 15.8%	11 10.9%	4 4.0%	5 5.0%	50 49.5%	13 12.9%	101 100.0%
不動産業	2 11.8%	6 35.3%	2 11.8%	0 0.0%	1 5.9%	5 29.4%	1 5.9%	17 100.0%
飲食・宿泊業	1 5.3%	5 26.3%	3 15.8%	2 10.5%	2 10.5%	6 31.6%	0 0.0%	19 100.0%
サービス業	50 16.0%	61 19.5%	36 11.5%	28 8.9%	25 8.0%	106 33.9%	7 2.2%	313 100.0%
その他	11 16.7%	17 25.8%	7 10.6%	5 7.6%	3 4.5%	20 30.3%	3 4.5%	66 100.0%

④ 環境報告書の作成

観光産業アンケートにおける環境報告書の作成状況は、予定・検討中を含め旅行業で28.9%、宿泊業で42.1%であった。宿泊業は策定済みより予定・検討中の方が上回った。

企業行動調査ではサービス業39.2%、飲食・宿泊業20.0%が作成済みで、来年の作成・公表予定は7.6%、0%と低調である。

【観光産業アンケート】

	問1-1	問1-4	全体
	作成済み	作成予定、検討中	
問1-1. 貴社の環境への取組として現在実施している内容はどれですか(該当するもの全てに○印をつけて下さい)。 ④環境報告書の作成			
問1-4. 貴社の環境への取組として今後新たに実施を予定、もしくは検討している内容はどれですか(該当するもの全てに○をつけて下さい)。 ④環境報告書の作成			
旅行業	10 22.2%	3 6.7%	45 100.0%
宿泊業	3 15.8%	5 26.3%	19 100.0%

【企業行動調査】

6-3. 貴組織では環境報告書(CSR報告書や持続可能性報告書などを含む)を作成・公表していますか。1つ選んで○を付けて下さい。
☐ 作成・公表している
☐ 来年(度)は作成・公表予定である
☐ 作成していない

	① 作成・公表している	② 来年は作成・公表予定	③ 作成していない	回答なし	サンプル数
建設業	14 46.7%	1 3.3%	15 50.0%	0 0.0%	30 100.0%
製造業	278 67.1%	28 6.8%	107 25.8%	1 0.2%	414 100.0%
電気・ガス等供給業	4 80.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	5 100.0%
情報通信業	36 58.1%	3 4.8%	23 37.1%	0 0.0%	62 100.0%
運輸業	27 46.6%	4 6.9%	27 46.6%	0 0.0%	58 100.0%
卸売業	14 43.8%	0 0.0%	18 56.3%	0 0.0%	32 100.0%
小売業	31 48.4%	6 9.4%	27 42.2%	0 0.0%	64 100.0%
金融・保険業	10 20.4%	1 2.0%	36 73.5%	2 4.1%	49 100.0%
不動産業	4 50.0%	0 0.0%	4 50.0%	0 0.0%	8 100.0%
飲食・宿泊業	2 20.0%	0 0.0%	8 80.0%	0 0.0%	10 100.0%
サービス業	25 31.6%	6 7.6%	46 58.2%	2 2.5%	79 100.0%
その他	12 50.0%	1 4.2%	11 45.8%	0 0.0%	24 100.0%

⑤ 環境会計の導入

観光産業アンケートにおける環境会計の導入は予定・検討中を含め、旅行業で 11.1%、宿泊業で 5.3%であるが、宿泊業での導入実績はなく、全て予定・検討中であった。

企業行動調査でも飲食・宿泊業の導入実績はなく、予定・検討中は 10.5%であった。

【観光産業アンケート】

	問1-1 導入済み	問1-4 導入予定、 検討中	全体
問1-1. 貴社の環境への取組として現在実施している内容はどれですか(該当するもの全てに○印をつけて下さい)。 ⑤環境会計の導入			
問1-4. 貴社の環境への取組として今後新たに実施を予定、もしくは検討している内容はどれですか(該当するもの全てに○をつけて下さい)。 ⑤環境会計の導入			
旅行業	4 8.9%	1 2.2%	45 100.0%
宿泊業	0 0.0%	1 5.3%	19 100.0%

【企業行動調査】

5-1. 貴組織では環境会計を導入していますか。1つ選んで○を付けて下さい。

- ・ 既に導入している
- ・ 導入に向けて現在検討している
- ・ 導入は現在のところ検討していない
- ・ 環境会計自体を知らない

	① 既に導入	② 検討している	③ 導入していない	④ 知らない	回答なし	サンプル数
建設業	6 7.7%	9 11.5%	57 73.1%	5 6.4%	1 1.3%	78 100.0%
製造業	264 44.5%	91 15.3%	225 37.9%	12 2.0%	1 0.2%	593 100.0%
電気・ガス等供給業	3 42.9%	0 0.0%	3 42.9%	0 0.0%	1 14.3%	7 100.0%
情報通信業	33 28.2%	13 11.1%	64 54.7%	7 6.0%	0 0.0%	117 100.0%
運輸業	13 10.4%	11 8.8%	73 58.4%	26 20.8%	2 1.6%	125 100.0%
卸売業	12 20.7%	9 15.5%	28 48.3%	9 15.5%	0 0.0%	58 100.0%
小売業	13 9.8%	18 13.5%	72 54.1%	27 20.3%	3 2.3%	133 100.0%
金融・保険業	2 2.0%	5 5.0%	75 74.3%	16 15.8%	3 3.0%	101 100.0%
不動産業	0 0.0%	1 5.9%	14 82.4%	2 11.8%	0 0.0%	17 100.0%
飲食・宿泊業	0 0.0%	2 10.5%	12 63.2%	5 26.3%	0 0.0%	19 100.0%
サービス業	16 5.1%	24 7.7%	205 65.5%	67 21.4%	1 0.3%	313 100.0%
その他	4 6.1%	5 7.6%	36 54.5%	19 28.8%	2 3.0%	66 100.0%

⑥ 環境研修や意識啓発の実施

観光産業アンケートにおける環境研修や意識啓発の実施は、旅行業で 51.1%、宿泊業で 68.4%であった。

企業行動調査では何らかの形で環境教育を実施しているのは、サービス業で 60.1%、飲食・宿泊業で 73.7%となり、観光産業アンケートを若干上回った。

【観光産業アンケート】

問2-3. 環境対策に関する人材育成や人材活用 ①社員に対して環境研修や環境に関する意識啓発を行っている	問2-3①	行 っ て い る	全 体
	旅行業	23 51.1%	45 100.0%
	宿泊業	13 68.4%	19 100.0%

【企業行動調査】

2-6. 貴組織では、自社の従業員に対して環境教育を行っていますか。1つ選んで○を付けて下さい。

- ① 定期的に行っている
- ② 定期的ではないが、行っている
- ③ 従業員の希望に応じて行っている
- ④ 従業員に対する環境教育は行っていない
- ⑤ その他

	① 定 期 的 に 実 施	② 不 定 期 に 実 施	③ 希 望 に 応 じ て 実 施	④ 行 っ て い な い	⑤ そ の 他	回 答 な し	サ ン プ ル 数
建設業	35 44.9%	34 43.6%	2 2.6%	6 7.7%	1 1.3%	0 0.0%	78 100.0%
製造業	398 67.1%	144 24.3%	4 0.7%	37 6.2%	2 0.3%	8 1.3%	593 100.0%
電気・ガス等供給業	4 57.1%	2 28.6%	1 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 100.0%
情報通信業	70 59.8%	20 17.1%	1 0.9%	22 18.8%	3 2.6%	1 0.9%	117 100.0%
運輸業	35 28.0%	48 38.4%	1 0.8%	35 28.0%	5 4.0%	1 0.8%	125 100.0%
卸売業	31 53.4%	12 20.7%	2 3.4%	12 20.7%	1 1.7%	0 0.0%	58 100.0%
小売業	51 38.3%	40 30.1%	3 2.3%	37 27.8%	0 0.0%	2 1.5%	133 100.0%
金融・保険業	17 16.8%	17 16.8%	0 0.0%	61 60.4%	3 3.0%	3 3.0%	101 100.0%
不動産業	5 29.4%	5 29.4%	1 5.9%	6 35.3%	0 0.0%	0 0.0%	17 100.0%
飲食・宿泊業	5 26.3%	9 47.4%	0 0.0%	5 26.3%	0 0.0%	0 0.0%	19 100.0%
サービス業	86 27.5%	92 29.4%	10 3.2%	115 36.7%	9 2.9%	1 0.3%	313 100.0%
その他	24 36.4%	8 12.1%	2 3.0%	32 48.5%	0 0.0%	0 0.0%	66 100.0%

⑦ 健康や環境に配慮した製品の利用・グリーン購入の推進

観光産業アンケートにおいて、健康や環境に配慮した製品の利用、あるいはグリーン購入の推進のどちらかを行っている割合は、旅行業で 33.3%、宿泊業で 36.8%であった。

企業行動調査では 43.5%のサービス業、47.4%の飲食・宿泊業が環境に配慮した選定を実施しており、検討中を含めると 6 割超となる。

【観光産業アンケート】

	問2-5⑤	問2-5⑥	どちらか 行っている	全体
	行っている	行っている		
問2-5. 省エネ・省資源化				
⑤健康や環境に配慮した製品を利用している				
⑥グリーン購入を推進している				
旅行業	7 15.6%	11 24.4%	15 33.3%	45 100.0%
宿泊業	3 15.8%	7 36.8%	7 36.8%	19 100.0%

【企業行動調査】

4-4. 貴組織では、事業者からの原材料等の選定、物品・サービスの購入の仕入れに当たって、環境配慮を考慮して原材料等、物品・サービスの選定(グリーン購入)をしていますか。1つ選んで○を付けて下さい。

- ① 環境配慮を考慮して原材料や物品・サービス等を選定している
- ② 環境配慮を考慮した選定の実施に向けて現在検討している
- ③ 環境配慮を考慮した選定を実施することは現在のところ検討していない

	① 考慮して 選定	② 検討中	③ 検討して いない	回答 なし	サン プル 数
建設業	58 74.4%	12 15.4%	8 10.3%	0 0.0%	78 100.0%
製造業	408 68.8%	125 21.1%	58 9.8%	2 0.3%	593 100.0%
電気・ガス等供給業	5 71.4%	1 14.3%	0 0.0%	1 14.3%	7 100.0%
情報通信業	85 72.6%	14 12.0%	16 13.7%	2 1.7%	117 100.0%
運輸業	51 40.8%	36 28.8%	35 28.0%	3 2.4%	125 100.0%
卸売業	37 63.8%	12 20.7%	8 13.8%	1 1.7%	58 100.0%
小売業	52 39.1%	36 27.1%	41 30.8%	4 3.0%	133 100.0%
金融・保険業	45 44.6%	16 15.8%	38 37.6%	2 2.0%	101 100.0%
不動産業	8 47.1%	3 17.6%	6 35.3%	0 0.0%	17 100.0%
飲食・宿泊業	9 47.4%	3 15.8%	7 36.8%	0 0.0%	19 100.0%
サービス業	136 43.5%	59 18.8%	112 35.8%	6 1.9%	313 100.0%
その他	30 45.5%	12 18.2%	24 36.4%	0 0.0%	66 100.0%

3.2.4. 観光産業に対する調査結果からの示唆

旅行業は各社から仕入れた旅行素材をアセンブルして提供するという立場から、アンケート調査では、環境配慮の取組について「自社の事業領域では環境に配慮できる範囲が限定的」と考える事業者が約 4 割と多かったが、今後持続可能な観光を進める上で、エコツアーや環境に配慮した宿泊施設などの環境に配慮した素材（シーズ）と選好する消費者（ニーズ）のマッチングが重要になり、これを担う旅行業の意識も変わっていくのではないかと考えられる。「環境」をキーワードにした観光のシーズとニーズの双方への働きかけ、すなわちサプライヤー（素材提供者）に対する環境取組の促進や、消費者に対しての提案やニーズの掘り起こしといった面でも旅行業の果たすべき役割は大きい。

宿泊業は、特に大規模事業者の多くがコスト削減やブランド価値の向上といった視点から環境保全に取り組むなど、自社の経営上の課題として捉えているのに対し、中小の事業者は地域の観光資源こそが生命線であり、これを地域で保全するというスタンスから、住民を含めた地域で連携して取り組む必要性を強く感じている。観光のスタイルが、団体旅行から個人・少人数グループ旅行へ、また通過型から滞在型・体験型へと変化する中で、宿泊施設だけで観光客を囲い込むのではなく、観光地全体で魅力を高め、受け入れるという地域における取組が宿泊業にとっても重要な課題となっている。

イベント業ではまだ環境保全の取組はそれほど浸透していないと見られるが、スポーツイベントでは UNEP が認定しているスポーツを通して環境問題に取り組む「エコフラッグ・ムーブメント」が世界的な運動となっており、また、大阪府や福島県、函館市などいくつかの自治体では各種のイベントの開催に当たって環境に配慮するよう促進するマニュアルを作成したり、一定の要件を満たすことで「エコイベント」と認定する取組を行っている。こうした環境配慮の動きがスポーツや芸術、コンベンションなど各種のイベントにも広がっていくと考えられ、イベント業においても対応が必要となるであろう。

3.3. 観光地における環境保全の取組の現状と課題

3.3.1. 調査の実施概要

3.3.3.1. 19 地域の選定

観光地に対する調査は、地方公共団体の観光行政担当部課に対する地方公共団体アンケートと、観光と環境に対する先進的な取組を行う 19 の観光地（市町村）の住民及びその地元観光産業等に対する住民等アンケート、19 の観光地への来訪者を対象とする観光客アンケートの 3 つのアンケートと、19 地域の観光行政担当と取組のキーパーソンに対するヒアリング調査を行った。

アンケートの調査結果は、観光産業と同様に単純集計やクロス集計を行ったほか、住民等アンケートと観光客アンケートについては共分散構造分析による因果関係の導出を試みた。また、この因果関係についてはヒアリング調査において一部検証を行った。

表 3.3-4 観光地に対するアンケート調査等の概要

	対象	配布・実施数
地方公共団体アンケート	405 市町村（観光行政担当）	405
住民等アンケート	19 地域の住民	19 地域×200 部（最大）
	19 地域の地元観光産業等	19 地域×30 部（最大）
観光客アンケート	19 地域への来訪者	19 地域×20 部程度（合計 400 程度の回収を得られるよう実施）
ヒアリング調査	市町村の観光行政担当と取組に関わるキーパーソン	19 地域

表 3.3-5 調査対象の 19 地域（観光地・地方公共団体）

		環境保全 環境美化・保全や景観の保全、生態系の保全等の活動の実施及びそのための仕組みや支援策の導入	環境負荷軽減 省エネや省資源、リサイクル等の取組やクリーンエネルギーの活用、環境 TDM	環境教育・自然体験 環境や自然についての学習や体験する機会を提供
自然観光地	山岳、高原、湿原、海浜などの自然豊かな観光地	摩周湖（弟子屈町）	知床（斜里町）	綾の照葉樹林（綾町）
温泉観光地	温泉資源を中心とする観光地	由布院（由布市）	湯原温泉（真庭市）	草津温泉（草津町）
歴史観光地	歴史的建造物や街並み、史跡、伝統的な祭りや行事等を資源とする観光地	石見銀山（大田市） 松江城堀川（松江市）	鎌倉市中心部の TDM（鎌倉市） 白川郷（白川村）	
農山漁村観光地	農山漁村地域のあるがままの自然や生活文化等を資源とする観光地	蕪栗沼（大崎市）	ハイツタウン構想（南阿蘇村：旧白水村）	勝山市エコミュージアム（勝山市） 鳥羽の海と島（鳥羽市）
都市観光地	集客力の高い都市施設やその集積等が資源となる観光地		響灘（北九州市）	
その他	環境取組が資源化している観光地	コウノトリの郷公園周辺（豊岡市）	葛巻町クリーンエネルギーのまち（葛巻町） 直島（直島町）	水俣病学習・環境教育（水俣市）

表 3.3-6 19 地域の観光と環境に関する取組概要

現地調査対象		環境対応取組の概要
摩周湖の美化活動	北海道 弟子屈町	「摩周・屈斜路環境にやさしい観光交通推進協議会」が主体となって2007/6/11～17 の1週間にマイカー規制の社会実験を実施し、08 年も実施の予定。駐車場から摩周湖展望台への代替バスの中では地域住民のボランティアガイドによる解説行為が組み込まれた。（世界遺産登録を目指す動き有り）
由布院	大分県 由布市	住民による自然環境保全の運動や、まちづくりや建築に関わる条例を通じて過度の開発を抑制し、美しい自然環境や魅力ある景観によって「由布院らしさ」を築き守っている。また、自動車と人の共生を図るためのマイカー規制の交通実験も行ったことがある。
石見銀山	島根県 大田市	地域住民らが遺跡周辺の草刈りや清掃を行う「クリーン銀山」の取組や、来訪者にポイ捨て禁止などを求めるルールづくり、パークアンドライドなど住民生活と観光を両立させる取組を行っている。（世界遺産）
松江城堀川	島根県 松江市	かつてはドブ川と呼ばれ、道路として埋め立てが計画された堀川を底泥浚渫や浄化用水導入により水質を改善。平成9年から「堀川遊覧船」が就航し、年間30万人を超える観光客が訪れている。
蕪栗沼	宮城県 大崎市	150ha の遊水池を兼ねる湿地を中心に環境保全活動や農業との共生を図り、渡り鳥をはじめとして多くの貴重な野生生物が生息する生態系が保たれている。また、蕪栗沼とその周囲の自然や文化財などを組み合わせたエコツアーも展開されている（ラムサール条約、環境省「エコツーリズム推進モデル事業」モデル地区）
コウノトリの郷公園周辺	兵庫県 豊岡市	コウノトリをはじめとした多くの生き物の命を育んできた豊岡盆地を一つの地域文化圏ととらえ、森林及び河川の保全、野生動植物の生息・生育空間づくり、有機・減農薬農業への取組等を行っている。県立コウノトリの郷公園は環境教育の場としても活用され、近隣の城崎温泉では無農薬・減農薬の「コウノトリ育（はぐく）む農法」で作った米などが提供される。
知床のマイカー規制	北海道 斜里町	環境保全のためカムイワッカ湯の滝周辺において通年でマイカーの通行を規制している。（世界遺産、環境省「エコツーリズム推進モデル事業」モデル地区）
湯原温泉	岡山県 真庭市	旅館などから排出される使用済みの天ぷら油から精製した EDF(BDF)で旅館の送迎バスなどを運行。温泉旅館組合と真庭市等が共同で森林公園の周辺環境を整備し、自然観察コースの設置や環境学習を実施。さらに今年から温泉街を流れる旭川やその支流でホタルの育成保護を開始。
鎌倉市内中心部	神奈川県 鎌倉市	多くの観光客が自動車で訪れるため、休日を中心に大規模な渋滞が発生し市民生活にも影響を与えていたが、自然の遺産や景観、多数の文化遺産などがある中での道路整備は困難で、パーク＆ライドを中心とする TDM により市内に流入する交通を抑制している（世界遺産国内暫定リスト入り）。
白川郷のマイカー規制	岐阜県 白川村	観光客が増え交通渋滞による生活環境の悪化に対処するため、地域住民が主体となって、白川郷の荻町地区の特定日におけるマイカー進入規制や駐車場予約システムの社会実験を実施している。（世界遺産）
バイオマスタウン構想	熊本県 南阿蘇村 （旧白水村）	人口1.2万人の村に年間720万人が訪れる観光が主力産業である一方、有機農業や畜産も盛んで、観光業が盛んになるに伴って増加してきている事業系のゴミや畜産業から出る家畜糞尿の野積み問題、阿蘇全体の環境保全の問題をバイオマスの活用によって解決を図ろうとしている。
響灘における北九州エコタウンの整備	福岡県 北九州市	響灘における北九州のエコタウン事業では、リサイクル団地や実証研究施設を整備し環境・リサイクル産業を集積している。ほかにも風力発電施設の立地や白島国家石油備蓄基地を紹介する展示館を整備し観光スポットとしている。一般や学校等を対象にしたこのエコタウン自体の見学（環境教育）も行われている。
葛巻町クリーンエネルギーのまち	岩手県 葛巻町	風力や太陽光、バイオマスなどクリーンで再生可能なエネルギーを積極的に導入するまちづくりを進め、風力発電施設を観光資源として活用している。また、廃校を活用した「森と風のがっこう」において自然エネルギー教育や、エコロジカルな生活教育の場として循環型の暮らしを体験出来る。
直島	香川県 直島町	「ベネッセアートサイト直島」が整備され、ホテルと美術館（ベネッセハウス）、地中美術館を建設。島全体を使った現代アート展などが催され、直島でしか見られない建築やプロジェクト（例えば民家を使った現代美術展示）が国内外から観光客を集めている。また、1917年に稼動した銅精錬所

		による煙害で直島と周囲の島の木々が枯れたが、戦後からの植林によって緑を回復した。精錬所敷地には「直島エコタウン事業」により豊島の産業廃棄物処理及び再資源化施設が整備され、施設見学による環境学習を受け入れている。
綾の照葉樹林	宮崎県 綾町	照葉樹林の保護・復元活動や照葉樹林を観察できるように渓谷に照葉大橋（つり橋）や照葉樹林文化会館を整備。自然の中を走る綾・照葉樹林マラソンの開催（2007 年は 7 千人以上が参加）。（世界遺産登録を目指す動き有り）
草津温泉の環境体験アミューズメント	群馬県 草津町	2004 年に環境体験アミューズメントがオープンし、酸性河川の中和が行われる現場の見学や、酸性河川の性質を利用した百年石作りなどの体験、ダム建設に伴い故郷を離れた品木地区の人々の当時の生活の展示など、中和事業のこと等を学習・体験できる。（世界遺産登録を目指す動き有り）
勝山市エコミュージアム	福井県 勝山市	自然、文化、産業、歴史など市内の様々な「遺産」の発掘や保存活用によって市内全域を「ふるさと元気博物館」とすることを目指し、10 の地区団体や市民団体らが取組を提案し実施している。
鳥羽の海と島	三重県 鳥羽市	「海島遊民くらぶ」が主催するエコツアーにより、地元漁業者・漁協、宿泊事業者、有識者、女将会等の連携と、離島を中心とした地域おこしに成功。鳥羽市内の遊歩道や町並み景観整備、無人島・海岸の環境保全にも住民を主体とした活動に繋がる。漁村の生活文化に触れる散策なども組み込み「本当の鳥羽に出会う旅」として小学校の修学旅行も数多く受け入れ。
水俣病学習・環境教育	熊本県 水俣市	水俣病を教訓に環境保全に取り組んで環境モデル都市として再生を図っており、水俣病とその克服を環境学習のテーマに据えた教育旅行や研修・視察で多くの人を集めている。

3.3.3.2. 調査対象

① 地方公共団体アンケート

主要な観光地や良質な環境の残る百選に選ばれた観光地、観光地における環境保全の取組の事例、また各都道府県の観光客動態調査（入込客数調査）結果から 405 市町村を選定した。

アンケートは 405 市町村の観光行政担当宛てに送付し、多くは観光担当部課の係長や主査クラスが回答者であったが、環境部門と分担して回答した地方公共団体も一部ある。

配布及び回収は郵送にて行った（一部地方公共団体は FAX を利用）。

② 住民等アンケート

観光における環境保全の取組の事例や観光地のタイプ等から、先進的な取組が行われている 19 地域（市町村）を選定し、観光地周辺に居住する住民世帯と旅行業や宿泊業などの地元観光産業や、観光や地域づくりの NPO、商工・観光団体等に対してアンケート（調査票の内容は同一）を送付した。

住民についてはそれぞれの地方公共団体ごとに 200 部を用意し、自治会等を通じて配布、あるいは住民基本台帳から無作為に抽出して送付した（元々の世帯数が 200 を下回り、200 部全てを配布していない地方公共団体もある）。

なお、一部の地方公共団体については、電話帳データから観光地周辺を特定し、無作為抽出した上で郵送によって送付した。また、観光産業等についても同様に 30 部を用意して、各地方公共団体が対象を選定して配布、もしくは Web 等で検索して該当する主体に調査票を送付した。回収は住民、観光産業等とも郵送にて行った。

③ 観光客アンケート

19 地域の観光地への来訪者を対象にアンケートを実施した。同一グループでは原則一票とするなど、できるだけ多様な回答者を獲得するよう配慮した。

配布・回収については、観光地周辺で用紙を渡して記入してもらい回収した。また、観光案内所や観光施設など拠点施設への来訪者に答えてもらう留置法も併用した地域もある。

全体として 400 以上の回答を収集するため（共分散構造分析において信頼性確保のため一定数以上の標本数を必要とするため）、1 地域 20～30 通の回収をめどに実施した。

3.3.3.3. 調査期間と回収数

① 地方公共団体アンケート

2007 年 12 月上旬に各地方公共団体に発送、08 年 1 月 18 日を締め切りとして回収。

19 地域の一部の地方公共団体はヒアリング調査時に合わせて回収するなど 3 月にかけて回収した。最終的な回収数は 285 件となり、回収率は 70.4%であった。

② 住民等アンケート

2007 年 12 月下旬から 08 年 1 月上旬にかけて順次地方公共団体に送付し、配布を委託。また、一部の市町村については住民世帯や地元観光産業を抽出し直接発送した。最終的な回収の締め切りは 1 月 25 日とした。回収数は住民が 1,403 件、地元観光産業等が 296 件の計 1,699 件となった。

③ 観光客アンケート

2008 年 1 月から 3 月にかけて、19 の観光地で調査を実施。最終的な回収数は 433 件であった。

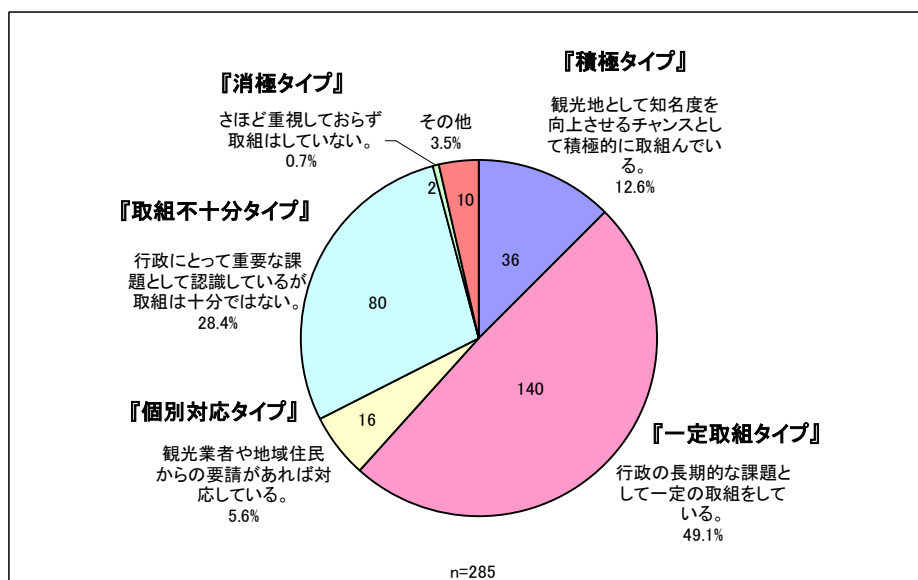
3.3.2. 観光地に対する調査のまとめ

観光地を擁する市町村に対するアンケート調査及び環境保全に先進的な取組を行っている 19 の観光地における住民・観光産業（住民等）、観光客へのアンケート調査の結果から、観光地における環境保全の取組と持続的な観光地づくりの関係について分析を行った。

3.3.2.1. 観光地における地方公共団体の取組の現状

環境保全に取り組む際の政策上の位置付けとして、回答のあった約 300 の市町村の 6 割が「知名度を向上させるチャンスとして積極的に取り組んでいる」又は「行政の長期的な課題として一定の取組をしている」と、環境保全に前向きに取り組んでいる状況がうかがえる。

図 3.3-44 地方公共団体における環境配慮の取組の観光政策上の位置づけ



特に積極的に行われている取組としては「自然・生態系・文化・歴史遺産等の保護」、「工芸品、伝統芸能、風俗慣習、祭り等の地方文化の保全・継承」のほか、「地域の農産品や水産物の魅力のアピール」、「県外や遠方の観光客を誘致する活動」といったプロモーション活動、さらに「行政と観光産業との連携」等が挙げられ、観光資源を守り、これを外部にアピールすること、また官民連携による施策推進が積極的に行われている状況が見られる（図 3.3-45）。

また、これらの取組の効果としては「地域の取組がマスコミ等で取り上げられる機会の向上」のほか、「地域の農水産品、郷土料理等の普及」、「県外や遠方からの来客数の増大」といった観光面、「地域の自然景観の魅力向上」、「地域住民の環境保全活動への参加向上」、「歴史的遺産の保全状態の向上」等の環境面の効果も共に挙げられている（図 3.3-46）。

図 3.3-45 地方公共団体が見る観光地における環境保全の取組

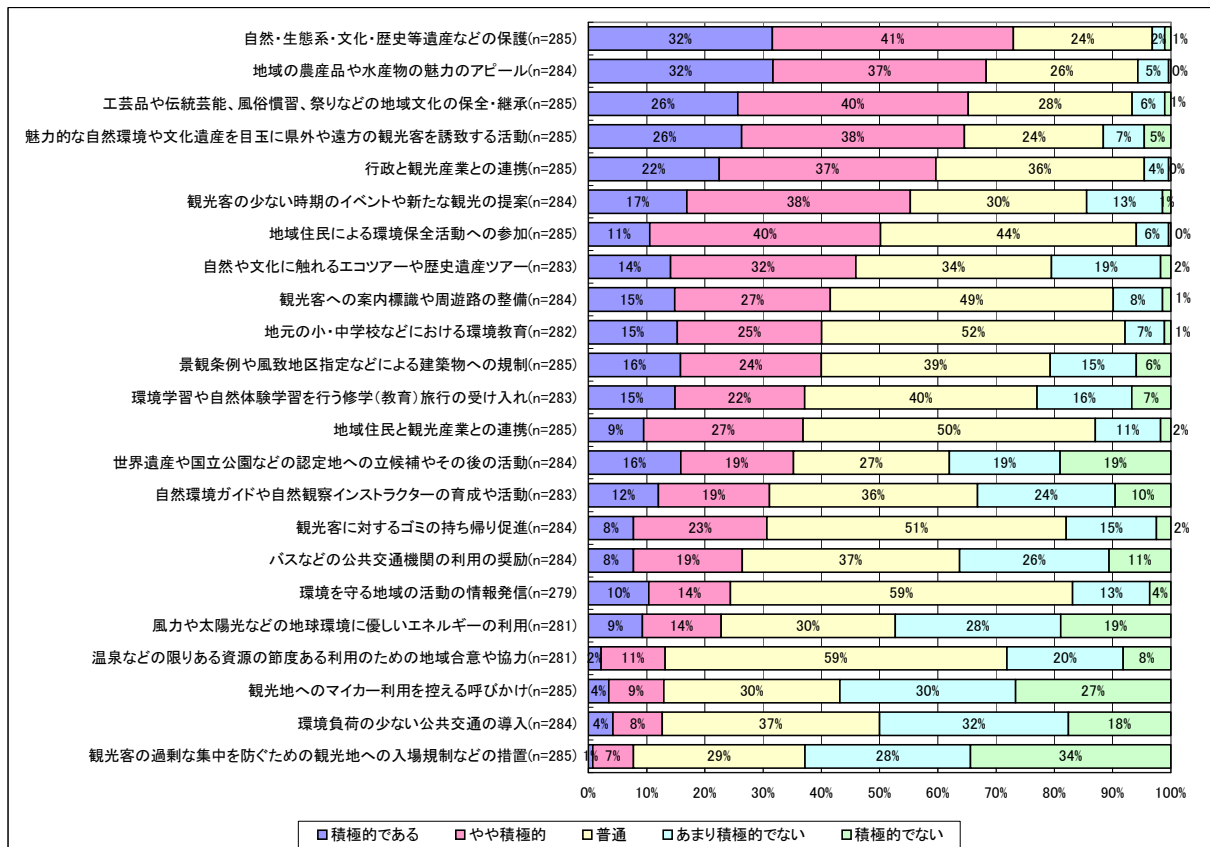
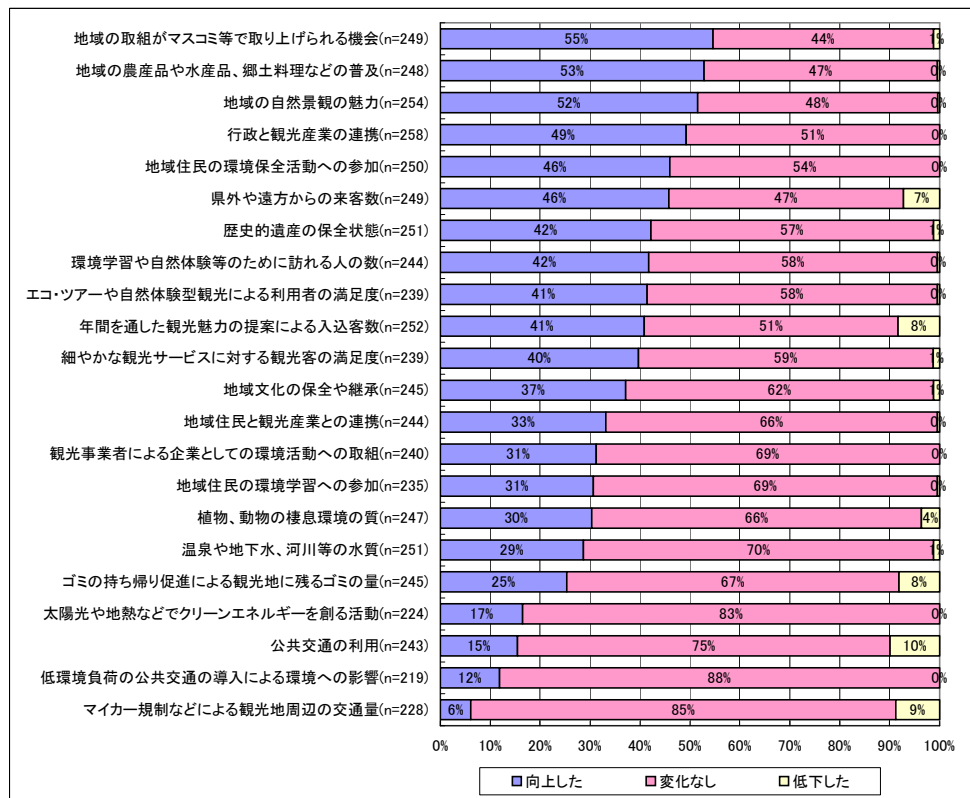


図 3.3-46 地方公共団体が見る観光地における環境に関する取組の効果

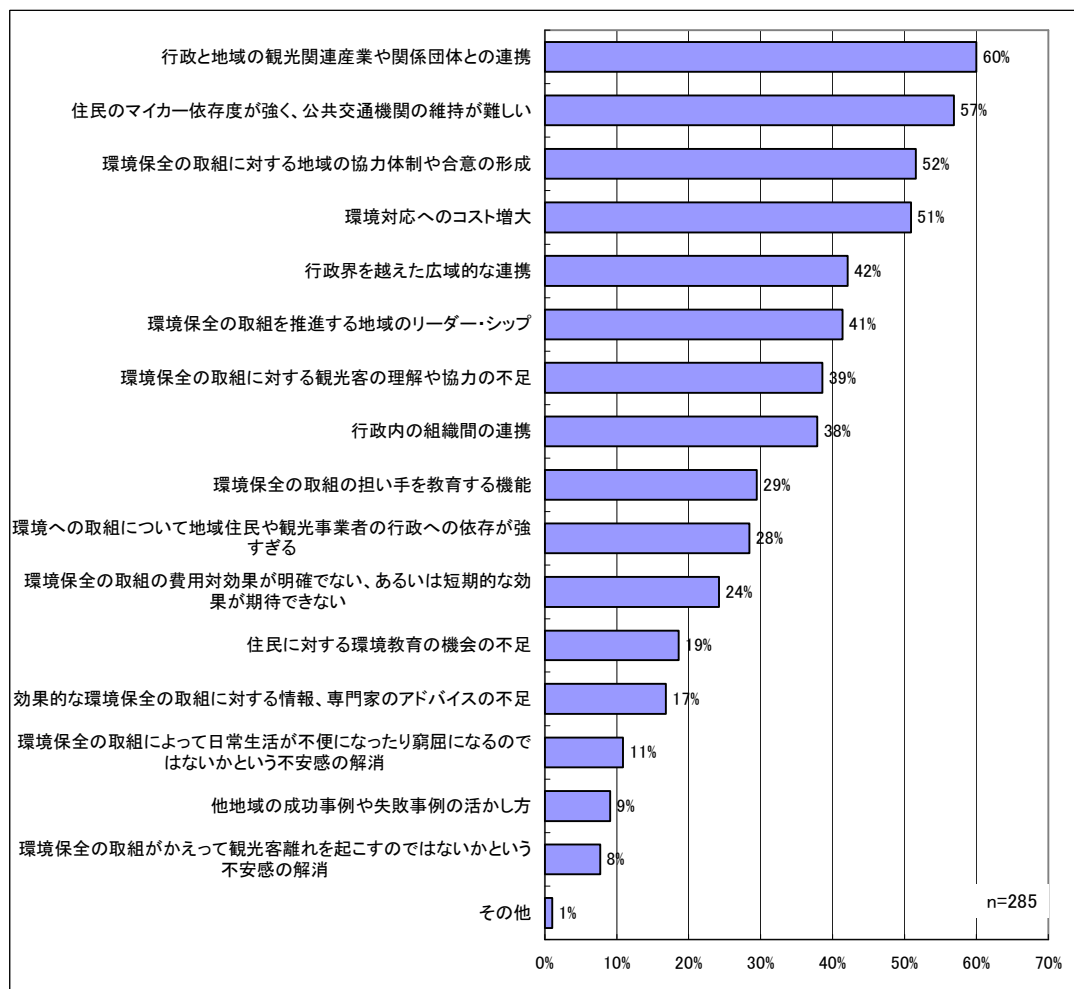


注)「向上した」には環境改善やゴミの減量などのポジティブな効果を含み、「低下した」には環境悪化や交通量増大などのネガティブな効果を含む

3.3.2.2. 地方公共団体が見る取組を行う上での課題

市町村の半数以上が、環境保全に関する取組に当たり「行政と地域の観光関連産業や関係団体との連携」、「地域の協力体制や合意の形成」、「行政区画を越えた広域的な連携」といった協力体制構築の課題や「マイカー依存度が強く、公共交通機関の維持が難しい」、「環境対応へのコスト増大」といった課題を挙げている。一方では、環境保全の取組を行う上で懸念される「日常生活が不便や窮屈になるのではないかと不安」、「観光客離れを起こすのではないかと不安」といった懸念はそれほど強くない。

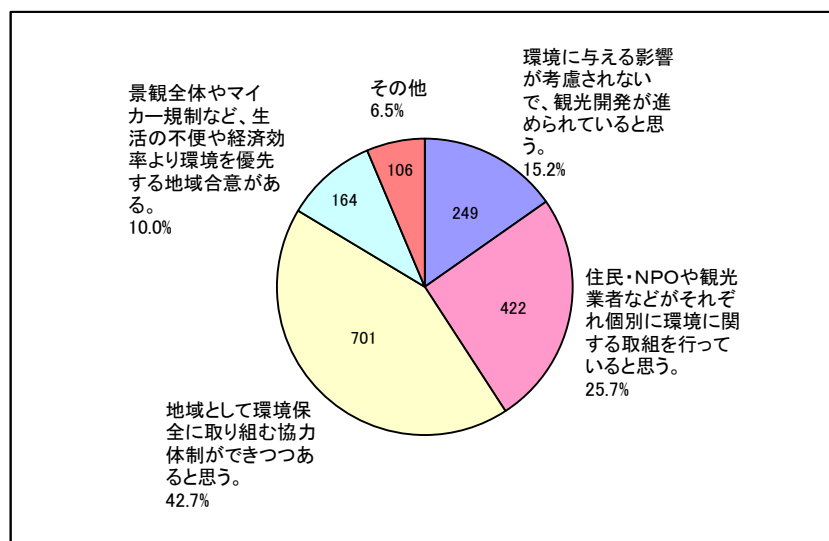
図 3.3-47 地方公共団体が見る観光地における環境に関する取組上の課題



3.3.2.3. 観光地の住民等の取組の認識

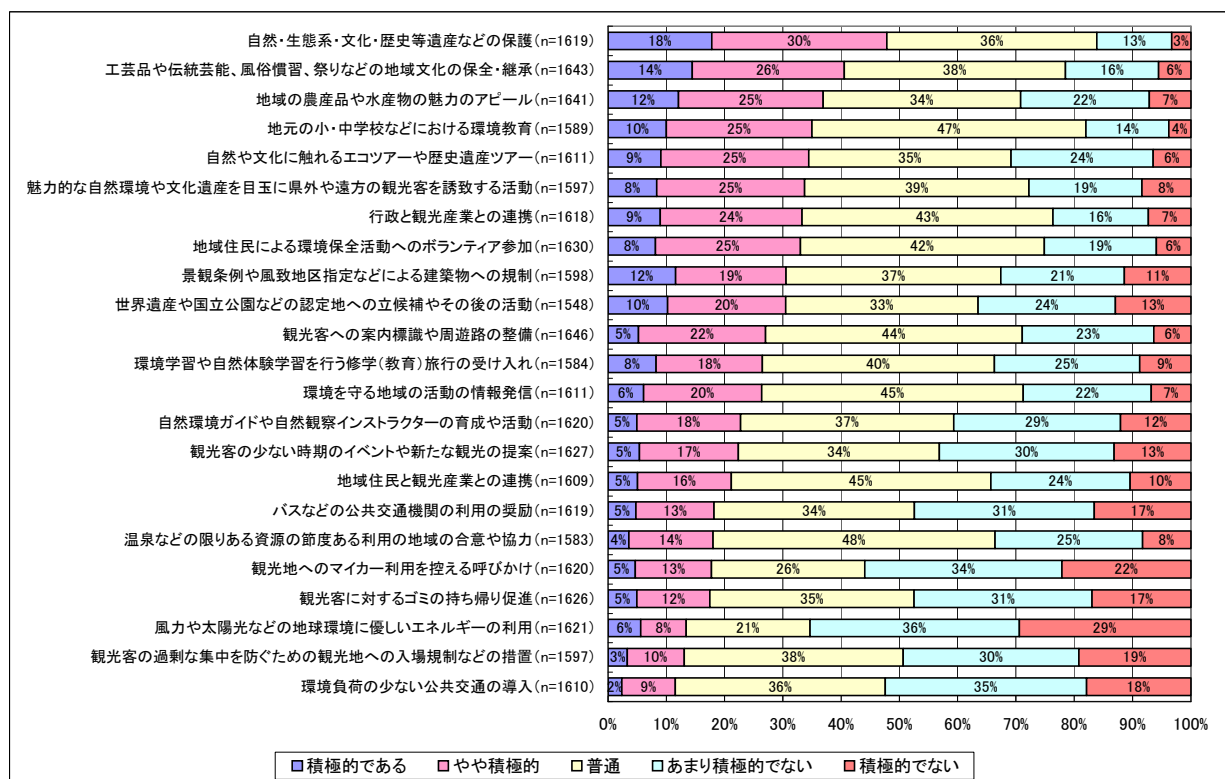
観光地の住民等は、約半数が「生活の不便や経済効率より環境を優先する地域合意がある」又は「地域として環境保全に取り組む協力体制ができつつあると思う」として、地域ぐるみで環境保全に取り組む体制ができていると考えている。これに「個別に環境に関する取組を行っていると思う」を合わせると、約8割の住民等が当該観光地において環境保全に取り組まれていると考えており、対象19地域においては環境保全の取組に対する意識が高いことが分かる。

図 3.3-48 観光地における環境保全の取組についての住民等の認識



具体的取組内容を見ると、「自然・生態系・文化・歴史遺産等の保護」のほか、「地域の農産品や水産物の魅力のアピール」等が上位に挙げられており、前述の地方公共団体へのアンケート調査から得られた結果とほぼ同様の傾向が見られた。

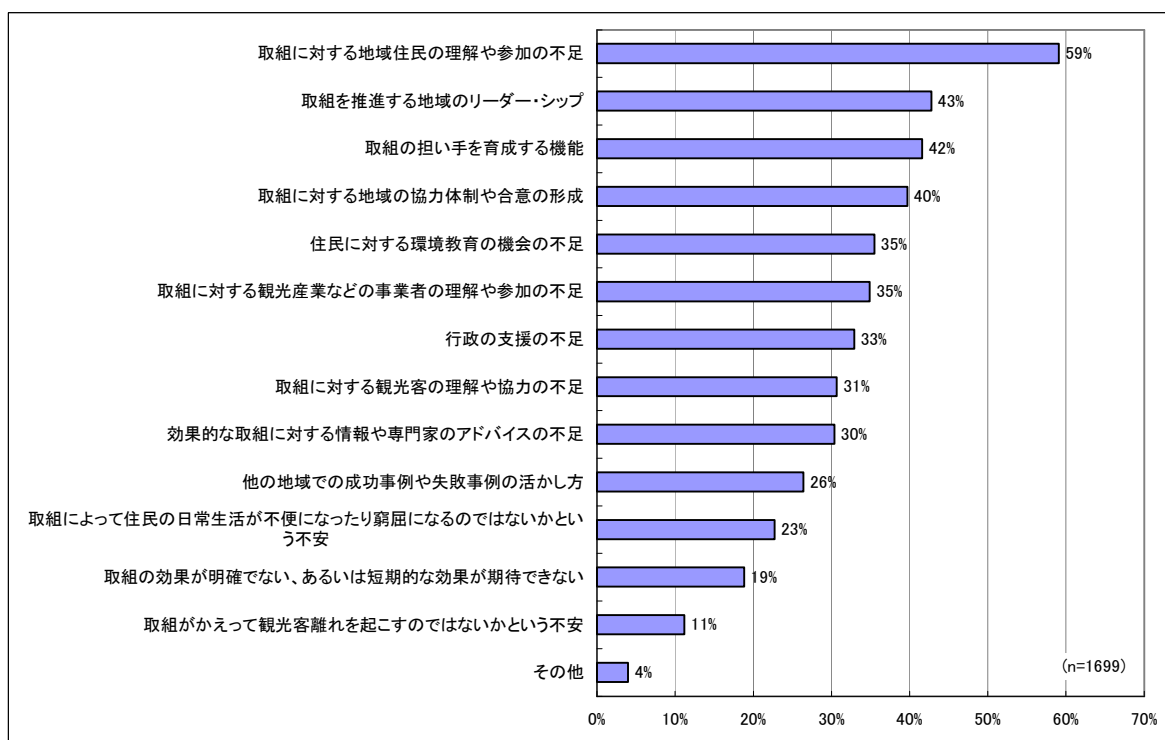
図 3.3-49 観光地における環境保全の具体的取組に対する住民の認識



3.3.2.4. 観光地の住民等の課題の認識

環境保全に取り組む上での一番の課題として、半数を超える住民等が「取組に対する地域住民の理解や参加の不足」を挙げている。これは、環境保全の取組には自らを含めた地域住民等の理解や参加が重要であると考えているという結果であり、住民等がその課題を自覚しているものと考えられる。また、「取組を推進する地域のリーダーシップ」や「取組の担い手を育成する機能」も課題として認識されており、環境保全に取り組む上で、地域を引っ張る人材や専門的な知識を持った人材が強く求められていることが見てとれる。一方、「日常生活が不便や窮屈になるのではないかと不安」と「観光客離れを起こすのではないかと不安」は、市町村を対象とした調査同様、余り強く意識されていない。

図 3.3-50 観光地における取組上の課題に対する住民の認識



3.3.2.5. 観光地の住民等から見た取組とその効果の関係

アンケート調査から得られたデータを基に、共分散構造分析⁵という手法を用い、環境保全に関する取組とそれによる地域への効果との因果関係について定量的な分析を行った。また、これで得られた因果関係については、ヒアリング調査で検証を試みた。結果は以下のとおりである。

① 環境学習や情報発信の取組

地域における環境学習や環境保全の取組の情報発信を積極的に行うことは、住民のホスピタリティ向上、環境資源保護の意識向上、地産地消の推進、地域おこしイベントへの住民参加といった、地域ぐるみの活動につながっている。特に、環境学習や情報発信の取組

⁵ 共分散構造分析については「3.3.3.3 共分散構造分析による取組と効果の因果関係の分析」P80以降に詳述。

とその効果の関係は、他の関係よりも強いという結果が出ており、取組に応じて効果が得られる期待が高いものと推察される。また、「環境保全の取組を情報発信することが結果として観光振興につながる」、「情報発信によって環境保全の取組を見に来てくれる人を更に増やすことができる」という声もあった。

例えば、群馬県草津町においては、環境に関する体験施設の整備・運営や自然環境体験ツアーの企画・運営を行っており、また、地域の家族を自然環境体験ツアーに招待したりするなど、地域全体で環境学習の取組が行われている。その結果、自然環境体験ツアーのリピーターが増加しており、観光客や住民の環境への関心や意識が向上している。

② 環境保全に関する連携・協力の取組

景観条例等による規制や地域関係者の連携強化の取組は、地域で観光資源を守り発展させていこうという合意の表れと考えられ、そのことが、地域内にある宿泊施設の品質向上、接客サービス向上等にもつながっているのではないかと考えられる。

環境保全に関する規制の導入事例としては、大分県由布市(旧湯布院町)が、「潤いのある町づくり条例」によって大型のホテル等の進出を抑制した事例がある。この取組は、田園風景と由布岳の景観や観光資源を守ることにより、「由布院らしさ」の価値を高め、その地域ブランドを維持し、質の高いサービスを提供することに結びついているものと考えられる。

③ 環境負荷抑制につながる取組

マイカー利用抑制の呼び掛けや公共交通機関利用の奨励等、環境負荷抑制に直接つながる取組は、地域住民がその取組に不便・窮屈を感じるなど、観光地域住民等にとっては必ずしも肯定的な効果が出ているとは言えない。しかし、観光地へのマイカー流入によって渋滞や環境悪化等が発生して住民生活にも悪影響がでるようになった神奈川県鎌倉市、岐阜県白川村、島根県大田市等は、逆にパーク＆ライド等の抑制策を導入している。大田市では、集落から石見銀山までの道のりに車両規制を導入した結果、渋滞が減少し、本来の生活道路として機能するようになったり、住民が家の前に花を生けて観光客を迎え、もてなすようになってきている。また、規制の導入に当たっては、地域の理解・協力が不可欠であるが、白川村では、地区住民の自主的な話し合いによって決定したことにより、地域内関係者の理解・協力を一定程度得た上で規制の導入を行っている。

他方で、環境負荷抑制の取組は、混雑期における過剰集中を抑制する効果があると見られ、年間を通じた観光客増加や平日の観光客増加等、旅行需要の平準化に寄与する可能性も示された。

④ 自然や歴史遺産の保全・活用の取組

自然・文化遺産の保護や世界遺産の登録に向けた活動などの取組は、地域住民等にとって窮屈と感じたり観光客の集中による交通渋滞等の不便をもたらす可能性も考えられるが、地域の住民生活にマイナスの影響は感じさせないとの結果が得られており、観光地住民等はむしろ好意的に捉えているとも推察される。

例えば、福井県勝山市では市域全体をエコミュージアムとして捉え、地域の自然・歴史・文化・産業等を見直し、その発掘・再生に取り組んでいる。遊歩道の整備や古民家再生、美化清掃活動等の地域ぐるみの活動により、地域住民の生活環境の改善にも結びついている。

⑤ 地域の食や生活の保全・活用の取組

地域の農水産物や地域文化の保全・アピールを積極的に行うことは、その地域への観光客のリピーターの増加、知名度向上、移住者増加等その地域の魅力やにぎわいの向上につながっていると考えられる。

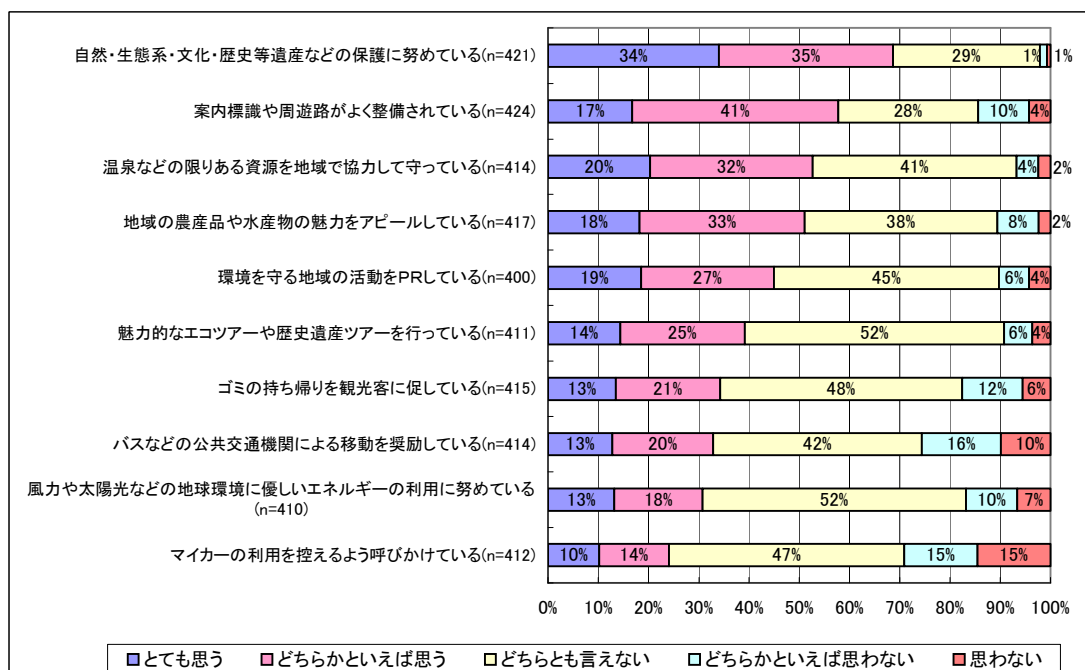
例えば、宮城県大崎市では蕪栗沼周辺の「ふゆみずたんぼ」（冬季湛水）で野鳥と田園の共生を図ることで、当地で収穫される米の安全性が認識されブランド米になるなど付加価値を高めることに成功した。同時に、自然生態系保全の取組と併せて環境に優しい地域としての発信力・知名度を高める効果が得られ、地域イメージが向上し、J ターン等の移住者も引き寄せている。

3.3.2.6. 観光客から見た観光地における取組の認識

平成 20 年 1 月から 3 月まで、19 地域を来訪した観光客に対してアンケート調査を実施し、地域が行っている環境保全の取組と地域の現況についての認識を探った。

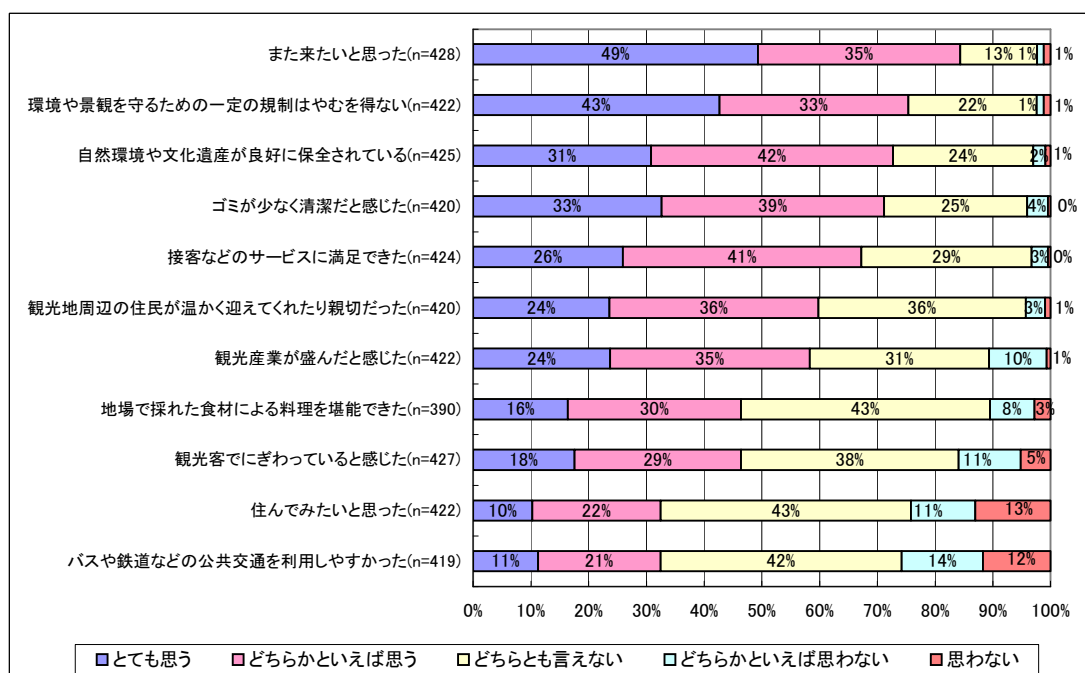
観光地における環境保全の取組に対する観光客の認識を見ると、「自然・生態系・文化・歴史遺産等の保護に努めている」といった地域資源の保全の取組や「地域の農産品や水産物の魅力をアピールしている」、「環境を守る地域の活動を PR している」といった観光地としての PR を観光客が気付き、認識しているという状況がうかがえる。

図 3.3-51 観光地における環境取組に対する観光客の認識



観光地に対する感想として「また来たいと思った」という観光客は、「どちらかといえば思う」を含めると 8 割を超え、対象 19 地域が観光地として観光客から高い評価を得ていることが分かる。また、約 7 割の観光客が「自然環境や文化遺産が良好に保全されている」、「ゴミが少なく清潔だと感じた」としており、観光地における環境保全の取組の成果も観光客に強く認識されている。

図 3.3-52 観光客による観光地の感想



3.3.2.7. 観光客から見た観光地における取組とその評価の関係

観光客から見た観光地における取組とその評価との関係性を検証するため、住民等を対象とした分析と同様に、共分散構造分析の手法を用いて分析を行った結果、以下のような結果が得られた。

① 環境保全の取組とその評価の関係

自然・歴史遺産等の保護や地場産品のアピール等の取組は、観光地に住んでみたいと感じさせたり、観光産業が盛んと認識させるなど、観光地のにぎわいを感じさせることに効果があると示唆される。また、交通の環境負荷軽減の取組は、観光地の環境がよく保全されているという認識につながっている。地域インフラや地域協力に関する取組はおもてなし品質の向上につながっており、これは案内標識や周遊路整備、観光客のゴミの持ち帰り促進といった観光客に向けた取組が、観光地住民等のおもてなしの意識を向上させているものと考えられる。

② 再来訪意向への影響

観光客の再来訪意向に影響を与える要因としては、観光地のにぎわいとおもてなし品質がほぼ等しく関係しているとの結果が出た。集客に関する観光地の競争力としては、初め

て観光地を訪れようとする観光客にとっては観光地の知名度や価格要因が大きいと思われるが、本分析からは、観光客が再び同じ観光地を訪れたいと思うためには、接客サービス等のおもてなし品質も大きな要因になると考えられる。

観光地選びの決定要因は、価格からサービス品質に移ってきており、今後サービス品質をより高いレベルで競うようになると、次の差別化要因として観光地の環境保全の取組の在り方が競争力を持つてくるとも言われており、今後の動向を注目する必要がある。

3.3.3. 観光地に対する調査結果の詳細

3.3.3.1. 地方公共団体アンケートの集計

① 観光地のタイプと観光地の発展段階

各地方公共団体が擁する観光地を最大 5 つまで列挙してもらい、それぞれについて観光地のタイプとその発展段階を回答してもらったところ、1,113 件の観光地が挙げられ、タイプ別には「自然観光地」35%、「歴史観光地」33%で多く、両者で約 7 割を占めた。以下は「温泉観光地」9%、「都市観光地」6%、「農山漁村観光地」5%となった。

発展段階別に見ると、「成熟段階」が 38%で最も多く、次に「知名度不十分」が 20%、以下「発展途上」18%、「最近注目」15%であった。特に「歴史観光地」では「成熟段階」にあるものが 45%と高いことや、「農山漁村観光地」が「知名度不十分」36%、「最近注目」26%と発展の前期段階に半数以上が位置づけられ、その反対に「都市観光地」は「発展途上」33%、「成熟段階」34%と約 7 割が発展の後期段階にあることが特徴的である。

図 3.3-53 観光地のタイプと観光地の発展段階

		観光地タイプ													
		1自然観光地		2温泉観光地		3歴史観光地		4農山漁村観光地		5都市観光地		6その他		総計	
発展段階	1. 知名度不十分	80	20.3%	24	23.5%	72	19.4%	18	36.0%	3	4.7%	23	17.4%	220	19.8%
	2. 最近注目	60	15.2%	9	8.8%	48	12.9%	13	26.0%	13	20.3%	26	19.7%	169	15.2%
	3. 発展途上	70	17.8%	23	22.5%	65	17.5%	4	8.0%	21	32.8%	15	11.4%	198	17.8%
	4. 成熟段階	146	37.1%	34	33.3%	167	45.0%	13	26.0%	22	34.4%	39	29.5%	421	37.8%
	5. その他	29	7.4%	9	8.8%	16	4.3%	2	4.0%	5	7.8%	28	21.2%	89	8.0%
	総計	394	100.0%	102	100.0%	371	100.0%	50	100.0%	64	100.0%	132	100.0%	1,113	100.0%
		35.4%	—	9.2%	—	33.3%	—	4.5%	—	5.8%	—	11.9%	—	100.0%	—

■は各観光地タイプの発展段階構成比が全体に比べて 5%以上高いもの、■は 5%以上低いもの

② 環境への配慮の政策上の位置づけ

各地方公共団体において、観光地における環境保全等の取組を政策上どのように位置づけているかを訊いたところ、全体の 49%が「行政の長期的な課題として一定の取組をしている（以下、『一定取組タイプ』）」としており、観光地における環境への配慮は半数の地方公共団体で定着をみせている。一方で、「行政にとって重要な課題として認識しているが取組は十分ではない（以下、『取組不十分タイプ』）」としている地方公共団体が 29%と全体の 3 割程度存在する。また、1 割強の地方公共団体が、「観光地として知名度を向上させるチャンスとして積極的に取組んでいる（以下、『積極タイプ』）」として、環境配慮の取組を観光政策の中で大きく位置づけている（図 3.3-44）。

③ 観光地における環境を守るための取組

具体的な取組については、取組姿勢が「積極的である」、「やや積極的である」を合わせた比率が高いものとして、「自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護」、「工芸品や伝統芸能、風俗習慣、祭りなどの地方文化の保全・継承」といった観光資源の保全のほか、「地域の農産品・水産物の魅力のアピール」、「魅力的な自然環境や文化遺産を目玉に県外や遠方の観光客を誘致する活動」といったプロモーション活動、さらに「行政と観光産業

の連携」が挙げられる。観光資源を守りこれを外部にアピールすること、また官民一体での施策推進が積極的に行われている状況が見られる。この他、「観光客の少ない時期のイベントや新たな観光の提案」、「自然や文化に触れるエコツアーや歴史遺産ツアー」などの観光メニュー開発、また「地域住民による環境保全活動への参加」といった住民参加による取組も上位にランクしている。逆に積極的でない取組としては、「観光客の過剰な集中を防ぐための観光地への入場規制などの措置」や「観光地へのマイカー利用を控える呼びかけ」、「環境負荷の少ない公共交通の導入」、「風力や太陽光などの地球環境に優しいエネルギーの利用」等が挙げたが、一定の規制を伴う取組や、多額の投資が必要となる取組に対しては、地域の合意の醸成に時間を要すること等がその理由として考えられる（図 3.3-45）。

各取組について「積極的である」と「やや積極的である」の回答を合わせた割合を全体と「積極タイプ」で比較すると、「積極タイプ」の地方公共団体においては、情報発信や自然ガイドの活用、主体間の連携、エコツアーといった取組が比較的高い割合で実施されていることがわかる。

表 3-7 「積極タイプ」における顕著な取組内容

具体的な取組	積極タイプ (A)	全体 (B)	倍率 (A/B)
環境を守る地域の活動の情報発信	44.4%	23.9%	1.86
観光客の過剰な集中を防ぐための観光地への入場規制などの措置	13.9%	7.7%	1.80
自然環境ガイドや自然観察インストラクターの育成や活動	52.8%	30.9%	1.71
地域住民と観光産業との連携	58.3%	36.8%	1.58
自然や文化に触れるエコツアーや歴史遺産ツアー	66.7%	45.6%	1.46
行政と観光産業との連携	80.6%	59.6%	1.35
温泉などの限りある資源の節度ある利用のための地域合意や協力	16.7%	13.0%	1.28

④ 環境の取組による観光地の魅力の変化

環境に関する取組によって観光地の魅力がどのように変わったかを訊いたところ、「地域の取組がマスコミ等で取り上げられる機会」が増加したことを、最も多くの地方公共団体が回答している。環境に対する取組そのものと共に観光地がメディアに取り上げられていると考えられる。その他では、観光地における環境を守るための取組の中で上位にあるものと関連性の高い項目において、向上した比率が高くなっており、取組による効果が顕在化している。なかでも「地域の農産品や水産品、郷土料理などの普及」、「行政と観光産業の連携」、「県外からの来客者数」、「歴史的遺産の保全状態」が、効果が大きいものとして挙げられている。ゴミの持ち帰りや公共交通の利用、マイカー規制といった観光客等の協力を要する取組の向上効果はほとんど現れていないとの回答であった（図 3.3-46）。

⑤ 環境に関する取組上の課題

環境に関する取組を行う上で、地方公共団体をはじめ観光産業や住民など地域が抱えている課題について尋ねると、半数を超える地方公共団体が「行政と地域の観光関連産業や

関係団体との連携」「公共交通機関の維持困難」、「地域の協力体制や合意の形成」、「環境対応へのコスト増大」の4項目を挙げた。一方、「環境保全の取組による日常生活の不便さや窮屈さといった不安感の解消」、「環境保全の取組による観光客離れの不安感の解消」といった環境保全の取組を推進する上で、住民や観光客への心理的な負担が障害になるという見方はあまりされていない（図 3.3-47）。

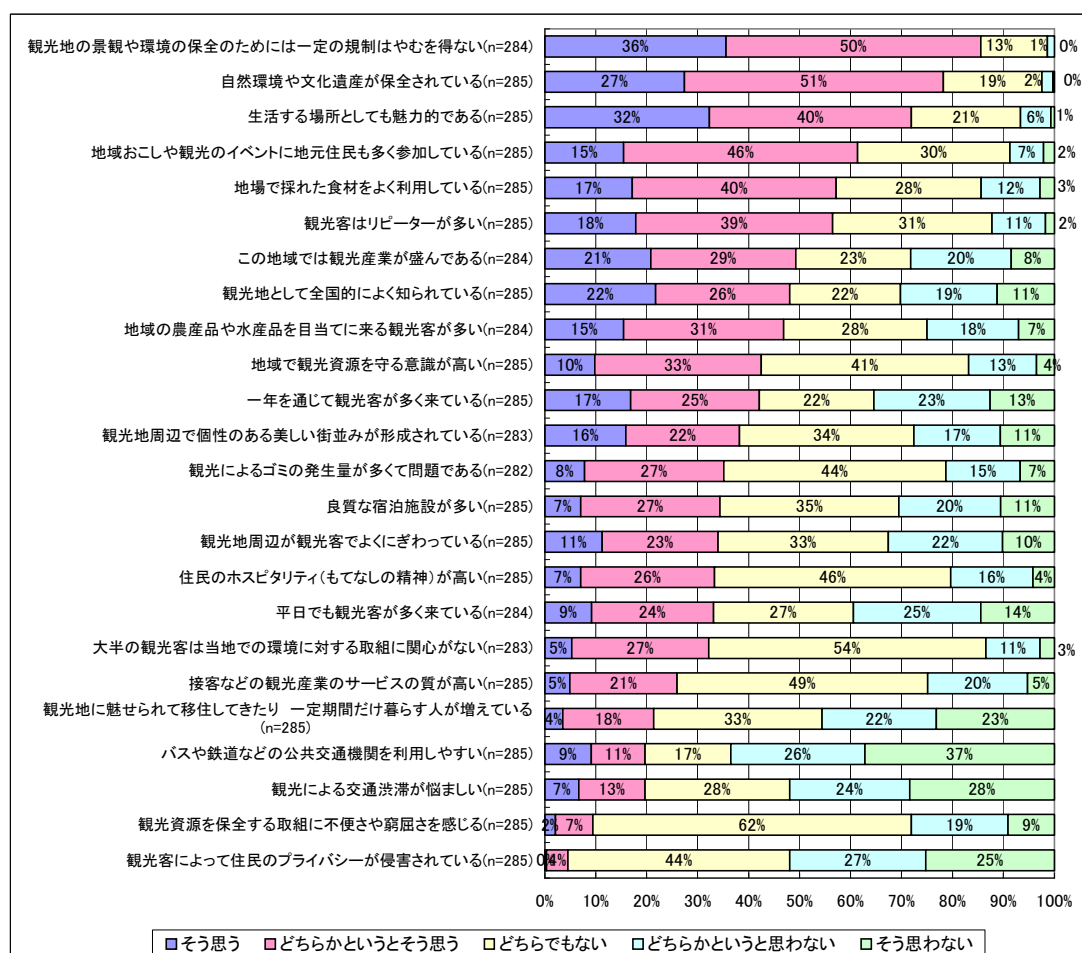
⑥ 観光地に対する認識

観光地に対してどのような認識を持っているかとの問いに対しては、「景観や環境保全のために一定の規制はやむを得ない」という認識を持つ地方公共団体が8割を超えており、観光地における環境の保全に向けたコントロールの必要性を強く認識している状況が伺える。一方で「観光資源の保全に伴う不便さや窮屈さ」への認識は低く、何らかの規制を含む観光資源の保全の取組を受容する意識が高い。

観光地であることによる地域特性としては、自然環境や文化遺産が保全されており、地元住民の参加が多く、食材など地場産品の活用が多いといった認識が強い。

「観光による交通渋滞」、「住民のプライバシーの侵害」など観光地で発生する可能性があるデメリットについてはあまり認識されておらず、逆に「生活の場としての魅力が高い」との認識がもたれている。

図 3.3-54 地方公共団体の観光地に対する認識



観光地の認識について「そう思う」と「どちらかというと思う」の回答を合わせた割合を「積極タイプ」と全体で比較すると、「観光による交通渋滞」が 1.8 倍と最高になった。また、観光地としての知名度や賑わい、住民の参画や意識の高さ、観光産業のサービスの品質の高さにも差が出た。プライバシーの侵害も差が出ているが、元々の割合が低い。

表 3.3-8 積極タイプの地方公共団体における観光地の認識

観光地の認識	積極タイプ (A)	全体 (B)	倍率 (A/B)
観光による交通渋滞が悩ましい	36.1%	19.6%	1.8
観光地として全国的によく知られている	66.7%	48.1%	1.4
地域おこしや観光のイベントに地元住民も多く参加している	83.3%	61.4%	1.4
この地域では観光産業が盛んである	66.7%	49.1%	1.4
一年を通じて観光客が多く来ている	55.6%	42.1%	1.3
観光客によって住民のプライバシーが侵害されている	5.6%	4.2%	1.3
地域で観光資源を守る意識が高い	55.6%	42.5%	1.3
観光地周辺が観光客でよくにぎわっている	44.4%	34.0%	1.3
接客などの観光産業のサービスの質が高い	33.3%	26.0%	1.3

3.3.3.2. 住民等アンケート調査の分析

① 集計結果の分析

住民等アンケートの集計結果を以下に示す。ここでは全 19 地域、全回答主体による集計を基本とするが、回答が地域性に強く依存する設問については、地域別の回答を示す。

なお地域別の回答数（有効回収数）と観光産業等の回答者の業種構成は次表の通り。

表 3.3-9 地域別回答主体別の回答数（有効回収数）

	有効回収数			構成比		
	住民	地元観光産業等	総計	住民	地元観光産業等	総計
摩周湖	86	16	102	6.1%	5.4%	6.0%
由布院	105	13	118	7.5%	4.4%	6.9%
石見銀山	76	21	97	5.4%	7.0%	5.7%
松江城堀川	108	1	109	7.7%	0.3%	6.4%
蕪栗沼	88	17	105	6.3%	5.7%	6.2%
コウノトリの郷公園	61	19	80	4.4%	6.4%	4.7%
知床	43	15	58	3.1%	5.0%	3.4%
湯原温泉	76	14	90	5.4%	4.7%	5.3%
鎌倉市内中心部	53	22	75	3.8%	7.4%	4.4%
白川郷	101	14	115	7.2%	4.7%	6.8%
南阿蘇・白水高原	49	10	59	3.5%	3.4%	3.5%
響灘	34	13	47	2.4%	4.4%	2.8%
葛巻町	56	21	77	4.0%	7.0%	4.5%
直島	37	3	40	2.6%	1.0%	2.4%
綾川溪谷	94	24	118	6.7%	8.1%	6.9%
草津温泉	43	14	57	3.1%	4.7%	3.4%
勝山市エコミュージアム	136	21	157	9.7%	7.0%	9.2%
鳥羽の海と島	89	22	111	6.4%	7.4%	6.5%
水俣	66	18	84	4.7%	6.0%	4.9%
総計	1,401	298	1,699	100.0%	100.0%	100.0%

表 3.3-10 地元観光産業等の業種構成

業 種	回答者数	構成比
宿泊業	104	35%
旅行業	17	6%
イベント業	4	1%
観光・まちづくりNPO	24	8%
観光関連団体	33	11%
商工関連団体	45	15%
その他	69	23%
無回答	2	1%
観光産業等 計	298	100%

② 観光地の発展段階（問 1）

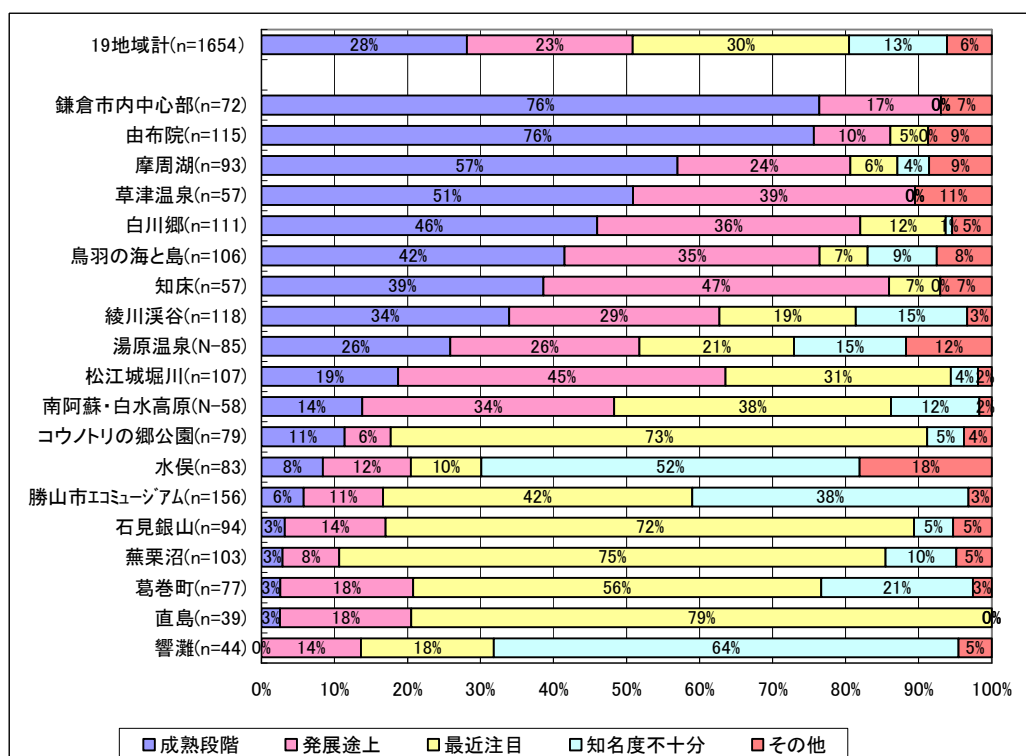
観光地としての発展段階⁶について「知名度不十分」から「成熟段階」までの 4 段階で訊いたところ、「成熟段階」であるとの回答が多かった地域は「由布院」74%、「鎌倉市内中心部」73%、「摩周湖」52%、「草津温泉」51%の 4 地域であった。「発展途上」である

⁶ 名称と内容については以下の通り。

- 成熟段階：観光地として成熟段階に入りつつあり、より一層の観光開発は慎重に扱われていると思う
- 発展途上：観光地として知られてきているが、進捗中の観光開発計画もあって発展途上にあると思う
- 最近注目：最近になって観光地として注目されるようになったと思う
- 知名度不十分：観光地としては知名度が十分でなく、今後の観光開発に期待したい

との回答が多かったのは「知床」 47%、「松江城堀川」 44%であった。「最近注目」されているとの回答が多かったのは「直島」78%、「蕪栗沼」73%、「コウノトリの郷公園」73%、「石見銀山」70%、「葛巻町」55%であった。「知名度不十分」が多かったのは「響灘」60%、「水俣」51%であった。

図 3.3-55 観光地としての発展段階に対する住民等の認識



19 地域の発展段階を示すために、「成熟段階」の回答を 4 点、「発展途上」を 3 点、「最近注目」を 2 点、「知名度不十分」を 1 点としてウェイト付けし、回答による加重平均を求めると、19 地域全体では 2.70 となり、最高は鎌倉市の 3.82 で、僅差で由布院が続いた。

表 3.3-11 ウェイト付けによる発展段階の平均値

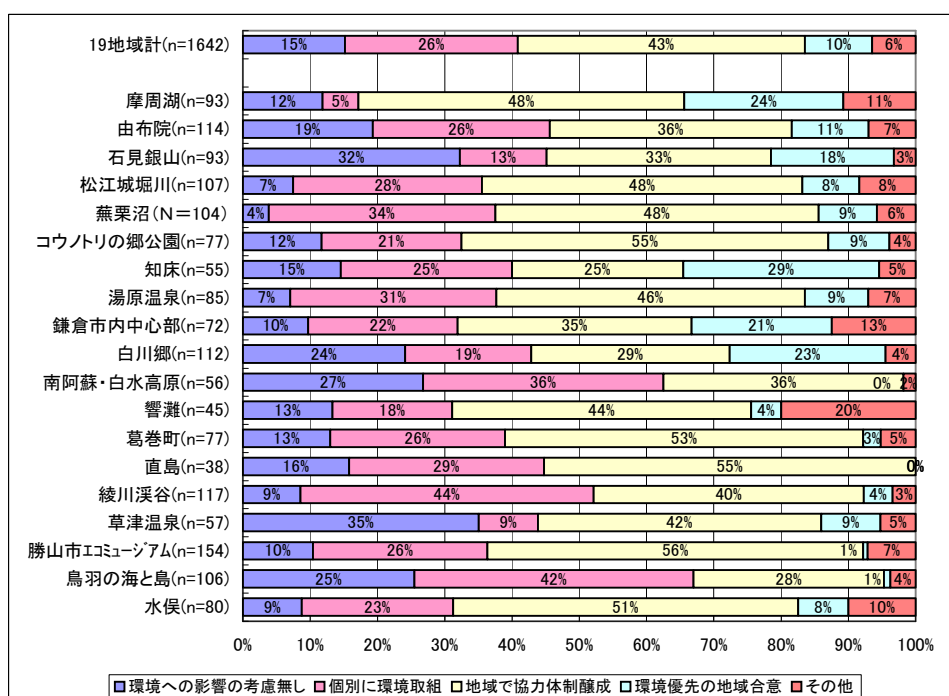
地域	ポイント	地域	ポイント
鎌倉市内中心部	3.82	南阿蘇・白水高原	2.51
由布院	3.77	コウノトリの郷公園	2.25
草津温泉	3.57	直島	2.23
摩周湖	3.46	石見銀山	2.16
白川郷	3.34	蕪栗沼	2.04
知床	3.34	葛巻町	2.03
鳥羽の海と島	3.17	勝山市エコミュージアム	1.84
綾川溪谷	2.84	水俣	1.72
松江城堀川	2.80	響灘	1.48
湯原温泉	2.71	全体	2.70

③ 観光地における環境への取組（問2）

観光地における環境への取組が地域との関係でどのように行われているかについて4つの選択肢⁷を示したところ、全回答者の4割が「地域として環境保全に取り組む協力体制ができつつあると思う」と答えており、「生活の不便や経済効率より環境を優先する地域合意がある」の回答と合わせると、約半数が地域で環境保全に取り組む体制ができていると見ている。

地域別に見ると、「環境に与える影響が考慮されないで、観光開発が進められていると思う」の回答が多かったのは草津温泉と世界遺産である石見銀山で30%を超えた。石見銀山より先に世界遺産に登録された知床や白川郷では、「生活の不便や経済効率より環境を優先する地域合意がある」の回答が2割を超えている。

図 3-56 観光地における環境への取組に対する住民等の認識



④ 観光地における環境保全の具体的取組（問3）

観光地における環境保全の23の具体的な取組について、積極的に行われているかどうかを5段階で評価してもらったところ、取組姿勢が「積極的である」と「やや積極的である」を合わせた比率が高い取組は、「自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護」が5

⁷ 名称と内容については以下の通り。

環境への考慮無し： 環境に与える影響が考慮されないで、観光開発が進められていると思う。

個別に環境取組： 住民・NPOや観光業者などがそれぞれ個別に環境に関する取組を行っていると思う。

地域で協力体制醸成： 地域として環境保全に取り組む協力体制ができつつあると思う。

環境優先の地域合意： 景観全体やマイカー規制など、生活の不便や経済効率より環境を優先する地域合意がある。

割弱、「工芸品や伝統芸能、祭りなどの地域文化の保全・継承」が4割とこれら観光資源の保全・保護に関する取組が上位に挙げられた。「地域の農産物や水産品の魅力のアピール」、「地元の小・中学校における環境教育」などが30%台で続く。

逆に「積極的でない」、「あまり積極的でない」を合わせた比率が高い取組は「地球環境に優しいエネルギーの利用」が65%、「マイカー利用を控える呼びかけ」が56%、「環境負荷の少ない公共交通の導入」53%、「入場規制などの措置」49%となり、投資や来訪者の理解・協力を必要とする取組については、19地域でもあまり積極的に取組まれていないと評価される結果となった（図 3.3-49）。

⑤ 観光地における環境に関する取組上の課題（問4）

環境に関する取組を行う際の課題として、「取組に対する地域住民の理解や参加の不足」が唯一半数を超えて最多となった。観光地周辺の住民が回答者の多くを占めるこの調査で、約6割の回答者が自らを含めた住民の理解や参加が、環境に関する取組には重要であると考えているところが興味深い。続いて多かったのは「取組を推進する地域のリーダーシップ」、「取組の担い手を育成する機能」であり、「人」に関する課題が上位に挙げられた。

また、取組による日常生活の不便や観光客離れへの不安については地方公共団体アンケートと同様に、課題としての認識は非常に低いことが明らかになった（図 3.3-50）。

⑥ 観光地に対する認識（問5：環境の取組による効果）

環境保全等の取組を行った効果の発現を住民等がどのように捉えているかを見るために24の項目について、19の観光地でどのような認識を持っているかを尋ねた。

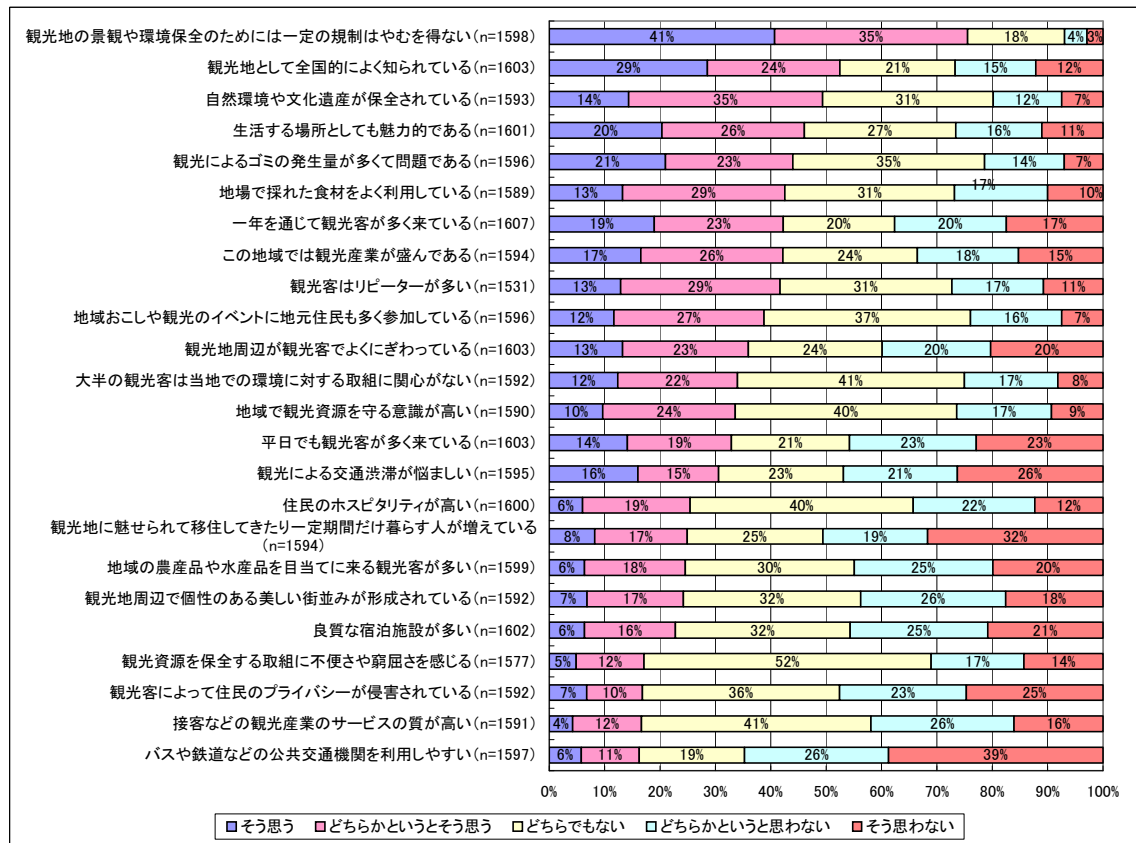
「観光地の景観や環境保全のためには一定の規制はやむをえない」と思っている回答者（「そう思う」と「どちらかというと思う」の合計）は約7割を超えて、8割を超えた地方公共団体アンケートと同様の結果となった。

次いで、「全国的によく知られている」、「自然資源・文化遺産が保全されている」が約半数の肯定的な回答を集め、「生活する場所としても魅力的」との認識も高くなった。

「観光によるゴミの増大」がネガティブな認識としては上位に挙がっているが、その他のネガティブな項目、「取組による不便さや窮屈さ」、「プライバシー侵害」、「交通渋滞」についてはそれほど強く認識されていない。

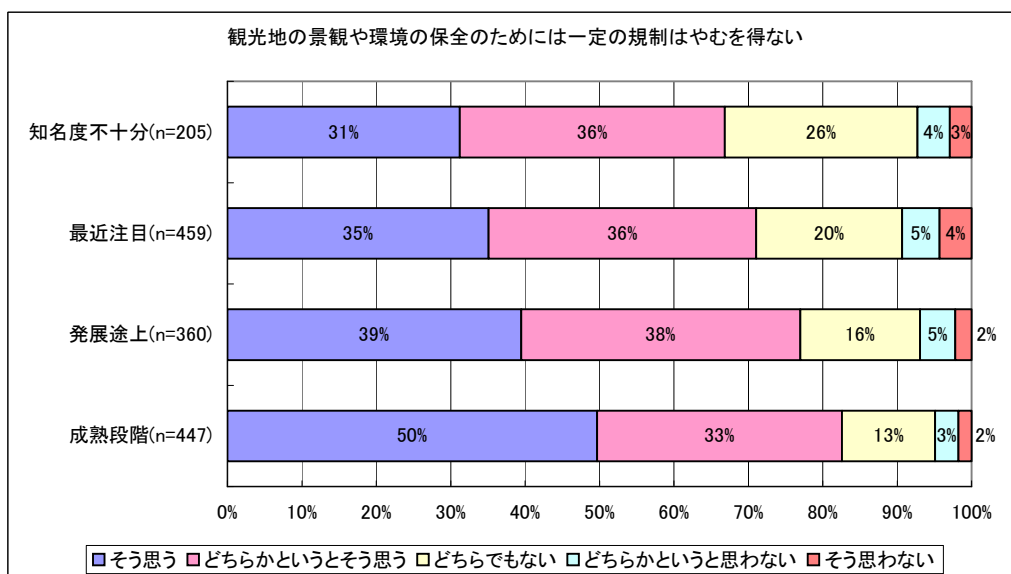
否定的な回答が多かったのは「公共交通機関を利用しやすい」が6割超、「移住や一定期間暮らす人が増えている」が5割超となった。公共交通機関が充足しているのは、19地域では一部の都市観光地に限られ、それ以外では観光客の便宜のためや、環境負荷軽減を目的に公共交通機関が整備された事例は、一時的な社会実験を除いては無い。移住等については、マルチハビテーション（複数居住）の普及といったライフスタイルの変化や、移住先の受け入れ環境等が整うには、まだある程度の時間を要すると考えられる。

図 3.3-57 観光地に対する住民等の認識



ポジティブな回答が最も多かった「一定の規制はやむを得ない」の設問について、発展段階の認識別に集計すると、観光地が発展・成熟していると認識するにつれて「そう思う」との認識が高くなり、観光地の発展段階と規制の受容度との間の関係が認められる。

図 3.3-58 観光地の発展段階別にみる規制の捉え方



また、規制の受容度と観光地を生活をする場として住民がどう見ているかをクロス集計すると、生活の場として魅力的と考えている人のほとんどが規制を肯定していることが分かった。

「一定の規制はやむを得ない」と「生活の場として魅力的」の双方の設問について、「そう思う」と「どちらかというと思う」を合わせた肯定と「そう思わない」と「どちらかというと思わない」を合わせた否定、そして「どちらでもない」でクロス集計した結果が下表である。

「生活する場所として魅力的である」を肯定する人は「一定の規制はやむを得ない」についてもほとんどが肯定している。なお、このマトリックスの χ^2 乗検定⁸を行うと両方の設問の回答には有意差（前述の関係は統計的にも有意）がみられた（集計は双方の設問について有効な回答のみ）。

表 3.3-12 生活の場としての魅力と規制の受容度の関係

観光地の景観や環境保全のためには一定の
規制はやむを得ない

	肯定	否定	どちらでもない	計
生活する 場所とし ても魅力 的である	肯定 617 84%	31 4%	84 11%	732 100%
	294 70%	49 12%	76 18%	419 100%
	286	30	120	436
計	1,199	110	280	1,589

同様に、実際の取組を不便に感じるかどうかと、生活の場としての評価をクロス集計したところ、「生活の場として魅力的」であると考えている人については、「取組を不便や窮屈だと感じる」を否定した人が肯定した人よりも2倍以上多かった。最も多かったのは約半数の「どちらでもない」であるが、多くの観光地の住民にとって、環境保全の取組はそれほど不便さや窮屈さを感じさせることはないようである。この2つの設問の関係についても χ^2 乗検定の結果、有意な差があった（集計は双方の設問について有効な回答のみ）。

表 3.3-13 生活の場としての魅力と取組の不便さや窮屈さの関係

観光資源を保全する取組に不便さや窮屈さを感じ

	肯定	否定	どちらでもない	計
生活する 場所とし ても魅力 的である	肯定 113 16%	239 33%	373 51%	725 100%
	91 22%	135 33%	186 45%	412 100%
	65	111	256	432
計	269	486	816	1,571

⁸ 観測度数と理論度数との間の合致度から、両者の関連性の有無を統計的に評価する検定。

3.3.3.3. 共分散構造分析による取組と効果の因果関係の分析

ここでは住民等アンケートの回答を元に環境保全の取組が観光地にどのような効果を生み出しているか、因果関係を明らかにする。

具体的には、アンケートの問 3 で訊いた各種取組の積極性の評価を取組指標とし、問 5 の観光地の認識を効果指標として共分散構造分析と呼ばれる多変量解析の手法を用いて、住民や地元観光産業等が認識する取組と効果の関係を分析する。

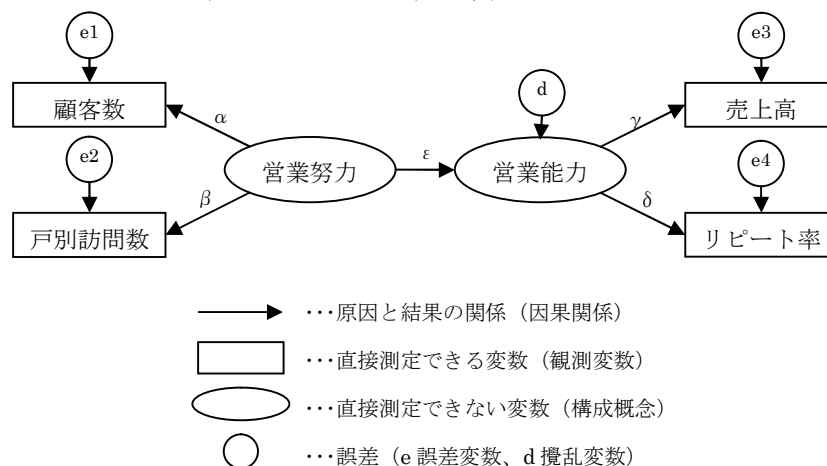
① 共分散構造分析の手法

共分散構造分析とは、直接測定できない（原因や結果がそれぞれ複数の変数によって規定されている）事柄の因果関係を、観測された現象に基づいて定量的に示す分析方法である。教育及び心理学の分野で最初に応用が進み、マーケティングや経済学、経営学の分野でも応用されている。

測定できる**観測変数**（例えば「顧客数」、「戸別訪問数」、「売上高」、「リピート率」）と直接測定できない**構成概念**（例えば「営業努力」、「営業能力」）の両方を扱うことにより、構成概念間（例えば「営業努力」と「営業能力」）の因果関係を明らかにすることができる（観測変数と構成概念の関係は因子分析によって導かれる）。

共分散構造分析ではパス図を使って因果関係の分析結果を視覚的に示すことができる。上述の例をパス図を使ってモデルとして表すと下図のようになる。

図 3.3-59 パス図の例



図中のパス（→）のギリシャ文字は解析で得られたパス係数を示し、矢の元になる変数がどれくらい矢の先の変数に影響を及ぼすかを表している（本分析では平均 0、分散 1 で標準化した標準化係数を用いる）。パス図の関係は数式で以下のように示すことができる。

$$\begin{cases}
 \text{顧客数} &= \alpha \times \text{営業努力} + \text{誤差 } e1 \\
 \text{戸別訪問数} &= \beta \times \text{営業努力} + \text{誤差 } e2 \\
 \text{売上高} &= \gamma \times \text{営業能力} + \text{誤差 } e3 \\
 \text{リピート率} &= \delta \times \text{営業能力} + \text{誤差 } e4 \\
 \text{営業能力} &= \epsilon \times \text{営業努力} + \text{攪乱 } d
 \end{cases}$$

共分散構造分析によって立てた仮説を検証するには、構築したモデルがどの程度受容できるものかどうかを判定する必要がある。通常、検定としては χ^2 乗検定や GFI、RMSEA などが用いられる。

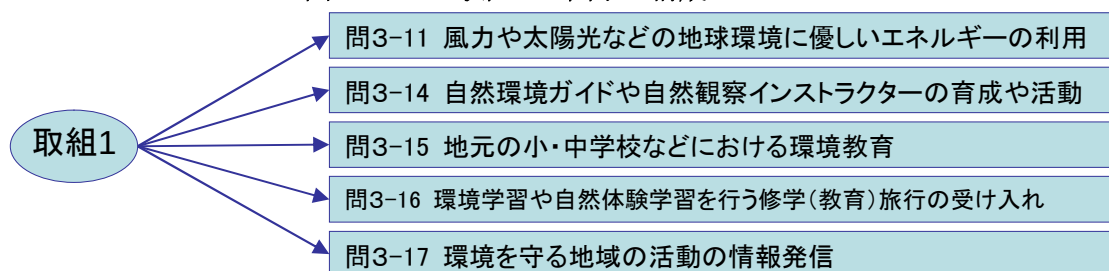
GFI は 0.9 以上であることがモデルを採択する目安とされる。また、RMSEA はケース数が多いときに χ^2 乗検定に代えて使用されることが多く、0.08 以下であれば適合度が高いとされ、0.10 以上であればそのモデルを採択するべきでないと言われる。本分析では GFI と RMSEA をモデル全体の評価に使用した。また、個々の因果関係は各パスのパス係数や相関係数として求められ、パス係数については有意であるか否かを t 検定によって検定を行い、有意となったパスのみをモデルに残すこととした。

② 取組因子・成果因子の構成

取組の状況（問 3）及び効果（問 5：観光地の認識）に関するアンケートの回答結果を因子分析にかけ、取組と効果のそれぞれの因子を抽出した。

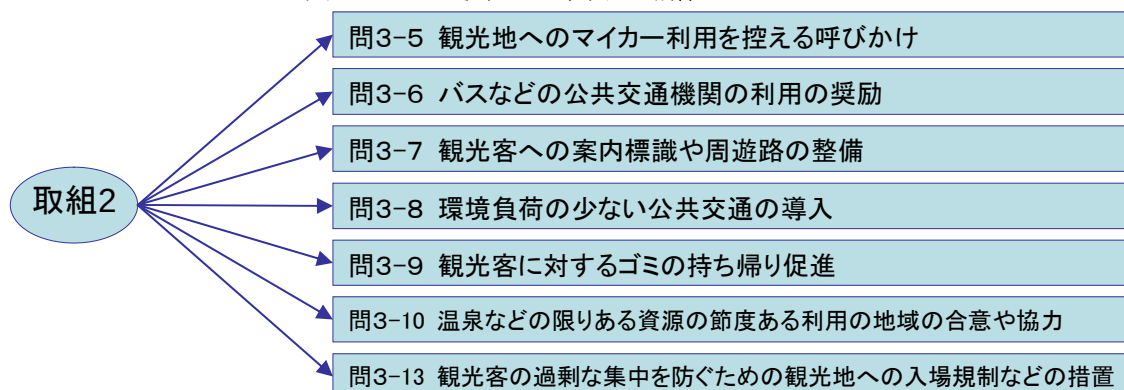
環境学習や環境保全に関する情報発信の取組から取組 1 の因子が抽出された。風力発電や太陽光発電の取組についても、例えば葛巻町では施設見学などで環境学習や情報発信の機能も有している。取組 1 の因子は「環境学習や情報発信の取組」と名付けた（解釈した）。

図 3.3-60 取組 1 の因子の構成



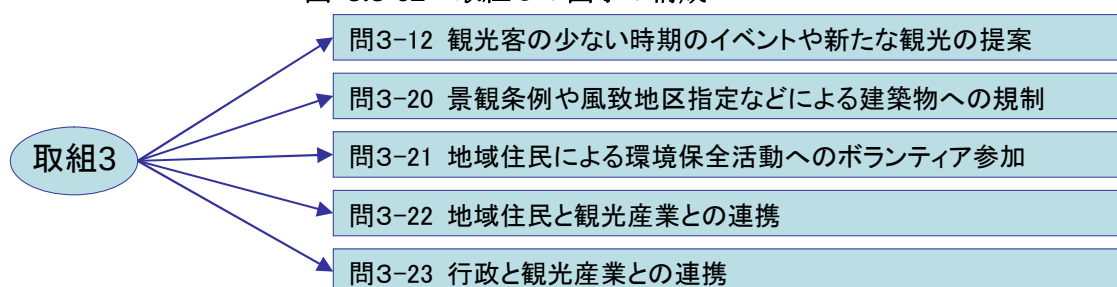
観光地における公共交通機関の利用やゴミの持ち帰りの促進といった環境負荷を軽減するような取組、あるいは、限りある資源の利用に際する地域合意やオーバーユースを防ぐための入場規制といった観光資源保護の取組から取組 2 の因子が抽出された。取組 2 の因子は「環境負荷抑制に繋がる取組」と名付けた。

図 3.3-61 取組 2 の因子の構成



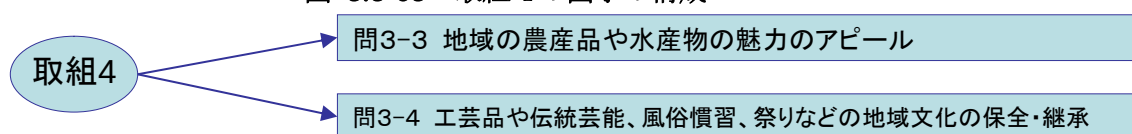
地域住民の環境保全への参加や、観光産業と地域住民、行政の連携から取組 3 の因子が抽出された。また、「観光客の少ない時期のイベントや新たな観光の提案」は地域の観光産業や他産業、地域住民の連携が必要なものであり、「建築物の規制」は景観維持への地域全体の協力によって成り立つ。よって取組 3 の因子は「環境保全に関する連携・協力の取組」と名付けた。

図 3.3-62 取組 3 の因子の構成



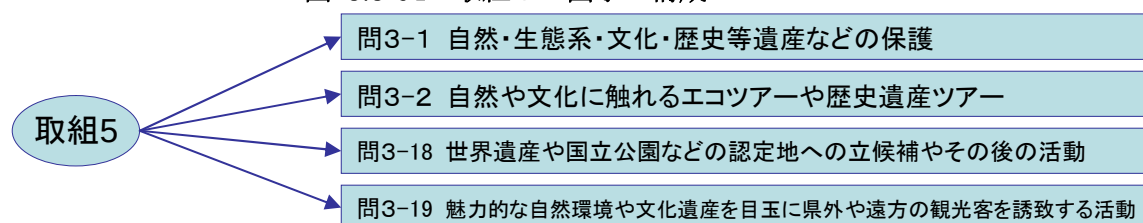
地域の農産品や水産物のアピールや地域文化を保全し活用しようという取組から取組 4 の因子が抽出された。取組 4 の因子は「地域の食や生活の保全・活用の取組」と名付けた。

図 3.3-63 取組 4 の因子の構成



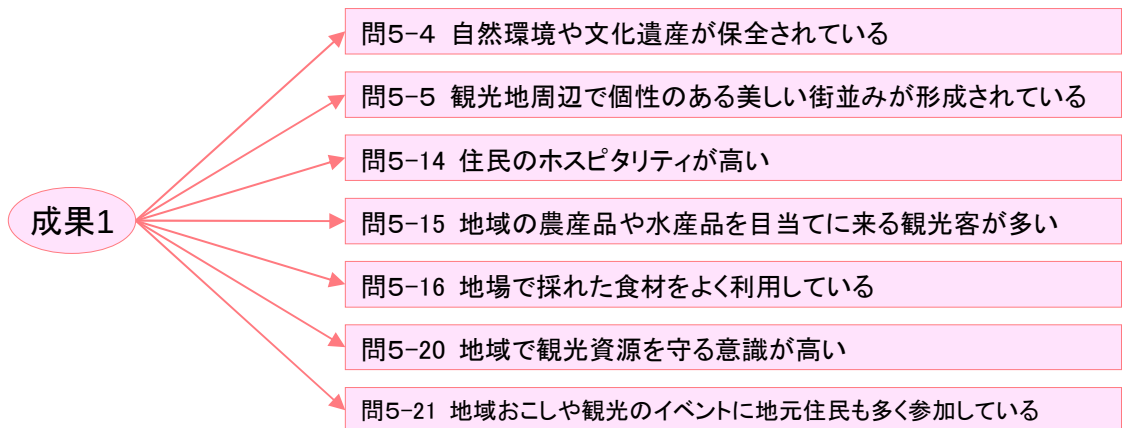
自然や歴史遺産を保護し、これを観光に活用する取組から取組 5 の因子が抽出された。取組 4 の因子は人々の現在の活動による産業・文化的な資源に対する取組からであるが、取組 5 の因子は元々ある自然や文化の保全から抽出されており、「自然や歴史遺産の保全・活用の取組」と名付けた。

図 3.3-64 取組 5 の因子の構成



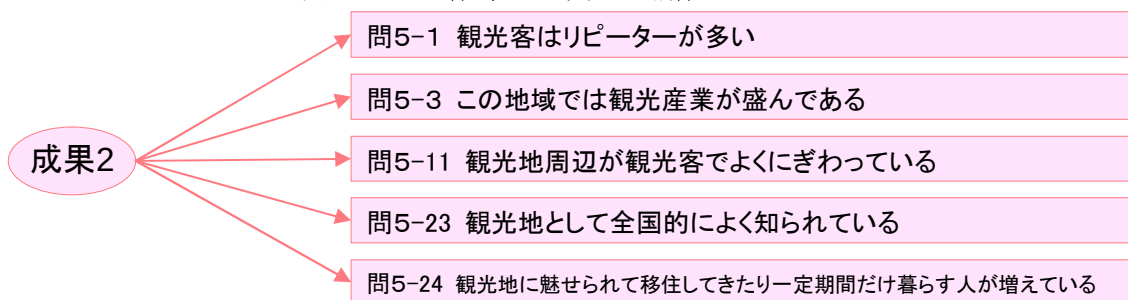
「住民のホスピタリティが高い」や「観光資源を守る意識が高い」、「地域おこしや観光のイベントに住民が参加」といった観光地の住民の意識の高さとそれが結実した「自然環境や文化遺産が保全されている」や「美しい町並みが形成されている」といった地域づくりの成果、そして農業や漁業等の地域産業も巻き込んだ地産地消から成果 1 の因子が抽出された。成果 1 の因子は「地域全体での観光振興・意識向上」と名付けた。

図 3.3-65 成果1の因子の構成



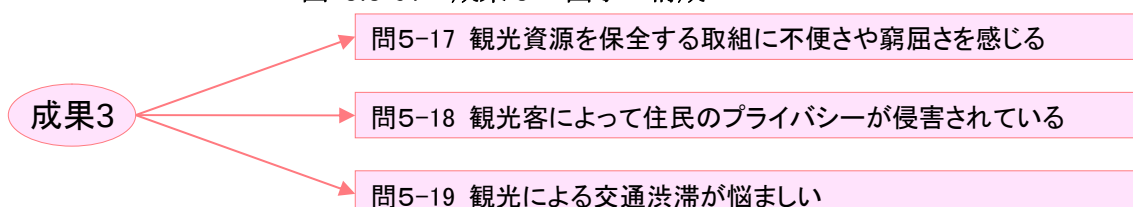
「リピーターの多さ」や観光客による「観光地の賑わい」、「全国的な知名度」など観光地の魅力の高さを表す成果から成果2の因子が抽出された。成果2の因子は「観光地での魅力向上」と名付けた。

図 3.3-66 成果2の因子の構成



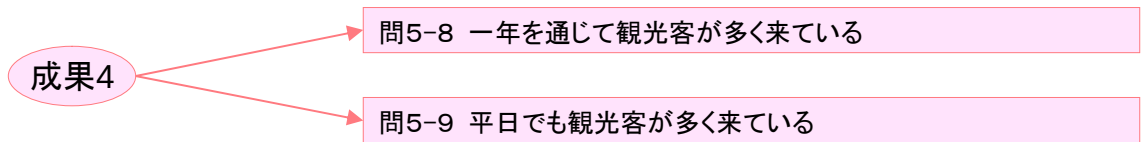
「交通渋滞」や「プライバシーの侵害」といった観光が盛んになることによって起こる問題や、観光資源を保全するための取組による住民の不便や窮屈さから成果3の因子が抽出された。成果3の因子は「住民生活環境への悪影響」と名付けた。

図 3.3-67 成果3の因子の構成



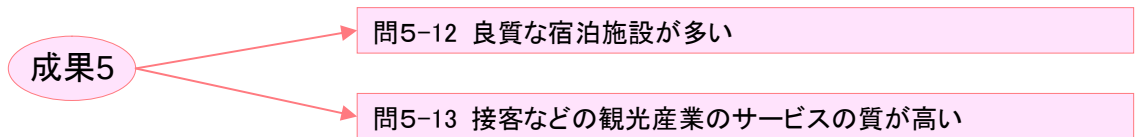
一年を通じて、あるいは平日でも観光客が多く訪れているという成果から成果4の因子が抽出された。成果4の因子は「観光需要の平準化」と名付けた。

図 3.3-68 成果 4 の因子の構成



「良質な宿泊施設が多い」、「観光産業のサービスの質が高い」といった観光産業に関する評価から、成果 5 が抽出された。成果 5 の因子は「サービス品質の向上」と名付けた。

図 3.3-69 成果 5 の因子の構成



なお、成果については統計的に有意に因子が抽出できない設問（5-2,6,7,10,22）があった（取組については全ての設問を因子と関連づけられた）。

取組因子と成果因子の間の相関関係を見ると、全てプラスの関係となった（ただし、必ずしも因果関係があるわけではない）。どの因子も相関係数が 0.7 以上の強い相関のある相手の因子が存在している。

取組が「住民生活環境への悪影響」にプラスの相関関係となったのは、今回の調査では取組が成果に波及する時間軸を把握できていない点（取組の結果として得られた成果と、現状の成果（認識）のため取組が行われていることの間が区別できない）や、各取組が観光地としての魅力を高める要因となる一方、多くの観光客が訪れその圧力が間接的に住民の生活環境を悪化させる面も認識されたためと推測される。

表 3.3-14 取組因子と成果因子の相関行列

成果因子 取組因子	地域全体での観光振興・意識向上	観光地での魅力向上	住民生活環境への悪影響	観光需要の平準化	サービス品質向上
環境学習・情報提供	0.80	0.67	0.58	0.48	0.55
環境負荷抑制	0.68	0.47	0.52	0.81	0.61
連携・協力	0.83	0.74	0.65	0.47	0.68
地域の食や生活	0.57	0.77	0.43	0.32	0.38
自然や歴史遺産	0.66	0.63	0.90	0.42	0.48

注）共分散分析における因子の値は因子間のパスの引き方に影響を受けるため、上表の計算における因子系列の値は各因子グループを構成する設問の第 1 主成分で近似している。

なお、相関関係は相関係数が 0～±0.2 であれば「ほとんど相関がない」、±0.2～±0.4 であれば「弱い相関がある」、±0.4～±0.7 であれば「中程度の相関がある」、±0.7～±1.0 であれば「強い相関がある」と言うことができる。

③ 共分散構造分析の結果

それぞれ 5 つある取組因子及び成果因子同士の因果関係を分析したモデル（標本数 n=1699）は、統計的にパスが有意であり、また他のパスを引いても符号が逆転したり、有意でなくなったりしない（再現性）等の点を考慮に入れて図 3.3-70 のように構築した。

また、取組因子から成果因子のパスに添えてある値は標準化係数であり、このモデル内での因果関係の強さを比較することができる。図中の全てのパスは 0.1%水準⁹で有意となっている。また、RMSEA は 0.074 となり、適合の範疇にある。

係数が最も大きくなった因果関係は「環境学習・情報発信」の取組因子と「地域全体での観光振興」の成果因子の間のパスで 0.75 となった。環境学習により環境や観光資源の保全の重要性を認識し、住民を含めた地域が一体となって取り組むことで地域の観光振興が推進される。また、環境保全の取組が域外に情報発信されることで、多くの人の関心を惹き、呼び込むことができていると考えられる。

「環境保全に関する連携・協力」の取組因子と「サービス品質の向上」の成果因子の間に因果関係が認められた。観光産業、行政、住民の主体間が連携し、環境保全等の取組を展開、これに参加・協力する姿勢が観光地の育成につながり、サービスの質が高められていると考えられる。

「環境負荷抑制に繋がる取組」因子は「住民生活環境への悪影響」と「観光需要の平準化」の成果因子へのパスが有意となった。「住民生活環境への悪影響」は取組によって住民の生活環境への悪影響が大きくなるという関係になり、例えば「資源利用に係る地域合意や協力」の取組が住民にとって「不便・窮屈に感じる」といったことが起きていることも考えられる。しかしながら、今回の調査では取組の状況と観光地の認識の設問については、取組を「原因」とし、現状の認識を「結果」とするという時間軸の前後関係を回答者に対しては明確にしていなかったため、「マイカー自粛の呼びかけやゴミの持ち帰りの呼びかけなどの環境負荷抑制の取組が住民の生活環境を悪化させている」という「原因」→「結果」の関係でなく、「来訪者の圧力で生活環境が悪化した観光地に対して、観光客へのマイカー自粛の呼びかけやゴミの持ち帰りの呼びかけなどの環境負荷抑制に繋がる取組が行われている」と現状の認識に対して取組が行われているという、逆に見た解釈も可能である。

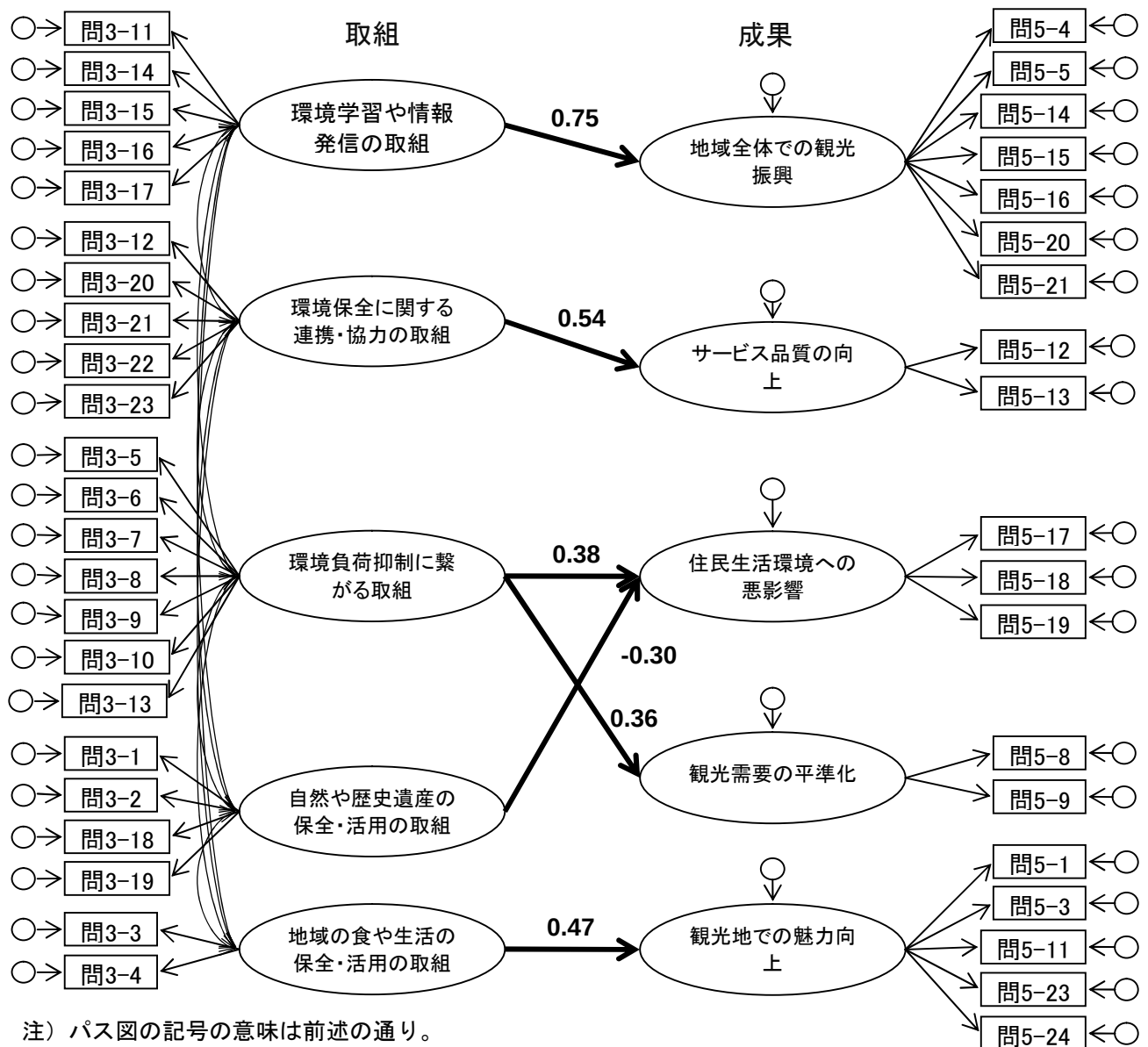
環境負荷を抑制する取組が行われている観光地では、年間を通して、あるいは平日でも観光客が多く訪れているというパスについては、入場規制によるピークカットが分散につながるという見方や、公共交通の充実が閑散期や平日の底上げにつながっているという可能性も考えられる。

「自然や歴史遺産の保全・活用の取組」因子からは「住民生活環境への悪影響」因子にマイナスの符号のパスが引かれた。自然や歴史遺産の保護活動とこれを活かした観光の推進を行う観光地では、観光による生活環境の悪化は抑制され、環境保全の取組が前向きに受け入れられていると考えられる。

⁹ 帰無仮説 H_0 （ここでは係数 $\alpha = 0$ ）を棄却するときの有意水準で、「実際には偶然に過ぎないのに、誤って『意味がある（有意）』と判断している」可能性が多くて 0.1%ある、という意味。

「地域の食や生活の保全・活用の取組」の因子から「観光地での魅力向上」の成果因子にパスが引かれた。現在の地域の産業や住民の活動による地域資源の保全や活用が、リピーターを呼び、知名度を向上させるなど観光地の活性化につながっていると考えられる。

図 3.3-70 共分散構造分析のモデル



3.3.3.4. 観光客アンケート調査の分析

① 集計結果の概要

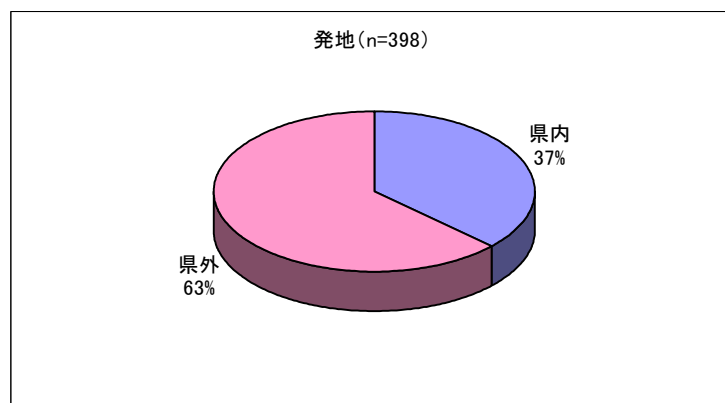
19 地域の来訪者（観光客）を対象にしたアンケートは、有効回収が 433 件であった。地域別の有効回収数は下表の通りである。

表 3.3-15 地域別の観光客回答数（有効回収数）

観光地・自治体	標本数	構成比	観光地・自治体	標本数	構成比
摩周湖	23	5.3%	南阿蘇・白水高原	24	5.5%
由布院	29	6.7%	響灘	27	6.2%
石見銀山	26	6.0%	葛巻町	23	5.3%
松江城堀川	30	6.9%	直島	22	5.1%
蕪栗沼	22	5.1%	綾川溪谷	16	3.7%
コウノトリの郷公園	20	4.6%	草津温泉	23	5.3%
知床	31	7.2%	勝山市エコミュージアム	25	5.8%
湯原温泉	22	5.1%	鳥羽の海と島	29	6.7%
鎌倉市内中心部	10	2.3%	水俣	10	2.3%
白川郷	21	4.8%	19地域計	433	100.0%

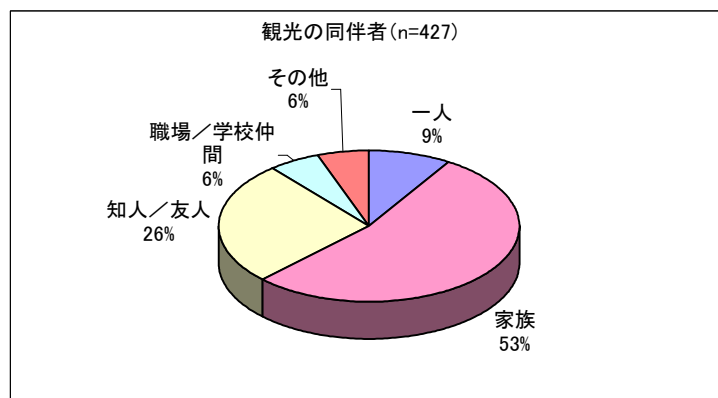
回答者の属性を見ると、「どこから来たか」の問いには、「県内」を発地としたのが 37%、「県外」を発地と答えたのが 63%であった（「無回答」除く、以下同様）。

図 3.3-71 どこから来たか（県内・県外）



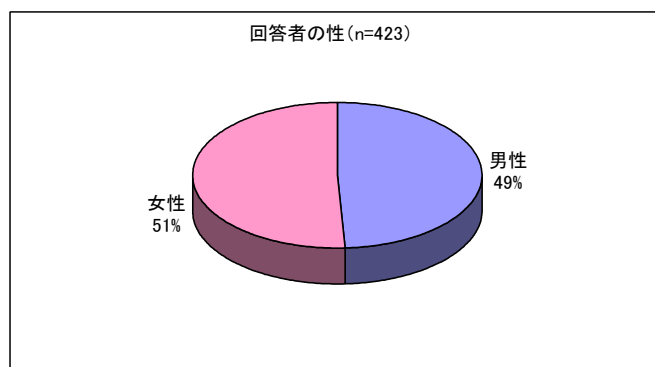
観光の同伴者は「家族」が 53%で最も多く、以下「知人・友人」、「一人」であった。

図 3.3-72 観光の同伴者



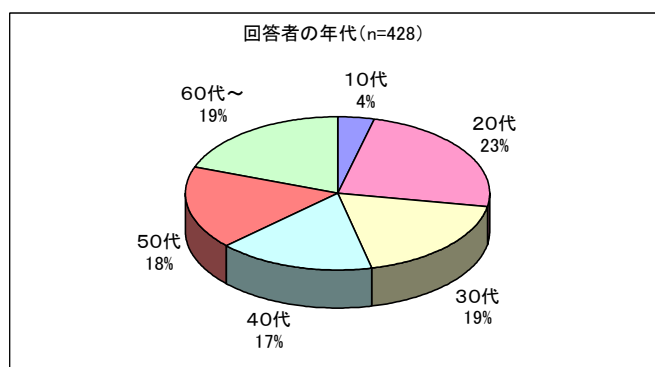
回答者の性別は男女ほぼ半々であった。

図 3.3-73 回答者の性別及び年齢層



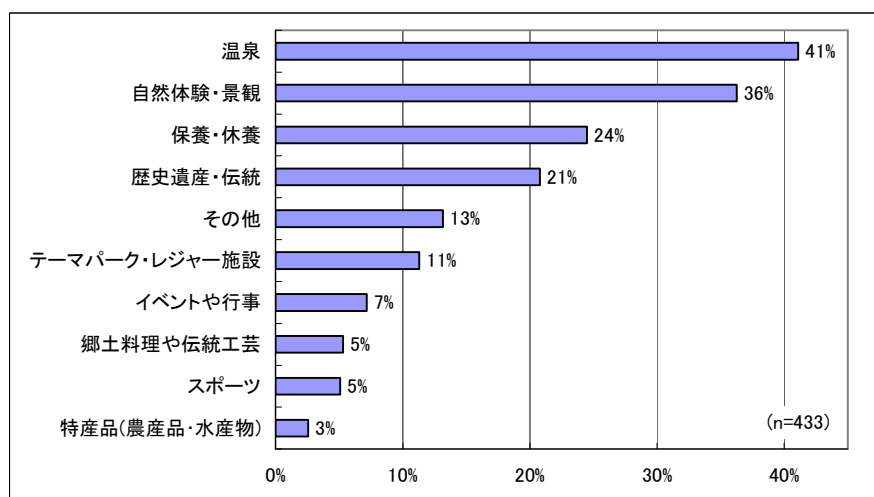
回答者の年齢層は、「10代」を除いてほぼ同程度の割合であった。

図 3.3-74 回答者の年齢層



観光地を訪れた目的は「温泉」が41%で最も多く、「自然体験・景観」が36%、「保養・休養」24%であった。元々ある観光資源を目的とするものが上位にあり、「イベントや行事」、「郷土料理や伝統工芸」等、人の手の加わった観光資源は下位となった。

図 3.3-75 旅行の目的（複数回答）



問2で観光客の視点から19地域において積極的に行われていると評価された取組は、「自然・生態系・文化・歴史遺産などの保護に努めている」で「とても思う」と「どちらかといえば思う」を合わせると、69%が評価している。次いで「案内標識や周遊路がよく整備されている」が同じく58%、「温泉などの限りある資源を地域で協力し合って守っている」が同じく52%、「地域の農産品や水産物の魅力をアピールしている」が同じく51%で過半数を超えた。地域での環境保全の取組や観光資源のPRが観光客の大半に認識されている。反対に「思わない」と「どちらかといえば思わない」を合わせた否定的な回答が多かったのは、「マイカーの利用を控えるよう呼びかけている」の30%、「バスなどの公共交通機関による移動を奨励している」の26%であった（図 3.3-51）。

以上の肯定的意見が多かった取組、および否定的意見が多かった取組は、住民等アンケートとほぼ同様の傾向が現れているが、「温泉などの限りある資源を地域で協力して守っている」（住民等アンケートでは「温泉などの限りある資源の節度ある利用のための地域合意や協力」）については、住民等アンケートでは否定的な意見が33%で肯定的意見の18%を大きく上回っており、視点による差が生じている。

問3の観光地の感想については、「また来たいと思った」の回答が、「とても思う」と「どちらかといえば思う」を合わせると84%に上り、高い再来訪意向が示された。また、「環境や景観を守るために一定の規制はやむを得ない」への回答は、同じく76%となり、住民等アンケートの76%と同等の評価となった。「自然環境や文化遺産が良好に保全されている」が同じく73%、「ごみが少なく清潔と感じた」が同じく72%で、19地域での環境美化の取組が高く評価されている。また、「接客などのサービスに満足」が同じく67%、「住民が温かく迎えてくれたり親切」が60%で観光地としてのホスピタリティの高さも示されている。否定的な回答が多かった設問は、「公共交通を利用しやすかった」が「思わない」と「どちらかといえば思わない」の回答を合わせると26%、「住んでみたいと思った」が同じく24%となったが、肯定的な回答よりは低くなっている（図 3.3-52）。

なお、今回の調査は冬季の主として平日に行ったが、「観光客でにぎわっていると感じた」や「住んでみたいと思った」等の設問は、季節や曜日といった調査時期によっても評価が変わってくると考えられる。

3.3.3.5. 観光客アンケートによる共分散構造分析結果

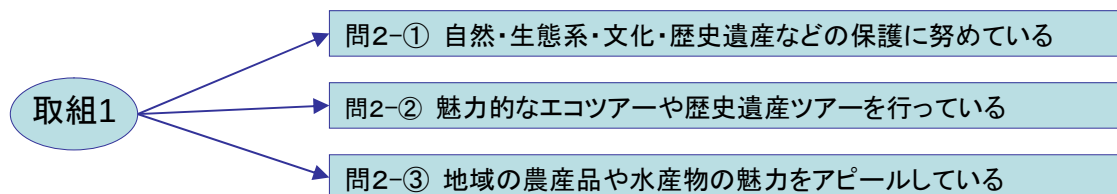
観光客アンケートの「観光地における環境への取組の感想」と「観光地の感想」をそれぞれ取組と成果として捉え、住民等アンケートの結果と同様に共分散構造分析を行い観光客の視点による取組と効果の因果関係を検証した。

① 取組因子・成果因子の構成

取組（問2）及び効果（問3）に関するアンケートの回答結果を因子分析にかけ、取組と効果のそれぞれの因子を抽出した。

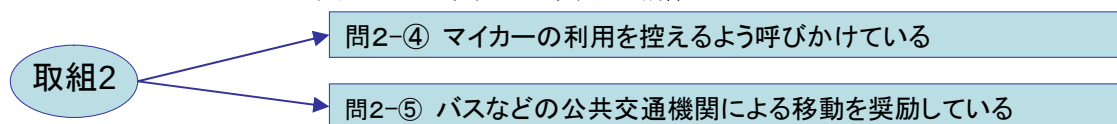
「自然や生態系の保護」や「エコツアー」、「地域の特産品のアピール」の取組から取組1の因子が抽出された。取組1の因子は「環境保全と環境配慮型の観光の取組」と名付けた。

図 3-76 取組1の因子の構成



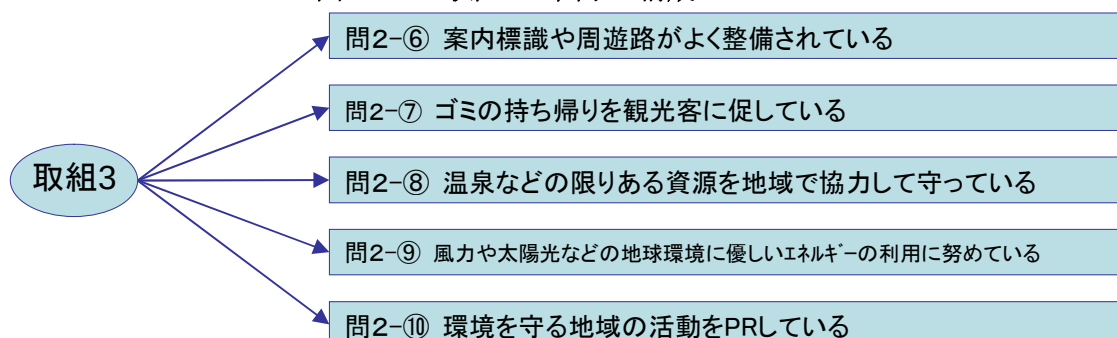
「マイカー自粛の呼びかけ」や「公共交通機関による移動の奨励」といった観光客に対する働きかけから取組2の因子が抽出された。取組2の因子は「観光客に対する交通の環境負荷軽減の要請」と名付けた。

図 3-77 取組2の因子の構成



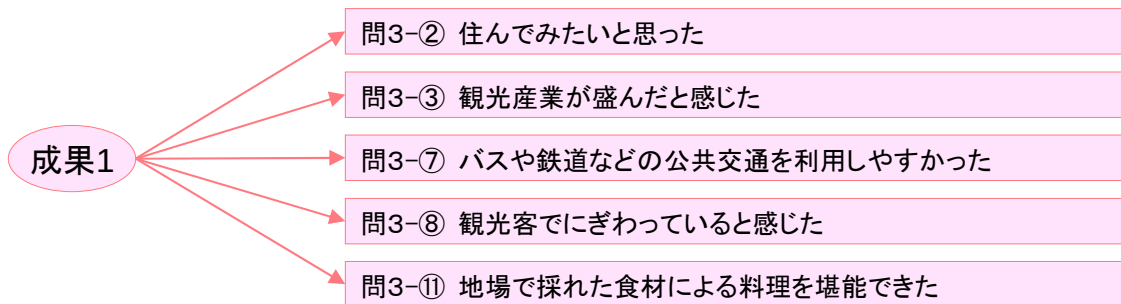
「案内標識や周遊路の整備」、「ゴミの持ち帰り促進」、「限りある資源を地域で協力して守る」等といった観光地での環境保全の取組から取組3の因子が抽出された。取組3の因子は「観光地における環境保全の取組」と名付けた。

図 3-78 取組3の因子の構成



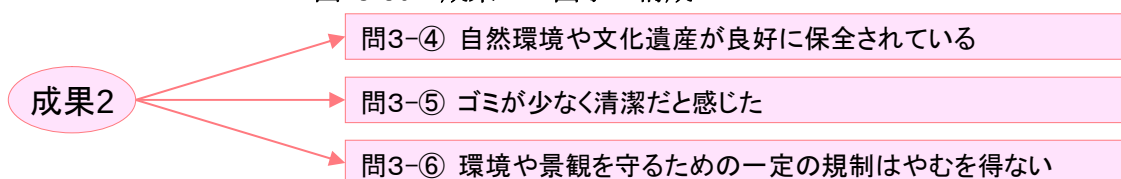
「住んでみたい」や「観光客でにぎわっている」、「観光産業が盛ん」といった観光地に人が集まることを示す項目や「公共交通を利用しやすい」、「地場で採れた食材による料理を堪能」といった観光地への行きやすさや楽しさといった項目から成果1の因子が抽出された。成果1の因子は「**観光地の賑わい**」と名付けた。

図 3-79 成果1の因子の構成



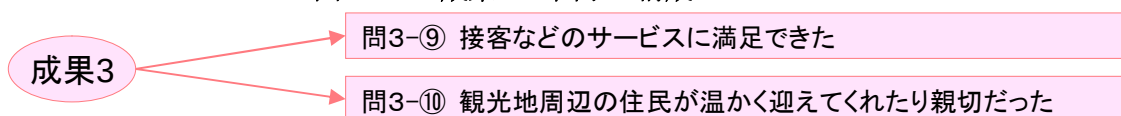
「自然環境や文化遺産が良好に保全」や「ゴミが少なく清潔」、「環境や景観を守るための規制はやむを得ない」など環境保全への意識やその成果から成果2の因子が抽出された。成果2の因子は「**観光地の環境保全**」と名付けた。

図 3-80 成果2の因子の構成



「接客などのサービスに満足」や「住民が温かく迎えてくれたり親切」といった迎える側の高いサービス品質やホスピタリティから成果3の因子が抽出された。成果3の因子は「**おもてなし品質**」と名付けた。

図 3-81 成果3の因子の構成



問 3-1 の「また来たいと思った」の設問は、観光地の最終的な成果として上記の3つの成果因子との因果関係を検証した。

取組因子と成果因子の間の相関関係を見ると、全てプラスの関係となったが、相関関係はあまり強くない。「環境保全と環境配慮型の観光の取組」が3つの成果ともある程度の相関が認められる。

表 3-16 取組因子と成果因子の相関行列

取組因子 \ 成果因子	観光地の賑わい	観光地の環境保全	おもてなし品質
環境保全と環境配慮型の観光の取組	0.37	0.46	0.37
観光客に対する交通の環境負荷軽減の要請	0.35	0.24	0.14
観光地における環境保全の取組	0.35	0.39	0.25

注) 共分散分析における因子の値は因子間のパスの引き方に影響を受けるため、上表の計算における因子系列の値は各因子グループを構成する設問の第1主成分で近似している。

② 共分散構造分析の結果

全地域を対象としたサンプル数433件による分析結果では、次図中の全てのパスは0.1%水準で有意となっている。また、RMSEAは0.09となり、適合の範疇にある。

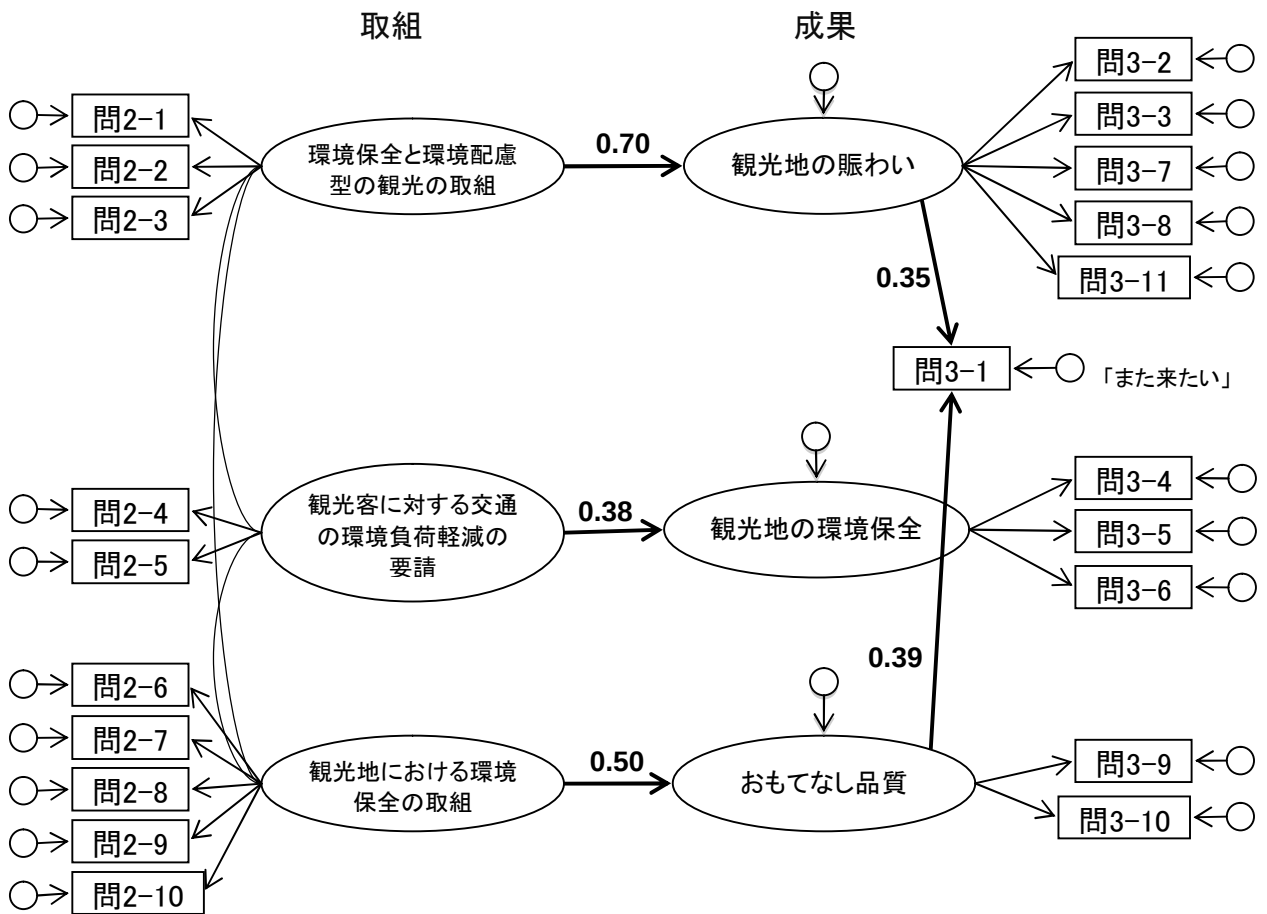
取組と成果の関係では、「環境保全と環境配慮型の観光の取組」因子と「観光地の賑わい」因子の間に比較的高い因果関係が認められた。自然や歴史遺産などの観光資源の保護やエコツアーの取組、地域の食材のアピールによって、観光客で賑わい、観光産業の盛んな、あるいは住んでみたいとも思う観光地だと認識されている。

「観光客に対する交通の環境負荷軽減の要請」の取組因子は「観光地の環境保全」因子との間に因果関係が認められた。観光客へのマイカー利用の自粛の呼びかけや公共交通機関の利用を奨励している観光地では、自然環境や文化遺産等の観光資源が保全され、ゴミが少ないなどの環境保全が進んでいると認識されている。

「観光地における環境保全の取組」因子は「おもてなし品質」因子との間に因果関係が認められた。案内標識や周遊路の整備が行き届いていたり、風力や太陽光を利用したエネルギーの活用や地域の環境活動をPRするといった環境保全の活動を行っている観光地では、観光産業のサービスや住民のホスピタリティの水準が高いと認識されている。

3つの成果因子と「また来たい」の間のパスは「観光地の賑わい」と「おもてなし品質」については有意となったが、「観光地の環境保全」との因果関係は有意に認められなかった。この背景として、観光客が観光地の印象として感じやすいのは直接的に感じられる「観光地の賑わい」や「おもてなし」であって、「観光地の環境保全」については、滞在時間が限られた中では、認識はあるものの他の2つの因子に比べると印象が希薄になりがちで、今回の調査の制度設計では、再来訪の意向とは結びつきが明確に現れてこなかったと考えられる。観光地における環境保全の活動やその効果について観光客へのアピールを強化することが、環境保全に取り組む観光地への再来訪意向の涵養につながっていくと考えられる。

図 3.3-82 共分散構造分析のモデル



3.3.3.6. ヒアリング調査結果のまとめ

19 地域において現地等でヒアリングを行い、取組の内容や成功要因、今後の方向性等を調査し、また共分散構造分析の結果による因果関係の検証等を行った。

表 3.3-17 現地調査先一覧

地方公共団体・観光地	ヒアリング先(行政担当部課)	キーパーソン
北海道弟子屈町「摩周湖」	弟子屈町 企画財政課	弟子屈町商工会 会長 桐木茂雄 自然ガイド 定木崇隆
大分県由布市「由布院」	由布市 環境商工観光部 商工観光課 産業建設部 都市景観室	由布院温泉観光協会 会長 桑野和泉
島根県大田市「石見銀山」	大田市 産業振興部販売流通課	石見銀山ガイドの会 会長 西本俊司
島根県松江市「松江城堀川」	松江市 観光振興部観光企画課	松江市観光開発公社 堀川遊覧係長 天野昭男
宮城県大崎市「蕪栗沼」	大崎市 産業建設課	NPO 法人蕪栗ぬまっこくらぶ副理事長 戸島潤
兵庫県豊岡市「コウノトリの郷公園」	豊岡市 商工観光部観光課 コウノトリ共生部コウノトリ共生課	NPO 法人コウノトリ市民研究所 代表理事 上田尚志
北海道斜里町「知床」	斜里町 商工観光課	知床斜里町観光協会 会長 上野洋司
岡山県真庭市「湯原温泉」	真庭市 観光振興課	湯原町旅館共同組合 理事長・湯原町観光 協会 副会長 古林伸美
神奈川県鎌倉市「鎌倉市内中心部」	鎌倉市 観光課	鎌倉市都市整備部交通政策課交通政策担 当係長 樋口英明
岐阜県白川村「白川郷」	白川村 産業課商工観光係	白川郷荻町集落の自然環境を守る会 会 長 三島敏樹
熊本県南阿蘇村「南阿蘇全域」	南阿蘇村 商工観光課・企画課	NPO 法人九州バイオマスフォーラム 理事 長 吉田愛梨
福岡県北九州市「響灘」	北九州市 経済文化局総務観光部観光課	北九州市 環境局環境経済部環境産業政 策室 山下耕太郎
岩手県葛巻町「葛巻全域」	葛巻町 総務企画課・農林環境エネルギー課	風と森のがっこう 代表 吉成信夫
香川県直島町「直島全域」	直島町 建設経済課	直島町観光協会 前田浩作 うい・らぶ・なおしま 浜中満、堀口亮
宮崎県綾町「照葉樹林」	綾町 産業観光課	綾の自然と文化を考える会 代表 郷田美紀子 宮崎・綾スローフード協会 会長 濱田倫紀
群馬県草津町「草津温泉」	草津町 愛町部観光創造課	環境体験アミューズメント検討会 会長 本多泰
福井県勝山市「勝山全域」	勝山市 産業部商工観光課 市長公室未来創造課	勝山市エコミュージアム協議会会長 石畝正樹
三重県鳥羽市「鳥羽の海と島」	鳥羽市農水商工観光課・環境課	有限会社 OZ 代表取締役・海月女将 江崎貴久
熊本県水俣市「水俣全域」	水俣市産業建設部商工観光振興室	観光物産協会エコみなまた会長 福田興次

以下に示す 19 地域の取組についてのまとめは、前述の公表資料ベースの 19 地域における取組概要にヒアリング調査での情報を付加した「取組の概要」と、以下ヒアリングの内容をベースとする「取組の効果」、「取組の課題」、「今後の方針、計画等」、そして考察を加味した「成功の要因（効果を出す要因、あるいは取組を始め、継続する要因）」で構成する。

① 弟子屈町「摩周湖」

取組の概要	- 平成 11 年に商工会の青年部が町の将来、あり方を検討した際に、摩周湖は貴重な財産として未来永劫守っていくべきものとして位置づけ、「摩周湖エコプロジェクト」として、環境保全や経済振興について今後の取組のマスタープランを作成し、14 年に町長に提案した。この提案の中の一つに、摩周湖への道を閉じてみる(車両の通行止め)を盛り込んだ。 - 平成 17 年に町の職員とその家族でゴミ拾いを行ったところ想像以上のゴミ、特に古いゴミが散乱していた。非常に衝撃的であった同時に、摩周湖への環境負荷が相当大きいのではないかと危惧された。観光客のマイカーと町内の通過交通による排ガスが摩周湖に環境負荷をかけていると考えられ、摩周湖へ向かうマイカーを規制する社会実験を行うこととなった。 - 第 1 回目の社会実験「環境にやさしい観光交通実験」は平成 19 年 6 月 11 日から 17 日の 7 日間にわたって実施され、代替バスの「摩周湖バス」のチケット(500 円)は 2,597 枚が発券された。
取組の効果	- 代替のシャトルバスにはボランティアバスガイドが乗車し、マニュアル化した摩周湖のガイドに自らの体験談なども盛り込んだ。当初は実験に対し不満な顔を見せた観光客も、多くはガイドの話を満足してバスを降りた。また、ガイドを町民にやらせたのは町民と観光客が触れあう機会を作る意味もあった。 - 実験の後のアンケート調査では、ガイドの乗車に対して、「よかった」が 8 割で、「必要ない」の 18%を大きく上回った(n=827)。また、代替バスへの総合的な満足度については約 9 割が「満足」もしくは「やや満足」と回答した(n=879)。 - 社会実験の後、当地(川湯温泉や摩周温泉)で延泊した人も現れるなど、通常に比べ町内の滞在時間が長くなった。 - アンケート調査では、摩周湖へのマイカー乗り入れ規制に「賛成」が 7 割、「やむを得ない」が 3 割で、双方あわせると 98%が肯定する回答であった(n=881)。実験を行う前の意識調査と比べると「賛成」の割合が増加し、実際に体験した人からは、より前向きに実験の取組を受け入れてもらえたことが分かった。 - 観光客をもてなす取り組みとして、町民自らが軒先や店先に花を植えたり、バスに手を振ったりという試みにも多くの参加が得られた。
取組の課題	- 観光客の中には社会実験の実施を知らない人もいたが、町内の宿泊施設などで末端の従業員まで社会実験のことが周知できていなかったため、町内に泊まった人の中にも社会実験のことを知らない人がいた。 - マイカー規制に強制力はないため、実験に協力しない人もいるので、丁寧に実験の趣旨を説明するなどして協力しない人を今後減らしていく必要がある。 - 社会実験はピーク時期を外さないと、キャパシティの問題で実施は不可能である。摩周湖は小さな地方公共団体だけで守れるような観光資源ではない。
今後の方針、計画	20 年度は町が主体となって 2 週間の実験を 8 月下旬に行う予定である。イベント的なものを実験と同時に打ち出して、来訪者の滞在時間の延長を図る。 - 地域の活性化、経済振興の面でもこの社会実験を活用する。 - 社会実験中は観光教育を行うにも良い機会であり、この時期に修学旅行生の誘致を図る。
成功の要因	- バスガイドボランティアを住民から公募して、主婦やサラリーマン、町議、老人など幅広い層がガイドをやった。摩周湖について研修を受け、摩周湖の良さを再認識する機会となった。 - ガイドには住民と観光客が触れあう意味を持たせた。観光客にとっては弟子屈をより深く知ることができ、住民にとってはもてなしの気持ちを育んだり、摩周湖を誇りに思う機会となり、双方にとって良いことであった。 - 単なるマイカー規制の押しつけではなく、多様なイベントを同時に打つことで観光地としての魅力を高め、地域をより深く知ってもらい、楽しんでもらう機会として、地域の活性化や経済振興に結びつける。

② 由布市「由布院」

取組の概要	・ 旧湯布院町では昭和 40 年代に起こったゴルフ場などの観光開発に住民らが団結してノ一を突きつけ、昭和 50 年の大きな地震による風評被害(観光客離れ)に対して、まちづくりのリーダーらが音楽会や辻馬車、映画祭など様々な手作りのイベントで回復を図った。 ・ 住民の動きに行政も呼応して自然環境保護条例や住環境保全条例などづくり、由布院らしさの維持、環境保全に努めてきたが、バブル期に外部の資本による大型のホテルやリゾートマンションの計画が多く持ち上がり、由布院の原風景を成す農地を手放す農家が続出した。住民と行政は、「どこからでも由布岳が見えるように」をコンセプトに、1000 m²超の土地造成や高さ 10m 超の建築物等を規制の対象とする「潤いのある町づくり条例」を策定。現在も旧湯布院町内で地域限定の効力がある。 ・ 湯の坪街道沿いは土産物屋等が次々に立地し観光客でにぎわっているが、乱雑な景観や通行の危険性など、地元住民の生活に影響が出てきたため、「湯の坪街道景観協定」を民間同士で締結、建物の新築改築、看板や自動販売機の設置改良などで景観を変更する場合に、地権者同士が互いに相談することを義務づけた。また、20 年 3 月に地元からの発議で景観計画がまとめられる。これから出店する店舗には建物の高さや色、セットバックが決められ、違反には罰則が科せられる。 ・ 冬期の田園風景の資源として、田んぼに稲わらで牛の飼料としていた「ワラこづみ」をつくり置いている。畜産業の衰退や稲作の機械化で稲わらの確保が難しくなったが、景観維持のため行政が助成金を出してきた。現在は由布院温泉観光協会が事業を継続している。
取組の効果	・ 映画祭や音楽祭はキャパシティが決まっているので、これを目当てに多くの集客が見込めるというものではないが、継続してやってきているので情報発信効果は高い。 ・ 以前は春や秋の行楽シーズンと冬場に客数の大きな差があったが、現在は通年で観光客が多く訪れている(年間 400 万人前後)。 ・ まちづくりのスタンスは行政と観光業サイドで共有できている。一過性で人が集まるまちづくりではなく、住んでいる人が住みやすいまちづくり、と目指す方向が一致している。
取組の課題	・ 外縁部への外部資本による大型宿泊施設の立地問題への対応など、まちづくり条例を作った時と由布院を取り巻く環境の変化への対応が求められている。 ・ 農業は由布院の観光にとって重要な存在であるが、行政と農業の関係は良くない。由布院らしい農村風景を取り戻すことが必要であるが、減反や後継者の問題で農家は土地を売りたいがっている状況にある。が、農地規制をするにも「観光のため」とは言えない状況(それほど観光との関係が良くない)である。
今後の方針、計画	・ まちの中の魅力高めることで、観光客の滞在時間を延ばし、当地での 3 泊 4 日の滞在を目指す。多くの観光客の誘致より、ある一定の数の人たちに長く滞在してもらえるようにする。 ・ 交流人口も含めた地域づくり(来訪者にも手助けしてもらうルール作り)を行う。 ・ 地域と共生する観光業を実践する。その一つとして、農業(＝由布院にとっては景観資源でもある)の保全を図る手法を検討する場を 20 年度より設けるが行政、農業関係者、学識経験者に加え、住民、観光業からも参加する。
成功の要因	・ 「由布院らしさ」が行政や住民、観光業で共有されており、田園風景や由布岳の眺望、落ち着いた街並みを大事にしようという動き(行政は条例や都市計画、連携の場づくり等。民間はそれを補完する民対民の協定や景観計画づくり、イベントの実施など)に結びついている。 ・ 「由布院らしさ」は観光のためのまちづくりではなく、住民が住みやすいまちづくりにあり、これを理解しない外部資本は条例で排除されたため、「由布院らしさ」を残すことに成功している。 ・ 環境保全や手作りイベントなどで由布院の知名度を上げ、由布院らしさを守った「カリスマ」の後に続く世代が意志を継いで、まちづくりを担っており、ふるさとの良さを知る人が U ターンや I ターンで戻って家業を継いだり、事業を興して絶えず新しい風を起こしている。

③ 大田市「石見銀山」

取組の概要	- 世界遺産登録の前から観光客が増加し、道路の狭い狭隘な谷間の集落に車両通行が増えて、安全性や環境負荷抑制の観点から、19 年 4 月より車両規制を行っている（石見銀山方式パーク＆ライド） - 集落外に駐車場を設け、そこから有料バスで集落に入るルートと、集落から銀山への 3km ほどの道のりを運行する有料バスが設定され、観光客はこれに乗るよう誘導されるので、ゴールデンウィークでも集落が渋滞するようなことはなくなった。 - 集落と銀山を往復するバスは一日最大 100 便にも達することがあり、騒音や振動、排気ガス等住民への環境負荷が大きいため、20 年度からはこのルートのバスを廃止し、原則歩いて観光を楽しむというスタイルにする（4 月の終わりから 5 月を試行期間として、10 月から完全実施予定）。
取組の効果	- 観光客のマイカーによる渋滞がなくなり、本来の地区の生活道路として機能した。 - 家の前に竹筒を置き、花を生けて観光客を迎えるもてなしの活動が広がった。
取組の課題	- 人が多く来ることは歓迎であるが、反面治安への不安や外への出づらさ、プライバシー保護の問題が起きている。 - 銀山へのバスを廃止して原則歩行となると、来訪者が減るのではないかと心配されている（一方では、これまで以上にゆっくり回ってもらえるので経済効果が期待できるのではとの見方もある） - 持続可能な観光には地域の協力は欠かせないが、この地区の人口はわずかで高齢者も多いことから、現在以上の負担はかけられない。市域全体にまで住民の協力を広げる必要がある。
今後の方針、計画	- 上記のパーク＆ライドの見直し 20 年度から新たな間歩（坑道）として最大級の大久保間歩を公開するが、間歩内の環境を維持する（コウモリ等が生息し温度や湿度を一定に保つ必要がある）ため、1 日の人数を 80 名に限定し、金、土、日、祝日のみの限定ガイド付きツアーとする。 - 駆け足型、弾丸型といわれ、出雲大社や玉造温泉へとすぐ流れてしまう観光客を市内に引き留め、銀山を核に温泉など市内の観光資源を回遊させる周遊回遊型の旅行商品開発を行う。
成功の要因	- 観光客の急増に、受け入れ側が追いついていない現状があるが、狭隘な地形や現在の観光業の集積では自ずとキャパシティがあり、新しいパーク＆ライドの導入で適正な水準に落ち着くのではないかと見ている。また、一方で通過型の観光から周遊回遊型を目指し、銀山での滞在時間を長くするよう、観光スポットの発掘や整備が地元観光ガイドによっても行われている。 - 住民の協力も必要であるが、この地区の人口は 450 人程度で、また高齢者も多いことから、市域全体での取組に昇華させたいと行政では考えている。実際に市民ボランティアや企業ボランティアによる銀山周辺の美化や草刈り、竹の伐採等が行われている（市の財政等の規模では対応が困難なところを補完している）。

④ 松江市「松江城堀川遊覧船」

取組の概要	- 高度成長期に堰き止められ、生活排水が流されるなど水質汚濁が非常に進んだ松江城の堀川を行政や市民らが協力して浄化活動が昭和 40 年代に始まった。昭和 55 年に松江青年会議所は堀川を見直そうと「よみがえる堀川の会」を発足し、市当局に対し堀川に遊覧船を運航するよう提案を行った。 - 平成 9 年から遊覧船の運航を開始し、全長 3.7km に及ぶ航路の周辺の修景や堀川に架かる橋の模様替え、集客施設の整備等を行い観光資源とした。 - 当初、航路沿岸の住民からは反対意見も出たが、活性化につながると理解を示すようになり、修景や植栽、イベントへの参加などで協力するようになっていく。また、遊覧船側（行政サイド）も沿岸住民には音や環境整備の面で気配りがされている。 - 船頭には高齢者を約 100 人雇用し、高齢者雇用対策にもなっている。
取組の効果	- 年間 30 万人以上が利用し、松江の重要な観光資源となった。 - 堀川をきれいに保とうという意識が市民の間に浸透した。 - 修景や植栽での協力にとどまらず、夜間運行を行う「水燈路」のイベントの際には住民が行燈を作って並べたり、観光業界から要望のあった冬季営業時間の延長に理解

	を示すなど、遊覧船運航に対する近隣住民の協力度合いが増してきた。
取組の課題	・ 冬場はこたつ船にするなど寒さ対策を行っているが、利用者が落ち込むため、イベントなどで集客が必要である。 ・ 市内の商店街との連携(乗船客を街中へと回遊させる)の強化が求められており、乗船券を見せると一部の土産物屋でサービスを受けられるようになったが、まだ始まったばかりで連携は薄い状況にある。 ・ 協力関係ができつつある航路沿岸住民とのパイプの強化と連携による新たな取組を模索しているところである。 ・ バリアフリーの取組(高齢者、障害者に配慮)が必要である。 ・ 40 隻ある船はガソリンエンジンを使っており、環境への配慮(かつてソーラーエンジンに取り組んだが効率が悪くて頓挫した経緯がある)に取り組む必要がある。
今後の方針、計画	・ 宍道湖に向かうなど新たな遊覧コースの設定を検討しているが、船の構造を変えるなど課題や負担も大きい。 ・ 観光振興への連携を推進する、例えばメッセの近くに乗船場を設けて、アフターコンベンションに活用することを検討している。
成功の要因	・ 航路沿いの民家にとっては、いわば家の裏側も表になるため、プライバシーの問題などで反対の声もあったが、きれいになった堀川への誇り、観光客が増えて賑わいが生まれることへの喜びなど、前向きに捉えるようになり、植栽や窓辺に人形を並べるなどして協力する人も増えてきている。また、こうした住民の配慮(あるいは手を振ったりする市民のおもてなし)が観光客にとって良い印象につながり、例えば季節の折々に再来訪しようというリピーターへの動機付けにつながっている。 ・ 開業 10 周年行事では住民に対して感謝状が贈られ、また住民が草を刈った後の草を船で回収したり、水路に落ちている自転車を拾うなど、運営する行政側の住民への配慮が見られる。こうした地道な動きが、観光業からの営業時間延長の要請を住民側が受け入れたことにつながったと考えられる。

⑤ 大崎市「蕪栗沼」

取組の概要	・ 平成 17 年 11 月にラムサール条約¹⁰に登録された湿地である「蕪栗沼とその周辺水田」(423ha)の保全活用計画に基づき、NPO 法人「蕪栗ぬまっこらぶ」等が中心となって湿地の維持や鳥類との共生、環境教育、エコツーリズムによる地域活性化等に取組んでいる。 ・ 数万羽のマガンが一斉に夕方に沼に戻る「ねぐら入り」を観察するツアーが好評で 19 年の秋からは最寄りの田尻駅からシャトルバスを走らせて、首都圏等から鉄道で来る観光客の便宜を図っている。 ・ 冬に田んぼに水を張る(冬期湛水; ふゆみずたんぼ)ことにより、水鳥や微生物等の活動を活発化させ、これにより自然生態系の回復を図るとともに、環境に配慮した自然農法による米作りに周囲の農家が取組んでいる。行政からも「冬期湛水」と「不耕起」、「無農薬・無化学肥料」とを組み合わせた環境共生型栽培を行う農家に対して交付金で支援している。 ・ 取組に対する地域内の理解を深めるために、外部の専門家によるシンポジウムや体験、交流会を行う「ラムサールフェスティバル」を毎年開催している。
取組の効果	・ 蕪栗沼が全国的な知名度を獲得している。とくに渡り鳥の越冬地として鳥愛好家からの認知度は非常に高い。 ・ ふゆみずたんぼで作った自然農法の米がブランドとして認知され、通常より高い価格で流通している。 ・ 地域のイメージが向上し、一度東京など都市に出た後に蕪栗沼付近に居住する、いわゆる「J ターン」が増加している。
取組の課題	・ 外部からの認知度は高いが、一方で内部の意識や認知の向上を図る必要がある。 ・ 通過型の客が多く、滞在時間が短くかつ観光による経済効果が小さいため、滞在型観光の強化を図る必要がある。

¹⁰ 特に水鳥の生息地等として国際的に重要な湿地及びそこに生息・生育する動植物の保全を促進することを目的とする国際条約で、登録された湿地は国の責任によって保全されなければならない。

	・ 農家にとっては、マガンなどの渡り鳥は田畑を荒らす害鳥という意識が依然として残る中、地道に自然農法への転換促進を継続して進めていく必要がある。 ・ 案内表示の設置など、外国からの来訪者への対応を強化していく必要がある。
今後の方針、計画	・ 滞在時間の延長、環境教育・啓発のため、専門家であるガイドが付き添う形のツアーの企画ができるよう、NPO 法人「えがす大崎」を立ち上げており、20 年に免許を取得する予定である ・ 将来的には、研究施設や、保護・増殖施設、体験型施設などの拠点施設を作る希望を持っている。
成功の要因	・ 保全と活用の両立の観点から、環境と観光の両方の関連主体が一つのビジョンのもと、同じ方向を向いて動いている。 ・ 環境の取組を、ブランド米という付加価値商品につなげることで、目に見える形で地域住民に還元している。 ・ 集客目的の短期的視点での大規模な投資を行わず、また「J ターン」による定住人口増加を効果として見込むなど、長期的視点に立って取組を行っている。

⑥ 豊岡市「コウノトリの郷公園」

取組の概要	・ コウノトリの野生復帰に際してコウノトリと人が共生できる環境作りのため、豊岡市内に兵庫県がコウノトリの郷公園を平成 11 年に開設、県立大学の研究所を併設し、12 年に豊岡市が同所に普及啓発のためのコウノトリ文化館を設置した。 ・ 行政や住民はコウノトリを受け入れるための環境作りとして、餌場となるビオトープ水田の設置や、水田や河川に住む生物を殺さないような無農薬の「コウノトリ育む農法」を取り入れるなど、水田や河川の自然再生などに取り組んでいる（行政からも取り組む農家に補助金が出されている）。 ・ NPO 法人コウノトリ市民研究所は、生態系調査や自然観察、子どもを対象にした自然体験「田んぼのがっこう」を通じて、コウノトリと共生する地域作りに取り組んでいる。 ・ 市民研究所は市民の立場で地域の自然や環境を見守る目であり、動植物の生態の変化等を観察しその背景・原因を探っている。市の計画や取組には、このような地道な調査や観察データに基づく客観的・科学的な視点が反映されている。
取組の効果	・ 放鳥や産卵、ふ化など野生復帰が進むにつれてマスコミに取り上げられ、豊岡の知名度が上がるとともに、コウノトリに関心を持つ人が増えた。 ・ 市内の他の観光資源と組み合わせ、コウノトリツーリズムが商品化され、郷公園を訪れる人も増加している。 ・ 定常的に開いている田んぼのがっこうは地元の子どもの参加の主体であるが、大阪や神戸からのツアーが催されるほど認知度が高まっている。 ・ コウノトリとの共生に理解を示す人（特に害鳥と見ていた農業で）が増えている。 ・ 関連するグッズを扱う事業者が増加し、無農薬米などの「コウノトリの舞」ブランド（安全・安心な農作物への豊岡市の認証）の認知も高まっている。 ・ 地域の取組に連動して、自動販売機の売上の一定額をコウノトリ保護に寄付したり、太陽光発電を自動販売機に付けて電力を賄う環境負荷軽減に協力する企業が現れている。
取組の課題	・ 市民研究所の取組においては生き物や自然に詳しい人が少なく、後継者づくり（探し）が課題になる。 ・ 市のコウノトリ文化館は、当初市民研究所の活動を展示したり、自然観察に利用することを想定して建設されたが、現状は周辺施設と合わせて、休憩や土産物購入としても利用されており、年間 3 万人の想定を大きく上回る 45 万人が訪れるようになり、研究成果を展示する場としては手狭である。 ・ 文化館は無料の施設であるが、これほどの来訪者から何かしらお金を落とさせる仕組みが必要という声も上がっている。
今後の方針、計画	・ 市としては今後修学旅行の誘致、特に春と秋の閑散期に力を入れていく。 ・ また、農家民宿を活用した風呂炊きや餅つきなどが体験できる観光ルートを作り、外国人観光客の誘致にも力を入れる。 ・ 市民研究所は、子供らが夏休み等の一定期間、豊岡に滞在してコウノトリのために木や草を刈ったり、自然観察を行う林間学校のような、体験学習の構想を持っている。

成功の要因	・ 単なる観光資源としてコウノトリを見せるのではなく、コウノトリを受け入れ共生しようとする価値観を観光資源としている。 ・ 自然体験や環境学習は子どもに効果が大きい、付き添いに来ている大人も子どもと一緒に自然の見方が変わる。 ・ コウノトリも住める環境への取組に対して、行政、観光産業や農林水産業、製造業等の事業者と地域住民、都会からの来訪者らが、独自にあるいは相互に協力して取り組もうという意識や体制ができつつある。 ・ 「コウノトリ」をシンボルとする地域全体の取組が、実際に空を飛ぶ姿を見たり、自然とのふれあい体験を通して観光客の感動につながっている。
-------	---

⑦ 斜里町「知床」

取組の概要	・ 平成 11 年からカムイワッカ地区(道道知床公園線 知床五湖～カムイワッカ、約 11km)において車両規制を行っている。11 年度は試行としてピーク時期(お盆)を外したが 12 年からはピーク時期を含めて規制をしている。現在は 17 年度から 5 年間の予定で落石防止工事を行っているため、通年で通行止めとなっているが、夏期の 70 日間のみシャトルバスの運行を行っている。 (上図は斜里町ホームページより) ・ 知床自然センターから知床五湖の間は車両規制を行っていないが、知床五湖は年間 50～60 万人が訪れる観光スポットであり、夏期はマイカーによる渋滞が発生している。ここも車両規制を行うかどうか、環境に配慮すべきとする地域と観光客の減少を危惧する観光産業との間で意見が分かれている。 ・ 知床の持つ厳しく美しい本来の自然の姿をより深く知り体験できる、ネイチャーツアー、エコツアーを観光メニューとして積極的に開発し展開している。 ・ 例年、知床五湖周辺の道路は除雪を行わないため閉鎖されていたが、20 年 2 月から 3 月にかけての期間限定で、ガイドの引率を条件に徒歩やスキーで散策を行えるようにした。ルール作りをしながらの 3 年間の試行であるが、観光産業サイドからの働きかけで実現した。
取組の効果	・ 規制期間中のシャトルバスの乗車人員は 17 年は 4.7 万人、18 年は 3.1 万人、19 年は 2.9 万人であった(入込観光客数は世界遺産登録された 17 年をピークに減少傾向)。 ・ 現在のカムイワッカまでの交通規制については、10 年の長期に渡り継続した結果、観光客や関係者の間で取組への合意が形成された。 ・ 全体の入れ込み観光客数が落ち込む中、ネイチャーツアー、エコツアーの参加者数が 50,000 人(ガイド付きツアーとして、知床エコツーリズム推進協議会の推定)にまで成長している。 ・ 観光産業では連泊の増加や世界遺産登録による客単価のアップが見られる。

取組の課題	・ 道路規制は現在、混雑緩和や交通障害排除といった道路交通法に基づくアプローチを行っている。今後は、50～60 万人が年間に訪れる観光スポットである知床五湖までの道路規制の是非も含め、環境保全の視点からのアプローチしていく必要がある(混雑がなくなったら通していいというものではないはずと考えている) ・ 世界遺産に登録されたことで、環境を保全する上で、あるいはエコツアーのモデルにもなっているが、地元にかかる負荷は高い。一部の自然保護団体だけでは自然環境は守れないし、その地域の人々の生活も守らなくてはならない。また、自然を守ろうとする人を増やすためには自然に接する機会の創出が重要である。 ・ 世界遺産となって観光の仕方や楽しみ方の変化への対応が求められる。また、冬季の入込客数が大きく落ち込む現状の中で、本来大きな魅力を持つ冬の知床のアピールや観光メニューが必要である。 ・ 「知床エコツーリズムガイドライン」が 19 年 3 月に制定され、この枠組みに準じた観光メニューを今後増やしていく必要があり、また、これを守らない業者の排除も行っていかなければならない。環境保全を目的とする「入山料」的なものも検討の必要がある。
今後の方針、計画	・ 知床五湖までの道路規制については現在、宙に浮いた状態にあるが、今後、検討を行っていく。 ・ 知床の環境を守るためには、利用者に自然の美しさ、厳しさを深く知ってもらい、高い意識を持ってもらうことが不可欠であり、これを促進する観光メニューの開発を行う。また、漁業従事者等の地元住民が観光サービス業からも生活の糧を得られるような観光メニューの開発を行う。
成功の要因	・ 道路交通規制については、「カムイワッカの滝」という環境保全の視点から見た場合に象徴的であり、観光サイドから見た場合には入込への影響が比較的少ない(年間 5 万人程度)ルートから始めており、環境と観光の両者にとって一方が大きな負担を被るリスクを回避している。また定着にまで至ったことで、今後の知床五湖ルートへの規制導入や冬季の道路の除雪の是非について議論の下地ができています。 ・ 個別対応型、少人数参加型のネイチャーツアー、エコツアーで付加価値を生み出し、少人数利用者×高単価による新しい観光収入を生み出そうとしている。

⑧ 真庭市「湯原温泉」

取組の概要	・ 温泉地として自らの温泉を知り、これをアピールするために、効用、湯量、安全で健康的な入浴法などを語ることができる「温泉指南役」を養成し、行政の行う福祉事業や地域医療と連携して温泉を核にした健康づくり目的での集客を狙っている。さらに温泉指南役は万一の事故に備えた救急法、温泉郷の歴史や周辺観光地のガイドもできるように、湯原温泉郷独自の認定資格保有者となっている。 ・ その活動の中で、自然噴出泉(掘削泉ではなく自然に沸き出す温泉であり、生態系との共生度合いが強い)を地域の最大の特徴であると認識し、これを維持、保全するための観光地づくりに取組んでいる。 ・ 自然と共生するクリーンな湯原温泉を維持していくために、河に放流していた廃食油をディーゼル燃料として再生し、旅館の送迎用バスなどに利用するバイオディーゼル事業(BDF)、温泉資源を維持するための温泉掘削の抑制などの取組を中心に、観光地としての継続的発展を目指している。
取組の効果	・ 湯原町旅館協同組合による温泉指南役養成事業などの取組は平成 16 年に第 7 回「人に優しい地域の宿づくり賞」厚生労働大臣表彰を受賞した。温泉指南役は現在 65 人を数える。 ・ 取組がマスコミ等で取り上げられるようになり、湯原温泉が岡山県や兵庫県西部から、関西圏、首都圏まで知られるようになってきた。 ・ 地域内においても、自然噴出泉の特徴や優位性への理解が高まり、湯原温泉のアイデンティティとして認識されるようになりつつある。 ・ 当初、旅館を中心に始めたBDF事業が現在では一般事業所や家庭にまで普及し、街角に 30 の回収所が設けられ、月に 3000 リットル以上の廃食油が回収されている。 ・ 回収時に旅館や事業所(まにわエコブック事業加盟店)が出した廃食用油の売却金を寄付という形で、今年 4 月に設立した NPO「え〜子・真庭」にプールして、真庭市の各学校に環境教育に関する本や絵本を寄贈するエコブック事業や、小学校で廃食油で

	作ったキャンドルをイベントに活用するなど(エコキャンドル)、子ども達への環境教育に波及している。
取組の課題	・ 今後とも、温泉掘削や過度の開発を抑制し、湯原温泉の持続可能性を維持していくことが必要である。 ・ 現在、湯原地域で行われている BDF 事業を全市に拡大することを考える必要がある。
今後の方針、計画	・ BDF 事業については、再生燃料を市内のガソリンスタンド等で販売する事を検討している。現在、事業採算性の評価を行っている。 ・ 真庭市全市としては、地産地消や堆肥の循環などの環境共生を打ち出しながら、農業、林業、酪農業の活性化につなげていく方針を有している。
成功の要因	・ 自然噴出泉という観光地として差別化が可能な特徴を見出し、これを観光地のアイデンティティとして内外への定着を図っている。 ・ これに基づき、地域環境の保全に向け、温泉掘削や開発の抑制、廃油再生を通じた地域の浄化といった実効性高い取組へとつなげている。 ・ 観光事業者、地域住民、地方公共団体を含めた多様な主体が取組を理解するとともにこれに参加し、成果を上げている。

⑨ 鎌倉市「鎌倉市内中心部」

取組の概要	・ 鎌倉大仏や鶴岡八幡宮など市内に多くの観光スポットを抱え、首都圏等から多くの観光客を迎えているが、市内道路網がほぼ 800 年前の鎌倉時代のままであるため、交通渋滞が以前から問題となっており、自動車交通量の抑制や他の観光地と比べても充実している公共交通への転換、歩行・居住環境の向上などについて行政や市民、事業者らによって議論され、平成 8 年に 20 の地区交通計画案が提言された。 ・ この交通計画案にあるパーク＆(レール)ライドが社会実験を経て 13 年度から2箇所運営が始まり、18 年度、19 年度にそれぞれ1箇所ずつ追加され、現在4箇所で行われている。また、市内の鉄道やバスが乗り放題になり、拝観料や入場料の割引や飲食店・土産物屋でのサービスが受けられる環境手形も実施されている。
取組の効果	・ パーク＆ライドの駐車場が現在4箇所までに拡大し(収容力は 800 台)、利用者は徐々に増えており、現在年間1万台に達している。 ・ 市内に流入する自動車は年間数百万台に達し(概ね 1 万台が市街地に流入すると渋滞が発生)、パーク＆ライドの利用者はこれと比べると僅かなので、目に見えて効果があるというわけではない。しかしながら、年間1万台分の CO2 排出量の抑制や渋滞緩和の効果はあるとも考えられる。 ・ 環境手形の利用者は年間1万人前後で推移している。
取組の課題	・ パーク＆ライドの利用者の拡大が課題であるが、運営は駐車場や鉄道の事業者が行い、市は広報するという立場で運営に補助金は出していない(補助金が切れると運営できないという事にしないため)。少ない予算で如何に PR 効果を上げ、利用の拡大を図るかが課題となっている。 ・ 交通計画案のベースにはロードプライシングによる自動車交通量の抑制があるが、法的根拠の問題や市民・事業者の反発、首長の考えなどクリアする課題が多く、現在は議論すらできていない。
今後の方針、計画	・ パーク＆ライドの利用拡大のため、利便性の向上や広報強化を図る。 ・ 歩行者系の道路整備(歩行者尊重道路としての再整備)による歩いて楽しい観光地づくりを実現する。 ・ オムニバスタウン構想や乗合タクシー導入によって市民も公共交通を利用するよう促す。 ・ 世界遺産登録に向けた運動を通して、鎌倉市の道路環境を市民も含めて再考する(世界遺産にふさわしい交通、観光客の急増に対応する交通のあり方)。
成功の要因	・ 道路容量を超えて市内中心部に流入する自動車に対し、利用者の理解や協力を要する施策を打ち出しているが、まだ根本的な解決には至っていない。 ・ 住民等へのアンケートによると、環境取組によって観光客が減少するとの危惧はないが、住民の生活に不便や我慢を強いられるとの懸念は他の地域より強く抱いている事もあり、住民側は交通量抑制施策への関心は低く協力意識も薄い。観光業と関係

	のない住民は多数来訪する観光客に辟易している面もある。 ・ 鎌倉の道路体系は昔のままで、これからも道路を造らない都市である事を住民や観光客等に理解してもらうことで、パーク＆ライドや公共交通利用促進、ロードプライシング等の施策の理解を深めてもらうことが期待されている(世界遺産登録がそのきっかけになると考えられる)。
--	--

⑩ 白川村「白川郷」

取組の概要	・ 世界遺産登録後、観光客の急増と共に、合掌造りの建物が集合している荻町地区内を通る観光車両も増加し、住民の安全が脅かされてきたことや、日常生活の不便、緊急車両の通行が阻害されるのではないかと懸念から、地区内の環境を守るため進入する観光交通の規制を検討する「交通対策委員会」を設置し、そこで話し合いによって、平成 19 年より 4 月～11 月の第3金曜日・土曜日における観光車両の規制とシャトルバスの運行を始めた。 ・ 観光交通の規制は、平成 13 年に2日間、14 年に1日、社会実験として行った交通規制が契機となっている。 ・ 規制内容は、民宿に泊まる車両は地区内への進入を認めるなど、ドライバーへの協力要請という形で行っている。 ・ 荻町地区の住民による自主的な取組であり、行政や警察はオブザーバーとして関与し、今回の試みに理解を示している。
取組の効果	・ 取組を始めたばかりなので、効果についてはこれから評価する必要がある。
取組の課題	・ 地区内のマイカー規制を行うため地区外周部での駐車場の確保が必要となる。 ・ 規制に際して交通案内人等の人員の確保が必要である。 ・ 観光関連産業の関係者へのより一層の環境保全への理解と協力が求められる。 ・ 観光動線が変わることで、観光業への影響もあると考えられ、それへの対応が必要と考えられる。
今後の方針、計画	・ 将来的には、上高地方式¹¹⁾のように法律に則った規制までを視野に入れているが、現状では規制する日数を増加させていく。 ・ マイカー規制への地区内関係者への理解と協力を一層深める。
成功の要因	・ 13 年と 14 年の取組は、行政・警察等が中心となって交通規制を行ったが、荻町地区の住民は地区のことは地区で取り決める習慣が根強いので、住民にとってはあまり好意的に受けとめられなかった。しかし、今回の取組は、地区住民の自主的な話し合いで決めたことであるため、地区内関係者の事前の理解・協力が得られていた(荻町地区には、何かを決める際には昔から集落全体で話し合う習慣があり、年1回地区全員の集会が開かれ、そこで決議されたことは、反対の意思があっても遵守することが昔からの約束事となっている)。 ・ 外部資本による観光関連産業の参入を断っており、土産物屋などの観光業に携わる者も地区住民であることが、取組への合意形成を得やすい要因となっている。

⑪ 南阿蘇村「バイオマスタウン構想」

取組の概要	・ 平成 19 年に発表された南阿蘇村のバイオマスタウン構想では、①木質系バイオマスの利活用、②優良堆肥製造、③菜種油・廃食油の BDF 化、④草原の野草を熱源として利用、⑤地域バイオマスの有効活用、によるむらおこしを目指すとしている。 ・ 現在実施されているのは、③の菜の花を用いた食用油製造、食用廃油を用いた BDF 化及び交通インフラへの活用を図る「菜の花プロジェクト」、④の草原の採草を行い、これを原料として用いた発電燃料製造、建材や日用品製造・販売、「草プロジェクト」である。 ・ その他の構想は現在の同村の産業・経済規模では採算が合わないなど、周辺地方公共団体を巻き込んだ取組への発展が必要であり、今後の課題となっている。
-------	---

¹¹⁾ 「国立公園内における自動車利用適正化要綱」(昭和 49 年)に基づく、国立公園の環境保全と安全確保のために公園内道路への自家用車等の乗入れ規制。自動車利用適正化協議会などの場を通じ、地元での合意形成を経て、警察の協力の下、道路交通法を根拠法令として実施される。

取組の効果	・ 菜の花プロジェクト等の取組がメディアで取り上げられるなど村の知名度と共に、バイオマス関連の取組が知られるようになってきた。 ・ 住民の環境取組に対する認知度や意識が向上した。 ・ 牧畜や林業が育んだ(人々が生業の中で手を入れることで維持してきた)阿蘇の雄大で美しい景観を守ろうという意識が共有されつつある。
取組の課題	・ 南阿蘇の広大な草原は貴重な観光資源であるが、現在は農家がこれを何とか維持している状況である。農業の経営環境が悪化する中、観光業サイドの意識向上及び景観等の維持・保全の取組への参画が必要である。 ・ バイオマスの利用を拡大させて採算ベースに乗せることで、持続可能な事業とすること。 ・ 当初、バイオマスとして想定していなかった水素ガスプラント建設が地域の合意なく進められつつある。地域合意に基づく取組の実施が求められる。 ・ 菜の花が景観作物の指定から外され、補助を受けられなくなっている。バイオマス普及に向けてはエネルギー作物指定による補助の適用が当面必要である。
今後の方針、計画	・ 現在は補助金に依存している菜の花プロジェクト、草プロジェクトのビジネスとしての採算性確保を目指す。 ・ 構想段階のプロジェクトについては隣接市町村を巻き込む広域での推進を図る。
成功の要因	・ 環境取組のビジョンである新エネルギービジョンの策定にあたって観光産業担当が参画し、産業育成や観光とのリンクが意識された施策を立案している。 ・ 「環境取組自体が生み出す利潤は大きいものではないが、地域に還元していく必要がある」との認識の下、ビジネスとしての採算性をめざし、各種の取組を行っている。 ・ NPO 法人九州バイオマスフィールドを中心に、取組に先立って広報紙やセミナーによって、その位置づけや必要性に関する啓発を村民に対して徹底した(村が合併したために当初推進していた旧白水村以外への啓発期間がその分必要となった)。

⑫ 北九州市「響灘のエコタウン事業」

取組の概要	・ 環境・リサイクル産業の振興に向け、平成9年7月より若松区響灘地区を中心に、教育・基礎研究、技術・実証実験、事業化を柱とする「エコタウン事業」を展開している。 ・ 事業への市民等の理解を深めるために、各工場におけるリサイクル工程の見学や、センター施設における環境学習の機会を提供するなど、一般に広く開放している。
取組の効果	・ エコタウン事業の視察者数は、10年間で約65万人。18年度は約8.2万人に上った。 ・ 最近、中国や韓国をはじめとするアジアからの来訪者が急増している。直近数ヶ月では5人に1人程度の割合に上っている。 ・ マスコミによって取組が紹介されることが多い。最近では、生ゴミからエタノール発電を行うユニークなバイオマスの取組に対して、高い頻度で取材等を受けている。 ・ エコタウンでの事業に対する市民の理解が高まっている。 ・ エコタウンは市全体の観光ツアーの中にも位置づけられ、集客に寄与している。
取組の課題	・ 経済産業省所管の次世代エネルギーパークに指定されている。実現されれば現在のエコタウン事業の関連部分を取り込む形で、新エネルギー関連施設等への視察がより大規模に展開され、環境取組による交流が強化されることになる。20年度に実施する詳細計画づくりが当面の課題となる。
今後の方針、計画	・ 20年4月より、エコタウンの視察を「エコツアー」として明確化し、視察ルートの強化、ガイドブックによる紹介などを行いながら、より大々的に展開する予定である。
成功の要因	・ 本市の環境取組は国内において常に新規性、独自性、先進性を持つものである。これにより取組自体に、例えば多くの視察者を呼び寄せるなどの吸引力を生み出す高い付加価値を持たせることに成功している。 ・ エコタウン事業は計画の段階から、視察を軸とした「交流」を視野に入れている。このため、視察ルートの整備やガイドの育成などのソフト面での施策に積極的に取り組んでいる。 ・ 開始当初、環境・リサイクル事業は国内に定着していなかった。このため上記の視察などを通じて情報開示を積極的に行い、市民の理解を高めていった。

⑬ 葛巻町「クリーンエネルギーを活用したまちづくり」

取組の概要	・ 町内に産廃施設の建設の話が持ち上がったところ、ミルクやワインといった食品を売り物とする葛巻にとっては受け入れがたいという町民の意見が多く、これを断念させるために、「自然が豊かな葛巻町」としてイメージアップを図ることとし、風力や太陽光、バイオマス、水力などクリーンで再生可能なエネルギーを積極的に導入するまちづくりに取組んでいる。 ・ 廃校を活用した「森と風のがっこう」において、子どもを対象とする自然体験キャンプや自然エネルギー教育、地域の自然・生活・文化の体験学習を進めている。 ・ 上記の資源や牧場、自然といった既存の観光資源を連携させたグリーンツーリズムのプログラムを作り、紹介している。
取組の効果	・ 「クリーンエネルギーのまち葛巻」として全国区の知名度を持つ地域ブランドを獲得した。地域の吸引力が増大し、企業や学識者、観光客といった多様な主体が視察や観光等の目的で来町している（クリーンエネルギーに取り組む以前の平成6年の町内入込者数8.2万人に対し19年は49.4万人）。 ・ 外部から注目が高まったこと、継続的に啓発を行ったことにより、町民の環境保全の取組に対する意識が向上した ・ クリーンエネルギーや森と風のがっこう、既存の観光資源が「体験」というコンセプトで結び付けられ、もう一つの町のアイデンティティとして形成されつつある。
取組の課題	・ クリーンエネルギーは現在、安定的、経済的な供給が課題となっている。普及に関して、国の政策面でのリーダーシップを期待する。
今後の方針、計画	・ クリーンエネルギーについて、現在の取組を拡大していく。 ・ 間伐材を炭にして脱臭剤、建設資材等の多様な用途に活用するメタンストックに取り組む。 ・ クリーンエネルギーに関しては、「見て学ぶ」に留まっている部分があるため、体験の場を強化する。
成功の要因	・ 町としてのビジョンを明確につくるとともに、取組の効果、意義を町民に対して継続的に伝達し、意識として定着させている。 ・ 新たに獲得したクリーンエネルギーという資源を既存の地域資源と連携させながら、新たなプログラムとして一体化し付加価値を創出している。 ・ NPO 法人「森と風の学校」が、外部の視点を取り入れ、かつ町とは独立して動くことにより、この町の多様な魅力を生み出している。

⑭ 直島町「直島」

取組の概要	・ 「エコアイランドなおしまプラン（環境省、経済産業省の補助プロジェクト）」により、環境センターや金属リサイクル施設のハード事業の推進を行い、また町民参加のワークショップにおいて環境をキーとしたまちづくりの提言を行った後、活動団体「うい・らぶ・なおしま」等を通じてその実践に努めている。 ・ 「うい・らぶ・なおしま」ではこれまで、小学生を対象とした「自然探検隊」や、植樹、T シャツアート展などを企画、実行している。 ・ 一方、地方公共団体（直島町）でも本村地区周辺において、各家の屋号をプレート化し、アート作品として町並みの一体化を図る取組を行っており、ベネッセの進める町のアートプロジェクト等と連携して観光地の活性化を進めている。
取組の効果	・ ベネッセの進める町のアート化活動や地中美術館等の施設との相乗効果もあり、島への来訪者が増加している。美術専攻の学生や外国人旅行客の来訪も見られる（ベネッセハウスがオープンする前の平成3年の入込数は2.4万人で19年は28.5万人であった）。 ・ 「うい・らぶ・なおしま」の主催する「自然探検隊」では、参加の応募が募集の予定枠を超えるなど活況を呈している。また香川大学の研究室の協力など外部との連携も進められている。
取組の課題	・ ゴールデンウィークをはじめとしたトップシーズンには、バスの輸送能力や宿泊キャパシティを超える来訪者があり、いわゆるパンク状態が発生している（現状では入島規制等を行う予定はない）。 ・ 「うい・らぶ・なおしま」は当初、一般住民の参加が見られたものの、最近では活動が

	定例化したこともあり、町職員が中心となって活動している状況にあり、その改善が課題となっている。 島全体の活動をみるとベネッセの活動の方がより活発で、直島町はサポート側に回る傾向が見られ、町が住民と一体となって活動を活発化させていくことが課題となっている
今後の方針、計画	2010年に、瀬戸内国際芸術祭の開催を予定しており、ベネッセと連携しながら実行する予定となっている。
成功の要因	- 環境センターや金属リサイクル施設のハード事業だけではなく、「うい・らぶ・なおしま」の活動などのソフト事業を積極的に展開しており、これがベネッセの進めるアートプロジェクトと相乗的に集客を高める効果を生み出している。 - 国立公園に指定されている島の南側において、美しい自然と融合するアートというコンセプトで一貫した地域づくりを進めており、これが外部への発信力を高めている。 - 本村地区における屋号のプレート化や、各種のアートプロジェクトは地域コミュニティ内で展開されるものであり、住民の協力や参加が必要とされるが、現在では住民の理解と協力により、活動がスムーズかつ加速している状態が生み出されている。

⑮ 綾町「照葉樹林」

取組の概要	- 貴重な綾の照葉樹林を伐採や開発から守った前町長の方針が現在も生きており、照葉樹林の保護と活用、照葉樹林が育んだ文化の振興、有機農業の推進等による地域づくりが行われている。 - 平成 18、19 年度で「綾町観光地づくりプラン」が策定され、綾町で行われている体験型の農業や工芸、住民参加の照葉樹林プロジェクトによる環境学習など、個々の取組を体系的に整理して、連携強化による魅力の向上や新たな観光資源の創造を図っている。
取組の効果	- 環境保全のために照葉樹林から人を遠ざけるのではなく、照葉樹林に掛かる巨大な吊り橋や遊歩道の整備によって、ある程度人が照葉樹林に触れられるようにしたこと、照葉樹林の良さや価値を広く知ってもらうことができ、保全につながっている。 - 戦後から高度成長期に全国で都市化が進む中で、綾を徹底した田舎にしようと、環境を守ってきた事が、今では田舎や自然の価値を認めている(田舎を懐かしみ、自然に帰りたいという)人々を呼び寄せている。
取組の課題	- 住民らによって個々で取り組まれている観光地づくりの事業は認知度が低いものもあり、これらを結びつける事で全体の魅力を向上させる必要がある。 - 観光の取組は一般の住民にはあまり見えてこなかったため、どうしているか、やろうとしているかを観光地づくりプランを通して知らせる必要がある。 - 環境保全に対するスタンスが個々の活動主体で異なる面もあり、連携可能な部分から徐々に進めていく必要がある。 - 行政はこれら個別の取組を結びつける接着剤として機能しなくてはならないと考えている。
今後の方針、計画	- 観光地づくりプランで提示した取組の推進。 - 観光の取組を住民によく知ってもらい、理解や協力を深める。 - 景観条例により、照葉樹林や街並み、農村風景など良好な景観の保全に加え、建築物の色彩や高さを規制し、景観を積極的に作り出す。
成功の要因	- 前町長の強烈なカリスマ性と先見性で、照葉樹林や有機農業(自然生態系農業)、工芸(照葉樹林文化)を保全・創造・活用し、現在の綾町の観光の基礎が作り上げられた。現在はこれらを結合・連携させる目的で観光地づくりプランが作られ、実行に移されようとしている段階である。 - 地域の人々の生活そのものが観光資源であるとする「産業観光」という考え方が基本に据えられており、環境を汚したり健康を損なったりすることのない手作りの「ほんもの」(生活文化による工芸品や加工食品、有機農業による農作物)が綾町の魅力を高めている。

⑩ 草津町「草津温泉の環境体験アミューズメント」

取組の概要	・ 草津から湧き出た強酸性の湯は使用後のお湯を含めてすべて湯川に流れ込み、そのため湯川が流入する吾妻川は生物が棲めない川であった。これを改良するため、昭和 39 年に湯川に石灰を投入して中和する工場が完成し、水は一旦品木ダムに貯められた後、下流に流されるようになった。 ・ 草津町と隣接する六合村の有志は、品木ダム水質管理所からの中和工場施設を利用した中和事業への理解促進や観光産業への貢献等を目的とする体験施設の検討の要請を機会に、平成 16 年春から環境に関する体験施設の整備・運営と自然環境体験ツアーの企画・運営を行うようになった。 ・ 環境体験アミューズメントでは、水没した旧品木地区の歴史・文化の伝承、中和事業の体験施設、工作施設など、自然、歴史、温泉などをテーマに展示や環境体験などが楽しめる施設となっている。 ・ 自然環境体験ツアーは月 1～4 回開催し、インタープリターと一緒に草津町と六合村の自然を体験してもらい、観光客や住民への自然環境に対する意識向上に取り組んでいる。
取組の効果	・ 観光客や住民の環境に関する関心や意識が向上し、町の知名度も向上している。 ・ 自然環境体験ツアーでは、リピーターが増加してきている。 ・ 総合学習の場として利用する学校が増えてきているとともに、雨天時の観光施設、旅館ホテルから気軽に来訪できる草津観光の新たな観光資源として認知されてきている。 ・ 環境体験アミューズメントでは、隣接する町施設「大滝の湯」と連携し、中和工場駐車場の開放、温泉客の来訪など相互の交流が行われている。
取組の課題	・ 環境体験アミューズメントで使用する石灰石などは、品木ダム水質管理所が費用負担しているが、予算が限られており、来訪者増加による費用増があるため、来訪者増加に繋がる PR を自粛せざるを得ない。 ・ 自然環境体験ツアーのスタッフはボランティアで運営されているが、最低限の費用については個人負担をしなくて良いように、かつ日当も出したい。
今後の方針、計画	・ 環境体験アミューズメントの認知度を向上させるとともに、観光客、住民への環境意識の向上を図る。 ・ 自然環境体験ツアーでは、足の疲れをとる温泉の入り方など、参加者に草津地域ならではのケアを行っているが、このような他地域との差別化を推進する。
成功の要因	・ 品木ダム水質管理所施設を利用している関係から、ダム関係者の理解が不可欠である。そのため、ダム関係者と常時交流を持っている。 ・ 検討会には、草津町と六合村の行政、観光関連事業者、住民など幅広い人達が参画しており、その人達の人脈で様々なツアー運営の協力が行われている。 ・ 必ず家族を一度は自然環境体験ツアーに招待するなど、検討会に参画するスタッフの家族の理解を深めるコミュニケーションや配慮を行っている。

⑪ 勝山市「勝山市エコミュージアム」

取組の概要	・ 90 年代の終わりから勝山の青年会議所が「魅力あるわがまち再発見事業」として地域の様々な資源を見つめなおし、活用しようという活動を行っており、平成 13 年に就任した現市長の思いと合致、勝山市エコミュージアム事業が始まった。 ・ 14 年から事業が開始され、当初の 3 年間は「わがまち発掘事業」として豊富な自然・歴史・産業の各資源の再発見を行い、次の 3 年間は遺産の保存・活用と人材の育成を図り、地域に誇りと愛着を持てる元気なまちの創造を目指した「わがまち創造事業」を行った。 ・ 20 年度からは「わがまち発展事業」として観光資源や特産品として地域資源を外部にアピールし、経済的効果の実現を図る。
取組の効果	・ 勝山市は元々 1 町 9 村で成り立っており、まちづくりはこれまで 10 地区でバラバラに行われてきたが、冠が付いたことで統一的に行われるようになり、地区も求心力を回復した。 ・ 地域資源の発掘で地域の魅力を感じ、誇りを持つようになり、発掘してどうするか、どう活用するかを考えると、地域に元気、活力が生まれた。

	- 例えば途絶えていた祭礼の復活や、伝統的な保存食である鯖のなれずしのレシピの統一と共同作業場の建設、炭焼窯を復活させて備長炭を製造、エゴマ栽培を復活させ食用油の製造など、年末に開かれる歳の市などでこれら特産品が販売され好評となっている。 - もてなしの心や先人の教え、勝山への愛着など無形の財産が市民に共有できるようになった。また、歴史に関する分野だけでなく、個人がそれぞれの得意領域や関心、楽しみのある分野で活動できるため、多面的な魅力を引き出すことが出来る。
取組の課題	- エコミュージアムで「食える」組織やシステム、仕組みづくりが必要で、その受け皿となる実務組織を作らなくてはならない。 - 地域プロデューサーや総合的なコーディネーターの人材(候補はいるが報酬が払えるかどうか)の確保が必要である。 - 来訪者を市内に分散するスポットへ周遊させる仕掛け(コミュニティバスの運行など)が必要である。 - エコミュージアムは説明するガイドがつかないと十分に楽しめないが、2、3 人のグループ旅行には対応が難しい。観光業者と連携するなどでガイドやコーディネータを生業として成り立たせていく必要がある。 - 住民が行うエコツアーや特産品などで、旅行業法や旅館業法がどう関係してくるのか良く分からないのと、観光業者との連携と棲み分けをどう図るかが課題である。
今後の方針、計画	- 旧機業場を市の観光拠点とビジターセンターとして活用(繊維産業が盛んなころの絹織物工場である木下機業場が産業遺産として保存活用するために改装される)する。 - 住民主体のまちづくりが進んできたので、これを観光につなげていく。
成功の要因	10 地区のコミュニティで住民全員が参加している(エコミュージアムの趣旨を時間をかけて説明し、住民に理解してもらうことが出来た)こと、テーマが広く各々の興味が異なっても市民の自主的な取組が可能であった。 - 今ある資源を生かすことは活動しやすいし、継続もしやすい。背伸びしてない身の丈に合った提案型の事業であるから無理なく続けられている。 - 小原地区では来訪者のマナーの悪さから林道を封鎖していたが、地元には美しい自然を外部に紹介したいという思いもあり、入山料の徴収と夜間の閉鎖を行うことにした(19 年度試行)。同時に環境の保全やエコツアーのメニューを作って、来訪者の理解を得ることができた。住民の地元愛が環境を守っており、生活を守ることが環境を守ることにもつながっている。

⑱ 鳥羽市「鳥羽の海と島」

取組の概要	- 海島遊民くらぶ(有限会社オズ)が修学旅行生を中心に離島での釣り体験や生活文化の体験(散歩)のエコツアーを提供している。当初は代表が女将をつとめる旅館に宿泊した子どもが対象であったが、他の旅館の宿泊者(一般、修学旅行生)でも利用できるようになってきている。 - 取組のきっかけは観光と漁業の関係があまり良くなかったこと。宿泊施設では地元で採れたものをなかなか出せないで、地産地消がはかどっていない面があり、漁業側にとっては、観光は自分達とは関係ないという意識が強い。 - 使用済みの漁具の処理など、法律や規制だけでは解決できない地域の環境問題に対して、時間はかかるが、例えば観光による漁船のチャーターなどで実入りがあれば、漁業側も環境保全に取り組めるのではないかと考えた。 - 海島遊民くらぶの他にも「島の旅人社」が平成 17 年から島の路地歩きなどのエコツアーを始めており、市も財政的支援・人的支援をしている。こちらは集客というよりは漁業を中心とするまちづくりを目標としている。 - 新たに作った当市の観光基本計画でもエコツアーを取り上げ、自然資源を保全としてこれを売りとする観光を進めることとしている。
取組の効果	- エコツアーとして始めた 04 年には 140 人の修学旅行生を案内し、07 年は修学旅行生が 2200 人、一般を含めると 2460 人まで増加した。 - 修学旅行の受入れは京阪神の学校が主であったが、関東からも来るようになった。また、京都と鳥羽をセットで回り、宿泊は京都でというケースが多いが、京都での宿泊数

	を減らして鳥羽に宿泊する学校も出てきた。 ・ エコツアーで訪れる島の住民が自発的に島内のごみを拾うなど、島をきれいにするようになった。また、島の人のホスピタリティも変わってきたように感じられる ・ マスコミに取り上げられる機会が大きく増えた。特に紹介が夏場に集中するので無人島のツアーでは数のコントロールが難しくなった面もある。
取組の課題	・ 2、3人の食べていけるガイドを養成したいと考えている（一定の売上げを確保して雇用できるようにしたい）。また、若者（高校生）がガイドを志望しているので、その受け皿づくりが必要となっている。
今後の方針、計画	・ 日本らしさが残り、町並みがきれいであることを残そうと努力している島に海外からの観光客を呼び込みたいと考え、受け入れのツアーを検討中である。 ・ 宿泊業としては食べ残しの少ないような料理の出し方の工夫も必要だと考えている。例えば量を表示するとか、一度に全部出さずに、お腹の具合を聞きながら配膳するといった取組ができる。 ・ 旅館から出る生ごみや残渣については、行政と観光業などで「循環型社会システム作業部会」が設けられ、鶏や豚の飼料や肥料としてリサイクル活用する方向で地域システムの構築を検討中である。 ・ もはやリゾート法の時代ではなく、自然や文化、歴史、風土、まち並みといった観光資源が一番大事であり、これを守りながら活用していきたい。また循環型社会として観光と環境のつながりが重要で、上述の残渣の解消と有効利用に取り組む。
成功の要因	・ エコツアーはどれだけ多くの地域の人を巻き込むかが成功の要因だと考えている。例えば民宿などにエコツアーで出すお弁当を作ってもらうようにして、ちょっとずつでも切り分けて多くの人と関係を持たせるようにしている。そうすることで内容を比べることも出来る。単価の高いものではないし、数が出ないと面倒ということもあるが、取組を継続させるには必要と考えている。 ・ 行政（市や県）が、オズが動きやすいように許認可等の情報を提供したり、キーとなる人の紹介をして支援してきた。 ・ 入れ込み観光客の数字をひたすら追うのではなく、観光客が満足できる、あるいはリピーターになろうというサービスのキャパシティがあつていいのではないかと、行政も考えている。

⑭ 水俣市「水俣」

取組の概要	・ 水俣市の観光物産協会が、「環境」を取り入れた商品づくり（特産品や観光メニュー、料理）をやっていること、「エコみなまた」と名称付けて活動している。 ・ 「エコみなまた」には、安全安心な土産物の商品開発を行う「物産部会」、修学旅行や視察旅行の受け入れを担当する「エコ部会」がある（修学旅行の受け入れは 20 年度から「水俣教育プランニング」に移管される）。他には、市内の湯の児温泉や湯の鶴温泉におけるイベント等による振興と、ホスピタリティの向上を考える部会がある（20 年度に組織変更予定）。 ・ エコみなまたが中心となって、水俣の歴史や観光名所などの魅力を分かりやすく解説するタクシードライバー、「ガイドライバー」の養成を平成 15 年から始め、約 100 人のドライバーが認証マークを付けた車で走っている。また、旅館や商店等の従業員にも対象を広げて同様の研修を行う予定である。
取組の効果	・ 悲惨な歴史だけではない、水俣の再生の側面をわかってもらえつつある。 ・ 環境をキーワードにした特産品の認知度が高まりつつある（ガラス瓶をリサイクル活用したガラス工芸や、特産品の柑橘類やタマネギを利用した土産物など）
取組の課題	・ まだ観光地というには魅力が足りない（2 つの温泉地と海のレジャーのみ）という認識である。観光商品も不足しており、土産物や料理を含めた観光商品開発を急がなければならない。 ・ 観光商品開発を束ねるコーディネーターが必要である。 ・ 市民の環境意識は高く、ごみの 22 種類の分別が出来ているが、集めただけでは他所と同じなので、活用し価値のあるものに商品化することも必要である。 ・ 住民や企業の環境取組に対する意識付けや方向付けを行政に期待している。 ・ 観光政策を地方公共団体単位でなく、山や海といった自然の形態、例えば環不知火

	海で考えるべき。地域ブランドも同様である。 ・九州新幹線の全線開通を期に、例えば市名の変更のように、水俣市のイメージを一新させることが必要。 ・市民の観光業への見方は厳しいものがあり、なぜ観光業を優遇するのかと疑問をもたれているが、観光業は独立した一つの産業ではなく地域の総合産業であり、多様な面を持つ産業であることを市民にも理解してもらう必要がある。
今後の方針、計画	・ホテルを小川に呼び戻すなど、地域で培った環境浄化技術を活用して、地域の環境を改善したい、産業振興にもつながる。 ・水俣市を含めた環不知火海の広域で循環型のモデル(山、川、海の環境保全)を構築し、環境で地域に人を呼び込みたい。
成功の要因	・環境に対する取組の情報発信が結果として観光振興につながると考えている。 ・観光のためにまちづくりをするのではなく、地域の自分の生活の魅力づくりが結果として観光につながる(「暮らし観光」という概念)。観光資源は住んでいる人であり、一人ひとりが観光資源だと考えている。 ・足元にあるものを見つめなおすことが重要と考え、例えば、ものづくりでは身近にある素材を活用することで地域ブランドの構築を図ろうとしている。また、水俣にある環境技術とその関連企業の集積は本市の進むべき方向性を示している。

3.3.3.7. 共分散構造分析の結果の検証

共分散構造分析で示された取組と成果の因果関係について、19 地域の取組の概要やヒアリング調査の結果からその妥当性等を検証した。

① 住民アンケート調査による共分散構造分析結果の検証

○「環境学習や情報発信の取組」因子→「地域全体での観光振興及び意識向上」因子 【真庭市】

湯原温泉の自然噴出泉を他に例の少ない地域固有の資源と認識し、これを理解し、伝える温泉指南役というガイドの育成や、地元小学校において環境体験学習等を行っている。その結果、地域の意識が高まると同時に一本化され、温泉の保全や保護の意識の向上や、環境取組への住民参加、また地域一体となったイベントの推進などの取組が行われている。

【南阿蘇村】

最大の観光資源である阿蘇の草原の維持・保全のため、刈り取った牧草から燃料を生成するバイオマス化の取組を行っている。地域にとっての草原の重要性やバイオマスに取り組む意味は、勉強会やイベントにより村民にも浸透しており、「菜の花プロジェクト」と併せて地域一体的な取組として定着を見せつつある。

【葛巻町】

風力や太陽光、バイオマスなどクリーンエネルギーを活用した町づくりを推進し全国区の知名度を獲得している。これに伴う情報発信による地域のイメージアップや環境学習の場の創設などで集客ポテンシャルが高まる中、牧場など既存の観光資源とクリーンエネルギーをセットとした観光ツアーをメニューと

して開発し提供するなど、環境取組と観光を融合させて地域活性化を図っている。

【水俣市】

環境に対する取組の情報発信が結果として観光振興につながると考えている（観光物産協会エコみなまた会長談）。

○「地域の食や生活の保全・活用の取組」因子→「観光地での魅力向上」因子

【大崎市】

蕪栗沼周辺の「ふゆみずたんぼ」において野鳥と農家（水田）の共生を図ることで、当地で収穫される米の安全性が認識され、ブランド米となるなど付加価値を高めることに成功した。また、自然生態系の保全の取組と併せて環境に優しい地域としての知名度を高める効果が得られ、地域のイメージアップもあってＪターン等の居住者を引き寄せている。

【豊岡市】

コウノトリとの共生を目指した、農薬を使わない自然農法による米や野菜がブランド価値を持ち、都市に流通して一般よりも値段が高いにもかかわらず、人気を博しているほか、旅行商品（コウノトリツーリズム）にも組み込まれて観光客に提供されている。また、コウノトリブランドの特産品や土産物を扱う事業者が市内で新たに立地してきている。

【直島町】

町役場周辺において、歴史遺産や町並みを再生しながらアートとの融合による創造を行い、地元住民の生活エリアと観光エリアを両立させている。両者の並存は現在では定着を見せており、島内の主要観光スポットとして賑わいを見せている。

○「環境負荷抑制に繋がる取組」因子→「住民生活環境への悪影響」因子

【大田市】

狭隘な谷間の集落にも銀山観光の多くのマイカーが、進入するようになって日常生活にも影響が出たことから、集落外部に駐車場を設けて集落への進入を規制し、集落と銀山の間にシャトルバスを設けたが、観光客の増加に伴ってバスの便数も増大したため騒音や振動による苦痛や安全への不安を住民が訴えるようになり、一部のバスの運行を休止して「歩く観光」への転換を試みている。

【斜里町、鎌倉市、白川村】

道路容量を超える観光客のマイカー流入によって渋滞や排ガス、騒音等で自

然環境や住民生活への悪影響が出るようになったため、パーク＆ライド等のマイカー抑制策が導入されている。

○「環境負荷抑制に繋がる取組」因子→「旅行需要の平準化」因子

【北九州市】

エコタウン事業を含む、製造業の工場見学等を行う「産業観光」分野の入込数は、北九州市のまつりやコンベンション、海水浴の入込数が減少する中で、増加傾向にある。産業観光についてはシーズンを問わず、また主に平日に行われることから、市全体の観光入込の平準化に寄与している。

○「自然や歴史遺産の保全・活用の取組」因子→「住民生活環境への悪影響」因子

【勝山市】

勝山市全体をエコミュージアムとして地域に存在する、あるいはかつて存在した自然資源や文化・伝統、歴史遺産等を地区毎に見直し、発掘・再生することで、地域づくりや観光資源づくりに取り組み、この活動の中で自らの生活環境の良さを再認識し、これを維持・向上しようという美化清掃などの活動や、環境の良いところを外部の人にも見てもらいたいという気持ちから、遊歩道の整備や古民家再生、エコツアーの設定など体験型の観光地づくりを目指している。

○「環境保全に関する連携・協力の取組」因子→「サービス品質の向上」因子

【草津町】

「環境体験アミューズメント」の取組の中で、地域の歴史や自然を体験する施設の見学や自然環境体験ツアーを展開している。ダム関係者、行政、観光事業者、ボランティア等多様な主体が連携して参画する中で、ダム関連施設の駐車場開放、ボランティアによる足の疲れを取る温泉の入り方等のケアを行うなど、各主体がサービスの向上を考え実践している。

【由布市】

旧湯布院町の「潤いのある町づくり条例」によって、外部資本による大型のホテル・旅館の進出を抑制（旧町域全体を対象に、一定規模以上の開発行為、建物の建築、屋外広告物の設置等について事前協議を求めた）して、田園風景と由布岳の景観や温泉資源を守り、これを由布院らしさの価値として地域ブランドが確立され、平均客室数が14室（由布院温泉協会加盟）の小規模な宿泊施設で良質のサービスが提供されている。

② 観光客アンケート調査による共分散構造分析結果の検証

○「環境保全と環境配慮型の観光の取組」因子→「観光地の賑わい」因子

【斜里町】

豊かな自然が残されていることからエコツアーを積極的に展開し、美しさも厳しさもある自然に触れさせることで新たな知床の魅力を引き出し、マスツーリズムのエコ化によって団体旅行・通過型から個人旅行・滞在型への転換の課題に対する一つの回答を示している。現状では夏季と比べて大きく観光客が落ち込む冬季の観光需要を開拓するために、知床五湖へのスキーによる散策ツアーの実施や例年閉鎖している五湖へ通じる道路の除雪の議論が始まっている。

○「観光客に対する交通の環境負荷軽減の要請」因子→「観光地の環境保全」因子

【弟子屈町】

鎌倉市や白川郷荻町地区、あるいは石見銀山で行われているマイカー規制が、交通量の増大による渋滞等が地域住民の生活環境に与える影響を鑑みて実施されているのに対し、弟子屈町で行われたマイカー規制の交通実験は、摩周湖への環境負荷の軽減を考慮して行われた。マイカーの通行量と摩周湖の環境（例えば透明度）の関係は詳細で継続的な調査を必要とするが、代替のシャトルバスにボランティアガイドを配置して摩周湖の観光ガイドや環境保全の取組について説明したことで、ほとんどの利用者から理解と賛同を得ることに成功している。

○「観光地における環境保全の取組」因子→「おもてなし品質」因子

【真庭市】

他の温泉観光地との差別化や温泉資源の保全のために、地域が協力して温泉掘削を抑制しており、自然噴出泉であるため環境に優しい（自然の循環サイクルに則していること、資源の枯渇の心配がないこと）ことをアピールしている。また、この温泉の泉質や効能、入浴法を温泉利用者に説明できる温泉指南役を養成して、利用者の満足度の向上に努めている。

【松江市】

かつてドブ川と称されるほど水質汚濁の進んだ松江城堀川が行政や地元の住民・事業者等の努力で浄化され、遊覧船の運航という観光資源としての付加価値が与えられて再生された。現在は運航開始から10年が経過し、周囲の景観整備や観光施設も誘致されて松江の重要な観光スポットとなっているが、堀川の沿岸住民による修景や植栽、運航時間延長への理解など、観光客を迎えるホスピタリティの高まりが成功の背景にある。

3.3.4. 観光地に対する調査結果からの示唆

観光政策に環境配慮の取組を取り入れている自治体は調査回答のあった過半数を超えており、幅広い観光資源の保全や創出とこれを活用したプロモーションといった取組を行っている自治体が多い。反対に新エネルギーの導入や公共交通機関への転換など、多額の投資や運営のリスクを伴うような取組について積極的な自治体は非常に少数派である。

良好な景観のための建築規制やオーバーユースを抑制するための観光地の入場規制といった取組に前向きな自治体も多くはないが、観光地の環境保全のためには一定の規制が必要だと考えている自治体は多く、実際に規制が必要となった場合に、関係する法制度やツール、導入ノウハウ等について、先進自治体からの情報提供が有用となると考えられる。

住民を中心とする観光地における調査では、従来から著名な観光地として広く認識されている観光地と、近年になって観光地として認識されるようになってきた観光地では取組の内容に差があり、また取組に対して住民がどう感じるかも観光地によって差があることが明らかになった。総じて今回の調査対象である 19 地域は、観光地としてはもとより、生活の場としての魅力も高いと評価され、これらの観光地で環境保全が推進されることは住環境の向上にも繋がるため、住民等は不便や窮屈と感じるというより、むしろ前向きに捉えている。

また、環境保全の取組によって、地域がマスコミ等で取り上げられて注目されるようになったり、観光客が多く訪れるようになると、当初は戸惑いが見られたケースも一部あったが、観光地としての魅力や知名度が向上することで、住民が地域を誇りに感じるようになっていく。また、農業や製造業などの地場産業へも経済的メリット等がもたらされている。

前述のように宿泊業は環境保全の取組において地域住民との連携を期待しており、住民の参加を前提に、環境保全の取組→観光資源の保全・創出→観光地の魅力向上→住民の誇り→環境保全の取組、というサイクルで取組の内容や範囲を拡大しながら循環していくと考えられる。

一方、課題については住民自身が「住民の理解や参加の不足」を最も多く挙げており、環境保全への理解や参加のきっかけとなるような環境学習や関連するイベントの開催、あるいは取組の継続の支援となる人材育成や情報発信などの仕組み作りが行政や観光産業に期待される。

19 地域における環境保全の取組に対する観光客の認識は高く、保全状況の良さやゴミの少なさといった観光地の魅力として評価して、高い再来訪意向や規制の受け入れ意向につながっていると考えられる。持続可能な観光地づくりには地域の環境保全の取組に共感し、協力もしてくれる観光客の存在が重要であり、これを「育む」仕組みとして、環境学習や自然体験といった観光客参加型の観光メニューが有用と考えられる。

3.4. 調査のまとめ

環境への取組が分野を問わず最重要課題となっている今日、我が国の観光分野においても地方公共団体、住民、観光産業等の様々な主体が環境保全に向けた取組を着実に進めており、そうした取組を進める中で、単独主体による取組を越えた協力体制の構築の必要性等が強く認識されるようになってきている。

観光産業は、一旦破壊・滅失されると再生することが困難な自然や景観、歴史・文化といった観光資源にその存立を大きく依存する資源依存型産業である。そのため、環境保全の取組は、観光産業にとってその持続的な発展の根幹をなすとともに、観光産業そのものが、関連する産業のすそ野が広いという特性によって、地域における環境保全の取組を通じて他を先導し得るものであると考えられる。例えば、環境保全を打ち出したまちづくりを行っている地域では生態系の保全に農林業や漁業も取り組み、そこで採れた安全な食品が観光客に受け入れられ、また市場におけるブランドの確立につながっている。

また、観光地に暮らす住民は自らの生活環境を護るという視点だけでなく、環境が美しく保全されていること、そしてそれが観光客を惹きつけていることを誇りに思っ環境保全の取組を見守ったり、自らこれに参加している。つまり、観光地の環境を保全することは地域住民の理解や協力なくしては非常に困難である。

一方、観光政策の一環として環境配慮の取組に積極的な地方公共団体では、エコツアーの促進などの実際的な活動とともに、行政と観光産業の連携、あるいは住民と観光産業の連携という土台作りにも取り組んでいるケースが多く、これら三者の活動の連携が進むことでより大きな相乗効果が期待される。

環境保全の取組は、観光の持続可能な発展に不可欠であるだけでなく、観光地の魅力向上にも大きく関係していることが明らかになった。観光の形態が団体旅行から個人旅行・小グループ旅行へと、あるいは通過型から周遊型、滞在型へとシフトする中で、時間的余裕や旅程の自由度が高まることによって、地域の魅力が再発見される機会も増していると考えられる。例えば今回の調査対象地域では、昔ながらの景観や温泉などの資源が良好に保全されていたり、地元産の安全な食材が提供される、ガイドの案内の下で本物の自然に触れられる、地域の歴史とストーリー性を持って環境保全と観光を結びつけている、あるいは環境に大きな負荷を与えないで観光できるといった取組等が観光地の魅力として認知されてきており、地域の努力が結実している。このことは、環境保全の取組により観光客を惹きつけられる時代、若しくは環境保全の取組を行わないと観光客を惹きつけられないという時代がいずれ到来することを示唆しているとも言える。

また、地域の若者や観光客が保全された地域の伝統・文化や地域ブランド等に触れることにより、観光分野における次世代育成にも資するものと考えられる。

したがって、地域資源に依存する観光は環境意識が高まりつつある今日を付加価値向上の絶好の機会と捉え、関係者の連携・協力を一層強化し、観光振興、環境保全、観光客の再来訪促進の3つの要素の相乗効果を発揮させた、持続的かつ魅力ある「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりに取り組むことが求められている。

資料編

資料編構成

1. 観光産業アンケート調査票
2. 自治体アンケート調査票
3. 住民等アンケート調査票
4. 観光客アンケート調査票
5. 観光産業アンケート単純集計結果（産業別）
6. 自治体アンケート単純集計結果
7. 住民等アンケート単純集計結果
8. 観光客アンケート単純集計結果

1. 観光産業アンケート調査票

観光と環境に関するアンケート調査

<観光産業(旅行業・宿泊業・イベント業)>

国土交通省 総合政策局 観光経済課

本調査は国土交通省総合政策局観光経済課の委託により、
(株)都市未来総合研究所が実施しています

この調査は、国土交通省の委託により、平成20年版観光白書作成に向けた基礎調査として観光産業における環境保全の取組の実情を明らかにし、今後の観光政策の検討などに資することを目的に実施しています。

なお本調査は、①旅行業、②宿泊業、③イベント業に共通の調査票にて実施しています。

ご回答は、環境担当部門がある場合はそのご担当者、ない場合は、経営・企画部門などのご担当者をお願い致します。

回答の結果は集計して活用いたしますので、個々の回答が公表されることはありません。
なお、ご回答いただいた皆様には、集計の分析結果を協会等を通じお知らせしますので、調査の趣旨をご理解頂き、ご協力をお願いいたします。

- 本調査の回答期限は、平成19年12月21日（金）とさせていただきます。
- 当日までにご投函頂きますようお願いいたします（切手は不要です）。
- 記述欄が足りない場合は、欄外に記入して頂いても結構です。

【記入時の注意事項】

※ 選取項目では該当するものの1つ（あるいは複数回答可の設問は該当する項目全て）を喜び、この調査票の該当番号の回答欄に「○」をつけて下さい。
（業態によっては当てはまらない選取項目も含まれていますが、その場合は無視して下さい。）

貴社の概要とご回答いただいた方についてお答え下さい。

貴社名 (施設名)						
設立年 (旅行業は 登録年)	西暦	年	資本金	百万円	従業員数 (パート等含む)	人
売上高 (直近年度)	1. 1 億円未満	2. 1 億円以上 5 億円未満	3. 5 億円以上 10 億円未満	10 億円未満		
	4. 10 億円以上 50 億円未満	5. 50 億円以上 100 億円未満	6. 100 億円以上			
回答者	所属部課					
	氏名	役職名				
	電話番号	FAX 番号				

宿泊業の方のみ：客室数	室
-------------	---

1. 貴社の環境に対する全社的な社内体制についてお伺いします。

問 1-1	貴社の環境への取組として現在実施している内容はどれですか（該当するもの全てに○印をつけて下さい）。
回答	選 択 肢
	① 環境に関する経営方針の策定
	② 環境配慮・環境保全に関する専門部署の設置や担当者の配置（専任あるいは兼任）
	③ 環境マネジメントシステム ^{※1} （ISO14001 やエコステージなど）の認証取得
	④ 環境報告書 ^{※2} の作成（持続可能性報告書等も含む）
	⑤ 環境会計 ^{※3} の導入
	⑥ その他（ ）
	⑦ 特に体制を整えてはいない ⇒問 1-3 へ

※1：事業者が自主的に環境保全に関する取組を進めるに当たり、環境に関する方針や目標等を自ら設定し、これらの達成に向けて取り組んでいくことを「環境マネジメント」といい、このための工場や事業場内の体制・手続等を「環境マネジメントシステム」といいます。
「ISO14001」は、企業の活動、製品及びサービスによって生じる環境への負荷低減を實現するシステムを構築するために要求される国際標準規格です。
「エコステージ」とは、日本における環境マネジメントシステム規格のひとつで、ISO 14001 の骨格部分をピクチャアップして中小企業向けに簡易化したステージ1から最高の取組レベルのステージ6までの5つのステージ・目標が設定されています。
※2：「環境報告書」とは、企業等の事業者が、経営責任者の署名、環境保全に関する方針・目標・計画、環境マネジメントに関する状況（環境マネジメントシステム、法規制遵守、環境保全技術開発等）、環境負荷の低減に向けた取組の状況（CO₂排出量の削減、廃棄物の排出削減等）等について取りまとめ、一般に公表するものです。同様の内容で「持続可能性報告書」と呼ぶ企業もあります。
※3：「環境会計」とは、企業等が、持続可能な発展を目指して、社会との良好な関係を築きつつ、環境保全への取組を効果的かつ効果的に推進していくことを目的として、事業活動における環境保全のためのコストとその活動により得られた効果を認識し、可能な限り定量的（貨幣単位又は物量単位）に測定し伝達する仕組みです。

問 1-2	貴社の経営の中で上記のような取組を行っている主な理由は何か（3つまで○をつけて下さい）。
回答	選 択 肢
	① ビジネスチャンスと考えるため
	② 環境への配慮は企業の社会的責務と考えるため
	③ 観光地の地域住民に配慮するため
	④ 観光資源を維持保全するため
	⑤ 企業ブランドやイメージの維持向上のため
	⑥ コスト削減のため
	⑦ 法規制等に対応するため
	⑧ 取引先から求められているため
	⑨ 株主や金融機関に対する情報提供のため
	⑩ その他（ ）

問 1-1 で「〇」を選んだ方のみ、以下の問いにご回答下さい。

問 1-3	環境への取組体制を特に整えていない理由は何ですか（近いものを1つ選んで〇をつけて下さい）。
回答	選 択 肢
	① 自社の事業領域では環境に配慮できる範囲が限定的なため
	② 環境配慮により相応のメリットを享受できとは思えないため
	③ 環境に対する取組を行うための十分な資金や時間、人材が不足しているため
	④ 環境問題がそれほど切迫しているとは思っていないため
	⑤ その他（ ）

以下の問いにはすべての方がお答え下さい。

問 1-4	貴社の環境への取組として今後新たに実施を予定、もしくは検討している内容はどれですか（該当するものを全てに〇をつけて下さい）。
回答	選 択 肢
	① 環境に関する経営方針の策定
	② 環境配慮・環境保全に関する専門部署の設置や担当者の配置（専任あるいは兼任）
	③ 環境マネジメントシステム（ISO14001 やエコステージなど）の認証取得
	④ 環境報告書の作成（持続可能性報告書等も含む）
	⑤ 環境会計の導入
	⑥ 今後体制を整える予定はない
	⑦ その他（ ）

2. 環境問題に対する貴社の具体的な取組についてお伺いします。 該当するもの全てに〇をつけて下さい。

問 2-1 から問 2-9 については、全社的に取り組んでいるよりも支店等のレベルで活発に取り組まれている企業につきましては、その代表的な支店等の名称を下記にご記入の上、そこでの取組みについてご記入ください。

支店等名称

問 2-1	季節変動の平準化（該当する場合、具体例もお書き下さい）
回答	選 択 肢
	① 混雑期に来客の集中を分散するような旅行関連商品/展示会・イベントを提供している （具体例： ）
	② 閑散期に顧客を誘致するような旅行関連商品/展示会・イベントを提供している （具体例： ）
	③ 観光地の閑散期に地域で協力して集客イベントを企画している （具体例： ）
	④ 地域の観光資源の過剰利用（オーバーユース）対策等に協力している （具体例： ）
	⑤ その他（ ）

問 2-2	交通や輸送による環境影響の緩和
回答	選 択 肢
	① 環境負荷の低い交通機関を利用した旅行関連商品/展示会・イベントを提供している
	② 来客に対して公共交通機関の利用を促している
	③ 送迎車やツアーバス等にハイブリッド自動車等の低環境負荷車両を利用している
	④ 送迎車やツアーバス等にアイドリングストップやエコドライブを励行している
	⑤ その他（ ）

問 2-3	環境対策に関する人材育成や人材活用
回答	選 択 肢
	① 社員に対して環境研修や環境に関する意識啓発を行っている
	② 環境取組を行う人材の雇用を積極的に行っている
	③ 採用に際して自社の環境取組をアピールしている
	④ 社内外の自然環境ガイドや自然観察インストラクター等を活用している
	⑤ その他（ ）

問 2-4	地域活性化への貢献
回答	選 択 肢
	① 地域で合意した業務作りに協力している
	② 地域で行う活性化プロジェクトや観光客誘致のイベントに協力している
	③ 観光地についての来訪者満足度を把握し、意見を活用している
	④ 地産地消の取組を推進している
	⑤ その他（ ）

問 2-5	省エネ・省資源化
回答	選 択 肢
	① 太陽光発電や地熱発電などの環境にやさしい自然エネルギーシステムを導入している
	② 高効率の照明や空調、給湯などの省エネ設備を導入している
	③ 廃棄物の排出抑制やリサイクル等の資源の有効活用に取り組んでいる
	④ タオル類の交換や包装の簡素化など顧客の理解や協力が必要な取組を行っている
	⑤ 軽度や環境に配慮した製品を利用している
	⑥ グリーン購入※を推進している
	⑦ その他（ ）

※：「グリーン購入」とは、グリーン購入法（国等による環境物品等の調達に関する法律）に基づき、製品やサービスを購入する際に、環境を考慮して、必要性をよく考え、環境への負荷がでるだけ少ないものを選んで購入することです。

国等については義務、民間事業者等については努力が求められています。

問 2-6	自然環境や文化遺産などの保護
回答	選 択 肢
	① 自然文化・歴史遺産等の観光資源保護活動に参加している
	② 地域の清掃や美化活動、緑化活動に参加している
	③ 環境保護活動をツアー・バック、展示会・イベントなどに組み込んでいる
	④ 観光客やイベント参加者等による環境負荷を少なくするためのゴミの持ち帰りを奨励したり、自社による引き取り処分等々の対策をとっている
	⑤ 全国的に環境保護活動や文化遺産保護活動を行っている団体へ寄付を行っている
	⑥ 自然保護・文化財保護を行っている観光地の団体等に寄付を行っている
	⑦ その他（ ）

問 2-7	貴社で実施している環境に対する取組のうち顧客の理解と協力が必要なものについて、顧客にはどのように受け入れられていますか（1つのみ○をつけて下さい）
回答	選 択 肢
	① 特段の特典はないが [] 割程度の顧客が理解・協力してくれる
	② 特典などのインセンティブをつけているので [] 割程度の顧客が理解・協力してくれる
	③ 若干の不便や負担があった場合はほとんど理解・協力してもらえない
	④ 顧客に不便や負担を強いるような取組は行っていない
	⑤ その他（ ）

旅行業及びイベント業の方は、以下の問いにご回答下さい。

問 2-8	貴社ではエコツアーや環境保護活動を伴う旅行など、環境に配慮した旅行商品/展示会・イベントは顧客にはどのように受け入れられていますか（1つのみ○をつけて下さい）。
	①及び③を選択した場合は [] に数字を記入して下さい。
回答	選 択 肢
	① 購入・参加する顧客が前期に比べ [] 割程度増えている
	② 購入・参加する顧客は前期と比べ変わらない
	③ 購入・参加する顧客は前期と比べ [] 割程度減っている
	④ 自社では環境に配慮した旅行商品/展示会・イベントを扱っていない

以下の問いにはすべての方がお答え下さい。

問 2-9	今後貴社の環境への取組に理解・協力してくれる顧客は増えると思いますが（1つのみ○をつけて下さい）
回答	選 択 肢
	① 増える
	② 特典付与などの条件次第で増える
	③ 現状と変わらない
	④ 減る
	⑤ わからない
	⑥ その他（ ）

3. 貴社の環境対応の具体的な取組による効果についてお伺いします。

問 3-1	貴社ではどのような効果を期待していましたが、また、実際にはどのような効果があがっていますか（該当するもの全てに○をつけて下さい）。
期待し た効果	選 択 肢
	① 顧客の増加
	② 顧客単価の上昇
	③ コストの削減
	④ リピーターの獲得、増大
	⑤ 企業のブランド価値の向上やイメージアップ
	⑥ 対外的な信用の向上
	⑦ 従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上
	⑧ 社内のコミュニケーションの円滑化
	⑨ 人材獲得に有利
	⑩ 周辺環境や景観の維持保全
	⑪ 地域全体での環境に対する取組が活発化
	⑫ 観光地全体の活性化や魅力の向上
	⑬ 環境融資など有利な資金調達が受けられる
	⑭ その他（ ）

2. 自治体アンケート調査票

観光と環境に関するアンケート調査

(自治体観光担当対象)

国土交通省 総合政策局 観光経済課

本調査は国土交通省総合政策局観光経済課の委託により、
(株)都市未来総合研究所が実施しています

この調査は国土交通省の委託により、平成20年版観光白書作成に向けた基礎調査として主要な観光地を擁する自治体における環境保全の取組の実情を明らかにし、今後の観光政策の検討などに資する事を目的に実施しています。

回答の結果は集計して活用いたしますので、個々の回答が公表されることはありません。調査の趣旨をご理解頂き、ご協力をお願いいたします。

- 本調査の回答期限は、12月21日（金）とさせていただきます。
- 当日までにご投函頂きますようお願いいたします（切手は不要です）。
- 記述欄が足りない場合は、欄外に記入して頂いても結構です。

問3 現在、各地の観光地において環境を守るための様々な取組が行われています。貴自治体ではどのような取組がされているか、以下の取組の状態について、「15 積極的である」「14 やや積極的」「13 普通」「12 あまり積極的でない」「11 積極的でない」の5段階から1つ選んで番号に○を付けて下さい。

	積極的でない	積極的でない	積極的でない	積極的でない	積極的でない
	1	2	3	4	5
(記入例)	1	2	3	4	5
1. 自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護	1	2	3	4	5
1. 自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護	1	2	3	4	5
2. 自然や文化に触れるエコツアーズや歴史遺産ツアー	1	2	3	4	5
3. 地域の農産品や水産物の魅力のアピール	1	2	3	4	5
4. 工芸品や伝統芸能、風俗慣習、祭りなどの地域文化の保全・継承	1	2	3	4	5
5. 観光地へのマイカー利用を控える呼びかけ	1	2	3	4	5
6. バスなどの公共交通機関の利用の奨励	1	2	3	4	5
7. 観光客への案内標識や周道路の整備	1	2	3	4	5
8. 環境負荷の少ない公共交通の導入	1	2	3	4	5
9. 観光客に対するゴミの持ち帰り促進	1	2	3	4	5
10. 温泉などの限りある資源の節度ある利用のための地域合意や協力	1	2	3	4	5
11. 風力や太陽光などの地球環境に優しいエネルギーの利用	1	2	3	4	5
12. 観光客の少ない時期のイベントや新たな観光の誘発	1	2	3	4	5
13. 観光客の過剰な集中を防ぐための観光地への入場規制などの措置	1	2	3	4	5
14. 自然環境ガイドや自然観察インストラクターの育成や活動	1	2	3	4	5
15. 地元の小・中学校などにおける環境教育	1	2	3	4	5
16. 環境学習や自然体験学習を行う修学(教育)旅行の受け入れ	1	2	3	4	5
17. 環境を守る地域の活動の情報発信	1	2	3	4	5
18. 世界遺産や国立公園などの認定地への立候補やその後の活動	1	2	3	4	5
19. 魅力的な自然環境や文化遺産を自玉に県外や遠方の観光客を誘致する活動	1	2	3	4	5
20. 景観条例や風致地区指定などによる景観への規制	1	2	3	4	5
21. 地域住民による環境保全活動への参加	1	2	3	4	5
22. 地域住民と観光産業との連携	1	2	3	4	5
23. 行政と観光産業との連携	1	2	3	4	5

問4 貴自治体で実施されている環境への取組を行う前と後で、観光地としての魅力がどのように変化したと感じますか。次の中から該当する項目をいくつでも選び、3段階の番号に○を付けて下さい。

1. 地域の自然景観の魅力	1. 低下した	2. 変化なし	3. 向上した
2. 植物、動物の棲息環境の質	1. 低下した	2. 変化なし	3. 向上した
3. 温泉や地下水、河川等の水質	1. 低下した	2. 変化なし	3. 向上した
4. 歴史的遺産の保全状態	1. 低下した	2. 変化なし	3. 向上した
5. 地域文化の保全や継承	1. 低下した	2. 変化なし	3. 向上した
6. 地域の農産品や水産品、郷土料理などの普及	1. 低下した	2. 変化なし	3. 向上した
7. 公共交通の利用	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
8. マイカー規制などによる観光地周辺の交通量	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
9. 低環境負荷の公共交通の導入による環境への影響	1. 悪化した	2. 変化なし	3. 改善した
10. ゴミの持ち帰り促進による観光地に残るゴミの量	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
11. 太陽光や地熱などでクリーンエネルギーを創る活動	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
12. 年間を通じた観光魅力の増進による入込客数	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
13. 細やかな観光サービスに対する観光客の満足度	1. 低下した	2. 変化なし	3. 向上した
14. エコ・ツアーや自然体験型観光による利用者の満足度	1. 低下した	2. 変化なし	3. 向上した
15. 環境学習や自然体験等のために訪れる人の数	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
16. 地域住民の環境学習への参加	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
17. 地域の取組がマスコミ等で取り上げられる機会	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
18. 県外や遠方からの来客数	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
19. 地域住民の環境保全活動への参加	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
20. 観光事業者による企業としての環境活動への取組	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
21. 地域住民と観光産業との連携	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した
22. 行政と観光産業との連携	1. 減少した	2. 変化なし	3. 増加した

問5 観光地として環境に関する取組を行う際に、行政をはじめとして住民や観光産業などの地域全体でどのような事項が課題になるとお考えですか。次の中から該当する項目をいくつでも選び番号に○をつけて下さい。

1. 環境対応へのコスト増大

2. 行政と地域の観光関連産業や関係団体との連携

3. 行政内の組織間の連携

4. 行政界を越えた広域的な連携

5. 環境保全の取組に対する観光客の理解や協力の不足

6. 環境保全の取組を推進する地域のリーダー・シッブ

7. 環境保全の取組の担い手を教育する機能

8. 環境保全の取組に対する地域の協力体制や合意の形成

9. 効果的な環境保全の取組に対する情報、専門家のアドバイザーの不足

10. 他地域の成功事例や失敗事例の活かし方

11. 環境保全の取組の費用対効果が明確でない、あるいは短期的な効果が期待できない

12. 環境保全の取組がかえって観光客離れを起すのではないかという不安感の解消

13. 環境保全の取組によって日常生活が不便になったり窮屈になるのではないかという不安感の解消

14. 住民に対する環境教育の機会の不足

15. 住民のマイカー依存度が強く、公共交通機関の維持が難しい

16. 環境への取組について地域住民や観光事業者の行政への依存が強すぎる

17. その他（ ）

問6 貴自治体の観光地についてどのようなようにお感じですか。以下について、「5」とてもそう思う」「4」どちらかというとそう思う」「3」どちらでもない」「2」あまりそう思わない」「1」そう思わない」の5段階から1つ選んで番号に○を付けて下さい。

	とてもそう思う	どちらかというとそう思う	どちらでもない	あまりそう思わない	そう思わない
1. 観光客はリピーターが多い	1	2	3	4	5
2. 生活する場所としても魅力的である	1	2	3	4	5
3. この地域では観光産業が盛んである	1	2	3	4	5
4. 自然環境や文化遺産が保全されている	1	2	3	4	5
5. 観光地周辺で個性のある美しい街並みが形成されている	1	2	3	4	5
6. 観光地の景観や環境の保全のためには一定の規制はやむを得ない	1	2	3	4	5
7. 観光によるゴミの発生量が多くて問題である	1	2	3	4	5
8. 一年を通じて観光客が多く来ている	1	2	3	4	5
9. 平日でも観光客が多く来ている	1	2	3	4	5
10. バスや鉄道などの公共交通機関を利用しやすい	1	2	3	4	5
11. 観光地周辺が観光客でよくにぎわっている	1	2	3	4	5
12. 良質な宿泊施設が多い	1	2	3	4	5
13. 旅客などの観光産業のサービスの質が高い	1	2	3	4	5
14. 住民のホスピタリティ（もてなしの精神）が高い	1	2	3	4	5
15. 地域の農産品や水産品を目当てに来る観光客が多い	1	2	3	4	5
16. 地場産で採れた食材をよく利用している	1	2	3	4	5
17. 観光資源を保全する取組に不便さや窮屈さを感じる	1	2	3	4	5
18. 観光客によって住民のプライバシーが侵害されている	1	2	3	4	5
19. 観光による交通渋滞が極ましい	1	2	3	4	5
20. 地域で観光資源を守る意識が高い	1	2	3	4	5
21. 地域おこしや観光のイベントに地元住民も多く参加している	1	2	3	4	5
22. 大半の観光客は当地での環境に対する取組に関心がない	1	2	3	4	5
23. 観光地として全国的によく知られている	1	2	3	4	5
24. 観光地に魅せられて移住してきたり一定期間だけ暮らす人が増えている	1	2	3	4	5

■ ご回答者ご自身のことをお答え下さい。

1. 所属部署名

2. 役 職

■ 想定した観光地、あるいは貴自治体について把握されている範囲でお答え下さい。

◆観光基本計画（観光振興計画等も含む）の策定 [あり なし]

◆年間の入込客数 （自治体全体）	直近 （調査年）	前回 （調査年）	前々回 （調査年）
	千人	千人	千人

◆事業所・企業統計調査における事業所数・従業員数（観光産業）

業種中分類 業種小分類	事業所数	従業員数
70 宿泊業		
701 旅館・ホテル	件	人
702 簡易宿所	件	人
72A 会社・団体の宿泊所	件	人
73B 他に分類されない宿泊所	件	人
83 その他の生活関連サービス	件	人
831 旅行業	件	人
43 道路旅客運送業	件	人
431 一般乗合旅客運送業	件	人
432 一般乗用旅客運送業	件	人
433 一般貸切旅客運送業	件	人

■その他、観光と環境に関するご意見等ございましたらご記入下さい。

※ご記入済みの調査票は、誠に勝手ながら、12月21日（金）までに同封の返信用封筒にて投函下さいますようよろしくお願い申し上げます。

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

3. 住民等アンケート調査票

観光と環境に関するアンケート調査

国土交通省 総合政策局 観光経済課

本調査は国土交通省総合政策局観光経済課の委託により、
(株)都市未来総合研究所が実施しています

この調査は国土交通省の委託により、平成20年版観光白書の作成に向けた基礎調査として、観光地における環境保全の取組の実情を明らかにし、今後の観光政策の検討などに資する事を目的に実施しています。

回答の結果は無計して活用いたしますので、個々の回答が公表されることはありません。調査の趣旨をご理解頂き、ご協力をお願いいたします。

- 本調査の回答期限は、 月 日 () とさせていただきます。
- 当日までにご投函頂きますようお願いいたします (切手は不要です)。
- 記述欄が足りない場合は、欄外に記入して頂いても結構です。

■ 回答者ご自身のご職業に当てはまる業種を1つ選び○をつけて下さい。

業 種	1. 宿泊業	2. 旅行業	3. イベント業
	4. 観光・まちづくりNPO	5. 観光関連団体	
	6. 商工関連団体	7. その他 ()	

(地元観光産業等へのみの設問)

観光地としての「知床」について伺います。

問1 この観光地は、どのような発展段階にあると思いますか。次の中から該当する項目を1つ選び、番号に○を付けて下さい。

- 1. 観光地としてほとんど知られておらず、今後の観光開発に期待したい。
- 2. 最近になって観光地として注目されるようになったと思う。
- 3. 観光地として知られており、進捗中の観光開発計画もあると思う。
- 4. 観光地として成熟段階に入りつつあり、一層の観光開発は慎重に扱われていると思う。
- 5. その他（ ）

観光地における環境への取組について伺います。

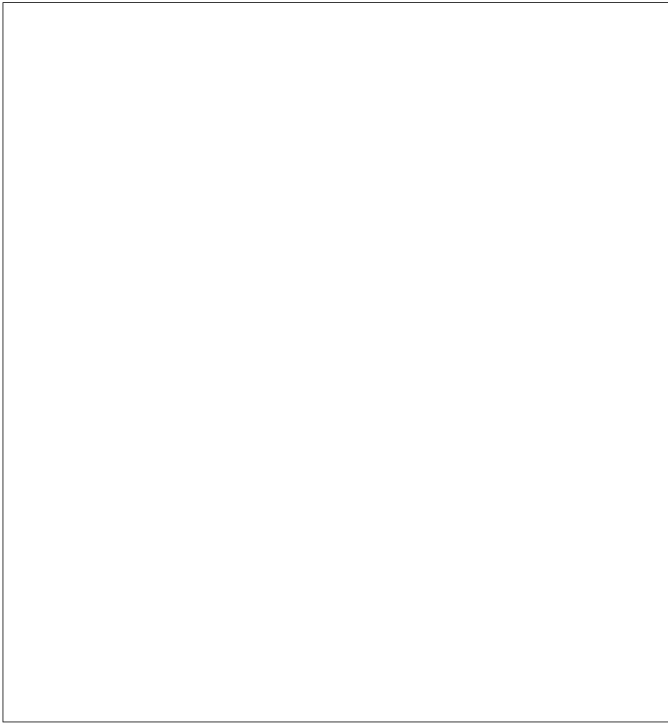
問2 この観光地における環境への取組について、どのようにお考えですか。次の中から該当する項目を1つ選び、番号に○を付けて下さい。

- 1. 環境に与える影響が考慮されないうで、観光開発が進められていると思う。
- 2. 住民・NPOや観光業者などがそれぞれ個別に環境に関する取組を行っていると思う。
- 3. 地域として環境保全に取り組む協力体制ができつつあると思う。
- 4. 景観保全やマイカー規制など、生活の不便や経済効率より環境を優先する地域合意がある。
- 5. その他（ ）

問3 現在、各地の観光地において、環境を守るための様々な取組が行われています。次の取組の中から、あなたがお住まいの地域で取り組まれている事（ご存知の項目）を選び、「5段階的である」「4やや積極的」「3普通」「2あまり積極的でない」「1積極的でない」の5段階から1つ選んで番号に○を付けて下さい。

積 累 的 な 取 組	
（記入例）	1・2・3・4・5
1. 自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護	1・2・3・4・5
2. 自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護	1・2・3・4・5
3. 自然や文化に触れるエコツアーズや歴史遺産ツアー	1・2・3・4・5
4. 地域の農産物や水産物の魅力のアピール	1・2・3・4・5
5. 工業品や伝統芸能、風俗習慣、祭りなどの地域文化の保全・継承	1・2・3・4・5
6. 観光地へのマイカー利用を控える呼びかけ	1・2・3・4・5
7. バスなどの公共交通機関の利用の奨励	1・2・3・4・5
8. 観光客への案内標識や周遊路の整備	1・2・3・4・5
9. 環境負荷の少ない公共交通の導入	1・2・3・4・5
10. 観光客に対するゴミの持ち帰り促進	1・2・3・4・5
11. 温泉などの限りある資源の節度ある利用の地域合意や協力	1・2・3・4・5
12. 風力や太陽光などの地球環境に優しいエネルギーの利用	1・2・3・4・5
13. 観光客の少ない時期のイベントや新たな観光の提案	1・2・3・4・5
14. 観光客の過剰な集中を防ぐための観光地への入場規制などの措置	1・2・3・4・5
15. 自然環境ガイドや自然観察インストラクターの育成や活動	1・2・3・4・5
16. 地元の小・中学校などにおける環境教育	1・2・3・4・5
17. 環境学習や自然体験学習を行う修学（教育）旅行の受け入れ	1・2・3・4・5
18. 環境を守る地域の活動の情報発信	1・2・3・4・5
19. 世界遺産や国立公園などの認定地への立候補やその後の活動	1・2・3・4・5
20. 魅力的な自然環境や文化遺産を自主に県外や遠方の観光客を誘致する活動	1・2・3・4・5
21. 景観条例や風致地区指定などによる建築物への規制	1・2・3・4・5
22. 地域住民による環境保全活動へのボランティア参加	1・2・3・4・5
23. 地域住民と観光産業との連携	1・2・3・4・5
24. 観光産業と行政との連携	1・2・3・4・5

■その他、環境と観光に関するご意見等がございましたらご記入下さい。



※ご記入済みの調査票は、誠に勝手ながら、1ページに記載のある回答期限までに開封の返信用封筒にて投函下さいますようお願い申し上げます。

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

4. 観光客アンケート調査票

「観光地における環境対応に関する調査」(国土交通省の委託による実施)

この調査は、平成 20 年版観光白書を作成するための資料となるものです。

1. 今回の旅行の目的について教えてください(該当するものにいくつでも○をつけて下さい)。

- | | | |
|------------|------------------|-----------------|
| 1. 自然体験・景観 | 2. テーマパーク・レジャー施設 | 3. 歴史遺産・伝統 |
| 4. 温泉 | 5. スポーツ | 6. イベントや行事 |
| 7. 保養・休養 | 8. 郷土料理や伝統工芸 | 9. 特産品(農産品・水産物) |
| 10. その他 (| |) |

2. 当地での環境への取組について、感想をお答え下さい(数字に○)。

- | | とても思う | どちらとも
言えない | 思わない |
|------------------------------------|-------|---------------|--------|
| ① 自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護に努めている。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ② 魅力的なエコツアーや歴史遺産ツアーを行っている。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ③ 地域の農産品や水産物の魅力をアピールしている。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ④ マイカーの利用を控えるよう呼びかけている。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑤ バスなどの公共交通機関による移動を奨励している。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑥ 案内標識や周遊路がよく整備されている。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑦ ゴミの持ち帰りを観光客に促している。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑧ 温泉などの限りある資源を地域で協力して守っている。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑨ 風力や太陽光などの地球環境に優しいエネルギーの利用に努めている。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑩ 環境を守る地域の活動を PR している。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑪ その他 (| | |) |

3. 当地の感想を教えてください(該当する数字に○をつけて下さい)。

- | | とても思う | どちらとも
言えない | 思わない |
|-----------------------------|-------|---------------|--------|
| ① また来たいと思った。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ② 住んでみたいと思った。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ③ 観光産業が盛んだと感じた。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ④ 自然環境や文化遺産が良好に保全されている。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑤ ゴミが少なく清潔だと感じた。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑥ 環境や景観を守るための一定の規制はやむを得ない。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑦ バスや鉄道などの公共交通を利用しやすかった。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑧ 観光客でにぎわっていると感じた。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑨ 接客などのサービスに満足できた。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑩ 観光地周辺の住民が温かく迎えてくれたり親切だった。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑪ 地場で採れた食材による料理を堪能できた。 | (5 | 4 | 3 2 1) |
| ⑫ 期待はずれだった事があれば教えてください。(| | |) |
| ⑬ 満足した点があれば教えてください。(| | |) |

4. ご自身についてお答えください。

- | |
|--|
| ・ どちらから来られましたか (県内 ・ 県外 [都道府県]) |
| ・ どなたと来られましたか (一人 ・ 家族 ・ 知人/友人 ・ 職場/学校仲間 ・ その他) |
| ・ 性別 (男 ・ 女) |
| ・ 世代 (10代 ・ 20代 ・ 30代 ・ 40代 ・ 50代 ・ 60代～) |

ご協力ありがとうございました。

調査実施:(株)都市未来総合研究所

5. 観光産業アンケート単純集計結果

問1 環境に対する全社的な社内体制

問1-1 環境への取組として現在実施している内容

	①環境に関する経営方針の策定	②環境配慮・環境保全に関する専門部署の設置や担当者の配置	③環境マネジメントシステムの認証取得	④環境報告書の作成	⑤環境会計の導入	⑥その他	⑦特に体制を整えてはいない
旅行業 (n=718)	140	87	53	32	12	88	450
宿泊業 (n=462)	99	101	38	17	7	54	233
イベント業 (n=9)	4	2	1	0	0	2	4
計 (n=1189)	243	190	92	49	19	144	687

問1-2 取組を行っている主な理由

	①ビジネスチャンスと考えるため	②環境への配慮は企業の社会責務と考えるため	③観光地の地域住民に配慮するため	④観光資源を維持保全するため	⑤企業ブランドやイメージの維持向上のため	⑥コスト削減のため	⑦法規制等に対応するため	⑧取引先から求められているため	⑨株主や金融機関に対する情報提供のため	⑩その他
旅行業 (n=254)	33	213	56	92	86	72	52	9	1	8
宿泊業 (n=217)	19	180	62	87	72	85	49	2	2	8
イベント業 (n=5)	2	4	0	0	5	2	1	0	0	0
計 (n=476)	54	397	118	179	163	159	102	11	3	16

問1-3 環境への取組体制を特に整えていない理由

	① 自社の事業領域では環境に配慮できる範囲が限定的なため	② 環境配慮により相応のメリットを享受できないと思えないため	③ 環境に対する取組を行うための十分な資金や時間、人材が不足しているため	④ 環境問題がそれほど切迫しているとは思えないため	⑤ その他
旅行業 (n=438)	170	6	211	22	29
宿泊業 (n=227)	48	5	136	18	20
イベント業 (n=4)	2	0	2	0	0
計 (n=669)	220	11	349	40	49

問1-4 環境への取組で今後実施を予定、検討している内容

	①環境に関する経営方針の策定	②環境配慮・環境保全に関する専門部署の設置や担当者の配置	③環境マネジメントシステムの認証取得	④環境報告書の作成	⑤環境会計の導入	⑥今後体制を整える予定はない	⑦その他
旅行業 (n=718)	189	85	35	25	21	245	108
宿泊業 (n=462)	143	83	44	33	19	107	68
イベント業 (n=9)	2	0	0	0	0	2	2
計 (n=1189)	334	168	79	58	40	354	178

問2 環境問題に対する具体的な取組

問2-1 季節変動の平準化

	①混雑期に 来客の集中を 分散するよう な旅行関連 商品/展示会・ イベントを提 供している	②閑散期に 顧客を誘致す るような旅行 関連商品/展 示会・イベン トを提供して いる	③観光地の 閑散期に地域 で協力して集 客イベントを 企画している	④地域の観光 資源を過剰利 用(オーバーユ ー)対策等に 協力している	⑤その他
旅行業 (n=718)	41	192	92	22	81
宿泊業 (n=462)	8	172	172	10	30
イベント業 (n=9)	0	2	1	1	3
計 (n=1189)	49	366	265	33	114

問2-2 交通や輸送による環境影響の緩和

	①環境負 荷の低い交 通機関を利 用した旅行 関連商品/展 示会・イベン トを提供して いる	②来客に 対して公共 交通機関の 利用を促し ている	③送迎車 やツアーバ ス等にハイ ブリッド自 動車等の低 環境負荷車 両を利用し ている	④送迎車 やツアーバ ス等にアイ ドリングス トップやエ コドライブ を励行して いる	⑤その他
旅行業 (n=718)	49	127	41	235	65
宿泊業 (n=462)	15	110	11	135	42
イベント業 (n=9)	1	5	1	1	2
計 (n=1189)	65	242	53	371	109

問2-3 環境対策に関する人事育成や人材活用

	①社員に 対して環境 研修や環境 に関する意 識啓発を行 っている	②環境取 組を行う人 材の雇用を 積極的に行 っている	③採用に 際して自社 の環境取組 をアピール している	④社内外の 自然環境ガ イドや自然 観察インス トラクター 等を活用し ている	⑤その他
旅行業 (n=718)	261	8	41	104	79
宿泊業 (n=462)	180	3	38	56	50
イベント業 (n=9)	4	0	0	3	3
計 (n=1189)	445	11	79	163	132

問2-4 地域活性化への貢献

	①地域で 合意した景 観作りに協 力している	②地域で 行う活性化 プロジェクト や観光客誘 致のイベン トに協力を している	③観光地 についての 来訪者満 足度を把握 し、意見を 活用してい る	④地山地 消の取組 を推進して いる	⑤その他
旅行業 (n=718)	113	285	126	135	40
宿泊業 (n=462)	163	289	130	234	10
イベント業 (n=9)	4	6	4	3	2
計 (n=1189)	280	580	260	372	52

問2-5 省エネ・省資源化

	①太陽光 発電や地熱 発電などの 環境にやさ しい自然エ ネルギーシ ステムを導入 している	②高効率の 照明や空調 、給油など の省エネ設 備を導入し ている	③廃棄物等 の排出抑制 やリサイクル 等の資源の有 効活用にと 取り組んで いる	④タオル類 の不交換や 包装の簡素 化など顧客 の理解や協 力が必要な 取組を行っ ている	⑤健康や環 境に配慮し た製品を利 用している	⑥グリーン 購入を推進 している	⑦その他
旅行業 (n=718)	14	90	282	57	119	76	49
宿泊業 (n=462)	22	201	196	94	96	46	26
イベント業 (n=9)	1	2	4	0	3	3	2
計 (n=1189)	37	293	482	151	218	125	77

問2-6 自然環境や文化遺産などの保護

	①自然文化・歴史遺産等の観光資源保護活動に参加している	②地域の清掃や美化活動、緑化活動に参加している	③環境保護活動ツアー・パック、展示会・イベントなどに組み込んでいる	④観光客やイベント参加者等による環境負荷を少なくするためのゴミの持ち帰りを奨励したり、自社による引き取り処分を行なう等の対策をとっている	⑤全国的に環境保護活動や文化遺産保護活動を行っている団体へ寄付を行っている	⑥自然保護・文化財保護を行っている観光地の団体等に寄付を行っている	⑦その他
旅行業 (n=718)	84	267	86	251	25	30	38
宿泊業 (n=462)	113	322	11	83	25	45	13
イベント業 (n=9)	2	6	3	5	1	0	2
計 (n=1189)	199	595	100	339	51	75	53

問2-7 環境に対する取組で顧客の理解と協力の受け入れられ方

	① 特段の特典はないがX割程度の顧客が理解・協力してくれる	② 特典などのインセンティブをつけているのでX割程度の顧客が理解・協力してくれる	③ 若干の不便や負担があった場合はほとんど理解・協力してもらえない	④ 顧客に不便や負担を強いるような取組は行っていない	⑤ その他
旅行業 (n=481)	150	9	40	256	26
宿泊業 (n=356)	62	5	47	231	11
イベント業 (n=6)	3	0	0	2	1
計 (n=843)	215	14	87	489	38

問2-7a 特段の特典はないが、顧客が理解・協力してくれる割合

	0.1割	0.2割	0.6割	1割	2割	2.5割	3割	4割	5割	6割
旅行業 (n=140)	2			6	15		14	4	30	11
宿泊業 (n=55)		1	1	6	13	1	11	1	5	4
イベント業 (n=3)								1		
計 (n=198)	2	1	1	12	28	1	25	6	35	15

	7割	8割	9割	10割
旅行業 (n=140)	20	23	11	4
宿泊業 (n=55)	4	4	4	
イベント業 (n=3)			2	
計 (n=198)	24	27	17	4

問2-7b インセンティブをつけて顧客が理解・協力してくれる割合

	0.6割	1割	2割	3割	4割	5割	7割	8割	9割	10割
旅行業 (n=9)		1	1	1	1	1	1	1	1	1
宿泊業 (n=4)	1	3								
計 (n=)	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1

問2-8 環境に配慮した旅行商品、展示会等の顧客への受入れられ方

	① 購入・参加する顧客が前期に比べX割程度増えている	② 購入・参加する顧客は前期と比べ変わらない	③ 購入・参加する顧客は前期と比べX割程度減っている	④ 自社では環境に配慮した旅行商品/展示会・イベントを扱っていない
旅行業 (n=574)	45	172	3	354
イベント業 (n=7)	0	4	0	3
計 (n=581)	45	176	3	357

問2-8a 購入・参加する顧客が前期に比べ増えている割合

	0割	0.1割	1割	1.5割	2割	2.5割	3割	4割	5割	10割
旅行業 (n=43)	1	1	19	1	11	1	5	1	2	1
イベント業 (n=8)			3		3		2			
計 (n=51)	1	1	22	1	14	1	7	1	2	1

問2-8b 購入・参加する顧客が前期に比べ減っている割合

	0.5割	1割	2割
旅行業 (n=2)	1		2
イベント業 (n=3)		1	1
計 (n=5)	1	1	3

問2-9 環境への取組に理解・協力してくれる顧客の増加の見込み

	① 増える	② 特典付与などの条件次第で増える	③ 現状と変わらない	④ 減る	⑤ わからない	⑥ その他
旅行業 (n=667)	236	148	93	6	178	6
宿泊業 (n=398)	163	82	58	1	92	2
イベント業 (n=8)	5	0	2	0	1	0
計 (n=1073)	404	230	153	7	271	8

問3 環境対応の具体的な取組の効果

問3-1 期待した効果

	①顧客の増加	②顧客単価の上昇	③コストの削減	④リピーターの獲得、増大	⑤企業のブランド価値の向上やイメージアップ	⑥対外的な信用の向上	⑦従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上	⑧社内のコミュニケーションの円滑化	⑨人材獲得に有利	⑩周辺の環境や景観の維持保全
旅行業 (n=718)	117	33	135	99	180	145	159	42	10	120
宿泊業 (n=462)	52	16	158	53	126	87	117	36	9	145
イベント業 (n=9)	0	0	2	2	5	2	3	1	0	1
計 (n=1189)	169	49	295	154	311	234	279	79	19	266

	⑪地域全体での環境に対する取組が活発化	⑫観光地全体の活性化や魅力の向上	⑬環境融資など有利な資金調達が受けられる	⑭その他
旅行業 (n=718)	89	133	9	21
宿泊業 (n=462)	93	112	15	13
イベント業 (n=9)	1	0	0	0
計 (n=1189)	183	245	24	34

問3-1 実際の効果

	①顧客の増加	②顧客単価の上昇	③コストの削減	④リピーターの獲得、増大	⑤企業のブランド価値の向上やイメージアップ	⑥対外的な信用の向上	⑦従業員の士気向上や全社的な環境意識の向上	⑧社内のコミュニケーションの円滑化	⑨人材獲得に有利	⑩周辺の環境や景観の維持保全
旅行業 (n=718)	45	18	114	50	102	85	120	37	4	85
宿泊業 (n=462)	20	11	136	27	70	50	105	25	5	108
イベント業 (n=9)	0	1	0	1	1	2	1	0	0	1
計 (n=1189)	65	30	250	78	173	137	226	62	9	194

	⑪地域全体での環境に対する取組が活発化	⑫観光地全体の活性化や魅力の向上	⑬環境融資など有利な資金調達が受けられる	⑭その他
旅行業 (n=718)	48	75	6	29
宿泊業 (n=462)	62	54	9	12
イベント業 (n=9)	2	0	0	2
計 (n=1189)	112	129	15	43

問4 環境対応に関する課題

問4-1 環境問題に対する取組を行う上での課題

	①コストの増大、あるいは投資回収が困難	②作業効率の低下や不便の発生	③顧客に不便や負担がかかっている	④購入品・調達品の選択肢が狭まる	⑤取組に対する従業員の理解や意思統一が困難	⑥地域の観光関連の業者らと連携ができない	⑦地域の清掃活動等、地域住民の理解や協力が得られない	⑧顧客に環境取組の意図が伝わりにくい	⑨特に課題はない	⑩その他
旅行業 (n=718)	231	99	102	89	83	56	13	168	128	24
宿泊業 (n=462)	236	117	96	101	54	47	12	116	49	15
イベント業 (n=9)	4	2	2	2	1	0	0	1	2	1
計 (n=1189)	471	218	200	192	138	103	25	285	179	40

問4-2 環境への取組をより活発に進めるための協力・提携相手

	①同業者や取引先など観光に関わる企業	②地域住民	③行政・観光協会	④観光や地域活性化等に関わる市民団体・NPOなど	⑤地元の有力企業	⑥特にな	⑦その他
旅行業 (n=718)	377	289	472	215	75	35	12
宿泊業 (n=462)	286	234	353	106	32	7	16
イベント業 (n=9)	2	5	6	4	0	0	1
計 (n=1189)	665	528	831	325	107	42	29

問4-3 環境への取組をより活発に進めるために望む支援や制度

	①環境に配慮した企業経営に関する情報の提供	②環境をテーマにしたイベント等の開催支援	③環境活動の場と機会の充実	④環境活動への助成や支援	⑤環境保全活動のための基金設置への支援	⑥地域と連携して行なう環境活動の推進	⑦行政、観光産業、住民のネットワークの構築	⑧環境保全活動に対する企業等への表彰制度の創設	⑨特にな	⑩その他
旅行業 (n=718)	225	206	156	342	53	245	324	55	38	15
宿泊業 (n=462)	184	95	82	305	61	202	229	42	6	14
イベント業 (n=9)	0	5	0	6	0	3	5	0	0	0
計 (n=1189)	409	306	238	653	114	450	558	97	44	29

フェイスシート: 設立年

	1949年以前	'50～'69年	'70～'89年	'90～'99年	2000年以降	無回答
旅行業 (n=718)	31	105	258	171	123	30
宿泊業 (n=462)	103	156	105	31	19	48
イベント業 (n=9)	0	0	4	3	2	0
計 (n=1189)	134	261	367	205	144	78

フェイスシート: 資本金

	1千万円未満	1千万～3千万円未満	3千万～5千万円未満	5千万～1億円未満	1億円～10億円未満	10億円以上	無回答
旅行業 (n=718)	97	207	72	114	120	68	40
宿泊業 (n=462)	41	145	53	62	72	48	41
イベント業 (n=9)	2	4	0	0	2	1	0
計 (n=1189)	140	356	125	176	194	117	81

フェイスシート: 従業員数

	9人以下	10～49人	50～99人	100～499人	500人以上	無回答
旅行業 (n=718)	306	174	63	113	45	17
宿泊業 (n=462)	27	136	108	156	19	16
イベント業 (n=9)	4	3	0	2	0	0
計 (n=1189)	337	313	171	271	64	33

フェイスシート: 売上高

	1億円未満	1億円以上5億円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上50億円未満	50億円以上100億円未満	100億円以上	無回答
旅行業 (n=718)	196	228	65	114	36	50	29
宿泊業 (n=462)	45	138	95	133	19	17	15
イベント業 (n=9)	3	3	0	2	1	0	0
計 (n=1189)	244	369	160	249	56	67	44

6. 自治体アンケート集計結果

問2 観光地における環境への配慮の政策の中での位置づけ

	1.観光地として知名度を向上させるチャンスとして積極的に取り組んでいる	2.行政の長期的な課題として一定の取組をしている	3.観光業者や地域住民からの要請があれば対応している	4.行政にとって重要な課題として認識しているが取組は十分ではない	5.さほど重視しておらず取組はしていない	6.その他
回答 (n=285)	36	140	16	81	2	10

問3 自治体における取組の状況

	積極的である	やや積極的	普通	あまり積極的でない	積極的でない	無回答
1.自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護	90	118	68	6	3	0
2.自然や文化に触れるエコツアーや歴史遺産ツアー	40	90	95	53	5	2
3.地域の農産品や水産物の魅力のアピール	90	104	74	15	1	1
4.工芸品や伝統芸能、風俗慣習、祭りなどの地域文化の保全・継承	73	113	80	16	3	0
5.観光地へのマイカー利用を控える呼びかけ	10	27	86	86	76	0
6.バスなどの公共交通機関の利用の奨励	22	53	106	73	30	1
7.観光客への案内標識や周遊路の整備	42	76	138	24	4	1
8.環境負荷の少ない公共交通の導入	12	24	106	92	50	1
9.観光客に対するゴミの持ち帰り促進	22	65	146	44	7	1
10.温泉などの限りある資源の節度ある利用のための地域合意や協力	6	31	165	56	23	4
11.風力や太陽光などの地球環境に優しいエネルギーの利用	26	38	84	80	53	4
12.観光客の少ない時期のイベントや新たな観光の提案	48	109	86	37	4	1
13.観光客の過剰な集中を防ぐための観光地への入場規制などの措置	2	20	84	81	98	0
14.自然環境ガイドや自然観察インストラクターの育成や活動	34	54	101	67	27	2
15.地元の小・中学校などにおける環境教育	43	70	147	19	3	3
16.環境学習や自然体験学習を行う修学(教育)旅行の受け入れ	42	63	113	46	19	2
17.環境を守る地域の活動の情報発信	29	39	164	37	10	6
18.世界遺産や国立公園などの認定地への立候補やその後の活動	45	55	76	54	54	1
19.魅力的な自然環境や文化遺産を目玉に県外や遠方の観光客を誘致する活動	75	109	68	20	13	0
20.景観条例や風致地区指定などによる建築物への規制	45	69	112	42	17	0
21.地域住民による環境保全活動への参加	30	113	125	16	1	0
22.地域住民と観光産業との連携	27	78	143	32	5	0
23.行政と観光産業との連携	64	106	102	12	1	0

(n=285)

問4 取組による観光地の魅力の変化

	向上した (ポジティブ)	変化なし	低下した (ネガティブ)	無回答
1.地域の自然景観の魅力	131	122	1	31
2.植物、動物の棲息環境の質	75	163	9	38
3.温泉や地下水、河川等の水質	72	176	3	34
4.歴史的遺産の保全状態	106	142	3	34
5.地域文化の保全や継承	91	151	3	40
6.地域の農産品や水産品、郷土料理などの普及	131	116	1	37
7.公共交通の利用	39	179	25	42
8.マイカー規制などによる観光地周辺の交通量	14	194	20	57
9.低環境負荷の公共交通の導入による環境への影響	26	193	0	66
10.ゴミの持ち帰り促進による観光地に残るゴミの量	62	163	20	40
11.太陽光や地熱などでクリーンエネルギーを創る活動	37	187	0	61
12.年間を通した観光魅力の提案による入込客数	103	128	21	33
13.細やかな観光サービスに対する観光客の満足度	95	141	3	46
14.エコ・ツアーや自然体験型観光による利用者の満足度	99	139	1	46
15.環境学習や自然体験等のために訪れる人の数	102	141	1	41
16.地域住民の環境学習への参加	72	162	1	50
17.地域の取組がマスコミ等で取り上げられる機会	136	110	3	36
18.県外や遠方からの来客数	114	117	18	36
19.地域住民の環境保全活動への参加	115	135	0	35
20.観光事業者による企業としての環境活動への取組	75	165	0	45
21.地域住民と観光産業との連携	81	162	1	41
22.行政と観光産業の連携	127	131	0	27

(n=285) ※4-8、4-10は低下した方が「よい効果」であることから、評価軸を逆転させた

問5 観光地として環境に関する取組を行う際の課題

1.環境対応へのコスト増大	145
2.行政と地域の観光関連産業や関係団体との連携	171
3.行政内の組織間の連携	108
4.行政界を越えた広域的な連携	120
5.環境保全の取組に対する観光客の理解や協力の不足	110
6.環境保全の取組を推進する地域のリーダー・シップ	118
7.環境保全の取組の担い手を教育する機能	84
8.環境保全の取組に対する地域の協力体制や合意の形成	147
9.効果的な環境保全の取組に対する情報、専門家のアドバイスの不足	48
10.他地域の成功事例や失敗事例の活かし方	26
11.環境保全の取組の費用対効果が明確でない、あるいは短期的な効果が期待できない	69
12.環境保全の取組がかえって観光客離れを起こすのではないかという不安感の解消	22
13.環境保全の取組によって日常生活が不便になったり窮屈になるのではないかという不安感の解消	31
14.住民に対する環境教育の機会の不足	53
15.住民のマイカー依存度が強く、公共交通機関の維持が難しい	162
16.環境への取組について地域住民や観光事業者の行政への依存が強すぎる	81
17.その他	3

(n=285)

問6 観光地に対する認識

	そう思う	どちらかという う	どちらでもない	どちらかという と思わない	そう思わない	無回答
1.観光客はリピーターが多い	51	110	89	30	5	0
2.生活する場所としても魅力的である	92	113	61	17	2	0
3.この地域では観光産業が盛んである	59	81	64	56	24	1
4.自然環境や文化遺産が保全されている	78	145	55	6	1	0
5.観光地周辺で個性のある美しい街並みが形成されている	45	63	97	48	30	2
6.観光地の景観や環境の保全のためには一定の規制はやむを得ない	101	142	37	4		1
7.観光によるゴミの発生量が多くて問題である	22	77	123	41	19	3
8.一年を通じて観光客が多く来ている	48	72	64	65	36	0
9.平日でも観光客が多く来ている	26	68	78	71	41	1
10.バスや鉄道などの公共交通機関を利用しやすい	26	30	48	75	106	0
11.観光地周辺が観光客でよくにぎわっている	32	65	95	64	29	0
12.良質な宿泊施設が多い	20	78	100	57	30	0
13.接客などの観光産業のサービスの質が高い	14	60	140	56	15	0
14.住民のホスピタリティ(もてなしの精神)が高い	20	75	132	46	12	0
15.地域の農産品や水産品を目当てに来る観光客が多い	44	89	80	51	20	1
16.地場で採れた食材をよく利用している	49	114	81	33	8	0
17.観光資源を保全する取組に不便さや窮屈さを感じる	6	21	178	54	26	0
18.観光客によって住民のプライバシーが侵害されている	1	12	124	76	72	0
19.観光による交通渋滞が悩ましい	19	37	81	67	81	0
20.地域で観光資源を守る意識が高い	28	93	116	38	10	0
21.地域おこしや観光のイベントに地元住民も多く参加している	44	131	85	19	6	0
22.大半の観光客は当地での環境に対する取組に関心がない	15	76	154	30	8	2
23.観光地として全国的によく知られている	62	75	62	54	32	0
24.観光地に魅せられて移住してきたり、一定期間だけ暮らす人が増えている	10	51	94	64	66	0

(n=285)

7. 住民等アンケート集計結果

問1 観光地の発展段階

	観光地としてほとんど知られておらず、今後の観光開発に期待したい	最近になって観光地として注目されるようになったと思う	観光地として知られており、進捗中の観光開発計画もあって発展途上にあると思う	観光地として成熟段階に入りつつあり、一層の観光開発は慎重に扱われていると思う	その他	無回答
1.知床 (n=58)	0	4	27	22	4	1
2.摩周湖 (n=102)	4	6	22	53	8	9
3.葛巻町 (n=77)	16	43	14	2	2	0
4.蕨栗沼 (n=105)	10	77	8	3	5	2
5.草津温泉 (n=57)	0	0	22	29	6	0
6.鎌倉市内中心部 (n=75)	0	0	12	55	5	3
7.勝山市エコミュージアム (n=157)	59	66	17	9	5	1
8.白川郷 (n=115)	1	13	40	51	6	4
9.鳥羽の海と島 (n=111)	10	7	37	44	8	5
10.コウノリの郷公園 (n=80)	4	58	5	9	3	1
11.松江城堀川 (n=109)	4	33	48	20	2	2
12.石見銀山 (n=97)	5	68	13	3	5	3
13.湯原温泉 (n=90)	13	18	22	22	10	5
14.直島 (n=40)	0	31	7	1	0	1
15.響灘 (n=47)	28	8	6	0	2	3
16.水俣 (n=84)	43	8	10	7	15	1
17.南阿蘇・白水高原 (n=59)	7	22	20	8	1	1
18.由布院 (n=118)	0	6	12	87	10	3
19.綾川溪谷 (n=118)	18	22	34	40	4	0
19地域計(n=1699)	222	490	376	465	101	45

問2 観光地における観光の取組

	環境に与える影響が考慮されないで、観光開発が進められていると思う	住民・NPOや観光業者などがそれぞれ個別に環境に関する取組を行っていると思う	地域として環境保全に取り組む協力体制ができつつあると思う	景観全体やマイカー規制など、生活の不便や経済効率より環境を優先する地域合意がある	その他	無回答
1.知床 (n=58)	8	14	14	16	3	3
2.摩周湖 (n=102)	11	5	45	22	10	9
3.葛巻町 (n=77)	10	20	41	2	4	0
4.蕨栗沼 (n=105)	4	35	50	9	6	1
5.草津温泉 (n=57)	6	26	39	8	6	5
6.鎌倉市内中心部 (n=75)	20	5	24	5	3	0
7.勝山市エコミュージアム (n=157)	7	16	25	15	9	3
8.白川郷 (n=115)	16	40	86	1	11	3
9.鳥羽の海と島 (n=111)	27	21	33	26	5	3
10.コウノリの郷公園 (n=80)	27	44	30	1	4	5
11.松江城堀川 (n=109)	9	16	42	7	3	3
12.石見銀山 (n=97)	8	30	51	9	9	2
13.湯原温泉 (n=90)	30	12	31	17	3	4
14.直島 (n=40)	6	11	21	0	0	2
15.響灘 (n=47)	6	8	20	2	9	2
16.水俣 (n=84)	7	18	41	6	8	4
17.南阿蘇・白水高原 (n=59)	15	20	20	0	1	3
18.由布院 (n=118)	22	30	41	13	8	4
19.綾川溪谷 (n=118)	10	51	47	5	4	1
19地域計(n=1699)	249	422	701	164	106	57

問3 環境を守る様々な取組の実施状況

	積極的である	やや積極的	普通	あまり積極的でない	積極的でない	無回答
1.自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護	288	487	583	208	53	80
2.自然や文化に触れるエコツアーや歴史遺産ツアー	146	409	559	393	104	88
3.地域の農産品や水産物の魅力のアピール	198	408	556	362	117	58
4.工芸品や伝統芸能、風俗慣習、祭りなどの地域文化の保全・継承	237	429	624	262	91	56
5.観光地へのマイカー利用を控える呼びかけ	76	212	426	548	358	79
6.バスなどの公共交通機関の利用の奨励	78	217	556	500	268	80
7.観光客への案内標識や周遊路の整備	86	359	725	372	104	53
8.環境負荷の少ない公共交通の導入	38	148	580	556	288	89
9.観光客に対するゴミの持ち帰り促進	81	203	570	497	275	73
10.温泉などの限りある資源の節度ある利用の地域の合意や協力	57	228	766	401	131	116
11.風力や太陽光などの地球環境に優しいエネルギーの利用	91	126	345	582	477	78
12.観光客の少ない時期のイベントや新たな観光の提案	88	276	561	488	214	72
13.観光客の過剰な集中を防ぐための観光地への入場規制などの措置	53	156	600	481	307	102
14.自然環境ガイドや自然観察インストラクターの育成や活動	80	289	592	464	195	79
15.地元の小・中学校などにおける環境教育	159	397	747	226	60	110
16.環境学習や自然体験学習を行う修学(教育)旅行の受け入れ	131	288	631	395	139	115
17.環境を守る地域の活動の情報発信	99	326	723	354	109	88
18.世界遺産や国立公園などの認定地への立候補やその後の活動	158	314	511	365	200	151
19.魅力的な自然環境や文化遺産を目玉に県外や遠方の観光客を誘致する活動	133	406	615	309	134	102
20.景観条例や風致地区指定などによる建築物への規制	185	303	589	339	182	101
21.地域住民による環境保全活動へのボランティア参加	133	405	683	313	96	69
22.地域住民と観光産業との連携	81	259	717	384	168	90
23.観光産業と行政との連携	145	394	696	265	118	81

(n=1966)

問4 環境保全に関する取組を行う際の課題

1.取組に対する地域住民の理解や参加の不足	1,004
2.取組に対する観光産業などの事業者の理解や参加の不足	593
3.取組に対する観光客の理解や協力の不足	521
4.取組を推進する地域のリーダー・シップ	727
5.取組の担い手を育成する機能	707
6.取組に対する地域の協力体制や合意の形成	675
7.効果的な取組に対する情報や専門家のアドバイスの不足	516
8.他の地域での成功事例や失敗事例の活かし方	449
9.取組の効果が明確でない、あるいは短期的な効果が期待できない	320
10.行政の支援の不足	559
11.住民に対する環境教育の機会の不足	603
12.取組がかえって観光客離れを起こすのではないかという不安	190
13.取組によって住民の日常生活が不便になったり窮屈になるのではないかという不安	386
14.その他	68

(n=1966)

問5 観光地に対する認識

	そう思う	どちらかという と思う	どちらでも ない	どちらかという と思わない	そう思わない	無回答
1観光客はリピーターが多い	197	441	475	253	165	168
2生活する場所としても魅力的である	326	411	438	249	177	98
3この地域では観光産業が盛んである	264	408	387	291	244	105
4自然環境や文化遺産が保全されている	229	557	491	197	119	106
5観光地周辺で個性のある美しい街並みが形成されている	109	277	510	416	280	107
6観光地の景観や環境保全のためには一定の規制はやむを得ない	650	557	280	65	46	101
7観光によるゴミの発生量が多くて問題である	335	367	552	230	112	103
8一年を通じて観光客が多く来ている	305	374	323	324	281	92
9平日でも観光客が多く来ている	226	301	342	367	367	96
10バスや鉄道などの公共交通機関を利用しやすい	92	168	303	415	619	102
11観光地周辺が観光客でよくにぎわっている	212	364	387	315	325	96
12良質な宿泊施設が多い	102	263	506	397	334	97
13接客などの観光産業のサービスの質が高い	67	198	659	411	256	108
14住民のホスピタリティが高い	96	311	645	351	197	99
15地域の農産品や水産品を目当てに来る観光客が多い	102	291	487	401	318	100
16地場で採れた食材をよく利用している	210	466	487	267	159	110
17観光資源を保全する取組に不便さや窮屈さを感じる	77	193	817	265	225	122
18観光客によって住民のプライバシーが侵害されている	108	160	567	364	393	107
19観光による交通渋滞が悩ましい	256	232	359	328	420	104
20地域で観光資源を守る意識が高い	154	380	636	272	148	109
21地域おこしや観光のイベントに地元住民も多く参加している	186	433	595	263	119	103
22大半の観光客は当地での環境に対する取組に関心がない	197	344	652	269	130	107
23観光地として全国的によく知られている	458	383	334	233	195	96
24観光地に魅せられて移住してきたり一定期間だけ暮らす人が増えている	131	266	391	301	505	105

(n=1966)

8. 観光客アンケート集計結果

問1 旅行の目的

	1.自然体験・景観	2.テーマパーク・レジャー施設	3.歴史遺産・伝統	4.温泉	5.スポーツ	6.イベントや行事	7.保養・休養	8.郷土料理や伝統工芸	9.特産品（農産品・水産物）	10.その他
回答 (n=433)	157	49	90	178	22	31	106	23	11	57

問2 環境への取組の感想

	とても思う	どちらかといえば思う	どちらとも言えない	どちらかといえば思わない	思わない	無回答
①自然・生態系・文化・歴史等遺産などの保護に努めている	143	146	123	6	3	12
②魅力的なエコツアーや歴史遺産ツアーを行っている	59	102	212	23	15	22
③地域の農産品や水産物の魅力をアピールしている	76	137	160	34	10	16
④マイカーの利用を控えるよう呼びかけている	42	57	193	60	60	21
⑤バスなどの公共交通機関による移動を奨励している	53	83	172	65	41	19
⑥案内標識や周遊路がよく整備されている	71	174	118	43	18	9
⑦ゴミの持ち帰りを観光客に促している	56	86	200	50	23	18
⑧温泉などの限りある資源を地域で協力して守っている	84	134	168	18	10	19
⑨風力や太陽光などの地球環境に優しいエネルギーの利用に努めている	54	72	215	42	27	23
⑩環境を守る地域の活動をPRしている	74	106	179	24	17	33

(n=433)

問3 観光地の感想

	とても思う	どちらかといえば思う	どちらとも言えない	どちらかといえば思わない	思わない	無回答
①また来たいと思った	211	150	57	5	5	5
②住んでみたいと思った	43	94	183	47	55	11
③観光産業が盛んだと感じた	100	146	131	42	3	11
④自然環境や文化遺産が良好に保全されている	131	178	103	9	4	8
⑤ゴミが少なく清潔だと感じた	137	162	104	15	2	13
⑥環境や景観を守るための一定の規制はやむを得ない	180	138	94	5	5	11
⑦バスや鉄道などの公共交通を利用しやすかった	47	89	175	59	49	14
⑧観光客でにぎわっていると感じた	75	123	161	46	22	6
⑨接客などのサービスに満足できた	110	175	125	12	2	9
⑩観光地周辺の住民が温かく迎えてくれたり親切だった	99	152	151	14	4	13
⑪地場で採れた食材による料理を堪能できた	64	117	168	30	11	43

(n=433)

フェイス：発地

	県内	県外	無回答
回答 (n=433)	147	251	35

フェイス：同伴者

	一人	家族	知人／友人	職場／学校仲間	その他	無回答
回答 (n=433)	38	229	112	24	24	6

フェイス：性別

	男性	女性	無回答
回答 (n=433)	208	215	10

フェイス：年齢

	10代	20代	30代	40代	50代	60代～	無回答
回答 (n=433)	17	102	80	71	75	83	5