SDGsに対する生活者の意識と旅行　スウェーデン、ドイツ、日本3ヵ国比較（パート2）

JTB総合研究所 調査

JTB総合研究所は、「SDGsに対する生活者の意識と旅行（2022）～スウェーデン、ドイツ、日本の3カ国比較～」の調査研究をまとめ、その結果をこのほど発表した。ともに環境への意識が高く、「フライトシェイム（飛び恥）」運動の発端となったスウェーデン、国際観光支出額上位のドイツと日本との比較を行った。パート2は「旅行編」。

日本人 旅行中の実践率は低い

混雑する場所や時間は避ける

旅行中に特化したSDGsに関わる具体的な行動を例示し、「実際に実践していること」と「今後実践したいこと」の両方について意向を聞いた。

旅行中に「実際に実践していること」の上位三つは、スウェーデンが「歯ブラシ、ブラシ、化粧品はなるべく持参する」（66・6％）、「連泊する場合の宿泊施設でのシーツやタオルなどの取り換えや部屋掃除の辞退」（44・7％）、「スリッパやパジャマはなるべく持参する」（44・0％）だった。ドイツの1位はスウェーデンと同様、「歯ブラシ、ブラシ、化粧品はなるべく持参する」（64・3％）で、「スリッパやパジャマはなるべく持参する」（52・5％）、「混雑する施設や場所への訪問は避ける、もしくは混まない時間に訪れる」（49・9％）と続いた。日本の上位三つは「混雑する施設や場所への訪問は避ける、もしくは混まない時間に訪れる」（33・4％）、「歯ブラシ、ブラシ、化粧品はなるべく持参する」（32・5％）、「旅行先の地域の農産品や工芸品の購入」（27・5％）だった。

スウェーデン、ドイツで「歯ブラシ、ブラシ、化粧品の持参」や「スリッパやパジャマの持参」の実施率が高いのは、日本は海外より宿泊施設のアメニティの提供や、貸し出し品が充実している影響があると思われる。「特に実践していない」はスウェーデン6・3％、ドイツ5・0％に対し、日本は31・7％と大幅に高く、日常生活同様、日本人の旅行中のSDGsに関わる行動の実践率は非常に低い＝図表1。

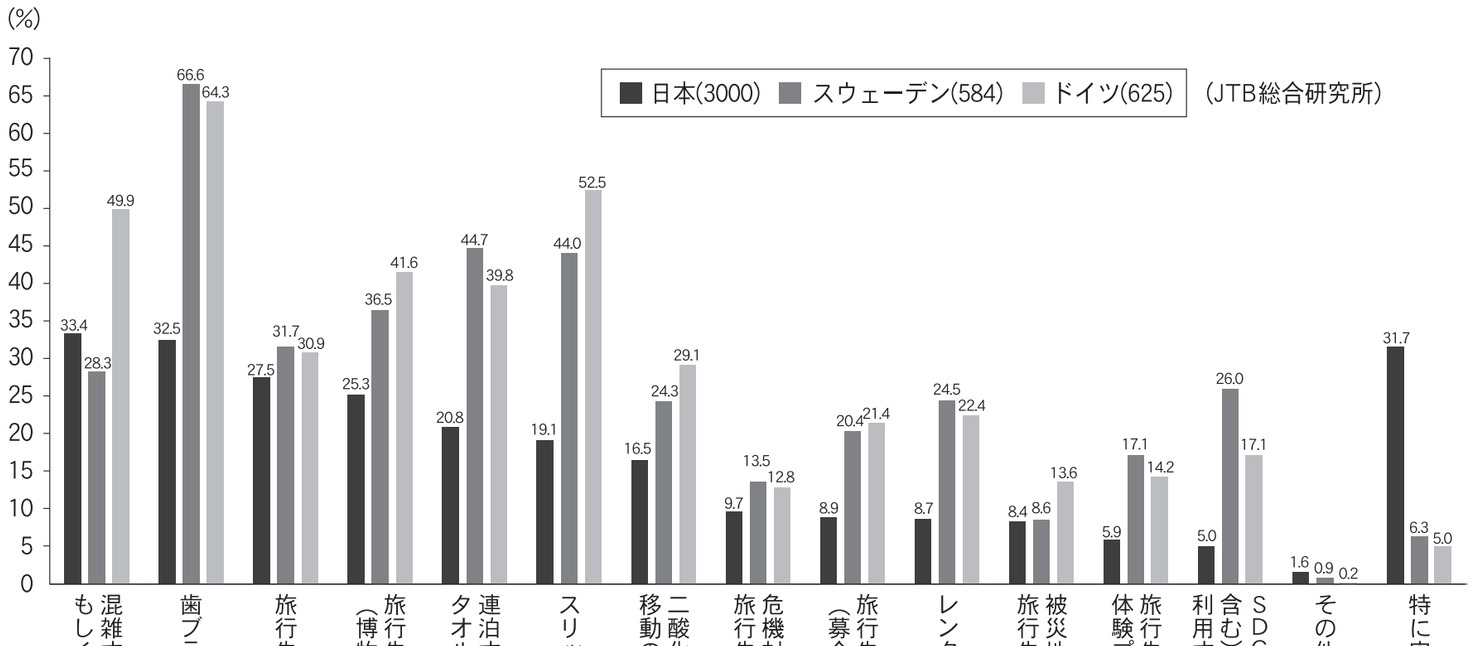
今後、旅行中に実践したい行動の上位三つは、スウェーデンは「歯ブラシ、ブラシ、化粧品はなるべく持参する」（51・7％）、「連泊する場合の宿泊施設でのシーツやタオルなどの取り換えや部屋掃除の辞退」（43・3％）、「旅行先の地域の文化施設への訪問（博物館・郷土資料館・文化財など）」（38・5％）だった。ドイツの1位も「歯ブラシ、ブラシ、化粧品はなるべく持参する」（35・5％）で、次に「混雑する施設や場所への訪問は避ける、もしくは混まない時間に訪れる」（33・9％）、「レンタカーはEVやハイブリッドを指定する」（33・8％）となった。日本は「レンタカーはEVやハイブリッドを指定する」（16・3％）、「被災地など応援したい地域を旅行先として選択」（16・1％）、「SDGsや環境保全（カーボンオフセットを含む）に取り組む宿泊施設や観光施設などを利用する旅行ツアーの選択」（14・1％）だった。「特に実践したいものはない」はスウェーデン6・8％、ドイツ7・5％に対し、日本は39・4％という関心の低い結果となったが、宿泊施設や観光施設等を利用する旅行ツアーの選択」や「旅行先の地域住民との積極的な交流や体験プログラムの参加」の実践率や今後の意向が日本と比べ大幅に高く、地域側にとっては地域ならではのストーリーを生かした活動の提供を広げる側がどんな情報発信や推進活動をするといいと思うか」について聞いた。

スウェーデンとドイツはいずれの項目も日本と比べて選択率が高く、逆に「特にない」はスウェーデン5・1％、ドイツ12・0％と日本の34・9％より大幅に少ない結果となり、両国の旅行・観光分野へのSDGsの理解の高さがうかがえる。最も選択率が高かった項目の上位二つはスウェーデン、ドイツともに同じで、1位は「世界的な認定機関から『持続可能な観光を推進する旅行先』としての認証がある（スウェーデン48・1％、ドイツ47・5％）」、2位が「利用する交通機関のCO2排出量が検索できる（鉄道、航空機、高速道路、船舶など）」（スウェーデン34・8％、ドイツ41・0％）」だった。

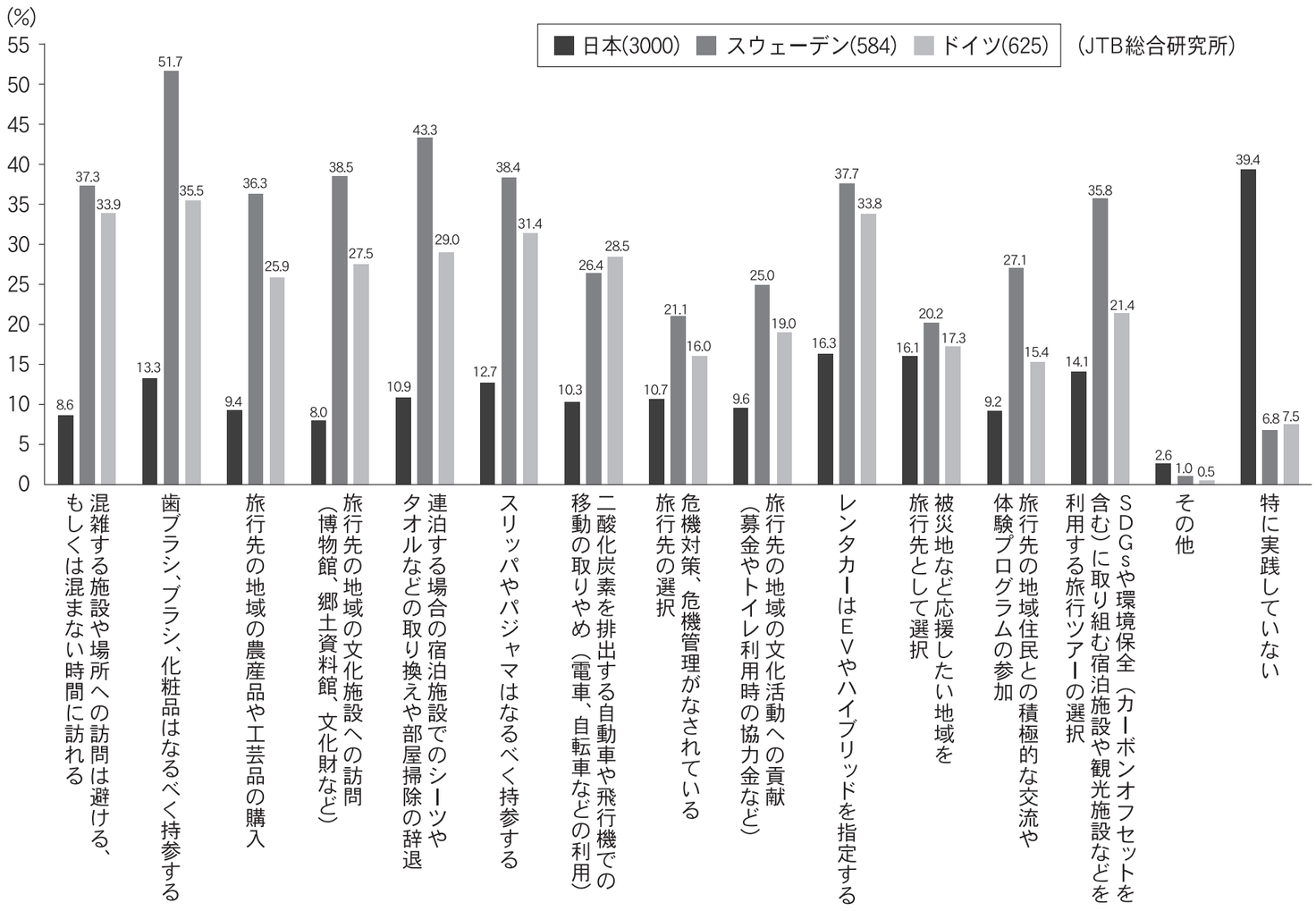
3位はスウェーデンが「個人が意識しなくとも、その地域の行動が自動的にSDGs推進になるしくみができている（例＝センサー利用で自動的に電気が消える、ペットボトルの自販機撤去とタンブラーの貸し出しなど）」（34・4％）、ドイツの3位は「宿泊施設の予約サイトを通じて、施設のサスティナビリティ（持続可能）についての取り組みが分かる」（35・4％）だった。日本の上位三つは、「個人が意識しなくとも、その地域の行動が自動的にSDGs推進になるしくみができている」（26・9％）、「宿泊施設の予約サイトを通じて、施設のサスティナビリティ（持続可能）についての取り組みが分かる」（26・5％）、「SDGsに関わる消費によりポイントがたまる」（24・1％）だった。

ドイツはほぼすべての項目で選択率が高かったが、上位の項目をみると、認証や排出量の検索、取り組みに関する情報公開など、地域や企業などの対応が可視化できる内容の割合が高く、また「SDGsについての体験プログラムがある」（26・7％）も関心が高い傾向がみられた。その一方で、「SDGsに関わる消費ポイントがたまる」（21・8％）は3カ国で最も低い結果となった。「世界的な認定機関から『持続可能な観光を推進する旅行先』としての認証がある」はスウェーデン、ドイツで半数近くが選択していたにもかかわらず、日本では20・3％しかなく、認識に大きな差があることが分かった＝図表3。

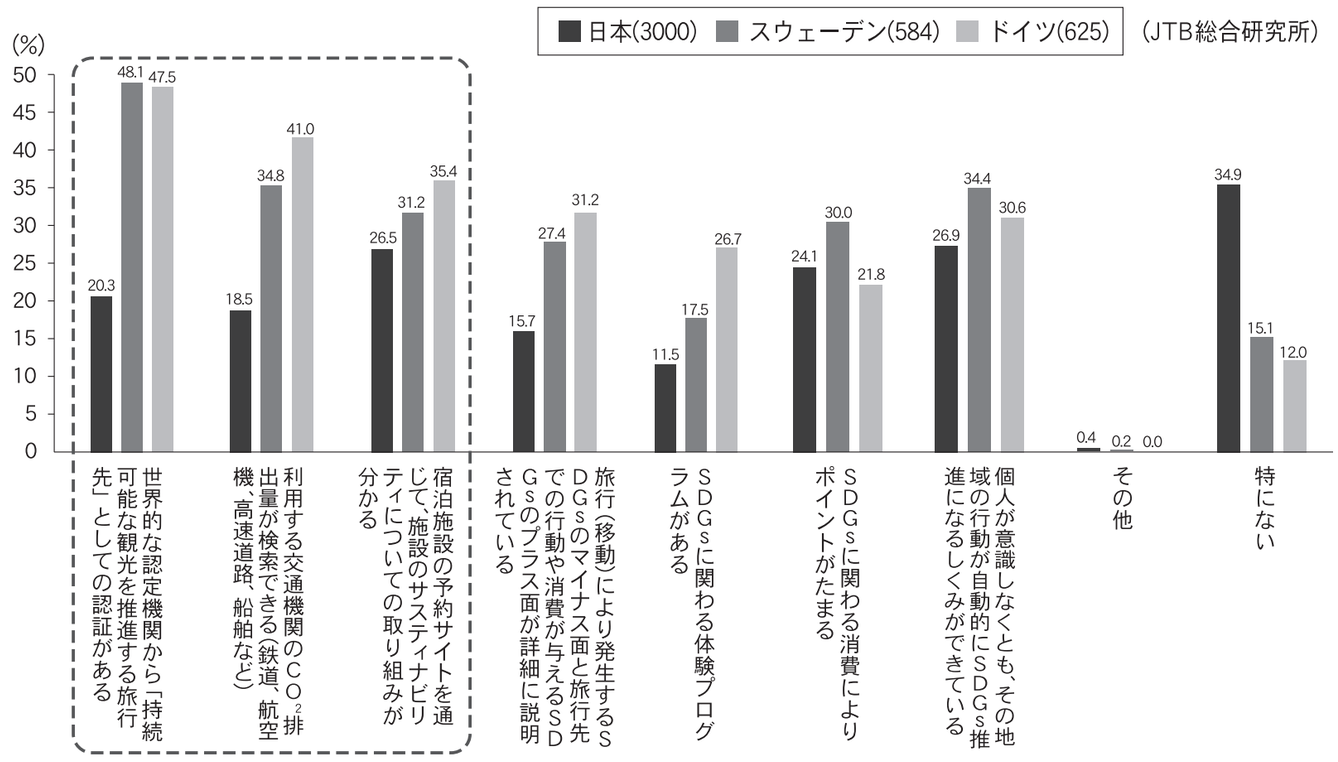
図表1　旅行中におけるSDGsに関わる行動の実践率（複数回答）



図表2　旅行中におけるSDGsに関わる行動の今後の実践意向（複数回答）



図表3　旅行中にSDGsを意識するために、地域や商品サービスの提供者側に希望すること（複数回答）



まとめ

意義の理解や、自発的な行動はこれから

今回のレポートは、日本の生活全般、日本人の旅行・観光、欧州の先進国との旅行者の比較と、三つの視点で3回にまとめた。調査を通して見えてきたことは、日本ではSDGsの知識としての認知は広がっているものの、現時点での取り組みは国や企業の主導であることだ。生活者の本質的な意義の理解や、自発的な行動はこれからであるといえる。特に、スウェーデン、ドイツと比べて、日本は日常生活で実践できている行動が、旅行中になると大幅に低くなったこと、アンケートの設問に対する回答全般に「特にない」「分からない」の選択率が高かったことは、これからの日本の旅行・観光分野におけるSDGsの取り組みに対してさまざまな問題提起をしてくれた。また、国際的な人の往来の再開に向け、世界の基準を意識した、共感される持続可能な地域づくりが必要と考えられる。

3カ国を比較して、SDGsが最も行動に表れていたのはドイツだ。前述の通り、SDGsという言葉の理解や認知度は日本より低かったものの、国をあげた独自の「ドイツ持続可能な開発戦略（GSDN）」の取り組み開始がSDGsより早く、個人の行動も考え方も最も前向きで、一朝一夕でつくられるものではないと認識した。

また、ドイツ、スウェーデンでは、旅行でSDGsを意識するために観光地や企業に望むこととして、持続可能な観光地推進の認証や排出量の検索、取り組みに関する情報公開など、対応が可視化できることを求める傾向があった。世界的な観光ガイドブック「ロンリープラネット」が2022年に薦めたい地域として、日本の「四国」を第6位に選出したが、その評価ポイントの一つに「持続可能な観光実践への取り組み」が挙げられていた。こうした評価は今後、国際的な人の往来が再開された時に大きな力を発揮すると推察される。

日本人は日常に比べ、旅行中のSDGsにつながる行動の実践が大幅に低い結果となった。調査結果から、ある意味、日本では「おもてなし」や「気働き」という名のもとに、何でもしつらえてある環境があたり前であるということが、旅行者に旅行中は考えたくないという状況をつくってきたのかもしれない。

おもてなしを極めると、SDGsに反する一面もあると考えられる。コロナ禍で非接触化が進み、これまで当たり前に享受できたおもてなしの提供が難しくなっているものもある。これを機に、持続可能性という観点で共感される地域づくりを見直すことも必要かもしれない。