

2021 年 6 月 8 日

観光産業における SDGs の取り組み推進に向けた 組織・企業団体の状況調査

- **旅行業で SDGs に取り組む企業の割合は 16.0%、業種別で最低。最高は「金融・保険」SDGs に取り組む効果として、観光産業（旅行業＋宿泊業）はビジネスとのつながりをあげる傾向**
従業員数 1,001 人以上の企業では 91.7%が SDGs に取り組んでいる一方、従業員数 100 人未満では SDGs に取り組む企業の割合は 2 割前後。回答した旅行業の企業は 76.5%が従業員数 10 人以下で、SDGs への取り組みに十分なリソースを割けない可能性がある。SDGs に取り組む効果として、売上・収益・取引先の増加を挙げる企業の割合が全業種より高い。
- **SDGs の各ゴールに対する「リスク」と「チャンス」の認識は、いずれも「働きがいも経済成長も」が最も高い。観光産業では、自然環境への関心は高いが、雇用・生産性の関心が低い傾向**
- **SDGs に取り組む企業全体の課題は「定量的な測定が難しい（56.6%）」、期待する支援策は「認証・認定（60.0%）」、「補助金（55.7%）」。観光産業は人材・時間・予算の確保も課題。観光産業はビジネスに直結する支援を求める意向が高い**
観光産業が SDGs への取り組みに対して期待する支援策は、「補助金（69.2%）」、「地域との連携（61.5%）」、「ビジネスマッチング（56.4%）」、「ビジネス策定支援（46.2%）」と全業種を上回り、ビジネスにつながる支援を求める傾向が強い。
- **企業が認識する自社の競争力の源泉は「安定顧客の存在（51.8%）」、「顧客対応力（50.8%）」SDGs に取り組む企業は「特徴のある製品・サービス内容」、「オンリーワンのブランド力」の割合が高い傾向。観光産業は「人材」、「技術力」がやや低い**

立教大学観光学部(埼玉県新座市/学部長 小野良平)の野田健太郎教授と、株式会社 JTB 総合研究所(東京都品川区/代表取締役社長執行役員 野澤肇)は、「観光産業における SDGs の取り組み推進に向けた組織・企業団体の状況調査」の調査結果をまとめました。

国連が 2015 年に SDGs (持続可能な開発目標*) を定めてから 5 年が経ち、世界中の広い分野で SDGs の取り組みが加速しています。本調査では旅行・観光業の SDGs の対応状況を把握するとともに、小売業、不動産業、製造業など観光とつながりのある業種の取り組みを調べ、その比較から旅行・観光産業における SDGs の推進に向けた課題について考察します。なお、本調査のデータは立教大学観光学部と(株) JTB 総合研究所のホームページからダウンロードが可能です。

* SDGs (Sustainable Development Goals) とは、国連が 2015 年に定めた 2030 年までの持続可能な開発目標です。17 ゴール、169 ターゲットで構成されています。詳しくは国連広報センターのホームページをご覧ください (https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/)。

【調査概要】

帝国データバンクが保有するデータベースから無作為に抽出した全国の企業および関連団体に対して、郵送とオンラインで合計 840 件の回答を得ました（表 1）。

表 1 調査の実施時期・回答数

回答方法	実施期間	回答数	
郵送	2020 年 12 月 1 日 ~ 2020 年 12 月 25 日	337 件	} 840 件
オンライン	2020 年 12 月 1 日 ~ 2021 年 1 月 14 日	503 件	

【回答企業の属性】

回答企業 840 社を従業員数でみると、100 人以下が 579 社と 68.9%を占めました（図 1）。回答企業を業種別でみると、観光産業については旅行業が 162 社（19.3%）、宿泊業は 30 社（3.6%）の合計 192 社（22.9%）でした（図 2）。本調査は旅行業と宿泊業を「観光産業」と総称しています。

図1 回答企業の従業員数(n=840, 単数回答)

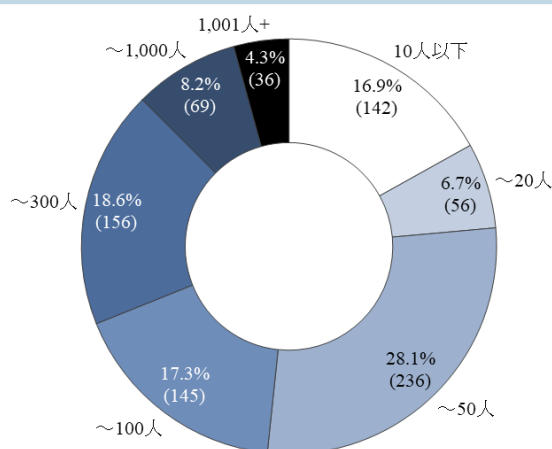
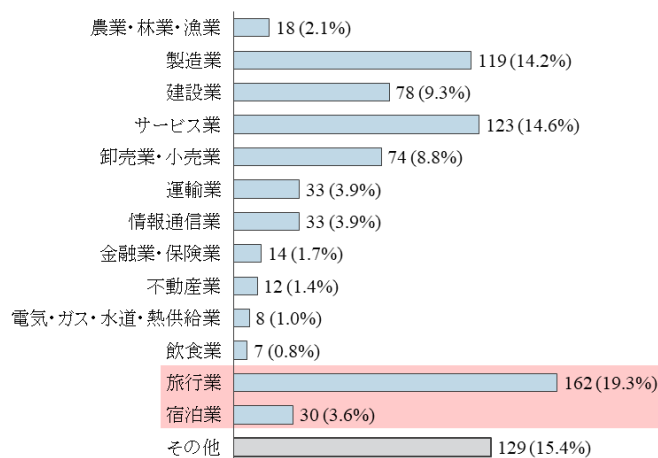


図2 回答企業の業種(n=840, 単数回答)



【調査結果】

1. 旅行業でSDGsに取り組む企業の割合は16.0%で業種別では最低。最高は「金融・保険」。SDGsに取り組む効果として、観光産業（旅行業＋宿泊業）は「売り上げの増加」「収益の増加」を期待

最初に回答企業の経営部門における SDGs の認識および取り組みの状況を聞きました。「対応を既に行っている」は 15.1%、「対応を検討している」は 12.9%となり、両者を合算した「取り組みを行っている」

といえる企業の割合は 28.0%となりました。一方「SDGs は認知していない」と回答した企業は全体の 18.5%でした（図 3）。従業員数別にみると、1,001 名以上では 91.7%の企業が SDGs に取り組んでいると答えた一方で、100 人未満ではいずれも 2 割前後に留まりました。業種別で「取り組みを行っている」が最も高かったのは金融・保険業（85.7%）で、最も低かったのは観光業（20.3%）でした。特に旅行業が 16.0%と最も低い結果となりました。本調査で回答した旅行業のうち 76.5%が従業員数 10 名未満のため、SDGs の対応に事業リソースを割く余力が少ないと考えられます（図 4）。金融・保険業の割合が他業種より高いのは、国連が 2006 年に定めた責任投資原則（PRI）を受けて ESG（環境・社会・ガバナンス）への配慮が浸透していることが、SDGs への取り組みにつながっていると考えられます。

SDGs に取り組むとどんな効果があると思っているか聞いたところ、全業種では「従業員の意識の向上」が 55.8%と最も高く、「ブランド力の向上（34.9%）」、「経営方針の明確化（28.6%）」と続きました（図 5）。観光産業の上位 3 位は、回答率が若干低いものの全業種と同じ結果でした。一方、「売上の増加」「収益の増加」「取引先の増加」については全業種より大幅に高い結果となり、営業活動への効果を期待していることが高いことがうかがえます。SDGs に取り組んでいる企業と取り組んでいない企業別に比較すると、SDGs に取り組んでいる企業の方が全体的に回答率は高くなっていますが、「売上の増加」「収益の増加」「取引先の増加」に関しては SDGs に取り組む企業よりも観光産業の方が高い結果となり、観光産業は取り組み率が低いにも関わらず、過度にビジネス効果への期待が高いか、ビジネス効果への期待がなければ積極的に向き合わないとも受け取ることができそうです。

立教大学・JTB総合研究所

図3 経営陣のSDGsに関する認知（全体・従業員数別・業種別、単数回答、n=840）

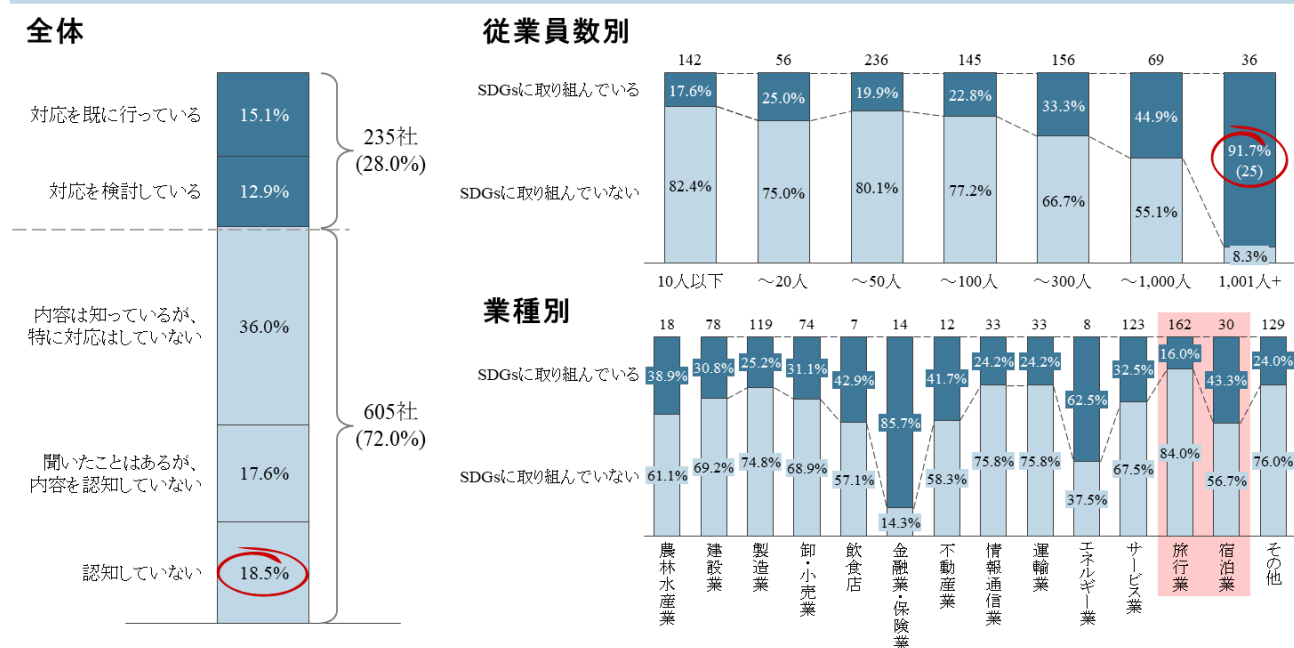


図4 旅行業、観光産業、全業種の企業規模の比較（単数回答）

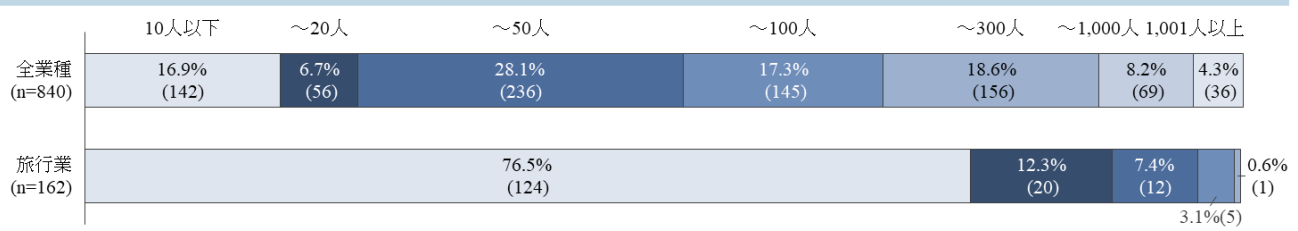
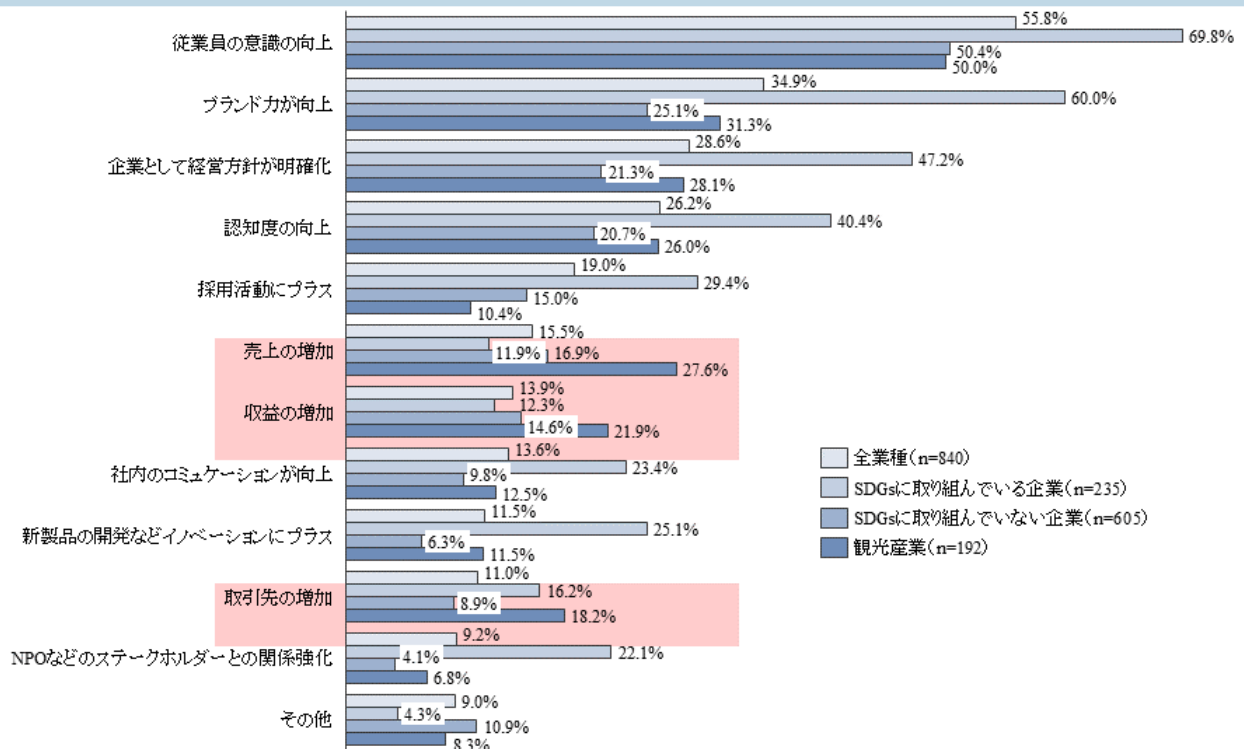


図5 SDGsに取り組む効果（複数回答）



2. SDGsの各ゴールに対する「リスク」「チャンス」の認識は、

いずれも全業種で「働きがいも経済成長も」「住み続けられるまちづくりを」が上位

観光産業は「働きがいも経済成長も」「産業と技術革新の基盤をつくろう」が低い

アンケートでは、SDGsの17の各ゴールを企業活動においてリスクと考えるか、それともチャンスと考えるかについて聞きました。全体では、リスク・チャンスのいずれも上位から、雇用（ゴール8「働きがいも経済成長も」）、まちづくり（ゴール11「住み続けられるまちづくりを」）、エネルギー（ゴール7「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」）という結果になりました（図6）。

観光産業（旅行業＋宿泊業）のSDGs各ゴールへのリスク・チャンスの捉え方をみると、全業種と比較して、環境（ゴール6「安全な水とトイレを世界中に」、ゴール13「気候変動に具体的な対策を」、ゴール14「海の豊かさを守ろう」、ゴール15「陸の豊かさを守ろう」）、平和と公正（ゴール16「平和と公正をすべての人に」）、パートナーシップ（ゴール17「パートナーシップで目標を達成しよう」）が全業種よりも高い傾向となりました。一方で、雇用（ゴール8「働きがいも経済成長も」）や技術革新（ゴール9

「産業と技術革新の基盤をつくろう」) に対するリスクやチャンスの認識が全業種と比べて低く、働きがいやキャリア形成、事業のデジタル化、イノベーションなどへの取り組みが、今後の課題として考えられます。

立教大学・JTB総合研究所

図6 SDGs各ゴールに対するリスクとチャンスの認識（複数回答）

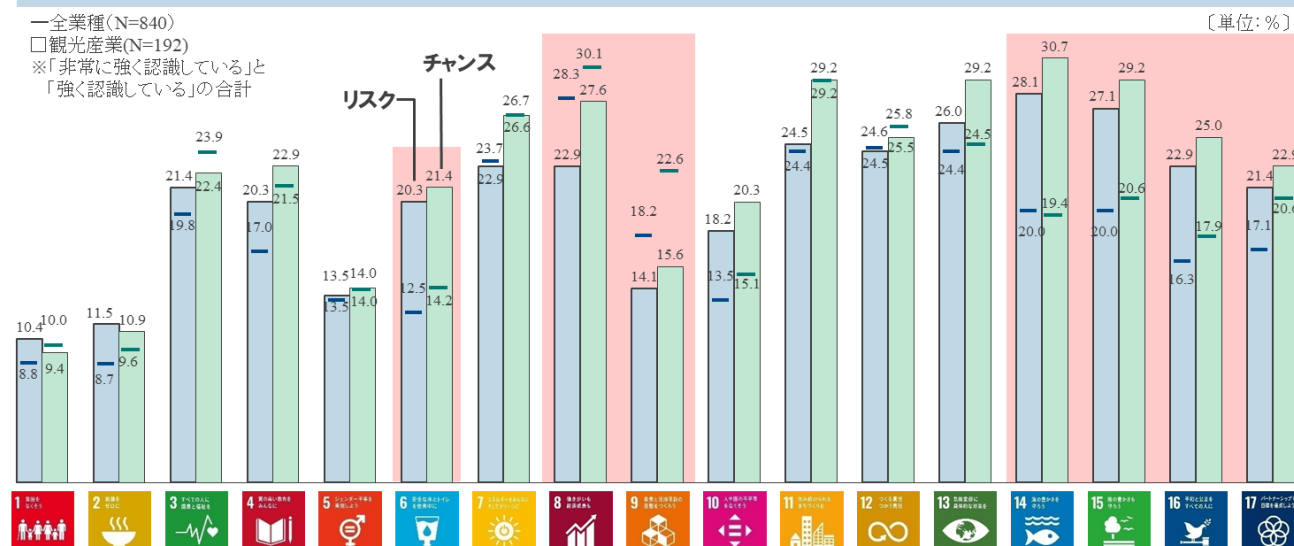


表2 SDGsの17ゴール（参考）

1	貧困をなくそう	7	エネルギーをみんなに そしてクリーンに	13	気候変動に具体的な対策を
2	飢餓をゼロに	8	働きがいも経済成長も	14	海の豊かさを守ろう
3	すべての人に健康と福祉を	9	産業と技術革新の基盤をつく ろう	15	陸の豊かさを守ろう
4	質の高い教育をみんなに	10	人や国の不平等をなくそう	16	平和と公正をすべての人に
5	ジェンダー平等を実現しよう	11	住み続けられるまちづくりを	17	パートナーシップで目標を 達成しよう
6	安全な水とトイレを世界中 に	12	つくる責任つかう責任		

3. SDGsに取り組む企業の課題は全業種、観光産業とも「定量的な測定が難しい」が上位期待する支援策は、全体では「認証・認定（60.0%）」「補助金（55.7%）」

観光産業の課題は「人材・時間・予算の確保」が全体より高く、補助金への期待が高い

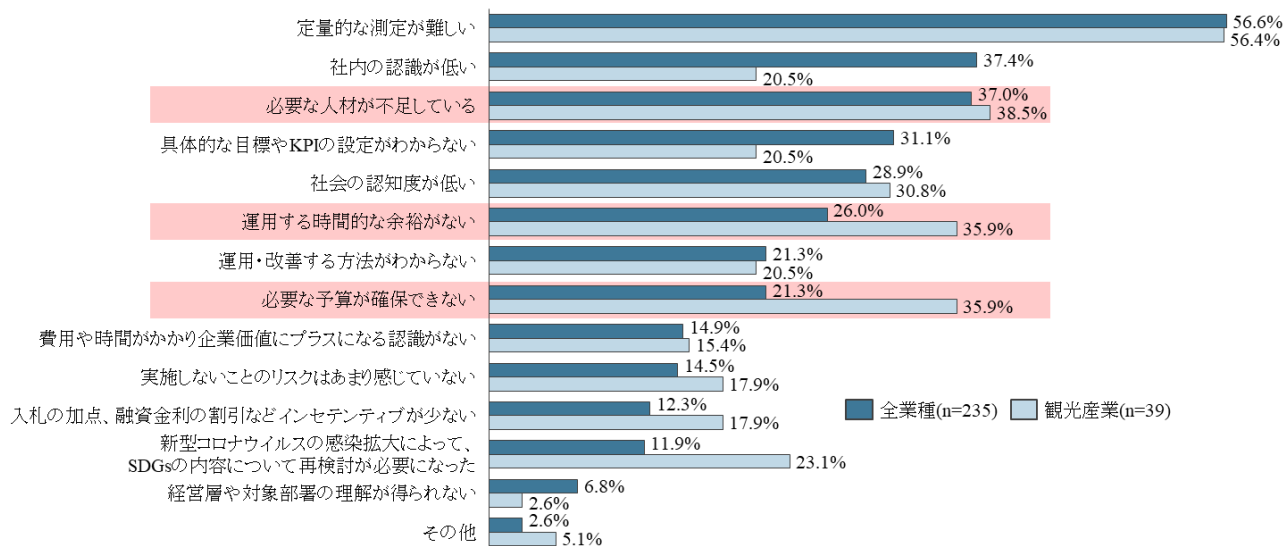
SDGsに取り組む企業に対して現状の課題を聞いたところ、全体では「定量的な測定が難しい」が56.6%と最も多く、「社内の認識が低い（37.4%）」、「必要な人材が不足している（37.0%）」と続きました（図7）。SDGsへの取り組みに対して期待する支援策は、「SDGsに取り組んだ企業に対する認証・認定」が60.0%と最も多く、「SDGsに取り組む際に利用できる補助金（55.7%）」、「SDGsをテーマにした地域との連携（52.3%）」と続きました（図8）。

観光産業では、取り組む上での課題として「必要な人材が不足している（観光産業38.5%、全体37.0%）」「運用する時間的な余裕がない（観光産業35.9%、全体26.0%）」「必要な予算が確保できない（観光産業35.9%、全体21.3%）」が全業種より大幅に高くなりました。SDGsに取り組むためのリソースを十分に確保できないことが課題となっているとうかがえます。観光産業がSDGsの取り組みに対して期待

する支援策は「SDGsに取り組む際に利用できる補助金」が69.2%と最も割合が高く、「SDGsに取り組んだ企業に対する認証、認定」、「SDGsをテーマにした地域との連携」がいずれも61.5%で、「SDGsをテーマにしたビジネスマッチング（56.4%）」、「SDGsを活用したビジネス策定の支援（46.2%）」と続きました（図8）。

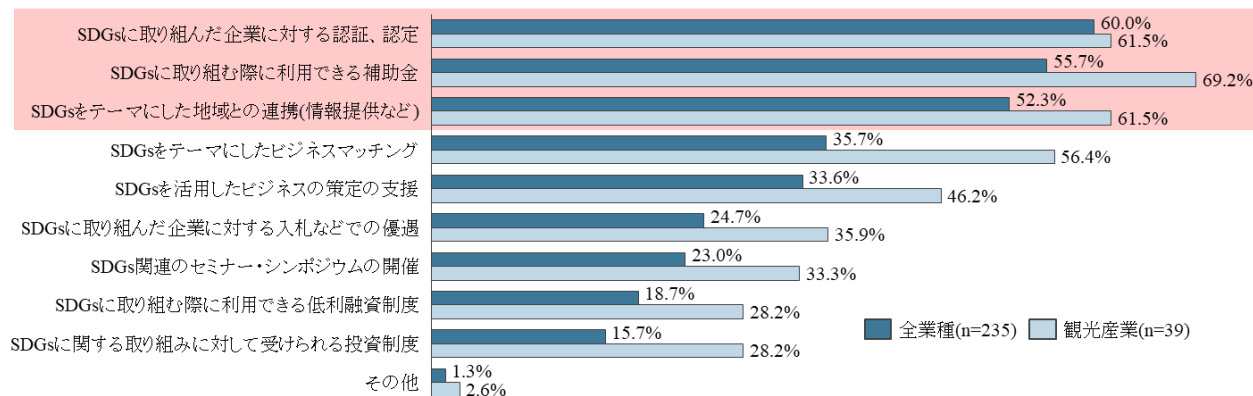
立教大学・JTB総合研究所

図7 SDGsに取り組む上での課題（SDGsに取り組んでいる企業のみ、複数回答）



立教大学・JTB総合研究所

図8 SDGsの取り組みに対して期待する支援策（SDGsに取り組んでいる企業のみ、複数回答）



4. 企業が認識する自社の競争力の源泉は「安定顧客の存在(51.8%)」、「顧客対応力(50.8%)」 SDGsに取り組む企業は「特徴のある製品・サービス内容」、「オンリーワンのブランド力」の割合が高い傾向

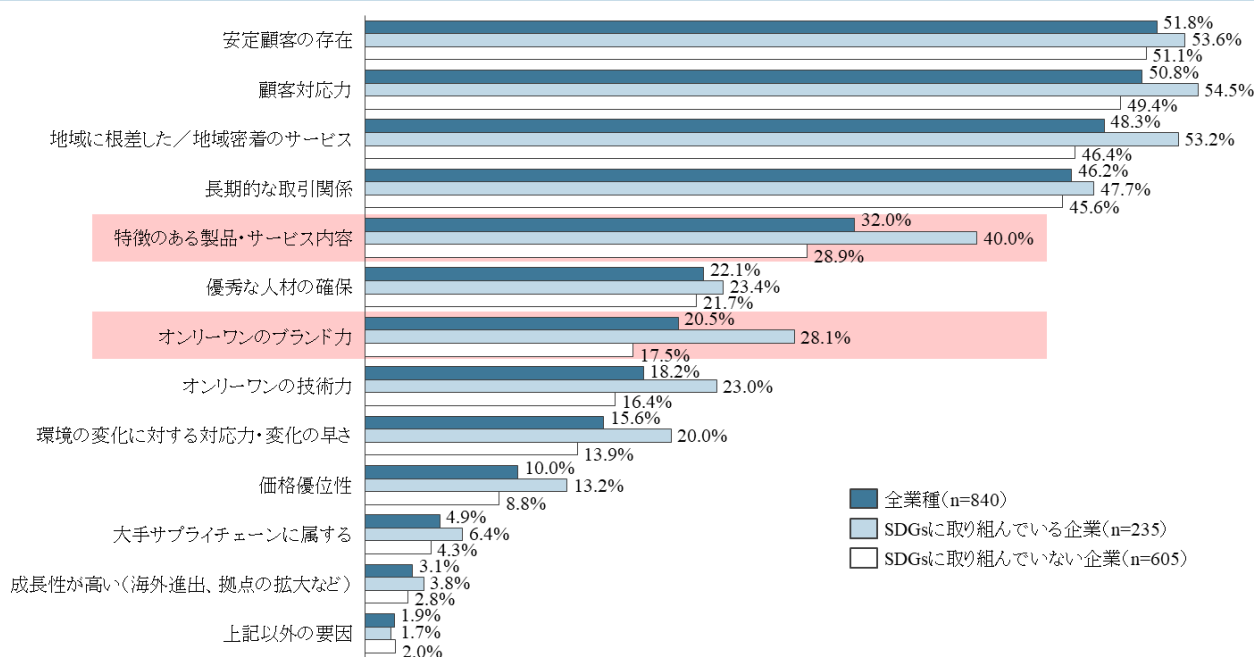
SDGsの取り組みと企業の競争力とに因果関係があるのか知るために、「自社の企業としての競争力の源泉」を聞きました。全回答企業で最も高かったのが「安定顧客の存在（51.8%）」となり、「顧客対応力（50.8%）」、「地域に根差した／地域密着のサービス（48.3%）」、「長期的な取引関係（46.2%）」と続きました。SDGsに取り組んでいる企業と取り組んでいない企業を比較すると、いずれも上位4位は上述の4項目と変わりありませんでしたが、SDGsの取り組み企業の回答率はどの項目も高い結果となりました。一方、「オンリーワンのブランド力（取り組む28.1% 取り組まない17.5%）」、「特徴のある製品・サー

ビスの内容（取り組む 40.0%、取り組まない 28.9%）」は SDGs の取り組み企業と未取り組み企業の差が最も大きくなりました（図 9）。

観光産業全体では上位の 4 項目は全業種と同じでしたが、その中で「顧客対応力（全業種 51.8%、観光産業 60.4%）」が全業種との間で大差がつかしました。一方、「優秀な人材の確保（全業種 22.1%、観光業 13.5%）」、「オンリーワンの技術力（全業種 18.2%、観光業 9.9%）」は全業種と比べて低い結果となりました（図 10）。

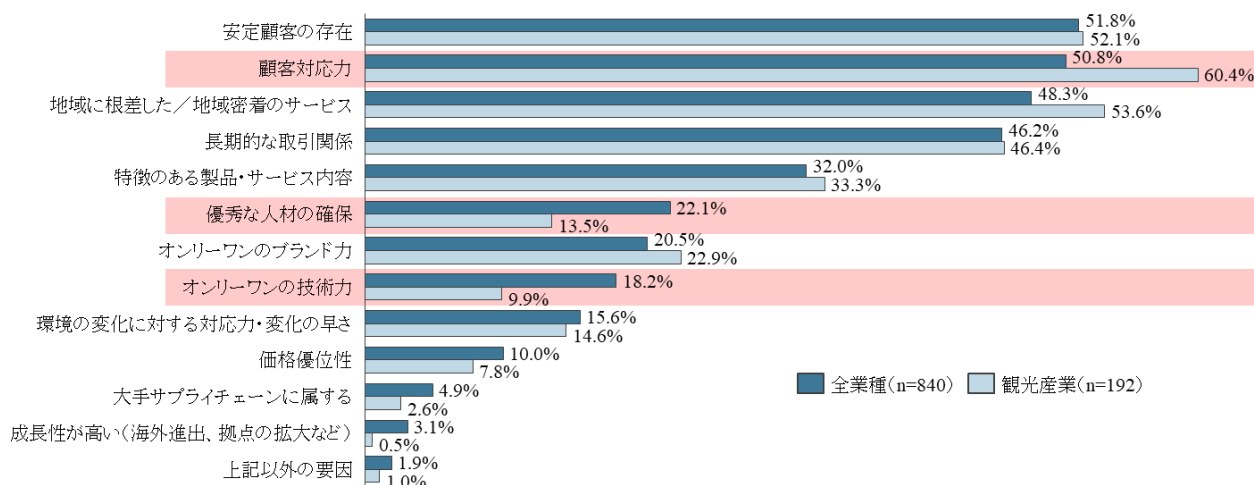
立教大学・JTB総合研究所

図9 競争力の源泉として考えていること(複数回答)



立教大学・JTB総合研究所

図10 競争力の源泉として考えていること(全業種と観光産業の比較, 複数回答)



<まとめ>

本調査で、観光産業における SDGs の取り組み状況や課題を、他の業種との比較により分析した結果、観光産業の SDGs への取り組みは著しく遅れていると言えそうです。今回のアンケートでは、観光産業の回答企業のうちの大半が中小規模の旅行事業者であったことから、SDGs 達成への活動に時間・人材を充てられず、SDGs への取り組みに着手できないのが現状と考えられます。観光産業の中で SDGs に取り組む企業が期待する支援策として、他の業種よりも「補助金」「地域との連携」「ビジネスマッチング」が多く挙げられたのも、こういった背景があると考えられます。また、観光産業の事業者の大半が SDGs への取り組みをビジネスにつなげることを期待しているとすれば、社会奉仕的なことにとどまらずビジネスとして SDGs に取り組むための道筋を示すことが、観光産業の SDGs への取り組みを進め、SDGs が目指す「経済・社会・環境のそれぞれが持続可能になっている状態」へ近づくために重要ではないでしょうか。

他方、観光産業が SDGs のゴール 8「働きがいも経済成長も」およびゴール 9「産業と技術革新の基盤をつくろう」を SDGs として認識している割合は全体よりも低い結果となりました。これらのゴールでは「持続可能な観光産業の実現」も目指されています。今回の調査では、観光産業の SDGs への認識はどちらかというと観光資源と関係のある自然環境問題に偏っており、中長期というより短期的なビジネス上のメリットが活動のベースになっているともみえなくはありません。近い将来、インバウンド旅行市場の中核となる Z 世代は、すでに旅行分野でも社会・環境問題に対して積極的になっています。中長期の視点で SDGs に取り組むことで、働きがいや生産性を高めながらビジネスとしても効果をあげ、経済価値と企業としての価値をともに高めていくことができれば、観光産業の魅力が高まると考えられます。観光における SDGs 達成やサステナビリティへの取り組みは、ESG を経営基盤に置いている大手上場企業や、若者の志向を「かっこいい・Cool」という観点で捉えているファッション業界などと比較すると、まだ消費者のサステナブルな思考が反映されている状況にあるとは言えません。今後、サステナビリティと観光の取り組みが進んでいくことが期待されます。

立教大学と JTB 総合研究所は、観光産業における SDGs の推進に向けて、これからも調査・研究を進めてまいります。

*本リリースは、国交省記者会および文科省記者会に配布しています。

<報道関係の方からのお問い合わせ先>

(株) JTB 総合研究所 03-6260-1211

<調査・データに関するお問い合わせ先>

立教大学観光学部

野田 健太郎 kenoda@rikkyo.ac.jp

(株) JTB 総合研究所

熊田 順一 kumada@tourism.jp

カン イボ y_kang234@tourism.jp

www.tourism.jp