

日本における倫理的観光の更なる推進に向けて

— 倫理的観光者の育成に向けた概念整理と実践的諸課題 —

原 一 樹

〈Summary〉

The aim of this paper is to clarify the concept of ethical tourist and the practical problems for the development of ethical tourists in Japan. After the introduction section, the paper is divided into six sections. In section 2 and section 3, the definition of ethical tourism or responsible tourism is reviewed while referring to the documents of UNWTO (World Tourism Organization) and GSTC (Global sustainable tourism council). After this review, recommended actions for ethical tourists by these two organizations are rearranged along the phase of tourism. In section 4, the basic points of attention for the development of ethical tourists are discussed while referring to the previous research. As a result, this paper indicates three points. The first point is the tensions between article 2 and article 3 of global code of ethics for tourism. The second point is the inherent difficulties of the development of ethical tourists. The third point is the responsibility of governments and businesses for the sustainable development of tourism. In section 5, the development of ethical tourists is discussed from the perspective of consumption. At first, this paper reviews the present situation of ethical consumption and consumer education in Japan. Secondly, this paper points out the lack of ethical education in the educational program of human resources led by the Japanese government. Finally, necessary efforts of various actors are clarified in terms of ethical tourism products and dissemination of information. In section 6, the development of ethical tourists is discussed from the perspective of the experience of culture in tourism context. The implication of the recommended actions for ethical tourists given by UNWTO and GSTC are examined philosophically. Finally, necessary efforts of tourism researchers and educators are clarified.

はじめに

観光における実践や研究においては、1970年代から80年代以降、環境や地域社会に対する悪影響を及ぼすマスツーリズムへの反省を受けて、様々なオルタナティブツーリズムが提唱されてきた。特に2015年の国際連合による「17の持続可能な開発目標」(SDGs)の採択後は、2017年が「持続可能な観光の年」に指定されるなど、環境・経済・文化・社会の持続可能性を念頭においた観光開発に関する各種の取組みが積極的に推進されている。観光は様々なアクターの参画と相互作用により展開される現象であるので、持続可能な観光の発展に向けては、国際組織、各国中央政府・地方自治体、企業、大学、NPO・NGO、マスメディア、観光者自身などのパート

ナーシップによる取組みが重要である。

本稿では、将来の持続可能な観光の発展に大きな影響を与えるものの一つとして、観光者の行動が重要である点に鑑み、持続可能な観光の発展に寄与する「倫理的観光者」を巡る政策文書や先行研究の議論を検討し概念整理を行った上で、日本において倫理的観光者の育成を活発化させるための実践的な諸課題の整理を行う。特に英語圏では、観光に関わる倫理的諸問題の研究が21世紀に入り活発化してきたが、日本において観光倫理の研究は未だ活発とは言い難く、倫理的観光者を巡る先行研究も管見の限りではほぼ見当たらない。この状況下、本稿は、倫理的観光者の育成の内実を理解し、日本において必要な実践を進めるための学術的議論の端緒を開くことに貢献する。特に方法論としては、国際機関による理念的言説や英語圏における理論的研究への参照と分析、日本社会における具体的実践の現状把握、観光経験に関する原理的考察を組み合わせ、議論を構築し、今後必要となる実践を明らかにする点に本稿の独自性と存在意義がある。

1. 「倫理的観光」の定義と UNWTO（国連世界観光機関）による観光者への推奨行動

Leslie (2012) によれば、特に1980年代以降、観光による環境や地域社会に対するネガティブな影響が注目を集め始め、従来型のマストゥリズムとは違う観光形態として、グリーンツーリズム、貧困削減に向けたツーリズム、エコツーリズム等が誕生してきた (p.17)。倫理的観光 (ethical tourism)、或いは「責任ある観光」 (responsible tourism) もこの流れの中で生じてきたものである。しかし、これらは特定の観光形態や観光商品を指す言葉ではなく、「観光による便益が、それにより影響を受ける人々や政府、観光者、投資家等に最適の仕方で配分されることを保証する形で観光計画・観光政策・観光開発を行う手法を表現する」言葉である (p.20)。

GSTC (Global sustainable tourism council) はより具体的に、1) 経済・環境・社会に対するネガティブな影響を最小化する、2) 地域住民の経済的利益を生み出す、3) 地域住民の生活に影響を与える決定について地域住民を巻き込む、4) 自然・社会・文化に関する遺産の保護に積極的に貢献する、5) 観光者に対し、より楽しい経験を提供する、6) 障がいを持つ人々にアクセスを提供する、7) 文化に対して敏感である、の7点を、「責任ある観光」の特徴として挙げている¹⁾。

倫理的観光者 (ethical tourist) とは、このような「責任ある観光」の実現を目指す観光者である。UNWTO (国連世界観光機関) は1999年に採択された「世界観光倫理憲章」を踏まえ、小冊子「責任ある旅行者になるためのヒント」を発行し、観光者への啓蒙活動に取り組んでいる。内容は、「旅先に住む人々に敬意を払い、私たちの共有遺産を大切にしよう」、「私たちの地球を守ろう」、「地域経済をサポートしよう」、「旅先の情報に通じた旅人になろう」、「尊敬される旅人になろう」の5つの観点に分けて提示されている²⁾。また、同じくUNWTOは2017年に、提言「開発のためのツーリズム」を発表し、「持続的な経済成長」・「社会的包摂、雇用と貧困縮減」・「資源の効率性、環境保護、気候変動」・「文化的価値、多様性、遺産」・「相互理解、平和、安全保障」・「持続可能な開発の為のガバナンス・諸政策・ツール」の6つの観点から、持続可能な観

光開発に対し、観光に関わる各アクターがいかに参与しうるかを取りまとめ、各アクターへの推奨行動を提示している³⁾。以下、UNWTOによる観光者への推奨行動を、旅行の時系列に即し、「環境・経済・文化・その他」に大きく分けて筆者なりに再整理してみると、以下のようになる。

表1 UNWTOによる観光者への推奨行動

旅行前
<p>〔環境〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光部門がフードロス問題に対応できるよう、自宅でも滞在先でも持続可能な食習慣を持つ。 ・4R (Refuse, Reduce, Reuse, Recycle) を採用する⁴⁾。 ・その土地の環境政策と地域プロジェクトを考慮する観光事業者を選ぶ。 <p>〔文化〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅立つ前に旅先の慣習・伝統・社会様式を調べておく。 ・現地の言葉を二言三言でも話せるようにする。 ・ボランティアツアーリズムに参加する際は十分に事前調査をする。 <p>〔その他〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・病院や大使館の連絡先を知っておく。
旅行中
<p>〔環境〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然資源 (森・湿地) を保護し、環境への影響を軽減する。 ・野生動植物及びその生息地を尊重する。 ・水やエネルギーの消費をできる限り削減する。 ・保護地域では許可された場所にしか立ち入らない。 ・目的地で持続可能な形で資源を用い生産された観光商品やサービスを求め、持続可能な開発の連鎖反応を起こす。 ・絶滅危惧種の動植物で作られているものを購入しない。 ・航空旅行でのカーボンフットプリントを最大限活用する為に、滞在日数を長くする。 <p>〔経済〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地元で作られた工芸品や製品を購入する。 ・適正な価格を支払い、地域の販売者や職人の生活を尊重する。 ・深い知識を持つ地域ガイドを雇い案内してもらう。 ・住民が所有するレストランを使う。 ・偽造品や、国や国際規制により禁止された製品を買わない。 ・物乞いの子供にお金を与えるのではなく、地域のプロジェクトを支援する。 <p>〔文化〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・歴史、建築、宗教、服装、コミュニケーション方法、音楽、芸術、料理に至るまでを経験し、その全てを尊重する。 ・他人を撮影する時は事前に許可を得る。 ・保護された文化的工芸品を持ち出す代わりに、写真を撮る。 ・様々な国での交換プログラムに参加する。 ・自分が訪れた目的地やコミュニティで、文化やアイデンティティに関する直接的知識を得よう努める。 <p>〔その他〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・旅先には何も残さない。 ・旅行前と旅行中の健康と安全に気をつける。 ・その国の法律と規制を守る。 ・人権を尊重し、子供を搾取から守る。
旅行後
<ul style="list-style-type: none"> ・率直な旅の評価を発信し、ポジティブな経験についてはそれを広める。

2. UNWTO による推奨行動の特徴と GSTC による追加項目

以下、上記の UNWTO による推奨行動の特徴を整理し、合わせて GSTC による推奨行動もそこに追加してみる。これにより、国際的機関・団体による推奨行動の全体像が把握される。

2.1 旅行前に期待される行動の特徴

旅行前に観光者に期待されているのは、特に環境と文化の観点からの事前学習と、実際に費用を支払う観光事業者の選択を環境保護の観点から自覚的に行うことである。UNWTO の提言は、観光事業者の選択についてやや具体性に欠ける表現に留まっているが、GSTC は、1) 認証や賞を獲得している持続可能な目的地を探すこと、2) 持続可能な休暇を提供する事業者を掲載しているオンラインの予約サイトを活用すること、3) 持続可能性に関する認証を得ている宿泊施設を直接予約すること、の3点を旅行前の行動として推奨しており、それぞれについて、実際の事業者や予約サイトを例示している点で、より具体的である。加えて GSTC は、なるべく荷物を少なくすることや、環境への影響を最小限にする交通手段を探すことも推奨している。

2.2 旅行中に期待される行動の特徴

旅行中については、環境・経済・文化の各観点から様々な行動が推奨されている。環境については、直接的な自分の身体的行為や消費者としての購買行動が、環境破壊や環境への悪影響に繋がらないよう留意することが求められている。経済に関する基本原則は、訪問先の人々（飲食店、ガイド、職人、小売業者等）に経済的利益を最大限もたらすことであると言えよう。GSTC は、地域での持続可能な観光に関わる各種プロジェクトへの参加も推奨している。文化については、訪問先の文化や人々に敬意を持つことと、訪問先の文化を直接的に、幅広く経験することが推奨されているが、環境や経済に関わる行動に比べ、推奨行動の具体性はやや低い。この点については、本稿の後半で検討する。

2.3 旅行後に期待される行動の特徴

旅行後の行動について UNWTO は、旅の評価とポジティブな経験の発信を推奨しているが、この表現はやや具体性に欠けると言えるだろう。GSTC はより具体的に、自分の経験に基づき責任ある観光を行う際のヒントを友人や家族に与えること、写真を共有すること、一度訪問した場所やその場所が抱える諸問題について探究を続けること、旅行経験をもとに別の素晴らしい場所についても学ぶこと、慈善活動への寄付により訪問先の保全に繋がる返礼をすること、を挙げている。大きくまとめれば、旅行から帰った観光者には、責任ある観光に関する情報発信者となること、訪問先に関心を持ち続け、何らかの貢献を行うことが主に求められていると言えよう。

3. 倫理的観光者の育成を巡る留意点

さて、ここまで倫理的観光者に求められる行動を国際機関・団体である UNWTO や GSTC の提唱事項を参照しつつ整理してきた。簡潔に言えば現在、世界的に、持続可能性に配慮した「良き観光者」の増加や育成が求められているということである。しかし、日本社会においては筆者の見る限り、この点に関する社会的・学術的問題意識も未だ高いとは言い難く、学術的探究の深まりや社会的実践の活発な展開も十分とは言えない。その本質的理由の一つとしては、Weeden (2014a) が言うように、「観光に含まれる倫理的問題の性質や、休暇や休暇中の行動に関する社会的態度が複雑である」という事情も確かにあるだろう (p. 39)。しかし、英語圏では多少の先行研究も存在するので、本節では、いかに日本で倫理的観光者の育成を進めるかという問題についての現状把握と実践的諸課題の整理を行う前に、これまでの英語圏での先行研究も参照しつつ、倫理的観光者の育成に当たって留意すべきと考えられる点をまとめておきたい。

まず、そもそもなぜ倫理的観光という実践や倫理的観光者の存在が要請されているかという点については、観光がおよそ人類なるものに対して持つ価値や大義を確認しておく必要がある。UNWTO による「世界観光倫理憲章」の第1条から第3条は、人類にとってのこの「観光の大義」を謳うものと理解することができる。確認すれば、第1条は「人間と社会の間の相互理解と敬意に対する観光の貢献」、第2条は「個人と集団の充足感を得る手段としての観光」、第3条は「持続可能な開発の要素としての観光」である。これらの「観光の大義」、或いは観光が持つ価値は、誰も否定し難いものであると位置づけて良いだろう。その上で、倫理的観光は、これらの観光の大義を実現する為に、実践が提唱されているものであると言える。ただし、ここで生じる問題は、第2条「充足感を得る手段としての観光」と、第3条「持続可能な開発の要素としての観光」とが、必ずしも常に一致するとは限らない点にある。特に観光がグローバル化・大衆化し、資源を大量に使用し、目的地の自然環境や経済、文化、社会生活に大きな影響を与える営みとなった現代社会において、第2条と第3条の調停が求められているとも表現できるだろう。

注意しておきたいのは、一般的に観光は市井の人々にとって馴染み深い現象であり経験であるが、それは上記第2条「充足感を得る手段としての観光」の側面を主に指しており、第1条や第3条について、人々が自覚的である度合いは相対的に小さいという点である。平たく言えば、観光は一般的に日常生活のルーチンや規範からの離脱や解放をもたらすもの、リラックスや安楽を与えるもの、と捉えられる傾向が高い。故に、第1条が謳う観光の持つ啓蒙的価値や、第3条が謳う持続可能な発展への貢献という価値が前景化することは少ない。但し、MacCannell (2011) が「観光者は日常から逃れうるかもしれないが、倫理的領野からは逃れられない。彼らの快樂と欲望の善さに関する問いは、繰り返し新たなものとして更新される」(p. 62) というように、観光も詰まる所は、人と人との関係性 (= 倫理) の中で生じる現象である以上、私達は観光という領域においても、倫理的問題を問わざるを得ない。

倫理的観光が要請される理由をこのように確認した上で、他方で基本的事態として理解してお

くべきは、私達が常に完全な倫理的観光者として振る舞うことは難しく、UNWTOやGSTCが提唱する倫理的観光者像は、一つの目標状態を指す理念型として理解する必要がある点である。主な理由は以下の二点と言えるだろう。

一点目の理由は、まさに先述の通り、私達が観光に求めるものが正義や公正のみではなく、寧ろ逆に、多くの観光者は楽しみやリラクセスなど、個人の充足や満足を求める傾向を強く持つ点にある。Weeden (2014b) が、「観光者は日常からスイッチを切り替えたいという欲望を持ち、利便性、質、価格を倫理的考慮よりも優先させる傾向にある」(p. 228) と言うように、私達は観光者として自らの快楽や喜びを優先させ、倫理的正しさに目を向けることを忘れてしまいがちである。

二点目の理由は、食材の購入のように比較的分かりやすい場合と比べ、観光商品や観光サービスの提供には、様々な財やサービスの多くの生産者が複雑に参加しているため、その全ての経済取引において公正な関係を構築し維持することが難しい点が挙げられる。この点を Weeden (2014a) は、「観光に関わるグローバルな長いサプライチェーンの全てで公正な関係を維持することの難しさ」(p. 123) と表現している。これら複雑な関係性の故に、観光者が自分の観光行動に付随する全ての経済取引において必ず、常に倫理的に振る舞える可能性は、極めて低いということになる。

以上のように、倫理的観光者として行動することには様々な難しさが伴うが、更に追加的に注意しておくべき点は、そもそも持続可能な観光開発に関わる責任を、消費主体としての観光者にばかり帰してしまうと、事態の本質を見損なってしまうという点である。例えば Hall (2014) はこの点について、「エンドユーザーだけを見ると、生産と製造に関する選択肢や、デザイン・需要・使用が交差する地点が見えなくなる」(p. 41)、「持続可能な観光消費を個人の選択とのみ捉えると、消費が社会の中に構造化され位置づけられている点を見損なう」(p. 40) などと表現している。UNWTO は先述の「開発のためのツーリズム」の中で、持続可能な観光開発の為に政府・自治体や企業が取るべき行動も提案している。持続可能性という観点から観光商品・サービスの生産構造が抱える問題については、この UNWTO の提言も参照しつつ、稿を改め検討する必要がある。

ただし、他方でやはり理解しておくべきは、倫理的観光者として振る舞うことの現実的な難しさや、観光者のみで成し遂げうることの限界があるとしても、社会構造を改善させていく契機として、個々の人間の価値観の変化や、それに伴う行動変容が重要である点は動かないという点であろう。英語圏では、自らを倫理的消費者だと自認する英国の人々が観光に関しいかなる価値観を持ち行動しているかを調査した Weeden (2014a) の研究や、倫理的消費を促進する為には「消費者自身の他者との差別化の欲望」や「良質な経験に対する美意識」に訴える必要があることを論じた Clancy (2014) の議論など、倫理的な消費活動を行う人間の価値観に関する調査や議論の蓄積が始まっている。この潮流は人間の持つ価値観やその変化に注目することの重要性を示している。

本稿では以下、特に人間の価値観の形成に影響を与えるものである教育や各種啓発事業、情報や知識の提供といった観点から、日本における倫理的観光者の育成に向けて、各アクターが取り組むべき実践的諸課題を明瞭化する作業を行う。その際、議論を見やすくする為に、消費活動を行う経済的主体としての倫理的観光者の育成と、他者の文化を経験し享受する文化的主体としての倫理的観光者の育成の2つの観点に分けて、検討を進める。

4. 経済的主体としての倫理的観光者の育成に向けた課題

経済的観点からは、観光者も観光に関する財やサービスを購入する消費者として位置づけられる。よって、日本における倫理的消費及び消費者教育の現状を踏まえた上で、観光における倫理的消費を高め、UNWTOやGSTCの提唱する枠組みの実現を目指す為に、誰にどのような行動が可能かを検討する必要がある。以下、日本における倫理的消費の状況の把握、学校教育の現状、様々な観光関連事業者による取組みの形の可能性、の順に検討する。

4.1 日本における倫理的消費の状況

Hall (2014)によれば、倫理的消費とは、「持続可能性への懸念に関連した消費における道徳」・「より広い消費の政治の一部としての、個人や小集団による意識的な政治的プロジェクト」・「消費者による抵抗やアクティビズム」など、論者により様々な定義が提出される概念である (p. 33)。日本における公的な定義は、「消費者基本計画」(消費者庁)にある、「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」というものと見なして良いだろう⁵⁾。

Weeden (2014a)曰く、21世紀に入り英国では広義の倫理的消費を行う消費者が増えているとのことである。消費者庁の表現を借用すれば、日本においては、倫理的消費という言葉の認知度は低い、考え方としては理解が進んでいる状況のようである。「『倫理的消費(エシカル消費)』に関する意識調査」(消費者庁・2016年12月)は、倫理的消費にポジティブなイメージが持たれている点、しかしそれを実施するのが難しいとの回答もある故に、身近な取組みから始められることのPRが必要である点、倫理的消費に最も関心が高い世代が50代・60代、次いで10代・20代である点、エシカルな商品・サービスを購入しない理由として、価格の高さや、「本当にエシカルかどうか分からない」、「どれがエシカルな商品か分からない」といった回答が多くあり、情報をどう消費者に伝えていくかが課題である点などを指摘している。消費者庁は、「具体的な行動についての消費者の意識はすでにある程度高く、一層の高まりもみられることから、一旦倫理的消費の言葉とその概念が結び付いて理解されれば、倫理的消費の取組が普及していく可能性があると考えられる」とまとめている。

特に観光における倫理的消費について、Weeden (2014a)は、英国の状況を「意識は高まっているが市場は拡大していない」(p. 46)、「実際に責任ある休暇を購入する観光者は少ない」(p. 44)と述べている。この点については日本においても、観光政策文書、業界団体HP、観光

商品の開発・販売状況を見渡す限り、英国以上に観光における倫理的消費が進展しているとは言い難い状況であると言って良いであろう。行政や学校、観光関連事業者が、経済的観点からの倫理的観光者育成において何を更に行うのか、以下、検討する。

4.2 学校教育の現状

行政による倫理的観光の推進に向けた教育の取組みについて、UNWTOは「開発のためのツーリズム」の中で、政府の役割の一つとして「生物多様性の喪失に関するコミュニティや観光者への教育」を挙げている。これを敷衍して捉えると、広義の環境教育の推奨と言えるだろう。この点について日本では各省庁による政策として、以下の取組みが実施されている。

まず、環境教育は文科省の主管で、初等・中等教育の各科目で実施されている。学習指導要領における環境教育の総則は「環境の保全に貢献し未来を拓く主体性のある日本人を育成するため、その基盤としての道徳性を養う」であり、各教科科目の観点から環境問題を学ぶとともに、家庭科では「持続可能な社会を目指したライフスタイルを工夫し、主体的に行動する」という学習項目も掲げられている⁶⁾。環境省も様々な「ESD (Education for sustainable development)」事業を展開している。また、消費者庁は、「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」を政策の一つに掲げ、「エシカル消費の普及啓発を始め、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進を図る」としている。その一環として、倫理的消費の普及・啓発を目指し各地で「エシカル・ラボ」というイベントを開催している⁷⁾。

以上が現在、日本国内で行政機関が実施している環境教育・消費者教育の取組みである。特に、「教育で未来の消費者（生活者）を育てていくことが、将来倫理的消費が日本に定着する一番の近道である」（消費者庁）と言われるように、公教育を通じた若年層への働きかけは重要である。

ただし、観光に関わる消費者の価値観や欲望の多様さや、観光商品・サービスの生産構造の複雑さに鑑みると、一般的な環境教育・消費者教育だけでは、観光という文脈で倫理的消費を行う観光者を育成するには不十分である点は、指摘しておかねばなるまい。この点に関連して、国土交通省の報告書「我が国における持続可能な観光に向けた課題（平成30年）」を見ると、観光者については「観光客の満足度」（観光客満足度の維持、アクセシビリティ）が取り組むべき課題として挙げられているのみで、観光者に向けた啓蒙・教育活動は挙げられていない点が気になる点である。即ち、国の政策において、観光者はその満足度を気に懸ければ良い「客」としてのみ位置づけられ、観光者もまた持続可能な社会の実現を目指す市民、或いは持続可能性に配慮しつつ消費する主体でもあるという側面は忘却されてしまっている。また、観光庁は「観光経営マネジメント人材育成」も進めているが、倫理的観点からの観光者教育を主軸としたプログラムは現時点では企画・実施していないようである。同じく観光庁は、初等・中等教育での観光教育プログラムも開始しており、そこにも持続可能性や倫理的消費に関する教育を組み込む必要がある。

観光教育に携わる機関が増加している高等教育については、観光学の統一的な基本カリキュラムが存在しているわけではない。各機関がそれぞれに独自性を持つカリキュラムを提供すること

にも社会的意義があるとは言え、各教育機関の工夫に期待が寄せられる。各教育機関は、初等・中等教育での環境教育・消費者教育の実情を踏まえ、それらとの接続を意識しつつ、自らの教育プログラムに、倫理的観光者の育成に資する内容を適切に組み込むことが必要である⁸⁾。

4.3 観光関連事業者による取組みの可能性

学校教育が若年層を主な対象として、中長期的観点から倫理的消費者、或いは倫理的観光者の育成に寄与しうる点を踏まえた上で、現役世代の観光者に対する教育や啓発活動も合わせて重要である。この場面で主要なアクターとなりうるのは、観光関連企業、政府・自治体やDMO、メディアなどの組織である。未だ日本においては倫理的観光者を育成・啓発する取組みが活発であるとは言い難いが、以下、UNWTOやGSTCによる推奨行動を観光者が取りやすい消費環境を整備する為に、どのような取組みが可能かを整理しておきたい。大きくは、環境負荷が小さく地域経済への効果を最大化するような倫理的観光商品の開発・販売と認証の取得、及び、倫理的観光商品に関する情報提供の2点が重要であると考えられる。

まず、倫理的観光商品の開発・販売と認証の取得の問題は、観光関連企業による取組み具合が大きな影響を及ぼすものだが、本稿の範囲を超える大きな問題であり、別途、日本における現状を正確に把握する調査が必要である。英語圏の研究でも、様々な見解が錯綜している現状にある。例えば、先に触れたWeeden (2014a)と同様、Budeanu& Emtairah (2014)は、「業界や地域はエコフレンドリーな取組みを進めているが、持続可能な観光に関する休暇やサービスを購入する観光者の関心の低さがある」(p. 84)と述べ、消費者意識の成熟の不足を指摘している。他方でMalone (2014)のように、「観光における消費実践の変化は、消費者がもはや3つのS (sun, sand, sea) を欲望せず、経験、参加、自己実現、満足等を欲望することを意味している」(p. 157)と、消費者意識の変化の進展を強調する論者もいる。また、観光関連企業の取組みについても、Weeden (2014b)のように、「責任ある観光が観光産業全体の成功にとり不可欠と考えられ始めている」(p. 226)と現状を評価し、「責任ある観光をマスマーケット化しないと、市場に革命的变化は生じない」(p. 127)と述べ、広範囲の大衆に訴えかける力を持つ大手旅行会社の責任の重大さを強調する論者が一方に存在する。他方で、Hall (2014)のように、「環境問題を市場で解決できるという強い信念」のもとで開発・販売されるエコツーリズム等の倫理的観光商品を消費するだけでは、「自然の新自由主義化」が更に進展するのみで、「支配的な市場化のパラダイムを覆すことはできない」と述べ、そもそも倫理的観光商品やその消費に限界を見出す論者もいる、という状況である (pp. 42-48)。

英語圏での議論はこのように、状況認識や本質論のレベルで活発化しており、日本の文脈でも同様に議論を深めることが必要である。少なくとも英語圏で日本と比べて活発な動きとなっているのは、倫理的観光に関する認証制度や、GSTCが旅行前に観光者に推奨している、持続可能性を配慮する観点からの事業者選択に有用な情報提供の豊富さである。

認証制度については、GSTCが冊子“The Responsible Tourist”の中で、持続可能性に関する

認証を得た目的地を掲載するサイトを4つ、持続可能性に配慮した観光商品を予約できるサイトを5つ、GSTCが承認する国際的な認証枠組みを20以上、具体的に示しているように、世界全体を見ると、倫理的観光を推進し認証を得る小・中規模の企業や団体数は増えつつあると言える。

日本の状況はと言えば、まだ少数には留まるが、UNWTOの「世界観光倫理憲章」を批准する観光関連企業や団体が現れ始めている点、国際的認証を得る旅行会社（JTBは「トラベライフ認証」を得ている）や、GSTCの国際認証の普及活動を進めている団体（日本エコツーリズムセンター）が存在している点などは、現時点で注目しておく必要がある⁹⁾。日本の消費者庁は、倫理的消費に関する企業と消費者とのコミュニケーションの重要性を指摘している。よって、この点も踏まえ、倫理的観光の推進に資する取組みを実施している日本の観光関連企業は、国際認証を受けることで、自社ブランドの差別化が図れると同時に、倫理的消費に関心のある消費者との繋がりが強められる点を認識する必要がある。

次に、倫理的観光に関する情報提供の問題については、Cutler（2014）が、「観光者は経済的・社会的・環境的なダメージの主な原因であるが、ホスト社会に観光が与える長期的影響を彼ら自身がこうむることはなく、自分達もたらす影響を知らないままである。故に、観光者は倫理的観光に関するより多くの情報を与えられるべきであり、観光産業の与える影響に関し、より自覚的になるべきである」（p. 182）と述べている。問題は、これもCutler（2014）が言うように、「いかなる倫理的観光情報が入手可能で、いかにその情報が観光者に提供されているか」（p. 170）である。

この点について、英語使用者は、先述のGSTCのHPやGSTCが紹介する情報源を参照することで、倫理的観光に関する情報を得ることが可能だが、日本語での情報源はまだ不足しているのが現状である。SDGsに関する自社の取組みについて情報発信を行う企業が近年は現れている点、また、エコツーリズム等の自然観光に関わる団体のHPが以前から存在する点などは指摘できるが、情報の発信元の少なさ、情報量の少なさ、情報へのアクセスの容易化や情報源への誘導の仕掛けの不十分さ等の観点から、日本の観光者にとって倫理的観光の情報取得は難しい状況にあると言わざるをえない。この結果、環境保護や訪問先への経済効果に関心の高い観光者がいたとしても、倫理的観光消費を行う観光行動を取りづらい状況にあると言える。情報発信については、以下の取組みが更に可能である。

まず、政府・自治体やDMOは、倫理的観光の理念や内実、世界的動向に関する情報収集を行った上で、各組織のHPで情報提供する必要がある。特に日本でも登録数が増えているDMOは、Cutler（2014）が「倫理的観光行動について、DMOが更に観光者を教育すべきという意見もある」（p. 182）と指摘するように、地元の観光資源の魅力やPRするのみならず、自然環境保護に向けた注意事項、文化的観点からのマナー喚起、特に地元の高い経済効果を与える観光者の消費行動等について、具体的な情報提供を行うことが期待される。

加えて、出版社やテレビ局等のメディアも、同じく倫理的観光に関する情報源としての機能を更に果たすことができる。基本的な事柄として認識すべきは、Cutler（2014）が言うように、

ガイドブックやテレビ番組等のメディアは、「目的地に関するイデオロギーを提供する文化媒介者」であり、とすれば「ローカルな視線や地域問題を沈黙させることもある」(p.170)という点である。メディアは地域のどの側面にスポットライトを当て、何を後景化・不可視化させるかについて編集する大きな力を持っている。特にマスメディアに携わる者は自分達の営みが持つこの力への自覚を持ち、地域の環境・経済・文化の持続可能性を配慮する観点から、情報発信する必要がある¹⁰⁾。

以上、本節では、消費活動を行う経済的主体としての倫理的観光者の育成のために必要な取組みを整理してきた。引き続き、以下、他者の文化を経験し享受する文化的主体としての倫理的観光者の育成に向けて、何がなされるべきか、検討する。

5. 文化的主体としての倫理的観光者の育成の問題

UNWTO や GSTC が文化的観点から倫理的観光者に推奨している行動は、旅行前については事前の情報収集や学習、旅行中については、訪問先の人々や文化を尊重しつつ幅広く経験し、訪問先に関する直接的な知識を得よう努めること、旅行後については、倫理的観光に関する情報発信者となり、訪問先に関心を持ち続け何らかの貢献を行うことであると、大まかに整理できる。

これらの推奨行動のうち、特に旅行中と旅行後の行動については、一般的表現から更に踏み込んで、その具体的な内実を考えてみる必要があるだろう。重要なことは、UNWTO や GSTC による推奨行動の内実や含意を展開し、他者の文化を経験し享受する際に自覚しておくべき点や注意すべき点を洗い出し、それらを理解している観光者を育成することであると筆者は考える。これは、GSTC の表現を用いれば、「文化に対して敏感である」観光者を育成することであり、その主要な舞台は学校教育の中での観光者教育ということになるだろう。以下、訪問先の多様な文化の尊重と幅広い経験の議論と、訪問先の文化やアイデンティティに関する直接的な知識の獲得の議論、旅行後の情報発信と訪問先との継続的関わりとの議論の3つに分けて、その内実や含意を検討する。その上で最後に、「文化に対して敏感である」観光者を育成する為に、学校教育の中で取り組める事柄について整理してみることにする。

5.1 訪問先の多様な文化の尊重と幅広い経験について

UNWTO の表現を使えば、観光者には訪問先で、「歴史、建築、宗教、服装、コミュニケーション方法、音楽、芸術、料理に至るまでを経験し、その全てを尊重する」ことが推奨されている。一見すると、この文章の意味は自明のものであり、特に、他者の文化の尊重という点については、訪問先の各文化形態に関わる習慣、或いは社会全般に浸透している行動規範などを尊重し、それに従うようにする、という行為は確かにわかりやすいとも言える。

他方、他者の文化を幅広く経験する、という点については、まずは、訪問先の文化の全てを経験することの不可能性を再認識する必要がある。そもそも「音楽」という文化形態一つを取って

みても、一つの社会の中には実に様々な「音楽」が存在し、多様性がある。また、現実的な問題として、訪問先での滞在時間は多かれ少なかれ限定されているものであるため、観光者が一つの訪問先で経験できる文化には質・量ともに限界がある点は明らかである。

この自明の事実から理解するべきは、観光者は自分が関心のある文化、自分の趣味嗜好に合う文化、或いは、観光産業や他の観光者から薦められた文化を訪問先で経験することが多いと思われるが、自分が経験した文化があくまでも、当該地域や社会の持つ文化の一部であるに過ぎないことを改めて自覚する必要がある、という点である。或いは、訪問先の社会が観光者に見せたくない文化的要素を取って後景化・不可視化している可能性がある点にも、留意する必要がある。

この問題は、倫理的観光の議論とは離れた位置にあるようにも見える、観光社会学における「観光の眼差し」の構築の議論や、長らく観光研究で議論されてきた、観光における真正性を巡る問題とも直結している。UNWTO が手短かに述べる、「訪問先の様々な文化を経験すること」という行動の内実には、考えるべき多くの要素がある。即ち、私達が訪問先で他者の文化を経験する際には、誰によって、いかにして構築された観光の眼差しのもとで、何を真正なものとして自分が経験しているのか、についての反省が要請されるということである。少なくとも、自分自身の「満足度」にしか関心の無い観光者ではなく、自分自身の観光行動が他者の文化に及ぼす影響を気に懸け、他者の文化の持続可能性に配慮する、「文化に敏感な」倫理的観光者であることを望む観光者にとっては、この反省は必要なものとして要請されると言える。

以上をまとめると、訪問先の多様な文化の尊重と幅広い経験という行動に関しては、倫理的観光者に必要な態度として、自分の経験の部分性を自覚することや、観光経験の人為的な構築性に関して反省的であることが、挙げられることとなる。

5.2 訪問先の文化やアイデンティティに関する直接的知識の獲得について

UNWTO は、「自分が訪れた目的地やコミュニティで、文化やアイデンティティに関する直接的知識を得よう努める」ことを推奨している。この表現について、訪問先に関して書籍や映像等のメディアを通して得られる間接的知識に対して、身体的に五感を通して訪問先の文化を体験することを「直接的」という表現の意味するところであると解釈として良ければ、この意味での「直接的知識」の意味は確かにわかりやすい。

ただし、直接的知識を得ることの意味は、もう少し別様に考えてみる必要もある。例えば事前にメディアで慣れ親しんだエッフェル塔のイメージを持つ人が、実際にパリに行き実物のエッフェル塔を見て、確かにイメージと実物が同じのものであると再認識することは、十分に訪問先の文化に関する直接的知識を得た、と言い得る経験であろうか。寧ろ、事前の間接的知識とは異なるもの、そこからはみ出してしまう何かに触れることこそ、直接的知識と言い得るのではないかと。即ち、観光においては、事前に得ていた情報やイメージとの齟齬を発見し、そこに何らかの意味を見出すことが重要だと言える側面もあるということである。UNWTO は、「深い知識を持つ地域ガイドを雇い案内して貰う」という行動も推奨しているが、これは地域の雇用に貢献するとい

う経済的観点からのみならず、訪問先の文化やアイデンティティに関する直接的な知識の獲得という観点からも重要であると言える。それは、ガイドから地域文化に関する「正確で深い知識」を得ることができるからという点に加え、寧ろ、現にその地に生活しているガイドの生活感覚や世界観、物事の捉え方等に触れることで、訪問先の社会に生きる人々のアイデンティティのあり方の一つを知ることができるからである、とも言えるはずである。

現在、従来から存在する観光名所や世界遺産ではなく、地域の日常的な街並みや路地など、かつての観光客であれば出向かなかったような場所を訪れることや、一つの場所に長期滞在し「暮らすように旅をする」こと、或いは地域のイベントに参加し地域住民と交流することなど、観光経験への新たな需要が生まれている。これらは地域住民の生活の質との調和に留意しつつ展開されれば、訪問先の文化や人々のアイデンティティを知ることによって有効な行動であると言える。訪問先のリアルな生活を知ることの意義の一つとしては、現地を訪れ、人々の様子を眺め、現地の人々と交流することを通して、自分自身が訪問先の社会・文化・人々に対し持っていたステレオタイプが覆される経験が生じうる点、即ち、間接的知識に直接的知識が取って代わりうる点が挙げられるだろう。或いは、人々のリアルな生活に触れることで、訪問先にも日常生活を営む人間達が確かに暮らしていることを実感し、時には、彼らが様々な社会的課題を抱えていることに気づくこともありうるだろう。重要なことは、これらの認識を通して、自分自身と訪問先の人々との、同じ人間としての差異と共通性の両方に気づくことである。

もう一点、他者のアイデンティティに関する理解を深めることは、翻って、自分自身のアイデンティティに関する理解を深めることになる点にも注意しておきたい。MacCannell (2011) は、「観光は、主体的実存の土台を再編成する以上の目的を持たない」(p. 11) と述べている。また、Wearing (2010) は、「観光は、他の環境や人々、社会や文化と出会うことで、自己同一性が拡大し成長する可能性を持つ、拡張された社会的相互作用である」(p. 36) と言う。自らのアイデンティティの再編成や拡大、他者への共感力の向上、引いては近代社会の理念の一つである寛容の精神の育成は、哲学者や思想家によっても度々、旅の効用として語られてきたものであり、世界観光倫理憲章にも謳われている、観光の大義でもある。訪問先の文化やアイデンティティに関する直接的知識を得ることの意義や価値は、大局的に、人類史的な観点から理解される必要がある。観光は人間による人間に対する理解を深めさせ、人間なるものをより人間的なものにする、と表現しても良い。

5.3 旅行後の情報発信と訪問先との継続的関わりについて

旅行後の推奨行動として、UNWTO は「率直な旅の評価を発信し、ポジティブな経験についてはそれを広める」こと、GSTC は「自分自身の体験に基づき責任ある観光を実施する際のヒントを友人や家族に与えること、写真を共有すること、一度訪問した場所やそこに在る問題について探究を続けること、旅行経験をもとに別の素晴らしい場所について学ぶこと、慈善活動に寄付することで訪問先の保全にお返しをすること」を挙げている。以下、特に情報発信と訪問先の問

題の継続的探究について、手短にその含意を検討しておきたい。

情報発信については、GSTCが具体的に責任ある観光を実施する際のヒントを発信することを推奨するのに対し、UNWTOの言う「率直な旅の評価」という表現には一考の余地がある。この表現について、もちろん自分自身の旅の「満足度」を率直に発信するという理解も可能ではある。だが、「文化に敏感である」ことを倫理的観光者が要請される者であるならば、倫理的観光者には、観光経験に対する自分自身の満足度・感情・価値評価の理由への問いかけ、或いは自らの評価の相対性についての反省意識を持つことが求められる、とも言えるのではないだろうか。文化を経験する行為には、様々な価値観や理解の枠組みを持つ経験主体による、その経験に関する意味形成や解釈という行為が必然的に伴う。しかしながら、そこに唯一絶対の意味や解釈が存在するわけではない点が重要である。いわば、文化観光の現場は、様々な解釈と価値評価がせめぎ合う、交渉の場面であり、ある者の価値評価の言説が当該の文化に対し、大きな影響を与えてしまうことも大いにありうる。倫理的観光者には、この根本的な事態のあり方を自覚した上で、「率直な旅の評価」を発信するという、実は難しい課題が課せられているとも言えるだろう。

もう一点、GSTCが言う「一度訪問した場所やそこに在る問題について探究を続けること」について、なぜそのような事柄が推奨されるのかと言えば、これは先述の、観光が持つ「自己同一性が拡大し成長する可能性」(Wearing)や、「主体的実存の土台の再編成」(MacCannell)という意義と深く関わるものであると解釈することができる。私達は訪問先で様々な文化を経験し、また、人々との出会いや交流の中で訪問先に関する直接的な知識を得ることで、その地を単に「観光地」としてのみ捉えるのではなく、自分と同じ人間達が暮らしている、様々な課題を抱えた一つの社会として捉えるに至る。訪問先の社会の実情や課題を知り、その社会の人々への共感を持つことは、自分自身が「少しだけ他者になること」、とも表現できるだろう。もちろん観光者は、自分が訪問した場所やその地が抱える問題について無自覚であること、或いはすぐにそれらを忘却してしまうことも大いにありうる。しかし、観光の持つ人類史的な可能性を肯定し探究する者にとっては、「少しだけ他者になった自分」を維持し続ける作業として、訪問先やその社会が抱える課題に関心を寄せ続けることが、自分自身の人生にとっても重要な営みとなるはずである。

5.4 学校教育の中で取り組める事柄

以上の議論を踏まえ、学校教育の中で、「文化に敏感な」倫理的観光者を育成するには何が取り組まれるべきか、という点について、最後に手短に検討しておきたい。

まず、日本における観光教育の基本的状況として言えることは、先述の通り、観光庁のイニシアチブもあり、観光人材教育が様々な組織で展開されつつあるものの、観光地を開発しマネジメントする人材の育成という観点が濃厚で、環境的・経済的・文化的観点からの倫理的観光者の育成を目指す取組みは、未だなお少ないと見受けられる点である。経済的主体としての倫理的観光者の育成については、これも先述の通り、環境教育・消費者教育の取組みと関連させ進めること

が可能だが、そもそも文化的観点からの倫理的観光者育成については、行政や教育機関が自覚的に目標として掲げ、積極的に進めている状況だとは言いがたいと見受けられる。初等・中等・高等教育における、自覚的かつ組織的な取り組みが求められるところである。

ただし、高等教育に関しては、特に人文社会系諸学の観点からの観光教育の中で、ここまで検討してきたような、国際観光倫理憲章に象徴される観光の持つ価値や意義、他者の文化を観光で経験することの意味、観光の眼差しや真正性の構築、観光の持つアイデンティティへの効果などの各論点は、既に個別적으로는教育主題として扱われてきたと考えられる。つまり、倫理的観光者の育成が自覚的に目標として掲げられているわけではないにせよ、人間が観光をすることの意義や観光経験の内実に関する研究・教育は既に進められてきており、日本において「文化に敏感な」観光者を更に育成していく素地は十分にある、ということである。

この素地の上で教育を展開する際に、特に重要な点は、MacCannell (2011) による、「観光者の倫理は、行動規則に関するリスト作成よりも先に進むべきである。これらの規則の究極目的と地位を問う必要がある」(p. 49)、或いは「観光倫理の鍵は、アリストテレスに従い、行動規則を見ることではなく、観光者の快樂（罪と無垢）を見ることにある」(p. 49) という言葉も踏まえ、単に観光に関する様々な倫理的規則の内容やその遵守を教えるのではなく、観光者としての自分自身の観光経験の質や、自らの観光行動が生み出す善について反省する姿勢を身に付けさせることである。或いは、観光者を単に、「満足度」を求める消費者としてのみ捉えるのではなく、「満足度」という曖昧な言葉には収まりきれない、観光経験の様々な質やニュアンスを多角的に学び反省する機会を設けること、自らの観光経験を端緒とした問題探究や情報発信等の文化創造を試みる機会を設けることなども、重要な教育実践となるであろう。

以上を踏まえ、観光研究・教育者に取り組めることは2つあると見受けられる。一つは、倫理的観光者教育に関する体系的議論の構築を協働で進めることである。もう一つは、各観光研究・教育者が、観光現象及び観光学の複合性を改めて認識し、持続可能な観光の推進という観点から、様々な観点からの観光学理論を闊達に駆使しつつ、各自の役割の場において、倫理的観光者の育成という取り組みに貢献していくことである。

終わりに—本稿のまとめと今後の課題

以上、本稿においては、日本における倫理的観光の更なる推進に向けて、倫理的観光者の育成に関する概念の整理と、実践的諸課題の洗い出しを行ってきた。ここで本稿全体のまとめとして、議論の流れと、得られた成果や結論を再度、明記しておきたい。

第2節から第3節においては、倫理的観光に関する定義について触れた後、特に本稿独自の作業として、散在する UNWTO と GSTC による倫理的観光者への推奨行動に関する提言（未邦訳の文書を含む）を、環境・経済・文化の観点から、旅行の時系列に沿って整理して可視化し、その特徴を取りまとめた点が成果である。

第4節では国連の世界観光倫理憲章や英語圏の先行研究を参照しつつ、倫理的観光者の育成における留意点をまとめた。この作業の結果、憲章の条文相互の間にある緊張関係、倫理的観光者を育成することに伴う難しさの内実及び理由、持続可能な開発の責任を観光者という主体にのみ帰する点の不合理性、の3点を指摘できた点が成果である。

第5節以降では、社会構造を改善する際に重要な役割を果たす個々人の価値観や行動の変化に関する研究が日本でも更に必要だとの理解を踏まえた上で、人間の価値観形成に大きな影響を与える実践である教育に焦点を合わせ、倫理的消費を行う経済的主体としての倫理的観光者の育成と、他者の文化を経験する文化的主体としての倫理的観光者の育成の2つの側面に分けて、その取組みを進める際の課題を整理する作業を行った。

経済的主体としての倫理的観光者の育成を考察した第5節では、各種行政資料を参照し、日本における倫理的消費全般や環境教育・消費者教育の現状を把握した上で、現在の観光行政による人材教育プログラムの不足点を指摘した点が重要である。また、観光関連事業者の取組みについては、英語圏の先行研究を参照し、英国の具体的状況と比較しつつ、倫理的観光商品の開発・販売や認証の取得と、倫理的観光商品に関する情報提供の観点から日本の現状を評価した。その上で、観光関連企業、政府・自治体やDMO、メディアの各アクターが更に取り組み必要がある作業を指摘した点が成果である。

文化的主体としての倫理的観光者の育成を考察した第6節では、一般的表現に留まるUNWTOとGSTCの推奨行動について、原理的・抽象的レベルで考察を深めることで、その含意を展開した点が成果である。また、観光研究・教育者が更に取り組み必要がある作業も明瞭化できた。

以上の作業の結果、本稿は、現時点での最新の研究と国内外の実践の状況を踏まえた上で、倫理的観光者の育成に関する概念の明瞭化と、日本における実践的諸課題の洗い出しという問題に明瞭な結論を与えるものとなった。最後に、今後の検討課題を3つ挙げておきたい。

一つ目は、教育という手段以外での倫理的観光の促進に向けた取組みの可能性や方法の検討である。Edensor (2001) は、観光をパフォーマンスと捉え、こう述べている。「観光は、観光の管理者や労働者との協働による、観光者達のパフォーマンスにより再生産される一般的に理解され具体化された実践や意味の集合を構成する」(p. 72)。観光をこのようにパフォーマンスと捉える場合、いかに自然な形で、観光者に倫理的観光者という役割を演じて貰うかという観点からの、道具立てや舞台装置(旅行プログラム、観光商品やサービス、行動に関する説明書き等)の準備が肝要となる。政府や企業などの大きな影響力を持つアクターは、立法や規制、商品開発やマーケティングなど、実に様々な行動により観光者に影響を与えることができる。この点から、観光者以外のアクターに焦点を合わせる形での研究が是非とも必要である。

二つ目は、日常生活者としての習慣と、観光者としての習慣との繋がりや関係性に関する検討である。再びEdensor (2001) は、「日常からの逃避と真の自己の解放や新たな役割の発見を強調する議論もあるが、観光者は日常習慣を観光にも持ち込むものである」(p. 61)と述べている。

或いは逆に MacCannell (2011) は、観光者は日常生活のルーチンから離れ、習慣が保留状態に置かれることで、倫理に更に自覚的になりうるとも指摘している (p. 56)。UNWTO は企業に「持続可能な生産パターンの事例集を作り観光者に示すこと」を推奨しているが、観光者が旅先で倫理的行動の重要性に気づき、逆に日常生活での行動が変容する可能性がどの程度あるかは検討に値する。

最後に三つ目として、日本社会全体の、生活やライフスタイル全般に関する状況の観察と検討が継続的に必要である点を挙げておきたい。観光現象も観光消費も、社会全体の一角を占める行動領域として存在しているので、より広い社会的文脈や人々の価値観が反映される点は否めない。Wearing (2010) は、余暇や家族のための時間、消費対象の縮減、日常生活のストレスの縮減を求める「ダウンシフト」や「自発的単純さ」という社会的潮流の存在を指摘しているが (p. 39)、このような潮流が人々の観光行動や、観光に求める価値に影響を与えることは大いにありうる。個人の趣味や美意識が社会的文脈の中で形成されることを思えば、倫理的観光の進展も、公的な教育や政府・産業界等の努力のみで制御・推進できるわけではなく、大きな社会的雰囲気の中で醸成されていく側面もある点に、十分留意しておく必要がある。

謝辞：本研究は、JSPS 科研費・課題番号 18K11851 の助成を受けたものです。

注

- 1) GSTC が作成している冊子 “The Responsible Tourist” 参照 (下記サイトより DL 可能)。
(<https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/2010/09/The-Responsible-Tourist--issue-1-FINAL.pdf>) 或いは UNWTO は、2002年の「目的地における責任ある観光に関する宣言」で、「訪れる人、住む人にとってより良い場所を作ること」という簡潔な定義を提出している。
- 2) 「世界観光倫理憲章」及び「責任ある旅行者になるためのヒント」の日本語版は、UNWTO 駐日事務所 HP からダウンロード可能。
- 3) この提言については UNWTO の HP から英語版のみダウンロード可能。
- 4) 4R とは、Refuse (レジ袋等の不要なものを断ること)、Reduce (廃棄物を減らすこと)、Reuse (使えるものを繰り返し使うこと)、Recycle (資源として再利用すること) の4つを指す。
- 5) 『『倫理的消費』調査研究会取りまとめ～あなたの消費が世界の未来を変える～』(平成 29 年 4 月・消費者庁)。消費者庁 HP からダウンロード可能。
- 6) 文部科学省 HP 「新学習指導要領における『環境教育』に関わる主な内容」を参照。
- 7) 「エシカル・ラボ」は 2015 年から 2019 年までに全国各地で 10 回開催されている。(消費者庁 HP を参照)。
- 8) 「世界観光倫理憲章」の第 2 条には「観光交流の価値、観光の経済的、社会的、文化的な有用性及び観光に付帯するリスクに関する教育を、教育プログラムに導入することは奨励されるべきである」との項目がある。
- 9) 世界観光倫理憲章に署名した企業や団体は、日本旅行業協会 (JATA) の HP で確認できる。GSTC の認証はデスティネーションも取得することができ、日本では釜石市が取得済みである。

- 10) 倫理的観光の情報提供については、昨今の情報環境の変化により、特に若年層において紙媒体のガイドブックの使用やテレビ視聴の頻度が減少していることも考えられるので、ソーシャルメディア時代に合わせた情報提供の仕方を別途、検討する必要がある。

引用・参考文献

- Budeanu, Adriana. & Emtairah, Tareq. "A fresh look into tourist consumption", in *Managing Ethical Consumption in Tourism*, Routledge, 2014, pp. 83–103
- Caton, Kellee. "What does it mean to be good in tourism?", in *Managing Ethical Consumption Tourism*, Routledge, 2014, pp. 19–31
- Clancy, Michael. "Slow tourism", in *Managing Ethical Consumption in Tourism*, Routledge, 2014, pp. 56–69
- Culter, Sarah Quinlan. "Tread lightly through this Lonely Planet", in *Managing Ethical Consumption in Tourism*, Routledge, 2014, pp. 169–187
- Edensor, T. "Performing tourism, staging tourism (Re)producing tourist space and practice", in *Tourist Studies*, 1(1), 2001, pp. 59–81
- Hall, C. Michael. "You can check out anytime you like but you can never leave", in *Managing Ethical Consumption in Tourism*, Routledge, 2014, pp. 32–55
- Leslie, David. ed., *Responsible Tourism Concepts, Theory and Practice*, CABI, 2012
- MacCannell, Dean. *The Ethics of Sightseeing*, University of California Press, 2011
- Malone, Sheila. "Ethical tourism", in *Managing Ethical Consumption in Tourism*, Routledge, 2014, pp. 153–165
- Wearing, Stephen. et.al. *Tourist Cultures*, SAGE, 2010
- Weeden, Claire. *Responsible Tourist Behaviour*, Routledge, 2014a
- Weeden, Clare. "Marketing responsible tourism", in *Managing Ethical Consumption in Tourism*, Routledge, 2014b, pp. 225–239