

# 観光における環境保全に関する取組みと情報提供に関する研究

幸 田 麻里子

## A Study of Actions Concerning Environmental Conservation in Tourism and Offering Information

Mariko Koda

### Abstract

Actions regarding environmental conservation are regulated by law and there are many cases in which tourists are forced to conform to it. It is thought that tourist's understanding of the actions affects the evaluation of the country and tourist's spots.

In this study, I analyzed the actions in the Republic of Korea to consider laws aiming for environmental conservation in the country, the present conditions of action done by a tourist's institution based on the laws, and the understanding of tourists.

As a result, it was indicated that overseas tourists were not informed of these actions. Therefore it became clear that tourists were forced to conform to the laws without being given any opportunity to understand these actions in advance.

It is apparent that tourists become dissatisfied with inconvenience without knowing any sound reasons to follow the regulations. However, it is possible that tourists can understand the actions if they are informed of sound reasons concerning environmental conservation. At the same time, it is expected that tourists will be able to have a lot of meaningful experience through understanding the environmental actions.

Therefore, it is thought that it would be a challenge to inform tourists, especially Japanese tourists of actions to preserve the environment in Korea in English language and consequent guidelines to force tourists to follow the regulations.

Keywords : Environmental conservation, information offering, "understanding", Evaluation, Republic of Korea

キーワード : 環境保全, 情報提供, 「理解」, 評価, 大韓民国

### 1. 研究の背景と目的

環境保全のための取組みが、現代では各分野において重要な課題となっている。

現代の観光は、マス・レジャー、マス・ツーリ

ズムの時代といわれ、誰もが気軽に観光に参加することができる「大衆観光」の時代を迎えている。また観光が観光主体に与える効果とその有用性に着目し、誰もが観光に参加できる社会づくりであるソーシャル・ツーリズムが先進国を中心に浸透

し、国・地域の観光政策においても、国民の観光への参加が促進されている。一方、多くの人が日常的に観光に参加できるようになった結果、観光資源や受け入れ地域に与えるマイナスの影響も大きくなり、サステイナブル・ツーリズムをめざし、新たな観光のあり方が模索されている。

サステイナブル・ツーリズムを具現化した観光形態としては、エコ・ツーリズムやグリーン・ツーリズムなど、自然観光資源を対象としたものが一般的である。しかし、これらの観光による教育効果を含む、社会文化的効果が観光者の日常にどのような影響を与えるかについては明らかにされていない。また、環境を保全するという視点では、日常生活における環境への配慮も重要であり、非日常生活者として観光目的地を訪れる、楽しみを目的とした観光者が、観光目的地の“日常”において、日常生活における環境への配慮に協力できるかは重要であると考えられる。

環境保全のため、宿泊施設における連続滞在者へのリネン類などの継続使用の呼びかけなどは1990年代からみられるが、この場合、継続使用をする否かは、利用者自身の意志表示によって決められている。しかしながら、環境問題が大きな世界的問題となる中で、法的に環境保全対策が決められ、観光者にも協力が強いられる場合も出てきている。このため、観光者の観光目的地における環境保全対策への取組みへの「理解」が対象施設や対象国・目的地全体に対する評価へ影響を与えることもあると考えられる。

本研究では、大韓民国（以下、韓国）における環境保全を目的とした法律と、それに基づく観光関連施設における取組みの現状と、観光者の「理解」について考察することを目的とする。

## 2. 韓国における環境保全に関する法律

韓国における環境保全に関する法律としては、「資源の節約と再活用の促進に関する法律 (자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률)」が1994年に施行

された。この法律は、「資源の効率的な利用と廃棄物の発生抑制、資源の節約及びリサイクル促進を通じて環境を保全して持続的な経済と国民福祉向上に貢献することを目的」としている（第1条）。そして、国および地方自治体が資源リサイクルを促進する責務を負う（第4条）とともに、事業者（第5条）、国民（第6条）に対しても、この法律の目的のため、資源リサイクル促進を努力し、国および地方自治体が行う措置（国民においては事業者が行う措置に対しても）に協力しなければならないと定めている。

韓国語では使い捨てのものを「一回用品 (일회용품)」、再利用ができるものを「多回用品 (다회용품)」といい、この法律では、一回用品の使用の抑制および、それらの分別回収によるリサイクル利用をすすめている。製造事業者は、商品の包装などについて、多回利用およびリサイクルしやすくするための構造、材質などを使い、またリサイクル促進に関する情報提供および技術の向上、製品設計時点での工夫などが求められている。流通業者等においても一回用品の使用を減らすとともに、使用の場合は有料とするなどの措置が定められ、消費者においては、多回用品の利用に協力し、有料の場合の負担を強いられる。

なお、この法律による各業界における規制については、日本に比べ意思決定の早い韓国においては、何度も改正を重ねられ、現在に至っている。

## 3. 観光関連産業における取組みの現状

### 1) 宿泊業

観光者が利用する韓国における宿泊業の主な業態として、ホテルのほかに、ヨゴァン (여관・旅館)といわれる施設がある。日本の旅館と異なり、ヨゴァンはホテルに比べ低廉宿泊施設という位置づけであり、韓国人国内観光者にはごく一般的であるが、国外からの観光者の利用は限られている。また備え付けのアメニティ類など、一回用品の提供は低廉施設であるため、あまりみられない。た

だし、小規模の施設は、法的規制対象外であるため、経営者の意向によっては以下に述べる無料提供規制対象品目についても提供されている場合がある。

ホテルは、特1級、特2級、1級、2級、3級までの5等級に分かれる。特1級、特2級のホテルは宿泊施設のほか、レストラン等の飲食施設、ビジネスセンター、フィットネスなどを併設する国際ホテルであり、一回用品を中心とするアメニティが提供されている。しかしながら、歯ブラシ、カミソリなどは規制対象のため、無料での提供が禁止されている。また石鹸、シャンプー類は規制対象外ではあるが、ポンプ式や利用者が持ち帰らなければ複数回使用可能な詰め替え容器が主流になりつつある。

特1級の老舗ホテルであるロッテホテルソウルは、客室1,486室、レストランやバー17店、大型国際会議場および宴会ホールが15、ビジネスマンのためのクラブフロア、市内最大級の免税店、フィットネスセンターなどさまざまな施設を備えた国際ホテルである（図1）。

歯ブラシ、歯磨き、カミソリなどの無料提供の規制対象品目は、ミニバーの有料飲料類などとともに、市場価格よりかなり割高な値段で販売されている（図2）（表1）。

石鹸、シャンプー類は詰め替え可能な容器で基本的に無料提供されている（図3）。



図1 ロットホテルソウル・本館ロビー



図2 ミニバーでの歯ブラシ、カミソリの販売

表1 ロットホテル販売価格および市価（単位：ウォン）

	販売価格	市 価
歯ブラシ	4,000	約1,000
歯磨き粉	4,000	約1,500
カミソリ	12,000	約5,000～8,000

1ウォン=0.12円（2007年10月23日現在）



図3 浴室内のアメニティ

こうした歯ブラシ、カミソリなどの無料提供が法によって規制を受け、有料で販売されていることについての表示等は一切みられない。

## 2) 飲食業

一回用品が多用されるファストフード店などにおいては、店内飲食用利用分が規定量以上リサイクルされていれば、テイクアウト分は規制の対象

外とされていた。しかし、環境部や NGO などのほたらきかけにより、2002年になって「一回用品減少に関する自発的協約（1 회용품 줄이기 자발적 협약）」がチェーン店間で結ばれた。

この協約では、100平米以上のファストフード店（2003年1月1日以後の新設店は80平米以上）と、50平米以上のコーヒー専門店について、店内での飲用およびテイクアウト時に使われる一回用の紙カップに50～100ウォン程度の保証金を付加して販売することが定められ、店内で回収時に払い戻すシステムとなっている。

米国系コーヒー専門チェーン店「スターバックス」では、陶器製カップが一部で協約締結以前より利用されていたが、この協約により、販売価格に1回につき50ウォンが付加されて販売され、店内で回収した場合は返還するシステムを導入している。カップやゴミなどを処理するカウンターに保証金返還装置が設置されている以外、外観や店内に日本国内店舗と大きな違いは見られない（図4）。陶器製カップには「スターバックスは環境を

考えています（스터벅스는 환경을 생각합니다）」というメッセージがハングルで印字されており、陶器製カップの利用が環境保全に関連していることをアピールされている（図5）。

こうしたシステムは、保証金返還が手間となるので注文時に多回用陶器製カップの利用へ誘導を図るとともに、同じ素材の一回用カップを回収することで分別、リサイクルを容易にする、また積み立てられた保証金はリサイクル費用に充てられるなどの効果がある。

一回用紙コップおよびプラスチックカップに、保証金が上乗せされていることについての表示はみられない。また、店内に設置されている保証金の返還を受けられる装置についても、外国語での表記は英語のみ「Place to drop take out cups」とあり、カップを戻す場所とは記されているが、上乗せされた保証金およびその返却についての説明はない。ハングルでのみ「一回用カップ返却場所（일회용컵 반납장소）」「下のボタンを押してください（아래 버튼을 눌러주세요.）」「カップの数だけ赤いボタンを押してください（컵 갯수만큼 빨간 버튼을 눌러주세요.）」などと、この装置がカップの返却、保証金の返還装置であることが表示されている（図6）。

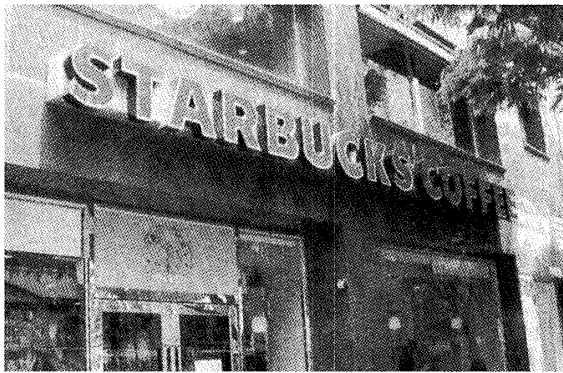


図4 スターバックス店舗外観



図5 スターバックスの陶器製カップ



図6 一回用カップの保証金返還装置

### 3) 流通業

事業者の規模により規制対象が異なり、在来市場といわれる一般市民が日常的に利用する小規模店舗においては、商品が個別パックされていないこともあり、プラスチック製レジ袋の使用および無料提供が認められている。一方、百貨店、マート(欧米式大規模スーパーマーケット)、コンビニエンスストア等では、プラスチック製レジ袋や紙袋の無料提供が禁じられており、50ウォン~100ウォン程度で販売が義務付けられている。店舗によっては衣類用紙袋を販売後回収し、返却時に袋代を返還するものや、マイバックを持参した場合、さらに1枚につき50ウォンを割引するものもあり、回収、リサイクル、不使用を促している。

プラスチック製レジ袋の有料化等に関する表示は一切みられない。またマイバック持参時の割引については、レシートに「マイバッグ持参割引(잠바구니 할인)」と表示される(図7)。しかし、一人1回当たりの制限枚数や制度の実施などについての表示は店舗内においてもみられない。

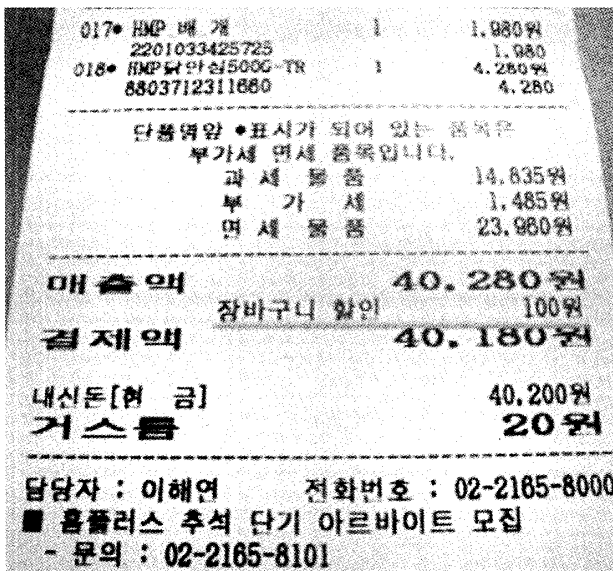


図7 마이バック持参時のレシート表示

## 4. 考察と課題

観光行動は、それを構成する主体、客体、媒介によってそれ自体が多様であり、またある程度の計画性はあるもののその実現については不確実で

ある。また、実際の体験をもつまでは対象地などについて評価することができないということなどから、本質的にイメージが強い力をもつ領域といわれる。また、観光対象に対するイメージは、「知識」や「経験」の度合いによってその影響力が異なり、その観光対象に対するイメージは「期待」となり、「期待」は「評価」に影響を与える(前田, 1995)。さらに、観光対象に対するイメージは、「知識」「旅行意向」「関心」などからも影響を受けるといわれている(前田他, 1986)。

したがって、個々人の経験、関心などを別にすると、事前に得られる知識を含む情報がイメージを形成し、評価に影響を与えるということができ、情報の重要性を指摘することができる。

韓国における環境保全に関する取組みは、保証金の使途が国民に不透明な面があると指摘される(環境日報, 2003)など、課題も残されている。しかし、全般的には法律で定めることで、行政、事業者、一般市民が同じ目的のために協力することが当然となっている点で、評価される。また、国民にこの法律と政策は浸透しており、特に表示がなくとも機能している様子うかがわれた。

しかしながら、これらの取組みについて、国外から訪れる観光者に対しては、アナウンスがほとんど行われていない。現状では、各施設においても表示等は一切みられず、また観光者の接遇や情報提供を行っている韓国観光公社(KNTO)や、旅行商品を扱う旅行社および現地手配会社などからのアナウンス活動もない。さらに、日本で発行されているガイドブック類においても、これらの情報については掲載されていない。

韓国内では浸透し、周知されているため、各施設での表示の必要性はなく、また韓国では文化的に表示などによる案内よりも、口頭での質疑応答が一般に利用される傾向があり、国民への周知においても表示という方法がなじまないものと考えられる。

しかし現状では観光者はこれらの取組みについ

て知る術を持たず、「理解」する機会を与えられないままに、その中に取り込まれていっているといえる。

国際ホテルの宿泊では、旅行商品を利用しなければ1泊当たり数万円が支払われるレベルであり、このような宿泊施設における無料アメニティの充実は、その評価に関わるものである。また、飲食業では現在取組みが行われているチェーン店は、世界的チェーンを中心であり、チェーン店は全店舗同じサービスを基本としているため、外国人が利用する際、独自のシステムについては理解しにくく、現状では説明がないまま保証金が取られ、返還の意志を持ったとしてもその方法を知ることができない。さらに、買い物場面においては韓国語を解さない外国人観光者に対しては、袋なしのまま商品を渡されたり、説明のないまま袋代を徴収されることがある。これらは韓国の経済、サービスなどに対する不当な評価や不満を引き起こす可能性を含むものと考えられる。

幸田（2002）は、文化的差異の大きさと相違が見られる点によって、観光者は不安を感じる場合と、不満を感じる場合があることを指摘している。文化的差異が小さく、相違が見えにくい場合、観光者は相違があることを認識できず、しかしながら存在する相違に対して違和感を感じ、結果として不満を抱く。日本と韓国は隣国であり、民族的、文化的にも近い国であるが、実際にはさまざまな違いをもっている。したがって、韓国は日本人にとって、知らないうちに積み重ねられる差異に対して、不満を生じやすい特性をもっているといえる。また韓国は日本からの時間的経済的距離が近いことから、気軽に訪れる観光目的地であるため、この問題が大きくなる傾向があると考えられる。

さらに、観光者が正当な理由を知らないまま、不便を強いられれば、不満になることは明らかである。しかし、これらが環境に配慮したためであり、法律により規制を受けていると知る機会をもつことができれば、観光者の「理解」を得て、不満の解消の可能性があると同時に、観光者自身の観光体験をさらに豊かなものにすることができる。また、韓国における環境への取組みへの評価、さらには自国での環境への取組みへの反省にもつながるのではないかと期待される。

したがって、訪韓観光者でもっとも多い日本人を対象とした日本語および、共通語としての英語により、韓国内の環境保全への取組みとその結果として外客（観光者）に負担を強いることへの案内など、情報提供を行うことが課題であると考えられる。

本研究では、韓国国内での環境保全に関する観光関連産業における取組みと、情報提供の現状について、その課題を考察した。今後は、効果的な情報提供の方法等についてさらに分析を行うことが研究の課題である。

#### 参考文献

- 幸田麻里子 2002 国際観光における文化仲介者のはたらきに関する研究 『日本観光学会誌』 第41号 p.p.62-73  
前田 勇・前田研究室 1986 観光における「知識」と「イメージ」に関する研究 『応用社会学研究』 No27 p.p. 97-129  
前田 勇 1995 『観光とサービスの心理学』 学文社

#### 参考資料

- 環境日報 「1回用品自発的協約診断」 2003年12月10日号  
(환경일보 「1 회용품 자발적협약 진단」)

（2007年10月26日 受付）  
（2007年11月30日 受理）