



モビリティ×SDGsシリーズ Vol.4

有名ホテルや日系航空会社の SDGs・ESGの取り組みを解説！

プレゼンター



Sustineri株式会社
/ 代表取締役
針生 洋介



株式会社AIトラベル
/ COO
藤本 了甫



TOPREP CORP

株式会社トップレップ
/ シニアコンサルタント
西ヶ花 竜希



有名ホテルや日系航空会社の SDGs・ESGの取り組みを解説！

「モビリティ×SDGsシリーズ」第4弾として、SDGsに対する日本人の関心について説明していただいたほか、消費者や社会がどう変化していくかを予測していただきました。具体的な導入事例の紹介もありますので、サステナビリティに興味はあるけれど、どのように行動を起こしたらよいかかわからないという方にも参考になるでしょう。

I 旅行 × SDGs に関する消費者の意識

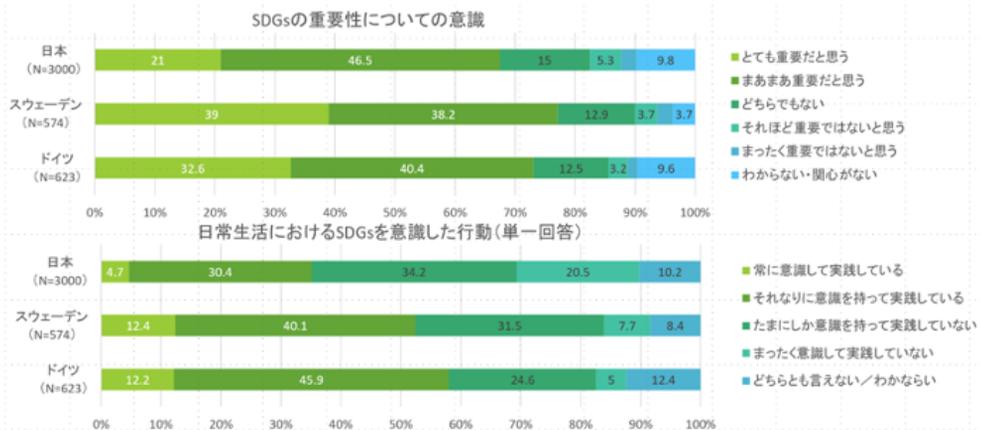
欧米の消費者は日本人消費者と比べてSDGsに関する意識が高いと言われています。実際に、どの程度高いのか、また日本の消費者がSDGsに対してどれほど関心があるのかを数値で示して解説します。

1. 消費者のSDGsに対する意識（日本 vs 海外）

(針生氏) まず、日本と欧米のSDGsに関する意識の違いを見てみましょう。図1は、日本、スウェーデン、ドイツの3カ国の消費者のSDGsに対する意識を調査した結果です。SDGsは非常に重要だと考える日本人は約20%ですが、スウェーデンとドイツは30%程の人々がSDGsは非常に重要だと考えています。また、日常生活においてSDGsを意識した行動は、日本4.7%に対して、スウェーデンとドイツは約12%という結果になりました。もちろん、日本にもSDGsが大切だと考える人や実践している人はいますが、その割合は他2カ国に比べてまだまだ少ないです。

スウェーデン・ドイツはヨーロッパの中でもSDGsに対する意識が高い国であり、それらの国々に比べると、日本はSDGsや環境に関する考え方が3～5年ほど遅れているイメージです。とはいえ、数年ほど経過すれば、現在よりもSDGsへの注目が集まり、スウェーデンやドイツと同じくらい意識が高まると予想されるため、スウェーデンやドイツの数値は日本の先行指標としても見ることができます。

図1. 消費者のSDGsに対する意識



日本ではとても重要だと考える人、実践できている人の割合がまだ少ない。

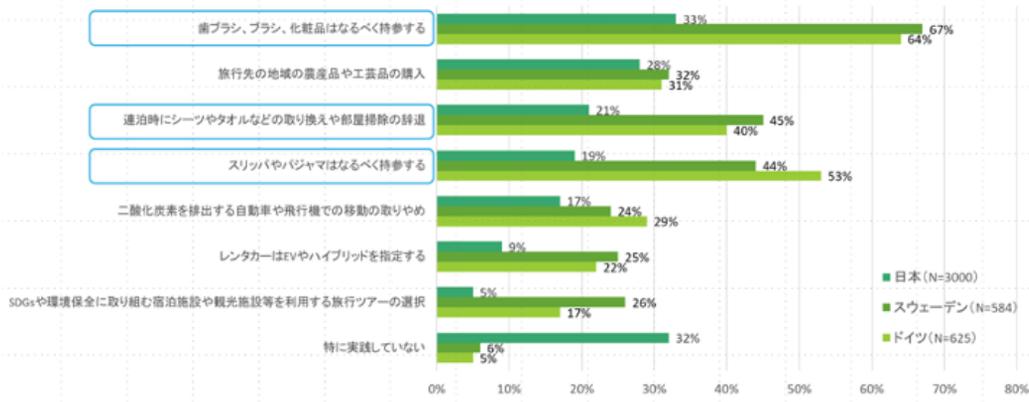
2. 旅行中のSDGsに関わる行動の実施状況（日本 vs 海外）

(針生氏) では、SDGsへの関心や意識が高いスウェーデンとドイツの消費者が、旅行中にどのような行動をしているか見てみましょう。(図2)

- ・歯ブラシ、ブラシ、化粧品はなるべく持参する
- ・連泊時にシーツやタオルなどの取り替えや部屋掃除の辞退
- ・スリッパやバジャマはなるべく持参する

……など、なるべくホテルのリソースを使わない旅行者が増えています。日本でこのような取り組みをしている旅行者は、まだ少ないようですが、3～5年後にSDGsへの関心が高まることにより、スウェーデン・ドイツの旅行者と同じような行動を取る日本人旅行者が増える予想しています。

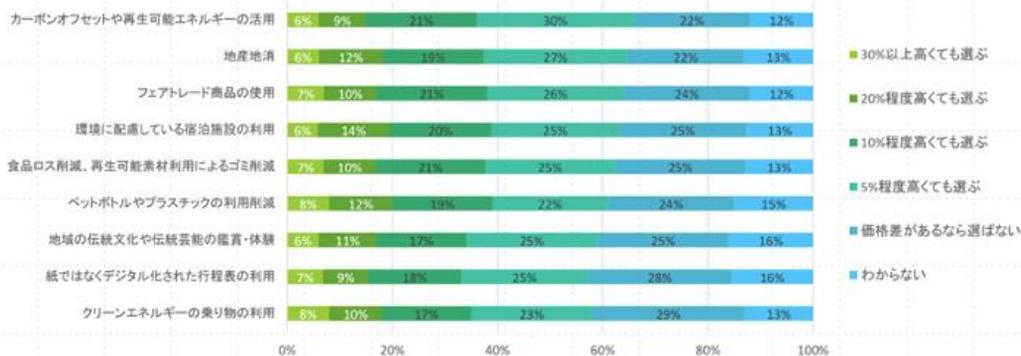
図2.旅行中のSDGsに関わる行動の実施状況



3. SDGsを重視したツアーや旅行商品・サービスの購入意向

(針生氏) SDGsに対する意識は、商品購入の意向にも現れています。図3は、SDGsを重視したツアー・旅行商品が、SDGsを重視しない商品よりも価格が高くても購入したいかを調査した結果です。価格が多少高くても、カーボンオフセットや再生可能エネルギーの活用をしているツアーや旅行商品を選びたい方が多いことがわかります。商品の価格が10%以上高くても購入したいと考えている方が36%、5%以上高くても購入したいという方は66%いました。

図3. SDGsを重視したツアーや旅行商品・サービスの購入意向



4. 「サステナブル・トラベル」に関する調査結果（日本）

(針生氏)では、日本人消費者は、環境に配慮した旅行「サステナブル・トラベル」について、どう考えているのでしょうか。ホテル予約サイトを運営する旅行代理店「Booking.com」が日本を対象として実施したサステナブル・トラベルに関する調査結果を紹介します。

図4. 「サステナブル・トラベル」に関する調査結果（日本）



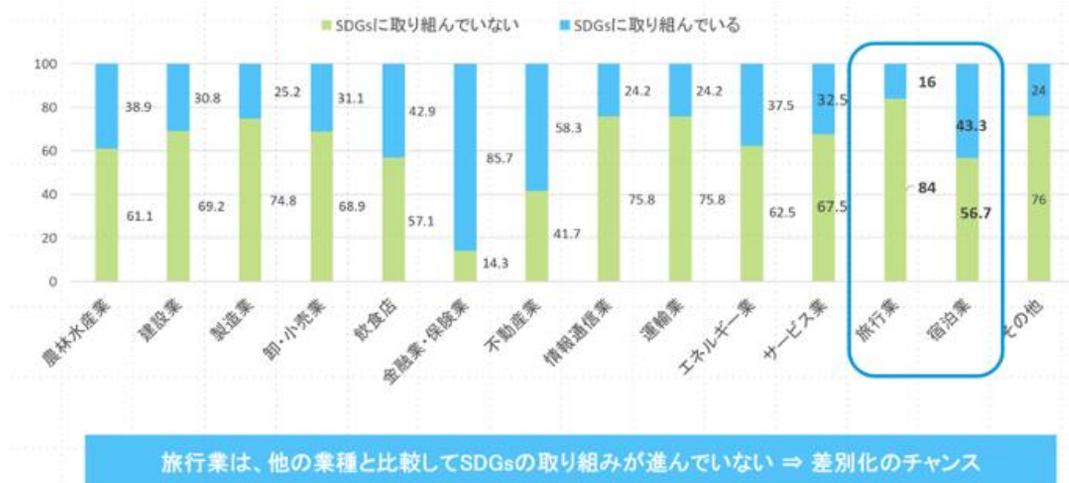
日本においてもサステナビリティへの意識や配慮が高まっていることがわかります。そのため、観光・旅行業の方は、消費者の興味や関心に即したサステナブルな取り組みを行うことが重要になってくるかと思えます。

II 旅行業界のSDGsに対する取組状況

1. 日本における業種別SDGsへの取組状況

(針生氏) では、旅行業界はどの程度、SDGsに取り組んでいるのを見てみましょう。図5は、日本の企業がSDGsに取り組んでいるか否かを業種別に調査した結果です。この調査によると、旅行業でSDGsに取り組んでいる企業は16%と他の業界よりも少ないです。そのため旅行業の企業は、SDGsに取り組むことで他の企業との差別化を測るチャンスではないかと思えます。

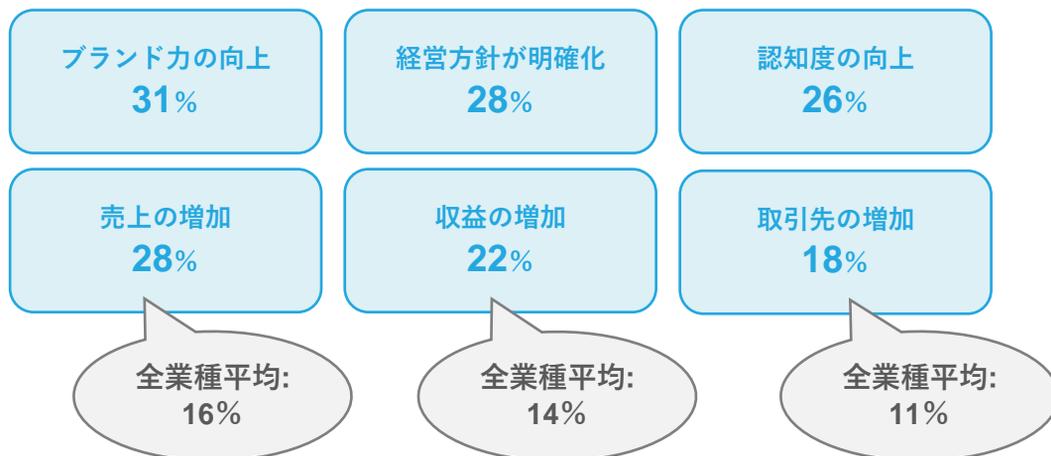
図5.業種別SDGsへの取組状況



2. 観光産業がSDGsに取り組む効果

(針生氏) 観光産業がSDGsに取り組むことで、どのような効果が得られるのか気になると思います。アンケート調査から見ていきましょう。

図6.観光産業がSDGsに取り組む効果についてのアンケート調査結果



観光産業がSDGsに取り組むことで「ブランド力」「経営方針」そして、「認知度」が向上すると回答した企業の割合は、他の業種と大きな差は見られませんでした。一方、「売上」「収益」「取引先」が増加すると回答した企業は、他の業界よりも上回りました。この結果から、観光業はSDGsに取り組むことで、経営面に直接的な効果が見込めると思われます。

Ⅲ SDGsに対する取り組み事例（ホテル/航空会社）

1. 企業経営にとってのSDGsとは？

（針生氏）企業経営にとってのSDGsにはさまざまな考え方があると思いますが、私が考える企業経営にとってのSDGsは次の2つです。

企業と世界をつなぐ
「共通言語」
↓
ステークホルダーとの
コミュニケーションツール

SDGsとは、2030年までに持続可能なより良い世界を目指す国際目標であり、すべての方が関連する目標です。そのため、私は、企業と利害関係にある取引先や企業、お客様、従業員といったすべてのステークホルダーがSDGsに取り組むべきだと考えており、SDGsはそのステークホルダーとコミュニケーションをとるための共通言語となります。

将来における「リスク」と
「機会」を探すための
ツール

温熱効果ガスの排出など、解決すべき社会課題に対して問題を引き起こす側になるのは、企業経営にとって重大なリスクとなるため、SDGsは何かリスクを探るツールとなります。逆に言うと、課題を解決するためのチャンスを探るツールにもなります。

2. 【導入事例】ホテルニューオータニの取り組み

（針生氏）宿泊業界では、ホテルニューオータニがサステナブルな取り組みをしています。導入事例を詳しく見ていきましょう。

ホテルニューオータニは、もともと循環型社会を実現するべく環境対策に積極的に取り組んできました。2015年にSDGsが開始され、その後ニューオータニは「サステナビリティ・コミットメント」を策定、持続可能なおもてなしを目指しています。

取り組み1：カーボンニュートラル都市ガス（CNL）の導入

（針生氏）ニューオータニのような大きなホテルは、莫大なエネルギーを消費します。以前より、ニューオータニはコージェネレーションシステムという、電気を発電しながら、発電で生じた熱を回収し、有効活用するというシステムを利用しています。2020年10月からは、コージェネレーションシステムに「[カーボンニュートラル都市ガス（CNL）](#)」を導入。ホテル業界では初の取り組みです。カーボンニュートラル都市ガス（CNL）とは、天然ガスの採掘から燃焼に至るまでの工程で発生する温室効果ガスを、新興国等における環境保全プロジェクトにより創出されたCO2クレジットで相殺すること（カーボン・オフセット）により、地球規模では、使用してもCO2が発生しないとみなされる天然ガスです。それにより、5年間で約35,000トンのCO2を削減できる見込みです。35,000トンは、ホテルニューオータニが1年間で排出するCO2の量ですから、約20%の排出量削減となるでしょう。



ニューオータニは、2021年に設立した「カーボンニュートラルLNGパイアーズアライアンス」に参画しており、カーボンニュートラル社会の実現のイニシアチブを取っています。

取り組み2：食品ロス実質ゼロを叶える「コンポストプラント」

（針生氏）ニューオータニのような大きなホテルなどは、大量の食べ残しや生ごみが発生します。ニューオータニには37のレストランと33の宴会場があり、1日約5トンの生ごみが発生しています。それらの食品残渣を有機たい肥に変えるため、1999年に「コンポストプラント」を導入しました。出来上がった有機たい肥は契約農家に買い取ってもらい、そこで作られた野菜や穀物をニューオータニが仕入れ、メニューに使用しています。ホテルで出たゴミを再利用・有効活用し、サービスとして提供する素晴らしい循環型の仕組みだと思います。

取り組み3：廃棄物ゼロのサステナブルカクテル

（針生氏）バーやそこで提供されるカクテルは、廃棄物とは関連性がないと思われるかもしれませんが、ニューオータニのバーには、廃棄物を利用した、たい肥で作られた果物を使用したカクテルがあるんです。朝食でフルーツジュースなどを提供するために大量の果物の皮などが廃棄されており、それらを再利用する取り組みを行っています。（例：果物の皮を発酵させて作ったシロップを使用したサステナブルカクテルなど）

取り組み4：無農薬の玄米飼料で育てた鶏から生まれた『玄米卵』

（針生氏）無農薬の玄米飼料で育てた鶏が産んだ卵で、残留農薬などの心配がない、「玄米卵」をホテルで提供しているスイーツや朝ごはんに積極的に使用しており、お客様がより安心・安全な食事を楽しめる取り組みもしています。

取り組み5：“健康・環境配慮”の「ZENB」使用メニュー

（針生氏）健康だけでなく環境にも配慮したミツカングループのブランド「ZENB JAPAN」の食材も使用したメニューを提供しています。ZENB JAPANは、本来は捨ててしまう食物の皮や芯を使用したパスタやソースを作っています。これらを使用し、おいしいだけでなく健康や環境に配慮した「ZENBコラボメニュー」を開発しました。

取り組み6：植物由来『大豆ミート』＆『豆乳シリーズ』

（針生氏）全世界で排出される温室効果ガスのうち、約14パーセントが畜産業から排出しており、特に牛肉を育てたり食品として加工する際に排出される温室効果ガスが多いと言われています。最近では、牛肉の代わりに大豆から植物性たんぱく質を抽出してつくられる大豆ミートが始められており、ニューオータニでも大豆ミートを使用したメニュー開発がされています。他にも、植物由来バターや豆乳クリームを用いたスイーツやメニューを提供し、サステナブルなメニューとしてPRしています。

（針生氏）ここで、ニューオータニの取り組みのポイントについてまとめます。取り組みは大きくわけて、「環境や社会に対してインパクトが大きい取り組み」と「新たな価値の提案（持続可能なおもてなし）」の二つです。

図7.ホテルニューオータニの取り組みのポイント

環境や社会に対してインパクトが大きい取り組み

- ・ カーボンニュートラルガス
- ・ 循環型リサイクルシステム
- ・ エネルギー効率が高い空調システム
- ・ コージェネレーションシステム
- ・ 空気熱源ヒートポンプ給油設備
- ・ 客室に節水装置を取り入れ

→環境負荷低減＋コスト削減

- ✓ 取り組みの王道で、環境負荷の低減のコスト削減が見込める。
- ✓ カーボンニュートラルガスの導入ではコストが増加することもあるが、それ以外はコスト削減が見込める。

新たな価値の提案(持続可能なおもてなし)

- ・ サステナブルカクテル
- ・ 健康・環境配慮のメニュー開発
- ・ 植物由来の環境配慮食材の利用
- ・ 環境配慮型アメニティの採用
- ・ 食物繊維カトラーの採用
- ・ サステナブルな日本庭園の散策ツアー

→環境負荷低減＋ブランド価値の向上

- ✓ 個々の取り組みに大きなインパクトはないが、環境負荷の低減とブランド価値の向上が満たせる取り組み。
- ✓ 様々なメディアで取り上げられており、PR効果は非常に高い。

3. 【導入事例】日本航空（JAL）のサステナビリティへの取り組み

（針生氏）次に、航空会社の取り組み状況を見ていきましょう。紹介するのは、SDGs達成に向けた取り組みを積極的に行っている日本航空（JAL）です。日本航空はESG（環境／Environment・社会／Social・ガバナンス／Governance）推進においてKPI（重要業績評価指標、ゴール達成までのプロセスの進捗を測る指標）を設けて、目標達成に向けて次の7つの取り組みに力を入れています。

1. 省燃費可能な飛行機の導入
2. CO2排出量が少ない運航
3. CO2排出量を削減できる代替航空燃料SAFの導入
4. 使い捨てプラスチック製品の削減
5. 環境や社会に優しい製品の採用
6. 地域活性化活動
7. CO2排出量を相殺できるJALカーボンオフセット

取り組み1：省燃費機材への更新 | 省燃費可能な飛行機の導入

飛行機は運航時に大量のCO2を排出してしまいます。そのため、CO2の削減はJALだけでなく、航空業界全体において重要な課題です。JALでは、従来の飛行機に比べてCO2の排出量が少ないエアバスA350、ボーイング787を導入しました。それにより、CO2を15～25%削減できるとわれています。省燃費な飛行機の割合を2025年までに65%から86%に引き上げるべく、2021年～2025年の間に約8,500億円を投資する計画を立てています。

取り組み2：CO2排出量が少ない運航 “JAL Green Operations”

飛行機は、運航の仕方によってCO2の排出量が変わります。そこで、JALはよりCO2排出量が少ない運航を実施しました。（図7）さらに、機内誌を減らすこともCO2削減に効果があり、このような一見小さな取り組みもJALは実施しています。その結果、2019年は年間15.7万トンのCO2削減が実現しました。

図8. 運航方法による排出量削減の事例



取り組み3：CO2排出量を削減できるSAF（代替航空燃料）の開発促進と利用

航空業界全体で取り組んでいるCO2削減方法の一つに、SAF(Sustainable aviation fuel) という代替航空燃料の利用があります。SAFとは、藻類や木質バイオマスなどから作られた持続可能な燃料のことであり、従来の化石燃料に比べて、CO2排出量が少ない燃料です。SAFが占める燃料の割合はまだ少ないのが現状ですが、2030年までには全燃料の10%をSAFが占めるよう計画を立てています。

取り組み4：使い捨てプラスチック製品の削減

資源枯渇や海洋汚染に繋がるといわれる石油由来のプラスチック。JALは、機内・ラウンジで使用していた石油由来の使い捨てプラスチック製品の使用を2025年までに廃止することや、貨物・空港で使用する製品の素材を天然素材や循環型素材に変えていく取り組みをしています。

事例

- ①手荷物預かり時のビニール袋の提供を終了(2021年9月)
- ②感染予防対策として継続利用できるウレタンコーティング手袋の導入

取り組み5：環境に優しい製品の採用 | 原材料から確かなものを使いたい

JALでは、製品を採用する際は環境や社会に優しい製品を積極的に選択しています。その基準となるのが、世界的に認証を受けた製品であることです。

例えば、社会・経済・環境を強化する手法で作られた製品が認証されるレインフォレスト・アライアンスや水産資源や環境に配慮した漁業でとられたMSCなどが挙げられます。



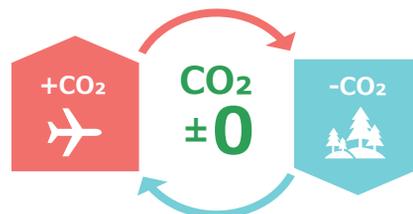
取り組み6：地域活性化への取り組み

JALは地域も重要な領域だと捉え、地域活性化の取り組み「JALふるさとプロジェクト」を実施しています。JALふるさとプロジェクトとは、客室乗務員で構成された「JALふるさとアンバサダー」の活動のこと。その地域出身で土地に思い入れのある客室乗務員が選出され、新たな旅・移住スタイルの創出や提供をしています。

取り組み7：オフセットできるしゅみを提供 | JALカーボンオフセット

フライトは、どうしてもCO2が排出されてしまいます。

そのCO2を、他の場所で吸収したり削減したりすることで相殺することができる「JALカーボンオフセット」を提供しています。



IV カーボン・オフセットについて

1. カーボン・オフセットとは

(針生氏) 企業活動や日常生活で、どうしてもCO2など温室効果ガスは発生してしまいます。そこでまずは、温室効果ガスを削減する努力を個人で行った上で、それでも削減しきれない排出を他の場所でCO2を削減・吸収するプロジェクトに資金提供をして、そこで削減されたCO2の価値を譲渡してもらい、埋め合わせ（プラスマイナスゼロに）する仕組みがカーボン・オフセットです。これは、環境省や国連も推奨している取り組みです。

図9.カーボン・オフセットとは



2. CO2を削減・吸収するプロジェクトとは？

(針生氏) CO2を削減・吸収するプロジェクトには、次のようなものがあります。



森林管理

植林や間伐をすることによって、森林が吸収するCO2を増加させる。



バイオマス

未利用の木材などのバイオマス資源を燃料とすることで、化石燃料の使用が削減。



太陽光発電

太陽光発電によって、化石燃料から作られた電気の使用が削減。



小水力発電

小水力発電によって、化石燃料から作られた電気の使用が削減。



風力発電

風力発電によって、化石燃料から作られた電気の使用が削減。



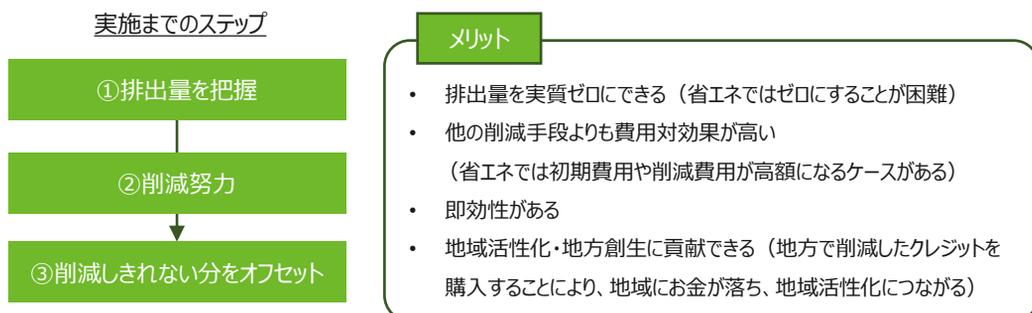
高効率ボイラー

工場のボイラーなどを高効率なものに設備更新することによって、燃料の使用が削減。

(針生氏) このように削減されたCO2は、国や公的機関が「クレジット」として認証し、CO2を削減した価値として販売されています。

3. なぜカーボン・オフセットなのか？

(針生氏) なぜカーボン・オフセットが注目されているのか、メリットを見るとわかります。CO2削減に留まらず、コスト削減や社会への貢献など多くのメリットがあるため、ぜひ導入していただきたい取り組みです。



4. カーボン・オフセットを取り入れた取組事例（ホテル）

(針生氏)カーボン・オフセットを導入しているホテル日航新潟の事例を紹介します。ホテル日航新潟の運営会社であるホテル朱鷺メッセ株式会社は、地域密着型のホテルを経営しており、地域の資源を生かし、地域の魅力を伝え、地域活性化を目指している企業です。

取組み内容

ホテルと宿泊者が一体となった地域貢献の取組みとして、宿泊の際にカーボン・オフセットを実施するプランがあります。この内容は、1泊1部屋につき宿泊者300円、ホテル325円を負担し、佐渡の「トキの森プロジェクト(※)」に寄付するというものであり、このようなプロジェクトからクレジットを購入することで、宿泊で排出したCO2を埋め合わせできます。

※) トキが生息可能な豊かな森林形態づくりに寄与。(保護された)トキの野生復帰に向けた地域の森づくりを目指す。

5. カーボン・オフセットを取り入れた出張・宿泊のススメ

(針生氏)私は、カーボン・オフセットを取り入れた出張や宿泊は、手軽に実施できるSDGs対策だと考えています。多くの利点がありますので、他のSDGsの取組みとともに導入を検討してほしいですね。

カーボン・オフセットを取り入れた出張・宿泊のメリット

- ① カーボン・オフセットを行うことで、カーボン・フリーな出張・旅行を実現することが可能
- ② 地元のクレジット（排出した価値）を使用することで、地域の課題解決や地域活性化に貢献できる
- ③ 地元の企業・自治体と協力することで、共感を生む取組みを行うことができる
- ④ 企業イメージの向上に役立つ

V パネルディスカッション

1. SDGsコンサルを依頼してくる企業の特徴は？



AIトラベル 藤本氏

SDGsのコンサルを依頼する企業の特徴や依頼するきっかけ、動機があれば、教えてください。私も含め、参加者の方々は、企業イメージを高めるためにサステナブルな取り組みをしなければならないのは理解していますが、何から始めたらよいのかわからない方が多いと思うんです。そのため、SDGsコンサルを依頼するとき、どのようなケースで相談してくる方が多いのかを知りたいです。

何から手を付けたらよいのかわからないという相談は多いですね。
同時に、取り組みテーマを指定して相談を受けるケースも多々あります。

例えば、

- 金融や取引先からサステナビリティの取り組みを求められ、急遽取り組みを開始するため
- 経営者の方が、競合他社が取り組みを行ったことでニュースになったり、経営者の集まりでSDGsなどの情報が入ったりして、取り組みを進めようと決定したため
- 最近増えてきたのは、取引先（特に大企業）からSDGsに関する取り組みのアンケートを求められ、自社でも始めなければならないと考えたため
……などがあります。



Sustineri 針生氏



AIトラベル 藤本氏

中小企業の場合、SDGsに関する取り組みを実施しないと大企業から契約や取引を切られてしまうケースはありますか？

日本ではそういったケースはまだないと思われれます。
しかし、海外ではあらかじめ契約を切るのではなく、SDGsに取り組んでいる企業との契約にシフトしていくことは、行われているようです。
今後、日本の大企業でもそのようなケースが増えてくる可能性はあると思いますね。



Sustineri 針生氏

2. 海外の状況や、日本企業の先進事例を踏まえ、確実視される未来予想図とは？



トップレップ 西ヶ花

海外の状況や日本の先進事例において、取り組みの種類は数多くありますが、
その中で、確実に日本に定着するものはあると思いますか？**確実な未来予想図**
を聞かせてください。

将来のことを予測するのは難しいですね……。

とはいえ、将来を確実に予想できる分野はあると思っています。

例えば、

少子高齢化、気候変動問題などは、過去の調査結果やトレンドを見るとある程度は予測できるでしょう。

特に気候変動分野は、研究によって、今後確実に問題が深刻になることがわかっています。それに伴い、企業や国として対策に取り組まなければならないのは確実です。日本が設定した目標（2050年までにカーボンニュートラル、2030年までに40～60%CO2削減）を達成するために、国が経団連等に対して業界ごとのルール・目標設定を求めることが予想されます。目標を設定した上で、経団連に加盟している企業に対して目標が下りてくるのではないのでしょうか。

例えば、東証プライム市場に上場している企業は、気候変動に対するリスクとCO2排出量を開示するTCFD対応が、努力義務として求められるようになりましたね。今後もこのようなケースは増えてくると思います。

人口動態に関しては、少子高齢化は必ず訪れますので、そこに関連したSDGsの取り組みは実施していた方が良いと思います。



Sustineri 針生氏

VI 質疑応答

質問1



カーボン・オフセットは、個人で取り組むものでしょうか？企業で取り組むものでしょうか？エコ活動のように教育やメディアによる取り組みなどが必要だと思いますか？

個人と企業の双方で取り組むものだと思います。

海外の事例を挙げると、Eコマースで商品を配送する際にどうしても排出されてしまうCO2を企業の負担でカーボン・オフセットをするケースが増えてきています。

一方で、飛行機で移動する際のカーボン・オフセットは、企業側負担にするとコストがかかってしまうため、追加で料金をお支払いいただき、ユーザーに負担してもらうというケースもあります。この方法は日本ではJALが実施していますね。

カーボン・オフセットは、まだ一般的に知られていない上、複雑な仕組みなので、消費者に対して普及啓発などが必要だと思います。日本では、カーボン・オフセットの取り組みが広がっていませんが、海外では若者を中心に認知度が高まっています。海外の方に、日本での認知度の低さに驚かれることがありますね。今後、日本においても教育も含め、普及していくでしょう。



Sustineri 針生氏

質問2



サステナブルな取り組みは、何から始めたら良いのかわかりません。実際にSDGsのコンサルを依頼する場合、どのようなフェーズから相談したらよいでしょうか？

何もわからないという状態からご相談すれば、コンサルはアドバイスはできるでしょう。依頼した企業の現状を分析した上で、必要な手段を提案してもらえるはずです。目的の選定もしてくれますよ。どこをゴールとするか決まっていないケースが多いので、一緒に策定していくイメージになると思います。



Sustineri 針生氏

質問3



企業としてSDGsに取り組んでいることをうまくアピールする打ち出し方やポイントがあれば教えてください。

取り組みを上手くアピールできていない企業が多く、少しもったいないと思っています。PRする際には、消費者や社会に対してのメリットを打ち出すと共感を得ることができると思います。



Sustineri 針生氏

質問4



中小企業のため、SDGsを導入するハードルが高いです。どのようなことから始めればよいでしょうか？

まずは、できることから始めるだけで良いと思います。

宿泊業なら、お客様にシーツを変える回数を減らすようお願いしたり、使い捨てのアメニティを減らすなど小さな取り組みから始めてみてはどうでしょうか。

環境対策はコストがかかるというイメージがあるかもしれませんが、しかし、最近では環境対策をした方が、コスト削減になるものもあるんですよ。そのようなものを調べて、取り組んでみることをおすすめします。



Sustineri 針生氏

ある企業が複合機のトナーをリサイクルトナーに変えたそうです。このような活動から始めても良いと思いますね。



AITravel 藤本氏

質問5



気候変動の危機とオフセットはどのように関係しますか？
どのような取り組みがどんな効果を生み出しているのか知りたいです。

[全国地球温暖化防止推進センター](#)という気候変動について普及啓発をしている団体のHPをご覧くださいと良いですね。HPでは、以下のようなデータがあります。

- ・ 日常生活でどのくらいのCO2が排出しているか
- ・ どういった行為でCO2が排出されるか

参考になるとと思いますので、ぜひご覧ください。



Sustineri 針生氏

[オフセットクレジットの一覧](#)をみることでわかりやすいかと思います。

すべての取り組みが認められるのではなく、検査機関を通った上でオフセットクレジット商材として成り立っています。オフセットクレジットの一覧を見ると、取り組みに対する効果がわかるでしょう。

オフセットする際は、地方創生などの観点からも、馴染みの深い地域を選ぶことで、その地域にどれだけの効果があったのかがわかりやすいと思います。



TOPREP CORP
トップレップ 西ヶ花

質問6



旅行会社の方は、今度どのようにSDGsに取り組めますか？旅行での移動は炭素を増やす活動になると思い、経営活動をするのと効果は反比例になると感じています。

確かに移動することによって環境負荷は出てしまいます。そこで、できるだけ環境負荷が少ないものを選ぶ、旅行先で環境負荷を減らす…といったことがポイントになるでしょう。サステナブルな商品を提供している企業もそれをPRするとより良いです。



Sustineri 針生氏

移動は必要な経済活動のひとつなので、それを止めるのは難しいですね。最小限の環境負荷で効率を最大化することは、今後のすべての経営活動のベースとなるでしょう。費用対効果をいかに上げるかをポイントに、サステナブルな取り組みをしてくると思うので、その流れに注目していただきたいと思います。



AIトラベル 藤本氏

SDGs達成のために何か貢献したいけれど、どのような行動をしたらよいかかわからないという方は多いかもしれません。

しかし、針生氏のお話を聞くと、ちょっとした行動がSDGs達成に繋がることが見えてくるのではないのでしょうか。ほんの少しのことで、まずは行動を起こしてみてください。

一人一人の思考や行動が変われば、やがてスウェーデンやドイツと同様にサステナブルに対する関心が高まり、SDGs達成となるでしょう。

対談内容

および サービスに関する
お問い合わせ先



株式会社トップレップ

Email. info@toprep.co.jp

Tel. 03-6635-6610

(平日9:00-17:00)



脱炭素SaaS

Sustineri株式会社

<https://sustineri.co.jp/>



出張の手間とコストを削減

株式会社AIトラベル

<https://aitravel.cloud/>



法人向け 総合出張管理専門のコンサルティング会社

株式会社トップレップ

<https://www.toprep.co.jp/>