

良好な環境創出シンポジウム2025 ～海外の取組事例と企業研修～



@2025 asueku Co., Ltd

株式会社アスエク
市川隆志

自己紹介



名前: 市川 隆志 (いちかわ たかし)
株式会社アスエク・代表取締役
一般社団法人Green innovation ESG/ SDG推進パートナー
一般社団法人サステナビリティ・コーディネーター協会 会員
Email: i.takashi@asueku.com
Linkedin: <https://www.linkedin.com/in/takashi-ichikawa/>

「旅でつなぐ体感する未来：人と地球環境の再生を目指して」
北海道知事登録旅行業 第2-923

ESGと経営計画の統合支援や脱炭素・ESG戦略策定に向けたコンサルティング・アドバイザリー、及びサステナビリティ文化醸成のフィールドワークやワークショップを実施。

令和7年度自治体支援：
和歌山県GX3 Drive、静岡県 浜松市脱炭素経営塾等

会社ウェブサイト: <https://asueku.com>

リジェネラティブツーリズムを推進する
インスピレーションブック "リジェネ旅"
<https://regenetabi.jp>

メディア事業



リジェネ旅
Regenerative Travel

- ・メディア・コミュニティ企画・運営
- ・リジェネラティブツーリズムに関する情報発信(オウンドメディア、SNS、youtube、ポッドキャスト)



リジェネラティブ
ツーリズム推進
インスピレーショ
ンブック

企業向け研修・教育、コンサルティング事業

【事業会社向け】

- ・脱炭素・ESG戦略立案・推進支援
- ・気候変動理解、DIE理解、未来構想力研修
- ・イベント企画・運営

【観光事業者向け】

- ・研修ワークショップ 企画・運営
- ・サステナビリティやリジェネラティブ、脱炭素の取り組み推進に関するコンサルティング及びアドバイザリー

北海道知事登録旅行業 第2-923号
ANTA北海道会員

リジェネラティブツーリズムを推進する“リジェネ旅”



リジェネ旅

リジェネラティブツーリズムを
推進するインスピレーションブック

国内外のリジェネラティブ・サ
ステナブルツーリズムに関する
事例や課題を取り上げ、企業が
サステナビリティを取り入れる
際に必要な情報を提供。



<https://regenetabi.jp>



人の心しか社会を変えることはできない



旅を手段に地球環境・地域と新たなつながりを創る

企業や学校、訪問者と地域をつなぎ、地球環境の再生と地域づくりを実現する観光ビジネスモデルの再構築をめざす「リジェネ旅」

【構築を目指しているビジネスモデル】

市場：共感価値市場、ギフトエコノミー

価値：生産消費、体験価値、直接支援、関係性の深さ、新たな富

販売方法：サブスクモデル

- ① 良好な環境創出に関する海外事例
- ② 良好な環境創出 x 企業研修

①良好な環境創出に関する海外事例
～先進的な実証実験を軸とした新たなつながり創出～

Land -Sea Act project
～陸と海をつながり x
持続可能な観光と産業の両立～

Land -Sea Act project

陸と海をつながり (Land-Sea Interaction) に着目し、2019年～2021年には「Land-Sea-Act」プロジェクト (Interreg Baltic Sea Region) が発足。スウェーデン、デンマーク、ドイツ、ポーランド、ラトビア、エストニアの6地域で、自治体・企業・住民が連携し、沿岸の課題解決と持続可能な観光・産業の両立に取り組んだ。

【各地域における取り組み事例】

- ・ラトビア・クルゼメ「沿岸観光と洋上風力の調整」
- ・エストニア北岸「観光と移動の統合計画」
- ・ドイツ・フェーマルン「気候影響への適応」
- ・ポーランド・グダンスク湾「海洋空間計画に文化的価値を組み込む」

取り組みの中核にあるのは…

「陸と海を一体でデザインする」視点



エコシステム・ベースド・アプローチ
(生態系の健全性を基盤に据える考え方)

リジェネラティブ・ツーリズムの視点で見れば、Land-Sea-Act は「**観光 = 外からの消費**」ではなく、「**観光 = 自然資本・社会資本の再生に参加する入り口**」として沿岸地域を位置づける実験でもあります。陸と海の循環を可視化し、移動・滞在・体験設計を生態系の再生や地域産業の価値向上につなげる。

Land -Sea Act project

海と陸の相互に存在する自然資源・文化などを活用し、経済・社会の面で該当地域への貢献を促す

生態系アプローチ (Ecosystem Approach)

とは、人間の活動と自然環境を一体のシステムとして捉え、環境・社会・経済のバランスをとりながら、持続可能な利用と保全を目指す考え方。単に生物や資源を守るのではなく、「生態系が持つ構造・機能・プロセス」を保ちながら、人間社会がその恩恵を長期的に受け続けられるように管理する。

例えば、沿岸域では海と陸のつながりを考慮し、漁業・港湾・観光・都市排水などの活動が生態系に与える影響を評価。その上で、経済的利益だけでなく、水質・生物多様性・地域の暮らしへの影響も総合的に判断する。国際的には「生物多様性条約 (CBD)」で基本理念として採用され、海洋空間計画 (MSP) や陸域計画にも広く応用されています。生態系アプローチは“自然と人間の共存を設計する”。



統合的な沿岸部の観光産業と交通手段の解決に向けて（エストニア）

①地域住民と事業者の間の要望の差

- ・ 自然資源を活用した観光産業の促進と、保全とのバランス
- ・ 観光客に向けた海岸エリアの解放と、住民が利用できるプライベートビーチの割合
- ・ 観光客による賑わいと、静かな住環境とのバランス

観光産業は一過性のレジャー消費としてではなく、**地元の人々の生活や文化・経済活動の延長線上にあるもの**として捉え直すこと重要だと示された。

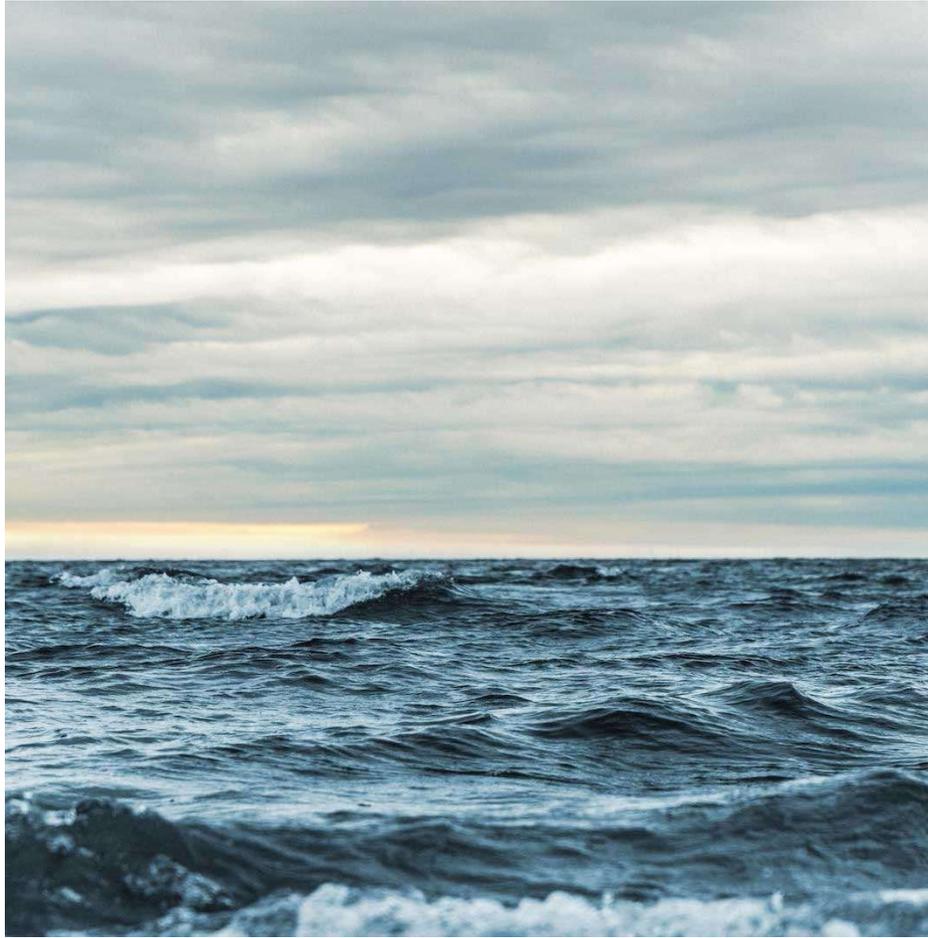
②交通インフラ整備の課題

沿岸部に位置する街や諸島をつなぐ重要な交通手段には、船やフェリーといった海の交通機関。町同士の移動は、プライベートビーチのフェンスなどによって遮断されているため移動に時間がかかるほか、一部のエリアはわずかな住民だけしか通ることができないなど、交通手段に課題あり。

@2025 asueku Co., Ltd



エコシステム・ベースド・アプローチで生態系の健全性を保ちながら、小さな港同士の連携をはかるほか、車だけでなく自転車用道路の整備に力を入れるといった構想を示し、地域住民はもちろん、観光者にとってもアクセスがしやすい計画づくりへ



@2025 asueku Co., Ltd

出典:<https://land-sea.eu/?utm>

観光は文化・環境再生と保全のための1つの手段にすぎない

地域の文化や自然環境への理解が深まることは、観光地の保全にも直接的な効果をもたらす。

訪問者はその土地の歴史や自然の価値を「物語」として学ぶことで、地域保護への共感と責任感を抱くようになる。さらに、**観光収益の一部を再生・保全活動に還元することで、文化・環境資源の保護と観光振興を両立させる仕組みを構築する。**

こうした「**参加型再生・保全**」の取り組みは、単なる環境意識の啓発を超え、訪問者と地域が**共に守り育てる関係性**を構築する点で重要。

② 良好な環境創出 x 企業研修

日本企業はプロセスの導入・実装でNo.1

脱炭素経営に向けた取組の広がり

2023年9月30日時点



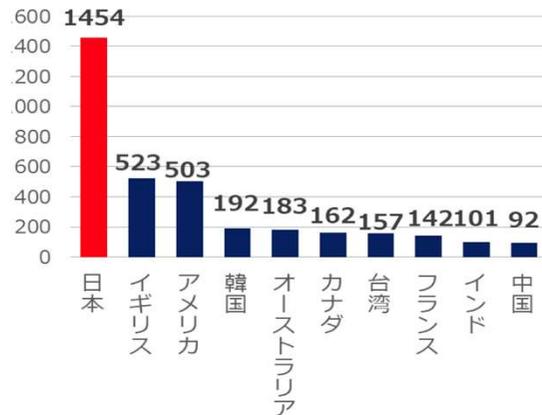
TCFD

Taskforce on Climate related Financial Disclosure

企業の気候変動への取組、影響に関する情報を開示する枠組み

- 世界で4,831(うち日本で1,454機関)の金融機関、企業、政府等が賛同表明
- **世界第1位 (アジア第1位)**

TCFD賛同企業数
(上位10の国・地域)



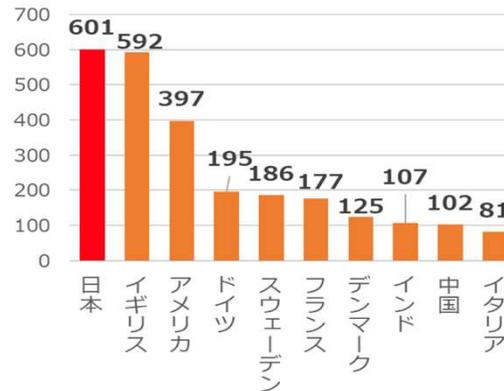
SBT

Science Based Targets

企業の科学的な中長期の目標設定を促す枠組み

- 認定企業数：世界で3,487社(うち日本企業は601社)
- **世界第1位 (アジア第1位)**

SBT国別認定企業数グラフ
(上位10カ国)



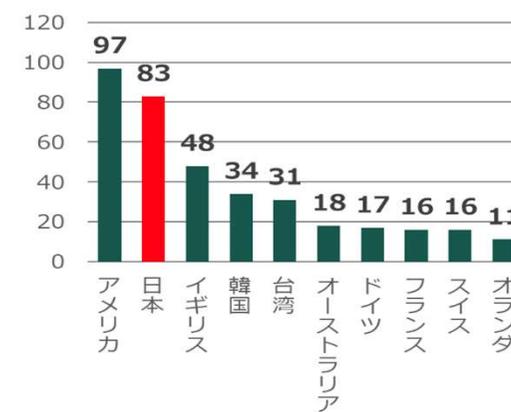
RE100

Renewable Energy 100

企業が事業活動に必要な電力の100%を再エネで賄うことを目指す枠組み

- 参加企業数：世界で419社(うち日本企業は83社)
- **世界第2位 (アジア第1位)**

RE100に参加している国別企業数グラフ
(上位10の国・地域)





大手企業、サステナビリティ推進はプロセス導入が中心

日本企業が努力している領域

プロセス

- ・戦略(国際的フレームワーク TCFD、TNFD等)
- ・指標と目標
- ・管理システム

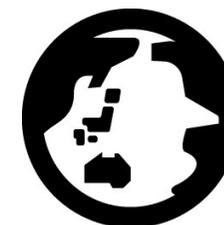


従業員やステークホルダー
関係者



- ・理解不足
- ・エンゲージメントなし
- ・アクションなし

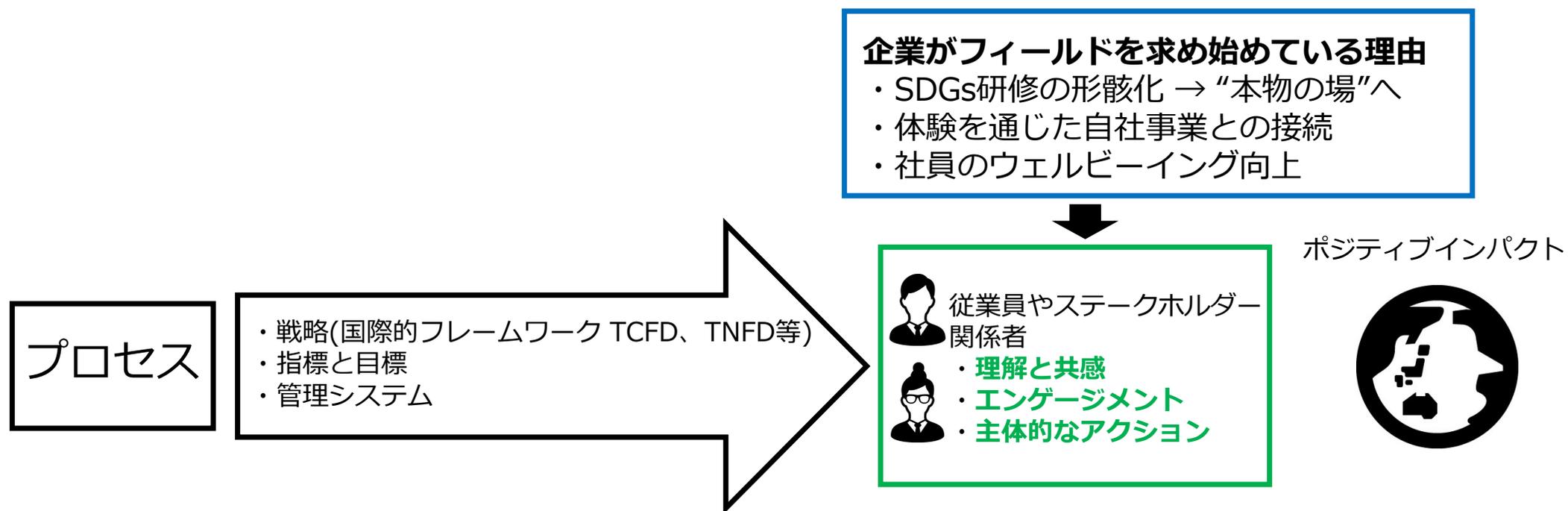
ネガティブインパクト



変化のスピードが遅い



大手企業、サステナビリティ推進はプロセス導入が中心



企業のフィールドワークや研修を受け入れたい地域が抱える課題

- 企業が使う**専門用語**や**前提**が分からず、意思疎通が難しい
- 企業が研修で求める「**学び**」や「**ストーリー（意図・期待成果）**」が見えにくい
- 地域の特性や自然環境の強みを踏まえ、どんな企業（**ペルソナ**）に向けて提案すべきか整理できていない
- 企業が求める**科学的データ**がわからない

- ・ **企業目線の基礎理解を深める**

企業研修で使われる言葉や目的（人材育成、組織開発、ESG・GXなど）を整理し、最低限の共通言語を地域内で共有する。

- ・ **地域資源を「企業向けの物語」に翻訳する**

自然環境・歴史・産業・暮らしを、企業が学びや価値として受け取れる **ストーリー（問い・体験・変化）** として言語化する。

- ・ **受け入れたい企業ペルソナを明確にする**

地域特性と相性の良い業種・規模・課題感（例：人材育成、サステナビリティ推進）を整理し、狙う企業像を明確にする。

ストーリーづくり 4つのポイント

1.“始まりの状態”の描写

どんな自然課題があり、どんな危機（生物減少、耕作放棄、埋立地など）が存在したのか。
→失われつつあった自然・暮らしの背景

2.“転換の決断”の物語

住民・企業・行政がどのような価値観や対話で動いたのか。
→地域の気づき・再生への意思決定

3.“共創のプロセス”

参加者（住民・観光客・専門家）がどんな役割を果たしたか。
→住民・参加者、企業が関わる体験や活動

4.“現在の成果とこれから”

生態系の改善、社会的価値、未来へのビジョンを絡める。
→共生の価値／生態系の改善／新しい観光価値化



1.“始まりの状態”の描写 ～阿蘇草原再生のナラティブストーリー～

**草原は「自然」でもあり、
「人の営みの積み重ね」でもある**

阿蘇の草原は、日本最大級のカルデラと雨に恵まれた環境によって形成された広大な景観。しかしその美しさは、単なる自然の産物ではない。

実は、**1,000年以上にわたる人びとの手入れの積み重ねによって維持されてきた景観**であり、野焼き、放牧、草刈りといった伝統的な管理によって形づくられてきた。放置すれば低木や森林へと変わり、本来の草原は失われてしまう。こうした歴史は、約1300年前の記録にも残されている。



3.“共創のプロセス” ～阿蘇草原再生のナラティブストーリー～

共感と行動 ～未来をつくる草原再生～

草原保全の取り組みは、地域内だけでなく都市からの参加者や企業を巻き込むものへと広がる。

・ボランティアと伝統技術の継承

伝統的な草原管理の象徴である**野焼き**の支援ボランティアは、近年都市部から多く集まる。約数千人規模で活動に加わる仕組み。

・企業活動との新たな接点

視察やフィールドワークだけでなく、企業が草原保全に定期的に参加し、地域と新たな関係性を育む。

・観光と教育の拠点

「阿蘇草原保全活動センター」や「阿蘇草原保全センター」では、草原の成り立ちや生態系、保全の必要性を学び体験できます。游客は単に草原を“見る”のではなく、“学び・体感”することによって草原再生のストーリーに参加する機会を得ている。

@2025 asueku Co., Ltd

よろこびがつなぐ世界へ



地下水涵養

「『世界文化遺産』を目指す阿蘇エリア草原再生プロジェクト」では、阿蘇の草原景観保全に向けた「野焼き再開支援」を実施しています。豊富な地下水を涵養する阿蘇の広大な草原を守ることは、メルシャン八代工場の原料として使用する水を守ることにつながります。2023年は八代工場から3名がこの活動に参加しました。草原の維持は、地下水を育むと同時に絶滅危惧種を含む多様な動植物の生息場所を守ることにつながります。



輪刈り



輪地焼き

4.“現在の成果とこれから”～阿蘇草原再生のナラティブストーリー～

価値の再定義 ～草原は「観光資源」以上のものに～

阿蘇草原は、ただの絶景ではなく、

- ・人と自然の共生の歴史
- ・地域文化と生態系の連続性
- ・企業も関わり、持続可能性のモデル

といった**深い物語を体感する場**になっている。

草原再生の価値を次世代と共有することが、
地域の新たなナラティブへと変化



田んぼダム（農地湛水）への協力：地元農家と連携し、農閑期の田んぼに水を張ることで地下への浸透を促す「田んぼダム」の取り組みを拡大しています。JASMは、この涵養活動に協力する農家への支援や、涵養で育てた米を社内食堂で利用するなど、地域と一体となった取り組みを進めています。

阿蘇草原再生の物語構造から

1. 草原は“人と自然が紡いできた歴史”
2. 構造的変化により維持困難という危機が到来
3. 共同体と多様なステークホルダーが再生の体制を構築
4. 観光や市民・企業参加が草原再生という未来をつくるアクションに
5. 共生のナラティブを伝える物語になる



企業が関わることで、**どのような支え**となり、また**企業自身はどのような物語を紡いでいくことができるのか。**



メールでお問い合わせ下さい。
Email: support@asueku.com