

企業や個人のSDGsへの取り組みを支援するエイチ・アイ・エス

エイチ・アイ・エスでは、旅を通じて企業のSDGsへの取り組みや一般の人々の社会課題の理解を支援する学び旅「スタディツアー」を他社に先駆けて企画し、好評を博している。本稿ではその内容や意義、これからの展開などについて、法人営業本部 サステナビリティ事業推進チームの小林健一氏にお話を伺った。

1. スタディツアー誕生のいきさつと意義

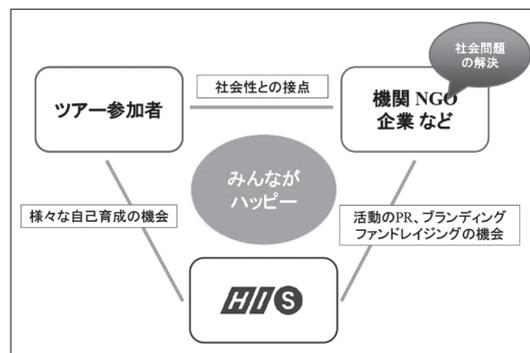
エイチ・アイ・エスはスタディツアーという旅が世の中に普及する以前より、海外へのボランティアツアーやエコツアーを積極的に企画・推進してきた。当初は一般の人々や大学・高校などの教育機関を対象とした学生の参加が多いツアーだったという。

風向きが変わったのは東日本大震災以降だと小林氏は語る。「復興支援のためにソーシャルビジネスに身を投じるイノベーターが世の中にどんどん出てくるという流れがありました。一方、社会課題解決の先進事例は世界の途上国に多く存在します。例えばバングラデシュの銀行による無担保で少額融資を行う貧困層向け金融サービス『マイクロクレジット』などが有名です。そういった貧困やまちづくりなどの事例を中心に視察するツアーを企画したのがSDGsに取り組むきっかけになりました。名称もスタディツアーとして2011年ごろから本格的に始動しました。」

スタディツアーの社会的意義について関与者別にみると、まずツアー参加者にとっては、世界の様々な現実に触れることで、体感しなければ触れることのできない学びを自分事として考えることができ、人生の「原体験」を得ることができる。次にNPO/NGOにとっては活動の啓蒙につながり、活動のための資金を集めるファンドレイジングに

役立ち、関わった企業であれば社会性への関わりが自社のブランディングにつながる。そしてエイチ・アイ・エスはその支援をビジネス化し、収益をあげ続けることが旅行マーケットの拡大という自社のCSR活動の推進にもつながるのである。

■図表1 スタディツアーの社会的意義



出典：エイチ・アイ・エス資料

2. ボランティア体験や視察による現地の人々との交流が盛りだくさんのツアー

ここでスタディツアーの具体的内容について触れておく。一般向けにはwebを中心としたパッケージ商品を販売、法人向けにはCSR視察、社員教育・研修の要望に沿うオリジナルツアー商品を企画・販売している。売上構成は現在、法人向けが3対1の割合が多い。

パッケージ商品は、ボランティア、文化・交流体験、海外インターンシップ、暮らし方・働き方、環境の5つのカテゴリーに分かれている。

例えば、ボランティアツアーの一つ、「カンボジア孤児院交流&アンコールワット6日間」は、孤児院で子ども達に伝える「学び」のボランティア活動をメインに、貧困を理由に教育の機会に恵まれなかった最貧困層出身の女性たちが働く工房「サラスूसー」や世界遺産アンコールワットの見学

がセットとなった商品だ。孤児院では、子供たちに日本語や音楽、スポーツ、日本や世界の文化・料理・健康などについて教えながら交流を図る。

■カンボジアの孤児院での交流の様子



出典：エイチ・アイ・エス資料

また、「ボスニア・ヘルツェゴヴィナ教育視察 8 日間」は、グローバル教育先進事例から多様性と向き合い方を学ぶツアーだ。内戦を乗り越えて、言語も宗教も異なる 3 民族が共生するボスニア・ヘルツェゴヴィナにおいて、どう民族同士が和解し共生の道を選んだのか、また多様性を受け入れるための教育現場を視察し、課題やその取り組みが学べる。

■ボスニア・ヘルツェゴビナ教育現場の様子



出典：エイチ・アイ・エス資料

そのほか、海外インターンシップは、海外で 7～10 日間集中して職業体験することで、主に学生に向け、就職活動での有利性を訴求している。

法人向けの事例で注目されているのは国内における SDGs 視察の旅である。北海道下川町への SDGs 視察研修は様々な企業のオーダーにより特に人気が高いという。

下川町は 2017 年 12 月「第 1 回ジャパン SDGs アワード内閣総理大臣賞」を受賞し、SDGs の取り組みが日本で最も進んだ町として知られている。研修では森林資源を余すところなく利用し、環境負荷を抑えた「持続可能な町づくり」を体感。木材の利活用を上流から下流まで一貫して視察し、雪の積もる森で木を倒す体験から、家具づくりの加工施設、未利用間伐材などを使用する木質バイオマス発電所、トドマツの枝葉からアロマオイルをつくる工場などを見学する。また、近隣のスポーツ施設でカーリングを体験するレクリエーション的要素も入れ、参加者同士の交流、親睦を深める活動も行っている。

■北海道下川町での SDGs 研修の様子



出典：エイチ・アイ・エス HP

以上、スタディツアーの事例についてごく一部紹介したが、テーマは多岐に渡り、しかも年々変化してきているという。現在のコロナ禍において

はどうしても国内中心の取り組みとなるが、国内にも社会課題は山積しており、新たな発見もあるようだ。

3. 法人営業部の取り組みと自社の強み

では法人営業部では普段どのような活動を行っているのだろうか。

「法人を対象としたスタディツアーの取り組みは大きく3つの属性に分かれます。まずNPO/NGOの社会活動のモデルを知っていただく旅です。寄付によって成り立つNPO/NGOの活動に実際に触れたり活動に参加したり交流したりできます。そのつながりがNPO/NGOの方々のドナー（支援者）の獲得につながるという目的もあります。海外の社会課題解決の先進事例を商品化するためには、国際協力活動に気軽に参加できる機会を提供してくれる彼らの存在が不可欠です。

そして大学のゼミや教育機関に向けて、彼らの目的に合わせ、アレンジしたスタディツアーを企画し、提案する活動です。学生の間国内外の様々な学びを得ることは非常に大切な意義があると考えています。

さらに、一般企業向けには、社員旅行をされている企業があれば、ただ楽しむ旅でなく、学びの要素を取り入れて、旅行と研修を兼ねたスタイルにしてはどうかという提案をしています。この提案が最近、非常に受けがよく、市場の伸びしろがあると感じています。」（小林氏）

また、企業のグローバル人材の育成という課題に対してもスタディツアーが一役買っている。いきなり海外に赴任させるよりも、スタディツアーで海外でのODA活動に触れてみるなどの体験をさせてから赴任させることで、その後の活動がスムーズに運ぶことが多く、そのようないわゆる「留

職」といったグローバル人材の育成に向けた旅の需要も伸びているという。

「SDGsが企業経営や世の中でスタンダードになりつつあり、企業もSDGsへの対応で何ができるのかということを実際に考え始めています。それを旅を通じてサポートしていくのが我々の務めです。」と小林氏は語ってくれた。

エイチ・アイ・エスの強みについては、海外支店の存在を挙げる。「レジャーだけでなく、専門的なコンテンツを現地で作れる商品力があります。社会課題というものが年々注目されてきている中、それが世の中はかなり受け入れられてきていると感じています。もちろん他社にも近いものはありますが、当社ほど深く掘り下げたものはないと思っています。」（小林氏）

そのほか、旅を通じた学びをより効果的にインプットするためのトータルプログラム提案力が売りの一つで、事前学習、集客イベントや帰国後の報告会などの開催をサポートしている。

4. 利用者の声・・・一生の出会いや自分の将来を考えるよい機会に

スタディツアーとして本格的に事業を始めてからでも10年近くを経過しているが、利用者の反応はどうだろうか。

「一般利用者については、元々若者に支持されて成長してきた会社なので、学生とのつながりが強く、当初は学生向けのスタディツアーが非常に多かったのです。その頃の利用者は既に社会である程度の地位に就いていますが、今でも『あのときのスタディツアーがあったから今こういう進路、生き方をしています』といった声をいただくことがあります。ですから、この旅が日本のことを振り返るよいきっかけとなり、いろいろな方に影響

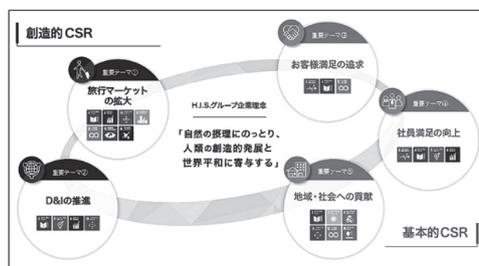
を与え、あるいは将来を決める原体験になっているんだという自負があります。

企業・団体については、更に視察をメインとした専門性の高い旅もあります。それぞれの事業の先進事例は世界にたくさんありますので社員教育はもちろん、経営者や起業家の方々へ向けて、新たなビジネスのヒントにつながる可能性がある旅の提供も続けており、非常に喜ばれます。当社がそういった経済のかけはしになればと考えています。」と小林氏は語る。

5. 今後の目標と展開

エイチ・アイ・エスでは「自然の摂理にのっとり、人類の創造的発展と世界平和に寄与する」という企業理念の実現に向けて、5つの重要テーマを掲げている。また、これらの取り組みを進めることで、SDGsの達成にも貢献していくとしている。

■図表2 5つの重要テーマとSDGs



出典：エイチ・アイ・エス HP

例えば創造的CSRとして掲げている重要テーマの一つ、「旅行市場の拡大」について、小林氏は「旅行市場を拡大することが我々のチームでも大きな目標です。これが達成できれば雇用も増え、貧困や飢餓の撲滅にもつながるなど、いろいろな社会課題が解決に向かうので、そういったことを実績で示していきたいと考えています。」

と語る。また、「D & Iの推進」についても「当社は様々な国に支店があり、マイノリティを含めて多様な人々が働いています。その人たち一人一人が尊重されながら個々の力が発揮できるようにしていくことで、会社全体として相乗効果が生まれるよう注力しています。」としている。

今後の展開として、小林氏は次の3点を挙げた。

①日本の未来に向けた「地方創生」事業

日本は様々な問題を抱えている。人口減少、高齢化、産業の空洞化はどここの地方自治体でも共通する悩みである。今後旅を通じて様々な形で地方の良さを伝えるお手伝いができるような事業に注力していきたい。コロナ禍においてはパーチャルツアーなどを地方自治体との懸け橋として実施していくつもりである。

②グローバル人材育成に向けた様々な事業

若者の旅離れが進んでいる。日本を支える若者にもっと世界を知ってもらうための様々な機会を旅を通じて提供していきたい。また日本は安全な国でありながら唯一の被爆国である。歴史がどんどん薄れていくのは仕方がないが、戦争などの負の歴史を風化させないで未来につなげることは大切な弊社の理念であると考えている。

③SDGs普及に向けた様々なアクション

2030年までの人類のゴールとされたSDGsの普及に向けて様々な活動を行っていく。今後海外旅行が再開したら世界の先進事例視察、国内であれば前述したようなSDGs未来都市視察など様々なスタディツアーのコンテンツを併せて盛り上げていきたいと考えている。

このようにエイチ・アイ・エスではスタディツアーの事業拡大・推進を通じて、豊かな社会の実現に貢献していく。