旅行会社からみた教育旅行を語る

修学旅行のトレンドと対応

修学旅行の形態は、団体での学習地周遊やグループによる自主研修など見学して学ぶ形から、現在では自ら体験し地域の人々と触れ合って交流する形へと移ってきた。受け入れる地域も特色のあるプログラム作りに邁進している。学校と受け地を橋渡しする旅行業者は、どのような姿勢でその任に携わっているのか、忌憚のない意見を交わしてもらった。

トップツアー
山田 徹 氏

近畿日本ツーリスト
高山 祐 氏

ＪＴＢコーポレートセールス
門倉俊一 氏

日本旅行
岡田良仁 氏

出席者（順不同）
ＪＴＢコーポレートセールス
営業推進本部営業推進局スーパーバイザー
門倉俊一　氏
近畿日本ツーリスト
首都圏営業本部業務課長
高山　祐　氏
日本旅行　東日本営業本部法人営業部
マネージャー
岡田良仁　氏
トップツアー　教育旅行事業部
全国営業推進室長
山田　徹　氏
（司会　本社編集委員　泉朝雄）

変化する形態

――修学旅行のトレンドは、いつから、どのような変化がみられるか。

山田　学校のカリキュラムで総合的な学習の時間が導入された辺りから、教育旅行でも関連づける要素が求められ始めた。仕様書の中でもさまざまな体験要素が散りばめられている。その中で事前学習や事後学習が授業の一環に取り組まれ、その素材を提供する必要性が高まった。

門倉　修学旅行の目的そのものが大きく変わったのではないと思う。例えば体験にしても、以前からいろいろなものが修学旅行の中に組み込まれていた。ただ、どこでも同じように体験できるものでなく、そこへ行かなければ体験できないもの、地域の特性を生かしたものなどが、修学旅行の目的と捉えるのが最近の傾向と言える。

岡田　修学旅行での事前学習や事後学習に向けた学校からの要求は確かに強まっている。当社としても、学校からの要求に合わせて受け入れ施設や関係機関などから情報を得ようとするのだが、十分に応えられている状況とは言い切れない。

高田　一般的な意味での旅行に関しては、満足をしてもらえる宿泊施設や交通手段などの情報を十分に持っているが、それだけで済まないのが修学旅行だ。事前学習や事後学習については、例えば沖縄であれば平和学習のビデオを提供したり、学校へ行って話などもするが、それで学校の求めに十分こたえられているとは思っていない。その辺りの取り組みが、我々にとっての今後の課題だろう。

山田　そこで難しいのは、我われは旅行会社の立場であるということ。主体は学校側であり、先生方の指示で資料などを提供するが、どこまで主体的に動いていいのか、動くべきなのかは軽々に言えない。ただ、学習指導要領などを読むと、キーワードが浮かんでくる。中でも「自らの興味に基づく」といったフレーズは、いま求められている体験を示唆している。それは、従来の団体行動による流れ作業的な体験、あるいは興味があってもなくても体験としてひと括りにしてきたのに対して、現在は自らの興味で選択できるように対処しなければならないということだ。結果として、グループ分けから体験メニューまでが非常に細分化してきた。こうした観点に立った多様なメニューの提供ならば、我々が主体的にノウハウを発揮できる。

体験と民泊での触れ合い重視

体験での気付きを考える　門倉
地域の生活と交流に注目　高山

岡田　それらはキャリア教育とも捉えられる。体験学習の一環として職業や進路についての話を職人や大学生から直接聞きたいとする要望が学校側に強くある。さまざまな生き方を知る機会と捉えられている。例えば何かを作る体験学習を想定してみると、物を作ること以上にその作品を作っている職人の話に関心を持っている。社寺仏閣だとしたら、その歴史的建築物の修復をしている匠の話から人生観を捉え、それを自分の進路決定の糧にしようとするものだ。

高山　最近では、修学旅行の旅行会社を決定する際に保護者が参画するケースが増えている。食事のメニューまで詳細に要求される場合もある。

――体験学習とキャリア教育を考えてみよう。

山田　これまでの修学旅行でも、職業講話を聞くようなコース設定の依頼は多くあった。これに対して我々は、その人の話をなぜ聞かせたいのかを考える必要があろう。そこに行かなければ聞けない人の話、現地では当たり前でも外部からでは新鮮な話、そういった話が自分の未来を考えるきっかけになる。

高山　旅行商品として体験を捉えると、沖縄ならばマリン体験などのメニューの形になってしまう。職人の話を聞くのも体験だとすれば、経験と体験の捉え方に学校側と旅行を作る側にギャップがある気もする。

山田　体験型では、現地の人々との交流に学校側の主眼が置かれていると感じられる。農業体験と漁業体験が同じだとは言わないが、それらを通して人と触れ合う機会の方を強く求めている点は共通する。

岡田　以前の体験学習はその訪問先でしか体験できない文化や自然体験の提案を重視してきた。3、4年前から、それに加えて、地域の人々との触れ合いを求めた民泊が人気だ。こうした民泊を体験した学校側に聞いたところ、登校拒否をしていた生徒が学校へ来るようになったり、クラスも元気になったなどの実態がある。こうした学校側の評価をみても、民泊の需要は今後も増えるだろう。

山田　確かに都市部の学校で民泊のニーズは高くなってきている。体験学習プログラムの一部としてではなく、民泊そのものが独立して求められている感じだ。体験を広義に捉えると、新幹線や航空機に乗ることも体験の一つだ。そこに学習の意義が加わると、農業体験をはじめ漁業や文化など、さまざまな「体験をする学習」のイメージが形づくられる。ところが民泊は、すでに指摘があったように「人との触れ合い」であり、交流にマトが絞られてくる。都市部の核家族化をはじめ周囲との人間関係が薄らいだ社会的な背景が、そうした人と触れ合う機会を求めており、修学旅行がその好機とされる。ただ、旅行会社は旅館など宿泊施設の仲介役でもあるわけで、そこへの配慮もしなければならない。既存の宿泊施設と民泊が共存している地域もあり、それらを参考にする必要もある。長いスパンで修学旅行を捉えたときに、すべて民泊に移行するというのはあり得ない。旅行関連業界全体が潤うために働きかけるのが、旅行会社の姿勢だろう。

岡田　我々旅行会社のもとへは、修学旅行の誘致へ向けた現地の方々が訪れる。かつて、それは宿泊や観光施設の方々が多く来社されたが、現在は民泊の受け入れを開始した自治体の方々が増えてきた。地域によっては、民泊の経済効果に期待する部分もあるようだ。それを云々するわけでなく、教育旅行を受け入れるという意味合いを十分に捉えてほしい。

山田　民泊を受け入れる際には安全対策や適切なサービスの維持が大切だ。その辺りは永年にわたって旅行業を行ってきた観点からウォッチして、受け入れ組織のレベルアップなどにかかわっていく必要もある。

門倉　レベルでは、旅館業法の簡易宿泊施設（都道府県知事の許可）としての登録をガイドラインにしている。受け入れの事務局を通して確認してから学校へ紹介するとともに、そうした許可の必要性を知らずに受け入れようとしている地域には、登録をお願いしたりもしている。

岡田　学校から要望のあった地域の民泊が、調べてみるとそうした登録を受けていないケースもあり、我々としては悩ましいところだ。こうしたガイドラインも今後の課題と言える。

職業観や生き方を学ぶ　岡田
人の交流に主眼を置く　山田

門倉　民泊には、確かにい面が多々あるが、そればかりがクローズアップされていて、万が一の事態の備えが手薄だ。その辺りは受け入れる自治体も学校にも理解してもらう必要がある。

山田　安全管理体制の整備は、民泊だけでなく多くの体験素材にも共通して求められるものだ。

――体験学習をもう少し掘り下げてみたい。

門倉　体験を提案する際には、どのような気付きのきっかけになるのかを中心に考えている。

岡田　修学旅行では、私立学校を別にすると費用の上限が決められている。その中で体験学習費用を組み込むには、当然ながら制限がある。そこで、スポーツ型や環境型、見学型などテーマ別に分類して学校の希望に沿う形の提案になる。

高山　修学旅行でスキーを組み込むケースがかつて見られたが、現在は減ってきた。このスキーを考えてみると、技術を習得する点がニーズの背景にあった。スキーをまったくできない生徒にとって、習得による達成度があった。現在のマリン体験などでは、普段は経験できないものを体験する意義もあるが、これとは別に一つのことに多くの時間をかけ、何かを習得する体験があってもいい。

山田　結果を求めるのとは別の視点が体験にある。農業体験は、将来の職業として農業を選択するかどうかでの尺度で云々する必要はない。農業を考える契機であり、他の産業も同様のことが言える。我々は、そうした体験の機会を積み重ねられるように、さまざまな提案をすることが重要だ。

門倉　多くの学校が農業や漁業の体験を行っているが、決して農家や漁師にさせたいと考えているわけではない。いろいろな事柄に視野を広げていく入り口として、作業体験が教育旅行に組み込まれていると理解できる。

山田　学校から外へ出ていろいろな職業の人々に接する機会が、教育旅行の場と言ってもいい。そうした機会づくりを通してキャリア教育に関与していくことになろう。

門倉　私どもでは毎年8月に学校ソリューションセミナーというアウターセミナーを行っている。そこでは、企業の人事部の人にパネラーとして出席してもらい、企業が求める人材をディスカッションの中から明らかにしている。こうした視点は、学校の中だけでは限界がある。旅行会社の枠にとらわれずに、子供の成長を見据えた活動の一環と位置付けている。

深化する対応

――受け地の情報はどのように入手しているのか。

岡田　民泊などは自治体からの売り込みのほか、発地を対象にした説明会などでも得ている。このほか、各自治体が行う現地研修も情報源となっている。体験学習は、その地域でしか体験できないものに注目するわけだが、最近はキャリア学習として第一次産業での職業体験だけでなく、一般企業での職業体験も加わってきた。航空会社の機体整備工場、あるいは小学生ぐらいを対象にした子供向けの職業体験型テーマパーク「キッザニア」などは、学校の関心度も高い。

高山　次々と民泊を開始する地域が増える現在、正直なところ全国の情報をくまなく把握するのは難しい。説明に来たときに詳細に聞き取ることが第一だ。

岡田　関東と関西では修学旅行の目的地が異なる。関西で得ている情報が同じように関東でも有用とは限らない。学校が所在する地域の営業本部単位での共有が実情だろう。

門倉　地域が私どもへ情報を発信しようとする場合、キャラバンを組んで訪れて各社へ一斉に知らせる方法は、一部の地域で実際に行われている。また、それぞれの地域に情報収集する専門部署があるので、そうした部署を通して支店などへ流す方法もある。

山田　私どもの場合は、着地情報を収集する部署として国内仕入センターを置いている。情報発信の前段として、受け入れの地域や組織の人々は、どの方面の学校が多く来ているかを事前に把握することで、情報を伝えるべき地域を絞り込む必要がある。それは、私ども旅行会社に聞いてもらえば分かるはずだし、セールス活動を効果的に行うには必要なことだと言える。

岡田　受け入れ地域の情報発信として「私の地域でも民泊を始めました」とセールスに来られて、対応や費用を語られてもインパクトの面で欠ける。我々としては、学校の求めるニーズを考えたセールスポイントを明確に聞きたいわけだ。数年前だが、鹿児島県のある離島では神奈川県の高校に直接DMを発送して誘致活動を展開した。神奈川県では離島へ修学旅行へ行く学校が多く、学校のニーズを考えた取り組みだ。

門倉　情報発信の仕方だと思う。個別に旅行会社を訪ねて伝える方法もあるが、ネット社会となった現在ではそれを上手に使うことも欠かせない。むしろ、営業マンが必要に迫られてネットを検索し、情報を得ているケースは多々ある。ネット上で拾いきれない情報は、直接やりとりをするわけだが、その場合もメールが主流になっている。営業活動そのものが変わってきた現在、それらを活用することでタイムリーな情報発信が可能となってきた。

山田　導入部としては、ネット情報が有効なのだろう。

現地研修も重要な情報源　岡田
導入部のネット情報有効　山田

――3・11以降の東北へ向けた震災学習について。

山田　東日本大震災以降の正確な数値は把握していないが、同地域への修学旅行は大きく減少した。とくに福島がひどい。福島を販売する思いは強いが、それだけではどうにもならない。宮城、岩手、青森などでは、地元の自治体や観光協会が震災学習プログラムを組み、たくましく発表されている。私どもの業界でも震災学習プログラムとしてそれを扱っている。

門倉　私どもでは、まず社員による現地研修を行った。その社員を核に、修学旅行を東北へ持っていく発想ではなく、いま東北に行けば感じられる「何か」があると取り組んだ。被災地を見るとか、東北を観光する意味ではない。いま行くことで生徒が何かを感じることに焦点を当てた。そして、東北の自治体や観光施設の方々も加わって「東北価値創造プロジェクト」を展開している。

岡田　西日本地区や上越地区の学校で、東北方面への修学旅行の多くが方面変更をしてしまった。そして、いったん変更されてしまうと元へはなかなか戻らないケースもある。また、修学旅行が実際に実施されるには1年半ぐらいの期間が必要なために、計画時点で実施期の震災学習の姿が見え難く、学校への提案が難しい一面がある。それと、阪神淡路の震災学習では、資料館やメモリアルパークなどの震災学習のポイントを絞りやすいが、東日本大震災では対象地域が広すぎる。それが具体的な案内をできない大きな要因になっている。また、修学旅行ではないが、被災地へのボランティア活動として参加する学校もある。その事例としては、津波の被害を受けた学校を清掃したり、また部活動の用具を送ったりしていた。その学校は今でもスポーツ大会での応援団やブラバンなどで協力しあい、また交流を続けている。

高山　私立の学校で任意にボランティアへ行った事例は少なくない。また、学校の先生たちに呼び掛けて被災地を訪ねることも実施してきた。

山田　私どもも社員が長靴を履いて現地ボランティアへ出掛けた。その経験を生かしたボランティアツアーを催行している。ただ、被災当時と現在では、求められているボランティアの内容が変わってきた。したがって、学校がボランティアを計画しても、実施が1年以上先になる修学旅行では、その時点で求められるものと合致させるのが難しい。震災学習が被災された方からの聞き取り学習にならざるを得ない。あるいは、生徒が避難先を訪ねて、音楽を聞かせたり話し相手になるなど、慰問するような形になってきている。そうした形での実施校をおおまかに分けると、西日本は公立校で東日本は私立校といった傾向がみられるようだ。受け入れ地域の人々と力を合わせながら、こうした震災学習プログラムは長く続けたい。それは旅行業各社ともに同じだと思う。だだ、被災地を訪ねる学習では、被災地を「見に行く」のでなく、被災者の立場に立った訪ね方を精査しなければならない。

――福島第1原発の影響はどうだろう。

門倉　放射能の線量や原発からの距離、旅行先で食べる食材がどこで作られているのか、そうした質問が出る。それについては、現状をありのままに伝えていくしかない。ただ、その放射線量が高いのかどうか、あるいは我々の日常と違うのかなどについては、特定の地域を除くと例えば東京と大きな違いはあまりないことをアドバイスとして伝えている。

岡田　実際の放射線量で見る限り福島県の全地域が高いわけではない。だが、修学旅行の決定では保護者の意見も大きく反映されるので、実際のデータを示して説明しても、首をタテに振ってもらうのが難しい。極端な話だと、茨城県からフェリーで北海道へ移動しようとした場合、福島県沖を通るからダメだと言う保護者もいる。風評とも言えるものの影響も多分にある。

山田　そうした風評と言えるものを圧してまで学校へ提案することは、安全性を証明する機能を持ち合わせない旅行会社には限界がある。結局、学校側がどう判断するかに委ねられる部分が大きい。

学校と共に考える姿勢　門倉
分散化で多様な体験も　高山

――修学旅行へ向けて旅行のプロとしての意見を。

門倉　我々は、旅行のプロであって教育のプロではない。先生方の話を伺って、学校の要望を的確に捉えた旅行を提案していきたい。交通機関や受け入れ施設などは、旅行会社の貴重な事業パートナーだと認識しているので、学校の要望に対しては、どんな価値や気付きを提供していけるかを、ともに考えていきたい。

岡田　修学旅行を楽しく思い出深いものにするために、輸送や宿泊機関、また施設と連携していく必要がある。また、学校側の予算と受け入れ側の料金の兼ね合いもあるが、金額だけで割り切るのでなく、工夫を凝らして楽しいものをつくりあげる必要性を感じている。

高山　料金だけでなくトータルで考えていくことが第一だ。その際、学校と保護者が共に検討する必要があり、それに対して我々がこたえていく。肝心なことは、生徒が「いい修学旅行だった」と感じるものを作り上げていくことにある。

山田　高校の修学旅行は、内容や方面で多岐にわたることから、高度な知識と旅行づくりの技量が求められる。その意味では、我々が気付かずにいる全国各地の取り組みについて、各地域に情報提供をお願いしたい。学校の求める修学旅行を提案するには、その情報が欠かせない。

門倉　修学旅行は、スペックの話だけではないと思っている。学校には教育目標や学年目標があり、それに根ざした旅行の意義や目的を聞かせてもらうことが大切だ。施設のキャパシティや料金だけで決定される話ではない。

――各社の修学旅行セールスの姿勢について。

山田　一般的な旅行に比べると、修学旅行は特殊だ。教育活動の一環であり、教育的な効果が求められている。したがって、学校が求める学習素材を提供していかなければならない。私どもの提案では、決して華やかな修学旅行だけを示しているわけではない。近場のよさ、旅行費用が少なくても教育効果高い旅行の提案に努めている。その意味で学習効果の高い素材を掘り起こしていきたい。

高山　旅行業としては、分散化の方向につながる提案もしている。修学旅行だからこそ、他の学校が行っていない方面や、そこでの多種多様な体験をしてもらいたい。と言うのも、学校では生徒アンケートで旅行先の希望を聞くケースが少なくない。そうなると、沖縄や北海道に集中してしまう。質問を「皆さんの学校にふさわしい修学旅行」と変えるだけで答えは違うものになる。そうした問いかけをしながら、単なる分散化でない提案もしている。

岡田　学校側から示される仕様書では平和学習、体験学習、班別行動の三つが大きな要素であり、それらと宿泊施設や輸送手段などを組み合わせて提案する。ただ、私どもは学校へ旅行を提案するだけでなく、受け入れ地域の宿泊施設との間に立って仲介する役割も担っている。受け入れ側への貢献も考えたうえで、学校へ企画提案している。

門倉　修学旅行を学校の重要な行事と位置付けて取り組んでいる。学校が修学旅行どう生かすかを見定めて、生徒の成長の手伝いをする。一言で言えば「学校と一緒に考える」という姿勢だ。その学校にふさわしい修学旅行を作るために、学校のある地域、生徒、保護者について学校から教えてもらう。生徒にとって修学旅行は、旅行先だからこそ感じたり、解放感があったり、感受性がすごく高まっていると思う。いろいろな気付きやきっかけとなるチャンスでもある。そのことを、学校と一緒に考え、作り上げて、振り返って次につなげていく。企画の中では、そうした姿勢に力を一番入れている。