

“旅育”の現状と定義を考える

もりした まさみ
森下 晶美 東洋大学国際地域学部国際観光学科

In recent years, “Tabiiku” was to be used in the travel industry. However, the definition of “Tabiiku” has not been determined. So, We fear to abuse of “Tabiiku”.

The present study discusses to clear the definition of “Eduvacation-Education by Trip (Tabiiku) –”Approach to the definition, we consider the following three points. ①Examine the current situation in which working on “Tabiiku” in the industry, ② Investigate the effects of travel to children on the questionnaire, ③ Hearing the experts opinion on “Tabiiku”

The result in the present study, we define “Eduvacation (Tabiiku)” as follows. “Eduvacation (Tabiiku)” is the idea that trying to help the growth of human by obtaining knowledge, interests, values expanding, develop empathy from the experience of trip. “Eduvacation (Tabiiku)” has three elements and necessary to satisfy all: ① The experience of the trip, ② Sharing time, ③ As education material.

1. はじめに —背景と手法—

“食育”をはじめ、〇〇育と名付けられ、生活の中の素材を子どもの教育要素としていこうとする取り組みは多い。“旅育”という言葉もそのひとつであり、2007年くらいから散見するようになった。一般的には、旅を子どもの教育に役立てていこうとする取り組みと考えられている。

“旅育”とあらためて言うまでもなく、「かわいい子には旅をさせよ」のことわざにも言われるように、旅そのものが人を育てる要素を持つことは誰もが漠然と感じていることであろう。しかし、旅が人に与える効果とは何か、旅のどのような要素によって人は影響されるのか、について詳しく研究したものは極めて少ない。社会学の中で観光は、近代における社会現象として、労働と対比したレジャーとして取り上げられることが多く、その中では自己の欲求に対する行動として議論されている。また、人を観光に向かわせる発動要因として、「緊張を解消したい（緊張解消）」、「楽しいことをしたい（娯楽追求）」、「人間関係を深めたい（関係強化）」、「知識を豊かにしたい（知識増

進）」、「自分自身を成長させたい（自己拡大）」の5つの特性がある（佐々木2000）といわれており、観光によってこうした欲求が解決されるのであれば、翻れば、こうした要因の解決こそが旅行の効果と考えることもできる。しかし、こうした欲求を明確に自覚できない子どもの場合はどうなのだろうか。

旅には人（子ども）を育てる要素があることは誰もが漠然と実感するところではあるが明確な答えはまだない。また、食育という言葉が一人歩きをし、乱用されて本来のあるべき姿を失ったように、旅育も安易に乱用すると、せつかくの取り組みが陳腐化し胡散臭いものになりかねない。現在の旅育も漠然としたイメージでとらえられていることが多く、旅行産業界では体験学習の要素のある旅行を旅育としてとらえているのが現状のようだ。

こうしたことから、ここでは、旅の効果やその要素をデータから明らかにし、また、“旅育”はどうあるべきかを多方面から考えることで“旅育”の定義にアプローチしていきたい。これにより、旅が本当の意味での“旅育”に利用されると

共に、多くの人がその効果を明確に認識することができれば、旅行者と産業界の双方に有益な旅の活性化につながるができるだろう。

定義へのアプローチにあたっては、①産業界などで旅育に取り組んでいる現状とその内容を調べ、②アンケートによって旅が子どもに与える影響を調査すると共に、③各方面の有識者は“旅育”をどう考えているか、の主に3つの点から考えていく。また、食育の乱用事例から学ぶべき点も併せて考えていく。

2. 食育の事例から見る安易な乱用の弊害

まず、旅育に先行した食育の事例を見てみたい。食育基本法では、「食育を、生きる上での基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものと位置付けるとともに、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる食育を推進することが求められている」としている。つまり、食育とは、様々な経験を通じて食に関す

る知識や選択する力を習得し、健全な食生活が実践できるようにすることである。古くは、明治時代の軍医・石塚左玄が著書の中で“食育”という言葉を使用しており、歴史的にも比較的古くから使われているものである。

食育基本法でも述べているように、「食」は生きる上での基本である。また、近年、アトピーをはじめとしたアレルギーや食物の偽装など、食の安全が疑問視されることが多く、それだけに食育は人々の関心と呼んだ。幕内秀夫氏（幕内2007年）が、フードアンドヘルス研究所HPのコラムで「(食育基本法ができたことで)ジャンクフードのメーカーとビジネスチャンスと考えた学者がタッグを組むようになった」と述べているように、2005年からマクドナルドがハンバーガーを、2007年からはカルビーがポテトチップスを使った食育を表明している。こうした食育をビジネスチャンスとしてとらえる動きに対し、大村省吾氏は2006年の読売新聞のインタビュー記事で、「社会貢献という観点で企業が食育を実施するのは結構なことだが、(中略)自然の味覚などを養う食育となると矛盾を生じる会社もある」と述べており、食育が拡大解釈され乱用されることに対し、本来の目的を失うものとして警鐘を鳴らしている。また、何より消費者はこうした動きをかねて胡散臭いものと見るだろう。せつかくの取り組みが乱用により信頼を失い陳腐化していくのである。旅育はこれと同じ轍を踏んではならない。そのためには、何が“旅育”なのか、定義をきちんと定めていく必要がある。

3. 観光産業における“旅育”の取り組みの現状

現在、観光産業界で行う“旅育”には、社会貢献として行うものと、商品化や販促といった営利活動として行うものの2つの側面が見られる。

3-1. 日本観光振興協会の「旅育授業」の取り組み

(社)日本観光振興協会は、委員会事業として2008年より首都圏の小学校を中心とした出張授業「旅育授業」を行っている(2008年当時は日本ツーリズム産業団体連合会)。講師は、ツアーコンダクター、パイロット、ホテルのシェフ、旅行会社社員、大学教員などさまざまであるが、2012年現在で授業数は延べ43回を数える。

同協会では、旅育授業を、ツーリズムの専門家が、学校の総合学習の一環として、旅育を通じ、「国際理解の推進」、「環境問題意識の醸成」、「旺盛な知的好奇心の刺激」、「将来に備えた生き方探しのヒント」、を提供するものと位置付けており、授業事例には次のようなものがある。

①旅行を素材として学習に利用「地図帳から知る旅の楽しさ」(2011年4月) 大学教授(教育学)の寺本潔氏による授業。旅行を素材に世界地図への意識向上を図るもの。

②キャリア教育としての授業「夢実現～航空機整備士」(2010年10月) 元航空整備士の福永穂氏による授業。航空機整備士になったきっかけやその職業観について。

このように旅育授業の場合は、取り上げ方が大きく2つあり、①旅行という素材を使うことで通常の学習により興味を持たせる(地理、環境、国際理解など)

学習素材としての旅育、②キャリア教育の一環として観光産業の仕事を理解させるための旅育、である。

旅育授業と食育授業の相違点としては、社団法人が統括して実施しているのに対し、食育授業は主にそれぞれの企業を中心に行われている。このため、食育授業の場合は、偏った素材で最終的には企業商品のPRにつながっていることが多く、例えば、マクドナルドが「衛生管理」をテーマに授業を行い、最終的には自社店舗がいかに衛生管理をしているかをPRしている。旅育授業の旅行活性化利用としての側面を全面的に否定することは出来ないが、主に商品のPRを狙ったものではないという点において食育の企業参入例とはやや異なっている。

3-2. 企業による旅育の取り組み

現在、観光産業を中心とした企業が“旅育”として行う取り組みは、表1のように分類することが出来る。

3-2-1. 商品化・販売促進手段としての利用

企業や組織による現在の旅育の取り組みは、大きく「商品化・販売促進の手段」と「社会貢献活動」に分けることが出来る。

商品化・販促手段としては、①「かぞking」シリーズ(JTB中部)のように、教育評論家・尾木直樹氏が薦める「旅育

表1 企業・組織による旅育の取り組み

	形態	内容	企画・運営
商品化・販促手段	①家族旅行の商品化・販売促進	「かぞking」シリーズとして、教育評論家・尾木直樹氏が薦める「旅育紹介文」を看板に、国内の家族旅行を商品化(エースJTB)	JTB 中部
	②家族旅行の提案・販売促進	旅育専門の旅行会社としてホームページを利用し、子連れ旅行の提案と推進	たびえもん(第3種)
	③体験プログラム提案・商品化	「旅いく」の名前でキャンプ・昆虫採集や職業体験、農業体験などのプログラムを商品化	JTB 法人東京
	④海外家族旅行の広告宣伝の手段	海外家族旅行の広告宣伝として“旅育”の言葉を使用	H. I. S.
社会貢献活動	⑤地域貢献	近隣自治体の小学校や幼稚園などの団体に、駅の業務や運転士の訓練室などを見てもらう	JR 西日本
	⑥観光地の地域活性化	町の地域資源の掘り起こしと産業の活性化を目的に、旅育をテーマにしたモデル事業募集	北海道・ニセコ町

紹介文」を看板として、国内の家族旅行をエースJTBとして商品化（パッケージツアー）し、家族旅行の推進・商品化を行っているもの、②たびえんのように、旅育専門の旅行会社としてホームページを利用し、子連れ旅行の提案と推進を行っているもの、③「旅いく」（JTB 法人東京）のように、キャンプ・昆虫採集や職業体験、農業体験などのプログラムを商品化し、体験プログラム提案・商品化を行っているもの、などが見られる。また、④H. I. S.のように、単純に海外家族旅行の広告宣伝の手段として“旅育”の言葉を使用しているものも見られた。

3-2-2. 社会貢献活動としての利用

社会貢献活動として旅育に取り組んでいる代表としては、⑤JR西日本が行う駅施設を見学できるプログラム「旅育」があり、敦賀駅をはじめとして、希望する近隣自治体の小学校や幼稚園などの団体に駅の業務や運転士の訓練室などを見てもらうものなどがある。また、⑥ニセコ町の「ニセコ町たびいく地域調査等委託業務」指名型プロポーザル（2012年7月～）のように、町の地域資源の掘り起こしと産業の活性化を目的に、570万円余りを予算に旅育をテーマにしたモデル事業募集しているケースも見られた。

以上のように、現在、企業や組織による“旅育”は、大きく「商品化・販促手段としての利用」と「社会貢献活動」といった2つの取り扱いが行われており、中でも、商品化としては、国内旅行を中心に「家族旅行推進」と「体験プログラム」という形態が多く見られた。また、社会貢献活動では、主に職業体験を通じ

表2 アンケートの質問項目

20の質問	
Q1 我慢強い	Q11 将来、とてもやりたいと思う職業(やりたいこと)がある
Q2 人に対して思いやりがある	Q12 家族が一番大切だと思う
Q3 行動するときは自主的に動くことが多い	Q13 自分は家族に大切にされていると思う
Q4 知らない人と接するのが得意	Q14 家族と普段あった出来事をよく話す
Q5 環境が変わってもすぐに適応できる	Q15 友人は多い方だ
Q6 人と協調して行動するのが得意	Q16 心から信頼できる人がいる
Q7 社会のさまざまな出来事に關心がある	Q17 想定外の出来事でも対処できる
Q8 環境問題に興味がある	Q18 物事は最後までやり遂げる
Q9 日本の地理や歴史、情勢に興味がある	Q19 うまく行かない事でも人のせいにしてない
Q10 世界の地理や歴史、情勢に興味がある	Q20 イライラすることはあまりない

表3 各資質分類に使用した質問

	質問番号
適応力について	Q4、5、6、17
自主性について	Q1、3、11、18
コミュニケーション力について	Q6、14、15、16、19
向社会性・社会性について	Q7、8、9、10、11、17、18
思いやり・精神の安定性について	Q1、2、12、13、16、19、20

た「キャリア教育」の一環として位置付けているものが多く見られた。

4. アンケート調査から見る旅の効果

既存研究において、2つのアンケート調査から、旅行が子どもに及ぼす影響の一端が明らかになってきている。

4-1. 定量調査（家族旅行による志向・性格への影響）

2010年にTIJとの共同研究で行った家族旅行と志向・性格に関するインターネット・アンケート¹⁾の結果では、子どもの頃に家族旅行経験の多い人は、成人後もコミュニケーション力や社会性、思いやりなどの点で本人の肯定度が高いという傾向が明らかになった（森下2011年）。

アンケートは、18歳～25歳の1,700名に対し、表2のような志向・性格に関連する質問を行い5段階で自己評価をしてもらったもので、表4は、このうち自身の志向・性格を肯定的に評価した人の割合を表したものである。これは、子どもの頃の旅行経験と成人後の志向・性格との関連性を示しており、適応力、自主性、コミュニケーション力、向社会性・社会性、思いやり・精神の安定性の5つの点において、自分自身を肯定的にとらえている割合が家族旅行経験の多い層で高くなっている。具体的には、「家族旅行経験がない」、「家族旅行経験が特に少ない」層では自分自身を肯定的にとらえている割合が30%前後であるのに対し、「家族旅行が特に多い」、「海外家族旅行経験を持

表4 家族旅行経験と志向・性格を肯定的にとらえた人の割合

	全体	特に多い	平均より多い	祖父母旅行	海外家族旅行	小学生多い	小学生少ない	特に少ない	経験なし	最大差
適応力	32.7%	39.7%	38.3%	35.9%	41.9%	38.4%	27.7%	25.7%	25.1%	16.8
自主性	46.6%	53.4%	52.0%	48.6%	54.6%	52.0%	42.0%	41.3%	36.4%	18.2
コミュニケーション力	43.2%	52.0%	50.1%	44.4%	53.6%	49.3%	37.4%	35.1%	33.2%	20.4
向社会性・社会性	44.5%	53.8%	50.9%	51.6%	55.4%	51.9%	38.0%	36.9%	35.4%	20.1
思いやり・精神の安定性	49.8%	58.8%	56.5%	52.3%	58.6%	56.3%	44.1%	42.8%	39.0%	19.8

*表中の太字は割合の最も高いもの、下線は2番目に高いもの、網掛けは最も低いものを表す

つ」層では、適応力を除き半数以上となっている。なお、それぞれの資質を判断した20の質問の分類は表3の通り。

4-2. 定性調査（影響を及ぼすと考えられる旅行の要素）

前述の定量調査において、「海外家族旅行経験を持つ」層で特に自分自身の志向・性格を肯定的にとらえている割合が高く、その理由と海外家族旅行が子どもに及ぼす影響を具体的に調べるため、森下（2012年）は、海外家族旅行を実施した家族に対し、現地で子どもが興味を持ったこと、旅行後の子どもの変化などについてアンケート調査³を行ない、回答記述の中に見られた語句の使用頻度によって、旅行中のどのような要素に子どもが興味を持つのか、また、旅行体験をきっかけにした子どもの変化にはどのようなものがあるのかを調べた（表5、6、7）。

4-2-1. 旅行中の子どもの興味

アンケートの記述についてテキストマイニングを行った結果、語句の使用頻度から、旅行中、現地において子どもが興味を示した事柄には、①海、マリンスポーツ、海の生物（現地を代表する自然）、②言葉やコミュニケーション、③観光、風景、気候、その他の自然、④買い物、通貨、食事、ホテル、⑤現地の文化、に関するものが多いことが分かった。特に、いずれの項目についても日本との違いに興味を持ったという事例が数多く見られた。

4-2-2. 旅行をきっかけとした子どもの変化（旅行後）

旅行をきっかけに、その後の子どもの態度や様子に変化があったかを、同様の手法で調査すると、旅行・観光への姿勢に関する変化の他、学習（地理、歴史、文化、生き物）や遊び、態度や生活態度、言葉や語学に関して子どもの変化を感じている保護者が多く（表5、6、7）、変化をまとめると以下ようになる。

①旅行・観光への姿勢に関する変化

飛行機や出入国審査などに興味を持

ち、今後も積極的に旅行をしたいと思うようになった

②学習（地理、歴史、文化、生き物）や遊びの意欲に関する変化

海外の出来事をはじめ世界の地理や文化、自然などに興味を持つようになった

③言葉、語学の意欲に関する変化

海外での実体験から、英語やコミュニケーションに対して積極的になったり、英語の必要性を再認識した

④態度、生活態度に関する変化

普段の日本での生活をあらためて意識することで、積極性や思いやりが増した、生活の規律を守るようになったなど、旅行をきっかけとした変化が認められた。

こうした旅行中の体験をきっかけとした子どもの興味と旅行後の変化を分析すると、いくつかの点が指摘できる。まず、普段と違った旅行中の体験は子どもの新たな興味を呼び起こし、こうした興味ももっと知りたい・体験したいという知識欲・体験欲につながったことで、学習や生活に対する変化が生じたと考えることが出来る。具体的には、ビーチで過ごしたりマリンスポーツをした体験は、海、マリンスポーツ、海の生き物への興味を呼び、もっと旅行に行きたいといった旅行・観光に対する姿勢の変化につながったり、もっと世界について知りたいといった学習（地理、歴史、文化、生き物）や遊びの意欲の変化につながったと考えられる。

また、旅行中の子どもの興味は「日本では見られない景色」、「食の違い」、「フレンドリーな地域性」など、普段の生活（日常）と日本との違い（非日常）を比較したことを起因とするものが多く、非日常に接することの多い海外という環境が子どもの興味を促したと考えることも出来る。こうした日常と非日常との比較は、普段の生活やこれまでの考えをあらためて見直すきっかけともなっており、現地の生活や習慣と日常の生活を比較したことで、日本の生活の長所・短所を感じ取り考えの再編に役立っているといえる。

表5 態度、生活態度の変化に関する頻出語句

	ワード数
興味	12
積極	6
節約	3
変化	2
約束	2
頑張る	2
態度	2
様子	2

表6 地理、歴史などへの興味と学習意欲に関する頻出語句

	ワード数
興味	12
海外	8
ハワイ	6
見る	5
勉強	4
日本	3
グアム	2
外国	2
現地	2
成績	2
日本人	2
文化	2

表7 言葉、語学への学習意欲に関する頻出語句

	ワード数
英語	13
興味	12
話す	3
言葉	3
現地	2

4-2-3. 家族への影響

一方、同調査では、旅行に関する保護者の評価もまとめており、この旅行をきっかけとした家族の会話の増減について尋ねたところ、「とても増えた」と答えたのは40家族（34%）、「少し増えた」52家族（45%）、「変わらない」23家族（20%）、「むしろ減った」0、「無回答」1家族（1%）となっており、8割近い家族で旅行後に家族の会話が増えたとしている。家族旅行では家族が共に過ごす時間が普段

より大きく増えるが、海外旅行ではその日数が国内と比べて長くより多くの家族の時間が持てること、また、海外という非日常性が強い環境でこれまで知らなかった家族の側面を発見することができることなどから、家族の存在の再認識や家族の絆を深めるのに役立っていると考えられ、また、海外旅行という家族の共通体験が話題を提供したことで家族の会話が増えたことにつながっている、と考えられる。

4-3. 旅行が子どもに及ぼす影響

上記の調査は海外旅行を対象として行ったものであるが、国内旅行の場合も子どもは同様の影響を受けると考えられる。旅行には非日常の要素が多く、こうした非日常に接することが子どもの興味を呼び、その興味が「学習意欲の喚起」へとつながる一方、普段の生活（日常）と日本との違い（非日常）との比較や新しい体験は、考えの多角化につながっている。また、旅行体験が普段の生活や考えをあらためて見直すきっかけともなっており、現地の生活や習慣と日常の生活を比較したことで普段の生活の長所・短所を感じ取り、多角的に見られるようになることで考えの再編に役立っているといえる。

5. “旅育”の有効性について有識者はどう考えるか

東洋大学地域活性化研究所が2008年より4回に渡って行った“旅育”をテーマ

とした公開講座とシンポジウムの中で、講演者、パネリストなどは旅育について次のように述べている。（ ）内の肩書はいずれも講座開催当時のもの。

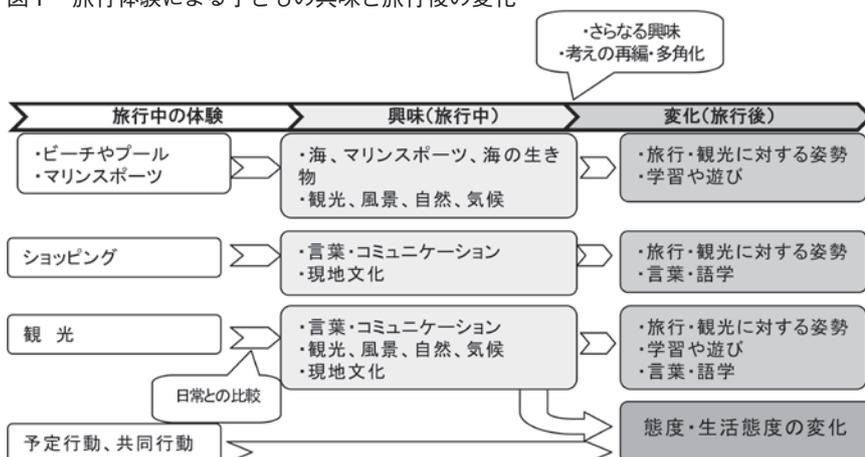
5-1. “旅育”に関する各氏のコメント

- ・新倉武一氏（財団法人日本交通公社社長、社団法人日本ツーリズム産業団体連合会（TIJ）広報啓発委員長）、2008年12月、第1回公開講座
「旅を子どもの教育に取り入れることで、子ども達の旺盛な好奇心を刺激しその視野を広げることができる。またそれによって環境問題を考えることや将来の職業選択を含めた生き方探しのヒントにつながるのではないかと」
- ・小林英俊氏（財団法人日本交通公社常務理事、北海道大学大学院・東京大学・琉球大学非常勤講師）2009年12月、第2回公開講座
「感受性を豊かにするには能動的に関わることが大切で、観光はまさしく非日常的なものを「見る」能動的な行為であり、旅を通じて学ぶことができるのは、感じる力、洞察力、組み立てる思考力、地域を見る目、生きる楽しさ、生きる知恵などさまざまである」
- ・柵木鬼美夫氏（社団法人日本ツーリズム産業団体連合会・前事務局長）、2010年12月、第3回シンポジウム
「“旅育”というものが、食育のように誰もが簡単に使えることによって本来のあるべき姿を見失ってしまわないよ

うにしなければならない」、「海外旅行をすることによって、例えばアメリカのような他民族国家の中では、価値観の違いを自ら学ぶことができる」

- ・迫田健太郎氏（社会福祉法人あすみ福祉会常務理事、茶々すずや保育園園長）、2010年12月、第3回シンポジウム
「子どもは育てるのではなく育つもの、その環境を提供するのに旅育は有効」
- ・岡田美奈子氏（財団法人日本交通公社観光文化事業部）、2010年12月、第3回シンポジウム、2011年12月、第4回シンポジウム
「家族旅行で培われる力は5つの“C”、Curiosity（好奇心）、Challenge（行動力）、Creativity（創造性）、Consideration（思いやり&協調性）、Confidence（自信）であり、成長段階に応じた家族旅行が“生きる力”を育む」
- ・沢登次彦氏（㈱リクルート 旅行ディビジョン ジャらんリサーチセンターセンター長）、2011年12月、第4回シンポジウム
「家族旅行には、家族の絆を深める効果や現地の地域文化を知ることで学ぶ意欲や交流意欲が高まるといった効果がある、旅育を推進していくためには、こうした“家族旅行（旅育）の価値の可視化”をする必要がある」
- ・寺本潔氏（玉川大学教育学部教授）、2011年12月、第4回シンポジウム
「旅育は、情報収集・活用、対人関係、批判的思考、問題解決、報告、関心、起業など、子どものさまざまな力を養うことができ、また、家族旅行は家族による協同作業が家族のつながりを深める」、「日本では学校教育としての旅育が未発達であり、旅育の担い手が不明確である」、「いつ、どこに行くのか」といった旅行から「どこで、誰と何をするのか」といった（中略）家族旅行の高度化と旅育の自覚化の重要で、「かわいい子には旅をさせよ」の今日的意味づけも必要である」
- ・島川崇氏（東洋大学国際地域学部准教授）、2011年12月、第4回シンポジウム

図1 旅行体験による子どもの興味と旅行後の変化



「家族旅行や旅育は、(効果がある半面) 普段十分な愛情を子どもに注がない親の愛情欠如の言い訳として利用される危険性もあるのではないか」

・松園俊志氏（東洋大学国際地域学部教授）、2010年12月、第3回シンポジウム、2011年12月、第4回シンポジウム「日本において旅の効果が軽視されている中、“旅育”を定義することは非常に重要な意味を持つ」、「旅育や家族旅行を推進するためには日本の休暇制度も併せて考えていかねばならない」

5-2. コメントの共通点

各氏のコメントから共通事項を探ると、“旅育”の有効性については、次の3つの点を指摘することができる。

- ①旅の体験による興味や学習意欲の喚起（好奇心、感じる力、視野が広がる、地域を見る目、学ぶ意欲、関心など）
- ②人との交流（対人関係、価値観の違い、思いやり&協調性、家族の絆、交流意欲など）
- ③教育素材としての旅の利用（洞察力、環境の提供、行動力、創造性、情報収集・活用、批判的思考、問題解決、報告など）

6. 旅育の定義 — “旅育”とは—

以上のように、産業界の取り組み、家族旅行でのアンケート調査、有識者の意見からアプローチをすると、旅育の定義は次のように考えることができる。

旅育とは、旅は人間性の成長を促すとする考え方で、旅によって得られる知識や興味・価値観の広がり、共感力を人の成長に役立てようとするもの。旅育には3つの要素があり、①旅の体験（異文化・非日常体験、旅先での交流など）、②人との時間共有（家族・友人との共通体験、思い出づくり、日常と比較した共有時間の長さなど）、③旅を素材とした教育（職業教育、郷土教育、地理・歴史教育、国際化教育など）、最も効果的な旅育にするためには、これら3つの要素を全て満たすことが必要である。

つまり、①、②については旅そのものの教育的効果であり、旅育の一要素ではあるが、①～③個々の要素だけでは十分な旅育効果を得ることは難しい。3つの要素を全て満たしてこそ、相乗的に旅育効果が期待できるといえる。③については、学校や産業界による旅育授業として行うだけでなく、家族によって旅を素材に行うことのできる教育も多い。

7. おわりに

冒頭にも述べた通り、旅そのものが人を育てる要素を持つことは誰もが感じていることであり、“旅育”の力は大きい。しかし、シンポジウムにおいて有識者からの発言にも見られた通り、近年、旅の価値自体が相対的に低下していることも事実である。インターネットやSNSによって情報が得られその場所へ行かなくても行ったような気分になれる、観光地の平準化によってどこへ行っても同じような景色や文化にしか遭遇できない、価格の安さが先行し現地の観光資源を堪能できる商品になっていない、こうした観光を取り巻く問題は、旅育にとっても効果を半減させるマイナス要因となる。

従って、旅育を推進させていくためには、旅自体の価値の見直しを行い、今日的にも行く価値のある旅行を提案していく必要があるだろう。また、シンポジウムの講演者からも指摘があったように、産業界や親に旅育を担う自覚を育成する必要性や、家族旅行が十分楽しめるような休暇制度の整備も考えて行く必要があるだろう。

脚注

ⁱ 全国の18歳～25歳（平均22.8歳）の男女を対象にインターネット・アンケート形式（楽天リサーチ）で行った。回答数は1,700名（男性724名：女性976名）、アンケートの実施期間は2010年2月9日～2月11日。

ⁱⁱ (株)JTB首都圏の6つの支店（トラベルゲート有楽町、新宿、立川、横浜、大

宮、千葉）で受付けたハワイ及びグアム・サイパンへの『ルックJTB』の家族旅行客116組に対し、配布・留置形式で行った。アンケートの実施期間は2010年7～9月。アンケート調査協力はJTBワールドバケーションズ。

引用・参考文献

- ・森下晶美「成長期の家族旅行経験と個人の志向・性格との関連性について」、観光学研究第10号、東洋大学国際地域学部、2011年3月、pp95～108
- ・佐々木土師二「旅行者行動の心理学」、関西大学出版部、2000年3月
- ・安村克己「観光 新時代をつくる社会現象」、学文社、2001年8月
- ・内閣府「食育基本法」(<http://www8.cao.go.jp/syokuiku/about/law/law.html>)
- ・幕内秀夫「食育が危ない」フードアンドヘルス研究所 HP、2007年 (<http://www8.ocn.ne.jp/~f-and-h/books/maegaki.html>)
- ・読売新聞2006年7月18日朝刊記事「食育に次々“参入” ファストフード、スナック菓子会社」、大村省吾氏（十文字女子学園大学非常勤講師）コメント
- ・(社)日本観光振興協会HP、(<http://www.nihon-kankou.or.jp/home/committees/report/event/20080821.html>)
- ・食育の時間 HP、(<http://www.chantotaberu.jp/>)
- ・中日新聞、2012年6月2日朝刊記事「JR敦賀駅で旅育プログラム」
- ・森下晶美「海外家族旅行が子どもにもたらす効果を考える」、観光学研究第11号、東洋大学国際地域学部、2012年3月、pp103～114
- ・「旅育シンポジウム報告」東洋大学地域活性化研究所所報No.6（2009年3月）pp26～30、同No.7（2010年3月）pp23～27、同No.8（2010年3月）pp31～36、同No.9（2011年3月）pp34～38

【本論文は所定の査読制度による審査を経たものである。】