

旅行会社との産学連携による旅行商品企画作成に関する一考察

木内 伸樹

国際コミュニケーション学科

1. はじめに

学生が主体性を持ち、さまざまな人々と協力し問題意識を持って解決方法を見つけ出していくアクティブ・ラーニングが大学教育でも定着してきている。平成26年12月22日の中央教育審議会答申「新しい時代にふさわしい高大接続の実現に向けた高等学校教育、大学教育、大学入学者選抜の一体的改革について～すべての若者が夢や目標を芽吹かせ、未来に花開かせるために～(答申)」では、学生が主体性を持って多様な人々と協力して問題を発見し解を見いだしていく能動的学修とアクティブ・ラーニングを定義づけている。「主体的・対話的で深い学び」の視点に立った授業をおこなうことで、質の高い学びを実現し、学習内容を深く理解し、資質・能力を身に付けることが可能である。PBL (Project Based Learning) は、「プロジェクト型学習」、「問題解決型学習」、「課題解決型学習」と言われるアクティブ・ラーニングの一つである。学生が課題へ取り組み、その課題を解決するまでの過程でさまざまな知識を得ていくという学習方法である。課題への取り組みの一つとして、2020年度に株式会社ジャルパック(以下、ジャルパック)に協力を得て、本学と産学連携を締結した。ジャルパックと産学連携をおこない、観光業界が抱える課題を解決するためには、どのような知識が必要か、その知識を得るためには何を学ぶべきかを学生自らが考え、与えられた課題を解決するために多方面からアプローチをおこなう。

ジャルパックと産学連携をおこなうことで、学生が実践的にツアーを企画立案することができる。またツアー企画の専門家から、ノウハウのアドバイスを受けることで、ツアープランの企画力、発想力が身につく、学生の育成の場となり得ると考える。企

業にとっては、若年層の旅行離れが進み、旅行に出掛ける若年層が減少傾向にある中、学生目線のツアーを企画立案することにより、観光地に興味を持ちオリジナルのツアー企画を通して若年層が旅行への興味を増やす機会になり、将来的には旅行商品としてジャルパックを通して販売することで、若年層の旅行者を増加させる一翼になるのではないかと考える。

本稿では、若年層の旅行への興味を広げていくための第一歩として、どのような観光対象に興味を持ち、どのように観光行動をおこなうのかをツアー企画を作成することを通して、若年層の旅行の傾向を探ることを目的とする。またその旅行の傾向から、若年層が観光地に興味を持つための今後の課題についても考察する。

2. 先行研究

種村(2020)は航空会社や観光地が抱える問題を解決するためのツアープランを作成することを通して、学生同士のディスカッション、企業とのやり取りを通して、社会人基礎力向上を目指し、社会人基礎力を伸ばすためには学生一人ひとりの目標設定が重要であると示唆している。

柳田(2009)は産学連携プロジェクトに参加したキャリア形成過程に係わる特徴として、普段関わりの少ない相手とコミュニケーションをとり意思疎通させることで、当事者意識を持つことで能動的に行動するようになった。また大学での学びが経営活動の実際とつながっているという現実感を得られた。合せて社会人基礎力の「チームで働く力」を高めたとしている。

住木(2015)は問題解決型学習の取り組みとして、学生が宿泊施設の広告作成、宿泊プラン作成をおこ

ない、課題に取り組む学生の気持ちにどのような効果があったのかを、学生の自己評価結果から分析をおこなった。また学修者の主体的な取組みが滞った場合、教員はどのような方法で、どの程度介入するのがいいのかを事前に検討しておくことが有効であるとした。

3. 実践型授業の取組み

(1)「国際コミュニケーション学科ゼミナール」の概要

本科目は、国際コミュニケーション学科、専門教育科目の必修科目として開講しており、国際コミュニケーション学科2年生の学生全員が履修登録している。2年次後期科目で90分の授業を15回実施することで、1単位を付与している。本科目の目的としては、自立した社会人となるために、当学のディプロマポリシーの理念に基づいて、社会人として必要な知識、マナーの習得、グループワークでのコミュニケーション能力向上のための実践的な演習を実施し、どのような時代にも対応できる人材育成である。

本学のディプロマポリシーは、建学の精神である「時代に適応する実学の教授研究により、職業に必要な能力を育成するとともに、知性と品性を涵養し、女性の人格形成と自立を目指すこと」を教育方針とし、「時代の要請に適応する実践的な専門の学術技術を教育研究し、広く一般的教養を高め、自己肯定感の高い、社会に貢献できる感性豊かな女性を育成する」ことを理念としている。教育目標としては、5つの観点から能力・資質を修得・涵養し、生涯にわたって学ぶ姿勢を身につけられる人材を養成することとしている。旅行会社との産学連携プロジェクトは、15回のうち8回の授業枠を使用し、産学連携プロジェクトを通して旅行企画力やプレゼンテーション能力を身につける。ディプロマポリシーの5つの具体的な教育目標に産学連携プロジェクトを照らし合わせると、以下ようになる。

A. 主体性・チームワーク・責任感

旅行商品企画に興味・関心を持って積極的に取り組み、航空会社の就航している地域の観光対象、宿泊施設、具体的な旅行のテーマを見つけ出し、責任感と協調性を発揮して、最後までチームワーク力

やり抜くことができる。

B. コミュニケーション能力

対面、オンラインのいずれの状況でも、ふさわしいマナーで他者と接し、他者が提案する観光のテーマ、地域の観光対象、宿泊施設を理解し尊重しながら、自らの提案、考えを発信することができる。

C. 思考力・判断力

旅行商品の企画の際に、テーマに沿った観光対象を選択し、合理的かつ効率的な旅行日程を作成するために、収集した情報を精査・取捨選択し、地理的要因、時間配分、起こりうる問題を考慮しながら魅力のある旅行商品を作成することができる。

D. 知識・理解

幅広い教養と観光学系の授業を通して修得した専門知識を用いて、自らが学んだ内容を論理的に説明することができる。

E. 技能・表現

ICT関連科目で修得したスライド作成などの専門的な技能や技術と、プレゼンテーション関連の科目で身につけた、相手に伝わる魅力的なプレゼンテーションをおこなうことができる。

授業の進め方は、表1の通りである。2020年度の本科目は、学生を半数に分けて交互に登校することで対面とオンラインを利用し組み合わせたハイブリッド型授業でおこなった。127名の学生を26チーム(23チームは5名のグループ、3チームは4名のグループ)に分けた。チームごとに若年層が旅行に行きたくなる女子大学生目線の国内ツアー企画を作成し、それぞれのチームが考案した国内ツアーのプレゼンテーション資料作成と発表を対面授業週におこなった。

予選プレゼンテーションは、1チーム5分でおこない、5分を過ぎてしまうプレゼンテーションは途中でであっても5分で終了することとした。予選プレゼンテーションの際には、国際コミュニケーション学科教員と学生が、各チームの発表評価を以下の観点でおこなった。

①技術面

発表方法：発表の姿勢・発声・演出、グループ全員が参加しているかなど(10点)

スライド：Power Pointのスライドの見やすさ、完

成度など（10点）

②国内ツアー企画内容

国内ツアー企画の魅力度：国内ツアー企画の魅力が聞き手に伝わったか（20点）

合計40点を満点として各チームのプレゼンテーションを技術面と国内ツアー企画内容の魅力度を総合的に判断し評価をおこない、決勝に進出する4チームを決定した。

決勝に勝ち進んだ4チームは、1チームのプレゼンテーション時間を7分と予選プレゼンテーションより持ち時間を長くして、各チームが考案した国内ツアー企画の魅力がより伝わるように資料作成と発表の準備に取り組んだ。決勝プレゼンテーションでは、学長、学科長、産学連携提携先であるジャルパックの社員の方々が審査員として参加し、予選プレゼンテーションと同様に技術面、国内ツアー企画の魅力度の観点から評価をお願いした。

表1 国際コミュニケーション学科ゼミナール
産学連携プロジェクト授業の進め方

回	日付	授業内容	対面	ZOOM
1回	9/24	* ガイダンス、産学連携プロジェクトについて	-	A.B
2回	10/1	* 産学連携プロジェクトの具体的な進め方 * 旅行のテーマ、利用する空港を選択	A	B
3回	10/8	* テーマに沿った観光対象の選択、ダイナミックパッケージから利用する空港、フライト、宿泊施設、オプション等を定め料金算出、予選 * 予選プレゼンテーション資料作成と発表準備	B	A
4回	10/15	* テーマに沿った観光対象の選択、ダイナミックパッケージから利用する空港、フライト、宿泊施設、オプション等を定め料金算出（最終決定） * 予選プレゼンテーション資料作成と発表準備	A	B
5回	10/22	* 予選プレゼンテーション（1チーム5分）13チーム	B	A
6回	10/29	* 予選プレゼンテーション（1チーム5分）13チーム	A	B
7回	11/5	* 決勝用プレゼンテーション資料作成と発表準備	B	A
8回	11/12	* 決勝用プレゼンテーション資料作成と発表準備	A	B
-	11/13	* 決勝チームプレゼンテーション（1チーム7分）4チーム	A.B	-

（授業シラバスより筆者作成）

注1）授業に参加する学生を半数に分けたA.Bの2グループでの科目への参加方法

（2）産学連携プロジェクト

「3T's with JAL ～Touch, Try, Taste」（地域の魅力を発見）の概要

観光業界でも若年層の「旅行離れ」が問題視されているため、若年層を取り込むための女子大生目線の国内ツアー企画を考案することとした。国内ツアー企画は、学生自身が卒業旅行で訪れることを前提としたもので作成を試みた。

3T'sは「T」を頭文字とする「Touch」「Try」「Taste」のことで、この3つの単語をキーワードとして念頭に置きながら、国内ツアー企画を進めた。日本航空が就航している空港に降り立ち（Touch Down）、そこから地域に触れ（Touch）、地域での様々な体験（Try）、地域の雰囲気、空気を感じ（Taste）、その地域ならではの魅力を楽しみ（Try & Taste）、地域の美味しいものを味わう（Taste）といった、3T'sの観点から地域の魅力を発見し、若年層が参加したくなる国内ツアーを企画するものである。

国内ツアー企画の基本となる往復のフライト、宿泊施設などの選択は、日本航空のホームページ上にある「JALダイナミックパッケージ」を利用して選択することとした。

JTB総合研究所の観光用語集によると、ダイナミックパッケージ（Dynamic Package）とは、旅行者が航空やレンタカー、宿泊を自由に選んで組み合わせるパッケージツアーのことと定義つけられている。ダイナミックパッケージは航空会社、大手旅行会社、OTA（Online Travel Agent）と呼ばれるインターネット上で取引を行う旅行会社などが販売しており、旅行者はインターネットサイト上にある複数ある選択肢から、自分自身の希望に最も適したフライト、宿泊施設、移動に必要な観光交通、レンタカーなどを予約・購入できるようになっている。

①目的地

東京国際空港（以下、羽田空港と記す）を起点として、乗り換えることなく直行便で行くことのできる空港をあらかじめ各チームにランダムに3空港ずつ振り分け、その中から1つの空港を選択するように条件をつけた。理由として1つ目に、日本航空の人気路線、学生がイメージのしやすい地域の空港に

集中する可能性があると考え、豊富な路線網がある中から選択してもらうのが良いのではないかと考えたためである。2つ目に、3つの空港を指定することで、3つの地域周辺の観光対象を調べる機会にもなり、若年層がなかなか旅行で訪れる機会の少ない空港に目を向けてもらい、その地域の魅力を発見し、その空港を起点とした地域の魅力を発信する国内ツアー企画を作成してもらうためである。

日本航空が発行している JAL 国内線時刻表に表示されているフライトの中には、羽田空港から直行便で行くことのできる空港だけでなく、鹿児島空港で乗り換えて屋久島空港に向かうフライト、沖縄県那覇空港で久米島空港に向かうフライトなどが表記されている。これは羽田空港から直行便はないが需要が多い空港のため表記されていると思われる。今回の国内ツアー企画で直行便に限定した理由として、往路の目的地空港は3空港をあらかじめ指定したが、そこからこの観光対象にどのような手段で向かうかなどは自由にツアー企画することができるからである。レンタカーなどを利用するだけでなく、他の空港に乗り換えることや、復路の空港はツアー企画の工程上、往路とは別の空港から羽田空港に帰着することも可能としたためである。例えば往路の空港が羽田空港の場合、訪れる地域は東京都に限定されるだけでなく、千葉県の東京ディズニーリゾートをはじめ神奈川県横浜、鎌倉や栃木県の日光なども人気の観光地域である。空港は限定されても訪れる場所は国内ツアー企画をするグループによって自由に選択できるためである。

表2 東京国際空港(羽田)からの34直行便航空路線

地方	空港
北海道	新千歳空港(札幌)、女満別空港、旭川空港、釧路空港、帯広空港、函館空港
東北地方	青森空港、三沢空港、秋田空港、山形空港
中部地方	小松空港、中部国際空港(名古屋)
近畿地方	伊丹国際空港(大阪)、関西国際空港(大阪)、南紀白浜空港
中国地方	岡山空港、広島空港、山口宇部空港、出雲空港
四国地方	徳島空港、高松空港、高知空港、松山空港
九州地方	北九州空港、福岡空港、大分空港、長崎空港、熊本空港、宮崎空港、鹿児島空港、奄美大島空港、那覇空港(沖縄)、宮古空港、新石垣空港

(JAL 国内線時刻表<1月6日~2月28日>より筆者作成)

②旅行の時期

旅行の時期は卒業旅行を想定し、2021年の2月から3月のいずれかの日にちに出発する国内ツアー企画を作成してもらった。日本航空は航空運賃にダイナミックプライシング料金を採用しているため、予約の申込み時期、出発の日時、利用するフライトによって料金に差がでてくる。小学館の知恵蔵によると、ダイナミックプライシング料金とは、市場における需要状況に応じて価格を変動させて、需要の調整をはかり利益を最大化する手法のことである。たとえば、航空運賃や宿泊料金は、需要が高まり供給が逼迫するゴールデンウィークなどの繁忙期にははじめから高額に設定されており、閑散期には低い価格や大幅な割引などが設定される。このような動的な価格設定を行う販売手法のことで、動的価格設定または変動料金制などとも呼ばれる。前述のダイナミックパッケージの料金もダイナミックプライシング料金を採用しているため、検索した日にちによって料金に差異がでてしまう。そのため予約の申込みを同一日の同じような時間帯に料金設定をおこなう必要がある。よって第4回目の授業内で日本航空のホームページ上からダイナミックパッケージを選択し、選択した空港へ向かうフライト、宿泊施設、オプション等を決定しその料金を算出し、以後は変更出来ないこととした。

③旅行日数

旅行の日数は自由に設定することを可能とした。これは訪れる地域で何をするか、したいかにもよって、その地域にどれくらい滞在するのは大きく異なる。また往路、復路の選択したフライトの時間帯によっても初日と最終日の現地での滞在できる時間も大きく異なるためである。

④参加人数

卒業旅行を想定した国内ツアー企画であれば、参加人数は自由に設定可能とした。参加する人数によっては、宿泊施設が限定される可能性がある。例えば4人1部屋など参加人数と希望部屋数によっては選択肢の表示が少なくなり、場合によっては表示されないことがある。2人ずつ2部屋に分かれるなどの設定をおこなうことで、料金面では4人1部屋より高めになる傾向があるが、利用できる宿泊施設の幅

が広がることとなる。

⑤宿泊施設

航空券と宿泊施設がセットとなったダイナミックパッケージを利用するため、ダイナミックパッケージの中に表示される選択可能な宿泊施設から少なくとも旅行中のいずれかで1泊は滞在する必要がある。ダイナミックパッケージでは希望の宿泊施設が表示されない場合は、ダイナミックパッケージとは別に自由に宿泊施設を選択可能とした。

⑥ツアー企画の内容

目的の空港に到着してから、どこに行くのか、何をするのか、何ができるのかなど具体的に吟味し、そのツアー企画の特徴と商品として販売した場合のセールスポイントもプレゼンテーションの際に発表してもらおう。商品の金額については、自分自身が購入したいと思う値段、旅行商品として販売されていれば購入したいという値段であれば、料金は自由に設定可能とした。

4. 国内ツアー企画の作成結果と振り返りの考察

26チームの学生グループの国内ツアー企画で利用される航空路線は、表3のとおり14の空港を利用するものであった。福岡空港は、26チームの中で4チームに振り分け、その4チーム全てがランダムに振り分けた3つの空港の中から福岡空港を選択する結果となった。また表2の通り、2チーム以上に選択された空港は、新千歳空港、伊丹国際空港、南紀白浜空港、福岡空港、長崎空港、熊本空港、宮崎空港、那覇空港、新石垣空港の9空港である。

今回2チーム以上が選択した空港は、表4の羽田空港間の旅客流動数が上位の空港が多く取り上げられている。これらの空港は観光目的の旅客の利用も多いため、ソーシャルメディアでも広く紹介されている。表5の振り返りの質問では、その空港を選択した理由として、「価格面で手頃である」、「観光スポットが多くある」、「写真を撮影した際に、フォトジェニックな写真を撮る事が出来る」などが多く挙

がっていた。学生への聞き取りでは、検索をした際にネットで取り上げられている多くの観光地やソーシャルメディアで発信される情報を目にしたためだと答える学生が多数であった。

札幌の玄関口である新千歳空港を除き、学生が選択した航空路線は西日本に集中している。今回は卒業旅行で訪れることを前提とした国内ツアー企画のため、旅行時期を2月から3月に設定していた。旅行の時期を考慮すると時期的に観光が楽しみやすい場所が選択されたのではないかと推察する。雪の多い時期に新千歳空港を選択したチームの振り返りと合わせ聞き取りをおこなったところ、冬の時期にしか体験できないイベントとフォトジェニックな写真が撮影できる観光地や飲食店が多かったと答えている。2月の時期には「札幌雪まつり」、「小樽雪あかりの路」など雪国ならではの冬の大きなイベントがある。この雪の季節だからこそ楽しめるイベントがあるため、それらのイベントをツアーに取り入れた企画をおこなっている。

新石垣空港は羽田空港の国内定期航空空港間旅客流動の順位は表4の通り26番目であるが、人気のディステーションとなっている。2013年に新空港が開港し、2000メートルの滑走路が整備されたことから、それに伴って大型機も離発着できるようになり、羽田空港からの直行便航空路線¹⁾もデイリーで日本航空グループの日本トランスオーシャン航空2便(合計座席数330席)、全日本空輸2便(合計座席数464席)と機体の大型化と増便もされた。それでも座席供給数が他の路線と比較すると少なく、多くの首都圏の旅客は成田国際空港、那覇空港を乗り継いで石垣島へ向かうため、26番となっている。

また南紀白浜空港は表4の通り39番であるが、この羽田空港からの航空路線では唯一日本航空のみが運航している路線である。羽田空港からの国内定期航空空港間旅客流動数は日本航空のみの路線であるため他の路線と比較しても少ない。この羽田空港から南紀白浜空港への路線は、ジャルパックが力を入

¹⁾ 日本トランスオーシャン航空：ボーイング737機材使用(合計座席数165席)を2便運航し1日の合計座席供給数は、330席
全日本空輸：エアバス321機材(合計座席数194席)、ボーイング767機材(合計座席数270席)の2便運航し1日の合計座席供給数は、464席

れている路線でもあり、料金面でも他の路線と比べ比較的求めやすい値段に設定されている。学生がダイナミックパッケージでの料金比較をした際に料金面で手頃に感じ設定した可能性が高いと考えられる。

表3 国内ツアー企画に利用される東京国際空港(羽田)からの航空路線

地方	学生が選択した空港
北海道地方	新千歳空港 (3チーム)
近畿地方	伊丹国際空港 (2チーム)、南紀白浜空港 (2チーム)
中国地方	出雲空港 (1チーム)、
四国地方	徳島空港 (1チーム)、高松空港 (1チーム)、高知空港 (1チーム)
九州地方	福岡空港 (4チーム)、大分空港 (1チーム)、長崎空港 (2チーム)、熊本空港 (2チーム)、宮崎空港 (1チーム)、那覇空港 (3チーム)、新石垣空港 (2チーム)

(26チームの国内ツアー企画より筆者作成)

表4 国内定期航空空港間旅客流動の順位と旅客流動数(暦年)

	空港	羽田発	羽田着
1	新千歳空港	4,674,986	4,741,830
2	福岡空港	4,362,776	4,449,168
3	那覇空港	3,044,086	3,064,831
4	伊丹空港	2,739,048	2,802,296
5	鹿児島空港	1,233,525	1,232,536
7	広島空港	988,986	968,058
6	熊本空港	979,436	974,951
8	長崎空港	912,295	891,145
9	松山空港	771,892	782,266
10	宮崎空港	715,337	713,960
26	石垣空港	286,305	278,934
39	南紀白浜空港	86,638	82,402

(単位：人)

(国土交通省 2019年航空輸送統計調査より筆者作成)

今回の国内ツアー企画の振り返りとして質問事項をオンラインで127名の学生に実施し113名の回答を得た。合せて決勝に勝ち進んだ4チーム含む9チームに振り返りの聞き取りをおこなった。

①旅行のテーマと企画したツアーの魅力について

テーマとして選択されているものは大きく分けると3つあり、「地域を探勝」、「癒やし」、「体験」であった。「地域を探勝」では訪れる地域の魅力である自然、景色、季節を楽しむものであった。人気の観光地を訪れるだけでなく、食事を堪能する内容も

多く企画されている。「癒やし」として温泉を訪れるもの、ゆっくりとした時間の中でリラックスして食事しながら風景を眺めるなどがあった。表6のとおり「体験」ではサイクリング、スキー、シュノーケルなどのアクティブな体験に加え、アクセサリーなどのものづくりを体験するものが半数以上の14チームがツアー企画に取り入れていた。アクティビティ体験を通して地域の特性を感じ、物づくり体験を通じて卒業旅行という思い出を形にしておきたいとの思いがあると答えている。また浴衣、着物、マーマイド水着を着用しての写真撮影などは、ソーシャルメディアでの共有を前提とした撮影を通じて、女子力の高さを表現する一つとなっているためと考える。

表5 振り返り質問事項

質問項目
1. ツアー先を決定した理由(3ヶ所の中からその空港にした理由)
2. 自分たちが作成した「旅行のテーマ」は何か
3. ツアーの1番のお勧めポイント(魅力)は何か
4. 日にちはどのように設定したか
5. 参加人数は何人で設定したか
6. その人数にした理由
7. 選択したフライトの理由
8. 宿泊施設の決め手の理由
9. ホテルの朝食
10. オプションで選択したものは何か
11. オプションについているといいなと思ったオプションはあるか
12. 設定した料金はどう感じるか(選択式)
13. ツアー企画した商品が同額で販売されていたら購入したいか
14. 参考にした資料は何か(複数選択式)

(振り返り質問事項より筆者作成)

表6 ツアー企画で取り上げられた体験型観光

体験	空港(地域)
吹きガラス、キャンドル	新千歳
スキー	新千歳
オルゴール	新千歳
浴衣	伊丹
手作りランプ	南紀白浜
乗馬、サイクリング、勾玉作り	出雲
手打ちうどん、サイクリング	高松
着物	福岡
イルカの餌やり、サイクリング	福岡
イルカウォッチング	長崎
ガラスランプ	熊本

ジェルグラス	沖縄
シュノーケル、マーメイド水着写真	新石垣
パラセーリング、グラスボート	新石垣

(26チームの国内ツアー企画より筆者作成)

②日時、旅行日数と参加人数の設定

卒業旅行を前提にツアー企画をおこなったために、あらかじめ2月から3月の好きな日時と日数で設定してもらったが、ダイナミックパッケージは前述の通りダイナミックプライシング料金を使用しているため、日によって料金の差異が生じる。この時期は学生にとって比較的自由に日程調整しやすいため、全チームが平日、休日など、いくつかの日程で検索することによって日程調整をおこない、旅行代金を安価に抑えるように設定していた。旅行時期によって同じ内容のツアー企画でも旅行料金にかなり幅があることを知る機会となったと聞き取りの際に学生が答えていた。

北海道の「札幌雪まつり」、「小樽雪あかりの路」、長崎県の「長崎ランタンフェスティバル」のイベントに参加するチームがあったが、どのチームもそのイベントの期間内で、なるべく安価に訪れることのできる日程で調整している。石垣島のツアー企画をおこなった2チームは、マリナクティビティを楽しめるように、海開きに合せて3月出発で設定し、その中でも同様に低廉な日時を選択していた。

旅行日数は、19チームが2泊3日、7チームが3泊4日のツアー企画となっている。ゆったりと周遊するツアー、多くの観光地を巡るツアー、アクティビティを多く含んでいるツアー企画が3泊4日になる傾向があった。東京からの距離によって遠くなるほど旅行日数が長くなるなどという一定の違いはみられなかった。

参加人数に関しては、21チームが4名、3チームが5名、2チームが2名でのツアー企画となった。4名のグループでのツアー企画が多かった理由として、4名が卒業旅行に相当だと考えるグループが大半であった。奇数より偶数の方がツアーの企画も組みやすく、レンタカーを借りると料金が安くなるためとの回答が多かった。2名で設定した2チームは、4名で検討したが2名の方が料金面でお得であったため2名にしたという意見があった。5名の3チー

ムは、グループ全員で旅行をしたいという理由で5名でのツアー企画をおこなっていた。今回は5名のグループと4名のグループ編成でツアー企画をおこなってもらったため、4名でのツアー企画が多くなったと考察できる。

羽田空港発着のフライトに関しては、旅行先での時間を有効に利用でき、合せてフライトを選択することによって、料金が低廉になるというフライトを選択する傾向にあった。またチーム全員の羽田空港利用に関し移動しやすい時間帯を選択するチームが多かった。羽田空港出発が早朝6時台のような早い時間を避け、羽田空港到着が遅く帰宅が深夜にならないように考慮されていた。合せて現地で最大限時間を過ごせ、さらに料金が低廉になるようにフライト選択をおこなっていた。

③宿泊施設

宿泊施設はダイナミックパッケージで選択できるホテルから選択してもらった。ホテルの選択では安価な料金のものを選択するチームもあったが、料金よりもそのツアー企画が最大限に楽しめる宿泊施設が選択されていた。宿泊施設が駅から近くアクセスがいい、市内の中心部である、イベント会場への移動が近いまたは移動しやすい、車での移動が容易などの理由で宿泊施設が選択されていた。宿泊施設を決定する際は、ダイナミックパッケージでフライトと組み合わせ可能な宿泊施設の情報欄には、最寄り駅、観光スポットや主要な観光施設からの目安の時間と地図が掲載されている。また旅行口コミサイトでのランキングも掲載されている。学生への聞き取りでは、全てのチームが宿泊施設の位置情報が確認できる地図アプリケーションを利用して訪れる観光対象とホテルの位置情報を調べ、同時にネット上での口コミや評価が高いか、ソーシャルメディアでどのような映像が投稿されているかも比較検討している。フライト選択の際には料金を重視していたが、宿泊施設に関しては、観光しやすい利便性、宿泊施設の快適性だけでなく、そこから見える夜景などの風景など、ソーシャルメディアでの共有を前提とした撮影ができるかどうか大きな決定材料となっている。

宿泊施設で提供される朝食については、必要なし

(考えていなかった) 55名 (48.7%)、朝食をつけたかったので、ついている宿泊施設を選択したが25名 (22.1%)、朝食が宿泊施設選択の際についていた19名 (16.8%)、朝食をオプションでつけた (つける予定) 14名 (12.4%) という結果になった。これはツアー企画の中でカフェなどの飲食施設を紹介しているチームが多く、宿泊施設では食事せずに紹介しているカフェなどを訪れることを前提としていたため、朝食には強いこだわりがなかったと考えられる。また旅館などの宿泊施設を選択したチームは、基本的には朝食がセットになっているため、朝食が宿泊施設選択の際についていた19名 (16.8%) という結果となった。

④オプションの追加

日本航空のダイナミックパッケージ予約では、フライト、宿泊施設に加えレンタカーや鉄道などの観光交通、遊園施設入場券、観光・体験・食事のオプションの追加が可能で、オプションによっては通常よりもかなり低料金で組み合わせて購入できる。

今回のツアー企画では、26チーム中24チームが4人以上での旅行を予定しているため、レンタカーを借りると一人あたりの料金が安くなる。8チームがレンタカーをオプションとして追加し観光の行動範囲を広げていた。その他、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン (伊丹空港)、ハウステンボス (長崎空港) などの遊園施設入場券、美ら海水族館 (那覇空港)、ナゴパイクナッパルパーク (那覇空港)、などの観光施設のオプション追加もあった。高松から小豆島の往復フェリーと小豆島のロープウェイや施設の入場券がセットになった「小豆島 風まかせバック」(大人3,900円) をオプションに追加し、1日を小豆島で過ごすツアー企画もあった。グラスボート (新石垣空港) などもオプションを追加することでイベントとしての楽しみを増やし、料金をお得に利用するツアー企画が多かった。

チームの中には、自分たちでオリジナルのオプションを作成し、魅力的なツアー企画としている。これらの学生が考案したオプションは、予選プレゼンテーションの際の学生からの評価は高く、人気のオプションとなっていた。以下学生が考案したオプションの内容である。

「旅のご褒美券」(長崎空港)

提携している中華街のレストランの中からお店を決め、好きな一品料理から二品とワンドリンク選択することができるディナー券と長崎名物のカステラやちゃんぽんなどから選択できるご当地グルメ券がセットになったプラン。

現地で楽しむだけでなく、ご当地グルメ券は空港にてピックアップする設定のため、旅行の終わりに、お土産がついていることで旅の楽しさを帰宅後も味わうことができる点は、昨今お土産を積極的に購入しない若年層が増えているので、お土産から旅の思い出を感じることの面白さも伝えられるのは興味深い点である。

「美活券」(新千歳空港)

北広島温泉の温泉施設入浴券、コラーゲン鍋の食事券、藻岩山ロープウェイとミニケーブルカー、小樽オルゴール堂の体験をセットにしたプラン。

心身共にリフレッシュできるプランとなっていて、美肌になる温泉、ソーシャルメディアでも多数共有されている凍らせた出汁を熊の形に象ったコラーゲン鍋など、女子学生の心をくすぐる内容となっている。

「ミステリーツアー」(長崎空港)

JAL ダイナミックパッケージ予約のオプションにある通常料金の9割引などで食事や観光が楽しめる「期間限定びっくりオプション」になぞられたプラン。

Aコースは観光バスで12ヶ所の有名スポットを巡る旅、Bコースはバス往復チケット付きで雲仙温泉を巡る旅となっている。Aコースは1日で観光対象を急ぎ足で効率よく観光するツアーに対して、Bコースはゆっくりと温泉を楽しむという両極のオプションが用意されている。

振り返り質問で「オプションについているか」といったと思ったオプションはあるか」の問いでは、移動に便利な観光交通の乗り放題切符、地域の食事券やクーポン券、旅行先のお土産がついてくる、浴衣体験などの意見が多く、学生が企画したオリジナルのオプションは、多くの学生が望んでいるものであり、実際に商品化することで若年層の需要に合致するものとする。

⑤設定した料金

図1のとおり、自ら作成したツアー企画の料金は、適正な料金だと53.1%の学生が答えている。またお得23.9%、安い12.4%と感じた学生は36.3%で、航空券と宿泊施設がセットになったダイナミックパッケージを利用すると、航空券だけを購入したときの運賃と大差がなく、お得だと感じたという学生が多かった。

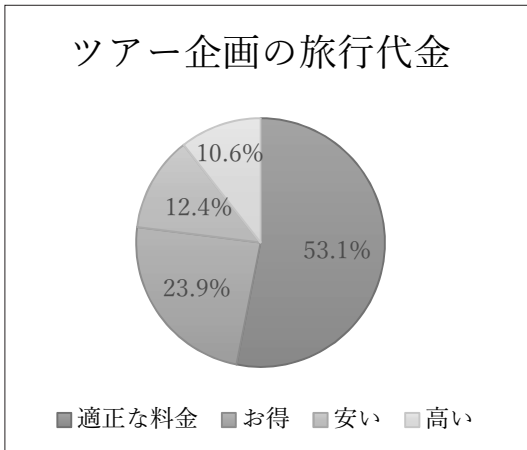


図1 ツアー企画の旅行代金
(振り返り質問事項より筆者作成)

⑥ ツアー企画の購入意思

自ら作成したツアーを購入したいという学生は図2のとおり62名(54.9%)で、半数以上という結果となった。これは自ら作成したツアーを購入したいということは、ツアーの内容に満足している現れであると考察する。また作成したツアー企画を一部変更して購入したいという学生は33名(29.2%)であった。グループでツアー企画を作成したため、仲の良い友人と旅行する際には、もっと体験型観光に時間を費やしたい、観光地で過ごす時間を変更したいなど、ツアー企画での時間配分に関する変更についての意見が多数あった。合わせてフライト時間の変更や宿泊施設を変更したいなどであった。聞き取りでは実際に購入するならば、自分たちの旅行スタイルにアレンジしたいという内容が主で、ツアー企画を作成していく過程で訪れる観光対象に興味を持ったため、内容を変更するのではなく、過ごす時間と過ごし方を一部変更したいという内容であった。

購入しないと答えた学生は17名(15.0%)であった。グループでツアー企画を作成したため、4名以

上でのツアー企画が24チームと大半を占めたため、団体で行動しなければならないという点で購入しないと答えた学生も一定数いた。また金銭面の理由や自分磨きのために金銭を使いたいという学生もいた。購入しない理由はツアー企画が気に入らないからというよりは、卒業旅行と同額の出費をするのであれば、自己啓発などに使用したいということで、旅行への優先順位の低さから購入しないと答えている。

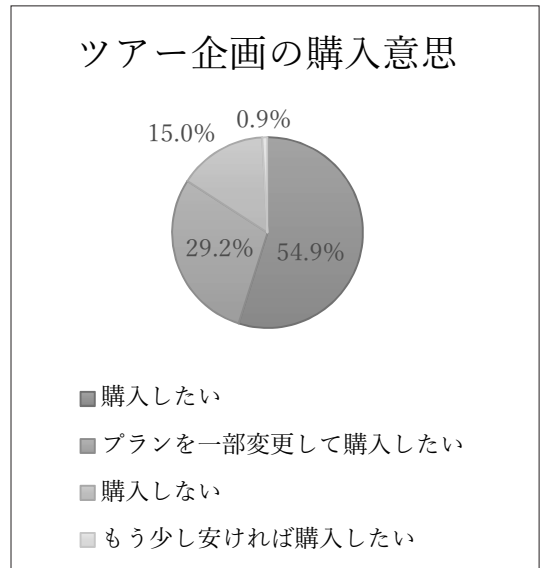


図2 ツアー企画の購入意思
(振り返り質問事項より筆者作成)

⑦ 参考にした資料

学生がツアー企画の参考資料として一番参考にしていたのは、図3のとおり、ソーシャルメディアの「Instagram」(以下、インスタグラムと記す)で86名(76.1%)が参考にしていた。ソーシャルメディアでどのような映像が投稿されているかに優先順位を置いて、観光対象を選択しているツアー企画が多く見受けられた。

続いて参考にしていたのが日本航空のホームページ69名(61.1%)であった。ダイナミックパッケージの料金検索をおこなう際に利用するため利用頻度も高かったと思われる。同ホームページの国内ツアーには、「季節特集」や「旅のスタイル」などと目的別にツアー検索が可能である。また国内ツアーのウェブサイト「ジャルパックで行く学生旅行」と銘打って「日本の風景」、「SNS 映え」、「パークの思い出」や

「価格重視」など好きなテーマで検索をかけることができるため、参考にしていたというチームがあった。

学生への聞き取りによると、ツアーの検索では検索エンジン59名(52.2%)を利用して「旅行」と「目的地名」を入力し、表示される「目的地のお薦め観光スポット・トップ10」などから表示される他の航空会社のホームページ10名(8.8%)、旅行会社のホームページ40名(35.4%)にアクセスし国内ツアーなども合わせて閲覧し、ツアー企画の参考材料としていた。また「目的地名」と「グルメ」、「食事」と言ったキーワードでも検索をかけ、そこに表示された飲食施設を飲食店検索サイトやInstagramを利用して最終的に観光対象を決定するというチームが多数あった。

「旅行先の観光案内(自治体)などのホームページ」は30名(26.5%)が参考にしていた。このような自治体などがホームページに掲載している観光情報は、「旅行」と「目的地名」を入力しただけでは表示されることはほぼ無く、学生が自治体の観光案内ホームページに直接アクセスしなければ学生の目にとまらない状況である。授業内で自治体の観光案内ホームページについての説明がなければ、アクセスしなかったと答えている。学生に授業内で直接参考にした資料に関する質問には、「市販のガイドブック(電子版も含む)」などの選択肢もあったが、これらの参考資料とした学生はひとりもいなかった。

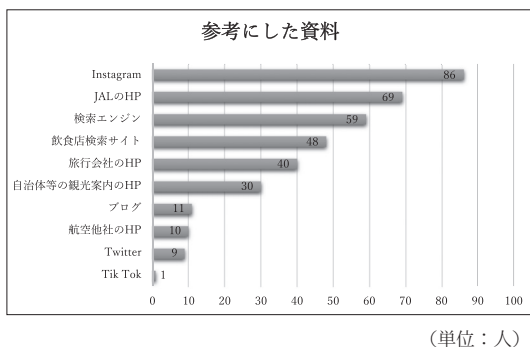


図3 参考にした資料
(振り返り質問事項より筆者作成)

5. おわりに

ジャルパックとの産学連携プロジェクトを通して、戸板女子短期大学生が作成した国内ツアー企画の全体的な傾向は、地域の観光対象を楽しみ、ものづく

りやスポーツなどの体験を盛り込んだものとなっている。またInstagramなどのソーシャルメディアでの共有を前提としたフォトジェニックな写真を旅行先で撮影できることも大事な要素であることがわかった。2017年のGIRLS'TREND研究所がおこなった10代の女性への調査によれば、フォトジェニックな写真のキーワードとして「おしゃれ」、「かわいい」、「綺麗」、「カラフル」などが上位にあがっている。よって自分たちが観光地で映り込む写真に着物、浴衣、マーメイド水着などを着用しておしゃれさやカラフル感を加えることでよりフォトジェニックな写真となり、それが旅行先での観光の楽しみ方の1つとなっている。

若年層にもっと国内旅行に出掛けてもらうための取り組みとして、国内ツアーに体験的な要素を盛り込むことが必要だと考える。旅行のオプションとしてものづくり、衣装、アクティブな体験型のイベントを取り入れることが必要だと考える。具体的にその観光地でどのような体験をすることができるかなど提案することによって、若年層が興味を示すと思われる。「ジャルパックで行く学生旅行」の「SNS映え」で紹介されている国内ツアーは、「JALで行く離島の旅」と「素敵に沖縄・離島を満喫」の2つである。2つのツアーは共に沖縄の島々をエメラルドグリーン綺麗な風景写真と映像で構成されている。このような写真の中には女子学生が旅行先で撮影しソーシャルメディアにあげるような写真は見当たらなかった。特に「SNS映え」で紹介される国内ツアーでは、女子学生が投稿していそうな写真を多く掲載することで、若年層が興味を持つ一翼となるのではないだろうか。また「SNS映え」で紹介するのは沖縄だけでなく、学生がツアー企画した旅行のように日本全国での様々な体験とフォトジェニックな写真を撮影できる観光地は多数あるため、もっとツアー商品のバリエーションを増やすことが可能である。

また日本各地の自治体などが提供している観光案内のウェブサイトを充実させ、もっと若年者層にウェブサイトを閲覧してもらえるように、積極的にInstagramなどのソーシャルメディアを通じて観光情報を発信していくことが観光地の魅力が発信され

ていく契機となると考える。今回のツアー企画では、学生はネット上の情報のみで検索をおこなっているため、電子版を含む観光ガイドブックを参考資料とした学生はおらず、学生への聞き取りでもネットの情報だけで十分と答える学生が全員であった。学生が検索に使用していた「目的地名」、「グルメ」、「食事」と言ったキーワードで検索した際に、観光ガイドブックのページが表示されるようにし、観光ガイドブックを購入することで、学生が旅行先で前述のオプションの追加で提案したような旅行先でお得に利用できるクーポン券や観光施設割引、お土産などがセットになっていれば、購入する割合もあがってくると考える。

今回の産学連携プロジェクトでは国内ツアー企画を通して、学生がどのような嗜好で旅行をするのかの一定の傾向は明らかになった。今後さらに企業との連携を通して、学生が作成したツアー企画をいかに商品化し企業に還元していけるかが必要になってくる。その際には作成されたツアー企画を精査し、商品化に向けて提携企業と熟察していくことが大事だと考える。

参考文献

- ・ 種村聡子「問題解決型（PBL）による学生の社会人基礎力向上の取り組み－航空会社・オンライン総合旅行サービスとの産学連携の事例－」, (2020) 川村学園女子大学研究紀要, 第31巻第2号 PP.89-103
- ・ 国土交通省航空局；航空輸送統計調査、国内定期航空空港間旅客流動表（暦年），2019
- ・ 溝上 慎一、成田 秀夫「アクティブ・ラーニングとしてのPBLと探究的な学習」（2016）東信堂
- ・ 住木 俊之「実践報告、ホスピタリティ・デザイン・プロジェクトにおける課題解決型学習の取り組み」, (2015) 大阪観光大学紀要, 15号, PP.79-84,
- ・ 神末 武彦, 平井 宏典, 平田 博紀「観光教育に特化した産学連携によるリアルビジネス授業の実践に関する研究－共栄大学 World Run の実践」(2011) 共栄大学研究論集（9）, PP.109-119, 共栄大学国際経営学部
- ・ 森川佳世「女子短期大学における航空会社との産学連携を活かした教育プログラムに関する考察－実践的なマインド教育の一例を中心にして－」, (2010) 埼玉女子短期大学研究紀要, 第21巻 PP.347-361
- ・ 神末 武彦, 平井 宏典「産学連携の新たな実践型ビジネス学習－共栄大学 World Learning Atlas の実践」, (2010) 共栄大学研究論集(8), PP.79-91, 共栄大学国際経営学部
- ・ 柳田 純子「産学連携プロジェクトと連動した演習教育によるキャリア形成支援：課題解決型学習に参画した経営系学生のキャリア形成過程の考察」, (2009) 東京情報大学研究論集 Vol.12 No 2 , PP.9-26,
- ・ 日本航空公式ホームページ（最終検索日：2021年1月12日） <https://www.jal.co.jp/jp/ja/>
- ・ ジャルパック公式ホームページ <http://jalpak.jp/>（最終検索日：2021年1月12日）

