

埼玉県の強みを生かして国内外から修学旅行を呼び込め！ ～体験型のプログラムを活用した教育旅行の誘致～



埼玉県産業労働部観光課 こだま のりひこ 兒玉 憲彦

1 はじめに

埼玉県では、「おもてなし日本一の埼玉県 観光づくり基本計画（平成24年度から28年度）」を策定しています。

これは、埼玉県の持つ強みや弱みを分析し、計画的に観光行政を推進するために策定されたものです。

埼玉県の大きな強みとして、鉄道博物館（さいたま市）やグリコピア・イースト（北本市）、ホンダの工場（狭山市）といった見学ができる施設のほか、埼玉伝統工芸会館（小川町）など伝統工芸体験ができる施設、その他にも教育的に有意義な体験ができる場所が多く、「首都圏に位置し、自然、産業、農業及び文化財など豊富な教育素材を有する」といえます（図1）。

そして、このような本県の強みを生かして事業化されたのが、これらの教育素材を体験型のコンテンツとしてPRし、県内に教育旅行（遠足・校外学習・修学旅行など）を誘致する「教育旅行のメッカ埼玉づくり事業」です。前述の計画にも国内外からの教育旅行で埼玉に観光客を誘致する施策として位置付けられています。

強み	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 東京から近い（都心から90分圏内） ◆ 多彩な観光資源 ◆ スポーツが盛んな県 ◆ 人口720万人（全国5位） ◆ 首都圏4,000万人のマーケット ◆ 充実した交通網 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 「安・近・短」志向 ◆ 団体旅行から個人型旅行へ ◆ 東京オリンピック開催決定 ◆ 北陸新幹線・北海道新幹線開通 ◆ 圏央道の一部開通（東名方面） ◆ 相互直通運転開始（H25年3月） 	有利な機会となる外部環境
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 有名な観光地や物産が少ない ◆ 宿泊施設が少ない ◆ 県民の地元への愛着心が低い 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 旅行回数の低下傾向 ◆ レジャー需要の多様化 ◆ 景気の低迷 	

図1 埼玉県の主な強み等（SWOT分析）¹

2 観光としてみた教育旅行

教育旅行は、明治時代の遠足に始まる非常に長い歴史を持っています。今日でも、中学校の98.3%、高校の96.9%が教育旅行を実施しています²。

そして、国内市場では、全国の中学校は約1万校で生徒は約350万人、高校は約5,000校で生徒は約330万人³ですから、昨今の少子化に伴う学校の減少にあっても、相当の市場規模があることが分かります。近年では、海外からの訪日教育旅行も増加している⁴ことを考えると、教育旅行の誘致により、多くの学生を県内に誘致できる可能性があるといえます。

ところで、教育旅行の誘致による効果は多岐に渡りますが、観光の視点で見ると、以下のような特徴を持っています。

（1）学校行事としての旅行であること

一般的には、責任者である引率の教員や看護師などが同行し、非常に信頼性の高い旅行です。また、学校の公式行事であり「一生に一度の経験」ということが、教育旅行を受入れる側に一定のモチベーションを与えます。一方、子供を旅行に行かせる親御さんや関係者にとってみれば、当然ながら非常に心配なものです。ケガや病気、アレルギーなどの面で、学校、旅行会社や受入れ側の施設などは、通常の旅行よりも様々な面で安全などに対する配慮が求められます。

（2）団体旅行であること

今日の旅行形態は、職場旅行の減少やインターネットによる旅行の個人手配が手軽にできるようになったことなどに伴い、団体旅行が大きく減少

し、個人化しているといわれています⁵。こうした中、一定の規模を持った団体旅行を誘致することは、受入れ側にとって、より大きな経済効果が期待できます。

中学校の修学旅行では生徒一人当たりの平均旅行費用は総額6万円程度⁶といわれています。例えば、県外から生徒数200名の学校が県内外で2泊3日の修学旅行を実施することを考えると、①貸切バスや専用列車での移動②食事③宿泊④土産物の購入といった機会があるので、これらの一部が県内で行われるだけで、数百万円が域外から消費されることになります。

一方、当然ですが、団体旅行を受入れるためには、施設のキャパシティや大型バスの駐車場確保など、受入れ側にも個人旅行とは異なった体制が求められるといえます。

(3) 再来訪の可能性が高い

一般的に、思い出深い場所は、大人になってまた訪れたいくなるものです。例えば、「修学旅行で訪れた埼玉県はとても楽しかったのでまた家族で行ってみよう」というように、リピーターになってくれるということが期待できます。

教育旅行の誘致は、埼玉県のファンを育成し、再び埼玉県に来ていただくことで、県内の観光に寄与していただくということも大きな目的の一つです。

上記(1)～(3)などの特徴により、教育旅行を継続的に誘致することで、地域には観光による直接的な経済効果があるといえます。

3 教育現場における体験活動の重要性

修学旅行は、新学習指導要領(中学校の例)において、「特別活動」のうちの「学校行事の『旅行・集団宿泊的行事』」に位置付けられています⁷。この中で、具体的な指導計画を作成するに当たっては「(略)・自然体験や社会体験などの体験活動を充実するとともに・(略)」と記載されており、教育現場においても体験活動の重要性が高いことがうか

がえます。

受入れ側についても、総合的な学習の時間との連携により、より教育的なプログラムを整えることで、これに応えることが求められています。

また、修学旅行における体験活動は、旅行目的を達成するための重要な活動であると捉えられています(図2)。

歴史・平和学習を除くとほとんどの項目に「体験」が入っていることが分かります。

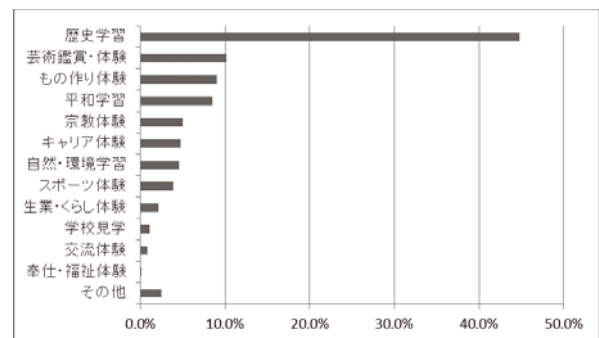


図2 修学旅行で重点を置いた活動(分類別)の件数

4 事業の概要

「教育旅行のメッカ埼玉づくり事業」は本県の強みを生かし、教育旅行の誘致をするという幅広い目的を持った事業です。前述のとおり教育的な資源が多い本県ですので、どのようなコンテンツでどのような教育旅行を誘致するかということは非常に重要なことです。

これについて、代表的な取組として述べさせていただくのが、全国的な需要があるという「民泊(＝ホームステイ)」を秩父地域(秩父市・横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町)に導入するというものです。

民泊は、一般家庭において生活体験(及びこれに付随する様々な体験プログラム)を提供するもので、(株)南信州観光公社が長野県飯田市を中心に受入れを行っているのが有名です。同地域では、全国から年間数万人の生徒が訪れるほどの規模を持っています。

民泊は、ホテルや旅館のようなサービスはなく、家族の一員として過ごし、一緒に食事を作り、農業体験などの体験活動を通じて、人と人との交流を深

め、人間として成長してもらうことがねらいです。

特に、秩父地域は本県でも特に自然豊かな地域の一つであり、秩父夜祭、秩父銘仙、歌舞伎に代表される様々な歴史や伝統文化が息づく多彩な地域です。

こうした体験が首都圏から90分程度の場所で体験できるということには大きな強みがあるといえます。

こうして、「秩父地域の自然や文化とそこに生きる人々のありのままの生活体験」というコンテンツを全国に発信して教育旅行を誘致するという取組が平成24年度からスタートしました。

5 教育旅行市場における秩父地域の民泊のニーズ

当時、首都圏では、民泊を活用した教育旅行を大規模に誘致している地域は群馬県みなかみ町以外にはありませんでした（現在では栃木県の大田原や神奈川県横須賀などで導入）。秩父地域で本格的に民泊を導入した場合、圏央道、北陸・北海道新幹線の開通を控えてアクセスの向上が見込まれる埼玉県において、非常に多くのニーズを取り込めるものと大手旅行会社から聞いておりました。今日では、事務局である秩父地域おもてなし観光公社や県観光課に対し、関西・中部地区を中心とする遠方の旅行会社から頻繁に問い合わせを受けていると、改めてこれを実感することができます。

6 教育旅行誘致に至るまでの課題と対応

(1) 民泊を実施するための法的解釈

最近でも外国人観光客の関係で話題に取り上げられることが多くなった民泊ですが、旅館業法上、施設基準などを満たさない一般家庭が宿泊サービスを提供して対価を得ることはできません（平成28年2月現在）。

民泊の導入に当たっては、県が全国調査を実施し、関係機関と調整の上、①教育旅行に限定すること②地域協議会（＝事務局）を設置すること③共同調理

をすること④安全や衛生に関する研修を定期的実施することなど、厳格な条件のもとにクリアできるよう関係機関と調整し指針を定めました。

この指針に従い、事務局を通じて学校や旅行会社から各受入家庭に生活体験料を支払っています。

この指針については、今後の誘致の状況によっては課題が生じる可能性があるため、引き続き関係機関と調整する必要があるものと理解しています。

『教育旅行における「農山村家庭での生活体験に伴う宿泊」に係る取扱方針』埼玉県産業労働部（抜粋）

1 目的

教育旅行における「農山村家庭での生活体験に伴う宿泊」では、自然の中での共通体験や収穫体験等を通じて、生徒等と地域住民の密接な「心の交流」が生まれやすい。「心の交流」は、生徒等の情操教育に効果的であるだけでなく、地域住民に地域への誇りを再醸成するきっかけを与え、農山村活性化の原動力となる。こうした交流人口の増加は、地域内の消費拡大や雇用増加等の持続的な経済発展をもたらす。このため、平成24年度策定の「おもてなし日本一の埼玉県観光づくり基本計画」においても、交流人口の増加をねらい、教育旅行の誘致を重要施策としているところである。

(略)

3 「農山村家庭での生活体験に伴う宿泊に係る取扱方針」を適用するための条件

本方針は、下記の条件を満たした場合に限り、旅館業法・食品衛生法等の適用を受けないものとして限定的に実施するものである。

- (1) 上記項目2「定義」に定める「農山村家庭での生活体験に伴う宿泊」であること
- (2) 上記項目2「定義」に定める「市町村等」が受入のための「地域協議会」を設置していること
- (3) 「農山村家庭での生活体験に伴う宿泊」を実施する受入農家等は事前に「地域協議会」に加入すること

- (4) 「農山村家庭での生活体験に伴う宿泊」の受入農家等は、地域協議会が行う安全と衛生の確保のための研修会を受講していること
 - (5) 「農山村家庭での生活体験に伴う宿泊」で生徒等へ提供する食事は、生徒等が自ら調理するもの、又は生徒等が受入農家等と共同で調理するものとする
 - (6) 宿泊料（宿泊に係る費用）は受け取らないこと
- (略)

(2) 民泊の受入家庭の発掘

民泊は、当然ながら受入家庭がなければ成立しません。特に、修学旅行生を受入れるということであれば、1家庭で3名を受入れるとしても、200名の受入れをするには最低70軒程度が必要です。

受入家庭は、会ったこともない他人を自宅に招いて生活を共にすることになります。特に修学旅行生となれば、様々な面で責任も伴いますので、特にていねいな説明が求められます。

県では、事業を始めるにあたって、秩父地域に協力的な受入家庭を数軒程度把握しておりました。

そして、更にこれらを広めるため、県や市町村の広報紙、HPをはじめ、地域振興センターや市町村の協力を得て、あらゆる方法で受入家庭を募集しました。しかし、残念ながら、どの方法も受入家庭の応募という具体的な成果には結び付きませんでした。

結果的には、①事務局（後述する秩父地域おもてなし観光公社）が、少しでも事業に興味がありそうな方や、こうした方の紹介を受けた方のお宅を1軒ずつ訪ねて説明して回る②事業に前向きなキーマンによる紹介、③県による関係自治体の首長に対する営業回り、という方法が最も成果が上がりました。

特に、広い秩父地域を1軒1軒訪ね歩いた事務局には非常に大きな負担がかかりましたが、地道で粘り強い対応のお陰で、少しずつ受入家庭を発掘していくことができました。

当事業に協力していただける方は、以下のような

方です。①退職して秩父地域に移り住んだ方、もともと秩父地域にお住まいで子育てなどが終わり、地域に貢献したいと考えている方②元教職員や子どもと触れ合う仕事をしてきた（る）方③個人的にホームステイなどの受入れ経験がある方などです。個人的な感想ですが、どなたも地域に愛着を持ち、誰かにそれを伝えたいとか、地域のために役に立ちたいと考えていることが共通点のように思います。

いくつかの受入家庭の発掘に同行させていただきましたが、「そのような事業は聞いたことがない」という意見をいただくことがほとんどで、我々の事業を地域住民にどのように知らしめるかという課題に直面する場でもありました。

(3) 受入家庭に対する研修

民泊は、ただ生徒を宿泊させればよいというものではありません。教育的見地に立ち、どのように地域の特徴を生かして、1日なり2日を過ごしてもらうことで交流を深めるかという考え方が必要です。

数回の受入れを行った今日では、あらかじめ各受入家庭が体験プログラムを用意するなどの対応をしていますが、初めての学校を受入れる前は、「何をしたらいいかわからない」「準備する費用はだれが負担するのか」「どんな子が来るのか知りたい」など、不安の声が多数ありました。

また、一般家庭での共同調理ですので、感染症対策や衛生管理、災害対策やセクハラ、喫煙や飲酒の取扱いなどについてもあらかじめ対応しなければなりません。

これらについては、全国各地で民泊の導入を指導している講師に何度も足を運んでいただき、事業の趣旨やノウハウを講義していただきました。また、地元の消防署や保健所に協力を要請し、定期的に講師を招いた研修を実施することで、知識を増やしていきました。

(4) 旅行会社と民泊家庭群を結ぶコーディネーター組織

前述の6(1)で述べたとおり、地域協議会(=事務局)を作らなければ民泊の受入れをすることはできません。また、①旅行会社からの問い合わせや現場調整②旅行会社との間での旅行代金の授受③民泊に伴う様々なプログラムの開発(民泊に付随して長瀬でラフティングをする等)④受入家庭に対する研修の実施といった具体的な業務は、県が直接できるものではありません。

そこで、県では、平成24年に1市4町(秩父市、横瀬町、皆野町、長瀬町、小鹿野町)が共同して設立した「秩父地域おもてなし観光公社(秩父への誘客事業を担う組織)」に事務局としてコーディネーター機能を担っていただくことを検討していました。

しかし、当初から民泊の導入を前提として設立された組織ではありませんでしたので、事務を担っていただくまでには多くの時間がかかりました。各市町の首長に対し複数回事業の説明に回ったほか、現場の職員に対しても、根気強く説明することもたびたびありました。

(5) 料金表や対応可能な業務の整理

① 料金設定

まず、旅行会社が民泊体験を学校側に提案する際、料金をいくらにすればいいか。これは修学旅行の誘致において非常に重要なことです。

この事業はボランティアではありませんので、各受入家庭には生活指導料を支払う必要があるほか、事務局も一定の管理費がなければ持続的な運営はできません。しかし、金額をあまり高くし過ぎては学校の全体予算を押し上げてしまい、他の地域に流れるなど、結果的に誘致できない可能性もあります。

料金設定は、当事業を委託していた旅行会社による周辺地域の料金調査をした上決定しました。もちろんその後も状況に応じて料金表を改定し、より実情に沿った金額を設定しています。

② 対応可能な業務(ルール)の設定

民泊の受入れは、学校側の多様な要望に応えなければなりません。例えば、入村式(学校が到着した際に行うセレモニー)で秩父屋台囃子を披露してほしい、現場を見回りたいので車を用意してほしい、見回りは全ての受入家庭に行きたい、事前に各受入家庭からメッセージをもらいたい。これらにすべて応えていたのではきりがありません。

もともと、受入れる側は旅行会社や学校に対しては立場が非常に弱いものです。どこかで折り合いを着けなければ、安定的なサービスを提供することはできません。そこで、事務局はこうした体験プログラムを提供している他の地域を調査するとともに、複数の学校の受入れを経験しながら秩父地域ならではのルールを作りました。

(6) PR媒体の作成や旅行会社に対するPR

修学旅行は、概ね1年~2年前に、学校が行う企画提案競技に対し、旅行会社が優れた企画を提案することにより決定されます。したがって、県が民泊を活用した教育旅行をPRする相手は学校ではなく旅行会社(各地域の教育旅行支店など)です。旅行会社も自信を持って学校に提案するためには、料金だけでなく、受入れ側の安全対策や体験内容がどうなっているか、学校の修学旅行の目的に合致しているかなどを気にしていますので、これらを少しずつクリアしていく必要がありました。

これについては、大手旅行会社各社の教育旅行の営業担当者を招いたモニターツアーを複数回実施し、現場を案内すると共に、旅行会社ならではの専門的な見地から様々な点を指導していただきました。

また、こうした指導をもとに、各旅行会社が社内でも汎用的に使える企画書を作成し、営業担当者が誰であっても秩父地域の民泊を学校に提案できるようにしました。

受入れを開始してからは、その様子を撮影した映像集やパンフレットを作成することで、より具体的にPRできるようにしました。

教育旅行とはいえ、他の地域との間では、ある意味で競合関係にありますので、県としても継続的なPRが必要であると考えています。



写真1 旅行会社を招いたモニターツアーの様子

旅行会社に対するモニターツアーに参加した方のアンケート結果（参考）

- ・秩父地域がああ「旅立ちの日に」発祥の地であったことに驚いた。
- ・学校は安全対策に非常に敏感なので、緊急連絡体制を明確にしてほしい。
- ・受入家庭によってどのようなプログラムを提供できるのか具体的にリスト化したほうがよい。
- ・先生や看護師などが宿泊する施設は教育旅行用の料金設定をしてほしい。
- ・見回り用の車は何台、何時間用意できるかを明確にしたほうがよい。



写真2 旅行会社が学校に提案できるように作成した汎用企画書



写真3 旅行会社にPRするためのツール

7 埼玉県に修学旅行生が来る

平成25年秋頃、当事業を委託している大手旅行会社から「秩父での民泊を含む修学旅行の実施業務について、平成26年夏に東京都内の中学校約180名が2泊3日で秩父を訪れることになった」という連絡が入りました。

当時の民泊受入家庭はやっと30軒に届くかどうかといった程度でした。導入時は他の先進地域と同様、学校の決定が先になる場合が多いということは聞いておりましたが、その時点では受入家庭が実際に集まるかどうかは見通しが立たないままでした。しかし、秩父地域おもてなし観光公社が1年間で受入家庭を発掘するという前向きな姿勢を示したため、この修学旅行を受入れることとなりました。

現場からは、「いきなり2泊か」「なぜこんなに人数が多いのか」「もっと小さい学校から始めればよい」といった不安の声がほとんどで、こうした対応に追われることになりました。しかし、残念ながらまったく実績のない秩父地域が相手を選べる立場にはないのも事実でしたので、丁寧に説明をすることで納得をしていただきました。多くの旅行会社に対し、秩父地域の民泊を学校に提案していただくよう要請しましたが、受入れた実績のない地域ですので、ある意味では信頼がなく、提案する側も不安であったと思います。しかし、埼玉県という自治体が直接推進をしていたことや、秩父地域の前向きな対応に信頼を寄せていただき、無事に訪問が決定したもの

と理解しています。

また、その後の秩父地域おもてなし観光公社や県の地道な努力が奏功し、何とか受入家庭を発掘でき、受入れ体制を整備するに至りました。

初めての受入れに同行させていただきましたが、大型バスが6台も連なって東京から秩父地域に中学生約180名ものお客様がやってくるのを見て、県の取組の成果を実感し、今後の可能性について期待が高まりました。

そして、入村式での生徒たちの不安と期待が入り混じった様子や、離村式(=お別れのセレモニー)で、別れ際に名残惜しくて泣いてしまう様子、受入家庭の満足そうな顔を拝見し、事業の目的が少しだけ達成できたように感じました。



写真4 入村式で対面する受入れ家庭と生徒たち



写真5 離村式で別れを惜しむ受入家庭と生徒たち

体験内容も各家庭の特色があり、そしてどの体験も秩父地域ならではの体験であり、普段都会で過ご

す生徒たちにとっては、とても新鮮な体験であっただろうと感じています。



写真6 農業体験(左)、食事づくり体験の様子(右)



写真7 礼所での座禅体験の様子

もちろん解決すべき様々な問題も発生しました。

例えば、学生が到着した際の入村式の会場は、当初は秩父市内の歴史文化伝承館1カ所にしていたが、秩父の大滝から長瀬町までを含む広い秩父地域で、受入家庭のほぼ全員を1カ所に集めることで、非常に時間的なロスと安全面のリスクがあること、大型バスが道路渋滞で遅れ、各家庭での体験プログラムが時間通りに進まなかった問題が起きました。

こうした問題は、たとえば道の駅などの活用により分散して入村式を実施したり、バスの到着予定時間を逐一現場に報告するというような対応で少しずつ解決されました。

一方、最初の受入れについて、大きくマスコミに取り上げていただいたことや、初めての受入れを大きな問題もなくできたことで、地域も大きな自信を

持ったように感じました。

その後も京都から高校生約200名、平成27年度も、すでに5校約1,100名を受入れるなど順調に推移しており、少しずつ秩父地域ならではのスタイルを築いています。

そして、受入れ後、受入家庭と生徒の間で再会を約束し、実際に学生が秩父地域を再訪したという話も聞いています。また、徐々に地域内で口コミが広がった結果、平成28年2月末現在、受入家庭数は約200軒にまで達しています。

参考に下記のとおり受入家庭や生徒の感想を取り上げます。

(1) 受入家庭の感想

- 受入れる前は不安であったが、実際に来てみるとこちらが楽しんでた。
- 普段の生活を教えているのに、ちょっとしたことで感動をしてもらえてうれしかった。
- 秩父の「みそポテト（小昼飯）」が大好評
- 雨天時の対応を考えておかなければならない。
- 最初は少しもしゃべらない子だったが、帰るころにはすっかり仲良くなり、また来てくれることになった。
- 女子の場合はお風呂の時間や起床時間をよく注意喚起しておくべきだった。
- 普段食べられない野菜も、自分で収穫したものは美味しいと言って食べてくれた。

(2) 生徒の感想

- 受入家庭の方がとても優しく、心から帰りたくなかった。
- 採れたての野菜を初めて食べた。

8 今後の展開

平成24年度から事業を開始し、平成28年2月末時点で、7校約1,250名を受入れ、同時点で、今後、9校約1,700名の受入れを予定しています。

	H26	H27	H28	H29	
学校	学校数(校)	2	5	6(6)	3(3)
	学校数(累計)	2	7	13(6)	16(9)
生徒	生徒数(名)	380	1,070	1,177(1,177)	562(562)
	生徒数(累計)	380	1,250	2,427(1,177)	2,989(1,679)

()内は今後の受入れ予定数

図3 これまでの受入れ実績及び今後の受入れ予定

ところで、私は題名を「国内外から」とさせていただきました。これは、民泊が海外からの教育旅行を誘致するためのコンテンツとしても有効であるという調査をもとに、当課国際観光担当と協力をして推進しているからです。

特に台湾からの教育旅行に民泊(=ホームステイ)のニーズが高いということで、平成27年8月、台湾からの留学生を対象としたモニターツアーを実施し、約20名の方に民泊体験を含むコースを体験していただきました。

参加者からは非常に好評をいただき、その後、複数の台湾の学校から来訪の相談を受けているところです。

現在、海外からの教育旅行について民泊の受入れを本格的に実施しているのは、国内と同様、群馬県みなかみ町ですが、アクセスの良さでは本県が優位です。今後は来訪者の流れを変えられるかもしれません。

今後は、民泊を活用し、国内だけではなく海外からの教育旅行の受入れも視野に入れ、更に埼玉県に多くの学生が教育旅行で来ていただけるよう事業を進めていく予定です。



写真8 モニターツアーでは秩父銘山の羽織体験を実施

9 おわりに

この事業は、予算規模が大きいとは言えませんが、非常に多くの関係者を巻き込む一大プロジェクトです。もちろん、ここには書ききれない困難な課題もありましたが、①民間企業によるマーケティング調査がなされていること②直接的な経済効果があること③来る人も受入れる人も、喜びや感動を得られることといった点では比較的理解を得られやすいものでした。

特に、設備投資があまりかからない「ありのままの自然や生活」を資源としていますから、協力さえ得られれば比較的導入しやすいという点も大きいと考えられます。

受入家庭を発掘するため、一般のご家庭に御説明

に伺っても、こうした点は理解を得られやすかったと感じています。

そして、実際の受入れに同行すると、人と人が交流し、互いに別れを惜しみながら再会を約束する現場を見ることができ、この事業が地域にとって非常に前向きな効果をもたらしているように感じます。事務局である秩父地域おもてなし観光公社の方々には、引き続きこの取組で誘客を図っていただきたいと願っております。

なお、秩父地域では、現在も受入家庭を募集しておりますので、秩父地域にお住いの方で興味をお持ちの方や、そのような方を御存じの方がいらっしゃいましたら、ぜひ秩父地域おもてなし観光公社(0494-26-6260)あて御連絡をいただきますようよろしくお願いいたします。

脚注

- 1 おもてなし日本一の埼玉県観光づくり基本計画（平成24～28年度） 埼玉県
- 2 教育旅行年報データブック2014（公財）日本修学旅行協会
- 3 日本の統計2015 総務省統計局
- 4 訪日教育旅行受入促進検討会報告書 国土交通省観光庁・文部科学省
- 5 日本旅行業協会ホームページ www.jata-net.or.jp/membership/info-japan/research/03_1st.html
- 6 教育旅行年報データブック2014（公財）日本修学旅行協会
- 7 学習指導要領（中学校） 文部科学省