平成31年度教育旅行推進強化事業
「キャリア教育受入体制整備」に係る調査委託業務
報告書

令和２年１月

沖　縄　県

一般財団法人 沖縄観光コンベンションビューロー

目 次

第1章 調査概要 …… 5
1 背景と目的 …… 5
2 調査フロー …… 6
3 調査方法 …… 7
第2章 学校側の具体的なニーズ調査 …… 8
1 キャリア教育の現状調査 …… 8
（1）キャリア教育が必要とされる背景 …… 8
（2）キャリア教育の定義 …… 11
（3）教育旅行とキャリア教育 …… 12
2 教育旅行の実態調査 …… 15
（1）在学者数の推移 …… 15
（2）教育旅行市場の動向調査 …… 17
（3）教育旅行の傾向ヒアリング調査 …… 26
3 学校ニーズ調査（ヒアリング調査） …… 30
（1）調査概要 …… 30
（2）調査結果 …… 31
第3章 県内外の先進事例調査 …… 34
1 県外事例調査 …… 34
（1）調査概要 …… 34
（2）調査結果 …… 35
2 県内事例調査 …… 36
（1）調査概要 …… 36
（2）調査結果 …… 37
第4章 県内の受入体制の実態把握調査 …… 40
1 教育旅行、キャリア教育実態調査（アンケート） …… 40
（1）調査概要 …… 40
（2）回答企業の属性 …… 41
（3）受入状況と内容 …… 43
（4）受入意向と条件 …… 46
（5）参画企業等の開拓についての考察 …… 48
2 教育旅行、キャリア教育の実施意向調査（ヒアリング調査） …… 54
（1）調査対象 …… 54
（2）調査結果 …… 55

第5章 受入体制構築に向けた課題抽出及び対応策 57
１ 課題の抽出 57
（1）発地側からみた課題 57
（2）着地側からみた課題 58
２ 対応策の提案 60
（1）発地側からみた課題に対応した提案 60
（2）着地側からみた課題に対応した提案 61
３ リーディングプロジェクト 62
（1）参加意向を表明してくれた企業等を集めての勉強会 62
（2）既存の観光ルートについてキャリア教育の要素を反映した改善 63
（3）学びを深める学校間交流の実現に向けた沖縄側の学校の受け皿開拓 64
（4）SDGs を学びたい学校向けプログラム造成に向けた調査 65
第6章 資料編 66
１ アンケート票 66
２ 単純集計結果 70

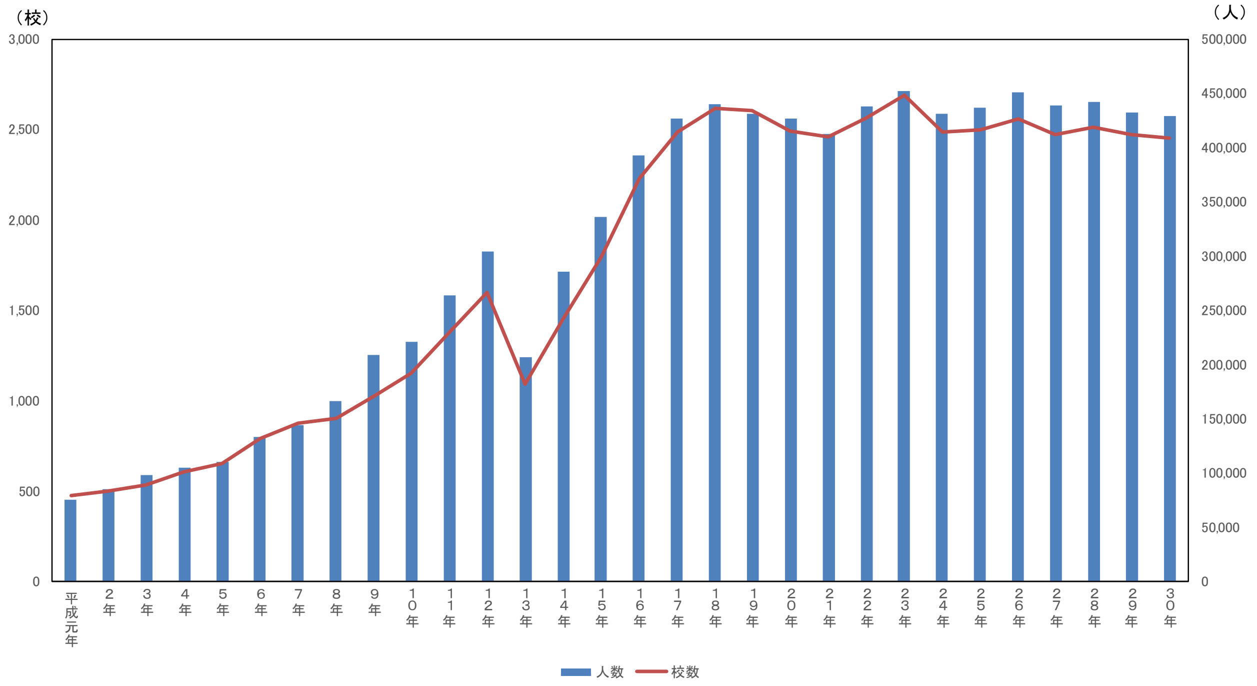
第１章　調査概要

１　背景と目的

沖縄県における教育旅行の入込数は、平成 30 年は 2,455 校、429,224 人となっている。過去の推移をみると、平成 17 年に 40 万人を突破して以降、平成 23 年の東日本大震災による旅行先の振替の影響で過去最高となったが、平成 24 年以降はほぼ横ばい（2,500 校前後、40～45 万人）で推移している。

本調査は、近年の教育旅行に対する市場の潜在ニーズとして、新学習指導要領の中で明確に位置づけられた「キャリア教育」に着目し、教育旅行を通じたキャリア教育の可能性について検討する。具体的には、教育旅行におけるキャリア教育に関する学校側の具体的なニーズや県内外の先進事例、県内事業者の受入体制の現状及び受入体制構築に向けた課題等の調査分析を行う。その調査結果から、沖縄教育旅行におけるキャリア教育プログラムの充実を図る手法等を県内事業者に提示することにより、受入体制の整備と教育旅行誘致を促進することを目的とする。

図表1　沖縄県を訪れる教育旅行の校数の推移



出典：沖縄県観光政策課　修学旅行入込状況調査（令和元年９月）

2　調査フロー

調査は、学校側の具体的なニーズを把握するため、まずキャリア教育の現状など概況を整理した上で、教育旅行の実態や学校のニーズ調査を行う。また県内外でキャリア教育旅行に取り組んでいる事例調査からどのような価値提供を行っているか考察する。さらに県内企業等が教育旅行やキャリア教育の受入に際してどのように取り組んでおり、どのような課題意識をもっているかなどを把握し、施策に反映する。

これらの調査結果を踏まえ、今後の可能性を見出しながら、需要とのミスマッチを明らかにするとともに、沖縄らしいコンテンツの掘り起こしと体制づくりなどについて提案する。

図表2　調査フロー

学校側の具体的なニーズ調査

①キャリア教育の現状調査
②教育旅行の実態調査
③学校ニーズ調査

↓

県内外の先進事例調査

①県外事例調査
②県内事例調査

↓

県内の受入体制の実態把握調査

①教育旅行、キャリア教育実態調査
②教育旅行、キャリア教育の実施意向調査

↓

受入体制構築に向けた課題抽出及び対応策の提示

↓

調査業務報告書の作成

３　調査方法

各調査内容と調査方法は以下のとおりである。

<table>
<tr><th colspan="4">（１）学校側の具体的なニーズ調査</th></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="2">①キャリア教育の現状調査</td><td>内容</td><td>キャリア教育の位置づけ、必要性、社会動向などを整理</td></tr>
<tr><td>方法</td><td>公開情報の収集整理</td></tr>
<tr><td rowspan="4">②教育旅行の実態調査</td><td rowspan="2">ア．教育旅行市場の動向調査</td><td>内容</td><td>定量的に全国の状況や沖縄県の状況を分析</td></tr>
<tr><td>方法</td><td>既往統計データの収集・分析</td></tr>
<tr><td rowspan="2">イ．教育旅行の傾向ヒアリング調査</td><td>内容</td><td>ニーズ、費用等を把握</td></tr>
<tr><td>方法</td><td>公開情報の収集整理と旅行代理店を含む関係機関等へのヒアリング調査</td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="2">③学校ニーズ調査</td><td>内容</td><td>教育旅行ニーズ、沖縄の評価、キャリア教育（教育旅行として）への関心等</td></tr>
<tr><td>方法</td><td>訪問ヒアリング調査</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="3">（２）県内外の先進事例調査</th></tr>
<tr><td rowspan="2">①県外事例調査</td><td>内容</td><td>取組内容、 参加者の状況、課題及び展望等</td></tr>
<tr><td>方法</td><td>ヒアリング調査</td></tr>
<tr><td rowspan="2">②県内事例調査</td><td>内容</td><td>取組内容、 参加者の状況、課題及び展望等</td></tr>
<tr><td>方法</td><td>ヒアリング調査</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th colspan="3">（３）県内の受入体制の実態把握調査</th></tr>
<tr><td rowspan="2">①教育旅行、キャリア教育実態調査</td><td>内容</td><td>教育旅行・キャリア教育の実施状況、関心度、今後の対応可能性等</td></tr>
<tr><td>方法</td><td>アンケート</td></tr>
<tr><td rowspan="2">②教育旅行、キャリア教育の実施意向調査</td><td>内容</td><td>教育旅行・キャリア教育の実施内容、利用者の状況、今後の対応意向、課題等</td></tr>
<tr><td>方法</td><td>アンケート回答企業等から抽出しヒアリング調査</td></tr>
</table>

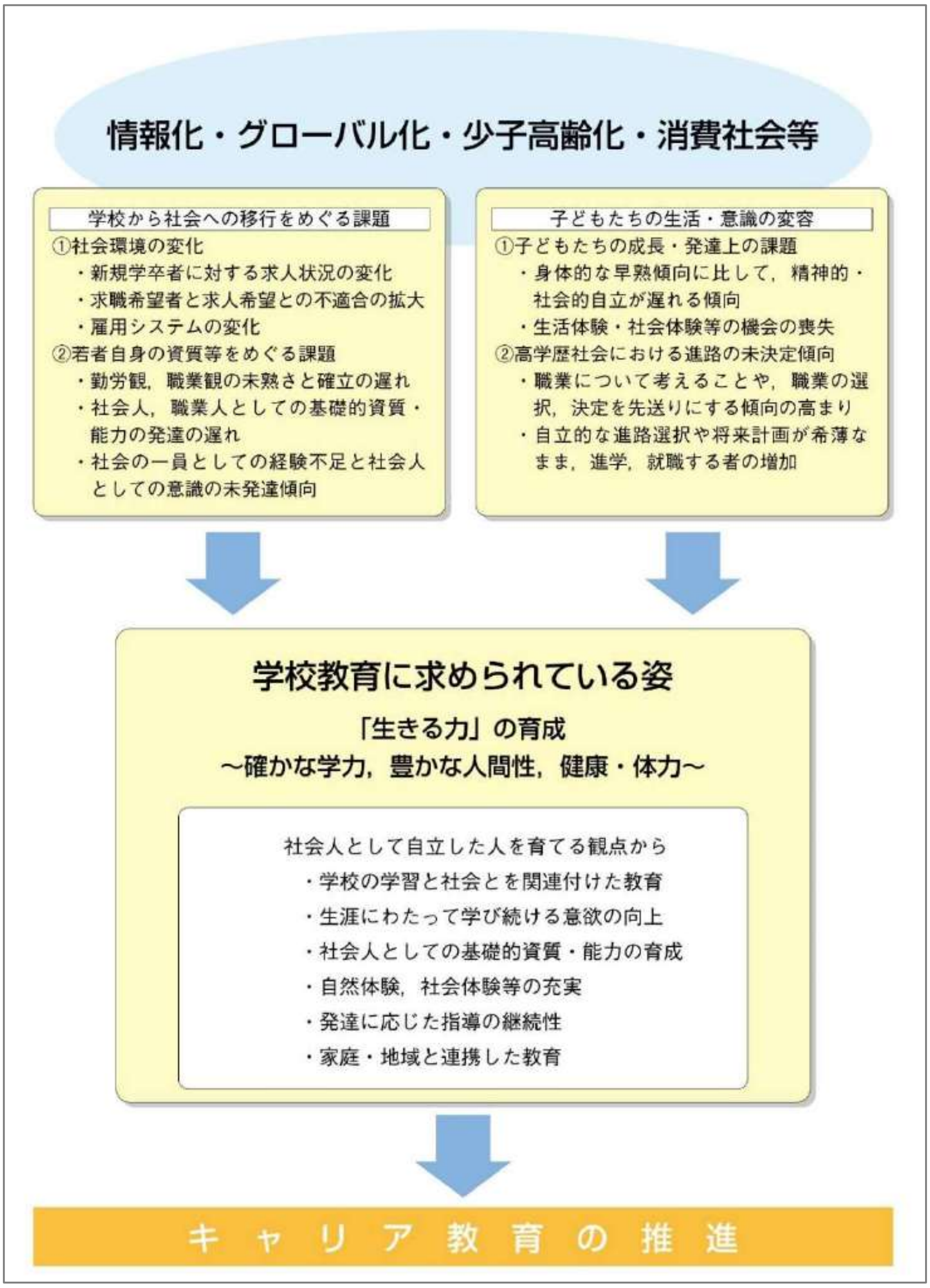
第２章　学校側の具体的なニーズ調査

１　キャリア教育の現状調査

(1)キャリア教育が必要とされる背景

学校教育におけるキャリア教育は、20 世紀後半におきた地球規模の情報技術革新に起因する社会経済・産業的環境の国際化、グローバリゼーション等が大きな要因となっている。学校教育にキャリア教育が要請される背景を、文部科学省では「学校から社会への移行をめぐる課題」「子どもたちの生活・意識の変容」に分類し、次の図のように表している。

図表3　キャリア教育が必要となった背景と課題



出典：文部科学省「小学校キャリア教育の手引き　＜改訂版＞（2011 年 5 月)」より抜粋

前ページで挙げた要因に加えて、近年では生産人口の減少がより顕著となり、IoT、ビッグデータ、人工知能（AI）などの技術革新の急速な発展に伴う Society5.0[1]と呼ばれる社会の到来など、産業や経済、社会の変化を予測することがますます困難になっており、経済産業省・厚生労働省・文部科学省が共同で発行する 2019 年版ものづくり白書においても下記のように言及されている。

> Society5.0 においては、新たな社会を牽引する人材として、技術革新や価値創造の源となる知を発見・創造する人材、技術革新と社会課題をつなげ、プラットフォームを創造する人材、AI やデータの力を最大限活用しながら様々な分野に展開できる人材などが考えられ、こうした人材像や将来の社会の姿を踏まえ、学びの変革に向けた先導的な取組を進めていく必要がある。
>
> ＜中略＞
>
> このような認識の下、我が国のものづくり人材の育成については、ものづくりへの関心・素養を高める小学校、中学校、高等学校における理数教育やプログラミング教育などの充実、大学の工学関連学部、高等専門学校、高等学校の専門学科、専修学校などの各学校段階における職業教育などが大きな役割を担うとともに、**あらゆる学校段階を通じた体系的なキャリア教育の推進が重要である。**

このように、子どもたち自身の発達や資質の課題や、社会の変化をふまえたとき、これからの時代に「生きる力」を育むために、キャリア教育への要請は高まっていると考えられる。

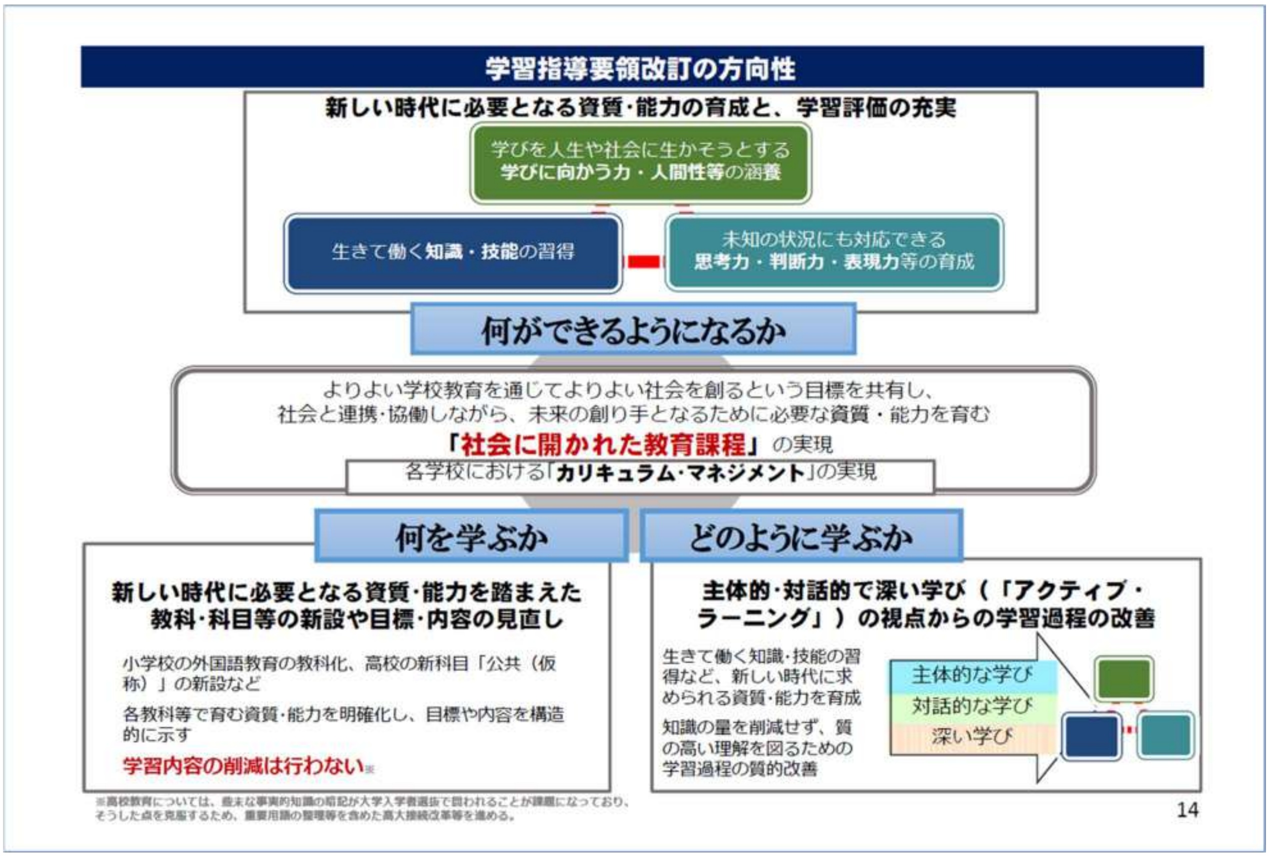
また現在、文部科学省による改訂を受け、新学習指導要領は移行期間を経たのちに小学校で令和２年度、中学校で令和３年度、高等学校で令和４年度からの全面実施が計画されている。その中で大きく謳われているのが「社会に開かれた教育課程」である。「社会に開かれた教育課程」の実現においては、学校現場のみならず、社会全体で教育を創造していくなかで、学校と社会の接点を拡大させ、学びと社会を繋げることや、探求型の学び、キャリア教育を充実していくことなどが示唆されている。

さらに、これからの学びにおいては、「知識・技能」のみならず「思考力・判断力・表現力」「学びに向かう力・人間性等」などが重視され、さらに、どのように学ぶのか、学んだことをどの場面でどのように活用するのか、という点もより一層重要となる。

---

[1] サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）。狩猟社会（Society 1.0）、農耕社会（Society 2.0）、工業社会（Society 3.0）、情報社会（Society 4.0）に続く、新たな社会を指すもので、第5期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱された。

図表4　学習指導要領改訂の方向性



出典：文部科学省「幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善及び必要な方策等について（答申）補足資料（平成 29 年)」より抜粋

(2)キャリア教育の定義

本調査は、主に学校単位で行われる教育旅行の推進を念頭に置いているため、ここで言及する「キャリア教育」は、学校教育の一環で行われるキャリア教育および、そこから派生する同目的の取り組みとし、定義としては文部科学省内に設置された中央教育審議会のものを用いる。

図表5　キャリア教育の定義

キャリア教育とは

一人一人の社会的・職業的自立に向け，必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育

（中央教育審議会「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について（答申）」（平成23年１月31日））

図表6　キャリアの意味

キャリアとは

人は，他者や社会とのかかわりの中で，職業人，家庭人，地域社会の一員等，様々な役割を 担いながら生きている。これらの役割は，生涯という時間的な流れの中で変化しつつ積み重な り，つながっていくものである。また，このような役割の中には，所属する集団や組織から与 えられたものや日常生活の中で特に意識せず習慣的に行っているものもあるが，人はこれらを 含めた様々な役割の関係や価値を自ら判断し，取捨選択や創造を重ねながら取り組んでいる。　人は，このような自分の役割を果たして活動すること，つまり「働くこと」を通して，人や 社会にかかわることになり，そのかかわり方の違いが「自分らしい生き方」となっていくもの である。　このように，人が，生涯の中で様々な役割を果たす過程で，自らの役割の価値や自分と役割 との関係を見いだしていく連なりや積み重ねが，「キャリア」の意味するところである。

（中央教育審議会「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について（答申）」（平成23年１月31日））

図表7　キャリア発達の定義

キャリア発達とは

社会の中で自分の役割を果たしながら，自分らしい生き方を実現していく過程を「キャリア発達」という。

（中央教育審議会「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について（答申）」（平成23年１月31日））

つまり、「キャリア教育」が指す内容はいわゆる就業体験や仕事の理解に限らず、必要な能力を習得することや学習態度を育てていくこと、各々の役割を果たしていくことなどを通じ、子どもたちが自分らしい生き方を模索・実現していくことを促すものであり、平和学習や歴史・文化の学習、ものづくりの体験、フィールドワークなど、教育旅行を構成する様々な要素に横断的に関連することを意識する必要がある。

（3）教育旅行とキャリア教育

新学習指導要領の中心的テーマである「社会に開かれた教育課程」は、“社会や世界の状況を幅広く視野に入れること”や、“学校教育を学校内に閉じずに、その目指すところを　社会と共有・連携しながら実現させる”ことなどを掲げており、教員と児童生徒との間で完結する授業を改め、学校外の人的・物的資源と連携していくことを想定している。

また、そのための授業改善策として提示された「主体的・対話的で深い学び（アクティブラーニング)」は、主体性・対話性・学びの深さを重視するものであり、学校内外の活動において、子どもたちによる意見交換や交流、課題解決への参画を推奨している。

このような流れを受け、教育旅行は多様な人・地域・歴史などを通して学ぶ好適な機会として再評価され、旅行中の「体験的活動」がどのように「学び」と繋がっているかが学校にとっての重要な評価基準となりつつある。

なお現在、学校行事の一貫として行われる教育旅行は下記の通達が基となっている。

昭和４３年　小学校、中学校、高等学校等の遠足・修学旅行について（通達）

遠足・修学旅行の計画と実施

4　実施中および事前事後の指導については、特に次の事項に留意してその徹底を図ること。

（1）遠足・修学旅行の実施のねらいや指導内容をできるだけ平常における各教科等の指導に関連づけること。

（2）自然保護や文化財尊重の態度を育成すること。

（3）集団の秩序を乱したり、他の人の迷惑になる行動をすることのないように指導すること。また、集団行動や共同生活の体験をとおして望ましい態度や習慣を身につけること。

（4）事後指導として、実施中における学習や行動について、児童生徒に自己評価させる機会を設け、実施の成果をじゅうぶん生かすようにすること。

教育旅行は学校外の社会人との出会いも豊富に見込める機会であることから、“平時における各教科の指導に関連づける”方針のもと、これまでもしばし、キャリア教育が主に行われる「総合的な学習の時間」と関連づけられてきた。

また、高等学校学習指導要領では教育旅行を「特別活動」の一環として次のように位置づけている。

※平成 11 年　高等学校学習指導要領（第 4 章　特別活動，２　学校行事の内容，Ｃ　学校行事）

（4）　旅行・集団宿泊的行事

平素と異なる生活環境にあって、見聞を広め、自然や文化などに親しむとともに、集団生活の在り方や公衆道徳などについての望ましい体験を積むことができるような活動を行うこと。

※平成 30 年　高等学校学習指導要領（第 5 章　特別活動各活動，第２　各活動・学校行事の目標及び内容，　学校行事，内容）

（4）旅行・集団宿泊的行事

平素と異なる生活環境にあって，見聞を広め，自然や文化などに親しむとともに，よりよい人間関係を築くなどの集団生活の在り方や公衆道徳などについての体験を積むことができるようにすること。

※平成 30 年　高等学校学習指導要領（第 5 章　特別活動各活動，第 3　指導計画の作成と内容の取扱い）

（1）特別活動の各活動及び学校行事を見通して，その中で育む資質・能力の育成に向けて，生徒の主体的・対話的で深い学びの実現を図るようにすること。その際，よりよい人間関係の形成，よりよい集団生活の構築や社会への参画及び自己実現に資するよう，生徒が集団や社会の形成者としての見方・考え方を働かせ，様々な集団活動に自主的，実践的に取り組む中で，互いのよさや個性，多様な考えを認め合い，等しく合意形成に関わり役割を担うようにすることを重視すること。

ここでは「見聞を広め，自然や文化などに親しむ」「よりよい人間関係を築くなどの集団生活の在り方や公衆道徳などについての体験を積む」といった目的を定めつつも、新学習指導要領においては「主体的・対話的で深い学び」を重視する傾向がうかがえる。

図表8　主体的・対話的で深い学び（「アクティブ・ラーニング」の視点）

出典：中央教育審議会「『幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善及び必要な方策等について（答申)』（2016 年 12 月 21 日）補足資料」より抜粋

まとめると、教育旅行とキャリア教育の関連付けはこれまでも教育旅行の現場において積み重ねられてきたが、時代とともにキャリア教育の在り方や、学校教育における特別活動の位置づけが変遷し、今後は「主体的・対話的で深い学び」を校外で実践する機会として、また新学習指導要領の柱である「社会に開かれた教育課程」に通ずる機会としての展開が期待されると考えられる。

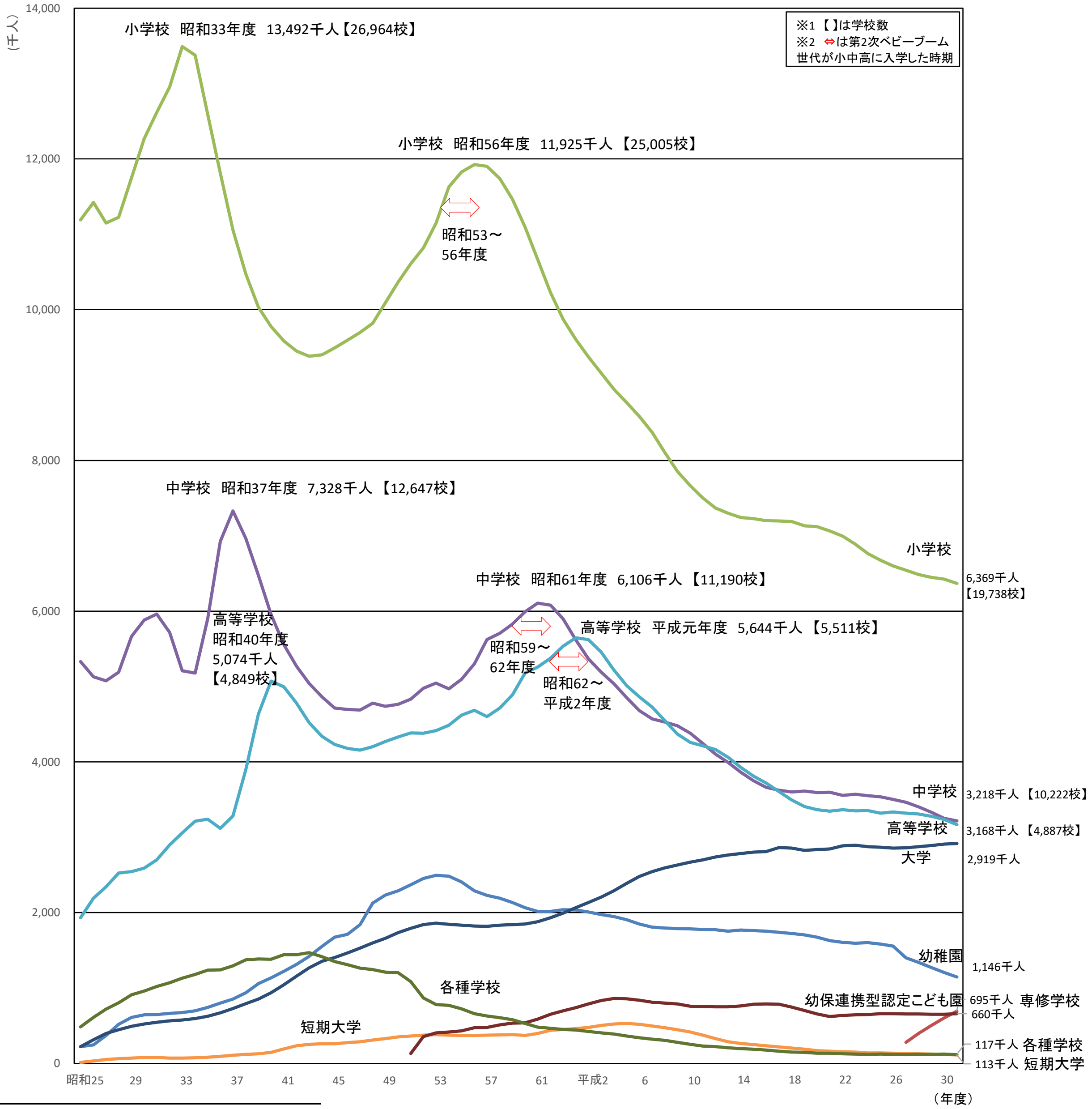
２　教育旅行の実態調査

（1）在学者数の推移

少子化の影響により、小・中学校及び高等学校の在学者数はいずれも第２次ベビーブーム[2]以降減少傾向が続いている。小学校で最も在学者が多かったのは昭和 33 年度で 13,492 千人いたが、令和元年度では 6,369 千人となっており、半数以下にまで減少している。同様に中学校では昭和 37 年度が最も多く 7,328 千人、令和元年度では 3,218 千人で、半数以下となっている。

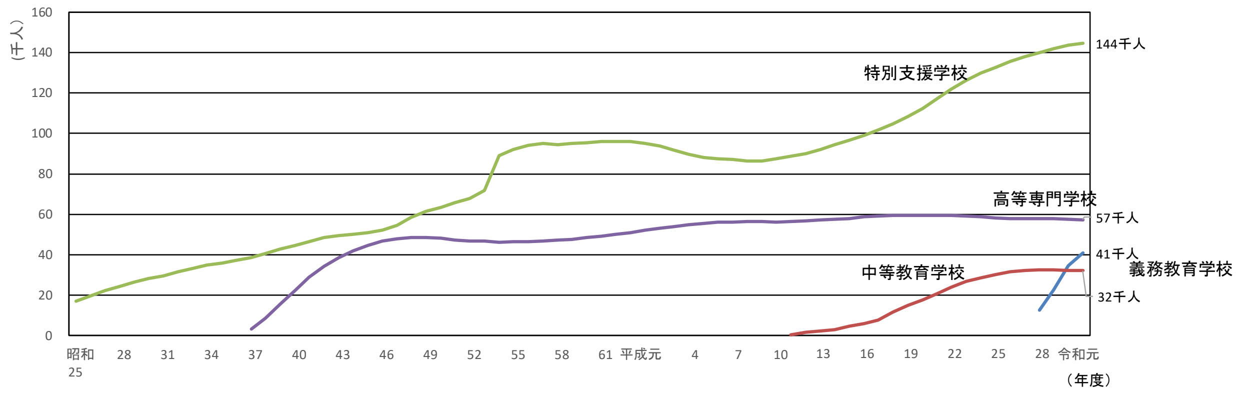
高等学校は進学率の影響により第２次ベビーブームの世代が最も多く平成元年度に 5,644 千人、令和元年度では 3,168 千人にまで減少している。一方、大学は進学率の上昇の影響もあり、増加傾向がみられ、令和元年度で 2,919 千人となっている。

図表9　在学者数の推移



2　第二次ベビーブーム世代とは昭和 46 年から昭和 49 年に生まれた世代。

図表10 在学者数の推移（つづき）



出典：学校基本統計（図表 9・10）

注 1　特別支援学校は、平成 18 年度以前は盲学校、聾学校、養護学校である。

注 2　大学には学部学生、大学院学生のほか、科目等履修生、聴講生、研究生等含む。

注 3　義務教育学校とは小学校課程から中学校課程まで義務教育を一貫して行う学校。

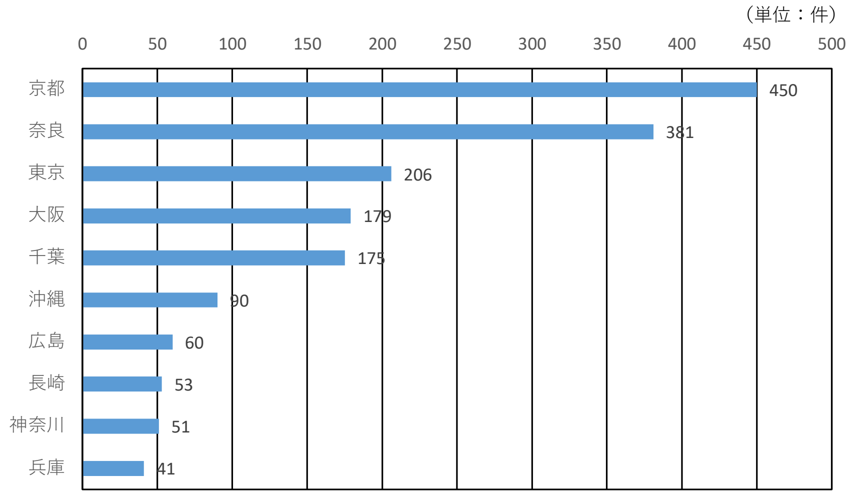
注 4　中等教育学校とは中高一貫教育を 6 年間一体的に行なう学校。

（2）教育旅行市場の動向調査

①旅行先

中学校の修学旅行先は「京都」が最も多く 450 件であった。次いで「奈良」が 381 件、「東京」が 206 件の順となっている。「沖縄」は 90 件で全体の 6 番目であった。

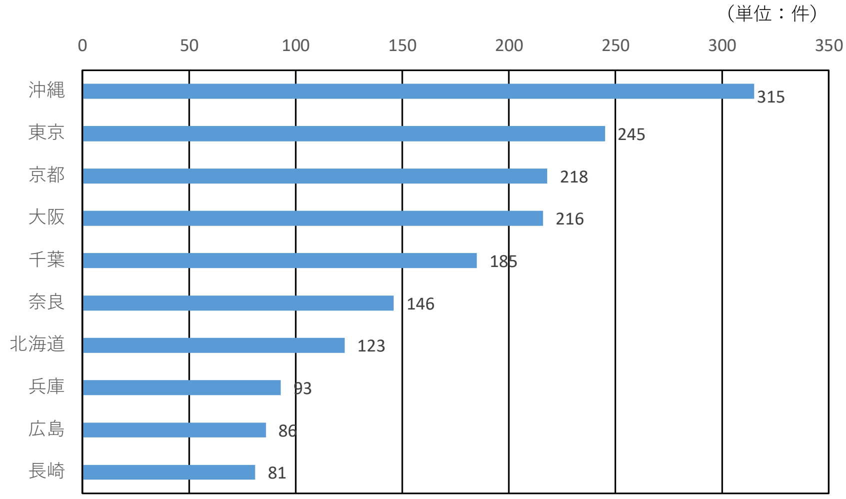
図表11　旅行先（中学校）



出典：教育旅行年報「データブック 2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

高等学校においては「沖縄」が最も多く 315 件であった。次いで「東京」が 245 件、「京都」が 218 件の順となっている。この結果から沖縄を訪れる学校の多くは高等学校と考えられる。キャリア教育プログラムは高校生を主たるターゲットに想定して立案する必要がある。

図表12　旅行先（高等学校）

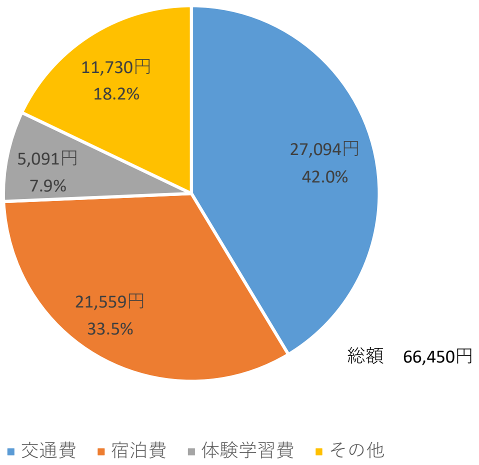


出典：教育旅行年報「データブック 2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

②旅行費用内訳

中学校の修学旅行費用内訳は「交通費」が最も多く占めており、42.0%である。次いで「宿泊費」が33.5%である。「体験学習費」は7.9%であった。

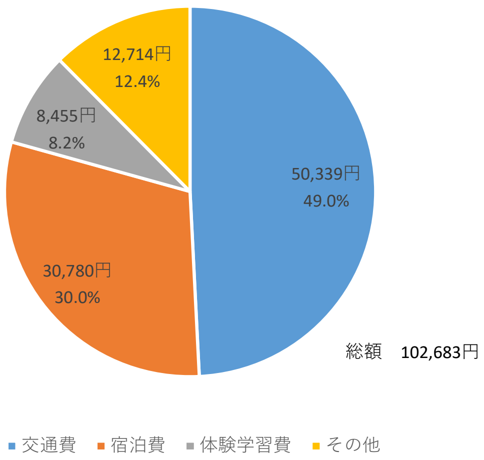
図表13　旅費費用内訳（中学校）



出典：教育旅行年報「データブック2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

高等学校の修学旅行費用内訳も「交通費」が最も多く占めており、49.0%である。次いで「宿泊費」が30.0%である。「体験学習費」は8.2%であった。また総額平均は102,683円で中学校のおよそ1.5倍にのぼる。

図表14　旅費費用内訳（高等学校）

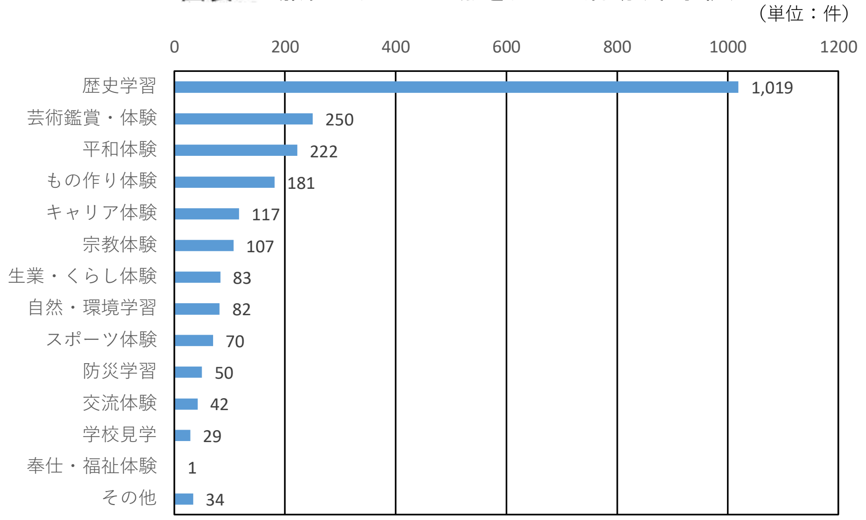


出典：教育旅行年報「データブック2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

③旅行において重点をおいた活動

中学校の修学旅行において重点をおいた活動は、「歴史学習」が 1,019 件で最も多く、次いで「芸術鑑賞・体験」が 250 件、「平和体験」が 222 件の順となっている。「キャリア体験」は 117 件で全体の 5 番目であった。

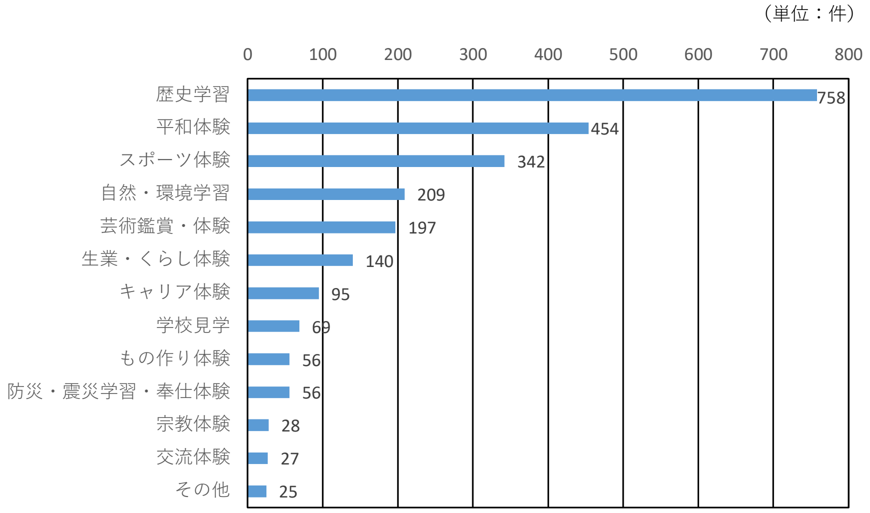
図表15　旅行において重点をおいた活動（中学校）



出典：教育旅行年報「データブック 2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

高等学校においても「歴史学習」が 758 件で最も多いが、次いで「平和体験」が 454 件、「スポーツ体験」が 342 件の順となっており中学校とは傾向が異なる。「平和体験」や「スポーツ体験」が多いのは、旅行先で沖縄が最も多いことによるものと考えられる。また「キャリア体験」は 95 件で順位は 7 番目、中学校より低いものの、「生業・くらし体験」は 140 件で広い意味ではキャリア教育に取り組まれている

図表16　旅行において重点をおいた活動（高等学校）

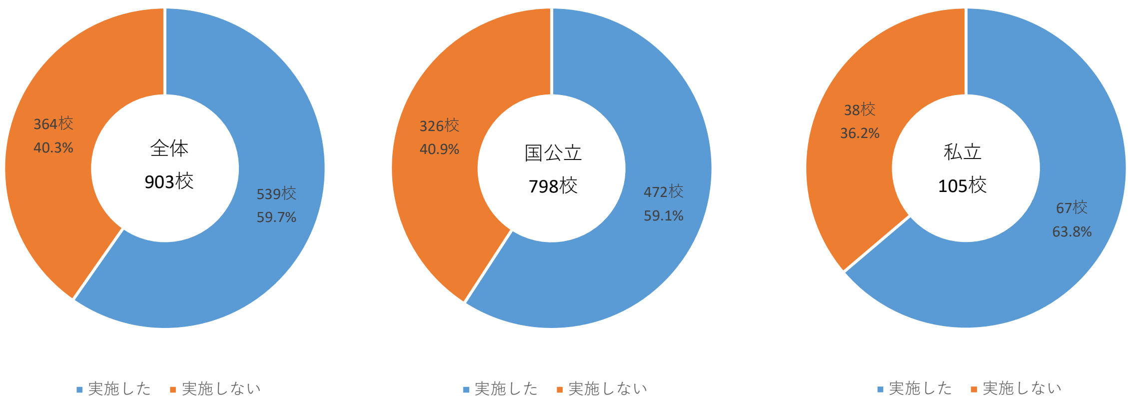


出典：教育旅行年報「データブック 2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

④体験学習の実施状況

中学校の修学旅行で体験学習の実施率は「全体」では 59.7%であった。「国公立」では 59.1%、「私立」では 63.8%と「私立」の比率が高くなっている。

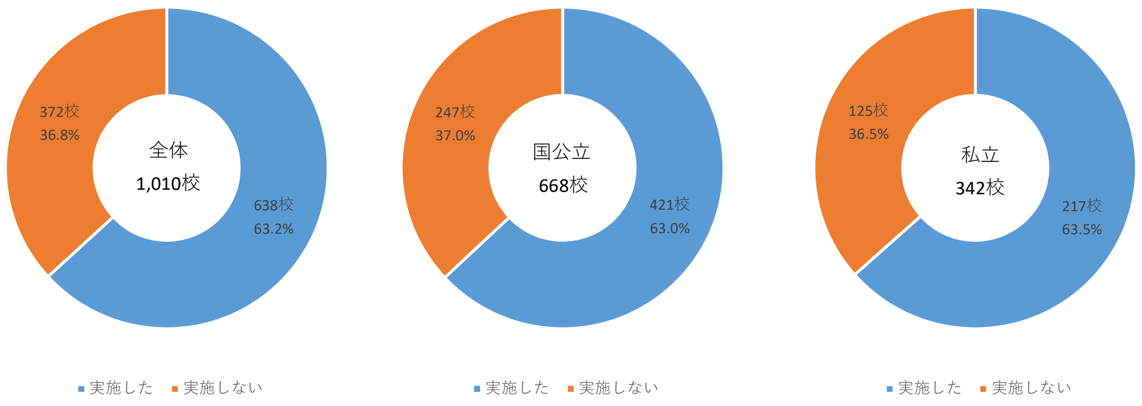
図表17 体験学習の実施状況（中学校）



出典：教育旅行年報「データブック 2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

高等学校においては「全体」では 63.2%である。「国公立」では 63.0%、「私立」では 63.5%と「私立」の比率が高くなっている。中学校と高等学校を比較すると、「私立」の場合は中学校と高等学校で実施率にあまり違いがみられないが、「国公立」の場合は高等学校において約 4 ポイント実施率が高まっている。

図表18 体験学習の実施状況（高等学校）



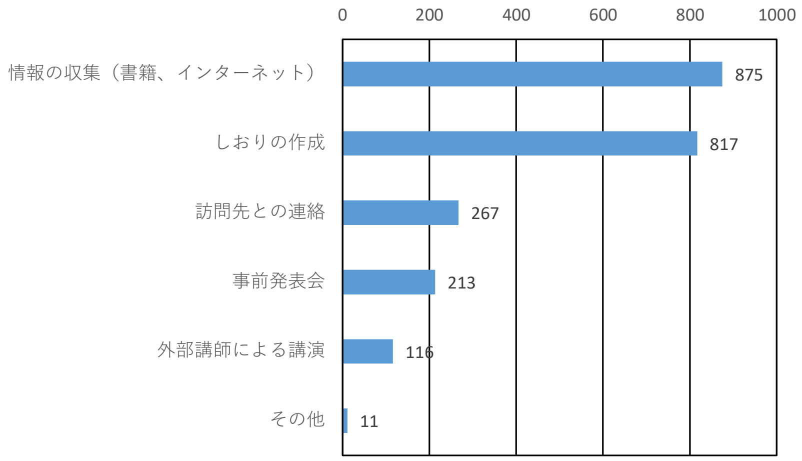
出典：教育旅行年報「データブック 2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

⑤事前・事後学習の取組

中学校の修学旅行で事前学習では「情報の収集」が 875 件、「しおりの作成」が 817 件で、8 割以上の学校が取り組んでおり、特に高くなっている。他には「訪問先との連絡」は 267 件、「事前発表会」が 213 件の順となっている。

図表19　事前学習の取組（中学校）

（単位：件）



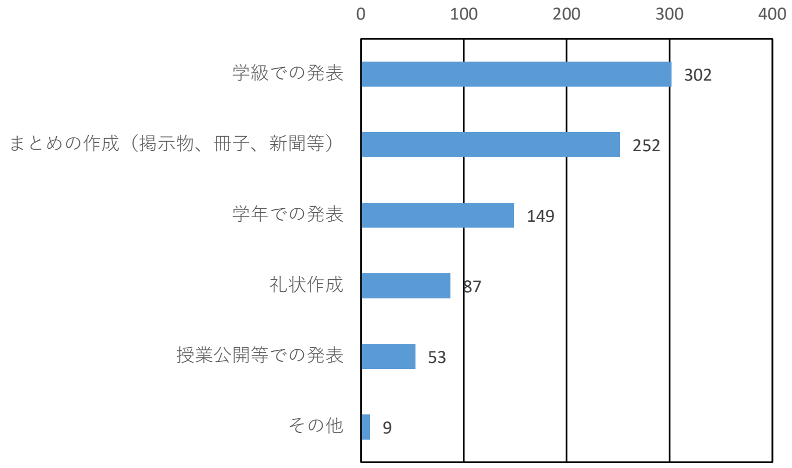
（国内修学旅行実施校 963 校）

出典：教育旅行年報「データブック 2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

同様に事後学習では「学級での発表」が 302 件で最も多く、次いで「まとめの作成」が 252 件、「学年での発表」が 149 件、「礼状作成」が 87 件の順となっている。

図表20　事後学習の取組（中学校）

（単位：件）

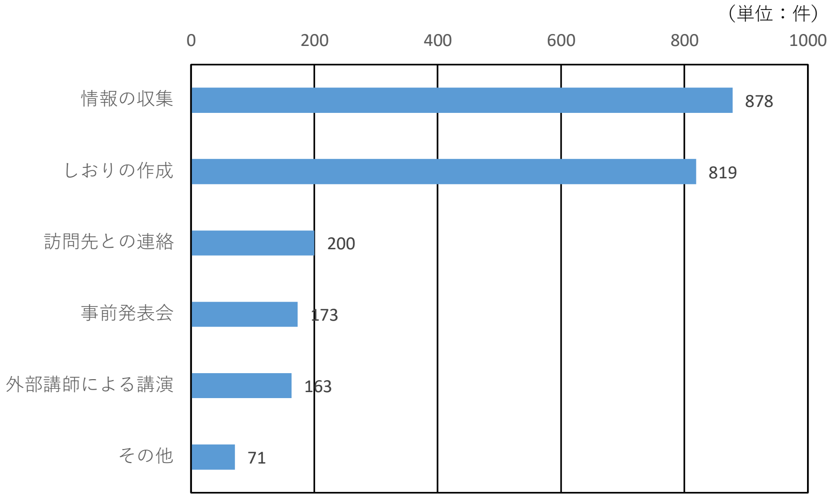


（国内修学旅行実施校 963 校）

出典：教育旅行年報「データブック 2019」（公益財団法人日本修学旅行協会）

高等学校においては「情報の収集」が 878 件、次いで、「しおりの作成」が 819 件で特に高く、中学校と共通している。

図表21　事前学習の取組(高等学校)

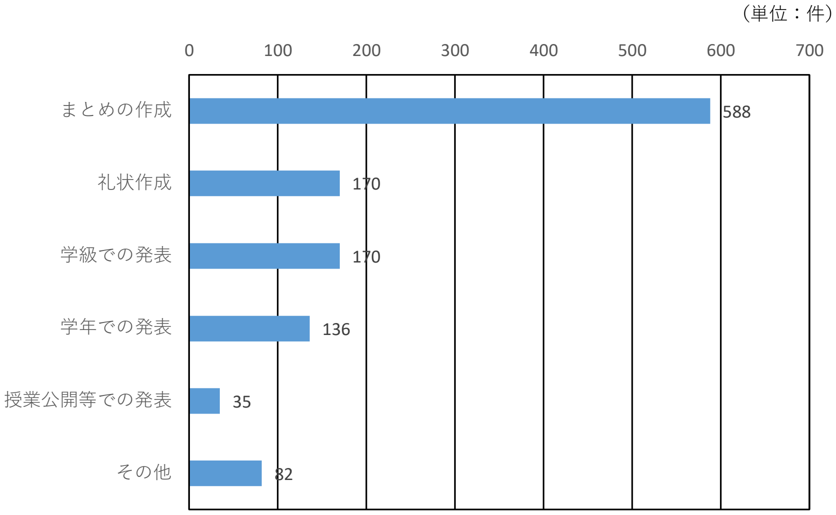


(国内修学旅行実施校 963 校)

出典：教育旅行年報「データブック 2019」(公益財団法人日本修学旅行協会)

事後学習では「まとめの作成」が 588 件で最も多く、中学校において多く見られた学級での発表を上回る。次いで「礼状作成」と「学級での発表」がともに 170 件となっている。

図表22　事後学習の取組(高等学校)



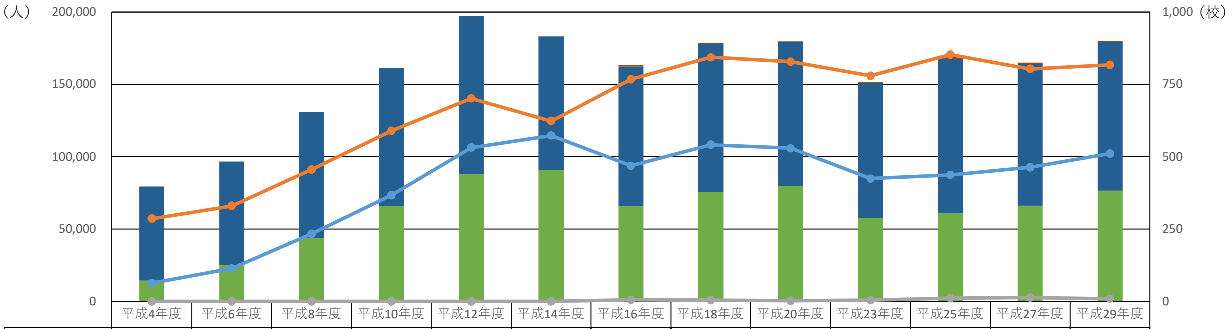
(国内修学旅行実施校 963 校)

出典：教育旅行年報「データブック 2019」(公益財団法人日本修学旅行協会)

⑥高校生の外国への修学旅行の動向

修学旅行で外国を訪れた高校生は平成 29 年度で 179,910 人（平成 27 年度比 14,981 人増)、実施校は延べ 1,337 校であった。近年は生徒数・実施校ともに横ばいながら、日本全体で少子化が進行している中においては、外国志向の学校の割合は増加傾向と考えることができる。

図表23 実施学校数･生徒数の推移



	平成4年度	平成6年度	平成8年度	平成10年度	平成12年度	平成14年度	平成16年度	平成18年度	平成20年度	平成23年度	平成25年度	平成27年度	平成29年度
国立生徒数	0	0	0	0	0	0	866	573	360	576	1,325	1,076	914
私立生徒数	64,987	71,421	87,052	95,584	109,203	92,119	96,583	102,167	100,014	93,142	106,500	97,854	102,538
公立生徒数	14,345	25,251	43,617	65,854	87,768	90,867	65,716	75,583	79,559	57,701	60,843	65,999	76,458
公立学校数	63	114	233	367	531	573	468	541	529	424	437	463	511
私立学校数	286	330	455	589	701	623	767	843	828	779	852	803	817
国立学校数	0	0	0	0	0	0	5	4	2	4	11	13	9

出典：文部科学省「平成 29 年度　高等学校等における国際交流等の状況について」（令和元年 8 月 27 日報道発表）

旅行先の国・地域は平成 29 年度で 34 か国・地域にわたり、その中でも台湾が最も多く 332 校・53,603 人、次いでアメリカが 208 校・28,335 人、シンガポールが 192 校・27,015 人の順となっている。

図表24 旅行先の国･地域（平成 29 年度）

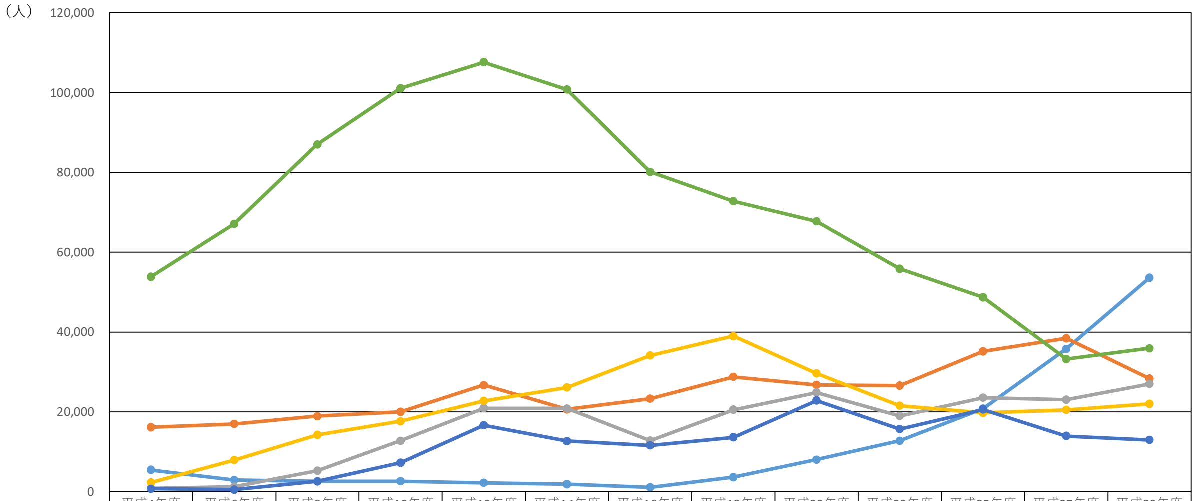
	学校数（実数）	旅行先 国・地域	台湾	アメリカ	シンガポール	オーストラリア	マレーシア	その他	計（延べ数）
公立	415校	21か国・地域	39,134人 (215校)	6,137人 (53校)	12,344人 (89校)	3,202人 (30校)	7,811人 (59校)	7,829人 (65校)	76,457人 (511校)
私立	528校	33か国・地域	14,229人 (115校)	22,192人 (154校)	14,671人 (103校)	18,648人 (127校)	5,164人 (38校)	27,634人 (280校)	102,538人 (817校)
国立	9校	7か国・地域	240人 (2校)	6人 (1校)	0人 (0校)	177人 (1校)	0人 (0校)	491人 (5校)	914人 (9校)
合計	952校	34か国・地域	53,603人 (332校)	28,335人 (208校)	27,015人 (192校)	22,028人 (158校)	12,975人 (97校)	35,954人 (350校)	179,910人 (1,337校)

出典：文部科学省「平成 29 年度　高等学校等における国際交流等の状況について」（令和元年 8 月 27 日報道発表）

旅行先の国・地域の推移をみると、近年台湾の増加が著しく、平成 29 年度にアメリカを抜いて最多となった。オーストラリアは平成 14～20 年度は最も人気があったが、平成 29 年度においては台湾、アメリカ、シンガポールに次ぐ第 4 位となっている。

平成 12 年度は、その他の国・地域が 10 万人を超えている。内訳をみると平成 12 年度の第 1 位は中国で 41,695 人、第 2 位は韓国で 37,663 人であり、両国だけで約 8 万人にのぼるのに対し、平成 29 年度では中国は 3,356 人で 9 位、韓国は 1,537 人で 11 位と大きく順位を下げている。

図表25 旅行先の国･地域の推移



	平成4年度	平成6年度	平成8年度	平成10年度	平成12年度	平成14年度	平成16年度	平成18年度	平成20年度	平成23年度	平成25年度	平成27年度	平成29年度
台湾	5,450	2,931	2,641	2,644	2,225	1,903	1,108	3,622	8,024	12,762	20,829	35,775	53,603
アメリカ	16,150	16,987	18,955	20,017	26,738	20,640	23,333	28,754	26,752	26,576	35,168	38,453	28,335
シンガポール	841	1,231	5,241	12,774	20,946	20,867	12,812	20,541	24,883	18,977	23,571	23,034	27,015
オーストラリア	2,309	7,906	14,239	17,642	22,769	26,114	34,125	38,990	29,662	21,557	19,755	20,485	22,028
マレーシア	734	518	2,561	7,267	16,643	12,673	11,637	13,636	22,857	15,695	20,614	13,945	12,975
その他	53,848	67,099	87,032	101,094	107,650	100,789	80,150	72,780	67,755	55,852	48,731	33,237	35,954

出典：文部科学省「平成 29 年度 高等学校等における国際交流等の状況について」(令和元年 8 月 27 日報道発表)

⑦高等学校における修学旅行期間と金額規程の例

基本的には、高等学校の修学旅行は各教育委員会が定める実施基準にもとづいて実施されている。私立学校は各校独自に実施している。県によっては「保護者の経済的負担を十分考慮した適切な額（大阪府)」や、「保護者の経済的負担及び修学旅行の教育的効果を十分考慮して、校長が定める必要最小限の額（福岡県)」のように、具体的金額を定めていない地域もある。

沖縄県への修学旅行は飛行機による移動が不可避なため、航空運賃の負担や値上げによる影響が大きく、交通費以外のプログラムに充当できる費用にも影響が生じる。

図表26　高等学校における修学旅行期間の規程の例

関東　東京都の場合	中：区市町村の基準による 高：国内3泊4日、海外120時間以内
関西　兵庫県の場合	中：市町組合教育委員会の定める基準による 高：6泊7日以内、海外も同様
九州　長崎県の場合	中：市町村教育委員会の定める基準による 高：5泊6日以内、海外も同様

出典：令和元年度（2019 年度）都道府県・政令指定市修学旅行実施基準概要一覧
（(公財）日本修学旅行協会ホームページより抜粋）

図表27　高等学校における修学旅行金額の規程の例

関東　東京都の場合	中：区市町村の基準による 高：国内86,000円以内（税抜） 　　海外115,000円以内（税抜） 　　ただし燃油特別付加運賃、渡航手続き費用、その他の個人的経費を除く
関西　兵庫県の場合	中：市町組合教育委員会の定める基準による 高：80,000円程度 　　海外は3割増程度
九州　長崎県の場合	中：市町組合教育委員会の定める基準による 高：国内・韓国は83,000円程度を上限とする 　　中国は122,000円程度を上限とする 　　（旅券取得費用及び出入国税を除く）

出典：令和元年度（2019 年度）都道府県・政令指定市修学旅行実施基準概要一覧
（(公財）日本修学旅行協会ホームページより抜粋）

（3）教育旅行の傾向ヒアリング調査

①調査概要

　教育旅行を取り巻くトレンドやキャリア教育に関するニーズを把握するため、修学旅行生に関する調査・研究、情報収集を行っている日本修学旅行協会と全国修学旅行研究協会、および主要旅行代理店にヒアリング調査を実施した。

図表28 関係機関

調査日	訪問先（敬称略）
2019 年 11 月 18 日	公益財団法人日本修学旅行協会
2019 年 11 月 19 日	公益財団法人全国修学旅行研究協会

図表29 旅行代理店

調査日	訪問先（敬称略）
2019 年 10 月 31 日	東武トップツアーズ株式会社 法人営業部　営業推進本部
2019 年 11 月 1 日	株式会社近畿日本ツーリスト関東 KNT-CT ホールディングス株式会社
2019 年 11 月 12 日	株式会社日本旅行 東日本営業本部　法人営業部
2019 年 11 月 18 日	株式会社エイチ・アイ・エス 法人旅行営業本部　教育旅行セクション
2019 年 11 月 19 日	株式会社 JTB 教育事業ソリューションセンター　キャリア教育事業室

②調査結果

ア．学校側のニーズ

キャリア教育型教育旅行は中学校・高等学校を問わず、公立校よりもこだわりのある私立校からのニーズが高い。進学校だからキャリア教育に積極的というわけでもない。また、学校で行われるインターンシップにおいて、意識付けも興味もないまま、生徒が派遣される例も少なくない。こうしたあり方に疑問を感じる先生の中には、「有料でもよい教育を受けさせたい」と考える先生もおり、キャリア教育プログラムの提案に理解を示してくれる可能性がある。また学校によって予算の制約が厳しいところもあるため、価格提案力も要求される。

最近は SDGs や探究型教育への対応の方が重要課題となっている。先生は生徒の内申書に相当する「e ポートフォリオ[3]」の探究学習欄に書ける情報を必要としている。教育旅行のプログラムが探究型学習を兼ねることができるとニーズに応えることになる。旅行先で学んだことを、旅行先の地域の方たちなどに発表する機会まであるのが望ましい。また、教育旅行で体験したキャリア教育プログラムの成果（現地での記録）をどう残すかが課題となっている。先生もそこまで十分手が回らないので、訪問先で面倒をみてあげると喜ばれる。

イ．プログラム開発の状況

旅行代理店の中でもキャリア教育型教育旅行にいち早く取り組んできたところは、既に 10 年近い経験を蓄積している。キャリア教育は、将来何になるのかゴールを決め、主体的に深く学ぶことが求められるため、目的をもつための事前学習が欠かせない。また得られたものを次に活かすことこそがゴールなので体験が何に生かされるか、振り返り・事後学習も必要とされる。

世代間交流の中でも特にキャリア教育の分野では 20 代から 30 代の「ナナメの世代」とも呼ばれる、お兄さんお姉さんに近い社会人との交流に需要があり、一部の旅行代理店ではそうした年齢層の若者を講師としている。また、現地の高校生や大学生と対話させるようなプログラムを行いたいと考える積極的な旅行代理店と否定的な旅行代理店がある。否定的な理由は、学生はまだ働いた経験がなく、プログラム運営上の責任感に不安があるためである。

東京に来る修学旅行生の多くは 2 泊 3 日なので、そのうちキャリア教育に充てる時間は時間がとれても 2～3 時間と思われる。短く感じるかもしれないが、現状ではそれでもできており、キャリア教育だけにあまり長時間を割くイメージではない。

限りある期間の中においてキャリア教育を組み込むことになるので、「従来のプログラムに参加しながら、キャリア教育効果もある」という提案が喜ばれる。例えばダイビングならインストラクターが、海に潜る話をするだけでなく、自身の I ターンの経験や職業観などキャリアについて語ってくれるだけでも十分。新しいことを始めるよりも、今行っていることを活用していくほうがいい。

---

3 高校生活における学校の授業や行事、部活動、取得した資格・検定や学校以外での活動成果を記録し、今後の学び・成果につなげていくためのふりかえりと、蓄積した学びのデータを個別大学の出願等に利用するデジタルのシステム。

ウ．キャリア教育受入企業の状況と受け入れるメリット

学生を受け入れる企業は CSR や善意で受け入れる企業が多い。材料費がかかる場合は実費精算とし、それ以外は基本無償で受け入れているところが多い。したがって、望ましい内容のプログラムであっても予算や人員体制の都合から、受入枠が小さい場合が多く、学校のリクエストに沿った企業とマッチングさせるのに苦労している状況がある。

キャリア教育として学生を受け入れる企業側のメリットとしては、立ち会う新人の研修機会になる点が挙げられる。また学生に仕事ぶりを見られたり、感謝の手紙をもらうことがモチベーションにつながる例もある。興味をもった学生が就職し、新たな後継者の獲得につながる可能性もある。さらに商店街においては、地方から子どもたちが来て物販をするので集客につがなるというメリットもある。謝礼については、一例として時間に関わらず講師役を務めてくれたスタッフに 1 万円程度支払う例がみられた。また、当該企業が宿泊施設であれば宿泊で利用させてもらったり、飲食施設であれば、予算の範囲で食事をさせてもらうことで交渉している例もあった。

エ．旅行代理店のニーズ

旅行先の企業等との調整や、旅行先で現地の学生たちと交流する場面でのファシリテーションを務めるコーディネート組織を求めている。また学生組織だと信頼性に不安があるため、学生を束ねる信頼できる組織があることが望ましい。

また旅行代理店は、訪問先の地域においてキャリアを語れる現地人材と接点がないため、人材との間を仲介してもらえると、プレゼンテーションの際に学校側に具体的なプログラムの提案が可能になる。「将来は英語を使った仕事に就きたい」という女子高校生は多いので、例えば沖縄の観光ホテルやアメリカンビレッジ、DFS など、実際に英語を使って働く女性スタッフの具体的な話はニーズがあると思われる。またこうした話は修学旅行生にとどまらず、県内の学校でも同様にニーズがあるはずなので、県内校に対しても人材活用することが有益と考えられる。

旅行代理店の営業サイドは、今 SDGs に関連した新しいプログラムを求めている。SDGs の視点を加えて少し見せ方を変えるだけで十分通用するものが沖縄にはあると思われる。キャリア教育と SDGs の関係は、キャリア教育が「目的」で SDGs は「手段」である。すなわち、SDGs コンパスに従い自分ならどう行動するか考えるプロセスは、まさにキャリア教育といえる。

オ．キャリア教育型教育旅行が多い地域

キャリア教育に対するニーズは、地方の学校が東京や大阪などの都市部に教育旅行で訪れる場合においてニーズが高い。これは、先生から「地方は企業が限られるので大手 IT 企業などを見学したい」といった要望が多いことによるものである。旅行代理店によると教育旅行でキャリア教育プログラムを取り入れる学校は九州地区で伸びているそうだが、その理由は教育旅行の行き先が東京方面が多いからである。

また、京都は大学が多いことから、進学と絡めキャンパス見学を主目的としたキャリア教育の受け皿となっている。

カ．海外からの教育旅行のニーズ

海外の教育旅行については、原則学校などの団体内で希望者を募って行う形で行われる希望者参加型で実施されている。従って日本のように 1 学年数百名規模で実施されるわけでなく、学年もバラバラであり、人数については 30 名前後（バス 1 台程度）で実施されることが多い。また、予算も日本より高く設定されていることが多いほか、期間も長めとなっている。

内容についても実施体制同様、日本とは異なってくる。教育旅行中に観光地や体験施設を巡るだけでなく異文化理解を深めるため、教育旅行先（日本）の現地同世代との交流を行うケースが多くある。また、訪問施設については、工場や企業など自国にはない日本独自の取組を行っている場所を訪問する傾向がある。

３　学校ニーズ調査（ヒアリング調査）

(1)調査概要

学校や教育関係機関のニーズを把握するため、下記の日程でヒアリング調査を行った。なお関係機関は新学習指導要領に基づくキャリア教育・教育旅行の位置づけやトレンドを把握する目的で調査し、教育機関は国内の各地域や各学校におけるキャリア教育・教育旅行の実態を把握する目的で調査した。

また教育機関は教育委員会、中学校、高等学校を対象とし、対象エリアには沖縄への入込客数が多い関西圏や東京都に加え、先進的なキャリア教育の実践で知られる新潟県上越市や岡山県真庭市を選定した。その中で中学校・高等学校においては「(教育旅行方面が) 沖縄県 / 国内沖縄県外 / 海外」「公立 / 私立」のそれぞれでバランスが取れるよう選定した。

図表30 関係機関

調査日	訪問先（敬称略）
2019 年 12 月 3 日	文部科学省初等中等教育局児童生徒課
2019 年 12 月 3 日	文部科学省総合教育政策局教育改革・国際課
2019 年 12 月 19 日	沖縄県教育庁

図表31 教育機関

調査日	訪問先（敬称略）	所在地
2019 年 11 月 14 日	新潟県上越市教育委員会　学校教育課	新潟県
2019 年 11 月 14 日	新潟県上越市立　城北中学校	新潟県
2019 年 11 月 19 日	立命館宇治高等学校	京都府
2019 年 11 月 19 日	京都橘中学校・高等学校	京都府
2019 年 11 月 20 日	六甲学院中学校・六甲学院高等学校	兵庫県
2019 年 11 月 20 日	百合学院高等学校	兵庫県
2019 年 11 月 22 日	岡山県真庭市立　勝山中学校	岡山県
2019 年 11 月 22 日	岡山県真庭市教育委員会　学校教育課	岡山県
2019 年 11 月 27 日	東京都立　葛飾総合高等学校	東京都

（２）調査結果

①なぜキャリア教育が求められているのか

キャリア教育とは、社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育と定義される。少子高齢化や人生 100 年時代の到来、Society5.0、グローバル化など、予測困難な社会が到来する。また民法改正（2022 年 4 月 1 日）により成年年齢が 20 歳から 18 歳に引き下げられることも、ますます自立と社会参画の意識を必要にさせる一因となっている。将来の社会的・職業的自立のために必要な資質・能力の育成や中高・高大の接続などにあたって、目的意識をもった進路選択ができるよう、進路指導やキャリア教育が求められている。

新学習指導要領では総則でキャリア教育が触れられている。総則とはあらゆる科目にかかる道標にあたる部分であり、科目を問わず社会との接続を意識することを促している。社会との接続を考えることが、すべてキャリア教育といえる。

また、中核となる科目も必要なので、特別活動で「一人一人のキャリア形成と自己実現」が位置づけられた。内容については小中高でそれぞれ異なる。

②学校教育の現状

時代の変化に合わせた新しい取り組みも必要だが、作り込む時間がないというのが学校側の本音である。外部人材を取り込むには教員のマンパワーやコネクションに依るところが大きく、キャリア教育にかかる外部資源の開拓は負担感がある。都道府県や市町村、個別の学校によっては地域コーディネーターあるいはキャリア教育コーディネーターという肩書で事業所見学や職業人講話をコーディネートしてくれる人材が学内・学外に配置されている場合がある。高等学校インターンシップに関してはコーディネートを行う NPO 等も存在する。

キャリア教育は時代に合わせて変化しており、単なる職場体験のようなものを脱却し、生き方を考える内容に変わった。学校によっては特色あるキャリア教育に取り組んでいるところもある。しかしながら、子どもたちが進学を意識した高等学校や学科に集中するようになり、キャリア教育だけでは高等学校の応募倍率に寄与しない現状もある。

またインターンシップの現場においては身近な企業が中心となるため、普通科進学校の場合は希望する進路に適した選択肢を生徒に提供できていない状況がみられる。「アカデミックインターンシップ」と呼ばれる大学や病院、研究職のような職業体験のニーズも少なくない。

③教育旅行の現状

多くの学校において旅行先の決定と実際の旅行の年度が異なるため、その間に教員の異動や担任の変更があり、旅行先の決定者と内容の決定者が異なる事態が発生し一貫性に問題が生じている。中学校の教育旅行の場合は高等学校に比べると保護者の関与も大きいので説明も重要であり、今後新しい提案をしていくのであれば保護者に訴求する内容であることも求められる。

沖縄は一般に平和教育というイメージだが、日本の中で置かれた状況や現在も基地がある状況など教育旅行先としては特別な地域である。戦争の体験談は存命の体験者が減ってきており、以前のような迫力は減ってきているという意見もあった。このため、沖縄の大学生・高校生がどう思っているか、報道と実態は何が違うのかなど、未来志向の交流プログラムがあれば利用したいという意見もきかれた。

④新しい教育旅行への需要

今後に向けては、自分たちが暮らす地域と他の地域の比較といった要素が重要になり、教育旅行の選定基準にも影響があるだろうという意見もあった。

また、SDGs17 目標の学習において、学校や地域資源だけでは不足しがちであるものとして国際理解を挙げる声もあった。ALT だけでは量的に足りず、例えば外国の生徒と繋がれるような教育旅行があれば魅力的であるという意見や、SDGs17 目標のそれぞれに応じてワークシートなども含めた各種パッケージが豊富に提案できる地域があれば、非常に魅力を感じるという意見もあり、コールセンター等で随時問い合わせできると、さらに学習効果と満足度が高くなると考えられる。

中学校、高等学校の現場はまだ新学習指導要領に向けて積極的に動いていない様子であったが、移行期間終了時には確実に動くため、教育旅行においても沖縄に対する様々なニーズが発生すると思われ、コーディネーションが必要になるだろう。教員の負担も増すと思われるため、現地プログラムそのもののコーディネーションに留まらず、教育旅行の事前・事後学習への支援や、学習キットのようなものがあると学習の助けになる。

また教育旅行に限定せず、沖縄の生徒たちと対面・遠隔で交流学習ができる仕組みがあればすぐにでも取り入れたいという意見も多く見られた。旅行中の交流機会は安定的に提供することができれば強い訴求力を発揮するであろうし、遠隔での交流が実現すれば、日常的な相互学習の一部として、教育旅行が位置付けられる可能性もある。

⑤キャリア教育的視点にもとづき、見せ方のブラッシュアップ

学校教育においては、生徒たちが自分らしい生き方を模索、実現していくのを促す手段がキャリア教育であり、既存の観光資源や体験プログラムも、社会との接続を見せるなどすればキャリア教育型のプログラムとして時代に即した価値を持つ。

キャリア教育の専用プログラムだけでなく、平和学習や地域の文化・歴史を学ぶ行為、沖縄滞在を通して自分のふるさとを再び学ぶことなどもキャリア教育になりうるため、その際は見せ方が重要になる。

一方、現在の教育旅行は体験活動に軸足が置かれており、純粋な自然体験等も重要であるとの意見もあった。従って、今後も沖縄の魅力を満喫できるような体験プログラムを沖縄教育旅行の看板に据えつつ、要所要所でキャリア教育の視点を付与していくことが肝要であろう。

⑥SDGs との関係

キャリア教育の最終目標はどんな人生をおくりたいか考えることであり、学びを通じてどう生徒を変容させるかに成果がかかっている。SDGs も最終的な目標はよりよい社会をつくっていくことであり、通底するものが共通している。SDGs では経済・社会・環境をつなげて考えることが必要だが、現在つなげて学べる機会はあまり多くないため、沖縄で経済と社会と環境を一連の流れで学べる場が用意できると SDGs プログラムとしても魅力的なものとなるであろう。

⑦キャリア教育旅行のセールス課題

既述のとおり、今後キャリア教育のあり方が大きく動くという意見がある一方で、キャリア教育という言葉は 10 年くらい前から使われてきたため、学校の先生にあまり訴求しないだろうという厳しい見方もあった。むしろ SDGs や、社会人になってから必要とされる４C とよばれる 21 世紀のスキル（コミュニケーション、コラボレーション、クリティカルシンキング、クリエイティビティ）が身につくことの方が訴求するのではないかという意見もあった。

また、体験内容を説明するだけでは訴求しないとの意見もあった。かつては「何を学ぶか」だけが問われたが、新学習指導要領のフレームワークでは、さらに「何ができるようになったか」、「どのように学ぶか」も問われる。教育旅行も体験して終わりではなく、「体験することでどんな力が身につくのか」、まで説明できることが理想であるとのことであった。事前学習と事後学習を含めたプロジェクト学習のかたちをとり、やりっぱなしにならない学びのアウトプットまでを一気通貫でデザインできれば、学習効果もあがり、提案にも訴求力が付加されるという意見もあった。

第３章　県内外の先進事例調査

１　県外事例調査

(1)調査概要

キャリア教育×教育旅行に関する今後の商品造成や体制整備の参考とすべく、県外の事業者およびコーディネート組織を対象に、先進事例調査（ヒアリング調査）を行なった。選定にあたっては、キャリア教育や教育旅行のプログラム造成に携わり、対外的に謳っていることを条件とした。

図表32 県外事例調査対象

調査日	訪問先	概要（教育旅行関連）
2019 年 11 月 21 日	阪急阪神ホールディングス株式会社	2009 年より地域探究型のキャリア教育プログラムを関西圏の学校に対して提供、延べ数万人に実施
2019 年 11 月 27 日	東京書籍株式会社	職業人インタビューやプログラミング教材をWEB サービスとして提供しているほか、AR アプリケーションを用いて教育旅行向けのアクティブラーニングを提供
2020 年 1 月 7 日	公益財団法人横浜観光コンベンションビューロー	横浜市内の企業が提供する教育旅行受入プログラムを集約、WEB や冊子において紹介
2020 年 1 月 7 日	NPO 法人カタリバ	大学生など“少し年上の先輩”との対話を主にしたキャリア教育プログラムのほか、震災被災地における解決型・教育旅行コーディネーションを提供
2020 年 1 月 7 日	株式会社 And Nature	東京へ訪れる修学旅行生を大学生が案内するプログラム「東京学生エスコート」を実施

(2)調査結果

①学校や旅行代理店ではない立場からの関わりについて

ヒアリング調査の対象となったのは学校や旅行代理店ではない立場から教育旅行のキャリア教育プログラムに関わる事業者および機関であったが、それぞれの取り組みないしステークホルダーの取り組みを見ていくと、①社業に関連付けたプログラム等を提供する受け皿としての関わりや、②それらを含めた各種教材プログラムをコーディネートする関わり、③学習に用いるテクノロジーなどの手段を提供する関わりがみられた。

①においてはCSRや自社の幅広い認知拡大を目的に、無償や実費負担などの低廉な費用でプログラムを提供し、修学旅行生や地元の児童生徒を分け隔てなく受入れている場合が多い。単体で仕事や職業を強く意識づける普遍的なプログラムもあれば探究型学習のフィールドワークに適した特化型のプログラムもありキャリア教育型の教育旅行を実施する上での商品となるものである。

②においては公益法人ないしNPO組織がプログラムの情報の集約と発信、ケースごとのコーディネートなどを行なっており、コーディネートの対象は①の企業提供プログラムに加え、大学生や若手社会人との交流機会も含まれる。探究型学習に応えるプログラムを提供する現場ほど丁寧なコーディネートに注力している様子が伺えた。

③に関しては調べ学習に活用できるポータルサイトや、現地での効果的なフィールドワークを支援する電子デバイスの提供などが見られ、民間企業の教育ソリューションとして有償化されているものであった。

②事前事後学習や平時の学校教育へのサービスについて

上記を提供している多くの企業・機関は教育旅行の滞在時プログラムのみならず、教育旅行の事前事後学習や、平時からのキャリア教育、探究型学習への関わりを重視している。学校教育における外部資源の参入は学校ヒアリングの中でも確認でき、学校教育に対する外部資源の関わりが教育旅行に限らず拡大していることが示唆される。今後は必然的に教育旅行と事前事後学習が一体となった提案や、教育旅行を学校年間計画に有機的に配置した提案が増えていくことが予期されるし、好まれるであろう。

③県外の事業者・機関との連携可能性について

本項のヒアリング調査では各所において、沖縄と県外企業・機関との連携の余地が感じられた。学校教育と教育旅行のあいだには、今後さらなる連続性が求められていく傾向にある。そこでまず、発地エリアと着地エリアで事業者間の連携を行うことは、事前事後学習と現地プログラムの一体化に有効となる可能性がある。また、事前に調べたことを現地で参照する場合や、現地で記録したことを学校で参照する場合、現地人材が遠隔で事前事後学習を提供する場合など、それぞれに最適な技術ソリューションを配置することで、教育旅行の学びの深さや拡がりを高められる可能性があると考えられる。

２　県内事例調査

（1）調査概要

県外学生向けにキャリア教育プログラムを既に実施している実績を持つ企業等に具体的取組をヒアリング調査した。

図表33　県内事例調査対象

調査日	訪問先（地域／ジャンル）	企業概要
2019年12月19日	国立研究開発法人海洋研究開発機構（名護市／環境）	JAMSTEC のデータをデジタルアーカイブし、科学的・教育的利用を目的としインターネットを通じて世界に発信している。また、一般向けに海洋科学技術の理解増進活動を実施している。
2019年12月25日	KAE project（一般社団法人トータルウエルネスプロジェクトオキナワ）（中頭郡／食文化）	料理教室や食農体験等を通して「健康長寿沖縄の復活」「沖縄食材の消費拡大」「沖縄食文化の継承」を目的とし活動している。
2019年12月27日	社会福祉法人憲章会　特別養護老人ホーム東雲の丘（南城市／医療・福祉）	ユニット型特別養護老人ホーム（新型特養）を県内において初めて展開した特別養護老人ホーム。
2020年 1月 7日	一般社団法人恩納村観光協会（国頭郡／観光）	誘客プロモーションを通じて恩納村のアピールに努め、「体験学習」や地域文化特性を活かした「なび一塾」及び村文化情報センターにおける観光案内などに取り組んでいる。
2020年 1月 8日	沖縄県三線製作事業協同組合（那覇市／文化）	三線の技と心を次の世代へ繋げていくため、海外情報発信事業、展示販売、製作指導事業、講話会等といった組合活動に取り組んでいる。

（2）調査結果

①教育旅行の受け入れ企業等の共通点

修学旅行生を何かしらの形で受入れている県内企業が多い中で、キャリア教育に関連するプログラムを提供している企業に共通している点は、県内学生向けキャリア教育の受入れを実施していることと、既に県内学生向けに展開しているキャリア教育プログラムを教育旅行向けのプログラムに転用していることである。

具体的には、工芸職人が直接ハンズオン指導を行っているケースや専門家がオンサイトで学生を指導しながら交流するケースであるが、県外学生向けの為に特別にプログラムを新設しているケースはなかった。県外（海外含む）学生向けに資料、プログラム内容の調整や受入れ条件の変更（人数制限や受入れ時の所要時間調整）を行っているケースはあるが、大まかな内容は県内学生向けのプログラムの転用といえる。

また、これらのプログラムに共通している特徴は、“沖縄らしさ”が含まれていることである。“沖縄らしさ”とは、沖縄の伝統文化（エイサー、三線、紅型等）、県民とのふれあい、沖縄の食文化や健康長寿、沖縄にしかない自然環境を指しており、それらがプログラムの中に少なからず盛り込まれている。

これらのプログラムは、県内学生向けに提供し始めたころから学校の要望を具体化してきたものや、企業（担当者）が考案しトライアンドエラーでブラッシュアップされたもので、仲介事業者や専門家による協力を得てプログラム化されたものは少なかった。但し、各事業所とも仲介業者や学校からのフィードバックやガイドラインはしっかりと受け止めており、旅行代理店や OCVB 等の意見を都度参考にしている。各企業の長所が活かされる内容になっており、学校のニーズを把握している事が分かった。

企業への提案1　まずは自社ホームページで受け入れの公表を

県内児童・生徒をキャリア教育のために受け入れた経験のある企業は、ぜひホームページなどで受入実績を情報発信してください。会社の仕事内容や、受入時の取組内容に旅行代理店や学校側が関心を示して、問い合わせしてくるかもしれません。そのため、県外からも受け入れ可能な意思表示と、問い合わせ先の窓口・担当者も合わせて明記してください。

また近年は SDGs に対する関心が高まっていますので、自社で取り組んでいる場合はキャリア教育情報とあわせて、SDGs 関連の取組情報も掲載しましょう。

②受入企業等の規模や体制、企業理念などの特徴

企業規模はキャリア教育の受入れ実績に対して関連性があまりみられなかった。企業規模が小さいと人手不足から受け入れること自体が困難と思われていたが、2 名体制で受入れを実施している企業や団体もあり、県内学生を受け入れてきたノウハウを活用し県外学生のニーズに対して無理なく実施できる社内環境が整っていた。

事業所が小さいが為に、受入れ可能人数に制限があったり、大型バスを受け入れる環境がないケースもあるが、事前に条件を提示したり問い合わせ時に確認を取ることにより解決している。インフラ面においては大人数の教育旅行を受け入れるには改善が必要かもしれないが、一度に受入れ可能な人数を伝えて数グループに分けてローテーション対応を実施するなどの工夫を凝らすことにより対応しているケースも見受けられた。また、必要に応じて別の開催場所を手配するといった対応も取られている。

社内環境においては、各企業とも必ず窓口及び受入実施担当が配置されており、提供プログラムのマニュアル化が実施されていた。担当者は別業務と兼務しているケースが多いが、受入の体制及びプログラムのマニュアル化による負担の軽減が継続的に取り組む為には必須条件といえる。受付担当がプログラムの内容によって各種協力や手配を依頼する必要がある為、社内リソースの手配及び外部専門家等への協力依頼がプロセス化されており、実施準備が容易に行えるように体制が整備されている。また、受付時の微細な調整での対応が可能で負担なく取り組めている事が特徴である。調整内容としては、担当する専門家、スタッフのスケジューリング、参加人数や希望所要時間に起因するプログラム内容の変更が多い。

また、各企業の企業理念や主業務が教育機関のニーズとマッチしており、県内向けに提供している内容から大きな変更を加えずとも実施できている点が無理なく取り組めている要因とも思われた。例として、沖縄県三線製作事業協同組合は、日本の伝統工芸として認可されている三線の「普及」「育成」「品質」をキーワードに事業に取り組み県外からの修学旅行生の受け入れ実績もあるが、その普及活動と育成という側面でキャリア教育のニーズとマッチしているといえる。

この組合が提供するプログラムは基本 3 部構成になっており、三線の歴史・製作体験・演奏体験となっている。専門家が指導するので職業観を伝える事や実際の業務を体験させる事が可能である。要望によっては内容の調整もしており、業界としての課題解決を一緒に考えるといった内容も提供可能で、学びの軸をどこに置くかは相談可能である。また、職人の育成の場としても活用しており若手職人に担当させることで組合の後継者育成事業も担っている。業界内で取り組みへのコンセンサスが得られていることにより、職人との連携が可能となっており受入れ体制が構築されているといえる。

企業への提案2　プログラム造成に4通りのストーリー案

プログラム造成においてどこから手をつけてよいかわからない場合は、県外と比較されることの多い「歴史」、「ものづくり」、「産業・経済」や、当事者だからこそ説得力のある「自社や業界の課題」などを入り口に考えてみてはいかがでしょう。プログラムを通じて生徒が働くことや生きること、社会との関わりについて考えるきっかけになればキャリア教育的な成果となります。

最近は学生の間では地域貢献や、企業の社会的責任に強い関心が寄せられ、「社会課題の解決」は人気のテーマです。答えのない社会課題の解決に向けて、生徒と一緒に考えるというスタンスはまさにSDGsの取組のあり方なので学校からも喜ばれると思います。もちろんSDGsの看板を掲げなくても、各社がこれまで社会とどのように関わってきたのか、またこれからどのように社会に貢献していこうと考えているのかに触れることにより、生徒たちは社会と接続する感覚を認識できるようになるはずです。

③プログラム提供に対する価格設定

提供プログラムの有償化・無償化に対する企業としての方針も重要である。各企業のプログラムによる経費負担などは様々ではあるが、地域貢献、自社PR、将来の採用を見越してなどを理由に無償で取り組むケースと、継続性と品質を担保するために価格表を用意し、有償で提供しているケースがみられた。

海外からの学生の受け入れ実績を持つ養護施設においては、学生を受け入れることにより入居者の満足度が上がるという例や、受入れ後の事後学習の結果報告や担当者への感謝状による社員のモチベーション向上に寄与する例等もあり、企業独自のメリットを社内で見出すことも継続的に取り組む重要なファクターといえる。

企業への提案3　プログラムの価格設定は柔軟に

プログラムを有償で行う場合、一例として講師役は一人１万円程度だったり、学生１人につき1,000円という具体的な数字も聞かれました。近年は視察の受け入れも有料という施設や団体も増えていますが、その課金方法は一定人数まで同額の場合もあれば、資料代の名目で人数に応じて課金する場合もあり様々です。もし自社の提供するプログラムがまだ完成途上だと思うのであれば、最初は安価に設定し、プログラムの完成度に応じて段階的に価格を調整していくのが、参加する生徒側にとっても自社にとっても良いでしょう。

またあるホテルでは、講演の後に施設内のレストランをランチで利用してもらうという話を旅行代理店からうかがいました。謝礼自体は低額でも、他の手段で収益化する方法はありそうです。

第４章　県内の受入体制の実態把握調査

１　教育旅行、キャリア教育実態調査（アンケート）

(1)調査概要

図表34 調査概要

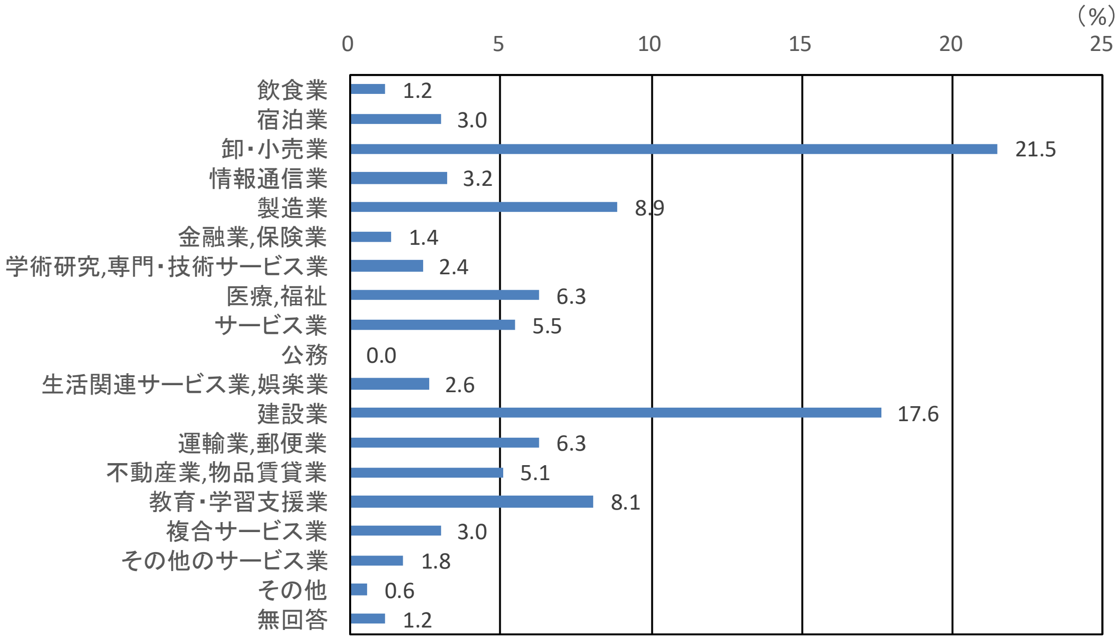
調査対象	○信用調査会社が保有する県内企業データベースから、下記の分野に関連する企業・団体を抽出 情報産業／国際物流／観光サービス／万国津梁／一次産業／世界水準の研究機関／基地文化／アート・エンターテイメント／移住・定住／環境保護・再生／離島・孤島／生活と自然 ○キャリア教育のため県内の児童生徒を受け入れている企業等 ○修学旅行生の立ち寄りが想定される県内公共施設 ○県内観光協会、商工会議所、組合等 ○県内地域未来牽引企業（注 1） ○その他、助成対象企業
調査方法	○郵送配布。一部住所不明の団体についてはＥメールによる配布。 ○FAX 回収。希望者にはＥメール回収も受付。 ○電話による督促。聞き取り可能な企業については聞き取り回収。
調査期間	2019 年 11 月 6 日（水）～12 月 2 日（月）（注 2）
配 布 数	1,214 件
回 収 数	493 件（白紙回答・重複回答除く）
回 収 率	40.6%
調査項目	１　企業等の基本属性 ２　沖縄県内の児童生徒を対象としたプログラムについて ３　県外（海外）修学旅行生に向けた児童生徒に職業や進路選択について考えさせるプログラムについて ４　ヒアリング調査への協力について
グラフの見方	◯グラフの SA はシングルアンサーの略で、選択肢から１つ選ぶ設問である。MA はマルチアンサーの略で、複数選ぶ設問である。 ◯割合は小数点第 2 位を四捨五入しているため、SA の設問においても合計が 100 にならないものがある。
備　　考	注 1　地域未来牽引企業とは、地域の特性・強みを生かして高い付加価値を創出し、将来成長が期待できる分野での需要を地域内に取り込んで経済的な波及効果を及ぼすような地域経済をリードする中核企業を指し、経済産業省が認定する。 注 2　アンケートの当初の締め切りは 11 月 25 日とし、一部追加で配布したものの締め切り日を 12 月 2 日とした。

（2）回答企業の属性

①業種[4]

回答企業等の業種は「卸・小売業」が最も多く 21.5%、次いで「建設業」が 17.6%、「製造業」が 8.9%の順となっている。

図表35　業種（SA）

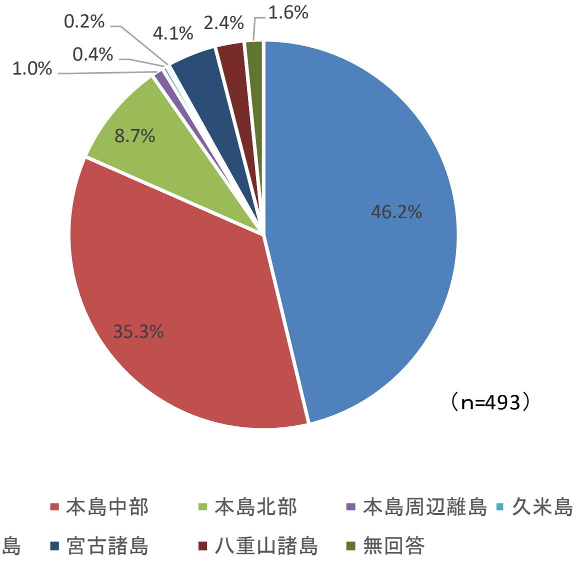


4　業種区分は日本標準産業分類に準じる。公務は「国又は地方公共団体の機関のうち，国会，裁判所，中央官庁及びその地方支分部局，都道府県庁，市区役所，町村役場など本来の立法事務，司法事務及び行政事務を行う官公署が分類される。」と定義されるため、博物館・資料館などの施設は公共施設であっても公務に該当しない。（教育・学習支援業に該当。）

②住所[5]

企業等の住所は「本島南部」が最も多く 46.2%、次いで「本島中部」が 35.3%、「本島北部」が 8.7%の順となっている。

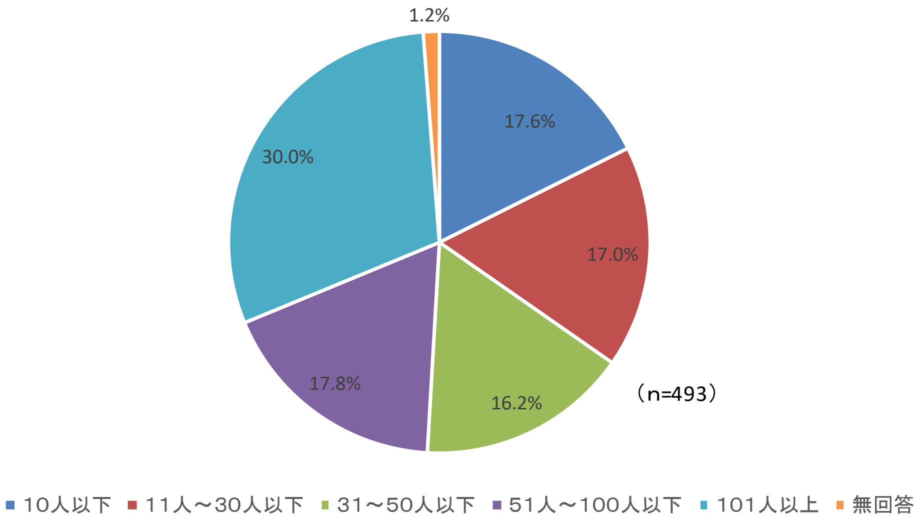
図表36　住所（SA）



③従業者数

回答企業等の従業者数は「101 人以上」が最も多く 30.0%、次いで「51～100 人以下」が 17.8%、「10 人以下」が 17.6%の順となっている。

図表37　従業者数（SA）



5　本調査では金武町・恩納村は本島北部、浦添市・西原町は本島中部とした。

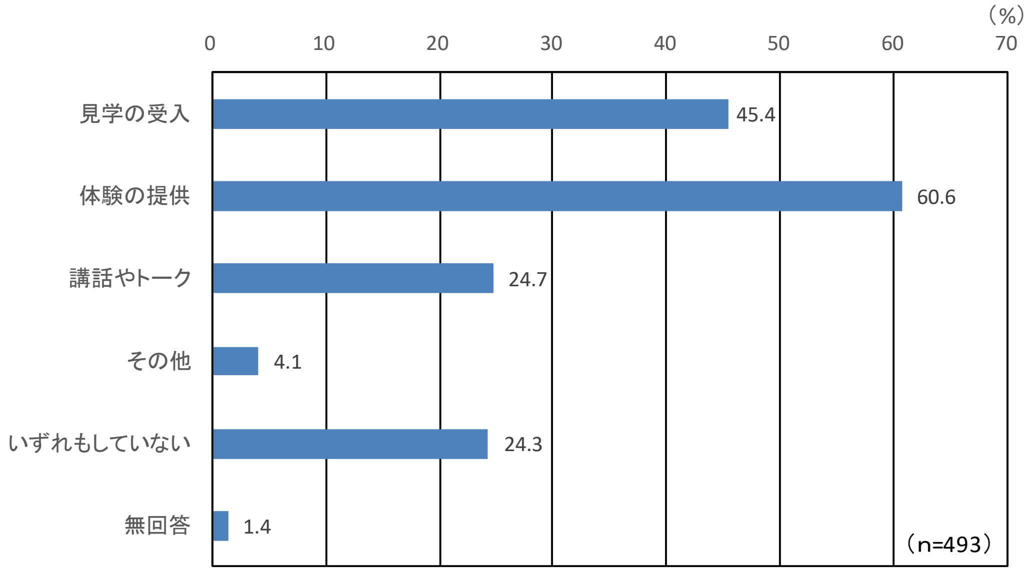
（3）受入状況と内容

①県内児童生徒学生向けプログラムの実施経験

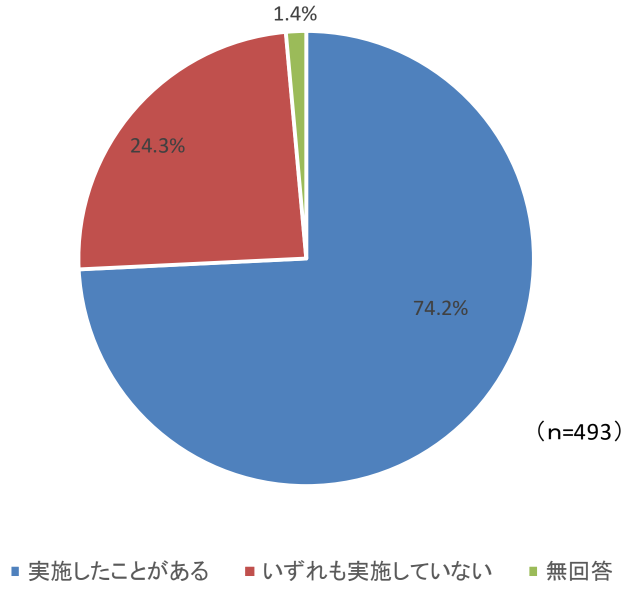
県内の児童生徒学生に向けて行っているキャリア教育は、「体験の提供」が最も多く 60.6%、次いで「見学の受入」が 45.4%、「講話やトーク」が 24.7%となっている。

内容は問わずいずれかのキャリア教育を実施したことがあるという割合は 74.2%で、回答企業等の約４分の３にのぼる。

図表38　県内児童生徒学生向けプログラムの実施経験（MA）



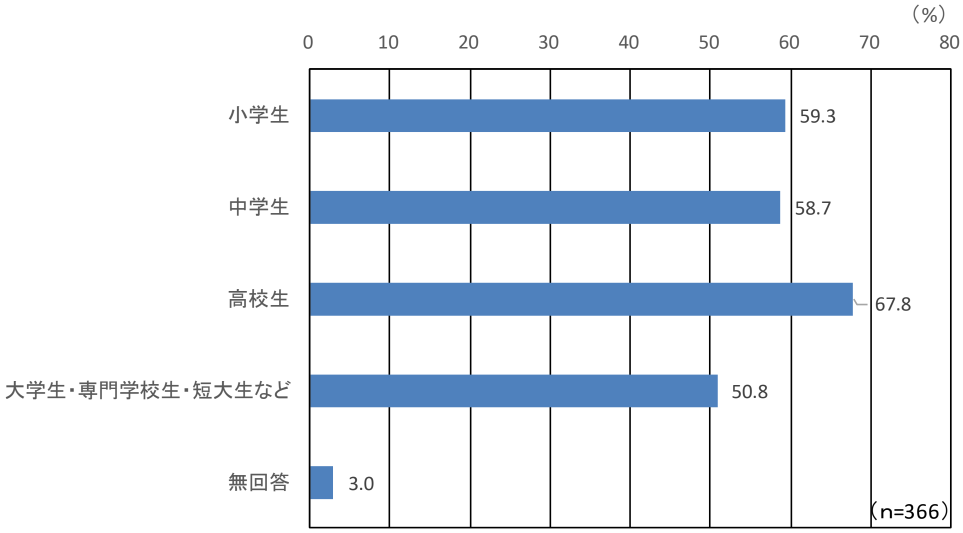
図表39　県内児童生徒学生向けプログラムの実施経験（SA）



②受入対象

県内の児童生徒学生に向けたキャリア教育を実施したことがある企業等において、受入対象は「高校生」が 67.8%で最も多いものの、「小学生」は 59.3%、「中学生」は 58.7%でほぼ同数、「大学生・専門学校生・短大生など」も 50.8%となっており、幅広い学年に対するキャリア教育が行われている。

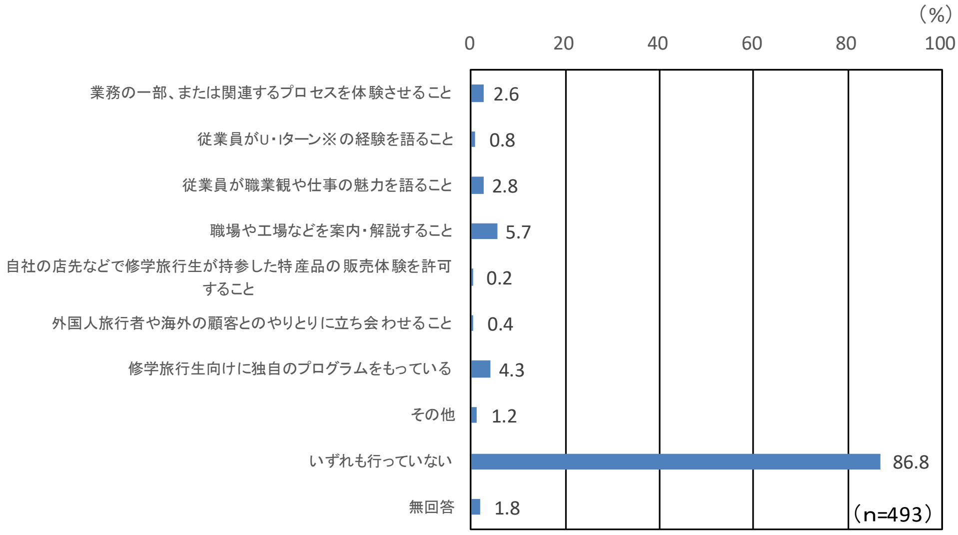
図表40　受入対象（MA）



③修学旅行生を対象としたプログラムの実施経験

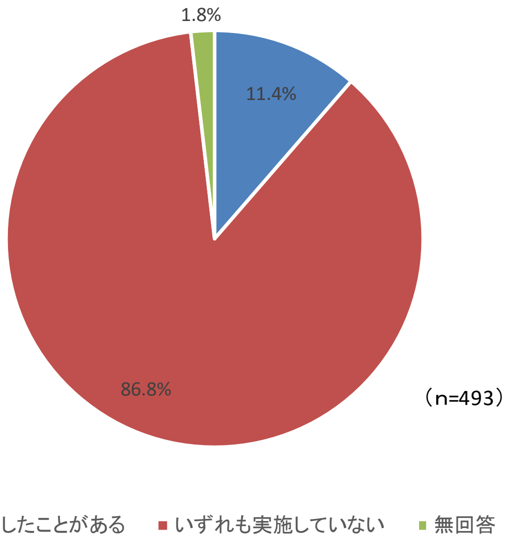
修学旅行生を対象としたプログラムは「いずれも行っていない」が 86.8%で最も多い。実施している企業等では「職場や工場などを案内・解説すること」が 5.7%、「修学旅行生向けに独自のプログラムをもっている」が 4.3%となっている。

図表41　修学旅行生を対象としたプログラムの実施経験（MA）



前ページのグラフをまとめると、修学旅行生を対象としたプログラムは「いずれも実施していない」が 86.8％で最も多い。「実施したことがある」と回答した企業等は 11.4％である。

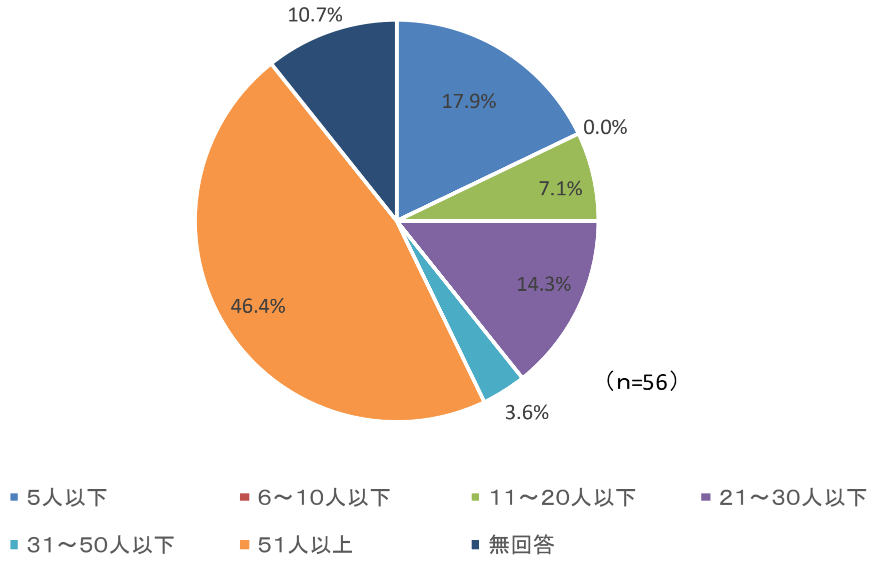
図表42　修学旅行生を対象としたプログラムの実施経験（SA）



④一日に受入可能な人数

一日に受入可能な人数は「51 人以上」が最も多く 46.4％である。次いで「5 人以下」が 17.9％、「21～30 人以下」が 14.3％の順になっている。

図表43　一日に受入可能な人数（SA）

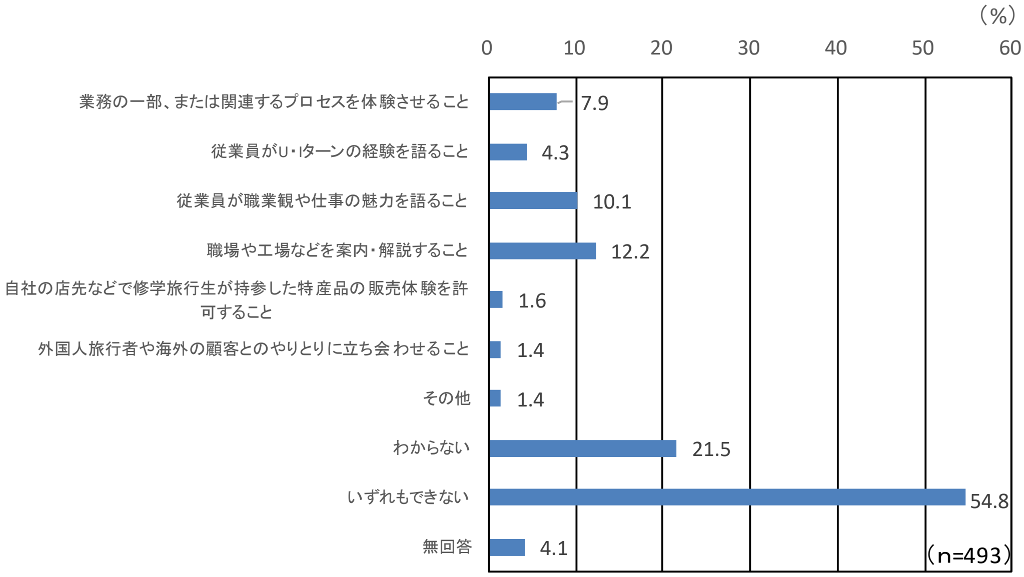


（4）受入意向と条件

①修学旅行生に対して今後できそうな取組

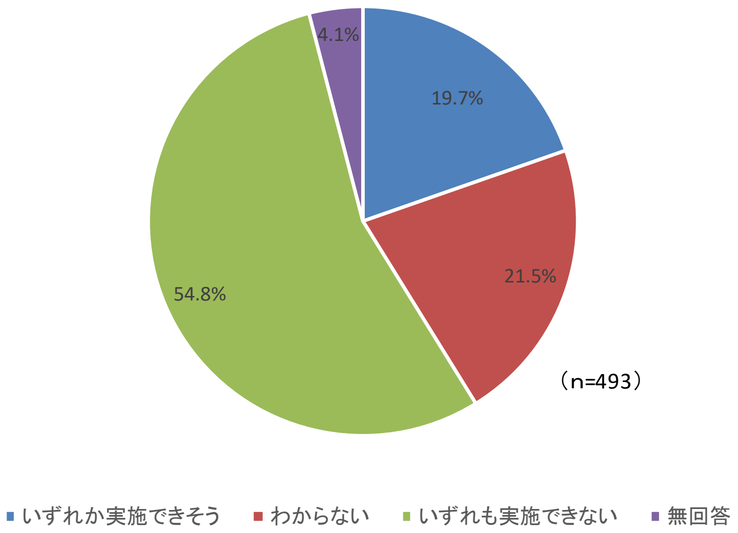
修学旅行生に対して今後できそうな取組は、「いずれもできない」が 54.8％で最も多い。次いで「わからない」が 21.5％である。できそうな取組は「職場や工場などを案内・解説すること」が 12.2％、次いで「従業員が職業観や仕事の魅力を語ること」が 10.1％の順になっている。

図表44　修学旅行生に対して今後できそうな取組（MA）



上記のグラフをまとめると、修学旅行生に対して今後できそうな取組は、「いずれもできない」が 54.8％で最も多い。次いで「わからない」が 21.5％、「いずれか実施できそう」が 19.7％の順になっている。

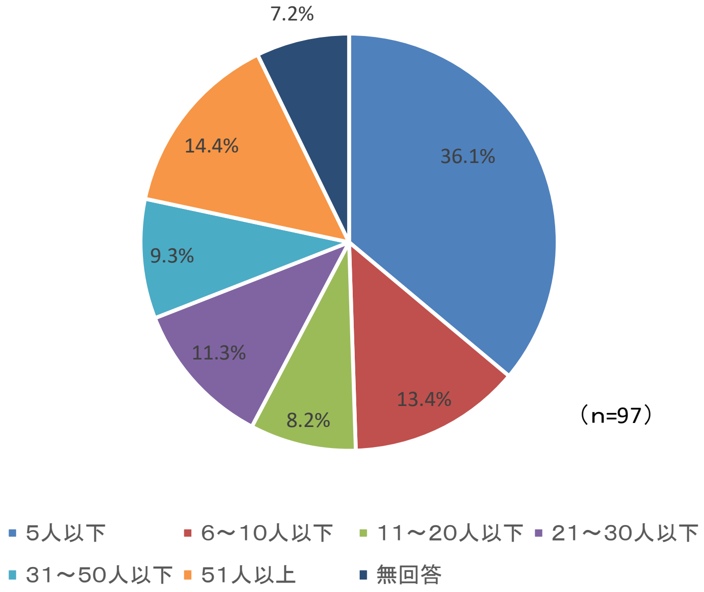
図表45　修学旅行生に対して今後できそうな取組（SA）



②一日に受入可能と思われる人数

一日に受入可能と思われる人数は「5 人以下」が 36.1%で最も多く、次いで「51 人以上」が 14.4%、「6～10 人以下」が 13.4%の順になっている。

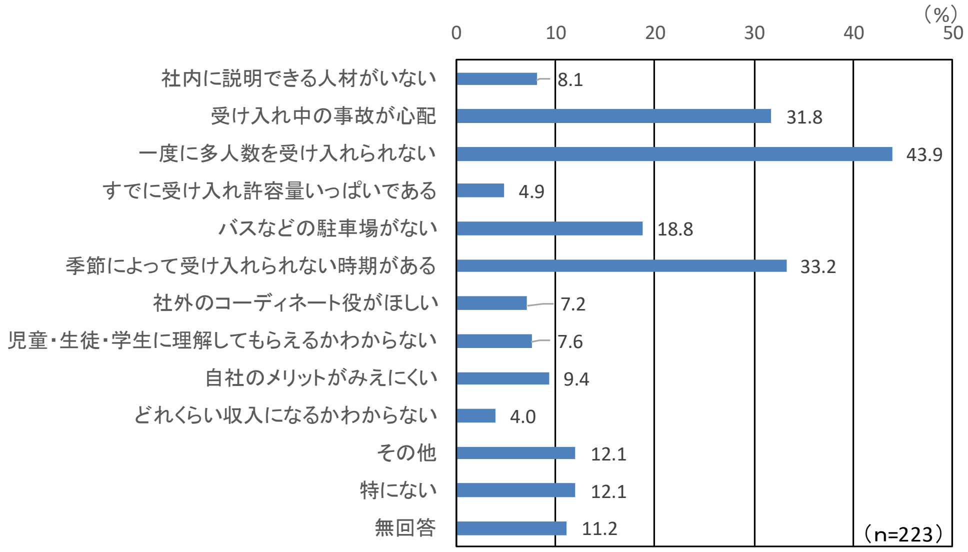
図表46　一日に受入可能と思われる人数(SA)



③受入条件や不安な点など

受入条件や不安な点は、「一度に多人数を受け入れられない」が 43.9%で最も多い。次いで、「季節によって受け入れられない時期がある」が 33.2%、「受け入れ中の事故が心配」が 31.8%の順になっている。

図表47　受入条件や不安な点など(MA)



（5）参画企業等の開拓についての考察

①県外（海外）修学旅行の受入可能性がある企業等の概要

県外（海外）からの修学旅行生に何らかのキャリア教育ができそうと回答した企業等は 97 社あり、アンケート回答企業等 493 社に占める割合は 19.7%、アンケート配布企業等 1,214 社に占める割合は 8.0%であった。

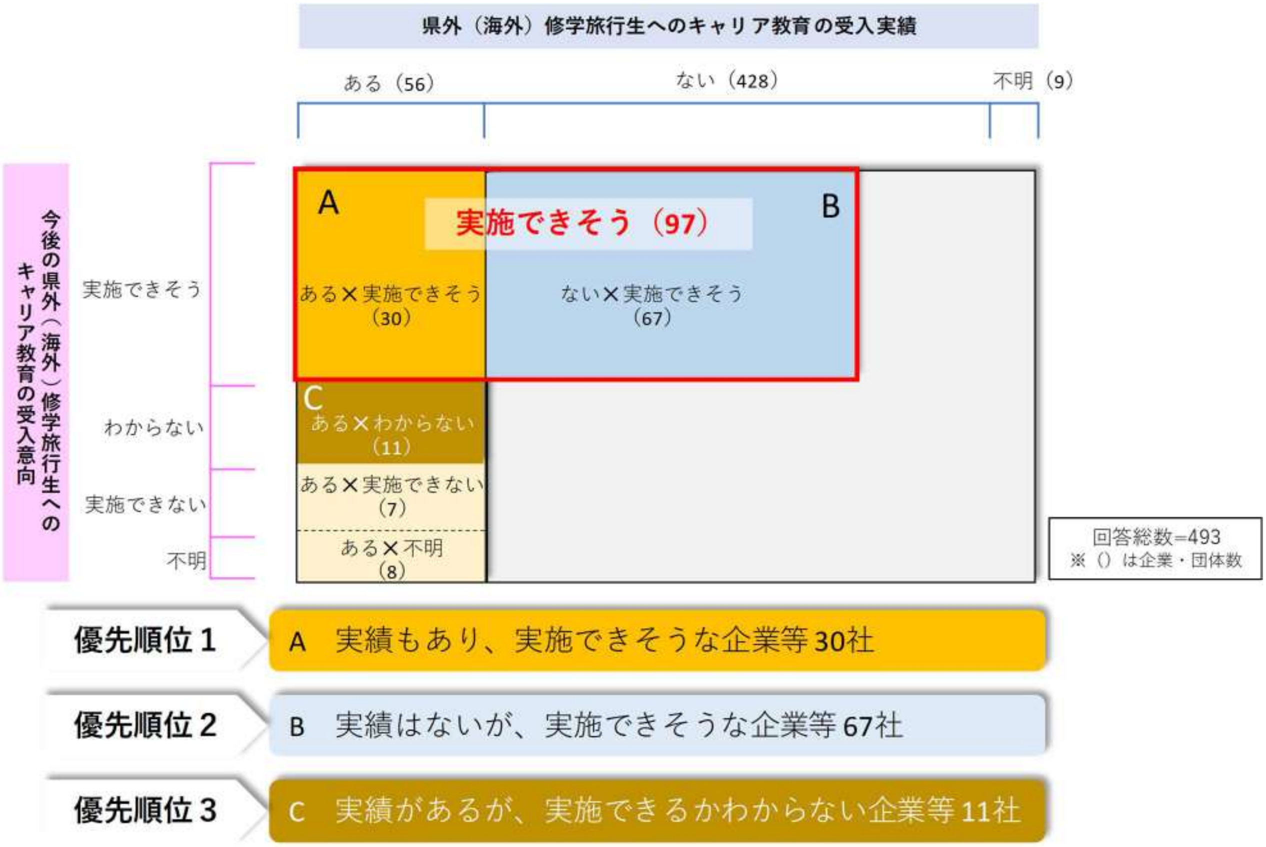
この 97 社の内訳は、県外（海外）修学旅行生へキャリア教育を実施したことがある企業等が 30 社、実施した経験がない企業等が 67 社となっており、実際に実施経験のある企業等の方が、受入意向の出現率も高い（30/56＝53.6%）。

実施できそうな潜在的企業等を、いかに効率的に発掘するかが次の課題となるが、上記結果から「現在受け入れている企業等」に高い確率で存在していることが確認できた。では、実施したことがある企業等はどこにいるのか、という問については次ページで検証する。

沖縄県でキャリア教育型修学旅行の受入企業等を整理すると、最も確度が高いのは、実績もあり、実施に前向きな A グループである。次いで、実績はないものの、実施に前向きな B グループ、最後に、実績はあるが今後の受入については「わからない」と回答した C グループと考える。提供する質や内容は別にして、事業への参画可能性という視点であげれば A→B→C の順である。

B や C グループは、A グループと条件や不安が異なると思われ、回答に注目する必要がある。

図表48 キャリア教育受入企業・団体群の分布状況



②県外（海外）修学旅行を受入れている企業等

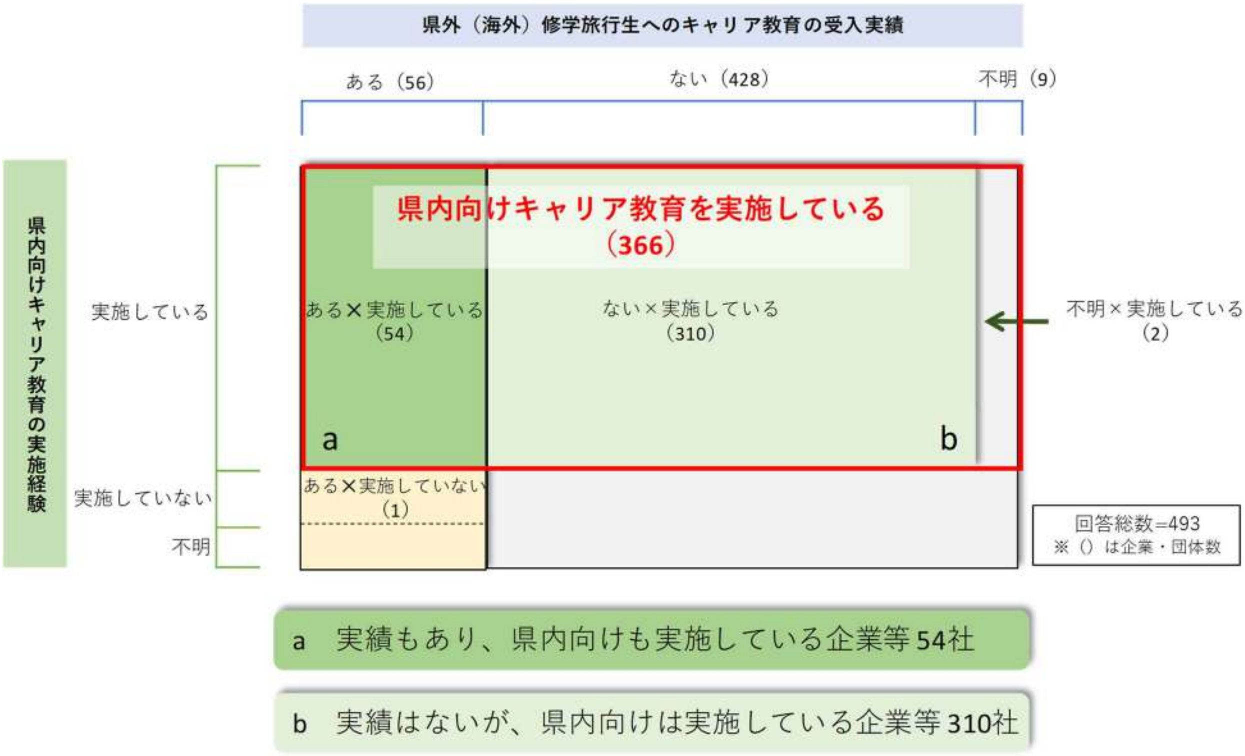
県外（海外）修学旅行生に何らかのキャリア教育を実施している企業等 56 社（A グループ）のうち、沖縄県内の児童・生徒・学生向けにキャリア教育を実施しているのは 54 社であり、出現率は 96.4％（54/56）である。

この結果から、県外（海外）修学旅行生へのキャリア教育受入企業等は、概ね県内の児童・生徒・学生も受け入れているといえる。従って、本事業への参画企業等の開拓にあたっては、沖縄県教育庁・市町村教育委員会と連携して情報が得られると、データベース化が容易と考えられる。

ヒアリング調査においても指摘があったように、キャリアについて語れる人材や企業は県内児童・生徒・学生へのキャリア教育にも共有すべき資源であるため、観光・教育の垣根を超えた連携が期待される。

また県内児童・生徒・学生向けにキャリア教育は行っていないが、県外（海外）の修学旅行生は受け入れるというケースは非常に稀であることが明らかになった。従って企業等開拓においてほとんど考慮する必要はない。では、同じように県内向けにキャリア教育を実施している a グループと b グループはお互いに何が違うのか、次のページで特徴を比較する。

図表49　県外（海外）キャリア教育受入企業と県内キャリア教育受入企業の関係

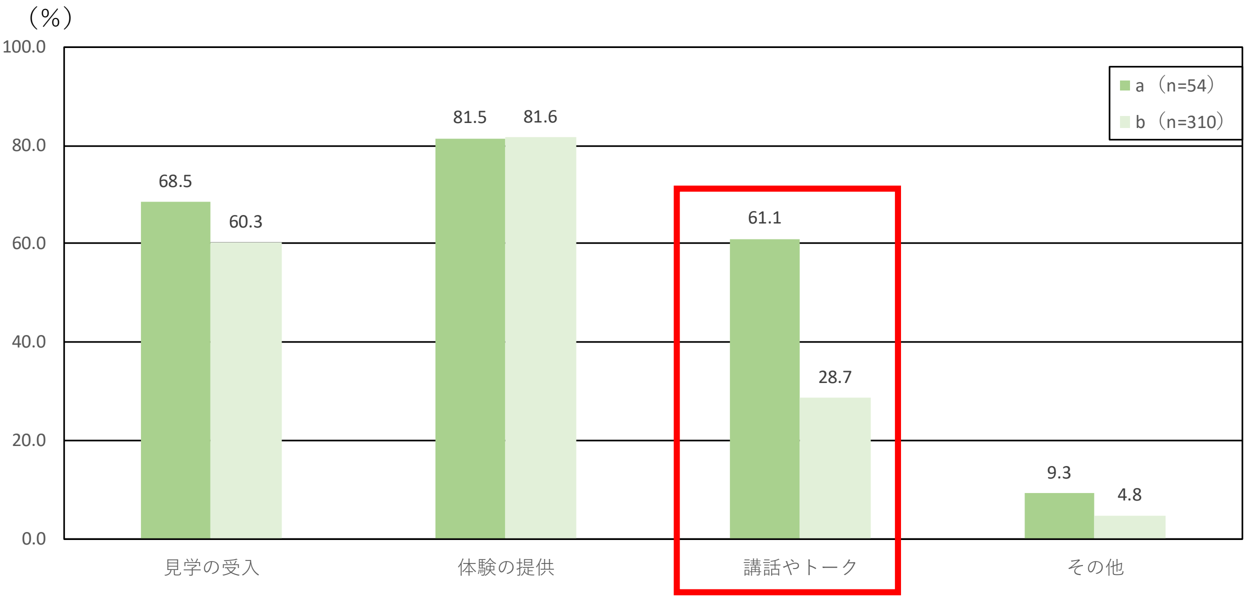


②県内児童･生徒･学生向けキャリア教育の中身の違い

はじめに、県内児童・生徒・学生向けに職場体験や見学など実施したことがあり、県外（海外）修学旅行生にも職業や進路選択について考えさせるプログラムを実施したことがある企業等（a グループ）と、県内児童・生徒・学生向けに職場体験や見学など実施したことがあるが、県外（海外）修学旅行生には職業や進路選択について考えさせるプログラムを実施したことがない企業等（b グループ）とを比較しキャリア教育における違いを比較する。

特に差が顕著なのは「講話やトーク」で、両者の差は 30 ポイントを超える。a グループの方が体験や見学にとどまらず職員が表に出て話す場面が多い傾向がみられ、県外（海外）修学旅行生を受け入れる企業等は、県内児童・生徒・学生へのキャリア教育もより積極的な印象である。

図表50　県内児童･生徒･学生に対するキャリア教育の内容の違い（MA）



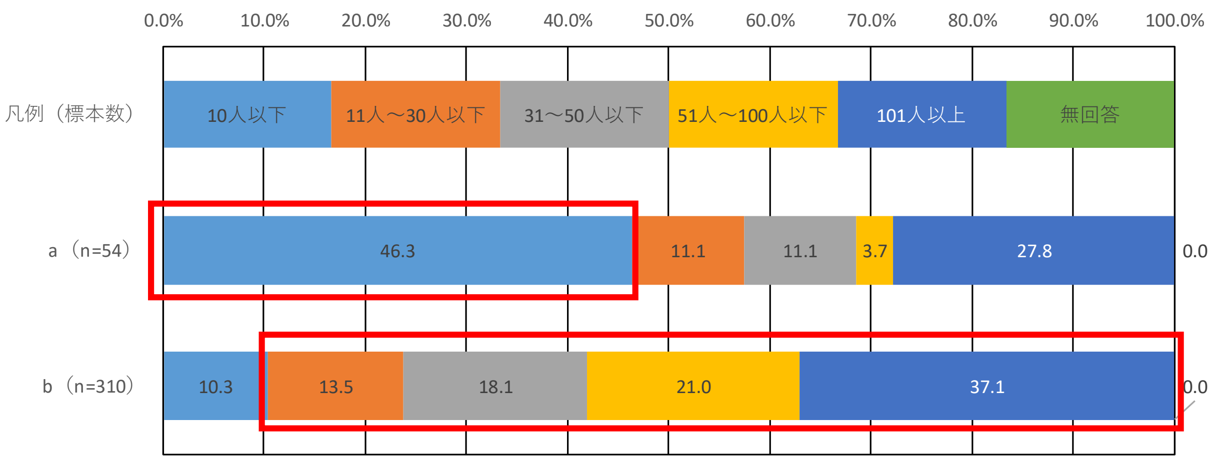
a：実績もあり、県内向けも実施している企業等
b：実績はないが、県内向けは実施している企業等

従業者規模をみると、県内児童・生徒・学生に職場体験や見学など実施したことがあり、県外（海外）修学旅行生にも職業や進路選択について考えさせるプログラムを実施したことがある企業等（a グループ）は「10 人以下」が 46.3%で、県内児童・生徒・学生に職場体験や見学など実施したことがあり、県外（海外）修学旅行生には職業や進路選択について考えさせるプログラムを実施したことがない企業等（b グループ）を 36.0 ポイント上回る。

一方、b グループはより従業者規模が大きい層において a グループを上回り、比較的大規模企業等が受け入れについて新たに賛同してくれたと考えられる。

また、前ページで既述のとおり a グループの方が県内児童・生徒・学生に対して講話やトークの割合が高かった理由のひとつとして、組織の規模に準じて少人数でコミュニケーションを密にとりながら受け入れている可能性が考えられる。

図表51　県外（海外）キャリア教育受入企業の従業者規模（SA）



a：実績もあり、県内向けも実施している企業等
b：実績はないが、県内向けは実施している企業等

③県外（海外）修学旅行を受入可能性のある企業・団体の受入条件や不安

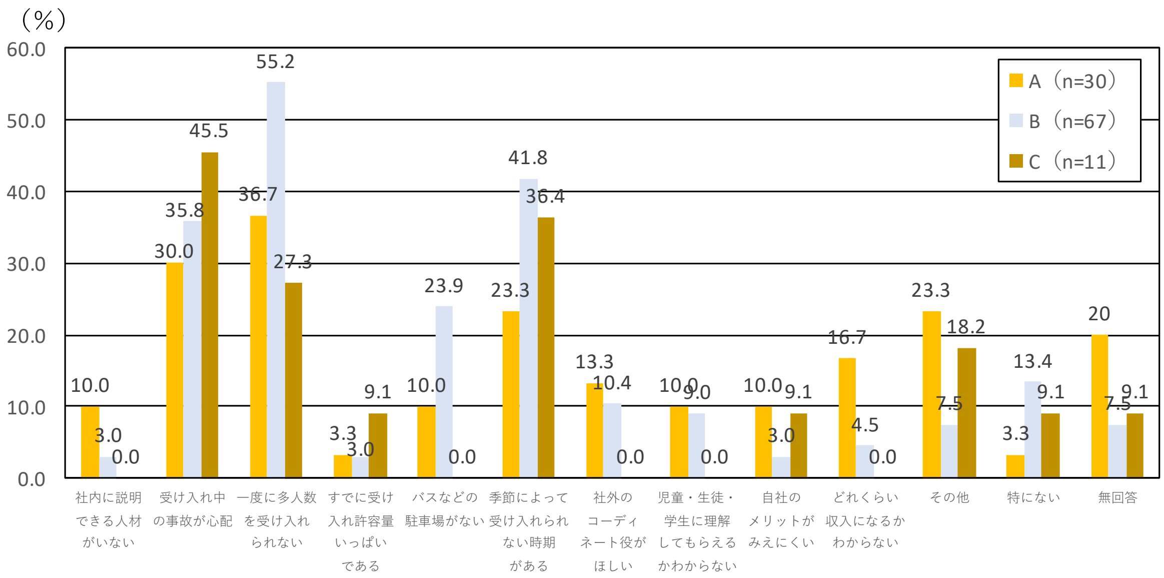
今後県外（海外）修学旅行生に職業や進路選択について考えさせるプログラムを実施する意向があり、これまでも実施したことがある企業等（A グループ）では、「一度に大人数を受け入れられない」が 36.7%で最も多く、次いで「受け入れ中の事故が心配」が 30.0%、「季節によって受け入れられない時期がある」が 23.3%となっている。

今後県外（海外）修学旅行生に職業や進路選択について考えさせるプログラムを実施する意向があり、これまで実施したことがない企業等（B グループ）も「一度に大人数を受け入れられない」が 55.2%で最も多く、次いで「季節によって受け入られない時期がある」が 41.8%、「受け入れ中の事故が心配」が 35.8%となっており、おしなべて A グループよりも条件や不安の割合が高い。

一方、「社内に説明できる人材がいない」や「社外のコーディネート役がほしい」などのソフト面の条件や不安は A グループの方が高い。A グループは B グループより従業者規模が小さい企業等が多いことから規模の影響と、受入経験の差がソフト面の条件や不安に関係している可能性がある。

今後の受け入れ意向についてはわからないがこれまで実施したことがある企業（C グループ）は、回答件数が少ないながら、「受け入れ中の事故が心配」が 45.5%で約半数を占めており、職場の安全面は受け入れを躊躇するひとつの理由となっている。

図表52　受入条件や不安（MA）



A：実績もあり、実施できそうな企業等
B：実績はないが、実施できそうな企業等
C：実績はあるが、実施できるかわからない企業等

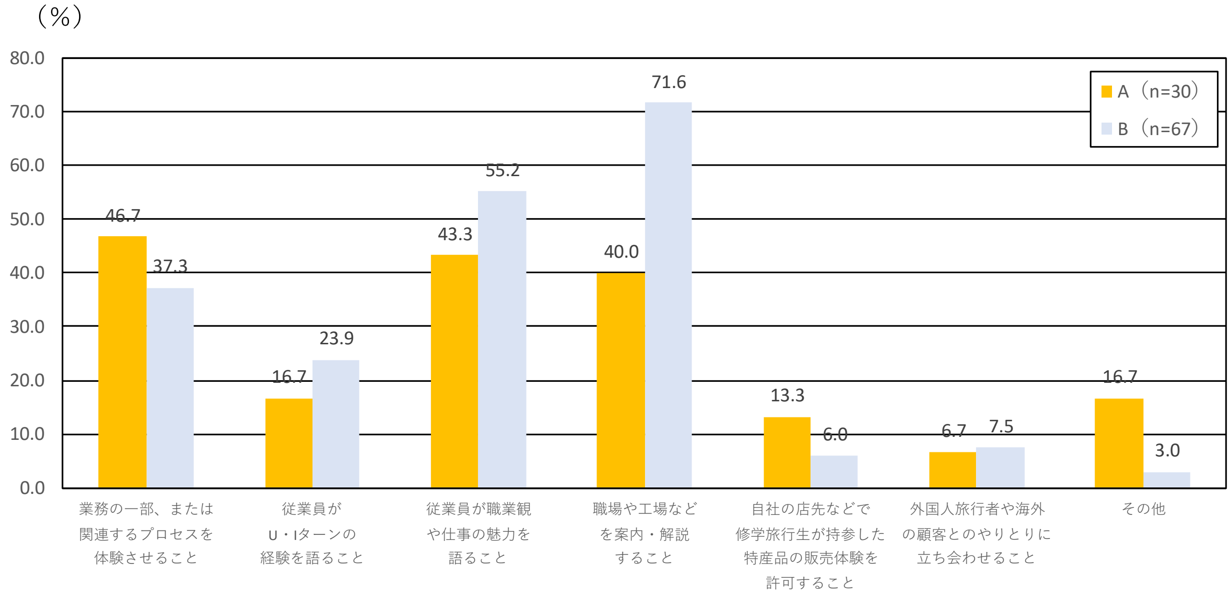
④県外（海外）修学旅行を受入可能性のある企業等の取組み内容

今後県外（海外）修学旅行生に職業や進路選択について考えさせるプログラムを実施する意向があり、これまでも実施したことがある企業等（A グループ）は、「業務の一部、または関連するプロセスを体験させること」が最も多く 46.7%、次いで「従業員が職業観や仕事の魅力を語ること」が 43.3%、「職場や工場などを案内・解説すること」が 40.0%などの順となっている。

今後県外（海外）修学旅行生に職業や進路選択について考えさせるプログラムを実施する意向があり、これまで実施したことがない企業等（B グループ）は、「職場や工場などを案内・解説すること」が最も多く 71.6%、次いで「従業員が職業観や仕事の魅力を語ること」が 55.2%、「業務の一部、または関連するプロセスを体験させること」が 37.3%などの順となっている。

実施できる内容は各社の施設・設備や人員体制によって異なるが、業務の体験や見学といった狭義のキャリア教育にとどまらないプログラムのあり方を、協力企業等に対して提示する必要があると考えられる。

図表53　実施可能な内容（MA）[6]



A：実績もあり、実施できそうな企業等
B：実績はないが、実施できそうな企業等

[6] 本設問は、実施可能な企業等のみが回答する設問であるため、「C：実績はあるが、実施できるかわからない企業等」の回答はない。

２　教育旅行、キャリア教育の実施意向調査（ヒアリング調査）

（1）調査対象

ヒアリング調査は原則としてアンケートに回答があった企業等の中から、現在県外（海外）からの修学旅行生を受け入れているか、今後受け入れる可能性があり、かつヒアリング調査に協力可能な企業等を母集団とした。この母集団の中から、沖縄県産業特性を代表する分野や、特徴ある取り組みを行っている企業等を抽出した。

図表54 ヒアリング調査対象

調査日	訪問先（地域／ジャンル）	企業概要
2019年 12月18日	沖縄県産業廃棄物処理協同組合（中頭郡／環境）	下水処理業、養豚業、清掃業等を営む企業が共同で出資している組合で、可燃処理、下水処理、産業廃棄物処理（医療廃棄物含む）等を行っている。
2019年 12月24日	株式会社沖縄タイムス社（那覇市／文化）	日刊新聞の発行と Web 配信を行っている。また、紙面と連動したスポーツ・文化イベントにも取り組んでいる。
2019年 12月24日	国立大学法人琉球大学（中頭郡／アカデミック）	開学 70 周年を迎える沖縄県の国立大学。
2019年 12月25日	株式会社前田産業（名護市／宿泊施設）	沖縄県北部でホテルと複合商業施設を経営している。
2019年 12月26日	タピック沖縄株式会社　ユインチホテル南城（南城市／宿泊施設）	ユインチホテル南城はタピックネットワークの一つでウェルネスリゾートホテルとして運営している。
2019年 12月26日	株式会社南都　おきなわワールド（那覇市／誘客施設）	運営管理をしているおきなわワールドは国・登録有形文化財/沖縄県指定博物館相当施設であり、年間100万人を超える来場がある。
2020年 1月10日	沖縄県立図書館（那覇市／文化）	県民の生涯学習を支援する施設の一つとして、県民の知識要求に対応できるよう的確な資料の収集・整理・保存に努め、その利用促進を図っている。
2020年 1月21日	日本トランスオーシャン航空株式会社（那覇市／航空関連）	沖縄県内空港における旅客サービス、運航支援業務、航空機誘導・搭載などのグランドハンドリング、機内清掃、貨物郵便運送業務を行っている。

（2）調査結果

①修学旅行の受け入れ意向のある企業等の共通点

今回ヒアリング調査を実施した企業は全て県内学生の受入れを実施しており、その実績については申し分ない。職業についての講話、職場体験や社内見学を県内学生向けに積極的に受入れており、企業や団体によってはマニュアル化も進めている。プログラムの内容は県外（海外）の学生を既に受け入れている企業と比べても遜色ない。ただ、既に受け入れている企業と比べプログラム内容に“沖縄らしさ”が明確にあるケースは現時点で少なく、他県でも見受けられる仕事、体験内容といえる。

例えば今展開している県内学生向けプログラムに沖縄郷土資料を活用したり、離島の多い沖縄らしい環境の中で取り組んでいる業務やサービス内容を職場体験に盛り込む、あるいは職場見学時に学生が生まれた年月日の新聞記事を利用し沖縄の歴史資料として活用する、県内出身者とのふれあいの時間や場を設けるといったことを既存プログラムに追加できると、内容が充実すると思われる。このような気づきや実装への取組は外部からの指摘や指導を入れることでより活性化される可能性がある。

②受け入れる意義やメリットが不透明

企業によっては、県外（海外）学生向けのキャリア教育の受け入れを積極的に進める明確なメリットや意味合いを見つけられずにいるのも少なからずあった。

例えば、沖縄の戦争以外の歴史や偉人、基地問題や取り巻く環境について知るきっかけとなることや、将来の採用を見越し職業理解の促進を図ること、さらに広く地域貢献を受け入れる意義に掲げたとしても、沖縄を訪れる県外の学校がキャリア教育旅行で沖縄に求める内容とは必ずしもマッチするとは限らない。調査の回答の中でも、「訪れる学校側のニーズに応えられるのかが一番の不安要素」と考えられており、自信がないので受入枠も広げないという状況も見受けられた。同じ理由からプログラムの有償化について、「検討していない」との回答が多かった。ここで企業等が指すメリットとは「自社にとってのメリット」という意味よりも、むしろ「訪問してくれた県外の学校や学生にとってのメリット」を指している点が重要である。したがって、協力意向を示してくれた企業等に対しては、何が期待されており、どのように対応したらよいかを改めてレクチャーするプロセスが必要と思われる。

③既存の受入分との調整

受入条件や提供しているプログラムが、県外（海外）学生の受入と折り合いがつかないという状況も見受けられた。アンケートからもわかるように既に県内学生を対象にキャリア教育で多く受け入れており、これ以上の受入れは主業務への支障が懸念される事業所もある。そこには費用や職員への負担の問題があり、昨今の人手不足から受け入れ態勢の拡大や県外学生向けのプログラムに沖縄らしさを入れ込む作業が困難になっている状況も見受けられた。また、中には大型バスや100名単位での受け入れが施設的に耐えられない場合もある。

④SDGsへの取り組みについて

SDGsへの取組については二極化しているのが現状で、「SDGsを知らない」もしくは「取り組めていない」企業等と、組織内で整備され公表している企業に分かれている。

SDGsに取り組めている企業の特徴として主業務がSDGsのいずれかの項目に既にあてはまっているケースが多い。また、事業者自体のこのような情報や市場への感度の高さも見受けられた。今回の調査の中では、教育機関や旅行代理店、仲介業者からSDGsを盛り込んだプログラムを要求されているケースはあまりなく、市場としてもこれからニーズが高まりそうという共通した認識があった。実際に提供しているプログラムに自社の SDGs への取り組みを盛り込めている企業は多くなく、これから取り組む予定、若しくは現在造成中という意見が多かった。

第５章　受入体制構築に向けた課題抽出及び対応策

１　課題の抽出

（1）発地側からみた課題

①現地情報を事前・事後学習に生かし、学習効果を高める仕組み

教育機関は新学習指導要領に背中を押される形で探究型学習、学びの個別最適化に教育活動を対応させていく途上にある。教育旅行は数少ない学校外における学びの機会であり、学習効果の高いプログラムが期待されている。

特に事前学習・事後学習と呼ばれる旅行前後の学習を通し、学習効果を高める動きが一般化している。教員はファシリテーションは得意なので生徒に対して適切な問いの提供ができる一方で、訪問先の現地の情報については乏しい。旅行代理店が一部その役割を引受け、事前学習などを補完している事例がみられる。しかしながら現地の一次情報は現地の関係者が持っているので、沖縄県側からさらに踏み込んだ情報提供や事前学習への関与が期待されている。

②現地との交流を通じてリアルな学習機会の創出

教育旅行の学習効果を高める目的や、限りある旅行期間を有効活用するために、事前学習や事後学習において、沖縄の学校と交流を望む意見が複数寄せられた。また「ナナメの関係」とよばれる、少し年上の若者との交流を望む意見が顕在化している。しかしながら現在沖縄県内にはそうしたニーズの受け皿が少なく、県内外の学校を結びつける基盤を作っていかなければならない。

かつて琉球大学で活動していた学生団体のような組織の再興を望む旅行代理店からの要望意見も聞かれたことから、何を学ぶかだけでなく、どのように学ぶかという点でも沖縄県の教育旅行に改良の余地があるといえる。

③国際競争も視野にいれたプログラムの充実

教育旅行は普段の学校内の授業と異なり学校外での学習機会であるため、学校や周辺地域ではできない体験や学びの機会が求められる。特に沖縄は独特の気候風土や文化、経済環境を背景としているため、自分たちが暮らす地域とのギャップを認識しやすい。こうした地域特性は教育効果を高める上で大きなアドバンテージといえる。

海外志向を強める一部の高等学校においては、教育旅行先に海外を選択するケースがみられるが、沖縄県は海外からの旅行客も多く、観光施設や商業施設などで外国人とコミュニケーションを取る場面もあると思われる。そうした機会を学習の場と捉え学習効果も提案できれば、海外志向の学校に対してもニーズを満たせる可能性がある。

（２）着地側からみた課題

①限りある予算と時間の中で、効率的なプログラムの提供

沖縄への教育旅行は移動コストや移動時間などの制約があるなか、歴史的経緯を活用した平和学習や亜熱帯環境を利用した自然体験などが付加価値となり、一定の国内シェアを維持してきた。現在も高等学校における教育旅行先では全国都道府県の中で第 1 位にあるものの、飛行機による移動が避けられず、交通費負担の割合が大きい分その他のプログラムに充当できる予算が限られる。さらには滞在時間にも影響するため、他の観光地に比べると予算も時間もハンデを抱えているといわざるを得ない。

また、教育旅行に対する目的意識は多様化しており、中には教育における独自色を出すために旅行先に海外を選ぶ学校もあり、教育旅行市場において海外旅行は存在感が高まりつつある。今後は少子化の進行による市場の縮小も予想されることから、教育旅行の集客低下は県内観光事業者への影響が小さくないと考えられる。

このように、国内にとどまらない地域間競争が行われている教育旅行市場の中で、目的地として継続的に支持されるためには、予算上の所与の条件を踏まえつつ魅力を高め、満足度の高いプログラムを提供していく工夫が必要である。

②原点である教育的意義への回帰

沖縄県の教育旅行受入プログラムはパッケージ、オプショナル共に豊富であるが、中でも自然環境や歴史・文化的資源を活用した体験プログラムが充実している。体験を通した学びは高い学習効果が期待され、本事業に参画の意思を示してくれた企業等においても、業務体験プログラムを提供可能とする企業等が多くみられる。一方で、「プログラム＝体験」のイメージやキャリア教育に対する狭義の職業教育というイメージが強いことから、賛同企業等においてもキャリア教育を業務体験や職場見学ととらえる傾向がみられる。

新学習指導要領で述べられているキャリア教育は社会との接続を考えること全般を指し、働くことの意味や意義を考えることが期待される。また、新学習指導要領の下ではプログラムを提供して終わりではなく、プログラムをどのように学び、何ができるようになり、その結果どのような力がつくのかまでの一連の説明責任が求められる。したがって、本事業に参画の意思を示してくれた企業等や公共施設に対しては、教育的な狙いについて共通理解を深める必要がある。

③受け入れ体制づくり

教育旅行に関わってもよいと考える企業等は少なくない。こうした事業所は県内の児童生徒向けにもキャリア教育を行っている割合が高いことから、参画企業等の拡充に当たっては県教育庁及び市町村教育委員会と連携を図ることが効率的である。また、参画企業等を拡充するためにも、持続的にプログラムを提供するためにも、協力企業等の善意に過度に依存した形は望ましくないことから、謝礼基準や協力企業等にとってのメリットを明らかにする必要がある。

教育旅行においても探究型学習や内容の個別最適化への要求が高まりつつあるが、これに応えられるような官民・民民間の連携や配置の最適化がなされていない。企業等の中には地域間連携や自身の資源と関連する県内の別施設とつながることでシナジーを発揮したい思いをもった団体もあるため、そうした意向を汲み取りながら、より魅力的な沖縄教育旅行を提案していく。

図表55　課題の整理

発地側からみた課題	着地側からみた課題
①現地情報を事前・事後学習に生かし、学習効果を高める仕組み	①限りある予算と時間の中で、効率的なプログラムの提供
②現地との交流を通じてリアルな学習機会の創出	②原点である教育的意義への回帰
③国際競争も視野にいれたプログラムの充実	③受け入れ体制づくり

２　対応策の提案

（1）発地側からみた課題に対応した提案

①旅行先の情報収集に資するポータルサイト等の開設

- 県外の学校が沖縄旅行に先立って行う事前学習や、旅行代理店が各校に旅行プランを提案する際の情報源となるよう、キャリア教育プログラムの提供に協力可能な企業等の情報や、SDGs に取り組む企業・地域などの情報が一覧できるポータルサイトやパンフレット等を作成する。
- 相談依頼の受付窓口を明らかにし、専用ホットラインを設けてワンストップで対応する。

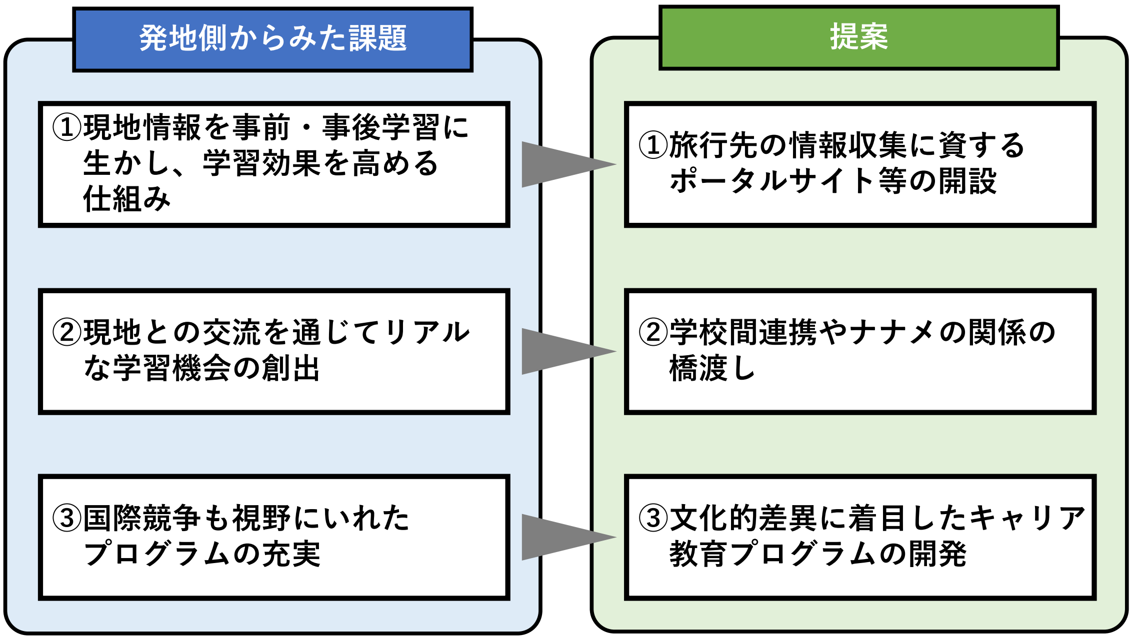
②学校間連携やナナメの関係の橋渡し

- 「現地交流したい」、あるいは「事前学習や事後学習に、沖縄県の学校とインターネットで結んで意見交換しながら学習を深めたい」という学校間連携のニーズに応えるため、コーディネート役を定める。また県・市町村の教育委員会との連携を深め、協力を仰ぎながらニーズに対応する。
- 同年代だけでなく「ナナメの関係」と呼ばれる、少し上の年代との交流ニーズに応えるため、県内の大学のゼミやサークル等と連携を図り、新たなスタイルのガイド活動や交流を創出する。
- 各社のキャリア教育に資する講話などに対応してくれた県内企業等の人材情報もデータベースに整理して把握し、学校や旅行代理店のニーズに適した人材を紹介できる仕組みを整える。

③文化的差異に着目したキャリア教育プログラムの開発

- 沖縄と本土との文化的差異の学習機会や、高校生・大学生・留学生等との交流プログラムなどを充実させ、国際理解や異文化理解の面からも海外に対抗できる素地をつくる。

図表56　発地側からみた課題に対応した提案



（2）着地側からみた課題に対応した提案

①事前学習・事後学習への深い関与を通じた差別化

- 予算や滞在日数の制約があるため、教育旅行の事前学習・事後学習を、遠隔的な手段や教材も含めて拡充することで、沖縄県での滞在期間が短くとも高い教育的効果を引き出す。学校教育や子どもたちの日常的な学習にも関与するパッケージングにより、集客して終わりでない新しいかたちの教育旅行サービスを目指す。

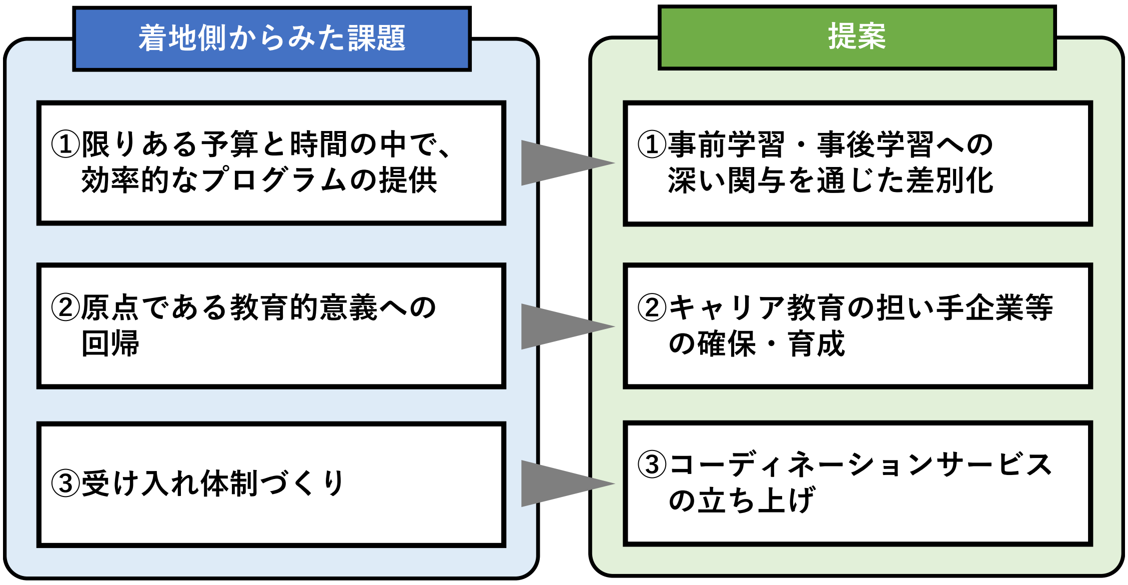
②キャリア教育の担い手企業等の確保・育成

- 受け入れ可能な企業等を拡充するため、協力に対する謝礼規程を定める。
- 県及び市町村教育委員会と連携を図り、県内児童生徒に対するキャリア教育を受け入れている企業等の情報を得るとともに、修学旅行生に対する取組で得た知見を県内児童生徒のキャリア教育の現場にもフィードバックする。
- 修学旅行生を受け入れることで得られる金銭以外のメリット（社内人材の育成、参加者からのお礼などによるモチベーション向上、自社業務に対する再評価など）についても説明できるツールを用意する。
- 誘客施設やプログラム提供者（企業等）に対し、教育旅行向けのメニューを新学習指導要領における学校教育の視点で改善するためのガイダンスを行う。
- 公共施設における教育旅行受入サービスを民間委託ないし部分開放し、多様化する教育旅行の需要に応えながら県経済への還元を行う。

③コーディネーションサービスの立ち上げ

- 多様化・高度化する学校のニーズに対し、沖縄側の資源を自在に配置・提案できるコーディネーションサービスを立ち上げる。

図表57　着地側からみた課題に対応した提案



３　リーディングプロジェクト

調査結果から課題と各課題に対応した提案を整理したが、最後に改めて優先的に取り組むことが望ましい事項について、リーディングプロジェクトとして提案する。

（1）参加意向を表明してくれた企業等を集めての勉強会

①ねらい

今年度アンケートを通じて協力の意思を示した企業等との関係性を維持し、修学旅行生の受け入れに対する取組姿勢やリスクへの予防策などを啓発し、安全に学習効果の高いプログラムを提供できるよう、環境を整備する。

②参加者のメリット

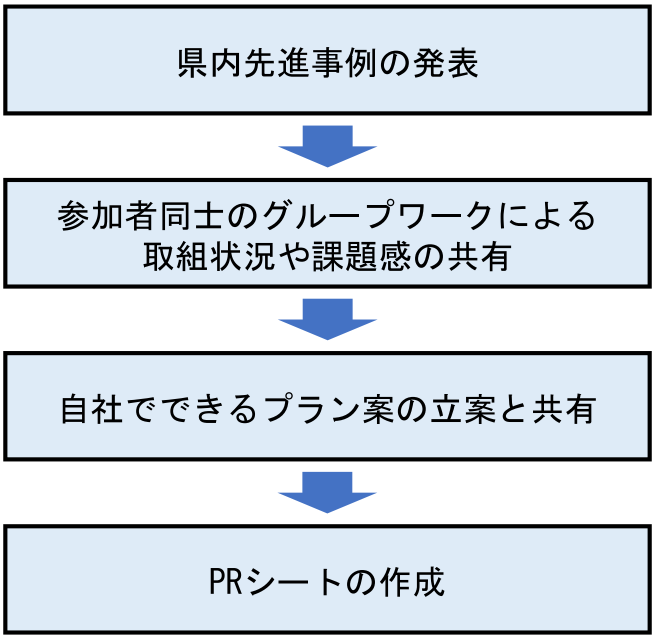
本勉強会に参加する企業等は修学旅行生に対して伝えるべき情報や自社にとってのメリット、謝礼のルールおよび危険防止の対応など、修学旅行生の受け入れに際して発生する諸問題への対策がとれるようになる。

③方法

協力の意思表示を示した企業等を集めた集合研修を開催する。すでに実績のある企業等による取組事例の発表や、グループワークによる受け入れの課題と各社の対応方法などの共有を行い、自社の受け入れプランを立案してもらう。

アウトプットとして、各社のプランや受け入れ条件などを整理した A4・１枚程度の PR シート（仮称：沖縄キャリア教育旅行プラン）を作成してもらい、学校や旅行代理店へのプロモーションツールとして活用する。

図表58　勉強会のイメージ



（2）既存の観光ルートについてキャリア教育の要素を反映した改善

①ねらい

沖縄教育旅行を代表する体験施設等に対し、キャリア教育や探求型学習、SDGs、更には新学習指導要領における教科・単元・活動等をふまえたガイドの手法や配布物・掲示物に関するガイダンスを行う。すでに存在するパッケージの滞在時間や行程を大きく変えることなく学びの深さを引き上げ、学習成果・参加者満足度の向上や一般の観光体験との差別化を進める。

②参加者・参加施設のメリット

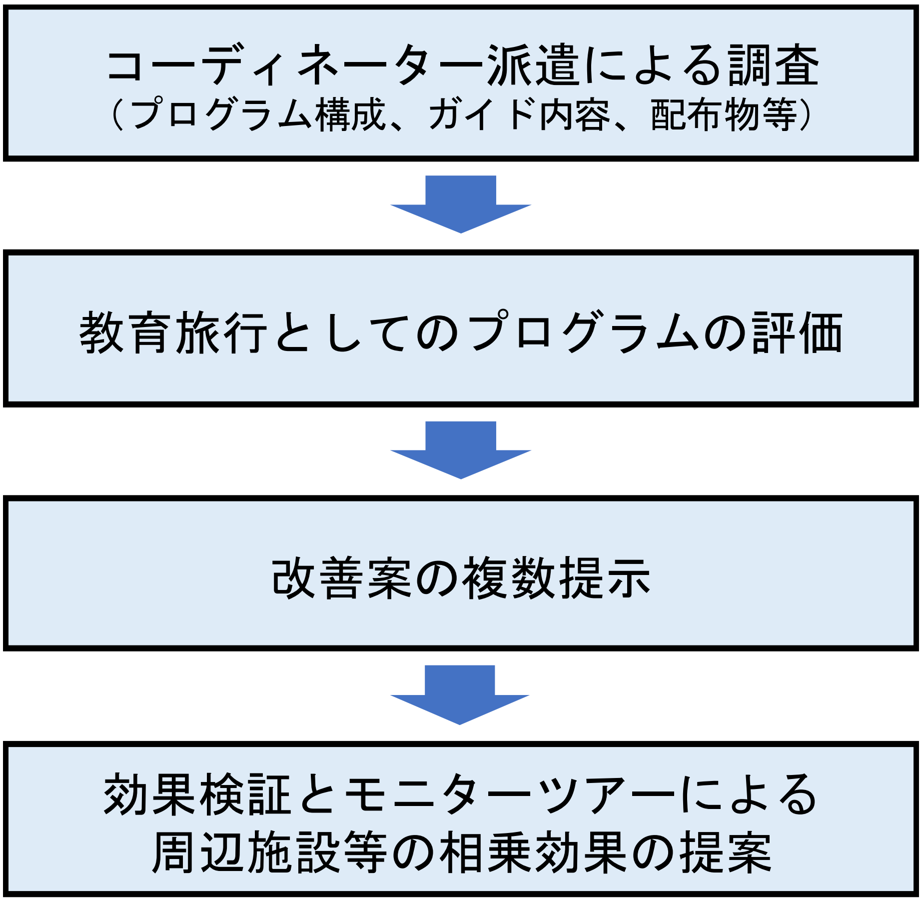
学校のニーズに沿った「学び」と「楽しみ」の要素分配や、その後の行程の動機づけ、振り返りに役立つワークシート等が提供できるようになることで、旅程における重要性が増すとともに再訪可能性を高める。

③方法

希望する施設に対し、コーディネーターを派遣し、体験内容や配布物等を確認・評価した上で改善あるいは追加案を提示する。

さらにモニターツアーを通じて改善結果の効果検証と、複数の施設や地域を繋ぐことによる相乗効果を生むようなプログラムのあり方について新たな提案を行う。

図表59　プログラム改善のフロー



（3）学びを深める学校間交流の実現に向けた沖縄側の学校の受け皿開拓

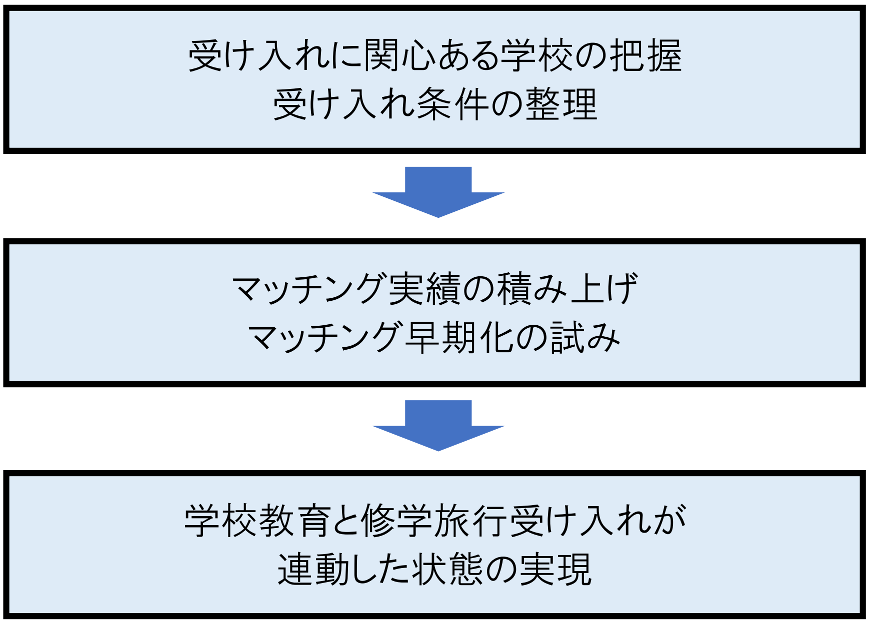
①ねらいと方法

教育旅行における交流ニーズは非常に大きいと思われるが、安定的に応えていくためには訪問側と受け入れ側のメリットを両立させ、十分な調整期間を確保する必要がある。そこで第一段階として、受け入れに関心のある沖縄県内の高等学校等を募集し取りまとめるとともに、受け入れ条件を整理しながら年度内、翌年度以降の教育旅行において実証を試み、成果を共有する。交流の手法としては沖縄来訪時の対面に加え、インターネットを用いた遠隔での交流も模索し、事前事後学習としても沖縄への教育旅行に付随させていく。

②課題と今後の展望

県外の生徒との交流は、特別活動やキャリア教育、探求型学習、コミュニケーション能力の育成などに活用でき有用性が高いが、現状では県外からの打診が直前となり短期間でのマッチングが困難な状況にある。今後円滑に進めるうえでは、実施の 1～2 年前に学校間マッチングを済ませ、双方の学校年間計画に交流を位置付けたうえで、年間を通して取り組む体制を確保するとともに、交流当日が一過性のイベントとならないよう、お互いの十分な事前学習を担保する必要がある。

図表60　学校間交流の長期フロー（案）



（4）SDGs を学びたい学校向けプログラム造成に向けた調査

①ねらい

SDGs に関する学習ニーズがある学校と、県内企業等をマッチングさせるだけでなく、より効果のある学習に帰結させるために、学校側にとって必要となる要件を整理する。

②調査仮説

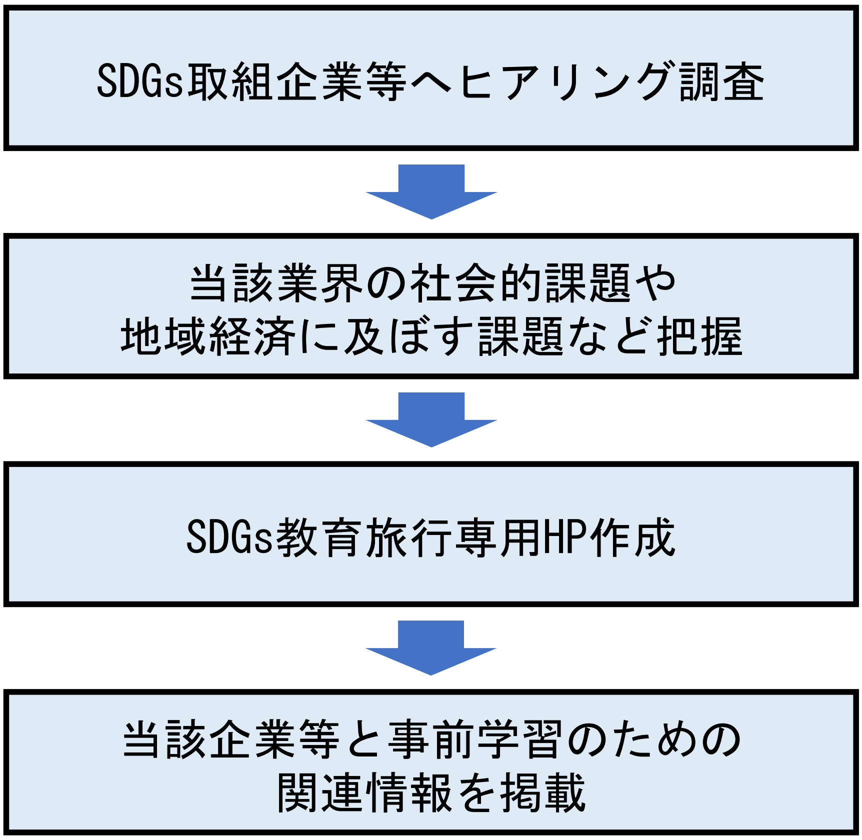
社業の一環として企業等が SDGs に関連する取組を行う例はみられるものの、そもそも学習のための施設ではないため、当該企業等が考える社会的課題や当該事業と地域経済との関係などについてはホームページなどで表明されていないと予想される。SDGs 企業を取り巻くこうした可視化されていない情報を整理・提供することで、教材としての価値を創出する。

③調査方法

当該企業等の取り組みの前後にある社会的課題や、今後残された課題、または社業の外にある地域経済への波及的課題などをヒアリング調査や各種統計調査から整理する。

アウトプットとしては、SDGs 学習のホームページを作成し、当該企業等の情報とともに事前学習の参考となる各種統計や関連情報を収集・掲載する。また問い合わせフォームも用意し、双方向学習に対応できる仕組みを整備する。当該企業情報とセットで紹介することにより、SDGs を学習する全国の学校がアプローチできる環境を整備する。

図表61　SDGs プログラム造成のための調査



第６章　資料編

１　アンケート票

キャリア教育メニューに関する実態調査

一般財団法人　沖縄観光コンベンションビューロー
誘客事業部　国内プロモーション課　教育旅行チーム

調査へのご協力のお願い

沖縄県および一般財団法人沖縄観光コンベンションビューローでは、沖縄観光をより魅力的なものとするため、県外からの修学旅行生に向けて企業等との体験的な学習を通じて、職業や進路選択などを学んだり考えたりする、新しい教育旅行プログラムを検討しています。本調査は、企業等と児童･生徒･学生との交流の状況や、具体的な取組事例などを把握し、新たな施策立案の基礎資料として活用させていただくことを目的として実施するものです。

ご多忙のところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解の上、ご協力くださいますよう、お願い申し上げます。

調査の対象について	・宿泊業、サービス業、小売業、旅行業、娯楽業、および児童･生徒･学生向け職業体験など実施している企業･団体　1,000 社 ・博物館、資料館、その他集客施設、修学旅行生の立寄施設など　50か所
ご回答票の処理について	・ご回答票は、外部に漏洩しないよう厳重に管理します。項目毎に統計処理し、個別の企業名称等を断りなく公表することはありません。 ・本調査は上記の目的以外に使用することはありません。
ご回答にあたって	・令和元年11月1日時点の状況でご回答ください。 ・支店や支所などがある場合は、県内全体についてご回答ください。 ・ご回答は、あてはまる番号に○印をつけ、( )内や記入欄には具体的にご記入ください。
調査の趣旨についてのお問い合わせ	一般財団法人　沖縄観光コンベンションビューロー 国内プロモーション課　教育旅行チーム　内間 沖縄県那覇市字小禄 1831 番地１　沖縄産業支援センター２階 (TEL)098-859-6125　　(E メール)misaki@ocvb.or.jp

ご回答期限	**令和元年11月25 日(月)**
ご回答票送付先	・ご回答いただいた調査票は、FAX または E メールでご返信ください。 ・アンケートの回答方法に関するご質問も、下記 E メールまでお願いします。 株式会社　アール･ピー･アイ　沖縄教育旅行調査担当　佐藤、奥野 FAX の宛先：03－5212－3414 E メールの宛先：190853enquete@rpi.co.jp

※調査票の電子データをご希望される場合は、下記の(株)アール･ピー･アイ HP アドレスからファイルをダウンロードすることができますので、ご利用ください。

HP アドレス	http://www.rpi.co.jp/190853enquete

1

Ⅰ　貴社の企業名や概要について

問1　貴社名をご記入願います。公共施設は施設名称をご記入願います。

問2　貴社の業種を次の中から最も当てはまるものを1つお選びください。

1. 飲食業	2. 宿泊業	3. 卸・小売業
4. 情報通信業	5. 製造業	6. 金融業,保険業
7. 学術研究,専門・技術サービス業		8. 医療,福祉
9. サービス業	10. 公務	11. その他(　　　　　)

問3　貴社の住所で当てはまるもの1つお選びください。複数支社・支店をお持ちの場合は代表をご記入願います。　(注)金武町／恩納村は本島北部、浦添市・西原町は本島中部をお選びください。

1. 本島南部	2. 本島中部	3. 本島北部	4. 本島周辺離島
5. 久米島	6. 慶良間諸島	7. 宮古諸島	8. 八重山諸島

問4　貴社の従業者数(役員・パートアルバイト含む)を1つお選びください。複数支社・支店をお持ちの場合は、県内分のみ合計してご記入願います。

1. 10人以下	2. 11人～30人以下	3. 31～50人以下
4. 51人～100人以下	5. 101人以上	

Ⅱ　沖縄県内の児童生徒を対象としたプログラムについて

問5　沖縄県内の児童・生徒・学生を対象として、以下の内容を行ったことはありますか。当てはまるものすべてお選びください。

1. 見学の受入（内容例:働いている人の様子、機材や職場の紹介、社員との交流　等）
2. 体験の提供（内容例:仕事やそれにつながる体験、ワークショップ、インターンシップ　等）
3. 講話やトーク（内容例:自社や業界の話、職業人としての体験談、学校の学びの動機づけ　等）
4. その他（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）
5. いずれもしていない

問6　問5で1～4を選んだ方は、具体的にどのようなことを行ったか教えて下さい。(自由記入)

問7　受け入れ対象は誰ですか。当てはまるものすべてお選びください。

1. 小学生	2. 中学生
3. 高校生	4. 大学生・専門学校生・短大生など

2

Ⅲ 県外(海外)修学旅行生に向けた児童生徒に職業や進路選択について考えさせるプログラムについて

問8 県外(海外)からの修学旅行生を対象として、以下の内容を実施していますか。当てはまるものすべてお選びください。

1. 業務の一部、または関連するプロセスを体験させること
2. 従業員がU･Iターン※の経験を語ること
3. 従業員が職業観や仕事の魅力を語ること
4. 職場や工場などを案内･解説すること
5. 自社の店先などで修学旅行生が持参した特産品の販売体験を許可すること
6. 外国人旅行者や海外の顧客とのやりとりに立ち会わせること
7. 修学旅行生向けに独自のプログラムをもっている
8. その他
9. いずれも行っていない → 【問11～へお進みください】

※(Uターン)進学等で沖縄を離れ、再び沖縄に戻ってくること。(Iターン)県外出身地が沖縄に移住すること。

問9 問8で1～8を選んだ方は、具体的な内容を教えてください。(自由記入)

問10 問8で1～8を選んだ方は、一日に受け入れることが可能な人数は何人くらいですか。当てはまるもの1つお選びください。

1. 5人以下	2. 6～10人以下	3. 11～20人以下
4. 21～30人以下	5. 31～50人以下	6. 51人以上

問11 県外(海外)からの修学旅行生を対象として、現在以下の内容を実施はしていないが、今後実施できそうな取組みはありますか。当てはまるものすべてお選びください。

1. 業務の一部、または関連するプロセスを体験させること
2. 従業員がU･Iターンの経験を語ること
3. 従業員が職業観や仕事の魅力を語ること
4. 職場や工場などを案内･解説すること
5. 自社の店先などで修学旅行生が持参した特産品の販売体験を許可すること
6. 外国人旅行者や海外の顧客とのやりとりに立ち会わせること
7. その他
8. わからない → 【問14～へお進みください】
9. いずれもできない → 【問15～へお進みください】

3

問12　問11で1～7を選んだ方は、具体的にどのようなことができそうか教えてください。(自由記入)

問13　問11で1～7を選んだ方は、一日に受け入れることが可能な人数は何人くらいですか。当てはまるもの1つお選びください。

1. 5 人以下	2. 6～10 人以下	3. 11～20人以下
4. 21～30人以下	5. 31～50人以下	6. 51人以上

問14　児童・生徒・学生の受け入れにあたって条件や、不安な点などありましたら、当てはまるものすべてお選びください。

1. 社内に説明できる人材がいない	2. 受け入れ中の事故が心配
3. 一度に多人数を受け入れられない	4. すでに受け入れ許容量いっぱいである
5. バスなどの駐車場がない	6. 季節によって受け入れられない時期がある
7. 社外のコーディネート役がほしい	8. 児童・生徒・学生に理解してもらえるかわからない
9. 自社のメリットがみえにくい	10. どれくらい収入になるかわからない
11. その他(　　　　　　　　　　　　　　　　)	
12. 特にない	

Ⅳ　ヒアリング調査へのご協力のお願い

問15　実態の把握ならびに沖縄県の観光振興に活かすため、アンケート回答企業のうち10社程度に訪問ヒアリングを予定しています。つきましては、貴社にお伺いすることは可能でしょうか。当てはまるもの1つお選びください。

1. 都合がつけば協力してもよい	2. 協力できない　→【質問は終了です】

問16　ご連絡先電話番

(　　　　　)―(　　　　　)―(　　　　　)

問17　ご担当者様所属・お名前

ご所属(部署名):	ご担当者様氏名:

お疲れさまでした。アンケートは以上です。ご記入いただいた調査票は、FAX または E メールで、**11月25日(月)**までに、返信をお願いいたします。

FAX の場合の宛先	03－5212－3414
E メールの場合の宛先	190853enquete@rpi.co.jp

4

２　単純集計結果

問2　業種（SA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　飲食業	6	1.2	1.2
2　宿泊業	15	3.0	3.1
3　卸・小売業	106	21.5	21.8
4　情報通信業	16	3.2	3.3
5　製造業	44	8.9	9.0
6　金融業,保険業	7	1.4	1.4
7　学術研究,専門・技術サービス業	12	2.4	2.5
8　医療,福祉	31	6.3	6.4
9　サービス業	27	5.5	5.5
10　公務	0	0.0	0.0
11　生活関連サービス業,娯楽業	13	2.6	2.7
12　建設業	87	17.6	17.9
13　運輸業,郵便業	31	6.3	6.4
14　不動産業,物品賃貸業	25	5.1	5.1
15　教育・学習支援業	40	8.1	8.2
16　複合サービス業	15	3.0	3.1
17　その他のサービス業	9	1.8	1.8
18　その他	3	0.6	0.6
無回答	6	1.2	0.0
サンプル数	493	100.0	487

問3　住所（SA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　本島南部	228	46.2	47.0
2　本島中部	174	35.3	35.9
3　本島北部	43	8.7	8.9
4　本島周辺離島	5	1.0	1.0
5　久米島	2	0.4	0.4
6　慶良間諸島	1	0.2	0.2
7　宮古諸島	20	4.1	4.1
8　八重山諸島	12	2.4	2.5
無回答	8	1.6	0.0
サンプル数	493	100.0	485

問4　従業者数（SA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　１０人以下	87	17.6	17.9
2　１１人～３０人以下	84	17.0	17.2
3　３１～５０人以下	80	16.2	16.4
4　５１人～１００人以下	88	17.8	18.1
5　１０１人以上	148	30.0	30.4
無回答	6	1.2	0.0
サンプル数	493	100.0	487

問5　県内児童生徒学生向けプログラムの実施経験（MA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　見学の受入	224	45.4	46.1
2　体験の提供	299	60.6	61.5
3　講話やトーク	122	24.7	25.1
4　その他	20	4.1	4.1
5　いずれもしていない	120	24.3	24.7
無回答	7	1.4	0.0
サンプル数	493	100.0	486

問5　県内児童生徒学生向けプログラムの実施経験（再集計）（SA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　実施したことがある	366	74.2	75.3
2　いずれも実施していない	120	24.3	24.7
無回答	7	1.4	0.0
サンプル数	493	100.0	486

問7　受入対象（MA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　小学生	217	59.3	61.1
2　中学生	215	58.7	60.6
3　高校生	248	67.8	69.9
4　大学生・専門学校生・短大生など	186	50.8	52.4
無回答	11	3.0	0.0
サンプル数	366	100.0	355

問8　修学旅行生を対象としたプログラムの実施経験（MA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　業務の一部、または関連するプロセスを体験させること	13	2.6	2.7
2　従業員がU・Iターン※の経験を語ること	4	0.8	0.8
3　従業員が職業観や仕事の魅力を語ること	14	2.8	2.9
4　職場や工場などを案内・解説すること	28	5.7	5.8
5　自社の店先などで修学旅行生が持参した特産品の販売体験を許可すること	1	0.2	0.2
6　外国人旅行者や海外の顧客とのやりとりに立ち会わせること	2	0.4	0.4
7　修学旅行生向けに独自のプログラムをもっている	21	4.3	4.3
8　その他	6	1.2	1.2
9　いずれも行っていない	428	86.8	88.4
無回答	9	1.8	0.0
サンプル数	493	100.0	484

問8　修学旅行生を対象としたプログラムの実施経験（再集計）（SA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　実施したことがある	56	11.4	11.6
2　いずれも実施していない	428	86.8	88.4
無回答	9	1.8	0.0
サンプル数	493	100.0	484

問10　一日に受入可能な人数（SA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　５人以下	10	17.9	20.0
2　６～10人以下	0	0.0	0.0
3　11～20人以下	4	7.1	8.0
4　21～30人以下	8	14.3	16.0
5　31～50人以下	2	3.6	4.0
6　51人以上	26	46.4	52.0
無回答	6	10.7	0.0
サンプル数	56	100.0	50

問11　修学旅行生に対して今後できそうな取り組み（MA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　業務の一部、または関連するプロセスを体験させること	39	7.9	8.2
2　従業員がU･Iターンの経験を語ること	21	4.3	4.4
3　従業員が職業観や仕事の魅力を語ること	50	10.1	10.6
4　職場や工場などを案内・解説すること	60	12.2	12.7
5　自社の店先などで修学旅行生が持参した特産品の販売体験を許可すること	8	1.6	1.7
6　外国人旅行者や海外の顧客とのやりとりに立ち会わせること	7	1.4	1.5
7　その他	7	1.4	1.5
8　わからない	106	21.5	22.4
9　いずれもできない	270	54.8	57.1
無回答	20	4.1	0.0
サンプル数	493	100.0	473

問11　修学旅行生に対して今後できそうな取り組み（再集計）（SA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　いずれか実施できそう	97	19.7	20.5
2　わからない	106	21.5	22.4
3　いずれも実施できない	270	54.8	57.1
無回答	20	4.1	0.0
サンプル数	493	100.0	473

問13　一日に受入可能と思われる人数（SA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　５人以下	35	36.1	38.9
2　６～１０人以下	13	13.4	14.4
3　１１～２０人以下	8	8.2	8.9
4　２１～３０人以下	11	11.3	12.2
5　３１～５０人以下	9	9.3	10.0
6　５１人以上	14	14.4	15.6
無回答	7	7.2	0.0
サンプル数	97	100.0	90

問14　受入条件や不安な点など（MA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　社内に説明できる人材がいない	18	8.1	9.1
2　受け入れ中の事故が心配	71	31.8	35.9
3　一度に多人数を受け入れられない	98	43.9	49.5
4　すでに受け入れ許容量いっぱいである	11	4.9	5.6
5　バスなどの駐車場がない	42	18.8	21.2
6　季節によって受け入れられない時期がある	74	33.2	37.4
7　社外のコーディネート役がほしい	16	7.2	8.1
8　児童・生徒・学生に理解してもらえるかわからない	17	7.6	8.6
9　自社のメリットがみえにくい	21	9.4	10.6
10　どれくらい収入になるかわからない	9	4.0	4.5
11　その他	27	12.1	13.6
12　特にない	27	12.1	13.6
無回答	25	11.2	0.0
サンプル数	223	100.0	198

問15　ヒアリング調査への協力の可否（SA）

項目	件数（人）	構成比（%）	構成比＜不明除く＞（%）
1　都合がつけば協力してもよい	188	38.1	39.7
2　協力できない	285	57.8	60.3
無回答	20	4.1	0.0
サンプル数	493	100.0	473

平成 31 年度教育旅行推進強化事業
「キャリア教育受入体制整備」に係る調査委託業務報告書
令和２年１月発行

【発　　　行】　一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー
〒901-0152　沖縄県那覇市小禄 1831 番地 1
沖縄産業支援センター2 階
TEL（098）859-6125　FAX（098）859-6222

【受託事業者】　キャリア教育受入体制整備に係る調査委託業務事業受託コンソーシアム
株式会社アール・ピー・アイ・株式会社ケイオーパートナーズ