



観光庁
Japan Tourism Agency

観光を学ぶ ワークブック

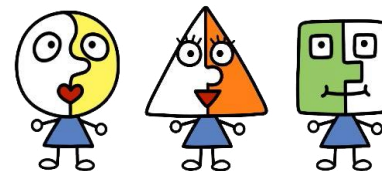
地域を元気にするための観光って
何だろう？



学校名

No.

氏名



「観光を学ぶワークブック」

	目次	2
	はじめに「観光を学ぶワークブック」の利用について	3
	観光の持つチカラ	4
	地域を元気にするための観光とは	5
	観光ビジネス	6
	地域の魅力・リソースを知る	7
	01 地域観光の「疑問」を書き出してみよう	8
	02 地域観光の「疑問」をシェアしてみよう	9
	03 観光関係者から「地域の実態」を学ぼう	10
	04 フィールドワーク（計画を立てよう）	11
	05-1 フィールドワーク	12
	05-2 フィールドワークの振り返り	13
	06 調べた結果を整理分析して「現状」を洗い出そう	14
	07 地域の「元気な姿」を想像してみよう	15
	08 先行事例を地域に活かすことはどんなことか	16
	09 地域の「元気な姿」をシェアしてみよう	17
	10 「現状」と「元気な姿」から「課題」を発見しよう	18
	11 地域が「元気な姿」になるためには（参考例）	19
	12 地域が「元気な姿」になるためには	20
	13-1 課題解決のための「アイデア出し」	22
	13-2~3 まとめ・発表	23
	14 振り返り	24
	15 MEMO	26

はじめに

「観光を学ぶ ワークブック」の 利用について

「観光を学ぶ ワークブック」とは

皆さんは、住んでいる地域をよく知っていますか？ 住んでいるからこそ、その魅力に気づいていないことが多いのではないのでしょうか。地域が元気になるためには、人が増え、様々な取り組みが活発化することが必要です。

このワークブックは、皆さんの地域の魅力を発見するために、地域の人々から様々な話を聞き、地域活性化のために地域の人々と共に考え、例えば地域外からの来訪者を増やすためのアイデアを創出するなど、様々な取り組みに挑戦してもらうために作成しました。

ワークブックを通して地域の良さを発見し、自ら調べて意見を発表し、さらにはフィールドワークに出てインタビュー活動等を行うなど、様々な学びの場で活用していただくことを願っています。

本書「観光を学ぶワークブック」は、社会に開かれた学びの機会を通じて、地域の人々とコミュニケーションを取り、地域の魅力を掘り起こして、多角的・多面的に地域課題を解決する思考を養うことを目指して構成しています。この学習が皆さんの地域の愛着に繋がり、地域の未来を考える機会にしてください。ぜひ、楽しくチャレンジしましょう！



自慢の景色・眺望



酪農も貴重な体験に



自然の中でのアクティビティ

「観光を学ぶ ワークブック」では学習活動に応じて、以下の記号を用いています。

学び
point

地域や観光について学びましょう。

調べ
point

自ら調べて、記入しましょう。

ヒアリング
point

インタビュー活動をしましょう。

個

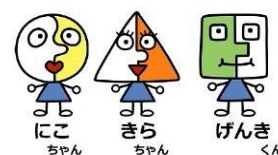
個人ワーク：個人で調べたり、意見を出しましょう。

グ

グループワーク：個人で調べたことなどグループで話し合しましょう。



ワークシートに記入しましょう。



キャラクター三人組が登場し、用語解説などしてくれます。このキャラクターの詳細は裏表紙をご覧ください。

各設問に皆さんの考えをどんどん記入してください。意見を多く出すことを目指しましょう。正解はありません。

「観光の持つチカラ」とは

皆さんの地域には、観光客を引き寄せる魅力はありますか？

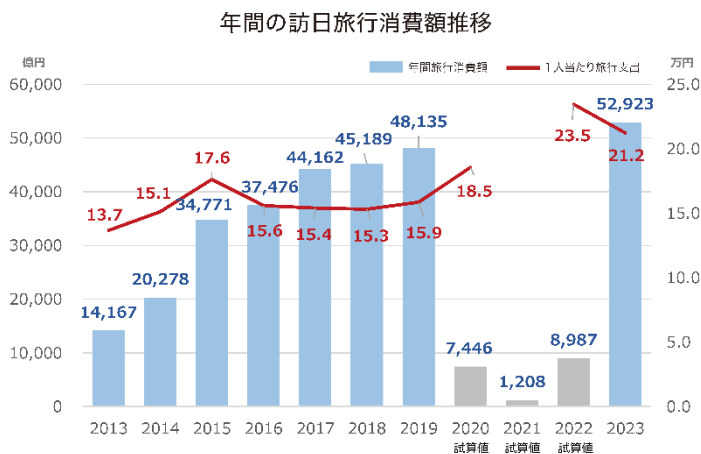
自分の住む地域が有名観光地でない場合はもちろん、既に観光地として人気だとしても、まだ多くの人に知られていない地域の魅力がきっとあるはずです。そしてその魅力が、地域をより元気にする源となる可能性を持っています。

世界旅行ツーリズム協議会（WTTC）の発表によると、2023年の日本の観光分野のGDP貢献度は41兆円といわれ、これは国内GDP全体の7%を占める規模となります。観光がもたらす経済効果は大変大きいことがわかります。

皆さんの地域を観光の観点から再評価し、地域の人々と共に体験や学習を通して地域の魅力を再発見してその魅力を活かすことで、観光の持つチカラが発揮されます。つまり観光を学ぶことは、地域活性化に貢献する取り組みともいえるのです。



日本の観光の現状



ジー・ディー・ピー
GDPとは

Gross Domestic Productの略。日本語では国内総生産、一定期間内に国内で生産された財（モノ）・サービスの付加価値の合計額。



- ◆ 観光は、交通や飲食、宿泊、見学など、様々な場面で消費を行うため、地域経済の経済効果に大きな好影響を及ぼします。

◆上の「訪日観光客の国内消費額」のグラフから読み取れることはありますか？

「シビックプライド」とは
自分が住む地域に対する誇り、誇らしいものにしようとする気持ち。



交流のもつチカラ

皆さんが、地域について学び、多くの人々から教わっても、地域の魅力が感じられず観光客を増やすことは困難と思うかもしれません。しかし、皆さんにとって「普通のもの」が、観光客には素晴らしいと感じる場合も多いのです。また観光客を増やすことが必ずしも重要ではなく、地域内外の人々が交流を持ち、文化や伝統を保護することも大きな魅力となります。皆さんが観光について学び、交流を通じてシビックプライドと呼ばれる地域への愛着を持ち、地域の将来を考えて取り組む過程に、大きな価値があるのです。

持続可能な観光

今、地球を取り巻く環境は、温暖化に伴う気候変動、生態系の変化や食糧問題等に繋がり、CO₂排出量の削減などのSDGsにて定められている持続可能な取り組みが重要視されています。

一方で、皆さんの地域に求められる観光産業は、持続可能性という観点からは、どのようなことが考えられるのでしょうか。

UN Tourism（世界観光機関）によると、持続可能な観光とは「観光客を受け入れる地域のコミュニティ、地域の経済、地域社会、業界、地域の環境への影響を十分に配慮した上で、観光客にとっても素晴らしい観光」であると定義され、「サステナブル・ツーリズム」と表現されることもあります。つまり、観光客にとって魅力的な観光地であるだけでなく、迎える地域の人々、地域の観光関連業界、地域の経済や社会にとっても意義のある素晴らしい観光地・旅行を目指すことが「持続可能な観光」といえるのです。皆さんの地域でも「持続可能な観光」を考えることが重要です。

「SDGs」とは

持続可能な開発目標。国連が制定し、17の開発目標から成り立つ。



「サステナブル・ツーリズム」とは

持続可能な観光。観光地の特性を維持増進させる観光促進の取り組み。



観光資源とは

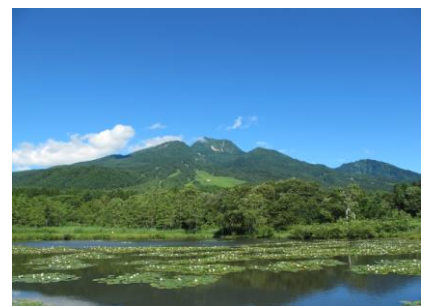
観光資源とは、観光客が魅力を感じて、その観光地に行くための目的となる全ての物事を指します。既に有名な施設や景色・料理などのほか、皆さんの地域で眠っている地域の観光資源が必ずあるはず。この学習を通して、それらを掘り起こしてみましょう。

自然	山、川、湖、海、高原、滝、森林、砂丘等
見学	寺社仏閣、遊園地、資料館、動物園等
グルメ	郷土料理、B級グルメ、バーベキュー、果物狩等
体験	スキー、マリンスポーツ、登山・ハイキング、サイクリング等
伝統文化	祭り、踊り、工芸、手作り体験、花火等



観光媒体情報とは

スマホの普及に伴い、SNSツールを介して観光地の魅力が世界中に素早いスピードで拡散しています。しかし、様々な世代に応じた観光情報ツールが存在し、旅行パンフレット・チラシやホームページ、テレビによる旅番組や地方のグルメ番組等、その役割は多様です。日本のインバウンド急増にはSNSによる情報伝達が大きく影響しているともいわれ、いかに観光情報を広めるかが重要なポイントになっています。



観光開発とは

観光開発とは、観光客の誘致を目指して、その地域や施設等を開発すること。建築に関わるハード面の開発がイメージされますが、観光客が楽しむ体験プログラムの開発や観光ガイド育成等のソフト面での開発もあり、その地域ならではの特性を生かした開発が求められています。いずれの場合も、人が手を入れて地域の魅力づくりを行うことが大変重要で、地域住民が共に喜ぶ観光開発であることも求められています。



観光ビジネスとは

地域の魅力や価値を創出して、観光客の誘致を推進することにより、地域に経済的な利益と地域ブランド向上等を実現するための事業を「観光ビジネス」といいます。

皆さんが旅行をする際に、どのようなサービスを受けることで旅行が成り立っているのでしょうか。鉄道やバス、船やハイヤー等の交通機関、寺社仏閣、博物館、遊園地などの見学施設、食事を提供する飲食施設、買い物をする店舗、宿泊施設、ガイド、添乗員等々、サービスを提供する多くの方々が関わっていることに気付くはずですよ。それらのサービスを提供する企業や観光政策に携わる自治体や各種団体、そして観光地の地域住民も含めた**ステークホルダー**により、観光ビジネスは成立しているのです。

皆さんの地域で観光ビジネスを支えているのは、どのような方々、サービス提供事業者、各種団体なのでしょうか。

「**ステークホルダー**」とは
企業や行政機関、組織等
が事業を行うにあたり関
わる利害関係者。



〈新しい観光ビジネスの例〉

新しい観光ビジネスが生まれています。特徴的な例を確認しよう。

スノーリゾート開発

日本のスキー場の雪質の素晴らしさに魅了され、スノーリゾートに大勢のインバウンドが来場しています。宿泊や飲食の消費も伴い、経済的な効果も大変大きいのが特徴。また、パウダースノーの魅力だけでなく、日本の治安の良さ、料理や歴史・伝統文化などの日本の良さが絶賛されています。



生徒による観光ビジネス

生徒が地元の観光地の観光ガイドを行い、観光客のおもてなしを実施。語学を活かして訪日外国人の案内をする例もあります。生徒が地域の土産物を開発したり、レストラン運営、おせち料理を販売する例もあり、地域の特性を活かした観光ビジネスが行われています。



利活用観光ビジネス

古くて誰も住まなくなった民家を改修して宿泊施設にリフォームする例や、空き店舗の多い商店街を利用したイベント、工場や大規模公共施設を観光利用する取り組みなどが人気をよんでいます。また、従来なら観光地の素材として活用されなかった素材を利用して、観光ビジネスに活かす新しい取り組みも生まれています。



クルーズ客船誘致

コロナ禍で止まっていた世界的な人流の復活に伴い、大型客船を利用したクルーズツアーが盛況です。日本の魅力が世界に広がる中で、日本を訪れる大型クルーズが急増しています。また、大型客船を停船させるための港湾整備も行われ、飲食・見学・購入による経済効果も大変大きいものがあります。



個



地域の魅力

あなたの
地域の名前

個

調べ
point

みなさんの住んでいる地域で、観光客におススメしたい観光資源を調べてみよう。

※既に自分が知っている場所や店、名物など、何でもかまいません。

①	②	③	④	⑤
⑥	⑦	⑧	⑨	⑩

中でも、あなたの
一番のおすすめ

番号

理由

地域の実力（リソース）

個

調べ
point

上に挙げた観光資源の中から4つ選び、どれだけ観光客が訪れているか調べたり、それぞれの魅力を書き込もう。

観光地名	人数	魅力的な理由

05-1 地域観光の「疑問」を書き出してみよう

STEP
1

個



あなたの地域の観光について、疑問に思うことや課題に思うことなど、思いついたことをどんどん書き出してみよう。



(例 1) 地域の観光客が減少している理由はなんだろう？

(例 2) 外国人観光客が来ないのはなぜだろう？

Blank writing box

Blank writing box

Blank writing box

Blank writing box

Blank writing box

Blank writing box

Blank writing box

Blank writing box

05-2 地域観光の「疑問」をシェアしてみよう

STEP
1

グ



05-1で書き出した疑問や課題をグループでシェアしよう。また、メンバーが出した疑問や課題も合わせて分類すると、どのように整理できるだろうか。

「なぜだろう」を整理してみよう



(例) 地域の観光客の消費額が減少している理由はなんだろう？

ヒアリング
point

地域の魅力

このまちの魅力
って何だろう？

グ



地域の役場の観光課、観光協会、観光事業者から地域の魅力をヒアリングして、まとめてみよう。

ヒアリング対象	ヒアリング内容

ヒアリング
point

地域の課題（リソース）

グ



地域の役場の観光課や観光協会、観光事業者から聞いた魅力的な観光地や、そこを訪れる観光客数は近年どのように推移しているかなど、ヒアリングや調査してみよう。

ヒアリング対象	ヒアリング内容

個

グ

グループまたは個人でフィールドワークを実施するにあたり、まずは計画を立てよう。

調べ
point

※現地ならではの情報が得られるフィールドワークを通して、自分が知りたいことや疑問に思うことを、さらに詳しく調査するのはとても有益です。

オンライン調査という方法もあります。事前にインターネット等で調査しよう。



フィールドワーク（調査テーマ）：

◆調査の目的

◆調査の対象者

- ・対象氏名
- ・場所・所在地
- ・対象者概要

◆ヒアリング調査内容

マナーについて知っておこう

学び
point

フィールドワークを実施する前に

- ①インタビューを約束している場合は、時間厳守。遅れないことが最低限の礼儀です。
※対象者を誰にするか、約束は取るのか、誰が担当するのか考えよう。また、インタビューに協力して頂いた方に、感謝の気持ちを持ちましょう。
- ②初めの挨拶、趣旨の説明など、インタビューがスムーズにできるように練習しましょう。
※明るく爽やかに心をかけましょう。
- ③録音・写真撮影等の許可を取ろう。その画像や内容を報告書で利用する場合も許可を取ろう。

フィールドワークの後で

- ①インタビュー内容は正確に文字にする。氏名・所属・状況等も綿密に記載しましょう。
- ②インタビューを通じて学習に協力して頂いた皆様に、感謝の気持ちを持ちましょう。

個

ヒアリング
point

先進的な観光地を訪問したり、訪問できない場合はオンラインで現地と
繋いだり、メールで質問するなど、課題解決のヒントをもらおう。



先進的な観光地の人に尋ねて、分かったことを書き出そう。

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

個

ヒアリング
point

さらに、実際に訪問して分かったことを記入しよう。

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

グ

インタビュー活動で分かったことをブレスト手法でグループ共有しよう。



- ◆ブレスト手法:ブレインストーミングの略。複数の参加者が自由にディスカッションを行い、アイデアをどんどん出していくこと(質より量重視、意見を歓迎する、意見を関連付けて広げる、批判はしない等がルール)

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

グ



「自分の地域」に活かせる事例を整理してみよう。

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

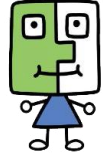
グ

これまで調べた結果やインタビュー結果から「地域」の現状をSWOT（スウォット）分析してみよう。



- ◆SWOT分析：地域の内部環境と外部環境を、強み（Strength）、弱み（Weakness）、機会（Opportunity）、脅威（Threat）に洗い出し、分析する手法です。「地域」の現状を把握するために行います。

まちの現状を分析しよう。



「地域」の強み、弱み、機会、脅威とは何だろう？

- (例)
- ・機会とは？ コロナ禍が明け、日本全体に外国人観光客が増加した。
 - ・脅威とは？ 隣町に新しい商業施設ができた。

プラス要因

マイナス要因

内部環境

強み Strength

弱み Weakness

外部環境

機会 Opportunity

脅威 Threat

個

地域の「SWOT分析」をベースに、将来、地域が「こんな姿になっているといいな」＝「元気な姿」を、まずは自分でいくつか考えてみよう。



「元気な姿」を想像してみよう。



(例) 地域に多くの外国人が訪れ、世界と交流することができるようになる！

「元気な姿」の中から、最も実現させたい「元気な姿」を描いてみよう。

グ

自分の地域に活かせる事例を調べて整理してみよう。



先進的な事例を調べて、分かったことを書き出そう。

事例

1

■ 調べたこと・場所

■ 分かったこと

事例

2

■ 調べたこと・場所

■ 分かったこと

事例

3

■ 調べたこと・場所

■ 分かったこと

グ

自分の地域が元気になるアイデアを、プレストで出してみよう。



・

・

・

・

・

・

・

グ

将来、地域が「こんな姿になっているといいな」＝
「元気な姿」をグループで意見を出し合い、まとめ
てみよう。



「元気な姿」を
まとめてみよう。



(例) 地域に地域外から老若男女の観光客が増え、活気がある姿になる！

「元気な姿」の中から、一番必要な「元気な姿」をグループでまとめてみよう。

12 「現状」と「元気な姿」から「課題」を発見しよう

STEP
3

ゲ

以下の3つから、観光における“自ら興味がある課題”を見つけよう。

- ① 14ページで洗い出したことから「地域の現状」を記入しよう。
- ② 17ページでグループでまとめた「地域の元気な姿」を記入しよう。
- ③ 「地域の現状」と「地域の元気な姿」から、課題を探してみよう。

興味がある「課題」
を見つけよう。



地域の現状

地域の元気な姿

課題

課題の中から一番「興味深い課題」を選んで書き出そう。

選んだ課題



グ

「元気な姿」を実現している他の地域の事例を調べよう。



18ページで選んだ課題を記入して取り組んでみよう。

課題



(例) 外国人観光客が、1割もない。

深掘りした課題を解決するため、他の観光地を調べ、先進的な取り組みをしている事例を調べてみよう。そして、その先進的な取り組みがなぜ課題解決に役立っているか、整理してみよう。

地域名：(例) 北海道当別町

- 2017年9月に「道の駅とうべつ」が開業
- 2022年3月に新駅として「ロイズタウン駅」が開業
- 2023年8月に「ロイズカカオ&チョコレートタウン」オープン
- 町内にゴルフ場が4カ所ある
- 札幌中心部から車で約40分の近距離

ヒアリング
point

フィールドワーク

事例を調べた観光地を実際に訪問し、自分の地域と比較してみよう。インタビュー活動は、オンラインなどを活用してもよいでしょう。インタビューする質問を考えよう。

- 当別町でまちおこしにチョコレート選んだのはなぜですか？
- 外国人に知ってもらうのにどのようなことをしましたか？
- さらに外国人を誘客するために、今後新しく考えている取り組みはありますか？

グ

「元気な姿」を実現している他の地域の事例を調べよう。



18ページで選んだ課題を記入して取り組んでみよう。

課題



深掘りした課題を解決するため、他の観光地を調べ、先進的な取り組みをしている事例を調べてみよう。そして、その先進的な取り組みがなぜ課題解決に役立っているか、整理してみよう。

地域名 1 :

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

ヒアリング
point**フィールドワーク**

事例を調べた観光地を実際に訪問し、自分の地域と比較してみよう。インタビュー活動は、オンラインなどを活用してもよいでしょう。インタビューする質問を考えよう。

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

グ

「元気な姿」を実現している他の地域の事例を調べよう。



18ページで選んだ課題を記入して取り組んでみよう。

課題



深掘りした課題を解決するため、他の観光地を調べ、先進的な取り組みをしている事例を調べてみよう。そして、その先進的な取り組みがなぜ課題解決に役立っているか、整理してみよう。

地域名 2 :

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

ヒアリング
point**フィールドワーク**

事例を調べた観光地を実際に訪問し、自分の地域と比較してみよう。インタビュー活動は、オンラインなどを活用してもよいでしょう。インタビューする質問を考えよう。

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

ゲ

先進事例を参考にグループワークを行い、課題解決のためのアイデアを話し合おう。



(解決策は、自らでは解決できないものは避けましょう)

課題



解決策

解決策を実現させるためには、何が必要で、どんな人・企業・機関と協力するとよいか考えよう。



協力者・必要なもの

ゲ

地域の観光に携わる方に向けて、グループの意見をまとめて発表しよう！

POINT



- 解決策のアイデアは、調べた根拠を元にまとめよう。

発表シート

元気な姿

現状

課題



解決策



協力者・必要なもの



個

皆さん、お疲れ様でした。

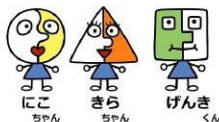
「観光を学ぶ」学習活動を通して、学習が始まる前よりも少し成長した自分と向き合ってみよう。



① 「楽しかったこと」は何ですか？

② 「困ったこと」「悩んだこと」は何ですか？

③ 今回の学習を活かして、どのようなことをしてみたいですか？

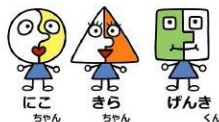


個

最後に、「観光を学ぶ」学習を終えた感想を書いてみよう。
どのような内容でもかまいません。正直な想いを言葉にしてみよう。

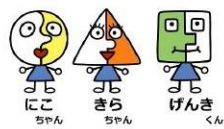


Large empty box with horizontal dashed lines for writing.



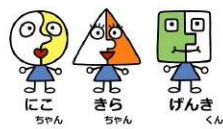
MEMO

A large, empty rectangular box with a thin black border, intended for writing a memo.



MEMO

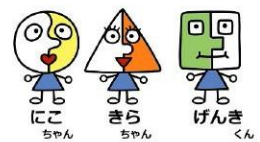
Large empty rectangular area for writing a memo.





【制作協力】

穴戸 学 (ししど まなぶ)	日本大学国際関係学部 国際総合政策学科 教授
鈴鹿 剛 (すずか たけし)	四国大学経営情報学部 経営情報学科 准教授
大日方 樹 (おびなた いつき)	岩倉高等学校 就職指導部・運輸科担当 教諭
沢登 次彦 (さわのぼり つぐひこ)	株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター長



いつも元気いっぱいがんばる「にこちゃん」、新しいことにチャレンジする「きらちゃん」、頼りになるようがんばる「げんきくん」です。広報ナビゲーターとして活躍しています。

平成 30 年度子ども霞ヶ関見学デー会場
で実施した「キャラクター・ネーミングコンテ
スト」にて、1,390 票もの中から“いっぷ”
さん (6 さい) のネーミング案が選ばれて決
定しました。



令和6年3月