

2024 年度インターゼミ・サービスエンターテインメント班

Z 世代によるタイパ重視 Z 世代に向けた旅のすすめ ～短期間旅の学びと意識変化の検証～

〈指導教員〉

巴特尔

大竹英理子

今村康子

〈執筆メンバー〉

[大学院生]

小田島真徒

[学部生]

井上慶太郎、新村一翔、喜屋武龍太

堂下晃大、白水颯、大井康平、ベン・リチャ

目次

はじめに	7
第1節 研究背景	7
第2節 先行研究	7
第3節 本研究の目的	10
第4節 本研究の課題と仮説	10
第5節 本論文の構成	11
第1章 Z世代と「旅と学び」	13
第1節 「旅と学び」の定義	13
第2節 ジェネリックスキル	13
第3節 Z世代の特徴と傾向	15
第4節 Z世代の「旅」の現状	18
第2章 千歳市における「旅と学び」に関する実地調査	25
第1節 北海道千歳市の概要	25
第2節 北海道千歳市における実地調査（フィールドワーク）	37
第3章 実地調査による旅の効果検証	41
第1節 フィールドワークの効果検証（アンケート）	41
第2節 フィールドワークの検証結果と分析	42
第3節 フィールドワーク実施後のワークショップ（質的調査）	44
第4章 「旅と学び」に関する考察	48
第1節 実地調査から見えたもの	48
第2節 実地調査からみる「旅と学び」の意義	50
第3節 「旅と学び」の提示によるZ世代への旅の誘引効果	51
おわりに	54
参考文献（五十音順）	59
付録	63
謝辞	96

はじめに

第1節 研究背景

多摩大学インターゼミ・サービスエンターテインメント班は、過去15年間にわたって、世界のエンターテインメント業界をリードしてきたウォルトディズニーの研究を皮切りに日本の観光ツーリズムや Integrated Resort（統合型リゾート）、コンビニエンスストアと防災、Z世代の消費動向、広島観光の可能性など多岐にわたって研究調査活動を行ってきた。

こうした研究活動のなかで、2022年度は「Z世代」自身の視点からZ世代の研究と向き合い、現役の大学生が自分たちの生きてきた時代環境や日本社会の変容過程への認識とソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の普及による自己形成やコミュニティ形成に与えた影響、さらには彼ら彼女らの消費意識や消費行動から見るZ世代の価値観について探求した。2023年度は「『広島観光』の可能性—原爆・戦争・平和を学ぶ旅をどう組み立てるのか」というテーマを設定し、「戦争の記憶と平和の継承」を目的とした今後の「広島観光」の在り方について、現役の大学生ならではの提案を試みた。

この2年間にわたるZ世代の研究で判明したことは、Z世代はタイムパフォーマンス（以下、タイパ）重視の消費行動をとる傾向があり、自分自身の価値観にあったモノやサービスに対しお金を惜しまず使い、好きなものにはほとんど集中して、タイパが悪く感じるものは優先度を下げるといった特徴がある。そうした自分らしく生きるZ世代の価値観が消費活動にもつながっていると考えられる。

VUCA 時代においてジェネリックスキルの重要度が増しているなかで、近年は大学新卒の社会人のジェネリックスキルが不足している問題が指摘されている。その解決方法の一つとして旅（アンコンフォートゾーン）に出ることでジェネリックスキルが高まるという研究が国内外の研究者によって示されている。一方、日本のZ世代は時間や経済的余裕のなさを理由に旅に出なくなっており、日本旅行業協会によると、Z世代を含め日本全体のパスポートの保有率は2019年の23.8%から2023年は17%（米国50%以上、韓国約40%、台湾約60%）に低下するなど、日本国内だけではなく海外旅行離れも進んでいるのが現状である。

そこで、上述した背景を踏まえると、若者の旅離れの背景や要因分析、そして実態解明が必要ではないのか、また若者の趣向や特徴にあった旅とは何かといった「若者と旅」に焦点を当てた実証的な研究が必要不可欠だと考えられる。このために、タイパという概念やそれを重視するZ世代の行動特性について十分理解した上で、Z世代が自ら旅を設計し、その旅をすることでジェネリックスキルの向上につながるかどうかということを検証して明らかにする必要がある。これらの問いに対して答えを導き出してこそ、旅の優先度が下がっているZ世代を旅に誘引できるのではないかと考えられる。

こうした問題意識を踏まえて、Z世代自身が主体となって自分たちの世代の特徴を捉えながら、上述の問いに対し、短期間の旅における旅の効用を明らかにし、Z世代のジェネリックスキル向上に寄与したい。

第2節 先行研究

ペール・アンデション氏は、『旅の効用』¹のなかで、旅は単なる娯楽や観光、移動の枠を超えて、心理的、文化的、創造的、社会的そして健康的に効果があり、人間の成長速度に大きく影響を及ぼす効果があると述べている。筆者なりの理解に基づくと同氏の主張は次の通りである。

まず、心理的、文化的側面の効果としては、自己成長が挙げられる。旅は日常圏を超え、

¹ ペール・アンデション著、畔上司訳（2020年）

普段の生活や慣れ親しんだ環境から離れ、異なる環境に身を置くことによって、自分自身や自分の身の回りを客観視し、見つめなおす機会を提供する。旅をすることで相対する、想定外の出来事は、問題解決力や忍耐力を向上させる。また、旅先で出会う新たな文化や人々と触れあい、関わることで、異なる価値観や先入観、固定観念を打破し学ぶ機会を提供してくれる。結果として、旅は自己反省や内省を促し、心理的あるいは文化的な面から自己成長につながる。

次に創造的側面にも効果があると述べている。旅は、新たな文化や未知の体験に遭遇することにより新しい視点や価値観を与え、創造的な思考や発想を促す。日常のルーティーンから開放され普段と全く異なる環境に身を置くことによって刺激を感じながら、反対にリラックスし、新たな視点を得ることができ創造性に大きな影響を与える。旅は、内面的変化にとどまらず、創造性の向上、創造的な活動をする上での意思決定を助長する効果も指摘されている。

さらに社会的側面の効果としては、旅先での他者との関わりの中で新たな人間関係が構築されることなどが述べられている。旅先での出会いは、日常圏にいる時とは違ったキャラクター、人間関係の新たな側面を引き出し、交流を超えた絆をも形成する。異文化に触れることで偏見や誤解を減少させ、共感力や寛容の精神、忍耐力を育む助けにもなる。旅は社会的スキルの向上に効果を為し、より豊かな人間関係の助長にもつながる。

最後に健康的効果に関して述べる。旅はストレス解消効果がある。現代社会において、仕事や家庭内でのストレス、プレッシャーが積み重なる中、一時的にそういった状況から開放されることは精神的に良い影響を与える。また自然の中で過ごす旅や、歴史的・文化的な名所を巡る旅は、心の平穏をもたらし、リラクゼーション効果を高める。さらに旅は単に精神的なリフレッシュだけでなく、身体的な健康にも好影響を与えることが示されている。特に、旅先で行う自然と触れ合うアクティビティや歩行を伴う観光は、運動不足の解消につながる。また、旅先での新しい食文化や生活リズムに適応することも健康への意識を持つ機会になる。

総じて、『旅の効用』では、旅が娯楽や観光以上のものであることが明確に示されている。ペール・アンデション氏は、旅が人生を豊かにし、より充実した生き方を提供する手段であると結論づけており、その効用は多くの人々に再認識されるべきだと提言している。

長倉顕太氏は『移動力』²において、定住や定職といった安定から脱却し、日常圏から離れる移動や旅といった物理的な「移動」のみならず、職業や環境、考え方などの多岐にわたる「移動」の重要性を説いている。不鮮明かつ不透明な現代社会では、一つの職業や居場所、居住地、分野などに固執せず、「移動」や旅を繰り返すことが成功を収める起点になると主張している。筆者なりの理解に基づいて解釈すると以下のようである。

インターネットやテクノロジーの発達により、情報や知識、データが今までより簡単に手に入り、処理することができるようになった現代社会において、個人が一つの場所にとどまり続ける必要がなくなっている。多様なスキルや知識、考え方を様々な方法で身に付けられる現代社会では、それらを生かして複数の分野で活躍、挑戦を重ねることで競争力を確保し続けることができる。また、一つの環境内で長い時間を過ごすということは、その環境内での「キャラクター」に縛られ、自分自身の変化する力に蓋をしてしまっていることとなる。「大学デビュー」という言葉があるように、環境を変えるために移動や旅をし、普段とは違う環境で生活することは、人生を成功させるための起点の回数が多くなるということなのだ。移動というものが簡単になった現代だからこそ、移動することや旅に出ることは、もっとも簡単に人生を変える手段の一つといえる。

さらに、失敗を恐れないことが成功の鍵である。移動や旅を通じて、あらたな分野や未知の領域への挑戦、異文化との交流や理不尽な経験などをする際は失敗というものがつき

² 長倉顕太（2019年）

ものになる。しかし、その失敗こそが新しい経験や学び、忍耐するということにつながり次の成功へのステップとなる。だからこそ、「移動」を繰り返すことで、成長の機会を逃すということが少なくなる。

また、移動をすることで得られる、新たな人間関係や人とのつながりも成長につながる要素だといえる。移動や旅をし、日常圏での人間関係とは違うつながりを持つことは多様な視点や考え方を取り入れ、自分自身の視野を広げ、更なる成長やチャンスをつかむ契機となる。環境を変えることでそれだけの価値を確保することも可能であるうえ、旅行などの期間が決まっている関わりであれば、我慢や忍耐をすることも可能である。

移動することで自身の持つ「当たり前」という感性が、他人の「当たり前」ではないということに気づくことができる。そのうえで他者とは異なる視点を持つからこそ、他者とは異なる人生にすることができる。人間の変化や人生のアップデートには初めての体験や経験が必要になる。

総じて『移動力』は、現代の形に合わせた柔軟なキャリア形成や自己成長には移動や旅が効果的であることを示唆している。多様な経験を積んだうえで失敗を恐れず、新しい分野や人々との関わりを大切に、移動や旅で環境を変えることこそが成長の契機となることが示されている。

鮫島氏（2024）は、変革的旅行経験とは、旅行を契機に価値観や世界観を変える経験のことで、仕事目的より娯楽や休暇目的の方が起こりやすいと述べている³。さらに、駒沢女子大学教授の鮫島卓氏から直接受けた講義の中で、以下の内容が示された。

未知との出会いや自然とのふれあい、文化的活動への参加、快適な場所から離れる経験などといった「景気なる旅行」を行うことで、「変革的旅行経験」という経験を得ることができるという。変革的旅行経験とは旅行をきっかけに少しではなく「すごく」変わる経験のことを指しており、価値観や世界観の変化、試練に直面したことによって自身の価値観や世界観を批判的な意思で顧みる中で自己変容が起こることを指すという。旅行をする上での試練や経験はアウトプットをせずにいるとただの体験に成り下がってしまうため、自己変容を求めるために振り返りや内省をすることが重要である。景気なる旅行の振り返りや内省を行うことにより、自己効力感の変容や他人受容の向上、批判的思考の向上などパーソナリティの変容につながる。

また、変革的旅行経験は一人の旅行の方が複数と比較したときに起こりやすい。なぜならば、自分自身が旅先では異邦人や少数派となり、自分と対話、内省することができたり、自分や自国、身の回りを相対化してみたりすることができるからである。また、越境経験をする際は、自分の世界に閉じこもることもできる中で、それを超えることにより、経験や価値として何かを吸収することができ成長につながる。

グループ旅行における人的交流は、参加者のジェネリックスキルの向上に寄与する可能性がある。鮫島卓・松本英明両氏（2022）⁴は、参加者同士の交流が主体の「観光コース」と、地域住民との交流を加えた「地域交流コース」の二つの旅行企画を比較し、それぞれの旅行がジェネリックスキルに与える影響を調査している。結果として、観光コースでは「他人の行動を見て、自分の行動を調整する」「寛容さ」「内省・振り返り～自分の行動に対する社会的文化的意味の理解」などが向上する。一方、地域交流コースでは「文化や言語の多様な環境における適用性」や「効果的なコミュニケーション」「創造性・物質的リソース」が特徴的に成長していることを明らかにした⁵。

この調査結果は、旅行中の人的交流の質的違いが、参加者のジェネリックスキルに多様な形で影響を及ぼすことを参加者などのインタビューを通して確かなものとした。

³ 鮫島卓（2024年）、34～41ページ

⁴ 鮫島卓・松本英明（2022年）、181～186ページ

⁵ 前掲、注4、185ページ

総じて、鮫島氏は、旅を通じて様々な経験や試練を乗り越えることにより、価値観や世界観の変化、自己変容などを見込むことができる。数値化することのできない、「共感力」「コミュニケーション能力」「目標設定力」「行動力」「諦めない力」といった非認知能力やジェネリックスキルといった AI にはない力を旅によってはぐくむことができることができる。初めての経験というものは強烈に記憶に残るからこそ、旅で初めての経験をすることで自身の能力や考え方に何らかの成長をもたらすと述べている。

以上のことから、「旅」は単なる娯楽や移動という枠にとどまらず、自身の人間としての成長や様々な能力の向上、改善に期待ができることが明らかになった。

第3節 本研究の目的

前述のように、旅の優先度が下がっている Z 世代を旅に誘引することは、これから社会を支えていく若者の人間的成長やジェネリックスキルの向上につながると考えられる。

このため、本研究では、まず若者の旅離れの背景や要因分析、そして実態解明を行い、次に若者の趣向や特徴にあったタイパ重視の旅の構築を視野に入れた旅を Z 世代が自ら設計し、実行することでどのような意識的变化が生まれるのか、同時にジェネリックスキルの向上につながる何らかの効果をもたらすのかを検証する。

Z 世代自身が短期間の旅における旅の効用を明らかにし、Z 世代自ら主体となって同じ世代に伝えることで Z 世代を旅に誘引するきっかけをつくり、ジェネリックスキルの向上にも寄与したい。

第4節 本研究の課題と仮説

不確実性高く、変化が急激で将来の予測が困難な VUCA の時代と言われる現在は、ジェネリックスキルの重要性が増している。先行研究が示すように、旅をすることでジェネリックスキルの向上が期待できる。旅とジェネリックスキルの相関関係は多くの研究者によって示され、実証研究によってその有効性が示されている。しかしながら、日本の Z 世代は国内・海外を問わず旅離れが顕著になっている。

Z 世代は、「タイパがよい」「タイパが高い」と表現される“時間効率”を意識した時間に対する満足度を求める傾向がある。情報収集・コミュニケーションツールとして SNS を使用し、意思決定をスマホに委ねる（思考の外部化）。同じ属性の人同士の交流を好み、タイパを重視していることから時間効率が悪いこと、結果が予見できないこと、予定通りに進まないことを好まない。また、自分が興味をもっていることや自身の生活圏から出ない傾向がある。

VUCA の時代において若者が旅に出る意義は高まっているにも関わらず、その実態としては旅の優先順位が下がっていること、インターネットの普及によりリアル体験価値が薄れていること、効率よく成果を求めるタイパを重視する傾向が懸念される。

こうした状況に対し、Z 世代であるサービスエンタメ班のメンバーが当事者として非常に危機感を覚えており、タイパ重視の同世代の若者を如何にして旅へ誘引し、旅を通じてジェネリックスキルを高める機会の創出に寄与できないか、その方法を課題として掲げて検討することに至った。具体的にはメンバー一同が短期間の旅を企画し、自ら実践することで「ジェネリックスキルへの寄与」と「将来に向けた意識の変化」を検証し明らかにすることで、若者が旅に出るきっかけとなり得るのか、その可能性を模索する。

旅と学びの検証にあたって、Z 世代である大学生がタイパ旅として2泊3日の短期間で様々な体験をする旅を設計したうえで、以下の仮説を検証する。

- 仮説1. Z 世代である大学生がタイパ旅を体験することで「ジェネリックスキル」や「将来に向けた意識」に変容があるのではないかと。
- 仮説2. 設計したタイパ旅と仮説1の検証結果を可視化し、旅と旅の効用を示すことで、Z 世代が旅に出たいと思うようになるのではないかと。

上記仮説を検証し、実体験や調査をもとに国内において短期間の旅におけるジェネリックスキルの向上や将来に向けた意識の変化といった旅の効用と旅のプランを示すことができれば、Z 世代も旅に出るのではないかと考えられる。具体的アプローチの方法は、以下の通りである。

- ① Z 世代の価値観や特徴を調査する。
- ② 旅の優先度が低い Z 世代でも許容を期待できる旅の設計と実施。
- ③ Z 世代のメンバーが旅を体験すると共に、その効果を測定する。
- ④ 効果測定結果の分析を踏まえ旅と旅の効用の提案を行う。
- ⑤ 上記④が Z 世代の旅を誘引するかを検証する。

若者は旅を通じてどのような学びが得られるかを明らかにする。そのうえで、Z 世代による Z 世代への旅を進めるための提案を行い、Z 世代の旅を誘引するかを検証する。

第5節 本論文の構成

サービセンタメ班が近年の Z 世代に関する研究を通じて Z 世代の消費行動や価値観に焦点を当てた。これらから「タイプ」を重視する消費行動や旅離れが進む背景が明らかになった。ジェネリックスキルの向上が期待される旅をインターネットやテクノロジーの発達により異なる環境に身を置く必要性がなくなり、さらに避ける傾向が強くなっている。このような課題に対して、旅の効用や「タイプ」を重視した旅の形を Z 世代である我々が提示することで旅に出るきっかけになり得るかの可能性を模索する。具体的には文献調査やフィールドワークを通じて旅を通じた意識変化やジェネリックスキル向上の実態を明らかにし、Z 世代による Z 世代への旅を提案する。

第1章では、旅が Z 世代にとってどのような学びをもたらし、どのような影響を及ぼしているのかを掘り下げる。まず、旅を通じて得られる学びの定義を短期間かつ国内の旅行でジェネリックスキルに何らかの影響が出ることとして整理を行い、その教育的意義や歴史的な背景を明らかにする。また、Z 世代の定義を明らかにした上で特徴や価値観、消費傾向、ライフスタイルの傾向を考察する。Z 世代の旅の現状について、国内外の動向や具体的な事例をもとに筆者らの考える独自の視点として、「旅と学び」の問題点を読み解いていく。

第2章では、千歳市における旅と学びに関する実地調査をもとに、北海道千歳市の概要である北海道全体にも触れつつ特に千歳市の歴史やアイヌ文化、農業の現状と課題、政治問題、人口、企業誘致やラピダス株式会社（ラピダス社）、観光業を整理することで調査対象地域としての特徴を明らかにする。2024年9月24日から26日にフィールドワークを実施した千歳市の地域への理解を踏まえた上で旅を通じた学びや意識変容に焦点を当て、具体的な活動内容や調査手法を調査の結果から分析を行う。また、メンバー同士でのフィールドワーク調査で得られた学びや気づきを話し合った。そこで思い出す気づきや話したことで得られた成長なども含め調査の結果から Z 世代の視点から見た旅の可能性や課題について考察する。

第3章では、千歳市でのフィールドワークを通じて、参加者が得たジェネリックスキルや意識の変化についての効果検証をする。アンケート形式による調査の実施により旅前旅後での参加者の変化を分析。また、参加者の実体験のエピソードを基にフィールドワークを通じた学びのプロセスを探る。これらにより参加者の内面的な成長に与える影響を考察する。

第4章では、筆者らが実施した「旅と学び」に関する実地調査の結果を基に、特に Z 世代の旅の実態とその学びの側面について深く考察する。さらに、実地調査を通じて筆者らが得た新たな発見や気づきを掘り下げ、「旅と学び」の本質を明らかにすることを試みる。その上で、旅がジェネリックスキルの向上に与える影響を分析する。こうした学びを

Z 世代に伝えることで個人の行動の変化や社会への貢献にどのようにつながるのかを論じる。

おわりにでは、Z 世代の大学生がタイパ旅を体験することで、「ジェネリックスキル」や「将来に向けた意識」に変容が生じるという仮説を検証した結果を踏まえて、タイパ旅を自ら設計し実行した後に参加メンバー間で内省や旅の振り返りをするワークショップでの内省を通して、Z 世代大学生の「価値観・世界観」に変化が起きた可能性があることを立証できたことを改めて強調した。具体的は他者受容感の向上、パーソナリティの変化、自己効力感の変容などが見られた。同時に、今回の検証は n 数の限界からジェネリックスキルが高まったとまでは言えないという結果についても触れ、今後さらに研究を進める必要性を強調している。

第1章 Z世代と「旅と学び」

第1節 「旅と学び」の定義

先行研究のレビューでも述べたように、旅には、人間の成長速度に大きく影響を及ぼすこと、移動や旅が現代の形に合わせた柔軟なキャリア形成や自己成長に効果があることが示されている。日本のことわざに、「かわいい子には旅をさせよ」がある。また、17世紀ごろから19世紀にかけて、ヨーロッパの貴族や富裕層の若者への教育を目的とした「グランドツアー」という旅があった。このことから、人びとは古くから旅には学びがあることを認識していたと考えられる。

Gmelch氏(1997)⁶は、海外旅行から帰国した大学生の自信、適応力、対処能力、サバイバル能力、不測の事態への対処能力が向上していることを明らかにした。Pearce & Foster氏(2007)⁷は、オーストラリアを旅したバックパッカーに対する調査で、旅行体験を通じてジェネリックスキル全般が強化されたとの自覚を持っていることを明らかにした。Scarinci & Pearce(2012)⁸は、旅行経験がジェネリックスキルの習得に役立ち、特に海外旅行を4回以上経験した学生において顕著な効果があることを示している。近年、いくつもの研究が、旅によってジェネリックスキルが向上することを示しているが、多くが海外渡航や長期的な旅が多い。

日本国内の旅では、鯨島氏(2022)⁹が参加者同士の交流が主体のコースと、地域住民との交流を加えたコースの二つの集団旅行を企画し、人的交流がジェネリックスキルに与える影響を調査し、各々の旅において特徴的に成長しているジェネリックスキルを明らかにしたが、短期間の旅程における日本国内の旅に関するジェネリックスキルへの影響に関する研究は多くない。

本研究では、2泊3日の短期間での千歳旅におけるZ世代のジェネリックスキルや将来に対する意識の変化を「旅の学び」と定義し、研究を進めることとしたい。

第2節 ジェネリックスキル

本研究では、旅における「ジェネリックスキル」の習得に着目している。ジェネリックスキルには自立した判断力、主体性等が含まれており、現代社会の学生における就職後の生活にとって重要と位置づける研究もある¹⁰。ジェネリックスキルは当初教育の現場において注目をされはじめ、現在では就職活動においても注目されるポイントになっている。

本邦では2000年初頭頃から高等教育段階で獲得すべき能力として、大学関係者から注目され始めており¹¹、平成20(2008)年の「週刊東洋経済」でも「本当に強い大学」という記事の中で紹介されていることも確認されている。中央教育審議会は、平成20(2008)年12月24日開催の第67回総会(以下：中教審67回総会)において、我が国の課題として「近年、『企業は即戦力を望んでいる』という説が広がり、学生の資格取得などの就職対策に精力を傾ける大学が目立っている。しかしながら、実際に企業の多くが望んでいることは、むしろ汎用性のある基礎的な汎用性能力であり、就職後直ちに業務の役に立つような即戦力は、主として中途採用者に対する需要であると言われ

⁶ Gmelch, G(1997年)、475～490ページ

⁷ Pearce, P. L., & Foster, F(2007年)、1285～1298ページ

⁸ Scarinci, J., & Pearce, P(2012年)、380～386ページ

⁹ 前掲、注4と同じ

¹⁰ Barrie, S. C(2006年)、217～219ページ

¹¹ ベネッセ教育総合研究所「批判的思考力とは何か」、(2013年)

る」。同審議会では、ジェネリックスキルを「汎用的技能」と意識しており、今後の教育現場で重点的に教育すべき項目として取り上げられている¹²。

以下は中教審67回総会の資料より抜粋した「汎用的技能」についての定義である。

汎用的技能：知的活動でも職業生活や社会生活でも必要な技能

- (1) コミュニケーション・スキル：日本語と特定の外国語を用いて、読み、書き、聞き、話すことができる。
- (2) 数量的スキル：自然や社会的事象について、シンボルを活用して分析し、理解し、表現することができる。
- (3) 情報リテラシー：情報通信技術（ICT）を用いて、多様な情報を収集・分析して適正に判断し、モラルに則って効果的に活用することができる。
- (4) 論理的思考力：情報や知識を複眼的、論理的に分析し、表現できる。
- (5) 問題解決力：問題を発見、解決に必要な情報を収集・分析・整理し、その問題を確実に解決できる。

中教審67回総会ではアメリカやオーストラリアでの研究も触れており、「ジェネリックスキル（Generic Skills）」を基準に「汎用的技能」を定義づけたとされている。表1は、Freudenbergら（2011）により示されたジェネリックスキルの抜粋である。

表1 主なジェネリックスキルの一覧（抜粋）

対人関係 (Interpersonal)	他者との交流を深め、互いの信頼関係を構築していく力。
自己管理 (Self management)	自分自身で主体性を持ち、時間やスケジュールを正しく管理し、遅れなく適切に行動する能力。学習環境下で正しく自己管理ができる生徒は、成績も優秀になる傾向があるとされている。
学習・適応 (Learning & adaptability)	日々身につく事象を復習し、フレキシブルに適応する能力。これらを実行できると、問題が発生したときに迅速に対応できるほか、よりよい教育を吸収することができる。
問題解決 (Problem-solving)	批評的かつ的確に物事を解決に導く能力。
対話・コミュニケーション (Oral communication)	他者とのコミュニケーション（特にグループディスカッション）の対応を求められる場面では非常に重要な能力。互いのスキルが良ければ、それに応じて積み上がる成果も発展する。
団結（Team）	お互いの親しさ、間柄を問わず共通の目標に向かってチームをまとめる能力。
情報リテラシー (Information literacy)	必要な情報を適切に収集し、活用する能力。
キャリア・専門技能 (Carrer & vocational)	今後の自己成長につながる技能・専門知識。

Source: Freudenberg, Brimble, & Cameron (2011)¹³をもとに作成

ジェネリックスキルに関しては、様々な研究が行われており、その定義も多岐にわたる。本研究では、鯨島ら（2022）の調査において、旅により成長・改善が見られたジェネリックスキルをもとに旅と学びの協議会が作成した効果測定ツールの評価項目の「自分ら

¹² 中央教育審議会『学士課程教育の構築に向けて(答申)』（2008年）

¹³ Freudenberg, B., Brimble, M., & Cameron, C (2011年)、79～93ページ

しさの発揮」「共感」「コミュニケーション」「問題発見」「挑戦意欲」をはじめとする20項目に着目する。

第3節 Z世代の特徴と傾向

第1項 Z世代の定義

Z世代とは主に欧米での呼び方で、Y世代・ミレニアル世代の次に当たる平成2（1990）年代半ばから平成22（2010）年序盤生まれの年齢層の若者を指す。日本ではゆとり世代の次の世代として、デジタルネイティブ世代とも呼ばれる。スマートフォンやSNSの普及期に生まれ育ったZ世代は、物心がつくころにはモバイル端末に触れ、SNSを通じて交流することが当たり前となっている。また、脱ゆとり世代とも呼ばれるが、実際にはゆとり教育時に重視された社会貢献や環境、多様性といった教育も受けている。他者は他者、自分は自分として、「自分らしさ」を考え続ける世代でもある。

さらに、生まれたときから低成長時代・超高齢化社会であり、将来の重荷を悲観的に意識している世代でもある。そのため、価値観は保守的であり、人との和や既存の社会秩序を重んじる傾向がある。波風を立てずに既定路線の中でうまくやっていこうとする安定志向が、見受けられる¹⁴。

表2 Z世代と各世代の一般的な定義（※現年齢は2023年時点）

世代	生まれた年代	現在の年齢層
ベビーブーマー世代	1940年代終盤～1960年代序盤	50代後半～70代半ば
X世代	1960年代中盤～1970年代終盤	40代前半～50代後半
Y世代・ミレニアル世代	1980年代～1990年代中盤	20代後半～40代前半
Z世代	1990年代中盤～2010年代序盤	10代～20代前半
α世代	2010年中盤以降	10歳以下

出典：野村総合研究所「用語解説 Z世代 GenerationZ」¹⁵をもとに筆者作成

第2項 Z世代の特徴

Z世代の特徴として、デジタルリテラシーが高いため様々な情報にアクセスすることができ、商品の購入を検討する際も価格や性能の比較サイトだけでなく、動画サイトの「使ってみた動画」やSNSで商品のコンセプトや世界観をチェックしてから購入するなど、自分の好みに合う商品を選ぶための努力を惜しまず、失敗を回避したいという意識が強い。

消費のパターンとして具体的には、「推し（オタ）活消費」¹⁴、「タイパ消費」¹⁵「サブスクリプション」や「シェアリング・サービス」の利用。SNSでの情報収集・発信などの様々な行動が挙げられる。推し活消費とは、アイドルやキャラクターなどの対象を応援する（推す）行為である。一般的にオタ活とも呼ばれているもので、熱心なファンとして時間とお金を投資する行動であり、Z世代の女性は可処分所得の1割をオタ活に費やすという調査もある。タイパとは、タイムパフォーマンスの略で、投資した時間に対して得られる効果や効用の高い消費を指しており、令和4（2022）年の三省堂の新語大賞にも選ばれている。例としてアニメやドラマ、映画などの動画を視聴する際に結末を把握してからその動画を視聴するかどうかを決める、動画を等速ではなく倍速にして短時間で内容を抑える、スマートフォンの機能ピクチャインピクチャなどを利用し画面上の一部で動画を再生し続けることによって、ほかの画面上でSNSやゲームなどを同時に行うことが可能に

¹⁴ 野村総合研究所「用語解説 Z世代 GenerationZ」

¹⁵ 前掲、注14と同じ

なることで、いわゆる「ながら見」、「同時見」を行うことなどが挙げられる¹⁶。

また、調べ物をする際、Instagram や TikTok などの SNS を利用することもタイプとして挙げられる。他にも、映画や音楽の聞き放題・見放題を中心とした「サブスクリプション」と呼ばれる定額制の料金体系や、他人の資産を共有し合うことで安価に利用できる「シェアリング・サービス」が浸透している。これらのサービスはオンライン上のプラットフォームを通じて、買わずにシェアしたり、借りたりすることが可能である。このように、モノを所有することなく「必要なものを必要なときに必要な量だけ利用する」ことで流動的な消費を好む傾向にある。Instagram や Twitter などをはじめとした SNS の活用は日常化し、消費の場面でも情報源として定着している。「SNS 依存」や「SNS 疲れ」といった言葉が生まれるほど生活にも消費にも身近なものである¹⁷。

一方、Z 世代は仕事面でもタイプを重視する傾向にある。主に三つ特徴があり、一つ目は、Web 会議ツール（Zoom など）を好むことが挙げられる。Web 会議ツールを使用することで遠隔での会話（1 対 1 から大人数のミーティングまで）が可能となり、対面で会話するための移動時間や交通費が削減できる。また、学生時代や新社会人になったタイミングで新型コロナウイルスの流行を経験した Z 世代層にとっては、Web 会議ツールの使用は抵抗感が低く、むしろ Z 世代層は場所を選ばずに時間を効率よく利用できる Web 会議ツールを好んで利用している。

二つ目はウェビナー受講を好む傾向にある。ウェビナーとは「ウェブ」と「セミナー」を合わせた造語である。オンライン上で行うセミナーやそのツールのことを指しておりウェビナーでは、パソコンやタブレット端末、スマホなどでセミナーを視聴することができるため、現地への移動の必要がなく、身支度なども考慮せずに手軽に受講することが可能になる。また、直接会場で受講するセミナーと違い、画像の見えにくさや音声の聞こえにくさなどの問題を抱えずに快適に参加できるため、効率のいい学習が可能となる。

三つ目の特徴はタスクマネジメントを強く意識することである。タスクマネジメントとは、タスクの進捗状況の管理をすることを指している。Z 世代を中心とした若者は、人材や情報などの社内リソースを有効活用して、タスクの抜け漏れを防ぎつつ無駄な業務を省き、結果的に業務速度を上げることを目指す傾向にある。業務全体を把握してから仕事を

カテゴリー別に分け、期限と優先度を設定することで仕事においてタイプを求めている¹⁸。

第3項 Z 世代の SNS と消費傾向

いまやソーシャル・ネットワークキング・サービス（以下、SNS）は重要な情報インフラとして機能しており、Z 世代に限らず、さまざまな世代の人間が、程度の差はあるものの SNS 発信の情報に日々触れている。そのなかで、Z 世代がマーケティングの領域においてとくに注目されるのは、当該世代の SNS を活用した情報の発信力ならびにその拡散力の大きさによるところが大きい。そこで、まず Z 世代の SNS による情報発信ならびに情報受信の特徴を Instagram、X(旧 Twitter)、TikTok の三つの主要 SNS をもとにそれぞれ考察し、最後にファッションの消費動向について触れる。

（1）Instagram

Instagram は、Facebook 社（現 Meta 社）が平成 22（2010）年より展開する写真・動画共有 SNS である。「インスタ映え」の言葉が存在し、写真などのビジュアルとそれに共感するユーザー間のコミュニケーションを重視した SNS だった。近年では Instagram は

¹⁶ 多摩大学インターゼミ・サービスエンターテインメント班（2022年）、132ページ

¹⁷ 高橋広行・財津涼子・大山翔平（2023年）、242～243ページ

¹⁸ 馬淵恵梨香（2023年）

写真と短い文章だけでなく、動画投稿、ストーリーズ、ライブ配信や短尺動画（リール）など、バリエーションに富んだ投稿が可能な汎用性の高い SNS となっている。Instagram は特にファッションやコスメ、音楽やダンスなどのエンターテインメント、旅行といったユーザーの視覚に訴える情報を得意としている。ユーザーにとって同 SNS 上で得られる情報は「教養」としての意味を持ち、特に Z 世代ユーザーにとっては、極めて近い友人や同好の士とのコミュニケーションを促進させると同時に、コミュニティへの帰属意識を高め、心地よさを得る、または与えるためのツールとして機能している。

同時に、Instagram は X(旧 Twitter) や TikTok など得たトレンドに関する情報やリアルタイムの口コミなどを同 SNS 上のコミュニティのなかでハッシュタグなどを活用しながら考える時間を与え、自身のニーズを満たすものであるか否かを検討させるような機能を持つ。

企業の視点から見ると、Z 世代ユーザーという他と比較しても忠誠心の高い優良顧客群を抱えるプラットフォームであると同時に、最小限のコストで質の高いプロモーションを実施してくれるマイクロインフルエンサーの拠点であり、企業とユーザーをゆるくつなげるビジネス・コミュニケーションツールとして機能していると考えられる。

(2) X(旧 Twitter)

X(旧 Twitter) は、X 社(旧 Twitter 社)によって運営される限られた文字数、写真で投稿をおこなうことができる SNS である。Twitter の SNS としての特徴は、①即時性と②拡散力、そして、③ユーザー間のコミュニケーションの取りやすさにある。X はリアルタイムの投稿とそれに対する反応が行えるため、極めて短時間での話題づくりが可能となる。特に、時事ニュースやスポーツ観戦、アニメ・ドラマのリアルタイム視聴など、ライブ感を他者と共有することを大切にするユーザーによって、関連するハッシュタグを追加したツイートが投稿され、そのフォロワーたちによって情報が拡散される傾向が強い。

ユーザー間のコミュニケーションに目を向けると、X は「リプライ」や「リツイート」など投稿に対する反応を返しやすいインターフェースが実装されており、他愛のない会話、白熱した議論を展開できる仕組みづくりがなされている。その他にも、同 SNS ユーザーのなかには、普段使用するメインアカウント「本垢」以外にも、趣味専用のアカウント「趣味垢」や、リプライ専用の「リプ専用垢」、表に出さない秘密のアカウント「裏垢」「鍵垢」などを用意して公言できない話題やネガティブな発言を別アカウントで発信する使い方もある。

(3) TikTok

TikTok は ByteDance 社が開発した 15 秒から 60 秒までの動画を作成・投稿できる SNS である。日本で平成 29(2017)年からサービスが開始されて以降、同 SNS の特性である①短尺動画ゆえの優位性、②動画作成・加工の容易さ、③トレンド創出・拡散力の高さから 10 代の若者を中心に爆発的にユーザー数を増加させ、利用する年齢層の幅を徐々に広げている。短尺動画ゆえの優位性として、ユーザーが SNS 内に溢れるさまざまなコンテンツに対して、気軽に接触できる点が挙げられる。

また、60 秒という時間は、ユーザーに対して時間的拘束を極端に感じさせることがない。このことも、優位性のひとつと考えることができる。また、映像ならびに動画編集の知識に乏しいユーザーであっても、音楽やエフェクト、スタンプなど簡単な加工・編集機能や準備されたテンプレートをを用いて、ユーザーの誰もがオリジナルの動画を作成・投稿できるようにしている。これらのことが、新規ユーザーの獲得につながっている点として挙げられる。

令和 3(2021)年には「TikTok 売れ」という言葉が誕生した。これは TikTok 上でのバズ(人気)が商品やサービスが爆発的な売り上げにつながる現象を指している。つまり、Z 世代を中心に大きなムーブメントを作り出すことによって、既存の商品が想定外の売れ

方を起こしているのである。このことは、企業のマーケティング戦略にも大きな影響を与えている。

(4) ファッションの消費傾向

平成29（2017）年の消費者庁から、10代後半から30代は「食べること」に次いで「ファッション」や「理美容・身だしなみ」などにお金を掛けていることが報告されている。また10代から20代はファッションへの興味関心が高く、生活の中でもファッションに割く消費の割合が高いことが示されている。さらに、平成29（2017）年にカルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社が、Tカードを利用している18～69歳の日本の男女1,600名を対象にファッションに関するアンケートを実地したところ、「興味・関心があることは？」との質問に対し、18～69歳の男女の関心が最も高いことが報告され、Z世代はファッションを消費している傾向が高いことが示されている。しかし、若い世代の興味関心の高さに反して、日本のアパレル産業売り上げは低迷している。令和3（2021）年の経済産業省によると国内のアパレル製品の市場規模は、平成3（1991）年代の14.7兆円から、平成31（2019）年には10.4兆円に減少したと報告している。

山本（2020）は、フリマアプリなどの普及に伴い、一次流通の店頭でオンラインの二次流通市場の販売価格を調べてから購入、売却を念頭に置いた上での購入といった、消費者の購買行動が広がりつつあると述べている¹⁹。これはデジタルデバイスや、ネットの普及に伴い、企業と消費者間の取引（Business to Customer）に加え、消費者同士間での取引（Customer to Customer）の増加を示している。Z世代は、ファッションに興味関心があり、消費を割いているにも関わらず、アパレル産業はZ世代の消費行動を考慮した衣服を生産しているかについては十分に研究されていないのが現状である²⁰。

第4節 Z世代の「旅」の現状

第1項 Z世代の旅行への意識

本項では、2024年3月27日じゃらんリサーチセンターが発表した「じゃらん宿泊旅行調査」をもとにしたZ世代の価値観と旅行へのじゃらん宿泊旅行調査再分析「地域とかかわりを求めるZ世代」²¹と2019年9月25日株式会社JTB総合研究所（以下、JTB総研）が発表した「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行（2019）」の調査研究²²をはじめとする文献調査からZ世代の旅行への意識について見てみたい。

はじめに、表3は、「じゃらん宿泊旅行調査2023」のデータを用いて、クラスターに分類し、そのクラスターをもとにZ世代の旅行への意識を分析したものである。宿泊旅行を行うときに意識したこと、実施したことの26項目の質問について、回答をそれぞれ「1：意識しなかった」「2：意識したが実施しなかった」「3：意識して、実施した」の3カテゴリに振り直して因子を抽出し、それらの因子への反応をもとに分類したクラスター7タイプの特徴を示している。

¹⁹ 山本晶（2020年）、29～41ページ

²⁰ 和田安加里・金珉智（2023年）、2～3ページ

²¹ じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査再分析」、（2023年）

²² 株式会社JTB総合研究所「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行」、（2019年）

表 3 Z 世代の旅行への意識

Type 1	地域体験交流 タイプ	地域とかかわりを求め、将来的な移住・地元の人との交流・貢献・風土や生活習慣を体験するなど自ら主体的に行動し旅を楽しむ。
Type 2	地域訪問 タイプ	自分が興味をもった地域への訪問意向が高いが、現地での交流への反応はマイナスのタイプ。
Type 3	話題性重視 タイプ	旅行者同士の交流や人からのおすすめ軸で旅行先を選択する傾向が強い。テレビやSNSでの話題性を求める欲求が高く情報収集も活発。
Type 4	効率・欲張り タイプ	旅先で自分がやりたいことができれば、多少の予算オーバーは許容する。効率よくたくさん巡りたい。
Type 5	リピートなじみ タイプ	なじみのある安心感を大切にし、行ったことのある旅先を繰り返し訪れる。こだわりが強く、老舗・歴史のあるものを好む傾向も。
Type 6	計画タイプ	事前に計画をしっかりと立て、旅行行動は現地で決める、どちらにせよ計画して行動したい。
Type 7	こだわりなし タイプ	すべての因子にマイナス反応で、特に計画性に対しての反応が薄い。同行者に影響を受けるフォロワーに多いタイプ。

出典：じゃらんリサーチ「地域と関わりを求める Z 世代」をもとに筆者作成

表 4 は、宿泊旅行に対する意識を性別・年代別に示したものあり、地域との関わりを求める「地域体験交流タイプ」は、若い世代でより高い出現比率を示した。「地域体験交流タイプ」の特徴は、地域を訪れるだけではなく交流・体験といった地域での関わりを求める傾向が強く、若年層ほど出現比率が高まり、Z 世代男性は 29.6%、女性 15.8% で世代間ではもっとも高かった。特に女性に比べ男性の出現比率が高いことがわかった。

Z 世代女性は「効率・欲張りタイプ」が最多であった。このタイプは、効率よくできるだけ多くの場所を回り、新しい場所への好奇心が強いタイプであり、計画することを好み、なじみがあるなどリピートすることへの反応はマイナスという特徴を持っている。すべての年代で男性より女性の方が多く、Z 世代女性で見ると 22.6%でもっとも多いタイプであった。ひとり旅率が高い男性に対して、友人・恋人との旅行率が高い女性はグループで動きやすいこと・グループ全員が楽しめることに意識が寄ることで「効率・欲張り」になりやすい傾向が強いと推測される。

Z 世代での出現比率が高い「地域体験交流タイプ」にもっとも強く表れた因子は、「地域志向性」であった。この因子と「じゃらん宿泊旅行調査 2023」のデータとの相関係数で高かったものは、以下 6 つの項目である。

- ① 地域のためになること。
- ② 貢献できることを選ぶ。
- ③ 将来の移住やライフスタイルの参考になりそうな旅をする。
- ④ 地元の人に積極的に話しかけて情報を聞くなどの交流をする。
- ⑤ 旅行先の風土や生活習慣を体験する。
- ⑥ 自ら主体的に参加する・体験する、暮らすように旅をする。

表 4 宿泊旅行に対する意識 クラスター構成 2023（性年代別）

	地域体験 交流タイプ	地域訪問 タイプ	話題性重視 タイプ	効率・欲張り タイプ	リピート なじみタイプ	計画 タイプ	こだわりなし タイプ	(%)
全体	14.7	4.5	7.1	17.0	13.2	16.9	26.7	
20代 (Z世代)	29.6	7.3	7.6	13.6	7.8	12.2	22.0	
30代	22.7	5.8	6.4	13.7	10.1	16.3	25.0	
男性	40代	16.3	4.8	5.9	14.7	11.2	19.2	27.8
50代	12.3	3.6	6.7	16.6	15.1	17.6	28.0	
60代以上	12.5	2.9	5.7	14.6	15.5	20.3	28.6	
20代 (Z世代)	15.8	4.0	8.3	22.6	9.3	15.6	24.3	
30代	12.1	3.8	9.0	22.1	13.1	17.8	22.0	
女性	40代	10.8	4.0	8.3	20.1	12.9	18.5	25.5
50代	9.5	4.4	7.0	17.2	15.1	17.0	29.7	
60代以上	9.9	4.8	6.9	15.3	18.3	14.4	30.5	

出典：じゃらんリサーチ「地域と関わりを求める Z 世代」をもとに筆者作成

新型コロナウイルス感染拡大をきっかけにもっとも変化した項目は「地域のためになること、貢献できることを選ぶ」である。同項目を選んだ男性の割合は、平成31（2019）年の31.1％から令和3（2021）年に41.2％、さらに令和5（2023）年には40.6％となっており、女性も平成31（2019）年の15.2％から令和3（2021）年は24.1％に急増し、令和5（2023）年は23.7％と微減したものの高い比率を維持するなど、男女ともに大きく上昇していることがわかった。新型コロナウイルス感染拡大によって地域の課題や困難な状況が浮き彫りとなったことで、「地域」というものを意識する機会が増えたことが影響していると考えられる。

地方移住は、新型コロナウイルスで注目度が一気に高まったキーワードである。新型コロナウイルスの感染拡大でリモートワークが普及したことなどもあり、「将来の移住やライフスタイルの参考になりそうな旅をする」ことへの関心が高まっているのがわかる。男性の割合は、平成31（2019）年の30.1％から令和3（2021）年は37.0％、さらに令和5（2023）年には38.1％と約4割を占めており、女性も平成31（2019）年の14.7％から令和3（2021）年に19.3％、さらに令和5（2023）年には21.7％と2割を超えている。このように令和3（2021）年から令和5（2023）年にかけて地方移住希望者が増加し始めており、地方移住の参考になりそうな旅は実施フェーズに移行し出した兆しがある。同調査によると、男性は、平成31（2019）年の21.2％から令和3（2021）年は22.2％、そして令和5（2023）年はさらに増加して28.7％に達し、女性は平成31（2019）年は10.3％から令和3（2021）年は12.8％、そして令和5（2023）年は14.5％と、男性を下回っているものの、増加傾向にある。

また、表5で示したようにZ世代の地域との関わりへの意識調査において、男性の30％は「日常的に主体的に参加する・体験する」「移住先の人や施設に積極的に関わりを持ち交流する」ことへ高い関心を示しているが、女性も同2項目においてそれぞれ28％と27％となっており、男女問わず地域や地域の人々と積極的に交流し関わりを持つことに高い関心を持っていることがわかる。それは「地域の他者と知ること、異質であることを意識」の項目でも男女ともに同じ割合を占めているように自分たちとは違う環境にいる地域の人々や文化を意識した結果ではないかと思われる。

こうした現象は、新型コロナウイルスの感染拡大が直接のきっかけになった可能性はあるかもしれないが、一方ではZ世代自身が自分たちの将来の移住やライフスタイルの参考になりそうな旅を通じて地域に暮らす人々やその文化、環境に魅力を感じるようになり、それがリモートワークの普及により地域で暮らし地域と関わりを持ちたいという意識や考えを後押ししたことが考えられる。今後におけるZ世代と地域との関わり方やその行動が注目されよう。

表5 Z世代の地域との関わりへの意識と実施（男女別）

	内容	男性の実施した割合（％）	男性の意識した割合（％）	女性の実施した割合（％）	女性の意識した割合（％）
1	日常に主体的に参加する・体験する	25	30	20	28
2	地域の他者と知ること、異質であることを意識	18	25	15	22
3	移住することを考える	10	15	8	13
4	地域への定住意志を再確認する	12	18	10	16
5	移住先の人や施設に積極的に関わりを持ち交流する	22	30	20	27
6	特定の趣味やライフスタイルののっとり特定の地域にかかわる意義を意識	15	20	13	18
7	移住の支援や共に活動、以下同様	8	10	5	8

出典：じゃらんリサーチ「地域と関わりを求めるZ世代」をもとに筆者作成

新型コロナウイルス禍の影響を受け、地域・地方への関心が世の中全体で高まる中、特にZ世代は地域の魅力や生活環境を体験し地元の人々との交流を求める傾向が見られた。Z世代が「地域との関わり」を求める要因は多岐にわたるが、①オンラインやリモートなど学び方、働き方が柔軟になったことで移住含め地域がより身近な存在となった。②Z世代の三大都市圏居住率は年々高まり約6割で地域を知る機会に乏しいこと。③地域に居を構え地域活性に向き合う若手への注目など、新型コロナウイルスによって「地域」というものを強く意識する機会が増えたこと。主にこれらの要因によりZ世代が地域との関わりを求める動機付けとなり、地域で活躍することへの憧れ・かつこよさのような志向性が表れていると推測される。社会の成熟化やデジタル化で個人の価値観は多様化し、新型コロナウイルス禍前から旅は非日常の楽しみから個人の趣味や自己実現を果たす手段に変わりつつある。これまでの有名観光地での物見遊山的な旅に、自分の日常とは異なる生活文化を楽しむ旅のスタイルが加わり、ワーケーションや多拠点生活などが注目され、「暮らす」と「滞在する」の垣根は低くなり、ツーリズム領域は拡大した。この志向の変化をもたらす鍵が若い世代となっている²³。

地域の生活文化を観光資源として体現するもののひとつに、地場産業や農水産業などとの連携がある。例えば、ここ10年でオープンファクトリーなど地域の特産物の生産過程を作り手の思いを伝える活動が全国に広がった。しかし、地域の地場産業や伝統産業に関心がある人でも、世代によって関わり方は異なる。Z世代・ミレニアル世代は買って楽しむだけではなく、製作体験や支援などより深く関わりたいという意向が他の世代より高い傾向にある。旅先での交流も、上の世代は「教えて欲しい」、Z世代は「一緒にやりたい」が高くなっている。1回1回の消費額は上の世代より小さくとも、Z世代のこのような地域との関わり方がリピーターを生むとともに、社会課題や地域課題を身近なものと捉え、解決や支援に向けた活動や消費に繋がっていくと考えられる。また良いものなら若者によって拡散された商品が、上の年代にも波及することが期待できる。JTB 総合研究所のフランス人に対する調査では、「盆栽」「弁当」などの日本の文化と接点を積極的に持っていたのは若者であった。「愛でる」から「使う」の新しい視点で若者に注目され、良いと認められて拡散される、こうして地域の産業に新しい価値観を提供してくれる若者はフランスも日本も同じだと推測される。

近年では新型コロナウイルスにより交流は停滞しているが、若者の旅行意欲は一貫して高く維持されている。自由な移動が2年以上も制限されている現在、Z世代の旅行目的は地域での自分の関心事や自己実現、地元との交流より、「今は旅行に行きたい」という欲求のほうが強傾向にある。しかし、新型コロナウイルス禍というこれまで経験したことのない危機を経験したZ世代およびさらに下の世代の若者が旅行や消費活動はどのような進化発展を遂げるべきなのかが注目されている²⁴。

JTB 総研は、「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行（2019）」の中で、旅行・観光のあり方は進化しつつあると述べている。高度成長期には、インフラが整備され生活が豊かになるとともに、レジャー思考が高まった。旅行の形態は、核家族の増加もあり団体から個人へと変化した。当時は情報の取得手段は限られ、行動は同質的であった。現在はSNSの普及とともに各人のネットワークが構築され、情報の取得だけでなく、個人の「発信」が力を持つようになった。地域と旅行者との関係性も、「個人」発信の情報が地域のブランドイメージ形成に重要になってきた。観光地や観光事業者から発信された情報をもとに同じように行動するところから、個人の価値観や思考がより強く反映される旅行のあり方に変化をしてきている。

²³前掲、注21と同じ

²⁴ 波瀾 郁代（2021年）

JTB 総研の過去の調査で、「旅行先での交流についての考え方」を年代別に聞いたところ、「地域の活動に参加するなど積極的に交流を持ちたい」、「地域の産業についてより深く知りたい」と考えているのは 20 代男性に多く、「地域の歴史や文化についてより深く知りたい」は 60 代男女が最も多かった。若い世代ほど旅先で生活エリアでの地元の人との交流を望み、上の世代は知的好奇心を埋めるような観光の場を求める傾向が見られた。表 6 で、これまでの観光とこれからの観光をまとめ、観光の志向とツーリズム領域の拡大を示す。

表 6 変わる観光の志向とツーリズム領域の拡大

	これまでの観光	これからの観光
旅の動機	非日常型（感動・満足）	異日常型（感心・共感） →観光スポットだけでなく日常の風景が観光資源になる
旅の目的	名所・旧跡、物見遊山的志向 （同一的・画一的）	個人の価値観や志向が反映 →テーマ性の高い目的型旅行が増える
地域と旅行者との関係	地域内の観光地に旅行者を囲い込む	地域の生活エリアでの交流・人との触れ合い → ・“暮らすように” 過ごす ・地場産業などに関わる ・ボランティアやファンディングなどで“支援”する
旅のスタイル	いいとこどり 一筆書き周遊旅行	拠点を持って動く → ・多地域居住・テレワークが広がる ・サブスクリプション（定額）制施設や古民家活用など宿泊施設が多様化する

出典：前掲 JTB 総研「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行（2019）」²⁵
をもとに筆者作成

第 2 項 Z 世代の海外旅行に対する意識

Z 世代向けの企画・マーケティングを行う僕と私と株式会社が、全国の Z 世代 604 人を対象に旅行に関する意識調査の実施を行った²⁶。令和 6（2024）年の旅行の予定についてのアンケートでは、Z 世代のうち「旅行に行く予定で、具体的なプランも考えている」と答えたのは 23.0%、「なんとなく旅行に行きたいと考えているが、具体的なプランは決まってない（38.1%）」と合わせると、6 割以上の Z 世代が旅行に対して前向きという結果になった。

続いて、旅行に行くなら国内か海外かの項目では、「国内旅行に行きたい」と回答した人が 60.8%という結果になった。一方で、海外旅行と答えたのは 18.7%。また、旅行そのものに行きたくないと回答した人は 20.5%となり Z 世代は海外旅行よりも国内旅行に関心があることがわかる。

図 1 は、令和 6（2024）年に行きたい旅行先はどこか（複数回答）の項目で旅行を「前向きに検討をしている」と答えた 369 人に対して行きたい旅行先を聞いた結果を示している。1 位は「北海道」で 40.4%という結果になった。続いて、東京都を擁する「南関東（32.8%）」、大阪府や京都府を擁する「近畿地方（34.4%）」といった都市部が続く回答になり、さらに「沖縄県」は 26.6%、続いて「九州地方（24.9%）」「東北地方（24.7%）」となった。

²⁵ 前掲、注 22 と同じ

²⁶ 僕と私と株式会社「夏休み直前！Z 世代の旅行に関する意識調査を実施」、（2024 年）

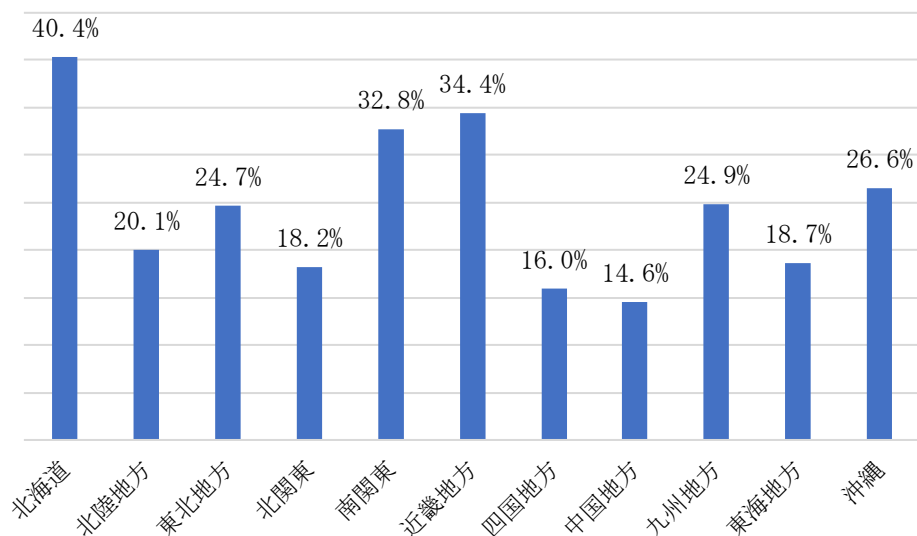


図1 希望の旅行先2024（複数回答）

出典：僕と私と株式会社「夏休み直前！Z世代の旅行に関する意識調査を実施」
をもとに筆者作成

次に海外旅行について、観光庁が令和5（2023）年に行ったZ世代の海外旅行に関する調査（表7）²⁷では、「2023年こそ海外旅行に行きたいか」との質問に対し、「行きたいし行こうと思っている（既に行った）」と回答したのは19.7%に留まり、57.3%が「行きたいと思わない」と回答した。しかしながら、1～2回海外旅行をしたことがある海外旅行経験者に絞ると、「行きたいと思っている（既に行った）」と「行きたいが社会情勢が不安でいけない」を合わせると9割以上が海外に行きたいと思っているとの回答であった。

表7 2023年こそ海外旅行に行きたいと思うか

	行きたいし行こうと思っている (既に行った)	行きたいが社会情勢が 不安で行けない	行きたいと思わない
全体	19.7%	23.0%	57.3%
旅行経験者	55.8%	35.1%	9.1%

出典：観光庁「Z世代400名に聞いた『海外旅行に関する意識調査』」
をもとに筆者作成

一方で「行きたいが社会情勢が不安で行けない」と回答している人も多数おり、海外旅行への不安も多いことが明らかになった。全国の19～25歳の男女400名に海外旅行先を選ぶ際に重視した・重視することのアンケートでは「旅費の価格」を抑えて、最も多い回答は70.3%の「治安」だった。このことから近年の社会情勢が意思決定に大きく影響していると考えられる。

²⁷ 観光庁「Z世代400名に聞いた『海外旅行に関する意識調査』」、（2023年）

表 8 海外旅行先を選ぶ際に重視した・重視すること（複数回答）

重視した・重視すること	割合（％）
治安	70.3
旅費の価格	59.5
ご飯の美味しさ	46.8
観光地の多さ	35.5
物価	31.8
日本からの移動距離	24.8
旅先の言語	21.5
旅先の季節	16.8
周りの口コミ	16.5
写真映え	10.8
その他	2.8

出典：前掲、観光庁「Z世代400名に聞いた『海外旅行に関する意識調査』
をもとに筆者作成

令和5（2023）年に行きたい海外旅行先のアンケートでは男性は「ハワイ（30％）」が1位、「フランス（26％）」が2位、「台湾（22％）」が3位、女性では「韓国（36.5％）」が1位、「フランス（33.5％）」が2位、「イタリア（30.5％）」が3位という結果となっている。男性側の3位の「台湾」は、女性側では4位（23％）、また女性側の3位である「イタリア」は男性側で4位（21.5％）と両者ともに差がみられなかった。しかし1位では男性側では海外旅行先として定番であるハワイがあがったのに対し、女性では5位（22％）という結果となった。また、女性側の1位である韓国は男性側では7位（16％）と両者ともに1位がTOP3に入っていないという結果となった。これは近年の恋愛ものの韓国ドラマやK-POP、韓国製の化粧品などのいわゆる韓国ブームが女性により需要のあるコンテンツであることが関係していると考えられ、同じZ世代でも男女間での需要の違いがみてとれる²⁸。

²⁸ 前掲、注27と同じ

第2章 千歳市における「旅と学び」に関する実地調査

第1節 北海道千歳市の概要

千歳市でフィールドワークを実施するに当たって、事前調査として北海道および千歳市について理解すべく、歴史、異文化共生、農業、政治、人口、企業誘致、観光の視点から文献調査を行った。

第1項 北海道・千歳市の歴史

(1) 北海道の歴史

中世における蝦夷地(北海道)の歴史は、先住民族のアイヌの人々による文化が繁栄した。鎌倉時代から戦国時代に本州から和人が進出し交易がおこなわれるようになった。しかし、アイヌと和人の対立もおこりシャクシャインの戦い等といった争いが度々おこった。江戸時代には、松前藩率いる和人による支配が強まった。

安政元(1854)年にペリー来航に伴い日米和親条約が締結され、箱館港と下田港が開港された。それにより洋風文化が取り入れられ洋館等の建物が建てられた。

明治元(1868)年、箱館戦争(戊辰戦争)で旧幕府軍が新政府軍に敗北したことにより、江戸幕府が崩壊し、明治維新により新政府が誕生した。

明治2(1869)年に蝦夷地を北海道に改称し、同年7月に「開拓使」を設けて、北海道の本格的な開拓を始めた。欧米の文化・技術を取り入れ、それをもとに農業や鉱工業等の産業の開発、官営工場の建設、札幌農学校の設立、道路や鉄道をはじめとするインフラの整備をおこなった。明治15(1882)年2月に開拓使が廃止となり、札幌・函館・根室の3県が置かれた。明治19(1886)年に北海道庁が置かれ現在に至っている。開拓が進んだ背景には、明治初期に明治維新で新政府と対立し領地を失った旧幕府軍側の士族たちが北海道に移住したことや、ロシアの南下政策に対する国防としての影響があった。

昭和27(1952)年から北海道総合開発計画が開始され、地下資源や工業開発、道路や港の整備がおこなわれた。しかし、高度成長期の昭和30年には基盤産業の炭鉱の閉山が相次いだ。一方で、観光面では、国鉄が均一周遊券を販売したことや知床を舞台とした曲の大ヒットにより観光ブームがおこった。昭和45(1970)年に人口100万人を突破し2年後に政令指定都市に移行した。昭和47(1972)年に札幌オリンピックが開催されスポーツと国際的な盛り上がりの他に、昭和46(1971)年に日本で4番目となる札幌市営地下南北線が札幌オリンピックに伴い開業した²⁹。昭和60(1985)年に青森と函館を結ぶ青函トンネルが開通し、津軽海峡線の運行が開始された。

平成17(2005)年に知床が、希少な動植物の生息地となっていることや、海から陸へとつながる生態系がわかりやすく見られる観点から、世界自然遺産に登録された。平成20(2008)年7月に北海洞爺湖で第34主要国首脳会議が開催され、合計22か国、7機関が集まり過去最大規模のサミットとなった。

これらの歴史から、先住民族による独自の文化の発展に加えて、江戸時代や明治時代以降の日本や世界との繋がりから近代化されてきたといえよう。

(2) 北海道千歳市の歴史

千歳地方一帯は、1600年代より「シコツ」(アイヌ語で大きな凹地)と呼ばれていたが、文化2(1805)年に千歳川に改名され、「千歳」の地名の原点となった。千歳川を中心に大小の河川が40本以上流れ、その地域には旧石器時代から近世に至る約300か所の遺跡がある。ウサクマイ遺跡群やキウス周堤墓群といった縄文時代における遺跡も存

²⁹ たびらい「北海道の歴史」

在する。

アイヌと和人がサケなどの産物を交易する場として十六の場所があった。江戸時代後期にはユウフツ場所に編入され千歳川会所が置かれた。シコツ川が千歳川になった背景には、ユウフツ場所を担当していた箱館奉行調役並が、シコツという音の響きが悪いので新しい川の名を付けてほしいと初代箱館奉行に願い出た。シコツの地に多くの鶴が生息していたことから「鶴は千年、亀は万年」の故事にちなんでシコツ川が千歳川に改名された。明治21(1888)年に、サケ産卵事業が開始され、現在も秋の千歳川の風物詩となっている。

大正15(1926)年に北海道鉄道が開通すると、小樽新聞社主催の観楓会がおこなわれた。その際に新聞社は、千歳村に昼食の応援依頼をし、そのお礼に飛行機を千歳の上空に飛来させることを約束した。「せっかく飛んでくるのならば、着陸して間近で飛行機を見せてもらいたい」との村民の強い思いから、村民が2日間、延べ150人参加して着陸場が整備され千歳飛行場の始まりとなった。

昭和14(1939)年、1200メートルの滑走路が整備され、配置機数48機の千歳海軍航空機が開隊された。航空隊の配備により人口の増加が続き、昭和17(1942)年に千歳町に昇格した。終戦後は米軍が利用していたが、昭和26年から民間航空が再開された。昭和29(1954)年に陸上自衛隊、昭和32年(1957)年には航空自衛隊の駐屯地・基地が設置された。昭和33年(1958)年に千歳市となつてから、北海道の空の玄関口として今日でも発展を続けている³⁰。

第2項 異文化共生（アイヌ・インバウンド）

本項では多様な文化をもつ人々との関わりを築く異文化理解・共生という観点で、北海道の先住民族であるアイヌの人々の歴史や現状について触れる。また、北海道の自然や独自の文化に惹かれ近年増加傾向にある外国人観光客（インバウンド）の状況と課題について記す。

アイヌの人々は、日本列島北部周辺、とりわけ北海道に先住し、独自の言語、宗教、文化をもつ先住民族である。平成25(2013)年に実施された「北海道アイヌ生活実態調査」によれば、北海道内の市町村が調査対象として把握しているアイヌの人々の人数は13,118人と言われている。

アイヌの人々は自然と共生しながら狩猟・漁・採集を行い、固有の言語、伝統的な儀式や祭事、口承文芸、アイヌ文様などの独自の文化を豊かに発展させてきた一方、日本人による同化政策や差別によりアイヌの人々は長きにわたり虐げられた生活を送ってきた。明治時代、政府は大規模な和人の移住による北海道開拓を推進し、アイヌの人々の伝統的な文化・風俗を禁止、日本語の使用を強制するなどの同化政策を推し進めた。明治32(1899)年に「北海道旧土人保護法」が制定され、農耕地の無償下付、生活扶助や授業料の給付等の支援が行われたものの、実態としては農業に適さない土地が下付されたり、学校では日本語の習得が優先されたり、就学期間も日本人と比較して短く設定される等、アイヌの人々の権利保護や生活の困窮解消につながるものではなかった。

昭和45(1970)年代以降、先住民族や少数民族の権利を尊重する国際的な世論が高まるなかで、アイヌの人々の権利保護に関する取り組みも少しずつ前進していくことになる。平成9(1997)年、「北海道旧土人保護法」が廃止され、アイヌの人々の民族としての誇りが尊重される社会の実現を目指す「アイヌ文化振興法」が新たに制定された。平成19(2007)年には「先住民族の権利に関する国際連合宣言」が国連総会によって採択され、日本国内では平成20(2008)年、衆参両議院において「アイヌ民族を先住民族とすることを求める決議」が全会一致で採択された。

日本政府が近代化を推し進めた結果、アイヌの人々の文化生活に深刻な影響を与えたこ

³⁰ 北海道千歳市公式ホームページ「北海道で空に一番近いまち」

とを反省し、その文化の復興のため、国が責任をもって政策を立案・遂行していくことを定めた報告書が平成21（2009）年に取りまとめられた。この報告書をうけ、当事者であるアイヌの人々の意見を反映させたアイヌ振興策を推進するために、有識者およびアイヌの人々を構成員とする「アイヌ政策推進会議」が設置された。

令和元（2019）年には従来の生活向上や文化振興の目的に加え、地域・産業・観光振興を含む総合的な共生社会の実現を目的とした「アイヌ施策推進法」が制定された。令和2（2020）年にはアイヌ文化の復興・発展の拠点となる民族共生象徴空間「ウポポイ」が白老町に設置された。「ウポポイ」は存続の危機に瀕するアイヌ文化の復興・発展に寄与するとともに、先住民族の権利が尊重され、多様な文化が共生する豊かな社会を築いていくための象徴として位置付けられている。

平成29（2017）年の実態調査によれば、アイヌの人々の生活保護受給率は減少し、高校・大学への進学率は上昇傾向にあるが、現在においても大学進学率は全体43％に対して25.8％と低く、格差の解消に向けた努力が継続して求められる。また、何らかの差別を受けた経験があると答えた人は23.4％、他の人が差別を受けたのを知っていると回答した人が9.6％であり、依然としてアイヌの人々に対する差別の意識が残っていることがわかる。アイヌの人々を題材にしたマンガが人気になる等、近年その独自の文化や自然観に関心が高まる等、新たな潮流も見えている。アイヌの人々への関心を一過性のもので終わらせるのではなく、先住民族の権利を侵害した歴史にも目を向け、真の意味での共生社会を築く努力が今後も求められる。

北海道を訪れる外国人旅行者数は令和元（2019）年の3,188万人をピークに、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて一度大きく落ち込んだものの、令和5（2023）年は2,507万人と徐々に回復傾向にある。訪日外国人の国・地域別にみると、令和4（2022）年度総計69.2万人のうち、アジア地域の出身者が約8割（56.9万人）を占め、国別では韓国、台湾、香港、タイの順に多い。令和元（2019）年度最も割合の高かった中国人は減少傾向にある³¹。

北海道内の観光振興推進を担う北海道観光振興機構では、北海道の観光資源を活用し、世界に通用するアドベンチャーツーリズムの聖地にする取り組みをスタートさせている。アドベンチャーツーリズムとは「自然」「アクティビティ」「異文化体験」の三つの要素のうち、ふたつ以上の要素で構成された旅行スタイルのことで、欧米で発展したツーリズムの一種を指す。北海道は雄大な自然に恵まれ、ウィンタースポーツ等のアクティビティも盛んであり、前述したアイヌ文化といった日本固有の文化も有している。これら北海道独自の観光資源を活用し、アドベンチャーツーリズムとして世界にPRすることで、地域の持続的な発展とアイヌ文化の伝承、魅力向上にもつなげていく。

第3項 北海道・千歳市の農業

（1）北海道の農業

農林水産省によると、日本の食料自給率は、コメの消費が減る一方、畜産物や油脂類の消費が増加するなかで、昭和40（1965）年度から下がり続け、昭和40（1965）年度の73％から令和5（2023）年度は38％へと低下した（図2）。日本政府は、令和12（2030）年度までに、カロリーベース総合食料自給率を45％、生産額ベース総合食料自給率を75％に高める目標を掲げている。また、飼料自給率と食料国産率についても併せて目標を設定しており、飼料自給率と食料国産率の双方の向上を図りながら、食料自給率の向上を図るとしている³²。

³¹ 国土交通省北海道運輸局『北海道観光の基礎データ』（2024年）

³² 農林水産省「令和5年度食料自給率について」（2023年）

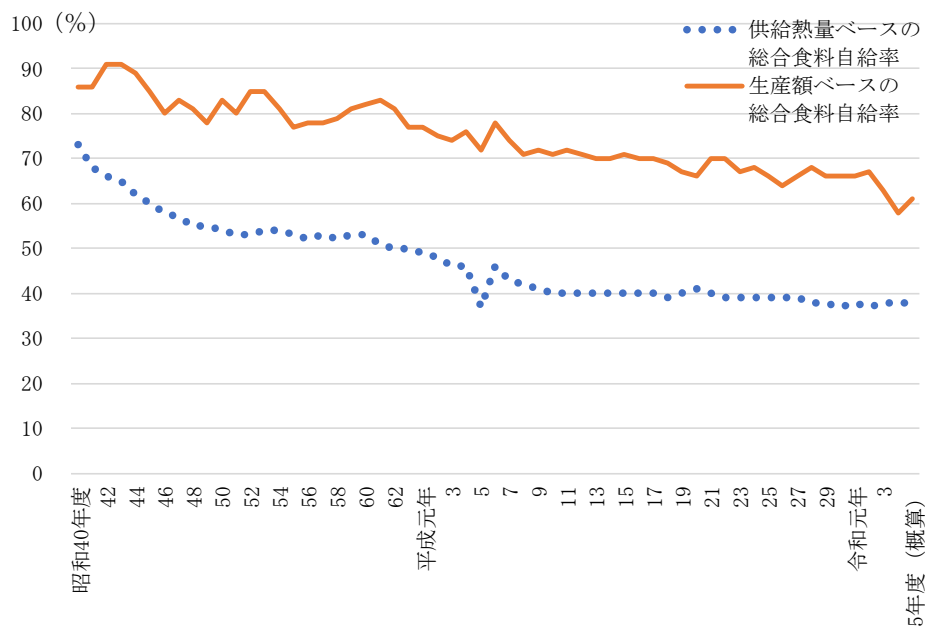


図2 日本の食料自給率の推移

出典：農林水産省「日本の食料自給率」

平成27（2015）年度の国勢調査に基づく国立社会保障・人口問題研究所（図3）の人口推計では、北海道の人口が今後も引き続き減少していき、令和12（2030）年には472万人になると予測されている。

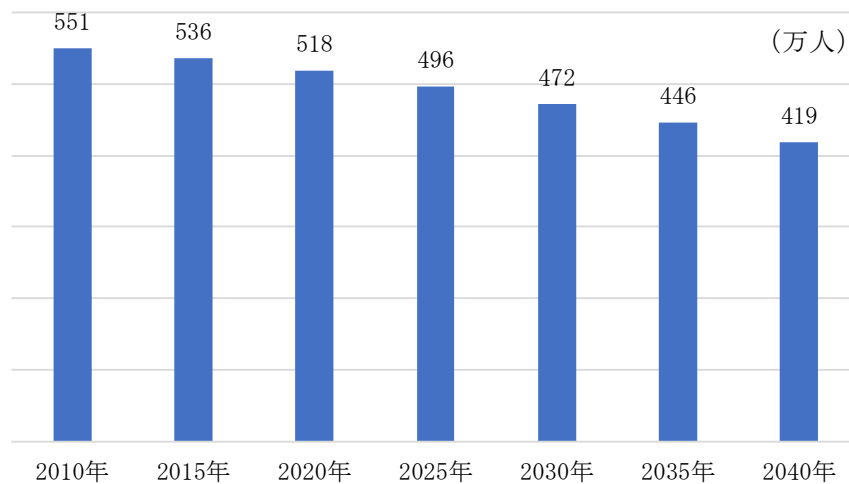


図3 北海道の人口推移・将来推計

出典：国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口』（2023年）
をもとに筆者作成

三宅俊輔氏の農林業センサスからみた農家戸数³³をみると、農家戸数と人口ともに減少傾向にあることがわかる（表9）。

表9 販売農家の戸数・人口の見通し

年	戸数	人口
2000年	62,611	261,160
2015年	37,983	143,065
2030年	25,047	84,453

出典：三宅俊輔（2018年）

この課題の解決策として北海道ではスマート農業推進、外国人人材の受入、農福連携の推進などの取り組みが進められている。

スマート農業は、平成27（2015）年3月策定の国の食料・農業・農村基本計画においてロボット技術やICTを活用した超省力生産、高品質生産を実現する次世代農業として位置づけられている。スマート農業では労働力不足を補完するロボット技術等での省略化や、センシング技術、自動監視で生産性や品質の向上、作業の効率化、AI等を活用した熟練農業者から若手農業者への技術継承など先端技術を活用した農業生産技術の開発、実装に向けた実証実験が進められている。

外国人人材の受入については、外国人技能実習制度の改正、平成30（2018）年に行われた国家戦略特別区域農業支援外国人受入事業、平成31（2019）年に開始された新たな外国人材の受入に関する在留資格特定技能などで外国人材を活用する制度の整備が検討されている。

農福連携については、農業と福祉の連携が検討されている。農業側のメリットとしては、作業労働力の確保により生産性の向上、環境整備による作業性の向上、農業の多面的機能としての社会貢献による農業者、従業員の意識改革などの効用が挙げられる。福祉側では障がいの程度や作業能力に応じた就業機会の拡充や自然とふれあうなどの野外活動を行うことにより情緒が安定する効用があるとされており、農福連携は相乗効果が期待されるとして注目されている。

（2）千歳市の農業

千歳市は農業基盤整備をもとに大規模経営の近代化を進めており、今後さらに規模拡大を志向する農業者が多くなっている。

規模拡大を図る農業者は、近隣の規模縮小や離農した農業者の農地を取得や賃借することで拡大をしている。現状では離農等による遊休農地は僅少だが、農業者数の減少が続いていること、家族経営による農業では耕地面積の拡大に限界があり、さらには後継者が決まっていない農業者が多い。農地集約による効率化、法人化や共同化等による経営体制の強化、新規就農者等による農業者の確保、第三者継承の推進などが重要視されている。

農家戸数と経営形態の傾向をみると、主に後継者不足により農家戸数は今後10年で200戸を切ると見込まれている。しかし今後、スマート農業などの進展により後継者確保や新規就農者が増える兆しがあることから千歳市はトレンドに基づく予測で農家戸数を令和7（2025）年に209戸、令和12（2030）年に202戸と設定している。

³³ 三宅俊輔（2018年）「農林業センサスからみた北海道の農家戸数と平均経営規模の動向予測」、北海道農事試験場北農会、85巻4号、339ページ

表 10 千歳市農家戸数の推移

年	総農家戸数	販売農家	専業	兼業	第1種兼業	第2種兼業	自給的農家	認定農業者数	農業従事者数	千歳市人口
2000年	338	325	175	150	100	50	13	79	1,215	88,126
2005年	283	275	147	128	92	36	8	156	765	91,242
2010年	231	211	125	86	43	43	20	178	540	93,635
2015年	223	181	123	58		22	42	165	465	95,765
2020年	216							160		98,122
2025年	209									
2030年	202									

出典：農林水産省 『農林業センサス 2020』

しかし、表 10 を見ると千歳市人口は増加傾向にある中、総農家戸数は減少していることがわかる。このことから農家戸数の減少による人手不足の問題は今後も引き続き重要視されるべき問題であるといえる³⁴。

第4項 北海道の政治

戦後の北海道では、長い間社会党の得票率がなかなか下がらなかったことから、「最後の社会党大国」と呼ばれていた。

表 11 自社二党の衆院選挙得票率（相対得票率・％）

選挙年	自民党		社会党		2党計	
	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道
58	59.1	49.5	33.1	46.8	92.2	96.3
60	58.1	46.2	27.4	42.0	85.5	88.2
63	56.0	44.2	29.0	41.3	85.0	85.5
67	49.2	41.7	28.0	43.8	77.2	85.5
69	49.1	40.7	21.4	34.5	70.5	75.2
72	48.4	39.9	21.9	33.4	70.3	73.3
76	43.2	37.4	20.7	33.5	63.9	70.9
79	45.8	42.6	19.7	33.0	65.5	75.6
80	48.4	43.5	19.3	33.9	67.7	77.4
83	47.0	50.4	19.9	32.9	66.9	83.3
86	50.0	50.3	17.8	31.5	67.8	81.8
90	47.2	44.7	24.8	38.7	72.0	83.4

出典：蓮池譲（1997）「北海道明の政治意識と投票行動－戦後 50 年－」
にもとづき筆者作成

十亀昭雄氏によると、北海道の特徴は自社デュアリズム（二極分解）もしくは、自社中軸の与野党伯仲、保革拮抗の政治構造であるようだ。また、高畠通敏紙によると、北海道「最後の社会党王国と呼び、「それは(横路社会党知事の 83 年の出現), 革新が保守に対抗して獲得した全国ただ二つの知事(もう一つは福岡県)であり、(中略)70 年代初め、東京・神奈川・大阪・京都 などの大都市地域で、社会党が革新共闘を組んで府県的首長を獲得した時代が完全に崩壊した今日、北海道は、社会党にとってまったく最後の王国」にふさわしい。実際、同じ年に行なわれた衆院選・参院地方区選においても、社会党は自民党と互角にたたかい、同数の議員を当選させている。こんな府県は、他にはない。どうして北

³⁴ 北海道千歳市「第2章 農業を取り巻く環境変化・動きと千歳市農業の特徴と課題」『千歳市農業振興計画(第4次)』、千歳市公式ウェブサイト <https://www.city.chitose.lg.jp/docs/98-44474-179-951.html>
(参照日：2024年9月1日)

北海道においてだけ、こういうことが起こりうるのか」という疑問を投げかけていたといわれている³⁵。

表 12 北海道の保革票

衆院選（年）		53年	55年	58年
保 守 票	市部	53.1	47.6	46
	都部	59.7	52.6	52.6
革 新 票	市部	46.2	47.4	52.6
	都部	37	42.8	46.1

出典：蓮池譲（1997）91 ページをもとに筆者作成

表 13 札幌市の政党別得票率(1) (%)

選挙年（衆）		69年	71年
政党	自民	35.3	31.4
	社会	33.4	31.8
	共産	8.1	16.7
	公民	15.9	12
	民社	7.3	8.1
	計	100.0	100.0

出典：蓮池譲（1997）92 ページをもとに筆者作成

表 14 札幌市の政党別得票率(2) (%)

選挙年（衆）		79年	80年
政党	自民	28.8	33.9
	社会	33.7	33.8
	共産	16.5	13.7
	公民	16	15
	新自ク	4.5	3.1
	諸派・無所属	—	0.5
	計	100	100

出典：蓮池譲（1997）93 ページをもとに筆者作成

表 15 北海道農民の政治意識(81年・%)

政党		自民	社会
質問	支持政党	53.4	12.5
	投票		
投票	農民代表へ	27.5	31.4
	所属政党で	24.4	28.1
	人物による	46.0	39.3

出典：蓮池譲（1997）94 ページを基に筆者作成

³⁵ 蓮池譲（1997）「北海道明の政治意識と投票行動－戦後50年－」『現代社会研究会』第10号、北海道社会学会83～98ページ

https://www.jstage.jst.go.jp/article/hokkaidoshakai1988/10/0/10_0_83/_pdf/-char/ja

北海道の政治の留意点、現状に至るまで

https://www.pref.hokkaido.lg.jp/fs/1/0/2/4/3/5/8/3/_/1_5%E3%80%8E%E8%B3%87%E6%96%99%E7%B7%A81%E3%80%8F%E6%A7%8B%E6%88%90%E6%A1%88.pdf

第5項 北海道の人口

北海道の人口は、522万4,614人で日本の総人口の4.1%を占めている。北海道庁『北海道データブック2023』によると、東京都（1,405万人）、神奈川県（924万人）、大阪府（884万人）、愛知県（754万人）、埼玉県（734万人）、千葉県（628万人）、兵庫県（547万人）に続き、都道府県別人口の第8位である。人口密度は67人/㎢と、全国（338人/㎢）の約5分の1で、都道府県別では最も低い数値となっている。

2015年から2020年までの5年間の人口増減は、-2.9%（157,119人減）となっている。市町村別に見ると札幌市、千歳市をはじめ12市町で増加し、函館市、小樽市をはじめ167市町村で減少している。増加率では、占冠村が7.0%と最も高くなっており、以下、赤井川村、東川町、千歳市となっている。人口の性比（女子100人に対する男子の数）は、89.3%（前回比0.1）で、1ポイント上昇している。人口を市部、郡部別に見ると、市部が82.5%で、約431万人が集まっており、その割合は年々高まってきている。

年齢別構成は、15歳未満の年少人口が10.8%、15～64歳の生産年齢人口が57.0%、65歳以上の老年人口が32.2%となっている³⁶。

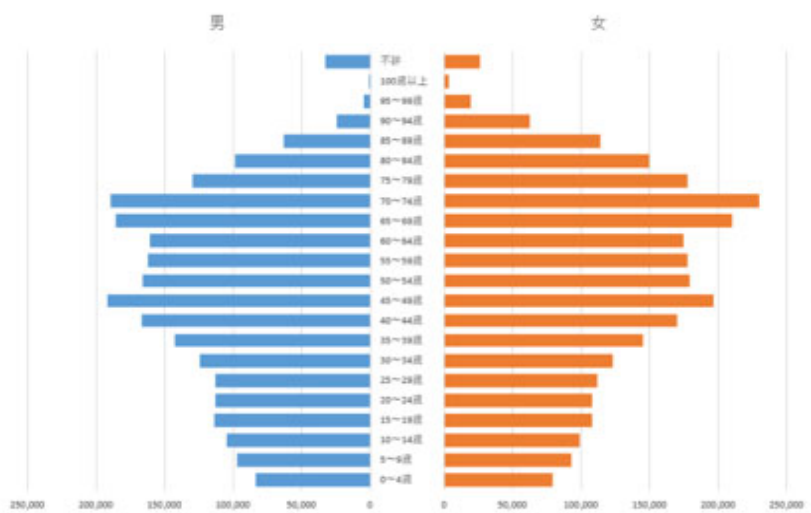


図4 日本の人口ピラミッド

出典：総務省統計局（2020年）「国勢調査」

表16 北海道の人口動態

項目	北海道	全国順位	全国	年次
市町村数（2021年10月1日）	179	—	1,718	2021
過疎市町村数（2022年4月1日）	152	—	885	2022
総人口（万人）	522	8	12,615	2020
一般世帯数（万世帯）	247	7	5,570	2020
婚姻率（人口千人あたり）	3.8	23	4.1	2021
離婚率（人口千人あたり）	1.68	5	1.5	2021

出典：総務省統計局（2020年）「国勢調査」、厚生労働省（2021年）

³⁶ 総務省統計局.「国勢調査」（2020年）

北海道データブック2023_人口・生活 - 総合政策部知事室広報広聴課 (hokkaido.lg.jp)

（参照日：2024年8月23日）

「人口動態調査」、総務省（2021 年）「令和 3 年度版全国市町村要覧」、
総務省（2022 年）「過疎地域市町村等一覧」

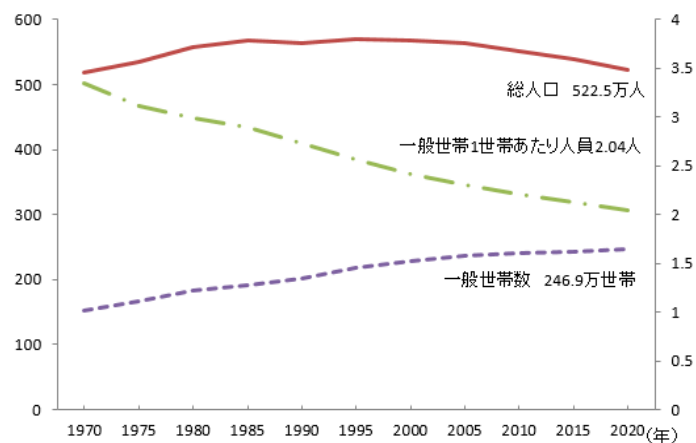


図 5 北海道の人口と世帯数の推移

出典：総務省統計局（2020 年）「国勢調査」

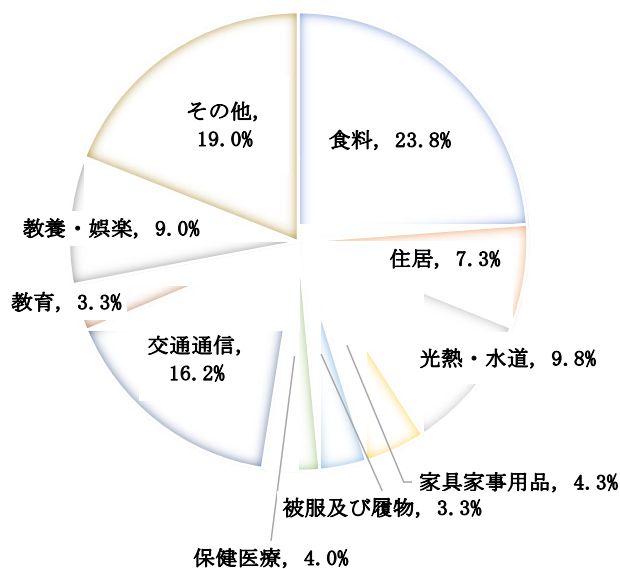


図 6 日本の消費支出の費目別構成比（勤労者世帯、2022 年）

出典：総務省統計局（2022 年）「家計調査」（2 人以上の世帯）

※表示単位未満を四捨五入して計算しているため、合計値が 100 にならない。

表 17 北海道の家計調査

項目	北海道	全国順位	全国	年次
都市公園面積（1人あたり）（㎡）	29.2	1	10.8	2021
持ち家割合（％）	56.3	43	61.2	2018
借家割合（％）	41.3	4	35.6	2018
持ち家住宅の畳数（1住宅あたり）（畳）	42.65	28	41.49	2018
借家住宅の畳数（1住宅あたり）（畳）	20.73	1	18.14	2018
下水道処理人口普及率（％）	91.8	7	80.6	2021
消費支出（全世帯1世帯あたり1カ月）（円）	281,153	-	290,865	2022
貯蓄現在高（2人以上の世帯）（万円）	1,474	-	1,901	2022

出典：総務省統計局（2023 年）「統計でみる都道府県のすがた 2023」、総務省統計局（2022 年）「家計調査」、国土交通省下水道データ室（令和 3 年度末）「都道府県別汚水処理及び下水道処理人口普及率」、国土交通省（2021 年度末）「都市公園等整備現況調査」

第6項 千歳市における企業誘致とラピダス社の進出効果

現在、世界中でデジタルトランスフォーメーション(DX)の社会変革の動きが本格化している。国際情勢の変化や自然災害等でエネルギーや原材料価格の高騰などが社会全体に大きな影響を及ぼしている。特に、自然災害の面で東日本大震災以降リスク分散を目的に北海道に立地する企業が増えてきた。その中で、次世代半導体の製造を目指すラピダス社が千歳市に立地を決定したことをきっかけに新たな工業団地の形成に努めている千歳市に焦点を当てた。本項では、千歳市が企業誘致においてどのような優位性を有しているか、またラピダス社の進出が地域経済および技術産業に与える影響について考察する。

初めに、企業が千歳市に立地を決める要因として有利な立地条件が関係している。以下の6つの観点が挙げられる。「交通アクセス」、「リスク分散」、「産業インフラ」、「立地環境」、「労働力」、「支援体制」について、それぞれ詳述する。

一つ目の「交通アクセス」では、空港、鉄道、道路、港湾の4つにおいて交通アクセスが優れており、国内外の輸送に適した環境が整っている。

空港面では、新千歳空港は24時間運用されており、国際線ターミナルも備え、深夜便を活用した即日輸送が可能である。また、通関時間を短縮する「即日申告、即日飛び」の保税輸送体制により、成田、中部、関西空港を経由して世界へ輸出することが可能で、企業からも高い評価を得ている。

鉄道面では、日本で最大規模の着発トン数を誇る「札幌貨物ターミナル駅」まで車で約30分の距離に位置し、JR 千歳線は北海道で最も輸送量が多く、主要都市である東京・大阪・名古屋間への翌日輸送が可能である。

道路面においても、北海道の主要な物流幹線道路が集まり、工業団地からインターチェンジまで数分の距離にあるため、迅速な輸送が可能である。さらに、千歳市は道央自動車道と道東自動車道の結節点であるため、道内外へのアクセスが非常に便利だ。

港湾面に関しては、千歳市から主要4港へのアクセスも良好であり、国際拠点港湾である苫小牧港との距離が近いため、輸送コストや時間の面でも大きな優位性を持つ。また、苫小牧港は道内の港湾貨物取扱量の約5割を占め、国際コンテナ航路が充実していることも大きなメリットである。

二つ目の「リスク分散」では、北海道は自然災害の発生が少ない地域であり、千歳市もその点でリスク分散の優位性を持っている。台風や落雷、雪害の発生が少なく、特に首都圏と同時に被災するリスクが低いため、災害リスクを分散したい企業にとって魅力的である。また、千歳市の地盤は火山灰層であり水はけが良好で、地震の発生も少ないため安定している。冬季の除雪体制も整備されており、物流の滞りを防ぐことができる点も企業にとっての利点である。

三つ目の「産業インフラ」では、千歳市には、製造業にとって欠かせない地下水資源が豊富にあり、安価で提供されるため、製造コストの削減が期待されている。気候は冷涼で湿度も低いため、夏季の冷房費や冬季の暖房費の削減が可能で、エネルギー効率にも優れている。さらに、パイプラインで安定供給される天然ガスをはじめ、特別高圧電力の供給体制も整備され、持続可能な産業活動が可能である。

四つ目の「立地環境」では、千歳市は札幌に近接し、都市機能と豊かな自然環境が調和した立地環境が整っている。大型ショッピングセンターや福祉・医療施設が豊富で、住みやすい環境が整えられており、住環境の満足度が高いエリアである。また、支笏湖は日本で2番目の深度を持つ不凍湖であり、四季を通じて観光地としても評価されている。

五つ目の「労働力」では、千歳市は人口増加が続く希少な都市であり、若年労働力が豊富に存在する。平均年齢が44歳と比較的若く、理工系や情報系の教育機関も多く、人材育成や技術開発の支援体制が整っている。産業支援機関や試験研究機関も多いため、技術革新のための支援が期待されている。

六つ目の「支援体制」では、千歳市では企業の初期投資を軽減するために、各種助成金や税制優遇措置などの支援策が充実している。これにより、企業活動の円滑な進行が可能であり、特に製造業にとっては、経済的負担を軽減しつつ、事業を安定して展開できる環境が整っている。

次に、ラピダス社の進出による期待される効果について後述していきたい。千歳市に進出を決定したラピダス社は、地域経済に多様な効果をもたらすと期待されている。

ラピダス社とは、最先端の製造技術を活用した半導体の生産を行うことを目指している。特に、次世代のエレクトロニクス産業に不可欠な高性能な半導体の供給を目指しており、技術革新と持続可能な地域発展の両立を図る企業として注目されている。技術開発・量産製造を目指す次世代半導体は、量子、AIなどを含むさまざまな分野で大きなイノベーションをもたらし、日本の半導体産業の再興・発展のみならず、デジタル化やカーボンニュートラル、さらには経済安全保障の鍵となる極めて重要な中核技術である。そのため、千歳市の進出により半導体産業への関心は高まっている。

ラピダス社の企業立地は、世界が注目したプロジェクトでもあり、政府による開発支援を受けて2023年2月には、製造工場の建設予定地として北海道千歳市を選定した。ラピダス社が公表した半導体製造工場はIIMと名付けられ、屋上や周りには植樹が施されており、自然に囲まれた工場となっている。1棟目のIIM-1では、世界最先端となる2nmクラスの半導体を開発、製造を目指している。さらに高性能な半導体の製造を目指すIIM-2も建設する予定としている。

ラピダス社の進出による地域経済への主な効果には、まず雇用創出が挙げられる。ラピダス社の工場建設により、千歳市及びその周辺地域における雇用創出が期待されている。特に、高度な技術を持つ人材の確保が必要となるため、地域全体の技術力の底上げにも寄与すると考えられている。また、ラピダス社のプロジェクトが世界的に注目されることで、千歳市の国際的な認知度も向上している。これにより、地域への投資や観光など多方面での波及効果が見込まれている。さらに、関連産業への経済的な波及効果も予測されている。半導体製造に関連するサプライチェーンが千歳市内に構築されることで、地域経済全体の活性化が期待されている。最先端の半導体技術を扱うラピダス株式会社の存在は、千歳市及び北海道における技術産業の蓄積に貢献している。これにより、技術革新を促進し、地域の産業基盤の強化が期待されている。

以上のように、ラピダス社の進出による千歳市への影響は、地域経済や技術産業に多大な貢献をもたらすと期待されている。千歳市はその地理的な優位性や産業インフラ、労働力の豊富さにより、企業にとって魅力的な立地条件を提供されている。ラピダス社の高性能半導体製造により、地域内の雇用創出や国際的な知名度向上だけでなく、関連産業の集積が進むことで、千歳市の技術産業基盤が強化され、持続可能な発展が見込まれている。また、千歳市を拠点とすることで、日本の半導体産業全体の復興と技術革新にも寄与する

ことが期待されており、今後も千歳市が日本における重要な産業拠点としてさらに成長していくことが予測されている。このような効果は、千歳市の経済基盤を安定させるだけでなく、北海道全体の持続的な発展にも寄与することになる³⁷。

第7項 北海道千歳市の観光

千歳市が北海道内の観光で占める割合は、新千歳空港を有しているものの限定的である。令和5（2023）年度の北海道庁がまとめた統計によると、北海道全体の観光入込客数（実数）は4,777万人だった。表18の通り、千歳市の入込客数はそのうちの190万人（延べ人数）であり、道内観光入込客数の順位では18位である。

北海道の観光統計では、道央、道南、道北、オホーツク、十勝、釧路・根室の6つのエリアに分けられ（表19）、千歳市は道央に該当する。道央の中にも空知や胆振などに細かく分けられており、同市は石狩振興局管内（以下：石狩管内）である。石狩振興局には、道内最大かつ唯一の100万都市である札幌市を始め、令和5（2023）年に開業した北海道ボールパーク・Fビレッジ・エスコンフィールドHOKKAIDO（以下：Fビレッジ）がある北広島市、千歳市、江別市、恵庭市、石狩市、当別町、新篠津村が入る。北広島市はFビレッジの開業効果により、観光入込客数前年比372.8%となっているが、千歳市を含むこの他の石狩管内の市町村については概ね前年比横ばいとなっている。ただし、恵庭市は唯一前年比90%となっている。千歳市は支笏湖温泉など2様々な観光資源があるものの、入込客数では札幌市には圧倒的差をつけられており、アクセスの良さ等道内の他地域から考慮してもまだまだ誘致の余地がある。

表18 北海道観光入込客数（延べ人数）の多い市町村

順位	市町村名	入込客数	順位	市町村名	入込客数
1	札幌市	1,454万人	11	帯広市	245万人
2	小樽市	761万人	12	美瑛町	239万人
3	函館市	529万人	13	洞爺湖町	235万人
4	喜茂別町	510万人	14	石狩市	227万人
5	旭川市	474万人	15	長沼町	214万人
6	北広島市	464万人	16	白老町	213万人
7	釧路市	418万人	17	七飯町	196万人
8	登別市	327万人	18	千歳市	190万人
9	苫小牧市	264万人	19	富良野市	189万人
10	音更町	248万人	20	恵庭市	181万人

出典：北海道経済部観光局観光振興課『北海道観光入込客数調査報告書
令和5年度（2023年度）』をもとに筆者作成

表19 圏域別観光入込客数（延べ人数）

圏域	観光入込み客数	前年比	前年増減数
道央	8,232万人	24.3%	+1,609万人
道南	1,296万人	14.1%	+160万人
道北	2,203万人	15.2%	+290万人
オホーツク	871万人	7.8%	+63万人
十勝	1,145万人	11.2%	+116万人
釧路・根室	873万人	16.4%	+123万人

出典：北海道経済部観光局観光振興課『北海道観光入込客数調査報告書
令和5年度（2023年度）』をもとに筆者作成

³⁷ 千歳市公式ホームページ「最先端の半導体を千歳市から世界へ」（2024年）

北広島市はFビレッジ開業に伴い、観光入込客数を大幅に伸ばすことに成功している。F・ビレッジとは、プロ野球球団の北海道日本ハムファイターズの本拠地であるエスコンフィールド HOKAIDO を中心として整備されたボールパークである。しかし、近隣都市である千歳市は前年比横ばいとなっていることから、近隣地域の発展と同時の入込客数増加の相乗効果が今回の場合は全くないと結論づけることができる。しかし、繰り返しとなるが、まだまだ観光客誘致の余地は十分にあるといえる。

次に千歳市内の統計の内訳についてである。前述のとおり、千歳市の令和5（2023）年度の総合入込客数は190万人であるが、今回のフィールドワークで訪問した支笏湖地区の入込客数はその内の37.5%にあたる71万人である。残りの観光客は市街地地区にとどまっている。しかし、宿泊客入込客数の割合で比較すると土地柄が大きく出る。同年の千歳市日帰り客数は161万人で、宿泊客延数は28万人と宿泊者数は全体の入込客数の14.7%である。その内訳は、市街地地区は15万人であるのに対し、支笏湖地区では13万人であった。なお、外国人宿泊延客数は大前年比149.6%増（80,952人）の13万人と大幅に増加した。これは同市全体の宿泊客延数の48.3%であり、日本人と外国人の割合はほとんど1：1の割合である³⁸。

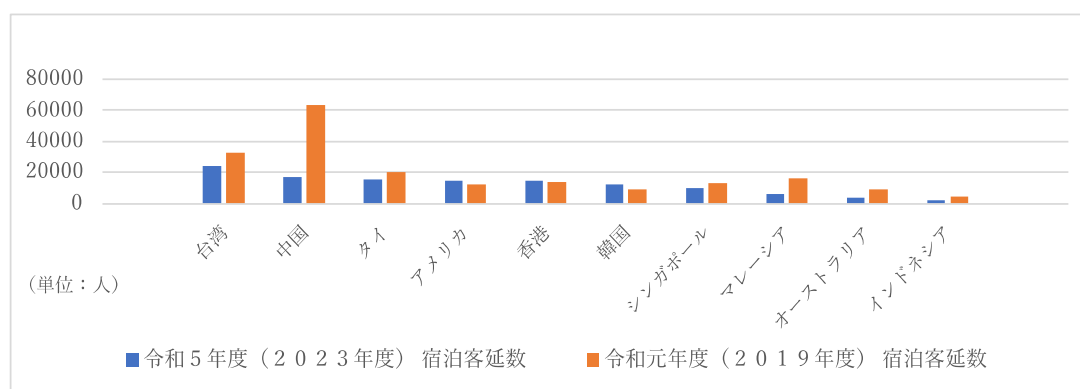


図7 令和5（2023）年度 千歳市外国人宿泊客延数

出典：北海道経済部観光局観光振興課『北海道観光入込客数調査報告書（令和5年度版）』、2024年9月をもとに筆者作成

第2節 北海道千歳市における実地調査（フィールドワーク）

Z世代による旅と学びの研究を進めるにあたって、これまでの多摩大学インターゼミ・サービスエンターテインメント班の研究および文献調査からZ世代の特徴を導出し、Z世代のタイパを重視する価値観に着目した。その結果、Z世代でも受容可能な旅として、Z世代の当事者である筆者らが、2泊3日の短期間で様々な非日常体験をする旅をタイパ旅として設計し、自らがその旅を体験することで効果を検証するフィールドワークを実施することとした。本節では、北海道千歳市で実施した実地調査（フィールドワーク）について述べる。

第1項 調査に至った背景

本調査を実施するに際して、ANAホールディングス株式会社が事務局を務める「旅と学びの協議会」にアソシエイト会員として参加した。「旅と学びの協議会」とは、立命館アジア太平洋大学（APU）前学長 出口治明氏が初代理事長となり発足し、現在は東京学芸大学大学院准教授、スタディサプリ教育AI研究所所長 小宮山利恵子氏が理事長を務める。

³⁸ 千歳市『令和5年度観光入込客数調査報告書』（2024年）

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科教授 前野隆司氏、駒沢女子大学観光文化学類教授 鮫島卓氏らを筆頭に旅の効用を科学的に検証するために教育工学・幸福学・観光学の視点から旅を次世代に提案することを目的として設立されたものである。これまで、「旅」「学び」「幸せ」の関連性は直感的に認識されてきたが、旅が人間の成長や成熟にどのような影響を与えるのかについては、科学的な検証は多くない。そこで各分野の専門家と連携し、科学的根拠に基づいて、ニューノーマル時代における旅と学び、そして幸せの在り方を明らかにすることを目指した組織となっている。さらに、未来を切り開く力を持つ人材を育てることのできる社会づくりにも注力している。

本協議会へ加入することで、専門家や実務家たちから意見やアドバイスを受けられる。加えて、同協議会には50以上の個人や団体が加盟しており、フィールドワークへの協力を得ることも可能である。調査先の選定を行う際に、いくつかの選択肢はあったが、私たちの調査先となった北海道千歳市の千歳観光連盟もメンバーであり、千歳市の場合は、観光・自然、産業(農業、ハイテク産業、企業誘致)など、本研究の目的に対して親和性があったうえ、フィールドワークを快く受け入れていただき、現地での調査活動への協力が得られることがわかった。今回のフィールドワークでは、旅前、旅中において自ら旅行計画を立てて参加し、短期間で様々な体験をする旅での旅前と旅後のジェネリックスキルを自己評価する。また、キャンプや農業体験といった非日常体験を通じて様々な場面からの気づきや学びが、これからの活動にどのような変化をもたらすかを振り返ることが可能な旅の日程となっている。タイパの側面と非日常体験が行える場として選ばれたフィールドワークの地が千歳市となり、「旅と学びの協議会」から上述の協力を得てフィールドワークを行なった。

第2項 調査地の概要

北海道千歳市は道央地域に位置し、新千歳空港がある交通の要衝で、豊かな自然に恵まれた地域である。特に、国内でも屈指の透明度を誇り、豊富な水資源を持つ支笏湖が観光客に人気である。支笏湖周辺ではキャンプやカヌーといった体験型の観光が盛んであり、訪れる人々に「アンコンフォート」な自然体験を提供している。また、四季を通じたアウトドア観光資源が豊富であり、都市生活から離れて自己を見つめ直す場としての魅力も備えている。

千歳市は都市の喧騒や人混みから離れた静かな環境に包まれており、フィールドワークでは観光地としての側面だけでなく、地域住民との交流を通じた「社会的なアンコンフォート」を体験することで、都市と地方の異なる価値観を学ぶ貴重な機会が得られる。

また、新千歳空港が位置する千歳市は、国内外からのアクセスが良く、観光都市として発展している。空港周辺にはショッピングモールや飲食施設も整備され、観光客に快適な滞在環境を提供しているが、千歳市の観光には地域特有の価値が根付いている。特に東京からの観光客にとって、日常の便利さから離れることで、雄大な自然や地域文化に触れる機会が提供されている。

さらに、千歳市は近年、半導体産業のラピダス社や食品企業のキッコーマンなどの企業誘致による地域経済の活性化が期待されている。企業誘致により雇用が創出され、観光業との相乗効果でビジネス関係者も観光客として訪れるようになり、千歳市の観光資源への注目が高まっている。今後は、観光資源の持続可能な活用と地域経済の活性化を両立し、都市部では得難い新たな価値を提供していくことが期待される。

第3項 調査対象

本調査では、2泊3日の北海道千歳市での旅を自ら計画し、その旅に参加した多摩大学インターゼミ(社会工学会)のサービスエンタメ班の5名を対象とする。フィールドワークに参加した学生は、2024年4月から週1回、ゼミで会う程度の顔見知りであるが、互いに性格や人柄については深く理解していない間柄である。

第4項 調査方法

2022、2023年の多摩大学インターゼミ・サービスエンターテインメント班での研究や既存のアンケート調査などの文献調査を行いZ世代の実態を把握する。また、旅と学びに関する文献調査も同時並行で行い、2泊3日の短期間で様々な体験をするタイプを重視した北海道千歳市での旅のコースを決定した。フィールドワークでは、学生が主体的に行動することを主眼に置き、千歳観光連盟の全面的な協力を得た上で、引率教員の介入を最小限に抑える方針とする。

フィールドワークに参加した5名に対して、旅前、旅後にジェネリックスキルに関し自己認識を問うアンケートを行う。加えて、旅後にワークショップを行い、旅で経験とその経験を通じた自己変容について振り返りを実施する。

第5項 調査期間と調査内容

調査期間は、2024年9月24日、25日、26日の3日間である。

調査内容として、フィールドワークの行程を表20で示した通りである。2泊3日の短期間で効率的に多くの非日常経験を体験するZ世代に向けたタイプ重視の旅のコースである。

表20 フィールドワークの行程表

月日	時間	内容
9月24日 (火)	9:30	新千歳空港着
		キャンプBBQ食材買い出し
	13:00	支笏湖 カヌー体験
	16:00	美笛キャンプ場でキャンプ体験(テント組み立て)
	適時	BBQ準備(テーブル設置、火起こし)
		メンバーでキャンプ飯を料理(BBQ)
		キャンプ場 テント泊
9月25日 (水)	適宜	撤収
	9:45	美笛キャンプ場出発
	11:00	ラピダス関連(千歳市次世代半導体拠点推進室)
	午後	農業体験
		宿泊施設チェックイン
	適時	夕食
9月26日 (木)	適宜	チェックアウト
	9:00	北海道キッコーマン工場見学
	午後	終日フリー(単独行動)
	19:30	新千歳空港発(ANA78便)

2泊3日の千歳市フィールドワークは、主に三つの体験を中心に設計している。

一つ目の体験は、自然との共生をテーマにしたキャンプ体験である。支笏湖に位置する美笛キャンプ場で、1泊2日の滞在中に「テントの設営」「料理」「焚火」「カヌー」といった多彩なアクティビティを通じて、参加者同士の「共有」や「協力」を深めることを目的とする。このプログラムの最大の特徴は、スケジュールを固定せず、すべての活動を参加者自身の判断に委ねている点である。「何時にこれをする」「何時に食事をする」といった制約はなく、自然のリズムに合わせて、眠りたいときに眠り、食べたいときに食べる自由なスタイルを採用されている。この自由な環境の中で、自然と向き合いながら自発的に行動し、他者との信頼関係やチームワークを深める機会を作る。

二つ目は、支笏湖の自然と地域の魅力を満喫できる「Soto café カヌーツアー」である。このプログラムでは、美笛キャンプ場を出発地点に、美笛川の河口やニナル川といっ

た支笏湖西側ならではの流入河川を巡る。透き通るような水面や、水中に続く崖の地形など、湖の特徴的な景観をカヌーの上からじっくりと楽しむことができる。途中、陸に上がって支笏湖を眺めながらリラックスできる Cafe タイムが設けられているのも魅力の一つである。「カヌーに乗るだけの体験」では伝えきれない、地元の想いや支笏湖での暮らしなどを陸上での対話を通じて伝えることで、支笏湖西側での付加価値の向上につなげる。当日は、強風のため支笏湖温泉から出発するコースに変更して実施した。

三つ目は、ファーム花茶日帰り農業体験である。北海道は、日本の食料供給の中心地として極めて重要な役割を担っている。農業産出額は1兆3,108億円に上り、日本全体の約14.8%を占める。この地では生乳、ジャガイモ、タマネギ、小麦、軽種馬などの生産量が全国1位であり、カロリーベースでの食料自給率は223%となる。千歳市のファーム花茶では、次の三つの理念を基盤に地域農業の魅力を発信している。

- ・ 自家栽培や地元産の厳選された食材を使用し、調理・加工技術を磨く
- ・ 訪れる人々に感動を提供するため、洗練された空間づくりとサービスを追求する
- ・ 美しい自然環境と地域住民との温かな交流を通じ、農村地域の魅力を広く伝える

日帰り農業体験プログラムでは、実際の農業現場に足を踏み入れ、生産者の情熱や取り組みについて直接触れることができる。また、農作業を体験しながら、農業の重要性や食料生産の仕組みについて深く学ぶ機会を提供する。

上述の三つの体験以外にも、千歳市が推進する次世代半導体をはじめとする企業誘致、工業団地の整備について市役所担当部署から話を聞く、千歳市に拠点を置く企業の工場見学など千歳市の産業を学ぶ体験、自分自身で計画を立てて単独で行動する体験が組み込まれた。

第3章 実地調査による旅の効果検証

実地調査（フィールドワーク）における旅の効果をアンケートとワークショップの結果を分析することで検証する。本章では、アンケートとワークショップによる各々の効果検証の方法と結果を記す。

第1節 フィールドワークの効果検証（アンケート）

アンケートによる検証の概要は表21の通りである。まず、参加者はフィールドワークに参加する前にジェネリックスキルの自己認識を問うアンケートに回答した。続いてフィールドワーク実施後は、フィールドワーク2～3日経過後、2週間経過後の2回、ジェネリックスキルの自己認識を問うアンケートを実施した。アンケートはいずれも Google Form を利用し、質問項目については旅と学びの汎用ツールおよび Inner Development Goals(IDGs)指標を用いて作成した。ジェネリックスキルに関する自己認識をフィールドワーク前後での差分を分析することで、旅で得られた経験がジェネリックスキルにどのような影響を与えているのかを明らかにする。

表21 アンケート実施スケジュール

	旅前（事前）	旅後（直後）	旅後（2週間後）
汎用検証ツールQ1-4	事前アンケート① 9/21		
汎用検証ツールQ5-6		事後アンケート① 9/26～9/28	
汎用検証ツールQ3-4			事後アンケート② 10/12～10/19
IDGs指標	事前アンケート② 9/21	事後アンケート① 9/26～9/28	
IDGs指標 （事前/事後結果を見ながら）			事後アンケート② 10/12～10/19

第1項 旅と学びの汎用検証ツール

旅と学びの汎用検証ツールは、2020年に設立された産官学連携コンソーシアム「旅と学びの協議会」が提示している旅の効果の検証ツールである。旅を通じた学びと幸せを定量的に把握することへのハードルを下げ、さまざまな旅の効用を科学的に検証することを目的に作成された。

旅と学びの汎用検証ツールは、鯨島ら（2022）が旅プログラムの効果検証に用いたジェネリックスキルに関する成長や改善について問うための質問票がもとになっている。旅前、旅の直後、旅のしばらく後に実施する質問項目が整理されており、参加者自身が、それぞれの時期に設定された質問に回答することで、旅前、旅中、旅後の参加者の自己評価を収集する。

表2で示した汎用検証ツールの質問票は、Q1 基本情報、Q2 日常生活、Q3 行動や考え方、Q4 自分自身のこと、Q5 今回の旅の振り返り1；日常との比較観点、Q6 今回の旅の振り返り2；成長の観点で構成されている。旅前に、Q1、2、3、4を実施する。旅の直後にQ5、6、旅のしばらく後にQ3、4を実施する。

本検証では、ジェネリックスキルに着目し、アンケート結果を分析する。ジェネリックスキルに該当する質問は、Q3とQ6で行われ、自分らしさの発揮、自己管理、何事も学ぼうとする姿勢、主体性、共感、コミュニケーション、チームワーク、エンパワーメント、

多様性理解、柔軟性、グローバルな人間関係、積極的な他言語活用、問題発見、変革力、挑戦意欲、独創性、熱意、博愛、感謝心、謙虚さの20項目について旅前、旅のしばらく後に自己評価を実施する。加えて、旅中での達成度を確認するために、旅の直後に旅での発揮や意識について同20項目に関する質問をQ6で行い自己評価を実施する。

第2項 Inner Development Goals 指標

Inner Development Goals（以下、IDGs）とは、SDGsを実現するために必要な人々の内面的能力や価値観に焦点をあてた開発目標である。スウェーデンのヨーテボリ大学のトーマス・ジョーダン氏が主導し、さまざまな機関、組織、個人が参加して行われた1,000人以上の調査から、23のスキルが特定され、以下に述べる5つのカテゴリーに分類された（Rodriguez, 2023）。

- ① 自分のあり方 (Being)
- ② 考える (Thinking)
- ③ つながりを意識する (Relating)
- ④ 協働する (Collaborating)
- ⑤ 行動する (Acting)

Shtaltovna, Rodriguez, Lindencrona, & Donald（2024）は、IDGsの②考える (Thinking) に含まれる批判的思考・複雑性への認知が、いかに持続可能なキャリアと発展を促すかを示している。Wamsler, Osberg, Janss, & Stephan（2024）は、IDGsを用いて、グローバル・リーダーシップ・プログラムを検証し、IDGsの人間的な側面に取り組むことが持続可能なリーダーシップと教育の推進力となり得ることを示している。

IDGs指標として、5つのカテゴリーの23のスキルに関する質問が設定されている。旅前と旅後に設定された質問への自己評価を実施する。

第2節 フィールドワークの検証結果と分析

本節では、前述に記載した調査方法で得られた結果とその分析について述べる。

第1項 旅と学びの汎用ツール

フィールドワークの参加者5名の自己評価について、旅前と旅後の変化の平均値をまとめたものが図8である。0より右側にある塗りつぶされた棒グラフは、旅後の自己評価に上昇が見られた質問である。一方、0より左側にあり、斜線の棒グラフで示されているものは、旅後の自己評価に低下が見られた質問である。

20項目全60問のうち、旅後の評価が旅前より上昇したものは20問、旅前旅後で変化が見られなかったものが7問、旅前よりも旅後の自己評価が下がったものは37問であった。

各項目3問の質問がある中で全ての質問について旅後の自己評価が上昇した項目は、全20項目のうち共感・変革力・博愛・多様性理解・柔軟性・積極的な多言語活用の6項目であった。

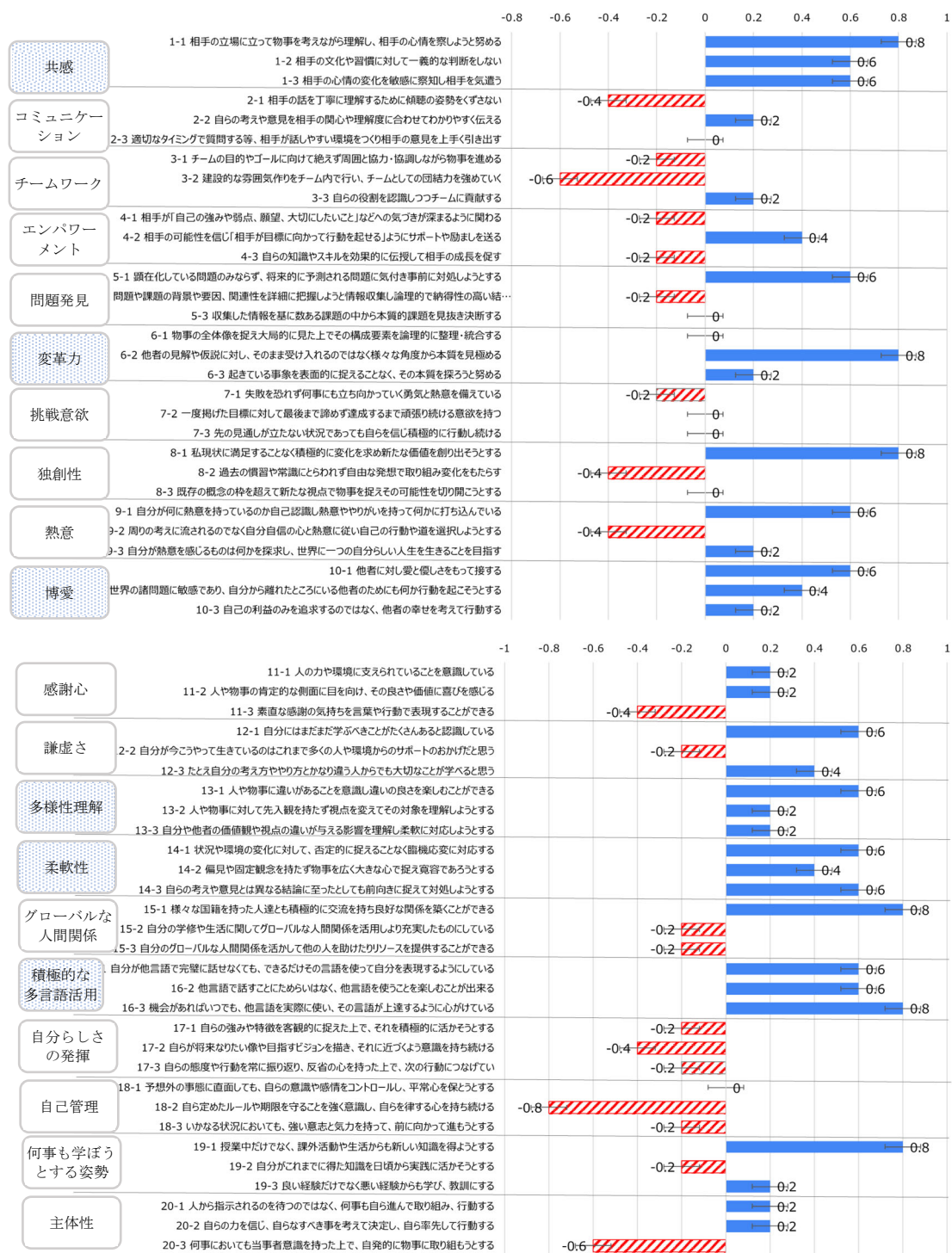


図8 旅と学びの汎用ツール（旅前・旅後自己評価の変化平均）

第2項 Inner Development Goals(IDGs)

次に IDGs 指標に基づいた自己評価について、フィールドワーク参加者5名の旅前と旅後の自己評価の変化の平均をまとめたものが図9である。全23問のうち、旅後の自己評価に上昇が見られたものは5問であった。旅前旅後で変化が見られなかったものは6問、旅後に下がったものは12問であった。

旅後の自己評価が上昇した質問を個別に列挙すると、自分にとっての重要な価値観がある、対照的な視点・見通す力、意味を見出す力、感謝、粘り強さの5つとなるが、カテゴリーとしての傾向は見られなかった。一方、自分の在り方、協働するの2つのカテゴリーは、旅前よりも旅後の自己評価が低下する傾向が見られた。旅後にこれらのスキルが著しく低下したと考えるよりは、フィールドワークでの経験や他の参加者との協働経験を通して、自己内省を深め、旅前の自己認識とのギャップに気づいた結果ではないかと推察される。

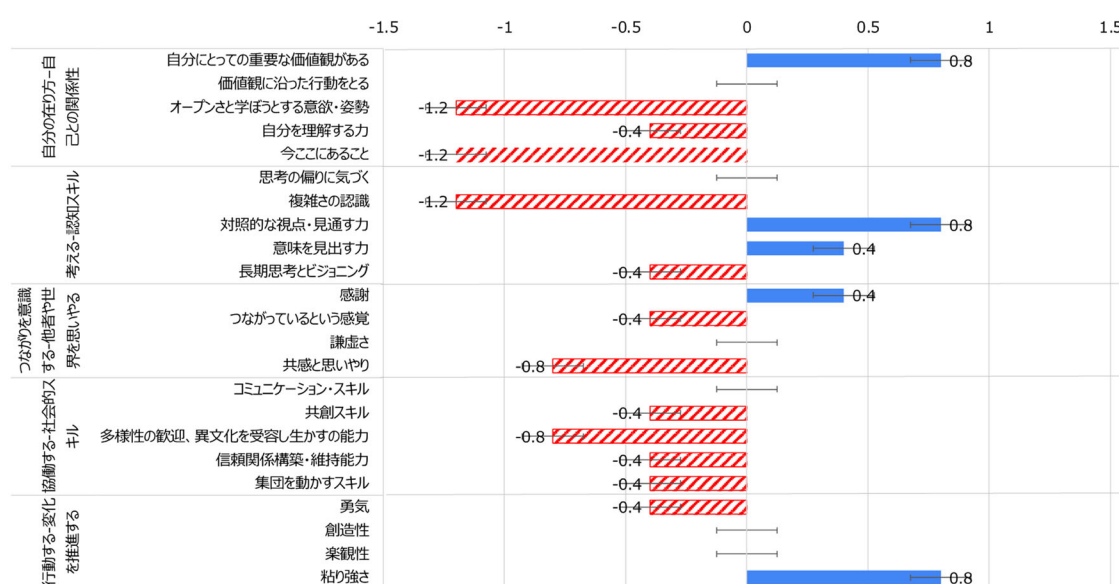


図9 IDGs (旅前・旅後自己評価の変化平均)

第3節 フィールドワーク実施後のワークショップ (質的調査)

フィールドワークの帰着から9日目に駒沢女子大学の鮫島教授のファシリテーションのもと、旅後に旅を振り返るワークショップを実施した。ワークショップでは、参加者がフィールドワークで最も印象に残った経験を象徴する写真を1枚選び、写真の具体的な説明とその経験から得られた学びを記載してパワーポイント資料1枚にまとめ、フィールドワークに参加した全員の前で1人ずつ発表した。旅の経験と感想を述べ合って参加者の内面的変化や人間同士の交流を通じてどのような意識の変化が生まれたのかを発表し、参加者同士の質疑応答を実施した。

参加者が5名、すなわちn数が5というアンケートによる量的調査の限界を補うため、自身の成長、改善につながったと感じる具体的なエピソードや、影響を与えたと思われる旅の経験についてのワークショップでの発言を質的調査としてまとめた。ワークショップで示された5名のフィールドワークを通じて、もっとも印象に残った出来事や景色などの写真、得られた学びや気づきについて具体的内容を以下に示す。

(1) K氏(3年生)

私がフィールドワークを行い、一番印象的だったのは北海道千歳の自然の豊かさである。

支笏湖の景色の綺麗さや農業体験先の農地の広大さなど自然の豊かさに感銘を受けた。

私自身、祖父が畑を持っており幼少期によく農作業の手伝いをしていた経験があるため、農地や光景に違いはあるものの当時の懐かしさを感じた。

またコミュニケーションの面では、フィールドワークに行く前と行った後で人との関わり方に僅かではあるが変化があった。北海道に向かう道中の飛行機の中では持参した本を読み、人との会話を控えていたのに対し、帰路の飛行機では北海道から東京までの約2時間、隣の席の人と会話をを行った。普段の自分ではあまり行わない行動だったためフィールドワークに行ったことの効用が多少なりとも影響していると感じられるできごとだった。



(2) D氏(2年生)

私は2泊3日の短期間で北海道の千歳に行き、一番印象に残ったのは暗闇の中での黒の奥行き、深さである。私は普段、首都圏で生活をしている。そこでの夜は、明るく、夜にもかかわらず人々が活動をしているからか暖かさを感じるものであった。静かさや落ち着き、恐怖のようなものは特段感じられることができない。夜であるにもかかわらず、明るさや活力を感じられるのが都会の夜だ。

だが、北海道の千歳で行われたキャンプ体験では夜の暗さと静かさ、本能的に怖さを感じられるようなものであった。静かな暗闇では、色や音に敏感になれることを体感でき、特に夜の空の青く黒い艶感、わずかな光源である焚き火の燃えかすの深さや力強さには、普段からは考えられないほど吸い込まれるような魅力があった。都会では夜中というものも人間の活動時間であるが、キャンプでは全てが静止しているようにすら感じられた。



以上のことから、過ごす環境や置かれた場所によって同じ一つの夜空であっても感じ方が違い、環境の重要性を再認識できた。そしてあえて不慣れな活動や場所で生活することがなんらかの意識の変化を生み出すということを体感でき、都会での生活では失われかけていた本能的な感性が敏感になったと感じられる。

不便や不慣れ、心配事などの多くの緊張感がある中で、静まりかえった暗さの色づき、重さ、冷やかさを感じられるようになった中で、日常からよりいろいろな視点や角度から物事をとらえ、裏面に隠れている深さをとらえられるようになりたいと考えるようになった。

(3) S氏(3年生)

私が千歳市のフィールドワークを通じて印象に残ったのは BBQ の買い出しでの出来事である。そこで、私はコミュニケーションの重要性を認識することができた。

私は他者との関係性を積極的に自ら構築していくタイプではなく、受け身な姿勢が多い。また、周りから来てもらいやすいような振る舞いをしているわけでもなかった。そのため、インターゼミのサービスエンタメ班の仲間でも必要最低限の会話にとどまっていた。しかし、今回2泊3日のフィールドワークでは、仲間とより良好な関係を築きながら活動を楽しむことを目指し、いつもとは異なり積極的に話しかけていくことを心がけた。特に、必要性を感じたのはこの写真にあるバーベキューの買い出しでの出来事である。



バーベキューの買い出しでは、事前の協議がなされなかったため、各自が必要だと感じる食材や道具の選択が食い違う場面が多発し、意見の相違や協調性の欠如が顕著に現れる状況であった。この経験を通して、各メンバーの価値観やコミュニケーションの傾向を知り、同時に、他者と対話することの重要性を再認識した。普段の生活では、必要最低限の会話で事を済ませることが多いが、フィールドワークでは一つ一つの会話が協調を生む要素としてあることに気づくことができた。食材の選択や食量の調整においても、対話を通じて情報を共有し意見を交換することが、グループ活動の円滑な進行につながると理解した。この経験を日常にも活かし、積極的な対話を心がけていくことで、他者との関係性を深め、集団の意見をまとめ上げ、意思決定を容易にすることを学んだ。

これらの経験を通じて、個人が異なる価値観を持つ状況下でも、効率的かつ柔軟に対応できるスキルを身に着けるため普段の対話を大切にしていけるべきである。積極的な関わりをもつことで初めて得られる他者の特性や価値観を知る大切さを実感した。これからも他者との対話から協調を生み出し、さらなる学びを得られることを学んだ。

(4) I氏(3年生)

集団行動では、カヌー体験、キャンプ、移動、準備、片付け、農業体験をおこなった。

単独行動では、サッポロビール博物館、千歳神社、北海道大学植物園で樺太犬タロの剥製、北海道知事公館、札幌市資料館への見学をおこなった。

これらを通して、私が印象に残ったのは、集団行動の方である。こちらの写真を選んだ理由は、二つある。

一つ目は、集団での旅をしたこと。二つ目は、大人の姿を見られたことである。



一つ目の集団での旅では、準備や移動、活動すべてにおいて学部が異なり普段から一緒にいる人ではない人と行動した。私は、ひとり旅、家族旅行、修学旅行、友達との旅行をおこなったことがあるが、今回のような旅は、はじめての体験だった。共に宿泊することで、普段見えないところも見え、意見が合うこと合わないこと、異なる考えに触れることができた。自分の行動や発見から振り返り、今後に活かせることを見出せた。

二つ目の大人の姿では、目の前にいる人への振る舞いや朝から夜までいつも通りの姿をしていたことが勉強になった。昨年度もインターゼミのメンバーで、ダークツーリズムの広島研究のフィールドワークをおこなった。その際に、思いやりの心や利他心、生活できていることへのありがたみといった人間力を鍛えることができた。しかし今回の旅のように一緒に取り組む活動があることで、協調性や集団のなかでのパフォーマンスを鍛えられ

ると感じた。

旅においては、経験、実践、発見、自分を知る、人と関わる、想いを馳せるといったことを、旅の中の一連でできるのが魅力だと考える。また一カ月後に1泊2日のひとり旅を福井でおこなったが、どこかもの足りなさを感じた。これまで行ってきたひとり旅や家族や友人といった親しい人との旅行はコンフォートだが、集団となるとアンコンフォートになるのかもしれない。しかし、アンコンフォートな旅にすることで、普段違う体験から、旅の経験価値を得ることができるのかもしれないと感じた。

(5) S氏(2年生)

私は工場見学の後、一度新千歳空港に戻り、南千歳駅からJR特急すずらん号に乗り登別駅まで向かった。登別駅に降りた後、早速外国語の案内板が目立ち、登別温泉郷までの路線バス乗車券の券売機があった。そこで駅から往復の乗車券を購入し、小さな路線バスに乗り20分ほどで目的地に到着した。まず、登別クマ牧場を見学した。ほぼ情報なしに訪問したが、クマはもちろん展示されているが、施設の半分はアイヌ民族とクマの歴史についての展示であり、自分の思っていた施設とは違い大きなギャップを感じた。

この時点で14時を過ぎており、19時の新千歳空港発の飛行機で帰京せねばならなかったため、近くにある白老のウポポイ(民族共生象徴空間)を諦め、登別温泉郷を回ることにした。登別温泉は温泉街が坂道に沿って作られており、少し歩きにくい。すると聞き慣れない音がし、振り返ると、車輪が5個ほど連なる小さなバスが目の前を通った。よく見ると窓ガラスはなく、車内と車外には何も隔たるものがない。

観光案内所に聞くと、このバスは「オニスロ」と呼ばれ、令和5(2023)年から登別市が冬季を除きほぼ毎日無料で登別温泉郷内を巡回している。完全電気式で、北海道初の低速電動バス(グリーンスローモビリティ)であり、時速20km以下で走行するのが特徴だ。

このオニスロは、巡回ルート内でフリーストップ式を採用しており、乗りたいところで手を上げれば止まり、降りたいところと言えば降りることができる。車内は通勤電車のような長いベンチが向かい合わせになっており、助手役の方と運転手の方の二人で乗務している。私が乗車したのは登別の地獄谷から、登別温泉バスターミナルまでの約15分間であった。温泉街の旅館や観光名所を巡りながら行くため時短効果は得られないが、興味本位で乗車した。

平日ということもあり、車内はシニア層がメインだったが、印象に残ったのは会話のしやすい車内環境であることだ。狭い車内では、観光客がメインなため皆「非日常感」を共有している。窓ガラスがなく開放的なため、外のバスに目を留めた観光客に「おいで!」等の会話が生まれ、そこからその場同士のコミュニケーションが始まった。会話の内容は「どちらから?」「いつまで?」「どこに行った?」等の簡単なものだったが、「非日常感」が生む想定していない交流が生まれるのは見ていて大きな刺激を受けた。

また、乗務員(観光協会関係者らしい)が途中の旅館などに寄る際は、ほぼ必ず宿泊施設の方と小さな会話をしており、地域を結束する一つの要素になっていると思った。SDGsの一環として始めた新しいモビリティの形が、導入から1年が経過し地域に浸透しているように見えた。地域を動かす人の流れを生むのは、小さなモビリティが握っているのかもしれない。



第4章 「旅と学び」に関する考察

第1節 実地調査から見たもの

フィールドワークから約一ヶ月後に、再び旅の感想発表を実施した。発表内容は、帰着後9日目に実施されたワークショップと同様のフィールドワークで最も印象に残った経験を象徴する写真1枚を示し、写真の具体的な説明とその経験から得られた学び、フィールドワークに参加した全員の前で1人ずつ発表した。旅の経験と感想を述べ合って参加者の内面的変化や人間同士の交流を通じてどのような意識の変化が生まれたのかを発表し、参加者同士の質疑応答を実施した。帰着9日目に実施した最初のワークショップの時の感想から変化が見られ、一人ひとりの考えが整理されており、より洗練された感想になっていた。本研究の仮説検証として、旅と学びの関連性について調べていくには、発表中で頻出していたキーワードを分析していく必要がある。1ヶ月旅を振り返るワークショップについて、図10で旅の体験と感想、図11で旅後の意識と行動の変化を示す。

1ヶ月後 旅を振り返るワークショップ【旅の体験と感想】



学生同士の価値観が違って共同作業が難しかった。
先生の対応力にはびっくりした！



夜が真っ暗だった！
黒にもいろんな色が見えた。
自分の苦手を伝えて、協力するのが大変だった！



自然の美しさ、農地の広大さに感激！
人との会話を避けがちだった自分が、帰りの飛行機は2時間会話をした。

キャンプは普段話さない人同士のやり取りが必要だった。自分は、これまで知らない人との関係構築を避けがちだったことに気づいた。
それからは、旅先で出会う人との会話が億劫ではなくなった。



到着早々、BBQの買い物でプチ喧嘩が勃発！
価値観やコミュニケーションスタイルの違いを理解する等、対話の重要性を再認識した。



図10 1ヶ月後旅を振り返るワークショップ【旅の体験と感想】

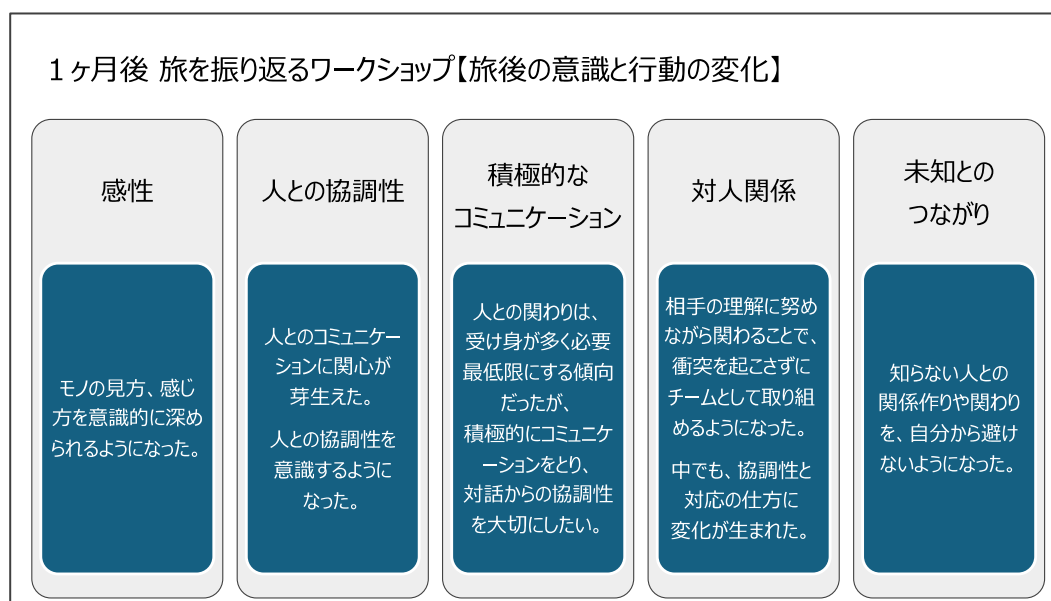


図 11 1ヶ月後旅を振り返るワークショップ【旅後の意識と行動の変化】

2回目のワークショップを通じて発表者から語られたことは、自身の変化、新しい気づき、人との接し方、普段とのギャップといった人間が成長する上で必要な物であり、議論を重ねる中で発表者全員が言葉にしていた。

まず一つ目は、自分の変化についてである。旅の中で自分が変化したと明確に言っている人は少なかったが、経験を語る中で自分自身の変化を間接的に感じ取っている様子が見られた。自分の変化に気づく事は難しいもので、今回のワークショップのように言葉に出していく事によって、改めて変化に気づくという、極めて不思議な経験値である。その例として挙げられるのは、旅行後に普段あまり話しかけないアルバイトの方に話しかけるなどの形で表出されたと考える。これは、旅の中で経験すること、直面する事柄が人格の変化に対して大きな働きをしていると考えていいだろう。

二つ目は、新たな気づきである。全く違う環境に行く事により、人間が本来持っている感性が研ぎ澄まされ、普段あまり目を向けない細かいものに対して観察的な視点で見えるようになるなどの経験が語られた。新たな気づきというのは、人間の感情的な部分と密接に関係しており、気づきと感情が紐づくことで新たな経験になると考える。発表されたキャンプで「暗さ」に気づいた経験は、興味深いものであった。彼の感想としては、普段経験している暗さとまた違う一段階下の暗さであり、都会の街灯などの光が目立つ中での暗さではなく、自然の暗さである。その暗さの中にも見える景色があり、色があることに気がついた。自然の暗さの中で、いわゆる安らぎという感情を感じた。このような気づきは自分が暮らしている環境から、全く新しい場所に行くことによって研ぎ澄まされる感性が表面化したものと考えていいだろう。この感想から立証できる事として、やはり、馴染みのない環境で発揮する人間の観察力により気づきが生まれ、そこに様々感情が入ってくる事により、新たな気づき、経験になる事が考えられる。

三つ目は、人との接し方である。これに関しては皆が、直接的な発言をしていた数少ないキーワードである。無論、様々な人々と旅に行く際、その人に対しての接し方は重要である。関わる人間や、関わる事により得られる学びも変わってくるだろう。人との接し方は、様々なジェネリックの成長に関係してくる旅での経験である。人との接し方に関連した出来事は何か、彼らに聞くと、キャンプ前の買い出しについて皆が、口を揃えて言っていた。なぜかという、そこではキャンプのための食材を買っていた訳であるが、その中で一部のメンバー間で意見の不一致が起きていた。これに関して「協調性が足りない、コ

コミュニケーションに関して考える機会となった」と考える人がいて、この出来事だけでも人との接し方について学びが多かった事が窺える。

最後は、普段とのギャップである。フィールドワークの目的の一つに非日常感を味わうことをあげていた。必然的に起こり得るものではあるが、急激な日常との変化の中で、体調を崩す、通常の調子が出てこないなどのことが起きた。これらのことから何を学ぶのかを考察すれば、日々の「普通」に対してありがたみを感じる事ができるという点にあるだろう。当たり前のうんざりしていた日常の中から旅に赴き、そこで直面する困難などを乗り越えた先に、日々の日常への感謝が生まれたと考える。一人の発表者の感想としては「私は日々の日常の中でルーティーンというものがあるが、キャンプを全く知らない所ですることで、寝る所も違いますし、いつものルーティーンができないということもあり、調子が狂ってしまった。ルーティーンは自分にとって大切なものだと感じた」と語っている。新しい場所というのは好奇心、満足感、充実感があるほか、困難や急激な変化に直面することで、かえって自分の普通の日々を思い出し、当たり前だと感じていた「普通」が自分にとっていかに大切であるかに改めて気づいたと考えられる。

以上が2泊3日の千歳でのタイパ旅、および帰着後9日目のワークショップを経て実施した帰着から約1ヶ月後のワークショップでの参加者の発言の分析である。この分析を行なっていく中で感慨深かったのは、当初の各自の参加者の発表では同じ旅に行っているにもかかわらず、全く違う意見を言っており、それぞれに異なる実りを得た旅であったと考えた。しかしながら、分析をしていく中で、参加者が発している言葉は違うにせよ、ニュアンスを噛み砕いて、キーワードとして見てみると、全員が得ている学びについては関連性があるが、その学びにたどり着いた経験がそれぞれ違う。このことから、彼は確かに同じ時間を共に過ごしていた中でそれぞれが違った形で似たような学びを得ているという事がわかった。

第2節 実地調査からみる「旅と学び」の意義

本節では、これまでの調査結果のまとめと考察として、フィールドワークでの経験がジェネリックスキルおよび参加者の意識にどのような影響を与えたのかを整理する。

本研究では前述の通り旅前・旅後のジェネリックスキルの変化を見る指標として、旅と学びの汎用検証ツールおよびIDGs指標を用いてアンケートを作成した。いずれの指標においても、一部の項目を除いて旅前よりも旅後の平均値が低い傾向にあり、短期の旅でジェネリックスキルが向上するという仮説を証明することはできなかった。

一方、旅後に実施したワークショップで参加者が語ったエピソードからは、「他者への興味関心が高まった」「予定調和に行かないことに面白さを見出すようになった」といった行動変化に関する発言が見られ、数値化はできないものの、旅が何等かの変化を与えたことが示唆された。

中島・小口両氏(2023)³⁹は、旅をきっかけに既存の価値観や世界観に変化が起こる経験を「変革的旅行経験」と定義し、旅行者が未知なる環境で既存の方法では対処できない試練に直面し、自らの価値観や世界観を批判的に顧みることによって自己変容が起こると説明している。今回フィールドワークに参加した参加者5名も、先導してくれる教師や親がいないなか、さほど親しいとは言えないメンバー同士、自然のなかで寝食を共にする未知なる環境に身を置いたことが、パーソナリティの変化に影響を与えた可能性があると考えられる。ジェネリックスキルの項目に関する自己評価が旅後にむしろ低下した理由も、旅

³⁹ 中島実穂、小口孝司『日本人はどのように変革的旅行経験を得るか？—テキストマイニングによる検討—』第38回日本観光研究学会全国大会学術論文集(2023年12月)131～134ページ

Proceedings of JITR Annual Conference, 2023. All rights reserved.

Printed in Japan. Copyright 2023 Japan Institute of Tourism Research.

の経験を通して旅前の自己認識とのギャップに気づき自己内省を深めた結果だと推察できる（図12）。

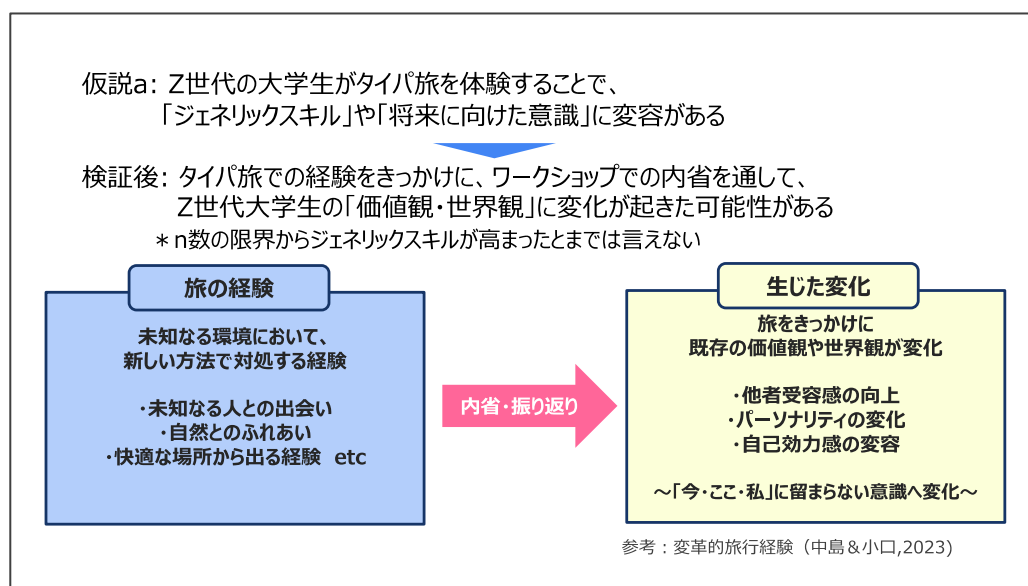


図12 「旅と学びの意義」 考察

この自己内省を深めるプロセスに欠かせなかったのが、対話形式のワークショップであった。量的調査を目的としたアンケートへの回答だけでなく、同じ経験をした参加者同士が互いの学びを共有し、質問しあったことで、同じ経験をしていても異なる学びがあることに気づき、自己内省を促進する一助となったと言える。

筆者らは、Z世代の大学生がタイパ旅を体験することで、ジェネリックスキルや将来に向けた意識に変容があるというという仮説をもって検証をしてきた。検証の結果、n数の限界からジェネリックスキルが高まったとまでは言えないが、Z世代の価値観や自己認識に変化を与えた可能性があると考えられる。普段とは違う、未知なる環境に身を置いたとき、快適な環境では見えなかった自分の課題に初めて気づき自己認識を新たにする。自身の課題に気づくということは、自分の新たな伸び代に気づくことである。タイパ旅でジェネリックスキルを高めることはできないが、自身の成長の種を見つけることができると言い換えれば、それはとても有意義なことであると考えられる。

旅による未知なる経験は、「今・ここ・私」に留まらず、自己認識に変化をもたらすきっかけを与えてくれる。それを大人から諭されるのではなく、Z世代の大学生が自ら経験し、自らの言葉で旅の必要性を語ったことが、本論文の最も重要な点といえよう。

第3節 「旅と学び」の提示によるZ世代への旅の誘引効果

本節では、「仮説2. 設計したタイパ旅と仮説1の検証結果を可視化し、旅と旅の効用を示すことで、Z世代が旅に出たいと思うようになるのではないか」について、検証方法とその結果を示し、考察を述べる。

2024年12月7日多摩大学インターゼミ最終発表会、および同年12月14日多摩大学アクティブ・ラーニング発表祭(多摩大学AL祭)にて、本研究の研究発表を行い、フィールドワークとして実施した旅の行程と検証結果・考察を説明した。発表の最後に聴講者に対して検証への協力を呼びかけ、「発表を聞く前より、旅に行きたくなった」「発表を聞く前と後で、旅に対する気持ちは変わらない」「発表を聞いても旅に行きたいと思わない」の三つの選択肢を示し、各選択肢に割り振ったハンドサインについて説明した。その

後、全員一斉に、ハンドサインで回答を表示してもらい数を把握した。検証への協力者は、20代の大学生から60代までの幅広い年代が含まれている。その結果を図13で示す。

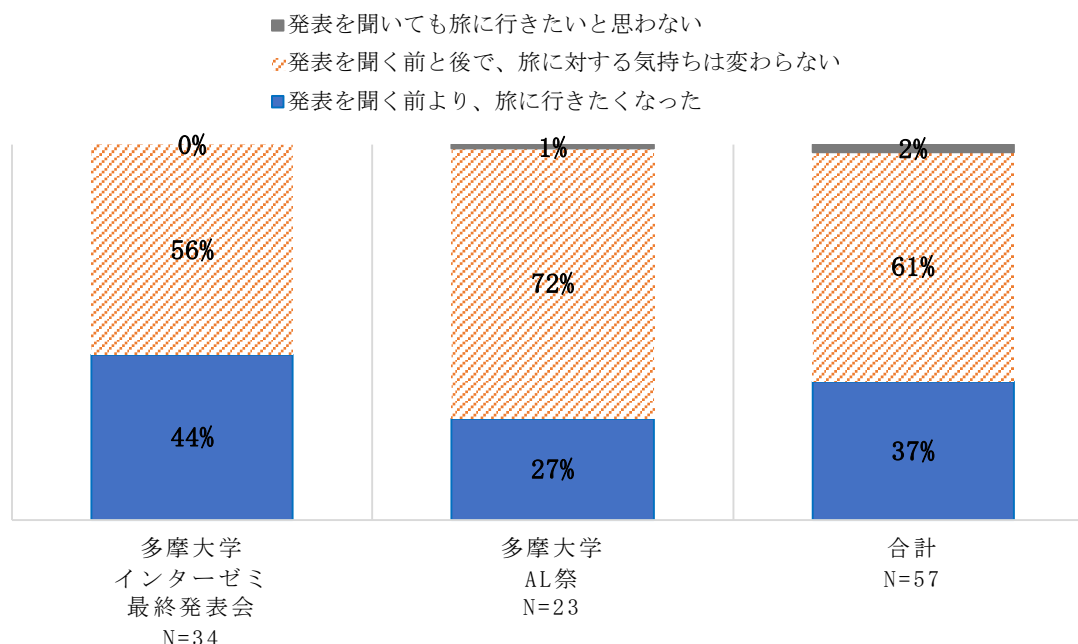


図 13 旅への誘引効果検証結果

旅に対する意識の変化について、多摩大学インターゼミ最終発表会34名、多摩大学AL祭23名の合計57名に対して調査を実施した。「発表を聞いて旅に行きたくなった」と回答した割合は、37%、「発表を聞く前と後で、旅に対する気持ちは変わらない」と回答した割合は61%、「発表を聞いても旅に行きたいと思わない」と回答した割合が2%であった。「発表を聞く前と後で、気持ちは変わらない」と「発表を聞いても旅に行きたいと思わない」と回答した聴講者が63%となり過半数を超えている。このことから多摩大学インターゼミ最終発表会、および多摩大学AL祭での筆者らの発表が聴講者を旅へ誘引することに対して有効であったとは言えないとの検証結果を得た。

検証を実施した二つの発表会での結果を比較すると多摩大学インターゼミ最終発表会の聴講者に、「旅に行きたくなった」と回答した割合が高い。同じ内容を発表したにも関わらず意識変容の程度が異なった理由として、聴講者の本研究に対する情報量の格差や属性が起因したと考えられる。

まず情報量の格差について、多摩大学インターゼミ最終発表会の聴講者は、今回の発表以外にも中間報告を2回聞く機会があった。途中経過の報告ではあるものの、研究の背景や課題意識、研究テーマや研究の内容についてこれまでも接触する機会があった。一方、多摩大学AL祭の聴講者は、当日の10分間の発表で、はじめて研究テーマを含めて、筆者らの研究とその検証結果を聞いた。したがって、多摩大学インターゼミ最終発表会の聴講者は、多摩大学AL祭の聴講者よりも筆者らの発表内容に関する理解度が高かった可能性がある。また発表以外にも週に1回の頻度で筆者らと顔を合わせているため、コミュニケーションをとるなかで筆者らの旅前後の変化を感じとった可能性も考えられる。

次に属性についてである。今回は聴衆の属性調査を行っていないため詳細には示せないものの、多摩大学インターゼミ最終発表会の聴講者と比較して多摩大学AL祭の聴講者の方がZ世代の割合が高かった。前述の通りZ世代は、より時間対効果を重視する傾向があ

る。今回は定量的な調査結果として、数値化された旅の効用を示せず、旅の当事者の経験や実感をナラティブに伝えた。発表という短時間での説明では、聴講者は納得感を得にくかったのではないかと推察する。聴講者の特徴や興味、情報量や研究に対する親和性、話し手と聞き手の関係性を踏まえて、より効果的な伝え方の工夫ができなかったことを受け止め、改善につなげたい。

今回のように、定性的な結果の提示である場合、Z世代にどのような伝え方をすれば効果的だったのか。Z世代の傾向として、自分の良く知る人や、趣味嗜好が合う人の意見をより重視する特徴がある。その点を踏まえると、友人に自身の経験を直接伝え、口コミのように広めてもらう方が、Z世代の意識変化に優位に働く可能性があると考ええる。旅に出て良かったというZ世代である筆者らの気持ちは紛れもない事実であり、旅を通じて、内省を深め、アンケートやワークショップ、研究を考察する中で、それぞれに起きた自己の意識や行動の変容について整理されてくる経験をしている。今回の発表で終わらず、一人ひとりがまずは自分の友人に旅の効用を伝えること、同じ世代が旅に出るきっかけを自分の知る範囲で積極的に作っていくことから始めたい。

おわりに

本研究では、Z 世代の大学生が旅による学びの効果に着目し、旅に対する興味が高くない同世代への問題意識を持って、タイパ重視の Z 世代でも許容可能な短期間でさまざまなアクティビティや非日常体験をするタイパ旅を自ら企画し、体験することで、「ジェネリックスキル」や「将来に向けた意識」に変容があることを仮説として立て、文献調査とフィールドワークを通じて検証を行った。

検証の結果、タイパ旅での経験をきっかけに、ワークショップでの内省を通して、Z 世代である大学生の「価値観・世界観」に変化が起きた可能性があることを立証することができた。なお、n 数の限界からジェネリックスキルが高まったとまでは言えないということも事実として確認できた。加えて、今回の研究成果を多摩大学インターゼミ最終発表会と多摩大学 AL 祭で発表した際に、出席した 57 名の聴講者を対象に以下三つの選択肢から一つを選ぶアンケートを実施した。①「発表を聞く前より、旅に行きたくなった」、②「発表を聞く前と後で、旅に対する気持ちは変わらない」③「発表を聞いても旅に行きたいと思わない」。その結果、①を選んだ人は 21 名、②は 35 名、③は 1 となり、筆者らの発表を聞く前と後で、旅に対する気持ちは変わらないという人が圧倒的に多かった。Z 世代からタイパ旅と旅の効用を発表者として、聴講者に説明するだけでは、Z 世代を旅に誘引するには十分ではないことが明らかになり、今後の課題として、さらなる効果の可視化、明示化とその伝達の方法についての工夫が必要であると考えた。

旅の経験とは、快適な場所から出て未知なる環境において、新しい方法で対処する経験を行うことである。そこには未知なる人との出会いや自然とのふれあい、新たな発見や気づきがあろう。今回、タイパ旅を自ら設計・実行し、旅後に参加メンバー間で旅を振り返るワークショップを行った。その結果、参加メンバーの中で生じた変化としては、旅をきっかけに既存の価値観や世界観との違いから内省や身体知を得た。具体的には他者受容感の向上、パーソナリティの変化、自己効力感の変容などが見られた。

ワークショップで、旅のなかで最も印象に残った体験として参加者が語ったことは、全員が異なる場面での異なる体験であった。しかし、議論を深めていくうちに、人との関係性やコミュニケーション、チームワークに関するエピソード、気づきや学びを、全員が共通して熱心に話す様子が見られた。今回は、タイパ旅としてさまざまなアクティビティや非日常体験が凝縮して盛り込まれていたことが功を奏したのか、異なる価値観を持つ学生のそれぞれの琴線に触れる体験が生じていた。最終的には、関連性のある共通した学びに至っている点は、興味深い。先導してくれる教師や親がいないなか、週 1 回ゼミナール活動で会う程度のさほど親しくない者同士 5 人で、自然のなかで寝食を共にする環境に身を置いたこと（未知なる経験）が、人と向き合うことを避けられない状況を生み出し、実際にやってみると思っていたよりもうまくできない自分と向き合う経験などを通じ、パーソナリティの変化に影響を与えた可能性があるのではないだろうか。

旅による未知なる経験は、「今・ここ・私」に留まらず、自己認識に変化をもたらすきっかけを与えてくれる。それを大人から諭されるのではなく、Z 世代の大学生が自ら経験し、自らの言葉で旅の必要性を語ったことが、本研究で目指してきた Z 世代によるタイパ重視 Z 世代に向けた旅のすすめという大きな意味を物語っていると言える。

最後に、本研究に参加した社会人大学院生、大学生各々が研究を振り返り、感じたこと、自分自身に起きた意識・行動変容を所感として述べる。

(1) I 氏 (3 年生)

1 年間を通して、Z 世代と旅と向き合いながら、旅と学びの調査をおこなってきた。ジェネリックスキルと旅と学びの相関性の高さから重要度が高いことは伺うことができたが、Z 世代の旅への関心の低さや自分自身も研究とともに自身と向き合っていくため、どのよ

うな方向性になっていくかがわからず進めるのが難しかった。

しかし、研究を進めていく中で、観光や楽しみを目的とした旅行ではなく、旅することが重要だとの考えに至った。非日常の体験をすることによって、違和感とぶつかり変化に繋がる可能性があるからである。私は、短期間における旅のなかでも、他者との時間や不便、現地の空間を通して、変化をもたらすことができた。

本研究では、実体験と文献調査をもとに、効果検証をおこなうことができた。今後は、何が変化をもたらすのか、国内旅行におけるプランニング、量的データからの効果検証をおこなうことで、国内かつ短期間における旅と学びの機会を創出することが必要だと考える。また、効率性の中で求めることと、あえて効率性を追求しない方がいいことを検討する必要があると考える。

（２） K氏（３年生）

私は本研究を行う前は旅に対しての関心が低かった。一般的に旅に出ることはポジティブなイメージがあり、旅が好きな人は旅に出ることを勧め、私自身も旅に出ることは何らかのメリットがあると感じていた。しかし何がよくてどのような効果があるのかは抽象的であり説明できる人もいなかったため、あまり関心を持つことができなかった。

本研究ではそのような抽象的な部分の効用を事細かく説明している。旅に出ることの効用として日常圏から非日常圏へと出ること、問題解決力や忍耐力を向上させる。また、異なる価値観に触れることで自身の固定概念を取り除き新たな価値観を学ぶ機会を得ることができるなど、ジェネリックスキルを高め自己成長につながるということを学ぶことができた。しかし現代の若者は経済的、時間的余裕がないとの理由で旅に関心はあるものの旅に出ることが減っている。さらに現代は IT の発達によりスマートフォンの登場、SNS の普及・発達により情報収集や意思決定などをスマホに委ねるいわゆる思考の外部化をしており、ものごとにおいて自分の関心があるものだけを見聞きする「いま、ここ、わたし」の状態となっていることが問題視されている。

本研究の内容はそのような若者や私のように旅への関心が低い人にも有用であると感じた。私はこの研究の一環として、北海道へとフィールドワークに出向いた。普段、旅にはめったに出ることはなく、さらには人との関りは得意ではなかったため初めは乗り気ではなかったが、普段生活しているだけでは関わることのない環境や地域に触れたこと、旅程プランが生まれ自身で行った際に関心の低い事柄を学ぶ機会があったことは自分の価値観に良い影響があったといえる。このフィールドワークを通して自分の殻を破る感覚に近いものを感じることができた。

しかし本研究で行ったフィールドワークでは二泊三日という短期間の旅でさらには n 数が限られていたため、学術的にジェネリックスキルが向上したと断言することは難しい。それでも短期間の旅は今の若者に不足している能力を認知させ、高めていくきっかけを作り出すことができるのではないかと考える。旅に限らず、「今、ここ、私」の世界に浸っている Z 世代をはじめとする若者にいかに外の世界に関心をもってもらえるかが今後の課題になっていくと考える。

（３） S 氏（３年生）

本論文では、VUCA 時代と呼ばれる現在にジェネリックスキルの重要性和、それを向上させる手段としての「旅」の有効性を、Z 世代の価値観や特徴に基づき検証を行った。Z 世代は、時間効率を重要視する傾向が高い。そのため、同じ属性の人同士の交流を好み、予定通りに進まないことを好まない。また、自分が興味をもっていることや自身の生活圏から出ない傾向がある。このような特徴から旅離れを引き起こしていると考えられる。

本研究では、旅離れの現状に着目し、短期間の「タイパ旅」を設計・実践した。さらに、文献調査やフィールドワークを通じてジェネリックスキルの向上や将来への意識変容を検証した。検証後、タイパ旅での経験をきっかけに、ワークショップでの内省や旅と学びの

汎用検証ツールを通じて、Z 世代大学生の「価値観・世界観」に一定の変化がもたらしたことを示すことができた。しかし、n 数の限界からジェネリックスキルが統計的に有意に向上したとまでは断言できなかった。

今回の研究成果を多摩大学 AL 発表祭にて発表した際に、出席された 57 名の聴衆を対象に以下三つの選択肢から一つを選ぶアンケートを実施した。①「発表を聞く前より、旅に行きたくなった」、②「発表を聞く前と後で、旅に対する気持ちは変わらない」③「発表を聞いても旅に行きたいと思わない」。その結果：①を選んだ人は 21 名、②は 35 名、③は 1 となり、筆者らの発表を聞く前と後で、旅に対する気持ちは変わらないという人が圧倒的に多かった。この結果に至ったのは当然の結果のように感じた。n 数の限界により数値としての示すことが難しかった点や信用性にかける母数であること、また得てきたものが形のないものであることが挙げられる。

このような短期間のフィールドワークでの取り組みは、短期留学は長期留学と比べ成果を理解されにくいことと類似しているように考えた。留学の目的の大半は言語習得であるが、短期留学ではあまり成長は感じ取れない傾向が高い。そのため、言語習得に至らなかった短期留学生から得られた経験や価値観はあまり取り入れる人が少ないように感じる。しかし、言語習得を得た長期留学生のような人の得られた学びについては素直に聞き入れる人が多いのではないだろうか。何か目に見えて得た形のある学びが説得力につながっているように感じる。得た経験や価値観は短期留学、長期留学同じだとしても聞く側にとっては大きく異なると考える。また、日本人特有の慎重さや消極性が影響している可能性が考えられる。

一方で、アンケート回答者の背景を振り返ると、元々旅に対する意識や関心が高い層が多かった可能性も否定できない。しかし、具体的な行動に移すことが難しい現状があるのではないかという疑問が生じた。具体的な行動を促すには、単なる情報提供だけでなく、取り組みにもう少し焦点を当てていく必要を感じた。旅の経験は、未知の環境で新しい方法で対処し、自己を見つめ直す機会を提供する。Z 世代が自ら旅を設計し実行し、その意義を同世代に発信することは、単に体験価値を共有するだけでなく、自分たち自身が旅の必要性を語る重要な一歩であることは、間違い無いと実感している。

今回、タイパ旅を自ら設計し実行した後に参加メンバー間で内省や旅の振り返りをするワークショップを行った。その結果、「特に人との関わり方に変化が生じた点が非常に印象的だった。当初の私は、どちらかといえば受け身なコミュニケーションが多かった。しかし、慣れない環境での活動や新しい挑戦を通じて、次第に積極性が生まれるようになった。特に重要だと感じたのは、これまで関係性が確立していない人々と共に旅をする機会だった。そのような経験では、事前に目的意識を持つための学習が、自ら進んで取り組む姿勢を育む助けとなった。また、普段とは異なる状況下で協力が求められる場面に直面したことで、新たな視点や学びを得られると強く実感した。」という声があった。

本研究の成果として、Z 世代が旅を通じて学び、自己成長する具体的な方法論を模索する必要性が明らかになった。さらに、旅の新しい価値を提示することで、旅離れを防ぎ、「今・ここ・私」を超えた自己認識の変容を促す可能性がある。これにより、Z 世代の「旅と学び」における新たな可能性が広がることを期待したい。

(4) S 氏 (2 年生)

本研究では、タイムパフォーマンス (以下：タイパ) について改めて考えさせられ、言葉が正しいかはわからないが、振り回されたと感じた。現代人として、日々タイパを追い求めて生活を強いられているように感じている。特に首都圏近郊に住む私にとって、タイパは常に念頭に置かなければならない。時間のない朝の支度、電車の乗り換え、追われる期日、クレジットカード・各種料金の支払期限、立て込む予定など、様々な「タイム」に追われている。その中で見つける僅かな余暇にも、ストリーミングサービスを早送りしたり、ニュースを早送りで視聴したりと何かと忙しい。

しかし、旅の中でもタイパを必要としている若い Z 世代には、自分も同世代とはいえ感覚がかけ離れていたため、はじめは困惑の連続だった。しかし、個人的に旅の中でタイパを求める意見に同意できたかどうかはまた別であるが、自ら余暇を楽しむ「旅行」において、タイパを求めるのかをある程度理解することができたと思う。

執筆している私も Z 世代であり、若い時の経験はタイパにも変えられない価値があると思っており、タイパの一言で圧縮していいものではないはずだと考える。このことは、実際にフィールドワークに足を運び、自分の中で経験の重要性を強く再確認したからこそ「自信を持って」Z 世代に訴えたい。

(5) D 氏 (2 年生)

私が今回、研究を通じて感じたことは、旅をするということは何らか自身が変わる可能性を持つことだ。私は、北海道千歳へのフィールドワークを通して成長を大きくできたように思う。

旅に出かける前までは、自分自身に対して多くのことに自信があった。料理や家事などの生活力は人よりもあると考えていたからこそ、キャンプや旅先での生活に不安や心配などは一切していなかった。だが実際、キャンプでの体験や活動を行ってみて、自分自身の一人時間がないと苦しいという新たな発見や、他人とともに生活をするということの難しさを痛感した。これは日常とはかけ離れた濃い時間や未知との遭遇から自己内省する時間を設けられた結果であると思う。旅を通して未熟さを知ったこと、自然を味わい都会では感じられない感性が刺激されたこと、共同生活の難しさなどから多くの成長や変化をできたと考えている。だからこそ、私にとって、この北海道千歳のフィールドワークというものは大成功であったと言える。

だがしかし、この自分自身が体験した旅の良さ、濃い時間を過ごすことや未知との遭遇をする意味を伝えること、それを踏まえて今までにない新たな旅というものを提案すること、この旅を通しての成果や学びなどを伝えることにとても難しさを感じた。経験というものは非常にかげがえのなく尊いものであったが、それは実際、私自身が旅というものと一年間向き合いこの論文を書くにあたっての成果でもあると考えている。普段旅をしない人やこの論文に対しての発表を聞いてくださる方、そしてこの論文を読んでくださる方に対して、それをすべて伝えるということは容易ではないということも感じている。多くの人が抱えている、旅では何かを学べるという正の感情を抱えている人は多いと思うが、その中で、何がいいのか、どういった効果があるからこそ、行くべきなのかなどはより多くの調査対象をもとにデータでも示せるようにしたかったという一種の後悔もある。

そのうえで、国内かつ短期間の旅であっても何らかの効果と変化をもたらすということ強く伝えたい。私は、今回の旅を通じて、今までの快適で便利だった旅行とは違う楽しみと成長の機会というものを今回の計画した旅から感じている。難しさや苦しさを直接体験したからこそ、データや数値的な根拠の提示とまではいかないが、自身を見つめなおす機会、自分の器をはかる機会、新たな可能性を感じ行動する機会の創出のためにも、このあいまいで鮮明ではない今を生き、これからをつくっていく Z 世代には旅というものを体験してほしいと研究を通じて強く思う。

(6) V 氏 (1 年生・千歳でのタイパ旅は未参加)

本研究を通して、旅というものが簡略化、便利化する世の中で生きているままでは目を向けなかったことに観察力が行き届くようになったと感じる。旅の便利化や簡略化というところある特定の地域にある特定の機関が定めたスケジュールやロケーションに沿って旅を行うことだと考える。もちろん、こういった旅も大事でガイドの現地理解度によっては得られる知識は違う。しかし、こういった便利な旅では本論文で挙げられていたような旅の効果や経験を得られることは、いささか難しいものであると考える。本論文で最も魅力的だったのはメンバーたちの旅の感想を聞いていく中で、旅で偶発的に起こったアクシデン

トや経験、また、旅に対して違った姿勢で挑んだことで、旅で得られた経験の質は確かなものであったと感じたことである。研究としては確信的で効果を証明できるようなデータは得られなかったが、経験を通じてどのような経験、感動があったかは全て人間的な感情で少なくともメンバーの感想を聞いていく中でそういった成長の自覚が見受けられた。したがって、Z世代が普段の便利な生活から脱することでジェネリックが成長するという仮説の一つ大きな架け橋になったと感じた。

(7) O氏(1年生・千歳でのタイパ旅は未参加)

私は本研究を通じて、自分自身の対人スキル、自己管理スキル、適応スキル、内省するスキルなどのジェネリックスキルを見つめ直す良い機会となった。研究を行う前は、ジェネリックスキルに対して知識がなく、意識することもなかった。しかし、研究を行っていく中で、私自身のジェネリックスキルを意識するようになり、ジェネリックスキルが高くないことを自覚するようになった。例えば、研究の話し合いの際に、積極的に発言することができずに最後まで意見を述べるができない、言語化できずにうまく意見を伝えられないことがあった。自分のジェネリックスキルが高くないことを自覚したからこそ、Z世代がジェネリックスキルを向上するきっかけを作りたいと思うようになった。

今回の研究では、旅をすることでジェネリックスキルが高められる結果をデータとして提示することはできなかった。しかし、Z世代一人ひとりのジェネリックスキルが低下している現状に危機感を持ち、日常生活からジェネリックスキルを高める方法を模索することが重要だと考える。

私は実際にフィールドワークに参加していないが、研究活動において話し合いの回数を重ねるごとに、自分の意見を言えるようになるなど、自分の対人スキルが成長することを実感するようになった。今後も日常生活から自分のジェネリックスキルと向き合い、成長する方法を日々模索すると共に、同じ世代にその必要性を伝えていきたい。

参考文献（五十音順）

1. 池内 摩耶「【調査データ】Z 世代の価値観と旅行への意識調査分析」、観光経済新聞ウェブサイト、2024年4月6日
<https://www.kankokeizai.com/%E3%80%90%E8%AA%BF%E6%9F%BB%E3%83%87%E3%83%BC%E3%82%BF%E3%80%91%E4%B8%96%E4%BB%A3%E3%81%AE%E4%BE%A1%E5%80%A4%E8%A6%B3%E3%81%A8%E6%97%85%E8%A1%8C%E3%81%B8%E3%81%AE%E6%84%8F%E8%AD%98%E8%AA%BF%E6%9F%BB/>
（参照日：2024年7月12日）
2. おもてなし HR（2021 年）「若者が旅行しないのはなぜ？旅行離れにつながる若者の意識や志向をまとめてご紹介」、ホテル宿泊業界情報コラム
https://column.omotenashi.work/column/bits_of_knowledge/24393
（参照日：2024年5月20日）
3. 金 春姫・鎌田裕美（2010 年）「若者の旅行に対する意識」、成城・経済研究 第 188 号
<https://www.seijo.ac.jp/pdf/faeco/kenkyu/188/188-kin-kamata.pdf>
（参照日：2024年6月1日）
4. 国立社会保障・人口問題研究所「都道府県・市区町村別の男女・年齢（5 歳）階級別将来推計人口-『日本の地域別将来推計人口』（令和 5（2023）年推計）」、2023 年
<https://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson23/3kekka/Municipalities.asp>
（参照日：2024年9月20日）
5. 国土交通省北海道運輸局『北海道観光の基礎データ』、国土交通省北海道運輸局、2024 年
6. 国土交通省観光庁（2023 年）「～Z 世代 400 名に聞いた『海外旅行に関する意識調査』～」、2023 年 2 月 15 日
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/toursafetynet/assets/files/document/pressrelease20230215.pdf>（参照日：2024年7月24日）
7. 鮫島卓（2020 年）「観光経験における感動分析の試論」『駒沢女子大学研究紀要』第 27 号、47～58 ページ
8. 鮫島卓（2021 年）「文化観光を活用した持続可能な観光再生戦略」、『アフタコロナ観光戦略』NETT No. 114
9. 鮫島卓・松本英明（2022 年）「グループ旅行における人的交流がジェネリックスキルに与える影響」『第 37 回日本観光研究学会全国大会学術論文集』181～186 ページ
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jitrproceedings/37/0/37_181/_article/-char/ja/（参照日：2024年5月12日）
10. 消費者庁（2022 年）「【特集】変わる若者の消費と持続可能な社会に向けた取組～18 歳から大人の新しい時代へ～」『令和 4 年消費者白書』（第 1 部第 2 章）
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/assets/2022_whitepaper_0003.pdf（参照日：2024年6月1日）
11. JTB 総合研究所「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行（2019）」、JTB 総合研究所、2019 年 9 月 26 日をもとに筆者作成 <https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2019/09/japanese-tourism-changing/>（参照日：2024年9月2日）
12. 総務省統計局（2020 年）「国勢調査」北海道データブック 2023_人口・生活 - 総合政策部知事室広報広聴課 (hokkaido.lg.jp)（参照日：2024年8月23日）
13. 高橋広行・財津涼子・大山翔平（2023 年）「Z 世代の価値観タイプの違いによる分類と理解:SDGs 働き方, 幸福感との関連性を中心に」、同志社商学 巻 75、2 号、241～242 ページ
14. 多摩大学インターゼミサービス・エンターテインメント班（2022 年）「Z 世代」からみた Z 世代研究、多摩大学公式ウェブサイト、132 ページ

- https://www.tama.ac.jp/guide/inter_seminar.html (参照日：2024年6月3日)
15. たびらい「北海道の歴史」たびらい
<https://www.tabirai.net/sightseeing/hokkaido/info/about/history1.aspx> (参照日：2024年10月30日)
16. 千歳市「最先端の半導体を千歳市から世界へ」、<https://chitose-semiconductor.jp> (参照日：2024年11月5日)
17. 千歳市『令和5年度観光入込客数調査報告書』千歳市、2024年
<https://www.welcome-to-chitose.jp/wp-content/uploads/2024/08/f16ebe8ba664de92ea8e4103acc170bd.pdf> (参照日：2024年11月21日)
18. 中央教育審議会。(2008)『学士課程教育の構築に向けて(答申)』, 12～15ページ、
https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/1217067.htm (参照日：2024年11月21日)
19. 津田佳明 (2024年) 「旅と学びを検証する」、Career Guidance Vol.450、19～23ページ
<https://shingakunet.com/ebook/cg/450/#page=21> (参照日：2024年5月10日)
20. 寺島実郎 (2016年) 「『移動と交流』が開く新時代」、『構想の庭』第2号
21. 長倉顕太 (2019年) 『移動力』、すばる舎
22. 長倉顕太 (2024年) 『新版・移動力 移動する人はうまくいく』、すばる舎
23. 中島実穂、小口孝司『日本人はどのように変革的旅行経験を得るか？ ―テキストマイニングによる検討―』第38回日本観光研究学会全国大会学術論文集 (2023年12月) 131～134ページ
24. 波潟 郁代 (2021年) 「社会や消費のあり方を変えるZ世代 (10代後半から20代前半) の影響力と旅のあり方について」 出典：<https://www.tourism.jp/tourism-database/column/2021/12/generation-z/> (参照日：2024年10月10日)
25. 日本航空「北海道で空に一番近いまち」、日本航空公式ホームページ
<https://ontrip.jal.co.jp/hokkaido/17422391> (参照日：2024年1月30日)
26. 西尾未希・白坂成功・前野隆司 (2015年) 「STAR フレームワークに基づく感動発想技法」『日本創造学会論文誌』Vol. 18. 55～74ページ
https://lab.sdm.keio.ac.jp/maeno/papers/2017_star_nishio.pdf (参照日：2024年12月23日)
27. 野村総合研究所「用語解説 Z 世代 GenerationZ」、野村総合研究所公式ウェブサイトをもとに筆者作成、https://www.nri.com/jp/knowledge/glossary/generation_z.html (参照日：2024年7月15日)
28. 野外博物館 北海道開拓の村「北海道の開拓と移民」出典：北海道の開拓と移民 | 北海道開拓の村(参照日：2024年7月19日)
29. 農林水産省「令和5年度食料自給率について」
https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/zikyu_ritu/attach/pdf/012-9.pdf (参照日：2024年8月12日)
30. 蓮池譲 (1997) 「北海道明の政治意識と投票行動―戦後50年―」『現代社会研究会』第10号、北海道社会学会 83～98ページ
https://www.jstage.jst.go.jp/article/hokkaidoshakai1988/10/0/10_0_83/_pdf/-char/ja
31. Barrie, S. C. (2006). Understanding What We Mean by the Generic Attributes of Graduates. Higher Education, 51(2), pp. 217-219.
<http://www.jstor.org/stable/29734975>
32. 日比野直彦・佐藤真理子 (2012年) 「若者と旅 ―若年層の国内観光行動の時系列分析―」、国際交通安全学会誌 VOL. 37、No. 2

- <https://www.iatss.or.jp/common/pdf/publication/iatss-review/37-2-07.pdf>
(参照日：2024年5月10日)
33. 髭白晃宜「SNS コンテンツ利用にみる Z 世代の消費行動のありかた」、沖縄国際大学. 総合研究機構産業総合研究所 32号、2～5ページ
 34. FreudenbergBrett. (2011年5月25日). WIL and Generic Skill Development: The Development of Business Students' Generic Skills Through Work-Integrated Learning. Asia-Pacific Journal of Cooperative Education, 79～93ページ
 35. PRTIMES (2024 年) 「夏休み直前！Z 世代の旅行に関する意識調査を実施」、PRTIMES <https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000116.000071963.html> (参照日：2024年10月31日)
 36. Proceedings of JITR Annual Conference, 2023. All rights reserved.
Printed in Japan. Copyright 2023 Japan Institute of Tourism Research.
 37. ベネッセ教育総合研究所. (2013). 批判的思考力とは何か. ベネッセ教育総合研究所. https://benesse.jp/berd/assessment/topics/index_2578.html (参照日：2024年11月21日)
 38. ペール・アンデション著 畔上司訳『旅の効用：人はなぜ移動するのか』、草思社、2020年
 39. 北海道千歳市公式ホームページ-City of Chitose 『第2章 農業を取り巻く環境変化・動きと千歳市農業の特徴と課題』
https://www.city.chitose.lg.jp/fs/2/4/0/6/2/9/_/_2_.pdf
(参照日：2024年11月21日)
 40. 北海道千歳市「北海道で空に一番近いまち」出典：ちとせの歴史と文化 | ちとせの観光 - 北海道千歳市公式ホームページ (参照日：2024年10月30日)
 41. 北海道庁『北海道アイヌ政策推進方策』、北海道庁、2021 年。
https://www.pref.hokkaido.lg.jp/fs/9/3/7/5/7/8/8/_/2%E5%8C%97%E6%B5%B7%E9%81%93%E3%82%A2%E3%82%A4%E3%83%8C%E6%94%BF%E7%AD%96%E6%8E%A8%E9%80%B2%E6%96%B9%E7%AD%96.pdf (参照日：2024年8月12日)
 42. 北海道環境生活部『平成 29 年北海道アイヌ生活実態調査報告書』、北海道環境生活部、2017 年
https://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/ass/new_jittai.html (参照日：2024年8月12日)
 43. 『北海道観光の基礎データ』、国土交通省北海道運輸局、2024 年
<https://www.tb.mlit.go.jp/hokkaido/content/000284820.pdf> (参照日：2024年8月12日)
 44. 北海道千歳市「第2章 農業を取り巻く環境変化・動きと千歳市農業の特徴と課題」『千歳市農業振興計画(第4次)』、千歳市公式ウェブサイト
<https://www.city.chitose.lg.jp/docs/98-44474-179-951.html> (参照日：2024年9月1日)
 45. 北海道企業立地サポートサイト「北海道企業立地ガイドブック」出典：<http://invest-all-hokkaido.jp/wp/wp-content/uploads/2023/10/b84c8ece93b20dc61f95e83c123b6937.pdf> (参照日：2024年11月5日)
 46. 北海道千歳市工業団地「北海道千歳市工業団地千歳市産業振興部農業支援室起業振興課」、<https://www.chitose-yuuchi.jp> (参照日：2024年11月5日)
 47. 北海道経済部観光局観光振興課『北海道観光入込客数調査報告書令和5年度(2023年度)』、2024年9月
 48. 馬淵恵梨香(2023年)「タイパとはZ世代に流行するコンテンツや特徴・背景を解説」、ツギノジダイ公式ウェブサイト
https://smbiz.asahi.com/article/14834823#inner_link_003_2 (参照日：2024年

10月10日)

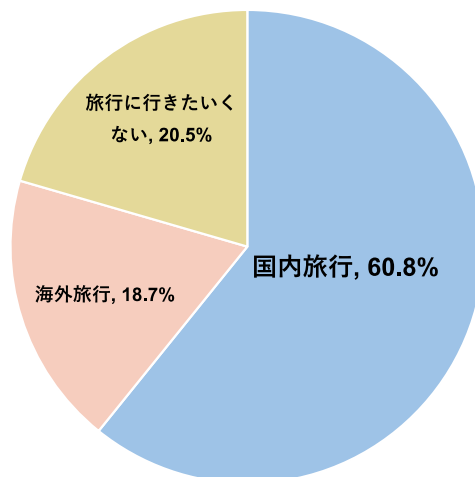
49. 三宅俊輔（2018 年）「農林業センサスからみた北海道の農家戸数と 平均経営規模の動向予測」、北海道農事試験場北農會、85 巻4 号、339 ページ
50. 山本品（2020 年）「二次流通市場が一次流通市場における購買に及ぼす影響」『名古屋学芸大学メディア造形学部研究紀要』、40 ページ、2 ページ、29～41 ページ
51. 和田朋子（2023 年）「大学教育に求められる「ジェネリックスキル」の教育」
<https://library-kogakuin.repo.nii.ac.jp/records/374>（参照日：2024 年8 月12 日）
52. 和田安加里・金珉智（2023 年）「Z 世代のファッションに対する購買行動と国内のアパレル産業の関連性—教育経済的観点からに基づいた文献的考察—」、下関市立大学大学院経済学研究科、4 巻2～3 ページ

付録

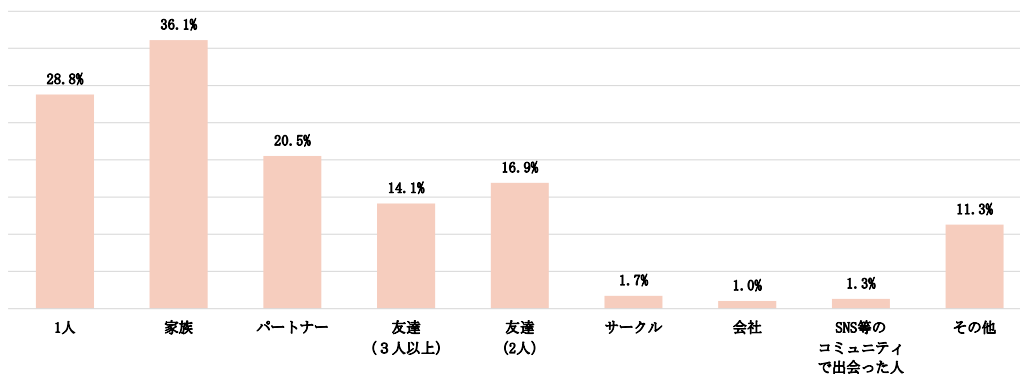
1. Z世代の旅への意識資料

『僕と私と』「Z世代に聞いた！旅行に関する意識調査」.2024.
(全国18～27歳対象調査)

- ・ 国内旅行、海外旅行どちらに行きたいか

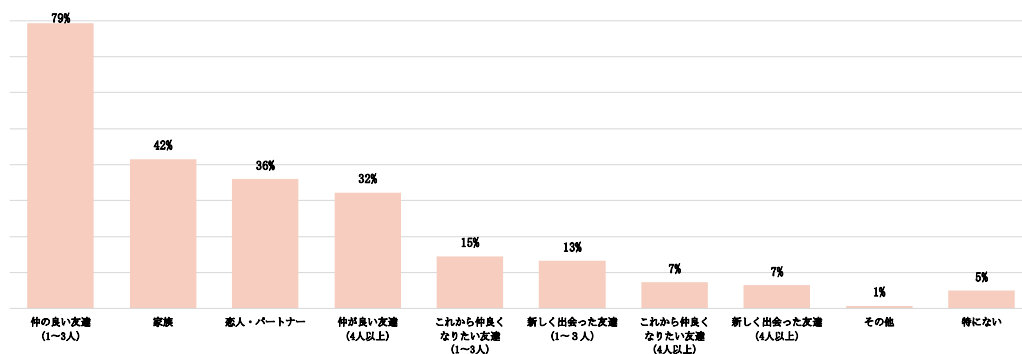


- ・ 「この1年の旅行はだれと行くのか（国内）」



(1) 『株式会社 SHIBUYA109 エンターテインメント』.2022. 「Z世代の旅行・お出かけに関する意識調査」 (19～25歳の男女400名)

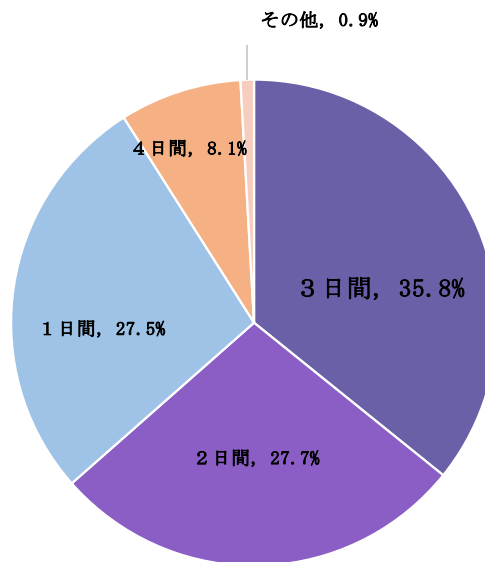
- ・ 今後、旅行やお出かけに一緒に行きたい相手



- ・ Z 世代がお金をかけていること

2019年		2022年
旅行 21.8%	1位	食べ歩き 32.8%
ファッション 16.8%	2位	スキンケア 26.0%
コスメ・メイク 14.8%	3位	コスメ・メイク 25.0%
映画鑑賞 14.5%	4位	映画鑑賞/カラオケ 24.0%
音楽/ アニメ 13.8%	5位	ファッション 23.0%

- (2) 『阪急交通社』「学生旅行調査」
(2018 年 4 月～2019 年 3 月, 対象者: 18 歳～23 歳)



8. Q1-2-3 これまで引っ越した回数を教えてください。*

1つだけマークしてください。

- ☐ 0回
☐ 1回
☐ 2-3回
☐ 4回以上

9. Q1-2-4 海外在住経験をお願いします。*

1つだけマークしてください。

- ☐ あり
☐ なし

10. Q2-1-1 平日、一日あたり何歩くらい歩きますか?*

1つだけマークしてください。

- ☐ 2000歩未満
☐ 2000-5000歩未満
☐ 5000-10000歩未満
☐ 10000歩以上

11. Q2-1-2 平日、一日あたりの移動距離はおおよそどれくらいですか? ※徒歩に加え、車や電車などの乗り物なども含めた合計でお答えください。*

1つだけマークしてください。

- ☐ 4km未満
☐ 4-10km未満
☐ 10-20km未満
☐ 20km以上

12. Q2-1-3 休日、一日あたり何歩くらい歩きますか?*

1つだけマークしてください。

- ☐ 2000歩未満
☐ 2000-5000歩未満
☐ 5000-10000歩未満
☐ 10000歩以上

13. Q2-1-4 休日、一日あたりの移動距離はおおよそどれくらいですか? ※徒歩に加え、車や電車などの乗り物なども含めた合計でお答えください。*

1つだけマークしてください。

- ☐ 4km未満
☐ 4-10km未満
☐ 10-20km未満
☐ 20km以上

あなたの普段の生活の「普通の日」を思い浮かべて、次の質問に答えてください

このセクションの質問は、合計10問あります。少々手間がかかりますが、具体的な経験を書く量は、あまり悩まず思い浮かんだものを書いてください。

14. Q2-2-1 今まで行ったことのないところに行く経験をどれくらいの頻度で経験しますか?*

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

15. Q2-2-1で回答した「今まで行ったことのないところに行く経験」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. 車で少し遠くのショッピングモールに行く)

16. Q2-2-2 今まで見たことのないものを見る経験をどれくらいの頻度で経験しますか? *

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

17. Q2-2-2で回答した「今まで見たことのないものを見る経験」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. 折り紙を作る工場のYoutube)

18. Q2-2-3 今まで話したことのない人と会話をする経験をどれくらいの頻度で経験しますか? *

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

19. Q2-2-3で回答した「今まで話したことのない人と会話をする経験」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. 犬の散歩中に公園で出会った人と話す)

20. Q2-2-4 今までやったことがないことをする経験をどれくらいの頻度で経験しますか? *

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

21. Q2-2-4で回答した「今までやったことがないことをする経験」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. PCR検査が出来る病院の検索)

22. Q2-2-5 今まで知らなかったことを知る経験をどれくらいの頻度で経験しますか? *

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

23. Q2-2-5で回答した「今まで知らなかったことを知る経験」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. 子供の視線から見ると坂も山に見える)

24. Q2-2-6 感動したなぁと思うような経験をどれくらいの頻度で経験しますか? *

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

25. Q2-2-6で回答した「感動したなぁと思うような経験をどれくらいの頻度で経験しますか?」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. パリオリンピックで日本体操団体が金メダルを決めた瞬間を見た)

26. Q2-2-7 怖いなぁ・不安だなぁと思うような経験はどれくらいの頻度で経験しますか? *

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

27. Q2-2-7で回答した「怖いなぁ・不安だなぁと思うような経験」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. 久々のスマホ忘れてきた一日)

28. Q2-2-8 想定外なことやトラブルの経験をどれくらいの頻度で経験しますか? *

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

29. Q2-2で回答した「想定外なことやトラブルの経験」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. インターンシップに行こうとしたら電車が止まってしまった)

30. Q2-3-1 物理的に手荒れがかるなという経験はどれくらいの頻度で経験しますか? *

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

31. Q2-3-1で回答した「物理的に手荒れがかるなという経験」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. 手書きのレポート、時間がかかる、操作数が多い等)

32. Q2-3-2 心理的に大変だなと思う経験はどれくらいの頻度で経験しますか? *

1つだけマークしてください。

- ☐ ほぼ起きない
☐ 1日に数回
☐ 1週間に数回
☐ 1ヶ月に数回
☐ 1年に数回
☐ それ以上

33. Q2-3-2で回答した「心理的に大変だなと思う経験」の具体的な経験をいくつか教えてください。(e.g. 覚えてないといけな、考えないといけな、発表しなければいけない等)

あなたの日常の行動や考え方について自己評価をしてください

質問数は合計60問ありますが、あまり考え込まずに今の自分に当てはまるものを直感的に選択してください。

34. Q3-1-1 私は、相手の立場に立って物事を考えながら理解し、相手の心情を察しようと努める *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

35. Q3-1-2 私は、相手の文化や習慣に対して、一義的な判断をしない *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

36. Q3-1-3 私は、相手の心情の変化を敏感に察知し、相手を気遣う *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

37. Q3-2-1 私は、相手の話（考えや意見）を丁寧に理解するために、傾聴の姿勢をくずさない *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

38. Q3-2-2 私は、自らの考えや意見を、相手の関心や理解度に合わせて、わかりやすく伝える *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

39. Q3-2-3 私は、適切なタイミングで質問する等、相手が話しやすい環境をつくり、相手の意見を上手く引き出す *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

40. Q3-3-1 私は、チームの目的やゴールに向けて、絶えず周囲と協力・協調しながら、物事を進める *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

41. Q3-3-2 私は、建設的な雰囲気作りをチーム内で行い、チームとしての団結力を強めていく *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

42. Q3-3 私は、自らの役割を認識しつつ、チームに貢献する *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかという当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

43. Q3-4-1 私は、相手が、「自己の強みや弱点、願望、大切にしたいこと」などへの気づきが深まるように関わる *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかという当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

44. Q3-4-2 私は、相手の可能性を信じて、「相手が目標に向かって行動を促せる」ようにサポートや励ましを送る *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかという当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

45. Q3-4-3 私は、自らの知識やスキルを効果的に伝授して、相手の成長を促す *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかという当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

46. Q3-5-1 私は、顕在化している問題のみならず、将来的に予測される問題に気づき、事前に対処しようとする *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかという当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

47. Q3-5-2 私は、問題や課題の背景や要因、関連性を詳細に把握しようと情報収集し、論理的で納得性の高い結論を導き出す *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかという当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

48. Q3-5-3 私は、収集した情報を基に、数ある課題の中から、本質的課題を見抜き決断する *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

49. Q3-6-1 私は、物事の全体像を捉え、大局的に見た上で、その構成要素を論理的に整理・統合する *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

50. Q3-6-2 私は、他者の見解や仮説に対し、そのまま受け入れるのではなく、様々な角度から本質を見極める *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

51. Q3-6-3 私は、起きている事象を表面的に捉えることなく、その本質を探ろうと努める *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

52. Q3-7-1 私は、失敗を恐れず、何事にも立ち向かっていく勇気と熱意を備えている *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

53. Q3-7-2 私は、一度掲げた目標に対して最後まで諦めず、達成するまで頑張りを続ける意欲を持つ *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

54. Q3-73 私は、先の見通しが立たない状況であっても、自らを信じ、積極的に行動し続ける。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

55. Q3-81 私は、現状に満足することなく、積極的に変化を求め、新たな価値を創り出そうとする。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

56. Q3-82 私は、過去の慣習や常識にとらわれず、自由な発想で取り組み、変化をもたらす。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

57. Q3-83 私は、既存の概念の枠を超えて、新たな視点で物事を捉え、その可能性を切り開こうとする。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

58. Q3-91 私は、自分が何に熱意を持っているのか自己認識し、熱意ややりがいを持って何かに打ち込んでいる。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

59. Q3-92 私は、周りの考えに流されるのではなく、自分自信の心と熱意に従い、自己の行動や選択を選択しようとする。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

60. Q3-9-3 私は、自分が熱意を感じるものは何かを探求し、世界に一つの自分らしい人生を生きることを目指す *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

61. Q3-10-1 私は、他者に対し愛と優しさをもって接する *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

62. Q3-10-2 私は、世界の諸問題に敏感であり、自分から離れたところにいる他者のためにも何か行動を起こそうとする *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

63. Q3-10-3 私は、自己の利益のみを追求するのではなく、他者の幸せを考えて行動する *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

64. Q3-11-1 私は、人の力や環境に支えられていることを意識している *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

65. Q3-11-2 私は、人や物事の肯定的な側面に目を向け、その良さや価値に喜びを感じる *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

66. Q3-11-3 私は、素直な感謝の気持ちを言葉や行動で表現することができる *
- 1つだけマークしてください。
- ☐ 1 全く当てはまらない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 どちらかというと当てはまる
- ☐ 4 かなり当てはまる
- ☐ 5 非常に良く当てはまる
67. Q3-12-1 私は、自分にはまだまだ学ぶべきことがたくさんあると認識している *
- 1つだけマークしてください。
- ☐ 1 全く当てはまらない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 どちらかというと当てはまる
- ☐ 4 かなり当てはまる
- ☐ 5 非常に良く当てはまる
68. Q3-12-2 私は、自分が今こうやって生きているのは、これまで多くの人や環境からのサポートのおかげだと思う *
- 1つだけマークしてください。
- ☐ 1 全く当てはまらない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 どちらかというと当てはまる
- ☐ 4 かなり当てはまる
- ☐ 5 非常に良く当てはまる
69. Q3-12-3 私は、たとえ自分の考え方ややり方とかなり違う人からでも、大切なことが学べると思う *
- 1つだけマークしてください。
- ☐ 1 全く当てはまらない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 どちらかというと当てはまる
- ☐ 4 かなり当てはまる
- ☐ 5 非常に良く当てはまる
70. Q3-13-1 私は、人や物事に違いがあることを意識し、違いの良さを楽しむことができる *
- 1つだけマークしてください。
- ☐ 1 全く当てはまらない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 どちらかというと当てはまる
- ☐ 4 かなり当てはまる
- ☐ 5 非常に良く当てはまる
71. Q3-13-2 私は、人や物事に対して先入観を持たず、視点を変えてその対象を理解しようとする *
- 1つだけマークしてください。
- ☐ 1 全く当てはまらない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 どちらかというと当てはまる
- ☐ 4 かなり当てはまる
- ☐ 5 非常に良く当てはまる

72. Q3-13-3 私は、自分や他者の価値観や視点の違いが与える影響を理解し、柔軟に対応しようとする *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

73. Q3-14-1 私は、状況や環境の変化に対して、否定的に捉えることなく、臨機応変に対応する *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

74. Q3-14-2 私は、偏見や固定観念を持たず、物事を広く大きな心で捉え、寛容であるとする *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

75. Q3-14-3 私は、自らの考えや意見とは異なる結論に至ったとしても、前向きに捉えて対処しようとする *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

76. Q3-15-1 私は、様々な国籍を持った人達とも積極的に交流を持ち、良好な関係（信頼関係）を築くことができる *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

77. Q3-15-2 私は、自分の学修や生活に関して、グローバルな人間関係を活用し、より充実したものになっている *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

78. Q3-15-3 私は、自分のグローバルな人間関係を活かして、他の人を助けたりリソースを提供することができる *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

79. Q3-16-1 私は、自分が他言語で完璧に話せなくても、できるだけその言語を使って自分を表現するようにしている *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

80. Q3-16-2 私は、他言語で話すことにためらいはなく、他言語を使うことを楽しむことができる *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

81. Q3-16-3 私は、機会があればいつでも、他言語を実際に使い、その言語が上達するように心がけている *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

82. Q3-17-1 私は、自らの強みや特徴を客観的に捉えた上で、それを積極的に活かそうとする *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

83. Q3-17-2 私は、自らが将来なりたいたい像や目指すビジョンを描き、それに近づくよう意識をもち続ける *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

84. Q3-17-3 私は、自らの態度や行動を常に振り返り、反省の心を持った上で、次の行動につなげてい *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

85. Q3-18-1 私は、予想外の事態に直面しても、自らの意識や感情をコントロールし、平常心を保とうとする *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

86. Q3-18-2 私は、自ら定めたルールや期限を守ることが強く意識し、自らを律する心を持ち続ける *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

87. Q3-18-3 私は、いかなる状況においても、強い意志と気力を持って、前に向かって進もうとする *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

88. Q3-19-1 私は、授業中だけでなく、課外活動や生活からも新しい知識を得ようとする *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

89. Q3-19-2 自分がこれまでに得た知識を目標から実践に活かそうとする *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

90. Q3-19-3 私は、良い経験だけでなく悪い経験からも学び、教訓にする。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

91. Q3-20-1 私は、人から指示されるのを待つのではなく、何事も自ら進んで取り組み、行動する。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

92. Q3-20-2 私は、自らの力を信じ、自らのすべき事を考えて決定し、自ら率先して行動する。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

93. Q3-20-3 私は、何事においても当事者意識を持った上で、自発的に物事に取り組もうとする。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全く当てはまらない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 どちらかというと当てはまる
☐ 4 かなり当てはまる
☐ 5 非常に良く当てはまる

Q4. あなた自身のことについてどれくらい当てはまるかを教えて下さい。

94. Q4-1-1 私は有能である。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

95. Q4-1-2 私は社会・組織の要請に応えている。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

96. Q4-1-3 私のこれまでの人生は、変化、学習、成長に満ちていた *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 あまりそう思わない
- ☐ 4 どちらともいえない
- ☐ 5 すこしそう思う
- ☐ 6 かなりそう思う
- ☐ 7 とてもそう思う

97. Q4-1-4 今の自分は「本当になりたかった自分」である *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 あまりそう思わない
- ☐ 4 どちらともいえない
- ☐ 5 すこしそう思う
- ☐ 6 かなりそう思う
- ☐ 7 とてもそう思う

98. Q4-2-1 人の喜ぶ顔が見たい *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 あまりそう思わない
- ☐ 4 どちらともいえない
- ☐ 5 すこしそう思う
- ☐ 6 かなりそう思う
- ☐ 7 とてもそう思う

99. Q4-2-2 私を大切に思ってくれる人たちがいる *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 あまりそう思わない
- ☐ 4 どちらともいえない
- ☐ 5 すこしそう思う
- ☐ 6 かなりそう思う
- ☐ 7 とてもそう思う

100. Q4-2-3 私は、人生において感謝することがたくさんある *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
- ☐ 2 ほとんど当てはまらない
- ☐ 3 あまりそう思わない
- ☐ 4 どちらともいえない
- ☐ 5 すこしそう思う
- ☐ 6 かなりそう思う
- ☐ 7 とてもそう思う

101. Q4-2-4 私は日々の生活において、他者に親切にし、手助けしたいと思っている *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 すこし思う
☐ 6 かなり思う
☐ 7 とても思う

102. Q4-3-1 私はものが悪い通りにいくと思う *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 すこし思う
☐ 6 かなり思う
☐ 7 とても思う

103. Q4-3-2 私は学校や仕事での失敗や不安な感情をあまり引きずらない *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 すこし思う
☐ 6 かなり思う
☐ 7 とても思う

104. Q4-3-3 私は他者との近しい関係を維持することができる *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 すこし思う
☐ 6 かなり思う
☐ 7 とても思う

105. Q4-3-4 自分はこれまでの人生で多くのことを達成してきた *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 すこし思う
☐ 6 かなり思う
☐ 7 とても思う

106. Q4-4-1 私は自分と他者がすることをあまり比較しない *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

107. Q4-4-2 私に何ができて何ができないかは外部の制約のせいではない *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

108. Q4-4-3 自分自身についての信念はあまり変化しない *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

109. Q4-4-4 動画、テレビなどを見ると、チャンネルを頻繁に切り替えない *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

110. Q4-5-1 ほとんどの面で、私の人生は私の理想に近い *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

111. Q4-5-2 私の人生は、とても素晴らしい状態だ *

↑ 1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

112. Q4-5-3 私は自分の人生に満足している *

↑ 1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

113. Q4-5-4 私はこれまで、自分の人生に求める大切なものを得てきた *

↑ 1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

114. Q4-5-5 もう一度人生をやり直せるとしても、ほとんど何も変えないだろう *

↑ 1つだけマークしてください。

- ☐ 1 全くそう思わない
☐ 2 ほとんど当てはまらない
☐ 3 あまりそう思わない
☐ 4 どちらともいえない
☐ 5 ずこしそう思う
☐ 6 かなりそう思う
☐ 7 とてもそう思う

このコンテンツは Google が作成または承認したものではありません。

Google フォーム

- IDGs 指標

（事前アンケート②）千歳フィールドワークアンケート

千歳フィールドワークでの学びの効果を可視化することをアンケートを実施します。汎用性ツールを用いたアンケート②です。9/24千歳に到着するまでに実施してください。

アンケート結果は、研究のために使用します。研究では個人を特定したり、その他の目的では使用しません。取得した情報は分析を行い、論文発表等で使用させていただきますが、その際、データに番号付けを行い匿名化し、個人情報を含めないようにします。
アンケートの最後の設問で、研究での利用を「許可する」「許可しない」の意向を回答してください。研究には、許可するの方の分だけを使用します。

問い合わせ先：多摩大学グローバルスタディーズ学部 今村康子 imamura@tama.ac.jp

1.

2.

1 つだけマークしてください。

A 承する

A 承しない

今の自分に一番近いと思うところを選択してください

(1)自分のあり方、(2)考える、(3)つながりを意識する、(4)発信する、(5)行動する について、今の自分について深く考えず、思ったままにつけてください。

3.

1 つだけマークしてください。

A 重要な価値観を明確にもっている

B 憧れる人や好きな言葉などはあるが、それが自分にとっての重要な価値観として捉えてはいない

C あまり自分にとっての価値観を考えたことはない

4.

1 つだけマークしてください。

A 重要な価値観が明確であり、迷った時にも価値観に沿った行動が出来る

B 重要な価値観は明確になっているが、振り返ると価値観に沿わない行動を取ってしまっている時もある

C あまり価値観ということを重視せず周りの友人に委ねた行動を取ることが多い

5.

1 つだけマークしてください。

A 新しいことを学びたい意欲が十分にあり、実際に学ぶための行動を取るようになっている。また、例えば他の人と意見が異なる場合でも、その中から新しい物の見方を学ぶような探求心を持ち、実際に学ぶための行動を取るようになっている

B 新しいことを学びたい意欲が十分にあり、実際に学ぶための行動を取るようになっている。他の人と意見が異なる場合には、議論した上で必要であればそれも学ぶ時もある

C 今まで十分勉強したので、できるだけ新しいことを学ぶことはしたくない

6.

1 つだけマークしてください。

A 自分の長所と短所はある程度把握している

B 自分の長所と短所については何度か考えたことはあるが、あまり明確にはなっていない

C 自分の長所と短所については考えたことはない

7.

1 つだけマークしてください。

A 感情的に反応せず、冷静に相手の意見や自分の中の価値観と照らしながら話を進めていくことを意識している

B 感情的にならず冷静にと思いつつも、話す内容は議論が白熱していったら生産的な会話にはなりそうもない

C 当然思ったことをそのまま言い反撃する

8. (2)①クリティカルシンキングについてお聞きします。 *
- 例えば、ニュースや学校の授業の中でのことを思い浮かべて考えてみてください。
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 何か違和感や自分の価値観とずれがある時には、その違和感等の理由について検討し、違和感を解消するようにしている
- ☐ B 違和感や自分の価値観とのずれがあると感じたことはあるが、あまり深く検討するまではしていない
- ☐ C ニュースや学校の授業の内容などは、当然正しいものとしてそのまま受け入れている
9. (2)②物事が複雑に絡み合ってるな～って感じることはありませんか？ *
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A よく感じます。身近なところでも、何か上手くいかない時に、上手くいかないパターンがあったりすることを感じて、一部を変えてみたことでスムーズに流れたりしたことがあります
- ☐ B よく感じます。特に最近勉強するSDGsなど世界的な問題については、さまざまな登場人物で利害が反するところもあるし、意外なところ同士に関連性があるんだということを感じたりします
- ☐ C 感じることはありませんが、自分のできることをやるだけと考えるとあまり自分には関係がない気がします
10. (2)③時には相手の視点に立ってものを見たりすることがありますか？ *
- 例えば、会話の中で上手く進んでいないと感じた時を思い浮かべて考えてみてください。
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A なぜ上手くいかないのかを俯瞰的に見て、時には相手の視点で物事を見ることで状況を認識しなおすことが出来る可能性があることを意識している
- ☐ B 自分の主張が相手に十分に伝わっていないことが理由と思われるため、言い換えたりなどしてこちらの主張を何とか伝えることに集中しようとする
- ☐ C 話のわからない人と話すだけ時間が無駄と考え、話を終わらせる方向で進めて行く
11. (2)④自分の経験を意味づけし、パターンとして認識したことがありますか？ *
- 例えば、会話の中で上手く進んでいないと感じた時を思い浮かべて考えてみてください。
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A なぜ上手くいかないのかを俯瞰的に見て、時には相手の視点で物事を見ることで状況を認識しなおすことが出来る可能性があることを意識している
- ☐ B 自分の主張が相手に十分に伝わっていないことが理由と思われるため、言い換えたりなどしてこちらの主張を何とか伝えることに集中しようとする
- ☐ C 話のわからない人と話すだけ時間が無駄と考え、話を終わらせる方向で進めて行く
12. (2)⑤長期的な課題に取り組むことについてお聞きします。 *
- 例えば、5年、10年、100年の視点で最も重要と思うことを少し考えてみてください。
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 長い時間がかかる課題に取り組むことはとても挑戦的でやりがいを感じる
- ☐ B 長い時間がかかる課題に取り組むことは重要であり、ある程度やりがいを感じる
- ☐ C 長い時間がかかる課題は重要とは思いますが成果を感じることが難しく、あまりやりがいを感じない
13. (3)①感謝の気持ちをもって過ごしますか？ *
- とても嬉しいことがあったことを思い出してみてください。
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 嬉しいことがおきたことを喜ぶとともに、その実現に協力してくれた人や環境整備などで協力してくれた人などに感謝するとともに、ご両親・ご先祖様・神様・自然など（ご自身が信じるもの）に素直に感謝する。また、嬉しいこと以外についても同様に、自分の経験・成長への機会を作ってくれたことに感謝する
- ☐ B 嬉しいことがおきたことを喜ぶとともに、その実現に協力してくれた人や環境整備などで協力してくれた人などに感謝する
- ☐ C 自分の努力によって嬉しいことがおき、それらは自分の努力の結果であるため当然のものと受け取る
14. (3)②つながっているという感覚を意識していますか？ *
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 自分は人類や地球全体というより大きな全体の一部であるという感覚を強く感じることもあり、それらの感覚をより育てていこうとしている
- ☐ B 自分は人類や地球全体というより大きな全体の一部であるという感覚をなんとなく感じたことはあり、もしかしたらそうかも知れないと思っている
- ☐ C 自分は人類や地球全体というより大きな全体の一部であるという感覚を特に感じたこともないし、そう思うこともない

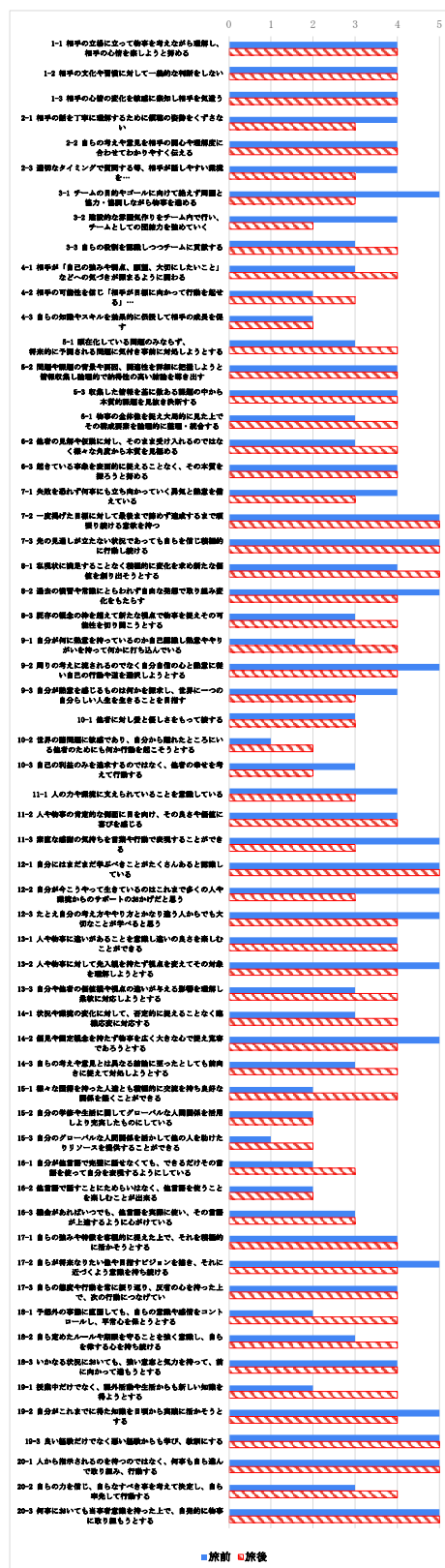
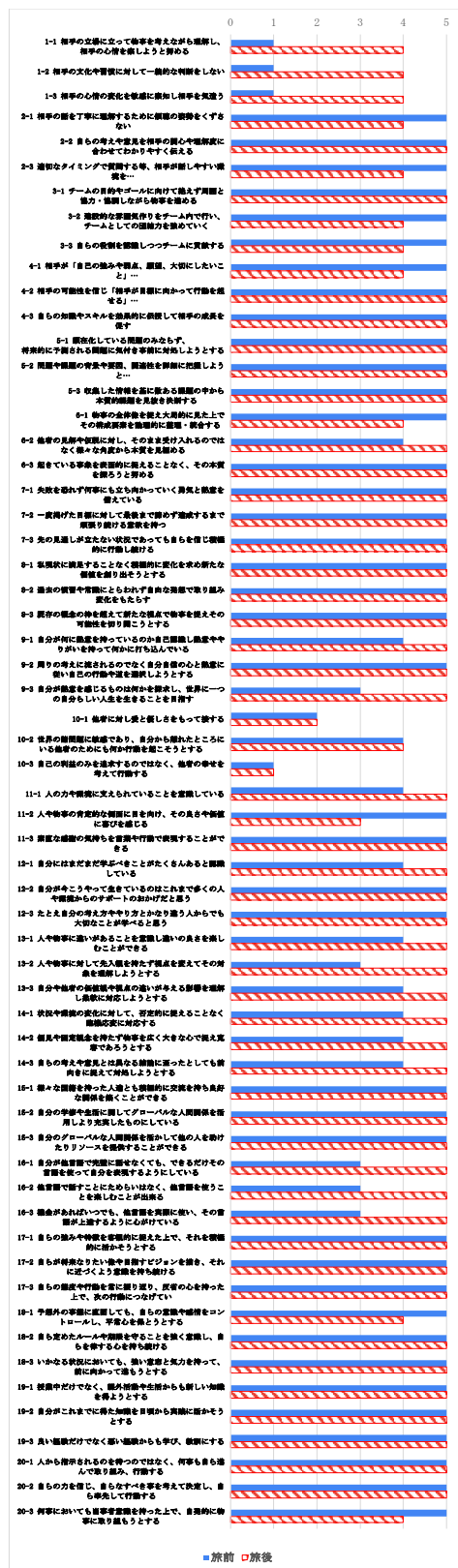
15. (3)③自分のことを謙虚な人って思いますか？ここでいう謙虚さとは、他人にたいしても自分に対してよく見せることを意識せずにその場の状況が必要としていることに応じて行動できる能力を指すものとします。 *
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 謙虚と思います。例えば床のゴミを拾う時でも、思ったときはすぐに誰がどう見ているかを気にせずにゴミを拾います
- ☐ B 謙虚かどうかは分かりませんが、例えば床のゴミを拾う時でも、ゴミを拾った時に近くにごみ箱がなかったら捨てる時まで自分が持っていないといけないと思うと、予備のごみ袋を持っているわけでもないし、拾ったままゴミを持って歩くのもありえないです
- ☐ C 謙虚と思います。例えば床のゴミを拾う時でも、近くにごみ箱があれば拾って捨てますし、近くにごみ箱がなかったりすれば気付かないふりをしてそのまま通り過ぎます
16. (3)④共感と思いやりの心をもって生活していますか？ *
- 友人が苦しんでいることに気づいたらどうするか、考えてみてください。
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 友人に対して苦しみを理解し、共感しようとするともに、その思いを友人に対して行動として表現することをしていきます
- ☐ B 友人に対して何かしてあげたいと思うが、具体的に何をすれば助ますことになるか、逆に傷つけてしまうのではないかと思ったり葛藤でなかなか行動として表現することは難しい
- ☐ C 友人に対して何かしてあげたいと思うものの、実際には自分自身でやらなければならないことも多く、そこまで気が回らないことが多い
17. (4)①コミュニケーション・スキルについて教えてください。 *
- 家族、友人、クラスメイトなど日々コミュニケーションをとる中で。
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 今までのコミュニケーションの中で経験をもとに、人の話を聞いたり、自分の意見を主張したりを多様なグループに合わせて上手くできていると感じるし、更にコミュニケーション能力を上げるように意識していることもある
- ☐ B 今までのコミュニケーションの中でも、いろいろ失敗があった。それを改善しようと努力している
- ☐ C 今までのコミュニケーションの中で経験をもとに、人の話を聞いたり、自分の意見を主張したりを多様なグループに合わせて上手くできていると感じる。特に自分の中で改善すべき点は感じていない
18. (4)②共創スキル（異なる環境にいる人と一緒に新たな価値を作ること）についてどう思いますか？ *
- 学校以外の人（例えば一般企業の社会人）と一緒にプロジェクトをするようになった場合を考えてみてください。
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 考え方の前提や目的なども違うと思うので、お互いの認識を確認して自由でポジティブな意見を出し合える環境を確保した上で進めるのが良いのではないかと、楽しそうだし、上手くできそうな気がする
- ☐ B 考え方の前提や目的なども違うと思うので、お互いの認識を確認して自由でポジティブな意見を出し合える環境を確保した上で進めるのが良いのではないかと、楽しそうではあるが不安の方が大きい
- ☐ C 考え方の前提や目的なども違うと思うので、お互いの認識を確認して自由でポジティブな意見を出し合える環境を確保した上で進めるのが良いのではないかと、なんで学生なのにそんなことわざわざしないといけないのか、絶対参加したくない
19. (4)③多様性を歓迎し受け入れる意欲と能力について *
- 大学のクラスメイトはいままでより多様性のあるメンバーが多いと思いますが、楽しんで受け入れることが出来てますか？
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 様々な異なった見解や背景を持つ友達が多くいます。話を聞くといろいろ自分とは違う考え方があることも理解できるし、さらに自分の認識を広げていきたいと考えています
- ☐ B 新しい友達の中には様々な異なった見解や背景を持つ友達もいます。特に意識してませんが、いろいろ話をする中で自分とは違う考え方があることも理解できるし、そうやって自分の認識を広げていけるのが楽しい
- ☐ C やっぱり自分と気が合う人が友達になるし、それが心地いいし自然な気がします
20. (4)④信頼関係の築き方について意識してますか？ *
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 意識しています。他人からの信頼を得るためには、自分が他人を信頼することが大事だと思います。自分が他人を信頼することで他人も自分を信頼してくれるし、そのようにして良い友達を作ってきたと感じています
- ☐ B 特に意識していません。友達などは気があった人同士で自然とできるものだし、信頼関係を築くために行動するとか偽善者っぽくて好きじゃありません
- ☐ C 意識しています。他人からの信頼を得られることを意識して自分の行動を選択しています
21. (4)⑤集団を動かすスキルについてお聞きします。 *
- 自分もコミットしており実現したいプロジェクトがあり、巻き込んでいきたいと思っている人が何人かいるようなケースを想定してみてください。
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 巻き込みたい何人かに上手くその想いを伝え、プロジェクトに巻き込んでいける自信がある
- ☐ B 巻き込みたい何人かに想いを伝えたくとも、上手く伝える自信はない。しかし、必要があるのであれば出来るかぎり挑戦するし、工夫して考えたいと思います
- ☐ C こういったことは他の人に任せます

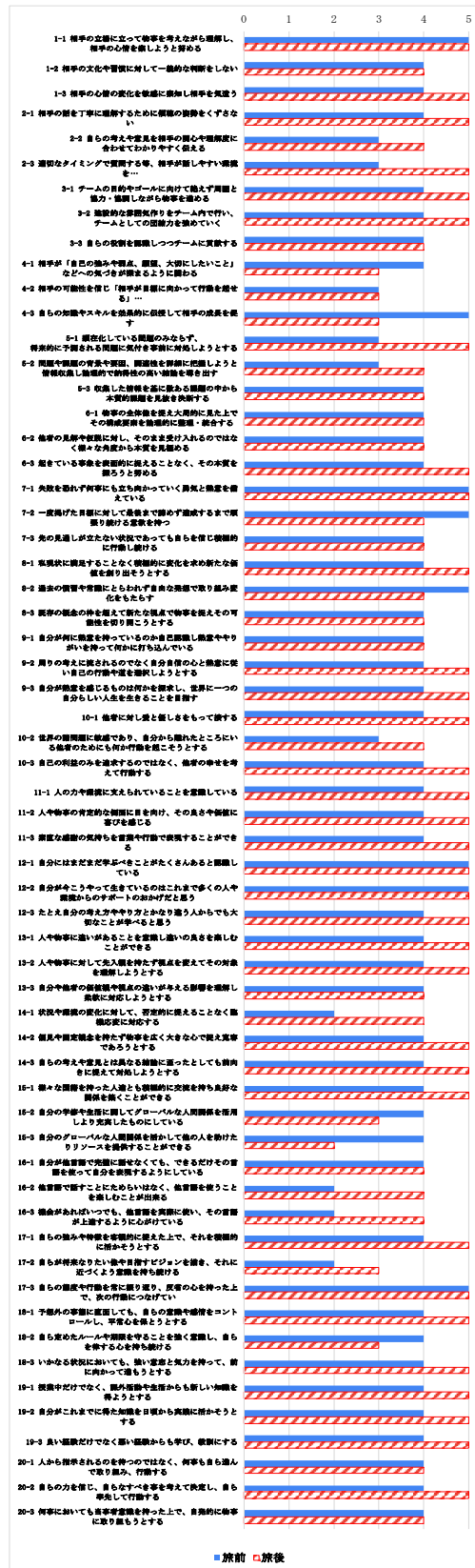
22. (5)①勇気をもって行動できていますか？
旅先で地元の人に何か聞きたいと思った時に実際にどんな風に行動しましたか？
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 自分から地元の人に話かけ、きちんと情報と得ることはできます。話が弾んで、さらにプラスの情報も貰えることが多いです
- ☐ B 話かけようと思っても、忙しいかも知れないし、絶対聞かないといけないわけでもないし、とか考えている内に次の場所に行ってしまったことも多いです。ちゃんと話せることもありま
- ☐ C こういったことは他の人に任せます(^^)
23. (5)②創造性を意識していますか？
独創的なアイデアを生み出すことって好きですか？
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A アイデアを生むためのディスカッションは何度か参加したことがあります。比較的に独創的なアイデアを出すのが得意だと思っています。違う視点、違うやり方をしたらどうなるか、など想像することも好きだったりします
- ☐ B アイデアを生むためのディスカッションは何度か参加したことがあります。なかなか難しいです。時間内に何個も作る人がいたりして羨ましいなって思ったりしてます
- ☐ C アイデアを生むためのディスカッションは何度か参加したことがあります。本当に無意味だと思っています。仮定の話でアイデアを出しても実際にそれを使うわけじゃないし、ありえなそうなアイデアを出している人の意見を見るといらっとするくらいです
24. (5)③楽観的にポジティブに過ごすことについて
ピンチな時にでも楽観的に希望を見出していきたいですよね？
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A ピンチな時はど燃えるタイプです。自分が道を切り開くという姿勢で進むほうが楽しいし、やる気がみなぎってきます
- ☐ B ピンチな時にでも前向きに度えられるところを探し、希望を持って前に進もうとするタイプだと思います。そうすることで今までも何とかなったことが多いです
- ☐ C ピンチな時は頑張っしてがみつよりも諦めて忘れたほうが合理的だと思います。もうダメだというイメージがどんどん湧いてきて何も手につかなくなってしまいます
25. (5)④粘り強さについてお聞きします。
何事も粘り強さは大事と思いますが皆さん粘り強く取り組んでいますか？
- 1 つだけマークしてください。
- ☐ A 長く時間はかかるがとて効果がありそうなることに粘り強く取り組んでいます。地道な取組を日々継続することが自分の将来の成長に繋がることを信じています
- ☐ B 粘り強く取り組むたいことが最近はずないですが、見つけたいと思います。中学高校の頃には部活や勉強など地道に取り組んでいました
- ☐ C 粘り強く取り組むことは難しいです。短期的に目に見える成果が期待できることをするだけでも時間は足りないの

このコンテンツは Google が作成または承認したものではありません。

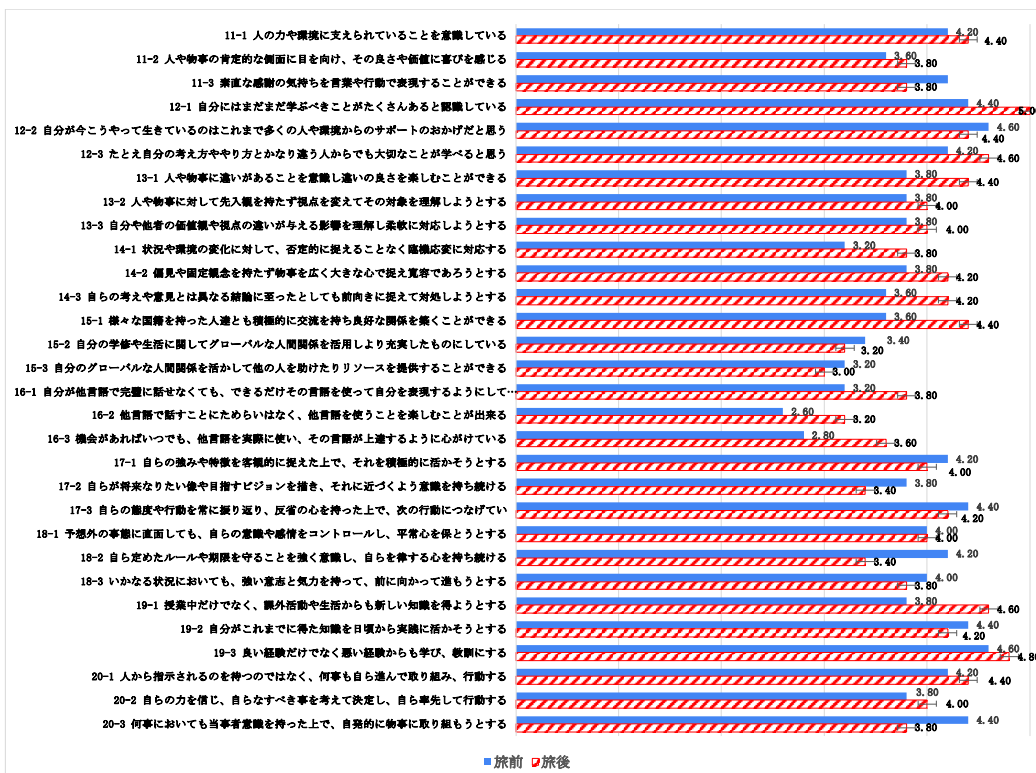
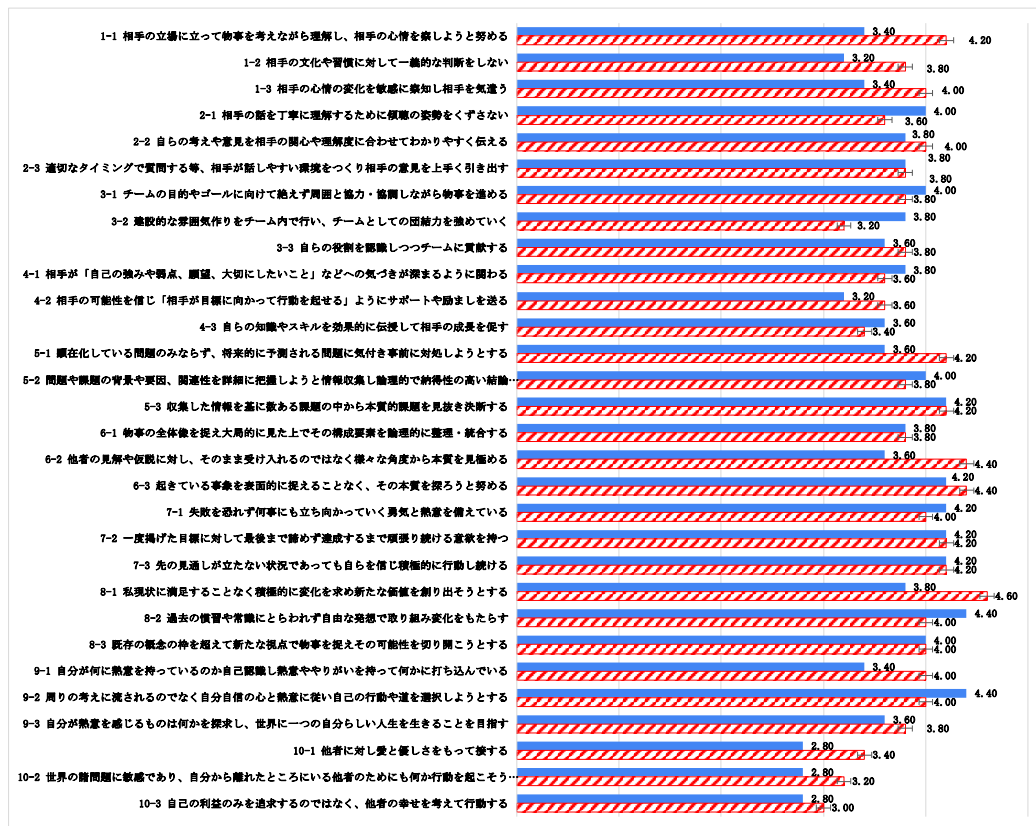
Google フォーム

(3) 事前・事後の結果比較 (個人)

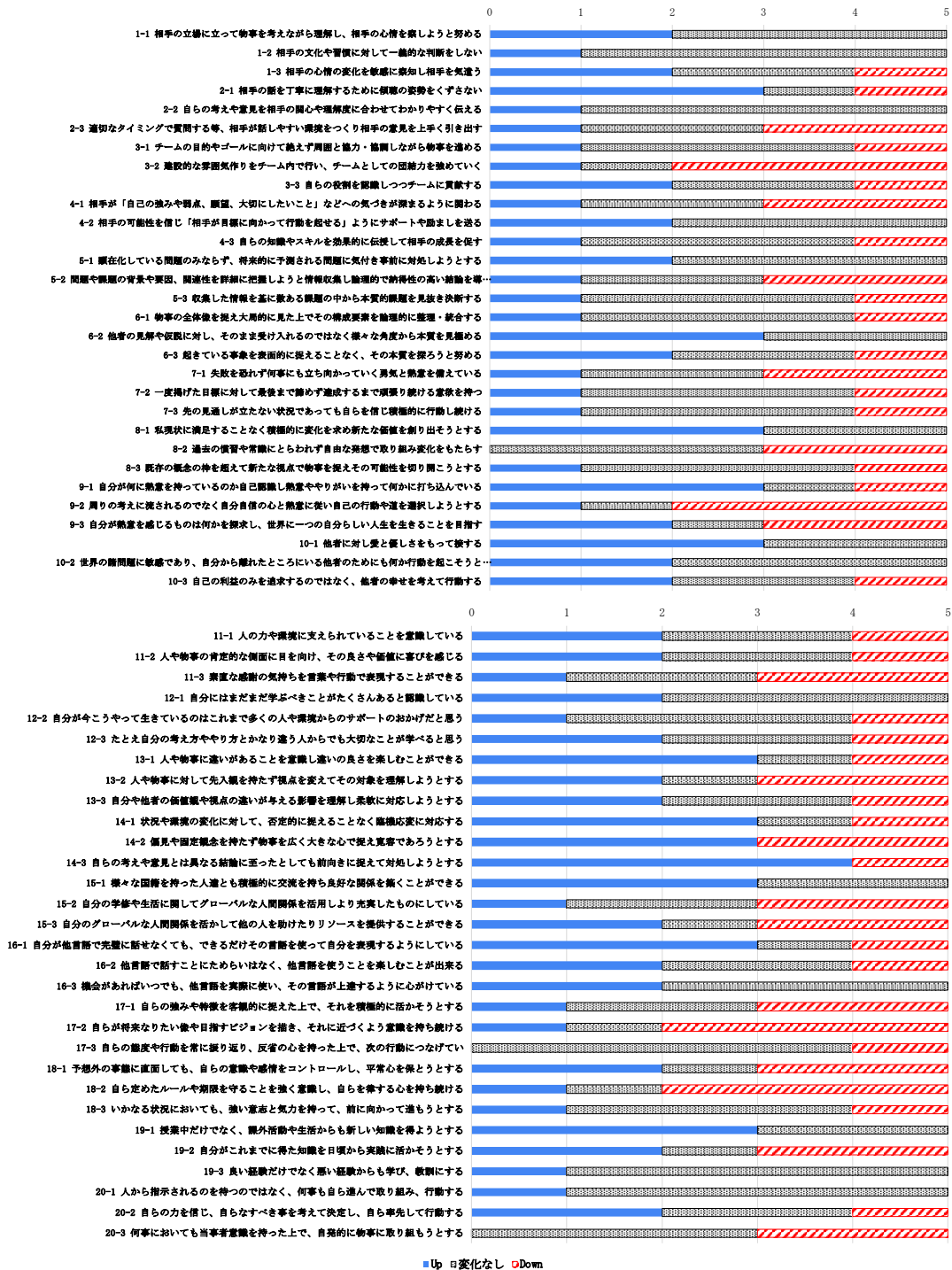




(2) 事前・事後評価の各項目平均

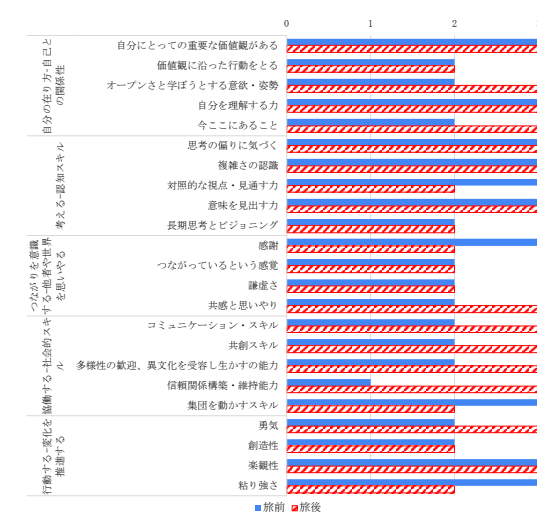
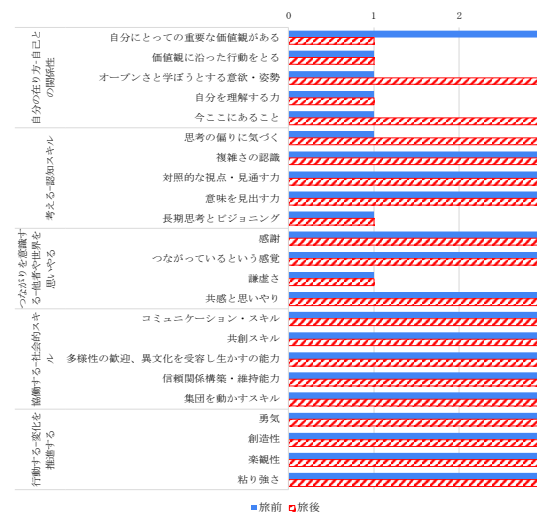
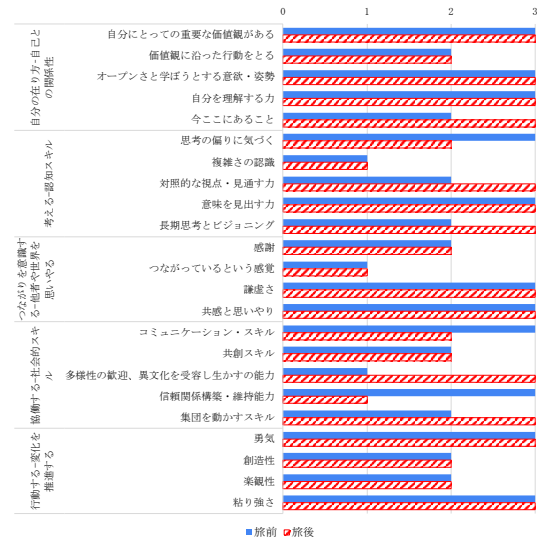
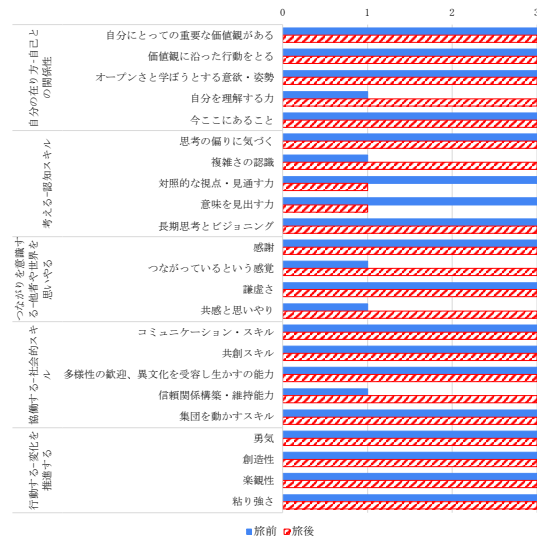


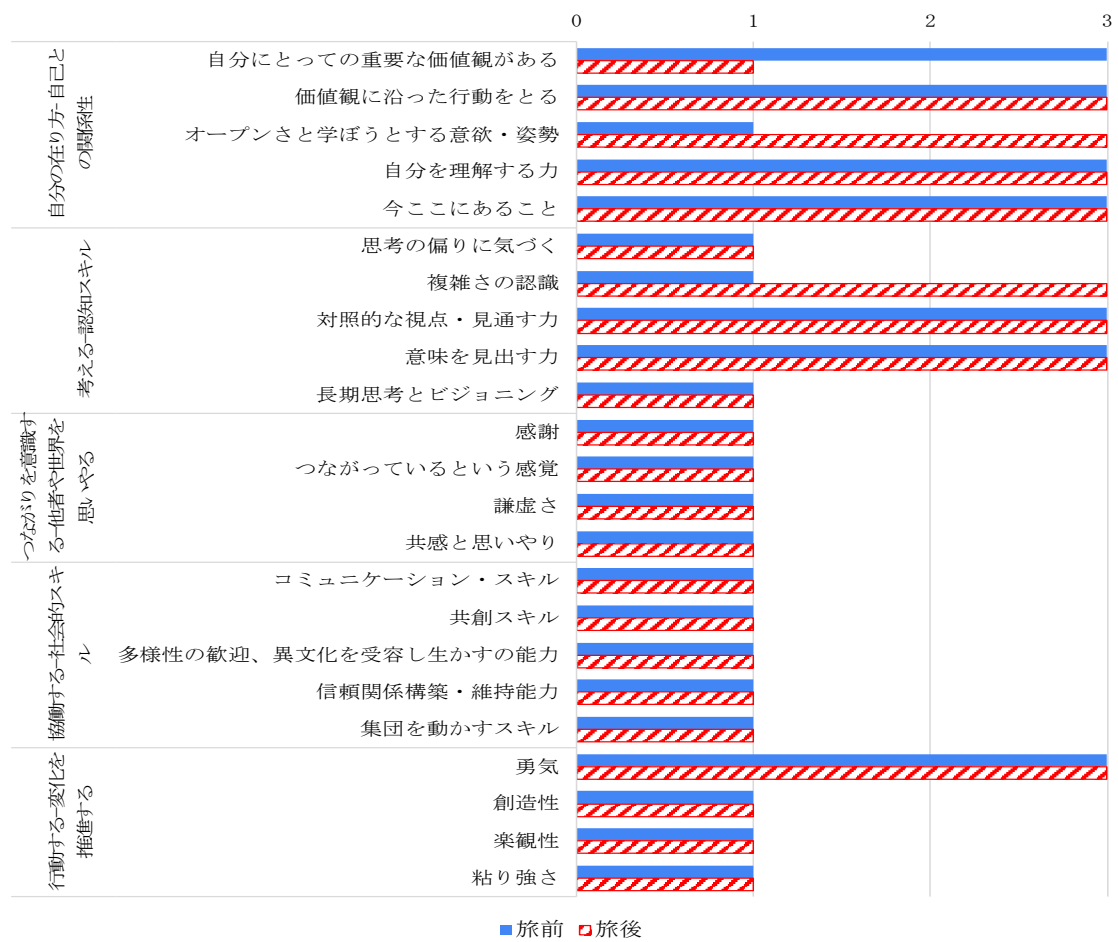
(3) 事前・事後評価の差異内訳 (上昇・変化なし・低下の人数)



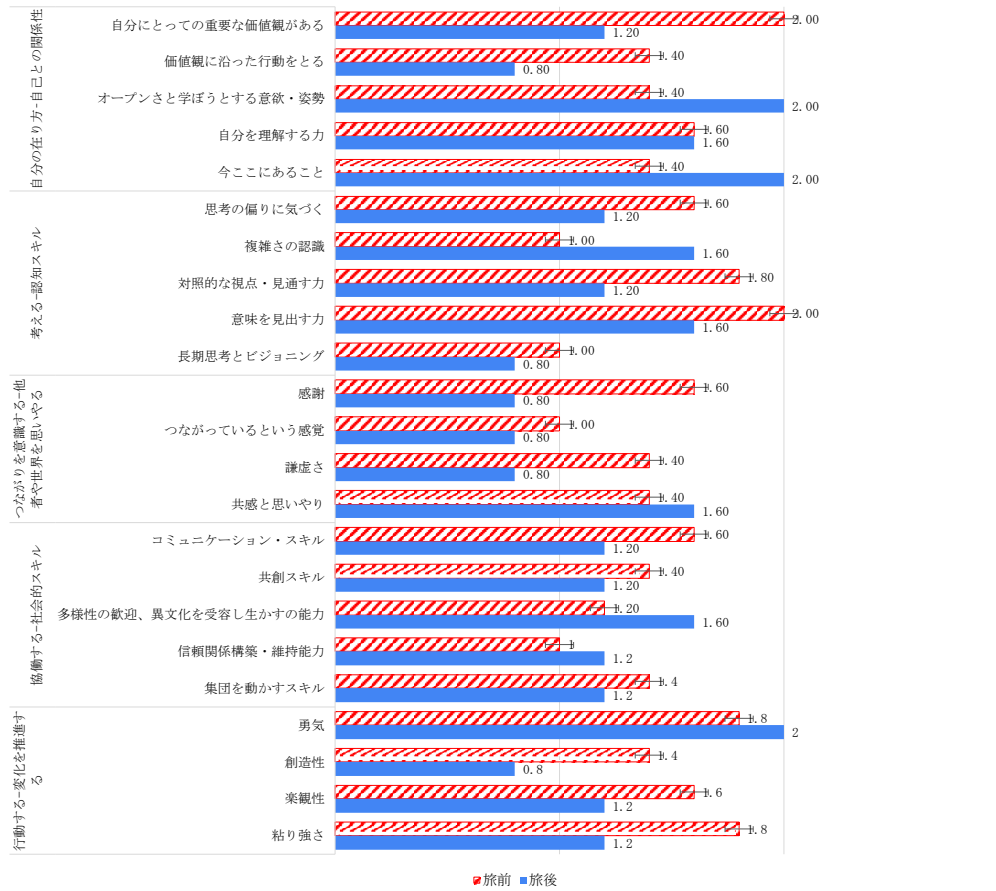
4. IDG s 指標（結果・分析）資料

（1）事前・事後の結果比較（個人）

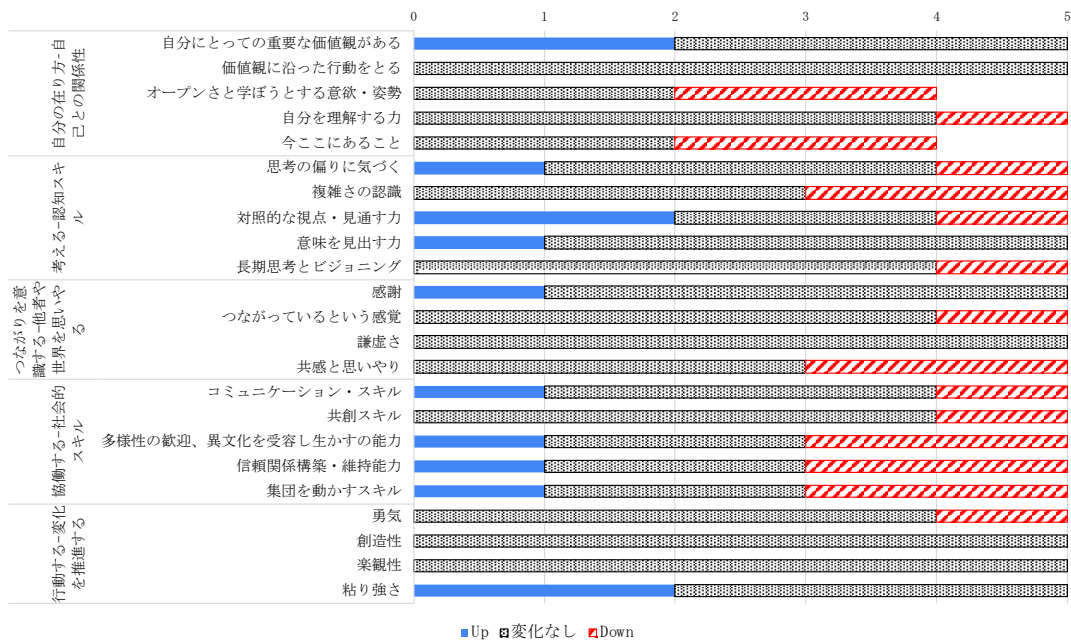




(2) 事前・事後評価の各項目平均



(3) 事前・事後評価の差異内訳（上昇・変化なし・低下の人数）



謝辞

サービスエンタメ班は過去15年間において、ウォルトディズニーの研究を皮切りに観光ツーリズムやZ世代の消費動向、広島観光の可能性など、様々な研究に取り組み、日本のエンターテインメント業界やそれに関わる産業のあり方から、社会を洞察する研究に向き合ってきました。

2024年度は「Z世代によるタイパ重視 Z世代に向けた旅のすすめ～短期間旅の学びと意識変化の検証～」という課題に向き合いながら文献とフィールドワーク調査を行って参りました。

近年、新卒者にはジェネリックスキルが不足しているとの指摘があることに問題意識を持ち、Z世代が生まれた背景をたどりながら、Z世代の旅の現状がどのように変化し、タイパ重視のZ世代が旅をすることで、どのようなジェネリックスキルの高まりが期待できるのか、といった関心に基づいて旅の魅力や存在意義を考察し、「旅と学び」を目的とした新しい「Z世代の旅」について、多方面から模索しました。文献調査や北海道千歳市実地調査、そして多様な世代を対象としたアンケート調査を積み重ねた結果、Z世代の旅の在り方について大学生ならではの提案をすることに至りました。

今年度は、学部生8名、院生1名の計9名で研究に取り組み、昨年度同様に毎週のゼミナールの時間に加え、オンラインでも議論を重ねました。経験値も年齢も異なるメンバーの方々が、ひとつの目標に向かって活動することは大変貴重な機会であり、特に指導教員や社会人の方々にも参画していただいたことは学部生にとって、刺激のかつ大変有意義な時間となりました。メンバー同士の意思疎通、プレゼンテーション資料や論文の原稿作成等で苦労もありましたが、「学び続ける意識」と「探求心」を持つことの大切さを学びました。

本論文を執筆する上で、多くの方々にご支援・ご協力を頂きました。北海道千歳市での実地調査では、千歳市役所、千歳観光連盟、支笏湖ちとせ美笛キャンプ場、吉田農業、北海道キッコーマンの皆様にご多大なるご協力をいただき、大変充実したフィールドワークとなりました。とりわけ、現地調査に先立って、旅と学びの協議会（ANA 事務局と理事会、参加団体、個人会員で構成されている）に加入したお陰で理事会や会員の皆様から大変貴重なご意見やアドバイスをいただいたほか、同協議会の2024年度第5期プロジェクトの研究部門の補助金対象研究に選出され補助金を交付していただきました。この資金によって我々の研究は滞りなく進めることができました。同協議会の理事で駒沢女子大学の鮫島卓教授にはご多忙の中、わざわざご来校されてレクチャーしていただいたほか、分析の手法から研究の進め方に至るまで親身になってご指導して下さいました。この場を借りて心より感謝申し上げます。

また、主体性を高め探求心を育む場を作ってくれた寺島実郎学長を始め、学長室事務課の皆様、そして指導教員の巴特尔先生、大竹英理子先生、今村康子先生には多くの助言を頂きました。この場をお借りしまして感謝申し上げます。

多摩大学インターゼミ
サービスエンターテインメント班一同
2024年1月25日