

# オーストラリアの海外教育旅行目的地としての優位性に関する研究

足立 浩一

## 1. 研究の背景

日本における修学旅行の歴史は、1872年（明治8年）にまでさかのぼる。永清館（矢板市泉小学校の前身）の下等八級生40名が旧暦1月1日、寺山観音に初詣をしたのが起源とされている。以来、時代の変遷とともに、その形態は大きく変化したものの、修学旅行はなくてはならない学校行事のひとつである。

修学旅行の目的は、時代と社会の変化とともに変化している。財団法人日本修学旅行協会の調査によれば、高校の修学旅行全般の目的は、「集団生活のきまりや公衆道徳について望ましい体験を持たせる」、「師弟や生徒相互の人間関係を深める」、「自然の偉大さや美しさにふれ豊かな情操を育てる」、「生涯を通して学校生活の楽しい思い出を作る」、「地域の文化・民族・生活などの調査活動」、「地理・歴史・政治・経済などを直接見聞き学習を拡充」、「スキー・登山などのスポーツ学習」など広範にわたり、大きく生活指導上のねらいと学習的なねらいに分けることができる。

国際化が進展する中、海外修学旅行も一般的になりつつある。公立高校では1984年に福岡県立小倉商業高等学校が韓国への修学旅行を実施したのが最初で、その後海外修学旅行を実施する学校は増加している。日本経済の長期低迷や2001年9月のアメリカ同時多発テロ事件、2003年のSARS等の影響により、海外旅行需要は一時的に低迷しており、海外修学旅行についても中止や見直しが相次いでいるが、海外修学旅行の効果等を考えれば、長期的にはますます増加していくものと思われる。海外修学旅行となれば、「国際理解・国際親善に資

する」、「外国の高校生等との交歓により理解と親善を深める」、「外国を学ぶことによって日本をよりよく知る」、「外国語教育の一環とする」などの目的が追加される。

観光マーケティングの観点から海外修学旅行を捉えるならば、マーケティング主体（政府の観光局、観光地、航空会社、ホテル、旅行会社など）はマーケティング活動を行ないやすい。なぜならば標的市場は海外旅行が許可されている都道府県の公立中学校、公立高等学校および全国の私立中学校・高等学校と固定的である。

海外修学旅行を実施した場合、国内修学旅行に比べその教育効果は高く、多岐にわたる。その反面、海外修学旅行を実施する場合、国内修学旅行に比べ「日程に余裕がない」、「旅行費用が高額」、「治安や安全性」、「引率教員の負担が大きい」など問題点も多い。また、買い物などに終始せず、教育的効果を上げるためには、事前学習や事前準備・調査などに十分に時間をかける必要がある。

海外修学旅行については、その国際理解教育効果に関するの研究や実態調査などは散見されるが、観光マーケティングの立場から論じられたものはほとんどない。

本研究の目的は、海外修学旅行をデスティネーション・マーケティングの観点から捉え、顧客のニーズを分析することにある。修学旅行の場合、顧客とは生徒だけでなく学校（引率教員）及び保護者であり、意思決定に関しては生徒よりもむしろ学校及び保護者がイニシアチブをとるケースが多い。教育現場での直接的な意思決定者は担当教員であるため、当該教員に対してセールス・プロモーション活動を行なえばよい。学校及び保護者の修学旅行に対するニーズを的確にとらえ、マーケティングを行なう必要がある。

平田（1999）はデスティネーション・マーケティングとは、「旅行目的地を商品として、旅行客のニーズを満たし、かつ目的地となる地域の事業目標（旅行客数や経済効果の増大等）を達成するように旅行客を誘致するための誘客活

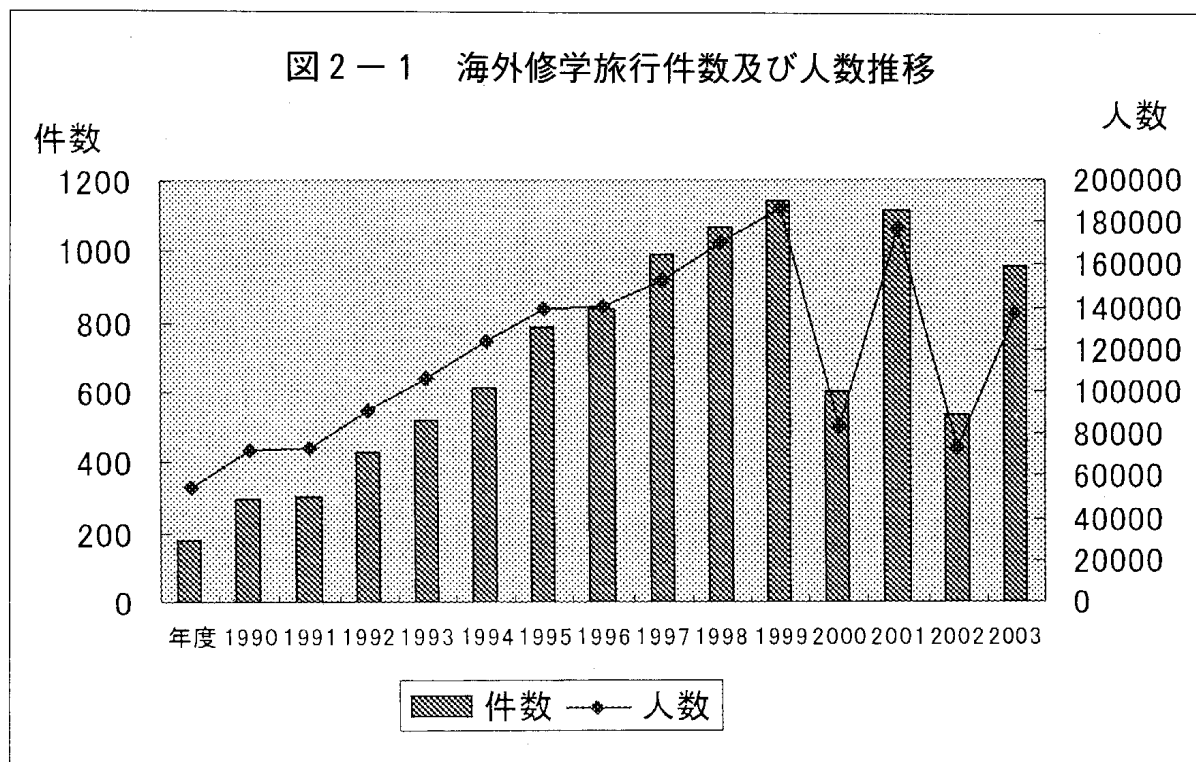
動」と定義している。マーケティング主体として政府や地方の観光局が日本の修学旅行生徒を獲得するためには、ニーズを的確に把握する必要がある。ニーズが把握されれば、よりの確なマーケティング・ミックス戦略が構築できる。

修学旅行は日本独特の旅行形態であり、市場セグメントである。若年期の海外旅行体験はリピート行動と密接な関係がある。わが国の海外旅行市場が拡大を続ける中、リピーターの獲得はデステイネーション・マーケティングの主要命題である。旅行者がある国を再び訪れる誘因は、前回の旅行の満足度によるところが大きい。宮崎（2000）は国際観光におけるリピート行動の促進要因は、おいしい料理、ショッピング、歴史・文化遺産などではなく、観光客を取り巻くひとりひとりの人間によってもたらされ、逆に目的地に対する肯定的なイメージが、観光過程でマイナス次元にシフトすればリピート行動は抑制されるとしている。顧客満足のためには単なる観光旅行ではなく、現地の人々との交流などを含んだ体験型旅行プランの提供が必要である。

本稿においては海外修学旅行デステイネーションとして人気が高まっているオーストラリアを中心に、アンケート調査の結果に基づき、その優位性とマーケティング戦略に焦点を絞り考察する。

## 2. 海外修学旅行等の実施状況

財団法人日本修学旅行協会が実施している「海外修学旅行等の実施状況調査」によれば、2004年度に海外修学旅行を実施した中学校は102件、高等学校は855件、合計957件であった。年度別推移を見ると、1990年以降順調に増加する中、2001年にはアメリカ同時多発テロ事件、2003年にはSARS問題によりともに大きく減少しており、海外修学旅行は一般の海外旅行需要同様に、国際情勢、健康・衛生問題に大きく影響を受けている（図2-1参照）。



出所) 2004年度海外修学旅行等の実施状況P14より作成

海外修学旅行の行先別実施件数及び参加人数(中学校・高等学校合計)を見てみると、表2-1のとおりである。2004年度の行先で最も多いのは韓国の198件で全体の20.7%を占めている。第2位はオーストラリアで186件(19.4%)、第3位はシンガポール・マレーシアの107件(11.2%)の順となっている。2002年度には韓国について第2位の行先であった中国は、2003年には2件、2004年には第4位(79件、8.3%)と大きく後退している。一方、参加人数に関しては、オーストラリアが28,875人(21.0%)と最も多く、以下、韓国(20.7%)、シンガポール・マレーシア(11.1%)と続いている。このように、海外修学旅行目的地としては、アジア圏、オセアニアの人気が高い。

表 2 - 1 行先別実施件数及び参加人数

行 先	件 数	人 数
韓国	199	28,313
中国	79	12,755
台湾	8	848
シンガポール・マレーシア	109	15,422
他のアジア	32	4,966
オーストラリア	188	29,082
ニュージーランド	59	8,558
グアム	19	3,315
他のオセアニア	12	1,294
アメリカ	54	6,666
ハワイ	74	11,458
カナダ	31	3,838
イギリス	35	3,669
フランス	15	1,099
他のヨーロッパ	38	5,605
その他	2	44
合計	957	137,296

出所) 2004年度海外修学旅行等の実施状況pp17-20より作成

海外修学旅行に要する日数・費用は旅行先を決定する上において、重要な要因のひとつである。旅行先ベスト5について平均旅行日数を比較すると、韓国3.5日、オーストラリア8.1日、シンガポール・マレーシア4.8日、中国3.7日、ハワイ5.7日とオーストラリアの旅行日数の長さが目立つ。また、平均旅行費用に関しても同様に、韓国98,524円、オーストラリア199,297円、シンガポール・マレーシア111,423円、中国121,535円、ハワイ158,352円とオーストラリアが高い。こうした調査結果から、旅行日数、旅行費用に関してオーストラリアにとってアジア圏の競合旅行先に比べて弱みとなるものの、他の要因において

強みを持っており、それが旅行先としての人気の要因となっていると推測される。

本稿の目的は、その要因を探り、オーストラリアに一層の修学旅行を集客するためにはどういったマーケティング戦略が必要となるのかを検討・考察するものである。

### 3. オーストラリアのツーリズムと教育旅行

ツーリズムは、オーストラリアにとって最大かつ最も重要な産業のひとつとして認識されている。WTO (World Tourism Organization) の定義によれば、ツーリズムとは「人々がレジャー、ビジネス、その他の目的で普段の生活環境外の場所で、滞在するために旅行する行為」であり、これはツーリズムが単に観光旅行ばかりでなく、ビジネス、健康、教育、宗教やその他種々の目的のための旅行を含むことを意味している。

オーストラリアにおけるツーリズムの経済に与えるインパクトは決して小さくはない。2003年度のオーストラリアのGDPに占める割合は4.2%に達しており、雇用に関してもツーリズムは全雇用の5.7% (540,700人) を生み出している。また、2003年度にオーストラリア経済において生産された製品やサービスを海外からの旅行者が約1,666億A\$消費しており、これはオーストラリアの全貿易額の約11%にも及んでいる。

また、表3-1が示すように、日本からオーストラリアへの旅行者数は安定的に推移している。オーストラリアへの旅行者数は日本人の全体的な海外旅行者数にほぼ比例して推移しているが、オーストラリア訪問者数はニュージーランド、イギリスについて第3位となっている。歴史的な背景からも、ニュージーランド、イギリスからは家族・親戚訪問やビジネスといった訪問目的が多く、観光市場としての日本はオーストラリアにとって、大きく、魅力的な市場である。

表3-1 日本人オーストラリア訪問者数の推移

年 度	訪問者数(人)	前年比増減(%)
2000年	720,973	1.9
2001年	673,577	-6.6
2002年	715,458	6.2
2003年	627,737	-12.3
2004年	710,400	13.2

出所) 平成17年版観光白書より作成

前述のとおり、オーストラリアの教育旅行にとって、滞在日数と費用は弱みである。教育旅行を修学旅行と修学旅行以外に分類すると、修学旅行以外（語学研修、ホームステイ、短期留学、海外遠征など）では、オーストラリアの人気は圧倒的に高い。財団法人日本修学旅行協会の調査によれば、オーストラリアは107件、2,940人と全体の35%以上を占めている。滞在日数と費用に関して修学旅行以外の教育旅行ではアメリカ、カナダなどの競合に比べ、逆に強みとなっているのである。

修学旅行に特化して考えた場合、オーストラリアの強みとは何であろうか。オーストラリア政府観光局は「オーストラリア修学旅行ガイド」の中で次の8つの点を挙げている。

①安全、だから安心、衛生面・医療面も万全

海外修学旅行の第一条件は「安心感」であり、オーストラリアは治安が良いだけでなく、衛生面・医療面においても世界最高水準である。

②時差はわずか1時間、時差ボケなどの心配もなし

オーストラリアと日本の時差は、東部のシドニー、ゴールドコーストなどでは+1時間、西部のパースなどでは-1時間と少なく、日本での生活サイクルを保ったまま初日から意欲的にスケジュールをこなすことができ、時間を有意義に使うことができる。

③南半球に位置しているので一年を通じて温暖

南半球に位置するオーストラリアは、四季が日本とは正反対であり、広大な国土の大部分は日本より赤道に近いので、温暖な気候となっている。

④豊かな自然と世界遺産。環境保護を肌で感じる

広大な大地に広がる美しい自然、オーストラリアでしか出会えない動植物、その壮大な自然や文化は、15にも及ぶ「世界遺産」として登録されており、自然保護・環境保護を肌で感じることができる。

⑤英語が母国語、生きた英語が学べるチャンス

イギリスの植民地だったオーストラリアは、英語が母国語として使われており、世界に通用する生きた英語を学ぶことができる

⑥多民族・多文化国家ならではののおおらかさが魅力。

オーストラリアは古くから多様な民族を受け入れ、様々な文化がひとつに溶け合った独自の文化を創り上げてきた。多民族・多文化国家であるオーストラリアでの体験は、国際交流がますますさかんになるこれからの社会を生きるためにも貴重なものとなるはずである。

⑦フレンドリーに迎えてくれる世界有数の親日国。

アジアの一員として日本との交流が盛んで、親日家が多いこともオーストラリアの魅力である。日本語教育熱も高く、日本語を話せるオーストラリア人も多いため、あたたかな交流を図ることができる。

⑧意外に近いオーストラリア。短い飛行時間で南半球へ。

ケアンズまでは日本・ハワイ間と同じわずか7時間、シドニーまでは約9時間と短い飛行時間で到着でき、東京・大阪・名古屋より直行便が就航している。

これらの中でも治安がよいこと、英語が母国語であること、などは教育旅行にとって重要な優位性となっている。



## 4. アンケート調査の方法

### (1) 調査の目的

海外修学旅行先として望ましいのはどんな国または地域なのか。修学旅行を誘致するにはどのようなマーケティング活動が必要となるのか。それらを知るためには、顧客ニーズを知る必要がある。前にも述べたとおり、海外修学旅行において購買（実施）意志決定の中心的役割を果たすのは教員である。そこで高等学校教員を対象としてアンケート調査を試みた。アンケートの内容は、修学旅行の実施状況について、海外修学旅行の長所、海外修学旅行の短所、海外修学旅行において実施したい事項、などについてである。このアンケート調査結果を分析することにより、海外修学旅行に対する学校教育現場からのニーズが明らかになるとと思われる。

### (2) 調査対象と手続き

神奈川県、兵庫県の公立、私立高等学校415校の修学旅行担当教員に対して、2003年5月初旬から7月中旬にかけて郵送法による質問紙調査を行なった。調査票は返信用封筒により郵便にて回収された。回収結果は170件（回収率41.0%）であったが、そのうち、海外修学旅行について実施・検討するつもりはないとして以降の設問に回答のなかった39件と回答に不備のある4件を除く127件（30.6%）を有効回答とした。回答者の構成は表1のとおりである。

表4-1 回答者の構成

	公立高校	私立高校	計
神奈川県	34	16	50
兵庫県	66	11	77
計	100	27	127

上記127校のうち、既に海外修学旅行を実施していると答えたのは38校で、内訳は公立高校が20校、私立高校が18校、実施を検討していると答えたのは50校で、公立高校44校、私立高校6校であった。

### (3) 海外修学旅行の長所・短所に関する t 検定

海外修学旅行の長所・短所につき、それぞれの設問に関して「強い(5点)」「やや強い(4点)」「どちらともいえない(3点)」「やや弱い(2点)」「弱い(1点)」の5段階評価してもらった。海外修学旅行をすでに実施している、実施を計画している、実施を検討したいと回答した高等学校を積極的グループ(n=88)、実施するつもりはないと回答した高等学校を消極的グループ(n=39)とし、数値化した評価について表4-3、表4-4のとおり長所10項目、短所4項目についてt検定をおこなった。

調査の結果、海外修学旅行の長所に関しては、「生徒の国際性が高まる」、「生徒の訪問国や異文化に対する理解が深まる」という2項目が、積極的グループにおいて強調された。t検定の結果、「生徒の国際性が高まる」、「生徒の自主性が高まる」、「生徒の訪問国や異文化に対する理解が深まる」、「国内に比べて生徒の満足度が高い」、「実施が学校のセールスポイントとなる」の5項目が1%有意、「生徒の歴史に対する認識が高まる」、「国内に比べて費用面で割安である」、「保護者の理解・賛同が得られやすい」の3項目が5%有意であった。

一方、海外修学旅行の短所に関しては、「引率教員にとって大きな負担となる」、「安全面に不安がある」という2項目が、消極的グループにおいて強調された。また、「引率教員にとって大きな負担となる」は1%有意、「安全面に不安がある」は5%有意となった。

t検定の結果から、積極的グループと消極的グループの海外修学旅行に対する意識の違いが明らかになった。

表 4 - 3 海外修学旅行の長所に関する t 検定結果

項 目	積極的 (n=88)	消極的 (n=39)	P値	判定
1. 生徒の国際性が高まる	4.13	3.74	0.0052	**
2. 生徒の社会性・公共性が向上する	3.84	3.58	0.0616	
3. 生徒の自主性が高まる	3.54	3.18	0.0028	**
4. 生徒の語学力が高まる	3.23	3.16	0.6531	
5. 生徒の訪問国や異文化に対する理解が深まる	4.22	3.89	0.0075	**
6. 生徒の歴史に対する認識が高まる	3.63	3.37	0.0286	*
7. 国内に比べて費用面で割安である	2.76	2.42	0.0394	*
8. 保護者の理解・賛同が得られやすい	2.91	2.55	0.0169	*
9. 国内に比べて生徒の満足度が高い	3.78	3.32	0.0001	**
10. 実施が学校のセールスポイントとなる	3.72	2.97	0.0001	**

注) \*\*は有意水準 1% で有意、\*は有意水準 5% で有意

表 4 - 4 海外修学旅行の短所に関する t 検定結果

項 目	積極的 (n=88)	消極的 (n=39)	P値	判定
1. 引率教員にとって大きな負担となる	3.71	4.32	0.0001	**
2. 安全性に不安がある	3.84	4.21	0.0023	*
3. 費用面で生徒や保護者の負担が大きい	3.59	3.87	0.0556	
4. 別の形での国際交流が望ましい	3.26	3.26	0.9947	

注)) \*\*は有意水準 1% で有意、\*は有意水準 5% で有意

#### (4) 海外修学旅行の目的に関する因子分析

海外修学旅行の目的に関して、海外修学旅行の実施目的や実施したい事項について回答を得た。回答項目は16項目からなり、「強い (5点)」「やや強い (4点)」「どちらともいえない (3点)」「やや弱い (2点)」「弱い (1点)」の

リッカート5点尺度で評定した。

すべての項目について平均値を算出したところ、最小値：2.92最大値：4.47となった。

海外修学旅行の目的に関する16項目について因子分析を行なった。そこで得られた結果から、すべての因子の負荷量が.400未満の項目は特定の因子に寄与していないという理由で除去、因子負荷量が.500以上の値を示した項目が1つしかない因子は、因子の内容が不明確であるという理由で除去した。これによって「土地独特の料理や飲み物を味わう」「買い物をする」の2項目を除去した。残りの14項目に関して、固有値 $\geq 1.0$ を基準としてバリマックス回転を行なったところ、表4-5のように3因子が得られた。

第1因子は、「美しい風景を見る」「雄大な大自然に接する」「土地の風物や町並みなどを楽しむ」「スポーツ等アトラクションを体験する」「エコツアー等環境学習をする」「有名な公園やテーマパークを訪れる」の項目に高い負荷量の値が示され、これらの項目内容から「体験型」と名づけることができる。

第2因子は「現地の生活に触れる」「現地の高校生と交流する」「語学研修をする」「ボランティアをする」の項目に高い負荷量の値が示されることから、「ふれあい型」と名づけることができる。

第3因子は「日本とその国の歴史について学習する」「遺跡・歴史的建造物などを鑑賞する」「異文化を体験する」「博物館・美術館を訪れる」の項目に高い負荷量が示されることから「学習型」と名づけた。

表 4-5 海外修学旅行の目的に関する因子分析結果（バリマックス回転後）

	第1因子	第2因子	第3因子
1 美しい風景を見る	.844	.056	.104
2 雄大な大自然に接する	.838	.037	.168
3 土地の風物や町並みなどを楽しむ	.659	.114	.305
11 スポーツ等アトラクションを体験する	.493	.393	-.148
13 エコツアー等環境学習をする	.465	.435	.057
5 有名な公園やテーマパークを訪れる	.463	.092	.197
9 現地の生活に触れる	.092	.760	.037
10 現地の高校生と交流する	-.066	.732	.146
11 語学研修をする	.159	.684	.011
14 ボランティアをする	.124	.468	.132
7 日本とその国の歴史について学習する	-.013	.194	.693
4 遺跡・歴史的建造物などを鑑賞する	.255	-.137	.671
8 異文化を体験する	.094	.235	.618
6 博物館・美術館を訪れる	.307	.007	.516
因子寄与（因子負荷の二乗和）	2.75	2.28	1.81
因子寄与率（%）	19.62	16.29	12.96

#### （5）海外修学旅行先各国の優位性

今回の調査では、最後に海外修学旅行先として人気の目的地である、中国、韓国、シンガポール・マレーシア、オーストラリア、アメリカ、ハワイについて、先述の修学旅行の目的をその実施可能性について5点満点で評価してもらった。その結果を因子分析によって得られた因子ごとに集計・平均した結果は表4-6及び図4-1に示すとおりである。

「体験型」「ふれあい型」修学旅行についてはオーストラリア、アメリカ本土が優位であり、「学習型」修学旅行に関しては中国・韓国が優位という結果となった。この結果は高等学校教員が持つ各旅行先へのイメージを的確に表現している。中国・韓国に関しては「歴史的な建造物や遺跡などを見学し、日本

との歴史的関係を通じて現在の両国の関係を考える」という目的が強調され、「大自然の中で心身を鍛え、現地の生活に触れ、現地の人々と交流する」という目的が強調された。

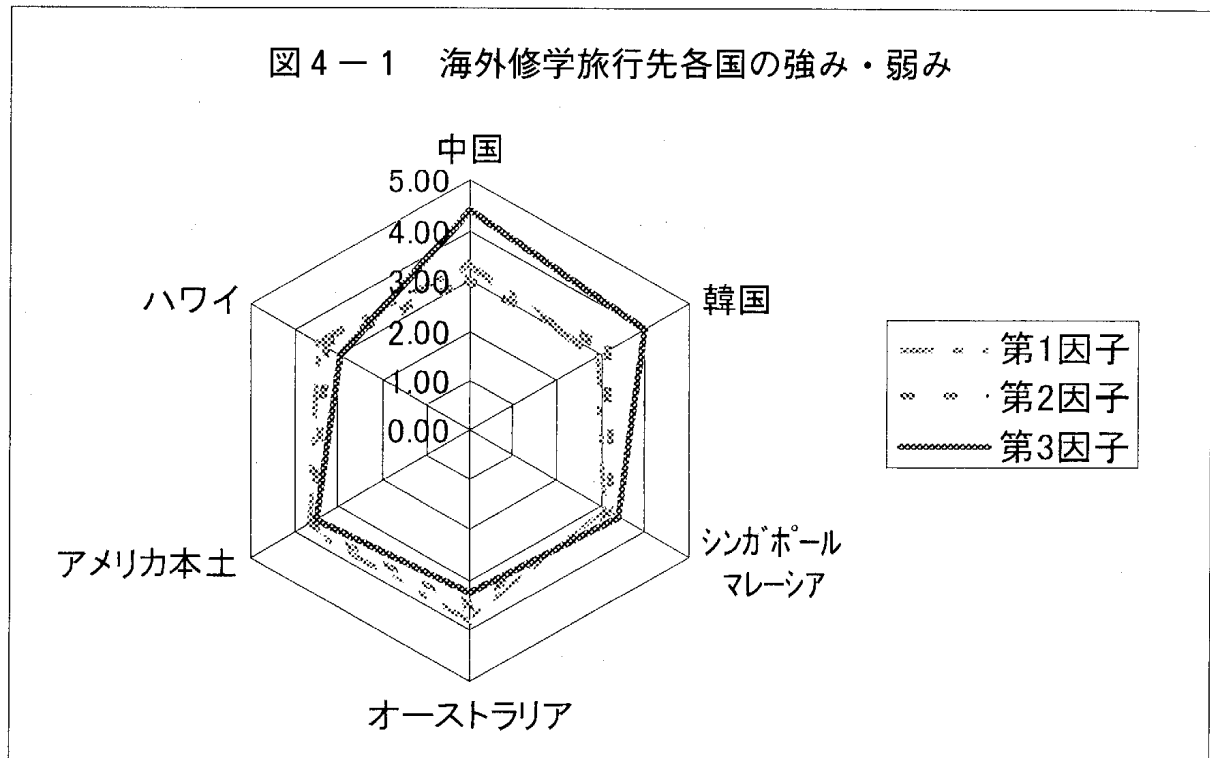
財団法人日本修学旅行協会が平成13年度に実施した「高等学校教師の修学旅行に関する意識調査」によると、修学旅行の教育効果について、高校教員は「友情親愛」「集団」「自主」「学習」「情操」「体験」「心身鍛錬」の順で高いと回答している。修学旅行に関しては、学習面に効果を認める教員よりも、生活指導面に効果を認める教員の方がはるかに多く、特に「自主性」「協力性」「集団行動」「公衆道徳」「人間関係」等に関するねらいについては全国的に共通なねらいとして重点が置かれている。こうした中、海外修学旅行が増加している要因は、①学習効果が国内に比べて高い、②生活指導的な効果に関して国内以上に期待できる、③旅行における直接的な学習効果のみならず、語学学習など旅行後の学習のモチベーションが高まる、などが考えられる。

修学旅行の教育効果として、学習面についてはその効果がとらえにくいこともあり、生活指導的な効果が強調されているが、「総合的な学習の時間」と修学旅行の連携が今後ますます求められることも考えられ、「学習」「体験」といったねらいが重要度を増してくるであろう。

表 4-6 海外修学旅行先各国の強み・弱み

国名	第1因子	第2因子	第3因子
中国	3.37	3.05	4.39
韓国	2.88	3.12	4.00
シンガポール・マレーシア	3.07	3.16	3.39
オーストラリア	3.77	3.50	3.25
アメリカ本土	3.70	3.58	3.52
ハワイ	3.44	3.30	2.97

図4-1 海外修学旅行先各国の強み・弱み



## 5. 考 察

今回の調査において、「生徒に対して修学旅行の満足度について、旅行後に調査していますか」という質問をしたところ、127校中「している」が112校、「していない」15校と、ほとんどの高等学校が生徒に対して事後調査を実施していた。この結果は高等学校が生徒の声を取り入れる意志の表れであり、翌年以降の修学旅行に影響を与えるものである。

財団法人日本修学旅行協会が平成13年度に実施した「高等学校生徒の修学旅行に関する意識調査」での「修学旅行の改善について」の質問では、修学旅行の時期は、ゆっくりと見学できる時期で、日数は現行程度でよく、費用は高いとは思っていない。目的地は歴史的・文化財豊かな地方よりも、自然豊かな地方を好む。体験学習については内容によって肯定的である。また、大人数での行動よりも班別など少人数での行動を好む、という傾向が見られた。また、同調査の「修学旅行後の評価について」によれば、94.9%の生徒が「修学旅行に

参加してよかった」と回答しており、「友人とさわいだのが楽しい思い出となった」が80.6%、「人間関係がより親密になった」が72.2%、「人間的成長になった」が63.7%と、修学旅行の生活指導的目的地はほぼ達成されていることが実証された。注目すべき点は「同じところへ再度行ってみたい」が72.1%と非常に高く、思春期の楽しい修学旅行の思い出が、以降の旅行行動に影響を与えることがわかる。

オーストラリアの海外修学旅行目的地としての優位性は、「体験」「ふれあい」であった。一方、中国、韓国など競合目的地の優位性は「学習」にある。オーストラリア政府観光局が挙げる8つの強みと今回の調査の結果から、オーストラリアの修学旅行マーケティング戦略のポイントを整理すると、第一に「体験」「ふれあい」という強みを強調しつつ、強みと弱みである「学習」効果を融合させることである。オーストラリアはその建国以来の歴史は短いものの、先住民アボリジニの歴史・文化がある。また、多民族・多分化国家オーストラリアでのホームステイ、ファームステイ体験は英語学習にとどまらず、これからの国際化社会を生きぬく若者にとって、貴重な体験となるだろう。さらに、オーストラリアには15の世界遺産があり、自然と人間の共生、環境保護などをエコツアーなどにより学ぶことにより、テーマのある修学旅行として、情操教育の場となる。

第二に安全面、時差、飛行時間、気候等の旅行環境の強みを積極的にプロモーションすることである。安全とは単に治安だけでなく、文化や歴史認識に対する軋轢などが含まれる。歴史認識問題などで常に国家間に緊張のある競合目的地中国、韓国に対しては、安全面が強調できる。修学旅行にとって安全は最大の関心事である。

第三に費用・旅行日数など、オーストラリアにおいて弱みとされている条件をどう改善するかである。先述のように競合目的地の中国や韓国に比べ、平均費用が高く、平均滞在日数も長い。保護者の負担を考えれば、費用を減らすことがオーストラリアへの修学旅行誘致への重要な要因である。費用の中で大



きな比重を占めるのは、航空運賃であり、シドニー、メルボルン、パースといった主要都市への航空運賃は、中国韓国に比べかなり高くなる。航空運賃を安く抑えるには、オーストラリア北部で日本から直行便のあるケアンズやブリスベンといった都市を中心とした旅行プランを多くすることが望ましい。ケアンズやブリスベンのあるクイーンズランド州は観光産業が盛んであり、州政府も積極的に観光プロモーションを行なっている。クイーンズランド州政府観光局が単独でまたは日本の旅行会社と共同で修学旅行をさらに積極的に誘致すれば、今後オーストラリアへの修学旅行はまだまだ増加するであろう。

### 参 考 文 献

- [ 1 ]平田真幸 (1999) 台湾からの「北海道旅行ブーム」はどのように生まれたか—デスティネーション・マーケティングの視点からの考察—。財団法人アジア太平洋観光交流センター第5回観光に関する学術研究論文
- [ 2 ]宮崎裕二 (2000) 国際観光におけるリピート行動の研究。財団法人アジア太平洋観光交流センター第6回観光に関する学術研究論文
- [ 3 ]佐々木土師二『旅行者行動の心理学』関西大学出版部、2000年。
- [ 4 ]国土交通省『観光白書』各年版。
- [ 5 ]前田勇『観光とサービスの心理学』学文社、2000年。
- [ 6 ]吉田春生『エコツーリズムとマス・ツーリズム』大明堂、2003年。
- [ 7 ]財団法人日本修学旅行協会『修学旅行のすべて』、2005年。
- [ 8 ]財団法人日本修学旅行協会『全国高等学校修学旅行の実態』、2004年。
- [ 9 ]財団法人日本修学旅行協会「高等学校教師の就学旅行に関する意識調査」、2003年。
- [10]財団法人日本修学旅行協会「高等学校生徒の修学旅行に関する意識調査」、2002年。
- [11]財団法人日本修学旅行協会「海外就学旅行等の実施状況」、2005年。