



大学における観光教育研究の可能性(2)

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2010-08-18 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 荒木, 長照, 浅羽, 良昌, 池田, 良穂, 田口, 順等, 宮田, 由紀夫 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24729/00001097

大学における観光教育研究の可能性 (2)

荒 木 長 照・浅 羽 良 昌・池 田 良 穂
田 口 順 等・宮 田 由紀夫

目次

I 観光分野における新たな展開

1. はじめに
2. 観光の定義
3. ニューツーリズム・消費形態の変化

II アンケート調査からみた観光分野の現状

1. 観光教育・観光人材に関する先行調査
2. 独自調査の必要性和目的
3. 調査対象および回答状況
4. ニューツーリズムに関するアンケート結果と関西圏における観光産業の展望

(以上・54巻1号)

III 求められる人材と教育

1. 人材面での対応
2. 観光産業の要望・求められる人材と高等教育機関の対応
3. 観光分野における産学官連携

(以上・本号)

IV 観光高等教育機関の現状

1. 観光高等教育機関のあり方
2. 観光教育機関の現状と課題

V 最後に

付録：「観光と高等教育機関のあり方に関するアンケート調査」質問票

Ⅲ 求められる人材と教育

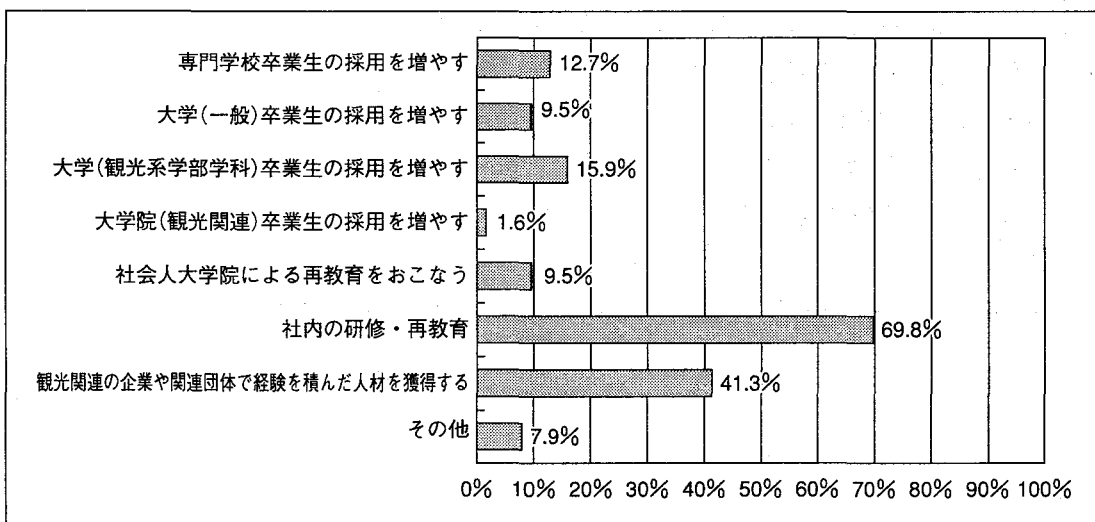
1. 人材面での対応

前章（前号・54巻1号「大学における観光教育研究の可能性（1）」より）の「Ⅱ アンケート調査からみた観光分野の現状」のようにニューツーリズムに対応すべきと考える企業・団体は多いものの、実際の対処方法については、大学に対する役割や期待は低いものとなっている。

図11は、前章の図7から引き続き人材面・教育面についての具体的な対策を、ニューツーリズムへの対応を認識している組織に限定して質問（複数回答）した結果である。それによると「社内の研修・再教育」が69.8%と圧倒的に多く、既存の人材を再活用・再配置することによって課題に対処すべきという考えが非常に多いことがわかる。既存の人材の再活用・再教育の分野では「社会人大学院による再教育をおこなう」という選択が存在するが、9.5%と、社会人大学院が人材の再活用場としてあまり認識されていないことがわかる。これには費用面や社内の支援体制が充実していないこと、また観光系大学院自体関西圏では設置されていないことから観光系の社会人大学院の認知度が少ないことが考えられる。一方、「観光関連の企業や関連団体への経験をつんだ人材を獲得する」が41.3%と2番目に多く、短期的・即戦力志向が読み取れる。新規採用による対処では専門学校・大学（観光系）がそれぞれ12.7%、15.9%と大学（一般）の9.5%よりも高い回答結果となっており、観光専門の教育機関に対する一定の期待があることがわかる。

こういった現状の課題に対する人材面での対処について、前章の図10の結果を再度想起

図11 人材面での対処方法（図6で多様化・二極化のいずれかを答えた人の中で）



すれば、現状および短期的な視点と中長期的な視点では対処方法に違いが存在すると解釈することができる。つまり、現状や短期的な視点では既存の人材を研修・再教育や経験者の獲得で対処し、前章図10より中長期的視点の場合は大学・大学院によるリーダー的人材の育成が不可欠であると回答側は考えていると思われる。

図12より、観光業界の問題に対処するために期待している機関、ふさわしい機関として「観光連盟・協会・コンベンション協会 (56.7%)」が最も高く、「観光関連の業界団体 (54.0%)」「地方自治体 (観光課など) (50.8%)」が50%を超える高い回答となっている。一方、大学・大学院に対する役割や期待の低さが読み取れ、現状では産学官において産と官の役割から「学」である高等教育研究機関の役割や期待・認知度が欠如していることがわかる。また国土交通省が観光プロデューサーや観光カリスマとして期待している「観光関係の非営利組織 (NPO)」が12.7%と低い回答率であった。

さて、前章の図9・10は観光分野における人材面について全回答者の回答結果であるが、さらに短期・中長期的視点の両視点からの課題の解決として「観光分野をリードできる人材の育成・輩出」と答え、人材教育について関心が高いと思われる組織に絞り込んで、「観光分野をリードできる人材の輩出」について質問したものが図13である。これによると「観光連盟・協会・コンベンション協会」が62.8%と最も高い。「観光連盟・協会・コンベンション協会」の役割を期待する回答が図12、図13などにおいて全般的に高い理由として、アンケートの回答状況において団体の回答割合が高いという可能性があるものの、「観光連盟・協会・コンベンション協会」が観光業界の将来の問題への対処だけでなく人材面でも高い期待が持たれていることがわかる。

図12 人材面の対処で役割に期待しているあるいは対処にふさわしい機関

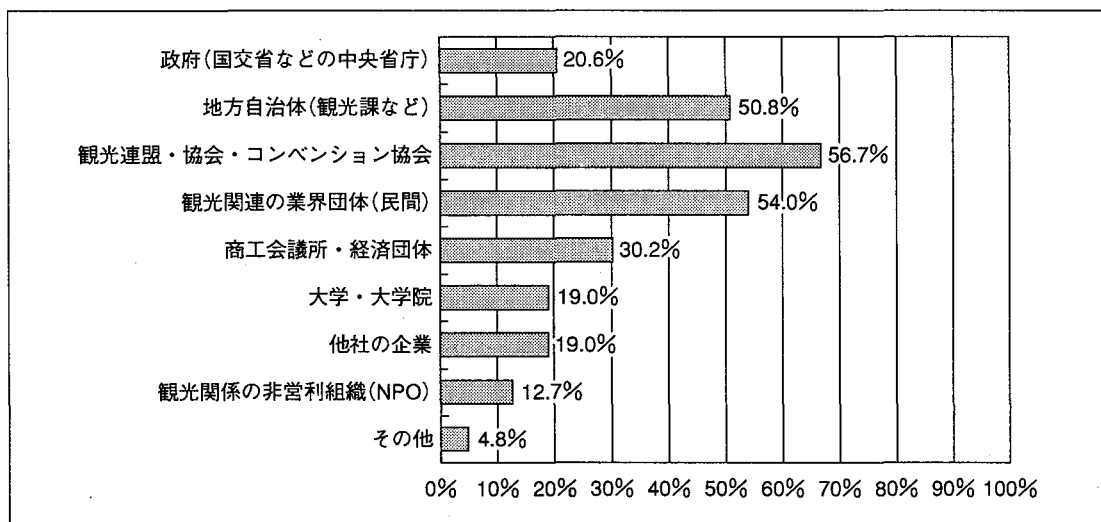
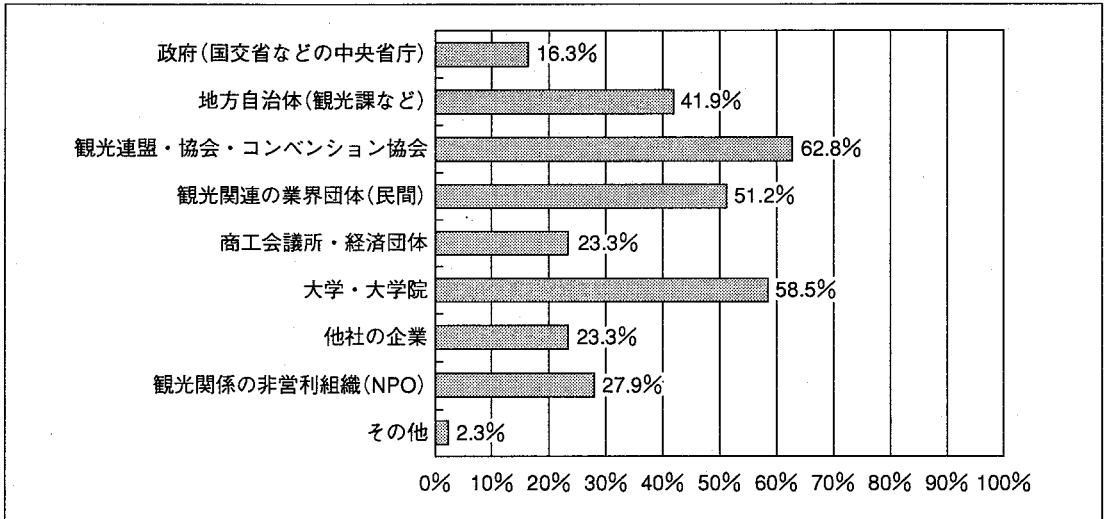


図13 「観光分野をリードできる人材の輩出」を担う機関
 (前章図9・図10で「観光分野をリードできる人材の育成・輩出」を回答した人で)



一方、図13において、「観光連盟・協会・コンベンション協会」の次に期待が高い機関は「大学・大学院」の53.5%である。図12では「大学・大学院」の役割が低い回答結果であった一方で、前章の図9・図10における長期的視点、および図13において「大学・大学院」に関する期待が高い回答結果となっていることから、高等教育機関における人材教育面に関する期待が特化して現れていることがわかる。

つまり現状では図11のとおり既存の人材の再教育で対応するものの、インバウンド、観光客の増加が期待できる中（前章図8参照）それだけでは限界に達するため、将来的には大学や大学院で専門教育を受けた人材を採用しなければ、観光業界の環境には対応できない背景が存在するものと考えられる。

図13の説明に戻ると、「大学・大学院」の次には「観光関連の業界団体（民間）（51.2%）」と「地方自治体（観光課など）（41.9%）」が続いている。この部分は先の図12と同じ順序であるので、結局「大学・大学院」が2位に割り込んだ形となっていることがわかる。

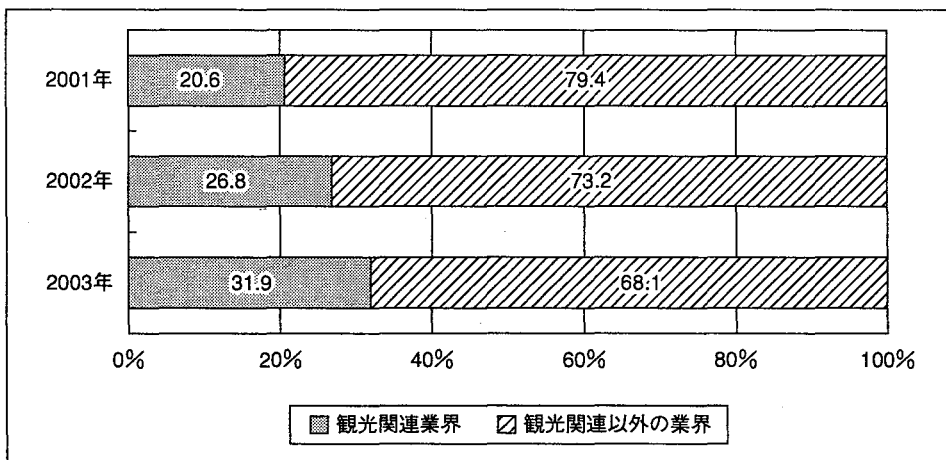
以上のように、長期的には高等教育機関による人材育成が重要であるという認識がありつつ、現状では再教育や既存人材資源を利用するという対処方法がとられている理由としては、観光産業では現場の経験やスキルが非常に重要であるという点が考えられることは言うまでもないが、こと教育機関の視点から考えると、産業界が求める役割と人材を教育・育成する高等教育機関・大学側との間には、北海道21世紀総合研究所など（2007）が指摘するように⁴⁾、人材の需給ミスマッチが生じているものと考えられる。

その結果を示すものの1つとして、国土交通省総合政策局観光企画課（2005）の観光関

連大学の卒業生の観光関連産業への就職率（図14）および就職先（図15）を調査したものである。図14がその結果であるが、これによると、2001年度からの3年間で観光関連への就職率は増加傾向であるものの約30%と低調である。さらに調査基準は違うものの、北海道21世紀総合研究所など（2007）での卒業生の就職先（図16）においても、大学卒業生の観光関連企業の就職率は低いことから、近年の就職の状況も改善されていないことがわかる。

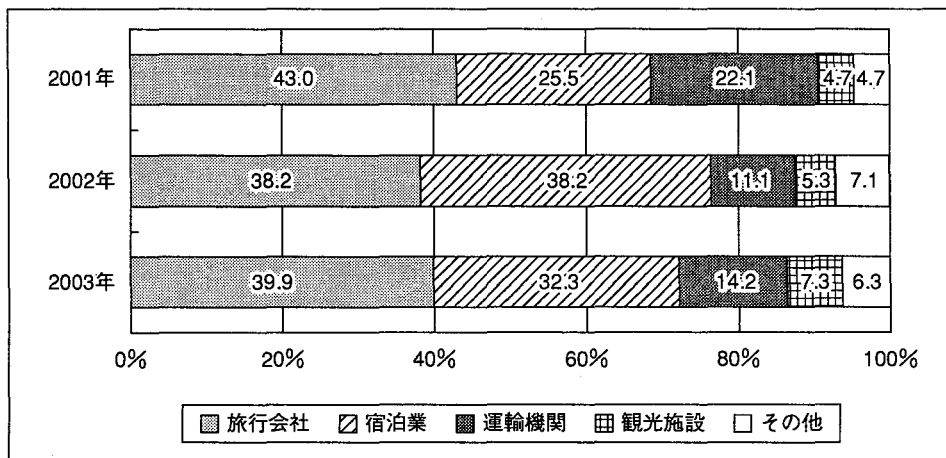
昨今の観光関連の大学・学部・学科の設置の急速増加やそれに伴う卒業生の増加のため、受け皿として観光関連企業への就職は、景気状況・団塊の世代の大量退職を差し引いても容易ではないものと予想される。

図14 卒業生の就職状況（n=12）（全体）



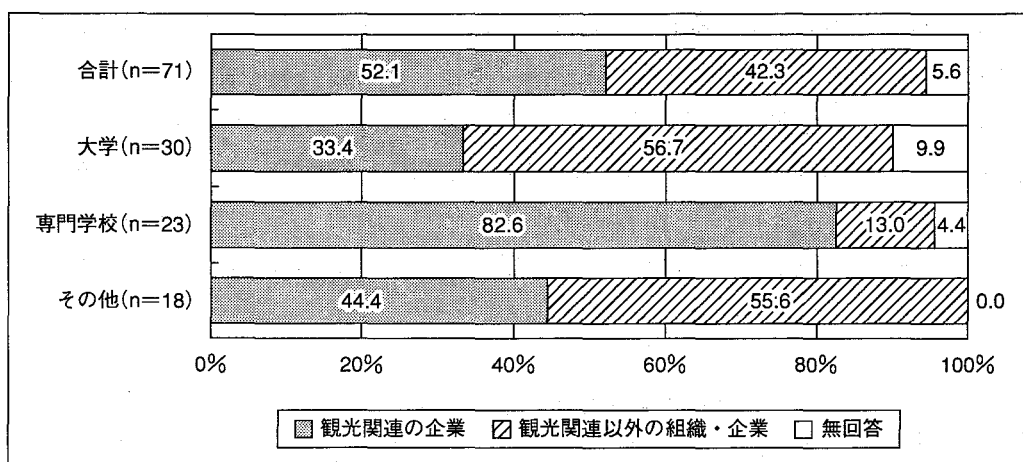
国土交通省総合政策局観光企画課（2005）p 29より作成。

図15 卒業生の就職状況（n=12）（観光関連業界）



国土交通省総合政策局観光企画課（2005）p 29より作成。

図16 卒業生の就職先



北海道21世紀総合研究所など (2007) p96より作成。調査時期が2006年6月調査であることから、平成17年度 (2005年度) のものとおもわれる。

このように新規人材、とくに大学卒業生 (観光系) を観光産業が積極的に活用しない理由として、ヒアリング調査 (田端俊文氏・社団法人日本旅行業協会関西支部事務局長からのコメント) から次のようなものが浮かび上がった。要約すると、旅行業界はニューツーリズムに対処する動きはあるものの依然としてマスツーリズムに依存しており、また新卒採用においては出身大学が観光系であるか非観光系であるかどうかは、採用決定の最終的な判断としてはほとんど重要ではないということである。またそうした専門知識や即戦力となる能力が必要なときは、観光系大学ではなくむしろ観光専門学校卒業生の採用や内部での研修で対処するということである。

このような状況を放置すれば、観光業界を志望する学生が観光系の大学・学部学科に入る必要はないという認識が広がり観光系の大学・学部学科の存在意義は薄らぎかねない。雇用のミスマッチを解消し、必要な人材や能力を大学側が育成する必要がある。

2. 観光産業の要望・求められる人材と高等教育機関の対応

観光関連企業が求める人材像や能力については、観光の専門知識だけでなく管理・経営を行うための能力や一般的な知識など幅広いものである。また機関ごとによって求められる能力は様々である。

大阪府立大学ツーリズム産業研究所の調査では観光業界・団体が求める高等教育機関に求める人材・能力に関する質問 (図17参照) では、観光専門学校では実務教育を重視する観光専門学校の特徴があらわれている。次に観光関連4年制大学では観光に関する知識ではな

く、あらゆる能力が求められていることがわかる。一方観光関連以外の4年制大学では、専門性だけでなく一般的な知識が必要とされ前述の田端氏コメントを裏付ける結果となっている。

一方、国土交通省総合政策局観光企画課(図18)のように「特に重視する事項」と「重視する事項」と回答を分離してみると、観光関連の4年制大学の学生には観光の専門能力が特に重視されているが、単なる重視する事項では一般の大学卒業生全般と回答構造はほぼ同じとなっている。採用側の心理として観光分野だけでなくどんな能力でも対応できる優秀な人材を求める欲求が存在し、企業側の観光系高等教育機関への人材に対する要求が必ずしも明確でないと考えられる。

そのほかに観光関連の社会人大学院(図17)では、専門学校や大学と比べてより高度な専門性が求められる分野での期待が高く、即戦力や実務分野での期待は低いことがわかる。

図17全体では観光関連の社会人大学院を除く3つの機関で「社会人としての常識・マナー・礼儀」が70%を超えるもっとも多い回答となり、すべての高等教育機関において「国際化に対応した能力・語学力」が50%を超える高い回答率となっている。

観光に関する専門知識は、観光施設、地域の文化、地理、歴史、料理など幅広い。しかし求められている能力は既存の座学だけではなく、より実践的なものである。インターンシップによる観光関連企業での実地研修によって接客・運営上の知識やノウハウを直接学習することは非常に重要である。また大学のカリキュラムとは異なる「社会人としての常識・マナー」といった初期の企業研修で行われる分野も求められている。

こうした企業側の要望に対して、人材を育成する大学側のカリキュラムを見てみる。図19は国土交通省のカリキュラムに関する調査結果である。これによると「観光・余暇・レジャー」の分野や「文化・歴史・地理・人間・哲学」といった人文科学系の科目が多いことがわかる。これは観光学の位置づけが観光基本法(旧法)のように、レジャーの普及といった国民生活の向上に重点を置くものと同じである。

もちろんこれらのカリキュラムが重要であることは論を待たないが、もし今から観光教育産業に参入しようとするならば、観光立国推進基本法(新法)の精神のように、外国人観光客誘致の推進や観光を産業面から捉える視点も必要であり、「外国文化・言語」はもちろんのこと「産業・経済・商業・流通・金融」「経営・会計・マーケティング・接客」「法律・行政・政策」といった社会科学分野や、「統計・数理・情報」「地域・都市・景観・環境」といった自然科学分野からのアプローチが必要不可欠であると考えられる。これからの観光系学部学科においては既存の観光学部学科の概念にとらわれず、観光学は学際的な分野であることから、また観光関連企業のニーズに対応するために、様々な側面からの研究・教育を行うことが必要である。

図17 各高等教育機関別に求められる人材および能力 (n=274)

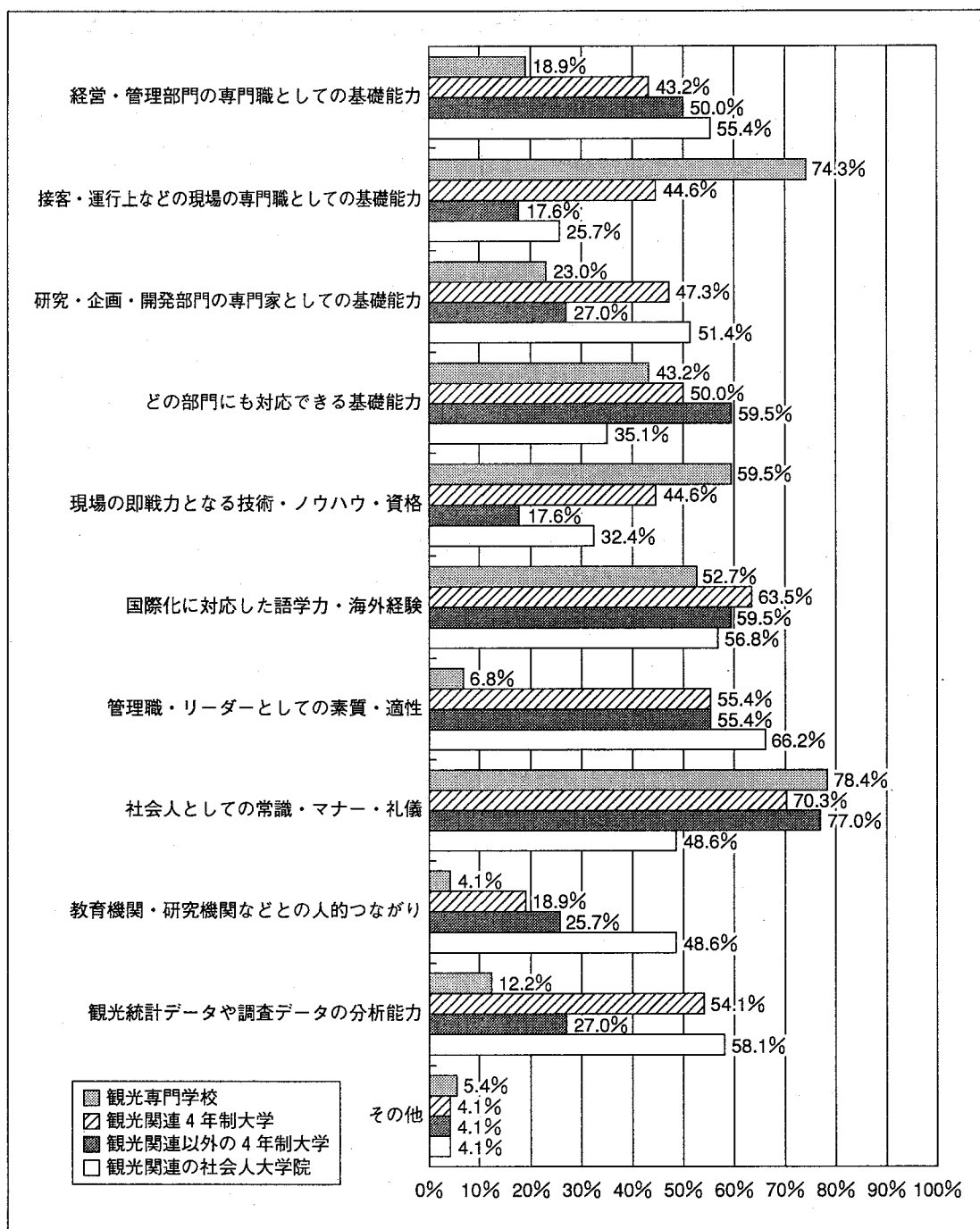
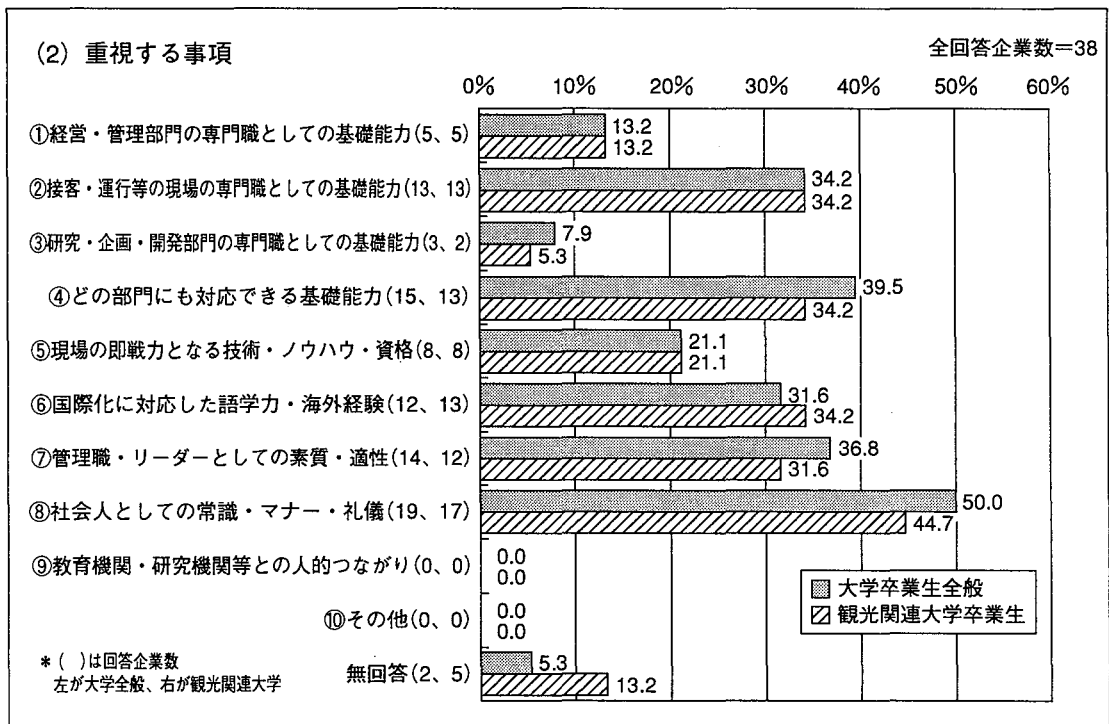
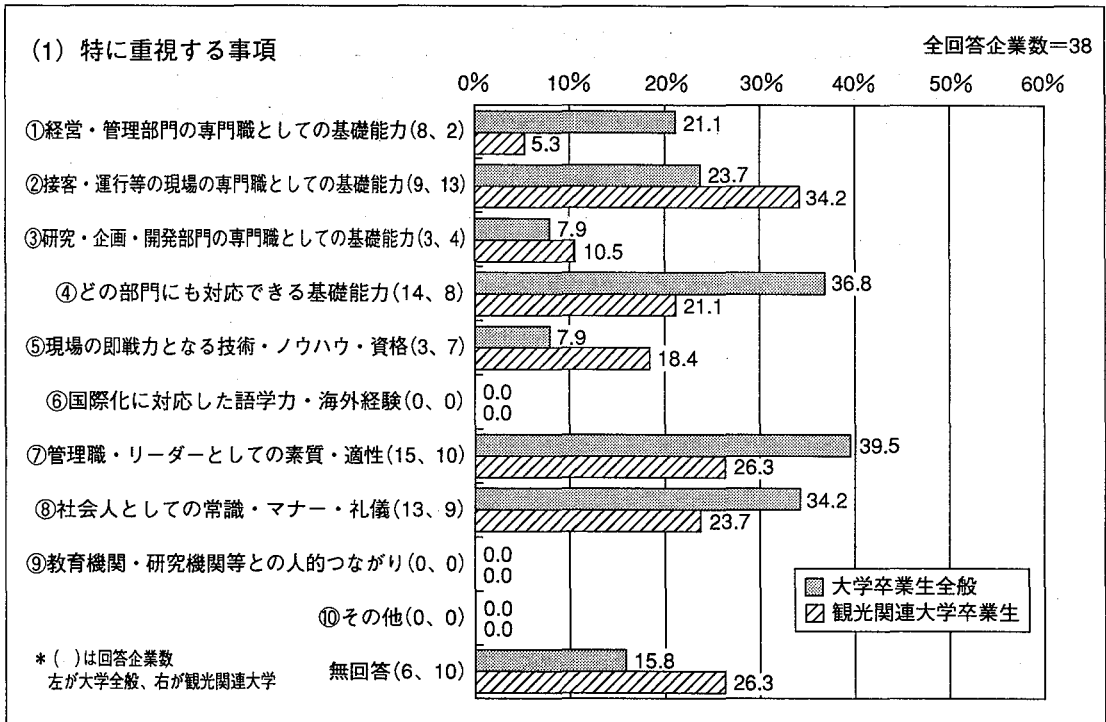
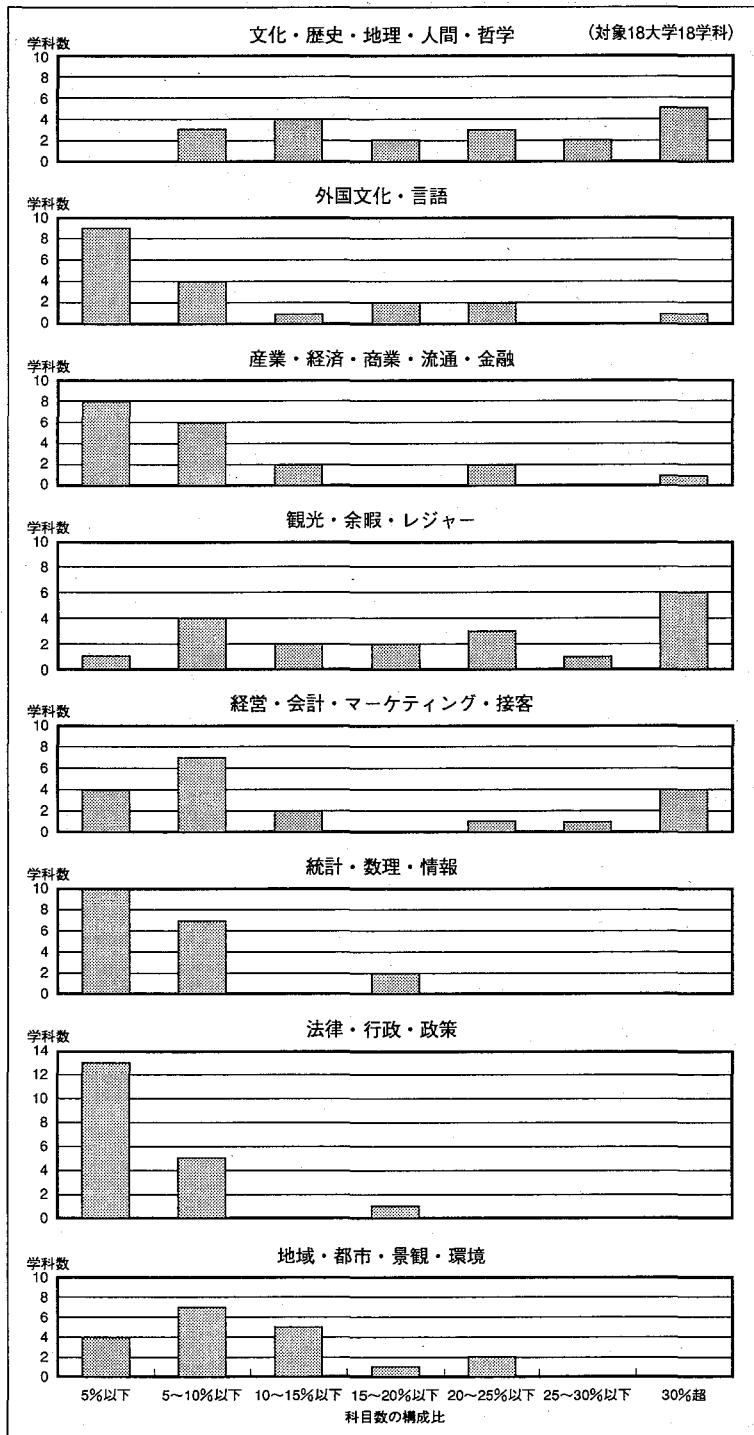


図18 4年制大学・大学院卒業者の採用における重点 (n=38)



国土交通省総合政策局観光企画課 (2005) p 66より

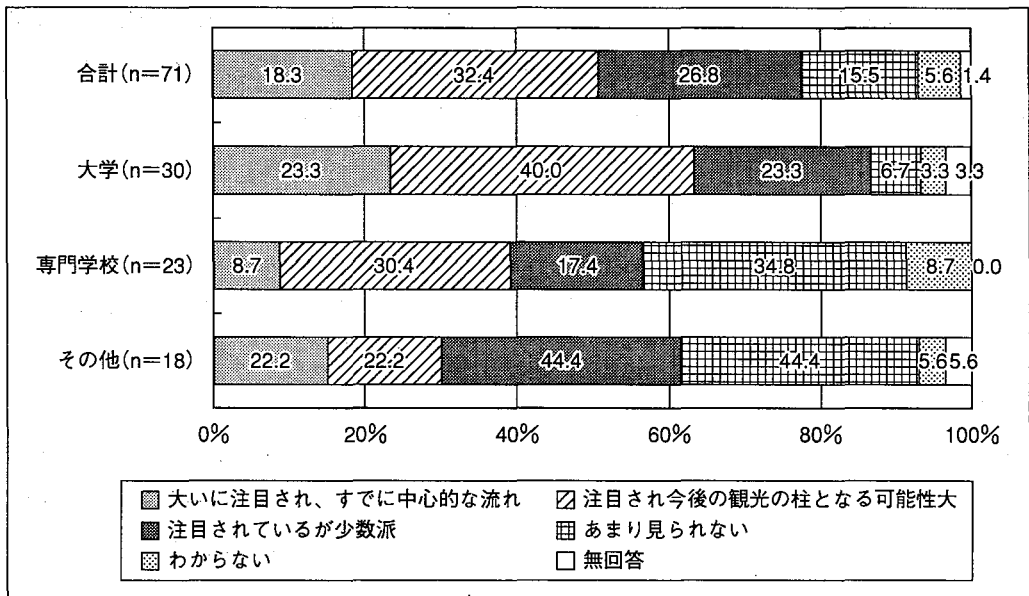
図19 開講科目数の専門分野別構成比の分布状況



資料：各大学のカリキュラム表及びシラバスに基づき作成 *専門分野の区分は作成者の判断による。

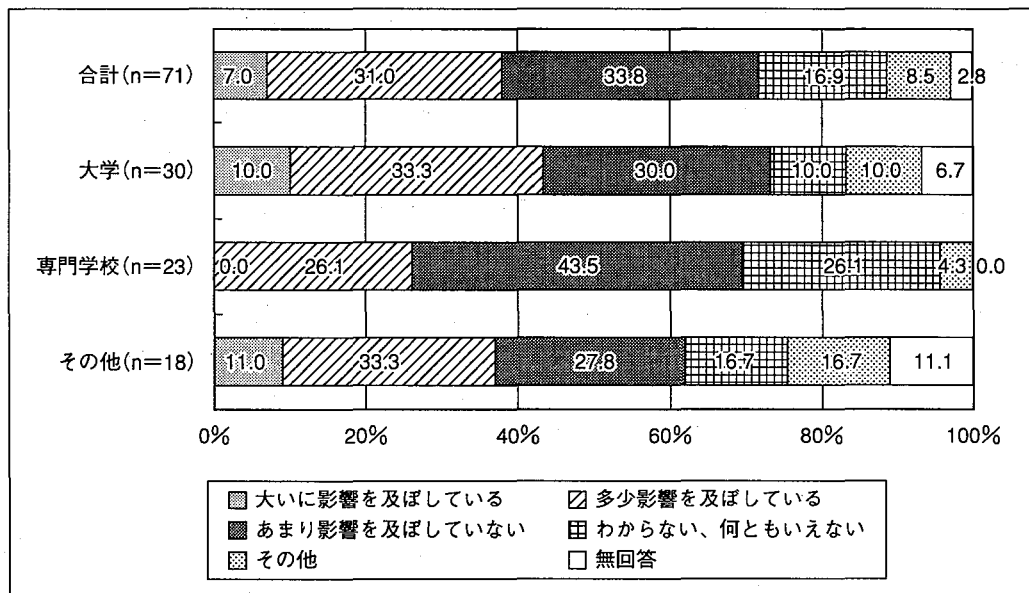
国土交通省総合政策局観光企画課 (2005) p 25より

図20 ニューツーリズムの観光への影響



北海道21世紀総合研究所など (2007) p 89より作成。

図21 新しい観光によるカリキュラムへの見直し



北海道21世紀総合研究所など (2007) p 89より作成。

図20と図21は、ニューツーリズムへの認識と教育機関側のカリキュラムでの対応を図示したものである。図20からわかることは、大学・企業・団体すべてがその対応の重要性をかなり認識していることである。しかし、図21からは、ニューツーリズムへの対応するためにカリキュラムの変更に至るまで十分いたっていない大学の現状がわかる。

3. 観光分野における産学官連携

こうした企業側と大学側のズレを修正し、観光産業の実態にあった教育や研究を行うための解決方法の1つとして産学官連携があげられる。現状としては政府・地方自治体の観光関連部署と観光関連企業との連携である「産と官」の連携は進んでいるものの、「学」との連携が取り残されている。

観光分野における産学官連携の現状と期待について、図22では観光分野における共同事業の現状では「観光連盟・協会・コンベンション協会」からの共同事業が最も多く50.0%であり次に「行政機関」(39.2%)、「なし」(31.1%)「他社の企業」(27.0%)となっている。

図23の観光分野における支援・協力の現状についてでは同じく「観光連盟・協会・コンベンション協会」が最も多く45.9%で次に「行政機関」(40.5%)、「なし」(29.7%)「商工会議所」(27.0%)となり、どちらの質問でも「観光連盟・協会・コンベンション協会」「行政機関」「なし」の順番となっている。どちらの回答でも産学官の連携において産と官では連携が進んでいるものの「学」である大学(観光系・非観光系)のどちらも回答が少ないことから、「学」として研究機関としての大学との連携が活発に行われていないことがわかる。これは図22および図23の観光業界の問題を対処するにふさわしい機関として「学」である高等教育研究機関の役割や期待が低く、産官の部門の期待が高いことと同じ結果となっている。

この原因として観光系の大学の歴史が浅く、また大学側が産業界へのアプローチを行う意欲や方法が欠如しているなどが原因としてあげられる。大学、高等教育機関は連携を強めるためには産業界への直接連携するだけでなく、観光協会・関連団体・コンベンション協会や経済団体といったコーディネートの役割が強い機関を通じた連携が重要であると考えられる。

図22・図23において産学官連携において「学」の連携が弱いものの、表6では観光関連大学・大学院における産学連携の期待は高く、他の機関とは異なる期待の性質であることがわかる。

表6において「大学(観光系学部学科、個別研究室を含む)」において最も期待されている項目は「観光業界や地域の問題点についての調査研究」で64.9%と最も多く、この項目

図22 産学官連携における共同事業 (予定も含む)

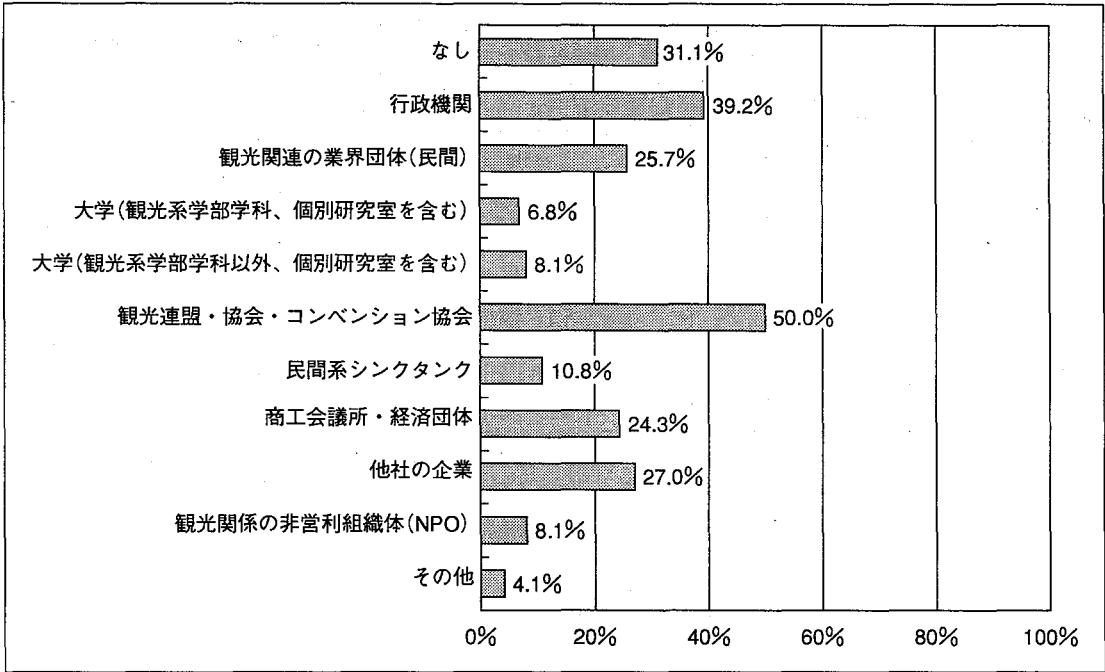


図23 産学官連携における支援・協力 (予定も含む)

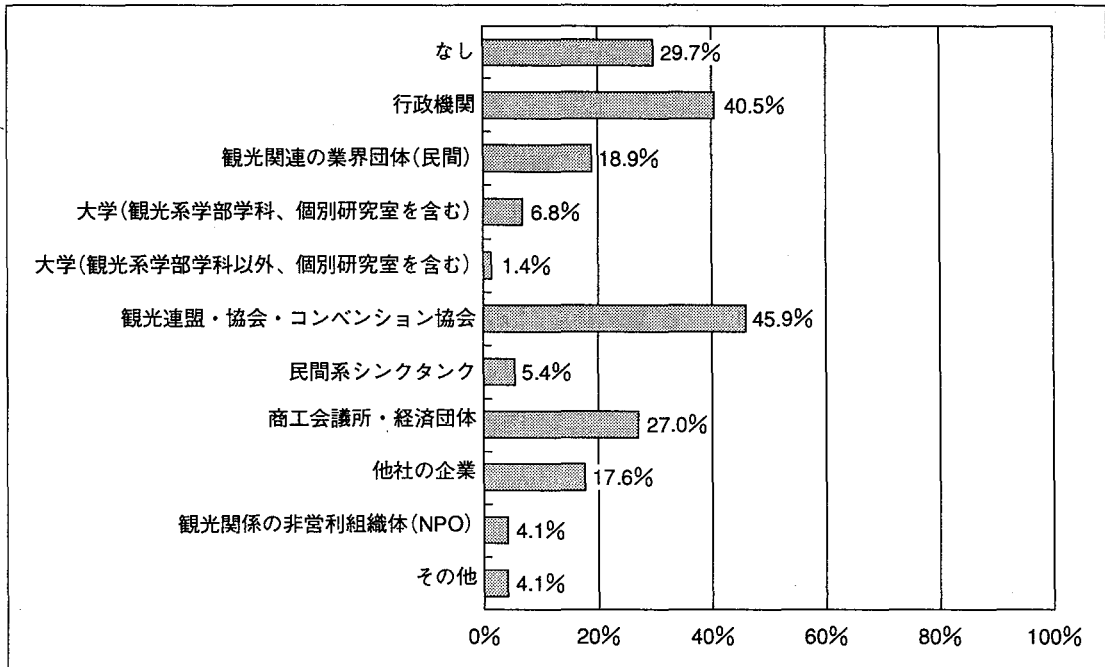


表6 機関別の産学官連携の役割 (n=74)

	行政機関		大学(観光系学部学科、個別研究室を含む)		大学(観光系学部学科以外、個別研究室を含む)		観光連盟・協会・コンベンション協会		民間系シンクタンク		商工会議所・経済団体		観光関係の非営利組織(NPO)	
回答	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%
企業のニーズや要望の反映	34	45.9%	11	14.9%	15	20.3%	32	43.2%	28	37.8%	36	48.6%	7	9.5%
地域や観光地域への貢献	45	60.8%	28	37.8%	20	27.0%	53	71.6%	18	24.3%	43	58.1%	39	52.7%
人材の交流を活性化させる	15	20.3%	20	27.0%	22	29.7%	27	36.5%	10	13.5%	26	35.1%	26	35.1%
観光業界や地域の問題点についての調査研究	28	37.8%	48	64.9%	18	24.3%	35	47.3%	44	59.5%	22	29.7%	16	21.6%
地域や観光地の連携を強める	39	52.7%	14	18.9%	5	6.8%	53	71.6%	14	18.9%	33	44.6%	34	45.9%
企業との自由な相談・交流を活性化させる	16	21.6%	22	29.7%	21	28.4%	24	32.4%	15	20.3%	33	44.6%	14	18.9%
その他	2	2.7%	2	2.7%	0	0.0%	2	2.7%	0	0.0%	1	1.4%	0	0.0%
特に期待していない	3	4.1%	7	9.5%	18	24.3%	1	1.4%	10	13.5%	3	4.1%	10	13.5%

においてどの研究機関よりも高い期待が寄せられている。これは「民間系シンクタンク」の期待と似ている。

一方「大学(観光系学部学科以外、個別研究室を含む)」では「特に期待していない」が24.3%と他の機関よりも最も多く、産学官連携の期待が最も少ないことがわかる。

そのほかの機関について「行政機関」は「地域や観光地域への貢献」が60.8%と最も期待されており、次いで「観光地の連携を強める(52.7%)」、「企業のニーズや要望の反映(45.9%)」となっている。しかし全般的に「観光連盟・協会・コンベンション協会」に対する期待は非常に高いものであり、「地域や観光地域への貢献」と「観光地の連携を強める」が同率1位で71.4%であり、「特に期待していない」も1.4%とすべての7機関で最も少なく、観光分野における期待の高さがあらわれている。

民間系シンクタンクは「観光業界や地域の問題点についての調査研究(59.5%)」が突出して多く、「商工会議所・経済団体」は「地域や観光地域への貢献」が最も高く58.1%、ついで「企業のニーズや要望の反映(48.6%)」、同率3位で「地域や観光地の連携を強める」「企業との自由な相談・交流を活性化させる」(48.6%)となっており、項目順位が「行政機関」類似した点があるものの「企業との自由な相談・交流を活性化させる」が7機関中最も期待が高く、連携において高く期待が持たれていることがわかる。観光関係の非営利組織(NPO)については「地域や観光地域への貢献」が52.7%最も高く、ついで「地域や観光地の連携を強める(45.9%)」、「人材の交流を活性化させる(35.1%)」となっている。「特に

期待していない」が13.5%であり、全般に期待の低さがうかがえる。

全般的に表6においても、観光協会・関連団体・コンベンションへの期待が全盤的に高くなっているが、調査能力などは個々の機関によっては予算や人員に限界がある。そこで高等教育機関である大学は、その特性が十分発揮でき期待も高い分野である調査・研究分野においても、重要な役割をはたさなければならない。

(次号へつづく)

注

4) 北海道21世紀総合研究所など(2007) p59参照。