

先導的大学改革推進委託事業（R3）

# 大学における観光教育の現状と課題に 関する調査研究

成果報告書の概要

国立大学法人 和歌山大学

# 調査の目的

ミスマッチ？

- 観光立国推進の課題
  - 「観光の中核を担う人材育成の強化」（観光ビジョン実現プログラム2020）
  - 2000年代以降、観光系学部・学科は増加
    - その一方で、観光系大学卒業生が必ずしも観光関連の職を希望しない状況
- 調査の目的
  1. 学部段階における観光教育の現状を把握する
  2. 観光関連の人材需要を踏まえ、観光の中核を担う人材育成の強化に必要な課題を明らかにする
- 調査対象
  1. R2年度時点で観光・ツーリズム・ホスピタリティを学部・学科名称に含む46大学  
＋芸術文化観光専門職大学、立命館アジア太平洋大学（APU）
  2. 観光産業界（2650社）、観光地域づくり法人（DMO）（303団体）

## ① 観光人材育成の現状に関する調査

### ①-1 観光産業界の観光人材育成ニーズ

#### ■収集データ

- ・観光人材に求める学力（知識、スキル・能力）
- ・大学に期待するカリキュラム

#### ■データ収集方法

- ・既存の文献・報告書等から抽出
  - 観光庁観光人材育成に関する調査報告書
  - 業界誌・専門誌
  - 業界団体調査報告書等
  - 業界団体や自治体等の実施する人材育成講座等の報告書
  - 学術論文

### ①-2 観光系学部等を有する大学の観光教育の現状

#### ■収集データ

- ・観光系学部・学科を有する46大学における観光教育の現状
  - 開設授業科目一覧、シラバス
  - 3ポリシー、観光人材像を想定した履修モデル
  - インターンシップの開設・実施状況
- ・卒業生の進路状況（過去5年）

#### ■データ収集方法

- STEP1: HP等より公開情報を入手
- STEP2: 郵送による質問紙調査（STEP1の知見を活用）
- STEP3: 不足する情報をヒアリング調査等でフォローアップ

## ② 大学において必要な教育内容の研究

### ②-1 観光産業界の観光人材育成ニーズの整理・分類

#### ②-1-2 観光産業調査

#### ■収集データ

- ・COVID19の観光産業への影響
- ・ニューノーマル時代の課題
- ・観光人材像等の変化の有無

#### ■調査対象

- ・観光関連企業（約2,600社）
- ・地域の中核的な観光推進組織（約300件）

#### ■調査方法

- ・郵送による質問紙調査

#### ②-1-1 二次データの整理・分類

- ・業種・観光人材像の違いに留意して分類

#### ②-1-3 観光産業の現状を踏まえた観光人材育成ニーズの整理・分類

#### ②-2-1 各大学の教育内容の整理

- ・各大学の教育内容の傾向を整理

#### ②-2-2 観光系大学の教育内容の整理・グループ化

### ②-2 観光系大学の教育内容の整理・グループ化

#### 参考調査：海外事例分析

#### ■収集データ

- ・海外大学の観光系学部における教育内容や考え方

#### ■データ収集方法

- ・既存の調査資料の活用
  - 「観光教育プログラムに関する各国大学調査」（H28、学内予算）
- ・HP等より公開情報を入手

### ②-3 観光産業界の観光人材育成ニーズと観光系大学の教育内容との対応状況の分析

- ・教育内容と人材像のミスマッチに対する認識、マッチングの取組等について、典型例となる大学を抽出、ヒアリング調査等でフォローアップ

### ②-4 今後の観光の中核を担う観光人材育成に必要な教育内容

- ・観光の中核を担う人材育成の強化に必要な課題
- ・モデル的なカリキュラムの抽出
- ・取り組み事例集
- ・データ集

# 産学における観光人材確保・育成の現状（Ⅰ）

- 大学観光教育と観光人材育成の“ミスマッチ”
  - 量的拡大：2000年代以降に急増（観光立国政策の一環）
  - 「質」の問題：2010年代から様々な指摘
    - 「海外の観光系大学等とは異なり、人文科学、社会科学を中心としたものが多く、経営人材の育成など、観光産業界が求める人材を輩出するという観点でみると十分ではない」（観光庁 2016）
    - 大学観光教育と観光関連産業との間で「ミスマッチ」
      - 観光学部・学科卒業生の観光関連産業への就職率：16.7%（観光庁 2016）
- 大学観光教育と観光人材育成
  - 8割の観光系学部・学科のAP・CPに「観光人材育成」の記述あり（七枝 2021）

# 産学における観光人材確保・育成の現状（2）

- 大学観光教育と観光関連産業との“ミスマッチ”の背景
  - 2つの潮流：「教養型教育」と「職業訓練的教育」（高橋 2019）
    - 教養型教育：立教大学、杏林大学、和歌山大学、東京都立大学など
    - 職業訓練的教育：東洋大学・明海大学など
- ミスマッチの背景その1：教養型教育系大学の「不明瞭さ」
  - 何を目指した観光教育なのかが不明瞭（山口 2021）
- ミスマッチの背景その2：職業訓練的教育の「不十分さ」
  - 経営系講義の不足
  - インターンシップ制度の未発達
    - 離職率の高さ
    - 国内大学におけるインターンシップ制度の課題（高橋 2019）
      - 選択科目であるため、学生間で経験の偏りが出る
      - 他の科目との連動性がみえない
      - 無給／短期／採用に直接関係しない

# 海外大学の動向

- 「経営学部 → ホスピタリティ教育」だけではない多様さをもつ
- アメリカ大学ランキングTop100大学における「観光教育」
  - コーネル大学
    - 経営学部 → ホテル経営学科
  - テキサスA&M大学
    - 農業生命科学部 → レクリエーション・パーク・サイエンス学科
    - 「質の高い体験、生活、コミュニティの創造」
  - ペンシルベニア州立大学
    - 健康人間開発学部 → ホスピタリティマネジメント学科、レクリエーション・パーク・ツーリズムマネジメント学科

大学	アメリカ大学 ランキング (2022)	QS 世界大学 ランキング (ホスピタリティ) (2021)	世界大学学術 ランキング (ホスピタリティ) (2021)
コーネル大学	17	12	76-100
ミシガン大学	23	51-100	—
南カリフォルニア大学	27	—	151-200
ニューヨーク大学	28	51-100	—
フロリダ大学	28	25	21
ボストン大学	42	51-100	51-75
イリノイ大学 アーバナシャンペーン校	47	51-100	101-150
ジョージア大学	48	—	40
オハイオ州立大学	49	—	51-75
パデュー大学	49	35	10
フロリダ州立大学	55	34	14
ジョージワシントン大学	63	51-100	76-100
ペンシルベニア州立大学	63	20	11
インディアナ大学 ブルーミントン校	68	—	101-150
テキサス A&M 大学	68	33	27
マサチューセッツ大学 アマースト校	68	37	20
ミネソタ大学 ツインシティー校	68	—	201-300
クレムソン大学	75	50	151-200
バージニア工科大学	75	22	12
ノースカロライナ州立大学	79	51-100	151-200
ミシガン州立大学	83	29	39
デラウェア大学	93	—	101-150
デンバー大学	93	—	51-75
オーバーン大学	99	51-100	101-150

# 観光産業界の概要

表. アンケート調査の概要

調査目的	観光産業における観光人材育成ニーズを明らかにする。
調査方法	郵送調査
実施時期	2021年11月25日～12月31日
調査対象	観光産業のうち、次の業種に該当する2,650社 旅客運送業（一般貸切、JR、地方鉄道業、旅客定期航空運送業）、宿泊所、ホテル、旅行業、旅行業代理店業、ブライダル業、テーマパーク、遊園地（ただし、宿泊所、ホテル、旅行業、旅行業代理店については従業員10人以上）
回収数	304社（回収率11.5%）

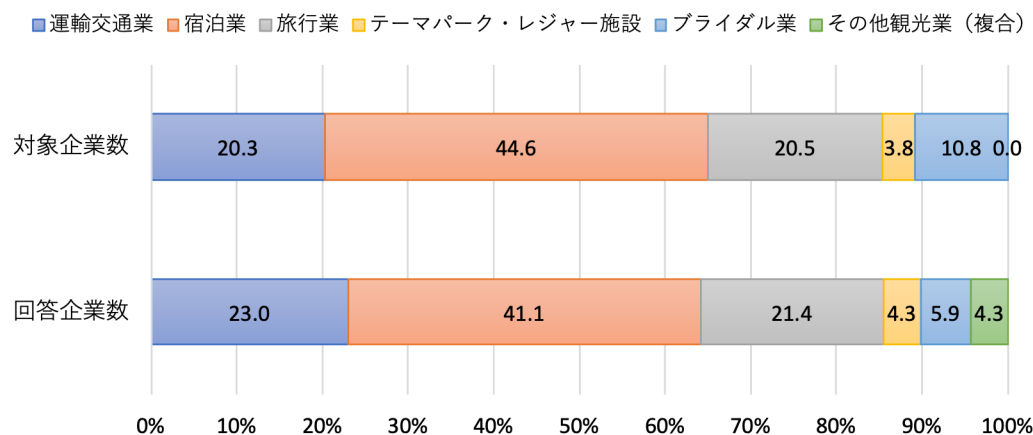


図. 業種別構成比

表. 対象企業・回答企業の内訳

	回答企業数	対象企業数
運輸交通業	70	539
宿泊業	125	1,183
旅行業	65	542
テーマパーク・レジャー施設	13	100
ブライダル業	18	286
その他観光業（複合）	13	
合計	304	2,650

## ・ 特徴

- ・ 小規模零細：86.5%が100人未満
- ・ 新卒採用の不定期性
  - ・ 中小規模では「数年に1度」
- ・ 平均年収：400万円未満（8割）
  - ・ 平均年齢：40代
- ・ 5年先の採用見通し
  - ・ 増える：16.9%
  - ・ わからない：34.8%

# 観光産業界における観光人材ニーズ①

表. 新入社員に身につけておいてほしい「知識」分野（複数回答可）

(%)

大項目	小項目	運輸交通 n=70	宿泊 n=125	旅行 n=65	テーマパーク ・レジャー施設 n=13	ブライダル n=18	複合 n=13	全体 N=304
社会	海外事情	8.6	13.6	36.9	0.0	5.6	7.7	16.1
	異文化	14.3	20.8	35.4	23.1	11.1	0.0	21.1
	公共政策	14.3	11.2	13.8	15.4	5.6	7.7	12.2
地域文化 ・歴史	観光地	62.9	52.8	72.3	38.5	33.3	84.6	58.9
	歴史・伝統文化	25.7	20.0	38.5	15.4	33.3	7.7	25.3
	芸術	7.1	5.6	13.8	23.1	38.9	0.0	10.2
経営・経済 ・ビジネス	経営戦略	30.0	27.2	18.5	23.1	33.3	38.5	26.6
	人的資源管理	8.6	22.4	4.6	7.7	16.7	7.7	13.8
	M&A	0.0	0.8	1.5	0.0	0.0	0.0	0.7
	実務	51.4	46.4	61.5	30.8	44.4	76.9	51.3
数量的スキル	会計・財務管理	17.1	27.2	13.8	15.4	16.7	23.1	20.7
	マーケティング	18.6	40.0	32.3	23.1	38.9	30.8	32.2
	統計分析	7.1	16.0	6.2	0.0	5.6	0.0	9.9
情報リテラシー	ICT	8.6	7.2	21.5	15.4	5.6	15.4	11.2
倫理・社会的責任	ハラスメント・メンタルヘルス	22.9	22.4	10.8	7.7	11.1	0.0	17.8
	SDGsなど持続可能な社会づくり	8.6	20.0	16.9	7.7	22.2	7.7	15.8
	法令・コンプライアンス	41.4	32.0	29.2	30.8	5.6	23.1	31.6
リスク	自然災害・防災	27.1	16.0	9.2	15.4	5.6	7.7	16.1
	医療・公衆衛生	10.0	9.6	6.2	7.7	0.0	7.7	8.2
問題解決	問題解決	27.1	44.8	46.2	46.2	33.3	46.2	40.5

- 全体
- 「すぐに役立つ」
- 業種別特徴
  - 旅行業：幅広い
  - 宿泊：マネジメント
  - 運輸交通：法令・災害

※緑色、青色のバーは、値の大きさを表わす。また、全体より5ポイント以上大きな値のセルは水色、そのうち最大値のセルはオレンジで着色している。

# 観光産業界における観光人材ニーズ②

表. 新入社員に身につけておいてほしい「スキル・能力」分野（複数回答可）

(%)

大項目	小項目	運輸交通 n=70	宿泊 n=125	旅行 n=65	テーマパーク・レジャー施設 n=13	ブライダル n=18	その他複合 n=13	全体 N=304
コミュニケーション	プレゼンテーション力	4.3	11.2	18.5	15.4	11.1	7.7	11.2
	語学力	14.3	41.6	30.8	23.1	5.6	15.4	28.9
情報リテラシー	PCスキル（オフィスソフト等）	22.9	38.4	44.6	38.5	16.7	38.5	34.9
	PCスキル（デザイン、動画制作）	4.3	8.8	16.9	0.0	22.2	0.0	9.5
	ITスキル（ネットワーク管理等）	5.7	10.4	10.8	0.0	11.1	0.0	8.6
	SNSやホームページ等での情報発信能力	18.6	22.4	16.9	23.1	44.4	38.5	22.4
論理的思考・問題解決力	論理性	2.9	10.4	20.0	7.7	5.6	0.0	9.9
	課題発見力	10.0	24.0	29.2	7.7	5.6	7.7	19.4
	情報収集能力	12.9	20.0	33.8	15.4	5.6	30.8	20.7
	実行力	28.6	32.0	41.5	7.7	38.9	46.2	33.2
	計画性	14.3	18.4	35.4	7.7	27.8	7.7	20.7
自己管理能力	責任感	50.0	54.4	75.4	61.5	50.0	61.5	58.2
	ストレスコントロール力	12.9	30.4	23.1	23.1	22.2	0.0	22.7
	向上心	38.6	48.0	60.0	46.2	55.6	38.5	48.4
	主体性	17.1	28.8	36.9	23.1	27.8	23.1	27.3
基本マナー	礼儀・身だしなみ等のマナー	58.6	64.8	78.5	61.5	66.7	61.5	66.1
	電話対応マナー	30.0	40.8	47.7	30.8	33.3	61.5	39.8
チームワーク・リーダーシップ	異文化への適応能力	4.3	12.8	16.9	15.4	0.0	0.0	10.5
	リーダーシップ	18.6	22.4	20.0	0.0	0.0	30.8	19.1
	判断力	32.9	27.2	43.1	23.1	22.2	38.5	31.9
	柔軟性	30.0	50.4	61.5	30.8	55.6	53.8	47.7
	社会性	30.0	35.2	46.2	38.5	50.0	30.8	37.2
	謙虚な姿勢	35.7	50.4	53.8	23.1	50.0	30.8	45.7
	熱意をもって仕事に取り組む姿勢	42.9	52.0	66.2	46.2	55.6	46.2	52.6
	社内でのコミュニケーション力	47.1	63.2	67.7	53.8	44.4	46.2	58.2
	外部（顧客）とのコミュニケーション力	54.3	39.2	63.1	53.8	44.4	30.8	48.4
倫理観・社会的責任	企業理念・行動基準への共感力	20.0	30.4	38.5	0.0	22.2	30.8	28.0
	グローバル・スタンダードな振る舞い	7.1	13.6	9.2	7.7	0.0	0.0	9.5
	環境へ配慮した行動	5.7	8.0	12.3	15.4	5.6	0.0	8.2
総合的・創造的思考力	企画・創造能力	15.7	25.6	35.4	30.8	22.2	23.1	25.3
	危機管理能力	10.0	9.6	15.4	7.7	0.0	15.4	10.5

## • 全体的特徴

- 基本マナー、自己管理能力、チームワーク
- 語学力、情報リテラシー、問題解決
- 倫理・社会的責任／創造的思考力

## • 業種別特徴

- 旅行業：もっとも幅広く選択
  - 特にチームワーク、企画・創造能力
- 宿泊：語学力
- ブライダル：情報発信、PCスキル

※緑色、青色のバーは、値の大きさを表わす。また、全体より5ポイント以上大きな値のセルは水色、そのうち最大値のセルはオレンジで着色している。

# 観光産業界における観光人材ニーズ③

表. 観光系学部・学科のカリキュラムに求める内容（複数回答可）

（％）								
大項目	小項目	運輸交通 n=70	宿泊 n=125	旅行 n=65	テーマパーク・レジャー施設 n=13	プライダル n=18	その他複合 n=13	全体 N=304
社会	国際情勢に関する知識	8.6	12.0	27.7	0.0	11.1	0.0	13.5
	社会課題に関する知識	10.0	24.0	26.2	7.7	16.7	0.0	19.1
文化・歴史	日本・世界の歴史	8.6	13.6	32.3	7.7	11.1	7.7	15.8
	日本文化	7.1	16.8	13.8	7.7	11.1	0.0	12.5
	美術や芸術に関する知識	1.4	1.6	7.7	7.7	16.7	7.7	4.3
経済・経営・ビジネス	経営（戦略）に関する知識	12.9	20.0	16.9	15.4	22.2	15.4	17.4
数量的スキル	マーケティングに関する知識	15.7	38.4	30.8	38.5	27.8	7.7	29.6
	データサイエンスに関する知識	4.3	3.2	7.7	0.0	0.0	0.0	3.9
観光資源	食や農に関する知識	8.6	16.8	12.3	7.7	16.7	30.8	14.1
	自然・環境に関する知識	5.7	8.0	12.3	30.8	5.6	15.4	9.5
	観光資源に関する知識	40.0	48.0	52.3	30.8	27.8	23.1	44.1
観光産業	インバウンドに関する知識	37.1	44.8	27.7	23.1	33.3	38.5	37.5
	観光産業に関する知識	37.1	48.8	56.9	38.5	38.9	38.5	46.4
観光政策	地域振興・リゾート開発に関する知識	10.0	28.0	23.1	23.1	16.7	15.4	21.4
	観光行政に関する知識	24.3	24.0	30.8	0.0	33.3	30.8	25.3
	観光に係る法令に関する知識	25.7	21.6	43.1	7.7	16.7	15.4	26.0
リスク	防災や危機管理に関する知識	20.0	21.6	13.8	7.7	0.0	15.4	17.4
	医療・公衆衛生に関する知識	5.7	8.0	9.2	7.7	0.0	7.7	7.2
コミュニケーション	語学	14.3	37.6	35.4	15.4	16.7	15.4	28.6
情報リテラシー	動画やデザイン制作	2.9	7.2	10.8	15.4	11.1	7.7	7.6
	情報テクノロジーに関する知識	4.3	7.2	15.4	23.1	5.6	7.7	8.9
論理的思考・問題解決	調査・研究に関する知識	1.4	6.4	6.2	0.0	0.0	0.0	4.3
	フィールドワーク	2.9	8.8	10.8	7.7	11.1	0.0	7.6
基本マナー	社会人としてのマナー	41.4	54.4	53.8	61.5	38.9	46.2	50.3
実務	サービスに関する実務	27.1	56.0	35.4	46.2	38.9	38.5	42.8
	交通・運輸に関する実務	48.6	4.0	35.4	0.0	0.0	23.1	21.4
	インターンシップ	2.9	12.0	9.2	0.0	11.1	0.0	8.2
海外留学	海外留学	1.4	5.6	18.5	0.0	5.6	0.0	6.9
資格取得	資格取得	25.7	7.2	30.8	7.7	0.0	15.4	16.4
その他	その他	2.9	1.6	0.0	0.0	0.0	7.7	1.6
わからない	わからない・特にな	11.4	4.8	3.1	7.7	16.7	15.4	7.2

- 全体的特徴
  - 基本マナー、観光産業、観光資源、サービス実務
  - インバウンド、マーケティング
- 業種別特徴
  - 旅行業：もっとも幅広く選択
    - 人社系基礎知識、観光行政・法令、観光資源
  - 宿泊：インバウンドを意識
    - 基本マナー、サービス実務、インバウンド、語学

※緑色、青色のバーは、値の大きさを表わす。また、全体より5ポイント以上大きな値のセルは水色、そのうち最大値のセルはオレンジで着色している。

# 優れた人材採用のための取り組み①

- 離職率の高さの克服
  - 業界／自社の業務についての理解醸成
  - マッチングの重要性 → 企業説明会、インターンシップ、産学連携
- 入社後の環境整備：魅力ある職場環境へ
  - 社員教育の充実
  - 適切な人事評価
  - 待遇改善
- 今後取り組んでみたいこと
  - インターンシッププログラムの充実（長期化含む）
  - 学生との接点を増やす（例：産学連携プロジェクト）
  - 専門性のある人材、経営を担う人材の採用・育成
    - 社員教育の充実、リカレント教育を含む

# コロナ禍の影響

- 新卒採用への影響
  - 大手でも採用抑制・中止
  - 採用人材像の変化
    - 特に大手では「少数精鋭」、付加価値を提供できる人材を重視
    - 少人数でのオペレーションに耐える人材
      - マルチタスク、マルチな対応力、柔軟性
    - 情報、マーケティング、ITスキル
    - コミュニケーション力

# 観光人材養成機関としての観光系学部・学科への要望

表．観光系学部・学科に求めること

<b>教育内容：知識（n=23）</b>
<b>【基礎的知識】</b> 地理的なセンス（日本地図・世界地図）（旅行・中小） <b>【実務的知識】</b> 就職に繋がる知識・学び（宿泊・大）／観光産業の実態を正確に伝える（旅行・中小）／ツアープランニングに関する知識（旅行・中小） <b>【専門的知識】</b> 観光産業に関する専門知識（共通）／マーケティングに関する専門知識（共通）／観光をビジネスとして考える力の養成（宿泊・大）／グローバルな観光に関する知識（宿泊・大）／マネジメントに関する知識（旅行・中小） <b>【幅広い知識・教養】</b> 幅広い知識・教養を養う場の提供や、体験型学習が豊富であること（運輸交通・大）／広い視野を持つこと（宿泊・中小）／広い知識を与えられる環境。観光ができることの幅広さを確認させること（宿泊・大）／大学は、専門学校とは違い、幅広い知識が得られるべき（旅行・中小）
<b>教育内容：ジェネリックスキル、態度・志向性、創造的思考力等（n=37）</b>
<b>【ジェネリックスキル】</b> コミュニケーション能力、論理的思考力（共通） <b>【自己管理能力】</b> メンタルコントロール、前向きさ（共通） <b>【観光への熱意】</b> 観光業に関心のある学生をもっと増やしてほしい。観光に関わる事を学生時代に体験しておいてほしい。（宿泊・大）／やる気と情熱（宿泊・大） <b>【チームワーク】</b> 様々な世代の人、様々な価値観を持っている人と接して、それぞれの考え方や行動が違っても、目的に向かって仕事をし、お客様に満足してもらえるサービスを提供できる人材の育成を求めたい。（宿泊・中小） 同級生や学生生活で出会う人とのつながりを大切にできるカリキュラムがあると良いと思う。世界に人脉を持っている人材は魅力的。（宿泊・中小） <b>【創造的思考力】</b> 地域経済の発展につなげる観光企画力（運輸交通・中小）／新しい発想で新しい観光を提案できる人（運輸交通・中小）／観光系学部・学科生ならではの視点・企画力を養うようなカリキュラム（旅行・大） <b>【インターンシップ】</b> 実務力を高めるために、観光系の企業への実習やアルバイトを学生に促す（運輸交通・中小）／中長期型インターンシップ（宿泊・中小）
<b>人材育成について（n=5）</b>
<b>【経営層を担う人材育成】</b> 将来の観光産業を担う人材の育成（運輸交通・中小）／経営層を目指す人材かつ20代は現場で勉強する覚悟のある人材（宿泊・中小）／次期リーダーを担う人物として、頭角を現すような人になっていただきたい（宿泊・大） <b>【地方人材の育成】</b> 地方への人材供給と交流の仕組み（例：学生・卒業生のインキュベーション機関）
<b>その他（n=4）</b>
<b>【リカレント教育】</b> 仕事として働いている人間に観光業の魅力を伝えやりがいがある仕事になるよう、フィードバックを行い、リーダーシップを取っていただきたい。（宿泊・中小） <b>【研究・コンサルティング】</b> 新たな視点での業務内容の見直し、販売している商品への別の面でのアプローチの仕方（宿泊・中小） サービスに関する研究 <b>【その他】</b> 観光系学部がどのようなところか不明（レジャー・中小）

- ジェネリックスキル、態度・志向性、創造的思考力
- チームワーク、観光への熱意、企画力など、創造的思考力を涵養するカリキュラム
- インターンシップ
- 幅広い視野、幅広い知識・教養
- マネジメント、ビジネスに関する知識
- 大手：経営層を目指す人材

# インターンシップの状況

- 受入実績：約3割
  - 半数近くが大学と独自に連携
  - その他 2割
    - 問合せがあれば受け入れる
- 受入期間
  - 1day～1ヶ月未満がほとんど
  - 1ヶ月以上：14.3%
  - 理想の期間
    - 少なくとも1週間
    - 1ヶ月以上：22.9%
- 評価
  - 受入企業の約7割が採用や育成に役立つと評価
    - 業務内容の理解（78.3%）
    - 業界への理解（78.3%）
    - ミスマッチ・アンマッチの解消（69.6%）

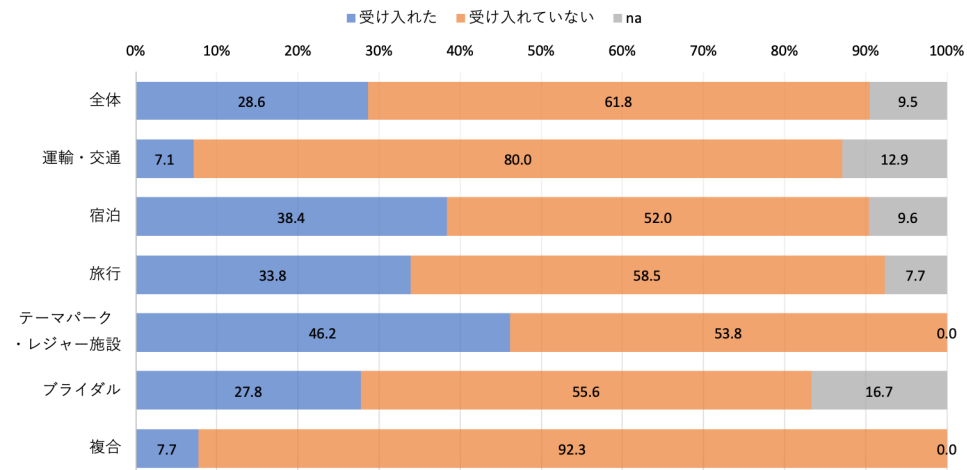


図. インターンシップの受け入れ状況（コロナ禍以前）

表. インターンシップの受入期間

項目	実際の期間 (複数回答可)		理想の期間 (ひとつだけ選択)	
	回答数	%	回答数	%
1日間	8	22.9	0	0.0
2～3日間	9	25.7	3	8.6
4～7日間	10	28.6	9	25.7
8～2週間	9	25.7	2	5.7
2週間～1ヶ月未満	9	25.7	10	28.6
1ヶ月以上	5	14.3	8	22.9
その他	2	5.7	2	5.7
無回答	0	0.0	1	2.9

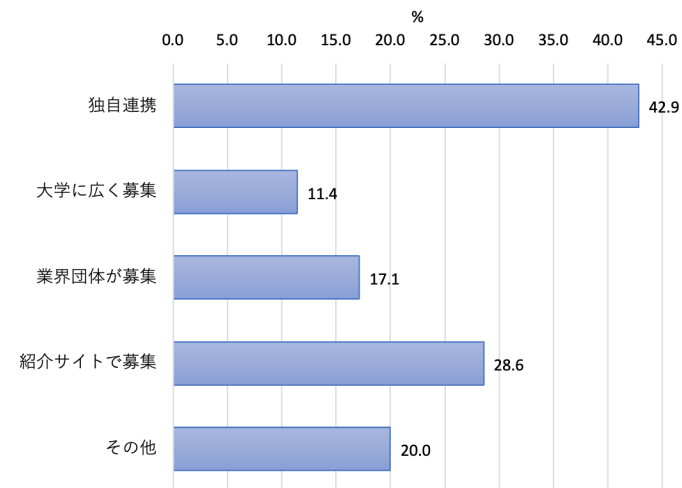
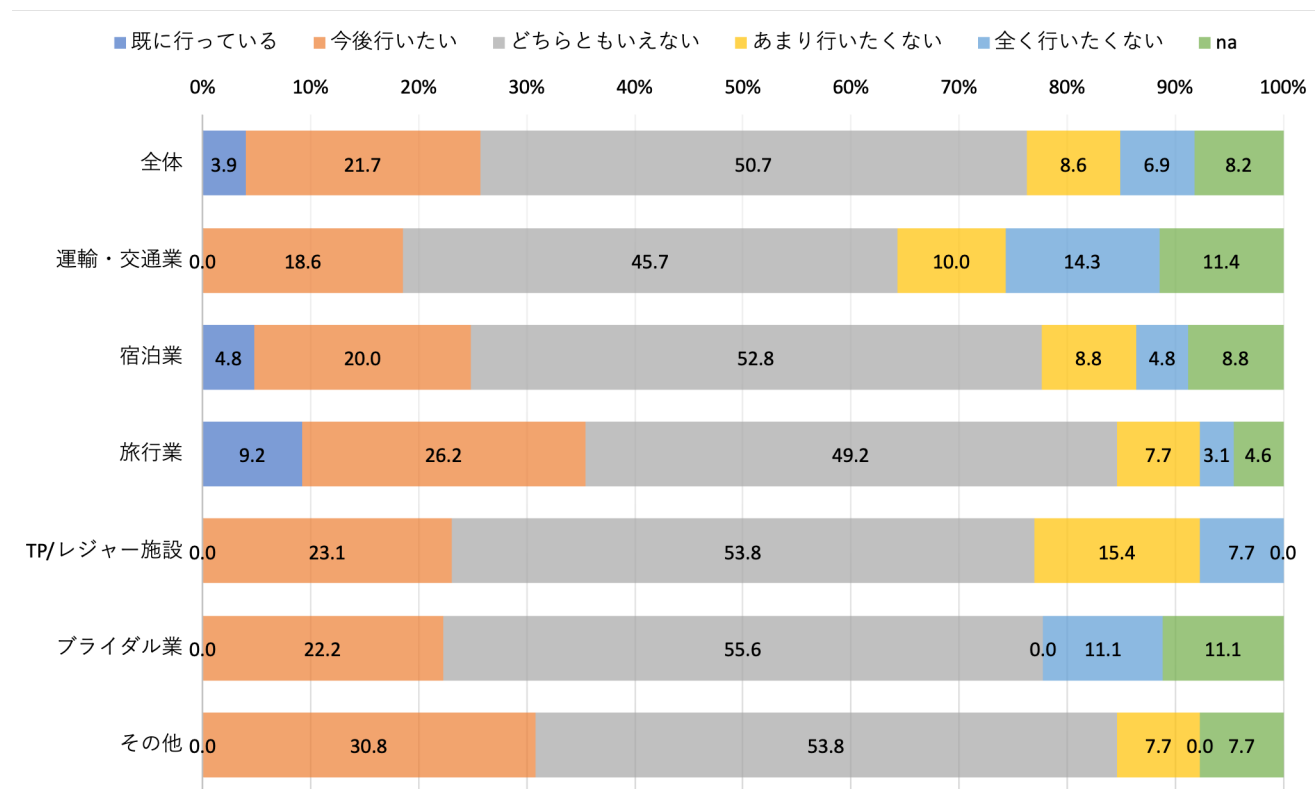


図. 大学生インターンシップの募集方法

# 大学との連携

- 既に連携：4%程度
- 今後行いたい：21.7%
- どちらともいえない：50%
  - 大学との連携にイメージが持てない状況
- 連携に対する意見（自由記述）
  - 87件のうち半数が「関心あり」「実施中」
    - インターンシップの受入
    - 学生との交流
    - リカレント・社員教育としての連携
  - 関心なし（24件）
    - マンパワーがない
    - 採用に結び付かず、大学や学生に利用されている感じ（単位取得のためだけに来ている？）
  - わからない（22件）
    - 産学連携の具体的なイメージが持てない



図．観光系学部・学科との連携状況

# DMOにおける観光人材育成ニーズ

- 小規模：約8割が20人以下
- 正規職員：3割
  - 出向職員2割、あとは非正規雇用
  - 5割が大卒以上
- 新卒採用：5%程度
  - 創設期でもあり、経験者重視
- 平均年収：400万円未満が5割
  - 平均年齢40代
  - 地方公務員の平均：560万円
- 今後5年の採用見通し
  - 増える：8.9%

表. 調査対象団体および回答団体

区分	全登録団体数	回答団体数
広域連携	10	5
地域連携	119	40
地域	174	61
無回答（不明）		17
合計	303	123

注）2021年11月4日現在の登録団体を調査対象とした。

回収率：40.6%

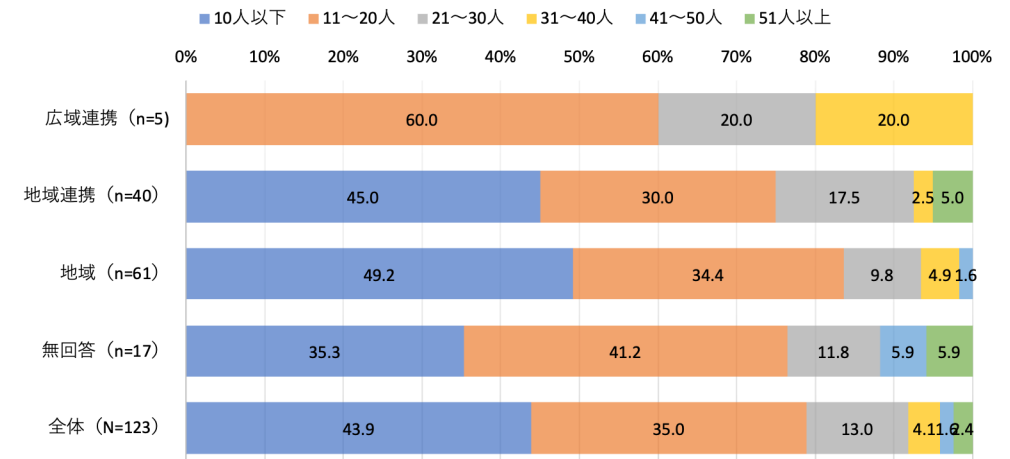


図. 団体種別職員数の構成

# DMOが求める観光人材ニーズ –観光産業との比較–

表. 身につけておいてほしい「知識」の比較

(%)

大項目	小項目	産業界 N=304	DMO N=123
社会	海外事情	16.1	27.6
	異文化	21.1	26.8
	公共政策	12.2	37.4
地域文化・歴史	観光地	58.9	70.7
	歴史伝統文化	25.3	32.5
	芸術	10.2	9.8
経済・経営・ビジネス	経営戦略	26.6	42.3
	人的資源管理	13.8	17.1
	M&A	0.7	0.0
	実務	51.3	61.8
数量的スキル	会計・財務管理	20.7	39.0
	マーケティング	32.2	71.5
	統計分析	9.9	39.8
情報リテラシー	ICT	11.2	34.1
倫理・社会的責任	ハラスメント	17.8	10.6
	SDGs	15.8	40.7
	法令	31.6	27.6
リスク	自然災害や防災	16.1	11.4
	医療・公衆衛生	8.2	2.4
問題解決	問題解決	40.5	54.5

- 「観光地経営」を意識
  - 海外事情、観光地、経営戦略、問題解決
- 会計・財務管理を重視
  - DMOの経営安定化が第一の課題
- 統計的に有為な関係はなかったが…
  - マーケティング、統計分析
  - SDGs
  - 公共政策

※黄色のセルは統計的に有意な関係が確認された項目である。

# DMOが求める観光人材ニーズ -観光産業との比較-

表. 身につけておいてほしい「スキル・能力」の比較

大項目	小項目	(%)	
		産業界 N=304	DMO N=123
コミュニケーション	プレゼンテーション力	11.2	39.8
	語学力	28.9	39.8
情報リテラシー	PCスキル（オフィスソフト等）	34.9	57.7
	PCスキル（デザイン、動画制作）	9.5	27.6
	ITスキル（ネットワーク管理等）	8.6	33.3
	SNSやホームページ等での情報発信能力	22.4	61.8
論理的思考 ・問題解決力	論理性	9.9	29.3
	課題発見力	19.4	38.2
	情報収集能力	20.7	48.8
	実行力	33.2	55.3
	計画性	20.7	42.3
自己管理能力	責任感	58.2	67.5
	ストレスコントロール力	22.7	25.2
	向上心	48.4	53.7
	主体性	27.3	51.2
基本マナー	礼儀・身だしなみ等のマナー	66.1	46.3
	電話対応マナー	39.8	41.5
チームワーク ・リーダーシップ	異文化への適応能力	10.5	17.9
	リーダーシップ	19.1	26.8
	判断力	31.9	44.7
	柔軟性	47.7	56.1
	社会性	37.2	52.0
	謙虚な姿勢	45.7	44.7
	熱意をもって仕事に取り組む姿勢	52.6	61.8
	社内でのコミュニケーション力	58.2	63.4
	外部（顧客）とのコミュニケーション力	48.4	66.7
倫理観・社会的責任	企業理念・行動基準への共感力	28.0	39.8
	グローバル・スタンダードな振る舞い	9.5	13.8
	環境へ配慮した行動	8.2	13.8
総合的・創造的思考力	企画・創造能力	25.3	63.4
	危機管理能力	10.5	19.5
その他	その他	3.9	2.4

- 「プロジェクト遂行」に関わるスキル・能力
  - 課題発見力、実行力、計画性、主体性、判断力、社会性
- 外部とのコミュニケーション
  - 観光産業界：顧客とのコミュニケーション
  - DMO：地域社会とのコミュニケーション、地域調整力

※黄色のセルは統計的に有意な関係が確認された項目である。

# DMOが求める観光人材ニーズ –観光産業との比較–

表. 観光系学部・学科に求めるカリキュラム内容についての比較

大項目	小項目	(%)	
		産業界 N=304	DMO N=123
社会	国際情勢に関する知識	13.5	14.6
	社会課題に関する知識	19.1	43.1
文化・歴史	日本・世界の歴史	15.8	23.6
	日本文化	12.5	22.0
	美術や芸術に関する知識	4.3	10.6
経済・経営・ビジネス	経営（戦略）に関する知識	17.4	44.7
数量的スキル	マーケティングに関する知識	29.6	76.4
	データサイエンスに関する知識	3.9	18.7
観光資源	食や農に関する知識	14.1	29.3
	自然・環境に関する知識	9.5	22.0
	観光資源に関する知識	44.1	64.2
観光産業	インバウンドに関する知識	37.5	56.1
	観光産業に関する知識	46.4	68.3
観光政策	地域振興・リゾート開発に関する知識	21.4	39.8
	観光行政に関する知識	25.3	56.9
	観光に係る法令に関する知識	26.0	33.3
リスク	防災や危機管理に関する知識	17.4	13.0
	医療・公衆衛生に関する知識	7.2	4.1
コミュニケーション	語学	28.6	30.9
情報リテラシー	動画やデザイン制作	7.6	22.0
	情報テクノロジーに関する知識	8.9	25.2
論理的思考・問題解決	調査・研究に関する知識	4.3	28.5
	フィールドワーク	7.6	25.2
基本マナー	社会人としてのマナー	50.3	37.4
実務	サービスに関する業務	42.8	17.9
	交通・運輸に関する業務	21.4	7.3
	インターンシップ	8.2	16.3
海外留学	海外留学	6.9	16.3
資格取得	資格取得	16.4	7.3
その他	その他	1.6	2.4
わからない	わからない・特になし	7.2	3.3

- DMOの方が広範な知識について重視する傾向
- 動画やデザイン制作、情報テクノロジーも重視
- インターンシップ、海外留学
  - 経験を重視
- 統計的に有意な関係はみられないが…
  - 経営戦略に関する知識、マーケティングに関する知識
  - 調査研究に関する知識、フィールドワーク

※黄色のセルは統計的に有意な関係が確認された項目である。

# 2016年段階との比較：観光産業界調査

図. 身につけておいてほしい「知識」分野の比較（2016・2021）

(%)

大項目	小項目	運輸交通		宿泊		旅行		全体	
		2021 n=70	2016 n=64	2021 n=125	2016 n=273	2021 n=65	2016 n=71	2021 N=304	2016 N=497
社会	海外事情	8.6	3.1	13.6	4.0	36.9	26.8	16.1	7.0
	異文化	14.3		20.8		35.4		21.1	
	公共政策	14.3	18.8	11.2	0.4	13.8	1.4	12.2	3.8
地域文化・歴史	観光地*	62.9	48.4	52.8	70.3	72.3	87.3	58.9	63.8
	歴史・伝統文化	25.7		20.0		38.5		25.3	
	芸術	7.1		5.6		13.8		10.2	
経営・経済・ビジネス	経営戦略	30.0	10.9	27.2	8.4	18.5	2.8	26.6	9.7
	人的資源管理	8.6	12.5	22.4	11.7	4.6	1.4	13.8	11.1
	M&A	0.0	1.6	0.8	0.0	1.5	1.4	0.7	0.4
	実務*	51.4	48.4	46.4	70.3	61.5	87.3	51.3	63.8
数量的スキル	会計・財務管理	17.1	12.5	27.2	8.4	13.8	8.5	20.7	10.5
	マーケティング	18.6	25.0	40.0	20.9	32.3	21.1	32.2	25.8
	統計分析	7.1	12.5	16.0	6.2	6.2	1.4	9.9	6.8
情報リテラシー	ICT	8.6	3.1	7.2	4.4	21.5	4.2	11.2	4.4
倫理・社会的責任	ハラスメント・メンタルヘルス	22.9	14.1	22.4	15.0	10.8	11.3	17.8	13.3
	SDGsなど持続可能な社会づくり	8.6		20.0		16.9		15.8	
	法令・コンプライアンス	41.4	43.8	32.0	32.6	29.2	38.0	31.6	34.2
リスク	自然災害・防災	27.1		16.0		9.2		16.1	
	医療・公衆衛生	10.0		9.6		6.2		8.2	
応用	問題解決	27.1	46.9	44.8	44.3	46.2	56.3	40.5	48.1

- 全体の傾向は変わらない
  - 「実務」を選択する割合が低下
  - 海外事情、マーケティング、ICT、ハラスメント等が増加
- 業種別の特徴
  - 宿泊業：もっとも多くの項目に差
    - 実務、観光地が低下
    - 人的資源管理、統計分析、海外事情
  - 旅行業
    - 実務が低下
    - 経営戦略、ICTが増加
    - 公共政策も増加

※黄色のセルは統計的に有意な関係が確認された項目である。

# 2016年段階との比較：観光産業界調査

図．観光系学部・学科のカリキュラムに求める内容の比較（2016・2021）

（％）

大項目	小項目	運輸交通		宿泊		旅行		全体	
		2021	2016	2021	2016	2021	2016	2021	2016
		n=70	n=64	n=125	n=273	n=65	n=71	N=304	N=497
社会	国際情勢に関する知識	8.6		12.0		27.7		13.5	
	社会課題に関する知識	10.0		24.0		26.2		19.1	
文化・歴史	日本・世界の歴史	8.6		13.6		32.3		15.8	
	日本文化	7.1		16.8		13.8		12.5	
	美術や芸術に関する知識	1.4		1.6		7.7		4.3	
経済・経営・ビジネス	経営（戦略）に関する知識	12.9	18.8	20.0	13.6	16.9	11.3	17.4	15.5
数量的スキル	マーケティングに関する知識	15.7	26.6	38.4	30.0	30.8	29.6	29.6	31.8
	データサイエンスに関する知識	4.3		3.2		7.7		3.9	
観光産業	インバウンドに関する知識	37.1	35.9	44.8	36.3	27.7	22.5	37.5	32.2
	観光産業に関する知識	37.1	26.6	48.8	34.4	56.9	46.5	46.4	33.0
観光政策	地域振興・リゾート開発に関する知識	10.0	14.1	28.0	11.7	23.1	15.5	21.4	12.5
	観光行政に関する知識	24.3	14.1	24.0	11.4	30.8	14.1	25.3	12.5
	観光に係る法令に関する知識	25.7	17.2	21.6	12.1	43.1	31.0	26.0	16.3
観光資源	観光資源に関する知識	40.0	32.8	48.0	35.2	52.3	45.1	44.1	34.0
	食や農に関する知識	8.6		16.8		12.3		14.1	
	自然・環境に関する知識	5.7		8.0		12.3		9.5	
リスク	防災や危機管理に関する知識	20.0		21.6		13.8		17.4	
	医療・公衆衛生に関する知識	5.7		8.0		9.2		7.2	
コミュニケーション	語学	14.3	25.0	37.6	51.3	35.4	32.4	28.6	38.6
情報リテラシー	動画やデザイン制作	2.9		7.2		10.8		7.6	
	情報テクノロジーに関する知識	4.3		7.2		15.4		8.9	
論理的思考・問題解決	調査・研究に関する知識	1.4		6.4		6.2		4.3	
	フィールドワーク	2.9	1.6	8.8	3.7	10.8	8.5	7.6	4.0
基本マナー	社会人としてのマナー	41.4	42.2	54.4	67.4	53.8	53.5	50.3	59.2
	サービスに関する実務	27.1	20.3	56.0	51.3	35.4	36.6	42.8	42.9
実務	交通・運輸に関する実務	48.6	31.3	4.0	3.3	35.4	22.5	21.4	9.3
	インターンシップ	2.9	7.8	12.0	13.2	9.2	11.3	8.2	11.5
海外留学	海外留学	1.4	6.3	5.6	2.9	18.5	7.0	6.9	3.8
資格取得	資格取得	25.7	9.4	7.2	7.3	30.8	14.1	16.4	8.7
その他	その他	2.9	1.6	1.6	1.5	0.0	4.2	1.6	1.6
わからない	わからない・特になし	11.4	17.2	4.8	3.7	3.1	2.8	7.2	7.0

- 全体の傾向は変わらない
  - 観光産業、観光政策、観光資源に関する知識について重視する傾向
- 業種別の特徴
  - 宿泊業：観光に関する知識を重視
    - 上記の観光に関する各分野の知識を選択する割合が増加
  - 運輸交通・旅行：即戦力を意識
    - 運輸交通業：運輸交通の実務、資格取得
    - 旅行業：観光行政、資格取得

※黄色のセルは統計的に有意な関係が確認された項目である。

# まとめ：観光産業界・DMOにおける観光人材育成ニーズ

- 新卒採用をめぐる状況
  - 4年制大学卒の新卒採用のキャパシティは小さい
  - コロナ禍のインパクトが大手企業の採用を直撃、観光系大学・学部卒の学生に大きな影響
  - 今後5年程度の見通しは不透明、業界全体として新卒採用の意欲は低い
  - DMO：当面は新卒採用の場としてのキャパシティは極小
- 観光産業界・DMOの観光人材ニーズ
  - 観光産業界：すぐに役立つ知識、集客に繋がる知識、基本マナー
    - いわゆるジェネリックな対応力に集中
  - 業種によっては4年制大卒の観光人材イメージが確立しつつある？
    - 宿泊：実務から人的資源管理など、マネジメント系を重視
      - 「観光中核人材像」の議論の一端が反映？
  - 観光系大学のカリキュラムに求める内容
    - 宿泊業：観光に関する各分野の知識を重視する方向へ
      - 以前よりも、宿泊業の観光へのコミットが強まっていると考えられるのでは？
  - DMOの求める観光人材像：観光産業界の「中核人材像」とは異なる傾向
    - 従来のホスピタリティ産業における中核人材に留まらない新たな人材像がみえつつある？

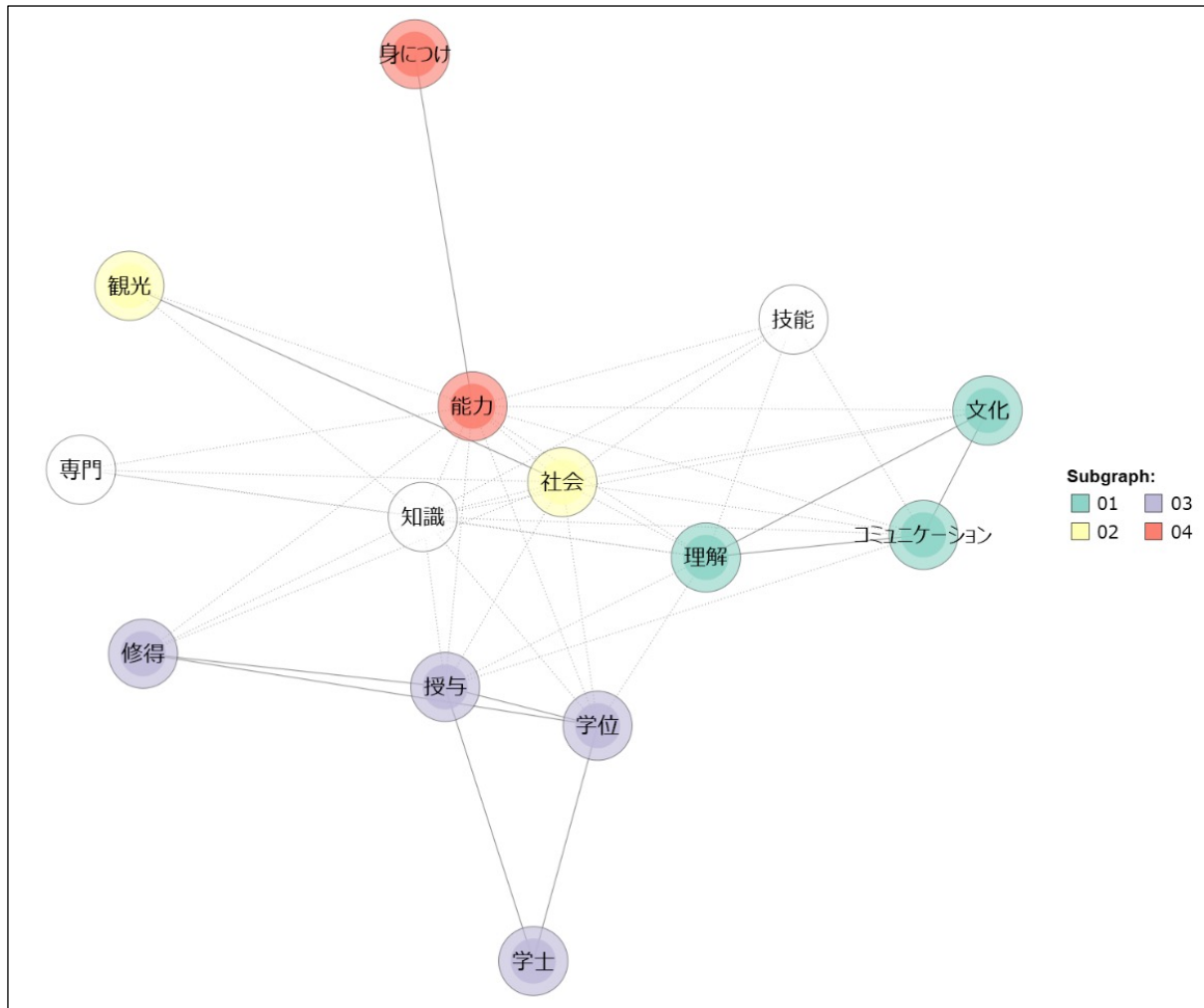
# まとめ：観光産業界・DMOにおける観光人材育成・確保の課題

- 観光産業の構造的課題
  - 大卒正社員採用のキャパシティの小ささ
  - 待遇の悪さ
  - ミスマッチというよりも「アンマッチ」
- インターンシップの量的・質的充実
  - 産学連携によるインターンシッププログラムの開発
  - 企業と大学を仲介する役割
    - コンソーシアム
    - JATAなど業界団体
    - 実務家教員（観光産業界との人事交流）
- 業界と観光系学部・学科の意識的な取り組みの重要性
  - 「少数精鋭」が観光系学部・学科の卒業生の採用に繋がる保証はない

# 大学観光教育の現状について

- カリキュラム分析
  1. 3ポリシーの分析
    - 人材像
  2. アンケート調査・追加調査
    - 特色ある取り組み
    - 各大学の観光人材育成に対する認識
  3. 開設されている授業科目、卒業要件
    - 各大学の特徴を数値化

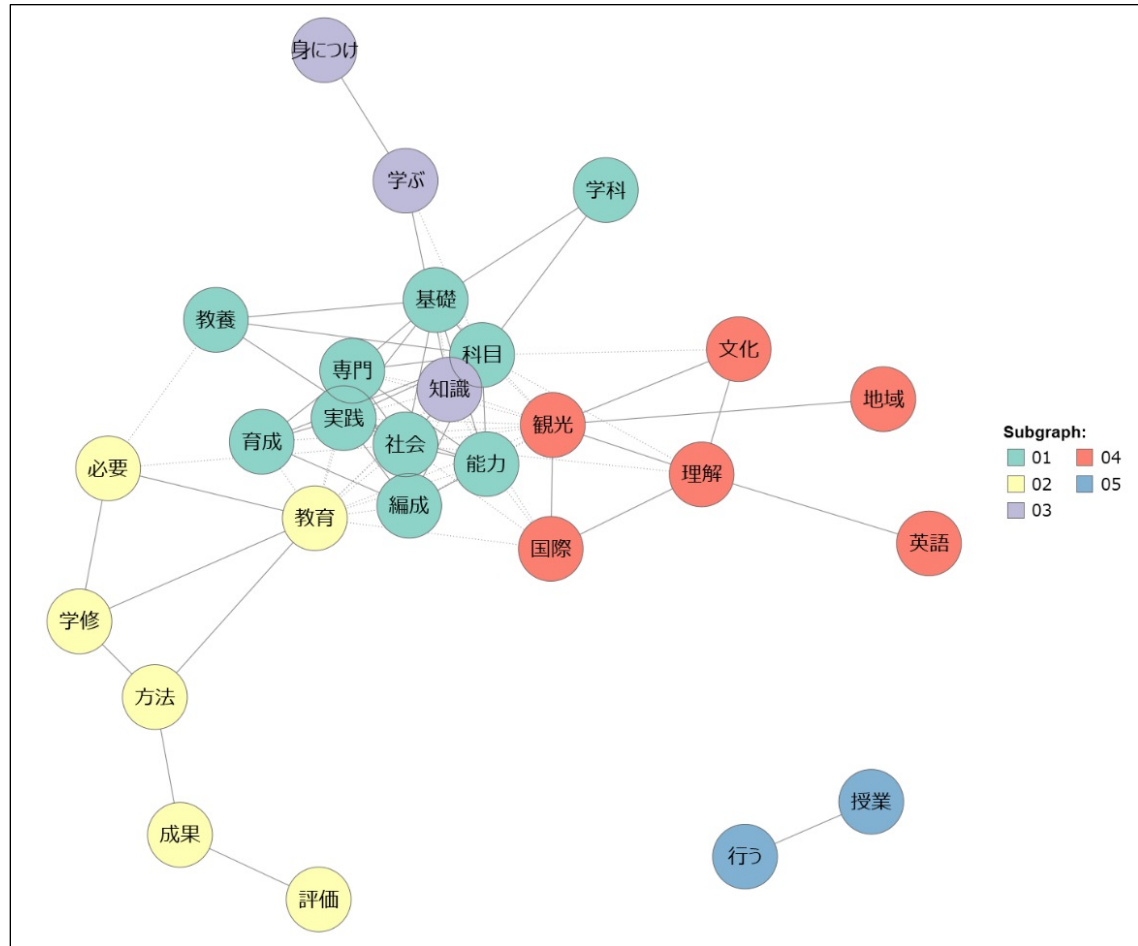
### 3ポリシー分析：ディプロマポリシーの共起ネットワーク



- 各大学DPに頻出する特徴的なキーワードとそれらの関係性
- 社会、文化、地域
  - 観光-社会
  - 文化-理解-コミュニケーション

※同じ色分けでグループ化された単語群、および実線や点線で結ばれた単語群が、文章中に同時に出現しやすいことを表わしている。

### 3ポリシー分析：カリキュラムポリシーの共起ネットワーク



- 各大学CPに頻出する特徴的なキーワードとそれらの関係性
- 社会、文化、地域
- 緑のグループ：科目編成に関わる語
  - 実践-社会
    - 実践系の科目、フィールドワークを重視
- 赤のグループ：教育対象
  - 観光、地域、国際、英語、文化、理解
  - 地域を重視するカリキュラム、
  - 国際系のカリキュラム

※同じ色分けでグループ化された単語群、および実線や点線で結ばれた単語群が、文章中に同時に出現しやすいことを表わしている。

# 大学アンケート調査結果

表. 調査の概要

調査目的	大学における観光教育の現状と課題について明らかにする。
調査方法	郵送調査
実施時期	2021年11月25日～1月31日
調査対象	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「観光・ツーリズム・ホスピタリティ」を学部・学科等名に含む大学</li> <li>・上記以外で体系的な観光教育を行っている大学</li> </ul> <p>合計：48大学</p>
回収数	34大学（回収率70.8%）

## ・ 豊富な演習系・実習系科目

- ・ 海外留学・研修：8割
- ・ 国際プログラム：5割
- ・ インターンシップ・企業での実習：9割
- ・ 産学官連携によるFW：7割
- ・ 大学・学部の独自企画も多い（過半数）
- ・ ただし必修化率は低い、学生参加率もそれほど高くない

## ・ 就職の動向とコロナ禍の影響

- ・ コロナ禍以前の4年間の平均：29.0% ←観光庁（2016）よりも高い
- ・ コロナ禍の影響により平均8ポイント減、なかには30ポイント以上減少した大学もある

表. 就職の動向とコロナ禍の影響

ID	観光就職率 (2020)	平均観光就職率 (2016－2019) ※コロナ禍以前の平均	コロナ禍前後の 観光就職率差分
1	11.6	31.9	-20.3
2	41.4	34.2	7.2
3	17.3	31.1	-13.8
4	13.7	16.8	-3.1
5	20.0	37.4	-17.4
6	9.0	12.8	-3.8
7	16.2	36.8	-20.6
8	21.6	32.5	-10.9
9	35.0	51.2	-16.2
10	12.7	19.5	-6.7
11	18.8	18.2	0.6
12	25.0	42.1	-17.1
13	28.8	28.2	0.6
14	11.4	27.4	-16.0
15	1.9	17.6	-15.7
16	27.1	31.7	-4.6
17	24.3	25.3	-1.0
18	22.7	26.2	-3.6
19	29.9	32.9	-3.0
20	36.8	42.2	-5.4
21	20.8	20.0	0.8
22	5.6	10.0	-4.4
23	18.1	20%程度	減少した
24	44.0	39.3	4.7
25	35.0	47.0	-12.0
26	12.2	13.2	-1.0
27	5.9	38.5	-32.6
28	24.2	28.4	-4.2

# コロナ禍による就職への影響（抜粋）

## 主な回答

- ・観光業と、観光とは別業界を併願するようになった。
- ・コロナ以前と比べ就職率が低下、観光業や航空業などの就職を希望していた学生の進路変更。
- ・観光系企業からの求人の激減により、学生の就職希望先とのマッチングに苦慮。
- ・採用活動スケジュールの変化、旅行業や航空業などの採用停止。
- ・希望する観光の就職先や観光業の求人が減少したが、就職活動には観光業等に固執することなく、広い視野ですすめた。本学での学びはどの職種・業種でも通用すると考えられる。
- ・これまでは航空会社やホテル、旅行会社を希望する学生が多くみられたが、公務員やIターン就職、観光関連業界以外の企業に就職を希望する学生が増加。
- ・先行きの不透明感から旅行業に代表される観光業就職希望者が大幅に減少。一方公務員就職希望者が増加。また、流通小売業への進出も増加。
- ・観光産業以外への就職先を探索させて、正社員となることに努めた。
- ・例年よりも志望業界の幅を広げ、就職決定する学生がみられた。コロナ禍において、事業拡大をはかる業界(IT・通信系)や、影響を受けにくい安定志向の傾向が顕著にみられる。
- ・観光業界を就職先として検討していた学生が、他業界も視野に入れるようになった。
- ・オンライン授業により、登学する学生数が減少している影響で、対面でのサポートは減少傾向。就職部では電話での状況確認を強化しており、WEBやメールでの支援が大幅に増加。

# 観光人材育成に対する認識-産学の比較

表. 学生に求める知識についての認識の比較

(%)

大項目	小項目	産業界 N=304	大学→産業界 N=34	DMO N=123	大学→DMO N=34
社会	海外事情	16.1	55.9	27.6	41.2
	異文化	21.1	85.3	26.8	58.8
	公共政策	12.2	50.0	37.4	64.7
地域文化・歴史	観光地	58.9	85.3	70.7	67.6
	歴史伝統文化	25.3	67.6	32.5	52.9
	芸術	10.2	41.2	9.8	14.7
経済・経営・ビジネス	経営戦略	26.6	76.5	42.3	61.8
	人的資源管理	13.8	44.1	17.1	47.1
	M&A	0.7	20.6	0.0	11.8
	実務	51.3	73.5	61.8	50.0
数量的スキル	会計・財務管理	20.7	47.1	39.0	38.2
	マーケティング	32.2	88.2	71.5	67.6
	統計分析	9.9	47.1	39.8	55.9
情報リテラシー	ICT	11.2	70.6	34.1	67.6
倫理・社会的責任	ハラスメント	17.8	32.4	10.6	20.6
	SDGs	15.8	70.6	40.7	73.5
	法令	31.6	58.8	27.6	50.0
リスク	自然災害や防災	16.1	44.1	11.4	44.1
	医療・公衆衛生	8.2	23.5	2.4	17.6
問題解決	問題解決	40.5	85.3	54.5	82.4

## ・総じて幅広く、オールラウンドに認識

### ・産業界との比較

- ・異文化、歴史伝統文化、SDGsに大きな差
- ・経営戦略、マーケティング、ICTなども大学側の方がより重視している度合いが高い

### ・DMOとの比較

- ・観光産業界ほどの差はみられない
- ・異文化、人的資源管理、ICT、SDGs、自然災害・防災

## 大学への設問

「観光業界の企業が求めている学生の知識とはどのような知識だと思いますか。」

「行政やDMOが求めている学生の知識とはどのような知識だと思いますか。」

# 観光人材育成に対する認識-産学の比較

表. 学生に求めるスキル・能力についての認識の比較

(%)

大項目	小項目	産業界 N=304	大学→産業界 N=34	DMO N=123	大学→DMO N=34
コミュニケーション	プレゼンテーション力	11.2	76.5	39.8	41.2
	語学力	28.9	76.5	39.8	47.1
情報リテラシー	PCスキル（オフィスソフト等）	34.9	73.5	57.7	32.4
	PCスキル（デザイン、動画制作）	9.5	32.4	27.6	70.6
	ITスキル（ネットワーク管理等）	8.6	32.4	33.3	76.5
	SNSやホームページ等での情報発信能力	22.4	70.6	61.8	67.6
論理的思考 ・問題解決力	論理性	9.9	61.8	29.3	64.7
	課題発見力	19.4	73.5	38.2	38.2
	情報収集能力	20.7	70.6	48.8	26.5
	実行力	33.2	82.4	55.3	64.7
	計画性	20.7	58.8	42.3	55.9
自己管理能力	責任感	58.2	82.4	67.5	79.4
	ストレスコントロール力	22.7	55.9	25.2	67.6
	向上心	48.4	82.4	53.7	70.6
	主体性	27.3	85.3	51.2	44.1
基本マナー	礼儀・身だしなみ等のマナー	66.1	70.6	46.3	41.2
	電話対応マナー	39.8	50.0	41.5	38.2
チームワーク ・リーダーシップ	異文化への適応能力	10.5	70.6	17.9	64.7
	リーダーシップ	19.1	64.7	26.8	52.9
	判断力	31.9	70.6	44.7	50.0
	柔軟性	47.7	85.3	56.1	73.5
	社会性	37.2	73.5	52.0	67.6
	謙虚な姿勢	45.7	55.9	44.7	52.9
	熱意をもって仕事に取り組む姿勢	52.6	85.3	61.8	67.6
	社内でのコミュニケーション力	58.2	88.2	63.4	61.8
	外部（顧客）とのコミュニケーション力	48.4	88.2	66.7	55.9
倫理観・社会的責任	企業理念・行動基準への共感力	28.0	64.7	39.8	44.1
	グローバル・スタンダードな振る舞い	9.5	47.1	13.8	67.6
	環境へ配慮した行動	8.2	61.8	13.8	58.8
統合的・創造的思考力	企画・創造能力	25.3	70.6	63.4	73.5
	危機管理能力	10.5	52.9	19.5	38.2
その他	その他	3.9	2.9	2.4	2.9

## ・総じて幅広く、オールラウンドに認識

### ・産業界との比較

- ・プレゼン、語学、SNS、主体性、リーダーシップ
- ・一般に産業界で重視されていると思われる項目でも大きな差

### ・DMOとの比較

- ・PCスキル、ITスキル

# 観光人材育成に対する認識-産学の比較

表. 観光系学部・学科が強化すべきカリキュラムの認識の比較

(%)

大項目	小項目	産業界 N=304	大学→産業界 N=34	DMO N=123	大学→DMO N=34
社会	国際情勢に関する知識	44.1	55.9	64.2	58.8
	社会課題に関する知識	37.5	55.9	56.1	55.9
文化・歴史	日本・世界の歴史	21.4	58.8	39.8	64.7
	日本文化	46.4	52.9	68.3	47.1
	美術や芸術に関する知識	25.3	50.0	56.9	61.8
経済・経営・ビジネス	経営（戦略）に関する知識	26.0	35.3	33.3	50.0
数量的スキル	マーケティングに関する知識	29.6	76.5	76.4	64.7
	データサイエンスに関する知識	17.4	70.6	44.7	61.8
観光資源	食や農に関する知識	21.4	20.6	7.3	14.7
	自然・環境に関する知識	42.8	41.2	17.9	29.4
	観光資源に関する知識	15.8	41.2	23.6	44.1
観光産業	インバウンドに関する知識	12.5	55.9	22.0	47.1
	観光産業に関する知識	4.3	20.6	10.6	23.5
観光政策	地域振興・リゾート開発に関する知識	7.6	35.3	22.0	29.4
	観光行政に関する知識	3.9	58.8	18.7	55.9
	観光に係る法令に関する知識	9.5	55.9	22.0	50.0
リスク	防災や危機管理に関する知識	4.3	41.2	28.5	44.1
	医療・公衆衛生に関する知識	14.1	47.1	29.3	50.0
コミュニケーション	語学	8.9	52.9	25.2	47.1
情報リテラシー	動画やデザイン制作	13.5	52.9	14.6	50.0
	情報テクノロジーに関する知識	19.1	79.4	43.1	70.6
論理的思考・問題解決	調査・研究に関する知識	17.4	52.9	13.0	44.1
	フィールドワーク	7.2	20.6	4.1	17.6
基本マナー	社会人としてのマナー	50.3	35.3	37.4	32.4
実務	サービスに関する業務	28.6	55.9	30.9	38.2
	交通・運輸に関する業務	7.6	50.0	25.2	44.1
	インターンシップ	8.2	52.9	16.3	41.2
海外留学	海外留学	6.9	29.4	16.3	35.3
資格取得	資格取得	16.4	14.7	7.3	20.6
その他	その他	1.6	8.8	2.4	2.9
わからない	わからない・特になし	7.2	0.0	3.3	2.9

- 知識、スキル・能力と同じ傾向
  - 総じて幅広くオールラウンド
- 産業界・DMOの要望は全てカバー
  - 教務担当者の認識レベルでは「ミスマッチ」というほど乖離していない
  - 逆に大学側の「人材像」がみえにくい可能性？

# 大学観光教育カリキュラムの分析

- 分析手順

- 対象大学の授業科目と卒業要件をもとに特徴を分析

- 専門教育課程のカリキュラムを対象
    - 48大学から74カリキュラムを抽出
    - 卒業要件に応じて「重み付け」
      - 必修
      - 選択：どれくらいの科目群から選択されるのか

- 授業科目内容を分類：16カテゴリー

- 観光学、語学、ビジネス実務・資格、経済学・経営学、観光産業、地理・歴史・文化、国際・異文化、社会学・心理学・人類学、地域・まちづくり、法律・政策、福祉・スポーツ、自然科学・環境、調査法・データ、キャリア、ゼミ、フィールドワーク

- それぞれのカリキュラムの特徴を抽出

# 観光教育カリキュラムの特徴（例）

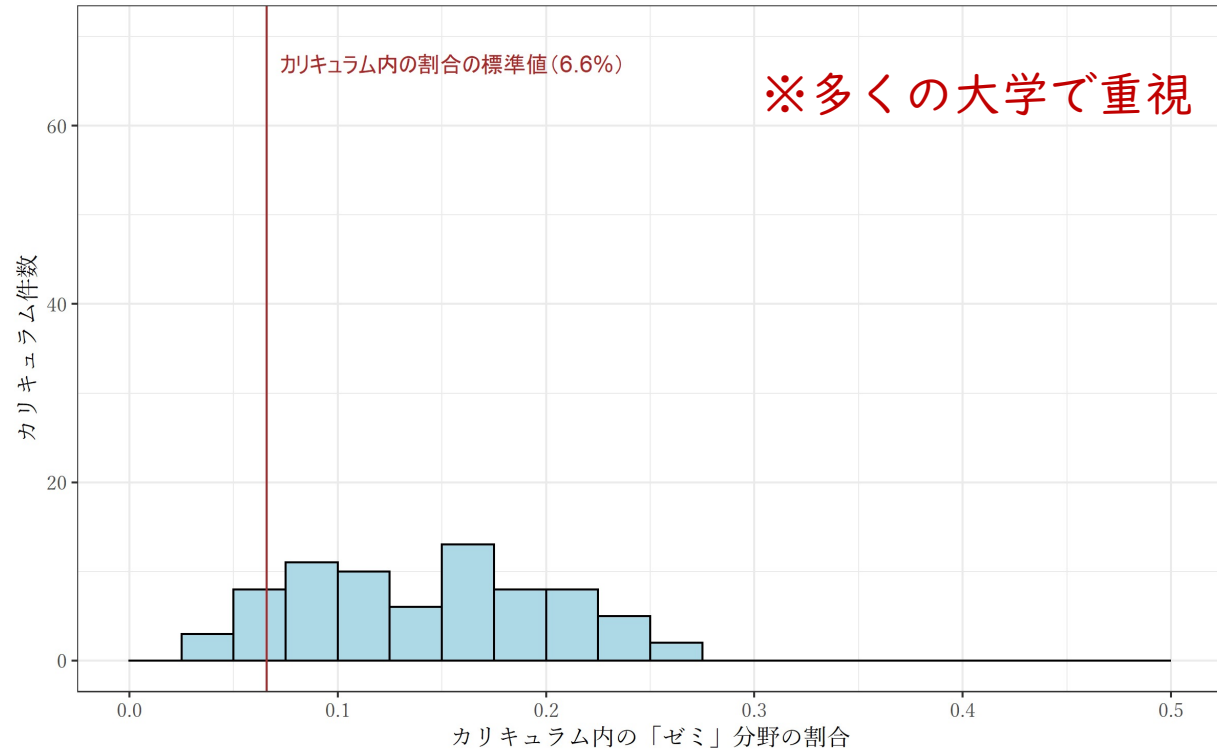


図. 「ゼミ」分野の占める割合とカリキュラム数

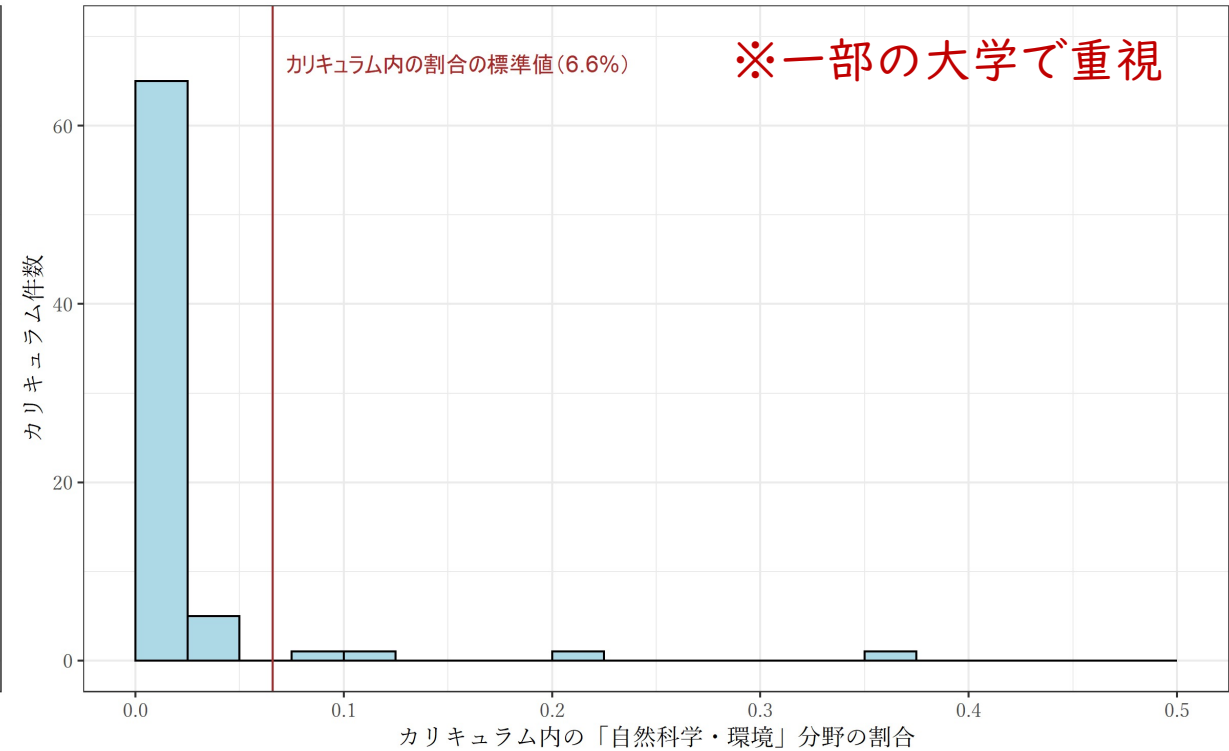


図. 「自然科学・環境」分野の占める割合とカリキュラム数

# 観光教育カリキュラムの特徴

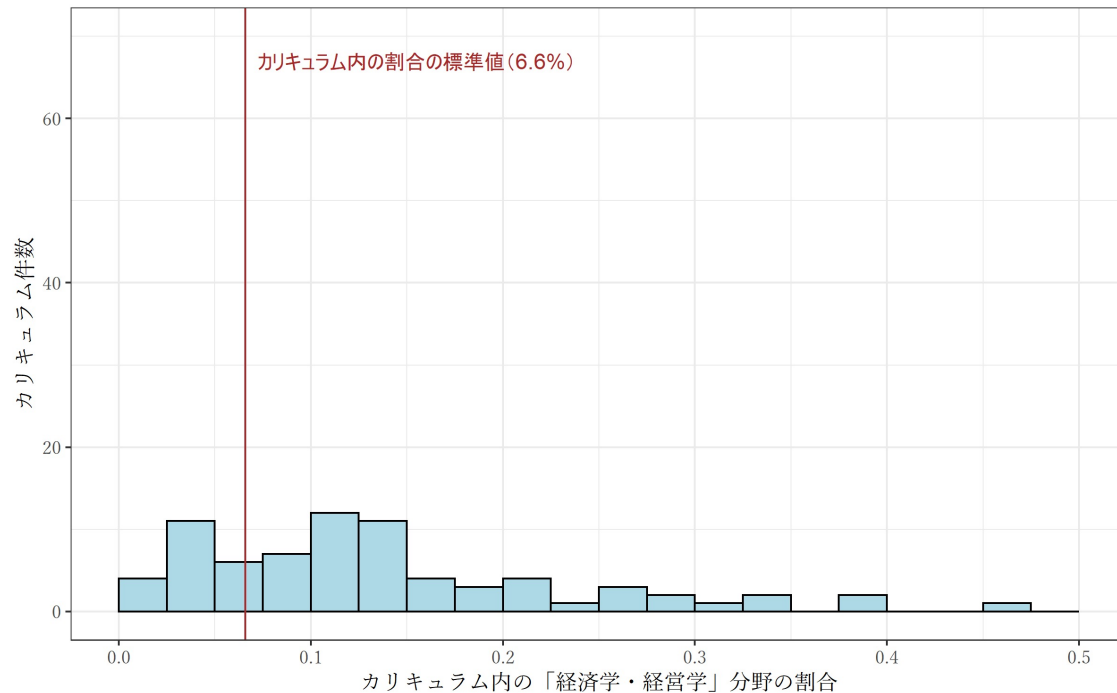


図. 「経済学・経営学」分野の占める割合とカリキュラム数

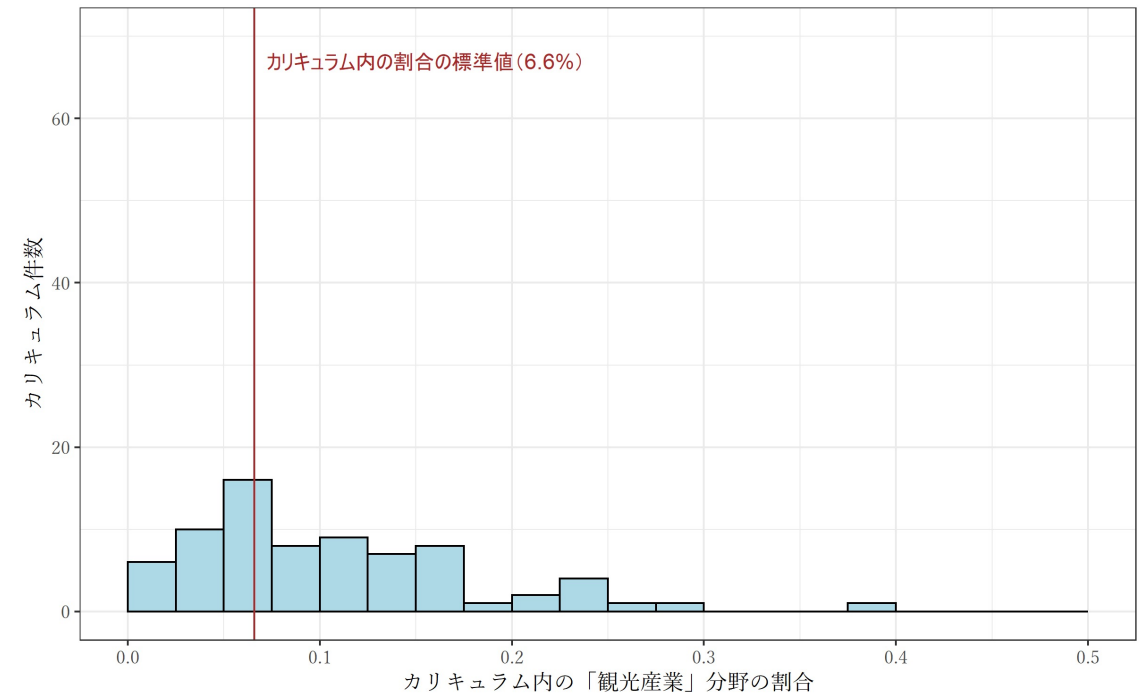


図. 「観光産業」分野の占める割合とカリキュラム数

- 16の科目分類の中で、もっとも裾が広い
  - 観光教育カリキュラムではかなり高い重み付けがなされている分野

# 観光カリキュラムの特徴

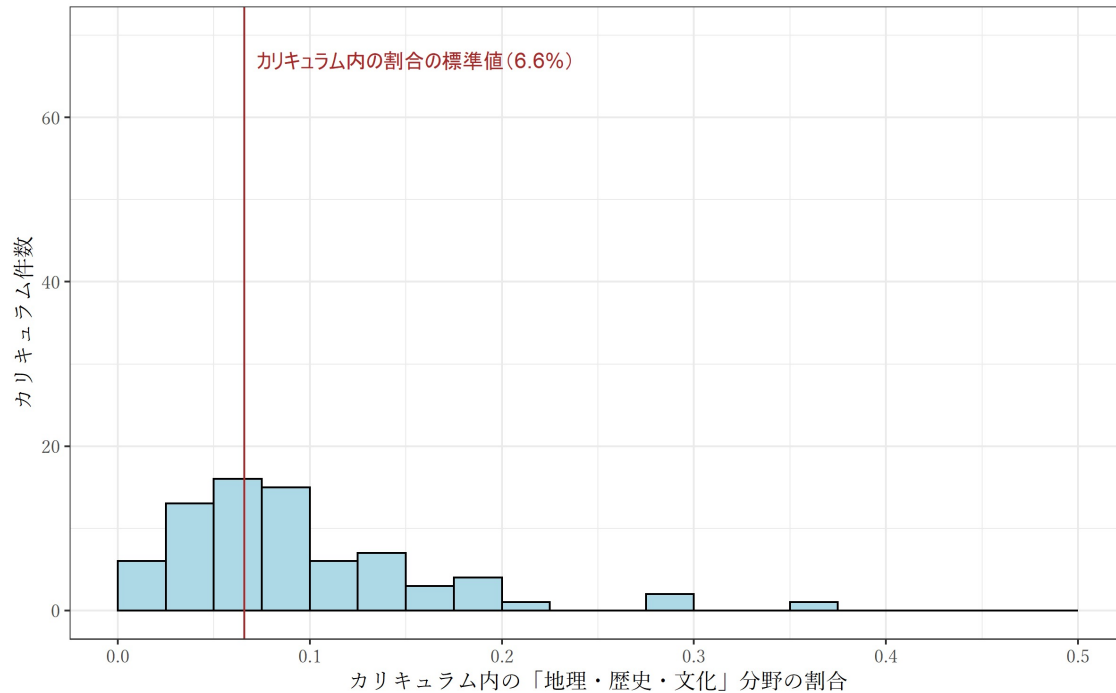


図. 「地理・歴史・文化」分野の占める割合とカリキュラム数

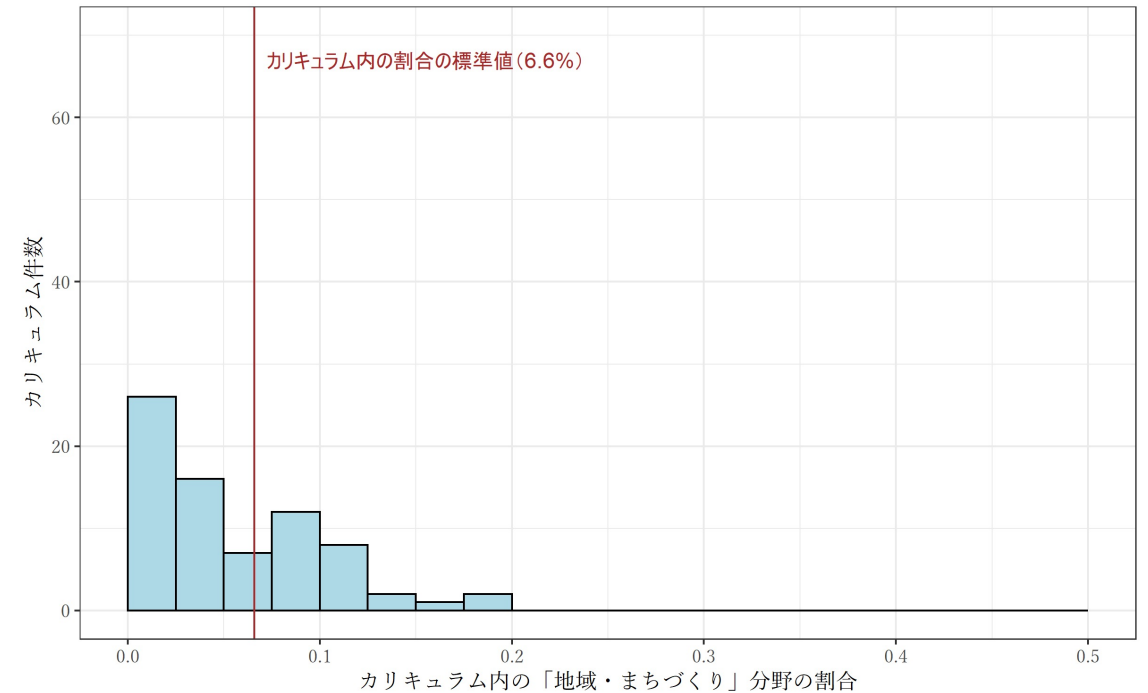


図. 「地域・まちづくり」分野の占める割合とカリキュラム数

# 観光教育カリキュラムの特徴

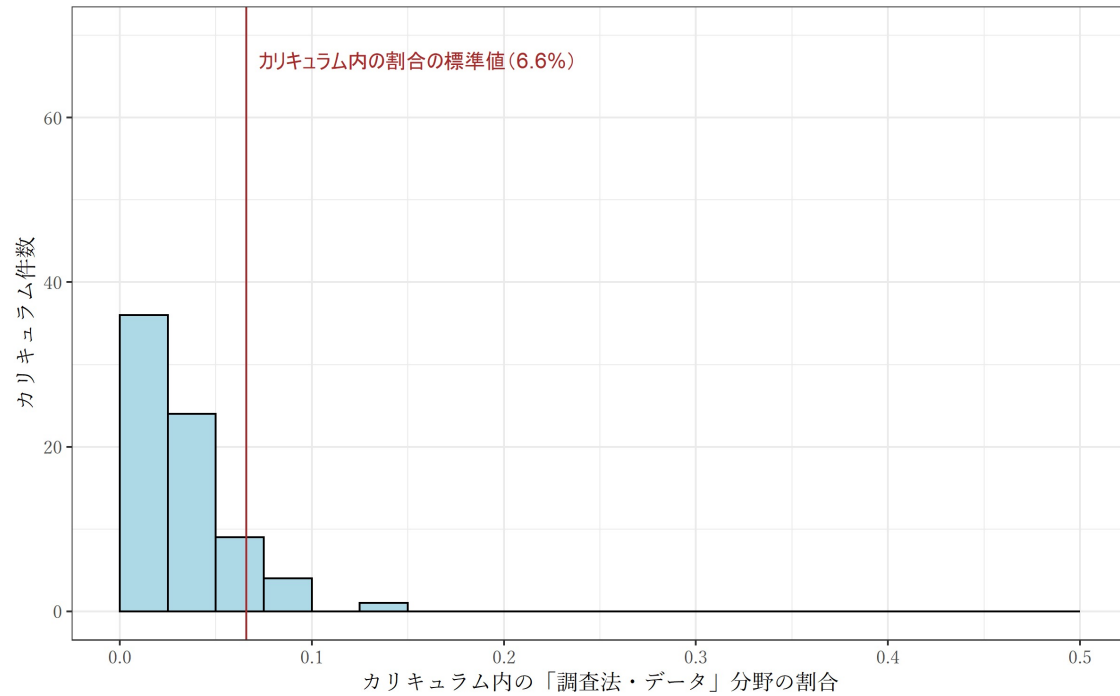


図. 「調査法・データ」分野の占める割合とカリキュラム数

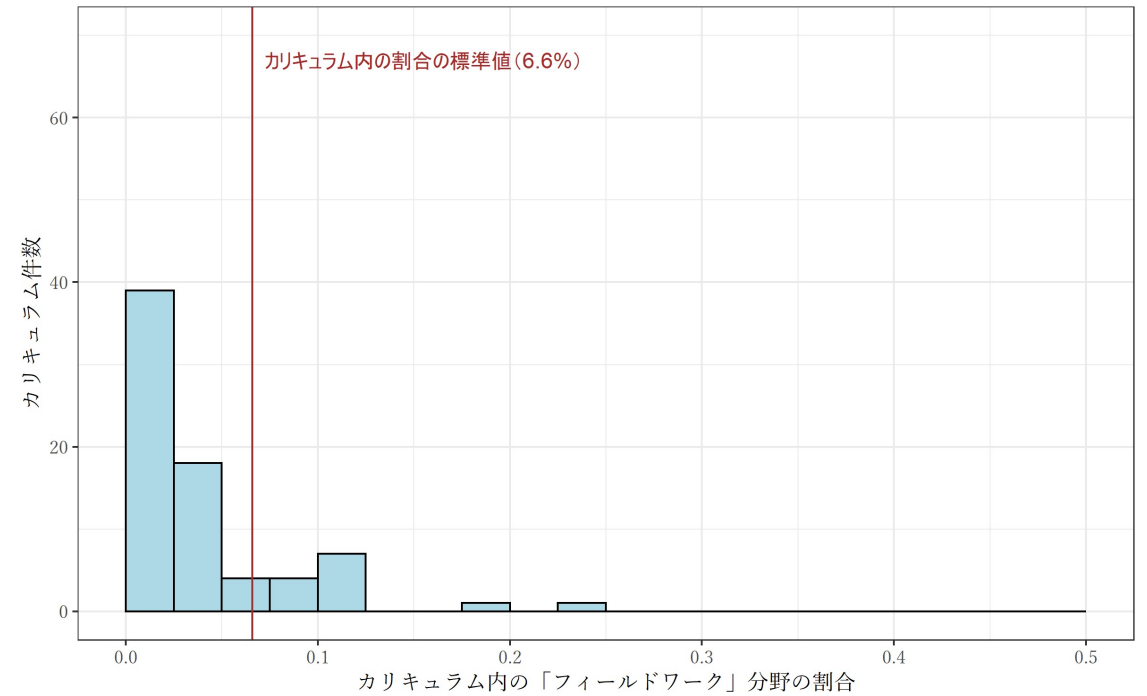


図. 「フィールドワーク」分野の占める割合とカリキュラム数

# 各大学のカリキュラムの傾向

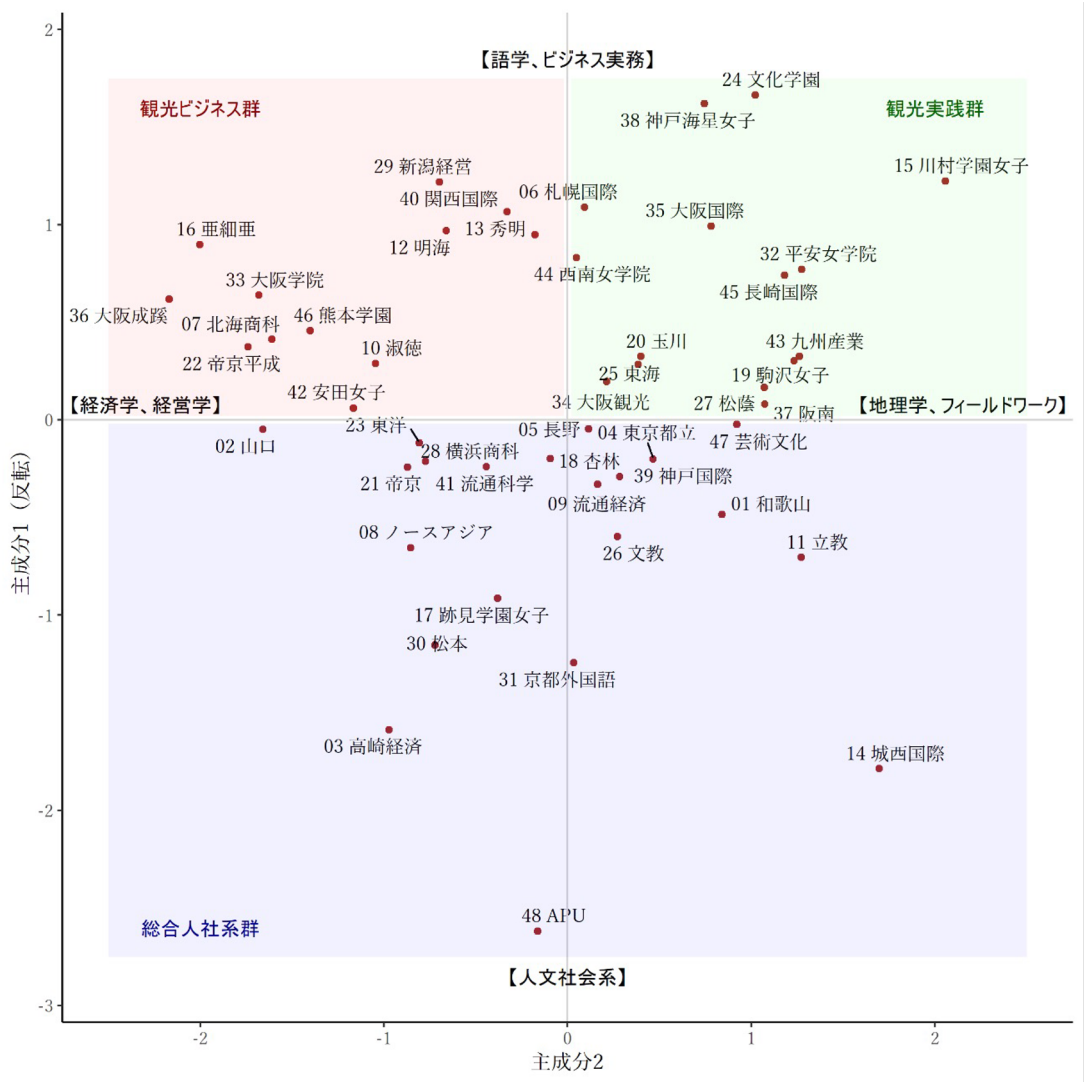


表. 主成分分析の結果

科目分類	回転後の主成分負荷量	
	第1主成分	第2主成分
社会学・心理学・人類学	0.700	0.211
地域・まちづくり	0.694	0.162
国際・異文化	0.609	0.079
語学	-0.600	0.228
法律・政策	0.538	-0.457
ビジネス実務・資格	-0.537	-0.372
観光産業	-0.238	-0.189
経済学・経営学	-0.179	-0.760
地理・歴史・文化	-0.183	0.741
フィールドワーク	0.162	0.480
観光学	0.292	0.328

表. 各大学のカリキュラムの位置づけ

# 観光ビジネス群

- 特徴
  - 経営学部、商学部が母体
  - 実学重視の校風を継承
- カリキュラムの特徴
  - 海外留学・海外研修
    - 10校のうち3校が必修
    - 海外でのインターンシップ含む
  - 実地研修、PBLを早期から重視
    - 座学＋実習（例：ホテル）
    - 業種別の履修モデル
  - 地元の企業と包括連携協定
    - 産学官連携によるPBL
  - 長期インターンシップ
    - 3ヶ月、2年次に必修（熊本学園大学）

カリキュラム分類	大学	特色
観光ビジネス	大阪成蹊大学	・ STEP留学制度（短期海外研修・必修） ・ スピーチコンテスト等大会・学会への参加を促進 ・ 2022年より学部昇格
	明海大学	・ 2022年より新メジャー創設
	新潟経営大学	・ 語学＋観光研修P ・ 自治体・企業等との包括連携協定締結、産学官連携事業によるPBLを実施
	亜細亜大学	・ 語学＋企業研修P ・ 業界別の履修モデル
	帝京平成大学	・ 協定校への短期留学 ・ 講義＋海外研修（希望者・全学） ・ 海外IS
	秀明大学	・ 語学＋企業研修P ・ 海外IS
	北海商科大学	・ 複数大学によるIS推進協議会の設置
	淑徳大学	・ 短期海外研修 ・ 体験型学習を通して観光経営の実践を学ぶ
	安田女子大学	・ 海外研修（半年間・必修）
	熊本学園大学	・ ホスピタリティ産業への長期IS（3ヶ月、2年秋・3年春） ・ アクティブラーニングの積極的導入

・ 観光就職率：平均31.6%

# 観光実践群

- 特徴
  - 人文学部、国際文化学部など、人文社会学系の学部の系譜
- カリキュラムの特徴
  - 海外留学・研修、PBLなど実践的な学びが多い
  - ホスピタリティ産業に特化していない
    - 地域振興、観光文化、観光まちづくり
  - 地域と連携したプログラム多い
    - 京都学
  - 高い英語運用力に特化したプログラム
    - 1年間の海外留学必修（玉川大学）
- 観光を切り口にした実務人材育成

カリキュラム分類	大学	特色
観光実践	阪南大学	・海外観光実習（2年・4年） ・事前事後学習に力を入れたIS ・自治体との連携による観光まちづくりプロジェクト ・名桜大学と協定、国内留学
	大阪国際大学	・他大学とも連携した現地FW ・関空における案内ボランティア（2021年度中止）
	神戸海星女子学院大学	・海外長期インターンシップ（有給）
	玉川大学	・海外留学必修、学士課程への留学もカリキュラム内で可能。 ・英語シャワープログラム ・留学時の現地IS ・自治体および地元企業との包括連携協定に基づくPBL型学修
	札幌国際大学	・リゾート運営会社との包括連携協定の下で「観光人材養成講座」の実施
	大阪観光大学	・スタジオ制度による少人数教育
	西南女学院大学	・語学＋異文化、観光資源を学習するプログラム ・企業との協働による新製品／新商品開発などのプログラム
	長崎国際大学	・協定大学への留学 ・英語による科目、TOEICスコアによる授業料減免制度 ・実践的なIS（現場に出る） ・地域と連携した学外での活動を通じた実践的学びを通じて社会人基礎力を培う
	文化学園大学	・ホームステイ＋文化体験 ・企業と連携したPBL型プロジェクト ・2年次からのインターンシップ
	平安女学院大学	・語学留学プログラムへの奨学金貸与 ・JNTOやJICAを通じた訪日学生等との交流会、外国人観光客向けのコンシェルジュ活動 ・エアラインイングリッシュや英語通訳など、語学の専門科目を設定 ・IS時の成果報告会 ・地元との連携によるPBL ・留学帰国生を外国人向けの旅館に派遣（コンシェルジュ活動）
	川村学園女子大学	・観光文化実践（産学連携P） ・都心でのFWを数多く実践

・観光就職率：平均29.2%

# 総合人社系群

- 「バランス」のとれたグループ
  - 実学系科目と、人社系科目が総合的に配置されている
  - 国公立はすべてこの群に分類
- 特徴：さらに3つのタイプ
  - 経済学・経営学などマネジメント系に重点
    - 経済学に特化（山口大学）
    - 観光ビジネス群と共通（東洋大学など）
  - 人社系に重点
    - 地域政策に強い（高崎経済大学）
    - 国際、多文化に強い（京都外国語大学、APU）
    - 本格的なPBL教育（京都外大）
  - 観光、地理学、フィールドワークに重点
    - 和歌山大学（グローバル／ローカル両面で実践を重視した学び）
    - 立教大学（地理歴史文化に特化）

・観光就職率：平均25.8%  
※国公立が低い

カリキュラム分類	大学	特色
総合人社	帝京大学	・協定大学への留学 ・海外インターンシップ・PBL型 ・ゼミ教員単位で産学官連携を実施。多様な取り組みがある ・観光学実習（1年、2年）
	東京都立大学	・グローバル枠（推薦入試）は留学を義務付け ・東南アジア留学生受け入れ ・経団連と連携したIS ・緑地管理 ・理系的な実習（微積分、統計、PC、観光科学プロジェクト演習）
	長野大学	・ゼミ教員単位での産学連携の取り組みが多い ・授業と連動した体験型学習（観光まちづくり） ・地域協働型授業（地域調査演習・中山間地域の実態を調査する） ・観光まちづくり演習（域学連携） ・オンラインを活用した「地域調査演習」
	芸術文化観光専門職大学	・芸術文化と観光の2視点から地域活性化を学ぶ ・授業の1/3が実習、実務家教員が担当 ・初年次全寮制
	東洋大学	・カリフォルニア州立大学ボモナ校において、キャンパス内ホテル・レストランでの就業体験を含めたプログラムの実施。 ・テンプル大日本キャンパスとの学生交換P ・TGLプログラム（GPみたいな） ・観光プロフェッショナル専修
	高崎経済大学	・PBL型IS ・教員単位での産学官連携によるプロジェクトが盛ん
	聴見学園女子大学	・基礎ゼミの一部としてISを実施（必修）PBL型 ・JALPAKとの産学連携による特別遠隔授業の開講 ・CA実習、女将マネージャー実習などの分野別実習科目
	立教大学	・海外協定校への派遣留学 ・海外ホテルでの長期インターンシップ ・PBL型IS
	京都外国語大学	・外国語大学なので語学は前提 ・グローバルエンゲージメント（必修） ・ゼミ教員単位で産学連携を実施。フィールドワークが得意な教員が多い ・1年次のはやいうちから、第一線のゲスト講師を招いて連続講義、現場への理解を深め、学部への動機づけとしている。 ・経済学、経営学やICT教育の科目も充実させ、幅広い形での観光学教育を展開 ・京都という立地を活かしたフィールドワーク
	和歌山大学	・GIP（海外研修）、一部観光に特化したプログラムを組み込んでいる ・GP2.0 ・地域の中小企業と連携した実践型IS ・地域インターンシッププログラム ・観光映像やデジタルドームシアターを活用した教育 ・tedQual認証の取得 ・学部生の学術的研究への参画機会の提供
	山口大学	・海外プロジェクト演習（事前準備＋渡航準備＋現地調査＋取りまとめ） ・観光産業の実務を経験する短期間IS ・観光庁委託事業「SDGsにおける山口県のスポーツ観光講座」を開催
	流通科学大学	・グローバルスタディーズプログラムへの留学費用助成 ・海外ホスピタリティ研修 ・オフキャンパスプログラム、就職部が全面バックアップ ・洲本市との域学連携を全学規模で実施。 ・正課外に人材育成を目的としたプログラムを実施（キャリアアップセミナー）
	ノースアジア大学	・県内各自治体や企業の担当者による講義、現地でのFW ・学生による模擬旅行会社の運営

# 観光人材育成に対する大学側の認識：追加調査の結果

- 観光ビジネス群
  - どの項目も全般的に重視
    - ジェネリックスキル、観光業界における実践的スキル
- 観光実践群
  - ジェネリックスキル
- 総合人社系群
  - 専門知識
  - ジェネリックスキル、地域活性化に必要な知識
- 3群のなかでは実学的な傾向の強い観光ビジネス群、観光実践群でも「専門知識」「幅広い教養」を重視
  - 専修学校との違いは強く意識されている

表. 各大学が重視する知識、スキル・能力

カリキュラム分類	大学名	平均 観光就職率 (2016～2019)	コロナ禍前後の 観光就職率差分 (2020 - 2019)	ジェネリック スキル	観光業界における 実践的能力	観光業界における マネジメント能力	観光学、経済学など の専門的知識	地域活性化等に 必要な知識	国際的に活躍できる 実践的能力	幅広い教養
観光ビジネス	新潟経営大学	42.1	-17.1	3	2	2	2	3	3	3
	淑徳大学	28.2	3.8	3	3	3	3	2	0	3
	大阪成蹊大学*	—	—	3	3	3	3	3	3	3
	帝京平成大学	32.9	-2.2	3	3	3	2	2	2	2
	明海大学	47.0	-20.3	3	3	3	3	3	3	3
	亜細亜大学	37.4	-12.4	3	3	3	3	3	3	3
	秀明大学	39.3	0.7	1	2	1	0	2	1	0
観光ビジネス平均				2.7	2.7	2.6	2.3	2.6	2.1	2.4
観光実践	大阪観光大学	18.2	-2.3	3	0	2	2	2	2	1
	川村学園女子大学	2割程度	減少	2	2	2	2	1	1	3
	西南学院大学	27.4	-15.2	3	3	3	3	3	3	3
	神戸海星女子学院大学	36.8	-18.9	2	2	1	3	2	1	1
	玉川大学	51.2	-27.4	3	3	0	3	2	3	2
	札幌国際大学	不明	不明	3	3	1	1	0	1	0
	長崎国際大学	26.2	-3.1	1	2	3	2	1	2	0
	文化学園大学	42.2	-25.7	2	1	0	1	2	1	3
	大阪国際大学	12.8	-14.3	3	2	2	1	1	2	2
観光実践平均				2.4	2.0	1.6	2.0	1.6	1.8	1.7
総合人社系	帝京大学	34.2	4.4	2	2	1	3	1	1	2
	東洋大学（ホス）	32.5	-7.1	2	3	-1	3	3	1	2
	東洋大学（政策）			2	-1	3	3	3	1	2
	高崎経済大学	19.5	-7.3	3	2	2	2	3	3	3
	跡見学園女子大学	31.7	-3.5	3	2	3	2	3	1	2
	立教大学	25.3	-5.1	2	1	1	2	2	2	2
	京都外国語大学*	—	—	2	1	2	2	1	3	1
	和歌山大学	20.0	9.9	3	0	1	3	3	3	3
	山口大学	10.0	-5.6	2	2	3	3	2	3	2
総合人社系平均				2.3	1.3	1.7	2.6	2.3	2.0	2.1

# 進路としての観光業界に対する認識

- 各累計毎の就職率とコロナ禍の影響
  - 観光ビジネス群、観光実践群で大きく低下
  - 総合人社系は10ポイント以下の低下
  - 特に観光実践群の落ち込みが大きい
- コロナ禍以前の認識
  - 観光ビジネス群＞観光実践群＞総合人社系群
- コロナ禍後の認識
  - 観光ビジネス群と観光実践群が逆転
  - 元々重視してきた大学ほど、重視の度合いを下げる傾向

表. 進路としての観光産業界に対する認識

カリキュラム分類	大学名	平均 観光就職率 (2016～2019)	コロナ禍前後の 観光就職率差分 (2020・2019)	進路としての観光産業界		
				コロナ前	コロナ後	差分
観光ビジネス	新潟経営大学	42.1	-17.1	1	1	0
	淑徳大学	28.2	3.8	3	1	-2
	大阪成蹊大学*	—	—	2	2	0
	帝京平成大学	32.9	-2.2	2	0	-2
	明海大学	47.0	-20.3	3	1	-2
	亜細亜大学	37.4	-12.4	3	3	0
	秀明大学	39.3	0.7	3	-1	-4
観光ビジネス平均				2.4	1.0	-1
観光実践	大阪観光大学	18.2	-2.3	2	2	0
	川村学園女子大学	2割程度	減少	1	1	0
	西南学院大学	27.4	-15.2	3	3	0
	神戸海星女子学院大学	36.8	-18.9	1	1	0
	玉川大学	51.2	-27.4	1	1	0
	札幌国際大学	不明	不明	0	0	0
	長崎国際大学	26.2	-3.1	3	3	0
	文化学園大学	42.2	-25.7	3	1	-2
	大阪国際大学	12.8	-14.3	2	1	-1
観光実践平均				1.8	1.4	0
総合人社系	帝京大学	34.2	4.4	2	1	-1
	東洋大学	32.5	-7.1	3	-1	-4
	高崎経済大学	19.5	-7.3	1	1	0
	跡見学園女子大学	31.7	-3.5	2	1	-1
	立教大学	25.3	-5.1	1	1	0
	京都外国語大学*	—	—	1	1	0
	和歌山大学	20.0	9.9	1	1	0
	山口大学	10.0	-5.6	1	1	0
総合人社平均				1.5	0.8	-1

# 各類型における 観光人材育成への対応

## ・特徴

- ・ 全ての大学で観光人材育成強化を重要課題として認識
- ・ ただし、「観光人材」の捉え方は様々。総じて従来の観光産業界よりも幅広く認識
- ・ 特に観光実践群は、観光を切り口に、サービス産業全般に必要な人材を育成強化すると考える傾向
- ・ 総合人社系群は、これらに加えて観光行政を担う行政機関への就職を拡大したいと考えている
- ・ カリキュラム改編・新設
  - ・ マネジメント系を強化
  - ・ デジタルとの融合
  - ・ 専門職大学、専門職大学院
- ・ 産学連携、より企業と連携したPBL型 インターンシップを強化する動き
- ・ 産官学の観光人材コンソーシアムの結成

観光ビジネス	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 今後も、経営学・語学を中心に学びの基礎を築き、そして観光を切口に、各分野の専門的知識を学ぶカリキュラムによって人材育成を行う。</li><li>・ <b>入口（受験生）から意識</b>して、今後の社会における観光産業の重要性とやりがい伝える。在学中には、<b>専門学校とは違う「大学での学び」</b>が、今後の観光産業の発展に必要であることを、多様な科目を通して伝える。</li><li>・ 人材育成の必要性は大いに認識している。コロナ禍以降、その傾向はさらに強くなると予想して、<b>学科から学部昇格させる（2022年4月）</b></li><li>・ コロナ禍で一時的な影響を受けているが、中長期的には日本の重要産業であり、人材育成は極めて重要。</li><li>・ 観光産業を牽引するトップレベルの経営人材の育成、地域の観光を担う中核人材の育成は非常に重要と受け止めている。ホスピタリティ・ツーリズム学に関して十分な知識を持ち、英語運用能力を含む高いコミュニケーション能力を持つ人材の育成や、<b>ICTリテラシー</b>を修得し、<b>デジタル技術を活用</b>した組織や社会に貢献することができる人材の育成を意図した<b>メジャーを新設</b>、即戦力となる人材の育成も重視し、座学だけでなく、<b>企業と連携したインターンシップ等の実地研修の機会</b>を可能な限り提供する。</li><li>・ <b>経営学部としての素養</b>を身につけながら、ホスピタリティ産業の領域に特化したコースを設置し、即戦力となりうる実務スキルも体得させている。</li><li>・ <b>実務家出身の教員を多く採用</b>し、より実践的な講義ができるようにしている。</li></ul>
観光実践	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>2022年度からの新カリキュラムでは、観光に関する専門科目を増やす</b>。入学当初は観光業界を希望していても、業界の実情を詳しく知ることにより、就職活動時までに希望業界を変更する学生も多い。観光業界にこだわらせてはいないが、<b>観光業界で働く上で役立つ楽しむ力、生きぬく力を身につけるためのカリキュラム構成</b>になっている。</li><li>・ 観光業界は課題が山積。離職率の高さなど。学生は夢をもって入学するが、業界の実態とミスマッチということも多々ある。それでも観光で頑張りたい学生のために、<b>現状を理解する機会</b>を作ろうとしている。いくつかの条件の良い企業との<b>産学連携</b>に力を入れている。観光を場とすることで、多面的なものの見方を身に着けることができる。<b>観光業界だけでなく、サービス業全般の最前線で活躍できる人</b>を育てたい。</li><li>・ 中国や韓国の大学生とSNSで観光産業への新視野に向けて交流するなどの活動を行っています。</li><li>・ コロナ禍の影響が続く間は英語を強化する方向にシフトする。しかし、回復後は観光業界への就職率を3～4割程度には戻したい。</li><li>・ <b>2022年4月から新たに2コース制を導入</b>する。今後のツーリズムを牽引していくマネジメント層の人材を多く育成するために、<b>マネジメント系の科目を強化</b>している。</li><li>・ 地方においては、<b>今後進む若年層の減少を考慮に入れた採用戦略</b>にいち早く取り組むことが必要と考える。</li><li>・ 欧米の観光先進国においては、産学の強固な連携による人材の育成がなされている。<b>わが国の観光人材育成の課題は、産学共に専門性の高い人材を育成するプログラムが欠如している</b>。本学では、<b>産学官の観光人材育成コンソーシアムを組成し、社会人へのリカレント教育も視野</b>に入れた各種プログラムを検討中である。</li><li>・ <b>観光産業をホスピタリティ産業と広くとらえた上での人材育成</b>をしている。</li><li>・ 就職活動においては、<b>観光産業を幅広く捉え、業界・企業研究を進めるよう助言</b>に努めている。また、コロナ禍で一時IS入りが中止となった企業においては、今後通常のプログラムに代わる策の検討や、<b>新たな企業開拓</b>にも力を入れていきたい。</li><li>・ <b>観光を幅広く考え</b>、あらゆる分野においても活用できる能力の育成をめざしている。</li></ul>
総合人社系	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>「国際化」に対応できる人材育成</b>が必要であると感じている。また、「東京都観光産業振興プラン2023-24」においても、都内観光産業の人材育成の必要性も示されている。観光地域経営に携わる人材として、本学のキャリアサポートセンターの支援や学科教員の協力も得つつ、<b>ISや実習系科目(観光学実習やゼミ活動など)</b>を通じて、実学による現場感覚の修得、主体性の向上、粘り強い精神力の向上等を目指した人材育成に取り組む。</li><li>・ 政策・ツーリズムコースでは、<b>民間のみならず、公的団体への就職を増やしたい。専門知識を持った人を増やす</b>。</li><li>・ 観光産業人材の育成強化は、本学科でも重要な課題として認識。観光業に関心を持つ学生に対して可能な限り観光産業において役に立つ知識や技能を身に付けてもらうことを目的に、関連する科目の開講などを進めている。また、観光への政策的なアプローチを重視し、ゼミなどを中心に、<b>観光振興に関する課題解決型の実践的な取り組みを増やし</b>、学生の観光産業への関心の醸成、実践的な政策対応能力の向上を目指している。</li><li>・ 大学としての学士教育の他、東京都の観光経営人材育成事業に採択され、感染症対策を踏まえた新しい旅のスタイルの創造、女性をはじめとする多様な人々のキャリア形成、異文化理解を目指した観光の促進、ムスリムやハラルへの適切な対応を目指した<b>観光経営人材を育成するプログラム</b>を実施している。また、<b>令和6年度にカリキュラムを改編する計画</b>である。</li><li>・ 狭い意味での観光業界に限らず、<b>観光とより幅広い産業とのクロスオーバーを重視したい</b>。観光の広がり（社会のなかでの関わりの拡大、観光による社会貢献）を意識し、観光を学ばせて、より幅広い業界に送り出す方がよいのではないか。</li><li>・ 日本の観光行政を中心とする観光推進から、観光先進国で実施されているDestination MarketingやDestination Managementとして発展するためには、<b>専門知識に沿って競争力のある観光目的地</b>とすべきである。こうした観点から、観光産業を担う中核人材育成を視野にいれた「観光・地域づくり講座」を毎年実施している。加えて、観光を基軸として地域の新たな価値を共に創造し、持続可能な地域の実現を先導する観光地域共創人材の育成を目的とする<b>専門職課程</b>を大学院に設置する構想がある。</li><li>・ 観光の人材を育てるという意思は強い。<b>数量的スキルの高い、マネジメント人材を育成</b>することが本学の役割と考える。従来のいわゆる「観光産業」よりも、観光が活躍できる領域を広く考えている。ホスピタリティよりもマネジメント。地域におけるデータサイエンスを強化したい。</li></ul>

# 観光産業界の人材ニーズの把握、カリキュラムへの反映などの対応状況

- 観光産業界のニーズを把握する取り組み
  - 企業と連携した実習、現地実習、講座など産学官連携の機会
  - 実務家教員の確保
  - 有識者からのアドバイスを定期的に受ける

観光ビジネス	<ul style="list-style-type: none"><li>・<u>観光関係の企業や団体と連携した実習、現地研修</u>を豊富に実施しており、観光産業界のニーズや現状について情報を得る機会となっている。</li><li>・人材ニーズの把握と、カリキュラムへの反映は、学科教員が取り組むべき重要事項と考え取り組んでいる。</li><li>・観光業界（観光関係企業）の方を講師として招聘し、直接学生にどのような人材が必要か、説明してもらったり、<u>観光関係企業との連携講義</u>（学生の起業ヒアリング、企業への事業提案プレゼンテーション等）を通して、カリキュラムに観光業界で必要とされるスキルなどを取り入れることに努めている。</li><li>・<u>観光業界を経験した実務家教員</u>を一定数確保し、理論と実践のバランスを考えたカリキュラムを構成している。また、<u>産官学連携</u>も推進しているので、学生がさまざまな体験を現場で積み重ねることができる。</li><li>・本学の建学の精神に謳うとおり「実学」の基盤は最重要であり、その点で<u>産業界で活躍された教員による現場感のある指導は重要</u>。</li><li>・コロナ禍により、ホスピタリティ・ツーリズム産業も社会的な変化に応じた新たな形を模索するようになったため、そのような変化にいち早く対応できるよう観光業界のニーズを把握することは重要であると考えている。具体的には、従来からあるホスピタリティ・マインドを一層洗練させた<u>プロフェッショナルとしての意識</u>を持ち、ラクシャリーなサービスを企図・実践できる人材や、<u>デジタルシフトに対応し文理を超えた知識・経験を持ってホスピタリティ産業に貢献できる人材</u>の必要性が今後ますます増加していくであろうことを想定し、<u>カリキュラムの改編を行い、より社会と学生のニーズに即したメジャーを新設</u>するという取り組みを行った。</li><li>・本学は、<u>実務経験の豊富な教員が社会問題や企業が求める人材像を把握</u>して、時代の流れをすばやく読み取り、新しい社会のニーズに対応したカリキュラムとしている。</li><li>・<u>実務出身の教員を中心に、よりアップデートなそれぞれの専門業界の現状を把握</u>し、その業界が求める人材像を意識したカリキュラム内容を取り入れている。</li></ul>
観光実践	<ul style="list-style-type: none"><li>・<u>卒業生の就職先にアンケート</u>を取り、新入社員に求める力等の把握をしようとしている。</li><li>・<u>産学連携の機会に学生も参加</u>し、PBLを通じて仕事のやりがいを伝える</li><li>・<u>オムニバス形式の授業（2年次）</u>でマネジメント層に話をしてもらう。</li><li>・カリキュラム改編に伴い、使われる側の人間よりもマネジメント層に入れる人間を育てるべく、経営系のカリキュラムを強化した。</li><li>・まずは<u>地方の観光人材像の確立</u>が教育体制の検討には必要</li><li>・コロナ禍を経て遠隔技術等が著しく躍進した。大学等の教育現場でもフィールドワークやインターンシップに取り組みやすくなる工夫を取り入れることが予想される。"ワーケーションの学生版"として地域としては実質的な労働力として人材確保。具体的には<u>長期インターンシップの発展</u>になると考えている。</li><li>・<u>地域観光版就活マッチングイベント</u>のテスト開催</li><li>・2021年度中に学生を交えた意見交換会を行い、それらの意見を取り入れた形で<u>地方の観光人材マッチングイベント</u>を開催した。</li><li>・<u>検討中のコンソーシアムを通じて人材ニーズを把握</u>して、カリキュラムに反映していく予定である。また、学生に対しては、<u>具体的な将来の進路に応じた履修モデル</u>に沿って、専門演習などの担当教員による個別指導を行っている。</li><li>・<u>産学連携のプロジェクト</u>などをカリキュラムに取り入れている。</li><li>・<u>学部3年次および学部2年次にインターンシップ</u>をカリキュラムに取り入れており、<u>観光業界での就業体験を通じ、求められる人材ニーズを知り</u>、更なる学びへの意欲向上を図っている。</li><li>・室内の講義だけでなく、学外のフィールドや体験できるカリキュラムを増やす予定。</li></ul>
総合人社系	<ul style="list-style-type: none"><li>・主として、<u>業界から招聘した教員(旅行業、航空、鉄道、宿泊、DMO等)を中心に、各業界が求める人材像の把握に努める</u>とともに、<u>3年生の段階で希望する業界に精通しているゼミ(教員)に所属</u>し、担当教員の指導・助言の元でゼミ活動を通じた人材の育成に注力している。特徴的な科目としては、入門観光学実習(1年生向け)と観光学実習(2年生以上)を整え、観光地や観光施設に向いて現場から学ぶことを含めた<u>カリキュラム</u>を整備している。</li><li>・<u>4年に1度、カリキュラムを見直し</u>している。その際に、<u>JATA（日本旅行業協会）など、外部の有識者のアドバイス</u>を受けている。<u>実務家教員</u>も一定数確保している。</li><li>・観光業界の人材ニーズの把握、カリキュラムに取り入れることについては重視している。そのため、観光業界の<u>実務経験者の採用</u>、また<u>人材ニーズを踏まえた新規科目の開設</u>などを適宜行っております。</li><li>・観光経営人材育成事業や学生の実習受け入れ先、<u>実務家の兼任教員</u>との意見交換などを通じ、観光業界の人材ニーズの把握に努めている。</li><li>・インターンシップなど、現場とのつながりのなかで、ある程度は取り入れているが、<u>短期的な動向を取り入れるのは違うのではないか。</u></li><li>・<u>地元での域学連携によるプロジェクト</u>を通じて、業界の現状やニーズを取り入れる。これまではゼミ単位でのつながりであったが、もう少し組織的に重視していきたいと考えている。</li><li>・観光教育の国際認証である<u>TedQualを取得</u>している。TedQualでは、観光産業との積極的なコミュニケーションをベースにカリキュラム構築が求められている。実際に、<u>アドバイザリーボードに観光産業から委員</u>に加わってもらい、<u>教育研究協議会</u>において、年に2回ほど意見交換を実施している。ここでの意見は、学部及び大学院の改善の議論にも反映させている。</li><li>・<u>自治体との連携事業</u>などの機会を利用して、民間や行政からの観光人材ニーズを取り入れている。</li></ul>

# 学生のモチベーション維持 ・向上のための取り組み

## ・企業と連携した実践的な学修機会の提供

- ・座学と実践

## ・業界人を招いたオムニバス形式の講義

- ・1年次など、早期の高いモチベーションを更に高めて維持

## ・実務家教員による継続的な指導

- ・ゼミへの早期配属、4年一環で指導

観光ビジネス	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光関連企業・団体と共催するイベントや観光関連の企業などにおける実習および実地研究の授業</li> <li>・観光業界で活躍されている方からの話を聞くことや<b>インターンシップ</b>で観光業界を体験することで、観光業界への就職意欲を刺激している。<b>1年次からキャリア教育に力を入れている。</b></li> <li>・実務の経験を有する教員が半数以上を占めており、入学から就職が決まるまでの3年以上、常にいろいろな科目で観光業界の現状説明と就職へのモチベーションを高めることを意識して科目運営を行っている。また、「旅行業務取扱管理者」「ブライダルコーディネーター技能検定」「TOEIC」など、将来観光の現場で活躍するうえで役立つ講座を開講し、観光業界への就職・キャリアに活かせる資格取得をサポートしている。</li> <li>・もともと学生の観光業界への就職希望は高いと言える。今年はコロナの影響で、多くの観光業界の求人が減少し、観光業界への就職が叶わなかった学生もいたが、大手ホテル、空港、大手MICE関連企業等の内定を獲得している。</li> <li>・イベントプロデュース（企業との連携にてイベントを企画する実践的授業）</li> <li>・ホスピタリティ産業を代表する企業のトップの方々を招き、オムニバス形式で講演してもらった特別講義の開講</li> <li>・観光業界に就職したOB・OGによる講演会の実施</li> <li>・約半年間にわたる長期インターンシップの実施</li> <li>・専門科目における、観光業界の現場訪問（フィールドワーク）の実施</li> <li>・実践的な研修やインターンシップを通して、授業で学習したホスピタリティの理論を身に付けることができるカリキュラムにしている。それぞれの領域でプロフェッショナルな指導を受け、技術を学ぶ機会を提供し、実務家教員による指導を行っている。実務家教員による4年間必修のゼミ教育も実施。</li> <li>・1年次の前期にオムニバスのゼミの説明授業を行い、2年次からそれぞれの業界の実務出身の先生のゼミへ入らせることにより、より専門的で、業界へのモチベーションを落とさせない教育の体制を構築している。</li> </ul>
観光実践	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光業界で活躍していた実務家教員による授業。</li> <li>・ゼミにあたる科目でのフィールドワーク</li> <li>・キャリアデザイン、キャリアプランニング等のキャリア関連科目。</li> <li>・産学連携によるプロジェクトに学生を参加させる</li> <li>・地域の産業と連携した演習、インターンシップで学生のモチベーションを高めることに取り組んでいる</li> <li>・モチベーションを維持するのは大変、1年、2年向けの実践的な講座で社会人基礎力を高める。卒業生のピアサポートも役立っている。</li> <li>・1年間の海外留学の機会がグローバルに活躍するイメージを醸成し、高いモチベーションを保つことに役立っている。</li> <li>・魅力的なインターンシップの開拓</li> <li>・観光業界は現状では「使い捨て」の発想が拭えない。今後は企業側の改革を求める取り組みやコンサルティングを行なっていき、学生とともに地方での観光での働き方を検討していきたい。</li> <li>・観光産業の事業別に科目を設定し、業界への興味を喚起し、関連する企業でのインターンシップに誘導することで就職へのモチベーション向上を図っている。</li> <li>・インターンシップや産学連携を意識したプロジェクトセミナー、キャリア形成科目などが役立っている。</li> <li>・オンラインによる「就職講座」・「オンライン合同企業研究会」等の実施と共に、コロナ禍においても情報収集できるよう、WEB掲示板を新たに開設し、その中に観光業界に特化した就職対策オンラインセミナー等、イベントのお知らせをタイムリーに掲載している。</li> <li>・学外から職業人をゲストとして迎え、大学から就職につながるカリキュラムを構成している。</li> </ul>
総合人社系	<ul style="list-style-type: none"> <li>・就職活動が早まってきていることもあり、入学当初、少なくとも2年生の早い段階からの就活に対するモチベーションを高める取り組みが必要となっている。少人数で教員との距離も近い、1～3年生の演習系科目の中での取組みが効果的である。</li> <li>・学部のなかでの学生同士の連携が強く、キャリアや学修についての情報共有をしている。また、実務家教員が多く、フィールドワークやゼミの運営も優れている。こうした環境が、モチベーションを高く維持することに役立っているのではないかと。</li> <li>・実習形式での観光業界でのインターンシップを推奨。また関連する業界の実務経験者を招いた講義もやっている。</li> <li>・学外実習による観光業界等での体験（2年次必修）、実務家の教員による授業などにより現実を知り、モチベーションを高めるような機会を提供している。また、一部の学生は大学生観光まちづくりコンテスト等への出場はさらなるモチベーションの向上に貢献している。</li> <li>・1年次にゲストスピーカーとして実業界のトップを招聘し、話を聞く機会を設けている（大手旅行会社等による寄付講義）</li> <li>・1年次後期に開講するオムニバス講義、業界や起業家など、観光の最前線で活躍する方にゲスト講師として登壇していただき、学生にコロナ禍でのリアルな現状を語ってもらった。アフターコロナに向けて様々な取り組みを行っている状況を知ることによって、学生の観光へのモチベーションを維持することができたと考えている。オンライン講義が可能になったことで、遠方のゲストも呼べるなど、柔軟な人選が可能となった。</li> <li>・座学のみならず、フィールドワークで実際の現場に出て、さまざまな方とコミュニケーションする能力を向上させるなかで、その能力を観光業界でどのように活かせるかを考えさせている。加えて、海外における観光のあり方を知るなかで、観光業界のみならず、観光に関連する業種や業界においてもその能力をいかす可能性があることを伝えている。結果として、就職活動においては、観光業界の状況を冷静に見つめ、自分の能力をいかす職業選択をする姿勢が身についてきていると思われる。</li> <li>・年1回の研究・活動報告会などで、OBと交流している。先輩との交流から刺激を受けているようだ。JUNTOや外資系航空会社、統計局、公務員に就職しており、学生にとっては現場の話を聞く機会にもなっている。</li> </ul>

# 結論①

- ミスマッチ＝観光関連産業と大学との間にある4年制大学で育成する観光人材に対する認識のギャップ
  - 観光学の未成熟
    - 学際的かつ発展途上、経済学や教育学のような制度化された教育体系が確立されていない
    - 4年制大学で育成すべき人材に対する共通理解が双方に不十分
  - アンマッチ問題
    - そもそも4年制大学新卒者を受け入れるキャパシティが決して大きくない
      - 他産業を含めて、キャリア指導するのは必然
      - 観光をフィールドとした実践型教育～多方面に有為な人材を育成することに役立つ
    - 大手企業は「専門性によらず」優秀な人材を採用
  - 大学側の「問題」：それぞれの教育理念の下で観光教育を推進
    - マネジメント能力を有する中核人材
      - 経営学系の専門教育だけで身につけることができるのか？と考えるのが、大学

# 結論②

- 各大学の方針に基づいて考える
- 観光人材育成強化の課題
  - 各人材像において、必要となる科目について必修化率を高める
    - 経営学・経済学系の専門科目
    - インターンシップ
    - 実践系科目
  - 実務家教員の適切な位置づけ（あるいは観光産業界との人事交流）
  - 社会における「観光教育」の問い直し
    - 経済の高度化、サービス経済化の顕著な進行
      - サービスあるいはホスピタリティの知見を持つ人材はあらゆる業界で重要
    - 大学観光教育の特徴であるPBL系の教育は幅広い分野の有為な人材育成に効果的
  - 観光の中核を担う人材は必要
    - 大学と産業界側の双方において、今後も継続的に取り組む必要あり
    - 産学官連携によるコンソーシアムなどによる組織的活動を活発にする必要性