

# 報 告 書

平成 30 年 3 月

産学連携による実務人材育成ワーキンググループ

はじめに

我が国の観光を取り巻く状況は、近年大きく変化している。つい数年前まで 600～800 万人台の間で推移していた訪日外国人旅行者数は、平成 29 年には前年比 19.3%増の 2,869 万人まで増加し、3,000 万人突破目前となった。また、平成 29 年の訪日外国人旅行消費額は、5 年連続で過去最高額を更新し、前年比 17.8%増の 4 兆 4,161 億円となり、初めて 4 兆円を超えた。このように観光産業は、我が国の成長分野として大きな可能性を秘めており、我が国を支える基幹産業となることが求められている。

平成 28 年 3 月には、内閣総理大臣を議長とする「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において、平成 32 年に訪日外国人旅行者数を 4,000 万人、訪日外国人旅行消費額を 8 兆円とし、さらには平成 42 年にはそれぞれを 6,000 万人、15 兆円とすることなどを目標として定め、その実現のための施策を「明日の日本を支える観光ビジョン」としてとりまとめた。また、平成 29 年 3 月には、観光庁において「観光立国推進基本計画」をとりまとめ、平成 29 年度から平成 32 年度までを計画期間として、世界が訪れたい日本を目指して、観光立国の実現に関する施策について方針を示したところである。

この先、少子高齢化の進展により人口増加が見込めない我が国において、交流人口を増加させ、地方を活性化することは欠かすことのできない視点であり、観光産業は、「地方創生」の切り札、かつ GDP600 兆円達成の柱でもある。

しかし、観光産業が今後の我が国を支える基幹産業として発展していくためには、様々な課題を解決しなければならない。特に、観光産業の人手不足への対応は喫緊の課題となっており、各方面で人材育成に取り組むことが求められている。

中でも大学教育は非常に重要である。大学における観光教育を充実させ、多くの人材を観光産業界（以下、業界）へ輩出することは、「量」の確保はもちろん、観光について専門知識を持った「質」を有する人材の確保でもあり、観光産業の高度化にもつながる。しかし、観光系大学・学部卒業生の観光産業への就職率は低く、また、就職した場合でも、離職率が高く、人材の定着が難しいのが現状である。その原因として、大学が業界の求める人材を育成できていないことや業界において「働く魅力」の創造・発信ができていない等、産学において人材の確保・育成についてミスマッチが生じていることが挙げられる。

このような現状を打破するためには、産学連携により、大学教育において業界のニーズを反映した人材を育成することが必要である。

## 1. 求められる観光人材像

### (1) 観光を取り巻く環境

観光教育において、産学のみスマッチを解消するためには、業界においてどのような人材が求められているかを明らかにする必要がある。つまり、観光がどのような環境に置かれており、どのような対策が必要かを正確に捉える必要がある。

#### ① ニーズの多様化

インバウンドが増加していく中で、日本を訪れる外国人観光客の国籍や人種は多様化している。団体旅行やパッケージツアーを利用することなく、個人で旅行を楽しむFIT（海外個人旅行者）も増加している。また、国内においては社会の成熟に伴い、それぞれの個人が自分の興味・関心を大事にし、個性を尊重する時代になっている。さらに、体験型の消費（「コト消費」）やナイトエンターテイメント等に対する需要も拡大しつつある。このように、個人の価値観が多様化するとともに、外国からの新たな価値観も流入し、観光における顧客ニーズが多様化しており、ニーズに応じたサービスの提供やポジショニングの重要性が高まっている。

#### ② 情報技術の進展

現代の情報技術の発達はめざましく、社会のありようを様々に変えている。ビジネスの世界にとどまらず情報技術は、市民生活のレベルにも浸透し私たちの生活に影響を与えている。情報の流通速度は速まるとともに、個人による情報へのアクセスも容易なものとなり、SNSによる個人の情報伝達、情報共有も今日では当たり前となった。一方でビッグデータという膨大なデータが活用できるようになり、私たちの行動や嗜好を予測するのに役立つ技術も登場してきた。さらにAI（人工知能）が急速に私たちの身近なものになりつつあり、私たちの可能性を広げる強力なツールとなることが予測される。このようなスピードの早い変化にさらされているのは観光も例外ではない。情報技術をいかに観光へ生かしていくことができるかが重要である。

#### ③ 地方創生の必要性

少子高齢化が進展する中で、観光による地方創生・地域活性化は有効な手段である。交流人口を増加させ、経済効果を生み出すとともに、外部の人材の力も取り入れ、地域にある様々な素材を見つけ、磨きをかけて商品化し、その魅力を発信していくことが必要になっている。

### (2) 求められる観光人材像

観光を取り巻く環境が変化する中で、以下のような観光人材が求められる。

- ①変化やニーズを分析できる人材
- ②新しい価値を創造できる人材
- ③地域の魅力を伝え、活用できる人材

取り巻く環境の変化や旅行者のニーズが多様化するのに対しては、まず高いアンテナを持って変化やニーズを把握し、分析できることが必要である。変化やニーズの本質を理解することによってはじめて、その対策を打つことができ、新しい価値を創造することもできる。画一的な押し付けのサービスを提供するのではなく、分析した変化やニーズに応じ、新しい価値を創造し提供できる人材が求められる。

また、観光を地方創生の柱としていくためには、地域の魅力を伝え、新しい価値やビジネスを創造できる人材が求められる。地域資源の魅力を発見し、発信することで観光資源へと磨き上げていくことが必要である。その際、他の地域との違い、または他国との文化、風習の違いを理解して、みずからの特性、強みを発信することも大切である。地域において、魅力を活用し、新しいビジネスを創造することができる人材が求められている。

## 2. 観光系大学・学部の教育に必要な視点

### (1) ディプロマポリシー・カリキュラムポリシーの変革

前述のとおり、大学における観光教育を充実させ、多くの人材を業界へ輩出することは、質・量ともに人材を確保する意味で非常に重要である。ニーズを踏まえた人材の育成を大学で行うためには、「ディプロマポリシー」及び「カリキュラムポリシー」を変革していくことが求められる。

すべての大学には、「ディプロマポリシー」「カリキュラムポリシー」「アドミッションポリシー」を一貫性のあるものとして制定し、公表することが義務づけられている。「ディプロマポリシー」は、各大学、学部・学科等の教育理念に基づき、どのような力を身につけた者に卒業を認定し、学位を授与するのかを定める基本的な方針であり、学生の学修成果の目標となるものである。「カリキュラムポリシー」は、ディプロマポリシー達成のために、どのような教育課程を編成し、どのような教育内容・方法を実施し、学修成果をどのように評価するのかを定める基本的な方針である。「アドミッションポリシー」は、どのように入学者を受け入れるかを定める基本的な方針であり、受け入れる学生に求める学修成果を示すものである。つまりこれらのポリシーにより大学は、どのような人材をどのように育成し、社会へ輩出するかを明確にしているのである。

したがって、観光系大学・学部における「ディプロマポリシー」及び「カリキュラムポリシー」を、変化のスピードが早い観光産業で求められる人材像と結びつけていくことができれば、産学が考える観光人材像の齟齬解消、人材のミスマッチ解消につながると考えられる。ただし、各大学にはそれぞれ出自があり教育資源にも偏りがあるので、教育理念・環境・資源に照らしてどのような人材をどのように育成するかという目標を各大学の特徴、

強み、ブランド・アイデンティティとして尊重しつつ、地域と企業も協力して教育を行う形で「ディプロマポリシー」と「カリキュラムポリシー」へ反映していくことが求められる。また、人材の定着にあたっては、「働く魅力」と「稼ぐ力」や「キャリアパス」はリンクしているため業界の努力も必要である。

## (2) 大学・学部の特徴を生かした教育

各大学において、業界のニーズを反映した人材を育成していくためには、「ディプロマポリシー」に前述のような人材を育成することを標榜することが望ましい。また、そのような人材を育成するために、各大学・学部の出自や教育資源等の特色を生かし、以下のような要素を組み込んだ「カリキュラムポリシー」を策定し、観光人材育成に取り組むことが有効である。

### ①グローバル

グローバル教育／語学、留学、異文化理解等を通じ体系的に修得

### ②ローカル

地域資源（自然、文化、歴史等）の観光利用と保全を体系的に修得

### ③経営

企業経営や観光地経営を体系的に学び、企画力、マネジメント力を身に付ける

### ④情報

AI／ITリテラシーを修得し、AIやITを観光に生かすことができる力を修得

### ⑤計数感覚

ファイナンスや統計学を通じ、計数感覚を身に付ける

### ⑥ホスピタリティ

コミュニケーション能力や社会人マナー等を修得、理論と実践を融合できる力を身に付ける

## (3) 産学域連携による実践授業の必要性

これらを体系的に修得するためには、知識・理論・スキルの修得のみでは不十分であり、観光における実践と結び付け、観光を教育するとともに、「観光で」教育することが不可欠である。教養・専門知識とともに、実践に結びつく「物事を俯瞰できる力」「問題提起力」「課題解決力」等を養う必要もある。そのような教育を通じ、将来的に地域の中核となる人材や現場の第一線で活躍するホスピタリティ人材等、それぞれ専門性を持った観光産業を支える人材を育成することができる。

そして、そのような場を設定するためには、業界と地域の協力が必要である。このような産学、そして地域（産学域）での人材育成の場は、業界において必要な人材を育成する、学生に業界の魅力を伝えられる、地方創生に寄与する場であり、非常に価値のある場とな

りうる。その実現に向け、産学域連携による実践授業を実施できるような視点を観光系大学・学部の「カリキュラムポリシー」変革の要素とし、業界・地域が協力する体制を構築することが求められている。

### 3. 今後の課題

インターンシップも含めた産学域連携による実践授業の実施については一部の学部やゼミでの実施例があるが、教員の個人的なネットワークに依存する傾向にあるのが現状である。地域、企業、大学が有するノウハウやリソースを提供し合い、1つの取り組みにできるようなマッチングシステムが求められる。また、インターンシップも有効な取組ではあるが、単なる職業体験で終わり、その体験を学びに落とし込めないことも少なくない。インターンシップも教育の場であるという認識を持つとともに、その他どのような取組が有効であるかも更なる検討が必要である。

産学域連携により、大学の学生教育において、必要な人材を確保するとともに、リカレント教育の充実を図り、継続的な人材育成を行っていくことが求められている。

「産学連携による実務人材育成ワーキンググループ」委員名簿

(敬称略)

(大学)

篠原 靖 跡見学園女子大学 准教授  
小林 直樹 玉川大学 准教授  
◎森下 晶美 東洋大学 教授  
東 徹 立教大学 教授  
平野 典男 琉球大学 教授

(企業)

梶田 隆弘 KNT-CT ホールディングス(株)事業戦略統括部顧問 地域事業部担当  
西野目 智弘 西野目産業(株) 代表取締役社長  
佐々木 政茂 日本航空(株) 旅客販売統括本部 企画部 部長  
三枝 吏 楽天(株) 人事総務室オフィスマネージャー  
川村 勝洋 リゾートトラスト(株) 東京ベイコート倶楽部ホテル&スパリゾート業務部 部長

(自治体)

高原 恵理 高山市 商工観光部長

(◎は座長)