

商業高等学校における観光教育のあり方について —本学での研究生活動を踏まえての考察—

永田 裕一（経営情報イノベーション研究科 研究生）

八木 健祥（経営情報イノベーション研究科 教授）

本稿は、静岡県立大学大学院経営情報イノベーション研究科（以下、「本学」という。）に研究生として半年間在籍した筆者の経験をもとに、2022年度から順次開始される商業高校における「観光ビジネス」の授業の進め方、生徒との向き合い方に関し、本学での好事例をもとに考察したものである。本学経営情報学部は観光分野が創設されて3年が経過したに過ぎないが、観光教育は早期に定着した感がある。そして、コロナ禍におけるニューノーマルな時代に即し、既成的な観光の学びに囚われることなく、アクティブラーニングの導入等により、学生の関心を惹起させ、能力伸長を図る体制は、大学、高校の違いはあるとは言え、参考となる事例は多い。

一方で、商業高校サイドは、文部科学省から示された「高等学校学習指導要領商業編」における「観光ビジネス」で求められる到達目標のレベルは相当高いといわざるを得ず、「観光ビジネス」開講が間近に迫る中で、現場の教員の悩みや不安は小さくない。特に担当教員自体の「観光」に関する幅広い知識の蓄積が十分できておらず、これを早期に解消していくことは難しい。

そこで、高校・大学連携により、現在、本学で行っている観光教育の進め方を筆者のような研究生の受入れ継続や定期的な教員向け研修会の開催等により補って頂ければ有難いと考えているほか、商業高校生を対象とした短期集中観光講座の開講、高校サイドで十分な整備ができていない観光データベースの共同利用などでサポートを頂ければ商業高校サイドでも「観光ビジネス」のスムーズなスタートが切れると思われる。将来の静岡県の観光業を担う若手人材育成に向け、高校と大学の連携は必要不可欠であるとともに、それがもたらす効果は大きいと考えている。

1. はじめに

文部科学省は、2016年12月の中央教育審議会の答申を踏まえ、2018年3月に、学校教育法施行規則の一部改正と高等学校学習指導要領の改訂を行った。新高等学校学習指導要領等は2022年度から年次進行で実施する予定となっている。今回の改訂は、「高大接続改革」が大きな目玉となっている。すなわち、「高等学校教育を含む初等中等教育改革と、大学教育の改革、そして両者をつなぐ大学入学者選抜改革という一体的な改革や、更に、キャリア教育の視点で学校と社会の接続を目指すこと」を目的に改訂が進められた。

こうした中で、「高等学校学習指導要領商業編」においては、観光立国の流れを踏まえ、「観光に

関する知識と技術を習得させ、観光の振興に取り組む態度を育成する学習の一層の充実を図る」ことを目的に、「観光ビジネス」が指導科目として新設された。このように商業高校では、「観光」が授業科目として登場し、現場では実施に向け準備が進められているが、「観光」を生徒にどのように教えていけば良いのか日々悩んでいるのが実情である。すなわち教員側にも観光に関する知識が十分に蓄積されていない中で、生徒の関心と学習意欲を高めていくためにはどのようなメソッドが有効なのか理解できていない状況にある。

今回、筆者は、本学で半年間研究活動を行い、大学での観光教育の進め方を目の当たりにしてきたが、何よりも学生たちが「観光」の授業や演習

に対し、高いモチベーションをもって意欲的に取り組んでいたのが印象的であった。このような仕組みや雰囲気は是非勤務校である伊東商業高校（以下、「勤務校」という。）に持ち帰り、実践してみたいと考えた次第である。そこで、本研究では、本学における観光教育をもとに、商業高校における「観光」の授業はどのように行っていくのが望ましいか考察することとした。

2. 商業高校における観光教育に関する先行研究

商業高等学校における観光教育導入の議論は以前から研究者等によって提言されてきたところである。そこでは、商業高校における観光教育は商業教育の一環なのか否かという議論からスタートしている。宍戸（2008）は、アンケート調査や観光関係教員に対するインタビューから「従来の観光教育は、職業教育を志向していたことに対し、近年は住民視点から地域を考えるきっかけとして観光教育に取り組む例が増加している」としながらも、なお「教育委員会や新たに観光教育に取り組む教員達の多くは、依然として観光を物見遊山と捉え、観光教育は観光産業への人材育成を行うための職業教育であるとする傾向が強い」として、職業教育としての観光教育に否定的な見方をしている。

一方、寺本（2016）は、沖縄県の高校への出前授業を通じた経験から、観光を総合学習や社会系科目に学習課題として導入することの意義について、観光が重要な産業となっている沖縄県のようなところでは、「人材育成としても大切なテーマであることが確認できた」として職業教育として観光を学ばせることに肯定的な見方を示している。筆者は、どちらの議論が正しいかということではなく、商業高校が存立している地域の経済状況によって、観光教育の目的も微妙に異なるのではないかと考える。もっとも、将来、観光産業以外への就職を行う生徒であっても、観光の経済的意義について深く考える機会は必要と考える。

この間、小出（2010）は、若年層の旅行需要が減少していることに危惧を示し、観光学教育の目

的として、「自らの出身地である町や地域への理解を土台に、広く日本の国内の他の地域とその風土・文化について、旅行というひとつのフィールドワークの体験を通して、認識を深めることが第一のステップといえる」として、フィールドワークを通じた「地域を知る」活動の重要性を提言している。

文部科学省が、2018年3月の高等学校学習指導要領の改訂において、「観光ビジネス」が商業高校の指導科目として新設されたことを踏まえ、須藤・山田（2019）は、現役教員の立場から、観光分野を指導する商業科教員の体制に課題があるとして、「これまで以上に外部の教育資源を一層活用し、大学や専門学校のみならず、市町村、民間企業、研究機関等、様々な機関と連携し、教員の持つ知識・技術と実社会の隔たりを狭めるような、研修を開発し実施していくことが必要である」として、外部との連携強化により教員の観光に関する専門的知識の不足を補うことを提言している。しかしながら、こうした先行研究からは、観光ビジネスに関する理念や指導体制強化に向けた対応についての提言は知ることができるものの、筆者をはじめ多くの観光担当教員が望んでいる現場における具体的な取組方法は研究者によって示されておらず、今回、現場の教員の視点から研究の対象とすることとした。

3. 研究目的と課題設定

本研究では、実際に大学における観光の授業や演習を受講した経験を踏まえて、今後、商業高校における観光ビジネスについて、生徒が関心を惹起させるような、具体的・実践的な学習とはどのようなものなのか、それを進めるにあたってはどのような課題があり、その解決に向けて何が 필요한かを考察していくこととする。

上記のような研究目的を踏まえ、研究課題として以下の5点を設定する。

- ① 勤務校を例に商業高校の現場における観

光教育の内容を整理し、現在、観光に関してどのような学びが行われているかを整理する。

- ② 新学習指導要領「観光ビジネス」における指導内容を整理する。
- ③ 「観光ビジネス」開講に関する現場の受け止め方を整理する。
- ④ 本学での研究活動を踏まえて「観光ビジネス」開講にあたっての課題を提言する。
- ⑤ 上記課題解決に向けて本学への期待、要望を提言する。

4. 研究方法

前記の研究課題を明らかにするために、研究方法は以下の通りとした。

まず、勤務校を中心に静岡県内商業高校における「観光」の取扱いの現状について述べるとともに、勤務校全校生徒へのアンケートを通じ生徒の「観光」への関心を探ることとした。

次に、今回の学習指導要領改訂に伴い商業高校で導入される「観光ビジネス」に関し、現時点における現場の課題を取り纏めた。

そのうえで、筆者の本学における観光教育研究経験等を踏まえ、商業高校における「観光ビジネス」の望ましい指導のあり方について考察する。

5. 教育現場の実態

これまでの「学習指導要領商業編」においては、「観光」に関する記載は殆んどなく、多くの先で「地域活性化」や「地方創生」の一環として「観光」が採り上げられるに止まっている。もっとも、静岡県内でも周辺に観光地を抱え、観光関連業種の地域経済に占める割合が相対的に大きい地域では、2015年頃から、同指導要領の中の「学校設定科目」や「課題研究」のひとつの選択肢として「観光」を採り上げる高校が現れた。実際、勤務校においても、以前から「課題研究」の「キャリアプランニング」講座で「伊東市高校生観光おもてなし特派員事業」を実施してきたが、2016年度

からは講座名を「観光ビジネス」とし、内容も観光を中心とするものに変更した。これは観光業のウェイトが高い伊東市において、将来の観光の担い手を育成したいとする行政（伊東市役所）と、勤務校との理念が一致したことによるものである。この間、熱海高校では「観光ビジネスコース」を設置し、ホテル実務や観光資源調査を行っているほか、御殿場高校では「学校設定科目」の中で観光ビジネスを採り上げて指導している。

勤務校を例に授業進行をみると、「観光ビジネス」を選択している生徒は2020年度は34名、2021年度は26名となっている、いずれも対象は3年生である。「観光ビジネス」は週3コマ（1コマ50分）設定されており、そのうち1コマは地場企業（ガス会社）による寄付講座となっており、同社社員が来校して生徒と観光業や観光地の将来像に関するディスカッションや、地元商店街を対象としたフィールドワークに同行、対象先との橋渡しをして頂いている。残り2コマは教員が担当し、フィールドワークの事前準備（フィールドワーク対象先のインターネットサイトから情報収集）、事後取り纏め（フィールドワーク結果を本校ホームページから情報発信等）、成果物（商店街マップ等）の作成・配布を行っている。もっとも、上記3コマの授業が他の授業の間を縫って設定されており、フィールドワーク等に纏まった時間を確保できていないのが実情である。

このように、現時点での静岡県内商業高校における「観光」の授業はフィールドワークを主体とした地域探索（観光地の実地調査ではなく、商店街等を探索してのマップ作成等）となっており、座学としての「観光」教育は手つかずとなっており、観光関連のデータ分析・検索は殆んど行われていない。これは観光学に精通した教員が不在なことや、「観光」に関するテキスト、副読本等が出版されておらず、授業のよりどころとなるものがないことにも起因している。この間、「観光」の授業への外部講師の招聘は地場観光関連企業が中心で、大学教員等による出前授業は殆んど行われていない。

全国的な動向について全国商業高等学校長協会

(参考) 福井県立奥越明成高等学校における観光教育

科目名	学校設定科目「観光」
授業概要	①観光を学ぶ意義 ②身近な観光関連ニュースの検索と活用、発表 ③観光統計を使った検証(地域特性への理解) ④全国における観光関連の取り組みの検証(ビジネスモデルの理解) ⑤福井・奥越を考える(魅力の認知とPRの考察) ⑥福井・奥越からの発信(情報発信の実践) ⑦地域づくりを考える(観光人材としての基礎作り)
授業実施上の工夫	①フィールドワーク、集団での思考・発表など様々な授業形式を取り入れる ②地元観光PRポスター制作を行い、地元金融機関のロビーや地元の保養施設、公民館などで発表する ③校外で行う学習会(奥越の観光を考える座談会)等への参加を通して、学習知識の定着を図る

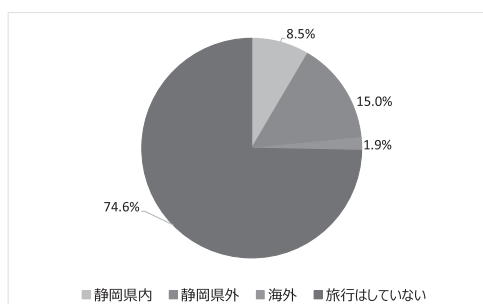
(出所) 全国商業高等学校長協会資料新高等学校学習指導要領の実施に向けて(2019年10月)「新高等学校学習指導要領の実施に向けて 一新学習指導要領実施に向けた先進事例集」より筆者編集

資料をみると、福井県立奥越明成高等学校において学校設定科目として「観光」が開講しており、観光を学ぶ意義や観光統計を使った検証が行われているのが数少ない事例となっている。

こうした状況を映じ、商業高校では、生徒の地域の観光資源について考察し、それをフィールドワークで確認するといったアプローチが必ずしもできていないため、地域に多くの観光資源を抱える勤務校でも、フィールドワーク等を通じて地域の観光資源の価値観、希少性を生徒に伝えることが難しくなっているほか、来訪した観光客に対面で満足度調査等を行えないため、地域外から来訪した観光客の地域の観光資源に対する評価を聴取することもできず、生徒がそうした活動を通じて地域の観光資源の意義や価値等について認識する機会が確保できていない。

このような傾向は、本学において、本年7月に勤務校生徒(213名)を対象に行ったアンケート結果(下図1・2)でも示されている。すなわち、伊東市の地理的な位置づけもあるとはいえ、新型コロナウイルスの感染長期化によりマイクロツーリズム(近場への旅行)が主流となる中であっても、生徒の旅行先は静岡県外が全体の15%を占め、主な行き先も東京、ディズニーランド、横浜となっている。

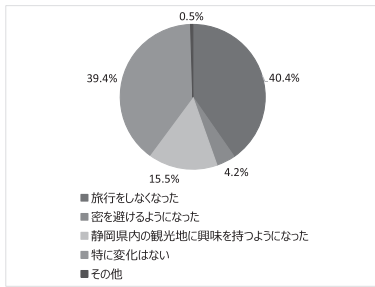
(図1) この1年間に旅行した先(勤務校生徒213名、構成比%)



(出所) 静岡県立大学八木研究室「新型コロナウイルスの感染長期化に伴う高校生の旅行需要の変化」

また、コロナの影響による旅行に対する意識の変化の有無についても、「旅行をしなくなった」との回答が多い中で、近場の「静岡県内の観光地に興味を持つようになった」との回答は15%に過ぎず、伊東市をはじめ伊豆半島の観光資源への関心が惹起されたとは言い難い結果となっている。

(図2) コロナの影響による旅行に対する意識の変化(勤務校生徒 213名、構成比%)



(出所) 静岡県立大学八木研究室「新型コロナウイルスの感染長期化に伴う高校生の旅行需要の変化」

新型コロナウイルスの感染拡大・長期化は、ともすればこれまで県外の有名観光地や海外旅行に関心が向かっていた地域住民にとって、その行動制約から自身の居住地近隣の観光資源に目を向ける絶好の機会であり、それを通じて地域資源の価値創造に繋げていく絶好の機会であったが、現実にはそうした方向に生徒の関心を誘導できておらず、「観光」の授業のあり方、ターゲットを改めて考えさせられる結果となっている。

6. 新学習指導要領「観光ビジネス」について

さて、こうした中で、今回、文部科学省から提示された「新学習指導要領 商業編」においては、「観光ビジネス」が独立した指導項目として設定され、その学習の進め方についても詳細に提示されている(P9、表3参照)。

すなわち、「観光ビジネス」における指導項目をみると、①観光ビジネス、②観光資源と観光政策、③観光ビジネスとマーケティング、④観光ビジネスの展開と効果、の4本柱からなっており、それぞれの項目に到達目標、具体的指導内容が記載されている。項目別に具体的指導内容をみると以下の通りである。

(1) 観光ビジネス

「観光ビジネス」の章においては、観光ビジネスの特徴と、観光ビジネスの動向を学ぶことになる。とりわけ後者については、観光ビジネスに関する各種統計データを用いて生徒の理解を促すことになるが、現状、商業高校では、観光に関する公表統計を授業で取り扱っておらず、教員は実際にどのサイトにアクセスすれば必要なデータを入手できるのか把握できていない。したがって、観光ビジネスの動向を授業で説明するにあたってどのような公表統計を入手し、どの期間まで遡って実績値を確認したらよいか戸惑っているのが実態である。

(2) 観光資源と観光政策

「観光資源と観光政策」の章では、国内の観光資源、観光資源の保護と保全、観光政策の動向に関して学ぶことになる。国内の観光資源について、静岡県等身近の地域におけるにおける自然、景勝地、歴史遺産、伝統工芸、郷土料理、風習、美術館・博物館、伝統行事などを、産業、気候、歴史、文化などと関連付けて学ぶことが求められているが、教員サイドにおいて自然等をはじめとするこうしたものに対する理解が十分できていないことに加え、生徒サイドも商業高校では地理または日本史の選択科目制となっていることも多いため、観光を学ぶ際の事前知識が既に蓄積されているとは言い難く、かなりハードルが高い学びと想像される。また、観光資源の保護と保全では持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)についての学びが求められているが、ここに至っては商業高校の生徒が期待される目標に到達することは難しい。さらに観光政策の動向ではこれまでのわが国の観光政策の変遷を学ばせようとしているが、戦後史に関する予備知識がないと生徒のスムーズな理解に繋げていくことは困難である。

(3) 観光ビジネスとマーケティング

「観光ビジネスとマーケティング」の章においては、観光ビジネスの主体、観光ビジネスにおけるマーケティングの特徴、顧客の理解、顧客サービス等観光マーケティングに関する理解を求めて

いる。しかしながら、ここではマーケティングに関する正確な理解が進んでいることが前提となるほか、顧客サービスではホスピタリティの重要性への理解、接客マナーの知識、さらには共生社会における観光施策のあり方（バリアフリー、ユニバーサルデザイン）とかなり広範な学習を求めている、現場にとっての負担は相当大きいといわざるを得ない。

（４）観光ビジネスの展開と効果

「観光ビジネスの展開と効果」の章においては、観光振興とまちづくりの関係、観光に関する地域の課題、地域の活性化等観光を通じた地域振興に対する理解を求めている。勤務校をはじめ各商業高校では、地域活性化の視点からまちづくりや観光について取り上げてきており、教員も生徒も比較的馴染みのあるものの、指導内容を詳細にみると、観光振興とまちづくりとの連携の成果を具体的な事例による分析を求めているほか、地域社会が観光客を受け入れるための取組みの研究など、これまでより高度な指導レベルを求めている、達成は容易ではない。さらに「観光ビジネス」授業のまとめとして、身近な地域に存在する観光資源についての認知度や来訪者調査を行うことを求めているほか、観光振興に繋がるアイデアを考案して地域や産業界に提案することを求めている、ハードルは相当高い。

商業高等学校における観光教育のあり方について

表 3. 商業高校学習指導要領「第7節 観光ビジネス」の概要

学習指導要領			
指導項目	到達目標	具体的指導内容	
第1 目標			
1. 目標			
(1) 観光ビジネスについて実務に即して体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身につけるようにする			
(2) 観光ビジネスに関する課題を発見し、ビジネスに携わる者として科学的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。			
(3) ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら学び、観光ビジネスに主体的かつ協働的に取り組む態度を養う			
第2 内容とその取扱い			
2. 内容			
(1) 観光とビジネス	① 観光とビジネスとの関係及び観光ビジネスの概要について理解する ② 観光ビジネスの意義と課題について、日本における経済の発展と関連付けて見出す ③ 観光とビジネスとの関係及び観光ビジネスについて自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、観光ビジネスに主体的かつ協働的に取り組む	ア. 観光ビジネスの特徴 イ. 観光ビジネスの動向	観光ビジネスの中心的な産業がサービス産業であり、サービス自体の無形性、生産と消費の同時性、消滅性、季節による需要量の変動が大きいため、供給量の調整が困難であることなどの特徴をもつことについて扱う 観光に関する消費行動の変化による観光の多様化及び訪日旅行、海外旅行、国内旅行、宿泊旅行、日帰りの旅行など国内の身近な地域をはじめ日本における観光ビジネスの動向について扱う
(2) 観光資源と観光政策	① 観光資源と観光政策について企業などにおける事例と関連付けて理解する ② 観光資源の活用に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、観光資源の活用に関する計画を立案して実施し、評価・改善する ③ 観光資源と観光政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、観光資源の効果的な活用に主体的かつ協働的に取り組む	ア. 国内の観光資源 イ. 観光資源の保護と保全 ウ. 観光政策の動向	自然、景勝地、歴史遺産、伝統工芸、郷土料理、風習、美術館・博物館、伝統行事など国内の身近な地域をはじめ日本に存在する主要な観光資源について、産業、気候、歴史、文化などと関連付けて扱う。また、観光資源を観光対象とするための方策について扱う。 観光資源の保護と保全の重要性及び観光が地域社会に与える影響について扱い、具体的な事例と関連付けて分析し、考察する学習活動を取り入れる。また、持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)の考え方について扱う。さらに、観光資源の保護と保全に関する行政の取組み及び企業などによる観光資源の保護と保全活動について扱う。 国内の身近な地域をはじめ日本における観光政策の動向について扱う。また、観光協会、観光地域におけるマーケティングやマネジメントなどによりまちづくりを行う組織など観光振興の組織について扱う。
(3) 観光ビジネスとマーケティング	① 観光ビジネスにおけるマーケティングについて自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、観光資源の効果的な活用に主体的かつ協働的に取り組む ② 観光ビジネスにおけるマーケティングに関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、観光ビジネスにおけるマーケティング計画を立案して実施し、評価・改善すること ③ 観光ビジネスにおけるマーケティングについて自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組む	ア. 観光ビジネスの主体 イ. 観光ビジネスにおけるマーケティングの特徴 ウ. 顧客の理解 エ. 顧客サービス	宿泊業、飲食業、旅客輸送業、旅行業など観光ビジネスの各主体に関して、役割や業務などの概要及び関連する法規の概要について扱う 観光情報発信、観光キャンペーンの実施、対象となる顧客や顧客の居住地域などを踏まえたプロモーションなど実際の観光ビジネスにおけるマーケティングの特徴について扱う 地域や年代による味覚や嗜好の違い、ライフスタイルによる旅行目的の傾向など観光ビジネスにおける顧客の特性について扱う。また、国内の身近な地域をはじめ日本を訪れる観光客の多い国などに関しての文化と習慣について扱い、日本との違いを考察する 観光ビジネスにおけるホスピタリティの概念と重要性について扱う。また観光ビジネスにおける接客方法と接客マナーについて扱い、ビジネスの場面を想定した学習活動を取り入れる。さらに施設のリアリティー化などの受け入れ体制の構築、受け入れ態勢に関する情報の提供などエコー・システムを踏まえて顧客サービスを行うことの重要性及び緊急時の対応体制の構築など安全管理について扱う
(4) 観光ビジネスの展開と効果	① 観光による地域の活性化について企業における事例と関連付けて理解する ② 観光による地域の活性化に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、観光による地域の活性化に関する計画を立案して実施し、評価・改善する ③ 観光による地域活性化について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、観光ビジネスに主体的かつ協働的に取り組む	ア. 観光振興とまちづくりの関係 イ. 観光に関する地域の課題 ウ. 地域の活性化	観光の振興と地域社会におけるまちづくりの関係及び連携することの意義について扱い、成果と課題について、具体的な事例を用いて分析し、考察する学習活動を取り入れる。また、エコツーリズム、グリーンツーリズム、フードツーリズムなどの観光需要や観光目的に対応したまちづくりについて扱い、地域社会が観光客を受け入れるための取組みなど具体的な事例と関連付けて分析し、考察する学習活動を取り入れる 観光市場における国内の身近な地域の現状について扱い、調査と分析を行う学習活動及び観光に関する地域の課題の具体的な事例を用いて分析し、考察する学習活動を取り入れる 観光ビジネスが産業の振興、雇用と税収の増加、社会基盤の整備など経済的、社会的な効果をもたらすことについて扱い、観光ビジネスに関するこれまでの学習内容を踏まえて、国内の身近な地域に存在する観光資源についての認知度や来訪者などの調査、観光資源とならざる資源を見いだす学習活動及び観光ツアーなどの観光商品の企画、既存の観光商品のブランド力の向上、観光振興を目指したイベントの企画とマネジメント、観光に関する情報の発信など観光の振興策を考察して地域や産業界等に提案し、改善を図る学習活動を取り入れる

7. 「観光ビジネス」開講に関する現場の受け止め方

商業高校において「観光ビジネス」の学びが加わることに、現場の教員からは「生徒が観光ビジネスを学ぶことで地域を見直し、地域への愛着を持つ契機となってくれば有難い」、「生徒が学習を通じて地元には素晴らしい誇らしい地域資源があることを知ることで、地域の良さを知り、安易な首都圏での進学・就職の歯止めになって欲しい」と一様に歓迎する意見が聞かれている。また、「観光ビジネス授業の開始は、商業高校の学びの特色となり、普通科高校との差別化を図ることが可能となる」、「観光ビジネス履修の過程で、生徒が観光関連の各種検定試験（旅行地理検定、日本の宿おもてなし検定、世界遺産検定等）に関心を示し、合格者が誕生すれば、進学や就職に有利となり、商業高校での観光ビジネス導入の成果となる」とか、「地域経済の観光に対する依存度が大きい伊豆地域では将来の観光業の担い手育成に繋がっていくことを期待したい」と評価する声が聞かれている。

しかしながら、その一方で、実際に学習指導要領の指導内容に対しては、全体的な印象として「あまりにもハイレベルな内容を求め過ぎており、大学等研究機関で観光を後半に学んだ観光専任教員を採用しないと対応できないのではないか」とか、「2022年度までには教科書や指導書が発刊されたとしても、教員自身が教科書等を正確に理解できるか否かはわからない」といった、教えるメソッドに関する不安の声を数多く聞かれている。とりわけ今回の学習指導要領では、「地域の実情に沿った観光教育が求められるが、地元出身の教員でないと地域事情も十分把握できないし、ましてや数年のローテーションで異動することを前提とすれば指導内容の継続性を担保できるのか不安」、「学校も教員も地域と必ずしも緊密な連携が確保できておらず、地域と連携強化を進めないと授業展開が難しい」など困惑している側面も見受けられる。こうした背景には、観光を通じた地域振興を授業として取り上げるのが高校レベルに限られ

ており、それ以前の中学校においても地域学習が不可欠であるものの、中学校の学習指導要領は高校と比べ教員の裁量が限定され、学びの機会を増やすことが難しくなっているなど、中高一貫して地域への課題にどう取り組むかといった視点が必ずしも十分議論されていないことも指摘される。

8. 「観光ビジネス」実施にあたっての課題（本学での研究活動を踏まえて）

さて、筆者が経験した本学における観光の学びの体系、授業カリキュラム、ゼミ演習などは、前記商業高校教員における現場の悩みを解決していくうえで大きな示唆を与えてくれている。大学教育と高校教育を比較して論じることは好ましいことではないが、敢えて以下、本学の特徴的な取り組みについて敷衍する。

（1）観光の授業体系

前記の通り高校の教育現場の最大の悩みは、教えるメソッドがないことに集約されるが、この点、本学では、観光教育のカリキュラムが整備されており、体系的かつ広範に観光を学べる環境が整備されている。特に、1年次の「観光学概論」において市販のテキストを用いながら、半年間、観光の基礎を体系的に学ばせている点については、受講生の出身高校により大きな差がある観光関連知識の習得状況を均す意味でも有効な取組みであり、商業高校においても、半年間程度はこのような座学を確りと学ばせる対応が必要と考える。そのうえで、2年次以降は、いくつかの観光の専門分野の授業が設定されているが、各科目において、後述の通りアクティブラーニングを踏まえた多彩な取り組みがなされ、受講生の関心を惹起させている。例えば、伊豆地域の観光戦略については、伊豆半島の成り立ちから授業は始まるが、そこには地理的な知識と地学の知識が凝縮されている。「なぜ温泉が湧くのか」、素朴な疑問であるが、これに対し地理・地学に基づくメカニズムを科学的に説明しており、このような合理的説明は商業高校の教員にとって学ぶべき点は多い。結果として、

受講生が能動的に観光を学び、それが専門的知識のさらなる蓄積へと好循環が形成されている。一方、商業高校では、現勤務校においても、観光に関する課題研究の消化に追われ、ともすれば教員から生徒への一方通行的な授業展開になっている面は否めず、生徒の能動的な参画という点では本学に学ぶべき点は多い。この間、本学では、1・2年次を対象に、予め履修要項で定められた観光の専門科目を補足するものとして「基礎演習」が開講されている。観光をより深く掘り下げて学びたい学生のための自由参加型の演習であるが、当該演習では授業形式の専門科目では時間的制約等から取り込めていないデータ分析演習やフィールドワークが設定されており、観光への学習意欲を一段と高め、深度化させる効果を上げている。商業高校レベルでは、ここまで手厚く対応し切れていないが、本学では、一部普通高校に対し、土曜日の放課後を利用してこのような形式での出前授業を展開しており、商業高校での「観光ビジネス」の授業を補うものとして注目される。

(2) データの利活用

本学の観光の授業では、各種観光関連データを踏まえた考察を受講生に行わせていることが特筆されるが、データ利活用は商業高校においては観光を教える側での泣き所となっている。すなわち、商業高校教員において、観光関連統計の具体的な中身やインターネット上の掲載サイトを知っている者は少ない。このため、地域のみならず、わが国全体の観光統計から読み取ることができる観光の実情について生徒に説明することに至っていない。本学在籍中に観光庁の統計や、内閣府の「地域経済分析システム」の利用方法を習得したが、どのサイトを見ればどういうデータが格納されており、それが商業高校の授業においてどのように活用できるのかについて教員は事前に学んだうえで授業に臨むことが有益である。

あわせて、本学では、公表統計データ以外にも、観光施設や宿泊施設に協力を依頼し利用客に対する満足度調査を行い、その取り纏め結果を授業で説明、受講生間でグループワークを行い、そこで

の気づきや今後の課題、課題解決に向けたソリューションを発表させている。このような地域の身近な話題をテーマとした学習には多くの受講生が関心を持ち、積極的に参画する様子が伺えた。そしてグループワークの発表終了後、実際に協力先の観光事業者の経営者が登場し、学生が見出した課題やソリューションに関しコメントを行うなど、現場の生のデータを活用したアクティブラーニングが展開されている。静岡県の観光事業者にとっては、若年層の観光客の取込みは大きな課題とされる中、こうした授業展開は、若年層が観光・宿泊施設等に対し、どのような見方をしているのかについて知る絶好の機会でもあるほか、若年層が提案するソリューションには今後の若年層観光客の受け入れに向けたヒントが隠されている。まさに受講生、観光事業者双方にとってウィンウィンの関係となる授業展開である。このような取組みは商業高校生徒にとっては地域の魅力・課題の発見に繋がり、積極的に取り込んでいく事例であると認識している。

この間、本学では、文理融合教育を推進する中で、1年次から情報科目を積極的に学生に受講させている結果、データ処理や複数の分析手法を会得している学生が多く、観光関連データの分析においてもそのスキルが有効活用されている。こうした状況に鑑みると、商業高校においても情報科目の内容充実を図ることが結果的に「観光ビジネス」をはじめ他の授業のスキルアップに確実に繋がる可能性を示唆している。

(3) フィールドワーク

本学観光分野では、3・4年次を対象としたゼミ演習や、1・2年度を対象とした基礎演習でフィールドワークが積極的に行われているが、フィールドワークを事前の分析作業に基づく仮説の検証の場として位置づけていることが特徴である。それゆえに、事前段階における各種統計データや、ネットの口コミ情報サイトにに基づく分析作業等から得られる観光客の動向や満足度をもとに受講生による活発なディスカッションが行われ、仮説が構築されていく。一方、商業高校では、フィールドワー

ク前の事前準備は所在地やアクセスの確認が主体で、データ等に基づく客観的な検証は行われていない。このため、フィールドワークに臨む生徒の問題意識が先鋭化していないほか、着眼点にも個人差があり、物見遊山になっている面も否定できない。フィールドワーク前の事前作業の改めて整理し、フローチャート化するなどして、計画的に作業を進めていく必要があると認識した。

(4) ゲストスピーカーによる講話

本学の授業および演習では、複数回ゲストスピーカーによる講話が行われていたが、人選が的確であるほか、事前のゲストスピーカーとのすり合わせが確りと行われており、進行が講話者に一任されていないことが特徴である。また、ゲストスピーカーは必ずしも地域の著名人とは限らず、地域づくり、まちづくりに努めている若手事業者や、首都圏等他地域からの転入者などバラエティに富んでおり、受講生にキャリアパスも考えさせる内容となっている。このような幅広い人脈は大学ならではの面もあるが、商業高校においても、教員主導で地域の行政、教育委員会や観光協会、観光事業者との幅広い連携を構築し、その中で適任者を探し出す地道な活動が必要である。

8. 本学への期待、要望

このように本学における観光教育を目の当たりにする中で、観光教育における大学と商業高校との取り組みの程度に大きな差があることを痛感している。もっとも、商業高校において、現有の教員だけではこの差を埋めることは至難の業であり、大学との連携により差を縮めていくことが有用であると考えている。静岡県内における大学の中では、観光教育に積極的に取り組んでいる本学に以下のような商業高校に対するサポートを要望したい。

(1) 観光分野における商業高校からの内地留学生の継続的な受け入れ

本学での観光教育の学びは、商業高校で「観光ビジネス」を担当する教員にとっては「大きな助

け舟」となることが確認できた。本学では、今後とも、毎年、継続的に担当教員を研究生として受け入れ、なるべく早い段階で商業高校における「観光ビジネス」が一定の教育レベルを確保し、将来の静岡県観光を下支えする優秀な人材育成に繋がっていきけるよう、商業高校・本学間の連携に注力して頂きたい。

(2) 商業高校教員を対象とした定期的な研修会の開催

もっとも、(1)の研究生受け入れは物理的な制約もあり、早期に担当教員がメリットを享受することは難しい。一方で、2022年度からは商業高校における「観光ビジネス」の導入が始まるため、研究生としての派遣が困難な同科目を担当する教員向けに定期的な研修会の開催を望みたい。具体的には、カリキュラムの構築に向けたサポート、学習指導要領で求められている指導内容について参考となる事例やデータの提供、授業の進め方における工夫等である。教員サイドも導入前と導入後では問題意識や課題が異なってくること、移動に伴う教育レベルの低下回避のため、毎年定期的開催して頂くことが必要である。

(3) 生徒を対象とした短期集中講座の開講

「観光ビジネス」担当教員におけるスキルが一定程度に達するまで、履修する生徒を対象とした短期集中講座を夏休み、冬休みの期間を利用して開講して頂きたい。特に統計データの見方、活用の仕方、フィールドワークの事前準備と事後の取り纏め等に関する講義は、時間的な制約もあり、通常の授業時間内では消化できないテーマであり、サポート頂きたい。また、当該講座の中で、本学学生との交流（例えばフィールドワークへの帯同、1つのテーマに関する意見交換の実施等）ができれば、大学での学びの一環を理解できるほか、生徒の本学への進学意欲の高まりが期待できる。

(4) オープンデータの共有

商業高校ではこれまで公表統計に基づく観光動向については殆んど触れられておらず、教員の専

専門的知識も必ずしも十分とは言えない。そこで本学で現在各省庁や自治体間でバラバラになっている観光統計を集約、一元化した観光データベースを構築して頂き、それを県内の商業高校が共同で利用できるような仕組みを整備して頂くと、現場の教員、生徒も統計データへのアクセスが容易となり、統計データに基づいた観光の実態を捉えることが可能となる。また、各商業高校が独自にバラバラに構築するよりも、高校間での情報の共有化も図ることができ、観光教育のレベルの平準化も図れるはずである。

(5)「静岡県観光検定」の創設

商業高校における「観光ビジネス」の学びの成果として各種検定試験へのチャレンジが有益であることは前述した通りであるが、静岡県観光、ならびに地域の観光資源等に関する検定試験は当地にはない（京都市等一部地域ではご当地検定として実施）。そこで、地域の観光資源に関する理解を深めさせるために、本学観光分野主導で「静岡県観光検定」の創設を望みたい。1級から4級まで設置し、商業高校生のみならず、小学生から大人までチャレンジするような検定ができれば、地域住民の静岡県の観光資源に対する理解や関心が高まるものと期待される。

(6) 商業高校生徒を対象とした推薦入試の実施

商業高校で「観光ビジネス」を学んだ生徒の進学について、現状では、他の普通高校生徒と同様な推薦・一般入試を経なければ本学には入学できない。これでは、商業高校での「観光ビジネス」の学びが一過性のもので終わってしまう可能性がある。商業高校で「観光ビジネス」をはじめ、マーケティング、情報を学んだ学生が、本学経営情報学部で当該科目に関する高度な授業を履修することでその専門的スキルを高め、社会に出ていくことが、静岡県経済の担い手育成の近道ではないかと考える。普通高校とのバランスは考慮しつつも、高校・大学連携の中で、地域経済を支える人材育成の観点から、商業高校からの推薦者に対する入試制度を見直していくことも検討する時期に来て

いるのではないかと考える。

10. おわりに

本学での研究生生活は、「半年」という期間を感じさせないほど早く過ぎ去ろうとしている。筆者にとっては、「清水の舞台」から飛び降りるつもりで本学の門を叩いたが、振り返ってみると事前に期待、想像していたものをはるかに上回る収穫を得ることができた。本学における体系化されたクオリティの高い観光教育は、在学生の能力伸長に大きく貢献し、将来の静岡県経済を支える有能な人材を供給できていると確信したところである。このように本学における観光教育は、静岡県内すべての商業高校の「観光ビジネス」の手本であることは間違いないが、そうした事実が残念ながら県内各商業高校には認知されていないのが実情である。筆者も実際に研究生として本学に籍を置いて初めて目の当たりにした。本学の県内での存在感を一層高めるためにも、観光分野を手始めに、高校教員の受け入れ、出前授業の展開など高校・大学連携をスタートさせる意義は大きいと思われる。筆者がその扉を開いたことになればこの上ない喜びである。

11. 謝辞

研究生として何もわからないときから今日に至るまで終始幅広くご指導を頂き、本稿作成においても細部にわたり丁寧なご指導、ご助言を頂戴した、八木健祥研究科長や大久保あかね教授には深謝の意を表す。また、筆者と共に演習活動やアンケート調査活動を行い、専門ソフトやツールの利用方法を丁寧に教えて頂いた八木研究室の学生の皆さんにも感謝の意を表す。最後に、このような機会を与えて頂いた静岡県教育委員会、そして筆者を勤務校から快く送り出してくださった静岡県立伊東商業高等学校長川口喜弘先生に謝意を表す。

(参考文献)

- 文部科学省 (2018) 「高等学校学習指導要領 (平成30年告示) 解説 商業編」
https://www.mext.go.jp/content/1407073_15_1_1_2.pdf
- 文部科学省 (2015) 「新しい時代の教育や地方創生の実現に向けた学校と地域の連携・協働の在り方と今後の推進方策について (答申)」
https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/1365761.htm
- 全国商業高等学校長協会資料 (2016) 「地域創生に資する商業教育の在り方について」
http://www.zensho.or.jp/pa/download/honbuteian/h28_10.pdf
- 全国商業高等学校長協会資料 (2017) 「グローバル化社会に対応した商業教育の在り方について」
http://www.zensho.or.jp/pa/download/honbuteian/h29_10.pdf
- 全国商業高等学校長協会資料 (2019) 「新高等学校学習指導要領の実施に向けて—新学習指導要領実施に向けた先進事例集—」
http://www.zensho.or.jp/pa/download/honbuteian/R1_10.pdf
- 全国商業高等学校長協会資料 (2020) 「新学習指導要領に基づく教育課程編成上の諸課題」
http://www.zensho.or.jp/pa/download/dl/R2_5.pdf
- 日本観光ホスピタリティ教育学会第4回全国大会資料 (2006) 「産官学で観光学概論のシラバスを組み立てる」
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsthe/1/0/1_KJ00005105064/_pdf/-char/ja
- 宍戸学 (2008) 「高等学校における観光教育カリキュラムの比較分析」
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsthe/3/0/3_KJ00005105105/_pdf/-char/ja
- 小出雅俊 (2010) 「観光学教育の一視点」
https://shizusan.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=271
- 寺本潔 (2016) 「観光の教育力と教材開発による人材育成」
https://tamagawa.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=237&file_id=8&file_no=1
- 須藤崇夫・山田典男 (2019) 「高等学校の教員の教科指導力に関する一考察」
https://www.jstage.jst.go.jp/article/jjsei/35/2/35_15/_pdf/-char/ja
- 片桐俊男 (2021) 「高等学校学習指導要領における商業科目の検討」
https://repository.tokaigakuen-u.ac.jp/dspace/bitstream/11334/1742/1/kyo_kiyo_006_06.pdf

About the way of the tourism education in the commercial high school

Yuichi NAGATA

Graduate School of Management and Information of Innovation, University of Shizuoka

Kensho YAGI

School of Management and Information, University of Shizuoka

Abstract:

With process, the student of the class of "the tourism business" in the commercial high school started in 2022 based on the experience of the writer registered at University of Shizuoka Graduate School Management and Information of Innovation graduate course as a research worker as for this report for half a year sequentially faced you, and, about, examined it based on a good example in this school.

The field of tourism is founded by this school management information department, and three years passed, but the tourism education settled early. On the other hand, in the commercial high school side, the level of the arrival target demanded by a course of study about "tourism business" of Ministry of Education is considerably high, and a trouble and the uneasiness of the on-site teacher are not small.

Therefore a high school, a university is united, and what I act as is necessary for upbringing of tourism human resources now by this school supporting it by the holding of the workshop for acceptance continuation of the research worker and periodical teachers, and cooperating with a high school by the opening of a course of the concentration tourism lecture, use of combination of the sightseeing database for a short term.