

グローバル連携による専門性と語学力強化を図る 「ホスピタリティ教育」教授法の研究Ⅰ 企業・専門家とのネットワーク構築に関して

森 越 京 子 吉 田 かよ子

Kyoko MORIKOSHI Kayoko YOSHIDA

目次

1. はじめに
2. 本研究の目的
3. 平成24年度実践報告
4. 平成25年度実践報告
5. 平成26年度実践報告
6. 企業・専門家との連携に関する考察
 - 6.1. 海外の観光ホスピタリティ専門家との連携
 - 6.2. 国内の観光ホスピタリティ専門家及び地域行政・道内企業との連携
7. 結論

[Abstract]

Research on Hospitality Education to Develop Expertise and Language Skills Based on Global Linkage: Networking with Industries and Professionals

This paper discusses the development of hospitality education in the Department of English at Hokusei Gakuen University Junior College. Hospitality education provides students with opportunities to learn the basic concepts of the hospitality and tourism industries through English as a learning medium. Students also may experience hands-on training where they are able to apply their acquired knowledge and language skills. We also argue that hospitality education based on the idea of global linkage helps students to make more informed decisions regarding their respective future careers. This paper introduces the main events and seminars at Hokusei Gakuen University Junior College implemented during the three years of the project and discusses their success based on a network with hospitality and tourism industries and professionals. Thanks to their dedicated support, the hospitality and tourism curriculum at Hokusei Gakuen University Junior College has achieved good results. Global networking not only brought further educational opportunities for students but also resulted in a wider range of possibilities for instruction in English education.

1. はじめに

平成22年に大学設置基準に追加され、平成23年4月から施行された第42条の2では、大学・短大におけるキャリア教育の義務化について次のように述べられている。「大学は、当該大学及び学部等の教育上の目的に応じ、学生が卒業後自らの資質を向上させ、社会的及び職業的自立を図るために必要な能力を、教育課程の実施及び厚生補導を通じて培うことができるよう、大学内の組織間の有機的な連携を図り、適切な体制を整えるものとする。」ここでは、大学内の各部署との連携に

よる支援体制、キャリアガイダンスだけでなく、教育課程の内容と実施方法を定める際にも、社会的・職業的自立に関する指導等のあり方を議論し、学生がその内容を理解するように説明していくことが求められている。このキャリア教育の内容については、「大学として保証すべき教育の内容・水準に十分留意する必要がある」とされており、また、個別の授業科目のシラバスや、体系的な教育課程の編成を通じて、修得すべき知識・技能や職業生活との関係を明らかにし、さらに、学生への履修指導を通じて、その理解を図ることが求められている。(文部科学省、2009)

キーワード：英語教育，キャリア教育，ホスピタリティ教育，グローバル連携
Key words: English Education, Career Education, Hospitality Education, Global Linkage

このような背景のもと、北星学園大学短期大学部英文学科では、ホスピタリティ教育を、アジア太平洋地域の諸大学・研究機関との国際協働の枠組の中で構築し、学生の職業選択の幅を広げ、卒業後学生が社会的及び職業的自立を図るために必要な能力を育成することを旨とした。米国屈指のホスピタリティ教育で知られるネバダ大学ラスベガス校シンガポール校大学院卒業生のネットワークや、香港理工大学ホテル観光経営学部の研究者との連携を中心に、この分野の最新の教育手法を取り入れ、優れた専門性と語学力の強化を兼ね備えた教育計画を推進した。また、国内における観光ホスピタリティ関連分野の専門家や企業家からの協力を得て、新カリキュラムのスムーズな導入につなげることができた。

2. 本研究の目的

本稿では、これまでのホスピタリティ教育の実践についてその内容の報告と、グローバル連携・地域の専門家と協力体制について、その効果を検証する。

3. 平成24年度実践報告

2年生前期科目として初めて「ホスピタリティと観光」を開講した。この講義は、ホスピタリティ産業について理論的に学ぶ講義と、海外からのゲストスピーカーを招いてのイベント運営を行うプロジェクト学習の二つの柱からなっている。

初年度は、Dr. Andy Nazarechuk氏(President, Asia Pacific CHRIE, Former Dean of University of Nevada Las Vegas Singapore Campus)を招聘し、学内では公開講座、学外では国際観光セミナーを実施した。このクラスの受講生は、プロジェクト学習として、札幌国際観光セミナーと公開講座の運営を行った。また、一部の学生は、ニセコの国際観光セミナーにも参

加し、その運営を行った。

学外のセミナーは、学科の継続的な研究テーマである「ホスピタリティ教育」研究会の形を踏襲して実施した。具体的には、第3回ホスピタリティ教育研究会を札幌・ニセコで実施した。札幌国際観光セミナーでは、「アジア太平洋地域における国際観光の新潮流」と題して、アンディ・ナザレチャック氏より、アジアの国際観光の現状について、お話をいただいた。さらに、道内のインバウンド観光の可能性について2名のゲストスピーカーから、お話をいただき、外国人観光客の滞在型休暇のあり方に関して、ロングステイ財団の弓野克彦氏から御講演をいただいた。札幌市内の観光関係者、ホテル等従事者、学生、教育関係者の約100名の出席を得て、大変有益なセミナーとなった。

ニセコ国際観光セミナーは、ニセコ町との共催で実施され、ニセコ町商工観光課からの全面的な協力を得て、ニセコ町民センターにて開催した。セミナーには、地域のホテル・ペンション、レストラン経営者や、実際に海外からの旅行者に対応している観光事業者などの観光関係者が出席した。ニセコでどのように海外からの観光客を受け入れ、対応しているのか学ぶ機会となっただけでなく、これからの観光ホスピタリティ産業について意見交換することがき、実社会と大学教育を結ぶよいネットワークができた。初年度は、札幌とニセコで2回のセミナーを実施し、さらに学内での公開講座のイベントを実施するにあたり、セミナー参加者の取りまとめや連絡、それぞれのイベントの詳細を決め運営するには、かなりのエネルギーが必要であり、時間と費用の面でも、毎年継続できるような運営方法を見つけていくことが求められる。

なお、それぞれのプログラムの内容と講師からの講演概要は下記の通りである。

平成24年度短期大学部英文学科公開講座

日時：平成24年6月27日（火）2 講目
場所：北星学園大学図書館A教室
講師：Dr. Andy Nazarechuk
アンディ・ナザレチャック博士
演題：“The future of the International Hospitality and Tourism Business.”
「国際ホスピタリティ観光ビジネスの可能性」
解説：吉田かよ子教授
司会：柴田桃子・目黒実緒（短期大学部英文学科2年生）

北星学園大学短期大学部英文学科主催 「第3回ホスピタリティ教育」研究会

第1日 札幌国際観光セミナー
日時：2012年6月30日（土）
会場：札幌国際ビル 8階 国際ホール
13：00 開場・受付
13：15 I部 基調講演
「アジア太平洋地域における国際観光の新潮流」
（通訳つき）“New Forms of International Tourism in the Asia Pacific Region”
アンディ・ナザレチャック氏
ネバダ大学ラスベガス校シンガポールキャンパス初代学校長・アジア太平洋ホスピタリティ観光教育協議会会長
（President, Asia-Pacific CHRIE The Hospitality and Tourism Educators）
15：00 II部 プレゼンテーションとパネルディスカッション
「北海道におけるインバウンドツーリズムの新戦略を探る」“New Strategies for Inbound Tourism in Hokkaido”
講師：中川賢一氏（札幌商工会議所付属専門学校教員）

「北海道におけるインバウンド観光客受け入れの現状と課題」

講師：松澤憲司氏（株式会社プリンスホテル 富良野スキー場）

「北海道のスキーリゾートにおけるインバウンド集客の可能性」

講師：弓野克彦氏（財団法人ロングステイ 財団理事・事務局長）

「日本におけるロングステイ観光・余暇活動のあり方の将来展望」

コメンテーター：アンディ・ナザレチャック氏

第2日 ニセコ国際観光セミナー

日時：2012年7月1日（日）

会場：ニセコ町民センター 会議室

13：00 開場・受付

13：30 I部 基調講演 「国際ホスピタリティ観光ビジネスの可能性—地域の優位性を見据えて—」The Future of International Hospitality and Tourism Business – Focusing on Regional Advantages

アンディ・ナザレチャック氏 (Dr. Andy Nazarechuk) ネバダ大学ラスベガス校シンガポールキャンパス初代学校長・アジア太平洋ホスピタリティ観光教育協議会会長 (President, Asia-Pacific CHRIE The Hospitality and Tourism Educators)



15:00 II部 講演1

「北海道におけるロングステイ観光・余暇活動の可能性ードイツの例を参考に」

講師：弓野克彦氏

財団法人ロングステイ財団理事・事務局長

15:40 講演2

「ニセコにおける国際観光の展望と課題」

講師：ニセコ町商工観光課長 山本契太氏

「日本におけるロングステイ観光・余暇活動の在り方の将来展望」

ロングステイ財団 弓野克彦氏

ロングステイ財団は、1992年2月に、通商産業省（現経済産業省）の認可を受けた公益法人としてこの20年間、ロングステイにかかわる活動の支援や普及・啓発・調査活動を実施しています。ロングステイの基本的な特徴は、海外において「永住」ではなく、比較的長期にわたり海外に滞在し、その国の文化や生活に触れ、現地生活での貢献を通じて国際親善に寄与する海外滞在型余暇のことをいいます。



国内においては比較的長く繰り返し滞在し、その地域の文化との触れ合いや住民との交流を深めながら滞在するライフスタイルのことを指します。ロングステイの定義は海外で2週間以上、国内は1週間以上の滞在をロングステイと称しています。

ロングステイに対する関心は年々高まってきており、海外ロングステイ人口は現在、推計で年間約135万人といわれており海外渡航者数の8%を占めるに至っています。

本講演では、第一部で海外のロングステイ市場の現状とその魅力を明らかにすると同時にそのノウハウを学び、第2部では海外の滞在型余暇（ロングステイ）の仕組みを将来、北海道市場に根付かせるためにはどのような課題克服が必要であるかを皆さまと共に考えていきたいと思います。まずロングステイの過ごし方もライフスタイルや生活価値観の変化に伴い年々変わってきています。ロングステイを海外で楽しめる多くの方々は、最初からロングステイを目指した訳ではなく、人生の中での海外滞在経験や海外旅行等の経験を通してその魅力を認識し行動化しているということです。ロングステイには様々な効用、効果が確認されており主なものとしては、①自己のレベルアップ（自己成長）②家族関係改善③自分の技術を生かすことによる海外での生きがいの創出④経験を通じての新たなライフスタイルの醸成⑤リフレッシュ・健康維持・促進などがあげられます。

欧州での観光旅行の歴史を調べると、観光旅行とはそもそも貴族階級（富裕層）の社交の場でありそれが滞在型旅行の原点になったわけですから、当然現在でも休暇取得は2～3週間が当たり前です。そしてその長い歴史の中で長期滞在型旅行の現在の旅行形態も生まれてきたといえるでしょう。施設要件、インフラ、サービス、旅行形態（クルーズ、鉄道の旅、自転車ツーリズム）等もその時代と生活変化の中で余暇を楽しむ文化から生まれてきものです。滞在型余暇のスタイルは欧米とアジアではその発展過程が異なりますが本日は日本人のロングステイ希望国6年連続1位のマレーシアからその仕組みを学んでいきたいと思っています。

1) 観光資源としてのハード面の比較

北海道とマレーシアは総論として大自然に恵まれ観光地としてのポテンシャルは非常に高いレベルにあるといえます。温泉・SPA や食べ物、四季の魅力では北海道に軍配があるが、現地の体験ツアーの豊富さ、異文化体験といった点ではマレーシアが勝っているといえます。

2) 観光インフラとしての交通・施設の比較

航空ネットワーク、都市間交通、海上交通といった基盤整備についてはマレーシアが圧倒的に優れたインフラを持っています。特に航空分野ではLCCのネットワークが魅力の一つであります。また滞在施設については、マレーシアでは長期滞在型ホテル、コンドミニアム、アパートメントホテルが豊富であり、旅館・ホテルを中心に発展してきた北海道は長期滞在施設というジャンルでは当然見劣りします。また長期滞在型モデルに欠くことができない文化センターや大型ショッピングセンターのインフラも北海道では未整備（一部には存在）であり長期型ビジネスを考えた場合大きな課題だろうと思います。

3) 長期滞在型ソフト面の比較

比較項目としては、①ホテルシェアシステム、②長期型割引サービス、③ホテル一室料金制度、④医療事情、⑤長期滞在型ビザ、⑥現地ガイドの充実、⑦多言語サービスですが、すべての面でマレーシアとの比較では北海道は見劣りする結果となりました。これは日本の観光市場が短期旅行を中心として発展してきた歴史的背景が根底にあると思いますが改善していきたいと思います。

日本の観光市場規模は2006年をピークに毎年市場規模が縮小しています。いろいろな要因が考えられますが、主な理由としては日本経済の低迷、少子高齢化、人口の減少などが

その理由であらうと思います。期待されている外国人訪問客も目標である1000万人には達していないのが現状です。その中で将来にわたり需要が期待でき、インバウンドビジネスの受け皿となり得るロングステイ観光の基盤構築は急務ではないでしょうか。

北海道には世界に誇れる自然環境、美食文化、温泉、などポテンシャルは非常に高いものがあります。また鉄道を活用した観光の潜在的魅力も高いと思います。また北海道の自然がはぐくんだ人間力も魅力の一つです。これらはアジア近隣諸国にはない観光資源としての魅力だと思います。海外で観光立国を目指す国々は長期滞在型システムを整備し、その経済的波及効果を存分に享受していると考えます。日本もこの長期型滞在観光での経済効果に注目し既存のシステムとの共生を図りながら日本の観光市場の弱点を改め観光競争力を高めていくことが今求められていると考えます。

日本の長期滞在型ビジネスの弱点

- 1) 割高な長期滞在コスト
- 2) 滞在型観光のインフラの不足
- 3) 点としての観光ビジネスの課題（北海道を面として戦略化）
- 4) 多言語対応・サービス
- 5) 滞在型観光による経済的指標（経済的波及効果の検証）

まとめ

日本は小泉政権以降の国の観光振興政策の基本理念として「住んでよし、訪れてよし、の国づくり」を推進してきました。日本が国際化、グローバル化を推進していくためには外国との更なる相互交流が不可欠であり、国としてそれを推進していかないといけないと考えます。そのためには海外へ行く渡航者と海外からの外国人の訪問客数をもっと増やさ

ねばなりません。

そのためには「住んで良し、暮らして良しの国づくり」を推進していくことが重要であり、それが滞在型観光 (= 着地型商品の開発) を促進し、地域経済活性化につなげていける源泉であると考えております。観光型産業からロングステイ型産業に変革することで今後のインバウンドツーリズムの拡大を図ることができると確信しています。

本日はご清聴ありがとうございました。

「北海道におけるロングステイ観光・余暇活動の可能性—ドイツの事例に学ぶ」

ロングステイ財団 弓野克彦氏

ロングステイ財団は、1992年2月に、通商産業省(現経済産業省)の認可を受けた公益法人としてこの20年間、ロングステイにかかわる活動の支援や広く普及させるための啓発・調査活動を実施しています。ロングステイの基本的な特徴は、海外において「永住」ではなく、比較的長期にわたり海外に滞在し、その国の文化や生活に触れ現地生活での貢献を通じて国際親善に寄与する海外滞在型余暇である点です。

国内においては比較的長く繰り返し滞在し、その地域文化との触れ合いや住民との交流を深めながら滞在するライフスタイルのことを指します。ロングステイの定義は海外で2週間以上、国内は1週間以上の滞在をロングステイと称しています。

ロングステイに対する関心は年々高まってきており、海外ロングステイ人口は現在、推計で年間約135万人といわれており海外渡航者数の8%を占めるに至っています。

本講演では、第一部で海外のロングステイ市場の現状とその魅力を明らかにすると同時にそのノウハウを学び、第2部ではロングステイ観光をドイツからの事例を基に皆様と一

緒に考えていきたいと思えます。

まずロングステイの過ごし方はライフスタイルや生活価値観の変化に伴い年々変わってきています。ロングステイを海外で楽しめる多くの方々は、最初からロングステイを目指した訳ではなく、人生の中での海外滞在経験や海外旅行等の経験を通してその魅力を認識し行動化しているということです。ロングステイには様々な効用、効果が確認されており主なものとしては、①自己のレベルアップ(自己成長)、②家族関係改善、③自分の技術を生かすことによる海外での生きがいの創出、④経験を通じての新たなライフスタイルの醸成、⑤リフレッシュ・健康維持・促進などがあげられます。

このような多くの効果が期待できるロングステイ行動はどのように生まれてくるのでしょうか。ロングステイは、観光(旅行)とは異なり、現地での生活をベースにする滞在型余暇であるため旅行の延長線上にロングステイという概念は生まれにくいと考えられています。財団の分析では、ロングステイ行動は、まず観光が起点となりその後、「注意」「興味」「欲求」「動機」「行動」という5つのプロセスを経てロングステイ行動が生まれると考えられています。

長期滞在型余暇であるロングステイは欧州では貴族の文化交流の場として自然発生的に発展し、今日ではライフスタイルの一つとして定着していますが、日本では長期休暇も取りづらく未だ定着しておりません。その背景には、欧米諸国が早くからILO132号条約を批准し、2週間以上の休暇を義務付けているのに対し、日本ではまだその条約を批准していないという側面と休むことは罪悪であるという企業文化がその底辺にあると考えられています。

このように早くから長期滞在型観光が発達

した欧州では、その歴史・文化の多様性により滞在型観光も様々に変化し、グルーピング、鉄道の旅、自転車ツーリズム等の発達や滞在型サービスとしての安価な滞在施設や新しい料金システムの発達を促しました。

このように海外で発展してきたロングステイですが、日本との比較の中でどのような特徴があるのでしょうか。海外事例として人気の高いマレーシアを一例として北海道との比較の中で論じていきたいと思ひます。

- 1) まず総論として環境インフラの観点から比べてみると、マレーシアと北海道は自然資源が豊富であり環境資源としては大きな差はありません。逆に北海道の方が温泉、食文化、四季の楽しみ方等では優れた点が多いと考えられます。現地での体験ツアーの品揃え等でマレーシアに軍配が上がる点がありますが、滞在型観光としての魅力は双方ともポテンシャルが非常に高いと考えられます。

では次に長期滞在型におけるハード面の比較をしてみたいと思ひます。

- 2) 観光インフラとしての交通・施設面での比較

航空ネットワーク、都市間交通、海上交通といった基盤整備についてはマレーシアが北海道にはない優れた交通インフラも持っており、特に航空分野ではLCCのネットワークが魅力の一つになっています。また、マレーシアの滞在施設は長期滞在型ホテル、コンドミニアム、アパートメントホテル等、旅館・ホテルを中心として発展してきた北海道と比して商品の品揃えは豊富です。

また、長期滞在型ビジネスモデルに欠くことができない文化センターや大型ショッピングセンターのインフラ設備もマ

レーシアでは充実しており、今後長期滞在型市場を目指すのであれば検討課題になると考えています。

- 3) 長期滞在型ソフト面の比較

比較項目としては、①ホテルシェアシステム、②長期型割引サービス、③ホテル一室料金制度、④医療事情、⑤長期滞在型ビザ、⑥現地ガイドの豊富さ、⑦多言語サービスですが、ソフト面での比較でいけば北海道はすべての面で見劣りする結果となっています。これは日本の観光市場が短期旅行を中心として発展してきた歴史的背景が根底にあると思ひており今後改善が望まれところではあります。

●第1部のまとめ

長期滞在型観光の視点を海外との比較で北海道を見てみるとその強みと弱みが明確に見えてきます。いくつか整理をしておきたいと思ひます。

【北海道の強み】

1. 世界に誇れる自然
2. 四季と豊かな自然・アウトドア
3. 温泉
4. 世界に誇れる食文化
5. 世界遺産
6. 交通機関の定時性
7. おもてなしの心
8. 国内ロングステイで人気No2

【北海道の弱み】

1. サービスコストの高さ（海外との比較）
2. 滞在型観光のインフラの欠如
3. 地域観光が道内全体の面として機能していない
4. 滞在型観光による経済効果分析の欠如
5. 北海道としてのゲートウェイの機能が脆弱（他国比較）

次に、第2部として長期滞在型ビジネスモデルをドイツを例に新しい可能性について論じてみたいと思います。時間の関係もあり、本日は自転車ツーリズム大国ドイツの取り組みをご紹介します。

ご存じのとおり、ドイツは自転車ツーリズム王国といわれています。環境インフラの整備もあってドイツでは旅行者が旅行中にペダルをこぐ人の割合が旅行者の40%を占めるほど人気が高い観光事業の一つです。国内でのサイクリングロードは150か所以上、総距離数は7万キロといわれています。自転車ツーリズムの主目的は自然観光や文化遺産めぐりが中心ですが、非常に人気が高く年間での自転車観光の収益は年50億ユーロといわれています。自転車観光インフラとしては、“Bette and Bike” と呼ばれる専用の宿泊施設を各ポイントに設置したり、また関連産業の育成に力をいれたりして経済波及効果をあげています。

ドイツの有名なサイクリングロードとしては、バルト海サイクリングロード(1000キロ)、エルベサイクリングロード(860キロ)、ウエザーサイクリングロード(500キロ)など6つの有名なロードがあります。

北海道にも規模やインフラの課題はありますが、シーニックハイウェイ北海道(11ルート)があり、これらの整備をすることで北海道をもっとアピールしてみてもよいのではないのでしょうか。

さて、ドイツ観光を現在支えているこの自転車ツーリズムはどのようにして発展してきたのでしょうか。歴史をひも解いてみるとエコからの取り組みが今日のツーリズムの原点であることがわかります。というのもドイツでは1950年代から60年代までは自転車は貧困層の乗り物でありマイナーなイメージでしたが、その後、1960年から80年代は急速なモータリゼーションにより都市の住宅環境問題と

騒音問題が大きな社会問題として浮上しました。1990年代に入ると環境汚染の問題が発生し自転車が環境にやさしい、エコの乗り物として脚光を浴びたのです。2002年には「国家自転車計画」を策定し、整備計画をスタートさせ今日の自転車ツーリズムの基礎を国として築いてきたのです。有名なミュンスター市(エコシティ)の取り組みなどはまさにその流れの中で生まれたものです。

エコの目的としてスタートした取り組みでしたが、今ではドイツ観光インフラとしてなくてはならない産業として成長しています。

同時にドイツでは昨今、自転車観光促進のための関連産業としてたとえば、自転車駐輪場の整備、自転車修理サービスの提供、自転車の公共交通機関への持ち込み制度の導入(サイクルトレイン)、自転車専用運搬車、専用タクシーの整備等に力を注いでいて一つの成功体験として注目を浴びています。

このように自転車ツーリズムには経済波及効果、エコ等も含めて多くのポテンシャルを内在しており北海道においても研究してみる価値は十分あると感じております。

私としては自転車観光促進のためのサービスとして下記のポイントを今後の観光誘致の視点から提言したいと考えます。

- 1) 長期滞在型鉄道運賃体系の整備
- 2) 宿泊施設の長期滞在型料金の整備
- 3) 安価な休憩・宿泊施設の併設
- 4) 北海道を面としてとらえ、道内の豊かな観光資源の有効活用
- 5) 安全交通網の整備(自転車専用道路の整備)
- 6) 徹底したエコの追及(→北海道全体をエコシティとしてプロモーション)

(総論)

北海道には世界に誇れる雄大な自然と四季と美食文化があり、地域ごとに魅力的な観光

資源を豊富に持っています。鉄道旅行、自転車ツーリズムとしての魅力、北海道の方々が持つ人材力やアジア近隣諸国にない観光資源もたくさんあります。

日本の主要都市との比較での安い物価水準も魅力の一つだと思います。エコ・ツーリズムの展開も他地域と比べインフラ整備のやりやすい側面もあると考えます。ロングステイ観光という視点に立って申し上げれば、その潜在的可能性は北海道には十分に備わっており、是非観光産業と合わせたロングステイ産業育成に励んでいただければ地域の活性化にも大いに貢献できるものと信じております。

ロングステイ産業構築に向けた提言として以下のポイントをあげておきます。

1. 長期滞在型施設のハード面、ソフト面からの環境整備
2. 長期滞在型ビジネスモデルの検討
3. 地域ごとのカルチャーセンター機能等の拡大
4. 主要拠点ごとの医療インフラの整備
5. ロングステイ・インフォメーション拠点の整備
6. 北海道ゲートウェイ構想
7. 地域ごとの人材育成（案内ガイド・現地生活指導員などの人材育成）



日本は小泉政権以降の国の観光振興政策の基本理念として「住んでよし、訪れてよし、の国づくり」を推進してきました。日本が国

際化、グローバル化を推進していくためには外国との更なる相互交流が不可欠であり国としてそれを推進していかないといけないと考えます。そのためには海外へ行く渡航者と海外からの外国人の訪問客数をもっと増やさねばなりません。

そのためには「住んでよし、暮らしてよしの国づくり」を推進していくことが重要であり、それが滞在型観光（＝着地型商品の開発）を促進し、地域経済活性化につなげていける源泉であると考えております。観光型産業からロングステイ型産業に変革することで今後のインバウンドツーリズムの拡大を図ることができるかと確信しています。

最後に長期滞在型ビジネスモデルへの転換に必要な5つのパワーについてお話をし、本日のまとめとさせていただきたいと思えます。その一つは資源開発力の醸成、二つ目は地域力（主役はその地域）、三つ目は今後の滞在型観光推進のための観光滞在型マーケティング、四つめが流通・商品力の醸成、最後の一つは発信力だと思っております。

長期滞在型ビジネスは観光促進のみならず地域における経済波及効果も非常に高いと考えております。また国内長期滞在型ビジネス普及による効果として今後外国人訪日客の拡大に結び付けられる可能性が高いだけに是非地域を挙げて推進して欲しいと願っております。

本日はご清聴どうも有難うございました。

「北海道におけるインバウンド観光客受け入れの現状と課題」

札幌商工会議所付属専門学校講師

中川賢一氏

講演要旨

近年北海道を訪れる外国人旅行客が増えてきたように感じる方も多いと思うが、2010年(平成22年)の北海道の全旅行客のうち外国人が占める割合はわずか1.44%。日本は観光の95%以上を内国人、つまり自国民に頼っているという世界的にみると極めて特殊な国である。さらに北海道の観光客を「道内容客」、「道外国内容客」、「外国人」とに分類すると、道内容客が大半で外部のお金を稼ぐ産業構造になっていない。さらに、この10年で道外の日本人客は80万人以上、約14%も減少している。これを穴埋めしているのが外国人で、2003年頃から急速に伸び、2001年からの10年間で約50万人増加している。人数では同じ10年間の道外日本人客の減少を完全に穴埋めしてはいないが、外国人観光客は1回の旅行の滞在日数も長く、その間の消費額は一人あたりで13万円近くと日本人道外客の2倍近いので、経済効果としては日本人の減少分を補って余りある。

確かに今北海道はアジアの観光市場でブームになっているといえる。ただブームは所詮ブームであり、しっかりとした国際基準の観光地になっていかなければ持続しないのではと危惧している。事実、近年アジア客が急増しているのは北海道だけではなく、近隣の韓国や中国、その他の多くのアジアの国々でもトレンドは同様で、豊かになったアジア市場を取り込む競争は国際的に激化している。

では、今後北海道が国際観光地として一皮むけるためどうするかということ、[国際化]と「グローバル化」という一見似たように使われている言葉をベースに考えてみたい。

「国際化」は日本語でも英語でも「国(Nation)」の言葉が入っているように、「国」「国家」をベースにしていて、国と国とが国境という壁を越えて交わろうという概念である。あくまで基本は国であり、交わる国同士でお互いの国の文化や言葉、習慣、価値観などの独自性を尊重しあうことで深まるものと

いえよう。自分の国を理解してもらい、同様に相手の国のことを尊重し理解することが求められる。一方「グローバル」は地球全体を意味する語で、政治や経済、ルールなどが地球規模で拡大する、極論すると一元化する方向性を表す概念と理解できる。インバウンドを進めていく上では、「国際化」と「グローバル化」という両方の概念をしっかりと進めて行かなくては、国際競争の土俵にそもそも乗ることができなくなる。

国際観光地として人が訪れるようになるためには、「行きたいところ」であると同時にある程度「行きやすいところ」であることも重要である。当然「行きたくなる」魅力や理由は必要だが、いくら行きたくても、行きづらいところじゃ人は集まらない。

この行きたくなるための大事なカギの一つが「国際化」ではないか。日本の持つ独自性、北海道の持つ魅力を多くの外国の方と分かち合う機会を増やすことで、「日本ファン」、「北海道ファン」を増やすことが重要になってくる。自分達のことを理解してもらうためには、こちら側も相手の国や地域のことに関心を示し尊重することが不可欠なのは言うまでもないはずで、したがって、ビジネス、学生交流や文化交流、家族交流など幅広い人の交流が求められる。

もう一方の「行きやすさ」のカギとなるのが「グローバル化」。グローバル化とは、いわば世界の最大公約数なので、それがいいとか悪いとか、日本固有の事情とか言ってもあまり意味がなく、出来なければ世界レベルの交流や競争に取り残されるだけである。空港をはじめとした交通インフラやホテルなどの滞在インフラ・環境は世界水準と同様の汎用性が整っている必要がある。言葉はやはり英語対応が最低限のグローバルスタンダードであって、中国語や韓国語も対応できるに越したことはないが、英語でのコミュニケーションレベルを地域全体で上げていくことが

最優先と考える。また、外資の参入や外国人労働力確保に向けた環境を整え、彼らの能力やスキル、海外市場でのネットワーク、さらには資本などを十分に活用できることが望ましい。我が国はその点が世界的に見て閉鎖的で、国際競争で後手を踏みがちである。外資や外国人労働者の受け入れに対しては、地元企業の仕事や日本人の雇用を奪うという根強い反対論がいつもあるが、むしろ地元の企業や人材だけでは創出しえない新たな産業分野やサービスがもたらされ、結果として日本人の雇用の場の創出にもつながる可能性は大いに期待できる。

最後になるが、元行政の人間として観光振興に関わっていた立場から、観光振興財源について自説を提案したい。

北海道は、「食と観光」をうたいながら、観光振興予算が貧弱だといつも関係業界の方々から苦言をいただいていた。北海道と並んで観光で注目される沖縄は、観光プロモーションに北海道の10倍以上の予算を掛けているなど、事実北海道の予算配分は決して大きくはない。ただ一方で、道財政も極めて厳しく財源確保に極めて苦慮している。なので、私は道職員時代から、観光振興に必要な資金を創り出していくために「観光目的税」を創設してはどうかと考え、微力ではあるが提案もしてきた。北海道内の観光関連の施設で発生した消費に対して観光税的な課税をして、その税収を観光振興の財源とすれば自立した財源が確保できる。税金を掛けると利用者が減るとして反対意見もあるだろうが、観光に関しては必ずしもそうは思わない。どこか旅行に行くときに、いちいちその地域の課税状況なんか調べて行先の選択をするだろうか。仮に税率1%だとして、旅行先でホテル代や遊び代に5万円使ったとして、税額は500円。この500円が惜しくて、旅行先を変えるだろうか。

この構想のベースになっている手本がシンガポールのCESSという制度。シンガポール

では、1973年に観光振興を目的として「CESS徴収法」が定められ、ホテルや旅行者向けレストランなどを対象に売上の一定額を徴収し、観光振興基金として政府の観光振興機関の予算として充当している。観光消費が増えると当然事業者の収入が増え、同時に観光振興予算も増えるという構図で、観光に携わる関係者のモチベーションもおのずと上がり、シンガポールが世界有数の観光先進国となるうえで大きな原動力となってきた。札幌の半分程度の面積しかない小さな島国に、現在では日本全体よりはるかに多い年間1,000万人以上の外国人が世界中から訪れている。

北海道でも同様の制度を導入できた場合、ものすごく乱暴な試算をすると、税率1%で100億円以上、0.5%でも50億円以上の税収が期待できる。課税範囲次第で期待税収規模は上下するが、いずれにしても有力な観光振興財源となりうる。消費に税金を掛ける方式のメリットは、関係者が頑張れば消費が拡大することで、民間には売上や賃金、公的機関には税収という形で見返りがもたらされるので、関係者のモチベーションも全然違ってくるはず。

もし、このような観光目的税に関心を持たれる方がいれば、是非、一緒に研究してみたい。

「北海道のスキーリゾートにおける、インバウンド集客の可能性」

松澤 憲司氏

1. はじめに

近年、ニセコ地区を中心に、北海道のスキー場には多くの外国人客が訪れている。ただしこれは計画的な誘致が功を奏した訳ではなく、オーストラリア人を中心とした外国人達が、アジアの辺境の地に、世界でも稀にみる降雪量を誇る“奇跡の島”があることを発見したことが原因である。逆に「特別な努力を

しなくても来てくれるほど、北海道は魅力的な場所なのではないか？」という意見もあるかもしれないが、これは楽観視すべきことではない。お客様は「ウイスラー」や「ツェルマット」ではなく「北海道」を選んだのである。つまり、それらの世界の高級リゾートと同じクオリティのものを北海道のリゾートに求めてくるため、今までの日本人にありがちな「日本人だから英語が下手でもご愛嬌」とか「価格が諸外国に比べて安いのが、質が悪くても大目みでくれるだろう」という甘い考えは全く通用しなくなる。お粗末な対応は即お客様の「今後行きたい国リスト」からはずれることにつながる。本文は、北海道の各リゾートは今から真剣に世界レベルのマウンテンリゾートになるための努力をしていかないと海外マーケットの中では将来がない、という話である。

1. マウンテンリゾートとは

「マウンテンリゾート」は単なる「スキーリゾート」ではなく、グリーンシーズン(夏季)も登山やマウンテンバイクのお客様で賑わう通年の山岳リゾートである。また、長期滞在を楽しめるベースタウンも必要である。海にある「ビーチリゾート」の対義語として「マウンテン」と呼称するとも考えられる。世界的にはウイスラー・ブラッコム(カナダ)やアスペン(アメリカ)、キッツビエル(オーストリア)やツェルマット(スイス)などが有名で、国内にも、欧米と比べ小規模だが、本格的なスキー場と歴史情緒のある温泉街が融合した野沢温泉(長野)や蔵王(山形)などがある。

北海道も、冬だけで言うと近年人気のDestinyネーションであるが、スキー場間の格差が激しい。冬期宿泊者数で見ると、ニセコが北海道全体の8割を占め、その他複数のスキー場で残りの2割程度という、絶対的に強いニセコという地域に牽引されているのが実情

である。

2. 海外マーケットから見た、北海道のスキー場の現時点での魅力

アジア諸国やオーストラリアから近年多くのスキー客が北海道を訪れる。その理由の一つとして「近さ」がある。彼らが今まで渡航していたヨーロッパや北米よりもはるかに近く、時差もほとんどない。さらに新千歳空港から主要スキー場まではバスで2, 3時間の近さである。

そして一番の魅力は、世界でも有数の年間降雪量である。北海道には年間降雪量が10m以上のスキー場がいくつもある。これは世界の有名マウンテンリゾートを超えている(下表)。この豊富な雪のおかげで、クリスマス休暇にはスキー場がオープンしていることが保障され、中上級者が好む深雪「パウダー」を滑走できる確率も諸外国に比べて非常に高い。



写真1. 世界最大とも言われる豊富な雪が世界中のスキー客を魅了している。(Skier: Takeshi Kodama)

表. 世界の主要リゾートの年間降雪量(*1)

Whistler (Canada)	9.2m
Vail (USA)	8.5m
Chamonix (France)	9.6m
St. Anton (Austria)	7.0m
Niseko (Japan)	13.0m

また、日本文化も大きな魅力である。スキーと異文化体験の両方を楽しむ目的で日本を選ぶ人も多い。また食事は文化の違いを楽しむだけではなく、諸外国のリゾートに比べ

安くて美味しい。さらにはリフト料金も諸外国に比べ安いことから、滞在費の総額が大幅に安いことも魅力である。



写真2. スキー以外にも「日本ならではの」魅力が必要である。

ただしこれらは付随的な優位性でしかなく、旅行者が行き先を決める最大の要因は、当然そのリゾート自体の魅力である。したがって北海道のリゾートが海外マーケットで戦っていく場合、根本的に魅力的なリゾートを作り上げる必要がある。たとえばニセコは、そのブランドであるパウダーを、本場の欧米以上に楽しめるということで、アジアで一番のマウンテンリゾートと評価されている。

3. 海外マーケットから見た、北海道のスキー場に今後必要な魅力

マウンテンリゾートには既に「諸外国の有名リゾート」というベンチマークが存在することから、それらと比較して北海道のリゾートに不足しているものを検証してみる。

まず託児やスキースクールは大きく遅れている。小さな子供のいる家族層にとって絶対に必要なサービスであるが、北海道のリゾートの経営陣の多くは重要性を認識していないようで、結果、外国人客の要望を満たせるインストラクターも常に不足している。またショッピング環境も不足している。たとえばスイスのリゾートでは、自国の高級腕時計の広告がスキー場や町のいたるところにあり、その

土地でしか買えない限定品も多くある。北海道のマウンテンリゾートのほとんどは「スキーを滑るだけの場所」から脱却できていない。



写真3. 海外でのスキースクール利用の目的は、単なる「技術の向上」ではないことを理解する必要がある。

日本の旅行業は歴史的に、大量の客を「さばく」と言う感覚から抜けきれないところが多く、お客様と個別の関係を築く概念(CRM)に乏しい。外国語ウェブはそれが端的に表れていて、外国人が見て内容がわかるという最低レベルのホームページさえないスキー場も多い。セントラルリザーベーションシステムのような予約と支払いを一括して出来るサービスはほとんど見ない。そして最近ではfacebookに代表されるSNSの利用も必須である。そして北海道スキー場全体の窓口になるような機関が実質的にはないことも、オール北海道でプロモーションする場合は問題である。以上のことから、折角お客様にとって魅力的なコンテンツや情報、特に欧米のスキーリゾートとの違いを持っているにもかかわらず、それが海外のお客様に上手に伝えられていないように見える。

さらには北海道の最大の魅力である「パウダー」を楽しめるスキー場が実は少ない。経営陣の多くが、法的な理由で出来ないと言うが、実際にパウダーを滑ることの出来るスキー場が国内にある以上、これはスキー場側のやる気の問題と言わざるを得ない。

最後に、上記すべての問題の根底が人材不足である。人材が設備の新設や制度の改善と同様に重要であるということを理解できない経営陣が多く、特にマネージャーと外国人対応スタッフの不足は致命的である。マネージャー教育も受けていないスキーに無縁の社員が、長年勤続した結果としてマネージャーに任命された場合、自スキー場の問題点の発見やお客様の要望の理解は難しい。また、スキーインストラクターのクオリティと待遇が諸外国に比べ低い。これは北海道に限らず日本各地で、外国人客を受け入れ始めているスキー場で大きな問題になっている。

4. 北海道のマウンテンリゾートが世界標準レベルになるためには

国際的なマウンテンリゾートを目指すのであれば、まず、どのようなリゾートを目指すかという「ビジョン」と、それを何年かけてどのように実現するかという「計画」を持ち、それらを地域と共有する必要がある。有名な事例としてウィスラー（カナダ）の取り組みがある。リゾートは自社の発展だけを考えるのではなく、地域の長期的且つ持続可能な発展をも視野にいれたビジョンと計画を地域と共有し、地域と共同で時間とお金をかけて実現していくスタイルが最も有効である。

そのビジョンと計画がある上での具体的な取り組みとして、絶対的に不足している外国



写真4. スキーだけではなく、夏にも滞在したくなる魅力が必要である。

人観光客の対応ができる人材の確保・育成が必要である。

大事なことはリゾートで通年働く人材を増やすために夏期も営業すること。

コストは増えても、長期的には優秀な人材が定着してリゾートの価値を上げる。

5. 最後に

1980年代のような日本のスキーバブルは、もう二度と起こらないといっても過言ではないが、最近の数シーズンの北海道全体のスキー場利用者数は、緩やかに増加している^(*)3)。また、世界的にはスキーマーケットは拡大傾向にある^(*)4)。つまり国内市場の回復に加え、外国人客誘致を成功させることができれば、確実に業績を回復できる絶好のタイミングだと言える。実際、近年きちんと取り組んでいるリゾートは確実に業績を回復させている^(*)3)。業績が思わしくないリゾートを運営されている方は、「人材がない」や「お金がない」などの自分達の都合でものを言うことを止め、まず外国人観光客誘致で業績を回復させることから検討していただきたい。

【参考文献】

- *1 World Snowboard Guide 11th issue, Steve Dowle, Oct 2006
- *2 Whistler 2020 (ウェブサイト <http://www.whistler2020.ca/home>)
- *3 北海道索道協会 平成24年度輸送人員実績報告書
- *4 2012 International Report on Mountain Tourism, Laurent Vanat, May 2012

4. 平成25年度実践報告

2年目の実践プログラムとして、タイ王国より Dusit Thani College 学長, Veera Pardpattanapanich 氏をお招きした。これは、平成25年2月にタイ王国チェンマイ県と北海

道との友好関係協定書調印が行われ、これからはますますタイと北海道が、密接にかかわってくるということもあり、アジアの観光先進国タイから国際観光について学ぶことを目的としたプロジェクトとなった。

講師の来札日程が5月になったことから、「ホスピタリティと観光」の授業では、イベントマネジメントの実践学習からはじめ、その実践についての学問的な知識を、後半の講義で補っていく形となった。学生にとっても教員にとっても、限られた準備期間での実践学習となったが、学生は熱心にイベント運営に参加していたと言える。Veera氏滞在中は、担当の学生が、講師の案内や通訳など積極的に関わるような体制を整えた。また、Veera氏からは、「ホスピタリティと観光」を受講している学生向けに、「タイのホスピタリティ観光教育」についての特別講義を実施していただいた。大学全学生に向けては、Veera氏から、タイにおける国際観光の現状について公開講座の形でご講演いただいた。これには、本学短期大学部1年生全員と、約半数の2年生が出席した。

学外での事業として、平成25年5月10日(金)に、Veera氏を囲んで、道内の企業や教育関係者と「ホスピタリティ教育の在り方」について、意見交換の場を持つことができた。ここでは、札幌国際プラザ、札幌市観光課等からのセミナー参加者を得て、産学官のネットワーク作りをはかることもできた。参加者を限定して、ラウンドテーブル方式でセミナーを実施したが、その理由は、前年度の大規模なセミナーも好評であったが、参加者が講師とより深く意見交換をする機会を持ち、具体的なアドバイスを求めたり、将来につながるネットワークの構築に寄与したいと考えたからである。セミナーの最後に、参加者にアンケート調査を行い、本懇談の場に関する意見を集めた。平成25年度の具体的なプログラムの内容と、イベントに関する調査の結果は

以下の通りである。

平成25年度短期大学部英文学科公開講座

日時：平成25年5月9日(木) 4 講目

場所：北星学園大学図書館A教室

講師：Ms. Veera Pardpattapanich

(デュシタニ カレッジ学長)

演 題：The International Tourism in Thailand and the Role of Hospitality Education for the Future of the Tourism Industry「タイにおける国際観光と観光産業の将来のためのホスピタリティ教育の役割について」

司会：齋野杏奈、森田しおり(短期大学部英文学科2年生)

解説：吉田かよ子教授



タイ王国デュシタニ大学学長

Ms. Veera Pardpattapanichを囲む懇談会

日時：2013年5月10日(金)

11:00-14:00

会場：JRタワーホテル日航札幌

スカイバンケットルーム

総合司会：吉田かよ子教授

司会：堀 香澄・鈴木杏奈(短大英文学科2年生)

プログラム

10:45 受付

11:00 講演

“The International Tourism in Thailand and the Role of Hospitality Education for

the Future of the Tourism Industry” 「タイにおける国際観光の現状と観光産業の未来に向けてのホスピタリティ教育の役割について」

Ms. Veera Pardpattapanich (タイ王国デュシタニ大学学長)

12:15 昼食・懇談

14:00 散会

参加者: 20名



懇談会に関するフィードバック

懇談会に参加した方にイベントに関するアンケート調査を行った。15名の参加者から回答を得た。調査の結果は下記のとおりである。設問4・5・6の自由回答に関しては、同じような内容について、項目ごとにまとめ、具体的なコメントの件数は()内の数字で表示した。

1. Overall, how would you rate the event?

このイベントの全体的な評価をお願いいたします。

Excellent	Good	Fair	Poor	Terrible
13	2	0	0	0

2. Please rate the following aspects of the event. 今回のイベントに関して、下記の項目についてそれぞれ評価をお願いいたします。

(1) Relevance of the Seminar Topic

セミナートピックに関すること

Excellent	Good	Fair	Poor	Terrible	NA
10	4	0	0	0	1

(2) Usefulness of Information Presented

情報の有益性

Excellent	Good	Fair	Poor	Terrible	NA
8	5	2	0	0	1

(3) Scheduling and timing

日程

Excellent	Good	Fair	Poor	Terrible	NA
6	9	0	0	0	1

(4) Food and beverage

お食事

Excellent	Good	Fair	Poor	Terrible	NA
10	5	0	0	0	1

3. Based on your experience at this event, how likely are you to attend future events?

今回の経験から、将来このようなイベントに参加されますか？

Very likely	Somewhat likely	Not likely
15	0	0

4. What was your favorite part of the event? 今回のイベントで良かった点はどのようなことですか。

- ・タイの観光に関する実情を知ることができ有益でした。(7)
- ・他の参加者との情報交換ができたこと。(3)
- ・現場の意見が聞けたこと。(2)
- ・気持ちのこもった良い講演&セミナーだったと思います。(1)
- ・日本のホテルの実情を知ることができたこと。(1)
- ・親密性、ちょうど良いScale。(1)
- ・Venueが良い。(1)

5. What was your least favorite part of the event? 今回のイベントであまり良くなかった点はどのようなことですか。

- ・もう少し時間が長くて良かったと思います。(1)
- ・質問するタイミングを逸してしまったのが残念でした。(1)
- ・プレゼンの資料が手元に欲しかったです。(1)
- ・英語力不足からのセミナー内容の理解度(個人的なスキルの問題)(1)
- ・Q&Aの時間の使いかた、一つ一つが長くテーブルでシェアする機会がなかったように思います。通訳もなくて良かったのでは。(1)

6. Any other suggestions or comments to help us improve future events? 今後の参考に、ご提案やコメントがあればぜひお書きください。

- ・また、ぜひこのような海外の観光事情を知るセミナー、観光産業の方たちと意見交換できる場があると良い。(3)
- ・メインゲストの先生との話合いの時間をもう少し取ってほしい。(3)
- ・もう少し時間が長くて良い。(2)

上記のように、参加者からの反応はおおむね良い結果となっている。参加者からは、海外からの先進的な事例やその国の実情を聞くことができたとのコメントが多く、Veera氏をお招きしてセミナーを開催できたことは大変有意義であった。また、ラウンドテーブル形式で小規模のセミナーであり、主催者側と参加者との信頼関係を築き、また参加者間のネットワークを深めることができた。一方、セミナーの時間配分や会の進行方法についての指摘もあり、改善が必要である。

5. 平成26年度実践報告

平成26年度は、7月に香港理工大学からケイ・チョン博士をお招きして、札幌とニセコを中心に地域の観光ホスピタリティ関係者との情報交換を行った。ケイ・チョン博士は、アジア太平洋地域におけるホテル観光経営学研究の権威であるばかりでなく、世界的にも著名な研究者・教育者であり、国際観光地としての北海道を客観的に見ていただくことを目的とした。また、本学のホスピタリティ教育に関して具体的な助言をいただくことを期待した。

平成24年度に引き続き、ニセコ町商工観光課からの多大なる協力を得て、ニセコ町にて、ケイ・チョン博士を囲む懇談会を開催した。懇談会には、ニセコ町長片山健也氏も出席され、地域のホテル関係者、観光関連企業からの参加者を得て、セミナーと情報交換会を開催した。

札幌では、北海道運輸局国際観光課との共催で観光ホスピタリティ専門家会議を開催した。北海道運輸局国際課から道内のホテルや観光関連企業に連絡を取っていただき、参加者を得ることができた。セミナー参加者には、インバウンド観光に関するアンケート調査に協力をしていただいた。アンケート調査Study on Accommodating International Guests(海外旅行者受け入れに関する調査)の結果については、別の機会に発表をする予定である。

「ホスピタリティと観光」の授業に関しては、4月から教科書を用いた英語講義で、基本的な概念を学び、Kaye Chon博士来学までに十分な準備時間をとることができた。学生は学内での公開講座運営と、一部札幌でのセミナーに参加した。英語での司会や学科紹介などこれまで以上によい発表につながった。

香港理工大学ホテル観光経営学部長チョン博士を囲む懇談会

日時：2014年7月4日(金)

18:00-20:00

会場：ヒルトンニセコビレッジ

参加者：30名

18:00 開場

18:30~19:15

卓話 Research and Innovations in Hospitality and Tourism 「ホテル観光学研究の最新の動向について」

Dr. Kaye Chon ケイ・チョン博士

参加者との質疑、意見交換

19:15~20:00懇談

司会：吉田かよ子教授

通訳：田中直子専任講師

観光ホスピタリティ専門家会議

日時：2014年7月7日(月)

14:00-16:00 (受付13:40より)

会場：京王プラザホテル札幌

参加者：30名

プログラム：

14:00 開会の辞

14:15 ケイ・チョン博士によるセミナー

Human Resources Development for Tourism Industry: Partnerships and Cooperation among Government, Industry and Academia 「観光産業における人材育成：産学官のパートナーシップ協力」

15:15 情報交換

16:00 終了

通訳：泉 園子 氏

司会：瀧本美咲・加藤里奈(短大英文学科2年生)

学科紹介：石川梓(短大英文学科2年生)

平成26年度短期大学部英文学科公開講座

タイトル：Prospects for Hospitality and Tourism

Industry in Light of Changes in International Tourism. 「観光ホスピタリティ産業の将来—かわりゆく国際観光」

講師：Dr. Kaye Chon (Dean, School of Hotel and Hospitality Management, Hong Kong Polytechnic University)

司会：瀧本美咲・加藤里奈(短大英文学科2年生)

解説：森越京子教授



6. 企業・専門家との連携に関する考察

平成24年から26年までの3年間の取り組みから、専門性と語学力強化を図る「ホスピタリティ教育」を行う上での、企業や専門家との連携に関してその利点と教育的意義を考察する。

6.1. 海外の観光ホスピタリティ専門家との連携

アジア太平洋地域における観光ホスピタリティ教育研究を先導する教育者と短大部英文学科担当教員(森越・吉田)との人的繋がりが、この3年間の国際観光セミナーの成功裡の実施に結び付いたことをまずは述べておきたい。担当教員は英文学科への観光ホスピタリティ教育の導入を視野に入れて以来、平成22

年以降積極的に国内外での観光教育学会、国際学会に参加し、本学での取り組みの成果及びその検証について発表を行ってきた。その取り組み姿勢が評価されたからこそ、毎年ナザレチャック氏、パードパッタラパニック氏、ケイ・チョン氏というアジア太平洋地域を代表する専門家の招聘に成功したと言える。

第一線で活躍する三氏の講演内容は、高い専門性と教育者としての示唆に富んだものであり、いずれの講演も、セミナー、研究会の参加者に学びの場を提供することができた。また、海外の観光ホスピタリティ教育について最新の知識・情報を得ることができ、本学科の今後のカリキュラムや教育内容改善に役立つものとなった。

6.2. 国内の観光ホスピタリティ分野の専門家及び地域行政・道内企業との連携

アジア全体で高評価が定着していたUNLVシンガポール校学校長のアンディ・ナザレチャック氏を招聘しての平成24年の第一回国際観光セミナーを期に、日本国内および北海道内の専門家との連携協力体制の確立に取り組み、極めて短期間の準備期間であったにもかかわらず、札幌では100名、ニセコでは約50名のセミナー参加者を得て、人的ネットワークの構築に取り掛かることができた。結果として、日本側から貴重な提案を用意し、セミナーの双方向性に寄与していただいた弓野克彦氏、中川賢一氏、松澤憲司氏、山本契太氏をはじめ、多くの専門家から支援を受けることができた。本学科は観光学のコースを提供しているわけではなく、英文学科であることから、ネットワーク作りには継続的な働きかけを必要としたが、学生たちの献身的な学外プロジェクト等への取り組みへの高い評価や、海外からの講師の有用な講義内容等によって、徐々に道内の企業や観光を支える公的機関等からの支援を得られるようになった。特に、アジア太平洋地域において、国

際観光都市としての地位が急速に高まりつつあるニセコでは、ニセコ町の国際観光担当者との緊密な連携が奏功しつつあり、次年度以降、学生のインターンシップ受け入れの多角化等も視野に入れている。

すでに海外の教育機関では教育機関と企業が協働でカリキュラム計画や開発を行い、その評価の重要性が指摘されているが（原・陳, 2012 a; 原・陳, 2012 b; Jones, 2010; Zeng & Yang, 2011）、教育機関と行政、地元企業の協働を通して、本学科の提供するキャリア教育と英語教育のさらなる深化が期待される場所である。

7. 結論

本研究は、文部科学省科学研究費（基盤研究C）の助成を受け、3年間にわたって、専門性と語学力向上にむけてのグローバル連携によるホスピタリティ英語教育カリキュラムの構築を目指したものである。以上、述べてきたように、英文学科の語学教育カリキュラムを中心としつつ、ホスピタリティ観光学の基本を学ばせ、海外からの著名講師を招聘しての所謂ハンズオン（実践活動）教育は一定の成果を収めることができた。担当教員は、ホスピタリティ観光学研究の学会等ではその専門性に加えて語学力の必要性を強調することに努め、また英語教育研究の学会等では、特定の目的に沿った英語教育の実践事例として発表することによって、学生のキャリア形成に寄与する英語教育の一つのアプローチという視座を提供し、多くの反応を獲得することができた。

本論では、こうした3年間の実践研究活動のうちの主要な取り組みを紹介してきた。この取り組みの総括、検証の上に立って、次年度以降の実践英語教育とホスピタリティ観光学という重複する教育目標に資する独自のカリキュラムの構築を目指していきたい。

最後になるが、本研究活動に意義を認め、多忙な日程を割いてそれぞれシンガポール、バンコック、香港から来道し、献身的に我々に協力を惜しまず、研究の後押しをいただいたナザレチャック氏、パードパッタラパニック氏、ケイ・チョン氏に心よりの感謝の意を表したい。また道外から講師として、また参加者として来道していただいた国内の研究者、道内で強力に支援をいただいた講師、関係諸氏に深く感謝したい。ホスピタリティ観光学は、人と人の関係性に中心をおく学問であるということもできる。学生たちには高い英語によるコミュニケーション能力の獲得とその能力を最大限に活用できる分野の一つであるホスピタリティ観光分野の知識を習得させ、卒業後のキャリア形成に有用な教育研究を進めていきたい。

〔謝辞〕

本稿では紹介できなかった研究協力者、セミナー開催にかかわった企業や地元の行政機関の協力者、そしてセミナー参加者すべての方に心より御礼申し上げたい。

また、本研究は科研費（基盤研究C）24501167の助成を受けたものである。

〔参考文献〕

- 観光庁 (2014) 「観光経営マネジメント人材育」
観光庁Homepage (<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/jinzai/renkei.html>)
- 原 忠之・陳 金歆 (2012 a) 「Boys, be Studious! (第1回) 米国におけるMICE・イベント経営・ホスピタリティ人材育成の内容と戦略分析 (前篇)」展示会とMICE 5, 74-76.
- 原 忠之・陳 金歆 (2012 b) 「Boys, be Studious! (第1回) 米国におけるMICE・イベント経営・ホスピタリティ人材育成の内容と戦略分析 (後編)」展示会とMICE6, 54-56.
- 文部科学省 (2009) 「キャリアガイダンス (社会的・職業的自立に関する指導等) の法令上の明確化について」文部科学省Homepage (http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo4/027/siryu/attach/1287158.htm)
- 日本経済団体連合会 (2014) 「高いレベルの観光立国実現に向けた提言」日本経済団体連合会Homepage (<https://www.keidanren.or.jp/policy/2014/057.html>)
- 吉田かよ子・森越京子 (2012) 「短期大学における「総合講義ホスピタリティ」の導入について」日本観光ホスピタリティ教育学会全国大会研究発表論文集
- 吉田かよ子 (2010) 「ホスピタリティ教育と英語教育：2008年度英文学科共同研究プロジェクトの成果、」北星学園大学短期大学部北星論集 (8), 17-37 (2010-03), PDF
- Jones, D. (2010). Developing a Convention and Event Management Curriculum in Asia: Using Blue Ocean Strategy and Co-Creation with Industry. *Journal of Convention & Event Tourism*. 11: 154-158.
- Yoshida, K., & Morikoshi, M. (2011) Developing a Hospitality and Tourism Curriculum in a Two-Year College in Japan. *TEAM Journal of Hospitality & Tourism*. Volume 8, Issues 1, December 2011
- Zeng, X. & Yang, J. (2011). Industry Perceptions of the Event Management Curriculum in Shanghai. *Journal of Convention & Event Tourism*. 12:3. 232-239.