

# 観光産業に対応した人材と教育に関する基礎的研究

小林 奈穂 美

## I 序

平成18（2006）年12月には、43年ぶりに観光基本法が全面改正となり、19年1月に観光立国推進基本法が施行された。改正に当たって、同法第16条に、「観光の振興に寄与する人材の育成」という条文が新しく追加され、人材の重要性が明確に謳われたことは非常に注目すべき点である。

観光に関わる人材育成における動向で、もっとも新しいものとして、平成21（2009）年6月16日、観光庁が開催した「観光教育に関する学長・学部長等との懇談会」が挙げられる。同懇談会には、関係省庁、関係団体のトップも参加し、観光産業を支える人材の育成に向けた問題意識を産学官で共有し、観光立国実現に向けて連携を密にして取り組む必要性が確認された。6月27日付の観光産業新聞には

観光庁の本保芳明長官は「観光学部・学科は急増したが、これからは（教育内容や輩出する人材の）質を問われる。産業界は大学に求める人材像を具現化できておらず、観光系大学には産業界の声を吸い上げる仕組みがない。産学官が歩み寄って共通認識を持ち、具体的成果が上がるようにしたい」と述べた

と掲載されている。観光産業の人材育成には、現場の管理者以上に産官学のトップマネジメントクラスの経営者、管理者の意識醸成が欠かせない重要な要素であることが広く確認された会であったと思われる。

観光学部・学科・コースに在籍している学生は、観光産業に興味を持ち、就職することを希望している学生が多い。しかし、観光学部・学科・コースに学んだ学生が採用に有利かという決してそうではない。私自身、就職活動を支援している教員の一人として、そのことを常々実感している。それは採用企業のデータの一例である財団法人日本交通公社の資料において、株式会社ジェイティービーの2006年度の採用者169名のうち、観光学部、観光学科の出身者が8名であること<sup>1)</sup>、また卒業

生の就職データの一例を示す国土交通省<sup>2)</sup>が行った「観光関係学部卒業生の進路」調査で、他業界への就職者が約77%に及ぶことをみても明らかである。観光学部、観光学科を卒業しても希望の就職先に進めないという状況が続けば、大学の存在自体が問われることになるのではないだろうか。専門学部、学科を有する大学が急増している今日、その教育カリキュラムと、企業が新卒者に求めるニーズとの乖離について改めて検証する時期にきていると考える。

そこで本研究では、観光に関する人材育成の取り組みの現状について高等教育を中心として、産、官、学、それぞれの取り組みを今一度整理するとともに、観光産業が新規学卒者に求める人材を今一度洗い出し、学としてどこから着手すべきかを検討することで、カリキュラム開発の一助にすることを目的とする。

## II 国の観光産業における人材育成に関する取り組みについて

### 1. 経緯

今、観光政策・観光行政は国の施策のひとつとして推進されている。そのきっかけは、小泉元内閣総理大臣の平成14（2002）年2月の内閣総理大臣施政方針演説であった。同演説において、海外からの旅行者の増大と、地域の活性化を図る目的で、翌15（2003）年1月に、我が国の観光立国としての基本的なあり方を検討するための観光立国懇親会を開催することが示され「日本を訪れる外国人旅行者を平成22（2010）年に倍増させる」とした。そして、15（2003）年4月には4回に亘る同懇親会の内容が報告書としてまとめられ、“住んでよし、訪れてよしの国づくり”のキャッチコピーを掲げ観光立国の“意義”と“実現への課題と戦略”が示された。戦略の最後には、観光立国を実現し、観光産業の国際競争力を強化するには、それに相応しい能力を備えた人材が決め手であるとして“人材を育てよう”という項目が盛り込まれている。このような流れの中で、官民一体となってインバウンドを推進する“ビジットジャパンキャンペーン”がはじまり、観光に関わる業界の意識が一気に高揚した。

平成16（2004）年5月からは観光立国実現のための施策を効果的かつ総合的に実施するため、学識経験者で構成する観光立国推進戦略会議（以下、戦略会議と称す）が観光立国関係閣僚会議の下、現在まで定期的で開催されている。平成16年11月の報告書において観光立国推進に向けての4つの課題と、国、自治体、産業界などに対する55の提言が示されている<sup>3)</sup>。課題2には、“国際競争力強化のためのソフトイ

ンフラ”とあり、具体的内容として、①「旅」の担い手である観光関連産業の近代化・合理化の促進〔提言7項目〕、②観光関連産業を担う人材の育成強化〔提言8項目〕が盛り込まれている。さらにその提言項目に着目すると、“観光関連産業は、観光関連学部・学科出身者の採用、寄付講座の提供、インターン・社員研修等への活用を行う等、大学等と連携することにより、大学における観光関連の教育・研究を充実させる。”〔提言24〕とあり、大学と観光関連産業の連携を意識した人材育成強化が具体的課題となっていることがみてとれる。

その後、17年、18年、19年と戦略会議（第7回から9回）の中で各省が様々な取り組みをしてきたことが報告されている。経済産業省は、17年に「集客交流経営人材育成事業」として産学官の叡智を結集した事業運営委員会を設置し、観光・集客サービスを事業として活性化・高度化していく上では、地域政策・観光政策を含めて、サービス実務と経営技術にも通じた複合的人材を育成することが必要であると、求められる人材像・能力を明確化し、19年に報告書を取りまとめている<sup>4)</sup>。そこには、標準的な人材育成プログラムの開発等を行うとあり、社会人に対する教育・研修プログラムとして導入するだけでなく、大学等における観光関連学部・コースの設立等を促進し、既存の大学には教育プログラムのさらなる充実を図ることに狙いがあるとされている。

また、国土交通省は「観光マネジメント高度化のための人材育成検討会」を設置、一年余りの間に8回に亘り開催された。同検討会では産学官のトップマネジメントクラスを委員とする意見交換と現場の管理者からのヒアリングが行われ、国土交通省総合政策局観光資源課により、19年3月に報告書としてまとめられている<sup>5)</sup>。

それによると、観光分野における国際競争力の向上と観光による地域振興を図るためには、観光客の受け入れ体制の充実と地域づくりに関する人材育成及び、マーケティング、プロモーションを含めた情報発信に関する人材育成が重要であること、生産性を向上させ、ホスピタリティ精神を醸成するためには、接遇者層、中間管理職層、経営者層まですべての職階に亘る人材育成が必要であること、国際競争力を一層強化するために早急に取り組む必要性が高いという観点から、個別事業者を越えた業界レベルでの取り組みとそれをバックアップする地方公共団体や国の支援が欠かせないこと、そして、観光に関わる地方公共団体や国の職員自体のレベルアップと専門性の蓄積が必要であること等、基本的な考え方が示されている。さらには、産学官それぞれの現状と課題を洗い出し、実施主体別課題解決の方向性と当面の具体的方策が列挙されている。列挙された具体策は以下のとおりである。

- ①観光関連学部・学科を設置する大学や大学院のさらなる充実
- ②「観光関係人材育成のための産学官連携検討会議」の活用等による関係者ニーズに即応した人材育成カリキュラムの構築支援
- ③産学官連携によるインターンシップの推進
  - ・必要に応じて産学官連携による観光業界向けインターンシップガイドラインの作成を検討する
- ④初等中等教育段階における観光教育の充実
  - ・副読本作成等により、小・中・高校生の観光教育を推進する
- ⑤研修の充実
  - ・経営マネジメント教育を充実させる
  - ・外国語対応を含めたホスピタリティー向上のための研修を強化する
  - ・資格取得後一定期間ごとの研修実施を促進する
  - ・コンベンション誘致、情報発信も含め魅力ある観光地づくりに関する研修を充実させる
- ⑥技能評価制度等の検討
  - ・技能評価制度の導入や表彰制度の拡充を検討する
- ⑦観光地域プロデューサーの育成
  - ・様々な組織や人を連携させる観光地プロデューサーを育成する

以上、観光マネジメント高度化のための人材育成検討会を受け、観光関連大学等における人材育成に関しては、さらなる産学官の連携・協力体制が必要であるとの観点から、観光関連学部・学科等を設置している大学と、事業団体及び関係省庁（文部科学省・厚生労働省・国土交通省）を構成メンバーとした「観光関係人材育成のための産学官連携検討会議」が19年1月に国土交通省によって設置され、推進役となり受け継がれることとなる。

第一回目は国土交通省からは観光をめぐる現状について、大学側からは観光分野の人材育成に関する取り組み事例について、産業側からは産業界側の人材育成の取り組みの発表があり、そのあと意見交換がなされた。第二回目は、一回目と同様に産学官それぞれから取り組みの発表のあと、インターンシップ活用ワーキンググループ、観光統計の整備及びそれに基づく観光経済分析のあり方についてのワーキンググループを設置し、それぞれ検討していくことが発表された。第三回目からは二

日間開催となり、観光関係学部・学科を持たない大学や産業界の採用・教育責任者などに呼びかけ参加者を拡充させ、各界の取り組み発表に加え、基調講演、分科会を行い情報・意見交換による議論の充実、懇親会による交流機会の創出が図られた。続く第四回目の会議の議論の中では、「産業界が望む観光関係大学のためのカリキュラムのあり方」分科会において、観光関係大学の教育内容に関するカリキュラムワーキンググループ（以下、カリキュラムワーキンググループと称す）設置が提起された。

## 2. カリキュラムワーキンググループにおける検討内容

平成20（2008）年11月、12月そして21年2月と3回にかけて行われた議論では、現在行われている観光系大学の教育内容を以下のように類型化している。①人文・社会科学系（本学の科目名に照らし合わせると、観光資源論、文化地理学、観光地理学、交通論、国際観光論、観光産業論、リクリエーション論等）、②地域づくり系（同様に、観光地域論、産業観光、観光史、森林文化、エコツーリズム入門・実践、地域調査実践、地域とスポーツ等）、③ホスピタリティ系（同様に観光サービス論、宿泊サービス論、観光ホスピタリティ論、観光インターンシップ、旅行業法・約款、JR運賃計算、観光と外国語、海外・国内添乗研修等）、④経営系（同様に、旅行経営論、ホテル経営論等）。どの分野もそれぞれ観光立国推進に欠かせない重要なテーマであり、今後、それぞれの分野での研究・教育の一層の充実が期待されているとしている。

全体の議論を通して「④経営系の教育内容」に関する討議が中心となり、観光産業においては、昨今の経営環境の劇的変化や激しさを増す国際競争に対応可能な経営マネジメント教育の必要性が確認された。

また、観光産業へ多くの人材を輩出している欧米の観光系大学と日本の観光系大学のカリキュラムが比較され、その結果、日本は、経営戦略、財務、人的資源管理等の科目が不足していることが示された。

具体的なカリキュラム検討のポイントとしては、カリキュラムの全体構成に、一般的に企業の各階層に必要とされる標準的なマネジメントスキル（経営戦略、IT、会計、財務、マーケティング、人事・組織など）に加え、経済学、統計・分析手法や観光関連法規、に関する知識習得など、観光産業で勤務する上で求められるビジネススキル等の検討が必要であることが示された。また、各授業の内容については、観光産業のニーズに応えるためにも、一般的な経営学の概念に観光産業の特殊性を

加味した内容とすることが重要とした。

カリキュラムワーキンググループは、観光・ホスピタリティ系大学として国際的に評価の高い、コーネル大学（米国）、セントラルフロリダ大学（米国）、ローザンヌホテルスクール（スイス）のカリキュラムを参考にして、1・2年次を各分野の基礎を学ぶ基礎学習、3・4年次を専門的、業界別の知識・スキルを習得する専門学習の期間と位置づけ、各科目を分類し、一般的な経営学の概念と観光産業の特殊性を考慮した上で必修科目と選択科目を設定した「経営マネジメント人材を育成するためのカリキュラムモデル案」(以下、カリキュラムモデル案と称す)を作成した。

(表1)

カリキュラムワーキンググループは、最後に以下のように今後の検討課題をまとめた。

①カリキュラムのさらなる充実

- ・理論だけでなく、具体的な実行力を伴った人材育成のためのカリキュラム
- ・大学間の連携などにより、経営マネジメント教育に必要な科目を履修できる体制づくり

②社会人教育の充実

- ・カリキュラム（案）に基づいた大学教育を、大学生に限定せず、既に観光産業に従事している社会人へ展開

③教員の確保・養成

- ・理論と実務経験を兼ね備えた教員を養成するための仕組みづくり

④産業側の対応

- ・魅力的なキャリアパスの提示等、学生を惹きつけるための環境づくり

21年度はカリキュラムモデル案を活用したモデル事業を観光系大学等で実施し、その有効性を検証する段階である。「観光経営マネジメント研修事業」として、(社)日本観光協会より業務委託された(財)日本交通公社研究調査部が、研修業務に係わる公募、選定、進捗管理、確定手続き等を実施するとともに全体の運営を統括することとなり、平成21年7月24日から1ヵ月の間、協力大学・地域の募集を行い、9月までに全国で6校程度を選定し、平成21年9月～平成22年2月までの期間で研修を実施することとなっている。実施に際しては、前述のモデルカリキュラム案を参考にしながら、予め設定されている4タイプの講座内容と3タイプの講義形態を

選択し、①観光経営マネジメント講座を開催すること②観光マネジメントに関する講義資料を作成することが条件となっている。

表1 カリキュラムモデル案(概要)<sup>6)</sup>

凡例太字:必修科目 斜字:選択科目 下線:一般教養とのバランスを考慮すべき科目

	経営戦略	IT	会計	財務	マーケティング	人事・組織	ビジネススキル	産業論	専門教養
1年次・2年次 各分野の基礎 を学ぶ	経営学概論	IT概論	会計概論	財務概論	マーケティング 概論	組織行動論	観光関連法規	経済学	観光地論
	経営戦略概論						コミュニケーション基礎	ホスピタリティ 産業(入門)	日本文化論・ 歴史論
							統計・ 定量分析手法		英語(語学)
3年次・4年次 専門的・業界別 の知識・スキル を習得する	サービス マネジメント	ホスピタリティ 産業のIT	管理会計	ホスピタリティ 産業の財務 管理	サービス マーケティング	ホスピタリティ 産業の 人材管理	法律概論	宿泊施設 マネジメント論	
	経営戦略論		収益管理	コーポレート ファイナンス	マーケティング 調査	リーダーシップ 論	ロジカル シンキング	旅行産業論	
			企業税務		ブランド論		リスクマネジ メント企業コミュ ニケーション論	イベント管理	

### 3. 文部科学省の専修学校教育重点支援プラン

専修学校は観光に係わる教育機関としては、大学より歴史的に先行していることと、いずれの専修学校においても、業界への就職率の高さなどを強く謳っていることなどから、国の施策における専修学校の動向も視野に入れておくべきと思われる。

文部科学省の専修学校・各種専門学校の振興策として、専修学校教育重点支援プランという取り組みが、毎年予算化され実施されている。このプランの主旨は、国民の生涯を通じた職業能力の向上を、それぞれの専修学校が個性と特色を活かして取り組むため、社会的要請の高い課題をあげ、それに対応する教育内容や方法等の研究開発を、研究指定校として、専修学校に委託し、その成果を全国に普及することで専修学校教育の充実を図ることである。

その中で、平成17年度に専門課程の高度化開発という課題の事業の1つとして、「新しい観光業界に対応した教育プログラム開発の指針となる人材スキル標準およびコンピテシーモデルの作成」が生涯学習政策局によって採択されトラベルジャーナル旅行専門学校(採択時名称)が研究指定校として委託された。以下、その事業に着目する。

事業概要は、観光業界の産業構造が急激に変化しているにも関わらず、専門学校の人材教育がその変化に対応しきれていないため、企業の人材ニーズとの格差が広

まっております。新たな教育プログラムの構築に迫られている。よって観光業界の中でも顧客ニーズがもっとも反映される旅行業界について、企業の人材ニーズを明らかにするために、アンケートとヒアリング調査を行い、今後の教育プログラムの開発の指針として活用するために「これから求められる人材の身に付けておくべき能力を明らかにした人材スキル標準」を作成したというものである。

調査結果から、まず、業界としては、近年の旅行代金の低下やインターネットの普及による情報優位性逆転現象などの要因により、お金はかけられないが高度な能力を持つ人材が欲しいという状況があり、慢性的な人材不足の状態が続いていることが挙げられている。そして、人材の調達先としての専門学校は旅行の知識はある程度持ち合わせているが、一般教養に欠ける、逆に、大学は旅行の知識がないために即戦力として使うのに時間がかかる、中途採用は即戦力としては使えるがコストが高いと、それぞれに問題があることが指摘されている。また、相対的には、最終学歴を採用基準人材調達の判断基準とするのではなく、「明るくて、顧客指向でロジカルに物事を考えられる人材」というようなニーズが見られると報告されている。さらに、これからの旅行業界に必要な要素は、いかにお客様に楽しんでもらうかを、旅行を通じて伝えていく能力であるエンターテインメント性としている。そして専門学校の役割は、従来型の商品を売るための接客ができる人材育成ではなく、お客様の目的達成、つまり、喜びを共有するためにお客様とコミュニケーションが図れること、即ちコンサルティング能力に優れており、共に感動、達成感を分かち合えることのできる人材を育成することであると結論づけている。

その成果は「企業人材ニーズ調査報告書」A4版172頁の冊子と「観光人材スキル標準」A4版200頁の冊子に纏められている。さらには、広くサービス業に携わる人のために「サービス業おさえておきたい20のポイント」が40頁の小冊子として纏められた。そして、企業説明会と専修学校フォーラムにて報告を行うとともに、調査協力企業200社と専門学校747校に上記のデータ版を収めたCD-ROMを配布している。

### Ⅲ 大学における観光学部・学科・コースの設置の推移

ここで、近年における、大学の観光学部・学科・コース設置推移を、本学の経緯も加味して挙げておく。

昭和42（1967）年、立教大学の社会学部に初の観光学科設置<sup>7)</sup>。



- 昭和45（1970）年、立教大学の社会学研究科応用社会学専攻に観光領域の大学院が設置<sup>7)</sup>。
- 平成6（1994）年、本学において文化情報学部文化情報学科「観光情報コース」が設置。
- 平成10（1998）年、立教大学に初の観光学部設置、大学院観光研究科に再編<sup>7)</sup>。
- 平成16（2004）年、観光関連学部は3大学、観光関連学科は20大学に設置<sup>3)</sup>。
- 平成17（2005）年、観光関連学部は4大学、観光関連学科は22大学に設置<sup>8)</sup>。  
山口大学及び琉球大学に国立大学として初の観光（政策）学科を設置<sup>9)</sup>。
- 平成18（2006）年、観光関連学部は5大学、観光関連学科は28大学に設置<sup>10)</sup>。  
本学において改組により文化情報学部文化情報学科「観光サービスコース」と改称。
- 平成19（2007）年、観光関連学部は33大学、観光関連学科は34大学に設置。北海道大学に国立大学で初めて大学院に国際広報メディア・観光学院（観光創造専攻）を創設<sup>11)</sup>。
- 平成20（2008）年、観光関連学部は37大学、観光関連学科は40大学に設置<sup>6)</sup>。  
和歌山大学及び琉球大学に国立大学として初の観光（産業科）学部を設置<sup>9)</sup>。
- 平成21（2009）年、観光関連学部は39大学、観光関連学科等は43大学に設置<sup>9)</sup>。  
本学において改組により現代文化学部現代文化学科「観光ホスピタリティコース」と改称。

このように、平成16年、観光立国推進戦略会議の提言<sup>23)</sup>で掲げられていた、“大学等は地域ニーズを踏まえ、観光関連学部・学科等の設置を検討する”は、昨今の全入制、短大の4年制大学への改組・再編等、さらに少子化対策への生き残り対策のひとつとして私立大学を中心に積極的に取り組み、この5年で一気に急増している。ここに観光学部・学科を設置している大学の入学定員数の推移をグラフで示すと次のようになる。(図1)

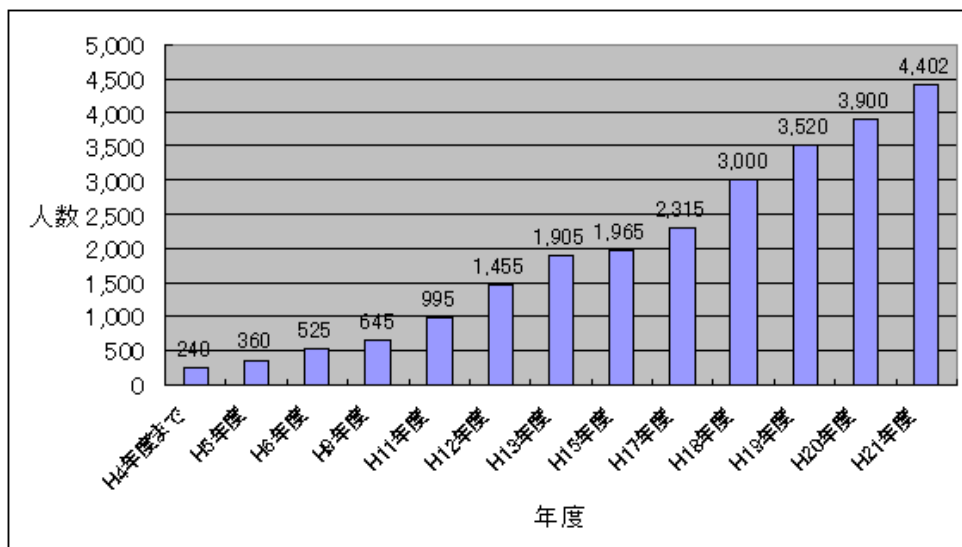


図1 観光学部・学科を設置している大学の定員数の推移

注) 観光教育に関する学長・学部長と観光庁との懇談会資料1より転用<sup>9)</sup>

#### IV 観光産業における人事担当者への人材ニーズ調査

ここで、観光産業における新卒者に求める人材像を明らかにするために、インタビュー調査を実施した。

##### 1. 対象

今回は、観光業界の中でも大学生の就職希望がもっとも多い旅行産業を調査対象とした。首都圏の旅行産業の中で、社団法人日本旅行業協会（JATA）に所属している6社とし、採用人事を担う経営者または人事担当責任者とした。なお対象企業を絞り込むにあたり、事業形態および事業内容、事業規模に偏りのないように配慮した。さらにバイアスがかかることを避けるため、戦略会議のメンバー及びカリキュラムワーキンググループのメンバーと観光マネジメント高度化のための人材育成検討会の委員は除外した。

##### 2. 方法

調査は2009年7月から8月に、半構造化面接法により行った。面接調査実施者は研究者本人であり、作成した「面接調査シナリオ」に従って行った。実施にあたっては経営者または人事担当責任者に連絡をとり、研究者が調査の目的や倫理面への

配慮等について説明し同意を得た。得られたデータの記録方法は、筆記およびICレコーダーへの録音である。分析は逐語録をもとに明記した。記述内容に適切さを確保するために対象者に確認を依頼した。

### 3. 調査内容

「面接調査シナリオ」の構成は以下のとおりである。

- ① 概要（設立・業務内容・人員体制）
- ② 4年制大学生の新卒採用について
- ③ インターンシップの実施状況について
- ④ 専門学校生の新卒採用について
- ⑤ 中途社員の採用について
- ⑥ 旅行業界に今後、必要だと思われる人材について

### 4. 結果

#### (1) 調査対象企業の概要

設立は、旅行業の黎明期である明治からの企業が1社、海外旅行が自由化されて間もなく設立し40年以上のキャリアを有す企業が2社、平成に入ってから設立した企業が3社であった。

業務内容は、アジア・北欧等を得意とするホールセラー、営業部門が主流の総合旅行会社、ヨーロッパを主流とし、アメリカやアジアにも拠点を拡大している地上手配会社（ランドオペレーター）、観光旅行を得意とする総合旅行会社、対象を法人営業に特化し、旅行の企画・営業・斡旋を基本とし、MICE（ミーティング、インセンティブ、コンベンション、イベント）など、ビジネス領域を拡大している旅行会社、そして個人のお客様を主に、モンゴル、ネパール、ブータンなど方面に特化している旅行会社というように、それぞれ個別の特徴があった。

社員数は、1000名以上の大手旅行会社が2社、およそ300名から600名規模の中堅旅行会社が2社、30名程度の小規模旅行会社が2社であった。（表2）

表2 対象企業の概要

企業	設立年月	業務内容	社員の雇用形態別人数
A	平成2年8月	フィリピン、東南アジア、北欧、欧州、等のホールセールと顧客サービスで共に航空券、手配旅行、パッケージ商品の販売	正社員 26名 男女比 54:46
B	明治38年	総合旅行業で国内・海外全方面を扱う。ホールセール、店頭の直販、営業、提携販売、インターネット販売	正社員約2500名 契約社員約500名 派遣社員約100名 アルバイト約100名 男女比75:25
C	昭和42年7月	旅行業のうち、地上手配(旅素材)を行う	正社員290名 契約社員37名 派遣社員27名 アルバイト5名 男女比50:50
D	昭和38年6月	総合旅行業で、国内・海外の募集企画から一般の手配旅行までを扱う。対象はグループ、法人から個人まで。観光旅行を得意とする	正社員305名 契約社員151名 派遣社員0名 アルバイト47名 添乗社員131名 男女比48:52
E	平成18年4月	法人のお客様の課題解決をサポート旅行企画、営業、斡旋を基本とし、MICEの実施運営までを行う	正社員880名 契約社員160名 派遣社員・アルバイトは流動的の為割愛 男女比67:33
F	平成3年5月	海外旅行のパッケージツアーの造成と販売、テーマ型の講師付きツアーの造成と販売 方面はネパール・モンゴル・チベット・ブータン等	正社員 26名 アルバイト2名 男女比54:46

(2) 4年制大学生の新卒採用について

来年度(2010年)新卒採用を行った会社は6社中、半数の3社で、大手2社と中堅会社1社であった。中堅旅行会社1社はここ数年新卒採用を見送っているとのことであった。残りの2社は、4年生大学生の新卒採用を一度もしたことがないとのことであった。

3社の採用予定(内定)人数は21名から32名であった。それは各社における正社員全体に占める割合としては、1.3%から7.2%であった。

2010年度新卒採用を行った3社の2011年度採用予定は、まだいずれも公表の段階ではないとしながらも、来年度の採用予定(内定)人数と同人数程度を予定しているとのことであった。来年度の採用を行わなかった企業である3社はいずれも、2011年度も新卒の採用予定がないとのことであった。

来年度採用予定者の、観光学部・学科・コースの学生の有無については、2社において数名いるとの回答であった。ただし、いずれの企業も書類審査等で学部・学科・コースを選考の基準としていないとのことであった。

4年制大学生の新卒採用の際の採用基準は何か、自由に回答してもらった。なお、採用したことがない2社については、「採用すると仮定して考えてください」と付け加えたうえで、回答してもらった。

- ・採用するとしたら、意志の強さ、目標を持っているか、明るさ、頭の回転のよさ（機転が利くか）、コミュニケーション能力があること。語学力としてTOEIC600点程度、PCスキルも必要である。(A社)
- ・スポーツでも遊びでも、そういうものに向けて頑張ったということが、何かの結果として見える形という意味で、忍耐力とそして面接時の会話力。つまり相手の話をきちんと理解し、的確に答えるという意味。(B社)
- ・学歴よりも人物重視。面接時は活力（元気）があるか、伸びしろ・成長力・将来性があるか、そして、組織風土とのマッチングとなる。ただし、業界の常識として、TOEIC600点は必要である。(C社)
- ・それなりの知識をもって入社してくるということを前提に、将来性のある人。いろいろな場面で問題にぶつかったり障害が起こったときに、それなりに解決能力が高い人。ただ、言われたことをそのまま行うのではなく、いろいろ創造的に、想像力も使って次に発展させて遂行できる人。旅程管理主任者資格合格レベルとして、英検3級程度の語学力がほしい。(D社)
- ・失敗を恐れることのないチャレンジ精神をもった人。(E社)
- ・成績や資格は関係ない、人柄である。行動力のある人。考え方に芯がある人。偏りがあってもよいが考え方がしっかりしている人。原石状態の人もいるので、感覚的に面白い人。根性のある人。重大なことではないが、当社の業務的に、山登りが好きとか、大学で探検部にいたとかなどの経験があると望ましい。添乗業務も多く、都会的なディストネーションではないので、どこでも生きていけるような逞しさが必要。(F社)

以上の自由回答から、意志の強さ、機転が利く、明るさ、コミュニケーション能力、将来性、忍耐力、会話力、活力、解決能力、創造性、想像力、行動力、芯がある、根性、逞しさがあげられた。語学力はTOEIC600点、英検3級程度と具体的にスキル基準を示した企業が3社、PCの基本操作スキルも必要という企業が1社あった。

次に、前掲Ⅱの3で取り上げた、「企業人材ニーズ調査報告書」（以下、ニーズ調査）の質問項目を、今回のインタビュー調査に用いて比較を試みた。質問は「4年

制大学卒者を採用するにあたり、必要と思われる能力、知識を①から⑮の中から選んで○をつけてください(複数回答) また一番重要と思われるものを選んでください」であり、選択する項目は次のとおりである。

- ①課題設定・解決能力
- ②旅行実務能力 (CIQ知識, 専門用語, CRS操作)
- ③コミュニケーション能力 (聞く力, 伝える力)
- ④接客接遇能力 (挨拶, マナー)
- ⑤地理
- ⑥企画・提案能力
- ⑦財務諸表の見方
- ⑧一般教養
- ⑨情報検索 (インターネットを含む)
- ⑩パソコン (表計算, 文書作成) 操作
- ⑪インターンシップの経験
- ⑫旅行経験 (旅行知識)
- ⑬語学
- ⑭ (総合・国内) 旅行管理者資格
- ⑮文章力

ニーズ調査は、旅行会社3,356社を対象に郵送で自記式質問紙調査によって行われ、回答企業数は200社(回収率5.96%)だった。カウンター業務、営業(外回り、営業補助業務含む)業務、インターネット業務、メディア販売(通信販売)業務と4つの業務別に細分化して調査されていることと、対象企業数も違うため、4つのデータを合算して再度集計し、回答比率を出した。

ニーズ調査では、4年制大学生の採用基準として必要と思われる能力、知識で、回答が集中した項目は③コミュニケーション能力、⑧一般教養、④接客接遇能力の3つが10%前後を占めた。続いて⑨情報検索、⑥企画・提案能力、②旅行実務能力、①課題設定・解決能力、⑫旅行経験、⑩パソコン、⑤地理、⑮文章力の順となっていた。(図2)

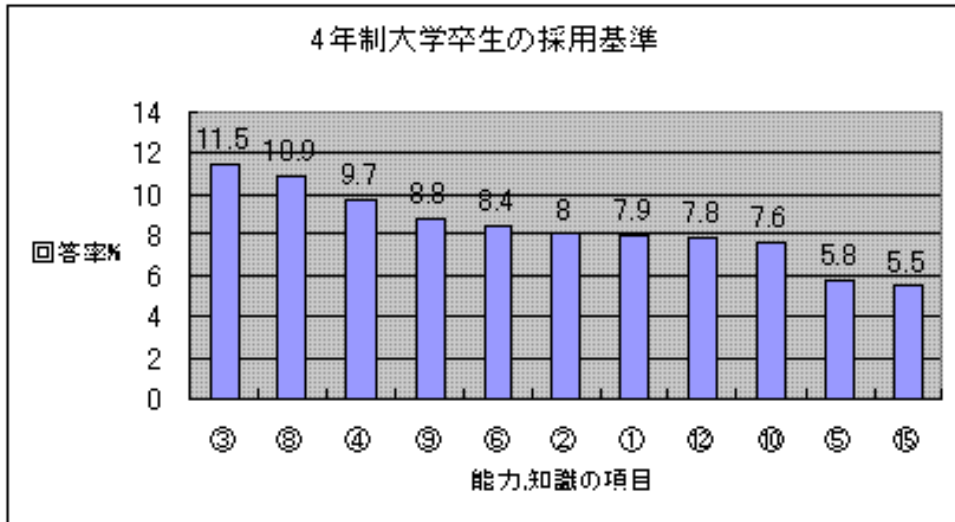


図2 必要と思われる能力, 知識 (ニーズ調査結果を小林が再集計)

今回インタビューした6社に対し, 同じ質問を試みた。必要と思われる能力, 知識として6社すべてが挙げた項目は, ①課題設定・解決能力と③コミュニケーション能力であった。4社が挙げた項目は④接客接遇能力, 3社が挙げた項目は⑥企画・提案能力, ⑫旅行経験, ⑬語学, 2社が挙げた項目は⑧一般教養, 1社ずつが挙げた項目は⑩パソコン, ⑮文章力の順となっていた。(図3)

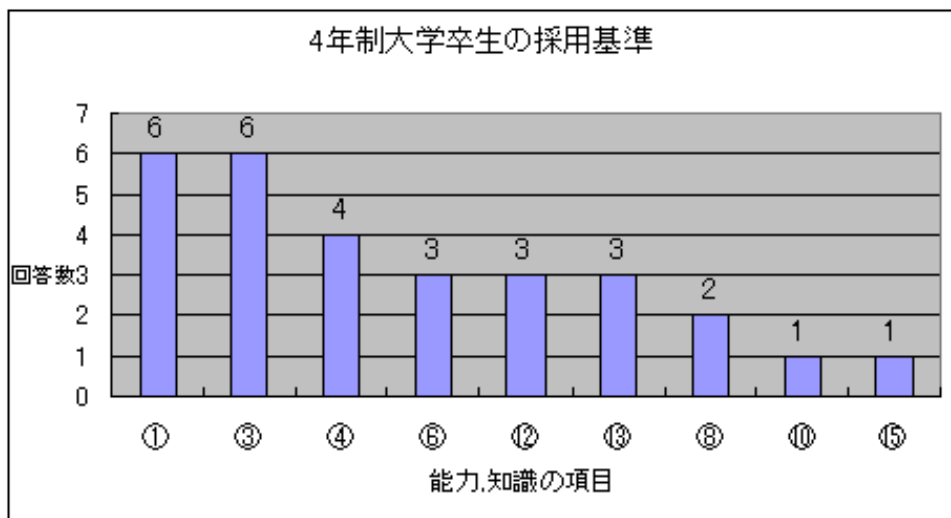


図3 必要とされる能力, 知識 (今回の調査結果より)

両調査結果に共通して回答率・回答数が最も高かった項目は③コミュニケーション能力であった。次は④接客接客能力であった。ニーズ調査で二番目に挙げられた⑧一般教養は今回の調査では6社中2社が挙げている。ニーズ調査で四番目の⑨情報検索、六番目の②旅行実務能力、10番目の⑤地理は、今回の調査の回答にまったく挙がらなかった。

次にニーズ調査における4年制大学生の採用基準として最も重要だと思われる能力、知識についても同様に、4つの業務別に細分化して調査されていることと、対象企業数も違うため、4つのデータを合算して再度集計し、回答比率を出した。

回答が一番集中した項目は全体の企業の31.5%が挙げた、コミュニケーション能力、次は共に14.8%の企業が挙げた、④接客接客能力、⑥企画・提案能力であった。以下順に、①課題設定・解決能力⑨情報検索②旅行実務能力⑧一般教養⑩パソコンであった。(図4)

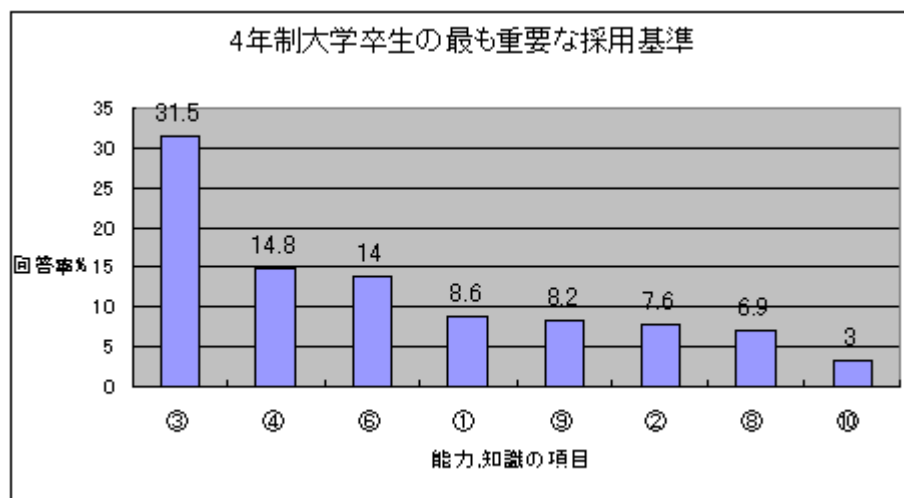


図4 最も必要と思われる能力、知識（ニーズ調査結果を小林が再集計）

今回インタビューした6社に対し、ひとつに絞れないときは複数回答ありとして同じ質問を試みた。最も必要と思われる能力、知識として6社すべてが挙げた項目は、①課題設定・解決能力であり、次は4社が挙げた③コミュニケーション能力であった。④接客接客能力、⑥企画・提案能力を挙げた企業が1社ずつあった。つまりこの4つの項目に集約されていた。(図5)



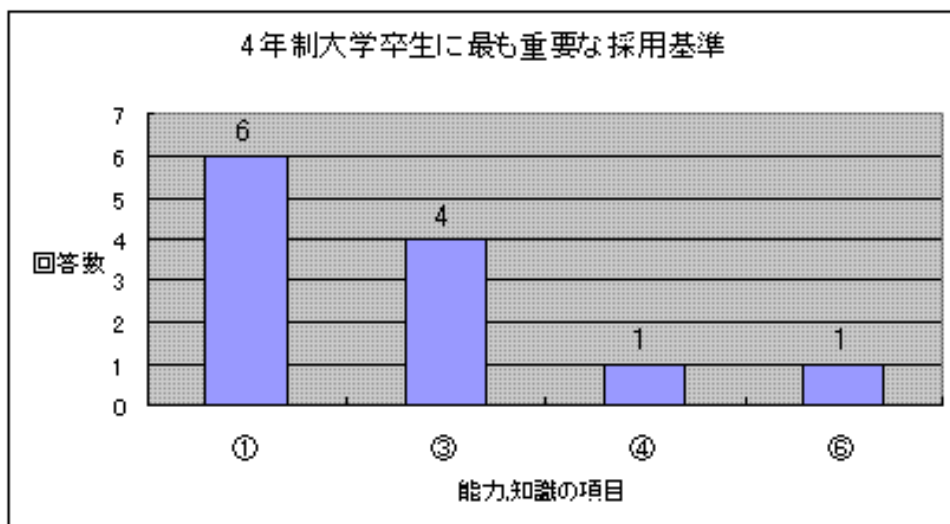


図5 最も必要とされる能力、知識（今回の調査結果より）

両調査結果に共通していることは、順序の違いはあるにせよ、上位4つの項目がすべて共通であることである。

さらに、社会人基礎力の項目を用いて今回の調査を試みた。社会人基礎力とは経済産業省が2006年にまとめた社会が求める「学んだ知識を実践に活用するために必要な力」のことである。この項目を用いて、各社が求める4年制大学生の新卒採用基準を探ってみた。

社会人基礎力の項目は以下のとおりである。

まず、前に踏み出す（試行錯誤をしながら、失敗を恐れずに、自ら一歩前に踏み出す力）として3つの項目が挙げられている。

- ①「主体性」：物事に進んで取り込む力
- ②「働きかけ力」：他人に働きかけ、巻き込む力
- ③「実行力」：目的を設定し確実に行動する力

次に、考え抜く力（常に問題意識をもって、課題を発見し、物事を改善・解決するための方法やプロセスを考え抜く力）として3つの項目が挙げられている。

- ④「課題発見力」：現状を分析し目的や課題を明らかにする力
- ⑤「計画力」：課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力
- ⑥「創造力」：新しい価値を生み出す力

さらにチームで働く力（組織の一員として、付加価値を作り出すために、自分の

意見を的確に伝え、意見や立場の異なるメンバーを尊重し、目標に向けて協力をする力)として6つの項目が挙げられている。

- ⑦「発信力」：自分の意見をわかりやすく伝える力
- ⑧「傾聴力」：相手の意見を丁寧に聴く力
- ⑨「柔軟性」：意見の違いや立場の違いを理解する力
- ⑩「状況把握力」：自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力
- ⑪「規律性」：社会のルールや人との約束を守る力
- ⑫「ストレスコントロール力」：ストレスの発生源に対応する力

4年制大学生の採用基準として選ぶ項目として最も多く挙げられたのは、①主体性③実行力⑥創造力の3項目であった。次に⑧傾聴力、⑩状況把握力、⑫ストレスコントロールであった。(図6)

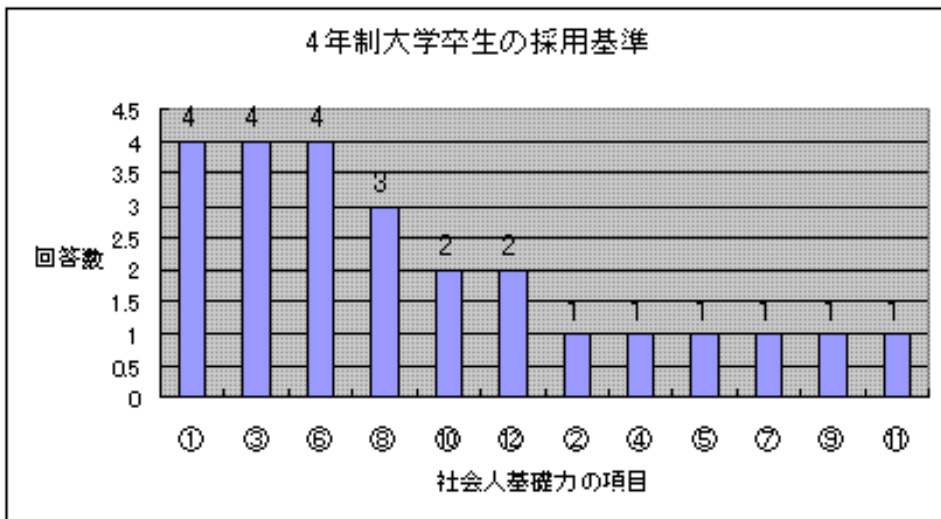


図6 4年制大学卒生の採用基準に必要な社会人基礎力

さらに、社会人基礎力の中で、ひとつに絞れないときは複数回答ありとして、最も重要と思われる項目を聞いたところ、最も多く挙げたのは、①主体性であり、次に⑥創造力、③実行力であった。1社ずつではあるが、④課題発見力、⑤計画力、⑩状況把握力、⑫ストレスコントロールが挙げられた。(図7)

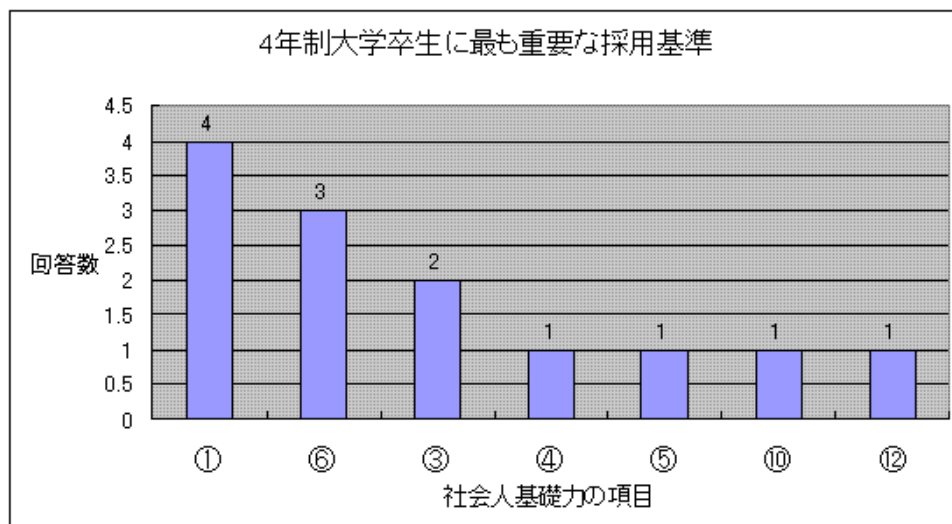


図7 4年制大学卒生の採用基準に最も重要な社会人基礎力

以上、社会人基礎力を用いた調査では、最も重要であると限定するか否かに関わらず、4年制大学生の採用基準として、①主体性③実行力⑥創造力の3項目が挙げられた。(図7)

### (3) インターンシップの実施状況について

次にインターンシップを行っているか、また、行っている場合、人数、期間、業務内容について尋ねたところ、以下のような回答であった。

行っている企業は6社中、5社であった。5社への自由回答は以下のとおりである。

- ・公には行っていないが状況が許す範囲で、各営業所の繋がりの中で派生するときに、行っている。受け入れは、数名で1日から2日の短期から3ヶ月程度。店舗雑務や営業との同行などの補助的業務から、企画書の作成といったものである。(B社)
- ・大々的には行っていないが、社長が外部講師として講義依頼を受けている大学から2名の大学生を受け入れている。期間は約1ヶ月(8月中旬から9月中旬)で、内容は知識がなくてもできるクルーズの問い合わせカウンターなどのお客様窓口の仕事である。(C社)
- ・毎年決まった大学から2名を受け入れて8年目になる。期間は1人、二週間ずつ

で、大学が夏休みであり、社員も交代で休みを取る8月に行っている。内容は支店業務全般で、書類整理、電話対応、簡単な接客、JR発券、手配の後処理など、二週目は、営業に同行したり、チケットのデリバリーを行う。航空端末の知識がある人には、航空券の予約をしてもらうこともある。(D社)

- ・基本的には行っていないが、営業的な兼ね合いで不定期に行っている。数名、2週間程度の短期間。内容は雑務である。(E社)
- ・知り合いの大学教授からの依頼で、今年から受け入れることになった。8/31から1名で2週間。内容は、大学側からの要望もあり、社会人とはという部分と旅行業のさわりを見せることが中心。事務補助やイベントの手伝いをしてもらう。販売部部長が指揮命令者。(F社)

以上の自由回答から、仕組みとして確立している1社を除いては、お取引先との営業上の関係や責任者が大学の外部講師をしている関係など、4社すべてが大学となんらかの繋がりがあり派生したケースであった。時期は夏休み期間が最も多く、3社であった。

#### (4) 専門学校生の新卒採用について

6社のうち3社で行っていた。新卒採用をしている3社のうち1社は正社員として雇用し、4年生大学生の新卒と競わせる狙いと、基礎的知識を持って入社してくるので、2年間で、企業のプロとして戦力に育てる意向があるとのことであった。2社は契約社員としての採用であり、正社員登用制度があるとのことであった。採用を行っていない3社のうち1社は4年生大学生新卒採用と同様に、ここ数年見合わせているとのことであった。1社は、専門学校で訓練された内容とマッチした業務ではないため、新卒採用は考えていないとのことであった。

採用の基準は、4年生大学に準じているという会社が2社であった。1社は契約社員の業務内容が手配や営業サポート業務と限定していることもあり、コミュニケーション能力が基本であるとのことであった。

#### (5) 中途社員の採用について

中途採用は必要に応じて6社とも行っていた。ただし、1社は同業他社の統廃合などで、受けざるを得ない場合のみに採用するが、癖のある人間は避けたいこと、新鮮な人で会社を大きくしたいという強い意志があること、社員の勤続年数も長いことなどから、結果、中途採用は少ないとのことであった。

採用の基準は、欠員補充が主旨ということから、補充セクションに対するスキルを持ち合わせた人材という意味で、即戦力との回答企業が2社、間接的に戦力という意味合いの企業が2社、人物重視という企業が1社、4年生大学生の新卒採用と同様とした企業が1社であった。

(6) 旅行業界に今後、最も必要だと思われる人材について

最後の質問として、旅行業界に今後、最も必要だと思われる人材について自由に回答してもらった。

- ・意志の強さ、目標を持っていて、発想力が豊かな人材。そして、明るさや健康、様々なスキルがある人が望ましい。旅行業の常識にとらわれない、柔軟な考え方ができ、異業種の良いところを吸収できる人。(A社)
- ・創造力。入り口で頭でっかちはいらない。経営マネジメントの素養のある人はほしいが、最初は営業から学んでもらうので、忍耐力のほうが大事。(B社)
- ・自国の良さや特殊性をよく理解し、それ以上の価値観に対しても共感と尊重の念を抱ける感受性の高い人材が、これからのグローバル社会の中で必要とされてくると思います。われわれオペレーターは、常にその橋渡しの役割をこの旅行業界や社会の中で果たしているという使命感を抱ける人間が必要と考えます。ほかの旅行会社は、成熟した日本人マーケットの中でのみ商売をしているが、当社はグローバルな感覚で世界のマーケットの中で仕事をしている。当然、人材活用もヨーロッパ内の異動だけでなく、アジアからヨーロッパへの異動もある。サービスの原点は日本にあるということ自負して、オペレーターとしてのスタンダードを継承し、世界各国にある拠点でも、前向きに働く人材が必要である。(C社)
- ・なんでも広く好奇心を持って体験していきたいと思える人。同じ旅行でも感じ方は千差万別。それに対して、添乗員であれば、個々のお客様に対応していかなければならない。提案の場合はいろいろな角度からお客様に切り込んでいかなければならないといけなので、志は当然必要である。具体的な知識よりも、情報を拾おうとする意識、いろいろなところにアンテナを張ってお客様に対応できる人。お客様を運ぶ仕事なので、人と接することを嫌がらない人。最初から休みなどの処遇を求めるような方は他業界を選択したほうがよい。24時間お客様のことを考え、楽しんでもらおうと意識できる人。楽しいことを仕事とする業界は他にはない。観光という視点でいうと、遊ぶこと、楽しいことを考える仕事である。

自分が行こうがお客様が行こうが、旅行が楽しいと素直に思えること大切。意欲ありきである。(D社)

- ものごとの仮説を立ててそれに対して自分なりの判断ができて、それを繰り返してできること、そして数字に強い人間。ロジカルシンキング。きちんと理屈を立てて一定程度の仮説を立てそれを検証していくことができるという資質をもっていること。今、旅行業は、従来のカウンター販売もありつつ、インターネット販売など、いろいろなケースが出てきている。今までのことを踏襲することはできるが新しいことを考えられないようでは難しい。会社としても、そういう会社でないとやっていけない。治安やインフルエンザなどの外的要因があっても、旅行業をドメインに置きつつ、そこから派生して、新しいことを思考できる人間であり会社であることが求められている。もう一点は、ホスピタリティがあること。つまりお客様の立場で考えることができること。これは、資質だと思う。他社との差別化は価格とホスピタリティの両方が必要。お客様にとっての付加価値があること、ここに尽きると思う。(E社)
- 具体的な業務に忙殺、現場に追われ、かつ薄利多売で量を追っている。じっくり考えて将来を見据えて戦略を練るということがなかなかできない。プロダクト・価値を造り出す人が必要。長期的な仕事ができる人。哲学を持った人。いかにこの業務を意味のあるものとしていくかを考えられる人。(F社)

以上の自由回答からキーワードとして、意志の強さ、発想力、明るく健康的、柔軟性、吸収力、創造力、忍耐力、感受性、グローバル感覚、前向き、好奇心、情報収集力、提案力、接客力、ロジカルシンキング、ホスピタリティ、価値を造り出せる力、長期的な戦略の視点が持てる人などが挙げられた。このように旅行業界の次世代を担う人材としては、多面的で、経営マネジメント能力に長けた人材が切望されている。

## V 考察と今後の課題

### 1. 調査結果からの考察

ニーズ調査と今回の調査との比較を試みたが、4年制大学生の新卒採用に必要とされる能力、知識として、コミュニケーション能力と接客接遇能力が重要であることは、自由回答からも、選択項目の結果からも両調査に共通してみられた。観光産

業がサービス業であり、ホスピタリティ産業の中核を成すことから、当然の結果であり、必要不可欠の採用基準であると思われる。

さらに両調査で最も重要とされる能力、知識として、課題設定・解決能力、企画・提案能力も挙げられたことから、与えられた業務を遂行するに留まることなく、採用の時点から率先して自ら考え行動していくことができる人材が望まれていることが窺い知れる。

また、社会人基礎力の項目から、4年制大学生の採用基準として、主体性、実行力、創造力の3項目が挙げられたが、これは、ニーズ調査で最も重要な項目として挙げられた問題設定・解決能力と、企画・提案能力という表現に置き換えることができ、まさに、今、企業が新卒採用者に求める基準であると言えるのではないだろうか。

ニーズ調査ではインターネット業務やメディア販売（通信販売）業務という、情報処理能力を必要とする業務に対する回答が求められていたため、回答率で情報検索が4番目に挙げられていたと思われる。さらに、ニーズ調査は平成17年に行われたものであり、学校教育及びインターネットの普及の現状を鑑みると、PCスキルを含む情報メディア教育は現在、小学校低学年より行われており、PC操作は出来て当たり前になっている。今回の調査では、敢えて問うまでもないと考えられていると捉えることもできる。出来て当たり前という考えについてはインタビューから、英語の語学力という点に関しても同様のことが伺える。

以上を踏まえ、大学として着手すべきポイントを整理すると、PCスキルと英語教育は、小・中・高校の間で学習しており、各大学ではその最終仕上げとして、社会人として必要な最低レベルの教授がなされている。本校に照らし合わせると、基礎教育科目群である、コンピュータ・スキルズⅠ～Ⅳの他、日々のレポートや発表を通じて、PCソフトやインターネットを使う指導がされている。教養教育科目群である英語Ⅰ～Ⅲや観光と外国語Ⅱ～Ⅲや、基礎学力試験の実施とフォローなど、いずれのスキルも継続して積み上げていくことに配慮された充実したカリキュラムとなっている。他方、コミュニケーション能力、接客接遇能力、課題設定・解決能力、企画・提案能力、主体性、実行力、創造力などは、カリキュラムの内容も大切だが、教授法が重要ではないかと考える。ディスカッション、ディベート、グループワーク、プレゼンテーションなどをゼミナール単位のみならず、大教室でも積極的に取り入れながら、常に自分の考えを表現したり、他人の意見に耳を傾けることを意識させることが必要である。

さらに、観光学は実践学としての面がある<sup>12)</sup>との指摘があるように、外部講師招聘により、現状を伝えることはもとより、地域振興や地場の観光産業に触れ合う機会を作り学生を参画させたり、インターンシップを行うなど、地域や企業に触れる実体験のプログラムを強化していくことが重要ではないか。そして、今回の調査でインターンシップの取り組みについて尋ねたが、6社のうち5社で取り組んでいるが、必ずしも積極的に行っているとは言い難いものであった。E社の回答で「企業側としてどう活用していくかが確立されていない」とあるように、受け入れる企業にはデメリットの印象があり、業界全体で明日を担う人材を育てるという社会貢献の意識付けがどうしても不足している。インターンシップが、企業の採用基準を養うことに直結する重要なプログラムであることを理解してもらうことも重要である。いずれにしても、インターンシップや地域連携のフィールドワークプログラムとして、大学の側から積極的に働きかけ、いかにして協力を得ていくことができるかが、今後の課題であろう。

ここで、従業員数から見た企業規模と、新規採用の状況について述べる。企業ニーズ調査の回答プロファイルに着目すると、200社のうち、従業員100人以下の企業が81.5%を占め、101人以上1000人までの中規模企業が14.5%、1001人以上の大手企業はわずか4%である。これは旅行業界の構図そのものを示しており、新卒採用は大手旅行会社が主に行っており、中規模旅行会社は会社の経営状態と相談しながら見送る傾向にある。小規模旅行会社に関しては、今回の調査にあったように、新卒採用をしたことがないという企業も少なくないと考えられる。採用しない理由として、一から教える時間の余裕がないことや、外的影響を受けやすい業界のため早い段階で採用計画を立てることが困難であるなどの理由であった。決して採用したくないということではなく、よい人材であれば採用したい、新卒の学生を育ててみたいという声は根底にある。タイミングとマッチングを併せた仕組みがあれば、雇用創出の可能性はあると思われる。ドイツを発祥とする教育と職業訓練を同時に進めるデュアルシステムという仕組みがあり、日本では、日本版デュアルシステムとして、文部科学省が専門高校を対象に、厚生労働省がニート・フリーター支援として取り組んでいる。これを高等教育機関である大学に導入し、企業にとっての採用手段とすることが出来れば、採用に時間や人材を割けない中規模、小規模企業の採用の一助になるのではないだろうか。それには、まず、現行の取り組みの成果について検証し、大学への応用を検討していかなければならないと考える。



## 2. 調査の限界と今後の課題

本研究の調査対象は首都圏の6企業であり、この調査結果をもって、日本の旅行業界全体の傾向であるとは言えないが、規模や特色から、業界の一部を表しており、業界全体としても類似する傾向であろうと推察される。ただし、いずれも首都圏の企業であることから、雇用の地域性という観点が加味されておらず不明のため、今後、全国規模で母数を増やし、より客観的な調査の必要もあろう。

また、ニーズ調査は、具体的業務内容に即して回答を求めたものであり、カウンター業務、営業（外回り、営業補助業務含む）業務、インターネット業務、メディア販売（通信販売）業務と4つの業務別に細分化して調査されている。よって今回の調査と比較するには、やや無理がある点は否めない。この業務内容に、内勤業務である、総務、人事、経理などスタッフ部門や企画造成、手配業務、添乗業務などが加わるとまた、別の結果になったと考えられる。この報告書に経緯の記載がないので、詳細は不明であるが、企業規模の格差、業務内容の差異、新卒の初期配置などの面を考慮して、4つの業務となったと思われる。根本的には専修学校教育の新しいプログラムづくりのための調査ということも理由のひとつであろう。

そして、インターンシップに関しては、前節で触れたように、実学として非常に重要なプログラムと考えられることから、観光関係人材育成のための産官学連携検討会<sup>6)</sup>の中で推進されている、インターンシップ活用ワーキンググループの活動にも、今後は着目していきたい。

現在、観光関連学部は39大学、観光関連学科等は43大学に設置されているが、プログラムの内容や手法が確立されておらず、学会の報告書などに一部散見されるだけで、大学間の情報交換も積極的にはなされていない現状がある。他大学で行われている教授法の調査を行い、本学への活用を検討する必要がある。自己研鑽と情報交換の場として、各学会などを活用し、学内で勉強会を開催するなどを通して、本学の観光ホスピタリティーコースとしての位置づけを明確にしていくべきではないだろうか。

また、本学の特徴のひとつとして、入間市や飯能市という地域を活用した教育がある。これをさらに観光産業に特化してもよいのではないだろうか。一例を挙げると、アメリカ、サンフランシスコ郊外のシリコンバレー地域は、アドビシステムズ、アップル、Google、ヒューレッド・パッカード、オラクルなどIT企業が本拠を置いており、それに隣接したかたちで、スタンフォード大学、カーネギーメロン大学、サンタクララ大学やカリフォルニア大学バークレー校、カリフォルニア大学サ

ンタクルーズ校などを含め8校が大学の研究機関としてこの地に貢献している。このように大学と、その地域の特徴的産業とが密接に繋がることは、理想的な姿であると思われる。本学の所在する飯能市はエコツーリズムのモデル事業として2004年から3年間、環境省と(財)日本生態系協会のバックアップで取り組んだあと、現在は、市の事業のひとつとして位置づけ推進している。エコツーリズムは、地域づくりと自然の保全や継承と共に、観光などを複合した新しい地域ビジネス創出への期待もある事業である。そこに、観光専門のコースを持つ地場の大学として関わって行くことは互いに意義のあるところである。観光ホスピタリティーコースと、行政ならびに地域企業が、お互いにとって必要な存在になることができれば、他大学との明確な差別化にも繋がるとともに、何より学生にとって、入学して学習し、卒業して、就職という具体的な目標を持つことができるのではないかと考える。現在、設置されている全国の観光関連の学部学科が、観光の研究機関として、シリコンバレーのように地域に貢献している事例はないかなど、研究していくことも必要である。

## 謝辞

本研究のインタビュー調査に快くご協力いただいた、旅行会社の経営者、人事担当責任者の皆様には、心より感謝を申し上げます。

## 引用文献

- 1) 原 重一 特別寄稿「観光事業における人材と教育」(『観光ホスピタリティー教育』第3号2008), 8-9頁
- 2) 国土交通省 観光関連大学33大学へのアンケート調査, 2007年3月
- 3) 観光庁 観光立国推進戦略会議報告, 2009年7月27日  
<http://www.mlit.go.jp/kankochu/iinkai/pdf/041130houkoku.pdf>
- 4) 財団法人日本交通公社 サービス産業人材育成事業 集客交流経営人材の在り方に関する調査研究事業について—平成17・18・19年度—, 2007年7月26日
- 5) 国土交通省総合政策局観光資源課 観光マネジメント高度化のための人材育成検討会報告書, 2007年3月
- 6) 観光庁ホームページ 報道発表第4回観光関係人材育成のための産学官連携検討会議, ワーキンググループ活動報告2009年7月27日,  
<http://www.mlit.go.jp/common/000035745.pdf>

- 7) 立教大学観光学部ホームページ 2009年7月27日,  
<http://www.rikkyo.ac.jp/tourism/about/history/index.html>
- 8) 首相官邸ホームページ 2009年7月27日, 観光立国推進戦略会議(第7回)式次第,  
観光立国推進戦略会議提言への取り組みについて, 2009年7月27日,  
[http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko2/suisin/dai7/7siryou1\\_1.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko2/suisin/dai7/7siryou1_1.pdf)
- 9) 観光庁報道発表 観光教育に関する学長・学部長等と観光庁との懇談会(概要報告),  
観光庁の設立と観光立国の推進について, 2009年7月27日,  
<http://www.mlit.go.jp/common/000042863.pdf>
- 10) 首相官邸ホームページ 2009年7月27日, 観光立国推進戦略会議(第8回)式次第,  
観光立国実現に向けた取り組みの進捗状況と具体例, 2009年7月27日,  
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko2/suisin/dai8/8siryou1.pdf>
- 11) 首相官邸ホームページ 観光立国推進戦略会議(第9回)式次第, 観光立国実現に向  
けた取り組みの進捗状況と具体例, 2009年7月27日,  
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko2/suisin/dai9/9siryou1.pdf>
- 12) 吉田常行「観光ホスピタリティ教育における産官学連携のあり方」(観光ホスピタリ  
ティ教育第3号, 2008年), 88-90頁

## 参考文献

- 「特集 人材育成—観光教育の進め方—」(『月刊 観光』日本観光協会449号, 2004年3月)  
観光庁ホームページ 2009年7月27日, <http://www.mlit.go.jp/kankocho/>  
観光庁 観光立国懇談会 2009年7月27日,  
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko/kettei/030424/houkoku.html>  
観光庁 観光立国懇談会報告書 2009年7月27日,  
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko/kettei/030424/houkoku.html>  
観光庁 観光立国推進戦略会議 2009年7月27日,  
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/kanko2/suisin/index.html>  
観光庁 観光関係人材育成のための産官学連携検討会議, 2009年7月27日,  
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/jinzai/renkei.html>  
財団法人日本交通公社 平成21年度観光経営マネジメント研修業務公募要領, 2009年7月  
1994年度駿河台大学文化情報学部履修ガイド 駿河台大学文化情報学部教務課, 1994年4  
月1日  
2006年度駿河台大学文化情報学部履修ガイド 駿河台大学文化情報学部教務課, 2006年4

月1日

2009年度駿河台大学現代文化学部履修ガイド 駿河台大学現代文化学部教務課, 2009年4月1日

文部科学省ホームページ 平成17年度 専修学校教育重点支援プラン 採択事業一覧, 2009年7月31日,

[http://www.mext.go.jp/a\\_menu/shougai/senshuu/06112411.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/shougai/senshuu/06112411.htm)

全国専門学校情報教育協会 旅行人材ニーズ調査報告書 2006年3月

全国専門学校情報教育協会 観光人材スキル標準 2006年3月

全国専門学校情報教育協会 サービス業おさえておきたい20のポイント 2006年3月

愛知和男・盛山正仁編「エコツーリズム推進法の解説」ぎょうせい, 2008年10月

編集委員会「産官学で<観光(学)概論>のシラバス(講義内容)を組み立てる」(『観光ホスピタリティ教育』第1号, 2006)

宍戸学「大学における観光教育技法とは?」(『観光ホスピタリティ教育』第1号, 2006)

久保由加里「観光ホスピタリティ教育における教授法のあり方」(『観光ホスピタリティ教育』第2号, 2007)

村上和夫「観光・ホスピタリティ教育におけるコミュニケーション能力の育成に関する研究の構想」(『観光ホスピタリティ教育』第2号, 2007)

## 面接調査シナリオ

会社のことについて

1. 創設年月日
2. 御社の業務内容について教えてください
3. 現在の社員数 雇用形態別人数(正社員 契約社員 アルバイト 派遣社員) 男女比率

4年制大学卒生の新卒採用について教えてください

4. 来年度(2010年)入社 of 4年制大学卒生の新卒採用はしていますか
5. 採用予定(内定)人数
6. 2011年度の採用予定はありますか
7. 採用予定者の中に観光学部学科・コースの学生はいますか いればその人数
8. 4年生大学卒生の新卒採用の際の採用基準は何ですか(自由回答) または, 採用すると過程した場合の採用基準は何ですか
9. 別紙の項目から選ぶとしたらどれでしょうか。(複数回答可) またもっとも重要な

項目はどれですか

10. 社会人基礎力（経済産業省が2006年にまとめた社会が求める「学んだ知識を実践に活用するために必要な力」を『社会人基礎力』と名付け、整理したもの）から選ぶとしたらどれでしょうか（複数回答可） また最も重要な項目はどれですか（複数回答可）
11. インターンシップを行っていますか いれば何人か、期間、内容について教えてください
12. 採用していないと答えたかたに、4大生の新卒採用をしない理由を聞かせて下さい

専門学校卒生の新卒採用について教えてください

13. 専門学校生の新卒採用は行っていますか
14. 採用の基準はなんですか

中途社員の採用について教えてください

15. 中途社員の採用は行っていますか
16. 採用の基準はなんですか
17. 旅行業界に今後、最も必要だと思われる人材についてご意見をお聞かせください

#### 質問9の項目

- 1) 課題設定・解決能力
- 2) 旅行実務能力（CIQ知識、専門用語、CRS操作）
- 3) コミュニケーション能力（聞く力、伝える力）
- 4) 接客接遇能力（挨拶、マナー）
- 5) 地理
- 6) 企画・提案能力
- 7) 財務諸表の見方
- 8) 一般教養
- 9) 情報検索（インターネットを含む）
- 10) パソコン（表計算、文書作成）操作
- 11) インターンシップの経験
- 12) 旅行経験（旅行知識）
- 13) 語学

14) (総合・国内) 旅行管理者資格

15) 文章力

質問10の項目 社会人基礎力

前に踏み出す力・・・試行錯誤をしながら、失敗を恐れずに、自ら一步前に踏み出す力

- ①「主体性」：物事に進んで取り込む力
- ②「働きかけ力」：他人に働きかけ、巻き込む力
- ③「実行力」：目的を設定し確実に行動する力

考え抜く力・・・常に問題意識をもって、課題を発見し、物事を改善・解決するための方法やプロセスを考え抜く力

- ④「課題発見力」：現状を分析し目的や課題を明らかにする力
- ⑤「計画力」：課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力
- ⑥「創造力」：新しい価値を生み出す力

チームで働く力・・・組織の一員として、付加価値を作り出すために、自分の意見を的確に伝え、意見や立場の異なるメンバーを尊重し、目標に向けて協力をする力

- ⑦「発信力」：自分の意見をわかりやすく伝える力
- ⑧「傾聴力」：相手の意見を丁寧に聴く力
- ⑨「柔軟性」：意見の違いや立場の違いを理解する力
- ⑩「状況把握力」：自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力
- ⑪「規律性」：社会のルールや人との約束を守る力
- ⑫「ストレスコントロール力」：ストレスの発生源に対応する力