

[研究論文]

ヨーロッパの4年制大学におけるインターンシップを 中核としたwork-integrated educationによる 観光人材教育に関する研究

折戸 晴雄*・青木 敦男**・根木 良友**

はじめに

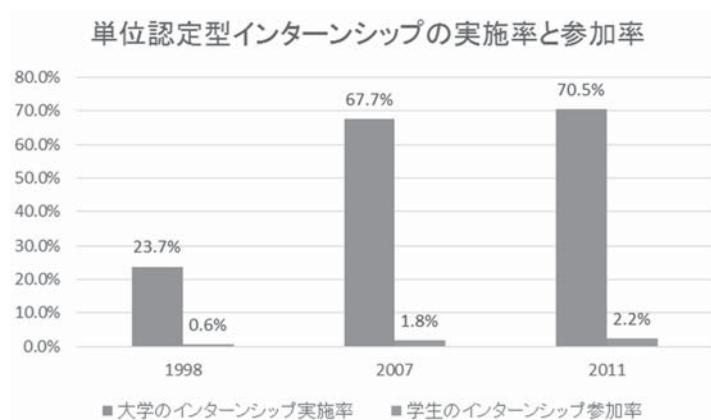
文部科学省、厚生労働省、経済産業省の三省は、2014年4月8日公布の「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」の中で、1) 大学教育の一環としてのインターンシップを明確に位置付けるための大学の積極的な関与、2) 大学等の教育目的と企業等が提供可能な教育資源等の調整を行うなどのインターンシップに関する専門的知見を有する教職員の育成、3) 専門教育とのつながりの明確化による教育内容の深い理解と能動的な学修の促進、4) 専門教育との関連付けにより一層効果を発揮する中長期インターンシップの重要性などの点を今後の改善点として挙げた。大学全般でのインターンシップに関する課題は上述のとおりだが、日米の観光人材教育の比較に関する先行研究によると、日本の観光専攻の大学におけるインターンシップは、科目設定(必修/自由選択)、給与支給の有無、研修期間などの点で米国と比較すると真逆な傾向が明らかになっている。(根木・折戸・青木〔2014, p. 75-76〕) このことは、未だ黎明期にある日本の観光人材教育が、観光教育大国である米国のスタンダードにかい離あるいは逆行しているという問題意識に帰着する。

本研究では、インターンシップと観光教育カリキュラムの両面から日本とヨーロッパおよび先行事例の米国とを比較することで、日本の観光専攻の大学におけるwork-integrated educationの課題について明らかにすることを考察の目的とする。研究対象としては、米国と同様に観光人材教育のメッカであるヨーロッパの大学とし、ホスピタリティ大国スイスのトップスクールであるEcole Hoteliere Lausanne、および英国の観光専攻大学でランキング第1位に位置するUniversity of Surreyの2大学を事例として取り上げる。本研究では、まずはwork-integrated educationを構成する重要な要素であるインターンシップについて、日本の現状を概案する。第二に、観光インターンシップに関する日米欧の比較調査を行い、日本の立ち位置を考察する。第三に、「観光」という特定の産業セグメントに対する人材教育において重要な出口部分にあたる学生の就職先業種についての調査結果を述べる。第四に、各大学における観光関連専門科目の必修化の度合いに着目し、カリキュラムの諸課題について考察する。そして、最終章において、上述した日本の観光人材教育の課題を総括したい。

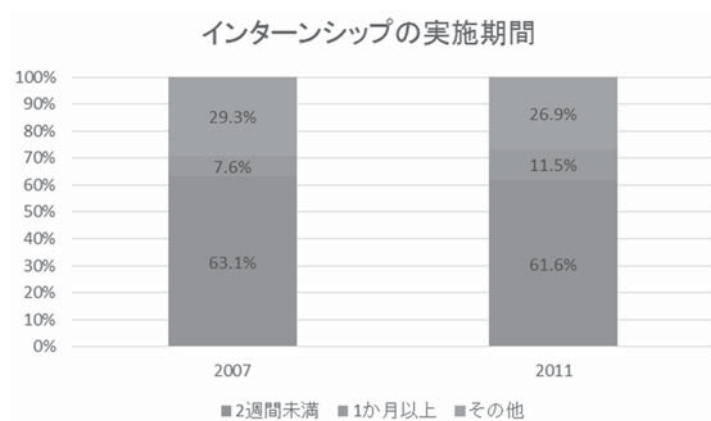
キーワード：work-integrated education (ワークインテグレイティッドエデュケーション)、インターンシップ、カリキュラム、キャリア教育、産学連携

1. インターンシップに関する日本の現状

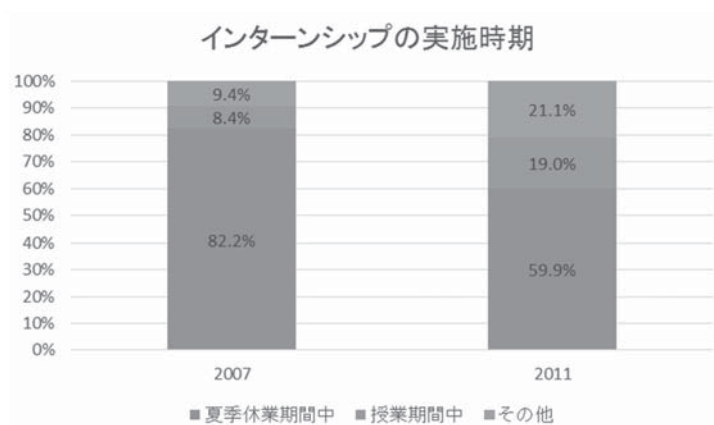
2011年度の文部科学省調査によると、下図のとおり単位認定型のインターンシップを実施した大学の割合が70.5%（大学数544校）を示し、キャリア教育におけるインターンシップの重要性が大学において広く認識されている結果が伺える。しかしながら、同調査によるとインターンシップを体験した学生の割合は、2.2%と極めて低い数値を示している。そもそもインターンシップを含むキャリア教育は単体では機能せず、大学内教育との有機的な連動を持って効果を発揮するものだが、取りあえずの導入に終始する大学が圧倒的多数で十分な普及に至っているとは言い難い。



次に、インターンシップの実施期間については2011年度では1か月以上が11.5%で、短期研修に相当する1か月未満の割合が圧倒的に高いことが伺える。このような短期の研修期間では、冒頭の課題で述べた専門教育との関連づけによる効果が十分に得られていないことが示唆される。



参考までインターンシップの実施時期を見ると、2011年度では夏期休暇期間が59.9%、企業期間中が19.0%となっており、年間で見ると特定の時期に集中して実施される傾向が見られる。2007年度と比較すると実施時期には若干の分散化の傾向が見られるが、大学の派遣学生数と企業の受け入れ学生数との需給関係の点で捉えると、より一層の分散化も必要ではないかと思慮する。



2. 観光インターンシップに関する日米欧の比較調査

ここでは、今回の研究対象であるヨーロッパの他にその前年に実施した米国調査の結果も含めて日本との比較を行う。観光関連学部を有する日米欧の著名な大学として、以下の大学および学部を比較対象とする。

ヨーロッパ

- ・サリー大学（イギリス）

Bachelor of Science in International Hospitality and Tourism Management

- ・ローザンヌホテルスクール（スイス）

Bachelor of Science in International Hospitality Management

米国

- ・コーネル大学

Bachelor of Science in Hotel Administration

- ・セントラルフロリダ大学

Bachelor of Science in Hospitality Management

- ・ポールスミスカレッジ

Bachelor of Science in Hotel, Resort and Tourism Management

日本

- ・玉川大学

経営学部観光経営学科

- ・東洋大学

国際地域学部国際観光学科

- ・立教大学

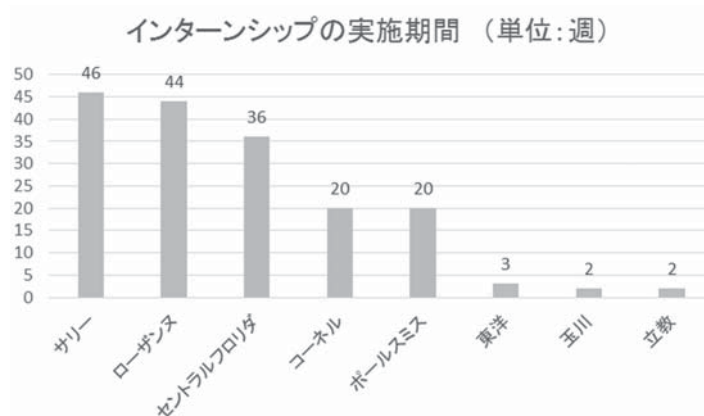
観光学部観光学科

下表は、「科目設定」、「給与の支給」、「採用との関連」の3点から見た日米欧の観光インターンシップの比較結果の概要である。

国名	大学名	科目設定	給与の支給	採用との関連
イギリス	サリー	必修（一部選択）	有給のみ単位認定	推奨する
スイス	ローザンヌ	必修	有給（一部無給）	推奨する
米国	コーネル	必修	有給（一部無給）	推奨する
	ポールスミス	必修	有給（一部無給）	推奨する
	セントラルフロリダ	必修	有給のみ単位認定	推奨する
日本	玉川	選択	無給	推奨しない
	東洋	選択	無給	推奨しない
	立教	選択	無給	推奨しない

「科目選択」では、日本のインターンシップは自由選択科目だが、欧米では全て必修化されている。「給与の支給」の面では、日本は原則無給だが欧米では有給が主体で、かつ有給の研修でないと単位認定しない大学もある。「採用との関連」については、日本は推奨しない傾向がある一方で、欧米ではインターンシップを採用に結びつかせることを推奨している。参考まで、コーネル大学の2012年度卒業生の18%が、“summer job”をきっかけに就職している。ここで述べた3つの観点からの比較においては、欧米の大学は全て同一の傾向を示している一方で、日本では真逆の動きを示すという特異性が伺える結果となり、日本の観光インターンシップがガラパゴス化している現状が垣間見られる。

インターンシップの実施期間については、以下のグラフを基に述べる。ヨーロッパの実施期間は非常に長く、1年弱に相当する期間を研修に費やしている。米国でもそれに準じる20-36週を割いており、欧米では1セメスターから1年間程度が観光人材教育における研修期間のスタンダードであることが伺える。欧米との比較において、一目瞭然ではあるが日本の研修期間は極端に短い2-3週間となっている。このことは、日本の観光インターンシップが社会人基礎力を高めることに重点を置いた単なる職場体験に終始し、職場の個別具体的な課題に対する問題意識の醸成や大学で培った専門性を活かした問題解決能力の向上に結びついていないことを示唆している。

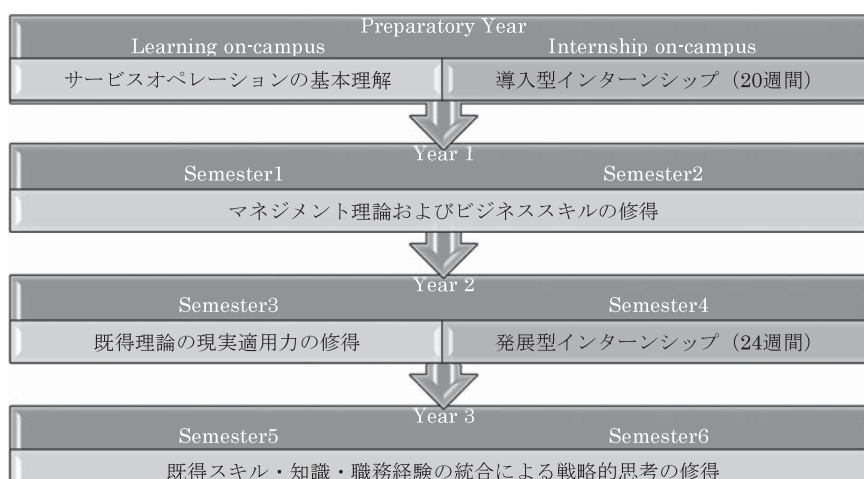


実施期間と関連して、今回新規に調査を行ったヨーロッパの大学がカリキュラムツリーの中でインターンシップをどのようにポジショニングしているのかを概観したい。以下の図はサリー大学（イギリス）とローザンヌホテルスクール（スイス）のカリキュラムツリーの事例である。

1) サリー大学



2) ローザンヌホテルスクール



1) サリー大学のインターンシップはYear1と Professional Training Placement（以下“PTP”）で2回実施される。Year1のインターンシップは専門科目の Restaurant Operations や Restaurant Management といったレストラン科目と連動して学内のレストランで実施される。PTPのインターンシップは選択制であるが過半数の学生が履修する学外のホテル企業で行われる有給の研修で、期間は最低46週間と長期に亘る。内容としては、Year2で体系的に修得したサービスオペレーションとマネジメント知識をベースに、Year1より高度なマネジメントないしはプロジェクト型の研修を行う。

2) ローザンヌホテルスクールのインターンシップはPreparatory Year（以下，“PY”）とYear2で2回実施され、期間はPYが20週間、Year2が24週間である。PYでのインターンシップは学内のレストランで実施される導入型のサービスオペレーション研修である。Year2の後期実施のインターンシップは世界各国のホテル企業でのマネジメント研修で、サリー大学同様に習得したマネジメント理論やビジネススキルを活用したマーケティング・財務・人事部などで実施される発展型の研修である。

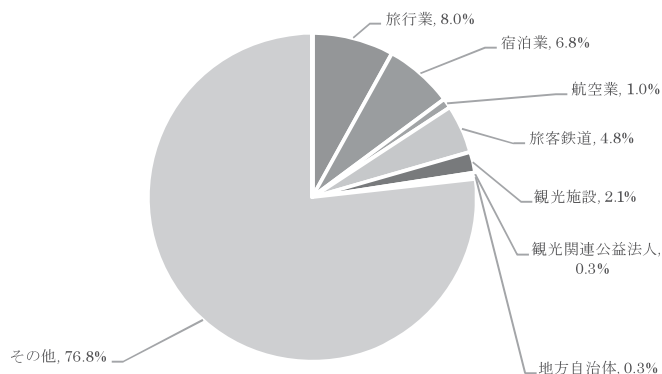
このように、大学で学修した専門科目をインターンシップと有機的に連動させることで、双方の学びの相乗効果を高めていく試みが特徴的である。また、インターンシップを導入型（オペレーション）と発展型（マネジメント）の2段階にするすることで、オペレーション現場に精通し、そこで起こる諸

課題に対する問題解決能力を修得するのみならず、マネジメントの現場経験を得ることで、高度な経営人材として即戦力で活躍できる管理能力も得られることが、ヨーロッパのインターンシッププログラムの特徴であることが分かる。この点においては米国と同様のプログラム設計がなされており、グローバルな観光人材教育の一端を端的に表していることを付記しておきたい。

3. 観光専攻大学卒業生の就職先業種に関する日米欧の比較調査

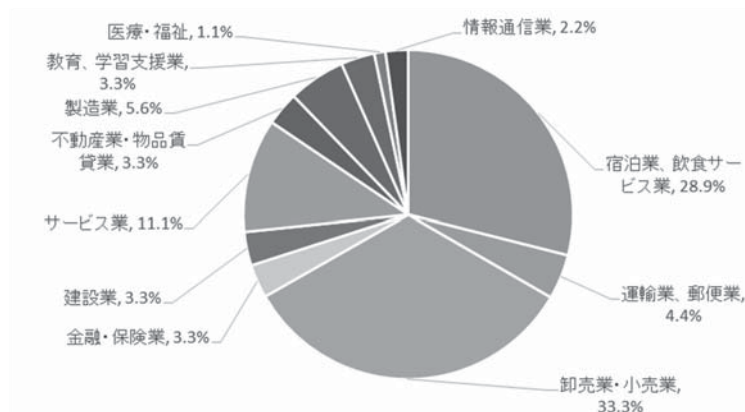
ここでは、「観光」という特定の産業セグメントに対する人材教育において重要な出口部分にあたる学生の就職先業種についての調査結果に関して概観する。調査対象については日米欧の大学を中心に結果を述べるが、欧州と米国に関しては国または地域を網羅する資料が見当たらなかったため、欧州はスイスのローザンヌホテルスクール、そして米国はコーネル大学の結果を事例として挙げる。

1) 日本全体（2007年度）



まずは2007年度の日本のケースだが、観光関連企業への就職率は計23.2%を示している。内訳としては、旅行業8.0%と宿泊業6.8%を筆頭に上のグラフのとおりである。2013年7月に玉川大学で実施された「観光教育に関する学長・学部長等会議」における直近の就職率については16.1%と減少傾向を示し、日本では専攻分野である観光産業への就職率の低さについて改善の余地があるとの報告がなされている。

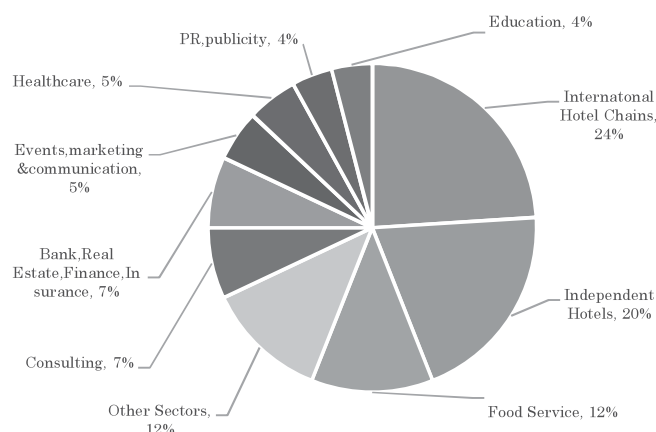
2) 玉川大学（2013年度）



上のグラフは玉川大学経営学部観光経営学科の2013年3月卒業生の観光関連企業への就職率を示したものである。宿泊業と飲食サービス業のみで28.9%を示し、この分野だけで日本の平均を上回っ

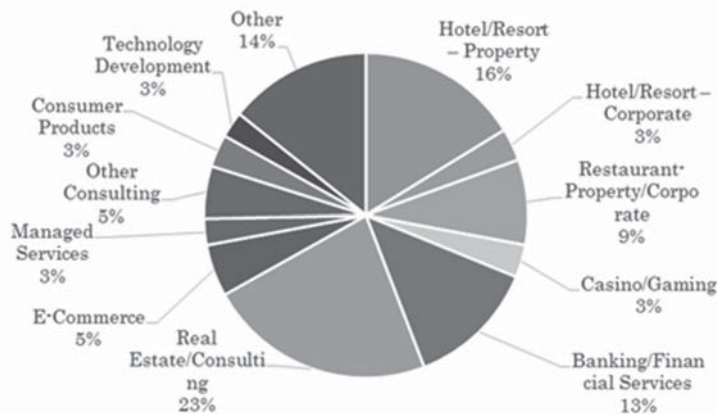
ており、運輸業・旅行業・イベント業などといった他の観光関連企業への就職者数を含めると推計だが40%程度の就職率が予想される。予想の域を出ないのは、大学キャリアセンターが就職先企業の分類をするのに日本標準産業分類を用いているため、「観光関連」という括りで捉えることができていることがその理由である。また、実際の就職先と仕分け上の就職先との乖離が生じるという問題も起こっており。例えば不動産企業への就職で登録されたにも関わらず、実態は宿泊業である系列のホテル運営会社へ就職しているというケースが散見される。これらの課題の整理がより精緻な出口調査をしていくために必要と思われる。

3) ローザンヌホテルスクール (2011年度)



上のグラフはローザンヌホテルスクール BSc in Hospitality Management の2011年度卒業生の観光関連企業への就職率を示したものである。International Hotel ChainsとIndependent Hotelsを合わせた宿泊業のみで44%を示しており、Food Serviceを含めると過半数の56%を占め、専攻に直結した就職状況であることが明確に分かる。また、就職先第3位(12%)を占めるOther SectorsにはRetail & Wholesale, Tour operators, Theme Parksなどの観光業が多く含まれる。さらに、就職率第5位(7%)のConsultingではExpedia Partner Services Group, Howarth HTL, STR Global, 同第5位(7%)のBanking/Real Estate/Finance/InsuranceではErnst & Young, Price Waterhouse Coopers, JP Morganなどの観光業直結ないしは関連の深いグローバル企業群が並んでいる。新卒でマネジメントポジションからスタートする学生も多く、初任給の平均値は6万スイスフランとなっている。上述のとおり宿泊および外食企業といった明らかな観光関連企業(56%)に付随するコンサルティング, 金融, 不動産, イベントなどの企業も含めると圧倒的多数が観光関連企業への就職を果たし、大学の学修と直結したキャリア形成がなされていることが伺える。

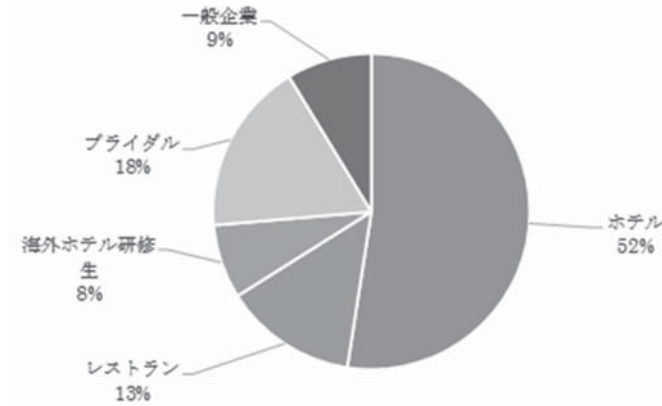
4) コーネルホテルスクール (2012年度)



上のグラフはコーネル大学BSc in Hotel Administrationの2012年度卒業生の観光関連企業への就職率を示したものである。Hotel/Resort-Property, Hotel/Resort-Corporate, Restaurant-Property/Corporate, Casino/Gamingといった観光業直結の宿泊/外食/ゲーミング関連企業への就職率のみで31%を占めている。以前は、コーネル大学は宿泊産業の総支配人養成を主目的としていた。一方で、昨今では卒業直後の新卒初任給の金額が米国ではビジネス専攻学部の一つの重要な評価基準になるため、日本と比較すると高いものの国内では他業種に比べて給与水準の面で劣る宿泊業へ進むよりも、より高い給与が得られる不動産/金融/コンサルティング業へ就職する学生が増加している。(参考まで、初任給の平均額はUS\$57,971である。)結果として、専攻分野である観光マネジメントの学修がダイレクトに活かせる、オフィスビルやマンションなどよりも複雑なアセットモデルであるホテルビジネスに関連するBanking/Financial Services (13%)やReal Estate/Consulting (23%)といった観光関連異業種への就職が増加している。また、Revenue Managementを含むE-Commerce (5%)、Event PlanningやAirlineを含むOther (14%)などを考慮に入れると、ローザンヌホテルスクール同様に大多数が学修内容を活かせる広義の観光産業への就職をしたことが示唆される。

5) 専門学校日本ホテルスクール (2012年度)

参考まで、日本の専門学校の事例として、日本最大規模のホテル単科の専門学校である専門学校日本ホテルスクール(以下“JHS”)の事例を挙げる。JHSの修学年限は2年間で、学生数は約1000名である。インターンシップは必修の科目設定となっており、3つの事業所で2か月ずつの研修を計6か月間実施する。JHSのインターンシッププログラムでは1年間で2か月に相当する6つのブロックに分けて、常時160名程度の学生を約20の企業に派遣している。JHSの石塚勉校長によると、このような欧米と類似した有給の長期インターンシップを実施することにより、学生が常時企業で研修している状況を作り出せる点が、企業と学生とのwin-winの関係を生み出しているとの弁があり、日本の観光専攻大学では未だに見られない事例として非常に興味深い。ちなみにJHSのインターンシッププログラムは、1970年代にJHSが実施した欧米の観光専攻大学のカリキュラムとインターンシップの体系的な調査結果を日本の就労環境に見合う形で適合しデザインしたものであり、観光専攻の大学は見習うべき点も多いのではなかろうか。JHSがインターンシップを実施する際の学校側の関与度の高さを表す事例として、1回のインターンシップで①派遣時、②中間、③最終の3回企業を訪問し、学生に対する指導を行うだけでなく、研修改善に向けた企業側とのやり取りを行っている。これは年間で見ると、1つの企業で6回のインターンシップを行うので、20企業に対して延べ約360回という驚くべき企業訪問数、言い換えると研修中の学生への非常に綿密な指導の実施を示唆している。



就職先内訳については、ホテル・レストラン・ブライダルの主要業種で83%を占めている。グラフで8%を占める「海外ホテル研修生」とは、卒業後に海外のホテルで1年間のインターンシップを行う制度で、毎年20-30名派遣している。給与面については有給のインターンシップで、現地への航空運賃や各種保険については原則ホテル企業が負担する。アコモデーションについてはホテルの客室や寮に寝泊まりし、費用負担は企業との契約により異なる。優秀な研修生は常勤スタッフとして採用されることもあり、入社後にプロモーションを得てマネジメントスタッフとして働いている卒業生も世界各地にいるという。

日米欧の観光専攻大学卒業生の観光関連企業への就職率を総括すると、日本ではその数値が相対的に低い状況が伺える。一つの理由としては、日本では観光産業のステータスが欧米と比較して低いことが挙げられる。関連する具体的な指標として初任給の年額を見ると、日本の約320万円（月給20万円×12か月＋ボーナス20万円×4か月で試算）に対して、ローザンヌホテルスクールが約700万円（60,000スイスフラン）、コーネルホテルスクールが約600万円（57,971USドル）と約2倍の数値を示している。また、優秀な学生にはそれに見合う給与が支給され、2012年度のコーネル大学の初任給年額の最高額は約1,200万円（120,000USドル）となっている。

また、就労環境の点での違いとしては、日本はジェネラリスト採用で就職してから一から育てるといった風潮がある一方で、欧米では卒業後すぐにスペシャリストとしてポジション採用される傾向が見られる。このようなキャリアパスのあり方について、観光産業の一つであるホテル企業を例にとると、日本では大学卒業後10数年ほど経った30代半ば頃に初級管理職に昇進し、50歳前後で総支配人に就任するのが一般的である。一方で、米国ではヒルトンワールドワイドに見られるように、大学卒業から最短2年で財務副部長、7年で総支配人を育成するキャリアパスと教育研修体系を既に構築している。日本と米国では就労環境の違いはあるが、ホテル産業の場合は運営フォーマットが世界的に標準化されつつあるので、一定レベル以上の基礎力を持つ者に対しては適切な教育研修を施すことで、従来よりも効率的に総支配人や管理職を育て上げる試みが日本でも必要ではないだろうか。また、米国のホテルでは組織階層をフラットにして、一握りのマネジメントスタッフがその他大勢のパートタイムの社員を動かす構造にある。人的サービスが主力商品であるホスピタリティ産業は労働集約的で総売上に占める人件費率が高い傾向にあるため、全体を緩やかにボトムアップさせてきた従来型の日本の昇進システムや組織構造の転換もキャリアパスに関連した課題であると言える。

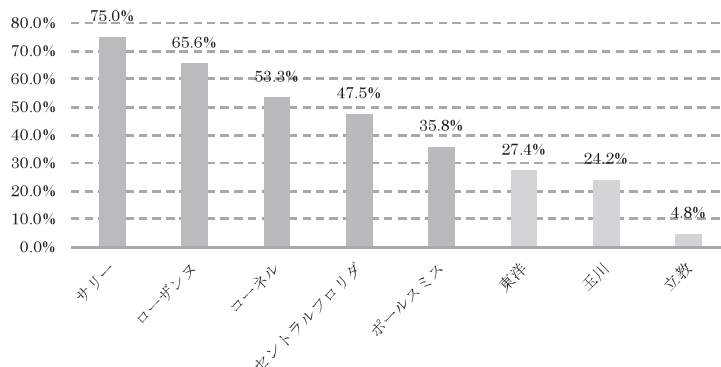
日本の観光関連企業への就職率の低さに話を戻すと、日本の観光専攻大学では入口に当たる高校生への広報、中身に当たる観光学の教育内容、出口にあたる就職の間で、欧米と比較すると一貫性が担保し切れていない現状が浮かび上がる。観光専攻の大学の教育内容は様々であるが、ホームページや学校説明会などで高校生に告知する際に、学生に観光産業への就職を強く想起させている大学の場合

は、上述した一貫性がある一定程度担保していく必要があるのではなからうか。その指標の一つとして、これまで挙げた観光関連企業への就職率を参考にしていく必要があり、また教育内容における指標立てのあり方については、次章のカリキュラム比較調査で述べていきたい。

4. 観光人材育成のカリキュラムに関する日米欧の比較調査

ここでは、観光という特定の産業セグメントを専攻分野とし、また観光産業に貢献する人材輩出を意図している大学が、カリキュラムにおいて学修のコアとなる観光関連専門科目をどの程度重要視しているかを調査することを目的とした調査結果を述べる。調査対象については第2章と同じ日米欧の8大学とし、調査を行った。観光関連専門科目の必修化の割合を見る意図については、各大学が育成目標とする観光人材像とカリキュラムツリーとの整合性、およびカリキュラムツリーにおける観光関連専攻科目が占める幹の太さを見ることにある。

観光関連必修科目の割合



上のグラフは各大学の観光関連必修科目の単位数が、卒業に必要な単位数に占める割合を表したものである。全体的な傾向として、観光関連科目の必修化の割合が欧米日の順で高いことが伺える。特に今回の調査対象であるヨーロッパの大学は65-75%といった高い割合で必修化されている。イギリスのサリー大学は専門科目の必修化の割合が最も高いこともさることながら、特筆すべきは履修対象科目が全て観光関連専門科目で、一般教養科目や語学科目が一切ない点である。産学の関係性の有り様は国によって異なるが、サリー大学のカリキュラムは正に産業ニーズに直結している点が非常に特徴的である。米国の大学の必修化率は50%前後で、この数値は日本ホテルスクールを中心とする日本の専門学校の数値と同程度である点が興味深い。理由として日本ホテルスクールの事例を挙げると、40数年前の開校時に日本の大学界では観光専攻の分野がほとんど確立されておらず、当時から産学連携が盛んで観光人材教育の先進国であった米国とヨーロッパの大学を模倣して、そのカリキュラムやインターンシップのあり方を模倣した結果である。こうした背景は、日本においては大学よりも専門学校の方が、観光産業との教育連携が歴史的に見て古くから進んでいたことを示唆している。

次に、各大学が重要視している科目内容を詳細に見るために、それぞれの科目群の必修化の傾向を概観する。「1. ビジネス基礎科目」は、国内外共に必修化の傾向を示している。「2. オペレーション関連科目」と「3. マネジメント関連科目」については欧米の大学では必修化されており、特にマーケティングと会計の科目については全ての大学で必修化されている。このことは、これらの学問分野が観光産業で成果を発揮できる人材の育成において不可欠なものであることを表している。一方の日本を見ても、マーケティングや会計のみならず、ほぼ全てのマネジメント関連科目が自由選択科目となっている。言い換えると、それら重要科目を履修しなくても、大学を卒業できてしまうという

科目分類	科目	サリー	ローザンヌ	コーネル	ポールスミス	セントラルフロリダ	東洋	玉川	立教
ビジネス基礎	ビジネス・経営概論	必修	必修	必修	必修		必修	必修	
オペレーション関連	レストラン業務	必修	必修	必修	必修	必修			
	宿泊業務	必修	必修	必修		必修			
マネジメント関連	マーケティング・戦略理論	必修	必修	必修	必修	必修		必修	
	財務・会計管理	必修	必修	必修	必修	必修			
	人材・組織管理	必修	必修	必修					
	施設管理			必修					
不動産関連	ホテル開発・不動産投資			必修					
観光関連	観光学概論	必修	必修				必修	必修	
IT関連	IT/Computer			必修		必修	必修	必修	
語学関連	観光英語						必修	必修	必修

ことを意味している。特にグローバルを標榜し、世界の観光ビジネスシーンで戦える人材の育成、およびそうした趣旨で海外からの留学生の獲得を目指す大学の場合は、カリキュラムにおける専門教育の位置付けを再検討する必要があるだろう。

「4. 不動産関連科目」はコーネル大学のみが必修化している点が興味深い。これは就職状況のところで述べた傾向のとおり、コーネル大学が従来の総支配人育成教育から、ホテルビジネスを媒介としたコンサルティング業・不動産業・金融業で活躍できる人材育成にシフトしていることを示唆している。続く「5. 観光関連科目」については、日本の大学で必修化の傾向が強く伺える。「6. IT関連科目」については、日米で必修化の傾向が高いことが伺える。

最後の「7. 語学関連科目」については、日本のみが必修化している。これは英語圏の大学では語学関連科目を必修化する必要がなく、語学科目に充てる時間を観光分野の専攻や育成人材像に直結した他の重要科目に充てられるというカリキュラム上のアドバンテージを示唆している。この語学科目という観点で日本の大学と専門学校を比較すると、特に英語関連科目が履修科目全体に相当数占めることは共通しているので、産業界で活躍できる人材育成を目指す大学の場合は、優良な専門学校が行う科目配分にも着目することも一考ではなかろうか。

本章を総括すると、欧米の大学では財務会計やマーケティングといった観光関連のコア科目を必修化し、産業界が求める人材要件を漏れなく満たそうという傾向が伺える。現在調査を行っているオーストラリアの大学でも同様の傾向が伺えることから、観光関連科目をある一定割合で必修化することが育成人材要件を担保し、またグローバルレベルで観光産業から求められているカリキュラム構築の重要な指標の一つであることが分かる。

5. 日本における観光人材育成に関する諸課題

1) 観光インターンシップの諸課題

本研究の総括として、ここでは日本の観光人材教育の課題について総括する。先ずインターンシップに見られる日本の課題として、履修しなくても卒業できる科目設定、圧倒的に短く海外では単なる職場体験としか見られない研修期間の短さ、およびインターンシップと専門科目との希薄な連動性が主要な点として挙げられる。これら課題の改善に関する検討事項として、先ずはインターンシップの必修化が挙げられる。玉川大学観光経営学科の事例を挙げると、2014年3月卒業生の前年7月15日時点での内定獲得率を見ると、インターンシップ履修者の内定率が67.3%を示しており、履修していない学生の30.8%と比較して2倍以上の高さを示している。このことから、玉川大学で昨年新学部としてスタートした観光学部では、2回のインターンシップを必修化させている。一方で、インターンシッププログラムを必修化させるだけでなく、長期インターンシップの導入も特に観光人材育成の分野では検討していく必要がある。また、単に期間を長くするだけでは時間対効果の点では逆効果になる事もあるので、マーケティングや会計などの専門科目での学修をベースに企業の現状を分析し、マネジメント層に対して具体的な改善案を提案するといった、専門科目とのつながりを重視した発展型インターンシップを導入していく必要性もある。さらに、それを形式論で終わらせないためにも、冒頭に挙げた文部科学省が提唱する課題の一つにある「2) 大学等の教育目的と企業等が提供可能な教育資源等の調整を行うなどのインターンシップに関する専門的知見を有する教職員の育成」および「3) 専門教育とのつながりの明確化による教育内容の深い理解と能動的な学修の促進」が急がれる。

インターンシップ運用の組織体制については、大学の環境により様々な有りようが想定されるが、大学としてのスタンダードを保ちながら運用し、また出口の内定獲得に対する高い効果を獲得するために、キャリアセンター内にインターンシップ担当を置くことも一つの有効な組織体制であると考えられる。他の側面では、無償のインターンシップを長期化した場合、アルバイトができずその期間は収入がない状況が続き、昨今の経済情勢では生活苦に陥る学生も出てくる恐れがあるので、この点では米国のような有給のインターンシップを導入していく必要性もあろう。また、インターンシップと採用との関連付けについては、インターンシップを起点として採用活動につなげていきたいという見解を持つ人事担当者が多く、学生と企業双方にとってwin-winの要素も強いので、採用活動との関連付けについては肯定的に見ていく必要があると考える。

2) 観光カリキュラムの諸課題

次に、観光カリキュラムに見られる日本の諸課題として、コアとなる観光関連科目が自由選択のため育成人材要件が担保されない、また専門科目のPre-requisite化の欠如によるカリキュラムパス上の不整合の発生などが主要事項として挙げられる。第4章の調査で見られた通り、欧米の大学では観光産業のニーズに直結した育成人材像を想定し、将来のビジネスリーダーとして不可欠な主要なビジネス関連専門科目を相当数必修化している。一方で、日本の観光専攻の大学では、網羅している専門科目の種類は米国と類似しているが、そのほとんどが選択科目となっている。そのため、例えば観光ビジネスの基礎科目を履修せずに発展科目を履修するといった、カリキュラムパス上の不整合が起きたり、また企業経営に不可欠な財務会計を履修せずに卒業し、産業界で活躍するために必要な育成人材要件が担保されていないなどの諸問題が生じている。こうした課題の改善に関する検討事項としては、育成人材像にひも付く、コアとなる専門科目の必修化が不可欠である。また、前述したキャリアパス上の不整合を是正するために、発展科目を履修する際の条件として、それに対応する基礎科目の

履修を義務付ける（Pre-requisite）ことも付随的に必要となろう。

3) 観光人材教育の諸課題

ここ10数年で日本の観光専攻の大学は急増してきたが、本研究の結びとして日本における観光人材教育の諸課題について、インバウンド対応教育、グローバル人材教育、観光人材教育の世界的潮流の3点から述べたい。

まず、日本を訪れる外国人を意味するインバウンドへの対応教育の観点では、日本の訪日外国人の数はこの10年で1000万人へと倍増し、来るべき東京オリンピックの時には2000万人への増加を目標としている。これは、少子高齢化などの社会的な動きの中で、観光産業は輸出産業的側面を有するインバウンド獲得の可能性を秘めた日本の成長戦略の柱になる可能性を秘め、また今後大きな成長が見込める数少ない産業分野であることに起因している。このことから、日本の観光専攻の大学は、育成人材像としてインバウンド対応の観点が不可欠ではなかろうか。

次に、グローバル人材の観点では、昨今の観光産業においては国際会議やコンベンションなどを包括するMICEという新たな分野での誘致合戦が世界各地で起きている。玉川大学の小原学長は2014年度の教職員の集いにおいて、「グローバル人材とは世界的に起こるだろう資源の奪い合いに対応できる人材」との見解を示した。これを観光産業に置き換えると、観光産業は「グローバルマーケットにおける顧客獲得競争に競り合える人材」の育成を大学に求めているとも言える。

最後に観光人材教育の世界的潮流という観点では、日本の特殊性として先述したとおり語学科目がカリキュラムに占めるある一定の割合は否めない。また、日本と欧米では産業界の育成人材ニーズや就労環境などが異なり、欧米型教育の直輸入が効果的とは一概には言えない。一方で、フランチャイズやマネジメント契約による事業規模の拡大手法やインターネットを通じた国境を越えた電子商取引などに見られるとおり、観光ビジネスにおいては運営および経営フォーマットがグローバルに標準化されつつあり、それに呼応して本研究で示したとおり観光人材教育もまたスタンダード化が進む傾向が伺える。日本においては本章の序盤で述べたwork-integrated educationの中核であるインターンシップや、それと連動するカリキュラムを改善することが個別具体的な方法論として重要ではあるが、それ以上に世界的な観光人材教育の潮流に目を向けていくことこそが本質的な課題解決の道筋を見出すために不可欠であると考えられる。

参考文献

- 太田和男、「インターンシップとキャリア教育—観光・ホスピタリティ課程にインターンシップは必要か—」,
帝京平成大学紀要第23巻第2号, 2012年
- 太田和男,「観光インターンシップと就職」, 帝京平成大学紀要第24巻第2号, p.337, 2013年
- 岡田美奈子, 根木良友,「ホテル・観光・ホスピタリティ教育機関におけるカリキュラムに関する研究」, 財
団法人日本ホテル教育センター, 2006年
- 折戸晴雄,「日本における観光教育の現状—キャリア教育を通じて」, 応用日本語国際学術研究会論文集 台
湾・国立高雄餐旅大学, 2013年
- 折戸晴雄・神澤隆,「わが国の観光インターンシップと其のあるべき姿: 諸外国の事例と玉川大学の取組み」,
玉川大学経営学部紀要17号, 2011年
- 折戸晴雄・堀和秀,「観光系学生のためのインターンシップ」, 玉川大学経営学部紀要10号, 2008年
- 神澤隆・折戸晴雄,「観光人材育成に於けるインターンシップ活用の海外事例研究」, 玉川大学経営学部紀要

16号, 2011年

小林奈穂美, 「観光産業に対応した人材と教育に関する基礎的研究」, 駿河台大学論叢 (39), 2009年

那須幸雄・丸山鋼二, 「観光インターンシップの接続効果」, 文教大学国際学部紀要第23巻第2号, 2013年

根木良友・折戸晴雄・青木敦男, 「日米の観光関連学部を有する大学の比較調査によるインターンシップを中心とした日本の観光教育の課題に関する考察」, 玉川大学観光学部紀要第1号, 2014年

山口一美・那須幸雄・那須一貴・海津ゆりえ・井上由佳・横川潤・高井典子, 「文教大学国際学部における長期インターンシップを組み込んだキャリア教育プログラムの開発」, 文教大学国際学部紀要第22巻第2号, 2012年

観光庁観光資源課, 「カリキュラムワーキンググループ中間とりまとめ (案)」, 2009年

文部科学省, 「『インターンシップの普及及び質的充実のための推進方策について』意見のとりまとめ」, 2013年

文部科学省・厚生労働省・経済産業省, 「『インターンシップの推進に当たっての基本的考え方』の見直しの背景及び趣旨について」, 2014年

Cornell University, “Post Graduate Report, Bachelor of Science, Class of 2012”

(おりと はるお)

(あおき あつお)

(ねぎ よしとも)

A Study of Human Resource Education in Tourism: Work-Integrated Education Focused on Internship Programs in European University

Haruo ORITO, Atsuo AOKI, Yoshitomo NEGI

Abstract

The purpose of this paper is to clarify the problems of the work-integrated education conducted especially in the tourism-related majors in Japan. The approach employed in this research is to compare internship programs and curriculums adopted by the universities in Japan with those in foreign countries; University of Surrey and École hôtelière de Lausanne in Europe, and Cornell University, Paul Smith's College and University of Central Florida in the United States. In this study, the main stress falls on the fact that Japan's situation is quite contrary to overseas from a viewpoint of implementation of internships and curriculums in order to educate human resources in tourism.

Keywords: work-integrated education, internship, curriculum, career education, industry-academia collaboration