

平成27年度文部科学省委託事業

「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業（観光分野）

観光フロンティアとしてのインバウンド観光・マイスビジネス人材育成

事業報告書

YOKOHAMA
COLLEGE OF
COMMERCE

横浜商科大学

はじめに

2015年の訪日外国人客数は対前年で50%近く増加し、過去最高の1,973万7千人に達した。円安による日本旅行の割安感や査証の引き続く緩和措置、政府主導の訪日旅行プロモーション活動の推進が大きく寄与しているものと考えられる。こうした中、政府が掲げた「2020年に外国人客を2000万人に」という目標は早くも達成されようとしている。思えば当時の小泉内閣総理大臣が2002年の第154回国会における施政方針演説で「我が国の文化伝統や豊かな観光資源を全世界に紹介し、海外からの旅行者の増大と、これを通じた地域の活性化を図ってまいります」と述べたことを機にその後の「観光立国」への取り組みが始まり、2006年に観光立国推進基本法が成立、2008年には観光庁が設置と、今日に至るまで観光を取り巻く国の動き、そして地域や観光産業界の動きには目覚ましいものがある。

外国人旅行者の日本における消費も2014年に2兆円を突破し、2015年もアジア系の外国人客による「爆買い」との言葉に象徴されるように大きく伸びている。また2012年数値ではあるが、日本国内の旅行消費額そのものがおよそ24兆円に上り（観光庁調べ）、そうした旅行消費が国内にもたらす効果は生産波及効果がほぼ50兆円、付加価値効果で25兆円、雇用効果で420万人に達するものと推計されている。このような環境下で外国人旅行者による消費をはじめ様々な観光・旅行消費の増大は、観光産業にとどまらず、商業や製造業、農漁業など様々な産業分野に経済効果を及ぼしている。

インバウンド市場が拡大の一途を遂げるように、きわめて順調にみえる、わが国の観光ではあるが、高齢化・国内人口の縮減・ICT化が進展し、同時に国内観光市場が質的に大きく変化し続ける中で、観光ビジネス・観光産業を取り巻く状況、また観光ビジネス・観光産業に内在する課題は多く、厳しい。観光ビジネスの展開に関わる外的要因との関連で捉えると、たとえば、国際的に競争力を持つ観光地づくり、空港や港湾等インフラ整備、地方空港のCIQや通訳案内士等制度的な受け入れ体制整備等々、課題が実に多い。また観光ビジネスに内在する課題では、労働力人口が減少していく中での人材確保、相対的に低いとされる労働生産性の問題の改善、そうした生産性低下をもたらしている主因である需要の曜日変動や季節変動の解消等々、これまた多くの課題がある。

しかし観光が成長産業であり、成長ビジネスであることは論を待たない。それには前述の課題解決へ向けた国・地域・産業としての取り組み、そして旅行者が豊かな自由時間を楽しむことができ、記憶に残るような経験価値の創造、それに伴う高付加価値化、効率的なオペレーションの仕組みづくりなどの事業者の取り組みが欠かせない。「専門人材」の育成もその重要な要素である。

本報告書はこのような問題意識の下に、「平成27年度『成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進』事業（文部科学省委託事業）－観光フロンティアとしてのインバウンド観光・マイスビジネス人材育成」事業の成果をとりまとめたものである。本事業の直接的な目的は観光ビジネスの成長と創造が期待されるグローバルMICE戦略都市等の先進的観光都市において、観光ビジネスの先端分野（フロンティア）で活躍できる人材の養成にある。先に述べたこととやや重複するが、我が国が観光立国を推進するためには、インバウンド対応型の観光人材の育成が不可欠であり、急増するインバウンド観光に対応できる知識とスキルの修得は、観光業界で従事する人材及び観光教育を受けている大学生等にとり、今後の就職及びキャリア形成上、重要なものとなっている。とりわけMICEには、ビジネス・イノベーションの機会の創造、地域への経済効果、国・都市の競争力向上などの効果があり、横浜市や札幌市をはじめ、都市間競争のグローバル化に対応するためにMICEを中核とする成長戦略を描く動きもあることからMICEビジネスを支える人材の育成が急務となっている。それだけにそれらを学習し、理解することは、これから社会に出ていく人びとにはもちろん、社会人が学び直し、新たなキャリアを構築して活躍の場を広げていくことにも有効である。

こうした考え方に基づいて、本事業では、eラーニング教材の開発、大学の正規授業等におけるインバウンド観光・MICEビジネス講座の実施、社会人の学び直しとしてのインバウンド観光・MICEビジネス講座の実施、実践型教材『観光ビジネス実践ワークブック』の開発、観光ビジネスガイド『観光ビジネスのフロンティア』の作成、MICEビジネス実践教育調査（札幌、東京、横浜、京都、福岡、沖縄）に取り組んだ。

この取り組みにあたって教育機関のみでなく産業界や公的機関にわたり多くの方々のご協力を賜った。末筆ながらここに記して謝意を表したい。

2016年2月

横浜商科大学 商学部長 羽田耕治

目次

はじめに	1
第1章 本事業の概要	
1. 事業の経緯	5
2. 事業の構成機関、委員会および委員構成等	5
3. 本事業に対する社会的ニーズと事業目的	12
4. 事業の実施内容	13
5. 本事業により創出された成果	15
第2章 大学における MICE ビジネス実践教育調査	
第1節 札幌国際大学での MICE 教育の取り組み	17
1. 大学の沿革と観光教育の展開	17
2. カリキュラムにおける MICE 教育の位置づけ	19
3. MICE 関連科目の設置状況とその具体的内容	20
4. MICE 教育の現状と課題	22
5. その他	22
第2節 横浜商科大学での MICE 教育の取り組み	23
1. 大学の沿革と観光教育の展開	23
2. 観光マネジメント学科新設の経緯とその必要性	23
3. 学科における教育目標と人材育成目標等	24
4. 卒業後の進路を想定	24
5. 観光マネジメント学科の特色	24
6. 科目区分設定	25
7. カリキュラムにおける MICE 教育の位置づけ	26
8. MICE 関連科目の具体的内容	27
9. MICE 教育の現状と課題	30
第3節 神戸山手大学での MICE 教育の取り組み	31
1. 大学の沿革と観光教育の展開	31
2. カリキュラムにおける MICE 教育の位置づけ	32
3. MICE 関連科目の設置状況とその具体的内容	34
4. MICE 教育の現状と課題	35
第4節 長崎国際大学での MICE 教育の取り組み	37
1. 長崎国際大学の観光教育の経緯	37
2. 長崎国際大学の観光教育カリキュラムの特色と MICE 教育科目	39
3. MICE 関連教育の現状	40
4. 長崎県内の他大学との連携事業	43
5. 考察（調査者の簡単な総括）	44

第5節 名桜大学での MICE 教育の取り組み	45
1. 大学の沿革と観光教育の展開	45
2. カリキュラムにおける MICE 教育の位置づけ	46
3. MICE 関連科目の設置状況とその具体的内容	47
4. MICE 教育の現状と課題	49
 第3章 地域における MICE ビジネス実践教育調査	
第1節 札幌での MICE 教育の取り組み	51
1. 背景	51
2. 「札幌 MICE 総合戦略 2015-19」の要点	51
3. 人材育成に関するこれまでの取り組み	52
4. 今後の展望	53
第2節 横浜での MICE 教育の取り組み	55
1. 背景	55
2. 「横浜市中期 4 か年計画 2014 ～ 2017」における MICE 振興	55
3. 人材育成に関するこれまでの取り組み	56
4. 今後の展望	58
第3節 東京での MICE 教育の取り組み	59
1. 背景	59
2. 東京都長期ビジョン 2015-17	59
3. 人材育成に関するこれまでの取り組み	60
4. 人材育成に関する新たな取り組み	61
5. 民間の MICE 人材育成に関する取り組み	64
 第4章 e ラーニング教材の作成と教育評価	
1. e ラーニング全体の概要	69
2. e ラーニングシステム	69
3. e ラーニング教材作成	73
4. 教育評価	79
5. 実施結果	80
6. まとめ	82
 第5章 社会人の学び直しとしてのインバウンド観光 MICE ・ビジネス講座の開発とその教育評価	
1. 社会人に対するインバウンド ・ M I C E 教育の必要性和講座開発の目的	83
2. 講座の体系と特徴	84
3. カリキュラムの具体的内容	85
4. 実施結果	87
5. 教育評価	89

第6章 大学の正規授業等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス講座の開発とその教育評価

1. 大学等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス教育の必要性と講座開発の目的	91
2. 講座の体系と特徴	91
3. カリキュラムの具体的内容	91
4. 評価結果	92
5. 考察	95

第7章 実践型教材「観光ビジネス実践ワークブック」の開発

1. はじめに	97
2. 「観光ビジネス実践ワークブック」概要	97
3. 開発コンセプト	97
4. 体系と内容	98
5. 活用方法の提案	99
6. 成果に対する評価と今後の課題	99

第8章 観光ビジネスガイド『観光ビジネスのフロンティア』の企画と制作

1. 制作の目的と本事業の中での位置づけ	101
2. 企画・編集方針と想定読者	102
3. 本冊子の概要	102
4. 構成と取材協力者	103
5. 成果に対する評価と今後の課題	106

第9章 本事業の総括と今後の課題

1. 本事業における各プロジェクト評価について	107
2. モデルカリキュラム基準及び達成度評価に関する評価	109
3. 今後の課題と平成28年度以降に求められる取り組み	109

第1章

本事業の概要

佐々 徹（さっさ とおる）横浜商科大学 商学部観光マネジメント学科長（教授）

1. 事業の経緯

今年度、本学が代表機関となって実施した「観光フロンティアとしてのインバウンド観光・マイスビジネス人材育成」事業は、平成25年度に神戸夙川学院大学（当時。平成27年度より神戸山手大学が継承）、長崎国際大学、および本学の3大学が中心となって実施した「地域産業活性化のための着地型観光プレーヤー人材育成」事業を端緒とするものであり、翌26年度の「地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成」事業を経て、これらから得られた成果を継承している。

今年度は、過去2か年にわたる調査・研究とその結果を踏まえた諸事業の実施から得られた経験・成果を、ビジネスや教育現場での実践にさらに効果的に活用できるようブラッシュアップすることを重視した。そして、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催や政府の「観光立国」への取り組みを契機に新たな観光ビジネス領域として注目を集めているインバウンド観光とMICEビジネスの分野を「観光ビジネスフロンティア」と位置づけ、その先端を担い得る人材の育成に向けた教材や講座の開発に注力した。

具体的には、平成25年度より開発に着手しているe-ラーニング教材のさらなる充実・発展、それを活用した教育機関（学生）向けおよび社会人向け講座のカリキュラム開発と実施、実践的な教育を行うための新たな学習コンテンツ（観光ビジネス・ワークブック）の開発の3事業を中核として取り組んでいる。なお、今年度事業の詳細については、本章の「4.」にまとめている。

2. 事業の構成機関、委員会および委員構成等

本事業はビジネスや教育現場での実践に直接的に貢献し得る成果の創出を目指しているため、運営体制の構築にあたっては観光分野に関連する産・官・学それぞれの機関の連携と協働の効果的かつ円滑な推進が可能となることを重視した。具体的には、以下のとおりである。

（1）構成機関

上述のような運営体制を構築するために、教育機関のみでなく産業界や公的機関にも広く本事業への参画を依頼した結果、13機関（本学を除く）から協力を得ることができた。機関として本事業に参画した学校、企業、団体等は表1-1のとおりである。また、本事業の推進にあたった委員（構成機関から参画した委員および個人として参画した委員）については、表1-2に示すとおりである。

（2）実施体制

本学を含め14機関の参画と39名の委員によって構成される体制となるため、円滑な管理運営に備える組織づくりが必要となり、「運営統括委員会」を設置した。そして、そのもとに各プロジェクトの実施を担当する委員会として、本事業の大きな2つのテーマに即した「インバウンド観光人材養成委員会」と「MICE人材養成委員会」を置き、さらには実施した事業の評価を担当する「事業評価委員会」を置く体制を構築した。

表 1-1 本事業の構成機関

構成機関（学校・団体・機関等）の名称		役割等	都道府県名
1	横浜商科大学	全体統括	神奈川県
2	長崎国際大学	教材開発・実証	長崎県
3	北海商科大学	教材開発・実証	北海道
4	東京観光専門学校	教材開発・実証	東京都
5	一般財団法人日本ホテル教育センター	教材開発	東京都
6	日本政府観光局（J N T O）	調査・教材開発	東京都
7	公益財団法人横浜観光コンベンションビューロー	教材開発・実証	神奈川県
8	公益財団法人札幌国際プラザ	教材開発・実証	北海道
9	近畿日本ツーリスト株式会社	教材開発・実証	東京都
10	株式会社プリンスホテル	教材開発	東京都
11	株式会社 JTB 総合研究所	教材開発	東京都
12	全国高等学校観光教育研究協議会	実証・評価	佐賀県
13	株式会社ジャパンインバウンドソリューションズ	評価	東京都
14	一般社団法人 日本インバウンド教育協会	評価	東京都

表 1-2 本事業の推進にあたった委員

氏名	所属・職名	役割等	都道府県
佐々 徹	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	代表	神奈川県
穴戸 学	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	MICE・札幌 WG 代表	神奈川県
秋山 友志	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 講師	インバウンド・MICE	神奈川県
羽田 耕治	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	事業評価	神奈川県
竹田 育弘	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 准教授	事業評価	神奈川県
市岡 浩子	多摩大学グローバルスタディーズ学部教授	インバウンド・MICE	神奈川県
中鉢 令兒	北海商科大学大学院商学研究科・教授 北海商科大学商学部観光産業学科・教授	インバウンド・MICE	北海道
海老澤 昭郎	長崎国際大学国際学部観光学科准教授	インバウンド・MICE	長崎県
齊藤 尚子	東京観光専門学校・旅行学科長	インバウンド・MICE	東京都
藤原 弘一	一般財団法人日本ホテル教育センター 事業部教育事業室 室長	MICE	東京都
鈴木 克明	日本政府観光局（JNTO）コンベンション誘致部・ 部長	MICE	東京都

岡崎 三奈	公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー経営部長	インバウンド・MICE	神奈川県
荻 麻里子	公益財団法人札幌国際プラザ 企画事業部 コンベンションビューロー担当部長	インバウンド・MICE	北海道
木島 正人	近畿日本ツーリスト(株) 首都圏営業本部部長	インバウンド・MICE	東京都
徳永 清久	株式会社プリンスホテル執行役員	MICE	東京都
田中 敦	株式会社 JTB 総合研究所コンサルティング事業部 コンサルティング第四部部長主席研究員	インバウンド・MICE	東京都
村山 啓輔	株式会社やまどころ	インバウンド	東京都
正木 聡	旅行情報制作本部 出版編集部 編集委員	インバウンド	東京都
田中 剛	公益社団法人日本観光振興協会事業本部観光 地域づくり・人材育成部門観光地域づくり・ 人材育成担当部長	インバウンド	東京都
矢嶋 敏朗	株式会社日本旅行広報室長	インバウンド・MICE	東京都
川島 久男	川島アソシエイツ代表 VISIT JAPAN 大使	MICE	東京都
杉山 維彦	四国学院大学 社会学部 准教授	インバウンド	香川県
森口 巳都留	M P I Japan Chapter PR&Com 担当理事 株式会社 MICE ジャパン 編集長	MICE	東京都
坂本 和也	森ビル株式会社六本木ヒルズ運営室 アカデミーヒルズ事業部 参事 業務支援担当 シニアマネージャー	MICE	東京都
福井 善朗	神奈川県産業労働局観光商業部観光課・観光 プロモーション課長	事業評価	神奈川県
吉田 常行	日本観光ホスピタリティ教育学会理事、大阪 市立住吉商業高等学校校長、観光甲子園実行 委員会	事業評価	大阪府
江口 英一	観光経済新聞社企画推進部長	事業評価	東京都
堀川 まゆみ	駿台トラベル&ホテル専門学校 トラベル学科専門講師	事業評価	東京都
小野田 金司	神戸山手大学現代社会学部観光文化学科・教 授	事業評価	兵庫県
小槻 文洋	神戸山手大学現代社会学部観光文化学科・准 教授	事業評価	兵庫県
中村 好明	株式会社ジャパンインバウンドソリューション・代表取締役社長	事業評価	東京都
前田 出	一般社団法人 日本インバウンド教育協会	事業評価	東京都
樗木 洋平	横浜ベイシェラトンホテル&タワーズ 副総支配人(営業統括部長)	事業評価	神奈川県
峰松 藤一郎	全国高等学校観光教育研究協議会会長 佐賀県立嬉野高等学校長	事業評価	佐賀県
森越 京子	北星学園大学短期大学部英文学科長・教授	札幌WG	北海道

千葉 里美	札幌国際大学観光学部観光ビジネス学科 専任講師	札幌WG	北海道
福森 清嗣	札幌商工会議所付属専門学校北海道観光学科・ 教師	札幌WG	北海道
藤田 靖	NPO法人コンベンション札幌ネットワーク 理事長	札幌WG	北海道
寺山 優子	札幌コンベンションセンター マネージャー	札幌WG	北海道

また、今年度は当初から札幌での事業実施も企図していたため、インバウンド観光と MICE の両委員会のもとに、札幌で推進する事業の企画と運営にあたる作業部会として「札幌インバウンド観光・MICE 人材養成ワーキンググループ」を設置した。以上のような意図に基づいて構築された実施体制は、図 1-1 に示すとおりである。

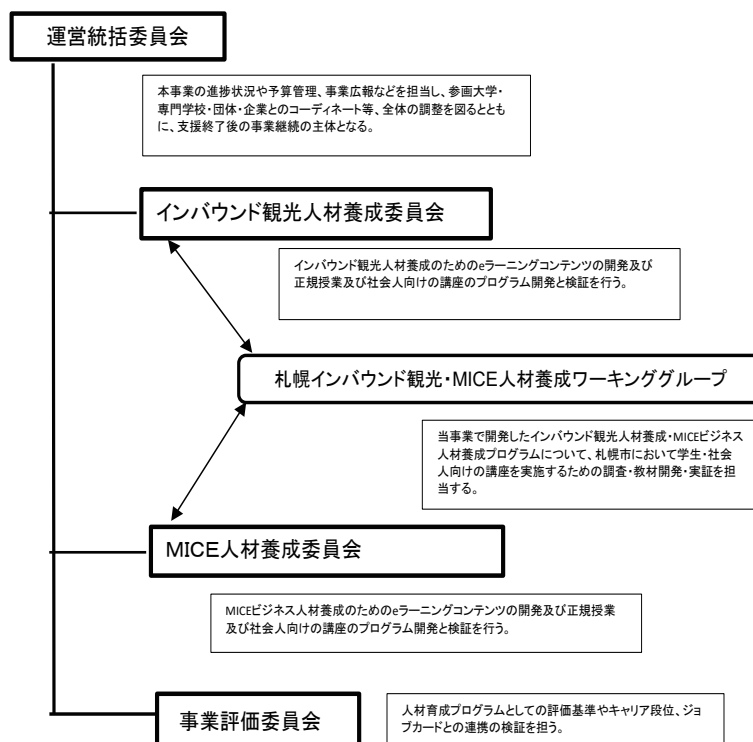


図 1-1 本事業の実施体制

(3) 委員会構成

①運営統括委員会

〔目的〕 本事業の進捗状況や予算管理、事業広報などを担当し、参画する大学、専門学校、団体、企業とのコーディネート等、全体の調整を図るとともに、支援終了後の事業継続の主体となることを想定して設置した。

〔体制〕 運営統括委員会のメンバーは、本事業の代表機関として事務局を務める横浜商科大学を中心に、構成機関として主要な取り組みを担当する財団法人日本ホテル教育センター、公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー、公益財団法人札幌国際プラザ、近畿日本ツーリスト株式会社、株式会社 JTB 総合研究所、および本事業に中心的に参画する委員を必要に応じて招聘した構成である。なお、構成委員については、表 1-3 に示すとおりである。

表 1-3 運営統括委員会の構成委員

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
佐々 徹	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	代表	神奈川県
穴戸 学	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	MICE・札幌 WG 代 表	神奈川県
秋山 友志	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 講師	インバウンド・ MICE	神奈川県
市岡 浩子	多摩大学グローバルスタディーズ学部教授	インバウンド・ MICE	神奈川県
藤原 弘一	一般財団法人日本ホテル教育センター 事業部教育事業室 室長	MICE	東京都
岡崎 三奈	公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー経 営部長	インバウンド・ MICE	神奈川県
荻 麻里子	公益財団法人札幌国際プラザ 企画事業部 コンベンションビューロー担当部長	インバウンド・ MICE	北海道
木島 正人	近畿日本ツーリスト(株) 首都圏営業本部本部長	インバウンド・ MICE	東京都
田中 敦	株式会社 JTB 総合研究所コンサルティング事業部コン サルティング第四部部長主席研究員	インバウンド・ MICE	東京都

②インバウンド観光人材養成委員会

〔目的〕 インバウンド観光人材養成のための e-ラーニングコンテンツの開発および大学等での授業や社会人向け講座のプログラム開発と実施結果の検証を行う。

〔体制〕 本事業のプログラム開発および実証の中心となる大学、専門学校、各種機関・団体から構成し、その他インバウンドに関する知見を有する委員を配置した。構成委員については、表 1-4 に示すとおりである。

表 1-4 インバウンド観光人材養成委員会の構成委員

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
佐々 徹	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	委員会代表	神奈川県
穴戸 学	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	教材開発・実証	神奈川県
秋山 友志	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 講師	教材開発・実証	神奈川県
海老澤 昭郎	長崎国際大学国際学部観光学科准教授	教材開発・実証	長崎県
中鉢 令兒	北海商科大学大学院商学研究科・教授 北海商科大学商学部観光産業学科・教授	教材開発・実証	北海道
齊藤 尚子	東京観光専門学校・旅行学科長	教材開発・実証	東京都
岡崎 三奈	公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー経 営部長	教材開発・実証	神奈川県
荻 麻里子	公益財団法人札幌国際プラザ 企画事業部 コンベンションビューロー担当部長	教材開発・実証	北海道
矢嶋 敏朗	株式会社日本旅行広報室長	教材開発・実証	東京都
村山 啓輔	株式会社やまごころ 代表取締役	教材開発・実証	東京都

正木 聡	旅行情報制作本部 出版編集部 編集委員	教材開発・実証	東京都
田中 剛	公益社団法人日本観光振興協会事業本部観光地域づくり・人材育成部門観光地域づくり・人材育成担当部長	教材開発・実証	東京都
杉山 維彦	四国学院大学 社会学部 准教授	教材開発・実証	香川県
木島 正人	近畿日本ツーリスト(株)首都圏営業本部本部長	教材開発・実証	東京都

③ MICE ビジネス人材養成委員会

〔目的〕 MICE ビジネス人材養成のための MICE 教育調査と、e-ラーニングコンテンツの開発および大学等での授業や社会人向け講座のプログラム開発と実施結果の検証を行う。

〔体制〕 本事業のプログラム開発および実証の中心となる大学、専門学校、各種機関・団体から構成し、その他 MICE ビジネスに関する知見を有する委員を中心に配置した。構成委員については、表 1-5 に示すとおりである。

表 1-5 MICE ビジネス人材養成委員会の構成委員

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
佐々 徹	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科教授	委員会代表	神奈川県
穴戸 学	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科教授	教材開発・実証	神奈川県
秋山 友志	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科講師	教材開発・実証	神奈川県
海老澤 昭郎	長崎国際大学国際学部観光学科准教授	教材開発・実証	長崎県
中鉢 令兒	北海商科大学大学院商学研究科・教授 北海商科大学商学部観光産業学科・教授	教材開発・実証	北海道
齊藤 尚子	東京観光専門学校・旅行学科長	教材開発・実証	東京都
岡崎 三奈	公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー経営部長	教材開発・実証	神奈川県
荻 麻里子	公益財団法人札幌国際プラザ 企画事業部 コンベンションビューロー担当部長	教材開発・実証	北海道
矢嶋 敏朗	株式会社日本旅行広報室長	教材開発・実証	東京都
村山 啓輔	株式会社やまどころ 代表取締役	教材開発・実証	東京都
正木 聡	旅行情報制作本部 出版編集部 編集委員	教材開発・実証	東京都
田中 剛	公益社団法人日本観光振興協会事業本部観光地域づくり・人材育成部門観光地域づくり・人材育成担当部長	教材開発・実証	東京都
杉山 維彦	四国学院大学 社会学部 准教授	教材開発・実証	香川県
木島 正人	近畿日本ツーリスト(株)首都圏営業本部本部長	教材開発・実証	東京都

④事業評価委員会

〔目的〕実施した各事業の評価を中心に担当する。また、人材育成プログラムとしての評価基準やキャリア段位、ジョブカードとの連携の検証を行う。

〔体制〕事務局を含め、インバウンド・MICE などの教育および社会情勢に詳しい企業・団体・委員により構成した。構成委員については、表 1-6 に示すとおりである。

表 1-6 事業評価委員会の構成委員

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
佐々 徹	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	委員会代表	神奈川県
羽田 耕治	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	事業評価	神奈川県
竹田 育弘	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 准教授	事業評価	神奈川県
小野田 金司	神戸山手大学現代社会学部観光文化学科 教授	事業評価	兵庫県
小槻 文洋	神戸山手大学現代社会学部観光文化学科 准教授	事業評価	兵庫県
中村 好明	株式会社ジャパンインバウンドソリューション・代表 取締役社長	事業評価	東京都
前田 出	一般社団法人日本インバウンド教育協会理事	事業評価	東京都
堀川 まゆみ	駿台トラベル&ホテル専門学校 トラベル学科専門講師	事業評価	東京都
吉田 常行	日本観光ホスピタリティ教育学会理事、大阪市立住吉 商業高等学校校長、観光甲子園実行委員会	事業評価	大阪府
江口 英一	観光経済新聞社企画推進部長	事業評価	東京都
福井 善朗	神奈川県産業労働局観光商業部観光課・観光プロモーション課長	事業評価	東京都
峰松 藤一郎	全国高等学校観光教育研究協議会会長 佐賀県立嬉野高等学校長	事業評価	佐賀県
樗木 洋平	横浜ベイシェラトンホテル&タワーズ 副総支配人（営業統括部長）	事業評価	神奈川県

⑤札幌インバウンド観光・MICE ビジネス人材養成ワーキンググループ

〔目的〕本事業で開発したインバウンド観光人材養成・MICE ビジネス人材養成プログラムについて、札幌市において学生と社会人向けの講座を実施するための調査、教材開発、実施結果の検証を担当する。

〔体制〕事務局や MICE ビジネス人材養成委員会の委員を含め、公益財団法人札幌国際プラザ、北海商科大学、および札幌市内でのインバウンド観光や MICE 事業、もしくはそれらの人材育成（教育）に関わる委員により構成した。構成委員については、表 1-7 に示すとおりである。

表 1-7 札幌インバウンド観光・MICE ビジネス人材養成ワーキンググループの構成委員

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
穴戸 学	横浜商科大学商学部観光マネジメント学科 教授	WG 代表	神奈川県
市岡 浩子	多摩大学グローバルスタディーズ学部教授	調査・教材開発・実証	神奈川県
中鉢 令兒	北海商科大学大学院商学研究科・教授 北海商科大学商学部観光産業学科・教授	調査・教材開発・実証	北海道
荻 麻里子	公益財団法人札幌国際プラザ 企画事業部 コンベンションビューロー担当部長	調査・教材開発・実証	北海道
森越 京子	北星学園大学短期大学部英文学科長・教授	調査・教材開発・実証	北海道
千葉 里美	札幌国際大学観光学部観光ビジネス学科 専任講師	調査・教材開発・実証	北海道
福森 星嗣	札幌商工会議所付属専門学校北海道観光学科・教師	調査・教材開発・実証	北海道
藤田 靖	NPO 法人コンベンション札幌ネットワーク 理事長	調査・教材開発	北海道
寺山 優子	札幌コンベンションセンター マネージャー	調査・教材開発	北海道

3. 本事業に対する社会的ニーズと事業目的

(1) 本事業に対する社会的ニーズ

近年、日本において、インバウンド観光や MICE ビジネスに対する関心が国や地方自治体においても、あるいは産業界においても非常に高まっており、これらを担うことのできる人材の育成が強く求められるようになってきている。このうち、インバウンド観光に関しては、以下のような状況となっている。

- ① 2020 年の東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて、インバウンド観光の拡大を見据えたさまざまな観光ビジネスに対応できる人材の育成が必要となっている。
- ② 日本が再び経済成長を遂げ、世界の観光先進国に肩を並べるためには、インバウンド対応型の観光人材の育成が不可欠となっている。
- ③ 急増するインバウンド観光に対応できる知識とスキルの修得は、観光業界で従事する人材および観光教育を受けている大学生等にとり、今後の就職やキャリア形成上、重要なものとなっている。

一方、MICE ビジネスに関しては、以下のような状況となっている。

- ① MICE には、ビジネス・イノベーションの機会の創造、地域への経済効果、国・都市の競争力向上などの効果がある。
- ② 横浜市や札幌市をはじめ、都市間競争のグローバル化に対応するために、MICE を中核とする成長戦略を描く動きがあり、MICE ビジネスを支える人材の育成が急務となっている。

このように、インバウンド観光や MICE ビジネスをはじめとする観光ビジネスの先端分野、つまり「観光ビジネスフロンティア」は、今後の成長が非常に期待されており、それを学習し、理解することは、これから社会に出ていく人びとにはもちろん、社会人が学び直し、新たなキャリアを構築して活躍の場を広げていくことにも有効となっている。こうした社会的背景をとりえて、本事業を提案し、推進していくこととした。

(2) 本事業の目的

従って、今年度の本事業は、観光ビジネスの成長と創造が期待されるグローバル MICE 戦略都市等の先進的観光都市において、観光ビジネスの先端分野、つまり「観光ビジネスフロンティア」で活躍できる人材の養成、ということを目指して実施されている。そして、具体的には以下のような人材を、本事業をとおして育成すべき人材像として設定している。

- ①観光ビジネスに関する先端的な知識やスキルを大学生として身につけ、もしくは社会人として学び直し、観光ビジネスのフロンティアで活躍できる人材。
- ②インバウンド観光や MICE ビジネス等、観光ビジネスのフロンティアを学ぶことで新たなビジネスを創造し、都市や地域の競争力を高めることに貢献できる人材。

4. 事業の実施内容

前述のような事業目的を達成するために、具体的には以下のような取り組みを推進した。

(1) 委員会およびワーキンググループでの検討

委員会およびワーキンググループ（運営統括委員会、インバウンド観光人材養成委員会、MICE ビジネス人材養成委員会、事業評価委員会、札幌インバウンド観光・MICE ビジネス人材養成ワーキンググループ）を必要に応じて開催し、各事業を実施していくための基本方針、具体的な運営方法、課題の検討などを行った。委員会およびワーキンググループでの検討の実施状況は、表 1-8 に示すとおりである。

表 1-8 委員会およびワーキンググループの実施状況

委員会名		実施日時	会 場	議 題 等
運営統括委員会	第 1 回	平成 27 年 8 月 5 日（水） 14：30～17：30	川崎日航ホテル	事業説明、事業運営方針審議、 事業スケジュール確認、意見交換
	第 2 回	平成 27 年 10 月 28 日（水） 16：30～18：30	横浜商科大学 つるみキャンパス	事業進捗状況報告、各事業の課題検討、 委員会日程・議題確認
	第 3 回	平成 27 年 12 月 9 日（水） 16：30～18：30	横浜商科大学 つるみキャンパス	事業進捗状況報告、各事業の課題検討、 委員会日程・議題確認
	第 4 回	平成 28 年 1 月 27 日（水） 16：30～18：30	横浜商科大学 つるみキャンパス	事業進捗状況報告、事業報告書の作成 審議、事業成果報告会の当日運営審議
インバウンド観光人材養成委員会	第 1 回	平成 27 年 8 月 5 日（水） 14：30～17：30	川崎日航ホテル	事業説明、事業運営方針審議、 事業スケジュール確認、意見交換
	第 2 回	平成 27 年 11 月 25 日（水） 14：00～17：00	川崎日航ホテル	事業進捗状況報告、 委員会担当事業の課題検討、意見交換
	第 3 回	平成 28 年 2 月 10 日（水） 14：00～17：00	川崎日航ホテル	事業進捗状況報告、事業報告書の作成 確認、事業成果報告会の当日運営確認、 意見交換
MICE ビジネス人材養成委員会	第 1 回	平成 27 年 8 月 5 日（水） 14：30～17：30	川崎日航ホテル	事業説明、事業運営方針審議、 事業スケジュール確認、意見交換
	第 2 回	平成 27 年 11 月 25 日（水） 14：00～17：00	川崎日航ホテル	事業進捗状況報告、 委員会担当事業の課題検討、意見交換
	第 3 回	平成 28 年 2 月 10 日（水） 14：00～17：00	川崎日航ホテル	事業進捗状況報告、事業報告書の作成 確認、事業成果報告会の当日運営確認、 意見交換

事業評価委員会	第1回	平成27年8月5日(水) 14:30～17:30	川崎日航ホテル	事業説明、事業運営方針審議、 事業スケジュール確認、意見交換
	第2回	平成28年2月10日(水) 14:00～17:00	川崎日航ホテル	事業進捗状況報告、事業報告書の作成 確認、事業成果報告会の当日運営確認、 意見交換
札幌インバウンド観光・ MICE ビジネス人材養成ワー キンググループ	第1回	平成27年8月5日(水) 14:30～17:30	川崎日航ホテル	事業説明、事業運営方針審議、 事業スケジュール確認、意見交換
	第2回	平成27年10月9日(金) 17:00～19:00	札幌国際プラザ	事業進捗状況報告、札幌講座の課題検 討、札幌講座の運営打合せ、意見交換
	第3回	平成27年12月4日(金) 17:00～19:00	札幌国際プラザ	事業進捗状況報告、札幌講座の課題検 討、札幌講座の運営打合せ、意見交換

(2) 調査等：MICE ビジネス実践教育調査

平成26年度までのインバウンド観光・MICE ビジネス人材育成のための教材開発および教育は、主として座学を想定している。しかしながら、インバウンド観光・MICE ビジネスをはじめとする観光ビジネス人材には、現場での学習経験が不可欠である。そこで、今年度はMICE ビジネスに着目し、MICE 現場でのフィールドワークやインターンシップをはじめとする実践的な教育の可能性を検討するための調査を行うこととした。そして、MICE 関連の授業を導入している大学等や、各地域での人材育成の取り組みを対象に、具体的なカリキュラムおよび実習等の内容や運営方法などについて調査した。なお、調査の対象、方法、結果等については、本報告書の第2章（大学調査）および第3章（地域での取り組みの調査）を参照されたい。

(3) モデルカリキュラム基準の作成および達成度の評価

本事業で開発したe-ラーニング教材を活用し、学生向け授業および社会人向け講座のカリキュラムを開発した。さらに、そのカリキュラムを実施したうえでチェックテストやアンケートを行い、達成度を評価した。詳細は、本報告書の第4章（e-ラーニング）および第5章（社会人向け講座）、第6章（大学等での授業）を参照されたい。

(4) 教材開発

① e-ラーニング教材の開発

平成25・26年度に構築した積み上げ式学習ユニットとしてのe-ラーニング教材コンテンツを本年度事業の目標に照らして再構築し、あわせて必要なコンテンツを追加もしくは再収録して学習効果の向上を図った。また、「観光ビジネス基礎編」を追加して観光学の初学者や学び直す社会人の基礎に対応するとともに、観光ビジネスの最先端の動きを扱った「観光ビジネスフロンティア編」を新たに開発した。さらに、学習のためのコンテンツとしてチェックテストを組み込み、受講者から教材へのフィードバックが蓄積されるようにした。e-ラーニング教材開発の詳細については、本報告書の第4章を参照されたい。

②実践型教材『観光ビジネス実践ワークブック』の開発

大学等の授業のみではなく社会人向け講座等でも活用でき、実践的に学ぶことができるワークブックを開発した。MICEを中心に、観光ビジネス分野におけるフィールドワークやアクティブラーニングにも対応することができ、座学による学習だけでなく、修得した知識を活かすための実践的な学習教材となっている。詳細については、本報告書の第7章を参照されたい。

③観光ビジネスガイド『観光ビジネスのフロンティア』の作成

インバウンド観光やMICE ビジネスをはじめとする新たな観光ビジネス（観光ビジネスフロンティア）への関心を高め、それに関して学習することの意義を広く理解してもらうためのガイドブックとして作成した。こ

の分野にはあまり関心がなかった学生や社会人でも、興味を持てるような内容にすることを心がけて編集している。これについての詳細は、本報告書の第8章を参照されたい。

(5) 実証等

①大学の正規授業等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス講座の実施

インバウンド観光・MICE ビジネス等の学習ユニットの実証を行うために、本学および協力学校（成城大学、北海商科大学、札幌国際大学、北星学園大学短期大学部、札幌商工会議所専門付属学校、静岡県立駿河総合高校）において、本事業で開発した教材とカリキュラムによって実際に講義を行った。本学においては正規講義（「学部特論（マイスビジネス論）」）として、協力学校においては通常講義やゼミなどの中で複数コマを活用する方法によって実施している。また、終了後には受講者や担当教員へアンケートを行っている。詳細は、本報告書の第6章を参照されたい。

②社会人の学び直しとしてのインバウンド観光・MICE ビジネス講座の実施

本事業で開発した教材とカリキュラムによる社会人向け講座を、横浜と札幌の2都市で実施した。いずれの講座も、座学、ワークショップ、e-ラーニングで構成されている。なお、e-ラーニングについてはチェックテストを課して達成度を記録している。また、終了後には受講者へアンケートを行った。詳細は、本報告書の第5章を参照されたい。

5. 本事業により創出された成果

(1) 具体的な成果物

本事業の実施によって創出された具体的な成果物は、以下のとおりである。

- ① e-ラーニング教材（チェックテストを含む）
- ② 実践型教材『観光ビジネス実践ワークブック』
- ③ 観光ビジネスガイド『観光ビジネスのフロンティア』
- ④ 事業報告書

(2) 事業成果報告会

具体的な成果物として現物を示すことのできる上記の4点以外にも、本事業からは多くの成果が創出されている。例えば、本事業報告書の中に記載されているとおり、MICE ビジネス実践教育調査の結果や、大学の正規授業等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス講座のカリキュラム、社会人の学び直しとしてのインバウンド観光・MICE ビジネス講座のカリキュラム等である。

そこで、これらも含めて社会に広く発信・還元するために事業成果報告会を開催した。その概要は以下のとおりである。

①実施日時 平成28年2月19日（金）13時30分～16時00分

②会場 品川プリンスホテルメインタワー36階「ガーネット36」

③当日のプログラム

13時30分 開会挨拶 横浜商科大学 学長 小林 雅人

13時35分 来賓挨拶 文部科学省高等教育局 専門教育課 辻 直人

13時40分～14時20分

第1部 事業報告

1. MICE ビジネス実践教育調査の報告

2. e-ラーニング教材の紹介

3. インバウンド観光・MICE ビジネス講座の実施結果報告

4. 実践型教材『観光ビジネス実践ワークブック』の紹介

5. 観光ビジネスガイド『観光ビジネスのフロンティア』の紹介

14時30分～16時00分

第2部 パネルディスカッション

「観光人材育成の新機軸～新たな観光ビジネスの創造と革新を目指して～」

[パネリスト]

株式会社 trippiece CEO 石田 言行

株式会社びゅうトラベルサービス 国内旅行事業本部 市場・観光開発室マネージャー 歌川 あゆみ

公益財団法人札幌国際プラザ コンベンションビューロー担当部長 荻 麻里子

水族館プロデューサー・日本バリアフリー観光推進機構理事長 中村 元

[コーディネーター]

横浜商科大学 商学部観光マネジメント学科 教授 穴戸 学

第2章 大学における MICE ビジネス実践教育調査

第1節 札幌国際大学での MICE 教育の取り組み

千葉 里美 (ちば さとみ) 札幌国際大学 観光学部観光ビジネス学科 講師

1. 大学の沿革と観光教育の展開

(1) 短期大学部からスタートした観光教育

家政学科と幼児教育学科の2学科で1969年に開学した札幌静修短期大学は、1976年に校名を静修短期大学へ名称変更すると同時に、1974年に開設された教養学科の中に観光コースが設けられたこの時期より観光教育が始まる。(2003年、教養学科閉科) 幅広い教養をもって地域の発展に貢献する女子の人材育成の中で、観光産業ならびに組織の中でのもてなしにも寄与するホスピタリティ教育が展開されていた。

(2) 大学観光学部としての観光教育

大学として観光教育が始まったのは、1993年の大学開設から6年が経過した1999年である。観光学部観光学科の1学部1学科のスタートであった。1990年代、北海道における観光が農業と並ぶ基幹産業に成長し、北海道の発展に観光振興が深く関わっていることから、これを大局・総合的に捉えることができる観光人材の必要性が今後も求められていた時代であった。

観光学部設置当時の観光教育は、図2-1-1のような「観光文化」「観光振興」「観光産業」という3領域の学びを基礎としたカリキュラム構造のもと、将来の希望進路に沿った重点的学修を重視し、「観光ビジネスコース」、「航空ビジネスコース」、「観光地デザインコース」、「観光文化コース」の4コースを設けていた。下記は、4コースの教育目的である。

①観光ビジネスコース：

多様化し進化する観光ニーズに応じた観光業、ホテル、広告代理店、販売・飲食、情報発信など観光関連ビジネス界に必要な能力を養成する。

②航空ビジネスコース：ゲ

グローバルなビジネスと交流を支えながら発展する航空産業では、語学力、日本人としての教養とともに、戦略的事業企画・マネジメントからの販売促進、搭乗業務、空港サービスなど世界に通用する能力を養成する。

③観光地デザインコース：

少子高齢化による観光活性化やグローバル化対応などが求められる中、観光地計画に関する学びと実践をと おして地域や観光の未来を設計できる人材を養成する。

④観光文化コース：

国や地域の固有文化は、観光の魅力を創り出す重要な要素であることから、食・景観・歴史などの文化について広く高い視野から知識を学び、観光関連ビジネスシーンで発揮できる能力を養成する。

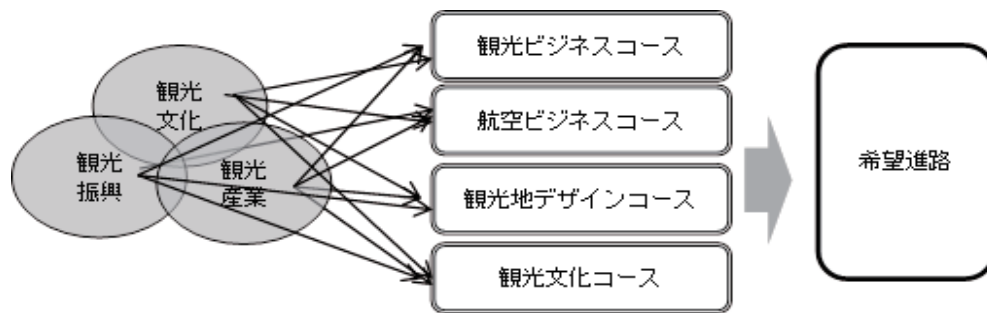


図 2-1-1 学部設置当初の観光教育

2003 年になると、学びの更なる細分化と深化を目的に 4 コースから 9 コースが用意された。9 コースとは、観光文化領域の分野として「温泉文化特別コース」「観光教育コース」「観光ホスピタリティコース」、観光振興（計画）領域の分野として「観光政策コース」「観光プランナーコース」、観光産業（観光関連）ビジネス領域の分野としての「アウトドアガイドコース」「ホテルビジネスコース」「旅行ビジネスコース」「航空ビジネスコース」である。（図 2-1-2）

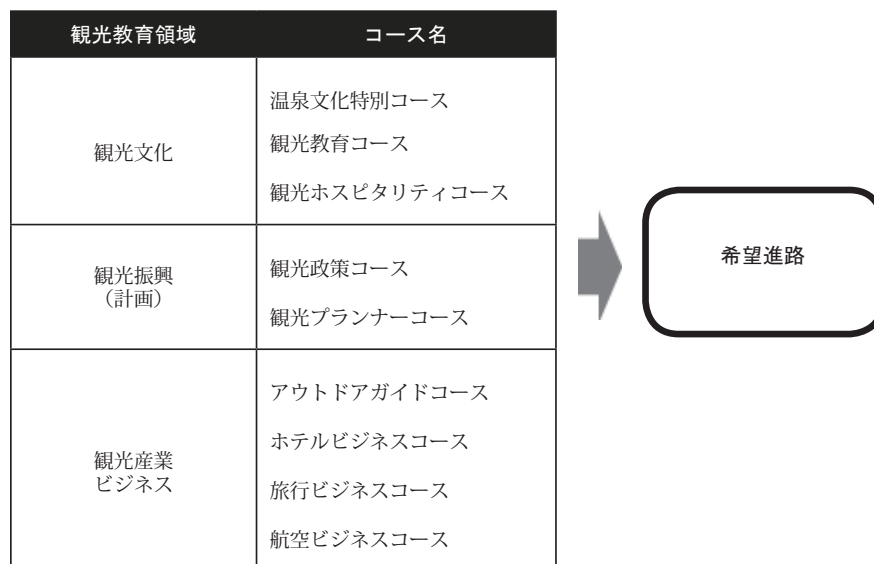


図 2-1-2 9 コース制と観光教育領域の関係

その後、細分化されたコース制であったが年々コースを縮小させ、観光教育の学びの基礎である 3 領域は変化させない形でコース制のみを撤廃し学びに自由度を持たせると同時に、時代のニーズと共に観光学部観光学科を改組し、上記①②を学びの主とする観光ビジネス学科と③④の観光経済学科の 2 学科を 2009 年に設置した。これにより 1 学部 2 学科体制となった。そして、北海道におけるインバウンドの動向が顕著になった 2013 年には観光経済学科を国際観光学科へと名称変更するに至り、従来の地域振興に加え地域のグローバル化対応に関する教育を学びに加えた。

学科改組や名称変更はあったものの、学部設置当初からの観光教育目的と観光教育の 3 領域（観光文化・観光振興・観光産業）には、変化はない。

(3) 大学院観光研究科としての観光教育

観光学部開設から僅か 2 年後の 2001 年、観光研究科観光学専攻が大学院に設置された。

大学院での観光教育目的は、観光の諸問題を総合的に研究することにある。学部同様に「観光」という事象を「観光文化」「観光振興」「観光産業・事業」の 3 つの研究領域で捉えている。以下は、3 研究領域の教育特色である。

①観光文化研究：

国内外の地域および観光地それぞれの歴史、風土、生活様式など、有形・無形の観光資源としての文化について歴史学、地理学、社会学などの視点から教育・研究すること

②観光振興研究：

観光を通じた地域づくりをテーマに、社会学、観光経済学などの視点から、観光まちづくりの理念、観光構想・計画などを教育・研究すること

③観光産業・事業研究：

航空・旅行・宿泊業などの観光産業の実践的知識を習得すると共に、観光事業の事例について経営学、マーケティングなどの視点から教育・研究すること

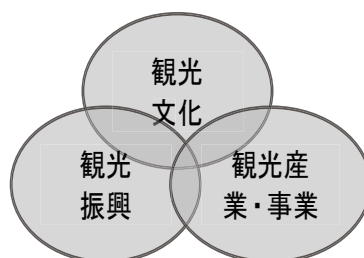


図 2-1-3 大学院観光学研究科観光専攻の観光教育領域概念図

2. カリキュラムにおける MICE 教育の位置づけ

本学の観光教育は、前述したように短期大学部(1976～2003年)、大学(1999年～現在)、大学院(2001年～現在)で実施されているが、ここではカリキュラムが体系化されている大学での MICE 教育の位置づけについて報告する。

観光学部観光学科が開設されて以降の MICE 教育についてシラバスより概観すると、「MICE」という文字をうたった科目は現在のカリキュラムに至っても掲載がないものの、本学部の教育 3 領域の 2 領域「観光産業」「観光振興」にて MICE に関連する内容がシラバスから見られる。具体的内容は次節で紹介するが、その科目とは 2 年次科目「国際観光事情」(観光振興領域)、3 年次科目「国際リゾートビジネス」(観光産業領域)と「ホテル商品開発」(観光産業領域)である。そのうち 2003 年、2005 年とカリキュラム改編があり、「国際リゾートビジネス」が「国際観光ビジネス」と名称変更し 2 年次科目へと変更したものの、教育内容に変化は見られない。

観光学部観光学科から観光学部観光ビジネス学科と経済観光学科の 1 学部 2 学科体制になった 2009 年以降は、「国際観光ビジネス」という科目が両学科共通科目として 3 年次に展開されることとなったほか、観光ビジネス学科 3 年次科目に「コンベンション事業論」という新設科目が誕生した。この科目は、まさに MICE 教育そのものである。しかし、2013 年に観光経済学科から国際観光学科へ名称変更すると同時に、カリキュラムの改編とスリム化により新カリキュラムから「コンベンション事業論」は閉講し、MICE 教育は再び「国際観光ビジネス」にて数回実施されている程度である。

このように「MICE」と表現していないまでも、観光学部開設当初より MICE 教育は、科目担当者により随所に意識されてきていた経緯がある。そしてその教育展開は、主にホテルやリゾートといった本学の観光教育領域で言う観光産業領域の中にて位置づけられてきた。その後、観光ビジネスと観光まちづくり系の 1 学部 2 学科となっても、

MICE 教育は観光産業と観光地計画（地域振興）としての視野から両学科共通科目として位置づけられている。

表 2-1-1 観光教育に関連する大学沿革と観光教育の変遷

西暦（和暦）	大学の沿革等について
1969 年（昭和 44 年）	「札幌静修短期大学」開学
1974 年（昭和 49 年）	教養学科を開設（2003 年閉科）
1976 年（昭和 51 年）	校名を「札幌静修短期大学」から「静修短期大学」に変更 教養学科に観光コースを設置
1993 年（平成 5 年）	「静修女子大学」開学
1997 年（平成 9 年）	「静修短期大学」を「札幌国際短期大学部」、「静修女子大学」を「札幌国際大学」に名称変更
1999 年（平成 11 年）	大学に観光学部観光学科を開設
2001 年（平成 13 年）	大学院に観光学研究科観光学専攻を設置
2009 年（平成 21 年）	観光学部観光学科を改組し、観光ビジネス学科と観光経済学科の 1 学部 2 学科へ
2013 年（平成 25 年）	観光学部観光経済学科を国際観光学科へ名称変更

3. MICE 関連科目の設置状況とその具体的内容

本学観光学部の歴史は 16 年にも及び、時代や観光ニーズの変遷と共にこれまで学科改組や学科名称変更をしてきた。そこで、本節ではこのようにターニングポイントに区切って、MICE 関連科目の設置状況と具体的内容を示す。図 2-3-1 は、それをまとめたものである。

(1) 観光学科時代（1999 ～ 2008 年）

1 学部 1 学科であった観光学科時代の設置状況をシラバスにて確認すると、観光産業領域科目の「国際リゾートビジネス」（3 年次科目）と「ホテル商品開発」（3 年次科目）の 2 科目の中で MICE について講義している部分が見られる。両科目とも 15 回の授業のうち 2 ～ 3 回分を MICE 教育についやしている。例えば、国内外でホテル運営を現役で実践されている方を講師に迎えた「国際リゾートビジネス」では、世界に通じるホテル経営者やディベロッパーを育成することを教育目的とした科目であるが、世界各地のホテルリゾート経営・開発などを学んだ最後にリゾートとコンベンションやリゾートとイベントの内容で構成されている。また、元ホテルマンのキャリアを持つ方が講師を務める「ホテル商品開発」に至っては、2 年次開講科目「ホテルマネジメント論」を修得しているが望ましいと科目の連携を意識したうえで、前半部分にホテルマーケティング、商品開発のノウハウの後に事例を盛り込んだホテルが仕掛けるバンケットイベント、レストランイベントを盛り込んでいる。

(2) 観光ビジネス・観光経済時代（2009 ～ 2012 年）

1 学部 2 学科になると観光産業領域の教育科目が色濃い観光ビジネス学科にて、MICE について専門的に学ぶ「コンベンション事業論」という科目が誕生する。15 回分の具体的授業内容は図 2-3-1 の太字・下線部分に示すとおりである。テキストとして㈱ JTB 能力開発が発行する『イベント&コンベンション概論第 2 版』を使用し、教員が指示するフィールドワークの視点で各自札幌コンベンションセンターへのフィールドワークを実施するなど学外での学びも盛り込まれた内容になっている。なお、この専門科目より「ホテル商品開発」科目は、ホテル営業企画立案が学

びの主へと変更している。一方、観光振興領域科目が色濃い観光経済学科の3年次科目として既存の「国際観光論」が学科専門科目となったほか、既存の「国際リゾートビジネス」が「国際観光ビジネス」へ科目変更となり学部共通科目となった。ただし、本学部では学科専門科目であっても学部内の他学科履修ができる科目が多いという特徴を持つ。

(3) 観光ビジネス・国際観光学科時代 (2013 年～)

国際観光学科へ名称変更すると同時にカリキュラムのスリム化が行われ、観光ビジネス学科で展開されていた MICE 専門科目「コンベンション事業論」が閉講となった。そのため、両学科共通である「国際観光ビジネス」科目の中で4～5回程度 MICE とそれに関連するビジネスの内容が盛り込まれている現状にある。一方、国際観光学科の専門科目として展開されている関連科目「国際観光論」は、そのままにある。

	領域	科目	年次	内容
観 光 学 科	観光産業 領域科目	「国際リゾートビジネス」 「ホテル商品開発」	3 年 3 年	<u>リゾートとコンベンション、リゾートとイベント</u> <u>ホテルでのイベントの仕掛け (バンケット、レストラン)</u>
	観光振興 領域科目	「国際観光事情」	2 年	アウトバウンドとインバウンド市場 国際観光とイベント・テーマパーク
	観光文化 領域科目	「国際観光論」	3 年	国際観光の社会的・経済的・文化的影響 日本のインバウンド受入れ体制・整備

(2009 年～)

学部・学科	科目	年次	内容
観 光 学 部	観光ビジ ネス学科	「コンベンション事業 論」	3 年 ①コンベンションの仕組み、②③観光とコンベンションの関 わり、④イベントとコンベンションの分類、⑤世界のコンベ ンション開催地事例、⑥関連事業、⑦⑧宿泊とコンベンショ ン (料飲、ケータリング)、⑨空間演出、⑩⑪コンベンション施設 と実務、⑫⑬アウターコンベンションと観光、⑭⑮札幌のコンベ ンション施設 ※テキストとして『イベント&コンベンション概論第2版』 (株) JTB 能力開発を使用
		「国際観光ビジネス」	3 年 世界のリゾート事例 (ホテル含む)
	観光経済 学科	「国際観光論」	2 年 国際観光概観 (インバウンド、アウトバウンド)、道内インバウ ンド促進



(2013 年～)

学部・学科	科目	年次	内容
観 光 学 部	観光ビジ ネス学科		
		「国際観光ビジネス」	3 年 国際観光とイベント、MICE 関連事業とインバウンド
	国際観光 学科	「国際観光論」	2 年 国際観光概観 (インバウンド、アウトバウンド)、道内インバウ ンド促進

※注) 太字は、MICE に関する内容を示す。その他は、MICE 観光関連科目を示す。

図 2-3-1 MICE 関連科目設置状況と内容

4. MICE 教育の現状と課題

観光という事象を総合的に学ぶ観光教育を展開する本学の観光学部は、ホテルや旅行会社などの観光関連産業系科目や国際観光系科目など前述した科目以外に多数開講されている。本調査は、あくまでも資料として残っているシラバスを基にまとめたものであり、図 2-3-1 の現状でしかなかった。しかしながらシラバスから読み取れないものの、講義中に MICE 教育が展開されているであろうケースも多々考えられる。実際、私が担当する 3 年次科目「国際観光ビジネス」にて MICE という言葉の認知度は高かったのはその表れとも言えよう。

今回、試験的試みとして再度 MICE の役割や意味を踏まえてから、従来講義していた国際観光ビジネス（キッザニアや旅行博など）を説明することで学生の習熟度に手ごたえがあったと感じた。ここでいう手ごたえとは、観光関連サービス産業を今一度新たな魅力ある産業として理解してくれたこと、そしてそこから身近な産業にも感じとってもらえたということを意味する。このように現状を鑑みると、観光立国として旅行者ニーズを満足させる一方的な観光だけでなく新たな観光マーケットやビジネス、そして観光地形成までも仕掛けることができる能動的分野を MICE は多分に持っているといった MICE 本来の意義や目的が教育が網の目のように次に反映されない現状があり課題でもあると考える。

一方、MICE 教育が国内外の成功事例紹介に留まっているという現状も見られる。実践的教育を今後 MICE 教育へと展開するには、人的・経済的な流れ、誘致方法、創造性、計画性をどう現在の教育に付加していくかが課題であろう。

5. その他

本節では、北見から札幌へ校舎を移転した北海道商科大学での観光教育における MICE 教育について報告する。

北海道商科大学の前身である北見大学が開学したのは 1977 年、その後 1994 年に商学部の中に観光産業学科を設置した。2006 年、札幌に校舎を移転すると同時に北海商科大学へと校名を変更し、現在は既存の商学部の中に商学科と観光産業科を設け、観光産業科で観光教育が展開されている。

教育コンセプトは「アジアの時代にアジアを学ぶ」であり、国際ビジネスと国際観光の分野でリーダーシップと専門性を発揮できる優れた人材育成を教育目的としている。カリキュラム体系を見ると、語学や商学の共通科目（経済学、経営学、商学）を 2 年次前期までに学び、観光教育は 2 年次後期から始まる構図となっている。観光産業学科のシラバスを確認すると、MICE に関連する教育は 2 年次後期科目「観光政策論Ⅰ」で見られる。講義全体の内容は、国内外の観光行政政策と観光振興への理解であるが、同時に観光産業（特に旅行代理店）へ就くためのキャリア教育としても意図した内容となっている。

このように同大学の MICE 教育は、観光教育がスタートする 1 年目に観光政策の視点から教育がなされている。

第2章 大学における MICE ビジネス実践教育調査

第2節 横浜商科大学での MICE 教育の取り組み

神田 博夫（かんだ ひろお）横浜商科大学 地域連携コーディネーター

1. 大学の沿革と観光教育の展開

1941年に横浜第一商業学校（現横浜商科大学高等学校）を設立。1966年、高校の移転にともない、横浜商科短期大学を創立、2年後に4年制大学に改組し、商学部商学科のみの単科大学として発足した。1974年には貿易・観光学科及び経営情報学科を増設し、3学科編成による教育体制を整備。そして2015年4月から貿易・観光学科を改組し「観光マネジメント学科」を新設した。

観光教育の歴史は、第2次大戦終了直後の1946年に立教大学に開設された「ホテル講座」に遡る。それから高度経済成長期を経て、1964年には海外渡航が自由化され海外旅行も増加し、1967年には立教大学に観光学科が誕生。横浜商科大学はそれに次いで国内では2番目に開設された先駆的で歴史のある大学と言える。その後、日本には、現在約50の大学に観光系学部・学科が存在することとなった。

表 2-2-1 商学部専攻別学生数 (2015 年 5 月現在)

商学部	1 年次		2 年次		3 年次		4 年次		学科合計	
	男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子	男子	女子
商学科	161	31	125	21	110	21	121	11	517	84
観光マネジメント 学科	47	32	-	-	-	-	-	-	47	32
貿易・観光学科	-	-	40	19	26	11	42	15	108	45
経営情報学科	39	8	51	2	68	13	96	10	254	33
合計	247	71	216	42	204	45	259	36	926	194
(下段：男女計)	318		258		249		295			

2. 観光マネジメント学科新設の経緯とその必要性

貿易・観光学科を設立して以来 40 年にわたり、貿易関連分野とともに観光・ホスピタリティ関連分野での教育と研究を継続、商学部の中に設置された学科として、とくにビジネスやそのマネジメントの側面に照準をあわせ、貿易と観光・ホスピタリティ関連分野において事業を企画・開発し運営していくための教育と研究を中心に推進してきた。そして、とりわけ観光・ホスピタリティ関連分野においては、他大学の多くの関連学部・学科が同分野の社会的・文化的側面に教育・研究の照準を合わせているのに対して、大きな特徴となっていた。

観光・ホスピタリティ関連分野においても、実際に新しいサービスやコンテンツを開発したり、事業や業務の革新を実現できる人材が求められている。そこで、これまでに蓄積してきた経験や教育研究資産を効果的に活用して独自の存在価値を有する学科を構築するためには、このような人材を育成するための教育と研究を行うことを特色とし

て強く前面に打ち出し、ビジネスやそのマネジメントの側面に照準をあわせた観光・ホスピタリティ関連学科として明確なアイデンティティを確立することが必要であるとの結論に至った。

さらに、既設学科では旅行業や宿泊業などといった伝統的な観光・ホスピタリティ関連産業のビジネス論やマネジメント論を学科における専門教育の中心としていたが、今後の社会的な要請に応えられるよう、国際交流や文化交流、都市や地域の振興・活性化、まちづくりといったカテゴリーも新たに加えた。そして、このように学科の専門教育の内容を充実させることで、観光・ホスピタリティ関連分野における総合的な知識を身につけ、広範な応用力を有する人材の育成が可能な教育課程へ改編することとした。

3. 学科における教育目標と人材育成目標等

観光マネジメント学科は、その教育目標を以下のように設定している。

観光・ホスピタリティ分野のビジネスとマネジメントに関する専門的知識とともに、それを交流文化の創造や地域の活性化に結びつける応用力をも修得し、観光・ホスピタリティ産業の革新や新たな事業の構想とビジネスの創造を通じた観光立国の推進、国際交流の促進、観光による都市・地域の振興において先駆的な貢献のできる人材を育成する。

また、上記の教育目標に即して、以下に示すような人材の育成を目指している。

- ①観光・ホスピタリティ関連分野での事業や業務の革新においてイニシアティブを発揮できる人材、同分野において新たなビジネスの創造を目指して起業する人材、もしくは新規事業をプロデュースできる人材の育成。
- ②観光・ホスピタリティ関連分野のビジネスやマネジメントに関する知識を活用して、国際交流・文化交流に関連する事業や活動を企画・開発し、それらの実現化のプロセスにおいて中心的な貢献ができる人材の育成。
- ③観光・ホスピタリティ関連分野のビジネスやマネジメントに関する知識を活用して、都市や地域の振興・活性化、まちづくりに関連する事業や活動を企画・開発し、それらの実現化のプロセスにおいて中心的な貢献ができる人材の育成。

4. 卒業後の進路を想定

教育目標及び人材育成目標に基づいた教育を行う結果として、以下のような卒業後の進路を想定している。

- ①観光・ホスピタリティ関連（スポーツ関連を含む）業界の企業、もしくはそれらの分野の事業や活動を推進する企業や団体（公的機関やNPOを含む）への就職、あるいは起業や事業承継。
- ②国際交流や文化交流、もしくはそれらに関連した分野の事業や活動を推進する企業や団体（公的機関やNPOを含む）への就職、あるいは起業や事業承継。
- ③都市や地域の問題解決に取り組む企業（コミュニティ・ビジネスや地域密着型企业を含む）や団体（公的機関やNPOを含む）への就職、あるいは起業や事業承継。

5. 観光マネジメント学科の特色

観光マネジメント学科は以下の2点を主要な特色としている。

- ①観光・ホスピタリティ関連分野の中でもとくにビジネスとそのマネジメントの側面に照準をあわせ、この分野において実際に事業を企画・開発し、運営していくうえで必要となる知識やスキルを修得するための教育を行う。
- ②今後の社会的な要請にあわせ、観光・ホスピタリティ関連産業におけるビジネス論やマネジメント論以外にも、国際交流や文化交流、都市や地域の振興・活性化、まちづくりといったカテゴリーの知識についても修得することができ、観光・ホスピタリティ関連分野における総合的な知識を身につけた、広範な応用力を有する人材の育成が可能な教育課程を編成する。

また、こうした特色を前面に打ち出すために、学科配当の授業科目については、科目の構成や授業内容の設計に関して、以下の3点を念頭に置いている。

- ①国際的な視野を持った観光・ホスピタリティ関連人材の育成。
- ②国際交流・文化交流に対する関心の喚起。
- ③都市や地域の再生・振興、まちづくりに対する関心の喚起。

上述のような特色を具現化した教育を実現するために、以下の5点を教育課程編成の基本方針としている。

- ①ビジネスとそのマネジメントに関する基礎的知識の習得と職業意識の涵養、コミュニケーション力や課題解決力の育成を行い、事業を起こしたり活動をプロデュースしたりするなど、実際に社会の中で物事を動かすための知識やスキルの基礎を固める。
- ②実社会の中で時代の要請を的確に捉え、「何をなすべきか」を探究するための源泉となる幅広い教養の涵養を行う。
- ③学科の特色に対応して設定された「産業論」、「マネジメント論」、「マーケティング」、「国際文化交流」、「都市や地域の振興」の5つのカテゴリーで構成される観光・ホスピタリティ関連分野の専門教育により、当分野における総合的知識の修得に基づいた広範な応用力の養成を行う。
- ④大学で学ぶ専門知識とビジネスの現場とを結びつける橋渡しとなるような実践的かつ学際的な教育プログラムを設置し、観光・ホスピタリティ関連分野の仕事に対するイメージの明確化を図り、卒業後の進路選択に役立てる。
- ⑤専門教育の一環として、討論・調査・体験を通じた「行動による学習」を行い、身につけた知識をビジネスの現場で活用できる知恵に転換させる。

6. 科目区分設定

上述の基本方針に従い、教育課程を構成する全科目は以下の5つに区分されている。

表 2-2-2 教育課程を構成する全科目

①社会人基礎力プログラム プログラムの内容——高校までに身につけたことを再確認して大学での学習を効果的に進められるようにするとともに、卒業後、社会人としての生活を円滑にスタートするために求められる知識やスキルを学ぶ。
②学部基礎プログラム（総合基礎・専門基礎） プログラムの内容——大学で専門的な知識や実践的な応用力を身につけて、社会に出てから様々な問題を解決できる人材になるための土台をつくりあげていく。
③専門プログラム プログラムの内容——社会人として活躍していくときに、個々の学生の核となる知識をつくりあげ、社会の中で自分ならではの仕事ができる力の源泉を築く。
④フロンティアプログラム プログラムの内容——将来に向けて重要となる課題、もしくは卒業後のキャリアをイメージさせるテーマに基づいて、関連する知識を学際的に学ぶことにより、即戦力として活躍するための実践的な学習や卒業後の進路の明確化を促進する。
⑤課題研究プログラム プログラムの内容——特定の課題について受講学生全員で討論したり、調査したり、体験したりしながら学習を進めていくゼミナール形式の授業で構成され、座学ではない「行動による学習」を通じて現実をしっかり向きあう力を養う。

7. カリキュラムにおける M I C E 教育の位置づけ

上記5つのプログラムの中で以下のプログラムにおいて MICE が取り入れられている。

表 2-2-3 専門プログラム

内容区分	設置科目
産業論カテゴリー（観光・ホスピタリティ関連産業論を基盤とする）に関連する知識を習得する	国際ホテルのマネジメント、 現代の観光交通ビジネス、 現代の旅行業ビジネス、現代の観光物販ビジネス
マネジメント論カテゴリー（観光・ホスピタリティマネジメント論を基盤とする）に関連する知識を習得する	観光旅館のマネジメント、 観光ホスピタリティ実務演習、 ホスピタリティマネジメント、 観光法規とリスクマネジメント
	企業インターンシップ
マーケティング・カテゴリー（観光マーケティング論を基盤とする）に関連する知識を習得する	観光市場の動向と展望、世界のツーリズム、 観光マーケティング、観光事業と環境
国際文化交流カテゴリー（観光文化論・交流文化論を基盤とする）に関連する知識を習得する	ホスピタリティ論、M I C E 論、観光文化論、 観光英語演習
都市や地域の振興カテゴリー（都市・地域開発論を基盤とする）に関連する知識を習得する	観光まちづくりのデザイン、 観光調査とフィールドワーク、 日本の観光資源、世界の観光資源、 横浜中華街の世界、横浜・野毛の商いと文化

表 2-2-4 フロンティアプログラム

内容区分	設置科目
観光ビジネス領域	観光・ホスピタリティ関連業界の仕事（とくに営業系、商品企画・開発系職種）に就くために必要な知識を習得する ホテルの商品開発研究、 料飲ビジネス研究、 旅行商品の開発研究、 空港経営と航空ビジネス研究
観光マーケティング領域	観光・ホスピタリティ関連業界の仕事（とくに広報系、人事管理系、マネジメント系職種）に就くために必要な知識を習得する エンターテインメントビジネス研究、 ホスピタリティ人材育成研究、 観光メディア研究、 ホテル・旅館の運営と女性
スポーツマネジメント領域	スポーツの振興に関連する仕事、スポーツ関連ビジネスの仕事に就くために必要な知識を修得する スポーツマネジメント研究、 スポーツマーケティング、 スポーツ産業研究、 スポーツによる地域振興
国際イベント・M I C E 領域	国際交流や文化交流に関連した仕事に就くために必要な知識を習得する 国際的 M I C E の誘致・運営研究、 世界のリゾート開発・運営研究、 イベント企画・運営研究、 国際文化交流研究
まちづくり領域	都市や地域の問題解決に関連する仕事、コミュニティ・ビジネスや地域密着型ビジネスの仕事に就くために必要な知識を習得する まちづくり活動実践の研究、 アートによる地域振興、 まちづくりの手法と政策、 スポーツによる地域振興

*いずれかの1領域を選択必修とする。

8. MICE 関連科目の具体的内容

□ MICE モデル授業

本事業において 2014 年度は、横浜商科大学、長崎国際大学、東京観光専門学校、神田外語学院、法政女子高等学校の 5 校にて、MICE モデル授業をトライアルで各校 1 回実施し、MICE テキスト及びモデル授業の評価を行った。

なお、横浜商科大学では、以下の要領で MICE モデル授業を実施した。

- ・実施日時：2015 年 1 月 21 日（水）9:00 ～ 10:30（1 時限目）
- ・対象学部学科：商学部貿易・観光学科
- ・実施授業名：現代社会とビジネス
- ・受講者数：47 名（1 年生 43 名、2 年生 1 名、4 年生以上 3 名）
- ・担当講師：藤原弘一

□ 正規授業

2015 年度、横浜商科大学では、インバウンド観光・MICE ビジネス等の学習ユニットの実証を目的に、大学の正規授業等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス講座の開発とその教育評価を行った。昨年度本事業で作成した成果物である MICE のテキスト教材『マイス・ビジネス概論』及び e ラーニング教材を用いて、正規授業として、インバウンド観光科目である「学部特論（インバウンド観光論）」を春学期、MICE ビジネス科目である「学部特論（マイスビジネス論）」を秋学期にそれぞれ開講した。

なお、MICE ビジネス科目である「学部特論（マイスビジネス論）」の履修者数は 78 名（2 年生 40 名、3 年生 23 名、4 年生 14 名、特別聴講生 1 名）で、商学部 3 学科 2 年生以上で履修可能であった。以下は「学部特論（マイスビジネス論）」のシラバスである。

シラバス： 学部特論（マイスビジネス論） < 2015 年度 >	
対象入学年度：2014 年度以前	学期 2 単位
担当教員： 秋山友志	対象コマ数： 15 回（1 回 90 分）
【教材】『マイス・ビジネス概論』浅井新介著、横浜商科大学発行（2014）、教員作成のプリント配布・スライド、及び e ラーニング教材	
【参考文献】『MICE 取扱説明書』横浜商科大学発行（2015）、『イベント & コンベンション概論 第 2 版』ジェイティービー能力開発編集（2010）、その他は講義時に適宜指示する。	
【評価方法】授業内における小課題・コメントカード 40%、期末課題レポート 40%、出席 20%	
【履修上の注意】教材として配布する『マイス・ビジネス概論』を毎回持参すること。MICE（マイス）の基礎以外にも MICE ビジネスの事例（場合によりゲストスピーカー講演）を取り扱う。特に、	
エキシビションやイベントに参加することで理解が深まるので、機会を見つけて興味のある分野でのイベントや展示会などに積極的に参加すること。この授業では、文部科学省委託事業「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進＜観光分野＞」の研究成果を活用して行います。	
【講義の主題】MICE（M:Meeting、I:Incentive Travel、C:Convention、E:Exhibition/Event）の現状を把握し、M、I、C、E の各特徴や MICE ビジネスの事例から MICE について理解を深める。	
【到達目標】MICE を構成する M、I、C、E の各特徴及び MICE に関連するビジネスの理解とまたその特徴や課題を挙げるができること。	

【授業計画】	
第1週	オリエンテーション
第2週	MICE の意味と意義
第3週	MICE の現状と国の施策
第4週	MICE を取り巻く産業とビジネス
第5週	MICE 各論 (1) —M: ミーティング—
第6週	MICE 各論 (2) —I: インセンティブ—
第7週	MICE 各論 (3) —C: コンベンション—
第8週	MICE 各論 (4) —E: エキシビション/イベント—
第9週	MICE ビジネスの事例 (1) —行政、コンベンション・ビューロー—
第10週	MICE ビジネスの事例 (2) —PCO、DMC、旅行会社—
第11週	MICE ビジネスの事例 (3) —MICE 施設—
第12週	MICE ビジネスの事例 (4) —宿泊施設—
第13週	MICE ビジネスの事例 (5) —ユニークベニュー、その他関連ビジネス—
第14週	MICE とまちづくり
第15週	まとめ
【事前／事後の学習内容】 講義では事前・事後、もしくは講義中に e ラーニング教材を取り扱うため、教員の指示で e ラーニングの視聴を行うこと。	

観光マネジメント学科

観光マネジメント学科は新設の為、2015年度は1年次生のための在籍により、MICE 関連の授業は行われず、今後以下のとおりの開講が予定されている。

シラバス： 専門プログラム 「MICE 論」 < 2016 年度開講（予定） >	
【授業形態】 講義	学期：2 単位
【教材】 テキストを無料配布します。「マイス・ビジネス概論」（横浜商科大学 2014 年 12 月 24 日初版発行） 執筆：浅井新介 企画編集：藤原弘一、教員作成のスライド	
* 【参考文献】 【成績の評価】 【履修上の注意】 は省略	
【講義の主題】 MICE ビジネスは、日本の観光産業界、いや日本経済の救世主になる可能性があります。日本国内は 2020 年開催予定「東京オリンピック・パラリンピック」で沸いていますが、終了後はどうでしょう。為替変動やインバウンド需要に左右されない強固な日本経済、首都圏だけではなく地方の活性化をも実現できる可能性を秘めているのが MICE なのです。今後、少子高齢化が加速する日本では国全体として MICE 産業として取り組んでいく必要があります。ますます存在意義が増すであろう MICE の基礎知識を身につけていただきます。	
【到達目標】 MICE を構成する M・I・C・E、及び MICE 関連ビジネスの理解と課題をあげることができること。そして、基本的なビジネスプレゼンテーションスキルを修得します。	

【授業計画】

第1週 オリエンテーション

第2週 MICE とは何か MICE の定義

第3週 MICE のM= Meeting、ミーティング (1)

第4週 MICE のM= Meeting、ミーティング (2)

第5週 MICE のI = Incentive、インセンティブ

第6週 MICE のC = Convention、コンベンション

第7週 MICE のE = Exhibition、エキシビション

第8週 MICE を担う人材とは

第9週 MICE の実務

第10週 MICE ビジネスの将来と課題 ゲストスピーカーをお迎えする予定

第11週 プレゼンテーションスキル・トレーニング

プレゼンテーションスキルとはビジネスの世界だけではなく、日常生活においても必要不可欠なスキルといえます。発表に必要な基本スキル（技）を伝授します。（事前学習： 、事後学習： ）

第12週 プレゼンテーション及び期末レポートの課題発表

グループワーク～グループ分けをした後、グループ毎に発表方法を決めるためのディスカッションをします。グループワークとは別に、学生各自で授業時間に期末レポートを作成し、最終授業時に提出していただきます。

第13週 プレゼンテーション準備

グループワーク～グループ毎に次回発表の最終準備を行い、教員が直前指導します。

第14週 プレゼンテーション大会

学生グループ毎に発表を行い、教員及び出席した学生全員で審査を行い、その結果を数値で集計します。

第15週 まとめ

前回のプレゼンテーションの集計結果発表を行い、教員より講評をします。

期末レポートを提出していただきます。

講義の全体のまとめを行います。

シラバス： フロンティアプログラム 「国際的 MICE の誘致・運営研究」

< 2017 年度開講（予定） >

〔目標〕 国際的規模で開催される MICE は、開催地域・都市はもちろん開催国にとっての経済効果が大きく、その成否は地域・都市・国のイメージに大きな影響を及ぼす。国際的な MICE の開催意義と効果、誘致の手法と体制、運営の手法と体制を理解する。

〔概要〕 開催適地（都市・リゾート地）とその条件、開催に伴う経済的・社会的効果（直接的効果と波及効果）、誘致および運営に関する自治体や政府の関わり、政策対応のあり方について、事例研究を通して具体的に考察する。

9. MICE 教育の現状と課題

日本における MICE 教育の現状は教材が乏しく、充実したカリキュラムが整っているとは言えない。近年は、政府が施策として取り組んでおり、この分野への注目が高まっている。少しずつではあるが MICE 教育に取り組む学校も増えつつある。しかしながら、概論・総論の指導はできても、実務において経験を持った専門化の指導教員が不足している。MICE の研究者、実務家で複数科目指導出来る人材はほとんどいない。現状としては実務者の教員を揃えることは難しい。そうであれば今後の人材育成において教科書を含めた教材の充実が求められる。今回の事業においての「マイス・ビジネス概論」のテキストの出版は初めての MICE 教材の開発と言っても過言ではない。また、e ラーニングのプログラムの充実と活用においては学生よりは現場で働いている社会人からの賞賛の声が大きかった。日本の業界を代表する講師陣がまさしく授業と同じように詳細について解説し、それを社会人が自宅で休みにゆっくりと勉強する機会を与えた。それも無料の教材であり、とても評価が高かった。難しい専門書籍であったなら、向き合うことがなかったであろう多忙な社会人が、受け入れやすい映像による教材で気楽に受講できた点は効果的であった。

政府が「MICE ビジネスとインバウンド観光」の振興を進める折に、こうした教育の機会提供が社会に対して良き刺激となり、活性化する力を与える事となる。

大学においては他の業種のようなインターンシップの実施や就職に繋がる可能性が多ければ、重要性も増してくるがなかなかこの点においては残念ながらまだ未知数であると言える。この点は今後改善すべき課題といえる。また学生にとってはもっと身近なローカル MICE や地元のユニークベニューなどと言ったところから話を広げないとなかなかイメージが付かず、取っ付き難い。この点は教育を通して身近なものとして関心を持ってもらうことが可能となり、この分野への関心も深まっていくであろう。

そして、今後は大学での教育による人材育成のみならず「産官学民」による取り組みを進めていくべきと考える。近年は地方による地域活性化を目指した MICE の施策が盛んになってきている。それぞれの地域がそれぞれの特色を持ってその地域が目指す目的達成に向けて少しずつ MICE 研究や人材育成のためのプログラムを構築していく必要があるだろう。その為にも今回の事業のような全国でも活用できるプログラムの開発を今後も継続して続けていかねばならない。今回の事業において取り組んだカリキュラム、教材作成、現場での学び（ワークブック）、インターン、出口のイメージ（取扱解説書・ガイドブック）等への取り組みが指針となって生かされ、さらに産業が発展する為にネットワークが広がり、人材育成プログラムが充実することが求められる。

第2章 大学における MICE ビジネス実践教育調査

第3節 神戸山手大学での MICE 教育の取り組み

小槻 文洋（おつき ふみひろ）神戸山手大学現代社会学部観光文化学科 准教授

1. 大学の沿革と観光教育の展開

神戸山手大学における観光教育は、2006年（平成18年）に新設された「都市交流学科」に始まる流れと、2007年（平成19年）に開学し2014年（平成26年）に募集停止した神戸夙川学院大学観光文化学部から継承した教育資産にもとづく流れの2つがある。

神戸山手大学の起源は、1924年（大正13年）に地元の女子生徒の中等教育のために地域社会の有志によって設立された「山手学習院」にさかのぼる。1926年（大正15年）に神戸山手高等女学校、1948年（昭和23年）に新制神戸山手女子高等学校が発足、1950年（昭和25年）には神戸山手女子短期大学が家政科と文科の2学科体制で開学した。同短期大学はその後英文科、国文科、教養科、芸術科などの学科を増設し、全国でも有数の総合短期大学に発展した。

神戸山手大学は1999年（平成11年）に人文学部環境文化学科を置く女子大学として開学し、2002年（平成14年）の共学化を経て、2006年（平成18年）に都市交流学科を新設した。この学科には、地球規模の文化交流の進展や「観光交流都市」をめざす地元神戸市の要請に応えるべく、①観光・国際文化、②まちづくり・神戸学、③社会心理・メディア文化の3コースが設定された。2008年（平成20年）の現代社会学部への学部名称変更を経て、2010年（平成22年）に都市交流学科は①観光学、②社会心理・メディア文化の2コースに再編され、2013年（平成25年）には、環境文化学科と都市交流学科を「総合社会学科」に統合、①社会学・メディア、②心理学、③経済・経営、④観光学、⑤環境学、⑥建築・インテリアの6フィールドに再編した。設置届出書に記載された、観光学フィールドの教育内容は「旅行の企画を考えたり、おもてなしの心を身につけ、旅行や観光を通して文化のあり方や国際観光都市・神戸や地域の観光によるまちづくりの現状を学ぶ」であり、履修モデルには「旅行好きで、グルメ・レジャーなどを組み入れた企画などを考えるのが得意な活動的な学生に、観光都市としての神戸の魅力を学ばせ、さらに旅行業務の資格を取得したうえで旅行代理店やツアー企画などの仕事に就けるよう、その実務に対応した人材を育成することを教育の目的とする」との説明がある。アドミッションポリシーのひとつ「神戸の街に関心があり、魅力にあふれた観光やまちづくりを学び、実践したい人」と合わせて考えると、観光学フィールドは、旅行業やまちづくりの仕事を目指す人材の育成を想定していたと読み取れる。

他方、神戸夙川学院大学は、学校法人夙川学院を母体に、2007年（平成19年）に観光文化学部観光文化学科のみの単科大学として開学した。観光立国の機運を踏まえ、「幅広い教養に裏打ちされた豊かな人間性」と「社会的な実践力」を兼ね備えた「21世紀の観光産業を担うリーダー」の育成を使命・目的とし、「幅広い職業人の養成」「総合的教養教育」「社会貢献（地域貢献、産学官連携、国際交流等）」の3つの機能を重点的に担うことを大学設置申請時に明記している。観光文化学部という名称は、観光を単なる経済活動と考えず、文化遺産や自然、人間、健康あるいは福祉など広い意味での文化に関わる活動と捉えるという考えを表しており、観光文化学科には①文化・自然ツーリズム、②エア・クルーズツーリズム、③バリアフリー・ヘルスツーリズム、④ホテル・イベントコーディネーターの4コースのもと、歴史文化ツーリズム、環境・グリーンツーリズム、クルーズツーリズム、エアラインツーリズム、ヘルスツーリズム、バリアフリーツーリズム、ホテルマネジメント、イベントコーディネーターの8分野が配置された。2013年（平成25年）には、「マネジメント的な思考と実践力を兼ね備えた観光文化事業およびその関連領

域のリーダーとなる人材の養成」を目標に、①観光ビジネスコース、②地域観光コースの2コースからなる観光マネジメント学科を新設した。

2014年(平成26年)4月に、神戸夙川学院大学は、学校法人の収支状況の悪化を理由に、2015年度(平成27年度)以降の全学部・学科の学生募集停止を公表し、並行して、観光文化学科に観光マネジメントコースを新設統合する形で観光マネジメント学科を廃止した。その後、他大学への観光文化学科の教育資源の継承を模索した結果、7月に学校法人神戸山手学園が設置する神戸山手大学との間で合意が成立、神戸山手大学は現代社会学部に観光文化学科を新設し、神戸夙川学院大学の在学生のうち2016年度(平成27年度)の新2年生から新4年生と一定数の教職員を平成27年4月1日付で継承することとなった。継承先の神戸山手大学現代社会学部観光文化学科の開設は平成26年8月29日に文部科学省より認可され、2016年(平成27年)4月に教員24名、職員4名が転籍、学生404名の学生が転入学した。転入学した新2～4年生には、神戸夙川学院大学観光文化学科から引き継いだカリキュラム(以後、旧カリ)を変更せずに適用しているが、2016年度以降の入学生には、これとは別に、総合社会学科の既存のカリキュラムの構造に合わせ、①観光文化フィールド、②観光ビジネスフィールド、③グローバルコミュニケーションの3フィールドを設けたカリキュラム(以後、新カリ)を適用している。なお、総合社会学科にあった観光学フィールドは平成28年度より観光文化学科に統合される予定である。

2. カリキュラムにおける MICE 教育の位置づけ

前節で書いたように、神戸山手大学では、学科再編や、神戸夙川学院大学観光文化学科の教育資産の継承と観光文化学科の新設により、現在、観光教育に関わる複数のカリキュラムが並行して存在する。上述のとおり、都市交流学科(観光学コース)、総合社会学科(観光学フィールド)は、MICEを意識したカリキュラムとなっていないため、ここでは、観光文化学科の新・旧カリキュラムの構成を概観する。

観光文化学科(新カリ)のカリキュラムは「基礎科目」と「専門科目」に2区分される。「基礎科目」にはコンピューターの活用、外国語、日本語表現、キャリア教育、1年生向けのゼミなどの科目が配置され、総合社会学科に比べて英語、中国語、留学生向けの日本語など語学科目が多く配置されているのが特徴である。「専門科目」は「専門共通科目」、「フィールド専門科目」、「演習」の3つに区分され、「専門共通科目」には概論、各フィールドの入門科目、一般教養科目に加えて、中長期のインターンシップやプロジェクト型の演習科目が配置されている。「フィールド科目」では、①観光文化フィールドに「観光文化総論」、「地域文化研究」、「観光文化資源研究」、「ニューツーリズム」、②観光ビジネスフィールドに「観光ビジネス総論」「観光ビジネス各論」「資格対策」、③グローバルコミュニケーションフィールドに「グローバルコミュニケーション基礎」「地域研究」「応用英語コミュニケーション」「応用中国語コミュニケーション」「海外留学」の小区分を設けて、該当科目を配置している。「演習」には2～4年次のゼミと卒業論文からなる必修科目が配置されている。

他方、観光文化学科(旧カリ)のカリキュラムは、上記とは科目区分が異なり、「教養教育科目」、「外国語科目」(第1外国語科目、第2外国語科目、留学生向科目)、「海外留学」、「キャリアデザイン科目」(キャリアデザイン科目、コープ教育科目)、「学部共通科目」(観光文化学特別演習、調査研究科目、保健・健康に関する科目、専門科目、学芸員資格取得科目)、「コース別専門科目」(文化・自然ツーリズムコース、エア・クルーズツーリズムコース、ヘルスツーリズムコース、ホテル・イベントコーディネーターコース、観光マネジメントコース)に区分されている。1年次から2年次に幅広く観光に関わる基礎的な科目を履修した上で、3年次にコースを選択し、より専門的な科目を履修する形となっている。MICEに関わる科目は、主にホテル・イベントコーディネーターコースの関連で設置されている。

表 2-3-1 専門科目における観光関連科目

観光文化学科（新カリ）	
学科共通科目	
●必修科目：観光学概論、インバウンド論（１）、 ●選択必修科目：観光文化入門、観光ビジネス入門、グローバルコミュニケーション入門 まるその他選択科目：インバウンド論（２）、観光文化学特別演習 A～F、コープ 4 A、コープ 4B、コープ 16 専門科目 ●グローバルコミュニケーションフィールド：国際観光論、国際関係論、グローバルヒストリー、日本地域研究、東アジア地域研究、東南アジア地域研究、南アジア地域研究、西アジア地域研究、北米地域研究、中南米地域研究、西ヨーロッパ地域研究、東ヨーロッパ地域研究、オセアニア地域研究、アフリカ地域研究、Advanced Reading and Writing（１）～（３）、Advanced Speech and Communication（１）～（３）、英語で学ぶ日本（１）～（３）、英語で学ぶ文化（１）～（３）、観光英語、Debate Skills、応用中国語作文・読解（１）～（３）、応用中国語コミュニケーション（１）～（３）、中国社会文化（１）～（３）、中国語資格・検定 A・B、ビジネス中国語、観光中国語、日中コミュニケーション実践、海外留学 ●観光文化フィールド：観光文化論、観光人類学、観光地理学、アジア文化論、欧米文化論、地域文化論、旅と歴史、神戸学フィールドワーク、コンテンツツーリズム論、世界遺産論、ダークツーリズム論、スピリチュアルツーリズム論、ユニバーサルツーリズム論、ヘリテージツーリズム論、サステナブルツーリズム論、エコツーリズム論、グリーンツーリズム論、日本歴史文化論、観光メディア論、世界の食文化、観光芸能論、自然環境保全論、農村地域活用論 ●観光ビジネスフィールド：ホテル事業論、ホテル文化論、ホテルマーケティング論、航空ビジネス論、現代航空事情、空港業務論、観光経済論、ホスピタリティ論、観光事業論、レジャー・レクリエーション論、まちづくり論、国内旅行業務（１）・（２）旅行業約款、旅行業法、観光交通論、クルーズビジネス論、イベント・コンベンションビジネス論、外食産業論、プライダルビジネス論、テーマパークビジネス論、スポーツツーリズム論、ヘルスツーリズム論、リゾートビジネス論、観光プロモーション論、観光マーケティング論	
観光文化学科（旧カリ）〔〕内は配当年次	
〔学部共通専門科目・専門科目〕	
●必修コア科目：観光学概論〔1〕、比較文化論〔1〕、観光文化論〔2〕、経営学基礎〔2〕 ●選択科目： 1 年次配当：リスクマネジメント論、現代マナー、カウンセリング論、ホスピタリティー産業論、ホスピタリティー各論、観光経済論、地域振興論、文化遺産論、自然環境保全論、観光文化施設論、イベント論、社会調査論、観光地理基礎Ⅰ（国内）、観光地理基礎Ⅱ（海外）、ホテルホスピタリティー論、旅行実務演習、観光関連法規、グリーンツーリズム創造論、空港業務論、ヘルスツーリズム論、バリアフリーツーリズム論、 2 年次配当：旅行産業論、外食産業論、観光政策行政論、セレモニービジネス論、観光地開発論、観光マーケティング論、観光サービス産業人材論、観光プロモーション論、旅行業機能論、観光芸能論、観光人類学、観光中国語 A・B 3 年次配当：観光英語 〔コース別専門科目〕 3－4 年次配当 ●文化・自然ツーリズム：世界遺産ツーリズム論、日本歴史文化論、世界遺産制度論、文化遺産活用論、観光環境学、エコツーリズム論、農村地域活用論 ●エア・クルーズツーリズム：クルーズビジネス論、地域振興とクルーズ、クルーズサービス論、クルーズプランニング、航空ビジネス論、現代航空事情、地域振興と航空政策、 ●ヘルスツーリズム：ストレスマネジメント論、健康産業論、ウェルネス論、障がい者旅行論、高齢者旅行論、特殊疾病旅行論 ●ホテル・イベントコーディネーター：ホテルビジネス論、ホテル文化論、ホテルマーケティング論、ホテル総支配人論、アートイベント論、コンベンションビジネス論、イベントビジネス論、エンターテインメントビジネス論 ●観光マネジメント：会計学、インバウンド論、ベンチャービジネス論、Web マーケティング論、ソーシャルビジネス論、スポーツツーリズム論、ニューツーリズム論、リゾートビジネス論	

3. MICE 関連科目の設置状況とその具体的内容

神戸山手大学の MICE 関連科目は、観光文化学科（新カリ）の「イベント・コンベンションビジネス論」、観光文化学科（旧カリ）の「イベント論」、「アートイベント論」、「コンベンションビジネス論」、「イベントビジネス論」が該当する。ここでは、後者の4科目のシラバスから、各科目の目的、各回の内容、担当教員の専門/経歴、使用テキスト、教育の特色について紹介する。

(1) 「イベント論」2単位

テーマパークを装置型のイベントとして取り上げ、「集客戦略やコンテンツとメディアの戦略的融合、海外進出戦略など、国内外の主要テーマパーク企業の具体的な経営事例をマーケティングの視点から分析・検証し、テーマパークの実践的な経営戦略を学ぶ」内容である。到達目標は「テーマパークの持つ経営と運営の諸課題について考察し、巨大なイベント型集客施設をビジネスの視点から考える。装置産業、労働集約型産業の事業特性から事業成功のための要因とは何かを考える。集客、価格、需要変動、コストマネジメント、継続的で巨額な設備投資や人材マネジメントなどはマーケティングの視点から見てなぜ重要で、戦略性はどこにあるのか。また、米テーマパーク企業の海外展開の狙いはどこにあるのかなど、日米テーマパーク企業の経営事例からテーマパークビジネスの戦略を分析し理解を深める」ことと記載されている。各回の内容は「第1講：近代テーマパークへの発展過程 第2講：日本のテーマパークの現状 第3～4講：事業の特性と基本的成功要因①②、第5講：アメリカのテーマパーク産業の現状、第6講：コンテンツの多重利用と有効性、第7講：グループワーク、第8講：アメリカのテーマパーク企業の海外戦略、第9～11講：テーマパークの経営課題①②③④、第13～14講：集客マーケティングの戦略①②、第15講：総括と理解度確認」となっている。担当教員は、ホテルおよび USJ で人事関連の経営幹部を務め、沖縄海洋博覧会協会（1975年）、世界観光大臣会議（1993年）、APEC(1995年)などの MICE の経験も豊富である。参考書として、①現代の観光事業（北川宗忠 編著、森山共著 ミネルヴァ書房）②観光入門（森山共著 新曜社）を指定している。グループ・ワークやプレゼンテーションを含めた双方向コミュニケーション、参加型の授業が特徴である。

(2) 「アートイベント論」2単位

アートイベントを企画し提案する能力、すなわち、予算等実現性を踏まえた企画、関係アーティスト等との調整、現場運営等を行える能力を履修者が身につけることを到達目標として、「実践を通してアートイベントの企画運営手法を学ぶとともにイベントにおけるアートの意義を理解する」科目である。各回の内容は「第1-2講：神戸市内で行われているアートイベント等のリサーチ、第3～10講：アートイベント等の現場に参加、個別アートイベントの企画運営や複数のアートイベントを結びつけるコーディネートを実践、第11～14講：アートイベントの自主企画への挑戦、第15講：自主企画を振り返る」となっている。このように極めて実践的な内容が可能になったのは、ビエンナーレをはじめとする神戸市内のアートイベントに多数携わった神戸市職員を本科目の非常勤講師として迎え、この方が学生教育のために自身の人的ネットワークを最大限に活用してくださっているおかげである。なお、授業は全て土曜日に学外で3時間の開講する形態をとり、履修者は30名を上限としている。

(3) 「コンベンションビジネス論」2単位

MICE を正面から取り上げた科目である。科目概要には「MICE は日本でも観光政策の柱の1つとして位置づけられ、アフターコンベンションや経済効果などの有効性が評価されており、世界各国も MICE の誘致に注力している。コンベンション (MICE) 誘致のための政策や仕組みおよび観光との関連性を考え、その戦略価値を理解する。」と記載され、到達目標は「(1)コンベンションの獲得効果 (2)観光政策との関連 (3)誘致や支援の組織体制 (4)コンベンションの運営を支える関連産業 (5)各国の取組みについて学ぶ。また、誘致競争力やインバウンドの振興における課題についても考え、コンベンション (MICE) の持つ意味を理解する」ことと記載している。各回の内容は「第1講：国際観光とコンベンション、第2講：コンベンションの現状、第3講：コンベンションと観光、第4講：コンベンションと関連法、第5講：MICE、第6講：グローバル MICE 戦略都市、第7講：コンベンションの誘致と体制、第8講：グループワーク、第9講：コンベンションと関連産業、第10講：コンベンションの経済効果、第11～12講：コンベンション都市と政策①②、

第 13 講：コンベンションをめぐる課題、第 14 講：グループワーク、第 15 講：まとめと理解度確認」となっている。担当教員は上記「イベント論」と同じで、MICE に関する実務経験も豊富である。教科書は使用せず、オリジナルの教材を用いて講義を行っている。

(4) 「イベントビジネス論」2 単位

「人を楽しませながら地域をよくする、という社会型イベント」をテーマとする授業であり、到達目標は『『地域やまちを元気にさせるイベント』について、基本的な知識を得て、解説できるようになること。その結果、自ら（もしくはチームで）企画を立案し、提案できるようになること』と記載されている。各回の内容は「第 1 講：ビデオ上映、第 2～3 講：まち再生とイベント（理論編）、第 4～5 講：フィールドワーク（神戸湊川商業地区を予定）、第 6～7 講：まち再生とイベント（実践編）、第 8～9 講：フィールドワークのまとめとイベント企画の作り方、第 10～11 講：成功・継続できるイベント運営と仕組みづくり、第 12～13 講：オリジナルの企画書をつくってみよう（グループ・チームワーク）、第 14～15 講：企画書プレゼンテーションと評価」となっている。担当の非常勤講師は、観光地・商業地や中心市街地の再生・活性化・まちづくりを専門とし、城崎温泉の活性化や神戸・新開地まちづくりなどの実績を持つ実務家である。大学からも近い湊川商店街の活性化策として開催されている「湊川公園手しごと市」の見学や出店計画など実践的な内容が特徴である。

4. MICE 教育の現状と課題

MICE は非常に内容・規模ともに多岐にわたる。限られた設置科目の枠内で、そのすべてを網羅し体系的に教育するには限界もある。ホテルマネジメント分野の科目で MICE を扱う余地もあるだろう。また、本学では 1 年次のキャリア科目の一環で、地元の大規模チャリティ・ロックフェスに学生を裏方のスタッフとして参加させる取り組みを行ってきたが、こうした現場体験と理論的な裏づけを結びつける工夫も必要だと考えている。

第2章 大学における MICE ビジネス実践教育調査

第4節 長崎国際大学での MICE 教育の取り組み

三浦 知子（みうら ともこ）長崎国際大学 人間社会学部 国際観光学科 講師

1. 長崎国際大学の観光教育の経緯

（1）長崎国際大学の設置

2007（平成 19）年 7 月に提出した、長崎国際大学（以下「本学」とする）の自己評価報告書を中心に以下、本学の観光教育の経緯について述べる。

まず、母体となる学校法人九州文化学園は、2015（平成 27）年設立 70 周年を迎えた。「高い知性と豊かな教養」、「優れた徳性と品格」、「たくましい意思と健康な身体」の備わった人材を育成することが建学の精神とされ今に至っている。

2000（平成 12）年の本学の設置にあたっては、設置者である九州文化学園の建学の精神を堅持しつつ、加えて新たな建学の理念「人間尊重を基本理念に、よりよい人間関係とホスピタリティの探求・実現、並びに文化と健康を大切にする社会の建設に貢献する教育・研究」と掲げて、社会の要請に応え専門職業人と研究者の育成を行うこととした。なお、本学は、長崎県と佐世保市および地元経済界の支援による「公私協力方式」によって 2000（平成 12）年に設立され、人間社会学部国際観光学科、社会福祉学科の 1 学部 2 学科から始まった。以来、2002（平成 14）年に健康管理学部、2004（平成 16）年に人間社会学研究科、2006（平成 18）年に薬学部と健康管理学研究科、2014（平成 26）年に薬学研究科を設置し、3 学部 4 学科、3 研究科 5 専攻を有する総合大学として今に至っている。

（2）人間社会学部の教育

人間社会学部は、21 世紀に重要度が高まる人間活動のうち観光と社会福祉を教育研究の対象に選び、両活動が基礎とする人文・社会学の重なりが大きいことを理由に教育研究を一つの学部で行うこととし、開学と同時の 2000（平成 12）年度に開設、国際観光学科と社会福祉学科を設置した。教育目的をより効果的に達成するため、学生のニーズに対応するため国際観光学科では、「観光ビジネス」、「地域デザイン」、「言語・多文化」、「スポーツツーリズム」の 4 専門コースを、また、社会福祉学科では、「高齢者福祉」、「障害者・児童福祉」、「医療・精神保健福祉」、「コミュニティ（地域）福祉」の 4 専門コースを導入した。また、国際観光学科では、実践重視の教育を通して、観光新時代に対応できる専門知識と国際的視野、真のホスピタリティを身につけた人材の育成を目指している。

（3）科目の構成

人間社会学部では、本学の教育目標達成のため、教養人として生きるに必要な全学共通科目の教養教育を行った上で、専門科目において、国際観光学科、社会福祉学科ともに、観光と福祉の領域で、専門家あるいは研究者として活動するのに必要な知識と技能を、『基礎科目』、『基幹科目』、『展開科目』と専門性を高めていくことで、体系的に修得できるように科目を配置している。

国際観光学科の『基礎科目』は 1 年次から履修ができる科目も配置し、学生の専門的興味に配慮している。『基幹科目』では専門領域で研究課題を設定して行う必修の「専門演習Ⅰ（2 年次通年）・Ⅱ（3 年次通年）・Ⅲ（4 年次通年）」を配置し、1 年次の「教養セミナー A・B」と合わせて 4 年間を通して学生の学びをサポートしている。また、学外で学ぶ「研修（Ⅰ～Ⅳから 2 単位選択必修）」はⅠ（国内観光）、Ⅱ（国際観光）、Ⅲ（語学）、Ⅳ（インターンシップ）と充実している。『展開科目』は 4 コースに分かれている。このコース制は、学生の学習目標の明確化と多様なニーズに対応するため

2006（平成 18）年度からスタートした。

2014（平成 26）年度には近年のグローバル化の高まりを受け、社会に求められているグローバル人材の育成を目的とした、「グローバルツーリズムコース」が新たに設置された。2014（平成 26）年度入学者は、「観光ビジネス」、「地域デザイン」、「言語・多文化」、「スポーツツーリズム」、「グローバルツーリズム」の 5 コースとなり、今年度入学者から、「観光ビジネス」、「地域デザイン」、「言語・多文化」の 3 つのコースが統合され、「観光マネジメント」コースとなり、「スポーツツーリズム」、「グローバルツーリズム」の 3 コースとなった。（図 2-4-1）

	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28
観光マネジメント											
観光ビジネス											
地域デザイン											
言語・多文化											
スポーツ・ツーリズム											
グローバル・ツーリズム											

図 2-4-1 国際観光学科のコース制の変遷 2006（平成 18）年以降

（4）国際観光学科の特色科目：「長期インターンシップ」

2014（平成 26）年度の自己点検評価書では、長期インターンシップについて以下のように説明されている。

長期インターンシップは、ハウステンボス株式会社（以下「ハウステンボス」とする）の協力のもと、最大前期 8 単位、後期 6 単位という構成である。前期はゴールデンウィークと夏季休暇、後期は冬季休暇と春季休暇より成り立ち、ホテルやパークの業務を体験する。履修者は、2011 年度に 12 人、2012 年度には 34 人、2013 年度には 35 人と増加している。この長期インターンシップは、学部必修科目「キャリア開発 A」（1 年生向け科目）の中でインターンシップの報告会を実施するなど関連性を持たせ、教育効果を高めている。長期インターンシップ参加者の中から、数人はハウステンボスに採用されている（2014 年 自己点検評価書、p.22）。

なお、今年度は 4 月の履修登録の時点で、長期インターンシップ希望者が 69 名となっており、長期インターンシップの魅力から本学への入学を決めた学生も増えている。長期インターンシップの希望者増加の要因については、以下の点が考えられる。

まず、ハウステンボスの経営状況が上向いたことである。2010 年に株式会社エイチ・アイ・エス（H.I.S）に経営が引き継がれ、翌年からは黒字経営となっている。学生募集の際にも、第二のキャンパスとしてハウステンボスを前面に PR しており、本学とハウステンボスの関連は開学時以上に広く知られるようになっている。

また、2011 年度の開始以来、このプログラムの運営が安定したことも要因のひとつである。当初はゴールデンウィークや年末年始など繁忙期にインターンシップの就労があり、きめ細かな指導が行き届かなかったこともあり、事前・事後の指導との連携についても課題があった。しかし、現在では事前の希望調査をきめ細かに行っており、ハウステンボス側もできるだけ個々の学生の希望に合わせて配属先を決定している。日々の研修時間についても、できる限り学生の希望に合わせてシフトを決定し、人事総務のインターンシップ担当者と実際の配属先の社員との連携も良好に取られるようになっている。

参加学生については、インターンシップ実施中はゼミ担当教員や参加者同士で就労の様子を撮影し、インターンシップ終了後の夏休みまたは春休み期間中にパワーポイント作成の指導を行いスライド作成の時間を設けている。参加学生の報告会についても、参加学生だけでなく、次回の希望者増につながるように工夫をしている。例えば、今年度は 1 年生のゼミである「教養セミナー」を 2 年次からのコースやゼミを決める 12 月初旬に合同で実施した。1 年生の半分の人数で行い、長期インターンシップと短期インターンシップに参加した学生から選抜された数名の学生の

報告を聞く形を取った。

2. 長崎国際大学の観光教育カリキュラムの特色と MICE 教育科目

(1) 教育の特色

本学は、21 世紀に重要性が高まる人間活動を選定し、建学の理念に沿ってそのような活動の知的、学問的拠点としての大学を構築することを構想し、佐世保市、長崎県並びに地元経済界の協力を得て、「公私協力方式」で設置された。

教育については、教育の目標達成を目指したカリキュラムを編成し、各学科ではそれぞれの活動領域で社会の要請に応える専門教育を行い、全学共通科目では、知性、感性、人間性の備わった社会人・職業人育成のための「導入」「人間理解」「国際理解」「社会理解」「自然理解」の教養教育を行う態勢を整えている。更に、各種免許・資格取得に関する科目を設定するなど、学生が勉学意欲を持てるよう工夫している。

本学は、ホスピタリティ、文化、健康を大切にする大学であり続けるために、「いつも、人から。そして、心から。」を学生及び教職員の共通のモットーとして、常に更なる前進を目指している。

(2) カリキュラム・ポリシー、ディプロマ・ポリシー

国際観光学科のカリキュラム・ポリシー、ディプロマ・ポリシーは以下のとおりである。(平成 28 年度より)

<カリキュラム・ポリシー>

- ・全学共通科目や学部共通科目を通して、社会人として必要な幅広い教養やホスピタリティの精神を身につけます。
- ・学科共通科目では、観光学の根幹を学び、観光学の基礎的知識を理解し、多文化が共生する現代社会の諸問題を解決するための力を身につけます。
- ・3つの専門コースから1つのコースを選択し、選択したコース科目群の科目を中心に学ぶことにより、専門的な知識と分析能力を体系的に身につけます。
- ・「国内観光研修」「海外観光研修」「語学研修」「海外留学」「インターンシップ」「長期インターンシップ」等の学外実習科目を通して、現場を体験し、学んだ知識を活かしていく実践的な能力を身につけます。
- ・少人数の専門演習および卒業研究では、特定のテーマに関する調査・研究によって知識を深め、さまざまな問題解決のための思考・判断能力を身につけます。

<ディプロマ・ポリシー>

国際観光学科では、以下の素養・能力を有すると認められる学生に、「学士（観光学）」の学位を授与します。

- ・関心・意欲・態度
社会人として必要な幅広い教養的知識を理解し、活用することができる。
グローバルな視点で異文化を理解し、共修・協働することができる。
- ・思考・判断
地域社会における問題点を見出すことができる。
観光に関わる諸問題に対して、その解決策を提案することができる。
- ・技能・表現
社会において必要な実践的コミュニケーション能力を身につけ、さまざまな場面でホスピタリティを実践することができる。
- ・知識・理解
選択したコースに関わる基礎的知識および専門的知識を理解することができる。
観光に関わる専門的知識を有し、社会において応用することができる。

3. MICE 関連教育の現状

(1) MICE 関連教育

2006（平成 18）年よりコース制となったが、MICE 関連科目である「イベント計画論」は 2001 年から設置され、現在に至っている。コース科目としては、「地域デザイン」に配置された科目となっている。コースの観光マネジメントへの統合に伴い、今年度入学以降はこの科目は廃止となった。

一方、「旅行業論」は観光ビジネスコース必修科目であり、2001（平成 13）年からのシラバスを確認した。今年度からは観光マネジメントコース科目として新たに編成されているが、観光ビジネスコースの再編に伴い、選択科目へと変更した。

地域デザインコースは、「自治体や企業で、観光を通じて地域の活性化に貢献できる人材を育成するコース」であり、地域振興やまちづくりを軸に観光を学んできた。また、観光ビジネスコースについては、「旅行・宿泊業をはじめとした、観光ビジネスの専門知識を身につけるコース」であり、観光ビジネスコースでは、とりわけ旅行業、宿泊業、航空・運輸業、外食産業を学び、マーケティング戦略を用いて活躍できる人材を育成する実学重視の教育を行ってきた。

現在の「観光マネジメントコース」は、「観光産業のあらゆる場面に対応でき、新しい観光のあり方を提案できる人材を育成」することが目標として掲げられている。コースの説明については、「観光に関連する産業や経済、地理や歴史、文化や語学などの科目をバランス良く学ぶことで、観光産業のあらゆる場面で観光の新しいあり方を提案できる、幅広い視野を持った人材を育成します。また本コースでは、資格取得など学生の目標に合わせたモデルカリキュラムを複数準備し、観光産業の各分野の専門家養成にも力を入れています。」となっており、現在の「観光」の多様な側面に対応できるよう、学生の科目の選択の幅を 4 コース制時よりも広げたのが特徴である。

(2) 「イベント計画論」について

イベント計画論については、2014（平成 26）年度までは非常勤講師が担当していたため、夏の集中講義として展開されてきた。2001（平成 13）～2003（平成 15）年度は 2 名の担当となっている。以下がシラバスに書かれた「授業のねらい」と「授業の方法」である。

<授業のねらい>

イベントは、従来の一方向的に情報を発信するマスメディアから進歩した送り手と受け手の双方向のコミュニケーションメディアとして、今後ますます注目され、国内、海外各方面での活躍が期待されている。現在はこのイベントに対する大学での専門講座は皆無に近いが、今後本学がその先進的役割を果たして行くきっかけとしての広いイベント論を展開する。

(A 講師) 観光及び地域振興方策の一つとして、国内外各地でさまざまなイベント、コンベンションが実施されている。イベントはさまざまな分野（産業、経済、文化等）が総合されたものであり、その広い視野からイベントの意義と役割を考察して行く。

(B 講師) 近年イベントの普及は、社会的見地からも多角的な推進役を担うに至った。一方、華美優先論が見直され、企画・運営はもとより、経済的な側面も含め、新しい方向を模索する機運も高まりつつある。そこで、本授業は、エネルギーに創造力を培う共有の時間と空間の中で、イベントの持つ本来の性格と魅力を鋭く探求すると同時に、21 世紀の担い手となる学生（青年）に、豊かに育まれた文化から溢れたつ、無限の夢と未来を創出することをねらいとする。

<授業の方法>

(A 講師) 講義室での講義が主流となる。イベントは新しい分野であり、体系だって構成されていないため、各地のイベントに係る実施映像、印刷物、図表等を活用しながら、これまでに実施されてきたさまざまなイベントを参考にして、その意義、役割を理解する。また、とにかく表面の華やかさに惑わされがちなイベントであるが、その実施、運営における基礎理解のために、機会があれば、学生にも実際行われるイベントにも参加して体験することにより、実践的な知識と理解を深めて行きたい。

(B 講師) 各授業時には、前半をイベントシステム等、基礎知識や付随する諸問題を中心に、実際の体験談を通して容易に理解しうる内容で進める。後半は極力、対話方式とし、例えば学生自らがパネリストになりシンポジウムを催し、模擬イベントを提案し、各自の企画や演出を構築する等、より実践的な授業を試みる。

<授業内容>

表 2-4-1 2013 (平成 25) 年度「イベント計画論」

回	テーマ	内容
1	イベントシステム	イベントの分野分類の確立と並行してイベントの定義を考える。また、イベントの立案から実施までのプロセスを実際の大型イベントの例に沿って解説する。
2	企画書	企画書や実施計画書等の作成方法を学びながら、イベントに対する興味・関心に加え創造力を喚起する。
3	スポーツイベント	「東京五輪」招致活動の背景を中心に、サッカーワールド杯等の国際イベントの現状から、国・体協が主催する、国体・インターハイ等々の国内スポーツ大会の今後を展望しながら、スポーツイベントの原点を探る。
4	博覧会・見本市・展示会	国際博覧会 (EXPO) 及び国内地方博覧会のシステムを分析。また、民間企業や団体が催す見本市や展示会の現状を把握する。
5	販売促進イベント	企業のイベントに対する考え方を模索しながら、販促活動の一環として催される新製品発表会や、店頭イベント・販売居大会等の企業広告イベントの今後を捉え、イベントの現実を認知する。
6	会議イベント	世界最大規模の「先進国首脳会議～サミット」を中心に各種の国際会議やシンポジウム等を通し、コミュニケーションイベントの在り方を学ぶ。
7	行政・観光イベント	地方自治体・公共団体の参加する複合型イベントに“祭り”を視座しながら地域活性化に至る背景を探る。また、観光経済における地域イベントの役割を論求する。
8	文化イベント	音楽・演劇イベントを中心に文化の継承、発展を模索する。ここでは、タレントやアーティストの育成過程やプロダクション機構・マスコミとアーティストの連動まで言及する。
9	テーマパーク	各地のテーマパークの現状及び今後の課題を考察すると共に博物館・美術館等の在り方及び運営等にも触れる。 * ハウステンボス 現役イベントプロデューサー (もしくは PR 担当者) を招聴しての「特別講義」を実施予定。
10	イベントの運営	実際の運営例に基づき、種々の懸案事項の発生からその解決策及び予算作成等々運営実施にあたっての基本を学ぶ。
11	スタッフの役割	イベントを支えるスタッフのポジショニングと役割を学ぶ。また、近年のイベントに関わるボランティアの在り方や活動方向を検証する。
12	プレゼンテーション	各自持ち寄った「企画提案書」に則り、個性豊かなプレゼンテーションテストを展開。
13	イベントの将来	歴史・社会・文化・芸能等、多方面からイベントの今後を展望する。また、少子高齢化時代に向けたイベントの在り方を考察する。
14	イベントの現場	授業日時点で開催されているイベントの現場を訪れ、観賞もしくは制作過程の実体験を通し、様々な角度からディスカッションを行う学外実習を実施。
15	総括	筆記・口答試験実施後、テスト解答及び解説を行い、本授業の総括をする。

(3) 「旅行業論」について

2001(平成13)年より、専任教員による通年計30コマの授業として展開されていた。2001(平成13)年～2003(平成15)年はその26回目に「旅行業の関連産業」の1つとして、「イベント・コンベンションプロデュース業」が紹介されている。2004(平成16)年は非常勤講師による半期分の2回に分けたシラバスとなっており、用いたテキストも異なっている。2004(平成16)年はイベント・コンベンションについての回はシラバスには登場していない。その当時の「授業のねらい」は下記のとおりである。

<授業のねらい>

旅行業に関する現状分析と各種統計、経営管理、マーケティング、関連産業との関係について述べ、ホスピタリティ産業としての旅行業の課題や未来像について考えるとともに、旅行者と旅行業務の概要並びに現在、旅行業界で問題となっている観光案内の在り方、交通業界との関係、土産品販売の仲介問題、旅行中の事故対策について述べる。また、ツアーコンダクター、旅行業務取扱主任者の資格取得にも配慮する。

2005年からは再び専任教員の担当となっており、「旅行業論Ⅰ」「旅行業論Ⅱ」と異なる科目名で各15コマずつ展開されている。「旅行業論Ⅱ」の「主たる旅行市場」のひとつとして、「イベント・コンベンション」がテーマとなっている。内容として、「イベント・コンベンションについて。オリンピックをはじめとする各種イベントは旅行会社にとって大きな市場である。国際会議とあわせてその種類、内容、規模等について。」と記載されている。以降、2012年まで同様の内容がシラバスに書かれており、同じテキストを用いて、2013年度から筆者が担当を引き継いだ。

<授業のねらいー旅行業論Ⅰ>

旅行業は観光のあらゆる分野とつながりがあり、その中核をなしているといっても過言ではない。その旅行業について全般的に理解できるようにしたい。旅行業論は前期と後期でⅠとⅡに分かれているが、その両方を受講して初めてその全貌に触れられることになるので、両講義あわせて受講されることが望ましい。Ⅰでは、まず旅行業の歴史を振り返ってその足跡を辿り、現代に至る経緯をみえる。次に日本での旅行業の法律的位置づけ、その業務内容について論ずる。

<授業のねらいー旅行業論Ⅱ>

特にⅡは、Ⅰを受講したことを前提にすすめる。すなわち、旅行業とはどのようなものか、旅行業法・旅行業約款の知識をもっていないと理解が不十分になるおそれがある。Ⅱではおもな市場の営業、訪日外国人市場や関係する諸機関、関係政策・行政との旅行業との関連について触れる。又新しい旅行形態についても述べる。

使用しているテキストでは「イベント・コンベンション」という用語を長く使用しているが、筆者が担当している2013(平成24)年からは「MICE」の方を強調し、観光庁の資料を用いて、MICEの説明に1コマを使っている。授業では、観光白書の該当ページや観光庁の説明資料を用いて、総合的なMICEの理解と、「業務旅行」との関連等について説明している(図2-4-2)。「MICE」という用語そのものについては、「団体営業」や「観光マーケティング」等の他のテーマの際にも複数回名称を示し、完全に理解するように授業では心がけている。



図2-4-2 「旅行業論」 MICE 説明用スライド

(4) 2015（平成 27）年度「イベント計画論」について

<授業のねらい>

近年各種イベントの普及は社会的観点・文化的見地からも、地域発展等の重要な推進役を担うに至った。一方、商業主義優先論の見直しから、地域における関係者の「共働作業」による地域活性化や、目標達成に至る過程での人々の心の豊かさの発見等に新たな意義を見出す機運も高まっている。そこで、本講義ではイベントが持つ本来の魅力を探求すると同時に、社会生活に欠かせない個々の発想力や創造力及び企画力のあり方、観光に及ぼす影響等を学び、イベント主催者の意図を確認、評価する能力を高め、地域社会やより大きな規模のイベントの運営に関わる事の出来る知見、能力の獲得をねらいとする。

<授業の概要>

授業は主に講義形式で行うが、表現力・探求心の促進を計る目的で対話方式も導入して進める。色々な規模、レベルのイベントが展開されているが、イベント主催者の開催意図と目標達成の評価・理解を目指し学外授業として講義日現在で実施中のイベントを実地見学し、企画、運営、実施方法等を体験し「イベントの実際」を学ぶ。（実際に見学するイベントは学生と協議の上決定する）

今年度は旅行業役員経験のある板垣朝之教授が専任教員として着任し、「イベント計画論」を担当することとなった。前任者のシラバスを引き継ぎ、前期期間に 15 回の授業を行った。履修登録者は 2 年生から 4 年生までの計 30 名だった。MICE 関連事項については、第 5 回に「博覧会、見本市、展示会」、第 7 回に「会議イベント」をテーマに授業が展開された。また、第 11 回目はテーマが「テーマパーク」であり、ハウステンボスのイベント担当者を招聘し、ハウステンボス内の各種のイベントやアトラクションについての特別講義を行った。それらの学修をふまえ、13 回目、14 回目では受講者がイベント企画書を作成、発表し、第 15 回目ではハウステンボスに赴き、新しいアトラクションの実際の体験と評価を行った。

4. 長崎県内の他大学との連携事業

2012（平成 24）年度に選定された「大学間連携共同教育推進事業」は、「留学生との共修・協働による長崎発グローバル人材基盤形成事業」を目標に、長崎大学を代表とし、長崎県内の 10 大学が事業に取り組んでいる。事業の概要は下記のとおりである。

「本事業は、各大学から選抜された日本人学生と留学生との混成グループを作り、それを基本形として大学での共修やインターンシップ等での協働を行うことをカリキュラムの中に組み込み、グローバル人材としての基盤形成の場にするものである。

事業では、学生企画運営室と事業支援機構が運営の核となって多文化理解・語学力充実、インターンシップ、社会活動などの年次ステージが順次性をもって展開される。

共修科目では、主体的な学習が展開されるとともに双方の学生の対話や相互啓発によって多文化理解能力の向上も図られる。

さらに、語学力向上の後に行われるインターンシップ等を通して、課題解決能力に必要な協調力や現場力の獲得も行われる。」

本学には本事業の県北における推進母体として北部分室が設置され、専任のスタッフが事業を担当している。また、ここには参加学生の中から「学生企画運営室」が構成され、学生が学修プログラムを企画し、学生交流・研修合宿、学外講座、スポーツや学術研究発表、語学支援や学習支援、多様なボランティア活動、国際交流など幅広く活動に取り組んでいる。たとえば、『Global Entertainment Training』の略称である『GET』は、「グローバル人材としての素質を養うには、通常の授業や社会活動だけでは不十分だ」と考えた学生企画運営室委員が自分たちで企画を立ち上げ、計画・実行したものである。プレゼンテーション大会も開催され、学生の主体的な学びやグローバルな交流の促進につながっ

ており、グローバル人材育成プログラムはカリキュラム内外のさまざまな活動を連携する機能を併せ持っている。

5. 考察（調査者の簡単な総括）

これまで述べたとおり、国際観光学科には現在、「観光マネジメントコース」、「グローバルツーリズムコース」、「スポーツツーリズムコース」が置かれ、学科の設置科目も多岐にわたっている。そのため、結果として「MICE 関連科目」の数が少ないのが現状であり、前述したとおり、「イベント計画論」が新しいカリキュラムでは削除されているように、むしろ科目としては減少傾向にある。

しかしながら、複数のバラエティに富んだ研修科目が用意されており、短期・長期のインターンシップでは、イベントへの取組みも一部行われている。さらに、平成 27 年度からは、「地域と連携した学外でのボランティア活動、イベント活動、まちづくり等、実践的な学びを通して社会人基礎力を培う」ことを目的とした、「地域連携活動」が新たに科目として設置され、今年度は 3 名の専任教員がそれぞれプロジェクト計画を立て、観光研修やインターンシップと同じようなシステムによって、学生が履修登録をし、科目が展開されている。来年度からは付与する単位数も増加する予定である。

また、インターンシップでは参加者による実施報告会が修了要件のひとつとなっているが、パワーポイントを用いた学生による発表は、年々その質が高まっている。長期インターンシップではハウステンボスの人事総務部の担当者が毎回その報告会に参加し、講評を行っているほか、修了者に修了証が授与されている。ハウステンボスについては、長期インターンシップ以外にも多くの学生が普段からアルバイトをしており、学生証で無料入場ができるため、文字通り「第二のキャンパス」として利用され、授業時間以外でもさまざまなイベントに接したり、イベントの手伝いをしたりする機会に恵まれている。

以上のように、MICE 関連の科目は座学としてよりはむしろ、実学として発展しているということが言える。

< 本学の現況（2015（平成 27）年 5 月 1 日現在） >

- ◆ 大学名 長崎国際大学
- ◆ 所在地 長崎県佐世保市ハウステンボス町 2825-7
- ◆ 学部構成 3 学部 4 学科 2 研究科 4 専攻
 - 人間社会学部 国際観光学科、社会福祉学科
 - 健康管理学部 健康栄養学科
 - 薬学部 薬学科
 - 人間社会学研究科 観光学専攻（修士課程）、社会福祉学専攻（修士課程）
 - 地域マネジメント専攻（博士後期課程）
 - 健康管理学研究科 健康栄養学専攻（修士課程）
- ◆ 学生数
 - 人間社会学部 934 人、健康管理学部 340 人、薬学部 714 人
 - 人間社会学研究科 15 人、健康管理学研究科 10 人、薬学研究科 5 人
- ◆ 教員数 専任教員数 114 人、助手 15 人

第2章 大学における MICE ビジネス実践教育調査

第5節 名桜大学での MICE 教育の取り組み

穴戸 学（ししど まなぶ）横浜商科大学先端教育開発研究所長
横浜商科大学 商学部観光マネジメント学科 教授

1. 大学の沿革と観光教育の展開

名桜大学は、1994年（平成6年）に沖縄県と北部12市町村の出資によって設立された「学校法人名護総合学園」により、①産業振興への対応、②教育の機会均等、③沖縄県北部の地域活性化、を設置の趣旨に挙げ、沖縄県唯一の公設民営の大学として開設された。

観光産業を核とする第3次産業への期待や県内の高等教育への機会拡大、そして沖縄中南部に所在していた高等教育機関を北部に設置するという課題に応えたものであった。

設立時は、国際学部（国際文化学科、経営情報学科、観光産業学科：各学科定員115名）からなり、384人の学生が入学し、単科大学としてのスタートであった。

2001年（平成13年）に大学院国際文化研究科、2005年（平成17年）に人間健康学部スポーツ健康学科が設置された。2007年（平成19年）に、人間健康学部看護学科を新設、国際学部3学科を国際学群国際学類に改組し、2011年（平成23年）に大学院看護学研究科が設置され、現在は2学部3学科と2研究科を擁する大学となっている。

そして、2010年（平成22年）に「公立大学法人 名桜大学」となった。少子化や経済状況の変化により入学生は近隣大学を志願する傾向があり、沖縄県外の学生が激減し、一時は県内出身学生が9割を越える時期もあった。しかし、公立化以降、九州を中心に県外学生が増加し、現在は5割を越えるという。また語学や国際を志望する学生が増えている。

1994年開設の「観光産業学科」は、立教大学（1967年）・横浜商科大学（1974年）・流通経済大学（1993年）に続いて、国内では4番目に開設された観光系学科であった（同年に北海学園大学北見大学開設）。現在日本には、50以上の大学に観光系学部・学科が存在するが、2000年以前はわずか8大学に過ぎず、国内観光教育の先駆的な大学と言える。

2007年（平成19年）のカリキュラム改編で、国際学部3学科は、国際学群国際学類に改組され、①学士（国際文化学）「国際文化専攻」「語学教育専攻」、②学士（観光産業学）「観光産業専攻」、③学士（経営情報学）「経営専攻」「情報システムズ専攻」「診療情報管理専攻」、に分かれている。入学時の定員は280名（3年時編入15名）であり、3年次より各専攻に分かれる。2年次後半の学生の選択に基づくが、2014年（平成26年）5月のデータによると表1の通りである。ただし、修得単位60単位未満の学生は留年となる。

表 2-5-1 国際学群国際学類専攻別在籍者数

専攻	3年	割合(%)	4年	割合(%)	合計	割合(%)
国際文化	58	18.4	57	15.7	115	17.0
語学教育	72	22.9	70	19.3	142	20.9
経営	60	19.0	66	18.2	126	18.6
情報システムズ	16	5.1	32	8.8	48	7.1
診療情報管理	21	6.7	40	11.0	61	9.0
観光産業	78	24.8	84	23.1	162	23.9
専攻なし	10	3.2	14	3.9	24	3.5

社会背景や学生側のニーズがあると考えられるが、「観光産業専攻」の学生数が最も多く、沖縄という日本を牽引する観光地域に位置する大学として、その存在価値が注目されていると言えるだろう。

2. カリキュラムにおける MICE 教育の位置づけ

開設時からしばらくの期間の取り組みは、今回の調査で明らかに出来なかったが、前節で書いたように設立当初から沖縄観光振興のために観光人材育成を意図していることから、地域のニーズを反映する教育に注力してきたことがうかがえる。

名桜大学の教育目標は、「本学は、教育基本法及び学校教育基本法に基づき深く専門の学芸を教授研究し、幅広い知識を授け、世界の文化の進展と人類の平和に貢献しうる人材を育成することを目的とする。」とある。これを受けて、教養科目を設定し、「自由な発想のもと、批判的・論理的に思考し分析して、俯瞰的に問題を解決する能力を培うとともに、知性と感性のバランスのとれた円満な人格を備えた国際的教養人を育成することを目標とする。」ことを目標に教育が行われている。教養科目として、「共通コア科目」「共通選択科目」を配置しているが、共通コア科目の科目区分「沖縄理解」には、「沖縄学」「沖縄の自然」「沖縄の言語」など観光にも関連する科目が開講されている。

これらの教養科目に基づき、各学群で専門教育が行われている。国際学群のディプロマ・ポリシーは、「国際学群は、国際的視点から問題を捉え、解決できるような地域・国際社会に貢献できる人材を育成する。具体的には、環太平洋地域で活躍できる国際性豊かな人材、実践的英語コミュニケーション能力を有する人材、教育者としての使命感を持った教師、企業や地域における諸問題へのマネジメント能力を持った人材、情報活用能力や情報技術発展させる能力を持った人材、高度な IT スキルを有する医療情報の専門家、国際社会と地域社会に貢献できるホスピタリティマインドを観光産業のスペシャリストを育成する。」となっている。「観光産業専攻」の教育分野は、「観光政策・ビジネス研究」「環境・エコツーリズム研究」「観光文化ガイド研究」となっている。学群制として、観光産業専攻のスタートは3年次からのため、1～2年次は、学群共通科目として観光関連科目が開講されている。観光に関する科目については、概ね以下の表3の通りである。

「学類共通科目」には、基本的な学問分野を配置し、観光系としては「観光学概論」「観光産業特別講義」が1年次に開講され、2年次に観光関連科目が多数開講されている。これら観光関連科目を受けて、2年前期から専攻を意識した演習科目「観光産業系基礎演習」がスタートし、3年次以降の「観光産業専門演習」に継続していく。こうして、3年次に専攻が確定することになる。

なお、他の専攻に所属している学生でも、ある特定の目的に沿って専攻教育科目などの履修を終えると、卒業時に大学がその専門性を認定する制度として、「副専攻制度」を設定している。詳細は割愛するが、「国際貢献・日本語教師・英語・ビジネスマネジメント・心理・ネットワーク技術・システム開発・情報管理・デジタルコンテンツ・観光ビジネス」の10専攻がある。

表 2-5-2 専門科目における観光関連科目及び MICE 関連科目

学類共通専門教育科目
人文科学系科目（小計6） ・日本語理解論・日本文化概論・文化人類学・人間関係論・社会心理学・日本語表現論 社会科学系科目（小計6） ・経営統計学・<u>観光学概論</u>・地域研究方法論・社会調査法・経営情報論・地域社会論 自然科学系科目（小計7） ・コンピュータ概論・情報処理論・情報化社会論・自然保護論・沖縄の天然記念物 ・島嶼環境論・情報と職業 学際・統合系科目（小計19） ・国際学群特別講義・国際文化系基礎演習・語学教育系基礎演習・経営系基礎演習 ・情報システムズ系基礎演習・診療情報管理系基礎演習・<u>観光産業系基礎演習</u> ・国際文化専門演習Ⅰ・経営情報専門演習Ⅰ・<u>観光産業専門演習Ⅰ</u>・国際文化専門演習Ⅱ ・経営情報専門演習Ⅱ・<u>観光産業専門演習Ⅱ</u>・国際文化専門演習Ⅲ・経営情報専門演習Ⅲ ・<u>観光産業専門演習Ⅲ</u>・国際文化専門演習Ⅳ・経営情報専門演習Ⅳ・<u>観光産業専門演習Ⅳ</u>

専攻専門教育科目

人文科学系科目（小計 71、うち観光産業専攻 6） 島嶼文化論・観光文化論・観光実用英語Ⅰ・観光実用英語Ⅱ・観光人類学・外書購読 社会科学系科目（小計 66、うち観光産業専攻 34） ・観光産業特別講義・地誌学・（レジャー・レクリエーション論）・観光関連法規 ・西欧経済史・沖縄観光・観光行動論・観光開発論Ⅰ・観光調査法・観光交通論 ・イベント事業論・エコツーリズムⅠ・ホスピタリティ概論・観光事業論・観光地理学 ・観光産業論・交通産業論・旅行業法と約款・観光政策論・地域経済学・観光経済学 ・観光開発論Ⅱ・ホテル計画論・ホスピタリティマーケティング論・ホテル実務 ・インターンシップ基礎・インターンシップ実践・海外インターンシップ・旅行業経営論 ・エコツーリズムⅡ・ホテル経営論・国際コンベンションビジネス・ホスピタリティマネジメント論 ・観光資源論 自然科学系科目（小計 55、うち観光産業専攻 23） ・ゴルフⅠ・ゴルフⅡ・スクーバダイビング・野外活動演習・水泳・陸上競技・救急処置 ・地球の環境とその保全・沖縄の植物と保護・自然地理学概論・空手・スポーツ産業論 ・ウェルネス概論・（生理学・運動生理学）・ｽﾎﾟｰﾂﾏｯｻｰｼﾞ・ﾃﾚﾐﾝｸﾞの理論及び演習 ・環境調査法・アスレチックトレーニング論・環境アセスメント論Ⅰ・環境アセスメント論Ⅱ ・健康と長寿・スポーツ栄養学・自然観察指導法
--

観光学は学際的な学問であるために、観光に直接的に関連した科目でなくとも、重要な学問分野や知識がある。そのためにあまり限定することは出来ないが、観光産業専攻の指定する「選択科目」は上記の 63 科目となっている。

3. MICE 関連科目の設置状況とその具体的内容

名桜大学の MICE 関連科目は、「イベント事業論」「国際コンベンションビジネス」の 2 科目である。観光学概論はじめ、他の観光関連科目内でも MICE に言及することもあると考えられるが、本講では科目としての MICE 教育に限定する。MICE 科目を担当する教員は、名桜大学国際学群観光産業専攻の専任教員 1 名である。担当教員は、沖縄観光コンベンションビューローにおいて様々な観光実務経験を有し、この 2 科目を指導出来る知識と経験を持っていると考えられる。開設時にはなかったと考えられるが、現担当者が着任した 10 年前にはすでに科目が開講されていたという。

イベント及びコンベンション科目については、基礎となる教材が見当たらずに、いずれも授業プリントを作成して、配布し、学生を指導している。いずれも現場としての事例や経験はあるが、これらを概観し、わかりやすく説明した教科書は日本にはないという。

表 2-5-3 イベント事業論 シラバス

イベント事業論 (Event and Festival Management)	2 単位	後期	登録 80 名
1. 授業の概要			
観光誘客の一手段として、イベントが果たす役割について学ぶ。併せて、イベント開催に向けたコンセプトの明確化、イベントの計画・準備、実施・運営方法について学ぶと共にイベント開催がもたらす影響について考える。本講義は知識を学ぶだけではなく、実際にイベントに参加し、対象として観察・分析することが要求される。			
2. 到達目標			
講義並びに実際にイベントに参加することを通して、イベント開催による効果を踏まえ、計画・運営等にかかる理解を深める。			
3. 授業計画と内容 (回数：内容)			
1：オリエンテーション：イベントとは 2：イベントの定義 / 3：イベントの特徴 4：イベントの流れ（計画から事後まで） 5：イベント基本計画Ⅰ 6：イベント基本計画Ⅱ 7：イベントの実施計画Ⅰ（実施・運営） 8：イベントの実施計画Ⅱ（予算）	9：イベントの実施計画Ⅲ（マーケティング）、中間考査 10：イベントの運営Ⅰ 11：イベントの運営Ⅱ 12：イベントの運営Ⅲ 13：イベントマーケティング 14：イベントによる効果・影響 15：イベント終了後の業務 16：まとめ・期末考査		
4. テキスト・参考文献			
参考文献：講義において紹介します。			
5. 準備学習			
講義の際、小テストを行いますので、復習を欠かさないこと。			
6. 成績評価の方法			
活動状況 5 点：小テスト 15 点：レポート 20 点：試験 60 点 ：合計 100 点			
7. 履修の条件			
観光学概論を履修済みのこと。観光事業論を履修していることが望ましい。			

そこで、イベント及びコンベンション科目 (表 2-5-4 参照) については、洋書の中に利用できるものが存在し、それらを参考文献として紹介している。いずれも高額なため、受講生の購入を前提に講義を行うことは難しく、必要に応じて図書館等で利用するように促すにとどまっている。このテキストについては、経済的観点・運営に関する実務・地域へのインパクトなど、コンベンション運営を学ぶ上で、重要な内容がきちんと取り上げられているが、日本語の文献には残念ながら類する教材がないという。そこで、自らの実務経験を活かし、観光と結びつけながら経済学およびディスティネーション・マーケティング的アプローチをし、運営方法を学び、地域への影響を考える授業を行っているという。JTB 総研出版の「イベント & コンベンション概論」なども参照しているが、運営論が主であり、海外事例や経済・地域への影響などの観点がない。

表 2-5-4 国際コンベンションビジネス シラバス

国際コンベンションビジネス (International Convention Business)		2 単位	前期	登録 80 名
1. 授業の概要				
コンベンションビジネスとは何か、コンベンションビジネスが立脚するために必要な要素や昨今話題に上る MICE や観光産業との関係、コンベンションビジネスによる地域への波及効果について本講義を通して学ぶ。また、国内外の事例などを通して、地域におけるコンベンションビジネスについて考える。				
2. 到達目標				
旅行産業の一分野を構成するコンベンションビジネス分野について理解を深める。				
3. 授業計画と内容（回数：内容）				
1：オリエンテーション 2：コンベンションビジネスの特徴Ⅰ 3：コンベンションビジネスの特Ⅱ 4：コンベンションビジネスの構造Ⅰ 5：コンベンションビジネスの構造Ⅱ 6：コンベンションビジネスを取巻く環境 7：コンベンションビジネスの経済的側面 8：コンベンションビジネスにおける マーケティングⅠ、中間試験		9：コンベンションビジネスにおけるマーケティングⅡ 10：コンベンションマネージメントⅠ 11：コンベンションマネージメントⅡ 12：コンベンションマネージメントⅢ 13：コンベンションビジネスと旅行産業 14：コンベンション・プロモーション（コンベンション施設とコンベンション推進団体） 15：沖縄県とハワイ州におけるコンベンションビジネスの現状と課題Ⅰ 16：まとめ・期末試験		
4. テキスト・参考文献				
テキスト： 特になし				
参考文献：Conference and Convention Tony Rogers, Elsevier Butterworth Heinemann / Convention Sales and Service -Seventh Edition- Milton Astroff & James Abbey, Waterbury Press				
5. 準備学習				
講義の際、小テストを行いますので、復習を欠かさないこと。				
6. 成績評価の方法				
活動状況：5 点 小テスト：25 点 試験：70 点 合計：100 点満点				
7. 履修の条件				
「観光学概論」を履修済みのこと。「観光事業論」および「観光開発論」を履修していることが望ましい。				

4. MICE 教育の現状と課題

前述したようにイベントやコンベンション等、MICE 教育に関連する一番の問題は、適切な教科書が日本に存在しないことである。その点、昨年度本事業で作成した「マイス・ビジネス概論」には期待がある。また、科目の特性上、イベントやコンベンションへの参加や運営経験が重要であると認識している。イベントについては、身近なイベントに参加し、それをレポートにする課題を提示することで、実際のイベントへの意識や経験を積ませたいと考えている。コンベンションについては、沖縄本島北部に位置することから、コンベンション関連施設の視察やそこで実施さ

れる事業の参加が難しい状況にある。

そこで、インターンシップや担当する専門演習を活用している。インターンシップは、希望者のみ対象であるが、ホテル等において MICE 業務に触れる機会がある。また、沖縄観光コンベンションビューローでの2週間のインターンシップ中にコンベンション視察等を1日設定して頂いている。観光を専攻する全ての学生を対象には出来ないが、より興味関心を持ち、MICE を学びたい学生に対しては、実践的な機会を模索したいという。

今回の担当者のヒアリング調査において、指摘された問題点は以下の通りであった。

- ① MICE 運営・実務と経済学・地域波及効果などの理論が融合した教材がない。担当者の経験や文献から内容を再構成する必要がある。MICE カリキュラム研究が不十分。
- ② 学生にとって、イベントは身近で理解しやすいが、ノウハウ本が多い。また、コンベンション・インセンティブはイメージしにくく、指導が難しい。
- ③②を補うために視察や現場体験が有効だが、施設や開催コンベンション見学をするには大学の立地上、困難である。(日常では島内の立地、視察では東京等への距離が課題)
- ④ MICE へのアプローチは、アメリカ型観光教育は広義で観光を扱っているが、日本の観光教育は狭義の扱いであり、MICE の理解がしにくい。
- ⑤ コンベンション等の関連組織では、以前は専門人材を育成するゆとりがあったが、近年は人員こそ増えているが、現場経験に乏しく、専門人材を育成できる仕組みがない。

以上の問題点を踏まえると、以下の点の取り組みが早急に求められるだろう。

- ① MICE カリキュラムの標準化と実務と理論を学べる教材を作成する必要がある。
- ② MICE 研究及び MICE 教育実践の取り組みと蓄積が必要である。
- ③ 学生向けだけでなく、社会人向け MICE 教育プログラムの開発と実施が必要である。

以上を総括すると、当事業の取り組みの成果を生かせるのではないかと考える。

謝辞：本節の執筆にあたり、名桜大学伊良皆啓上級准教授に 資料提供及びインタビューにご協力頂いた。この場を借りて御礼申し上げる。

(参考資料)

- ・金城正英・木村堅一(2012)、地方大学の教育改革：名桜大学における学部・学科制から学群制への移行を事例として、名桜大学紀要 17、103-110
- ・名桜大学 公式ウェブサイト、大学案内、シラバス等
- ・穴戸学(2009)、観光立国を支える観光ホスピタリティ分野の人材育成、高等学校の総合的な学習の時間における観光教育のカリキュラム研究、科研費基盤(C) 研究報告書、13-26

第3章 地域における MICE ビジネス実践教育調査

第2節 横浜での MICE 教育の取り組み

秋山 友志（あきやま ともゆき）横浜商科大学 商学部観光マネジメント学科 講師

1. 背景

横浜市は 2013 年に東京都・京都市・神戸市・福岡市とともに観光庁の「グローバル MICE 戦略都市」に選定され、MICE を推進する都市として動き出した。

2014 年 3 月 27 日に、横浜市は「成長分野育成ビジョン」を策定したと発表した。この「成長分野育成ビジョン」は、「豊かな市民生活を支える横浜経済の持続的発展」のため、概ね 10 年間（2025 年頃）を見据え、今後、特に成長が見込まれる分野の育成方針・取組などを明確にし、企業・市民・経済団体等とビジョンを共有することを狙いとして策定された。この中で、「観光・MICE」を成長分野のひとつに捉え、MICE 機能の強化や関連産業の成長促進を推進することとなった。

その後、同年 12 月 26 日に、横浜市議会基本条例に基づき、「横浜市中期 4 か年計画 2014～2017」（以下、「中期 4 か年計画」）が横浜市の総合計画として初めて議会の議決によって確定した。「中期 4 か年計画」では、「都市間競争が激化する中で、人や企業から選ばれる都市となるよう、文化芸術や観光・MICE などの振興、街の魅力や賑わいづくりにつながる観光誘客の促進を図る」ため、国際会議開催件数（UIA 基準）の目標値を 2017 年度末で 75 件 / 年（2013 年度時点では 51 件 / 年）を掲げ、より具体的に MICE 戦略の目標を設定した。

2. 「横浜市中期 4 か年計画 2014～2017」における MICE 振興

「中期 4 か年計画」の中では、MICE を『魅力と活力あふれる都市の再生』戦略（戦略 3）と位置づけ、「横浜の成長エンジンとなる都心臨海部では、山下ふ頭など新たな土地利用の展開、大規模集客施設の導入等による快適で魅力的なまちづくりや観光・MICE 振興、先進的な文化芸術創造都市の取組などにより、市民・企業・行政が一体となり、世界中の人々や企業を惹きつけ、都市の活力と賑わいを創出するまちづくりを推進していきます。」とまちづくりの方向性を示している。同戦略における「都心臨海部の再生・機能強化」の 1 つとして、「進化する国際的な観光・MICE 都市」の項目を挙げ、具体的には、「横浜の強みをいかした国際的な MICE 拠点都市を目指し、MICE 機能を拡充することにより、経済波及効果の高い中大型の国際会議や医学会議等の誘致を強化します。」と更なる MICE 振興の方向性を示している。

さらに、「中期 4 か年計画」の基本政策のうち、施策 23「観光・MICE の推進」で MICE 施策の目標や方向性、具体的な取組（事業）を挙げている。この施策を含め、横浜市では、文化芸術、創造都市、観光・MICE 施策をより一層、連動、加速させ、賑わいと活力あふれる、世界から「選ばれる都市 横浜」を目指している。

2015 年度は、横浜市文化観光局などが 2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据えた取組を行っており、特に、全国展開が予定される「文化プログラム」を中心に行っている。先行的取組として開催する横浜芸術アクション事業や、新たな MICE 施設整備、創造産業の振興など「中期 4 か年計画」の実現に向けて、着実な施策の展開をしている。

3. 人材育成に関するこれまでの取り組み

(1) これまでの取り組み

横浜市文化観光局コンベンション振興課では、「MICE 次世代育成事業」（2014 年度 と 2015 年度の予算規模 300 万円）を行っている。これは、市内で開催される様々な会議や展示会等には、多くの研究者や情報が集まることから、MICE 開催による効果の市内還元として、MICE を活用した次世代育成事業を実施し、国際的に活躍する研究者との交流や、学校では体験できない特別な実習などを通し、次世代を担う若者が最先端の技術や情報に接する機会を創出することが狙いとなっている。

公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー（以下、YCVB）では、2014 年度の重点取り組みの 1 つに「国際コンベンションを核とした MICE の誘致」を掲げ、以下の取り組みを行っている。

- ① MICE 誘致；中大型国際会議を中心とした誘致の推進
- ② MICE 開催支援；主催者・参加者満足度を高める開催支援プランの充実
- ③ MICE 都市・横浜のプロモーション；広報・ブランディングの強化
- ④ MICE を通した人材開発

この中で、「MICE を通した人材開発」として、

- ①市内関連事業者等の MICE 受入理解促進の取組

市内事業者向けに MICE 開催が地域にもたらす社会的効果への理解を深めるため、MICE の有識者によるセミナー等を年 1 回程度開催。

- ④横浜観光・MICE オープンカレッジ 2014 の企画運営

地域の観光・MICE を活性化するための人材の育成・開発を目指し、市内大学の学生及び賛助会員をはじめとする民間事業者を対象とした講座を企画・運営。

を行っている。

なお、2011 年度から 2014 年度まで 4 年間実施された「横浜 MICE オープンカレッジ」のうち、2014 年度に行われた講義内容等（出典：YCVB 平成 26 年度事業報告書）を図 3-2-1 に示す。

回数	日時	会場	テーマ	講師
1	4月10日(木)	横浜市立大学 金沢キャンパス	オリエンテーション MICE・観光基礎知識	岡崎 三奈/(公財)横浜観光 コンベンション・ビューロー
2	5月8日(木)	横浜市立大学 金沢キャンパス	横浜の MICE・観光の 現状	岡崎 三奈/(公財)横浜観光 コンベンション・ビューロー
3	5月22日(木)	パシフィコ横浜	MICE施設の現場から	馬島 誠/(株)横浜国際平和会議場 営業部長
4	5月29日(木)	横浜市開港記念会館 1号室	観光(商業)施設の 独自の取組	久米本 憲一/(株)横浜赤レンガ代 表取締役社長
5	6月5日(木)	横浜アリーナ	イベント施設の現場 から	片桐 朋子/(株)横浜アリーナ 営 業部営業第一課長
6	6月7日(土)	市内	市内観光/MICE 資源 のフィールドワーク＝ まち歩きのおすすめ	嶋田 昌子/NPO 法人横浜シティガ イド協会 副会長
7	6月12日(木)	八景島 シーパラダイス	観光施設の独自の 取組	布留川 信行/(株)横浜八景島 取 締役社長
8	6月19日(木)	横浜市開港記念会館 6号室	コンベンションの 実態	齊藤 学/日本コンベンションサー ビス(株)国際会議事業部長
9	6月26日(木)	ヨコハマ創造都市 センター	イグジビション(展 示会/見本市)の実態	瀬戸 啓生/(株)ムラヤマ 第2事業局第1展示本部本部長
10	7月3日(木)	万国橋会議センター	旅行会社の戦略・ 取組	荷見 篤/近畿日本ツーリスト(株) 横浜支店 支店長
11	7月10日(木)	ヨコハマ創造都市 センター	観光(商業)施設の 独自の取組	池ヶ谷 勇人/(株)高島屋横浜店 営業企画担当 次長
12	7月17日(木)	ヨコハマ創造都市 センター	交通事業者から 見た観光・MICE	宮原 智子/東日本旅客鉄道(株) 横浜支社 営業部販売促進課 担当課長
13	7月29日(火)	万国橋会議センター	インセンティブ実習； チームビルディング	河村 甚/(株)チームビルディング ジャパン 代表取締役
14	7月30日(水)	万国橋会議センター	イベントから見つめ る都市の魅力	大川 哲郎/横浜のイベントを エコにするネットワーク副会長
15	7月31日(木)	横浜ベイシェラトン ホテル&タワーズ	観光・MICEにおける ホテルの重要性	筋 久徳/横浜ベイシェラトンホテ ル&タワーズ 営業部課長 大川 真実/横浜ベイシェラトンホ テル&タワーズ マーケティング 部 広報マネージャー
16	8月1日(金)	YCVB 会議室	横浜の魅力提案； グループワーク	岡崎 三奈/(公財)横浜観光 コンベンション・ビューロー

図 3-2-1 2014 年度「横浜 MICE オープンカレッジ」講義日程及び内容

(2) 平成 27 年度の取り組み

横浜市文化観光局コンベンション振興課での「MICE 次世代育成事業」では、以下の事業で MICE を活用し、若者が最先端の技術や情報に接する機会を提供している。

- ・第 25 回日本 MRS 年次大会「第 2 回日本 MRS 大実験室—未来の科学者へ—」
- ・第 31 回日本義肢装具学会学術大会「バリアフリーは創るもの 体験！生活を豊かにする驚きの機器
- ・水素安全国際会議 (ICHS)「話題の水素エネルギーを体験しよう！」
- ・第 11 回 ICM アジア太平洋地域会議・助産学術集会次世代育成事業「これからの日本で子どもを産むということ」

また、横浜市文化観光局の平成 27 年度の予算概要では、横浜の未来を担う次世代育成の推進事業として、「クリエイティブ・チルドレン」というトピックキーワードを挙げ、「クリエイティブ・チルドレン」を以下のように解説をしている。

- ・地域、学校、行政、企業等が都市一体となって子どもの創造性を育む取組を展開

(鑑賞、体験、創作、発表、社会活動)

- ・横浜育ちの子どもたち(＝クリエイティブ・チルドレン)が地元、世界で活躍、文化芸術、創造都市、観光・MICE 産業を牽引
- ・クリエイティブ・チルドレンが世界中の注目を集め、新しい文化芸術・創造都市、観光・MICE 都市横浜のブランドを確立

YCVB では、2015 年度は、「MICE 誘致・開催支援事業(国際コンベンションを核とした MICE の誘致)」として、「国内におけるセールス活動」や「コンベンション・サポーター制度の運営」を挙げている。「国内におけるセールス活動」では、「主要大学研究者、学協会関係者への訪問セールス」、「市内大学研究者とのネットワーク開拓(大学別説明会開催、大学向け PR の実施)」を挙げている。「コンベンション・サポーター制度の運営」では、「会場内でのインフォメーションデスクへの派遣、日本文化紹介プログラムへの協力など、市民一人ひとりのスキルやノウハウ、ホスピタリティを最大限に活かせる場の提供」を挙げている。

なお、2011 年度から 2014 年度まで 4 年間実施された「横浜 MICE オープンカレッジ」の企画に関して、2015 年度は実施されていない。

2015 年 8 月 5 日には、横浜市経済局が主催で、経済波及効果や MICE ビジネスの可能性についての理解を深める「MICE セミナー」を、MICE 分野に関心を持つ事業者向けに横浜市内で開催している。これは、前述の「成長分野育成ビジョン」の関連事業によるもので、第Ⅰフェーズ:「MICE セミナー」、第Ⅱフェーズ:「事前研修会」、第Ⅲフェーズ:「ビジネスマッチング(商談会)」と「フォローアップセミナー」という流れをもって実施される支援事業スキームの 1 つであった。

2015 年 12 月 21 日には、観光 MICE の分野でのオープンデータやビッグデータの活用をテーマにした「成長分野×データ活用ビジネスセミナー『観光 MICE とオープンデータ』～2020 に向けて、バルセロナの失敗に学ぶ、データ活用による都市観光の未来～」(主催: NPO 法人ヨコハマコミュニティ・デザイン・ラボ、laboratory urban DECODE、共催: 横浜市経済局)が横浜市内で開催され、今後、継続的に「産官学民」連携による MICE セミナーやシンポジウムの開催も期待されている。

4. 今後の展望

横浜市と川崎市、そして神奈川県 の 3 団体が、2011 年 12 月に「京浜臨海部ライフイノベーション国際戦略総合特区」として国に指定されたことにより、横浜市内でも医薬品・医療機器産業を中心した MICE 開催の増加に期待が持たれている。その一方で、MICE 人材を育成するプログラムは決して十分とは言えず、「産官学民」で連携したプログラム開発や講座の開設は急務でもある。2020 年オリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、「文化プログラム」での人材育成も「創造都市・横浜」を象徴するものである。今後、横浜市では、医薬品・医療分野、文化・芸術分野で専門性を発揮できる MICE 人材の育成も検討の余地があると言えるだろう。

第3章 地域における MICE ビジネス実践教育調査

第1節 札幌での MICE 教育の取り組み

市岡 浩子（いちおか ひろこ）多摩大学 グローバルスタディーズ学部 教授

1. 背景

2015 年は札幌市の MICE 事業にとって新たなスタートの年となった。同市は政府が定めた「MICE 元年」の 2010 年に「札幌 MICE 総合戦略」を発表したが、5 年ごとの見直し時期にあたった同年、2016 年から 5 か年の戦略をまとめた「札幌 MICE 総合戦略 2015 - 19 ～札幌の魅力あふれる "ONLY ONE" MICE 都市～」を発行した。また同年 6 月に、観光庁が選定する「グローバル MICE 戦略・強化都市」にも選ばれた。本稿では、こうした背景のもと札幌市が強化を図る MICE 事業推進について、人材教育に焦点を当て諸事業を紹介すると同時に、今後の方向性を展望したい。

2. 「札幌 MICE 総合戦略 2015-19」の要点

その副題にあるように、同戦略は札幌市における MICE 推進のビジョンとして「札幌の魅力あふれる "ONLY ONE" MICE 都市」と設定した。同ビジョンの背景となる、MICE 都市としての SWOT 分析では、札幌市の強みとして、

- ①魅力ある都市としての優位性
- ②自然環境と都市機能の充実
- ③キーパーソンの集積と札幌での開催ニーズの高さ
- ④海外（特に東・東南アジア）における圧倒的な人気
- ⑤政府系国際会議の開催実績
- ⑥国際的大規模スポーツイベントの開催実績
- ⑦官民一体となった取り組みの蓄積
- ⑧関連企業や自治体などとの連携

の 8 点を挙げている。一方、「弱み」としては、

- ① MICE 施設の規模
- ②コンベンションビューローの体制

の 2 点を挙げ、それを踏まえた上で、海外主要都市も含めた他都市との競合に打ち勝つべく "ONLY ONE" を前面に押し出したビジョンを設定した。

同ビジョンのもと、最重要マーケットのアジア各市場動向などを踏まえた上で、札幌市の強みを十分に生かしながら国際競争力を増強するための誘致重点ターゲットとして、

- ①国内およびアジアをターゲットとした学術系の大中規模会議
- ②東アジア・東南アジアからのインセンティブツアー
- ③国内外に向けた PR 効果の高い政府系国際会議
- ④札幌の特色を生かしたスポーツ関連の会議、大会イベント

の 4 つを挙げている。これに基づき、誘致支援活動のさらなる強化、および、MICE 施設整備と市内における MICE ゾーンの形成の検討の 2 点を受け入れ基盤強化に関する重点策として位置づけている。また、これらの目標達成のための具体策施策として、

- ①開催支援・おもてなしの強化
 - ②誘致・セールスのさらなる促進
 - ③人材育成・高度化の実現
 - ④産官学連携を基盤とした組織運営力の強化
 - ⑤市内の関連施設・設備

の5項目を挙げている。

3. 人材育成に関するこれまでの取り組み

(1) これまでの取り組み

前述のように、人材の育成とその高度化の実現は、今後の札幌 MICE 総合戦略の中でも戦略推進実現の具体的施策の一つとして明記されている。具体的には、

- ①市民ボランティア向け講座
- ②大学と連携した学生の MICE 理解深化を図るための機会創出
- ③官民一体による海外ネットワークを活用したノウハウの高度化

の3点を挙げ、②③は「新規事業」として位置づけている。①の市民ボランティア活動は、外国語を使って「国際交流とコンベンション」を支えるために昭和52年に設けられた制度で、平成27年現在で15か国語507人が登録されており、登録者には国際会議やおもてなしについての理解と実践力を高める講座が定期的に開催されている。

②の大学との連携に関しては、筆者（市岡）が平成24－25年度の2年間にわたり、札幌市市長政策室より「札幌市大学提案型共同研究事業」を受託し、大学などとの連携の導入的役割を果たした。平成24年度には、MICE の認知度と理解度の向上を目的とし、主に市内の大学生を含む10代および20代の若い人材を対象とした「Sapporo MICE Smile Seminar」を実施した。同セミナーは MICE の入門的講座や海外の専門家による特別講演、市内の関連施設の視察などを含め3日間にわたり実施し、述べ130人が参加した。さらに、平成25年度には、市内の MICE 関連事業に従事する社会人にも対象を広げ、「札幌 MICE カレッジ」を実施した。同講座は MICE ビジネスの特色などを概説する講義に加え、市内のユニークベニューなどを視察する1日の講座で、社会人も対象に含めたが、結果的に市内の大学生20名が参加した。加えて、観光や英語コミュニケーションを教える立場にある大学教員によるレクチャーや、「MICE 人材育成に関する産官学による円卓会議」にも大学教育関係者が複数参加し、今後の人材育成に関する大学の役割や重要なことについても討議した。

2年間にわたった同調査の研究成果は多岐にわたったが、MICE 人材育成に必要な不可欠な要素として、観光関連の科目を通じた MICE についての理解促進や英語コミュニケーション能力の伸長や、インターンシップを含めた多様な実務経験が重要であることを指摘した。こうした能力資質の開発を図っていくと共に、大学生の就職先として MICE 業界を考える上でも、業界ニーズの把握やインターンシップなどの実務を通じた産学連携が重要であることを改めて確認した。

上記に加え、2年間におよぶ研究調査が行った最も重要な提言は「MICE 人材育成に関する取り組みを、産学官の強靱な連携により、持続的に推進していくこと」であった。その提言は、本事業の主任研究者である横浜商科大学の穴戸教授が中心となり実施された平成26年度文部科学省委託事業「成長分野等における中核的人材養成の戦略的推進＜観光分野＞地域産業活性化のためのインバウンド観光人材育成」、および、本事業によって継承・実践を果たすことができたといえよう。平成26年度には上記セミナーのような大学生らを対象としたセミナーなどは札幌市では実施されなかったが、同事業の成果として発刊された『マイス・ビジネス概論』やeラーニング教材は、本事業が札幌市と横浜市で実施した「社会人学び直しとしてのバウンド観光・MICE ビジネス講座」で使用されている。

一方、上記③に関わる事業としては、札幌市が2011年から3年間、主に MICE 産業への就職希望者や MICE 事業に従事している社会人を対象として実施した「さっぽろ MICE アカデミー」が挙げられる。これは、札幌市や札幌商工会議所、札幌国際プラザ、NPO コンベンション札幌ネットワークなどで構成する「さっぽろ雇用創造協議会」が厚生労働省の地域雇用創造推進事業を受託し実施したものである。同アカデミーは初・中・上級編、および、企業編の4段階の講座が設けられており、専門家による講義、と参加者のグループワークなどを含めたワークショップ、

市内関連施設における実地研修で構成されている。同アカデミーで特筆すべきは、「企業編」にあたる「会議・イベントなどの企業向けセミナーである。3か年にわたるセミナーには、市内の MICE 関連事業に従事するプロフェッショナルの参加が見られ、参加者のプロフィールも旅行会社、宿泊産業、広告代理店、DMC と多岐にわたったことに加え、役職もエントリーレベルから管理職の参加があり、参加企業数は述べ 60 社に上った。セミナーはテーマパーティーやユニークベニューに関する講義や実践ワークショップなどから成り、台頭マーケットに関するマーケティング対応や時機に合せたトピックなどを盛り込んだ専門的な内容となっている。

(2) 平成 27 年度の取り組み

このように、札幌市では過去数年にわたり、市民ボランティア、大学生を含めた若い世代、MICE 関連事業に従事するプロフェッショナルなど、異なる対象に向けた人材育成プログラムを持続的に展開してきた。冒頭に記したとおり、2015 年(平成 27 年)は札幌市の MICE にとって新たなスタートの年となったが、人材育成に関しても本事業が行った「社会人学び直しとしてのインバウンド観光・MICE ビジネス講座」に加え、産官学連携による複数のプログラムが展開された。

一つは北海道の観光振興政策の推進母体となる北海道観光振興機構主催の「北海道 MICE 環境魅力アップ対策事業：MICE 拠点地域セミナー」である。これは札幌市に限らず全道の自治体、観光協会などの行政機関や、宿泊、旅行、イベント企画などの関連事業に従事するプロフェッショナルを対象としたもので、札幌市を含めた道内 10 か所で巡回開催された。「MICE に求められるメニューとは」と題された講義に加え、それぞれの地域の資源発掘や魅力ブラッシュアップに関するワークショップから成る 1 日のセミナーで、参加者は行政関連者を中心に述べ約 200 名にのぼった。

もう一つは、経済産業省の「地域企業人材共同育成事業」として NPO コンベンション札幌ネットワークが実施した「海外ビジネス展開を目指すグローバル人材育成プログラム」である。同プロジェクトは、札幌市内のホテル、運輸、印刷、小売りほか観光・MICE 関連の中小規模企業を主な対象とし、海外ビジネスにおけるコミュニケーション能力と企画提案力の向上、および、ビジネス環境整備を目的としたものである。図 1 はその概要と流れを示したもののだが、ステップ 1：人材育成を目的とした「(海外企業への) 出向」、ステップ 2：人材育成を目的とした「他社などでの OJT 研修」、ステップ 3：グローバル人材育成セミナーの実施(Off-JT)の 3 段階からなっているのが特徴である。本稿を執筆している 2015 年末現在では、ステップ 1 が終了している。ステップ 1 は、対象業種の若手・中堅社員を海外企業に派遣し、海外の観光・MICE 事業の実態を現地で学ぶと同時に、コミュニケーション能力や企画力の向上を図ることを主な目的としている。ステップ 1 のハイライトは、市内、および、海外(フィリピンセブ島)で 1 週間の英会話研修を受けた後、フィリピン、台湾、香港、マレーシア、シンガポールの MICE 関連企業で 2 週間の実地研修を行うもので、6 社から 20～40 代の社員 10 名が参加した。実習参加に当たっては参加企業が渡航や宿泊に関する費用(約 30 万円)を負担している。

2016 年 1 月から 2 月にかけて実施を予定しているステップ 2 では、ステップ 1 で若手社員を派遣した企業が道内の同業他社から社員を受け入れ、ステップ 1 で派遣社員の海外研修の経験を反映した OJT 研修(5 日間を予定)を実施していく。さらに、ステップ 3 では、海外の MICE 関連専門家や実務者を招聘し、グローバル人材育成を目的とし、参加 100 名を想定した 1 日のセミナーを 3 月に実施することを予定している。

4. 今後の展望

本稿は札幌市における MICE 人材育成に関する諸事業についてまとめたが、筆者も前述の「札幌市大学提案型共同研究事業」の実施を含め、微力ながらその推進に参画してきた。これらの実績に基づき強調して提言したいのは、札幌市に留まらず、MICE 人材育成の推進には産官学の強靱な連携が不可欠であり、さらに、人材育成に関する諸事業を継続的に実施していくことが重要だということである。さらに、実践した各種事業については、その成果を評価・検証しながら確固たる PDCA のサイクルに乗せて推進していくことが不可避である。

また、札幌市で継続的に実施されてきた人材育成に関する各種事業の多くが各種助成金を受けて展開されてきたことを考えると、今後も人材育成に関わる諸事業の運営を可能にする資金や「教える人材」の確保も重要である。これまで札幌市が実践してきたように、MICE 事業の多様性をうまく活用しながら、「グローバル人材」や「ホスピタリティ

教育」など、異なる業種や分野における各種助成事業を今後も活用していくことも一策である。あるいは、本年度実施されている「海外ビジネス展開を目指すグローバル人材育成プログラム」は、次年度以降は同プログラムを受託した本年度実施を担った NPO 札幌コンベンションネットワークの会員企業が、人材育成プログラムとして有料で提供・展開していく予定である。このように、様々なかたちで多様なステークホルダーの連携により、MICE 人材育成に関するプログラムが今後も継続実施されていくことを強く望みたい。

第3章 地域における MICE ビジネス実践教育調査

第3節 東京での MICE 教育の取り組み

神田 博夫（かんだ ひろお）横浜商科大学 地域連携コーディネーター

1. 背景

日本ではコンベンションの誘致を中心に MICE の推進を図ってきたが 2010 年に「Japan MICE Year」が定められて以降は MICE 分野の全域について幅広く注目されることとなった。その年における東京都の国際会議の実績は 190 件に達してはいたがまだまだ諸外国に比べると件数は少なく、競合都市との予算や執行体制に劣り、マーケティングの視点での分析が十分ではなかった。そこで効果的なプロモーションを図る為に MICE 施策の基盤強化による MICE 誘致の推進が図られた。2013 年度の東京都観光産業振興プランの報告では、それまでのレジャー市場中心の展開からビジネス市場へのアプローチを強化して MICE 誘致を外国人旅行者の誘致における戦略のひとつと新たに位置付けた。国際会議中心から他の分野への幅広い取組、マーケティング戦略の構築とプロモーション実施、独自の支援プログラム提供やサポートの取組等、東京の強みを組み合わせた総合力による MICE 誘致施策の展開を図るとされていた。

その 2013 年において東京都は横浜市、京都市、神戸市、福岡市と共に観光庁の「グローバル MICE 戦略都市」に選定され、国からもサポートを受け、さらなる誘客促進を求められることとなった。

2015 年度からの東京都長期ビジョンによると都市戦略の政策指針のひとつに『東京の多彩な魅力と「おもてなしの心」で世界の旅行者を惹き付ける世界有数の観光都市・MICE 開催都市を実現する』とある。2020 年のオリンピック・パラリンピックの開催を受け、世界をリードするグローバル都市の持続的発展の実現に向けて将来をみすえたグランドデザインが描かれた。そして、その中で MICE も重要な位置づけとなった。オリンピック後の展望として 2024 年頃には「東京の強みを生かした誘致活動により、MICE 開催都市としての揺るぎないプレゼンスが確立している。」とある。

2. 東京都長期ビジョン 2015-17

都市戦略において 3 か年の年次計画事業の展開の中には「MICE 誘致に手法による効果的なプロモーション、受入環境の充実、専門分野の育成などの戦略的な取組を推進する。」と積極的な取組に向けて各種の活動計画がなされている。

(1) MICE プロモーション

2013 年度に年間 228 件の国際会議開催数を 3 年後の到達目標を 250 件とする。

その為に開催・誘致支援、MICE ファムトリップの実施やユニークベニュー実施支援、そして学術系国際会議の誘致促進。

(2) MICE 専門人材育成

専門人材育成講座の実施（年間 20 人、計 60 名）

(3) MICE 受入環境の整備。

2014 年度までの東京ビジネスイベント先進エリアの選定・支援、臨海副都心における MICE 拠点化推進事業の実施から 3 年後の MICE 拠点形成の推進へ。

その為に重点支援後に連携・協力、またおもてなし推進に向けた民間の新規事業の掘り起こし・展開。

3. 人材育成に関するこれまでの取り組み

東京都においての人材の育成の場として大学と連携し、幅広い層を対象に一般の住民にも開かれた機会を提供している。それが首都大学東京の「オープンユニバーシティ」である。首都大学とは「大都市における人間社会の理想像を追求すること」を大学の使命とし、大都市東京ならではの都市に立脚した教育研究に取り組んでいる大学である。そもそもこの大学は都立の「東京都立大学」「東京都立科学技術大学」「東京都立保健科学大学」「東京都立短期大学」の4つを2005年に再編・統合して設置した新しい大学である。その大学の中で都民向けの生涯教育として開設されたものがオープンユニバーシティで多くの都民を含む一般の社会人の方々が学んでいる。その科目は一般教養講座以外にも自治体との連携講座、研修支援講座、キャリアアップ・リカレント講座、大都市課題をテーマとした講座などの多彩なメニューを持っているのが特徴である。

東京都は2012年度より首都大学東京と連携して MICE に関わっている者だけでなく、学生や社会人を対象として講座を開いている。業界で活躍する講師陣による知識や実践的な事例と共に、大学等の講師陣が観光の基本的な見方や考え方及び観光におけるコミュニケーションの重要性について分かりやすく解説している。MICE に関心があっても学ぶ場や書籍もなかったこともあり、いろんな業種からの社会人の参加があった。

2014年実施の MICE 人材育成講座の詳細

講座名：「観光と MICE の見方・考え方」

実施日：2014年11月14日～12月9日のうち 8日間

会 場：首都大学東京飯田橋キャンパス

(千代田区飯田橋3丁目5番1号 東京区政会館3階)

12月5日実施予定の講座に関しては東京国際フォーラムで実施

講座数：8コマ（1コマ90分 19時00分～20時30分）

定 員：20名

受講料：12,000円（オープンユニバーシティの会員以外は別途入会金3,000円が必要）

問合先：東京都産業労働局観光部企画課（事業全般に関すること）

首都大学オープンユニバーシティ事務局（講座内容に関すること）

	テーマ 講義内容	講師（敬称略） タイトル
1	「観光の見方・考え方」 観光の基本的な従来の視点を踏まえながら、MICE や着地型観光などの新しい観光の捉え方を説明。	菊地 俊夫 首都大学東京都市環境学部教授
2	「観光まちづくりの考え方と実践」 着地型観光を進めるために配慮すべき、観光対象地の市民や企業が取り組む観光まちづくりの意識や実践を解説	川原 晋 首都大学東京都市環境学部准教授
3	「コンベンション都市戦略と MICE」 観光や MICE におけるシティーセールスの役割や効果について、コンベンション都市といわれていた時代から歴史的を説明	東 秀紀 首都大学東京都市環境学部教授
4	「観光と政策」 安倍政権の発足後、観光立国に向けた動きが加速化されており、これまでの国の取組みと今後の展望について解説	本保 芳明 首都大学東京都市環境学部教授

5	「新たな観光戦略としての MICE」 MICE の市場規模、MICE ビジネスの実際とその効果、MICE デスティネーションとしての東京	奥山 隆哉 敬愛大学経済学部講師 一般社団法人日本旅行業協会 元事務局長
6	「香港に学ぶ MICE プロモーション」 アジアをリードする MICE 先進都市香港の戦略と取組を分析	古谷 剛 香港政府観光局 アシスタントマネージャー MICE
7	「MICE 事例研究 1」 東京で開催されたコンベンション（C）や展示会（E）の具体的な事例を研究	前原 俊幸 株式会社東京国際フォーラム 営業部 セールスグループ デピュティ・ジェネラル・マネージャー
8	「MICE 事例研究 2」 実際に開催された企業ミーティング（M）やインセンティブ（I）を例に戦略的誘致手法を分析	浅井新介 MPI Japan Chapter 名誉会長 一般財団法人日本ホテル教育センター MICE 塾塾長

4. 人材育成に関する新たな取り組み

東京都は東京の魅力を世界に発信し、高い経済波及効果が見込める MICE 誘致を積極的に推進する為に新たな人材育成を始めた。誘致競争に勝つ為に誘致や開催の専門的スキルやノウハウを持つ人材育成の為に実践的なスキル向上を図ることを目指した。関連事業者等を対象に公益財団法人東京観光財団は東京都と連携し、「MICE グローバル人材育成講座」を実施した。受講資格としては実務者のみに絞り「都内の会議等施設、ホテル、PCO、DMC、エリアマネジメント協会等、MICE 誘致に積極的に取り組む、又は今後取り組む予定の団体に勤務していること」とした。前期 6 回、後期 6 回をそれぞれの全回出席者には東京観光財団より終了証が授与された。

講座が実務者と言う事もあり、東京都から「ビジネスイベンツ先進エリア」のひとつに指定された六本木・赤坂・麻布エリアを中心として活動している「DMO 六本木」の協力を得てのユニークベニューの視察も行われた。ホテル「ザ・リッツカールトン」所有の高級車による移動サービス、乃木会館でのレセプション会場視察や乃木神社においての正式参拝や鏡開きを参加者は体験した。現在、国も施策として取り組み始めた「日本型 DMO」について地方だけではなく東京都内において取り組んでいるエリアの果たす役割、強み、課題等が紹介された。

今回の受講者を見るとホテル、会議場、コンベンションサービス、旅行、印刷、観光局等の業界関係者が含まれていた。東京観光財団としても今後もこの事業をさらに継続するとの事であった。

なお、この事業は前述にある「東京都長期ビジョン」の「都市戦略 3 日本人のこころと東京の魅力の発信」「政策指針 7 「おもてなしの心」で世界中から訪れる人々を歓迎する都市の実現」によるものであった。



東京観光財団での講義



乃木会館視察



乃木神社での鏡開き

2015年実施の MICE 人材育成講座の詳細

講座名：「MICE グローバル人材育成講座」（前期：国際会議、後期：インセンティブ）

実施日：前期 2015年8月19日～9月17日のうち6日間

後期 2015年12月2日～2016年1月27日のうち6日間

会場：公益財団法人東京観光財団（新宿区山吹町 346 番地 6 日新ビル）

前期9月17日は東京国際フォーラムで実施

後期1月27日は東京ミッドタウン・カンファレンスで実施

講座数：前期6回、後期6回（1回90分 19：00～20：30）

定員：各25名程度

受講料：各期 20,000 円

問合先：東京都産業労働局観光部企画課（事業全般に関すること）

（公財）東京観光財団コンベンション事業部（講座内容に関すること）

前期： 国際会議 ＜国際会議の誘致と開催 ～成功させるヒント～＞		
本講座の狙い：海外の会議主催者との直接的なコミュニケーションや多様な会議参加者の来訪など、急速にグローバル化する国際会議の誘致・受入に対応するため、グローバルスタンダードを身につけた人材を育成し、実践スキルの向上を図ることを目的とする。		
	テーマ 講義内容	講師（敬称略） タイトル
1	「国際会議概論」 国際会議の市場規模や特徴、開催の意義、東京が今後取り組むべき国際会議誘致の方向性等について	奥山 隆哉 淑徳大学経営学部 特任教授
2	「政府系国際会議の現場 ～オペレーションと課題～」 国際会議の中でも、特殊な対応が求められる政府系会議の事例を通じて、関連事業者の役割、成功の秘訣、東京の抱える課題等について	萩原 政彦 (株)コングレコンベン ション事業本部統括部長
3	「国際団体本部主導型の会議の現場～誘致決定から本番まで～」 近年増加する傾向にある、国際本部が会議運営すべてに決定権を持つ国際会議の事例を通じて、関連事業者の役割や訪米型ビジネス慣習への対応の必要性について	小川原 桜子 MCI-JCS Japan 株式会社 シニアアカウントマネー シャー
4	「国際会議誘致競争 ～激化するグローバル競争～」 国際会議の誘致活動の事例紹介を通じて、国際本部が決定権を持つようになったことによる誘致活動の変化や、開催都市への影響等について	野本 加奈 東京観光財団コンベン ション事業部誘致事業課 国際会議係長
5	「グローバル化する国際会議 ～実践編：クロスボーダー契約について～」 東京のマーケット特性や、グローバル・マーケットへの対応に不可欠なクロスボーダー契約、国際本部が多く存在する欧米のビジネス慣習との違い等について	沖崎 晃一 パレスホテル東京グロー バルセールス部部长
6	「会場視察：（東京国際フォーラム）」 東京を代表する都市型 MICE 施設であり、コンベンション&アートセンター。近年、国際会議開催の実績も増加。大規模改修工事の見学も含めて、施設の果たす役割、継続性等について	齊藤和彦 国際フォーラム営業部 ジェネラル・マネー ジャー

後期： インセンティブ ＜インセンティブ受入のためのおもてなし向上 ～ 2020 年大会開催に向けて～＞		
本講座の狙い：2020 年のオリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、スポンサー企業を始めインセンティブツアー等での来訪者が今後益々増えていくことが予想される。本講座はインセンティブ誘致・受入に関するノウハウを提供することにより、グローバルスタンダードを身につけた人材を育成し、実践的スキルの向上を図ることを目的としている。		
	テーマ 講義内容	講師（敬称略） タイトル
1	「2020 年オリンピック・パラリンピック競技大会の開催までの計画と課題」 2020 年大会の概要、開催の意義、準備の流れ、利用施設、今後の課題等について	折笠 真由美 東京都オリンピック・パラリンピック準備局大会準備部開催計画課長
2	「オリンピックスポンサーによるホスピタリティープログラムとは何か？」 過去のオリンピックでの事例紹介も交えながら、オリンピックスポンサー、ホスピタリティープログラム、スポンサーエージェントの役割、受入側に期待すること等について（英語による講義、同時通訳あり）	Alan Dizdarevic Co-CEO、Jet Set Sports (スポンサーエージェント)
3	「インセンティブ誘致におけるマーケティングとプロモーション」 主催者がインセンティブに求める目的・ニーズを基に、どこにビジネスチャンスがあり、どのような形でビジネスが発生するのか等、具体的な事例と共に	小泉 靖 ICS コンベンションデザイン代表取締役社長
4	「インセンティブ誘致でホテルに求められていること」 インセンティブ誘致・受入におけるホテルの役割、必要なスキル・ノウハウ、海外マーケティングプランナーが日本のホテルに期待していること等について（日本語による講義）	ヨリス・ヴァンジリヘム ヒルトン・ワールドワイド・セールス 国際営業部長、MICE 担当日本営業統括本部
5	「インセンティブ誘致で DMC に求められていること」 インセンティブ誘致・受入における DMC の役割、必要なスキル・ノウハウ、海外マーケティングプランナーが DMC に期待していること、おもてなしのあり方等について（日本語による講義）	ゲライント・ホルト THE J TEAM 代表取締役
6	「視察（DMO 六本木）」 DMO 六本木は六本木・赤坂・麻布エリアに国内外の MICE を誘致することを目的として設立、東京都から「ビジネスイベンツ先進エリア」に指定されました。本講義ではエリアの果たす役割、強み、課題等について ユニークベニュー（乃木会館と乃木神社）視察も行う	坂本 和也 森ビル、アカデミーヒルズ事業部業務推進グループ課長

5. 民間の MICE 人材育成に関する取り組み

マイス塾

民間においては一般財団法人日本ホテル教育センターが「MICE 塾」を運営している。2011 年に開塾し、2016 年 5 月からは 6 期生が入学を予定している。この塾の立ち上げについては浅井新介氏が全面的に関わり第 4 期までの塾長を務めた。今日の日本の MICE 業界発展の功労者で MICE の国際組織である MPI 日本支部を設立し、東京都や地方自治体の MICE ビジネスの普及にも尽力されたが 2015 年 1 月に急逝された。その意思を継いで現在は川島久男氏が塾長となった。川島氏は観光庁よりマイス分野で「VISIT JAPAN 大使」を拝命。国際会議運営の専門家。国際 PCO 協会において講師として活躍するなど、その取組は海外でも有名で観光庁「国際会議誘致ハンドブック」の刊行にも携わった。

塾生はホテル業界が中心で、その他に宿泊産業、コンベンション業界、旅行業界、海外観光局等の分野の関係者も学んでいる。専門的知識及び実践的スキルを兼ね備えたグローバルなマイス人材を育成するのが目的でまさしくプロを育成するマネジメントスクールである。MICE の本質・仕組みを理解し、スグに役立つ講座の実現を図っている。

この財団は MICE 塾とは別にホテル産業経営塾（ホテル塾）を併設しており、こちらはさらに歴史が長く 2016 年 5 月からは 16 期生が入学予定である。入塾の条件としてはホテル・旅館業界においてミドルマネジメントの立場にある方、近い将来、管理職・経営者を目指している方、他社のミドルマネジメントとの交流を求めている方、等の将来の幹部候補生が会社の費用で知識を深めており、その後のキャリアも支配人等華々しいものがある。

MICE 塾においての入塾資格はホテル、旅館において宴会や宿泊の営業職の担当者、MICE ビジネス業界の担当者や近い将来、目指す方等のホテル、旅館及び MICE 業界の新たなビジネスリーダーとなる人材でこちらも会社を代表して送り込まれている。それ故に MICE 業界の発展と自己の能力向上に前向きな方々が多い。また講師陣は日本の MICE 業界を代表する方々が教鞭を取っており、現在も第一線で活躍をしている先生ばかりで実践教育の機会となっている。筆者（神田）は第 4 期で卒業したが、塾生も最前線で活躍している方々ばかりで、その見識は高く、塾生間での情報交換や自社での問題解決のアドバイスを求めたりと授業のみならず、その講師や塾生のネットワークをフルに活用していた。

2016 年度第 6 期 MICE 塾の詳細

実施日：2016 年 5 月～2017 年 3 月

毎月第 1 及び第 3 金曜日（8 月を除く）

時 間：14:00 - 18:00

講座数：全 16 回（1 回は施設見学の予定）

会 場：専門学校日本ホテルスクール アネックス教室

定 員：20 名

授業料：20 万円（税別）

卒塾条件：全授業の 70% 以上の出席率、卒塾論文の提出

問合先：一般財団法人日本ホテル教育センター 事業本部 教育事業室
（東京都中野区東中野 3-15-14）

後援団体：国土交通省観光庁、日本政府観光局（JNTO）、一般社団法人日本ホテル協会、一般社団法人全日本シティホテル連盟、一般社団法人日本旅館協会、一般社団法人日本旅行業協会、一般社団法人日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー、一般社団法人日本イベント産業振興協会、一般社団法人日本展示会協会



カリキュラム概要

基本方針

- (1) 基本理解～ MICE ビジネスの特性と本質
- (2) 市場理解～マーケティング&プロモーション



- (3) 案件獲得～受注率を高めるセールス提案
 (4) 獲得から実施～セグメント別オペレーション
 (5) 実施時の効果測定～収益の適正管理

	テーマ 講義内容	講師（敬称略） タイトル
(1) 基本理解		
1	「マイス・ビジネス概論」 ・いま、なぜマイスなのか ・マイスとは：マイスの効果、マイスの定義、マイスの歴史 ・いま、求められるマイス人材 ・マイス・ビジネスの将来	川島 久男 塾長 川島アソシエイツ 代表
(2) 市場理解と参入（マーケティング）		
2	「マイスマーケティング」 ・MICE を構成する 4 つの分野の主催者の目的の理解 ・目的に応じた、マーケティングにおける 4P の理解 ・企業を中心とした国内の MICE 実施企業群の特性とニーズの概 観 ・強力な販売チャネルである旅行代理店や PCO の 役割の理解と連携方法の習得	大野 修一 アンダーズ東京 セールス&マーケティング部長
3	「マイスプロモーション」 ・国際コンベンション・ビジネスの基礎理解 ・コンベンション誘致のヒント	川島 久男 塾長
4	「マイス投資対効果」 ・実施する “ 内容 ” ではなく “ 効果 ” が重要視される M I C E ビジネスの現状の理解 ・投資対効果（ROI）を最大化する M I C E の提案事例についての理解	徳永 清久 株式会社プリンスホテル 執行役員
5	「インセンティブ（I）マネジメント」 ・大規模かつ収益性が高いインセンティブの特性の 理解 ・インセンティブ受注と実施のキーポイントに関する 理解	浅香 雅司 MICE Services EVEN 代表
(3) 案件獲得（セールス）		
6	「チームビルディング」 ・チームビルディングとは「仲間が思いを一つにして、一つのゴールへ向かって進んで行ける組織づくり」のこと ・チームを一つにするチームビルディングを体験 ・MICE 顧客から期待されるチームビルディングについての概要の理解 ・日本のチームビルディングの現状と今後の展望	河村 甚 株式会社チーム ビルディング ジャパン 代表取締役
7	「コンベンション（C）マネジメント」 ・コンベンションとエグジビションのマーケットと特性の理解 ・マイスが開催される施設の課題理解 ・主催者が求めるマイス施設とは	佐藤 利幸 パシフィコ横浜 総務部総務課経営企画担当課長

8	「ネットマーケティングとソーシャルメディアの活用戦略」 ・ホームページ、ブログ、ソーシャルネットワークサービス（SNS）等のインターネットを使用した最新ネットマーケティング手法の現状理解と活用方法	館田 智 フェリックス・ウェイ有限会社 代表取締役
9	「レベニューマネジメント for マイス」 ・日本の多機能型ホテルの収益特性の理解 ・宴会、客室、付帯収入を最大化するイールドマネジメント手法の基礎理解 ・セグメント理解、需要予測、価格設定、販売チャネルの活用方法などの習得	堀口 洋明 株式会社亜欧堂 代表取締役
(4) 獲得から実施（オペレーション）		
10	「企業ミーティングプランナーがホテルに望むこと」 ・企業はどのように MICE を計画し、実施しているのか。多くの MICE を計画する主催者のホテルへの期待、要望、注意点などの理解	福島 安秀 日本アルコン株式会社 マーケティング推進部部长
11	「ミーティング（M）イベントマネジメント」 ・数的需要が最も多いホテル主力商品であるミーティングの特性の理解 ・従来のミーティングを顧客満足と収益性の高い商品に仕立て上げる手法の習得	前野 伸幸 株式会社ホットスケープ 代表取締役
12	「テーマ：最新施設見学」 ・最新のマイスやホテル施設を実際に見学することによる講義理解の促進（パシフィコ横浜と横浜グランドインターコンチネンタルホテル）	
13	「エグジビション（E）マネジメント」 ・展示会ビジネスの仕組みの理解・展示会主催者は会場に何を求めているのかの理解	於久田 幸雄 株式会社 MICE ジャパン 取締役アドバイザー
(5) まとめ		
14	マイス提案企画書作成の基本 ・MICE ビジネス獲得に必要な提案力、企画力の基礎理解 ・プロデューサーの仕事と役割の理解	桑原 彰 株式会社セカンドライン 代表取締役
15	「プレゼンテーション・スキル・トレーニング」 ・卒塾論文の発表に向けて、プレゼンテーションに必要な基本スキルの理解と実践	三原 昭久 合同会社ヒューマンリソース 総合研究所代表社員
16	「卒塾論文発表」 ・塾生全員による卒塾論文のプレゼンテーション大会を開催。	塾長・塾生全員でプレゼンを数値で評価し、その得点により優秀賞を決定

*入塾式および卒塾式と懇親会はホテル産業経営塾と合同開催。卒塾式の際、当該年度の「優秀論文賞」および「優秀プレゼンテーション賞」の発表を行い、優秀論文は「財団Webサイト」に掲載予定。



なお、日本ホテル教育センターでは故浅井新介氏の著書となる「マイス・ビジネス入門」を 2015 年 11 月に発行し、市販を開始した。MICE についての教本としては今回の事業の為に書き下ろされた「マイス・ビジネス概論」があるが一般に販売されていなかった。そこで、より実践的な内容を付加して編纂され、実務に使えるノウハウをまとめた本邦初の MICE ビジネス書となり、一般の方々も購入できる事となった。内容は以下の通りである。



『マイス・ビジネス入門』 3,000 円＋税

日本ホテル教育センター発行、プラザ出版発売

浅井新介著、A5 判／232 頁

MICE とはなにか

ミーティング (Meeting とは)

インセンティブ (Incentive とは)

コンベンション (Convention とは)

エキシビション (Exhibition とは)

MICE を担う人々の育成

MICE の実務

MICE ビジネスの将来

写真等提供： 一般財団法人日本ホテル教育センター

参考文献： 東京都長期ビジョン ～「世界一の都市・東京」の実現を目指して～
(2014 年 12 月発行)

東京都観光産業振興プラン「世界の観光ブランド都市・東京をめざして」
(2013 年 5 月発行)

第 4 章

e ラーニング教材の作成と教育評価

各務 友浩（かがみ ともひろ） 株式会社プロシーズわくわく教育事業部
教材制作チームアドヴァンスト

1. e ラーニング全体の概要

注目を集めているインバウンド観光と MICE ビジネスの分野を「観光ビジネスフロンティア」と位置づけ、その先端を担える人材を育成するため、e ラーニング教材の追加修正、再構築を行った。e ラーニング教材は「本事業について」、「観光ビジネス基礎編」、「観光ビジネスフロンティア編」、「インバウンド編」、「MICE 編」の 5 つのカテゴリに大別でき、主軸として「観光ビジネス基礎編」、「観光ビジネスフロンティア編」があり、その次に「インバウンド編」、「MICE 編」の専門分野がある。また、一方的な動画教材の配信にとどまらないようミニテストを配置し、各動画教材の視聴後に受講することで、理解を深めることができるようにした。

2. e ラーニングシステム

本事業においては株式会社プロシーズ社の e ラーニングシステム「Learning Ware」と動画配信サービス「P-Movie」を活用した。「Learning Ware」は官公庁での事業、大学での利用の実績も豊富であり、ユーザー管理、教材配信機能、教材進捗管理機能といった一般的な e ラーニングシステムの機能に加え、申し込み機能、スマートフォン、タブレット対応、アンケート機能を搭載しており本事業に適したシステムである。また、動画配信サービス「P-Movie」は動画の圧縮や各端末への最適化を行う機能があり教材作成の時間短縮とコスト削減に大きく貢献している。

(1) 「Learning Ware」の主な機能



図 4-1 「Learning Ware」TOP 画面

① TOP 画面

「アナウンス」(①)の部分に受講に関するガイドを行なった。「学習」か「講座一覧」(②)をクリックすると講座一覧が表示される。

②講座一覧と詳細画面

「講座一覧画面」では各講座の学習進捗が棒グラフで表示され、「レッスンを受講する」ボタンをクリックすると講座内の単位(ユニット)の一覧が表示される。受講が完了した単位(ユニット)には進捗欄に「済」のマークが表示され修了したことがわかるようになっている。

受講中の講座

学習進捗: すべて表示 | 並び順: 最後に受講した順で表示 | 検索する | 講座名をクリアする

全10件 1/1 <<前の20件 [1] 次の20件>>

本事業について ▶ レッスンを受講する

学習進捗: 0%

学習回数: 2回

前回の学習: 本事業について (2016/02/02 18:42:14)

受講期間: 2015年05月01日 ~

観光ビジネス基礎編 ▶ レッスンを受講する

学習進捗: 0%

学習回数: 2回

前回の学習: (Introduction) インバウンドとMICEを学ぶ意義 (2016/02/02 18:42:07)

受講期間: 2015年12月21日 ~

観光ビジネスフロンティア編

学習進捗: 60%

学習回数: 6回

前回の学習: 観光フロンティア概論 (2015/05/01 18:42:07)

受講期間: 2015年05月01日 ~

インバウンド編

学習進捗: 20%

学習回数: 2回

前回の学習: 2020年に向けて2000... (2015/05/01 18:42:07)

受講期間: 2015年05月01日 ~

受講中の講座

観光ビジネス基礎編

学習進捗: 25%

学習回数: 41回

前回の学習: ミニテスト (2016/02/05 8:21:54)

受講期間: 2015年01月01日 ~

レッスン詳細 タイトル、内容等で検索できます。 | 検索 | クリア

進捗	タイプ	タイトル	内容
済	▶ 受講する	(Introduction) インバウンドとMICEを学ぶ意義	講義担当者: 横浜商科大学商学部観光マネジメント学科教授 穴戸学 再生時間: 10分56秒 撮影年度: 平成27年
済	▶ 受講する	観光産業の特性	講義担当者: 横浜商科大学商学部教授 羽田耕治 再生時間: 16分18秒 撮影年度: 平成27年
受検中	▶ テスト	ミニテスト	
済	▶ 受講する	グローバルMICE都市とユニークベニュー	講義担当者: 日本政府観光局 (JNTO) コンベンション課次長 川崎悦子 再生時間: 15分33秒 撮影年度: 平成27年

図4-2 講座一覧

③スマートフォン画面

スマートフォンの小さい画面に合わせたインターフェイスを用意しており、スマートフォンでも学習がスムーズにできるようになっている。

18:56 docomo LTE 40%

study-web.jp

横浜商科大学

学習 お知らせ

横兵 太郎
マイページ閲覧数: 0回
プロフィールを編集する

アナウンス

この度は本講座をご受講いただきありがとうございます。
*掲載可能期間は平成28年2月26日(金)までです。
PC以外にもスマートフォンなどからも視聴可能です。

くはじめに>

本講座は以下の①の説明と②～⑤までの4つの講座から構成されています。

①「本事業について」 (10講座)
②「観光ビジネス基礎編」 (10講座)
③「観光ビジネスフロンティア編」 (08講座)

18:57 docomo LTE 40%

study-web.jp

観光ビジネス基礎編

受講状況

学習進捗: 0%

学習回数: 2回

前回の学習: (Introduction) インバウンドとMICEを学ぶ意義 (2016/02/02)

受講期間: 2015/12/21 ~

学習する

イントロダクション

状況: 10分56秒

観光産業の特性

状況: 16分18秒

ミニテスト

図4-3 スマートフォン画面



図 4-5 講座進捗画面

⑤動作環境

動作環境は以下の表の通り。

表 4-1 Learning Ware 動作環境

OS	ブラウザ	
Windows Vista ～ 8.1	Internet Explorer 7、8、9、10、11 FireFox(最新版)、Chrome(最新版)	
Mac OS X ※ユーザー画面のみ	Safari(最新版)	
iOS4 ～ ※ユーザー画面の一部のみ	Safari	
Android2.2 ～ ※ユーザー画面の一部のみ	標準ブラウザ	
その他環境 (対応環境 推奨環境)		
ディスプレイ解像度	1024 768 ピクセル以上	対応環境と同様
回線速度	下り：512kbps 以上 上り：256kbps 以上	下り：1024kbps 以上 上り：256kbps 以上
有効／搭載メモリ※ 4	256MB 以上	512MB 以上
CPU	Celeron1GHz 以上、または Core Duo 1.66GHz 以上、 または上記に相当以上の CPU	対応環境と同様
プラグイン	タイピング・管理画面アンケートグラフ・修了証の閲覧のみ、Flash Player プラグイン (version9.0 以上) が必要	対応環境と同様

④管理画面 (学習進捗)

管理画面の「学習履歴」の「講座別の進捗率分布」の画面では講座毎の進捗率の分布を以下の図のように確認することができ、人数をクリックすると対象者が一覧で表示される。

管理画面では他にもユーザー管理、連絡管理、問合せ管理、講座管理を行うことができる。

(2) 「P-Movie」の主な機能



図4-6 動画アップロード画面

①動画アップロード

「P-Movie」動画配信システムでドラッグ&ドロップで動画ファイルを簡単にアップロードできるシステムである。

②動画一覧

アップロードした動画は一覧で表示され、詳細画面で配信用のURLを取得することができる。配信用のURLをeラーニングシステムに登録することでeラーニング教材として簡単に配信をすることが可能。

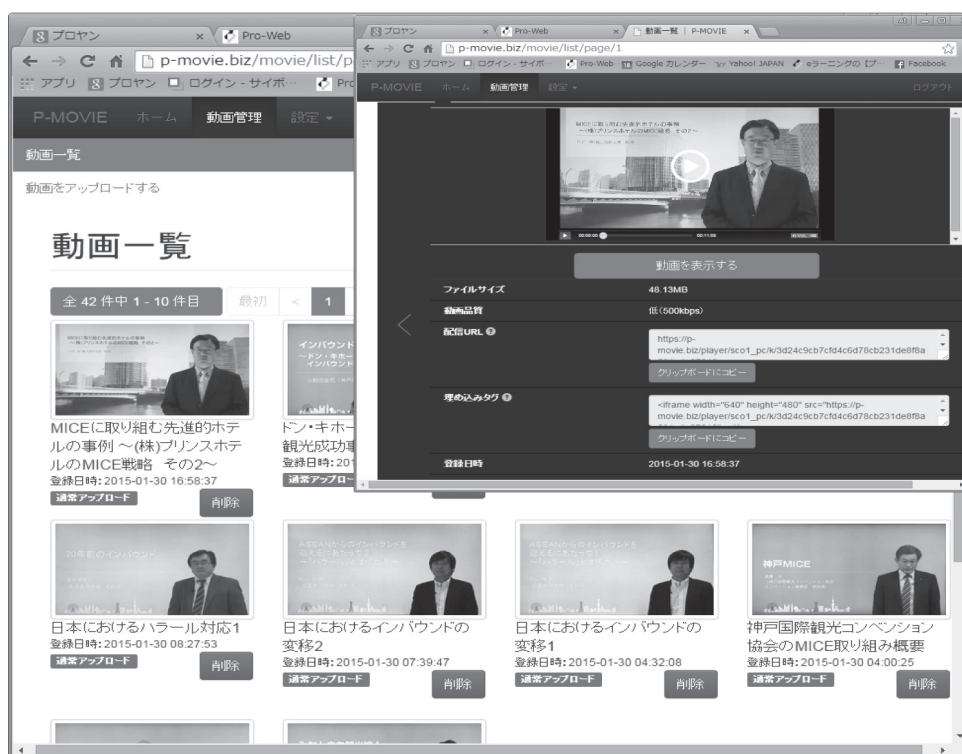


図4-7 動画一覧画面と詳細画面

③動作環境

PC(Windows7/8.1)：IE9,11/Chrome44.0/FireFox39.0

PC(Mac OS X 10.8)：Chrome44.0/FireFox39.0/Safari 6.0

※ PC ではFlashPlayer18.0が必要です。

iPad、iPhone(iOS7.1.2/8.4)：モバイル Safari

Android(4.2/4.4/5.0)：標準ブラウザ (Android4.2,4.4 の場合のみ)/Chrome(Android5.0 の場合のみ)3.

3. e ラーニング教材作成

(1) 教材開発の方針

①スタジオ V.V. での撮影

e ラーニング教材作成は、各分野の専門講師のキャラクターを活かしながら効率良く作成するため、電子黒板を利用した講義を動画形式にする手法を採用した。プロシーズ社のスタジオにて撮影を行った。

②動画教材画面

84 インチの電子黒板に各講師作成のパワーポイント形式の資料を映し出し各講師は講義を行った。



図 4-8 動画教材画面（パソコン）

(2) 教材内容

①カリキュラムについて

本年度の事業は昨年作成した e ラーニング教材も含めて以下の 5 講座に整理した。

表 4-2 本事業と本 e ラーニング教材について（総時間：13 分 01 秒）

イントロダクション			
1	講義	本事業について	講義担当者：横浜商科大学商学部教授 佐々徹
			再生時間：13 分 01 秒

・観光ビジネス基礎編講座

表 4-3 観光ビジネス基礎編（総時間：147 分 41 秒）

イントロダクション			
1	講義	〔Introduction〕インバウンドと MICE を学ぶ意義	講義担当者：横浜商科大学商学部観光マネジメント学科教授 六戸学
			再生時間：10 分 56 秒
2	講義	観光産業の特性	講義担当者：横浜商科大学商学部教授 羽田耕治
			再生時間：16 分 18 秒
3	テスト	ミニテスト	

4	講義	グローバル MICE 都市とユニークベニュー	講義担当者：日本政府観光局（JNTO）コンベンション誘致部次長 川崎悦子 再生時間：15 分 33 秒
5	テスト	ミニテスト	
6	講義	アクション・プログラム 2015	講義担当者：横浜商科大学商学部特任講師 秋山友志 再生時間：16 分 34 秒
7	テスト	ミニテスト	
マーケティング論			
8	講義	着地型観光マーケティング論Ⅰ 地域と観光客の絆をつくろう	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 観光文化学科 教授 小野田金司 再生時間：13 分 13 秒
9	テスト	ミニテスト	
10	講義	着地型観光マーケティング論Ⅰ マーケティング手法を理解しよう	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 観光文化学科 教授 小野田金司 再生時間：16 分 53 秒
11	テスト	ミニテスト	
12	講義	着地型観光マーケティング論Ⅱ 観光産業適用ケース（1）	講義担当者：夙川学院短期大学 田邊文彦 再生時間：14 分 50 秒
13	テスト	ミニテスト	
14	講義	着地型観光マーケティング論Ⅱ 観光産業適用ケース（2）	講義担当者：夙川学院短期大学 田邊文彦 再生時間：13 分 20 秒
15	テスト	ミニテスト	
16	講義	旅行者行動論Ⅰ	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 専任講師 田中祥司 再生時間：15 分 03 秒
17	テスト	ミニテスト	
18	講義	旅行者行動論Ⅱ	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 専任講師 田中祥司 再生時間：15 分 01 秒
19	テスト	ミニテスト	
アンケート			
20	アンケート	受講後アンケート	

・観光ビジネスフロンティア編講座

表 4-4 観光ビジネスフロンティア編（総時間：185 分 34 秒）

観光資源論			
1	講義	観光フロンティア概論	講義担当者：株式会社 JTB 総合研究所 主席研究員・観光みらい人財研究室長 / 東京国際大学 客員教授 田中敦 再生時間：32 分 16 秒
2	テスト	ミニテスト	
3	講義	キッザニアのビジネスモデル	講義担当者：KCJ GROUP 株式会社 経営企画本部マーケティング部部長 関口陽介 再生時間：12 分 30 秒
4	テスト	ミニテスト	

5	講義	Business of Events: The Singapore Story	講義担当者：シンガポール政府観光局 国際グループ 日本支局 マネージャー 大石洋介 再生時間：21 分 33 秒
6	テスト	ミニテスト	
7	講義	観光地域づくりの意味と進め方	講義担当者：横浜商科大学商学部長教授 羽田耕治 再生時間：22 分 57 秒
8	テスト	ミニテスト	
9	講義	観光地のマネジメントや マーケティングを担う DMO Destination Management/Marketing Organization	講義担当者：事業構想大学院大学 客員教授 / DMO（観光地域づくりプラットフォーム）推進機構代表 大社充 再生時間：14 分 16 秒
10	テスト	ミニテスト	
11	講義	ニューツーリズムのビジネス事例～川崎の産業観光と工場夜景～	講義担当者：横浜商科大学商学部 観光マネジメント学科 宍戸学 再生時間：19 分 02 秒
12	テスト	ミニテスト	
13	講義	ホテルビジネスの転換点	講義担当者：株式会社宿屋塾代表 近藤寛和 再生時間：37 分 05 秒
14	テスト	ミニテスト	
15	講義	SNS・観光情報活用事例	講義担当者：横浜商科大学教授 細江哲志 再生時間：25 分 55 秒
16	テスト	ミニテスト	
アンケート			
17	アンケート	受講後アンケート	

・インバウンド編講座

表 4-5 インバウンド編（総時間：249 分 42 秒）

インバウンド編 -			
1	講義	2020 年に向けて 2000 万人計画（1）	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 観光文化学科 教授 小野田金司 再生時間：14 分 55 秒
2	テスト	ミニテスト	
3	講義	2020 年に向けて 2000 万人計画（2）	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 観光文化学科 教授 小野田金司 再生時間：17 分 20 秒
4	テスト	ミニテスト	
5	講義	ドン・キホーテのインバウンド観光成功事例	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 観光文化学科 教授 小野田金司 再生時間：13 分 42 秒
6	テスト	ミニテスト	

7	講義	スポーツツーリズムで地域活性化	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 観光文化学科 教授 西村典芳 再生時間：14 分 21 秒
8	テスト	ミニテスト	
9	講義	ASEAN からのインバウンドを迎えるにあたって～「ハラル」とは何か？～①	講義担当者：四国学院大学 准教授 杉山維彦 再生時間：9 分 49 秒
10	テスト	ミニテスト	
11	講義	ASEAN からのインバウンドを迎えるにあたって～「ハラル」とは何か？～②	講義担当者：四国学院大学 准教授 杉山維彦 再生時間：14 分 7 秒
12	テスト	ミニテスト	
13	講義	日本におけるインバウンドの変移① 20 年前のインバウンド	講義担当者：長崎国際大学 人間社会学部国際観光学科 准教授 海老澤昭郎 再生時間：9 分 50 秒
14	テスト	ミニテスト	
15	講義	日本におけるインバウンドの変移② インバウンドの必然性	講義担当者：長崎国際大学 人間社会学部国際観光学科 准教授 海老澤昭郎 再生時間：9 分 36 秒
16	テスト	ミニテスト	
17	講義	インバウンドにおける外国語版観光マップ	講義担当者：株式会社昭文社 グローバル事業統括部インバウンド事業開発課編集委員 正木聡 再生時間：17 分 03 秒
18	テスト	ミニテスト	
19	講義	インバウンド観光 外客免税制度改正	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 観光文化学科 教授 小野田金司 再生時間：17 分 03 秒
20	テスト	ミニテスト	
21	講義	インバウンド概論（前編）	講義担当者：株式会社やまどころ 代表取締役 / インバウンド戦略アドバイザー 村山慶輔 再生時間：19 分 47 秒
22	テスト	ミニテスト	
23	講義	インバウンド概論（後編）	講義担当者：株式会社やまどころ 代表取締役 / インバウンド戦略アドバイザー 村山慶輔 再生時間：20 分 25 秒
24	テスト	ミニテスト	
25	講義	インバウンド宿泊事業例 - カオサンの場合 -	講義担当者：カオサン東京ゲストハウス 人事・広報担当 山戸恵利加 再生時間：19 分 55 秒
26	テスト	ミニテスト	
27	講義	ショッピングツーリズムとは	講義担当者：一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 専務理事 事務局長 新津研一 再生時間：15 分 49 秒
28	テスト	ミニテスト	
29	講義	インバウンド向け ガイドブックと表記	講義担当者：株式会社昭文社 グローバル事業統括部インバウンド事業開発課編集委員 正木聡 再生時間：12 分 38 秒
30	テスト	ミニテスト	
31	講義	インバウンドの ICT 活用とビックデータの活用	講義担当者：横浜商科大学教授 細江哲志 再生時間：23 分 22 秒
32	テスト	ミニテスト	
アンケート			
33	アンケート	受講後アンケート	

・MICE 編講座

表 4-6 MICE 編 (267 分 8 秒)

MICE 論			
1	講義	MICE における政府の取組	講義担当者：国土交通省 土地・建設産業局国際課長補佐 乾有貴 再生時間：41 分 39 秒
2	テスト	ミニテスト	
3	講義	MICE の M・I	講義担当者：横浜商科大学商学部 観光マネジメント学科 特任講師 秋山友志 再生時間：12 分 37 秒
4	テスト	ミニテスト	
5	講義	MICE の C・E	講義担当者：横浜商科大学商学部 観光マネジメント学科 特任講師 秋山友志 再生時間：12 分 50 秒
6	テスト	ミニテスト	
7	講義	旅行業における MICE について	講義担当者：株式会社日本旅行 広報室 室長 矢嶋敏朗 再生時間：15 分 34 秒
8	テスト	ミニテスト	
9	講義	ホテル業界が考えるべき MICE のポイント	講義担当者：神戸山手大学 現代社会学部 観光文化学科 教授 清水隆吉 再生時間：19 分 43 秒
10	テスト	ミニテスト	
11	講義	MICE に取り組む先進的ホテルの事例 ～ (株) プリンズホテルの MICE 戦略 その 1 ～	講義担当者：横浜商科大学商学部 観光マネジメント学科 穴戸学 再生時間：13 分 36 秒
12	テスト	ミニテスト	
13	講義	MICE に取り組む先進的ホテルの事例 ～ (株) プリンズホテルの MICE 戦略 その 2 ～	講義担当者：横浜商科大学商学部 観光マネジメント学科 穴戸学 再生時間：11 分 08 秒
14	テスト	ミニテスト	
15	講義	神戸 MICE	講義担当者：神戸国際観光コンベンション協会 渡邊光 再生時間：16 分 49 秒
16	テスト	ミニテスト	
17	講義	MICE ビジネス概論	講義担当者：川島アソシエイツ代表 /VISIT JAPAN 大使 川島久男 再生時間：17 分 18 秒
18	テスト	ミニテスト	
19	講義	イベントマネジメント	講義担当者：横株式会社ホットスケープ 代表取締役 前野伸幸 再生時間：08 分 30 秒
20	テスト	ミニテスト	
21	講義	横浜における国際会議場運営の事例	講義担当者：パシフィコ横浜総務部総務課担当課長 佐藤利幸 再生時間：10 分 05 秒
22	テスト	ミニテスト	

23	講義	MICE に求められる人材と資質	講義担当者：株式会社ホットスケープ 代表取締役 前野伸幸 再生時間：07 分 39 秒
24	テスト	ミニテスト	
25	講義	札幌 MICE の現状と取り組み	講義担当者：公益財団法人札幌国際プラザコンベンションビューロー担当部長 荻麻里子 再生時間：21 分 17 秒
26	テスト	ミニテスト	
27	講義	MICE に取り組む都市・横浜市の事例	講義担当者：横浜商科大学商学部 観光マネジメント学科 特任講師 秋山友志 再生時間：20 分 40 秒
28	テスト	ミニテスト	
29	講義	MICE ステークホルダーとデスティネーションマーケティング	講義担当者：川島アソシエイツ代表 /VISIT JAPAN 大使 川島久男 再生時間：16 分 54 秒
30	テスト	ミニテスト	
31	講義	国際会議誘致の実際	講義担当者：日本政府観光局（JNTO）コンベンション誘致部次長 川崎悦子 再生時間：20 分 49 秒
32	テスト	ミニテスト	
アンケート			
33	アンケート	受講後アンケート	

4. 教育評価

(1) 講座毎に以下のような質問のアンケートを設置した

表 4-7 アンケート設問一覧

No	回答 種別	設問	選択肢 1	選択肢 2	選択肢 3	選択肢 4	選択肢 5	選択肢 6	選択肢 7	選択肢 8
1	単一 選択	性別	男	女						
2	単一 選択	年齢	～ 19	20 ～ 29	30 ～ 39	40 ～ 49	50 ～ 59	60 ～		
3	単一 選択	所属	企業	公務員	大学・ 大学院 (学生)	専門学 校(学 生)	高校(学 生)	主婦 (夫)	無職	そのほか
4	単一 選択	学習内容に 興味をもつ た。	とてもそ う思う	どちらか といえば そう思う	どちらと もいえな い	どちらか といえば そう思わ ない	全くそう 思わない			
5	単一選 択	講義内容は わかりやす かった。	とてもそ う思う	どちらか といえば そう思う	どちらと もいえな い	どちらか といえば そう思わ ない	全くそう 思わない			
6	単一選 択	学習時間は 適切であつ た。	とてもそ う思う	どちらか といえば そう思う	どちらと もいえな い	どちらか といえば そう思わ ない	全くそう 思わない			
7	単一選 択	e ラーニン グ教材は操 作はしやす かった。	とてもそ う思う	どちらか といえば そう思う	どちらと もいえな い	どちらか といえば そう思わ ない	全くそう 思わない			
8	単一選 択	全体として 満足だった。	とてもそ う思う	どちらか といえば そう思う	どちらと もいえな い	どちらか といえば そう思わ ない	全くそう 思わない			
9	単一選 択	主にどんな 端末で受講 をしましたか。	パソコン	タブレッ ト	スマート フォン	そのほか				
10	記述式	ご感想やご 要望など自 由にお書き ください。								

5. 実施結果

(1) eラーニング受講結果

①実施期間：2015年12月21日～2016年1月26日

②受講結果（全受講者と修了状況）

eラーニングの受講者は本事業に参画、協力の学校、企業関係の方々から募った。

受講者の総数は536名で修了率が最も高かったのは「本事業について」講座であるが1単元で最も時間が短いためだと考えられる。

表4-8 受講状況一覧

全受講者	536
------	-----

	修了者	修了率
本事業について	102	19.03%
観光ビジネス基礎編	61	11.38%
観光ビジネスフロンティア編	53	9.89%
インバウンド編	47	8.77%
MICE編	62	11.57%

(2) アンケート結果

①受講者の属性について

講座毎に設置したアンケート結果についてまとめる。性別、年齢、所属については以下の通りである。

・性別

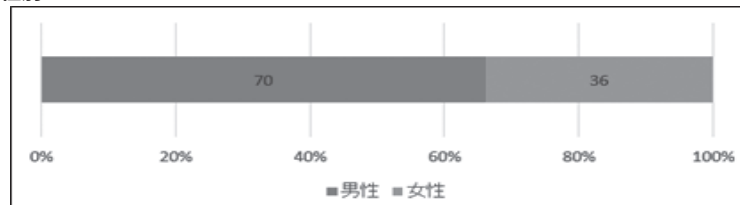


図4-9 性別 (N=106)

受講者の約70%が男性である。

・年齢

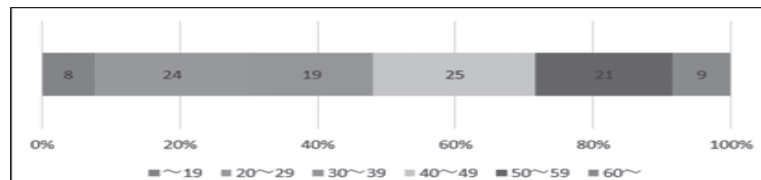


図4-10 年齢 (N=106)

10代、60代を除き、20代～50代の割合にはばらつきが見られない。

・所属

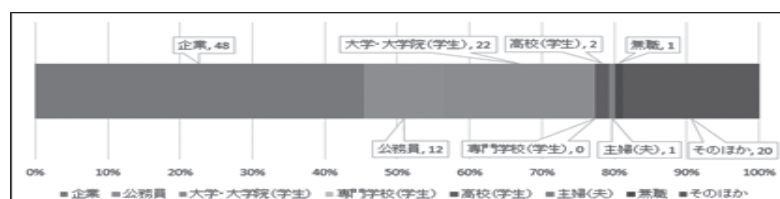


図4-11 所属 (N=67)

企業が最も多く、次いで大学生・大学院（学生）の方である。

②アンケート設問 No.4～8について

以下に結果をまとめる。各設問を「とてもそう思う」を5点とし以下「どちらかといえばそう思う」4点、「どちらともいえない」3点、「どちらかといえばそう思わない」2点、「全くそう思わない」1点で平均値をとった。

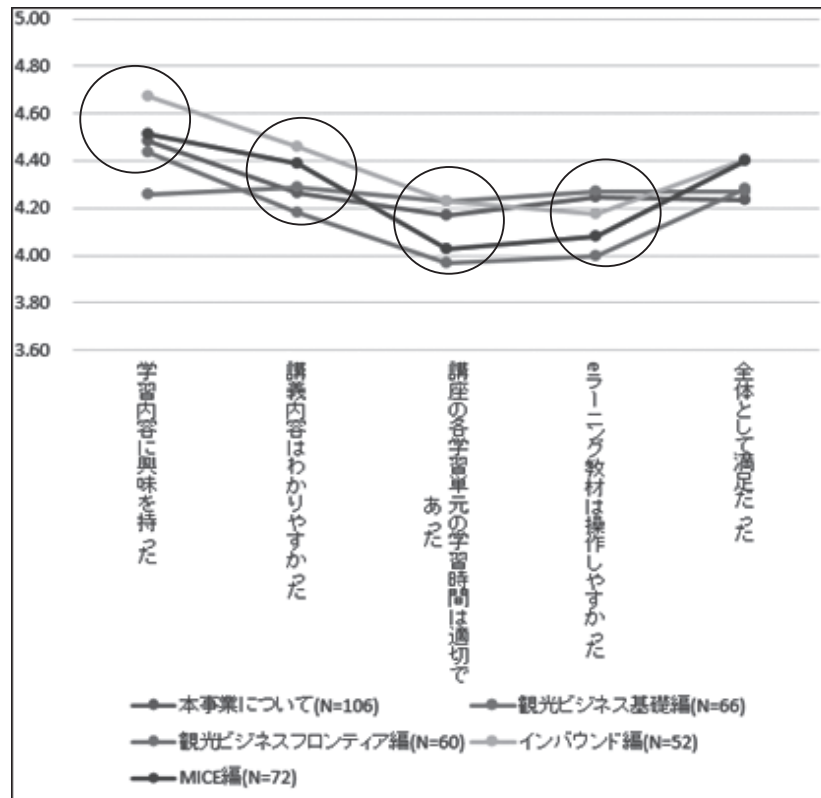


図 4-12 各講座について

・学習内容の興味について

「インバウンド編」がもっとも高かった。自由記述の感想をみると、講義で扱っている企業の取り組み事例自体が最新の話題で興味深く学習することができた、などの感想があった。事例自体に話題性があり、興味をひくことができたと思われる。

・講義内容について

「インバウンド編」が最もわかりやすいという意見が多かったが、内容が重複している箇所があるため整理されるともっとよい、ビジュアル資料があるともっとよい、という意見もあった。

・学習単元の時間について

「観光ビジネスフロンティア編」は単元の平均再生時間が23分ほどでもっとも長い。学習の最小単位はできるだけ短く区切る方が適切と判断されると思われる。

・eラーニング操作について

全体として問題はなかったと思われる。

・満足度について

全体として満足度は高かったと言える。

③端末

eラーニングの受講の端末について聞いた。

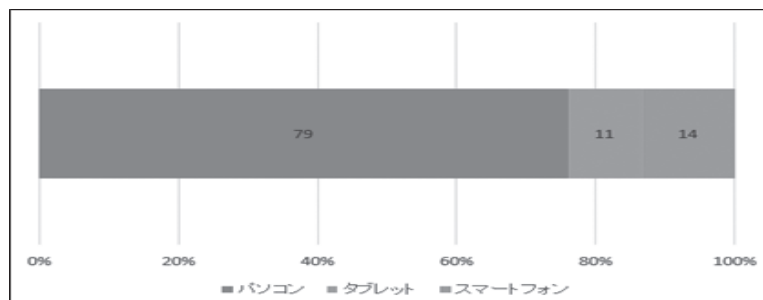


図 4-13 eラーニング受講の端末について (N=104)

パソコンが約 7 割を超えてはいるがタブレット、スマートフォンの受講も約 4 分の 1 ある。

6. まとめ

(1) 実施内容と評価

①教材内容について

本事業では平成 25 年度、26 年度に作成した動画教材を追加修正、再構築した。アンケートの結果を見ると学習内容や講義について評価は高かったと言える。

(2) 今後への課題と展望

①学習期間について

約 1 ヶ月の学習期間があったが、全動画教材の総時間は 863 分(約 13 時間)にのぼるので、十分な学習期間があったとは言えない。

②学習について

講義で扱っている企業の取り組み等は、話題性に富んでおり、学習者の興味を引き、高い評価へとつながった。一方で観光分野の基本的な部分については各講師がそれぞれ説明しているため重複している箇所があった。整理することでよりよい評価につながると思われる。

③受講環境について

タブレット・スマートフォンで学習している際に、動画が固まってしまうことが少なからずあった。

④学習単元の時間について

学校や会社での休憩時間や移動時間などのすき間時間で学習することを考慮すると最小単元の学習時間はできるだけ短くする(10 分以内)方が良いと思われる。

⑤テキストについて

レジュメやダウンロードテキストのご要望が比較的多かった。動画を視聴しながら、表示されているスライド内容に直接メモしたいという学習者のニーズはある。

第 5 章

社会人の学び直しとしてのインバウンド観光・MICE ビジネス講座の開発とその教育評価

穴戸 学（ししど まなぶ）横浜商科大学先端教育開発研究所長
横浜商科大学 商学部観光マネジメント学科 教授

1. 社会人に対するインバウンド・MICE 教育の必要性と講座開発の目的

当事業において、「地域版学び直し教育プログラム」の開発・実証は主たる目標となっている。そこで、今年度の事業において、「インバウンド観光」「MICE ビジネス」の人材養成講座として、以下のプログラム開発と人材育成事業を実施すべく、社会人向けの学び直し講座を企画した。

（1）地域版の観光ビジネス講座（インバウンド観光・MICE 講座）のプログラム開発

各地域で活躍する観光ビジネス人材養成のためには、各地域のニーズを的確に捉えたテーマに基づく観光人材育成の教育プログラム開発が必要である。

そこで平成 26 年度事業から取り組んでいる「インバウンド観光人材」および「MICE ビジネス人材」の養成を目的に開発した教育プログラム及び教材等を活用した社会人講座を企画した。プログラムの柱は 2 つである。1 つは、平成 26 年度事業の成果物である日本初「マイス・ビジネス概論」や MICE への関心を高める「MICE 取扱説明書」を活用する。また、座学講座だけで全てのカリキュラムを修了することは、制約の多い社会人には困難である。そこで、平成 26 年度作成した e ラーニング教材をもとに、新たな授業コンテンツの追加や再収録を行い、平成 27 年度版のインバウンド観光・MICE 人材養成のカリキュラムを開発し、この学びをもう 1 つの柱とした。これら座学による講座と e ラーニング講座の学習を提供し、各受講生は、それぞれのニーズに応じて学習内容を選択できる「オーダーメイド型教育プログラム」とした。

（2）神奈川県横浜市及び北海道札幌市における社会人向け講座の実施

当事業の成果物の活用は、すでに大学等の正規授業においても導入が始まった（6 章参照）。加えて、文部科学省が奨励する、人材養成ニーズの高い地域において社会人の学び直し講座を実施し、教育カリキュラムおよび実施プログラムの評価を行い、標準カリキュラムの妥当性および他地域での導入・実施の可能性を検証する必要がある。

そこで、事務局校が立地する「横浜市」における実施を決定した。横浜市は、2020 年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、東京に負けないインバウンド戦略を検討中であるとともに、2013 年度「グローバル MICE 戦略都市」の指定を受けており、（1）の開発した教育プログラムを実証するに最も適する地域である。

また、札幌市は、これまでも MICE に関して全国的に先駆的な取り組みを行うとともに、平成 27 年度「グローバル MICE 戦略都市」に指定されている。さらに札幌市は、2026 年冬季オリンピック・パラリンピックの誘致を表明しており、インバウンド観光やオリンピック需要が波及する首都圏地域とは別に、政府が掲げる地方創生の取り組みにおいて、地方都市の観光人材養成を検証する地域として最適であると考えたためである。

2. 講座の体系と特徴

本講座の実施にあたり、平成26年度から平成27年度にかけて作成したそれぞれの成果物を前提に考えると、学習内容は非常に多種多様でボリュームの多いものとなる。「MICE ビジネス」のみに限定しても、教材を活用した大学の正規授業では、90分講義を15回実施している。

しかしながら、今回の対象は「社会人」である。退職者などを含むシルバー層に公開講座のニーズがあることはよく知られるが、今回は今後の観光ビジネスで活躍することを希望する現役の社会人を対象とするものである。さらに、現在は家庭の主婦であるが、今後観光を学び、現場で活躍することを希望する受講生も含まれている。これらの参加者は、学習をする上で時間的な制約がある。

以上の状況を踏まえると、座学の実施日数は、せいぜい2日程度ではないかとの結論になった。一方で、平成26年度から作成している「eラーニング」を活用すれば、学習時間・場所を選ばずに、学習出来る。また、社会人は、それぞれ持っている知識やニーズも異なるために、eラーニング講座も含めて、各学習は、オーダーメイド型にする必要性もある。

そこで本講座は、座学型講座2日間とeラーニング講座を組み合わせる形にした。座学講座1日目で、観光ビジネス・インバウンド観光・MICE ビジネスの基礎を学び、eラーニング学習方法を解説した。また観光以外の分野から多くの学習者が集まると想定し、参加者のネットワーク化と学習後に新たな連携を想定した交流プログラムも設定した。そして、講座後に一定期間を設定し各自のニーズに合わせてeラーニングコンテンツをしっかりと学習してもらう。(eラーニングコンテンツの詳細は第3章参照)

そして、講座2日目では、発展的講義と学習者が参加するワークショップを行い、地域への提案をアウトプット出来るPBL型の学びも取り入れた。まとめる以下の通りである。

- ①座学型講座1日目：観光ビジネス・インバウンド観光・MICE 基礎理論編・地域の観光の現状と政策
 - ②eラーニング講座(全51講座)：イントロダクション・観光ビジネス基礎・インバウンド観光・MICE ビジネス・観光ビジネスフロンティア領域の選択学習とテスト実施。
 - ③座学型講座2日目：発展講座およびワークショップ型の学習と地域への提案
- また、当講座の修了者には、以下のようなタイプ別の修了書を授与することにした。

表5-1 各講座修了者への修了証授与の分類

社会人講座とeラーニング講座の修了者向け	
観光フロンティア・マスター(総合)	「講座2回」&「観光ビジネス基礎編」&「観光ビジネスフロンティア編」+「インバウンド編」+「MICE編」
観光フロンティア・マスター(インバウンド観光)	「講座2回」&「観光ビジネス基礎編」&「観光ビジネスフロンティア編」+「インバウンド編」
観光フロンティア・マスター(MICE ビジネス)	「講座2回」&「観光ビジネス基礎編」&「観光ビジネスフロンティア編」+「MICE編」
eラーニング講座のみ修了者向け	
観光フロンティア・エキスパート(総合)	「観光ビジネス基礎編」&「観光ビジネスフロンティア編」+「インバウンド編」+「MICE編」
観光フロンティア・エキスパート(インバウンド観光)	「観光ビジネス基礎編」&「観光ビジネスフロンティア編」+「インバウンド編」
観光フロンティア・エキスパート(MICE ビジネス)	「観光ビジネス基礎編」&「観光ビジネスフロンティア編」+「MICE編」

3. カリキュラムの具体的内容

前節のコンセプトに基づき、札幌市および横浜市で開催する講座内容を検討した。札幌市については、前述したように「グローバル MICE 戦略都市」に指定されたことを受け、MICE 学習を重要な柱と位置づけ、表 5-2 のプログラムを実施した。

表 5-2 社会人講座札幌市のプログラム

札幌講座	会場：札幌市産業振興センター	セミナールーム C
講座 1 日目＜2015 年 12 月 4 日（金）＞		
10:00	開会式	事務局
10:15～11:15 講座 1	「観光立国と観光ビジネスフロンティア（観光概論）」	横浜商科大学商学部 教授 宍戸学氏
11:25～12:25 講座 2	「インバウンド観光論」	札幌国際大学 観光学部 講師 千葉里美氏
12:30～13:30	休憩（昼食） 情報交換会	同上 宍戸学氏 / コーディネーター 西恵里奈氏
13:30～14:30 講座 3	「MICE ビジネス概論」	NPO 法人コンベンション札幌ネットワーク理事長 藤田靖氏
14:40～15:40 講座 4	「札幌市の MICE への取り組み」	(財) 札幌国際プラザ 企画事業部 コンベンションビューロー担当部長 荻麻里子氏
15:45～16:00	e ラーニング講座の学習方法・連絡事項	事務局担当
e ラーニング講座（2015 年 12 月 21 日（月）～2016 年 1 月 22 日（金））		
講座 2 日目＜2016 年 1 月 29 日（金）＞		
10:00	開会式	事務局
10:15～11:15 講座 1	観光立国と観光ビジネスフロンティア（発展編）	北海商科大学商学部観光産業学科・ 教授 中鉢令兒氏
11:25～12:30 講座 2	ワークショップ① MICE を軸とした札幌インバウンド観光振興	NPO 法人コンベンション札幌ネットワーク副理事長 松野 淑恵氏 GOOD ? WORKSHOP 溝渕 清彦氏
休憩		
13:30～14:30 講座 3	ワークショップ② MICE を軸とした札幌インバウンド観光振興	同上 松野 淑恵氏・溝渕 清彦氏
14:45～15:45 講座 4	ワークショップ発表	NPO 法人コンベンション札幌ネットワーク 副理事長 松野 淑恵氏 GOOD ? WORKSHOP 溝渕 清彦氏 コメンテーター (財) 札幌国際プラザ 事務局次長 根子俊彦氏
15:45～16:00	閉会式・修了証授与・連絡事項	横浜商科大学学長 小林雅人氏事務局
終了後（17 時めど都心）で、参加者情報交換会（会費制）		

一方、横浜市については、「グローバル MICE 戦略都市」指定は、2013 年のことであり、市による MICE 講座もすでに実施済みであったために、MICE 講座は設定せず、2020 年東京オリンピック・パラリンピック開催を見据えて、東京に負けない横浜市の魅力を考えるということからインバウンド観光講座を柱とした。詳細は表 5-3 の通りである。

表 5-3 社会人講座横浜市のプログラム

横浜講座	会場：万国橋会議センター	4 階 401 号室
講座 1 日目＜ 2015 年 12 月 12 日（土）＞		
10:00	開会式	事務局
10:20 ～ 11:40 講座 1	「観光立国と観光ビジネスフロンティア（観光概論）」	横浜商科大学商学部 教授 宍戸学氏
11:45 ～ 12:45	休憩（昼食） 情報交換会	同上 宍戸学氏 / コーディネーター 西恵里奈氏
13:00 ～ 14:20 講座 2	インバウンド観光論	共栄大学客員教授 鈴木勝氏
14:30 ～ 15:40 講座 3	横浜市のインバウンド観光への取り組み	（財）横浜コンベンション・ビューロー 経営部長 岡崎三奈氏
15:45 ～ 16:00	e ラーニング講座の学習方法・連絡事項	事務局担当
e ラーニング講座（2015 年 12 月 21 日（月）～2016 年 1 月 22 日（金）		
講座 2 日目＜ 2016 年 2 月 4 日（土）＞		
10:00	開会式	事務局
10:15 ～ 11:15 講座 1	観光立国と観光ビジネスフロンティア（発展編）	慶應義塾大学大学院理工学研究科 特任教授 / 株式会社 JTB 総合研究所 MICE 戦略室長太田正隆氏
11:25 ～ 12:30 講座 2	ワークショップ①東京に負けない横浜市のインバウンド観光振興	株式会社 JTB 総合研究所コンサルティング事業部コンサルティング 第四部部長主席研究員田中敦氏
休憩		
13:30 ～ 14:30 講座 3	ワークショップ②東京に負けない横浜市のインバウンド観光振興	同上 田中敦氏
14:45 ～ 15:45 講座 4	ワークショップ発表	コーディネーター 横浜商科大学商学部 教授 佐々徹氏 コメンテーター （財）横浜コンベンション・ビューロー 経営部長 岡崎三奈氏
15:45 ～ 16:00	閉会式・修了証授与・連絡事項	横浜商科大学学長 小林雅人氏事務局
終了後（17 時めど都心）で、参加者情報交換会（会費制）		

4. 実施結果

(1) 各会場実施概要

札幌および横浜市の講座への呼びかけは、本学のウェブサイトおよび Facebook による告知および昨年度事業関係者等への告知、および講座協力者である、(財)札幌国際プラザおよび(財)横浜市観光コンベンションビューローを通じての関係者への周知、そして当事業委員などを通じて、広く呼びかけを行った。(配布チラシ図 5-1 参照)

その結果、以下のような応募状況および参加状況であった。なお横浜市については、会場の定員の関係から、抽選を行った。



図 5-1 配布チラシ

表 5-4 各会場の応募状況および参加状況

札 幌 会 場			
応募数	38 名	受講決定数	36 名
1 日目参加者数 (参加率)	29 名 (81%)	2 日目参加者数 (参加率)	18 名 (50%)
横 浜 会 場			
応募数	45 名	受講決定数	41 名
1 日目出席者数 (参加率)	36 名 (88%)	2 日目出席者数 (参加率)	18 名 (44%)

(2) 受講者による評価

受講後にアンケートを実施した。その結果は、以下の通りである。

① 1 回目の講座の満足度

第 1 回目の講座は、札幌会場では 90 点台が最も多く、次いで 80 点台、横浜は 80 点台が多く、次いで 90 点台といずれも高評価となった。

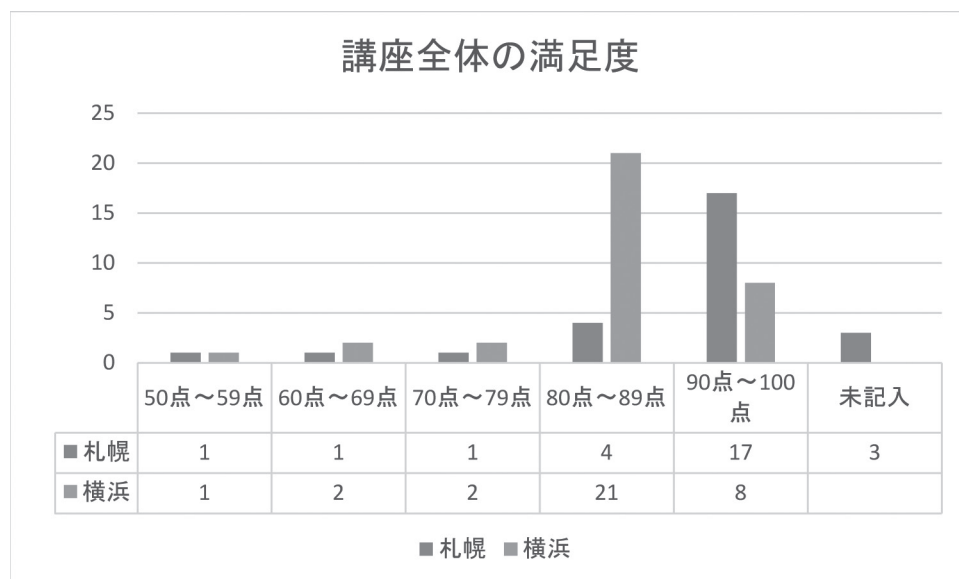


図 5-2 講座全体の満足度 (1 回目)

② 1 回目の講座の自由記述

自由記述についても評価する声が多かった。以下、代表的なコメントを抜粋する。

- ・案内に「主婦・学生もOK」とあったので、一般人向けのセミナーかと想像してきたが、講師の話は専門的で、大変分かりやすく勉強になった。
- ・プロフェッショナルな参加者と交流できたのも貴重な時間だった。
- ・仕事でMICE ビジネスに関わる中で、観光学あるいはMICE 概論といった形で知識を学ぶのは初めての経験であり、どの講座も交流会も非常に有意義だった。
- ・改めて気が付いたこともあったが、もう少し具体的な戦略やケースを聞きたかった。
- ・基礎の観光学～インバウンド現状がわかり、ためになった。具体例も多く紹介され、各団体等の取り組みや重点的な事例も理解できた。自身の業務を進める上でもヒントが得られた。
- ・時間が短くもっときちんと聞きたかった。
- ・内容は充実していたが、マイク不可により、聞き取れない箇所があった。
- ・隣の会場がうるさかったのが残念（特に午後）

③ 2 回目の講座の満足度

いずれの会場も 90 点台が最も多く、ほとんどの参加者が 80 点以上の高評価となった。

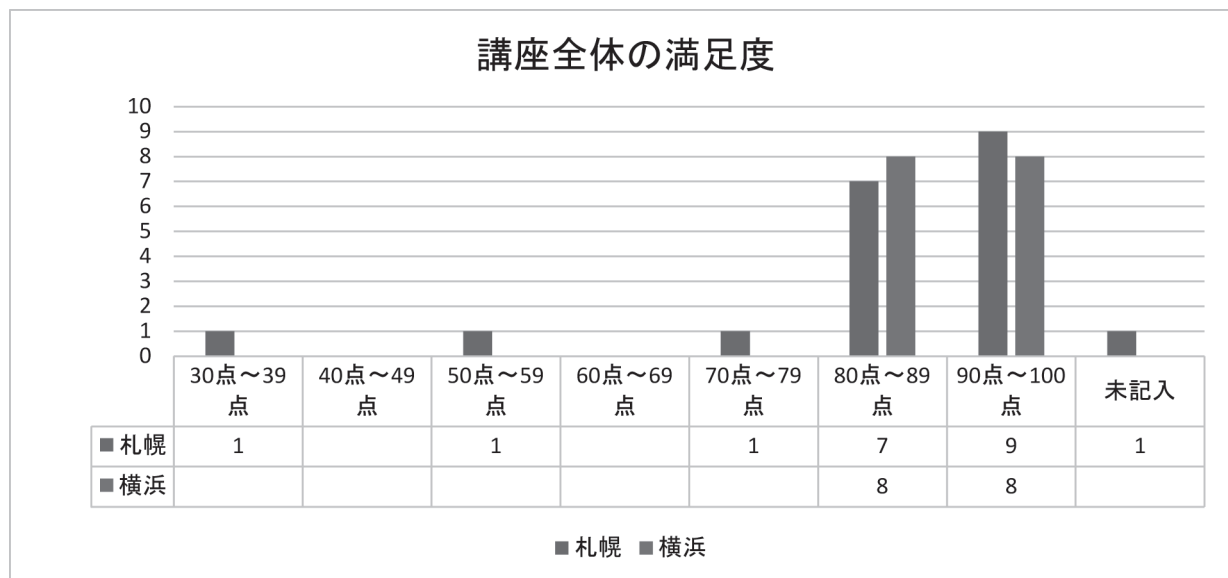


図 5-3 講座全体の満足度（2 回目）

④ 2 回目の講座の自由記述

自由記述については、ワークショップを高く評価する声が多かった。以下、代表的なコメントを抜粋する。

- ・活発な意見交換が出来、色々な視点から観光について考えることが出来た。
- ・何度かセミナーを受けたことがあるが、e ラーニングやワークショップ等盛り沢山のセミナーはなかなかなく、良かった。
- ・ワークショップが良かった。
- ・満足した。時間が足りないと感じられるほどだった。
- ・他業種の方から話が聞け、勉強になった。
- ・短い時間の中で内容が濃く勉強になった。
- ・地元をどのようにアピールしていくか、これからの横浜をどのようにするのか、非常に楽しみであり、また何か協力できることがあれば携わってみたいと思った。
- ・今回のワークショップは非常に有意義だと思った。このようなワークショップを繰り返せば良い観光商品が作れ

- るのではないかと思った。
- ・時間が少し足りなかった。
- ・積極的に自分の言いたい事を言えなかった。
- ・視点をもう少し絞って頂けると話しやすかった。

(3) 各ワークショップ提案

①札幌会場「MICE を軸とした札幌インバウンド観光振興」

4つのグループにより、札幌国際プラザへ以下の提案がされた。

- ・インバウンド都市～冬の札幌の魅力発信～
- ・市民生活文化（日常生活）生かすインバウンド、どうビジネス化するか？
- ・あそべる札幌～自然・文化・アイヌ文化・食～
- ・Catch & Release in Sapporo ～雪・食・人～

それぞれ、札幌の特性や強み・弱みを考えた上での提案であり、コメンテーターからもその着眼や素材に対して高い評価が得られた。また、コーディネーターからは、「2000年以降のさっぽろ MICE の動きを見ることで急激な変化を確認することができた。これだけ変動があると、なかなか長期の傾向を見通すことは難しい。それでも長期戦略は必要であり、どのように考えていけばいいのか、国内旅行ではない MICE などの思考プログラムを考える必要がありそうだとする。」との総括があった。

②横浜会場「東京に負けない横浜市のインバウンド観光振興」

4つのグループにより、横浜観光コンベンション・ビューローに以下4つの提案がされた。

- ・世界へ YOKOHAMA を発信！～インバウンド個人旅行者（FIT）への ICT による認知度アップ～
- ・クールジャパン～アニメを使ったプロモーション～
- ・コンパクトな「街」
- ・YOKOHAMA～FUN、FANをつくる～ACADEMIC プログラム

コメンテーターからは、各プログラムに対し、特色や工夫している点が評価された。その上で、横浜の抱えている課題や現在の取り組みを踏まえた提案であり、非常に参考になるとの意見が寄せられた。また、すぐに実行に移せるもの、中長期展望にたって、しっかりと考えるべきものと多彩な提案であるとの総括があった。

5. 教育評価

(1) プログラムの評価と課題

横浜市・札幌市の各講座について、講座型2日間とeラーニング講座による社会人講座を実施したところ、座学への参加率は第1回目ではいずれの会場も8割を越えた。札幌の参加率が若干低かったのは、まとめて申し込んだ企業が全員欠席したことなどが大きな理由と考えられる。また2回目は、いずれの会場も5割前後となった。欠席理由としては、1回目の申し込み後から2ヶ月ほど経過し、講座日に仕事を含めて、外せない用事が入ったという連絡が多かった。また、1回目後にeラーニング講座に取り組んだものの、その学習が思うように進まず、修了証の受理見込みがないために欠席したものと推測される。実際に、eラーニング講座の修了者は、ほぼ2回目にも参加している。

また第1回目の参加者間の交流やワークショップ型学習に高い評価が与えられた。これは、単なる学習に対するニーズがあるだけでなく、各地域の問題に主体的に向き合い、異業種間で交流しながら、課題解決に取り組んだアクティブラーニング型授業への評価といえるだろう。終了後の交流界への参加を見ても、ビジネスのネットワーク作りに対するニーズの高さを表している。

またこのような講座及びeラーニング講座が無料で受講できたことに対して、高い評価が与えられたと考える。また、札幌市と横浜市では、MICE 講座の有無や協力を得た観光機関のニーズの違いによるワークショップテーマの違いもあったためか、同じ社会人といっても、受講生に性別や年齢、及び観光業務の経験値に差があると考えられる。これらについては、詳細のデータを取っていないが、講座を実施し、さまざまな場面で交流をした中で、その傾向が

うかがえた。受講者の属性や志向が異なるために多少講座に対する評価にも違いが現れたようである。しかし、そのような状況下であって、いずれも評価は高かったと考えている。

以上から、それぞれの講座プログラムは大きな成果をあげられたと評価して良いだろう。

(2) 今後の展望

今回の講座が一定の成果をあげた理由として、以下の3点挙げられる。

- ①テキスト、eラーニング教材、各講座など、カリキュラム及び教材への評価が高かったこと。
- ②講座の組み立てとして、座学とeラーニング講座（選択可能）の組み合わせが機能したこと。
- ③新たに観光ビジネス分野に関心を持つ学習者が集まり、ワークショップや交流会などを通して、協働しながら学習出来たことで満足度が高まったこと。

そして、これだけの講座を無料で実施出来たことも大きいだろう。国の事業であったからこそであるが、今後継続・発展させるには、妥当な経費の計算・受講料設定などが求められるだろう。

そして、横浜だけでなく、札幌市で開催し、成果を挙げたことは高く評価出来るだろう。この標準カリキュラムを、各地域のニーズに合わせて組み立て直すことで、全国のさまざまな地域で社会人講座が実施出来る。今後は、各地域におけるインバウンド観光・MICE ビジネス人材の育成及び地方創生に向けた観光振興のニーズに適応させたカリキュラムとして、全国にこの標準カリキュラムを普及し、社会人講座を実施することが期待される。

第 6 章

大学の正規授業等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス講座の開発とその教育評価

秋山 友志（あきやま ともゆき）横浜商科大学 商学部観光マネジメント学科 講師

1. 大学等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス教育の必要性と講座開発の目的

昨年度、本事業において、MICE テキストを利用したモデル授業を大学、専門学校、高等学校の合わせて 5 校にて、トライアルで各 1 回（5 校合計で 5 回）実施し、MICE テキスト及びモデル授業の評価を行った。

本年度は、インバウンド観光・MICE ビジネス等の学習ユニットの実証を目的に、大学の正規授業等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス講座の開発と教育評価を行った。

2. 講座の体系と特徴

横浜商科大学、北海商科大学、札幌国際大学、札幌商工会議所付属専門学校、北星学園大学短期大学部、札幌大学、静岡県立駿河総合高等学校の 7 つの大学・専門学校・高等学校で、正規授業等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス教育の実証を行った。なお、各大学・専門学校では、昨年度本事業で作成した成果物である MICE のテキスト教材（教材名は『マイス・ビジネス概論』。以下、テキスト「マイス・ビジネス概論」）を用いて、講座を行っている。

本事業の幹事校である横浜商科大学では、昨年度の本事業評価と成果を受けて、正規授業として、インバウンド観光科目である「学部特論（インバウンド観光論）」、MICE ビジネス科目である「学部特論（マイスビジネス論）」を開講した。他の 5 校では、協力教員が担当する開講科目内での実証となった。

なお、当初、本年度作成の e ラーニング教材も正規授業等で活用予定であったが、e ラーニング教材の収録・編集作業などが当予定よりも遅れて 12 月下旬に公開となったため、多くの大学・専門学校で教材としての使用が難しい状態となった。このため、本年度収録の e ラーニング教材ではなく、昨年度収録の e ラーニング教材動画を使用した大学・専門学校がある。

また、インバウンド観光については、昨年度の事業成果物であるテキスト教材が MICE ビジネス教育向けであり、本年度収録の e ラーニング教材も 12 月下旬公開となったため、本事業での開発教材を用いての実証が不可能となった。このため、本年度は、MICE ビジネス教育の実証をもって本年度の評価とする。

3. カリキュラムの具体的内容

本授業で実証を行った各大学・専門学校におけるカリキュラム実施状況は以下の通りである。各校においては、教材としてテキスト「マイス・ビジネス概論」を用いて講座実施を行うことを共通事項として、その他は各担当教員により独自カリキュラムの実施とした。

（1）横浜商科大学

- ・対象受講者：商学部 商学科 / 貿易・観光学科 / 経営情報学科 2 年次以上 78 名履修
- ・対象授業名：学部特論（マイスビジネス論）
- ・担当教員：秋山 友志
- ・対象コマ数：15 回（1 回 90 分）

(2) 北海商科大学

- ・対象受講者：商学部 観光産業学科 2,3 年次 12 名履修
- ・対象授業名：観光研究ゼミナール
- ・担当教員：中鉢 令兒
- ・対象コマ数：12 回（1 回 120 分）

(3) 札幌国際大学

- ・対象受講者：観光学部 観光ビジネス学科 3 年次以上 42 名履修
- ・対象授業名：国際観光ビジネス
- ・担当教員：千葉 里美
- ・対象コマ数：5 回（1 回 90 分）

(4) 札幌商工会議所付属専門学校

- ・対象受講者：北海道観光学科 1 年次 31 名履修
- ・対象授業名：観光総論
- ・担当教員：福森 星嗣
- ・対象コマ数：5 回（1 回 60 分）

(5) 北星学園大学短期大学部

- ・対象授業名：英文学科 1 年次 90 名履修
- ・対象授業名：総合講義ホスピタリティ
- ・担当教員：森越 京子
- ・対象コマ数：4 回（1 回 90 分）

(6) 札幌大学

- ・対象受講者：地域創生専攻 1 年次 15 名履修
- ・対象授業名：国際観光ビジネス論
- ・担当教員：中鉢 令兒
- ・対象コマ数：3 回（1 回 90 分）

(7) 静岡県立駿河総合高等学校

- ・対象受講者：総合学科 ビジネス系列 2 年次 16 名履修
- ・対象授業名：ビジネス経済
- ・担当教員：中村 成宏
- ・対象コマ数：15 回（1 回 50 分）

4. 評価結果

(1) 学生による評価

上記の各校での授業を受講した学生を対象にアンケート（図 6-1）を回答させて回収した。7 校全てのアンケート回収数は 226 名であった。アンケート用紙には、13 個の評価項目を 5 段階（尺度を 5 から 1 で数値化）で回答する設問や自由記入で感想などを記入するコメント欄など 18 個の評価項目欄を設けた。なお、主な評価の視点は、授業への取り組み方、「MICE」の認知度・興味、テキスト、e ラーニング教材、授業全体に関するものであった。

2015 年 月 日 記入

MICE 授業アンケート

基本情報

・学校・機関名：()

・学年：() 年 | 学部・学科（コース）：() 学部 学科（コース）

・性別： 男性 | 女性

授業への取り組み方に関する質問

1) あなたは MICE 関連授業に意欲的に参加しましたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

2) 授業をきっかけにして MICE についての学習を深めましたか？（例：関連の本を読んだ、イベントに参加した等）

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

3) 質問 2) で強くそう思う、そう思うと回答された方は、具体的にどのようなことをしましたか？

「MICE」の認知度・興味に関する質問

4) この授業を受ける前に「MICE」についてどの程度知っていましたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

5) この授業を受けて「MICE」に関する基本的な知識を得ることができましたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

6) この授業を受けて「MICE」に興味や関心を持ちましたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

7) この授業を受けて「MICE」のどの部分に興味を持ちましたか？
（上の設問で 5「強くそう思う」もしくは 4「思う」と回答した方のみ）

☐ MICE 事業の将来性 | ☐ MICE に取り組むホテル事例 | ☐ MICE に取り組む旅行会社事例 | ☐ その他（ご記入ください）

テキスト「マイス・ビジネス概論」に関する質問

8) テキストの良かった項目に○、改善してほしい項目に×を記入してください。

☐ 用語説明 | ☐ ビジュアル資料(図・表等) | ☐ 文章の読みやすさ | ☐ 事例説明のわかりやすさ | ☐ 巻末の Index 一覧 | ☐ その他、ご自由に記入下さい

e ラーニング教材に関する質問（e ラーニングを行われた方のみお答えください）

9) e ラーニングの講座はいくつやりましたか？
（5=20 講座以上、4=15-20 講座、3=11-15 講座、2=6-10 講座、1=0-5 講座）

5 4 3 2 1

10) e ラーニング教材は授業の内容を理解するのに役立ちましたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

授業全体に関する質問

11) 授業回数は MICE の内容を理解するにあたり十分でしたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

12) MICE 関連授業の内容はわかりやすい授業でしたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

13) MICE 関連授業の内容はあなたの学びと成長にとって、役立ちましたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

14) MICE 関連の業務や業界に関心を持ちましたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

15) 今後も継続的に MICE 分野について学びたいと思いますか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

16) 総合的にあなたは MICE 授業を受けて満足しましたか？

5 4 3 2 1

強くそう思う そう思う どちらでもない そう思わない 全く思わない

・全体的にこの授業を受けて良かった点があれば、具体的に記入してください。

・この授業の改善点等があれば、具体的に記入してください。

ご協力ありがとうございます。

図 6-1 学生への MICE 授業アンケート票

図 6-2 は、授業全体に関する評価のうち、授業全体の満足度を各校の平均値と 7 校全体の平均値をまとめたものである。7 校全体の平均値は 3.88 で、各校の平均値としては、横浜商科大学が 3.96、北海商科大学が 4.56、札幌国際大学が 4.14、札幌商工会議所付属専門学校が 3.11、北星学園大学短期大学部が 4.09、札幌大学が 3.64、静岡県立駿河総合高等学校が 3.31 となった。

総合的にあなたは MICE 授業を受けて満足しましたか？

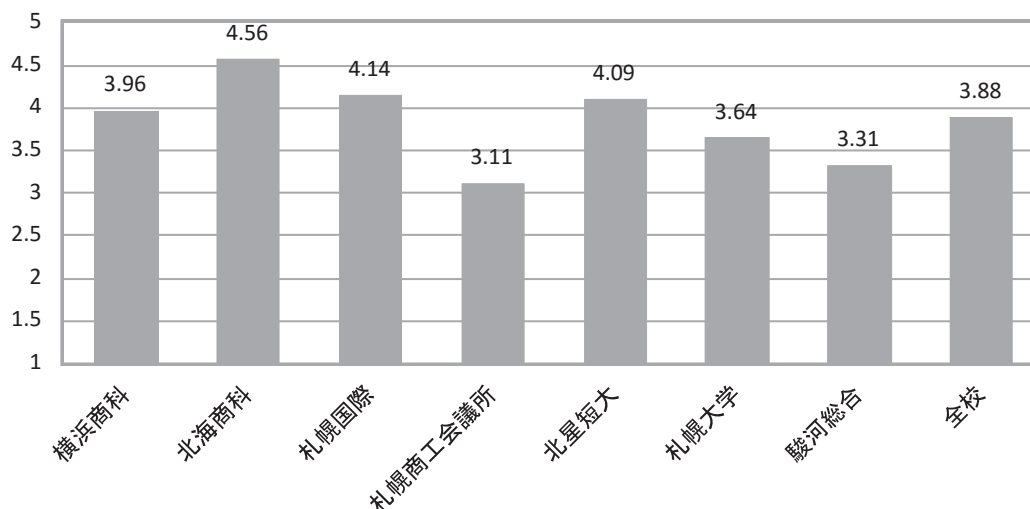


図 6-2 学生による授業全体の満足度

図 6-3 は、「MICE」の認知度・興味に関する 3 つの質問を、各校の平均値と 6 校全体の平均値でまとめたものである。7 校全体の平均値としては、授業前における「MICE」の認知度は 1.85 で、授業を受けての「MICE」の基礎知識の習得度が 3.85、授業を受けての「MICE」の興味や関心の度合いが 3.77 となった。

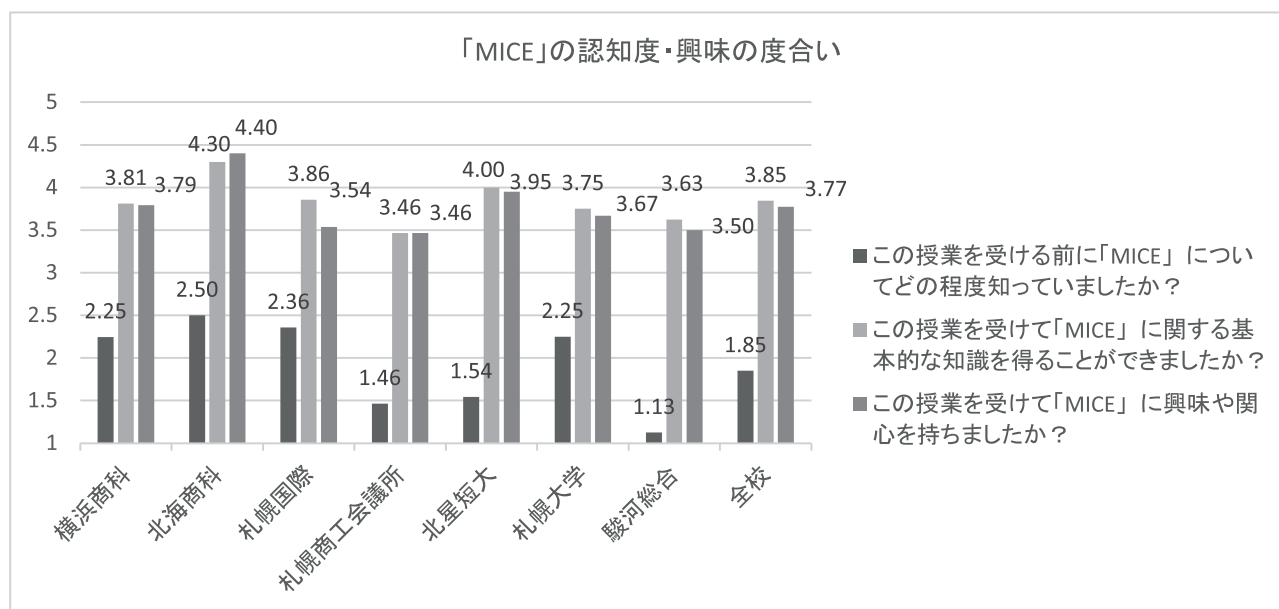


図 6-3 学生の「MICE」認知度・興味の度合い

図 6-4 は、テキスト「マイス・ビジネス概論」に関する 7 校全体の評価である。「用語説明」で「良かった」と評価をする学生は 55.3%（「改善してほしい」の評価は 8.8%）であった。

一方、「文章の読みやすさ」や「ビジュアル資料（図・表等）」で「改善してほしい」と評価する学生はそれぞれ 19.9%（「良かった」の評価は 41.6%）、14.6%（「良かった」の評価は 38.1%）となった。

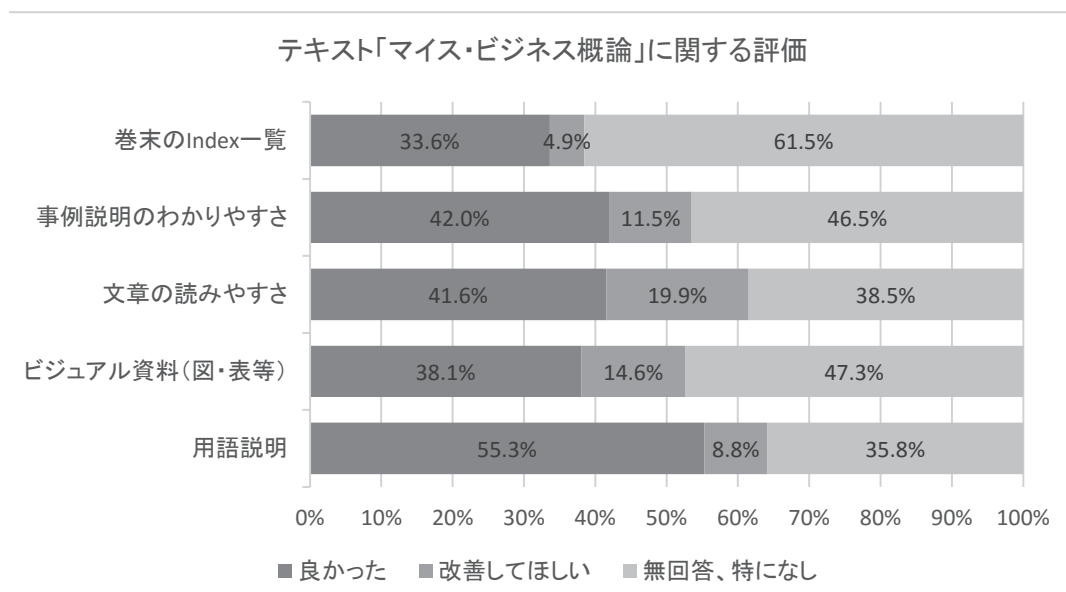


図 6-4 テキスト「マイス・ビジネス概論」に関する評価

(2) 教員による評価

担当教員 6 名（対象授業 7 つのうち 2 つは同一の教員が担当）も評価アンケートを用いて、評価を行った。

教員による評価は、6 つの評価項目を 5 段階（学生へのアンケート同様に数値化）で回答する設問と所見、その他に 5 つの項目で所見・コメントを回答するものであった。なお、主な評価の視点は、MICE 授業に対する担当教員としての評価、テキスト、e ラーニング教材、課題・補助教材に関するものであった。

中でも、MICE 授業に対する担当教員としての評価をみると、①受講生の授業への関心度が 4.00（6 教員の平均値）、②受講生の授業内容に対する理解度が 3.83（6 教員の平均値）、③受講生に対する学習難易度の適度が 4.00（6 教員の平均値）となった。

テキスト「マイス・ビジネス概論」の評価も、①授業でのテキスト利用度が 4.00（6 教員の平均値）、②受講生に対するテキストの難易度の適度が 3.83（6 教員の平均値）となった。一方で、テキストの改善点に、「事例中心にした方が良い」、「実際の受け入れているところの样子の教材があると良い」、「フィールドワーク等、実践的な学習があると良い」、「専門学校や高校生でも読みやすい内容にすると良い」などが挙げた。

5. 考察

(1) 学生と教員の評価結果から

授業前における「MICE」の認知度（7 校全体の平均値）が 1.85 であったことから、多くの学生が授業以前に「MICE」を取り扱った授業を受講していないことや「MICE」に関する関心や興味が低かったことが言える。特に、高校 2 年次や専門・大学 1 年次の学生を対象とした静岡県立駿河総合高等学校、札幌商工会議所付属専門学校、北星学園大学短期大学部がそれぞれ 1.13、1.46、1.54 と低く、一方で大学 2 年次以上の学生が対象の他の 4 校では、それらを上回った。

6 校における授業全体の満足度も多くの学生で高く、正規授業などで数回～15 回のコマで「MICE」に関する授業展開を行うことで、多くの学生の満足度を高めることができると言える。

授業を受けての「MICE」の基礎知識の習得度（7 校全体の平均値）が 3.85、「MICE」の興味や関心の度合い（7

校全体の平均値) が 3.77 であったことから、授業前の認知度との比較を見ると、授業後で多くの学生の「MICE」の知識習得や興味・関心が高まったことが言える。

(2) MICE テキストや e ラーニング教材の活用と授業展開について

テキスト「マイス・ビジネス概論」に関する学生の評価では、「用語説明」で「良かった」と評価をする学生が過半数であった一方、「文章の読みやすさ」で「改善してほしい」と評価する学生が比較的多かったこと(19.9%)は、今後大学等における MICE ビジネス講座でのテキスト教材の改定・開発においての参考となる。

また担当教員側のテキスト利用度や学生に対する難易度の設定が、妥当である評価を得ている一方で、事例や実践的な学習、フィールドワーク等を取り入れた内容へのニーズがあり、専門学校や高校生でも読みやすい内容へのニーズもある。

学生側と教員側からのニーズから、MICE ビジネス教育において、「用語説明や事例・実践的なワークを含み、専門学校や高校生でも読解できるテキスト教材」の開発・利用が求められていることが伺える。

なお、今回 e ラーニング教材の活用がうまくできなかったこともあり、引き続き、MICE ビジネス教育における e ラーニング教材の活用について実証を行う必要がある。

(3) 大学・専門学校の正規授業等における MICE ビジネス講座の可能性について

今回の実証で、大学・専門学校の正規授業等でテキスト「マイス・ビジネス概論」を用いる授業カリキュラムは、学生・教員ともに一定の評価を得たといえる。一方で、各校で e ラーニング教材の活用がうまくいかなかったこともあり、大学・専門学校の正規授業等での e ラーニング教材の活用については、引き続き、実証と評価が必要といえる。また、具体的な MICE ビジネスの事例教材や実践的なフィールドワークの提供などを通じて、学生が MICE ビジネスをより具体的にイメージできる授業展開を行うことが求められている。

授業前における「MICE」の認知度について、高校 2 年次や専門・大学 1 年次では、大学 2 年次以上と比較すると低いことが明らかになった。しかし、専門・大学 1 年次でも授業後で多くの学生の「MICE」の知識習得や興味・関心が高まることが期待されるため、大学・専門学校の正規授業等で MICE ビジネス関連科目の実施年次については、各校の他の科目やカリキュラム実態、そして受講生のレベルに合わせて、配置をすることが望ましいといえる。

第7章

実践型教材「観光ビジネス実践ワークブック」の開発

西 恵里奈（にし えりな）横浜商科大学 地域連携コーディネーター

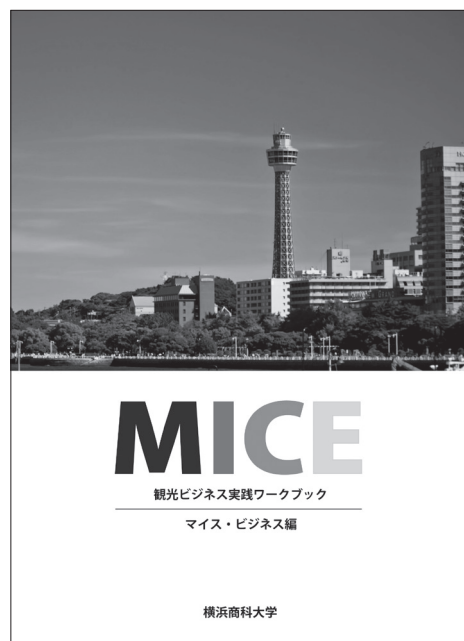
1. はじめに

観光ビジネスを学ぶには、机上での理論学習だけではなく、学習者がフィールドに出て、自分自身で現場の様子を体験する実践的な学習が重要である。そして、その体験から考察を重ね、体系的に知識と実務を修得することが求められる。しかし、そのような学びを行うための教材は、これまでほとんどなかった。そこで本事業では、初学者（学生・社会人）が、現場での体験を通して、自ら考え、知識や経験を修得するための実践的な学びを可能とする学習教材として、観光フロンティアビジネス領域、特に MICE に特化したワークブックを作成することとなった。

2. 「観光ビジネス実践ワークブック」概要

観光ビジネス実践ワークブック（図 7-1）は、観光分野における初のワーク型教材として、大学等の正規授業及び社会人向け講座で利用することを念頭に作成された。当事業の委員や観光教育関係者、さらにはインバウンド観光及び MICE ビジネスの現場で活躍する実務家の知見を集めて、作成した。

ワークブックは観光ビジネスフロンティア分野における MICE ビジネスを中心に、現場視察やインターンシップなどアクティブラーニングを含む実践的な教育プログラムを実施するにあたり、学習者が修得すべき知識や観察やインタビューの記録、課題の設定、調査、考察などを経て、修得した知識を生かせる実践的フレームに基づいた学習教材を意識したものになっている。



3. 開発コンセプト

観光ビジネス実践ワークブックは、以下のようなコンセプトのもと開発された。

(1) 学習知識定着のための補助教材

観光ビジネスフロンティア及び MICE ビジネスにおける基本的な知識を事例から学び、キーワードの紹介、章末問題などを踏まえつつ、学習者自身が記入するワーク形式の取り入れたワークブック型教材とすることで、理論と実学の両側面から学習を促す。

(2) e ラーニング学習の問題編

ワークブック内で紹介している事例は本事業で製作した e ラーニングで取り扱ったものを含み、e ラーニング学習者の補助教材としての利用も可能である。e ラーニングでは特にテキストを指定していないので、学習者自身の理解が深まり、またワークブックとしての特質を生かし e ラーニング学習のサポートも行える。

図 7-1 「観光ビジネス実践ワークブック～マイス・ビジネス編～」

(3) フィールドワーク型の視察ノート

観光業界へインターンシップを今後行うにあたり、学生側が行うべき事前の準備、実践、事後学習（コンベンションの事例、取り組み方法）などに活用するなど、授業においてフィールドワークを行う際の利用が想定されている。

(4) 発展的学習のための課題設定

PBL 型の学習課題を設定し、より実践的な学びと座学のサポートを提供する。また、ワークでは実際に学習者自身が調査することを推奨することでより積極的な発展学習を行い、プレゼンテーションなどを通して、学習者間でシェア出来るものとしている。

4. 体系と内容

観光ビジネス実践ワークブックは、学習者自身が教材に書き込みながら学習する「ワーク部分」をいたるところに取り入れつつ学習するスタイルとなっているところに大きな特徴があり、計 4 章から構成される。以下、ワークブック（内容 48 ページ）の構成である。

(1) はじめに (2p)

観光立国への期待、観光における実践・実学の重要性と人材育成、本書の目的、本書の使い方、について説明している。

(2) 1 章 観光ビジネスフロンティア総論 (8p)

第 1 章では、観光ビジネスフロンティアについての総論と、幅広く新たな観光の動向と事例紹介を行う。事例は、「インバウンド編」、「地域観光の革新」、「海外事例編」にわけて各編 3 事例、計 9 事例を取り扱う。事例は主に e ラーニング教材より抽出した。

(3) 2 章 マイスビジネス知識整理 (16p)

MICE ビジネスの概略と M,I,C,E, 各分野の事例紹介と特徴をまとめる。1 章では観光フロンティアビジネスということで広く観光を取り扱ったが、2 章では MICE に特化した知識の整理を目的とする。グローバル MICE 都市やユニークベニューなども取り扱いながら、各種ワークを設定している。章末には MIC 関連知識問題を設定する。

(4) 3 章 マイスの現場視察 (12p)

本書の目的の一つである、実学の補助教材の意義を果たす章として、フィールドワーク調査の考え方や手法、また事前学習項目、フィールドワークのまとめをする項目などから構成されている。

詳しいインタビュー方法などは推薦図書を紹介している。また、本書の特徴であるワークとして、活動計画書の作成や、インタビュー質問内容の作成など、実際に学習者がフィールドに出るにあたり役立つプロセスをワークとして紹介している。

(5) 4 章 MICE ビジネス実践編 (8p)

PBL 型の教材として、実際に MICE の現場で考えられていることをシュミレーションして問題解決を行うワーク型の章となっている。学習者は与えられた課題を、問題を解きながら、最終的にはオリジナル MICE プロポーザルを作成することで、実務を理解することが出来る。

(6) おわりに（今後の学習指針） (2p)

日本を代表する MICE の専門家から「マイスビジネスの将来と求められる人材」についてコメントを寄せてもらう。なお、巻末に 2 章の MICE 関連知識問題の解答を掲載している。

5. 活用方法の提案

本観光ビジネス実践ワークブックは、「座学をサポートするワーク型教材」として、初学者（学生・社会人）を対象に制作された。具体的な活用場面として以下が考えられる。

- (1) MICE 講座や e ラーニング学習での利用
- (2) 大学の授業等では、サポート教材として利用する。1 つの講義のみに限らず、様々な MICE 関連学習の補助教材として利用できる。
- (3) MICE インターンシップの受け入れ時に学習の補助として利用する。
- (4) 社会人向けの講座における e ラーニング講座のサポートやワークショップ等で利用する。
- (5) 観光ビジネスフロンティア・MICE ビジネスを学びたい学習者にとっての自習用教材として利用する。

また、教材としての特徴は、補助教材としての利用を考えコピーしやすいようにどの内容も見開きタイプで完結するように構成している。また、各ページ両端には、余白があり、学習者のメモ利用や内容を補助する「キーワード」や「ワンポイント」等の説明箇所として利用するだけでなく、学習を深める「トライ」等が記載されている。

本ワークブックはカラー印刷で B5 サイズ 50 ページ 2000 部を作成するが、e ラーニング学習者向け等、幅広い活用を考え印刷とは別に PDF による配布も行う。

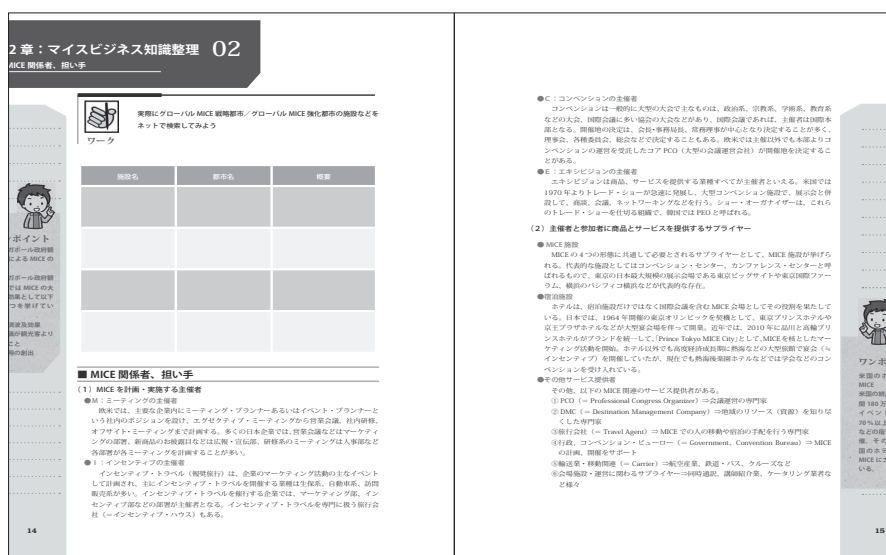


図 7-2 「観光ビジネス実践ワークブック～マイスビジネス編～」本文

6. 成果に対する評価と今後の課題

まず本事業において、これまで必要性が唱えられてきたワークブックを完成させることができたことは大きな成果の一つだと言えるだろう。実際、作成段階での打ち合わせ等において、観光教育に従事する教員や現場で活躍する実務家からも、このようなワークブックの必要性が指摘され、制作に期待する声が多数寄せられ、観光教育におけるワーク型教材制作の重要性を強く感じる事ができた。

また、今回は執筆において現場で活躍される方々に協力を得ることで、学問的な理論と知識だけでなく、実社会における観光ビジネスフロンティア、また MICE を学習者は学ぶことが出来るだろう。事例を数多く取り上げること、観光フロンティアビジネスの広がりを実感することも出来た。

今後は、実際の教育現場で活用することで、その効果と課題が明らかになるだろう。その問題点、改善点を修正しつつ、より実学の学びの手助けとなる内容としていきたい。

そして、MICE ビジネス編だけでなく、さまざまな観光ビジネス領域のワークブックの制作が期待されると考える。

第 8 章

観光ビジネスガイド『観光ビジネスのフロンティア』の企画と制作

佐々 徹(さっさ とおる) 横浜商科大学 商学部観光マネジメント学科長(教授)

1. 制作の目的と本事業の中での位置づけ

(1) 制作の目的

昨年度、本事業において作成した『MICE 取扱説明書』を継承し、それをさらに発展させたものとして、今年度は『観光ビジネスのフロンティア』と題する冊子を企画し、制作した。これは「観光ビジネスガイドブック」という基本コンセプトで編集されており、昨年度の『MICE 取扱説明書』が MICE ビジネスの啓蒙書という位置づけであったのに対して、インバウンド観光や MICE ビジネスをはじめとする観光ビジネスの先端分野（観光ビジネス・フロンティア）で活躍できる人材の育成を目指し、その分野における最新のトピックや関心の焦点をビジュアルに、わかりやすく解説する冊子となっている。

本冊子の企画・制作にあたっては、以下の 3 点を主たる目的として設定した。

- ①観光ビジネス・フロンティアが有する可能性・ポテンシャルやそのダイナミックさ・面白さを伝える内容とし、これを学ぶことの意義や楽しさに対する理解を深め、啓発する。
- ②作成した冊子を広く頒布し、観光ビジネス・フロンティアに対して関心を持つ人びとの輪を全体的に拡げていくとともに、これからこの分野を学んでいくことに対する若い人びとの意欲や、この分野でビジネスキャリアを築いていくことに対する社会人の関心を喚起する。
- ③かくして、「観光立国」の実現に貢献し得る人材のすそ野を拡げるとともに、将来を担う人材の先端分野に対する知識の底上げを図る。

(2) 本事業での位置づけ

今年度、われわれは観光ビジネス・フロンティアで活躍し得る人材を育成するための大学や地域での教育事例調査、それを踏まえたモデル・カリキュラムや教材の開発、開発した教材やカリキュラムの検証を中心として取り組んできた。しかし、効果的なカリキュラムや教材を開発しても、そもそも観光ビジネス・フロンティアに関心を有する人びとを増加させていくための取り組みや、それを学習することに対する動機づけを並行して進めなければ、将来の観光ビジネスを担う人材のすそ野を拡げていくことはできない。

そこで、カリキュラムや教材の開発とあわせて、本冊子の企画と制作を行うこととした。要するに、本冊子によって観光ビジネス・フロンティアでのキャリア構築を目指す人びとの量的な拡大を図り、カリキュラムや教材の開発でそれらの人びとの質的なレベルアップを図るというシナリオを描いている。こうした観光人材の「量的拡大」と「質的向上」のための方策を組み合わせることにより、観光ビジネス・フロンティアで活躍し得る人材の育成という本事業全体の目的をより一層効果的に果たすことができるようになって考えている。

2. 企画・編集方針と想定読者

（1）企画・編集の基本方針

前述のように、本冊子は「観光ビジネスガイドブック」を基本コンセプトとしている。すなわち、観光ビジネスに関する専門知識やその分野での職業経験を有していない人びとに、同分野での新しい取り組みを紹介し、観光ビジネスへの就業やそこでの起業を誘う書となることを想定している。

そこで、記事の企画と編集にあたっては、以下の6点を基本的な方針として定めた。

- ① “これまで”の経緯を解説するのではなく、“これから”の未来を見通せる内容とする。
- ② 問題点よりも可能性の提示、現状の分析よりもポテンシャルの解明に力点をおく。
- ③ 観光ビジネス・フロンティアのダイナミックさ、面白さを伝えることを重視する。
- ④ これから観光系分野を学習する学生でも、観光ビジネスでのキャリアのない社会人でも容易に理解できるよう、わかりやすく解説する。
- ⑤ 写真やグラフ、図表、イラストを多く用いて臨場感のある紙面に仕上げるとともに、文章はなるべく簡潔にし、短時間で読み切ることができ、要点を簡単かつ的確に把握できるようにする。
- ⑥ 携帯や配布がしやすいよう、軽量でコンパクトな装丁とする。

（2）想定する読者対象

本冊子の具体的な読者対象に設定したのは、以下の3者である。

- ① 観光学や観光ビジネスについて関心を持ち、観光系大学等への進学を考えている高校生
- ② 観光系大学等で学び始めた学生
- ③ これから観光分野でビジネスキャリアを築いていくことを考えている社会人

3. 本冊子の概要

（1）企画者および発行者

本書の企画と制作は、代表機関である横浜商科大学に所属する本事業の委員が中心となり、本学商学部観光マネジメント学科に所属する教員の協力を得て推進した。なお、上述の基本方針に沿った冊子とするためには、研究書や専門教科書とは異なり、平易な文章とビジュアルな紙面に仕上げる必要があったが、われわれにはそのノウハウが十分にないため、文章構成やデザインについては本事業の推進協力企業である有限会社コピーズ（代表取締役：中山阿津子氏）の協力を得た。また、発行者は代表機関である横浜商科大学とした。

（2）装丁

携帯や配布がしやすいよう、B5判、全36頁（表紙および裏表紙を含む）で、右綴じの雑誌スタイルとした。なお、リード部分を除いて縦書きを基本とし、読みやすさを前面に出すために文章は敬体とした。紙面レイアウトの例を図8-1に示している。

★そのビジネスチャンスはどう生かす？

A black and white photograph of a man in a dark suit, white shirt, and striped tie. He is standing on a stage, holding a microphone in his left hand and gesturing with his right hand towards a large projection screen behind him. The screen displays a presentation slide titled "The Role of the State in Economic Development". The slide contains several bullet points and a diagram showing a flow from "State Intervention" to "Economic Growth". On the table in front of him are a laptop, a glass of water, and some papers.

The screenshot shows a web browser displaying the 'E-Book' website. The page has a header with the 'E-Book' logo and navigation links. The main content area features a large image of a book cover with the title 'E-Book'. To the left of the main content is a sidebar with a list of categories. To the right is another sidebar with a list of books. The page is designed with a clean, professional layout, using a combination of black, white, and blue colors.

The screenshot shows the Japanese website for the 2011 World Economic Forum. The header includes the forum's name in Japanese and English, along with a navigation menu. The main content area features a large image of a person and text about the forum's mission. The page is designed with a clean, professional layout, using a color scheme of blue, white, and grey.



Keisuke Murao
兵庫県神戸市出身。米国オハイオ州
大学マディソン校専攻。コンサルティング

2007年にインバウンド観光に特化した
100社サイト「やまとごころ.jp」を立ち上げ、
ホテル・小売・飲食・自治体向けに情報を発信。
教育研修、コンサルティングサービス
などを提供している。

ジャンル	目的	割合	割合
観光	観光・レジャー	54.6%	62.3%
	買い物・入浴施設	2.2%	
	公園・自然	0.4%	
	自然・リゾート・リゾート	0.1%	
	展示館・博物館	1.9%	
ビジネス	市内観光 (市内観光)	2.7%	30.7%
	市内観光 (市内観光)	7.4%	
	市内観光 (市内観光)	13.6%	
	市内観光 (市内観光)	1.2%	
	市内観光 (市内観光)	1.2%	
教育	市内観光 (市内観光)	1.2%	2.9%
	市内観光 (市内観光)	1.2%	
その他	市内観光 (市内観光)	0.6%	4.0%
	市内観光 (市内観光)	0.6%	

■旅行形態と来訪国数

◎団体旅行か個人旅行か

	団体	個人
韓国	31.2%	68.8%
台湾	53.8%	46.2%
中国	60.3%	39.7%
アメリカ	12.0%	88.0%
香港	32.6%	67.4%
タイ	32.9%	67.1%

◎何重慶の訪日か

	1重慶	2～3重慶	4重慶以上
韓国	38.3%	31.6%	30.1%
台湾	26.7%	35.4%	37.9%
中国	68.0%	18.9%	13.1%
アメリカ	64.5%	21.1%	14.4%
香港	20.6%	28.1%	51.3%
タイ	40.2%	33.6%	26.2%

※訪問国(有)は日本人の来訪者数(2003年)を基準に、韓国・台湾・アメリカの来訪者数を100とした割合

[illegible][illegible]

にのびる」とが得意です。特に
外国人観光客は文化体験を求め
る傾向があり、日本発祥で成功
事例もたくさんあります。マイク
リングは、その中でも、海外に
文化を輸出して成功した星山
文芸社に話を聞いてもらって、し
て、企画を成功させてもらっし
て、それを参考に、世界の中
を放し、様々な体験ツアーに参
加したかきここのアイデアだっ
たのだ。参加する目的が「外国
人観光客をターゲットにする。これは
つまり何を意味しているのか。世
界70億人、マイクリングにとって
それは半世紀代か、やってきて
いるというところなのです。

「インバウンド時代」到来。03
その心はビジネスチャンスとを捉えろ

インバウンドビジネスは、 全ての産業と地方に チャンスがある

株式会社やまととこ 代表取締役
インバウンド戦略アドバイザー

村山慶輔氏

「インバウンド」という言葉が、まだ世間に知られていなかった2010年頃から、インバウンドがブームになるまで、筆者も訪れたさまざまな海外旅行、海外でのビジネスを通じて、インバウンドの重要性が徐々にわかってきた。海外旅行を通じて、インバウンドの重要性が徐々にわかってきた。

2015年はインバウンド元年

私は日本を訪れる観光客、アメリカ、インドをはじめとした約800万の海外旅行者を通じて、日本の魅力が海外に伝わり、インバウンドビジネスが活性化しているのを感じた。2015年は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。訪日観光客の増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。

多様化する海外観光客

訪日観光客の増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。訪日観光客の増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。

訪日観光客の増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。訪日観光客の増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。

インバウンドの増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。訪日観光客の増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。

インバウンドの増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。訪日観光客の増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。

インバウンドの発展

インバウンドの増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。訪日観光客の増加は、訪日観光客の増加と、海外からの観光客の増加が、インバウンドビジネスの活性化に大きく貢献している。

17

図 8-1 本冊子の紙面レイアウト例

(3) 発行部数および発行日

冊子としては3,000部作成し、平成28年2月26日に発行した。また、電子書籍化し、本事業を紹介するウェブサイト[※]にアップして公開している。

(4) 配布先と配布方法

作成した冊子は、全国の大学等観光系教育機関、観光協会関係、観光コンベンション関係機関、観光業関連企業（旅行業・ホテル等宿泊業など）等へ配布している。なお、これらの機関へは、郵送にて無償で配布している。

4. 構成と取材協力者

(1) 本冊子の構成

本冊子は大きく分けて3つのパートで構成されている。なお、構成の詳細については、表8－1を参照されたい。

①巻頭ディスカッション

観光ビジネス全体を俯瞰するような大きなテーマをめぐって複数の取材協力者による対談や座談会を行い、その模様を記事にした。

1つは日本の観光業界を代表する実務家と観光分野の研究者による対談で、これまでの日本の観光ビジネスの歩みをふり振り返りながら今後の動向を議論する内容となっている。また、もう1つは将来の観光ビジネスを担う人材となることが期待される若い人びと（日本学生観光連盟に所属する学生とそのOB）による座談会で、彼らが考える観光ビジネスの将来像を大胆に議論してもらった。

②トピック・インタビュー

観光ビジネス・フロンティアにおける5つのトピックを取り上げ、各トピックに関するフロントランナーとし

て活躍する実務家や、それらの研究に取り組む気鋭の若手研究者にインタビューを行って記事にまとめた。各トピックに関するビジネス界の最新の取り組みや研究の動向に対する理解を促す内容となっている。

③学びのインフォメーション

「巻頭ディスカッション」や「トピック・インタビュー」は、いずれも観光ビジネス・フロンティアに対する興味や関心を喚起する内容となっている。そして、これらによって興味や関心を高めた読者に対し、具体的な学習方法や教材を紹介している。ここでは本事業で開発したeラーニング・プログラムとワークブックを取り上げ、それらを利用した学習へと導く試みをしている。

表 8-1 本冊子の構成

パート	テーマ／トピック	形 式	ページ	(頁数)
巻頭ディスカッション	日本の観光ビジネスはどこへ向かうのか？	対談	p.1 ～ p.6	(6 頁)
	未来に向けた観光フロンティアのキーワードはこれだ！	座談会	p.7 ～ p.12	(6 頁)
トピック・インタビュー	東京オリンピック・パラリンピックで日本の観光はどう変わるのか？	インタビュー	p.13 ～ p.16	(4 頁)
	インバウンド観光、MICE…。そのビジネスチャンスを活かすには？	インタビュー	p.17 ～ p.20	(4 頁)
	“新しい観光”から生まれる新しいビジネスのヒントは？	インタビュー	p.21 ～ p.24	(4 頁)
	観光ビジネスの新たな展開は地域に何をもたらすのか？	インタビュー	p.25 ～ p.28	(4 頁)
	情報メディアの革新と発展は観光ビジネスをどう変えるのか？	インタビュー	p.29 ～ p.32	(4 頁)
学びのインフォメーション	観光フロンティアを学ぶ。 — eラーニングで学ぶ。	レポート	p.33 ～ p.34	(2 頁)
	観光フロンティアを学ぶ。 — ワークブックで学ぶ。	レポート		

(2) 取材協力者

「巻頭ディスカッション」と「トピック・インタビュー」において、各テーマやトピックでの対談、座談会、インタビューに協力していただいた方々は、表 8-2 のとおりである。

表 8-2 取材協力者

パート／テーマ／トピック	取材協力者（敬称略）
【巻頭ディスカッション】対談 日本の観光ビジネスはどこへ向かうのか？	一般社団法人日本旅行業協会会長 株式会社ジェイティービー代表取締役会長 公益社団法人日本観光振興協会副会長 田川 博己 横浜商科大学商学部長 羽田 耕治
【巻頭ディスカッション】座談会 未来に向けた観光フロンティアのキーワードはこれだ！	日本学生観光連盟 藤野 里帆 田口 智也 富永 希 横浜商科大学商学部 観光マネジメント学科教授 先端教育開発研究所長 穴戸 学
【トピック・インタビュー】 東京オリンピック・パラリンピックで日本の観光はどう変わるのか？	公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会 総務局長 雑賀 真
	近畿日本ツーリスト株式会社 営業統括本部 スポーツ事業部 石川 明彦
【トピック・インタビュー】 インバウンド観光、MICE…。そのビジネスチャンスを活かすには？	Meeting Professionals International Japan Chapter 会長 山本 牧子
	株式会社やまどころ代表取締役 村山 慶輔
【トピック・インタビュー】 “新しい観光”から生まれる新しいビジネスのヒントは？	株式会社中村元事務所代表 伊勢志摩バリアフリーツアーセンター理事長 日本バリアフリー観光推進機構代表 中村 元
	株式会社星野リゾート マーケティング統括ディレクター 佐藤 大介
【トピック・インタビュー】 観光ビジネスの新たな展開は地域に何をもたらすのか？	観光地域づくりプラットフォーム推進機構 代表理事・事務局長 大社 充
	横浜商科大学商学部 観光マネジメント学科特任講師 地域連携コーディネータ 秋山 友志

【トピック・インタビュー】 情報メディアの革新と発展は観光ビジネスをどう変えるのか？	株式会社昭文社 正木 聡
	横浜商科大学商学部 観光マネジメント学科専任講師 細江 哲志

5. 成果に対する評価と今後の課題

本冊子の企画づくり、構成の立案、取材協力者の人選等はすべて本事業の委員で行ったが、われわれには十分なノウハウがないビジュアルな紙面づくりのための文章構成やデザイン等の部分では編集の専門家の協力を得て制作した結果、前述の制作目的と基本方針に適った冊子が完成した。また、いずれの取材協力者も十分な準備をしてから対談や座談会、インタビューに応じてくださったため、貴重な情報や示唆に富む意見が随所に織り込まれた冊子に仕上がった。本冊子は「観光ビジネスガイドブック」として、観光ビジネス・フロンティアへの興味・関心の喚起や、それを学習することに対する動機づけに十分に貢献し得るものであると自負している。

しかし、これを効果的に頒布する方法については、まだ検討の余地がある。また、本冊子による関心の喚起や学習への動機づけの促進を実際に学習するという行動につなげ、さらには本事業で開発したカリキュラムや教材の利用へとステップアップさせ、観光ビジネス・フロンティアで活躍し得る人材の育成を実現するという過程の具体的な仕組みづくりは不完全であるといわざるを得ない。もちろん、こうした一連の過程の構築を企図して本事業を構成する個々のプロジェクトに取り組んできたが、これらを連携させ、相乗効果を発揮させるための方策については、今後も継続して検討していく必要がある。

第9章

本事業の総括と今後の課題

穴戸 学（ししど まなぶ）横浜商科大学先端教育開発研究所長
横浜商科大学 商学部観光マネジメント学科 教授

1. 本事業における各プロジェクト評価について

（1）大学における MICE ビジネス実践教育調査

2015（平成 27）年度は、2014（平成 26）年度実施の各都市 MICE の人材育成調査を踏まえて、MICE 教育に取り組む大学の調査を行った。札幌国際大学・横浜商科大学・神戸山手大学・長崎国際大学・名城大学の事例を通じて、大学において MICE 教育は途上にあることが明らかとなった。各大学には観光系学部学科があり、観光関連の各科目内で MICE に触れるとともに MICE 関連科目を設置している。科目内では「C: コンベンション」「E: エキシビション/イベント」については、一定の取り組みが見られる。しかし、MICE の全体像や「M: ミーティング」及び「I: インセンティブ」については、一定の取り組み例は少ない。また、適切な教材や指導教員の不在、インターンシップなどを含む実務体験などの教育方法は、開発の余地が多いことがわかった。

（2）地域における MICE ビジネス実践教育調査

2015（平成 27）年度は、札幌、横浜、東京などの各都市における MICE 人材育成の詳細を調査した。また、民間レベルにおいては「MICE 塾」も調査した。これらの調査を通じて明らかになったことは、明確なカリキュラムや教材がないことである。一方で、これらは、（1）の大学等の教育機関における MICE 教育のように基礎から発展へとカリキュラムを構築しようと試みた上での学びとは異なり、主に社会人が対象であり、講師陣もそれぞれの分野の専門家であることから、各分野の先進例を学ぶことで、学習者が自分に必要な知識や技能を修得し、自ら実践に活かしていくという傾向が見られる。それぞれのカリキュラムには長所短所があるだろうが、現状を通じて明らかになったことは、知識・技能体系をカリキュラム化し、統一シラバスにより講座を実施することの難しさである。

（3）e ラーニング教材の開発とその教育評価

平成 25 年度事業での e ラーニング教材は、講座収録までが精一杯であり、実証はあまり出来なかった。そこで、2014（平成 26）年度には、インバウンド観光に加えて MICE 講座を含めた全講座の作成を年内に終え、1 ヶ月程度のトライアル学習を実施した。その結果、学習期間の短さや各講座の達成度が不明瞭などの課題は指摘されたものの、各分野充実した講座であるとの評価も得られた。そこで、2015（平成 27）年度は、MICE 講座を充実させるとともに、2020 年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、新たな観光ビジネスへの転換が期待されることにも注目し、観光ビジネスフロンティア講座として、新たな観光ビジネス分野を積極的に取り入れた。また、各講座の終了時に「ミニテスト」を設定し、学習者の知識の定着度を計測するとともに、所定のカリキュラムを修得した学習者に、本学から修了証を付与することが出来た。また、いくつかの大学での正規授業に導入し、活用するとともに、社会人向けの講座や e ラーニングのみの講座を長期間にわたり実施することが出来た。

アンケート結果などからも明らかなように、各講座内容の充実、学習教材としての利便性、学習の成果としての修了書の授与など、教材の開発と学習者のスキルアップに一定の枠組みが構築できたと考えられる。当事業委員会内や視聴者の評価は高い。その持続的な活用が求められている。

（４）社会人の学び直しとしてのインバウンド観光・MICE ビジネス講座の開発とその教育評価

社会人の学び直し講座は、本年度事業の1つの柱である。事務局校が所在する横浜市内で実施することで、当事業が目指すべき「地域版」社会人ための学び直し講座として、「インバウンド観光・MICE 講座」として、2日間の講座とそのカリキュラムが構築できたことは大きな成果だろう。加えて、社会人の学び直しという制約条件をクリアしつつも、学習の広がりや深化を可能とするeラーニングを活用したことで、学習成果は大いに高まったと言える。また講座内では、参加者が学習した成果を踏まえて、考え、議論する、アクティブラーニング的学習方法も導入し、地域の観光機関とも連携したことで、その成果を地域に提言することが出来た。また、遠隔地である「札幌市」での開催にも取り組み、横浜において開発したカリキュラムを札幌市に活用して、活用した。実施地域の機関や関係者の協力を得て、札幌市での実施に成功したと言える。このことにより、当カリキュラムは、各地域のインバウンド観光・MICE 講座の標準カリキュラムとして活用できることを証明できたと考える。次年度以降、さらに学習を応用・深化させることや他地域への波及が期待される。

（５）大学の正規授業等におけるインバウンド観光・MICE ビジネス講座の開発とその教育評価

2014（平成26）年度は、作成したテキスト「マイス・ビジネス概論」を活用したモデル授業として、2大学・2専門学校・1高等学校において、1回分（90分）のトライアル授業を実施した。MICE への認知度の低さはあったものの、興味関心を高められたと言える。

そこで、2015（平成27）年度は、これらテキスト及びeラーニングを活用し、正規授業での実施を試みた。もちろん、正規授業については、各学校のカリキュラムですでに決定しており、簡単に変更はできないが、2大学では、15回分の講義を実施し、2大学1短大1専門学校1高校では、5回程度の授業として実施が出来た。授業全体のうち複数回実施出来たことで、MICE 授業として導入した成果が明らかになった。教材の評価も高く、また新たな観光分野の知識習得につながり、新たな観光人材としてのスキルを身につけられたものと評価出来る。

（６）実践型教材『観光ビジネス実践ワークブック』の開発

観光人材育成の問題意識の1つとして、実務的、実践的な学びの重要性が指摘される。昨年度から本事業で取り組んでいるインバウンドやMICE 分野など観光ビジネスの人材育成においても、テキストやeラーニングなど座学を中心とする教材コンテンツは構築されつつある。しかし、現場での学習に活用できる教材はほとんど存在していない。観光人材育成においては、インターンシップや現場へのフィールドワークが頻繁に行われているが、それらの学びをサポートする教材はない。さらに、教室・講座内の学習においても主体的に学び、課題を解決していく学びの転換が求められている。そこで、観光ビジネスフロンティアを学ぶという前提に立ち、その中でも今回の事業で注力するMICE 分野の学習を実践的に進めるためのワークブックを作成した。これまでにない新たなタイプの教材として、先進事例の紹介や、課題の設定、学習を深めるワークシートやプロジェクトをすすめるために例題等が多く設定されている。今年度は授業等での利用には至らなかったが、当事業委員会内の関係者からは高い評価を受けている。

次年度以降の取り組みの中で、教材を活用して、実践的な学びをすすめ、その検証を行うことが必要であろう。

（７）観光ビジネスガイド『観光ビジネスのフロンティア』の企画と制作

本冊子は、昨年度作成したMICE への理解と関心を高める冊子「MICE 取扱説明書」（電子版含む）の続編として、新たな観光ビジネスなどを理解し、社会人が学び直し、さらには生徒・学生達が、観光を学び、観光分野で活躍するための興味関心を高められるように「観光ビジネスフロンティアガイド」として作成した。2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、観光ビジネスが拡充するだけでなく、新たな分野への参入し、可能性があるビジネス分野であることを理解しやすいものとした。そのため、既存の観光ビジネスの最前線で新たな課題に取り組む人材や、新たな分野から観光ビジネスにアプローチしていく人材、さらには、学生達の取り組みなども紹介し、観光ビジネスの可能性を象徴する冊子とした。観光を学ぶというと、旅行業や宿泊業など観光ビジネスはステレオタイプ化されているが、インバウンドや地方創生などの動きに合わせて、多様な分野との融合が起こっており、さまざまな形で起業やビジネスモデルの転換が起こっている。観光ビジネスのダイナミズムと可能性を感じてもらうことで、観光を学ぶニーズが掘り起こされ、学び直しや教育機関での学びが広がり、世界に負けない観光人材育成のメカニズムが構築される

ことを願う。

(8) 事業成果報告会・MICE 教育パネルディスカッションの開催

事業の総まとめとして、2016年2月19日(金)13:30～16:00に品川プリンスホテルメインタワー36階「ガーネット36」において、事業成果報告会「観光人材育成の新機軸～新たな観光ビジネスの創造と革新を目指して～」を開催した。当日は118名の来場者と本学関係者が出席した。事業報告会では、文部科学省高等教育局専門教育課課長補佐 辻直人氏を来賓として迎え、事業の成果物を中心にインバウンド観光・MICE 人材育成プログラムについて解説し、参加者に事業の成果物を披露し、今後の利用を呼びかけることが出来た。

後半のパネルディスカッション「観光人材育成の新機軸～新たな観光ビジネスの創造と革新を目指して～」では、株式会社 trippiece CEO 石田言行氏、株式会社びゅうトラベルサービス国内旅行事業本部市場・観光開発室マネージャー歌川あゆみ氏、公益財団法人札幌国際プラザコンベンションビューロー担当部長荻麻里子氏、水族館プロデューサー、日本バリアフリー観光推進機構理事長中村元氏など、最前線で活躍する4名のパネリストを迎え、本学教授穴戸学がコーディネーターとなり、活発な議論が行われた。終了後のアンケートを見るとそれぞれ高い評価を頂くことが出来た。中でも、パネルディスカッションへの評価が高く、継続開催を期待する声も多く、あらためて本事業の重要性をうかがい知ることが出来た。

2. モデルカリキュラム基準及び達成度評価に関する評価

本事業においては、広範で多様な観光ビジネスのカリキュラムを体系化し、例示することは試みていない。むしろ、今年度は以下の3点に注力してカリキュラムを作成し、それぞれ以下の通り評価出来る。

①大学等における「MICE 科目」の正規授業での導入カリキュラム

15回の講義でのシラバスおよび観光科目・ゼミ内での5回程度の単元としての実施については、それぞれ実施した実績・シラバスが、そのままカリキュラムを意味している。

②社会人の学び直しのための講座カリキュラム

2日間の座学講義とeラーニングの活用により、カリキュラムイメージを提示した。また学習方法についてもアクティブラーニング・PBL型を導入し、加えてeラーニング活用により、学習者のニーズに応じて学習内容を構成する仕組みを提示した。

③インバウンド観光・MICE ビジネス人材育成のためのカリキュラム

eラーニングとワークブックという成果物において、カリキュラム案が例示されている。

そして、それぞれの学習の導入を経て、修了証を授与することを通して、6つの学習達成度の指標を明示した。内容と達成度評価については、今後さらに実証を続けて、改良を重ねる必要がある。

上記の取り組みにより、かなり具体的なカリキュラムと達成評価が明示出来たと考える。

3. 今後の課題と平成28年度以降に求められる取り組み

以上から、本年度事業の成果から今後取り組むべき課題をまとめると以下の通りである。

① インバウンド観光・MICE ビジネスカリキュラムの普及と実証

本事業で作成した「eラーニング教材」は非常に高い評価を受け、その継続利用に対するニーズがある。すでに価値ある資産と見なし、次年度は、関連する団体や企業との共同開発や一部有料化なども含めて実証を行い、自走化の可能性を検討する必要がある。

② 観光ビジネス実践ワークブックの実証と新分野の開発

2015(平成27)年度に作成したMICE編の授業等での実証を行う。さらに、インバウンド観光や新たな観光ビジネスフロンティア分野を想定した、第2弾を開発すべきである。

③ フィールドワークやインターンシップなどの実践的な学習法の開発

インバウンド観光やMICE ビジネス教育のための実践的な学びとして、フィールドワークやインターンシップ

を実施し、その実施可能性とプログラム案を開発する。特にワークブックを活用して行うことが有効であると考ええる。

④社会人の学び直し・女性の学びに対応するカリキュラム開発の充実

今年度実施の社会人プログラムの他地域への展開や同地域における継続講習などの検討が必要である。また、eラーニングなどを活用することで、女性の学び直しに活用出来る。

⑥観光ビジネスフロンティアネットワークの構築

今後、観光分野を牽引する観光ビジネスフロンティアの推進と人材育成のために、産官学で連携する必要がある。本事業をきっかけにネットワークを強化する。

平成 27 年度文部科学省委託事業
「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業（観光分野）
観光フロンティアとしてのインバウンド観光・マイスビジネス人材育成 事業報告書

発行	横浜商科大学
〒 230-8577 神奈川県横浜市鶴見区東寺尾 4-11-1	
発行日	2016 年 2 月 26 日
編集	横浜商科大学
印刷・製本	(有) くんぷる

本事業の概要については横浜商科大学 HP <http://www.shodai.ac.jp/> でもご覧いただけます。