

(論 文)

観光教育におけるPBLの試行と課題

—川越市若者誘客事業を事例として—

朝倉はるみ 廻 洋子

キーワード

学士力 社会人基礎力 アクティブ・ラーニング
PBL (Problem/Project Based Learning) 観光教育

はじめに

学士課程教育は、中央教育審議会（以下、中教審）の答申を踏まえ、これまで数々の改善が行われている。中教審は2006年以降、学士課程教育に重点を置いた審議を行い、2008年12月に答申「学士課程教育の構築に向けて」をまとめた。この答申では、学士課程教育の改革に向けて3つの方針⁽¹⁾を掲げ、方針別に改革の方向と具体的な改善方策を示している。3つの方針の1つである「教育課程編成・実施の方針について」の中の「教育方法の改善」において、「学士力は、課題探究や問題解決等の諸能力を中核としている。学生にそれを達成させるようにするには、既存の知識の一方的な伝達だけでなく、討論を含む双方向型の授業を行うことや、学生が自ら研究に準ずる能動的な活動に参加する機会を設けることが不可欠である¹⁾」としている。そして、「具体的な改善方策」のうち「大学に期待される取組」の1つとして、「学習の動機づけを図りつつ、双方向型の学習を展開するため、講義そのものを魅力あるものにするるとともに、体験活動を含む多様な教育方法を積極的に取り入れる²⁾」こと、具体的には、「学生の主体的・能動的な学びを引き出す教授法を重視し、例えば、学生参加型授業、協調・協同学習、課題解決・探究学習などを取り入れる⁽²⁾。大学の実情に応じ、社会奉仕体験活動、フィールドワーク、インターンシップ、海外体験学習や短期留学等の体験活動を効果的に実施する³⁾」ことを提案している。

2012年8月の答申「新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて～生涯学び続け、主体的に考える力を育成する大学へ～」においても、「生涯にわたって学び続ける力、主体的に考える力を持った人材は、学生からみて受動的な教育の場では育成することができない。従来のような知識の伝達・注入を中心とした授業から、教員と学生が意思疎通を図りつつ、一緒になって切磋琢磨し、相互に刺激を与えながら知的に成長する場を創り、学生が主体的に問題を発見し解を見出していく能動的学修（アクティブ・ラーニング）への転換が必要である⁴⁾」としている。

2012年4月に新設された淑徳大学経営学部観光経営学科では、こうした一連の答申を踏まえ、学生が主体的に授業に関わり、学び・考え・行動する能動的学習を実践している⁵⁾。観光関係企業

あさくら はるみ：淑徳大学 経営学部 准教授
めぐり ようこ：淑徳大学 経営学部 教授

の方を講師として招聘する科目（1年次必修科目、観光経営研究Ⅰ）、インターンシップ（2年次以上選択科目、観光関係企業等での就業体験）、短期海外研修（2年次選択科目、シンガポール5日間）、研究領域を深めて調査を行い、観光関係企業や観光地の課題解決策を提案する科目（3年次以上選択科目、観光経営研究Ⅱ・Ⅲ）を設定して、社会に出てからの課題解決能力を養うことを目標としている。2015年度からは「実践学習支援センター」を設置して、体験実践型学習のサポートを強化した。また、他の科目においてもキャリア教育と連携させた学外学習（1年次の観光地視察）や、希望学生を募っての観光関係企業視察等を行っている。2013年度には、埼玉県川越市役所と連携して同市の課題解決を目指すPBLを初めて導入した。

本稿では、2013～2014年度の2年間にわたるこのPBLの進め方を報告し、成果と課題を考察することを目的とする。

1. 学士課程教育における観光関係PBLに関する先行研究

学士課程教育の質的転換に必要なとされている能動的学修のうち、観光関係PBL（Problem/Project Based Learning 課題解決・探究学習）についての先行研究を、日本観光ホスピタリティ教育学会⁽³⁾の機関誌及び全国大会論文集から整理する。

益山（2012）は、ゼミでプライダル業界研究を導入し、関係企業・団体との調査活動や、地域⁽⁴⁾からの要請を受け地域資源を活用した（美術館、国立公園等を会場とする）結婚式の提案を行った。学生は、社会調査法の習得、地域との協働活動を通して社会性やチームワーク、リーダーシップ、コミュニケーション力、企画・実践力等を養うことができ、高い満足度を得られたと報告している⁶⁾。横川（2012）は、大学のある神奈川県茅ヶ崎市の民間企業が、横川の大学の学生と協同しての新作弁当の企画・販売を茅ヶ崎市に持ちかけたプロジェクトについての経緯と課題を整理した。学生は、市職員等へのプレゼンテーションや、学会セッションへの参加、他市教育委員会視察研修での報告という経験を得ることができ、また地域振興への理解も深まったことを成果としている⁷⁾。海老澤（2013及び2014）は、大学のある長崎県佐世保市に隣接する川棚町から受託した調査事業（2011～2012年度）について報告している。調査は海老澤のゼミで対応し、町内中・高校生による旅行プランコンテストを実施して、その結果をもとに実施した同大国際観光学科2～4年生によるモニターツアー3回の調査票分析や検討会を踏まえ、町の観光構想計画（観光地づくりの方向性の提案）を策定した。本事業を通して、関係3者（学生、事業依頼者、大学）に成果があった。教育効果は、観光地を多様な角度から評価する力や会議運営力（発言力、整理力等）等を学生が習得できたことである⁸⁾。事業依頼者（川棚町）にとっては、町内の新しい観光ポイント・観光地イメージが発見でき、大学も受託料収入を得られた。そして、「観光系大学こそ他の学部・学科よりも教室外学修にふさわしい学問領域を持っている」ことを指摘している⁹⁾。浮田（2014）は、産学官連携事業⁽⁵⁾に2～4年ゼミ生が横断的に取り組むことで社会人基礎力（考え抜く力、チームワーク等）が養成され、学習への興味度変化調査によって興味分野の拡大を確認した。また課題解決へのプロセスで相互性（ホスピタリティ）に力点を置くことで、円滑な人間関係を学修できる可能性があることを示唆している。しかし、学生の自己評価（チェックシート等）による教育的効果の定量的測定には限界があることを指摘した¹⁰⁾。捧ら（2014）は、2012～2013年度の2年間、三重県亀山市においてバリアフリー観光推進方策を検討するための社会実験活動⁽⁶⁾を行った。その際、老人福祉施設の協力を得たことで学生へのホスピタリティ教育効果が高まったことを、学生アンケート調査で検証した¹¹⁾。高井ら（2014）は、北海道ニセコ地域において観光学のケーススタディ映像教材企画・制作プロジェクトを通して、参加学生の社会人基礎力⁽⁷⁾が養成され、向上す

るかを、学生へのアンケート3回及び個別インタビュー3回によって検証した。アンケート結果では、社会人基礎力の3分野・12項目中9項目で数値が上昇しており、参加学生は一定の社会人基礎力が高まったことが確認された。一方、指導教員は、知識の伝授にとどまらないスキルや経験が重要であることを指摘している¹²⁾。

このように、観光関係PBL研究の歴史は浅いが、学士力⁽⁸⁾や社会人基礎力を学生が培うことにPBLが寄与していることが明らかにされている。

以下、本学の経営学部観光経営学科でのPBLの取り組みについて述べる。

2. 観光系3大学と川越市との連携によるPBL

(1) PBLの背景

川越市は埼玉県南西部に位置し、蔵造りの町並み、時の鐘、川越城本丸御殿、喜多院等の歴史文化資源を多く有し、年間約624万人(2012年、本PBL実施前年)が訪れる観光地である。観光客の特徴は、50代(22.1%)、60代(38.7%)が多く、10代は2.2%、20代は8.7%と、若年層の割合が少ないことである(データはいずれも平成25年5月の川越市観光アンケート調査報告書より)。

また、川越市第三次総合計画後期基本計画(2011~2015年度)によると、同市の生産年齢人口は1995年以降年々減少し、今後もさらに減少が続くことが予測されており(1995年241千人→2025年予測191千人、30年間で20.7%、50千人の減少見込み)、若年層のまちへの取り込みが課題となっていた。

(2) 事業1年目(2013年度)の概要：まちなか再生支援事業¹³⁾

1) 事業のフレーム

川越市は、前述した課題解決に向け、財団法人地域総合整備財団⁽⁹⁾(以下、ふるさと財団)が実施している「平成25年度まちなか再生支援事業」を導入した。この事業は、まちなか再生に取り組む市町村に対し、専門家への業務委託費等の一部を補助し、活力と魅力ある地域づくりに寄与することを目的としている¹⁴⁾。川越市は、大学の教員と学生が地域に入り、市町村や地元関係者と共にまちなか再生に取り組む「大学連携型」を選択し、川越近郊の観光系3大学(淑徳大学、立教大学、跡見学園女子大学)及び公益社団法人小江戸川越観光協会等が連携して事業を推進する体制とした(図-1)。また、本事業の実施主体であるふるさと財団と、同財団が派遣する専門家(アドバイザーボード⁽¹⁰⁾)の助言を受け、公益財団法人日本交通公社⁽¹¹⁾が事業推進をサポートした。

これまで川越市では、一部のまちづくり活動に市内の大学生が関わったことはあ

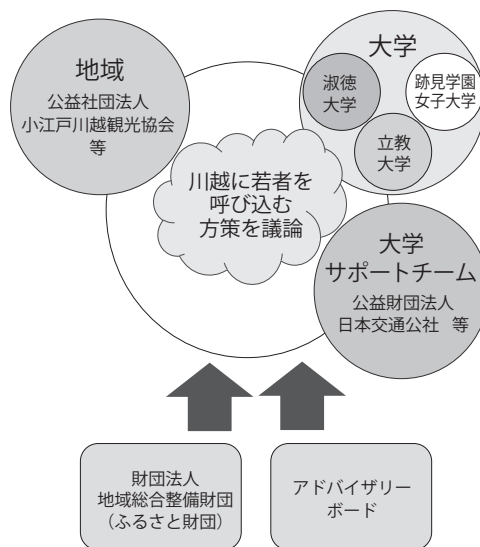


図-1 事業の推進体制

出典：『平成25年度川越市まちなか再生支援事業報告書』
平成26年2月 川越市

表-1 参加大学及び学生数

大学名（五十音順）	学部・学科名	学生（淑徳大学以外はゼミ）
跡見学園女子大学	マネジメント学部 観光マネジメント学科	12人（2年生5人、3年生7人）
淑徳大学	経営学部 観光経営学科	11人（2年生）
立教大学	観光学部 観光学科	20人（2年生）

たものの、大学との体系的な連携は市として初の試みであった。

本事業は、川越市と若年層（大学生）が連携して、若年層の観光客（リピーター）増加、交流人口増加によるまちなかの賑わい創出、地域の担い手育成、若年層の定住促進と生産年齢人口の増加に向けて、若者ならではの視点による新たな提案に取り組み、同市が「若者が訪れたいまち、若者が住みたいまち」になることを目標とした。

2) 事業の流れ

本事業は、4段階に分けて進められた。第1段階は、大学ごとに市内3地区のフィールドワーク（現況調査）を実施し、観光資源の分布や来訪者の属性等を把握した。第2段階は、現況調査結果に基づいて川越の現状と若年層の観光ニーズとの乖離等の課題の分析を行い、解決策を検討した。第3段階は、提案された解決策を盛り込んだ試験事業を実施し、解決策について検証した。最後の第4段階は、3大学合同ワークショップでの検討結果や、試験事業の検証結果を踏まえ、川越に新たな価値をもたらす事業の提案と今後の展望等を取りまとめた。

2013年5月～翌年2月までの10ヶ月間に3大学合同ワークショップを7回、大学別打合せを20回実施して、議論を深めた。また、フィールドワークを6回（大学別フィールドワーク除く。川越市郊外視察、横浜での川越市観光PR協力、行灯ウォーク視察、川越まつり体験含む）、地元NPOへのヒアリングを1回行い、川越市に対する理解を深めた。また、ふるさと財団主催の「現地会議」（7月）でアドバイザーボードから助言をもらい、課題解決策の参考とした。事業の総括として、2014年2月にふるさと財団主催の実績報告会⁽¹²⁾に参加し、3月には川越市長に対し学生が最終報告を行った

3) 課題解決策提案までの経緯

a) 提案のスタンス

課題解決策の提案に向けては、本事業の目標が（川越への）若者の誘客という観光の視点だけでなく、「若者が住みたくなる川越」「住んでいる人も楽しめる川越」という、まちづくりの視点も求められていることから、以下のようなスタンスで提案することを3大学合同ワークショップで取り決めた。

- * 若者として、というより、「自分たちのセンス」で提案する
- * 単に人が来ればいい、という視点では考えない
- * 次年度以降もつながるようなシナリオを考える
- * 地元住民にも楽しんでもらえる提案をする
- * この取り組みを地元住民に広く知ってもらう
- * まずは、地元で協力してもらえるところから始める

b) まちなか再生のキャッチフレーズ

川越を来訪する若者が少ないという現状を踏まえてさらに川越市の課題を整理していくと、「若者にとって川越のイメージが薄い」「(蔵造りの町並みは) 店が閉まる時間が早く、楽しめる時間が限られている」「売っているものが似ている、川越らしい店が減ってきている」「町歩きがしづらい環境」等が挙げられた。そこで、「夜も楽しめる川越」「来るたびに新しい発見がある川越」「住んでいる人が自慢したくなるような川越」になることを目指し、まちなか再生のキャッチフレーズを「デートをするなら、川越で買って、川越で食べて、川越で夜を過ごそう!」とした。このキャッチフレーズには、若者がデートしたくなるような川越の魅力づくりを進めていくという想いが込められており、買物の魅力や夜の魅力を提案することで、新しい川越の楽しみ方を若者に発見してもらうこと、さらに滞在時間延長による消費額増加も狙っている。

c) 解決策(プロジェクト)の構成

解決策は、3つの方針一夜の魅力アップ、グルメ・ショッピング、イメージづくり・情報発信一のもとに、6つのプロジェクトを提案・実施することとした(図-2)。6プロジェクトのうち、「川越フォト♥^{LOVE}コン」は、30人が参加する試験事業(1日がかりのイベント)で、3大学が連携して集客・運営し、参加者アンケートによる他のプロジェクトの検証も合わせて行う場とした。

4) 本学の関わり方

a) 参加学生の選定

当事業は、川越市から本学経営学部にも協力要請があった。大学教員が専門的知識とノウハウを提

プロジェクト名	実施内容	担当大学
1 夜の魅力アップ 既存の夜の魅力づくりをさらにレベルアップ! 夜の既存イベントの評価・検証 (宵の市他)	●既存イベント・夜の日常の川越を体験し、課題や改良点を整理し、提案する ●地元の関係団体へのヒアリングの実施 ●川越フォトコンアンケート結果の検証	立教大学
2 デートの前に出合いを演出! 各プロジェクトの検証 他とちょっと違う! 「川越フォト♥コン」の開催	●川越フォトコンの企画・運営 →川越の新たな楽しみ方を提案する場、出合いの場、各プロジェクトを検証する場、若い世代の意識や嗜好などのデータを把握する場としての位置づけ(既存のマチコンイベントとの差別化) →地元の関係者との調整 ●若い世代から見た魅力的な資源の掘り起こし(フォトコン) ●参加者へのアンケート調査	跡見学園女子大学 (運営は3大学)
3 実は夜も営業しているお店・ デートで使えるオススメのお店を紹介! 夜ごはんマップの作成	●カップル向け夜のデートプランづくり (夜だからこそ楽しめるスポット、その季節だからこそ楽しめるスポットの紹介)	立教大学
4 蔵の品格に合う見せ方 夜・店先のライトアップで夜もまち歩きが楽しめる! 入りたくなるディスプレイ& 歩きたくなるライトアップ提案	●若者がおすすめするお店の情報を掲載した夜ごはんマップの作成 →覆面調査によるお店のセレクト →お店への取材、写真撮影、原稿執筆 →「川越フォトコン」での夜ごはんマップ、掲載店の検証	淑徳大学
5 デートをしたいと思ってもらえる イメージを見える化! デートイメージのビジュアル化	●夜のまちなみとディスプレイの課題整理(フィールドワーク) ●地元の関係団体へのヒアリングの実施 ●ライトアップ、ディスプレイに関する提案 ●川越フォトコンアンケート結果の検証	立教大学
6 若い世代に届く川越流の情報発信を提案! 若い世代に届く・響く! 情報発信の実験・検証	●デートイメージの写真撮影 ●フリーペーパーの発行計画づくり ●カップル向けデートプラン(跡見)+デートコース(立教)の集約 ●男子がリードできるデートコースの提案	立教大学
	●川越フォトコンの情報発信(SNS、既存サイト活用) ●フェイスブックのグループページの活用 ●川越フォトコンアンケート結果の検証 ●夜ごはんマップの拡充	3大学

図-2 解決策(プロジェクト)の構成

出典:『平成25年度川越市まちなか再生支援事業報告書』平成26年2月 川越市

供し学生の指導を行うことが期待されていたため、まちなか再生に専門知識を有する観光経営学科の教員が指導にあたり、その教員のゼミで協力することが望ましいと考えられた。しかし、当事業スタート時（2013年度前期）は観光経営学科ではゼミが準備段階にあったため同学科で学生を公募し、2年生有志5名（女子のみ）が参加した。後期は、2年次以降履修可能な選択科目「埼玉の観光研究」に当事業を組み入れ、前期参加の有志学生5名の他に6名の履修者が加わり、計11名が参加した（女子8名、男子3名）。

b) 担当プロジェクトと作業手順

8月のワークショップで図-2で示した6プロジェクトが固まり、本学は「夜ごはんマップの作成」を担当することとなった。川越の蔵造りの町並みは、夕方、大学や会社が終わってから訪れると、町並み全体が暗く開いている店も少ないため、夜の楽しみがあまりないという意見がワークショップで出された。しかし、夜のデートで学生が行きたくなるレストランがあれば、そうした店だけを掲載したマップを作って学生に周知することで学生が夜のデートで川越を来訪する可能性が高まることを想定した。さらに、川越市内の既存組織が飲食店を紹介する場合は様々な制約⁽¹³⁾があるが、本事業はそうした制約がなく、学生が自分の目線でよいと思った店を紹介することができれば、それが川越の新たな魅力の発見と発信につながる考えた。

そこで、「若者が、夜、川越でデートするときに行きたいお店」を掲載したマップを、以下の手順で作成した。なお、このマップは、12月1日実施の試験事業「川越フォト♥コン」で参加者に配布するため、作成期間は2ヶ月弱（9月半ば～11月末）であった。

まず、学生が「自分がデートで使うなら、こんな店がいい」という条件を抽出した。例えば、「22時までオープンしている」「晩御飯メニューがある」「価格が手ごろ（2,500円／人程度で、おごることができる）」「店内が静かすぎない」「店の外観やインテリアがすてき、かわいい」「ゆとりあるテーブル配置」「食事マナーに厳しくない」「店内が清潔」「店員の接客態度がいい」「客層がいい」といった条件である。

次に、小江戸川越観光協会HPや市販ガイドブック、地元作成パンフレット等から、上記条件を備えていると思われる店を各自3店抽出し、全23店の中から各自1店をマップ掲載候補として推薦した。2名から推薦のあった2店はこの時点で掲載確定とし、それ以外に6店を抽出して8店を掲載候補店とした。

そして、各店ごとにコメント担当者を決め、担当者は既存資料を活用して店の紹介コメントを事前学習として執筆した。その原稿には、講義中に教員がアドバイスし、事後学習時間も使って担当者がリライトを重ねた。

10月中旬には、3班（各班男女ミックス）に分かれてマップ掲載候補8店の覆面調査を行い、店の外観や内装、料理の見た目や味等を学生自身が確認した。ただし、2店は休業日等の理由で覆面調査を行えなかったため、この時点でマップ掲載から除外した。

6 覆面調査を踏まえ、マップ掲載候補6店の紹介コメントの加筆修正と、男女それぞれの視点でのおすすめコメントを追加執筆した。事前学習において、覆面調査の班ごとに原稿を加筆修正し、講義中の教員アドバイスを参考に、事後学習時間に更に原稿を加筆修正した。なお、同マップ掲載店は、試験事業で参加者の夕食場所として利用するため、試験事業当日が定休日である1店はこの時点で除外し、最終的な掲載候補店は5店とした。

学生による店の紹介コメントがほぼ完成したのち、マップ掲載候補5店を川越市役所担当者、教員、学生が来訪し、マップ掲載許可を得て、追加のヒアリング及び料理写真撮影を実施した。

店でのヒアリングを踏まえて再度学生が修正した店の紹介コメントを、川越市が加筆修正したう

えて掲載店の確認をとり、原稿を印刷会社に入稿、11月末によりやくマップが完成した。

c) 指導のポイント

マップ作成にあたり、担当教員が最も指導に力を入れたのは、掲載店の紹介コメントである。学生が執筆した原稿の第1稿は、店のHPからコピーしたと思われる表現や、「おいしい」「素敵」といった平凡な表現、「!」「♪」「★」といった記号が多用されていた。そのため、まずは、自分たちがこのマップを見てデートで行ってみたいくなる文章、「おいしい」のは当然であり、その言葉を使わずに料理の特徴をどう表現するか、料理以外の店の特徴（外観、内装、サービス、価格等）等を、覆面調査を踏まえて何度もリライトさせた。また、このマップは不特定多数の若者が読者であるため、「顔の見えない読者」を想像して、わかりやすく店の魅力を表現するよう指導した。

d) 成果物の概要

マップは、B4版観音開き両面カラー（図-3）である。マップの大きさや形状も、既存の川越市観光マップ等を参考に、持ち運びやすさや見やすさを考慮して学生が決めた。なお、学生はイラストやレイアウトのスキルは持ち合わせておらず、このマップは川越市の成果物として社会に出るため、質の高い成果物に仕上げる必要があった。そのため、市役所に相談した結果、過去に川越市の観光マップ作成の実績がある市内の印刷会社にイラスト及びレイアウトを委託した。委託にあたっては、学生が作成に関わっていることがわかること、夜用マップであることが一目でわかることなどを伝え、デザインしてもらった。3,000部印刷されたマップは、12月1日の試験事業参加者への配布のほかに、掲載店舗、川越市の観光案内所3カ所、（公財）小江戸川越観光協会、3大学等で配布された。川越市によるプレスリリースの効果もあり、観光案内所では若者以外の観光客からも引き合いが多かった。本学では、経営学部全学生（観光経営学科と経営学科）に配布したほか、多くの学生が立ち寄り場所（図書館、学生総合相談室）に置いてもらった。

e) 成果物の評価

12月1日の試験事業「川越フォト♥コン」参加者に、夜ごはんマップについてのアンケートを実施した。使い勝手については、「とても使いやすい」「まあ使いやすい」がともに42.9%を占め、



図-3 2013年度成果物「大学生セレクト 川越夜ごはんMAP 小江戸でデートしよう!!」

8割以上が使いやすいと評価した。しかし、店や料理をもっと載せてほしいという意見もあった。掲載店の満足度については、「大変満足」35.7%、「満足」53.6%であり、特によかった点としては「雰囲気」72.4%、「料理の味」55.2%が多かった。

本事業に関わった他の2大学の学生からは、掲載店の少なさ（5店）や、地図の小ささ等が改善点として指摘されたが、店のキャッチフレーズや男女別コメントは好評であった。

5) 学生にとっての成果と課題（3大学）

今後の川越市と大学・学生の連携継続の参考とするため、2014年2月に本事業に対する3大学の学生の意見をアンケート（記述式）で集約した。

a) 成果

合同ワークショップ等で他大学生や上級生と交流できたことは、学生にとって大きな刺激となった。ワークショップでは、自分たちの意見を表明しつつ、他大学の意見を踏まえて事業の企画・運営を行い、講義で学んでいた理論（観光地の魅力発見や集客事業）を、社会人（地域の方、市役所職員等）と一緒に実践する機会を得られたことも、貴重な体験となった。集客だけでなく、まちづくりという視点で事業を考えることも、学生にとっては視野を広げる機会となった。さらに、自分たちで企画したプロジェクトを実現させたことも、大きな自信になったと学生は認識している。

本事業に対する学生の総合満足度は、大変満足42.9%、まあ満足46.4%と、約9割に達し、引き続き川越のまちづくりへの関わりへの希望も、関わりたい44.8%、（条件はあるが）関わりたい51.7%と、まちづくりへの関心が高いことが明らかになった。

b) 課題

一方、学生からは、今後も川越のまちづくりに関わり続けるための課題も指摘されている。1つは、市内外問わずより多くの学生がまちづくりに対する意見を表明したり、事業に参加する仕組みの必要性である。2つ目は、ゼミだけでなく、サークルを巻き込むことで、より多くの協力者が得られる可能性が示唆された。また、地元の方との連携強化への希望も出された。

6) 川越市にとっての成果と課題

a) 成果

川越市にとっては、大学と関係性が深まり、連携体制を構築できたことが大きな成果と認識され、大学生と連携してのプロジェクト企画・運営のノウハウも蓄積された。特に、若者の発想を具現化した「夜ごはんマップ」やイベント「川越フォト♥コン」は、これまでにない新しい取組であり、「蔵のまち」というイメージが定着していた川越において、若年層に訴求しうる新たな資源が発掘できた。

b) 課題

学生が引き続き川越のまちづくりに関わることのできる受入体制を構築することである。学生自身がより深く地域と関わっていくには、市役所以外の地元関係者や団体と学生が連携できる取り組みが必要となる。また、今回関わった3大学はいずれも川越市外にあり、市内の若者自身が積極的にまちづくりに関わることを提唱する取り組みも必要である。

8

(3) 事業2年目（2014年度）の概要：川越市若者誘客大学連携事業¹⁵⁾

1) 事業の進め方

2年目は川越市の単独事業となり、事業名も「川越市若者誘客大学連携事業」に変更された。事業推進体制はほぼ前年度を踏襲し、地域関係者の行う事業⁽¹⁴⁾へ学生が参加・協力することで、地

域の担い手育成にも取り組んだ。

前年度に抽出された川越市の課題を振り返り、「若者が、川越にどのような魅力があるのか“知らない”ため、川越に“行ってみようと思わない”ことが若者誘客の課題」であることが1回目の3大学合同ワークショップで確認された。そして、3つの方針—情報発信、イメージづくり、夜の魅力の向上—に基づいて、6プロジェクト（表-2）を実施することとなった。大学別フィールドワークや、3大学合同ワークショップ（4回）を行い、プロジェクトの内容や進捗状況を確認しつつ、大学ごとに各プロジェクトを企画・推進した。なお、3大学共同でTwitterによる情報発信を行うに当たり、専門家を招聘してSNSを活用した情報発信についてのレクチャーを受講した。

2) 本学の関わり方

観光経営学科の3年生ゼミ（前年度と同じ指導教員のゼミ）が本事業に対応することとし、学生数は8名（男子3名、女子5名。うち6名は前年度参加者）であった。

「デートのまち川越」を若者に定着させるため、前年度に作成した「夜ごはんマップ」をさらに充実させた「Part2」を作成することにした。これは、「蔵のまち」というイメージだけでは川越への若者誘客は難しいこと、前年度のマップは掲載店が5店と少なく⁽¹⁵⁾、「デートのまち」のイメージ定着には十分でなかったとの反省から提案されたプロジェクトである。マップ作成手順は前年度と同じであるが、いくつかの改善を行った。

1つ目は、掲載店の増加であり、新たに9店を追加した。2つ目は、マップの形状である。掲載店が増加（前年掲載5店+新規追加9店、計14店）したことと見やすさを考慮し、20ページの冊子タイプ（A6版、カラー）に変更した。なお、前年度マップのイラスト・レイアウトが好評であったことから、同じ印刷会社に委託した。3つ目は、前年度のサブタイトルは印刷会社に任せましたが、当年度は学生が考え、『『♡』^愛』であふれるレストラン 2人の関係が変わるかも?!』とした。4つ

表-2 2014年度のプロジェクト

方針	内容	プロジェクト名	プロジェクト内容	担当大学
情報発信	若者に川越を知ってもらうため、同じ若者目線で(3大学の学生が)発掘した川越の魅力を発信する。発信媒体は、若者が入手しやすい方法とする	Twitterによる情報発信	3大学の学生が見つけた川越の魅力を、3大学で連携し、毎日Twitterで発信する	3大学
		効果的な情報発信に向けた方策検討	Twitterのフォロワー数やその属性、リツイート等を分析し、効果的なTwitter活用方法について検討する。Twitterの取り組み周知のチラシを作成し、「夜ごはんマップ」掲載店等に掲出してもらう	跡見学園女子大学
		まとめサイトの構築	Twitterで発信した内容等を一覧できるまとめサイトを構築する	
イメージづくり	「デートのまち川越」を定着させる	夜ごはんマップ Part 2の作成	学生がデートで行きたいお店を取材し、マップを作成する（前年度より掲載店数を増やす）。「縁結び」にまつわる神社やスポットを取材し、川越ならではの恋愛エピソードを紹介する	淑徳大学
夜の魅力の向上	夕方から夜にかけての魅力を若者目線で発掘、提案を行う	「夕方から“のりくらり”川越」の作成	夕方から夜にかけての川越の魅力を発掘し、マップを作成する	立教大学
		ライトアップの提案	既存ライトアップイベント等を視察し、夜の魅力を向上させるライトアップの提案を行う	

『平成26年度川越市若者誘客大学連携事業報告書』（平成27年3月川越市）を元に作成

目は、若者にデートで川越に来てもらうためのマップであることから、3つの縁結びスポットの紹介を加えた。氷川神社と川越熊野神社は学生がヒアリングを行い、「時の鐘ブランコ」はテレビドラマでカップルが使うシーンがあったため⁽¹⁶⁾、紹介した。

本マップは1万部印刷され、3月末に完成、掲載店や川越市内の観光案内所、3大学等で配布された。



図-4 2014年度成果物「大学生セレクト 夜ごはんMAP Part.2

『♡』であふれるレストラン 2人の関係が変わるかも?!

3) 学生にとっての成果 (3大学)

参加学生からは、本事業を通じて地元関係者との接点生まれ、今後川越をフィールドとした調査研究のネットワークができたことや、他大学との協働により視野が広がったこと等が成果として挙げられている。指導教員からは、「継続して事業を行い、(2年目は)前年度の成果や反省を活かした事業を実施することができた」「初年度には生みの苦勞、2年目は初年度よりも、より良いものを作り出すという苦勞を体験できた」という意見が出された。

(4) 本学におけるPBLの成果と課題

2013~2014年度の2年に渡る本PBLの成果と課題を、指導教員の立場から考察する。

1) 成果

本事業に関わったのは、経営学部観光経営学科の学生(2013年度2年生—前期5名、後期11名/2014年度3年生8名/2年間通じて関わった学生は3名)で、本事業に関わった期間は学生によって異なるが(最短半期、最長2年間)、以下のような成果が学生にもたらされたと考えられる。

川越市は本学から近い(大学の最寄駅から東武東上線で13分)ものの、PBLスタート時点ではプライベートで川越市来訪経験のある学生はほとんどいなかった。しかし、指導教員が同行してのフィールドワークや、3大学合同での郊外フィールドワーク(川越市観光課が視察箇所選定)、市内まち歩き(同市のガイド同行)、川越まつり参加(山車曳き)、夜ごはんマップ作成のための調査(レストラン覆面調査、神社2ヶ所ヒアリング)といった、川越を多面的に知る機会を数多く学生が経験した。学生はパンフレットやインターネットの情報に加え、ガイドの解説や、自分自身で何

10

度も川越を来訪することによって川越に対する理解を深め、魅力と課題の抽出、及び解決策の提案に役立てることができた。

本事業の1年目は、事業内容確定から試験事業実施までの時間が非常に短く、本学の担当であったマップ作成にあたっては、講義時間に加え、覆面調査や原稿執筆に事前・事後学習時間が不可欠であった。つまり、PBLは学生に所定講義時間外の自主学習を促す大きな効果があり、合わせて期日までに成果物を完成させるためのスケジュール管理の重要性についても、学生は深く認識できたと考えられる。

本事業は川越市が「若者が訪れたいまち、若者が住みたいまち」になるという目標はあったが、事業内容はまったく白紙であり、学生自身が「若者ならではの視点による新たな提案」を行った。フィールドワークやワークショップでのディスカッションを踏まえ、目標達成のために何をしなければならぬのか、何がしたいのか、何ができるのか、学生達が知恵を絞り、事業内容をゼロから企画・実現したことは、学生の大きな自信につながったと考えられる。本学が提案・作成した「夜ごはんマップ」は、掲載候補店の条件整理、候補店の抽出、覆面調査、原稿執筆、マップ形状選定といった一連の作業の他に、よりよいマップにするためのアイデア（各店のキャッチフレーズ、男女別コメント、サブタイトル）が学生から出された。また、全てを自分たちでやることにこだわらず、プロの力（印刷会社）を借りることで、質の高い成果物に仕上げることができた。

本事業は3大学が参加し、市役所、観光協会、コンサルタント等、多様な立場の、多数の人間が関わった。大学で他学年や他学科の学生と受講する機会がほとんどない学生にとっては、多様な視点での考え方や、大人の事業の進め方に触れることで、大学の講義では知り得なかった自らの強みと弱みを認識することができたと思われる。

2) 課題

PBLを導入するにあたっては、科目（ゼミ含む）のテーマや教員の専門分野と、大学外組織（行政、団体、民間企業等）のニーズ（解決を求める課題）との整合性が課題の1つと考えられる。特に、PBLのテーマに対応できる教員がいなければ、PBLを導入しても教育効果は期待できない。また、科目のテーマ等は semester 開始前に確定し、シラバスとして学生に公開するため、PBLのスタート時期によっては学習内容がシラバスと異なる場合もありうる。その際、履修学生に対して当初予定していた学習内容を提供できないことになり、学生の履修意欲の低下や履修取り下げに至ることも懸念される。また、当初予定していた学習内容とPBLを並行して行う場合、それぞれに十分な講義時間が取れず、教育効果低下の恐れもある。こうした課題に対しては、大学外のPBL関係組織と、PBLの内容や実施時期について教員が調整を行うことが必要となる。

また、PBLに予算が必要である場合、どこが（大学、あるいは大学に協力を要請する側）確保するのか、前広に調整・検討が必要である。本PBLの事業費は、1年目（2013年度）はふるさと財団の補助金と川越市の予算であった。同市の第三次総合計画実施計画（平成25年度～27年度）によると、本PBL（若者誘客事業）は観光振興計画で提案された施策であり、かつ2013年度は「重点事業」とされていたため、市は10,500千円を予算化した。しかし、2年目（2014年度）は市の予算のみであり、同年度の市の実施計画では若者誘客事業は「重点事業」ではなくなったため、予算は4,108千円（「新・川越市観光振興計画の策定準備」含む）であった。組織の予算は様々な理由で毎年変わるものであり、また通常は前年度後半に確定することから、大学は、大学外組織と共に、早めにPBLの予算とその内容を検討し、PBLの内容によっては複数年度での予算確保も検討する必要がある。また、教育効果を高めるために予算が必要であれば、特定の科目でPBLに対応するとしても、大学も何らかの予算措置を検討することが望まれる。

なお、本PBLでは、1年目終了時に参加3大学の学生にアンケートを実施したが、記述式アンケートであったため教育効果を数値化したので大学ごとの比較ができなかった。またプロジェクト開始前と2年目終了時に同様のアンケートを実施しておらず、プロジェクト参加前、1年目終了時、2年目終了時の学生の変化を検証できていない。教育効果の測定方法については、浮田（2014）が指摘しているように今後研究すべき課題であるが¹⁰、学生のみならず、指導教員や関係者（行政等）による多様な視点での効果測定も必要である。

終わりに

文部科学省は、学士課程教育の質的転換を掲げ、学士力は従来のような知識伝達・注入型授業、学生の受動的な教育方法では育成できず、学生が主体的に問題を発見・解決することを促す能動的学修（アクティブ・ラーニング）の導入を提案しており、PBLやインターンシップ等、様々な能動的学修が大学で実践され始めている。

こうした背景を踏まえ、本学では、経営学部観光経営学科が2013～2014年度の2年間にわたり、川越市、観光協会、立教大学、跡見学園女子大学と共に、川越市への若者観光客誘致等を目標として学生が課題抽出から解決策を企画・実行するというPBLに取り組み、本学は、若者に川越の夜の魅力を周知して誘致につなげるべく、「夜ごはんマップ」を2年続けて作成した。

この2年間のPBLは、①観光地に対する学生の理解の深化、②所定講義時間外学習時間の延伸、③事業企画力・実行力の養成、④（学生自身による）自己の強み・弱みの認識に成果があった。さらに、PBLは先行研究において、大学外関係者にもメリットがあることが認められている。本PBLでも、川越市は観光地としての課題解決に向けた大学との連携体制の構築や、若年層誘客ノウハウ（素材や手法）を得ることができたことを明らかにしている。

したがって、本稿事例においても、学生への教育効果があり、大学外からも一定の評価を受けることのできるPBLは、学士課程教育の質的転換に向けて積極的に取り入れていくべき教育方法の1つであることが確認された。

とはいえ、本稿事例から、より教育効果を高めるためには以下のような課題があることも明らかとなった。①プロジェクトと科目テーマの調整、②予算の確保、③教育効果の測定方法である。なお、こうした課題解決以前に、PBL型教育を実施するにあたっては、プロジェクトのテーマに適した教員や科目の存在が前提であり、そのうえで学生の学習意欲や教育効果の向上に配慮が望まれることから、大学としてPBLに対応できる教育環境の整備も不可欠である。

以上のような課題も残されているが、観光は、行政施策としても産業としても非常にすそ野が広い。観光の構成者は、観光者（旅行者）、観光地、観光者と観光地をつなぐもの（例：旅行会社、交通機関、情報発信手段）に大別でき、観光地だけに限っても、行政（都道府県、市町村）、観光関係団体（例：観光協会、旅館組合）、民間企業（例：宿泊施設、土産物店、飲食店）と、関係者は多岐に渡る。関係者が多いということは、それだけ課題も多い、すなわちPBLの機会も多いことが想定される。学生自身が観光者でもあり、本PBLのように観光者・消費者の視点で観光地の課題解決に貢献することもできる。つまり、海老澤（2014）が指摘したように、「観光系大学こそ他の学部・学科よりも教室外学修にふさわしい学問領域を持っている⁹⁾」といえよう。そして、今後の観光教育の質の向上に向けては、教育環境を整え、上述の課題解決に取り組むとともに、本稿事例で明らかとなった教育成果を積極的に受け止め、PBL型教育を推進していく必要があるし、いくべきであろう。

【注】

*注の挙示方式は、日本観光研究学会機関誌「観光研究」執筆要綱に準じている。

- (1) 「学位授与」「教育課程編成・実施」「入学者受入れ」の3方針。
- (2) 「学士課程教育の構築に向けて(答申)」の「用語解説」では、個々の手法(協調・協働学習等)についての解説はない。
- (3) 日本観光ホスピタリティ教育学会は、観光とホスピタリティに関わる教育のあり方を探究する学会として2002年に創設された。会員は、大学、短期大学、専門学校、高等学校、企業など教育関係者・機関である。機関誌『観光ホスピタリティ教育』1号(2006年)～8号(2015年)に掲載された論文・教育実践報告18本のうち、学士教育課程の能動的学修に関するものは9本(論文3本、教育実践報告6本)である。9本のテーマ内訳は、「学生参加型授業」3本、「PBL」3本、「フィールドワーク」「インターンシップ」各2本、その他1本である。「PBL」については、6号(2012年)に初めて教育実践報告が掲載された。また、『全国大会研究発表論文集』No.1(2002年)～14(2015年)に掲載された研究・教育実践論文及び教育実践報告61本のうち、学士教育課程の能動的学修に関するものは19本(論文8本、教育実践報告11本)である。18本の内訳は、「インターンシップ」6本、「PBL」6本、「学生参加型授業」「フィールドワーク」各2本、「協調・協同学修」「社会奉仕体験活動」「海外体験学修」各1本である。「PBL」については、No.7(2008年)に初めて研究論文が掲載された。
- (4) 大学に協力要請した組織は、国営アルプスあずみの公園、安曇野市観光協会、安曇野ジャンセン美術館、ホテルブエナビスタ等。
- (5) 2006～2010年度福岡県遠賀郡岡垣町「岡崎町観光活性化事業」：町内観光資源を踏査・分析し、結果を町長に提言。2010～2011年度福岡県荒尾市「荒尾市観光活性化事業」を感幸まちづくり協議会より委嘱され、観光資源の満足度及び意向調査を実施・分析・報告。2011～2012年度福岡女学院「学院飲食施設改善についての提案」：飲食施設の改善を求め調査実施、学院に提案。2012～2016年度福岡県朝倉市「朝倉市観光活性化事業(市と正式提携)」：観光資源掘り起し、観光情報発信。「朝倉市観光活性化」が2013年社会人基礎力育成グランプリ九州沖縄地区予選優秀賞を受賞するなど、他の事業も大学外コンテストで受賞している。
- (6) 三重県亀山市の関宿を、老人福祉施設入所者(車いす利用者)や一般募集健常者を学生が案内した。2012年度、2013年度とも、各1回、2時間程度。
- (7) 2006年に経済産業省が定義した「前に踏み出す力」「考え抜く力」「チームで働く力」の3能力で、各能力はさらに12の構成要素に分類される。
- (8) 「学士教育課程の構築に向けて(答申)」p.12-13では、「各専攻分野を通じて培う学士力～学士課程共通の学習成果に関する参考指針」として、4つの学士力を掲げている。すなわち、①知識・理解(専攻学問分野における基本的知識を体系的に理解する等)、②汎用的技能(コミュニケーション・スキル、数量的スキル、情報リテラシー、論理的思考力、問題解決力)、③態度・志向性(自己管理能力、チームワーク・リーダーシップ、倫理観、市民としての社会的責任、生涯学習力)、④総合的な学習経験と創造的思考力(前述した①～③を総合的に活用し、自ら立てた新たな課題にそれらを適用し、課題を解決する能力)である。
- (9) 財団法人地域総合整備財団は、地域における民間能力の活用、民間部門の支援策として、1988年12月に自治大臣(当時)及び大蔵大臣(同)の許可を得て、都道府県、政令指定都市の出捐による財団法人として発足した。地方自治の充実強化のため、地方公共団体との緊密な連携の下に、民間能力を活用した地域の総合的な振興及び整備に資する業務を行うとともに、地方公共団体が実施する長期資金の融資業務を支援することにより、地域における民間事業活動等の積極的展開を図り、活力と魅力ある地域づくりの推進に寄与することを目的としている。2014年4月、一般財団法人へ移行。
- (10) 本事業のアドバイザーボードは、学識経験者やまちづくりの専門家等、6名。

観光教育におけるPBLの試行と課題

- (11) 公益財団法人日本交通公社は、我が国では数少ない旅行・観光分野を専門とする調査研究機関であり、国・地方公共団体・公的機関等から調査研究業務を受託し、観光振興の一翼を担っている。本事業では、川越市から委託を受けてサポート業務を行った。
- (12) 実績報告会には、2013年度に「まちなか再生支援事業」に採択された7ヶ所（川越市含む）が参加した。本事業の報告は、立教大学の指導教員が行った。
- (13) 例えば、観光協会が作成するマップの場合は、協会の店以外は掲載しない。
- (14) 2014年9月の第2回3大学合同ワークショップの開催に合わせ、公益社団法人川越市シルバー人材センターのガイドと共に川越市内の主要観光スポットを巡った。また、10月の川越まつりでは、市役所の保有する山車を曳かせてもらった。
- (15) 2013年度の「川越フォト♥コン」参加者アンケートで、夜ごはんマップ掲載店の少なさが課題として指摘されていた。
- (16) 2009年NHK朝の連続テレビ小説「つばさ」は川越が舞台であった。ドラマの中でヒロインが男の子との待ち合わせに使い、ロケが行われた。このエピソードは、2014年9月に、公益社団法人川越市シルバー人材センターのガイドと共に川越市内の主要観光スポットを巡った際に、ガイドから説明があった。

【引用・参考文献】

*文献挙示の方式は、日本観光研究学会機関誌「観光研究」執筆要綱に準じている。

著者名（公刊西暦年号）：書名、発行所、引用・参考ページ

著者名：ウェブページタイトル、言語の表示、URL、入手日付

- 1) 文部科学省（2008）：学士課程教育の構築に向けて（答申）、中央教育審議会、p.23
- 2) 前掲1）、p.23
- 3) 前掲1）、p.24
- 4) 文部科学省（2012）：新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて～生涯学び続け、主体的に考える力を育成する大学へ～（答申）、中央教育審議会、p.9
- 5) 淑徳大学：淑徳大学経営学部、日本語、<http://www.shukutoku.ac.jp/keiei/intro/>、2015.7.25
- 6) 益山代利子（2012）：ホスピタリティ教育におけるプライダル業界の理解と実践、観光ホスピタリティ教育、6、pp.15-21
- 7) 横川潤（2012）：茅ヶ崎文教弁当プロジェクト：産学官協同による地産地消推進の試み、観光ホスピタリティ教育、6、pp.22-29
- 8) 海老澤昭郎（2013）：観光系学生の強みを活かした調査事業、日本観光ホスピタリティ教育学会全国大会研究発表論文集、12、pp.21-27
- 9) 海老澤昭郎（2014）：観光系学生による観光構想計画と教育効果、観光ホスピタリティ教育、7、pp.12-25
- 10) 浮田英彦（2014）：ホスピタリティを効果的に考えさせる共同学習－課題解決型学習方法と自己効力感の視点から－、日本観光ホスピタリティ教育学会全国大会研究発表論文集、13、pp.59-66
- 11) 捧富雄・鈴木富之（2014）：老人福祉施設との連携による学生のバリアフリー観光実験、日本観光ホスピタリティ教育学会全国大会研究発表論文集、13、pp.13-22
- 12) 高井典子・関口幸代・村井睦（2014）：ニセコ・プロジェクトー社会人基礎力向上を目的とし

たPBLの観光教育への導入実践一、日本観光ホスピタリティ教育学会全国大会研究発表論文
集、13、pp.67-78

13) 川越市（2014）：平成25年度川越市まちなか再生支援事業報告書

14) 一般財団法人地域総合整備財団：日本語、

<http://www.furusato-zaidan.or.jp/furusato/>、2015.7.31

15) 川越市（2015）：平成26年度川越市若者誘客大学連携事業報告書

（受理 平成27年9月1日）