ISSN 2187-8854

主体的学び

5号

特集

アクティブラーニングを大学から社会へ

2017：主体的学び研究所

特集　アクティブラーニングを大学から社会へ

観光学で遊ぶこと・観光学を愉しむこと

——実践的遊学のススメ

大下 茂

はじめに——観光の現場

「観光立国」が提唱された2003年以降、「観光」や「ツーリズム」の名称をもつ学部・学科の設立が相次いでいる。2020年のオリンピック・パラリンピックの東京開催決定が後押しとなり、政府も成長戦略の一つとして観光を位置づけたことから始まる訪日外国人観光客の誘致が、ここにきて経済の推進役となっていることが反映された結果と推察される。

訪日外国人観光客が急増する中で、宿泊産業を初めとして、人材不足が明らかとなってきている。厚生労働省調べの「新規学卒者の事業所規模別・産業別離職状況（2015年10月30日公表）」によると、大卒後3年以内の離職率は、宿泊業・飲食サービス業では53.2%と非常に高いことも人材不足の一因となっている（**図1**）。観光の所轄官庁である観光庁も「人材育成事業」に積極的に取組み、観光に関わる大学・専門学校等を対象として、魅力ある教育環境・特徴的な教育カリキュラムの実践を求めているのが現状である。

筆者は都市計画・地域開発を学び、大学院修士課程終了後にゼネコンに入社、7年半の間、地方公共団体や民間企業等の地域開発・地域振興の業務の中で、観光・リゾート等の集客事業のノウハウを習得してきた。その経験を生かして、建設コンサルタントを起業し、集客・観光分野の企画・事業推進の分野において、現場に軸足をおく地域づくりに関わってきた。2001年から自身の企業経営・技術者としての活動の一方で、複数の大学に

帝京大学 経済学部観光経営学科長・教授

おいて「観光地計画論」「観光施設運営管理論」等の講義を担当、“大学病院とのネットワークをもつ町医者的”な役割で、日々、現場での様々な取組みに関わってきた。

帝京大学に専任教員として着任して５年、本稿では、観光分野における30年近くの現場感覚から大学に求められる取組みと、観光の現場に対して大学での主体的な学修環境・機会の創出とのギャップや障壁等について論じ、その中で学生が主体性をもつために学んでおきたいスキルについて言及したい。

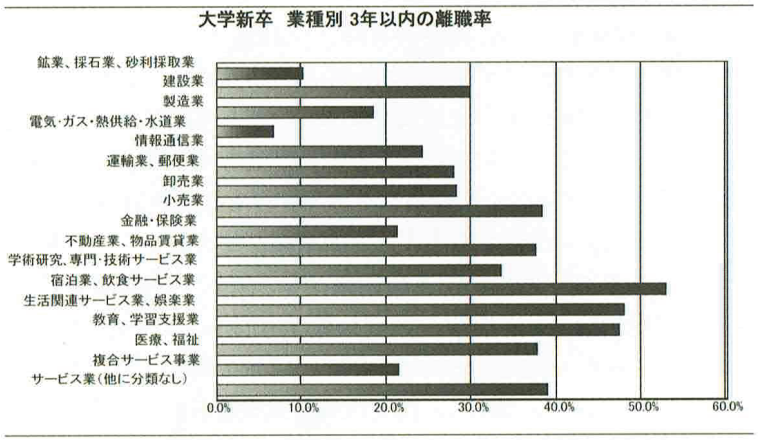


図１　大学新卒の業種別３年以内の離職率

出典は厚生労働省　新規学卒者の事業所規模別・産業別離職状況（2015年10月30日公表）

１．学んでおきたい「観光学」の基本知識と「学・論」と「術・技」の両立

(1)　『主体性』のスイッチ――それは現場で何かが興っていることの理解から

「観光」とは裾野の広がりの大きな分野・テーマである。直接的には旅行業・宿泊業・飲食業・交通等の産業や経済・経営部門との関わりをもつ。一方で、観光目的で訪れる地域での環境・文化・社会・コミュニティ・景観や都市計画等との関わりもある。さらに観光という行為を行う主体（観光客）の行動や心理等の原理を知る必要もある。いわば、『人に学ぶ』『産業に学ぶ』『地域に学ぶ』、この３つの視点からの「観光」への接近が求められているのである（**図２**）。「観光」とは、国や地域の活力を生み出す目的・手段であるが、最終的には国や地域が目指す目標の姿でもある。

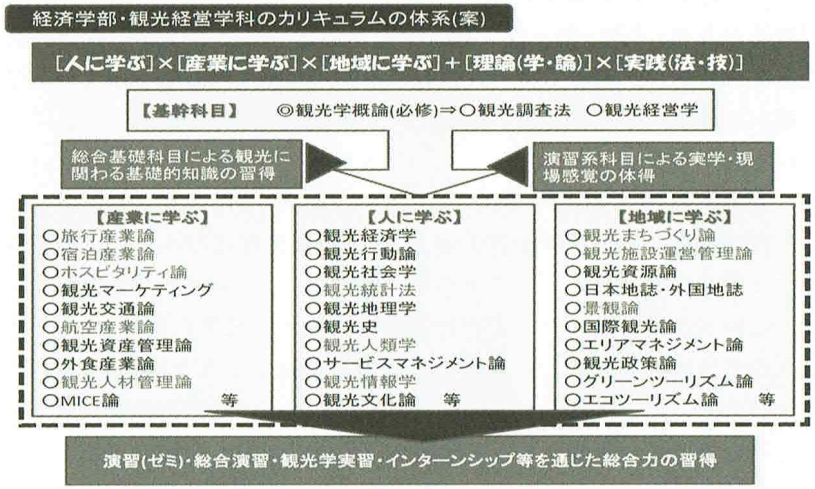


図2　平成29年度入学生に向けた観光経営学科のカリキュラム体系(案)

大学で観光を学ぶ以上、「学・論」を携えて社会に出る必要がある。それが高等専門教育機関の責務である。「学・論」には、倫理と哲学等の教養と原理・原則が必要不可欠であり、社会が求めるスキルに即応した「術・技」の伝授に主体をおく教育だけでは不足している。しかし一方で、「学・論」だけでは、社会では“使えないヤツ”という烙印を押されかねない。「学・論」を現実に活かした「術・技」を身につけておくこともまた、学生自身の知識の幅を広げ深めることになる。それを４年間で学べる学修環境をつくるには、当然ながら限界がある。授業外での学生の奮起に期待することとなる。そしてその行動を支える原動力が『主体性』にある。

自分自身の学生時代のことと照らし合わせ考えてみれば理解できるが、学生は長編小説よりもエッセイや短編小説の方を好む。授業の導入部として、教員自身が体験した一週間で観光の現場での出来事や新聞紙上の話題

のテーマを解説すること、身近な暮らしや恋愛に例えて解説を加えること等で、「人ごとではなく、身近なこと」であることの興味・関心を得ることができる。50人以上の受講生がいるとすべての学生の興味・関心を惹くことは難しいが、少なくとも、隣との雑談を減少させる効果は大いにある。興味・関心を惹いた後で、「実は、このことは専門的にいえば……」とつづけることで、「術・技」を「論・学」へと導くことが可能となる。何よりも学生自身が、現場で興っていることに、興味・関心をもっていることは確かである。そこを刺激することが『主体性』につながってくる。

(2)　現場感覚の中での「学・論」

入試の段階での志望理由書をみると、「家族旅行に行った際にホテルの方々に親切にされたことから宿泊業で働きたい」「修学旅行で観光プログラムに参加し楽しかったので旅行商品を企画する仕事に就きたい」「観光は人を笑顔にする仕事だと思うので観光を勉強して人々を笑顔にしたい」の3パターンに、概ねタイプ分類できる。まれに「自分の故郷は観光地ではないので、観光振興によって地域を有名にして多くの観光客にきてもらい、地域を元気にしたい」という学生もいる。いずれにしても、自分の経験則が観光を志望する原点となっており、出発点は「現場感覚」で判断している。しかし、4年間の授業の中で、「学・論」の知識習得にパワーを使われ、現場に足を運ぶことの大切さを見失っている学生も少なくないのが現状である。

限られた4年間という学修時間の中で、まずフレッシュな1年生の前期に「観光ってこんなに幅が広い分野なんだ」と刺激を得ることが効果的であると考え、『観光学概論』を12名の教員が自身の経験則も交えて、1回完結型のオムニバス講義として実施している。平成26年度より必修科目とした『観光学概論』は、短編映画を鑑賞する感覚での授業運営に心がけ、毎回のテーマの中で「観光の現場から観光学を考えること」を共通テーマとしている。授業アンケートによると「観光学と観光研究」「観光資源」「観光まちづくり」「旅行業」等に対して興味・関心を抱く学生が多くみられ、「観光は裾野の広い産業であること」の一定の理解が得られていると

見られる。

もうひとつの実践的取り組みが、本学が有する箱根セミナーハウスの有効活用プロジェクトの一環で創設した『観光学実習』の試みである。箱根は、言わずと知れた国際観光地であり、急増している訪日外国人観光客の人気スポットでもある。活用の取っ掛かりとして、学科内で宿泊産業の研究者やホテル出身の教員を中心として、セミナーハウスとしての魅力アップの検討・改善を進めることとなった。次に継続的な利用促進方策の一環として、施設の有効活用と観光経営学科の目指す「現場からの学び」の試行的取組みを融合させた「観光学実習Ⅰ・Ⅱ」の実習系科目を3年生以上の配当科目として開設した。平成25年度は3名の教員が各自の専門をテーマとして設定したため97名の参加（3科目合計）、翌平成26年度からは担当教員1名の開講で70名、平成27年度は箱根の火山性地震の影響で立ち入り制限されたことから58名、これまで225名の学生が受講し、事前研究と現場での学びを通じた観光学の深みを、身をもって学ぶことができる人気の科目となっている。

(3)　現場を見るだけでは何もわからない――プロと歩く観光地散歩

箱根での実習型の講義が人気を得ている背景として、「学・論」と現場での「術・技」とが一体として理解できることにある。観光を学ぶ学生諸氏に対して、長期休暇や週末には、観光地に出向くことを勧めている。入学当初は「観光・旅行することが好き」であったはずであるが、段々と出不精になっているのも現実である。

ふらりと観光・旅行する時は、あくまでも旅行者の視点で、観光地を観察する目を養って欲しい。一方で、観光のプロである教員と一緒に散歩感覚で観光地を巡ることも、観光を知る上で重要な体験である。一人の旅行者としての体験の一方で、プロの解説が加わることで、真髄に少しでも近づく視座を身につけてほしい。

フレッシュな段階で“現場での出来事を知る”ことを通じて、初期段階での主体性を育む科目として、1年生対象に『入門・観光学実習』を前期・後期で4科目（旅行業を2科目・箱根学を2科目）、2年生対象としては、

空港、観光施設、都市観光（箱根）、エコツーリズムの４分野で８科目の『観光学実習』を新規創設することとしている。題して、「プロと歩く観光地散歩」の科目である。

2．少し背伸びをすることで生まれる主体的学修意欲

学生には、「いつまでも子どもでいたい」という気持ちと、「少し背伸びして大人ぶりたい」という願いが同居している。社会全体が右肩上がりの経済成長している時期とは異なり、我が国全体の人口増加が期待できない時代の中で、少子化や高齢化の問題がクローズアップされ、明るい要因を感じられないことが、その背景となっているものと推察される。以前のように荒唐無稽な夢見る若者像というより、現実的かつ直感力に長けた若者が多いと感じる。しかし、観光の現場に学生を向かわせ、「ちょっと背伸びをすれば見える世界」を紹介することで、主体的学修意欲を高める効果が生まれている。

本学の経済学部では２年生の秋から３年生のゼミ所属の選考が始まり、３年生の４月より本格的なゼミ活動が展開されている。１年間（といっても夏休みや春休みを差し引くと実質９ヶ月）のゼミ内で先輩・後輩の関係性を体験することはない。近年の傾向として、一部学生の間で、３年生のゼミ活動が佳境を迎えている時に、新ゼミ生の参加を募って、ゼミの仕上げ活動と、ゼミフィールドでの関係者への引き継ぎ等を行う傾向が見られる。この主体的な行動に感服する。研究フィールドとしている観光の現場に学生自身が出向き、関係者との協議を通じて教わった約半年間でのスキルアップが、このような機会を創りだしているものと考えている。その現場での試行錯誤の一幕を紹介しておきたい。

(1)　観光の現場が求めている若者の知恵・アイディア

バブル崩壊以降、我が国の観光は「安・近・短」と称される国内旅行の低迷トンネルから抜けきれないでいる。そのような中で、小泉政権時の「観光立国宣言」以降、訪日外国人観光客の誘致の効果が生まれ、現在は、

中国を始め、東アジアや東南アジアからの訪日客による国内消費活動が観光業に大きく寄与している。

国内旅行はというと、団塊世代の仕事卒業旅行に一定の需要はあったものの、現在は低迷に向かいつつある。若者の旅行需要の喚起、あるいは訪日外国人観光客の誘致に欠かせないツイッターやインスタ等のツールを活用した誘客等、若者文化を取り入れた企画をつくらない限り、観光業界は低迷を余儀なくされる環境に置かれたままである。

写真①
学生発意で実現したインスタグラムによる情報発信（スミダグリーンマーケット）；2016年12月

写真②
学生コンテストでのプレゼンの模様（本学観光経営学科・有馬ゼミ）

観光産業や観光地域は、これまでの誘客手法の効果が期待できないことを知っている。観光を推進する国土交通省（観光庁）が学生コンテストや全国にある道の駅と大学との連携事業等にも積極的に取り組んでいるのは、高校生や大学生、あるいは留学生の知恵・アイディアを欲していることの現れである。

まさに、「現場に触れて学生の主体的意識を高めたい」と願う高等教育の現場と、「若者や外国人に地域の魅力を新しいツールで伝えたい」と願う観光の現場とをマッチングさせることが、新しい観光実習フィールドとなるのである。それは、ある一定の観光の知識を学んだ後の、３年生の前後（ゼミ活動の直前から４年生の前期）が効果的であると、筆者は考えている。

筆者のゼミでは、平成27年度よりこれまで関わりのあった群馬県甘楽町（かんらまち）の「道の駅かんら」での企画連携事業や、観光振興プランの取りま

とめ役を仰せつかった縁で、墨田区での様々な観光まちづくりの推進事業に、ゼミ生の知恵・アイディアと活動パワーを投入している。

(2)　道の駅と大学との連携企画事業

平成27年度、国土交通省は、全国の道の駅を対象に大学との連携事業を進めることとした（**図3**）。大きな枠組みは、インターンシップによる学生と道の駅との連携事業と、個別の道の駅と大学とをマッチングさせて企画事業を展開しようとするものである。インターンシップを通じて、社会・現場の状況を具体的に知り、それを教育面での学生の主体性向上につなげる効果も大きいが、実習期間が限られている。一方の企画連携型は、一年間のゼミ活動等の中で、企画・実践・検証・改善といったPDCAを回すことも可能であり、事業実施を通じて、学生の「小さな失敗」が体験できることから魅力ある教育プログラムとなるものと確信した。

平成27年度、学生たちは、まず1ヶ月程の間、ゼミ教室で道の駅の制度の勉強、フィールドである甘楽町の現地情報や既存観光データの分析、アンケート実施にあたっての事前研究を行った上で、5月の半ばに1泊2日の行程で現地での来場者意向調査等を実施した。10名の参加者がそれぞれ個性に応じて、聞き取り調査、買い物動線調査、駐車場でのナンバープレート調査（誘致圏把握）を分担していた（写真③）。1ヶ月の間に仲間の性格を見抜き適材配置したリーダーの洞察力に感心した次第である。しかしデータ分析は不得手のようで解析に時間を要したが、無事に6月の終わりには、道の駅で実施する企画原案の提案がまとまり、国土交通省相武国道事務所や高崎河川国道事務所の課長・専門官、本学のキャリアサポートセンターのリーダーや担当者も同席いただき、「大人の協議」のプレ体験を行うこととなった（写真④）。その席での意見を踏まえて改善提案を加え、7月の中旬に甘楽町役場と道の駅で、担当課長や理事長に、来訪者目線・アンケートに基づく学生の改善実施プランを提案し、基本的な了解が得られ、本格的に実施することとなった。

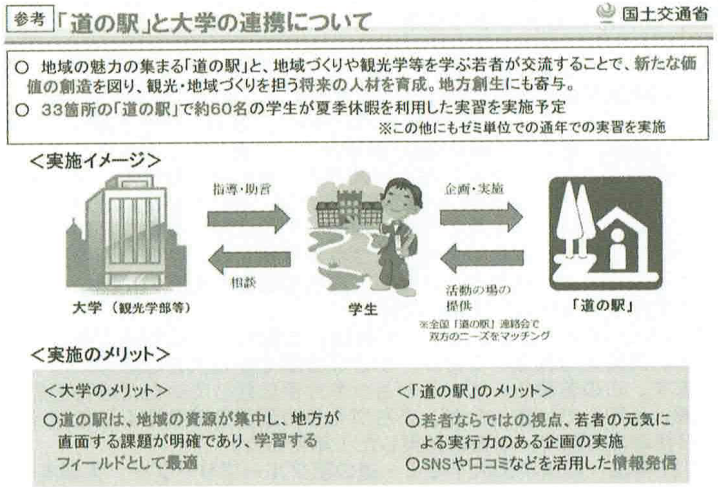
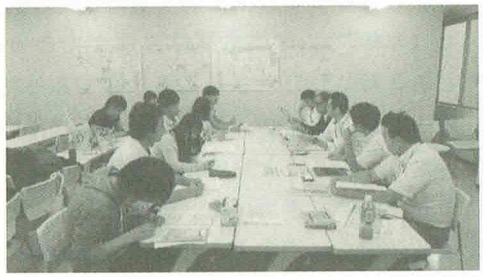


図3　道の駅と大学との連携イメージ（国土交通省資料）

写真③
来場者意向調査の実施
2015年5月実施



写真④
ゼミ時間での検討。国土交通省や大学のキャリアサポートセンターから貴重な意見もいただきながら検討を深めました。
2015年6月実施

【学生の感想】親父殿のむちゃぶり指導

大学に入って、これほど授業外時間を使った授業はありませんでした。２年生の時から、基礎演習担当教員であった大下ゼミに入りたいと強くアピールし、念願が叶った上にグループリーダーも任された手前、「まぁ、やってみ～」から始まる指示に、正直、途中で「無茶な」「無理かな」と感じたこともありましたが、無事につとめることができました。大人の方々との打ち合わせ、その後の「意見交換会」という名の大人の飲み会の席での作法、雑誌や新聞の取材の対応等、戸惑うことも少なくなかったけれど、終わってみれば、貴重な経験を積み重ねることが、何事にも恐れない気持ちにつながりました。就職の面接の際には、自信をもってゼミでの活動を語れたし、面接官もそれを真剣に聞いてくれました（お陰で希望の会社に入れました）。

「学生の間にいっぱい小さな失敗をしておけ」と授業中や終わった後によく言われました。失敗を恐れないことが、小さな自信を重ね大きな成果になったものと思います。この言葉を、ビールジョッキ片手に話していただけた担当教授を「親父殿」と呼んでいましたが、まちづくりの現場を知り尽くした親父殿のむちゃぶり指導のお陰で、本当に充実した１年でした。

（平成 27 年度　経済学部大下ゼミ・道の駅グループリーダー　大澤亮介）

準備と実施は夏休み期間に入っており、学生は分担の上で、９月初旬に２泊３日のゼミ合宿という名の「道の駅での帝京 PR ブースの設置」を行った（写真⑤）。学生も夏休み返上であったが、担当教員である筆者も、ことある毎に呼びだされる暑い夏であった。後期に入って少し落ち着くかと思っていたものの、ブース設置の効果検証をしたい、まち歩きの体験プログラムを作ろうといった、実施したことによる次の段階での学修意欲が高まりをみせてきていた。結果として、今度は学生たちだけで日帰りで効果検証の調査に出向くとともに、他の道の駅の視察研究にも乗り出した。一年間の総括後も、体験プログラムの商品化に向けて、平成 28 年３月に甘楽町主催・帝京大学大下ゼミ共催の「第１回甘楽町まち歩きビンゴ大会」を開催することとなり、後輩のゼミ生たちの参加も募って、地元放送局のニュース番組に取り上げられるイベントとなった（写真⑥）。

４月に入り、ゼミ生は代替わりしたものの、約１ヶ月前のイベントに参加していたことから、イベント参加者の意向調査結果をもとにした改善企画を考え、７月には今年度の取り組み企画について甘楽町・道の駅と基本的合意がなされ、夏休み期間の８月末に「第２回甘楽町まち歩きビンゴ大会」を開催することとなった。その後も「女子大生プロデュースの弁当開発（商品化された）」や「まち歩きビンゴプログラムの商品化」等に現在も取り組んでいる（写真⑦・写真⑧）。

写真⑤
道の駅での帝京 PR ブースの設置
～継続して設置されている ;2015 年９月

写真⑥
第1回まち歩きビンゴ大会の一幕
;2016 年３月

写真⑦
様々なメディアからの取材を受けたことが活動力の維持につながった ;2015 年９月

写真⑧
お弁当企画を道の駅を運営するトップにプレゼン。後日、新聞に掲載された
;2016 年８月

(3)　主体的な学修環境づくりにおける５つの障壁

筆者のゼミでは、先の道の駅の連携企画事業の他にも、墨田区観光課・墨田区観光協会と連携して“子ども”と“訪日外国人観光客”を対象とし

た観光まちづくりの実践や、熊谷の“スポーツツーリズム”を通じた中心市街地活性化等の現場で、道の駅と同様に、関係者との調整を含めた学生の主体的な学修機会の創出に取り組んでいる。これらの実践の中で、アクティブラーニングを実践・展開するにあたって５つの障壁を常に感じている。

①活動時期の調整

イベントの調整・協議は平日、イベント等は土・日の週末というのが、観光まちづくり事業を進める上での基本的な決まりごととなっている。学生の参加を求める以上、授業期間内の平日での協議は難しく、大学のゼミの時間に関係者にご足労いただくか、週末に協議時間をとっていただくよう依頼するしか方法はない。期間が迫っている場合、担当教員が単独で調整する機会もなくはないが、学生が主体的に企画したアイディアである以上、企画に対する思いは代弁できるものではないため、極力控えている。

また、一年間の活動期間とはいうものの、夏休みや春休み等もあり活動時間は限られる。目標設定と行程管理の大切さをつい口にしてしまうが、助言し過ぎると、主体性を削ぎ“やらされ感”が生じないかと薄氷を踏む思いである。

②スピード感への対応

学生と社会人との決定的な違いは“スピード感”にある。週一回の90分の授業だけでは、スピード感ある対応は難しい。いかに日常の中で考える機会を創り出すかにかかっている。それを後押ししてくれる機会が、関係者との協議である。協議に同席し自身が回答した以上、学生とはいえ責任感を感じている。最初は教員の顔色を見つつ回答する場面や、安請け合いをしてメンバーのひんしゅくを買うことも少なくないが、ゼミ活動も後半になると「その要望は無理です」「これならば可能です」「こういたしませんか」というように要望に対して、学事日程も考慮し（中間試験やレポートの締切等）、工程管理をイメージした回答へと変化してきている。

小さな失敗を重ねて成長することが、アクティブラーニングの基本であ

ると考えている。“学生だから”は言い訳でしかないが、２年後には社会人となり、いやが応にも“スピード感”の違いを身をもって体験することになるので、観光まちづくりの現場の皆様には、小さな失敗はご寛容いただき、少しの猶予を与えていただくことを願いたい。

③活動費の捻出

学生は自身の企画提案がどれだけの時間と労力、さらには活動費が掛かるかを考えていない。逆にいうと考えていないからこそ、既成概念にとらわれない斬新なアイディアを口にできるのかもしれない。これは観光まちづくりに携わる者が、真摯に受け止めなければならない大切にしたい思考であろう。

現場に出向くことで学生の主体性が生まれるならば、ある意味では活動費の捻出は、学生の見えないところで関係者が調整すべき事項であると考えている。また、観光の現場でアクティブラーニングを推進するためには相応の経費が掛かることを認識し、現在は担当教員の裁量（多くは担当教員のポケットマネー）に期待するだけでなく、フィールドとなる観光地と大学とが相応に分担する環境が創出されることを期待している。

④活動持久力の維持

授業内でのグループ討議、翌週までの宿題への対応、関係者との協議を経て、実践活動の準備・調整、そしてイベント当日の運営、効果検証等、息つく暇がないような工程への組織的な対応を間近にみていると、終了後の“脱力感”を決して否定できない。これまでの学生生活で経験したことのない過酷な活動の原動力を維持する効果的な方法が、マスコミに取り上げていただくことである。新聞やテレビのニュース番組等に取り上げられることが、“脱力感”を超えた次の“活動力”へとギアチェンジさせることにつながる。

学生の活動そのものの速報性は必要ないので、写真を加えた大きな記事の掲載を取材いただいた記者さんにお願いすることも少なくない。マスコミへの依頼は、学生の主体的活動ができるように見守る関係者の役割で

ある。現状では、学生がまちづくりに関わっている機会が少ないためにニュース性があると判断され、マスコミも取材に応じていただている。アクティブラーニングの普及を願う一方で、当たり前の光景となってしまうとニュース性がなくなり、マスコミに取り上げられなくなるのではないかとの危惧も抱いている。

⑤活動の組織的な継続化

一年間の活動期間は本当に短い。できれば複数年次に取り組み、ゼミ内での先輩・後輩の関係を築くことができれば、さらにじっくりと主体的な学修が期待される。カリキュラム体系そのものは学内教務の課題であり、本学の多くのゼミが、それぞれの学問領域の中で特徴的なアクティブラーニングの手法が研究開発され、２年間でのゼミ活動の必要性が共有化されることを願うしかない。

それが実現するまでは現行の仕組みの中で、プレゼミ（２年生の春休み）⇒ゼミ（３年生の授業）⇒ポスゼミ（４年生の有志による助言体制）といった、ゼミを巣立った学生たちが残したシステムを継承しつつ、活動の組織的な継続化を支えたいと感じているところである。

３．社会に出るまでに学んでおきたい５つの手法

学生の思考やアイディアの魅力は、社会通念上の常識に縛られない自由な発想力にある。一方で、なるべく早い時期に、社会の一部である“観光の現場”で興っていることを伝え、興味・関心を喚起させることにも取り組もうとしている。一見、矛盾した取り組みとも見て取れる。

あくまでも高等教育機関としての取り組みは、「学・論」に基づく具体的な観光産業や観光地域への還元技術である「術・技」を徐々に伝えることが大切であると感じている。いずれにしろ社会に出て観光の現場の前線に立てば、学生時代にしかできなかったことの多さに気づくことになる。せめて、観光の現場で永年試行錯誤を繰り返してきた筆者としては、次の５つの手法を伝えて、主体的学修に取組む学生諸氏が、ゼミ活動で体験した苦々しいシーンを脳裏に記憶しておいてほしいと願っている。

手法① 小さな失敗を重ねて、失敗学の基本法則を覚えること

社会では小さな失敗も許されない。失敗しない究極の方法は「何もしないこと」である。そのような社会人にはなって欲しくない。学生だからできる小さな失敗を重ね、こうすれば失敗するという経験を学生時代に多く学び、いわば「失敗学の基本法則」を身につけておくことが、将来、間違いなく役にたつ。

手法②“遊び心”をもちつづけること

観光は“人に楽しみを感じてもらう仕事”“人を笑顔にする仕事”である。その実現のためには、企画する側が“楽しんでいること”が基本である。学生の粗削りの企画提案の評価の助言を求められると、いつも、「自分が参加したいと思うか」「友人や家族に勧められるか」と問い返す。現実の社会の中では、ついこのことを忘れがちになる。“青臭い”と言われてもこのことだけは忘れないでほしい。そのためには、幾つになっても“遊び心”をもちつづけることが大切である。

手法③ 地域や企業に受入れてもらえる作法を身につけること

関係者との協議や地域での活動の基本は“聞くこと”から始まる。学生時代に現場で様々な思いを聞く機会が多ければ多い程、自然に社会性が育まれ、現場適応力が高まる。主体性は“話すこと”から生まれるのではなく、“受動的”に見える“聞く”という経験が、聞き手の中で昇華されて、自身の信念に基づいた“活動”へと導く源となるものである。相槌を打って聞くという行為は、仲間として受け入れてもらえる作法の取得とともに、自身のスキルアップにも確実につながっていることを忘れないでほしい。

手法④ 当事者意識をもつこと・人に頼ること

一人の力には限界がある。グループワークでの活動は、一人ひとりの足し算ではないパワーを生む。お互いの弱みを補完するとともに、強みは強調される。信頼関係のある仲間意識は、高いハードルを共に超えることで自信の共有につながる。誰しも頑張れない時はある。その時に仲間が代わりに頑張ってくれたことを思い出してほしい。これは主体性を放棄したのではない。当事者意識をもっている以上、ひとりの脱落によってグループ

全体に迷惑をかけないための主体的なリスクマネジメントの現れと捉えればよい。当事者意識だけはいつももちつづけ、時として人に頼ることもまた、前社会人としての大切なスキルの習得である。

手法⑤ 認めること・感謝すること

仲間意識を高める最大の技術は、同じテーマに取り組んだグループメンバーの個性を認めることと、感謝する気持ちを持ちつづけることにある。体験プログラムの参加者からの感謝の言葉や関係者からの「さすが面白いアイディアですね」「本当に助かりました」等の言葉をかけていただいた時の安心感と安堵感を思い出し、今度は自らが実践する側に回ることが大切である。

4．自分だけの観光の愉しみの型を携えて

本稿では、一年間のゼミ活動の中で、信頼できる仲間づくりを通して学生が主体的な学修意欲を高めている姿を報告するとともに、その環境づくりの中での５つの障壁について論じてきた。

すべての学問に言えることであるが、原理・原則や真髄に近づこうとするプロセスが、楽しいのである。特に「観光」は、研究のフィールド自体が多くの楽しみを内包している。

現在の観光学は、現場からの応答に偏りぎみであり、観光教育においても即戦力が求められていることは否めない。このような時代であるからこそ、観光の若き担い手には、学生時代に“自分だけの愉しみの型”を持ち合わせてもらいたいと感じている。

“観光学で遊ぶ”あるいは“観光学を愉しむ”という意識をもつだけで、現場からの様々な応答は「主体的学修」の貴重な経験となる。これを『実践的遊学』と呼びたい。これからも、日本の観光を支える若き担い手に、“実践的遊学のススメ”を語りつづけたい。

参考資料

1　大下茂（2016.3）『「道の駅・甘楽」との連携事業～道の駅からはじまる時間旅行の取組み展開を目指して』、都市計画ぐんま VOL. 22

2　「連携企画型」を実践している大学は、2016 年 12 月末日現在で、15 の大学となっている。詳しくは関東地方整備局の関連サイトを確認いただきたい。(http://www.ktr.mlit.go.jp/road/chiiki/road_chiiki00000039.html)