

商業の見方・考え方を働かせる 新設科目「観光ビジネス」の学習指導に関する研究

— 実践的・体験的な学習活動を取り入れた単元モデルの開発を通して —

【研究者】

教育情報部 指導主事 大下美代子

【研究指導者】

広島経済大学経営学部 教授 細井謙一

【研究協力員】

広島県立尾道商業高等学校 教諭 田崎晶子

広島県立総合技術高等学校 教諭 岡崎英敏

研究の要約

近年、我が国では、観光立国の実現に向けた観光教育の充実が図られている。本県においても、観光人材を育成するため、大学生を対象にしたインターンシップ等の取組が進められている。

高等学校学習指導要領（平成30年告示）には、教科「商業」に科目「観光ビジネス」が新たに設けられた。今後、本県の商業科を有する高等学校においても、観光教育の具体的な指導方法等を確立し、観光業界で活躍する人材を育成する必要があると考える。現在、県内の商業科を有する学校では、観光に関する学習は、学校設定科目等で実施されている。その学習内容をさらに充実させるには、新設科目「観光ビジネス」の目標等を踏まえて、これまで行ってきた実践的・体験的な学習活動を改善する必要があると考えた。

文献研究から、商業の見方・考え方を働かせる学習指導には、生徒にビジネスを適切に展開する実践力を身に付けさせる実践的・体験的な学習活動が必要であり、その学習活動には、「科学的根拠に基づいて多面的・多角的に分析させること」「限られた経営資源を有効に活用させること」が必要であることが分かった。

本研究では、初めに、この学習活動を取り入れた汎用的な単元モデルを開発した。そして、この単元モデルを基に研究協力校の特色や生徒の実態に合う単元モデルをそれぞれ開発することとした。まず、研究協力校で開設されている観光に関する学校設定科目の指導計画を分析、指導者からの聴取を行うなどして、汎用的な単元モデルの内容と比較、分析した。その結果、研究協力校の授業では、課題発見・解決型の学習活動は取り入れられているが、マーケティングの視点で課題の解決策を的確に導き出す学習活動等が十分にできていないことが分かった。そこで、より効果的な指導ができるよう、様々な視点からビジネスを分析する思考法であるビジネスフレームワークを取り入れるなどの改善を行い、各研究協力校の特色や生徒の実態に合う単元モデルを開発、提言することができた。また、研究協力校だけでなく、商業科を有する多くの学校においても、単元モデル作成の一助となるよう、初めに作成した汎用的な単元モデルを改善し、提言することもできた。

目次

はじめに	1
I 研究の内容と計画	2
II 観光教育の現状	2
III 商業の見方・考え方を働かせる学習指導	3
IV 科目「観光ビジネス」とは	4
V 科目「観光ビジネス」の単元モデル開発の視点	5

VI 科目「観光ビジネス」の単元モデル開発	7
VII 研究協力校の単元モデル	9
VIII 汎用的な単元モデルの改善	15
IX 研究のまとめ	17
おわりに	17

はじめに

近年、本格的な人口減少の時代に入り、2053年

には総人口が1億人を下回り、2065年には生産年齢人口は現在の約6割に当たる4500万人にまで減少すると予測されている。一定の経済成長を維持するための一つの方策として、観光客や二地域居住者といった交流人口を拡大させることが挙げられている。この交流人口を拡大させる最も有効な手段が観光である。観光は、雇用やビジネスの創出、社会基盤の開発等、地域経済を活性化させる重要な役割を果たすのである。

我が国では、観光立国の実現に向けた観光教育の充実が図られており、本県においても、観光客の受入環境を充実させる観光人材の育成等、観光客の満足度を向上させる取組が進められている。

高等学校学習指導要領（平成30年告示、以下「30年指導要領」とする。）には、教科「商業」に科目「観光ビジネス」が新たに設けられ、生徒に実践的・体験的な学習活動を通して、ビジネスを展開するために必要な資質・能力を身に付けさせ、観光産業の振興への対応として、地域の活性化を担う人材を育成することをねらいとしている。

現在、本県の商業科を有する学校では、観光に関連する学科は設置されておらず、観光に関する学校設定科目を開設している学校は2校に留まっている状況である。また、観光関連企業の求人が数件しかなく、観光産業に就職し、活躍する生徒は、ほとんどいない状況にもある。

本研究では、新設科目「観光ビジネス」の単元モデルを開発、提言することを通して、ビジネスを適切に展開する実践力を身に付けた観光人材の育成につなげたいと考えている。

I 研究の内容と計画

本研究の内容と計画は次のとおりである。

研究内容等	期間
○ 研究計画書の作成	4月
○ 先行研究等の文献研究	5月～10月
○ 汎用的な単元モデルの開発	7月～10月
○ 研究関係者会議	9月
○ 研究授業及び研究関係者会議	10月
○ 研究授業の分析及び考察	10月～11月
○ 研究協力校の単元モデルの開発	11月～12月
○ 汎用的な単元モデルの改善	12月～1月
○ 研究のまとめ	2月

II 観光教育の現状

1 我が国の方向性

平成18年に観光立国推進基本法が成立され、観光が日本の重要な政策の柱として初めて明確に位置付けられた。この観光立国推進基本法に基づき、観光立国推進基本計画が策定され、観光の振興に寄与する人材の育成において、「観光地域及び観光産業の国際競争力の強化に資する高等教育の充実」「観光事業に従事する者の知識及び能力の向上」「地域交友の文化、歴史等に関する知識の普及の促進」¹⁾が示されている。また、平成28年には、観光先進国への新たな国づくりに向けて、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」（議長：内閣総理大臣）において、「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業とするために、「観光教育の充実」が挙げられ、子供たちが観光資源等を理解し、その魅力を実感・発信できるような教材・事例集等の作成及び普及の取組を実施するよう示されている⁽¹⁾。さらに、観光庁は観光教育の普及に向けて、「初等中等教育段階の子どもたちに、日本各地の魅力的な観光資源や今後さらに増加する観光需要等について伝え、我が国の成長戦略の柱であり地方創生の切り札である観光産業への興味関心を喚起するための『観光教育』の充実を図ります。」²⁾と述べている。表1は、観光立国推進基本計画や「明日の日本を支える観光ビジョン」の内容を踏まえて策定された「観光ビジョン実現プログラム2018」を示したものである⁽²⁾。現在は、産業界のニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化の関連施策として、若者や学生の観光をテーマとした教育機会の充実を図るとしており、観光産業の成長のため、人材育成に向けた取組が進められている。

表1 観光教育の充実

観光ビジョン	観光ビジョン実現プログラム2018
総合的な学習の時間等において、子どもたちが地元や日本各地の歴史や文化の魅力的な観光資源等を理解し、関心を持ち、その魅力を実感・発信できる機会の	子どもたちが日本各地の魅力的な観光資源を理解し、関心を持ち、その魅力を実感・発信できる観光人材の育成に資する観光教育の充実を図るため、業界や地方公共団体、関係教育機関と連携し、総合的な学習の時間等を想定したモデル授業

増加につながるような、教材・事例集等の作成及び普及	の検証・普及を図る。 【改善・強化】
高等学校において、現在は選択科目である地理を共通必修科目「地理総合」（仮称）とするよう検討	高等学校学習指導要領の必修科目「地理総合」において、「観光の現状や動向に関する諸事象を、様々な主題図などを基に取り上げ、地図や地理情報システムの適切な活用の仕方が身に付くよう工夫すること」が明記されたことを踏まえ、各種会議等の場を通じて、その周知を行う。 【継続】

2 広島県の方向性

広島県では、観光立国推進基本法を受けて、平成18年にひろしま観光立県推進基本条例が制定され、ひろしま観光立県推進基本計画を策定している。ひろしま観光立県推進基本計画（平成30～34年度）では、施策の取組方向として、「観光客の増加」「観光消費額単価の上昇」「観光客の満足度向上」「情報発信」³⁾が挙げられている。特に、「観光客の満足度向上」では、受入環境を充実させるために、観光人材の育成について、「観光関連学科・コースを有する県内の大学・専門学校のカリキュラムにおいて、観光人材の育成に向けた教育が図られていることから、こうした大学・専門学校と連携し、本県の観光の動向に関する情報提供を行うとともに、産学官連携による職業体験等を通して、観光人材の育成を支援する。」⁴⁾としている。

3 小・中学校の現状

小学校学習指導要領（平成29年）及び中学校学習指導要領（平成29年）の社会科においては、観光産業について取り上げることと示されている。寺本潔（2016）は、観光の授業を通して、「小学校段階では、観光現象を理解し地元の魅力や資源を組み立てる学習を、さらに中学校段階では地域の観光振興の問題点や課題を明確化する学びを、高等学校段階においては地理だけでなく世界史や日本史、外国語とも絡め、観光学部のある大学や専門学校への進学にも寄与できる学びに高めたい。」⁵⁾と述べている。

しかし、観光庁の「産学連携による観光産業の経

営人材育成に関する業務報告書別冊～調査データ集～（平成29年）」によると、小・中学校における観光教育について、主体的に取り組んでいないと答えた地方自治体は72.4%であった³⁾。主体的に観光教育に取り組んでいない理由は、「観光教育のノウハウがない」39.2%、「観光教育のための指針がない」35.1%であった⁴⁾。また、主体的に取り組んでいないと回答した地方自治体に今後の観光教育の取組意向を問うと、「取り組みたい」21.0%、「取り組みたいとは思わない」5.1%「どちらともいえない」72.9%であった。これらのことから、観光教育の重要性や具体的な指導方法等が十分に理解されていないことが、主体的な取組につながっていない一因であると考えられる。

4 高等学校の現状

宍戸学（平成21年）は、平成19年現在、観光教育に取り組んでいる学校は61校であり、観光関連学科、総合的な学習の時間、学校設定科目で実施されており、特に学校設定科目として、観光に関する科目数が増加していると述べている⁵⁾。近年の観光に対する関心の高まりや、地域貢献として実施される例が増えてきていることが一因であると考えられる。

平成30年5月現在、全国で商業科が設置されている高等学校は618校、単独学科学校数は169校、生徒数は190,675名である⁶⁾。学科名に「観光」を含む学科を有する学校は11校である。学校設定科目として、観光に関する授業を行っている学校は多くあるが、本県では2校に留まっている。これらの学校の学校設定科目では、生徒に地域の観光資源や文化を理解させた上で観光ビジネスにおけるマーケティングの学習を進めている。教科「商業」で目指す観光教育は、単に地域の観光資源を調べる学習に留まるのではなく、実際のビジネスを通して、観光産業の発展に向けた取組ができる人材を育成する学習内容が求められているのである。

Ⅲ 商業の見方・考え方を働かせる学習指導

1 商業科の目標と見方・考え方

「30年指導要領」には、次のように商業科の目標が示されている⁷⁾。

商業の見方・考え方を働かせ、実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して、ビジネスを通じ、地域産業をはじめ経済社会の健全で

持続的な発展を担う職業人として必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

- (1) 商業の各分野について体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身に付けるようにする。
- (2) ビジネスに関する課題を発見し、職業人に求められる倫理観を踏まえ合理的かつ創造的に解決する力を養う。
- (3) 職業人として必要な豊かな人間性を育み、よりよい社会の構築を目指して自ら学び、ビジネスの創造と発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

高等学校学習指導要領（平成30年告示）解説商業編（平成31年、以下「30年指導要領解説」とする。）には、「商業の見方・考え方とは、企業活動に関する事象を、企業の社会的責任に着目して捉え、ビジネスの適切な展開と関連付けることを意味している。」⁶⁾と述べられている。

P.F. ドラッカー（2001）は、企業の目的について、「企業は社会の機関であり、その目的は社会にある。企業の目的の定義は一つしかない。それは、顧客を創造することである。」⁷⁾としている。また、企業の目的は利益ではないことを述べた上で、「もちろん、利益が重要でないということではない。利益は、企業や事業の目的ではなく、条件なのである。また利益は、事業における意思決定の理由や原因や根拠ではなく、妥当性の尺度なのである。」⁸⁾と述べている。つまり、利益を得るために会社があるのではなく、社会的な役割を果たすために会社がある。しかし、利益が出なければ企業活動を継続できない。そのため、利益は継続して社会の役に立つための条件であるということである。

このことから、商業の見方・考え方を働かせる学習指導には、職業人として、マーケティング活動や会計処理、情報通信技術の活用などの企業活動の事象について、単に利益だけを優先するのではなく、企業が社会に及ぼす影響などに責任をもち、実際のビジネスと関連付けて考えさせながら、ビジネスを適切に展開する実践力を身に付けさせる学習活動が必要であると考ええる。

2 商業科で育成を目指す資質・能力

「30年指導要領」の商業科の目標には、商業科で目指す職業人について、「ビジネスを通じ、地域産業をはじめ経済社会の健全で持続的な発展を担う」⁹⁾と示されている。この職業人として必要な資質・能

力について、「30年指導要領解説」には、「単に利益だけを優先するのではなく、企業活動が社会に及ぼす影響などに責任をもちながら、様々な経営資源を最適に組み合わせるとともに、他者とコミュニケーションを図るなどして、生産者、消費者などとなぎ、地域産業をはじめ経済社会が健全で持続的に発展するよう、組織の一員としての役割を果たす資質・能力を意味している。」¹⁰⁾と述べられている。また、育成を目指す職業人に求められる資質・能力の三つの柱のうちの一つである「思考力・判断力・表現力等」について、「30年指導要領解説」では、「職業人に求められる倫理観を踏まえて合理的かつ創造的に解決する力を養うとは、社会の変化が加速し、将来の予測が困難で唯一絶対の答えがないことの多い経済社会にあつて、単に利益だけを優先するのではなく、企業活動が社会に及ぼす影響などを踏まえ、科学的な根拠に基づいて工夫してよりよく課題を解決する力を養うことを意味している。」と述べられている。

3 商業科の学習指導の改善に向けて

これまで、商業科を有する学校では、模擬株式会社経営、校内で定期的に開店するコンビニエンスストアでの販売実習等の実践的・体験的な学習活動を主として実施してきた。しかし、これらの学習活動では、生徒は、根拠のない思い付き等の安易な考えによって活動することが多く、科学的な根拠をもって説明したり、提案したりすることが十分にできていない状況がある。また、コスト意識や人材確保の意識が薄く、適切な情報を入手したり、発信したりすることが十分にできていない状況もある。この学習活動では、ビジネスを適切に展開する実践力を身に付けさせることはできない。そのため、今後の商業科を有する学校では、科学的な根拠に基づき、ヒト・モノ・カネ・情報という経営資源を最適に組み合わせ、生産者や消費者と円滑なコミュニケーションをとり、両者をつないでいくような学習活動が求められていると考える。

そこで、本研究では、科学的根拠に基づいて多面的・多角的に分析させること、限られた経営資源を有効に活用することの二つを学習活動に取り入れた新設科目「観光ビジネス」の単元モデルを開発する。

IV 科目「観光ビジネス」とは

1 新設のねらい

中央教育審議会の教育課程部会産業教育ワーキンググループ（第2回）（平成27年）では、商業科の現状と課題の中で、「観光に関する教育について、実際に取り組んでいる学校が増えている。現行学習指導要領に観光に関する科目がないため、現在取り組んでいる学校は、学校設定科目で独自に内容を構成しながら授業を行っている。2013年にビジット・ジャパン事業が発足し、訪日外国人の旅行者が1,000万人を超え、5年後の東京オリンピックに向けて2,000万人の旅行者を目指すといった取組も始まっているところである。是非、次期学習指導要領に盛り込むことを検討していただきたい。」¹¹⁾と示されている。また、中央教育審議会答申「幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善及び必要な方策等について」（平成28年）では、教科「商業」の教育内容の改善・充実の一つに、「観光に関する知識と技術を習得させ、観光の振興に取り組む態度を育成する学習の一層の充実」¹²⁾が示されている。「30年指導要領解説」では、観光産業の振興への対応として、「地域の活性化を担うよう、観光ビジネスについて実践的・体験的に理解し、観光ビジネスを展開するために必要な資質・能力を育成する視点から『観光ビジネス』を新たに設けた。」¹³⁾と述べられている。

2 科目の目標

「30年指導要領」には、次のように目標が示されている¹⁴⁾。

商業の見方・考え方を働かせ、実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して、観光ビジネスの展開に必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

- (1) 観光ビジネスについて実務に即して体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身に付けるようにする。
- (2) 観光ビジネスに関する課題を発見し、ビジネスに携わる者として科学的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。
- (3) ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら学び、観光ビジネスに主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

「30年指導要領解説」では、「この科目においては、ビジネスを適切に展開して企業の社会的責任を果たす視点を持ち、ビジネスの場面を想定し、観光

資源の効果的な活用、マーケティング及び国内旅行と訪日観光の振興策の考案に取り組む実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して、観光ビジネスの展開について、組織の一員としての役割を果たすことができるようにすることをねらいとしている。」¹⁵⁾と述べられている。

これらのことから、この科目は、単に地域の観光資源を学ぶだけに留まらず、ビジネスを通して、観光産業の発展に向けた取組ができる人材の育成に向けた学習が求められていることが分かる。また、観光は関連する分野が多岐に渡り、他業種へ与える影響も大きいことから「裾野の広い産業」であると言われている。そのため、マーケティング分野やマネジメント分野の科目をはじめとする他の科目と関連付けた学習が必要であることも分かる。

V 科目「観光ビジネス」の単元モデル開発の視点

1 実践的・体験的な学習活動

(1) 教科「商業」における実践的・体験的な学習活動

高等学校学習指導要領（平成30年告示）総則には、「職業に関する各教科・科目については、実験・実習に配当する授業時数を十分確保するようにすること。」¹⁶⁾と示され、引き続き実験・実習を重視すると示されている。また、全ての専門教科の目標に「実践的・体験的な学習を行うことなどを通して」と示されている¹⁸⁾。教科「商業」については、「30年指導要領解説」に「実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通してとは、ビジネスを通じ、地域産業をはじめ経済社会の健全で持続的な発展を担う職業人として必要な資質・能力を育成するため、見通しをもって実験・実習などを行う中で様々な成功と失敗を体験し、その振り返りを通して自己の学びや変容を自覚し、キャリア形成を見据えて学ぶ意欲を高める、産業界関係者などとの対話、生徒同士の討論といった自らの考えを広げ深める、様々な知識、技術などを活用してビジネスに関する具体的な課題の解決策を考案するなどの学習活動を行うことを意味している。」¹⁷⁾と述べられている。つまり、実践的・体験的な学習活動を充実させることは、資質・能力の育成には不可欠であり、実験・実習では、地域や産業等との連携が必要となるのである。

(2) 科目「観光ビジネス」における実践的・体験的な学習

「30年学習指導要領」には、科目「観光ビジネス」の内容とその取扱いでは、「ア 観光ビジネスの動向・課題を捉える学習活動及び観光ビジネスに関する具体的な事例について多面的・多角的に分析し、考察や討論を行う学習を通して、企業で行われている観光ビジネスについて理解を深めることができるようにすること。」（以下「ア」とする。）「イ 観光ビジネスに関する理論を実験などにより確認する学習活動及び観光ビジネスに関する具体的な課題を設定し、科学的な根拠に基づいて観光の振興策を考案して提案するなどを行う学習活動を通して、観光ビジネスに適切に取り組むことができるようにすること。」¹⁸⁾（以下「イ」とする）とし、内容を取り扱う際の配慮事項が示されている。

表2 科目「観光ビジネス」の実践的・体験的な学習活動例⁽¹⁰⁾

	学習活動	具体的な学習活動例
実際の観光ビジネスを学ぶ	動向・課題を捉える	新聞、放送、インターネットなどを活用して情報を入手し、観光ビジネスの動向・課題について観光ビジネスを担う当事者の視点をもって捉える。
	多面的・多角的に分析し、考察や討論を行う	観光ビジネスの具体的な事例から、ケーススタディやディベートなどにより、妥当性と課題などの視点から、市場の動向や観光ビジネスに関する理論などに関連付けて分析し、考察や討論を行う。
実践力を高める	理論を実験などにより確認する	市場の動向、観光ビジネスに関する理論、データ、具体的な事例を確認する。
	観光ビジネスに関する具体的な課題を設定し、科学的な根拠に基づいて観光の振興策を考案して提案する	理論やデータに基づき、観光の振興策を考案して地域や産業界等に提案し、意見や助言などを踏まえて改善する。

また、西村修一（2018）は、商業科の科目の構成

について、「30年指導要領解説」で述べられている内容を取り扱う際の配慮事項として、「ア」に示した学習活動は、実際のビジネスを理解する学習活動であり、また、「イ」に示した学習活動は、実践する力を高める学習活動であると述べている⁽⁹⁾。表2は、「30年指導要領解説」で述べられている具体的な学習活動例を整理したものである。

商業科の学習内容は、現実の経済社会で行われている実際のビジネスに関することである。そのため、表2に示した具体的な学習活動を取り入れた各単元での取組が必要となる。

2 生徒にビジネスを適切に展開する実践力を身に付けさせる学習活動の工夫

(1) 科学的根拠に基づいて多面的・多角的に分析させること

山田雄一（2010）は、科学的アプローチの重要性について、「顧客の立場から物事を考えることが必要であるが、我々は、物事を自身の過去の経験や知識から判断しがちである。しかしながら、そうした主観的な情報だけでは、他者の意識、行動を真に理解することはできない。」とし、「顧客の立場から客観的に物事を考えるには、顧客について定量的な情報を収集し、それを統計的手法で解析し、客観的に正しく認識することが必要である。すなわち、『科学的』に取り組むということである。」¹⁹⁾と述べている。つまり、生徒が思い付きでアイデアを出しても、消費者の行動を真に理解することができず、ビジネスを展開する力を育成することができないということである。つまり、この力を育成するには、経済や市場動向、ビジネスの理論やデータ、先行事例等の科学的根拠に基づいて、多面的・多角的に分析した学習活動ことが求められているのである。

(2) 限られた経営資源を有効に活用させること

山田（2010）は、観光地のマーケティングを行う際に、「地域が観光振興、顧客獲得に投入できるヒトやモノ（観光資源）、資金といった経営資源は限られている。そのため、地域がやりたいこと、やるべきことのすべてを実施することは不可能である。資源制約を踏まえ、選択的に『何をするのか』を検討し、『やること』をしばり込むことが必要である。」²⁰⁾と述べている。経営資源であるヒト・モノ・カネ・情報は無限にあるものではない。そのため、経営資源をどのように分配していくかによって、ビジネスが成功するか否かが決

まるといえる。つまり、限られた経営資源を有効に活用することを意識させ、これらの経営資源を最適に組み合わせる学習活動が求められているのである。

本研究では、科学的根拠に基づいて多面的・多角的に分析させること、限られた経営資源を有効に活用することの二つを実践的・体験的な学習活動に取り入れた単元モデルを開発する。

Ⅵ 科目「観光ビジネス」の単元モデルの開発

1 実践的・体験的な学習活動を総合的に活用する単元

「30年指導要領」に示されている科目「観光ビジネス」の指導項目は、次のとおりである。

観光ビジネスの指導項目⁽¹¹⁾

- | |
|------------------------|
| (1) 観光とビジネス |
| ア 観光ビジネスの特徴 |
| イ 観光ビジネスの動向 |
| (2) 観光資源と観光政策 |
| ア 国内の観光資源 |
| イ 観光資源の保護と保全 |
| ウ 観光政策の動向 |
| (3) 観光とマーケティング |
| ア 観光ビジネスの主体 |
| イ 観光ビジネスにおけるマーケティングの特徴 |
| ウ 顧客の理解 |
| エ 顧客サービス |
| (4) 観光ビジネスの展開と効果 |
| ア 観光振興とまちづくりとの関係 |
| イ 観光に関する地域の課題 |
| ウ 地域の活性化 |

「30年指導要領解説」では、(4)観光ビジネスの展開と効果 ウ 地域の活性化で取り扱う内容について、「観光ビジネスが産業の振興、雇用と税収の増加、社会基盤の整備など経済的、社会的な効果をもたらすことについて扱い、観光ビジネスに関するこれまでの学習内容を踏まえて、国内の身近な地域に存在する観光資源についての認知度や来訪者などの調査、観光資源となりうる資源を見いだす学習活動及び観光ツアーなどの観光商品の企画、既存の観光商品のブランド力の向上、観光振興を目指したイベントの企画とマネジメント、観光に関する情報の

発信など観光の振興策を考案して地域や産業界等に提案し、改善を図る学習活動を取り入れる。」²¹⁾と述べられている。つまり、(4)は、(1)から(3)で取り組んだ実践的・体験的な学習活動で習得した知識・技術を総合的に活用する単元として位置付けられているのである。

本研究では、科目「観光ビジネス」が新設されたねらいが「地域の活性化」であることや、科目の総まとめの単元であることから、「(4)観光ビジネスの展開と効果 ウ 地域の活性化」の単元モデルを開発することとする。

2 単元モデルの構成

図1は「(4)観光ビジネスの展開と効果 ウ 地域の活性化」における「実践的・体験的な学習活動を取り入れた科目『観光ビジネス』の単元モデル」である。この単元モデルの構成について、次に示す。

(1) 授業時数

「30年指導要領解説商業」では、科目「観光ビジネス」の標準単位数について、「2～4単位程度」²²⁾としている。

現在、全国で観光関連の学校設定科目を開設している学校の単位数は概ね2単位である。このことから、単元モデルの開発に当たっては、2単位を想定した。そこで、単元モデルの当該単元である「(4)観光ビジネスの展開と効果 ウ 地域の活性化」では、調査、分析、提案などを勘案して授業時数16時間を確保することとした。

(2) 具体的な学習活動と指導上の留意点

ア 導入

・地元の観光産業の現状を再確認させ、地域活性化に向けた手立てを考えさせる。

・単元のまとめで地域振興策を提案することをイメージさせる。

・単に利益を追求することに留まらず、ビジネスを通して社会的責任を果たし、ビジネスを適切に展開する方法について考えさせる。

イ 展開

観光の振興策を地域に提案することに向けて、情報収集、原因分析、行動計画、提案の流れで、学習活動を行う。

○ 情報収集

次の①から③の視点によって情報収集を行う。

①観光客

観光客へのアンケート調査、国や地方公共団体等の調査レポート

②競合先

経済の動向や自然環境状況、競合先とのポジショニング、ヒト・モノ・カネ・情報の経営資源の配分状況

③地域

地域の観光資源と観光客誘致に関する施策及び動向

①から③の学習活動の指導に当たっては、特に次の二つのことに留意して行う。

- ・生徒の思い付きによる振興策とならないよう、科学的根拠に基づいた情報を適切に読み取らせる。
- ・市場の動向やデータ、マーケティング理論等の根拠となる情報を収集させる。

○ 原因分析

- ・情報収集で得た科学的根拠を基に、SWOT分析等によって、多面的・多角的に分析させる。
- ・地域の現状や課題について明確化させる。
- ・分析結果から今後の戦略方針や改善策等を整理させる。
- ・どのような振興策を提案すべきかを考察、検討させる。

○ 行動計画

- ・情報収集及び分析から地域の振興策の方向性を考えさせる。
- ・地域づくりを通して、何をを目指すのかを具体化させる。
- ・測定可能な指標を具体化させる。
- ・STP分析やマーケティングミックスを行い、マーケティング戦略を立てながら、理念や目的、目標をさらに明確にさせる。
- ・限りある経営資源であるヒト・モノ・カネ・情報を最小限の経営資源で、最大限の効果が得られるように検討させる。
- ・検討した振興策が実現可能であるかを考えさせる。

○ 提案

- ・どのような取組をいつまでに実施するのか、どのような成果が得られるのかを明確にした企画書を作成させる。
- ・各関係機関に対する提案方法を検討させたり、事前に練習をさせたりするなどプレゼンテーション力を身に付けさせる。

実践的・体験的な学習活動を取り入れた観光ビジネスの単元モデル

単元名：観光ビジネスの展開と効果 地域の活性化

活動のねらい：地域の活性化に向けて、科学的な根拠に基づき、観光の振興策を考案し、地域に提案することができる。

活動内容：科学的な根拠に基づいて観光の振興策を考案して提案する学習活動

活動素材：観光庁「観光地域づくり事例集」、SWOT分析シート、STP分析シート、4Pシート、企画提案書

活動形態：グループ

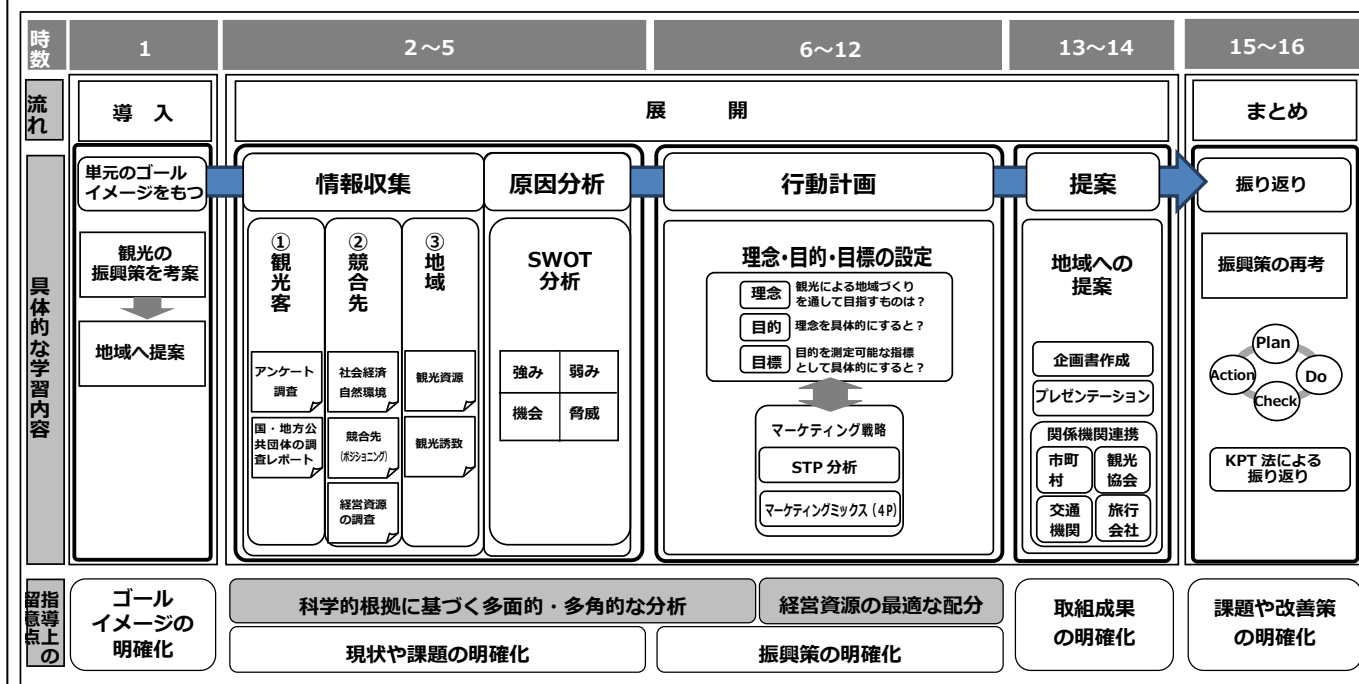


図1 実践的・体験的な学習活動を取り入れた科目「観光ビジネス」の単元モデル

ウ まとめ

- ・地域に振興策を提案した後、課題を見いだし、改善策を検討するため、振り返りを十分に行わせる。
- ・PDCAサイクルの視点で考えさせ、フレームワークとして、KPT法を活用し、できたことは何か、問題点は何か、今後、やってみたいことは何かを具体的に考えさせる。
- ・他の科目の学習内容とのつながりについても考えさせる。

Ⅶ 研究協力校の単元モデル

単元モデルの改善に当たっては、各協力校の学校設定科目の指導計画と開発した単元モデルを比較、分析することを通して、学習活動等の工夫改善を行うこととする。

なお、広島県立尾道商業高等学校については、学校設定科目「地域観光学」と新設科目「観光ビジネス」の学習内容に共通することが多く、今後、新しい学習指導要領では、学校設定科目「地域観光学」を新設科目「観光ビジネス」に変更することを考えられている。このことから、当該校の単元モデルの改善に当たっては、より実態に合う単元モデルとなるよう、授業参観による分析も行うこととする。

研究協力校二校の学校設定科目の目標は、いずれも「地域を活性化する人材を育成する」ことであり、新設科目「観光ビジネス」の目標と共通している。

これら二校について次に示す。

1 広島県立尾道商業高等学校

(1) 学校の状況

第1学年の全ての生徒が、尾道商工会議所、尾道観光協会、尾道市産業部商工課と連携して尾道市の観光実態について学習する機会がある。また、高校を卒業した生徒が尾道市に残って活躍できるよう、地元経済界と連携して、地域活性化に向けた提案等をマーケティング分野の授業や部活動で積極的に行っている。

(2) 学校設定科目「地域観光学」

観光教育に力を入れており、平成17年度には、観光に関する学校設定科目「観光一般」を開設し、旅行計画の作成や、観光に関する法規法令についての授業を展開している。平成28年度から、学校設定科目「地域観光学」も開設し、地域活性化に向けた課題発見・解決学習に取り組んでいる。この科目は、観光立国や観光立県の実現に向けた観光教育を充実させるため、開設されている。

(3) 単元モデルとの比較

学校設定科目「地域観光学」の指導計画と開発した単元モデルの学習活動等について、比較した。表3は、その詳細を示したものである。このことから、次の三つを課題として捉えた。

- ・課題発見や原因分析等、活動時間が十分に確保できていない状況であること。
- ・地域へのアプローチ方法は多種多様であるが、学校の特色に応じた具体的な学習活動等を示すことができていないこと。
- ・生徒の社会体験や生活体験が乏しく、課題の解決策を効率よく見いだすことが難しいこと。

表3 広島県立尾道商業高等学校の観光に関する学校設定科目の指導計画と単元モデルの共通点・相違点

共通点	相違点
・課題発見・解決型である。 ・イベントに参加したり、フィールドワークをしたりするなど、体験的な活動を通して、地域について理解を深めている。 ・外部講師を活用して尾道市の観光の実態を把握させている。 ・仮説・検証型の学習活動を通して、アイデアや推論を導き出させている。	・地域の観光実態を把握させる時間が1時間である。 ・原因を探究させる時間を十分に確保していない。 ・課題設定後に情報収集、フィールドワークを取り入れている。 ・課題設定を再考する過程を2回設定している。 ・問題の原因を視覚化させる学習活動が少ない。 ・アイデアの発想や解決策の立案で、思考を深めさせる学習活動が少ない。 ・課題解決に向けたスケジュール等の行動計画が設定されていない。

(4) 授業計画

- 学 年 第2学年26人
- 実施期間 令和元年9月13日～12月20日

- 教科等 商業
科目 地域観光学
単元名「観光とメディア」

○ 科目の目標

地域の観光資源や文化を研究し、地域の行事に参加するなど、体験的な活動を通して、地域について理解を深め、地域の良さを表現できる知識と技術を身に付ける。

○ 単元の目標

観光ビジネスにおけるマーケティングに関する知識、技術等を基盤として、消費者の動向、観光ビジネスにおけるマーケティングに関する具体的な事例等、科学的な根拠に基づいて、観光ビジネスにおけるマーケティングについて、組織の一員としての役割を果たすことができる。

○ 単元計画

次	学習内容（全39時間）
一	尾道市産業部商工課による尾道市の観光実態の把握（1）
二	探究テーマの検討（3）
三	尾道商店街フィールドワーク（2）
四	探究テーマ再考及びターゲット設定（4）
五	尾道商店街フィールドワーク（2）
六	探究テーマ再考及びターゲット設定 仮説設定及び検証方法の検討（5）
七	探究活動及び作品制作（19）
八	作品発表（2）
九	振り返り（1）

- 生徒に身に付けさせたい資質・能力
 - ・コミュニケーション力 ・協働力
 - ・企画設計力 ・創造力

(5) 授業の概要

尾道市の観光担当者による講話や協議によって、観光実態を把握させ、問題点を発見させることで、地域活性化のために、何ができるかを考えさせ、課題を設定させる。そして、フィールドワーク等によって、尾道市の人口減少から、観光客を誘致するため、商店街の動画を発信すれば、多くの観光客の来客が見込まれると仮説を立てさせる。その後、動画を作成させ、全体で発表し合い、振り返りを行う。

図2は、第六次の全5時間のうち、4時間目の本時案である。

(6) 分析と考察

ア 授業者からの聴取等

- ・学校設定科目の開設から、まだ四年目であることから、試行錯誤しながら授業を行っている。
- ・授業を展開するに当たっては、生徒が思い付きや勘によって、地域の振興策を考えることがないよう、科学的な根拠に基づき、論理的に考えられるようにするための教材づくりに苦慮することが多い。
- ・生徒のビジネス体験や社会経験が少なく、ビジネスを考える視点やビジネスにつながるアイデアを発想する力が乏しい。
- ・課題の解決策をマーケティングの視点で導き出すことが十分にできていない。

イ 生徒の様子

- ・なぜなぜ分析などの思考ツールを取り入れており、生徒の思考が深まっていた。
- ・尾道市がもつ観光資源の魅力について、気付くことが難しいようだった。
- ・ワークシートの記述に抽象的な表現が多い。
- ・ワークシートや生徒の意見から「動画を作成することで地域の活性化につながる」と考えている一方で、科学的根拠に基づいて、調査分析することが十分にできていない。

ウ 生徒アンケート結果

表4は、観光に関する学習活動のアンケートの質問項目及び観点である。「地域観光学」選択者の生徒に、観光によって地域活性化を考えるときの取組状況について回答を求めたものである。アンケートは、「30年指導要領解説」で述べられている実践的・体験的な学習活動例を基に作成し、四段階評定尺度法を用いて実施した。

○ 本時の目標 商店街の動画作成の目的は何であるか、また、ターゲットは誰かについて、科学的根拠に基づき説明することができる。 ○ 学習展開			
学習活動	指導上の留意点 (□) 努力を要する生徒への指導の支援 (◎)	評価規準	評価の方法
1 導入 ・前時に学習した、「科学的根拠とは何か」を確認する。 ・本時の目標を確認する。	□地域活性化のために、観光の視点から自ら行動できるかを問い続ける。 □自分の考えを書き出すことができるように意識させる。		
動画作成の目的は何？ターゲットは誰？科学的根拠に基づいて説明してみよう！			
2 展開 ・昨年度の生徒が作成した訪日外国人に向けた「7泊8日の旅行プラン」の提案資料について、納得できるかを考え、発表する。(個人→グループ) 科学的根拠（データや理論）の必要性について考えさせる。 ・次の2点について考え、発表する。(個人→グループ) ①なぜ動画を作成する必要があるのか。 ②誰に向けて動画を発信するのか、その理由は何か。 ・尾道市の報道資料等から、動画を作成することについて、根拠をもって説明するためにはどのような資料が必要であるか考え、発表する。(個人→グループ) 科学的根拠（データや理論）に基づいた情報を見付けさせる。	□昨年度の生徒は、なぜ、長期滞在型の旅行プランを立てたのか考えさせる。 ◎旅行プランでは訪日外国人をターゲットにしたのはなぜか、その理由はどのデータを根拠にしているかを理解させる。 □発表時は、生徒の発言を具体的にするため、「なぜそう思ったのか」を繰り返し発問する。 どのような科学的根拠（データや理論）が必要か考えさせる。 □どのような科学的根拠があれば良いか考えさせる。 □生徒の意見を全体に紹介することで、他の生徒の思考の幅を広げる。 □尾道市の報道資料を根拠にして考えさせる。 □尾道市の報道資料から根拠となるデータが見付からない場合は、どのようなデータがあれば良いのかを考えさせる。 □発表時は、生徒の発言を具体的にするため、「なぜそう思ったのか」を繰り返し発問する。	目の前の課題に対して、これまでの経験や知識、情報を活用して、自分なりの答えや方法を複数書き出し、最適な方法を選択することができる。	ワークシート 行動観察
3 まとめ ・科学的な根拠の必要性を考える。 ・本時を振り返る。 ・次時の予告をする。	□自分の言葉で表現できるよう促す。		

図2 学習指導案

表4 観光に関する学習活動のアンケート

	質問項目	観点
1	顧客を満足させることを考える。	マーケティングの考え方ができる。
2	新しい顧客を獲得することを考える。	マーケティングの考え方ができる。
3	当該地域に及ぼす影響を考える。	企業の社会的責任に着目して考える。
4	経営資源であるヒト・モノ・カネ・情報を効果的に配分することを考える。	経営資源を最適に組み合わせて考えることができる。
5	観光協会、旅行業者及び宿泊業者等のサービスの提供者の立場で計画の妥当性と課題等を考える。	多面的・多角的に分析し、考察することができる。
6	観光客等、サービスを受ける者の立場で、計画の妥当性と課題等を考える。	多面的・多角的に分析し、考察することができる。
7	市場の動向、ビジネス理論、データ等に基づいて課題を分析する。	科学的根拠に基づいて、多面的・多角的に分析し、考察することができる。
8	観光に関するビジネス理論が正しいかどうかを、実際の体験を通して、検証・分析する。	理論を実験などにより確認することができる。
9	サービスの提供者又はサービスを受ける者の立場で、観光に関する課題を見いだす。	課題を発見することができる。
10	観光に関する課題を解決するために、具体的な改善策を考える。	課題の解決策を考案し、提案することができる。

表5は、アンケート結果である。

・マーケティングの考え方である顧客満足の実現や顧客価値の創造などを通じて顧客を創造し続けることを考える傾向がある。

・ビジネスを通して、社会的責任を果たしていくことが大切であると考えた傾向がある。

・ビジネスに関わる様々な立場で考えたり、地域振興策の計画の妥当性や課題等を考えたりするなど、多面的・多角的に分析することが十分でない傾向がある。

・市場の動向、ビジネス理論、データ等の科学的根拠に基づいて考えることが十分でない傾向がある。

・限られた経営資源を有効に活用することを意識して、これらの経営資源を最適に組み合わせて観光ビジネスを展開しようとする傾向がある。

・ビジネス理論等を実験や体験によって確認することが十分でない傾向がある。

表5 アンケート結果

	質問項目	A	B	C	D
1	顧客を満足させることを考える。	17	7	2	0
2	新しい顧客を獲得することを考える。	14	10	2	0
3	当該地域に及ぼす影響を考える。	12	12	2	0
4	経営資源であるヒト・モノ・カネ・情報を効果的に配分することを考える。	6	15	5	0
5	観光協会、旅行業者及び宿泊業者等のサービスの提供者の立場で計画の妥当性と課題等を考える。	7	12	7	0
6	観光客等、サービスを受ける者の立場で、計画の妥当性と課題等を考える。	8	12	6	0
7	市場の動向、ビジネス理論、データ等に基づいて課題を分析する。	5	13	8	0
8	観光に関するビジネス理論が正しいかどうかを、実際の体験を通して、検証・分析する。	5	15	6	0
9	サービスの提供者又はサービスを受ける者の立場で、観光に関する課題を見いだす。	8	13	5	0
10	観光に関する課題を解決するために、具体的な改善策を考える。	12	9	5	0
A：当てはまる B：どちらかといえば当てはまる C：どちらかといえば当てはまらない D：当てはまらない n = 26					

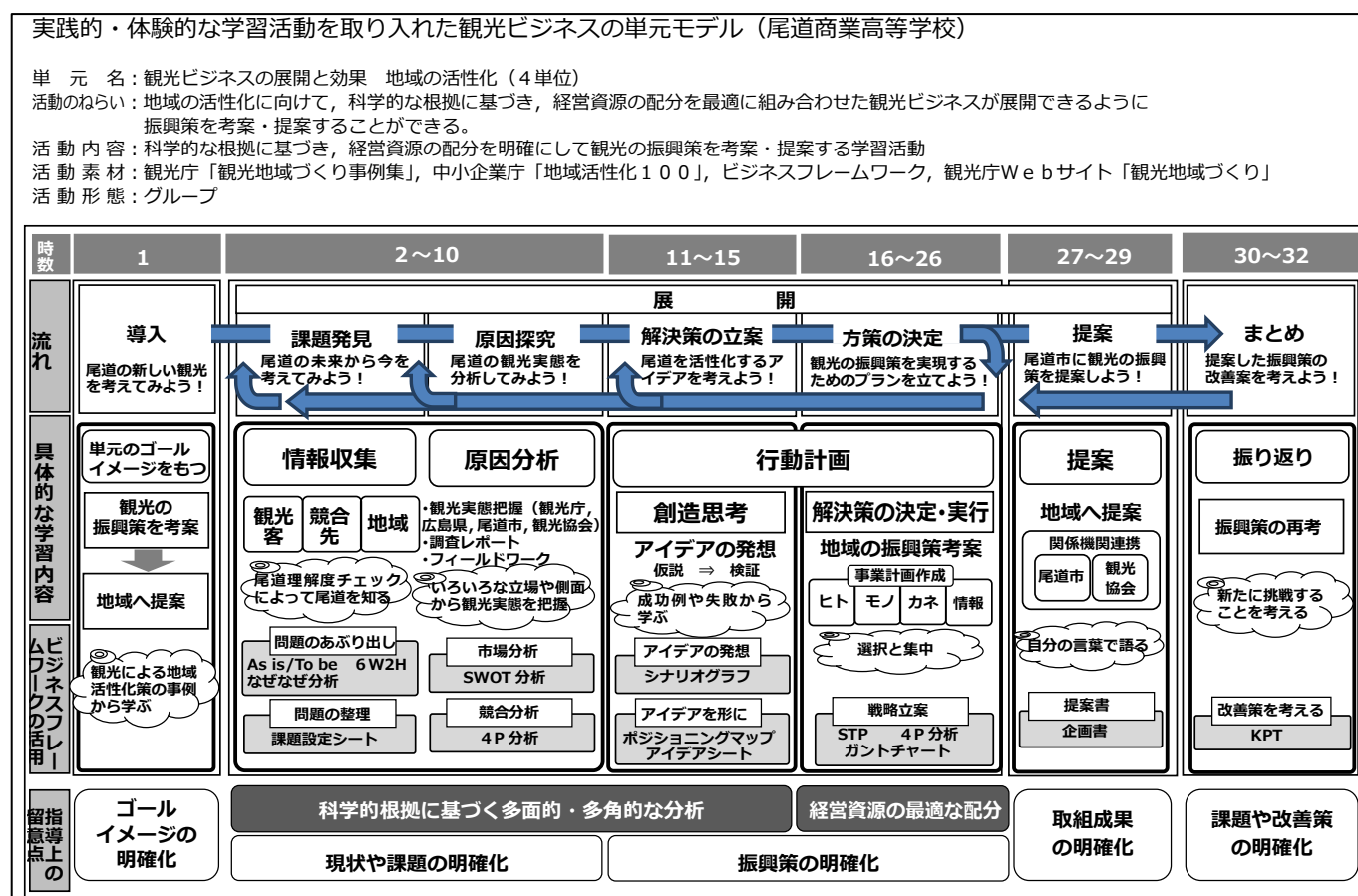


図3 改善策を取り入れた広島県立尾道商業高等学校の単元モデル

(7) 広島県立尾道商業高等学校の単元モデル

学校設定科目と授業参観等から明らかになった課題の解決策は次の五つである。図3は、これらの改善策を取り入れた単元モデルである。

- ① 現在、地域活性化に向けた課題発見・解決学習を行っており、観光の振興策について多様な提案が予想されることから、振興策の提案内容を限定しない。
- ② 考える視点を明確化した教材が必要である。あらかじめ用意された一定の枠組みにビジネス上の課題を当てはめ、様々な視点から分析させる思考法であるビジネスフレームワークを取り入れる。
- ③ 尾道における人々の日常の過ごし方、食物や風景、言葉等、身の回りの当たり前の事象を調査させたり、地元のこだわり、特長を考えさせたりするなど、地元では当たり前のことでも、地元以外では知られていない事柄に気付かせる学習内容を取り入れる。
- ④ データ、成功例や失敗例などの科学的な根拠に基づいてビジネスアイデアを考案させたり、経営資源を効果的に活用した事業計画を立案させ

たりし、地域に提案して改善を図る学習活動を取り入れる。

- ⑤ 現在の授業単位数が4単位であることから、授業時数を32時間とする。

なお、この単元モデルは、学校設定科目「地域観光学」を新設科目「観光ビジネス」に置き換え、当該校が実施している単元「観光とメディア」を基本としたものである。また、当該校は尾道市産業部商工課や尾道観光協会と連携を密にしているため、観光の振興策の提案先をこの二団体とした。

2 広島県立総合技術高等学校

(1) 学校の状況

平成27年に、商業科の生徒が、地域の米粉販売店と道の駅との共同によって、「米粉の白いこやき」を商品開発した。現在でも、三原臨空商工会や三原観光協会と連携し、この共同開発した商品を地域のイベントで販売するなど、地域活性化に向けて、地域と連携して活動を行っている。

(2) 学校設定科目「産業総合実習」

学校設定教科「総合」の一つの科目として学校設定科目「産業総合実習」を開設している。この科

目は、工業科、商業科、家庭科の各専門学科の必修科目として位置付けられており、三学年全ての生徒が同一時間に一斉に授業を行う。開校当初から設立されている模擬株式会社「来てみんない屋」で、工業科及び家庭科では、各学科の特色に応じた製品を製作し、これらの製品を商業科が校内外で販売するなどの取組をしている。

(3) 単元モデルとの比較

学校設定科目「産業総合実習」で、商業科は、模擬株式会社の社是である社会貢献に向けた地域を活性化する取組を行っている。ここでは、商業科の指導計画と開発した単元モデルの学習活動等について、比較した。表6は、その詳細を示したものである。このことから、次の二つを課題として捉えた。

- ・課題発見や原因分析等、活動時間が十分に確保できていない状況であること。
- ・地域からの要望によって活動することが多く、生徒が問題を発見したり、問題の原因を分析したりする学習活動が十分にできていない状況であること。

表6 広島県立総合技術高等学校の観光に関する学校設定科目の指導計画と単元モデルの共通点・相違点

共通点	相違点
・課題発見・解決型である。 ・地域行事に参加するなど、体験的な活動を通して、地域について理解を深めている。	・起業するに当たって、会社組織、市場調査及び活動計画の立案を行っている。 ・会社経営に当たって、製造・販売活動、実践活動後の検証及び改善を行っている。 ・問題発見、情報収集、原因分析等の学習活動が少ない。 ・問題の原因を視覚化させる学習活動がない。 ・アイデアを発想したり、解決策を立案したりするなどの学習活動が少ない。 ・課題解決に当たって、役割分担及びスケジュール等の行動計画が設定できていない。

(4) 分析と考察

ア 担当者からの聴取等

- ・校内に地域住民を招いた販売活動が中心であり、地域活性化に向けた取組が十分にできていない。
- ・校外での活動は、地域からの要請によって活動することが多く、生徒が地域に提案していくことが少ない。
- ・生徒のビジネス体験や社会経験が少なく、ビジネスを考える視点やビジネスにつながるアイデアの発想力が乏しい。
- ・商品開発等について、一部の外部関係者に頼りがちである。学校と地域をつなぐため、多くのコーディネーターが必要である。
- ・模擬株式会社の運営では、生徒が地域の活性化に向けて課題を発見し、解決する学習を行っているが、観光の振興策を提案することは行っていない。
- ・生徒に商業科で学んだ知識や技能を活用させ、地域の情報を発信するなど、地域活性化に向けてさらに充実した取組を進めていきたい。

イ 改善策

- ・学校設定科目では、これまで観光の振興策を提案していないため、振興策の提案内容を焦点化する。そこで、模擬株式会社の出店先である地域の祭りにおいて、観光振興を目指したイベントの企画とマネジメントを行う学習活動を取り入れる。
 - ・考える視点を明確化した教材が必要である。あらかじめ用意された一定の枠組みにビジネス上の課題を当てはめ、様々な視点から分析させる思考法であるビジネスフレームワークを取り入れる。
 - ・データ、成功例や失敗例等の科学的な根拠に基づいて情報収集させたり、経営資源を効果的に活用したイベント計画を立案させたりする学習活動を取り入れる。
 - ・地域の人材や有識者等を活用した、地域活性化の方策を考えさせるケーススタディを取り入れる。
- これらの四つの改善策を取り入れた単元モデルについて検討する。

(5) 広島県立総合技術高等学校の単元モデル

図4は、改善した単元モデルである。学校設定科目「産業総合実習」の商業科が担当する内容の一部を新設科目「観光ビジネス」に置き換え、当該校が実施している学習活動を基本とした単元モデルとした。また、地域の祭りの運営をしている三原臨空商工会を観光の振興策の提案先とした。

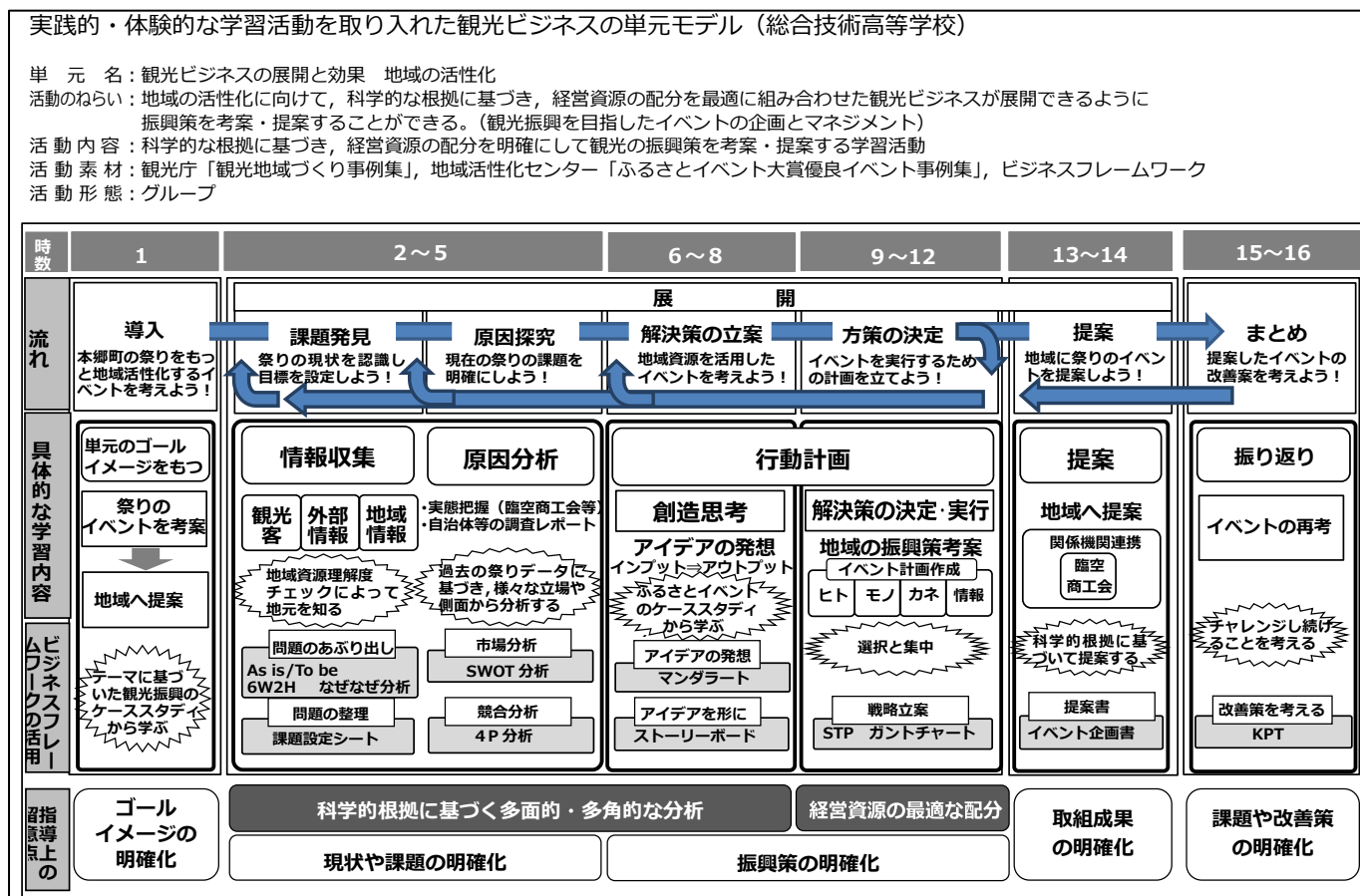


図 4 改善策を取り入れた広島県立総合技術高等学校の単元モデル

Ⅷ 汎用的な単元モデルの改善

研究協力校において、実践的・体験的な学習活動を取り入れた単元モデルを作成した。今後、商業科を有する学校において、科目「観光ビジネス」を導入し、実践的・体験的な学習活動を取り入れた授業が展開されることが予想される。そこで、図 1 に示した汎用的な単元モデルを基に、研究協力校での授業実践や聴取等から各校で活用できる汎用的な単元モデルを図 5 のように改善した。

次の①から⑤は、改善のポイントである。

① 実際のビジネスを学ぶこと

地域の観光協会等と連携したり、フィールドワークをしたりするなどして、観光客・競合先・地域の動向や観光実態を分析し、生徒自ら課題を発見させる。また、地域の人材を活用し、観光ビジネスを展開している企業や地域の事例を取り上げ、ケーススタディ等によって実際のビジネスを理解させる。

② 実践力を高めること

観光の振興策を考案して地域や産業界に提案し、意見や助言などを踏まえて改善させる。また、観光ビジネスの理論について体験を通して実証するなど、専門的な知識・技術の理解を深めさせ、理論と実際

を結び付けさせる。

③ 科学的根拠に基づいて多面的・多角的に分析させること

自治体等の調査レポートやフィールドワークから得たデータ、ビジネスの成功例や失敗例等の科学的根拠に基づいて提案させる。また、ビジネスに関わる様々な立場に立って分析したり、そのビジネスの妥当性と課題を分析したりするなど、多面的・多角的に分析させる。

④ 限られた経営資源を有効に活用すること

地域の振興策を考える際には、ヒト・モノ・カネ・情報である経営資源を何にどれくらい配分するのか、また、これらの経営資源を有効に活用するために集中すべきことと捨てるべきことは何かを整理させて、事業書や企画書を作成させる。

⑤ ビジネスフレームワークを活用すること

課題を発見し、解決策を考案する一連の学習活動において、生徒の考える視点を明確化にするため、分析ツールや思考の枠組みであるビジネスフレームワークを活用して、情報を整理、検討させ、結論を導き出させる。

実践的・体験的な学習活動を取り入れた観光ビジネスの単元モデル

単 元 名：観光ビジネスの展開と効果 地域の活性化
 活動のねらい：地域の活性化に向けて、科学的な根拠に基づき、経営資源の配分を最適に組み合わせた観光ビジネスが展開できるように振興策を立案・提案することができる。
 活動内容：科学的な根拠に基づき、経営資源の配分を明確にして観光の振興策を立案・提案する学習活動
 活動素材：観光庁「観光地域づくり事例集」、ビジネスフレームワーク
 活動形態：グループ

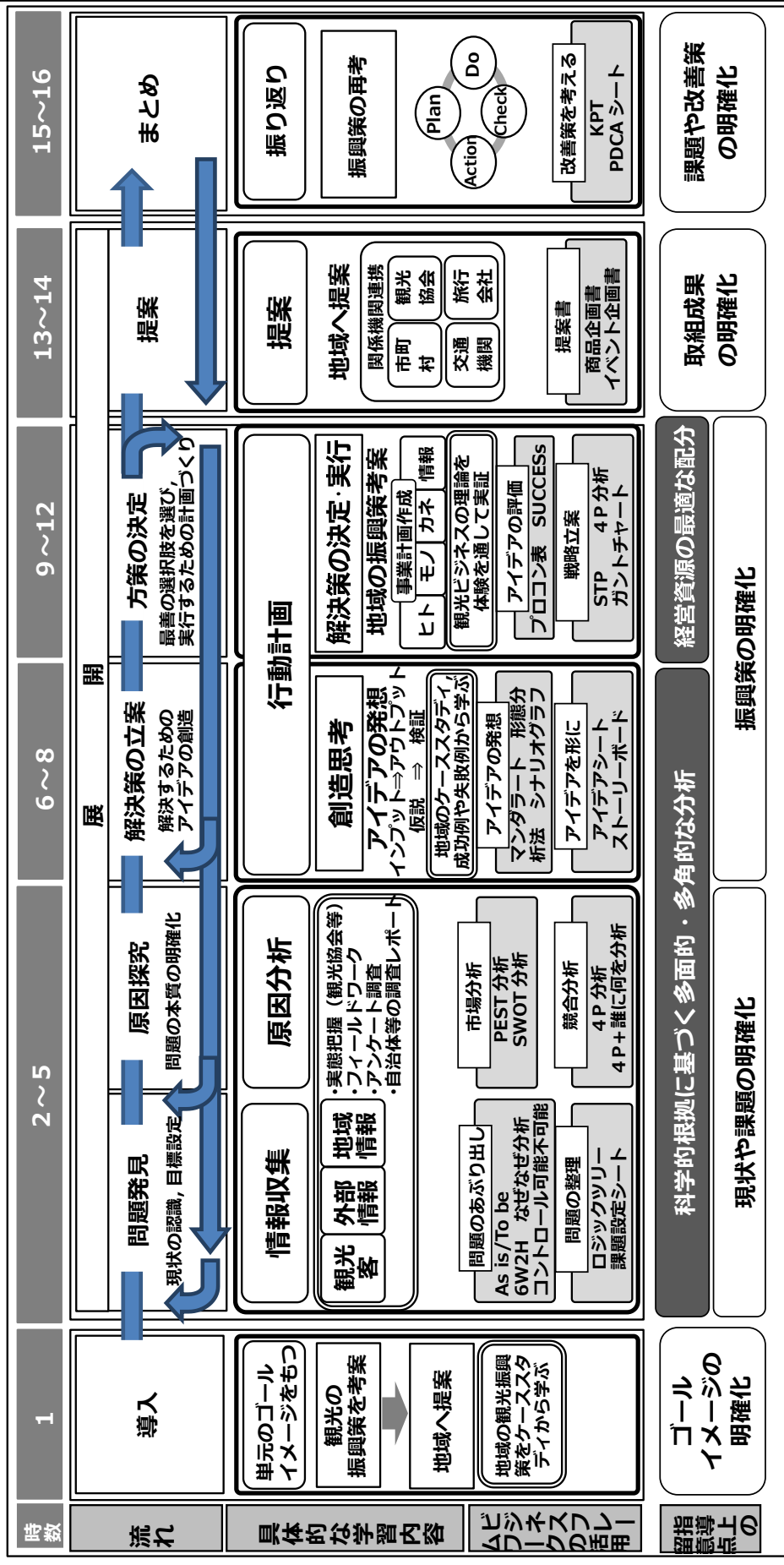


図5 改善した汎用的な単元モデル

IX 研究のまとめ

1 研究の成果

- 科学的根拠に基づいて多面的・多角的に分析させること、限られた経営資源を有効に活用することの二つを実践的・体験的な学習活動に取り入れた新設科目「観光ビジネス」の単元モデルを開発し、提言することができた。
- 各研究協力校の特色や生徒の実態に合う単元モデルを開発し、提言することができた。

2 今後の課題

- 今回、開発した単元モデルは、新設科目「観光ビジネス」に示されている「(4) 観光ビジネスの展開と効果」に関するものである。今後は、その他、三つの指導項目についても単元モデルを開発する必要がある。
- 多くの学校では、科学的根拠に基づいて多面的・多角的に分析させる学習活動、限られた経営資源を有効に活用させる学習活動が十分にできていないことがうかがえた。今後は、地域の人材や有識者等を活用するなどした指導が求められる。
- 観光産業に就職する生徒が少ないことから、今後も学校設定科目や科目「課題研究」等で観光に関する学習を取り入れている学校と連携し、単元や題材を精査するとともに、単元モデルの活用の効果について検証する。そして、それぞれの学校の実態に合った単元モデルを提言することを通して、観光人材の育成に努めたい。

おわりに

新しい学習指導要領では「主体的・対話的で深い学び」の実現に向けた授業改善が求められている。新設科目「観光ビジネス」では、生徒に実践的・体験的に理解させ、観光ビジネスを展開するために必要な資質・能力を身に付けさせ、地域の活性化を担う人材を育成することをねらいの一つとしている。これらの人材を育成するには、知識を習得させる指導にとどまらず、習得した知識を活用させる指導が求められているのである。また、単に知識の量を増やすのではなく、単元やまとまりの中で、これまでの学習で習得した知識や生活体験を通して習得した知識を比較させたり、関連付けさせたりするなどして、共通点や相違点をまとめさせるなど、知識と知識を結び付ける指導も求められているのである。

本研究で開発した単元モデルを参考に、知識の活用や知識と知識を結びつける指導を通して、主体的・対話的で深い学びの実現に向けた授業改善に努めていただきたいと考えている。

本研究を進めるに当たり、御指導いただいた広島経済大学の細井謙一教授、御協力いただいた研究協力校及び研究協力員の皆様に心から感謝申し上げます。

【注】

- (1) 観光庁 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議（平成28年）：『明日の日本を支える観光ビジョンー世界が訪れたい日本へ』p.19に詳しい。
- (2) 観光庁 観光立国推進閣僚会議（平成30年）：『観光ビジョン実現プログラム2018ー世界が訪れたい日本を目指してー（観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム2018）に詳しい。
- (3) 観光庁（平成29年）：『産学連携による観光産業の経営人材育成に関する業務報告書別冊ー調査データ集ー』p.58に詳しい。
- (4) 観光庁（平成29年）：前掲書p.62に詳しい。
- (5) 穴戸学（平成21年）：「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」『科学研究費補助金研究成果報告書』p.2に詳しい。
- (6) 文部科学省（平成30年）：『専門高校の現状（専門高校に関する諸データ）』http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/shinkou/genjyo/021201.htm
- (7) 文部科学省（平成30年告示）：『高等学校学習指導要領』p.418に詳しい。
- (8) 文部科学省（平成30年告示）：前掲書pp.269-584に詳しい。
- (9) 西村修一（平成30年）：『産業と教育10月号』実教出版 p.22に詳しい。
- (10) 文部科学省（平成31年）：『高等学校学習指導要領（平成30年告示）解説商業編』実教出版p.64に詳しい。
- (11) 文部科学省（平成30年告示）：前掲書pp.428-429に詳しい。

【引用文献】

- 1) 観光庁（平成24年）：『観光立国推進基本計画』p.39
- 2) 観光庁（平成30年）：『観光教育の普及に向けて』http://www.mlit.go.jp/kankoch/shisaku/sangyou/kyoiku_juujitsu.html
- 3) 広島県（平成30年）：『ひろしま観光立県推進基本計画』p.35
- 4) 広島県（平成30年）：前掲書p.46
- 5) 寺本潔・澤達大編著（2016）：『観光教育への招待』ミネルヴァ書房p.55
- 6) 文部科学省（平成31年）：『高等学校学習指導要領（平成30年告示）解説商業編』実教出版p.14
- 7) P.F.ドラッカー著 上田惇生編訳（2001）：『【エッセンシャル版】マネジメント 基本と原則』ダイヤモンド社p.15
- 8) P.F.ドラッカー著 上田惇生編訳（2001）：『現代の経営 上』ダイヤモンド社 p.44
- 9) 文部科学省（平成30年告示）：『高等学校学習指導要領』p.428

- 10) 文部科学省（平成31年）：前掲書p. 310
- 11) 中央教育審議会（平成28年）：『産業教育ワーキンググループ（第2回）におけるこれまでの意見の整理』
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo3/067/siryo/attach/1366087.htm
- 12) 中央教育審議会（平成28年）：『幼稚園，小学校，中学校，高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善及び必要な方策等について（答申）』p. 214
- 13) 文部科学省（平成31年）：前掲書p. 12
- 14) 文部科学省（平成30年告示）：前掲書p. 428
- 15) 文部科学省（平成31年）：前掲書p. 63
- 16) 文部科学省（平成30年告示）：前掲書p. 14
- 17) 文部科学省（平成31年）：前掲書p. 14
- 18) 文部科学省（平成30年告示）：前掲書p. 429
- 19) 山田雄一（2010）：『観光地マーケティング』十代田朗編著『観光まちづくりのマーケティング』学芸出版社p. 45
- 20) 山田雄一（2010）：前掲書p. 41
- 21) 文部科学省（平成31年）：前掲書pp. 68-69
- 22) 文部科学省（平成31年）：前掲書p. 64

【参考文献】

- 観光庁（平成30年）：『平成30年版観光白書』日経印刷
- 観光庁（平成30年）：『観光地域づくり事例集グッドプラクティス2018』
- 観光庁（平成30年）：『観光教育に関する実態調査報告書』
- 観光庁（平成31年）：『観光教育のモデル授業検証・普及事業報告書』
- 観光庁（平成31年）：『観光教育の普及に向けたコンテンツ制作等の業務報告書』
- 観光庁（平成31年）：『「体験型観光コンテンツ市場の概観」世界のコト消費と海外旅行者の意識・実態の調査結果』
- 中小企業庁（平成27年）：『地域活性化100』
- 日本旅行業協会（2018）：『マーケティングに役立つ！ツーリズムビジネス必携データブック 数字が語る旅行業2018』日本旅行業協会（JATA）
- 森下晶美編著（2016）：『新版観光マーケティング入門』同友館
- 寺本潔（2016）：「観光の教育力と教材開発による人材育成－那覇国際高校（SGH）への出前授業を通して－」『玉川大学教育学部紀要』pp. 101-116
- 株式会社アンド（2018）：『ビジネスフレームワーク図鑑 すぐ使える問題解決・アイデア発想ツール70』翔泳社