



観光ビジネスに向けた実践報告

長野県丸子修学館高等学校 教諭
中野 篤男

はじめに

本校は本年度創立 110 周年を迎えた伝統校であり、平成 19 年度に丸子実業高校から丸子修学館高校へ校名を変更するとともに普職併設から総合学科へ転換し、令和 4 年度で総合学科 16 期生を迎えた。総合学科のため、商業科目については 2 年次と 3 年次の選択科目として開講している。3 年ほど前から「総合学科における商業教育」を研究しはじめ、現在は「ビジネスの視点から社会を見る目を育む」を目標に、ホンモノ志向、考える授業、汎用的スキル（後述）の修得などを目指した授業を展開している。

ご存じの通り、新課程で「観光ビジネス」が新設され、令和 6 年度以降、本格的に学習が始まる。これまでも全国各地の観光関連の学科や学校設定科目で観光に関する授業が行われていたが、商業科の新たな柱のひとつとして、今後はこれまで以上に多くの学校で授業が展開されていくことだろう。

本稿では現任校の他、前任校の諏訪実業高校での取組も紹介する。新科目「観光ビジネス」の参考になれば幸いである。

SPH 研究に関連した諏訪実業高校での実践

前任校である諏訪実業高校では、平成 30 年度までの 3 年間、文部科学省指定の「スーパープロフェッショナルハイスクール事業」（以下、SPH）の研究が行われ、私自身も主にマーケティング分野において、諏訪の観光に関連した実践と研究を行ってきた。当時は観光ビジネスがなかったため、「商品開発」の中で取り組んだ観光ビジネスに関連する事例を 2 つほど紹介したい。

① 諏訪のジェラート開発とホンモノの経験

商品開発の授業では、多くの学校で地元の特産品や名物を活かした商品開発に取り組んでいることと拝察する。私自身も諏訪で生徒たちと特産品を調査し、試行錯誤したが、ビジネスとして展開できるような商品企画にはならず苦慮していた。そんな時、下諏訪町で喫茶店を営む店主から「高校生のアイデアでお店を助けてほしい」という相談があった。その喫茶店は観光客が珈琲や軽食を楽しむお店であったが、目玉商品がなく、観光客を呼び込めるような魅力的な商品が欲しいと悩んでいたのである。

そこで、観光客にとっては物珍しい諏訪地域の特産品をジェラートにして本格的に販売してみたらどうかと提案したところ、快諾と実習の許可をいただき、観光地の目玉となるジェラート開発と喫茶店のプロデュースを行うことになった。その後は、生徒と店主がタッグを組み、続々と商品を開発していった。何度も改良を重ね、ルバーブ、セロリ、糸萱かぼちゃなどの特産品を使った商品や、諏訪の酒蔵や有名塩羊羹店とのコラボ商品が生まれた。実はこの中でも塩羊羹店とのコラボが観光ビジネスに関連するポイントだったのだ。「諏訪大社へ行ったらこの塩羊羹を買う」というのが県内外を問わず観光客の定番となっており、このお店の前は常に観光客が溢れている。そのお店とコラボすることで、観光客の流れを喫茶店まで向けようと考えたのである。

この塩羊羹店は名だたる企業からのオファーもすべて断るお店だったが、生徒たちが下諏訪観光の活性化のために観光客の流れを作りたいと熱意を伝え、コラボ商品開発を実現させたのである。そして、塩羊羹店と喫茶店が観光客に双方の商品を PR し合うためのチラシを生徒が作成し、店舗間での観光客の

流れを生み出す仕組みをつくった。

現地は観光地であっても気軽に食べ歩きをするようなお店が少ないため、観光客からの需要はとて大きく、次第に観光客の流れが変わり、喫茶店への来店者数は飛躍的に伸びていった。

このジェラート商品は最終的に諏訪大社の献上品となり、地域を代表する商品として、店舗以外でも地元温泉街の朝市などイベントへの出店をはじめ、KITTE 東京や銀座 NAGANO（長野県のアンテナショップ）においても諏訪地域の魅力を P R する商品として販売させていただいた。そして、当初の目的通り、喫茶店における目玉商品となり、観光に関連した商品開発という授業としても成功をおさめた。

また、店舗のプロモーションや商品をツールとして、諏訪の魅力や観光情報を提供するたくさんの実習につながったことで、生徒たちは当初の想定以上に多くの学びを得られた。特に KITTE 東京や銀座 NAGANO など首都圏での販売では、品質保持対策や商品に関する表示の徹底、販売計画や利益計画書、スタッフ登録業務など細かな取り決めや準備・計画が必要であった。初めての作業に戸惑いながらも「商品は気軽に販売できるものではない」ということを学べたのは大きな成果であった。私自身も初めての経験が多く、とても勉強になったが、この時あるイベント関係者から頂いた厳しい助言が今でも心に残っている。「最近、高校生が企画しましたというものが溢れているけど、こういう場では、高校生が作りただけではダメなんです。『簡単に作って売れました』では彼らのためにならない。本物のビジネスは大変だということを伝えてください。中途半端な経験が一番ダメなんです。だから今日は“高校生がやった”という同情を誘ったり、逃げ道になるような言葉はやめましょう。それがホンモノの経験になります。」まさに正論であり、商業の学びの在り方について改めて考えさせられた。これ以降、企画や実習などを行う場合には、「一過性ではなく、継続したビジネスとして展開できる体制がつくれているか」を常に考えた指導を行うよう心掛けている。

②下諏訪宿集客プロジェクトとパフォーマンス評価

現在は諏訪といえば諏訪市が中心となるが、古来は中山道のなかで唯一温泉の湧く宿場町として栄えた下諏訪が中心であった。諏訪大社と温泉、宿場町、諏訪湖とこれ以上ないほどの資源に恵まれた下諏訪だが、この資源に頼り切って発展してきた街であるがゆえに、時代の流れに取り残されてしまい、昨今は主力であった観光産業をはじめ、街全体の活気が失われつつある状況であった。そんな状況を何とか打破し、再び下諏訪に活気を取り戻そうと立ち上がった大人たちの話を、ジェラート開発を行った生徒たちが耳にしたところから新たな取組が始まった。それが「下諏訪宿集客プロジェクト」である。

ジェラート開発では一定の成果があったものの、そもそも店の周囲を歩く観光客自体の数はまだまだ寂しく課題を感じていた。そこで、「下諏訪宿自体に多くの観光客を呼ぶにはどうすればよいか」という課題を設定した。宿場町に点在する観光スポットや諸施設に足を運び、観光客数の調査や、観光関連業の方々へのヒアリング、観光客へのインタビューを重ねるなどのフィールドワークを行った。同時に諏訪地域の歴史学習や他の有名観光地との比較・分析なども行い、最終的に下諏訪宿集客プロジェクト案として提案書にまとめた。

当初は商品開発の授業のなかで小さく始めた活動であったが、徐々に賛同者や協力者が増えていった。そして、教室の予定だった最終報告は下諏訪町長や議会関係者を中心に、商工会や地元住民、観光関連事業者などが多数集まる大々的な会場での報告会となり、質疑応答や今後の街の活性化にむけての意見交換なども行なった。後日、生徒たちのいくつかの案が実際の行政へ反映されていくことになり、こちらも一定の成果をあげることができた。

その後も J R 品川駅でのデスティネーションキャンペーンをはじめとしたプロモーション活動へ参加したり、御柱祭開催にあたって旅行会社の特注弁当開発を行ったりするなど、諏訪を舞台にした観光に関する学びは続いていった。

ここでは評価についても少し紹介したい。このようなプロジェクト型の授業においては、ひとつの正解というものがないため、評価は大変難しい。

そこで、このプロジェクト自体を科目「商品開発」におけるパフォーマンス課題と位置づけ、パフォーマンス評価を実施することにした。現在は京都教育大学にいらっしゃる福嶋祐貴先生にご指導いただき、下記のようなルーブリックを作成した。

○ルーブリック表

	提案内容の具体性	企画書の構成
5 素晴らしい	下諏訪宿の現状について認識し、観光関係者が頭を悩ませている課題について理解できている。そして、この課題を解決するための具体的で実現可能性のある提案ができている。	提案資料は論理展開に矛盾がなく、説得力のある構成になっており、自身の提案内容に興味を持たせる工夫がみられる。
3 合格	下諏訪宿の現状について認識し、観光関係者が頭を悩ませていることと現状があることを理解できている。そして、この課題を解決するための根拠を明示した具体的な提案ができている。	提案資料は論理展開に矛盾がなく、図表を用いて、見やすくまとめられている。
1 もう一歩	下諏訪宿の現状について認識することができているが、課題を解決するための具体的な提案はできているが、根拠や裏付けとしてのデータが明示されていない。	提案資料の論理展開に矛盾がなく、完成しているが、見やすさやまとめ方に課題がある。
0 かなりの改善が必要	下諏訪宿の現状について認識することができておらず、課題を解決するための提案が形になっていない。	提案資料の論理展開に矛盾があり、企画書としての体をなしていない。

詳しくはこちら ▶

※小社 Web ページでも公開中

[ダウンロード] → [商業] → [じっしょ資料]



このプロジェクトでは、思考・判断・表現力の育成に重点をおいていたため、「内容の具体性（現状認識と根拠のある提案）」と「企画書の構成（論理的な展開と訴求力）」という2点を観点とした。なぜなら、課題解決型の学習において重要なことは「何が課題であるか」の現状認識と、データ等の根拠を明示することだからである。また、提案を他者へ伝えることも重要ではあるが、発表だと得手不得手などの個人的な特性の影響を受けやすいため、論理的な展開と訴求力は、あえて企画書のまとめ方を評価の対象とした。これらの観点を自己評価・教員評価・聴衆者評価と複数の視点で実施し、その平均値を用いて評価を確定していった。

パフォーマンス評価を実施してみると、全体的に「企画書の構成」の評価が低くなった。これは授業時間の多くをフィールドワーク等に費やしたことが原因であった。そのため、まとめの授業では、「論理的な展開の重要性と読み手に配慮すること」について、私自身が前職で実際に作成した企画書（守秘義務に反しない程度）をもとに補講を実施した。情報処理検定等を取得していてスキルのある生徒でも、簡単なグラフ作成や文章のレイアウトがすぐできない等、他の科目と学びがうまくつながっていない

点も浮き彫りになった。実践力向上の為には商業科目の学び全体をつなぐことの重要性を再認識した。

現任教丸子修学館高校における実践

現任教は総合学科であるため、専門科のように2・3年次で継続的な授業展開を行うことや外部での実習に多くの時間を費やすことはなかなか難しい。そのため、現在は「マーケティング」や「総合的な探究の時間」において可能な範囲内で観光に関する授業を行っている。本校のマーケティングは4単位で、3年次の選択科目のひとつとして開講している。総合学科のため、商業を専門に学ぶ生徒のほか、美術分野や5教科を中心として学ぶ生徒も多く選択している。そのため検定等は目指さず、「ビジネスの視点から社会を見る目を育む」を目標に実践的な学習を心掛けている。そのなかでマーケティングに関する学習をひととおり終えた後にマーケティング実習のひとつとして観光を含めた学習を行っている。

私は前職で都内旅行代理店にて法人営業や添乗業務の経験があるため、その経験をもとに試行錯誤しながら授業を行っている。例えば、鉄道に関する観光知識を学ぶことからはじめ、「各地の鉄道会社が沿線開発を行う理由はなぜか」というように経営学やマーケティングの視点から観光産業のビジネス戦略について考えさせるような授業を行っている。

実習は行程表や見積書の作成方法を学ばせてから、実際に友人や教職員を対象にヒアリングを行い、プランニング実習を行っている。プランニングの技術を修得することはもちろんであるが、それ以上に、クライアントに期待以上の満足を得てもらうという、ビジネスの基本的な考え方やその難しさについて学んでほしいという思いで毎年実施している。この他にも、探究的な時間において、上田市商工観光部と地域活性化に関する協働研究を行うなかで、新しいツールやシステムを活用しながら、観光という切り口からまちづくりや地域について考えさせる取組にも挑戦しているところである。

観光に関する授業の充実に向けて

観光に関する学科や授業を長年展開している学校

も多く、指導経験の豊富な先生方も多くいらっしゃる。大変僥越ではあるが、これまでの経験も含め、観光に関する授業の充実に向けたポイントを挙げさせていただきたい。

①旅行経験の少ない高校生たち

観光の授業と聞くと、「楽しい旅行」というイメージがあり、生徒たちも身近に感じてくれることだろう。しかし、実際に授業を行っていくと、旅行経験の少なさから具体的にイメージできないことも多々あり、授業展開に苦労することがある。

ましてやコロナ禍もあいまった生徒たちに「新しいアイデアを自由に考えてみよう」と投げかけるだけでは授業はなかなか進まないであろう。

教員が旅行経験を増やしてあげることは難しいが、事例を数多く紹介したり、アイデアを考えるためのヒントを与えたりする等の工夫が必要である。マーケティングの学習にも共通するところがあるが、一人前の消費者行動をとるようにならないと見てこない部分がある点は実に悩ましいところである。

②教科間連携・学校間連携の実施

「観光ビジネス」に関連する授業は、他教科ですでに実施されている。例えば、農業科目「地域資源活用」、や家庭科の専門科目「食文化」などである。

観光は商業科に限らず、各教科の授業や総合的な探究の時間でも扱われる。地域や校内の実情に合わせて、教科間連携や学校間連携などを展開できれば、各教科の見方・考え方を活かした多面的・多角的な視点から授業を展開できるようになるだろう。

③課題意識と視点・視野・視座

どの授業についても言えることだが、観光をテーマとしたプロジェクト型の学習を進めていくうえで、生徒自身に「何が課題であるか」を考えさせることが重要である。また、視点（どの観点でみるか）、視野（どの範囲までみるか）、視座（どの立場でみるか）を明確にさせることで真の課題が見えてくる。

下諏訪宿のプロジェクトも同様だが、観光地における「特定の店舗の集客」を課題にするならば、観光客の流れを店舗に向けさせる工夫が必要である。しかし、「観光地全体の活性化」を課題とすると、周遊的な流れを作り出す必要があり、考える内容も

変わってきてしまう。特に探究学習等で生徒が主体的に取り組む場合は、課題は何か、どの視点・視野・視座から考えていくかを常に明確にさせたい。

④「地域」の枠だけにこだわらない

観光の学習において、地域を題材にすることは科目の趣旨から重要なことではあるが、地域との連携という視点だけではもったいないとも思っている。一流や第一線のものに触れ、その考え方を知ること、自分の住む地域にはないものを知ることで深まる学びもある。考えるヒント・切り口を与えるためにも地域との連携にこだわりすぎないことも大事である。

おわりに

私がこれまで観光に関する指導を行うなかで一貫して心がけてきたことは「マーケティングの視点」である。「観光ビジネス」もマーケティングとつなげて考えることになっており、「観光の授業」として区別するのではなく、マーケティングの学びを活かす、もしくはマーケティングの重要性を再認識させるような授業を改めて目指したいと考えている。

また、専門知識・技術だけではなく、どのような職業・状況にあっても活用できる「汎用的スキル」を修得させることも大切である。汎用的スキルとしては、コミュニケーション力、協働性、批判的思考、問題解決力、課題発見力などが挙げられる。「授業」を展開するうえで、これらの力をどの場面でどのように伸ばすか、そしてどのように評価するかをきちんと計画することが重要となる。

これは私自身の反省でもあるが、実習や連携事業などに取り組む際、目に見える「成果」にばかり目が行ってしまいがちであるが、本当に大切なことは成果以上に生徒たちの成長を見とることである。このような事態に陥らないためにも「実習のための計画」ではなく、「どのような力を身に付けさせたいか」からスタートした授業計画と評価の工夫が必要であり、私自身も観点別評価の導入と合わせ、再び研究をはじめたところである。

観光の学習をきっかけに、今後の商業教育が一層発展していくことを切に願いながら、私自身も新科目「観光ビジネス」の実施に向け研鑽していきたい。