

令和6年度
「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」
事業委託

観光分野のためのグローバルIT 観光クリエイター人材養成事業

専修学校と業界団体等との連携による DX 人材養成プログラム

情報活用インターンシップ° 導入ガイド



学校法人 エール学園

目次

1. はじめに	P1
1.1. ガイドブック 作成の背景、狙い	P1
(1) ガイドブック作成の背景	P1
(2) ガイドブックの狙い	P2
(3) ガイドブックの構成	P3
1.2. 観光分野におけるDX 求められるスキルと人材像	P5
(1) 観光業界を取り巻く変化	P5
(2) 観光業界の声から推察する必要なスキルと人材像	P6
(3) 私たちが考える観光DX	P8
1.3. 観光分野のDXにおける情報活用インターンシップの意義	P8
(1) 専門学校を取り巻く状況	P8
(2) 観光DXを促進するインターンシップモデル	P8
(3) インターンシップの課題	P9
(4) 引き受けたくなるインターンシップ	P9
2. 観光DXに向けた授業プログラム	P10
2.1. 基本の考え方	P10
(1) 人材像とスキル	P10
(2) 情報活用インターンシップのスキーム	P11
2.2. 体制づくり	P14
(1) 校内の体制づくり	P14
(2) インターンシップ先との体制づくり	P15
(3) その他必要な体制	P16
3. 授業内容	P18
3.1. 授業の考え方	P18
(1) 取り組みの考え方	P18
(2) 実践の流れから見る学習内容	P21
(3) カリキュラムマップ	P23
3.2. 基礎授業	P25
(1) 情報に慣れるための授業	P25
(2) 情報を整理・読み取るための授業	P27
(3) 考えを伝えるための授業	P30
(4) 合意を作るための授業	P32

4. 情報活用インターンシップ	P34
4.1. 情報活用インターンシップ	P34
(1) 情報活用インターンシップの概要	P34
(2) インターンシップのための準備	P35
(3) インターンシップ運営	P37
4.2. 評価と成績	P45
(1) 成果評価	P45
(2) プロセス評価	P46
(3) 授業の評価	P48

付属資料

第1章 はじめに

1. ガイドブック 作成の背景、狙い

(1) ガイドブック作成の背景

産業や社会構造の変化、グローバル化等が進む中で、経済社会が、一層の発展をするには、産業分野の雇用拡大や人材移動を円滑に進め、個人の可能性を最大限発揮して、再生や発展を担う人材の養成が必要不可欠です。

専門学校は、その特徴である柔軟な制度的特性を活かしながら、産業構造の変化や各地域のニーズ等に対応した実践的な職業教育を行う機関として、その人材養成機能を充実・強化し、地域産業の発展を支える中核人材養成機関としてその役割を図っていく必要があります。

また、実際の教育現場では、専門学校における学びの質を高めるため、より早い時期からキャリア意識、専門知識を涵養できるようなアプローチが必要との声がある中、分野に応じた中長期的な人材育成に向けた協議体制の構築、これからの時代に対応した教育プログラム等の開発を進める必要があり、文部科学省が、これからの時代に求められる課題に的確に対応した教育実践を進めるための教育プログラム開発に向けて事業委託を行いました。(参照:図1-1-1)

私たちは、その中で、国の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野として位置付けられている観光分野の『専修学校と業界団体等との連携によるDX人材養成プログラムの開発・実証』について委託を受け、そのまとめとして、この『観光DXに向けた導入ガイドブック～引き受けたくなるインターンシップ～』を作成しました。

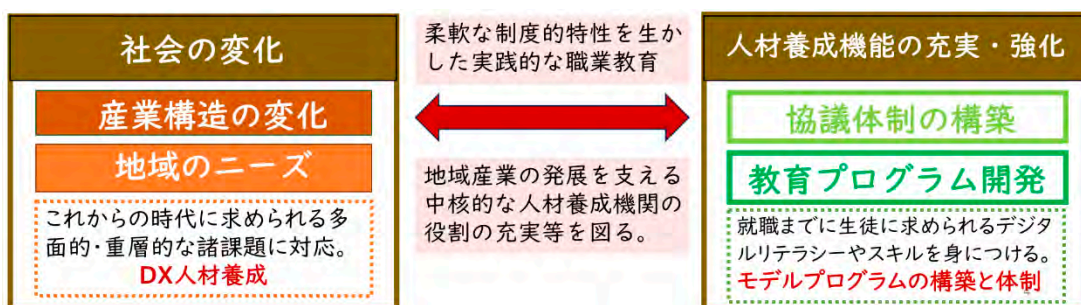


図1-1-1. ガイドブック作成の背景

(出典:筆者作成)

第1章 はじめに

(2) ガイドブックの狙い

この導入ガイドブックは、観光系の専門学校が、地域産業の発展を支える中核人材養成機関として、観光業界に求められている情報活用ができる人材を「インターンシップ」などを通じて養成するプログラムを導入するためのガイドブックです。

「観光業界に求められているスキルとは何か」「そのためには、既存の授業をどのように強化するのか」また、「事業者にとって引き受けたいインターンシップをどう作っていくのか」それを「どう生徒の自信に繋げていくのか」をわかりやすく実践的に紹介することを狙いにしています。

私たちは、このガイドブックで、観光分野におけるDX時代にふさわしい新たな人材養成プログラムとして、インターンシップを位置付けています。加速度的に変化する時代の“学び”は、生徒たちにとって「よりリアル」で、「実社会に役立つ」「社会とともに変化していく」内容が必要です。また、これからの時代の教育は、事業者と共に常に変化していく必要があります。今回、モデルプログラムとして作っているインターンシップは、今ある観光業界の声や専門学校の課題解決を目的にしています。これは、インバウンドで賑わっている商業者が多く集まっている大阪から地域の経験と共に令和6年度(2024年度)に作ったものです。現時点において、私たちは、地方でも都市部でも活用できると考えています。しかし、それぞれの地域や学校で、このインターンシップを進めていくことで地域の事業者と専門学校が地域の産業実態に合わせて変化する必要があります。そのため、このガイドブックは、導入の参考にしていただくために作成しています。

観光分野における情報活用を身に付けるために、実際の現場を、実践しながら、インターンシップとして、実施することで地域観光にも役立つスキームです。このスキームは、観光分野に限らず、マーケットのグローバル化が当たり前のこれからの時代には、必要不可欠のスキルです。あらゆる分野の基礎スキルとしても活用ができます。

その情報活用の基礎スキルを、より多くの観光分野の職業教育を受けている生徒たちに学んでもらいたいと考え、授業の中で取り入れやすい形も提供しています。また、インターンシップにおいても、最低限の体制づくりは必要ですが、できる事から進めて、段階的に内容を強化していく方法で取り組むこともできます。また、観光分野は、留学生が多いことも考慮しています。

【 他分野事例 】

海外進出への手がかりを見つける調査とアプローチの基礎スキル

事業者の中には、海外進出を目的に、留学生採用を進める事業者も少なくない。一方で、「取引先から誘われた」ことをきっかけに、進出するケースも多く、進出したが、手も打てない状況で撤退するケースもあり、情報を独自の強みに併せて、調査し活用することが求められている。

第1章 はじめに

学習者である生徒に対しての基本的な考え方は、強みを発揮させ、弱みを無意味なものにし、組織で仕事するうえで最も重要な人が共同して成果をあげられるように授業を組み立てます。(参照:図1-1-2、表1-1-1)これにより、生徒は、中核人材としてのマネージメントを学びます。そのため、インターンシップの実践においては、常に、チームとしての使命や顧客への意識、顧客に対する価値やチームとしての成果や計画を意識した取り組みを行います。

モデルプログラムのポイント

授業にとって リアルにこだわったインターンシッププログラム。

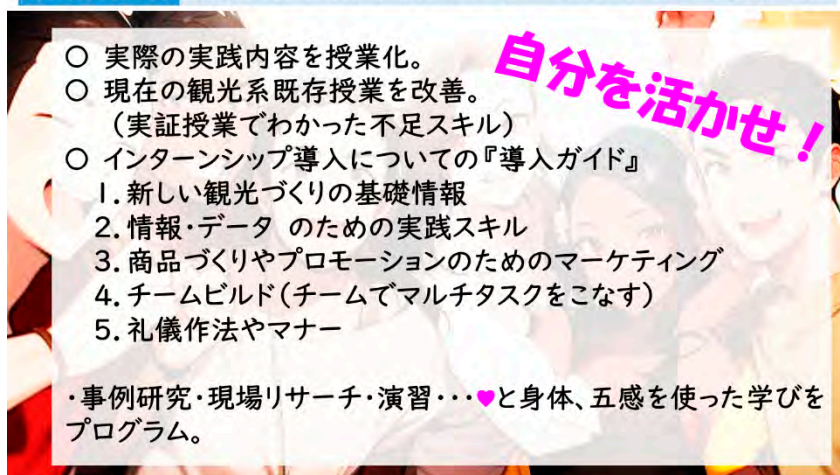


図 1-1-2. プログラムのポイント

(出典:筆者作成)

(3) ガイドブックの構成

『情報活用インターンシップ 導入ガイド』モデルプログラムでは、プログラムとしてのインターンシップについて紹介するだけでなく、既存の授業に必要な強化する内容と、その知識をインターンシップにどう活かすのかもコンソーシアム型と単独型の2つの方法で紹介し、観光分野の様々な授業の中で取り組めることを目的にしています。

第1章 はじめに

表 1-1-1. 導入ガイドブックの構成要素

	内 容	構 成 要 素
第2章	観光DXに向けた授業プログラム	<ul style="list-style-type: none"> ・基本の考え方 <ul style="list-style-type: none"> 人材像とスキル インターンシップのスキーム ・体制づくり <ul style="list-style-type: none"> 校内の体制づくり インターンシップ先との体制づくり その他必要な体制
第3章	授業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・授業の考え方 <ul style="list-style-type: none"> 取り組みの考え方 実践の流れから見る学習内容 カリキュラムマップ ・基礎授業 <ul style="list-style-type: none"> 情報になれるための授業 情報を整理・読み取るための授業 考えを伝えるための授業 合意を作るための授業
第4章	情報活用インターンシップ	<ul style="list-style-type: none"> ・情報活用インターンシップ <ul style="list-style-type: none"> 情報活用インターンシップの概要 インターンシップのための準備 インターンシップ運営 ・評価と成績 <ul style="list-style-type: none"> 成果評価 プロセス評価 授業の評価
付属資料		

(出典:筆者作成)

第1章 はじめに

2. 観光分野におけるDX 求められるスキルと人材像

(1) 観光業界を取り巻く変化

観光業界は、マーケットが変化し、国内観光客から、海外の観光客へと変化し、ITの発達により、自動化が進められ、誰でもがスマートフォンを片手に行動するようになりました。また、観光業のバックアップ体制として、地域の「稼ぐ力」を引き出し、地域への誇りと愛着を育てていく地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔としてDMOが組織されるなど新しい仕組みも生まれています。これは、ホテル単体、お店単体だけでなく、地域として考えていくことが求められ、そこで働く人達にとっても、従来の「おもてなしの心」や「賑わいづくり」だけでなく、新たな力も必要とされ始め、多面的・重層的な諸課題に対応する必要も出てきています。(参照：図1-2-1)



図 1-2-1. 観光業界を取り巻く変化 (出典：筆者作成)

私達が令和5年度に実施した調査では、具体的には、「外国人に知られていない」「インバウンドの恩恵を受けていない」「ニーズの変化が追いつけられない」「どうすればいいのかわからない」など課題対応を必要とする観光業界の声が上がっています。

第1章 はじめに

(2) 観光業界の声から推察する必要なスキルと人材像

従来の観光は、「勘と経験」を重視し、目の前にきてくれる客を相手に商売をするスタイルです。しかし、インバウンドは、自分達とは違う歴史を持ち、触れたことのない文化やニーズを持った人達が対象となるため、勘も経験も、あまり通用しません。たまにバズった（SNSやインターネット上で話題となり、多くの人の注目を浴びることを意味する言葉）としても長続きはせず、これからの観光は、人も資金も少ない環境で、社会変化も激しいことから、効率的・効果的に考える必要があります。情報を活用して、戦略的に行うビジネスに変えることが必要です。私たちは、このことから、情報が重要であり、それを活用できる人材がこれからの時代には必要だと考えました。（参照：図1-2-2、表1-2-1、表1-2-2）



図 1-2-2. 観光業界の声から推察する必要な人 (出典:筆者作成)

*VUCAの時代: VUCAとは、Volatility (変動性)、Uncertainty (不確実性)、Complexity (複雑性)、Ambiguity (曖昧性)の頭文字をとった言葉であり、「予測困難で不確実、複雑で曖昧な状態」を意味します。元々はアメリカの軍事用語として使われていましたが、ビジネスや教育においても用いられるようになりました。

第1章 はじめに

表 1-2-1 観光 DX 人材養成会議で整理された必要とされている能力

必要とされている能力

具体的なイメージ	内 容
①組織のマネジメントスキル	組織はより効果的に目標を達成し、メンバーは満足度の高い働き方ができることが必要。(リーダーシップの確立・リソースの適用・チームのモチベーションの向上)
②コミュニケーションスキル	観光業はサービス業の一環であり、良好なコミュニケーションスキルが必要。観光客との円滑なコミュニケーションや、仕事仲間との協力が求められる。
③問題解決能力	予測不能な状況やトラブルが発生に対して、柔軟性や素早い問題解決能力によるスムーズな対応が必要。
④マーケティング・デジタルスキル、ITスキル	グローバル化や多様化を背景に、情報活用が求められている。デジタルマーケティング、ソーシャルメディアの活用などのITスキルだけでなく、その基礎となるデジタルスキルが必要。また、日進月歩する技術の進化を効果的に取り込むことが必要。
⑤ホスピタリティについての知識とおもてなしの心(スキル)	観光客に対して温かく、親しみやすい状態を伝えるための知識とスキルが必要。
⑥ 持続可能性への配慮	環境への負荷を最小限に抑え、地元社会にプラスの影響を与える取り組みへの理解と、観光地の持続可能な開発に対する知識とスキルが必要。
⑦地域の文化や歴史、環境等の知識と読み取るスキル	地域についての事象(その地域の特徴的な歴史・環境・文化)や現象を観察などにより、読み取り、情報に変え、様々な発想・着想・創造によって魅力を見つける。
⑧企画スキル	様々なリソースで得た情報を整理、管理し、地域の強みを生かした企画を立てる。
⑨国際的な視野と異文化理解	異なる文化やバックグラウンドを理解し、尊重できることが必要。

(出典:会議内容を基に筆者作成)

表 1-2-2 観光庁が考えた能力との比較

観光DX人材養成会議の整理	「観光地域づくり人材育成実践ハンドブック2015」	「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」	
		観光地経営人材	観光産業人材
①組織のマネジメントスキル	Aリーダーシップ系統-D志・合意形成 B観光地域マネジメント系統-G受入環境	③ 観光地経営組織 マネジメント	③ 組織マネジメント
②コミュニケーションスキル	Aリーダーシップ系統-D志・合意形成 B観光地域マネジメント計画-G受入環境		
③問題解決能力	B観光地域マネジメント系統-G持続性・公益性		
④マーケティング・デジタルスキル、ITスキル	C観光地域マーケティング系統-G受入環境 /H観光地域マーケティング計画	① 観光地経営戦略 ② 現代の観光地経営動向 ④ 観光地マーケティング	① 観光事業戦略 ② 現代の観光動向 ⑤ 観光マーケティング
⑤ホスピタリティについての知識とおもてなしの心(スキル)			
⑥ 持続可能性への配慮	Aリーダーシップ系統-持続性・公益性 B観光地域マネジメント系統-E持続性・公益性		
⑦地域の文化や歴史、環境等の知識と読み取るスキル		⑤ 地域観光の イノベーションと観光DX	⑥ 観光産業の イノベーションと観光 DX
⑧企画スキル	B観光地域マネジメント系統-F観光地域マ ネジメント計画 C観光地域マーケティング系統-I滞在プログラム	⑥ 観光地経営のアントレ プレナーシップと事業開発	
⑨国際的な視野と異文化理解			④ アカウンティング・ファイ ナンス

*観光庁の情報:観光庁(2015)「観光地域づくり人材育成実践ハンドブック 2015」

(出典:観光庁の情報を基に筆者作成)

第1章 はじめに

(3) 私たちが考える観光DX

私たちが考える観光分野におけるDX人材は、一つのデジタルやITスキルができるといったものではなく情報を活用する力を持つ人材です。その考えに至った理由は、デジタルやITコンテンツ・アプリ、さらには、AIの出現など、時代とともに猛スピードで、大量に進化しながら提供され始めているからです。それに臆すことなく選び、使いこなし、適切な情報を読み取り、活用できる人材が観光分野では必要です。

商売というアナログの世界からビジネスという情報の世界へ変わることによって「観光の捉え方が変わる」「地域の見え方が変わる」「ビジネスが変わる」等イノベーションがおこることが、観光におけるDXだと考えました。

3. 観光分野のDXにおける情報活用インターンシップの意義

(1) 専門学校を取り巻く状況

社会が大きく変化する中で、専門学校を取巻く環境も変化してきています。専門学校の本来の特徴は、「変化に対応できる柔軟な制度的特性がある」「実践的な職業教育を行っている」「地域産業の発展を支える」「中核的人材養成機関としての役割がある」です。しかし、それが十分果たせなくなってきました。なぜならば、変化が著しい社会に対して、現場とのタイムラグが、発生しているからです。また、生徒たちの課題も変化してきました。「自信がなく、すぐに仕事を辞めてしまう」「アニメ作りなど自分の世界で満足してしまう」「個人の利便性を求めて、地方に就職しない」「外国人留学生が増えてきている」など、仕事の楽しさや仕事への意欲、やりがい、一人一人の可能性を最大限発揮できる状況が希薄になり、専門のスキルを身に付け、資格を取るといった目的から、卒業することが目的になっている生徒も出はじめました。

(2) 観光DXを促進するインターンシップモデル

この変化に対して、今ある観光業界の声や専門学校の課題解決と、DX人材養成のための実践的な職業教育を通じて、この状況を「変えていく」とともに「変わっていく」ことを目指しています。それには、デジタルやIT環境を身近に、その経験を「生徒の自信」に変えながら実践から学ぶことが重要です。そこで着目したのが、インターンシップです。(参照:図1-3-1)

第1章 はじめに

観光業界の声 × 専門学校の状況

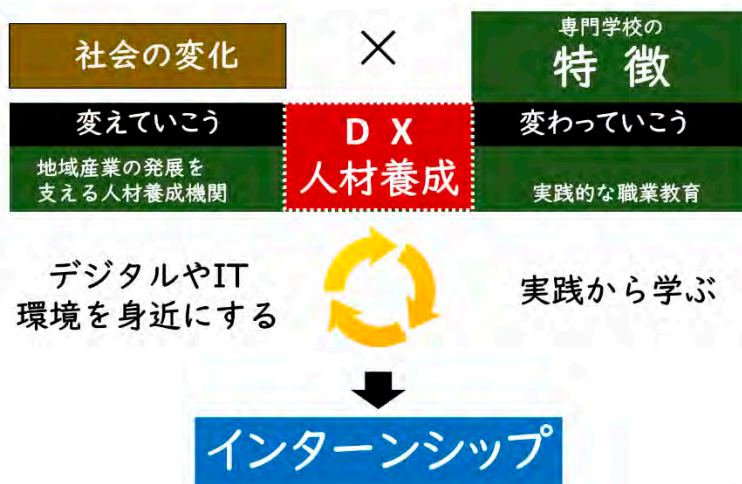


図 1-3-1. 実践から学ぶインターンシッププログラム (出典:筆者作成)

(3) インターンシップの課題

インターンシップにもいくつかの課題があります。事業者側にとっては、「お付き合いで引き受ける」「丸投げされるケースが多い」「何をしたらいいのかわからない」「単純作業のお手伝いぐらいしか思い浮かばない」といった点が良くあげられています。

また、生徒側にとっても「企業紹介・お客さんで終わる」「本来の仕事が理解しづらい」「経験が生徒の自信に繋がりにくい」などです。

(4) 引き受けたくなるインターンシップ

このインターンシップの課題を解決するために、事業者が、『引き受けたくなるインターンシップ』としてプログラムすることが有効だと考えました。このプログラムは、事業者にとっては、「課題解決に近づくことができる」「プログラムが提供される」「デジタルやIT環境が身近になる」といったことや、生徒にとって「具体的な経験をする」「本来の仕事を経験する」「学校に守られながら実践経験をする」といったところに重点を置きました。

第2章 観光DXに向けた授業プログラム

1. 基本の考え方

(1) 人材像とスキル

このプログラムで目指す人材とスキルは以下の通りです。

観光DX人材の方針

その土地の持つ環境や文化を強みに変え、持続的に、訪れる人の『旅の目的地』となる地域の価値を作り続けることができる人材を育成します。

就職までに生徒に求められるデジタルリテラシーとスキル

地域の状況に併せた“情報活用”のリテラシーとスキルを身に付けます。

効率的にデジタルリテラシーとスキルを学ぶ方法

学校内での演習・座学を経て、インターンシップによる実践の場で学びます。

【 地域観光に、“情報活用”が必要と考えている理由 】

情報発信と広報の向上: デジタル化やITを活用することで、地域の観光情報を効果的・迅速に発信できる。ウェブサイト、ソーシャルメディア、アプリなどを活用して、観光スポットやイベントの情報を広く発信することで、観光客を引き寄せることができる。

顧客体験の向上: デジタル技術を導入することで、観光客の体験を向上させることができる。例えば、スマートフォンアプリを活用して観光案内やナビゲーションを提供することで、観光客がスムーズに移動できる環境を作り出すことができる。

データ分析による戦略的計画: デジタル化は多くのデータを生成する。これらのデータを分析することで、どの観光施設やイベントが人気か、どの季節がピークかなどの情報を得ることができる。これに基づいて、戦略的な観光計画を立てることができる。

地域資源の効果的な活用: デジタル技術を利用することで、地域の歴史や文化、自然などの資源を効果的に紹介し、活用することができる。バーチャルツアーやオンライン展示などを通じて、観光地の魅力を広く伝えることができる。

地域コミュニケーションの強化: デジタルプラットフォームを通じて、地元住民や観光客とのコミュニケーションを強化することができる。フィードバックの収集やコミュニティ参加を促進することで、地域社会全体が観光に参加しやすくなる。

(モノからコト。コトからヒトへ)

第2章 観光DXに向けた授業プログラム

(2) 情報活用インターンシップのスキーム

■ 概要

観光には、その土地の持つ環境や文化を強みに変え、持続的に、訪れる人の『旅の目的地』となる地域の価値を作り続けることが重要です。このことを前提に考えた場合、インバウンドが進むにつれ、多種・多様に变化するニーズに対して、顧客の認知や満足度を高めるためには、顧客情報と共に、地域の資源や顧客の情報を効率的に収集、管理、活用することが必要となってきます。しかし、現下の人手不足と併せて、必要なデジタルやITの技術的なスキルや知識を持った人材が不足し、戦略的な事業経営が進めにくい状況です。観光を中長期的に考えていくと目前の人手不足解消のためだけの即効性を目指した取り組みだけでは十分ではなく、観察などで得られた発想、着想、想像に加えて、持続性を意識した取り組みとして、データで考える習慣が重要です。

このプログラムは、観光に必要な考え方を現実社会の中にある課題解決の一端を担いながら、実践の場で生徒の学びを作る形で進めていきます。観光に携わる人材が従来の地域の魅力を理解することに加えて、情報を活用することで、生徒たちの中にある“勘や経験”からだけでなく“情報を味方につける”スキルを現場で学びます。「観光の捉え方が変わる」「地域の見え方が変わる」地域観光のDX化に向けてインターンシップ先と生徒の学びをつくるスキームです。学校や学科の中には、カリキュラムが多く、導入が難しいケースもあると思います。このガイドブックでは、既存の授業の教え方を少し変えることで、生徒たちに情報をもっと身近に使えるように“情報”を少しずつ取り入れることができるよう工夫をしています。

■ 産学で取り組む実践型学習

このプログラムにおけるインターンシップは、産学で取り組む実践学習です。人材を必要としている業界と業界で働きたいと願う生徒と、業界で活躍できる人材を育てたいと考えている学校が、共に同じ目標を達成するために役割を分かち合うパートナーとして、様々な時代の変化を乗り越えるための仕組みです。そのためにも、インターンシップそのものが、生徒の学びにも、地域観光にも、業界のDX化にも役立つ仕組みとなる必要があります。これらを意識しながら共に、真剣に取り組む、依存するのではなく、常に発生する課題を解決し、その仕組みを育てることも重要です。

第2章 観光DXに向けた授業プログラム

【生徒の学び】

- ・現地を実際に観察することにより、観光業界や地域観光についての理解が深まる。
(地域の文化や歴史、環境などの知識と読み取るスキル/国際的な視野と異文化理解)
- ・数多くの情報やステークホルダーの様々な人の考えに触れ、必要なこと、重要なことがわかる。
(コミュニケーションスキル)
- ・チーム単位での活動と求められる成果が、リーダーシップや組織マネジメントスキルを学ぶ。
- ・プロジェクト進行という時間軸の中で、自ら考え、行動ができる。
(問題解決力/企画スキル)
- ・マーケティング・デジタルスキル、ITスキルを活用することで常に分析し考える習慣を作る。
(情報を取扱うこと(収集・整理・分析・アプローチ等)を身につける)
- ・情報を基に、戦略的に考えるスキルを身につける。
- ・本気の指摘を受けることによる仕事への責任を育てる。

【事業者側の利点】

- ・若い人、留学生の持つ発想、着想、想像、活力の提供がある。
- ・事業者に関係する調査、情報の提供がある。
- ・専門学校独自の教員指導含む専門性の提供を受けられる。
- ・学校内・生徒など学校の持つ様々な資源活用の提供がある。
- ・意欲的な生徒と地域の人とのコミュニケーションや専門性に触れることによる地域の変化への貢献がある。
- ・学びあう機会の提供がある。

【観光DXに向けての利点】

- ・データで考える習慣の観光人材が増える。
- ・地域にデータ活用の痕跡を残すことができる。
- ・従来の地域の魅力に加えて、「観光の捉え方が変わる」「地域の見え方が変わる」視点が増える。(多様な視点が増える。発信される。)
- ・観光のデジタル化が少しずつ促進される。

第2章 観光DXに向けた授業プログラム

【事例】

観光の資源と顧客情報を継続的に収集、活用するために：
～ 情報活用インターンシップで実行できる内容イメージ ～

<デジタル技術の活用>

ウェブサイト、アプリ、ソーシャルメディアなどを利用して、観光情報を収集、情報発信などを通じて、顧客のフィードバックを収集する。

<データ分析>

収集した情報を分析し、訪れる人々の嗜好や需要を把握する。顧客の傾向や嗜好に基づいて、プロモーションや新たな観光商品やサービスを提案する。

<コミュニティ参加>

地元住民や事業者と協力して、地域の強みや特産品を共有し、地域の文化を大切に発信する。地元の声を反映したイベントやプログラムを企画し、地域コミュニティを巻き込む提案をする。

<サステナビリティの推進>

地域資源を持続可能な形で活用し、生態系や文化環境を守る提案をする。観光業界の中で環境に優しい取り組みを導入し、サステナビリティを宣伝する。

<パートナーシップの構築>

地元の企業、NGO、自治体と連携し、地域全体での観光開発に向けた協力体制を提案する。

地元の事業者と提携して、パッケージツアーや特典を提案する。

<地域を学ぶ機会の提供>

訪れる人に対して、地元の歴史や文化について学ぶ機会を提供する。

<マーケティング戦略>

地域の魅力を強調する効果的なマーケティング戦略を立て、広報活動を行う。ターゲット層に合わせてプロモーションを展開する。

第2章 観光DXに向けた授業プログラム

2. 体制づくり

(1) 学校内の体制づくり

このプログラムを実施する時の学校内ステークホルダーは、教師だけではありません。地域産業の発展を支援する人材養成機関としての役割は、地域産業と別々に存在するのではないからです。専門学校には、地域や地域産業との連携が不可欠です。例え、生徒たちが学校のあつる地域と離れた地域に就職するとしても、リアルに現場で起こっていること、刻々と変わる現場の変化、ニーズを受け取り、教育していく必要があります。学校には、授業を受け持つ教師のほかに、生徒をサポートする部署やキャリア支援をする部署、学校によっては営業企画の部署や授業を開発する部署、生徒を集める部署もあるかもしれません。各担当部署が、それぞれの仕事において、自分の学校の強みや他校との違いについて、説明する必要があるシーンが必ずあります。例え、学校のミッションやビジョン、バリューについて頭の中でわかっているとしても、何をやっているのか、どんな人を育成しているのかわからない状況では、実践教育の現場として自信がもてません。その総合力が発揮できないからです。

また、専門学校としての役割の充実を考えたときに、「人づくりは、街づくり」として、業界と学校の双方が、自分事として取り組むことで、現場とのギャップが軽減し、生徒は、仕事について理解します。

今の時代は、誰かだけが考えるのでは、全くついていけなくなります。

このようなことから、教師だけでなく各部署が自分たちの仕事につながる役割としてそれぞれの部署に応じた体制を作る必要があります。



第2章 観光DXに向けた授業プログラム

【 学校内における役割 例 】

<生徒をサポートする部署>

- ・生徒のモチベーションサポート。
- ・調査時の引率。
- ・必要となる間接部門への手続きなど。

<キャリア支援の部署>

- ・インターンシップ先の受入れ準備（調査）
- ・インターンシップ先の事前調査とニーズの調整。（教師と調整）
- ・インターンシップ先の事後調査と改善点の洗い出しと改善方法の提案。（教師と調整）

<授業開発や授業支援の部署>

- ・発表の場の設定。
- ・評価の集計と改善案の策定。
- ・使用ソフトの安全性の確認。

(2) インターンシップ先との体制づくり

インターンシップ先との体制づくりは、継続した取り組みとなるよう、地域のDMOやまちづくり会社などを巻き込んだ形で進めます。

もちろん、ホテル系の学校などでは、すでに観光事業者と継続した関係性を作っている学校もあります。

観光分野の事業者の中には、人手不足から基礎的な調査や情報収集といったところに着手できていない事業者が数多くいます。忙しい業界のインターンシップでは、生徒を単純な人手として活用されることが多いですが、この情報活用インターンシップでは、インターンシップの目的を情報活用することをベースにおきます。生徒は、実際の現場において、情報を活用する力を身に付けることをインターンシップで学びます。そのため、情報収集、整理、分析、活用、発信といった内容について、インターンシップ先もしくは、地域の活性化を目的としているまちづくり会社やDMO、観光協会など間に入ってくれる人たちと共有する必要があります。相手によっては、情報を活用することへの理解が進まないケースもあります。しかし、丁寧に積み上げられ、説得力のある情報や提案は、必ず事業者が納得してくれます。情報は、調査段階だけでなく、継続した調査や変化をつかんだ発信など継続性が求められます。学びのスタート時点では、インターンシップ先と、この状況を育てていくことも視野に入れて、取り組むことが重要です。“人育てで、まち育て”の実践です。

第2章 観光DXに向けた授業プログラム

近年、ホテルをはじめとした事業者からは、人手不足からくる「どんな人でも来てほしい」というステージから有能な人に限るといったステージに代わり始めています。説得力の薄い“勘や経験”の提案から“説得力の高い情報”からくる提案が習慣として身に付ける学びを作っていくことが重要です。(参照:図2-2-1)



図 2-2-1. 情報活用を武器に次の時代を作る人材

(出典:筆者作成)

(3) その他必要な体制づくり

観光をテーマにするこのプログラムは、ケースによっては、数多くのステークホルダーが存在します。特に、地域での調査や地元の人や観光客に対するヒアリングなど、地域観光における現場での調査は不可欠です。それら調査を伴う活動は、基本的なところを抑えておかないとトラブルの原因になります。

例えば、道路上で行うヒアリングやアンケート調査については、警察などの道路使用許可や占有許可が必要となります。しかし、場所によっては、既に別の団体が占有しているケースもあります。さらに、地方によっては、警察が許可をおろさないケースもあります。また、駅や空港といった場所においても許可や申請が必要です。商店街や地下街、百貨店、スーパーや店舗など外での活動の場合は、必ず、許可を取り活動する必要がある、許可が下りないケースも想定しながら、事前に十分調査や相談に行くなどして、時間に余裕を持って体制を作る必要があります。(参照:表2-2-1)

許可が下りた場合も、許可者の出す要領に従う必要があります。また、調査をしていることが一目でわかる。名札や調査員としての腕章やビブスなどを精緻に身に付けさせると同時に、学校職員や教師が調査を管理することが必要です。

第2章 観光DXに向けた授業プログラム

表 2-2-1. アンケート調査を実施する調査場所に必要とされている許可など(地域によって異なる。)

調査場所	相談・申請先	許可の種類	備考
道路 (歩道・広場)	警察	道路使用許可 など	・先に占有している団体がある 可能性があります。その場合は 占有先へ許可をもらう必要が あります。 ・最近では許可が下りないケース が多い。
公園	公園管理者(行政など)	使用許可 など	
駅・空港	駅・空港管理者(鉄道会 社空港管理会社など)	アンケート調査 実施申請書	・行政の調査以外は受け付けな いことがあります。
その他	管理者		・建物管理者や所有者に許可 をもらう必要があります。

(出典:筆者作成)



写真 2-2-1. 調査用腕章と名札



写真 2-2-2. 調査のために準備した小物

第3章 授業内容

1. 授業の考え方

(1) 取り組みの考え方

私たちは、専門学校としての特徴を生かし、観光分野における社会の変化に、情報活用などを身に付け、必要とされるDX人材を養成します。その過程において、今ある観光業界の声や専門学校の課題解決を目的に、この状況を「変えていく」とともに「変わっていく」ことを目指しています。(参照:第1章3)(参照:図3-1-1)

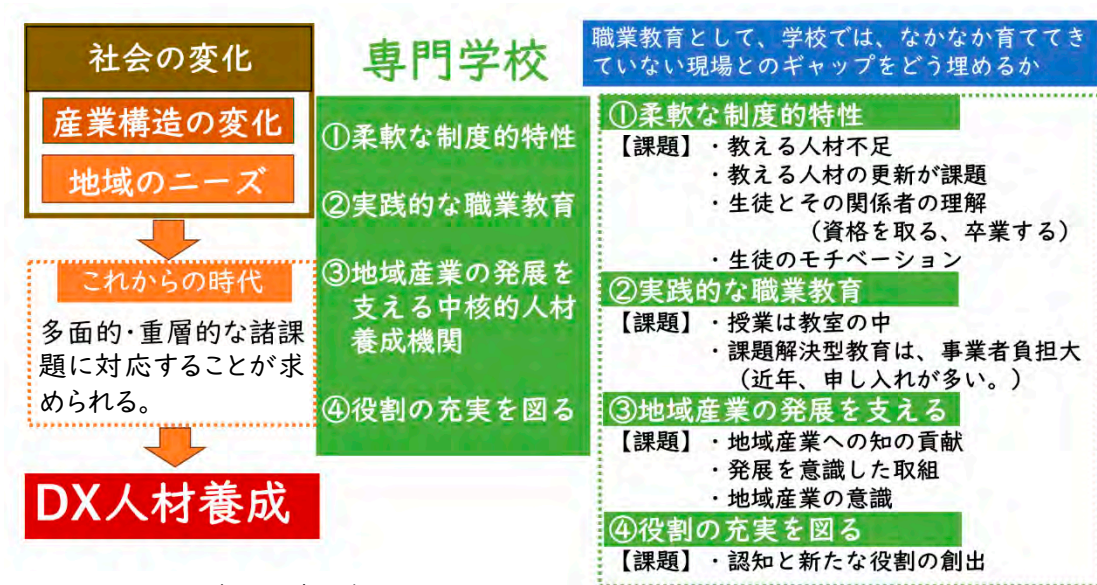


図3-1-1. 取り組みの考え方

(出典:筆者作成)

■ 専門学校のカリキュラムからみた観光DXプログラム

観光分野における専門学校が、その専門性を活かしながら、観光DXに向かうために、従来の専門分野の専門知識・スキルをReデザインし、新しく必要とされる専門知識・スキルを加えることで、時代が必要とする人材を養成する必要があります。そのためには、効果的なプログラムが必要であり、必要事項の明確化と共に、実践的な訓練に加えて、「どこでどう使うのか」「どう使われていくのか」「仕事とはどういう形で行われるのか」といった実際の現場で使える必要があります。そこで、統合的な体験の中で、頭と体を使って、総合的に体験し、効率的に身に付けるためにインターンシップを行います。(参照:図3-1-2)

第3章 授業内容

観光DX人材育成のための教育体系

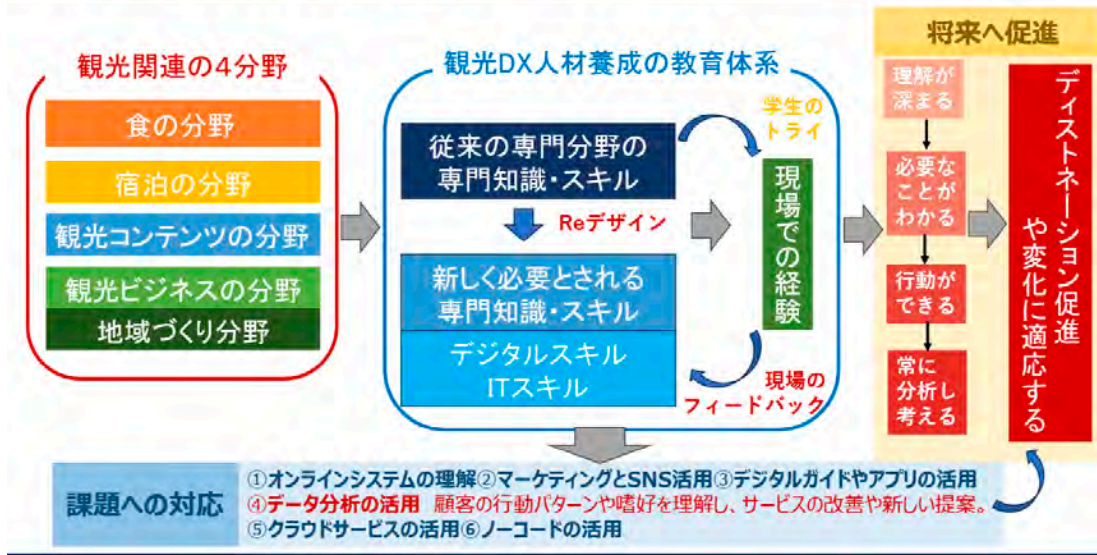


図 3-1-2 専修学校におけるステークホルダーとモデル作り

(出典:筆者作成)

■ 5つの複合要素

職業教育としての生徒の学びは、演習を中心とした学びで実施します。また、仕事の現場は、複合した形で存在します。それを意識した授業を組み立てていきます。インターンシップは、その複合教育の実践の場として、活用します。

複合要素は、主に5つです。

- 情報に慣れるための授業
- 情報を整理・読み取るための授業
- 考えを伝えるための授業
- 合意を作るための授業

第3章 授業内容

■ 学校内授業とインターンシップ

このプログラムは、2年のスキームです。1年目は、主に学校中心の演習。2年目は、本格的なインターンシップがモデルのプログラムです。

情報を活用するスキルの中心は、最近では、マーケティングという授業名があります。実証授業に参加した観光系3校の生徒もそのうち2校では、マーケティングの授業を受けていました。その実証授業でわかったことの一つに、事例紹介や学習中心のマーケティング授業を受けた生徒たちすべてが、情報を背景にした提案を行うのではなく、勘や思い、自分の考えで提案をし、その答えに至るプロセスや提案を導き出すといったマーケティングの手法を使うことができませんでした。知識と感情、行動がバランスしていないために起こる現象です。実践的な職業教育が目的の専門学校では、行動が伴うことが重要です。そのため、学校内における授業は、演習中心に実施します。そこには、慣れることが重要であり、情報で考える習慣を身に付けるための体験を繰り返し行うことが効果的です。この授業での演習を実践の形として応用的に実践する場としてインターンシップを位置付けています。

インターンシップは、実際の業務と同様のプロセスを実施します。そのプロセスに、集中できるよう事前の準備として1年生の演習を位置付けています。(参照:図3-1-3)

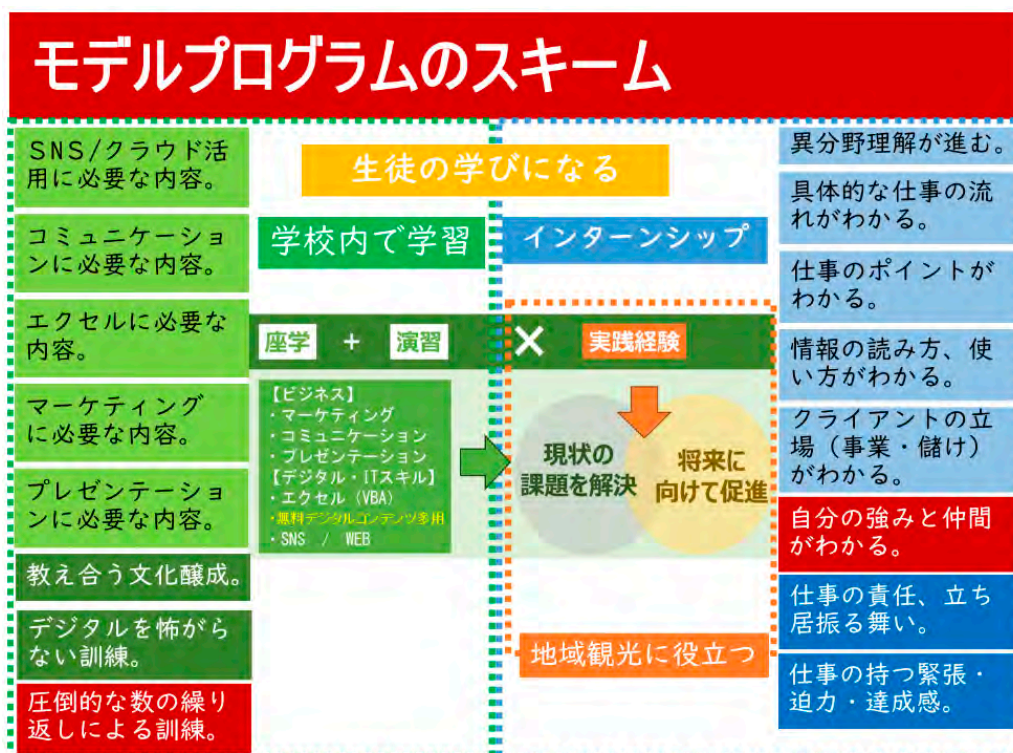


図 3-1-3. プログラムのスキーム

(出典:筆者作成)

第3章 授業内容

(2) 実践の流れから見る学習内容

観光業界が、商売からビジネスへと転換するためには、勘や経験の判断だけでなく、情報を基に、判断の根拠を調査し、整理し、戦略的に活用することがスキルとして重要になります。その一つ、一つができて、仕事の現場では当たり前の組織で対応することや、意見を伝えていくこと、合意形成していくことなど一連の流れの中で考え、行動することが求められています。これは、マルチタスク人間という意味ではなく、情報時代のスキルです。そこで、このプログラムは、実際のマーケティング手法を活用しながら、1年次では、演習を中心に身に付けます。2年次には、インターンシップとして、実践の中で、授業を進めます。

■ 情報を活用する実践の流れ

観光分野においては、観光庁が2022年に「観光地域づくり法人(DMO)による観光地域マーケティングガイドブック」を作成するなどマーケティング手法を活用することを進めています。しかし、観光庁のガイドブックの中にも記載があるように、まだまだ十分に活用できていないのが現状です。このプログラムでは、日本で活動している外国人SNSマーケティング会社の実際使われている情報発信のマーケティングを基に授業の組み立てを行います。

基本とした実践の流れは以下の通りです。(参照:図3-1-4、表3-1-1)

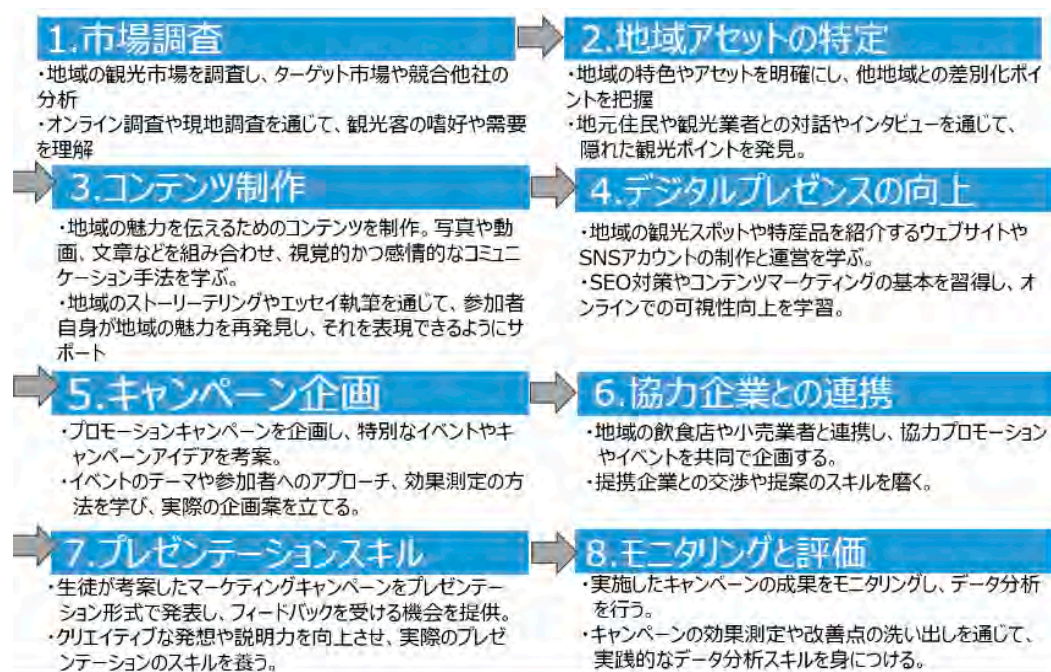


図 3-1-4 情報を活用する実践の流れ

(出典:筆者作成)

第3章 授業内容

表 3-1-1 情報を活用する実践の流れ(詳細)

行 動	<調査0>	<クライアントヒアリング>	<調査1>
POINT	ヒアリング前の調査	オーダーを明らかにする	大きな流れを調査
主な内容	インターネット調査 質問などを整理	・目的/目標 ・現状と課題 ・強み/弱み ・コンテンツ 他	インターネット調査 □ コミ評価 政府データ 民間データ
クライアント		インタビューに応える	
生徒	検索データ収集	インタビューする	検索データ収集
行 動	<分析1>	<調査2>	<分析2>
POINT	クライアントとのずれを確認。	現地踏査	仮説の確認
主な内容	・キーワードの抽出 ・仮説設定	・クライアント評価の確認 ・<調査1>の確認 ・仮説の確認	・仮説の修正 ・改善要点の整理 ・ターゲットの再設定
クライアント	生徒からの質疑応答	生徒からの質疑応答	
生徒	・収集データの整理 ・仮説設定	・現地確認 ・現地での情報収集	情報分析
行 動	<調査3>	<分析3>	<戦略立案>
POINT	独自調査	ペルソナ設定	改善点とプロモーション
主な内容	アンケート調査 ヒアリング調査	・情報分析 ・仮説の確認 (STP設定) ・ペルソナ設定	・調査分析報告 ・改善点と改善方法 ・ペルソナ設定とターゲット ・プロモーション手法の提案
クライアント			
生徒	アンケート調査	ペルソナ設定	戦略立案
行 動	<企画2>	<プレゼンテーション>	<企画書修正>
POINT	企画書作成	企画内容の提案	企画内容の修正
主な内容		・調査結果の報告 ・分析内容の報告 ・提案内容の報告	・クライアントの意向を受けて 企画内容を修正。
クライアント		プレゼンテーションを聞く ・評価する ・改善点などを話し合う	生徒からの質疑応答
生徒	企画書作成	プレゼンテーションをする	企画内容の修正
行 動	<コンテンツ作り>	<実行とモニタリング>	<評価と改善>
POINT	コンテンツを作る	プロモーション開始	プロモーション分析
主な内容	・コンテンツを作る ・著作権チェック ・クライアント確認	・発信 ・モニタリング	・PDCA ・反応キーワードの抽出 ・効果的なワードなど調査
クライアント	コンテンツのための資料貸与など		
生徒	コンテンツ作成	発信	PDCA

(出典:筆者作成)

第3章 授業内容

(3) カリキュラムマップ

■ カリキュラムを構成するスキル

【基礎スキル】

観光DX人材に求められている知識やスキルは、デジタルスキル以上に、社会変化による現状の把握やこれからの時代に求められる新しい観光知識やスキルなどが数多く必要です。

具体的には、コロナ以降、観光の捉え方が大きく変化したことに対する「業界理解と変化した時代への理解（観光動向）」数多くのステークホルダーがいる観光地域づくりに不可欠な「コミュニケーション・プレゼンテーション」また、2015年に新たな考え方が導入され、情報社会に対して不可欠な「マーケティングスキル」などの基礎スキルが必要です。その必要能力の中には、観光分野の専門学校で、すでに取り入れられているものもあり、（参照：令和5年度成果報告書2.3.2.調査報告書4-3.表2-2-5）まだ取り込めていない部分を確認し、「Reデザイン」することで授業の中に組み込みやすい形を作ります。

また、今回のプログラムでは、演習中心の授業となるため、従来の授業を、座学中心から演習中心に工夫する必要があります。その中で、特徴的な授業は、先にあげた「情報に慣れるための授業」「情報を整理・読み取るための授業」「考えを伝えるための授業」「合意を作るための授業」の複合要素です。

■ カリキュラムマップ（観光専門分野モデル）

観光専門分野におけるモデルでは、1年生は、次の年のインターンシップに向けた準備としての演習を重ねます。「情報に慣れるための授業」「情報を整理・読み取るための授業」「考えを伝えるための授業」「合意を作るための授業」の複合要素を徹底的に行います。インターンシップが始まるまでには、「情報から考えることが当たり前」「根拠がないと話に信ぴょう性を感じない」「筋道を立てて伝えることができる」となるように育成します。（参照：表3-1-2）

表 3-1-2 カリキュラムマップ（観光専門分野モデル例）

		1年生		2年生			
		観光DX人材養成会議	授業科目名	主な内容	観光DX人材養成会議	授業科目名	主な内容
ビジネス 人間力 基礎	⑦⑧	プレゼンテーションⅠ	エビデンスづくりと表現基礎(PPT)	ビジネス 人間力 応用	⑦⑧	プレゼンテーションⅡ	アセットの発見と表現応用
	④	マーケティングⅠ	環境分析・STP/ターゲティング		④	マーケティングⅡ	データ分析と戦略
	②	コミュニケーションⅠ	ワークショップとリサーチ		②	コミュニケーションⅡ	合意形成/組織マネジメント
基礎 ICT	④	パソコン実習Ⅰ	Word・Excel(グラフとデータ)	基礎 ICT	④	パソコン実習Ⅱ	Word・Excel(マクロVBA)
	④	プログラミング基礎	アルゴリズム/Python		④	WEBサイト構築	WordPress/EC-CUBE

*表中の黒丸番号②④⑦⑧については、表 1-1-1 参照

(出典：筆者作成)

第3章 授業内容

■ カリキュラムマップ(観光新設学科モデル例)

観光新設学科モデルは、新たに観光DMOや観光地域づくりのGISクリエイター(グローバルIT観光クリエイターの略)を育成するためのモデルとして組み入れます。観光専門分野モデルと同様1年生は、次の年のインターンシップに向けた準備としての演習を重ねます。「情報に慣れるための授業」「情報を整理・読み取るための授業」「考えを伝えるための授業」「合意を作るための授業」の複合要素を徹底的に行います。インターンシップが始まるまでには、「情報から考えることが当たり前」「根拠がないと話に信ぴょう性を感じない」「筋道を立てて伝えることができる」となるように育成します。(参照:表3-1-3)

表 3-1-3 カリキュラムマップ(観光新設学科モデル)

		1年生		2年生		
		観光DX人材養成会議	授業科目名	観光DX人材養成会議	授業科目名	主な内容
人間力・ビジネス基礎	①②	プレゼンテーションⅠ	エビデンスづくりと表現基礎(PPT)	①②	プレゼンテーションⅡ	アセットの発見と表現応用
	③	マーケティングⅠ	環境分析・STP/ターゲット	③	マーケティングⅡ	データ分析と戦略
	④	コミュニケーションⅠ	ワークショップとリサーチ	④	コミュニケーションⅡ	合意形成/組織マネジメント
	⑤	ビジネス基礎Ⅰ	ビジネスマナー/組織/リーダーシップ	⑤	ビジネス基礎Ⅱ	財務・会計
	⑥	英会話Ⅰ	日常英会話	⑥	英会話Ⅱ	ビジネス英会話
	⑦⑧	キャリアデザインⅠ	基礎力編	⑦⑧	キャリアデザインⅡ	専門力編
	⑨⑩⑪	イベント実習Ⅰ		⑨⑩⑪	イベント実習Ⅱ	
IOT基礎	⑫	パソコン実習Ⅰ	Word・Excel(グラフとデータ)	⑫	パソコン実習Ⅱ	Word・Excel(マクロVBA)
	⑬	情報システム	IPA基本・応用情報	⑬	WEBサイト構築	WordPress/EC-CUBE
	⑭	プログラミング基礎	アルゴリズム/Python	⑭	システムアーキテクト	IPAシステムアーキテクト
	⑮	データベース	DB/SQL/Python	⑮	IT戦略	IPAストラテジ
	⑯	IoTシステム	IOT/Python	⑯	プロジェクト管理	IPAプロジェクトマネージャ
	⑰	ネットワーク	HTML/CSS/Python	⑰	企業システム	IPAシステム監査
専門基礎	⑱	観光概論	DMO/観光事業戦略/現代の観光動向	⑱⑲⑲	観光経営	経営戦略/サービスマネジメント
	⑳㉑	コミュニケーションテクノロジー	情報発信/モニタリング	⑳㉑	地域づくり研究	事例研究
	㉒	国際観光論	異文化理解	㉒㉒㉒	観光業界理解と実務	観光関連法規
	㉓	ホスピタリティ	ホスピタリティ産業			

(出典:筆者作成)

*表中の黒丸番号①②③④⑤⑥⑦⑧⑨については、表 1-1-1 参照

*表中の白丸番号④については、表 1-1-2 のうち観光産業人材の欄を参照

第3章 授業内容

2. 基礎授業

(1) 情報になれるための授業

生徒たちは、すでに、子どものころからインターネット上のあふれる情報に、毎日さらされています。人によっては、習慣になっているケースも少なくありません。しかし、その情報の信ぴょう性や安全性、さらに活用といったところに至っていない生徒がほとんどです。

■ ソフト活用

日々、新しいソフトが生まれ、日々進化しているのが、情報を取巻く現在の環境です。新型コロナウイルス感染症の影響で、オンラインやリモートなどがようやく当たり前のように使われ始めましたが、それ以外にも数多くの有償、無償のソフトが提供され続けています。しかし、私たちが、新型コロナウイルス感染症下でのオンラインやリモート環境を活用する際に起こった“抵抗”などは、情報社会においては、しばしば起こることです。一方で、アプリや情報の安全性などについても、知識のないまま使うことも多くの課題があります。

このプログラムの中では、アプリや情報の安全性の担保と取り扱いのための著作権や、出典先の信ぴょう性などの基本的な注意事項の知識に加えて、できる限りいろいろなソフトを使い続けるよう進めます。もちろん、アナログの手法も重要な役割がありますが、置き換えられることはできるだけソフトやアプリを活用していきます。また、学校で使う教育現場で活用している汎用性のないもの以外のソフトも積極的に活用していきます。そこには、先生から生徒への一方通行だけでなく、生徒先生の枠を超えた教え合う手法を使っていきます。

既に、よく使われているアプリやソフトにマイクロソフトオフィスやZoomやライン、ティックトック、YouTubeがありますが、それ以外に利便性の高いソフトが溢れ始めています。今まで使ったことがなかったソフトを使えるようになる。使っていくことを試していくことも重要なスキルの一つとして捉えています。

情報は、「必ずクラウドにあげる」画面共有を「Discordの機能を使って行う」「Canvaを使って画像編集を行う」Miroのオンライン付箋ツールを使ってみんなで「アイデア出しを行う」ZoomやGoogleミーティングで「自主的なミーティングを行う」等、授業活動を通じて、多様なソフトに慣れていきます。欲しいソフトやアプリも探すことも積極的に行います。AIに対して、プログラミングする時と同様に、どう指示していくと自分の欲しい回答になるのかも繰り返し行い道具の幅を広げます。

このモデル作りの実証授業では、主に、Googleクラウド、独自アンケート調査には、Googleフォームを使い、QRコード作成からCSVに落としてグラフ化。それ以外にも、Discord、Canva、AIミラー、OBSスタジオ、マイクロソフトコパイロットなどを使用しました。

第3章 授業内容

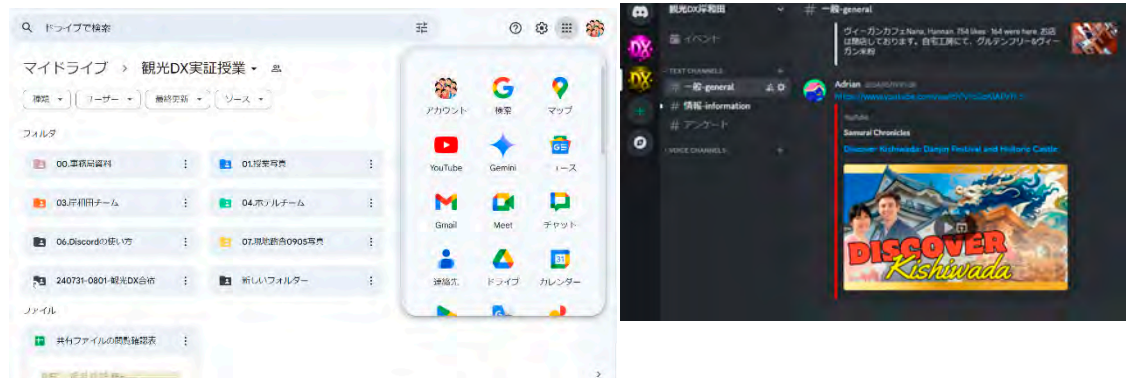


写真 3-2-1 実証授業で活用した様々なアプリ、ソフト

■ 情報を集め、データを読むことに慣れる

生徒は、基本的に情報を網羅的に確認したり、動向を読み取ることができていないことがほとんどです。(わかっている、煩わしいと考えます) また、自分が思いついたアイデアなどの根拠を説得力のある形で示すことがほとんどできません。また、それ以前に、欲しい情報をインターネット上から素早く検索することも難しい生徒もいます。情報の信ぴょう性を見分ける基準も持っていないこともあります。これを当たり前になるように、繰り返し使う演習が必要です。生徒の中には、留学生も数多くいます。その場合は、母国語や英語、日本語を使ってデータ検索、情報整理、情報を読み取ることを繰り返します。学校によっては、日本語が早く上達するようにと、授業中の使用禁止を行っている学校もあります。その場合は、この授業に関しては、使用禁止を解除し、自分の強みである母国語や英語などを活用した活動で演習を行います。観光における情報は、従来、日本人が日本語中心の情報を基に分析したり、日本人が考える範疇での情報収集にとどまっているケースがほとんどです。留学生たちは、母国での口コミ件数や情報数など、母国の状況を把握するだけでなく、文化の違いによる情報の意味も分析することができます。母国情報での情報活用は、情報思考育成にとってはとても有効です。私たちは、(参照: 図3-2-1) この授業で日本語を教えるのではなく、情報を集め、データを読むことに慣れることを経て、情報で考える習慣を身に付けることが重要です。

【 実証授業における観光分野の留学生 例 】

- ・ 口コミ情報やSNS市場での検索。
- ・ ホームページなどの更新の時期。
- ・ 周辺ニーズの把握。

第3章 授業内容

1. 【現状認識】 (2) インターネット上の情報

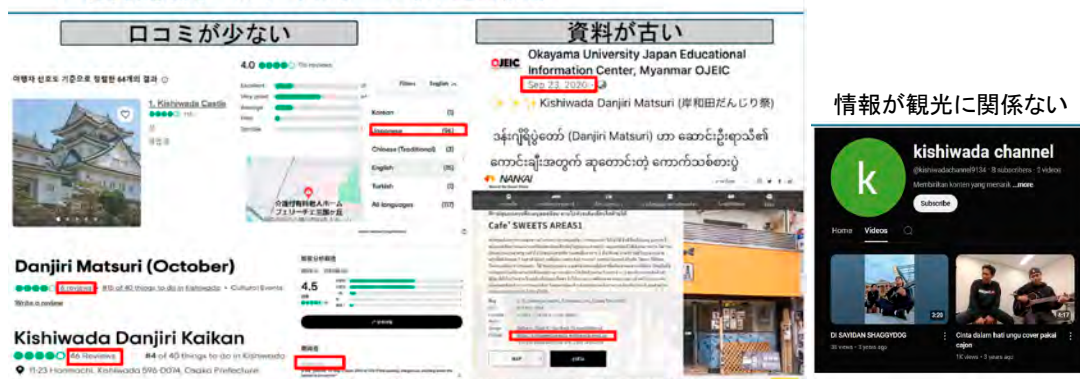


図 3-2-1 留学生が探し出した情報

(出典:R6 年度実証授業における成果発表資料)

【 他分野における情報思考を持つ留学生 例 】

<貿易・メーカー採用のケース>

- ・輸出先を広げたい事業の対象国動向調査。
- ・ターゲット国の競合や現状把握。
- ・インフルエンサーやSNSに見る流行の兆しなど。

(2) 情報を整理・読み取るための授業

情報の中には、グラフなどによってわかりやすくなっているものもあれば、細かい数字がたくさん並ぶ表になっているものなど様々です。多くの専門学校では、エクセルの授業を実施しています。しかし、その多くは、表計算の方法や作り方、グラフの作り方などエクセルを使うことを目的に実施されていますが、少し踏み込んだ内容が必要です。

■ 情報を整理する

インターネット上には、数多くの情報があり、その情報を自分が欲しい情報として適切に入手し、整理を行うことが重要です。また、情報は、インターネット上にあるだけでなく、アンケートやヒアリングなどの調査などで入手する場合があります。情報を収集して整理するには、問いに対して、ある一定の仮説を立てなければ、情報を選ぶことすらできません。また、偏った調査や信ぴよ性のない調査では、説得力を欠いてしまいます。実証授業では、思い込みにより、情報整理と読み取りが適切にされず、議論になりました。はじめの偏りは、情報収集や整理のプロセスをゆがめてしまい、労力をかけすぎて、生徒が混乱します。それに伴い、生徒のモチベーションが下がっていくことも確認できました。

第3章 授業内容

このことから情報を適切に整理する指導が必要であり、それを繰り返し、経験を積むことで、収集と整理の適切なタイミングも知る必要があります。

【 実証授業における情報収集と整理の混乱例 】

[インターンシップで取り組んだ場所] 大阪における歴史ある街

[インターンシップの内容] インバウンドプロモーションの提案

[日常街で見かける事]

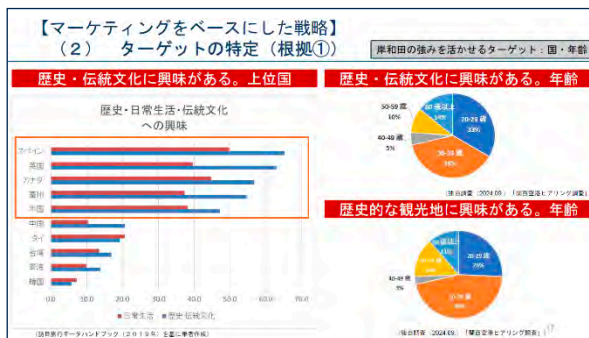
大阪は、国別では韓国、中国、台湾、アメリカ、香港の順に観光客が多く、大阪の街では、数多くのアジア人を見かける。

[クライアントヒアリング時のクライアントから生徒が聞いた事]

レポートが多い上位国として、香港や台湾の観光客がレンタカーにのり、様々な観光を楽しみ始めていること。

[授業のプロセス]

- ① 観光局のデータでも、大阪は、国別では韓国、中国、台湾、アメリカ、香港の順に観光客が多いことが表されていたためターゲットを韓国、中国、台湾、香港などのアジア人だという意見が強かった。
- ② 丁寧に調査を重ねていくと同時に、この地域の強みを整理する指導を行った。
(一部の生徒は、アジアという観点が正しいことを証明するために独自の調査も行った)
- ③ 情報を読み取ることができない生徒たちは、大量の情報に向き合うことに対して途方に暮れ、生徒は、慣れていないためモチベーションが下がっていった。
- ④ 情報の読み取りを正確にできない生徒たちは、情報が多くなると混乱し始めた。
- ⑤ 収集した情報についても整理をしながら進めないため、出典先がわからず何度も戻るもしくは戻れない現象が起こった。
- ⑥ はじめの偏りは、この情報収集や整理のプロセスをゆがめてしまい、労力をかけすぎて、ますます混乱してしまった。
- ⑦ それらのプロセスを経て、地域の強みを活かしたターゲットが違うことが判明した。
- ⑧ ターゲットを絞った明確で適切な戦略を考えることができるようになった。



(実証授業の成果より抜粋)

第3章 授業内容

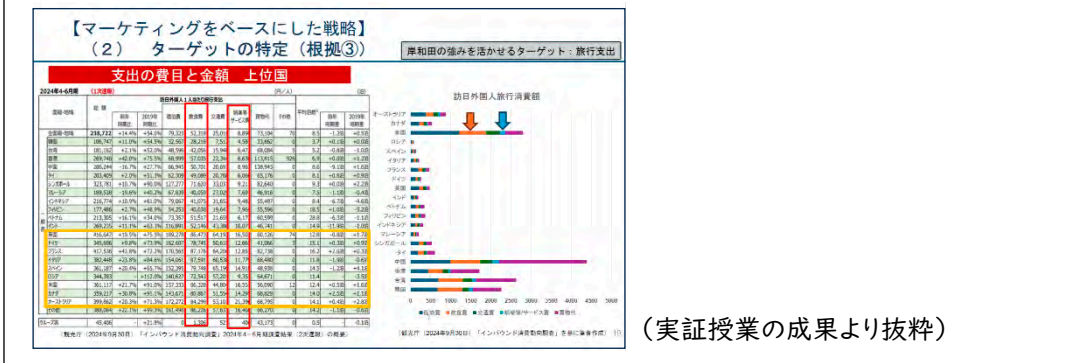
■ 表を読む

生徒たちは、大量の表を読み判断することに慣れる必要があります。最小限の情報に絞って判断するのは判断を誤ることになるからです。大量の表を読み取ってたくさん失敗することも重要です。情報収集にしても、表を読む練習にしても、はじめは、生徒の興味のある内容を選ぶと、生徒のモチベーションを保つことができます。“知りたい”がなければ苦痛です。また、留学生達には、もちろん日本語の表に関しては、翻訳ツールの活用を進め表を読むことを実践させます。ただし、翻訳ツールの使い方、AI搭載のものを使うケースも多く自分で読み取らずAIが解答するケースも少なくありません。まずは、自分で読み取れるように訓練できるように、提出物などのチェックが必要です。

表の読み取り、作成、見える化(グラフ化)は、通常エクセルなどの授業の際に学習しています。ここでは、わかりづらい表を最もわかりやすいグラフを選び、見える化することも重要ですが、インターネット上の表(画像やPDFデータ)を作り変えることも重要です。そのために必要なアプリやソフトについて、第3章の2の1ソフト活用にあるよう生徒が効率化を意識して、「アプリを探す」「使ってみる」「教え合う」ということもこの授業では積極的に行います。

【 インターネット上の画像データやPDFの表をエクセルに落とす 例 】

- ・Excelの画像認識機能を利用する。
- ・オンラインツールを使って画像からデータを抽出する。
- ・ChatGPTなど(生成AI)の画像認識機能を使って表画像をテキスト化する。



第3章 授業内容

(3) 考えを伝えるための授業

「情報を活用することができるようになった」「良い戦略を立てることができるようになった」としても、自分の提案や考えをきちんと伝えなければ、仕事にはなりません。実際の現場は、授業で学んだ事、単体としての業務はほとんどなく、デジタル化やITが進むこれからの時代は、ますますその傾向が強くなります。また、観光分野では、様々なステークホルダーとのかかわりが必ずあります。その時に、伝える伝え方を身に付ける必要があり、そのためには、まず考える事ができる必要があります。

■ 考えること

「指示待ち人間」が課題だと言われて久しくなりますが、生徒たちをPBLに出したからと言って、新しい課題に対して、急に考えられることができることはほとんどありません。そのほとんどがどこかで聞いたような内容が多く、根拠も示されないことがほとんどです。ただ、そういった提案の機会がないことも多く、生徒たちは一生懸命考えます。そこで必要となるのが、「考えることができる」ようになることです。「自分が何を考えているのか」「それを言葉にするとどうなるのか」それをわかっていないことも多いです。これは、自分自身を知る第一歩です。そのために、考え方を学ぶ必要があります。それには、シンキングツールを使えるように学習します。自己紹介などもその一つです。『ウェビングマップ』を使い、自分を深く見つめ直し、場に併せて、相手に応じて自己紹介ができるように、思考を整理するツールを活用します。様々なシンキングツールを繰り返し使い、考えを引き出し、整理する訓練は重要です。また、自分はどれを使うと考えやすいかも知ることも重要です。

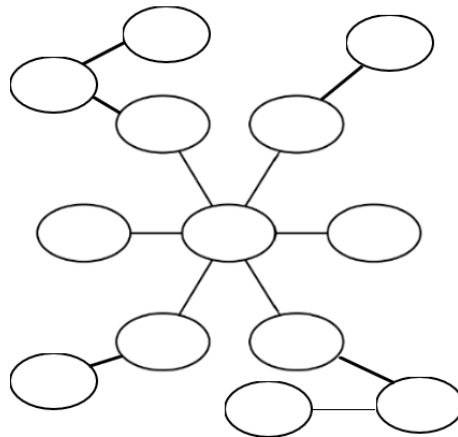
【シンキングツール 自己紹介における『ウェビングマップ』例】

思い付いたアイデアを次々と書き、そのアイデアをつなげて使います。

これは、そのアイデアが生まれた場面が「見える化」できます。場面、場面に戻って、また違うアイデアをつなげていくことができ、「考え」の整理に役立ちます。

また、ウェビングマップを使うときには、特に、「何を書くべきか」を気にしないのが大切です。

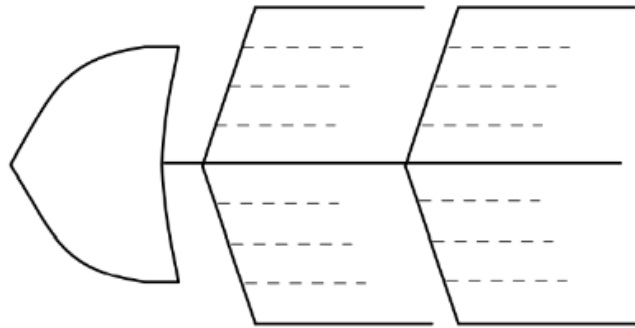
自己紹介でのウェビングマップは、自分を見つめ、書き出し、整理することでその中からその場にあった内容を選択する時にも役立ちます。



第3章 授業内容

【シンキングツール 整理して考える『フィッシュボーン』例】

頭の部分に結果を書き入れ、中骨には、その結果に影響すると思われる要因を書き入れます。そして小骨には、中骨の要因が具体的にどのようなことを含むかを書き込みます。そして、各要因をどのように変化させると、結果がどのように変わるのか、またはよりよい結果を得るためには、要因のどこをどのように変えればよいのかを検討する時に使います。



【シンキングツール が助ける事】

- 頭の中にあるあいまいなイメージが見える化して意識できる。
- 表現しにくいイメージを書き表すことを助ける。
- 関係がないと思っていたことの関係気づかせる。
- 複雑なことを単純化し、全体を見渡すことを助ける。
- 考える方向を限定することで、手順を示す。
(例:「したこと」「考えたこと」「聞いたこと」などと限定することで内容がわかりやすく整理されることがあります)

第3章 授業内容

■ 情報から提案を伝えるための考える順序と表現

人に何かを伝える時には、伝えたいことがあり、それを説明する必要があります。会社における企画提案やプレゼンテーションの場合は、相手に向けて、「なるほどな」と、説得していくことが重要です。そのためには、相手に向けて、納得できる順序で説明していく必要があります。そのためには、企画書やプレゼンテーション資料が「そうだね」「そうだね」と組み立てていく必要があります。すなわち、伝える順番は、とても大事です。また、必要な情報をわかりやすく整理する技術も身に付ける必要があります。また、提案やプレゼンテーションは、自信をもって伝えることも必要です。これらは、訓練なしでは身につけません。よくあるケースとして、企画やプレゼンテーション内容に注力して、表現することを怠るケースも良く見られます。しかし、思いが乗らない提案は、その魅力を半減してしまいます。そこで、必要なのは、授業の度にプレゼンテーションし、この一連の作業に慣れることが必要です。

また、準備に時間をかけることも大事であることを教える必要があります。

これは、生徒たちの自信に繋がる重要な要素を作ります。



写真 3-2-2 学校授業の中で、プレゼンテーションの訓練を受けている生徒の様子

(4) 合意を作るための授業

それぞれの授業が、後期に入ると、個人での演習、グループの演習などを交えて、横断的に組み立てる演習を行います。個人での作業ができて、グループとして合意していくためには、グループ内の人に向けて説得力が必要です。このグループ内合意が、インターンシップにおけるクライアントの合意に結び付き、会社における組織でのチームワークとして育てるための進める方法や考え方、作法を学びながら経験します。失敗を一つ一つ取り上げ、解説、改善していくことで、合意を作る方法を学びます。

第3章 授業内容



写真 3-2-3 3つの専門学校での面識の無かった生徒による実証授業での合意を進める様子

第4章 情報活用インターンシップ

1. 情報活用インターンシップ

(1) 情報活用インターンシップの概要

このプログラムのインターンシップは、観光分野の事業者側にとっての「お付き合いで引き受ける」「丸投げされるケースが多い」といった課題を解消するために、事業者が『引き受けたいインターンシップ』としてプログラムします。(参照:図4-1-1)

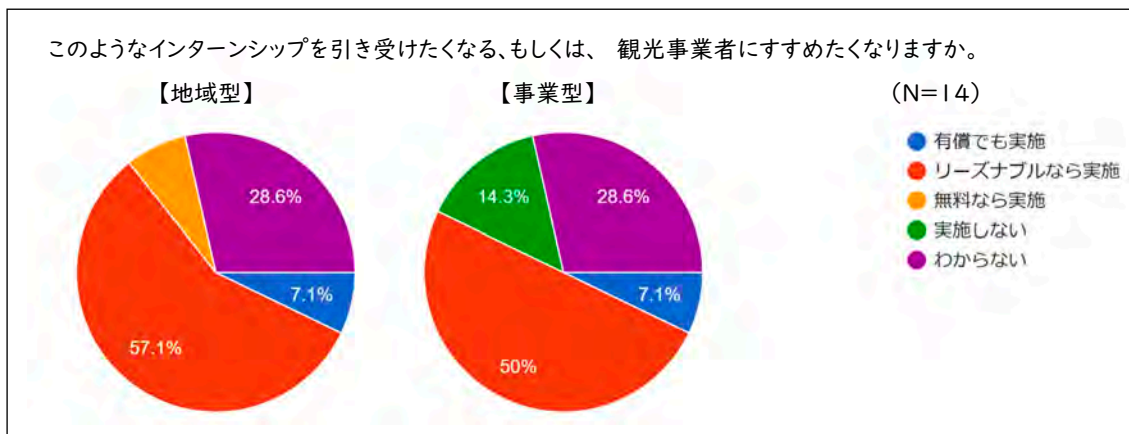


図 4-1-1. R6 年度実証授業における成果発表会事業者アンケート結果

(出典:アンケートを基に筆者作成)

インターンシップの目的を“情報活用”とし、観光分野の事業者の多くが必要としている「課題解決に近づくことができる」「プログラムが提供される」「デジタルやIT環境が身近になる」といったことを目標に組み立てます。

生徒にとっては、1年次の学習の総まとめであり、段階的繰り返し、すすめてきた学習をインターンシップにおける経験を加えることで、「これはあの時考えた」「あの時にうまくいった」と経験を振り返ることで、さらに学び、生徒の自信に繋げていけることや情報活用やそれを伝えることが当たり前、むしろ楽しいといった校内学習以上のモチベーションにつなげていくことを目標にしています。(参照:図4-1-2)

第4章 情報活用インターンシップ

プロジェクト型インターンシップによってもたらされる効果

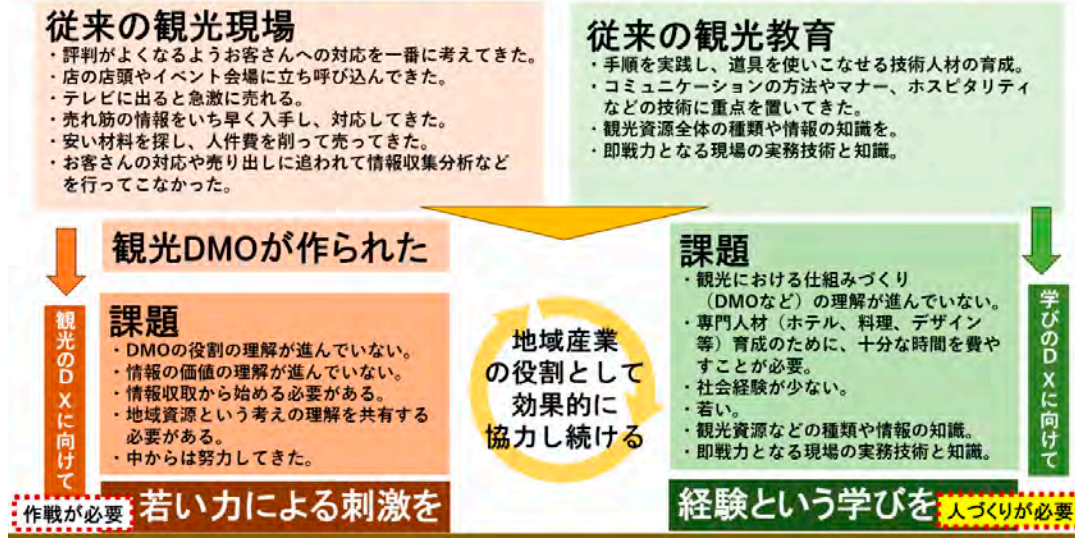


図 4-1-2 情報活用プロジェクト型インターンシップによってもたらされる効果（出典：筆者作成）

(2) インターンシップのための準備

インターンシップを実施するために、事前に、対象者を探す必要があります。そのためには、第2章にある体制づくりはとても有効です。また、体制を構築することも重要です。そこでは、「人育てでまち育て」に見られるように、自分事として取り組んでいただいたり、良いことは伝播していったりもします。それを聞き合うこともとても重要です。直接1対1の取り組みよりも、人や事業者を巻き込むことができます。

■ 説明するためのわかりやすい資料

インターンシップは、事業者側にとって「お付き合い」の側面が大きく、間接的なメリット（社内が生徒の元気にリフレッシュする など）はあってもメリットを感じていただけないことが一般的です。このプログラムでは、目的を明確にしています。また、少なくとも、自分達では、ほとんど着手できていない関連情報が手に入る。オリジナルの情報も手に入ります。また、プロモーションのためのコンテンツや発信が提供されます。その引き受けたい要素をしっかりと説明するためには、説明するためのわかりやすい説明資料が必要です。口頭で伝えるのではなく、資料として配布することで効果が上がります。また、インターンシップ後は、発表会の資料などを活用し、協力いただいた事業者による改善や新規の事業者への説明資料に加えることでより一層インターンシップへの理解が進み、その地域ならではのニーズを掘り起こし、さらに引き受けたいインターンシップに育てていくことができます。

第4章 情報活用インターンシップ

【 R6年度の実証授業のインターンシップで事業者が活用したこと、次の要望 】

- スタッフの研修。
- 地域とのコミュニケーション。
- 情報を丁寧に集めて、それを読み取り、実践していくという方法を学んだ。

(『成果発表会』アンケート調査より)

- 学生だけで完結するのではなく、地域や店舗、施設等と一緒に施策を立案する方が、より具体的に実施出来るのではないか。
- データ収集から、課題抽出を行い、提案事項を立案して、社会実験を行うまでを検証しても面白い。

■ 連絡体制と役割の明確化

校内向けの体制も含めて、役割分担を含めて、体制を明確にします。また、インターンシップ先などに示す連絡表なども作成します。

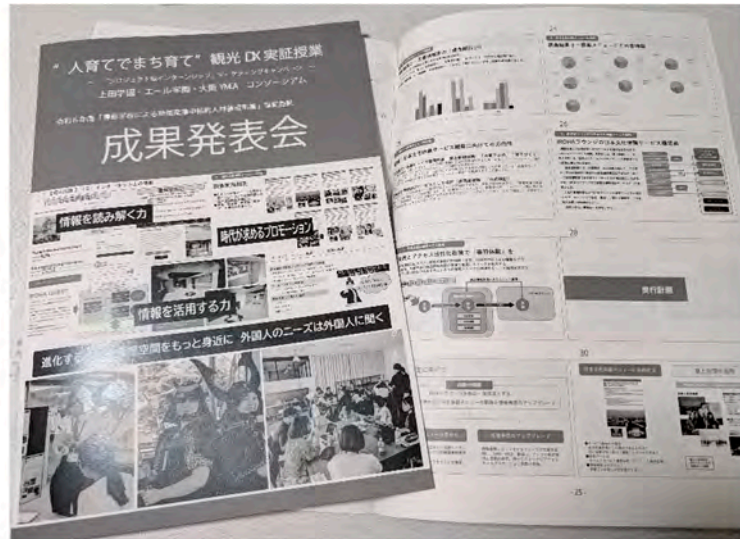


写真 4-1-1 インターンシップの特徴を示した『成果発表会』時の資料

第4章 情報活用インターンシップ

■ ステークホルダーとの十分な協議

インターンシップが始まるまでに、インターンシップを引き受けてくれる先など様々なステークホルダーと事前に、話を詰めます。説明資料を使っての目的やスケジュール、体制、連絡網も確認します。

また、内容への理解や協力いただきたいことなども事前に、日時を明確にした計画を立てます。状況に応じての変更はつきものですが、人を巻き込みながら進めるインターンシップでは、できるだけ、変更は少なくし、場当たりのな変更はしないように進めるため十分な協議を行います。特に、ステークホルダーに協力を仰ぎたい日時などは、十分に詰めておくことで、インターンシップの運営が楽になります。

また、現状の体制や進め方の課題の認識も共有しておく必要があります。事前に、課題を示しながら、対応方法についても事前に協議を進めます。

インターンシップ中に起こる課題などについても、必要な連絡は丁寧に対応していきます。

アンケート調査など独自調査などを行う場合は、下調べや相談に行き、実施できるかどうかの確認も行います。

(3) インターンシップの運営

■ 情報活用インターンシップ運営の考え方

実施するインターンシップが、持続的に『引き受けたいインターンシップ』として続けていくことを前提に、信頼を作りながらインターンシップを実施します。教員も生徒と一緒に、このインターンシップを作り上げることが重要です。

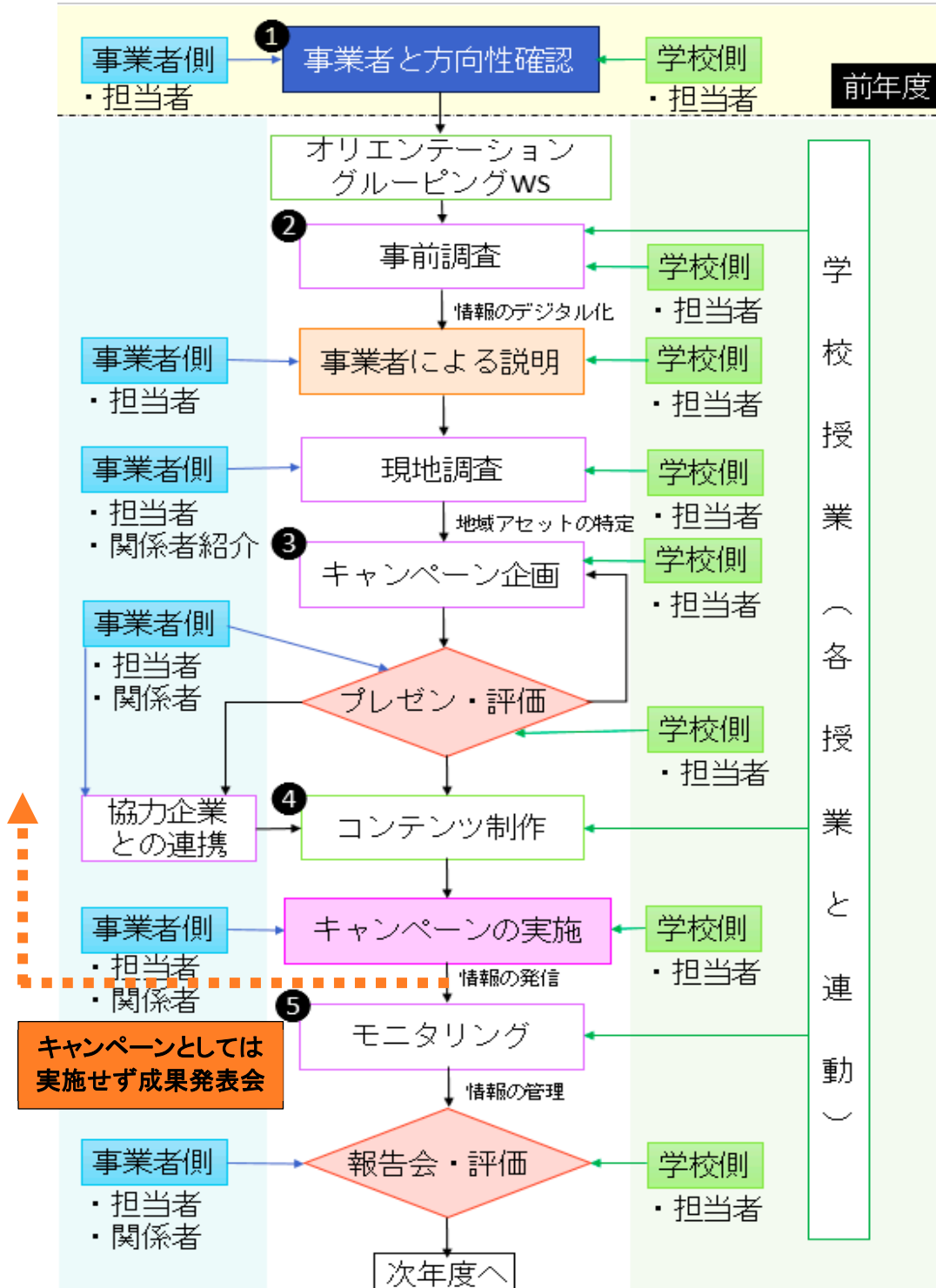
また、生徒が、大量の訓練と言える演習を経て、校内における総合的な取り組みとして、まず段階的に1年次に学習した学習内容を実社会で実践します。生徒に責任ある行動を促すため、事業者側との関係を業務委託先になったイメージで進めていきます。1年次に見つけた個々の課題や新たに生まれる課題に加えて、事業者と対峙することによる緊張感や役割の中での責任、期日厳守、納期といったプレッシャーのあるプログラムを経て、仕事をする楽しさや達成感なども同時に体験できるよう運営します。生徒の状況に応じて、考え方を整理するためのフレームや企画書のフレームなどを提供しながら深く検討できるように促し作り上げます。

■ 実施体制

実施体制は、教員1人(1クラス)に対して、アシスタントの職員など1人~2人生徒が、5人~10人のチームを1プロジェクト(インターンシップ先)としてチームを作ります。その際には、1年次の授業を通して、取りまとめとして力を発揮する生徒をリーダーにしながらチームを作っていきます。また、1年次に生徒の強みを観察し、役割がこなせるような体制に振り分けます。

■ 第4章 情報活用インターンシップ

■ インターンシップのフロー



第4章 情報活用インターンシップ

① 事前確認

目的				
地域の状況やニーズに合ったインターンシップを実施するために事前に詳細打ち合わせを行い、効果的なインターンシップに向けて準備をする。				
具体的な内容				
<ul style="list-style-type: none"> ・インターンシップの目的について共有 ・インターンシップの進め方について ・地域の概要と取り組み、ターゲット国などについても聞く (→決まっていなくても○) ・双方の役割と会場などについて ・留学生も参加することによる注意事項や優しい日本語について説明 				
打ち合わせ	事業者側	担当者	学校側	調整担当者

② 市場調査

目的				
地域観光資源の魅力の「再発見」または「発掘」につながる基礎調査の実施。				
具体的な内容				
<p>【グルーピングワークショップ】</p> <p>調査内容と役割などについて開始前までにグルーピングWSを実施。 組織づくりをスタート</p>				
合同 WS	生徒	参加者	学校側	担当者
<p>【事前調査】</p> <ul style="list-style-type: none"> ① インターネットやSNSなどによる事前調査を実施。 ② 既存の観光資源に関する資料や過去活動の情報整理と既存の魅力について分析。 ③ ターゲット国が決まっている場合、ターゲット国の人たちの嗜好や需要などについても調査する。 ④ 将来の情報管理、活用を踏まえて、地域の資源や顧客の情報の整理を行う。 ⑤ 事業担当者などに聞きたいことなどをまとめる。 				
授業内調査 チーム活動	生徒	参加者	学校側	授業担当者
<p>【事業者による説明】</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 事前打ち合わせを基に、事業者側から説明。 ② 現地視察。 ③ 地域観光関係者と訪日ターゲット国客との間にある魅力認知ギャップの分析 ④ 仮説を設定 				
現地にて説明	事業者側	担当者	学校側	調整担当者

第4章 情報活用インターンシップ

【現地調査】

- ① 仮説設定し、実地調査内容を検討（各所訪問・関係者ヒアリング・情報収集・記録）
- ② 現地調査開始。各チーム事前に、ヒアリング調査などを行いたい場合は、計画書を作成し、事業者側担当者に相談する。事業者側の要望のあった調査も実施する。
- ③ 調査を行った結果を分析し、仮説検証を行う。
- ④ 新たな視点も含めて、将来の情報管理、活用を踏まえて、地域の資源や顧客の情報の整理を行う。

現地調査/チーム活動

事業者側

担当者

生徒

参加者



写真 4-1-2. 調査の様子

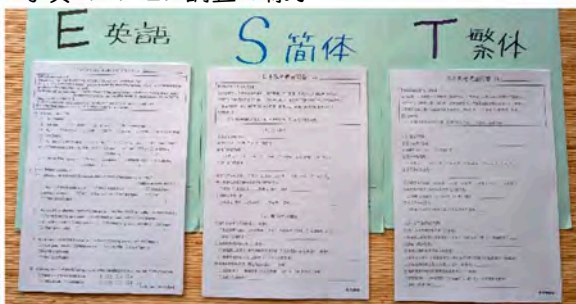


写真 4-1-3. 独自調査で使用したアンケート

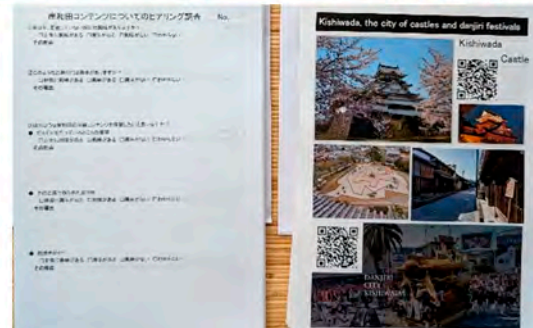


写真 4-1-4. 独自調査で使用したヒアリングコンテンツ

第4章 情報活用インターンシップ

③ キャンペーン企画

目的				
市場調査などを踏まえ、アセットを特定し、新たな観光コンテンツのあり方とキャンペーンの具体策、その実施運用に向けた企画を検討し、プレゼンテーションを行う。				
具体的な内容				
【地域アセットの特定】 分析結果を基にした仮説検証を踏まえて、地域の新たなアセットを特定する。				
【地域アセットのマーケティング戦略とプロモーション計画の策定】				
① 今後の地域の資源や顧客の情報を効率的に収集、管理、活用するための方法(コンテンツ)について検討する。				
② 観光コンテンツ提供について、資源の量的制約やコストの限界、人的リソースの実情を踏まえ、実践可能で、持続可能性の高いもの、収益性が期待できるものに絞り込む。				
③ 地域アセットの魅力を強調する効果的なマーケティング戦略を立て、プロモーション計画を策定する。 ・ターゲット特性に合わせたコンセプト・ネーミング・ビジュアル・ツール開発・情報発信スタイルなどを決める。 ・使用するメディアと方法などを決める。				
④ 観光コンテンツについて、それを具体的に運営する当事者の方々との調整が必要な事項について明確化する。				
⑤ プレゼンの準備を行う。				
チーム活動	生徒	参加者	学校側	担当者
【プレゼンテーション、評価】				
① 企画した内容をプレゼンテーションし、実現性についてフィードバックをもらう。				
② 観光コンテンツについて、それを具体的に運営する当事者の方々との調整が必要な事項についてフィードバックをもらう。				
③ 了解を得るまで繰り返す。				
プレゼンテーション	事業者側	担当者/関係者	生徒	参加者/担当者



写真 4-1-5. 事業者とのヒアリングの様子



写真 4-1-6. 事業者への企画提案の様子

第4章 情報活用インターンシップ

④ キャンペーンの実施

目的				
新しい地域アセットについて、合意がとれた企画キャンペーンの内容について、コンテンツ作成や協力企業との連携について進め、キャンペーンを実施する。				
具体的な内容				
【情報の収集と整理】				
・画像・テキスト・動画の素材収集と加工や発信効率化を視野に入れた整理				
【コンテンツ制作】				
・コンセプト・ネーミング・ビジュアル・ツール制作。				
【情報コンテンツのメディア向け加工】				
・メディアの適性や制約を踏まえた素材のデータ化。				
【情報発信準備（情報収集システム含）】				
① メディア準備				
② <例>専用のSNS×メッセージ×特設サイト(B・M)×動画サイトの連携構築				
③ 情報コンテンツ準備				
画像・テキスト・動画素材のメディア向け加工（仮想動画も含む）				
④ 地域連携体制整備				
<例>地域当事者の方々との情報発信運用連携体制の調整				
【マーケティングキャンペーン実施】				
<例>				
① 旅前－市内拠点でのキャンペーン事前告知→SNS等稼働→情報浸透				
② 旅中－SNS等でのリアルタイム報告系・実況系情報発信				
③ 旅後－動画コンテンツの編集・発信→アーカイブ				
チーム活動	生徒	参加者	学校側	担当者

計画する際に、進捗状況に合わせて、事業者に向けての企画プレゼンテーションを行ったあと、コンテンツなどの制作を実施し、修正をかけて成果発表会として仕上げ、終わる計画が基本です。この導入ガイドでは、様々な可能性も含めて、作成しています。また、プロのマーケットとなるためのものでもありません。

実証授業では、キャンペーンとしての情報発信は行わず、モニタリングは実施していません。

第4章 情報活用インターンシップ



写真 4-1-7. 『成果発表会』の様子

第4章 情報活用インターンシップ

⑤ モニタリングと事後検証

目的				
キャンペーンで発信した情報をモニタリングし、その結果を報告発表。				
具体的な内容				
<p><例></p> <p>(アンケートとフィードバックフォーム)ウェブサイトやアプリを利用してアンケートやフィードバックフォームを提供し、訪れた人々に意見や好みに関する情報提供</p> <p>(ソーシャルメディア分析)</p> <p>ソーシャルメディア上での言及や投稿を分析し、訪れた人々の意見や嗜好を把握。</p> <p>(オンラインレビューのモニタリング)</p> <p>レビューサイトや旅行関連のウェブサイトでのレビューや評価をモニタリングして、顧客の意見を確認。</p> <p>(センサー技術の利用)</p> <p>訪れる人々の動線や滞在時間をセンサー技術で収集し、人気のエリアやアクティビティを特定。</p> <p>(プログラムやイベントの参加登録)</p> <p>主催するプログラムやイベントに参加する際に、参加者に対して情報提供促進。</p> <p>(イベントやキャンペーンへの参加)</p> <p>イベントやキャンペーンに参加することで、参加者の好みや関心を把握。</p> <p>(直接の対話とインタビュー)</p> <p>訪れる人々との直接の対話やインタビューを通じて、深い洞察やフィードバックを得る。</p> <p>【事後検証】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・モニタリング期間は短いですが、事後検証し、課題と評価を分析する。 ・課題解決に向けたアクションについて仮説設定を行い次に向けた方向性を取りまとめる。 <p>【発表会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターンシップの報告を行い、フィードバックをもらう。 				
プレゼンテーション	事業者側	担当者/関係者	生徒	参加者/担当者

第4章 情報活用インターンシップ

2. 評価と成績

このプログラムの目的は、生徒にとっては、情報活用が身につくこと、事業者にとっては、インターンシップを引き受けて、特に、情報活用面で事業にプラスになることが提供できていることです。加えて、事業者にとって、学校が、地域産業の発展を支える中核人材養成機関としての役割が果たしているかどうかです。そのためには、職業教育機関としての学校が、常に質の向上を目指すことが重要です。

このことから、これら进行评估し、改善すべきところは改善する必要があります。

(1) 成果評価

2年のプログラムを経て、発表会や事業者への提案会などを開催し、委託事業としての「完成度が高い、説得力のあるもの」なのか、信頼がおけて、「役立つもの」になっているのか、「新規性はある」のかの3点で、事業者、生徒、校内関係者それぞれが、口頭並びにアンケートにより評価します。できるのであれば、観光分野の第3者も入れて成果そのものを評価します。(参照:付属資料 資料1)

【 実証授業における成果発表会アンケート 例 】

1. 《属性》あなたの職業について教えてください。
2. 《成果評価》インターンシップについて評価してください。
 - 2-1. 《成果評価》成果に対する全体評価
 - 2-2. 《成果評価》このようなインターンシップを引き受けたいか、もしくは、観光事業者にすすめたいか。
3. この取り組みで、特に評価できる点を教えてください。
4. 観光DX人材育成のためのインターンシップについて、お気づきになった課題について教えてください。
5. ご意見、ご感想をお願いいたします。



写真 4-1-8. 評価アンケートの掲示

第4章 情報活用インターンシップ

(2) プロセス評価

■ 1年次

生徒の出席・提出物・発表・授業態度

演習を中心に、実践訓練をベースに授業を組み立てる1年次は、プロセスを評価します。毎回演習を組み入れるプログラムでは、出席が重要です。また、発表や提出物など参加したことをまずは評価します。その際に、提出物などは、理解しているかどうか一定の確認も行います。その際に、理解できていない生徒に対しては、何が問題だったかのコミュニケーションをとることも重要です。教え方についても、教員一人が考えるのではなく、その結果を見ながら、校内で共有し、改善します。この相談・協力・改善が、学校としての質を向上させていきます。教育の現場においても、教員一人一人の強みを活かし、弱みを補完する体制が重要です。

生徒には、授業はじめに、今日の目標として、この授業で、「何ができるようになるのか」といったチェックをする内容を示し(参照:付属資料 資料-1)、授業のはじめと終わりにジャーナル(参照:付属資料 資料-2)を作成したり、生徒自身が意識して理解するためのルーブリック(参照:付属資料 資料-3)などの導入も検討します。合意形成の場面では、役割と協力することに重点を置き授業態度として評価します。

生徒のモチベーション

圧倒的な演習を繰り返し行う授業では、生徒のモチベーションが下がることがあります。特に、期日や時間までに一定の作業を進めていく時に起こりやすくクラスによっては、テーマや速度をコントロールする必要が出てきます。それを見極めるには、教員一人が対応するのではなく、生徒をサポートする部署との連携が必要です。常に連絡を取り合い、生徒のサポートを心がけます。生徒によっては、「何のためにこの授業を行っているのかがわからない」とか、「いつまで続くのかがわからない」といったことを理由に訴えるケースがあります。その場合、チェックシートなどを用意して、ここまでできたなどの達成感を作るなどの工夫も重要です。授業における生徒のモチベーションは、重要です。

第4章 情報活用インターンシップ

■ 2年次(インターンシップ)

1年次の演習の成果の総まとめであり、実践さながらに巻き込まれながら進んでいくインターンシップを効果的に実施し、生徒が深い学びを得るために、単なる成果物や正解の有無だけでなく、プロセスや学びの質を見極めることを重要視します。

問題解決プロセスの評価

生徒が問題を解決するためのプロセスをどれだけ適切に進めたかを評価します。これには、問題の理解、情報収集、分析、解決策の検討、実施、評価などを含みます。

チームワークとコラボレーション

チーム内でのコミュニケーション、リーダーシップ、役割分担、意見の調整などを評価します。

1年次の学習内容の理解と応用

インターンシップの過程で、生徒が取り組む問題は、1年次に学習した内容に基づいています。生徒がその分野の理論や知識を理解し、実際の問題にどのように応用したかを評価します。

発表や成果物の評価

インターンシップにおける企画づくりや発表会に向けて、その発表の質、論理展開、説得力、視覚的なプレゼンテーションなどを評価します。

自己評価と反省

生徒にとってインターンシップでの体験を将来に結び付けるための重要な側面は、自己評価や反省です。生徒が自分の役割や貢献、チームとしての成果についてどれだけ反省し、学びを得たかをジャーナルやルーブリックなどで自己評価します。

フィードバックの収集と活用

インターンシップでは定期的なフィードバックを受け取り、それを次のステップに活かすことが重要です。生徒自身がフィードバックを収集し、チームや個人の改善にどのように役立てたかを評価します。

第4章 情報活用インターンシップ

(3) 授業の評価

インターンシップを有効に実施し、生徒の学びを促進するために、授業の評価を行います。インターンシップは単なる体験にとどまらず、生徒の情報活用の思考や問題解決能力の育成と実社会に役立つことを目的としているため、授業の役割と貢献度を評価する時にこれらの視点も必要です。

授業の設計と準備

インターンシップ先の状況把握を行い、適切な問題を設計し、生徒が実際に解決できるように問題設定を行ったか、授業のプロセスやスケジュールを適切に計画し、生徒が成果を出すための支援の内容と効果についても評価します。

学生の指導とサポート

教員などがチームワークや問題解決のプロセスにどれだけ関与し、指導を行ったか。また、生徒が適切な情報を得るためのガイダンスやフィードバックを提供したか。生徒の成長や理解を促進するための授業内外での支援やリソース提供の内容と効果などについて評価します。

評価とフィードバック

生徒の成果やプロセスを評価する際の基準や方法を適切にかつ明確設定し、公正に適用したか。また、生徒に対して定期的なフィードバックを提供し、それを次のステップに活かすための指導の内容と効果を評価します。生徒の自己評価と反省を促すための仕組み作りについても内容と効果を評価します。

インターンシップの実施における振り返りと改善

教員などが、インターンシップの実施過程や成果について内容と効果を振り返り、改善点を見出し、次回の実施に活かすことは重要です。また、インターンシップを通じて教員自身が学んだことや得た知見、教育手法の改善について皆で共有します。

付属資料

(資料1) 実証授業で活用した授業のフロー&チェックシート

岸和田チーム	プロジェクト型インターンシップ “マーケティングキャンペーン”フロー 事業者と方向性確認	(実証授業)	ホテルチーム
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 事前学習 <input type="checkbox"/> 事前調査(観光業界の動向などのインターネット等調査) <input type="checkbox"/> 企画のブレインストーミング <input type="checkbox"/> 地域観光要素調査、特徴把握、競合調査 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 事前学習 <input checked="" type="checkbox"/> チームビルドグループワーク <input checked="" type="checkbox"/> 現地踏査でのマナーとインタビュについて <input checked="" type="checkbox"/> 事前調査(インタビュのための事前調査) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 事前学習 <input checked="" type="checkbox"/> 事前調査(観光業界の動向などのインターネット等調査) <input checked="" type="checkbox"/> 企画のブレインストーミング <input checked="" type="checkbox"/> 地域観光要素調査、特徴把握、競合調査 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 事前学習 <input checked="" type="checkbox"/> 事前調査(観光業界の動向などのインターネット等調査) <input checked="" type="checkbox"/> 企画のブレインストーミング <input checked="" type="checkbox"/> 地域観光要素調査、特徴把握、競合調査
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)データ収集、資料の取りまとめ <input checked="" type="checkbox"/> 事前調査(インタビュのための事前調査) <input checked="" type="checkbox"/> クライアントヒアリング <input checked="" type="checkbox"/> 地域観光要素調査、特徴把握、競合調査 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)データ収集、資料の取りまとめ <input checked="" type="checkbox"/> 事前調査(インタビュのための事前調査) <input checked="" type="checkbox"/> クライアントヒアリング <input checked="" type="checkbox"/> 地域観光要素調査、特徴把握、競合調査 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)データ収集、資料の取りまとめ <input checked="" type="checkbox"/> 事前調査(インタビュのための事前調査) <input checked="" type="checkbox"/> クライアントヒアリング <input checked="" type="checkbox"/> 地域観光要素調査、特徴把握、競合調査 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)データ収集、資料の取りまとめ <input checked="" type="checkbox"/> 事前調査(インタビュのための事前調査) <input checked="" type="checkbox"/> クライアントヒアリング <input checked="" type="checkbox"/> 地域観光要素調査、特徴把握、競合調査
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 現地踏査 <input checked="" type="checkbox"/> 現地調査 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)データ収集、資料の取りまとめ <input checked="" type="checkbox"/> 現地踏査 <input checked="" type="checkbox"/> 現地調査 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)データ収集、資料の取りまとめ <input checked="" type="checkbox"/> 現地踏査 <input checked="" type="checkbox"/> 現地調査 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)データ収集、資料の取りまとめ <input checked="" type="checkbox"/> 現地踏査 <input checked="" type="checkbox"/> 現地調査
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 調査のまとめ、仮説の確認 <input type="checkbox"/> 情報分析 <input type="checkbox"/> 仮説の確認 <input type="checkbox"/> ペルソナ設定 <input type="checkbox"/> コンテンツ計画 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)調査のまとめ、仮説の確認 <input type="checkbox"/> 情報分析 <input type="checkbox"/> 仮説の確認 <input type="checkbox"/> ペルソナ設定 <input type="checkbox"/> コンテンツ計画 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)調査のまとめ、仮説の確認 <input type="checkbox"/> 情報分析 <input type="checkbox"/> 仮説の確認 <input type="checkbox"/> ペルソナ設定 <input type="checkbox"/> コンテンツ計画 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人)調査のまとめ、仮説の確認 <input type="checkbox"/> 情報分析 <input type="checkbox"/> 仮説の確認 <input type="checkbox"/> ペルソナ設定 <input type="checkbox"/> コンテンツ計画
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人+チーム)企画内容の作成 <input checked="" type="checkbox"/> 取りまとめの話し合い 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人+チーム)企画内容の作成 <input checked="" type="checkbox"/> 取りまとめの話し合い 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人+チーム)企画内容の作成 <input checked="" type="checkbox"/> 取りまとめの話し合い 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> (個人+チーム)企画内容の作成 <input checked="" type="checkbox"/> 取りまとめの話し合い
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 情報発信後の分析 <input type="checkbox"/> コンテンツ作り <input type="checkbox"/> プレゼン内容の検討 <input type="checkbox"/> プレゼンテーションの作成(とりまとめ) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 情報発信後の分析 <input type="checkbox"/> コンテンツ作り <input type="checkbox"/> プレゼン内容の検討 <input type="checkbox"/> プレゼンテーションの作成(とりまとめ) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 情報発信後の分析 <input type="checkbox"/> コンテンツ作り <input type="checkbox"/> プレゼン内容の検討 <input type="checkbox"/> プレゼンテーションの作成(とりまとめ) 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 情報発信後の分析 <input type="checkbox"/> コンテンツ作り <input type="checkbox"/> プレゼン内容の検討 <input type="checkbox"/> プレゼンテーションの作成(とりまとめ)
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 現地にて企画プレゼンテーション <input type="checkbox"/> 企画修正、コンテンツ作成 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 現地にて企画プレゼンテーション <input type="checkbox"/> 企画修正、コンテンツ作成 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 現地にて企画プレゼンテーション <input type="checkbox"/> 企画修正、コンテンツ作成 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 現地にて企画プレゼンテーション <input type="checkbox"/> 企画修正、コンテンツ作成
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> コンテンツ作成 <input type="checkbox"/> 情報発信 <input type="checkbox"/> 発表会の準備 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> コンテンツ作成 <input type="checkbox"/> 情報発信 <input type="checkbox"/> 発表会の準備 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> コンテンツ作成 <input type="checkbox"/> 情報発信 <input type="checkbox"/> 発表会の準備 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> コンテンツ作成 <input type="checkbox"/> 情報発信 <input type="checkbox"/> 発表会の準備
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 発表会 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 発表会 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 発表会 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 発表会
	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 発表会 		

(資料2) ジャーナル参考 例

	ねん 年	がつ 月	ひ 日 (マーケティングI-I)
い き ご み ふ り か え り し ー と 意気込み・振り返りシート	学 籍 番 号		な ま え 名 前

ほんじつ い き ご み ぜんかい じゅぎょう まなんだ ほんじつ じっせん ほんじつ じゅぎょう て い れ た い
本日の意気込み (前回の授業で学んだこと/本日までに実践したこと/本日の授業で手に入れたこと)

かいしまえ きにゆう
 <授業開始前に記入。>

.....

ほんじつ ふりかえり
本日の振り返り

じゅぎょう じゅぎょう かんじた じゅぎょう かんがえた つぎ じぶん めざす
 (授業で学んだこと/授業で感じたこと/授業で考えたこと/できなかったこと/次は、どんな自分を目指すのか)

じゅぎょうしゅうりょうご きにゆう きにゆうご げつようび かくのう
 <授業終了後に記入。 記入後、月曜日までに WEB へ格納。>

(資料3) ルーブリック参考 例

【10】グループ討議 ルーブリック

観点	説明	目標	4(最もよい)	3(良い)	2(あまり良くない)	1(良くない)	悪い内容
A ディスプレイ セッション	伝えたいことが具体的で、はじめ、中、おわりと筋道を立てて展開されているか	伝えたいこと					何が言いたいのかわからない
		具体性	○	○	○	×	
		筋道(はじめ、中、終わり)	○	○	×	○	
		インパクト	○	×	×	×	
B 意見を 聴く	「自分らしさ」が伝わる自己プレゼンになっているか	具体的内容					内容が伝わらず、「自分らしさ」もあまり引き出せていない。
		自分らしい特徴がある	○	○	○	○	
		自分らしい魅力がある	○	○	×	×	
		他の人との違いがある	○	○	○	×	
	心を動かす	○	×	×	×		
C 伝える	声の大きさ・抑揚が適切である	聞いている人に対して					終始、声が小さく、聞き取りづらい。
		聞き取りやすい大きさの声	○	○	○	○	
		適度な抑揚	○	○	○	×	
		間のある話し方	○	○	×	×	
	聞いている人の興味を惹く	○	×	×	×		
D コミュニケーション	アイコンタクト・表情・ジェスチャーが適切に行える	聞いている人に対して					終始、声が小さく、聞き取りづらい。
		聞いている人に目を配る	○	○	○	○	
		自分の表情(笑顔など)に工夫がある	○	○	○	×	
		自分のジェスチャーに工夫がある	○	○	×	×	
	聞いている人の表情を確認している	○	×	×	×		

*自分の今回の出来栄に数字で評価をつけましょう。次にチームの人からももらった評価の数字を順に書きこみましょう。

自分のもらった評価	自分	さん	さん	さん	さん	さん	さん
Aわかりやすさ							
B自分らしさ							
C声について							
D表現							

*発表を聞いて、チームの人への評価を数字で順に書きこみましょう。

チームの人への評価	自分	さん	さん	さん	さん	さん	さん
Aわかりやすさ							
B自分らしさ							
C声について							
D表現							

【8-B】インタビュー ルーブリック

観点	説明	4	3	2	1
A 目的 の提 示	インタビューするための目的などについて相手にわかるようコンパクトに説明する。	テーマや目的に対し、他者にわかりやすく説明し、インタビューの重みや時間など必要なこともコンパクトに伝えていた。	テーマや目的に対し、他者にわかりやすく説明をしているが、かか時間などの明示がない。	テーマや目的に対し、他者に説明しているが意味が分かりにくい	テーマや目的に対して説明していない。
B 事前 リサ ーチ	インタビューするには、事前に調べる準備を整える。	事前に、関係のありそうなことを調べて質問していた。	わからないことをきちんと説明していた。	以前、自己紹介で質問した内容を質問している。	見ただけでわかる質問をしている。
C 情報 の整 理	質問の内容をテーマ、大きな質問、小さな質問と体系立てて順序良く説明し、目的の答えを引き出せる。	質問の内容をテーマ、大きな質問、小さな質問と体系立てて順序良く説明し、目的の答えを引き出した。	質問の内容をテーマ、大きな質問、小さな質問と体系立てて順序良く説明できた。	質問の内容がばらばらであったが答えを引き出した。	質問もわかりにくく、目的の答えもあまり引き出せなかった。
D 話 す 雰 囲 気	インタビューは、質問ではなく会話です。言葉のキャッチボールが大切です。そのためには、相手の顔をしっかりと見て話を聞く。	相手の顔をしっかりと見て、質問はほとんど覚えていて、相手の答えのポイントもしっかりメモを取り、フレンドリーなインタビューだった。	相手の顔をしっかりと見て、質問はほとんど覚えていて、相手の答えのポイントもしっかりメモを取っていた。	相手の顔を見る、質問を覚える、相手の答えのメモを取るなどのうちできていないことがある。	相手の顔を見ていない、質問は覚えていない、相手の答えはポイントのメモを取っていない。
E リア ク シ ョ ン	相手の話に対して、うなづいたり、一言リアクションを返したりすることで、さらに相手の話を引き出す	うなづいて、目を見て、相手の言葉をしっかりと受け止めて繰り返し、最後まで一生懸命笑顔で話を聞いていた。	うなづいて、目を見て、最後まで一生懸命笑顔で話を聞いていた。	うなづく、目を見る、最後まで一生懸命話を聞く、笑顔で話すのうちどれか1つができていなかった。	うなづく、目を見る、最後まで一生懸命話を聞く、笑顔で話すことが2つ以上できていなかった。

【2-A】情報の整理 ルーブリック

1年 なまえ

観点	説明	4	3	2	1
A 意見の提示	自分の意見を根拠とともに明確に提示しているか。	自分の意見と根拠とともに過不足のない形で十分、かつ明確に提示している。	自分の意見を根拠とともに明確に提示している。	自分の意見と根拠との関連が認められるが、一部明確でない形で提示している。	自分の意見を根拠がない形で提示している。
B 資料の扱い	資料の内容を的確に把握した記述をしており、それを根拠として成立させているか。	資料の内容を的確に把握した記述をしており、それを根拠として過不足なく十分に成立させている。	資料の内容を的確に把握した記述をしており、それを根拠として成立させている。	資料の内容を把握した記述をしており、それを根拠として一部成立させている。	資料の内容を把握していない形で扱っている。

【3-A】情報の整理 ルーブリック

1年 なまえ

観点	説明	4	3	2	1
A 意見の提示	自分の意見を根拠とともに明確に提示しているか。	自分の意見と根拠とともに過不足のない形で十分、かつ明確に提示している。	自分の意見を根拠とともに明確に提示している。	自分の意見と根拠との関連が認められるが、一部明確でない形で提示している。	自分の意見を根拠がない形で提示している。

(出典:筆者作成)

構成表

授業科目名	1年生		授業科目名	2年生	
	前期	後期		前期	後期
観光業界の動向を常に取り入れ更新する知識とスキル					
プレゼンテーションⅠ	座学＋演習	プレゼンテーションⅠ、 マーケティングⅠ、 コミュニケーションⅠ(座学＋演習) ＋プロジェクト型インターンシップ(情報を扱うことを経験する)	プレゼンテーションⅡ	プレゼンテーションⅡ、 マーケティングⅡ、 コミュニケーションⅡ(座学＋演習) ＋プロジェクト型インターンシップ(情報が扱え発信ができる)	
マーケティングⅠ	座学＋演習		マーケティングⅡ		
コミュニケーションⅠ	座学＋演習		コミュニケーションⅡ		
パソコン実習Ⅰ	座学＋演習	座学＋演習	パソコン実習Ⅱ	座学＋演習	座学＋演習
プログラミング基礎	座学＋演習	座学＋演習	WEBサイト構築	座学＋演習	座学＋演習

コミュニケーションⅠ 講義概要(シラバス)

【授業内容、目的】
【内容】 人と人のかかわりとしてのコミュニケーション能力の基本を「聴く力」「伝える(説明する)力」「質問する力」「協調性」この4つの要素に分け、信頼構築のコミュニケーションを習得することと合わせて、組織・チームで必要な、コミュニケーション力「リーダーシップ」「チームワーク」「合意形成(ワークショップ、ファシリテーション)」などについて課題を見つけ企画し、情報収集、分析などのプロジェクト演習を通じて習得する。 【目的】 人を理解し、人を動かすためのコミュニケーション能力について、人としての基礎から、組織・チームで重要となるスキルまでを理解し、基本的な考え方と、方法を習得することを目的にしている。
【授業方針・評価方法】
【方針】 授業は、提示した課題に対する個人及びグループ演習を中心に展開しながら、その内容を補完する形で、基礎知識を学習する座学との組み合わせで進める。話し合いが、習慣になるように徹底した演習を行う。 【評価方法】 評価の割合は出席率30%、授業貢献度30%、提出物 40%
【この授業で狙える資格、検定試験】
コミュニケーション能力認定委員会：コミュニケーション検定初級、上級
【使用テキスト・教材、参考文献】
コミュニケーション、マーケティング、プレゼンテーションの3要素についてのオリジナル教科書と、パワーポイントベースのテキストで授業を進める。[参考文献]情報デザインの教室(丸善出版)、情報デザインのワークショップ(丸善出版)
【学生へのメッセージ】
毎年行われる経団連の調査によると、80%を超える企業が、人材採用時に最も重視する要素は、16年連続で「コミュニケーション能力」が第1位である。また、求人・転職支援の大手サービスの調査では、職場での人間関係に難しいと感じたことがある人は84%、転職理由の53%が「職場の人間関係」である。時代の変化とともに、価値観の多様化が言われている。常識や価値観のズレから「コミュニケーション」の取り方もずいぶんズレが生じている。多くの企業では、現代人の、特に「学生のコミュニケーション能力の低さ」を問題視している。学校でも社会に出てからも「対人コミュニケーション」を学ぶ機会がないことが、現代人のコミュニケーション力の低下を加速させている理由の一つといわれている。コミュニケーションは人間関係を築き、人生を切り拓いていく欠かせない力であり、組織にとっても重要な能力である。この授業では、頭でわかっても、行動に移せないと評価はされません。学ぶ機会を大事にしながら、将来の自分のために積極的に参加することで活躍する自分、なりたい自分を実現させよう。授業は、皆さんの将来を後押しできるように、皆さんにしっかりスキルを身に付けてもらうために、厳しい授業となる可能性があります。自分を信じて頑張りましょう。

コミュニケーション I 授業運営表

	授業課題 (テーマ)	学習目標	キーワード
1	オリエンテーション	コミュニケーションの授業についての全体像を理解する。	ポートフォリオ 他者理解
2	コミュニケーション	コミュニケーションの重要性について理解する。	非言語コミュニケーション /異文化理解
3	傾聴	聴く力について理解する。	傾聴力 うめうめ しりとり法則
4	ワークショップ	ワークショップの重要性について理解する。	話し合いのルール 付箋
5	ワークショップ	ワークショップの手法について理解する。	話の流れを見える化
6	ワークショップ	ファシリテーターについて理解する。	ファシリテーター
7	コミュニケーションデザインのワークショップ	計画・情報収集と目標設定におけるプロセスについて理解する。	コミュニケーションデザイン
8	コミュニケーションデザインのワークショップ	ユーザー調査、種類とインタビューについて理解する。	定量的調査、定性的調査
9	コミュニケーションデザインのワークショップ	ユーザー調査、フィールドワークについて理解する。	フィールドワーク
10	コミュニケーションデザインのワークショップ	調査結果の視覚化とコンセプトについて理解する。	コンセプト
11	サービスデザインのワークショップ	情報収集とテーマの設定。	サービスデザイン
12	サービスデザインのワークショップ	発想 (ヒト、モノ) について理解する。	ペルソナ、シナリオ
13	サービスデザインのワークショップ	視覚化 (ユーザー体験、もの) について理解する。	ユーザー体験
14	サービスデザインのワークショップ	サービスデザインとしてのコンセプトについて理解する。	
15	コミュニケーションについて発表	授業で考えてきたことを通してコミュニケーションを理解する。	コミュニケーション
16	コミュニケーションについて発表	授業で考えてきたことを通してコミュニケーションを理解する。	コミュニケーション

マーケティング I 講義概要(シラバス)

【授業内容、目的】
【内容】 情報に慣れることに重きを置き、徹底的に情報に慣れることから始める。伝統的なマーケティング手法 (STPや4Cの設定、SWOTや3C分析の手法など) はもちろん、デジタル・マーケティングやデータドリブン・マーケティングなど最新のマーケティングの潮流に沿った講義を展開する。講座のねらいとしては、基本的にはマーケット発想の視点を取り入れて成功確率を高めることを目指す。そのために、リアルなビジネス現場の最先端の知見を随所に取り入れ、時代の流れも加味した授業を展開する。 【目的】 情報を戦略的に考えるためのマーケティングを習得することを目的にしている。
【授業方針・評価方法】
【方針】 授業は、様々な角度の情報を検索、読み取り、分析を個人及びグループ演習を中心に徹底的に展開しながら、その内容を補完する形で、基礎知識を学習する座学との組み合わせで進める。情報で考える事が、習慣になるように徹底した演習を行う。 【評価方法】 評価の割合は出席率30%、授業貢献度30%、提出物 40%
【この授業で狙える資格、検定試験】
公益社団法人日本マーケティング協会：内閣府認定「マーケティング検定」2級、3級
【使用テキスト・教材、参考文献】
コミュニケーション、マーケティング、プレゼンテーションの3要素についてのオリジナル教科書と、パワーポイントベースのテキストで授業を進める。最低限度のマーケティングの基礎情報には事前に目を通すことを推奨する。[参考文献]MBAマーケティング(グロービス経営大学院)
【学生へのメッセージ】
「マーケティング」という言葉をどこかで聞いた人は、多いでしょう。ただ、中には、「マーケティング」は、「営業」だと考えている人、「広告」だと考えている人も多いはず。「マーケティング」は、日本語で簡単に言い換えると「売れる仕組み」ということであり、営業や広告とは違います。このことを理解できていない人がまだまだ多く、この「マーケティング」の知識やスキルを持った人も少ない状況です。商品・サービスが「売れる」ようになるためには、自分の「思い付き」や「勘」だけでは、無駄なことが多かったり、十分な利益を得ることが難しいのも今の時代です。顧客のニーズを知り、ニーズを満たす商品を開発し、顧客がその商品の存在を知り、特徴を理解し、手に入る場所に商品が置かれ、入手できる適切な価格で提供できることは最強です。この授業では、毎回、いろいろな形で情報に触れていく訓練をします。授業一つ一つをしっかりと自分のものにしていきましょう。

マーケティング I 授業運営表

	授業課題 (テーマ)	学習目標	キーワード
1	オリエンテーション	マーケティングの授業の全体像とマーケティングの重要性について理解する。	市場
2	マーケティングとは	ATL (市場環境分析) について理解する。	データドリブン経営
3	データ収集と分析	戦略に必要なデータについて理解する。	オープンデータ
4	事例研究	マーケット活用した事例を通してマーケティングについて理解する。	マーケティング
5	市場環境分析	ATL (市場環境分析) について理解する。	ATL (市場環境分析) PEST 5フォース
6	市場環境分析	ATL (市場環境分析) について理解する。	ATL (市場環境分析) PEST 5フォース
7	SWOT分析	SWOT分析、クロスSWOT分析について理解する。	SWOT分析
8	STP	STPについて理解する。	ターゲティング、 ポジショニング
9	STP	STPについて理解する。	ターゲティング、 ポジショニング
10	自分自身について	自分自身を売り込むための戦略を通してマーケティングを理解する。	マーケティング
11	マーケティングミックス	マーケティングミックスについて理解する。	マーケティングミックス
12	マーケティングミックス	マーケティングミックスについて理解する。	マーケティングミックス
13	ブランディング	ブランディングについて理解する。	ブランディング
14	コミュニケーション	マーケティングにおけるコミュニケーションについて理解する。	コミュニケーション
15	リーンキャンパス	リーンキャンパスについて理解する。	リーンキャンパス
16	リーンキャンパス	リーンキャンパスについて理解する。	リーンキャンパス

プレゼンテーション I 講義概要(シラバス)

【授業内容、目的】
【内容】 説明や熱い想いだけでなく、プレゼンテーションの中に組み込むべき要素を体系的に明らかにしながら、「言いたいことがわからない」といった考え方を整理する方法とともに、それぞれの発表を通して、プレゼンターと受け手両方の立場からの気づきを共有しながら俯瞰的に捉える機会を提供する。 【目的】 プレゼンテーションを伝えた相手の心を動かし、行動を起こさせるための重要な要素をテーマ別に分け、グループディスカッション、課題、実践を通して、プレゼンテーションを理解し、基本的な考え方と、方法を習得することを目的にしている。
【授業方針・評価方法】
【方針】 授業は、提示した課題に対する個人及びグループ演習を中心に展開しながら、その内容を補完する形で、基礎知識を学習する座学との組み合わせで進める。課題に対して、自分(たち)で考え、伝えるために、資料を作り、発表することを徹底敵に演習を行う。 【評価方法】 評価の割合は出席率30%、授業貢献度30%、提出物 40%
【この授業で狙える資格、検定試験】
一般社団法人プレゼンテーション検定協会：プレゼンテーション検定 準2級、2級
【使用テキスト・教材、参考文献】
コミュニケーション、マーケティング、プレゼンテーションの3要素についてのオリジナル教科書と、パワーポイントベースのテキストで授業は進める。[参考文献]ビジネスは30秒で話せ!(すばる舎),弁論術(岩波文庫)
【学生へのメッセージ】
皆さんは、生まれてから何度もいろんなところでプレゼンテーションを行ってきています。ビジネスシーンだけでなく、実生活においても、自分の望んでいることや計画していること、提案を伝えるなどプレゼンテーションの機会は本当に多かったと思います。ちゃんと、相手に伝わってましたか?友達の中には、とてもわかりやすく話をする人がいますね。自分との違いは何でしょう。授業では、そんな身近なコミュニケーションの方法からさらに、ビジネスでのプレゼンテーションは、単に、“伝える”だけではなく、人の心を動かし、行動を誘う目的となるプレゼンテーションまで、聞き手にプレゼントするという考えのもとで展開します。あなたは、相手にプレゼントする気持ちでプレゼンしていますか?自分の言いたいことを言い放っていませんか?そんな気付きとともに、皆さんにしっかりスキルを身に付けてもらうために、この授業では、毎回、自分でプレゼンテーションを作ります。アルバイトで忙しいかもしれませんが、しっかり考えて工夫を重ねていきましょう。授業についてくれば、確実に力となります。自分を信じて頑張りましょう。

プレゼンテーション I 授業運営表

	授業課題 (テーマ)	学習目標	キーワード
1	オリエンテーション	プレゼンテーション授業の全体像とプレゼンテーションの重要性について理解する。	伝える、話す
2	自己紹介 プレゼンテーション	自分で自分をプレゼンテーションする。 プレゼンの簡単な要素を理解する。	聞き手目線、 価値を伝える
3	思考法	思考法について理解する。思考法の使い方を理解する。	思考法 論点思考
4	思考法	思考法について理解する。思考法の使い方を理解する。	論理的思考
5	思考法	思考法について理解する。思考法の使い方を理解する。	ウェビングマップ
6	思考法	思考法について理解する。思考法の使い方を理解する。	シンキングツール 整理 分析
7	プレゼンテーションの方法 (伝える手段)	プレゼンテーションの方法について理解する。	エトス、パトス、ロゴス
8	プレゼンテーションの方法 (伝える手段)	相手が理解しやすい伝え方について理解する。	受け手の思考プロセス
9	プレゼンテーションの方法 (伝える手段)	プレゼンテーションの方法について理解する。	キャッチコピー
10	プレゼンテーションの方法 (伝える手段)	プレゼンテーションの方法について理解する。	ストーリー
11	パワーポイント	パワーポイントの使い方を理解する。	パワーポイント
12	パワーポイント	パワーポイントを使ったプレゼンを理解する。	パワーポイント
13	パワーポイント	パワーポイントを使ったプレゼンを理解する。	パワーポイント
14	自己紹介プレゼン作成	自分が表現したことについて、他者にとってどう映るかを確認してプレゼンの気づきを得る。	強みと印象
15	自己紹介プレゼン発表	自分が表現したことについて、他者にとってどう映るかを確認してプレゼンの気づきを得る。	気づき
16	授業についてまとめ	授業について振り返り。	気づき

インターンシップ/コミュニケーションⅡ 講義概要(シラバス)

【授業内容、目的】
【内容】 1年次に習得したコミュニケーションについて、信頼構築のコミュニケーションや、組織・チームで必要な、コミュニケーション力「リーダーシップ」「チームワーク」「合意形成(ワークショップ、ファシリテーション)」などについてインターンシップを通じて習得する。 【目的】 人を理解し、人を動かすためのコミュニケーション能力について、人としての基礎から、組織・チームで重要となるスキルを実社会に近いインターンシップの場を通じて習得することを目的にしている。
【授業方針・評価方法】
【方針】 授業は、1年次で習得したコミュニケーションの内容を活用しながら、実社会でのインターンシップの課題に対して個人及びグループ演習の組み合わせで進める。 【評価方法】 評価の割合は出席率30%、授業貢献度30%、提出物 40%で評価する。
【この授業で狙える資格、検定試験】
コミュニケーション能力認定委員会：コミュニケーション検定初級、上級
【他科目・他クラスとの関連可能要素】
1年次で習得したビジネス基礎(マーケティング、プレゼンテーション、コミュニケーション)とIT基礎(パソコン実習)と併せて、情報デザインのアプローチで行うインターンシップを通じて、社会実践する統合的な学習を行う。
【使用テキスト・教材、参考文献】
コミュニケーション、マーケティング、プレゼンテーションの3要素についてのオリジナル教科書と、パワーポイントベースのテキストで授業を進める。[参考文献]情報デザインの教室(丸善出版)、情報デザインのワークショップ(丸善出版)
【学生へのメッセージ】
実社会の課題を使った学びは、自分にとって、重要な経験です。この与えられた環境を自分のために大いに使い、そこから数多くの学びと体験を作るのも自分自身です。この貴重な時間を、恥ずかしがらずに、将来の自分自身のために体当たりで臨みましょう。ここは学校です。失敗は当たり前。積極的な取り組みをしないと減点です。自分のために、たくさん考え、仲間と話し、実践し、新しい時代の学び方をしっかり身につけましょう。また、クラスメイトは、そんな他のクラスメイトを受け入れ応援しましょう。妥協することなく、チームとしてのレベルを上げるために一人一人が考え総合力を作ることが重要です。できる人は、サポート側に回るなど、どんどん高いコミュニケーションスキルを身につけていきましょう。

インターンシップ/コミュニケーションⅡ 授業運営表

	授業課題(テーマ)	学習目標	キーワード
1	オリエンテーション	インターンシップの取り組み方とその目的について理解する。	インターンシップ ポートフォリオ
2	事前調査	課題解決のための調査を選び役割分担内容について理解し、調査ができる。	統計調査
3	事業者による説明	事業者による説明をよく聞き、情報を整理する。	思考法
4	市場調査	具体的な市場調査について調査を行う。	フィールドワーク
5	市場調査	具体的な市場調査について調査を行う。	フィールドワーク
6	市場分析	具体的な市場調査について分析を行う。	思考法 マーケティング
7	市場分析	具体的な市場調査について分析を行う。	思考法 マーケティング
8	企画検討	市場分析を行った結果を企画にする。	マーケティングミックス
9	企画検討	市場分析を行った結果を企画にする。	マーケティングミックス
10	インターンシップ先企画プレゼン	企画した内容をインターンシップ先にプレゼンをし、改善点などの整理を行う。	
11	企画再検討	企画の見直しなどを行う。	
12	コンテンツ制作	売り出すためのコンテンツを作る。	
13	発表会準備	発表会のための準備を行う。	プレゼンテーション
14	モニタリングまとめ	モニタリングの結果をまとめて分析を行う。	マーケティングミックス
15	発表会	企画した内容についてプレゼンを行い、評価を得て気づきを得る。また、他の発表からも気づきを得る。	
16	ポートフォリオ作成	授業全体を振り返り、課題解決に向けて考え、まとめてポートフォリオを完成させる。	

インターンシップ/マーケティングⅡ 講義概要(シラバス)

【授業内容、目的】
【内容】 1年次で習得したマーケティングについて、実社会に近いインターンシップの場での実践を通じて習得する。 【目的】 情報を戦略的に考えるためのマーケティングを実社会でどう使っていくかを体験し、その使い方を習得することを目的にしている。
【授業方針・評価方法】
【方針】 授業は、1年次で習得したマーケティングの内容を活用しながら、実社会でのインターンシップでの内容に対する個人及びグループ演習の組み合わせで進める。 【評価方法】 評価の割合は出席率30%、授業貢献度30%、提出物 40%で評価する。
【この授業で狙える資格、検定試験】
公益社団法人日本マーケティング協会：内閣府認定「マーケティング検定」2級、3級
【他科目・他クラスとの関連可能要素】
1年次におけるビジネス基礎の（マーケティング、プレゼンテーション、コミュニケーション）とIT基礎（パソコン実習）と併せて、情報デザインのアプローチで行うインターンシップを通じて、社会実践する統合的な学習を行う。
【使用テキスト・教材、参考文献】
コミュニケーション、マーケティング、プレゼンテーションの3要素についてのオリジナル教科書と、パワーポイントベースのテキストで授業を進める。最低限度のマーケティングの基礎情報には事前に目を通すことを推奨する。[参考文献]MBAマーケティング（グロービス経営大学院）
【学生へのメッセージ】
実際の社会を使って、情報に慣れることは、いろいろな形で応用できます。数字やグラフ、表は苦手といった学生は数多くいます。授業を通じて、訓練することで、どんな分野でも大事なことです。自分のために、たくさん考え、仲間と話し、教え合って、実践し、新しい時代の学び方をしっかり身につけましょう。マーケティングは慣れです。この手法を使い続けることにより、癖を作っていきます。マーケティング手法を意識することなく使ってしまうようになりましょう。

インターンシップ/マーケティングⅡ 授業運営表

	授業課題(テーマ)	学習目標	キーワード
1	課題の理解 チームビルド	各地域のインターンシップの内容について理解する。	チームビルド ルール
2	事前調査	課題解決のための調査を選び役割分担内容について理解し、調査ができる。	情報整理
3	市場調査準備	具体的な市場調査について内容を決め、その準備を行う。	定量的調査 定性的調査
4	市場調査	具体的な市場調査について調査を行う。	フィールドワーク
5	市場調査	具体的な市場調査について調査を行う。	フィールドワーク
6	市場分析	具体的な市場調査について分析を行う。	ペルソナ マーケティング
7	市場分析	具体的な市場調査について分析を行う。	ペルソナ マーケティング
8	企画検討	市場分析を行った結果を企画にする。	マーケティングミックス
9	企画検討	市場分析を行った結果を企画にする。	マーケティングミックス
10	PBL先企画プレゼン	企画した内容をインターンシップ先にプレゼンをし、改善点などの整理を行う。	
11	企画再検討	企画再検討	
12	コンテンツ制作	売り出すためのコンテンツを作る。	
13	発表会準備	発表会のための準備を行う。	プレゼンテーション
14	発表会準備	モニタリングの結果をまとめて分析を行う。	マーケティングミックス
15	発表会	企画した内容についてプレゼンを行い、評価を得て気づきを得る。また、他の発表からも気づきを得る。	
16	ポートフォリオ作成	授業全体を振り返り、課題解決に向けて考え、まとめてポートフォリオを完成させる。	

インターンシップ/プレゼンテーションⅡ 講義概要(シラバス)

【授業内容、目的】
【内容】 1年次で習得したプレゼンテーションについて、実社会に近いインターンシップの場での実践を通じて習得する。
【目的】 実社会でのプレゼンテーションの機会を通じて、伝えた相手の心を動かし、行動を起こさせることができているかそのために必要なことは何かを体感し、習得することを目的にしている。
【授業方針・評価方法】
【方針】 授業は、1年次で習得したプレゼンテーションの内容を活用しながら、実社会の課題解決検討を個人及びグループ演習の組み合わせで進める。
【評価方法】 評価の割合は出席率30%、授業貢献度30%、提出物 40%で評価する。
【この授業で狙える資格、検定試験】
一般社団法人プレゼンテーション検定協会：プレゼンテーション検定 準2級、2級
【他科目・他クラスとの関連可能要素】
1年次におけるビジネス基礎（マーケティング、プレゼンテーション、コミュニケーション）とIT基礎（パソコン実習）と併せて、情報デザインのアプローチで行うインターンシップを通じて、社会実践する統合的な学習を行う。
【使用テキスト・教材、参考文献】
コミュニケーション、マーケティング、プレゼンテーションの3要素についてのオリジナル教科書と、パワーポイントベースのテキストで授業を進める。[参考文献]ビジネスは30秒で話せ！（すばる舎）、弁論術(岩波文庫)
【学生へのメッセージ】
実社会の課題を使った学びは、しっかり考えていかないとどこにでもある解答になってしまいます。誰でも考えられることを聞きたいと思う人はあまりいません。プレゼンテーションの目的は、自分達の考えを伝えることです。恥ずかしがることは全く必要ありません。恥ずかしがっているあなたは、聞いている人に対して失礼です。将来の自分自身のために体当たりで臨みましょう。ここは学校です。失敗は当たり前。積極的な取り組みをしないと減点です。自分のために、たくさん考え、仲間と話し、実践し、新しい時代の学び方をしっかり身につけましょう。人と話をする。人に何かを伝えるためには、まず話す内容がなくてはなりません。その話す内容が整理されていないと伝わりません。その手法を1年次に思考法という形で学びました。常に考える力をしっかり活かして、説得力の高いプレゼンテーションを実践しましょう。しっかり考えることで自分の中で確かなものとして身につけていきましょう。

インターンシップ/プレゼンテーションⅡ 授業運営表

	授業課題 (テーマ)	学習目標	キーワード
1	事前調査計画	チームにおける事前調査計画を立て、役割分担を行う。	ワークショップ 話し合いのルール 役割
2	仮説設定	調査内容を把握し、仮説を立てることができる。	思考法
3	市場調査準備	具体的な市場調査について内容を決め、その準備を行う。	定量的調査 定性的調査
4	市場調査	具体的な市場調査について調査を行う。	フィールドワーク
5	市場調査	具体的な市場調査について調査を行う。	フィールドワーク
6	市場分析	具体的な市場調査について分析を行う。	思考法
7	市場分析	具体的な市場調査について分析を行う。	思考法
8	企画検討	市場分析を行った結果を企画にする。	マーケティングミックス
9	企画検討	市場分析を行った結果を企画にする。	マーケティングミックス
10	PBL先企画プレゼン	企画した内容をインターンシップ先にプレゼンをし、改善点などの整理を行う。	思考法
11	コンテンツ制作	売り出すためのコンテンツを作る。	
12	コンテンツ制作	売り出すためのコンテンツを作る。	
13	発表会準備	発表会のための準備を行う。	プレゼンテーション
14	発表会準備	発表会のための準備を行う。	プレゼンテーション
15	発表会振り返り	発表会の振り返りを行う。	
16	ポートフォリオ作成	授業全体を振り返り、課題解決に向けて考え、まとめてポートフォリオを完成させる。	

本書は、文部科学省の委託事業として、学校法人エール学園が実施した令和6年度「専修学校による地域産業中核的人材養成事業」で作成したものです。