

北海道観光の成長に向けて ～観光人材不足に対して、 まずは学生に興味を持ってもらおう！～



田中 洋一郎 (たなか よういちろう)

札幌国際大学 観光学部 観光ビジネス学科 学科長・教授

1961年、札幌市出身、東北学院大学（仙台市）卒業後、金融機関を経て、旅行業大手のJTBでクルーズ船観光や、海外旅行のチャーター便企画に関わる、2022年から現職、専門は観光・MICE

はじめに

着任して驚きました！なんと観光学部にも関わらず観光産業への就職実績が想像以上に低いのです。

旅行会社・観光産業は花形（就職人気ランキング上位は旅行会社でした！？）だと信じている昭和世代からすると衝撃的な事実であり、学生にとって観光業界は魅力ないのか？という事実を突きつけられました。

そこで学生たちに観光に興味を持ってもらうための試行錯誤をご紹介します。

1 今さらですが、旅行会社のやりがいって？

新卒で入行した地場の金融機関にお世話になり5年目を迎えたころ、全く畑違いの世界に飛び込みました、バブルな平成元年のことです。

配属先は一般団体営業で、もちろん引継も無く、見よう見まねで新規の飛び込み営業をしながら、あちこち添乗にも海外にも行かせてもらい、そのうち先輩の異動のタイミングで大口顧客の引継ももらい、それなりに旅行会社の「やりがい」を味わっていました。

目安としている5年が経ったころ、自身の足で稼ぐには限界がある、企画でもっと大きく効率良く稼げないか？と考えるようになりました。

たまたま参加した全社の社内研修で、他県の成功事例（B to B to Cのいわゆる優待旅行です）を得る機会があり、それなら自身のオーガナイザーにも真似できるのでは？と考え、自分の代わりにオーガナイザーの販売店さんに情報発信してもらう仕組みを作り、これが大ヒットしましてシンガポール30名×50本／（年間）を発団し、年間1,500名くらいの送客実績が上がって営業担当の醍醐味も味わいました。

最初にお世話になったY社の社長には、今でも足を向けて寝ることはできません、感謝の一言です。

金融機関で毎日毎週毎月のルーティーンをこなし、雨降って傘貸さないといわれるように、お客様から感謝されることがまず少ない仕事から、ダイレクトにお客様の笑顔に接し、感謝される仕事ができることは間違いなく幸いです。他業界を経験しなければ分からないことかもしれませんが。

2 集客ビジネスとインバウンドとの出会い

旅行会社の従来の成績評価は発地ベースが基本でしたが、時代の節目になったのが2001年函館出身ロックバンドの東京・福岡・札幌20万人ライブです。

ちょうど石狩で毎年行われる野外夏フェスがスタートした直後で、当時の部下に音楽イベンターに明るい社員がいたのがキッカケです。

まだその当時は、北海道以外のパートナーとビジネスすることも初でしたし、リスクを取って競合を排除し、独占的な商品を販売するスタイル、つまりここである20万人ライブに協賛金を支払う代わりに、集客をコミットするという別なリスクも同時に抱えるものでしたが、現場でリアルに人を動かす、人流を作る、そして結果を出し続けるという、自身の営業スタイルへの転換点だったと思います。

実績を出し続けることができた秘訣？いろいろな要素がありますが、他地域での成功事例を焼き直して北海道的にアレンジして成功してきた気がします。逆に時代の先を行き過ぎていたものは成功しなかったのか？と思っています。

3 部下の育成⇒学生指導へ

～数々のコンテンツの成功と失敗～

このころから組織運営職としての役割が増え、プレイヤーでなくなるのは残念でしたが、おかげさまで尖った部下を複数預けてもらったことも当時の上司に感謝です。とにかく面白い案件を随分持って来てくれましたし、今でも続いているロングセラー商品がたくさんあります。

いろんなエピソードがありますので、ぜひ紹介したいのですが次の機会にさせていただきます。

尖った部下たちはヒト・モノ・カネ、いろんなリスクも一緒に持って来ますが、やりたいという案件はとにかく自由にやらせましたのでその尻拭いにも奔走しました。

その尻拭い～赤字になるツアーも多数ありましたし、いわゆるお客様からのシグナル対応は徹底的にやりましたので、お客様へ謝るスキルは磨かれました。

その結果として部下との信頼関係が構築できたと思っています。

当時の部下は本当の仲間だと思っていますし、現在もみんな全国のいろんな部署で活躍してくれていても、今でも付き合いをしてくれており感謝と共に誇りです。

学生にもこの信頼関係を作るというスタンスで同じように接していることが良い結果に繋がっています。

4 観光の魅力って？＝旅行は楽しい！

～でも、褒められたくない？目立ちたくない？～

さて大分前置きが長くなりましたが、現在は未来の観光人材の育成＝学生の成長支援に邁進（まいしん）しております。

そもそもセカンドキャリアとして本学に着任して驚いたのが、観光学部にも関わらずなんと観光産業への就職実績が想像以上に低いのです。

旅行会社・観光産業は花形（就職人気ランキング上位は旅行会社でした！？）だと信じている昭和世代からすると衝撃的な事実であり、おのずと観光学部は学生募集にも苦慮しておりました。

そんな折、学長から学生にもっと「観光の魅力」を伝えられないのか？と宿題をもらい、それで良いのであれば、これまで培ってきた集客ビジネスの経験が活かせるのではないかと思い、旅行の楽しさ、観光の楽しさを前面に押し出すことにしました。

キャッチコピーも「「観光学部」の魅力って？ワクワクを伝える！を学ぶよ」に変更し、間口を広く持ち学生の量を拡大し、そして出口の実績を作って、質を上げて行く計画です。

これでは就職予備校と揶揄（やゆ）されるかもしれませんが、いずれは高度な観光人材の輩出を目指したいですが、今はまず観光に興味を持つ学生を増やし、現場でのやりがいを感じてもらい、チャレンジする学生を増やすことが学生の実態に即しています。

ちなみに今の学生たちに「手柄を立てる」「野心を持つ」ための話をしてもついて来ませんし、そもそも「人前で褒められ」たり「目立つこと」に抵抗があり「周りから浮くこと」を恐れています。そんな世代に「や

りがい」や「お客様を笑顔に！」もどこまで通じるのか不安です。

とさじを投げて問題も解決しませんので、とにかく褒めることから始めました。先生からも周囲からも、褒められたことや感謝されたことが少ない世代では？と思い、承認欲求を刺激するところから始めています。

5 ぶどう収穫★ボランティアツアー

まずは今いる学生に「観光の魅力」「旅の楽しさ」を伝えていこうと、そのためには講義だけではダメでより実践の機会をたくさん作ってあげたい！と思っていましたが、そもそもコロナ禍により中学高校でも旅行の楽しさを経験できてないという致命的なハンディキャップがあります。

もう一つ気になるのは、幼少期から旅行観光に慣れ親しんだことが少ない学生が多いことでした。

そう思っていたところに声を掛けてもらったのが「コープトラベル」さんで、実践的な観光人材の育成を目的に包括連携協定を締結しました。

メインはバスツアー案件で、バスツアーというとシニア中心になりがちですが、若い人も参加するバスツアーを作りたい？なぜならばぶどう収穫作業がメインのボランティアバスツアーだからだそうです。

最初は「ボランティア作業」をしてもらうのに「旅行代金が有料」？って、ホントに集客できるの？と思いつつ、またこれは私の育った「営業収入が最優先」の環境からは到底受け入れられない発想で、組合員さ

んがいて成り立つツアーものなのか？と羨ましく思いつつながらスタートしました。

また「学生がバスツアーの企画なんてできるの？」と半信半疑のままグループワークしたところ、意外と面白い企画が出てきました！

通常の聞くだけの講義では十分にレスポンスもできない子たちが、こういうことはできるのか？と新しい発見もあり、さらにコープさんのご支援の下、実際に商品化＝パンフレットも作成し募集し、最少催行人数をクリアしツアー実施に至りました！

さらに本番のツアーも、朝起きられるのか？挨拶できるのか？などなど普段の学生達の学校生活を見ている限りの心配事は尽きませんが、まずは「お客様に楽しんでいただく！」をスローガンに、バス車内の企画やレクを準備し手作りツアーを実践しました。

いろんな心配をよそに道中の雰囲気も上々で、参加いただいたお客様も組合員さんというフィルターが掛かっていることもありますが、シニアのお客様も普段学生と話すことが少ないそうで、それ自体も「旅の楽しみ」という声もいただきました。

まずはお客様に楽しんでもらう！という原点に立ち返ることができたことは私にも副産物でしたし、ボランティア作業の本丸のぶどう収穫は本格的に行ってもらいましたが、「大変だったけど来年も参加したい！」という声も聞かれアンケート結果も上々でした。

さらに今回収穫したぶどうが来年のツアーでワインになって試飲ができる？こんな付加価値が付けば！ビ



仁木ヒルズ



こんなおいしそうなブドウが

ビジネスになるかも？と予感させる、これがぶどう収穫ツアーの完成形？ビジネス形？かなあと、ようやくちょっと手応えを感じたところです。

旅行観光に慣れ親しんでいない学生にとっても百聞は一見に如かずで、とにかく現場へ出る機会が増えたことは有難かったですし、もちろんお客様からも感謝の言葉をいただき、相当な成功体験を得ることができたはずで、自信に繋がり少し自己肯定感も上がっていると信じています。

ぶどう収穫★ボランティアツアー活動の詳細：URL

https://coopcycle.sapporo.coop/media/teaching/teaching_4947/

6 コンテスト出場からツーリズムアワードと就活

さてここまで学生にいろんな体験を積み重ねてきましたが、それを就活等のアウトプットに活用できるのかという段階です。

そのためこの取り組みをベースに観光ビジネスアイデアコンテストにも出場しました！

幸いビジネスアイデアを指導できる教員はそれほどいないのか、他チームのプレゼンを聞きながらこれはトップを取れると思いました。

ツーリズムEXPOジャパン2024「ツーリズムアワード」入賞もいただきました（この時いただいた講評は私自身にも「そういう解釈があるのか？」と、大変役立ちました）。

学生の方は自身の活動内容を人に伝える？という作業に苦慮していました。

自分たちの取り組みをブレイクダウンし、どこが凄いのか？アピールポイントを整理し、それをどう伝えるか？まあまあ仕上がるまで時間が掛かりました。

アウトプットについて日本人はこれが苦手とされていますし、当然日本の学校教育ではインプットが中心です。しかしながら観光業界としてアウトプットのスキルが一番必要ですから、この質を上げるためにコンテスト出場が一番効果的だったと思っています。

結果としてとにかくまず、旅行会社を目指す学生が増え始め、少しずつ結果も出始めました。

とはいえ学生達が「お祈りメール」と呼んでいる不

合格通知をもらおうと相当ダメージを受けます。これまでの歩みを全否定されているかのように苛まれる^{さいな}ようで、ですので1社から内定をもらえると就活を終了する学生もたくさんいます。

そんななか田中ゼミの学生は、十分なガクチカエピソードを武器に、最後まで高みを目指して諦めないチャレンジをしてくれました。

この段階になると寄り添うことしか特にできませんでしたが、旅行大手J社からの内定通知をもらえたときは一緒に泣きました（笑）。

ツーリズムアワード：URL

<https://www.t-expo.jp/biz/program/award>



ツーリズムEXPOジャパン2024「ツーリズムアワード」

7 まとめ

～いつかは自分に返ってくるもの～

将来がまだ漠然として定まって無く、しかも褒められることに抵抗のある学生たちに、たくさんの実践経験やコンテスト出場の機会を用意し、褒め続け、自信を持たせひとつ上を目指してチャレンジさせています。

インプット中心の学習が苦手なお子さん、反抗期でお困りのお子さんをお持ちの保護者の皆さん、面倒見よく指導していきますのでお気軽にご相談ください。

そしてそんな若いエネルギーに期待を寄せていただける皆さん＝ぜひいろんな実践経験のチャンスをいただきたく思っております。どうかお声掛けをお待ちいたしております。