

観光ビジネス学科学修成果報告（2019年度）

STUDENTS' LEARNING OUTCOMES IN THE DEPARTMENT OF TOURISM BUSINESS (2019 REPORT)

佐藤 美輪 ・ 金井 典子 ・ 小形 美樹 ・ 成澤 広幸

Miwa SATOU, Noriko KANAI, Miki OGATA, Hiroyuki NARUSAWA

キーワード：学修成果 成長感 自己評価 定量分析 定性分析

Key words : learning outcomes, sense of progress, self-assessment,
quantitative analysis, qualitative analysis

要 旨

観光ビジネス学科2期生および3期生に対し、学修成果に関する自己認識を知るための調査を実施した。2期生については1年次終了時回答との比較調査を行った。定量データからは、成長の実感を1年次よりも高く感じていること、また学修成果の項目別では、実践力、生涯学習力の自己評価が増していたことが明らかになった。GPA値と自己評価得点の間には統計的な有意差はみられなかった。定性データからも、基礎力、人間関係力の記述割合が高く、「わかる」から「できる」へ認知レベルが向上している点も示された。本調査結果を学科カリキュラム編成や授業運営に有効活用するものとする。

1. はじめに

観光ビジネス学科はこの春、第2期生を世に送り出したばかりの、まだ若い学科である。ということは、学生の学びにまつわる行動について、ある程度安定的で予測可能なデータが蓄積途上であるということの意味する。その意味で、この調査が継続的に実施されることによって、学生の学修行動、学修意識、そして学修成果など、「学び」にかかわるデータが蓄積され、学びに対する意識傾向を把握する一助となるのではないかと考えられる。それはまた、日々の教育に生かされるとともに、カリキュラムの改定ということに反映されることになる。短期高等教育にふさわしいどのような日常的な教育が、どのようなカリキュラムが、学生に「ひびく」ものなのか、そのためにも継続して行われる本調査の意義は非常に大きいと言える。

2. 調査の概要

観光ビジネス学科の学修成果（到達目標）は、以下の通りである。この学修成果に基づきアンケート調査を実施した。

【基礎力】 広い視野を持ち、深い知識と技能を修得し、観光ビジネスの現場で実践的に使うことができる。

- ①総合的な判断力の基礎を養うことができる。
- ②多角的な視野から物事を思考し、本質を見極め、問題解決に取り組むことができる。

【実践力】 複雑化する現代社会において、豊かな教養を身につけ、職業人として多角的に物事を見つめることができる。

- ①基本的なビジネスマナーを身につけ観光ビジネスの現場で実践することができる。
- ②収集した情報を状況に応じて適切に判断し、活用することができる。

【人間関係力】 豊かなコミュニケーション能力を身に付け、職業人として自己の能力を発揮することができる。

①積極的かつ意図的にコミュニケーションを作り出すことができる。

②他者の考えや立場を理解し、自分の意見を述べることができる。

【生涯学習力】 継続してキャリアを積むことにより、さらなる業務遂行能力をはじめとする人間的成長かできる。

①生涯にわたって、課題を発見し、解決する力を身につけることができる。

②時代の変化に応じ、生涯を通じて自分のキャリアを形成していくことができる。

【地域理解力】 職業人として地域社会の活性化に貢献することができる。

①職業や勤労に対する理解を深め、地域で意欲的に働くことができる。

②地域での活動に積極的に参加し、役割に即した活動の成果をあげることができる。

③東北地方の歴史、文化、社会、経済、観光資源について理解し、地域社会に貢献することができる。

(注) 太字は定性的データを分析する際にカテゴリとしたキーワードである。(3.2 定性データの検証)

2.1 調査の目的

本調査の目的は以下の3点である。

1. 観光ビジネス学科2期生の学修成果に対する自己評価を把握する。
2. GPA評価を客観的達成評価と捉え、自己評価との相関関係を探る。
3. 自由記述から2期生と3期生が自己認識した学修成果の具体的内容とその評価を把握する。

2.2 調査の方法

本調査は本学研究倫理審査委員会の承認を得たものである。2019年1月に観光ビジネス学科2期生と3期生に学修成果に関するアンケート調査を実施した。質問紙は、2018年度と同様のものを使用した¹⁾。質問項目は、観光ビジネス学科の学修

成果11項目について4件法による自己達成度評価（1：全くそう思わないー4：強く思う）、自己成長の認識4件法、成長のきっかけの順位づけ、学修成果・自己成長についての定型自由記述、入学時の進路目標（選択）で構成した（資料）。各学年とも、学生は必修科目の最終時間に、教員からアンケートの主旨、倫理的配慮、回答の任意性の説明を受け、オンラインにより回答を提出した。回答の提出をもって研究参加の同意とみなすこととした。回答数は、2期生は在籍者44名中の34名（回収率77.3%）、3期生は在籍者53名中の49名（回収率92.5%）であった。2期生の回答のうち、1年修了時にも回答した対応のあるサンプル数は29である。

分析には、SPSS STATISTICS 25、エクセル統計およびMAXQDA2018を使用した。

3. 調査結果と考察

3.1 定量データの検証

前述の調査の目的に沿い、分析の結果を順に記す。学修成果11項目は5つの力「基礎力」「実践力」「人間関係力」「生涯学習力」に属しているがその関係は表1の通りである。以降、11項目は基

礎力①～生涯学習力③と記す。質問紙は学修者側への問いかけであるため、学修成果の語尾を一部変更し、質問項目とした。

3.1.1 学修成果11項目の自己評価分布

学修成果11項目の自己評価から回答4および3の合計結果を表2に示す。2年次に、80%を超える高い結果が示された項目は、人間関係力①82.8%、人間関係力②89.7%、生涯学習力②82.8%であった。特に、人間関係力①②については、1年次2年次ともに高い数値であり、他者とのコミュニケーションについての自己評価は高い傾向である。

1年次と2年次の経年変化から、実践力②と生涯学習力②は10%以上増加している一方、地域理解力③は10%以上の減少が見られる。増加項目である情報判断や活用方法、キャリア形成は2年次に多くの時間を費やした就職活動が一因となり、自信に繋がったことが考えられる。一方、減少項目からは、授業を通し東北地方の知識は得たものの、地域社会に貢献するまでには至っていないという認識が推測できる。

表1 学修成果11項目

基礎力	基礎力①	総合的な判断力の基礎を得ている。
	基礎力②	多角的な視野から物事を思考し、本質を見極め、問題解決に取り組むことができる。
実践力	実践力①	基本的なビジネスマナーを身に付け、観光ビジネスの現場で実践することができる。
	実践力②	収集した情報を状況に応じて適切に判断し、活用することができる。
人間関係力	人間関係力①	積極的かつ意図的にコミュニケーションを作り出すことができる。
	人間関係力②	他者の考えや立場を理解し、自分の意見を述べることができる。
生涯学習力	生涯学習力①	生涯にわたって、課題を発見し、解決する力を身に付けている。
	生涯学習力②	時代の変化に応じ、生涯を通じて自分のキャリアを形成していくことができる。
地域理解力	地域理解力①	職業や勤労に対する理解を深め、地域で意欲的に働くことができる。
	地域理解力②	地域での活動に積極的に参加し、役割に即した活動の成果をあげることができる。
	地域理解力③	東北地方の歴史、文化、社会、経済、観光資源について理解し、地域社会に貢献することができる。

表2 学修成果11項目の自己評価

	基礎力①			基礎力②			実践力①			実践力②			人間関係力①			人間関係力②		
	1年	2年		1年	2年		1年	2年		1年	2年		1年	2年		1年	2年	
4	13.8%	20.7%	↗	13.8%	13.8%	→	20.7%	31.0%	↗	17.2%	27.6%	↗	24.1%	24.1%	→	34.5%	20.7%	↘
3	55.2%	55.2%	→	62.1%	62.1%	→	48.3%	44.8%	↘	44.8%	51.7%	↗	55.2%	58.6%	↗	51.7%	69.0%	↗
計	69.0%	75.9%	↗	75.9%	75.9%	→	69.0%	75.9%	↗	62.1%	79.3%	↗	79.3%	82.8%	↗	86.2%	89.7%	↗

	生涯学習力①			生涯学習力②			地域理解力①			地域理解力②			地域理解力③		
	1年	2年		1年	2年		1年	2年		1年	2年		1年	2年	
4	13.8%	13.8%	→	24.1%	17.2%	↘	31.0%	37.9%	↗	10.3%	3.4%	↘	24.1%	24.1%	→
3	55.2%	51.7%	↘	48.3%	65.5%	↗	44.8%	41.4%	↘	44.8%	55.2%	↗	51.7%	41.4%	↘
計	69.0%	65.5%	↘	72.4%	82.8%	↗	75.9%	79.3%	↗	55.2%	58.6%	↗	75.9%	65.5%	↘

3.1.2 GPA 群別の自己評価の検定

2年修了時に回答した34名の累計 GPA 平均値は2.6である。上側4分の1が3.0、下側4分の1が2.5であることを確認し、34名を累計 GPA 上位群（3.00以上）、GPA 中位群（2.6以上から3.0未満）、GPA 下位群（2.6未満）の3群に分け、自己評価の得点を検定した。

学修成果11項目の4件評価を合計した値を「総合得点」、各項目を大分類である「基礎力」「実践力」「人間関係力」「生涯学習力」へと合算し、各得点とした。記述統計を表3に示す。等分散性の検定の後、GPA 上位群、中位群、下位群の各平均値に差があるかを優位水準5%で検定した。その結果は、「総合得点」(F(2,31)=.28, p=.76)、「基礎力」(F(2,31)=.65, p=.53)、「実践力」(F(2,31)=.89, p=.42)、「人間関係力」(F(2,31)=.56, p=.58)、「生涯学習力」(F(2,31)=.54, p=.59)であり、いずれについても3群間での統計的な有意差は見られなかった。

分散分析の結果からは、調査の目的2.について、統計的な有意差は示されなかった。この結果は1期生の場合も同様であった。しかし、GPA 値の高低に関わらず、いずれの項目の自己評価にも60%以上の得点率があるということは、学生は、「自分が何らかの力を身に着けている」、「自分が何らかの力を活用することができる」という実感を持っているということの現れであり、GPA 値だけでは明らかにできない学修成果の側面を提示

しているといえるだろう。

一方、2018年度、2019年度の2回の実施から、質問項目の問題点も明らかとなった。例えば、地域理解力③では知識理解と実行力の両方の側面を問うており、学生にとっては回答の判断に迷うような質問項目であることがうかがえる。継続調査の際には、質問項目の見直しも検討課題としていくこととしたい。

表3 GPA 上位群、中位群、下位群 記述統計

		度数	平均	標準偏差
総合得点 (満点44)	GAP 上位	7	31.57	1.618
	GPA 中位	12	32.92	5.334
	GPA 下位	15	31.13	8.052
	合計	34	31.85	6.175
基礎力得点 (満点8)	GAP 上位	7	6.14	.900
	GPA 中位	12	5.75	1.138
	GPA 下位	15	5.47	1.552
	合計	34	5.71	1.292
実践力得点 (満点8)	GAP 上位	7	6.57	1.134
	GPA 中位	12	6.08	1.084
	GPA 下位	15	5.73	1.668
	合計	34	6.03	1.381

		度数	平均	標準偏差
人間関係力得点 (満点8)	GAP 上位	7	5.86	.378
	GPA 中位	12	6.33	.985
	GPA 下位	15	5.80	1.821
	合計	34	6.00	1.348
生涯学習力得点 (満点8)	GAP 上位	7	5.29	.756
	GPA 中位	12	5.92	1.165
	GPA 下位	15	5.60	1.549
	合計	34	5.65	1.276
地域理解力得点 (満点12)	GAP 上位	7	7.71	1.113
	GPA 中位	12	8.83	1.992
	GPA 下位	15	8.53	2.232
	合計	34	8.47	1.958

3.1.3 成長の実感ときっかけ

本学での短大生活を通じて成長できたと思うかという問いには、2年次では52%が強くそう思う、28%がそう思う、17%がそう思わない、3%が全くそう思わないと回答した（図1）。回答4（強くそう思う）および3（そう思う）の合計では、1年次69%に対し、2年次は80%と成長の実感に増加がみられた。また、2年次には回答4（強くそう思う）が1年次の2倍弱にまで増加し、卒業を迎えることができた。

さらに、成長のきっかけを比較した結果が図2である。「アルバイト」は1年次、2年次ともに突出して高く示された。1年次と2年次の明らかな相違点として、2年次では就職活動が高く示されたのに対し、「検定試験・資格取得のための学習」は大幅に減少している。これは、1年次は学生のモチベーションが高いとともに、資格取得に向け充実したカリキュラム編成であったのに対し、2年次は就職活動に多くの時間を費やさざるを得

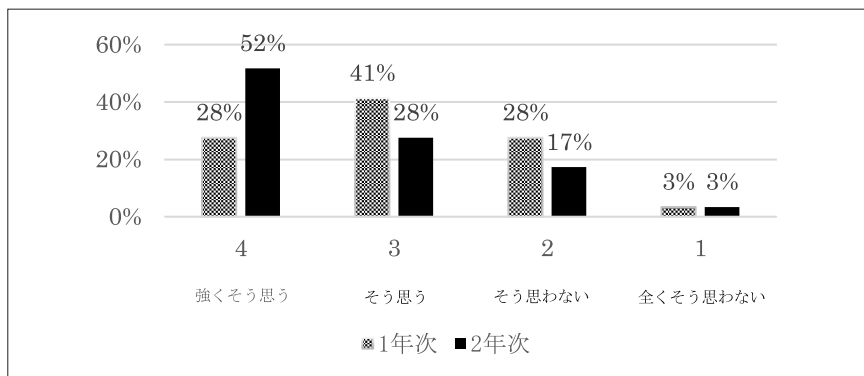


図1 成長の実感（得点率）比較 n = 29

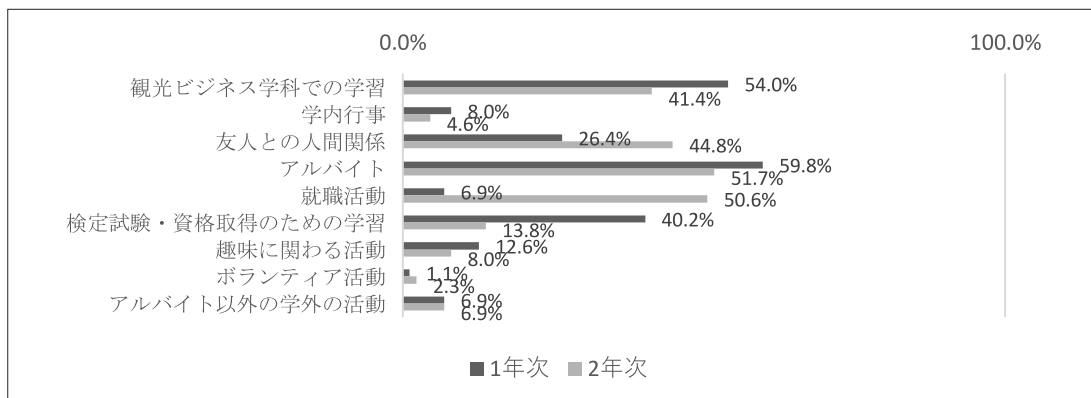


図2 成長のきっかけ（得点率）比較 n = 29

ないことから、当然の結果であろう。「観光ビジネス学科の学習」においては1年次より得点率は下がっているとはいえ、2年次も高い割合が示されていることから、ある程度学習を通して成長を実感していることも示された。

3.1.4 希望業種と決定業種の比較

入学時希望業種と卒業時決定業種の比較結果が図3である。

2期生は、入学時の希望は旅行代理店が33%と最も高いが、就職は0名である。この結果は1期生と同様で、旅行代理店は、他大学の学生からも人気の業種であり、就職試験を受験するものの、内定を勝ち取ることが難しいと考えられる。2期生の特徴としては、航空業界へ就職した割合が多い。航空業界を入学時から希望していた12%（4名）は全て希望どおり決定しており、他の業種を希望していた3名も含め21%（7名）が就職し、入学時希望者よりも上回っている。

さらに、入学時希望者はいなかったが、42%（14名）が一般企業に就職している。具体的な業種は、小売業界6名、金融業界1名、不動産業界2名、自動車業界2名、保険業界1名、コンサルティング業界1名、複合サービス業界1名である。1期生、2期生ともに観光に携わる業種を志望し観光ビジネス学科に入学してきたが、就職活動を

通し、一定の割合が観光以外の業種に就職している。これは、入学時に明確な将来のキャリアデザインが描かれていない学生が、2年間の学修を通して進路変更をしたと考えられ、納得のいく結果である。

3.2 定性データの検証

アンケートの14問では下記のとおり、短大における学修の成果を本人がどのように捉えているかを回答させた。設問は、「できる」、「理解できる（わかる）」、「興味・関心をもつ」の3段階のどのレベルに達したかを記号で入力したうえで、学修成果を感じたことについて言葉で回答するように設計している。

14. 以下の文章の「」に言葉を入れて、文章を完成させてください。【複数回答可】。
 答えの前には、(ア)～(ウ)の記号も入れてください。同じ記号の文章を何回使用しても構いません。複数答える時は、改行してください。

私はこれまでの短大生活で、
 「」

(ア)ができるようになったと感じている。
 (イ)が理解できるようになったと感じている。
 (ウ)に興味・関心をもつようになったと感じている。

本問については、2期生（2年修了時）から34件、3期生（1年修了時）から49件の回答を得た。しかし、2018年度のアンケート調査同様、記号の入力漏れや1つの回答に複数の言葉を入力してい

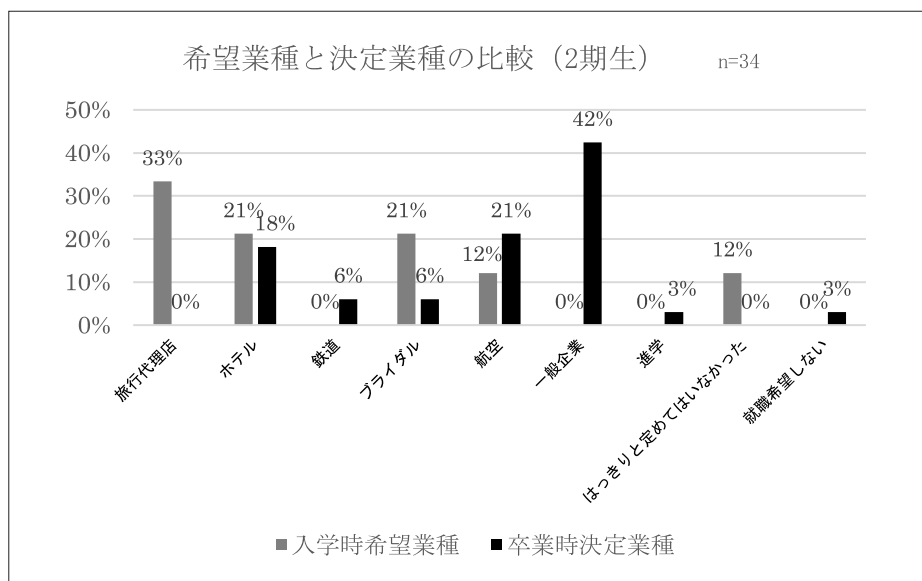


図3 希望業種と決定業種の比較 (2期生)

るものがあった。さらに、「人と関わるのが楽しいということ」という回答の記号が（ア）（「ができるようになったと感じている」）になっているなど、言葉と記号との整合性が取れていないものもあった。よって、不備のある回答については除外、1文に複数の言葉を記述したものは分割してカウントした。その結果、有効回答は2期生31件、3期生69件となった。

本節では、これらの自由記述を分析し、2期生と3期生が自己認識した学修成果の具体的内容とその評価について把握する。

3.2.1 分析方法

2018年度の1期生と2期生の分析方法に従い、5つの力「基礎力」「実践力」「人間関係力」「生涯学習力」「地域理解力」にある語彙をキーワードとしたカテゴリーに学生たちの記述をあてはめて分類した。2018年度の分析においては、手作業で学生の記述が観光ビジネス学科の学修成果（到達目標）を示す文章のどの言葉に該当するかを探して、カテゴリー（キーワード）を確定する必要があった。しかし、今回の分析では2018年度の分析でカテゴリーが確定したため、MAXQDA2018を使用してそのカテゴリーに学生たちの記述を割り付けていった。その後、さらに「わかる」「できる」「興味・関心を持つ」という段階に分類し、マトリックス図（表4、表5）を作成した。なお、2期生については、2018年度と2019年度の回答を比較するため、1年修了時と2年修了時の回答を併記した（表4）。

3.2.2 分析の結果

まず、2期生であるが、学修成果と認識した5つの力の構成割合の順位が入れ替わった。1年次は、割合の大きいものから「基礎力」（39.3%）、「地域理解力」（21.3%）、「実践力」（18.0%）、「人間関係力」（13.1%）、「生涯学習力」（6.6%）という順番であったが、2年次には、「基礎力」（45.2%）、「人間関係力」（25.8%）、「生涯学習力」（22.6%）、「実践力」（6.5%）と「地域理解力」

（なし）という順番となった。割合が高くなった「人間関係力」と「生涯学習力」については、「できる」レベルでの記述がみられ、前者では「自分の意見をわかりやすく伝える」「気配り」「大人の対応」、後者では「社会人としての行動」「努力の継続」「自分を見出すこと」などが挙げられていた。以上から、1年次より周囲の状況を把握した対応ができるようになり、将来的な展望も描けるようになった様子が窺われた。

さらに、「できる」「わかる」「興味・関心を持つ」という段階ごとの割合に着目してみると、1年次は、順に「興味・関心を持つ」（45.9%）、「できる」（32.8%）、「わかる」（21.3%）であったが、2年次は「できる」（48.4%）、「興味・関心を持つ」（35.5%）、「わかる」16.1%となった。2018年度の報告書でも述べたが、ビジネスの世界では、「わかる」と「できる」は違ふとされ、できなければ真に会得したとは認められない。「できる」と認識した割合が増えたことは、学生が1年生から2年生へと段階を踏んで成長したことを示しているといえよう。なお、1年次も2年次も「興味・関心を持つ」の割合が「わかる」より大きいのは、後述するが、「基礎力」の「観光ビジネス」に対する興味・関心が高いためと考察される。

なお、本来ならば2年生のほうが「基礎力」より「実践力」の割合が高くなるべきであろうが、実践力のカテゴリーが「ビジネスマナー」と「情報技術」であるため、2年次に授業がないことや、すでに身につけたと無意識に認識しているなどの理由から、自由記述の回答として挙げられなかったものと推測される。

また、「基礎力」の「興味・関心を持つ」の言葉として、「観光」が5、「観光地」「観光ニュース」「日本の観光地」「海外の観光」がそれぞれ1ずつ挙げたのは、観光ビジネス学科の学生らしく観光への興味がつきないということの現れであろう。そして、「地域理解力」に関する回答が一切なかったのは、2年次において観光とつながる「地域理解力」を身につける科目が学生にとって

【2期生(2017年度入学生)の1年修了時と卒業時の学修成果】

5つの力 件数(割合) 1年・2年	「〜ができるようになった」 記述(補正後)		「〜が理解できるようになった」 記述(補正後)		興味・関心を持つようになった」 記述(補正後)	
	1年	2年	1年	2年	1年	2年
カテゴリー(キーワード) 件数 1年・2年	「〜ができるようになった」 記述(補正後)		「〜が理解できるようになった」 記述(補正後)		興味・関心を持つようになった」 記述(補正後)	
5つの力 件数(割合) 1年・2年	観光についての知識を深めること 観光の視点で物事を考えること いまの世界、特に日本の観光を学んだことを就職後に活かすこと	1 1	1 1	観光ビジネス インバウンド 1 観光地理 マーケティング戦略 観光 観光事業 観光の現状	2 2 1 1	1 1 1 1
基礎力 24・14 (39.3%・45.2%)	観光ビジネス 20・14					5
広い視野 4・0						
ビジネスマナー 7・2	ビジネスマナー マナー 敬語 多読	4 1	1	ビジネスマナー	1	1
情報活用 4・0	英語での短いプレゼンテーション ビジネス英会話	1 1				
自分の意見を述べる 9・3	プレゼンテーション リーダシップが取れるようになった 周りの意見を聞きつつ自分の意見も発信し、グループで話し合うこと 人前で緊張せずに発表すること 自分の意見をわかりやすく伝える	2 1 1 1 1	1			1
人間関係 8・8 (13.1%・25.8%)	人間関係 2・2			ホスピタリティー 社会人としての人とのかわり方 人と接するうえで必要なこと	1 1	
コミュニケーション 1・3	以前よりも親しくない人ともコミュニケーションを上手にとること 色んな人と積極的にコミュニケーションをとること 大人の対応 人並みのコミュニケーション能力の発揮	1				
業務遂行力 2・4 4・7 (6.6%・22.6%)	計画的に行動すること 自分で考えて判断すること 1 人行動 社会人としての行動 時間の工夫 努力の継続	1 1				
キャリア 2・3	自分自身の可能性を更に広げること 社会人として生きていくこと 自分を勇出すこと	1 1	1	社会に出ていく身として自分はどうあるべきか	1	1
職業や勤労に対する理解 9・0	職業や勤労に対する理解 9・0			観光業界 観光業界に携わる様々な職に關して、その会社の歴史や成長ぶり、成功の要因など 旅行業	1 1 1	1 1 1
地域理解 13・0 (21.3%・0%)	地域理解 4・0	1		仙台藩の説明		
その他 1・0 (1.6%・0%) 61・31 (100%・100%)	ハレーボール	1				1
		20 (32.8%)	15 (48.4%)		13 (21.3%)	28 (45.9%)
						11 (35.5%)

表 4 2期生 自由記述から捉えた学修成果

表5 3期生 自由記述から捉えた学修成果

【3期生(2018年度1年生)】

5つの力 件数	カテゴリ(キーワード) 件数	できる 「～ができるようになった」 記述(補正後)		わかる 「～が理解できるようになった」 記述(補正後)		興味・関心を持つ 「～に興味・関心をもつようになった」 記述(補正後)	
		正しい判断	件数	件数	件数	件数	件数
基礎力 25 (36.2%)	観光ビジネス 22		1	1	3	3	3
	広い視野 3	視野を広げて具体的に考えること 観光についているいるな視野から見ること	1 1	1	1	1	1
実践力 9 (13.0%)	ビジネスマナー 4	ビジネスマナー		2	1	1	1
	情報活用 5				1	1	2
人間関係力 8 (11.6%)	自分の意見を述べる 1	人の前で発表	1				
	人間関係 3	相手の気持ちに寄りそうこと 周囲と協力して取り組む	1 1	1	1		
生涯学習力 5 (7.2%)	コミュニケーション 4	コミュニケーション	4				
	業務遂行力 5	積極的に動くこと 興味を持ったことについて深く調べること 1人で行動すること 家事	1 1 1	1	1		
地域理解力 22 (31.9%)	職業や勤労に対する理解 16			1	1	2	2
	地域理解 6					1	1
69 (100%)			16 (23.2%)		15 (21.7%)		38 (55.1%)

は難しかった、あるいは、選択しにくかったことを意味している。例えば、学修成果の1つが「地域理解力」となっている科目に「東北学」がある。この科目は「東北における観光ビジネスを学ぶうえで重要となる、東北の歴史・文化・社会・経済を理解する」科目であるが、日本史の基礎的な知識がない学生には理解するのが困難だったと思われる。なお、学修成果には含まれていないものの「地域理解力」につながる科目として、全学教養共通科目に「歴史と文化」がある。こちらは歴史、宗教、思想などの基礎的な知識を身につける科目であるが、世界史の基礎的な知識がないと難しい。加えて、1年次に選択科目の必要単位数を取り終えた学生は、職業や地域理解を促すような科目を2年次になって選択することが少ないため、回答時点では言葉を引き出すことができなかつたものと推測される。

なお、2年間の学修成果について、「特にない」との回答を寄せた学生が3名いたが、観光ビジネス

学科のカリキュラムへの不満の表れともいえよう。

次に、3期生の1年修了時の自由記述の構成割合であるが、「基礎力」(36.2%)、「地域理解力」(31.9%)、「実践力」(13.0%)、「人間関係力」(11.6%)、「生涯学習力」(7.2%)と2期生の1年次と同じ順番となった。さらに、「できる」「わかる」「興味・関心を持つ」という段階ごとの割合も、順に「興味・関心を持つ」(55.1%)、「できる」(23.2%)、「わかる」(21.7%)となり、こちらも2期生の1年次と同じ順番となった。1年次には高校とは違って自らが興味をもつ分野の科目を多数受講するので、「興味・関心を持つ」の割合が高くなることがうなずける。

また、3期生については、「観光ビジネス」と「職業や勤労に対する理解」に関連する記述がそれぞれ、22と16と多かった。カリキュラム上、提供されている観光に関する理論や地理・歴史、観光の職業に係る演習科目などを受講すること

が多く、それゆえにさらに「興味・関心を持つ」ようになったことが推測される。

以上のように、2期生については2年間の学修による成長が見受けられ、3期生については1年次の学修により、観光ビジネスや職業についてより興味を持ち、学修に前向きに取り組んだことが窺われた。

しかしながら、学生たちが自由記述に使用した言葉や、回答の仕方から、基礎的な素養が欠如していることも明らかとなった。例えば、「理解できるようになった」ことに「授業」と回答、記号の入力忘れや指示と違う入力（回答の前と指示があるのに後ろに入力する）などである。

さらに、観光ビジネス学科のカリキュラムについて検討する必要があることも判明した。2期生の回答から明らかになったとおり、2年次には必修科目以外を受講する学生が少なくなるため、学修に対する興味や満足度が低くなっている傾向が窺われたからである。短期大学の学生は1年次の年度末に就職活動が始まり、2年前期には就職試験や面接で授業とのスケジュール調整が難しくなる。そのためどうしても学生は1年次にできる限りの単位を取得し、2年次では選択科目の履修を避ける傾向となってしまう。昨今の観光業界の雇用状況や求める人材像、学生が希望する就職先や目指すキャリア、高等教育機関として学生に与えるべき教育のあり方など、短期大学が考慮すべき課題は山積している。しかしながら、我々教員はこれらの課題を克服し、複合的な効果をもたらすカリキュラムの検討を行っていく必要がある。

4. おわりに

分析の結果については前節で述べているので再説しないが、このような継続的な調査、分析によって、学生の指導並びにカリキュラムの改定に貴重な知見が得られるものと確信している。延べの調査対象が少ない現段階では分析結果に幅が見られるが、年々データが蓄積されていけば、自ずと一定の傾向に収斂することが期待される。

また、本学科と同様の文系学科であるビジネス

キャリア学科、現代英語学科においてもこれらの継続的調査、分析が有益なものになるとすれば幸いである。

参考資料

- 1) 金井典子 佐藤美輪 小形美樹 成澤広幸 (2019). 観光ビジネス学科学修成果報告 (2018年度) 研究紀要青葉 Seiyō, 10 (2), 137-145.

資料：質問紙

[3]あなたの今の状況について、自由記述でお答えください。

14. 以下の文章の「 」に言葉を入れて、文章を完成させてください。【複数回答可】答えの前には、(ア)~(ウ)の記事号も入れてください。同じ記事号の文章を何回使用しても構いません。複数答える時は、改行してください。

私はこれまでの短大生活で

「 」

(ア)ができるようになったと感じている。

(イ)が理解できるようになったと感じている。

(ウ)に興味・関心をもつようになったと感じている。

[4]入学時あなたの状況を思い出し、あてはまるものを選んでください。

15. 観光ビジネス学科に入学した時、どのような進路目標を持っていましたか？あてはまるものをひとつ選んでください。

ホテル プライダル 旅行代理店 一般企業 鉄道 航空

はっきりと定めていなかった

16. あなたの学籍番号を記入してください。

17. 回答日を記入してください。(1月12日⇒01/12)

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

観光ビジネス学科教員一同

観光ビジネス学科 学修成果アンケート

- 質問事項は、選択肢と自由記述があります。もれなく回答してください。
- 最後の学籍番号を忘れずに記入ください。

[1]以下の①から⑩について、今のあなた自身の状況をどう思いますか？それぞれについてあてはまるものをひとつ選んでください。

全くそう思わない 1 2 3 4 強くそう思う

- ①総合的な判断力の基礎を得ている。
- ②多角的な視野から物事を思考し、本質を見極め、問題解決に取り組むことができる。
- ③基本的なビジネスマナーを身に付け、観光ビジネスの現場で実践することができる。
- ④収集した情報を状況に応じて適切に判断し、活用することができる。
- ⑤積極的かつ意図的にコミュニケーションを作り出すことができる。
- ⑥他者の考えや立場を理解し、自分の意見を述べることができる。
- ⑦生涯にわたって、課題を発見し、解決する力を身に付けている。
- ⑧時代の変化に応じ、生涯を通じて自分のキャリアを形成していくことができる。
- ⑨職業や勤労に対する理解を深め、地域で意欲的に働くことができる。
- ⑩地域での活動に積極的に参加し、役割に即した活動の成果をあげることができる。
- ⑪東北地方の歴史、文化、社会、経済、観光資源について理解し、地域社会に貢献することができる。

[2]あなたの今の状況にあてはまるものを選んでください。

12. 2-1 あなたは本学での短大生活を通じて成長できたと思いますか？

全く成長していないと思う 1 2 3 4 とても成長したと思う

13. 2-2 あなたの成長のきっかけとなったことは何ですか？ 下記の中から3つ選び、順位をつけてください。

	1位	2位	3位
観光ビジネス学科での学修			
学内行事			
友人との人間関係			
アルバイト			
就職活動			
検定試験・資格取得のための学修			
趣味に関わる活動			
ボランティア活動			
アルバイト以外の学外の活動			