

研究論文

コロナ禍における観光学分野のオンラインプログラムの状況と課題について

Current Situations and Challenges of Online Programs in Tourism Studies during the COVID-19 Pandemic

村野 美里¹、伊藤 央二²

Misato Murano, Eiji Ito

¹ 和歌山大学国際観光学研究センター（CTR）特任助手

² 和歌山大学観光学部准教授

キーワード：オンライン教育、観光教育、大学教育、MOOCs、新型コロナウイルス感染症

Key Words : online education, tourism education, university education, MOOCs, COVID-19

Abstract :

Teaching and learning online will be the new normal at tertiary education, including tourism education programs due to the COVID-19 pandemic. Thus, the purpose of this study was to examine current situations and challenges of online programs in tourism studies offered by universities and to discuss future directions toward the development of online programs in Japan. Based on Ryan et al.'s (2016) study, an online survey was conducted, and the latest profile was examined in both international and domestic contexts. MOOCs (Massive Open Online Courses) on tourism topics offered by foreign universities were listed, whereas no online programs were identified among Japanese universities offering a tourism undergraduate program. The total number of courses has slightly increased while providing institutions, Asian universities in particular, have expanded into wider regions. A crucial point to develop and maintain online courses is how to cover the cost. It is essential to put effective organizational support systems for personnel and budget, including constant faculty and staff training. Multiple-use of the programs for an internal purpose such as blended learning as well as an external promotional purpose is also a key to maximize benefits of online programs in the post-COVID-19 era, so as to contribute to the tourism sector.

I. 緒言

2020年は大学教育の歴史にとって大きな転換点となることが予想される。新型コロナウイルス感染症（以下、コロナ）のパンデミックにより世界中で都市封鎖、ロックダウンが行われ、さまざまな社会機能が停止した。大学教育も例外ではなく、多くの地域で大学は閉鎖となった。そこで普及が進んだのがオンライン授業である。それまでもEラーニングに止まらず革新的なオンライン大学（放送大学等）も存在し、オンライン化は広がりを見せていた。ただし、全体から見ればまだ一部の先進的な事象に過ぎず、多くの大学機関で取り組まれていたわけではなかった。しかしながら、このパンデミックにより、既存のオンライン環境の有無にかかわらず、いつまで続くかわからないウイルス拡散の危機に対応するため、多くの大学がオンライン化に急いで踏み切らざるを得ない状況を迎えてしまった。

eラーニング戦略研究所（2020）の調査では、2020年3月以前にオンライン授業を導入していた大学は4.2%だったが、2020年6月時点での大学のオンライン授業の実施率は97%に上る。同調査が指摘するように、大学側は慣れないテクノロジーの導入のため、準備もままならず、世界中でまさに走りながらの試行錯誤が行われている。学生側も突然の遠隔授業に戸惑い、授業に使う端末や通信環境の不備が問題となるなど不安の中での試みが現在も続いている。

しかしながら、コロナパンデミックにより無理矢理にでもオンライン化が行われたことで、世界的にインフラ整備が一斉に進み、オンラインプログラム拡大の素地が構築されたことは大きな一歩である。強制的な状況下で工夫を重ねることで、提供する側も受け取る側もオンライン環境に慣れ始め、ソフト面でも受容のハードルが一気に下がっている。むしろ、その利便性を

体感し、従来の方法に新たな選択肢が加わり、双方の柔軟性が広がったことは想像に難くない。実際、オンライン授業が恒常化する可能性は十分に考えられる。足元では、一旦はコロナの収束を見せ始めた地域でも、第二波発生や第三波の可能性も拭い切れないばかりか、この先も新たな感染症の蔓延等による世界的な危機の勃発が懸念されている。今回のパンデミックのような深刻な社会的・経済的打撃を防ぐため、人と人との接触を低減させる新たな行動様式への変容が喚起され、具現化が模索されている。

このような情勢を踏まえると、大学業界でもオンラインでのコンテンツ提供が以前に増して前提となっていくことは明らかである (Terry, 2020)。上述のオンライン授業はもとより、公開講座やセミナーといった学外への展開も然りと言える。そもそもオンラインであれば世界中に発信することは容易だが、この間に世界的にインフラが整ったことで、実質的に人々にリーチすることもより現実的となった。広く社会に大学教育や研究知見を共有するという使命も叶いやすくなったと言える。一方で、コロナによる混乱により日本の大学業界における ICT 化が世界の先進国に比して大きく立ち遅れていることも浮き彫りになった (久保田, 2020)。特に、「Go To トラベル事業」が注目されるなど、今回のパンデミックの甚大な被害を受けた観光業界はこの経験から学び、復興と今後のリスク管理に活かしていくことが急務であるが、大学機関が迅速かつ積極的に社会に働きかけているという話はあまり聞こえてこないのが現実である。教育研究機関としてその役目を十分に果たすためには、オンラインプログラムの拡充が観光学分野でも求められる。以上のことから、本論文では国内外の大学が提供する観光学分野における公開講座やセミナーのオンラインプログラムの実施状況を明らかにし、その傾向や課題を含めた現状を踏まえ、大学による学外向けプログラム構築の方向性を提示することを研究目的とした。

II. 先行研究の検討および先行事例の確認

1. 国外のオンラインプログラム状況

1990年代から米国で E ラーニングが活用され始め、2000年になるとマサチューセッツ工科大学がオープンコースウェア (OCW : Open Course Ware) を無料公開した (斎藤, 2016)。このオンラインプログラムは、実際の授業を撮影した動画や資料をオンライン上で公開する取り組みである。その後、2012年頃に米国で大規模公開オンライン講座 (MOOC: Massive Open Online Course) のプラットフォームが開発されると、教育の形を変え得る革新として世界に急速に広まり、オンライン教育界を牽引するようになった (Deng & Benckendorff, 2017; 船守, 2013a; 斎藤, 2016; 山田, 2014)。船守 (2013a, p.37) は MOOC の特徴として、次の 6 点を挙げている。

- インターネット上で公開され、無料である。
- 受講者が多い (一講座当たり数万人規模)。

- 複数週にまたがる (5 - 15 週間等)。
- 講義や説明動画が短く、受講者の負担にならないよう配慮されている (10 分以内)。
- 受講期間中に小テストや課題提出が複数回あり、採点もなされる (自動/相互採点機能)。
- 受講者同士の学びを重視している (掲示板機能、相互採点)。
- 修了認定書が得られる講座もある (場合によっては単位認定もある)。

発信元となった米国では、大学授業料の高騰が問題となるなか、大学教育をいかに安価に提供するかという課題を背景にオンラインプログラムは注目を集めてきた (船守, 2013b; 岡部, 2017; 斎藤, 2016)。現在、世界の名門大学が参画していることで非常にブランド力が高く影響力があるプラットフォームは edX と Coursera であるが、各国・地域別のプロバイダーも誕生しており、大学が主体のものから実用講座を主としたものまで規模や特徴もさまざまな分野・領域で展開され、MOOC の定義も曖昧になってきている (船守, 2013a; 山田, 2014)。このような MOOC の拡大に伴い、高等教育の新たな手段としての MOOC への単位付与と学位授与の是非について議論が繰り返されてきた。特に、正規の高等教育課程としての質保証の問題が取り沙汰され、より少人数でクローズドな環境でのオンライン教育の発展が見られるようになってきた (船守, 2013b; 船守, 2014)。次第に、オンライン講義のプログラムは、①広報ブランディングとしての公開講座と②対面型の講義をオンライン化して単位を付与するオンライン教育という二極化が進んでいる (斎藤, 2016)。

オンラインプログラムでの使用言語が英語であれば、「教室」は一気に世界へ広がる。一方で、2013年以降、日本を含む非英語圏でもそれぞれの言語を使用する地域で MOOC が開発されてきている (大学 ICT 推進協議会, 2015; 山田, 2014)。船守 (2015) は、日本を含むアジア地域のレビューを行い、現状を詳細に報告している。まず、アジアにおける E ラーニング先進国である台湾では、半導体産業の成熟により ICT 環境が整っている上、政府の積極的な支援を受けることで、中華圏を取り込みながら独自のオンラインプログラムの世界展開を進めている。香港もアジアの視点を中心としたオンラインプログラムを英語で発信することで、英語圏の大学に肩を並べている。使用言語が英語であるという強みを活かし、学内のハイブリッド (ブレンド) 型学習にもオンラインプログラムは活用され、香港の大学のデジタル化を進める一因となっている。IT 先進国である韓国は、MOOC やオンライン教育プラットフォーム等が乱立しておりプログラムの質にも幅が出ていることが報告されている。東南アジア諸国連合 (ASEAN) を対象とした「ASEAN サイバー大学プロジェクト」は韓国政府が支援を行っており、組織的な世界進出を行っている。

このように、米国が先陣を切った E ラーニングは世界各国

に広がった MOOC への発展を通じて、公開講座としてのプログラムとオンライン授業の性格をもつ講座に大きく分かれながら進化している。アジアのオンライン教育先進地域では、地政学的背景や IT インフラを活かして世界展開を進めており、今後の動向が注目されている。

2. 国外における観光学分野でのオンラインプログラム研究

観光学分野での最初の MOOC は 2013 年に開始されたが (Balula et al., 2019; Ryan, Horton-Tognazzini, & Williams, 2016)、同分野における MOOC に関する研究は世界的にもまだ限定的である (Lin & Cantoni, 2018; Ryan et al., 2016)。その中でも、Ryan et al. (2016) の研究が最も網羅的に観光学分野における世界の MOOCs 開講状況をまとめているが、2015 年 9 月時点でのコース数は 30 と、全 MOOCs の 4,565 コースのうち 0.6% にとどまっている。30 コースのうち 25 コースは英語のみでの開講であったが、残りの 5 コースはスペイン語、フランス語、イタリア語と、欧州でも複数のプラットフォームが立ち上がり、Università Bocconi では中国語の字幕も提供されていた。全 30 コースは 15 の機関から提供されており、内訳はプラットフォームプロバイダーの ALISON と 14 の大学及び教育機関であった。ALISON と Università della Svizzera italiana はスコアが 80% に満たないと修了証が発行されないが、その他のコースは無料で修了証も発行されていた。18 コースは受講開始日が指定されていたが、ALISON、University of Adelaide、Università Telematica Internazionale のコースはオンデマンド型であった。

Ryan et al. (2016) が報告した多くのコースは基礎レベルの内容で、トピックは観光マーケティング、統計分析、飲食、ホテル運営といったものであり、産業界では従業員教育を低コストかつ移動を伴わずに行えることで MOOC が有用であると評価されている (Murphy et al., 2017)。しかしながら、他の分野に比べてコース数が不十分であることが問題視されている (Lin & Cantoni, 2018)。

高等教育においては、実際のオンライン教材の使われ方は授業の復習や課題準備を目的としたものに終始しているのが現状である (Lugosi & Jameson, 2017)。もう少し踏み込み、対話型や協働型のスタイルで MOOC やオンラインコンテンツを活用したハイブリッド型授業を展開できれば深い学びにつながる事が期待されている (Balula et al., 2019)。一方で、近年の動向として注目すべきは、edX のプラットフォーム上で複数の大学が提供を始めたマイクロマスターズプログラムである。これは、修士号授業の一部を受講して課題を修了すれば、最短での学位取得に向け入学できるという仕組みである (Hsu, 2018)。提供機関としてこのような大規模なプログラムを実施するのはコストがかかるが、MOOC の特徴である大規模な学習者のデータベースを活用することは、有償プログラム開発への貴重なステップとなるなど、マーケティングの価値があることが

評価されている (Murphy et al., 2017)。

3. 日本の状況

日本国内に目を転じると、全般的な ICT 教育、特に MOOC や E ラーニングに関する研究は盛んに報告されている (斎藤, 2016)。MOOC については、概念的な論考や事例研究から、大規模なデータ分析調査や学習状況の詳細分析といった実証的研究まで、研究知見の蓄積が見られる (藤本ら, 2018)。しかし、観光学分野に特化した論文は見当たらず、文部科学省の委託を受け MOOC を含む国内外の遠隔教育の実態と先進的取り組みについて調査した大学 ICT 推進協議会 (2015) においても、観光関連の科目のオンラインプログラム提供は報告されなかった。大学 ICT 推進協議会 ICT 利活用調査部会 (2019) の調査でも指摘されているように、そもそも日本では MOOC の提供大学数自体がまだ少なく、教育現場での ICT 普及はコロナ危機以前からの課題であり、オンライン教育の導入科目数の割合は 25% 以下にとどまっている。

MOOC 元年とも呼ばれる 2012 年には英語圏の大学のみならず、フランス語やスペイン語、中国語圏の大学にまで MOOC が急速に普及したにもかかわらず、日本では一足遅れて 2013 年 2 月に東京大学が Coursera、同 5 月に京都大学が edX への参画を発表したことでようやく日本初の MOOC が始まった (船守, 2013a)。さらに大学の枠を越えてオンライン教育コンソーシアムが各地で形成されているが (大学 ICT 推進協議会, 2015)、大学間の連携の整備不足のため孤立した受講者が継続をあきらめ、受講者の減少により規模が縮小されるといった悪循環となる例が多く報告されている (船守, 2015)。日本の教育界の近年の関心はアクティブラーニングや反転授業が占め、MOOC やオンライン教育の導入は限定的である (船守, 2015)。その要因として挙げられているのは、教員のノウハウや大学の支援体制の不足 (大学 ICT 推進協議会 ICT 利活用調査部会, 2019; 中村, 2015) にとどまらず、諸外国に比べてオンライン遠隔教育の主要な受講者である社会人や勤労学生といった大学に通うことが難しい学生の人口が少ない状況 (学生側のニーズの希薄さ) が指摘されている (船守, 2015)。実際、多くのオンライン教育の利用目的は、外部公開のためでなく、通常授業の補助教材の位置づけである (大学 ICT 推進協議会 ICT 利活用調査部会, 2019)。加えて、大学側がオンライン教育実施の設備を整えても、E ラーニングのコンテンツ制作の時間と労力への費用対効果に関する教員からの懐疑的な声も導入の足枷となっている (中村, 2015)。

このような研究成果がオンラインプログラム拡大に至らない理由として、その知見が十分に認知共有されず、現場にノウハウが蓄積されていないためだと考えられる。各大学が個別に暗中模索にコストをかけるのではなく、集合知を実践に適用するための教職員向け研修、いわゆる Faculty Development (FD)

／ Staff Development (SD) 研修が有効であることがうかがえる。例えば、文部科学省 (2004) が提示している教員の教育技能を改善するための支援プログラムやカリキュラム開発の研究会、職員も含めた管理運営や研究教育支援の資質向上を狙いとしたセミナーといった研修が FD/SD の具体的な活動として挙げられる。そして、その取り組みにあたって、オンライン配信の活用がウィズコロナ／アフターコロナの時代に重要な役割を担うことが期待される。実際に、SD 活動に関する佐賀大学での質問紙調査 (穂屋下ら, 2018) によれば、特に大学職員の出張は教員に比べると難しいため、オンラインで研修を受講できる利便性は高く、参加意向に影響することが明らかにされている。以上のことから、日本における観光教育・研究の発展を持続可能にするためには、国内外での観光学分野とそれに関連する FD/SD 研修のオンラインプログラムの実態を明らかにする必要性がうかがえる。

Ⅲ. 調査手法

本研究ではインターネットを用い、2020年5月25日から6月10日にかけて、観光学分野の国内外の大学が提供するオンラインプログラムの実施状況を調査した。具体的には、学外向けオンライン講座、(学内外含む) 大学教職員向けオンライン FD/SD プログラム、学外向けウェビナー (オンラインセミナー) を対象とした。分析に際し、観光学分野における MOOC の状況について調査した Ryan et al. (2016) が挙げた調査項目

(提供大学、コース、プラットフォーム、直近開講年、所要時間、期間、形式、言語) に、国・地域、受講費を追加し、各大学のプログラム実施状況をまとめた。

オンラインプログラムが調査対象であるが、データ収集範囲を絞ることを目的に、まずは大学を特定することにした。調査対象の大学は、MOOC のポータルサイト「Class Central」および「Studyportals」で「Tourism; Travel; Hospitality; Leisure」をキーワードに検索した該当コースを提供する大学とした。日本国内については、学部名に「観光」をもつ大学を調査対象とした。ポータルサイト上の情報に加え、各大学のウェブサイトから独自提供のオンライン講座、オンライン FD/SD プログラム、ウェビナーの情報についても実施状況のデータ収集を行った。なお、本研究で調査対象としたプログラムは、観光学部に関連する部局が提供しているプログラムに限った。FD/SD プログラムを含め、明確に観光分野の内容に絞るため、ビジネススクールや全学の研究支援部門によるプログラムは調査対象外とした。

Ⅳ. 調査結果

1. オンライン講座

インターネット調査から確認できたオンライン講座は24大学による39コースであった。各コースの概要(国・地域、提供大学、コース、プラットフォーム、直近開講年、所要時間、期間、形式、言語、費用)は表1の通りである。

表 1. インターネット調査結果の概要

地域	国 地域	大学	コース	プラット フォーム	直近 開講年	所要時間 / 週	期間	形式	言語	費用
アジア	中国	Nankai University	Culture and Tourism	FutureLearn	2020	4 時間	6 週	オンデ マンド	英語	(\$69)
アジア	中国	Nankai University	Tourism Policy and Planning	FutureLearn	2020	4 時間	5 週	オンデ マンド	英語	(\$69)
アジア	中国	Nankai University	China's Role in Global Tourism Development	FutureLearn	2020	4 時間	5 週	オンデ マンド	英語	(\$69)
アジア	中国	Nankai University	Research Methods in Tourism Studies	FutureLearn	2020	4 時間	6 週	オンデ マンド	英語	(\$69)
アジア	香港	The Hong Kong Polytechnic University	Innovation and Technology Management in Tourism and Hospitality	edX	2021	6-8 時間	8 週	ライブ	英語	(\$198)
アジア	香港	The Hong Kong Polytechnic University	Managing Human Resources in the Hospitality and Tourism Industry	edX	2020	6-8 時間	8 週	ライブ	英語	(\$198)
アジア	香港	The Hong Kong Polytechnic University	Managing Marketing in the Hospitality and Tourism Industry	edX	2020	6-8 時間	8 週	ライブ	英語	(\$198)
アジア	香港	The Hong Kong Polytechnic University	Luxury Management	edX	2020	6-8 時間	8 週	ライブ	英語	(\$198)
アジア	インド	CEC and JSS Science and Technology University	International Tourism Destinations	Swayam	2020	NA	12 週	ライブ	英語	(NA)
アジア	インド	University of Mysore and CEC	Tourism Resources of India	Swayam	2020	NA	12 週	ライブ	英語	(NA)

(Continued)

表 1. インターネット調査結果の概要 (Continued)

地域	国地域	大学	コース	プラットフォーム	直近開講年	所要時間 / 週	期間	形式	言語	費用
アジア	インド	University of Mysore and CEC	Tourism Transport and Travel Services	Swayam	2020	NA	12 週	ライブ	英語	(NA)
アジア	インド	University of Mysore and CEC	Hospitality Industry In Tourism	Swayam	2020	NA	12 週	ライブ	英語	(NA)
アジア	インド	University of Mysore and CEC	Tourism Operations	Swayam	2019	NA	12 週	ライブ	英語	(NA)
アジア	インド	University of Mysore and CEC	Tourism And Travel Management	Swayam	2020	NA	12 週	ライブ	英語	(NA)
アジア	韓国	Yonsei University	International Hospitality & Healthcare Services Marketing	Coursera	2020	1 時間	3 週	ライブ	英語	(NA)
アジア	タイ	Chiang Mai University	Cultural Management for Tourism	ThaiMOOC	2020	10 時間	NA	オンデマンド	タイ語	無料
アジア	タイ	Hat Yai University	English for Hotel Business	ThaiMOOC	2020	5 時間	NA	オンデマンド	タイ語	無料
アジア	タイ	Mae Fah Luang University	Special Interest Tourism	ThaiMOOC	2020	2 時間	NA	オンデマンド	タイ語	無料
アジア	タイ	Mahidol University	Tourism and Hospitality Management 4.0	ThaiMOOC	2019	12 時間	NA	ライブ	タイ語	無料
アジア	タイ	Sripatum University	Inflight Service Learning	ThaiMOOC	2020	10 時間	NA	オンデマンド	タイ語	無料
アジア	タイ	Sukhothai Thammathirat Open University	Business Services Spa & Traditional Thai Medicine	ThaiMOOC	2019	3 時間	NA	ライブ	タイ語	無料
欧州	デンマーク	University of Copenhagen	Sustainable Tourism – promoting environmental public health	Coursera	2020	3-4 時間	3 週	ライブ	英語	NA
欧州	オランダ	Wageningen University & Research	Sustainable Tourism: Society & Environmental Aspects	edX	2020	5-7 時間	6 週	オンデマンド	英語	(\$99)
欧州	オランダ	Wageningen University & Research	Sustainable Tourism: Rethinking the future	edX	2020	6-8 時間	9 週	オンデマンド	英語	(\$99)
欧州	オランダ	Wageningen University & Research	Tourism and Climate Change	edX	2021	2-4 時間	5 週	ライブ	英語	(\$49)
欧州	フランス	University of Perpignan	Cultural tourism today, what challenges does it present?	Miriadax	2020	3 時間	5 週	オンデマンド	スペイン語	無料
欧州	フランス	Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne	Tourism Management at UNESCO World Heritage Sites	France Université Numérique	2019	3 時間	8 週	ライブ	英語	無料
欧州	フランス	Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne	Tourism Management at UNESCO World Heritage Sites (vol. 2)	France Université Numérique	2019	3 時間	6 週	ライブ	英語	無料
欧州	イタリア	Università della Svizzera italiana	eTourism: Communication Perspectives	iversity	2016	3-4 時間	8 週	ライブ	英語	無料
欧州	イタリア	University of Naples Federico II	Management and Marketing in Tourism	edX	2020	4-6 時間	10 週	オンデマンド	イタリア語	(\$60)
欧州	英国	Edinburgh Napier University	Understanding Data in the Tourism Industry	FutureLearn	2020	3 時間	5 週	オンデマンド	英語	(\$54)
北米	米国	eCornell	New Media Trends in Hospitality	Canvas Network	2013	NA	NA	ライブ	英語	無料
北米	米国	Cornell University	Introduction to Global Hospitality Management	edX	2016	2-3 時間	4 週	ライブ	英語	(\$49)
北米	米国	Stanford University	Human Trafficking Awareness for the Hospitality Industry	edX	2017	NA	NA	ライブ	英語	無料

(Continued)

表 1. インターネット調査結果の概要 (Continued)

地域	国 地域	大学	コース	プラト フォーム	直近 開講年	所要時間 /週	期間	形式	言語	費用
北米	米国	University of Central Florida	Tourism Industry Analysis	Canvas Network	2016	2-3 時間	8 週	ライブ	英語	無料
北米	米国	University of Maryland Eastern Shore; University System of Maryland	Introduction to Hospitality and Tourism Industry	edX	2020	1-2 時間	6 週	オンデマンド	英語	無料
オセアニア	オーストラリア	The University of Queensland	Tourism and Travel Management	edX	2020	2-3 時間	7 週	オンデマンド	英語	(\$5)
南米	コロンビア	Pontifical Javeriana University	Territorial Management and Governance for Tourism in Colombia	edX	2020	14-15 時間	6 週	オンデマンド	スペイン語	(\$49)
南米	コロンビア	Pontifical Javeriana University	Digital Content Management and City Tourism Marketing	edX	2020	9-10 時間	4 週	オンデマンド	スペイン語	(\$49)

注. 費用のかっこ書きは修了証の発行が有料の場合の金額

講座内容は、マネジメントやマーケティング等基礎的分野が多かった(e.g., The Hong Kong Polytechnic University「Managing Marketing in the Hospitality and Tourism Industry」、Mahidol University「Tourism and Hospitality Management 4.0」、University of Naples Federico II「Management and Marketing in Tourism」)。一方で、特に地域 MOOC はその国の特徴あるトピックを開講している例も見受けられた(e.g., University of Mysore and CEC「Tourism Resources of India」、Sukhothai Thammathirat Open University「Business Services Spa & Traditional Thai Medicine」)。MOOC であるため受講料は無料だが、修了証発行は有償としている大学が多く、概ね 50～200 USD であった。なお、The University of Queensland はコロナの影響により特別価格で提供していた。

地域的ばらつきを見ると、アジア 11 大学(21 コース)、ヨーロッパ 7 大学(10 コース)、北米 4 大学(5 コース)、オセアニア 1 大学(1 コース)、南米 1 大学(2 コース)で、提供大学数もコース数もアジアが最も多く、ヨーロッパと北米地域が続いた。受講期間は 4 週間以内の短いものから正規授業のように 12 週に及ぶものまでさまざまだが、約半数はオンデマンド型であり、各自のペースで受講できるのが特徴であった。オンデマンド型は 5～6 週間のコースが約半数、ライブ型は 8 週間が 7 コース、12 週間が 6 コースと長期間のコースが過半数を占めた。MOOC プラットフォームの利用状況としては、edX が 14 コース、Coursera は 2 コースと、国際メジャーのプラットフォームでは edX の方が観光関連のコースでは利用されていることがうかがえた。他にも Swayam (インド)、ThaiMOOC (タイ)、Miriadax (スペイン)、France Université Numerique (フランス)といった地域 MOOC と分類される各国や地域で開発されたプラットフォームでも提供されていた。

2. オンライン FD/SD プログラム

調査対象とした大学では 1 件もオンライン FD/SD プログラムが確認されなかった。このようなプログラムを実施している大学

機関がないという可能性に加え、実施していたとしても内部研修という性質上、学外には情報が公開されていないことが考えられる。一部、観光学部ではなく支援部門が開催するプログラムに、コロナの影響で、それまでは対面で実施していたプログラムをオンラインに切り替えた事例は確認された(i.e., University of Surrey「Researcher Development Programme」)。アフターコロナとなってからもオンラインでの提供が継続されるかは、非常に興味深い点である。また、インターネット調査を通して、観光学部に該当する部局以外による実施プログラム(e.g., 教授法、リサーチメソッド)は散見された。観光教育・研究の資質改善・向上を目的とした内容だけでなく、オンライン講座や授業の実施支援研修等は学内の支援部門といった別の専門組織が担う場合も多いと考えられる。本調査では制約上、データ収集の範囲に含められなかったが、将来的には対象範囲を広げた調査が求められる。

3. ウェビナー

オンライン FD/SD プログラム同様、ウェビナーについても調査対象大学では該当するコンテンツを確認できなかった。散見されたのは、観光学部に該当する部局以外による実施プログラムであった。実際には、観光学分野に絞っても、コロナの感染拡大後にウェビナーは数多く開催されており(e.g., 和歌山大学国際観光学研究センター)、MOOC の提供大学以外に調査範囲を広げれば一定数のデータが取得できると推測される。

V. 考察

本研究の目的は、国内外の大学が学外に提供する観光学分野におけるオンラインプログラムの実施状況を明らかにし、その傾向や課題を含めた現状を踏まえ、プログラム構築の方向性を提示することであった。インターネット調査の結果から、観光学分野の MOOC 提供大学に関して、オンライン講座は提供されているものの、オンライン FD/SD プログラムやウェビナー

は一般公開されていないことが明らかになった。以降、本調査の結果を基に、先行研究の報告を併せて、今後のオンライン講座開発に対する考察を進める。

オンライン講座については、先行研究である Ryan et al. (2016) の研究結果と比較すると、開講コース数は微増だが、コース提供大学数は 10 校近く増えたほか、大学所在地が拡大していた。特にアジア圏の大学が、1 校のみから半数を占めるまで存在感を増しており、地域 MOOC のプラットフォームの開設もしくは活用が広がっている点も言及に値する。本調査の対象外であった、英語ではなくそれぞれの言語を用いたコースが多数あることも推測される。各地域特有の内容を母国語で受講できる学習環境が整ってきているのであれば、地域 MOOC を入り口にオンライン講座が普及し、利用者と利用頻度の拡大が期待される。それに対し、Lin and Cantoni (2018) が懸念している観光学分野のコース数の少なさはあまり改善されていないことから、大学側のより一層の努力が求められる。

一方で、特に edX や FutureLearn といった国際メジャーのプラットフォームで開講される多くのコースが修了証に課金している点は、Ryan et al. (2016) の調査以降に起こったビジネスモデルの変化と捉えられる。山田 (2014) が早い時期から指摘していたように、無料では MOOC を持続的に開講できないことから、有償化は自然な流れといえる。大学 ICT 推進協議会 (2015) 調査では、MOOC による「専門家教育は、経費負担を事業費として計上できるため、安定的な収入源となり、大学の財務体質の改善にも大きな効果を及ぼすことが期待できる」(p. 4) ことから、商業化の可能性も高いと評価されているが、実際のところは先行研究から明らかなように講座開発・運営には多大なコストがかかる。特に海外向け MOOC は国際的大規模大学の方法であり、中小規模大学での MOOC 有償化は現実的でない (安田, 2017)。実際に、Ryan et al. (2016) の調査時点から継続して本調査でも講座開講を実施している大学は 1 校もないことから、オンライン講座の継続開講が難しいことが推測できる。オンデマンド型のコースの割合が増えていることも、講座運営の煩雑さ軽減の傾向であると推定される。

しかしながら、それでも大学にとってオンライン講座開講の利点があり、Lin and Cantoni (2018) が主張するように、大学の CSR (社会的責任) や PR といったブランドマーケティングの効果が期待できる。また、外部向けの収益モデルとしてデザインするのではなく、ハイブリッド型の授業としてオンライン講座が組み込まれるのであれば、オンライン講座導入の課題はある程度軽減することが可能であると示唆されている (Balula et al., 2019)。とりわけ、複数大学で連携し単位認定に活用すれば、学習者、講座提供校、講座利用校の三者にとって有効であると Hsu (2018) が提言している。例えば、相互補完によってカリキュラムに幅が生まれ、海外校の講座利用

が異文化体験につながったりするだけでなく、各大学での担当授業数が抑えられることで教員のワークロード緩和にもつながるためである (大学 ICT 推進協議会, 2015; Murphy et al., 2017)。受講者にとっても、地理的条件に関係なく学外の専門性の高い教員の授業を受けることができ、受講をきっかけにさらなる学びを求める優秀な学生を留学へと動機づけることも期待できる。これらのことを踏まえると、講座提供校にとっては講座開講のコストに見合う恩恵を得る可能性が十分に考えられる (Hsu, 2018)。

ただし、ハイブリッド型授業としてオンラインプログラムを開発する上で注意すべき点もある。まず、MOOC は修了率が低いと指摘されているように (堀ら, 2013; Murphy et al., 2017; 岡部, 2017)、MOOC の授業活用に際しては成績評価方法や単位付与について慎重な議論が必要となる (山田, 2014)。本調査で明らかになったように、5～6 週間程度の短期コースの MOOC も多く、通常の大学の科目に組み込むには工夫を要する。カリキュラムの異なる複数大学で相互利用する場合は、さらに調整が求められることは言うまでもない。また、講義ビデオやクイズを使った従来型の E ラーニング手法は限界があると言われている (堀ら, 2013)。学習者のモチベーションを高めるためには、講義だけでなく課題や議論、双方向性あるアプローチを取り入れることがオンライン学習の課題である。このような授業をデザインする教員側のノウハウやスキル向上だけでなく、学生の「参加」もオンライン授業においては重要である (Holladay, 2017)。一方向的な受動的授業ではなく、学生中心型の学習スタイルであれば、オンライン学習であっても学生がクリティカルに考える力を養うことができると期待される (Morellato, 2017)。

次に、プログラムのトピックとプラットフォームの選定にも留意が必要であろう。コースやカリキュラムの組み立てという点から、本調査で確認されたマクロな国際的現況を踏まえると、観光学分野の基礎的科目はすでに海外のトップ校が主要な MOOC プラットフォームで提供している。そのため、多くの日本の大学にとって現実的には、MOOC と言っても JMOOC と呼ばれる地域 MOOC や、独自の小規模講座でニッチ分野の内容を開講し、カリキュラムに組み込むことが有効であると考えられる。JMOOC でも観光学分野の講座は少なく、オンライン授業の延長的な内容でも講座数を充実させていくことは社会貢献に資する。参加対象を海外の学習者に広げる場合も、日本特有の素材 (e.g., おもてなし文化) に焦点を当てたり、日本の実務の実態 (e.g., 日本版 DMO) を取り上げたりすることに価値を見いだせると考えられる。

MOOC に限らずオンラインプログラム開発にあたり、実際のところはオンラインと対面とのハイブリッド型学習が最も効果的だという議論が世界でも主流となっている。しかしながら、オンラインプログラムを実施するにはテクニカル面にとどまらず、教授方法についても教員や支援スタッフのスキル向上が必要であ

り、限られた予算枠の中でも施設設備や人件費に投資するという組織的決断が前提となる (Balula et al., 2019)。さまざまな導入の利点があっても特に金銭的インセンティブがないと学内の変革を起こすのは難しいと Hsu (2018) が指摘するように、教職員の適応には時間がかかり、特定のベンチマークや技術、インセンティブ、リソース、アクションプランが求められる。また、経費削減といった理由からトップダウンでオンラインプログラムの実施を強行しても、持続可能な運営にはつながりにくく、教職員間でのコミュニケーションだけでなく、教職員と学生との協働も鍵となる (Balula et al., 2019)。また、最新の研究や成功事例を基にしたさまざまな切り口の研修が必要になるが、現在のコロナの現状を踏まえると、その研修でさえオンライン化することが求められる。さらに、勉強会や協議会といったスタイルも取り入れ、大学の枠を超えた関係者間で成績評価等についての制度的仕組みの整備を進めていくことも大きな課題である。

VI. 結論

1. コロナクライシス後の観光教育

コロナの感染拡大による全世界的な社会の混乱を受け、環境の変化だけでなく、人々の意識も変化し始めている。大学教育界では「リアル」留学のハードルが上がり、オンライン留学の需要が出始めている。日本国内に限っても、次なる災害等に備え、オンライン教育の環境を整える必要性が認識された。今回のコロナ危機により打撃を受けた観光事業者の学習需要も、一時的な余剰時間を埋める体験から発展し、本格的なオンライン学習によるスキル向上を求める動きが増すかもしれない。

大学（供給）側も費用対効果への疑念はあるが、コロナ禍でオンライン授業が強行されたことで基礎的なコンテンツが整備されたため、外部向けオンライン講座開講の動きが加速する可能性がある。すでに学外向けのオンライン講座はMOOCと少人数講座への二極化が進んでおり、前者は大規模校、後者は中小規模校が特有の分野で展開していく棲み分けが見られる。観光学に関しては、世界ではすでに提供されている基礎的な内容（e.g., 観光学総論）も日本語での講座開講であれば需要が見込まれる。大学でのオンライン授業は、コロナ収束後も部分的に定着していくことが十分考えられるため、オンラインコンテンツを多目的に活用していくことが期待される。

また、大学として展開していくオンラインプログラムの対象が学内外いずれであっても、テクニカル面、コンテンツ面ともに研修による組織的支援が求められる。その研修自体も今やオンライン化が必須である。他大学や産業界といった学外の機関との連携（コンテンツ開発・提供、合同研修）による相互補完も有効であるが、成績評価や単位付与に関しては慎重な議論が必要である。こういったオンライン教育の拡大と相まって、

研修を含めたオンラインコンテンツ全般の質向上への研究や議論が今後、活性化していくことが望まれる。

2. 研究の限界と今後の展開

本研究の限界として、調査対象を絞ったことで、分析データの範囲が限られていたことが挙げられる。国外のデータソースについては、筆者らの言語能力の制限から英語のみに限定されており、今後はアジアやヨーロッパ諸国の現状も分析する必要がある。また、国内の大学、とりわけ大規模国立大学では学内専門機関を組織してFD/SD活動を展開しているが、観光学分野に絞ったためにこのような事例を取り込むことはできなかった。さらに、データ収集をしたウェブサイトやポータルサイトでは、過去の開講講座の情報は掲示されていない場合が考えられ、調査時点でのスナップショットのデータとなっていることが考えられる。さらに、各大学のオンライン授業やFD/SD研修については外部公開されていないことが多く、情報アクセスのハードルが高いことが現状である。将来的には、調査範囲の拡大に加え、各大学にインタビュー調査を行い、詳細な情報を得る必要があるだろう。加えて、オンラインプログラム実施状況の調査だけではなく、受講者の属性や参加率、修了率、満足度といったデータを基に、プログラムのパフォーマンスを分析することが今後の観光学分野のオンラインプログラムを発展させるうえで必要不可欠であろう。

時代の趨勢はオンライン化が前提となっていくことが明らかであり、世界に後れを取っていた日本は相当の努力が求められる。しかし一方で、先行事例を精査し、より良いものを創り上げることも十分可能なはずである。元来、日本にも観光学分野における優良なコンテンツは多くあり、国内外にそれを発信し、世界に貢献していくためにも、今こそノウハウを共有・蓄積し、全体の底上げを図るべきである。

VII. 謝辞

インターネット調査に際し、和歌山大学観光学研究科博士後期課程／同学国際観光学研究センター研究支援員（共に当時）Hermann Kimo Boukamba氏にご協力いただきました。ここに記して感謝申し上げます。

参考文献

- Balula, A., Moreira, G., Moreira, A., Kastenholz, E., Eusébio, C., & Breda, Z. (2019). Digital transformation in tourism education. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 61-72. <https://doi.org/10.20867/tosee.05.45>
- 大学ICT推進協議会 (2015). 平成26年度文部科学省先導的大学改革推進委託事業 MOOC等を活用した教育改善に関する調査研究. https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/itaku/1357548.htm
- 大学ICT推進協議会 ICT利活用調査部会 (2019). 高等教育機関におけるICTの利活用に関する調査研究 結果報告書. https://axies.jp/report/ict_survey/2017result/

- Deng, R., & Benckendorff, P. (2017). A contemporary review of research methods adopted to understand students' and instructors' use of Massive Open Online Courses (MOOCs). *International Journal of Information and Education Technology*, 7 (8), 601-607. <https://doi.org/10.18178/ijiet.2017.7.8.939>
- eラーニング戦略研究所 (2020). 大学におけるオンライン授業の緊急導入に関する調査報告書. <https://www.digital-knowledge.co.jp/archives/category/report/>
- 藤本徹, 荒優, & 山内祐平 (2018). 大規模公開オンライン講座(MOOC)におけるラーニング・アナリティクス研究の動向. *日本教育工学会論文誌*, 41 (3), 305-313. <https://doi.org/10.15077/ijet.41037>
- 船守美穂 (2013a). 21世紀の新たな教育形態 MOOCs (1) 世界で広がる無料オンライン講義とは. *大学・短期大学・専修学校のためのリクルートカレッジマネジメント*, 31 (4), 36-41.
- 船守美穂 (2013b). 21世紀の新たな教育形態 MOOCs (2) MOOCsが高等教育へ与えるインパクト. *大学・短期大学・専修学校のためのリクルートカレッジマネジメント*, 31 (6), 44-49.
- 船守美穂 (2014). デジタル化時代における高等教育を考える: MOOCを契機として変わるキャンパス教育. *日本高等教育学会大会発表要旨集録*, 17.
- 船守美穂 (2015). 21世紀の新たな高等教育形態 MOOCs (最終回) オンライン教育、ふたたび. *リクルートカレッジマネジメント*, 33 (2), 42-47.
- Holladay, P. J. (2017). Pedagogy for online tourism classes. In P. Benckendorff & A. Zehrer (Eds.), *Handbook of Teaching and Learning in Tourism* (pp. 141-153). Edward Elgar Publishing.
- 堀真寿美, 山地一禎, 小林信三, 小野成志, & 安東孝二 (2013). 大規模オンラインコースを考慮した学習支援システムの構築. *研究報告教育学習支援情報システム (CLE)*, 11, 1-4.
- 穂屋下茂, 梅崎卓哉, 福崎優子, & 角和博 (2018). オンライン配信も利用したFD/SD研修の試み. *佐賀大学全学教育機構紀要*, 6, 197-207.
- Hsu, C. (2018). Tourism education on and beyond the horizon. *Tourism Management Perspectives*, 25, 181-183. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.022>
- 久保田啓介 (2020). 人材育成「遠隔」が転機. *日本経済新聞*, p. 9.
- Lin, J., & Cantoni, L. (2018). Decision, implementation, and confirmation: Experiences of instructors behind tourism and hospitality MOOCs. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 19 (1), 279-293.
- Lugosi, P., & Jameson, S. (2017). Challenges in hospitality management education: Perspectives from the United Kingdom. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 163-172. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.001>
- 文部科学省 (2004). 用語解説. https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/attach/1397602.htm
- Morellato, M. (2017). Rethinking technology-enhanced learning: Disconnect passive consumers, reconnect active producers of knowledge. In P. Benckendorff & A. Zehrer (Eds.), *Handbook of Teaching and Learning in Tourism* (pp. 127-140). Edward Elgar Publishing.
- Murphy, J., Kalbaska, N., Cantoni, L., Horton-Tognazzini, L., Ryan, P., & Williams, A. (2017). Massive Open Online Courses (MOOCs) in hospitality and tourism. In P. Benckendorff & A. Zehrer (Eds.), *Handbook of Teaching and Learning in Tourism* (pp. 154-172). Edward Elgar Publishing.
- 中村哲 (2015). ワークショップ報告 (第3会場): 電子メディアを活用した教授法: 日本観光ホスピタリティ教育学会第12回全国大会. *観光ホスピタリティ教育*, 8, 60-65. https://doi.org/10.24535/jsthe.8.0_60
- 岡部曜子 (2017). 高等教育のオンライン化とイノベーションについての研究: ミネルバ大学の事例. *京都マネジメント・レビュー*, 31, 1-13.
- Ryan, P., Horton-Tognazzini, L., & Williams, A. (2016). A snapshot of MOOCs in hospitality and tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 28 (2), 107-112. <https://doi.org/10.1080/10963758.2016.1163497>
- 斎藤正武 (2016). 大学におけるオンライン講義の質の維持向上に関する研究: オンライン講義における教育コンテンツ設計に向けて (遠山暁教授 古稀記念論文集). *商学論纂*, 57 (5), 515-548.
- Terry, O. (2020). Disruption innovation and theory. *Journal of Service Science and Management*, 13, 449-458. <https://doi.org/10.4236/jssm.2020.133030>
- 山田恒夫 (2014). MOOCとは何か ポストMOOCを見据えた次世代プラットフォームの課題. *情報管理*, 57 (6), 367-375. <https://doi.org/10.1241/johokanri.57.367>
- 安田直樹 (2017). 大学におけるMOOC等活用の現状と課題: 組織論的アプローチ. *立教DBAジャーナル*, 8, 35-48. <https://doi.org/10.14992/00015609>

受理日 2020年11月26日