

観光学部学生のキャリアデザインの課題と展望

—和歌山大学観光学部での調査から—

Challenges and Prospects of Career Design for Tourism Students

—A Study at Wakayama University's Faculty of Tourism—

濱島 朋子

HAMAJIMA Tomoko

本稿は、和歌山大学観光学部において実施した「1年生全員面談」の結果をもとに、学生が抱えるキャリアデザインの課題と、今後のキャリア教育の方向性について考察するものである。まず、観光業界の多様性が学生のキャリアビジョンの不明確さに寄与していることを明らかにした。さらに、コロナ禍が観光業界に与えた影響と、その結果としての学生のキャリア意識の変化についても言及した。

次に、明確なキャリアビジョンを持つ学生の少なさも指摘した。多くの学生が自身のキャリアパスを具体的に描くことができず、キャリア選択に対する不安を抱えている。この要因として、観光業界の理想と現実のギャップが、学生のキャリアデザインに影響を与えていることが考えられる。また、第一志望で和歌山大学観光学部に入学した学生は、観光業界に対する強い関心を持っている一方で、その他の入学者は幅広いキャリアオプションを求めていることがわかった。

これらの課題を解決するためには、更なるキャリアガイダンスの強化、産学連携プログラムの拡充、キャリアカウンセリングの充実が必要である。また、学生の自己理解を促進するためのワークショップやセミナーを開催し、幅広いキャリアオプションをサポートするキャリア教育プログラムの充実を図る。これにより、学生は自己分析を行い、自身に適したキャリアビジョンを描けることができるようになる。

和歌山大学観光学部の取り組みは、観光学を学ぶすべての学生にとって有益であり、彼らの充実した職業人生を支援するための重要な一歩となるであろう。

キーワード： キャリアデザイン、キャリア教育、観光学部、産学連携、多様なキャリアオプション

Keywords: Career Design, Career Education, Faculty of Tourism, Industry-Academia Collaboration, Diverse Career Options

1 はじめに

本稿は、和歌山大学観光学部で毎年実施している「1年生全員面談」において、事前に学生から収集した進路希望アンケートおよび、学生の個別面談時にヒアリングした内容を元に作成したデータをもとに、学生の入学目的とキャリア志向の関連性を検討した。

ここで分析したデータは、2019年度入学生の面談データである。当該年度に入学した学生は、2020年の新型コロナウイルス感染症によるパンデミックを大学2年次に経験し、専門科目の学修や、就職活動などに大きな影響を与えた学年である。

コロナ禍により、観光業界は一時的に停止し、多くの企業が経営難に直面した（観光庁 2023）。これにより、新卒者の就職活動も大きな影響を受け、従来の就職活動の方法が通用しなくなった。具体的には、対面での面接が難しくなり、オンラインでの面接が主流となった。これは、学生にとって新しい形式であり、オンラインでの自己表現や技術的な問題に対応するスキルが求められるようになった（マイナビ 2022, 就職みらい研究所 2023）。また、企業の経営状況の悪化やオンラインでの技術的な対応不足により、インターンシップの受け入れが縮小したため、学生は現場での経験を通じて得られる学びの機会が失われた。さらに最も大きな影響は、就職先の多様化の必要性で

あった。特に観光業界は多くの企業が経営難に直面し、採用を控える状況になった。これにより、学生は限られた求人情報の中で競争しなければならなくなった。また、観光業界の復興には時間がかかるため、学生は観光業界以外の職種にも目を向ける必要に迫られた。以上より、キャリアの柔軟性が求められる一方で、自分の興味やスキルにあった進路を見つける難しさも増すことになったと言える。

和歌山大学観光学部は、2008（平成 20）年 4 月に設立され、国立大学唯一の観光学部としてハイレベルな国際的・学際的視点を有する観光人材の育成を目的としている。観光学部は、観光産業の発展と地域社会の振興に貢献するために、学生に対して実践的な知識とスキルを提供している（和歌山大学観光学部 2024a）。しかし、近年の急速な社会変化と観光業界のグローバル化およびパンデミックの経験に伴い、学生が抱えるキャリアデザインの課題が浮き彫りになっている。

特に、和歌山大学観光学部を象徴するプログラムである、地域連携プログラム（Local Partnership Program, LPP）は、パンデミックの大きな影響を受けた。このプログラムは、和歌山大学観光学部生が地域の主体（行政、地域団体等）とともに地域課題の解決に向けた活動や調査等に取り組むことで、観光振興や地域再生に関する実践手法について現場で学ぶことを目的とした、観光学部独自のプログラムである（和歌山大学観光学部 2024b）。感染予防の観点から、地域へ足を運ぶことが制限され、オンラインでの交流だけではプログラムの効果は十分に得られない状況となった。地域で学ぶ経験の機会が減少することによって、座学の中では補え切れない対応力や主体性の育成も困難となった。

観光業界は、多様な職種とキャリアパスが存在し、従来の就職モデルにとらわれない柔軟なキャリア形成が求められている（観光庁 2021）。しかし一方で、学生が自身のキャリアパスを明確に描くことが難しくなっている現状も存在する。本稿では、和歌山大学観光学部の学生のキャリアデザインに関する現状と課題を明らかにし、観光業界の多様化と変化に対応するための効果的なキャリア教育プログラムを検討していく。

2 学生の進路希望と現状の分析

この章では、和歌山大学観光学部において実施した「2023 卒 1 年生全員面談」の集計データをそれぞれの項目で分析し、特徴と傾向を検討した。

2.1 性別・出身地別の学生構成

2019 年度の和歌山大学観光学部の全員面談において、学生人数は 126 名であった。そのうち、面談に参加したのは 124 名、面談欠席者は 2 名（1.6%）であった。

全体における性別構成は、男性が 36 名（28.6%）、女性が 88 名（69.8%）と、女性が圧倒的に多いことがわかる（図 1）。このような性別構成の偏りは、観光学部の学問分野や職業分野における女性の高い関心を反映している可能性が考えられる。このような特徴を踏まえて、女性は、結婚や出産などのライフイベントとの両立を考慮しながらキャリアを築くことができるようなキャリアデザインが求められる。

また、和歌山大学観光学部の学生の出身地は多岐にわたっている（表 1）。学生の出身地の約半数は、大阪府と和歌山県である。中でも、大阪府からの学生が最も多く、全体の 32.3% を占める。これは、大阪府が和歌山大学に近い地理的な利便性や、アクセスの良さが影響していると考えられる。続いて、和歌山県からの学生が全体の 17.7% となり、地元志向の強さが見受けられる。

その他、各県から 1 ～ 8 名ほどの学生がおり、全体として全国各地からの多様な学生が集まっている。このことは、例年同様の傾向であり、国立大学唯一の観光学部であるという独自性が要因であると考えられる。これにより、学生間での異文化交流や地域の異なる視点からの学びが促進されることが期待される。

2.2 卒業後の進路イメージ

卒業後の進路イメージについての調査結果は、多くの学生が具体的な進路を明確にしていない現状を浮き彫りにしている（図 2）。

項目別に見ると、全体の 14.5% の学生が明確な進路イ

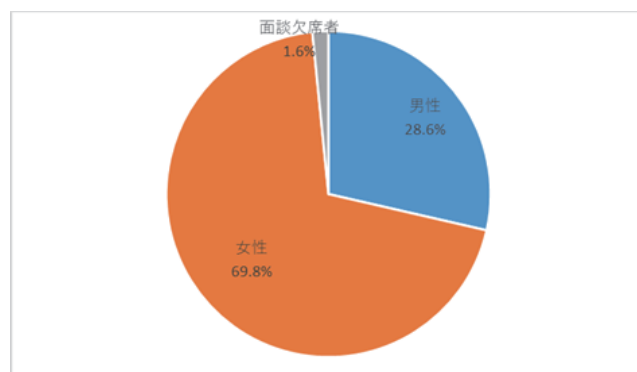


図1 集計人数と男女比

出典：2023 卒 1 年生全員面談データより整理作成

表1 出身地別の学生構成
出典：2023 卒1年生全員面談データより整理作成

出身地	和歌山県	22	17.7%
	大阪府	40	32.3%
	兵庫県	8	6.5%
	愛知県	5	4.0%
	北海道	4	3.2%
	京都府	4	3.2%
	広島県	4	3.2%
	愛媛県	3	2.4%
	福岡県	3	2.4%
	大分県	3	2.4%
	鹿児島県	3	2.4%
	東京都	2	1.6%
	福井県	2	1.6%
	静岡県	2	1.6%
	滋賀県	2	1.6%
	奈良県	2	1.6%
	岡山県	2	1.6%
	沖縄県	2	1.6%
	中国	1	0.8%
	青森県	1	0.8%
	埼玉県	1	0.8%
	千葉県	1	0.8%
	山梨県	1	0.8%
	長野県	1	0.8%
	岐阜県	1	0.8%
	三重県	1	0.8%
	島根県	1	0.8%
	山口県	1	0.8%
	宮崎県	1	0.8%

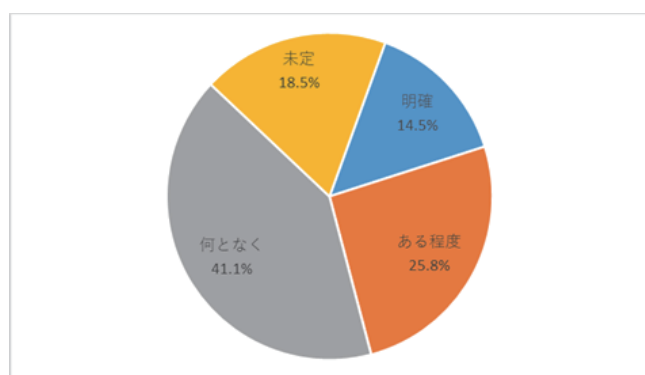


図2 卒業後の進路イメージ
出典：2023 卒1年生全員面談データより整理作成

イメージを持っていることが示された。これは、自分の将来について具体的な目標を設定し、その達成に向けた計画を立てている学生たちである。彼らはすでに自分のキャリア

パスを具体的に描き、そのために必要なスキルや経験を積むための準備を進めていると言うことができる。

次に、25.8%の学生は、ある程度具体的な進路を考えている。これらの学生は、自分の興味や適性に基づいていくつかの選択肢を持っているものの、明確な決断には至っていない段階である。彼らはまだいくつかの選択肢の中から最適な進路を模索しており、今後の経験や情報収集を通じて、最終的な進路を決定することが想定される。

一方で、41.1%の学生は何となくのイメージしか持っておらず、具体的なキャリアプランを描いていないことがわかった。これらの学生は、自分の将来についての漠然としたイメージは持っているものの、それを具体化するための行動や計画が不足している。彼らは進路選択に対する不安や迷いを感じている可能性が高く、キャリア支援やアドバイスの必要とされる。

さらに、18.5%の学生は進路未定であることが明らかになった。このグループの学生たちは、自分の将来について全くの未定であり、具体的な進路イメージを持っていない。彼らは、自己理解や職業理解が不十分である可能性があり、キャリアカウンセリングや職業体験の機会を通じて、自分に適した進路を見つけるための支援が求められる。

以上の結果から、全体の60%近くの学生が卒業後の具体的な進路を明確にできていないことがわかる。これにより、学生が自己理解を深め、具体的なキャリアプランを描くための支援が重要であることが示唆される。学生一人ひとりが、自分の未来に対してより具体的なビジョンを持ち、確実な一歩を踏み出せるような支援体制および、キャリア教育の強化が必要とされる。

また、和歌山大学観光学部の学びの特徴として、地域社会との連携や実践的な学びが挙げられる。このような学びを通じて、学生たちは地域社会における実体験を積むことができると同時に、自己のキャリアパスを明確にする機会も増えると考えられる。特にフィールドワークやインターンシップなどの実践的な活動を通じて、学生は自分の興味や適性を具体的な職業に結びつけることができる。しかし、コロナ禍によって、これらの活動が大幅に制限されることとなった。そのため、調査対象の学生は入学時の進路希望に対して、職業理解に関する実体験や、他者との協業による自己理解を深める機会の減少につながったと推察される。

2.3 進路希望の詳細

進路希望としては、民間企業のみ希望者と民間企業もしくは公務員希望者が同数であり34.7%、次いで公務員

が8.9%を占める。また、進学を希望する学生は2.4%、民間企業への就職か進学が4.0%、民間企業か公務員への就職もしくは進学が9.7%などの結果となった（図3）。図4のデータから見ても、94.4%の多くの学生は大学卒業後には就職を考えてはいるものの、具体的な進路はまだ定まっていないことがうかがえる。

一方で希望進路の詳細（表2）を見ると、観光に関連する業界（航空、旅行、ホテル、地域再生・街づくり、観光、公務員、起業）を志望する学生の割合が全体の57.5%となり、観光に関連する業界に対する関心が高いことが明らかになった。特に航空業界では、CA（キャビンアテンダ

ント）やグランドスタッフ、総合職、パイロットを目指す学生がおり、これらの職種を希望する学生は語学力を活かしたグローバルなキャリアを志向している。また、旅行業界では、旅行の企画や添乗員など、人々の旅行を支援する仕事に対する関心が高く、自身のアイデアを生かして観光客に魅力的な旅行体験を提供することに関心を持つ学生が多い。

ホテル業界においても、ホテルマネジメントやフロント業務に関心を持つ学生が多く、ホスピタリティ精神を重視する姿勢が見られる。

地域再生や街づくりに関心を持つ学生は、地域おこし

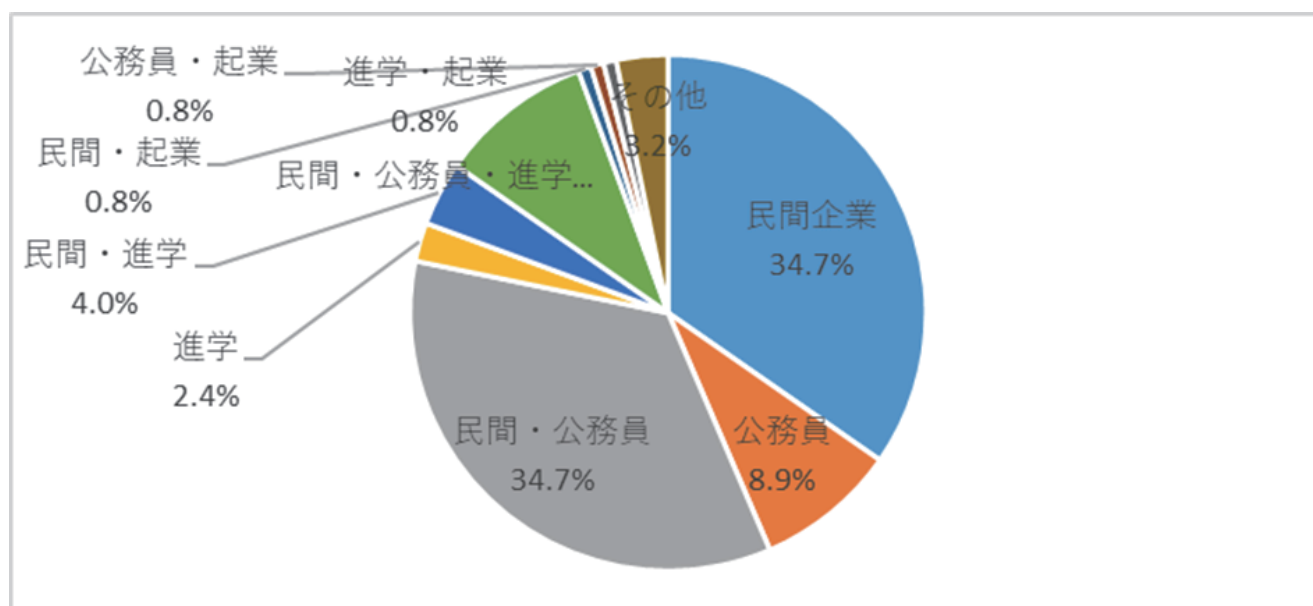


図3 進路希望の詳細1（複数回答）

出典：2023 卒1年生全員面談データより整理作成

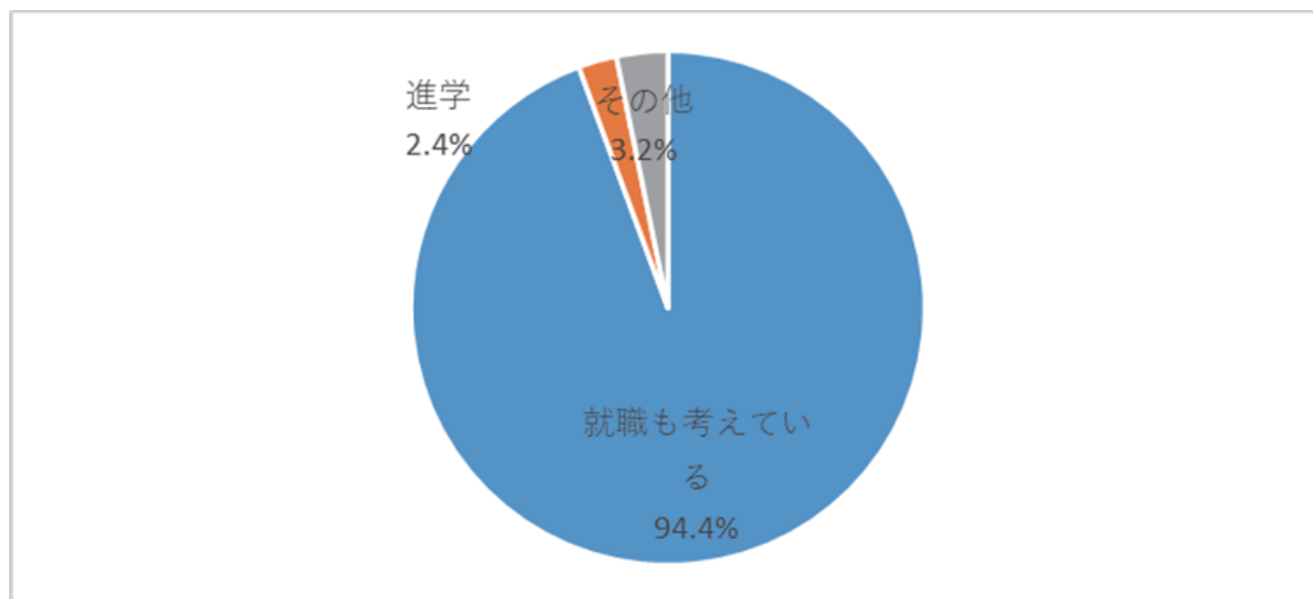


図4 進路希望の方向性

出典：2023 卒1年生全員面談データより整理作成

協力隊や地域再生プロジェクトに参加する意欲を示している。特に和歌山県外出身の学生は、自分の地元を盛り上げたい、地域振興をしたいという思いで和歌山大学に入学する者が多い。この背景には、和歌山大学が提供する地域社会との連携プログラムを積極的に活用していることが考えられる。

さらに、公務員を志望する学生も 67 名（複数回答）おり、その理由には地方公務員や国家公務員として地域振興や観光行政に携わることに関心があることが挙げられる。具体的には、県庁や市役所などの地方自治体での勤務を希望する学生が多く、まちづくりなどの地域社会に貢献することを目指している。また、観光政策の立案や実施を通じて、地域の魅力を発信し、観光振興を図ることに強い関心を持っている。

このように、具体的な進路は定まっていないものの、観光に関連する業界への関心が高い学生が多いことがわかる。大学 1 年次の学生は、自らが観光やサービスを受ける立場であることが多く、これまでの体験から、それらの業界に対して、ポジティブなイメージを持っていることが考察できる。そのため、この時点でのキャリア教育は、自己の興味や好みを把握し、それを具体的な職業選択に結び付けることが重要である。また、業界全体の実態や、将来性を理解する機会を通じて、業界への理想と現実のギャッ

プを認識することも重要である。

2.4 入学目的とキャリア志向の関連性

和歌山大学観光学部における入学の志望度と第一志望の学生の出身地についてのデータを分析すると、入学者の背景と志望動機に関するいくつかの特徴と傾向が見えてきた。

まず、第一志望で入学した学生の割合は全体の 71.8% であり、第一志望ではない入学者は 28.2% である（図 5）。第一志望で入学した学生の中には、推薦入試や AO 入試を受験し、さらに一般入試を再受験して入学する学生も多く、和歌山大学観光学部の学びに対して強い関心と意欲を持っていることが伺える。このグループの学生は、和歌山県内よりも、大阪府からの入学者が多い（24.7%）。これは、大阪府が和歌山県に隣接している地理的な要因と、都市圏である大阪からの通学が比較的容易であることが影響していると考えられる。

一方、その他の地域の第一志望入学者について見ると、出身地の分布は近隣の大阪府および和歌山県以外が 60.7% と、幅広い地域からの入学が見られる。このことから、和歌山大学観光学部の魅力が全国的に認識されていることが

表 2 進路希望の詳細 2（複数回答）

出典：2023 卒 1 年生全員面談データより整理作成

	詳細	人数	備考
民間企業 105名	航空	15	CA1人、グランドスタッフ4人、総合職1人、パイロット1人
	旅行	13	添乗員1人
	ホテル	7	
	地域再生・街づくり	5	「ココロマチ」1人
	観光	5	
	英語を活かせる仕事	4	
	グローバル企業	2	
	通訳	2	
	ブライダル	2	
	メディア	2	
	その他	13	イベント、サービス業、出版、鉄道、空港、俳優、農村活性化、国際協力、商品開発、営業職、企画職、動物園の学芸員、オリエンタルランド
	特記なし	35	
公務員 67名	地方公務員	14	和歌山県庁2名、和歌山市役所2名、北海道庁、広島県庁、鹿児島県庁、袋井市役所、越前市役所、広島市役所、呉市役所、田舎の役場、消防士
	国家公務員	3	
	特記なし	50	
進学 21名	海外の大学院	3	サリー大学（イギリス）
	その他	3	慶応大学院（経営）、京都大学院（アジアアフリカ研究所）、北海道大学院
	特記なし	15	
起業	3名		3 AirB&Bのようなweb会社、地域再生、コミュニティづくり
その他	4名		4 地域おこし協力隊、ドイツワーキングホリデー、学芸員のパート、海外で就職

伺える（図6）．特に、和歌山県外からの学生は、自分の地元を盛り上げたい、地域振興をしたいという思いを持っていることが多い．これが和歌山大学観光学部を選ぶ大きな動機となっている．

また、第一志望で入学した学生と第一志望でない学生の間には、入学目的にも違いが見られる．第一志望の学生は、観光業界における実践的な学びやフィールドワーク、地域社会との連携を重視している傾向が強い．

一方、第一志望でない入学者における当初の第一志望の学部を見ると、文学部や商学部、生活科学部、法学部など、多様な学部にわたっている（表3）．このことから、観光学以外の学問分野にも関心を持つ学生が多く、幅広い興味を持っていることがうかがえる．和歌山大学観光学部は、観光を取り巻く様々な学問領域を提供していることから、第一志望以外の学生は、進路の選択肢として観光業界に限

らず、広範なキャリアオプションを視野に入れていることが多い．

このように、和歌山大学観光学部には、地域貢献への強い意志を持つ学生と、多様なキャリアオプションを求める学生の両方が集まっている．そのため、学生の多様なニーズに応じた教育プログラムの充実が求められる．

3 キャリアデザインの課題

3.1 明確なキャリアビジョンを持つ学生の少なさ

「2023 卒1年生全員面談」調査結果によると、卒業後の進路に関して明確なキャリアビジョンを持つ学生はわずか14.5%であり、ある程度具体的な進路を考えている学生を含めても40.3%にとどまっている（図2）．この現象の要因としては、いくつかの点が挙げられる．

まず、自己理解や職業理解の不足が大きな要因となっている．多くの学生が自分の興味や適性を十分に把握できておらず、また、観光業界の具体的な職種や業務内容についての知識が不足している．このため、自分に適したキャリアパスを描くことが難しくなっている．

さらに、観光業界の多様性も一因である．観光業界には運輸、旅行、宿泊、地域再生・街づくりなど多岐にわたる職種が存在し、それぞれに必要なスキルや知識も異なる．この多様性が、学生にとってどの分野に進むべきかの選択を難しくしている．

また、観光学の学びを深めていく過程で、学生は入学前に持っていた理想と現実とのギャップに直面することがある．観光業界の厳しさや現実の労働環境、業界の持続可能性などについて知ることによって、キャリアビジョンを描くことがさらに難しくなっている要因といえる．

特に、コロナ禍による観光業界の脆弱性が明らかになったことも、大きな影響を及ぼしている．パンデミックの影響で観光業界は大きな打撃を受け、多くの企業が経営難に陥り、雇用の不安定さが浮き彫りになった．この状況により、多くの学生が観光業界への進路に不安を感じ、希望進路の変更を余儀なくされたことも、明確なキャリアビジョンを持たない学生が増加した一因だと考えられる．

以上のように、明確なキャリアビジョンを持つ学生の少なさは、自己理解や職業理解の不足、観光業界の多様性、理想と現実のギャップ、そしてコロナ禍による観光業界の脆弱性など、複数の要因が複雑に絡み合っていることが明らかである．

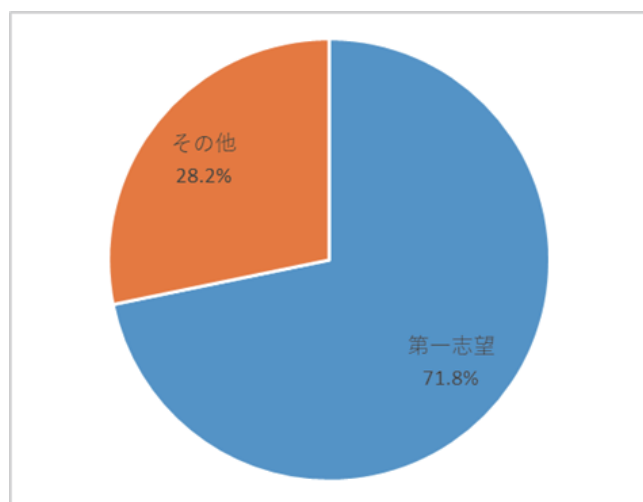


図5 入学の志望度

出典：2023 卒1年生全員面談データより整理作成

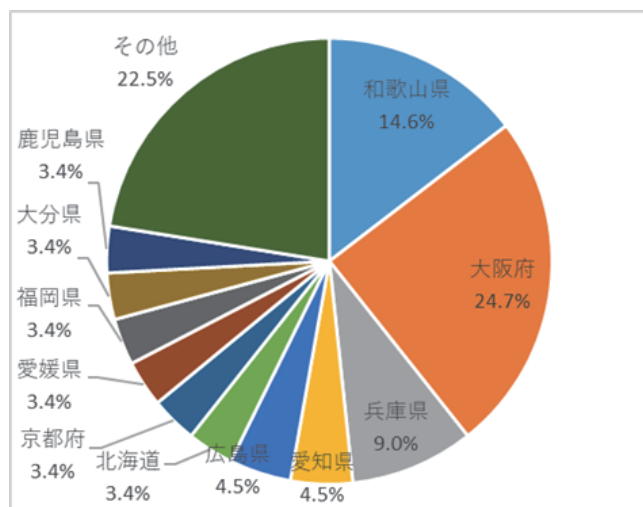


図6 第一志望の学生の出身地

出典：2023 卒1年生全員面談データより整理作成

3.2 地元志向の強さとその影響

「2023 卒 1 年生全員面談」調査結果によると、30%ほどの学生が地元志向を強く持っていることがわかる。特に、和歌山県内および近隣県出身の学生は、卒業後も自宅から通勤できる地元での就職を希望する傾向が強い。この地域志向は、学生のキャリアデザインに対していくつかの重要な影響を与えている（表 4）。

まず、地元志向が強いため、勤務地を重視するあまり、視野を広げる機会を逃している可能性が考えられる。例えば、都市部や海外でのキャリアチャンスを逃したり、結果として自己成長や、キャリアの多様性を犠牲にすることが挙げられる。地元志向が強すぎるあまり、学生のキャリア選択の幅を狭め、将来のキャリア発展に影響を及ぼすリスクがあると言える。

さらに、地元が地方の場合には、大学卒の採用マーケットが限られていることも問題である。地元企業の受け入れ

能力には限界があり、結果として就職先の選択肢が少なくなる。これにより、学生は希望する職種や業界での就職を果たせず、キャリアビジョンとのギャップが生じることがある。このような状況は、地元志向の強い学生にとって大きな課題となるだろう。

また、地元志向の強さは、地元への愛着や家族の絆が大きく影響していると考えられる。このような心理的要因は重要であるが、一方で、自己のキャリアを達成するためには、より広い視野を持ち、多様な経験を積むことも必要である。このバランスを個々の価値観に基づいていかに取りかか、キャリアデザインの課題として浮かび上がる。

上記のように、地元志向は学生のキャリア選択に対して重要な影響を与えている。この課題に対しては、地元に貢献しつつも、広い視野を持ってキャリアを築く支援が必要である。

和歌山大学観光学部としても、地域に貢献する大学としても、学生に多様なキャリアを提示することが求められ

表 3 第一志望でない学生の当初の志望大学

出典：2023 卒 1 年生全員面談データより整理作成

大学	学部	人数	出身地
大阪市立大学 11名	文学部	3	和歌山県2名、大阪府1名
	商学部	3	和歌山県2名、奈良県1名
	生活科学部	2	和歌山1名、大阪府1名
	法学部	2	和歌山1名、大阪府1名
	外国語学部	1	大阪府
神戸大学 7名	国際人間科学部	3	大阪府2名、北海道1名
	文学部	1	大阪府
	法学部	1	大阪府
	経営学部	1	大阪府
	国際文化学部	1	大阪府
神戸市外国語大学 7名	英米学科	4	大阪府4名
	国際関係学科	1	大阪府1名
	ロシア学科	1	和歌山県
	イノベーション学科	1	山梨県
大阪大学 5名	外国語学部	4	和歌山県1名、大阪府1名、山口県1名、中国1名
	人間科学部	1	大阪府
横浜市立大学 2名	国際教養学部	1	大阪府
	国際都市学部	1	愛知県
和歌山大学	教育学部	1	和歌山県
京都府立大学	公共政策学部	1	京都府
九州大学		1	東京都

表 4 希望勤務地

出典：2023 卒 1 年生全員面談データより整理作成

希望勤務地	地元	37	大阪府13名、和歌山県7名、関西6名、福井県2名、静岡県2名、愛媛県2名、愛知県、広島県、福岡県、大分県、鹿児島県
	その他	17	都市圏（東京・大阪など）5名、関西3名、大阪府2名、北海道、東京都、千葉県、和歌山県、ドイツ、田舎、農村
	特に希望なし	70	国内55名、海外も視野に入れている15名

る。

3.3 観光学部におけるキャリアオプションの多様性

和歌山大学観光学部の学生は入学当初、観光業界に対してポジティブなイメージを抱いていることが多い。しかし、大学での学びの中で、業界のネガティブな面や、その他の多様なキャリアオプションの存在を知ることになる。この認識の変化が、学生のキャリアデザインに対して多様な課題をもたらす。

まず、観光業界のネガティブな面として、労働環境の厳しさや低賃金、社会情勢や経済状況に影響されやすい不安定さなどが挙げられる。学生たちはインターンシップなどを通じて、実際の労働環境に触れる機会を持つ。この経験によって、業界の厳しい現実を知ることになる。例えば、長時間労働や季節による業務量の変動、雇用の不安定さなどが、学生にとって大きな不安とストレスにつながる。このようなネガティブな面に直面することで、多くの学生は観光業界への志望を断念し、他のキャリアパスを模索し始める。

さらに、観光業界の多様なキャリアオプションも、学生のキャリアデザインを複雑にしている。観光業界は、運輸、宿泊、旅行などの観光の主たる業界のみならず、街づくりなどの地域創生やイベント企画など、多岐にわたる分野と関わりを持っている。この多様性は、学生にとって一見魅力的であるが、具体的にどの分野に進むべきかの判断をしにくくしている。選択肢が多すぎるため、どのキャリアパスが自分に最適かを見極めることが困難になり、結果としてキャリアビジョンが不明確になることが多い。

調査対象である学生の就職先（2023年度卒業生）は、観光関連業界である「運輸業、郵便業」「宿泊業、飲食サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」は、全体の25.2%であった。そのほかの年度においても、全体に占める観光関連業界への就職は同程度である。その他の業界として、情報通信業（15.7%）、卸売・小売業（10.2%）、金融・保険業（7.1%）など多岐にわたる（和歌山大学観光学部 2024c）。

このような多様な就職先は、大学の幅広い教育と多岐にわたるキャリアオプションの機会を与えている一方で、学生にとって具体的なキャリアを描くことの難しさも反映している。

4 今後のキャリア教育の方向性

4.1 キャリアガイダンスの強化

キャリアガイダンスの強化は、学生のキャリア形成にとって極めて重要である。現状では具体的なキャリアを描くことが難しいため、柔軟なガイダンスが求められる。

まず、業界横断的なキャリアガイダンスを定期的を実施することが有効である。観光業界のみならず、関連する多様な業界の専門家を招き、講演会やパネルディスカッションを開催することで、学生へ幅広い視点からキャリアを考える機会を提供することができる。このようなイベントは、学生自身の興味や適性に基づいて具体的なキャリアパスを描く一助となる。

また、OB・OG（卒業生）との交流会を定期的を開催することも効果的である。卒業生から直接経験談を聞くことで、学生は現実的なキャリアパスを具体的にイメージしやすくなるだろう。OB・OGとの交流は、学生にとって身近で信頼できる情報源であり、実際の職場環境やキャリアの進路についてのリアルなアドバイスをもらうことができる。

さらに、キャリアガイダンスの内容を常に最新の情報にアップデートすることは必要不可欠である。業界の動向や社会情勢を把握し、変化が激しい社会や業界の情報を提供して実際の職業選択に直結するようにすることで、将来のキャリアについて現実的な視点が得られるようになるだろう。キャリアガイダンスのプログラムには、実務経験を組み合わせた内容も含まれる。インターンシップやフィールドワークを通じて、実際の業務や職場の雰囲気に触れる機会を増やすことで、理論と実践のギャップを埋めることが可能となる。このような実務経験は、具体的なキャリアビジョンを描く上で非常に有益である。

以上の取り組みに関しては、すべてにおいてキャリアガイダンスの効果を評価すること、また、学生からのフィードバックを集め、プログラムの内容と方法を適宜見直し、それぞれの年度や学生の傾向に合わせたキャリアガイダンスを柔軟に実施していくことが重要である。このような取り組みを継続的に提供していくことで、学生は幅広い視野を持ったうえでキャリア選択の意思決定ができるようになるであろう。

4.2 産学連携プログラムとキャリアデザインの

紐づけ

和歌山大学観光学部の学生は、実践的な学習プログラムを通じて多くの実務経験を積む機会がある。しかしながら、これらのプログラムが学生のキャリアにどのように影響を与え、その学びを応用することができるかという紐づけは十分であるとは言い難い。そのため、産学連携プログラムとキャリアデザインの紐づけを強化することは課題解決の1つの方法になると考えられる。

まず、企業との連携、インターンシップ、共同プロジェクトなどを通じて学生は大学で学んだ理論を現場で実践し、貢献することが求められる。これにより、学生は社会を理解し、自身の能力や興味、価値観を確認することができる。

次に、企業の専門家を招いた講義やセミナーを開催し、最新の業界情報や実務知識を学生に提供することが効果的である。これにより、学生は実践的な考え方に触れることができ、具体的なキャリアビジョンを形成するためのヒントを得ることになる。

ここで最も重要なことは、例外なく、インターンシップやプロジェクト終了後の活動との連携である。大学側は、採用担当者に積極的に働きかけ、学生に関するフィードバックを収集することで、プログラムの改善と学生への効果的なフォローアップをすることができる。また、学生に対してはプログラムの振り返りのグループワークの実施や個別キャリアカウンセリングを行うことで、具体的なキャリアプランを策定することができる。

以上のような細やかな紐づけを行うことで、学生がより主体的にキャリアビジョンを描けるようになるであろう。

4.3 多彩なキャリアオプションの支援

3.3で述べたように、学生のキャリアオプションは多岐にわたる。多彩なキャリアオプションを学生が主体的に選択できるようにいくつかの支援が必要である。

4.3.1 キャリアカウンセリングと自己理解の促進

最適なキャリア選択をするためには、キャリアカウンセリングと自己理解の促進が不可欠である。まず、個別のキャリアカウンセリングを実施し、学生の興味や適性をサポートする必要がある。カウンセリングは、自己分析ツールやアセスメントを活用し、学生自身の強みや弱み、興味や価値観

観を明確にする支援をする。

また、定期的な自己理解ワークショップを開催し、学生自身のキャリアビジョンを具体化するための機会を提供する。このワークショップでは、グループディスカッションやケーススタディを通じて、学生が他者の意見や価値観を取り入れながら自己理解を深めることができる。さらに、フィールドワークやインターンシップなどの実務経験を通じて、学生自身の興味や適性を職業選択に結びつけることが可能となる。

キャリアカウンセリングは、効果を評価し、学生からのフィードバックを受けることが重要である。これにより学生は理解を深め、具体的なキャリアビジョンを描き、主体的なキャリア選択をすることができるようになる。

4.3.2 学生の自主的なキャリア形成の促進

和歌山大学観光学部では毎年、就職活動を終えた4年生で構成される「ピアサポーター」が発足し、就職活動を始める3年生の支援を行っている。コロナ禍以降は、双方向型のイベントが減少し、SNSを利用した情報発信が活動の大半となっている。この「ピアサポーター」の活動を見直すことで、学生の自主的なキャリア形成が促進されることが考えられる。

就職活動は、学生のキャリア選択において大きなイベントであるが、就職活動を終えたことは、キャリア選択を完了したことにはならない。ピアサポーターの活動は、就職活動前の3年生のみならず、ピアサポーターである4年生のキャリア形成としても効果的になる可能性が多いにある。

ピアサポーターとして、就職活動を通して得た経験や知見を第三者にアウトプットすることで、自身のキャリアビジョンを客観的に整理することにつなげることができる。また、3年生は自身にとって身近な先輩が、どのような考えを元にキャリア選択をしたのか、そのストーリーを理解することで、自らのキャリアビジョンを描く一助になるであろう。

ピアサポーターの活動を双方にとってより一層効果的なものとするためには、学生のみで運営させるのではなく、キャリア担当者がオブザーバーとして、その目的を達成できるようサポートすることが重要である。

5 おわりに

本稿では、和歌山大学観光学部の学生が抱えるキャリアデザインの課題と今後の方向性について考察した。特に、

新型コロナウイルス感染症によるパンデミックが学生のキャリア形成に与えた影響や、観光業界の多様性がキャリアビジョンの不明確さにつながる要因を明らかにした。また、地元志向の強さがキャリア選択に及ぼす影響や、観光業界に対する理想と現実のギャップが学生のキャリアデザインに与える課題についても詳述した。

これらの課題を解決するためには、様々な角度からのキャリア教育とキャリア支援が必要であることを述べた。観光学部の学生の進路は、観光業界にとどまらず実に多岐にわたる。それゆえ、既成概念にとらわれない情報提供や柔軟なキャリア教育を行い、学生が幅広いスキルセットを持つことができるよう支援することが求められる。また、個別のキャリアカウンセリングや自己理解を促進するワークショップは、多様なキャリア志向を持つ学生が自己分析を行い、自身に適したキャリアパスを見つけるために効果的である。

和歌山大学観光学部は、今後も地域社会との連携を強化し、実践的な学びを通じて学生のキャリア形成を支援していくべきである。特に、地域連携プログラム (Local Partnership Program, LPP) やフィールドワークを通じて、学生が地域課題に取り組む経験を積むことは、自己理解を深め、具体的なキャリアビジョンを描くために非常に有益である。

これらの取り組みを通じて、和歌山大学観光学部の学生が多様なキャリアオプションを持ち、自信を持って自らの未来を選択できるようにすることが目標である。

このアプローチは和歌山大学観光学部にとどまらず、観光学を学ぶすべての学生にとって有益であり、彼らの充実した職業人生を支援するための重要な一歩となるだろう。

同時に、教育・支援する側も、不断の研究や社会情勢に合わせた情報のアップデート、柔軟な対応を常に心がけるべきである。これにより、学生一人ひとりが、自分の興味や適性に基づいたキャリアデザインを描き、充実した職業人生を送るための支援を継続して行っていくことが重要である。

本稿では、和歌山大学観光学部でのキャリア志向とその課題について考察したが、今後は観光学および観光業界を目指す学生のキャリアについても検証課題としていきたい。

謝辞

本研究の基盤データは、和歌山大学観光学部にて行った全員面談

を通して得たものです。面談実施にあたり、多大なるご支援を賜りました皆様に心より感謝申し上げます。まず、1年生全員面談の実施および報告の場を与えてくださった和歌山大学観光学部教員の皆様、また、データ収集や面談サポートをしていただいた観光実践教育サポートオフィスの皆様、面談運営のサポートおよびデータ集計にご尽力いただいた観光学部キャリア支援室の北山様に深甚なる感謝を申し上げます。本研究を通じて得られた知見が観光学部の発展に寄与することを願っております。

文献

- 片岡裕司・阿由葉隆・北村祐三 2021 『目標が持てない時代のキャリアデザイン』日本経済新聞出版社。
- 金井壽宏・鈴木竜太 2013 『日本のキャリア研究—専門技能とキャリア・デザイン』白桃書房。
- 観光庁 2021 「観光分野における女性活躍事例集」『観光分野における女性活躍推進に関する調査及び普及啓発業務（令和2年度）』（2024年6月11日最終閲覧, <https://www.mlit.go.jp/kankocho/content/001396273.pdf>）。
- 観光庁 2023 『旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究』（2024年6月10日最終閲覧, www.mlit.go.jp/kankocho/content/001706340.pdf）。
- 就職みらい研究所 2023 『就職白書 2023 データ集』（2024年6月10日最終閲覧, https://shushokumirai.recruit.co.jp/wp-content/uploads/2023/03/hakusho2023_data.pdf）。
- 濱島朋子 2020 『キャリア教育と地域に学ぶ経験』観光学 023, 109-115。
- マイナビキャリアリサーチ Lab 2022 『新型コロナが2022年卒学生の就活に与えた影響を振り返る —ガクチ力不足、就活WEB化の影響と入社への不安とは—』（2024年6月11日最終閲覧, https://career-research.mynavi.jp/column/20220127_22084/）。
- 八島雄士・佐々木壮太郎 2020 『観光教育の質向上への挑戦—域学連携および世界観光倫理憲章に着目して—』観光学 023, 127-133。
- 和歌山大学観光学部 (2024a) 「第1部 観光学部の10年」『和歌山大学観光学部10周年記念誌』（2024年6月10日最終閲覧, https://www.wakayama-u.ac.jp/_files/00538510/10th_Anniversary_1.pdf）。
- 和歌山大学観光学部 (2024b) 『地域連携プログラム (Local Partnership Program, LPP)』（2024年6月10日最終閲覧, https://www.wakayama-u.ac.jp/tourism/local_study/lpp.html）。
- 和歌山大学観光学部 (2024c) 『卒業生の就職・進路実績（2023年度実績）』（2024年6月10日最終閲覧, https://www.wakayama-u.ac.jp/tourism/employed/record/2023_record.html）。

(受理日 2024 年 6 月 12 日)

(せとうち観光専門職短期大学・キャリアセンター長)

E-mail:tomoko-hamajima@g.seto.ac.jp