

講義名	観光事業論		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	柏木 千春		
開講期・曜日・時限	後期 火曜日 2時限		
	2018年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2018年度 人間社会学部 観光学科 / 2018年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2018年度 経済学部 経済情報学科 / 2018年度 経済学部 経済学科 / 2018年度 商学部 マーケティング学科 / 2018年度 商学部 経営学科 / 2017年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2017年度 人間社会学部 観光学科 / 2017年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2017年度 経済学部 経済情報学科 / 2017年度 経済学部 経済学科 /		
履修開始年次	1年生	単位数	2
		講義コード	22059

主題と概要

国も自治体も観光を重要な政策と位置づける時代がきた。特に2008年10月には観光庁が創設され、観光を重要な国家課題と位置づけ、本格的に国家的な取組みが始まってきている。

観光振興事業を通じた地域の活性化を図るためには、地域の観光資源を磨き、発見・創造して適切に情報発信するとともに、旅行者ニーズの動向を踏まえ、旅行者の体験全般にわたり多様な関係者が見せ方・楽しませ方を工夫・改善していく必要がある。また、そのためには人材の育成のあり方や、旅行に行きやすい環境づくりなども議論しなければならない。

一方、ビジットジャパンキャンペーンを通じてインバウンド事業の振興を図り、国際競争力の高い地域を形成することも求められている。

この講義では、ニューツーリズム時代の観光事業のあり方、それを支える仕組みづくり、旅行業法の規制緩和による着地型旅行業、インバウンドの促進への対応、イベント・コンベンションと地域観光など、観光振興事業のあり方とは何かを考えていく。

到達目標

観光関連業界を志す学生には、自らが目指す業界の将来について考えるきっかけをつかむことを目標とする。1. 観光事業にかかわる理論を身につける 2. 観光事業のビジネスモデルへの理解を深める。

提出課題

講義時間内に随時、授業内容に関する問題を提出し、小レポート（出席チェックを兼ねる）を求める。

評価の基準

授業への参加度と小レポート（30%）、学期末の試験（70%）で評価する。

履修にあたっての注意・助言他

- ・熱心な受講、小レポート作成をきっかけに毎回のテーマについて積極的に自ら考えることを期待する。
- ・将来観光関連業界を志望する学生を歓迎する。
- ・出席回数7回以上（開始時間20分以内の入室をカウント）ないと、定期試験を受けられない。

教科書

『1からの観光事業』	高橋一夫ほか編著	碩学舎	2592	978-4-502-

プリント資料及び参考文献

『観光まちづくりの力学』安村克己著 学文社
『観光ビジネス論』谷口知司 ミネルヴァ書房
『観光の地域ブランディング』敷田麻美 学芸出版社

授業計画

1. オリエンテーション 観光事業とは
2. 観光事業のマネジメント（1章）
3. 観光のマーケティング・マネジメント（4章）
4. 観光地におけるDMO
5. 地域のまちづくり
6. 地域のまちづくり（13章）
7. 地域のイベント事業
8. 地域活性化策としてのIR（12章）
9. 空港と地域（11章）
10. 地域ブランドとは
11. 観光地としての地域ブランド（14章）
12. インバウンドツーリズム
13. インバウンドツーリズム(15章)
14. スポーツツーリズム
15. まとめ

予習・復習

- 1.（予習）あなたのふるさとはどのような祭りがありますか。季節ごとにまとめてみてください（復習）授業で感じたことをまとめよう
- 2.（予習）教科書1章を読んでおこう（復習）教科書1章「考えてみよう」に答えよう
- 3.（予習）教科書4章を読んでおこう（復習）教科書4章「考えてみよう」に答えよう
- 4.（予習）事前配布資料を読んでおこう（復習）授業で感じたことをまとめよう

備考

授業の進捗により、内容を変更することがある。