

わが国大学における観光教育の概況と課題

河村 誠 治

はじめに

今日、観光は一般にTourismと英訳され、travelling for pleasureすなわち遊びのための旅行（「旅遊」）と説明されることが多いが、ドイツではFremde（よそ者・外国人）とVerkehr（交流）との合成語Fremdenverkehr（フレムデンフェアケアー）という単語が、Tourismus（ツーリズム）に代わって広く用いられてきた。その他の欧州諸国でも外国人との交流を観光とする風潮がある。こうした観光への異なる見方¹⁾がある中で、観光系大学が、産学協同の旗印の下、民間企業に接近すればするほど、長期的な視点での友好往来の促進が影を潜め、短期的な視点での観光経営の蔓延、観光資源の乱開発といった事態を招くことが懸念される。また学生の就職にも関係する大学教育は、長期的視点から行われるべきである。経営は半年や1年単位のものであるのに対し、就職は数十年単位のものである。

本論文では、観光産業の低賃金・長時間労働およびローテクという体質に触れ、大学での観光教育は観光に関しての学際的で汎用的な教養教育であってよい、経営や職業訓練的なものに過度に偏ってはならない、ということ論述する。

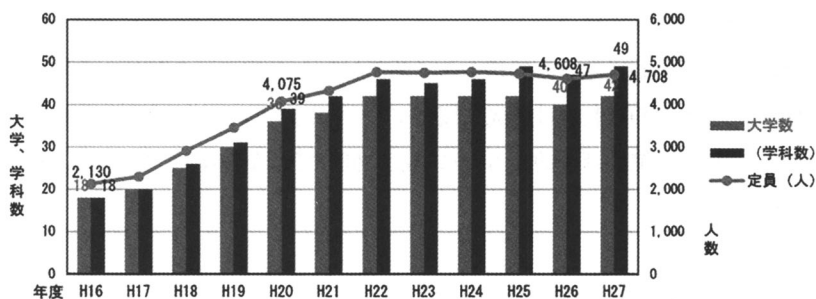
1) こうした観光への見方の違いを克服しようと、1991年の世界観光機関主催のオタワ会議では、「観光は、レジャー、ビジネス、その他の目的で、日常的な環境の外に出かけ滞在する個人々の一年未満の活動」(Tourism comprises the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business, and other purposes. (The international Conference on Travel and Tourism Statistics convened by the World Tourism Organization (WTO) in Ottawa, Canada, in 1991))と定義づけられた。

1. わが国の観光教育の概況

『平成28年度観光白書』によれば、2015年時点の日本の大学での観光系学部の数
は42学部、観光学科の数は49学科で、その学生定員は4,708人となっ
ている(図1)²⁾。この他に40余りの大学で、観光以外の学部や学科の下に
観光コースが設置されている。これら130余の大学のなかで40~50年以上
の歴史のあるものはわずか2大学、具体的には、立教大学社会学部観光学科
(1967年開設)と横浜商科大学商学部貿易・観光学科(1974年開設)のみで、
他の大学はいずれも1993年以降に開設されている。その多くが訪日客倍増計
画を打ち出した1996年から「観光立国推進基本法」が制定された2006年ま
での10余年の間でにわかに開設されている。訪日外国人客数は2015年には45年
ぶりに出国者数を上回る約2,000万人を記録するなど、異常とも思える急激
な伸びを見せているにもかかわらず、観光系大学の設置数と学生数は増加し
てはいない。

国立大学でも2005年に山口大学と琉球大学で、2007年に和歌山大学で観光

図1 日本の観光系大学・学科数と学生定員数の推移



資料：文部科学省資料より観光庁作成

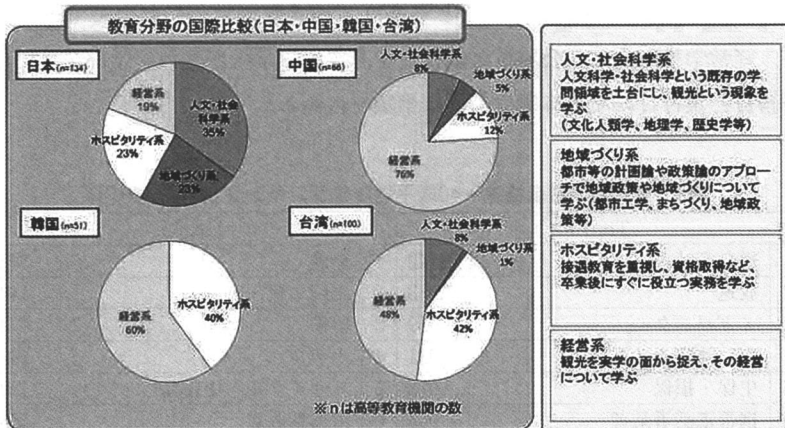
(出所) 観光庁(2016)『平成28年版観光白書』70頁, <http://www.mlit.go.jp/common/001131317.pdf>.

2) 観光庁(2016)『平成28年版観光白書』, 70頁 (<http://www.mlit.go.jp/common/001131317.pdf>).

系の学部や学科が設置されてはいるが、その設置数や学生定員といった規模から見て、日本の大学での観光教育の主たる担い手は私立大学と言える。

日本の観光教育の特徴は、地理や歴史学などの人文・社会科学をベースとした観光教育、あるいは地域振興や都市計画を視野に入れた観光教育が6割程度と多数を占めていることである。図2は、観光庁が2010年度に行った「東アジア圏の観光における国際競争力に関する調査」に掲載された東アジア圏（日本・中国・韓国・台湾）の高等教育機関における観光教育分野を比較したものである³⁾。経営系の観光教育機関の比率を見ると、中国は76%と突出し、韓国の60%、台湾の48%、日本の19%と続く。ホスピタリティ系（接遇のための職業教育系）の比率では、台湾と韓国がそれぞれ42%、40%と高く、中国は12%と日本の23%にも及んでいない。同図から大雑把に言えば、日本の大学での観光教育は教養教育、中国は経営教育、韓国・台湾はサービス業向け職業教育ということになる。職業教育については、これまで日本では一般に、専門学校での教育・訓練と見られてきた。

図2 東アジアの高等教育機関における観光教育分野の比較



資料：2010年度（平成22年度）観光庁調査事業「東アジア圏の観光における国際競争力に関する調査」

3) 観光庁(2012)『観光人材育成について』(2012年2月21日観光立国推進ラウンドテーブル)
<http://www.mlit.go.jp/common/000192549.pdf>.

2. 観光系大学生の就職先と観光関連企業の求人像

観光庁が2014年度に行った全国の観光系の58大学へのアンケート調査では、観光系の大学生の16.7%しか観光関連の業界に就職していない。その比率は、国立大学ではさらに低い。ちなみに、山口大学経済学部観光政策学科の場合9.2%で、具体的には、2016年までの3年間の当学科の卒業生総数87人中、観光関連の業界に就職した学生は8人（旅行会社2人、航空会社2人、鉄道1人、ホテル1人、空港1人、観光協会1人）のみである。

なぜ観光系大学生は就職先として観光関連企業を選ばないのか。その理由として給与水準、平均勤続年数、職務内容、職場環境などが挙げられるが、なかでも給与水準は大きい要因と考えられる。表1は東洋経済新報社『会社四季報業界地図2016年版』をもとに作成した業界別40歳平均年収ランキングである。総合商社、放送、メガバンク、コンサルティングが1,000万円台となっているのとは対照的に、ホテル482万円、娯楽・レジャー498万円、飲食505万円と、観光業の多くは下位グループの低賃金業種である。ちなみに旅行会社は592万円と若干多い。国立大学の山口大学経済学部ではカリキュラム面での学科間の垣根が低いこともあり、観光政策学科においても経済学科、経営学科同様に、公務員と銀行員を志望する学生が多い。学部全体では公務員と銀行員になる卒業生がほぼ半数を占める。

表1 業界別の賃金格差—40歳平均年収ランキング（単位：万円）

Top10		Last10		
1	総合商社	1,142	1 介護	382
2	放送	1,053	2 眼鏡・靴・宝飾品	440
3	メガバンク	1,039	3 警備	472
4	コンサルティング	1,031	4 ホテル	482
5	生保・損保	918	5 リサイクル・中古品	483
6	携帯電話事業者	908	6 家電量販店	488
7	プラントエンジニアリング	834	7 スーパー	492
8	海運	824	8 ホームセンター・ディスカウントストア	495

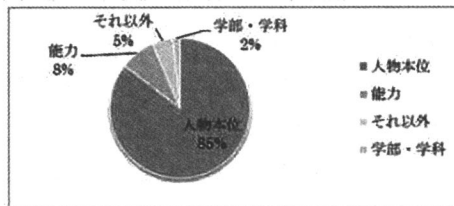
9	石油	785	9	レジャー・テーマパーク	498
10	証券	766	10	外食	505

(出所) 東洋経済新報社 (2016) 『会社四季報業界地図2016年版』をもとに筆者作成。

他方、供給サイドの観光産業界も観光系の大学の卒業生を積極的に採用してはいない。図3は、観光庁が、私立大学の玉川大学の2013年度「観光教育に関する学長・学部長アンケート報告書」をもとに作成した、観光関連企業の大学新卒者採用時の重視項目である。その中で一番大きい比率を占めているのは人物本位の85%、それに続いて能力8%、それ以外5%、学部・学科2%となっている。能力よりも人物を重視する姿勢は、観光関連の業界のビジネスにとって、観光という特定領域の教育を受けた卒業生よりも幅広い教育を受けた学生を採用したほうが有益であるということを端的に表わしている。言い換えれば、観光関連の業界自体が、職業専門学校レベルでの教育や訓練を大学のカリキュラムに取り込むことに否定的ということである。この能力の軽視は、後述するが、観光関連業界だけでなく、多くのローテクのサービス業に共通することでもある。

図3 観光関連企業の大学新卒者採用時の重視項目

観光関連企業が新卒採用時に重視する項目*



*資料：玉川大学「平成25年度 観光教育に関する学長・学部長会議 アンケート報告書」
(委員に対するアンケート)に基づき観光庁作成

(出所) 観光庁 (2016) 『平成28年版観光白書』71頁, <http://www.mlit.go.jp/common/001131317.pdf>.

3. 低賃金・長時間労働の観光産業⁴⁾

観光産業は人手産業とも呼ばれ、各種観光企業は多くの従業員とりわけ女性従業員を抱えている。観光産業の取りまとめ役の旅行会社は、大した固定資産を保有せず、明らかに労働集約的な業種である。それに対し、ホテル、航空、鉄道会社は、製造企業と比べ、引けをとらないくらいの固定資産も有していて、資本集約的な業種とも映るし、雇用創出の面で労働集約的な製造企業に及ばない。しかしそれでもホテル、航空、鉄道会社などは労働集約的な業種と言える。表2は、日本の主要企業における総費用に占める各種コストの構成比を示したものである。ホテルや航空会社では、費用項目中の減価償却費（単純再生産のための前貸資本の回収費）の比率が高く、労働集約的な産業には該当しないように映るものの、ホテル業や運輸業の人件費の割合は製造業の倍以上の25～31%となっており、人件費率40%以上と言われる旅行会社同様に労働集約的な産業と言える。他方、自動車産業での最も大きい費用は材料費の66%であり、人件費は9%に過ぎない。

利益は売上げから費用を減じた残りである（利益＝売上げ－費用）。新商品の発売や特許などの知的財産権の設定などがあれば別であるが、他社との競争が熾烈な営業現場での売上げは一定期間、そう簡単には伸ばせるものではない。よって利益を上げるには、費用全体の中で一番大きい費用の削減が重要となる。自動車産業では材料費、観光産業では人件費の削減が利益を上げる上で最も手っ取り早い。一般に、観光産業の一人あたり人件費のレベルは製造業よりも低い。なお本表は、主要企業を挙げて比較したものだが、中小企業においてもほぼ同じことが言える。

また観光産業のほとんどは中小・零細企業で、企業別の労働組合の交渉力も弱く、利益確保のために低賃金・長時間労働が固定化されてきたという事情もある。そうしたことは、観光産業の多くで平均勤続年数が短いという

4) 河村誠治 (2008)「第三節 観光産業の特徴」『新版 観光経済学の原理と応用』九州大学出版社、148～150頁を参照されたい。

ころに現れている。

表2 日本の主要企業における各種コストの構成比 (1996年, %)

	製造業			交通・運輸業			サービス		
		電機	自動車		航空	鉄道		ホテル	外食
人件費	10.9	12.7	8.6	24.6	21.0	29.9	17.7	30.5	31.4
材料費	38.1	33.9	66.3	5.7	14.0	4.8	16.2	20.4	20.0
商品仕入高	15.4	21.4	3.6	2.1	0.0	5.1	3.1	0.0	10.2
減価償却費	4.1	3.9	3.1	7.9	7.2	12.8	3.2	7.3	3.2
金融費用	1.1	0.8	0.7	6.1	4.0	11.9	1.0	3.8	1.1
その他	26.9	24.0	15.3	50.2	52.7	30.7	54.7	38.2	28.4
小計	96.4	96.8	97.5	96.5	99.0	95.2	63.4	100.1	94.5
経常利益	3.4	3.2	2.5	3.4	1.0	4.8	4.2	-1.0	5.6

(出所)『主要企業経営分析(平成7年度)』(日銀調査統計局, 1997年10月)より作成。

4. 観光産業が学生の能力を重視しない理由と背景⁵⁾

ローテクはハイテクの反対語で、観光産業を含めた多くのサービス業に多い。ハイテク化は国際競争下にある製造業では避けて通れない課題である。そのハイテク製造業での合言葉は労働生産性(効率)である。効率(efficiency)を定義すれば、単位時間当たりの投入と産出の比率とということになる。その比率を上げる、あるいはその比率が上がることを「効率アップ」と言う。ただし、この効率アップには二つの前提条件がある。一つは、生産要素が優れている、あるいは優れるようにするということである。生産要素には、「生産された生産手段」と呼ばれる資本財(機械、原材料など)、「基本的生産要素」あるいは「本源的生産要素」と呼ばれる労働(力)や土地などが含まれる。簡単に言えば、生産要素とは資本、労働、土地の三位一体である。もう一つは、労働編成が近代的・科学的な経営管理に置かれるということである。労働編成は、従業員にやる気を起こさせるために、一方で

5) 詳しくは河村誠治(2008)「第5節 観光および観光産業の効果」『新版 観光経済学の原理と応用』九州大学出版社, 31~34頁を参照されたい。

表彰し他方で叱責するという性質の労務管理、および作業現場での無駄を省くために緻密に計画された作業工程管理の二つからなる。効率アップとはつまるところ、一流の生産要素と一流の労働編成を追求することである⁶⁾。

それではなぜ、観光産業はハイテクを目指さず、一流の人材を確保するようにならないのか、という問題が提起される。その基本的な問題は、サービス全般について言えることであるが、製品を作り溜めておけない、別の言い方をすれば在庫の形成が不可能という点に集約できる。

製造業では労働生産性を高めることで、たとえば、1日100個の生産物を150個に増やすことが望まれるが、観光産業では、1日100室の客室を150室に、1日100席の客席を150席に増やすことは不可能である。製造業で生み出されるすべての製品が、時間の長短はあるものの、出荷前に在庫の形態をとる。それに対して、観光産業のサービスは他のサービス業と同様に予め作り溜めておき、必要な時に提供するという点など不可能である。

つまり観光産業では、生産と消費を同時に完結させなければならず、日々刻々と変わる顧客の需要に即応し、最大のサービスを提供することで、所定数の顧客を確保していかなければならない。そこでは、教育現場での能力とはかけ離れた、その場の空気や流れを読む山師的な第六感、顧客の顔色をうかがいながらの揉み手、そして純真な笑みとは違うスマイル (smile) といった、製造業の世界では一笑されるような人間臭さや商才の如何が問われることになる。ちなみに観光産業のスマイルは顧客を馴染ませる、あるいは敵ではないというシグナルの筋肉運動・笑窪であって、幸福感情の発露などではない。幸福感があるとすれば、それは利益をもたらすという期待である。多くの東洋人には卑しいと思われるそうしたスマイルは、世界の観光産業をリードするアメリカの観光産業ではごく当たり前のことである。世界では、金目当てのスマイルのどこが悪いのかということになる。

これまで日本では、科学技術があまりにも崇拝され、国挙げてのハイテク

6) 詳しくは、鈴木良始 (1994)『日本の生産システムと企業社会』北海道大学図書刊行会を参照されたい。

化が志向されてきた。観光産業が目に見える効率ではなく、経済的・公益的な効果（effect）を重視する存在である以上、評価されなかったのは当然である。しかし、科学技術の粋を集めた一流のハイテク産業は、資本制生産の最大の矛盾である、生産と消費の矛盾に最も強烈に向き合っている産業でもある。具体的には、過剰生産、過当競争、利潤率の傾向的低下、貿易摩擦などの問題である。そして、産業構造の高度化という歴史的潮流のなかで、それが一流のアウトプットを保証するものでないことが明らかになり、一流・イコール・効率という物財生産的な価値観が色褪せ、利益・イコール・効果というサービス提供的な価値観が台頭し、効率よりも効果という考えが広く定着しようとしてきている。

5. 観光庁観光産業課の提唱する観光教育の検討

日本の観光産業は労働生産性が低く、国際競争力がないとされている。総務省の2012年の経済センサスをもとに作成した『総務省統計トピックス73 経済センサスと経営指標を用いた産業間比較』によれば、従業員一人当たりの付加価値額において、情報・通信909万円、学術研究・専門・技術サービス766万円、不動産670万円、製造業607万円などとなっているのに対して、宿泊256万円、飲食サービス165万円などと、観光産業はきわめて低い⁷⁾。観光庁は観光需要の平準化のための地域ブロック別の休暇分散化計画の推進⁸⁾や経営に通じた人材の育成が急務とされている。観光経営のレベルアップは

7) 総務省2013年10月16日付け報道資料 (<http://www.stat.go.jp/data/e-census/topics/topi730.htm>)。

8) 観光立国推進本部は2009年末に初回の休暇分散化ワーキングチームによる審議会を開催した。その際、委員でもある旅館経営者の星野佳路は、休暇分散化による旅行「需要の平準化」が、国際競争力のきわめて低い観光産業の労働生産性を上げると、マッキンゼー (McKinsey) 社の分析「サービス業の生産性」をもとに主張している。当分析資料では、日本の観光産業の労働生産性は、アメリカを100とした場合、娯楽・レジャーでは96、運輸58では、旅館などでは27となっている (2009年12月21日休暇分散化ワーキングチーム【資料3】星野委員提出資料http://www.mlit.go.jp/kankocho/iinkai/suishinhonbu/kyuka_wt.html)。

観光従事者の賃金の更なる低下を招くことも考えられる。観光庁観光産業課は、観光産業で世界的に活躍する人材を輩出してきたローザンヌホテルスクールとコーネル大学のカリキュラムに注目し、それぞれ「実務的なオペレーション科目とマネジメント科目」(図4)、「理論と実践のバランスが取れたカリキュラム」(図5)などと絶賛している⁹⁾。そして、国際競争力があり観光企業の経営や接遇(ホスピタリティ)のための実務に力点を置いた、産学連携による「高等教育機関」としてのカリキュラムモデル(表3)を提示し、経営を無視した人文・社会科学系の日本の観光教育を批判している。しかしホテルマネジメントなどを母体とした海外の有名大学での観光関連科目が日本の観光系大学に適用できるかどうかは疑問である¹⁰⁾。コーネル大学内には、宿泊・飲食の学生実習用のスタットラーホテル(ヒルトンホテルの前身)があり、ローザンヌホテルスクールには観光関連科目の19%を占めるインターンシップの受け入れる土壌(スイス西部の観光保養都市)があるように、日本と海外の観光系大学とは置かれた事情が異なる。また欧米の観光系大学の観光関連科目には、欧米のホテル業は不動産業と重なるところも多いせいか、日本にはない不動産投資といった科目もある。

確かに、日本の観光経営には、低賃金・長時間労働に見られるような近代的な要素が色濃く残り、欧米での観光教育・研究に学ぶところは多いように思われるが、ハイテク産業でもない観光産業が実際に必要とする人材の大部分は従事者であって経営者ではない。経営者養成のための産学協同ということであるならば、何も観光教育や研究に限定する必要はない。表3は果たして「高等教育機関」としてのカリキュラムモデルと呼べるものなのか。同表のビジネススキルの分野を見てみると、科目番号の8の観光関連法規や9のコミュニケーション基礎が基礎的科目として必須科目とされ、それに対応して25の法律概論と26のロジカル・シンキングが専門的科目として選択科

9) 観光庁(2016)『平成28年版観光白書』72~73頁(<http://www.mlit.go.jp/common/001131317.pdf>)。

10) 河村誠治(2007)「観光教育・研究のあるべき姿を模索して—セントラル・フロリダ大学ローゼンカレッジ訪問記—」『山口経済学雑誌』第56巻第4号、山口大学経済学会。

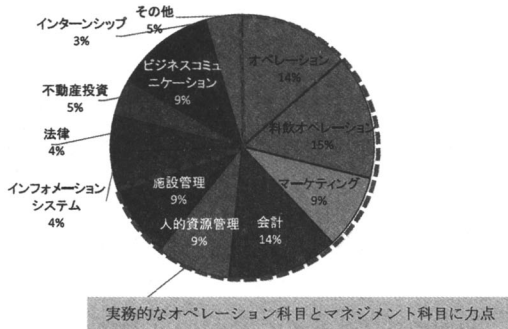
目とされているように、カリキュラム上の基礎的科目と専門的科目との区分が不明瞭で逆転したものとなっている。法律の基礎的知識や哲学や論理学といったベースなくして、頻繁に改定されるような観光関連法規や何をベースとしているか定かでないコミュニケーション基礎を必須科目としているのである。高等教育機関での教育は人文科学、社会科学、自然科学の3分野に分けられ、一般に普遍性の高いものを何々学、限られた条件下で論理付けられている何々論とされているが、そうした学や論の名のつく科目名が専門科目において余りにも少ない。ホスピタリティの名を冠した科目は、ホスピタリティ産業入門、ホスピタリティの経営戦略論、ホスピタリティ産業のIT、ホスピタリティ産業の財務管理、ホスピタリティ産業の人材管理と、実に5つもあるが、ホスピタリティ論一つに統合したほうがホスピタリティのことは把握しやすい。専門的科目のホスピタリティの経営戦略論ならば経営戦略論という基礎的科目のなかに置いたほうが自然である。相前後するが「分野」の設定も問題である。文化、まちづくり、観光資源、不動産投資、環境、政策など、観光経営の外延部分と中核部分との関係には触れない狭義の経営となっている。このような狭義の観光企業の経営に関する教育では、観光関連の企業経営者の要望に応えられないばかりか、住んでよし訪れてよしという国策すなわち「観光立国」に貢献できない。

観光従事者の養成の視点からすれば、観光教育は何も観光系大学である必要はなく、観光企業の経営や接遇（ホスピタリティ）の教育・訓練に当たる職業専門学校で十分である。観光産業の経営者の養成の視点からしても、観光にだけ通用する経営はないので、経営一般の教育カリキュラムで事足りるということになる。観光企業の売上げの多くが地元住民をターゲットとした非観光収入となっている現状¹¹⁾からすれば、観光経営などと称して観光経営

11) ちなみに、2013年3月決算書の帝国ホテル（本社）の場合、売上高全体に対する割合は、客室部門28.8%、食堂部門24.1%、宴会部門47.1%（<http://www.tahara-kantei.com/column/column779.html>）と、地元住民をターゲットとした宴会や飲食部分が極めて大きい。世界の観光統計が宿泊統計から訪問者統計（TSA）に変更された最大の理由は観光産業の収入の多くが非観光収入となっているためである。

に限定した教育部分を増やすと、逆に観光企業の経営実態から遠ざかることになる。

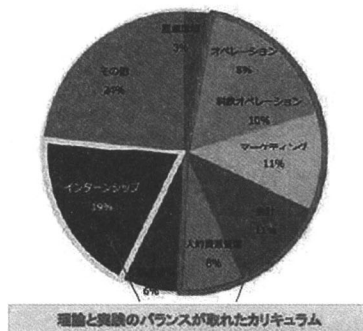
図4 コーネル大学の観光関連必須科目の構成



資料：折戸春雄・大藤正・永井一志・根木良友（2014年（平成26年））「日米欧豪並5地域の観光専攻大学のカリキュラム比較調査を通じた日本の観光人材育成に関する考察、玉川大学経営学部紀要第23号」に基づき観光庁作成

(注) ホテル経営学部を1922年に創設後、ホスピタリティ重視の経営学修士(MBA)を設置。学内の4つ星ホテル「スタットラーホテル」は学生の実習、世界各国のホテル関係者の社会人教育の場として知られる。

図5 ローザンヌホテルスクール(注)の観光関連必須科目の構成



資料：ローザンヌホテルスクール資料に基づき観光庁作成。

(注) ホテル業の職業訓練学校(ホテルスクール)として1893年に創設。ホテル業を含む観光産業の人材育成のためのホスピタリティマネジメントプログラムを1994年に開設。2014年には、ヒューストン大学と香港理工大学との連携のもと、国際観光の大学院(修士課程)を設置。

表3 観光庁策定の観光カリキュラムモデル

【成果①】カリキュラムモデル策定



分野	基礎的科目		専門的科目	
	科目番号	科目名	科目番号	科目名
経営戦略	1	経営学要論	13	サービスマネジメント
	2	経営戦略概論	14	ホスピタリティ産業の経営戦略論
IT	3	IT概論	15	ホスピタリティ産業のIT
会計	4	会計概論	16	管理会計
			17	収益管理
			18	企業財務
財務	5	財務概論	19	ホスピタリティ産業の財務管理
マーケティング	6	マーケティング概論	20	サービス・マーケティング
			21	マーケティング調査
			22	ブランド論
			23	ホスピタリティ産業の人材管理
人事・組織	7	組織行動論	24	リーダーシップ論
			25	法律概論
ビジネススキル	8	観光関連法規	26	ロジカルシンキング
	9	コミュニケーション基礎	27	リスクマネジメント・企業コミュニケーション論
	10	統計・定量分析手法	28	観光産業論
産業論	11	経済学	29	旅行産業論
	12	ホスピタリティ産業(入門)	30	MICE

赤字:必修科目 青字:選択科目

カリキュラムモデル実践にあたり、教員・教材が不足

産学共同研究の実施

12

(出所) 観光庁観光産業課 (2012年7月) 『観光分野における人材育成施策 (産学官連携による観光ホスピタリティマネジメント人材育成)』 (<http://www.mlit.go.jp/common/001019002.pdf>)。

6. 結び—あるべき「高等教育機関」としての観光教育

日本では2006年末「観光立国推進基本法」が制定され、観光立国が国策となっている。そもそも大学の観光教育・研究も国や社会の発展に貢献することであって、産学協同などと称して一部の観光業界の利益を図ることではない。一部の業界の利益は他の業界の不利益となるケースも多い。観光産業が急成長しても国民経済が急成長するどころか逆に混乱や停滞を招くことも考えられる¹²⁾。国民経済の利益もさることながら社会全体の長期的な発展を考えるべきである。

近年、観光系の学部数・学生数・定員数はいずれも頭打ちとなっており、

12) マクロ経済の視点からすれば、生産波及効果 (=逆行列係数) の小さい (=逆行列係数の低い) 観光産業などのサービス業よりも製造業を振興したほうが国民経済の拡大再生産に有利であるということは、河村誠治 (2014) 「国富と観光サービス—観光業は富を生むか—」『山口経済学雑誌』第62巻第5・6号, 山口大学経済学会を参照されたい。

観光産業に就職する卒業生は2割にも達していない。他方、観光企業も観光系の学生を求人対象とは見ていない。観光庁観光産業課は、観光産業界が求める経営に通じた人材育成とは程遠い、人文系や社会学中心の日本の観光系大学での観光教育を問題視し、産学連携による、「高等教育機関」としての体系的カリキュラムの構築が必要として、「カリキュラムモデル」まで提示している。

しかし、あるべき「高等教育機関」としての観光教育の姿を考えた場合、観光産業界への就職率アップなどはゴールではない。観光産業界の長時間労働・低賃金には触れず、その対極にあるような観光産業界が求める経営に通じた人材育成はいずれ教育上問題となるであろう。

大学での観光教育の課題は、産学協同と言う言葉に振り回されず、観光という一分野を科の学としていかに深く教え、観光立国という国策を遂行し品格ある人材をいかに多く育てていくかにある。大学での観光教育は経営やホスピタリティ・マネジメント（接遇管理）というよりも人文・社会科学系の文化や言語などのカリキュラムを中心とした、外国人を含んだ他所の人との友好往来を促すための全人格教育であつてもよいと考える。