

高大社連携の

遠隔アクティブラーニング

―九州産業大学の入学前教育―

中世古貴彦

九州産業大学 基礎教育センター 講師

いわゆるコロナ過以降、大学の教職員も学生も、前例の無い変化への対応を迫られてきた。筆者も数々の業務上の変更を余儀なくされたが、とりわけ教育面での影響は大きく、正規の授業科目だけでなく、入学前教育でも大きな変化を経験した。本稿では、九州産業大学基礎教育センターが実施する付属高校出身者向けの入学前教育が、コロナ禍を契機に教職員、学生、高校教員、企業人の協働を強め、一層充実するに至った様子を紹介したい。

切っ掛けは、2020年度のある授業での少し意外な経験を、周囲と共有したことであった。外部のゲスト講師による講義を遠隔化することになったのだが、先方の事情のため動画配信等の対応が不可能で、スライド資料を配布する

だけになってしまった。それらの資料を読んだうえで出席代わりにミニレポートを毎回提出させるだけではあまりに味気ない。そこで、授業運営に使っていたLMS(学習管理システム)のチャット機能を用い、当該授業の本来の開講時間帯に配布資料を踏まえた意見交換を課した。すると、対面授業では殆ど質問・意見を表明しない学生たちが、資料を超えて独自に調べたことも加味した多様な学びを、凄まじい勢いで共有するようになった。拙い書き込みやフリーライダーも皆無ではなかったが、もし各個にミニレポートを提出させるだけだった場合、各自が深めた学びを他者と共有する機会は何れなかっただろう。時間の経過とともに、FD研修会や日常の会話の中で、他の教員と授業実践上の工夫を情報交換する機会も増えた。そうした中で、多くの教員から、学生同士の学び合う力をそれぞれの方法で活用していることを伺った。また、私の授業実践についてアドバイスを頂く機会も何度かあった。

やがて、2021年1月、福岡県に2度目の緊急事態宣言が発出された。これにより大きな変更を余儀なくされたのは、入学前教育だった。九州産業大学では、旧推薦・AO入試等の合格者全員に、オンライン学習と各学部等による対

面授業や課題などからなる入学前教育を実施してきた。

これらの遠隔化も課題だったが、筆者が所属する基礎教育センターでは、付属高校からの推薦入学者等（ここ数年は毎年150人程度）を対象とした特別の入学前教育プログラムの遠隔化も必要だった。このプログラムは、5年ほど前から実施されてきた新聞を使った入学前教育で、自宅学習期間に入った高校3年生の冬の間、約1カ月間の新聞購読（費用は本学が負担）と、本学キャンパスでの文章指導やグループワークなどの3回の対面授業により、読解力、文章表現力、学習習慣等を身に付けさせることを目的としていた。

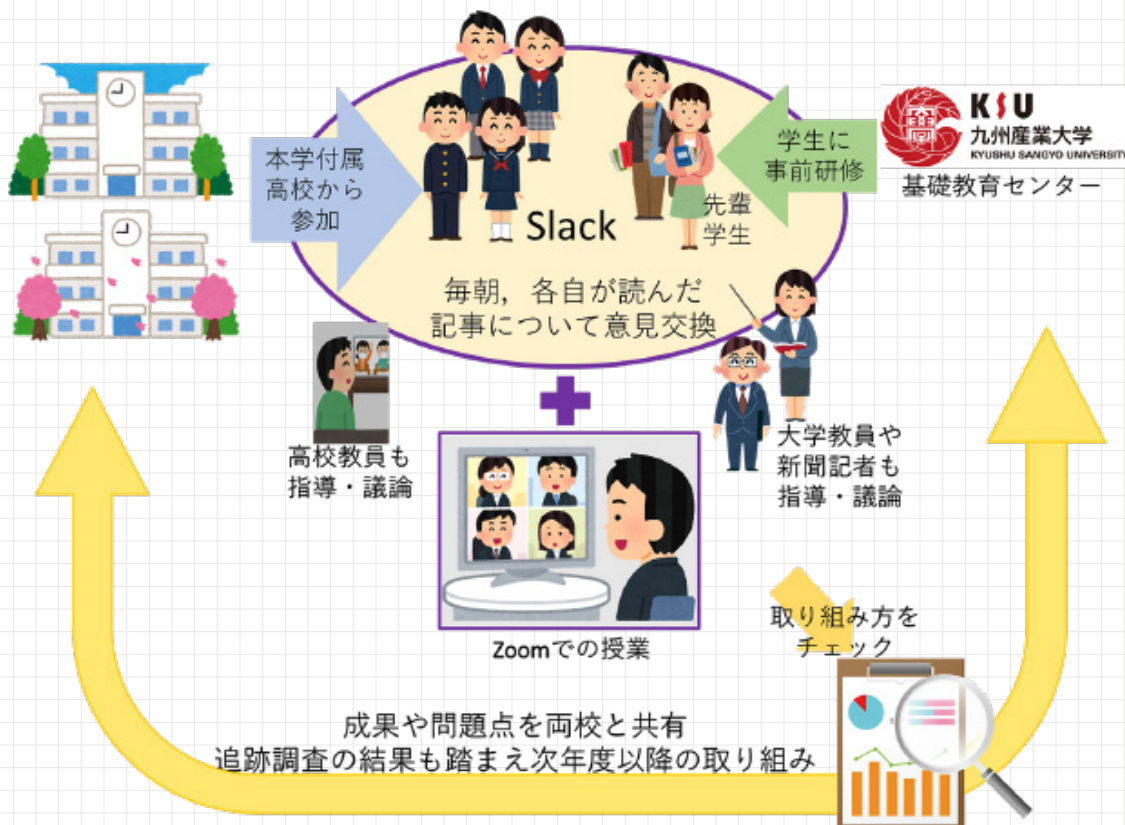
ところが、対面で指導する機会が確保されていても、この目的の達成は容易ではなかった。ここで、時間を日本でもコロナ禍が始まる直前まで戻す。ぎりぎりのタイミングでプログラムを対面で実施し終えた2020年2月、受講した生徒に事後アンケートを実施したところ、彼らの半数以上は毎朝配達される新聞を週に2、3日程度しか読んでいなかったことが判明した。しかも、新聞を読む頻度などのプログラムへの取り組み方やその成果についての回答は、元々の学習習慣（付属校推薦枠を使えることが確定する前の、3年次1学期の授業外学習時間）と強い正の相関を有していた。

要するに、毎日着実に学習に取り組ませる特別な仕掛けない限り、元々ある程度学習習慣がある者以外は入学前教育を真面目に受講してくれない。教材（新聞）を読まないのだから、学習の前提が成立しない。この状況を放置しておく、「大学でも、指示された学習を行わなくてもなんとかなるだろう」という誤った認識が強化され、入学後の単位取得や卒業に支障をきたす者が続出しかねない。2021年1月実施分の準備段階では、2021年度もコロナ禍による遠隔対応などが続く予想された（実際にそうなった）ため、大学で期待される学習行動を経験・意識させて、遠隔授業への免疫を獲得させることが喫緊の課題であった。

しかし、緊急事態宣言により対面でのサポートが不可能になった中、たった数人の担当教職員だけで、百数十人を相手に充実したりリモート指導などできるわけがない。そこで、先述の授業での経験がヒントになった。受講者は、SNS上での他者の反応が気になって仕方がない、今どきの高校生である。オンラインで同級生同士に新聞を読み競わせれば、「友達が今日も取り組んでいるし、私もやっておこう」という動機付けができるのではないか。

このアイデアを関係教職員と共有・検討し、更にいくつか

の要素を加え、「図1」*のような遠隔化した入学前プログラムを開発した。まず、テレワークにもよく使われるビジネスチャットアプリのSlack上で本プログラム用のワークスペースを作り、そこに生徒を招待した。生徒らには、約1カ月間、平日はほぼ毎朝、その日の朝刊の中から気になる記事について「要約」と「意見・考察」を用意させ、午前9時までにSlack(の当該日用に設けられたチャンネル内)に投稿させた。その後約1時間は、リアクション(「いいね!」等のボタンを押す)や「返信」機能を用いてお互いの投稿について意見交換をさせた。対面ならグループディスカッションに相当する活動だが、生徒らだけでは経験不足や惰性のために活発な意見交換は期待できないので、大人が少し介入する必要がある。そこで、事前に研修を受けた基礎教育センターの学生アシスタント10名ほどにシフトを組ませ、先輩として手本を示すために意見交換に参加してもらった。また、高校の先生方にも協力を仰ぎ、特によく書けている生徒や取り組み方に問題のある生徒を叱咤激励するという援護射撃を頂戴した。さらに、読売新聞西部本社講師陣にも、記事を深読みする一歩踏み込んだコメントをしていただき、意見交換を促してもらった。そして、大学教職員は、プログラムへ



[図1]遠隔化した入学前教育のイメージ

の取り組みと大学での学び方の相似性を意識させることに特に留意しながら、投稿や意見交換の方法を指導していった。これらSlack上の取り組みに加え、3回の遠隔授業（かつて対面で行っていた文章指導など）も実施した。

プログラム最終日に実施した事後アンケートでは、過半数の生徒が新聞を「毎日欠かさず読んだ」と回答した。前年までは過半数が週に2、3日しか読まなかったのだから、この変化だけでも大きな収穫である。SNS感覚で学びを共有する仕掛けにより、遠隔化した方がよりアクティブな入学前教育になったことが察せられる。加えて、各種満足度や成長感も、多くの点で明らかに前年よりも向上していた。さらに、「返信」回数などのプログラムへの取り組み状況と、入学後のGPAや単位取得状況との間には、元々の学習習慣や入学時の基礎学力を統制しても、統計的に有意な正の相関が確認された。さらなる検証の最中だが、プログラムが遠隔授業を含む大学での学習への備えになったことを示唆する結果と考えられる。

実施側関係者へのアンケートでも、評価は上々だった。高校内でも生徒の頑張りがよく見えると評判がよく、「来年も是非」と言っていた。新聞社講師陣にも、ICTを

駆使した新聞教育に手応えを感じていただいた。学生アシスタントたちも、後輩に向き合う中で自分たちも成長できたという感想を寄せてくれた。また、我々教職員も、以前よりも学外の関係者と遠隔でだが一層緊密に連携して取り組むチャレンジングな高大接続から気付くことが多く、大いにFD、SDになった。

遠隔化、アクティブラーニング、ピアサポート、教職協働、高大接続、高大社連携、with/afterコロナ…。今般の大学教育改革のバズワード(?)をありったけ詰め込んだかのようなプログラムの運営は、最後まで試行錯誤の連続になってしまい、対面の頃より負荷は増してしまった。だが、関係者の努力は、付属校推薦による入学半年後の除籍退学者ゼロという事実によって、報われたと信じている。本稿執筆中も、幾つかの改善を加えた上で、2022年度入学予定者を対象に遠隔で実施されている。

※出典 中世古貴彦、森誠子、小田部貴子、松原岳行 2022「Slackを活用した高大接続の試み―新聞を用いた入学前教育の遠隔アクティブラーニング化―」九州産業大学総合情報基盤センター『COMMON』Vol.41, 74-88.

國學院大學観光まちづくり学部 ・ 西村 幸夫 「観光まちづくり学部長」

地域に根差した観光まちづくりのあり方を考える

1 コロナのただ中で

新型コロナウイルスの影響で、私たちの日常生活のスタイルはおおきく変わってしまった。社会経済に与えた影響も計り知れない。とりわけおおきな打撃を受けているのは、ひとが動いたり集まったりすることに関連した産業である。観光産業はその代表格のひとつとして、しばしばメディアにも取り上げられてきた。

しかし同時に、この間、観光においても新しい芽が全く出てこなかったわけではない。県境をまたいでの移動がままならないという事情が生んだ新しい動きのひとつとして、マイクロツーリズムというものがある。普段はそれほど

目がいかなない近場の人気スポットが俄然注目されるようになり、行ってみると意外におもしろいということと、地元の魅力を見直す動きにつながってきている。また、修学旅行なども遠くへ行くのが難しいという事情から県内や近県への訪問となる例が増え、その結果、地域を見直すという新しい教育旅行の成果も生まれてきており、予想以上に好評だと聞く。

観光スポットにおいて多くの店舗が苦境に立たされている中でも、それほど影響を受けていない店舗もないわけではない。よく聞くと、地元で愛されている店はこうした非常時にも強いという。ちょっと前までのインバウンドのブームの最中には見えなかったような地域観光の実情が見えてきたのである。

地域を支える重要な経済システムのひとつとして観光をとらえ、同時に地域のレジリエンスを高めることに貢献するようあり方を模索し、そのことが地域の魅力を高め、地域の人々によっても「住みがい」を増すことにつながるような手立てを考えることは、来るべきコロナ後の社会を考える際にも重要となってくるだろう。

とりわけ、国境がふたたび開き、このところ遠くへ行けずに不満がたまっている人々が海外から訪れるようになってきたときに、ふたたびオーバーツーリズムや観光バブルに踊らされることなく、地域が賢く成長し、地に足がついたまちづくりを進めていけるように、現段階から備えておくことは重要なことだと思う。

2 「観光まちづくり」という発想

地域に根差して観光を考えるということ、すなわち地域の環境を磨き、うまく活かすことと、地域の社会を支え、人々に生きがいをもたらすこと、そして地域の経済を元気にするということが、これら3つのことを同時に達成するような仕組みを、観光を軸に考えることを「観光まちづ

くり」と呼ぶ。

コロナ禍に見舞われ、私たちはこうした観光まちづくりの重要性にふたたび気づかされたと言える。従来は、観光というものは外部からの来訪者に、地域にお金を落とすしてもらい、それで地域経済を潤わせる仕組みとだけ見られることが多く、その結果、地域社会と軋轢を生じるということが懸念されてきたからである。

他方、地域社会を大切にすまちは、地元コミュニティに密着するあまり、他者との関係に積極的な関心を寄せないこともままあった。まちづくりは自分たちのためにやっているものであって、他人のためではないという主張である。

こうして従来は、観光とまちづくりは平行線をたどることも少なくなかったが、人口減少や高齢化が進む中で、空家問題の深刻化など、事態は変化してきた。地域そのものを守り活かすというおおきな方向性では両者は一致していることから、地域に軸足を置いた観光まちづくりが謳われるようになってきたのである。

観光まちづくりという用語がはじめて公式に用いられたのは、当時の運輸省観光部の主要メンバーと各界の学

識経験者から成るアジア太平洋観光交流センター観光まちづくり研究会2000年3月発行「観光まちづくりガイドブック：地域づくりの新しい考え方」『観光まちづくり』実践のために」においてである。この主張は2000年12月に出された運輸省観光政策審議会(当時)の答申に盛り込まれた主要7施策の筆頭に掲げられた。筆者は前述の観光まちづくり研究会の主査を務め、観光政策審議会メンバーでもあったので、観光まちづくりという発想の誕生の現場に深くかかわることとなった。

以降、観光立国の掛け声のもと、海外からの来訪客が急速に伸び、観光政策は産業政策としても、地域政策としてもおおきな柱として認知されるようになっていった。そのなかで観光まちづくりも地域に根差した観光を考える際の重要な視点として各地で推進されるようになってきた。

3 國學院大學観光まちづくり学部設立

こうした状況のなか、2022年4月、國學院大學観光まちづくり学部は定員300名で開設された。

國學院大學は、1882年に国学・神道の研究教育機関として誕生した皇典講究所を母体として創設された大学で、神職養成のための学部および課程を有する特色のある大学である。そうした國學院大學になぜ、観光関連の学部なのかといえば、地域コミュニティの弱体化がもたらす危機感、すなわち神事を核として成立している地域の祭りの存続や継承への危機感からだ。地域が元気を回復し、明るい将来を描くことに大学も寄与すべきであるという方針が固まり、地域に軸足を置いた観光まちづくりを進める人材を育成することを目的とした新しい学部が生まれたのである。

文理が融合した知恵で、地域を見つめ、地域を動かすこと、それを地域のみならず、関係人口を巻き込んで展開していくことによって、夢のある明るい未来像を地域にもたらし、こうしたことを通して観光まちづくりの思想を具現化しようとするものである。

観光まちづくりに理系や文系の区別はほとんど意味がない。多様な人材がそれぞれの得意分野で地域の観光まちづくりに貢献すればいいからである。教員も社会学や観光学から、民俗学や造園学、公共政策や都市計画に至る

多彩なバックグラウンドを持った専門家が集まっている。また学生も文系・理系のどちらからでも受験できるようにして、進学したのちに文理融合で、さまざまな学習ができるように配慮している。

多様なバックグラウンドを持った教員・学生が集合して、地域に根差した観光まちづくりをそれぞれの視点から進める中で、観光まちづくりに対する一つの共通理解が生まれてくることを目指している。したがって、学部内に学科を複数に分けることをせず、観光まちづくり学部観光まちづくり学科という1学科として、共通した知識と想いを持った人材を育成することとしている。

観光まちづくり学部が目指す観光まちづくりとはどのようなものであるべきか——このテーマに関して、学部の設置準備段階から専任教員全員で、ワークショップ形式で、「わたしたちが目指す観光まちづくり」を4つの柱、計12のメッセージでまとめ、表現したものが以下のフレーズである。

1. 地域の個性をみつけ、みがく

- 地域の物語を読み解き、伝える
- 地域の資源を活かすことを守る

2. 地域の多様なつながりをつくり、活かす

- 地域に愛されることを大切にする
- 地域で出会えるワクワク感を大切にする

3. 地域の暮らしを支え、豊かにする

- 観光や交流の恵みを地域内に循環させる
- 地域のレジリエンスを高める

4. 地域の未来をつくる人材と仕組みを育てる

- 多様な人々が活躍できる場をつくる
- 継続して取り組める仕組みをつくる

1から3までが、それぞれ地域環境、地域社会、地域経済の柱を表している。これらを並行して継続することで、持続可能な地域が実現することになる。つまりこれらの柱はそのままステイナビリティの3本柱の表現になっている。

さらに4において、観光まちづくりを継続させるためのマネジメントの姿を描いている。これらがすべて並行して進むことそのものが、観光まちづくりなのである。

こうした観光まちづくりを目指すために、本学部での教育は地域の課題を解決することを主眼とした、グループによる演習中心のカリキュラムを組んでいる。具体的には、2年次から3年次にかけて必修の「観光まちづくり演習」が

用意され、専任教員がほぼ総がかりで、まちあるきや統計資料の読み込みによる地域理解などから、地域に対する計画提言にまで至る総合的な演習を少人数にわかれた学生たちがチームをつくって取り組むこととしている。

地域に直接出かけ、地元の人々と接することによって、学生は自分たちが学ぶことが社会に対してどのような役割を果たすのかを実感することになる。現在の大学教育に欠けている「なぜ学ぶのか」ということに関する実感、自分たちの学びが社会の役に立つという実感を育むことができるのではないかと考えている。

こうしたことを可能とするために、多彩なバックグラウンドを持った教員が集まり、チームになって演習教育に当たるといシステムを取っている。

専門の科目群は、前述の4つの柱にあわせて、おおきく4つの分野に分かれている。すなわち、地域を取り巻く社会の構造及び社会意識の実態や課題を学ぶ科目群：第Ⅰ類（社会）、地域を取り巻く歴史・文化、自然など地域の固有の資源の保全管理を学ぶ科目群：第Ⅱ類（資源）、地域の空間構造を踏まえた将来像の構想や働きかけに有効な具体的政策及び計画のあり方を学ぶ科目群：第Ⅲ類

（政策・計画）、地域を主体とした域内外の交流のあり方とその関連産業がもたらす経済効果を学ぶ科目群：第Ⅳ類（交流・産業）である。

このほか、こうした学びを実践するための手法としての調査分析手法や他者とのよりよいコミュニケーションを実現するためのデザイン手法を学ぶ科目群を用意している。

4 マーケットといかに向き合うか

こうした観光まちづくりの試みにとってひとつの試金石は、地域と向き合っているだけでは観光は成立しない、いかにマーケットと向き合うかという点である。選ばれ続ける観光地とならなければ、そもそも観光が成立しないのではないか、という点である。

プロダクトアウトだけでは独りよがりになりかねない。マーケットインの思考も必須である。それをいかに観光まちづくりの中に取り入れるかという点に関して、どのような方途があるのだろうか。

この点は、いわゆる一般のまちづくりにとっても重要な

ことだと言える。つまりまちづくりが地域住民の自己満足やひとりよがりになってしまつては、他者の理解を得ることは難しいからである。また、自分たちの生活環境を正
面から客観的に見つめるには、他者の目を持つ必要がある。その中で自分たちの地域の本当の強みも弱みも見えてくることになる。観光に関わるまちづくりにはなおさらのことである。

客観的な目で自分たちの地域の環境や社会を見つめること、それは他者の目で自分たちの地域を見直すことにつながる。他者の目によって、日ごろ見慣れているものうちに新たな価値が発見されることも少なくないのではないだろうか。

ついでこの間までのインバウンドの騒動は、まさに外国人の目線による日本の価値の再発見のプロセスでもあった。そうしたことをより身近な営みの中で、じっくりと進めていくことが観光まちづくりにつながるだろう。地域の日常の中に他者の目を持つことは、地域の豊かさにもつながるのである。

もうひとつ考慮しなければならない点は、観光はビジネスという側面を抜きには考えられないという点である。ビ

ジネスは短期的な収益に左右されやすい。そこにはまちづくりとは異なる行動様式がある。

ただし、観光というビジネスは感動や共感といった感情が収益につながるという環境ビジネスであり、そこに特色がある。一方で、まちづくりの側も、ボランティアというだけでなく、継続性を意識するならば収益の視点抜きでは成立しないだろう。観光における合理的な経営が、まちづくりといつも背反しているとは限らない。たとえば、温泉街はまち全体としての魅力を高められない限り、個々の温泉宿の努力だけでは限界があることは明らかだろう。

「地域を見つめ、地域を動かす」——これは、國學院大學観光まちづくり学部が掲げるメッセージである。地域を深く見つめる文系の知と、地域を動かす、よりよいものへ変えていく理系の知とを融合し、単に地域を解釈するだけでなく、また確固たる思想もなく地域を動かすだけでもなく、地域への深い理解と愛情を持って、地域をよりよい方向へ変えていくという熱い想いを持った人材が、いま求められている。それを「観光まちづくり」をキーワードに追究していきたいと考えている。