

# 巻 頭 言

村 上 和 夫

立教大学 観光学部 学部長

本年、立教大学は文部科学省より「スーパーグローバル大学創生支援」を受けることとなりました。観光学部は、立教大学を構成する10学部の一つとして今後10年間その推進に加わる事になりますが、おかれている条件や方向性が他の学部とはかなり違ってきます。

他の学部と比較し、観光学は学問ならびに教育の基底そのものがグローバルな視座のもとに成立していると言う点において特徴的だからで、そもそも創生する必要がないからです。それは、実際に学生の海外渡航経験率、教員の海外での大学での教育研究経験ならびに国際会議への参加数などにおいて形として現れています。また、学生の英語活用能力をみても、プレイスメントテストの結果も低くはありません。

日本では、1990年代初めに「誰もが希望すれば海外旅行ができる時代」を迎えました。観光学部学生や教員の動向は、これに併行するかあるいは先んじて来ました。不思議な事に「スーパーグローバル大学創生支援」を語る人々の中には、2010年代の半ばを過ぎた今、未だに海外渡航を高い壁と考え、外国語をコミュニケーションの障壁であるにとらえそれを克服する方法を検討しようとする議論があるのは、観光学部から見ると時代錯誤の感を禁じ得ません。

仮に、いまだにそのように見える若い学生がいるならば、その「現象がなぜ生じているのか」(なぜ、退行しているように見える状況が生じるか)を検討課題としなければなりません。決して、英語圏の教育や研究にコンプレックスを抱いて留学した冷戦以前の留学生を指標に考えるべきでは無いのです。

その第1歩は、グローバル化した世界で観光が果たす役割をしっかりとつかみ取ることです。例えば、世界観光機関によれば世界の旅行者は10億人を突破し、その半数以上が観光旅行者と推計されています。そうすると、学生や教員が持つグローバルな視座も、世界の観光の流れやそれが果たす文化や生活の変化に果たす役割と大きく関係を持つはずで、日本人海外渡航者数がほぼ横ばいとなった現在、学生や20代の青年層も必要が無ければ海外旅行に出ることは無くなっています。その背景に、贅沢を慎む風潮やインターネットの普及などが海外旅行の消費弾力性を下げているとも言われますが、日本そのものが世界から最も注目される存在となり、また観光目的地となって、年間1,300万人を越える訪日観光者を迎えていることも大きな原因と考えるべきでしょう。そのようなグローバルな動向とそれを支える価値の動きを検討するのが、学生のグローバル志向を考え、教育研究機関として今後のグローバル化を検討する科学的で論理的な思考と言えます。

現在、日本人学生にとって留学の価値とは何か。留学先で勉強したことを日本に持ち帰る意義は何か。教員や研究者にとっての海外の学会での研究報告価値とは何か。国際会議での報告を学術業績とは考える傾向が薄れていく中でその意義は何か。海外旅行における我々の消費はどのように変容してきたのか。「ホンモノ」を求めた過去と「面白さ」のレトリックを求める今の違いは何か。なぜそれは持続可能性とつながるのか。日本の消費生活が海外で模倣され、それが消費を拡大する現象、さらにソーシャルメディア社会の進展がそれをどのように変化させ、旅行する負担を軽減しているのか。しかしながら、これらに抗するように、伝統につながるラグジュアリビジネスが成長する理由は何なのか。このような問いを発し、研究を重ねた結果、それでも学生に英語を勉強させ、留学を強いる必要があるならば、そうせざるを得ないでしょうが、まず現象に距離をおきつつ観察することが必要で、過去の経験を強いてはいけません。

そう考えてみると、観光学部の研究に見えて居る視野は、「スーパーグローバル大学創生支援」のパースペクティブを遙かに越えた先までひろがっていることは、間違いはないことのようにです。