

授業科目(ナンバリング)	航空業論 (CB209)実践的教育科目			担当教員	板垣 朝之(実務家教員)		
展開方法	講義	単位数	2 単位	開講年次・時期	2 年・前期	必修・選択	選択
授業のねらい							アクティブ・ラーニングの類型
ここ数年来のLCC(ローコストキャリア)台頭により、従来からある航空会社の運営形態や競争環境に変化が起きている。この講義では、20世紀の航空運送業界の発展経過を歴史的に理解した上で、変貌を遂げる航空会社の運営、業務、サービスの実際を学び、航空会社のこれからのあり方と人の動き、観光等に及ぼす影響等について学び、消費者目線で航空業への理解を深めることを目的とする。							②③⑩
ホスピタリティを構成する能力	学生の授業における到達目標				評価手段・方法	評価比率	
専門力	航空運送業界の現状について理解を深め、運送業としての航空運送事業の特徴、あり方等を説明することができる。				・定期試験 ・課題レポート	30% 10%	
情報収集、分析力	世界の航空運送業界のあり方に興味を持ち、FSCとLCCの違い、利用者としてのメリット、デメリットを比較、検討、説明することができる。				・定期試験 ・課題レポート	10% 20%	
コミュニケーション力	授業に参画し、アクティブラーニングを積極的に実践することができる。				・授業参画度	10%	
協働・課題解決力							
多様性理解力	航空便の就航により、地域がどのように変貌するのかについて理解、説明することができる				・定期試験 ・課題レポート	10% 10%	
出 席					受験要件		
合 計					100%		
評価基準及び評価手段・方法の補足説明							
毎週の授業後のレスポンス/アンケートへの授業コメントを(授業で感じた事、気付いた事等を記入)、レポートとして2回提出、確認し、50%評価とする。また授業への参画度を10%、定期試験は実施せず期末にレポート課題を出題するので期限内に提出40%評価とし、これらを総合的に評価する。課題レポートのフィードバックは適宜ポートフォリオや授業時に行う。							
授業の概要							
FSCと呼ばれる既存大手航空会社が、LCCに代表される新規航空会社とどのような顧客獲得競争を行い、顧客サービスの向上を目指しているのかを理解するために、担当教員の実務的経験及び知見とゲストスピーカー(航空会社現役社員)による特別講義等も含め航空運送業の全体像把握を実践的に進める。この授業の標準的な1コマあたりの授業外学修時間は、180分とする。							
教科書・参考書							
教科書：特に定めない。授業時に配布するレジュメで授業を進める。 指定図書：『第2版 最新航空事業論』井上泰日子著 日本評論社							
授業外における学修及び学生に期待すること							
航空業界という華やかなイメージを持つ業界内部の競争環境を学び、関連産業も含めた業界への興味、関心の向上を目指して可能な限り実践的な学びとなる様、適宜トピックス解説等も行いつつ講義を進める。常に業界に関連するニュース等に関心を持って授業に臨んでほしい。利用者の目でこの業界を把握し理解する事で、現代社会に不可欠な輸送機関である航空運送業を更に身近に捉え、積極的に利用し、更なる顧客利便性を向上させるためには何が不可欠かという問題について、自分の考えを確立してほしい。							

回	テーマ	授業の内容	予習・復習
1	はじめに、航空運送業とは	講義の進め方、航空運送業の概観・特性等について学ぶ	復：航空運送業という業界について再確認
2	航空会社の各種業務内容	航空会社内の各業務内容を把握し、それぞれが果たす役割りを理解する	予：航空会社の各部門の業務内容を考える 復：各業務内容の再確認
3	航空運送業の歴史（1）	第二次世界大戦後の民間航空発展の足跡と航空自由化に至る航空運送業界の歴史を学ぶ	予：戦後の民間航空の在り方を考える 復：20世紀の航空運送業の変遷を再確認
4	航空運送業の歴史（2）	オープンスカイ協定と航空自由化への動きを学ぶ	予：航空自由化とは何かを考える 復：オープンスカイと航空自由化の意味を再確認
5	航空運送業の歴史（3）	日本の航空業界の歴史、45/47体制とはなにかについて学ぶ	予：日本の航空業界の歴史を考える 復：45/47体制の再確認
6	航空運送業の歴史（4）	日本における「LCC」、「第3の航空会社」登場の背景と現在の国内線の現状を学ぶ	予：LCC、第3の航空会社の意味と時代背景の確認 復：LCC登場の意味と時代背景を再確認
7	LCCとFSCの顧客獲得戦略（1）	「LCC」がどのような時代背景の中から出現してきたのか。そのビジネスモデルを学ぶ	予：LCCとFSCのWEBサイトを確認する 復：LCC/FSCの違い再確認
8	LCCとFSCの顧客獲得戦略（2）	「LCC」の台頭に対し、FSC（フルサービスキャリア）の顧客の取り込み戦略の変遷を学ぶ	予：FSCの対LCC戦略を考える 復：FSCの対LCC戦略の実際再確認
9	航空会社のマイレージ戦略	航空会社（FSC）のマイレージ戦略について学ぶ（ゲストスピーカーとして航空会社マイレージ担当社員による特別講義を予定）	予：マイレージの利便性を考える 復：マイレージ戦略再確認
10	航空会社のサービス向上の手法（1）	航空会社のソフトサービス戦略としての機内サービスのあり方について学ぶ（ゲストスピーカーとして航空会社客室乗務担当社員による特別講義を予定）	予：客室乗務員の業務を考える 復：CAのサービスの要点の再確認
11	航空会社のサービス向上の手法（2）	航空会社の電話予約システムと顧客対応について学ぶ（ゲストスピーカーとして航空会社電話予約サービス担当社員による特別講義を予定）	予：良い電話応対とは何かを考える 復：電話による顧客との接点確保の重要性再確認
12	航空会社の路便戦略	路線、便数、発着時間、運行機材等がどのように決定されて行くのかを学ぶ	予：長崎空港発着各社の運航状況を把握する 復：路便設定の再確認
13	航空会社の販売戦略（1）	航空会社の販売とは何をどう売る事なのかを学ぶ	予：航空会社の販売とは何かを考える 復：各販売経路の再確認
14	航空会社の販売戦略（2）	WEBによる販売の手法とその利便性を学ぶ	予：航空会社のWEBサイトを確認する 復：WEB販売手法の再確認
15	全体のまとめ	航空業の現状を確認し、今後の問題点を学ぶ	予：航空業の現状の問題点を考える 復：航空会社の今後問題点再確認
16	定期試験		