

令和5年度

『観光庁・ポストコロナ時代における観光人材育成事業』

事業実施報告書

令和6年（西暦2024）年3月

大阪観光大学

目次

- 1. 当初段階の計画について . . . . . 2
  - 1) 申請者・事業名 . . . . . 2
  - 2) 事業概要 . . . . . 2
  - 3) カリキュラム内容 . . . . . 2
  - 4) 実施体制スキーム . . . . . 3
  - 5) 事業背景 . . . . . 3
  - 6) カリキュラムの詳細 . . . . . 3
  - 7) 実施体制図 . . . . . 4
  - 8) スケジュール . . . . . 4
  - 9) 開発するプログラムによる目指す成果 . . . . . 4
  - 10) 事業継続に向けた取組 . . . . . 5
  - 11) 観光人材育成プラットフォーム . . . . . 5
  
- 2. 事業実施内容について . . . . . 6
  - 1) 事業実施スケジュール . . . . . 6
  - 2) カリキュラム検討委員会 . . . . . 7
  - 3) 観光地経営人材 ZOOM セッション . . . . . 8
  - 4) ポストコロナ時代を支える観光地経営人材を考える 観光シンポジウム . . . . . 12
  - 5) ツーリズム・エンパワーメント・リーダー養成課程テキスト . . . . . 15
  - 6) 地域創生 Co デザイン研究所のカリキュラム支援 . . . . . 16
  
- 3. 事業のまとめ . . . . . 17
  - 1) ヒアリング・視察 . . . . . 17
  - 2) ターゲットの選定 . . . . . 18
  - 3) カリキュラムの構成 . . . . . 18
  - 4) 社会人に学びやすい講義スタイル . . . . . 18
  - 5) 履修証明プログラム 「ツーリズム・エンパワーメント・リーダー養成課程」 . . . . . 18
  
- 4. 次年度以降の計画・展望について . . . . . 19
  - 1) 2024年度（令和6年度計画） . . . . . 19
  - 2) 2025年度（令和7年度計画） . . . . . 19

## 1. 当初段階の計画について

### 1) 申請者名・事業名

大阪観光大学 観光地経営人材育成事業

### 2) 事業概要

インバウンドの急回復する現在、観光地の再生・高付加価値化を進め、持続可能な観光地域づくりを推進する中核人材の育成は急務である。今後各地で観光地経営人材の育成が開始できるよう、観光地経営人材に必要な6つの知識・技能を学ぶ72時間の基礎講座のモデルを開発する。教育プログラムの今後の実施・検証をも視野に、大阪観光大学、流通科学大学、帝京平成大学、明海大学と専門学校イデア ITカレッジ阿蘇でカリキュラム検討委員会を組織し、教材・シラバス・指導要領を整備するとともに、産業界（IDM、やまところ、地域創生 Co デザイン研究所）DMO 等との連携体制を構築する。

### 3) カリキュラム内容

#### (1) カリキュラム概要

72時間の少人数・対面形式の基礎講座。観光地域づくりを担う中核人材のアップスキリング、他業界から参入を希望する人のリスキリングを目的とし、観光地経営人材に必要な6つの知識・技能の基礎を学ぶ。

#### (2) 主な科目と習得できる地域・技能

##### ① 観光地経営戦略

戦略の分析・立論、体制の造成、デスティネーションブランディング、ファイナンス

##### ② 現代の観光地経営の動向

持続可能な観光、アドベンチャーツーリズム、ウェルネスツーリズム、国内外観光先進事例

##### ③ 観光地経営組織マネジメント

観光倫理、リーダーシップ、ファシリテーション技法、組織行動論、観光リスクマネジメント

##### ④ 観光地マーケティング

データ統計分析、デジタルマーケティング、観光コンテンツ開発、ケース討議

##### ⑤ 地域観光のイノベーションと観光 DX

デザイン思考、IT ビジネスの基礎、観光×IT、観光 DX 事例研究

##### ⑥ 観光地経営のアントレプレナーシップと事業開発

ラグジュアリーマーケット、高付加価値化、ケーススタディ

#### (3) 特色のある講義や研修、教育方法

①④ | 観光立国推進基本計画（第4次）を基盤に観光庁が公表してきたガイドブックや戦略、モデル地区の取組を取り込んだ教材を使用。→【R5】カリキュラム検討委員会でシラバスを作成、指導要領を整備

②⑤⑥ | ケース教材の利用。→【R5】先駆的DMOやIIのモデル観光地、大学教授陣の調査地から数か所を選びケース教材を整備。

③④ | 経営学の学術知を踏まえた講義。

→【R5】流通科学大学が経営学を主に担当

⑤ | リーダーシップ、ファシリテーション技法等は野外実習を通じて学ぶ。

⑥ | デジタル分野の最先端を踏まえた講義・研修。→【R5】イデアITカレッジがデジタルマーケティング、観光DX部門をリード。

(4) 講座のポイント

対象者、人数	観光地域づくりを担う社会人及び他業界から観光業界に転職を希望する人 20名
実施場所	① 対面講義（大阪京橋）QUINTBRIDGE（NTT 西日本オープンイノベーション施設） ② オンライン講義（ZOOM 会議）
実施スケジュール	2024年4月受講生募集 6月開講～12月修了予定
社会人が受講しやすい工夫	対面講義は終日の集中形式、オンライン講義にもグループワークを盛り込み対話型で展開。利便性・受講環境に優れたクイントブリッジを利用。

4) 実施体制スキーム



5) 事業背景（事業の目的・現状の課題分析等）

インバウンドの急回復する現在、観光地の再生・高付加価値化を進め持続可能な観光地域づくりを推進する中核人材の育成は急務である。今年度に観光地経営人材に必要な6つの知識・技能を学ぶ72時間の基礎講座のモデルを開発し、次年度以降に教育プログラムの実証、各地をつなぐプラットフォームによる横展開に繋げる。大阪観光大学は2021年、22年と文科省委託事業で観光リカレントを実施（詳細別紙1）教育モデルの構築に必要な経験とネットワークを十分に有しており、現在は不足している優良なケース教材の集積、対面・オンラインの効果的な組み合わせを実現できる能力をもつ。文部科学省「大学等におけるリカレント教育の持続可能な運営モデルの開発・実施に向けたガイドライン」を踏まえ、今後の教育機関での定着を図る。

6) カリキュラムの詳細

- ・次年度に想定する実証（20人規模）は、各セクションを8コマで構成。基本6コマは対面、2コマはオンラインとする想定。
- ・対面は終日集中授業とし講義とグループワークで構成。カフェも備えた4,000㎡の広い空間を持つ会場を利用。
- ・急な業務発生時の欠席対応の補講教材として gacco の教材も利用する。予習教材としても活用。
- ・下記②のフィールドワークは大阪ミナミのフィールドワークでナイトタイムコンテンツを視察研修。
- ・下記③のモデル観光地に選定されたエリアまたは先駆的DMOのエリアで合宿型での実施も想定。

科目	内容	形式	担当	コマ
① 観光地経営戦略	観光立国の意義	対面	大阪観光大学	1
	実践に必要な機能・体制の造成	対面	大阪観光大学	1
	ディスティネーション・ブランディング	対面	明海大学	2
	アカウンティング、ファイナンスの基礎	対面	大阪観光大学	1
	エリア価値の磨き上げ・設計手法について	対面	明海大学	1
	観光地経営ケーススタディ	オンライン	IDM会員講師	2
② 現代の観光地経営の動向	持続可能な観光	対面	大阪観光大学	1
	アドベンチャーツーリズム	オンライン	明海大学	1
	ウェルネスツーリズム	対面	流通科学大学	1
	ガストロノミーツーリズム	対面	流通科学大学	1
	大阪ミナミ フィールドワーク	視察研修	IDM会員講師	2
	第2のふるさとプロジェクト事例	オンライン	IDM会員講師	1
③ 観光地経営組織マネジメント	国内外観光再始動事例	オンライン	やまごころ	1
	観光倫理、観光リスクマネジメント	野外実習	帝京平成大学	1
	リーダーシップ、ファシリテーション技法	野外実習	流通科学大学	2
	組織行動論	野外実習	流通科学大学	1
	コミュニケーション論	野外実習	明海大学	2
	意識改革とチーム力強化	オンライン	IDM会員講師	1
ケーススタディ	オンライン	地域創生Coデザイン研究所	1	

科目	内容	形式	担当	コマ
④ 観光地マーケティング	マーケティングの基礎理解	対面	流通科学大学	1
	データ統計・分析基礎的理解	対面	イデアITカレッジ阿蘇	1
	デジタルマーケティング	対面	イデアITカレッジ阿蘇	1
	DXツールの基礎理解	対面	イデアITカレッジ阿蘇	1
	SNSマーケティングと実践	対面	IDM会員講師	2
	観光DXケーススタディ	対面	地域創生Coデザイン研究所	2
⑤ 地域観光のイノベーションと観光DX	デザイン思考	対面	IDM会員講師	1
	ITビジネスの基礎	対面	イデアITカレッジ阿蘇	1
	観光×IT	対面	イデアITカレッジ阿蘇	1
	観光DXを利用した収益化	対面	帝京平成大学	1
	モビリティ革命と脱炭素化	対面	大阪観光大学	2
	高付加価値化地域づくり	オンライン	IDM会員講師	2
⑥ 観光地経営のアンブレラ戦略と事業開発	ラグジュアリーマーケティング	対面	明海大学	1
	地域共同経営体制の造成	対面	帝京平成大学	1
	30代女子、観光で起業する	対面	IDM会員講師	1
	観光スタートアップの手法	対面	イデアITカレッジ阿蘇	1
	シェアリングエコノミーの事業事例	対面	大阪観光大学	2
	アルベルゴデフォソで地域活性化	オンライン	IDM会員講師	1
地域一体となって取り組む交通のカーボンニュートラル	オンライン	IDM会員講師	1	

7) 実施体制図



8) スケジュール

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	第8回	
カリキュラム委員会	・役割分担決定 ・スケジュール確認 ・ヒアリング先の確定 ・視察先の選定 ・ニーズ調査項目検討	・カリキュラム内容確定 ・講師の確定 ・テキストページ構成検討	・講師のアサイン開始 ・学会へのアプローチ開始 ・教材テキスト内容確定	・募集用広報ツール整備 ・次年度スケジュール確定 ・講師都合での修正		・視察先決定	・指導者用資料内容確定 ・文科省公募開始(予定)	・事業実施報告書完成 ・プラットフォーム事業計画策定 ・募集要項確定/プレスリリース	・精算確定 ・次年度計画確定 ・次年度手配
視察ヒアリング	・アポイントメント	・モデル観光地 ・先駆的DMO	・観光再始動探採地域 ・第2のふるさと事業	・レポートまとめ					
ヒアリングZOOMセミナー	ゲスト※予定 担当：日本インバウンドデジタルマーケティング協議会	第1回 星明彦 観光庁 第2回 未定 せとうち観光パートナーズ	第3回 加藤博和 名古屋大学	第4回 谷口綾子 筑波大学	第5回 青木理恵 WAmazing	第6回 高野雅臣 クリル・ブリヴェ	第7回 未定 日本アウトワードバウンド協会	第8回 原忠之 セントラルフロリダ大学	・有識者との90分のZoomセッション、講義と質疑応答 ・参加者はカリキュラム検討委員会、事務局、やまごころ、IDM関係者 ・開催日時、順序は有識者の都合による
教材制作	担当：やまごころ	・ペーシネーション ・基本仕様	・取材 ・原稿依頼	・取材 ・原稿回収	・制作	・初稿校正 ・校了(1月末)	・教材テキストデータ完成		

9) 開発する教育プログラムによる目指す成果

(I) R5 (初年度) ■年間計画・ゴール

カリキュラム検討委員会の5教育機関のリソースを集め、不足部分は有識者からのアドバイスで補完体系化された現役学生の科目に活用できるわかりやすい教育プログラムを仕上げる

➤ 目標を達成する方法

月1回の委員会に加え、視察への同行、月2回の有識者ヒアリングでカリキュラム委員会及び産学体制のコミュニケーションを深める。委員会は2回はリアルで終日開催とする。

(2) R6 (2年目) ■年間計画・ゴール

4月より受講生募集を開始、6月開講で11月終了予定。受講生20名集客がKPIとなる。聴講可能な講座とし翌年からの講座主催者の拡大を促す。終了後にカリキュラム検証を行い、次年度計画を策定(12月)。事業報告会を開催し計画を発表。(2月予定)次年度(3年目)は各教育機関4か所での開催を計画する。持続可能な観光人材育成のプラットフォームを整備を計画する。参画団体20件を目標とする。

➤ 目標を達成する方法

5機関のカリキュラム検討委員会と産学連携体制は継続し、相互に講座の集客・運営を支援する。クライアントブリッジからの発信も強化し、非観光事業者の会員からの参加も促進する。学会からの情報発信も行い参画する大学を増やす。文科省の「地域ニーズに応える産学官連携を通じたリカレント教育プログラム構築支援事業」に応募し、島根、和歌山、沖縄、宮城などにエリア拡大を目指す。

(3) R7 (3年目) ■年間計画・ゴール

R5年度で構築される観光教育のプラットフォーム内に大学連携のカリキュラム委員会を設置し、教育プログラムの更新の仕組みを確定する。観光教育のプラットフォームはサブスクリプションの仕組みで自走する。

➤ 目標を達成する方法

IDMの観光人材育成プラットフォームを始動、産学共創の仕組みを整備、持続的に会員の観光事業者・DMO・教育機関・自治体の参加を募集する。

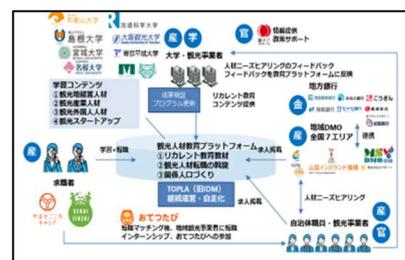
10) 事業の継続に向けた取組

観光教育のプラットフォームを構築、下記サービスを行い持続的な展開を目指す。

1. 現役学生へ正規科目として提供、修了後は観光教育プラットフォームへの加入を進め、継続的な学びの提供、観光業界への就職支援も行う。
2. 他の教育機関へのコンテンツ提供、広報集客支援も実施。
3. エリア単位に産官学金の体制で活動するためのコーディネーターを配置、地域ニーズの迅速な対応、共創体制を維持する。
4. 観光人材不足の悩む事業者への就職、転職、アルバイト、インターンシップなど各サービス会社と連携したワンストップサービスを提供する。

11) 観光人材育成プラットフォーム

大阪観光大学ではこれまでの観光リカレント教育事業を活かし、先進的な観光リカレント教育プラットフォーム事業を創出する。地方自治体、観光事業者に対して地域DMO等がヒアリングし本質的な課題を抽出。そのニーズに基づいたリカレント教育教材を大学・観光事業者と連携してカスタマイズする。加えて地方の観光事業者・DMOへの転職斡旋、インターンシップ等による関係人口の創出をしていく。本事業関係者とTemPLatとが協力して継続運営と自走化を目指す。観光人材育成・確保の為のプラットフォーム推進事業。



## 2. 事業実施内容について

### 1) 事業実施スケジュール

以下の手順で2023年度大阪観光大学観光地経営人材育成事業を実施した。

- ・9/22 事業説明・ヒアリング（IDM、やまごころ・やまごころキャリア、帝京平成大学）@東京都内
- ・9/28 第1回カリキュラム検討委員会（オンライン）
- ・10/12 事業説明・視察ヒアリング（ガイア、インアウトバウンド仙台松島、宮城創生DMOなど）@仙台市
- ・10/23 第2回カリキュラム検討委員会（オンライン）
- ・10/24 視察ヒアリング（八幡平DMO、レッドホースコーポレーション）@八幡平市
- ・11/1 テキスト会議・起業家ヒアリング（やまごころ）、委員ヒアリング（帝京平成大学）@東京都内
- ・11/20 パソナJOBHUB 定例会議（オンライン）
- ・11/21 第1回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（阿部佳氏）  
第3回カリキュラム検討委員会（オンライン）
- ・11/28 第2回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（西村典芳氏）
- ・12/1 第3回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（櫻井亮太郎氏）
- ・12/6-7 視察ヒアリング（マックアースグループ）@豊岡市
- ・12/8 ヒアリング（流通科学大学）@神戸市
- ・12/12 第4回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（オダギリサトシ氏）
- ・12/13-15 視察ヒアリング（専門学校アイデア IT カレッジ阿蘇）@阿蘇市
- ・12/16 第5回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（井口智弘氏）
- ・12/19 第6回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（西谷雷佐氏）  
第4回カリキュラム検討委員会（オンライン）
- ・12/22 第1回有識者会議（オンライン出席）、第7回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（村山慶輔氏）
- ・12/26 大阪観光大学観光地経営人材検討シンポジウム開催@大阪京橋 QUINTBRIDGE
- ・12/27 パソナJOBHUB との会議（オンライン）
- ・1/4 第8回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（中川智博氏）
- ・1/5 第9回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（佐々木文人氏）
- ・1/9 第10回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（井手修身氏）
- ・1/11 テキスト制作会議（オンライン）
- ・1/15 第11回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（加藤遼氏）
- ・1/16 事業打合せ（観光庁、パソナ、やまごころ）@東京都内  
ヒアリング（クラブツーリズム、ベストアカデミー協会）
- ・1/19 パソナJOBHUB との会議
- ・1/23 第12回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（青木理恵氏）、第5回カリキュラム検討委員会
- ・1/25 第13回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（加藤史子氏）
- ・1/30 第14回観光地経営人材育成 ZOOM セッション（稲増祐子氏）”
- ・2/13 第2回有識者会議（オンライン出席）
- ・2/20 第6回カリキュラム検討委員会（オンライン）
- ・2/22 パソナJOBHUB との会議（オンライン）
- ・3/5 第3回有識者会議@東京都内

## 2) カリキュラム検討委員会

## (1)実施目的

この事業を円滑に進めるため大学教員、専門学校学校長6名で構成するカリキュラム検討委員会を設置し、カリキュラム開発、検証、教材開発、執筆、先進地視察、ヒアリング、地域、企業ニーズヒアリングなどを協議し、カリキュラムを検討するとともに学会での発表など普及啓発を行い、次年度展開計画案も含めて検討した。

## ■カリキュラム検討委員会メンバー

氏名	所属・職名
小野田 金司	大阪観光大学 教授 ●事業責任者
小槻 文洋	大阪観光大学 教授 ○事業副責任者
井手 修身	イデア IT カレッジ阿蘇 学校長 ○ガイドライン策定委員
阿部 佳	明海大学 教授
西村 典芳	流通科学大学 教授
富澤 美津男	帝京平成大学 教授

## ■オブザーバーメンバー

氏名	所属・職名
宮澤 理恵	(株)やまところ テキスト制作、カリキュラム助言
松島 敏幸	(株)やまところキャリア テキスト制作、カリキュラム助言
富田 祐策	(株)地域創生 Co デザイン研究所 eラーニング助言

## ■委員会実施実績

No.	実施日	時間	内容
1	9月28日(金)	15:00~16:10	・事業概要説明 ・キックオフ MTG 共有 ・各社役割分担 ・事業スケジュールの確定
2	10月23日(月)	17:00~18:00	・カリキュラム構成協議 ・テキスト構成協議 ・ヒアリング ZOOM セミナー講師協議
3	11月21日(火)	16:40~18:30	・阿部氏の講義ヒアリング ・中間ヒアリング内容共有 ・1226 観光シンポジウム内容協議 ・ターゲット協議 ・講義総時間 120 時間の確定、授業スタイル協議
4	12月19日(火)	16:40~18:40	・西谷氏の講義ヒアリング ・イデア IT カレッジ事例共有 ・1226 観光シンポジウムアンケート ・テキスト内容確定 ・講義時間配分の確定(オンライン、対面、視察)
5	1月23日(火)	16:40~18:40	・青木氏の講義ヒアリング ・1226 アンケート結果共有 ・重要事項報告書修正点の協議 ・視察先の決定 ・講師協議
6	2月20日(火)	11:00~11:40	・観光庁への提出資料共有 ・本委員会についての振り返り ・その他ヒアリング

## 3) 観光地経営人材 ZOOM セッション

## (1) 実施目的

大阪観光大学では観光庁が2023年3月に発表した「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」の「観光地経営人材」のカリキュラムとテキストを制作するにあたって、ガイドラインに設定された求められる6つの知識・技能について、各界の専門家より事例を含めたモデル講義（ZOOM）を実施した。この講義をカリキュラム委員、事務局、IDM関係者、講師関係者が受講、アンケート調査を実施。受講生の意見を反映したカリキュラムの作成を目的に実施した。

## (2) 実施実績

No.	日付	時間	講師	テーマ	参加数
1	11/21	16:40～ 18:00	阿部 佳 (明海大学)	日本の観光が目指す高付加価値の観光とは	4
2	11/28	16:40～ 18:00	西村 典芳 (流通科学大学)	ウェルネスツーリズムによる地方創生	9
3	12/1	16:40～ 18:00	櫻井 亮太郎 (ライフブリッジ)	SNS を利用した地域プロモーション	6
4	12/12	16:40～ 18:00	オダギリ サトシ (インプリージョン)	コンテンツ開発のコツをちょっとばらします	10
5	12/16	16:40～ 18:00	井口 智裕 (いせん)	雪国文化を軸とした新たな観光戦略	2
6	12/19	16:40～ 18:00	西谷 雷佐 (インアウトバウンド仙台・松島)	地域の魅力を最大化するアドベンチャートラベルの魅力と概要	11
7	12/22	17:00～ 18:20	村山 慶輔 (やまごころ)	観光・インバウンドのこれからを読み解く	4
8	1/4	16:40～ 18:00	中川 智博 (Tokyo Creative)	地域が稼ぐ仕組みづくり	18
9	1/5	16:40～ 18:00	佐々木 文人 (羅針盤)	コロナ!!観光公害!!倒産!! 観光領域におけるリスクとの攻めの付き合い方	8
10	1/9	16:40～ 18:00	井手 修身 (アイデアパートナーズ)	地方創生・地域活性化の現場のイロハ・ノウハウ教えます!	6
11	1/15	16:40～ 18:00	加藤 遼 (パソナ JOBHUB)	ローカルベンチャーとソーシャルイノベーション	5
12	1/23	16:40～ 18:00	青木 理恵 (WAmazing)	インバウンド市場の成長を『稼ぐ地域の力』に変えるために」	3
13	1/25	14:00～ 15:20	加藤 史子 (WAmazing)	観光スタートアップの可能性	6
14	1/30	16:40～ 18:00	稲増 佑子 (TOKI)	AI時代を見据えた旅行業務のDX化	3

(3) 講師プロフィール

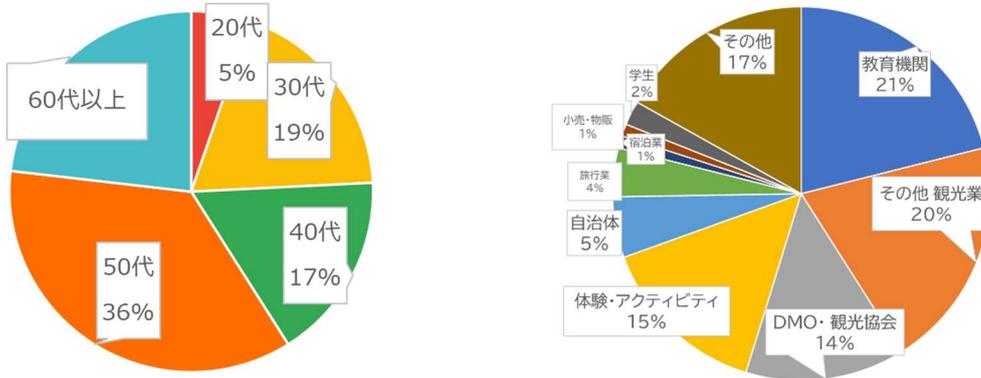
講師プロフィールとサムネイルは以下の通り

 <p>第1回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment テーマ2 Empowerment 高付加価値化 「日本の観光が目指す 高付加価値の観光とは」 11/21 19:00 - 20:00</p>	<p><b>阿部 佳</b> 明海大学 ホスピタリティ・ツーリズム学部 教授 東京都生まれ。慶応義塾大学文学部教育学専攻卒業、(株)パルコ、(財)幼児開発協会(現(公財)ソニー教育財団)勤務の後、ヨコハマグランドインターコンチネンタルホテル、グランドハイアット東京 チーフコンシェルジュ歴任。1997年ホテルコンシェルジュ世界組織レ・クレドール正会員(現在名誉会員)、1998年レ・クレドールジャパンプレジデント。2005年より現職兼務。人材育成、地域観光支援を通じホスピタリティネットワーク拡大強化をめざし活動中。</p>
 <p>第2回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment テーマ Trend ウェルネスツーリズム 「ウェルネスツーリズムに よる地方創生」 11/28 19:00 - 20:00</p>	<p><b>西村 典芳</b> 流通科学大学 人間社会学部観光学科 教授 1962年熊本生まれ。学習塾にて社内起業し旅行会社を経営。44歳の時に「森林セラピー」と出会い早稲田大学人間科学部にて学びなおす。卒業と同時に大学教員になる。その後、日本大学大学院総合社会情報研究科人間科学専攻修了、現在、和歌山県立医科大学大学院医学研究科満期退学。病気を予防し、心と体の健康のための新しいツーリズム、「ウェルネスツーリズム」を研究し、地域の健康づくりを通じて活性化の手伝いをしている。</p>
 <p>第3回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment テーマ Innovation 観光DX事例研究 「SNSを利用した 地域プロモーション」 12/1 19:00 - 20:00</p>	<p><b>櫻井 亮太郎</b> 株式会社ライフブリッジ 代表取締役 仙台市出身。中学卒業後、渡米。英国リッチモンド大学卒業。外資系銀行、証券会社でキャリアを積み、2006年故郷仙台で株式会社ライフブリッジを設立。全国でインバウンド人材育成研修・講演を行う傍ら、登録者280万人のYouTubeチャンネルの「Abroad in Japan」をプロデュース。2020年にはYouTubeチャンネル「Ryotaro's Japan」を開設。インバウンド向けツアーの企画・造成・PRを展開。内閣府クールジャパン地域プロデューサー、宮城創生DMO副会長、宮城ワーケーション協議会共同代表。</p>
 <p>第4回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment テーマ Marketing 観光コンテンツ開発 「コンテンツ開発のコツを ちょっとばらします」 12/12 19:00 - 20:00</p>	<p><b>オダギリ サトシ</b> 株式会社インプリージョン 代表取締役 「大阪のファンを増やす」をミッションに大阪の魅力が詰まった観光商品企画を行い、インバウンドを含め年間50万人以上集客の実績をもつ。その実績を活かして北海道から九州までの自治体・DMOなどを対象に商品開発、募集集客など観光地マネジメントとマーケティングのコンサルティングを行う。近年は単なる観光ではなく、地域の関係人口が増えるプランニングに力を入れ、地域の仕事を手伝う「ふるさとワーケーション©」を推進している。</p>
 <p>第5回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment テーマ Strategy ディステーションブランディング 「雪国文化を軸とした 新たな観光戦略」 12/16 19:00 - 20:00</p>	<p><b>井口 智弘</b> 一般社団法人雪国観光圏代表理事 1973年新潟県南魚沼郡湯沢町生まれ。旅館の4代目として家業を継ぎ、2005年「越後湯澤 HATAGO 井仙」をリニューアル。2008年に周辺7市町村で構成する「雪国観光圏」を立ち上げ、2011年合同会社雪国食文化研究所を設立。道の駅で2店舗の飲食店と食品加工場を運営。2013年観光地域づくりプラットフォーム(日本版DMO)一般社団法人雪国観光圏を設立し、代表理事に就任。観光品質基準、人材教育、CSR事業など広域観光圏事業を推進。古民家ホテル「ryugon」も再生し、代表取締役も務めている。</p>
 <p>第6回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment テーマ Trend アドベンチャーツーリズム 「地域の魅力を最大化する アドベンチャートラベルの 魅力と概要」 12/19 19:00 - 20:00</p>	<p><b>西谷 雷佐</b> 株式会社インアウトバウンド仙台・松島 代表取締役 米国ミネソタ州立大学在学中にバックパッカーとして48州を巡り各地の国立公園を訪れる。帰国後地元青森県弘前市で地域の暮らしぶりに注目したツアーを多数造成。その後拠点を宮城県仙台市に移しインバウンドに特化した取り組みを展開する。2022年にLeave No Trace(痕跡を残さない野外活動)トレーナー及び、Wilderness First Responder 資格を取得。グローバルな視点で日本の観光推進に取り組んでいる。日本のアドベンチャートラベルの第一人者でもある。</p>
 <p>第7回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment テーマ Trend 国内外観光動向 「観光・インバウンドの これからの読み解く」 12/22 19:00 - 20:00</p>	<p><b>村山 慶輔</b> 株式会社やまところ 代表取締役 兵庫県神戸市出身。米国ウイスコンシン大学マディソン校卒。アクセンチュア株式会社を経て、2007年より国内最大級のインバウンド観光情報サイト「やまところ.jp」を運営。内閣府観光戦略実行推進有識者会議メンバーほか、国や地域の観光政策に携わる。国内外のメディアへ多数出演。大阪観光大学のリカレント教育にはパートナーとして毎年関わっている。近著に『観光再生 サステイナブルな地域をつくる280にキーワード』(プレジデント社)がある。東京都立大学非常勤講師。</p>

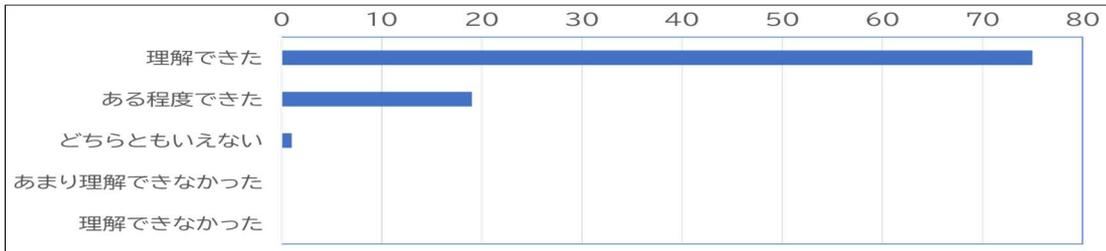
 <p>第8回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment</p> <p>テーマ Marketing デジタルマーケティング</p> <p>「地域が稼ぐ 仕組みづくり」</p> <p>中川 智博</p> <p>1/4 14:00 - 15:00</p>	<p><b>中川 智博</b> Tokyo Creative 株式会社 代表取締役社長 滋賀県出身、同志社大学卒、IT企業、広告代理店を経てTokyo Creative株式会社に入社し、代表取締役に就任。現在は地方創生事業を行うレッドホースコーポレーションの執行役員も兼務。外国人目線で海外向けデジタルマーケティング事業を手掛けるTokyo Creativeの代表として事業を推進。これまで自治体、DMO、企業の海外デジタルマーケティングを100社以上支援している。2021年より大阪観光大学リカレント教育パートナー企業で協力している。</p>
 <p>第9回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment</p> <p>テーマ Management 観光事業のリスクマネジメント</p> <p>「コロナ!?観光公害!?倒産!?観光領域におけるリスクとの攻めの付き合い方」</p> <p>佐々木 文人</p> <p>1/5 14:00 - 15:00</p>	<p><b>佐々木 文人</b> 株式会社羅針盤 代表取締役社長 株式会社損保ジャパンを経て、ボストン・コンサルティング・グループへ。在職中、新規事業開発・営業改革のプロジェクトに従事。企業の売上拡大・業務効率化に貢献。結婚後退職し、1年間の世界一周新婚旅行を経て2014年に株式会社ノットワールドを創業。インバウンドツアー企画販売、ガイドの養成事業などを展開、新型コロナの時期はオンラインツアーで地域支援事業を全国で展開。2023年より現職。全国通訳案内士、総合旅行業務取扱管理者。</p>
 <p>第10回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment</p> <p>テーマ Management 観光経営組織マネジメント</p> <p>「地方創生・地域活性化の現場のイロハ・ノウハウ教えます!」</p> <p>井手 修身</p> <p>1/9 14:00 - 15:00</p>	<p><b>井手 修身</b> 専門学校アイデア ITカレッジ阿蘇 学校長 アイデアパートナーズ株式会社 代表取締役 / NPO法人アイデア九州・アジア 理事長 1986年株式会社リクルート入社。2006年アイデアパートナー株式会社を創業、九州を中心に地域活性化のプランニングに携わる。2021年熊本地震からのソフト復興を掲げ、学校法人アイデア熊本アジア学園を熊本県南阿蘇村に創設し、2022年4月にITと観光サービスの人材を育成する専門学校アイデア ITカレッジ阿蘇 (IICA) を開校する。全国各地の地方創生事業の豊富な実績を持ち、各種地域活性化事業を展開している。</p>
 <p>第11回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment</p> <p>テーマ2 Entrepreneurship パソナ其田礼志 事例</p> <p>「ローカルベンチャーとソーシャルイノベーション」</p> <p>加藤 遼</p> <p>1/15 14:00 - 15:00</p>	<p><b>加藤 遼</b> 株式会社パソナ JOB HUB ソーシャルイノベーション部長 若者雇用支援、東北復興支援、観光・インバウンド振興等に携わり、シェアリングワークやシェアリングシティの推進に注力。また、地域活性化ベンチャーファンドの事務局として、起業家のインキュベーションに取り組み、出資先である事業開発・戦略担当役員も兼務。現在は、全国の地域や海外を旅するようにはたきながら、地域複業、ワーケーション、サーキュラーエコノミー、サステナブルツーリズムをテーマとした事業開発に従事。総務省地域力創造アドバイザーなどを兼務。</p>
 <p>第12回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment</p> <p>テーマ Strategy 観光経営ケーススタディ</p> <p>「インバウンド市場の成長性を「稼ぐ地域」に変えるために～各地での取り組み事例をご紹介～」</p> <p>青木 理恵</p> <p>1/23 14:00 - 15:00</p>	<p><b>青木 理恵</b> WAmazing 株式会社 東京外国語大学卒業後、旅行ガイドの編集・ライターを経験し、2006年に株式会社リクルートに中途入社。旅行情報誌『じゃらん』編集部配属後、『リラックスじゃらん』『じゃらんMOOKシリーズ』『関東東北じゃらん』等の編集デスク、アプリ『週刊じゃらん』の立ち上げなどを経験後、じゃらんリサーチセンターへ異動。研究員として「若者旅行需要創出研究」の企画・運営に7年以上従事したのち、当社を加藤らとともに共同創業。</p>
 <p>第13回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment</p> <p>テーマ Entrepreneurship 観光ベンチャー</p> <p>「観光スタートアップの可能性」</p> <p>加藤 史子</p> <p>1/25 14:00 - 15:00</p>	<p><b>加藤 史子</b> WAmazing 株式会社 代表取締役 CEO 慶応義塾大学環境情報学部 (SFC) 卒業後、1998年 (株)リクルート入社。「じゃらんnet」「ホットペッパーグルメ」などネットの新規事業開発を担当した後、「じゃらんリサーチセンター」に異動。若者の旅行需要を回復し地方創生に資するプロジェクト「雪マジ」を立ち上げスキー需要をV字回復させたほか、ゴルフ市場や温泉地域などの活性化へも横展開する「マジ部」を立ち上げた。国・県の観光関連有識者委員や、執筆・講演・研究活動を行ってきたが、「もう1度、本気のスケラブルな事業で、日本の地域と観光産業に貢献する!」を目的に、2016年7月、WAmazingを創業。</p>
 <p>第14回 観光地経営人材育成 ZOOM セッション Enjoy Tourism Empowerment</p> <p>テーマ Innovation イノベーション・観光 DX 事例</p> <p>「AI時代を見据えた旅行業務のDX化」</p> <p>稲増 佑子</p> <p>1/30 14:00 - 15:00</p>	<p><b>稲増 佑子</b> 株式会社 TOKI 代表取締役社長 慶応義塾大学卒。在学中にDartmouth大学交換留学。欧州系戦略コンサル会社、米系デザインコンサル会社を経て、2014年にTOKIを創業。創業以来、海外から10,000人を超える富裕層を文化財や非公開寺院、老舗料理店の特別な空間へ案内するなど本格的かつユニークな日本文化体験を提供、旅行やホスピタリティ分野のみならずビジネス戦略や金融、ラグジュアリー、エンターテインメント、IT、メディア等、様々な業界からエキスパートが集結。トラベルテックのSaaSツールTRAVESENS事業を運営。</p>

(4) 受講生アンケート（回答総数：95）

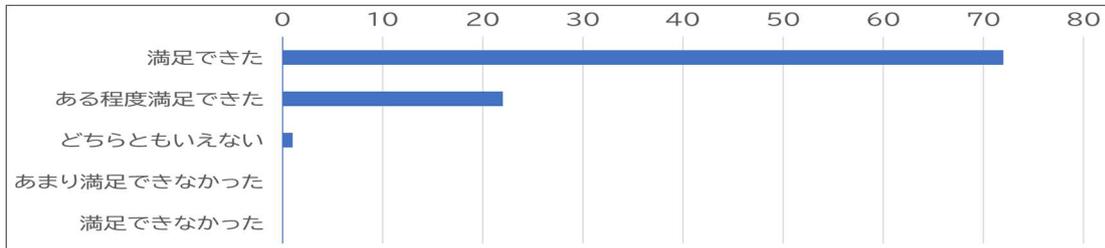
<受講者属性>



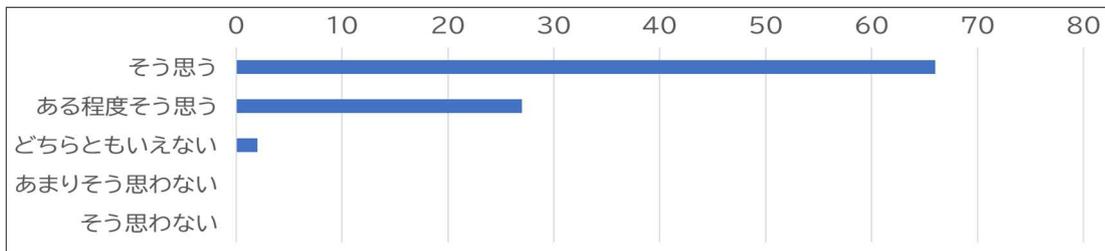
➤ 聴講された内容は理解できましたか？



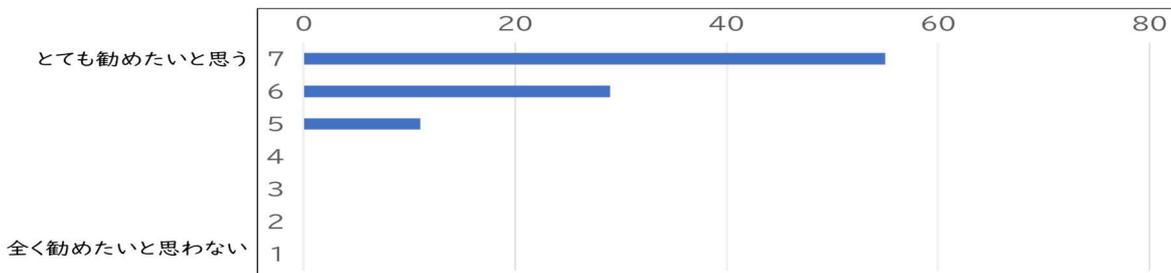
➤ 聴講された内容は満足できましたか？



➤ 聴講された内容を実務に活かそうと思えますか？



➤ このセミナーを知人にお勧めしたいと思えますか？



#### 4) ポストコロナ時代を支える観光経営人材を考える 観光シンポジウム

■日時： 2023年12月26日(火) 13:30~18:00

■場所： QUINT BRIDGE 1階 (大阪京橋)

■対象： 地方創生、社会起業家を目指す若年層

■主催： 学校法人大阪観光大学

■共催： 地方創生 Co デザイン研究所 インバウンド・デジタルマーケティング協議会

■スケジュール：

13:30~14:00：<挨拶> 主催、共催者挨拶、QUINTBRIDGE 紹介、事業内容解説

14:00~15:00：<第1部パネルディスカッション> 「観光地経営のアントレプレナーシップ」

ゲスト： 村山慶輔氏、青木理恵氏、加藤遼氏、古井茉香氏 モデレーター： 西村典芳氏

15:10~16:10：<第2部パネルディスカッション> 「地域観光のイノベーションと観光 DX」

ゲスト： 高岡謙二氏、中川智博氏、オダギリサトシ氏、西岡貴史氏 モデレーター： 阿部佳氏

16:20~17:20：<マッチング交流会>

■参加者数： 34名



■内 容：

##### ◆第1部 観光地経営のアントレプレナーシップと事業開発

起業のきっかけについて、村山氏はアメリカ留学での日本の魅力が海外で伝わっていない、日本人が日本の良さを発信できていないとの気づき、大学を休学して起業準備中である古井氏は、進学で上京した後に感じた、地元の伝統文化が安売りされ価値そのものが低く見られていることへの課題意識、加藤氏はアメリカに滞在した際のエアビーアンドビーなどの利用体験からの「観光は個人が主役の経済になる」との気づきや、ローカルビジネスベンチャーへの出資事業担当としての参画がそれぞれきっかけであったと説明。3人が取り組み主導での起業意識の発揚であったのに対し、青木氏は「人に惹かれた」として、起業意欲はなかったものの、世の中に新しい価値を生み出せる仲間との出会いがきっかけと語った。

青木氏の発言を受け古井氏は、地方で起業する中で多くのステークホルダーの役割と各ステークホルダーに与える影響を的確に判断しながら迅速に事業を回していくことの難しさに触れ、ビジネス面や地域との調整などそれぞれの面に得意分野を持つ仲間の存在は大事であると述べた。社内ベンチャーで複数の新規事業立ち上げを経験してきた加藤氏も、人との出会いからの夢やビジョンの共有と事業化、さらに出会いをきっかけにした新たなアイデアの創出といったサイクルが新規事業を立ち上げて進めていく動力の1つになっているとした。

観光地経営のアントレプレナーシップの例として、加藤氏は株式会社地方創生が香川県琴平町で取り組む「地域丸ごとホテルプロジェクト」を例に地域の関係者と共通のビジョンを作って進めている事例を紹介。村山氏は岐阜県岐阜

市、長良川周辺の地域文化をテーマに活動するNPO法人ORGANを例に、プロデューサー役の人の地元愛や顧客目線での価値づくり、ビジネス感覚の重要性、観光が目的ではなく商品を届けるための出口として機能している例を説明した。古井氏は社会性と経済性の両立を目指す「ゼブラ企業」の経営が様々なステークホルダーを持つ面で観光地経営と類似していることを指摘。ゼブラ企業の中で、長野県野沢温泉、秋田県男鹿市でまちづくりと観光に取り組む株式会社ニューローカル、島根県大田市・石見銀山の群言堂などの事例を紹介した。青木氏は広島県観光連盟の台湾・香港市場へのターゲット絞り込み戦略を例に、シャープなターゲティングの事例を語った。

必要な学びとして、ローカルベンチャーでも海外の先端技術を追い続け動きを知ることや、都市間競争時代に海外の目線を知ることのほか、失敗をプロセスととらえて学ぶこと、地域の各立場の人がそれぞれアントレプレナーシップを持つこと、地元の産業や人を広く知り学ぶことなどが挙げられた。

◆第2部 地域観光のイノベーション

始めに地域に関わるイノベーション事業に取り組むようになった経緯を紹介。中川氏が前代表の出奔が経緯であったと笑いを交えて語ったのに続き、高岡氏はジャパンガイド開始の経緯と現在取り組んでいる「QRトランスレーター」について外国人向けに必要性から生まれたサービスであると紹介。西岡氏は大手旅行会社ではできなかった、若者の価値観に合った市場の小さい旅行カテゴリの事業化や若者のマインドのイノベーションを目指していること、オダギリ氏は地元・天王寺の良さを伝えたいとの思いがきっかけだったとそれぞれ説明。阿部氏は「各氏ともイノベーションを起こそうと思って事業を始めたわけではなく、長年取り組んでいる事業が結果としてイノベーションに繋がっている」とまとめた。

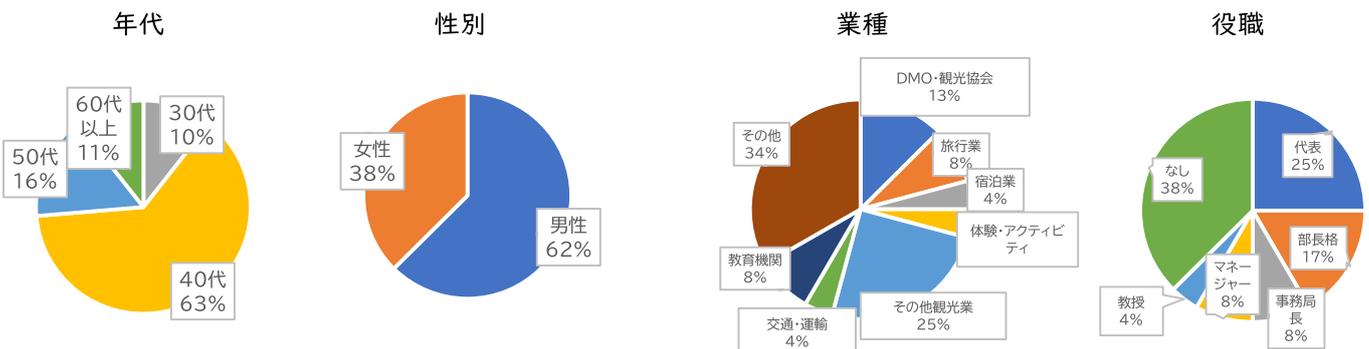
観光DXをはじめとするイノベーションなどに関する失敗例について、オダギリ氏は、自身を「自分の見せ方が下手」と反省しつつも、新しい概念を扱うイノベーターは自らの取り組みを理解していなかったり、相性の悪かったりする人と会うことが多くあると経験談を語った。

西岡氏は「北鎌倉の寺での足湯イベント」が失敗した事例に触れ、「スタートアップにありがちな、何でも新しいければいいというのは誤り。観光は、DXしたとしても『人』が価値を作るわけで、地域、人を無視してはいけない」と振り返った。

高岡氏は「ポジショニング」に言及。新しいテクノロジーを導入した場合に、同じ技術を使ったサービス提供をする他社の投資規模なども考えた上で、自事業の中長期的なポジショニングを見誤らないことがビジネスとして生き残るためには必要と説明。地域については「命をはって動いている人」がいて、その人が地域全体を巻き込むことで成功していると語った。また地域や国が違っても人が関わる事業には共通項があることから、全ての関係性が動いて経済的にも成り立つような小さな成功事例を積み重ね、分析することの大切さも説いた。中川氏は何度も現場に行って観察し、そこでつかんだことにいち早く取り組む、そして他者よりも早く対処することを繰り返すことがイノベーションに繋がるとした。

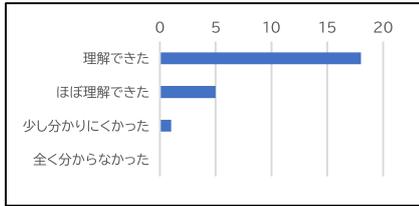
■アンケート結果（回答総数：24）

<回答者属性>

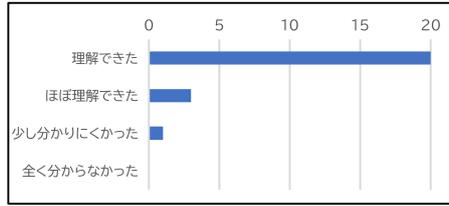


➤ 第1部パネルディスカッション「観光地経営のアントレプレナーシップ」

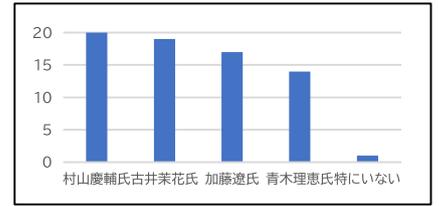
①内容は理解できましたか？



②アントレプレナーシップが観光地経営人材に必要であることを理解できましたか？

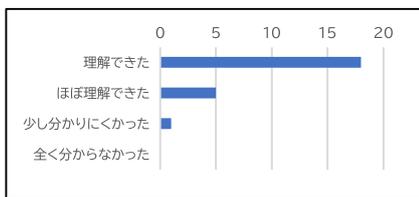


③4人のパネラーの中で興味を持った人はどなたですか？（複数回答可）

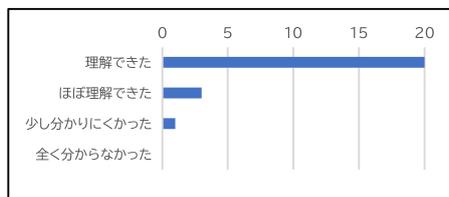


➤ 第2部パネルディスカッション「地域観光のイノベーションと観光DX」

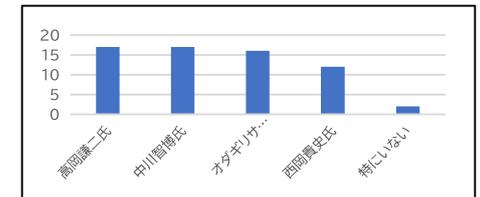
①内容は理解できましたか？



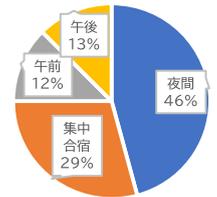
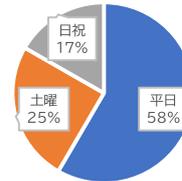
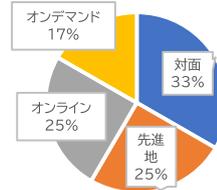
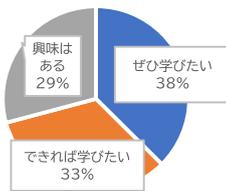
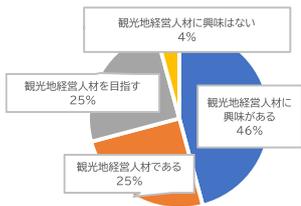
②地域観光のイノベーションと観光DXが観光地経営人材に必要であることを理解できましたか？



③4人のパネラーの中で興味を持った人はどなたですか？（複数回答可）



➤ 観光地経営人材への興味、育成講座への興味、講座設定への希望



➤ 視察してみたい先進地：長良川（4）、沖縄（2）、十和田、釜石、気仙沼、雪国観光圏、佐渡、ハケ岳、飛騨高山、下呂温泉、白浜、四国、香川

➤ 学んでみたい講師：村山慶輔氏（5）、中川智博氏（2）、阿部佳氏（2）、青木理恵氏、井口智裕氏、オダギリサトシ氏、小野田金司氏、櫻井亮太郎氏、高岡謙二氏、西村典芳氏、古井茉香氏

➤ その他、意見・感想

- ・テキストがあればよい。投影資料がとても価値高く共有してほしい。
- ・とても良かったので、定期的で開催してほしい。
- ・たくさんの刺激をもらった。
- ・生の声が聞けてとても有意義だった。
- ・ぜひ次回シンポジウムを開催してほしい。
- ・世代横断的に話を聞いて大変刺激的だった。
- ・開催地が大阪だったため、東京から弾丸で来たが機会があればまた来たい。
- ・観光に関する分野での事業はまだ取り組んでいないが、地域復興等の相談は色々な地方で受けているため、とても参考になり有意義な機会だった。
- ・社会人と並行して、新しい観光のプレイヤーと学部学生が出会える場が作れたらと思った。

5) ツーリズム・エンパワーメント・リーダー養成課程テキスト

次年度以降の講座用のオリジナルテキストの一部を株式会社やまごころが制作した。  
観光地経営人材 ZOOM セッションで展開した 14 名の講座をまとめテキスト化。次年度の講座ではこの他の講義を収録して、120 時間の履修証明プログラム「ツーリズム・エンパワーメント・リーダー養成課程」専用テキストとして完成を予定している。



目次 Contents

- 01 学びの場から学びの場へ ..... 72
- 02 アドベンチャーラボ ..... 74
- 03 観光地経営の進化 ..... 76
- 04 ツーリズム・エンパワーメント ..... 78
- 05 観光地経営のデジタル化 ..... 79
- 06 観光地経営のデジタル化 ..... 81
- 07 観光地経営のデジタル化 ..... 83
- 08 観光地経営のデジタル化 ..... 85
- 09 観光地経営のデジタル化 ..... 87
- 10 観光地経営のデジタル化 ..... 89
- 11 観光地経営のデジタル化 ..... 91
- 12 観光地経営のデジタル化 ..... 93
- 13 観光地経営のデジタル化 ..... 95
- 14 観光地経営のデジタル化 ..... 97

Tourism Empowerment Leader Training Program

SECTION 1 Strategy

01 ディステイネーションブランディング

一般社団法人雪国観光圏 代表理事 井口 智裕

本講座では、雪国文化と観光業を軸に、観光地づくりにおける戦略的ブランディングを議論する。

■ 旅館は地域のショールーム  
苦境にあえて旅館は各地に見られる。新潟・湯沢町の旅館も例外でなかったが、代替わりを断り立て直しに成功した。リニューアルにあたり、旅館ビジネスのあり方を再考したのだ。  
旅館の価値は、宿泊客に地域の良さを伝えること、体感してもらうことにあるのではないだろうか。旅先の雰囲気を感じてもらうためには地元の資源を活用することが重要だ。そこで、旅館を地域のショールームとして考えてみよう。例えば、地域特産品の販売の他、生産者をウェブサイトで紹介したり、生産現場を訪ねるツアーを提供したりすることもできる。

■ 地域ブランドの必要性  
しかしながら、一旅館だけでは「街」の価値は作れない。街というのは、地域の文化や暮らしを含んだ総合的なパッケージが魅力となり、人々が出かけるものだ。ところが現状、多くの地域で地域ブランドの必要性が理解されないまま、総花的な地域イメージになってしまい、地域の価値が分がらつらつと見える。事業部ごとに施策を打つのではなく、地域全体を捉えてブランディングを行うことが全体的な課題である。

■ 文化を軸としたブランディング  
本来の観光は、地域の暮らしや文化を垣間見た瞬間でぎゅっと凝縮させて家へむちのり。古(いにしえ)からの風習や伝統に想いを馳せた多様な要素から成る総合的な価値が文化である。古いものを守るだけでなく、過去・現在・未来がつながる

ことで文化となる。  
この考えを基に、新潟、長野、群馬の7市町村で構成される雪国観光圏では、観光資源をスキーと温泉に依存せず、雪と共生してきた暮らしや営みを独自の資源としてその文化に焦点を当てることで、この文化をどうマネタイズするか。雪国のブランド価値を体感できる場が必要だ。雪国観光圏が目指す「雪国文化」の理想は、各事業者が商品化させることで、その価値をお客様に届けるのだ。例えば、雪国観光圏は OS、旅館はアプリケーションである。ポイントとなるのは、冬だけでなく1年を通じて雪国文化を体感できることであり、言ってみれば新たな雪国文化の創出である。視点を変えれば、暮らし人にとっては「厄介な雪」も訪れる人にとっては文化体験に生まれ変わる。雪と共生した文化をもつ地域を観光地として扱えるように連携を進めた。

■ 地域ブランドの中心軸を決める  
雪国文化  
雪国文化の中心軸を決める  
雪国文化の中心軸を決める  
雪国文化の中心軸を決める

■ 文化の可視化  
では、この文化をどうマネタイズするか。雪国のブランド価値を体感できる場が必要だ。雪国観光圏が目指す「雪国文化」の理想は、各事業者が商

品化させることで、その価値をお客様に届けるのだ。例えば、雪国観光圏は OS、旅館はアプリケーションである。ポイントとなるのは、冬だけでなく1年を通じて雪国文化を体感できることである。言ってみれば新たな雪国文化の創出である。視点を変えれば、暮らし人にとっては「厄介な雪」も訪れる人にとっては文化体験に生まれ変わる。  
近年、地域の暮らしや文化に直接触れる「滞在型観光」「異日異時観光」が増えている。旅館を拠点にさまざまな体験を演出し、地域の文化に実際に触れてもらうことで訪れる者の満足度も高まり、地域に収益をもたらす。



■ 新しい市場の可能性  
旅へのニーズの変化が起きる今、異日異時観光の展開により、暮らしと旅の間に新たな市場が生まれる可能性がある。



■ 異日異時観光を更に深掘りする  
いわゆる関係人口となるマーケットを開拓するためには、「遊び」を「働く」に変換する必要がある。昨今、遊ぶ・学ぶ・働くを兼ねるという理想が現実になってきているのだ。旅館等の「お手伝い」の対価が宿泊代や飲食代になるアクティビティの人気が高まっていることに注目したい。旅行者をお客様としてもではなく、ともに活動

していく仲間として受け入れることで、何度も地域を訪れるリピーターとなることも期待されている。

■ 事業に必要な視点と姿勢  
地域連携の重要性は、様々な経営者にも影響を与える。地域の視点から事業を考えると、課題感も上がる。事業者の視点と同時に、地域の視点からもお話を聞くことで、視野が広がる。より適切なアプローチを取ることができ。



■ 2つの視点  
また、「不」は事業にとっての視点であることも言いたい。壁にぶつかった時にこそイノベーションを起こすことができる。さらに、失敗は中小企業にとって研究開発であり、思考と試行の繰り返しが必要である。そこで「論理」を凌駕できるのは「強い」であり、アプログや非効率性がこそ重要となる場面があることも忘れてはならない。



井口 智裕  
一般社団法人雪国観光圏 代表理事

## 6) 地域創生 Co デザイン研究所のカリキュラム支援

## (1) 教材の提供

ポストコロナ時代における観光業界の教育ニーズとマッチしていることから Gacco を活用した教材の充実を図る。急な業務発生時の補講教材として利用する計画にし学習の柔軟性を高めることを意図している。

## 選定した理由

## ①多様なオンラインコースの提供:

- 観光業界に特化したカリキュラムを含む、幅広い分野のオンラインコースを提供することで、観光人材が直面する現代的な課題に対する理解と対応力を高める。

## ②効率的な学習環境の実現:

- 学習管理システム (LMS) を通じて、動画アップロード、学習履歴の管理、テストや修了証の発行、レポート提出機能を提供し、参加者が自身の学習進捗を管理し、学習成果を定量的に評価できる環境を提供する。

## (2) Gacco のカリキュラム概要

補講教材として以下のカリキュラムを選定した。

## ① セキュリティリスクマネジメント:

- 情報セキュリティインシデントの事例と動向を解説し、リスク分析の手順やシナリオの作成について基礎を教える。システム設計とリスク想定に関する基礎知識も講義する。

## ② マーケティング入門:

- マーケティングの基本概念、企業/事業における役割、マーケティングとブランディングの違いを教える。製品/プロダクトを顧客にどのように魅力的に見せ、感じてもらうかについて、クリエイティブ、コピーワーク、顧客のインサイトを通じて設計し、販売手法について講義する。

## ③ デジタル技術の進化と中小企業経営の変化 (ベーシック):

- DX の基本概念とビジネスへの影響を理解し、企業規模の成長・成熟度に合わせた取り組みの重要性を教える。スピードが命であり、トライアンドエラーで進めることの重要性を講義する。

## ④ いますぐはじめる観光のデジタル化:

- 観光客との円滑なコミュニケーション、オンラインでのビジネスアピール、新規顧客獲得のためのデジタル施策について教える。無料のデジタルツールを活用し、観光案内やビジネスのインターネット上での掲載方法について講義する。

## ⑤ 誰にでもわかる DX 入門 (概要編):

- DX の定義、環境の変化、デジタル戦略の立案パターン、変革のプロセスについて総合的に学ぶ。DX が求められる背景と組織の DX リテラシーを高める方法について講義する。

## ⑥ 起業のすゝめ ~DX 時代に必要なビジネス資質~:

- リーダーに求められる「壁を超える」能力、外部環境に左右されない心の持ち方、職業人としての将来像の設定について教える。

### 3. 事業のまとめ

#### 1) ヒアリング・視察

カリキュラム開発のための視察、ヒアリングを以下の通り実施した。

##### (1) (一社) インバウンド・デジタルマーケティング協議会

岡田直樹理事と面談、観光人材育成プラットフォームの機能を追加することに合意、2024年度より名称を「観光立国プラットフォーム」に変更し、観光人材育成事業を産学連携体制で推進する具体的な計画策定を協議

##### (2) (株)ガイア

C00 宇田川敬之氏と面談および宮城蔵王地域アルベルゴデフーズ展開視察。蔵王山水苑の空き別荘地をインバウンド観光一棟貸し民泊で再生、現状と今後の展開、人材確保と育成をヒアリング。

##### (3) (株)インアウトバウンド仙台松島

西谷雷佐代表取締役と面談、アドベンチャートラベルの視察先の情報提供をもらい、現代の観光地経営の動向、観光地マーケティングのカリキュラム設計のアドバイスをもらい、講師を依頼。

##### (4) (一社)宮城創生 DMO

櫻井亮太郎副会長と面談、DMO の人材育成状況などをヒアリングするとともに SNS マーケティングの科目の講師依頼とカリキュラム設計を協議

##### (5) (株)八幡平 DMO

寺田代表取締役及びスタッフと面談、DMO の人材育成状況などをヒアリング、観光庁の持続可能な観光モデル DMO に選定された状況、今後の展開などをヒアリング。

##### (6) (株)マックアース

一ノ本代表取締役 CEO と面談、プロジェクトアドベンチャー、キャンプ・グランピング施設の視察、教育合宿の動向、グリーン期の体験アクティビティの傾向などをヒアリング。

##### (7) レッドホースコーポレーション(株)

中川執行役員と面談、地域商社展開の現状をヒアリング。マーケティング、観光 DX 分野の動向、社員の人材育成状況も本事業と協働体制で展開することで合意。

##### (8) (株)TOKI

稲増代表取締役と面談、ラグジュアリーマーケットの動向と日本での訪問希望場所などをヒアリング。新規事業である TRAVESENCE のデモンストレーションを体験。

##### (9) 専門学校イデア IT カレッジ阿蘇

井手学校長と面談、現在進行中の文部科学省のリカレント事業の内容をヒアリング。リカレント教育に対する各業界別のアンケート調査、AI を活用したカリキュラムなどの情報を収集。

##### (10) (株)クラブツーリズム

樋山課長と面談、全国の DMO に派遣した社員の動向をヒアリング、新型コロナ後の観光再始動事業などの地方創生型商品ラインナップの確認

##### (11) (一社)ベストアカデミー協会

前田理事長、早川氏との面談、女性事業者のネットワークで展開するイベント事業のヒアリング、地域の合意形成をスムーズに展開する手法としての共感型組織マネジメント方法をヒアリング。

## 2) ターゲットの選定

当初は起業を目指す若者層をターゲットとして検討していたが、観光庁、有識者の意見により以下のターゲットとし、ペルソナAさんを設定した。

●Aさん (一社) ●●DMO、48歳、女性、〇〇大学院卒、〇〇市役所、コンサルタントを経て2022年入社  
MBA、中小企業診断士、2022年度大阪観光大学観光リカレント講座修了生

その他のターゲット

- ・DMOの幹部社員、数年後に事務局長等の経営人材になる予定のもの
- ・観光地経営人材に必要な素質(経験または能力)があり数年後にDMO、DMCを経営する意向があるもの
- ・過去の観光リカレント講座修了者でDMO、DMC経営を希望する者

ただし、カリキュラム検討委員会では、地方のDMOの現状を考えると給与水準が低いため、若年層スタッフを幹部層へ早期に引き上げる必要があるという意見もあった。

## 3) カリキュラムの構成

### (1) カリキュラムの時間数

カリキュラム総時間数について受講生ニーズは過去のデータより60時間以下であったが、各科目1単位相当の時間数という指定であったので、予習・復習込みの45時間の設定とし、厚生労働省「専門実践教育訓練での教育訓練支援給付金」制度の取得をめざすため実質120時間(6科目×20時間)に設定した。

### (2) 科目の構成

科目は①観光地経営戦略を核として展開、受講生が修了課題として受講生自身の地域の観光地経営戦略を策定する展開とする。より具体的で実現性のあるプログラムとするため、②現代の観光地経営の動向、③観光地経営組織マネジメント、④観光地マーケティング、⑤地域観光のイノベーション、⑥観光地経営のアントレプレナーシップと事業開発の事例を利用し、各分野の講師陣がアドバイスしながら戦略を策定する仕組みとする。講師陣は2021年、2022年の観光リカレント教育の実施データを参考にNPSの高い講師陣を選出。加えてカリキュラム委員、数名の講師のヒアリングから48科目の講師を選定した。64時間の視察研修を含むリアル研修、30時間のオンライン研修、4時間の発表会と22時間のオンデマンド講義で構成する。

## 4) 社会人に学びやすい講義スタイル

- ・オンライン講義は平日夜19時より1コマ2時間で15回開催(30時間)
- ・4回の1泊2日集中講義(仙台・東京・大阪・新潟)は先進地視察研修も含まれます(64時間)
- ・仕上げは大阪観光大学での公開発表会(4時間)6つの科目を受講して得た知識とスキルを成果にして発表します。各講師のアドバイスも含め自らで立案・発表し、専門家の評価を受けます。
- ・その他講義は、Docomo gaccoのeラーニング教材など隙間時間で学習が可能、予習教材もやまところ制作のオリジナル教材を使用(選択22時間)

## 5) 履修証明プログラム「ツーリズム・エンパワーメント・リーダー養成課程」

科目総時間数120時間以上を受講し、修了要件を満たした受講生には大阪観光大学長名による履修証明証を交付修了生には大阪観光大学大学長が発行する履修証明証を授与。観光地経営を牽引する「ツーリズム・エンパワーメント・リーダー」を養成する履修証明プログラムとなっている。

## 4. 次年度以降の計画・展望について

### 1) 2024年度(令和6年度)計画

#### (1) ツーリズム・エンパワーメント・リーダー養成課程実証講座を実施

4月より受講生募集を開始、6月開講で12月終了予定。受講生12名程度。講座数は48コマ(所要日数24日) 公募対象者は①DMC・DMOの幹部社員、数年後に事務局長等の経営人材になる予定のもの、②観光地経営人材に必要な資質(経験または能力)があり数年後にDMO、DMCを経営する意向があるもの、③過去の観光リカレント講座修了者でDMO、DMC経営を希望する者のいずれかに相当するものとする。受講料は300,000円を定価とする。受講要件は、大学を卒業した方(それに準じる方を含む)、社会人経験を5年以上の方。修了要件は120時間のプログラムを履修、講義中に与えられた課題の提出も必須となる。実証講座のため、サンプルデータとしてアンケート等に協力できる方。聴講可能な講座とし翌年からの講座主催者の拡大を促す。

#### (2) カリキュラムの検証・改善と教材整備、事業評価委員会の新設

カリキュラム検討委員会は次年度も継続して教育プログラムの点検・評価を行う。受講生への課題、理解度、講師のNPSデータ調査などを観光系学会に提供する。教材として使用する今回制作したテキストに加え、残りの科目のテキストまたは参考図書などを整備する。加えて講師陣による事業評価委員会を新設しカリキュラムの外部評価を行ってもらう。

#### (3) 受講生の出口戦略

受講修了生は、(一社)観光立国プラットフォーム(Tourism Empowerment Platform) 通称TemPlat(テンプラ)の会員に入会でき(初年度会費不要)、リカレント教育が持続的に学習でき、講師陣をはじめとした専門家のコーチング、ビジネスマッチング等のイベント参加も可能とする。(一部実費必要)。継続的に修了生と所属する組織をできる体制で観光地経営人材の実現を支援する。今回の修了生は、一般会員として、この会員コミュニティの加入することができ、以下のサービスが提供されます。

※一般社団法人観光立国プラットフォーム

2014年設立された(一社)インバウンド・デジタルマーケティング協議会を改変し、2024年に設立、既存会員企業の(株)エフネス、(株)やまところなどに加えて本事業の連携企業と講師陣の(株)やまところキャリア、Tokyo Creative(株)、WAmazing(株)等も理事及び会員に加わる予定である。産学協働体制でリカレント教育コンテンツ、リスキルコンテンツを集積し提供し、観光人材育成と観光人材の確保、そしてビジネスマッチングが可能なコミュニティを創出することを目指す。

### 2) 2025年度(令和7年度)

2024年度には厚生労働省「専門実践教育訓練での教育訓練支援給付金」制度の取得をめざす。現在文部科学省に登録している職業実践力育成プログラム(BP)認定制度を本プログラム内容に変更申請し、2025年度からの運用を目指す。受講費を最大70%補助することにより、継続した自走化を目指す。日本観光経営学会、日本観光ホスピタリティ教育学会などと連携し、観光系学部学科を持つ大学、専門学校に対してこの観光リカレント教育コンテンツを継続的に普及し、日本の観光立国を担う観光地経営人材を持続的に輩出する。