

1. 実施報告書【九州産業大学】

① 当初段階の計画について

(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

○事業概要（プログラムの特徴や育成対象とする人材（「観光地経営人材」）

観光産業の国際競争力を向上し、稼げる地域・産業を実現するために、福岡県や福岡市を含む自治体、そして九州の観光関連団体（九州観光機構、九州経済調査協会、商工会議所、日本旅行業協会九州支部など）との連携を強化する。この連携により、IT、マーケティング、会計、ファイナンス、マネジメントなどの知識や技能を習得できるプログラムを設け、地域の資源を最大限に活用しながら、価値創造と持続可能な観光地域づくりに貢献できる人材の育成を目指す。

本プログラムでは、組織的な産学官連携のための体制整備や情報交換の促進を図り、人材育成を評価する仕組みを構築する。また、以下のような参加者の自律的なキャリア開発と観光地経営を核とした能力の育成を目指す。

- ・観光地経営の職務遂行に必要な深い専門知識を習得する。
- ・観光産業の高付加価値化を推進し、持続可能な観光地域づくりを促進するための知識と能力を身につける。
- ・実践的な学びを通じて知識とスキルの定着を図る。

・対象者、人数

自治体、観光協会/DMO、観光系企業（宿泊業、旅行業、運輸業等）において観光地域づくりに関心のある中核人材 及び「次世代観光マネジメントリーダー育成プログラム」の修了者：20人

・実施場所

九州産業大学



・実施スケジュール

- 9月 プログラムの確定
- 10月～11月 受講生募集
- 1月～2月 プログラムの一部を開講・実施
- 3月 プログラム実施の教育的効果の測定、プログラムの改善

カリキュラム内容

1. カリキュラム概要

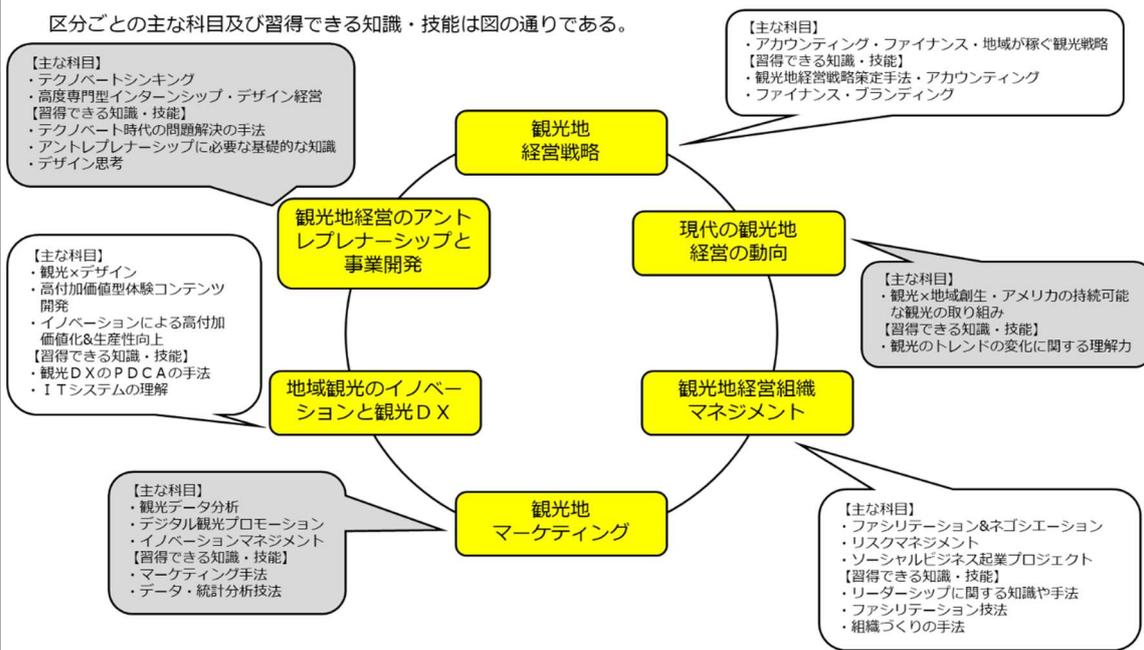
カリキュラムは、大きく6つの分野で構成され、それぞれの分野において基礎科目、応用科目、展開科目が設けられ、系統化されている。全体で74コマの科目編成となっており、なかでも「観光地経営戦略」が17コマ（23.0%）と最も多く、次いで「観光地経営のアントレプレナーシップと事業開発」が15コマ（20.3%）、「観光地マーケティング」が14コマ（18.9%）、「観光地経営組織マネジメント」が12コマ（16.2%）、「地域観光のイノベーションと観光DX」が10コマ（13.5%）、「現代の観光地経営の動向」が6コマ（8.1%）である。基礎教育には20コマの科目が配置され、全てが必修となっている。応用科目に30.5コマ、展開科目に23.5コマが選択科目として配置され、これらの中から22コマ以上の単位取得が修了要件となる。

(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

カリキュラム内容

2. 主な科目と習得できる知識・技能

区分ごとの主な科目及び習得できる知識・技能は図の通りである。



(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

カリキュラム内容

3. 特色ある講義や研究、教育方法

授業の形式は、基本科目では主に講義、応用・展開科目では、ケースメソッドを中心とする。アントレプレナーシップ（事例）においては、ゲストスピーカーによるオムニバス形式の授業を行う。高度専門型インターンシップでは、実践力と課題解決力の向上を目的とした、産学官連携による研修プログラムを提供する。

4. 社会人が受講しやすい工夫

すべての講義においてハイフレックス型授業を行い、受講生は同じ内容の授業を、オンラインでも対面でも受講できるようにする。また、ICTを活用した双方向性のある講義を行う。

実施体制スキーム

本プログラムは、九州産業大学と7つのプログラムに関連する観光関連団体、地方公共団体等を中心とした「事業実施協議会」を設置し、プログラムの開発、実施、検証及び改善等を行う実施体制を構築する。

九州産業大学

+

一般社団法人九州観光機構

九州商工会議所連合会

公益財団法人九州経済調査協会

一般社団法人日本旅行業協会九州支部

福岡県商工部観光局

福岡市経済観光文化局

株式会社筑邦銀行

(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

○事業背景（事業の目的・現状の課題分析等）

コロナ禍後の観光旅行マーケットを取り巻く環境は大きく変化し、旅行ビジネスモデルや産業構造にも変化をもたらした。これまでの観光客数重視の競争から、質重視の観光振興や観光客の満足度向上、観光滞在時間の増加など、観光地・観光産業の高付加価値化と持続可能な発展が大きな課題となっている。経営戦略やマーケティング、マネジメントなど知識や技能を持ち、多種多様な関係者の協力を得て、観光地域づくりに取り組める人材の育成は喫緊の課題である。

地方、特に九州の観光産業では、担い手の不足が大きな問題となっている。観光産業人材の確保とともに、中長期的に観光産業の発展を図っていくためには、観光地経営人材の育成が急務である。九州（沖縄県を含む）には、広域連携DMOが2件、地域連携DMOが13件、地域DMOが31件存在している。多くのDMOでは、ファイナンス、マーケティング、ICTなどの知識とスキルを持つ専門人材の育成と確保が求められている。

本学は、文部科学省の「令和4年度 成長分野における即戦力人材輩出に向けたリカレント教育推進事業」に「次世代観光マネジメントリーダー育成プログラム」を申請し採択された。今年の9月からプログラムが実施される予定であるが、本事業のプログラムでは、観光地経営人材に必要なより高度な知識・スキルが学べる教育プログラムを編成し、経営・マーケティングやDMOなどのビジネスの考え方や手法を身に付けた観光地経営人材の育成を行う。

(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

○カリキュラムの詳細

【観光地経営人材】カリキュラム詳細

観光地域の持続可能な発展を担う人材には、地域に愛着を持ち、ビジョンを示して全体をリードする能力、併せて地域資源を活用した高付加価値化の実現、地域の関係者を巻き込む力を持つことが重要である。本プログラムの「基本科目」群では、6つの領域の基本的な知識とフレームワーク、考え方を学び、観光地経営の考える際の思考方法やスキルの土台を築いていく。「応用科目」群では、各領域の知識、技能の深化を図る。より専門的な教科内容で構成され、観光地の経営課題の解決に取り組める応用力を付ける。「展開科目」群では、観光地が抱えている課題を学習テーマとして取り上げ、ケースメソッド、プロジェクトワークの形式で進め、知識、技能の定着を図る。

観光地経営人材育成プログラム

	基本科目	応用科目	展開科目
	基本的な知識、考え方を体系的に理解する	専門的な知識や高度な技術を深め応用力を高める	実践力と課題解決力を高める
<ul style="list-style-type: none"> 観光地経営戦略 ▶ 現代の観光地経営の動向 ▶ 観光地経営組織マネジメント ▶ 観光地マーケティング ▶ 地域観光のイノベーションと観光DX ▶ 観光地経営のアントレプレナーシップと事業開発 ▶ 	観光ビジネス、経営の基盤固め		<ul style="list-style-type: none"> 稼ぐ観光戦略 ツーリズム産業のグローバル戦略 持続可能な観光の取り組み イノベーションによる高付加価値&生産性向上
	イノベーション思考力 データ利活用力		
	テクノバートシンキング 新しいアイデアが生まらせる能力 関係者とのコミュニケーション能力		

(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

○カリキュラムの詳細

【カリキュラム】

(数字はコマ数)

項目	基本科目		応用科目		展開科目		教育手法
I 観光地経営戦略 必修：7 選択：10	必修1	経営戦略基礎	選択1	ブランディング	選択1.5	ディスティネーションマネジメント	基本科目・応用科目：講義 展開科目：ケースメソッド教育
	必修1.5	アカウンティングの基礎	選択1.5	アカウンティングⅡ(管理会計)	選択1.5	ツーリズム産業のグローバル化戦略	
	必修1.5	ファイナンスの基礎	選択1.5	ファイナンスⅡ(財務戦略)	選択1.5	地域が稼ぐ観光戦略	
	必修1.5	アカウンティングⅠ(財務会計)	選択1.5	ファイナンスⅢ(企業の合併と買収)			
	必修1.5	ファイナンスⅠ(事業戦略と企業財務)					
II 現代の観光地経営の動向 必修：2 選択：4	必修1	観光×地域創生			選択2	アメリカの持続可能な観光の取り組み	基本科目：講義 展開科目：ケースメソッド教育
	必修1	インバウンド観光の基礎					
	選択1	現代の観光を読む					
	選択1	地域資源の活用					

(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

○カリキュラムの詳細

【カリキュラム】

項目	基本科目		応用科目		展開科目		教育手法
Ⅲ 観光地経営組織マネジメント 必修：2 選択：10	必修 2	クリティカル・シンキング	選択 2	ファシリテーション&ネゴシエーション	選択 2	ソーシャルビジネス起業プロジェクト	基本科目：講義 応用科目・展開科目：ケースメソッド教育
			選択 1.5	人材マネジメント	選択 2	企画提案書のプレゼンテーション	
			選択 1.5	組織行動とリーダーシップ			
			選択 1	リスクマネジメント			
Ⅳ 観光地マーケティング 必修：3.5 選択：10.5	必修 1.5	マーケティングの基礎	選択 1.5	観光マーケティング	選択 2	京都市観光協会のデジタルマーケティング	基本科目：講義 応用科目・展開科目：ケースメソッド教育
	必修 2	観光データ分析	選択 1.5	着地型観光コンテンツ開発	選択 2	イノベーションと事業構造改革	
			選択 1.5	デジタル観光プロモーション	選択 2	イノベーションマネジメント	
Ⅴ 地域観光のイノベーションと観光DX 必修：1.5 選択：8.5	必修 1.5	観光×デザイン(地域ブランディング)	選択 1.5	高付加価値型体験コンテンツ開発	選択 2	新規市場開拓のインバウンドビジネス	基本科目：講義 応用科目・展開科目：ケースメソッド教育
			選択 1.5	観光DXとインバウンド	選択 2	イノベーションによる高付加価値化&生産性向上	
			選択 1.5	DX経営戦略			

(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

○カリキュラムの詳細

【カリキュラム】

項目	基本科目		応用科目		展開科目		教育手法
Ⅵ 観光地経営のアントレプレナーシップと事業開発 必修：2 選択：13	必修 2	テクノバートシンキング	選択 2	デザイン思考と体験価値	選択 2	デザイン経営	基本科目：講義 応用科目・展開科目：ケースメソッド教育 ※アントレプレナーシップにおいては、ゲストスピーカーによる講義 ※高度専門型インターンシップでは、自治体や産業界とのパートナーシップを形成し、産学官連携による実践力の向上を目的としたインターンシップを実施
			選択 2	ビジネス・データサイエンス	選択 1	アントレプレナーシップ先進事例	
			選択 6	高度専門型インターンシップ			
必修：18コマ 選択：56コマ							

※赤字の科目は、2023（令和6）年度、プログラムの一部として開講・実施する科目である。

(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

○開発する教育プログラムにより目指す成果

【教育面】

観光地経営人材の経営力向上を図り、観光産業の活性化につなげる能力を養う。そのために地域の観光人材の対応能力を高め、観光地の高付加価値化を進め、持続可能な観光地域づくりを担う能力を育成する。これらの人材を輩出することによって持続可能な観光地域づくり、域内の観光ビジネスの活性化等の成果が期待できる。

【社会連携面】

本教育プログラムは、産学官の関係構築を基盤とするものであり、プログラムの策定から改善までの全過程において連携関係の維持、強化につながる関係づくりが期待できる。

【取組の年間計画・ゴール】

2023 (令和5) 年度						2024 (令和6) 年度					
9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
・文部科学省「成長分野における即戦力人材輩出に向けたリカレント教育推進事業」の実施 「次世代観光マネジメントリーダー育成プログラム」			・実施結果の検証	・観光庁「ポストコロナ時代を支える観光人材育成事業」の実施 「観光地経営人材育成プログラム」(12.5コマ)		・実施結果の検証 ・連携機関、団体との協議によるプログラムの改善	・2024 (令和6) 年度「観光地経営人材育成プログラム」の確定			・「観光地経営人材育成プログラム」受講生募集 ・9月から実施	

受講生のプログラム評価 (満足度90%以上)
 派遣企業・団体の評価 (満足度90%以上)
 ↑
 授業時に定期的なミニッツペーパーやリアクションペーパーの活用と受講生へのフィードバック

・受講生及び派遣企業・団体のプログラム評価 (満足度90%以上)
 ・プログラムの見直し案の確定
 ・連携団体との関係構築による協議会結成

(九州産業大学)・観光地経営人材育成プログラム

○事業の継続に向けた取組

本プログラム終了後、本学では次年度からの自立自走に向けて、以下の3点を目指す。

- ・文科省の「次世代観光マネジメントリーダー育成プログラム」を観光庁の「観光地経営人材育成プログラム」に発展させる。
- ・観光庁の「観光地経営人材育成プログラム」を観光MBAプログラムに発展させる。
- ・将来的 (令和8年度以降) に観光MBAの設置、運営を目指す。

本学では、今年度、文部科学省の「成長分野における即戦力人材輩出に向けたリカレント教育推進事業」に採択され、9月から11月にかけて、「次世代観光マネジメントリーダー育成プログラム」を実施する。このプログラムの実施結果等に関しては、本プログラム実施にあたり、観光関連団体、地方公共団体、観光関連企業等を中心として設置した「事業実施委員会」において、受講者アンケート等も踏まえて検証し、次年度のプログラム開発を行う予定であるが、併せて、今年度、一部実施を予定している観光庁の「ポストコロナ時代を支える観光人材育成事業」の実施結果等も踏まえ、2024 (令和6) 年度からは、文部科学省のプログラムと観光庁のプログラムを発展的に統合し、新たなプログラムを構築して「観光地経営人材育成」に取り組む予定である。

なお、将来的には、「観光地経営人材育成プログラム」を観光MBAプログラム (専門職大学院) に繋げて行くことも検討する。

② 事業実施内容について

- ・令和5年 8月 観光庁「ポストコロナ時代を支える観光人材育成事業」のモデル事業採択
- ・令和5年10月 パソナJOB HUBとの10月の打合せ
- ・令和5年11月 「観光地経営人材育成プログラム」事業実施協議会委員就任依頼
- ・令和5年11月 パソナJOB HUBとの11月の打合せ
- ・令和5年12月 パソナJOB HUBとの12月の打合せ
- ・令和5年12月 「観光地経営人材育成プログラム」の試行的実施に向けて、実施日時の検討及び講義概要等の作成
- ・令和5年12月 「観光地経営人材育成プログラム」の試行的実施に向けて、募集に係るチラシ等作成
- ・令和5年12月 第1回有識者検討会
- ・令和6年 1月 パソナJOB HUBとの1月の打合せ
- ・令和6年 1月 「観光地経営人材育成プログラム」の試行的実施に向けて、募集に係るリーフレット（募集要項）作成
- ・令和6年 1月 「観光地経営人材育成プログラム」の試行的実施に向けて、募集活動開始（1/9～2/9）
- ・令和6年 2月 観光庁との打合せ
- ・令和6年 2月 第2回有識者検討会
- ・令和6年 2月 パソナJOB HUBとの2月の打合せ
- ・令和6年 2月 「第1回観光地経営人材育成プログラム事業実施協議会」開催（2/22）
出席者：九州観光機構、福岡県商工部観光局、福岡市経済観光文化局、筑邦銀行等
議案：①「観光地経営人材育成プログラム」について
②「観光地経営人材育成プログラム」の試行的実施について
内容等：
①観光庁「ポストコロナ時代を支える観光人材育成事業」等について説明を行った。また、令和6年度、本格的に実施する「観光地経営人材育成プログラム」のカリキュラム等についての意見交換、及び実施科目の選定等に関する意見交換を行った。
②2月23日（金）～3月17日（日）までの間、試行的に実施する「観光地経営人材育成プログラム」に関する意見交換、及び受講者等に関する報告を行った。
- ・令和6年 2月 「観光地経営人材育成プログラム事業実施協議会」委員と観光庁との意見交換
- ・令和6年 2月 「観光地経営人材育成プログラム」試行的実施：受講者数：20人

実施日	科目名	コマ数	担当者	場所
2月23日（金）	ファシリテーション &ネゴシエーション	2	田坂 逸朗 (地域価値共創センター)	九州産業大学
2月24日（土）	ソーシャルビジネス起業 プロジェクト	2	北島 力 (NPO まちづくりネット八女)	JR博多シティ
2月25日（日）	企画提案書のプレゼンテ ーション	2	山辺眞一・原啓介 (株式会社よかネット)	九州産業大学
3月 1日（金）	地域が稼ぐ観光戦略	1	原 忠之 (セントラルフロリダ大学)	JR博多シティ

3月 2日 (土)	ディステイネーション マネジメント	1	原 忠之 (セントラルフロリダ大学)	九州産業大学
3月 2日 (土)	ホスピタリティ産業のグ ローバル戦略	1	原 忠之 (セントラルフロリダ大学)	九州産業大学
3月 3日 (日)	世界の持続可能な観光の 取り組み	2	原 忠之 (セントラルフロリダ大学)	九州産業大学
3月16日 (土) ～17日 (日)	現地学習 (福岡県八女市)	4	千 相哲 (九州産業大学) 田坂 逸朗 (地域価値共創センター)	九州産業大学

- ・令和6年 3月 第3回有識者検討会
- ・令和6年 3月 成果報告会

③ 事業のまとめ

本事業は、令和5年7月に観光庁「ポストコロナ時代を支える観光人材育成事業」へ公募し、令和5年8月29日付で「ポストコロ時代を支える観光人材育成事業」のモデル事業として採択された。本学のプログラム名は「観光地経営人材育成プログラム」である。

「プログラムの概要」、「カリキュラム (シラバス含む)」、「修得できる知識・技能」、「受講対象者」、「プログラムの提供によって輩出する人物像」等について、本プログラムに設置した「事業実施協議会」(委員長：九州産業大学副学長・委員：一般社団法人九州観光機構、九州商工会議所連合会、公益財団法人九州経済調査協会、一般社団法人日本旅行業協会九州事務局、福岡県商工部観光局、福岡市経済観光文化局、株式会社筑邦銀行、※一般社団法人日本旅館協会九州支部追加予定。)等、関係機関等との緊密な連携を取りながら、地域の実情等を踏まえたプログラムの開発等を行ってきた。

事業採択後、観光庁と有識者検討会からのアドバイス、九州内の観光団体との意見交換等を踏まえ、観光地経営人材育成という一貫した目的やゴールのあるプログラムの改善・設計に取り組んだ。当初のプログラムに対し、合意形成とアントレプレナーシップに関する講座を補充し、内容においては課題解決や現場体験など、より実践重視、観光地経営に対応できる即戦力の育成、受講後の活躍の支援とフォローアップを強化した。「事業実施協議会」においては構成メンバーに宿泊業界の関係団体を加え、より多様な連携協働体制を構築した。

なお、本学では観光庁への公募段階において、今回開発したプログラムの一部を試行的に実施することとしており、2月23日(金)～3月17日(日)までの間、上記の科目(全15コマ)を実施し、20人の受講生が参加した。

受講生は、地域のDMO、観光協会、旅行業、行政、高校教員等の方々と、年齢層も20代から60代までの幅広い方々が受講されている。

なお、プログラム終了後、受講生からの受講後の感想、意見等も次年度実施のプログラムに生かしていきたいと考えている。

④ 次年度以降の計画・展望について

[2024年度の計画と展望]

1. 観光地経営人材育成プログラムの実施

- ① 対象：DMO／観光協会、宿泊業界（組織の中核を担うメンバー）を中心に、観光地経営に関心のある方。
- ② 実施時期は6月又は9月から開始。
- ③ 募集人員は、20名～30名。
- ④ 受講料を設定する場合、最大10万円*とする。（*アンケート結果で最も多かった回答）

2. プログラムの内容

- ① 全体の86コマの中から、現場のニーズの高い科目及び実践力重視の現地学習や事例学習を多く選別し、22コマ～42コマに集約したプログラムを展開する。
- ② 科目の選定については、「事業実施協議会」での意見を参考に行う。

【別紙「教育課程表（令和6年度実施分）」参照】

3. 受講者募集

- ① 「事業実施協議会」構成団体のホームページで九州全域に周知。
- ② 福岡県（「事業実施協議会」の構成メンバー）が県内の宿泊事業者へ働き掛ける。
- ③ 全旅連、九州ホテル協会、日本ホテル協会、日本ホテルバーメンズ協会などとの関係性構築と協力依頼。
- ④ Zoom参加を可能とし、九州全域からの受講参加を促す。
*プログラムの開講科目数、開始時期及び遠隔授業の有無は、4月以降に確定する。

4. 展望

- ・ 受講の熱意と意識向上に受講料の設定が有効であるか否かは明確ではないが、ある程度の有料化は必要であると認識している。一方で派遣企業・団体の全面的な協力が得られない状況下で受講希望者の負担軽減を図ることも重要である。（福岡県半額負担）
- ・ 受講環境としてのプログラムの内容、実施時期、開講時間帯、受講方法などを十分考慮して実施すれば、受講生の確保は可能である。
- ・ 観光庁「観光地経営人材育成プログラム」の認知度と関心の向上。

[2025年度]

- ① 2024年度プログラム実施結果を検証し、改善するとともに、プログラムへの理解・協力団体・企業拡大に努め、九州の観光地経営人材育成プログラムとして発展させる。
- ② 「観光地経営人材育成プログラム」を活用し、MBAプログラムへの転換を図る。2025年度に文科省に申請。

2. 教育プログラム計画書【九州産業大学】

① プログラム概要

・プログラムの目的とポイント

本プログラムは、観光地全体の経営、観光地域づくりを担う人材育成のための教育プログラムとして、受講者の即戦力及び観光地経営を核とした能力の育成を目指す。

観光地経営に取り組む地域のリーダーを育成するため、IT、マーケティング、会計、ファイナンス、マネジメントなどに関する基礎的・基本的な知識及び技術を習得し、現場での実践について理解を深め、学んだ知識・スキルを活用する能力と態度を育てる科目を編成している。これに加え、地域の多様な関係者との調整・合意を図り、地域全体の利益を実現するとともに、地域の資源を最大限に活用しながら、九州を基盤とする価値創造と持続可能な観光地域づくりをけん引する人材の育成を念頭に、九州の観光関連団体（九州経済連合会、福岡県、福岡市、九州観光機構、九州経済調査協会、商工会議所、日本旅行業協会九州支部、日本旅館協会九州支部、筑邦銀行など）との緊密な連携を取りながら、より実践的な教育を行う。

・プログラムの特徴等

- ①授業の形式では、「基本科目」、「応用科目」、「展開科目」に区分し、「基本科目」では主に講義（アクティブラーニング）、「応用科目」、「展開科目」ではケースメソッドを中心に行う。科目によって、教育効果を高めるため、グループワーク、現地学習、産学官連携による研修プログラム（高度専門型インターンシップ）を設けている。
- ②「現場」を知り、経験を積むことを重視し、事例研究、現地学習を多く取り入れ、幅広いものの見方や考え方を身につけ、解決策の提示までの手法について段階的に学ぶ。
- ③九州の観光関連団体（九州経済連合会、福岡県、福岡市、九州観光機構、九州経済調査協会、商工会議所、日本旅行業協会九州支部、日本旅館協会九州支部、筑邦銀行など）が一体となって、観光地経営人材の育成や、受講者間、受講者と観光関連企業・団体とのネットワークづくり、実践の場の提供などを支援し、教育の質や効果を高める。
- ④ルーブリックを導入し、到達目標を重視した学びを実践する。教員が想定している評価基準に加え、受講者が講座を受講して期待している、身につけたい知識・スキルを記入することで、学習者のパフォーマンスの現状とゴールを把握し、受講者の意識づけ及び受講後の受講者へのフォローを行う。
- ⑤社会人が受講しやすいように、対面授業の他に遠隔授業を取り入れる。

・対象と考える受講生のイメージ・想定する履修条件等

受講対象者は、

- ・自治体、観光協会／DMOにおいて観光地域づくりにかかわっている人
- ・観光系企業（宿泊業、旅行業、運輸業等）において高付加価値化、生産性向上に関心があり、今後中核を担う人、
- ・観光分野への事業多角化を図る企業の担当者であり、次のような学びを期待している人物を積極的に受け入れる。

- ①観光地経営に必要なデータを収集し分析する力を身につけ活用したい。

- ②事業計画から資金繰りまで経営に関する知識を深めたい。
- ③観光商品の高付加価値化に関する具体的な手法を身につけたい。
- ④観光振興や観光客の利便性向上といったメリットを得るための具体的な取り組み方を学びたい。
- ⑤データとデジタル技術を活用して既存の観光サービスの質を向上したり、課題を解決する力（観光DXの取り組み方）を身につけたい。
- ⑥インバウンド対策・ビジネスの取り組み方を深く学びたい。

想定する受講要件は、本プログラムでは、地域に対する誇りと愛着を持って地域全体の利益を常に意識し観光地経営をけん引しようとする意識と意欲を持ち、次のようなことにチャレンジする人を受講要件とする。

- ①観光地経営に係る課題を発見し解決に取り組み、地域全体の利益に資する具体的な成果を上げたい。
- ②ステークホルダーと信頼関係を構築しつつ、利害や意見を調整し、合意形成を行うなど、協働することに強い関心と活動意欲がある。

・受講後に想定する受講生の姿など

地域観光に関連する業務において中核的役割を担い、地域全体の利益を意識して、①観光地経営・企画、②新規事業立案、③マーケティング、④地域観光の活性化・再生などに取り組む人物を輩出する。受講後の姿は、次の通りである。

- i) 観光地経営の視点に立った観光地域づくりを実現するための事業戦略の策定に必要な知識と技術を身につけ、何事もチャンスと捉え挑戦する力が身についている。
- ii) 稼ぐ力を身につけ、観光産業の収益力向上、観光による地域の豊かさの実現にチャレンジする。
- iii) 巻き込む力を身につけ、地域の関係者と共に、持続可能な観光地域づくりをマネジメントできる。
- iv) 観光ニーズの多様化へ対応する変革（イノベーション）に継続的に取り組む。
- v) 人々の観光行動や意識の変化をデータで捉え、その分析に基づいて誘客戦略を立案し実践する。

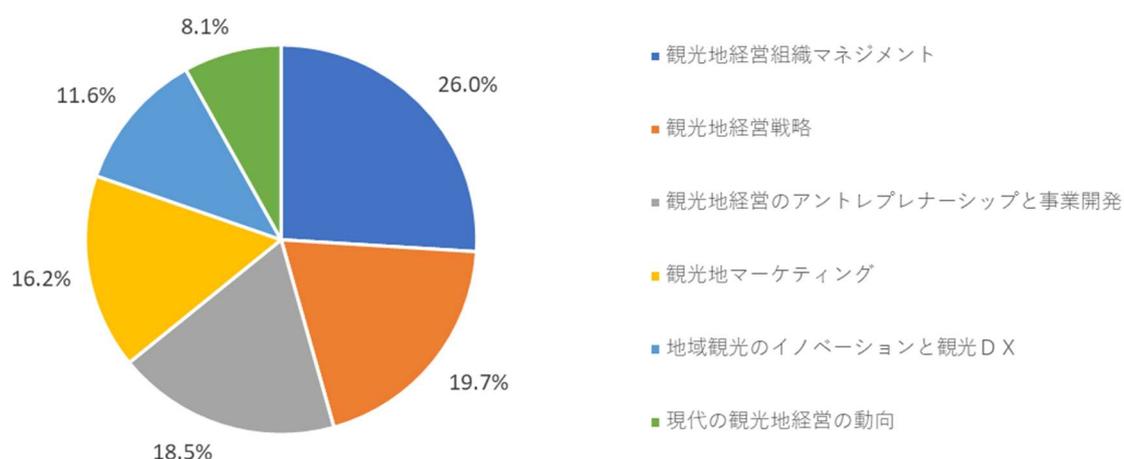
② プログラム全体について

プログラムでは、課題を解決するために工夫し創造できる能力と実践的な態度の育成を一層重視する観点で科目の系統的・実践的な学びを促し、「基礎的な知識、重要な概念等を身につける」、「知識とスキルを活用した課題解決に取り組む」、「観光地の経営と地域社会との関わりについて実践的に学ぶ」の3つのステップで学びを深め、即戦力を育てる。

- ステップ1 地域資源の活用と価値創造、持続可能な観光地域づくりに必要な知識・スキルの学び、
- ステップ2 身に付けた能力・スキルを発揮することができる、実践からの学び
- ステップ3 学んだことを業務で実践することを通して身に付けた能力・スキルの定着につなげる

カリキュラムは、全体で6つの領域、86.5 コマの科目となっており、中でも「観光地経営組織マネジメント」が22.5コマ（26.0%）と最も多く、次いで「観光地経営戦略」が17コマ（19.7%）、「観光地経営のアントレプレナーシップと事業開発」が16コマ（18.5%）、「観光地マーケティング」が14コマ（16.2%）、「地域観光のイノベーションと観光DX」が10コマ（11.6%）、「現代の観光地経営の動向」が7コマ（8.1%）と編成されている（図表1）。（*1コマは100分授業）

図表 1 領域別科目配当割合



また、それぞれの領域では基本科目、応用科目、展開科目が設けられ、展開科目は、難度の高い観光地経営の課題に対して、基本及び応用科目で修得した学びを活用して取り組む科目となっている。それぞれのコマ数は、基本科目が 25.5 コマ（うち 23.5 コマが必修）、応用科目が 29.5 コマ、展開科目が 31.5 コマで、必修科目以外は全てが選択科目である。

領域ごとの設置科目は図表 2 の通りである。

図表 2 領域別設置科目

領域	区分	基本科目		応用科目		展開科目		
		科目名	コマ	科目名	コマ	科目名	コマ	
観光地 経営戦略	必修 (7.0)	経営戦略基礎	1.0					
		アカウンティングの基礎	1.5					
		ファイナンスの基礎	1.5					
		アカウンティングⅠ（財務会計）	1.5					
		ファイナンスⅠ（事業戦略と企業財務）	1.5					
	選択 (10.0)				ブランディング	1.0		
					アカウンティングⅡ（管理会計）	1.5		
					ファイナンスⅡ（財務戦略）	1.5		
					ファイナンスⅢ（企業の合併と買収）	1.5		
							ディステイネーションマネジメント	1.5
							地域が稼ぐ観光	1.5

						戦略		
						ホスピタリティ産業のグローバル戦略	1.5	
現代の観光地経営の動向	必修 (2.0)	観光×地域創生	1.0					
		インバウンド観光の基礎	1.0					
	選択 (5.0)	現代の観光を読む	1.0			世界の持続可能な観光の取り組み(1)	1.0	
		地域資源の活用	1.0			世界の持続可能な観光の取り組み(2)	1.0	
						世界の持続可能な観光の取り組み(3)	1.0	
観光地経営組織マネジメント	必修 (5.5)	クリティカル・シンキング(1)	1.0					
		クリティカル・シンキング(2)	1.0					
		コーチングスキル(1)	1.0					
		コーチングスキル(2)	1.0					
		ステークホルダーマネジメント	1.5					
	選択 (17.0)				ファシリテーション&ネゴシエーション(1)	1.0	ソーシャルビジネス起業プロジェクト(1)	1.0
					ファシリテーション&ネゴシエーション(2)	1.0	ソーシャルビジネス起業プロジェクト(2)	1.0
					人材マネジメント	1.5	ソーシャルビジネス起業プロジェクト(3)	1.0
					組織行動とリーダーシップ	1.5	ソーシャルビジネス起業プロジェクト(4)	1.0
					リスクマネジメント	1.0	ソーシャルビジネス起業プロジェクト(5)	1.0
							企画提案書のプレゼンテーション(1)	1.0
							企画提案書のプレゼンテーション(2)	1.0
							現地学習	4.0
観光地マーケティング	必修 (3.5)	マーケティングの基礎	1.5					
		観光データ分析(1)	1.0					
		観光データ分析	1.0					

		(2)						
	選択 (10.5)			観光マーケティング	1.5	京都市観光協会のデジタルマーケティング (1)	1.0	
				着地型観光コンテンツ開発	1.5	京都市観光協会のデジタルマーケティング (2)	1.0	
				デジタル観光プロモーション	1.5	イノベーションと事業構造改革 (1)	1.0	
						イノベーションと事業構造改革 (2)	1.0	
						イノベーションマネジメント (1)	1.0	
					イノベーションマネジメント (2)	1.0		
地域観光のイノベーションと観光DX	必修 (1.5)	観光×デザイン (地域ブランディング)	1.5					
	選択 (8.5)			高付加価値型体験コンテンツ開発	1.5	新規マーケット開拓のインバウンドビジネス (1)	1.0	
				観光DXとインバウンド	1.5	新規マーケット開拓のインバウンドビジネス (2)	1.0	
				DX経営戦略	1.5	イノベーションによる高付加価値化&生産性向上 (1)	1.0	
						イノベーションによる高付加価値化&生産性向上 (2)	1.0	
観光地経営のアントレプレナーシップと事業開発	必修 (4.0)	アントレプレナーシップ論 (1)	1.0					
		アントレプレナーシップ論 (2)	1.0					
		テクノベート・シンキング (1)	1.0					
		テクノベート・シンキング (2)	1.0					
	選択 (12.0)				デザイン思考と体験価値 (1)	1.0	デザイン経営 (1)	1.0
					デザイン思考と体験価値 (2)	1.0	デザイン経営 (2)	1.0
					ビジネス・データサイエンス (1)	1.0	アントレプレナーシップ先進事例	1.0
					ビジネス・データサイエンス (2)	1.0		

			高度専門型インターンシップ (1)	1.0		
			高度専門型インターンシップ (2)	1.0		
			高度専門型インターンシップ (3)	1.0		
			高度専門型インターンシップ (4)	1.0		
			高度専門型インターンシップ (5)	1.0		