

# 第1回クールジャパン人材育成検討会資料

---

観光庁

平成29年3月21日

# 観光人材育成の背景

## ビジネス環境の変化

- ◆ ICTの進展
- ◆ 日本型ビジネスモデルの停滞

## 旅行客の変化

- ◆ インバウンドの増加
- ◆ 国内旅行の伸び悩み
- ◆ 志向変化の加速化

## 労働市場の変化

- ◆ 人手不足
- ◆ インバウンド対応の必要性

### トップ人材育成の必要性

- ◆ ICTを活用したビジネスモデルの構築、グローバル型ビジネスモデルの対応  
⇒ 新規事業の立ち上げ、M&A、投資、ファイナンス

\* \_\_ 下線はMBAプログラム

- ◆ 異文化理解とニーズの把握、産業インフラの整備  
⇒ グローバルマーケティングと分析、海外拠点の運営
- ◆ 変化する市場に合った新たな商品開発  
⇒ マーケティングと商品企画

### 実務人材育成の必要性

- ◆ 人手不足、インバウンド対応  
⇒ 離職防止策、新たな労働市場への対応（高齢者、女性、外国人など）

現場を支える実務人材から産業を牽引するトップ人材まで、幅広い育成が必要

# 観光産業を担う人材の育成・強化

- 課題認識：
- ①我が国の観光産業を牽引する経営人材や新たなビジネスを創出できる人材の不足
  - ②地域の観光産業を担う経営力のある宿泊経営者、DMO人材の不足
  - ③インバウンドをはじめとした増加する観光客に対応する現場スタッフの不足

これらを解決するために、3つのアプローチにより観光産業の担い手を育成・強化。

## ①観光産業を牽引する 経営人材

## ②地域の観光産業を担う 中核人材

## ③即戦力となる 実務人材

### 観光産業を担う人材の育成・強化

#### ① 我が国の観光産業を牽引する経営人材の育成

- ・観光MBAの設置・開学（京都大学、一橋大学）

#### ② 地域の観光産業を担う中核人材の育成

- ・宿泊産業をはじめとした地域の観光産業を担う中核人材の育成
- ・DMOを担う専門人材の育成

#### ③ 観光産業の即戦力となる実務人材の育成

- ・ポテンシャルのある休眠市場へのアプローチ

# 観光MBA設置スケジュール

○観光経営を担うトップ層の育成  
 …一橋大学及び京都大学において2018年度に観光MBA設置・開学、2020年第一期修了

**完成年度**

**2019 (平成31) 年**

**観光MBA設置・開学**

**2018 (平成30) 年**

**文科省認可**

**2017 (平成29) 年**

**2016 (平成28) 年**

- ・カリキュラム開発を見据えた実証実験（社会人講座の開講等）
- ・海外連携大学の開拓

- ・カリキュラム開発①  
（5科目程度）
- ・受講生募集開始

- ・1期生入学
- ・カリキュラム開発②  
（5科目程度）
- ・カリキュラム①授業実施

- ・2期生入学
- ・カリキュラム①②  
授業実施
- ※1期生2020年3月卒業

**2020年以降  
自走**

# 平成28年度「観光産業を担う中核人材育成事業」

宿泊産業の強化・発展を推進するため、地域の旅館・ホテルの経営人材育成に向けた高度かつ発展的な教育カリキュラムの確立を目指すとともに、産学連携による自立持続可能な仕組みづくりを支援する。H27年度に開講し、28年度は、小樽商科大学（継続）ほか、和歌山大学、大分大学で新規開講。

- 事業実施にあたり日本旅館協会、全旅連、日本ホテル協会 全日本シティホテル連盟より協力（講師派遣、募集案内）
- 8月29日より受講生募集開始（〆切り9月30日）
- 受講料は「無料」 ※交通費等は自己負担
- 講師は小樽商科大学教員をはじめ各界の有識者
- 「オフサイト（講座受講）」と「オンサイト（現場実務）」の繰り返し（アクション・ラーニング）により理論と実践の結びつけ



## 【小樽商科大学カリキュラム例】

| 第1ターム   | 第2ターム   | 第3ターム  |
|---|---|--|
| <p><b>10月11日（火）～13日（木）（2泊3日）</b><br/>小樽商科大学 札幌サテライト</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 開講式</li> <li>■ 日本の観光政策 観光庁</li> <li>■ 経営に関する「基礎知識」の習得<br/>- 講義、グループディスカッション</li> </ul> <p style="font-size: small;">（生産性向上、サービス品質向上、インバウンド戦略、ブランド戦略、マーケティング戦略、ES向上 など）</p> | <p><b>11月17日（木）～19日（土）（2泊3日）</b><br/>小樽商科大学 札幌サテライト<br/>ウィンザーホテル洞爺湖</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 経営に関する「応用知識」の習得<br/>- 講義、グループディスカッション<br/>ケーススタディ</li> <li>■ 宿泊施設及び地域の視察<br/>財務分析、管理会計、人事労務管理、組織・人材マネジメント、リーダーシップなど</li> </ul> | <p><b>3月8日（水）～10日（金）（2泊3日）</b><br/>小樽商科大学 札幌サテライト</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ビジネスプランの発表<br/>- 評価、受講生間でのフィードバック、まとめ</li> <li>■ 閉講式</li> </ul> |
| <p>※欠席者については、e-ラーニングによる遠隔授業で補講</p>  |   |  |
| <p>オンサイト（自社における実践）</p>  |   |  |
| <p>自社の経営課題の認識・整理<br/>経営者としての自己分析</p>  | <p>現場実務と理論の結びつけ<br/>経営ビジョンの模索</p>   | <p>経営視野の拡がり<br/>実践の継続</p>  |
| <p>自己の変革</p>  | <p>自社（旅館・ホテル）の変革</p>  | <p>地域や観光産業の変革</p>  |

# 訪日インバウンドの急増に対応した通訳案内士法の改正案

○通訳ガイドの量的不足、ガイドニーズの多様化に対応した業務独占制の廃止等通訳案内士制度の大幅な見直し<通訳案内士法の一部改正案> 【規制改革実施計画(平成28年6月2日閣議決定)関連】

## <現状・課題>

- ①訪日外国人の急増している中で、地方部への訪問を増大させていくことが必要。
- ②現行の通訳案内士は大都市部に偏在、言語も英語に偏り。
- ③旅行者の興味関心は千差万別で通訳ガイドに対するニーズも多様化。(例: 伝統文化を知りたい、着付け体験をしたい等)
- ④特区等における地域特例通訳案内士が増加。(平成28年6月時点: 25地域1,376名)

## 【法案の内容】

### <通訳案内士の業務独占規制の廃止・ニーズ多様化への対応>

- ① **業務独占規制の廃止・名称独占規制の存続。**
- ② 地域ガイド特例を **地域通訳案内士** として全国展開。
- ③ 全国通訳案内士の **試験科目の見直し** (通訳案内の実務に係る科目の追加)。
- ④ 全国通訳案内士に対し **定期研修受講の義務付け**。

## 【法案以外の対応】

### ○無資格ガイドの質の向上

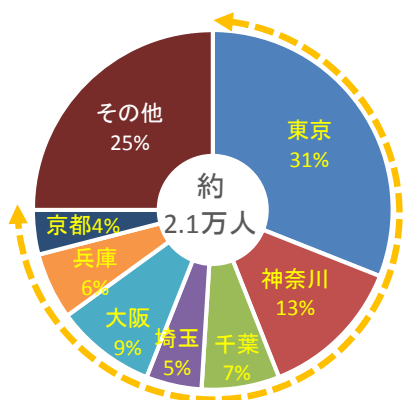
- ・無資格者に対しても、有資格者が受講する研修受講を呼びかけ。

### ○悪質ガイドの防止

- ・旅行者、ランドオペレーターに対し、有資格者を優先的に手配するようガイドライン等を通じて指導。
- ・有資格者のデータベースを整備。無資格者にも参加を促し、利用者の評価で質の高い者から選ばれるような環境整備。
- ・悪質な手配を行う外国旅行者については、各国観光当局に対し情報を提供し、各国法に基づく取締り・指導を要請。

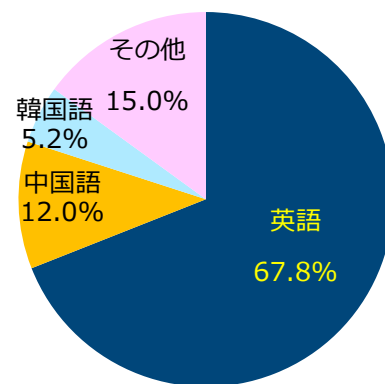
## 大都市部への偏在

(4分の3は都市部)



## 英語への偏在

(3分の2は英語)



「日本版DMO」とは、地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた観光地域づくりを行う舵取り役のこと。

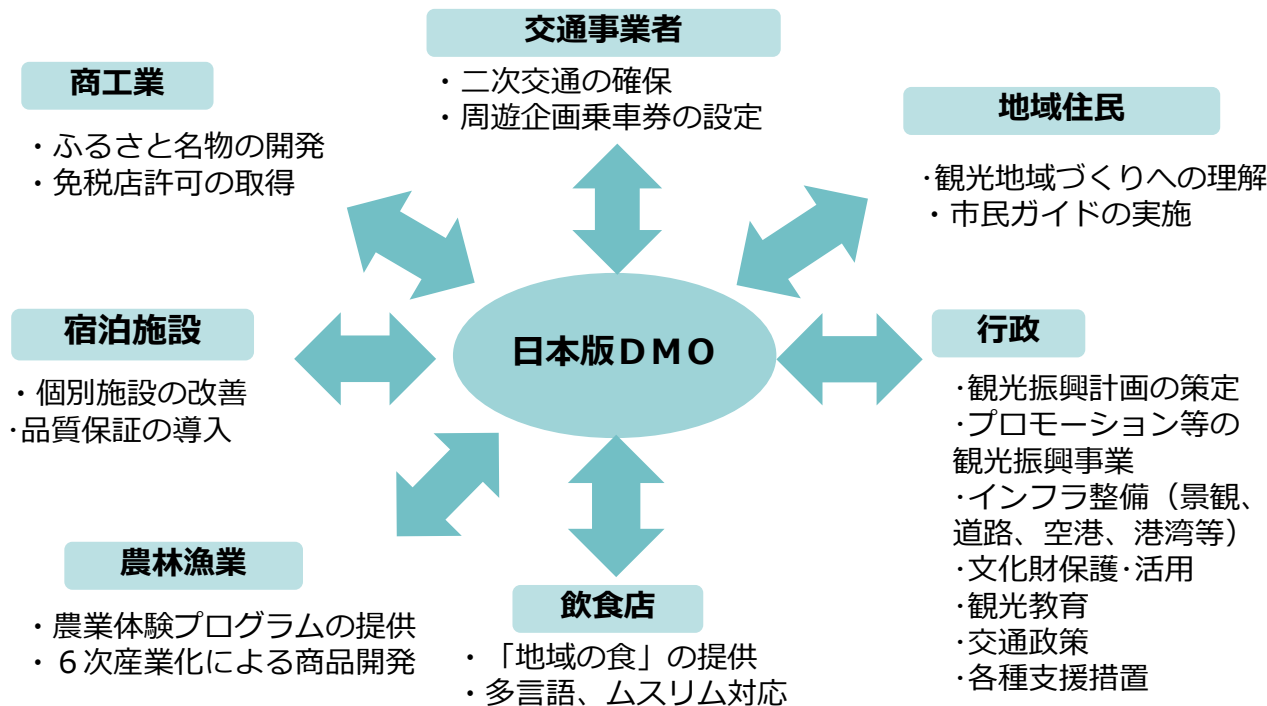
## 日本版DMOの役割

- ① 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについて多様な関係者の合意形成
- ② 各種データ等の継続的な収集・分析  
明確なコンセプトに基づいた戦略の策定  
KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- ③ 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

上記に加え、観光地域づくりの一主体として実施する個別事業  
(例) 着地型旅行商品の造成・販売  
ランドオペレーター業務の実施 等

## 多様な関係者との連携

内外の人材やノウハウを取り込みつつ、多様な関係者と連携



現在、日本版DMO支援策として、下記を開発中。

- ・DMO的手法で観光地経営をするための人材を育成する基礎プログラム
- ・観光地域のマネジメント・マーケティングを行うためのツールである「DMOネット」  
(地域と民間事業者等とのマッチング機能も実装)

地域一体の魅力的な観光地域づくり  
戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション

観光客の呼び込み

観光による地方創生