

内閣府 知的財産戦略推進事務局 委託調査

平成 29 年度

クールジャパン地域プロデュース人材育成の
現況等の調査

最終報告書

株式会社 NTT データ経営研究所

平成 30 年 3 月

目次

概要

本編

第1章	調査の目的	1
第2章	調査内容	2
第3章	先行事例調査	5
1.	内閣府 地方創生カレッジ	6
1.1.	学校・学科概要	6
1.2.	カリキュラム概要	6
1.3.	カリキュラムの特徴	8
2.	高知大学 地域協働学部	14
2.1.	学校・学科概要	14
2.2.	カリキュラム概要	19
2.3.	カリキュラムの特徴	21
3.	愛媛大学 社会共創学部	25
3.1.	学校・学科概要	25
3.2.	カリキュラム概要	26
3.3.	カリキュラムの特徴	29
4.	信州大学 全学横断特別教育プログラム ローカル・イノベーター養成コース	32
4.1.	学校・学科概要	32
4.2.	カリキュラム概要	33
4.3.	カリキュラムの特徴	34
5.	新潟薬科大学 生命産業創造学科	38
5.1.	学校・学科概要	38
5.2.	カリキュラム概要	38
5.3.	カリキュラムの特徴	40
6.	近畿大学・JTB 総合研究所	43
6.1.	学校・学科概要	43
6.2.	カリキュラム概要	44
6.3.	カリキュラムの特徴	45
7.	金沢大学 人間社会学域地域創造学類	48
7.1.	学校・学科概要	48
7.2.	カリキュラム概要	49
7.3.	カリキュラムの特徴	51

8.	北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻	53
8.1.	学校・学科概要	53
8.2.	カリキュラム概要	55
8.3.	カリキュラムの特徴	56
9.	京都大学経営管理大学院 観光経営科学コース	61
9.1.	学校・学科概要	61
9.2.	カリキュラム概要	62
9.3.	カリキュラムの特徴	63
10.	中村学園大学 フード・マネジメント学科	66
10.1.	学校・学科概要	66
10.2.	カリキュラム概要	67
10.3.	カリキュラムの特徴	69
11.	宮城大学 食産業学群	71
11.1.	学校・学科概要	71
11.2.	カリキュラム概要	72
11.3.	カリキュラムの特徴	75
12.	吉備国際大学 農学部地域創成農学科	78
12.1.	学校・学科概要	78
12.2.	カリキュラム概要	79
12.3.	カリキュラムの特徴	81
13.	佐賀大学 芸術地域デザイン学部	83
13.1.	学校・学科概要	83
13.2.	カリキュラム概要	84
13.3.	カリキュラムの特徴	88
14.	九州大学大学院 芸術工学府 デザインストラテジー専攻	91
14.1.	学校・学科概要	91
14.2.	カリキュラム概要	92
14.3.	カリキュラムの特徴	95
15.	宇都宮大学 地域デザイン科学部	98
15.1.	学校・学科概要	98
15.2.	カリキュラム概要	99
15.3.	カリキュラムの特徴	100
16.	学校法人瓜生山学園 京都造形芸術大学	103
16.1.	学校・学科概要	103
16.2.	カリキュラム概要	104

16.3.	カリキュラムの特徴.....	108
17.	情報科学芸術大学院大学・産業文化研究センター.....	112
17.1.	学校・学科概要.....	112
17.2.	カリキュラム概要.....	113
17.3.	カリキュラムの特徴.....	115
18.	事業構想大学院大学（事業構想研究所）.....	117
18.1.	学校・学科概要.....	117
18.2.	カリキュラム概要.....	118
18.3.	カリキュラムの特徴.....	122
19.	シブヤ大学.....	124
19.1.	学校・学科概要.....	124
19.2.	カリキュラム概要.....	126
19.3.	カリキュラムの特徴.....	126
20.	尾道自由大学.....	129
20.1.	学校・学科概要.....	129
20.2.	カリキュラム概要.....	129
20.3.	カリキュラムの特徴.....	130
21.	イタリア食科学大学.....	133
21.1.	学校・学科概要.....	133
21.2.	カリキュラム概要.....	134
21.3.	カリキュラムの特徴.....	135
22.	ミネルバ大学.....	137
22.1.	学校・学科概要.....	137
22.2.	カリキュラム概要.....	138
22.3.	カリキュラムの特徴.....	140
23.	エストニア政府.....	143
23.1.	e-Residency の概要.....	143
23.2.	e-Residency 取得要件.....	144
23.3.	e-Resident が可能なこと.....	144
23.4.	e-Residency 取得を啓発する仕組み.....	145
23.5.	エストニアへの帰属意識を継続させる取組み.....	145
第4章	先行事例の分析.....	147
第5章	地域プロデュース人材育成に有用と考えられるカリキュラム構成要素.....	150
第6章	まとめ.....	155

概要

**クールジャパン地域プロデュース人材育成の現況等の調査
概要版**

**2018年3月
株式会社NTTデータ経営研究所**

1. 調査の目的

○ 本事業の目的は以下の通りである。

◆クールジャパン戦略

外国人がクールととらえる日本固有の魅力（アニメ、マンガ、ゲーム等のコンテンツ、ファッション、食、伝統文化、デザイン、ロボットや環境技術など）を①情報発信、②海外への商品・サービス展開、③インバウンドの国内消費の各段階をより効率的に展開し、世界の成長を取り込むことで、日本の経済成長につなげるブランド戦略。



◆「クールジャパン人材育成検討会」の設置

人材カテゴリーを以下の6つに整理し、第一次取りまとめを実施

①プロデュース人材、②高度経営人材、③高度デザイン人材、④専門人材、⑤外国人材、

⑥地域プロデュース人材・・・地域のクールジャパン資源を発掘し、集積・編集して新たな価値を付与することを通じ、海外のニーズを掘り起こす「商品」としてプロデュースできる人材

◆本事業の目的

国内外の大学等で実施されている地域活性化に資する人材育成カリキュラムや、地域での実践的なプロジェクト、地域プランニングを学ぶ民間の取組等を調査し、地域プロデュース人材を育成するプログラムの参考となると考えられるカリキュラム要素について整理

2. 調査概要

- 本事業では、国内20機関、海外3機関の大学等の事例について、公知情報に基づき調査を行い、カリキュラムや取組内容を分析した。また、7機関に対してはヒアリング調査を実施した。
- また、有識者からの助言を得て、クールジャパン地域プロデュース人材育成プログラムの要素について整理。
(調査実施期間：1月下旬～3月中旬)
- 本資料は、当該調査結果の概要。

調査実施対象 教育機関等



3. 事例調査の概要

■国系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
1	内閣府 地方創生カレッジ	<u>e-Learningにより地域リーダーを育成</u> 「地方創生カレッジ」では、地方創生の本格的な事業展開に必要な人材を育成・確保することを目的として、e-learningによる授業を提供している。カリキュラムは地方創生を担う人材が共通で身に着けるべき基盤知識を提供する科目と、専門性の高い人材育成（総合プロデューサー・地域コミュニティーリーダー等）のための科目も分かれる。 - マーケティングやDMO概論、DMOの経営と観光地域の経営（DMOに必要なマネジメントスキル等）等のDMO関連の講座や、ジビエビジネス、伝統野菜などを基軸にした地域活性化、地場産業のブランディング等地域資源を活かした商品プロデュース、まちづくりといった講義を提供している。 「地方創生に関する施策紹介」など、地域で活動を行う上で活用可能な制度について学ぶことができる講座もあるのが特徴である。

3. 事例調査の概要

■地方創生系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
2	高知大学 地域協働学部	フィールドワークを主体とした実践的な地域協働リーダー育成 - 高知大学では平成27年に38年ぶりとなる新学部『地域協働学部』を開設し、少子高齢化、産業の脆弱化、中山間地域の疲弊に起因する地域課題を解決するための人材育成を開始した。 - カリキュラムでは、3年間で600時間を超えるフィールドワーク(事前学習・現場実習・事後の振り返り)を用意しており、地域における課題解決の現場を直接体験させ、地域への愛着や誇りを育てる教育プログラムとしている。 - また、講義科目においても、地域協働論、地域組織論、地域社会学概論、産業論、経済学入門など、社会科学をベースとした基礎知識を1年生で学習し、2年生以降はコース別に分かれて経営・会計、フードビジネス、地域福祉等専門分野に合わせた学びを行う。 - その他、COC+事業「高知イノベーションシステム」では国家戦略プロフェッショナル検定「食の6次産業化プロデューサー（LEVEL 1～3）」への対応、JETRO高知と連携したグローバルプログラムなどがあり、産業界と連携した人材育成がなされている。
3	愛媛大学 社会共創学部	フィールドワークを重視した地域産業育成に資する人材育成 - 愛媛大学は平成28年4月に文理融合型の新学部『社会共創学部』を設置した。本学部では、様々な地域社会の持続可能な発展のために、地域の人達と協働しながら、課題解決策を企画・立案することができ、地域社会を価値創造へと導く力を備えた人材を育成する方針を掲げている。 - 地域産業と連携する「産業マネジメント学科」、水産業・紙産業・ものづくり産業と連携する「産業イノベーション学科」、自然環境や社会環境の総合的デザインを扱う「環境デザイン学科」、農山漁村・文化・観光・スポーツ・健康を扱う「地域資源マネジメント学科」の4学科を備えている。 - カリキュラムは、地域社会におけるフィールドワークや地域企業へのインターンシップを重視しており、フィールドワーク科目11単位、インターンシップ科目2単位を学部の必修科目としている。 - また、1年生で「社会共創学概論」、「リーダーシップ入門」、「地域調査方法入門」、「フィールドワーク入門」などの講義科目において基礎力を身に付け、2年生以降では産業マネジメント、事業創造、海洋生産科学、紙産業、ものづくり、環境サステナビリティ、地域デザイン・防災、農山漁村マネジメント、文化資源マネジメント、スポーツ健康マネジメントの10コースに分かれて専門科目について学ぶ構成となっている。

3. 事例調査の概要

■地方創生系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
4	信州大学 ローカル・イノベーター 育成コース	<u>ローカル・イノベーター養成</u> - 信州大学では、学部生を対象に1年次後期から2～3年間、専門に加えて学ぶ全学横断型の特別教育プログラムとしてローカル・イノベーター養成コースを開設している。 - カリキュラムは、1年後期におけるスタートアップゼミ（地域を知るためのフィールドワーク、地域内の企業、自治体職員等から話を聞くゲスト講義、地域企業等へのインタビュー調査、地域への提案やプロジェクトの立ち上げ等）と、2年前期、後期、3年前期に開催される集中講義形式の専用科目がローカル・イノベーター養成コースに用意された授業として必修になっている。 - その他に1年生が所属する全学教育機構（専門課程に分かれる前の教養過程）における80以上の認定科目から選択をして単位を取得することが修了認定要件となっている。認定科目には信州の生活、文化等を学ぶ授業や、モノづくり入門ゼミ、地域ブランド実践ゼミなどが用意されている。
5	新潟薬科大学 生命創造産業学科	<u>フィールドワークを通じて実際に商品開発・販売の機会を創出</u> - 新潟薬科大学では、薬学部、応用生命科学部の基盤を活かしつつ、文系学部として応用生命科学部生命創造産業学科を設置した。 - カリキュラムは、食品科学概論、基礎科学実験など科学系の要素を用意しつつ、食品管理論、ブランド構築論、産業経営管理論、社会調査論など、食品に関する地域活性化を考えるために必要な基礎的な経営学・社会学的な要素を学ぶことができる構成となっている。 - 食文化論、歴史・風土から見た食環境など地域の文化を学ぶ授業や、2次産業論、3次産業論、6次産業化論という地域産業を学ぶ授業、生命産業デザイン論、ブランド構築論、情報共有論などデザインや情報発信、表現につながる授業をとりそろえている。 - 課外活動として、地域の企業との協力で、地域のコメを活かした商品開発（甘酒）を行い、都内の大型百貨店での販売体験などの取組も見られる。

3. 事例調査の概要

■観光系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
6	近畿大学	DMO人材育成カリキュラム（専門科目と実践的科目） - 近畿大学ではDMOの経営・中核人材育成を想定し、社会人向けに20科目（28年度12、29年度8科目）を開発し、1科目あたり15コマの教育を行うプログラムを開発した。JTB総研を通じて、各地のDMOに短期研修にも対応し、29年度に5か所120名へのプログラムを提供することを予定している。 - DMO人材の育成カリキュラムは、国際観光事業持論等のマーケティングマネジメント分野、DMOマネージャー実務演習等の組織マネジメント分野、観光プロジェクト演習等のエリアマネジメント分野で構成している。演習やフィールドワーク等、実践的科目を設け、学んだ知識をアウトプットすることで知識を体得させることを促している。
7	金沢大学 地域創造学類 観光学・文化継承 コース (2018年4月設置予定)	インバウンド観光ビジネス創出人材の育成 - 金沢大学地域創造学類は、地域課題に実践的に対応できる地域づくりのリーダーを育成することを目的に設置された。2018年4月からは新たに「観光学・文化継承コース」が設置されることとなった。 - 観光学・文化継承コースのカリキュラムには、地域文化論、コミュニティ・デザイン論、観光政策論、地域経営論など、観光振興による文化継承の方策を探る授業が多く用意されている。 - 観光学・文化継承コースでは、地域の文化資源を深く理解するとともに、海外ニーズの把握やICTを活用したサービスの提供など、地域性と国際感覚を習得できる新しいインバウンド創造の教育カリキュラムにより、観光分野の専門人材を養成する。内容は、スーパーグローバル大学の資源を活かし、インバウンド促進に向けた海外連携も含め、産学官連携のインバウンド推進の観光ガイド・インターンシップ教育を行うことを予定している。

3. 事例調査の概要

■観光系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
8	北海道大学大学院 国際広報メディア・ 観光学院 観光創造専攻	<u>地域の観光産業に関する講座を開講して実践力を磨く</u> - 北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院観光創造専攻は、地域社会等で観光創造分野をリードし、幅広い専門的能力を有する高度な専門家の育成を目的としている。 - カリキュラムでは、地域資源の保護・活用、それらを通じた観光振興の方策や関連法制度、観光関連産業の市場構造や事業運営の仕組み、観光政策や観光振興を目的とした官民連携・協働のあり方や資金調達の手法、旅行者の誘致に資する効果的なプロモーション手法等に関する講義を提供している。 - 演習科目では国内外の地域社会と連携した実践的なプロジェクト型演習を開講している。 2017年度より株式会社JTB北海道との連携協定に基づき「観光マーケティング戦略論連携分野」が開設され、実務経験に即した実践的な観光マーケティング戦略論に関する教育・研究指導が実施されている。
9	京都大学経営管理 大学院 観光経営科学コース	<u>MBAの能力に加え、観光分野の専門知識と応用能力を習得</u> 「観光経営科学コース」（2年制）は、観光分野に関わる企業、行政機関、文化機関及び非営利組織とくにDMO（Destination Management Organization、観光地経営組織等）の経営管理についての高度に科学的な知識と応用力を持つ人材の育成を目指して開設された（2年制の社会人コース）。 - カリキュラムではMBA基礎科目（経営戦略、組織行動、マーケティング、会計学、統計学）が必修科目となっており、専門科目（デスティネーション・マネジメント論等）で観光の専門知識を学習する。更に、実務科目（ツーリズム産業論、京都・観光文化論等）やワークショップを実施して、技術の体得を目指す。

3. 事例調査の概要

■食系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
10	中村学園大学 フード・マネジメント 学科	<u>地域の食産業と連携したプログラムによる人材育成プログラム</u> - 管理栄養士養成校である中村学園大学では、新たな食産業を創出する「食のスペシャリスト」を育成することを目指しフード・マネジメント学科を2017年に設置した。 - カリキュラムは、地域の30を超える食分野企業・団体と連携して作成したプログラムに則して、食品化学・加工、基礎栄養学などの基礎知識の習得に加え、食品ビジネス戦略論、食品企業経営戦略論、フードマーケティング論、6次産業化論など、食のマネジメントに関する幅広い授業構成となっている。 - またゲストスピーカーを交えた海外食文化研修では、日本と異なる食文化を考察し、対象国・地域の海外展開用の食品開発や海外ビジネスに必要なスキルを学ぶ機会を提供する。
11	宮城大学 食産業学群 フード マネジメント学類	<u>実践的な授業によるフードサイエンス人材を育成</u> - 食材生産からスタートし、加工・流通・外食を経て消費者の口に入るまで「食産業」の全過程について、基礎から専門までを学ぶ。農学、栄養学、食品衛生学、食品科学のような自然科学系科目と、食料経済論やマーケティング論のような社会科学系科目の両方を学び、文理融合の教育で食産業全般の知識を持ち、地域に貢献する人材を育てている。 - 食品マーケティング、食品マーケティング演習では、宮城の伝統野菜の活用メニューの検討、及び提供する飲食店のコンセプト検討等、地域の食文化を活かした商品開発から顧客への販売方法まで、学生が実践的に学ぶ授業を提供している。 - 食品衛生学では日本だけでなくEUにHACCPの基準を教え、実験・演習を通じて食品管理の国際基準を満たす検査スキルやハザード対策について学ぶことが出来る。

3. 事例調査の概要

■食系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
12	吉備国際大学 農学部 地域創成農学科	食と農の発展による地域の活性化を通じて、地域創成に貢献できる人材を育成 - 吉備国際大学では、「淡路島まるごとキャンパス」と謳い、淡路島全体をフィールドとする実践的教育を実施している。 - 農業生産、加工、経営全般にわたる専門的知識と実用的技術を幅広く身につけ、地域社会や国際社会における農業の現状や課題を的確に捉える能力を養い、食と農の持続的な発展による地域の活性化を通じて、地域創成に貢献できる人材を育成する。 - 大学1・2年次の教育プログラムでは、学問分野（地域学概論、南あわじ農業学等）の科目を通して、農学の知識を習得する。また、海外を意識した科目（吉備国際大学から世界へ）が設けられており、著名人を招いた講義を通じて地域と世界の多様性や共通点を学び、世界を見据えた幅広い視野を身につける。 - また、南あわじの歴史と文化、日本の伝統実技といった地域文化・風土を学ぶ科目が用意されている。 「フィールド実習」や「南あわじ農業学（施設見学を含む。）」などを淡路島にこだわった授業を展開しているのが特徴である。

3. 事例調査の概要

■デザイン・コンテンツ系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
13	佐賀大学 芸術地域デザイン学部	<u>地域課題を芸術の力で解決</u> - 佐賀大学では、文化教育学部等の再編を行い、「芸術を通じた地域創生のための人材」の育成を目的として平成28年に芸術地域デザイン学部を設置した。地域が有する問題や状況に芸術を手段として柔軟に対応し、芸術を社会に紹介したり、芸術で社会を活性化したりできる人材の養成を目的としている。 - 芸術地域デザイン学部は、有田セラミック等を題材とする「芸術表現コース」と地域コンテンツデザイン、キュレーション、フィールドデザイン等を行う「地域デザインコース」に分かれる。 - カリキュラムは、芸術の理論・技能のみならず、キュレーション、経済・経営、都市デザイン、セラミック工学などの教育も行い、幅広い視野と知見を培うことができる構成としている。 - 学生がチームを組み、地域の地理や文化・芸術資源を継続的に調査し、地域の協力を得て、地域資源を活かした企画を地域の中に入って展開する「地域創生フィールドワーク」や「国内外芸術研修」等実践的授業を行う。
14	九州大学 大学院芸術工学府 デザインストラテジー専攻 /九州大学未来デザイン学センター	<u>国際競争力のあるデザインストラテジー</u> - 九州大学大学院デザインストラテジー専攻は、大学として長年培ってきた「高次のデザイン教育」の理念を、来るべき社会の要請に適応、発展させていく専攻として修士課程に設置された。さらに、学内共同教育研究センターとして未来デザイン学センターを設置し、国際的なデザイン学の研究拠点として、デザイン学と学内外の多様な研究分野、及び、産官民との連携を推進する体制を整えている。 - デザインストラテジー専攻は、国際競争力の基盤を確立し、持続的に経済発展するために、デザイン分野における新しい型の高度専門職業人であるデザインプロデューサー、デザインストラテジストを育成するための教育をすることが狙いであり、地域デザインコースと芸術表現コースに分けられる。 - デザインストラテジー専攻のカリキュラムでは「デザインイノベーション」、「ブランドビジネスデザイン」、「まちづくりデザイン」など様々な講座・演習が用意されている。また、「国際コミュニケーション」講座も用意されており、英語によるプレゼンの演習を行っている。

3. 事例調査の概要

■デザイン・コンテンツ系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
15	宇都宮大学 地域デザイン科学部	<u>コミュニティデザインから都市計画までまちづくりを広くカバー</u> - 地域デザイン科学部は、①地域社会の社会集団や制度をデザインするコミュニティデザイン学科、②建築技術を基礎として居住空間をデザインする建築都市デザイン学科、③建設技術を基礎として社会基盤をデザインする社会基盤デザイン学科で構成される、文理融合した教育課程をもつ学部である。 - 専門科目として、コミュニティデザイン学科では地域デザイン学、社会統計学等の社会科学、建築都市デザイン学科では建築デザイン、建築インターンシップ等の授業を提供している。 3年次には、「地域プロジェクト演習」を必修科目とし、3学科混成5人1グループに分かれ、各学生が修得した学部の共通科目や学科の専門科目の内容を総合して、自治体や地域プロジェクトパートナーが実際に抱える課題を解決するためのグループワークを行う。栃木県内の多様な主体を対象に、自らの力で地域探索やヒアリング、各種調査を実施し、収集したデータを分析して、問題の明確化やそれに対する解決策を提案する。
16	京都造形芸術大学 芸術学部 学科・コース	<u>専門性を育てるための13学科23コース</u> - 京都造形芸術大学では、美術工芸、マンガ、キャラクターデザイン、プロダクトデザイン、空間演出デザイン、環境デザイン等13学科を設け、芸術的な発想を社会で活かし、社会を変える人材を育てている。 - 産学連携の取り組みをカリキュラムに盛り込み、在学中から学年・学科を超えたチームで企業や自治体を持つ実社会にある課題をデザインを通じて解決するプロジェクトを行っている。現場でのフィールドワークから特産品であるお箸のデザインを行うおばま×箸（かけはし）インターンシップや、雲南市の認知度向上のため、学生が現地で製造できるお土産のデザインを行う雲南市吉田たたら商品開発プロジェクト、不動産会社と連携し、学生がワンルームマンションをデザインするプロジェクト等が実施されている。 - キャラクターデザイン学科がフランスのジャパンエキスポにブースを出展し、自らの作品を海外に向けて発信する機会を設けている。

3. 事例調査の概要

■デザイン・コンテンツ系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
17	情報科学芸術大学院大学 (IAMAS)・ 産業文化研究センター (RCIC)	未来社会の新しいあり方を創造的に開拓する「高度な表現者」を養成 - 情報科学芸術大学院大学（通称IAMAS）は、科学的知性と芸術的感性の融合を目指した学術の理論及び応用を教授研究し、その深奥をきわめ、未来社会の新しいあり方を創造的に開拓する「高度な表現者」を養成するとともに、学術文化の向上及び地域の振興に寄与することを目的に、岐阜県が2001年に開学した大学院大学である。 - IAMASは岐阜県が設置する公立大学として常に地域貢献を求められている。このため授業カリキュラムの中でも地域との接続を意識するとともに、産学連携部署である産業文化研究センター（通称RCIC）を中心に地域連携に取り組んでおり、限界集落の生活文化による新しい表現活動を行う「根尾コ・クリエイション」や、地元ローカル鉄道会社との連携による“クラブトレイン”などのプロジェクトを実施している。 - カリキュラムとしては、1年次はプロジェクト科目や、研究の基礎となる科目の受講を通じて知識と応用力を養う。2年次は引き続きプロジェクト科目を通じて研究を進め、主に各学生の修士研究を中心に活動し、その成果として修士作品や修士論文をまとめ、修士号の取得を目指す。プロジェクト科目は社会との接続を意識しながら、高度な研究成果を目指す実践的な授業である。RCICにおける地域との連携では、デザインやアート、ものづくりを地域に実装し、新しい地域の未来に貢献することを目指す。

3. 事例調査の概要

■社会人向け実践教育カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
18	事業構想大学院大学	DMOによる観光地域づくり事業構想プログラム - 事業構想大学院大学では、2年間の事業構想修士課程カリキュラムの他、組織も、領域も、業界も越え、新たな事業開発に挑むプロジェクトを推進している。 - DMOによる観光地域づくり事業構想（第4期）プログラムでは、DMO設立予定者、DMO運営者を対象に「マーケティングスキル」「自主財源確保の手法」「地域に適した事業計画」の基礎知識習得して、地域課題を観光によって解決する方法を見出すことを目的としている。 - 開催期間は1年間（月2回、4時間／回）である。それ以外の期間は、自身の地域で受講生・教授と議論した経験を基に実践を行う。理想の姿（目的）に近づけるためのプロセス研究である。4時間の内、1時間は教授・ゲスト講演、1時間は議論、2時間は研究発表と議論を行う。

3. カリキュラムの事例調査

■学校法人以外のカリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
19	シブヤ大学	<u>街の多様な主体との協同によるまちづくりプロジェクト</u> - シブヤ大学は、渋谷の街を大学のキャンパスに見立て、大学教員、企業、NPO団体等の様々な知恵や技術を持った方々を教員として、地域の誰もが無料で参加できる授業を企画・実施している。 - 地域伝統の鑄造技術とデザイナーとのコラボレーションによって“新しい伝統工芸”を生み出すノウハウに関する講義や、アート、音楽、ダンス、ファッション、映像など様々なコンテンツを提供する地域活性化イベントを行う等、企業やNPO、町内会や自治会等、街の多様な主体と協働しながら、地域の活性化や地域の課題解決を目的としたまちづくりプロジェクトを立ち上げ、実施している。
20	尾道自由大学	<u>地域の資源を活かした学びの場の提供</u> - 尾道で活動する「ディスカバーリンクせとうち」と、東京で働く若者を中心にした学びの場を展開する「自由大学」が連携し、2013年に設立。地域の人誰でも参加できる学びの場を提供している。 - 講義のテーマは尾道の自然や伝統的な文化に関する体験活動から、産業や街に関する魅力の発信、環境活動等の地域の活動まで様々である。 - 過去にはせとうちサイクリング、ワイン試飲などの地域の魅力を発見・体験するカリキュラムや、有識者・地域での活動の実践者から地域を活かしたイベントの作り方や地域ブランドの創造を学ぶ実践的なカリキュラムも提供されている。

3. 事例調査の概要

■海外系カリキュラム

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
21	ミネルヴァ大学 (オンライン双方向型 + 実践プログラム)	<u>遠隔参加のアクティブ・ラーニング授業～EdTech（Education×Technology）～</u> - ミネルヴァ大学は、2014年9月にサンフランシスコで開校した全寮制の4年制総合大学である。授業はすべてオンラインで実施され、教授と生徒が双方向にコミュニケーションできるアクティブ・ラーニングの授業形式が特徴である。 - 一般的な大学と比べて、広大で豪華なキャンパスが必要ないこと、学生の学びに直接関係の無い分野への投資を行わないことで学校の運営費を大幅に削減し、米国の私立大学の1/4程度という比較的安価な学費を実現している。 - ミネルヴァ大学は全寮制の大学であり、1年目はサンフランシスコに入寮し、半年ごとに世界の7都市に移り住み、現地の行政機関や企業、NPO等でのプロジェクト学習やインターンが行われる。カリキュラムの大部分をこれらの学習などの時間に充てている。 - カリキュラムは、グローバルヒストリー（異文化理解）や芸術と社会変化（デザイン）等の科目を取り扱っている。
22	イタリア食科学大学 (食分野)	<u>世界で初の「食科学大学」</u> - イタリア食科学大学の学士過程は、食科学・食文化学部のみであり、学士過程に入学した生徒は3年間の家庭で食の生産から消費まで全ての課程を学ぶ。 - 学部のカリキュラムは3年制となっており、1年に1度のスタディーツアーで世界各地を訪問する。訪問した現地で出会った食の専門家（生産者や料理人等）からの講義やワークショップを行い、また、現地の食を味わうことで、世界各地の食の現場を肌で感じ、世界的な食品システムのあり方を理解する。日本にも訪れており、ワークショップや食品生産現場の見学、地域の食品メーカーによる講演、地域の郷土料理体験等のプログラムなどの交流を行った。

3. 事例調査の概要

■海外事例（その他）

#	機関（分野）	調査対象カリキュラム
23	エストニア e-Estonia (電子政府化)	<u>外国人がエストニアの電子国民になれる制度「e-Residency（電子居住権）」</u> 2014年12月1日からは、外国人がエストニアの電子国民になれる制度「e-Residency」を開始した。エストニアに住まずに海外在住の人が政府が提供するさまざまな電子サービスを受けることができる。「非居住者」なので、住民税などは発生しない。 - 最も大きなメリットは、エストニアで起業できることである。エストニア政府は「e-Residency」によるリモートでのビジネスを支援しており、e-Residencyカードがあれば法人登記、契約書へのデジタル署名、銀行口座開設までをオンラインで完結できる。会社設立費用や、申請時間を大幅に減らすことができる。特に、起業のハードルが高い国の人に対して、「エストニアで登記してリモートで運営する」ことを推奨しており、エストニアと海外の人をつなげる仕組み作りとして機能している。 2014年12月に募集を開始して、1週間で世界から8000以上の申し込み希望者が集まった。エストニアは九州ほどの面積に人口約132万人が住む小国であるが、エストニア政府は、e-Residencyで、2025年までに1,000万人にする目標にしている。

4. カリキュラム分析

○ クールジャパン地域プロデュース人材の育成に資すると考えられる地方創生、観光、食、デザイン・コンテンツなどに関する教育機関のカリキュラムを公知情報から収集、分析を行った。ベースとする学問分野の観点から大きく「地方創生系」、「観光系」、「食系」、「デザイン・コンテンツ系」、「その他」に分類し、当該分類別に、各教育機関で実施されている授業について、地域特有の生活・文化等について学ぶ科目と、地域産業等について学ぶ科目、国際的な視点を学ぶ科目、専門科目、演習・実習等に分け、以下の通り整理した。

■地域プロデュース人材育成に関連するカリキュラム

	カリキュラムの分類										
	地域生活・文化・風土系科目	地域産業系科目	国際科目	専門科目						演習・実習	
				人文・社会・教育・環境科目	経営・ビジネス科目	農学・食・サイエンス科目	芸術・デザイン・表現・情報・工学科目	都市計画・まちづくり・行政	DMO	地域系	国際系
地方創生系	u 山国信州の風土とくらし u 地域協働論	u 四万十方式・商品開発ノウハウ u 地域産業政策論 u 6次産業化論	u インバウンド市場を拓くマーケティング u 国際ビジネス展開論 u 国際農林水産物市場論	u 社会調査論 u ソーシャルキャピタル論 u 比較地域社会論	u 地場産業のブランディング u 組織経営論 u 産業マーケティング論	u 農業振興論 u 食品生化学	u 地域デザイン論 u 地域ブランド実践ゼミ	u 地方創生に関する施策の紹介 u 地域計画論 u 地域デザイン論	u DMOの経営と観光地域の経営 u 観光地マーケティング	u 地域協働マネジメント実習 u プロジェクト実践演習	u 海外フィールド実習 u 海外インターンシップ
観光系	u 京都観光・文化論 u 観光と老舗	u エコツーリズム論演習	u インバウンド・ツーリズム論演習		u デジタルマーケティング u プロモーション・マネジメント持論 u サービス経営論			u 観光事業とまちづくり u 風景計画論演習	u DMOマネージャー実務演習 u 観光経営イノベーション研究 u 観光地域マネジメント研究	u 観光プロジェクト演習 u 観光インターンシップ	

4. カリキュラム分析

	カリキュラムの分類										
	地域生活・文化・風土系科目	地域産業系科目	国際科目	専門科目						演習・実習	
				人文・社会・教育・環境科目	経営・ビジネス科目	農学・食・サイエンス科目	芸術・デザイン・表現・情報・工学科目	都市計画・まちづくり・行政	DMO	地域系	国際系
食系	u 和食文化論	u 6次産業化論 u ローカルフードシステム論 u 淡路島牧場見学	u 海外食文化論 u アジア食文化事情 u 国際食文化概論		u 食品流通学 u 食品経済学 u 食品マーケティング論	u 調理科学 u 食品開発論 u 食品加工学				u 食品企業経営戦略演習 u 食品マーケティング演習 u 品質保証システム論演習	u 海外食文化研修
デザイン・コンテンツ系	u 伝統文化演習		u 国際コミュニケーション u 欧州から見る、日本のデザイン	u 社会調査法 u 社会調査と地域	u デザイン産業事情 u コンテンツ知的財産論 u ビジネス財務		u まちづくりデザイン u プロダクトデザイン特論 u プロダクトデザインメソッド特論	u まちづくり特論 u 都市計画 u 建設設計基礎		u 地域プロジェクト演習 u フィールドデザイン演習 u 地域ブランディング演習 u コミュニティデザイン演習	u フランスのジャパンエキスポ出展
その他 (短期・海外)	u 人に会いに行く旅をしよう u しまなみサイクリング	u 伝統産業のこれからに旅をしよう u 地域の活かし方学				u せとうちワイン学 u 食品システムと世界の法律					u スタディツアー

4. カリキュラム分析

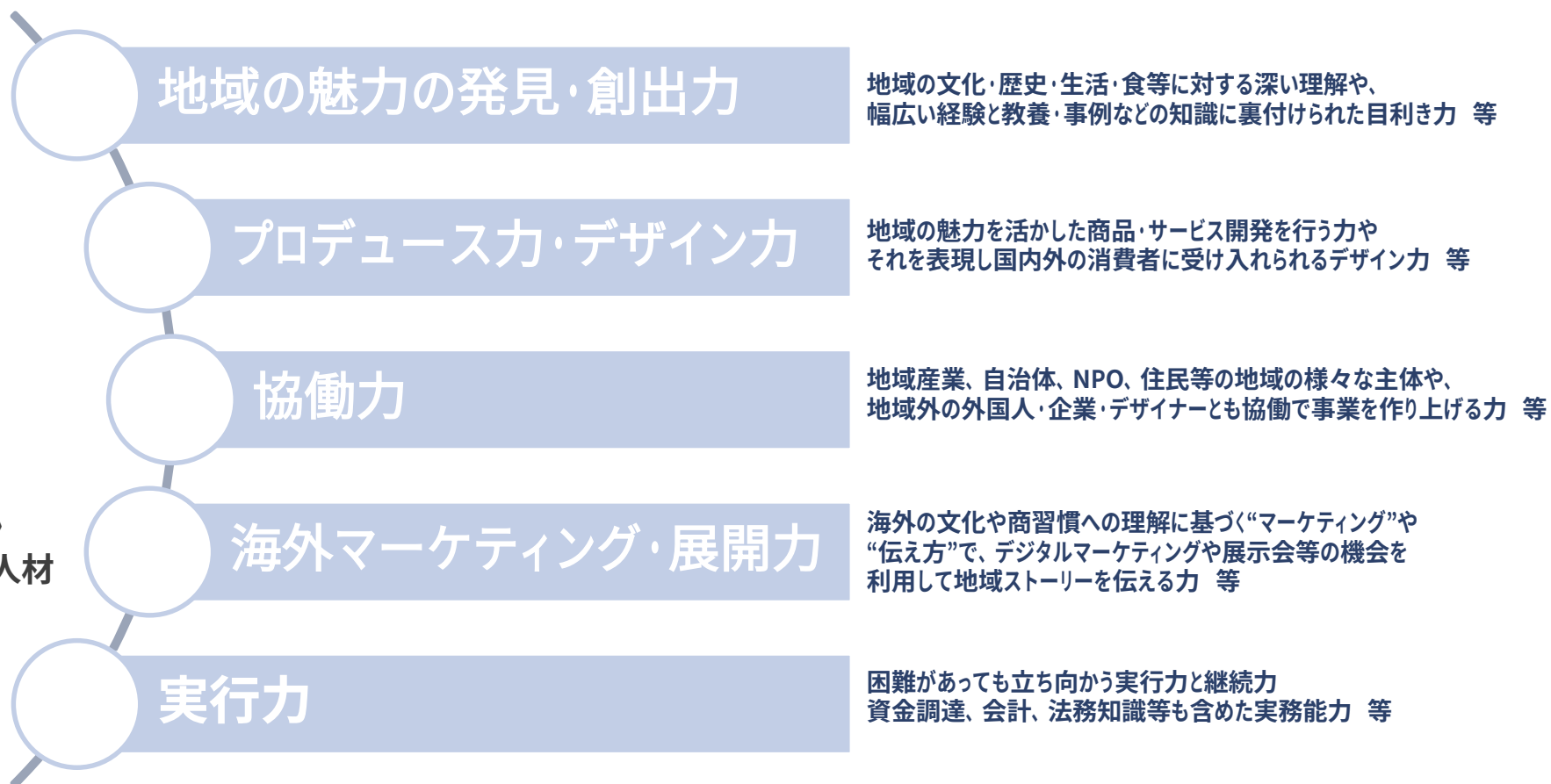
■カリキュラム分析から得られる教育的要素

○ 現在、地域プロデュース人材の育成として実施されているカリキュラムの教育内容を以下の通り要約した。

カリキュラムの分類										
地域生活・文化・風土系科目	地域産業系科目	国際科目	専門科目						演習・実習	
			人文・社会・教育・環境科目	経営・ビジネス科目	農学・食・サイエンス科目	芸術・デザイン・表現・情報・工学科目	都市計画・まちづくり・行政	DMO	地域系	国際系
・地域の自然、歴史、文化、食などに対する深い理解を得るために、知識・経験を習得する	・地域内外の農林水産業、6次産業、観光業、他の産業について学び、産業の特徴、課題などの知識を習得する	・海外の食文化、商習慣、流通・販売事情等を学ぶ ・国際的なデザインの視点を学ぶ ・外国語、プレゼンテーションなどコミュニケーション・情報発信能力の習得	・社会調査手法、フィールド調査等の手法について学ぶ ・地域社会、自然等について学ぶ ・地域での協働手法（リーダーシップ、ワークショップ、プレゼンテーション等）について学ぶ	・マーケティング、流通、経済、経営、起業等ノウハウを習得する ・ブランディング、付加価値の付け方、伝え方を学ぶ ・デジタルマーケティング・広告手法を学ぶ ・アカウントティング・資金調達手法について学ぶ ・組織経営、組織運営等について学ぶ	・農業生産、農業経営、販路等について学ぶ ・生産、加工・製造、流通等について学ぶ ・食文化について学ぶ	・地域デザインについて学ぶ ・プロダクトデザインについて学ぶ ・デザイナー等との協働について学ぶ	・地域計画、都市計画、建設等について学ぶ ・地域運営、地域デザインについて学ぶ ・自治体行政、まちづくりや法律制度・資金調達方法等について学ぶ ・様々な事例を学ぶ	・観光地のマーケティングやマネジメントについて学ぶ ・インバウンド観光客（特性、プロモーション、食文化等）について学ぶ ・DMO組織の経営について学ぶ	・地域資源の活用、地域課題の解決等において、地域内外の協力者を得て、商品・サービス等をプロデュースする ・プロジェクトの企画・運営・実施を全て担う ・地域企業インターンシップ等により、製造、流通、販売等の現場の状況を把握する	・海外における展示会、見本市等への出展などの体験・経験 ・海外企業におけるインターンシップなどの体験・経験 ・国際コミュニケーション能力の習得

5. クールジャパン地域プロデューサーに必要と考えられる能力

- カリキュラムの調査内容や、有識者からの助言も踏まえ、クールジャパン地域プロデュース人材の育成プログラムにより、養成すべき能力は以下のように考えられる。



6. クールジャパン地域プロデュース人材育成に有用と考えられるカリキュラム構成要素

○ 教育機関等におけるカリキュラムを構成する授業科目・プログラム・プロジェクト等の中から、クールジャパン地域プロデュース人材の各種能力の育成につながり、他機関においても参考となると考えられる構成要素を以下に例示した。

①地域の魅力の発見・創出力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

以下の授業科目等に関連すると考えられる能力

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

スタートアップゼミ

(信州大学 ローカル・イノベーター養成コース)

地域産業の様々な現場を訪問し、地域の問題の現場を自らの目で確認し、当事者から生の声を聞き、対話やクループワークを通してアクション・リサーチの基本的な流れを体得する。
また、地元の市長や日本を代表するような企業の社長、地域で活躍する方を招聘した講義を行う。



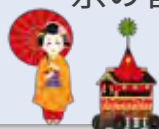
京都観光・文化論

(京都大学経営管理大学院観光経営科学コース)

現代の京都の観光地としての魅力や誘因を、長い歴史の脈絡において、かつ幅広い文化の深みのなかで理解するため、京都観光に関わる各界の有識者を招いて、観光の文化・歴史を考える。

(講義例)

- 京都観光を知る一データで見る京都観光の現在一
- 国際化する京都観光ー欧米とアジア、異なる観光のまなざしー
- 京都の寺院の観光と文化と経営
- 旅館経営の哲学と科学
- 京の春夏秋冬 ～その心としきたり



せとうちワイン学

(尾道自由大学)

尾道でブドウ生産からワインづくりを行っている生産者を講師として、尾道をはじめとする日本各地のワインについて学ぶ。基礎知識の習得から、テイスティング、フィールドでのぶどうの剪定作業、ワイン紹介プレゼンテーション、ブラインド・テイスティングなどを通じて日本産ワインの魅力に対する知見を深める。(全5回)



写真出典) 各機関WEBサイト

6. クールジャパン地域プロデュース人材育成に有用と考えられるカリキュラム構成要素

②プロデュース力・デザイン力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

以下の授業科目等にて関連すると考えられる能力

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

事業企画プロジェクト実習

(高知大学 地域協働学部)

地域資源の商品化に向けた事業計画づくりのプロジェクトを行う。地域課題の解決に向けた「商品・サービス・事業等」を具体化するための事業計画等の立案を行い、実習先と協働して「商品・サービス・事業等」を生み出す。商品開発力、事業計画力を身に付ける。

(主題)

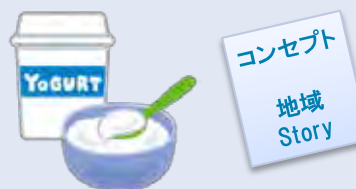
- 商品(事業)開発及び事業計画の立案に必要な情報収集
- 商品(事業)開発の構想
- 商品(事業)開発のための事業計画の立案
- 商品(事業)開発に必要なステークスホルダーとの関係性の形成

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

プロダクトデザインメソッド特論

(九州大学大学院デザインストラテジー専攻)

プロダクトデザイナーには、対象物に対して幅広い視野から意見を持ち、総合的な判断力を持つことが期待される。デザインとそのアイデア及びコンセプトにおける関係性について知り、デザインを行なうためのコンセプト形成あるいはデザイン制作後のコンセプト形成などの方法を理解する。実際のデザイン及び企画・プレゼンテーション・論理化など実際のデザイン課題を通して、一般化となりうるデザイン手法の形成とその習得をめざす。



地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

生命産業デザイン論

(新潟薬科大学生命産業創造学科)

同じ商品でも、デザインの違いにより販売状況が異なる現状を示し、デザインの必要性和効果的なデザインについて学び、市場においてデザインの力を積極的に活用するプロデュース力を身につける方法を解説する。特に、デザイナーと連携して商品特性に向けたデザインを提案する能力を身につける学習を行う。

(講義例)

- ・意匠デザイン
- ・日本的デザイン
- ・イノベーションのためのデザインプロセス
- ・コミュニケーションデザイン
- ・デザインとIT

6. クールジャパン地域プロデュース人材育成に有用と考えられるカリキュラム構成要素

③協働力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

以下の授業科目等に関連すると考えられる能力

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

教えるプロジェクト実習 (高知大学地域協働学科)

地域の課題探究、地域への理解促進、地域協働企画立案、事業計画作成、事業の実施など、様々な実習を実施した後に、地域関係者と共に評価・改善策を検討する実習を行う。

(内容)

- 個人ベースの事業評価案を基にチームとしての事業評価案を作成
- 事業評価案の改善案を検討するワークショップの実施計画を立案
- 個人の案を基にチームとしての実施計画案を策定し、実習先関係者と協働して最終計画を決定
- 当該計画に基づきワークショップを開催、運営し、合意形成によって関係者間で事業改善案を策定

お歳暮プロジェクト (宮城大学食産業学部フードビジネス学科)

仙台の百貨店株式会社藤崎、水産加工業の株式会社三陸オーシャンと共同し、食産業学部フードビジネス学科の学生がお歳暮プロジェクトとして商品開発に着手し「三陸ほや物語」を完成させた。ホヤの消費拡大につなげるため、学生がネーミングや包装デザインを考案し、試食販売会を行った。



デザインストラテジープロジェクト (九州大学大学院デザインストラテジー専攻)

各自研究テーマを中心として研究内容及び目標・プロセスを設定する。九州大学では様々なプロジェクト型の授業を用意しており、自治体や企業等と連携したプロジェクト実績も多い。

(例)

- スタイルノート釜山・福岡 (市民の「スタイル」を紹介するガイドブックを企画・制作)
- イグサ商品ブランドデザインプロジェクト
- 福岡・大橋をデザインする一集まり 住むかたち“都市の魅力創出”プロジェクト

写真出典) 各機関WEBサイト

6. クールジャパン地域プロデュース人材育成に有用と考えられるカリキュラム構成要素

④海外マーケティング・展開力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

以下の授業科目等に関連すると考えられる能力

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

国際ビジネス展開論

(高知大学地域協働学部)

中小企業等が輸出事業を展開する場合の商品戦略、市場戦略、輸出の流通・販売戦略等に関する講義・グループディスカッション等を行う。また、高知県の中小企業で輸出あるいは海外生産を行っている企業の実例を取り上げ、その特徴、課題、課題の解決策、将来展望などについて議論する。

(講義で取り上げるテーマ例)

- 「国際適用性」・・・自社製品の国際競争力が最も効果的に発揮できる市場はどこか
- 「国際適応性」・・・自社製品を市場特性に対してどのように変更したらその市場における競争力が最も強化されるのか

国際食文化概論

(中村学園大学フード・マネジメント学科)

食文化の地域的比較検討を通して各国や地域における「食」の特性を学ぶ。社会学、地理学、経済学、栄養学、食品学、人類学、歴史学といった異なる様々な領域からの視点を合わせて学習する。

(講義例)

- 世界の主食の類型
- 宗教と食事：イスラム教・ヒンズー教・仏教の食に関する戒律、宗教戒律以外の食の禁忌、国内で拡大するハラル食の需要
- 美術面・文学から見る食文化
- 社会学から見る食文化：共食文化の対岸（孤食・個食）、「おひとりさま」ビジネス拡大の社会背景（韓国）

国際観光事業特論

(近畿大学・JTB総合研究所)

グローバル市場と観光産業の経営、日本の宿泊施設において、訪日外国人旅行者への対応に必要な要素は何かを理解する。新たな宿泊業態（民泊や農家民宿）のインバウンド活用について考える。

(講義例)

- Customer Markets for Hospitality & Tourism Industries
- Developing the Hospitality & Tourism Marketing Mix
- Promoting Products; Sales Promotion
- Direct & Online Marketing
- Destination Marketing
- International Marketing

6. クールジャパン地域プロデュース人材育成に有用と考えられるカリキュラム構成要素

⑤実行力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

以下の授業科目等にて関連すると考えられる能力

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

地域の魅力の発見・創出力	プロデュース力・デザイン力	協働力	海外マーケティング・展開力	実行力
--------------	---------------	-----	---------------	-----

リアルワークプロジェクト

(京都造形芸術大学)

アート・デザイン分野の様々な仕事依頼を請け、プロジェクトが発足される。学生は学科・コースの壁を超えて、実社会にある課題に取り組む。たとえば、京都市東山区と連携し、地域の伝統工芸にたずさわる職人の実態を調査、新しい商品提案やイベント企画などを実施する「手しごと職人のまち東山活性化プロジェクト」を10年に渡って実施している。



自主財源確保の手法等

(事業構想大学院大学)

自主財源を確保するため、海外の先進的なDMOが実施している取組事例を紹介し、それらの事例をヒントに、自分の地域に最適な財源確保の手法を見つけ、それを実現するために必要な要素を整理する。

また、マーケティングの専門家をゲスト講師として招き実施するマーケティング基礎講座や、実践的なワークショップを通してマーケティング手法を学び、自分の地域に必要なマーケティングプランを作成する講座や、データを用い、明確化された課題に対し理想の状態を描き、そのギャップを埋めるためにどのような手段が必要になるかを整理する事業計画作成講座などがある。

地方創生に関する施策の紹介

(内閣府地方創生カレッジ)

地方創生をめぐる状況とその理念、現在の地方創生に向けた取組状況と関連する施策を紹介する。地方創生に関する施策の紹介では、以下の施策の概要と具体的な活用事例を説明する。

(施策)

- 地域未来投資促進法
- プロフェッショナル人材事業
- 地方拠点強化税制
- 地方創生推進交付金
- 生涯活躍のまち（日本版CCRC）
- 企業版ふるさと納税
- 働き方改革

写真出典）各機関提供資料

本編

第1章 調査の目的

産業構造の転換や生産年齢人口の減少等、経済社会の状況が変化する中、クールジャパン関連産業が今後も発展し、我が国の経済成長を支えていくためには、必要な人材像を明確化した上で、その育成・獲得に向けて包括的・整合的に検討することが必要である。こうした背景から、平成29年2月に、「クールジャパン人材育成検討会」が設置され、クールジャパン関連産業の発展に必要な人材を①プロデュース人材、②高度経営人材、③高度デザイン人材、④専門人材、⑤外国人材、⑥地域プロデュース人材の6つに分類した。平成29年5月に発表された「クールジャパン人材育成検討会第1次とりまとめ」において、⑥地域プロデュース人材については、「教育機関等における地域プロデュース人材育成に資するモデルプログラムの確立を検討する（内閣府知的財産事務局）」とされたことを踏まえ、本調査では、国内外の大学等で実施されているクールジャパン資源を活用した地域活性化に資する人材育成カリキュラム等の内容についての調査を行うとともに、地域プロデュース人材育成につながるカリキュラム要素の検討を行った。

地域プロデュース人材の育成については、地域における実践的な実習を豊富に盛り込んだ教育機関のカリキュラムや、地域プランニングを学ぶ民間の取組などが始まっているが、このような事例を調査し、地域プロデュース人材に必要と考えられる能力を養うために有効と考えられるカリキュラムの要素を抽出することが本調査の目的である。

※地域プロデュース人材…地域のクールジャパン資源を発掘し、それを集積・編集して新たな価値を付与（キュレーション）することを通じ、海外で受け入れられるような「商品」になるようプロデュースできる人材。本報告書では、単に地域内の産業発展を担う人材ではなく、クールジャパン関連産業の発展に寄与する人材を「地域プロデュース人材」と表記した。

第2章 調査概要

現時点における関連資料を体系的に把握し、地域プロデュース人材の育成に資するカリキュラム等の先進事例を調査し、地域プロデュース人材育成のために参考になると考えられるカリキュラム要素を抽出した。

ア. 調査方法

(A) 既存文献調査

公表資料を元に、国内外の高等教育機関や業界団体等が実施する地域プロデュース人材育成の先進的なカリキュラム等について公表情報を中心に情報収集し、整理した。

調査対象大学・団体等一覧

分野	カリキュラム提供者	学部・コース等
地方創生	内閣府	地方創生カレッジ
	高知大学	地域協働学部
	愛媛大学	社会共創学部
	信州大学	ローカル・イノベーター養成コース
	新潟薬科大学	生命創造産業学科
観光	近畿大学	-
	金沢大学	地域創造学類 観光学・文化継承コース
	北海道大学大学院	国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻
	京都大学経営管理大学院	観光経営科学コース
食	中村学園大学	フード・マネジメント学科
	宮城大学	食産業学群
	吉備国際大学	農学部
デザイン・コンテンツ	佐賀大学	芸術地域デザイン学部
	九州大学	大学院芸術工学科 デザインストラテジー専攻 /九州大学未来デザイン学センター
	宇都宮大学	地域デザイン科学部
	京都造形芸術大学	芸術学部
	情報科学芸術大学院大学	産業文化研究センター
社会人向け実践型	事業構想大学院大学	-
学校法人以外	シブヤ大学	-

	尾道自由大学	-
海外	イタリア食科学大学	-
	ミネルバ大学	-
	エストニア政府	-

（Ｂ）現地ヒアリング調査

高等教育機関や業界団体等が取り組んでいる先進的なカリキュラム等についてヒアリング調査を行い、第３章の整理に反映した。

調査対象大学・団体一覧

分野	カリキュラム提供者	学部・コース等
地方創生	愛媛大学	社会共創学部
	信州大学	ローカル・イノベーター養成コース
観光	近畿大学	-
食	宮城大学	食産業学群
デザイン・コンテンツ	九州大学	大学院芸術工学科 デザインストラテジー専攻 /九州大学未来デザイン学センター
	京都造形芸術大学	芸術学部 学科・コース
その他	事業構想大学院大学	-

イ．調査項目

各機関のカリキュラム等について、以下の項目の調査を行った。

- ① 学校・学科概要
- ② カリキュラム概要
- ③ カリキュラムの特徴

ウ．参考になると考えられるカリキュラム要素（授業・ゼミ・プログラム等）の抽出

調査した内容をもとに、地域プロデュース人材育成のために参考になると考えられるカリキュラム構成要素を抽出し、以下の有識者からカリキュラム要素等について意見をいただいた。

有識者一覧

氏名	所属
岩崎 正敏	地域活性化センター 理事
篠原 靖	跡見学園女子大学 観光コミュニティ学部 観光デザイン学科 准教授 内閣府地域プロデューサー
中嶋 聞多	一般社団法人 地域活性機構 理事長 地域活性学会 会長 信州大学 特任教授

第3章 先行事例調査

主に WEB サイトで公表されている資料を元に、国内外の高等教育機関や業界団体等が実施する地域プロデュース人材育成の先進的なカリキュラム等について、情報収集し、整理した。

1. 内閣府 地方創生カレッジ

e-learning により地域リーダーを育成

実施主体	内閣府地方創生推進室 ※(公財)日本生産性本部が運営
学部学科等	-
所在地	-
定員	なし
期間	e-learning のため、講座毎に異なる
学部設置	2016 年 12 月

1.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

「地方創生カレッジ」は、地方創生の本格的な事業展開に必要な人材を育成・確保するため、実践的な知識を e ラーニング講座で提供している。

(2) 実施体制

「地方創生カレッジ」が、内閣府地方創生推進室の補助事業として公益財団法人日本生産性本部が運営している。各講座は、現在 3 つの e ラーニングシステム（ドコモ gacco、ネットラーニング、ビジネス・ブレイクスルー大学）を基に運用を行っており、システムごとに利用できる講座が異なる。

(3) 活用している予算等

地方創生カレッジの運営事業を内閣府が予算化し、事業費に充てている。入学金は必要ないが、講座の受講は基本的に有料である。一部、受講後のアンケート等に回答することにより期間限定で無料受講できる場合がある。

1.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

「地方創生カレッジ」では、地方創生の本格的な事業展開に必要な人材を育成・確保することを目的としている。地域の総合プロデューサーや各分野別プロデューサー

(観光・DMO、まちづくり、農業活性化等)、地域コミュニティリーダーの3つの役割・分野に応じた専門性を追求した人材育成にも取り組んでいる。

(2) カリキュラム実施背景

現在、各地方公共団体においては地方版総合戦略が策定され、今後より具体的な事業を本格的に推進する段階に入る。その際、地方公共団体やDMOをはじめとした各種事業体において、地域の戦略を策定し、戦略を統合・管理する人材、個別事業の経営に当たる人材、第一線で中核的に活躍する人材など、様々なタイプの人材が必要となる。一方、地方公共団体や各種事業体においては、必ずしも、そのような専門人材、特に高度な専門性を有する地方創生人材が確保できていない状況にあり、地方から地方創生人材確保の支援を求める声があったことから、人材育成に関する支援を内閣府が実施することとした。

(3) カリキュラム期間

講義の内容により期間・構成は異なる。多くの講義はひとつの動画が10分～15分程度に区切られているが、標準的なもので、1週間に60分学習すると、4週間程度でひとつの講座の学習が終了できる構成となっている。

(4) カリキュラム構成

地方創生を担う人材が共通で身に着けるべき基盤知識を提供する講義から、総合プロデューサー・分野別プロデューサー・地域コミュニティリーダー等の専門性の高い人材育成のための講義までを提供している。

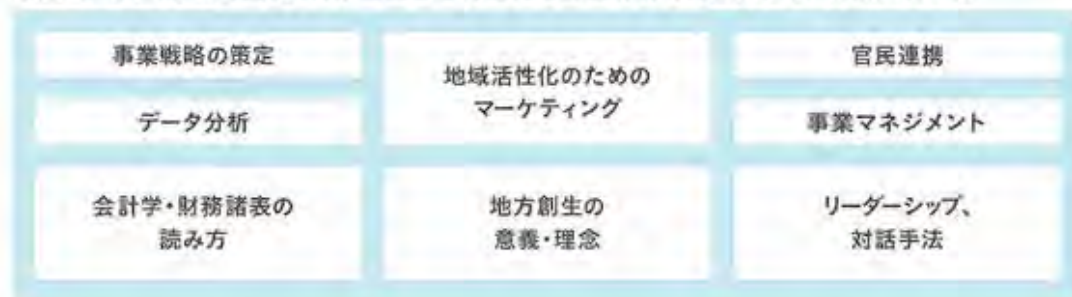
専門編

基盤的知識・スキルを深め、役割・分野に応じて要請される専門性（他分野の知識も含む）を追求



基盤編

地方創生関連事業を担う人材が基盤として備える必要のある知識、スキル、概念を学ぶ



出典）地方創生カレッジポータルサイト（<https://chihousousei-college.jp/>）

1.3. カリキュラムの特徴

（1） 地域行政・企業等と連携した実践的教育

地方創生カレッジの学習効果を高めるため、e-learning 以外の実地研修や集合研修等の導入も予定している。

（2） クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
地域ビジネスモデル	地方創生の現場で実際におきているビジネスモデル改革を参考にして、地域経済社会を建設的、発展的な方向に転換して、地方創生に成功するためのヒントを得る

	ことを目的にしている。具体的なビジネスモデル改革のパターンを3種類、①外の仕事を地域に持ってくる、②地域を世界に売り出す、③地域中で仕事を作るに分類し、それぞれ典型的な事例を紹介しながら、ビジネスモデル設計の理論、ビジネスプラン作成の考え方を学び、ビジネスモデルを地方創生にどう活かせるかを考えていく。
地域産業の開発と運営～面的スケールアップのケーススタディ～	地方創生の実施主体者の視点から、事業戦略の策定その事業化に必要なスキルと意志をあきらかにし、総合プロデューサーとして必要な数字を見る力、事業創出後の不確実性への対応方法の習得をサポートする。 講義に当たり、池田市の町営ワインのケースを例にして、マクロの数字から実施主体として意味のあるメッセージをどのようにして読み取るのか、それをどのようにして経営判断に結びつけるのか、また事業創出後に成長軌道に乗り切れないときに、どのようにして事業として成り立たせるのか統合した考え方を提示する。また、身の回りの事業のタネ、事業主体である地域の企業の分析、実施主体になった場合の判断のポイントを把握する。
観光資源の開発と着地型商品の造成・販売	観光資源の発掘と磨き上げの手法の習得と、それを活かした着地型商品の造成と販売手法についてのノウハウを学習する。「何もない」の発想から、「こんな楽しみがある」、「地域の宝こそ観光資源」の発想に立って受講することで、地域資源活用し顧客を獲得するポイントを学ぶ。
地場産業のブランディング	ブランディングを通じて地場産業や地域産業の振興に成功した事例を学ぶことで、地域活性化の方策の知識を習得する。具体的には、地域におけるブランドの確立過程を学ぶことで、いかにして地場の産業や農産物からブランディングを行うべきかという課題を解決するための戦略に関する知識やスキルを学び、その能力を育成することを目指す。
地方創生イノベーター講座～まちづくり仕掛け人	日本全国の地方創生まちづくりで活躍するイノベーターに着目し、その実践事例の分析に基づく解説を通じ

たちのスタートアップ技法～	て、地域に0から1を生み出すためのスタートアップ技法を学ぶ。とりわけ、注目度の高いテーマとして、①オープンイノベーション、②コミュニティデザイン、③エクスペリエンス、④テクノロジーという4つの切り口を設定し、それぞれにおいて地域の現場最前線で活躍するイノベーターたちを取りあげる。結果として、地方創生イノベーターの最新トレンドを理解した上で、新しい地域づくりを仕掛けるためのビジネスモデルを学ぶ。
地域資源を生かす幸せな田舎の作り方～小さな経済の地域力・田舎力～	食のテキスト化によるブランド事業、プロモーション、食のワークショップによる食のレシピ化、食育、食による地域づくりについて学ぶ。
魅力ある観光地域デザイン	本講義は、魅力ある(観光)地域づくりとは本来どうあるべきか、中長期的な視点で取り組まれている事例と方法論を解説する。地方自治体の観光課は目先の数字で判断される事が多く、長期的な視野で地域を魅力的にする視点を持つことが難しい。広く文化事業での骨太な地域づくりをしていくには、従来の観光という枠組みを超え、自らが積極的に地域に関わり、地域の人材や外部 NPO などとの協力など従来とは異なるスタイルが求められる。本講義の議論を通し、これからの地域づくりのあり方について考察する。
伝統野菜などを基軸にした地域活性化	伝統野菜などを基軸にした地域活性化の手法について学ぶ。伝統野菜の定義や属性から、生産、流通、消費にいたるバリューチェーン、また自治体の取り組み事例等を踏まえながら、地域経済に寄与する新しいビジネスとしての可能性を学び、実践できることを目指す。
地域活性化のためのマーケティング戦略～WEBマーケティング～	地域活性化における WEB マーケティングの展開事例を取り上げながら、マーケティングの基礎的なフレームワークを学ぶ。具体的には、①顧客ニーズ分析、②顧客の設定（セグメンテーション、ターゲティング）、③提供価値の設定（ポジショニング）、④実現施策の構築（4P）、⑤顧客の維持・育成（CRM）という5つのプロセスを習得する。
地域プロデューサーの地	この講義では地域プロデューサーとして地域貢献でき

域への関わり	る地方創生人材像を探る。グローバルな活躍ができる領域や職能を考えることによって、次の時代を切り開く人材養成を目指す。
四万十方式・商品開発ノウハウ	株式会社四万十ドラマの地域の「もの」「こと」をブランド化する「いなかビジネス」を参考に、地域にある資源を活かした商品開発や地域づくりによる地域ブランド戦略について学習する。また、地域ブランド戦略を進めるうえでの、多様な地域や人材との連携・交流の重要性を学ぶ

(3) 法制度等に関する教育

講義名	概要
地方創生に関する施策の紹介	地方創生をめぐる状況とその理念、現在の地方創生に向けた取組状況と関連する施策を紹介する。 地方創生に関する施策の紹介では、①地域未来投資促進法、②プロフェッショナル人材事業、③地方拠点強化税制、④地方創生推進交付金、⑤生涯活躍のまち（日本版CCRC）、⑥企業版ふるさと納税、⑦働き方改革について、それぞれの施策の概要と具体的な活用事例を説明する。
まちづくり	地方創生関連法の概観、街づくりの中核的政策であるまちづくり三法の過去の変遷や現状を学んだ後、まちづくりの観点からみて地方創生ともっとも関係の深い都市再生特別措置法、立地適正化計画、エリアマネジメントについて体系的に学ぶ。次いで、まちづくりの対象とゴール、主体と持続可能性について考えた後、今後のまちづくりの主流となると考えられるリノベーションまちづくり、民間主導のPPP、遊休不動産の活用について考える。

(4) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

講義名	概要
祭りを核としたまちづくり	「祭り」の定義や形態、機能などを改めて習得するとともに、継承されるべき文化資産として、世代間交流の場とし

	て、そして観光振興や経済活性に寄与するコンテンツとして、「祭り」を核としたまちづくりの可能性を学ぶ。
--	--

(5) 海外マーケティング・市場開拓等の実践的教育

講義名	概要
インバウンド市場を拓くマーケティング	マーケティングの理論とホスピタリティ・マネジメントの知識を学ぶ。特にインバウンド市場の分析と観光地の経営について、国内外の多様な事例の学習を通してホスピタリティ・マネジメント、地域ブランディングや地域の特色を生かした観光商品開発のさまざまな手法を学びながら、その背後にあるロジックと諸要因を理解することで、受講者の実践的な能力とスキルを高める。

(6) DMO 人材の育成

講義名	概要
DMO 特別講座～実践者による最新事例紹介～	観光地域づくりに長年取り組まれてきた有識者・実践者による特別講座。長年の活動を通じて得られた知見をもとに、DMO の基本的な役割・機能についての解説から、国内・海外の DMO の事例、国の施策などについても紹介する。 ・由布院の観光まちづくり（生野 敬嗣） ・雪国観光圏の人材育成（井口 智裕） ・長野県飯山市における観光の取り組み（木村 宏）
観光地マーケティング	地域の観光事業者が個別に施策をうつのでは非効率的であり、多くのステークホルダーとの調整を進めながら観光地経営を進めていく観光 DMO が必要となってきた。本講義では、DMO が担う観光地マーケティングについて観光地マーケティングの基礎、地域の事例、観光集客におけるデジタルマーケティング、RESAS を活用したマーケティング戦略について解説する。
DMO 概論	DMO の概論として、DMO 導入の背景、諸外国の DMO について、DMO 形成のプロセス、DMO の

	組織・人材・ガバナンスについて解説する。
DMO の経営と観光地域の経営	DMO の経営と観光地域の経営に関連して、CEO/COO が身につけたい経営の技術、観光地域経営の特徴とスキル、PDCA サイクルの各段階で求められるスキルについて解説する。
国内外の DMO から学ぶ	本講座では、国内外の先進事例から、日本版 DMO 普及のための重要なファクターについて学ぶ。観光立国ニュージーランドの DMO、オーストラリアの DMO、日本最大規模のせとうち DMO 、地域ブランディングに取り組む長良川 DMO、熊野古道を世界に発信する田辺市熊野ツーリズムビューロー等の事例を取り上げる。

【参考文献】

- Y 地方創生カレッジポータルサイト <https://chihousousei-college.jp/>
- Y 地方創生カレッジ事業－内閣府地方創生推進事務局ホームページ
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/karejji/>

2. 高知大学 地域協働学部

フィールドワークによる実践的な地域産業リーダー育成

実施主体	国立大学法人 高知大学
学部学科等	地域協働学部
所在地	高知県高知市曙町二丁目 5 番 1 号 高知大学 朝倉 キャンパス内
定員	60 名／年（平成 30 年度）
期間	4 年制
学部設置	2015 年 4 月

2.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

高知大学は、少子高齢化や人口減少など、課題先進県としての高知県の状況を踏まえ、地域力を学生の学びと成長に活かし、学生力を地域の再生と発展に活かす教育研究を推進する「地域活性化の中核的拠点」として、地域協働学部を 2017 年 4 月に設置した。

(2) 実施体制

地域協働学部では、1 年生から 3 年生の間に高知県内各地をフィールドとした 600 時間を超える実習科目を用意しており、地域の地区や自治会、観光施設、店舗、団体等が実習パートナーとなって学生の受け入れを行っている。

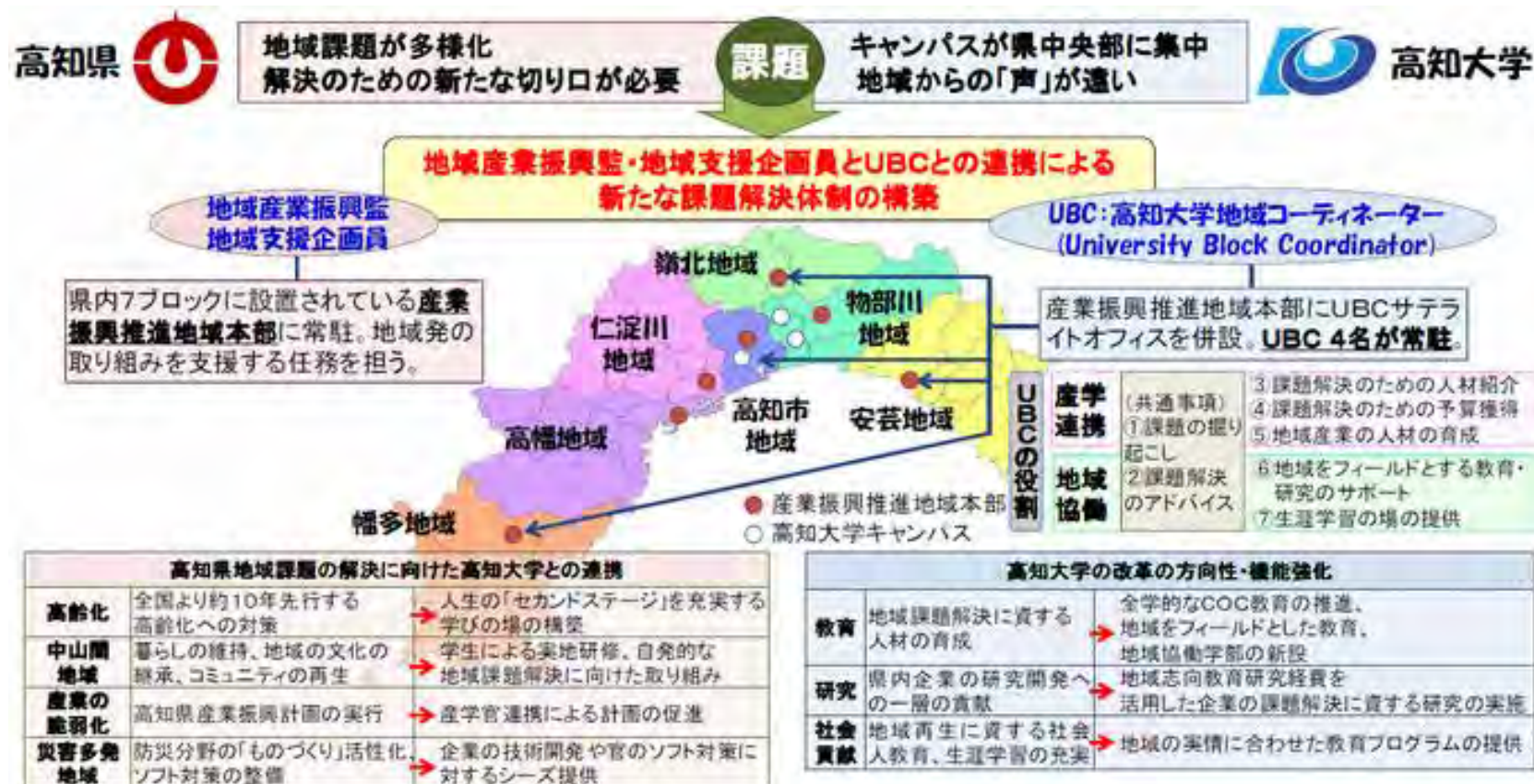
(3) 活用している予算等

① 文部科学省「地（知）の拠点整備事業」

高知大学では、文部科学省「地（知）の拠点整備事業（大学 COC 事業）」にて、「高知大学インサイド・コミュニティ・システム（KICS： Kochi University Inside Community System)化事業」が採択され、平成 25 年から 5 年間事業費を得ている。KICS では、東西に長い高知県の様々な地域課題に対応し、地域のニーズと大学のシーズをマッチングしていくために、県が 7 地域に設置している産業振興推進地域本部に大学教員（UBC：高知大学地域コーディネーター）を常駐させる体制をとっている。また、県が設置した「高知県地域社会連携推進本部」で県の重要課題について協議するとともに、高知大学には「国際・地域連携推進機構」を設置し、地域課題を学

内に共有するとともに、地域志向教育研究経費の活用を行っている。さらに教育組織改革にも取り組み、地域協働学部の新設を行った。

「高知大学インサイド・コミュニティ・システム (KICS) 化事業」



出典) 高知大学 COC WEB サイト (<http://www.kochi-coc.jp/>)

② 文部科学省「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業」

高知大学では、「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業」（COC+）にて、「まち・ひと・しごと創生 高知イノベーションシステム（TSi）」が採択され、平成 27 年から 5 年間事業費を得ている。TSi では、県内の高等教育機関と県、企業などが連携して取り組む地方創生事業であり、高等教育機関の県内就職率を向上させる取り組みと、県内企業の雇用創出力・採用意欲を向上させる取り組みを実施している。具体的には、地域を学ぶプログラムの履修を行い、教育プログラム開発委員会による資格審査を行う「COC+システム認証制度 地方創生推進士」や、産学官連携事業の支援、起業支援、若手社員の自律化支援、観光人材の育成、食品産業人材育成（土佐 FBC）などに取り組む。食品産業人材育成（土佐 FBC）では、国家戦略プロフェッショナル検定「食の 6 次産業化プロデューサー（LEVEL1～3）への対応や、JETRO 高知との連携による海外販路開拓支援「土佐 FBC グローカルプログラム」を実施する。

「まち・ひと・しごと創生 高知イノベーションシステム (TSi)」



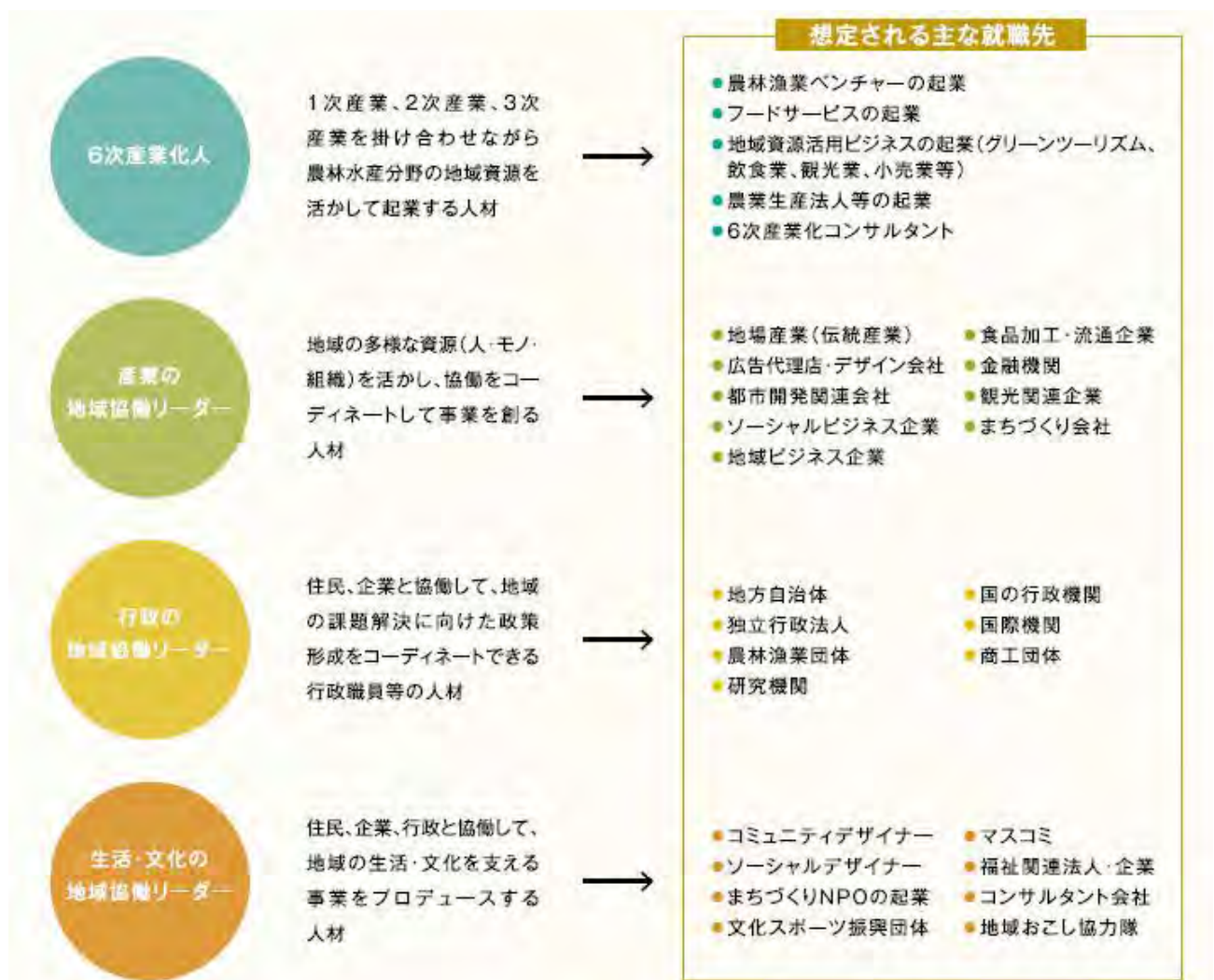
出典) 高知大学 COC+ WEB サイト (<http://www.kochi-cocplus.jp/business/>)

2.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

地域協働学部では、「地域理解力」、「企画立案力」、「協働実践力」を身に付けた「地域協働型産業人材」を育成することを狙いとし、①6次産業化人、②産業の地域協働リーダー、③行政の地域協働リーダー、④生活・文化の地域協働リーダーという4つの地域協働型産業人材を育成することを目指している。

「地域協働型産業人材」



出典) 高知大学 WEB サイト (<http://www.kochi-u.ac.jp/rc/about/vision/>)

(2) カリキュラム実施背景

卒業後に地域社会の様々な分野において、即戦力として活躍できる人材を送り出すことができるよう、県内各地で 600 時間を超えるフィールドワークを基にした実践的なカリキュラムを策定した。地域（コミュニティ、地元企業、行政、NPO 等組織）における課題解決の現場を直接体験させ、地域への愛着や誇りを育てる教育を実践し、地域コミュニティの再生、商店街の活性化、地場産品を生かした商品開発など学生自らが企画を練り上げ、地域住民と協働しながら、組織・人を動かす力を体得することができるプログラムとなっている。

(3) カリキュラム期間

地域協働学部は 4 年制の学部・学科であり、修士課程・博士課程の設置はない。

(4) カリキュラム構成

地域協働学部カリキュラム（学科・コース別に科目が異なる）

	1年生	2年生	3年生	4年生
講義科目	共通教育 初年次科目 教養科目 共通専門科目 (社会調査論ほか) 地域協働論 地域組織論 地域社会学概論 産業論 経済学入門	組織学習論、地域計画論 行財政論、地域資源管理論 非営利組織マネジメント論 経営組織論、会計学概論 フードビジネス論 六次産業化論 地域デザイン論 地域産業政策論、農業振興論 地域福祉論、生涯学習論 地域スポーツ振興論 地域スポーツ社会学、環境社会学 コミュニティ振興論、ダンス	社会教育論、起業・経営実務講座 行政実務講座、実践情報処理 金融・税務実務講座 国際ビジネス展開論 地域産業連関論 中心市街地活性化論、食品生化学 森林経営学、国際農林水産物市場論 ソーシャルキャピタル論、地域防災論 比較地域社会論、非営利組織論 環境文化論、家庭経営学 海外サービスラーニング 海外特別演習、外国語特別演習	地域協働実践・卒業研究
演習科目	地域協働研究Ⅰ	地域協働研究Ⅱ	地域協働研究Ⅲ	
	課題探求実践セミナー	プロジェクトマネジメント演習	地域協働マネジメント演習Ⅰ・Ⅱ	
実習科目		地域協働企画立案実習	地域協働マネジメント実習	
	地域理解実習	事業企画プロジェクト実習	教えるプロジェクト実習	

出典）高知大学 WEB サイト（<http://www.kochi-u.ac.jp/rc/curriculum/>）

2.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

地域協働学部では、フィールドワークを重視しており、県内各地と連携した様々な授業を展開している。

講義名	概要
地域協働研究Ⅰ～Ⅲ (1年～3年)	(記載なし)
課題探究実践セミナー (1年)	高知県の町や村で何が起きているのか、地域住民が何を考え、どのように行動しているのかなどを学び、地域に向き合う作法を身に付ける。
地域理解実習 (1年)	地域の活動の手伝いやヒアリングを通して、地域の特性や課題を理解する。
地域協働企画立案実習 (2年)	地域課題を探し出し、地域資源を活かした企画を作る実習を行う。
事業企画プロジェクト実習 (2年)	地域資源の商品化に向けた事業計画づくりのプロジェクトを行う。商品開発力、事業計画力を身に付ける。
地域協働マネジメント演習Ⅰ・Ⅱ	(記載なし)
地域協働マネジメント実習	事業計画の実施、点検評価を行う。やり抜く力とリーダーシップを育て、協働実践力の基礎を固める。
教えるプロジェクト実習	実践した事業の結果を地域の人と共に評価して、改善策を作るワークショップを実施する。ファシリテーション力や合意形成力など、地域を巻き込んで活動する力を育成する。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

地域協働学部では、フィールドワークの基礎となる地域協働に関する学問的授業を数多く展開している。

年次	講義名
1年	地域協働論
	地域組織論
	地域社会学概論
	産業論

2 年	組織学習論
	地域計画論
	地域資源管理論
	非営利組織マネジメント論
	経営組織論
	フードビジネス論
	六次産業化論
	地域デザイン論
	地域産業政策論
	農業振興論
	地域福祉論
	生涯学習論
	地域スポーツ振興論
	地域スポーツ社会学
	環境社会学
	コミュニティ振興論
3 年	社会教育論
	起業・経営実務講座
	実践情報処理
	金融・税務実務講座
	国際ビジネス展開論
	地域産業連関論
	中心市街地活性化論
	食品生化学
	森林経営学
	国際農林水産物市場論
	ソーシャルキャピタル論
	地域防災論
	非営利組織論

(3) 法制度等に関する教育

地域協働学部では、地域の行政に関する理解促進のため、行財政等に関する教育を行っている。

年次	講義名
2 年	行財政論
3 年	行政実務講座

(4) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

地域協働学部では、海外サービスラーニングとして、地域協働学部が協定を結んでいるイタリア、タイなどの大学において、海外で地域との協働を約 3 週間体験するプログラムを用意している。

年次	講義名
3 年	海外特別演習
	外国語特別演習

(5) 海外マーケティング・市場開拓等の実践的教育

COC+で実施される土佐 FBC グローカルプログラムでは、土佐 FBC 修了生所属企業及び学生が、食品における海外ビジネスを外国で実際に体験する研修プログラムを用意している。JETRO 高知の専門家や土佐 FBC 教員とともに海外の展示会に出展することにより、海外販路開拓についてのノウハウを得られる。特に学生にとっては出展に向けた協議から同席し、自ら考えることを促されることで高度な職場体験になることに加え、海外の嗜好等の視点も養うことができる。

土佐 FBC グローカルプログラム



出典) 高知大学 COC+ WEB サイト (<http://www.kochi-cocplus.jp>)

(6) DMO 人材の育成

COC+で実施される「観光人材育成事業」では、「こうち観光カレッジ」を開催し、合計 10 回 34 時間にわたる講義から構成されるカリキュラムと、実習の場を用意しており、DMO について学ぶ機会も提供している。

【参考文献】

- Y 高知大学地域協働学部 WEB サイト <http://www.kochi-u.ac.jp/rc/>
- Y 高知大学 COC WEB サイト <http://www.kochi-coc.jp/>
- Y 高知大学 COC+ WEB サイト <http://www.kochi-cocplus.jp/>

3. 愛媛大学 社会共創学部

地域産業（漁業・製紙業等）と連携した人材育成

実施主体	国立大学法人 愛媛大学
学部学科等	社会共創学部
所在地	愛媛県松山市文京町 3
定員	180 名／年（平成 30 年度）
期間	4 年制
学部設置	2016 年 4 月

3.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

愛媛大学は、文系・理系をあわせもつ総合大学であり、社会共創学部は 2016 年 4 月に文系理系の幅広い専門領域を統合した、地域創生の核となる文理融合学部として設置された。社会共創学部では、地域社会の持続可能な発展のために、地域の人達と協働しながら課題解決策を企画・立案することができ、地域社会を価値創造へと導く力を備えた人材を育成することを目指している。

社会共創学部

学科	コース
産業マネジメント学科	・産業マネジメントコース ・事業創造コース
産業イノベーション学科	・海洋生産科学コース ・紙産業コース ・ものづくりコース
環境デザイン学科	・環境サステナビリティコース ・地域デザイン・防災コース
地域資源マネジメント学科	・農山漁村マネジメントコース ・文化資源マネジメントコース ・スポーツ健康マネジメントコース

(2) 実施体制

社会共創学部では、地域ステークホルダーの声を学部運営に活かすため、過半数が地域ステークホルダーの代表者から構成される「社会共創カウンスル」を設置し、教育研究上の重要事項を審議している。



出典) 愛媛大学 WEB サイト (https://www.cri.ehime-u.ac.jp/about/staff_area/)

(3) 活用している予算等

伊予銀行・愛媛銀行からの寄附講座を設置している。

3.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

社会共創学部では、「トランスディシプリナリー教育」を実施すると掲げている。「トランスディシプリナリー教育」とは、既存の学問分野を最大限活用するとともに、学生とステークホルダーが「課題解決思考力」と「サーバントリーダーシップ（仲間やステークホルダーを自らが支えることで、双方の信頼関係を強固にして協働する能力）」を活用することによって、知の統合を図ることとしている。

(2) カリキュラム実施背景

地域社会では、産業振興・事業創造の欠如、地場産業の衰退化、イノベーションの不足、都市集落機能の衰退化、自然災害の多発、農山漁村の過疎化、地域コミュニティの喪失など行政だけの課題解決は難しく、地域に住む人々との協働による課題解決が求められているため、文系理系の幅広い専門領域を身に付け、地域に生まれ育っ

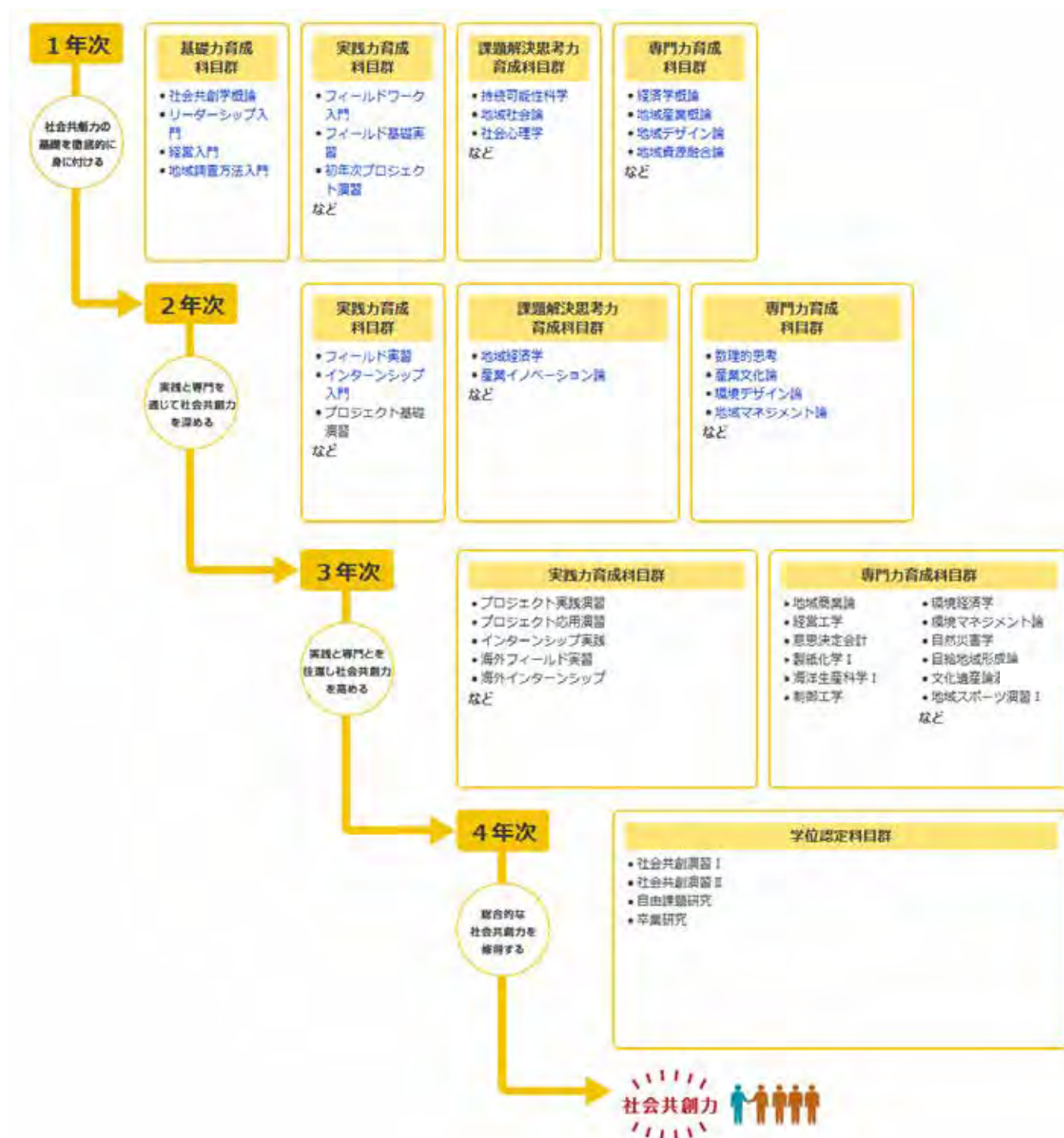
た人材を地域のリーダーとして地域に帰し、地域を活性化させることを目的として学部を設置し、カリキュラムを策定した。

(3) カリキュラム期間

社会共創学部は4年制の学部・学科であり、修士課程・博士課程の設置はない。

(4) カリキュラム構成

社会共創学部カリキュラム（学科・コース別に科目が異なる）



出典) 愛媛大学 WEB サイト (<https://www.cri.ehime-u.ac.jp/education/curriculum/>)

3.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

社会共創学部では、フィールドワークやインターンシップを重視しており、様々な授業を展開している。

講義名	概要
フィールドワーク入門	地域社会の課題解決に向けた調査の在り方を学ぶ。
フィールド基礎実習	「産業」「自然環境」「文化・歴史」「観光・スポーツ」という幅広い領域についてのフィールドワークを行う。
フィールド実習	地域のステークホルダーの方々とのディスカッションやフィールド調査をチームで行う。
プロジェクト基礎演習	社会共創に必要な様々な専門分野を活用しながら、地域のステークホルダーと共に地域の課題・可能性について考える。
プロジェクト実践演習 ／プロジェクト応用演習	地域のステークホルダーと共にプロジェクトを進める実践力を身に付ける。
インターンシップ入門	地域の企業や NPO 法人などを実習先とし、2 日間にわたって、経営者層から従業員まで幅広い就労者にインタビューを行うとともに、職場に入り、ジョブシャドウイングを通して業務を体験する。 ※インターンシップ実践・応用もある。
農山村コミュニティ活動 実践 ／農山村資源管理実践	自然資源や農林水産資源の利用、暮らしや生業に根ざす技と知恵の掘り起こし、近代化の見直しと地域社会の再評価、都市と農山漁村の交流、地域資源を活用した起業について学ぶ。(地域資源マネジメント学科農山漁村マネジメントコースのみ)
農林漁家実習 ／農山漁村団体実習 ／農山漁村法人実習 ／農山漁村自治体実習 ／農山漁村社会学 ／農山村の国際比較	現場対応力を学ぶ。(地域資源マネジメント学科農山漁村マネジメントコースのみ)

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

社会共創学部では、愛媛県内の地域を題材にしながら、より豊かな暮らしを実現していくための学問的授業を各学科別に展開している。

講義名	概要
地域産業概論	地域企業からのゲスト講師を交えながら、地域の産業特性について学ぶ。（産業イノベーション学科のみ）
地域資源融合論	地域資源の新しい活用方法と、複数の資源を融合させた地域事業・イベントの事例、課題解決の手法について学ぶ。（地域資源マネジメント学科のみ）
地域デザイン論	地域のために、地域（の人々）によって、地域の問題を解決し、より豊かな暮らしを実現していく営みを学ぶ。（環境デザイン学科のみ）
地域マネジメント論	愛媛県内外の地域の取り組みを題材に、ディスカッション・グループワークにより農村における地域主体（担い手）の新たな動きを学ぶ。（地域資源マネジメント学科のみ）

(3) 海外マーケティング・市場開拓等の実践的教育

海外事情についての教育の場として、海外フィールド実習等が用意されている。

講義名	概要
海外フィールド実習	夏季および春季休業中に実施される学部の選択科目。本科目は、インドネシア・ネパール等のアジア諸国における1週間から2週間のフィールドワークを中心に、事前の語学研修・文献調査、事後のレポート・プレゼンテーション作成を行う。 
海外インターンシップ	春季休業中に実施される学部の選択科目で、インドネシア・ジャカルタに立地する日系企業での10日間程度のインターンシップを中心に、事前の語学研修・文献調査・企業訪問、事後のレポート・プレゼンテーション作成等を実施する。

SUIJI サービスラーニングプログラム	SUIJI とは ” Six University Initiative Japan Indonesia ” の略称であり、愛媛大学を含む日本とインドネシアの 6 大学共同の国際プログラムである。SUIJI の中心となるプログラムは長期の現地サービスラーニング（奉仕学習）であり、夏季休業中に四国内 7 ヶ所、春季休業中にインドネシア 4 ヶ所で、日本人学生とインドネシア人学生とが共同生活を送り、地域の暮らしの理解や地域住民との交流を通じて、地域課題の発見や解決に取り組むを行う。
----------------------	---

【参考文献】

Y 愛媛大学社会共創学部 WEB サイト <https://www.cri.ehime-u.ac.jp/>

4. 信州大学 全学横断特別教育プログラム ローカル・イノベーター養成コース

学部・学年を跨いだ「地方創新」人材の育成

実施主体	国立大学法人 信州大学
学部学科等	(全学横断特別教育プログラム)
所在地	長野県松本市旭 3-1-1
定員	各年度 20 名以内
期間	1 年次後期～3 年次前期
プログラム設置	2017 年 4 月

4.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

信州大学は、文系・理系をあわせもつ総合大学であり、自治体や地元企業との産学官連携の多さや、市民向けの公開講座・シンポジウムの実績、地域のボランティア等で活躍する学生の活動など、地域貢献においても高く評価されている大学である。一方、県外からの進学者が 7 割以上を占めることや、2 年生以降はキャンパスが長野県内で分散してしまうことなどから、学部横断的な取組や、長野県に対する理解を深める取組を行う必要性が学内で認識されていた。

そこで 2017 年より全学横断特別教育プログラム「ローカル・イノベーター養成コース」を設置した。これは、ローカル（地域）資源を活かし、次世代の消費スタイルを創出するような革新的な取り組みを創出できる人材の育成を、少数精鋭で進めるものである。地方創生を加速するサービス産業（飲食、宿泊、観光業、公共・行政サービス等分野）等の担い手を育成するため、イノベーション・マインドやスキルと同時に、リサーチ・リテラシー、知財・法制知識、プロジェクト・マネジメント能力を育てるためのコースである。

(2) 実施体制

信州大学と、地域の自治体（市町村）、経済団体、県内外の大中小企業、地域コミュニティ、地域の活性化人材等との協働により運営している。

(3) 活用している予算等

平成 29 年度経済産業省「産学連携サービス経営人材育成事業」を活用してコースを開設した。

その他、信州大学では地（知）の拠点整備事業（大学 COC 事業）にて「信州を未来につなぐ、人材育成と課題解決拠点『信州アカデミア』」や、「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業」（COC+）にて「地域ニーズで就業力と地域定着志向と成長力を高めるキャリア教育」の事業が採択されている。

4.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

ローカル・イノベーター養成コースでは、各学部で提供するカリキュラムに追加する形で全学横断特別教育プログラムとして、地域社会の中での実践を通じたプログラムを提供する。

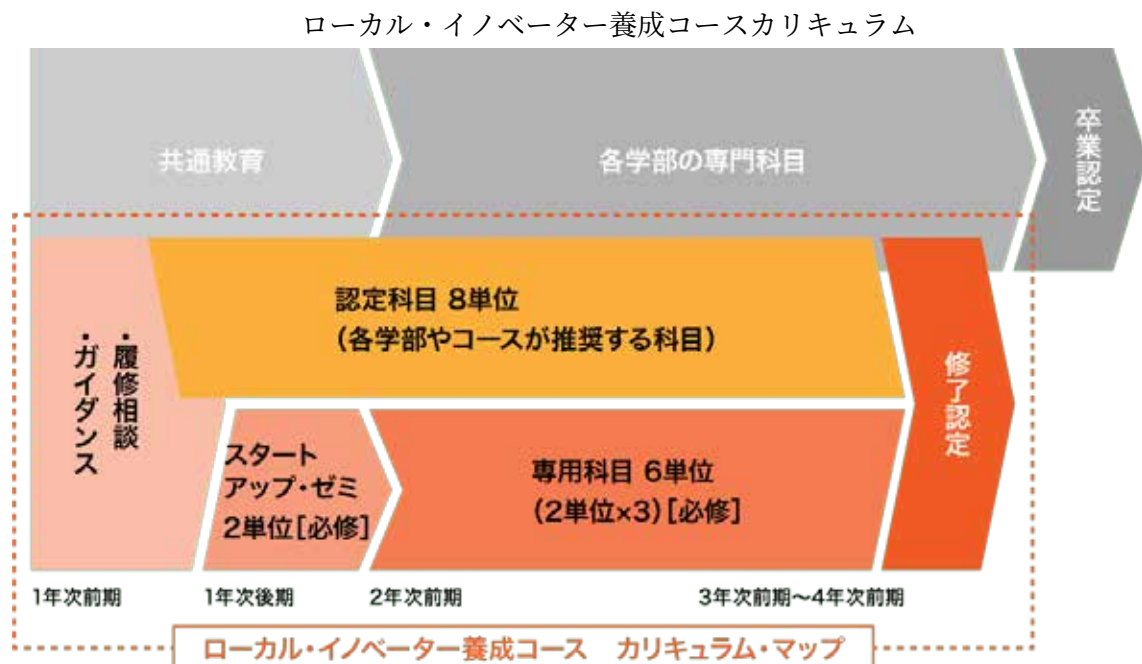
(2) カリキュラム実施背景

地球環境マネジメント，地域社会やグローバル社会の未来を創造するための実践力を持った高度キャリア人材の育成を目的としてコースを設置し、カリキュラムを策定した。

(3) カリキュラム期間

ローカル・イノベーター養成コースは4年制の学部生を対象として、1年次後期から3年次前期までを通じて、全16単位を取得することを要件としている。

(4) カリキュラム構成



出典) 信州大学 WEB サイト (<http://www.shinshu-u.ac.jp/project/lid/howToLearn.html>)

4.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

ローカル・イノベーター養成コースでは、地域の現場における実践的な教育を実施している。

講義名	概要
スタートアップ・ゼミ	地域産業の様々な現場を訪問し、地域の問題の現場を自らの目で確認し、当事者から生の声を聞き、対話やグループワークを通してアクション・リサーチの基本的な流れを体得する。 また、地元の市長や日本を代表するような企業の社長、地域で活躍する方を招聘した講義を行う。 ①地域ブランド実践ゼミ、②課題解決実践ゼミ、③キャリアデザイン実践ゼミが用意されており、ゼミを一つ選択する。

	
イノベーション・リテラシー	夏季休暇中に集中講義形式で、様々な統計データ（RESAS 等）の読み解き方、データ分析や表現（プレゼンテーション）のための基本的なリサーチ・リテラシーを学ぶ。インタビュー調査等の手法を学び質的に深い情報を引き出すトレーニングや、アイデアを創出するワークショップ手法等を実践的に学習する。
リアル・プロジェクト・マネジメント	学生が主体となって、「ローカル・イノベーション・フォーラム（仮称）」の企画・運営を実践する。会場確保から基調講演者の調整、進行台本等の作成、チームメンバーの適切な役割分担や協働のマネジメント等を学生が主体となって実施することにより、プロジェクトマネジメントを OJT 方式で体験する。 
課題解決インターンシップ	地域企業や行政、地域団体等の現場へのインターンシップを実施する。地域や組織が抱える問題の分析から課題の設定を行い、限られた時間や条件の中で人々と協力しながら課題解決の実践に取り組み、地域からの評価を受ける。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

信州大学では、1 年生が所属する全学教育機構による共通教育が用意されており、様々な講義を選択することが可能である。その中でクールジャパン推進に資する学問

的教育としては、以下のような講義があり、これらはローカル・イノベーター養成コースの認定科目となっている。

講義名	概要
地域活性化システム論	地域・社会とのコラボレーション（協働）により、自治体の職員、メディア関係者、農林業従事者、大学の研究者などの課題に取り組む様々な人々に話題を提供してもらうことで、実際に地域・社会で起きているリアル・プロブレム（現実課題）を扱い、アクション・リサーチ（理論と実践の循環による研究手法）の基礎を習得する。
シルシル信知るゼミ	「松本」「長野」「信州」と呼ばれる土地や風土に対する誇りと愛情を認識するため、様々な地域の知的文化資産・施設等と連携し、フィールド学習も含めて実践的に学ぶ。
山国信州の風土とくらし （風土の中の衣食住）	信州大学が立地する「信州」のもつ風土とそこにくらす人々の生活のありようを知ることを通して、信州に暮らす信州大学生自らの生活の充実を目指す。そのために、信州各地の特色を「衣食住」の視点で探る。発展として、この授業で得た知識をもとに、信州各地に出かけ、信州のもつすばらしい風土性を体感できるようになることを目指す。
信州農学概論	信州の農業、林業、畜産業、醸造業について、代表的・具体的な事例を中心に解説する。また、伝統的な農林業や食文化、ならびに食品製造の分野、さらに信州の自然環境や災害についても学習する。
ものづくり入門ゼミ	盆地ごとに独自の産業形成の歴史がある長野県の特徴を踏まえ、展示会見学や工場見学等の体験や、ものづくり方法に関する調査を行い、ものづくりを通じた企業の社会的使命を理解する。

(3) 法制度等に関する教育

全学教育機構では、以下のように行政に関する講義や法務に関する講義などが行われており、これらはローカル・イノベーター養成コースの認定科目となっている。

講義名	概要
行政実務	国・自治体の機関で行政に携わる幹部・中堅職員をゲスト講師として招き、各機関の業務の概要やそれぞれの抱える行政上の課題についての講義を行う。
現代法務	現代社会を支える法制度やその運用について、実際に実務に携わっている複数名の実務家が各法分野ごとに講義をする。

【参考文献】

- Y 信州大学ローカル・イノベーター養成コース WEB サイト
<http://www.shinshu-u.ac.jp/project/lid/index.html>
- Y 経済産業省産学連携サービス経営人材育成事業 WEB サイト
<https://www.service-jinzai.go.jp/>
- Y ローカル・イノベーター養成コース パンフレット

5. 新潟薬科大学 生命産業創造学科

地域活性化に資する商品開発を学ぶ

実施主体	学校法人 新潟科学技術学園
学部学科等	応用生命科学部 生命産業創造学科
所在地	新潟市秋葉区東島 265 番地 1
定員	60 名／年（平成 30 年度）
期間	4 年制
学科設置	2015 年 4 月

5.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

新潟薬科大学は、薬学部、応用生命科学部を持つ大学であり、生命産業創造学科は 2015 年 4 月に応用生命科学部に設置された。生命産業創造学科では、社会や食品・環境ビジネスの場で通用する能力を身に付け、生命産業という観点から地域・国家の食・環境に関する諸問題を「事業の視点で解決する」人材を育成することを目指している。

(2) 実施体制

学科で実施するフィールドワークや授業では、地元商店街や企業の経営者、農家等との連携体制を構築している。

5.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

生命産業創造学科では、教育目標として、「食品、農環境等の生命産業に関する技術や素材の基礎知識を修得しながら、主として農学分野における経済学及び経営学を駆使することで、企画、開発、経営に優れた専門人材を育成する」こととしている。また、大学で教育する 2 大分野として、「社会・ビジネスの場で通用する能力」（①実践知、②洞察力、③共有力、④学習力、⑤表現力、⑥共感力）と、「生命産業分野で通用する能力」（①業界応用知、②業界基礎知）を掲げている。

(2) カリキュラム実施背景

新潟薬科大学は、薬学部や応用生命科学部など理系学部中心の大学であったが、国や新潟県が進める農業の6次産業化や、新潟市が「食産業 NO1 都市」を目指す「ニューフードバレープロジェクト」に対応した、フードデザインの普及・実践、ブランド構築、農商工連携と6次産業化の推進、環境に配慮した循環型社会を目指す食品リサイクルの推進などを担う「企画・開発・経営」の専門人材（プロデューサー）が必要とされていることを背景に、本カリキュラムを作成・実施している。

(3) カリキュラム期間

生命産業創造学科は4年制の学科であり、修士課程・博士課程の設置はない。

(4) カリキュラム構成

カリキュラム構成は以下のとおり。

学科	1年	2年	3年	4年
教養科目	英語I・II 1年次セミナー スタートアップセミナー 健康管理	英語III・IV	英語V・VI	
必修科目	基礎科学実験I・II 地域活性化システム論 学習論 ITリテラシー基礎・応用 地域活性化フィールドワークI コンビニエンスストア論 自然共生論 生命産業に関わる情報システム学	食品管理論 歴史・風土から見た食環境 中食・外食論 食品科学概論 ブランド構築論 産業経営管理論 生命産業のビジネス論 生命産業経済学 情報収集論 食品開発論 生命産業に関わる法学 環境科学概論	社会調査論 論理的思考論 産業プロデュース論 レギュラトリーサイエンス 産業マーケティング論 地域活性化フィールドワークII	卒業研究
教養科目	化学 生物学 確率と統計 歴史学 生命倫理 スポーツ 科学技術論 法学 キャリア形成実践演習	中国語I・II 韓国語I・II 職業とキャリア形成I キャリア形成実践演習	職業とキャリア形成II キャリア形成実践演習	
選択科目	コミュニケーション論 1次産業論	食文化論 2次産業論 3次産業論 6次産業化論 プレゼンテーション論 環境汚染論 生命産業情報論	低炭素論 食品製造論 環境技術論 産業プロジェクト管理論 生命産業デザイン論 情報共有論 生命産業に関わるコンサルティング論 知的財産論 リサイクル論 食品香粧学 スマートシティ論 健康食品論	
専門科目				

出典)新潟薬科大学 WEB サイト (<http://www.nupals.ac.jp/faculty/applied/cr-curriculum/>)

5.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

生命産業創造学科では、地域の企業や農家、デザイナーなどと連携したプログラムを実施している。また、課外活動としても地域活性化、学生の学び、企業との連携などを目的として、地元のコメを使った甘酒作りから、東京の百貨店における販売までを行う活動を実施している。

講義名	概要
地域活性化フィールドワークⅠ	地元の商店街など、地域産業の活性化について学生が主体的に考え、商店の活性化の活動に移し、行動の中から学ぶことを目的としたフィールドワークを行う。学生がグループを構成し、各グループが地元の商店街や企業などを定期的に訪問し、ホームページ制作や広報活動の提案などについて経営者と共に検討する実践的な講義を行う。 
地域活性化システム論	本講義では食・農・環境などに関連したテーマを用いて地域活性化の取組を中心に解説する。地域活性化ビジネスゲームや農村におけるフィールドワークを実施する。また、映画、音楽、デザイン、美術、伝統芸能、観光、移住等幅広い切り口での地域活性化を学ぶ。 
1次産業論	1次産業の業界構造、現在の課題、産業従事者の特徴、政策による支援、課題解決の方向性など、業界の最新の状況について

	て講義する。また2回にわたり農場を訪問し、経営者の抱える課題や今後の展望について理解する。
--	---

課外活動（甘酒製造～東京都内百貨店における販売）の様子



出典）新潟薬科大学提供

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
2次産業論	新潟県の地場産業を支える製造業（ものづくり）について、その産業の生い立ちから現在までの変遷の歴史、困難な時期の社会背景を説明し、新潟県を代表する製造業の基本的な産業構造を講義する。
3次産業論	日本のサービス産業の競争力と業界を盛り上げている取組みや仕組みを実践に即して講義する。
6次産業化論	世界的な競争や人口減少による農業の転換の時代を迎えた農業生産の付加価値化の視点から、また多様化する消費者ニーズ、中食・外食やコンビニなど急激に変化する食品市場の変化の視点から、農業県であり食品産業の盛んな新潟県の強みを活かした農業の6次産業の展望と構想について講義する。
生命産業デザイン論	同じ商品でも、デザインの違いにより販売状況が異なる現状を示し、デザインの必要性和効果的なデザインについて学び、市場においてデザインの力を積極的に活用するプロデュース力を身につける方法を解説する。特に、デザイナーと連携して商品特性に向けたデザインを提案する能力を身につける学習を行う。
ブランド構築論	現代のブランドは「主観的な体験の豊かさ」を共有する代名

	詞になっている。グローバル化であらゆるものがコモディティ化する中、「体験をデザインする」ことが現代的なブランド構築であることを指導する。 またブランド構築は、複数のケーススタディを用いて論証していくが、それら事例は新潟県内に限る。それによって最新のブランドづくりは自分たちの住む地域の中小企業でも可能であるという事実を説明する。
--	--

(3) 法制度等に関する教育

根幹となっている食品産業等についての法制度に関する教育機会を用意しており、この中で輸出に必要な知識についての教育も行っている。

講義名	概要
生命産業に関わる法学	食品産業やバイオ関連産業、環境関連産業などに関連する法律、規制、指針などについて説明する。輸出に必要な外国の法律や国際的な規格についても講義する。

(4) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

食文化論の中で、和食、和菓子、新潟の食、発酵と醸造などについて学ぶ。また、日本と韓国、中国の食文化の比較や、アセアン、アメリカ、フランスなどの食文化についても学ぶ授業を展開している。

講義名	概要
食文化論	海外の方々にも和食文化の素晴らしさを語れる人材となる。更には、新潟の食文化についても語れる人材となる。

【参考文献】

- Y 新潟薬科大学生命産業創造学科 WEB サイト
<http://www.nupals.ac.jp/faculty/applied/cr-curriculum/>

6. 近畿大学・JTB 総合研究所

観光地経営を担う日本版 DMO の人材育成プログラム事業

実施主体	①学校法人 近畿大学 ②株式会社 JTB 総合研究所
学部学科等	①経営学部 商学科（高橋 一夫教授）
所在地	①大阪府東大阪市小若江 3-4-1 ②東京都港区芝 3 丁目 2 3-1 階, 12 セレスティン芝三井ビルディング
定員	120 名（予定であるため変化する可能性もある）
期間	—
事業開始年度	観光地経営を担う日本版 DMO の人材育成プログラム事業（平成 28 年度～）

6.1. 学校・学科概要

(1) サービス経営人材育成事業の概要（経済産業省）

大学等（短期大学、専門職大学院、大学院を含む）が、サービス産業界（主にサービス事業者）と連携し、サービス産業の次代の経営者やマネジメント人材（以下「サービス経営人材」という。）を目指す学生や社会人を対象とした実践的かつ専門性を有する教育プログラム（サービス経営人材育成プログラム）の開発、及び・実証を行う取組への支援を行う。

本事業で開発された教育プログラムが大学等の教育課程に反映され、サービス経営人材を目指す学生や社会人がこれを学び、実践的かつ専門的な知識・能力を修得することで、サービス産業における新たなイノベーションを創出しうるサービス産業のマネジメントに特化したサービス経営人材の育成を目指す。

(2) 開発する教育プログラムの概要（観光地経営を担う日本版 DMO の人材育成プログラム事業）

欧米では、行政と民間事業者が観光振興を目的として地域ぐるみの活動をおこなう DMO を組成し、デスティネーション・マーケティングを実践している。日本でも創生総合戦略に示された日本版 DMO の構築を進める動きが拡がりつつあるが、これらを担う観光地経営の専門人材を育成する。

具体的には、DMO の経営・中核人材育成を想定し、社会人向けに 20 科目（28 年度 12、29 年度 8 科目）を開発し、1 科目あたり 15 コマの教育を行うプログラムを開発する。マーケティング、経営管理の理論、調査手法スキル、観光地域ケース演習などを通じ、理論を超える実践優位、状況を切り開く闊達な精神を学ぶ。

(3) コンソーシアム・実施体制

DMO、DMO を組成した自治体、観光企業 14 社とコンソーシアムを組成する。JTB 総研をコーディネータとし、せとうち DMO、東大阪 DMO、田辺市熊野 DMO など各地の DMO の実践をプログラムに活かす。

(4) 活用している予算等

平成 29 年度経済産業省「産学連携サービス経営人材育成事業」（プログラム開発の強化・効率化、サービス経営人材育成に関する横展開及び効果検証等調査業務）である。

6.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

（再掲）欧米では、行政と民間事業者が観光振興を目的として地域ぐるみの活動をおこなう DMO を組成し、デスティネーション・マーケティングを実践している。日本でも創生総合戦略に示された日本版 DMO の構築を進める動きが拡がりつつあるが、これらを担う観光地経営の専門人材を育成する。

(2) カリキュラム実施背景

2016 年に近畿大学が経済産業省「産学連携サービス経営人材育成事業」に応募。「観光地経営を担う日本版 DMO の人材育成プログラム事業」が採択されたことがプログラム作成のきっかけである。

2017 年度は、株式会社 JTB 総合研究所をコーディネータとして、演習型（実践型）を中心とした新規 8 科目を開発した。そして、2016 年に開発した 12 科目を含めた合計 20 科目を「DMO に必要な 3 つのマネジメント」として体系化した。

また、複数の地域で当プログラム内容を活用した DMO 中核人材育成研修を実施すると共に、プログラムの普及にむけたモニター講座（東京・大阪）を実施した。

更に、Edtec を活用した遠隔地教育プログラムにむけた協議を開始すると共に、ミネルバ大学へのヒアリングを行った。

(3) カリキュラム期間

社会人コースとして数か月間で実施する予定であるが、対象者の状況によりカスタマイズをして提供することも予定している。

社会人を対象に2年間で実施する予定であるが、対象者の状況により数か月で実施できるようにカスタマイズして提供することも予定している。また、教育とテクノロジーの融合による新しい教育スタイル（EdTec）を展開することも検討しており、これが可能となれば、夜間の講座を設ける可能性もある。

(4) カリキュラム構成

平成28年度は、DMO運営に必要なニーズの高い知識・理論とスキルを中心に12科目(1科目あたり15コマ)のプログラムを開発し、教材としてパワーポイントスライドを約4200枚作成した。パワポのノート欄に解説内容を書き込み、大学教員なら解説できるように汎用性をもたせている。平成29年度には演習系の科目を中心に8科目を開発し、講義から演習までのカリキュラム構成を用意した。

6.3. カリキュラムの特徴

(1) DMO人材の育成

DMOによるマーケティングマネジメントに関する科目

講義名	概要
観光地マーケティング	STP戦略の作成、インバウンドに向けたツーリズム開発、経験価値マーケティング等
地域ブランドのマネジメント	地域ブランディングのプロセス、地域ブランドのコミュニケーションデザイン、地域ブランディングにおけるリポジショニング等
マーケティングリサーチ	マーケティングリサーチの基本、主な分析手法（相関分析、回帰分析、因子分析、クラスター分析）、調査票の作成、RESAS（地域経済分析システム）等
デザインシンキング	市場を創る思考法、観光地におけるデザイン思考、地方創生におけるデザイン思考等
デジタルマーケティング	マーケティングを実施するディレクターとして、専門担当者に対して指示を出す為に必要となるデジタルマーケティングの知識を習得する。

プロモーション・マネジメント持論	マネジメントの立場で必要となるプロモーションの実務的な知識やスキルを身につける。観光プロモーション戦略の立案方法を理解する。
国際観光事業持論	グローバル市場と観光産業の経営、日本の宿泊施設において、訪日外国人旅行者への対応に必要な要素は何かを理解する。新たな宿泊業態（民泊や農家民宿）のインバウンド活用について考える。
DMS 演習	実務としての DMS を理解するとともに、DMO 内での導入～活用方法を習得する。

DMO の組織マネジメントに関する科目

講義名	概要
マネジメントとリーダーシップ①	仕事の効率を高めるモチベーション、組織の目標へ導くリーダーの資質と行動、DMO の人的資源管理プロセス、人材育成とコーチング等
マネジメントとリーダーシップ②	DMO の組織運営上の課題と組織デザイン、知識マネジメントと組織学習、DMO のガバナンス、組織のリスクマネジメントと内部統制等
財務(もうかる DMO とは)	損益計算書、貸借対照表、キャッシュフロー表、財務分析等
サービスマネジメント	観光産業と観光事業、サービス提供者と顧客の接点、需要と供給と収益のマネジメント等
DMO マネージャー実務演習	「欧米先進 DMO」や「国内先進 DMO」のマネージャー、ディレクターが行っている仕事の事例を示し、多岐にわたる現場でのプロデュース業務内容や、業務を進めていく上でのポイントを学び、「自地域に置き換えて整理・体系化」する。

DMO エリアマネジメントに関する科目

講義名	概要
観光事業とまちづくり	観光産業と観光事業、観光まちづくりを進めるための財源 ①入浴税の超過税 ②宿泊税 ③負担金（TID、BID）④自主事業 ⑤補助金・助成金、BID と隣接の事例、都市計画 景観、規制と関連法律等
市場のマーケティングマネジメント	観光地マーケティングのマネジメント特性、観光地マーケティングのプロセス等

地域の合意形成とコラボレーション	利害関係者管理、合意形成のためのスキル、プレゼンテーション、コミュニケーション等
フィールドワーク	観光資源となり得る「地域資源」の発掘方法、地域の観光の現状、観光客のニーズや評価、地域に対する住民の認識を対象とした調査方法等
観光地理学持論	観光開発・観光振興に伴う負の課題に向き合う、地域に対するまなざしの変化、地域的差異の理解等
観光地域ケース演習	ケーススタディとする地域のフィールドワークを通じて、観光地域における問題点を捉える能力を養う。
観光プロジェクト演習	具体的に地域を設定し、観光資源・コンテンツの抽出、観光コンセプトの開発、課題発見と解決、KPI の設定などを演習する。

プログラムの普及にむけたモニター講座の実施

講義名	概要
DMO マネジメント人材育成モニター講座のご案内（東京会場・大阪会場）	1 日目：第一部基調講座と意見交換 「DMO 観光地経営のイノベーション ～成功する DMO の組織マネジメント・財源・人材～」 講師 近畿大学経営学部教授 高橋一夫 2 日目：第二部 DMO 人材育成プログラムの一例紹介 「地域が稼げるデジタル&WEB マーケティング講座」 講師 近畿大学経営学部講師 名瀬浩史

【参考文献】

- Y 経済産業省「サービス経営人材育成事業」WEB サイト
<https://www.service-jinzai.go.jp/univ16.html>
- Y 近畿大学 WEB サイト
<http://research.kindai.ac.jp/profile/ja.ed36fdc3ae95c0ff.html>
- Y 観光地経営を担う日本版 DMO の人材育成プログラム事業

7. 金沢大学 人間社会学域地域創造学類 観光学・文化継承コース

インバウンド観光ビジネス創出人材の育成

実施主体	国立大学法人 金沢大学
学部学科等	人間社会学域地域創造学類 観光学・文化継承コース
所在地	石川県金沢市角間町
定員	地域創造学類 4 コース計 90 名／年（平成 30 年度）
期間	4 年制
コース設置	2018 年 4 月

7.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

金沢大学は、文系・理系・医薬系をあわせもつ総合大学であり、地域創造学類は 2008 年 4 月にそれぞれの地域が持つ多様性を活かしながら地域が直面する課題に実践的に対応できる地域づくりのリーダーを育成することを目的に設置された。地域創造学類には、福祉マネジメントコース、環境共生コース、地域プランニングコース、健康スポーツコースが設置されていたが、2018 年 4 月からは健康スポーツコースの学生募集が停止され、新たに「観光学・文化継承コース」が設置されることとなった。

(2) 実施体制

金沢大学、石川県、金沢市、アウル株式会社、こみんぐるプロジェクト、ISICO・石川県産業創出機構、ILAC・いしかわ就職・定住総合サポートセンター、イフガオ GIAHS（世界農業遺産）支援協議会、能登キャンパス構想推進協議会、NPO 法人角間里山みらい、金沢市観光協会、株式会社金沢商業活性化センターなどが協力し、カリキュラムを開発した。

(3) 活用している予算等

平成 29 年度に、経済産業省「産学連携サービス経営人材育成事業」を活用した。

7.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

観光学・文化継承コースでは学士課程の学生を対象に、地域の文化資源を深く理解するとともに、海外ニーズの把握や ICT を活用したサービスの提供など、地域性と国際感覚を習得できる新しいインバウンド創造の教育カリキュラムにより、観光分野の専門人材を養成することを目的としている。特に、金沢大学として 2014 年度から取り組んでいるスーパーグローバル大学の資源を活かし、インバウンド促進に向けた海外連携も含め、産学官連携のインバウンド推進の観光ガイド・インターンシップ教育を行うことを予定している。

(2) カリキュラム実施背景

社会的に地域づくりに果たす観光の役割が重要視されるようになってきている中で、特に日本有数の観光名所である金沢という地域性を活かして、持続可能な観光を構想できる人材育成が必要となったためコースを設置し、地域の関係者と共にカリキュラムを開発した。

(3) カリキュラム期間

観光学・文化継承コースは 4 年制の学部・学科に設置されたコースである。修士博士前期課程の地域創造学専攻、博士後期課程の人間社会環境学専攻への連続性を持っている。

(4) カリキュラム構成

観光学・文化継承コースでは「地域文化論」や「地域経営論」、「コミュニティ・デザイン論」の 3 つの専門領域における体系的な科目とともに、観光に関連する幅広い領域にわたる講義・演習・実習科目を用意している。さらに実践的に観光の現場を学ぶため、文化や伝統、観光資源が豊富な金沢など周辺地域でのフィールドワークを重ね、理論と実践をバランスよく学べるカリキュラムを構成している。

地域創造学類カリキュラム

地域創造学類カリキュラムツリー(平成29年度入学者用)

	専攻OS科目	専攻OS共通科目	専攻共通科目	福祉マネジメントについて学ぶ 為の科目	環境共生について学ぶ為の科目	地域プランニングについて学ぶ 為の科目	健康スポーツについて学ぶ 為の科目	演習科目・論文 指導	実習・インターンシップ科目	地域推進プログラム (履修科目別)
4年後期				社会福祉総論Ⅰ、Ⅱ 社会福祉論Ⅰ、Ⅱ 地域福祉論Ⅰ、Ⅱ 高齢者福祉論 介護福祉論 障害者福祉論 児童福祉論 公的扶助論 福祉社会学Ⅰ・Ⅱ 公共社会学Ⅰ・Ⅱ 福祉国家論Ⅰ・Ⅱ 社会政策論Ⅰ～Ⅳ 健康福祉論Ⅰ～Ⅱ 社会福祉施設経営論 労働関係論 医療福祉論 心理福祉論 社会学 社会調査論 社会福祉行政論 福祉計画論 雇用政策論 福利機構と成年後見制度 更生保護論 福祉と法Ⅰ・Ⅱ	自然環境の再生とその動 向Ⅰ・Ⅱ 環境学習・市民活動Ⅰ・Ⅱ 環境行政と関係法令Ⅰ・Ⅱ 自然環境と社会Ⅰ・Ⅱ 資源運用・管理論 環境思想Ⅰ・Ⅱ 農村計画論Ⅰ・Ⅱ 環境と農村Ⅰ・Ⅱ 環境教育論Ⅰ・Ⅱ 環境経済論Ⅰ・Ⅱ 農業経済論Ⅰ・Ⅱ 環境政策論Ⅰ・Ⅱ 農業政策論Ⅰ・Ⅱ 防災・減災と地理学 流通・消費論 地球資源活用論 社会環境論Ⅰ・Ⅱ 環境コミュニケーション論 Ⅰ・Ⅱ	地域学概論Ⅰ・Ⅱ 地域計画論Ⅰ・Ⅱ 住環境論Ⅰ・Ⅱ 地域文化論Ⅰ・Ⅱ 地域地理学Ⅰ・Ⅱ 人口地理学Ⅰ・Ⅱ 都市地理学Ⅰ・Ⅱ 農村地理学Ⅰ・Ⅱ 生活学Ⅰ・Ⅱ 観光論Ⅰ・Ⅱ 地域経済論A、B 地方財政論A、B 都市計画 交通計画 地域学習論Ⅰ・Ⅱ 地域コミュニティ論Ⅰ・Ⅱ 社会調査論 地域情報学Ⅰ・Ⅱ 公共社会学Ⅰ・Ⅱ	健康づくり論Ⅰ・Ⅱ 健康体力論Ⅰ・Ⅱ スポーツと身体システム 論Ⅰ・Ⅱ 健康と食品機能Ⅰ・Ⅱ 生涯スポーツ論Ⅰ・Ⅱ スポーツ指導論Ⅰ・Ⅱ 健康教育学Ⅰ・Ⅱ 健康スポーツデータ解析 Ⅰ・Ⅱ スポーツ生理学Ⅰ・Ⅱ 健康栄養学Ⅰ・Ⅱ スポーツ社会学Ⅰ・Ⅱ スポーツ経営学Ⅰ・Ⅱ スポーツ心理学Ⅰ・Ⅱ 体力トレーニング論Ⅰ・Ⅱ 運動処方論Ⅰ・Ⅱ 運動学概論 学校保健Ⅰ・Ⅱ 衛生学及び公衆衛生学 Ⅰ・Ⅱ ヘルス・エクササイズⅠ・ Ⅱ スポーツ・ゲームズⅠ・Ⅱ	卒業研究 卒業実習	社会福祉情報技術実習実習 「社会福祉士国家試験受験 実習」 環境共生基礎実習 環境共生応用実習 まちづくりインターンシップ マヒ人理学実習A～D 人文地理学調査実習Ⅰ～Ⅳ 地域社会調査実習Ⅰ・Ⅱ 地域分科実習Ⅰ・Ⅱ 健康スポーツインターンシップ 健康教育学実習 スポーツ生涯実習 健康栄養学実習 スポーツ社会学実習 スポーツ経営学実習	
4年前期										
3年後期										
3年前期										
2年後期										
2年前期										
1年後期	現代日本の文化と社会									地域課題セミナー 地域発見エクスカー ション キャリア形成セミナー
1年前期	大学・学問論 ジェンダーと教育 文化概説Ⅰ・Ⅱ 異文化理解Ⅰ・Ⅱ 文学概説Ⅰ・Ⅱ 世界遺産学 法政基礎論A・B イメージの比較文化学 アンケート調査 データで考える日本の観光 データで考える日本の自治 体経営 防災とリスクマネジメント 多変量データ データで考える日本の経済 データで考える日本の未来 データで考える日本の産業		福祉マネジメント論Ⅰ・Ⅱ 環境共生論Ⅰ・Ⅱ 地域プランニング論Ⅰ・ Ⅱ 健康スポーツ論Ⅰ・Ⅱ 地域社会学 生涯学習論							
1年前期	金融リテラシー アンケート調査 データで考える日本の観光 データで考える日本の自治 体経営 防災とリスクマネジメント 多変量データ データで考える日本の人口		地域創造体験実習A～C 地域創造学Ⅰ・Ⅱ 入魂論						初学費ゼミⅠ 部 (レポートの書 き方含む)	

出典) 金沢大学 WEB サイト (<https://www.kanazawa-u.ac.jp/education/educational/policy/maptree/chisou>)

7.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

観光学・文化継承コースでは、金沢の地域資源を生かしたフィールドワークを重視しており、以下の授業を用意している。

講義名	概要
観光インターンシップ	基礎知識を修得する事前学習を行い、夏休みの約 2 週間、観光産業や自治体等の現場に入り、フィールドワークを行う。活動の成果報告を行い、社会への理解を深めるとともに、キャリアへの意識向上を目指す。
地域創造体験実習 A～C	地域における生活・文化・生業や地域づくり、地域支援活動などを直接に観察・体験することによって、地域に生活する人間、社会、環境と地域創造について理解するとともに、地域に対する関心と意欲、態度、展望を醸成する。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

観光学・文化継承コースでは、観光や文化への理解を深めるための学問的授業を展開している。

講義名	概要
地域文化論	地域文化のあり方について国内外の地域を事例に文化人類学の手法で探る。社会や制度、慣習、生業、宗教信仰など地域文化の構成を学び、地域文化の果たす役割を考える。
コミュニティ・デザイン論	自然や文化と社会の両方を共に考え、観光に関わる都市の問題を解決するための理念や手法を学ぶ。その場所を利用する住民と、そこを訪れる観光客と共に空間を作る考えを学ぶ。
地域経営論	地方の衰退や都市再生などの地域の課題解決に向けて、多様な担い手の協働や共生社会の創造と地域特性に合わせた地域政策を考え、観光によって結びつく地域全体の経営を学ぶ。
地域創造学Ⅰ・Ⅱ	誰もが生き生きと安心して暮らせる社会をつくるために、地域の資源と特徴を生かし、質の高い個性ある地域づくりについての事例を学ぶ。

地域プランニング論 I・II	地域計画、プランニング、人口動態、都市、農村、地方財政、地域経済、歴史文化資源、人材育成、IT 技術などへの理解を行う。
地域社会学	地域コミュニティの実態について、近代から現代にいたる内外の地域社会学理論から学習することをおして、自分自身の身近な問題として考え、地域コミュニティに生きる生活主体としての視点を養う。

【参考文献】

- Y 金沢大学人間社会学域地域創造学類 観光学・文化継承コース WEB サイト
<http://chisou.w3.kanazawa-u.ac.jp/course/tourism/index.html>
- Y 金沢大学教育情報 WEB サイト <https://www.kanazawa-u.ac.jp/education/>
- Y 経済産業省産学連携サービス経営人材育成事業 WEB サイト
<https://www.service-jinzai.go.jp/>

8. 北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻

広報、コミュニケーション、観光を融合させた人材育成

実施主体	国立大学法人北海道大学大学院
学部学科等	国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻
所在地	北海道札幌市北区北 17 条西 8 丁目
定員	修士課程 15 名、博士後期課程 3 名
期間	修士課程 2 年、博士後期課程 3 年
学部設置	2007 年

8.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

国際広報メディア・観光学院は、2007 年度に設置された人文社会科学系の比較的新しい大学院で、国際広報メディア専攻と観光創造専攻という二つの専攻から構成されている。これまで現代社会において私たちが直面しているアクチュアルな問題に対して、広報とジャーナリズム、メディアと文化、言語とコミュニケーションそしてツーリズムという複数の異なる観点を有機的に接合させ、領域横断的な教育研究を実践してきた。

(2) 実施体制

本専攻では、観光学高等研究センターとメディア・コミュニケーション研究院所属の専門スタッフが教育および研究を行っている。指導教員 1 名だけでなく、副指導教員を配し、専攻全体による「複数教員指導体制」をとっている点に特色がある。

研究組織・教育組織体制



出典) 国立大学法人北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 WEB サイト
(https://www.imc.hokudai.ac.jp/exam/docs/2017IMCTS_Panf_jp.pdf)

本学院では、学内の研究組織及び学外の機関・組織が、国際広報メディア専攻と観光創造専攻の教育を支援する体制をとっている。多彩な専門領域からの専門家が学生の研究を総合的にサポートしている。

多彩な専門領域を持つ専門家によるサポート体制



出典) 国立大学法人北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 WEB サイト
(https://www.imc.hokudai.ac.jp/exam/docs/2017IMCTS_Panf_jp.pdf)

8.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

観光創造専攻では、地域社会等で観光創造分野をリードできる幅広い専門的能力を有する高度な専門的人材、並びに観光に関わる広範な領域において次代を担う教育・研究を遂行できる優れた研究者、これら二者の養成を教育の理念として掲げている。

高度な専門的人材の養成に当たって、以下の3つの能力の育成に重点を置いている。①地域の自然・文化資源等に関わる価値を創出する「価値共創」にかかわる力、②民産官学の多様な利害関係者の協働関係を構築する「地域協働」にかかわる力、③社会的課題を抱えた海外諸国・地域に観光による地域振興の手法を実践的に応用する「国際貢献」にかかわる力、の3つである。そして、これら3つの能力を基礎として持ちつつ、いずれかの能力において特に秀でた観光創造の専門的人材を育成することを目指している。

また、研究者の養成に当たっては、観光創造の根幹をなす活動や現象を対象として学術的研究を深化させ、新しい観光研究の領域を切り拓くことのできる力の育成に重点を置いている。

(2) カリキュラム実施背景

地域社会では、産業振興・事業創造の欠如、地場産業の衰退化、イノベーションの不足、都市集落機能の衰退化、自然災害の多発、農山漁村の過疎化、地域コミュニティの喪失など行政だけでは課題解決は難しく、地域に住む人々との協働による課題解決が求められているため、文系理系の幅広い専門領域を身に付け、地域に生まれ育った人材を地域のリーダーとして地域に帰し、地域を活性化させることを目的として学部を設置し、カリキュラムを策定した。

(3) カリキュラム期間

国際広報メディア・観光学院は修士課程が2年、博士後期課程が3年である。

(4) カリキュラム構成

観光創造専攻においては、教育理念に基づき、各課程の教育方針に則った教育が行われる。修士課程（博士前期課程）においては、観光創造を通して地域再生に貢献しうる専門的能力を備え、リーダーにふさわしい資質の養成を目指す。また博士後期課程においては、新しい観光研究の領域を開拓でき「美しい日本の再生」や「文化創造国家の実現」に貢献できる高度な研究能力を備えた研究者を養成していく。

修士課程			
段階	1年目 高度専門基礎段階	2年目 高度専門応用段階	
目的	高度の知識をもつ専門的人材への第一段階として、方法的基礎と専門分野の全体像を獲得する	専門分野の実例研究や実習を通して、高度の知識をもつ専門的人材として自立する	
研究指導体制・スケジュール	4月 ● アドバイザーの決定 9月 ● 指導教員の決定 10月 ● 学修計画書の提出 3月 ● 研究経過報告会	4月 ● 修士論文、特定課題研究趣意書の提出、副指導教員の選定 7月 ● プレゼンテーション・スキル研修 夏 ● 修士論文、特定課題研究中間発表会 11月 ● 修士論文、特定課題研究題目の提出 1月 ● 修士論文、特定課題研究報告書の提出 2月 ● 修士論文、特定課題研究報告書の審査	
博士後期課程			
段階	1年目 研究基礎段階	2年目 研究発展段階	3年目 研究自立段階
目的	独創的研究職人への第一段階として、高度な研究の基礎を築く	研究の深化と発展を図るため、研究の有用性を実証的に検証する	独創的研究職人として自立し、研究を完成させる
研究指導体制・スケジュール	4月 (10月) ● 指導教員を決定 ● 研究計画書を提出 3月 (9月) ● 研究経過報告書の提出 ● 公開の研究経過報告会において1年間の研究活動の成果を発表 ● 学生ごとに1名以上の副指導教員を選定 ● 予備論文Ⅰの発表	10月 (4月) ● 指導教員および副指導教員を中心とした適切な指導のもとで博士論文趣意書を作成提出 ● 公開の博士論文趣意書検討会を開催し、研究内容の学術的価値や独創性、研究方法の妥当性等について多角的に検討 12月 (6月) ● 指導教員および副指導教員による趣意書の検討結果を教授会に諮る 3月 (9月) ● 予備論文Ⅱの発表	11月 (6月) ● 博士論文提出 ● 教務委員会により、論文提出資格審査が行われ、博士論文提出のための資格要件が満たされているかを判定 1月 (7月) ● 教授会において博士論文受理について議決 ● 博士論文審査委員を選定し論文審査を開始 2月 (8月) ● 公開口頭試問の開催

出典) 国立大学法人北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 WEB サイト
https://www.imc.hokudai.ac.jp/exam/docs/2017IMCTS_Panf_jp.pdf

8.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

2017年度より株式会社JTB北海道との連携協定に基づき「観光マーケティング戦略論連携分野」が観光創造専攻観光文化論講座に開設した。客員教授2名を中心にJTBグループ企業派遣講師陣による「観光地域活性化戦略論演習」の開講など、観光産業の実務経験に即した実践的な観光マーケティング戦略論に関する教育・研究指導を担う。現場で活躍して



いる実務家との連携は、新たな教育・研究の成果や社会貢献活動の展開に向け、大きな期待を寄せられている。

出典) 国立大学法人北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 WEB サイト
(https://www.imc.hokudai.ac.jp/exam/docs/2017IMCTS_Panf_jp.pdf)

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

観光創造論講座では、文化多様性の時代におけるツーリズムの意味、国際協力と観光、地域文化と観光を3つの柱に、ツーリズムがもつ潜在的文化力・経済力・親和力を顕在化する方法を研究する。また新しい形の観光産業モデルはどうあるべきか、「生活の場」としての地域をツーリズムによっていかに活性化し、いかに持続的で自然な形で産業化するか、田園と都市の協働、地域ブランドの創生を軸に、理論研究と実践活動を行う。

講義名	概要
インバウンド・ツーリズム論演習	外国人旅行者の誘致方策だけに留まらず、地域がインバウンド・ツーリズムを推進することの意義やそれが地域に及ぼす影響などについても議論する。
風景計画論演習	「風景」から「故郷(くに)」づくりへ参加型で地域環境を形成する。地域の魅力を「見える化」し、その価値を人々と共有するための方法について検討する。
地域マネジメント論演習	観光施設運営を学び、地域のニーズに見合った日本版DMOの地域における役割や既存組織との関わりの視点から研究し、地域の特性を生かしたツーリズムの創造と国内外の旅行者に対応できる観光地づくりのメカニズムを構築する。
エコツーリズム論演習、地域創造論演習	日本国内やアフリカを始めとする世界各地のエコツーリズムに関する事例を取り上げ、地域が有する自然環境、歴史、生活文化の持続的な保全と継承、地域の自律的な活性化を図るための観光のあり方について検討する。
観光デザイン論演習、世界遺産マネジメント論演習	世界遺産から身近な文化的資産までを「文化資源」として取り上げ、景観づくりや観光振興の資源として生かす方策を計画論およびマネジメント論として学ぶ(フィールドワークあり)。
観光創造概論	住民が解説しやすい物語＝ストーリーに組み立てられるかを探求すること、そして観光まちづくりの国際協力を研

	究テーマとしている。
コンテンツ・ツーリズム論演習	コンテンツ(特にポピュラーカルチャー)の持つ文化資源・観光資源としての価値・可能性について事例を通して研究する。製作者＝地域＝旅行者がコンテンツを共有することでどのような交流や文化を創出できるのか、コンテンツ・ツーリズムという新たな観光のあり方を考える。
地域マネジメント論演習	観光施設運営を学び、地域のニーズに見合った日本版DMOの地域における役割や既存組織との関わりの視点から研究し、地域の特性を生かしたツーリズムの創造と国内外の旅行者に対応できる観光地づくりのメカニズムを構築する。

(3) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

ツーリズムに対する考え方は各地域間で共通するものと異なるものが存在すると考え、「旅」の社会的・文化的位置づけ、マスツーリズムの問題、「出会い」とコミュニケーション、観光の歴史その他、「旅の文化」の諸相を研究している。

講義名	概要
観光文化概論、観光創造特論、観光文化研究演習	ある場所が個性化されるプロセスの背後にどのような要素があるのかに注目し、社会学・人類学・観光学・宗教学といった諸領域の研究を参照しながら分析する。
メディア・ツーリズム論演習	メディア論と観光論をまたがりながら、空間・場所・移動をめぐるさまざまなまなざしと意識、感情をとらえるための方法を身につける。
観光思想論演習	時間・生命・風景を切り口として旅と人間について思索する。
文化遺産国際協力論演習	考古学、文化人類学、社会学、歴史学、政治学、様々な学問分野においてとり扱われるヘリテージの議論をとらえたうえで、観光とヘリテージの関係に焦点を当て、文献と事例研究から検討する。
観光人類学演習	国内外の文化人類学および社会学の文献を取り上げ、観光研究の動向を把握。そのうえで、観光をめぐる諸現象を分析する際の理論的枠組みを批判的に検討する。
観光社会文化論演習	社会文化論的視点から観光を分析し、再帰的に近代を問い直す。

観光コミュニケーション論演習	情報メディア論、社会心理学、精神分析学等の分野の他者論に関する研究を取り上げて議論する。
観光創造特論/観光文化概論	地域間の移住が生み出す多重的な生活・文化的空間を検討する。

(4) DMO 人材の育成

国際広報メディア・観光学院としての授業はその多くが DMO につながるものとして捉えられるが、ここでは特に関連すると考えられる 3 つの授業を以下に挙げる。

講義名	概要
インバウンド・ツーリズム論演習（※再掲）	外国人旅行者の誘致方策だけに留まらず、地域がインバウンド・ツーリズムを推進することの意義やそれが地域に及ぼす影響などについても議論する。
風景計画論演習（※再掲）	「風景」から「故郷（くに）」づくりへ参加型で地域環境を形成する。地域の魅力を「見える化」し、その価値を人々と共有するための方法について検討する。
地域マネジメント論演習（※再掲）	観光施設運営を学び、地域のニーズに見合った日本版 DMO の地域における役割や既存組織との関わりの視点から研究し、地域の特性を生かしたツーリズムの創造と国内外の旅行者に対応できる観光地づくりのメカニズムを構築する。

また、国際広報メディア・観光学院では、学生向けの授業以外に、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役を担う日本版 DMO で中心となって活躍する人材を育成するプログラムとして、2017 年 6 月より、日本で初めて「デスティネーション・マネージャー」育成のための履修証明プログラムを開講した。（定員 5 名）

社会人を対象とした 1 年間のカリキュラムで、修了者には北海道大学総長名による「履修証明書」が交付される。プログラムは、地域資源の保護・活用、それらを通じた観光振興の方策や関連法制度、観光関連産業の市場構造や事業運営の仕組み、観光政策や観光振興を目的とした官民連携・協働のあり方や資金調達の手法、旅行者の誘致に資する効果的なプロモーション手法等に関する、専門的な理論と実践的な技能を身につけるための講義となっており、北海道大学構内（札幌市）で行われる座学形式の講義だけでなく、国際広報メディア・観光学院および観光学高等研究センターが連携する道内の自治体に出向いてのフィールド型演習も組み込まれている。

デスティネーション・マネージャー育成プログラム 講義名
地域マネジメント論演習
観光創造特論III（観光と地域経営）
観光地域活性化戦略論演習
観光創造概論
観光事業マネジメント実践講習

【参考文献】

- Y 国立大学法人北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 WEB サイト
https://www.imc.hokudai.ac.jp/exam/docs/2017IMCTS_Panf_jp.pdf
- Y 国立大学法人北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院「デスティネーション・マネージャー」育成プログラム WEB サイト
https://www.imc.hokudai.ac.jp/imcts/destination_manager/

9. 京都大学経営管理大学院 観光経営科学コース

観光経営科学MBAプログラム

実施主体	京都大学経営管理大学院 観光経営科学コース
運営	観光 MBA コース開発プロジェクト事務局
所在地	京都市左京区吉田本町 36
定員	定員 5 名程度（特別選抜全体の社会人定員 30 名程度として、その中で調整する）
期間	修業年限 2 年
開講	2018 年

9.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

京都大学経営管理大学院観光経営科学コースは、世界一の観光都市京都において開設される、日本語の講義を中心とした国際的に認証された経営学修士（MBA）プログラムである。

観光の地域と企業の経営や事業の分野で働く方々を対象にして、経営の基本的な考え方を学ぶと共に、観光の地域や事業の経営の仕方について国際的な文理融合の観点から現場主義で学ぶ。日本の観光立国を進める上で、観光の地域と産業を活性化する経営能力を育成する。

(2) 実施体制

京都大学経営管理大学院は、文理融合の専門職大学院である。グローバルで総合的で科学的な視点から、おもてなし、サービス、観光の経営課題を分析する。そして、ホスピタリティ経営分野の実践的なケース分析や調査研究、フィールドワーク、国際交流などを通じて、世界トップレベルでの「ソリューション」導出を志向する。文理融合のスタッフ、観光地経営の世界的な研究動向を研究スタッフが揃った環境である。

観光だけではなく、先端的なサービスビジネスの経営学理論を踏まえて、ビジネスモデルについて「ケースメソッド」でも学べる。観光分野において顧客経験を革新するサービス・イノベーションのあり方を考える。

(3) 活用している予算等

教育プログラムの開発は、国土交通省観光庁より発注された調査事業である日本経済新聞社「産学連携による観光産業の経営人材育成に関する業務」受託事業における平成 28-29 年度の成果に基づいている。

9.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

観光の地域と企業の経営や事業の分野で働く方々を対象にして、経営の基本的な考え方を学ぶと共に、観光の地域や事業の経営の仕方について国際的な文理融合の観点から現場主義で学ぶものである。日本の観光立国を進める上で、観光の地域と産業を活性化する経営能力を育成する。

まずは、経営戦略、組織論、マーケティング、会計学、ファイナンス、統計学や、情報システムなどについての経営の基本知識を身につける。その上で、観光経営学だけではなく、サービスビジネスモデルやおもてなし経営論などのサービスの経営とイノベーションに関わるサービス経営を総合的に学ぶ。

(2) カリキュラム実施背景

京都大学経営管理大学院「観光経営科学MBAプログラム研究開発」チーム（代表：若林直樹教授／前川佳一特定准教授）にて、2016 年度の調査事業を通じて、観光分野におけるMBA教育プログラムの構想案が作成された。

(3) カリキュラム期間

修業年限 2 年（長期履修制度対象としない、他プログラムへの移動は原則不可）

(4) カリキュラム構成

カリキュラムは基礎科目と専門科目、実務科目及びワークショップで構成される。

科目	内容
基礎科目 (※12 単位以上)	・ 必修：経営戦略、組織行動、マーケティング、会計学、統計学のMBA基礎 5 科目 ・ その他：経営管理の他の 5 科目から 1 科目以上選択
専門科目 (※18 単位以上) ※選択必修 5 科目中 3 科目の履修を求める	観光関連科目 ・ 選択必修：デスティネーション・マネジメント概論、Global Tourism & Hospitality Management など ・ 選択：観光と老舗等

	サービス&ホスピタリティプログラム（現・サービス価値創造プログラム）提供科目： ・サービス経営論などの共通科目、おもてなし経営論、ツーリズムファイナンス論等の統合ホスピタリティ経営の科目群、サービス創出方法論等
	経営管理大学院他プログラム専門科目
	他研究科：公共政策大学院：行政システム(公共政策・基礎科目)、公共管理論
実務科目 (8単位以上)	観光関連 ツーリズム産業論、京都観光文化論、デスティネーション・マネジメント実践等
	その他サービス サービスビジネスモデル、サービス新規事業開発、まちづくりとまち経営、グローバル・ロジスティックスと貿易等
ワークショップ (4単位)	下記のうちのいずれか 1 テーマを選んで、卒業研究を行う。 ・観光経営イノベーション研究 (Tourism Innovation) ・観光地域マネジメント研究 (Destination Management)

9.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

講義名	概要
ビジネスコンサルティング実務	ビジネスコンサルティング手法に関する講義を行い、それを踏まえた個人ワーク、グループワークにより、コンサルティング業務を実践し、その理解をすすめる。講義・実習の多くについては、代表的なコンサルティング企業アビームコンサルティング株式会社のその中で企業変革の現場で活躍している戦略コンサルタントが担当する。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
サービス経営論	サービスの本質、マーケティングの特性、サービスのデザイン、生み出す組織作り、イノベーションの仕組みについての基本的なマネジメントの考え方を理解する。
サービスビジネスモデル分析	産業のサービス化とサービス領域の拡大を前提とし、広義のサービスにおける価値創造の方法について理解するためのフレームワークと事例を学生に提供することを目的とする。
Global Tourism and Hospitality Management	Day1: “The Big Picture” The Market: Current and Emerging Consumer Behavior Trends Day2: “The Game Changer” Technology and Information Management: Impact on Global Tourism and Hospitality Management Day3: “Strategic Hospitality Management” Building Sustainable Competitive Advantage: Leadership Challenges and Opportunities

(3) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

講義名	概要
京都観光・文化論	京都観光に関わる各界の有識者を招いて、観光の文化・歴史を考える。
観光と老舗	観光と老舗がともにもつ地域性と伝統性との焦点を合わせ、概観することがこの科目の目的である。

(4) DMO 人材の育成

講義名	概要
デスティネーション・マネジメント論	官民間問わず、より広く観光における集客マーケティング組織の在り方の諸相を探る。

【参考文献】

- Y 京都大学経営管理大学院 観光経営科学コース WEB サイト
<http://www.gsm.kyoto-u.ac.jp/kmba/>
- Y 京都大学経営管理大学院 観光経営科学コース（「観光MBAコース」の概要）
https://www.gsm.kyoto-u.ac.jp/kmba/docs/files/press_1.pdf
- Y 平成 28 年度 観光MBA大学報告書（公開版）
https://www.gsm.kyoto-u.ac.jp/kmba/docs/files/report_1.pdf
- Y 京都大学大学院経営管理教育部（専門職学位課程）経営管理専攻学生募集要項
https://www.gsm.kyoto-u.ac.jp/images/daigakuinkakari/boshuyoukou/30/tokubetsu_kanko3.pdf

10. 中村学園大学 フード・マネジメント学科

地域の食産業と連携したプログラムによる人材育成

実施主体	学校法人中村学園 中村学園大学
学部学科等	栄養科学部 フード・マネジメント学科
所在地	福岡県福岡市城南区別府 5-7-1
定員	100 名／年（平成 30 年度）
期間	4 年制
学科設置	2017 年 4 月

10.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

中村学園大学は、栄養科学部、教育学部、流通科学部を持つ大学であり、フード・マネジメント学科は 2017 年 4 月に栄養科学部に設置された。フード・マネジメント学科では、一般教養や栄養科学の基礎知識とともに、食品を研究・開発・製造する知識、食品科学をビジネスにつなげる知識などを教育し、新たな食産業を創出する「食のスペシャリスト」を育成することを目指している。

(2) 実施体制

高付加価値化が求められる産業の即戦力となる人材を育むために、学科と地元九州の経済をけん引している食関連企業・団体とが共同で教育プログラムを開発し、現役の食のプロによる授業やインターンシップでの実務体験など、実践力を培うカリキュラムを充実させている。

(3) 活用している予算等

平成 27 年度経済産業省「産学連携サービス経営人材育成事業」を活用し、フード・マネジメント学科のカリキュラム開発を行い、学科を開講させた。平成 28～29 年度も同事業を活用し、①国際的なサービス経営人材育成課程となる米国ハワイ大学 KCC とのダブルディグリープログラムを設けたほか、②食産業で活躍する社会人を対象にリカレント教育プログラムの設置・開講を目指している。

10.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

フード・マネジメント学科では、教育目標を、「栄養科学の知識・技術を基盤とし、食品の研究・開発・製造に関する食科学をグローバルな視点から国内外のビジネスへつなげる高度な専門性と実践力を備え、食産業で活躍できる人材を養成」することとしている。

(2) カリキュラム実施背景

中村学園大学は栄養科学部栄養科学科を中心に、長年にわたり日本でも有数の管理栄養士養成校として君臨し、「食の中村」として、多くの管理栄養士や研究者を輩出してきた。昨今の健康志向の高まりや、食産業の高付加価値化を支える即戦力となる人材育成が必要とされていることを背景に、本カリキュラムを作成・実施している。

(3) カリキュラム期間

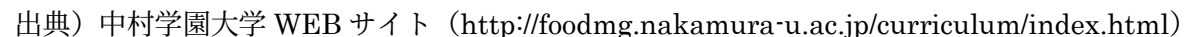
フード・マネジメント学科は4年制の学部・学科である。

(4) カリキュラム構成

カリキュラム構成は以下のとおり。

栄養科学部「フード・マネジメント学科」4年間のカリキュラム

知識を得る、自ら考える、体験するというステップを踏むことで、社会で役立つ実践的な力を身につけます。児童科目は、実際の企業で活躍する専門家が登壇。フィールドワーク科目では、キャンパスを飛び出し、体験を通して学びます。



10.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

フード・マネジメント学科では、食品ビジネス戦略論、6次産業化論などの授業を通じて地域の食分野企業・団体と連携したプログラムを提供することとしている。講義や工場見学、研修などが企業等の協力を得たプログラムとなっているのが特徴である。

講義名	概要
食品ビジネス戦略論	企業のトップマネジメントを招き、食産業の現場における課題とその解決方策、解決の考え方、解決の実践について講義いただくとともに、講義の内容をもとに学生の間で討論を行い、今後の食産業のあり方について幅広い視野から理解を深める。
6次産業化論	農林水産業の6次産業化の理論を学ぶほか、その実践について、地域で6次産業化を担っている行政や企業の担当者を招き、実際の商品開発事例などを交えながら学ぶ。 (平成31年度から開講)
海外食文化研修	海外の食文化について各分野のゲストスピーカーから学ぶ。特に日本と異なる食文化を考察し、対象国・地域の海外展開用の食品開発や海外ビジネスに必要なスキルを学ぶ。 (平成32年度から開講)
食の機能性評価学	機能性食品のエビデンスの収集方法についてケースメソッドで学ぶ。特定保健機能食品(トクホ)や機能性表示食品の開発事例など、実際の開発担当者からその考え方や、ノウハウを学ぶ。 (平成32年度から開講)

(2) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

フード・マネジメント学科では「海外食文化研修」というフィールドワーク科目を設けており、海外の食文化について、日本と異なる食文化を考察し、対象国・地域の食品開発や海外ビジネスに必要なスキルを学ぶ機会を提供する。

また、アジアを含む国際的な食文化に関する講義も充実させており、国内外の文化理解を促進させることとしている。

講義名
海外食文化研修
国際食文化論
和食文化論
アジア食文化事情
国際食文化概論

【参考文献】

- Y 経済産業省「サービス経営人材育成事業」WEB サイト
<https://www.service-jinzai.go.jp/univ16.html>
- Y 中村学園大学フード・マネジメント学科 WEB サイト
http://www.nakamura-u.ac.jp/faculty/uni_foodmg/

11. 宮城大学 食産業学群

実践的な授業によるフードサイエンス人材を育成

実施主体	公立大学法人宮城大学
学部学科等	食産業学群
所在地	宮城県仙台市太白区旗立二丁目2番1号
定員	125名
期間	4年制
学科設置	2017年（※前身の食産業学科は2005年設立）

11.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

宮城大学食産業学部は日本初の食産業全体を考える学部として2005年に設置された。2016年度入学者までは「ファームビジネス学科」、「フードビジネス学科」、「環境システム学科」の3つの学科からなる学部であったが、2017年度、「食資源開発学類」と「フードマネジメント学類」の2つの学類にからなる食産業学類に組織が変更された。

食産業学類では、食材生産からスタートし、加工・流通・外食を経て消費者の口に入るまで、人が生きるために不可欠な「食産業」の全過程について、基礎から専門まで学ぶ。また、作物学、畜産学、栄養学、食品科学のような自然科学系科目と、食料経済論やマーケティング論のような社会科学系科目の両方を学び、文理融合の教育で食産業全般の知識を持ち、地域に貢献する人材を育てている。なお、食資源開発学科ではサイエンステクノロジーによる食資源の開発を重点的に取り組んでおり、地域資源を生かした商品開発はフードマネジメント学類で提供されている。

食産業学類

学類	コース
食資源開発学科	・ 動物生産科学コース ・ 植物生産科学コース
フードマネジメント学類	・ フードビジネスコース ・ フードサイエンスコース

(2) 実施体制

宮城大学では自治体や企業・団体等と連携し、キャンパス内の学びだけではなく、地域でのフィールドワークやアクティブ・ラーニングによる教育を強化している。食産業学群でも酒造りの体験や、企業とのプロジェクトで新商品開発、自治体と連携した地域の特産品活用の取組も行っている。

11.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

宮城大学食産業学群フードマネジメント学類では、安全で安心な食品を安定的に供給できるフードシステムの構築のために必要なサイエンスとビジネスの両面にわたる知識を持ち、複眼的思考により食産業の問題解決に当たる人材を育てることを目的としている。

(2) カリキュラム実施背景

現代の食産業では、少子高齢化の影響で国内での需要は減少し、グローバル化が進行していく中で、国内では高齢者用の食品開発など、マーケットを見据えた高付加価値の農畜水産物や加工食品が求められている。また、流通におけるeビジネスや、グローバルGAPやHACCPなど農業生産管理や食品衛生管理の国際標準化も求められているため、経営管理と食品化学、両方の知識・技術を兼ね備えた食のスペシャリストを目指す教育を提供している。

(3) カリキュラム期間

食産業学群フードマネジメント学類は4年制の学群・学類である。より高度専門的な研究を行うため、食産業研究科（修士課程・博士課程）が設置されている。

(4) カリキュラム構成

宮城大学では「フレッシュマンコア」制度を導入しており、どの学群に所属している学生も1年次は全学群共通の必修科目群を受講する。この全学群共通科目においても、地域資源の発掘や地域の魅力や課題の整理・分析を行うフィールドワークの機会が提供されている。

2年次に進級する際に学類が選択され、食産業学類フードマネジメント学科では食産業をビジネス・サイエンスの両面から理解するための専門基礎科目が提供される。（食品企業経営論、食品化学、食材生産加工実習、食品マーケティング論）

3年次の進級時、食産業学類の学生はフードビジネスコースとフードサイエンスコースのうち、どちらか1つの専門コースを選択し、それぞれ食産業を健全に発展させるビジネスリーダー、食産業にイノベーションを起こす技術者を育成するための専門教育を受ける。フードビジネスコースでは、食料経済論、ローカルフードシステム論、フードシステム産業論、フードシステム調査実習等の食品ビジネスに関する科目を受講する。一方、フードサイエンスコースでは、発酵食品・醸造学、調理科学、食品工学等の食の加工・生産に関する科目を受講する。



出典) 宮城大学 WEB サイト (<http://www.myu.ac.jp/site/myunavi/foodmagm.html>)

11.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

宮城大学ではキャンパス内の学びだけではなく、地域でのフィールドワークやアクティブ・ラーニングによる教育を強化しており、自治体や企業・団体等と連携したプロジェクトを実施している。

プロジェクト名	概要
宮城大学×三陸オーシャン×藤崎「三陸ほや物語」	仙台の百貨店株式会社藤崎、水産加工業の株式会社三陸オーシャンと共同し、食産業学部フードビジネス学科の学生がお歳暮プロジェクトとして商品開発に着手し「三陸ほや物語」を完成させた。 ホヤの消費拡大につなげるため、学生がネーミングや包装デザインを考案し、試食販売会を行った。 
和牛能力共進会	2017年に開催された和牛能力共進会の全国大会で、学生が仙台牛ハンバーグを提供した。商品の企画～提供までを学生が行っている。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

フードビジネスコースでは食産業のビジネスリーダー育成のため食品に関するマーケティングの科目が提供されている。単なる座学での学習だけでなく、地域活性化のため、地域特産品を活用したメニューの検討、及び提供する飲食店のコンセプト検討等、実践的に食に関する総合的なコーディネートを実践的に学んでいる点が特徴である。

講義名	概要
食品マーケティング論	食産業を対象としてマーケティングの主要概念について、講義や具体的な事例に接することで理解を深め、ツールとして利用可能になることを目的とする。 学生による主体的な参加を促すためチームによるプレゼンテーションも実施しながら、食産業におけるマーケティングの現状と課題を認識し、将来への事業展望について考察する。
応用マーケティング論	食品マーケティング論で学んだ基礎的な離村を、脳科学事例（ケース）をベースに理解を深め、応用編として「実際に現場で使える」ことを目的とする。現代のニューロマーケティングにおける現状と課題を理解し、マーケティングの理論を、実際のニューロビジネスの企業事例に応用する。
食品マーケティング演習	マーケティングの基礎を復習の上、学生が商品企画のマーケティングプランを手がける演習形式の科目である。 市場調査からターゲティング、商品名やパッケージデザイン、提供する店舗のコンセプトまでを検討する。地域の現場をフィールドにすることで、実務レベルの方々との交流を通じた学びが体験可能である。 【過去の実施テーマ】 ・飲食店の企画を含めた宮城の伝統野菜の活用方法 ・大学の農園で取れたりんごを活用した商品及び、販売方法
食品企業経営戦略演習	企業の財務表等の資料から企業の強みや課題を発見する演習を行う。取り上げる題材は企業のケースメソッドや、教員が調査・研究の中で収集したオリジナルの事例を取り上げている。

(3) 海外マーケティング・市場開拓等の実践的教育

フードサイエンスコースでは、食品衛生管理の国際標準化に対応するため、HACCPによる衛生管理に必要な技術に関する実習の授業を提供している。

講義名	概要
食品衛生学	食品衛生について講義形式で知識を取得する。日本の HACCP 以外に EU の HACCP、アメリカの HACCP の基準、FSSC（ISO 22000 をベースに、より確実な食品安全管理を実践規格）等を学ぶ。
食品衛生学実験	微生物検査、残留農薬、食品添加物のチェック・分析など食品会社の品質管理部門で行っている品質や安全のチェックを学生実験で実践する授業である HACCP による衛生管理にも対応できる技術的な面のバックアップも行っている。
品質保証システム論演習	グループワークで HACCP の基準を確保するための計画を設計する演習を行う。具体的な加工食品等の加工工程・生産現場の図面からハザードの対応方針を検討する。授業の中では、県内の企業の工場の図面を取り上げることもある。

【参考文献】

Y 宮城大学 WEB サイト <http://www.myu.ac.jp/>

12. 吉備国際大学 農学部地域創成農学科

食と農の発展による地域の活性化を通じて、地域創成に 貢献できる人材を育成

実施主体	吉備国際大学 農学部 地域創成農学科
運営	吉備国際大学
所在地	兵庫県南あわじ市志知佐礼尾 370-1
定員	50 名（入学定員）
期間	4 年制（修業年限）
学科設置	2013 年

12.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

吉備国際大学は、平成 25 年度文部科学省の「地（知）の拠点整備事業（大学 COC 事業）」に採択され、全学的に地域を志向した教育・研究・地域貢献を進める大学として高い評価を得ている。学園文化都市の高梁市、国生み神話のロマンが香り食資源の豊富な南あわじ市、および山陽道の中核都市岡山は、我が国の地方創生の要となる重要な地域である。本学は、これら地域コミュニティの中核的大学として、地域社会が抱える課題解決に積極的に取り組む実学重視の教育研究を実施し、明日の地域社会をリードできる実践力を培った人材の養成に努めている。

(2) 実施体制

地域創成農学科の教員は常勤・非常勤ともに大半が国立大学で長年指導を行ってきた一流の教授陣が揃っている。また、開設して間もないのですべて最新の研究・教育設備を導入している。

淡路島は日本でも有数の農業生産地で、玉ねぎやレタス、白菜など数多くのブランド野菜を保有している。また、温暖な瀬戸内気候のため一年を通じて作物を作り続けられるので、農閑期がない。そんな恵まれた環境の中、フィールド実習や食農コープ実習ではプロの農家から本物の農業技術を学ぶことができる。

12.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

農業生産、加工、経営全般にわたる専門的知識と実用的技術を幅広く身につけ、地域社会や国際社会における農業の現状や課題を的確に捉える能力を養い、食と農の持続的な発展による地域の活性化を通じて、地域創成に貢献できる人材を育成する。

一般的な農学部では、農業生産、食品加工、農業経営などの専門分野ごとに複数の学科に分かれるが、この「地域創成農学科」では、四年間の大学生活の中で、一つの専門分野のみではなく、農作物の生産から食品加工・農業経営まで、農業・食品の一連の流れをすべて学べるカリキュラムとなっている。総合的な知識を身につけた上で、各自の専門とする分野を学習して卒業し、社会で活躍して欲しいという想いが込められているためである。そのために、最初の2年間ですべての分野を一通り学び、3年次以降、その中で最も興味のある分野に配属してより高度な知識・技術を習得する専門教育プログラムを用意している。

農業技術分野 品質の高い農産物の生産や病害対策など農業の軸となる知識・技術を学びます。	食品化学・加工分野 栄養や安全性を踏まえた食品の分析・加工など実践的な知識・技術を学びます。	農業経済・経営分野 食と農に関する経済・経営・政策とその課題解決について総合的に学びます。
---	--	---

地域創成

農業の生産・加工・経営全般にわたる専門的な知識と技術を学んだ上で、広い視点に立って地域創成に寄与していくことのできる力を身につけます。

農業の生産・加工・経営をトータルに学習

全体の視点で考え、高度な専門性を発揮して、地域のために行動できる人になろう！

地域創成農学科では、農産物の生産、加工、流通、消費及び農業経営、農業政策をトータルに学び、それぞれの専門分野に進みます。そして、地域産業全体の調和を図りながら、学んだ専門性を活かして地域の創成に貢献できる実践力を備えた人材を育成します。

淡路島がまるごとキャンパス

豊かな自然と歴史を持つ日本有数の農業生産地で、
"本物"の農学を学び、学生生活をエンジョイしよう！

我が国固有の農業生産地である淡路島で本学部が展開する2年間の「フィールド実習」や「南あわじ農業学（施設見学を含む。）」などの教育プログラムは他大学にない特徴であり、"本物"を学ぶことができます。また、「鳴門のうすしお」などの豊かな自然や「入形浄瑠璃」などの伝統文化に恵まれた淡路島で学生生活をエンジョイしましょう。



出典) 吉備国際大学 農学部 地域創成農学科 WEB サイト
(<http://kiui.jp/pc/gakka/nougaku/index.html#tokuchou>)

(2) カリキュラム期間

吉備国際大学 農学部 地域創成農学科は 4 年制の学群・学類である。

(3) カリキュラム構成

カリキュラム構成は以下のとおり。



出典) 吉備国際大学 農学部 地域創成農学科 WEB サイト
(<http://kiui.jp/pc/gakka/nougaku/index.html#tokuchou>)

12.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

地域創成農学科では、淡路島で行われている農業の実際の姿を学ぶことができるよう、充実したフィールド実習を用意している。

講義名	概要
食農コープ実習、インターンシップ	南あわじ市、南あわじ商工会と連携し、食と農に関する企業や行政部門で、学生が概ね2週間の実習を行う。
フィールド実習	淡路島の特産品である玉ねぎ、レタスや、コメ、白菜などの作物の栽培を1年間行い、農業技術を学ぶ。講師に地元の元農業技術センター職員や、元JA職員を招いて、淡路島の農業を学んでいる。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
地域学概論	地域の諸問題については、南あわじ市の各部局より講師を招き南あわじ市の現状と今後の問題点を教授して貰うとともにグループ討議を行い、積極的に問題解決能力を養う。
地域貢献ボランティア	ボランティアの社会的役割やボランティアの意義、活動時の注意事項等について学んだのち、地域から要請を受けたボランティア活動を10コマ分（20時間以上）行なう。
南あわじの歴史と文化	南あわじの自然や風土、風俗、人間性について理解を深める。
南あわじ農業学	全国有数の農業生産地である南あわじ地域の農業の現状や発展経過、たまねぎやレタスなどの生産技術、また関係機関や関係業者の取り組みや支援体制などを知り、地域全体での産地づくりについて理解する。またこれにより、南あわじ地域の今後の農業生産、流通、加工および農村地域の活性化などについて提言できるようになる。
日本の伝統実技Ⅰ（文）	淡路島の伝統文化である「淡路人形浄瑠璃」と「だんじり唄」を取り上げ、地域伝統文化に対する理解を深め、実際に体験する。

日本の伝統実技Ⅱ（武）	武道の精神を身に付けるとともに、合気道の歴史やその理念を理解する。
-------------	-----------------------------------

(3) 海外マーケティング・市場開拓等の実践的教育

講義名	概要
吉備国際大学から世界へ	地域創成農学科 1 年生を対象に行う授業「吉備国際大学から世界へ」では世界で活躍されている著名な方をお招きして講義を行う。この講義を通じて地域と世界の多様性や共通点を学び、世界を見据えた幅広い視野を身につける。

【参考文献】

- Y 吉備国際大学 農学部 地域創成農学科 WEB サイト
<http://www.gsm.kyoto-u.ac.jp/kmba/>
- Y 平成 29 年度カリキュラム・マップ
<http://kiui.jp/pc/joho/curriculummap/chiikisousei2016.pdf>

13. 佐賀大学 芸術地域デザイン学部

地域資源や地域課題を芸術の力で解決

実施主体	国立大学法人 佐賀大学
学部学科等	芸術地域デザイン学部
所在地	佐賀県佐賀市本庄町 1
定員	110 名／年（平成 30 年度）
期間	4 年制
学部設置	2016 年 4 月

13.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

佐賀大学は文系・理系をあわせもつ総合大学であり、芸術地域デザイン学部は 2016 年 4 月に、芸術を通じた地域創生のための人材の育成を目的として、設置された。芸術地域デザイン学部では、地域社会において「芸術で地域を拓く人材」、国際社会で活躍する「芸術で世界を拓く人材」を育成することを目指している。

芸術地域デザイン学部

コース	専門分野
芸術表現コース	・美術・工芸分野 ・有田セラミック分野
地域デザインコース	・地域コンテンツデザイン分野 ・キュレーション分野 ・フィールドデザイン分野

(2) 実施体制

芸術地域デザイン学部では、佐賀県窯業技術センター、佐賀県立九州陶磁器文化館と連携している。また、県との連携による地域でのワークショップ開催、NPO が主催するアートフェスタでのワークショップ開催・企画展示、JA 伊万里等との連携による長粒米ブランディング等に取り組む。

(3) 活用している予算等

芸術地域デザイン学部では「地（知）の拠点整備事業（大学 COC 事業）」を活用した取組も複数実施している。

13.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

芸術地域デザイン学部では、佐賀大学の歴史と伝統、人的資源・物的資源を結集させ、佐賀県、北部九州地方を主なフィールドとして、地域の課題に向き合い、芸術によって地方・地域創生を果たす人材養成を行う。そのために、芸術の理論・技能のみならず、経済・経営、自然科学、工学などの分野領域の教育も行い、幅広い視野と知見を培うことができるカリキュラムとしている。さらに、全学的な協力体制も構築し、他の学部（教育、経済、医、理工、農）で開講されるさまざまな分野領域の科目を履修することができるシステムとしており、芸術を社会活動、経済活動、そして実際の生活の中で有効的に機能させる手法の習得を狙っている。

(2) カリキュラム実施背景

地域社会では、産業振興・事業創造の欠如、地場産業の衰退化、イノベーションの不足、都市集落機能の衰退化、自然災害の多発、農山漁村の過疎化、地域コミュニティの喪失など行政だけでは課題解決は難しく、地域に住む人々との協働による課題解決が求められているため、文系理系の幅広い専門領域を身に付け、地域に生まれ育った人材を地域のリーダーとして地域に帰し、地域を活性化させることを目的として学部を設置し、カリキュラムを策定した。

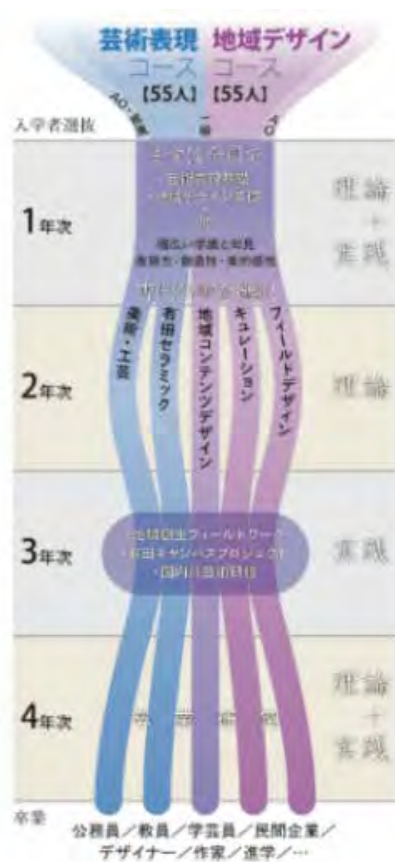
(3) カリキュラム期間

芸術地域デザイン学部は4年制の学部・学科である。修士課程は地域デザイン研究科への連続性を持っている。

(4) カリキュラム構成

カリキュラム構成は以下のとおり。

芸術地域デザイン学部カリキュラム理念



出典) 佐賀大学 WEB サイト

(<http://www.art.saga-u.ac.jp/curriculum/>)

芸術地域デザイン学部地域デザインコースカリキュラム

地域デザインコース

科目群・科目名			開講学年
基礎科目	大学入門科目		1年生
	外国語科目	英語	12年生
	情報/IT科目	情報基礎概論	1年生
	基本教養科目	自然科学と技術の分野	12年生
		文化の分野	12年生
		現代社会の分野	12年生
学部共通科目	インターフェース科目		23年生
	地域デザイン基礎(デザイン)		1年生
	地域デザイン基礎(マネジメント)		1年生
	地域デザイン基礎(フィールドワーク)		1年生
	芸術表現基礎(版画)		1年生
	芸術表現基礎(彫刻)		1年生
	芸術表現基礎(工芸)		1年生
	デザイン発想論		1年生
	デジタル表現基礎		1年生
	職業キャリア論		1年生
	英語論		1年生
	アートマーケティング		1年生
	創的創造論		2年生
	文化経済論		1年生
	アートマネジメント		1年生
	地域再生デザイン学		2年生
	比較オリエンタリズム研究		1年生
	Key Concepts in Art (キーコンセプト・アート)		1年生
	アートと科学		23年生
	芸術文化・地域創生論		2年生
	[国内外地域プロジェクト事例研究]		2年生
	有田キャンパスプロジェクト		3年生
	地域創生フィールドワーク		3年生
	国内外芸術概論		3年生
コース基礎科目	博物館概論		1年生
	ランドスケープ		1年生
	地域再生論		2年生
	ヘルシーゾナマネジメント論		2年生
	地域マネジメント論		3年生
	社会政策		2年生
	コミュニケーション		2年生
	美術史基礎		1年生
	Intercultural Communication and Art : (インターカルチュラル・コミュニケーションとアート)		2年生
	地域情報マネジメント論		2年生
	フィールドデザイン演習Ⅰ		2年生
	エリアスタディ演習Ⅰ		2年生
	経営・政策演習Ⅰ		2年生
	経営・政策演習Ⅱ		2年生
	コンテンツデザインⅠ		2年生
コース科目(地域デザインコース)	複合伝達デザインⅠ		2年生
	映像デザインⅠ		2年生
	情報デザインⅠ		2年生
	キュレーティング基礎		2年生
	博物館概論(博物館学Ⅱ)		2年生
	博物館資料論(博物館学Ⅲ)		2年生
	博物館展示論		2年生
	博物館資料保存論(芸術と倫理を含む)		2年生
	博物館情報・メディア論		2年生
	博物館教育論		2年生
	博物館学外実習		1年生
	博物館学外実習		3年生
	美術史Ⅰ		2年生
	美術史Ⅱ		2年生
	美術史Ⅲ		3年生
	美術史演習		2年生
	工場論		23年生
	キュレーター実務実践演習		2年生
	キュレーティング応用Ⅰ		2年生
	キュレーティング応用Ⅱ		2年生
	アートプロデュース論		2年生
	アートマネジメント特別講義		3年生
	アートプロデュース演習Ⅰ		2年生
	アートプロデュース演習Ⅱ		1年生
	考古学Ⅰ		2年生
	考古学Ⅱ		2年生
	考古学Ⅲ		2年生
	考古学演習Ⅰ(古代以前)		2年生
	考古学演習Ⅱ(中世・近世)		3年生
	考古学演習Ⅲ(現代)		2年生
	考古学演習Ⅳ(野外)		3年生
コース選択科目	コンテンツデザインⅡ		3年生
	コンテンツデザインⅢ		3年生
	映像デザインⅡ		3年生
	映像デザインⅢ		3年生
	情報デザインⅡ		3年生
	情報デザインⅢ		3年生
	デザインプロジェクト演習		2年生
	メディアプレゼンテーション		3年生
	デザイン実践セミナー		3年生
	コミュニケーションデザイン論		23年生
	コミュニケーションデザイン演習		23年生
	地域ブランディング論		23年生
	地域ブランディング演習		23年生
	メディアアート論		23年生
	メディアアート演習		23年生

地域文化研究	地域史論Ⅰ	2年生
	地域史論Ⅱ	2年生
	地域史論Ⅲ	3年生
	アーカイブズ論	2年生
	陶磁史	2年生
	地域史演習	3年生
	古文書解読演習	3年生
	風土と地理学	1年生
	地域調査分析	3年生
	都市空間論Ⅰ	2年生
	都市空間論Ⅱ	3年生
	フィールドワーク実習	2年生
	都市・地域空間史	2年生
	フィールドデザイン演習Ⅱ	3年生
	文化財の保存と活用	2年生
	ヘリテージマネジメント演習	2年生
	地域資源論	3年生
	博物館の政治学	3年生
	エリアスタディーズ演習Ⅱ	3年生
	美術品流通論	2年生
	ミュージアム・マーケティング	3年生
	地域雇用政策論	3年生
	経営・流通演習Ⅱ	3年生
	経営・流通演習Ⅳ	3年生
	Critical Studies in Language and Image Ⅰ(クリティカル・スタディーズ(言語とイメージ)Ⅰ)	2年生
	Critical Studies in Language and Image Ⅱ(クリティカル・スタディーズ(言語とイメージ)Ⅱ)	3年生
	Critical Studies in Language and Image Ⅲ(クリティカル・スタディーズ(言語とイメージ)Ⅲ)	3年生
	Intercultural Communication and Art Ⅱ(インターカルチュラル・コミュニケーションとアートⅡ)	3年生
	Intercultural Communication and Art Ⅲ(インターカルチュラル・コミュニケーションとアートⅢ)	3年生
	Art in Context (アート・イン・コンテクスト)	3年生
総合選修科目	本表のほかに、本学部及び他学部の専門教育科目並びに教養教育科目の基本教養科目並びに学部間共通教育科目の特定プログラム教育科目及び留学生プログラム教育科目並びに本学部の教員免許取得のための科目のうちから履修することができる。	
	卒業研究	4年生

出典) 佐賀大学 WEB サイト (<http://www.art.saga-u.ac.jp/curriculum/>)

13.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

芸術地域デザイン学部では、地域性を活用した授業を展開している。

講義名	概要
地域デザイン基礎 (フィールドワーク)	地域の文化・歴史資源を把握し、潜在的な魅力や見落としがちな特長を探索し、「佐賀の魅力が感じられるまち歩きコースの提案」や「まち歩きマップ」を立案する。 (学部共通科目)
有田キャンパスプロジェクト	有田キャンパスでサイズの大きな作品制作に取り組む。出来上がった作品は有田町内で発表を行う。(学部共通科目) 
地域創生フィールドワーク	学生がチームを組み、地域の地理や文化・芸術資源を継続的に調査し、フィールドワークを行う。地域の協力を得て、地域資源を活かした企画を地域の中に入って展開する。活動を情報発信する手法も学ぶ。本授業を通して、地域創生のために必要な実践的な能力を修得する。(学部共通科目) 
フィールドデザイン演習	(地域デザインコース基礎科目)
エリアスタディー演習	(地域デザインコース基礎科目)
デザインプロジェクト演習	(地域コンテンツデザイン分野選択科目)
メディアプレゼンテーション	(地域コンテンツデザイン分野選択科目)

ヨン	
デザイン実践セミナー	(地域コンテンツデザイン分野選択科目)
地域ブランディング演習	(地域コンテンツデザイン分野選択科目)

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

芸術地域デザイン学部では、佐賀県内の地域を題材にして、芸術・デザインを学ぶための学問的授業を展開している。

講義名	概要
地域デザイン基礎 (デザイン)	(学部共通科目)
地域デザイン基礎 (マネジメント)	(学部共通科目)
地域再生デザイン学	(学部共通科目)
芸術文化・地域創生論	国内外の地域プロジェクト事例研究を行う。(学部共通科目)
地域再生論	(地域デザインコース基礎科目)
地域マネジメント論	(地域デザインコース基礎科目)
社会政策	(地域デザインコース基礎科目)
コミュニティビジネス	(地域デザインコース基礎科目)
コンテンツデザイン Ⅱ・Ⅲ	(地域コンテンツデザイン分野選択科目)
映像デザインⅡ・Ⅲ	(地域コンテンツデザイン分野選択科目)
情報デザインⅡ・Ⅲ	(地域コンテンツデザイン分野選択科目)
コミュニケーションデザイン論	(地域コンテンツデザイン分野選択科目)
地域ブランディング論	(地域コンテンツデザイン分野選択科目)

(3) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

講義名	概要
国内外芸術研修	国内外で、芸術作品を生み出した歴史について学修し、歴史的遺物を生み出した環境に触れ、芸術の歴史や作品についての理解を深める。



【参考文献】

Y 佐賀大学芸術地域デザイン学部 WEB サイト <http://www.art.saga-u.ac.jp/>

14. 九州大学大学院 芸術工学府 デザインストラテジー専攻

国際競争力のあるデザインストラテジー人材育成

実施主体	国立大学法人 九州大学
学部学科等	大学院芸術工学府 デザインストラテジー専攻
所在地	福岡県福岡市南区塩原 4 丁目 9 番 1 号
定員	修士課程 20 名／年（平成 30 年度）
期間	修士課程 2 年
専攻設置	修士課程 2006 年 4 月

14.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

九州大学芸術工学部は、学部から大学院まで、造形や設計と科学・人文系の教育を要素として日本のデザイン学の分野をけん引するとともに、昨年には九州大学未来デザイン学センターを設置し、九州の産・官・学や世界的ネットワークとの連携により、デザイン思考による新たな価値づけを通じたイノベーションの創出やイノベーション人材の育成を目指している。

その中で、九州大学大学院芸術工学府デザインストラテジー専攻は 2006 年 4 月に、大学として長年培ってきた「高次のデザイン教育」の理念を、来るべき社会の要請に適応、発展させていく専攻として設置された。デザインストラテジー専攻では、今後の社会が求める新たな人材像を追求し、デザインに関する専門知識や技能を背景に、各デザイン領域を融合した先導的なプロジェクトを立案し事業計画を策定・実施する能力や、事業の経済性から社会的影響までを配慮し、さらに成果の知的財産化、流通・販売までのデザインビジネス過程を戦略的に推進できる能力をもつ人材を育成することを目指している。

(2) 実施体制

デザインストラテジー専攻では第一線で活躍する現役のデザインプロデューサーと専門性の高い研究者による実践と理論を融合した指導体制を構築するとともに、企業との連携を重視し、共同研究、人材交流を推進している。また、日本産業デザイン振興会をはじめとするデザイン専門団体や、海外のデザイン系大学との連携を積極的に進めている。

さらに九州大学では、学内共同教育研究センターとして未来デザイン学センターを設置し、国際的なデザイン学の研究拠点として、デザイン学と学内外の多様な研究分野、及び、産官民との連携を推進する体制を整えている。

(3) 就職先等

就職実績は極めて良好であり、設計会社、コンサルタント、鉄道会社、地方公共団体、メーカー等、各界で卒業生が活躍している。

14.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・特徴

デザインストラテジー専攻では、「日本社会が国際競争力の基盤を確立し、持続的に経済発展するために、デザイン分野における新しい型の高度専門職業人であるデザインプロデューサー、デザインストラテジストを育成するための教育を行う」としている。特に、修士課程においては、社会人の基本的な資質に加え、高度デザイン能力として、事物のデザインコンセプトを決める構想力・個別課題対応能力を持ちながら、その企画、生産、知的財産化、流通、販売までのデザインビジネス過程を推進・支援する能力(デザインストラテジー実践能力)を有する人材を育成することを狙いとしている。

カリキュラムは、「デザインビジネス講座」「ストラテジックアーキテクト講座」「ストラテジックエクスペリエンス講座」の3講座で構成している。

(2) カリキュラム実施背景

経済産業省の「次世代デザイン人材育成に関するビジョン策定」に関して、日本産業デザイン振興会が平成16年にまとめた資料には、10年後のデザイン市場規模の飛躍的な拡大と、デザイナーの不足が指摘されているため、戦略的にデザインビジネスを開発・実践する能力を持つデザインプロデューサーの育成を行う専攻を設置し、カリキュラムを策定した。

(3) カリキュラム期間

デザインストラテジー専攻は2年制の修士課程であり、博士後期課程も設置されている。

(4) カリキュラム構成

カリキュラム構成は以下のとおり。

デザインストラテジー専攻カリキュラム

○修士課程

デザインビジネス科目

授業科目	単位数	必修・選択の別	授業形態	毎週授業時数				博士後期課程共通開設科目
				1前	1後	2前	2後	
プロデューサー原論	2	選択	講義・演習	2		2		○
デザインイノベーション	2	選択	講義・演習		2		2	○
ブランドビジネスデザイン	2	選択	講義・演習	2		2		○
プロジェクトマネジメント	2	選択	講義・演習		2		2	○
コミュニケーション・デザイン論	2	選択	講義・演習		2		2	○
デザインマネジメント	2	選択	講義・演習	2		2		○
コンテンツ知的財産論Ⅰ	2	選択	講義・演習	2		2		○
コンテンツ知的財産論Ⅱ	2	選択	講義・演習		2		2	○
プレゼンテーション	2	選択	講義・演習	2		2		○
マーケティング・デザイン	2	選択	講義・演習		2		2	○
ビジネスモデル・デザイン	2	選択	講義・演習		2		2	○
デザインコンサルタント	2	選択	講義・演習		2		2	○
デザイン産業事情	2	選択	講義・演習		2		2	○
デザインベンチャー	2	選択	講義・演習	2		2		○

ストラテジックアーキテクト科目

授業科目	単位数	必修・選択の別	授業形態	毎週授業時数				博士後期課程共通開設科目
				1前	1後	2前	2後	
建築デザイン	2	選択	講義・演習		2		2	○
次世代都市空間	2	選択	講義・演習	2		2		○
ストラテジックプロジェクト史	2	選択	講義・演習	2		2		○
パブリックデザイン	2	選択	講義・演習	2		2		○
機能工学デザイン	2	選択	講義・演習	2		2		○
次世代建築空間	2	選択	講義・演習	2		2		○
情報編集デザイン論	2	選択	講義・演習	2		2		○
インクルーシブデザイン	2	選択	講義・演習		2		2	○
プロダクトデザイン特論	2	選択	講義・演習		2		2	—
プロダクトデザインメソッド特論	2	選択	講義・演習	2		2		○
メカニクスデザイン特論	2	選択	講義・演習	2		2		○
まちづくりデザイン	2	選択	講義・演習		2		2	○

ストラテジックエクスペリエンス科目

授業科目	単位数	必修・選択の別	授業形態	毎週授業時数				博士後期課程共通開設科目
				1前	1後	2前	2後	
インタラクティブデザイン	2	選択	講義・演習		2		2	○
リスニングデザイン	2	選択	講義・演習	2		2		○
イベント・展示映像デザイン	2	選択	講義・演習	2		2		○
デジタル映像デザイン	2	選択	講義・演習	2		2		○
国際コミュニケーションA	1	選択	講義・演習	2		2		○
国際コミュニケーションB	1	選択	講義・演習		2		2	○
映像コンテンツデザイン特論	2	選択	講義・演習		2		2	○
視覚記号特論	2	選択	講義・演習		2		2	○
グラフィックデザイン特論	2	選択	講義・演習	2		2		○
先端メディア芸術表現	2	選択	講義・演習		2		2	○
アートマネジメント特論	2	選択	講義		2		2	—

専攻内共通科目

科目区分	授業科目	単位数	必修・選択の別	授業形態	毎週授業時数				博士後期課程共通開設科目
					1前	1後	2前	2後	
専攻内共通	ストラテジックアーキテクトプロジェクトA	4	選択	演習	4		4		—
	ストラテジックアーキテクトプロジェクトB	4	選択	演習		4		4	—
	ストラテジックエクスペリエンスプロジェクトA	4	選択	演習	4		4		—
	ストラテジックエクスペリエンスプロジェクトB	4	選択	演習		4		4	—
	ストラテジックデザイン思考	2	選択	演習	2		2		—
	グローバルデザインプロジェクト	2	選択	演習	2		2		—
	デザインストラテジープロジェクトA※	4	必修	演習	(4)		4	4	—
	デザインストラテジープロジェクトB※	4	必修	演習		(4)	4	4	—
	インターンシップ	2	選択	演習	2	2	2	2	—
	アーキテクトインターンシップ1	3	選択	演習	4				—
	アーキテクトインターンシップ2	3	選択	演習			4		—
	グローバル・アーキテクト・プロジェクト	4	選択	演習	4		4		—
	芸術工学特別研修1～10	各1	選択	講義・演習	1	1	1	1	○
	芸術工学特別研修11～20	各2	選択	講義・演習	2	2	2	2	○

※ 早期修了を希望する者のみ、1年次での履修を認めるものとする。

出典) 2018 年度版九州大学大学院芸術工学府学生便覧

14.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

デザインストラテジー専攻では、プロジェクト型の授業科目を多くそろえており、実際に国や県や自治体、民間企業等と連携したプロジェクトを数多く実施している。

講義

授業名	概要
ストラテジックアーキテクトプロジェクト A・B	プロジェクト型のデザインスタジオ形式で演習を進める。
ストラテジックエクスペリエンスプロジェクト A・B	文献調査による先行研究の調査方法、コンセプトデザイン・メソッド、プロトタイプ・メソッド、アンケート調査等の検証方法、プレゼンテーション技法等、デザインのさまざまなメソッドを駆使し、プロトタイプ制作や報告書作成等の一連のプロセスを共同研究等の社会との関わりの中で学ぶ。
ストラテジックデザイン思考	15 回分のデザイン思考の手法を、アイデオ社のゲスト講師のファシリテーションの下、ワークショップ形式で学んで行く。最終ステージのビジネス化についてはレクチャーを付加する。（4 日間集中講義方式）
デザインストラテジープロジェクト A・B	各自研究テーマを中心として研究内容及び目標・プロセスを設定する。
インターンシップ	企業、行政機関、公益法人等において、実習・研修的な就業体験を行う。

プロジェクト

プロジェクト名	概要
スタイルノート釜山・福岡	福岡市と韓国・釜山市が共同で取り組んでいる観光振興プロジェクト「釜山・福岡アジアゲートウェイ 2011」の一環として、両都市で生活する市民の「スタイル」を紹介する、一般の旅行ガイドとは異なる視点のガイドブックを企画・制作を実施した。釜山・福岡アジアゲートウェイ 2011 実行委員会(福岡市、釜山広域市、東西大学校ほか)と連携して実施した。（2009 年～2011 年）

	
イグサ商品ブランドデザインプロジェクト	筑後地域(大木町、柳川市、大川市を中心とした4市3町)の4つの草メーカーに、商品ブランド開発を提案するプロジェクトを実施した。メーカーのノウハウを調査し、自主プレゼンテーションを行ない、具体的な製品開発までネゴシエートし、流通経路の調査および販売活動を含むトータルな提案を行った。
福岡・大橋をデザインするー集まり住むかたち“都市の魅力創出”プロジェクト	福岡市南区役所と連携して、都市や地域の諸条件を踏まえ、人々の活動にふさわしい場を形成するために、施設や装置、事柄などの諸要素を具現化する街のデザインを行った。福岡市南区大橋地域を対象として、集まり住むための都市の魅力創出のあり方を検討し具体的なデザインの提案をした。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

デザインストラテジー専攻では、デザインを地域に活かしていくための学問的教育を実施している。

講義名	概要
デザイン産業事情	サービスデザインの考察を深めるための講義と、具体的な手法を体験する。
まちづくりデザイン	「まちの個性」を創出するためには、景観形成などのハード面とともに、人的ネットワークによるまちづくりを推進するソフトデザインが必要であるため、まちづくり事業立案から、生活者と行政、ディベロッパー、計画設計に携わる専門家をコーディネートし、合意形成にいたる、まちづくりプロデュース方法を講義・演習により修得する。
プロダクトデザイン特論	プロダクトデザイナーには、対象物に対して幅広い視野から意見を持ち、総合的な判断力を持つことが期待されるため、プロダクトデザインの基本的な知識・事例紹介を通じ

	てデザイナーの視点を学び、議論やミニレポートを通じて、デザイン対象物に求められる価値構築を修得する。
プロダクトデザインメ ソッド特論	デザインとそのアイデア及びコンセプトにおける関係性について知り、デザインを行なうためのコンセプト形成あるいはデザイン制作後のコンセプト形成などの方法を理解する。実際のデザイン及び企画・プレゼンテーション・論理化など実際のデザイン課題を通して、一般化となりうるデザイン手法の形成とその習得をめざす。
国際コミュニケーション A・B	英語のプレゼン演習を行う。

【参考文献】

- Y 九州大学デザインストラテジー専攻 WEB サイト
<http://www.ds.design.kyushu-u.ac.jp/>

15. 宇都宮大学 地域デザイン科学部

コミュニティ・デザインから都市計画までまちづくりを 広くカバー

実施主体	国立大学法人 宇都宮大学
学部学科等	地域デザイン科学部
所在地	栃木県宇都宮市峰町 350
定員	140 名
期間	4 年制
プログラム設置	2016 年 4 月

15.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

宇都宮大学は、「人類の福祉の向上と世界の平和に貢献することを理念とし、広く社会に開かれた大学として、質の高い特色ある教育と研究を実践する」ことを推進している。その中で、地域デザイン科学部は、この考えのもとで、21 世紀の地域の課題解決に寄与するために「地域活性化の中核的拠点」としての役割を果たす機能を強化するものとして、2016 年に設置された。

地域デザイン科学部の「地域の持続的な発展に関する教育・研究・地域貢献を推進することによって、豊かな生活の実現に貢献する」という基本理念を遂行するために、地域の新しい課題に対応して実際の現場で実践的に行動できることが求められている。そのためには理系の専門的知識・技術と社会科学の専門的知識を共に身に付けて応用できることが重要であると考え、文理融合した教育課程を編成し実施している。

(2) 実施体制

宇都宮大学地域デザイン科学部は、地域社会を構成する社会集団や制度などをデザインする人材を育成を目指すコミュニティデザイン学科、実践的な建築技術を基礎として居住空間をデザインできる人材を育成する建築都市デザイン学科、実践的な建設技術を基礎として社会基盤をデザインできる人材を育成する社会基盤デザイン学科の 3 学科を設けている。また、3 学科から独立した研究機関として「地域デザインセン

ター」を設立し、3学科のカリキュラム共通で履修する地域プロジェクト演習等の地域対応力養成科目を円滑に実施するために、地方自治体、地域企業、NPO等と大学との連携構築を支援している。

15.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

地域デザイン科学部では、「地域の課題を理解し、各地域の強み（地域資源・地域特性）を活かしたまちづくりを支える専門職業人」を育成することを目的とする。具体的には、多様な地域課題に対応したまちづくりのために、地域社会（コミュニティ）を構成する社会集団や制度などをデザインする人材、実践的な建築技術を基礎として居住空間をデザインする人材、実践的な建設技術を基礎として社会基盤をデザインする人材を育成することとしている。

(2) カリキュラム実施背景

地域では、人口減少や少子高齢化などに端を発する多くの新しい課題（空き地・空き家の増加、地域経済の衰退、災害に備えたまちづくりなど）がある。こうした状況で、総合的な観点から“まちづくりを”進める必要性が高まっており、それらを支える知識・スキルを備えた専門的人材を養成することが、社会から強く求められるようになったことから、地域の魅力を引き出してよりよい地域を形成するために必要な、公共政策、福祉のまちづくり、都市計画、防災といった分野横断の、“まちづくりに”関わる幅広い知識と専門技術を総合的に学ぶカリキュラムを設定した。

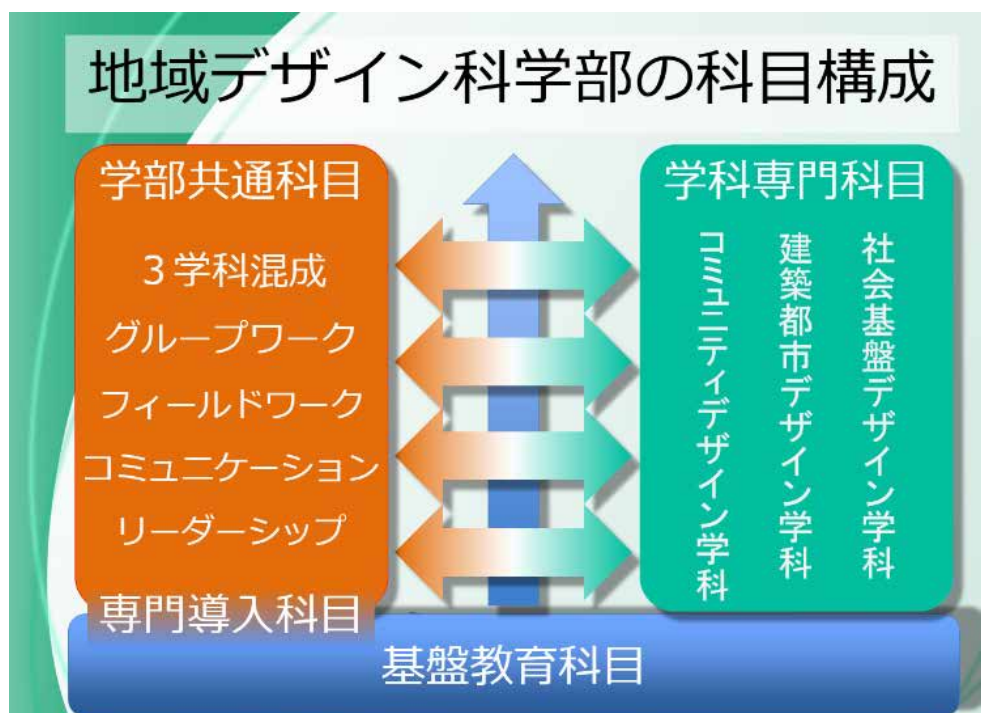
(3) カリキュラム期間

地域デザイン科学部は4年制である。3年次には地方自治団体、民間企業などのフィールドに入り、それぞれの学生の専門分野から調査・分析などについて議論と実践的な協働を行う「地域プロジェクト演習」を必修科目としている。

(4) カリキュラム構成

地域デザイン科学部では、多様な分野を融合して学ぶ学部共通科目を提供している。学部共通科目では、3学科の学生全員が地域デザインに関わる基本と応用を総合的に学習するため、学生を学科の枠を超えた混成の小グループに分け、ディスカッション、フィールドワーク、プレゼンテーションなどを通じて、コミュニケーション能力やリーダーシップを身につけながら活きた総合力を養っている。

また、まちづくりを支える専門職業人に必要な地域の課題解決に向けて実践的に行動できる能力の修得を目的として、3年次の必修科目として「地域プロジェクト演習」を提供している。地方自治団体、民間企業などと連携し、3学科の混成である学生のグループ（5名）がフィールドに入って、それぞれの専門分野から調査・分析などについて議論と実践的な協働を重ねる。



出典）宇都宮大学 WEB サイト（<http://rd.utsunomiya-u.ac.jp/>）

15.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

講義名	概要
地域の姿と課題 I・II	市町村長や担当行政職員、建設業等の各種企業、NPO/NGO 等の実務者を外部講師として招いたオムニバス講座を提供する。地域社会の多様なステークホルダーから直接話を聞く機会を設けることで、地域の現状や課題について幅広い視点から理解する力を養う。

	
地域プロジェクト演習	3 学科混成で 5 人 1 グループに分かれ、各学生が修得した学部共通専門科目や各学科の専門科目の内容を総合して、自治体や地域プロジェクトパートナーが実際に抱える課題をテーマにグループワークを行う。栃木県内の多様な主体を対象に、自らの力で地域探索やヒアリング、各種調査を実施し、収集したデータを分析して、問題の明確化やそれに対する解決策を提案する。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
地域コミュニケーション演習	学科混成グループに分かれ、円滑な対人関係づくりの上で地域と連携するのに必要なコミュニケーションスキルを身につけるための知識と手法を学ぶ。そして、グループワーク等を通して学修した手法を実践し、手法の体験的な修得を行う。具体的には、地域の特性を数量的に伝える手法、論理的文章として伝える手法、地域の地理的特性を読み解く手法などを体験し、それぞれが独自に問いを発見しそれを表現できるようにし、地域でのコミュニケーションに必要な基礎力を養う。 
地域デザイン訪問	地域社会を自然、歴史、文化的側面から見つめ、これらと地域デザインの知識や技術、対応方策との関連につ

いて議論を深める。このため、各学科で学外見学を実施し、地域社会のコミュニティや種々の施設、技術や対策の取組みに直接触れる機会を設ける。その上で、学科混成グループに分かれて地域社会の特性や課題についてグループディスカッションし、その結果を発表する。



【参考文献】

宇都宮大学地域デザイン科学部 WEB サイト <http://rd.utsunomiya-u.ac.jp/>

16. 学校法人瓜生山学園 京都造形芸術大学

専門性を育てるための 13 学科 23 コース

実施主体	学校法人瓜生山学園 京都造形芸術大学
学部・学科等	芸術学部（13 学科 23 コース）
所在地	京都市左京区北白川瓜生山 2-116
定員	13 学科・23 コースで 910 名（2018 年度）
期間	4 年制
開講	1977 年

16.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

京都造形芸術大学では「京都文藝復興」及び「芸術立国」のもと、芸術で社会を変えることを大学の理念として掲げている。そうした人材を育成するため、豊かな想像力をもって新しいもの・ことを作り出す創造力と、自立した一人の人間として他者を肯定しともに生きていく人間力を身につけることを目標としている。

過去には文部科学省の『質の高い教育推進プログラム（教育GP）』（平成 15 年度「多地域・多世代の交流による教育プログラム」、平成 20 年度「頭と手を動かすワークショップ型初年次教育」「リアルワークによるキャリア教育」）に選定された。また、積極的に「国際交流プログラム」にも取り組んでいる。

(2) 実施体制

京都造形芸術大学では、13 学科 23 コースにおよぶ幅広い学習領域を設置。アーティストとして現役の教員も多く、第一線で活躍するなかで培ってきたノウハウを、学生に余すところなく教えている。

また、京都市という立地を活かしたフィールドワークの実施、海外アーティストや卒業生との連携等により実践的な学習体験を得ることができる。

「実社会を学びの場にする（リアルワークプロジェクト）」

リアルワークプロジェクトでは分野も学年も異なる学生数名のチームでプロジェクトを行う。分野が異なる相手との協働により視野を広げるとともに、チームにおける自分の果たすべき役割を考え、学ぶことが出来る。この取り組みでは基本的にすべて

実社会にある課題に取り組んでおり、新商品のデザイン開発や百貨店のウィンドウディスプレイなど、産学連携案件を年間約 20 件受託、4 年間のカリキュラムの中で全体の 4 割の学生が何らかの産学連携プロジェクトを経験する。また、各界の最前線で活躍する人に師事する機会を創出するインターンシップの枠組みを積極的に取り入れている。

実施体制としては 2005 年に産学連携と PBL 推進の拠点部署として設立されたプロジェクトセンターが全学的に機能している。プロジェクトセンターは外部企業や自治体との連携における窓口となり、外部からの依頼への対応や、連携するプロジェクトの選定、プロジェクトに参加する学生の募集、外部の受け入れ先との調整等を行っている。

「多地域・多世代の教育」

18 歳から 95 歳まで、日本全国津々浦々に通信教育課程に学ぶ学生がいることから、全国的なフィールドワークを展開し、地域固有の環境を活かした実践的な授業を行っている。これは単なる地域研究にとどまらず、地域間、世代間の交流そのものを貴重な学習機会として育てているもので、地域での新しい文化共同体の形成に寄与してきました。これらの活動の成果は、通信教育課程の在学生・卒業生を中心にした東日本大震災の支援ネットワークが形成されるなどの形で花開いている。

「国際交流プログラム」

2007 年に国際交流委員会が学内に設置されて以来、国際交流協定を締結した大学は 2015 年 4 月 1 日現在、29 校にのぼる。国際的に羽ばたくことを志す学生のための専門部署が設けられ、交換・認定留学、海外研修ツアー、国際プロジェクト、アーティスト・イン・レジデンスなど、さまざまな国際交流活動を推進している。

16.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

京都造形芸術大学では、13 学科 23 コースにおよぶ幅広い学習領域を設置。専門分野の教育だけを行うではなく、学科を超えたグループワークや実際の現場での仕事を通して、社会性を備えた表現者を育成する。

 美術工芸学科 ・基礎美術コース ・日本画コース ・油画コース ・写真・映像コース ・染織テキスタイルコース ・総合造形コース	 マンガ学科 ・ストーリーマンガコース	 キャラクターデザイン学科 ・キャラクターデザインコース
 情報デザイン学科 ・ビジュアルコミュニケーションデザインコース ・イラストレーションコース ・クロステックデザインコース	 プロダクトデザイン学科 ・プロダクトデザインコース	 空間演出デザイン学科 ・空間デザインコース ・ファッションデザインコース
 環境デザイン学科 ・建築・インテリア・環境デザインコース	 映画学科 ・映画製作コース ・俳優コース	 舞台芸術学科 ・演技・演出コース ・舞台デザインコース
 文芸表現学科 ・クリエイティブ・ライティングコース	 アートプロデュース学科 ・アートプロデュースコース	 こども芸術学科 ・こども芸術コース
 歴史遺産学科 ・文化財保存修復・歴史文化コース		

出典) 学校法人瓜生山学園 京都造形芸術大学 WEB サイト
(<https://www.kyoto-art.ac.jp/art/departments/>)

京都造形芸術大学では、学年や学科を飛びこえて、社会とつながる教育プログラムを用意している。アート・デザインの力で社会を動かす人材を育てるために、学年や学科の枠を超え、”社会と芸術“の関わりを体感できる多彩な教育プログラムを実施。専門分野だけにとらわれない広い視野と、社会性を備えた表現者へと成長させる。



大学全体プログラム

学年や学科を飛びこえて、社会とつながる教育プログラム

アート・デザインの力で社会を動かす。そんな人材を育てるために、学年や学科の枠を超え、”社会と芸術“の関わりを体感できる多彩な教育プログラムを実施。専門分野だけにとらわれない広い視野と、社会性を備えた表現者へと成長できます。



MONDAY PROJECT

マンデイプロジェクト

芸術に必要な基礎力（みる・考える・つくる）を、1年生前期に徹底強化するワークショップ型授業。



REAL WORK PROJECT

リアルワークプロジェクト

実例のプロジェクトから社会に適用する力を培う。



ULTRA FACTORY

ウルトラファクトリー

想像しうるモノはすべて実現できる世界基準の工房で、トップクリエイターと共に制作する。



INTERNATIONAL EXCHANGE PROGRAMS

国際交流

世界12カ国、23の芸術大学と協定を締結。自分の専門領域を海外の芸術大学で学ぶ交換留学が可能。



KYOTO ART THEATER

京都芸術劇場

多様な芸術・文化に触れ、広い視野と創造の引き出しを学べ入れる。



TRADITIONAL CULTURE STUDIES

伝統文化研究

茶道、書道、剣道、日本舞踊、和太鼓など、各界の第一人者を教員に招き、本物を学ぶ授業。

出典) 学校法人瓜生山学園 京都造形芸術大学 WEB サイト

(<https://www.kyoto-art.ac.jp/art/department/>)

(2) カリキュラム期間

4 年制の通学課程の他、通信教育課程が設置されている

(3) カリキュラム構成

(例) ビジュアルコミュニケーションデザインコース



出典) 学校法人瓜生山学園 京都造形芸術大学 WEB サイト
(<https://www.kyoto-art.ac.jp/art/department/>)

16.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

講義名	概要
リアルワークプロジェクト（大学全体プログラム）	アート・デザイン分野の様々な仕事依頼を請け、プロジェクトが発足される。学生は学科・コースの壁を超えて、自分の希望する内容・時期を選んで、実社会にある課題に取り組む。仕事を通して社会とつながる。10年以上続く本プロジェクトは、学生の仕事を評価する企業や自治体が着実に増え、リピートのオファーも増加している。  「手しごと職人のまち東山活性化プロジェクト」 京都市東山区と連携し、10年にわたって地域の伝統工芸にたずさわる職人の実態を調査、新商品の提案やイベント企画等を実施する。取り組みを通じて、「手しごと職人のまち」として、地域のブランディングに貢献。
ウルトラファクトリー（大学全体プログラム）	第一線で活躍するアーティストやデザイナーが行なうプロジェクト型実践授業「ULTRA プロジェクト」を実施。何年生からでも参加でき、一流のクリエイターと学生が共同制作した作品は、芸術祭など国内外で発表されている。
SOU・SOU プロジェクト（染織テキスタイルコース）	人気ブランド「SOU・SOU」とのコラボレーションはオリジナルデザインの手ぬぐい。量産販売に携わる本格的な実習で、ものづくりの醍醐味を味わう。
学内外の展覧会、ギャラリー（総合造形コース）	学生作品はウルトラファクトリー、名和晃平のSANDWICH、野外彫刻展、学外ギャラリー展などに出品。有名アーティストとのプロジェクトも多く経験し、自己の表現と芸術の社会性を身につける。
大手出版社協力の「マンガ鬼合宿」（ストーリー	夏休み期間に講談社、小学館、秋田書店の協力のもと、担当編集者がまだついていない学生の中から選抜した8名

ーマンガコース)	で東京での強化合宿を実施。合宿後、5名に担当がつき、うち2名が雑誌デビューした。
学生作品が東急ハンズで販売（プロダクトデザインコース）	株式会社 SHIMADA との産学連携授業でデザイン。本に見立てた捕虫器「本のムシ」が製品化され、2016年の雑貨エキスポで展示された。現在は東急ハンズなどで販売されている。
ディスプレイプロジェクト「DMO ARTS」ショップ（空間デザインコース）	「DMO ARTS」と連携した、大阪のファッションビル「ルクアイーレ」でのプロジェクト。「人の心を動かすデザインとは何か」を考え、雑貨のデザインやショップ空間のデザインを行った。
リフォームプロジェクト「Stamp!」（建築・インテリア・環境デザインコース）	不動産会社との産学連携プロジェクトで、学生がワンルームマンションをデザイン。最優秀受賞作品は実際に施工されるマンションで採用される。仕事として請ける形式を採り、デザインを提供した学生に少額の報酬が支払われる。
豊島つなぐプロジェクト（アートプロデュースコース）	瀬戸内国際芸術祭の会場となる瀬戸内海の島、豊島でのプロジェクト。アート作品をつくるのではなく、アート作品をみることで、島に住む人と人、島への想いをつないでいく。香川大学との共同プロジェクトである。
庭園遺構移築保存プロジェクト（文化財保存修復・歴史文化コース）	大阪府島本町で発見された、水無瀬離宮の一部とみられる庭園遺構の移築保存を実施。3、4年生の学生が保存処理を担当し、町民参加型のプロジェクトとして行った。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
伝統文化演習（大学全体プログラム）	学科コースの専門科目とは別に、一般教養科目として、様々な伝統文化や伝統芸能の家元などを教員に迎え、すべての学生が本物の日本文化を学ぶことができるカリキュラムを用意している。
NY で体感する日本美に熱狂する世界の視線（基礎美術コース）	クリスティーズNYの東洋美術部門で長く日本美術の紹介に関わられた山口桂先生のご指導の元、現地NYで研修を行う。
京都ならではの授業	「運筆」の第一人者である塚下秀樹先生をお招きし、筆に

(日本画コース)	よる絵画のストレートな感情表現を学ぶ。
1年間撮りつづける「京都サーヴェイ」(写真・映像コース)	たくさんの写真や映像に撮られつづけてきた京都。この街で暮らし学ぶ立場だからこそ見えてくる、紋切り型ではないこの街の姿を再発見する授業である。
只本屋から発信(ビジュアルコミュニケーションデザインコース)	清水寺の近くにある「只本屋」は、全国の魅力溢れるフリーペーパーを取り揃える店。本屋だけではなくカルチャースペースとしても注目されている。この新しい本屋に、本学科の学生が中心となって関わっている。
在学生在巨大壁画を制作(イラストレーションコース)	兵庫県淡路島の洲本市にある鳥飼漁港に高さ約 7.7m、幅約 16.5m の巨大壁画を制作。漁師の減少が問題視されるなか、漁港を活気づける大作となった。
木造伝統工法国際ワークショップ(建築・インテリア・環境デザインコース)	日本の木造伝統工法に着目し、金物を使わない木組みや土壁塗りなどを通して古来の知恵を学ぶ。
おばま×箸(かけはし)インターンシップ	福井県小浜市の特産品であるお箸のデザインを行い、企業へのプレゼンテーション・試作品の作成までをインターンシップ形式で行う。小浜市のお箸の製造に関わる事業者4社(素材切り出し、塗り、パッケージ、卸売り)をフィールドとして、学生が就業体験を行いながら、デザインを考案する。作成されたお箸は海外の展示会を通じた情報発信も行われる。
雲南市吉田たたら商品開発	島根県雲南市では、映画「もののけ姫」のモチーフともなった、たたら製鉄の施設があるものの観光資源としての活動が課題であった。市の認知度向上のため、学生が現地で製造できるお土産のデザインを行うプロジェクトを行った。現地の取材～デザイン提案に基づき、地元業者により生産が行われる。

(3) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

講義名	概要
国際交流プログラム (大学全体プログラ	世界のアートやデザインに触れ、視野を広げる3つのプログラムを用意している。(学内国際交流、海外研修、交換

ム)	留学)
ミラノサローネで研修 (プロダクトデザイン コース)	毎年 4 月に行われるミラノサローネに教員引率のもと研修に行く。サローネ以外にもイタリアのデザインをリサーチし、帰国後は成果発表会を行う。
欧州から見る、日本の デザイン (ファッショ ンデザインコース)	美術やデザイン領域で世界を牽引するロンドンの Royal College of Art から講師を招き、ワークショップ形式の授業を行っている。欧州を感じるだけでなく、日本らしさを再考する機会となっている。
おぼま×箸 (かけはし) インターンシップ	福井県小浜市の特産品であるお箸のデザインを行い、企業へのプレゼンテーション・試作品の作成までをインターンシップ形式で行う。小浜市のお箸の製造に関わる事業者 4 社 (素材切り出し、塗り、パッケージ、卸売り) をフィールドとして、学生が就業体験を行いながら、デザインを考案する。作成されたお箸は海外の展示会を通じた情報発信も行われる。小浜市の特産品であるお箸のデザインを行い、企業へのプレゼンテーション・試作品の作成までを行う。作成されたお箸は海外の展示会を通じた情報発信も行われる。

(4) 海外マーケティング・市場開拓等の実践的教育

講義名	概要
フランスのジャパンエキスポに出展 (キャラクターデザインコース)	毎年フランスで開催されているジャパンエキスポにキャラクターデザイン学科がブースを出展。学生たちは自身の作品をアピールし、世界を知ることによって視野を広げ、人として大きく成長している。
海外オーストラリア保育研修 (こども芸術コース)	保育・幼児教育実習・研修の場として、大学内外で経験を積む。国外ではオーストラリアにもプログラムが用意され、海外でも通用するこども教育や、こども産業に関わりたい学生を支援する。

【参考文献】

- Y 学校法人瓜生山学園 京都造形芸術大学 WEB サイト
<https://www.kyoto-art.ac.jp/art/department/>

17. 情報科学芸術大学院大学・産業文化研究センター

次世代を担うリーダー創出・地域社会の価値創造

実施主体	情報科学芸術大学院大学（Institute of Advanced Media Arts and Sciences、通称 IAMAS）
運営	岐阜県
所在地	岐阜県大垣市加賀野 4 丁目 1 番地 7
定員	メディア表現研究科：20 名（1 学年）
期間	修業年限 2 年
開学	2001 年

17.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

情報科学芸術大学院大学（通称 IAMAS）は、科学的知性と芸術的感性の融合を目指した学術の理論及び応用を教授研究し、その深奥をきわめ、未来社会の新しいあり方を創造的に開拓する「高度な表現者」を養成するとともに、学術文化の向上及び地域の振興に寄与することを目的に、岐阜県が 2001 年に開学した大学院大学である。

英語名称 Institute of Advanced Media Arts and Sciences の頭文字から通称 IAMAS（イアマス）と呼ばれて親しまれており、19 名の充実した講師陣による少数精鋭の大学院大学として、国内のみならず海外でも広く知られている。卒業生は、メディア・文化・芸術・デザイン・産業・研究・教育といった広汎な分野の第一線で活躍している。

IAMAS は岐阜県が設置する公立大学として常に地域貢献を求められている。このため授業カリキュラムの中でも地域との接続を意識するとともに、産学連携部署である産業文化研究センター（通称 RCIC）を中心に地域連携に取り組んでいる。RCIC は平成 2010 年度に開設。IAMAS が生み出す情報科学技術と地域文化研究の成果を、広く産業界と連携することにより深化させ、地域貢献促進を実現する大学の附置機関である。連携パートナーは、県内企業からグローバル企業にまで及び、営利セクターをはじめ、環境 NGO や福祉 NPO など現代社会の問題解決に取り組む非営利セクターも連携範囲となる。研究機関や自治体、幼稚園から大学に至る教育機関といった公共セクターとの連携も増えており、幅広い活動のフィールドを持つことが特徴である。

(2) 実施体制

情報科学芸術大学院大学（IAMAS）は、常勤教員（19名）（教授（12名）、順教授（6名）、講師（1名））の体制から、科学技術と哲学・思想的視野をともなう新しい文化を創造する高度な表現者の育成を実施している。

高度な表現者としての素養を身に付けるとともに、社会の多様な要請に対応した幅広い知識と実践力を修得するため、プロジェクト科目および特別研究科目を設置している。

プロジェクトは修士研究を行う枠組みとしての役割を果たす重要な科目である。メディア表現の社会的な意味をはかり、社会へ向けた成果の発信や外部との連携を強く意識し、領域横断的に運営される。協同活動によって複数の領域のノウハウ、経験を効果的に統合し、より高度な研究成果、技術開発を目指すところにある。また、広い視野と企画力、組織力、加えてアイデアを実現にまで導くマネジメント能力などを身につけることを目指している。

17.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

メディア表現研究科は、科学的知性と芸術的感性の融合を目指した理論と応用を実践し、未来社会の新しいあり方を創造的に開拓する「高度な表現者」を養成するとともに、文化の向上と地域の振興に寄与していくことを目指している。

(2) カリキュラム期間

情報科学芸術大学院大学は2年制である。

(3) カリキュラム構成

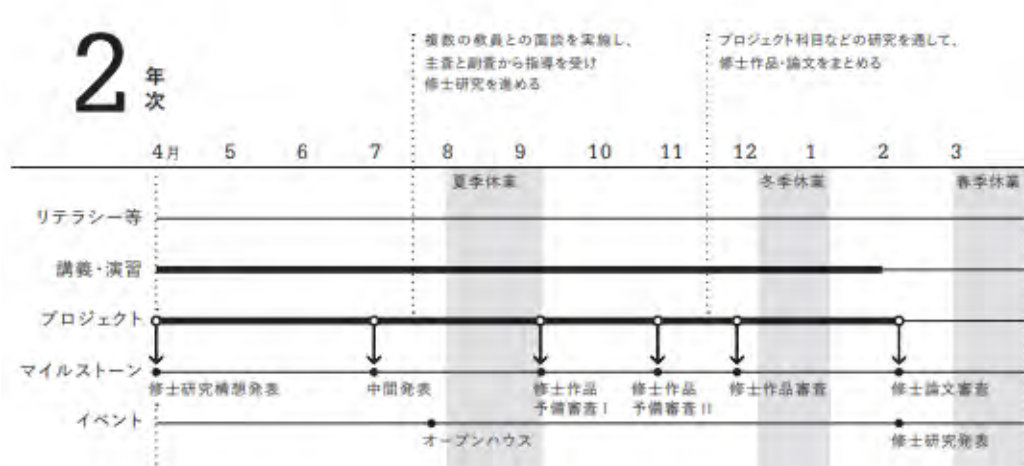
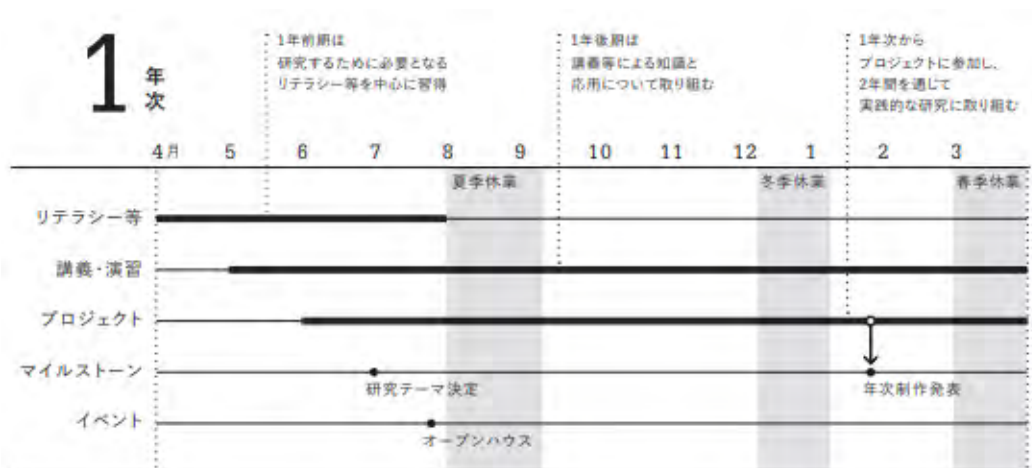
1年次はプロジェクト科目や、研究の基礎となる科目の受講を通じて知識と応用力を養う。2年次は引き続きプロジェクト科目を通じて研究を進め、主に各学生の修士研究を中心に活動し、その成果として修士作品や修士論文をまとめ、修士号の取得を目指す。

カリキュラム：履修科目など入学後最初に受講する導入科目は、共同作業やディスカッションを中心とするワークショップ形式の授業である。

前期はプロジェクトの実施や修士研究で必要となる知識や技術、論文作成等に必要な技術を習得する。また、専門科目では研究内容や目的に応じて知識を習得し問いを

見つけ考察する力を身につける。プロジェクトは社会の問題を見つけ、協同活動により高度な研究成果を目指す実践的な授業である。

産業文化研究センター（大学の附属機関）における地域コミュニティとの連携では、デザインやアートを使って地域活性化やまちづくりに貢献する。また、新しいイノベーションを社会に導入していく仕組みづくり積極的に推進する。



出典) 情報科学芸術大学院大学 (大学案内)

<http://www.iamas.ac.jp/pamphlet/pamphlet.pdf>

導入科目	総合科目	専門科目	制作演習科目	プロジェクト科目	特別研究科目
モチーフワーク	総合学 A	芸術特論 A (情報×芸術)	プロジェクト技術演習	プロジェクト実習Ⅰ	特別研究Ⅰ
情報学基礎	総合学 B	芸術特論 B (身体×芸術)	情報デザイン演習	プロジェクト実習Ⅱ	特別研究 2A
メディア表現基礎	総合学 C	芸術特論 C (メディア×芸術)	メディアデザイン演習	プロジェクト実習Ⅲ	特別研究 2B
		情報社会特論 A (情報×社会)	インタラクティブメディア演習	プロジェクト実習Ⅳ	
		情報社会特論 B (身体×社会)			
		情報社会特論 C (メディア×社会)			
		デザイン特論 A (情報×デザイン)			
		デザイン特論 B (身体×デザイン)			
		デザイン特論 C (メディア×デザイン)			

出典) 情報科学芸術大学院大学大学 (教育課程)

http://www.iamas.ac.jp/disclosure/guidebook_P04-05.pdf

17.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

プロジェクト名	概要
メディア・地域・鉄道プロジェクト	岐阜のローカル鉄道、駅、周辺地域をユニークなメディア空間としてとらえ、新しいインタラクションを実装させ、また、地域の文化という資源も織り交ぜながら、これまでにない表現を模索している。これまでの研究成果がローカル鉄道の新しい価値を生み、実社会の需要を創出することが出来た。
モチーフワーク「関市工場」	関市内の工場 5 社と修士 1 年生が各チームに分かれ、工場の新しい可能性を模索しながら具体的なアイデアや試作品を発表。オープンハウス展示、関の工場参観日での展示も実施した。

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

プロジェクト名	概要
根尾コ・クリエイション	「根尾コ・クリエイション」プロジェクトは、岐阜県本巣市根尾地区（旧根尾村）で、何百年にも亘って様々な生活文化を創造・伝承してきた地域住民と外部のクリエイティブなメンバーが交流しながら、持続可能な共創社会について探求することを目的としている。
美濃のいえ	2013 年より美濃のうだつの町並みの真中にある古民家を借り、美濃のいえとしてさまざまな表現活動を行なってきた。1 年目は、古民家と伝統ある町並みといった場所を意識して作品展示やイベント、ワークショップなど、さまざまな表現活動を実施した。2 年目は、まちのヒトやモノにより注目し、地元の和紙や美濃のいえの庭に作った石窯を用いて、地域の人たちが参加できる活動へ展開した。3 年目の今年は、野菜やハーブの栽培や食をテーマにしたイベントや活動、活版印刷の模索と、地域の人たちがこれまで以上にに関わり、やりたい活動を企画・実行できるような地域主導へと転換しながら、うだつの町並みの地域活動拠点となる可能性を模索した。

【参考文献】

- Y 情報科学芸術大学院大学 WEB サイト <http://www.iamas.ac.jp/>
- Y 情報科学芸術大学院大学（大学案内）
<http://www.iamas.ac.jp/pamphlet/pamphlet.pdf>
- Y 情報科学芸術大学院大学（教育課程）
http://www.iamas.ac.jp/disclosure/guidebook_P04-05.pdf
- Y 産業文化研究センターWEB サイト <http://rcic.iamas.ac.jp/>

18. 事業構想大学院大学（事業構想研究所）

DMO による観光地域づくり事業構想

実施主体	事業構想大学院大学
運営	事業構想大学院大学（事業構想研究所）
所在地	東京都港区南青山 3-13-16
定員	10～15 名
期間	1 年（月 2 回 × 12 ヶ月間）
開講	2015 年

18.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

事業構想大学院大学は、高等教育機関としての新たな役割を担い、社会的責務を十分に全うするために、幅広い視野と高い見識を備えた「高度専門職業人」の育成をめざすものである。

低迷する社会に新たな活路をひらき、未来を拓こうとする逞しい意思、豊かな知性、卓越した指導力を具備した未来を担う人材育成を求める声は高い。このような社会状況に鑑みて企業経営、とくに事業構想の分野で高度な専門性をもつ「人財」の育成を行なうのが本大学院大学設置の目的である。

また、事業構想研究所では全国の経営幹部や新規事業担当者、自治体職員などが研究員として参画し、担当教員や最先端ゲスト講師の指導の元、自身の新たな事業構想計画を創りあげるプロジェクト研究（研究会）を開催している。

(2) 実施体制（事業構想研究所）

担当教員（大社教授）が 1 年間、研究員一人一人の事業構想を支援する。研究会は、5～20 人の研究員で構成し、1 人の担当教員が 1 年を通じてコーディネートとファシリテーションを行いながら、研究員の知見を高めながら推進していく。また、研究員個人の目的が異なることを考慮し、個別面談も交えながら、全員の成果が最大化されるよう支援する。

各研究会を合宿型ではなく、インターバルを設けて開催するのは、研究会で得た学びを、普段の業務の中での実践や、関連情報の調査、フィールド・リサーチ等を通じて深化させた上で、次の研究会に臨むためである。

18.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

欧米と比較して、日本は DMO の成功事例がないことが現状である。そのため、大社教授の協力の元、日本全国から DMO の CEO、CMO 候補を集めて研究会を実施して人材を育てるプロジェクト研究を開始した。DMO の成功事例がないため、体系化されたやり方は決まっていない。そのため、プロジェクト研究では、受講者の属する地域を対象に実践で課題解決にあたり、成果をだすための研究を実施している。

具体的には、日本各地の観光事例（豊岡市や下呂温泉等）を題材にしてマーケティング手法を学び、自身の地域に活用する研究を行っている。DMO 候補者達は、マーケティングの実務経験がないことが多いため、企業事例や他産業のマーケティングを研究し、自分達の地域に活用できるかを検討する。自分達の地域の理想の姿（目的）を定義して、現状はどの段階であるかを認識する作業を行う。

特に、事業構想を行う上では、ターゲット設定（顧客明確化）とゴール設定（目的）が重要である。地方活性においては、町づくり（地域におけるマクロ視点）と事業運営（ビジネス視点を持つ）の 2 つのスキルを持つ必要がある。「観光まちづくり（日本版 DMO）」プロジェクトでは、上記スキルを持つ人材を養成し、受講者が属する地域の課題に対して実践を通して解決する支援を行う。

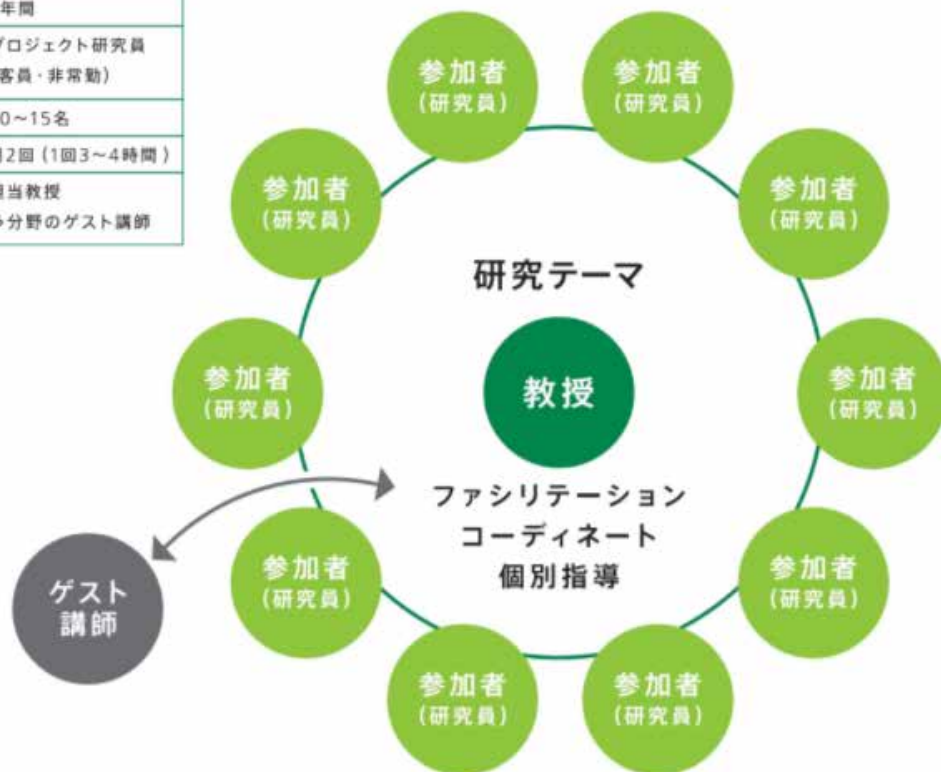
(2) カリキュラム期間

事業構想大学のカリキュラム実施期間は 1 年間である。

(3) カリキュラム構成

開催期間は 1 年間（月 2 回、4 時間／回）である。それ以外の期間は、自身の地域で受講生・教授と議論した経験を基に実践を行う。理想の姿（目的）に近づけるためのプロセス研究である。4 時間の内、1 時間は教授・ゲスト講演、1 時間は議論を行う。

概要	
研究期間	1年間
参加形態	プロジェクト研究員 (客員・非常勤)
研究員	10～15名
定例研究会	月2回(1回3～4時間)
教員陣	担当教授 多分野のゲスト講師



出典) 事業構想大学院大学 (事業構想研究所)

<https://www.mpd.ac.jp/cultivation/projectresearch/>

研究員の進捗に合わせ、適切なゲスト講師を招聘する。研究会のテーマ、研究員の特質や進捗に応じて、一般的なセミナーや勉強会では聞けないようなゲストを多く招聘。ゲスト講師を交え、段階に応じて、発想の幅を広げたり、着想力を高めたりしながら、高い視座、広い視野、鋭い視点で話し合うことで、未知の気づき、ひらめき、ヒントを得ていく。構想が具体化してきた段階では、その実現に役立つ人脈にもなる講師を招く。

経営者	政策議員・政府官僚	新規事業責任者
ネットビジネスリーダー	都市計画・建築家	最先端分野研究者
最先端企業経営者	自治体	社会起業家
クリエイター	哲学者	マーケター
産業界リーダー	ジャーナリスト	世界で活躍

出典) 事業構想大学院大学 (事業構想研究所)

<https://www.mpd.ac.jp/cultivation/projectresearch/>

(4) 事業構想の枠組みと流れ

① 「発・着・想」

多種多様な授業の中で、新たな視点と気づきを得、事業の種を探す。例えば、現在あるいは未来の社会の中から課題を探し、所属する企業の経営資源あるいは自身の強みを活かして解決方法を探る等。

② 「構想案」

知識と情報を集め、意識と意欲を持った方々で話合うことで、新たな気づきを得、アイデアを膨らませる。

③ 「フィールド・リサーチ」

構築した構想案が顧客に受入れられるか、未知の顧客にテスト・マーケティングを行う。そこから新たな発見も生まれる。

④ 「構想計画」

理想から落とし込み、構想案実現のための肝となる要素を集約した戦略プランである。過去からの推移や現状の分析といった数値に縛られず、且つ実現可能なロードマップを描く。

⑤ 「コミュニケーション」

構想を絵で指し示すように説明できるほどに説得力を持たせる。人の心を捉えて動かす事業構想は夢があり魅力が求められる。それをいかに伝えるかを磨く。

(5) プロジェクト研究の特徴

① プロジェクト研究のゴールを想定

各研究員は「地元に適したプロットフォーム（DMO）を構築する」および「観光による地域活性化を図る事業を構想する」ことを本プロジェクトのゴール（成果）と想定する。

② 大学院では研究員、地元では実践者として PDCA を回す

大学院附属研究所では研究員として、様々な課題を抱える他地域の研究員とともに学びを考え、地元に戻ればプロデューサーとして実践活動に取り組む。「学び」と「実践」を1年間にわたり交互に行うことで PDCA サイクルを回しながら。各研究員のゴールに向けた取組みを支援する。

③ 外部講師を招き、内外のケーススタディを行う

継続的に成果を上げている外部講師などから、国内プラットフォーム型観光まちづくり組織や諸外国の DMO、着地型観光ビジネスの事例を学び、これらを元に対話を繰り返す。

(6) プロジェクト研究のプロセス

① 現状分析（4月～6月）

数量的な側面から現状分析を行い、地域における観光振興の位置づけを明確化
機能分析等を通して、現在の観光振興の推進体制の「見える化」を図る

② 既存データの収集と評価分析（7～9月）

観光が及ぼす地域経済への影響を明らかにする
マーケティング・リサーチの手法を学び、その実践を行う
その上で、マネジメントすべき事項や対象を明確にする

③ 推進体制の再構築・構想計画の策定（10～12月）

マーケティングとマネジメントを担うための「推進体制の最適化」を構築する
マーケティングにもとづく観光戦略の立案とその実現に向けた事業の構想を練る

④ DMO 機能についての事業構想計画の作成（1～3月）

DMO・観光集客事業を地域に導入する仕組みを構想する
DMO・観光集客事業を組織として設ける場合の事業計画づくり
地元でのステークホルダーとの共有と調整
地元での「発表会」の開催（3月）

18.3. カリキュラムの特徴

- (1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育（過去のゲスト講師）

【DMO】

高橋一夫氏（近畿大学経営学部教授）/「欧州 DMO のケース紹介」

山田雄一氏（経済産業省地域経済 G）/「ディスティネーションブランディングと DMO」

木村恭子氏（元ハワイ州政府観光局理事）/「ハワイツーリズムオーソリティについて」

原田宗彦氏（早稲田大学教授）/「スポーツコミュッションと DMO」

長井英二氏（㈱草津観光公社代表取締役社長）/「草津観光公社の経営について」

【観光/インバウンド】

中村好明氏（㈱ジャパンインバウンドソリューションズ代表取締役社長）/「インバウンド観光と地域社会の連携」

山岸ロハン氏（㈱インフォキュービックジャパン代表取締役）/「インバウンド集客手法について」

田村孝次（㈱エコビジョンブレインズ）/「着地型観光とエコビジョンブレインズ」

【経営】

永井彰一氏（㈱田園プラザ川場代表取締役社長/「㈱田園プラザかわばの経営について」

【マーケティング】

陣内裕樹氏（グーグル㈱観光立国推進部長）/「Web マーケティングの考え方」

山野智久氏（アソビュー㈱代表取締役社長）/「地域における体験コンテンツの現状」

【その他】

井戸智樹氏（歴史街道推進協議会/「歴史街道推進協議会の活動」

小布施敦士氏（㈱ルネッサンスキャピタルグループ・代表取締役社長）/「地域活性化と金融の役割」

(2) DMO 人材の育成

講義名	概要
マーケティングスキル	マーケティングの専門家をゲスト講師として招き実施するマーケティング基礎講座や、研究員たちとの実践的なワークショップを通してマーケティング手法を学び、自分の地域に必要なマーケティングプランを作成する。
自主財源確保の手法	自主財源を確保するため、海外の先進的な DMO が実施している取組事例をご紹介します、それらの事例をヒントに、自分の地域に最適な財源確保の手法を見つけ、それを実現するために必要な要素を整理する。
地域に適した事業計画	事業計画を作成するためには、まず地域経済構造を把握することにより、地域課題を明確化する必要がある。地域課題を明確化するためには、RESAS などの統計データ活用手法を知ることがスタートになる。本研究会では、それらのデータを用い、明確化された課題に対し理想の状態を描き、そのギャップを埋めるためにどのような手段が必要になるかを整理する。

【参考文献】

- Y 事業構想大学院大学（事業構想研究所）WEB サイト
<https://www.mpd.ac.jp/projectresearch/dmo2017/>

19. シブヤ大学

街の多様な主体との協同によるまちづくりプロジェクト

実施主体	特定非営利活動法人シブヤ大学
学部学科等	-
所在地	東京都渋谷区神宮前 2-9-11 シオバラ外苑ビル 3F
定員	開催される講義毎に異なる
期間	-
学科設置	2006 年

19.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

シブヤ大学は 2006 年に設立され、広く一般市民に対して、社会教育に関する講演会やイベント、小中学校の総合的な学習への授業カリキュラムの提案等の教育事業を行い、あらゆる世代の人々が生涯にわたって学び続けることが出来る社会の実現のための活動を行っている。

渋谷の街を大学のキャンパスに見立て、市民、企業、NPO 団体等の様々な知恵や技術を持った方々を先生として、地域の誰もが無料で参加できる授業を企画・実施している。授業の内容によって参加者層が変化するが、20 代、30 代の社会人、そして比較的女性の参加者が多い。ひとつのテーマを学ぶために多様な人たちが集まるのが授業の魅力となっている。

【学生の内訳】



出典) シブヤ大学 WEB サイト (<http://www.shibuya-univ.net/about/>)

(2) 実施体制

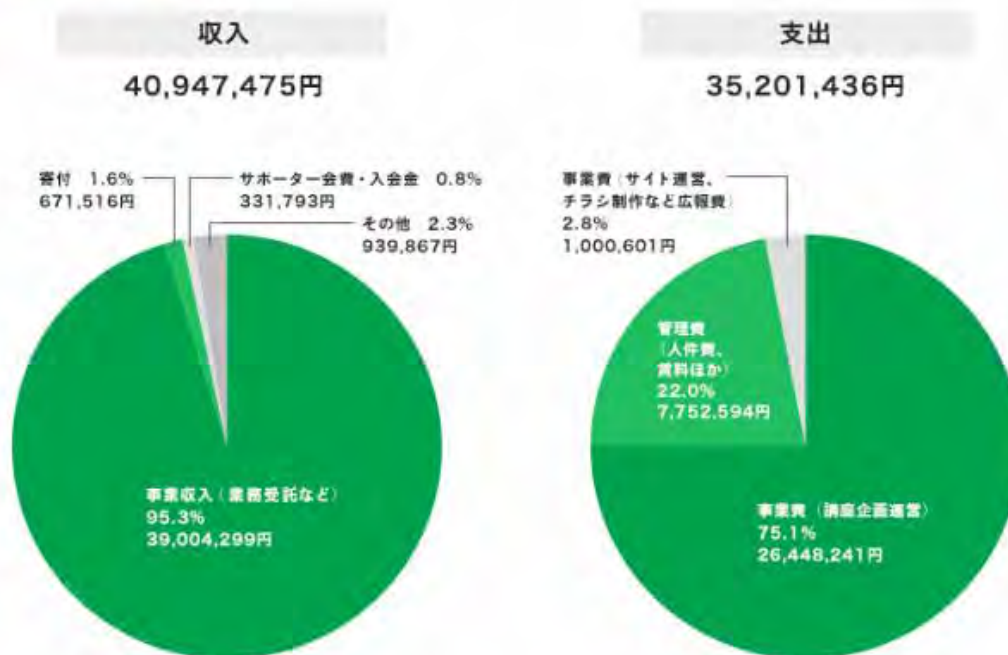
少数の事務局専任スタッフを中心に、企画やデザイン等の分野プロフェッショナル、日ごろ様々な分野で働いているボランティアスタッフ等、総勢約 200 名で運営している。基本的な活動である「授業の企画運営」は全員で取り組む一方、各テーマや案件によって、興味のあるスタッフや外部の専門家なども加えたプロジェクトチームを組織している。

また、シブヤ大学では、教師が一方向的に教える場ではなく、老若男女さまざまな人たちが「教える」と「教わる」を自由に行き来できる学びの場となっている。ホームページから授業で教えたい・取り上げたいテーマを投稿することで、教える側として参加することも可能となる。

(3) 活用している予算等

シブヤ大学は、企業連携による収入が約 6 割、自治体からの業務委託が約 3 割、個人・法人会員の方からの寄付が約 1 割で運営されている。

2014年度の収支報告



出典）シブヤ大学 WEB サイト（<http://www.shibuya-univ.net/about/>）

19.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

広く一般市民に対して、社会教育に関する講演会やイベント、小中学校の総合的な学習への講座カリキュラムの提案等の教育事業を行い、もってあらゆる世代の人々が生涯にわたって学び続け、いきいきとした生活が送れる社会の実現に寄与することを目的としている。

(2) カリキュラム期間

一般市民が自由に授業に参加できる形でカリキュラムが提供されているため、決まった期間がない。

(3) カリキュラム構成

参加者はシブヤ大学の企画する授業を自由に無料で参加することが可能である。

19.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

シブヤ大学では様々な企業や団体、自治体などと連携した「コラボレーション企画」を実施している。企業・自治体の課題や伝えたいメッセージを、シブヤ大学が授業の企画・運営により支援している。なお、こうしたコラボレーション企画の支援は企業・自治体に対して有償で提供されており、シブヤ大学の運営のための資金基盤となっている。

講義名	概要
人に会いに行く旅をしよう。～ローカルで豊かな暮らし方・塩尻編～	旅館、ワイナリー、家具工房、ギター工房や地元食材を活用したレストラン等、地域で活動する方に話を聞くことで、地域の魅力を発見するツアーを企画した。 

恵比寿文化祭	アート、音楽、ダンス、ファッション、映像など様々な分野において、恵比寿を拠点に活躍する人たちがそのパフォーマンスを披露する集客イベントによる地域活性化を行った。 
--------	--

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
古民家の「再生」と「活用」で地域の誇りと産業を創る	城下町全体をホテルにする「篠山城下町ホテル NIPPONIA」などの事例紹介や、ノオトが考える地方創生への考え方など、古民家再生からつながる日本の地域の可能性についての講義を開講した。
伝統産業のこれからに旅をしよう。 ～"伝統工芸×デザイン"で世界に拓く、高岡「能作」のものづくり～	デザイナーとのコラボレーションに積極的に関わり、地域伝統の鑄造技術を用いて"新しい伝統工芸"を次々に生み出す「能作」の社長から、伝統産業を取り巻く現状とこれからへの取り組みについて、実際にコラボレーションされているデザイナーから、デザインの背景やプロセスについて学び、伝統と"いま"との橋渡しについて考える授業を実施 

(3) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

講義名	概要
普段着のアフリカを民族布で探る	アフリカの民族布を目で、耳で、そして手触りで違いも含めて感じ取り、アフリカをもっと知る授業を企画を実施した。 代表的な民族布の特徴、意味、デザイン、歴史、課題等に対する講義を聴き、民族布を身近な存在としてファッションやインテリアに取り入れるアイデアを考えるワークショップを実施した。
オスマンさんとたのしい ラマダン ～食べる/食べないことから知る、アラブの日常～	サウジアラビア出身で日本の大学院に通う大学院生に、サウジアラビアの市民の暮らしにおけるイスラム教やラマダンなどについて講義を受け、断食明けの食事（イフタル）としてアラブの家庭料理の作り方を学ぶ。 

【参考文献】

Y シブヤ大学 WEB サイト <http://www.shibuya-univ.net/>

20. 尾道自由大学

地域の資源を活かした学びの場の提供

実施主体	ディスカバーリンクせとうち
学部学科等	-
所在地	広島県尾道市土堂 2-9-33 豊田ビル 3F
定員	開催される講義毎に異なる
期間	-
学科設置	2013 年

20.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

尾道自由大学は地元の人とともに尾道の未来を考える「ディスカバーリンクせとうち」により、東京で働く若者を中心にした学びの場を展開する「自由大学」と連携し、2013年に設立された。

尾道自由大学は地域の人誰でも参加できる学びの場を提供している。教える側が一方的に知識を与える従来の詰め込み型教育ではなく、教える側と教わる側の双方向の学びの場を提供しているため、学生も当然のように与えられる正解を待つのではなく、自主的に考え、自ら行動を起こしていくことが求められる点が特徴的である。

(2) 実施体制

学びを求める学生、ともに学び教えようという教授、そして学びの場を創造するキュレーターが関わり、講義を作っている。講義の作成の過程で学生、教授、キュレーターそれぞれが自らの意見を述べる時間を設けている。

20.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

人の新しいことを学びたいという欲求に応えることで、すべての人が成長できる場を作るため、一般参加自由の講座を開講している。

(2) カリキュラム期間

一般市民が自由に授業に参加可能な講座が提供されているため、決まったカリキュラム期間はない。

(3) カリキュラム構成

一般市民が自由に授業に参加可能な講座が提供されているため、定型的なカリキュラムはない。講義テーマは以下の5つに分かれている。学部と記述しているが、尾道自由大学は大学法人ではないため、大学に見られるような体系化した組織は持たない。

- ①海と島をフィールドにした体験活動をする「海と島学部」
- ②尾道の街を多様な視点から情報発信する「まちとメディア学部」
- ③尾道の伝統的な文化や映画、自転車や旅に関する体験する「旅と文化学部」
- ④伝統産業の再生や、新しい仕事を創造する「仕事と未来学部」
- ⑤環境について考える「暮らしと環境学部」

20.3. カリキュラムの特徴

(1) 地域行政・企業等と連携した実践的教育

講義名	概要
Denim Discussion	デニムをテーマに備後地方に継承されてきた繊維の歴史。土地を知り歴史に触れつつ、この備後地区で継承されてきた技術と繊維への想いを学ぶ。 ゲスト講師：貝原良治氏（カイハラ株式会社社長） 

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
せとうちワイン学	世界でも評価を受ける日本産ワインについて、尾道の生産者を講師として基礎知識の習得、品種ごとにテイasting、ぶどうの剪定作業などを通じた日本産ワインの魅力を知る講座を開講する。（全5回） 講義の最終回では受講者が勧めるワインのプレゼンテーションを行う。 
やまなみサイクリング	島根の石見銀山で取れた銀を尾道まで運んだ銀山海道とも一部被る歴史あるルートである「やまなみ街道サイクリングロード」を自転車で走破するイベントを開催した。車移動では見落としているであろう尾道の魅力を自転車を通して発見する。 
地域ブランドのつくりかた	日本各地の様々な魅力を発掘している、「Discover Japan」高橋氏を招き、“DINING OUT”[*]という手法による地域活性化プロジェクトを例に挙げながら、尾道の魅力を活かした地域ブランドの作り方を学ぶ。 [*]“DINING OUT”とは、プレミアム野外レストラン期間限定オープンするイベントを指す。注目の料理人や時代を代表するクリエイターを招き、その土地で採れた食材を料理やその土地の自然や文化を新しい感性で切り取った演出提供する。

	
地域の活かし方学～尾道編～	地域活性化のためには地域への深い理解と地域のために動く人材と知恵が必要となることから、地域の活かし方、イベント作りについて学ぶ講義を開催する。 尾道では、現在、新しいコミュニティが多く誕生しており、お寺でのジャズライブやフリーマーケットや日本古来から伝わる葦船作りワークショップ・備後い草に触れる事が出来る小物作りなど、その土地ならではの活かし方で盛り上がりを見せている。そのようなコミュニティがどのように誕生しているのか、地域の宝物をいかに見つけ活かしているのか、仕掛人達や尾道の街の事を古くから知る地元の方と議論することで、今後の地域とのかかわり方を見出す。

【参考文献】

Y 尾道自由大学 WEB サイト <https://freedom-univ.com/overview/>

21. イタリア食科学大学

世界で初の「食科学大学」

実施主体	イタリア食科学大学
学部学科等	食科学・食文化学部
所在地	イタリアピエモンテ州
定員	-
期間	3 年制
学部設置	2004 年

21.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

イタリア食科学大学は 2004 年にスローフード協会によって食文化と農学との有機的関係の構築に取り組むための国際的な研究教育センターとして設立された。科学・文化、制度、経済、環境に至るまで食に関する複合的な視点を持った専門家を育成し、食の持続可能な生産・流通・消費に貢献している。

(2) 実施体制

イタリア食科学大学の学士過程は、食科学・食文化学部のみであり、学士過程に入學した生徒は 3 年間の家庭で食の生産から消費まで全ての過程を学ぶ。修士課程はフードイノベーション・マネジメント、食文化・マーケティング、世界の食文化、ワイン文化・経営等の専門分野毎に細分化されている。

(3) 活用している予算等

スローフード協会の資金的な援助により設立されている。2018 年の学士過程 1 年間の授業料は 14,500 ユーロである。

21.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

イタリア食科学大学の学士過程では、食料システムに影響力があり、食の持続性や自立性を改善し、食の価値を高めることが出来る人材を育成することを目的としている。そのために、食の生産から消費まで学際的な教育を行うほか、スタディーツアーやフィールドの経験を通じた授業、世界的な食の著名人の講義等を提供している。

(2) カリキュラム実施背景

食に関する国際的な研究センターであることから、イタリア以外にもヨーロッパ、アメリカ、オーストラリア、インド等から広く学生を募集している。1年次は英語、2～3年次はイタリア語で授業が提供されるため、入試の際に英語の語学テスト、イタリア語のテスト及び面接が行われる。

(3) カリキュラム期間

食科学・食文化学部は3年制であり、学生は3年間で180単位を取得する。

(4) カリキュラム構成

イタリア食科学大学では、グループワーク、プレゼンテーション、eラーニング等によって食の生産～消費、食文化等、食にかかわる学際的な授業を提供している。また、味覚の分析、実験や農園での生産活動を通じた実践、食の著名人を招聘してのセミナーやワークショップを行う。

各学年で一度開催されるスタディーツアーで世界各地を訪問し、世界の食品システムについて知識を深める機会が与えられる。



出典) イタリア食科学大学 WEB サイト (<https://www.unisg.it/en/>)

21.3. カリキュラムの特徴

- (1) クールジャパン推進に資する学問的教育

年次	講義名
3 年	Food business economics（食品ビジネス経済論）

※具体的な講義の内容は WEB サイトでは明らかにされていない。

- (2) 法制度等に関する教育

年次	講義名
3 年	Food systems and global law（食品システムと世界の法律）

※具体的な講義の内容は WEB サイトでは明らかにされていない。

- (3) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

年次	概要
各学年で 1 回	Study Trip（スタディーツアー） 学生が 1 年に一度のスタディーツアーで世界各地を訪問する。訪問した現地で出会った食の専門家（生産者や料理人等）からの講義やワークショップを行い、また、現地の食を味わうことで、世界各地の食の現場を肌で感じ、世界的な食品システムのあり方を理解する。また、専門家として、食の世界的なネットワークを構築する。 スタディーツアーでは、日本も訪問しており、現地の方とのワークショップや食品生産現場の見学、地域の食品メーカーによる講演、地域の郷土料理体験等のプログラムを受講した。 

【参考文献】

Y イタリア食科学大学 WEB サイト <https://www.unisg.it/en/>

Y 鶴岡食文化創造都市推進協議会 WEB サイト

「イタリア食科学大学 フィールドスタディ in 鶴岡の開催報告！」

<http://www.creative-tsuruoka.jp/project/connect-world/italiasyokukagaku.html>

22. ミネルバ大学

遠隔参加のアクティブ・ラーニング授業～Edtech

(Education×Technolog) ～

実施主体	ミネルバ大学（米国）
所在地	1145 Market St, 9th Floor San Francisco, CA 94103 USA
定員	なし (2017 年度入学者約 200 名/受験者約 20,000 名)
期間	4 年
学部設置	2014 年

22.1. 学校・学科概要

(1) 実施主体の特徴

ミネルバ大学は、2014 年 9 月にサンフランシスコで開校した全寮制の 4 年制総合大学である。授業はすべてオンラインで実施される（EdTech；Education×Technolog）。教授と生徒が双方向にコミュニケーションできるアクティブ・ラーニングの授業形式が特徴である。1 年目の授業の約 30～40%が最新の IT プラットフォーム（Active Learning Form）を活用したオンライン授業である。

その他の時間は、現地の行政機関や企業、NPO 等でのプロジェクト学習やインターンが行われる。カリキュラムの大部分をインターンなどの時間に充てているため、社会経験を身に付けることができることが特徴である。ミネルバ大学は全寮制の大学であり、1 年目はサンフランシスコに入寮し、半年ごとに世界の 7 都市（アメリカのサンフランシスコ、アルゼンチンのブエノスアイレス、イギリスのロンドン、ドイツのベルリン、インドのハイデラバード、韓国のソウル、台湾の台北）に移り住む。オンラインの授業に加えて、オフラインでの学生同士の交流を重視し、共同生活を通して多様な価値観に触れる機会を創出している。

一般的な大学と比べて、広大で豪華なキャンパス等の設備投資を行わないこと、学生の学びに直接関係の無い分野への投資を行わないことで学校の運営費を大幅に削減することで、米国の私立大学の 1/4 程度である \$ 12,950 という比較的安価な学費を実現している。ミネルバ大学は、アメリカの教育認定組織である WASC（Western

Association of Schools and Colleges) から認定を受けているため、他の 4 年生大学と同じように学位が授与される。また、学士号と並行して修士号を取得することが可能である(コース追加の授業料\$ 15,000)。4 年間の中で修士号を同時取得することで、卒業後のキャリアの選択肢が広げられる。

(2) 実施体制

ミネルバ大学での授業は、オンラインプラットフォーム (Active Learning Form) を通じて 18 人以下のセミナー形式で実施される。生徒は事前課題を提出後して授業に参加する。授業の特徴として、教師はファシリテーションに従事するのみで 10 分以上は話さない(生徒の議論を優先)、教師側はモニタから各生徒の発言量、意見表明を視覚的に確認することができるため、通常の対面授業よりも効率的な運用を行うことが可能となっている。また、全ての授業が記録され、何度も見返すことができる。Active Learning Form により、教師は 1 人 1 人の生徒の特徴や理解度を把握できるため、個人に合った評価と指導が可能となる。

1 年生は、the habits and concepts (リーダーシップ、革新、広範な適応学習、グローバルシチズンシップに必要な 4 つのコアコンピテンシー) を 1 年間かけて学ぶ。

22.2. カリキュラム概要

(1) カリキュラムのねらい・目的

科学的なアクティブ・ラーニングを導入することで、効果的な学習を実現することを目的としている。トップクラスの大学の殆どが、教師からの一方的かつ、大規模な授業形式である。一方、ミネルバ大学の教育モデルは反対である。クラスは、授業時間外に完了した課題から学んだトピックを授業内で議論し、教授やクラスメイトと協力して作業することに専念している。

クラスに積極的に参加し、コースの教材を活用することで、主要な概念の理解が向上し、実践的かつ全く新しい状況にそれらの概念を適用することができる。EdTech によるアクティブ・ラーニング型の授業により理解を深めさせる特徴がある。

また、速くて頻繁なフィードバックが可能な点も特徴の 1 つである。生徒の進捗状況を頻繁に教職員が把握できる。生徒の課題を見直し、授業でのパフォーマンスを話し合い、フィードバックを受け、強みを発揮し、知的成長を継続する機会が作れる。

(2) カリキュラム期間

ミネルバ大学のカリキュラム期間は 4 年間である。

(3) カリキュラム構成

【1 年目：Foundation】

最初の 1 年間は、4 つの Cornerstone Courses 学ぶ。

- ① Formal Analyses：合理的な思考、統計、計算思考、正式なシステムでトレーニングする。
- ② Multimodal Communications：話し方、ビジュアルコミュニケーション、デザイン、討論、芸術的表現の実践的な体験を、高レベルで情報を理解し伝えること学ぶ。
- ③ Empirical Analyses：自然科学と社会科学で使用される中心的な方法を学ぶことで、問題を効果的に取りまとめ、仮説を立ててテストし、情報に基づいた推測を行うことを学ぶ。
- ④ Complex Systems：グループプロジェクトのコラボレーション、交渉、リーダーシップ、正式な議論を複数の因果関係とマルチファクターの相互運用利用の概念を学習する。

【2 年目 Direction】

指導教員と協力して専攻を選択し、学位取得に必要なコースの方向性を設定する。

- ① Arts & Humanities（芸術&人文科学）
- ② Computational Sciences（コンピュータ科学）
- ③ Natural Sciences（自然科学）
- ④ Social Sciences（社会科学）
- ⑤ Business（ビジネス）

【3 年目：Focus】

選択した専攻科目を集中して実施し、更に実践的な知識を身につける。

【4 年目：Synthesis】

プロジェクトを完成することに集中する。特定の題材を設定して、学生が共同で研究を実施する。

22.3. カリキュラムの特徴

(1) クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
物理的相互作用の理論と応用	物理学の原理とそれを適用する方法を理解する
物理学	力学から核物理学までのライフサイエンスをライフサイエンスを学ぶ
地球サイクルの含意	最新の技術がどのような生活システムの相互接続性を明らかにしているかを発見する
量子論の性質：理論と応用	量子力学によって提供されるツールを使用して、定量的な観点から物質の性質を研究する
物質と分子の分析	元素分析、化学的分離、分子相互作用および力学のための分析ツールを使用して分析する
Designer 化学薬品およびデバイス	技術製品、デバイス、プロセスの開発を理解するための工学的アプローチと組み合わせて、化学と物理の原則を理解する
地球を守る	汚染、森林伐採、農業の影響、海洋の劣化、人口増加の潜在的な影響など、環境および天然資源の問題を調査する

(2) 法制度等に関する教育

講義名	概要
良い政府の理論を構築する	地方レベル、国内レベル、国際レベルでガバナンスモデルを検証することによって、これらの問題および関連する問題に答えることを目指す

(3) 海外に通じるデザイン・文化理解等の実践的教育

講義名	概要
グローバルヒストリー	多国籍異文化について、理論や読書で学ぶ
道徳と正義	道徳的な概念を学ぶ。特に、正義の概念がどのように社会的および政治的機関の基礎になっているか探る

芸術と社会変化	世界のさまざまな地域の文学、舞台芸術、音楽の例を取りあげる
歴史分析	様々な時代の歴史を学び社会で変化が起こったかを分析する
社会と歴史の比較	ケーススタディを用いて、歴史から成功した方法論を学ぶ
歴史の使用と誤用	博物館の展示、記念碑、歴史教科書の出版、歴史映画の制作に対応して、歴史的な問題や、世界各地で制定された政府の政策に関する重要な公的議論を分析する
倫理制度、道徳的ジレンマ	基本的な法的概念と実践に加えて、憲法の役割、刑法と民法の違い、刑罰の理論、市民の不服従の目的、国内法と国際法との関係、人権法の性質と実践を行う
倫理的・政治社会システムの構築	民主主義、正義、家族、社会的アイデンティティの性質など、社会哲学や政治哲学の中心的なトピックを調べる
デコレーション芸術と文学	個々の作品を密接に分析することで、さまざまな芸術ジャンルを理解するためのツールを身に付ける
芸術と文学に及ぼす社会経済的影響	社会経済的、文化的勢力が芸術や文学に与える影響を考える
コミュニケーションと説得のための芸術と文学の使用	新しい技術、メディアの種類、社会的なモアの変化が、どのように作品がコミュニケーションし説得するのかに影響を与えるかを検証する

(4) 海外マーケティング・市場開拓等の実践的教育

講義名	概要
市場のダイナミクスと製品分析	市場の集中的な調査に使用される高度な分析ツールを学ぶ
財務計画、予算編成およびモデリング	定量的モデリングで使用されるツールを調べて、一般的なビジネス上の問題を解決し、プロセスを作成する
ビジネス	ビジネスがグローバルな視点から行われる政治的、規制の、社会的な状況を分析する
エンタープライズ設計と最適化	戦略を実装し、組織設計に内在するトレードオフを理解するためのフレームワークを開発する
識別と製品開発の必要性	市場調査の知識を基に、新製品の設計と市場導入のさまざまなアプローチを分析する

戦略的ブランドのリーダーシップ	短期と長期の成長を計画する際にビジネスで遭遇するトレードオフを含む、ブランドと製品開発について学ぶ
製品の進化と改革	顧客ロイヤルティと株主価値を最大限に高めるために、ブランドの管理、防衛、拡張の方法を検討する
ベンチャーの開始と評価	割引キャッシュフロー、実質オプションおよび比較可能な評価手法を使用して、新規ベンチャーおよびプロジェクトを評価する
成長を生み出す価値のための資本配分	成長企業が成長戦略を実行するためにバランスシートをどのように使用するかを調査する
グローバル企業の財務戦略	リスク削減のための多様化とヘッジ、成長のための適切な資本構成、株主価値を高めるための配当/株式買戻し戦略を含むこれらのツールを適用することを学ぶ
ビジネスオペレーション	起業から初期成長段階まで、そして制約の厳しい資源と競合するという独創的な課題を通して、起業家プロセスを研究する
ビジネスシステム	製品およびサービス提供システムの設計と運用のための戦略的および戦術的な意思決定を学ぶ
ビジネスの最適化	オペレーションとマーケティングがどのように連携して製品/サービスの可用性を市場の可能性と同期させるかを分析する

【参考文献】

Y ミネルバ大学 WEB サイト <https://www.minerva.kgi.edu/>

23. エストニア政府

e-Residency

実施主体	エストニア政府
	e-Residency（電子居住権）

23.1. e-Residency の概要

(1) e-Residency とは

e-Residency は、世界最先端の電子政府を有するエストニアがエストニア非居住者向けに提供する電子居住権のことである。2014 年からエストニア政府は、エストニア非居住者に対して電子居住権（ID カード）の発行を開始した。電子住民（e-Resident）になることで、エストニア国外に在住している場合でもエストニアの様々な電子サービスを受けることを可能となる。e-Residency は遠隔でのビジネスを支援しており、法人登記や契約書への電子署名、銀行など多くのサービスをオンラインで利用することができる。

(2) e-Residency 申請手続き・ID カード受取りまでの流れ

e-Residency は、公式サイトから登録が可能である。事前に顔写真（縦 5cm×横 4cm）、パスポートの写し、クレジットカードを用意のうえ、公式サイトで個人情報を登録する。登録費用（+手数料）の支払いを済ませると、エストニア警察と国境警備隊による審査が行われる。1 ヶ月～3 ヶ月ほどで電子住民（e-Resident）ID カードが発行され、日本ではエストニア大使館で受け取ることができる。ID カード受け取りまでの流れは以下の通りである。

- ① 公式サイトで個人情報を登録
- ② 登録費用と発行手数料の支払い（101.99 ユーロ）
- ③ エストニア警察と国境警備隊による審査
- ④ エストニア政府から e-Residency カード発送
- ⑤ エストニア大使館でカードの受領・説明

(3) e-Residency が目指す姿

人口約 100 万人のエストニアは「電子政府」から始まった仕組みを世界中に公開することにより、2025 年までに仮想エストニア国民を 1,000 万人まで増やすことを目指

している。仮想エストニア国民を増やすことで大きな経済効果を生み出すことが期待されている。

(4) e-Residency の現状

2018 年 3 月現在、e-Residency の応募者は 33,438 人であり、154 ヶ国から e-Residency の申請が行われている。地域別登録者は、ヨーロッパ (25,045 人)、アジア (4,347 人)、北米 (2,708 人)、南アメリカ (468 人)、オセアニア (468 人)、アフリカ (401 人) である。また、e-Residency によって設立された企業数は 5,033 件である。

23.2. e-Residency 取得要件

(1) 申請に必要なもの

パスポート、クレジットカード VISA/Master (発行手数料 101.99 ユーロ)、証明写真データ (縦 5cm×横 4cm)、パスポート写真のコピー、以上の 4 点が必要となる。

(2) 審査

e-Residency 公式サイトから申請後、エストニア警察により審査が実施される。審査機関は 1 ヶ月～3 ヶ月程度である。

23.3. e-Resident が可能なこと

- (1) 文書や契約にデジタル署名する
- (2) 署名された文書の信頼性を検証する
- (3) 安全に文章を暗号化して送信する
- (4) エストニアの企業をオンラインで設立する
- (5) 世界中のどこからでも会社管理を行う
- (6) e バンキングやリモート送金などのサードパーティサービスに申し込む
- (7) オンライン決済サービスプロバイダにアクセスする
- (8) エストニアの税金をオンラインで申請する

23.4. e-Residency 取得を啓発する仕組み

(1) 実質法人税をかけずに会社を設立できる

電子住民（e-Resident）となることで、実質法人税を負担することなく、EU 企業を設立することができる。また、銀行取引等の手続きはすべてインターネット上で行うことができるため、企業運営・手続きが簡便である。エストニアでは、企業に伴う経済的メリットと管理に手間のかからないことを PR することで、全世界に e-Residency を普及させている。

(2) 信頼できるビジネス環境の証明（Trusted e-Residency Company）

e-Residency は、グローバルな起業家に対して信頼性と透明性を証明する支援を行っている。例えば、すべての電子住民（e-Resident）は、エストニア警察と国境警備隊から、審査を受けたうえでないと認証されない。また、エストニアに設立された企業に関する重要なデータ（税金や所有者の身元など公的記録）は公開情報として扱われるため、顧客やビジネスパートナーが企業情報を確認することができる。その結果、エストニアの電子住民（e-Resident）によって設立された企業は、信頼できる。

「Trusted e-Residency Company のロゴ」を表示することができる。ロゴを使用する要件は、①エストニアに登録された企業の経営陣に少なくとも 1 人の電子住民（e-Resident）がいること、②エストニアに登録された社会的企業の管理委員会に少なくとも 1 人の電子住民（e-Resident）が参加していることである。

23.5. エストニアへの帰属意識を継続させる仕組み

(1) オンラインで会社を設立

世界のどこからでもオンラインで企業を立ち上げることが可能である。非居住外国人がエストニア会社を設立する際、現地居住者を役員・株主等に入れる必要がない。また、法人税は 20% であるが内部留保している限り課税されないため、実質法人税 0% となる。

(2) 会社を設立する方法

オンラインで会社設立をする手順は以下のとおりである。

- ① e-Residency を申請
- ② 法的住所を取得（エストニアの住所）

- ③ オンラインで企業登録ポータルにアクセスして、選択した企業名が利用可能であることを確認してから登録（法的文書にデジタル署名して提出する）
- ④ 州の料金を支払い、確認を受け取る（提出された申請書は1営業日以内に審査され、通知は電子メールで送られてくる）

(3) リモートで管理

オンラインで会社設立が可能なため、世界中のどこからでも会社を運営できる利点がある。2000年にエストニアでは電子署名が合法化されており、契約書等の書類は電子署名が可能である。行政サービスが電子化されており、オンラインで簡単に納税できる。初期コスト及び維持費が低く、ビジネスプロセスが簡便である。加えて、電子署名は手書きサインよりも安全性が高い利点がある。

【参考文献】

Y 出典) e-Residency – New Digital Nation <https://e-resident.gov.ee/>

第4章 先行事例の分析

第3章で情報収集した地域プロデュース人材の育成に資すると考えられる教育機関のカリキュラムを、ベースとする学問分野の観点から大きく「地方創生系」、「観光系」、「食系」、「デザイン・コンテンツ系」、「その他」に分類し、当該分類別に、各教育機関で実施されている授業について、地域特有の生活・文化等について学ぶ科目と、地域産業等について学ぶ科目、国際的な視点を学ぶ科目、専門科目、演習・実習等に分け、以下に各機関の特徴的な科目をとりまとめた。

特徴的なカリキュラム一覧

	カリキュラムの分類										
	地域生活・文化・風土系科目	地域産業系科目	国際科目	人文・社会・教育・環境科目	経営・ビジネス科目	農学・食・サイエンス科目	芸術・デザイン・表現・情報・工学科目	都市計画・まちづくり・行政	DMO	地域系	国際系
地域活性化系	- 山国信州の風土とくらし - 地域協働論	- 四万十方式・商品開発ノウハウ - 地域産業政策論 6次産業化論	- インバウンド市場を拓くマーケティング - 国際ビジネス展開論 - 国際農林水産物市場論	- 社会調査論 - ソーシャルキャピタル論 - 比較地域社会論	- 地場産業のブランディング - 組織経営論 - 産業マーケティング論	- 農業振興論 - 食品生化学	- 地域デザイン論 - 地域ブランド実践ゼミ	- 地方創生に関する施策の紹介 - 地域計画論 - 地域デザイン論	- DMOの経営と観光地域の経営 - 観光地マーケティング	- 地域協働マネジメント実習 - プロジェクト実践演習	- 海外フィールド実習 - 海外インターンシップ
観光系	- 京都観光・文化論 - 観光と老舗	エコツーリズム論演習	インバウンド・ツーリズム論演習		- デジタルマーケティング - プロモーション・マホジメント特論 - サービス経営論			- 観光事業とまちづくり - 風景計画論演習	- DMOマネージャー実務演習 - 観光経営イノベーション研究 - 観光地域マネジメント研究	- 観光プロジェクト演習 - 観光インターンシップ	
食系	和食文化論	6次産業化論 - ローカルフードシステム論 - 淡路島牧場見学	- 海外食文化論 - アジア食文化事情 - 国際食文化概論		- 食品流通学 - 食品経済学 - 食品マーケティング論	- 調理科学 - 食品開発論 - 食品加工学				- 食品企業経営戦略演習 - 食品マーケティング演習 - 品質保証システム論演習	海外食文化研修
デザイン・コンテンツ系	伝統文化演習		- 国際コミュニケーション - 欧州から見る、日本のデザイン - フランスのジャパンエキスポ出展	- 社会調査法 - 社会調査と地域	- デザイン産業事情 - コンテンツ知的財産論 - ビジネス財務		- まちづくりデザイン - プロダクトデザイン特論 - プロダクトデザインメソッド特論	- まちづくり特論 - 都市計画建設設計基礎		- 地域プロジェクト演習 - フィールドデザイン演習 - 地域ブランディング演習 - コミュニケーションデザイン演習	
その他（短期・海外）	- 人に会いに行く旅をしよう - しまなみサイクリング	- 伝統産業のこれから旅をしよう - 地域の活かし方学				- せとうちワイン学 - 食品システムと世界の法律					スタディツアー

現在、地域プロデュース人材の育成として実施されているカリキュラムの教育内容を以下の通り要約した。

カリキュラム分析から得られる教育的要素

カリキュラムの分類										
地域生活・文化・風土系科目	地域産業系科目	国際科目	専門科目						演習・実習	
			人文・社会・教育・環境科目	経営・ビジネス科目	農学・食・サイエンス科目	芸術・デザイン・表現・情報・工学科目	都市計画・まちづくり・行政	DMO	地域系	国際系
・地域の自然、歴史、文化、食などに対する深い理解を得るために、知識・経験を習得する	・地域内外の農林水産業、6次産業、観光業、他の産業について学び、産業の特徴、課題などの知識を習得する	・海外の食文化、商習慣、流通・販売事情等を学ぶ ・国際的なデザインの視点を学ぶ ・外国語、プレゼンテーションなどコミュニケーション・情報発信能力の習得	・社会調査手法、フィールド調査等の手法について学ぶ ・地域社会、自然等について学ぶ ・地域での協働手法（リーダーシップ、ワークショップ、プレゼンテーション等）について学ぶ	・マーケティング、流通、経済、経営、起業等ノウハウを習得する ・ブランディング、付加価値の付け方、伝え方を学ぶ ・デジタルマーケティング・広告手法を学ぶ ・アカウンティング・資金調達手法について学ぶ ・組織経営、組織運営等について学ぶ	・農畜生産、農業経営、販路等について学ぶ ・生産、加工・製造、流通等について学ぶ ・食文化について学ぶ	・地域デザインについて学ぶ ・プロダクトデザインについて学ぶ ・デザイナー等との協働について学ぶ	・地域計画、都市計画、建設等について学ぶ ・地域運営、地域デザインについて学ぶ ・自治体行政、まちづくりや法制度・資金調達方法等について学ぶ ・様々な事例を学ぶ	・観光地のマーケティングやマネジメントについて学ぶ ・インバウンド観光客（特性、プロモーション、食文化等）について学ぶ ・DMO組織の経営について学ぶ	・地域資源の活用、地域課題の解決等において、地域内外の協力者を得て、商品・サービス等をプロデュースする ・プロジェクトの企画・運営・実施を全て担う ・地域企業インターンシップ等により、製造、流通、販売等の現場の状況を把握する	・海外における展示会、見本市等への出展などの体験・経験 ・海外企業におけるインターンシップなどの体験・経験 ・国際コミュニケーション能力の習得

第5章 地域プロデュース人材育成に有用と考えられるカリキュラム構成要素

(1) 地域プロデュース人材に必要と考えられる能力

カリキュラムの調査内容や、有識者からの助言も踏まえ、地域プロデュース人材の育成プログラムにより、養成すべき能力は以下のように考えられる。

地域プロデュース人材に必要と考えられる能力



習得すべき能力	概要
地域の魅力の発見・創出力	地域の文化・歴史・生活・食等に対する深い理解や、幅広い経験と教養・事例などの知識に裏付けられた目利き力 等
プロデュース力・デザイン力	地域の魅力を活かした商品・サービス開発を行う力やそれを表現し国内外の消費者に受け入れられるデザイン力 等
協働力	地域産業、自治体、NPO、住民等の地域の様々な主体や、地域外の外国人・企業・デザイナーとも協働で事業を作り上げる力 等
海外マーケティング・展開力	海外の文化や商習慣への理解に基づく“マーケティング”や“伝え方”で、デジタルマーケティングや展示会等の機会を利用して地域ストーリーを伝える力 等
実行力	困難があっても立ち向かう実行力と継続力 資金調達、会計、法務知識等も含めた実務能力 等

(2) 地域プロデュース人材育成に有用と考えられるカリキュラム構成要素

教育機関等におけるカリキュラムを構成する授業科目・プログラム・プロジェクト等の中から、地域プロデュース人材の各種能力の育成につながり、他機関においても参考となると考えられる構成要素を以下に例示した。

① 地域の魅力の発見・創出力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

日本やその地域の文化について、その成り立ちから理解を行い、日本、地域のもつ固有の文化、産業などについて深く知るための教育を行う授業や、課題に対して主体的に調査・研究を行うフィールドワーク型での実施を行う授業などが参考になると考えられる。

参考となると考えられる授業等

以下の授業科目等にて関連すると考えられる能力

地域産業・ 力・発展・ 創出力	地域文化・ 力・発展・ 創出力	地域産業・ 力・発展・ 創出力
スタートアップゼミ (信州大学 ローカル・イノベーション養成コース) 地域産業の様々な現場を訪問し、地域の問題の現場を自らの目で確認し、当事者から生の声を聞き、対話やグループワークを通してアクション・リサーチの基本的な流れを体得する。また、地元の市長や日本を代表するような企業の社長、地域で活躍する方を招聘した講義を行う。 	京都観光・文化論 (京都大学経営管理大学院観光経営科学コース) 現代の京都の観光地としての魅力や誘因を、長い歴史の脈絡において、かつ幅広い文化の深みのなかで理解するため、京都観光に関わる各界の有識者を招いて、観光の文化・歴史を考える。 〈講義例〉 ・ 京都観光を知る一データで見る京都観光の現在 ・ 国際化する京都観光ー欧米とアジア、異なる観光のまなざしー ・ 京都の寺院の観光と文化と経営 ・ 旅館経営の哲学と科学 ・ 京の春夏秋冬ーその心ときざかり 	せとうちワイン学 (尾道自由大学) 尾道でブドウ生産からワインづくりを行っている生産者を講師として、尾道をはじめとする日本各地のワインについて学ぶ。基礎知識の習得から、テイスティング、フィールドでのぶどうの剪定作業、ワイン紹介プレゼンテーション、ブラインド・テイスティングなどを通じて日本産ワインの魅力に対する知見を深める。(全5回) 

② プロデュース力・デザイン力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

地域にある資源を商品として作り上げていくための、6次産業化、食品開発、観光資源開発・着地型商品の開発などについて、体験等を通じて具体的な手法を学ぶ授業や、地域ブランドや商品のデザインについて学び、自らがデザインを行うだけでなく、デザイナーとの協力も含めた形で商品の魅力を高める方法について学ぶ授業、また、その地域固有の特徴をデザインや文章等で表現を行い、情報として伝えていくこ

とができる能力を高める授業、WEBでの情報発信など広報の手法についても学ぶ授業などが参考になると考えられる。

参考となると考えられる授業等

以下の授業科目等にて関連すると考えられる能力

地域の資源 力の開発・ 集約力	プロデュース ス力・デザ イン力	協働力	実行力	プロデュース ス力・デザ イン力	協働力	実行力	プロデュース ス力・デザ イン力	協働力	実行力		
事業企画プロジェクト実習 (高知大学 地域協働学部)				プロダクトデザインメソッド特論 (九州大学大学院デザインストラテジー専攻)				生命産業デザイン論 (新潟薬科大学生命産業創造学科)			
地域資源の商品化に向けた事業計画 づくりのプロジェクトを行う。地域課題の解 決に向けた「商品・サービス・事業等」を 具体化するための事業計画等の立案を 行い、実習先と協働して「商品・サービ ス・事業等」を生み出す。商品開発力、 事業計画力を身に付ける。				プロダクトデザイナーには、対象物に対 して幅広い視野から意見を持ち、総合 的な判断力を持つことが期待される。 デザインとそのアイデア及びコンセプトに おける関係性について知り、デザインを 行なうためのコンセプト形成あるいはデ ザイン制作後のコンセプト形成などの方 法を理解する。実際のデザイン及び企 画・プレゼンテーション、論理化など実 際のデザイン課題を通して、一般化と なりうるデザイン手法の形成とその習得 をめざす。				同じ商品でも、デザインの違いにより販 売状況が異なる現状を示し、デザインの 必要性と効果的なデザインについて学 び、市場においてデザインの力を積極的 に活用するプロデュース力を身につける 方法を解説する。 特に、デザイナーと連携して商品特性に 向いたデザインを提案する能力を身に付 ける学習を行う。			
(主題) ・ 商品(事業)開発及び事業計画の 立案に必要な情報収集 ・ 商品(事業)開発の構想 ・ 商品(事業)開発のための事業計画 の立案 ・ 商品(事業)開発に必要となるス テークスホルダーとの関係性の形成								(講義例) ・ 意匠デザイン ・ 日本的デザイン ・ イノベーションのためのデザインプロセス ・ コミュニケーションデザイン ・ デザインとIT			

③ 協働力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

協働力については単に、地域を学習フィールドとして活用するだけではなく、地域の住民や企業との協働でプロジェクト等に取り組むことにより、関係性や信頼関係を構築していくことが可能となるため、プロジェクト型の実習などが参考になると考えられる。

参考となると考えられる授業等

以下の授業科目等に関連すると考えられる能力

地域の振 興の能力 創出力	プロデュ ース・デザ イン力	企画力	実行力	地域の振 興の能力 創出力	プロデュ ース・デザ イン力	企画力	実行力	地域の振 興の能力 創出力	プロデュ ース・デザ イン力	企画力	実行力
教えるプロジェクト実習 (高知大学地域協働学科)				お歳暮プロジェクト (宮城大学食産業学部フードビジネス学科)				デザインストラテジープロジェクト (九州大学大学院デザインストラテジー専攻)			
地域の課題探究、地域への理解促進、地域協働企画立案、事業計画作成、事業の実施など、様々な実習を実施した後に、地域関係者と共に評価・改善策を検討する実習を行う。				仙台の百貨店株式会社三陸、水産加工業の株式会社三陸オーシャンと共同し、食産業学部フードビジネス学科の学生がお歳暮プロジェクトとして商品開発に着手し「三陸ほや物語」を完成させた。ホヤの消費拡大につなげるため、学生がネーミングや包装デザインを考案し、試食販売会を行った。				各自研究テーマを中心として研究内容及び目標・プロセスを設定する。九州大学では様々なプロジェクト型の授業を用意しており、自治体や企業等と連携したプロジェクト実績も多い。			
(内容) - 個人ベースの事業評価案を基にチームとしての事業評価案を作成 - 事業評価案の改善案を検討するワークショップの実施計画を立案 - 個人の案を基にチームとしての実施計画案を策定し、実習先関係者と協議して最終計画を決定 - 当該計画に基づきワークショップを開催、運営し、合意形成によって関係者間で事業改善案を策定								(例) - スタイルノート釜山・福岡(市民の「スタイル」を紹介するガイドブックを企画・制作) - イグザ商品ブランドデザインプロジェクト - 福岡・大橋をデザインする「集まり住むかたち」都市の魅力創出プロジェクト			

写真(出典) 各機関Webサイト

④ 海外マーケティング・展開力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

海外のマーケットの構造、市場ニーズや文化などについて学ぶ授業、海外に向けたマーケティング手法について学ぶ授業、リアルな意見を収集するために留学生等によるモニター参加や海外研修などの手法を用いた実習などが参考になると考えられる。

参考となると考えられる授業等

以下の授業科目等に関連すると考えられる能力

地域の振 興の能力 創出力	プロデュ ース・デザ イン力	企画力 ・マネジメント ・マネジメント	地域の振 興の能力 創出力	プロデュ ース・デザ イン力	企画力 ・マネジメント ・マネジメント	地域の振 興の能力 創出力	プロデュ ース・デザ イン力	企画力 ・マネジメント ・マネジメント
国際ビジネス展開論 (高知大学地域協働学科)			国際食文化概論 (中村学園大学フード・マネジメント学科)			国際観光事業特論 (近畿大学・JTB総合研究所)		
中小企業等が輸出事業を展開する場合の商品戦略、市場戦略、輸出の流通・販売戦略等に関する講義・グループディスカッション等を行う。また、高知県の中小企業で輸出あるいは海外生産を行っている企業の実例を取り上げ、その特徴、課題、課題の解決策、将来展望などについて議論する。			食文化の地域的比較検討を通して各国や地域における「食」の特性を学ぶ。社会学、地理学、経済学、栄養学、食品学、人類学、歴史学といった異なる様々な領域からの視点を合わせて学習する。			グローバル市場と観光産業の経営、日本の宿泊施設において、訪日外国人旅行者への対応に必要な要素は何かを理解する。新たな宿泊形態(民泊や農家民宿)のインバウンド活用について考える。		
(講義で取り上げるテーマ例) ・ 「国際通用性」・自社製品の国際競争力が最も効果的に発揮できる市場はどこか ・ 「国際適応性」・自社製品を市場特性に対してどのように変更したらその市場における競争力が最も強化されるのか			(講義例) ・ 世界の主食の類型 ・ 宗教と食事:イスラム教・ヒンズー教・仏教の食に関する戒律、宗教戒律以外の食の禁忌、国内で拡大するハラル食の需要 ・ 美術面・文学から見る食文化 ・ 社会学から見る食文化:共食文化の対岸(孤食・個食)、「おひとりさま」ビジネス拡大の社会背景(韓国)			(講義例) ・ Customer Markets for Hospitality & Tourism Industries ・ Developing the Hospitality & Tourism Marketing Mix ・ Promoting Products: Sales Promotion ・ Direct & Online Marketing ・ Destination Marketing ・ International Marketing		

⑤ 実行力に関連すると考えられる授業・プログラム・プロジェクト等

実行力をつけるためには、実際の事業やイベント等において、企画から実行、運営などを一通りこなすことが必要であると考えられる。また、国や自治体の施策や特区制度等を活用することにより、様々な困難を乗り越え、協力者を得て、事業を推進する能力の習得も必要だと考えられる。

参考となると考えられる授業等

以下の授業科目等に関連すると考えられる能力		
基礎知識 応用知識 専門知識	情報リテラシー コミュニケーション力	実行力
リアルワークプロジェクト 《京都造形芸術大学》		
アート・デザイン分野の様々な仕事依頼を請け、プロジェクトが発足される。学生は学科・コースの壁を超えて、実社会にある課題に取り組み、たとえば、京都市東山区と連携し、地域の伝統工芸にたずさわる職人の実態を調査、新しい商品提案やイベント企画などを実施する「手しごと職人のまち東京活性化プロジェクト」を10年に渡って実施している。		
		
自主財源確保の手法等 《事業構想大学院大学》		
自主財源を確保するため、海外の先進的なDMOが実施している取組事例を紹介し、それらの事例をヒントに、自分の地域に最適な財源確保の方法を見つけ、それを実現するために必要な要素を整理する。 また、マーケティングの専門家ゲスト講師として招き実施するマーケティング基礎講座や、実践的なワークショップを通してマーケティング手法を学び、自分の地域に必要なマーケティングプランを作成する講座や、データを用い、明確化された課題に対し理想の状態を描き、そのギャップを埋めるためにどのような手段が必要になるかを整理する事業計画作成講座などがある。		
地方創生に関する施策の紹介 《内閣府地方創生カレッジ》		
地方創生をめぐる状況とその理念、現在の地方創生に向けた取組状況と関連する施策を紹介する。 地方創生に関する施策の紹介では、以下の施策の概要と具体的な活用事例を説明する。		
(施策)		
• 地域未来投資促進法 • プロフェッショナル人材事業 • 地方拠点強化税制 • 地方創生推進交付金 • 生涯活躍のまち(日本版CCRC) • 企業ふるさと納税 • 働き方改革		

(五) 出處：久松義典『經濟學』

第6章 まとめ

本調査で取り上げた取組や有識者ヒアリング等から地域プロデュース人材育成を通じて養うべき能力やその方法について、以下の通り整理した。

(1) 地域プロデュース人材に必要と考えられる能力

本調査の結果を踏まえ、地域プロデュース人材を通じて養うべき能力を、①地域の魅力の発見・創出力、②プロデュース力・デザイン力、③協働力、④海外マーケティング・展開力、⑤実行力の5つに取りまとめた。地域プロデュース人材育成にあたっては、これら5つの能力をバランスよく養成していくことが必要であると考えられる。これについては、個々の地域プロデューサーにはそれぞれの強みがあることも踏まえ、各地域の地域プロデュース人材が総体としてこれらの能力を備えるよう産学官等の主体が連携することが重要である。

(2) 地域プロデュース人材の育成に参考となると考えられる授業・プログラム等

地域プロデュース人材に必要と考えられる能力を育成する教育機会は、大学、大学院、MBA、民間による短期講座など、様々な形で提供されていることが明らかになった。教育機関は地方創生系、観光系、食系、デザイン・コンテンツ系などの様々な学部・学科に跨っている。

「①地域の魅力の発見・創出力」に関しては地方創生系や観光系などの学部で提供されているような地域生活・文化・風土について深く学ぶ授業や、現場を見ながら実習形式で学ぶフィールドワーク型の実習などが参考になると考えられる。

「②プロデュース力・デザイン力」に関しては、地方創生系、食系の学部で実施されているような商品開発等に関する実習や、デザイン・コンテンツ系の学部などで実施されているようなプロダクトデザイン、まちづくりデザインなども参考になると考えられる。情報発信、商品・サービス提供、体験など顧客とのすべての接点を「デザイン視点」で設計・編集し魅力を高めることは、地域の魅力のプロデュースや地域の課題解決においても基盤となるものであるため、カリキュラムのベースとなっている学問領域に関わらずデザイン思考を養う科目をできるだけ組み込むことが効果的であると考えられる。

「③協働力」に関しては、地方創生系、食系、デザイン系の学部で実施されているプロジェクト型の取り組みを通じて、地域企業や地域の関係機関、外国人材や外部人材との協働を行うものなどが参考になると考えられる。

「④海外マーケティング・展開力」に関しては、実施されている大学等はあまり多くないが、海外市場の消費特性、流通特性、マーケティング手法などについて学び、

商品・サービスを展開させるための方策について学ぶことは大変重要であり、一部の大学で実施されている国際ビジネス展開論などは大変参考になると考えられる。

「⑤実行力」に関しては、様々な学部などで実施されているプロジェクト型の取り組みに加え、自主財源確保のための手法についての講義や、国の施策活用や具体的な活用事例についての講義などが参考になると考えられる。

(3) 地域プロデュース人材の育成に関わる教員・育成機関

有識者ヒアリングからは、地域プロデュース人材を育成する教員は、アカデミックな研究分野の教員だけではなく、社会人としての実践経験を持つ教員も必要であるとの意見が得られた。特に、各大学の地域の企業や住民と連携した実習などは教員がそれまでの様々なキャリアを通じて養ってきたネットワークを活用するケースが多く見られる。社会の中の実践で得た知見を教育するだけでなく、学生への実習の機会を確保する観点からも、社会人としての実践経験を持つ教員を確保することは重要であると考えられる。

また、各教育機関の調査では、教員の個人的つながり以外にも、大学に設置されている産官学連携機構、社会連携機構、キャリア教育センターなどの大学機関を通じて、地域企業や地域外の各種機関等との教員のネットワークに加え、組織としても様々な主体とつながる仕組みを作り、協働を行う事例も見られた。授業を受け持つ教員のネットワーク、様々な地域内外の機関等と連携することで、地域プロデュース人材を育成するために必要な実践的な授業を行う機会を確保することが期待できる。

一方、大学へのヒアリングでは、地域と連携した実践的な教育を行う中で、「大勢で実習を行ったことで学生が観光気分になってしまい教育効果が薄れた」、「地域の側で実習等に協力する受入主体が不足した」等の課題が挙げられた。こうした課題を克服し実践形式の授業の育成効果を高めるためには、目的や目指すべき成果を明確化するとともに、連携先となる地域のリアルな課題を引き出すことが必要となる。そのため、連携の目的・目標の明確化や、納期や効果検証を設定する等の手段を通じて教育機関・地域の双方の本気を引き出す環境づくりなどの工夫が重要であると考えられる。

(4) 地域プロデュース人材育成に向けて

地域プロデュース人材に必要と考えられる能力を育成する教育機会は、上記の通り、様々な形で提供されている。今回調査を実施した教育機関は、地域プロデュース人材の育成に必要と考えられる5つの能力のうち、複数の能力の育成に関係するプログラムをすでに持っている。しかし、「②プロデュース力・デザイン力」や「④海外

マーケティング・展開力」に関する育成プログラムを導入している教育機関は多いとは言えない。

教育機関に対するヒアリング調査では、「外国人視点も含め、地域の魅力を発掘し、商品・サービスとしてキュレートし、海外の成長力を地域活性化に活かしていくといったクールジャパンの観点は、これまでカリキュラム作成において考慮していなかったが、今後の人材育成において必要な観点だと考えられる」との旨の考えを示す教育機関も見られた。今後、各教育機関に対してクールジャパンを担う地域プロデュース人材の育成の必要性や、育成後の進路・活躍の姿についての情報発信を行っていくことにより、各地域において総体として5つの能力を備えた人材育成が行われていくことが期待される。

(5) 地域プロデュース人材の育成において必要と考えられる観点

有識者ヒアリングでは、外国人に地域資源の魅力を感じてもらい消費してもらうためには、地域資源をデザイン視点で編集する取組に加え、地域の歴史・文化などを紐解き、時に深く学び、日本やその地域の固有性、独自性を浮き彫りにしていくことや、外国人との協働を通じ外国人視点を導入することが重要なのではないか、また、外国人に発信していくための拠点の活用や地域コンテンツ創出が必要ではないかという指摘も得られた。

このような観点も踏まえ、学生がツアー企画や商品開発などのプロジェクト型の実習等においては、自ら学ぶアクティブ・ラーニング形式の手法が増えてきているが、その中で教員は、外国人を含む訪問者に真に響く企画・商品がどのようなものなのかという観点や、どのようにすればその価値を伝えられるかという手法、外国人との協働ができる場の提供等を行っていくことが重要である。

特に、地域の特産品や資源を活用した商品を提供する授業や地域の特定の課題を解決する授業が増えている中、個々の地域資源を地域の文化・歴史、日本の魅力の本質といったコンテキストから効果的に発信することに加え、地域の歴史・文化の全体像を理解し、一体的なストーリーとして地域の資源をパッケージ化する取り組みも効果的であると考えられる。

(6) おわりに

本調査研究では23機関についての調査と7機関、3名の有識者のヒアリングを行い、様々な取組やその方法論等についてとりまとめた。これらは全国の地域プロデュース人材育成の取組の一部ではあるが、地域の様々な主体や外国人材等と連携して地域資源を高い付加価値があるものとして発信・展開し、海外の成長も取り込んで地域の活性化を実現する人材を効果的に育成するためのヒントにあふれている。この調査

研究を手にする全国の皆様が本冊子に掲載された様々な取組を地域における地域プロデュース人材の育成や地域づくりのヒントとしていただくことを期待したい。