

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	2	選択	講義・演習	2		2		
コンテンツ知的財産論	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)

	
<p>イグサ商品ブランドデザインプロジェクト</p>	<p>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。</p>
<p>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</p>	<p>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。</p>

(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。

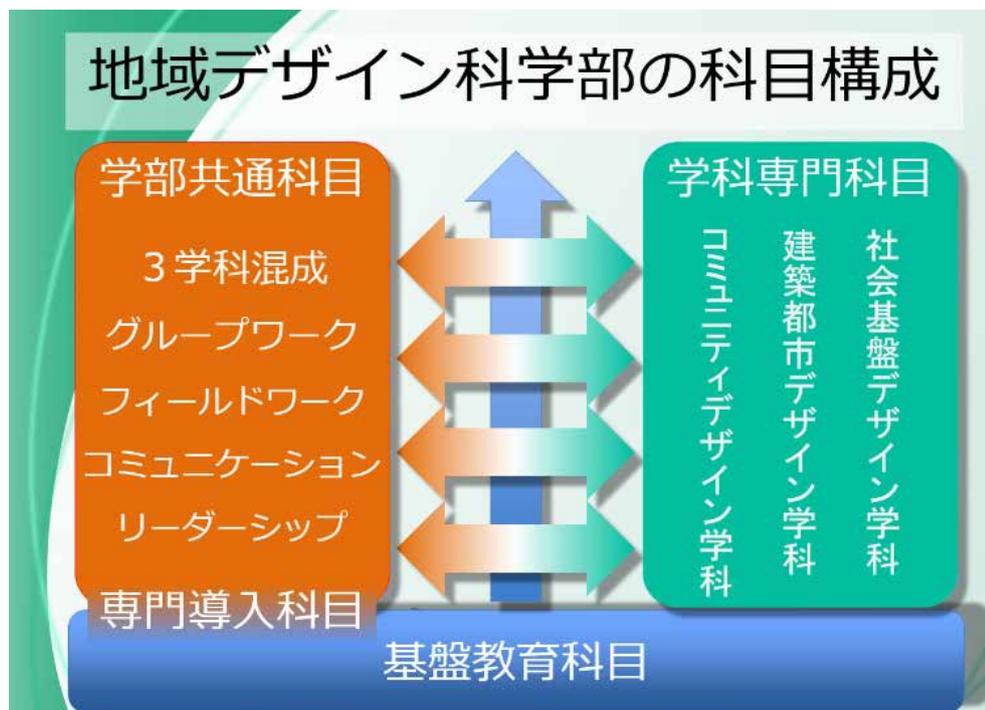
(3) カリキュラム期間

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	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	<p>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。</p>

(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	<p>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。</p> 
地域デザイン訪問	<p>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</p>

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】

Y 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のではなく、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。

		
<p>美術工芸学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>マンガ学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ストーリーマンガコース 	<p>キャラクターデザイン学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キャラクターデザインコース
		
<p>情報デザイン学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>プロダクトデザイン学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プロダクトデザインコース 	<p>空間演出デザイン学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空間デザインコース ・ファッションデザインコース
		
<p>環境デザイン学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建築・インテリア・環境デザインコース 	<p>映画学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・映画製作コース ・俳優コース 	<p>舞台芸術学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・演技・演出コース ・舞台デザインコース
		
<p>文芸表現学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クリエイティブ・ライティングコース 	<p>アートプロデュース学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アートプロデュースコース 	<p>こども芸術学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・こども芸術コース
		
<p>歴史遺産学科</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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/department/>)

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・デザインのみで社会を動かす、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

学内外のプロジェクトから社会に通用する力を培う。



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、20の芸術大学と協定を締結。自分の専門領域を専攻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

伝統文化講座

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

1 年生 デザインの基礎体力を身につける。

デザインを専攻するための基礎をしっかり学びます。文章構成や色覚構成、コンピュータを使った実践からデザインを考えるための方法など、基礎を通して専攻のグラフィックスを表現させる基礎体力を養います。

PICK UP! 授業

グラフィックデザインの基礎
実践活動に必要な基礎技法と知識を身につけるために、文字や図、画像などの要素を用いながら、有効な情報伝達力や創造的な表現などを学びます。

リサーチ&デザイン基礎
無意識でしがねは無意識の周りのモノやコトもしっかりと見つけ、その本質を見抜き、デザイン表現に取り入れるための方法を学びます。

2 年生 基礎の拡張、確かな表現力の実現。

デザインを取り巻くメディアは多岐にわたります。ポスター、雑誌、パッケージなどの媒体に適したデザインではなく、素材と向き合い、アイデアを創出し、より良い情報や表現の構築を探ります。

PICK UP! 授業

編集&プロセス
ターゲットに向けてどのような情報を提供し提供したいのか、与えるべきのかを考え、アイデアがカタチになるまでのプロセスとその意図を伝えます。

デザインの基礎
デザインの表現を体系的に学びます。さまざまな表現をおこないます。これらの多様な表現手段を通じて、1年生の専門領域へと進みます。

3 年生 3つの領域からデザインの実験と可能性を探る。

これまでの学びで得た基礎知識と各々の感性をぶつけ合い、まだ見ぬデザインの可能性や可能性を探ります。未知なる表現に興味を持って足跡を刻み入れる自信を養い、より対外的な可能性に向かっていく思考を実践していきます。

PICK UP! 授業

社会デザイン
社会や地域に積極的に足を踏み入れ、現場でのリサーチを繰り返し、問題点を明らかにすることによって、より良い社会をデザインしていきます。

問題を考えるデザイン
文字や設計など、日常的に使われるものを発見し、新たな価値を生み出し、素材の活用を体験することで、今までにはない発想との組み合わせを考えます。

4 年生 自己表現としてのデザインの研究

卒業制作では、4年間の学びの中で得た自己表現としてのデザインを研究し、これからのビジュアルコミュニケーションを社会へと発信します。また、就職や起業、進学など進路に向けて個人指導を行います。

PICK UP! 授業

卒業制作
卒業研究・制作は入学生活の集大成であると同時に、人に負せる・伝える場所までをデザインします。これまでにさまざまな切り口から発見、創出してきたものを統合し、実践するために、1年間にかけて制作に取り組めます。

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）	<p>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。</p>  <p>「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。</p>
ウルトラファクトリー（大学全体プログラム）	<p>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。</p>
SOU・SOU プロジェクト（染織テキスタイルコース）	<p>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。</p>
学内外の展覧会、ギャラリー（総合造形コース）	<p>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。</p>
大手出版社協力の「マンガ鬼合宿」（ストーリー	<p>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</p>

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用、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。
在学生在が巨大壁画を制作(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。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

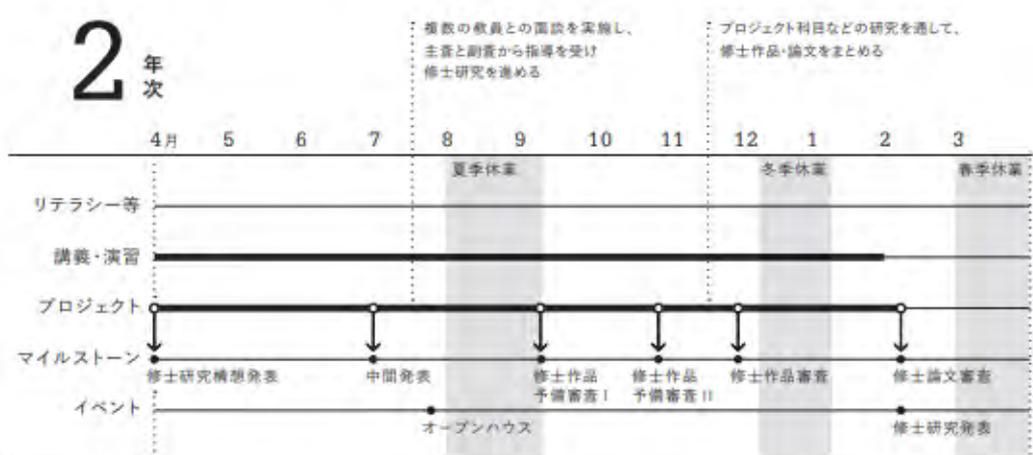
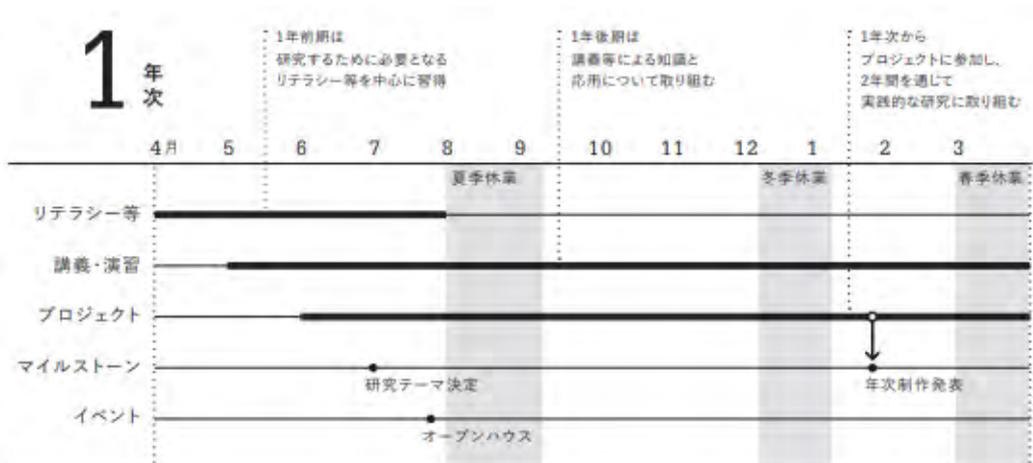
1年次はプロジェクト科目や、研究の基礎となる科目の受講を通じて知識と応用力を養う。2年次は引き続きプロジェクト科目を通じて研究を進め、主に各学生の修士研究を中心に活動し、その成果として修士作品や修士論文をまとめ、修士号の取得を目指す。

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 1
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 (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年目の今年度は、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ション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。

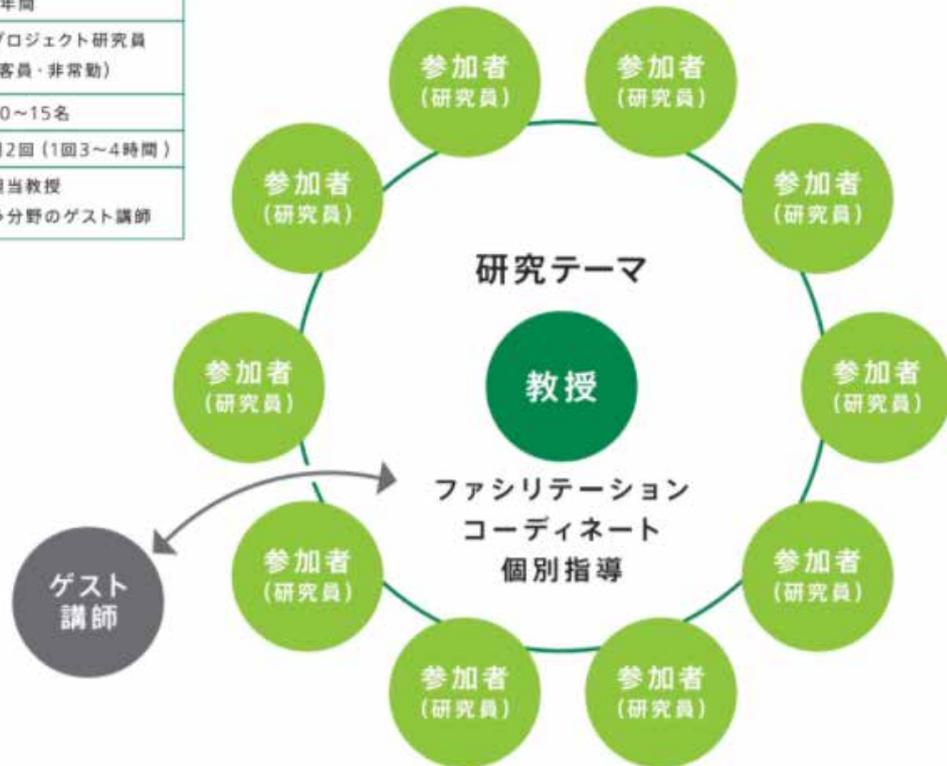
(2) カリキュラム期間

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

「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。

「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。

「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。

「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。

「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

プロジェクト研究のゴールを想定

各研究員は「地元に適したプラットフォーム（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。

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。

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

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

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

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

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（株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（株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（株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（株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（株田園プラザ川場代表取締役社長）/「株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（グーグル株観光立国推進部長）/「Web マーケティングの考え方」

山野智久氏（アソビュー株代表取締役社長）/「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（株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、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

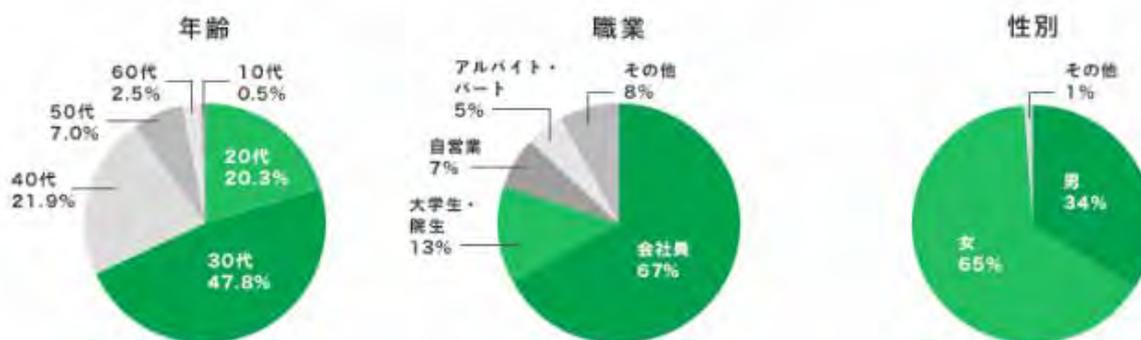
19.1. 学校・学科概要

(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

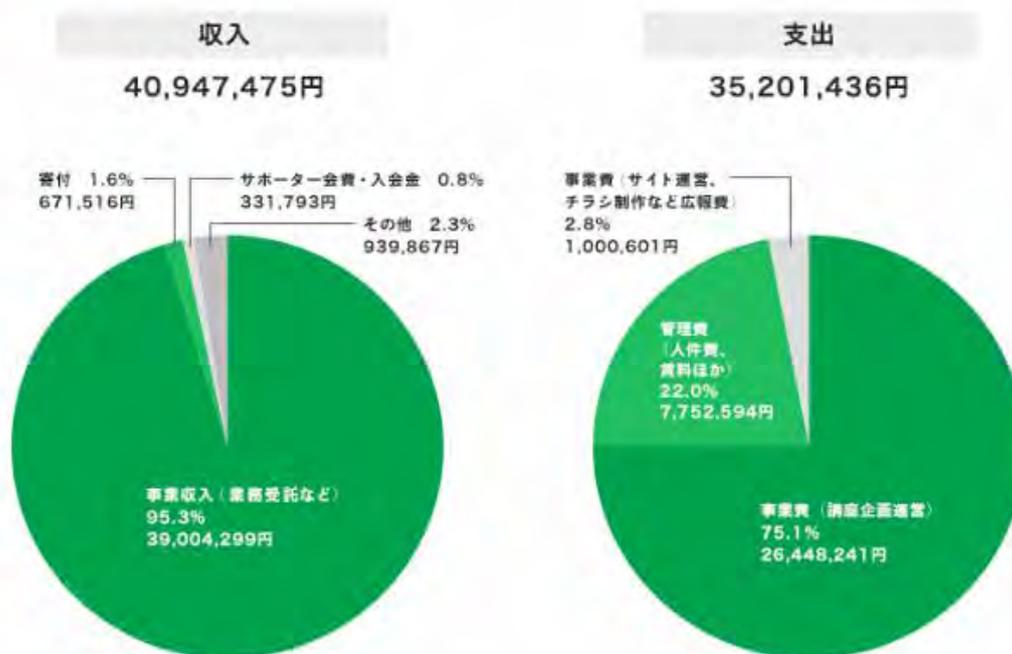
少数の事務局専任スタッフを中心に、企画やデザイン等の分野プロフェッショナル、日ごろ様々な分野で働いているボランティアスタッフ等、総勢約 200 名で運営している。基本的な活動である「授業の企画運営」は全員で取り組む一方、各テーマや案件によって、興味のあるスタッフや外部の専門家なども加えたプロジェクトチームを組織している。

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。 

<p>恵比寿文化祭</p>	<p>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。</p> 
---------------	--

(2) クールジャパン推進に資する学問的教育

講義名	概要
<p>古民家の「再生」と「活用」で地域の誇りと産業を創る</p>	<p>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。</p>
<p>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～</p>	<p>デザイナーとのコラボレーションに積極的に取り組み、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</p> 

(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
<p>普段着のアフリカを民族布で探る</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>
<p>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 ~</p>	<p>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。</p> 

【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。

海と島をフィールドにした体験活動をする「海と島学部」

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」

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」

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」

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	<p>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)</p> <p>講義の最終回では受講者が勤めるワインのプレゼンテーションを行う。</p> 
やまなみサイクリング	<p>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。</p> 
地域ブランドのつくりかた	<p>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。</p> <p>[*]“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。</p>

	
<p>地域の活かし方学～尾道編～</p>	<p>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。</p> <p>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。</p>

【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。

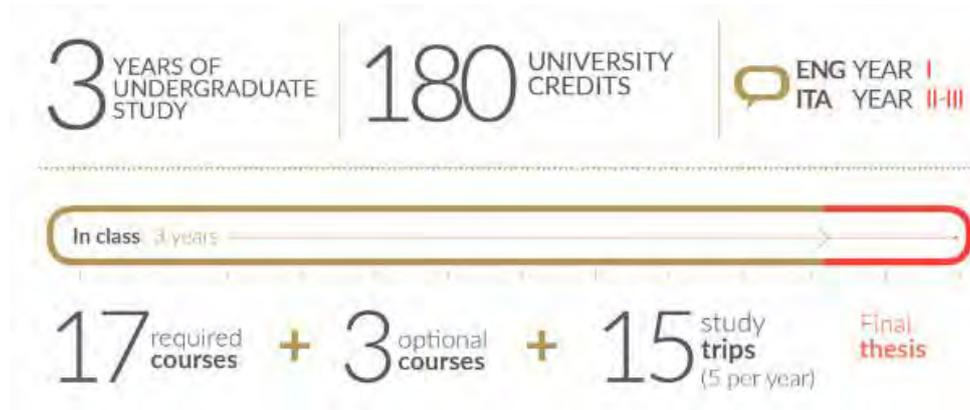
(3) カリキュラム期間

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	<p>Study Trip (スタディーツアー)</p> <p>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。</p> <p>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。</p>



【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。

Formal Analyses：合理的な思考、統計、計算思考、正式なシステムでトーン
グする。

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。

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。

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。

Arts & Humanities (芸術&人文科学)

Computational Sciences (コンピュータ科学)

Natural Sciences (自然科学)

Social Sciences (社会科学)

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、規制的、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。

- 公式サイトで個人情報を登録
- 登録費用と発行手数料の支払い (101.99 ユーロ)
- エストニア警察と国境警備隊による審査
- エストニア政府から e-Residency カード発送
- 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ヵ月～3ヵ月程度である。

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、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、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取組み

(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。

e-Residency を申請

法的住所を取得 (エストニアの住所)

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）

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のため、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	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
地域活性化系	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 山国信州の風土とくらし ◆ 地域協働論 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 四十万方式・商品開発ノウハウ ◆ 地域産業政策論 ◆ 6次産業化論 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 社会調査論 ◆ ソーシャルキャピタル論 ◆ 比較地域社会論 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 農業振興論 ◆ 食品生化学 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 地域デザイン論 ◆ 地域ブランド実践ゼミ 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ DMOの経営と観光地域の経営 ◆ 観光地マーケティング 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 地域協働マネジメント実習 ◆ プロジェクト実践演習 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 海外フィールド実習 ◆ 海外インターンシップ
観光系	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 京都観光・文化論 ◆ 観光と老舗 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ エコツーリズム論演習 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ インバウンド・ツーリズム論演習 		<ul style="list-style-type: none"> ◆ デジタルマーケティング ◆ プロモーション・マネジメント持論 ◆ サービス経営論 			<ul style="list-style-type: none"> ◆ 観光事業とまちづくり ◆ 風景計画論演習 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 観光プロジェクト演習 ◆ 観光インターンシップ 	
食系	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 和食文化論 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 海外食文化論 ◆ アジア食文化事情 ◆ 国際食文化概論 		<ul style="list-style-type: none"> ◆ 食品流通学 ◆ 食品経済学 ◆ 食品マーケティング論 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 調理科学 ◆ 食品開発論 ◆ 食品加工学 				<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 海外食文化研修
デザイン・コンテンツ系	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 伝統文化演習 		<ul style="list-style-type: none"> ◆ 国際コミュニケーション ◆ 欧州から見る、日本のデザイン ◆ フランスのジャポンエキスポ出展 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 社会調査法 ◆ 社会調査と地域 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ デザイン産業事情 ◆ コンテンツ知的財産論 ◆ ビジネス財務 		<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ まちづくり特論 ◆ 都市計画建設設計基礎 		<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 ◆ コミュニティデザイン演習 	
その他(短期・海外)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 人に会いに行く旅をしよう ◆ しまなみサイクリング 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 伝統産業のこれからに旅をしよう ◆ 地域の活かし方学 				<ul style="list-style-type: none"> ◆ せとうちワイン学 ◆ 食品システムと世界の法律 				<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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。

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 力向上 創出力	協働力	実行力	地域産業 力向上 創出力	協働力	実行力	地域産業 力向上 創出力	協働力	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)			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)			せとうちワイン学 (尾道自由大学)		
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。			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ー ・ 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たり			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して日本産ワインの魅力に対する知見を深める。(全5回)		
								

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

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

地域の振 興の促進 創出力	プロデュ ース・イノ ベーション	企画力	実行力	プロデュ ース・イノ ベーション	企画力	実行力	地域の振 興の促進 創出力	プロデュ ース・イノ ベーション	企画力	実行力	地域の振 興の促進 創出力	プロデュ ース・イノ ベーション	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) 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				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

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て関連すると考えられる能力

地域の振 興の促進 創出力	プロデュ ース・イノ ベーション	企画力	実行力	地域の振 興の促進 創出力	プロデュ ース・イノ ベーション	企画力	実行力	地域の振 興の促進 創出力	プロデュ ース・イノ ベーション	企画力	実行力
国際ビジネス展開論 (高知大学地域協働学科) 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				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) ・ 世界の主食の種類 ・ 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			

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

実行力	実行力	実行力
<p>リアルワークプロジェクト (京都造形芸術大学)</p> <p>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感を調査、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。</p> 	<p>自主財源確保の手法等 (事業構想大学院大学)</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>地方創生に関する施策の紹介 (内閣府地方創生カレッジ)</p> <p>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。</p> <p>(施策)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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(左側) 各機関提供資料

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サー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) 地域プロデューサー人材に必要と考えられる能力

本調査の結果を踏まえ、地域プロデューサー人材を通じて養うべき能力を、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、実行力の5つに取りまとめた。地域プロデューサー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サー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) 地域プロデューサー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

地域プロデューサー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。

「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。

「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。

「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。

「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。

「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、「プロデュース力・デザイン力」や「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サー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) 地域プロデューサー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と、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サー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。