



**観光学の実組による更なる観光振興への提言
-本県の持続可能な観光の発展を目指して-**

提 言

2014年01月

土佐経済同友会

目 次

観光学の実組による更なる観光振興への提言《提言》.....	1
はじめに.....	2
【提言1】高知県観光振興政策を支える観光研究機関の設置.....	2
（1）地方大学における観光研究機関の必要性.....	2
（2）国の機関、他エリアとの情報交換による向上.....	4
【提言2】県内の大学に観光人材を育成する機関の設置.....	5
観光学の実組による更なる観光振興への提言《詳細レポート》.....	7
【現状認識】.....	7
【提言1】高知県観光振興政策を支える観光研究機関の設置.....	10
【提言2】県内の大学に観光人材を育成する機関の設置.....	19
参考資料.....	23

観光学の取組による更なる観光振興への提言

～本県の持続可能な観光の発展を目指して～

土佐経済同友会

代表幹事 西山 彰一

代表幹事 中澤 陽一

代表幹事 小川 雅弘

観光振興委員長 寺村 勉

《 提 言 》

提言 1 高知県観光振興政策を支える観光研究機関の設置

現在の政策をさらに強固で持続可能なものにするために、県内の大学（高知大学、高知県立大学、高知工科大学）などに観光研究機関を設置。客観的かつ学術的な観点からのマーケティング、各種分析、情報収集、シンクタンクなどの機能の強化を計る。

提言 2 県内の大学に観光人材を育成する機関の設置

観光学は単にホテルなどの観光業に就職するためのものではなく、高知県にとって多様な職業、産業に大きな影響を与えるものであり、特に観光という視点からの農業、漁業は多くの可能性を持ち、地産外商、観光振興にも大きな影響を及ぼすものとする。また、観光学が若者によって発信され、県民全体の観光マインドが上がることにより高知家としてのひとつづくりを推進する。

【はじめに】

観光産業は、副次的な影響を含めると裾野の広い産業であり幅広く経済に影響を及ぼし、今後の市場拡大への期待から、各国においては基幹産業のひとつとして力を入れる動きが活発になっており、我が国も例外ではない。観光産業に力を入れている理由は、上記以外に外貨の獲得による国や地域の潤いや雇用拡大への期待というところにもある。

国連世界観光機関（UNWTO）の 2011 年のレポートによれば、世界的な観光市場は 2030 年には 18 億人（2011 年 9.8 億人）へ伸長する見込みであり、特にアジア太平洋圏での成長が顕著であると予想されている。日本の国際観光客到着数は UNWTO レポートによれば、世界のランキングでは 36 位、アジア圏においても 10 位という位置にあり、上位に位置している状況ではない。

観光庁の「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」によれば、2011 年の日本の国内旅行消費額 22.4 兆円、付加価値誘発効果 23.7 兆円、雇用効果 397 万人、税収効果 4.0 兆円とされている。

高知県においても観光産業の位置づけは年々高まり、「課題先進県」として全国に先駆けて課題解決を実行していく上では観光客誘致拡大による経済の活性化、雇用の拡大は重要な取り組みのひとつとして期待をされている。第二期高知県産業振興計画においても 2021 年は県外観光客入込数 435 万人以上、観光総消費額 1300 億円以上の目標を掲げている。

高知県の課題として若者の流出が挙げられる。高知県における若者の県外への流出と県外からの流入を相殺すると、短期大学進学者で毎年 60 名強、大学進学者では 1,000 名強の若者が毎年減少している。人口減少、特に若者の減少にも歯止めをかけていかなければならないことも本県の課題である。

こうした現状認識に基づき観光産業の基盤となる研究機関の設置及び人材の育成について提言する。

【提言 1】高知県観光振興政策を支える観光研究機関の設置

（高知大学協働学部の活用など）

（1）地方大学における観光研究機関の必要性

- ① 観光学は「経済学」「経営学」「立地論」「歴史・文化論」「街づくり」「地域産業」「交通論」等多くの分野が複合的に絡み合っており立っている。これらを絡み合わせ、深掘をした研究を行い、観光立県としての位置づけを高めるとともに戦略を構築することが

理想である。

- ② 「客観的、論理的な視点」「地元に関心を持つ視点」「若者視点」が観光活性化の 3 大要素と言われているが、大学の観光学はこの要素を有している。これらを調和させて観光の分析を行うことがより高度な観光戦略の構築に繋がる
- ③ 送り込みを期待する地域（都道府県、国）のマーケット、経済状況、文化、IT 発展状況、県民性（国民性）などを研究し、地域毎の戦略構築を検証する。
- ④ 観光産業は流行やマスメディアの動きに敏感に反応し、IT インフラの進化、経済のグローバル化などにより変化が著しく、その流れにのった展開を図っていく必要がある。また、国としても力を入れている MICE*の誘致にも大学等の研究機関は力を発揮することが期待できる。

*MICE とは Meeting/Incentive/Convention/Exhibition[Event]の略

- ⑤ 定住人口の減少を交流人口の拡大で経済力をカバーすることを目的として観光に力を入れているが、一方で交流人口の延長上に定住人口の拡大（＝移住）が存在している。移住への取り組みも含めた研究を行うことが地域の総合的な将来ビジョンの構築に繋がる。観光による新しい産業の創出、雇用の拡大が定住人口減少に歯止めをかけられることになる。更に、観光として魅力ある街づくりを推進していけば、移住の魅力も増してくる。最近の観光へ求められているテーマ性は移住に直結する要素が多い。
- ⑥ マスツーリズムから個人旅行主体となり、さらにはテーマ性をもたせた旅行を求める志向が強くなってきていることや、ニューツーリズムに対するニーズも高まり、着地型観光が主流になりつつある現状などを深掘りした研究を行い、多様化しているエンドユーザーの旅へ要求に対して観光資源の磨き上げやシステムを構築して地域として競争力を上げていく必要がある。
- ⑦ 世界的に「持続可能な観光」が求められている。地域の「持続可能な観光」を目指していくためには、観光客の拡大、観光資源の開発、経済の発展を進めながらも、環境保全、生態系の維持、文化の維持、地域住民の幸福も追求していかなければならない。様々な要素を含んでいる「持続可能な観光」の追及には各分野を深く掘り下げた研究を行い、総合的にプロデュースする取り組みが必

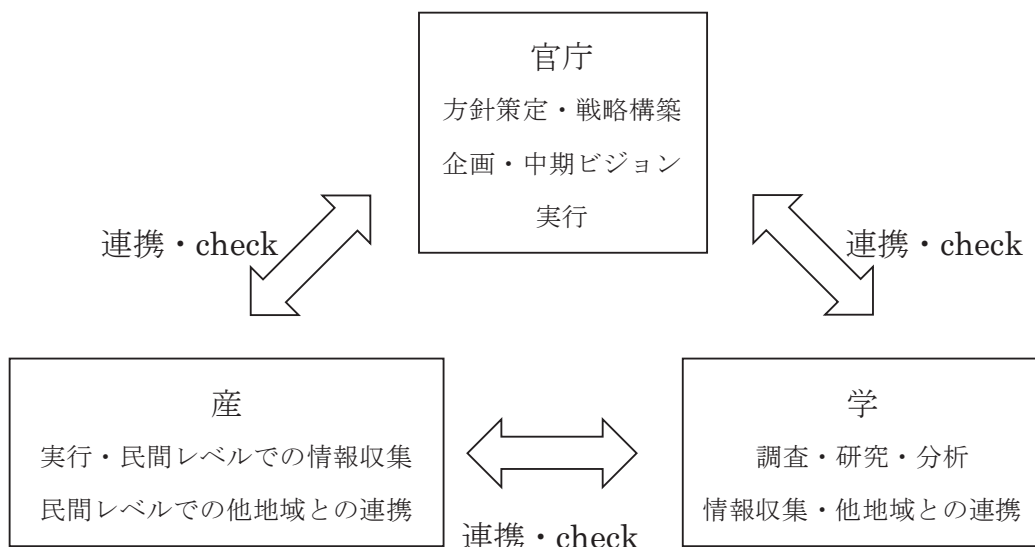
要である。

- ⑧ フィールドワークとして地元を題材にした研究を主として行うので、地元を「観光立地論」「観光地理論」「交通論」等の学術的な分析を行うことができ、あらたな観光地づくりの視点を提供することができる。また、それを基にした学術書の発行や学会での発表も可能となり、他地域の研究者や学生から高い興味をもたれる可能性がある。

(2) 国の機関、他エリアとの情報交換による向上

- ① 国内には複数の観光関係学会が存在するが、学会に属することにより他都道府県・他大学・国の取り組みや新たな発想を仕入れることができ、活用することもできる。また、他の都道府県や大学と切磋琢磨をすることで高知県の観光への取り組みの向上を図ることができる。

国土交通省、観光庁、四国運輸局などとの連携強化を図ることにより国の戦略と歩調を合わせ、グローバル戦略を効率的に展開することができる。また、JNTO*との連携により海外の情報を収集がしやすくなる。産学官の連携がとれた観光戦略が可能となる。「学」が高知県観光の研究機関となり、そこで出された成果を参考に「官」が方針・戦略を構築、「産」と共に実行に移すことで総合力をもって進めることに繋がる。*JNTOとは、海外からの訪日旅行者の誘致活動を行う独立行政法人の日本政府観光局のこと。Japan National Tourism Organizationの略称



- (3) 観光の経済に与える影響は裾野が広く、商業、金融、交通、食、広告業、マスコミ、更には副次的な産業を考えれば農業、漁業、通信、土木など多くの産業から成る複合体である。大学はこれらの各種産業を観光の枠の中で横断的に結び付け、総合的な戦略を構築することができる。

【提言 2】県内の大学に観光人材を育成する機関の設置

- (1) 今後の成長産業として世界的に注目を浴び、将来の職業を具体的に描ける観光学を学べる機関を高知に設置することで大学の門戸が広がり、高知県の若者の流出を抑制できるだけでなく、県外からの流入を拡大することが期待できる。現在、県内においてツーリズムを学び国際感覚を身につけられるよう授業をおこなっている高校も複数存在する。ここから輩出される学生についても地元大学に観光関連の学科があれば、観光に関する人材として育成することが期待できる。
- (2) 授業やインターンシップを高知県で行うため、高知県の観光に深く精通するだけでなく、高知県に対する愛着を持ち高知県の観光発展に対して生きがいをもつ人材育成を図ることが期待できる。地域外のお客様の高知県に対する声を直接聞くことができ、それを自分の育ってきた中での知識や経験と結びつけた分析が可能となり、また、地元企業が観光に対してどのような取り組みを行い、どのような役割を担っているか学ぶことは「客観的視点」「地元視点」「若者視点」で高知県の観光を分析することに繋がる。有力な旅館や企業は地域の観光関係団体（観光コンベンション協会、観光振興機構等）の幹部となっていることが多い。これらの団体の役割や幹部としての働きなどを学ぶことが可能である。また、これらの団体幹部が学生時代に県内で観光学を学びつつ観光関係の団体の機能も把握することが出来るため、相互に知識と経験を関連付け、生かしていける。
- (3) 観光学を学ぶ学生の地元の観光ボランティアへの参画や祭り・イベントへの参加は、活きた体験をしながら観光活性化を学んでいくことに繋が

るので有効な手段である。実際に参画すれば、その有効性やメリット・デメリット、問題点、運営・管理に関する懸案事項などが見え、それを勉強や研究に生かし、さらに地元の活動にフィードバックすることでより質の高いものが生まれ、将来に繋がってくる。このような取り組み対して現場感覚で捉えながらも、学術的な観点と若者視点を交えてプロジェクト等に参画していくことは地域にとって、より質の高い取り組みができる一方で、学生がこれらを生きた研究材料として接点をもっていくことは観光開発を現実的に学ぶ上では大変有効である。

以上、大学による観光の研究、及び戦略の構築と共に、県内の各分野に観光を意識し、精通する人材を配置、総合的な観光マインドを向上させ、高知県観光の総合力を高める為の提言とします。

〔観光振興委員会 検討委員〕

提言リーダー	五十嵐 武		
	赤尾久寿郎	市原 芳一郎	岡内 啓明
	木村 祐二	久保 雄一郎	久場 幸信
	小山 勝久	高橋 秀雄	竹村 克彦
	田中 榮一	友田 由美	丹羽 明夫
	野浪 健	濱口 実佐子	古谷 一
	味本 隆	宮村 耕資	宮本 正司
	村田 功	結城 裕雅	

観光学の取組による更なる観光振興への提言

～本県の持続可能な観光の発展を目指して～

《 詳細レポート 》

〔提 言〕

提言 1 高知県観光振興政策を支える観光研究機関の設置

現在の政策をさらに強固で持続可能なものにするために、県内の大学（高知大学、高知県立大学、高知工科大学）などに観光研究機関を設置。客観的かつ学術的な観点からのマーケティング、各種分析、情報収集、シンクタンクなどの機能の強化を計る。

提言 2 県内の大学に観光人材を育成する機関の設置

観光学は単にホテルなどの観光業に就職するためのものではなく、高知県にとって多様な職業、産業に大きな影響を与えるものであり、特に観光という視点からの農業、漁業は多くの可能性を持ち、地産外商、観光振興にも大きな影響を及ぼすものとする。また、観光学が若者によって発信され、県民全体の観光マインドが上がることにより高知家としてのひとづくりを推進する。

【現状認識】

1. 世界における観光の趨勢

観光産業は、副次的な影響を含めると幅広い分野の経済に影響を及ぼす裾野の広い産業であり、また、今後の市場拡大への期待から各国においては基幹産業のひとつとして力を入れる動きが活発になっており、地域間での競争が激しくなっている。

元々欧州においては人々の生活の中で余暇は重要な位置づけにあり、早い段階から観光産業に力を入れてきたが、近年ではアジア圏の国においてもその重要性が更に高まり、インバウンド誘致の強化を図っている。

各国が観光産業に力を入れている理由は、観光が「①幅広い産業に対して好影響を及ぼす」「②観光も貿易のひとつであり外貨の獲得による国の潤いが期待できる」「③雇用機会の拡大に繋がる」というところにある。

国連世界観光機関（UNWTO：United Nations World Tourism Organization）の2011年のレポートによれば、国際観光客到着数でみた世界的な観光市場は2030年には18億人（2011年9億8千3百万人）へ伸長する見込みであるが、特にアジア太平洋圏での成長が顕著であると予想されており、日本も国を挙げてインバウンドの取り込みに力を入れていかなければならない。UNWTOレポートによれば、日本の国際観光客到着数は世界のランキングでは36位、アジア圏においても10位に位置している。

2. 日本におけるインバウンドの現状

前述のように日本への観光客の来訪数は世界の中でも上位に位置しているわけではなく、競争力も高くはない。しかしながら、第二次産業に関して韓国、中国、東南アジア諸国が競争力を高めてきている中では、日本は観光競争力を高めることによる経済の活性化、雇用の拡大を図っていくことが期待されている。

観光庁の「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」（2013年8月）によれば、2011年の日本の国内旅行消費額は22.4兆円と推計されているが、旅行消費による付加価値誘発効果23.7兆円は名目GDPの5.0%、雇用効果397万人は国内雇用全体の6.2%、税収効果4.0兆円は税収全体の5.1%に相当している。

以上のように観光産業の日本経済に与える影響は大きいですが、他の国々と競ってインバウンド拡大を図っていくためには、各地域が国の取り組みと連鎖をさせて総合的に観光の国力を強めていく必要がある。国民に対して観光振興の重要性と今後の取り組みを明確に打ちだしたのは、2003年1月、当時の小泉内閣総理大臣の第156回国会の施政方針演説においてである。訪日外国人旅行者数を2010年に倍増（1000万人）させることを目標としビジット・ジャパン事業をスタートさせたが、2013年度には1000万人を達成する勢いで推移をしている。

<観光の経済波及効果 別紙1>

<都道府県別 観光入込客数 別紙2>

<都道府県別 外国人観光客訪問率 別紙3>

3. 高知県の観光への考え方、取り組み、目標。第二期高知県産業振興計画について。

高齢化、人口減少が続いている高知県においても観光産業の重要性は年ごとに高まっている。「課題先進県」として取り組みを実行していく上では観光客誘致拡大による経済の活性化、雇用の拡大を図っていく事は重要な取り組みのひとつであると言えよう。第二期高知県産業振興計画において2021年は県外観光客入込数435万人以上、観光総消費額1,300億円以上の目標を掲げている。

しかしながら、高知県は2012年度、日本人の国内観光の県外からの入込数（宿泊＋日帰り）において3,004千人回（観光庁統計。但し、一部集計中の県あり）で全国の中で最下位にあり、外国人

の県別訪問率においても 2010 年度の調査では最下位（JNTO 訪日外客訪問地調査）となっている。

観光を軸の一つとした本県の将来像を描いていくためには、本来保有している観光資源の磨き上げと新規資源の発掘に力を入れ、観光立県としての競争力を高めていく事で県外及び国外からの観光客誘致を図っていく必要がある。

4. 高知県の若者の動き

【短期大学進学者高知県流動状況】

	高知→県外			県外→高知		
	高知→関西	高知→関東	合計	関西→高知	関東→高知	合計
H21	59	12	71	3	1	4
H22	56	12	68	4	1	5
H23	49	18	67	2	0	2

【大学進学者高知県流動状況】

	高知→県外			県外→高知		
	高知→関西	高知→関東	合計	関西→高知	関東→高知	合計
H21	840	487	1,327	259	41	300
H22	816	550	1,366	284	56	340
H23	846	628	1,474	253	62	315

関西：滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山

〈高知県統計〉

関東：茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉・東京・神奈川

本県においては人口の減少、高齢化が進展しているが、その要因の一つとして挙げられるのが、若者の高校卒業後の県外大学への進学である。上記の表でもわかるとおり、短期大学進学者においては毎年 60 名強、大学進学者では 1,000 名強の若者が減少している。高知県の将来を考えた場合には「課題先進県」として高齢者の住みやすい街づくり推進と並行して、若者の高知への定着にも力を入れていかなければならない。

5. 全国の大学の観光への動き

日本において「観光学」を本格的に全国的に広がり始めたのは 2000 年頃からである。元来、日本においては「観光」とはアウトバウンドを主体に捉えられており、インバウンドに対する意識は希薄であった。最も早く観光学科を設置したのは立教大学（1967 年設立。）であるが、その後しばらくの間は他の大学に広く拡大することはなかった。2000 年頃から急速に全国の大学に「観光学」が広まり始めたのは下記の要因が挙げられる。

- (1) バブル崩壊後、第二次産業の国際競争力低下、産業の空洞化、雇用の低迷の深刻化などにより第三次産業である観光業に活路を見出そうとする動きが強まった。

- (2) 小泉政権においてビジット・ジャパンなど国として観光に対して力を入れていく方針を明確に打ち出した。
- (3) 旅行形態が従来のマストツーリズムから個人旅行やテーマ性のある旅行に、発地型観光から着地型観光にシフトしてきたためにマーケットが多様化してきた。
- (4) 大学間の学生の確保の競争が激しくなり、魅力ある学部の新設に力を入れる必要が出てきた。特に観光学は卒業後の職業に密接に繋がってくるため、学生は将来像をイメージしやすい。
- (5) 各地域が観光による経済活性化に対して重要性を認識しはじめたために人材育成、シンクタンク機能の必要性を感じ始めた。

観光庁は「観光客のニーズの多様化に対応するために、地域開発やニューツーリズムの提案等、今までになかったビジネス領域が出現」と観光において大きな変化が起こっていることを明言し、「国際競争力の強化のためには、今後の観光ビジネスをデザインできる高い経営マネジメント力を有した人材育成の仕組みづくりが急務」として、2011年から「観光経営マネジメント人材育成推進ワーキンググループ」を開催している。

観光学を学べる大学も全国で年々増えており、2012年8月現在では観光関連学部または学科を設置している大学は44校、観光関連コース・科目を設置している大学は100校、同じく短期大学は59校である。観光学部・学科を設置している大学の定員数も増加しており、2002年には240人だったのが、2009年には4,402人と18倍にも拡大した。

このように日本国内の大学には観光学を学ぶ場が増えているが、併せて観光に関わる学会も複数存在、日本の観光発展の一翼を担っている。

- ・日本観光学会 ・総合観光学会 ・日本国際観光学会 ・日本観光研究学会
- ・観光学術学会 ・観光情報学会

<全国観光系大学・短大一覧 別紙4>

<観光学部・学科を設置している大学の定員数グラフ 別紙5>

【提言1】高知県観光振興政策を支える観光研究機関の設置

高知県内の大学（高知大学、高知県立大学、高知工科大学）に観光の研究機関を設置、以下に記載するとおり多方面から観光分析を行い、高知県の取り組みを支援していくことが県全体のより高度な観光活性化への取り組みの推進に繋がってくる。例えば、高知大学においては地域協働学部の設置を計画しているが、同学部と関連付けた組織に観光の研究を推進する機能を持たせるなどが考えられる。大学の支援を受けて高知県、民間企業が一体となって地域に密着した観光への取り組みを強化することが今後の本県の発展に繋がるものと思われる。

(1) 地方大学における観光研究機関の必要性。

- ①観光学は多くの分野が複合的に絡み合っており、これらを絡み合わせ、深堀をした研究を行い、より高度な戦略を構築、観光立県としての位置づけを高めることが理想である。

◎経済学

観光は裾野が広いために地域の様々な産業に対して影響を及ぼすことから、地域経済全体

の動きに大きく関連付けされる。また、雇用拡大にも繋がることから経済学的な側面から検証していく必要がある。

◎経営学

宿泊施設、小売店、交通機関など観光に関わる企業の経営に関して、観光の経済波及効果、交流人口の動向や外国人観光客など文化、風習が異なる観光客の受け入れなど観光特有の要素から経営を考えていく必要がある。

◎立地論

観光地の魅力はその土地の立地条件も大きく関わってくる。観光地の立地条件やアクセスを客観的に検証し、問題点の克服や最小化を図る手段を講じたり、ハード面での利便性向上を推進するなど新たな魅力の創出を図っていくことが観光の向上に繋がる。

◎歴史・文化論

観光地の歴史・文化を深掘して研究し、後世に受け継ぎ、保全していきつつも、その魅力を最大限に発揮し、世界に対してPRしていく取り組みをしていくことは観光活性化のために重要な取り組みである。「持続可能な観光」への取り組みとしては、地域文化の維持・発展、魅力の磨き上げが必要である。

◎街づくり

「持続可能な観光地」を作っていくためには地域住民と観光客の調和がとれていることが必要である。地域住民に対して観光の重要性への理解と観光客に対する嫌悪感を抱かれない取り組みを進め、街全体に「おもてなし」の空気が漂っていることを観光客に感じさせることが再訪に繋がってくる。街の素晴らしい景観や効率的な街歩きコースの整備、交通、通信などのインフラ整備や都市工学的な観点からの研究は観光客、地域住民双方にとって大切である。

◎地域産業論

観光客増加により食の消費が進めば農業、漁業などの地場産業に好影響を及ぼすことになる。お土産店での売り上げが伸びることはその原材料を生産している企業へ影響を及ぼし、観光客の移動は交通機関に影響を与える。更にその先の二次、三次の産業にも好影響を及ぼすこととなる。地域の産業をいかに有効に観光に結びつけていくかを大学において検証していくことも大切である。観光の活性化は地域産業構造にも影響を及ぼしてくる。

◎交通論

鉄道、バス、自動車、航空機、船舶など観光地に直接観光客を送り込んでくる交通機関の需給関係や利便性（距離・時間・運賃・ダイヤ・道路状況など）について客観的、数値的に分析を行うことが送り込み地域のマーケット調査に繋がってくる。他地域と比較検討をすることでも高知県のメリット、デメリットが明確になり対策を講じることができる。

観光地に到着後の移動手段（二次交通）についても、観光客に対して利便性を高めながらも効率的な運営や経営をおこない、利益があがる仕組みなどを検討していく事を大学では専門家により検証できる。観光客誘致に対してあるべき姿のインフラ整備と地元の企業に利益が出るような仕組みを検証していく。

②客観的、論理的に各種観光資源を分析を行い、効果的な活用を図る。加えて、高知に思い入れ

があり精通している視点、若者視点と調和を図りながら観光を分析することがより高度な観光戦略を構築することに繋がる。

◎客観的に高知を見る力

地域外から観光客を呼び込むためには、地域外の観光客目線に立って観光資源の開発、PRを行わなうことが大切である。地域に長年住む人間が「これが地域のお勧め」と主張しても、地域外の人から見れば魅力の薄いものであるケースが少なくないし、その逆に、地元の人にとっては魅力に感じない観光資源も、他地域から訪れた観光客にしてみれば魅力的なケースもある。後者の場合は、せっかくの素晴らしい観光資源が活用されずに眠ったままになってしまう事になる。例えば、高知に住む人間にとっては澄んだ川、満点の星空などは日常生活の中で当たり前の風景であり魅力を感じないことが多いが、県会社にとっては魅力的な観光資源になりえる。

外国人の誘客となれば一層、相手目線で考えなければならない。相手国の地理、自然、気候等を検証し、そこに住む人々がどういった観光資源に憧れをもつかを探っていくのは重要なことである。例えば、中国人が憧れている観光資源の一つに海があげられる。海に対する憧れを抱く内陸に住む中国人が高知の海を見たらどんなに感激をするだろうか。また、中国人の旅行者は日本に来て沢山の買い物をしていくが、現代の日本人がお土産としては魅力を感じないものを大量に購入していく。

歴史的観光資源については注意をしなければならないのも客観的に判断すべき資源のひとつである。日本人には人気の歴史上の人物であっても外国人にとってはたとえ名前を知っていても、観光の動機づけにはならないケースが多い。観光の動機づけにならない程度ならまだ良いが、日本の場合は歴史上、アジアの国々との関係から、反感をもたれている歴史上の人物や施設も少なくない。

このようにその地域の有効な観光資源が何であるか、その観光資源をどのように生かしていくかは相手地域の文化、風習、食について研究し、客観的視点に立って分析を行わないと独りよがりになり、地域の観光関係者は「こんなに素晴らしい観光資源があるのに、なんで観光客が来ないのだろう？」という段階から脱しないことになる。

日本人の旅行は「マストツーリズム」から「ニューツーリズム」に変化している。内容を深掘した観光を求め、訪問地で自然との触れ合いや体験等、テーマ性を追求した旅行へのニーズが増えている。掘り下げたテーマのある旅行を求める観光客に対して、各観光地が自分の地域が何を提供できるのか、いかに観光資源の質を高めて来訪者を満足させるかを研究しなければならない。

以上のように観光資源の客観的な分析を行うことが重要であるが、その役割を担うのがその地域に設置されている大学などの研究機関である。「観光学」「観光立地論」などの各種観光関係の研究とその地域の観光資源を結びつけて研究することができる。他の地域に出向き、自分の地域と比較することや地域外の人から自分の地域に対する意見を集約することや外国人の国別の観光意識調査を行い、フィードバックすることも可能である。

数値的、学術的（前項で例として出した各学問的視点）に高知県の観光を分析していく事も必要である。観光は人間の感性に訴える部分が大きいものの、数値的な分析を行うこ

とで将来の需要予測やマーケット毎の観光客の動態などを明確化することで必要な手段を講じることができる。

◎若者の視点による新しい発想

将来のターゲットは現在の若者に注目、若者の嗜好を今から捉えておいて、将来のターゲットを確保する観点からその嗜好に合致したサービスや観光資源を作っていくことが課題である。柔軟な発想で多くのものが新鮮に映る若者は既成概念に捉われない発想を生み出すこともできる。インターンとして短期間ではあるものの高知の生活を経験していく大学生もいるが、若者の五感で感じた高知の空気や雰囲気やそこから出てくる発想は中高年以上の人とは異なるものがある。旅行商品の企画や観光資源の発掘に関しても、純粋な視点で提案をしてくるものが多いので、新たな取り組みとして参考になる。若者が五感で感じたものに学術的な分析を加えることで、これまでにない考え方の観光の展開が見出される可能性がある。

◎地域観光へのこだわり

観光は地域が受け継いできた伝統、歴史、風習、住民生活との調和なども重視をしていかないと、本当の意味での地域の魅力がなくなり、人工的に創られた観光地の様相に変化していく。地域の文化や価値観を観光への取り組みを通じて高めていくことを考慮していくことも重要なことである。また、地域住民が気持ちを込めたおもてなしをすることができなくなる。

地域性への「こだわり」は観光地全体の大きなあり方という大きな視点から、お店のあり方という小さな視点や観光客へのおもてなしの姿勢まで多岐に渡ってくる。

熊本の黒川温泉はかつては閑古鳥がなかった温泉街であったが、全ての旅館の露天風呂にこだわり抜本的に改革を行ったことから見事な復活を遂げた。これは地元の人間が露天風呂と地域の自然との調和へのこだわりが成功へと導いた事例である。特定のものにこだわりを持ち、それを軸として発展をさせていく発想は必要である。

以上の観光に大切な3要素である「よそ者視点」「若者視点」「こだわり視点」を調和させて推進していくことがバランスのとれた地域の観光の活性化に繋がってくる。その役割を担い、分析し、他地域の事例を研究しながら官庁や民間に提案をしていくことを大学や研究機関には期待できる。

- ③観光のプロモーションは自分の地域の観光資源の売り込みだけをしていては不十分であり、特に観光客が来訪した際に期待に応えていくには、ターゲットとしている地域の地域性を把握した上でアプローチをしていく必要がある。

[県民性、国民性の把握]

高知に来訪する観光客は大自然が身近にある地域から訪れてくる観光客と大都市圏から来訪する観光客では期待するものが異なる。また、大自然が身近にある地域でも沖縄からの観光客と北海道からの観光客では異なり、更に北海道からの観光客は季節毎に求めるものが異なってくるなど、きめ細かくターゲット毎に分析を行い、戦略を構築する必要がある。最近では個人旅行へシフトしているが、ニューツーリズムという言葉に表されているようにさらに個人毎にテーマ性をもった旅行を追及するケースが増加している。お遍路、トレッキング、食、写真、体験、植物など個人の求めるものは多種多様になってきている。これらのニーズに適応した観光素材を打ちだしてエンドユーザーにアプローチをしていった地域が観光客獲得に優位な展開

を図ることができる。

外国人観光客に関しては日本に対してここまで多種多様な観光資源を求めているとはいえないが、むしろ、国毎の文化、風習、気候、地理、嗜好、食、対日感情、歴史など把握してアプローチを行うことが肝要である。買い物にしても国によって望むものが異なる場合もあるので、モデルコースを設定する場合は国毎の観光客の動向や嗜好などを検証していくことが効果的なインバウンド拡大に繋がる。

[相手国での有効なセールス活動の調査]

外国人観光客を誘致する場合に重要なことは、ターゲットとしている国で観光の動機づけになっている要因が何であるかを調査する必要がある。新聞、冊子、インターネット、SNS、テレビ、映画、旅行会社での案内など実際に来訪する観光客の動機づけになる媒体が何であるかの調査を行い、そこに対する手段を講じていかないと有効な取り組みではなくなってしまう。例えば、インターネットやSNSが有効な場合には相手国で著名な人間との接点を模索して、高知に関する記事を投稿してもらうなどが有効な手段となる。

相手国での旅行代金の相場や観光対象としての日本の位置づけについても検証が必要である。高知県は観光客誘致に関して日本国内の各地域と競合しているのと同時に海外の観光地と競っていることを認識をして、観光資源の価値と他国の観光地への旅行商品の旅行代金、ビザ取得、保証金の有無、日本での車の運転の可否などの状況についても把握する必要がある。「日本の位置づけ」に関しては、国毎に日本への訪問は他国の後での訪問であるのか、上位であるのかによってアプローチ方法や力の入れ方も異なってくる。

- ④最近では高知県を舞台にしたテレビドラマや映画の制作、旅番組での高知県の紹介が増えているが、マスメディアが創り出す観光ブームは看過できない。マスメディアだけでなく、近年ではインターネット上やSNS、更にはゲームの世界が流行を作り出すきっかけとなっている。

海外の例としては2008年に中国で大ヒット、1億人が観たと言われている非誠勿擾(フェイ・チャン・ウーラオ)は北海道が舞台となり、2008年から暫く中国からの観光客が大挙して道東を訪れ、ロケ地を巡る旅行者が急増、地域の経済活性化に大きく寄与した。

このように多方面からの流行が起こる現在においては、常に世界にアンテナを張り巡らして情報を収集、手を打っていく事が他地域に負けない観光政策となる。

各種の国際会議も世界の多くの地域で開催されているが、国際会議の開催地や内容が観光客誘致に繋がるケースもある。国としても力を入れている MICE

(Meeting/Incentive/Convention/Exhibition[Event])の誘致にも近隣の県と連携をとりながら取り組みを強化していかないと、他地域から後れをとることになる。

- ⑤地方が観光客誘致に力を入れている目的のひとつが、定住人口の減少による消費経済の後退を交流人口の消費でカバーすることにもある。日本を訪問する中国人一人あたりの日本国内での平均消費額は18.1万円(観光庁 H23.1~3月調査。香港 12.1万円、台湾 8.5万円)にもものぼる。日本人人口一人あたりの年間の平均消費額は121万円なので、定住人口1名減少分は中国人7名を誘致すればカバーできる計算となる。ただし、そうは言うものの地域としては定住人口の減少には歯止めをかけたいのはどこの都道府県でも強く感じていることである。観光は新しい産業の創出、雇用の拡大にも繋がり、定住人口減少に歯止めをかけられる産業である。

更に、観光として魅力ある街づくりを推進していけば、そこに移住する魅力も増してくる。インフラ整備、おもてなしの心、働き口の確保、活気ある雰囲気という従来の観光に大切な要素に加えて観光へ求められているテーマ性は移住に直結する要素が多い。農家体験、釣り、各種スポーツ、食、写真、ウォーキングなど観光客として素晴らしい体験をすれば、その地域への移住の検討への可能性が高まってくる。これらのテーマ性をもった旅行はシニア層で第二の人生を考える時期に差し掛かっている人も少なくない。移住促進に繋げていく観光活性化について、研究機関で取り組みをしていくことは幅広い地域の活性化に繋がってくる。

- ⑥マストツーリズムから個人旅行主体となり、さらにはテーマ性をもたせた旅行を求める志向が強くなってきていることや、ニューツーリズムに対するニーズも高まり、着地型観光が主流になりつつある現状を深堀りし、且つ多様化しているエンドユーザーの旅への要求に対して観光資源の磨き上げやシステムを構築して地域として競争力を上げていく必要がある。

[マストツーリズムと個人型旅行]

従来の団体型旅行から個人旅行へ変化、多種多様なテーマをもった旅行が求められている。多少費用が高くともこだわりを持つテーマ性を追及した観光に対する人気がある一方で従来のように安価で手軽な旅行をする観光客も存在している。この2者を混同せずに各々の客層に応じたサービスや食の提供をしていかないと、双方の観光客からの評価を得られない結果となる。

いかに地域の観光資源を深堀し、磨き上げ、ターゲットにアプローチできるかが観光拡大の分かれ目になってくる。団体型旅行はターゲットとなる地域の旅行会社企画担当者に対してセールスを行い、旅行商品を設定してもらっていただければよかったが、個人旅行に関しては観光客がインターネットなど様々な媒体で自分に適した観光資源を独自に探すので、エンドユーザーの行動分析を行いながら観光資源の開発、展開、PRについても研究をした上で、実行に移していかなければならない。しかも、求められる要素は以前に比して多岐に渡る上にこだわりを持っている観光客が増えているため、細かい分析と世の中の動きを把握していく必要がある。

また、エンドユーザーに対してどこでどのようなイメージ戦略をとっていくことが最大限の効果があるかを検証することも大切である。現在の旅行の行先はエンドユーザーがインターネット、マスメディア、情報誌などで選択をしたうえで申し込みをしているので、エンドユーザーからの指名率を上げることが勝負の分かれ目となることから、より緻密な研究の上でのアプローチ戦略が求められる。

[持続可能な観光]

現在、「持続可能な観光」が求められている。UNTWOは「持続可能な観光開発とは、現在の旅行者と受入れ地域の需要に適合しつつ、次世代のための機会を守り、強化するものである。あらゆる資源を活用するにあたっては、文化の尊厳、大切な生態系環境、生態系の多様性、生命を支える仕組みを維持しながら、経済的、社会的、美的な必要性を満たさなければならない」と規定している。更に、UNTWOは持続可能な観光開発に必要な要件として以下を挙げている。

- i.生態系を維持し、自然遺産と生物多様性の保全に寄与するような、環境資源の最適な利用を図ること。
- ii.ホストコミュニティの社会文化的真正性を尊重し、文化遺産と伝統的な価値観を守るとともに、文化の相互理解に貢献するものであること。

iii.すべてのステークホルダーに社会・経済的な利益をもたらし、その利益が安定した雇用と収入を得る機会、そしてホストコミュニティの社会的サービスなどが公正に分配され、貧困の軽減に貢献するような、実行可能で長期的な経済運営を確保すること。

すなわち、地域の「持続可能な観光」を目指していくためには、観光客の拡大、観光資源の開発、経済の発展を進めながらも、環境保全、生態系の維持、文化の維持、地域住民の幸福も追求していかなければならない。様々な要素を含んでいる「持続可能な観光」の追及には遅かれ早かれ各分野を深く掘り下げた研究を行い、それらを総合的にまとめあげた取り組みが必要である。

環境と共生するエコツーリズム、農村体験のグリーンツーリズムなどが「持続可能な観光」の例であるが、これらは地域において観光資源を磨き上げ、観光客のニーズを把握し応えていかないと競争力は高まらない。そのためには、自分の地域の観光資源を客観的に把握し、他地域の観光資源と比較、差別化できる要素を作り上げていくことが肝要である一方で、地域や環境保全についても追及していかなければならない。

⑦地方の大学の授業において具体的な題材を活用する場合は、その地域の観光資源や観光の実態を活用する。大学が存在する地域の観光地の実態を「観光学」「観光地理論」「観光立地論」等の生きた題材として授業や研究で扱うために学生も理解しやすく、現地調査を行うことも容易である。特に地元出身の学生にしてみれば慣れ親しんだ自然、祭り、産業、食材を観光資源としてどのように捉えられるのかを学ぶことは新しい視点で地元を見る目を養うことができる。

地域にとっても大きなメリットとなるのが、学術機関が掘り下げて研究を行った研究成果を観光関係団体、地方自治体、企業と連携をとり活用しながら活性化を図っていくことに繋がってくることである。既存の観光資源に対する調査・分析だけでなく、イベント等新たな観光資源を創出する動きが出た場合にも学術機関と連携を図りながら、旅行のマーケティングや旅行者の動向、他の地域の状況の調査、分析を行い、フィードバックすることができる。

<全国の地域と大学との連携一覧 別紙 6>

(2) 国の機関、他エリアとの情報交換による向上

①大学の観光関係の学術機関が学会に所属することにより、他の都道府県に所在する大学や研究機関、観光有識者と意見・情報交換を行うことができる。他の都道府県の観光資源や観光の動向のみならず、官公庁や民間企業の取り組みを参考として高知県の観光活性化に役立てることができる。また、新たな視点での考え方を取り入れることで、従来、気付かなかった高知県の観光資源や課題についても気付くことができる。

ターゲットとしている地域の県民の動向、嗜好についても、その地区の大学から情報を入手することができるため、それを活かして観光誘致の具体的施策を講じることも可能となる。

日本への観光誘致を拡大していくためには各都道府県が力を合わせて観光の国力を高めてい

かなければならないが、一方でお互いが競争関係にもあるために情報を共有しながらも切磋琢磨をしてそれぞれが観光力を高めていく事が日本の観光力を総合的に高めることに繋がる。大学同士の横の連携や学会は切磋琢磨しながらも相互に協力をし合う、絶好の場である。

- ②研究機関を通じて観光庁等国土交通省の観光関係の機関との関係を構築することも幅広い取り組みに繋がる。観光庁が実施する施策についてタイムリーに情報を収集し、活用をしていくことは日本の中で本県の位置づけを高めることにも繋がる。先般も観光庁はGPS機能を活用した観光客の行動パターン調査を全国でいくつかのモデル地区にて実施することを決定したが、このようなモデル地区に選定されることは観光庁の力で調査・分析を行うことでより幅の広い研究に繋がるとともに全国の観光関係者から注目を浴びることにも繋がる。

経済産業省においても「クール・ジャパン戦略」と銘打って、「欧米やアジアで高い評価を受けている日本の製品、サービス、伝統、文化、食の活用」を図り、「内需の掘り起し」「外需の取り込み」「産業構造転換を行い、新たな収益源、雇用の確保と地域経済活性化に活かす」ことを打ちだしている。この中には当然、観光（旅館、食、文化など）に関わる要素も含まれており、日本に来ないと体験できない「本物」「本場」を海外でPR、インバウンド拡大を図っている。このような国の各省庁の取り組みと連携を図ることを考えていく事も大切である。更に高知においても「クール・ジャパン」の高知版「クール・コウチ」を打ちだし、「高知に来ないと体験できないホンモノ」をPRしていくことは研究すべきことである。

全国各地の運輸局は地域の観光振興を推進している。北海道運輸局のように、一つの運輸局が一つの都道府県を管轄している地域は良いが、四国の場合は香川県に四国運輸局があるため、香川県の動きを中心に考えてしまう傾向が強い。また、香川県は運輸局と密接に連携は取れているものの、他の県は運輸局との連携に差が出てきてしまい、情報の収集が遅くなるケースも発生する。大学が地域の総合的な観光の研究を行っていく上では国の機関の動きや施策などの情報を収集した上で研究を進めていかなければならない。地方自治体や観光関係の企業（旅館、交通機関、お土産店、観光施設）では収集できない情報についても、大学等の研究機関では情報を収集することができる。地域全体が運輸局等国の機関との関係を強化すること期待ができる。

欧米、アジア太平洋などに14箇所の事務所を置くJNTOは各国から日本への観光客の送り込みに力を入れている。各事務所は日本各地の情報収集やタイアップにより現地で宣伝活動やイベント、モニターツアーの設定などビジット・ジャパンの活動を行っている。大学もJNTOから現地情報や活動の様子を収集することで日本での戦略構築を検証する材料にもなる。

JR各社も力の入れ方には差があるもののインバウンドに力を入れている。ただ、JRも各地の運輸局と同様で北海道以外はメインとなる企画部門を有する本社は特定の県にしか存在しない。シンクタンクとしての役割を担う大学が地元のJRとも連携を図り、観光関係者に対してフィードバックしていく役割を担っていくことが地域にとっては好ましい。

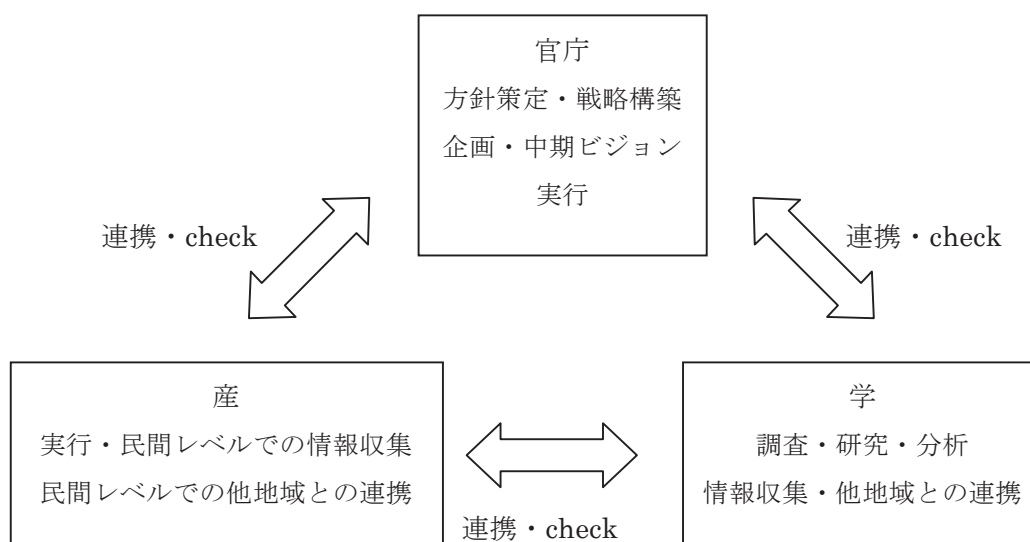
- (3) 産官が日常業務を行いながら、シンクタンクの役割を果たしていくのには限界がある。地域の観

光に関しては手間のかかるアンケートなどの実施、集計、分析、活動への反映などに手が回らない。他の都道府県に関する情報収集・比較や前述した学術的な研究を行う時間的余裕がなく、手掛けたとしても中途半端な形になる恐れがある。

特にターゲットとしている都道府県、国に関する各種マーケティングはほとんどの地域に情報網がないためにきめ細かな分析は困難である。

地域への思い入れが強いことや地域との関係において客観的に分析を行う事が困難で、既成の概念の範疇内だけでの観光推進となってしまう危険性がある。

以上のような状況において、「産」「官」の他に「学」として研究を請け負う機関を設置、産官を支援していくことが効率的、効果的、強固な観光推進を図ることができる。更には「産・官・学」がお互いに異なった観点からのチェック機能を果たすことにより、より正しい戦略を推進することが可能となる。



- (4) 観光の波及効果は裾野が広く、観光関係及び交通関係の企業だけでなく、お土産店、小売業、大型ショッピングセンター等の商業、クレジットカードや両替に関わる金融、飲食関係、お土産から繋がる農業、漁業、加工品製造業に波及し、さらにそこから派生する副次的な影響としてはお土産の原材料を提供する企業、インフラ整備に関わる通信、土木関連、表示物を制作する広告代理店など多岐に渡る。これら多くの業界に好影響を及ぼすことは地域経済にとっては良いことではあるが、現在の観光に関わる各種組織の仕組みとしては縦割りとなっているために、観光関係の会議体、プロジェクトに金融、農業、漁業関係が参加をして議論をすることはほとんどない。官庁においてもそれぞれを管轄する部門は異なり、観光以外のセクションにおいて企業を集めて観光のあり方について議論をすることはないし、観光部門が金融や小売業に対してアプローチを行うことは多くない。

この課題を総合的に研究を進める大学に担わせることは可能である。観光に関する問題点や課題の総合的な研究を行うので、当然、その中にはインフラ、通信、金融、農業、漁業などの内容が含まれることになり、横断的に調整を図ることが可能となる。地域の活性化を考える勉強会などを大学が設定し、そこに観光関係者だけでなく商業関係者を始めとする他産業の関係者を集めて引き込んでいく。また地方毎に存在する商工会議所や経済同友会等の団体には様々な分野の有力者が加盟し、集まりをもっている。このような団体と連携をとりながら、観光が地域経済に与える影響を説き、業界の枠を超えて地域全体で取り組んでいくことに理解を得ていくことも有効な手段である。

【提言 2】県内の大学に観光人材を育成する機関の設置

高知県内の大学に観光学科を設置することで、当該大学の魅力を高めることに繋がり、若者の増加に期待がもてるほか、高知県の観光分野で活躍をする人材育成に繋がってることが期待できる。延いては高知の観光力の向上に繋がる。

- (1) 少子化の影響により、大学間での学生の確保に熾烈な争いが生じており、全国の中には経営が厳しくなっている大学も存在している。大学が魅力ある勉学の間を設けることは、学生を集めることに繋がる。

高知県には伊野商業高校に観光に関するコースがあり、他の高校においても国際的人材育成に力を入れ、旅行会社、宿泊施設、航空会社による職業説明会が行われている。高知県内の高校を卒業後、県外の大学の観光関係のコースへ進学する生徒もあり、高校生の観光に対する関心は低くはない。高知県内の若者が観光に対して志を抱きながらも、観光を学べる場がなく、県外に出でなければならぬことは、本人にとっても本県にとっても好ましい状況ではない。

観光は高知県が将来を考える上で力を入れるべき産業と全面的に打ちだしており、観光学は卒業後の就職先を考える上でも職業に直結している分野であると同時に高知においては日常の生活で常に触れることができる環境にあることから、将来をイメージし易い。以上により、今後、ますます観光への関心と高まっていくことが予想される。

観光の経済界における位置づけも高まりつつあることから、全国的にも若者の進学希望者も増加することも予想されるので、県外からの若者の流入も期待できる。

- (2) 全国の観光関係の学部・学科を有している大学の多くは授業の一環としてインターンシップを実施している。地方大学がインターンシップを地元の企業などで実施すれば、地域の観光や観光産業に関して身近に感じることができ、より効果的である。インターンシップの派遣先としては旅館、ホテル、空港、航空会社等が選ばれるが、地元の企業で職業を体験することは、技術的な職業体験の他にいくつかのメリットがある。

第一に地域外のお客様の声を直接聞くことができ、それを自分の育ってきた中での知識や経験と結びつけた分析ができる。観光活性化で大切なことは「客観的に観光資源を見ること」である。地域外のお客様から得られた意見や要望を、自分の生い立ちの中で得た知識や感覚と比較することにより、新しい考え方や課題を得ることができる。

第二に地元企業が観光に対してどのような取り組みを行い、どのような役割を担っている

か学ぶことができる。単にお客様を出迎え、サービスを提供するだけではなく、旅館・ホテル・交通機関が自分の住む地域の観光をどのように考え、どう取り組んでいるかを直接学ぶことができる。例えば、旅館のロビーで掲出されている観光地のポスターやパンフレット類を従業員の立場で見れば、その旅館や地域の観光関係者がどこに力を入れているか理解することができ、同時にお客様の反応も直接見ることができる。

有力な旅館や企業は地域の観光関係団体（観光コンベンション協会、観光振興機構等）の幹部となっていることが多い。これらの団体の役割や幹部としての働きなども知ることができる。地方空港の航空会社ハンドリング業務は地元の企業が受託しているケースが多いが、航空会社や空港ビルと業務受託会社との関係や仕組み、これらの企業の観光への関わり方について学ぶことができる。

高知においても老舗観光施設の経営者が県を代表する観光組織の役員となっているが、それを受け継いでいくこれからの若い人たちは自分の旅館で働きながら大学で観光学を学び、更には観光関係の団体の動きも把握することが出来る。相互に知識と経験を関連付け、生かしていくことは高知県にとっては有効なシステムとなる。

第三には経済的なメリットである。遠方でのインターンシップは泊まり込みで行わなければならないため、学生にとっても大学側にとっても要する経費が大きくなるが、地元の企業で行えば、これらの経費が圧縮でき、インターンシップ受け入れ側の企業と大学の調整も容易である。

(3) 各種観光資源活用への関わり

地元の観光ボランティアへの参画や祭り等のイベントへの参加は、体験をしながら観光活性化を学んでいく上で有効な手段である。実際に参画すれば、その有効性やメリット、デメリットが具体的に見えてくる。活動に関する問題点や、運営・管理に関する懸案事項などが見え、それを勉強や研究に生かし、さらに地元の活動にフィードバックすることでより質の高いものが生まれ、将来に繋がってくる。北海道洞爺湖サミットではボランティアとして多くの大学生や高校生が参加、外国からの訪問客やマスメディアの接遇を行った。

国際会議誘致も観光活性化のひとつである。洞爺湖サミットに関わった学生たちは外国人を受け入れる大切さやおもてなしについて生きた学習をすることができた。高知県も「よさこい」に加えて、県内で開催される各種イベントに学生が参画することで本人たちの勉強にも繋がると同時に高知県の将来にも結びついてくることが期待できる。

学生が地域の新たな観光資源を開発することや既存の観光資源のランクアップに向けた取り組みを行うことも少なくない。例えば、全国各地で力を入れているB級グルメや札幌で2008年から新たに始めたオータムフェスト、YOSAKOI ソーランまつり等が新規の開発例である。オータムフェストは有識者や学生等の懇談会から「札幌は9月に大型イベントがないのがさみしい」ということから、企画が始まった。企画の段階から札幌市・旅行会社・交通機関・北海道観光振興機構・有識者が一堂に会して企画会議を開催するなど、産官学が一体となって作り上げた成功例と言える。YOSAKOI ソーランまつりも北海道大学の学生であった長谷川岳氏が街を盛り上げるために始めたイベントである。

世界遺産や世界ジオパーク認定に向けた取り組みは、既存の観光資源の格を上げることに
より世界的に注目度を高め、来訪者を増やす取り組みである。これらの取り組み対して現場
感覚で捉えながらも、学術的な観点と若者視点を交えてプロジェクト等に参画していくこと
は地域にとって、より質の高い取り組みができる一方で、学生がこれらを生きた研究材料と
して接点をもっていくことは観光開発を現実的に学ぶ上では大変有効である。

時代の流れとともに従来の観光資源のあり方がそぐわなくなってくるケースもある。若い
人たちが自らの力で地域を見直して新しい観光資源を作り上げていくことは大切なことであ
り、大学はその土壌を築いてあげることも重要な役割である。

(4) 観光マインドを持った人材の幅広い活用による観光立県の推進

大学において観光学を学んだ人材が農業、漁業、金融、交通機関、広告代理店などに就職をす
ることで幅広く観光に対する意識が広まり、県全体で観光への取り組みが強化される。前述した
ように観光は裾野が広い分野であり、幅広い業界において観光誘致を理解することが総合的な観
光力の向上と持続可能な観光の活性化に繋がってくる。

以上

別紙参考資料

[観光庁ホーム](#) > [情報・資料](#) > [統計情報](#) > 経済波及効果

経済波及効果

最終更新日：2013年8月7日

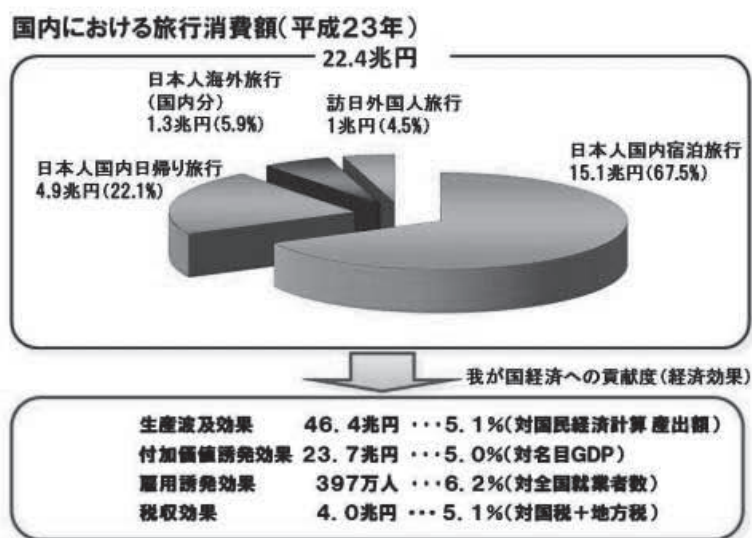
平成23年（2011年）における旅行消費による経済効果は以下のとおりです。

旅行消費額

22.4兆円（平成22年：23.4兆円）

雇用創出効果

213万人（波及効果を含めた雇用創出効果：397万人）


出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」、日本銀行「国際収支状況（概観）」より

関連リンク

▣ [旅行・観光消費動向調査](#)

 このページに関するお問い合わせ

観光庁観光戦略課調査室 岸本、梶原
TEL: 03-5253-8111（内線27-215、27-217）

1. 都道府県別、観光入込客数（実）・観光消費額単価・観光消費額（日本人・観光目的）

平成24年

都道府県	①観光入込客数（千人回）				②観光消費額単価（円/人回）				③観光消費額（百万円）			
	県内		県外		県内		県外		県内		県外	
	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	日帰り
01 北海道	6,269	34,700	3,598	132	21,802	3,487	76,149	21,536	136,669	121,003	273,993	2,836
02 青森県	519	7,172	1,177	2,616	14,569	3,163	27,326	6,349	7,567	22,685	32,161	16,608
03 岩手県	995	4,155	1,819	2,783	15,169	3,297	25,508	7,769	15,098	13,698	46,393	21,625
04 宮城県	1,715	15,770	2,287	4,947	21,881	3,977	24,606	10,102	37,520	62,722	56,273	49,972
05 秋田県	456	3,880	832	3,708	24,829	5,916	43,581	9,117	11,328	22,953	36,252	33,810
06 山形県	1,177	5,472	1,665	6,900	21,689	5,361	23,177	7,576	25,525	29,338	38,595	52,268
07 福島県	1,626	7,496	2,641	4,631	17,337	6,647	27,101	12,061	28,196	49,832	71,574	55,856
08 茨城県	456	12,780	1,139	12,564	15,416	3,442	20,530	5,817	7,026	43,992	23,377	73,087
09 栃木県	1,092	12,015	4,445	19,489	25,370	4,719	24,178	9,990	27,714	56,693	107,465	194,700
10 群馬県	1,081	9,897	4,134	9,495	17,623	2,450	19,785	5,489	19,054	24,284	81,791	52,120
11 埼玉県	1,436	66,109	1,295	27,286	8,735	2,387	9,922	3,410	12,540	157,831	12,853	93,042
12 千葉県	※集計中											
13 東京都	2,880	222,544	6,325	194,876	37,995	5,289	35,834	9,027	109,418	1,177,013	226,666	1,759,144
14 神奈川県	2,874	30,038	4,823	26,163	24,465	4,561	24,297	6,252	70,319	137,006	117,179	163,574
15 新潟県	※集計中											
16 富山県	※集計中											
17 石川県	1,164	3,041	2,492	2,903	16,182	3,244	25,183	7,411	18,838	9,862	62,743	21,514
18 福井県	※集計中											
19 山梨県	407	6,365	3,986	13,843	7,482	5,143	26,009	8,511	3,042	32,735	103,667	117,820
20 長野県	2,188	8,605	9,426	13,326	13,565	5,886	26,541	7,557	29,676	50,650	250,177	100,701
21 岐阜県	684	10,413	2,573	20,755	21,671	4,225	24,462	4,554	14,822	43,998	62,948	94,520
22 静岡県	2,444	14,622	9,296	28,298	19,567	7,043	22,766	11,882	47,812	102,990	211,635	336,245
23 愛知県	3,437	57,599	2,179	20,944	11,824	2,814	18,174	4,071	40,640	162,090	39,598	85,260
24 三重県	1,000	9,836	4,020	9,364	19,652	4,483	20,828	7,224	19,661	44,094	83,722	67,642
25 滋賀県	※集計中											
26 京都府	※集計中											
27 大阪府												
28 兵庫県	2,124	27,695	3,943	31,401	26,473	3,953	26,328	5,218	56,155	109,474	103,798	163,884
29 奈良県	446	5,803	1,242	11,209	12,741	1,555	22,727	4,732	5,683	9,022	28,225	53,039
30 和歌山県	649	1,860	2,455	5,326	19,988	3,516	25,060	5,416	12,968	6,540	61,533	28,846
31 鳥取県	306	1,286	1,366	2,729	19,818	3,384	22,912	6,117	6,072	4,354	31,307	16,693
32 島根県	287	3,980	912	4,958	15,097	3,111	24,416	6,849	4,326	12,383	22,277	33,961
33 岡山県	646	3,963	1,409	3,903	18,897	3,341	23,602	7,151	12,208	13,239	33,255	27,910
34 広島県	1,204	10,363	1,804	4,378	11,275	2,909	18,720	5,108	13,581	30,141	33,763	22,365
35 山口県	592	7,821	1,246	5,231	16,655	3,376	23,445	5,331	9,861	26,402	29,223	27,888
36 徳島県	79	2,300	671	5,252	15,449	2,966	18,726	5,585	1,216	6,820	12,561	29,331
37 香川県	295	4,710	1,300	7,212	13,636	2,490	25,024	6,472	4,029	11,726	32,534	46,678
38 愛媛県	393	7,786	1,217	2,262	19,625	2,695	26,882	7,974	7,716	20,981	32,727	18,035
39 高知県	498	1,381	1,075	1,929	16,775	4,699	27,892	9,814	8,358	6,492	29,974	18,933
40 福岡県												
41 佐賀県	535	2,517	952	5,138	15,933	2,819	16,333	5,128	8,531	7,095	15,553	26,349
42 長崎県	626	4,296	1,955	4,469	21,065	4,408	46,696	11,112	13,177	18,939	91,270	49,661
43 熊本県	809	10,617	2,408	6,894	19,885	4,460	26,587	8,015	16,090	47,352	64,010	55,260
44 大分県	527	6,304	2,624	5,548	21,759	2,907	27,539	8,345	11,466	18,328	72,266	46,301
45 宮崎県	429	5,947	817	4,241	13,814	4,197	31,104	10,136	5,929	24,961	25,411	42,982
46 鹿児島県	981	7,741	2,166	2,352	20,012	2,608	33,964	5,732	19,635	20,188	73,579	13,478
47 沖縄県	1,047	2,648	4,303	9	35,329	6,171	77,232	2,852	37,005	16,341	332,309	25

留意事項

- (1) 観光地点等入込客数調査、観光地点パラメータ調査及び宿泊旅行統計調査（観光庁提供）をもとに推計した数値です（行祭事・イベントを除く）。
- (2) ①観光入込客数は実人数であり、観光地点等ごとの重複を除いた数値であり、1人の観光入込客が当該都道府県内の複数の観光地点を訪れたとしても1人回と数えます。
- (3) ②観光消費額単価（円/人・回）は、観光入込客1人の1回の旅行における観光消費額を指します。
- (4) ①観光入込客数と②観光消費額単価を掛け合わせることで、③観光消費額が算出されます。
- (5) 観光地点パラメータ調査において、サンプル数が無かったものについては、「-」表記としています。
- (6) 「①観光入込客数」における500人回未満、「③観光消費額」における500千円未満のものについては「0」表記としています。

図表3 都道府県別 訪問率推移 (N=回答者数)

平成18年度 (N=13,891) 2006-2007			平成19年度 (N=14,535) 2007-2008			平成20年 (N=14,963) 2008			平成21年 (N=15,355) 2009			平成22年 (N=21,342) 2010		
順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)	順位	都道府県	訪問率 (%)
1	東京	57.4	1	東京	58.2	1	東京	58.9	1	東京	58.8	1	東京	60.3
2	大阪	23.7	2	大阪	25.8	2	大阪	25.0	2	大阪	24.4	2	大阪	26.1
3	京都	20.3	3	京都	21.8	3	京都	21.4	3	京都	20.6	3	京都	24.0
4	神奈川	18.8	4	神奈川	16.3	4	神奈川	16.0	4	神奈川	16.7	4	神奈川	17.8
5	千葉	16.7	5	千葉	11.4	5	千葉	11.8	5	千葉	12.7	5	千葉	15.0
6	愛知	9.6	6	福岡	9.6	6	愛知	10.1	6	愛知	9.6	6	愛知	10.9
7	福岡	8.7	7	愛知	9.4	7	福岡	9.7	7	福岡	8.6	7	福岡	9.1
8	兵庫	7.4	8	兵庫	8.8	8	兵庫	8.1	8	北海道	8.0	8	北海道	8.8
9	山梨	6.6	9	北海道	7.6		北海道	8.1	9	兵庫	7.9	9	山梨	8.2
10	北海道	6.4	10	奈良	7.1	10	奈良	6.5	10	山梨	6.8	10	兵庫	7.6
11	奈良	6.1	11	山梨	5.5	11	山梨	5.9	11	奈良	6.2	11	奈良	7.5
12	長崎	4.3	12	大分	4.8	12	大分	4.9	12	広島	4.5	12	大分	5.0
13	栃木	4.2	13	熊本	4.6	13	熊本	4.7	13	栃木	3.7	13	熊本	4.3
14	大分	4.0	14	長崎	4.3	14	広島	4.0	14	大分	3.2	14	広島	4.1
	広島	4.0	15	広島	3.9	15	長崎	3.9		静岡	3.2	15	栃木	3.6
16	静岡	3.7	16	栃木	3.7	16	栃木	3.6	16	長野	3.1	16	長野	3.4
17	熊本	3.6	17	静岡	3.4	17	静岡	3.4	17	熊本	2.9		岐阜	3.4
18	長野	2.7	18	長野	3.0	18	長野	3.0	18	長崎	2.7		長崎	3.4
19	岐阜	2.5	19	岐阜	2.6	19	岐阜	2.7		岐阜	2.7	19	静岡	3.2
20	沖縄	2.4	20	沖縄	2.2	20	沖縄	2.3	20	沖縄	2.5	20	沖縄	2.7
21	埼玉	2.3		宮城	2.2	21	宮城	2.0	21	宮城	2.2	21	石川	1.9
22	宮城	1.9	22	埼玉	1.8	22	埼玉	1.6	22	埼玉	1.8	22	宮城	1.8
23	石川	1.4	23	石川	1.4	23	和歌山	1.3	23	茨城	1.7	23	埼玉	1.7
	三重	1.4	24	和歌山	1.2		茨城	1.3	24	和歌山	1.5	24	和歌山	1.4
	茨城	1.4		茨城	1.2		石川	1.3	25	石川	1.4		富山	1.4
26	和歌山	1.3	26	三重	1.1	26	三重	1.2	26	三重	1.1	26	茨城	1.2
27	新潟	1.1		富山	1.1	27	富山	0.9	27	群馬	1.0	27	三重	0.9
	鹿児島	1.1	28	青森	0.9		新潟	0.9	28	富山	0.9		群馬	0.9
	富山	1.1		新潟	0.9	29	青森	0.8		福島	0.9	29	岡山	0.7
30	群馬	1.0		岡山	0.9		福島	0.8		青森	0.9		青森	0.7
	福島	1.0	31	福島	0.8		群馬	0.8	31	岡山	0.8		鹿児島	0.7
32	岡山	0.9		鹿児島	0.8		鹿児島	0.8	32	鹿児島	0.7		福島	0.7
33	青森	0.8		群馬	0.8		岡山	0.8		新潟	0.7		山形	0.7
	滋賀	0.8	34	岩手	0.7	34	滋賀	0.7		山形	0.7		新潟	0.7
35	愛媛	0.6		山形	0.7	35	山形	0.6		山口	0.7	35	滋賀	0.6
36	山口	0.5		滋賀	0.7		山口	0.6	36	滋賀	0.6		山口	0.6
	岩手	0.5	37	山口	0.6		岩手	0.6		佐賀	0.6		佐賀	0.6
	佐賀	0.5	38	佐賀	0.5		佐賀	0.6	38	秋田	0.5	38	岩手	0.5
	山形	0.5	39	愛媛	0.4	39	宮崎	0.5		岩手	0.5	39	秋田	0.4
	宮崎	0.5		秋田	0.4	40	秋田	0.4		宮崎	0.5	40	宮崎	0.3
	秋田	0.5		香川	0.4		香川	0.4	41	愛媛	0.4		香川	0.3
42	福井	0.3		宮崎	0.4		愛媛	0.4	42	福井	0.3		愛媛	0.3
	徳島	0.3	43	福井	0.3	43	福井	0.3		香川	0.3	43	福井	0.2
	香川	0.3	44	鳥取	0.2	44	鳥根	0.2	44	鳥取	0.2		鳥根	0.2
45	鳥取	0.2		徳島	0.2		鳥取	0.2		高知	0.2		鳥取	0.2
	高知	0.2		鳥根	0.2		徳島	0.2		徳島	0.2		徳島	0.2
	鳥根	0.2	47	高知	0.1	47	高知	0.1		鳥根	0.2	47	高知	0.1
延べ訪問率 Total		235.7	延べ訪問率 Total		234.9	延べ訪問率 Total		234.3	延べ訪問率 Total		230.1	延べ訪問率 Total		248.4

観光関連学部または学科を設置している大学

No.	形態	都道府県	大学名	学部	学科	郵便番号	住 所
1	私立	01北海道	北海商科大学	商学部	観光産業学科	0628607	札幌市豊平区豊平6条6-10
2	私立	01北海道	札幌国際大学	観光学部	観光ビジネス学科・観光経済学科	0048602	札幌市清田区清田4条1-4-1
3	私立	05秋田	ノースアジア大学	法学部	観光学科	0108515	秋田県秋田市下北手桜字守沢46-1
4	私立	08茨城	流通経済大学	社会学部	国際観光学科	3018555	茨城県龍ヶ崎市120
5	公立	10群馬	高崎経済大学	地域政策学部	観光政策学科	3700801	群馬県高崎市内並榎町1300
6	私立	11埼玉	立教大学	観光学部	観光学科	3528558	埼玉県新座市北野1-2-26
7	私立	11埼玉	跡見学園女子大学	マネジメント学部	観光マネジメント学科	3528558	埼玉県新座市北野1-2-26
8	私立	11埼玉	淑徳大学	経営学部	観光経営学科(2012年4月)	3548510	埼玉県入間郡三芳町藤久保1150-1
9	私立	12千葉	川村学園女子大学	生活創造学部	観光文化学科	2701138	我孫子市下ヶ戸1133
10	私立	12千葉	明海大学	ホスピタリティ・ツーリズム学部	ホスピタリティ・ツーリズム学科	2798550	千葉県浦安市明海1丁目
11	私立	12千葉	城西国際大学	観光学部	ウェルネス・ツーリズム学科	2992862	千葉県鴨川市太海1717
12	私立	12千葉	秀明大学	観光ビジネス学部	観光文化学科	2760003	千葉県八千代市大学町1-1
13	私立	12千葉	東京成徳大学	人文学部	観光文化学科	2760013	千葉県八千代市保品2014
14	私立	13東京	帝京大学	経済学部	観光経営学科	1920352	東京都八王子市大塚359
15	私立	13東京	玉川大学	観光学部(2013年)	観光学科	1948610	東京都町田市玉川学園6-1-1
16	私立	13東京	東洋大学	国際地域学部	国際観光学科	1120001	文京区白山2-36-5 白山第2キャンパス
17	私立	13東京	文化学園大学	現代文化学部	観光交流文化学科	6512188	東京都八王子市宮下町476
18	私立	13東京	杏林大学	国際文化・観光学科	国際文化・観光学科	1870021	東京都小平市上水南町3-2-1
19	私立	14神奈川	横浜商科大学	商学部	貿易・観光学科	2308577	横浜市新島区真寺尾4-11-1
20	私立	14神奈川	松蔭大学	観光学部	観光文化学科	2430124	神奈川県厚木市森の里若宮9-1
21	私立	14神奈川	文教大学	国際文化学科	国際観光学科	2538550	神奈川県茅ヶ崎市行谷1100
22	私立	14神奈川	東海大学	国際学部	観光文化学科	2591292	神奈川県平塚市北金目1117
23	私立	20長野	松本大学	総合経営学科	観光ホスピタリティ学科	3901295	長野県松本市新村2095-1
24	私立	20長野	長野大学	環境ツーリズム学部	環境ツーリズム学科	3861298	長野県上田市下之郷658-1
25	私立	23愛知	桜花学園大学	人文学部	観光文化学科	4710057	豊田市太平町七曲12-1
26	私立	24三重	鈴鹿国際大学	国際人間科学部	観光学科	5100298	鈴鹿市郡山町663-222
27	私立	26京都	京都嵯峨芸術大学	芸術学部	観光デザイン学科	6168362	京都市右京区嵯峨五島町1
28	私立	26京都	平安女学院大学	国際観光学部	国際観光学科	6028013	京都市上京区烏丸通下立売西入5-172-2
29	私立	27大阪	阪南大学	国際観光学部	観光文化群・観光計画群・観光事業群	5800032	大阪府松原市天美東5-4-33
30	私立	27大阪	大阪観光大学	観光学部	国際観光系・観光経営系・観光文化系	5900493	大阪府泉南郡熊取町大久保南5-3-1
31	私立	28兵庫	神戸夙川学院大学	観光文化学部	観光文化学科	6500045	神戸市中央区港島1-3-11
32	私立	28兵庫	神戸海星女子学院大学	現代人間学部	観光ホスピタリティ学科	6570805	神戸市灘区青谷町2-7-1
33	私立	28兵庫	神戸国際大学	経済学部	都市環境・観光学科	6580032	神戸市東灘区向洋町中9-1-6
34	私立	28兵庫	神戸流通科学大学	サービス産業学部	観光学科	6512188	神戸市西区学園町西町3-1
35	公立	29奈良	奈良県立大学	地域創造学部	観光学科	6308258	奈良市船橋町10
36	国立	30和歌山	和歌山大学	観光学部	観光経営学科・地域再生学科	6408510	和歌山県和歌山市栄谷930
37	私立	33岡山	倉敷芸術科学大学	産業科学技術学部	観光学科	7128505	岡山県倉敷市連島町西之浦2840
38	国立	35山口	山口大学	経済学部	観光政策学科	7538514	山口県山口市大字吉田1677-1
39	私立	40福岡	九州産業大学	商学部第一部	観光産業学科	8138503	福岡市東区松香台2-3-1
40	私立	40福岡	西南学院大学	人文学部	観光文化学科	8030835	北九州市小倉北区井畑1-3-5
41	私立	42長崎	長崎国際大学	人間社会学部	国際観光学科	8593298	佐世保市ハウステンボス町2825-7
42	私立	43熊本	名岐大学	経営学部	観光ビジネス学科	8628652	熊本県東区渡鹿9-1-1
43	私立	47沖縄	琉球大学	国際学群	観光産業専攻	9058585	沖縄県名護市為又1220-1
44	国立	47沖縄	琉球大学	観光科学科・産業経営学部	観光科学科・産業経営学科	9030213	沖縄県中頭郡西原町千原1

観光関連コース・科目を設置している大学

No.	形態	都道府県	大学名	学部	学科	郵便番号	住 所
1	私立	04宮城	石巻専修大学	経営学部	経営学科国際経営・観光コース	9868580	石巻市南境新水戸1番地
2	私立	04宮城	宮城学院女子大学	学芸学部	国際文化学科	9810961	仙台市青葉区桜ヶ丘9-1-1
3	私立	04宮城	泉学院大学	現代社会学部	事業構想研究科 事業計画学科ビジネスプランニング開発系	9813298	黒川郡大和町字苑1番地1
4	私立	04宮城	尚絅学院大学	現代社会学部	(観光社会学論)	9811245	宮城県名取市ゆりが丘4-10-1
5	私立	06山形	東北芸術工科大学	芸術学部	歴史遺産学科	9806107	仙台市青葉区中央1-3-1
6	私立	08茨城	筑波学院大学	経営情報学部	経営・経済系 サービスマネジメント	3050031	茨城県つくば市吾妻3-1
7	私立	08茨城	茨城キリスト教大学	文学部	文化交流学科	3191295	日立市大みか町6-11-1
8	私立	09栃木	白鷲大学	経営学部	経営学科	3238588	栃木県小山市大行寺1117
9	私立	09栃木	作新学院大学	経営学部	観光まちづくりコース	3213295	栃木県宇都宮市竹下町906番地
10	私立	09栃木	宇都宮共和国大学	シニアライフ学部	ホスピタリティ・観光コース	3200811	宇都宮市大通り1-3-18
11	私立	10群馬	高崎商科大学	商学部	商学科 観光・ホスピタリティコース	3701214	群馬県高崎市根小屋町741
12	私立	10群馬	関東学院大学	経済学部	経営学科 観光ホスピタリティコース	3738515	群馬県太田市藤阿久町200
13	私立	11埼玉	文京学院大学	人間学部	コミュニケーション社会学部	3568533	埼玉県ふじみ野市亀久保1196
14	私立	11埼玉	西武文理大学	サービス経営学部	サービス経営学科	3501336	埼玉県狭山市柏原新田311-1
15	私立	11埼玉	獨協大学	外国語学部	交流文化学科	3400042	埼玉県草加市学園町1-1
16	私立	11埼玉	駿河台大学	現代文化学部	現代文化学科 観光ホスピタリティコース	3578555	埼玉県飯能市阿須698
17	私立	11埼玉	共栄大学	国際経営学部	観光ビジネスコース	3440051	埼玉県春日部市内牧4158
18	私立	11埼玉	尚美学園大学	総合政策学部	ビジネス・マネジメントコース	3501110	埼玉県川越市豊田町11-1
19	私立	11埼玉	東京国際大学	国際関係学部	国際メディア科 国際観光・コミュニケーションコース	3501198	埼玉県川越市の場2509
20	私立	12千葉	東洋学園大学	グローバル・コミュニケーション学部	グローバル・コミュニケーション学科 グローバル交流コース	2700161	千葉県流山市鶴ヶ崎1660
21	私立	12千葉	江戸川大学	社会学部	現代社会学科 レジャー観光プランニングコース	2700198	千葉県流山市駒木474
22	私立	12千葉	千葉平成大学	現代ライフ学部	観光経営学科 ツーリズムコース、ホスピタリティコース	2900193	千葉県市原市うるいど南4-1
23	私立	12千葉	和洋女子大学	人文学群	心理・社会学類 国際社会システム専修	2710827	千葉県市川市国府台2-3-1
24	私立	12千葉	千葉商科大学	サービス創造学部	国際文化学科 観光文化コース	2728512	千葉県市川市国府台1-3-1
25	私立	13東京	駒沢女子大学	人文学部	国際文化学科 観光文化コース	2068511	東京都稲城市坂浜238
26	私立	13東京	東京家政大学	人文学部	英語コミュニケーション学科	1738602	板橋区加賀1-18-1
27	私立	13東京	桜美林大学	ビジネス・マネジメント学群	ツーリズム・ホテル・エンターテインメントコース	1940294	東京都町田市菅野町3758
28	私立	13東京	亜細亜大学	経営学部	ホスピタリティ・マネジメント学科	1808629	東京都武蔵野市境5-24-10
29	私立	13東京	産業能率大学	経営学部	ホスピタリティコース	1588630	世田谷区茗々力 6-39-15
30	公立	13東京	首都大学東京	都市環境学部	都市環境学科 自然・文化ツーリズムコース	1920397	東京都八王子市南大沢1-1
31	私立	13東京	拓殖大学	国際学部	国際観光コース	1128585	文京区小日向3-4-14
32	私立	13東京	国立館山大学	21世紀アジア学科	国際観光コース	1958550	東京都町田市広袴1-1-1
33	私立	14神奈川	関東学院大学	文学部	比較文化学科	2368501	横浜市金沢区六浦東1-50-1
34	私立	14神奈川	神奈川大学	外国語学部	国際文化交流学科 観光学モデル	2218686	横浜市神奈川区六角橋3-27-1
35	私立	14神奈川	相模女子大学	学芸学部	英語文化コミュニケーション学部 観光キャリアコース	2288533	神奈川県相模原市文京2-1-1
36	私立	14神奈川	多摩大学	グローバルスタディーズ学部	ホスピタリティ・マネジメント	2520805	神奈川県横浜市内行802
37	私立	15新潟	長岡大学	経済経営学部	環境経済学科 まちづくりコース	9400828	新潟県長岡市御山町80-8
38	私立	15新潟	新潟産業大学	経済学部	文化経済学科	9451393	新潟県柏崎市榎井川4730
39	国立	16富山	富山大学	芸術文化学部	文化マネジメントコース	9338588	富山県高岡市二上町180
40	私立	16富山	富山国際大学	現代社会学部	観光専攻	9301292	富山県富山市黒鷲牧65-1
41	私立	17石川	金沢星稜大学	経済学部	経営学科	9208620	金沢市御所町丑10-1
42	私立	21岐阜	岐阜女子大学	文化創造学部	文化創造学科	5012577	岐阜市太郎丸80
43	私立	21岐阜	名城大学	都市情報学部	都市情報学科	5090261	岐阜県可児市虹ヶ丘4-3-3
44	私立	22静岡	常葉学園大学	外国語学部	グローバルコミュニケーション学科	4200911	静岡市葵区瀬名1-22-1
45	私立	22静岡	常葉大学 (2013年より)	総合経営学部	総合経営学科 観光ビジネスコース	4170801	静岡県富士市大淵325番地
46	私立	22静岡	静岡産業大学	情報学部	国際情報学科 地域学コース	4268668	静岡県藤枝市駿河台4-1-1
47	私立	22静岡	浜松大学	ビジネスデザイン学部	サービスと経営学科 サービス分野	4312102	静岡県浜松市北区都田町1230
48	私立	22静岡	静岡英和学院大学	人間社会学部	人間社会学科 文学・文化・観光コース	4228545	静岡県駿河区池田1769
49	私立	23愛知	金城学院大学	現代文化学部	国際社会学科	4638521	名古屋市中区大森2-1723
50	私立	23愛知	愛知真邦大学	経営学部	地域ビジネス学科 観光ビジネスコース	4658515	名古屋市長久寺平和が丘3-11
51	私立	23愛知	名古屋外国語大学	現代国際学部	国際ビジネス学科	4700197	愛知県日進市岩崎町竹の山57
52	私立	23愛知	中京大学	国際英語学部	国際英語学科	4660825	名古屋市長和区八事本町101-2
53	私立	23愛知	愛知大学	地域政策学部	地域政策学科 地域文化コース	4418522	愛知県豊橋市市畑町1-1
54	私立	23愛知	愛知学院大学	文学部	グローバル英学科 (観光学基礎)	4700195	愛知県日進市岩崎町阿良池12
55	私立	23愛知	愛知淑徳大学	文化交流学部	文化交流学科 観光分野	4648671	名古屋市長久寺平和が丘23
56	私立	26京都	京都橋大学	現代ビジネス学部	都市環境デザイン学科 観光・都市デザインコース	6078175	京都市山科区大宅山田町34
57	私立	26京都	京都光華女子大学	人文学部	国際英語専攻 異文化理解・観光文化領域	6150882	京都市右京区西京極葛野町38

観光系大学・短大一覧

2012年8月1日

58	私立	26京都	同志社大学	商学部	商学研究科 (観光論、旅行産業論)	6028580	京都市上京区今出川通烏丸東入
59	私立	26京都	同志社女子大学	現代社会学部	社会システム学科 京都市・観光学コース	6100395	京都市京田辺市興戸 知徳館207
60	私立	26京都	京都学園大学	人間文化学部	国際コミュニケーション学科	6218555	京都府亀岡市曾我部町南条大谷1-1
61	私立	26京都	成美大学	経営情報学部	ビジネスデザイン学科	6200886	京都府福知山市宇都3370
62	私立	26京都	龍谷大学	経営学部	経営学科 マーケティングコース(観光・地域マネジメント科目群)	5258577	滋賀県草津市野路裏1-1-1
63	私立	26京都	立命館大学	国際文化学部	(観光文化論)	5202194	滋賀県大津市瀬田大江町横谷1-5
64	私立	26京都	京都大教大学	総合社会学部	観光・地域デザインコース	6110041	京都府宇治市横島町千足80
65	私立	27大阪	羽衣国際大学	現代社会学部	現代社会学科 観光コース	5928344	大阪府堺市浜寺南町1-89-1
66	私立	27大阪	ブール学院大学	国際文化学部	国際文化学科	5900114	大阪府堺市南区榎塚台4-5-1
67	私立	27大阪	大阪国際大学	国際コミュニケーション学部	国際コミュニケーション学科	5708555	大阪府守口市藤田町6-21-57
68	私立	27大阪	大阪学院大学	経営学部	ホスピタリティ経営学科	5648511	大阪府吹田市岸部南2-36-1
69	私立	27大阪	近畿大学	経営学部	観光・サービスコース	5778502	大阪府東大阪市小荻江3-4-1
70	私立	27大阪	摂南大学	人文学部	文化交流学科	5590033	大阪府住之江区南港中4丁目4-1
71	私立	27大阪	摂南大学	経済学部	観光経済主専攻	5728508	大阪府寝屋川市池田中町17-8
72	私立	27大阪	大阪産業大学	経営学部	観光ビジネスコース	5748530	大阪府大東市中垣内3-1-1
73	私立	27大阪	太成学院大学	人間学部	人間心理応用学科 人間関係コース	5878555	大阪府堺市美原区平尾1080-1
74	私立	28兵庫	神戸山手大学	現代社会学部	都市交流学科 観光コース	6500004	神戸市中央区中山手通6-5-2
75	私立	28兵庫	神戸女子大学	総合社会学部	観光ビジネス専攻	6628552	兵庫県西宮市御茶屋所町6-43
76	私立	28兵庫	甲南女子大学	文学部	日本語日本文化学科 ホスピタリティコース	6580001	神戸市東灘区森北町6-2-23
77	私立	28兵庫	神戸女子大学	文学部	神戸国際教養学科	6548585	神戸市須磨区東須磨青山2-1
78	私立	28兵庫	関西国際大学	教育学部	英語教育学科	6730521	兵庫県三木市志染町青山1-18
79	国立	29奈良	奈良女子大学	文学部	人文社会学科 文化メディア学コース	6308506	奈良市北魚屋西町
80	私立	29奈良	帝塚山大学	人文学部	英語コミュニケーション学科 観光ガイドコース	6318501	奈良市帝塚山7-1-1
81	私立	33岡山	岡山商科大学	経営学部	観光コース	7008601	岡山市津島京町2-10-1
82	私立	34広島	広島修道大学	商学部	貿易・観光コース	7313195	広島市安佐南区大塚東1-1-1
83	私立	34広島	福山大学	経済学部	国際経済学科	7290292	広島県福山市学園町1番地三蔵
84	私立	35山口	東亜大学	人間科学部	国際交流学科 観光マネジメントコース	7510807	山口県下関市一の宮学園町2-1
85	私立	37香川	四国学院大学	社会学部	観光学メジャー	7658505	香川県善通寺市文兵衛町3-2-1
86	国立	37香川	香川大学	経済学部	地域社会システム学科 ツーリズムコース	7608523	香川県高松市幸町2-1
87	国立	38愛媛	愛媛大学	法学学部	人文学科 観光まちづくりコース	70908577	松山市道後樋又10-13
88	私立	40福岡	久留米大学	経済学部	文化経済学科 環境・ツーリズムコース	8398502	福岡県久留米市御井町1635
89	私立	40福岡	福岡女子学院大学	人文学部	現代文化学科 観光文化分野	8111313	福岡市南区日佐3丁目42-1
90	私立	40福岡	筑紫女学園大学	文学部	英語学科	8180118	大宰府市石坂2-12-1
91	私立	40福岡	日本経済大学	経済学部	観光ビジネスコース	8180197	福岡県太宰府市五条3-11-25
92	私立	40福岡	九州国際大学	国際関係学部	観光ビジネスコース	8058512	福岡県北九州市八幡東区平野1-6-1
93	私立	40福岡	中村学園大学	流通科学部	流通科学科	8140198	福岡市城南区別府5-7-1
94	公立	40福岡	北九州市立大学	地域創生学群	地域創生学科	8030844	福岡県北九州市小倉南区北方4-2-1
95	私立	42長崎	長崎外国語大学	外国語学部	現代英語学科 航空・観光ホスピタリティプログラム	8512196	長崎市横尾3-15-1
96	私立	43熊本	熊本学園大学	商学部	ホスピタリティ・マネジメント学科	8628680	熊本市大江2-5-1
97	私立	43熊本	九州ルーテル学院大学	人文学部	人文学科キャリアイングリッシュ専攻 エアラインコース	8608520	熊本市黒髪3-12-16
98	私立	44大分	立命館アジア太平洋大学	アジア太平洋学部	観光学コース	8748577	別府市十文字原1-1
99	私立	44大分	別府大学	国際経営学部	国際経営学科 観光経営コース	8748501	大分県別府市北石垣82
100	私立	45宮崎	宮崎産業経営大学	経営学部	経営学科 総合経営コース	8800931	宮崎市古城町丸尾100
101	私立	46鹿児島	鹿児島国際大学	経済学部	経営学科 地域創生専攻 観光経営コース	8910197	鹿児島市坂之上8-34-1
102	私立	47沖縄	沖縄大学	人文学部	国際コミュニケーション学科 国際交流コース	9020075	沖縄県国場555
103	私立	47沖縄	沖縄国際大学	経済学部	地域環境政策学科	9012701	沖縄県宜野湾市宜野湾2-6-1

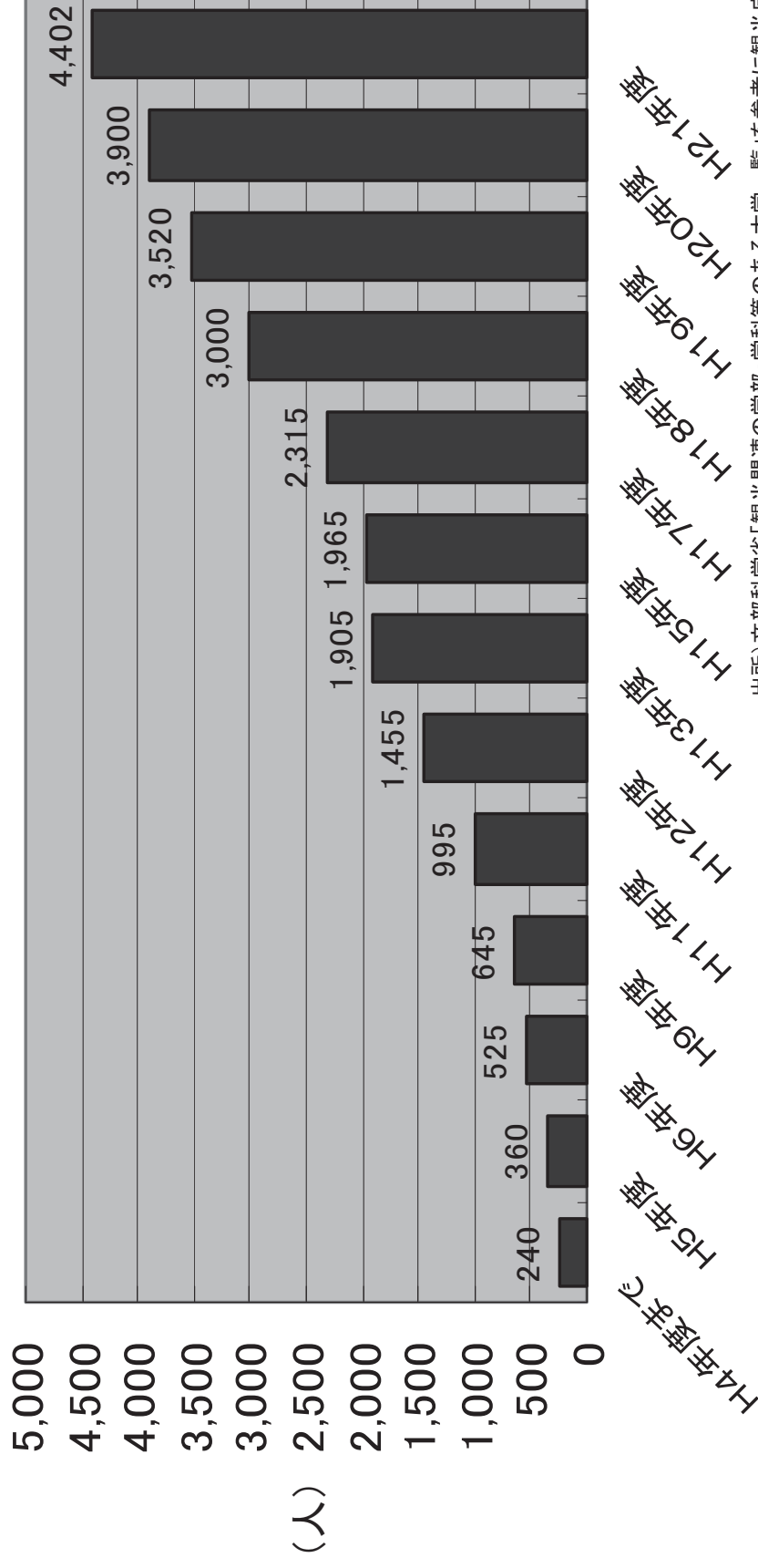
観光関連コースを設置している短期大学

No.	形態	都道府県	短大名	学部	学科	郵便番号	住 所
1	私立	01北海道	札幌国際大学短期大学部		英語コミュニケーション学科 観光英語コース	0048602	札幌市清田区清田4条1-4-1
2	私立	01北海道	拓殖大学北海道短期大学		経営経済科 観光専攻フィールド	0748585	北海道深川市メム4558
3	私立	02青森	八戸短期大学		ライフデザイン学科 食・観光コース	0310844	青森県八戸市美保野13-384
4	私立	04宮城	聖台青葉学院短期大学		ビジネスキャリア学科 観光・ホテルモデル	9840022	仙台市若林区五橋3-5-75
5	私立	04宮城	聖和学園短期大学		キャリア開発総合学科 観光・ホスピタリティ系	9813213	仙台市泉区南中山5-5-2
6	私立	06山形	東北文教大学短期大学部		総合文化学科 ビジネスカテゴリー	9902316	山形県山形市片谷地515
7	私立	07福島	福島県立テクノアカデミー会津		観光プロデュース学科	9693534	福島県喜多方市塩川町遠田字沼上1900
8	私立	09栃木	佐野短期大学		総合キャリア教育学科 観光フィールド	3270821	栃木県佐野市高萩町973
9	私立	09栃木	宇都宮文星短期大学		地域総合文化学科 総合キャリアフィールド 観光・旅行ユニット	3200098	宇都宮市上戸祭4-8-15
10	私立	10群馬	高崎商科大学短期大学部		現代ビジネス学科 ホテル・観光・プライダルコース	3701214	群馬県高崎市根小屋町741
11	私立	10群馬	育英学園短期大学		現代コミュニケーション学科 観光・プライダルコース	3700011	群馬県高崎市京目町1656-1
12	私立	10群馬	新島学園短期大学		キャリアデザイン学科 英語グループ ビジネスと観光	3700068	群馬県高崎市昭和町53番地
13	私立	11埼玉	埼玉女子短期大学		国際コミュニケーション学科 観光・エンターテインメントコース	3501227	埼玉県日高市女影1616
14	私立	11埼玉	山村学園短期大学		キャリア・コミュニケーション学科 サービス・販売実務コース	3500311	埼玉県比企郡鳩山町石坂604
15	私立	11埼玉	秋草学園短期大学		文化表現学科 観光・ファッションサービス系	3591112	埼玉県所沢市泉町1798
16	私立	12千葉	聖徳大学短期大学部		総合文化学科 観光・ホテルプランチ	2718555	千葉県松戸市岩瀬550
17	私立	13東京	東京立正短期大学		現代コミュニケーション学科 現代コミュニケーション専攻 観光コース	1660013	杉並区堀ノ内2-41-15
18	私立	13東京	自由が丘産業能率短期大学		第1部 観光・国際コース	1538630	世田谷区等々力6-39-15
19	私立	13東京	実践女子短期大学		英語コミュニケーション学科 観光ビジネスコース	1910016	日野市神明1-13-1
20	私立	13東京	国際短期大学		国際コミュニケーション学科 エアライン・ホテル・トラベルコース	1650022	中野区江古田4-15-1
21	私立	13東京	文京学院短期大学(2013募集停止)		英語コミュニケーション学科 ホスピタリティビジネスコース	1138668	文京区向丘1-19-1
22	私立	13東京	嘉悦大学短期大学部		ビジネスコミュニケーション学科 観光・ホテル履修モデル	1878578	東京都小平市花小金井南町2-8-4
23	私立	13東京	東京交通短期大学		運輸科	1700011	豊島区池袋本町2-9-1
24	私立	13東京	目白大学短期大学部		ビジネス社会学科 観光・ホスピタリティコース	1618539	新宿区中落合4-31-1
25	私立	14神奈川	湘北短期大学		総合ビジネス学科 観光ビジネスフィールド 観光エリア	2430033	厚木市温水428
26	私立	15新潟	新潟青陵大学短期大学部		人間総合学科 人間総合コース 観光・プライダル	9518121	新潟市水道町1-5939
27	私立	17石川	星陵女子短期大学		経営実務科 観光マネジメントコース	9200813	金沢市御所町西1番地
28	私立	17石川	金城大学短期大学部		ビジネス実務学科 ホテル＆観光ビジネスコース	9248511	石川県白山市笠間町1200
29	私立	17石川	小松短期大学		航空・観光・ホスピタリティステージ	9238511	石川県小松市四丁町1番地3
30	公立	19山梨	山梨県立産業技術短期大学校		観光ビジネス科	4040042	山梨県甲州市塩山上於菅1308
31	私立	20長野	上田女子短期大学		総合文化学科 観光・プライダルフィード	3861214	長野県上田市下之郷乙620
32	私立	20長野	清泉学院短期大学		国際コミュニケーション科 国際交流コース	3810085	長野市上野2-120-8
33	私立	20長野	信州豊南短期大学		言語コミュニケーション学科 情報ビジネス系フィールド	3990498	長野県長野市中山72
34	私立	21岐阜	岐阜市立女子短期大学		国際文化学科	5010192	岐阜県岐阜市一日市場北町7-1
35	私立	22静岡	日本大学短期大学部		商経学科	4118555	静岡県三島市文教町2-31-145
36	私立	22静岡	常葉学園短期大学		英語英文科	4200911	静岡県三島市瀬名2-2-1
37	私立	23愛知	名古屋経営短期大学		総合ビジネス学科 観光ビジネスコース	4888711	愛知県尾張旭市新居町山の田3255-5
38	私立	26京都	京都外国語短期大学		キャリア英語科 ビジネスコース 観光文化ユニット	6158558	京都市右京区西院苅目町6
39	私立	26京都	池坊短期大学		文化芸術学科プライダルプランナーコース	6008491	京都市下京区四条室町鷺鉢町
40	私立	27大阪	大阪成蹊短期大学		観光学科	5330007	大阪市東淀川区相川3-10-62
41	私立	27大阪	大阪国際大学短期大学部		ライフデザイン総合学科 観光・英語コース	5708555	大阪府守口市藤田町6-21-57
42	私立	27大阪	大阪千代田短期大学		総合コミュニケーション学科 ビジネス情報コース	5868511	大阪府河内長野市小田町1685
43	私立	27大阪	四条畛学園大学短期大学		ライフデザイン総合学科	5740001	大阪府大東市学園町6番45号
44	私立	29奈良	白鳳女子短期大学		国際人間専攻(留学生対象)	6360011	奈良県王寺町葛下1-7-17
45	公立	32奈良	鳥羽県立大学短期大学部		総合文化学科 文化・資源学系(観光まちづくり学・観光資源学)	6970016	鳥羽県浜田市野原町2433-2
46	私立	34広島	鈴峯女子短期大学		言語文化情報学科 観光コース	7338623	広島県広島市西区井口4-6-18
47	私立	36徳島	徳島文理大学短期大学部		言語コミュニケーション学科 観光ビジネスコース	7708514	徳島市山城町西浜傍示180
48	私立	36徳島	四国大学短期大学部		ビジネスコミュニケーション科 観光ビジネスコース	7711192	徳島市応神町古川
49	私立	37香川	高松短期大学		秘書科 観光文化コース	7610194	香川県高松市春日町960
50	私立	40福岡	折尾愛真短期大学		経済科 観光ビジネスコース	8070861	北九州市八幡西区堀川町11-1
51	私立	40福岡	東海大学福岡短期大学		国際文化学科 レジャー＆ツーリズムコース	8114175	福岡県東篠市田久1-9-1
52	私立	40福岡	精華女子短期大学		生活科学科 生活総合ビジネス専攻 トラベルビジネス	8120886	福岡市博多区南八幡町2-12-1
53	私立	40福岡	香蘭女子短期大学		ライフプランニング総合学科 観光サービスユニット	8111311	福岡市南区横手1丁目2-1
54	私立	40福岡	中村学園大学短期大学部		キャリア開発学科 観光・国際ビジネスモデル	8140198	福岡市城南区別府5-7-1
55	私立	40福岡	福岡女学院大学短期大学部		英語科 エラライン・ツーリズムコース	8111313	福岡市南区区佐3丁目42-1
56	私立	41佐賀	佐賀女子短期大学		キャリアデザイン学科 ビジネス実務フィールド	8408550	佐賀県佐賀市本庄町本庄1313
57	私立	44大分	別府大学短期大学部		地域総合科学科	8700868	大分市野田380

観光系大学・短大一覧

								2012年8月1日	
58	公立	44大分	大分県立芸術文化短期大学		国際文化学科(大分の観光と文化、観光英語)		8700833	大分市上野丘東1-11	
59	私立	45宮崎	南九州短期大学		国際教養学科 ホテル・観光コース		8800032	宮崎市霧島5-1-2	

観光学部・学科を設置している大学の定員数の推移



出所)文部科学省「観光関連の学部・学科等のある大学一覧」を参考に観光庁が作成

- ・ 1967年度に立教大学に初の観光学科設置。
- ・ 1998年度に立教大学に初の観光学部設置。
- ・ 2005年度に山口大学及び琉球大学に国立大学として初の観光(政策)学科設置。
- ・ 2008年度に和歌山大学及び琉球大学に国立大学として初の観光(産業科)学部設置。
- ・ 他大学でも観光関連学部・学科が設置され、入学定員の合計は4,402人(39大学43学科等)となった。
- ・ 大学院については、1998年度に立教大学が初めて観光学研究科(観光学専攻)創設。国立では、2007年度に北海道大学が国際広報メディア・観光学院(観光創造専攻)を創設。

都道府県	回答者	取り組み	大学との連携										大学	学部	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
北海道	北海道	地域観光マネジメント人材育成セミナー (通称:北の観光リーダー養成セミナー)	-	○	○	-	-	-	-	○	-	-			
北海道	釧路市	観光ホスピタリティ講座の実施	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○			
北海道	登別市	自然ガイド養成事業	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	北海道大学		
北海道	登別市	健康保養ガイド養成事業	-	○	○	-	-	-	-	-	-	-	北海道大学、旭川医科大学 医学部、富山大学医学部		
北海道	知内町	観光振興専門部会	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	はこだて未来大学		
北海道	(社)小樽観光協会	小樽観光大学校	○	○	-	-	○	○	○	-	-	-			
北海道	札幌商工会議所	札幌シティガイド検定の実施	-	-	○	-	○	-	-	-	-	-	札幌大学	経営学部	
北海道	札幌商工会議所	地域戦略セミナーの実施	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	法政大学大学院	政策創造研究科	
北海道	函館商工会議所	函館歴史文化観光検定	○	-	-	-	-	-	○	-	-	-			
北海道	小樽商工会議所	おたる案内人検定試験(マイスター、1級、2級)	-	○	○	-	○	-	-	-	-	○	小樽商科大学ビジネス創造センター長教授、北海道職業能力開発大学校建築科助教授が同校陰影委員会委員として参画、上記回答の他全般にわたる運営に携わっている。		
青森県	青森県	あおもりツーリズム人づくり大学「はやて2010」	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	青森中央学院大学、弘前大学、八戸大学		
青森県	(社)弘前観光コンベンション協会	弘前観光ボランティアガイド養成講座	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-		教育学部	
青森県	(社)弘前観光コンベンション協会	津軽ひろさき検定	-	○	-	-	-	-	-	-	-	○	検定会場としての使用	人文学部	
青森県	むつ商工会議所	観光ガイド育成	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	横浜商科大学	観光学科	
岩手県	岩手県	宮古・下閉伊地域「観光塾」	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	岩手県立大学	宮古短期大学部	
岩手県	岩手県	観光塾	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	岩手県立大学	宮古短期大学部	
岩手県	(財)盛岡観光コンベンション協会	もてなしの心向上研修会	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	盛岡大学 等		
岩手県	(財)盛岡観光コンベンション協会	盛岡観光大学事業(終了)	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	岩手大学 等		
宮城県	栗原市	くりはら田園観光都市創造事業 くりはら観光塾	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	国土交通省地域づくりインターン事業、栗原市地域づくりインターン事業に参加した大学生(体験調査員)講師に招いて体験を発表してもらう。		
山形県	長井商工会議所	長井遺産	-	-	-	-	○	-	-	○	-	-	神奈川大学	工学部	
福島県	本宮市	地域資源活用事業	-	-	-	○	-	○	○	○	-	-	日本大学	経済学部	
福島県	(株)福舞里	農家民宿開設講座	-	-	-	-	-	-	-	○	-	-	日本大学	経済学部	
栃木県	日光市	足尾ガイド養成事業	-	-	-	-	○	-	-	-	-	-			
群馬県	(財)前橋観光コンベンション協会	観光コンベンション受入業界情報交換会(講演会)	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	群馬大学		
群馬県	嬬恋村観光協会	インタープリタリーリーダー養成講座	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	鳥の講座		
群馬県	嬬恋村観光協会	フォローアップ講座 登山教室	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	火山講座	群馬大学、埼玉大学	
埼玉県	新座市	新座市観光ボランティアガイド養成講座	-	○	-	-	-	-	-	○	-	○	立教大学観光学部の講師が観光ボランティアガイド協会の顧問になっている。	立教大学	観光学部
埼玉県	越谷市観光協会	越谷市観光ボランティアガイド養成講座	-	-	-	○	-	-	○	-	-	-			

		取り組み	大学との連携											
	回答者	名称	1. 社会人講座等の実施、2. 大学から観光論など講師の派遣、 3. 人材育成プログラムの作成、4. 大学への地域づくり実践者など講師の派遣、5. 観光地域づくりにおけるコンサルタント機能 (例:統計調査、人材育成、景観形成等)、6. 学生インターンシップの実施、7. 学生のイベントやワークショップへの参加、8. ゼミ(授業)の一環としての学生の参加、9. 大学との連携はない、10. その他										大学	学部
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
都道府県														
埼玉県	坂戸市観光協会(坂戸市役所市民生活部商工労政課)	市内3大学との連携事業	-	-	-	○	-	-	○	○	-	-		
埼玉県	(財)秩父地域地場産業振興センター	産学官連携事業 FIND Chichibu 分科会事業	-	○	-	-	-	-	-	○	-	-	立教大学	観光学部
千葉県	千葉県	観光立県セミナー	-	○	○	-	-	-	-	-	-	-	城西国際大学観光学部、流通経済大学社会学部	
千葉県	館山市	南房総観光カレッジ	-	-	-	-	○	-	-	○	-	-		
千葉県	東金市	ふるさとバスツアー	-	-	-	-	-	-	-	-	○	水田美術館における企画展を学芸員の解説付きで見学	城西国際大学	
千葉県	千葉商工会議所	ちば観光文化検定	-	-	-	-	-	-	-	-	○	検定公式テキストの監修		
千葉県	NPO法人観光立県支援フォーラム	千葉(大学)観光人材育成講座		○	○									
東京都	東京都	国際観光都市 東京講座	-	○	-	○	-	-	-	-	-	-	首都大学東京	
東京都	(財)東京観光財団	東京シティガイド検定	-	-	-	-	-	-	-	○	-	-	明海大学	
東京都	(財)東京観光財団	東京シティガイドクラブ(TCGC)への支援 ※現在は別法人(NPO)として活動中	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	首都大学	
東京都	町田市	「玉のよこやま」ボランティアガイド養成講座	○	○	○	-	-	-	-	-	-	-	桜美林大学	
東京都	大田観光協会	おおた「観光まちづくり」プランナー入門講座	-	○	○	-	○	-	○	○	-	-	首都大学東京	都市環境学部
東京都	御蔵島観光協会	ガイド資格取得講習、資格更新講習	-	○	-	-	-	-	○	-	-	-		
東京都	町田商工会議所	玉のよこやまアート&ウォーク	-	-	-	-	-	-	○	-	-	-	多摩美	
神奈川県	平塚市観光協会	平塚市民観光サポーター制度	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-		
神奈川県	相模原市	ツーリズム旅行商品開発事業	-	-	-	-	-	-	○	-	-	-	東京農大 他	
神奈川県	相模原市	藤野町特産品開発事業	-	-	-	-	-	-	-	○	○	高校との連携はあり(特産品原材料"ゆず"苗木管理、ボランティア収穫等)		
神奈川県	相模原市	藤野の魅力再発見「里山普請プロジェクト」	-	-	-	○	○	-	○	○	-	-	横浜国立大学	
新潟県	長岡商工会議所	越後長岡物語地域ブランド推進事業	-	-	-	○	○	-	-	-	-	-		
富山県	利賀村観光協会	地域資源講習会	-	-	-	-	-	-	-	-	○	学生が研究対象として自主参加することがある		
富山県	高岡商工会議所	産業観光ボランティアガイド育成事業	-	○	-	○	-	-	-	-	-	-		
富山県	南砺市利賀地域長期宿泊体験協議会	接客サービス講習会	-	-	-	-	-	-	○	-	-	○ 学生の研究材料提供。共に実施する。		
石川県	白山市	白山まるごと観光塾	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	金城大学	短大部
石川県	白山一里野温泉観光協会	誘客のための宣伝活動	-	-	-	-	-	-	-	-	○	市の補助制度を使って大学の合宿等を誘致している		
石川県	白山市観光ボランティア連絡協議会、NPO法人加賀白山ようござった	地域健康づくりツアー「故郷をちょっと歩いてみよう」	-	-	-	-	-	○	○	-	-	-	金沢大学	
福井県	(社)敦賀観光協会	観光ボランティア「街角ガイド」養成講座	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-		
山梨県	北杜市	官学共同プロジェクト	-	-	-	○	-	-	-	-	-	-	早稲田大学	

		取り組み	大学との連携											
都道府県	回答者	名称	1. 社会人講座等の実施、2. 大学から観光論など講師の派遣、3. 人材育成プログラムの作成、4. 大学への地域づくり実践者など講師の派遣、5. 観光地域づくりにおけるコンサルタント機能(例:統計調査、人材育成、景観形成等)、6. 学生インターンシップの実施、7. 学生のイベントやワークショップへの参加、8. ゼミ(授業)の一環としての学生の参加、9. 大学との連携はない、10. その他										大学	学部
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
山梨県	富士河口湖町	観光まちづくり推進会議	-	-	-	-	-	-	-	○	○	特定の大学との連携はないが、複数の大学教授との連携はある(事業全般へのアドバイザーとしての委員をお願いしている)。		
山梨県	富士河口湖町	観光まちづくりカレッジ	-	-	-	-	-	-	-	○	○	特定の大学との連携はないが、複数の大学教授との連携はある(事業全般へのアドバイザーとしての委員をお願いしている)。		
山梨県	富士河口湖町	富士河口湖町公認ネイチャーガイド養成講座	-	-	-	-	-	-	-	○	○	特定の大学との連携はないが、複数の大学教授との連携はある(事業全般へのアドバイザーとしての委員をお願いしている)。		
長野県	長野県	信州おもてなしカレッジ(中野会場)、(上田会場)、(辰野会場)、(松本会場)	-	-	-	-	-	-	-	-	○	・大学へ事業委託(上田会場)長野大学(辰野会場)信州豊南短期大学(松本会場)松本大学※(中野会場)中野地域職業訓練センター(職業訓練法人)に委託		
長野県	長野県	土産物店従事者ホスピタリティ向上研修会	-	○	-	-	-	-	-	-	○	-		
長野県	長野県	通訳ボランティアガイド	-	○	-	-	-	-	-	-	○	-		
長野県	松本市	観光ホスピタリティカレッジ	○	-	-	-	-	○	-	-	-	-	松本大学	総合経営学部
長野県	松本市	松本検定	-	-	-	-	-	-	-	-	○	問題作成、監修	信州大学、松本大学	
長野県	駒ヶ根市	駒ヶ根市もてなしのまちづくり協議会	-	-	-	-	○	-	-	○	-	-	名城大学	国際学部
長野県	軽井沢観光協会	国際景観会議	-	○	-	-	○	-	-	○	-	-	信州大学、早稲田大学	
長野県	茅野商工会議所	ハケ岳、蓼科高原でのエコツーリズム構想策定事業	-	○	-	-	○	-	-	-	-	-	諏訪東京理科大学	
岐阜県	高山市	飛騨高山観光大学	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-		
岐阜県	中津川市	かしも木匠塾	-	-	-	-	-	○	-	○	-	-	京都、立命館、京造芸、千葉、東洋、滋賀県立大	
岐阜県	大垣商工会議所	西美濃地域広域交流産業戦略事業「日本一の徳山ダムから芭蕉元禄の街大垣へ」	-	-	-	-	○	○	-	-	-	-	岐阜経済大学	
岐阜県	大垣商工会議所	交流産業セミナー(おもてなし研修)	-	-	-	-	○	○	-	-	-	-	岐阜経済大学	
岐阜県	中津川商工会議所	観光客誘客促進事業	-	-	-	-	○	-	-	-	-	-	中京学院大学	
静岡県	静岡県	地域観光カリスマ育成講座	-	○	○	-	-	-	-	-	-	-	日本大学	国際関係学部
静岡県	静岡県	観光商品企画研修	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	和歌山大学	経営学部
静岡県	(財)静岡観光コンベンション協会	観光ボランティアガイド養成講座	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	静岡大学	教育学部
静岡県	(財)静岡観光コンベンション協会	産学官協働事業	-	-	-	○	-	-	-	○	-	○	静岡大学	人文学部
静岡県	熱海市	熱海まち歩きガイド養成講座	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	日本大学	短期大学部
静岡県	三島市	三島市ふるさとガイドの会「ガイド養成講座」	-	-	-	-	-	-	○	-	-	○ 学生対象のガイドツアーの実施	日本大学	国際関係学部
静岡県	袋井市観光協会	観光業経営者育成「実践経営塾」	○	-	○	-	-	-	-	-	-	-		
静岡県	富士商工会議所	富士ブランド事業	-	-	-	-	-	-	-	-	○	教授がアドバイザーとして参画	富士常葉大学	
愛知県	蒲郡市	ノルディック・ウォーキング・インストラクター講習会	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	大阪大学	
愛知県	豊田市観光協会	豊田市観光まちづくりアドバイザー派遣事業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	アドバイザー派遣をする団体を選定するために行われた審査会の審査を依頼	桜花学園大学	観光文化学科
三重県	石水溪観光協会	坂本棚田野上り祭り	-	-	○	-	-	-	-	○	-	○ 棚田の石積み講習	三重大学	農政部
三重県	石水溪観光協会	みつまた祭り	-	-	-	-	-	-	-	-	○	○ みつまた群生地ツアー(山の中腹に10haの群生地がある)		
京都府	(社)京都府観光連盟	京都観光未来塾推進事業【京都観光の担い手となる人材を育成する取組等】	-	○	○	-	-	-	-	-	-	-	立命館大学経済学部 京都嵯峨芸術大学芸術学部(観光デザイン学科)	

[illegible]

[illegible]

本件に関する問合せ先

土佐経済同友会 事務局

〒780-0823

高知市菜園場町 1-21 四国総合ビル 3F

(株)四銀地域経済研究所 内

TEL : 088-885-6707 FAX : 088-883-1156

メール・アドレス : tosadoyu@orange.ocn.ne.jp

インターネット・ホームページ :

<http://www.tosadoyukai.com/>

