# 学生の確保の見通し等を記載した書類

（１）学生の確保の見通し及び申請者としての取組状況......1
　①　学生の確保の見通し......1
　②　学生確保に向けた具体的な取組状況......6
（２）人材需要の動向等社会の要請......8
　①　人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的（概要）......8
　②　上記①が社会的、地域的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠......9

資料目次......13

（１）学生の確保の見通し及び申請者としての取組状況

① 学生の確保の見通し

本学観光学部ならびに観光学研究科がこれまで培ってきた教育研究の成果を、観光地域マネジメントの高度化に活かすため、観光における実践的教育を中心とした専門職大学院を設置し、観光を基軸として地域の新たな価値を共に創造し、持続可能な地域の実現を先導する観光地域共創人材を育成する。

ア　定員充足の見込み

本専攻では、観光地域づくり法人（DMO）や地方自治体あるいは観光に関係する企業等で経験を積んだ社会人学生と、学部から社会人経験を経ずに入学する新規卒業生の進学者“ストレートマスター”とが、相互に影響を及ぼしながら学ぶことで生まれるシナジー効果を期待している。これまでの受験倍率や入学実績等のほか、本学観光学部の学生や観光地域づくり法人等へのアンケート結果を踏まえ、観光地域マネジメント専攻（専門職大学院）の入学定員を 10 名と設定し、その内訳として社会人学生５名、新規卒業生の進学者５名を目安として学生を確保する。

ｉ）社会人学生について

観光地域づくり法人や地方自治体あるいは観光に関係する企業等での経験を有する社会人学生は、自身が専門職大学院において高い水準の知識・能力を学修していくというだけでなく、新規卒業生の進学者に対して現場で獲得してきた経験を伝えることができることから、教育上非常に有益な存在となりうる。また、新規卒業生の進学者が有する最新の観光学の学術的知識や社会経験が浅いがゆえの新鮮な感性に触れることの刺激によりシナジー効果が生まれることが期待される。専門職大学院に入学する社会人学生としては、観光地域づくり法人や地方自治体から研修派遣されてくる職員のほか、観光地域マネジメントに関心をもつ一般の社会人が想定される。観光学研究科博士前期課程の過去６年間の実績（資料１を参照）では、社会人学生として平均 4.8 名の志願者があり、平均 3.7 名の入学者があった（表１を参照）。この中には、近畿地方および中部地方の地方自治体から職員の研修派遣を受け入れた学生が含まれており、その人数は過去６年間で平均 2.5 名である（表２を参照）。特に和歌山県とは、「和歌山県における観光振興に向けた相互連携協定」（平成 20 年４月 22 日）を締結し、和歌山県内における観光系人材の育成を図ってきたところであり、その取組の一環として、毎年、和歌山県の若手職員２人程度が和歌山県知事の推薦を受けて観光学研究科博士前期課程に入学してきている。和歌山県など自治体からの派遣学生は、実務的なスキルアップを目指して入学してきており、専門職大学院の設置後は、専門職大学院へ入学す

こととなる。また、全国の観光地域づくり法人および和歌山県内・大阪府南部の地方自治体を対象として令和３年９月から 10 月に実施のアンケート調査（資料２を参照）を実施したところ、専門職大学院に研修派遣する意向のある団体が 18 団体あり、そのうち３年以内に派遣したいとする団体が９団体あった。これらの実績や調査結果を勘案すると、観光地域づくり法人および地方自治体の職員の研修派遣を年間４名程度見込むことができる。加えて、令和３年９月に、観光地域マネジメントに関心をもつ一般の社会人として和歌山大学南紀熊野サテライトが主催する南紀熊野観光塾の受講者を対象にアンケート調査を実施した（資料３を参照)。専門職大学院への関心があるとした回答者が 20 名おり、そのうち進学の意向があるとした回答者は８名であった。一般の社会人についても、これまでの実績および調査結果から、年間１名から３名程度を確保できると考えられる。以上を総合すると、観光地域づくり法人や地方自治体の職員と観光地域マネジメントに関心をもつ一般社会人をあわせて、社会人学生について５名以上を確保できると考える。なお、社会人学生については、各々の学生が個別に有する過去の経験や職務上意識する学修ニーズに対応できるよう履修指導体制を充実させるとともに、ICT の活用等により社会人が学びやすい学習環境を整備し、研修派遣元となる観光地域づくり法人や地方自治体あるいは一般の社会人に対して、専門職大学院での学びについての広報活動等を積極的に行うことで、社会人学生の確保に努めていく。

表１　観光学研究科博士前期課程　社会人選抜

| | H28 | H29 | H30 | H31 | R2 | R3 | 平均 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 志願者数 | 5 | 3 | 2 | 5 | 7 | 7 | 4.8 |
| 受験者数 | 5 | 3 | 2 | 5 | 7 | 7 | 4.8 |
| 合格者数 | 3 | 3 | 2 | 5 | 6 | 4 | 3.8 |
| 入学者数 | 3 | 3 | 2 | 4 | 6 | 4 | 3.7 |

表２　観光学研究科博士前期課程　地方自治体派遣による入学者数

| | H28 | H29 | H30 | H31 | R2 | R3 | 平均 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 入学者数 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2.5 |

ⅱ）新規卒業生の進学者について

新規卒業生の進学者は、内部進学者と国内他大学や海外大学等からの進学者（以下、他大学等からの進学者）に分類される。観光学研究科博士前期課程の過去６年間の実績（資料１を参照）では、内部進学者と他大学等からの進学者をあわせて平均 24.7 名の志願者があり、平均 7.0 名の入学者があった（表３を参照）。内部進学による入学者数は、近年は少数にと

どまる傾向が続いていたが、学部学生に対し進学への動機づけを高める働きかけを積極的に展開することで令和３年度入試より志願者や合格者が増加（表４参照）しており、令和４年度入試においても第１回募集で４名が合格している。したがって、ここでは内部進学者を中心に学生確保の見通しを検討する。専門職大学院の設置に関して、令和３年９月から 10 月に本学観光学部１～３年生を対象としたアンケート調査を実施した（資料４を参照）。198 名の回答者のうち、専門職大学院に関心があるとした学生が 112 名おり、そのうち進学の意向があるとした学生は 35 名であった。進学意向があるとした学生の内訳は、１年生 10 名、２年生 13 名、３年生 12 名である。令和３年度入試で観光学研究科博士前期課程に入学した内部進学者は４名であるが、令和元年 10 月に観光学部キャリア支援室が実施した進路希望調査において希望進路を進学と回答した観光学部３年生は７名であり、３年次で進学意向を示した学生のうち実際に内部進学した割合は 57%である。今回のアンケート調査では現在の３年生のうち 12 名が専門職大学院への進学意向を示しているが、進学意向の強さは「とてもある」が２名、「ある」が２名、「条件が許せばある」が８名である。詳しく見ると、「条件が許せばある」と回答した３年生８名のうち４名が学費、４名がカリキュラムの内容、３名が将来の進路、１名が入試をあげている。これらから、少なくとも５名の内部進学者を確保できると考える。なお、今後も引き続き、学部学生に対する専門職大学院への進学の動機づけを高める働きかけを行うとともに、学内外への広報活動を幅広く展開し、新規卒業生の進学者の確保に努めていく。

表３　観光学研究科博士前期課程　一般選抜・外国人選抜

| | H28 | H29 | H30 | H31 | R2 | R3 | 平均 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 志願者数 | 27 | 32 | 20 | 27 | 14 | 28 | 24.7 |
| 受験者数 | 25 | 29 | 19 | 25 | 14 | 24 | 22.7 |
| 合格者数 | 10 | 9 | 8 | 8 | 8 | 11 | 9.0 |
| 入学者数 | 9 | 6 | 5 | 7 | 7 | 8 | 7.0 |

表４　観光学研究科博士前期課程　内部進学による入学者数

| | H28 | H29 | H30 | H31 | R2 | R3 | 平均 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 入学者数 | 4 | 0 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1.8 |

以上のことから、ⅰ）社会人学生５名、ⅱ）新規卒業生の進学者５名、合計 10 名の定員は確保できると考える。なお、専門職大学院においては、社会人大学院生および新規卒業生の進学者とそれぞれ異なる経験をもった入学者が混在することになる。各学年に２名の学年担当教員を配置し個別に履修相談に対応するほか、１年次の第４クォーター以降は学生

１名につき主指導教員１名と副指導教員１名が指導を担当することに加えて、実務経験を有する教員３名が各々の経験を活かした助言を行うチーム指導体制をとることにより、学生ひとり一人の特性にあわせた懇切丁寧な指導を進めていくこととする。こうした教育体制の充実と的確な内部広報・外部広報の活動により、確実に定員を充足する。

イ　定員充足の根拠となる客観的データの概要

ｉ）社会人学生の確保について

社会人学生については、今回の専門職大学院の設置にともない、全国の観光地域づくり法人（DMO）および和歌山県内・大阪府南部の地方自治体を対象としたアンケート調査（資料２を参照）と、和歌山大学南紀熊野サテライトが主催する南紀熊野観光塾の受講者を対象としたアンケート調査（資料３を参照）を実施した。それぞれの結果の概要は以下のとおりである。

ａ）観光地域づくり法人（DMO）と地方自治体を対象としたアンケート調査（資料２）

アンケートの対象団体は、全国の観光地域づくり法人および和歌山県・大阪府南部の地方自治体であり、観光地域のマネージャー人材の必要性等についての質問のほか、専門職大学院への職員の研修派遣の意向についても調査している。観光地域づくり法人については、観光庁に登録されている登録観光地域づくり法人（登録 DMO）および観光地域づくり候補法人（候補 DMO）の計 198 団体を対象に郵送で回答を依頼し、９月３日から９月 30 日までの期間に回答を得た。また、和歌山県内・大阪府南部の地方自治体については、計 46 団体に対して訪問または郵送で調査票を配付し、９月 27 日から 10 月 15 日までの期間に郵送で回答を得た。回答のあった団体数は、観光地域づくり法人と地方自治体をあわせて 155 団体である。

Q.　貴団体の職員を本学の観光学の専門職大学院へ進学（研修派遣）させる意向はありますか？

この質問に対して、155 団体中１団体が「とてもある」、17 団体が「条件が許せばある」と回答しており、計 18 団体（12%）が研修派遣の意向があると回答している。「条件が許せばある」とした回答を見ると、学費や財源に関わる理由をあげていた団体が 11 団体あったほか、人員に余裕があればとする団体が４団体、オンライン対応をあげていた団体も３団体あった。

Q.　研修派遣はいつごろ、何人になるでしょうか？（時期）

この質問に対して、研修派遣の意向があるとした18団体中3団体が「すぐにでも」、6団体が「3年以内」と回答しており、計9団体（50%）が3年以内の研修派遣の意向があると回答している。

ｂ）南紀熊野観光塾の受講者を対象としたアンケート調査（資料３）

アンケートの対象者は、和歌山大学南紀熊野サテライトが主催し、和歌山大学観光学部と株式会社南紀白浜エアポートが共催する南紀熊野観光塾の受講経験者 129 名であり、登録されたメールアドレスを通じてアンケートへの回答を依頼し、令和3年9月13日から9月30日までの期間に22名より回答があった。

Q.　あなたは、上記1で説明した和歌山大学の観光学の専門職大学院に関心がありますか？

この質問に対して、22名中9名が「とても関心がある」、11名が「やや関心がある」と回答しており、計20名（91%）が関心があると回答している。

Q.　和歌山大学の観光学の専門職大学院の進学の意向はありますか？

この質問に対して、22名中2名が「ある」、6名が「条件が許せばある」と回答しており、計8名（36%）が進学の意向があると回答している。「条件が許せばある」とした回答を見ると、５名が修学の時間の確保をあげている。

ⅱ）新規卒業生の進学者の確保について（資料４）

新規卒業生の進学者については、今回の専門職大学院の設置にともない、本学観光学部の在学者を対象としたアンケート調査（資料4を参照）を実施した。アンケートの対象者は観光学部の１～３年生 379 名であり、本学の教育サポートシステムを通じてアンケートへの回答を依頼し、令和3年9月3日から10月26日までの期間に198名より回答があった。

Q.　あなたは、上記１で説明した和歌山大学の観光学の専門職大学院に関心がありますか？

この質問に対して、198名中20名が「とても関心がある」、92名が「やや関心がある」と回答しており、計112名（57%）が関心があると回答している。

Q.　和歌山大学の観光学の専門職大学院の進学の意向はありますか？

この質問に対して、198名中3名が「とてもある」、8名が「ある」、24名が「条件が許せばある」と回答しており、計 35 名（18%）が進学の意向があると回答している。

「条件が許せばある」と回答した学生について見ると、学費をあげている学生が 16 名、将来の進路をあげている学生が 7 名、カリキュラムの内容をあげている学生が 6 名いた。また、進学意向があるとした学生 35 名の内訳は、1 年生 10 名、2 年生 13 名、3 年生 12 名である。進学意向と学年のクロス集計では、進学意向を示した 3 年生 12 名中「とてもある」が 2 名、「ある」が 2 名、「条件が許せばある」が 8 名であった。

ウ　学生納付金の設定の考え方

観光学研究科博士前期課程の現在の学生納付金の内訳は、入学金が 282,000 円、授業料が 535,800 円であり、初年度納付金は計 817,800 円である。この額は「国立大学等の授業料その他の費用に関する省令」で定められた大学院研究科の標準額にもとづいている。

新設する専門職大学院についても、従前の学生納付金の設定を踏襲する。初年度納付金は計 817,800 円であり、標準修業年限 2 年での納付金は、1,353,600 円である。

② 学生確保に向けた具体的な取組状況

ｉ）社会人学生の確保

専門職大学院においては、観光地域づくり法人や地方自治体あるいは観光に関係する企業等での経験を有する社会人学生は、現場で獲得してきた経験を新規卒業生の進学者に対して伝えることができることから教育上非常に有益な存在となりうる。実際、これまで観光学研究科博士前期課程では、平成 28 年度入試より地方自治体から職員の研修派遣を受け入れてきており、彼らを含む社会人学生が、一般の大学院生や学部学生との関係性の中で、相互に良好な影響を及ぼしあってきたという実績がある。専門職大学院においては、社会人学生と新規卒業生の進学者とが相互に刺激を与えあえる関係をつくりシナジー効果をもたらすことが期待されることから、社会人学生の確保は重要な課題となる。

社会人学生を確保するためには、観光地域づくり法人や地方自治体から研修派遣されてくる職員および観光地域マネジメントに関心をもつ一般の社会人にとって、修学のための負担をできるだけ軽減することが必要であると考える。そのため、第 14 条特例の適用により社会人が学びやすい学習環境の整備を図るとともに、多様なメディアの活用により、教室外においても授業への参加を可能とする仕組みを用意する。本学では e ラーニングの活用を推進しており、多くの教員が LMS（Learning Management System）やテレビ会議システムを活用した授業の経験を豊富に有している。これらの資源を基盤として、専門職大学院においても、オンデマンド型の授業や、対面スクーリングとテレビ会議をリアルタイムで組み

合わせるハイブリッド型の授業など、さまざまな方法によるeラーニングを大幅に導入することにより、学外または授業時間外において参加する学生に対しても十分な質を確保した授業を提供する。このことについては、観光地域づくり法人や地方自治体などの社会人を派遣する組織・団体に対して積極的に説明するほか、一般の社会人に向けた広報活動も展開する予定である。

ⅱ）内部進学者の確保

和歌山大学観光学部のカリキュラムでは、観光についての理論的側面を幅広い観点から学ぶことを前提としつつも、それらを現実のフィールドにおける実践に適用し、理論と実践との相互作用を通じて学びの質を高めていくことに注力している。専門職大学院では、このような実践の場としての地域社会を対象としながら、これまで観光学研究で培ってきた理論と実践とを架橋することにより、観光を基軸とした地域の新たな価値を共に創造し、持続可能な地域の実現を先導する観光地域共創人材の育成を目指すものである。

これまで観光学部では、和歌山県内・大阪府南部を中心とした自治体等との緊密な協力関係のもと、地域が抱える課題を学生が調査し、学生と地域の人々との連携により地域における観光振興や地域再生のための方策を検討し考察する「地域インターンシッププログラム」を学部の設置当初より実施している。表5は過去10年間に実施したプログラムの件数および参加学生数を示したものである。過去10年間については、毎年平均14.5件のプログラムを実施し、のべ人数で毎年平均175名、実人数でも毎年平均160名の学生が参加している。先述した観光学部１～３年生を対象に実施したアンケート調査（資料4を参照）においても、198名中141名（71%）の学生が地域インターンシッププログラムの参加経験があると回答しており、参加経験のある学生については平均1.7件のプログラムに参加していた（回答者全体では平均1.2件）。地域インターンシッププログラムによる地域での活動機会の充実によって、多くの観光学部生が、行政・産業・住民といった地域に関わるさまざまなステークホルダーと接する機会を持つこととなっている。このように学生が地域で活動する機会を充実させることは専門職大学院への関心を高めることにつながり、アンケート調査の結果でも198名中112名が専門職大学院に関心があると回答し、1年生10名、2年生13名、３年生12名の計35名が進学意向があるとしている。進学意向があるとした35名の学生は平均1.5件のプログラムに参加しており、そうでない学生（平均1.1件）よりも多くのプログラムに参加している。３年生について詳細を見ると、進学意向が「とてもある」が２名、「ある」が２名、「条件が許せばある」が８名という内訳であった。この12名の参加件数は平均2.3件である。現実の地域振興の一端を知り、高い関心を抱くようになった学生の裾野を広げることは、内部進学者の確保に向けた重要な取組であり、今後は参加者を対象として大学院進学への意識づけを高めていくことに加えて、キャリア教育との連動を強化し、大学院への進学に関心を持つ学生を的確に把握するとともに動機づけを高め、内部進学を促し

ていく。

表５　地域インターンシッププログラムの参加学生数

| | H24 | H25 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | 平均 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 件数 | 11 | 5 | 10 | 15 | 21 | 19 | 13 | 14 | 16 | 21 | 14.5 |
| のべ人数 | 80 | 73 | 139 | 191 | 227 | 217 | 190 | 194 | 209 | 231 | 175 |
| 実人数 | 68 | 69 | 122 | 169 | 196 | 190 | 179 | 188 | 196 | 218 | 160 |

ⅲ）学生への経済的支援

専門職大学院の学生が利用できる奨学金制度としては、日本学生支援機構による貸与奨学金（第一種・第二種）がある。無利子の第一種の場合、貸与月額は５万円と 8.8 万円からの選択となる。そのほか、学資負担者の家計急変によって修学を継続することが経済的に困難となった学生に対しては、和歌山大学独自の家計急変奨学金を設けており学費・生活費の援助を行う。

なお、社会人学生については、厚生労働大臣指定教育訓練講座「専門実践教育訓練給付制度」の申請を予定している。同制度の適用により、教育訓練経費の最大 70％に相当する額の負担軽減を行う。

（２）人材需要の動向等社会の要請

① 人材の養成に関する目的その他の教育研究上の目的（概要）

ⅰ）教育上の理念と目的

専門職大学院では、観光が日本社会の帰趨を左右する重要な国家戦略として位置づけられている状況と、令和２年からの COVID-19 の世界的な流行により国や地域を超える移動を前提とする観光にとって極めて大きな打撃となり観光の回復と地域経済の立て直しが課題となる中で、経済のみならず地域社会・文化および環境を含めた適切な観光地域マネジメントシステムの実装がポストコロナ時代に求められていることを踏まえ、観光を基軸として地域の新たな価値を共に創造し、持続可能な地域の実現を先導する観光地域共創人材の育成を担うものとする。本学観光学部ならびに観光学研究科がこれまで培ってきた教育研究の成果を、持続可能な観光地域づくりならびに観光地域マネジメントの高度化を目指す多様な実践に活かし、これを通じて社会と地域に貢献する。

ⅱ）養成する人材像

専門職大学院が育成を目指すのは、観光を基軸として地域の新たな価値を共に創造し、持続可能な地域の実現を先導する観光地域共創人材である。ホスピタリティ産業を中心とした観光産業における人材育成の必要性は広く認識されてきつつあるが（資料５を参照）、各地の観光地域マネジメントを先導するトップレベルの専門人材の養成もまた急務である（資料６を参照）。こうした観光地域共創人材が備える能力としては、①地域価値の創造実現能力、②地域社会との協働的関係性構築能力、③データ分析に基づいた戦略的意思決定能力という３つの能力が必要になると考えられる。

このような観光地域共創人材が地域社会から求められていることは、これまで和歌山大学南紀熊野サテライトが主催して開講した南紀熊野観光塾においても、講師として参加した自治体・各種団体関係者と塾生とで交わされた意見交換の中で表明されている。

・地域における最大の課題は新たな雇用の創出を推進できる人材を発掘し、育成することであり、大学に期待するところは大きい。（観光協会会長）
・観光地域づくり法人（DMO）の真の担い手となれる即戦力はすぐにでも欲しい。われわれには育成することはできない。（自治体職員）
・地域内経済循環の活性化を促進できる事業連携を担う人材を責任を持って養成してくれる教育機関があれば、職員を送り込んでもよい。（DMO 代表）

② 上記①が社会的、地域的な人材需要の動向等を踏まえたものであることの客観的な根拠

観光庁が平成 30 年に取りまとめた報告書『国内外の観光地域づくり体制に関する調査業務』では、全国の観光協会等や地方自治体を対象とした調査から、観光協会等の組織運営上のもっとも大きな課題として①「予算の不足」(36.2%)、②「人員の不足」(22.9%)、③「専門人材の不足」（12.9%）等があげられ、特に地方圏において専門人材の不足が深刻であることが指摘されている。また、DMO の経営における重要な要素が、①「DMO のリーダーが、経営戦略、マーケティング等の経営リテラシーに基づき地方公共団体とのコミュニケーション・利害調整を理論的に行う」、②「DMO の中長期的な観光戦略・計画と事業領域を明確化しておく」、③「幅広く資金の調達先を確保することで、自主財源を確保する」、④「活動実績を着実に積み上げげていくことで、幅広い地域住民の信任を獲得し地域に定着していく」という４点であるとまとめている。

次に、日本政策投資銀行が平成 26 年に発表した報告書『日本型 DMO の形成による観光地域づくりに向けて：「おもてなし」はもちろん、観光地域をマネジメントする「仕組み」をつくろう』では、観光地域づくりのコアとなる要素は地域の観光資源であり、経営の視点から地域の観光資源を総合的にマーケティングおよびマネジメントしていく役割が DMO

には期待されているという視点から出発し、観光地域づくりを推進する12の組織体に対するヒアリング調査の結果を総合して、観光地域づくりのリーダーあるいは中核メンバーに求められる能力が①「情報を収集・整理・分析する能力」、②「経営リテラシー」、③「コミュニケーション・利害調整能力」、④「情熱とモチベーション」、⑤「率先垂範能力」の5つであることを示している。その上で、④「情熱とモチベーション」と⑤「率先垂範能力」があることはそもそもの前提条件であるとして、リーダーと中核メンバーとで残り3つの能力を備えておくべきであるとまとめている。

これらの知見を踏まえて、専門職大学院の設置に向けて全国の観光地域づくり法人および和歌山県・大阪府南部の地方自治体を対象に実施したアンケート調査の結果を見ていく（資料2を参照)。観光地域づくり法人については、観光庁に登録されている登録観光地域づくり法人（登録DMO）および観光地域づくり候補法人（候補DMO）を対象に郵送で回答を依頼し、9月3日から9月30日までの期間に回答を得た。また、和歌山県内・大阪府南部の地方自治体については、訪問または郵送で調査票を配付し、9月27日から10月15日までの期間に郵送で回答を得た。回答のあった団体数はあわせて155団体である。アンケートに回答した団体の種別をたずねたところ、DMOが114団体、DMCが7団体、観光協会が34団体、市町村が35団体、その他が2団体だった。なお、複数の項目に回答した団体があったため、回答の合計は回答団体数とは異なっている。

専門職大学院で育成を目指している観光地域のマネジメントをできる人材について必要性を聞いたところ、必要性を「とても感じている」が106団体、「やや感じている」が25団体で、あわせて131団体（85%）が必要性を感じていると回答した。そうした人材が現在足りているかという質問に対しては、人材が「まったく不足している」が44団体、「やや不足している」が52団体で、あわせて96団体（62%）が人材の不足を感じていることがわかった。不足していると回答した団体に対し、不足している人数を聞いたところ、「1人」が27団体、「2人」が34団体、「3人」が14団体、「4～10人」が8団体、「11人以上」が2団体と、こちらはばらつきが多かった。先述した観光庁の報告書でも同様の傾向が示されていたとおり、観光地域マネジメントを先導できる人材は不足していることがわかる。また、専門職大学院の修了生の採用意向については、「とてもある」が4団体、「ある」が4団体、「条件が許せばある」が34団体で、あわせて42団体（27%）が採用意向があるとした。採用時期については「すぐにでも」が9団体、「3年以内」が11団体あり、採用したい人数についても「1人」が14団体、「2人」が3団体、「3人以上」が1団体あり、本学専門職大学院への期待の大きさがうかがえる。

次に、観光地域のマネジメントをできる人材に求められる能力に関して、「観光地の経営を担うことができる人材に必要な知識や能力は何だと思いますか。必要だと思われる知識や能力について記載してください」と質問している。この質問への回答は自由記述で得たため、記載された内容から要素を抽出し、分類・集計を行った。観光地域マネジメントを進め

ていくための前提となる「経営リテラシー」については75団体（48%）が必要であると回答している。「経営リテラシー」以外の要素については、「地域資源の知識・発掘」が35団体（23%）、「地域価値のマーケティング」が49団体（32%）、「コミュニケーション」が34団体（22%）、「ステークホルダーとの協働的関係性・合意形成」が62団体（40%）、「情報収集・データ分析」が31団体（20%）、「戦略立案・策定・意思決定」が27団体（17%）、「観光の知識・資格・語学力」が19団体（12%）、「ITスキル」が6団体（4%）、「実行力・行動力・情熱・リーダーシップ」が20団体（13%）、「実務経験・人脈」が21団体（14%）、「地域への愛情・愛着」が13団体（8%）が必要であると回答していた。集計結果をまとめると、専門職大学院が育成を目指す人材像の3つの能力のうち、①地域価値の創造実現能力については、「地域資源の知識・発掘」と「地域価値のマーケティング」が相当し、のべ84団体が必要だとしている。②地域社会との協働的関係性構築能力については、「コミュニケーション」と「ステークホルダーとの協働的関係性・合意形成」が相当し、のべ96団体が必要だとしている。③データ分析に基づいた戦略的意思決定能力については、「情報収集・データ分析」と「戦略立案・策定・意思決定」が相当し、のべ58団体が必要だとしている。自由記述で集められた回答のうち主なものを示すと、以下のとおりである。

・企業におけるビジネス全般知識。人とのネットワークを構築できる事。新しい価値を探し創り上げる力。（DMO、観光協会）
・地域の観光関係者などとのネットワークを構築できるコミュニケーション力。現場が観光客のニーズを適切にとらえ、状況に応じた判断と迅速に対応する適応力。顧客データ等調査分析やマーケティングを基とした戦略策定と人事・予算を管理する力。（DMO）
・データに基づいた観光戦略を策定できる知識。現状の課題を捉えPDCAサイクルを回していくマネジメント能力。（DMO）
・客観的なデータ分析能力。コンテンツに対する豊富な知識とそれを活かす知恵。地域とのコミュニケーション能力。計画を実行する行動力。（DMO）
・各地域との協働のもと地域ごとの特色ある観光資源を発掘するとともに客観的なデータ分析により最大限に活用した戦略の企画立案が可能な能力。（観光協会）
・観光に関する知識はもちろんのこと、地域をどれだけ知っているかが重要。観光=人、どれだけ「つなぐ」ことができるかであり、地域の価値を”創造”すること。データを読み解く力。経営者的な視点。（DMO）
・観光資源を磨き上げていく能力（不可価値の創造、商品開発等）。戦略的な意思決定能力。地域との連携力。マネジメント能力。（市町村）

経営リテラシーを有し、データを基礎として戦略を立案し意思決定を進めていくという能力は、ホスピタリティ産業を中心とした観光経営人材においても、観光地域マネジメント

を先導する観光地域共創人材においても、共通して求められる能力である。一方で、地域の価値を発掘し磨き上げ、地域の価値を具現化すべくマーケティング活動につなげていく能力や、地域社会に関わるさまざまなステークホルダーとのコミュニケーションから協働的関係性を築き上げていく能力は、観光地域マネジメントに求められる特有の能力である。このような能力を有する観光地域共創人材については、専門人材の不足感が示されており、和歌山大学大学院への観光地域マネジメント専攻（専門職）の新設は、社会的、地域的な人材需要の動向等を踏まえたものである。

# 資料目次

資料１　和歌山大学観光学研究科　志願者・受験者･合格者・入学者数

資料２　専門職大学院に関するアンケート調査（令和３年９～10 月実施）
アンケート対象：観光地域づくり法人（DMO）と地方自治体

資料３　専門職大学院に関するアンケート調査（令和３年９月実施）
アンケート対象：南紀熊野観光塾の受講者

資料４　専門職大学院に関するアンケート調査（令和３年９～10 月実施）
アンケート対象：和歌山大学観光学部１～３年生

資料５　産業界ニーズにもとづく観光経営人材の必要性

資料６　専門職大学院の人材育成モデル

資料１　和歌山大学観光学研究科　志願者・受験者･合格者・入学者数

博士前期課程　定員　H26～31：9 名、R2～：14 名

| | H28 | H29 | H30 | H31 | 平均 | R2 | R3 | 平均 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 志願者数 | 32 | 35 | 22 | 32 | 30.3 | 21 | 35 | 28.0 |
| 受験者数 | 30 | 32 | 21 | 30 | 28.3 | 21 | 31 | 26.0 |
| 合格者数 | 13 | 12 | 10 | 13 | 12.0 | 14 | 15 | 14.5 |
| 入学者数 | 12 | 9 | 7 | 11 | 9.8 | 13 | 12 | 12.5 |

博士後期課程　定員 6 名

| | H28 | H29 | H30 | H31 | R2 | R3 | 平均 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 志願者数 | 13 | 13 | 8 | 9 | 6 | 10 | 9.8 |
| 受験者数 | 12 | 12 | 8 | 9 | 6 | 10 | 9.5 |
| 合格者数 | 9 | 8 | 6 | 6 | 4 | 10 | 7.2 |
| 入学者数 | 9 | 8 | 6 | 5 | 4 | 10 | 7 |

博士前期課程の選抜区分ごとの内訳

| | | H28 | H29 | H30 | H31 | R2 | R3 | 平均 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 一般選抜 | 志願者数 | 8 | 9 | 3 | 3 | 4 | 8 | 5.8 |
| | 受験者数 | 7 | 8 | 2 | 3 | 4 | 7 | 5.2 |
| | 合格者数 | 5 | 3 | 1 | 1 | 4 | 6 | 3.3 |
| | 入学者数 | 4 | 2 | 1 | 1 | 3 | 5 | 2.7 |
| 社会人選抜 | 志願者数 | 5 | 3 | 2 | 5 | 7 | 7 | 4.8 |
| | 受験者数 | 5 | 3 | 2 | 5 | 7 | 7 | 4.8 |
| | 合格者数 | 3 | 3 | 2 | 5 | 6 | 4 | 3.8 |
| | 入学者数 | 3 | 3 | 2 | 4 | 6 | 4 | 3.7 |
| 外国人選抜 | 志願者数 | 19 | 23 | 17 | 24 | 10 | 20 | 18.8 |
| | 受験者数 | 18 | 21 | 17 | 22 | 10 | 17 | 17.5 |
| | 合格者数 | 5 | 6 | 7 | 7 | 4 | 5 | 5.7 |
| | 入学者数 | 5 | 4 | 4 | 6 | 4 | 3 | 4.3 |

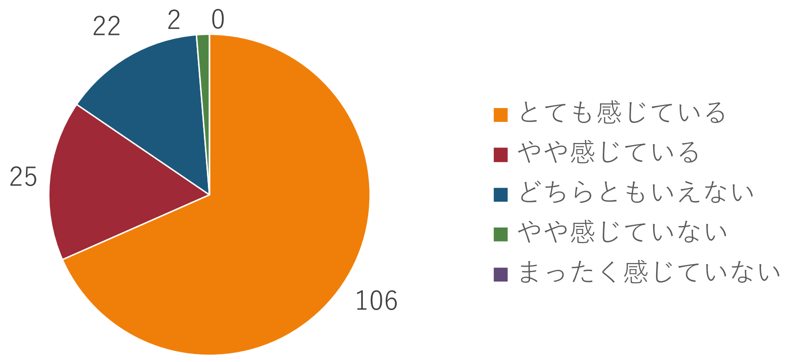
専門職大学院に関するアンケート調査（令和３年９～10 月実施）
アンケート対象：観光地域づくり法人（DMO）と地方自治体

観光庁に登録されている登録観光地域づくり法人（登録 DMO）および観光地域づくり候補法人（候補 DMO）観光地域づくり法人 198 団体を対象として、郵送で回答を依頼し回収（９月３日～30 日）。和歌山県内・大阪府南部の地方自治体 46 団体を対象として、訪問または郵送で調査票を配付し郵送で回収（９月 27 日～10 月 15 日）。回答団体数は計 155 団体。

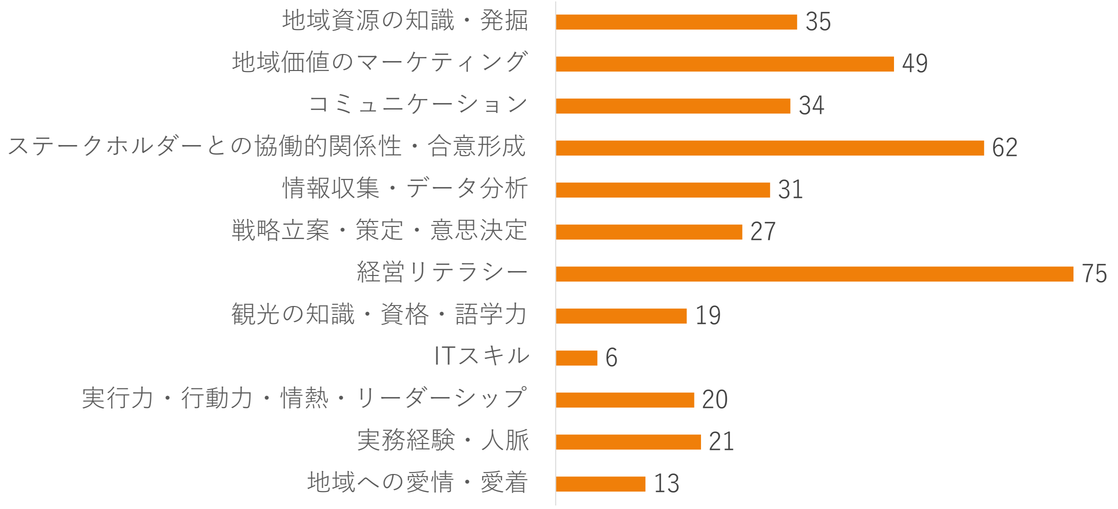
１．貴団体の種別を教えてください。（複数回答）

| 種別 | DMO | DMC | 観光協会 | 市町村 | その他 |
|---|---|---|---|---|---|
| 団体数 | 114 | 7 | 34 | 35 | 2 |

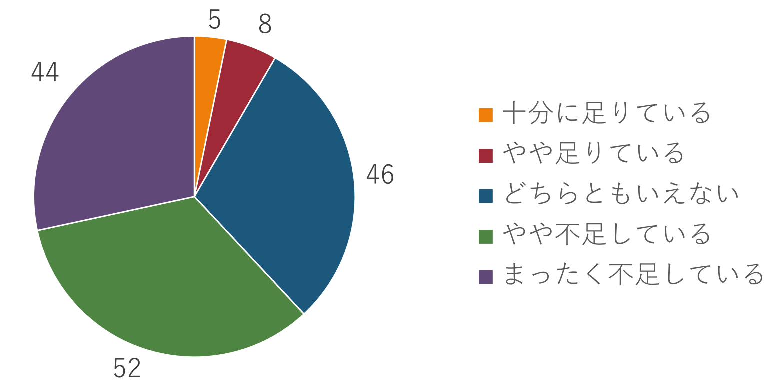
２．貴団体において、観光地の経営を担うことができるマネジャー人材の必要性を感じていますか？



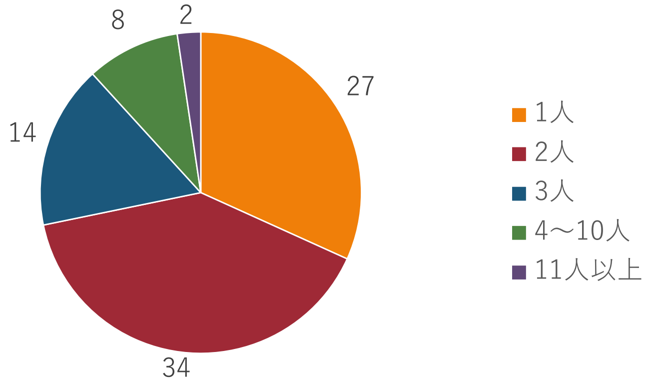

３．貴団体において、観光地の経営を担うことができる人材に必要な知識や能力は何だと思いますか。必要だと思われる知識や能力について記載してください。（自由記述の回答から要素抽出し分類・集計）



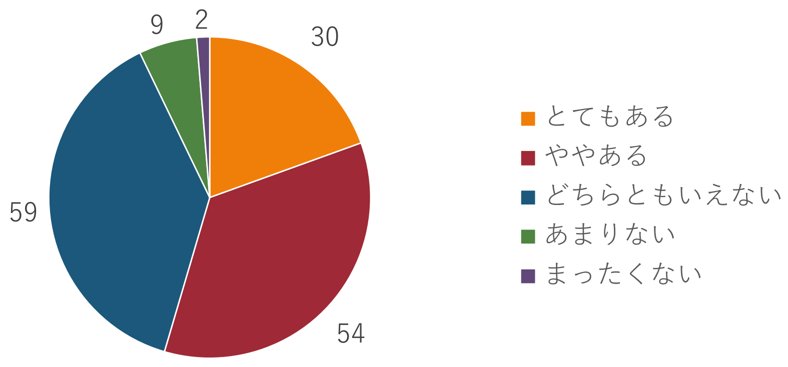
4．貴団体において、観光地の経営を担うことができるマネジャー人材は足りていますか？



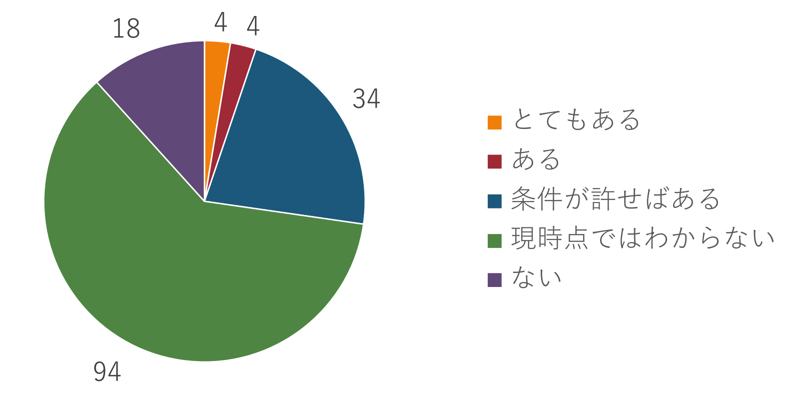

5．不足している人数について、お答えください。



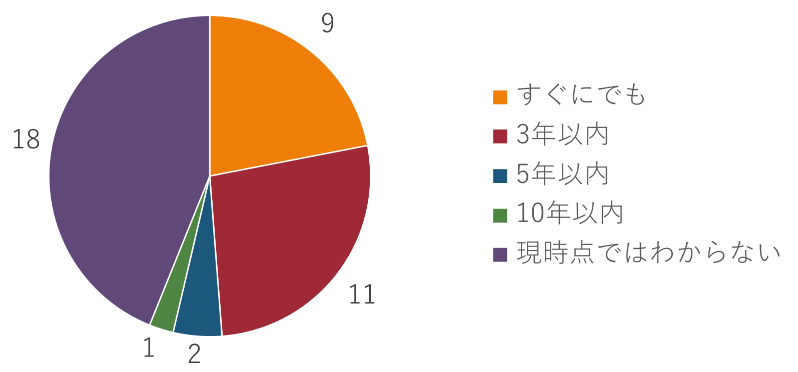

6．貴団体は、このアンケートで説明した本学の観光学の専門職大学院に関心があります
か？



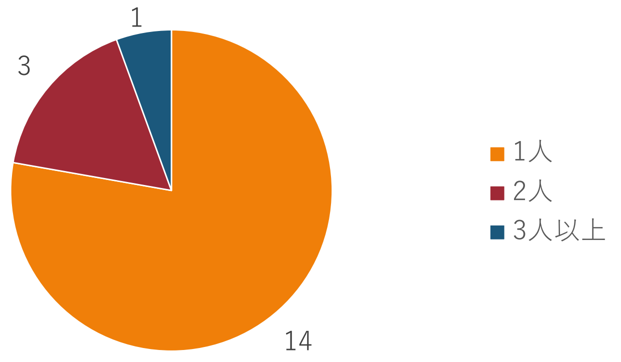
7．貴団体にとって、本学の観光学の専門職大学院を修了した学生を採用する意向はありますか？



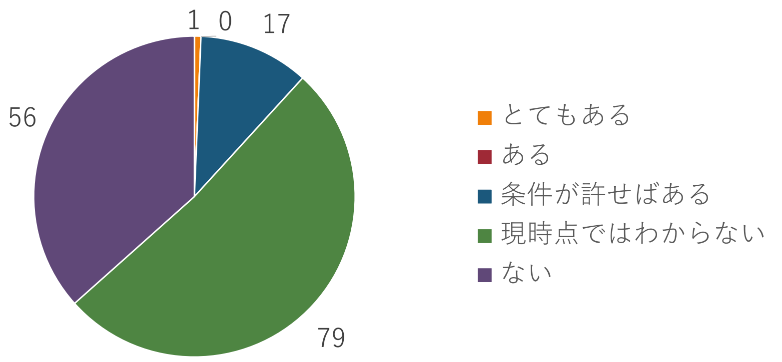

8．採用時期はいつごろ、何人になるでしょうか？（時期）



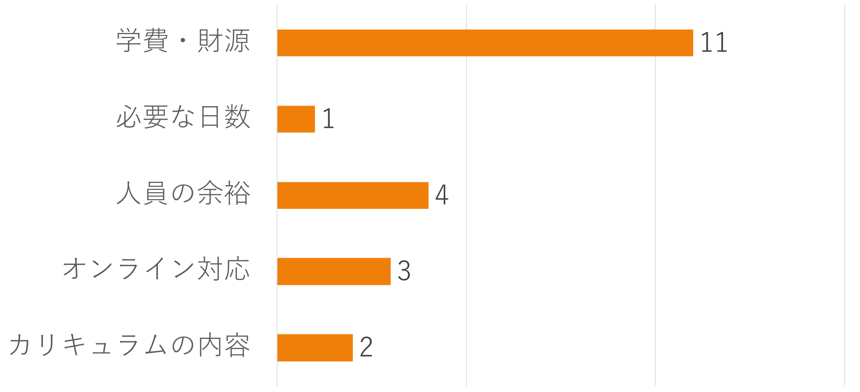

9．採用時期はいつごろ、何人になるでしょうか？（人数）



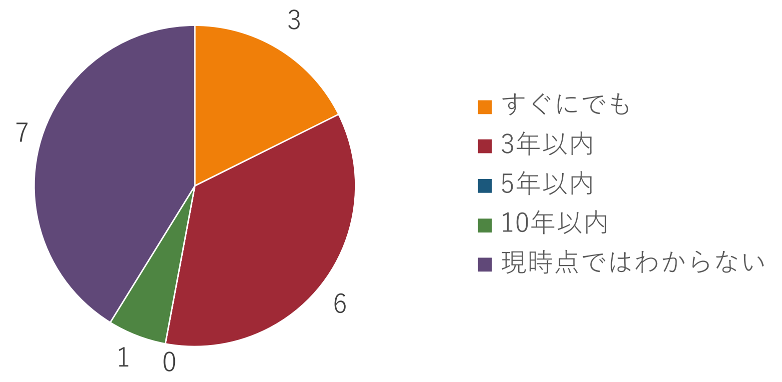
10. 貴団体の職員を本学の観光学の専門職大学院へ進学（研修派遣）させる意向はありますか？



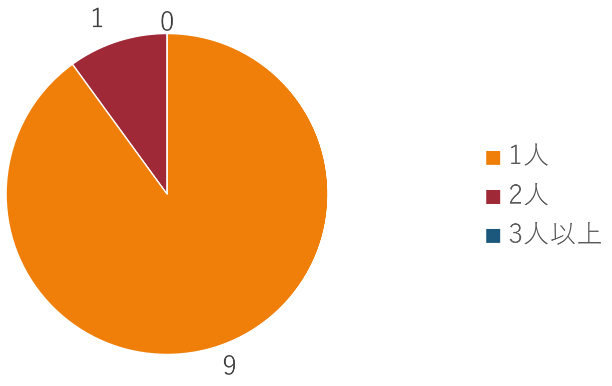

11. その条件とは具体的にどのようなものでしょうか？（自由記述の回答から要素抽出し分類・集計）




12. 研修派遣はいつごろ、何人になるでしょうか？（時期）



13. 研修派遣はいつごろ、何人になるでしょうか？（人数）



観光地の経営を担うことができる人材に必要な知識や能力

【アンケート調査の自由記述から抜粋】
・地域の特性を活かしたマーケティング能力。(DMO、観光協会)
・地域の関係者と人間関係を構築し信頼を獲得した上で関係者を巻き込み調整する能力。(DMO)
・ゼロから物事を考え、組み立てて行く能力。誰とでもすぐに打ち解けられる人あたりの良さ、コミュ力。地域の人に素直に話をきける謙虚さ。(DMO)
・データに基づいた観光戦略を策定できる知識。現状の課題を捉え PDCA サイクルを回していくマネジメント能力。(DMO)
・地域観光資源発掘力とマネジメント能力(実践力)。(DMO)
・合意形成の為のあらゆる人とのコミュニケーション能力。(DMO)
・自地域の強み弱みをふまえて戦略策定していく能力。ひととおりの企業経営に必要なマネジメントスキル。ネットワーク形成能力。地域への愛情。(DMO)
・地方自治体、地域の観光協会との関係を築く力、社会的課題を把握し解決する力、戦略的に意思決定ができる力などが必要と考えます。(DMO)
・地域の価値をどう広げていくかを常に考え、新たな技術を取り組み、目指すべきゴールを決めて、地域全体で共通認識を持たせることのできる人。情報や様々な人とのつながりを共有できること。(DMO、観光協会)
・地域調整能力。発想力。コミュニケーション能力。総合的判断力。当該地域情報、地域人材情報の知識。企画力。市場動向のリアルタイムの把握。(DMO)
・地域の現状把握(強み弱み等の分析能力)。最新の動向把握に基づきニーズの多様化に対応する柔軟な発想。観光商品開発に結びつけるプロデュース能力。(DMO)
・地域の人々とのコミュニケーション能力。コミュニケーションによりつかんだ課題を先見性をもって、方向性を決める判断力、まとめる交渉力などが必要。地域社会に入り込むことのできる人間性。(DMO、観光協会)
・企業の経営者としての能力が必要。組織のマネジメント、リーダーシップ、戦略立案、ブランディング、マーケティング、対外的なコミュニケーション。(DMO)
・観光統計や多様なデジタルデータなどを的確に分析し、その結果をベースに中長期的な観光戦略の策定やニーズを捉えたプロモーション、商品開発などを実行できること。(DMO、観光協会)
・マネジメントする地域について、観光地としての強みや弱みなど、詳細に知り尽くし、誰よりも愛着を感じて、マーケティングに取り組めるプロパー職員を育成することが何よりも重要であると思う。(DMO)
・観光地に存在する様々なコンテンツをコーディネートすることができる人材、関係人口の

創出・拡大のための体制づくり、仕組みづくりができる人材。(DMO、観光協会)
・地域の観光関係者などとのネットワークを構築できるコミュニケーション力。現場が観光客のニーズを適切にとらえ、状況に応じた判断と迅速に対応する適応力。顧客データ等調査分析やマーケティングを基とした戦略策定と人事。予算を管理する力。(DMO)
・能力としては価値を見出す創造力と磨き上げる実行力。自社だけで儲けるのではなく地域全体を経営体として捉える経営感覚。(DMO)
・地域の実状、実態（観光、経済、人口動態等）を良く理解していていることや、地域の特性を活かした仕組み作りに関係者と連係してチャレンジできることができること。（DMO）
・顧客志向のマーケティング力、多様な関係者を巻き込む力、観光資源を儲かる商品に磨き上げる力、効率的・効果的プロモーション力、行政や取り巻く関係者との折衝力。(DMO、観光協会)
・客観的なデータ分析能力、コンテンツに対する豊富な知識とそれを活かす知恵、地域とのコミュニケーション能力、計画を実行する行動力。(DMO)
・地域観光に関する深い知識（カスタマ目線、事業者目線、行政目線、住民町民目線、地域のステークホルダに関する広い知識)。戦略的思考性（バックキャスティング的に思考してゴールに向かいプロセスを設計し、関係者を巻き込んで実行できる能力)。難しいことを分かりやすく伝えられるプレゼンテーション能力、地域の関係者と関係性を構築できる能力。 行政文書を読み解いて補助金の申請書などを作成できる能力。データドリブンなマーケティングの経験能力。組織と地域（特に多種多様な関係者の情理的側面）をマネジメントできる能力。マネタイズを構想できる経験と能力。(DMO)
・観光に関する知識はもちろんのこと、地域をどれだけ知っているかが重要。観光=人、どれだけ「つなぐ」ことができるかであり、地域の価値を“創造”すること。データを読み解く力。経営者的な視点。(DMO)
・マネジメント能力、リーダーシップ等、観光地経営に関する専門的な知識を地域の観光事業者にうまく伝える能力が必要と考える。(市町村)
・旅行商品の造成のノウハウに加え、地域に溶け込んで観光をキーワードに地域の稼ぐ力を引き出し、課題解決の道筋を示すことができること。(市町村)
・地域社会と協働的関係性を築きながら地域課題を理解し、戦略的に意思決定する力。（DMO）
・各地域との協働のもと地域ごとの特色ある観光資源を発掘するとともに客観的なデータ分析により最大限に活用した戦略の企画立案が可能な能力。(DMO、観光協会)
・観光資源を磨き上げていく能力（付加価値の創造、商品開発等)。戦略的な意思決定能力、地域との連携力、マネジメント能力。(市町村)

令和３年１０月

○○○○○○○○○　御中

和歌山大学観光学部長
尾久土　正己

専門職大学院に関するアンケート調査

現在、和歌山大学観光学部では、既存の大学院博士前期課程（修士）に加えて、観光地域マネジメントにおける共創人材を養成する専門職大学院を 2023 年（令和５年）４月に設置することを目指して構想中です（添付資料参照）。

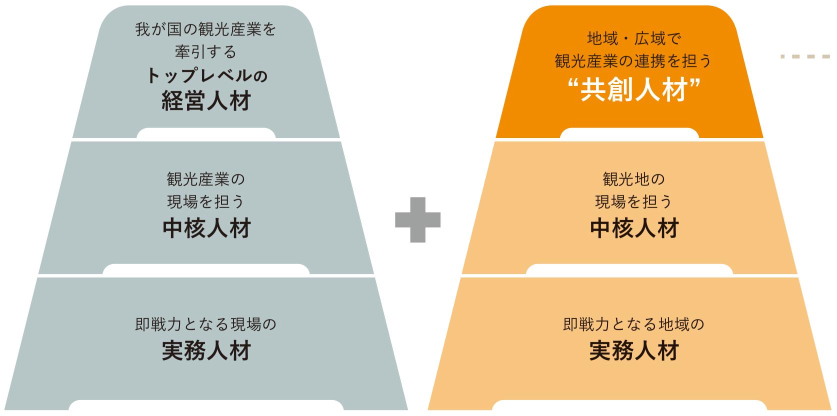
専門職大学院では、「観光」を基軸とした自立・持続可能な地域振興の実現に向け、地域が直面するさまざまな問題・課題を多様な関係主体と連携して解決する共創人材を養成します。カリキュラムは、基礎科目、感性と教養の涵養基礎科目をベースに、「観光地マーケティング」「ビジュアルデザイン」「観光地プロデュース」などの専門科目を学びます。また、専門職大学院のコアカリキュラムになる実践科目では、SNS や観光ビッグデータに加え、国際的な観光指標などの分析から、観光地経営の戦略立案ができる演習に取り組みます。そして、２カ年の集大成として、地方公共団体や観光地域づくり団体等と連携して、実際の観光地で具体的なプロジェクトを遂行することを通じて実践力を培います。これらのカリキュラムによって、「価値を創造する力」「観光商品を作り上げる力」「戦略的に意思決定する力」「地域社会と協働的関係性を築く力」「社会課題を理解し、観光地を運営する力」を養い「観光地域マネジメント修士（専門職）」の学位取得を目指します。（上記は現時点で構想中の内容であり、正式な科目名などは変更の可能性があります）

このような専門職大学院が設置されることについて、貴団体のご意見を伺います。よろしくお願いします。

なお、１０月１５日までに同封の返信用封筒でご返信いただけると幸いです。

【アンケートに関する問合せ先】
和歌山大学観光学部分室
担当　池田憲司
TEL　０７３－４５７－８５４７
e-mail　kanjimu@ml.wakayama-u.ac.jp

# 専門職大学院が目指すのは観光地域マネジメントにおける共創人材




従来の観光ビジネス人材　＋　観光地域マネジメント人材

未来の地域の姿をイメージしながら「住んでよし・訪れてよし」の地域を構築することを念頭に置き、自らが地域の観光ビジネスの主体となり、既存の観光ビジネスと連携することで地域の価値を最大化し、地域の経済活動を活性化する**共創人材**が求められています。

## 観光・地域共創人材

「観光」を基軸とした自立・持続可能な地域振興の実現に向け、地域が直面するさまざまな問題・課題を多様な関係主体と連携して解決する**共創人材**を養成します。

### 養成する人材

DMO・DMCマネジャー候補
（CEO,COO,CMO）

観光経営コンサルタント

観光産業マネージャー
公務員

### 実践的カリキュラムを支えるパートナー

学内の他研究科、センター
各地の観光地　観光産業　観光関連企業
国際機関、海外大学院、海外観光地

……オープン
エデュケーション
（本学の教育方針）

＋ 連携

## 専門職大学院
## 観光地域マネジメント専攻

育成する5つのコンピテンシー（1.価値を創造する力、2.観光商品を作り上げる力、3.戦略的に意思決定する力、4.地域社会と協働的関係性を築く力、5.社会課題を理解し、観光地を運営する力）を座学と実践で。

**カリキュラム**

□**基礎科目・感性と教養の涵養基礎科目**
経営能力の基礎と価値を見出す感性を習得
観光地事情、観光と危機管理、グループワーク手法、ホスピタリティ、ストーリーテリングなど

□**専門科目・実践科目**
観光地域マネジメントに関する専門能力を習得。フィールドワーク、ワークショップ、シミュレーション、ロールプレイングの手法
観光地マーケティング、ブランディング、観光ツアープランニング
ビジュアルデザイン、フィルムスタディーズ、観光地プロデュース
**観光地域マネジメントの潮流**
**観光地データ分析演習**
**SNSマーケティング演習**
**観光指標分析演習**
**観光地経営戦略演習**
**観光地域プロジェクト I,II**

2年次の観光地域プロジェクトI・IIでは ICT 技術を活用し、学生が希望する全国各地のフィールドに滞在して学びます。

□**社会連携科目**
ビジネスマインドを習得
リーダーシップ、地域産業と観光 I,II、インターンシップ I,II

入口

**入学者**（想定）

観光地域づくり法人（DMO）及び各種観光関連産業に従事する社会人

他大学の観光系学部に在籍する現役学生および学内外の他学部現役学生

観光学部生
（留学生含む）

観光の学位取得を希望する社会人
（大学教員など）

博士後期課程　博士前期課程　研究者養成に特化した
グローバルスタンダードな教育へ改革

大学教員
民間研究機関
学芸員
国際機関など

出口

専門職大学院に関するアンケート回答用紙

和歌山大学観光学部

該当する回答に〇を付けてください。また自由記述にご記入ください。

１．貴団体の種別を教えてください。

【国・都道府県・市町村・事務組合・観光協会・DMO・DMC・その他（　　　　　　　）】

２．貴団体において、観光地の経営を担うことができる人材に必要な知識や能力は何だと思いますか。必要だと思われる知識や能力について記載してください。（自由記述）

（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

３．貴団体において、観光地の経営を担うことができるマネジャー人材の必要性を感じていますか？

【とても感じている・やや感じている・どちらともいえない・やや感じていない・まったく感じていない】

４．貴団体において、観光地の経営を担うことができるマネジャー人材は足りていますか？

【十分に足りている・やや足りている・どちらともいえない・やや不足している・まったく不足している】

※４．の質問において、マネジャー人材が「不足している」「非常に不足している」と答えた団体にお聞きします。

4-1．不足している人数について、お答えください。

【1人・２人・３人・４～１０人・１１人以上】

５．貴団体は、このアンケートで説明した本学の観光学の専門職大学院に関心がありますか？

【とてもある・ややある・どちらともいえない・あまりない・まったくない】

６．本学の観光学の大学院のどこに関心や興味がありますか。関心や興味がある点やその理由等について記載してください。（自由記述）

（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

７．貴団体にとって、本学の観光学の専門職大学院を修了した学生を採用する意向はありますか？

【とてもある・ある・条件が許せばある・現時点ではわからない・ない】

※７．の質問において採用の意向が「とてもある」「ある」「条件が許せばある」と答えた団体にお聞きします。

７－１．採用時期はいつごろ、何人になるでしょうか？

【すぐにでも・３年以内・５年以内・１０年以内・現時点ではわからない】
【１人・２人・３人以上（　　　人程度)】

※7．の質問において採用の意向が「条件が許せばある」と答えた団体にお聞きします。

７－２．その条件とは具体的にどのようなものでしょうか？（自由記述）

（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

８．貴団体の職員を本学の観光学の専門職大学院へ進学（研修派遣）させる意向はありますか？

【とてもある・ある・条件が許せばある・現時点ではわからない・ない】

※８．の質問において進学（研修派遣）の意向が「とてもある」「ある」「条件が許せばある」と答えた団体にお聞きします。

| ８－１．研修派遣はいつごろ、何人になるでしょうか？ |
|---|

【すぐにでも・３年以内・５年以内・１０年以内・現時点ではわからない】
【１人・２人・３人以上（　　　人程度)】

※８．の質問において進学（研修派遣）の意向が「条件が許せばある」と答えた団体にお聞きします。

| ８－２．その条件とは具体的にどのようなものでしょうか？（自由記述） |
|---|

（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）

以上で終わりです。ご回答ありがとうございました。
１０月１５日までに同封の返信用封筒で、ご返信いただけると幸いです。

専門職大学院に関するアンケート調査（令和３年９月実施）

アンケート対象：南紀熊野観光塾の受講者

和歌山大学南紀熊野サテライトが主催し和歌山大学観光学部と株式会社南紀白浜エアポートが共催する南紀熊野観光塾の受講経験者 129 名を対象として、登録されたメールアドレスを通じてウェブアンケートへの回答を依頼し、９月 13 日～30 日の期間に 22 名より回答。

１．あなたの年齢を教えてください

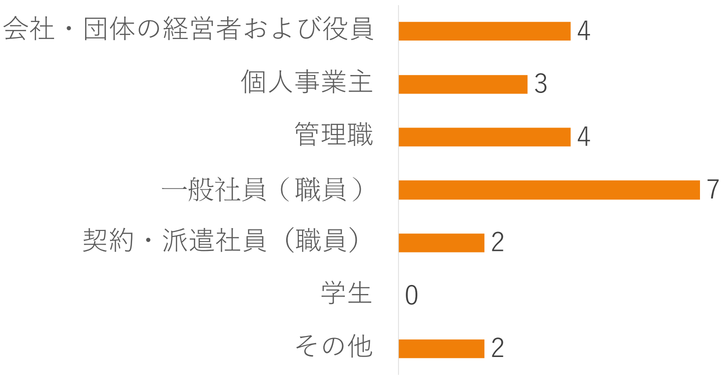
| 年代 | 20 代 | 30 代 | 40 代 | 50 代 | 60 代 | 70 代以上 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 人数 | 3 | 4 | 4 | 8 | 1 | 2 |

２．あなたの最終学歴を教えてください

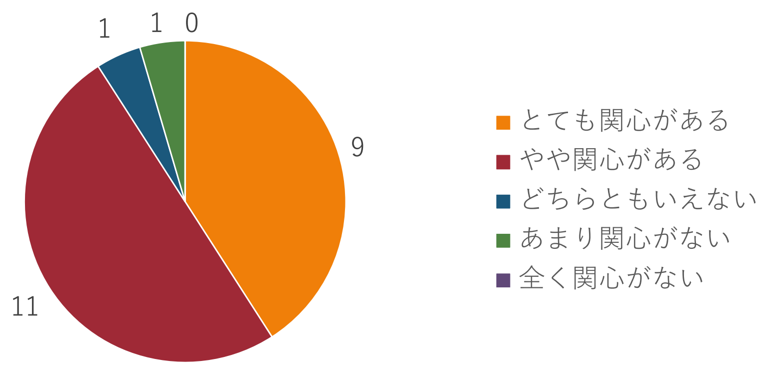
| 年代 | 高卒 | 大学 | 大学院修士課程 | その他 |
|---|---|---|---|---|
| 人数 | 4 | 14 | 3 | 1 |

３．あなたのお仕事を教えてください

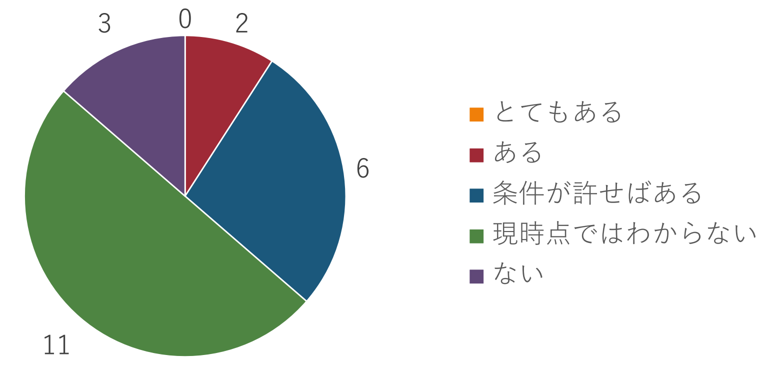
４．あなたの職場におけるポジションに近いものを選んでください



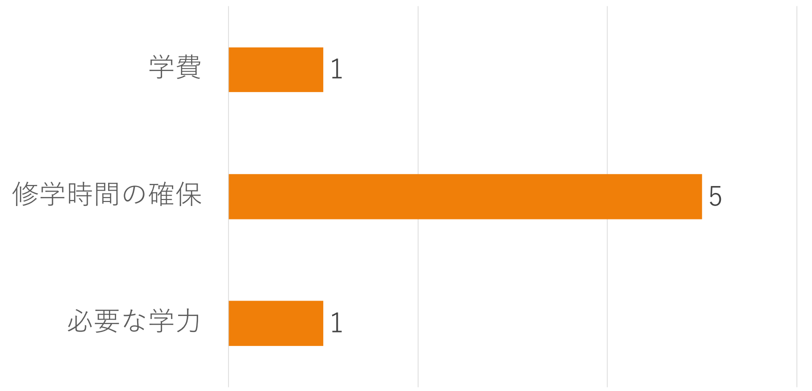
5．あなたは、上記１で説明した和歌山大学の観光学の専門職大学院に関心があります
か？




6．和歌山大学の観光学の専門職大学院の進学の意向はありますか？




7．その条件とは具体的にどのようなものでしょうか？（自由記述の回答から要素抽出し分
類・集計）



# 【専門職大学院に関するアンケート調査】

## （南紀熊野観光塾 受講者対象）

## 回答期限：9月30日（木）

現在、和歌山大学観光学部では、観光立国の実現のために、既存の大学院博士前期課程（修士）に加えて、観光地域マネジメントにおける共創人材を養成する日本初の専門職大学院を2023年（令和5年）4月の設置を目指して構想中です。

今回はその専門職大学院について、皆さんのご意見をお伺いします。よろしくお願いします。

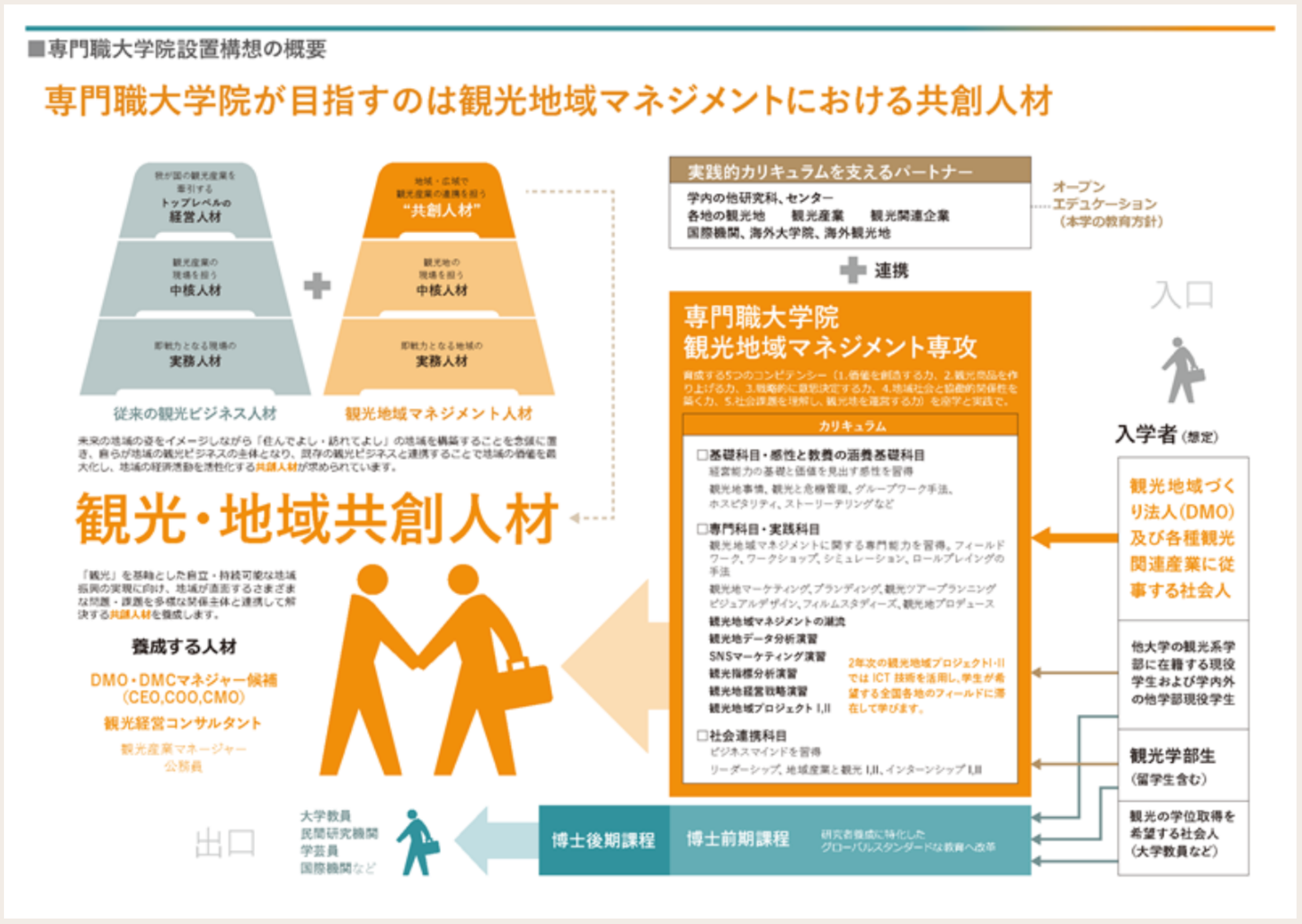
和歌山大学観光学部長

【本件に関する問合せ先】
学部支援室観光学部分室　メール：kanjimu@ml.wakayama-u.ac.jp
(mailto:kanjimu@ml.wakayama-u.ac.jp)

* 必須

## 専門職大学院についての説明 *

　専門職大学院では、「観光」を基軸とした自立・持続可能な地域振興の実現に向け、地域が直面するさまざまな問題・課題を多様な関係主体と連携して解決する共創人材を養成します。カリキュラムは、基礎科目、感性と教養の涵養基礎科目をベースに、「観光地マーケティング」「ビジュアルデザイン」「観光地プロデュース」などの専門科目を学びます。また、専門職大学院のコアカリキュラムになる実践科目では、SNSや観光ビッグデータに加え、国際的な観光指標などの分析から、観光地経営の戦略立案ができる演習に取り組みます。
　そして、2カ年の集大成として、実際の観光地で具体的なプロジェクトを遂行することを通じて実践力を培います。これらのカリキュラムによって、「価値を創造する力」「観光商品を作り上げる力」「戦略的に意思決定する力」「地域社会と協働的関係性を築く力」「社会課題を理解し、観光地を運営する力」を養い「観光地域マネジメント修士（専門職）」の学位取得を目指します。（上記は現時点で構想中の内容であり、正式な科目名などは変更の可能性があります）




◯ 説明を読んで理解した

2

あなたの年齢を教えてください。 *

- 10代
- 20代
- 30代
- 40代
- 50代
- 60代
- 70代以上

3

あなたの最終学歴を教えてください。 *

- 高校
- 大学
- 大学院修士課程
- 大学院博士課程
- その他

4

あなたのお仕事を教えてください。 *

選択肢にない場合は、その他にご記入ください。

- 旅行・交通
- 宿泊・小売り・飲食
- 体験・ガイド
- 官公庁・自治体
- DMO・観光関連団体
- 大学・教育機関
- メディア
- コンサルティング
- 無職
- その他

5

あなたの職場におけるポジションに近いものを選んでください *

選択肢にない場合は、その他にご記入ください。

○ 会社・団体の経営者および役員

○ 個人事業主

○ 管理職

○ 一般社員（職員）

○ 契約・派遣社員（職員）

○ 学生

○ その他

6

あなたは、上記１で説明した和歌山大学の観光学の専門職大学院に関心がありますか？ *

○ とても関心がある

○ やや関心がある

○ どちらともいえない

○ あまり関心がない

○ 全く関心がない

7

和歌山大学の観光学の専門職大学院のどこに関心や興味がありますか。
関心や興味がある点やその理由などについて記載してください（自由記述）

8

和歌山大学の観光学の専門職大学院の進学の意向はありますか？ *

- ○ とてもある
- ○ ある
- ○ 条件が許せばある
- ○ 現時点ではわからない
- ○ ない

9

その条件とは具体的にどのようなものでしょうか？（自由記述）

このコンテンツは Microsoft によって作成または承認されたものではありません。送信したデータはフォームの所有者に送信されます。

Microsoft Forms

専門職大学院に関するアンケート調査（令和３年９～10 月実施）
アンケート対象：和歌山大学観光学部１～３年生

観光学部の１～３年生 379 名を対象として、本学の教育サポートシステムを通じてウェブアンケートへの回答を依頼し、９月３日から 10 月 26 日までの期間に 198 名より回答。

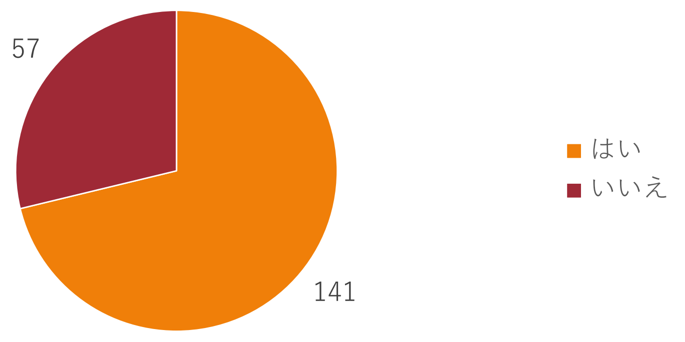
１．学年を教えてください

| 学年 | １年 | ２年 | ３年 |
|---|---|---|---|
| 人数 | 51 | 81 | 66 |

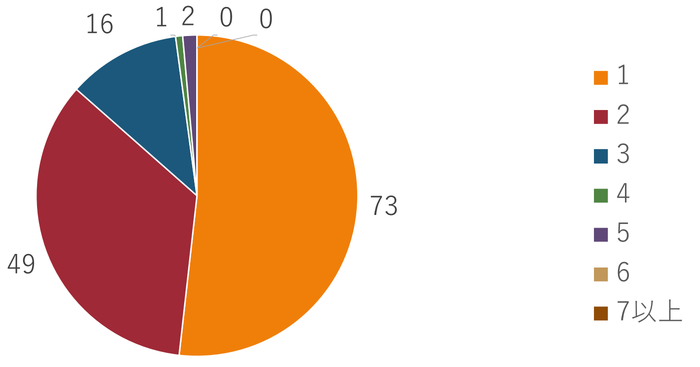
２．コースを選択してください（３年生のみ）

| コース | 観光経営 | 地域再生 | 観光文化 |
|---|---|---|---|
| 人数 | 27 | 22 | 17 |

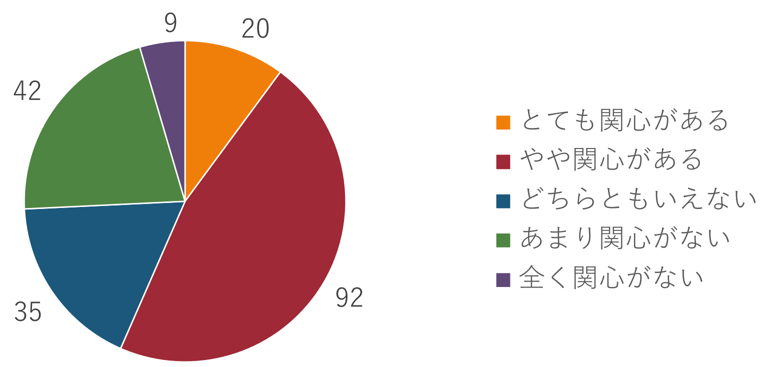
３．地域インターンシッププログラム（LIP：Local Internship Program）に参加したことがありますか？



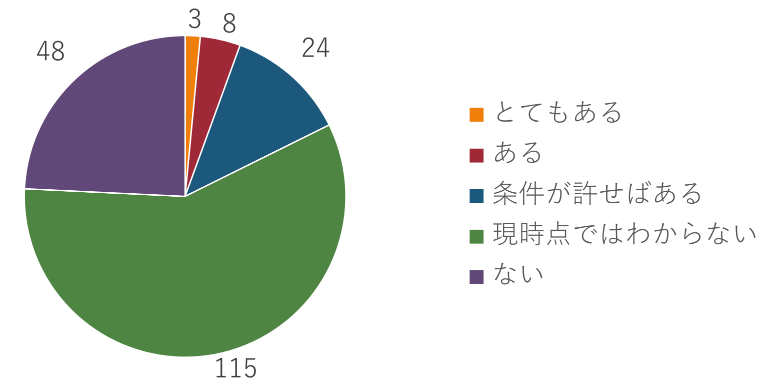

４．これまでに参加したプログラム数を教えてください



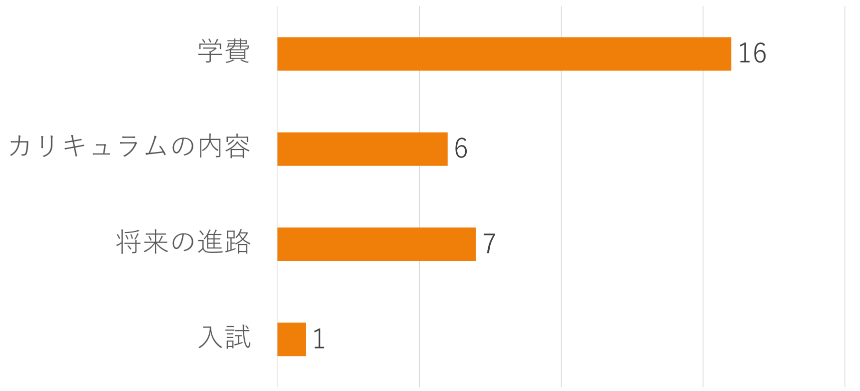
5．あなたは、上記１で説明した和歌山大学の観光学の専門職大学院に関心がありますか？




6．和歌山大学の観光学の専門職大学院の進学の意向はありますか？



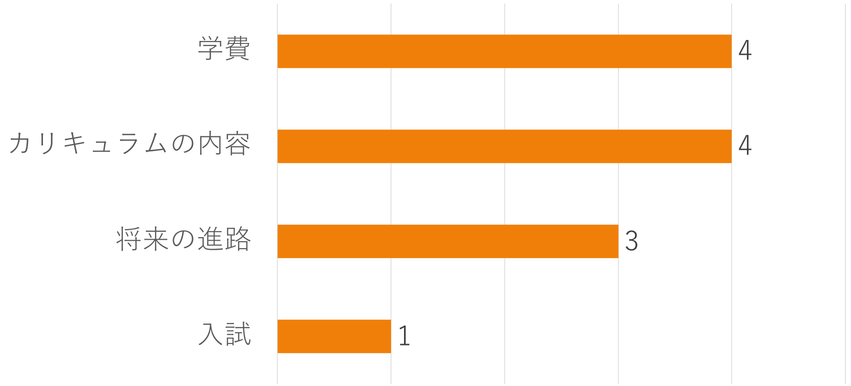

7. その条件とは具体的にどのようなものでしょうか？（自由記述の回答から要素抽出し分類・集計）



8．進学意向と学年のクロス集計

| 学年 | とてもある | ある | 条件が許せばある | 現時点ではわからない | ない | 計 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1年 | 0 | 2 | 8 | 33 | 8 | 51 |
| 2年 | 1 | 4 | 8 | 52 | 16 | 81 |
| 3年 | 2 | 2 | 8 | 30 | 24 | 66 |
| 計 | 3 | 8 | 24 | 115 | 48 | 198 |

9.「条件が許せばある」とした3年生の回答内容（自由記述の回答から要素抽出し分類・集計）




9．進学意向と地域インターンシッププログラム参加プログラム数のクロス集計

| 参加件数 | とてもある | ある | 条件が許せばある | 現時点ではわからない | ない | 計 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 0件 | 2 | 1 | 4 | 36 | 14 | 57 |
| 1件 | 2 | 0 | 10 | 41 | 20 | 73 |
| 2件 | 3 | 2 | 6 | 29 | 9 | 49 |
| 3件 | 1 | 0 | 2 | 8 | 5 | 16 |
| 4件 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 5件 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| 計 | 8 | 3 | 24 | 115 | 48 | 198 |

# 【専門職大学院に関するアンケート調査】

## （観光学部１～３年生全員対象）

　現在、和歌山大学観光学部では、観光立国の実現のために、既存の大学院博士前期課程（修士）に加えて、観光地域マネジメントにおける共創人材を養成する日本初の専門職大学院を2023年（令和5年）4月の設置を目指して構想中です。
　今回はその専門職大学院について、皆さんの意見を伺います。よろしくお願いします。

和歌山大学観光学部長

【本件に関する問合せ先】
学部支援室観光学部分室　メール：kanjimu@ml.wakayama-u.ac.jp (mailto:kanjimu@ml.wakayama-u.ac.jp)

* 必須

* このフォームでは名前の記録を行います、名前を入力してください。

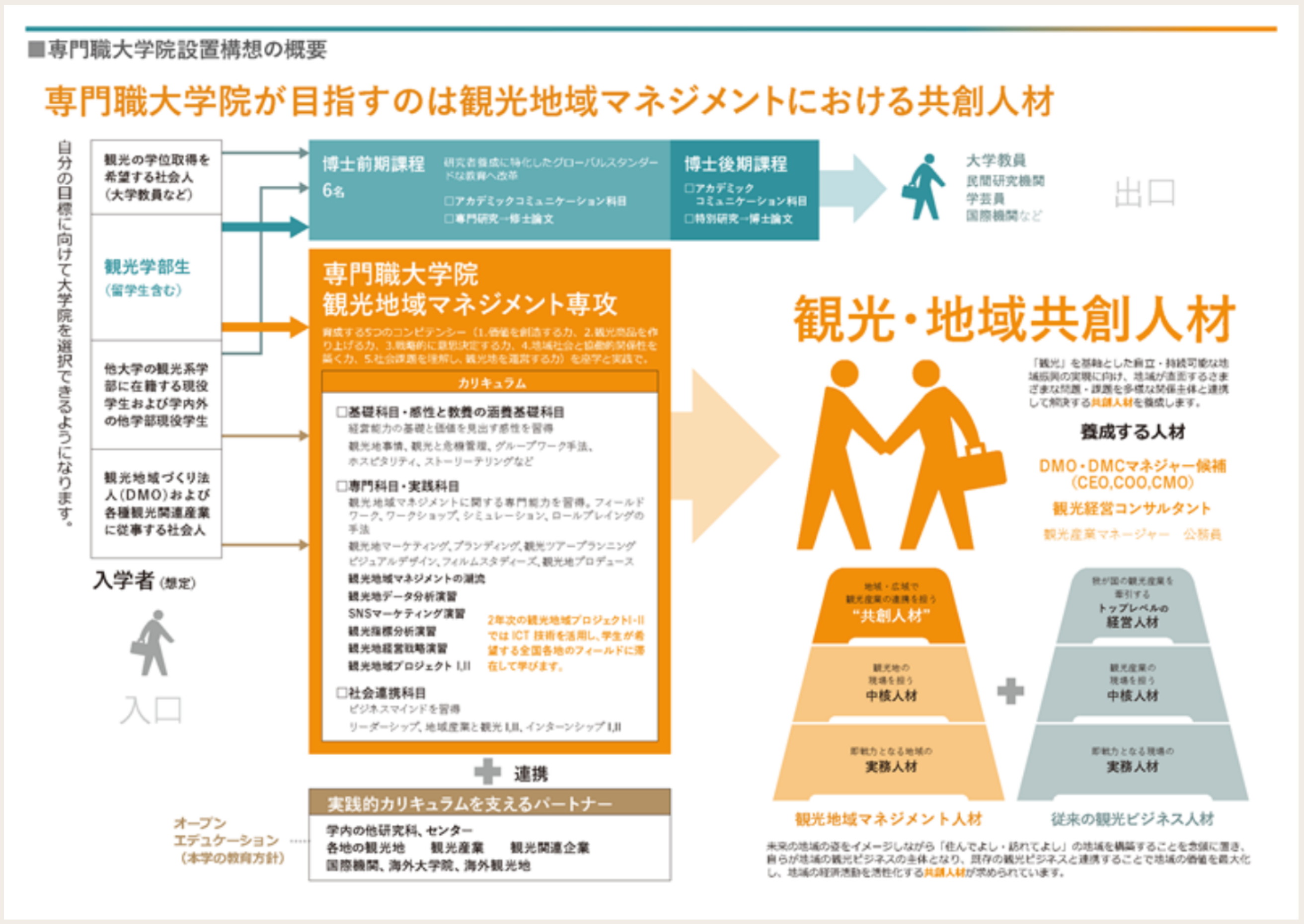
1

## 専門職大学院についての説明 *

専門職大学院では、「観光」を基軸とした自立・持続可能な地域振興の実現に向け、地域が直面するさまざまな問題・課題を多様な関係主体と連携して解決する共創人材を養成します。カリキュラムは、基礎科目、感性と教養の涵養基礎科目をベースに、3つの柱である「観光地マーケティング」「ビジュアルデザイン」「観光地プロデュース」などの専門科目を学びます（正式な科目名などは変更の可能性があります）。また、専門職大学院のコアカリキュラムになる実践科目では、SNSや観光ビッグデータに加え、国際的な観光指標などの分析から、観光地経営の戦略立案ができる演習科目を用意しています。

既存の大学院では2カ年の集大成として修士論文を執筆するのに対して、専門職大学院では、実際の観光地で具体的なプロジェクトを遂行し、報告書にまとめ上げます。これらのカリキュラムによって、「価値を創造する力」「観光商品を作り上げる力」「戦略的に意思決定する力」「地域社会と協働的関係性を築く力」「社会課題を理解し、観光地を運営する力」を養い「観光地域マネジメント修士（専門職）」の学位を取得します。就職先としては、観光地経営におけるマネジャー的立場である、DMO（DMC）マネジャー候補、観光経営コンサルタント、観光産業マネジャー、公務員などを想定しています。

添付資料もあわせてご覧ください。
→https://wakayamauniv-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/kanaoka_wakayama-u_ac_jp/EUOBXEDbabZClJRpRotYat8BiJtfagZ-aK9sL0t_bnjazQ?e=C4JlS2 (https://wakayamauniv-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/kanaoka_wakayama-u_ac_jp/EUOBXEDbabZClJRpRotYat8BiJtfagZ-aK9sL0t_bnjazQ?e=C4JlS2)




○ 説明を読んで理解した

2

学年を教えてください。 *

- 1年
- 2年
- 3年

3

コースを選択してください。 *

- 観光経営
- 地域再生
- 観光文化

4

地域インターンシッププログラム（LIP：Local Internship Program）に参加したことがありますか？ *

- はい
- いいえ

5

これまでに参加したプログラム数を教えてください。
（同じプログラムに２年参加した場合は「２」と数えてください） *

- ○ 1
- ○ 2
- ○ 3
- ○ 4
- ○ 5
- ○ 6
- ○ 7 以上

6

あなたは、上記１で説明した和歌山大学の観光学の専門職大学院に関心がありますか？ *

- ○ とても関心がある
- ○ やや関心がある
- ○ どちらともいえない
- ○ あまり関心がない
- ○ 全く関心がない

7

和歌山大学の観光学の専門職大学院のどこに関心や興味がありますか。
関心や興味がある点やその理由などについて記載してください（自由記述）

8

和歌山大学の観光学の専門職大学院の進学の意向はありますか？ *

- とてもある
- ある
- 条件が許せばある
- 現時点ではわからない
- ない

9

その条件とは具体的にどのようなものでしょうか？（自由記述）

このコンテンツは Microsoft によって作成または承認されたものではありません。送信したデータはフォームの所有者に送信されます。

Microsoft Forms

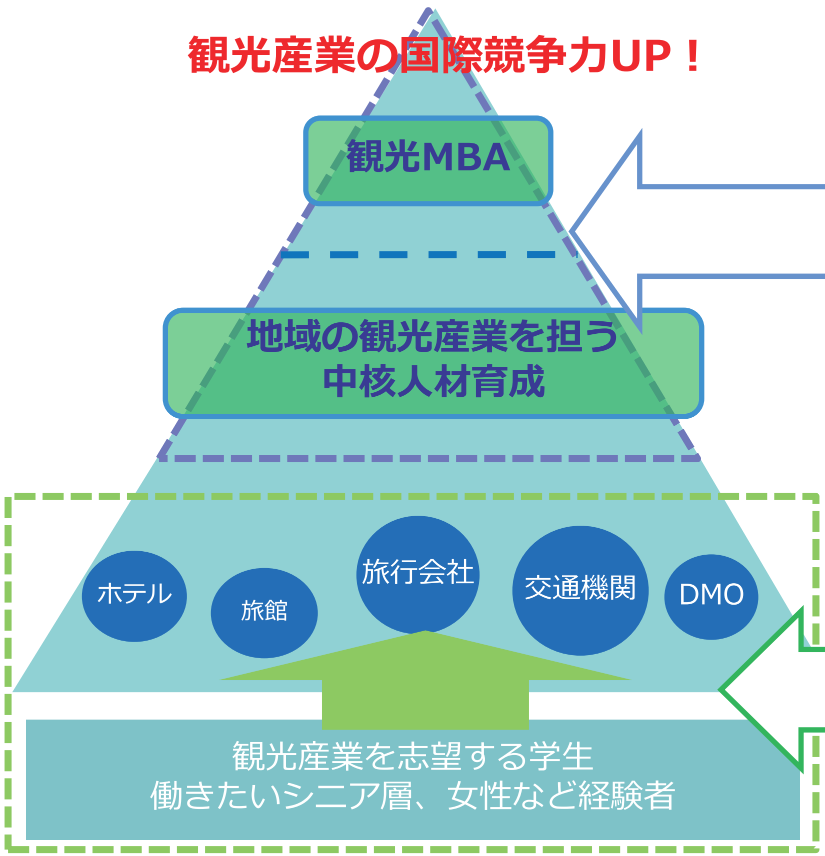
観光産業における人材育成をはじめとした課題と今後の対応について，平成 29 年 2 月 10 日，観光庁産業政策担当参事官資料

# 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化（観光庁）

国土交通省 観光庁

**課題認識：** 1．観光産業を牽引するトップ人材や新たなビジネスを創出できるトップ人材の不足
2．インバウンドをはじめとした増加する観光客に対応する現場スタッフの不足

具体的には、観光産業の担い手を３層構造により育成・強化。
①観光経営を担うトップ層の育成
②地域の観光の中核を担う人材育成
③即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成




**観光産業のトップ・中核人材育成**

① 観光産業を牽引する
トップレベルの経営人材育成

② 地域の観光産業を担う
中核人材育成

③ ＤＭＯを担う人材育成

**活躍できる実務人材の育成**

④ 観光産業の即戦力となる
実践的な人材の育成

11

# 産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成・強化

トップレベルの経営人材から地域の実践的な観光人材まで、観光産業の優秀な担い手を抜本的に育成・強化し、我が国の観光産業の競争力を大幅に高めます。

## 目指すべき将来像

**観光産業の担い手を３層構造により育成**

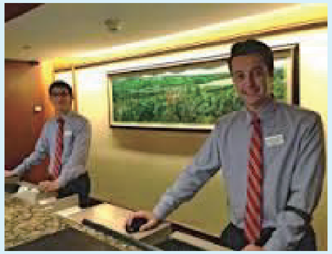
**① 観光経営を担う人材育成**

⇒　コーネル大学（米国）
- ホテル経営学の学士号・MBA取得プログラムの設置等
- 理論と実践（インターン等）の両輪で人材育成

**② 観光の中核を担う人材育成の強化**

⇒　和歌山大学
- 「観光経営」「地域再生」「観光文化」に係る複合的教育・研究の実施

**③ 即戦力となる地域の実践的な観光人材の育成強化**



コーネル大学では、
構内にある4つ星の
「スタトラー・ホテル」
で実習生が有給で勤務

## 現状・課題及び今後の対応

**現状・課題**

○ トップレベルの経営者から地域の実践的な観光人材まで、観光経営人材を輩出する教育プログラムが不十分。

○ 特に、旅館における人材不足・生産性の向上が課題。

**今後の対応**

○ **観光経営を担う人材**の育成
- 2020年までに、トップレベル経営人材の恒常的な育成拠点を大学院段階（MBAを含む）に形成（まずは、新たな実践的・専門的プログラムの開発に着手）

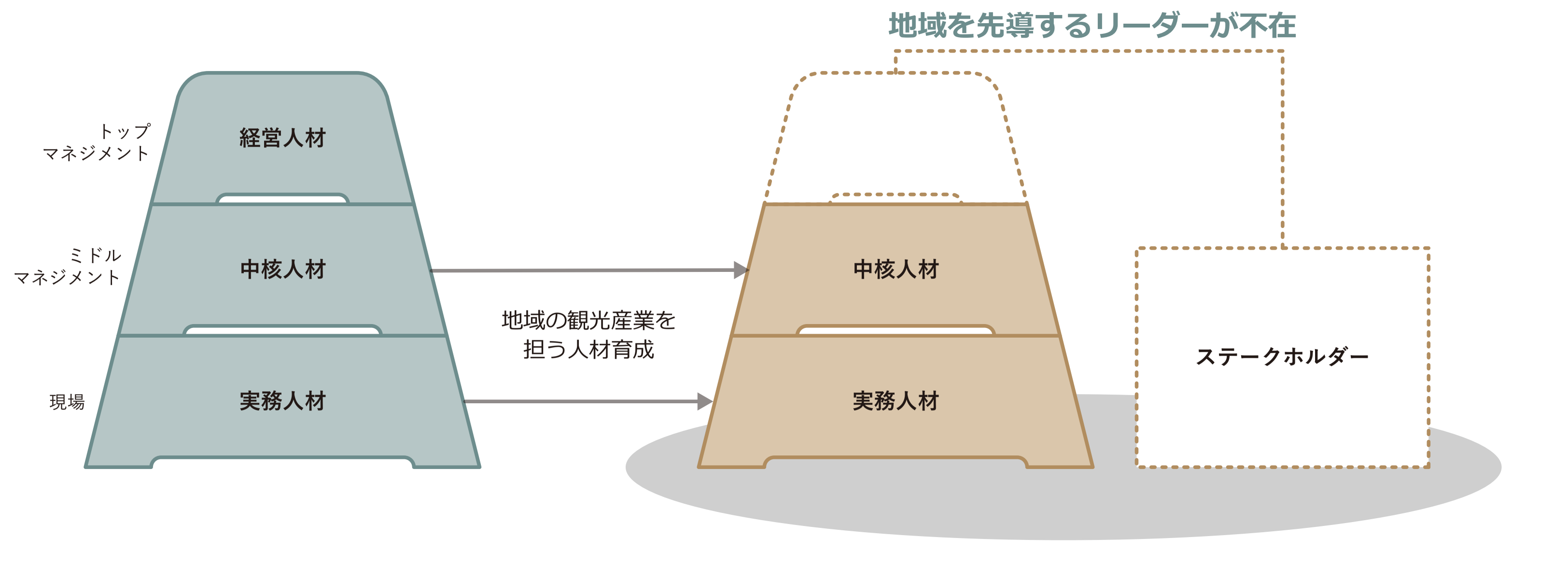
○ **観光の中核を担う人材**育成の強化
- 大学観光学部のカリキュラム変革により、地域観光の中核を担う人材育成を強化（標準カリキュラムの開発に着手）
- 2019年度の開学を目指している実践的な職業教育を行う新たな高等教育機関の制度化の際には、観光分野の人材についても産業界のニーズに対応して育成

○ **即戦力**となる**地域の実践的な観光人材**の育成強化
- 地域の観光分野の専修学校等の活用による人材育成の強化

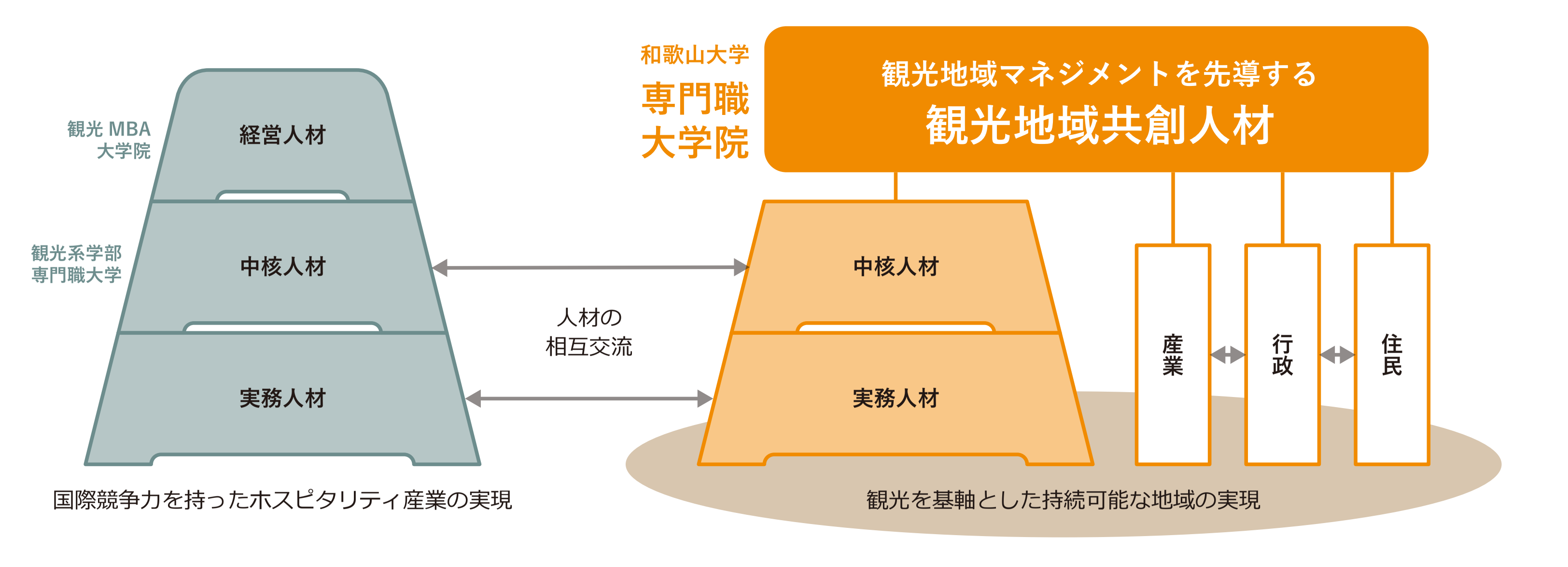
1

# ■人材育成モデル

## ホスピタリティ産業の国際競争力を高める人材育成モデル




## 観光地域の振興に寄与する人材育成モデル



## ■人材育成モデル

| 観光を基軸とした地域振興の実現が要請される背景と課題 | 観光を基軸とした地域振興を実現させるために求められる解決策 |
|---|---|
| ①労働力人口の激減による**域内消費の縮小** | ①観光振興による**関係人口の増加と消費の喚起** |
| ②**地域の経済格差**（特に都市と地方）の存在 | ②**地域資源を活用した高付加価値商品の開発と販売**による収益向上と**地域内経済循環の活性化** |
| ③観光関連産業の**潜在的成長性** | ③**地域の雇用を創出する観光関連産業の振興**と**待遇改善** |
| ④観光関連産業の**低生産性** | ④観光関連産業の**生産性向上** |
| ⑤高度観光**専門職の質的量的不足** | ⑤高度観光専門職を**教育する組織の整備** |

**観光を基軸として**地域の新たな価値を共に創造し、持続可能な地域の実現を先導する

# 観光地域共創人材

**養成する人材**

DMO・DMCマネジャー（CEO,COO,CMO）候補

観光経営コンサルタント

観光産業マネージャー　公務員

**観光地域共創人材に求められる3つのコンピテンシー**

①地域価値の創造実現能力

②地域社会と協働的関係性構築能力

③データ分析に基づく戦略的意思決定能力