



Title	観光立国時代の観光の六次産業化と必要人材
Author(s)	臼井, 冬彦
Citation	北海道大学観光学高等研究センター共同研究会「観光創造研究会」設立準備会, 「観光創造学を考える」研究会録. 2013年11月23日, 24日. 北海道大学遠友学舎., 131-145
Issue Date	2014-07-01
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/56562
Rights(URL)	http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.1/jp/
Type	proceedings
Additional Information	There are other files related to this item in HUSCAP. Check the above URL.
File Information	10_2usui.pdf (資料)



[Instructions for use](#)

観光立国時代の「観光の六次産業化」とその必要人材

北海道大学
観光学高等研究センター
特任教授
臼井 冬彦

自己紹介

- 研究フィールド
 - 「観光を切り口にしたまちおこし」
 - ―地域の小規模ビジネス並びに産業の育成
 - ―観光ベンチャーの育成・起業
 - ベンチャーマネジメント、マーケティング、ファイナンス（事業収支・損益計算）
- 観光創造学に対する考え方
 - 観光を地域活性化のための手段としてとらえる
 - 地域ならではの小規模ビジネス、産業を起こすことで地域の雇用創造を行い、地域活性化に役立てる
 - 「学」の立場から何が出来るかを考えるとともに、小規模ビジネスを立ち上げるための教育プログラムの作成とともに実際の人材育成に励む

過去3年半のフィールドワークの例

2010年

- ・ 秋田県観光人材育成研修（能代市、横手市）
- ・ ニューツーリズムによるまちおこしに関する調査研究
（北海道市町村振興協会）

2011年

- ・ 地域資源を活かしたニューツーリズムによるまちおこし ― 実践編
（北海道市町村振興協会：留萌市、知内町）
- ・ 秋田県観光人材育成研修（秋田市）
- ・ 富良野・美瑛広域観光圏プラットフォーム支援事業研修（18コマ）

2012年

- ・ 京都府和束町：観光による地域作り構想力養成講座、観光商材開発力養成講座、観光事業経営力養成講座
- ・ ニセコ地域資源活用ビジネスコースⅠ（全6回）
- ・ ニセコ地域資源活用ビジネスコースⅡ（全6回）

2013年

- ・ ニセコ地域資源活用ビジネスコース（全5回）
- ・ 京都府和束町：観光による地域作り構想力養成講座、観光商材開発力養成講座、観光事業経営力養成講座

今日のトピック

- ・ 「観光」の六次産業化
- ・ 「貿易立国に向けての人材育成」との比較で見た場合の「観光立国に向けての人材育成」の一つの視点

農業の六次産業化

- 今村奈良臣
- 一つの有効な考え方
- 「六次産業化法」
 - （地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律）
- では、「農商工連携」（農商工等連携促進法）との違い・関連は？

農商工連携で起きていること


- 継続的な特産品開発
- 「道の駅」での販売
- 1～2年での販売中止



六次産業化法での試み
六次産業化プランナー制度

本当にこのプランナーの派遣だけでうまくいくのか？

観光の六次産業化

- 一次産業労働者の本当の役割と価値
 - 季節とともに生き、日々の天候、土地と作物の状況を見ながら、いいものを作る（取る）ことに専念する
- 地域の資源（産業資源含む）の評価とともに、都市住民の要望、期待を理解しているべきなのはだれか？

- 地域の観光事業者、地域の観光行政担当者こそが、本来的には一番ふさわしい立場にあるべきではないか

観光の六次産業化

観光の六次産業化のためのKPI：LCR

- KPI: Key Performance Indicator
- 観光の六次産業化が地域でどこまで進んでいるかを示す指標
- LCR: Local Content Ratio
 - 消費者が消費する旅行関連消費額の中で、実際地域にどれだけの割合が消費金額として落とされ、また、残されるかの比率
 - 地域で行われる観光関連のハード、ソフト事業の投資に対し、実際地域に落とされ、残りうる金額の割合

L C Rの具体的留意点

- ローカルコンテンツ
 - 消費・購入されているアイテムの地産比率
 - ・ 食材の地産地消比率は？
 - ・ 観光プログラムの一環としてふさわしい地域産の特産品は、土産品は？
 - ・ 宿泊施設で賄われている様々なアイテムの産地は？
 - 施設の建設資材はどこから、建設工事はだれが受注し、誰が実施するのか
 - 観光プログラム・企画運営者はだれか？
 - ・ 地域発の提案(企画・提案・交渉能力)
 - 経営主体はだれか？
 - ・ 運営施設・プログラムの運営はだれが管理運営しているのか
 - サービス提供者はだれか？
 - ・ 現地雇用

観光立国に向けての人材育成について

貿易立国に向けての人材育成施策の一つ

- 貿易研修センター（IIST）
- 1967年に「貿易研修センター法」のもとに設立された組織
- 海外取引、海外投資、貿易実務を担える人材の育成を目的に、富士宮キャンパスで本科（1年）、実務（3カ月）の二本のプログラムを実施（異文化理解、国際ビジネス、貿易実務、英語）
- 製造業が中心に社員を派遣（総合商社は社内教育による育成）
- 1986年に、貿易研修センター法が廃止されるまでに、のべ5,700人を輩出
- 現在は、一般財団法人に改組

IISTの裏の狙い

- 製造業者自らによる販路の開拓・貿易、さらには海外事業の推進を行えるための人材育成
- 大手総合商社のみならず貿易を任すのではなく、製造業者自らが自主的に行えるようにすること

この論理を旅行業界のアナロジーで考えると、

- ・ 日本大手旅行会社と
- ・ 旅行素材のサプライヤーである地域

この関係をどのように考えるか

- ・ 大手旅行会社はある面で、総合商社の役割
- ・ 地域側は製造業とも言える

問題意識（１）

- ・ 製造業が自ら海外ビジネスを行えるための人材育成施策が国策として「産官学」との連携で大規模に行われた
- ・ それを行うための人材育成の方針、方向性、プログラムも完備されていた
- ・ 観光立国の目標、方向性として下記の二点：
 - （１）インバウンド振興
 - （２）観光により地域振興
- ・ 二つの目的に対し、明確なイメージと到達点までの時間軸およびプロセスとその人材育成の方針・方向性・プログラムが意識されているか

製造業の国際化プロセスとその必要人材

I	間接輸出 商社を通じた輸出	販路開拓	英語 海外取引の初歩的理解
II	直接輸出 自社での輸出	販路開拓 海外取引契約	英語 貿易実務 海外の商慣習
III	海外販売会社の設立 ディストリビューター リータイラーの整備	会社設立・運営 海外の営業系契約 販売会社管理	英語 会社経営力 (特に、マーケティング、労働法規)
IV	海外研究施設：技術施設の設置	拠点の運営・管理 技術移転・指導	英語、異文化理解 経営力全般・法務(特に、労務)
V	海外製造施設の解説	製造技術指導 大規模労務管理	英語、異文化理解 経営力全般(特に、労務、財務)
VI	海外販売会社・製造施設の統合	持ち株会社運営	英語、異文化理解 経営力全般 (特に、労務、財務、税務)
VII	マネジメントの現地化	本社・子会社間運営 人事管理	英語、異文化理解 財務、税務
VIII	資本の現地化	グローバル経営	英語 経営戦略、財務、税務、法務

問題意識（2）

- 異なる知識・スキルとその人材育成
 - 国際取引のプロセスごとに必要とされる知識・スキルは異なる
 - 各々の知識・スキルの習得には、5－10年以上は必要であり、継続的な人材育成が行われる
- 「観光立国」の掛け声のもと、
 - 観光立国にふさわしい、地域自らの意思において、観光を切り口にしたまちおこしを取り仕切るために必要な人材像、方針、方向性、プログラムが明確か

観光のプロの育成のためには、現状把握とともに、時間軸を踏まえた国・地域の将来像とそのための人材のイメージを共有化することが不可欠