

# 「地方創生カレッジ in 大分県北部エリア」の成果のポイント

## 1. テーマ

持続可能な観光地経営のための観光ビジョンとその指標を整理し、それに整合する事業を検討する。そのプロセスを通じて、統計資料やビッグデータ活用のスキルの獲得、指標を可視化するデータ分析プラットフォームについての理解をはかり、観光分野のデータを使いこなせるデジタル人材の育成に資するものとする。

## 2. 現状と問題点

デジタル技術が急速に発展する中、デジタルは地方の社会課題を解決する鍵であり、新たな価値を生み出す源泉となっている。デジタルの力を活用して地方の社会的課題を解決する、政府の掲げる「デジタル田園都市国家構想」の実現には、その担い手の中心となるデジタル人材の育成が必要である。一方、地域の観光振興においては、デジタル技術は、DMO等が実施する個々の事業において活用が見られるが、持続可能な観光地経営のための計画策定へは、デジタル技術や、エビデンスに基づいた計画策定の在り方に対する理解が不足しているため、活用が不十分である。また、そのための人材が、都市部、過疎地問わず全般的に大幅に不足している。

## 3. 目指すべき方向性、その実現に向けた具体的施策

日本の地方創生で語られる、持続可能な観光地経営とは、観光を通じて地域経営の持続性を高めることであり、交流人口の拡大や働く機会の拡大といった地方創生の目標に資するものである。その推進のためにも、デジタル人材は地域の観光振興になくてはならない存在であることは明白である。本講座では、開催地の自治体の観光統計・観光基本計画、DMOの形成計画などを素材にし、持続可能な観光地経営のための観光ビジョンとその指標を整理し、それに整合する方向の事業を検討する。そのプロセスを通じて、統計資料やビッグデータ活用のスキルの獲得、指標を可視化するデータ分析プラットフォームについての理解をはかり、観光分野のデータを使いこなせるデジタル人材の育成をめざす。具体的には「4つのデータ力」、すなわち、「データを収集する力」「データを分析する力」「データを理解する力」「データを活用する力」を身に付けてもらう。この事業を地方で開催することで、地方の観光振興の現場におけるデジタル人材育成の端緒になるようなプログラムを提供する。

## 4. 今回の講義やワークショップ、ディスカッションを通じて得た気づき

今回の研修で得た学びとして、

- 観光産業に携わる多くの方が、データの重要性を認識はしていて、自治体やDMOなどでさまざまなデータは保有していることをそれを前提に、
- データはあるだけではだめで、データ特性を理解して(ex.ビッグデータ、アンケートデータのメリット・デメリット)「使いこなす」ことが重要
- そのためには自治体・DMOなどには「どのようなデータがあるか」を把握することが重要(事前課題で把握)
- その中から計画策定や業務推進に必要なデータをどのように「収集」し、「分析」し、「理解」し、「活用」するかをしっかりと学ぶことが重要
- いままであまり意識しなかった上記のプロセスを、実際の業務の中でサイクルとしてまわして、長期スパンで実施していくことが重要
- エビデンスベースで施策を評価することの重要性、それが持続可能な観光地域づくりにつながるなどの事項が挙げられた。

# 「地方創生カレッジ in 大分県北部エリア」の成果のポイント

## 5. 成果スキーム図

事例 大分県内2DMO（ツーリズムおおいた、豊の国千年ロマン）  
「データから評価する大分県北部の観光振興施策～追加的に必要なデータ・調査は何か？」

### 【Ⅰ 地域にどのようなビジョン・KPI・統計があるのか】

大分県観光実態調査報告書

大分県観光統計調査

第3次大分県環境基本計画

大分県文化財保存活用大綱

日本一のおんせん県おおいたツーリズム戦略（2022-2024）

中津市観光振興計画～第2次な活観光のすゝめ～

観光圏整備計画

### 【Ⅱ 研修で得た実践的な学び】

【地方創生カレッジ in 大分県北部エリア】

【第1回】 事前課題で調べた資料から、観光関連データの現状と課題を把握し大分県北部の観光施策をデータから評価

【第2回】 地域の観光振興施策を評価するための追加構想の提案、それを実現する業務プロセスデザインの提案

#### 【講義・ワークショップ】

RESAS・観光予報プラットフォームなどの基礎

分析に必要な4つのデータ力（「収集」「分析」「理解」「活用」）

実際に大分県の統計・計画・施策を評価して、不足するデータは何かを考える

施策を選択し、別のターゲット属性への適用可能性を検証するための不足するデータを考える

新たなターゲット層を指定し、どのようなデータ項目が必要か、仕様書レベルでまとめる

インタビュー調査

SNS広告

WEBアンケート調査

例えば・・・  
国内→インバウンド（欧米豪）  
インバウンド→国内近隣県  
など

### 【Ⅲ 今後事業に活かせること】

【自治体・DMO・観光事業者など】  
事業計画立案・政策立案などを新規にする必要性

既存の統計・データ

適切なデータがない

自ら不足するデータなどを収集・分析・理解・活用する

インタビュー調査・ビッグデータ  
SNS広告・WEBアンケートetc.

地域でエビデンスに基づいた事業計画立案・政策立案などができるようになり、  
地方創生を担うデジタル人材とし活躍できる