

「稼げる地域づくりの中核リーダー育成プログラム」

【プログラム概要】

＜受講生募集のご案内＞

◆稼げる地域づくりに向けて

一般財団法人沖縄観光コンベンションビューロー(OCVB)は、平成29年8月、日本版DMO候補法人(広域連携)として登録され、平成30年3月に観光庁より日本版DMO(広域連携)に正式認定されました。広域連携DMOのOCVBは、県内各地域と連携し、地域の「稼ぐ力」を引き出す人材や、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりを担える人材の育成を推進していきます。

◆内閣府 平成30年度沖縄型産業中核人材育成事業

この度、OCVBは内閣府の委託を受けて、「稼げる地域づくりの中核リーダー育成プログラム ～ツーリズムトレンドを生かした中核人材育成事業～」をスタートいたします。このプログラムは、沖縄県内で観光産業または観光を核とした地域振興に携わっている方で、今後の業界および地域の成長・発展を支える中核人材となり得る方を対象に実施いたします。

◆本プログラムを通して育成する人材像

平成30年9月からスタートし、平成31年2月までの約6か月間で行われる全6回の研修(各回1泊2日の宿泊研修)を通して、地域の「稼ぐ力」の核となる「ユニークな事業を起こせるリーダー」と「地域を巻き込み束ねるリーダー」を育成します。

OCVBの新しい取り組み

OCVBは、世界水準の観光リゾート地を目指して、効率的な観光地経営(DMO)を推進します。

日本版DMO(広域連携)としての OCVBの機能

- ①「地域の稼ぐ力」を引き出すマーケティング機能：
県内DMOや観光協会、民間企業等と連携し一連のマーケティング活動を行い、地域の「稼ぐ力」を引き出します。
- ②「多様な関係者との関係構築」のためのマネジメント機能：
中央省庁や沖縄県、各種団体との連携強化を図り、県内においては上記①のマーケティングを行うことで生じる地域への影響を考慮し持続可能な観光地づくりを推進します。
- ③「受入環境整備」のためのマネジメント機能：
沖縄らしい観光体験の提供、交通・情報インフラの拡充などを行い、「世界水準の観光リゾート地」を形成するとともに、関係各所と連携し、季節変動の平準化、雇用の安定を目指します。

県民所得の向上に寄与

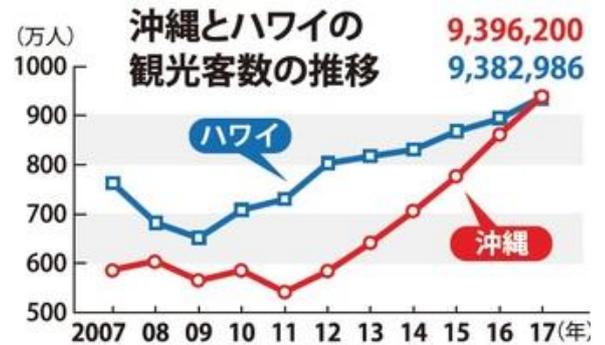
「稼げる地域づくりの中核リーダー育成プログラム」

【受講のご案内】

＜本プログラムの背景と目的＞

◆沖縄観光客数、ハワイ超え！

2017年の沖縄県への観光客数は前年比9%増で、過去最高を更新しました。特に、**訪日外国人旅行者**が22%増と伸びが顕著で、直行便やクルーズ船の寄港が増えていることが背景にあります。



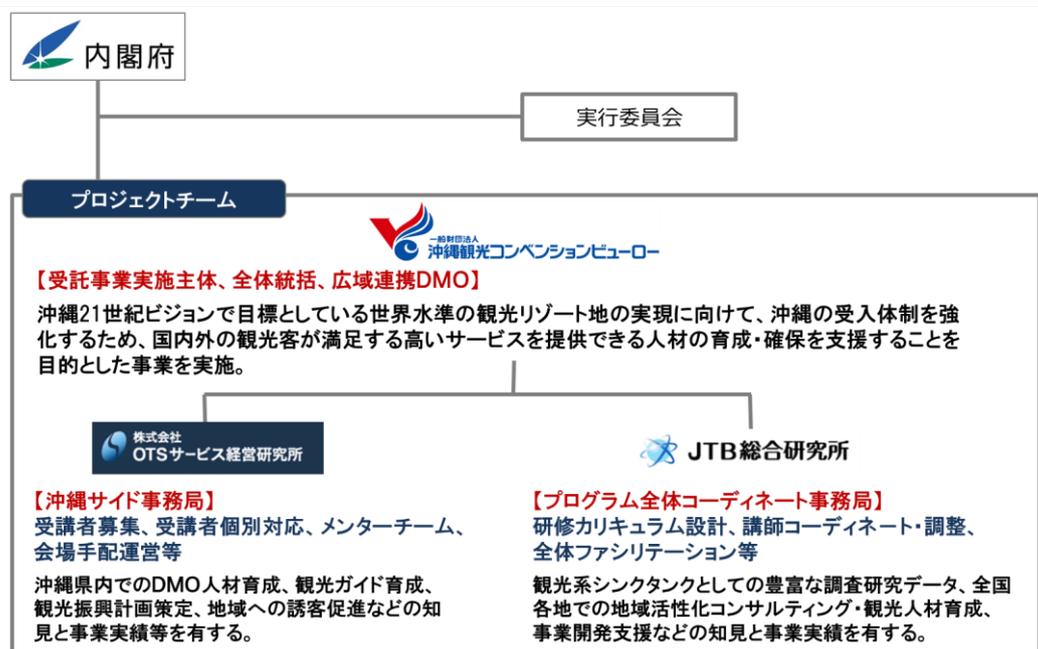
◆一方で、滞在日数や消費額はハワイの半分以下

ハワイ観光当局はあわせて17年の平均滞在時間が8.95日だったと発表しましたが、沖縄は16年が3.78日で、ハワイの半分以下にとどまっています。観光客の平均消費額も17年のハワイは1787ドル(約19万6千円)で、沖縄の16年は7万5297円でした。

沖縄はハワイを目標に観光振興に取り組んできた経緯があり、観光客数で抜いたことは一定の節目となります。今後は沖縄県のさらなる経済活性化にむけて、滞在日数や消費額を増やすため、さらなる**観光地としての魅力向上や商品開発、インフラ整備**などが必要になります。

このような背景において、本事業は、訪日外国人旅行者の急増などのツーリズムトレンドを活かして、「地域の稼ぐ力を引出し、県民所得の向上に取り組み」「世界水準の観光リゾート地OKINAWA」を目指す「沖縄コンベンションビューロー(OCVB)」を主体として、沖縄県の地域振興等に関する知見を有する「(株)OTSサービス経営研究所」、全国を俯瞰して観光振興に取り組む「(株)JTB総合研究所」の知見を結集して、「稼げる地域づくりの中核リーダー」の育成を目的として全力で取り組みます。

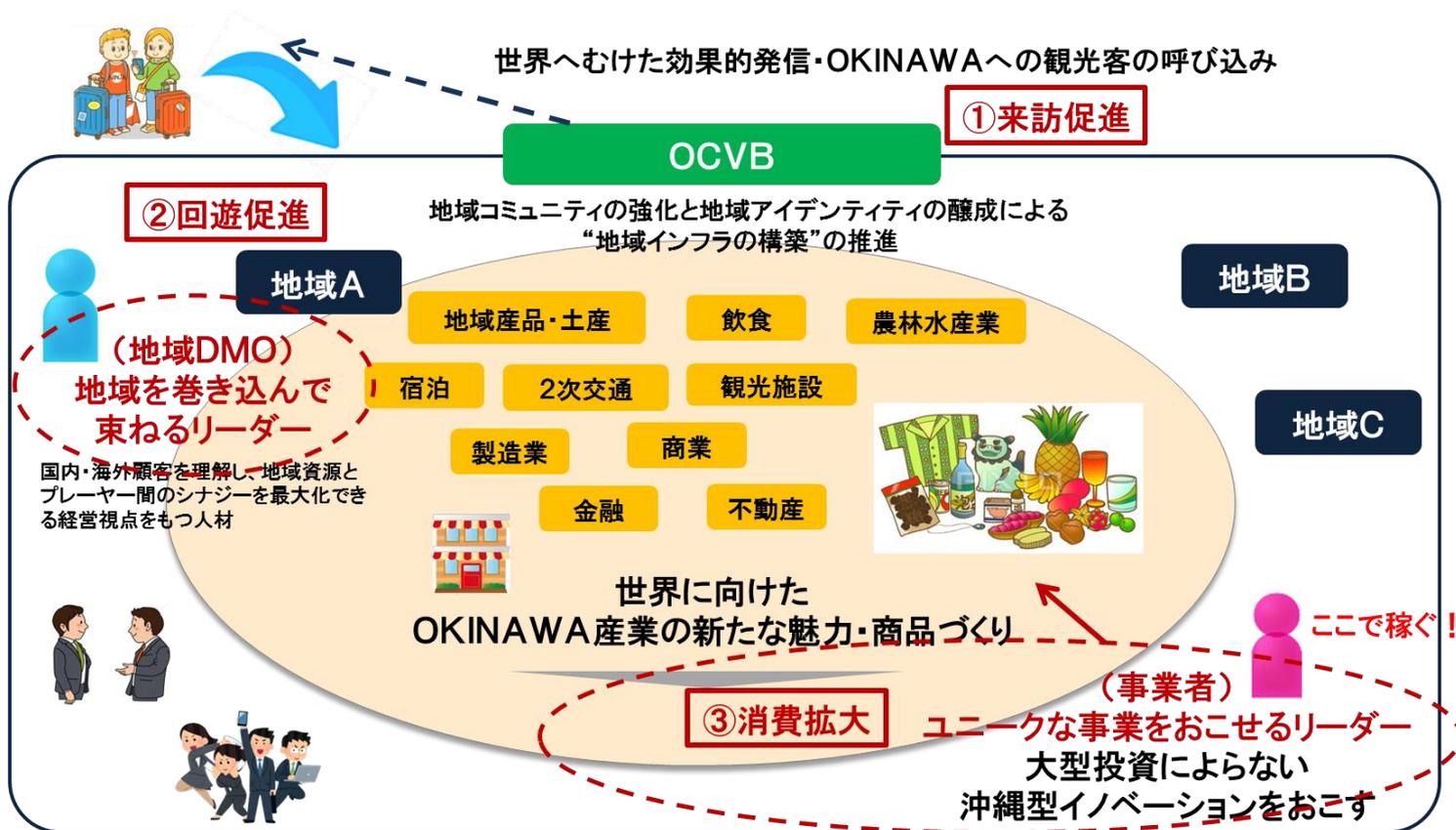
皆様の積極的な受講を事務局一同、心よりお待ち申し上げます。



本事業で「育成する人材像と知識・技能」

地域発(OKINAWA独自)の事業・商品開発ができる人材育成を目指します

本プログラムでは、
下記の2つの中核リーダーの育成を目指します。



1. 育成する人材像

- (1)ユニークな事業をおこせるリーダー候補(事業者)
観光施設・商業施設・飲食・商品製造加工販売・運輸会社・金融・不動産業など
- (2)地域を巻き込んで束ねるリーダー候補(地域DMO)
日本版DMO候補法人、観光協会の理事メンバーの企業など

2. 育成する知識・技能

- (1)ユニークな事業をおこせる力(地域発の商品・加工品などを造成する力)
デザイン・編集力、創造力、事業構想力、多面的思考など
- (2)地域の関係者を巻き込み、地元利益が還元される(地域が稼げる)
仕組みを考え、実行できる力
地域ブランディング、観光マーケティング、観光地経営に関する知識など

本プログラムの特徴

強力なサポート体制と地域発(OKINAWA独自)の事業・商品開発に向けたプログラム

1. 1泊2日の合宿型研修(全6回、うち1回は2泊3日の県外研修)

→同じ志を持つ仲間との絆が深まります。

2. 各回のテーマに精通した「主講師」に加え、実際にユニークな事業に実践で取り組んでいる「特別講師」による「特別講座」→必要な知識・スキルの修得とモチベーションアップにつながります。

3. 強力なサポート体制

きめ細かなケアにむけた「ワークショップファシリテーター」設置と、メンターチームによる受講者サポート(沖縄サイド事務局に設置)。

4. 「事前課題～合宿研修～オンラインフォローアップ(後述)」による、効果的かつ効率的なプログラム→「離島など遠方からの参加による時間的・費用的効率化」、「集合研修の延長線上のワークショップ内容の強化」「受講者のモチベーション継続」「講師・受講生間、受講生同士のコミュニケーション向上」を目的とした支援。

5. 講義(インプット)+ワーク(アウトプット)の基本構成

→「地域発(OKINAWA独自)の事業・商品開発」に向けては、正解は一つではない。講義中心の“教えてもらう”から脱却し、“自ら学び”実践力を鍛えるワークショップを多く取り入れ、ワークやディスカッションを多く取り入れます。

強力なサポート体制による全体フロー

■実施時期 : 2018年9月～2019年2月

■研修時間 : ①合宿研修(第1、2、4、6回)、離島研修(第3回)

1日目:13:30～18:00、2日目:9:00～15:00

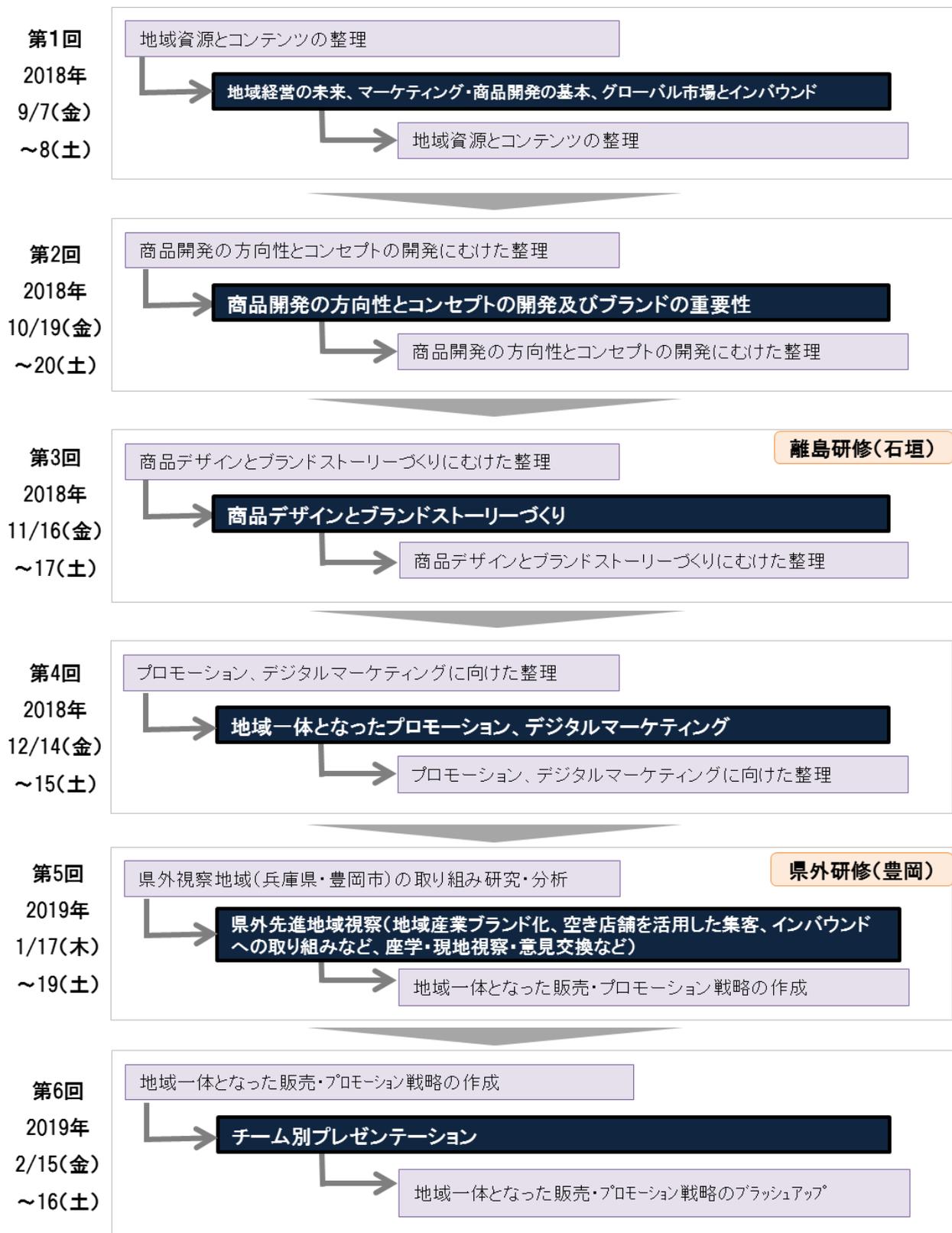
②県外研修(第5回)

1日目:14:30～18:00、2日目:9:00～18:00、3日目:9:00～12:00



地域発(OKINAWA独自)の事業・商品開発に向けたプログラム

「地域(沖縄)ならではの魅力・資源の発掘」～「資源の磨き上げと独自の売りの開発」～「商品ブランド・地域ブランドの構築」～「ターゲットニーズとのマッチングによる商品コンセプト・デザインとブランドストーリーづくり」等を通して、「地域が稼げる仕組みづくり」に基づいた、地域一体となった販売・プロモーション戦略を作成。受講後には計画に基づいた戦略を実行できるようになることを目指します。



地域経営の未来、商品開発の基本、グローバル市場とインバウンド

自分たちの地域の特性を活かして、地域を豊かにするために「何を使い」、「どんな形にして」、「どのような事業展開をするのか」。「各地の商品開発の具体的事例」を考察しながら、「商品開発の基本」、「好機となるグローバル市場とインバウンドの動向」、「各国ターゲットの嗜好やニーズ」などについて講師からのレクチャーと、「地域ならではの魅力・資源」の発掘に向けてワークショップによる討議や講師からのアドバイスを行います。

【主講師】 地域経営の未来、商品開発の基本

金丸 弘美
(かなまる ひろみ)



内閣官房地域活性化伝道師。
総務省地域力創造アドバイザー
地域ブランディング／物産品開発等

食環境ジャーナリスト、食総合プロデューサー。執筆活動のほか、食の総合プロデューサーとして、ワークショップのプランニングから、プロモーション、ツアーへの展開、公開授業、大学から幼稚園まで各学校での食の講師なども手がける。執筆活動のテーマは、地域デザイン、食育と味覚ワークショップ、食からの地域再生、環境問題、地域活性化。とくに農業、食材に関してはここ15年で北海道から沖縄まで全国の農村や町など1000ヶ所を取材。高知県農業創造人材育成事業総合アドバイザー。明治大学農学部食料環境政策学科兼任講師。フェリス女子学院大学国際交流学科専門科目「地域と食文化」非常勤講師。日本ペンクラブ会員環境委員会副委員長他。著書多数

【主講師】 グローバル市場とインバウンド

熊田 順一
(くまだ じゅんいち)



株式会社JTB総合研究所 主席研究員
グローバル・インバウンド等

2014年7月より日本人として初めて国連世界観光機関(UNWTO)へ観光庁の推薦で派遣。3年間アジア太平洋部門のシニアオフィサーとしてアジア太平洋観光行政部門の窓口をUNWTOで務める。世界情勢やトレンドを踏まえたマーケティング、ビジネスソリューション、調査を得意とする。



【特別講師】 料理が激ウマになる絶品塩ビジネス。宮古島発、故郷への愛が生んだ食卓革命

西里 長治
(にしざと ちょうじ)



株式会社パラダイスプラン
代表取締役社長

- ・「自分たちの島を守りたい」どん底親子が辿り着いた奇跡の塩
- ・「島の産品×塩100%」、宮古のためのスーパー
- ・日々の食卓が激変！素材の旨みを引き出す塩の専門店

今、日本中で様々な製法の個性あふれる塩が登場し、国の専売制の頃には考えられなかった「塩ビジネス」が拡大している。そんな急拡大する塩市場で急成長を遂げるのが、日本初の塩専門店「塩屋(まーすやー)」。貧しい故郷を何とかしたい...その一心で日本の食卓を変えた、感動物語。



【ワークショップファシリテーター】 齊藤 誠(第2、3回主講師)

商品開発の方向性とコンセプトの開発及びブランドの重要性

資源の磨き上げとUSP(Unique Selling Proposition=独自の売り)の発見、商品アイデアの発想法、商品コンセプトの開発(誰に、どのような価値を提供することによって、どんなベネフィットを与える商品なのか)、地域ブランドと商品ブランド構築に向けた講師からのレクチャーとワークショップによる討議や講師からのアドバイスを行います。

【主講師】 商品開発の方向性とコンセプトの開発及びブランドの重要性

齊藤 誠
 (さいとう まこと)


株式会社創造開発研究所
 代表取締役社長
 創造性開発・マーケティング・
 ブランディング等

早稲田大学政治経済学部経済学科卒業。国内及び外資系広告会社に通算22年間勤務し、DHL、マレーシア航空、香港観光局、ロールスロイス・ベントレー・フェラーリ、ジャックダニエル・アーリータイムスの他、金融、出版、食品等のマーケティングを担当。その後ダイレクトマーケティングサービスを提供する会社の取締役副社長に就任。2006年より株式会社創造開発研究所代表取締役社長。創造性に基づく企業戦略の他、マーケティング全般、特にブランディング、広告・PR、ダイレクト・マーケティング、CRMを専門分野として、企業や団体で「ブランディング」「ブランド戦略」「企画書の書き方」「発想技法」「プレゼンテーション法」など多数の講演やセミナー、ワークショップを実施している。

【ワークショップファシリテーター】 商品開発の方向性とコンセプトの開発及びブランドの重要性

高橋 誠
 (たかはし まこと)


株式会社創造開発研究所
 代表取締役会長
 創造性開発・マーケティング・
 ブランディング等

博士(教育学)。産業能率短大専任講師・経営管理研究所研究員を経て、1974年ブランド開発、新商品開発、人事採用支援・教育の専門会社創造開発研究所を設立、代表取締役となる。2007年より会長に就任。創造性開発の日本初の団体・日本独創性協会委員長に就任以来創造性の理論研究と実践を目指す。1979年発足の日本創造学会の創立に参画し、理事長、会長を経て現在に至る。商品開発、ネーミング・ブランド開発等実績多数。日本教育大学院大学名誉教授、一般社団法人日本起業アイデア実現プロジェクト理事長、NPO法人エコリテラシー協会理事長、日本創造学会理事(元会長・元理事長)、日本学術会議経営関連学会協議会理事。創造性、商品開発、ネーミング他著書77冊

【特別講師】 衣食住・環境・旅・暮らし、文芸・写真・美術・映画・音楽・伝統文化・カルチャー等の融合や連動をモチーフに

三枝 克之
 (みえだ かつゆき)


カルチャーカフェ《CAFE UNIZON(宜野湾市)》店主、
 企画プロデュースオフィス《office UNIZON》主宰、編
 集者(ビジュアルと言葉による本)、WEBプレス&
 ショップ《WAVE UNIZON》編集長

＜主な文章執筆など＞雑誌『BRUTUS』『Hanako』『& Premium』(マガジンハウス)、機内誌『コーラルウェイ』(日本トランスオーシャン航空)など多数、
 ＜主な企画編集した本＞『空の名前』朝日新聞『天声人語』での紹介、ドリカムの曲に登場するなど、「元祖・癒し本」「日本人の心のバイブル」として60万部を超えるベストセラーを記録した「空の図鑑」など多数、
 ＜主なプロデュースワーク＞南国ドロップス『社交街の誘惑』『Colonia』、ライブ、アルバムのプロデュース全般、マネジメントなど多数

商品デザインとブランドストーリーづくり

商品コンセプトに基づく具体的な商品アイデアの検討(市場性はあるか、継続的に売れるか)、商品化のポイント、商品アイデアの具体化、商品ブランドの要素(ネーミング・デザイン・ロゴ・パッケージ・スローガンなど)、ネーミングやキャッチコピー、ストーリー作りの方法、商品アイデアの精緻化に向けた講師からのレクチャーとワークショップによる討議や講師からのアドバイスをを行います。

【主講師】 商品デザインとブランドストーリーづくり

齊藤 誠
(さいとう まこと)



株式会社創造開発研究所
代表取締役社長
創造性開発・マーケティング・
ブランディング等

早稲田大学政治経済学部経済学科卒業。国内及び外資系広告会社に通算22年間勤務し、DHL、マレーシア航空、香港観光局、ロールスロイス・ベントレー・フェラーリ、ジャックダニエル・アーリータイムスの他、金融、出版、食品等のマーケティングを担当。その後ダイレクトマーケティングサービスを提供する会社の取締役副社長に就任。2006年より株式会社創造開発研究所代表取締役社長。創造性に基づく企業戦略の他、マーケティング全般、特にブランディング、広告・PR、ダイレクト・マーケティング、CRMを専門分野として、企業や団体で「ブランディング」「ブランド戦略」「企画書の書き方」「発想技法」「プレゼンテーション法」など多数の講演やセミナー、ワークショップを実施している。

【ワークショップファシリテーター】 商品デザインとブランドストーリーづくり

高橋 誠
(たかはし まこと)



株式会社創造開発研究所
代表取締役会長
創造性開発・マーケティング・
ブランディング等

博士(教育学)。産業能率短大専任講師・経営管理研究所研究員を経て、1974年ブランド開発、新商品開発、人事採用支援・教育の専門会社創造開発研究所を設立、代表取締役となる。2007年より会長に就任。創造性開発の日本初の団体・日本独創性協会委員長に就任以来創造性の理論研究と実践を目指す。1979年発足の日本創造学会の創立に参画し、理事長、会長を経て現在に至る。商品開発、ネーミング・ブランド開発等実績多数。日本教育大学院大学名誉教授、一般社団法人日本起業アイデア実現プロジェクト理事長、NPO法人エコリテラシー協会理事長、日本創造学会理事(元会長・元理事長)、日本学術会議経営関連学会協議会理事。創造性、商品開発、ネーミング他著書77冊

【特別講師】 ファッションという視点で未来の市場を見据え、アパレル、化粧品、流通、家電、インテリア関連の企業と、ブランド開発・デザイン開発などのプロジェクトを行う

川島 蓉子
(かわしま ようこ)



伊藤忠ファッションシステム
株式会社取締役、ifs未来研究所
所長

ジャーナリスト。多摩美術大学非常勤講師。著書にジャーナリスト。多摩美術大学非常勤講師。著書に「社長、そのデザインでは売れません!」「TSUTAYAの謎」、「伊勢丹な人々」、「Francfrancフランフランの法則」、「虎屋ブランド物語」、「ブランドのデザイン」など多数。商品開発の在り方・デザイン・流通等。



地域一体となったプロモーション、デジタルマーケティング

プロモーションの考え方(ターゲット設定/プロモーションコンセプト/媒体選択など)、プロモーションコンセプト・スローガンの作成、映像コンテンツ作成のポイント、販売戦略(誰に対してどのようなルートやチャンネルで販売するか)、マーケティング・プロモーション戦略の策定に向けた講師からのレクチャーとワークショップによる討議や講師からのアドバイスをを行います。

【主講師】 マーケティング、プロモーション

吉口 克利
(よしぐち かつとし)



株式会社JTB総合研究所 主席研究員

(株)JIC(現JTBコミュニケーションデザイン)主任研究員、(株)サーベイリサーチセンター 新規事業開発部長等を経て平成28年4月より現職。観光マーケティング、調査事業を中心に国、自治体などの様々な観光関連事業に携わる。修士(政策学)。

【主講師】 デジタルマーケティング

永海 靖典
(ながみ やすのり)



株式会社クロスフェイス マネージングディレクター&CEO、株式会社N&Concept マネージングディレクター

①地域DMOの立ち上げ、サービス設計・導入、②大手リゾートのブランディング、マーケティング戦略の立案・導入、③地域・観光リゾートのブランディング、マーケティング戦略の立案・導入、④地域観光ブランディング、マーケティング、プロモーションに必要な調査業務、⑤地域・観光リゾートのロケーションセレクション、⑥地域商業施設のブランディング、マーケティング戦略の立案・導入、⑦中部広域DMO立上げ支援

【主講師】 デジタルマーケティング

渡邊 賢一
(わたなべ けんいち)



株式会社XPJP 代表取締役社長 エクスペリエンス・デザイナー、一般社団法人 元気ジャパン 代表理事 ソーシャル・デザイナー

国際電信電話(現KDDI)、朝日新聞社、内閣官房 地域活性化統合事務局に勤務 後、2010年に地方創生プロデュース法人(社)元気ジャパンを設立し、世界各国を舞台にクールジャパン、インバウンド、輸出促進、文化交流分野の事業を展開。2015年に海外クリエイターとのパートナーシップを軸としたエクスペリエンス・デザイン法人(株)XPJPを設立し、映像コンテンツ制作、デジタル・マーケティング、イベント・プロデュース等を強化。慶応義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究所 研究員。日本ガストロノミー学会プロデューサー。

【特別講師】 地域ビジネスの仕掛け人

畦地 履正
(あぜち りしょう)



株式会社四万十ドラマ 代表取締役

最も注目される地域ビジネスを展開する企業のひとつである「四万十ドラマ」。「ローカル・ローテク・ローインパクト」四万十川に負担をかけないものづくり。地域資源の「生産の現場」を保全しながら、活用し、そこから生まれた「商品」が地元に戻って来る「地元発着型産業」のトップランナー。商品販売だけではなく、四万十川をテーマに、本当の豊かさとは何かを考えるネットワーク会員制度「RIVER」を運営、情報交換や交流会を通じて田舎と都会の双方向の村づくりをすすめている。

【ワークショップファシリテーター】 齊藤 誠(第2、3回主講師)

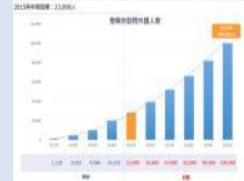
県外研修(兵庫県豊岡市)

※受講者正式決定後に、具体的な視察先を調整致します

ローカルの魅力を磨き上げ、世界に評価される「小さな世界都市」を演出 ～豊岡市のローカル&グローバル～

1. 受け継いできたものを守り、育て、引き継ぐ

風光明媚な温泉街で浴衣を着て散策する外国人客が急増
城崎温泉を有する豊岡市は、わずか5年で訪日外国人観光客は40倍以上に増加。



2. 芸術文化を創造し、発信する

閉館されていた「芝居小屋」を「城崎アートセンター」として復活させた。舞台芸術に特化した国内最大のアーティスト・イン・レジデンスで、世界各地からアーティストの滞在希望が寄せられ、著名なアーティストの滞在や若手育成の場にもなっている。



3. 環境都市『豊岡エコバレー』の実現

「コウノリのまち」でもある豊岡市では絶滅したコウノリを復活させ、特産のコウノトリ米はブランド米として、毎年、早々と売り切れるほどの人気ぶりとなっている。



4. 内発型の産業構造を創る

豊岡靴ブランド化と空き店舗再生を組み合わせさせた商店街の集客拡大

地場産業である豊岡靴ブランド化と空き店舗再生を組み合わせ、他地域と差別化した商店街の個性・魅力づくりに注力し、職人育成の仕組みを組み込むことにより、まちの将来を担う人材の継続的な育成に取り組む。



出所：兵庫県靴工業組合

5. 『小さな世界都市』市民を育てる

「Local & Globalコミュニケーション教育」は、①系統的に豊岡のことを学ぶ「ふるさと教育」、②幼稚園や保育園から始める英語教育、③演劇によるコミュニケーション能力向上の3つを柱とする。また、高校での「地域国際系列」創設や、観光コミュニケーション、アートマネジメントを学べる県立専門職大学誘致にも取り組んでいる。



県外研修(兵庫県豊岡市)

※受講者正式決定後に、内容・スケジュール調整致します

行程(予定)

日時	行程	宿泊
2019年 1月17日 (木)	那覇(07:45)～(航空機)～関西空港(09:45)～(貸切バス)～豊岡(14:00)頃 ○地元産業ブランド化&空き店舗活用した集客事例視察 ・靴産業・観光産業の取組み(座学)・Toyooka KABAN Artisan Avenue ・カバンストリート ○産業人材育成、工場視察 ・靴縫製者トレーニングセンターなど	豊岡市内泊
2019年 1月18日 (金)	○地元観光資源を活かしたインバウンドへの取組視察 ・城崎温泉街(散策できる街づくり)、温泉街店舗 ○地元関係者との意見交換会など	城崎温泉泊
2019年 1月19日 (土)	AM まとめ 豊岡(12:00)頃～(貸切バス)～関西空港(15:30)(16:30)～(航空機)～那覇(18:35)	

【主講師】 一般社団法人豊岡観光イノベーション(地域連携DMO)

(連携)豊岡市:大交流課(観光地マーケティング、プロモーション)、エコバレー推進課(環境経済の推進、地場産業の振興)、農林水産課(農産物の販売促進)、都市整備課(地域公共交通の整備)、京丹後市観光振興課(京丹後市エリアマーケティング等)、兵庫県但馬県民局地域政策室(但馬エリアマーケティング等)、WILLER CORPORATION(株)、宿泊事業者、体験事業者など

【特別講師】 山下 真輝(やました まさき)



株式会社JTB総合研究所 主席研究員
地域活性、DMO

全国各地から講演会やパネルディスカッションの出演依頼も多数あり。全国各地の観光地域づくりや6次産業化に関するセミナーやシンポジウムにおける講演活動や観光人材育成講座の講師など観光分野の各種委員を多数務めている。内閣官房地域活性化伝道師。

プレゼンテーション・地域一体となった販売・プロモーション戦略

「地域(沖縄)ならではの魅力・資源の発掘」～「資源の磨き上げと独自の売りの開発」～「商品ブランド・地域ブランドの構築」～「ターゲットニーズとのマッチングによる商品コンセプト・デザインとブランドストーリーづくり」等を通して、「地域が稼げる仕組みづくり」に基づいた、地域一体となった販売・プロモーション戦略のプレゼンテーション。講師や受講者同士のディスカッションを通して内容をブラッシュアップし、受講後には計画に基づいた戦略を実行できるようになることを目指します。

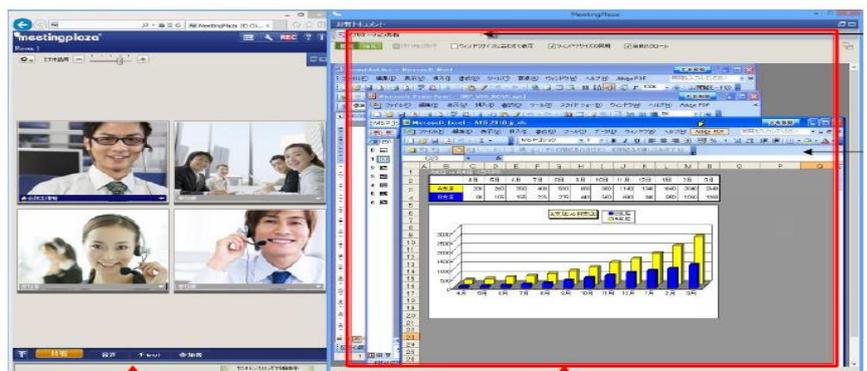
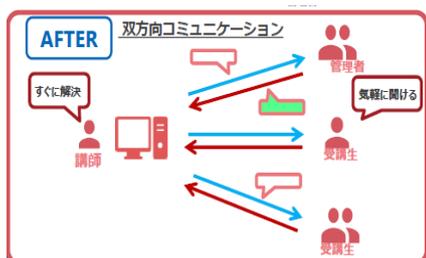
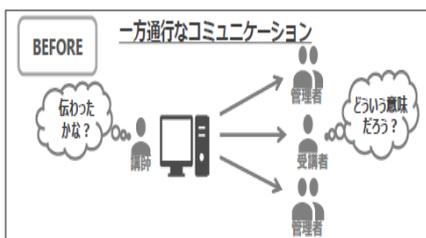
オンラインフォローアップ

「離島など遠方からの集合研修参加による時間的・費用的効率化」、「集合研修の延長線上のワークショップ内容の強化」「受講者のモチベーション継続」「講師・受講生間、受講生同士のコミュニケーション向上」を目的とした支援として、6回の集合研修に加えて、ICTを活用した「オンラインでのフォローアップ」を実施します。

*パソコン通信環境があれば、都合の良い場所で受講可能。
(1時間程度×6回。実施日時は別途)



従来のオンライン教育で多くみられる「一方通行なコミュニケーション」ではなく「講師と受講生との双方向コミュニケーション」を実現する。



講師・受講者表示領域

資料表示領域