講座基本情報	
講座名称	魅力ある観光地域デザイン ーデザインの視点から問題を解決するー
講師名	市角壮玄、須子善彦

講座イメージ	
時間数	約４時間（イントロダクション、ユニット×4、まとめ）
時間割	・イントロダクション ・ユニット１　『地方創生につながる観光地域』 　地方創生の柱のひとつとして期待される地域の観光の現状と課題について整理したうえで、地方創生につながる要件について理解を図ります。 ・地域創生における観光の役割・効果 ・観光地域づくりの現状と課題 ・地域地域づくりの定義と形態 ・観光地域のためのデザイン思考概要 ・自治体規模別の事例紹介（政令市、中核市、市町村） ・ユニット２　小笠原の事例にみる観光地域デザイン 　小笠原の事例を参考に地域の「魅力」とは何か問いながら、受講者が自らの地域に目を向ける契機とします ・地域の特性を生かした事例紹介(小笠原) ・自治体施策や体制（領域横断や連携・協働を促すため仕組みづくり） ・地域文化の継承と再発見、創造の重要性 ・観光地域づくりと CRM・エコツーリズム・観光客との主客融合 ・地域の特性を魅力に変える「創造性の付加」の視点 ・観光地域を持続可能な形にするための要件 ・ユニット３　地域一体となった持続可能な観光地域づくりの体制』 　京都の観光地域デザイン例を参考に 　地域創生につながる観光地域づくりの実現に向けた自治体が取り組む施策や体制づくり、「魅力ある観光」を支える地域の担い手やアーティストやクリエイターの確保への理解を図ります。 ・地域の特性を生かした事例紹介(京都) ・地域文化の継承と再発見、創造の重要性 ・自治体施策や体制（領域横断や連携・協働を促すため仕組みづくり） ・地域の特性を魅力に変える「創造性の付加」の視点 ・「観光」を支える地域の担い手づくりと地域に「文化的魅力」を担保する「創造源

	（アーティストやクリエイター）」の確保 ・観光地域を持続可能な形にするための要件 ・ユニット４　『観光地域のブランディングと産業化』 本講義では、魅力ある観光コンテンツにデザインの力を加え、地域ブランディングへ発展させること、観光を産業化させることの重要性について理解を図ります。 ・地域ブランディングとマーケティングの定義 ・地域ブランディング及び産業化の事例 ・観光庁が促進する日本版 DMO ・自治体規模別の事例紹介（海外） ・観光地域のエクスペリエンスデザインにおけるデザイン思考の活用法 ・地域の特性を生かした事例紹介（東日本大震災を契機にした事例を含め） ・まとめ
試験方法	ユニット毎の確認テスト（択一問題）および、ディスカッションにおける発言数と講義受講
合格判定基準	ユニット毎の確認テストで平均 70%以上の合格及び、講座毎のディスカッション最低発言回数、70%以上の講義視聴状況で評価を行い、講座修了を判定する

講座の特徴及び関連スキル
本講座の特徴 「歩きやすい道は技術でつくれる。だが歩きたくなる道は文化でしかつくれない。」 「魅力ある観光地域」とは「文化のある地域」に他なりません。地域の文化の創造こそが、永い未来にわたって地域を支える観光資源だという視点を持つことが、地域の魅力づくりには不可欠です。地域文化を創出し、その魅力に地域内外から人が集うことで、優秀な人材（担い手）を確保することが可能となります。 本講座は、魅力ある(観光)地域づくりとは本来どうあるべきか、中長期的な視点で取り組まれている事例と方法論を解説します。 地方自治体の観光課は目先の数字で判断される事が多く、長期的な視野で地域を魅力的にする視点を持つことが難しいのが現状です。広く文化事業での骨太な地域づくりをしていくには、従来の観光という枠組みを超え、自らが積極的に地域に関わり、地域の人材や外部 NPO などとの協力など従来とは異なるスタイルが求められます。本講義の議論を通し、これからの地域づくりのあり方について考察していきます。 伊勢志摩サミット関連を始め、多数の地域活性化のブランディング・アートディレクションの活動を行っている講師と、ヨーロッパ、ASEAN での地域ブランディングに参画するアートディレクターの実践的知見を学べる点が本講座の特徴です。

関連スキル等

事例分析能力、政策形成力が挙げられます。

受講で得られる知識・スキル・コンピタンス

知識

・観光地域づくりに関する基礎的知識

・観光地域づくりの現状と課題

・観光地域づくりに必要な地域ブランディングの手法

・地域の特性を活かした創造性付加の方法

スキル・コンピタンス

・事例分析能力

・コミュニケーション力

・領域横断的な組織形成力

・政策形成力

講師紹介

市角壮玄

ビジネス・ブレークスルー大学 経営学部　IT ソリューション学科　専任講師

2003 年、大学在学中より hoxaigraphics としてデザイナー・アートディレクターとして活動。

世界各国を旅しながら、航空会社・大手シネマチェーン・ランジェリーブランドなどの WEB と広告を製作・イラストレーターとして絵本等出版。課外活動として自己ブランディングしたユニットによる国内外の雑誌、テレビなどにも多数出演。

BBT 大学で『WEB サイトデザイン』の講義を担当する一方、2013 年よりタイのバンコクでデザインとアートディレクションの講師として活動。

それまでの経験を活かし、2015 年より株式会社アマナ等の企業研修の現場でデザインシンキングの講義とワークショップを行っている。

伊勢志摩サミット関連を始め、地域活性化のブランディング・アートディレクションの活動多数。ヨーロッパ、ASEAN での地域ブランディングに関する事例にも精通する。

須子善彦

経営学部　IT ソリューション学科　専任准教授。

BADO 株式会社 Founder 兼 CEO. / ＮＰＯブラストビート理事。

函館市出身。慶應義塾大学 SFC 政策・メディア研究科にて博士号取得。

学生時代には国際学生 NPO AIESEC にて活動。2000 年頃より今日でいう SNS を研究し、在学中に IT ベンチャー Beat Communication 創業。

2005 年 IPA 未踏ソフトウェア創造事業「天才プログラマ・スーパークリエータ」認定。 地域 SNS に関する著書『地域 SNS 最前線 Web2.0 時代のまちおこし実践ガイド』(共著)の執筆をきっかけに地域創生、ソーシャルイノベーションに関心を持ち、海士町の取り組みに関与、旅人（よそ者・若者・バカ者）が与える可能性を痛感する。 その後、ソーシャルベンチャー ユナイテッドピープル株式会社での CTO 兼新規事業担当を経て、教育ベンチャーBADO 株式会社を創業し、旅の奨学金などを通して地域を育てる若者を育成。

研究テーマは、新たな Project Based Learning 手法として注目される「マイプロジェクト」を用いたアントレプレナー教育・マインドフルネス。その他の活動分野のキーワードは、プログラミング教育, EduTech, リモートワーク, e-learning 時代の新しい学習環境創り。

中小企業基盤整備機構 TIP*S 講師（マイプロジェクト）。元 埼玉工業大学非常勤講師（ボランティア論、マイプロジェクト）。

・元、 (独)中小企業基盤整備機構ナレッジアソシエイト」

・『地域の美味しいものづくり ～農商工連携・６次産業化による商品開発、販路開拓とその支援』共著