



京都大学経営管理大学院 観光経営科学コースの紹介

2021年
入試説明会



世界に選ばれるKYOTOで 世界に選ばれる観光M B A

- 観光立国日本の発展
 - 観光地域経営の高度化と魅力ある文化の国際発信
 - 観光産業の経営高度化とサービスイノベーション
- 観光地経営（Destination Management）の戦略的展開
 - 観光地域の文化と魅力を分析、戦略的マーケティングを行える人材の開発
 - 観光産業において生産性向上とおもてなしサービスのイノベーションを行える人材
- 世界一の観光都市「京都」から観光M B Aの育成



（出所）Travel and Leisure, 2014, February.

国際観光都市での観光MBA



図4. マーケット・マネジメントチームと遠藤さん

MICE Japan 2020・3月号 19



京都大学観光MBA ウィーン観光局インターンシップ体験記

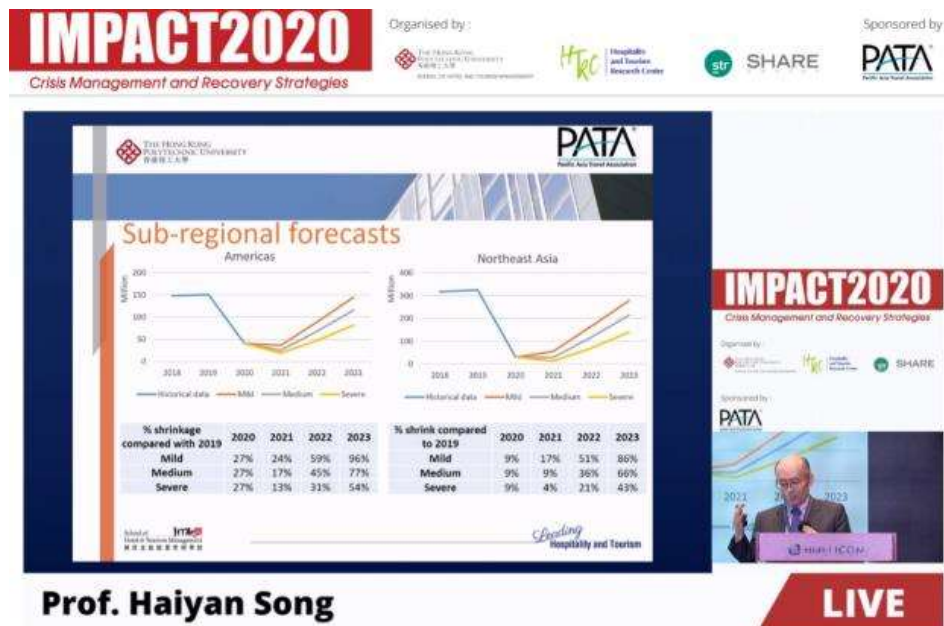
(一社)MICE 総研 上席研究員／京都大学経営管理大学院 博士後期課程 西本 恵子

京都大学経営管理大学院に昨年設置された「観光経営科学コース」(通称：観光MBA)では、MICEグローバル・イ

産業の魅力に触れる機会を設けること、その気づきを日本のMICE産業界に持ち帰り共有することで、日本のMICE国際

課題:世界的な観光需要減退と観光イノベーション

PATAのトレンド予測での 2022年までの低迷



(出所) 香港理工大学Haiyon SONG教授のIMPACTでの2020年10月30日講演より

2年程度の需要低迷

- 需要の不安定化～5－7割の収入
 - 新型感染症とインバウンドの急減
 - 宿泊分野への新規投資の抑制
- 接触、移動型サービスの低迷
 - イベントの自粛傾向
 - 運輸産業の疲弊
- 観光産業のコスト増大
 - 衛生コスト増大
 - 社会的距離による生産性低下
- インバウンド再来に向けた体制整備
 - 2国間交流関係（トラベルバブル）の形成
 - 受入体制の整備

I . 観光MBAコースの目的と特徴

京大観光MBAコース: 概要

- 設立経緯

- 国際的に成長する旅客需要と国内需要停滞への対応を背景とする、観光産業の生産性向上とサービス革新、また、観光地域における地域経営と文化発信、といった社会的課題への取り組みを進めるため、観光経営に関わる文理融合の研究成果を活かしたカリキュラムを持つ「観光経営科学コース」（観光MBAコース）を、観光庁の助成を受けて、2018年度より京都大学経営管理大学院に設立

- 学位: 経営学修士（専門職）(MBA: Master of Business Administration)

- * 国際認証資格: ABEST₂₁取得

- 定員: 10名程度

- 修業年限: 2年

- 募集スケジュール:

- 11月募集／12月最終土曜日面接試験（毎年の入試日程を見てください）

観光経営人材のコンピテンシーモデル

ビジネススクールのコンピテンシーは共通のラーニングゴール 観光経営人材のオプション・コンピテンシー

1. **【態度】** 観光経営を通じて世界、日本、地域に貢献しようという意思を持っている
2. **【マネジメント】** 観光ビジネス、観光地における問題発見、問題解決、それを推進するための調整、交渉、組織化をすすめることができる
3. **【情報活用】** 観光ビジネス、観光地、観光客に関する調査、情報収集、データ分析、情報統合をすすめ、情報を活用できる
4. **【マーケティング】** 標的顧客を設定し、観光ビジネス・観光地の魅力を適切な方法で発信し、顧客のニーズや不満を把握することができる
5. **【ホスピタリティ】** 日本・地域のホスピタリティを科学的に分析し、サービス・イノベーションをすすめることができる
6. **【アントレプレナー】** IT等テクノロジーの活用を含めた新しい観光ビジネスを開発することができる
7. **【文化理解】** 異文化感受性が高く、日本・地域の文化を理解・受容し、かつ、海外の異なる文化の視点を理解・受容することができる

Ⅱ．観光経営における 新たな経営学的視点

観光経営における新たな視点



1. 国際的な集客促進と地域
発展



2. サービス・イノベーション
による収益力

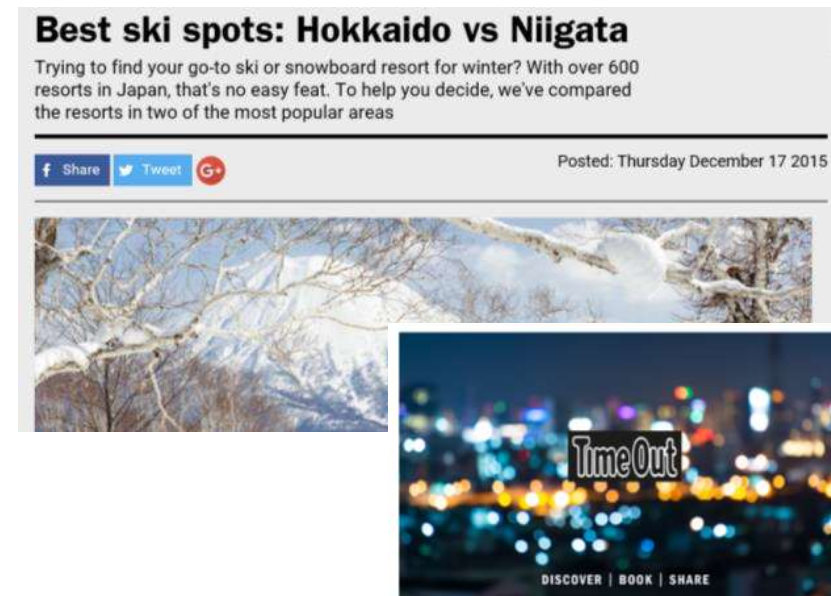


3. 新たな事業開発による産
業発展

1. 国際的な集客競争と地域発展

- 国際旅行客増大＝観光地競争力の問題化
 - 「旅行者拡大は、観光地域間で、集客での競争力という新たな経営問題を生み出しつつある」(The Economist, 1998, Jan. 10)
⇒ 顧客のターゲット設定と効果
- Destination Management（観光地域の経営と集客促進戦略）の重要性
 - マーケティング＋プロモーション
 - 地域のステークホルダー管理
 - 政策と戦略
 - 観光客への情報発信
 - 財務戦略
 - リスク管理

例：タイムアウト誌で外国人に激論される日本のベストスキー場
ニセコVS妙高高原



(出所) <https://www.timeout.com/tokyo/travel/best-ski-spots-hokkaido-vs-niigata>

2. サービス・イノベーションによる収益力

- サービスの革新による収益力増大
 - 観光産業の低収益性課題
 - 新規サービスによる収益力増大
- 顧客経験を増大させるサービスの開発
 - 価格だけではなく経験を求める
 - 経験内容の質向上と新鮮さ
- 顧客目線で感動を与えるサービス開発



(出所)
http://ord.yahoo.co.jp/o/image/SIG=11i8izfq/EXP=14434310851_ylc=X3IDMgRmc3QDMARpZHGDMARvaWQDQU5kOUdjUkJuS2V5dTAtaWZvWG9acVVNWxc1W11CbWhCeDhqOXJLdktXNVgHSUvLZUNaalp2dHFJM195TW1eQRwAzQoSzUoNEtyNDRLazQoToEoNEtrNDRPVDQoT3ooNET3BHBvcwMxBHNIYwNzaHcEc2xrA3Jy/*
<https://retrip.jp/articles/4334/>

ロボットが対応する「変なホテル」



無料スマホサービスを
始めた香港のホテル



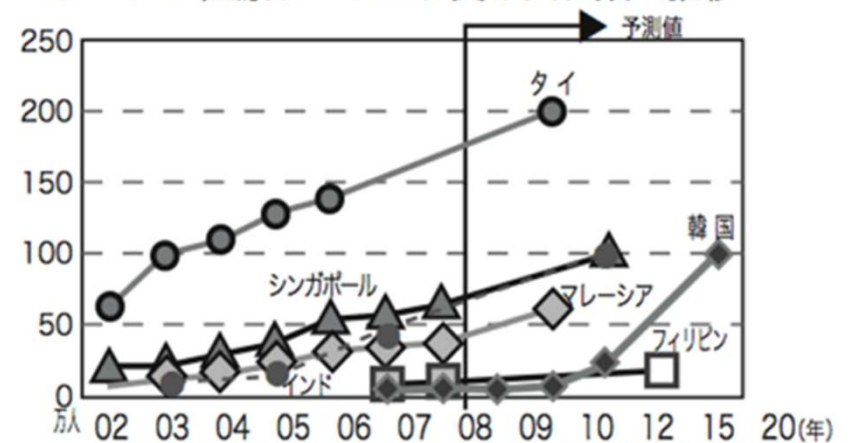
(出所) <http://www.h-n-h.jp/>

(出所)
https://www2.jhc.jp/contents/election-h/hkg_smartphone/top.php

3. 新たなサービス開発による産業発展

- 新たなツーリズムと地域開発
 - エコツーリズム
 - MICE
 - 農業ツーリズム
 - 芸術・ツーリズム
 - 医療ツーリズムなど
- 新たな顧客経験の創造力が問われる
 - コロナ後に求められる新たなサービスのデザイン
- 新規事業開発とベンチャーの拡大

アジアの医療ツーリスト受け入れ数の推移



各国政府、国際医療協会、商工会議所などの資料をもとに
日本政策投資銀行産業調査部が作成

出典) 日本政策投資銀行 産業調査部

『進む医療の国際化～医療ツーリズムの動向～』

Ⅲ. カリキュラム

科目開発の狙い

1. 基礎、専門、実務、発展の4段階

- 国際認証ビジネススクールの基礎・専門科目
- サービスマネジメント領域での実務、発展

2. 観光経営の特性

- 日本の観光の魅力を内外に発信、集客
- ホスピタリティの経営と革新
- 国際的な水準のホスピタリティとツーリズムの経営

京大観光MBAのカリキュラム構成

基礎科目

- 全般的経営能力の基礎
- マーケティング、会計学、ファイナンス戦略、組織、統計

専門科目

- 観光経営に関する専門能力
- サービスのマーケティング、デザイン、デステネーション・マネジメント

実務科目

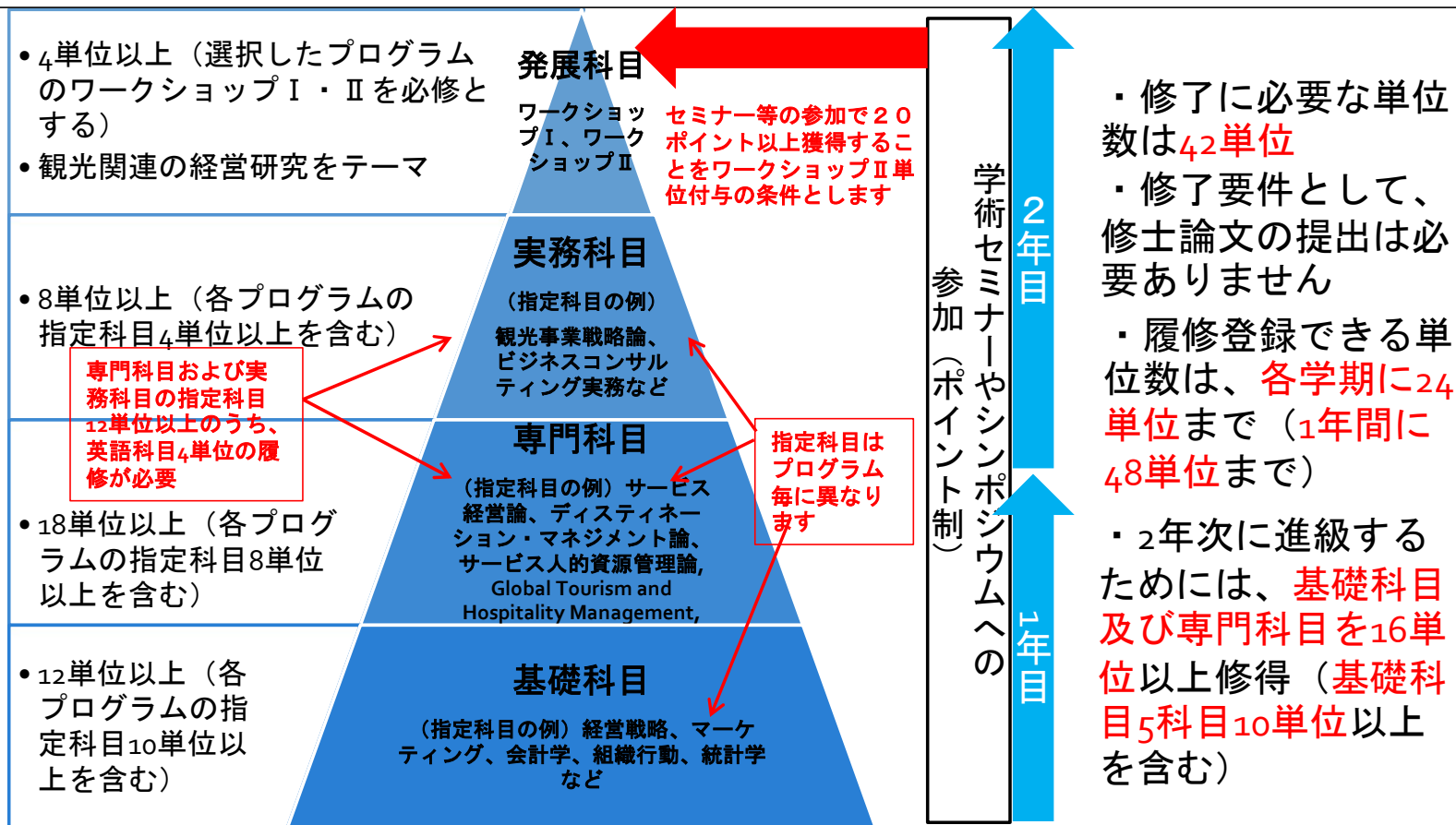
- 観光とサービスの経営の最先端の実務の理解
- 実務家講演、事業開発、インターンシップなど

修了研究

- 観光経営革新のソリューションの研究
- 事例分析、フィールドワーク、プロジェクト、ビジネスモデル研究など

観光経営科学コース (サービス&ホスピタリティプログラム所属)

経営学修士(専門職)(MBA)＝観光立国に貢献し、観光サービスに関わる経営コンピテンシーを備えた
マネジメント人材(高度専門職業人)



観光分野に勤務または参入
予定の社会人
(3年以上勤務)

経済学

経営学

観光学

その他

科目開発の特徴

- (1) 国際的視点での観光経営論
- (2) 経営者との対話：ビジネスケースと実践
- (3) 国際／国内インターンシップ：現場の協働体験
- (4) プロジェクト：現場の課題分析とソリューション
- (5) オンライン化の取組

(1) 国際的視点での観光経営論

(1) 国際科目の設置

- ・ 国際的な視点での観光、ホスピタリティ・マネジメントに関する英語講義
- ・ 経営管理のさまざまな領域の英語講義展開（戦略、マーケティング、組織、ファイナンスなど）

(2) 国際観光経営セミナー

- ・ 国際的な観光経営研究者の研究セミナー

(3) 国際・国内での観光経営学会議での意見交換

- ・ APacCHRIE2020での報告



Branding Tourist Destinations: The State of the Art

Aradhna Pizam
Rosen College of Hospitality Management
University of Central Florida
Orlando, Florida U.S.A.



(2)経営者との対話：ビジネスケースと実践

- 観光実務家セミナー実施
- 国際経営者と英語ワークショップ（Ritz Carlton, MGMなど）
- ハーバードケースメソッドと実践



(3) 国際／国内インターンシップ： 現場での協働体験

- ・ パリ国際会議場
- ・ 台湾国際会議場
- ・ ウィーン観光局
- ・ 国際会議場連合総会インターン
- ・ 関西観光本部
- ・ 京都市観光協会
- ・ MGMリゾート（仮想）



図5. 元ICCA理事・ウルリケ・アーノルドさん達と北邨さん



多言語対応の経済効果の測定



・ 施設の増設増強につながる考えのもとに、多言語対応の経済効果を示す
2018年 観光庁の調査によると、21 施設が「多言語対応の少なさ、分けにくい」として「多言語対応で特に関心した場所は観光部・観光局」と回答。全体的に全体の10%。

出典：観光庁2018年「訪日外国旅行者の動向」における外国人観光客に関するアンケート調査結果

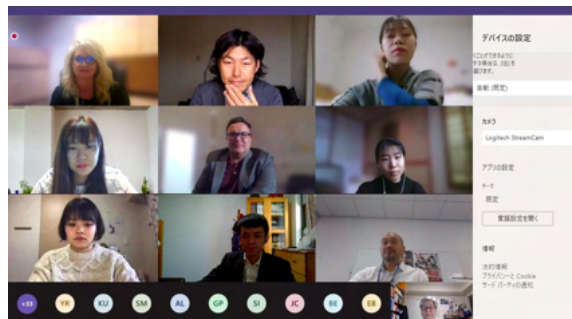
MGM Resorts International Virtual International Internship



MGM RESORTS
INTERNATIONAL™

概要

- オンラインインターンシップ
- MGMラスベガス本社のマネージャーとの共同作業
- 日程：3月初旬の4日間
- 最終に英語プレゼンテーション
- 7人のMBA学生の参加



トピック

- カジノと社会的責任
- 人的資源管理
- レストランサービス
- ホテル経営
- 持続的経営
- エンターテインメント
- MICE
- 感染症対策
- IT など



(4) プロジェクト

1. DMOマーケティング: オーバーツーリズムの解消

- 京都市観光協会プロジェクト

2. 観光と地域活性化

- 越前市プロジェクト
- 東伊豆・熱川プロジェクト

3. ソーシャルイノベーション

- アビーム・コンサルティング

4. 国際海外観光学会研修

- 国際会議 APacCHRIE



京都 NEWS WEB

観光客混雑緩和の研究成果報告会

02月12日 18時09分



観光客による混雑を緩和しようと京都市観光協会と京都大学が共同で行ってきたマーケティングに関する研究成果報告会が12日行われました。

この研究は、観光客が観光情報サイトをどのように利用して行き先や交通手段を決めているかを分析し、混雑の緩和に役立てようといわれたもので、京都市左京区の京都大学で12日、その成果が報告されました。

このうち、英語圏の観光客に交通機関の混雑情報を伝える場合は、「ストレスのない旅行につながる」というポジティブな表現よりも「混雑するかもしれない」というネガティブな表現を使った方がアクセスされる割合が高かったということです。

また、中国人観光客では、穴場とされる観光スポットの情報には関心を示しにくいものの、混雑の情報については比較的高い関心を示すことなどがわかったということです。

NHK NEWS WEB (2020). "観光客混雑緩和の研究成果報告会." NHK京都府のニュース, Retrieved 2月18日, 2020年, from <https://www3.nhk.or.jp/lnews/kyoto/20200212/2010005732.html>.

京都市観光協会共同研究プロジェクト 「京都観光復興マーケティング」

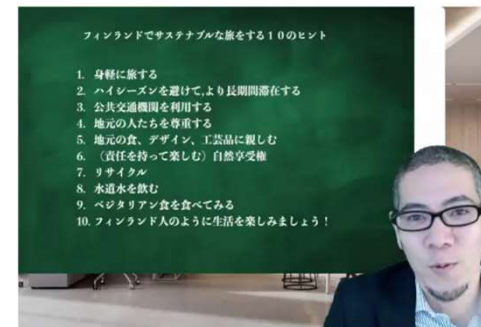
トピック

- ・ 観光復興シナリオ分析
- ・ 京都コアファン層集客
- ・ ソーシャルメディアマーケティング
- ・ 京都旅館経営調査
- ・ 京のワーケーション商品開発



3月5日オンライン公開セミナー

- ・ 基調講演
 - ・ やまところ 村山氏
 - ・ 「アフターコロナの観光再生」
- ・ 共同研究報告
 - ・ 5トピックの報告



美山プロジェクト

(2019年5月南丹市美山観光まちづくり協会と協力協定締結)

- 美山観光ビジョン策定
 - 2020年6月～2021年2月
(毎月本会議と準備会議@美山)
 - 2021年4月に正式発行予定
- 観光動態調査
(かやぶきの里での
観光客へのアンケート)
2020年9月

【観光ビジョン策定会議】



【観光動態調査】 2020年9月



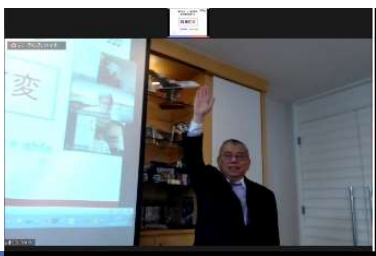
(5) オンライン化での新たな取り組み

オンラインセミナー

- 香港・エバークロースツアーズ
- ボストンコンサルティング
- リージェンシーグループ：富裕層ツーリズム
- 香港理工大学：IMPACTセミナー
- UNWTOセミナー

オンラインプロジェクト

- 京都市観光協会プロジェクト
 - 「京都観光復興マーケティング」
 - 京都府美山DMO高度化
- オンラインインターンシップ
 - ICCA総会派遣
 - MGMリゾート



第2期の卒業生の研究テーマ一覧

氏名	業種	テーマ	受賞
A	外食	飲食企業に求められるサービスマネジメント	優秀
B	宿泊	日本のインバウンド増加へ 東南アジアの魅力と可能性	最優秀
C	旅行	海外大手IR企業と日本の旅行会社の提携事業の優位	優秀
D	宿泊	登録DMOの財務分析～小規模DMOの財源確保の可能性を探る～	
E	教育	新たな大学開放の可能性を探る～「ツーリズム」は大学の持続可能性を高めるのか～	
F	DMO	コンベンション開催地の選定要因は何か～ 国内コンベンション(学会)主催者の決め手・課題を探る～	特別
G	宿泊	簡易宿泊業で生き残る多角化戦略ーコロナ禍でどう生き残るかー	
H	DMO	訪日インバウンド再開に向けたDMOの打ち手ーシナリオ分析を用いて	
I	宿泊	京都に宿泊施設はもうこれ以上必要ないのか	

V. 代表的な科目

京大観光MBAの代表的な科目

	代表的な科目名	到達目標/獲得能力
基礎科目	ファイナンス	財務モデルの構造を理解し、ビジネスモデルや事業デザインにおける財務計画を立案・構築するためのスタンダードの修得
	マーケティング	マーケティングに係わるビジネスおよびマネジメントの現象を分析・理解し、マーケティングに関する意思決定を導くことになる基礎的な概念/フレームワークの習得
	統計分析	客観的分析手法としての統計学の基本的な考えの理解と活用。具体的には、記述統計、推測統計(推定、検定)の理解、2変数の平均値および分散の推定および検定の計算
	経営戦略	経営戦略に関する基本的な理解と分析能力の獲得。マネージャーとして判断する上で必要となる基本的なツールや枠組み(SWOT分析など)を理解、実際に分析する能力の習得
	会計学	財務会計情報の作成方法(会計ルール)に関する基本的事項について理解
専門科目	企業分析	貸借対照表による短期支払能力と財務安定性や損益計算書による収益力の分析、資本運用効率分析と損益分岐点分析、キャッシュフロー分析、EVA計算方法等を活用
	デスティネーション・マネジメント論	デスティネーション・マネジメントの基本概念、構成要素を整理し、Workbookやケースメソッドを活用しながらその発想法と思考を体験的に習得
	Service Marketing	Understand the core contribution of service marketing to the business enterprise
	サービス経営論	サービス事業戦略企画基礎能力、サービスマーケティング基礎能力、サービス事業IT活用基本能力の習得
	サービス(無形資産)会計	サービス・ビジネスを構想する際、どのように会計システムをも設計すればよいかの理解と、新たなサービスを開発する際、採算面をも考慮した設計活動
	Global Tourism & Hospitality Management I	Understanding of tourism and hospitality management from a global perspective.
実務科目	観光事業戦略論	ホテル事業開発ケースを通じた経営企画立案。観光産業の事業特性や企業特性を踏まえた経営手法の理解。その経営判断の普遍化、パターン研究による個別企業の経営課題抽出、解決提案、具体的施策の実施
	ビジネスコンサルティング実務	社会イノベーションを起こすコンサルティングの考え方、処方学び、その実践を行う
	デザイン思考実践	サービスのデザイン思考のマインドとプロセス(共感、問題定義、アイデア創出、プロトタイピング、検証)を理解し、課題解決を行う

A. 專門科目

デスティネーション・マネジメント論

1. ねらい

「観光立国」を掲げるわが国において、訪日外国人の急増、観光による地方創生といった背景により、デスティネーション・マネジメント(観光地域経営、以下DM)の必要性が認識されるようになった。しかしながら、現段階でDMを具体的に実践していく手法について、わが国では体系的に整理されていない。本講座では、欧米におけるDMの概念を整理した上で、DMおよびマーケティングの手法や事業の組み立てについて具体例を交えながら学ぶ。

2. 目指す能力

DMの基本概念を理解し、構成要素を整理して各要素に関する取り組みについてWork Bookを活用しながら実践的に学ぶ。またDMOによるDMや地域におけるDMの事例を学び、ケースメソッドを通して、その発想法と思考を体験的に学ぶ。



国際講義： Global Tourism and Hospitality Management

Lecturer

David Taylor, Cornell PhD

Focus

Global Trend of Hospitality and Tourism Industry and Management

Lecture Overview

Corona Virus Impact

Changing Consumer Behavior

Radical Digital Transformation

Strategic Revenue Management

Hosting Global Events / Tokyo Olympics

Destination Development / Japan Integrated Resorts

Career Development in IR / Hotel industry



B.実務科目

観光事業戦略論

ユニゾン・キャピタル／Intellectual Innovations寄附講義

1. ねらい

ホテルに代表されるホスピタリティ・観光産業は、とかく「おもてなし」に代表される接遇の巧緻によって評価されることが多い。しかし本来は他産業と同様、その事業性、収益性、あるいは投資対象としての評価がなされるべきである。本科目では具体的な事例を用いながら、一般的な経営アプローチのホスピタリティ・観光産業への適用について理解を進める。

2. 目指す能力

- ・ホスピタリティ・観光産業の事業特性、特定企業の特徴を踏まえた個別経営手法の理解
- ・上記に基づく経営判断の普遍化、パターン研究の実施
- ・個別企業の抱える経営課題の抽出、解決提案、具体的施策の実施



ビジネスコンサルティング実務 (アビームコンサルティング寄附講義)

1. ねらい

- 企業変革の第一線で活躍しているアビームコンサルティングの戦略コンサルタントが、ビジネスの現場で実際に使われている論理的思考法や課題解決手法を学ぶ機会を設ける目的で、京大初「ビジネスコンサルティング実務」の講義を開講しています。講義の前半は「ビジネスコンサルティングとは何か」といった概要から方法論・フレームワークについて座学を中心に、後半は日系企業の事例を紹介しながら課題解決策の策定などを議論するグループワーク・プレゼンテーションを行うカリキュラムとしています。

2. 目指す能力

- ・ビジネスコンサルティングとは何かを知る
- ・ビジネスコンサルティングの実務（代表的な手法等）を知り、その実習を行う。

3. テーマ：京都観光復興



企業：アビームコンサルティング株式会社
設立：1981年
従業員数：4,961名（2018年）
資本金：62億円
代表者：代表取締役社長 岩澤 俊典
営業内容：マネジメントコンサルティング
連結売上高：2018年3月期 748億円

IV. キャリア



観光をイノベーションする人材集める

1. 観光産業の経営人材

(交通、運輸、宿泊、旅行、小売、
外食、コンファレンス、MICE
(Meeting Incentive, Convention,
Exhibition), DMO (Destination
Management Organization)

2. 他産業分野の新規参入

将来観光分野に進出し、経営革新と
事業開発を進める意欲を持つ人材。

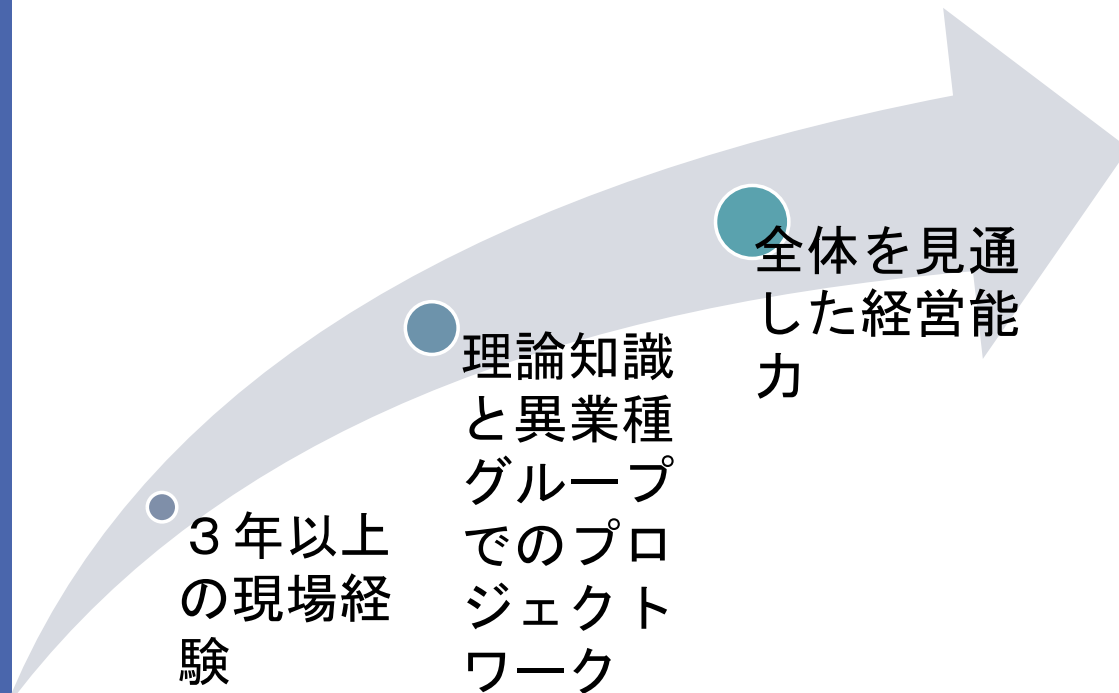
集客マーケティングや
サービス・イノベ
ーションをする人材

観光に関するマーケティングや事
業開発、経営改革をする人材 (観
光産業及び観光開発を支援する行
政、非営利団体 (特にDMOな
ど))

企業にとっての観光MBAの活用

キャリアの3つの方向性

1. 事業ゼネラリスト：
事業の戦略担当者
2. スペシャリスト：
分野の専門人材
3. 起業家：
イノベーター/事業開発者



(出所) Littlejohn et al. (2004) 37

観光MBA（2期生） 9名- 進路

進路

- 旅行会社への復職
- レストラン経営
- ホテルファンド
- 観光コンサルタント
- 観光施設の経営職
- 宿泊施設経営
- など



志望の動機 高橋氏 2020年度修了生 JTB (現職も)

【観光経営科学コースに入学したきっかけ】

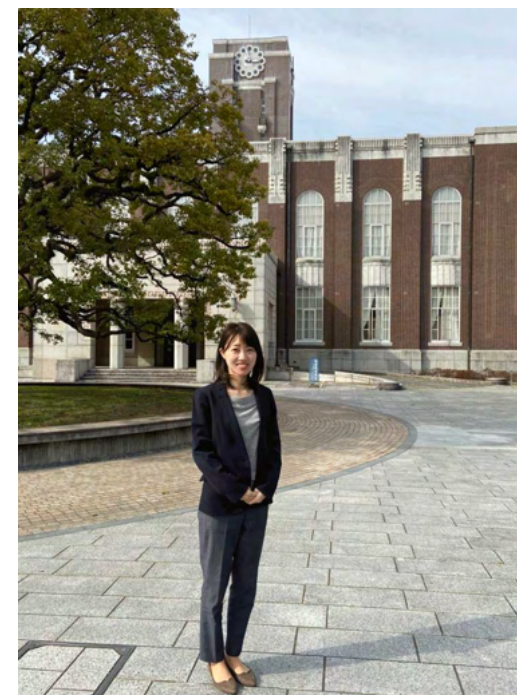
私は旅行会社に勤務しており、京都で6年間法人営業を行っておりました。次のキャリアステップとして現場経験だけでは得られない知識・能力を習得したい、一度社を離れて外から産業を見てみたいと思い、MBAにチャレンジしました。中でもGSMを選んだ理由は「観光経営科学コース」にて経営学だけでなく、これまで身を置いてきたサービスやホスピタリティ、観光に関わる幅広い知識を習得できると考えたためです。また、講義だけでなく海外インターンシップや授業外のプロジェクトが多数組まれており、学びを実践する場が豊富である点も魅力の一つでした。

【観光経営科学コースで得たもの】

経営学の基礎に加え、理論と実践を交えながらサービス、観光産業について幅広く学ぶことができました。サービス産業にフォーカスを当て、マーケティングや会計、人的資源といった経営学のアプローチに加え、サービスの創出方法や、おもてなし、京都の観光文化、AI、DMO、MICE等、多角的に産業を捉え、諸課題について議論することで幅広く知識を習得することができました。特に、国内外からゲストスピーカーとしてこられる実務家の方々からの講義では実務だけでなく苦労話なども伺うことができ、学びが多かったと感じています。

【在学中の思い出】

1点目は様々なバックグラウンドを持った同級生と共に切磋琢磨しながら学んだことです。特に前期の基礎科目は難しい課題も多く、同じコースの学生同士で放課後や休日に図書館に集まり助け合いながら皆で乗り越えました。2点目はWS研究において、日本の観光産業の発展のための起爆剤として期待されるIR(統合型リゾート)について研究したことです。米MGMリゾート・インターナショナル社のオンラインインターンシップに参加し、研究内容を深めることができました。



志望の動機 清水泰正氏 2020年度修了生 JNTO出身、観光コンサルタント

【観光経営科学コースに入学したきっかけ】

日本政府観光局(JNTO)にて、訪日インバウンドの現場を国内、海外で14年経験し、2018年に独立起業。これまでの訪日誘客に関する経験を学術的に整理すると共に、自社の企業価値最大化のため、経営学を体系的に学びたいと考えたためである。観光に特化したMBAは日本国内に少なく、「観光」を学ぶには京都という歴史、人気とも随一の環境に身を置けるのは他では得られない経験である。

【観光経営科学コースで得たもの】

様々なバックグラウンドを持った同級生の存在である。日本人のみならず多くの留学生、学部卒からの進級、会社に在籍しながらの通学、経営者、会計士、医師と、バラエティに富み、特にグループワークでの意見交換、資料作成過程で新鮮な視点を多く得られることが出来た。また、GSM以外の授業も履修可能であり、京都大学に集まる叡智を吸収できることが魅力でもある。

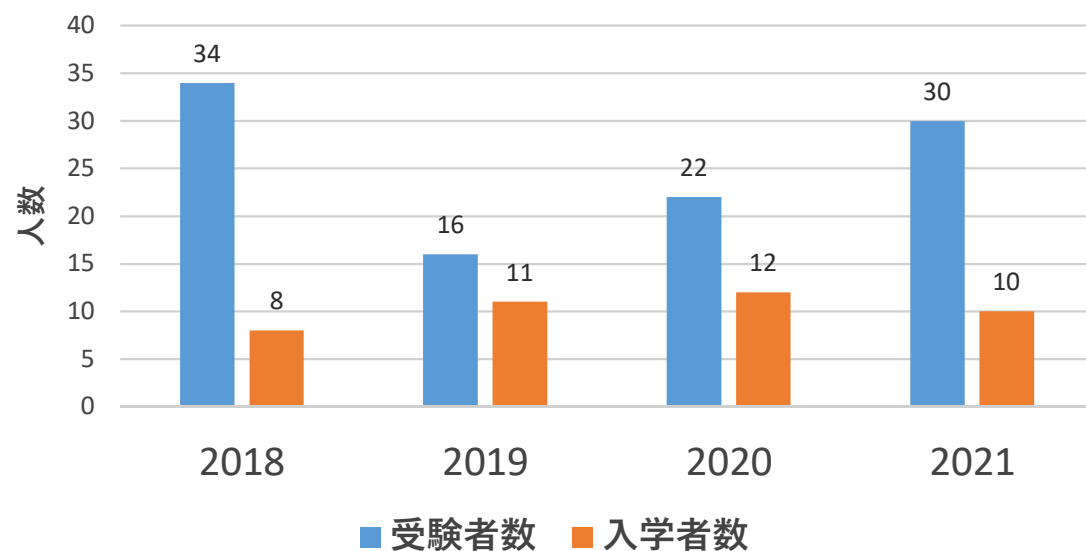
【将来の展望】

少子高齢化の中で、特に地方部においては、交流人口の拡大は喫緊の課題であり、国内、海外からの訪問者にお金を落としてもらう仕組み作りを深化させる必要がある。また、観光立国が政策として掲げられる一方で、日本国内において、観光業は軽視されがちである。観光業従事者の地位向上、賃金向上が欠かせない。こういった観光で「稼げる」地域、人材育成を、現場目線を持ちながら、マーケットインの視点で取組を続けていきたい。

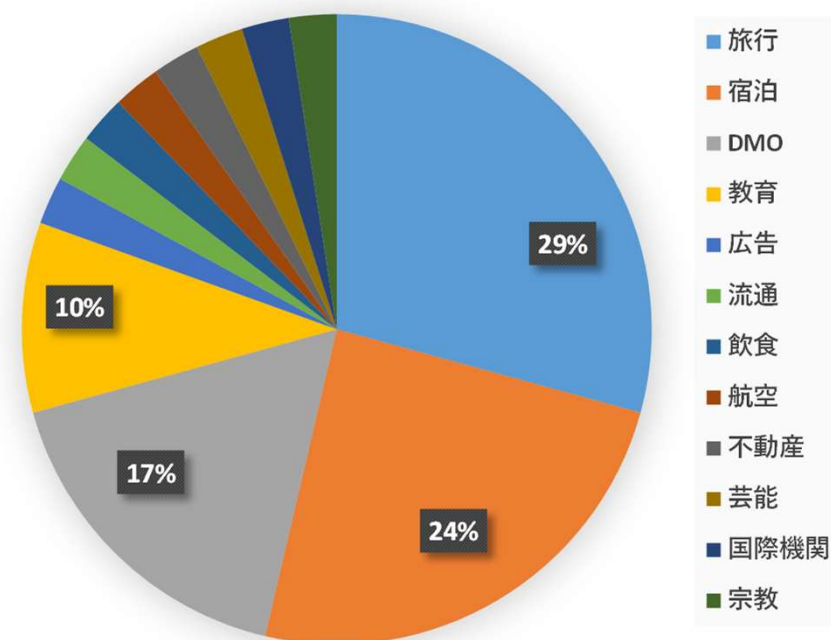


京大観光MBAの募集推移(1期～4期)

観光MBA: 受験者数と入学者数の推移



観光MBAコース全入学者の出身産業比率(N=41)



2018年

定員	5
受験者数	34
入学者数	8
男性	0
女性	8
平均年齢	38.63

2019年

定員	10
受験者数	16
入学者数	11
男性	10
女性	1
平均年齢	36.45

2020年

定員	10
受験者数	22
入学者数	12
男性	7
女性	5
平均年齢	46.33

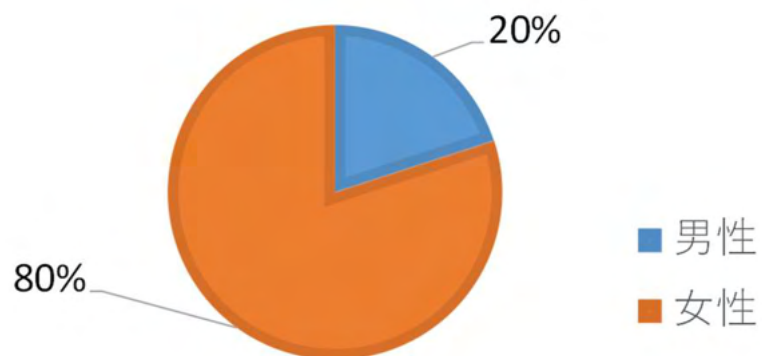
2021年

定員	10
受験者数	30
入学者数	10
男性	2
女性	8
平均年齢	39.30

* 平均年齢: 入学者の各入学時点のもの

観光MBAの合格者属性（4期：令和3年度入学）

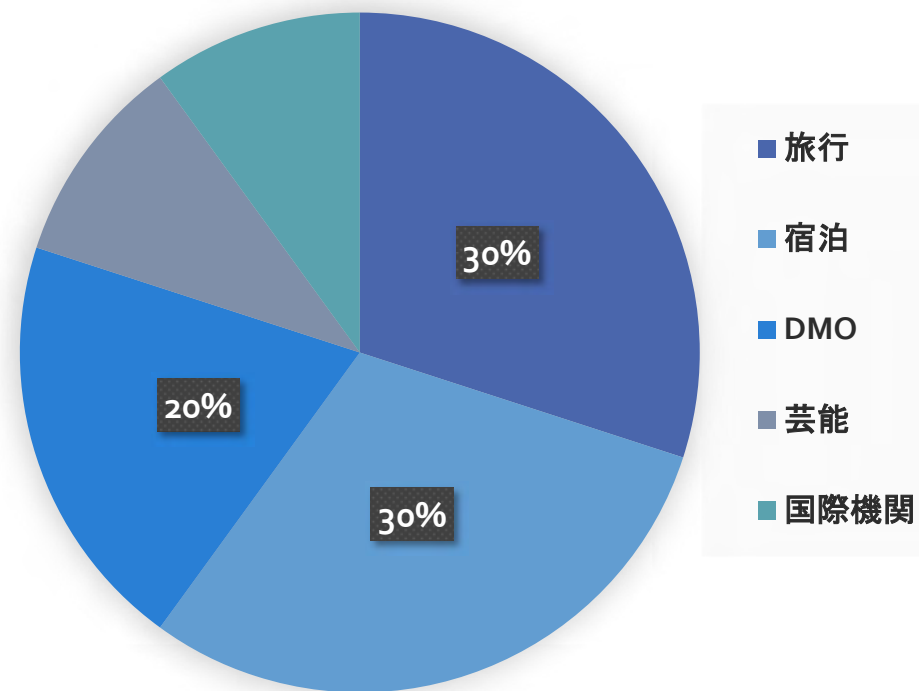
受験者の性別比率(N=10)



合格者数	10
男性	2
女性	8
平均年齢	39.30

旅行会社、ホテル、
県庁、JICA、DMO
エンターテイメントなど

所属/出身産業比率の分類



付録：社会的な反響

京大観光 MBAの 報道記録



2017年度

- ・「ブラック企業の代名詞「観光産業」を京都大学MBAが変える」、『Smart Flash』平成29年3月19日 (<https://smart-flash.jp/sociopolitics/17478>)
- ・「暮らしと京都観光 にぎわいの陰で」、『京都新聞』2017年4月17日、1,3ページ
- ・「京大に「観光MBA」来年4月、観光科学コース」、『京都新聞』2017年8月11日朝刊、25ページ
- ・「京大経営管理大学院に観光MBAコース」、『産経新聞』2017年8月11日朝刊、22ページ
- ・「観光経営MBA 京大が来春開設」、『読売新聞』2017年8月11日朝刊、33ページ
- ・「京大大学院に観光コース新設」、『日本経済新聞』2017年8月11日朝刊、34ページ
- ・「観光産業 経営者を育成 京大、MBAに新コース」、『日本経済新聞』2017年8月11日朝刊、地方経済面 関西経済
- ・「経済教室 観光地経営が問う革新力」、『日本経済新聞』平成29年8月14日朝刊
- ・「観光ビジネス京の魅力伝えるシンポ」、KBS京都テレビ、「京BizX」、2017年9月29日午後9時
- ・「観光テーマにシンポ」、『京都新聞』2017年9月30日朝刊、21ページ
- ・「京都大学経営管理大学院と関西観光本部との観光に関する協力協定」
『京都新聞』2017年11月3日朝刊26ページ
『神戸新聞』2017年11月3日朝刊3ページ
『日本経済新聞』、2017年11月3日朝刊、地方経済面 関西経済面
- ・「京都経済特集・大学「多様な学部・専攻で進化」」、『日本経済新聞』2017年11月21日朝刊30ページ
- ・「日本の国際観光競争力」、『日本経済新聞』2017年12月14日夕刊、5ページ

18年度

- ・「Close up 1 エクスペディア グループ 2」、『月刊ホテル旅館』2018年3月20日、92-93ページ
- ・「観光経営人材育成のコース」、『日本経済新聞朝刊』2018年4月4日、27ページ
- ・社会人学生インタビュー：『スタディサプリ 社会人大学院』2018年8月6日、92ページ
- ・「【特集 インバウンド～日本医に活力を】観光を基幹産業に」、『月刊グローバル経営』2018年9月1日、6～7ページ
- ・「[ニュース深層]稼ぐ観光 大学が人材育成 訪日客誘致 経営視点養う」、『大阪読売新聞朝刊』2018年9月20日、6ページ
- ・「観光産業をリードする経済人材育成を」、『日本経済新聞朝刊』2018年7月25日
- ・「観光MBAがもたらす業界発展」、『日本経済新聞朝刊』2019年2月7日掲載予定

19年度

- ・「京日記」、『京都新聞』2019年3月2日朝刊27ページ
- ・「メルマガで観光宣伝「若い女性効果薄い」京都市観光協など研究」、『大阪読売新聞』2019年4月26日朝刊27ページ
- ・「JALFの宿泊ダボス会議 観光産業の重要性確認 直島ブランド化の秋元氏も講演」、『観光経済新聞』2019年5月31日2ページ
- ・「観光客 何を求め京へ?」、『京都新聞』2019年10月1日朝刊15ページ
- ・「市民生活第一に」、『毎日新聞』2019年11月21日朝刊地方版/京都22ページ
- ・「成果報告会:観光客分散化と情報行動の変容」、NHK京都、「京都ニュース845」、2020年2月12日20時45分
- ・「京都観光客の分散探る」、『京都新聞』2020年2月13日朝刊13ページ



関西 経済

Kansai Economy

ドコモが5G体験ラボ

NTTドコモは、次世代通信規格「5G」の技術が検証できる西日本初の施設「ドコモ5GオープンラボOSAKA」＝写真＝を大阪市北区に開設した。企業や研究機関などの利用を見込んでいる。

5Gは携帯電話などの新たな通信規格で、世界的に開発が加速している。現在主流の規格「4G」の100倍の高速通信が可能とされ、大容量の動画やデータを短時間で配信できる。日本では2020年にも本格的に導入される見込みだ。

ラボは事前に登録した企業や団体が無料で利用できる。5Gを用いた仮想現実（VR）技術などを体験できるほか、商品開発のため自社の機器を持ち込んで性能を検証できる。

NTTドコモ関西支社の高原幸一社長は「5Gの活用で企業の競争力が高まり、地域の活性化につながる。ラボを有効活用してほしい」と話した。

集え町工場 来月商談会

大阪商工会議所（大阪市）は、金属・機械関連の製造業に対し、中小企業が自社の技術や部品を売り込む「ものづくり加工商談会」を10月11日に大商で開く。受注の機会を増やすことで、廃業が相次ぐ町工場の活性化につなげる狙いだ。参加無料。

発注側の企業は、日立造船やユニオン、カサタニ、タプチなど6社で、建設用の金属製品や原子力機器部品、水道用バルブ、金型部品などの調達を希望している。

部品を売り込みたい大阪市内の中小製造業70社を募集している。問い合わせは、大商中

稼ぐ観光 大学が人材育成



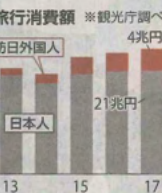
今後の研究テーマについて発表する観光経営科学コースの受講生ら（京都市左京区の京都大で）

訪日客誘致 経営視点養う

■MBA取得へ
京都大経営管理大学院に今春、「観光経営科学コース」が新設された。ホテルなどの施設経営や観光地開発について2年かけて学び、観光経営を専門とする経営学修士（MBA）を取得する。旅行会社からの派遣や、通訳の経験者ら社会人8人が入学した。「フジサル・ネットワーキング・サービス（SNS）」

関西の大学が観光分野を先導する人材の育成に乗り出している。訪日外国人客は着実に増えてきたが、台風21号では関西空港が大きな被害を受け、自然災害に左右されるものも露呈した。新しい発想やリスク管理を行うことができるリーダー層を育て、競争力の高い観光産業への転換を目指す。

（鈴木隆弘、家城健太）



都道府県	訪日外国人の主な地域別割合
東京都	46.2%
大阪府	38.7%
千葉県	36.0%
京都府	25.9%
奈良県	7.3%
兵庫県	5.5%
広島県	3.0%
和歌山県	1.2%
香川県	0.9%

地域差の解

大阪市に新ホテルを建設する星野リゾート代表で、米コネル経営大学院修了した星野佳路さん（58）＝写真＝に観光人材に関する課題を聞いた。

星野リゾート 代表に聞く

コネル大では、優秀な教授陣から観光に関する理論など貴重な学ぶ機会を得た。日本でも京都大などで人材育成が始まったが、全国的に教える側の体制が整っていない。

柔軟な発想力必要

現状を変えるには、観光業界にいた人が過去の成功体験を伝える授業ではなく、観光を理論的に研究した学者による体系的な授業が求められる。観光産業に成長の見込みがあれば、優秀な人材は集まる。規制緩和を進め、高度な人材が活躍できる魅力ある場にしていく必要がある。

どのような人材が必要なのか。それは柔軟な発想力を持つ経営者だと思ふ。訪日外国人対応のほか、将来のためには、日本の若者に旅行に出てもう対策も重要だ。どちらか一方を考えると多角的な視点が大切だ。

な新しいメディアを活用した海外への効果的な情報発信について考える。京大で7月末に開かれた研究テーマ発表会で、受講生の吉田知香さん（51）が発表を語った。京都府内の団体職員などとして外国人観光客の誘致事業を担当。地域全体が連携し計画づくりに関わりたいという。

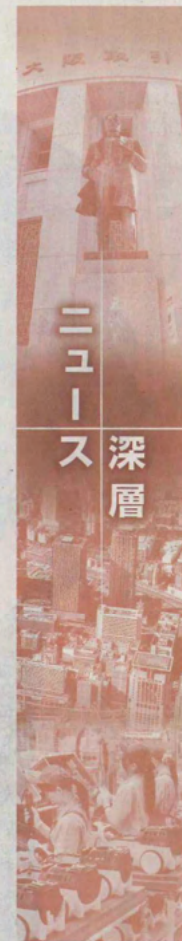
観光庁によれば、2017年の訪日外国人客は2869万人と、5年連続で過去最高

比を比べて営業利益率が低いという。政府は16年、こうした課題を解決するトップレベルの経営人材を育成し、「観光産業を日本の基幹産業にする」と掲げた。

これを受け、今春、京大と一橋大が各大学院にコースを設置。国際的にも通用する人材を育てる全国初の試みだ。台風21号では関西空港が被災し、関西を訪れる外国人客数に影響した。コースを担当する若林直樹（京大教授）は「外国からは関西全域が被災したように見える。個々の観光地が正しい情報を積極的に

Thursday

火曜 木曜 土曜



ニュース 深層

活動については、Facebookでご覧下さい

<https://www.facebook.com/ku.kankomba>



ありがとうございます



- 担当スタッフ
 - 教員
 - 教授 若林直樹
 - 教授 若林靖永
 - 特定教授 前川佳一
 - 特定講師 増田央
- 問合せ :
 - kanko_mba@mail2.adm.kyoto-u.ac.jp