

## ②アドバンスドコースシラバス全体構成

- アドバンスドコースは、観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン理解からDX活用、持続可能性まで、観光地域経営の高度実務を体系的に習得する研修です。
- 標準受講期間：3ヶ月を推奨（全コース・最大6ヶ月程度）※単科受講も可能
- 受講料：1名（全科目受講）120,000円（税別）、単科（1教科）受講料：20,000円（税別）
- 最小受講者数：1名から受講可能
- 不合格者救済制度（万が一アドバンスドコース不合格時は、無料でベーシックコースを受講することが可能です）

モジュール	テーマ	概要	成果物／評価	時間	開講予定日
1	観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドラインの理解	観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドラインの背景・目的・改正内容・更新登録要件・中核人材要件・戦略性・財源・実務対応ステップを学ぶ。	理解度テスト（重要用語）、組織対応方針案	全5章 約90分	<b>2025年 12月25日予定</b>
2	観光地経営	観光地経営ガイドブックに基づき、戦略立案、KPI設定、地域資源の磨き上げ、ステークホルダー連携、実行・改善の方法を学ぶ。 【オンデマンド講義：奈良ビジネスビューロー竹田専務理事】	KPI案、経営戦略案	全6章 約90分	<b>2026年 1月21日予定</b>
3	観光マーケティング	観光地域マーケティングガイドブックに基づき、データ活用、市場分析、ターゲティング、ブランド戦略、プロモーション、効果測定を学ぶ。 【オンデマンド講義：大阪観光局アドバイザー鮎澤貴氏】	STP分析とブランドコンセプト案	6章予定 合計90分	<b>2026年 2月25日予定</b>
4	財源戦略とCFO実務	自主財源開発手法ガイドブックに基づき、公的・民間財源確保、法人格別財源戦略、事業設計、CFO役割、ガバナンスを学ぶ。 【オンデマンド講義：立命館大学院教授宮口直人氏】	財源ポートフォリオ案と3年計画案	6章予定 合計90分	<b>2026年 2月25日予定</b>
5	観光DXの活用	観光DX公式教材（A. データの収集・活用、B. 戦略策定、C. シームレスな地域サイトの活用、D. CRMの活用、E. DMPの活用）を視聴し、内容を基にDMOでの実務適用方法と導入計画作成手順を学ぶ。【観光庁企画教材】	DX導入計画案（概要版）	6章予定 合計90分	<b>2026年 1月21日予定</b>
6	持続可能な観光	環境・社会・経済の3側面から持続可能性を観光地経営に組み込み、指標設定と実行計画を策定する方法を学ぶ。 【オンデマンド講義：調整中】	持続可能性KPIと実行計画案	6章予定 合計90分	<b>2026年 3月16日予定</b>

## ②-A アドバンスドコース シラバス（①改正ガイドラインの理解）

- 令和7年3月25日改正「観光地域づくり法人登録制度ガイドライン」に準拠したシラバス案です。（目次構成や内容は予告なく変更される場合があります。）

項目	内容		
番号	R-NET2001	標準受講期間	3ヶ月（全科目受講の場合）
科目名	DMO中核人材研修 第1回「改正ガイドラインの理解」	開講期	2025年12月～
対象	中核人材（CMO、CFO、部門責任者等）	研修	1章（15分）合計90分
講師	（一社）地方創生パートナーズネットワーク 代表理事 村松知木 （一社）地方創生パートナーズネットワーク 服代表理事 森島正巳	研修形態	オンデマンド型eラーニング（LMS配信、進捗管理・本人確認付）
研修の概要と方法	令和7年3月25日に改正された「観光地域づくり法人登録制度ガイドライン」の背景、目的、具体的な改正内容と、その実務への影響を体系的に学ぶ。90分の講座を15分×6章で構成し、改正の背景、登録要件の強化、中核人材の役割、戦略的運営、財源確保、実務対応ステップまでを段階的に解説する。各章の最後に確認ポイントを提示し、次章への理解をつなげる。		
研修生の到達目標	令和7年3月25日に改正された「観光地域づくり法人登録制度ガイドライン」の背景、目的、具体的な改正内容と、その実務への影響を体系的に学ぶ。90分の講座を15分×6章で構成し、改正の背景、登録要件の強化、中核人材の役割、戦略的運営、財源確保、実務対応ステップまでを段階的に解説する。各章の最後に確認ポイントを提示し、次章への理解をつなげる。		
授業外学習	事前：観光庁「改正ガイドライン」を熟読し、自組織の現状との違いを洗い出す。 事後：講義メモを基に、更新登録要件に対する自組織の対応方針を1枚にまとめる。		
成績評価方法	各章の確認テスト（重要用語・理解度チェック）：50% 最終評価（全章修了＋総合理解度テスト）：50%		
章	時間	タイトル	授業スケジュール（章構成・詳細）
第1章	15分	改正ガイドラインの背景と目的	制度創設から10年を経た見直しの背景（インバウンド増加とオーバーツーリズム、地方誘客課題、人口減少下の人材不足）。観光庁がDMOを「観光案内組織」から「地域マネジメント機関」に転換させる方針。改正の目的は①戦略性・実力強化②KPIによる成果責任明確化③安定財源・人材確保。国の観光政策全体におけるDMOの役割を整理。
第2章	15分	登録制度の全体像と更新登録要件の強化	更新登録時の評価厳格化。中核人材3名以上配置と研修受講必須化。地域ビジョンに基づくKGI/KPI設定とPDCA義務化。自主財源（特定財源・収益事業等）の確保評価。行政依存度が高い場合の改善計画提出義務。事例・図解を用いた要件解説。
第3章	15分	中核・実務人材の役割と求められる能力	CMOは市場分析、ブランディング、プロモ戦略統括。CFOは財源開発、予算管理、ガバナンス強化。両者とも外部変化対応力、合意形成力、危機管理能力が必要。ステークホルダー調整・観光危機対応などの必須スキルも紹介。
第4章	15分	戦略性と成果志向の組織運営	単発事業から戦略的長期計画への移行。KGI/KPI設定と評価体制の構築。資源磨き上げ、市場別プロモーション、需要分散、観光人材育成などを含む戦略策定。PDCAの実務適用とフレームワーク（3C、4P/4E、ロジックモデル）紹介。
第5章	15分	安定的財源確保とガバナンス	改正後は自主財源確保が更新評価の中心。宿泊税・入湯税等特定財源、指定管理・受託事業、物販・広告収益、会費・寄付など多様化の必要性。財務公開・外部監査・ステークホルダー会議運営などのガバナンス手法も解説。
第6章	15分	改正ガイドライン対応の実務ステップ	現状分析→ギャップ分析→改善計画策定→実行・モニタリング→エビデンス整備の手順。更新申請に必要な証拠書類（研修証明、財務諸表、KPI報告）整備のポイント。関係者合意形成を前提としたプロジェクト進行方法を提示。

## ②-B アドバンスドコース シラバス（②観光地経営）

- 令和6年3月発行の観光庁「観光地経営ガイドブック」に準拠したシラバス案です。（目次構成や内容は予告なく変更される場合があります。）

項目	内容
番号	R-NET2002
科目名	DMO中核人材研修 第2回「観光地経営」
対象	中核人材（CMO、CFO、部門責任者等）
講師	（一社）秩父地域観光おもてなし公社 専務理事 井上正幸氏 （一財）奈良県ビジターズビューロー 専務理事 竹田博康氏 （一社）地方創生パートナーズネットワーク 代表理事 村松知木
研修の概要と方法	観光庁「観光地経営ガイドブック」（令和6年3月）を基礎教材として、観光地経営の全体像、戦略立案のプロセス、KPI設定と評価方法、地域資源の磨き上げと活用、ステークホルダー連携によるマネジメントを学ぶ。90分を15分×6章で構成し、理論と国内外事例を組み合わせた実践的理解を深める。各章末に確認ポイントを設け、次章への知識定着を図る。
研修生の到達目標	①観光地経営の定義と役割を理解し、自組織の経営戦略に適用できる。②KGI/KPIを活用した成果志向のマネジメントを設計できる。 ③地域資源の評価・磨き上げ・商品化のプロセスを説明できる。④関係者連携を通じた観光地経営の実務手順を示せる。
授業外学習	事前：観光庁「観光地経営ガイドブック」を通読し、自地域の現状分析に必要なデータ項目を整理。 事後：講義内容に沿って、自地域のKPI案を作成し、優先度の高い3つを選定。
成績評価方法	・各章の確認テスト（重要用語・理解度チェック）：50% ・最終評価（全章修了＋総合理解度テスト）：50%

章	時間	タイトル	授業スケジュール（章構成・詳細）
第1章	15分	観光地経営の基本概念と役割	観光地経営を「地域の観光資源・魅力を最大化し、持続可能な収益構造を構築するマネジメント活動」と定義。従来の観光推進（事業単発型）と経営型（長期戦略型）の違いを明確化。地域の人口動態、観光需要動向、外部環境（PEST）分析の必要性を解説。
第2章	15分	戦略立案のプロセス	ビジョン策定→現状分析（3C、5フォース、SWOT）→課題抽出→戦略方針決定→施策立案→評価指標設定の流れを説明。特にKGI/KPIの関係性と、成果の可視化による組織内外の納得形成方法を解説。
第3章	15分	KPI設定と成果評価	「観光客数」「消費単価」「滞在日数」などの基本指標に加え、満足度や再訪率など質的指標も組み合わせたKPI設定手法。KPIのモニタリングサイクルと、結果に基づく改善アクションの設計。観光庁モデル事例の活用方法も紹介。
第4章	15分	地域資源の評価と磨き上げ	有形資源（自然、文化財、施設）と無形資源（伝統、地域ストーリー）の棚卸し手順。競争優位を生む磨き上げ手法（体験価値化、差別化要素追加）。観光商品開発におけるターゲット設定との連動。
第5章	15分	ステークホルダー連携と合意形成	自治体、事業者、住民、外部パートナーなど多様な関係者との協働モデル。合意形成のための会議設計、ファシリテーション、透明性確保のための情報共有方法。対立解消と関係強化の事例紹介。
第6章	15分	実行と改善のマネジメント	実施計画書の作成、担当責任者の明確化、進捗管理ツールの活用（ガントチャート、ダッシュボード等）。成果報告と改善策検討のルーチン化。次年度戦略へのフィードバック方法。

## ②-C アドバンスドコース シラバス (③観光マーケティング)

- 令和4年12月発行の観光庁「観光地域マーケティングガイドブック」に準拠したシラバス案です。 (目次構成や内容は予告なく変更される場合があります。)

項目	内容
番号	R-NET2003
科目名	DMO中核人材研修 第3回「観光マーケティング」
対象	中核人材 (CMO、CFO、部門責任者等)
講師	(一社) 地方創生パートナーズネットワーク 代表理事 村松知木 株式会社Simple Honesty 代表取締役 山口翔氏 (予定) 一般社団法人箱根町観光協会 専務理事 佐藤守氏 (予定)
研修の概要と方法	観光庁「観光地域マーケティングガイドブック」(令和4年12月)を基礎教材とし、観光マーケティングの基本概念から、データ活用、ターゲティング、プロモーション、ブランド戦略までを体系的に学ぶ。90分を15分×6章で構成し、マーケティング理論と観光地域での実践事例を組み合わせて解説する。各章末に確認ポイントを設け、学んだ内容を次章に接続しやすくする。
研修生の到達目標	①観光地域マーケティングの基本概念と枠組みを説明できる。②ターゲット市場をデータ分析から特定し、戦略を立案できる。 ③ブランドコンセプトを策定し、一貫性のあるプロモーションが設計できる。④マーケティング施策を評価・改善できる。
授業外学習	事前：観光庁「観光地域マーケティングガイドブック」を読み、自地域のマーケティング活動の現状と課題を整理。 事後：講義で学んだSTP分析を用いて、自地域のターゲット設定とブランドコンセプトを1枚にまとめる。
成績評価方法	・各章の確認テスト(重要用語・理解度チェック)：50% ・最終評価(全章修了+総合理解度テスト)：50%

章	時間	タイトル	授業スケジュール(章構成・詳細)
第1章	15分	観光地域マーケティングの基本概念	マーケティングを「価値の創造と提供を通じた顧客関係の構築」と定義。観光地域におけるマーケティングの特徴(季節性、多様なステークホルダー、無形価値重視)を整理。PEST・3C分析による外部・内部環境の把握方法。
第2章	15分	データ活用と市場分析	観光統計、モバイル位置情報、SNS分析、OTAレビューなどのデータ収集・分析方法。需要動向、旅行者属性、消費行動パターンの抽出。データドリブンで戦略仮説を構築する手法を紹介。
第3章	15分	ターゲティングとポジショニング	STP (Segmentation, Targeting, Positioning) モデルを観光地に適用。セグメント別の価値提案作成、競合との差別化ポイントの設定。ターゲットごとに異なるコミュニケーション戦略の立案例。
第4章	15分	ブランド戦略とコンセプト設計	ブランドの定義と役割。地域ブランド構築のステップ(価値抽出→コンセプト策定→ビジュアル・メッセージ化→一貫した発信)。ブランド資産を維持・強化するための管理方法と成功事例(国内外DMO)。
第5章	15分	プロモーション戦略とチャネル活用	オンライン(SNS広告、SEO/SEM、動画コンテンツ)とオフライン(イベント、PR)を統合した戦略設計。ファネル(認知→関心→行動→継続)に基づくメディア選定。OTA・インフルエンサー・メディアとの連携手法。
第6章	15分	成果評価と改善サイクル	プロモーション効果測定(インプレッション、CTR、CVR、来訪者数、消費額など)。KPI進捗管理とROI算定。データに基づく施策改善と次期戦略への反映。継続的学習のための情報収集と分析習慣化。

## ②-D アドバンスドコース シラバス（④財務戦略とCFO実務）

- 令和4年2月更新の観光庁「自主財源開発手法ガイドブック」に準拠したシラバス案です。（目次構成や内容は予告なく変更される場合があります。）

項目	内容		
番号	R-NET2004	標準受講機関	3ヶ月（全科目学習の場合）
科目名	DMO中核人材研修 第4回「財務戦略とCFO実務」	開講期	2026年2月～
対象	中核人材（CMO、CFO、部門責任者等）	研修	1章（15分）合計90分
講師	立命館大学院経営管理研究科観光マネジメント専攻教授宮口直人氏（予定） （一社）地方創生パートナーズネットワーク 代表理事 村松知木	研修形態	オンデマンド型eラーニング（LMS配信、進捗管理・本人確認付）
研修の概要と方法	観光庁「自主財源開発手法ガイドブック」を基礎教材とし、DMOにおける安定的財源確保の考え方と、CFO（最高財務責任者）としての実務スキルを体系的に学ぶ。公的資金・民間資金の両面から財源ポートフォリオを構築する手法、法人格別の財務戦略、収益事業設計、財務管理とガバナンスまでを解説。90分を15分×6章で構成し、事例や制度を交えて実務に直結する知識を提供する。		
研修生の到達目標	①公的・民間双方の財源確保手法を説明できる。②自組織に適した財源ポートフォリオを設計できる。 ③CFOとして財務計画、予算管理、ガバナンス強化を行える。④自主財源開発に向けた収益事業モデルを構築できる。		
授業外学習	事前：観光庁「自主財源開発手法ガイドブック」を読み、自組織の財源構造を一覧化。 事後：講義内容を踏まえ、自組織の財源ポートフォリオ案を作成し、3年間の改善計画を立案。		
成績評価方法	・各章の確認テスト（重要用語・理解度チェック）：50％ ・最終評価（全章修了＋総合理解度テスト）：50％		

章	時間	タイトル	授業スケジュール（章構成・詳細）
第1章	15分	DMO財源戦略の全体像	財源を公的資金（宿泊税・入湯税・補助金・受託事業等）と民間資金（会費・寄付・収益事業・スポンサー等）に分類し、複合的に組み合わせる「財源ポートフォリオ」構築の重要性を解説。財源の多様化が組織の持続可能性に与える影響を事例とともに説明。
第2章	15分	公的資金の確保と制度活用	宿泊税、入湯税、その他目的税の制度概要と導入・活用事例。自治体からの受託事業、指定管理制度の概要と契約・運営のポイント。補助金・交付金申請のプロセス、審査基準、活用戦略を解説。
第3章	15分	民間資金の確保と収益事業設計	会費制度の設計（区分、金額設定、会員特典）、寄付金・クラウドファンディングの活用、スポンサーシップ契約の構造。物販、旅行業、イベント運営など収益事業のモデルと収益構造の設計ポイントを解説。
第4章	15分	法人格別の財源戦略と税務	一般社団法人、一般財団法人、株式会社、公益法人、NPO法人など法人格ごとの財源調達可能範囲、税制優遇、会計義務の違いを整理。法人格に応じた最適な財源戦略を設計するための比較分析。
第5章	15分	CFOの役割と財務マネジメント	CFOに求められる役割（財源開発、予算管理、資金繰り、リスクマネジメント、外部調整）。財務三表（損益計算書、貸借対照表、キャッシュフロー計算書）の読解と活用。中期財務計画の立案プロセス。
第6章	15分	ガバナンスと説明責任	財務情報の透明性確保（年次報告書、財務諸表公開）、外部監査・第三者評価の活用。ステークホルダー（自治体、会員、住民等）への説明責任を果たすための情報発信。内部統制の仕組みと不正防止策も解説。

## ②-E アドバンスドコース シラバス（⑤観光DXの活用）

- 令和7年8月公開の観光庁DX公式教材に準拠したシラバス案です。（目次構成や内容は予告なく変更される場合があります。）

項目	内容
番号	R-NET2005
科目名	DMO中核人材研修 第4回「財務戦略とCFO実務」
対象	中核人材（CMO、CFO、部門責任者等）
講師（監修）	（一社）地方創生パートナーズネットワーク 代表理事 村松知木
標準受講機関	3ヶ月（全科目学習の場合）
開講期	2025年12月～
研修	1章（15分）合計90分
研修形態	オンデマンド型eラーニング（LMS配信、進捗管理・本人確認付）
研修の概要と方法	観光庁が提供する「観光DX推進に関する公式教材」（A～Eの5テーマ）を視聴を必須とし、その内容を基礎にDMOでのDX実務適用を学ぶ。教材タイトルに沿った章構成で進め、各動画のポイント整理と自地域への応用方法を補足講義で解説。
研修生の到達目標	①観光庁が提示するDXの定義と推進目的を理解できる。②公式教材の事例や手法を自地域の観光地経営に応用できる。 ③DX導入計画の基本構成（目的、対象領域、データ、ツール、KPI）を作成できる。
授業外学習	事前：観光庁DX公式教材（A～Eの全編）を視聴し、重要だと思う事例や手法を3つメモする。 事後：講義内容を踏まえ、提示したフォーマットに沿って、自地域のDX導入計画案（概要版）を作成する。
成績評価方法	観光庁DX教材の視聴完了確認：20% 補足講義後の理解度テスト：20% 自地域DX導入計画案（概要版）の作成提出：60%

章	時間	タイトル	授業スケジュール（章構成・詳細）
第1章	15分	A. データの収集・活用	観光統計、位置情報、口コミ/SNSデータなど、多様なデータソースの特性と収集方法を解説。公式教材で紹介されるデータ分析のステップ（収集→整理→可視化→活用）を整理し、DMOでの実務例を提示。
第2章	15分	B. 戦略策定	公式教材のフレームを基に、現状把握から課題設定、施策立案に至るプロセスを解説。KPI設定、ターゲット市場選定、施策優先順位付けの方法を紹介。
第3章	15分	C. シームレスな地域サイトの活用	公式教材に沿い、地域公式サイトの多言語化、UX改善、リアルタイム情報発信、予約・販売機能統合による顧客体験向上の手法を解説。
第4章	15分	D. CRMの活用	顧客管理システム（CRM）の役割と公式教材での事例を踏まえ、顧客データ統合、パーソナライズ施策、再来訪促進の方法を学ぶ。
第5章	15分	E. DMPの活用	データマネジメントプラットフォーム（DMP）の仕組みと公式教材での活用事例を解説。異なるデータソースの統合分析による広告最適化、需要予測の実践例を紹介。
第6章	15分	自地域DX導入計画の策定	A～Eの知見を統合し、自地域に適用するDX導入計画（目的、対象領域、データ活用方針、ツール選定、KPI設定）を作成する手順を演習形式で学ぶ。

## ②-F アドバンスドコース シラバス (⑥持続可能な観光)

- 令和5年3月公開の観光庁「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」に準拠したシラバス案です。 **(目次構成や内容は予告なく変更される場合があります。)**

項目	内容	標準受講機関	開講期	研修	研修形態
番号	R-NET2006		3ヶ月（全科目学習の場合）		
科目名	DMO中核人材研修 第4回「財務戦略とCFO実務」		2026年2月～		
対象	中核人材（CMO、CFO、部門責任者等）		1章（15分）合計90分		
講師	（株）かまいしDMC代表取締役 河東英宣氏（予定） NPO法人大雪山自然学校 代表理事 荒井 一洋氏（調整中） （一社）地方創生パートナーズネットワーク 代表理事 村松知木				オンデマンド型eラーニング（LMS配信、進捗管理・本人確認付）
研修の概要と方法	「ポストコロナ時代における観光人材育成ガイドライン」に示される観光地経営人材に求められる6つの要素のうち、「持続可能性（環境・地域共生）」を中心に学ぶ。環境保全・地域文化継承・経済的持続性の3側面から、国際基準（GSTC基準等）や国内事例を踏まえた観光マネジメント手法を解説。90分を15分×6章で構成し、理論と実践事例を組み合わせる。具体的には学ぶ。				
研修生の到達目標	①持続可能な観光の概念と重要性を説明できる。②環境・社会・経済の3側面から自地域の持続可能性を評価できる。 ③DMOが主導する持続可能な観光施策を立案できる。④持続可能性をKPIに組み込んだマネジメント計画を作成できる。				
授業外学習	<b>事前：</b> ポストコロナ時代の人材育成ガイドライン該当章およびGSTC基準概要を読み、自地域の持続可能性課題を3点挙げる。 <b>事後：</b> 講義で学んだ指標設定方法を参考に、自地域の環境・社会・経済KPI案を作成。				
成績評価方法	各章の確認テスト（重要用語・理解度チェック）：50% 最終評価（全章修了＋総合理解度テスト）：50%				

章	時間	タイトル	授業スケジュール（章構成・詳細）
第1章	15分	持続可能な観光の基本概念	持続可能な観光を「将来世代のニーズを損なうことなく、現在の観光需要を満たす活動」と定義。国際的枠組み（SDGs、GSTC基準）と日本の観光政策における位置づけを整理。環境・地域・経済の3側面の相互関係を解説。
第2章	15分	環境面の持続可能性	自然資源の保全（生態系保護、景観維持、資源利用抑制）、再生可能エネルギー導入、廃棄物削減・リサイクル、交通の低炭素化など。国内外のエコツーリズム事例や環境指標の設定方法を紹介。
第3章	15分	社会・文化面の持続可能性	地域文化・伝統の保護、住民の生活の質向上、観光による地域コミュニティの活性化、訪問者と住民の交流促進。文化財保護と観光活用のバランス事例。住民参画型観光の設計方法。
第4章	15分	経済面の持続可能性	地域経済循環の強化（地元調達率向上、地元雇用創出）、観光収益の地元還元モデル、季節変動リスク分散。観光消費額や雇用数など経済KPIの設定とモニタリング手法を解説。
第5章	15分	持続可能性指標とKPI設定	環境・社会・経済の3分野での測定指標例を提示。短期・中期・長期のKPI設定プロセス。KPIを観光地経営のPDCAに組み込む方法。国際基準との整合性確保とレポートの重要性。
第6章	15分	実行計画とステークホルダー連携	持続可能性戦略のロードマップ作成（現状分析→目標設定→施策計画→評価）。自治体・事業者・住民・旅行者の役割と協力体制構築。合意形成のためのコミュニケーション設計と事例紹介。