

東京都の経営資源を活かした 観光コミュニケーションに向けて

2021年6月22日

事業構想大学院大学

田中里沙

本日の内容

- 1 事業構想で
社会課題の発見と解決
- 2 コロナ禍における価値観の変化
と観光への影響
- 3 新たな観光政策に向けて
- 4 地域資源を生かした観光・
コミュニケーションの方向性

1 事業構想で 社会課題の発見と解決



産官学連携で
社会課題に臨む



文部科学大臣認可
学校法人 先端教育機構
Advanced Academic Agency



事業構想大学院大学

経営資源を活かした構想計画の策定

- ・新事業の開発
- ・事業承継戦略の策定
- ・ベンチャー（起業）計画の策定
- ・地域活性化の構想計画の策定

社会情報大学院大学

理念を基軸に、広報計画を策定

- ・広報・情報戦略の策定
- ・リスクマネジメント戦略の策定
- ・デジタル戦略の策定
- ・マーケティング戦略の策定
- ・政策コミュニケーション戦略の策定

事業構想研究所



大学院カリキュラムを活かした先端教育

- ・企業・組織の経営資源を活かした指導と人材育成
- ・国・自治体の指導・計画の実施
- ・先端分野の講座
- ・SDGs新事業プロジェクト研究



出版・セミナー・講演

最先端の情報及び知識を提供

- ・月刊「事業構想」
- ・月刊「先端教育」
- ・季刊「哲学・環境会議」（環境・人間会議）
- ・セミナー・展示会



修了生と事業構想テーマのご紹介

現在**10**期目 計**361**名が修了



新規事業

音楽・映像関連

構想テーマ
楽曲共作プラットフォーム COW



地域活性

NPO法人
理事

構想テーマ
福島県浜通りの再生から日本全土の活性化へ繋げる、福島県浜通りの飛躍プロジェクト



起業

元プロ野球選手

構想テーマ
アスリートのキャリアイノベーション
ープロ野球界からのセカンドキャリア創出支援ー



事業承継

デザインオフィス
役員

構想テーマ
「ROOTOTE ルートート」のブランディング構想
～グローバル化とローカライズ利益と便益を
ともにもたらず世界一のトートバッグブランドへ～



地域活性

公務員
市役所勤務

構想テーマ
住まい・まち次世代再生モデルの構築



事業承継

物品賃貸業
社長

構想テーマ
GPS平パレットレンタル
パレットは無くなるのが当たり前、パレットは
戻ってくるのが当たり前への変革を通じた地球環境への貢献



新規事業

飲料メーカー

構想テーマ
健康の見える化による健康習慣の共創事業
～腸内ソリューションサイクルのはじまり～



地域活性 起業

食品流通業

構想テーマ
食品工場のネットワーク化を通じた
新たな地域産品マーケット創出事業



新規事業

鉄道関連

構想テーマ
品川地区におけるエリアマネジメント構想
～山手線新駅設置を背景とした2020年東京オリンピック・
パラリンピック開催からその先の日本に向けて～



起業

経営コンサルタント
代表

構想テーマ
ダイバシティ®：多様性こそ、チカラ。
人と組織の新しい契約社会事業構想



事業承継 地域活性

クリニック
院長

構想テーマ
Urban Connected +TSUMUGI+ Design
～患者や家族の想いを「紡ぐ」ネットワーク管理を生かした
コミュニティ・メディカルケア・デザインの構想～



新規事業

化粧品メーカー

構想テーマ
ボーダレスビューティによる
価値共創の構想

事業構想の流れ

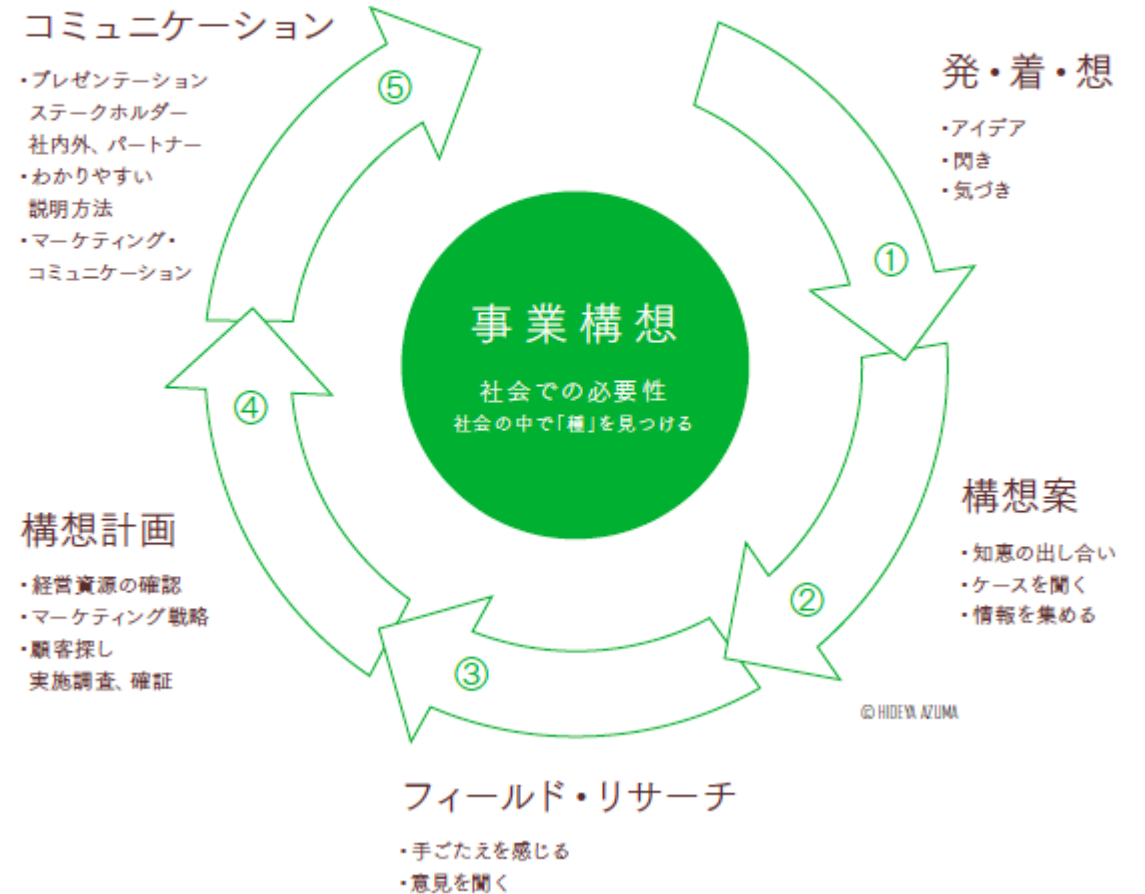
事業構想 Project Design
= 地域資源を生かして
理想を描く

社会の一翼、役割

対象者を深く理解
期待、深層心理

持続可能な取り組み

事業構想サイクル



構想→目指す社会像を提示して実践していく

- 新たな価値の創出（社会、人材） = 価値デザイン社会
- 世界の共感を得る・持続可能な事業



ニューノーマル
コンテンツマーケティング

「価値デザイン社会」への挑戦

Society5.0の実現

多様な個性・
想像力の融合

共感の醸成

+

デジタル
革新

||

価値の創出・社会課題の発見と解決

経営資源を活かして未来を拓く

価値創出とブランディング

企業、商品（群）、店舗、サービス、地域、活動、作品、等あらゆるプロジェクトの対象であり、市場において固有の価値を持って認識されるもの

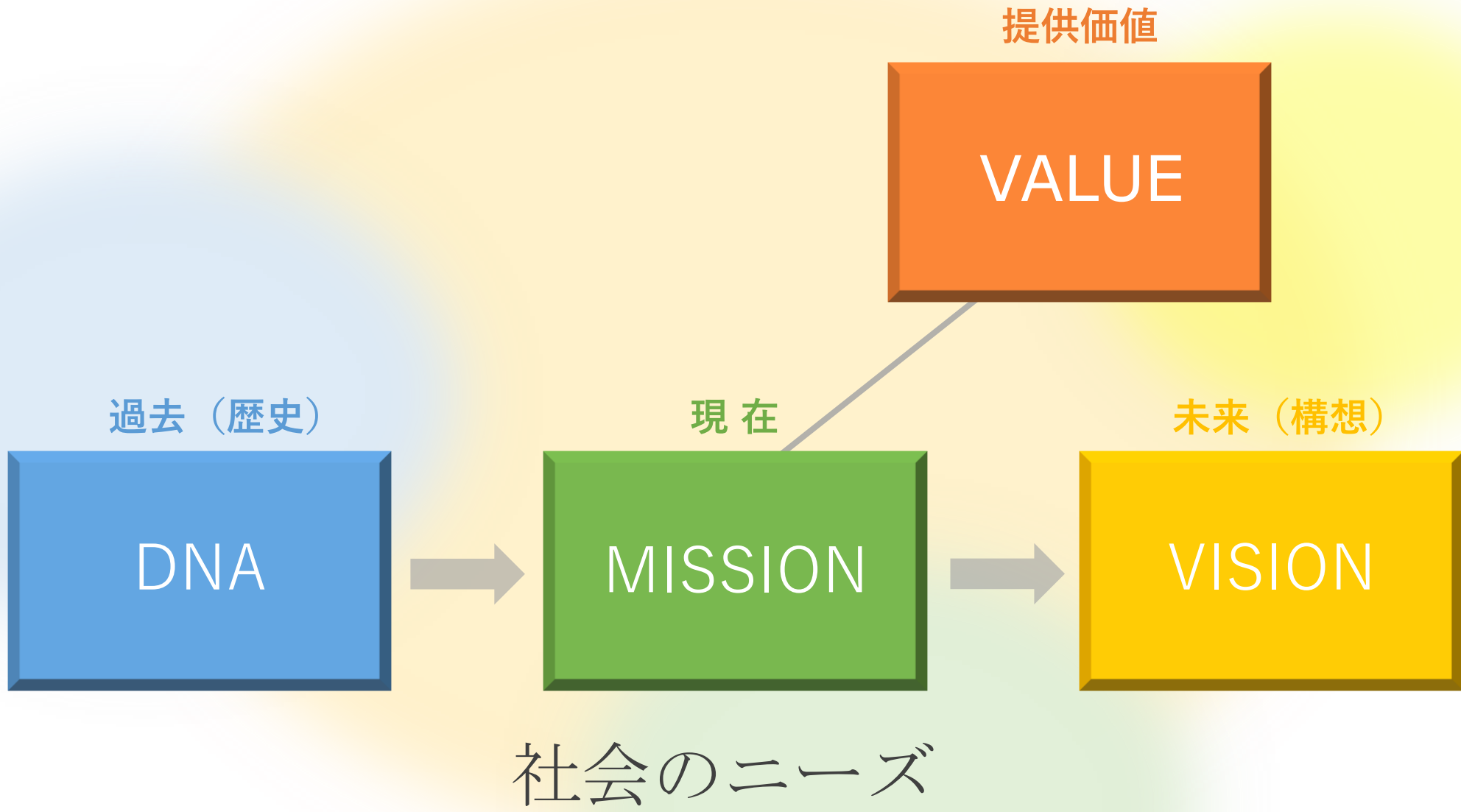
顧客の期待



提供側の約束

ブランディングで目指すものとは、

提供する対象を今後どうしたいのかというミッション、ビジョンを基に、ブランドを通じて何を約束するかを明確にした上で、顧客の期待に応え続けることで、長期的に揺るぎない精神的な関係（絆）を構築すること



DXを活かした新事業の構想を構築する研究会

プロジェクト研究 一座学ではなく自ら事業を開発する流れとカリキュラム



◎DXから価値を創造するためには「構想」が必要

DXから新たな価値創出をするには、起きている潮流を理解し、自社の提供価値をみつめ、事業ビジョンを起点に「構想」を考えることが重要。



- ・ 経営に必要なDXの本質
 - ・ ビジネス、社会の大変革を迫るDX
- を理解し、事業ビジョンを起点に、デジタルを活用し、「構想」を考え、実行できる「事業構想計画」を立案する。

2 コロナ禍における価値観の変化 と観光への影響

人々の価値観の変化（例）

- **自然・エコ・SDGsなど、社会課題への取組**
 - 現在もSDGs等の要素を持つ取組や魅力が数多く存在しているが、事業戦略においてSDGs等についての意識は不十分
 - ⇒ これらの要素を取り入れなければブランドイメージの毀損等につながる可能性

- **健康・安心安全の視点の強化**
 - 健康・安心安全の視点は当たり前で特に意識されていなかった
 - ⇒ 人々の消費傾向や旅行先の決定等に大きな影響を与える要素であり、日本の大きなアピールポイントとして、個別分野や施策に取り入れる必要あり

- **地域の魅力の再発見と活用**
 - 各地に存在する魅力は重要視されている
 - ⇒ 自然や環境への意識の高まりや非接触型社会の拡大により、地域に存在する本物の（authentic）地域の魅力の価値が増大
 - ⇒ 5G、AR、VRの活用による臨場感ある情報の共有

東京の観光課題を考えるにあたり

コロナによる日本・東京のブランドイメージは毀損なし

- ①健康、安心・安全視点の高まり
 - 消費傾向や旅行先の決定等に大きな影響を与える要素
 - 日本食（食文化）、自然（遺産）の再評価と活用

- ②自然、エコ、SDGsなど社会課題への関心の高まり
 - 東京にはSDGsの要素をもつ取組や要素がある
 - 持続可能な観光振興（東京観光ブランド）

- ③日本の魅力の再発見と活用への関心
 - 本物の魅力の価値 観光の付加価値化
 - 観光資源の発見、発掘、磨き上げ、発信
 - デジタル技術の活用（DX）プロジェクト

3 新たな観光政策に向けて

観光政策

- **段階を踏まえた観光産業の活性化**
 - 社会的不安に対する正確な情報発信（文化的、社会的要因も）
 - ⇒ デジタル技術活用、あるいは観光DXによる新たなビジネスモデルの創出体験の共有、VR活用、越境EC（ティーザー広告）
 - ⇒ タイムリーな情報共有、都の観光部門が情報プラットフォームに
- **インバウンドの立て直し**
 - 変化した価値観に対応する魅力の発掘と発信
 - ⇒ 段階的な回復、観光客増加の段階に応じた戦略的な対応
 - アウトバウンドの強化と活用
- **東京の魅力の強化**
 - 本物の東京、東京ファンの裾野の拡大
 - ⇒ これまでの観光政策にアドオン
 - ⇒ 環境、健康、医療などとの連携

4 地域資源を生かした観光・ コミュニケーションの方向性

コミュニケーション戦略

○ 発信力の強化

- 対象者、目的、コンテンツ、発信方法、手段（メディア）を検討
 - ⇒ 外国人の目線を意識
 - ⇒ 東京に関する興味関心を維持するための情報戦略
 - 国際的イベントの活用、富裕層観光、ビジネス観光

○ 他地域、近隣地域との連携、異業種の連携強化も

- 価値観を変える、新しい驚き・体験の提供
 - ⇒ 東京で働いて暮らす人の視点で関東圏観光体験、
 - 東京型ワーケーション、リモートワーク@TOKYO etc

○ 新しい観光資源のアピール

- 自然や環境への意識の高まりや非接触型社会の拡大により、本物（authentic）の地域、都市の魅力の価値づくりへ
 - ⇒ 動画の活用等ストーリー、デジタル活用の工夫と強化

事例 1 地域資源の活用と発信（九十九島大学）

人材育成

観光

インバウンド



佐世保市との地域活性化プロジェクト「九十九島大学」



GOOD DESIGN AWARD

受賞

見てみよう LOOK		食べてみよう EAT		やってみよう TRY	
防空壕BAR #35	恋に効く ワンナイト ハイビスカス #38	シャンハイでは 3000円のキャベツ #39	冬&佐世保限定! 真珠貝の貝柱 #51	無人島女子会 #16	猟奇的! 真珠採集体験 #23
佐世保には 美尻が多い #53	海ぎらら 大水槽での 入社式 #57	佐世保豆乳 #64	レモンソーキ #66	堤防タイプ #37	キンキンに冷えた スイカ割り! #56

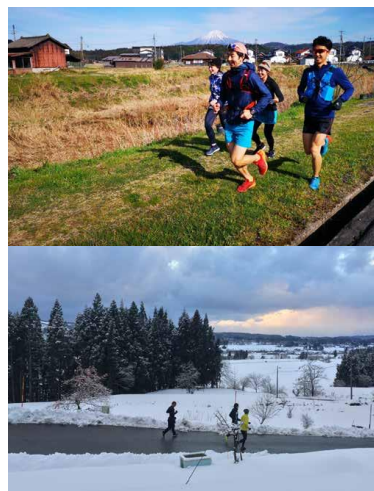
事例2 ランナーズ・ヴィレッジ（全国7地域）

人材育成 観光

RUNNERS VILLAGE

01 ランナーズ・ヴィレッジ™基本構想

900万人といわれるランナー（又はサイクリスト）を対象として四季折々の風光明媚な景観と既存の道を活かした観光地を、地域の宿・食・体験事業者とつくりあげます。
 「農家民泊」と「民泊」の始動も支援し、「走りに来れる旅行先」として国内外に発信。
 2年目以降は地域で自走する体制をつくります。



02 2年間の実績



2018年から着手している飯田市では、**農家民泊 × ランニング**を掛け合わせて、**ランナー特化型の旅プランを開始。**
 (年間宿泊2,700人@飯田市)

青森県むつ市ではイルカの見えるランコース、鳥取県南部町ではオオサンショウウオと出会うトレイルランコースなど構想実践中。

事例 ▶ ランナーズ・ヴィレッジ(山口県山口市)



地域の宿（民泊）・食・体験にランニングを組み合わせ、ランナー向けのパッケージとして販売中。(主体：山口観光コンベンション協会)



