

東京の観光振興を考える有識者会議資料
「観光人材」について

これからのツーリズム産業に 求められる人財像

2016. 12. 16

株式会社ジェイティービー 代表取締役会長
一般社団法人日本旅行業協会 会長

田川 博己

<JTBのグループビジョン>

100年企業としての新たな成長軌道を確保するため、「**交流文化事業**」をグローバルに展開し、社会的有用性の高い企業グループとなる。

交流文化事業の推進

DMC
(ディスティネーション
マネジメントカンパニー)
への進化

観光を基軸とした
地域振興の推進

DMC戦略

**グローバル企業
への進化**

新たなマーケットへの
取組強化

グローバル戦略

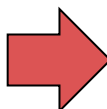
JTBが目指す「DMC」

Destination Management Company

「送客」と「集客」の双方向の交流人口を生み出し、
地域経済に貢献する新たな時代の旅行会社の形態

～「旅行会社」から「DMC」への進化～

地域の人々と一緒になって地域資源の魅力を再発見し、眠っている宝に磨きをかけ、そして日本全国、世界各国からの集客を促すことで地域活性化を図る継続的な活動を実施することを目指している。

 JTBがDMC戦略で目指す

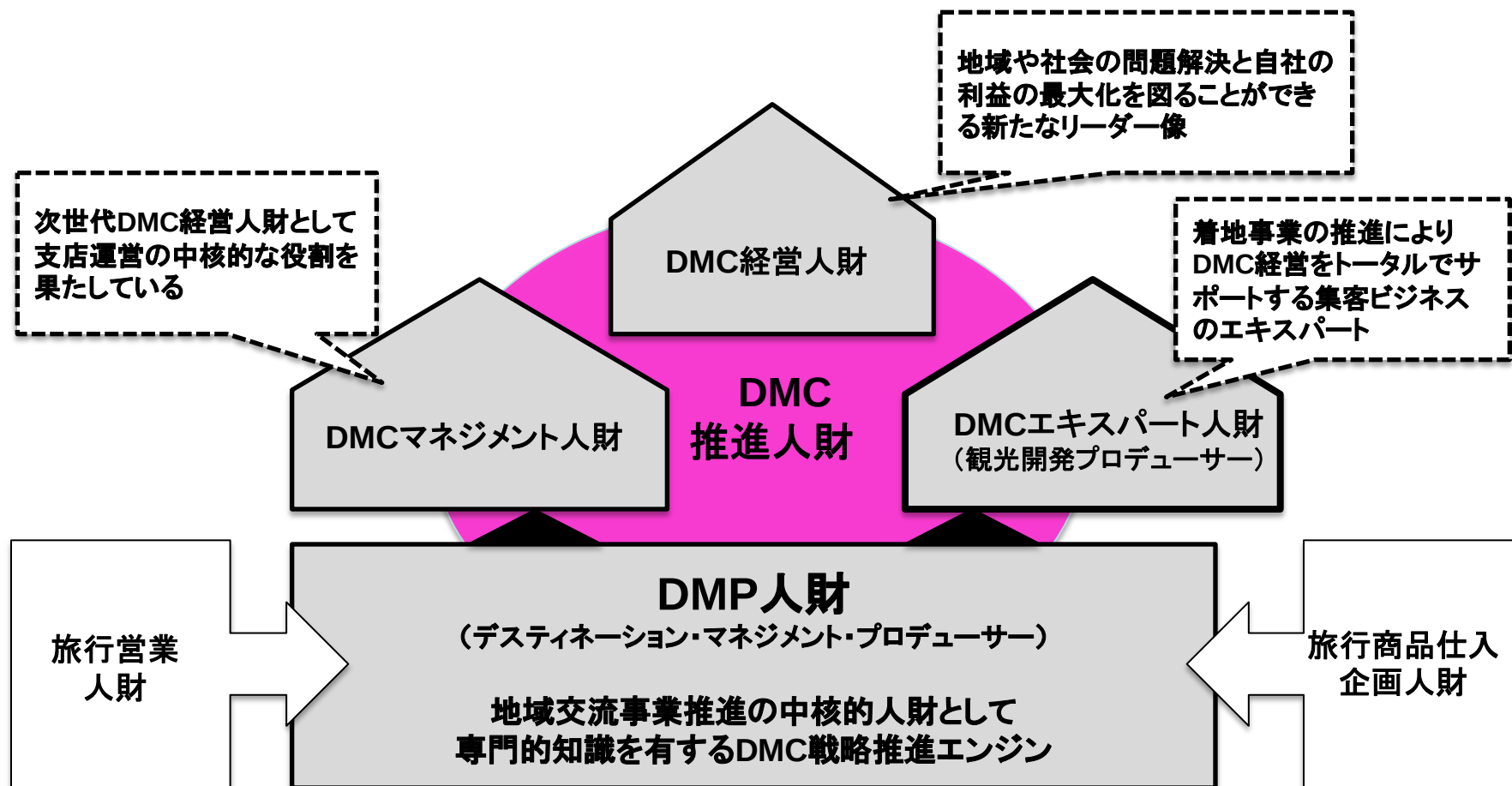
CSV (Creating Shared Value) “共有価値の創造”

＊企業の利益と社会的な課題の解決を両立させることで、企業はもちろん社会にも価値を生み出そうというCSRを進化させた考え方。

～DMC戦略を推進するための人財イメージ～

DMC経営の実現に向けた人財育成

送客と集客による双方向の交流人口を生み出すハイブリッド型旅行会社を担う人財を育成



集客ビジネスのエキスパート「観光開発プロデューサー」

- ・着地事業は既存の旅行事業波及型からソーシャルまで幅広い領域に分布
- ・既存の旅行事業・着地型商品開発等から、事業規模の大きい資源開発、インフラソーシャル事業への発展を視野に推進



6次産業化・環境・エネルギー関連等

訪日外国人向けショッピング事業

多言語対応事業
(ICTの利活用等)

《観光インフラ整備
/運営マネジメント》

観光インフラ整備・
マネジメント事業

二次交通・マネジメント事業

《観光資源開発事業》

地域キラーコンテンツの
開発・保有

既存有名観光地等への
新サービス導入・再構築

新たな観光周遊ルート・
ランドパッケージの開発

《着地型商品開発》

地域資源活用の各種
商品プログラム

《人財育成・PR事業》

地域人財育成・PR事業

旅行事業

ソーシャル事業

《ソーシャル事業・物産事業》

DMP人財育成関連研修の実施

地域活性化や社会課題を解決するDMC戦略を推進する人財、
「Destination Management Producer」(ディステイネーション・マネジメント・
プロデューサー)を育成する研修
(2010～2016年度で合計570名を育成)



～人財の目指すべき姿～

地域マーケティング

地域事業開発

地域コンサルティング

地域経営



JTBは育成した人財を中央省庁、
全国の自治体、観光協会などに
派遣(約120名)

人財の更なる活用のために
受入組織の意識改革も必要



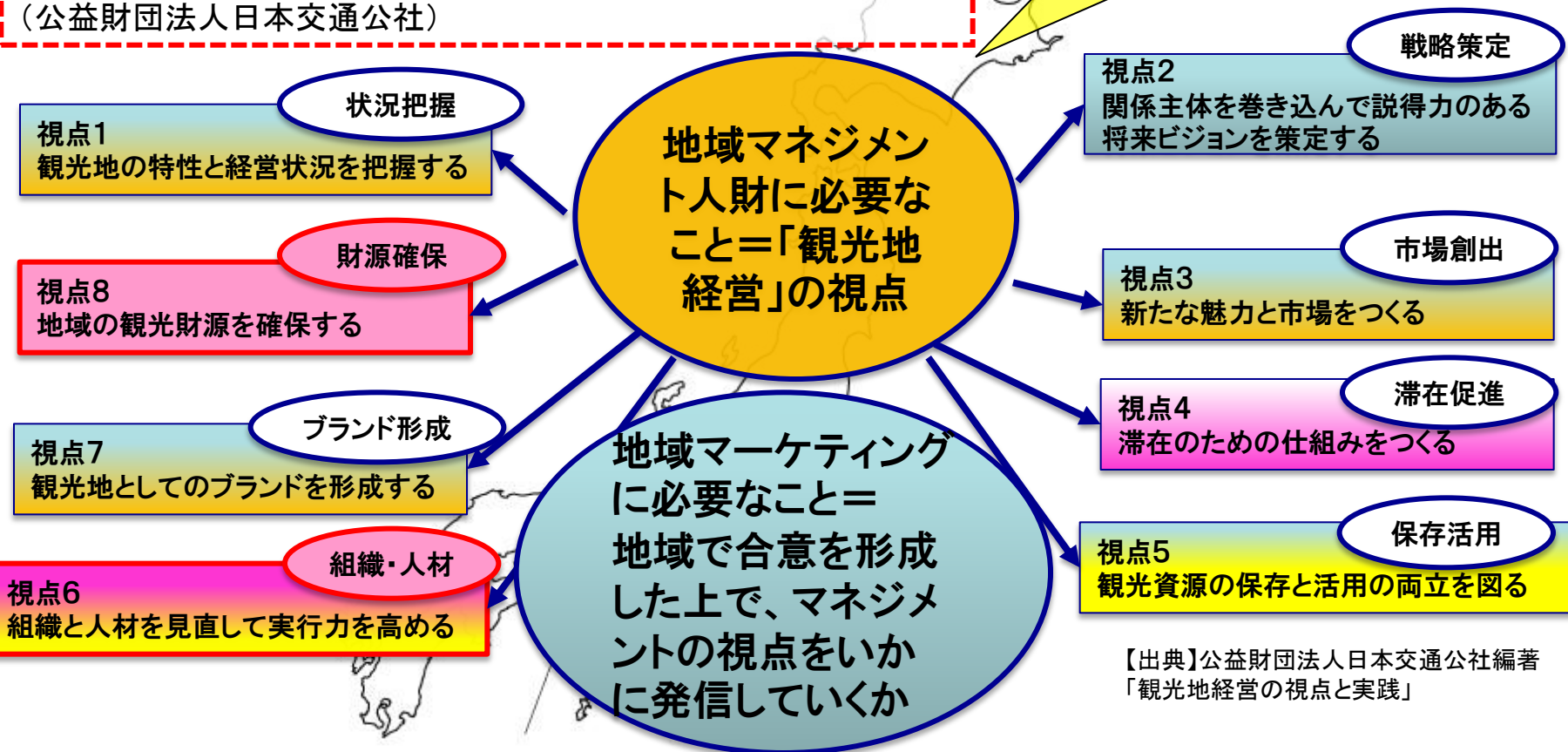
交流人口の拡大へ貢献

観光地経営人財育成のために必要なこと

【観光地経営（定義）】

観光地の持続的な発展を目的として、一定の方針（ビジョン）に基づいて、観光地を構成する様々な経営資源と推進主体をマネジメントするための一連の組織的活動
（公益財団法人日本交通公社）

地域マネジメント人財
の不足が課題



観光地経営人財育成のために必要なこと
⇒学んだことの実践＝国や地域での実務経験

ツーリズム産業の人財に必要な5つの「New」

ツーリズム産業は、短期的な課題、あるいは長期的な環境の変化を乗り越え、新たな「発展」「イノベーション」の道筋を見いだす人財を求めている。

①価値観の「New」

「顧客視点」でニーズを見抜けるマーケティング力

②資源の「New」

自らの地域資源を熟知し、その独自性・固有性を見抜く力

③視点の「New」

マイナスをプラスに転じることのできる逆転発想など
柔軟な発想力や物語の構想力

④手法の「New」

固有のビジネスモデルを組み立て実現できるマネジメント力

⑤人財の「New」

多様なネットワークをもち、新しい地域人財を発掘して活用できる
コーディネート力(多様な人財の活用)

稲刈人から開墾人へ



稲刈人
＝与えられたもの
しかできない

田植人
＝高い実務執行能力

開墾人
＝新しい発想力

