

# 次世代から動かす MICE

～地域と次世代で築く、認知拡大と人材育成の提言～

令和 7 年 6 月

JCCB 次世代部会

## 1. はじめに

現在、日本政府は MICE の国際競争力強化を国家戦略の一環として位置づけており、新時代のインバウンド拡大アクションプランで「2030 年までにアジアNo.1 の国際会議開催国としての不動の地位、世界 5 位以内」を目標に掲げている。これには、首都圏のみならず地方都市を含む全国レベルでの誘致力強化が急務であり、地域が一体となった受入体制の整備も必要である。

しかしながら、MICE という概念やその社会的・経済的価値は、ステークホルダーや市民の一部にしか理解されておらず、その結果、本来得られるはずの地域ブランディングやビジネス機会の創出といった恩恵が十分に得られていない。例えば、一部の地方都市では、大規模コンベンションの受入体制が整っておらず、英語対応などの多言語対応も不十分なことから、MICE の経済的効果を地域内で享受できておらず、誘致機会を逸するといった機会損失がおこっている。また、MICE 業界の認知の低さから、MICE と親和性の高い人材（例えば、高い語学力を持つ者、地域貢献に意欲のある者等）がより認知度が高くキャリアパスが明確な他業界・他業種へ流出している現況も散見されており、雇用促進が十分に進んでいない。

一方で、国内会議や大会も含めると、MICE は各地域で数多く開催されており、MICE に触れられる機会は決して少なくない。参加者を特定しないオープンな MICE も存在しており、市民公開講座やまちバル形式での懇親会などが行われている。また、市民や地元企業との接点を創出し、主催者が自団体の存在や研究内容の認知向上に努めている事例も多々ある。

本提言では、前述の MICE 業界の認知の低さに対する課題について整理（2.参照）を行い、ステークホルダー（提言 1）および学生（提言 2）に焦点を当て、MICE との接点を創出することにより、業界に対する理解の促進や地域における受入体制の強化、関係人口の形成を図り、最終的には次世代人材の育成につなげることを目指す。

## 2. MICE の認知に対する課題の整理

### （課題）

- ・ MICE（主にコンベンション）に触れる機会はあるが、「MICE」という言葉や概念自体が十分に認知されておらず、自身関わっているイベントが MICE に該当するという認識も持たれていない。
- ・ MICE を認知していたとしても、関与する意義や方法が分かりにくく、主体的な関わりには繋がりにくい。
- ・ MICE がもたらす好影響（経済効果や地域活性化等）に対して、その価値の実感や可視化がされておらず、積極的な関与に至っていない。

(整理)

- ・実際に MICE という言葉を覚えてもらうとともに MICE を「見て」「関わる」体験や、学ぶ機会の提供が重要である。

### 3. 提言内容

#### 【提言 1】「“知る”から始まる MICE の拡がり：業界参入を支える認知戦略」

～MICE を“他人ごと”から“自分ごと”へ：多層的アプローチの提言～

##### (1) 背景・課題

MICE 業界における地域企業のビジネス参入は限られた業種や企業に偏っており、特に地方都市では主催者のニーズに対応可能な事業者が少ないことから、地域としてニーズに応えられないケースが見られる。よって特定の企業への依存が高く、競争原理が働きにくくなり、製品・サービスの質の向上が進まず、結果として参加者満足度の低下や国際水準への対応の遅れを招く要因となっている。

また、地域企業の中には MICE という言葉や業界の存在自体を知らない企業も多く、仮に MICE を知っていたとしても、どのように参入すればよいのか、どのような製品・サービスが求められているのか、あるいは他社の成功事例などが分からず、情報不足が障壁となっている。

しかし、MICE ビジネスは、必ずしも大規模な設備投資や専門的なインフラを必要とするものではなく、業種によっては既存のリソースを活用して十分に参入可能な分野である。MICE における競争は単に地域内企業におけるものではなく、開催地選定における都市間競争の側面も強いため、地域としての提案力や対応力が問われる領域で、地域が一体となることで取り組むことができるものでもある。

##### (2) 提案内容

地元ステークホルダーを対象とした、MICE 業界への新規参入業者の拡大に向けた認知向上施策として、認知度合いに応じた3段階のアプローチを提供するべきである。

第1段階：SNS の活用・プロモーション展開（広く MICE を知ってもらう）

第2段階：MICE 参入ガイドの作成（参入に必要な具体的な情報を知ってもらう）

第3段階：MICE 現場見学ツアー（「自分ごと」として実感してもらう）

##### ① 第1段階：SNS の活用・プロモーション展開（広く MICE を知ってもらう）

MICE 業界について認知し親近感を持ってもらうために、MICE という言葉や概念に触れる最初のきっかけをつくるのが重要であり、その手段として SNS を活

用し、情報の拡散を図る。「最近よく見る＝身近なもの」という印象を生み出すことで業界に対する興味や理解が広まることを期待する。MICE 業界は裾野が広く、大学や行政、ステークホルダー、業界団体など多岐に渡るため、多様な層へのアプローチが可能であるため、業界全体で SNS を活用する機運を造成したい。

また、SNS を通じて MICE を広く知らせるための仕掛けとして、2つ提案する。

#### 1. 著名人（ローカルインフルエンサー）を MICE アンバサダーとして起用

MICE の魅力や体験を効果的に広めるため、地域で活躍するインスタグラマーや You Tuber などのローカルインフルエンサー（フォロワー数の多い著名人）をアンバサダーとして任命することで、普段 MICE に接点のない層にも情報が届きやすくなり、大会の様子や市民向けのイベント情報もより認知されやすくなる。

#### 2. 「#MICE の日」全国発信キャンペーン

年に 1 度、全国的に「#MICE の日」と題した SNS 発信キャンペーンを実施し、統一されたハッシュタグとともに MICE に関する情報を一斉に発信することで、SNS 上での話題化やトレンド入りを促進する。これにより、一般人に対しても MICE への興味・関心を喚起する機会を創出する。

#### ② 第 2 段階：MICE 参入ガイドの作成（参入に必要となる具体的な情報を知ってもらう）

新規参入事業者向けに、具体的な発注事例や他都市の成功事例を集約したマニュアルを作成することで、MICE 業界の“見える化”を促進し、参入をサポートする。掲載内容としては、表 1 のように、主催者からの要望や事業者の対応事項、単価やメニューの公開などを想定している。

表 1, MICE 参入ガイドの記入内容（例）

飲食関連 ケータリング料理 ○○市○○会議での事例	
主催者からの要望	ハラール、アレルギー等に対応したローカルフードの提供
事業者の対応	全料理で対応するのではなく、各料理にハラールやアレルギー表記を行うことで、各人が食べられる料理を自身で判断する方法を採用。
単価、メニュー	8,000 円（飲み放題別、サ込）、製品の画像添付

観光関連 観光施設の営業時間変更 △△市△△会議での事例	
主催者からの要望	通常の営業時間ではなく夜間の対応もして欲しい
事業者の対応	商店街振興組合加盟店舗へ情報共有し、賛同店舗のみで対応。夜間対応することで、売上が50%UP。MICE参加者にはリストバンドを配布し区別した。
単価、メニュー	6,000円（ワンドリンク付）、MICE参加者向けメニューを各店舗が設けた。

### ③ 第3段階：MICE 現場見学ツアー

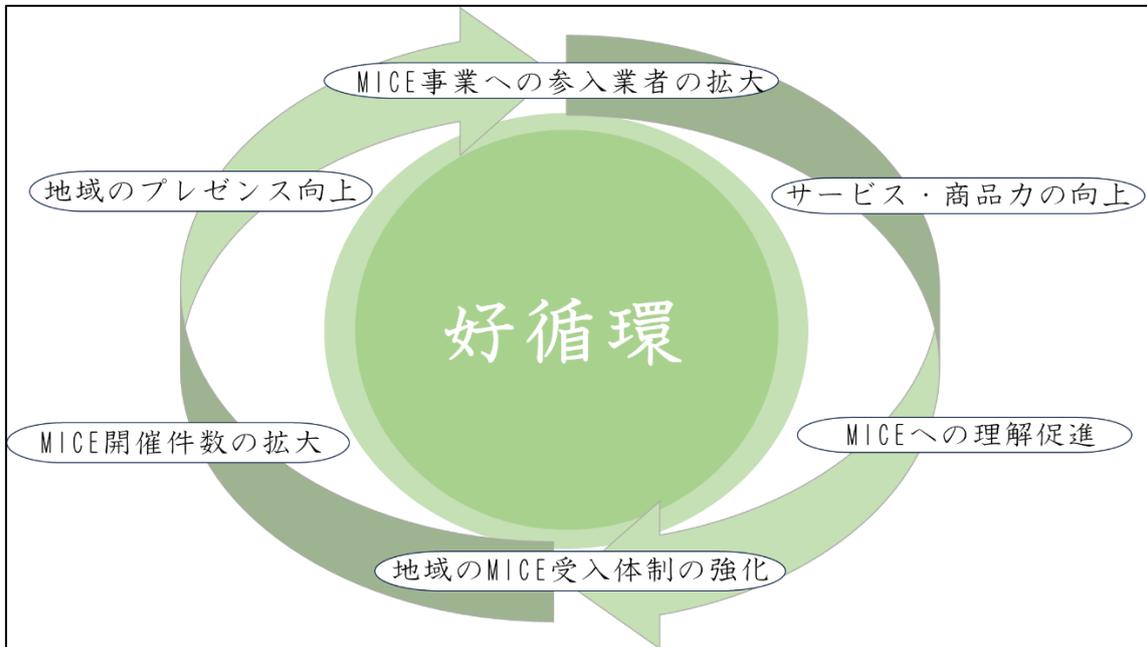
県外で開催されるMICEの視察ツアーを実施し、現地主催者の協力のもと、参加者が実際の会場での運営や来場者の様子を「見て・聞いて・感じる」機会を提供する。あわせて、MICE業界で実績を上げている地元企業との情報交換会を開催し、MICEへの参入の意義や可能性について理解を深めてもらう。さらに、異業種間での交流を通じて、自社の製品・サービスのブラッシュアップや新たなビジネス展開のヒントを得られる場とする。

### (3) 期待される効果

表2は、本提言によるMICE業界への波及効果を示したものである。事業者の新規参入が進むことで競争が活性化し、各社がサービスや商品のブラッシュアップに取り組むようになれば、MICE全体の質の向上が期待できる。また、新たな製品やコンテンツは注目を集めやすく、MICEそのものへの理解促進にもつながる。

提案の幅が広がることで地域の受入体制も強化され、誘致力の向上が見込まれ、結果として、参加者の満足度が高まり、主催者や参加者から選ばれる都市としてのプレゼンス向上が期待される。

表2.ステークホルダーの MICE 認知による業界への効果



【提言2】「YOUTH MICE JAPAN：大学から未来を動かす力」

～観光学部をターゲットにした MICE 業界の認知向上～

(1) 背景・課題

学生が MICE 関連イベントに参加する機会や、自ら主催する機会は限られることから、就職活動時の「選択肢」として挙がりにくくなり、志望に繋がっていない。国内には、観光学部を持つ大学が各地にあるが、学生が就職する先は旅行・航空・ホテル分野が多く、観光＝レジャーと捉え、ビジネス色が強い MICE は認知されていない印象である。イベント系の大学においても、授業内容が服飾やメイクアップ、芸能関係寄りである事が多く、MICE 専任の教師も少ないことから、PCO やコンベンションビューローなどのイベントに関わる MICE 業界への応募には至っていない。

一方で、海外に目を向けると、大学の講座に複数の MICE 関連講義が組み込まれており、大学生のアルバイトとして展示会の受付業務が積極的に選ばれるなど、日本に比べて MICE 教育が進んでいる現状である。

## (2) 提案内容

MICE 業界を就職の「選択肢」として学生に認知させるためには、学生が就職活動を開始するまでの間に、MICE に関わる機会を創出し、実習や実践の場を提供することが重要である。その具体的な取り組みとして、観光学部の学生が運営事務局を担う「ユース版 MICE」の開催が有効である。

このイベントでは、観光学部の学生に限らず、他学部の学生や中高生、さらにはコンベンションビューローや業界団体など、さまざまな関係者が一体となって企画・運営・体験機会提供に取り組む。これにより、MICE 業界に対する理解を深めるとともに、実践的なスキルやネットワーク形成の機会を提供する貴重な場となる。

開催にあたっては、観光庁や JCCB による費用面での支援が望まれるほか、文部科学省との連携により、参加学生が大学の単位を取得できる制度設計が重要である。こうした仕組みを整えることで、学生にとって参加のメリットを明確化し、継続的な取り組みとしての基盤づくりが可能となる。

学生にとっては、観光・MICE 業界への理解を深める貴重な経験となり、就職活動やキャリア形成に広がりをもたらす機会となる。さらに、他学部の学生には研究発表の場として活用してもらうことで、学術的な交流の促進が期待される。中高生にとっては、現場スタッフとしての参加を通じて、進路選択に資する職業体験をすることができる。

また、企業や自治体にとっても、優秀な若手人材との接点を得る貴重な機会となり、学生の柔軟な発想や新しい視点を事業に取り入れるきっかけにもなる。学生と双方向の情報交換を行うことで、地域の魅力や課題を共に考える関係が築かれ、将来的な人材確保や地域活性化にもつながる。

このように、本イベントは産学官・地域が一体となって MICE 業界を担う若手人材の育成と地域活性化を両輪で推進する実践型プラットフォームとなる。

表3. ユース版 MICE の役割分担

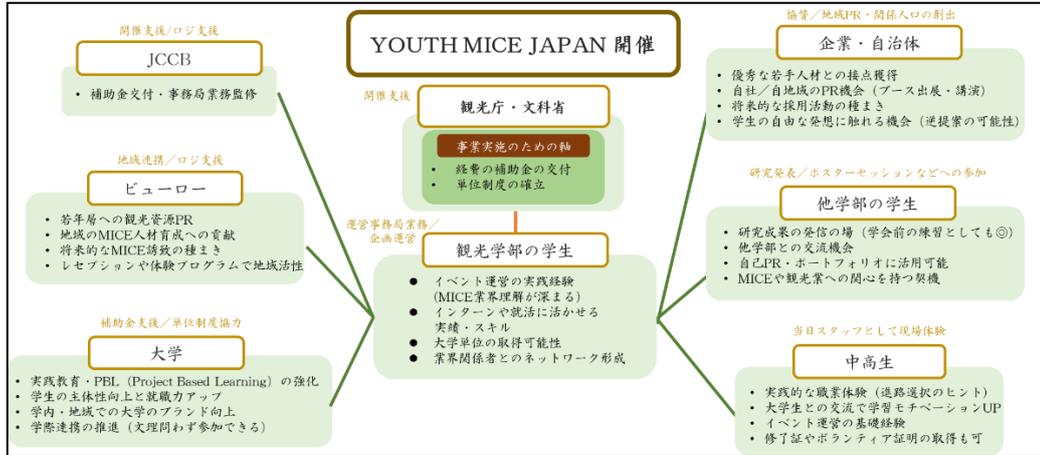
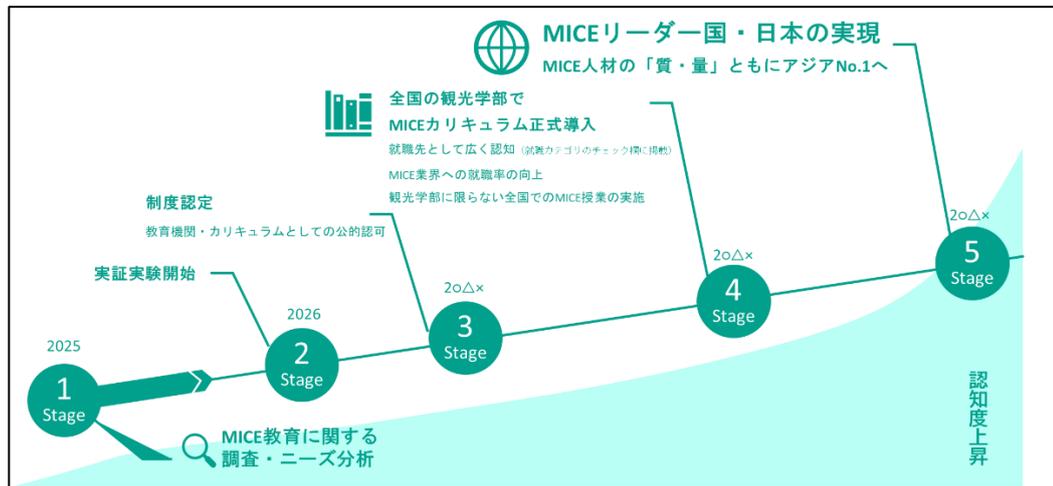


表4は、ロードマップを示したものである。2025年度にMICE教育に関する調査・ニーズ分析を行い、2026年度には実証実験を開始するなかでMICEカリキュラムとしてブラッシュアップをしていくことを考えている。将来的には、MICEの授業が全国で開始され、MICE業界への就職率向上や業界認知に繋げていきたい。また、これらの活動を通じて、MICE人材の「質・量」とともにアジアNo.1のMICE開催国となれば、さらなるMICE誘致にも繋がるであろう。

表4. ロードマップ



### (3) ユース版 MICE 開催に向けた課題とアプローチ

ユース版 MICE の準備を学生が主体となって行うため、経験や知識の不足、モチベーション管理など、学生ならではの課題や障壁が生じやすい。そのため、開催に向けては、そうした課題に対応するための的確な支援やアプローチが不可欠である。以下に示す課題に対し、MICE 業界の企業やコンベンションビューローが積極的に支援することで、解決に向けた効果的な取り組みが期待できる。

#### (課題)

- ① 学生の負担の重さと長期的なモチベーション管理
- ② 観光学部以外のメリットが不明瞭
- ③ 中高生との関わりに対するサポート体制
- ④ 教職員の負担の大きさ

#### (アプローチ)

①～③に対しては、教職員が学生の学習意欲や役割分担の管理を担うだけでなく、MICE 業界やコンベンションビューローによるサポートも重要である。具体的には、就職先としての魅力発信や、実際の業務内容や現場の声を聞ける講演、ワークショップ開催などがあげられる。こうした MICE 業界の支援により、観光学部以外の学生も安心して関われる環境が整い、幅広い分野からの参加が期待できる。また、業界との接点を通じて学びの深まりが実感できることで、学生の将来像がより具体的になり、モチベーション維持にも繋がると考えられる。

④に対しては、教職員が企業やビューローに出向いて現場を直接見学し体験する機会の創出や業界からの講師派遣、共同授業の推進、TA や学生スタッフ育成の支援を通じて、教育者の専門性向上と運営支援の効率化を図ることが不可欠である。

これらの取り組みは、学生と教職員双方の負担軽減とスキルアップを促進し、ユース版 MICE の持続的発展と成功に寄与すると考えられる。

#### 4. 付記：議論に上がったその他の意見

次世代部会で MICE 業界に対する課題として、①MICE の認知拡大②MICE 人材のモチベーション向上・人材育成③地域連携 の 3 点が主に挙げられ、①に注力して議論を行った。その過程で出た意見や、議論の序盤に挙げられた②③の意見についても、以下にて簡単に紹介する。

##### ■MICE の認知拡大

- ・“MICE ブランドロゴ”を作成することで、各イベントが MICE という定義で実施されていることが分かりやすくなり、誰にとっても一目で認識できると良いのではないか。
- ・MICE の現場を職業体験や社会科見学のような形で子どもに見せることで、幼いころから MICE に触れる機会を提供できないか。また、学校の教科書にも MICE の文言や意義が載るとなお良い。
- ・調理師専門学校の学生にお弁当を提供してもらうなど、学生をもっと MICE に関わらせる仕組みが作れないか。
- ・MICE 検定を行い、MICE の理解度を可視化するとともに、オフ会などで関係者が繋がる機会を設けられないか。
- ・MICE というコンベンションに注目しがちだが、E（イベント/展示会）に注力して市民を巻き込んだ MICE の理解促進ができないか。

##### ■MICE 人材のモチベーション向上・人材育成

- ・OJT による教育をとっている PCO やビューローが多く、教える側を含めてインプットする時間や機会が少ない。業界内で組織を横断した情報共有や連携の場が作れないか。
- ・業務のマニュアル化が難しく、個々が自発的にモチベーションを保ち、スキルアップしていく必要がある。PCO やビューロー職員を対象にした報奨旅行の開催など、モチベーション向上に寄与する機会を提供できないか。
- ・ビューローは行政に近い組織体制のため、年功序列の文化が根強く、MICE の誘致や地域内での取り組みといったチャレンジが、人事評価や昇給・昇格に必ずしも反映されない現状がある。意欲的に挑戦した人が正当に評価されるような仕組みを構築できないか。
- ・准教授や講師など次世代を担う主催者の卵に向けて学会会期中のランチョンセミナー等で MICE 勉強会を開催できないか。
- ・MICE の開催貢献賞等を、地域規模単位でも設けられないか。
- ・教育機関や教職員、ステークホルダー、市民など、対象ごとに異なる関心や立場に応じて、MICE 開催のメリットを分かりやすく伝えるための資料を作成できないか。

#### ■地域連携

- ・会場周辺の飲食店での割引対応や商店街との連携などを推進できないか。
- ・自都市だけでなく他都市の魅力的なコンテンツも相互に PR できる環境を整備し、MICE 向けの提案内容をより充実させることで、各都市が持つ特色や強みが際立ち、地域全体の魅力度向上にもつながるのではないか。

#### ■その他

- ・子供を同伴して学会へ参加したいとの要望が増えてきている。キッズルームの設置・保育士を確保に対してアプローチできないか。
- ・サステナビリティを意識したコンテンツ造成にアプローチできないか。

## 添付資料

### 【資料】全国の観光学部調査（2025.3.31 時点）

現在、全国には観光学部・観光系学科を提供している大学が 144 校存在しています（進路ナビ調べ）。そのうち、MICE に特化した講義を開催している大学はわずか 23 校にとどまっており、全体の 15.9%という少なさである。

以下は、MICE 教育を実施している一部の大学とその授業内容：

- ・首都都立大学：「MICE 論」の授業を開講しており、株式会社コングレの西村 郁子部長が登壇し、「コンベンション会社の仕事」をテーマに講演を行っている（出展：<https://www.congre.com/report/20191219/>）。
- ・横浜商科大学：観光庁事業の一環として、MICE ビジネスの中核人材育成と人的ネットワーク構築を目的とした全 6 回の講座を開催。受講生は 7 グループに分かれ、旅行会社から提示された課題の解決策をプレゼン形式で発表した（出展：<https://www.shodai.ac.jp/news-topics/13/>）。
- ・名桜大学：国際コンベンションビジネスという授業があり、観光産業との関係やコンベンションビジネスによる地域への波及効果について学習するもの（出展：[https://www.meio-u.ac.jp/about/disclosure/education/assets/04-2\\_2023\\_ITM\\_kamokugaiyo.pdf](https://www.meio-u.ac.jp/about/disclosure/education/assets/04-2_2023_ITM_kamokugaiyo.pdf)）。

しかしながら、MICE に特化した授業を開講している大学のうち、23 校中 2 校のみが自校のホームページ上で「MICE」という言葉の意味について明記しているにとどまっており、MICE 教育の存在自体が受験生や在學生に十分に周知されていないのが現状である。こうした状況を踏まえ、観光学部における MICE 教育の充実とその情報発信の強化が求められている。

以下が、全国の観光学部・観光系学科の一覧である。

都道府県		大学名	学部名	学科名
北海道	1	★札幌国際大学	観光学部	観光ビジネス学科
	2	札幌大学	地域共創学群	リベラルアーツ専攻
	3	東海大学（札幌キャンパス）	国際文化学部	地域創造学科
	4	北海道商科大学 ★北海商科大学	商学部	商学科 観光産業学科
青森	5	青森大学	総合経営学部	経営学科フィールド・ツーリズムコース
	6	弘前大学	人文社会科学部	社会経営課程企業戦略コース
宮城	7	東北文化学園大学	現代社会学部	現代社会学科
	8	石巻専修大学	経営学部	経営学科地域観光・マーケティングモデル
秋田	9	ノースアジア大学	総合政策学部	国際学科 国際関係・安全保障コース
		ノースアジア大学	総合政策学部	国際学科 観光コース
山形	10	東北公益文科大学	公益学部	公益学課観光・まちづくりコース
福島	11	東日本国際大学	経済経営学部	経済経営学科観光マネジメントコース
茨城	12	常磐大学	総合政策学部	総合政策学科
	13	流通経済大学	共創社会学部	国際文化ツーリズム学科

栃木	14	作新学院大学	経営学部	経営学科
群馬	15	高崎経済大学	地域政策学部	観光政策学科
	16	高崎商科大学	商学部	経営学科観光まちづくりコース
埼玉	17	★跡見学園女子大学	観光コミュニティ学部	観光デザイン学科
	18	浦和大学	社会学部	現代社会学科
	19	共栄大学	国際経営学部	国際経営学科 観光ビジネスコース
	20	★淑徳大学	経営学部	観光経営学科
	21	駿河台大学	経済経営学部	観光＆国際ビジネスコース
	22	★西部文理大学	サービス経営学部	サービス経営学科
	23	大東文化大学	文学部	歴史文化学科観光歴史学コース
	24	獨協大学	外国語学部	交流文化学科
	25	★立教大学	観光学部	観光学科
	26	公正大学	データサイエンス学部	データサイエンス学科
	27	城西大学	経営学部	マネジメント総合学科
	28	東京国際大学	国際関係学部	国際関係学科
		東京国際大学	国際関係学部	国際メディア科
東京国際大学		国際関係学部	国際関係学科	
千葉	29	★明海大学	ホスピタリティ・ツーリズム学部	
	30	敬愛大学	国際学部	国際学科観光マネジメント専攻
	31	秀明大学	観光ビジネス学部	観光ビジネス学科
	32	城西国際大学	観光学部	観光学科
	33	和洋女子大学	国際学部	国際学科
東京	34	★東京都立大学	都市環境学部	観光科学科
	35	日本大学	国際関係学部	国際総合政策学科/グローバル観光コース
	36	東海大学（品川キャンパス）	観光学部	観光学科
	37	文京学院大学	ヒューマン・データサイエンス学部	
	38	★東洋大学（白山キャンパス）	国際観光学部	国際観光学科
	39	川村学園女子大学	生活創造学部	観光文化学科
	40	★帝京大学	経済学部	地域経済学科
		★帝京大学	経済学部	観光経営学科
	41	★帝京平成大学	人文社会学部	観光経営学科
	42	二松学舎大学	文学部	都市文化デザイン学科
	43	亜細亜大学	経営学部	ホスピタリティ・マネジメント学科
	44	★桜美林大学	ビジネスマネジメント学群	観光・ホスピタリティ・エンターテインメントビジネス領域
	45	大正大学	地域創生学部	公共政策学科
	46	文化学園大学	国際文化学部	国際文化・観光学科
	47	★杏林大学	外国語学部	観光交流文化学科
	48	駒沢女子大学	観光文化学部	観光文化学科
	49	松蔭大学	観光メディア文化学部	メディア情報文化学科
		松蔭大学	観光メディア文化学部	観光文化学科
	50	実践女子大学	国際学部	国際学科
	51	玉川大学	観光学部	観光学科
52	日本経済大学	経済学部	商学科ホテル・観光ビジネスコース	
53	昭和女子大学	国際学部	国際日本語学科	
54	武蔵大学	人文学部	英語英米文化学科交流文化・観光コース	
55	★東京富士大学		イベントプロデュース学科	
56	目白大学	社会学部	地域社会学科	

神奈川	57	東海大学（湘南キャンパス）	体育学部	スポーツマネジメント科
	58	國學院大學	観光まちづくり学部	観光まちづくり学科
	59	多摩大学	グローバルスタディーズ学部	グローバルスタディーズ学科
	60	関東学院大学	国際文化学部	国際文化学科
	61	相模女子大学	人間社会学部	地域クリエイション学科
		★相模女子大学	学芸学部	英語文化コミュニケーション学科
	62	★横浜商科大学	商学部	観光マネジメント学科
	63	フェリス女学院大学	グローバル教育学部	国際社会学科
新潟	64	神奈川大学	国際日本学部	国際文化交流学科 国際関係専攻
	65	★新潟経営大学	経営情報学部	経営情報学科
富山	66	新潟産業大学	経済学部	文化経済学科
石川	67	富山国際大学	現代社会学部	現代社会学科観光専攻
	68	北陸学院大学	社会学部	社会学科
	69	金沢大学	融合学域	観光デザイン学類
	70	公立小松大学	国際文化交流学部	国際観光・地域創生コース
福井	71	金沢星稜大学	経済学部	地域システム学科
	72	仁愛大学	人間学部	コミュニケーション学科
長野	73	松本大学	総合経営学部	観光ツーリズム学科観光分野
	74	長野大学	環境ツーリズム学部	環境ツーリズム学科観光分野
	75	清泉大学	人間学部	心理コミュニケーション学科英語コミュニケーション
岐阜	76	岐阜大学	社会システム経営学環	
静岡	77	日本大学（三島キャンパス）	国際関係学部	国際教養学科グローバル観光コース
	78	浜松学院大学	地域共創学部	地域経営学科 観光専攻
	79	静岡県立大学	経営情報学部	経営情報学科
	80	静岡英和学院大学	人間社会学部	人間社会学科 観光地域デザインメジャー
愛知	81	星城大学	経営学部	経営学科観光・まちづくり部門
	82	名古屋学院大学	法学部	法学科
	83	名古屋商科大学	国際学部	国際学科
	84	愛知学院大学	文学科	グローバル英語学科
	85	愛知東邦大学	経営学部	地域ビジネス学科
		愛知東邦大学	経営学部	国際ビジネス学科
86	桜花学院大学	国際学部	国際学科	
京都	87	嵯峨美術大学	芸術学部	デザイン学科観光デザイン領域
	88	福知山公立大学	地域経営学部	地域経営学科 交流観光系
	89	★京都外国語大学	国際貢献学部	グローバルスタディーズ学科
	90	京都橘大学	経済学部	経済学科
		京都橘大学	国際英語学部	国際英語学科
	91	京都文教大学	総合社会学部	総合社会学科観光・地域デザインコース
	92	立命館大学	文学部	人文学科地域観光学専攻
93	平安女子大学	国際観光学部	国際観光学科	
大阪	94	大手門学院大学	地域創造学部	地域創造学科
	95	大阪学院大学	経営学部	ホスピタリティ経営学科
	96	★大阪国際大学	国際教養学部	国際観光学科
	97	大阪産業大学	経済学部	観光ビジネスコース
	98	帝塚山学院大学	リベラルアーツ学部	リベラルアーツ学科社会マネジメント専攻観光・地域創生コース
	99	大阪公立大学	文学部	文学研究科 文化資源コース
	100	大阪観光大学	観光学部	観光学科
	101	★大阪成蹊大学	国際観光学科	国際観光学部
	102	近畿大学	経営学部	商学科観光・サービスコース
	103	四天王大学	社会学部	社会学科
	104	羽衣国際大学	現代社会学部	現代社会学科 観光コース
羽衣国際大学		現代社会学部	現代社会学科 国際英語コース	
105	阪南大学	国際学部	国際観光学科	
106	梅花女子大学	文化表現学部	日本文化学科 歴史・観光学専攻	

兵庫	107	関西国際大学	グローバル学部	グローバル学科
	108	流通科学大学	人間社会学部	観光学科
	109	芸術文化観光専門職大学	芸術文化観光学部	芸術文化観光学科
	110	芦屋大学	経営教育学部	経営教育学科経営マネジメントコース
	111	大手前大学	現代社会学部	観光マネジメント専攻
	112	神戸国際大学	経済学部	国際文化ビジネス・観光学科
	113	宝塚医療大学	観光学部	観光学科
奈良	114	奈良県立大学	地域創造学科	地域創造学部
	115	帝塚山大学	経済経営学科	経済経営
和歌山	116	和歌山大学	観光学部	観光経営コース
		和歌山大学	観光学部	地域再生コース
		和歌山大学	観光学部	観光文化コース
		和歌山大学	社会インフォマティクス学環	
島根	117	島根県立大学	人間文化部	地域文化学科
岡山	118	岡山商科大学	経営学部	商学科 観光・地域開発コース
		岡山商科大学	経営学部	商学科 企画開発コース
		岡山商科大学	経営学部	商学科 マーケティングコース
広島	119	★安田女子大学	現代ビジネス学部	国際観光ビジネス学科
	120	比治山大学	現代文化学部	マスコミュニケーション学科
	121	広島専修大学	商学部	商学科
山口	122	梅光学院大学	国際学部	国際言語文化学科
	123	山口大学	経済学部	観光政策学科
	124	東亜大学	国際教養学部	観光文化学科コース
		東亜大学	国際教養学部	国際ビジネスコース
香川	125	香川大学	経済学部	観光・地域振興コース
愛媛	126	愛媛大学	社会共創学部	環境デザイン学科
高知	127	高知県立大学	文化学部	文化学科地域文化創造系
福岡	128	北九州国際大学	現代ビジネス学部	地域経済学科・観光ビジネスコース
	129	日本経済大学	経済学部	商学科ホテル・観光ビジネスコース
	130	★九州産業大学	地域共創学部	観光学科
	131	福岡女子院大学	人文学部	現代文化学科
	132	久留米大学	経済学部	経済学科
	133	西南女学院大学	人文学部	観光文化学科
長崎	134	長崎国際大学	人間社会学部	国際観光学科・観光マネジメントコース
		長崎国際大学	人間社会学部	国際観光学科 グローバルツーリズムコース
	135	鎮西学院大学	総合社会学部	経済政策学科 地域政策コース
熊本	136	東海大学（熊本キャンパス）	文理融合学部	地域社会学科
	137	熊本学園大学	商学部	ホスピタリティ・マネジメント学科
	138	尚綱大学	現代文学部	文化コミュニケーション学科
大分	139	別府大学	国際経営学部	
	140	立命館アジア太平洋大学	サステナビリティ観光学部	サステナビリティ観光学科
宮崎	141	宮崎国際大学	国際教育学部	比較文化学科 ホスピタリティ・観光マネジメントコース
沖縄	142	琉球大学	国際地域創造学部	国際地域創造学科 観光地域デザインプログラム
	143	★名桜大学	国際学部	国際観光産業学科
	144	沖縄キリスト教学院大学	人文学部	観光文化学科