実証講座　「地域産業研究」報告

１．講座について

講座名		講座内容	講師
RESAS 出前講座	8 月 7 日	RESAS 使い方講座	中国経済産業局
地域産業研究 1 回目	8 月 8 日	1　情報に対する理解を深め、情報分析の考え方を理解する 2　情報収集演習（RESAS 活用）	講師：１名 補助：２名
地域産業研究 ２回目	9 月 3 日	1　帰納法の枠組みを使って仮説を証明するロジックをつくりあげる。 2　課題設定と解決策考案（プレゼンツール使用）	講師：１名 補助：２名
地域産業研究 ３回目	9 月 8 日	１　プレゼンテーションに向けて考えてを正しく伝えるために心得 ２　学習成果の発表	講師：１名 補助：２名

２．受講者属性

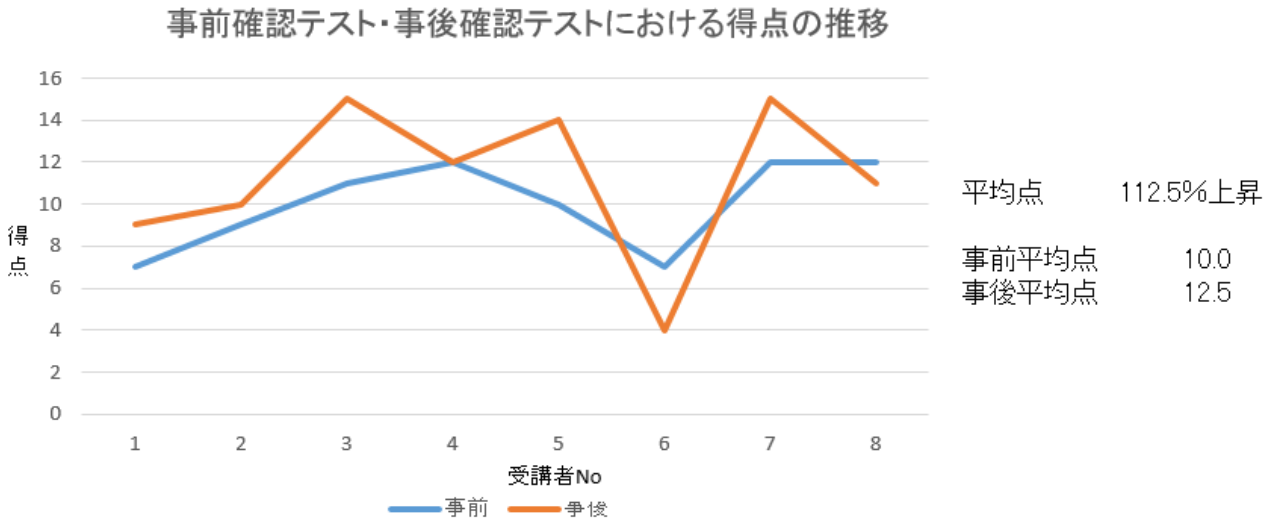
学科	情報ビジネス科	理系転換対象学科
学年	1 年生	
年齢	18 才～19 才	既卒なし
人数	16 名	
分野知識	入学以後の知識学習	なし

３．事前確認テスト・事後確認テスト

今回の講座の教材をもとに、NotebookLM で問題を 15 問作成し、各設問は 4 択にしている。16 問目は事後のみの出題で RESAS で得られるグラフを取り出してアップロードする。

	確認テスト設問
問 1	データと情報について、データは「素材」に例えられますが、情報はデータにどのような加工を施し、何に例えられる関係にあると説明されていますか？
問 2	売上高、顧客数、年齢、アクセス数など、数値で表せる客観的な情報は、情報の種類のうち何と呼ばれますか？
問 3	顧客の感想、インタビュー内容、製品の使い心地など、数値化できない言葉や感情、意見、印象などの情報は、情報の種類のうち何と呼ばれますか？
問 4	研究者自身が直接得た、オリジナルで具体的な情報を、情報源による分類で何と呼びますか？

問 5	一次情報を基に、解説や分析、解釈が加えられた情報を、情報源による分類で何と呼びますか？
問 6	情報分析の基本ステップにおいて、分析を開始する前に「何のために分析するのか」を明確にすることは何と呼ばれますか？
問 7	情報分析の基本ステップのうち、収集したデータを「欠損値の補完、データの形式変換、不要なデータの削除」などにより、分析に適した形に整える段階を何と呼びますか？
問 8	分析の目的を達成するために、「売上が伸び悩んでいるのは、価格が高いからだ」のように、分析の結果について事前に立てる推測のことを何と呼びますか？
問 9	ビジネスにおける情報分析の意義として、問題や課題の把握、将来の意思決定の他に、限られた情報から「おそらくこうだろう」と仮の答えを立てて検証することは何と呼ばれますか？
問 10	地方創生の情報支援として、地域経済に関する官民の様々なデータを地図やグラフ等で「見える化」し、地域の課題発見や解決策検討を後押しするシステムは何ですか？
問 11	個別具体的な事例や観察結果から、共通点やパターンを見出し、それらを一般化して普遍的な法則や結論を導き出す思考法を何と呼びますか？
問 12	一般的・普遍的な法則や前提（ルール）から出発し、それを特定の事例に当てはめることで、必然的な結論を導き出す思考法を何と呼びますか？
問 13	与えられた情報や状況から、「おそらくこうだろう」という仮の答え（仮説）を立て、それを検証することで、問題解決や意思決定を効率的に進める思考法を何と呼びますか？
問 14	文章や図、グラフなど、様々な形式で提示された情報を正確に理解し、専門用語や概念を文脈の中で把握する力を、「情報を読み解く思考力」の一部として何と呼びますか？
問 15	現代社会において、情報の真偽や信憑性を評価し、フェイクニュースや誤情報を見抜き、鵜呑みにしないために不可欠な思考力は何と呼ばれますか？
問 16 事　後 のみ	RESAS を用いて山口県の観光業（ホテル・旅館）の現状についてデータから気づきを一つ上げの回答フォームに入力しなさい。（記述式）

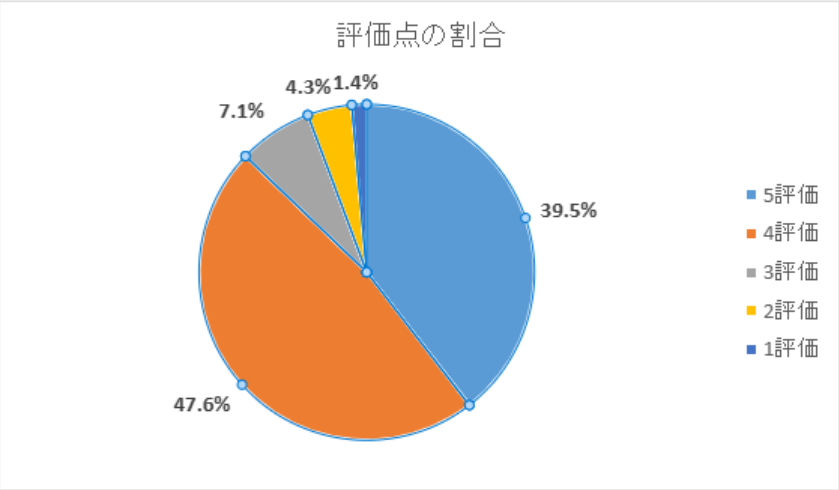


📈 分析のまとめ
このグラフから言えるのは：
全体を俯瞰すると、ほとんどの受講者で事後テスト（オレンジ）が事前テスト（青）を上回っており、教育的なアプローチや学習の成果が一定数出ていることが読み取れる。
事前平均 10.0 点 に対し、事後平均は 12.5 点 となっており、上昇率は 112.5%（12.5%増）上昇。教育的に明確な成果があったと言える。

※事後テストで事前テストの得点がほとんどの受講者で増えたことで授業やトレーニングが一定の学習効果をもたらしたが、事後テストが事前テストを下回る受講者も存在しており「全員一律の理解」ではなく、学習効果に個人差が残っているとも読める。

４．受講アンケート結果

No	設問	平均
1	講師の説明は分かりやすかったですか？	4.5
2	講師の話すスピードやテンポは適切でしたか？	4.6
3	「データ」と「情報」の違いについて理解できましたか？	3.8
4	「定量情報」と「定性情報」の種類と特徴について理解できましたか？	3.4
5	情報分析の基本ステップ（目的明確化、情報収集、情報の加工、意味の読み取り、分析結果のアウトプット）について理解できましたか？	3.9
6	「帰納法」と「演繹法」の概念について理解できましたか？	4.1
7	「仮説思考」の重要性と進め方について理解できましたか？	4.3
8	RESAS（地域経済分析システム）の基本的な操作方法について理解できましたか？	4.6
9	RESAS で提供されている様々なマップ（例：人口マップ、観光マップ、産業構造マップなど）の種類とその分析用途について理解できましたか？	4.4
10	地域課題の発見やその解決策の検討において、RESAS がどのように役立つか理解できましたか？	4.4
11	本講座を通じて、データに基づいた地域課題の特定能力が向上したと感じますか？	4.1
12	本講座を通じて、情報を論理的に分析し、解決策を考察する能力が向上したと感じますか？	4.0
13	地域産業研究や地方創生に対する関心や理解が深まりましたか？	4.3
14	マーケティング分野に関する興味を引き出せたと感じましたか？	4.4
15	本講座の構成（座学＋実習＋グループワーク）は適切でしたか？	4.2



考察

・全体の約 78%が「4 点以上」を占めており、受講者の満足度・理解度は高い傾向が見られる。

・5 点評価（非常に良い）も 35%と多く、講義内容や講師の説明が多くの学生に肯定的に受け止められている。

・3 点以下の回答も 1 割未満ながら存在しており、一部の受講者が内容の難しさやテンポに課題を感じた可能性がある。

・総合的に見ると、講座構成・説明内容・理解度のいずれも高評価である。

５．グループワークのまとめ

4 グループ 4 人～5 人のチームで山口県の観光情報について RESAS を用いて観光情報を調査し情報を抽出
各チームでテーマを設定、課題設定と解決策提案のプレゼン資料を作成し、5 分のプレゼン発表を実施。

----------**山口県観光交通改善計画**

課題

移動に時間がかかり限られた時間で複数の場所を巡るような「小回りの利く観光」が難しい

解決

観光タクシー導入、免許がない観光客でも時間を有効に使い、行きたい場所に柔軟にアクセスでき観光全体の満足度向上が期待できる。



----------**山口県が観光客を増やすために 取り組むべき課題**

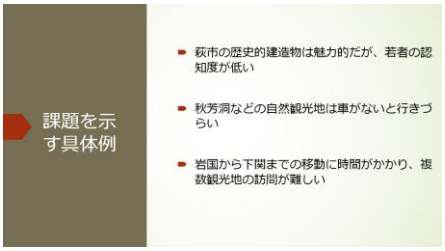
課題

山口県内の観光地は地理的に広く分散しており、「観光地がバラバラにあり効率的に巡ることが難しい」

解決

観光周遊バスの導入 主要な交通結節点や観光拠点を効率的に結ぶ専用の「観光ルートバス」







----------**山口県の観光ツアーと交通面の改善案**

課題

観光客の「滞在期間の短さ」宿泊客の**約半数が１泊のみ**で県を離れている。広島県では 1 泊と 2 泊の旅行者の割合が同程度であるのに対し、山口県は 1 泊に大きく偏っている。

解決

観光客に「泊まりたい」と思わせる**２泊３日の体験型ツアー**を提案

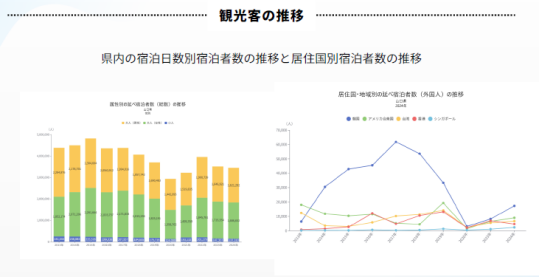
１日目　元乃隅神社

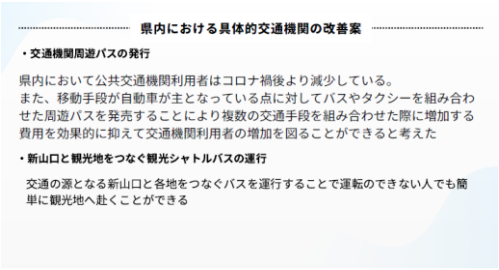
- 『天に届く賽銭箱』への挑戦：他では決してできない、ユニークで記憶に残る体験を提供。

１泊目　長門市周辺　　１日目の元乃隅神社と 2 日目の萩の中間地点に宿泊することで 1 泊を促す。

2 日目～3 日目　　萩城下町・松下村塾

- 歴史と文化の探訪：歴史的な街並みを散策し、日本の近代化の原点に触れることができる。





----------**山口県の観光活性化ポイント**

課題

他県に比べて滞在期間が短くい。比較対象を大分県にした。

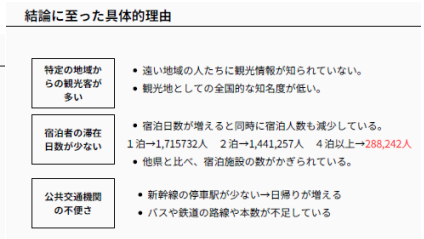
大分県は、2 泊、3 泊と滞在期間が長く、複数泊の宿泊者数が多いので、温泉による湯治で長い滞在と推察

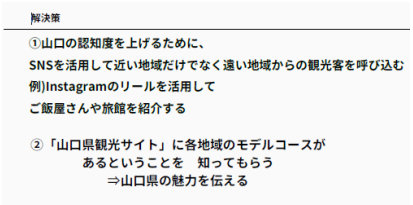
山口県では、公共交通機関の利便性と新幹線アクセス本数により日帰り客が多く短期滞在傾向に偏る。

解決

山口県の「ご飯屋さん」とかを動画リールを活用することで山口県外の方々に対し SNS で認知をひろげていく。







６．実証講座講師総評

（１）主張を裏付ける具体的なデータの提示方法に大きな改善の余地がある
（２）日常会話にありがちな「多い・少ない」「良い・悪い」といった抽象的な表現から脱却し、客観的な数値や比較データを活用して、具体的かつ論理的な議論を展開することの重要性
（３）山口県を中心とした広域観光モデルの着眼点は高く評価するが SNS 活用といった一般的な解決策は、より具体的な実行計画が必要
（４）課題の根本原因を「なぜ」と 3 回掘り下げる分析アプローチを取り入れる。
（５）根拠となるデータを明確に示し、「木（詳細）と森（全体像）」をつなぐことで、説得力のあるロジックを構築することが重要。

1）抽象的表現から具体的データへの移行

プレゼンテーションにおける課題「データの示し方」が挙げられた。多くの発表が「魅力が少ない」「アクセスが悪い」といった抽象的な表現に留まっており、その主張を客観的に裏付ける根拠が不足していた。日常会話の 8 割は『多い・少ない』『良い・悪い』といった抽象的なものだが、ビジネスプレゼンテーションでは、具体的な数値で示すことが不可欠である。

① 具体化の実践例

「山口県は横に広い」と言うのではなく、「山口県の幅は 120.8㎞ で、広島県の 119.8㎞ と比較しても広い」といった具体的な数値を示す。「移動に時間がかかる」ではなく、「移動には X 時間 X 分かかる」と明示する。

② 課題認識とデータ提示の乖離

魅力の再発見」「アクセスの改善」「観光地との連携」といった的確な課題認識（気づき）はあったものの、それらを具体的なデータで示す段階まで至らなかった点が惜しまれる。

2.）データ活用の重要性と実践方法

説得力のあるプレゼンテーションは、データを効果的に活用し、聴衆に「なぜそう言えるのか」を明確に伝える。

① データの視覚的提示

2 グループのプレゼンでグラフが用いられたが、すべてのグループが積極的に活用すべきである。

② 比較データの活用

主張の説得力を高めるために、他県との比較データを提示することが推奨された。

③ 聴衆への配慮

初めて情報に触れる聴衆にとっては、データがなければ「本当に多いのか」「なぜ少ないのか」が理解できない。データは、共通の理解基盤を構築するためのツールである。

④ 根拠の明確化

すべての主張は、「ほら、こんなデータが出ているでしょう」と示せるような、明確な根拠（ファクト）に基づいて構築されるべきである。

3）アイデアへの評価と発展

アイデアには優れた点があったものの、具体性の面でさらなる深化が求められる。

【高く評価された視点】

山口県をハブとした広域観光：「山口を拠点として、各地域に 1 時間半で動ける」という着眼点は、「非常に面白い」と高く評価。

① 発展案

このアイデアを具体化するために、山口県を中心点とし、長門、下関、岩国などへ矢印を伸ばし、「そこで何を見るのか」まで落とし込んだモデルプランを視覚的に示すことが提案された。

② 点の線化

このアプローチは、個々の観光地（点）を、意味のあるストーリー（線）でつなぐ作業であり、価値を大きく高める。

【改善が求められる提案】

① SNS 活用の具体化

「インターネットの活用」や「SNS での発信」は、現代のビジネスプランにおいて頻出するが、それだけでは不十分である。膨大な情報が発信される中で、「何を、どうやって、具体的にどの部分で」発信するのかを明確にする必要がある。

4）問題分析の深化　「なぜなぜ分析」の推奨

表面的な問題解決に留まらず、その根本原因を探るための思考法として、一つの問題に対して「なぜ」を 3 回繰り返すアプローチ。

① タクシー運転手不足の事例

・表面的な問題：夜にタクシーが捕まらない。

・掘り下げた原因：根本には深刻な運転手不足がある。広島のタクシー会社では、かつて 150 台の車両を 2 人体制で昼夜稼働させていたが､現在は 75 台中 30 台しか稼働していない。

・教訓：一つの事象の背景にある構造的な問題を理解することが、実効性のある解決策につながる。

5）結論　ロジック構築と効果的な伝達

優れたプレゼンテーションとは、詳細な事実と全体像を往復し、強固なロジックを構築する。

「木を見て森を見て、森を見て木を見る」：この比喩は、具体的なデータ（木）と、それが示す全体的な傾向や文脈（森）の両方を把握し、両者をつなげることの重要性を示している。

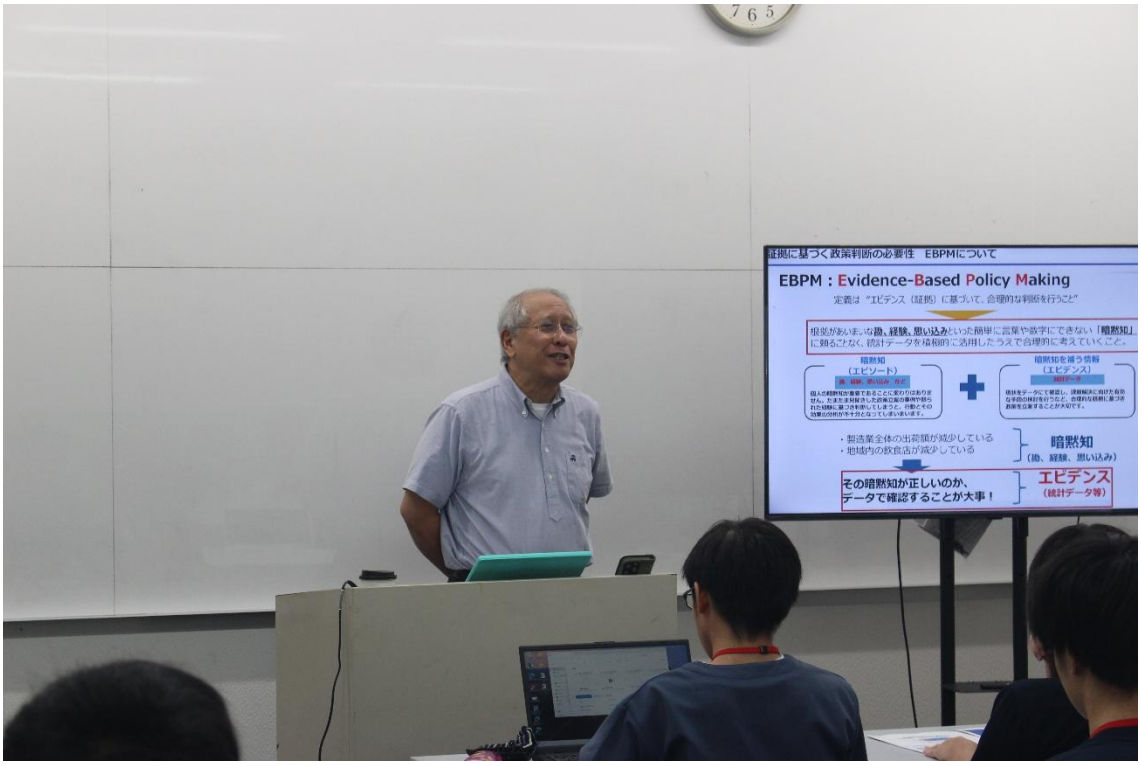
ロジックの構築：「木」と「森」が結びついたロジックに基づいて構成された話、文章、提案は、受け手により深く伝わる。

実証講座の様子

【RESAS 出前講座】



【地域産業研究】



【成果発表】


課題の背景


電卓検定 10/18
表計算 9/30
日商ボキ 11/16
全経ボキ 11/30
9/8 地場産業研究
10:00～発表
準備順序