

NEWS RELEASE

2026年3月26日

報道関係各位

国立大学法人 長崎大学
CCCMK ホールディングス株式会社 CCC マーケティング総合研究所
長崎市
株式会社エヌタス
一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会

長崎大学×CCCマーケティング総研×長崎市×エヌタス×DMO NAGASAKI

長崎地域創生に向けた産学官連携講義＜第4弾＞を実施

—Vポイントのデータを基に長崎大学の学生が「長崎市に必要な観光施設・イベントを企画」を企画提案—

国立大学法人 長崎大学（学長：永安武）情報データ科学部は、CCCMK ホールディングス株式会社（本社：神奈川県横浜市、代表取締役社長兼 CEO：高橋 誉則）のシンクタンクである CCC マーケティング総合研究所（所長：新橋 実、以下「CCC マーケティング総研」）、長崎市（市長：鈴木 史朗）、株式会社エヌタス（本社：長崎県長崎市、代表取締役社長：濱本 剛一）、および一般社団法人 長崎国際観光コンベンション協会（会長：村木 昭一郎、以下「DMO NAGASAKI」）と協同して、昨年引き続き4回目となる、Vポイントのデータを基にした、長崎の地域創生をテーマにした産学官連携講義を実施しました。



長崎地域創生に向けた産学官連携講義とは…

2022年より開始した本講義は、情報データ科学部 一藤 裕 准教授（専門：データマイニング・観光政策・観光ビッグデータ）の講義「社会・観光情報学Ⅰ」を受講する学生を対象としています。Vポイントのデータを基にしたライフスタイル推計値や TSUTAYA での雑誌の購買データ、さらに長大データ

バンク (<https://db.nagasaki-u.ac.jp/about/>) の「モバイル空間統計」データなどを分析し、地域創生に向けた企画提案することを課題とした講義です。

Z世代観光客の特徴分析から、「長崎市に必要な観光施設・イベント」を企画

今回の講義には 73 名の学生が参加しました。11 グループに分かれて、「長崎市に必要な観光施設・イベントを企画」をテーマに、5 回にわたるグループワークを実施し、長崎市を訪れる Z 世代（18 歳～29 歳）観光客の特徴を分析し、企画を立案しました。

そして、2026 年 1 月 23 日（金）、30 日（金）、長崎に住む大学生ならではの独創的な発想を活かした 11 個の企画が発表されました。当日は、CCC マーケティング総研、長崎市役所、株式会社エヌタス、DMO NAGASAKI の担当者も参加し、企画へのフィードバックをはじめ、長崎市の抱える課題や取り組みについての講義を開催するなど、長崎の地域創生について大学、民間企業、行政を交えた実践的な議論が交わされました。

長崎大学、CCC マーケティング総研、長崎市、株式会社エヌタスおよび DMO NAGASAKI は、今回の産学官連携講義から得た成果を、さらなる長崎地域創生につながる取り組みへと発展させていくことを検討してまいります。

優秀チームに選出された各チームの講評

★NAGASAKI-AGODASHI-FES★（チーム名：山ちゃんズ）

企画：長崎県産品のあごだしをテーマにしたイベント

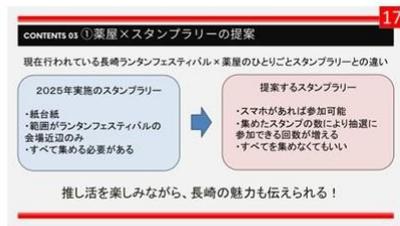
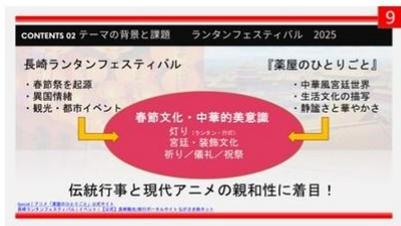
- ・一般的に Z 世代とのつながりをイメージしにくい「あごだし」をモチーフに企画できる発想力が素晴らしい。
- ・Z 世代の食に対する志向性の地域差をデータで示すなど企画への流れも説得力があり、随所で丁寧にデータ分析を実施できていた。発表チームの中でも特にしっかりと収支計画を検討できていた。



★推し活 × ランタンフェスティバル★（チーム名：＝MOSE）

企画：長崎ランタンフェスティバルでのアニメコンテンツを活用したイベント

- ・昨年のランタンフェスティバルの来場者数が少なかった原因をきちんと考察されていたことや、既存イベントの課題を考察し、自分たちの企画で改善できるポイント（回遊施策、スタンプラリーのデジタル化など）しっかり検討できている点も良かった。
- ・ライフスタイル推計値、公開されている統計データなど正しく理解し、有効に活用できていた。



★コンテンツリズムの推進★ (チーム名：無糖グミ)

企画：アニメコンテンツ「弱虫ペダル」を活用したデジタルスタンプラリー企画

- ・「推し活」にお金を使っている人が多いという点をライフスタイル推計値から説明。また学生アンケートを実施し、意欲的にデータ活用ができていた。
- ・弱虫ペダルは長崎市の既設のデザインマンホールを活用でき、周遊性を含めてデジタルスタンプラリーは非常に良い選択。



※グラフの一部を非表示

優勝チーム (チーム名：山ちゃんズ) からのコメント

今回は、データに基づき、実施できそうなイベントなのかを考えながら進めていくことがメインの活動ということで、私たちの班を高く評価していただき、とても自信ができました。

「あごだし」に焦点を当てて企画したこと、実際に出店するときのことを想定して具体的な収支をつけたことが評価につながったのではないかと思います。班のメンバーときちんとコミュニケーションを取り、細かく役割分担をしたことにより、今回の企画を完成させることができました。

資料作りや人の前で話す力は社会に出てからも必要になってくると思います。この貴重な経験を今後にも生かしていきたいです。

一藤裕准教授からのコメント

今年度で第4回を迎える本取り組みでは、学生のデータ分析力をさらに引き出すべく、オープンデータに加え、NTTドコモの「モバイル空間統計」データおよびライフスタイル推計値を活用し、客観的データに基づく地方創生企画の提案を実施しました。

普段扱うことの少ない実データを用いたことで、学生の分析に対するモチベーションは非常に高く、高度なデータ分析に重きを置いた意欲的な提案が多く集まりました。

しかしその反面、マーケティング戦略としての視点がやや希薄になってしまう傾向も見受けられました。今後の課題として、精緻なデータ分析と実践的なマーケティング視点の双方をバランス良く統合した提案力を育成していく必要性を強く感じる回となりました。

■長崎大学情報データ科学部の概要

近年、あらゆる業界・業種において、データに基づく意思決定や、製品・サービスの AI 化などに注目が集まっています。

長崎大学は、真に実社会に具体的な価値をもたらす人財を生み出すためには、「ICT 技術を駆使してアイデアをカタチにする情報科学 (IS)」と「データから新たなアイデアを生み出すデータ科学 (DS)」を掛けあわせた教育研究である「情報データ科学」が必要と考え、2020 年に情報データ科学部を開設しました。

この実践的なコンセプトをもった学部は国内でも希であり、基礎・専門科目の講義だけでなく、企業や自治体と連携した実践的な教育研究プログラムも積極的に取り入れています。民間の企業や研究機関出身の教員も多く、様々なバックグラウンドをもつ教員陣が大学生活を手厚くサポートしています。

■CCC マーケティング総合研究所 (CCC マーケティング総研) の概要

設立：2020 年 7 月 21 日

生活者の消費データ、インサイトや心の変化、さらには社会環境や経済情勢などを踏まえ、生活者のみなさまの「ちょっといいな」を実現するために、2020 年に発足しました。

我々は『生活者の皆さまと共に歩み、共に考えるシンクタンク』として生活者の意識把握に努め、その声をもとに「データ」×「クリエイティブ」×「コンサルティング」のチカラによって皆さまの未来創造に伴走します。

■長崎市の概要

URL：<https://www.city.nagasaki.lg.jp/>

開港して 450 年以上の時を経て、これまで歴史や文化を大切に育んできた長崎市。

一方で、近年では、長崎駅周辺を中心に島メッセ長崎や西九州新幹線、長崎スタジアムシティが開業するなど、100 年の一度の変化の時を迎え、歴史や文化そして変化が溶け合いながら、まちが大きく進化しています。

■株式会社エヌタスの概要

設立：2018 年 7 月 2 日

事業内容：

- ・電子マネーカード及び IC カード乗車券の企画、プロモーション、発行に関する事業
- ・電子マネーカード及び IC カード乗車券の販売、清算、集金、決済等のサービスに関する事業
- ・企業ポイント、クーポン等のサービスに関する事業
- ・クレジットカードサービスに関する事業 など

■一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会

URL：<https://www.at-nagasaki.jp/nitca>

長崎国際観光コンベンション協会 (DMO NAGASAKI) は、「選ばれる 21 世紀の交流都市」を目指し、マーケティングの力を活用しながら、「訪問客の満足度向上・消費拡大」、「事業者のビジネスチャンス拡大・収益向上」、「市民の満足度向上」につなげていく、「持続可能な観光まちづくり」を進めています。



本件に関するお問い合わせ：

国立大学法人 長崎大学 情報データ科学部 准教授 一藤 裕 TEL：095-819-2096

CCCMKホールディングス株式会社 広報 TEL：03-6800-4464

長崎市 情報政策推進部 DX推進課 TEL：095-829-1414

株式会社エヌタス 広報 TEL：095-895-7556

一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会 企画管理本部 企画課 TEL：095-823-7423