

氏名	国枝 よしみ
学位の専攻分野の名称	博士（先端マネジメント）
学位記番号	甲経営第5号（文部科学省への報告番号甲第457号）
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当
学位授与年月日	2013年2月27日
学位論文題目	<b>地域保全と観光マーケティング</b> <b>—日本および海外における地域連携の一考察—</b>
論文審査委員	（主査）教授 山本 昭二 （副査）教授 稲澤 克祐 教授 佐藤 善信 名誉教授 中西 正雄

## 論文内容の要旨

本論文は、地域経済への波及効果が高く、その土地の歴史・文化への興味を喚起するよい影響が認められる観光について、顧客（観光客）や事業経営者の意識や行動を分析し、マーケティング戦略を考察するとともに、観光によって環境が受ける社会・経済・文化面等の影響の議論から環境保全の重要性を明らかにしたものである。

本研究は、わが国の観光地において、顧客、企業、自治体そして環境の視点からマーケティング戦略の重要性を提示し、従来のマス・ツーリズムからの脱却と顧客満足を実現するための方策を考察するという方針で行われている。

1章では、観光の発展を歴史的に俯瞰することから始める。巡礼という旅の原型が築かれ、16世紀頃から英国で始まったグランドツアーは、現代における旅行の礎となった。産業革命による交通手段の飛躍的な発展によって、都市人口の増加、労働条件の緩和等が起こった結果、マス・ツーリズムが、世界規模で発展した。戦後の経済発展にともなう欧州そして国内におけるマス・ツーリズムの変遷と、観光の経済や雇用といった光の面と環境や社会面における影の面を明らかにしながら、20世紀後半の情報通信技術の発展が観光産業に及ぼした影響を述べる。

2章では、国内の観光の現状について、各地で行われている着地型旅行の実務的な課題と行政、民間の相互の成功に導くための役割を確認しながら地域連携の重要性を考察する。戦後の経済成長による海外旅行者の増加は、経験豊富で自立した個人旅行者を生み、彼らは、体験を重視し、目的意識をもった旅行、ニューツーリズムを求めるようになった。既存の旅行商品とは違った、その土地ならではの体験が魅力の着地型旅行に注目が集まっている、その背景を明らかにする。

3章では、観光客と地域住民、そして自然、歴史・文化遺産といった環境が共生することを目指す持続可能な観光の中心に位置づけられるエコツーリズムに着目する。エコツーリズムは、いまや世界経済、特に発展途上国にとってその経済波及効果は大きな意味を持つようになった。この分野と持続可能な観光に関わる研究テーマで注目されている住民とコミュニティ、観光収容力、指標といった理論を学術面から多面的に議論し、観光地における応用にどのように結びつけられるかを述べる。

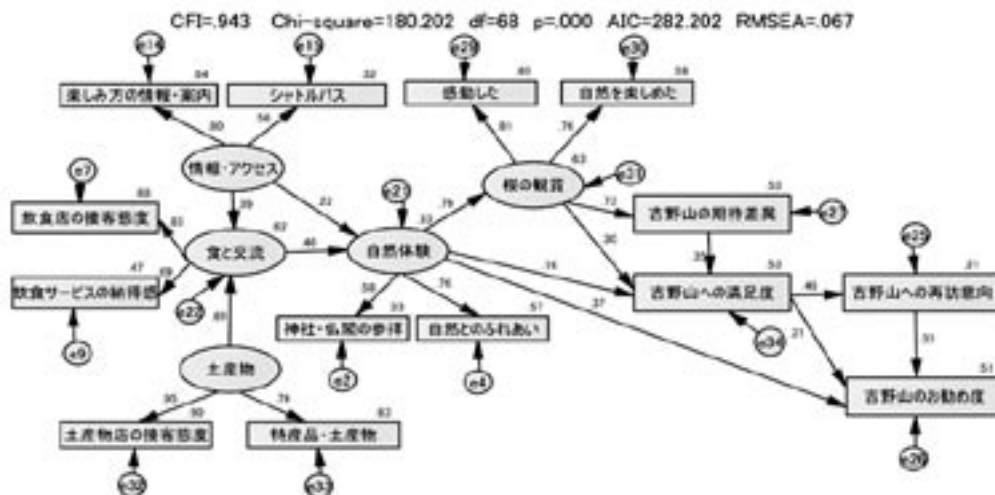
4章以降、これまでの議論をふまえ、観光地における実証的研究として3つの調査を実施し、その課題解

決の提案を行っている。

まず、観光に対する企業経営者の意識を探るため仮説を導出し、奈良県のホテル・旅館経営者を対象に質問紙調査を行い、地域や施設の規模によって経営行動に違いがあるのかを検証している。

二番目に顧客の視点から見た観光地の評価を行っている。同県の世界遺産吉野山における観光客満足度調査を実施し、その満足構造を明らかにしている。観桜時期に吉野山を訪れる観光客の評価は、年代や性別、居住地によって異なっているが、どのような理由であるのか、また、調査の知見からどのような対策が必要であるのかを提示している。

図表 85 吉野山観光客満足標準モデル (標準化係数)



5章では、三番目の調査として、持続可能な取り組みを実施中のフランスの世界遺産、モン・サン・ミッシェルの事例を示しながら、2008年に行われた観光客の意識調査をプレスト大学(仏) Brigand 教授の協力を得て分析している。モン・サン・ミッシェルの観光客の行動を考察しながら、今後の交通アクセスの転換が観光客に与える影響を踏まえ、集客を図るための提案を行っている。同時に、この調査に至るまでの環境問題に関わる地域連携の実態、さまざまな事業の進め方などを提示し、先進地の持続可能な観光の取り組みを考察している。

6章では、このような実証研究の知見を踏まえ、観光の比較手法を用いてモン・サン・ミッシェルと吉野山について比較研究を行っている。共通の結果をもたらした観光地の様々な要素(独立変数)、異なった結果をもたらした要素を探り、この2つの遺産の共通点、相違点を提示している。この知見により、国内の観光地における共通する課題の解決には、地域連携に基づいた観光マーケティングが重要であることが明らかにされている。そして、モン・サン・ミッシェルが取り組んでいる観光客の流入規制やマーケティングの活用が、持続可能な観光地として成立することを参考に、吉野山の観光客の管理技術の応用を検討している。

終章では、持続可能な観光地開発に向け、持続可能な観光の新たな枠組みを提案している。ここでは、顧客の視点が組み込まれた観光地のマネジメントプロセスと、環境問題に対応できる環境収容力、指標といった第三者の評価も導入する。本研究で示した事例だけでなく、持続可能な観光地として生き残るためには、観光地における品質管理が重要である。これは、サービス・マーケティングの先行研究で既に明らかにされているが、これまでの実証研究を踏まえ、観光地においても品質管理が鍵となることが明示されている。観光客の視点、つまり顧客の視点なくしては、持続可能にはなり得ないことを我々は、改めて認識する必要があるだろう。その為の枠組みは、本研究で取り上げた2つの事例だけでなく、他の観光地に適用可能である

ことを示唆している。

## 論文審査結果の要旨

本研究は、観光の進展によって発生する光と影の部分の影の部分である環境負荷とその回避策について扱っている。今日的な意味でも重要性の高い研究テーマであると言えるだろう。

まず、本論文では、観光という活動が近代になってからどの様に進展してきたのかを論じる。その過程で、巡礼などから進展した観光という人間の営みが、近代化とともに大量の人々を動員し、また世界的な展開を見せるようになることを示している。また、我が国でも2008年に観光庁が設置されるなど、経済に於ける地位が高まってきており、一層研究に関する期待が高まっていることを述べている。

これだけ重要な地位を占めつつある観光に関する研究も観光地の存続に関して理論的な側面から研究の進展が乏しいことが指摘されている。その背景には、60年代以降のマス・ツーリズムの進展があると国枝氏は考えている。マス・ツーリズムでは観光客をいかに大量に動員して大量に処理することに重点が置かれ、観光の持つ体験の質には注意が払われてこなかった。

観光地もその考え方を支持することで繁栄を築いてきたことで、顧客が繰り返しその観光地を訪れることで観光地として存続するという考え方に立つことは難しかったと結論づけている。その結果環境には大きな負荷が掛かるようになった。国枝氏は、「広域観光ルートの宿泊の拠点となった温泉地は、旅館がグループの受け入れに繁忙を極め、次第に大規模化した。温泉地の歓楽化が急速に進み、観光事業者や行政当局も観光地の景観や環境の保全に配慮することはほとんどなかった。」と論じている。

こうした、観光の限界は70年代から既に問題として取り上げられていたが、80年代以降には観光の抱える大きな問題として理解されるようになってきた。この点に関しても既存研究をまとめながら、経済、社会、文化などの各側面での理解が不可欠であることを示している。

現在、マス・ツーリズムに依存した旅行業に大きな変革を迫っているのはIT化の進展である。国枝氏はその進展によって、個人客に移行した観光市場で「発地型」と呼ばれる企画型の観光から「着地型」と呼ばれる観光地の魅力を問う観光の時代に移行したことを指摘し、そこに将来の観光の可能性を見いだそうとしている。

その際に鍵になるのは「地域」であり、そこに存在する主体の連携の必要性が叫ばれているが、この点に関して国枝氏の実務家としての経験から日本での取組がなかなか進まない実態を指摘している。

国枝氏は、観光マーケティングがこうした問題にアプローチをする重要な分析枠組みを与えるものと考え、その基礎となる考え方としてサービス・マーケティングの理論的な枠組みを観光の分析に援用している。従来から観光の分析において理論的な分析が不足している点を補うために、無形性のマーケティングと顧客との継続的關係の管理に重点を置いたサービス・マーケティングの考え方を利用することで、観光が抱えている環境問題を解決するために一過性のマス・ツーリズムからリピーターを中心とした着地型の観光への移行を構想しようとする考え方は妥当なものである。

主にデスティネーション・マーケティングと呼ばれる集客の仕組みを超えて、観光客を環境負荷の範囲内で受け入れることの重要性を指摘することでその有効性を立証しようとするところに本研究の重要な貢献がある。そのために、2つの観光地での実証研究を行い、比較研究を行っている。

国枝氏は、奈良県庁での勤務経験を活かしながら、世界遺産でもある吉野山での観光客への調査を行っている。その結果、花見のシーズンに吉野山にやってくる観光客の満足度が必ずしも高くないことを示している。特に日帰りやってくる近畿圏外の観光客は吉野山を再訪する可能性も低くなるなど長期的な観光地としての存続を考えた場合にも必ずしも良い結果とはなっていない。

この結果を受けて、共分散構造分析の結果から年代別の集客の提案を行っている。観光客にできるだけ高い満足を感じて貰えるような5つの対応を提示している。このモデルを元にして、より環境負荷の少ない提案を行うことが今後の課題となるだろう。吉野山では既に桜を守るための試みが行われており、自治体、観光業者、住民、観光客の全ての関係者が連携するモデルが望まれることを示唆している。

氏は、この考え方の良きモデルとなるものとしてフランスのモン・サン・ミッシェルを取り挙げる。現地での調査と共同研究者との連携からモン・サン・ミッシェルの事例を丹念に調査し、観光客のアンケート調査から、観光客の満足度を高めるためには混雑を解消することや修道院への訪問が行いやすくするなどを示唆している。

モン・サン・ミッシェルでは、川の浚渫と橋の設置、シャトルバスの運行によって環境保全を行いながら観光客の訪問時の経験の質を高める試みを行っている。その結果が出るのはこれからだが、データ分析を元にした具体的な提案は、これからの運営に示唆を与えるものとなろう。

これらの「持続的観光」を標榜するために必要な地域での連携の必要性を主軸にした実証的なデータ分析は、有用な提案を生み出しており、この点も評価できるものと言えよう。

国枝氏はこれらの調査結果を基にして国際比較のための分析枠組みを提示しているが、マーケティング戦略を伴わない計画が不十分であることを主張しており、この主張はこれらの研究から裏付けられていると考えられる。

以上のように氏の研究能力は、研究者として十分評価できると判断される。実際に観光地での継続的な研究を元にして結論を導き出そうとしている姿勢も高く評価されるものである。論文としてやや多くの論点を扱っているためテーマ間の関係が分かりにくい点があるが、観光という複雑な現象にアプローチする方法の確立のためには避けられない点もあると考えられる。実証研究は、継続的に行われているので、この成果を検証するためにも将来の研究の継続が望まれる。

なお、審査委員会としては事前に提出された論文の題名である「顧客参加型の観光マーケティング ―日本および海外における地域連携の一考察―」から「地域保全と観光マーケティング ―日本および海外における地域連携の一考察―」への変更を提案する。本論文が顧客の行動に焦点を当てているとは言え、問題の焦点は持続的観光の実現のための観光マーケティングであり、この論題の変更が望ましいと考える。