

Title	地域経済活性化におけるツーリズムのイノベーション
Author(s)	藍木, 秀; 伊佐田, 文彦
Citation	年次学術大会講演要旨集, 31: 52-57
Issue Date	2016-11-05
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/13858
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

地域経済活性化におけるツーリズムのイノベーション

○藍木 秀 (株式会社タイケイ)
伊佐田 文彦 (関西大学総合情報学部)

1. はじめに

1.1 研究背景

現在、地域経済を活性化し、雇用機会の増大を図る二本柱の政策が進められている。「観光立国推進計画」と「地方創生の推進」である。

観光立国推進基本計画は、「観光の裾野の拡大」と「観光の質の向上」を目指した5年計画である。ここに「国民が誇りと愛着を持つことができる活力に満ちた地域社会の実現」が理念の柱になっている。

一方の地方創生推進は、第2次安倍改造内閣発足時に発表されたものであるが、「人口減少の現状」、「東京一極集中の傾向」、「大都市圏に比べ立ち遅れた地域経済の現状」への認識をもとにしている。

両政策は、観光産業が振興すれば地域資源の活用が促進され、雇用が拡大して地域経済の成長が期待できるという関係性で繋がっている。しかしながら、地方での受入れは進んでいるものの、政策の概念や組み立てが現場で消化され、具体的な実行プランとして機能しているかについては不確かな面がある。両者が有機的に結び付きながら、地域経済の活性化という目的を果たしているか検証する必要がある。

1.2 本論の目的

本論の目的は、ツーリズムを含む観光産業が、地域資源の発掘・開発・活用を促進させること。また逆に、地域資源の活用促進がツーリズムを含む観光産業を振興させ、両方が相乗して、地域経済の活性化をもたらすことを検証することである。

加えて、ツーリズムをより効果的に振興するための戦略として、コア・ツーリズムとサブ・ツーリズム(著者による仮称)を提唱し、その有効性も検証してみる。最後に近隣地域間の補完的な資源連携がツーリズムの振興のみならず、該当地域の経済活性化に働くかについても考察する。

1.3 先行研究(サーベイ)

本研究にあたっては、旧来からの観光とツーリズム、また地域資源についての先行研究が参考となる。まず、観光という言葉は、明治末期に外来したとされる「ツーリズム (tourism)」の和訳である(尾家、2009)。

岡本編(2001)は、現代のわが国の公的な観光定義として、観光政策審議会答申第39号「今後の観光政策の基本的な方向について」(1995年6月)中の定義を紹介している。それによると、「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」とされている。この定義では、①時間的側面、②空間的側面、③目的側面の3つの交わる場所に観光が位置付けられているとされる。

一方ツーリズムについては、佐竹(2010)がUNWTO(国連世界観光機関)の定義を紹介し、観光との相違を示している。それによると、「旅行先：日常生活圏外」、「滞在期間：1年未満」及び「旅行目的：旅行先で報酬を得る目的を除外」の3要件を満たす人々のあらゆる活動であって、「余暇・自由時間」という要件には制約されず、旅行目的も旅行先で報酬を得るもの以外は何ら限定されない。

旧来から観光＝ツーリズムの言葉を使ってきた国土交通省・観光庁は、新しい概念のTourism導入により、「ニューツーリズム」という言葉で両者を区別する必要性が生まれた。その後、産業界や本研究テーマとなる地域経済活性化の観点から、受け手側、供給者側のそれぞれの論理も、観光・ツーリズムへの影響力を増していると言える。

地域資源についてであるが、尾家、金井編著(2008)は地域資源の活用の前の「地域資源の捉え方」に言及している。また、地域資源活用を旨とする着地型観光の概念については、萩原(2009)の文献に的確に示されている。萩原自身は、参議院国土交通調査室に属しているため、大所からの政策論が柱に据えられた上で地域の現状やあり方に対しての識見を示している。

さて、その他、着地型観光の文献では大社(2008)がある。大社は、『「本物」体験と「観光化」のジレンマ』という表現で、本物の体験をコンテンツにするためには、地域資源を活かし、客を長期滞在で引き付けることだと説き、着地型観光の価値を示している。同じく大社(2013)は、DMO(Destination Management/Marketing Organization)に関しても先駆的であるが、キーワードがマーケティング理論

であることにも着目したい。

図表. 1 観光とツーリズムの比較（筆者作成）

	観光	ツーリズム
期間	比較的短期の要件付け	1年を超えない範囲で 長期の滞在を許容
目的	「観る」行為が中心	(報酬を得る目的を以外) 制約は無い
自己実現性・主体性	娯楽中心で身体的負担は 軽快である (重装備、相当の体力、膨大な資金等を要するものは観光の範疇を超越)	訪問者の自主性や自己実現が優先

1.4 「コア・ツーリズム」と「サブ・ツーリズム」の概念の提唱

まず初めに、ツーリズムを「コア・ツーリズム」と「サブ・ツーリズム」という概念に分けることを提唱する。これらの概念はツーリズムの設計に法則や指針は無いのかという点を検証する目的で筆者が考えたものである。例えば、重粒子線治療でがん治療を望む顧客の場合は、医療ツーリズムは「コア・ツーリズム」にあたる。これに対して、メインではない、あるいは、派生的な目的のものは「サブ・ツーリズム」と呼ぶことにする。この例では、治療の合間の時間を利用して、ゴルフに出かける、グルメを楽しむというのは、スポーツ・ツーリズム、グルメ・ツーリズムとして、共に「サブ・ツーリズム」に分類することができる。「コア」と「サブ」の判断基準は、顧客側からすれば、顧客自身が出掛ける主目的として選択するものかどうかであり、行政や旅行業者などツーリズム供給者側にとっては、そのツーリズムへの注力の度合い、他との差別化が可能な程度、顧客の期待をどの位予測しているかなどの要素を総合して供給側が決めることと想定する。どの様なコアとサブの組み合わせが、ある地域（比較的近隣の地域群を含む）内でのツーリズム期間中の顧客（旅行者、訪問者）満足度を最も高めるかを検討してみる。様々開発できるツーリズムを横並びで機能させるのではなく、コア・ツーリズムとサブ・ツーリズムといった分類を活かして組み合わせることで、補完的かつ相乗的な効果が生まれ、地域経済活性化により繋がることの検証が可能になる。

1.5 仮説の設定

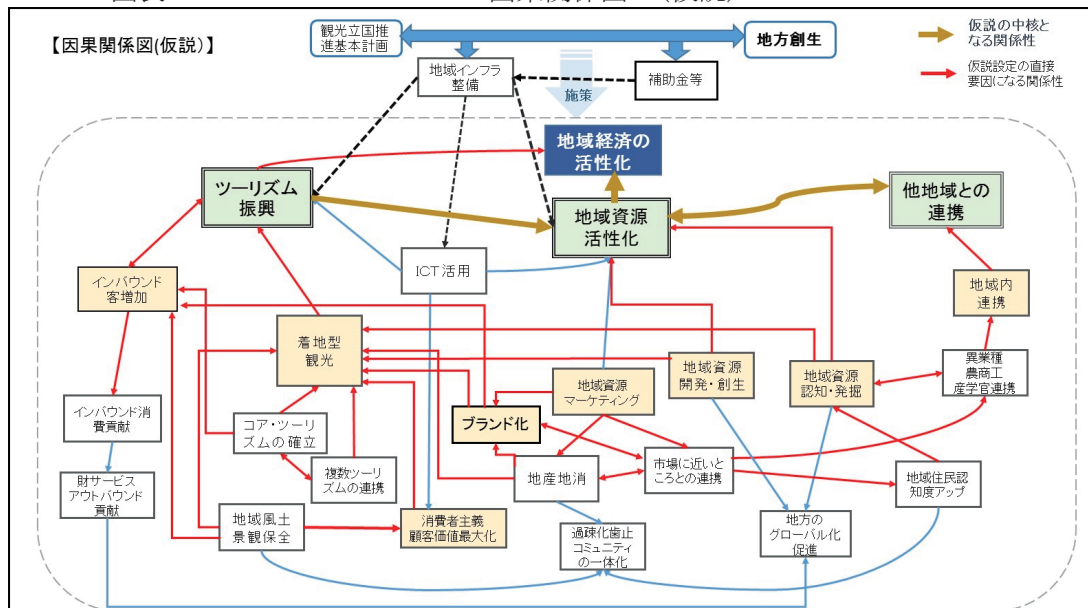
仮説(1) ツーリズムは地域活性化・地域資源連携に有効に活用され得る。

仮説(2) ツーリズムは、中核となるコア・ツーリズムを確立し、関係性を持った複数のサブ・ツーリズムと結び付けることで、効果を上げ、経済的成果を得やすい。

仮説(3) 地域間連携ツーリズムは、各種連携システムを通じた情報共有と全体調整を経て行われる。

仮説(4) 地域間連携ツーリズムは、単独地域での開発よりもコンテンツとしての魅力を高め、経済効果を上げる。

図表. 2 因果関係図（仮説）



図表.2 と前述の諸仮説の関係を説明する。図表.2 のツーリズム振興と地域資源活性化、他地域との連携の関係性を軸として、地域経済の活性化に結び付く相関が仮説(1)である。次に、コア・ツーリズムの確立に絡んだ複数ツーリズムの連携、着地型観光、インバウンド客増加の関係がツーリズム振興、地域資源活性化等を通して地域経済の活性化に結び付くという仮説が、仮説(2)である。仮説(3)は、異業種連携・農商工連携・産学官連携等を通しての地域内連携が地域間に発展した場合の有効性を想定している。

最後、仮説(4)は、他地域間との連携が地域資源の活性化に繋がり、その地域の資源の発掘・開発・統合・促進に発展すると想定する。その結果、各地域の地域資源を補完・補強して全体としてより競争力のあるコンテンツ（観光資源）を生み出し、経済効果を高めるという仮説である。

2. 検証方法

2.1 検証方法

一般市民向けアンケートと市町村向けアンケート（市町観光や地域活性担当部署、商工会議所／商工会の担当者向け）を作成しほぼ同時期に実施することにより、供給者側と旅行者（消費者）側、双方からの情報収集を試みた。

アンケートの形式は、リッカート形式の質問を主にしたが、一部に複数要因から複数回答を求める質問、意見としての自由記述質問も設けた。なお、一般市民向けアンケート結果については、定性的分析判断においての基礎的認識に留めることとし、本論では直接その分析と結果に触れることはしない。従って、詳細は割愛する。

市町村向けアンケートは、近畿地区 32 市町の市町役所、商工会議所・商工会を直接訪れアンケート依頼した。媒体は、前述の形式のアンケートを紙に印刷したものを用いた。合計 28 の質問項目で、5 段階リッカート形式以外に、複数回答の選択形式を 3 項目、その他自由記述欄も設けた。訪問時に回答依頼し、後日郵便での返送をお願いした。アンケート依頼実施期間は 5 月 19 日～5 月 26 日。

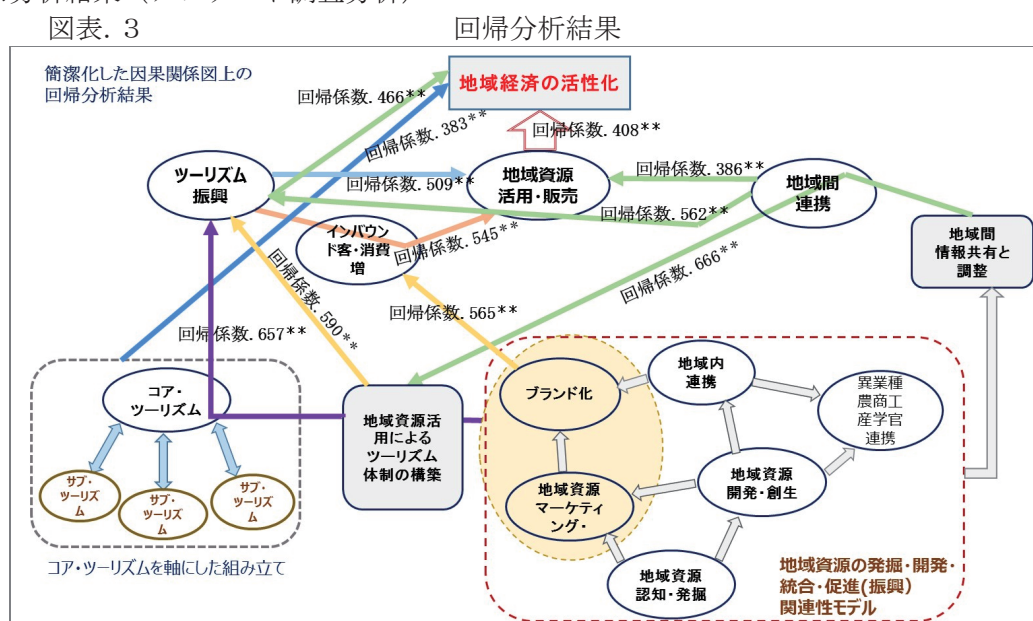
2.2 対象

近畿（兵庫県、大阪府、京都府、滋賀県、奈良県）の三大都市（大阪市、京都市、神戸市）を意図的に除外した、それ以外で物理的に訪問可能な市町を回って依頼した。交渉相手は市役所の（観光・ツーリズム・地域資源活用等の担当部署職員）と同市町の商工会議所、商工会の職員である。これらの例外として電話で依頼した愛知県内の某市町の商工会議所職員 1 名が含まれる。全て、組織に拘束されず個人での回答を依頼した。

3. 検証結果

市町向けでは、49 のアンケートを回収した。アンケート項目間の相関分析を実施し、その結果を基に図表.3 の回帰分析結果を得た。

3.1 回帰分析結果（アンケート調査分析）



** : 回帰係数は、1 % 水準で有意を表す。

図表. 3は、図表. 2をリッカート形式の質問項目間の相関を基にして簡潔化、明瞭化した図表である。その上で、回帰分析を行い、重要要因間での回帰係数を示している。なお、図表. 3においては、コア・ツーリズムを軸にした組み立て、及び、地域資源の発掘・開発・統合・促進（振興）モデルを明記し、これらを主に一体のシステムと捉えて分析を施している。

3.2 クロス集計表分析手順

3.2.1 分析手順

アンケート結果集計に併せて、3つの要因選択質問すべてについて、49の自治体及び商工会議所／商工会回答サンプルを市町の規模別に整理し直した(同市町で複数回答者あり)。

アンケート依頼時の回答者との約束で、回答者の市町等の属性が特定されないようにする項目があった。しかし、そういう制約下でも、市町の規模による分類で特性が表れていると仮説を立てた。その場合、市町の規模が大きくなるに連れて、観光そしてツーリズム施策が統合化し高度化しているという仮説も含まれる。

アンケートでの市町村規模の区分は、5万人以上10万人未満、10万人以上20万人未満を一つにまとめて5万人以上20万人未満として分類した。50万人以上の都市は1つしかない(回答サンプルは4、複数回答あり)。その都市は、世界遺産を有し、観光施策に積極的でかつ成功している都市である。

3.2.2 図表. 4 コア・ツーリズムを成長させるための課題

実測値 市町人口規模	1 社会に知ってもら うためのPRノ ハウ	2 今ある資源を洗 練させ、より競争 力あるコンテンツに育 て上げる開発力	3 地元住民や既存 業者の納得と協 力	4 単独資源では弱 い場合に、それを 補強する他の資 源との連携力	5 農商工連携や六 次産業化などの 知財やマンパワー を統合する仕組み	6 その他	合計
1万5千人以上 5万人未満	2	3	3	3	1	0	12
5万人以上 20万人未満	7	6	10	8	6	1	38
20万人以上 50万人未満	13	7	4	2	3	0	29
50万人以上	1	1	2	0	0	1	5
合計	23	17	19	13	10	2	84

χ^2 二乗検定: P 値 1.6214E-07 帰無仮説は棄却され、有意性が認められた。

要因選択質問では、他に「地域資源を活用してのツーリズム開発や創生が戦略的に成功する要因」と「地域間連携の全体計画作りや地域間調整に必要な要素」を行った。前者は、 χ^2 二乗検定: P 値 1.2148E-06、帰無仮説は棄却され有意性が認められた。後者は、 χ^2 二乗検定で帰無仮説が棄却されなかった。前者の結果については、今回は割愛する。

4. 分析結果

4.1 回帰分析結果

ツーリズムが地域資源の開発・活用に繋がることが明らかになった。また、反対に地域資源の活用がツーリズムの開発・振興に活かされたことが確認できた。その結果として地域経済の活性化にも繋がっている。観光振興の体制作りが、地域間連携への期待に繋がっていると考えられる。よって仮説(1)は検証された。

次に、旅行者への利便性から資源や情報共有が進み、コア・ツーリズムの振興を通して、全体としての近隣自治体間の地域資源活用の連携にいたるという道筋が読み取れた。よって仮説(3)は検証された。また、ツーリズム振興のための人的な体制構築が、その地域への旅行者の長期滞在に結び付いている。

次に、地域資源の活用が、地方創生と観光立国の推進に繋がっていることが検証された。この場合、地域資源の活用がコア・ツーリズムを生み出し、その結果が地域経済の活性化に結び付くプロセスも示されている。よって、仮説(2)は検証された。

また、地域資源を発掘・開発し活用することと、近隣自治体間連携で、各地の地域資源を統合あるいは関連付けることが、ツーリズムの振興を促進し、地域経済の活性化に結び付くことが検証された。よ

って、仮説(4)は検証された。

最後に、顧客満足度を高め、地域知名度やブランド化を目指すことは、インバウンド客の誘致を促し、インバウンド消費、地域経済活性化に繋がっている。

4.2 クロス集計表分析結果

「コア・ツーリズムを成長させるための課題」のクロス集計表の分析結果は、以下の通りである。

まず、全体としての選択要因比率は、「社会に知ってもらうためのPRノウハウ」が最も高く、次に「地元住民や既存業者の納得と協力」が続く。この質問に対して、50万人以上都市は、回答が分散し際立った傾向は表れていない。これは、この都市が、既に強力なコア・ツーリズムを確立していることと関係すると考えられる。対して、20万～50万人都市の回答は、はっきりしている。すなわち、「圧倒」的に課題と考えているのが、PRノウハウであり、次いで、資源を競争力のあるコンテンツに育て上がる開発力である。客観的に見て、最も全国の他地域との競争環境に晒されているこの規模の都市のKPIがよく表われている。コア・ツーリズム確立のためにも、資源そのものをブラッシュアップする以上に、知名度・ブランド化が成功要因であると捉えていることが分かった。それより小規模な市町の場合、他地域との連携を求める姿勢と自地域の住民の理解と協力に期待する点が中心となる。なかでも、他地域との連携を強く期待するのは、5万～20万人規模の市である。ツーリズム振興を戦略的に進めていく場合に、どうしても自市の地域資源だけではコアを組み立てられないという課題は、インタビューで回ったこの規模の市の多くで直に耳にした。それがこうした結果にも表れている。5万人未満の小規模市町は、地元の資源を大切に地域ぐるみでツーリズムを展開していく、正に着地型観光や地域密着のツーリズムを模索する姿勢が窺える。

5. 考察

まず、はじめに提起した地方創生と観光立国の推進が結び付いて推進されているかという疑問に対しては、肯定的な結果を得た。しかしながら、それは各地域レベルでの実際の展開状況を全面的に是認するものではなく、努力目標がデータに表れていると解釈した方が良いのではないかと考える。実際、現場でのインタビュー回答などから判断すると、模索中という印象が強かった。

各地域自治体においては、国の重要政策であるというプレッシャーを受けている一方で、競争原理のもと、他地域に無い独自性を追求し、競争優位性を高めようという試みがなされている。その結果、出来るだけ多くの観光コンテンツを横並びにする施策を取る地域が多い。それが、かえって差別化を阻害するという、パラドックスを生んでいるともいえよう。

ところで、コア・ツーリズムとサブ・ツーリズムの組合せを提唱するのは、地域ごとの強みを活かし、独自性を生み出すためである。しかしながら、多地域で調査すると、観光・ツーリズムの「勝ち組」地域とそうでない地域の格差が予想以上にあることが分かった。そして、その差が、コア・ツーリズムの有無やその強さ、地域や地域（観光）コンテンツのブランド力などが原因で生じていることも否定できないことが分かってきた。

こうした事実の一方で、インタビュー結果などによると、自市町の強い観光コンテンツやコア・ツーリズムについては他地域との共有に消極的な傾向があり、反対に、自地域に強いコンテンツが無い場合は、それが近隣地域との連携を望む傾向が強いことが見受けられた。こうした不整合は、縦割り行政の悪弊と合わせて、地域連携によるツーリズム振興を抑制する要因になっているとも考えられ、一段の調査が必要になる。その結果によっては、地域を跨いだ改革プランが望まれるであろう。

さて次に、インバウンド客誘致の促進は、地域経済の活性化に寄与するだけでなく、地域のブランド化促進、アウトバウンド（海外）での販売増に繋がる可能性を示している。やはり、重要度の高い要因だということが確認できた。

最後に、着地型観光の概念は、ツーリズム特にコア・ツーリズムとの共通性が高いと考えられる。「おもてなし」に代表される、地域が地域ぐるみで主体的に訪問者を受け入れる体制作りが基本となるであろう。そしてその基本概念は、プロダクトアウトではなくマーケットインと結び付くものであるという知見も得ることができた。

6. 結論と課題

6.1 結論

ツーリズムの振興と地域資源の開発と活用、そして、資源活用での近隣他地域との連携が、その地域の経済を活性化する、この一連の関係性が客観的に検証できた。また、様々開発できるツーリズム

をどれも横並びで位置付け機能させるのではなく、コア・ツーリズムとサブ・ツーリズムの概念を活かして組み合わせることで、補完的かつ相乗的な効果が生まれ地域経済活性化により繋がることの検証もできた。

6.2 課題

課題としては、まず、今回の研究では地域資源とツーリズムに活用する資源の関係性が十分には解明されていない。ツーリズムを地域活性に活用するための開発には、イノベーティブな発想も含めて一段の研究が必要になる。

二番に、次の段階としてコア・ツーリズムの概念を類型化する必要がある。例えば、コア・ツーリズムに分類するものには、動的なものも静的なものも混在する。また、顧客側の受け止めを基準にすると、受動的か能動的かでの分類も可能だ。加えて、顧客価値充足の観点からは、自己実現による満足の領域を越えて自己成長・自己変革の領域にまで提供価値を引き上げるコア・ツーリズムも存在している。

コア・ツーリズムの概念を類型化し、訴求点を明確にすることにより、政策的な提言に繋がる可能性も高まると考えられる。

また、アクション・リサーチなどの調査手法も用い、コア・ツーリズムについて一層のデータを集積し、統計的な解析を加えることでその意味や意義を解明していく研究も次に残されている。

〔参考文献〕

- [1] 萩原愛一（2009）「観光立国と地域活性化をめぐる」 国会図書館
<http://www.ndl.go.jp/jp/diet/publication/refer/200909_704/070401.pdf>
〔閲覧日：2016 年 6 月 6 日〕
- [2] 尾家建生（2009） 観光資源と観光アトラクション 大阪観光大学紀要第 9 号
<<http://library.tourism.ac.jp/no.9TateoOie.pdf>> 〔閲覧日：2016 年 7 月 25 日〕
- [3] 大社充（2008）「体験交流型ツーリズムの手法 地域資源を活かす着地型観光」学芸出版社、京都市
- [4] 大社充（2013）「地域プラットフォームによる観光まちづくり マーケティング導入と推進体制のマネジメント」学芸出版社、京都市
- [5] 佐竹真一（2010）ツーリズムと観光の定義 ―その言語的考察、および、初期の使用例から得られる教訓― 大阪観光大学紀要（第 10 号 2010-3-20）開学 10 周年記念論集
<<http://ci.nii.ac.jp/naid/110007687766>> 〔閲覧日：2015 年 12 月 25 日〕
- [6] 尾家建生、金井萬造編著（2008）「これでわかる！着地型観光―地域が主役のツーリズム―」学芸出版社、京都市
- [7] 岡本伸之【編】（2001）「観光学入門 ポスト・マス・ツーリズムの観光学」有斐閣アルマ、東京都千代田区
- [8] 中小企業庁 「中小企業白書（2015 年版）第 3 部「地域」を考える―自らの変化と特性に向き合う―」<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H27/PDF/chusho/08Hakusyo_part3-1_web.pdf> 〔閲覧日：2016 年 6 月 6 日〕
- [9] 中小企業庁 「中小企業地域資源活用促進法の、一部改正について（平成 27 年 7 月）」<<http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/2015/150708hurusato1.pdf>>
〔閲覧日：2016 年 4 月 28 日〕
- [10] 観光庁「平成 27 年版 観光白書」<<http://www.mlit.go.jp/common/001095743.pdf>>
〔閲覧日：2016 年 6 月 6 日〕