

日本観光学会第 117 回全国大会

プログラム・研究発表要旨集

2024 年 6 月 22 日(土)・23 日(日)

於 神戸学院大学有瀬キャンパス

日本観光学会



# 大会プログラム

大会テーマ：インバウンドの回復と地域における観光

【6月22日(土)】

10:30 受付開始(9号館4階ロビー)	
10:55 開会あいさつ(第1会場 941教室) 田口 順等(大会実行委員長)	
共通論題・自由論題報告 (報告20分、質疑応答10分)休憩室:951教室	
第1会場(941教室)	第2会場(942教室)
<p>11:00~13:00[第1分科会]</p> <p>司会 高橋 大輔 (公益社団法人 東三河地域研究センター)</p> <p>①「地方におけるユニバーサルツーリズムの課題—排除の視点からの再考」 井上 寛(ノースアジア大学)</p> <p>②「オーバーツーリズム状況下の中宇治地区におけるトイレ事象からの一考察—障害当事者の視線から—」 上村 明(和歌山大学大学院)</p> <p>③「ホスピタリティとコンパッション—観光立国の次のステージ—」 藏田智之(Academic Wonderland プロジェクト)</p> <p>④「オーバーツーリズム対策における複層的アプローチ」 吉村 久夫(帝京大学)</p>	<p>11:00~13:00[第2分科会]</p> <p>司会 江口 善章(兵庫県立大学)</p> <p>①「潜在プロフィール解析を用いたインバウンド観光客のモチベーションの転換に関する一考察—京都市を事例に—」 寇 露(和歌山大学)</p> <p>②「人流データを用いた三大都市圏主要駅の来訪者数に関する基礎的研究」 渋澤 博幸・崔 明姫(豊橋技術科学大学)</p> <p>③「ポストコロナ期における訪日外国人旅行者の農泊選好と特性—オーバーツーリズムの解消と地方誘客の観点から—」 片山 達貴・大江 靖雄(東京農業大学)</p> <p>④A Comparative Study of Miyazaki, Sendai, and Kobe Wagyu Restaurants by Text Mining Shinekhuu Battur・Yasuo Ohe (Tokyo University of Agriculture)</p>
13:00~14:00 昼食 ※理事会(952)教室	
14:00~15:00 会員総会(941教室)	
<p>15:00~17:00 シンポジウム「兵庫・神戸の観光振興」 司会進行:大江 靖雄(日本観光学会会長)</p> <p><b>基調講演(60分)</b></p> <p>①兵庫県産業労働部観光局観光振興課長 藤原 大輔 様 「ひょうご新観光戦略について」</p> <p>②一般社団法人神戸観光局マーケティングディレクター 服部 卓郎 様 「神戸観光局のDMOとしての取組み」</p> <p>③一般社団法人淡路島観光協会 観光戦略室室長 地白 雅則 様 「淡路島観光の現状と未来への展望」</p> <p><b>パネルディスカッション(60分)</b> 大江会長がコーディネーターを務め、講演者の方や会場のみなさまも含めてと今後の観光の展望について、忌憚のないご意見を交わしていただきます。</p>	
17:30~20:00 懇親会 9号館3階レストラン「HALF TIME」 ※会費は最初の受付時にお支払いください	

【6月23日(日)】午前の部

共通論題・自由論題報告 (報告20分、質疑応答10分)休憩室:951教室	
第1会場(941教室)	第2会場(942教室)
<p>10:30~12:00[第3分科会] 司会 麻生 憲一 (帝京大学)</p> <p>①「ユニバーサルツーリズムセンターが果たす地域防災について」 中村 敏(山陽学園大学)</p> <p>②「能登半島地震の復興初期段階におけるダークツーリズムの可能性について」 井出 明 (金沢大学)</p> <p>③「秋月旧城下町における「防災観光」の新しい形、「防災・歴史・観光ツアー」実例紹介」 新井 恭子 (福岡女学院大学)</p>	<p>10:30~12:00[第4分科会] 司会 田口 順等 (神戸学院大学)</p> <p>①「日本遺産「古代日本の西の都」からつながる文化観光と観光学連携～令和の都だざいふの「太宰府市観光推進基本計画」を中心に～」 竹川 克幸 (日本経済大学)</p> <p>②「近現代日本における国策ツーリズムによる宿坊の展開と連続性—戦時下「青年徒歩旅行」から観光庁「寺泊」まで—」 和栗 隆史 (一般社団法人全国寺社観光協会)</p> <p>③「歴史的市街地である「ならまち」の観光地化に関する研究—持続的にぎわい創出の視座から—」 小村 弘(大阪府立大学大学院)</p>
第3会場(943教室)	
<p>10:30~12:00[第5分科会] 司会 井上 綾野 (実践女子大学)</p> <p>①「大地震による観光の風評被害に関する経済分析—東日本大震災と能登半島地震を対象として—」 角本 伸晃(実践女子大学)</p> <p>②「コロナ禍と自然災害による観光関連事業所売上額の影響要因分析」 崔 明姫・渋澤 博幸 (豊橋技術科学大学)</p> <p>③「観光消費から見る経済構造変化に関する一考察—北陸3県の事例—」 青木 卓志 (金沢星稜大学)</p>	
12:00~13:00 昼食	

【6月23日（日）】 午後の部

第1会場(941 教室)	第2会場(942 教室)
<p>13:00～15:00[第6分科会] 司会 天野 景太（大阪公立大学）</p> <p>①「北海道余市郡余市町におけるワインツーリズムの展開－ワインイベント参加者の特性と消費行動の分析を中心に－」 辻 有美子（東京農業大学）</p> <p>②「観光業における食べ残しに対する消費者意識」 井上 綾野（実践女子大学）</p> <p>③「大阪IRの定着成功のための協力方案の研究（カジノを中心として）」 趙 恩善（Grand Korea Leisure 人材開発院）</p> <p>④「「水都大阪」再生への観光的文脈を求めて－大都市におけるリバーツーリズムの現状と展望－」 天野 景太（大阪公立大学）</p>	<p>13:00～15:00[第7分科会] 司会 功刀 祐之（京都産業大学）</p> <p>①「視線から見る観光行動の個人差」 三橋 勇太（石巻専修大学）</p> <p>②「宿泊事業におけるアクティビティシステムの再構築の可能性」 加藤 好雄（福知山公立大学）</p> <p>③「和歌山県の公開天文台設置にかかる政策形成過程をめぐる一考察」 澤田 幸輝（和歌山大学大学院）</p> <p>④「観光産業における生活満足度に影響を与える就業環境に関する研究」 寺地 一浩（大阪人間科学大学）</p>

## 受付

- ・9号館の入口は3階です。4階の受付にて下記の大会参加費をお支払いください。  
大会参加費：正会員 2,000 円 準会員 1,000 円
- ・受付にて、名札、プログラム・研究発表要旨集をお渡しします。
- ・懇親会に参加される方は、懇親会費（4,000 円）を大会参加費と共にお支払いください。

## 研究報告要旨

- ・Web版は日本観光学会のホームページからダウンロードしてください。

## 休憩室

- ・入口3階に談話室と自動販売機があります。土曜日は会場内で講義があり学生も利用します。専用の休憩室（951教室）もご利用ください。給茶セット（セルフ）を設置検討中です。
- ・紛失・盗難防止のため、お手荷物は休憩室に置いたままにせず、各自で管理をお願いいたします。

## 昼食

- ・お弁当のご用意はございません。
- ・土曜日のみ学内厚生施設が営業しています。  
レストランハーフタイム（9号館3階、営業時間 11：00～14：00）  
学生食堂（第一体育館地階、営業時間 11：00～14：30）  
喫茶ミルクキーウェイ（大学会館2階、営業時間 8：30～14：00）  
ニューヤマザキデイリーストア（大学会館3階、営業時間 8：30～17：30）
- ・日曜日は大学周辺の飲食店・コンビニなどをご利用ください。

## 宿泊

- ・大学周辺には宿泊施設はございません。近隣の明石・西明石周辺には若干存在しますが、三宮周辺には多数ホテルがございます。各自でご手配をお願いいたします。

## その他

- ・現在有瀬キャンパスでは一部で建設工事中です。9号館への通路が狭いところがありご不便をおかけします。
- ・6月22日（土）は通常講義、地域連携講義およびイベント（9号館6階14時開演）が開催されています。一部の時間帯で学生や来場者による混雑が予想されますのでご注意ください。
- ・建物内での移動は最寄りの階段・エレベーターをご利用ください。

## アクセス

【JR 神戸線「明石駅」下車】

◆JR 神戸線「明石駅」南側 西ロータリー「7番」のりばから、神姫バス「神戸学院大学方面行」に乗り、「神戸学院大学」下車

【神戸市営地下鉄「伊川谷駅」下車】

◆「伊川谷駅」駅前バス停「4番」のりばから神姫バス「神戸学院大学経由明石駅行」に乗り、「神戸学院大学」下車

【直通バス】

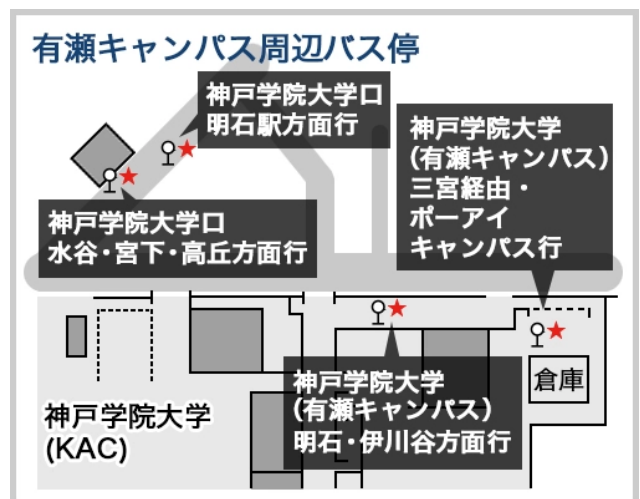
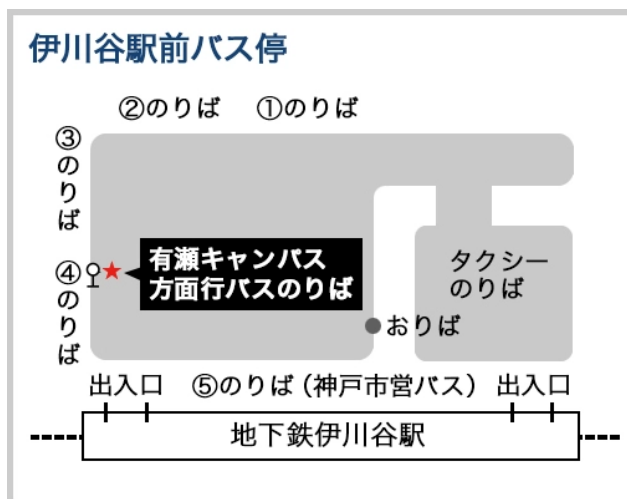
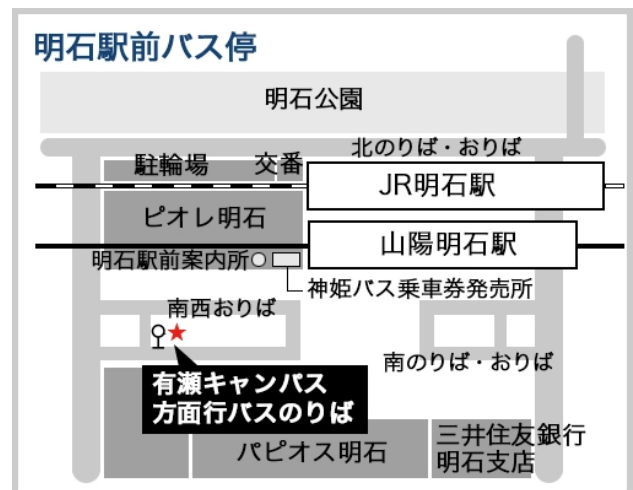
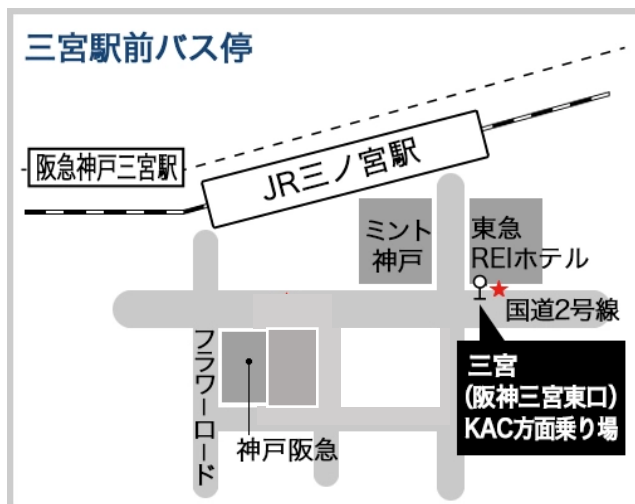
◆「三宮（阪神三宮東口）」から快速バス「神戸学院大学有瀬キャンパス方面行」に乗り、「神戸学院大学（KAC）」または「神戸学院大学口」下車

※ルート・ダイヤにより「**神戸学院大学口**」と「**神戸学院大学**」と異なるバス停になるこ

とがありますので、直通バスご乗車の際は**車内アナウンスや行先表示**にくれぐれもご注意ください！

※原則公共交通機関でご来場ください。

## バス停マップ





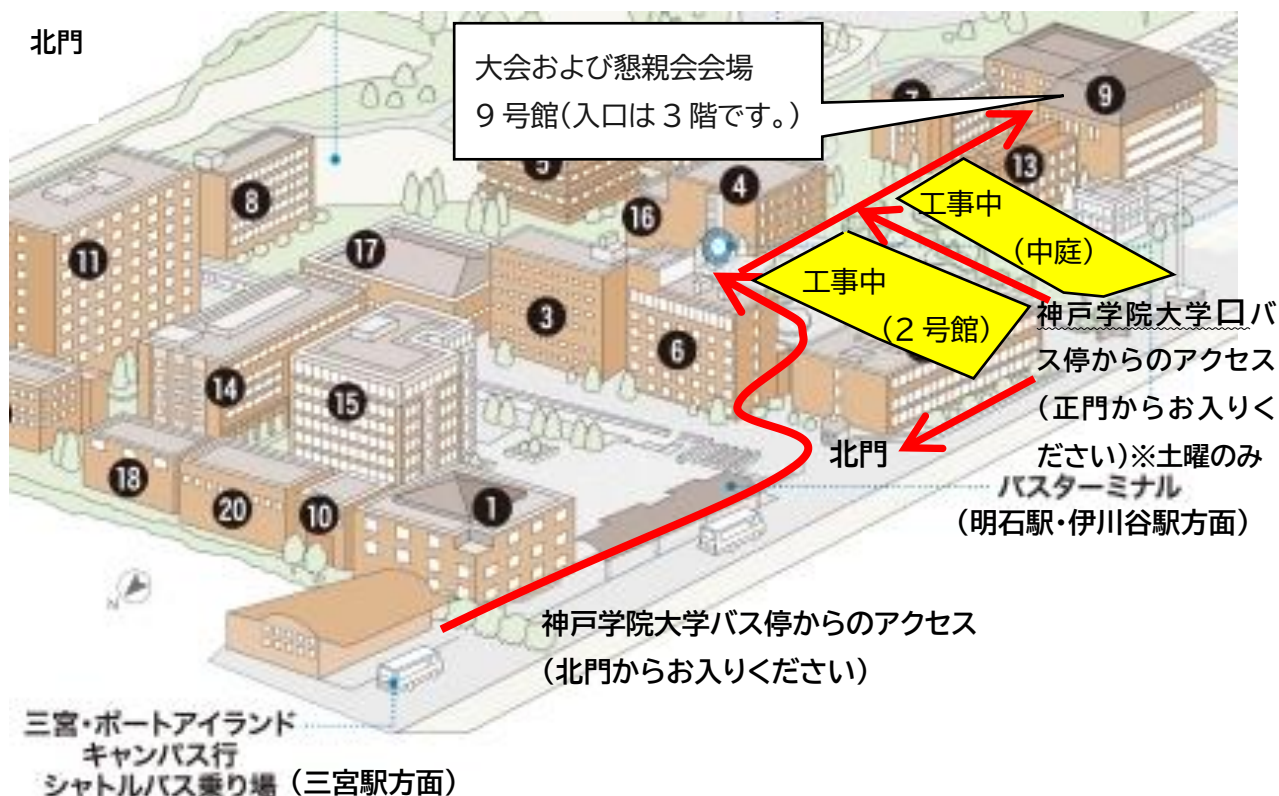
## 学内・会場へのアクセス

会場（9号館を予定）までのアクセスですが途中2号館と中庭が工事中です。当日は誘導案内板を設置します。

◆食堂ハーフタイムは土曜（11：00～14：00）のみ営業します。昼食場所（持込利用可）としてもご利用ください。

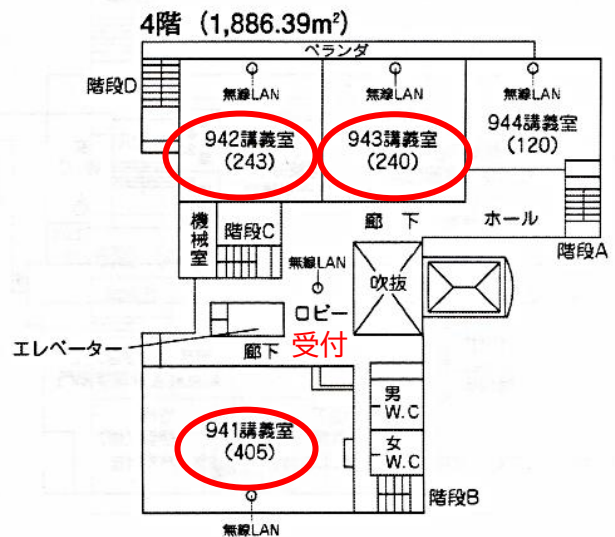
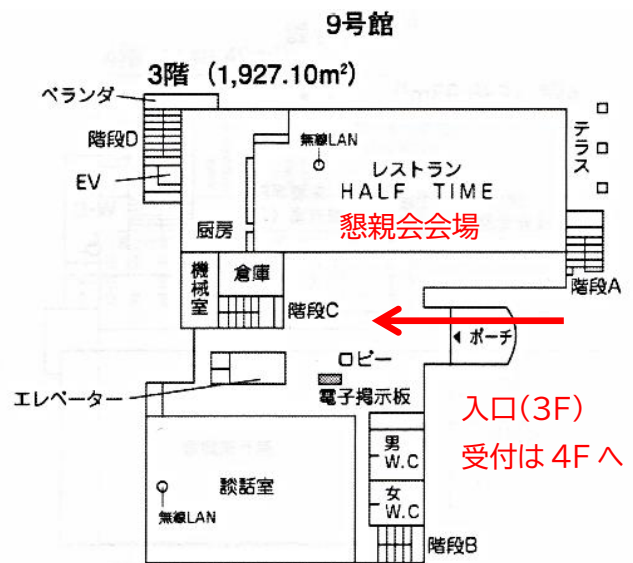
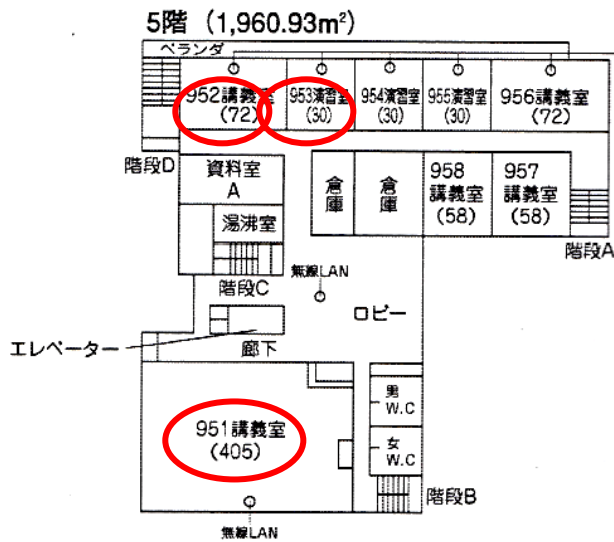
◆3F 談話室・自動販売機と休憩場所がございます。土曜日は授業日、イベント開催のため学生や来場者も利用します。

◆日曜日は正門は閉まっています。北門よりお入りください。



## 会場案内

6月22日(土)	6月23日(日)
941 講義室 (第1会場)・総会シンポジウム会場	941 講義室 (第1会場)
942 講義室 (第2会場)	942 講義室 (第2会場)
951 講義室 休憩室	943 講義室 (第3会場)
952 講義室 理事会	951 講義室 休憩室
953 演習室 シンポジウム講演者控室	



## 大会実行委員会

### 実行委員長

田口 順等 (神戸学院大学)

### 実行委員(五十音順):

東 徹 (立教大学)、麻生 憲一 (帝京大学)、天野 景太 (大阪公立大学)、

江口 善章 (兵庫県立大学)、大江 靖雄 (東京農業大学)、角本 伸晃 (実践女子大学)、

吉川 三恵子 (国立障害者リハビリテーションセンター)、長橋 透 (青山学院大学)、

野呂 純一 (目白大学)

# 日本観光学会第 117 回全国大会

## 研究発表要旨集

### 目次

#### 1 日目

第 1 分科会	10
第 2 分科会	18

#### 2 日目午前

第 3 分科会	26
第 4 分科会	32
第 5 分科会	38

#### 2 日目午後

第 6 分科会	44
第 7 分科会	52

## 地方におけるユニバーサルツーリズムの課題—排除の視点からの再考

井上 寛(ノースアジア大学総合政策学部)

キーワード: 排除 ユニバーサルツーリズム 心のバリアフリー 2025 年問題

拙著(2010)『障害者旅行の段階的の発展』では、かつて実現することが困難であった障害者の旅行を実現するために、多くの困難を数多くの人の手によって、ひとつひとつ克服してきた事実を体系的に整理し、障害者に対しておこなわれた「排除」を抽出していくことを試みた。そのなかで、形態を変えながら発生し、それぞれの時代に立ちはだかる「排除」に対し、それらが、なぜ、どのように存在し、それに対してどのように取り組んできたのかについて、時系列に「第 1 段階」から「第 4 段階」に類型したうえで、M. フーコーが論じる、マイノリティへの視点を援用して論じた(資料 1)。

拙著を上梓してからしばらく時間が経過したが、その後の社会は、障害者や高齢者の旅行に限らず、外国人をはじめとしたすべての人に対象を拡げた「ユニバーサルツーリズム<sup>1)</sup>」へと収斂していくうごきをはじめ、「東京オリンピック・パラリンピック 2020」に向けた政府主導の取り組み、条約批准を受けた差別解消に向けた法整備など、それまで以前と比して環境が整ってきたことは事実である。しかし「観光施設における心のバリアフリー認定制度」(資料 2・3)が 2020 年 12 月に創設されたことは、観光の場面において、依然としてバリア<sup>2)</sup>の解消が課題であることが理解できる。

そのいっぽうで、高齢社会白書(2023)によれば、2022 年のわが国の高齢化率は 29%、とりわけ秋田県が全国の都道府県で最も高く 38.6%であった。このことから観光の場面においても、2025 年問題<sup>3)</sup>を視野に入れ、SDGS の理念である「誰一人取り残さない」(leave no one behind) ことを踏まえ、ユニバーサルツーリズムを強く意識して取り組んでいく必要がある。そのためには、地方においてはどのようなことが課題になっているのか。本発表では、秋田県内での聞き取りをもとに、地方においてユニバーサルツーリズムを実現するためには何が課題なのか、排除の視点からの再考を試みる。

### 資料 1 各段階の排除の形態と排除の対象<sup>4)</sup>

段 階	年 代	排除の種類	排除の対象と形態
第 1 段階	1970 年代以前	隔離型排除	産業労働に資さない障害者の「隔離」
第 2 段階	1980 年代～	分離型排除	「参加」を体験した障害者の「分離」
第 3 段階	1990 年代～		顧客としての障害者の「分離」
第 4 段階	2000 年代～		経済的に余裕のない人の「分離」

### 資料 2 「観光施設における心のバリアフリー認定制度」の対象<sup>5)</sup>

宿泊施設	旅館業法上の営業許可を得ている施設(風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律第 2 条第 6 項に規定する店舗型性風俗特殊営業を営む施設を除く) 国家戦略特別区域法上の認定を受けている施設 住宅宿泊事業法上の届出をしている施設
飲食店	食品衛生法上の営業許可を得ている施設
観光案内所	日本政府観光局から外国人観光案内所の認定を受けている施設等
博物館	博物館法第 2 条第 1 項に規定する博物館 同法第 31 条の規定により博物館に相当する施設として指定された施設

資料3 観光施設における心のバリアフリー認定制度 ブロックごとの認定施設数<sup>6)</sup>

	北海道	東北	関東	北陸 信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄	全国	秋田県
宿泊施設	87	131	263	167	284	263	112	67	180	28	1582	4
飲食店	4	1	31	5	15	4		1	29		90	
観光案内所	6	11	42	9	9	8	1	6	21	3	116	1
博物館					1	1		1			3	
合計	97	143	336	181	309	276	113	75	230	31	1791	5

註

- 1) 観光庁によれば、ユニバーサルツーリズムとは「すべての人が楽しめるように創られた旅行であり、高齢者や障害等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行」と定義されている。海外では accessible tourism と称されることが多い。
- 2) 1995年に刊行された「障害者白書」において、障害者が社会生活を送るうえで①物理的な障壁、②制度的な障壁、③文化・情報面での障壁、④意識上の障壁(=心のバリア)の4つの障壁があると紹介されたのがわが国では初出とされている。
- 3) 団塊の世代が75歳以上の後期高齢者となることが予想され、医療や介護などの社会保障費の増が懸念される問題である。
- 4) 井上(2010) p14
- 5) 観光庁長官(2024)
- 6) 2024年4月30日現在。山梨県は関東ブロック、福井県と三重県は中部ブロックに含まれる。観光庁(2024a)のデータをもとに発表者作成

参考文献・資料

井上寛(2010)『障害者旅行の段階的発展』流通経済大学出版社

井上寛(2017)「障害者差別解消法とユニバーサルツーリズムの実現」『ノースアジア大学国際観光研究』(10)

井上寛(2018)「観光と心のバリアフリー」『ノースアジア大学国際観光研究』(11)

井上寛(2019)「東京オリンピック・パラリンピックに向けたユニバーサルツーリズムのあり方—観光福祉論における心のバリアフリー教育」『ノースアジア大学国際観光研究』(12)

井上寛(2021)「ユニバーサルツーリズムからみた観光の意義」『ノースアジア大学国際観光研究』(14)

Foucault, Michel “*Historie le la forie a lage classique*” Editions Gallimard 1972  
(=田村俣訳(1975)『狂気の歴史—古典主義時代における—』新潮社)

観光庁(2024)「観光施設における心のバリアフリー認定制度 認定施設一覧」<[www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/kokorono\\_barrier-free](http://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kokorono_barrier-free)> (最終更新日:2024年5月23日)

観光庁観光産業課(2023)「ユニバーサルツーリズムに関する調査業務報告書」<[www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/kihonkeikaku/kokunaikoryu/kaitaku/content/001613362.pdf](http://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/kokunaikoryu/kaitaku/content/001613362.pdf)>

観光庁長官(2024)「観光施設における心のバリアフリー認定制度要綱」<[www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/kokorono\\_barrier-free/content/001725500.pdf](http://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kokorono_barrier-free/content/001725500.pdf)>(2024年2月28日一部改正)

内閣府(2023)「令和5年版高齢社会白書」

内閣府(2024)「令和5年度バリアフリー・ユニバーサルデザインに関する意識調査報告書」<[https://www8.cao.go.jp/souki/barrier-free/tyosa\\_kenkyu/r05/index.html](https://www8.cao.go.jp/souki/barrier-free/tyosa_kenkyu/r05/index.html)>

# オーバーツーリズム状況下の中宇治地区におけるトイレ事象からの一考察

## —障害当事者の視線から—

氏名：上村 明

キーワード：オーバーツーリズム、ユニバサールツーリズム、障害者、宇治、トイレ、SDGs

### ●発表の背景

2024年3月に開催された和歌山大学観光学会にて「障害当事者の視線から見たユニバーサルツーリズムとは？—宇治市におけるトイレからの考察—」との題で実施したポスター発表などを展開させ、本発表を実施していく。

和歌山大学でのポスター発表時にも指摘しているが、宇治市、特に中宇治地区では、世界遺産の平等院などを有していることから観光客数が急増している状況である。コロナ禍時には、移動制限などもあり観光客が相当落ち込んだが、京都新聞記事「京都・宇治の観光客数が増えてきた 平等院、源氏物語ミュージム…人気観光地は？（2023年5月29日）」によると「宇治市2022年度の観光入込客数は前年の1.73倍となる404万9千人で、3年ぶりに増加したとのことである。

一方で、JR宇治駅<sup>1</sup>から平等院の間では、駅前の「ゆめりあ・うじ（男女共同参画センター）」と宇治橋そばにある宇治市管理の公衆トイレのみで経路となる宇治橋通り商店街などではトイレに関する問題を散見されている。このような状況は、令和5年開催の宇治市議会の一般質問でも取り上げられる事態となっている。また、別の市議会議員の話では、「宇治橋通り商店街の幾つかの店舗から観光客に係るトイレ問題で相談を受けている」とのことである。一方で参道前商店街ではトイレ貸出のみは実施しないとの申し合わせがあるとの情報を市議などから聞いているが、現在確認中である。

また宇治市では小倉地区に任天堂ミュージアムの開館も2024年度<sup>2</sup>に予定されている。そのため、更なる混雑が予想される。

以上の点を踏まえて、本研究では、様々な障害者でメンバーとして構成されている「エイブル・パフォーマンス集団『ガラ（柄）』」で活躍している社会福祉士である田村氏（足肢・視覚の複合障害）を研究協力者として、「エイブル・パフォーマンス集団『ガラ（柄）』」での事例や調査、筆者が実施した研究を展開させ、「宇治における問題からオーバーツーリズム状況下のトイレ事象」から、「障害当事者の移動時・余暇時の困りごと」にも視点を当て、障害当事者の視点から「持続可能な観光」とは何かを分析していきたい。

### ●研究の目的

現状を考えるとスペース上の関係などから宇治市が公衆トイレを整備することは困難な状態である。しかしながら、地域における公衆トイレ問題は、観光地の基本的な設備であり、観光地の持続可能な発展と地域住民のQOL向上の視点にも密接に関連していることから設置スペースの点だけで論じることができる問題ではない。

また、先行研究での知見を活用し、同時に他の観光地域や国際的な事例と比較することで、中宇治地区における問題を明示し、高齢者、障害者などが障害の有無に関係なく、社会的障壁となる事案を解消し、移動や余暇を安心して可能になるようにするための提言を行うこと内容である。

## ●研究の方法

本発表における研究では、下記の研究方法を用いて調査・研究を実施していく。

### 1. デスクリサーチ：

本研究における調査では、トイレに関する過去の研究や政府報告、および各種統計等で宇治の現状を把握し、現状を整理することとする。

### 2. フィールドリサーチ：

本研究における調査では、「エイブルパフォーマンス集団『ガラ』」が実施した宇治市小倉地区での障害当事者によるバリアフリーチェックや筆者ならびに研究協力者が過去に調査した、中宇治地区での、トイレ施設等の実地調査を踏まえて、問題点を可視化する。同時に、宇治市などが発行した過去のバリアフリーマップなどを用いて、街歩きを進めながらマップのレベルアップを図ること。また、地域住民や商店街関係者へのヒアリングを実施し、ニーズを把握する。

### 3. 調査紙調査および非構造インタビュー

田村氏が所属する「エイブル・パフォーマンス集団『ガラ（柄）』」の協力を得て、障害を持つ方が、移動および余暇の際にどのような点で「困りごと」が生じたのかとの点を調査紙調査や非構造インタビューなどの方法を用いて可視化していく。

#### ※研究倫理上の配慮

倫理面の配慮として、田村氏が所属する「エイブルパフォーマンス集団『ガラ』」の2024年4月23日開催の例会において、本研究に関する内容を書面と口頭で説明し、例会参加者および代表者から了承を得ていること。また、同団体には大学教員などの研究者や臨床心理士などの専門家も入会しており、同日の例会には大学教員などの研究者や臨床心理士などの専門家も参加していたことも申し添えておく。

## ●調査結果

トイレ設備の不足：調査結果、特に観光地と交通ハブとなる駅の間にはトイレが不足しており、特に障害者用トイレのアクセシビリティが低いことが判明した。

情報提供の課題：音声案内の不足、適切な案内表示の欠如などが障害者の自立したトイレ使用を困難にしている状態である。点字ブロックの致命的とも言える破損が「予算不足」が理由で数か月間放置されている地点も確認できている。

トイレに関する印象：TOTO（2020）による訪日外国人旅行者アンケートの指摘が概ね、どの層にも当てはまると見ている。

## ●結論

中宇治地区におけるトイレの問題は、オーバーツーリズムの影響下で障害当事者だけでなく、多くの観光客に影響を及ぼしていることが明らかにできた。同地区が観光客のみならず、生活者にとっても持続可能な地区として発展するためには本研究で指摘した、トイレ事象についての問題点が改善されることが必要不可欠であると言える。スペースなどを考量するとチップ制トイレの導入なども考慮に入れるべきである。

注1：宇治市観光動向調査（2023）によるとJR22.7%、京阪14.0%でありJR利用者が多くを占める

注2：各種報道によると「2024年3月開館予定」であったが、2024年4月現在、開館日は未定である。

# ホスピタリティとコンパッション

## —観光立国の次のステージ—

Academic Wonderland プロジェクト

藏田智之

### 1. 日本における観光立国の経緯

松下幸之助(1952)は、日本の最大の富は景観美であり、それを鑑賞する施設をつくり、世界の人に鑑賞してもらうことによる観光立国を提唱した。その中で観光大臣の必要性も提案している。堀貞一郎(2002)は、著書『メイド・イン・ジャパンからウェルカム・ツー・ジャパンへ』の冒頭で「外国人が訪れない国・日本」と題して、当時、日本に海外から訪れる観光客数が年間475万人(2002年)に留まり、海外旅行者受入数ランキングで世界33位であることを指摘し、日本の景観や自然、そして日本人の美意識の豊かさ等から観光立国推進の必要性を訴えている。その後、2003年に内閣の主要政策課題として観光立国が取り上げられ、当時の小泉首相が、訪日外国人旅行者数を2010年に1000万人にする目標を掲げた。2008年には観光庁が国土交通省の外局として新設され、新型コロナ流行前の2019年には、訪日外国人旅行者数は3188万人に達している(日本政府観光局 JNTO)。2024年は4月までですでに1160万人に達し、2019年比+5.7%となっている(日本政府観光局 JNTO)。

### 2. 観光における弊害

最近、マスコミで取り上げられる観光関連の記事には、「オーバーツーリズム」の話題が目立つ。「オーバーツーリズム」とは、観光地における訪日外国人旅行者の急増等による混雑や生活文化の違いに起因するマナー違反等(観光庁, 2020)により、地域住民へのさまざまな負の影響が問題化する状況である。たとえば、山梨県富士河口湖町にあるあるコンビニエンスストアの背景に富士山がちょうどのっているような写真が SNS に投稿されたのを契機に、世界から観光客が訪れ、近辺の道路における車道への頻繁な立ち入りや信号無視、またゴミのポイ捨てや私有地への立ち入りなどが問題になっていることが盛んに報じられている。町は、高さ2.5m、幅20mの遮光ネットを設置する等の対策を講じた(読売新聞オンライン)が、そのネットに小さな穴を開けて写真を撮る人がいるとの状況をテレビのワイドショー等が取り上げている。

### 3. オーバーツーリズムとホスピタリティ

ホスピタリティは、観光の推進にとって重要な要素と考えられる。その定義は未だ統一されていないとは言い難いが、服部(1995)は、「経済的進展に反比例して失いがちな人間の基本的倫理であり、人間相互の相互応報関係によるシナジー効果や感動的效果によって発生する創造的価値を生み出す源泉」と述べている。しかし、現在、一部の観光地で発生している観光による負の影響への対応は、ホスピタリティの不足を感じさせるものと言えるのではないだろうか。松下(1952)も、「景観の美は天与のもの」と言っており、その景観を世界の人と共有しようとするのが「観光」であるとすれば、大きな黒い幕を設置して景観を害する以外の有効な対策を考案することが必要に感じられる。海外からの観光者を一方的に悪者扱いするような報道や対策は



慎重、ゲストとホストの相互応報関係による相乗効果による創造的価値を生み出す対策に期待したい。

#### 4. TDRにおける混雑への対応

ちなみに、TDRにおける混雑への対応は、開園当初から入場制限の実施がある。予めパークのキャパシティを設定し、それを超える場合には、当日の入場券の販売を中止するというものである。キャパシティは、単純にパークの面積からだけでなく、アトラクションやレストラン、ショップ等の対応可能速度等から収容可能人数を計算し、決められている。実施当初は、このような対応を行なう施設が日本には珍しかったため、かなりの混乱が生じたが、園内での快適さ、ショー演出の効果、また特に安全性の面からの対応について徐々にゲストの理解も得られるようになった。また、今の継続的に、各施設、各店舗においての混雑時の安全確保、効率向上、快適の維持のための改善への努力が重ねられ、それに応じてキャパシティも随時見直しを行っている。

#### 5. 観光地におけるセルフ・コンパッション

ホスピタリティに近い心理学の概念に「コンパッション」がある。コンパッションとは、思いやりや慈悲心、同情や哀れみという意味で、他者を気遣い幸福を願う感情であ（有光, 2021）。しかし、心理学でこのコンパッションが注目されている理由は、それを自分自身に向けた「セルフ・コンパッション」(Neff, 2003) がウェルビーイングの向上につながるとの研究が注目されているためである。セルフ・コンパッションは、「自分の感情の受容」、「自分への優しさ」、他者も自分と同じような経験をしていることを理解する、「共通の人間性の認識」の3つの側面からなる。そして、共感疲労等のストレスを減じ、抑うつや不安等と負の相関が、人生満足感と正の相関があり、ウェルビーイングを高めることが明らかにされている。観光地における混雑等の混乱が地域住民にもたらす負の影響は深刻なものであり、それを癒す（解決への努力）必要性は非常に高いが、その解決案の策定には、観光者もまたネガティブな影響を受けているとの認識をもち、地域住民も観光者も、同じ人間であるという「共通の人間性」に立って検討することが必要に思われる。なぜなら、神経科学的にも、自分を癒やす脳内システムと、困った人を助けようとするときに活性化する脳内システムとは同じである（有光, 2021）とされ、日本における観光が持続可能であるためには、観光者の観光目的や意義を尊重した、ホスピタリティのある対策が必要であると感じられるためである。

#### 6. 主な参考文献

有光 興記 (2021). コンパッションとウェルビーイングー調査,実験,介入研究とマインドフルネスとの関係性についてー 心理学評論, 64, 403-427

服部 勝人(1995). 観光事業におけるホスピタリティ・マネジメント 日本観光学会研究報告, 27, 41-50.

堀 貞一郎 (2002). メイド・イン・ジャパンからウェルカム・ツー・ジャパンへ 観光立国が日本を救う プレジデント社

# オーバーツーリズム対策における複層的アプローチ

吉村 久夫 (帝京大学)

キーワード：持続可能な観光、分散化、地域の磨き上げ、複層的アプローチ

## 1. オーバーツーリズム対策の動き

政府は 2023 年 8 月に「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に関する関係省庁対策会議」を設置することを決定し、10 月にはオーバーツーリズムパッケージ案を取りまとめ、その後「先行モデル地区型」20 地域および「一般型」51 案件を選出し、地域が主体で行う対策への支援をおこなうことにした。オーバーツーリズム対策は 2023 年 3 月に改定された観光立国推進基本計画の中の「持続可能な観光地域づくり」で推進される施策のひとつとして位置づけられ、令和 6 年度の観光庁予算において「地域における受入環境整備事業」の中に組み込まれている。本稿では、これらの政府や地方自治体の取組みをより効果的にするためにオーバーツーリズムに対する複層的なアプローチについて考察を行う。

## 2. オーバーツーリズムの定義と課題

国連世界観光機関がまとめた『『オーバーツーリズム』都市観光の予測を超える成長に対する 認識と対応』の中でオーバーツーリズムの定義を「デスティネーション全体又はその一部に対し、明らかに市民の生活の質又は訪問客の体験の質に悪い形で過度に及ぼされる観光の影響」と紹介している。つまり旅行者が特定の観光地に過度に集中する状況そのものではなく、その結果生じる地域市民生活または旅行者、あるいはその両方に悪影響を及ぼすさまざまな事象のことである。昨今オーバーツーリズムが地域に及ぼす影響をクローズアップしているが、影響は地域住民と訪問者の両方が受けていることを忘れてはならない。そもそもゴールデンウィークの観光地への集中のような旅行者が特定の時期に特定の観光地に集中する状況は以前から長年の間起きていた。しかし近年のオーバーツーリズムに対する課題は、より訪日外客数の増加に焦点が当たっている。これは異なった価値観や日本の慣習に関する認識不足からくる旅行者行動への地域住民の不快感および観光産業がいかに具体的に地域市民生活にメリットをもたらすかという点に対する理解不足から生まれているというところもある。

では旅行者の集中により具体的に起きていることとは何か。主なものを 3 つ挙げる。まず挙げられるのが「交通機関の混雑」である。特に公共交通機関という地域住民の生活に不可欠な手段が混雑化により利用が制限される状況になる。次が「ゴミ問題」である。多数の旅行者により生み出されるゴミは、時に処理許容量を超えて観光地に残るか、処理に多大なコストと労力がかかることになる。3 つ目が「マナー違反」である。個人旅行者の増加と SNS の拡大により、より映える写真を撮るために、いままで観光者が立ち入らなかった地域や住宅地に入り込んだり、個人の家の軒下にゴミを置き去りにするケースもみられる。

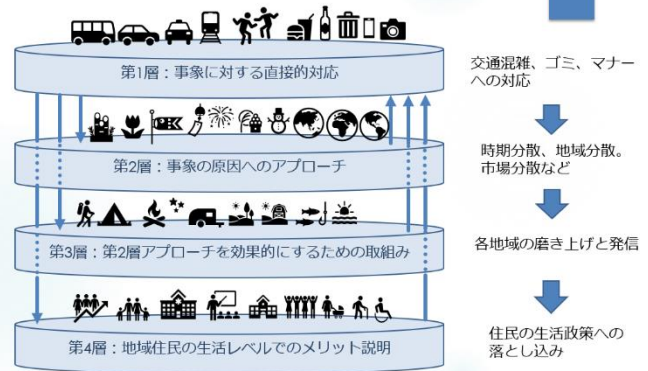
こういう具体的な事象への対処は事象ごとに各自治体でも取り組んでいる。交通機関に関しては住民優先対応（江ノ電）や公共交通機関に代わる輸送手段の構築（ニセコ）などが取り組まれており、ゴミ対策は単にゴミ箱の設置増加だけではなくテクノロジーを活用したごみの圧縮（伊香保）やゴミ捨ての有料化（川越）などにも取り組んでおり、マナー対策では、旅行前、旅行中の行動指針の案内による啓蒙（京都など）などが行われている。

### 3. 複層的アプローチとしての対策

オーバーツーリズムの「オーバー」はその地域、旅行者双方にとっての許容量を超えたということである。この結果起こる事象に対しては対処療法だけでなく、複層的アプローチが必要になる。まず第1の層は前述の3つの事象に対する直接の対処療法である。しかしこれは必要ではあるものの根本的な解決にはならない。第2の層はその事象の原因になっている観光客の集中

を軽減することである。その1つが「分散化」である。分散化は「時期の分散」、「地域の分散」、「市場の分散」のようないくつかの形がある。「時期の分散」は観光シーズンだけではなく、年間の四季折々の魅力を味わってもらうことである。注：「地域の分散」は人気の観光地だけでなく、まだあまり知られていない日本の地域の良さを認識してもらうことによる訪問である。「市場の分散」はそれぞれの市場の旅行シーズン合わせた市場プロモーションを行うことが効果的である。第3の層はその分散化を促すための地域の磨き上げである。単に受入サイドが分散するように図っても、旅行者がその地域や時期に魅力を感じなければ訪問は実現しない。そのため各地域の徹底的な魅力創出と発信が必要となる。そして第4の層のアプローチが、地域が主体になった取り組みをより効果的にするために地域住民の理解と協力を得ることである。現在の地域の政策は地域への旅行者の誘客が地域に利益をもたらし、地域経済の活性化につながるという説明に留まっている。地域住民にとっては地域への利益還元や活性化は具体的にどのように日々の生活の向上につながるのか、この住民目線の観光と地域生活との結び付けを子育て、教育、福祉、インフラ整備など日々の生活に落とし込んだ、より具体的な施策関連での説明と理解促進を行っていかなくてはならない。観光政策は住民にとっての生活政策となることが本来の行政の目指すべきこと考える。これらの4層のアプローチを部分的に行うのではなく、それぞれの層の関連と連携を踏まえて各層の責任主体が同時並行的かつ包括的に行うことがオーバーツーリズムから起こる事象へのより効果的な対応策となっていく。

### オーバーツーリズムへの4層のアプローチ



参考文献：国連世界観光機関「都市観光の予測を超える成長に対する認識と対応」

観光庁「オーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた対策パッケージ」

# 潜在プロファイル解析を用いたインバウンド観光客の モチベーションの転換に関する一考察 —京都市を事例に—

寇 露 和歌山大学観光学研究科博士後期課程

キーワード： インバウンド観光客、観光モチベーション、潜在プロファイル解析、  
トラベル キャリア パターン、京都市

## 1. 研究背景

マーケティング活動において、顧客ニーズの把握は企業における事業の基点である。旅行行動について「誰か、いつ、どこで、どのように」を回答することは可能であるが、Lundberg (1971) は「なぜ旅行するか」を提出したが、観光モチベーションの解明は難しい (Crompton, 1979)。一般的には、観光モチベーションはすべての観光行動の原動力だと考えられている (Iso-Ahola, 1982)。観光地にとっては、観光客の欲求を把握し、観光客の観光行動についての理解は非常に重要だと考えられる (Dann, 1977; Deci and Ryan, 1987; Dunn Ross and Iso-Ahola, 1991)。

観光モチベーションの先行研究では、人々を観光に駆り立てる心理的要因 (誘引要因) への関心の高さから、発動要因となる観光モチベーションに関する研究が多い (Crompton 1979; Iso-Ahola 1982; Dann, 1977)。さらに、Pearce (1991) は TCL (Travel Career Ladder) アプローチという考え方を提唱した。さらに、Pearce and Lee (2005) は、観光モチベーションが 3 つのレベルを分類し、TCP (Travel Career Pattern) アプローチを提出した。

一方、世界有数の観光都市である京都市の 2019 年間観光総消費額は 1 兆 2,367 億円と 4 年連続で 1 兆円を超え、その中で外国人消費額は 3,318 億円であった。訪日客の観光目的の入国受入再開 (2022 年 6 月 10 日) や個人旅行受入、査証免除措置の再開 (2022 年 10 月 11 日) など、旅行需要を取り巻く環境も大きく変化した。コロナ禍以前の 5000 万人超えから一旦減少したものの、訪日客の入国受入再開などの結果、2022 年時点において旅行需要は 4,361 万まで回復していた。観光消費額は 1 兆 179 億円となっている (国土交通省, 2023)。観光産業が回復した京都市では、外国人観光客を主な観光客とする経済効果は無視できない。したがって、日本において多様な観光目的地の中で、インバウンド観光客がなぜ京都市を訪れるのかは、考慮されなければならない問題といえる。

## 2. 研究方法・研究目的

潜在プロファイル解析 (Latent profile analysis) の利点は、異なるプロファイル数の比較について検定を行うことで、クラスター分析よりも客観的にプロファイル数を判断できる点にある (Marsh et al., 2009)。本研究は、潜在プロファイル解析を援用し、インバウンド観光客を対象として京都市を訪れた観光モチベーションの解明に焦点を当て、TCP アプローチによってインバウンド観光客のモチベーションを検討する。その上で、インバウンド観光客は潜在プロファイルを確認したい。さらに、インバウンド観光客の年齢、観光経験、満足度およびデスティネーションロイヤリティと各プロファイルとの関係性を明らかにしたい。

### 3. 研究内容

マズロー（1943）は、人間が段階的に①生理的欲求②安全欲求③帰属欲求④尊重欲求⑤自己実現への欲求に到達すると唱えた。Pearce（1991）は、マズローの「欲求階層理論」を踏襲し、心理学と消費者行動論を組み合わせ、人間のトラベル・ニーズを5段階に分類し、Travel Career Ladder（TCL）の考え方を提唱した。Ryan（1998）は、TCLアプローチの妥当性に懐疑的であり、トラベル・キャリアのレベル（階層）を評価するため、利用された項目の数が不十分だと指摘している。その上で、TCLアプローチは改定されつつあり、旅行モチベーションは厳密な欲求階層を重視するのではなく、モチベーションパターンの変化に注目すべき考え方を提唱した。Pearce and Lee（2005）は、TCLアプローチの上で、TCP（Travel Career Pattern）というアプローチを提唱した。なお、ここでは年齢や経験の異なる観光客に対してモチベーションパターンが転換する点が指摘されている（Pearce and Lee, 2005）。説明変数として、観光経験の回数、目的地の数、総滞在時間など、観光客のトラベル・キャリアなどが使用されている（Filep and Greenacre, 2007）。本研究では、上記の先行文献をベースとして、上記観光のモチベーション（経験）の形成について、インバウンド観光客の京都市来訪回数と海外旅行回数に分類し検討を行いたい。

### 4. おわりに

京都市観光におけるインバウンド観光客のモチベーション要因が解明できれば、人間本位の方法で潜在的なプロファイル観光客を区別でき、インバウンド観光客の観光行動の検討に貢献するものと考えられる。

#### <参考文献・参考資料>

- Crompton, J. L. (1979). "Motivations for Pleasure Vacation." *Annals of Tourism Research*, 6 (1): 408-24.
- Dann, G. M. S. (1977). "Anomie, Ego-Enhancement and Tourism." *Annals of Tourism Research*, 4 (4): 184-94.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1987) "The support of autonomy and the control of behavior." *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(6), 1024-1037.
- Dunn Ross&Iso-Ahola (1991) "Sightseeing tourists' motivation and satisfaction" *Annals of Tourism Research*. Vol. 18. pp 226-237.
- Filep, S., & Greenacre, L. (2007). Evaluating and extending the travel career patterns model. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 55(1), 23-38.
- Iso-Ahola, S. E. (1982) "Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder." *Annals of Tourism Research*, 9:256-62.
- Lundberg, D. E. (1971). Why Tourists Travel. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 11(4), 75-81.
- Maslow, A. H. (1943). "Preface to motivation theory" *Psychosomatic Medicine*, 5, 85-92.
- Marsh, H. W., Lüdtke, O., Trautwein, U., & Morin, A. J. S. (2009) . Classical latent profile analysis of Philip L. Pearce& Uk-IL Lee "Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation" *Journal of Travel Research*, Vol. 43, February 2005, 226-237.
- Pearce, P. L. (1991). Analysing tourist attractions. *Journal of Tourism Studies*, 2(1), 46-55.
- Ryan, C. (1998). "The Travel Career Ladder: An Appraisal." *Annals of Tourism Research*, 25 (1): 936-57.
- <https://www.kkr.mlit.go.jp/kyoto/project/kyougikaiinkai/jyutaitaisaku/unam7b0000000cc6-att/siry01.pdf>

最後閲覧日： 2024年3月1日

# 人流データを用いた三大都市圏主要駅の来訪者数に関する基礎的研究

洪澤 博幸（豊橋技術科学大学）・崔 明姫（豊橋技術科学大学）

キーワード：人流データ、重力モデル、都市圏主要駅、KLA

## 1. はじめに

リニア中央新幹線の整備は、我が国の三大都市圏を一体化し、スーパー・メガリージョンや日本中央回廊の形成に寄与することが期待されている。コロナ禍では、三大都市圏のビジネス・観光や交通も大きな影響を受けた。COVID-19の経験、社会経済活動におけるDX化、及び南海トラフ地震等の災害リスクを踏まえ、三大都市圏を対象とした人流の実態の解明や将来予測が重要な課題となっている。本研究では、三大都市圏の主要駅である、東京駅、名古屋駅、及び新大阪駅のエリアを対象に、コロナ禍における人流（来訪者数）の変化を分析する。重力モデルにいくつかの推定法（OLS、PPML、固定効果、変動効果など）を適用して、来訪者数関数を推計し、コロナ禍の来訪者数の変動要因について考察する。

## 2. 方法

本稿では、KDDI Location Analyzer（KLA：これ以降は、人流分析ツールと表記）から得られるデータを用いて分析を行う。人流分析ツールの「複数地点分析」では、複数の地点を対象に来訪者の属性分析と居住地分析を行うことができる。ここでは居住地から駅エリアへ移動した推計来訪者数の情報を用いる。分析対象を、東京駅エリア、名古屋駅エリア、及び新大阪駅エリアとし、居住地の地域区分は都道府県とする。

3つの駅と都道府県の人流データに重力モデルを適用する。一般的に重力モデルでは、ある地域（出発地の都道府県） $i$ から、ある地域（到着地の駅） $j$ へと移動する人口流動の量 $t_{ij}$ は、各地域の魅力度を $R_i$ 、 $S_j$ とし、地域間の距離を $d_{ij}$ とすれば、 $t_{ij} = k(R_i)^\alpha (S_j)^\beta (d_{ij})^\gamma$ と推計される。 $k$ は比例定数、 $\alpha$ 、 $\beta$ 、 $\gamma$ は各変数の寄与の程度を表すパラメータである。本稿では、 $t_{ij}$ は来訪者数（人）、 $R_i$ は居住地（都道府県）の人口 $P_i$ （百万人）、 $S_j$ は来訪地域（都道府県）の人口 $P_j$ （百万人）、 $d_{ij}$ は地域間距離（km）とする。

観測の対象期間を2019年から2023年の5年間とし、集計期間を各1年間とした。3つの駅の来訪者数について、1年間、来訪日数1日以上、滞在時間15分～60分の条件を与えて、人流分析ツールで集計を行った。日にち区分については、期間全体、平日、祝休日に分けて集計した。来訪者数の居住地の区分は都道府県単位とした。各駅のエリアはマップ情報を参考に、ジオフェンスにより設定した。表1に、重力モデルの推計に用いる変数一覧を示す。

表1 変数一覧

	変数の内容	単位
被説明変数	居住地から駅エリアへの年間来訪者数 $t_{ijt}$	人
説明変数	居住地の人口 $P_{it}$	百万人
	地域間距離（都道府県間距離） $d_{ijt}$	Km
	駅エリアダミー（名古屋駅 $D_{Nj}$ 、新大阪駅 $D_{Oj}$ ）	0または1
	年ダミー（2020年 $D_{2020}$ 、2021年 $D_{2021}$ 、2022年 $D_{2022}$ 、2023年 $D_{2023}$ ）	0または1

## 3. 分析結果

2019年から2023年の東京駅エリア、名古屋駅エリア、新大阪駅エリアへの来訪者総数と複数駅エリアの併用者数について、2019年比の時系列的な変化をみると、コロナ禍では2021年に各駅エリアで最も減少しており、併用者数のほうがその変動は大きい。来訪者総数に占める併用者の割合についても、

同年に大きく減少している。複数駅を併用した移動の割合は減少した傾向がみられる。

3つの駅エリアの来訪者数を各年別にまとめたデータに、重力モデルを適用した例を示す。表2は、2023年の来訪者関数の推定結果である。日にち区分は、期間全体、平日、及び祝休日である。期間全体の駅来訪者数をみると、居住地域の人口はプラス、地域間距離はマイナスの符号であり、有意である。居住地域人口の係数は1よりも大きい。地域間距離の係数はおおむねマイナス1であり、来訪者数は地域間距離に反比例している。平日の地域間距離の係数の値が最も大きく、祝休日の地域間距離の係数の値が最も小さい。駅間の交通インフラ整備により、平日の人流がより改善される傾向があることを示唆する。名古屋駅ダミー、新大阪ダミーはマイナスである。東京駅エリアに比べて、名古屋駅と新大阪駅のエリアのほうが、来訪者が少ないことを示す。図1に、2019年から2023年の来訪者関数の回帰係数の値を示す。日にち区分は、期間全体のみである。各係数の値は、2019年から増加（または減少）し、2021年にピークとなり、その後に減少（または増加）している。地域間距離の係数は、コロナ禍ではマイナス値で大きくなっており、移動に対する抵抗が増したことが示唆される。この他の結果については大会時に報告する予定である。

表2 来訪者関数(2023年)

日にち区分	期間全体	平日	祝休日
被説明変数	ln(来訪者数)		
説明変数	係数	係数	係数
ln(居住地域人口)	1.247***	1.321***	1.259***
ln(地域間距離)	-1.050***	-1.083***	-1.031***
名古屋駅ダミー	-1.247***	-1.250***	-1.141***
新大阪駅ダミー	-1.449***	-1.318***	-1.335***
切片	18.111***	17.324***	16.706***
決定係数	0.880	0.893	0.879
観測数	141	141	141

\*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

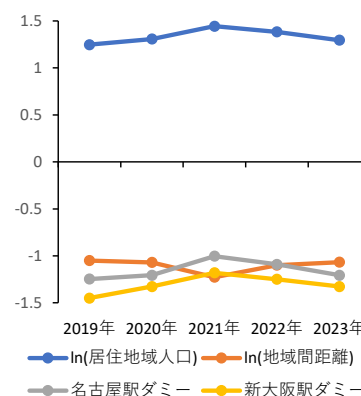


図1 来訪者関数の係数

出典：技研商事インターナショナル株式会社「KDDI Location Analyzer」で作成

#### 4. おわりに

本稿では、人流分析ツール（KDDI Location Analyzer）のデータを用いて、東京駅、名古屋駅、及び新大阪駅のエリアを対象に、コロナ禍の来訪者数の変動分析と重力モデルの推計を行った。施設の周辺エリアの来訪者数データを用いた分析の可能性について検討した。今後の課題としては、月・日別データ等の詳細情報を用いることや観光施設エリアへの応用などがあげられる。

#### 参考文献

Anderson, James E. (2011) The Gravity Model, Annual Review of Economics, Vol. 3, 133-160

技研商事インターナショナル株式会社 (2023), KDDI Location Analyzer

森川正之 (2018) 旅行客フローにおける距離・国境効果：マイクロ・グラビティ分析, RIETI Discussion Paper Series 18-J-012

貞広幸雄, 山田育穂, 石井儀光 (2018) 空間解析入門, 朝倉書店

謝辞 本研究は JSPS 科研費 JP 22K18101 の助成を受けたものです。

# ポストコロナ期における訪日外国人旅行者の農泊選好と特性 —オーバーツーリズムの解消と地方誘客の観点から—

氏名：片山 達貴（東京農業大学大学院） 大江 靖雄（東京農業大学）

キーワード： 農泊、オーバーツーリズム、地方誘客、テキスト分析、順序ロジットモデル分析

## 研究背景

近年、日本へのインバウンド観光需要は高まっており、ビジット・ジャパン事業（以下 VJC）等の外国人旅行者誘致政策から順調に成果を上げている。農山漁村滞在型旅行である農泊では、2017 年度の農泊推進対策による政府の支援の影響で OTA 予約や Wi-Fi、外国語の整備等に努める地域も増えてきており、徐々にインバウンドの宿泊者数を伸ばしている。しかしながら、農泊地域でのインバウンドは観光都市と比較すると依然として乖離があり、2019 年度の農泊地域における訪日外国人旅行者の割合は僅か 6.3%しかない（農林水産省、2022）。対照的に、観光都市ではインバウンド増加によりオーバーツーリズム（以下 OT）が全国各地で発生しており、交通渋滞や騒音、地域住民への悪影響、観光客の満足度低下等の懸念がされている。対策として宿泊税の導入や交通手段の分散、ピクトグラムによるマナー違反の抑制等が実施されているものの、根本的な解決に至る地域は少なく、今後は観光都市から地方や農村への誘客促進による観光客分散が持続可能な観光を実現していく上で鍵であるとされている。

## 研究目的

農泊に関連する先行研究では、佐藤・八木（2021）が都市居住者を対象とした農村旅行動機や旅行志向、岩崎ほか（2017）が京都府下の農家民宿におけるインバウンドの実態を明らかにしている。しかし、観光都市に訪れる訪日客の農村に対する志向性の把握おらず、今後の観光都市から農村へ誘客を進めていく上で魅力あるコンテンツの発掘や効果的な施策の解明は必須である。そこで本研究では、ポストコロナで成長が期待されるインバウンドに向けて、OT の進む観光都市から農村地域へと集客分散を実現させるために、農泊のインバウンド向けコンテンツ、訪日客の農泊に対するイメージや潜在需要、OT の認知度や影響度を把握し、さらなる農村への滞在を促進していくあり方を展望する。

## 調査対象と分析方法

### (1) 農泊地域の観光コンテンツ分析

農泊地域のインバウンド向けコンテンツを把握するため、外国人向け農泊紹介サイト『Countryside Stays Japan』を分析対象として、KH Corder でテキスト分析を行った。まず、農泊コンテンツの特徴を把握するため共起ネットワークで分析し、次に共起ネットワークや階層的クラスタ分析で作成した仮説コードをもとに、クロス集計とカイ二乗検定を行い、地域ごとのコンテンツの相違を解明した。

### (2) OT 発生地域における訪日外国人旅行者を対象にした分析

観光都市における訪日外国人旅行者の OT 影響度や農泊ニーズを把握するため、浅草寺周辺の訪日客を対象としてアンケート調査を実施した。調査方法は Microsoft Forms を活用し、訪日目的、消費額、日本旅行の満足度等の基本的な質問に加え、OT、農村に関する質問を対面で QR コードから読み取ってもらいオンラインで回答を収集した（n=204）。分析方法は、まず、属性間での農泊選好、農泊懸念の相違を比較するためカイ二乗検定、Fisher の正確性確率検定を行い、残差分析による全体比較と



Bonferroni 修正による 2 群比較を行った。次に、農泊関心度を従属変数とした順序ロジットモデル分析を行い、訪日外国人旅行者の農村観光への興味を向上させる要因を解明した。

## 分析結果

### (1) 農泊地域の観光コンテンツ分析

インバウンド向けの農泊紹介サイトを対象にした共起ネットワーク図からは農泊コンテンツの特徴が明らかになった。詳細にみると、「日本らしい伝統を活かした地元ならではの体験」、「古民家での宿泊」、「夕食朝食付きのプライベートな空間での宿泊」、「農家が育てた地場野菜を材料とした食事」、「海産物を活かした料理」、「ガイドツアー」、「木々が並んだ小道のハイキング」、「温泉」といったコンテンツが特徴的であった。つまり、日本の農泊は、単なる宿泊だけにとどまらず、農村の自然、地域の伝統や歴史を活かした体験やガイドツアー、地場食材を活かした食事付きの古民家宿泊といった付加価値や独自性の高いコンテンツがインバウンド向けに提供されていると判明した。次に仮説コードによるカイ二乗検定では、「地域性・伝統性」、「農作物」、「漁村」、「古民家」、「温泉」、「立地」といった多数のカテゴリーが有意になり、地域ごとに観光コンテンツの特色があることが明らかになった。

### (2) OT 発生地域における訪日外国人旅行者を対象にした分析

訪日客へのアンケート結果から属性間での農泊選好と農泊懸念の相違を分析したところ、出身地域、消費額、訪日回数によって農泊選好に差があることが明らかになった。ヨーロッパ出身は「郷土料理」への関心が高い一方で、アジア出身は興味が薄く、消費額で見ると「地場食材」、「地元民との交流体験」への関心がある人ほど滞在消費額が高い傾向にあった。また、訪日回数で見ると、リピーターは「農村のライフスタイル」への関心が高い結果となった。

順序ロジットモデルでは、訪日客の農泊関心度要因を分析したところ、「和食への期待」、「農村観光情報への知識量」、「YouTube からの情報収集」、「OT による不快経験」、「農村の伝統芸能や地域文化への興味」、「ひっそりとしたリラクゼーションへの興味」、「ハイキングや登山への興味」が農泊関心度を高める要因となった。他方で、「言語対応への懸念」、「生活様式や慣習への懸念」が下げる要因となった。

## 結論

本研究から OT によるネガティブな体験が農村への関心度に影響し、観光都市に滞在する訪日客にも農泊地域へ誘致できるポテンシャルがあること明らかになった。しかしながら、農泊地域へと足を運んでもらうには、言語面や農村生活面での懸念の払拭、伝統文化や自然を生かした魅力的なコンテンツ創出が不可欠であり、国や自治体、様々な関連団体が一体となったプロモーションのほか YouTube 等の映像メディアでの情報発信による農村観光の認知度向上の重要性が示唆された。また、地元民との交流体験等の付加価値の高い体験が訪日客の滞在消費額を高めることが判明したものの、ポストコロナにおける供給者サイドの持続可能な経営要因の解明には至っておらず、今後の研究課題としたい。

## 参考文献

- 農林水産省農村振興局都市農村交流課(2022)「農泊をめぐる状況について」、  
[https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/nouhaku\\_top-33.pdf](https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhakusuishin/attach/pdf/nouhaku_top-33.pdf) (2023 年 11 月 15 日参照)
- 佐藤彩生・八木浩平(2021)「都市居住者の農山漁村滞在型旅行における旅行動機と旅行志向に関する研究」『農村計画学会誌』1(1): 85-94. [https://doi.org/10.2750/jrps.1.1\\_85](https://doi.org/10.2750/jrps.1.1_85)
- 岩崎萌汰・清水夏樹・星野敏・鬼塚健一郎(2017)「京都府下の農家民宿におけるインバウンドの実態に関する研究」『農村計画学会誌』36: 235-241. <https://doi.org/10.2750/arp.36.235>

# A Comparative Study of Miyazaki, Sendai, and Kobe Wagyu Restaurants by Text Mining

Shinekhuu Battur, Tokyo University of Agriculture  
Yasuo Ohe, Tokyo University of Agriculture

**Keywords:** wagyu beef restaurant, customer satisfaction, online reviews, eWOM, food tourism, text mining

## I. Introduction

Food tourism in Japan is a substantial component of its tourism industry, attracting both domestic and international visitors (Frontiers, 2021). Japanese cuisine, characterized by its emphasis on seasonality, quality, and presentation, enhances the tourist experience by offering unique regional specialties known as "Meibutsu" (Frontiers, 2021).

Wagyu beef stands out as a premium product renowned for its high quality and distinctive marbling, providing a unique taste and texture among these culinary delights. This makes Wagyu a sought-after experience for culinary tourists seeking authenticity and luxury in their dining experiences (Emerald Insight, 2022).

Customer satisfaction, a key predictor of purchase intentions and loyalty, is crucial for business growth (Marta, 2022). Despite the significance of Wagyu beef, few studies have specifically addressed consumer satisfaction, focusing instead on its quality, production, and chemical attributes (Motoyama et al., 2016; Satsuki, 2017).

This gap in research underscores the need to understand customer experiences and satisfaction levels with Wagyu beef, particularly through the lens of online reviews, which have become a major source of information for consumers. When customers select places, transportation, accommodations, and things to enjoy, 74.1% of the respondents said that they collect review information from the internet (Hoang, 2019).

Hence, it is important to study online reviews from pre-COVID Wagyu Beef restaurants is essential for understanding and elevating customer satisfaction during the subsequent transition to post-COVID normalization.

### Objectives and Methodology

This study aims to understand customer behavior through online reviews, examining and comparing customer experiences to identify key attributes that significantly impact customer satisfaction.

Data was collected from Wagyu beef restaurants in Kobe, Miyazaki, and Sendai, regions renowned for their high-quality Wagyu beef. Online reviews made by foreigners from 2012 to 2020 were sourced from Google Travel using <https://exportcomments.com/>. The data collection period was from September 2022 to December 2022, resulting in a total of 22,837 online reviews.

After removing non-English reviews, 2,738 English reviews (11.9%) remained for analysis. These reviews underwent frequency analysis, co-occurrence network analysis, and a conditional logit model to identify significant factors influencing customer satisfaction.

## II. Result and Discussion

### Frequency Analysis

In Kobe, Miyazaki, and Sendai, "beef" topped the word frequency lists. Positive terms like "good" and "delicious" were common, indicating consistent customer satisfaction. "Chef" was specific to Kobe, suggesting a focus on culinary expertise. "Service" ranked high in Miyazaki, highlighting its importance.

### Co-Occurrence Network Analysis

Co-occurrence network analysis was conducted using "KH Coder" to explore the interrelationships between the identified words. The co-occurrence network of Kobe exhibits significantly more clusters and complexity compared to those of Miyazaki and Sendai.

In Kobe's network, the node "chef" has most (5) edges in the network, indicating its importance on the network.

Within the Miyazaki network, the node "menu" exhibits the highest degree of connectivity, with five edges, signifying its centrality and influence within the network. Conversely, in Sendai, the node "rice" is notable for having the most edges (5).

### Conditional Logit Model

Based on the Frequency and Co-Occurrence Network Analysis, we specifically chose explanatory variables for our conditional logit model that demonstrated a high likelihood of being significantly prominent across all three locations.

In the case of the explained variable, Customer Satisfaction, we categorized ratings of 1-4 stars as 0 and 5 stars as 1 due to the skewed distribution of ratings.

Regarding the explanatory variables, our study encompassed seven variables—Taste, Price, Service, Chef, Menu, Environment, and Language Availability.

The inclusion of these variables was informed by the identification of pertinent terms within the reviews, and they were coded with 1 denoting the presence of the term and 0 indicating its absence.

Explained variable: Customer Satisfaction		1-4 rating = 0, 5 rating = 1	
Explanatory variables	Parameter (Robust)	Marginal effect	VIF
Taste (presence=1, absence=0)	0.7093 *** (11.76)	0.0123 *** (12.68)	1.05
Price (presence=1, absence=0)	-0.6111 *** (-7.97)	-0.1348 *** (-8.42)	1.03
Service (presence=1, absence=0)	0.2743 *** (3.03)	0.0605 *** (2.99)	1.07
Chef (presence=1, absence=0)	0.6292 *** (18.30)	0.1388 *** (16.34)	1.10
Menu (presence=1, absence=0)	-0.4109 *** (-4.20)	-0.0907 *** (-4.12)	1.10
Environment (presence=1, absence=0)	-0.2582 *** (-3.99)	-0.0570 *** (-4.02)	1.05
Language Availability (presence=1, absence=0)	-0.0345 (-0.46)	-0.0748 (-0.46)	1.13
Pseudo R-squared 0.0394, Number of obs 2738			

Note 1) \*\*\* indicates significance at 1%, \*\* indicates significance at 5%, and \* indicates significance at 10%.

2) VIF and heteroscedasticity tests are based on OLS.

3) Values in parentheses indicate z-values.

The findings of the Conditional Logit Model reveal that Taste, Service, and Chef wield a significant positive impact on customer satisfaction. Conversely, factors such as Price, Menu, Environment, and Language Availability were found to have significant, albeit negative coefficients, which indicates that they were negatively related to customer satisfaction, and it also indicates that customers were not very satisfied with these four aspects. Therefore, Wagyu beef restaurants should prioritize and strengthen their management efforts, especially in these four aspects.

### III. Conclusion

This comparative study of Wagyu beef restaurants in Kobe, Miyazaki, and Sendai offers insights into customer satisfaction from online reviews. Using text mining techniques, we identified key factors influencing customer satisfaction.

Result of the Frequency and Co-Occurrence network analysis show that "beef" was the most frequently mentioned term, with positive descriptors like "good" and "delicious." Specific terms such as "chef" in Kobe, "menu" in Miyazaki, and "rice" in Sendai highlighted regional priorities. Kobe's network was more complex, emphasizing chefs' roles, while Miyazaki focused on the menu and Sendai on side dishes.

The conditional logit model revealed that taste, service, and chef expertise positively impact satisfaction. Conversely, price, menu, environment, and language availability were negatively associated with satisfaction, indicating areas needing improvement on these four aspects.

#### References:

- Liu, B., Wang, Y., Katsumata, S., Li, Y., Gao, W., & Li, X. (2021). National Culture and Culinary Exploration: Japan Evidence of Heterogenous Moderating Roles of Social Facilitation. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Mariani, M., & Okumus, B. (2022). Features, drivers, and outcomes of food tourism. *British Food Journal*, 124(2), 401–405. <https://doi.org/10.1108/bfj-02-2022-022>
- Kwon, H.-J., Ban, H.-J., Jun, J.-K., & Kim, H.-S. (2021). Topic Modeling and Sentiment Analysis of Online Review for Airlines. *Information*, 12(2), 78. <https://doi.org/10.3390/info12020078>
- Xu, X. (2020). What are customers commenting on, and how is their satisfaction affected? Examining online reviews in the on-demand food service context. *Decision Support Systems*, 113467. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2020.113467>
- Fu, W., Choi, E.-K., & Kim, H.-S. (2022). Text Mining with Network Analysis of Online Reviews and Consumers' Satisfaction: A Case Study in Busan Wine Bars. *Information*, 13(3), 127. <https://doi.org/10.3390/info13030127>
- Wei, S., & Kim, H.-S. (2022). Online Customer Reviews and Satisfaction with an Upscale Hotel: A Case Study of Atlantis, The Palm in Dubai. *Information*, 13(3), 150. <https://doi.org/10.3390/info13030150>
- Handani, N. D., Williady, A., & Kim, H.-S. (2022). An Analysis of Customer Textual Reviews and Satisfaction at Luxury Hotels in Singapore's Marina Bay Area (SG-Clean-Certified Hotels). *Sustainability*, 14(15), 9382. <https://doi.org/10.3390/su14159382>

## ユニバーサルツーリズムセンターが果たす地域防災について

山陽学園大学

中村 敏

キーワード：ユニバーサルツーリズム、バリアフリーツアー、地域防災、観光地域づくり、届け.jp

### 1. 問題意識

本研究では「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりのためには、第一として、防災対策を十分に整備する必要がある、との問題意識のもと、災害発生時におけるユニバーサルツーリズムセンター（UTC）或いはバリアフリーツアーセンター（BTC）の役割について論じる。

UTC、BTCは、それぞれの地域において、旅行中に必要となる入浴、食事、排せつ、移動介助など、医療・福祉や観光等の関連分野を横断した利害関係者たちとのネットワークを構築し、障害者や高齢者の旅を可能としている。こうしたネットワークは、災害時の避難対応に必要なものと同様のものであり、地域防災に大きく貢献できる。

### 2. ユニバーサルツーリズムセンターの概況

UTC、BTCは、1999年に任意団体「旅とぴあ北海道」（2001年NPO法人）設立を発端とし、2000年代に各地でNPO法人による小規模な旅行介助が始まった。観光庁の調べによると2021年時点で全国57か所に地域のバリアフリー窓口となる団体がある。

こうした全国のセンター同士の情報共有等のネットワークとして、伊勢志摩バリアフリーツアーセンターに事務局を置く「日本バリアフリー観光推進機構」と、神戸ユニバーサルツーリズムセンターに事務局を置く「日本ユニバーサルツーリズム推進ネットワーク」がある。こうしたネットワークにより、観光客の受け入れだけでなく、全国各地への送り出しの役割も果たしている。

### 3. ユニバーサルツーリズムセンターにおける平時の防災活動

#### 3. 1. 神戸ユニバーサルツーリズムセンター（NPO法人ウィズアス）

設立者の鞍本長利氏は、障害のある2人の娘の親になったことを契機に暗中模索をする中、1995年1月17日の阪神淡路大震災では、長田区の自宅が全壊。自らも被災者となる中、神戸市立垂水養護学校に一般避難所では過ごせない障害者たちの避難所開設を働きかけ、144日間を障害者とともに命の火を灯し続けた。

長きにわたる復興活動の中、障害福祉分野に留まらず、インクルーシブ社会の実現への思いから観光分野に進出し、神戸空港開港（2006年）の翌年に神戸ユニバーサルツーリズムセンターを開設。神戸の多様な利害関係者と連携し、神戸のまちの復興に貢献してきた。2011年には日本ユニバーサルツーリズム推進ネットワークを設立し、2024年現在全国32のネットワークを構築している。

#### 3. 2. 沖縄バリアフリーツアーセンター（NPO法人バリアフリーネットワーク会議）

沖縄バリアフリーツアーセンターは、第4次沖縄振興計画（沖縄振興特別措置法に基づき策定）を財源とし、沖縄県の戦略的事業と位置づける観光産業分野で「沖縄県観光バリアフリー化推進事業」（2004年度～2006年度）が含まれたことを契機とし、これらを具現化するため2007年11月にNPO法人

バリアフリーネットワーク会議（2002年設立）の内部組織として設立された。2024年現在は那覇空港及び那覇バスターミナルに「しょうがい者・こうれい者観光案内所」を設置している。

設立時より今日まで県や市町村をはじめとする行政や観光事業者とのネットワークを充実させ、近年では代表理事の親川修氏を中心に「逃げるバリアフリー」（逃げバリ）をキーワードにマニュアルを作成し、沖縄県各地での防災訓練に積極的に参画している。2023年11月に沖縄県と沖縄県観光コンベンションビューローが7万1千人の観光客を避難者と想定して実施した「帰宅支援対策運用図上訓練」において、障害者・高齢者の避難に係るエキスパートとして構成メンバーに連ねている。

#### 4. ユニバーサルツーリズムセンターにおける有事の防災活動

##### 4. 1. NPO 法人石川バリアフリーツアーセンター

金沢市にある NPO 法人石川バリアフリーツアーセンター（2013年設立）は、2024年1月1日16時10分に発生した能登半島地震において、平時から連携している県下の事業者と連絡を取り、一律の救援物資では欠落している高齢者や障害者の避難に必要な不可欠なものに特化し、本当に必要としているものを過不足なく、能登半島の被災地へと届け続けた。

被災地への支援物資は、これまでの活動で築いてきた全国各地の多くの仲間のサポートを得て集めたが、特筆すべきは一般社団法人障害攻略課が開設した web サイト「届け.jp」（1月10日開設）である。石川 BTC が被災地の必要とする救援物資のリストを取りまとめた上で、Amazon の「ほしい物リスト」に紐づけることにより、支援に賛同する世界中の人々からの支援物資が石川 BTC に届く仕組みである。

Amazon から届いた物資は被災地で余分な仕分け作業を発生させないように配慮し、石川 BTC で開封し、ご近所のボランティアたちと一緒に仕分け作業をしてトラックに積載した。配送には夫と経営する塗装会社の資材や従業員を活用。2～3tトラックを3台活用し、1月13日～31日までに2市3町の62施設に延べ147台、27,909個の物資を届け続けた。多くの主要道路が寸断される中、朝8時に金沢のセンターを出発し、夜11時に帰ってくるという活動を続け、被災地の高齢者・障害者とその家族や職員を物心両面で支えた。また、中能登町にある施設を宿泊先のない災害ボランティアに無償で開放した。

物資のリストには、とろみ剤、口腔ケアスポンジ、床ずれ防止シート、タッチアップ（立ち上がりバー）、杖、携帯筆談機、補聴器の電池など、一般的な支援物資のリストにはあまり入っていないものが多く、これらのリストや経験談は、今後起きる災害に備えて全国で共有し、防災に活用する価値がある。

#### 5. おわりに

「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりのためには、防災対策を十分に整備する必要がある、との問題意識のもと、災害発生時におけるユニバーサルツーリズムセンター（UTC）或いはバリアフリーツアーセンター（BTC）の役割について論じた。

超高齢社会を迎え、観光者と観光地住民双方に避難が困難な高齢者や障害者が大きな比率を占めていることを踏まえ、こうした災害弱者に対する救援物資のあり方について大きく見直していく必要がある。

平時から多様な分野の利害関係者とのネットワークを有している UTC、BTC が地域の防災活動に参画することは有益であり、機能的に活動できるよう県や市町村単位の地域防災計画等に含めると同時に、有事の際には行政として必要となる権限や予算を一定程度与え、迅速な支援体制を構築すべきである。

#### 6. 参考・引用文献

紙面の都合上、発表時にお示しいたします。

# 能登半島地震の復興初期段階における ダークツーリズムの可能性について

氏名： 井出 明  
(金沢大学)

キーワード： 能登半島地震、 輪島、 ダークツーリズム、 復興

## 1. 問題意識

本年1月1日、能登半島を最大震度7の地震が襲った。特に外浦を含む輪島市・珠洲市は壊滅的とも言える打撃を受けており、本稿執筆時点の5月下旬になっても、多くの瓦礫が残っている状況である。未だ本格的な復興に手を付けられていない段階であるが、輪島の朝市のエリアを始めとして、現地調査に訪れてみると散発的ながらも個人の「観光客」<sup>1</sup>は訪れており、こうした人々が意味のある体験を享受できるようになるために、観光学がなしうる貢献について、主としてダークツーリズムの観点から考えてみたい。

## 2. 訪問の現実

しばしば「被災地を旅してよいか」という問いが発せられることがあり、これについては一義的な解答を用意することは難しい。受け入れ側のキャパシティ（余力）次第というところがあり、現在の奥能登の宿泊・交通・外食の事情を考えた場合、綿密な計画を建てないとそもそも旅程の作成が出来ないと言えよう。

しかし、連休の谷間に現地メディアの取材班とともに輪島を訪れてみると、現実にツーリストが訪れていることが確認でき、彼らは皆一様に真剣な表情をしていた。訪問する側にある種のサバイバーギルト（生き残った罪悪感）があり、それでもなお現地を見ておきたいという希求は、無下には出来ないであろう。

物見遊山気分で来ている者もいるのかもしれないが、SNSで被災地に関する不謹慎な投稿をした場合、短時間で批判が集中するため、文章も必然的に推敲を重ねられたものになる。何より、あの荒涼とした現場に立った時、さまざまな感情がそれぞれに沸き起こると思われる。

ただ現地を訪れたとしても、専門的知識がない旅人は、「ここで酷いことが起こった」という思い出写真を取り、いたたまれない気持ちのまま、立ち去っていくことになる。

ダークツーリズムの実践においては、祈り・学び・共感などがキーワードになっており、こうした概念と結びついた仕掛けを用意する必要がある。

---

<sup>1</sup> 執筆時現在、奥能登の観光機能は事実上止まっており、OTAを通じた宿泊客の受け入れは出来ない。また道路事情もたいへん心もとなく、片側交互の1車線通行の道路区間も多い。したがって、訪問者は業務やボランティアが主体であって、概念上の観光客は存在しないはずである。しかし、実際にはバイクツーリングなどの移動者が確認できているため、住民と関係がない非業務・非ボランティアの来訪者をここでは便宜上「観光客」と呼ぶ。

マンパワーが厳しい現在でも、献花台を置くことは可能であろうし、実際花を持った旅人もいたことは記しておきたい。彼は、どこに花を手向けてよいかわからないまま、とりあえず被害が酷いところにおいたようだが、日常繋がりのない訪問者が奥能登を心配しているという心情が伝われば、被災地にとっての励ましとなろう。

また現在、「酷い火事が起こった」という認識しか持てないのが実情であるが、なぜ短時間であの規模の火事が広がったのかという情報に繋がる QR コードがあれば、今後の防災に活かしていく学びが得られる。

さらに、その情報を入口として、ふるさと納税や復興のクラウドファンディングにつなげることができれば、被災地と観光客の繋がりは息の長い関係になっていく。

復興はまだ始まったばかりであるが、業（なりわい）になる以前に、観光学の方法論が貢献できる場は多いと言える。

### 3. 石川県におけるダークツーリズムの状況

従前、ダークツーリズムに関しては、地元自治体からの反発を受けることも多く、例えば福島県では、福島県知事が明確にダークツーリズムという用語の使用を拒んでいる<sup>2</sup>。しかしながら、石川県では、筆者のダークツーリズム研究が本年の第47回石川テレビ賞の授与という形で、地元メディアによって明確にオーソライズされており、これまでの被災地におけるダークツーリズムの扱いとは一線を画している<sup>3</sup>。受賞理由の中で、明確にダークツーリズムの知見を能登の復興に活かすことへの期待が語られており、いわば、復興の初期段階からダークツーリズムによる観光の展開が望まれている。つまり、ダークツーリズムを基盤とした復興と観光の関係性を語りうる点で、従来の観光復興とは初期条件が全く異なると言えよう。この前提の差異が、今後復興においてどのような差異を与えるのかという点については、本学会で継続的に報告していきたい。

---

<sup>2</sup> 福島民友(2022/1/3)：新春対談（上）内堀知事×柳美里さん 福島「復興の地」へ

<sup>3</sup> 木工芸作家の福嶋則夫さんとダークツーリズムの普及に努める井出明さんに石川テレビ賞  
石川テレビ 2024年5月27日 月曜 午後4:06 <https://www.fnn.jp/articles/-/705377>

## 秋月旧城下町における「防災観光<sup>(1)</sup>」の新しい形、「防災・歴史・観光ツアー」実例紹介

特定非営利活動法人「防災のこぼ研究会」理事長

福岡女学院大学非常勤講師

新井恭子

福岡県朝倉市秋月は、800年の歴史を持つ旧城下町である。昭和の時代には、春は桜見、夏は避暑、秋は紅葉狩りと観光客が多く訪れ、草木染・博多織工場が町の経済を支えていた。近年、織物工場の閉鎖により地元産業衰退、現在は観光客は桜と紅葉の季節しか訪れず、1年中開いている商業施設はほとんどなく、少子高齢化の過疎地になっている。しかし、それでも秋月に観光資源がなくなったわけではない。秋月は伝統的建造物群保存地区に指定（2003年）されており、400年前に建造された石垣と水路で囲まれた町割は、今もほとんど変わっておらず、80年以上経つ古民家も多い。秋月氏、黒田秋月藩の史跡も多くあり、自然豊かで江戸時代の生活を偲ばせる風景はインバウンド観光客にとっても、魅力的な観光資源である。

一方、環境破壊による異常気象で、6年前の九州北部豪雨から朝倉市では、毎年特別警報級の集中豪雨や台風に見舞われ、土砂災害、河川の氾濫、家屋倒壊・浸水などの被害が多発している。しかし、秋月旧城下町とその中心を流れる野鳥川周辺では、歴史的に見ても集中豪雨による被害が少ない。その理由は、秋月藩黒田氏のまちづくり、治水システムの効果が今も持続しているためであるということが明らかになってきた。また、江戸時代の町づくり・治水工事は自然と地形を利用し、資材は自然石であるため、環境にもやさしいこともわかってきた。

NPO法人「防災のこぼ研究会<sup>(2)</sup>」は、ツアー参加者が、歴史から防災を学ぶことができ、同時に秋月観光も楽しめる「防災・歴史・観光ツアー」を提案し、秋月観光協会、九州大学工学研究院、秋月博物館の協力を得て、ツアーコースを作成し、昨年度、12月と3月に2回、ツアーの実施を行なった。秋月は先述のように昭和に比べて観光客が大幅に減ってはいるが、コロナ禍では、意外なことに、増加傾向にあった。コロナ感染拡大で遠出できないため、いわゆるマイクロツーリズム客が増え、福岡県内、佐賀県、長崎県、大分県からの個人旅行客が、人が密集しない朝倉市、うきは市という近場での観光・レジャーが人気となった。そのため、このツアーでは、各自、秋月に直接集合してもらい、午前中は野鳥川に沿って史跡と治水システムを見学するガイドツアー、昼食は地元の食材を使った懐石料理、午後は和紙工房の見学（和紙づくりの体験も可）、古民家喫茶店で休憩などが含まれ、のんびりと散歩を楽しむというツアーを実施した。

本研究発表では、具体的なツアー内容と参加者の感想を紹介し、地元への効果と今後の可能性について考察した結果発表を行う。

(1) 「防災観光 (BOUSAI+TOURISM)」とは、東日本大震災で東北大学災害科学国際研究所が企画・実施した「防災」と「観光」が融合した旅行商品であり、災害の伝承と災害復興を目的としている。

URL: <https://bosaikanko.jp/> 防災+観光/BOSAI+TOURISM 参照

(2) NPO法人「防災のこぼ研究会」は、防災・災害情報伝達を研究する有志により、2012年に発足し、より伝わり易い情報伝達の言語・方法を研究し、防災リテラシーの向上に寄与する目的で活動している団体である。



## 参考文献

内閣府政策統括官（防災担当）（2005）「防災と観光の共存に向けた 国・地域間の連携の在り方調査報告書」

岸原信義（2016）「筑紫平野の藩政時代における地域総合治水に関する研究」河川基金助成事業

林博徳、島谷幸広、泊耕一（2010）「自然再生事業における意思管理体制の在り方に関する一考察」河川技術論文集、第 16 巻

加納靖之、竹之内健介、矢守克也（2018）「〈情報・避難・災害対応〉ハザードマップへの歴史災害地点の重ね合わせ -災害史と地域防災の新たな連携-」九州北部豪雨災害調査報告書 2018: 109- 114

林洋海（2016）『シリーズ藩物語秋月藩』、現代書館

## 日本遺産「古代日本の西の都」からつながる文化観光と観光学連携

### ～令和の都だざいふの「太宰府市観光推進基本計画」を中心に～

氏名：竹川 克幸（日本経済大学）

キーワード：文化観光、観光学連携、日本遺産、令和の都、太宰府市観光推進基本計画、

#### はじめに

2024年4月「太宰府市観光推進基本計画～大太宰府観光への挑戦～（第二次）」の策定  
日本遺産「古代日本の西の都～東アジアの交流拠点～」の地域コーディネーターに就任  
古都太宰府の文化観光と観光学を通じた連携・交流による持続可能な観光や観光まちづくりとは

#### I 令和の都だざいふ、古都太宰府の歴史と文化を活かした文化観光の歩み

遠の朝廷大宰府、大伴旅人や山上憶良ら筑紫歌壇 筑紫万葉の文化が花開く 遣唐使、官人も往来  
太宰府天満宮・天神様 菅原道真公 江戸時代のさいふまいり、太宰府天満宮参道門前六町 宰府宿  
古都太宰府から令和発祥の都 万葉集「梅花の宴」 訪日外国人観光 修学旅行など九州の観光聖地  
九州国立博物館、大宰府展示館、文化ふれあい館 太宰府館、プラムカルコア太宰府など文化施設

#### II 日本遺産「古代日本の西の都～東アジアの交流拠点～」と文化観光

「西の都」活性化推進協議会＝太宰府市、筑紫野市、大野城市、春日市、那珂川市、宇美町、基山町（佐賀県） ※シリアル型（ネットワーク型・複数の市町村・地域に亘ってストーリー展開）の日本遺産  
1300年前の古代国際都市「西の都（筑紫大宰府）」の史跡・文化財、風景・景観、物語を体感できる  
構成文化財：大宰府政庁跡（都府楼跡）、水城跡、大野城跡、観世音寺、太宰府天満宮、梅の花など

#### III 「太宰府市観光推進基本計画～大太宰府観光の挑戦～」が目指す文化観光と観光学連携

令和の都だざいふの観光まち・人・光づくりと持続可能な観光

☆住まう人も、訪れる人もともに喜びを分かち合える“令和の都だざいふ 大太宰府観光の挑戦”

- ①基本戦略1 観光コンテンツの開発・磨き上げ : 日本遺産「古代日本の西の都」文化観光回遊
- ②基本戦略2 効果的な観光プロモーションの推進 : 令和や筑紫万葉のPR 友好都市との交流
- ③基本戦略3 受け入れ環境の整備・充実 : オーバーツーリズム対策、ユニバーサルツーリズム
- ④基本戦略4 関係機関との連携強化・体制づくり : 太宰府キャンパスネットワーク会議など連携
- ⑤基本戦略5 持続可能な観光地域づくり : 観光組織体制・地域人脈、観光まち・人・光づくり

「日本遺産 古代日本の西の都～東アジアの交流拠点」や景観・市民遺産、令和の典拠となった「万葉集」など筑紫万葉の文化に代表される太宰府の悠久の自然・風土に育まれた地域の魅力、歴史・文化遺産のストーリーを学び、探究し、熱く語り合い、観光客と地元の人が対話し時めく、旅先の発見と出会いの感動につながる「感光」の力、太宰府観光による感動体験を通じ、観光や旅がもたらす感謝と幸福、喜びをともに分かち合える「感幸」に結びつける感性と太宰府愛を持つ「観光人財」の育成、観光によるまち・人・光づくりの観点が、持続可能な観光には最重要。

## 結びに 今後の展望と課題：大宰府観光への挑戦

九州文化観光の中心・結節点 筑紫地区・太宰府を中心に九州の観光学連携・交流ネットワークの形成

☆文化観光や観光旅行の多様な旅が息づく太宰府＝初詣 登山 散歩 散策 遠足 遊歩・遊学 逍遙  
探訪 視察 修学旅行 記念観光(記念日・記念館・記念碑・周年記念) 聖地巡礼(さいふまいり)

※観光学連携 観光 MICE 研究者の共同調査研究 文化合宿、留学 就活・移住体験、学校見学会

☆温故知新：日本の歴史・文化、観光の原点、新時代の観光人材育成のヒントは太宰府にあり。

5大学・4高校の太宰府キャンパスネットワーク会議による「令和の都ださいふ遊学プロジェクト」  
市内小学校・中学校のふるさと学習：水城小学校の子ども史跡解説員・学業院中学校の令和マップ作製

(公財) 古都大宰府保存協会：大宰府アカデミー・令和編など太宰府学講座、史跡解説員の研修養成  
学術・文化の集積地＝学びの交流・関係人口の好循環、まほろば太宰府に集う 悠久の時代がつながる

☆日本文化観光 外国人の見た日本・古都太宰府の魅力＝古の遺跡・遺物 ドナルドキーン『日本再見』  
太宰府天満宮の梅の実種を納める石の器、包丁塚、「恩恵」「霊を慰める」世界のどこにも見たことない

☆日本観光学会・九州・沖縄支部の研究活動「観光学連携」から「感光と感幸」のわかる観光人材育成  
令和の都・学問の聖地・太宰府を拠点に観光学を志す人材育成と観光教育の充実、観光学研究者の学

会や調査研究活動を通じた地域連携、共同研究による研究発表会や研修会開催など交流促進が必要。

～万代に、年は来経とも、梅の花、絶ゆることなく、咲きわたるべし～(『万葉集』巻5 830番)

### 【参考文献】

森弘子『太宰府発見』、海鳥社、2003年

『太宰府市史通史編・別編 古都太宰府の展開』、太宰府市、2004年

森弘子監修・(公財) 古都大宰府保存協会編 『太宰府紀行』、海鳥社、2011年

森弘子『さいふまいり：太宰府天満宮への道すがら』、海鳥社、2017年

『アクロス福岡文化誌1 街道と宿場町～10福岡県歴史散歩』全10巻 海鳥社、2007～2016年

『日本遺産 時をつなぐ歴史旅』、東京法令出版、2016年

『日本遺産を旅する』 一個人編集部、KKベストセラーズ、2016年

黒田尚嗣編『日本遺産検定3級公式テキスト』日本能率協会マネジメントセンター、2024年

井口貢他『まちづくりと共感、協育としての観光—地域に学ぶ文化政策(文化とまちづくり叢書)』

水曜社、2007年、井口貢『観光文化と地元学』古今書院、2011年

西川克之他『フィールドから読み解く観光文化学』ミネルヴァ書房、2019年

『語らんねおもてなし—観光・文化・教育・おもてなし—』第108回日本観光学会太宰府

全国大会研究発表要旨集、2015年

『新・観光ビジネス概論』日本観光学会・九州沖縄支部、マインド社、2021年

竹川克幸「太宰府キャンパスネットワーク会議「太宰府遊学プロジェクト」～大宰府アカデミー・令和  
編・太宰府学が結ぶ学びと学校の地域連携」『都府楼』第54号、(公財) 古都大宰府保存協会、2023年

竹川克幸「地域連携・大学連携と計画行政～令和発祥の地 古都太宰府の文化・教育と人づくり」

※日本計画行政学会九州支部第43回(太宰府)大会特集 高大連携研究フォーラム概要

『JAPA九州』第46号、(一社) 日本計画行政学会九州支部、2023年

竹川克幸「令和発祥の古都・だざいふと大宰府観光への展望～まほろば太宰府の文化・教育観光とまち・人・光づくり～」『太宰府市観光推進基本計画～大宰府観光の挑戦～』太宰府市、2024年

# 近現代日本における国策ツーリズムによる宿坊の展開と連続性

## —戦時下「青年徒歩旅行」から観光庁「寺泊」まで—

氏名： 和栗 隆史

キーワード：国策ツーリズム、宿坊、青年徒歩旅行、学童集団疎開、ディスカバー・ジャパン、寺泊

### 1. 背景と目的

近年わが国の観光は、観光立国推進基本法が目指す政策的意図を背景に展開されている側面が強い。そうした中で、2016年策定「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づく歴史的資源を活用した観光まちづくり事業が各種実施されており、各地に点在する寺社を宿坊として活用する国策ツーリズム「寺泊」促進事業が推進されている。観光庁〔2021〕によると本事業は韓国の「テンプルステイ」やスペイン国営のホテルチェーン「パラドール」を参考にしているという。しかし、国策ツーリズムによる宿坊の展開については先行研究が見当たらず、寺泊の観光的な位置づけは明らかではない。報告者は東アジアにおける宿坊の歴史の変遷と日本における現代の変容を研究テーマとする者であるが、わが国における国策ツーリズムによる宿坊の展開が日中戦争が進行する1938年（昭和13）にまで遡ることができることを確認している。本報告では、近現代の日本における国策ツーリズムによる宿坊の展開には1938年から現在まで4つの画期があることを同時代の資料を基に示し、それらの連続性と非連続性を考察する。

### 2. 国策ツーリズムによる宿坊の展開

#### 第1画期（1938-40）：青年徒歩旅行「青年宿泊所」としての宿坊の展開

日中戦争勃発の翌年、国民精神総動員運動が推し進められ国家総動員法が制定されると、ナチ化したワンダーフォーゲル運動を吸収したヒトラー・ユーゲントを参照して、鉄道省・文部省・厚生省により「祖国認識・心身鍛錬」を目的とする「青年徒歩旅行」が提唱された。そして「敬神崇祖の聖地」「建国と尊厳無比の国体を語る史蹟」「忠臣、偉人、烈士、孝子、節婦を偲ぶ史蹟」等をテーマにした5人以上の団体に巡る各種コースと5割引の特別運賃が各地の鉄道局により設定され、宿泊所として主に寺社が指定された。例を挙げると、東京鉄道局では、小御門神社・香取神宮・清澄寺（千葉）、鹿島神宮・筑波神社（茨城）、鎌倉光明寺・寒川神社（神奈川）、乃木神社（栃木）等が宿泊所として指定され、大阪鉄道局では、延暦寺・西教寺（滋賀）、光明寺・笠置寺（京都）、久米寺・橘寺・岡寺（奈良）、興国寺（和歌山）、花岳寺（兵庫）、常栄寺（島根）等が宿泊所とされた。



出所：筆者所蔵

#### 第2画期（1944-46）：学童集団疎開「学寮」としての宿坊の展開

本土空襲に備えて1944年（昭和19）6月30日に学童疎開促進要綱が閣議決定され、都市部の国民学校初等科児童40万人が疎開列車で地方へ疎開した。宿舎は「余裕アル旅館、集会所、寺院、教会所、錬成所、別荘」が想定され、東京都では総数3650施設のうち寺院1451件（43.3%）、大阪市は全1561施設のうち寺院1120件（71.7%）であった。滞在中、現地の生活様式や田園自然の風趣や農耕清掃等を体験し、「地方の民俗風習をよく観察玩味し、伝統の国民的志向と情操を喚起」することが目標とされた。

戦時下における国策による宿坊の展開及び都市農村交流の一形態と捉えることができる。寺院の多くは団体受け入れのためにトイレ、厨房、風呂、井戸を急きょ増設し、自治体が費用を負担した。

### 第3画期（1971-76）旧国鉄ディスカバー・ジャパン「お寺の宿」としての宿坊の展開

1970年大阪万博（日本万国博覧会）に向けて全国に拡大した鉄道路線の旅客確保のため、万博終了後の71年にスタートした旧国鉄「ディスカバー・ジャパン・キャンペーン（以下DJ）」において、女性2人1組を対象とするミニ周遊券と「お寺の宿」が1泊2食1350円/人でセット販売され、西本願寺派の寺院を中心に全国250カ寺が参加した。キャンペーンは、「いい日旅立ち」「エキゾチック・ジャパン」「そうだ、京都行こう。」シリーズ等へ継承されていくが、宿坊の展開はDJ限りであった。

### 第4画期（2019-）：観光庁「寺泊」としての宿坊の展開

観光庁は、2020-21年度に宿坊の新規開設を支援する事業を実施した（当事業による新規開設事例は発表時点でわずかに3件）。一方で自発的創業が2016年9件、2017年6件、2018年19件、2019年16件、2020年8件、2021年4件、2022年7件、2023年6件あり、寺泊政策が宿坊の展開を間接的に促進したと考えられる。また、多くのケースが過疎地など中山間地域で展開されており、地域課題の解決を目指すソーシャル・アントレプレナーとしての宿坊経営者が、地域のさまざまなステークホルダーをネットワークしてソーシャルビジネスとして宿坊を展開している様子が見えてくる（和栗2022）。

表1 国策ツーリズムによる宿坊の展開（1938-2023）

	第1画期（1938-40）	第2画期（1944-45）	第3画期（1971-76）	第4画期（2019-）
国策	青年徒歩旅行	学童集団疎開	ディスカバー・ジャパン	寺泊
宿泊施設	青年宿泊所	学寮	お寺の宿	宿坊
目的	国民精神総動員 祖国認識・心身鍛錬	国土防空のための戦間配置 次世代兵士温存	万博終了後の旅客確保 個人旅行者の増大	歴史的資源活用 観光まちづくり 訪日外国人旅行者周遊促進
所管	鉄道省・文部省・厚生省	内務省防衛総本部・鉄道省疎開輸送本部	日本国有鉄道・電通	国土交通省観光庁

出所：調査を基に筆者作成

### 3. 考察：国策ツーリズムによる宿坊の展開の連続性・非連続性

①時代を反映した国策ツーリズムによる宿坊の展開が戦時下より現在まで見られることを通観し、第4期（寺泊）をその系譜に位置付けた。②いずれの画期においても鉄道を管轄する行政機関が重要な役割を果たしている。③第1画期の展開は戦後のユース hostel 運動の寺院参加へとつながり、さらに女子旅を誘発した第3画期へと発展した。④観光立国を目的とする第4画期はインバウンドを対象としている。⑤画期ごとに宿泊可能な宿坊施設が異なり連続性がない。⑥第4画期は国策による直接的な展開よりも施設ごとの自発的な展開を促進している。⑦その点において、第4画期の展開は持続的なものとなる可能性を予感させる。なお、画期ごとの施設（宿坊）側の運営実態についての検討は課題である。

#### 主な参考文献・資料

- 第1画期：東京、大阪、仙台、名古屋、広島鉄道局（1938）『青年徒歩旅行』、内閣情報部（1938）『写真週報』、千住一・及川慶喜編著（2022）『帝国日本の観光：政策・鉄道・外地』日本経済評論社
- 第2画期：赤塚康雄（1999）『大阪の学童疎開』クリエイティブ21、東京都公文書館編（1996）『資料 東京都の学童疎開 教育局 学童疎開関係文書』東京都情報連絡室
- 第3画期：利井明弘編（1972-75）『季刊ウイズ』心のふるさと運動本部／本願寺大阪産業道交会、和栗隆史（2024）「現代日本における宿坊の展開」『現代日本における宿坊の変容と地域社会で果たす役割に関する研究』大阪府立大学博士学位論文
- 第4画期：観光庁（2021）「令和2年度 城泊・寺泊による歴史的資源の活用事業（城泊・寺泊専門家派遣）ナレッジ集」、和栗隆史（2022）「寺院宿坊を起点としたルーラル・ツーリズムに関する考察：アントレプレナーシップの視点から」『日本観光学会誌』63:64-72

# 歴史的市街地である「ならまち」の観光地化に関する研究 —持続的にぎわい創出の視座から—

小村 弘 (大阪府立大学)

キーワード： 歴史的市街地、ならまち、夢キューブ、ならまち工房、にぎわいの持続

## 1. はじめに

多くの歴史的市街地において、高齢化、人口減少や郊外への大型店舗の進出などにより、商店街が衰退し、シャッター街となっている。これらの市街地において、町並みの修景、商店街の活性化、カフェやミュージアムの開設など、さまざまなまちの再構築が進められてきた。松江市天神町商店街の高齢者にやさしい街づくりはまち再構築の成功事例として取り上げられていたが<sup>1)</sup>、2010年代後半にはシャッター街となり、衰退したまちとなっている<sup>2)</sup>。再構築により賑わいを創出したまちにおいても、その賑わいを如何に持続するかが問われている。

奈良市の歴史的市街地である「ならまち」は、1977年に「ならまち」から大宮地区へ市役所が移転したのにもない来訪客が減少し、さらに高齢化や人口の流出などにより、「ならまち」は衰退した生活空間となった。しかしながら、2010年代後半以降、観光情報雑誌において「ならまち」のカフェや雑貨店が観光対象として紹介されるようになってきた。著者は、これまでの研究から、「ならまち」の観光地化の流れを3つの区分に分類できることを明らかにした(図1)。「ならまち」の観光地化は、奈良市による街並み保存事業やまちづくり組織による町家保存が実施された基盤形成期、老舗による文化体験の場の創出を起点とした観光空間形成期、カフェ、雑貨店、飲食店の出店の増加や出店地域拡大による観光空間拡大期からなる<sup>3, 4)</sup>。今後、この観光地としての「ならまち」を如何に持続・維持させるかが重要となる。

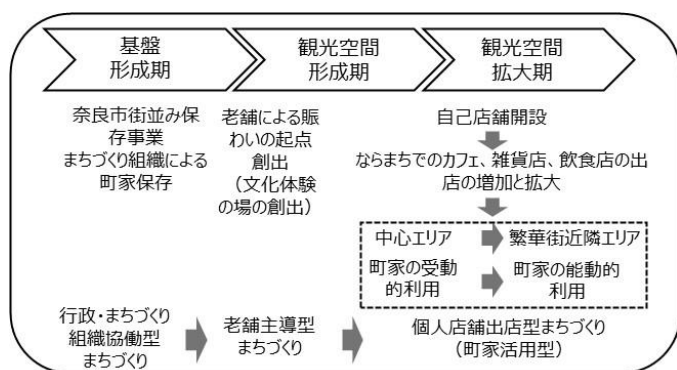


図1 ならまちの観光地化の変遷

そこでまず、「ならまち」における個人店舗の出店の背景を明らかにした上で、もちいどのセンター街のチャレンジショップである夢キューブや「ならまち」の複合施設であるならまち工房について、それぞれの施設の特徴を分析することにより、「ならまち」の持続的なぎわい創出の課題を明らかにする。

## 2. 研究方法

「ならまち」のカフェ、雑貨店及び飲食店、40軒に対して、また夢キューブやならまち工房Ⅰ・Ⅲへの出店者に対して半構造化の聞き取り調査を実施した。それぞれの聞き取り内容は出店の時期・目的、各施設への出店経緯・今後の計画(夢キューブの卒業者は除く)とした。センター街協同組合に対して、夢キューブ設立の背景、運営や卒業生の動向などを聞き取り調査した。

## 3. 結果

カフェ、雑貨店及び飲食店への聞き取り調査において、出店の目的として、自己の店舗を持ちたいが最も多く(40%)、以下自宅または工場の利活用、増加した観光客を取り込むため(それぞれ17.5%)が続いた。

一定期間試験的に開業できるチャレンジショップ、夢キューブの出店者(8店舗)に対する聞き取り

調査を2022年及び2024年に実施した。コロナ禍においては多くの来訪客が見込めないことから卒業後の出店を断念した1名を除き、出店者はもちいどのセンター街周辺または東向通商店街周辺へ店を持つことを卒業後の目標としていたが、「ならまち」への出店を想定していなかった。卒業後、センター街またはセンター街にある複合施設・夢長屋で出店している6名とセンター街以外へ出店した2名に聞き取り調査を行った。前者は、卒業後すぐにセンター街または夢長屋に出店することができ、これは夢キューブへの出店者に対する支援のコミュニティがセンター街に形成されており、重要な役割を果たしていると推察された。センター街以外に出店した1名は、センター街や近鉄奈良駅周辺で空き店舗を見つけたが、コロナ禍のため売り上げが期待できない中で賃料が高いことから、大和西大寺駅近隣の住宅街へ出店した。

ならまち工房の出店者5名に対する聞き取り調査を行った。4名が奈良市出身または居住者であった。ならまち工房への出店理由として、夢キューブでは出店後3年で退去・移転する必要があること、またセンター街周辺の家賃が高いこと、清水通周辺の雰囲気が気に入っているなどが挙げられた。ならまち工房内においてもコミュニティが形成されており、お互いに支え合う関係を構築していた。ならまち工房から「ならまち」周辺へ新たに出店された人は数名程度であり、廃業する形で退去される人が多いということであった。

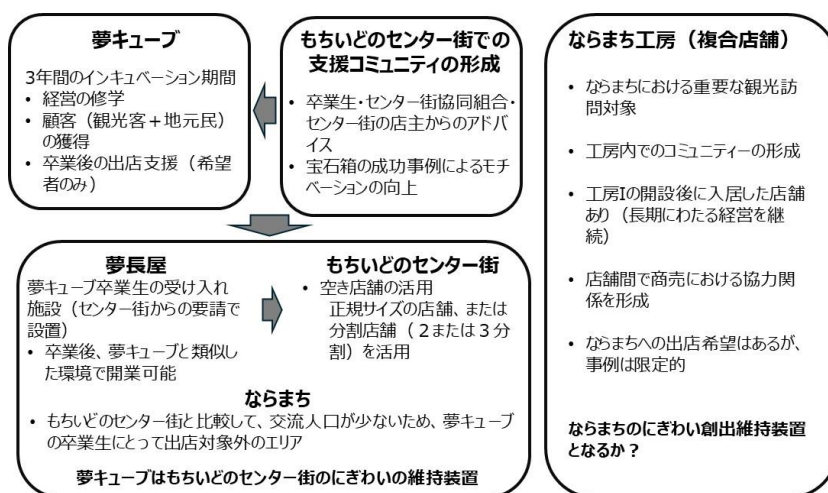


図2 夢キューブとならまち工房の概要と役割

としての役割はほとんどないと推察された。今後「ならまち」のにぎわいを維持するためには、「ならまち」において、インキュベータ機能など出店者を支援する仕組みが必要となるであろう。

<参考文献>

1) [https://www.toshimirai.jp/machidukuri/w3\\_matsue.html](https://www.toshimirai.jp/machidukuri/w3_matsue.html) (2024年5月31日アクセス)。2) 小村弘「歴史・文化資源を有する市街地における再構築について-ならまち、松江市及び金沢市の老舗による場の創出を中心として-」『日本観光学会誌』63巻、73-82ページ。3) 小村弘「歴史的市街地であるならまち再生の変遷—まち再生における老舗の役割を中心に—」『日本観光学会誌』61巻、1-12ページ。4) 小村弘「歴史的市街地である「ならまち」の再生—カフェ、雑貨店、飲食店の出店と町家の利用—」『日本観光学会誌』64巻、42-49ページ。

4. 結論

夢キューブの卒業者の多くは、もちいどのセンター街に出店しており、「ならまち」に出店している店舗は認められなかった。夢キューブはインキュベータ施設であり、センター街のにぎわい維持装置として機能していた。ならまち工房は、重要な観光対象となっていて、「ならまち」への出店希望者はいるが、その事例は限定的であり、「ならまち」への出店者供給装置

## 大地震による観光の風評被害に関する経済分析

### ー 東日本大震災と能登半島地震を対象としてー

キーワード：能登半島地震、観光被害、風評被害、

実践女子大学 角本伸晃

#### 1. 能登半島地震の被害状況

2024 年 1 月 1 日発生した能登半島地震の人的被害について、死者数は石川県で 241 人、石川県以外では死者はなく、負傷者数は新潟県 49 人、富山県 47 人、福井県 6 人であった。石川県内の市町別被害は雨氷の通りで、被害は能登半島北部に集中している。

石川県の被害状況	死者			避難者			家屋被害																				
	県計	241人(15)	7491	6万9899棟	珠洲市	103(6)	1305	1万2673	輪島市	102(3)	2275	8884	穴水町	20	680	4035	能登町	8(6)	745	4961	七尾市	5	893	1万3840	志賀町	2	582

※県発表の最新データ。2次避難除く。( )は災害関連死疑い。死者は被災場所を集計

出所：読売新聞オンライン(2024/02/16 22:01)

#### 2. 能登半島地震の観光風評被害

・日本政府観光局が 21 日発表した 1 月の訪日外国人客数（推計値）は、コロナ禍前の 2019 年 1 月と比べ、ほぼ横ばいの 268 万 8100 人だった。観光庁によると、元日の能登半島地震の影響で、東アジアなど一部から訪日をキャンセルする動きがあったものの、限定的だった。<読売新聞オンライン (2024/02/21 21:05) >

##### ・風評でキャンセル

近くに新幹線の新駅ができる加賀温泉郷と、あわら温泉。いずれも地震の被害は軽微だったが、風評による深刻な予約キャンセルに直面した。加賀温泉郷の一つ山代温泉の旅館「みやびの宿加賀百万石」は 1000 件以上で、損失は数千万円に上る。あわら温泉など県内 146 か所の旅館などで宿泊キャンセル（1～3 月分）が 1 万 2708 件に上り、損失は 13 億 4300 万円となっている。<読売新聞オンライン (2024/02/17) >

・能登半島地震の影響で、被害を受けていない新潟県内の旅館やホテルで宿泊予約のキャンセルが相次いでいる。液状化被害が一部で発生した新潟市では、大型ホテル 7 軒の宿泊キャンセルが 2000 件を超える見通しだ。<読売新聞オンライン (2024/01/17) >

##### ・宇奈月でも相次ぐ

被害が少なかった富山県黒部市の宇奈月温泉でもキャンセルが相次ぐ。黒部市によると、15 日時点でキャンセルは 10 施設で計 4642 人。<読売新聞オンライン (2024/01/26) >

富山県によると、地震の影響による宿泊施設のキャンセル損失額は 10 日時点で、2 億 9643 万円（計 2 万 1372 人分）。県ホテル旅館生活衛生同業組合の調査では、損失額は約 5 億 2000 万円に上る。<読売新聞オンライン (2024/01/26 05:00) >

【参考】2016 年の熊本地震では、約 75 万泊のキャンセルがあった。

#### 3. 風評被害の定義

関谷（2011）「社会問題（事件・事故・環境汚染・災害・不況）が報道されることによって、本来「安



全」とされるもの（食品・商品・土地・企業）を人々が危険視し、消費、観光、取引をやめることなどによって引き起こされる経済的被害のこと」

関谷（2011）は現代の風評被害の共通点として次の4点を挙げている。

①経済的被害である。具体的には、食品・商品・土地が忌避されることによる値下がりや取引拒否などである。

②実際に何らかの問題（事故、事件、環境汚染、災害など）が起きていること。

③事件や事故、災害の後、長期間にわたって大量の報道がなされること。ただし、必ずしも風評被害そのものについてはあまり報道されているわけではない。

④上述した3点を前提とする、「本来安全とされる食品・商品・土地の経済的被害」である。この「本来安全」というのは、「科学的に安全」という意味ではなく、あくまで、ある立場の人にとって主観的に安全かどうかということである。⇒「地理的認識の曖昧さ」

高尾（2021）は新たなパターンとして次の5点を挙げている。

①「定評」と化した社会的イメージ

風評が消失せず、定評として固定化した社会的イメージは容易に払拭できない可能性が高い。

②心理的瑕疵（事故物件）・・・本研究の対象外

③ネット炎上

\*高尾氏は観光のケースに言及していないが、炎上した観光地・施設や商品は観光回避や買い控えされる形で経済的損害を被る可能性がある。

④災害デマ

スマートフォンなどの媒体を通じて急速かつ広範囲に拡散する点が特徴である。

⑤風評利益

風評被害にあった商品の需要が減少するが、他の地域や商品の需要増加となって風評利益をもたらす。

#### 4. 能登半島地震に関するアンケート調査

地理的認識の曖昧さについて、アンケート結果から、東日本大震災については回答者の半数近くが広い意味での地理的認識の曖昧さを示した。能登半島地震についても地理的認識の曖昧さが生じており、その割合は東日本大震災よりも高い。

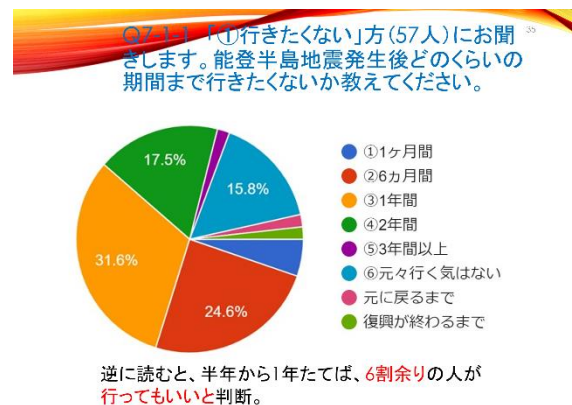
能登半島地震について、観光に行きたくない期間といつからなら行きたいかを聞いた。半年から1年経ったら、前者は6割、後者は7割、さらに復興支援のためなら8割が行ってもいい・行きたいと回答した。

発表当日は過去に行った東日本大震災に関するアンケート調査結果を紹介しながら、能登半島地震に関するアンケート調査結果の詳細を紹介・分析する。

#### <主要参考文献>

関谷直也（2011）『風評被害』（光文社新書）光文社。

高尾克樹（2021）『風評被害』再考－消費者の「安全側」選択は許容できるか－『計画行政』第44巻第3号、36-7ページ。



# コロナ禍と自然災害による観光関連事業所売上額の影響要因分析

崔 明姫（豊橋技術科学大学）・渋澤 博幸（豊橋技術科学大学）

キーワード：コロナ禍、自然災害、観光関連事業所、売上額変動、マルチレベル分析

## 1. はじめに

2020年から始まった新型コロナウイルス感染症（COVID-19、以下コロナと表記）の流行は、社会経済活動に大きな影響を与えた。長期的な感染症の影響に加え、自然災害が同時に発生した場合は、地域の経済への影響がさらに深刻化することが想定される。令和2年7月豪雨では球磨川が氾濫し、日本遺産認定地と温泉地である熊本県人吉市に甚大な被害をもたらした。また、2021年7月3日には温泉観光地である静岡県熱海市伊豆山地域で土石流災害が発生し、多数の家屋が流される被害が発生した。両地域とも宿泊施設、観光施設、飲食店などの観光関連事業所が多数存在する観光地であり、このような地域における経済的影響と回復状況の実態、支援策の効果を調べることは今後同様の災害が発生した場合の観光業への対応と支援策を検討する上で重要である。本研究では、自然災害とコロナの影響を両方受けている人吉市と熱海市を対象に、観光関連事業所へのアンケート調査を実施し、事業所の売上額の変動を時系列に示すとともに、売上額に影響する要因をマルチレベル分析により明らかにする。

## 2. 研究方法

調査対象は、人吉市と熱海市における宿泊施設、観光施設（歴史文化観光施設、体験レジャー施設など）、飲食店、物産店、交通運輸会社など、観光客が訪れ消費活動を行う事業所である。調査は2023年3月から4月に行われ、調査票の配布と回収は郵送で行われた。調査内容は、①事業所の基本情報、②コロナと自然災害による経済活動への影響（休業状況、売上額の変動）、③経済支援策の利用状況と政策効果、④今後重要と思われる支援策などである。人吉市では水害により建物、設備などが被災したため、その被害状況について質問を追加した。

調査では2020年1月から2023年3月までの四半期別の売上額を、2019年同期と比較し、その増減幅について、「2：大幅に増加」、「1：ある程度増加」、「0：2019年と同程度」、「-1：ある程度減少」、「-2：大幅に減少」の5段階に測定している。調査結果に基づき、売上額の四半期別の変化をグラフに示し、売上額の変動傾向を考察する。また、事業所の属性、コロナにおける感染拡大状況と感染拡大防止策、自然災害による影響、観光支援策の効果などの変数を投入し、マルチレベル順序ロジスティクス回帰分析による事業所売上額の変動要因分析を試みる。

## 3. 分析結果

人吉市の配布件数は205件、回収件数は61件である。なお、事業所に訪れる来訪客のうち観光客が占める割合が0の事業所は分析から除外したため、人吉市の有効回収数は43件、有効回収率は21.0%となった。一方、熱海市では441件を配布し、71件が回収され、回収率は16.4%である。熱海市では、除外される事業所がなかった。

図1に売上額の変動の推計結果を示す。業種別にみると、全体的に緊急事態宣言が発令された2020年第2四半期の売上額は両地域とも減少傾向を表している。人吉市では水害が発生した2020年第3四半期以降は、宿泊業と観光施設で熱海市より事業所売上額の減少が大きいことが確認できる。一方で、小売業の場合は水害発生後約1年間にわたり売上額の増加がみられる。観光客の割合が少なく、住民生活

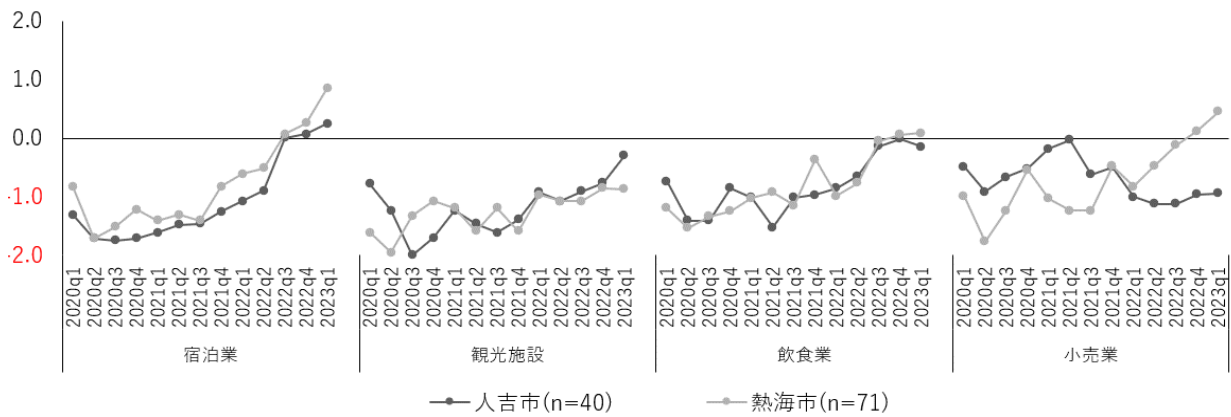


図1 業種別の売上額の変動

との関連性が比較的に高い小売業では復旧需要の増加により売上額が一時回復していることとみられる。一方で、熱海市ではGoTo トラベル実施期間の2020年第4四半期に売上額の各業種において一定の回復傾向がみられる。熱海市の宿泊業と小売業はそれぞれ2022年第3四半期、第4四半期以降にコロナ前の水準に回復している。

表1は、売上額変動要因の分析結果である。コロナの要因、自然災害の要因、観光需要喚起策の要因の各変数の回帰係数は、両地域において大きな相違がなく、おおむね予想とおりの結果を示した。なお、事業所の属性に関する変数では、全体的に人吉市ではマイナス係数、熱海市ではプラス係数を示している。人吉市では自然災害による直接被害が、規模が比較的に大きい事業所で深刻であったことがその要因としてあげられる。また、自然災害による事業所規模の変化や生産性の低下もその要因として考えられる。

4. おわりに

本研究では、コロナと自然災害の影響を同時に受けた人吉市と熱海市の観光関連事業所にアンケート調査を実施し、事業所の売上額変動の特徴と売上額に影響する要因分析を行った。事業所の実態調査とモデル解析に基づく売上額の変動要因分析の有効性が示された。

表1 売上額変動要因分析結果

変数	人吉市	熱海市
/cut1	-3.3780 ***	-1.9305
/cut2	-1.5840 *	0.2098
/cut3	0.2582	1.7848
/cut4	1.8590 *	3.2478
グループレベル切片の分散	1.2483 *	0.1823
<b>事業所レベル変数</b>		
<u>コロナの要因</u>		
重症者率	1.8213 **	3.2257
緊急事態宣言	-0.9869 *	-1.3783
まん延防止重点措置	-0.8008 *	-0.3733
ワクチン1,2回目接種率	3.3942 **	1.8933
ワクチン3回目接種率	3.7834 ***	3.8286
ワクチン4回目接種率	2.2286	2.1236
コロナによる休業有無	-1.5435 ***	-1.1189
<u>自然災害の要因</u>		
建物被害の有無(1vs2)	-1.4001 ***	-
建物被害の有無(1vs3)	-0.7600 **	-
自然災害による休業有無	-1.0894 ***	-0.4791
<u>観光需要喚起策</u>		
GoTo効果(1vs0)	0.2550	0.3184
GoTo効果(1vs2)	1.3653 *	-0.3748
GoTo効果(1vs3)	0.1916	-0.1696
全国旅行支援効果(1vs0)	-0.6701	-1.0229
全国旅行支援効果(1vs2)	0.9763 *	0.1586
全国旅行支援効果(1vs3)	2.2883 **	1.0600
<u>事業所の属性</u>		
従業員数	-0.0034	0.0030
生産性	-0.0159 *	0.0270
観光業との関連性	-0.2035	0.3913
<u>グループレベル変数</u>		
グループ別従業員数	-0.0473 *	0.0045
グループ別生産性	-0.0166	0.0363
n	507	923
グループ数	10	10

Legend: \* p<0.05; \*\* p<0.01; \*\*\* p<0.001

謝辞

本研究は JSPS 科研費 JP22K18101 の助成を受けたものである。

# 観光消費から見る経済構造変化に関する一考察—北陸3県の事例—

青木卓志（金沢星稜大学）

キーワード： 地域観光消費、産業連関分析、北陸地方、時系列分析、自治体分析

本稿では、北陸3県を事例に、観光消費が地域経済にどのような効果を与えるのかを、地域比較及び時系列比較からその特徴を把握することを目的とするものである。

北陸3県の延べ宿泊者数は北陸新幹線金沢開業（2015年）効果により大きく伸び、COVID-19による大幅な減少を経て、現在は、2024年の新幹線敦賀延伸の効果が期待されている状況にある<sup>1)</sup>。北陸3県の観光消費額に関しても、基本的には同様の傾向にある。

こうした状況の中で、本稿では、「観光を地域経済振興のために推進する場合、当該観光消費が地域経済にどのような形で貢献してきたのか」について分析を試みた。すなわち、“産業構造の変化”に関する時系列比較という点から、「各県の各年次の産業連関表で、仮に各年次で同額の観光消費がなされれば、その効果は昔と今でどの程度異なるのか」という点に焦点を当てたものである。具体的には、石川県と観光庁資料等を参考に3県の産業連関表（1995年、2000年、2005年、2011年及び2015年）を利用した分析を試みた。

図1は、「1995年の各県の総合効果（直接効果+第一次波及効果+第二次波及効果の合計）の金額=1」とした場合の各県・各年の比率である。まず、各県比較から考察すると、主に2つの特徴が見受けられる。観光消費額自体は、石川県が大きく、次に富山県、福井県と続く。一方、「観光消費額及びその消費先が等しい」と仮定した場合、必ずしも石川県の経済効果が大きいとは限らないことがわかる。例えば、総合効果では、1995年は石川県が最も大きかった、すなわち、観光消費における地域経済への影響力が最も大きかったが、（同額消費であれば）2015年では富山県の総合効果が3県の中で最も大きくなるような経済構造に変化し、逆に石川県が最も小さくなる経済構造に変化したと言える状況になっている。そこで、各県の時系列的な傾向を見ると、いずれも、1995年と比較して、他の年次の経済波及効果は小さくなっている傾向にあることがわかる（年次によって多少の増減あり）。特に2015年の北陸新幹線金沢開業による実際の経済効果が最も大きかったと考えられる石川県では、仮に北陸3県で同額の観光消費で試算した場合の経済波及効果が相対的に小さくなっている。すなわち、「観光消費が地域経済に貢献しにくい構造」になっていると推測できる。例えば、富山県・福井県とも、2015年表による経済波及効果（総合効果）は1995年表のそれと比較して90%前後のレベルにはある一方で、石川県は80%を下回っており、他の2県との違いが大きい。

次に、総合効果を直接効果・一次波及効果及び二次波及効果に分解し、「1995年の各県の試算額=1」とした時の各年表から試算された金額の比率を見てみると（図2）、まず、直接効果については、3県とも時系列的には低下傾向にある。次に、一次波及効果に関しては、富山県・福井県では、同様に1995年の試算額よりは小さいものの、2000年表ないし2005年表を境に上昇傾向にあり、特に富山県は、ほぼ1995年表における試算額に似通った指数になっている。一方、石川県は低下傾向が継続しており、2015年表では、1995年表に比べ、その効果が6割以下にまで落ち込んでいる。なお、二次波及効果も石川県は他の2県と比較して減少幅が大きく、一部回復期もあったが、基本的には低下傾向にあり、その点は3県とも概ね共通していることもわかる。さらに、二次波及効果は平均消費性向の大きさにも影響を

受ける。石川県が必ずしも小さいということではないが、直接効果・一次波及効果の相対的小さを押しよくするほどではない。いずれにしても、石川県の経済効果が他の2県と比較して小さいのは、主に一次波及効果の小ささが影響していると考えられる。従って、例えば、県内産業における自給率を総合的に高めることが、観光振興にとって、重要な政策の一つになると考えられる。

本分析の結果としては、①3県とも最近の方が観光振興の単位当たりの経済効果が高いとは必ずしも言えないこと、②3県ごとに違いも見受けられ、特に、直近の2015年の場合、実際の観光消費額が大きい石川県のほうが、同額観光消費に基づく経済波及効果（すなわち単位当たりの経済波及効果）が小さかったこと、③より大きな経済波及効果を得るためには、例えば、低下傾向にある自給率の向上が求められること、すなわち、地元産業間の関連性の強化が必要なこと、等が判明した。一方で、ハード設備の充実（北陸新幹線等）が、功罪含め地域経済を一定程度変化させたことについては理解できる点多々あるが、それが地域の「経済構造」全体の変化をどうもたらしたかという点の多角的な検証はできなかったため、地域経済の方向性を考えるうえでも今後の分析が重要である。

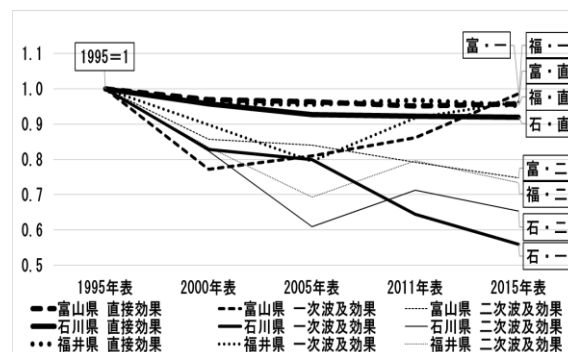
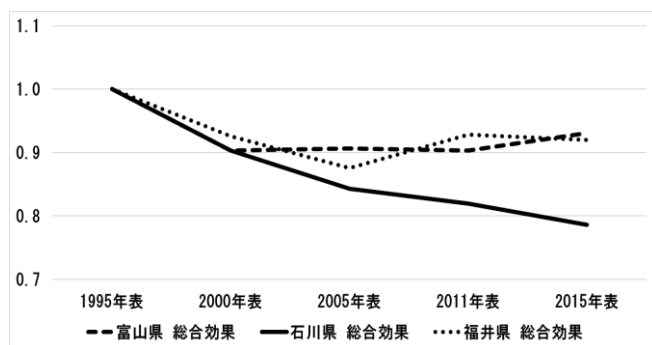


図1 北陸3県の総合効果（経済波及効果）

図2 北陸3県の総合効果の内訳

出所：各産業連関表に基づき筆者作成

出所：各産業連関表に基づき筆者作成

【注釈】

1) 令和6年1月1日に石川県能登地方で発生した地震の影響が今後どうなるかは現時点では不明なため、ここでは考慮していないことに留意されたい。

【主要参考文献】

青木卓志（2022）「地域経済に対する観光消費効果—富山県の事例—」『日本観光学会誌』第63号、36-46ページ。

石川県観光戦略推進部（2015～2023）『統計からみた石川県の観光（推計）』。

観光庁（2015～2023）『全国観光入込客統計に関する共通基準集計表』。

観光庁（2015～2024）『各年版宿泊旅行統計調査』。

福井県交流文化部観光誘客課（2023）『令和4年福井県観光客入込数（推計）』。

## 北海道余市郡余市町におけるワインツーリズムの展開

### ーワインイベント参加者の特性と消費行動の分析を中心にー

辻 有美子 (東京農業大学)

キーワード： ワインツーリズム、 小規模ワイナリー、 余市町、 消費者行動

#### はじめに

ワインツーリズムとは、ブドウ園、ワイナリー、ワインフェスティバル、ワインショーへの訪問であり、ワインの試飲やブドウ産地の属性を体験することができる (Hall et al 2000)。ワインツーリズムは単にワインを飲むだけにとどまらず、ワインについて学ぶ手段のひとつで、農村観光に大きな影響を与える可能性を秘めている。ワインツーリズム参加者の特徴や参加動機を知ることは関係者にとって重要で、ワインツーリストの消費行動に関する研究は、ツーリズム研究の洞察を得られる。本論では、北海道余市郡余市町でのワインイベントを事例に、ワインツーリストの特徴、行動、動機、経験に焦点を当て分析し、彼らの訪問動機のいくつかを説明する。

#### (1) ワインツーリズム

ワインツーリズムとはワインにまつわる観光で、ヨーロッパ発祥であるが、今や世界的に拡大している。ワイナリーが地域農産物と結びつき、経営者のワイン生産のこだわりや情熱も合わさり、農村空間の商品化の核となることもある (菊地ほか 2016)。日本国内でも個別でのワイナリー訪問、ワインイベント参加などのワインツーリズムがある。山梨県、長野県では、小規模ワイナリーが集積する地域もあるため、ワインを軸としたツーリズムが奨励され、少人数でもワインツーリズムを楽しめる環境が整っている。都市部においても酒類の催事はあり、消費者がワインにふれる機会は増加している。

#### (2) 北海道余市郡余市町

北海道余市郡余市町は、明治時代に北海道開拓使により果樹の苗が輸入され、リンゴやブドウなど果樹栽培が盛んになった (地域問題研究会編 1983)。醸造用ブドウの生産も多くあり、道内のワイン生産にも貢献してきたが、特に 2010 年以降は栽培から醸造までを一貫して行う小規模ワイナリーが増加した。2011 年に北海道で初めてワイン特区認定されたこともあり、隣町の仁木町と併せて「余市・仁木 ワインツーリズムプロジェクト」が進行している。後志地方には秀逸な酒文化・飲食文化も根付いており (寺谷 2024)、精力的な展開がみられるため、今回の研究対象地とした。

#### (3) 余市町でのワインイベント

余市町には登地区を中心に観光農園があるため、果樹園訪問客も多い。2015 年からは「<sup>ラ フェト デ</sup> La Fête des <sup>ヴィニロン ア ヨイチ</sup> Vignerons à YOICHI (農園開放祭)」というイベントを開催しており、これは複数のワイナリー訪問が可能なワインイベントである。2020 年と 2021 年はコロナ禍によりイベントは中止となったが、2022 年は行動制限下にて開催された。行動制限解除となった 2023 年 9 月 3 日には、ワイナリーやヴィンヤード (ブドウ農園) がワイン提供ブースを 33 設置し、軽食やワイン販売もあるイベントとして開催された。

このイベントの参加者を対象に、余市観光協会の協力を得てアンケートを行い、消費行動を調査した。

#### (4) アンケートの主な結果

アンケートは 33 の質問を設定し、イベント開始時に参加者に配布したところ、262 名から回答があり、その比率は男性 52.5%、女性 47.5%であった。年代別では男女とも 50 代が最も多く、上位順に挙げると、居住地で多かったのは東京都、北海道、神奈川県、であった。職業は会社員、個人事業者・経営者、公務員、となっており、収入も平均給与と所得者の平均を上回る額を得ていた。参加者の 42.4%が 6～10 件、28%が 11～15 件、12.8%が 16～20 件のワイン提供ブースを訪れており、消費金額はワイン代のみで 3000 円台が多かった。ワインに比べて食べ物の消費額は低く、参加者のワイン飲酒頻度は、週に 3、4 回飲む、ほぼ毎日飲む、週に 1 回程度飲む、の順で、毎月のワイン消費は 1～5 本、6～10 本、11～15 本、の順であった。余市町近郊の観光を行った者の 44.3%がニッカウキスキー余市蒸留所を訪問し、余市以外では札幌、小樽、岩見沢市など空知方面の観光を行っていた。参加理由として最も多かったのが余市産ワインを飲むことで、イベントの満足度は高いという結果であった。

#### (5) 結果の分析

以上の主な回答結果から、参加者は収入や飲酒頻度から、比較的裕福な層で、一般消費者よりも多くワインを消費する愛飲家が多いといえる。果実酒の消費量が全国一多い東京からの参加者が最も多く、相関関係もみられた。消費については、食べ物よりもワインに費用をかけており、ワイン代のみで 2 万円以上かけた参加者もあったため、土産物としての購入があったと推測できる。観光行動については、余市町の名所であるウイスキー蒸留所への訪問が多く、イベント翌日に、個別にワイナリー訪問を行った参加者もいたため、地域の観光資源に焦点を当てた行動がみられる。地域住民、すなわち北海道民の参加も 2 番目に多かったものの、ワインを日常的に消費する都市生活者が、ワインイベントを通じて農村地域の関係人口となっている側面が浮き彫りになった。ブドウ畑など自然景観堪能も挙げられているため、余市という農村空間そのものの魅力も、ワインイベント参加の動機である。

#### おわりに

本論では余市町のワインイベントを事例に、ワインツーリズム参加者の消費行動や意識などを分析した。参加者の満足度は高く、行動制限緩和後のワインツーリズムとしては盛況であった。多くの消費もあったため地域の回復に寄与しており、ワインツーリズムは農村観光発展の求心力にもなるといえる。

#### 【参考文献】

- 菊地俊夫, 兼子 純, 田林 明, 仁平尊明. トム ワルデチュック (2016). カナダ・ブリティッシュコロンビア州のバンクーバー島カウチンバレーにおけるワイナリーの発展にみる農村空間の商品化. 地理空間, 9(1), 115-129.
- 地域問題研究会編 (1983) 『地域の社会・経済構造—北海道余市町の研究—』 大明堂.
- 寺谷亮司 (2024) 「北海道の酒とまちづくり」ニトリ文化財団『後志を考える 講演録 2023』, 4-15.
- Hall, C. M., Johnson, G., Cambourne, B., Macionis, N., Mitchell, R., and Sharples, L. (2000). Wine tourism : an introduction. *Wine tourism around the world*. 1-23. Routledge.

# 観光業における食べ残しに対する消費者意識

実践女子大学

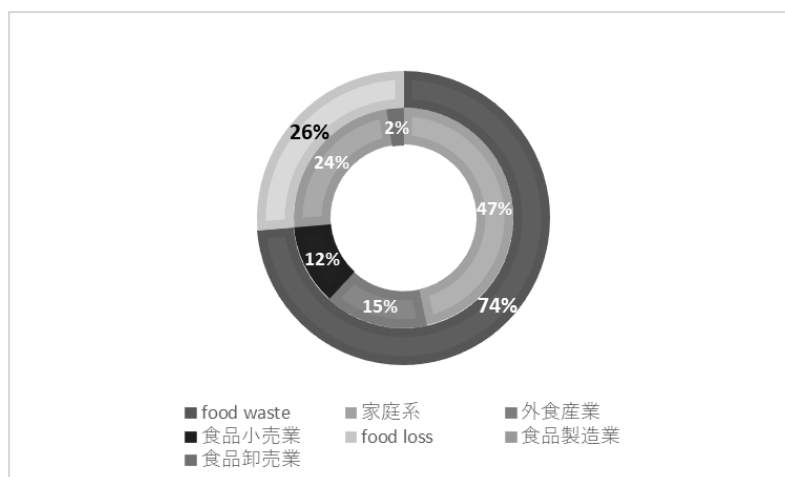
井上 綾野

キーワード： food waste、観光における食品ロス、消費者意識、食べ残し、自己効力感、罪悪感

## 1. はじめに

わが国の食品ロスは、家庭系・事業系という二種に分けて集計されている。農林水産省による令和3年度の食品ロス内訳をみると、家庭系 47%、事業系 53%と半数弱が家庭から出た食品廃棄物であることがわかっている。しかしながら、世界的にみるとこの集計方法は一般的なものではなく、世界では流通チャンネルの川上と川下に分け、川上で生じた食品ロスを food loss、川下で生じた食品ロスを food waste と呼んでいることがわかる。そこでわが国の食品ロスをこの基準に当てはめて再集計すると、food loss が 26%、food waste が 74%に上っており（図1）、他国の傾向と同じく、わが国においても food waste の削減は急務であると言える。そこで本研究は、food waste の削減、そのなかでも観光における food waste の削減を目指すべく、研究を進めていきたい。

図1 food waste と food loss



出所：農林水産省ホームページをもとに作成

観光における食品ロスは、図1における食品小売業および外食産業が中心とされる。食品小売業における food waste は、角本(2023)が土産物の食品ロスについて研究を行っているため、本研究では、food waste のなかでも観光客の食べ残しを研究対象とする。

外食産業においては、すかいらーくグループのしゃぶ葉が「こまめどりプロジェクト」を実施し、食べ残し削減に取り組んでいるが、観光地において「こまめどりプロジェクト」のような再来店を促すクーポン発行のような施策を実施するのは難しい。一方で、観光業における食べ残し削減は、かねてから指摘されてきた「旅館における食事量の多さ」への対策として、箱根花紋など一部旅館において、少食の方向けプランの提供がなされている。

## 2. 先行研究

上記のように、観光地におけるホテルや旅館において再来館を目的としたクーポン配布を動機づけとする食べ残しの削減は難しい。そこで本研究は、観光における食べ残し削減に対してどのような要因が有用なのか探索的に研究することとした。観光と持続可能な消費をつなぐ研究は多くはないが、



Han (2021)は、サステナブルな消費行動におけるキーコンセプトとして、「グリーンイメージ」、「日常生活における環境配慮行動」、「環境知識」、「環境配慮製品への愛着」、「記述的な社会規範」、「予想される誇りと罪悪感」、「環境に対する企業の社会的責任」、「認識される有効性（自己効力感）」、「自然とのつながり」、「環境配慮製品の有効性評価」の10点を挙げた。これらの中から、観光における食べ残しの削減というより限定的な文脈において、消費者意識を調査した。

### 3. 予備調査の結果

2024年4月に実践女子大学人間社会学部の1年生312名に、観光地と自宅、どちらで食べ残しをするか、その際の意識を自由記述で回答するよう依頼し、Webによるアンケート調査を実施した。データは、300名から回答を得ることができ、そのうち自由回答において「家庭では食べ残ししないが旅行先では食べ残しする」と回答した129名を対象に、その際の意識についてテキスト分析を行った。テキスト分析にはNvivo1.7.1を使用した。その結果から頻出語およびワードクラウドが得られたが、詳細な結果を得るために3名によるコーディングを行い、観光客自身が食べる量をコントロールできない「自己効力感の低さ」が52リファレンス(9.03%)、観光客が、料理をする人や食べ残しを処分する人に接することがないために罪悪感が生じない「罪悪感の欠如」が39リファレンス(10.60%)、旅行へ来たという高揚感による過剰注文などの「旅行における高揚感」が28リファレンス(4.96%)という結果になった。

### 4. おわりに

本研究は、観光における食べ残しに対して消費者がどのような意識を持っているかを探索的に調査したものであった。Han(2021)が整理した環境配慮行動における概念のうち、「認識される有効性（自己効力感）の低さ」、「罪悪感の欠如」が確認された。これらの要因が観光における食べ残しの削減に負の効果をもたらすのではないかと想定される。また、観光独自の要素として、「旅行における高揚感」が挙げられる。今後、これらの要因を含め、実験調査を実施する予定である。

### 謝辞

本研究は、JSPS 科研費 23K11655 の助成を受けた研究成果の一部である。

### 参考文献

Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Sustainable Consumer Behaviour and the Environment*, 1-22.

角本伸晃(2023)「観光における食品ロスの経済分析」『経営総合科学』120巻, 69-97。

Schwarzer, R. (1993). *Measurement of perceived self-efficacy: Psychometric scales for cross-cultural research*. Berlin, Germany: Freie Universität Berlin.

### 参考資料

農林水産省ホームページ「食品ロス量の推移」

(<https://www.maff.go.jp/j/press/shokuhin/recycle/attach/pdf/230609-1.pdf>) (2024年5月21日閲覧)

すかいらくホームページ「こまめどりプロジェクト」

(<https://www.skylark.co.jp/syabuyo/komamedori/index.html>) (2024年5月21日閲覧)

箱根花紋ホームページ(<https://www.hakone-kamon.jp/>) (2024年5月21日閲覧)

# タイトル：大阪 I R の定着成功のための協力方案の研究（カジノを中心として）

氏名：グランドコリアレジャー (GRAND KOREA LEISURE CO. LTD) 人材開発院  
趙恩善 (Cho, Eun-Sun,)

キーワード： 大阪 I R (Integrated Resort)、 Casino、 従事者育成、 認識改善

## 1. はじめに

観光産業は、ホテルなどの宿泊、交通、飲食、ショッピングなど様々な分野で売上を発生させる経済波及効果の高い産業である。また、人的依存度が高い産業であるがゆえ、雇用を創出し、地域経済の活性化にも貢献する「煙突のない産業」であり、外貨を稼ぐ「親孝行産業」でもある。新型コロナウイルス感染症パンデミックにより、広範囲にわたるカテゴリーで一度にすべての動きが止まったいわゆる国際観光の氷河期、観光絶壁の事態に直面したが、現在、日本の観光産業は、円安、そして次々と出てくる観光スポットや楽しみを提供する観光政策により、日本政府観光局 (JNTO) は昨年、外国人観光客 2507 万人を誘致し 79% の回復率を記録したと発表し、今やあまりにも早い回復ゆえに観光公害という不満すら出ているが、有名な観光地が混雑することで、むしろ観光客があまり訪れないところに行こうという人が増え、地方観光につながるという好循環の構造が作られている。

## 2. 日本初のカジノを含む統合型リゾート

2030 年、大阪の夢洲に日本初のカジノを含む 1 兆 2,700 億円規模の統合型リゾートがオープンする予定だ。アジア地域の観光産業は、アフターコロナにおいて最も遅い回復を示しているのが事実だが、今後、北東アジアの観光市場が完全な回復を達成し、新たな需要を創出して積極的に成長するためには、日本もカジノを含むこのような大規模統合型リゾートを成功裏に定着させて活性化することが何よりも重要であると言える。韓国の複合リゾートは共通してカジノが含まれており、現在、合計 18 のカジノが許可を得て運営しているが、このうち「江原ランド」が唯一、内国人の出入りが許可されているカジノであり、残りは外国人専用カジノとなっている。

カジノは「両刃の剣」と言われる。また、日本初のカジノということもあり、ギャンブル依存症などの副作用を懸念する声も多いが、複合リゾートにおいてカジノが占める面積は全体の 5% に過ぎないにもかかわらず、総売上高の 80% 以上を占める中心的な施設といえる。365 日 24 時間営業し、閑散期と繁忙期を問わず安定的な売上を生み出すため、複合リゾートを安定的に運営、維持するための重要な役割を果たす。夢洲統合型リゾートの計画書上、カジノは総面積の 3% 以内の面積にテーブルゲーム 470 台、電子ゲーム約 6,400 台の規模で運営される予定で、年間予想売上高のうちカジノは約 4,200 億円で、総売上高の 80% 以上を占めるものと予測している。シンガポールのマリーナベイサンズも、当初は全売上高のうちカジノが最大で 93% に達する売り上げで支えたからこそ、現在の成長と拡張が実現された。

今、世界的にも観光の一つの軸は大型統合型リゾートであり、カジノはこのような巨大施設を維持するために必ず必要な施設となっている。伝統的な仏教国としてカジノを許可していなかったタイも、2023 年 1 月、タイ全国に 5 つのカジノを含む統合型リゾートを承認し、アラブ首長も「賭け事を禁止する」というイスラムの規律を破ってカジノを合法化し、国営の宝くじと商業用ゲームに関する枠組みを導入する一般商業ゲーム規制局 (GCGRA) を新設 (23.09.04、UAE 国営 WAM 通信) し、ウィン・リゾートはアラブ首長のラスアルハイマ人工島にある「アル・マルジャン」に 5.2 兆ウォンを投入してカジノを含む複合リゾートを建設し、2027 年のオープンを計画しているなど、今、カジノは斜陽産業ではなく、観光産業の一部として認識されている。

### 3. カジノと地域のヒューマンリソース、そして育成政策の先行

2022年11月、韓国文化観光研究院の「複合リゾート専門人材育成方案」の研究結果によると、複合リゾートの専門人材とは、「ホテル、カジノ、飲食、エンターテインメント、MICEなどのホスピタリティおよび観光サービスを別個にではなく融合的に提供するにあたり、カジノ、客室、飲食、調理、マーケティング、外国語能力など固有の経験と知識を基本として創出、融合、活用する問題解決能力と、職業倫理を備えた人材」と定義しており、特に複合リゾートではカジノが中核的な機能であることを踏まえて、カジノの職務教育を中心に連携産業の能力を養うことができる教育体系の構築および育成プログラムの開発が必要であるという研究結果を発表した。これは、教育と職務の熟練に最も時間がかかるカジノ産業従事者の人材確保と育成が、複合リゾートの早期定着に最も重要な要素であり、特に日本は初のカジノのオープンということもあり、今からカジノに関するヒューマンリソースを確保、育成し、統合型リゾートの中でも高所得が保証されているカジノディーラーは地域の住民が中心となるべきものと考えられる。

### 4. 韓国カジノの経験を通じた実務型人材の確保と地域住民の認識改善

本研究の対象企業であるGKLは、3つの外国人専用カジノを運営している文化体育観光部傘下の観光公企業であり、社会的責任を果たすために、機関の強みである教育部門の優秀性を活用し、未来人材の育成と観光レジャー産業の人的能力の向上に努めている。特に、GKL人材開発院は、HRD部門で2度の大統領表彰を受け、教育部と雇用労働部が共同主管するHRD評価において1,000点満点中972点を記録するなど、教育の優秀性が内外で認められている。また、2024年3月にオープンした仁川永宗島の大規模統合型リゾート「インスパイア」の早期定着と持続的な成長をサポートできるよう、これまでの教育の経験とノウハウを基に「融合複合型観光人材養成教育(複合リゾート型カジノディーラー養成カリキュラム)」を独自に開発して運営し、新規の人材を供給するなど、積極的なサポートを行った。また、2024年4月23日には、フィリピンのPAGCOR(フィリピン娯楽ゲーミング公社)の関係者および大阪のIGS(International Gaming School in OSAKA)の関係者と共にアジア各国のカジノ産業の人材育成と教育に関する業務に関する協議も行った。この席では、実務経験が重要なカジノディーラーの場合、日本と韓国のカジノ公営企業が協力し、相互の人的交流を通じて実務教育と実習を連携することについても話し合われた。

また、カジノディーリングの実務教育は、その特性上、一つの動作を成功させる毎に小さな達成感を積み重ねることができ、これにより労働意欲が高まり、自信がつくなど、様々な心理的効果が得られ、特に就労意欲が低下した青年層にとって役立つものとなる。また、地域内の低所得の弱者、障害者など地域の社会的弱者を対象とする積極的なカジノ人材の発掘と育成を通じて、生活の質を高め、好循環の構造を強化することができ、ラスベガスのように退職後の年齢層でも続けられる職業として、地域住民に高所得、良質な仕事を提供することで、認識の改善にも貢献できるものと考えられる。

### 5. おわりに

GKLは、公企業として、両国の友好関係を形成し、社会的責任を果たすために、教育経験とその優秀性を活用し、日本初のカジノが定着し、カジノ産業に対するネガティブなイメージを改善するのに役立ちたいと考える。さらに、韓国と日本、両国の観光産業が競争ではなく共存共栄を通じて両国の経済発展に貢献したい。

[参考文献] 韓国文化観光研究院. (2022). 複合リゾート専門人材の養成方案  
グランドコリアレジャー人材開発院学習資料など

# 「水都大阪」再生への観光的文脈を求めて

## —大都市におけるリバーツーリズムの現状と展望—

氏名： 天野 景太（大阪公立大学）

キーワード：水都、水辺、大阪、都市観光、ウォーターフロント、リバーツーリズム

大阪府では 2001 年以降、「水都大阪」再生へのプロジェクトを推進中である。その事業を紹介する WEB サイトの説明には、「かつて大阪は、水運に支えられ、経済と文化の中心的都市として発展し、明治の頃には“水の都”と呼ばれていました。そして、いま、大阪では、かつての遠い記憶となりつつあった“水の都”としての川に寄り添う暮らしのあるいきいきとした風景を取り戻そうと、大阪の水辺を活気あるにぎやかな場へと再生するための様々な試みを展開しています。」とある。その具体的な施策として、公共船着場の整備と水辺空間の利活用、水辺でのアクティビティ（リバークルーズ、サポート等）の推進、「水都大阪 2009」に象徴される各種イベントの実施、川床（北浜テラス）の設置と運営、等が挙げられる。2017 年には関連する団体により「水と光のまちづくり（水都大阪コンソーシアム）」が組織され、公民一体の都市魅力創造に向けてのスキームが稼働している。

ところで、大阪にヴェネチアやアムステルダムのような「水都」と形容されるようなイメージが定着しているかといえ、それは否であろう。しかし、上記の説明文にあるように、それは（実態としてもイメージとしても）過去の大阪にみられた景観としては、存在した。歴史的に大阪は、政治・外交・宗教の拠点として（難波津・住吉津・渡辺津）、産業の拠点として（築港・中之島）、交通の回路として（淀川水運、堀割）、賑わいをはぐくむ場として（新町遊郭・難波新地）、娯楽施設の磁場として（大浜・市岡パラダイス・潮湯）、水辺とともに歩んできた都市であった。とりわけ、豊臣秀吉の都市計画に端を発する運河の掘削は、大阪市中を縦横に流れる水路を形成し、そこを行き交う船や船着場、蔵等とともに、都市の活力を象徴する景観を形成してきた。明治以降、こうした近世の遺産を活かして行われた水運を背景に、近代の工業・商業地が水辺に立地し、産業発展の象徴として、川（運河）や海（港湾）沿いの景観が観光対象として着目されるようになった。観光メディアにおいて、大阪が「水の都」「煙の都」と形容されたのは、主に 1900 年代前半（明治時代後半）から 1940 年頃（太平洋戦争前）にかけてのことである。1936 年には、市営の観光艇「水都号」によるリバークルーズも開始された（1940 年に中止）。ところが戦後、水運の衰退や水質の悪化に伴い、運河のほとんどが埋め立てられ、都市の活力の現場から水辺が後景化し、大阪は「水都」の実態をほとんど喪失するに至るのである。

この意味で、「水都大阪」の再生は、かつての経済／産業の文脈における再生ではなく、観光やシビックプライド醸成手段としての旗印となるべく企図された取組みといえる。とはいえ、物理的な意味での「水都」の実態をほとんど喪失した大阪の都市空間において、その「風景を取り戻す」ことが、いかなる着眼を通じて可能なのだろうか。本報告では、「水都」と呼ばれる都市の観光的特徴とは何かを析出し、観光者にとっての水辺空間のアトラクション（リバーツーリズム）のあり方を定義した上で、既存の行政的取組みとは異なる、もうひとつの「水都大阪」再生への可能性を展望することを目指す。

現在観光メディアによって、あるいはその地域の観光推進機関によって、水都（あるいは水の都）と呼ばれている地域は、海外では上述のヴェネチアやアムステルダムその他、国内では松江、柳川、近江八幡、郡上八幡、大垣、西条等がある。大垣と西条は湧水の地としてのイメージによるものだが、それ以

外の都市の特徴を整理すると、①水と人とのかかわりにおいて、主に交通・輸送（水上交通・水運）のための川が都市の生活や経済に重要な役割を果たしてきた（果たしている）こと、②水路、特に人工的に掘られた運河が縦横無尽に張り巡らされ、水運にアクセスするための拠点としての水辺（船着場、河岸）が、随所に所在すること、③川と水辺を愉しむための観光の展開が積極的になされていること。特に、川に舟を浮かべ、走らせることを通じて楽しむアクティビティ（リバークルーズ）が日常的に行われていること、が挙げられる。大阪は、かつて①と②により特徴付けられる都市であったが、①が時代の変化と共に役割を終え、それに伴い②のほとんどが喪失した。そして現在は、残存した水辺を活用して、③が進展しつつあるという状態である。主なものとして、1983年に大阪水上バスのアクアライナーが就航。大阪の中心業務地区を船上から眺めるアトラクションが誕生したのを皮切りに、同社は1990年、大阪港周辺のクルーズも就航開始。2003年に2005年に一本松海運が道頓堀・中之島クルーズを日常化し、2019年には、近世の水上交通の航路を再現した淀川三十石舟の期間限定運航が始まっている。

こうしたリバークルーズ以外に、観光としての水辺のアトラクションには、どのようなかたちがあるのだろうか。本報告では、主に都市の川とその水辺を利用した観光のあり方（リバーツーリズム）を、①水辺から景観を眺める／水辺を歩く／水辺で憩う（水景・町並み鑑賞、水辺ウォーク、花火大会、イルミネーションイベント等）、②水辺でアクティビティ（食べる／遊ぶ／泳ぐ）を体験する（川床、バーベキュー、釣り、ウォータースポーツ等）、③水上を遊覧する／船から水辺の景観を眺める（遊覧船周遊、屋形船、船上パーティー、手（足）漕ぎボート、④水辺に立地する施設であそぶ（たとえば、天保山ハーバービレッジ、海遊館、神戸ハーバーランド）の4つに分類した。現在の水都大阪の活動は、残存した水辺空間を活かして、主に①や②の魅力創造に関連する事業展開がなされているといえる。

こうした展開に加え、新たな視点からの「水都大阪」再生への方向性についての示唆を三点提示したい。第一に、「ウォーターフロントの魅力創造」である。主に上記④に関連する事柄であるが、観光者にとって魅力を持つ水辺は、①～④の複数の要素を備えていることが望まれる。東京の台場や晴海、豊洲は、複数の要素を持ち合わせており、さらに住宅や企業とともに娯楽施設が立地しているため、海浜公園やショッピングモールには観光者のみならず、居住者や通勤者の利用をも内包しながらにぎわいが展開している。これに対して大阪のウォーターフロントは、天保山ハーバービレッジやUSJなど、娯楽施設を訪れた観光者が、その前後に周辺の水辺を歩いたり眺めたりする体験へと展開していきにくい。2025年の大阪関西万博の開催予定地である夢洲も、周囲の地域とは海で隔絶されているため、同様である。そのため、④から①～③へと水平的に展開する空間・仕掛けづくりの可能性を指摘したい。

第二に、「川と水辺のブランドを育てる」ことである。ロンドンにおけるテムズ川、パリにおけるセーヌ川、東京における隅田川のように、都市を代表する河川は知名度が高く、その水辺が観光のシンボルとなっているケースも少なくない。大阪の場合、たとえば道頓堀や淀川の知名度は高いとはいえ、前者は河川の名称というよりは繁華街（商店街の名称）としてのイメージが強く、後者は明治後期の付け替えにより、現在は大阪の中心部を流れていない。また、現在の「水都大阪」の象徴的な景観といえる中之島界隈を流れる川の名称は複雑（大川、土佐堀川、堂島川等）である。そこで、川や水辺の愛称を確立するなど、水都のシンボルとなるようなブランドイメージの構築が必要なのではないかと思われる。

第三に、「街場の水辺を見直す・活かす」ことである。大都市特有の水辺空間として、市街地に遍在する人工的な水辺（噴水や循環水路）の存在がある。しかしそれらの多くは主に維持管理コストの問題で減少傾向にある。大阪でも地下街の噴水広場が消失する一方で、グランフロント大阪の新たな噴水の誕生や阪急三番街の川の流れる街の維持等がみられる。こうした都市ならではの街場の水辺を観光対象として着目し、それらの対象をも包含した呼称として「水都大阪」を再定義する可能性を提起したい。

## 視線から見る観光行動の個人差

氏名：三橋 勇太(石巻専修大学)

キーワード： 観光心理、消費者行動、地域振興、視線計測、生理指標

### 1. はじめに

石巻市は宮城県の中でも中心部から離れた土地に位置している。そのため、宮城県に観光に訪れたとしても明確な目的がない限りは石巻市まで足を伸ばして観光を行おうとする観光客は少数であると考えられる。そこで、宮城県に訪れた観光客を石巻市へと誘致するために現在石巻市が有する観光コンテンツが実際に観光客にはどのように感じられているのか把握し、観光客のニーズを理解した上で観光客の求める情報やイベントを周知・提供する必要がある。その第1歩として、本研究では石巻市の「いしのまき元気いちば」を対象とした視線計測を用いた実証研究を行なった。

### 2. 目的

石巻市の観光施設に“初めて訪れる旅行者”と“何度も訪れている旅行者”を対象に視線計測を用いた調査を行うことで、観光実施中の初来訪者・リピーターの潜在的な特徴を把握・比較することで、観光地(事業者)への有益な情報提供(潜在的な旅行者のニーズ)を目的とした。

### 3. 調査

#### 3.1 対象

被験者は石巻専修大学の学生 47 人（男性：34 人，女性：13 人）とした。

#### 3.2 調査方法

本研究は、アンケート調査と視線計測の 2 つのフェイズからなる。アンケート調査で使用する心理尺度は「観光動機尺度」(林・藤原, 2008)と「BigFive 尺度」(和田, 1996)である。これに加えて、出身地や年齢・性別などのフェイスシートを設定した。視線計測実験では、視線計測用の PupilLab 製 Pupil invisible アイトラッカーを装着し、調査対象となる観光地・観光施設を歩行してもらう。顔の動きは特に指定はせず、できるだけ自然体に近い状態で観光を行ってもらう。

#### 3.3 分析手法

収集したアンケート調査のデータと視線行動のデータを用いて、統計処理に基づく解析を試みた。その中で、被験者がモデルコース製作サイドの意図に沿って反応を示すのか、また観光地のどのような情報に興味・関心・反応を示すのか、被験者特有の視線行動から観光行動が見られるのかについて検討した。

### 4. 分析結果

指定したコースの中で、初来訪者とリピーターとで差があるのか施設の滞在時間(図 1)と 2 つのコーナー【鮮魚(図 2)とお土産(図 3)】に絞り、ヒートマップを用いた分析を行った。その結

果、施設内での滞在時間に関しては初来訪者とリピーターとの間に明確な差は確認できなかった。次に2つの商品棚の比較では、鮮魚コーナーおよびお土産コーナーでは、初来訪者は広く商品を見ているのに対して、リピーターは注視している場所が初来訪者に比べて集中していることから、リピーターの関心が強い商品のみを見る傾向が確認された。

図1

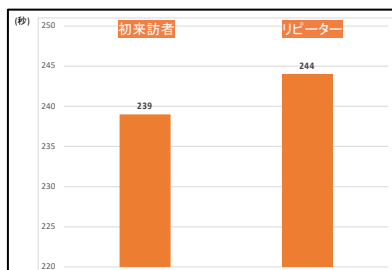


図2



図3



## 5. まとめ

本研究では、観光施設内滞在時間の商品のコーナーに絞り、その中で初来訪者とリピーターとの比較を実施した。その結果、初来訪者は満遍なく情報を得るために注視時間・注視回数が高い傾向が確認され、一方でリピーターは自身の関心に沿った商品に目を向ける傾向であることが確認された。特にお土産コーナーは初来訪者に比べて、リピーターは見ている場所が集中していることから、その傾向が顕著であることが示唆された。

## 6. 課題・展望

課題として3点挙げられる。まず、1点目が本研究は調査対象が学生であることから、一般化が難しい点が挙げられる。2点目が、歩行するルートはこちらが教示しているため、被験者本来が歩行したいルートおよび行動とは異なる可能性がある。3点目が所業施設を対象としているため、商品の陳列が時期に応じて変化してしまうため、単純に比較をすることが難しい点である。

今後の展望として、本研究では商業施設である「いしのまき元気いちば」を対象としているが、文化施設などの異なる観光施設(例：石ノ森萬画館など)を対象とした調査を実施することでより観光地の種類に応じた特性を把握できると期待される。最後に今回は初来訪者とリピーターという点に着目した分析となったが、今後は質問紙で回収している心理尺度に基づく個人特性と視線情報との関係性の探究を進めたい。

## 7. 参考文献

- 1.長澤朋哉, & 野本弘平. (2019). 歩行時の注視の空間分布における習慣的訪問者と初回訪問者との比較. 知能と情報, 31(1), 608-612.
2. Alonso Dos Santos, M., Calabuig Moreno, F., & Crespo-Hervás, J. (2019). Influence of perceived and effective congruence on recall and purchase intention in sponsored printed sports advertising: an eye-tracking application. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(4), 617-633.
3. Schwarzkopf, S., Büchner, S. J., Hölscher, C., & Konieczny, L. (2017). Perspective tracking in the real world: Gaze angle analysis in a collaborative wayfinding task. *Spatial Cognition & Computation*, 17(1-2), 143-162.

# 宿泊事業におけるアクティビティシステムの再構築の可能性

加藤 好雄（福知山公立大学）

キーワード：評価の非対称性，非人的サービス，プロスペクト理論

## 1. Introduction

新型コロナウイルス感染症の感染拡大以前，宿泊事業，特に宿泊特化型ホテルは，低価格で高い顧客満足度を獲得していた。しかし，感染拡大によって需要側の行動変容が非常に大きく，従前の環境に最も適応していた宿泊特化型ホテルは甚大な影響を受けた。それにもかかわらず，適応して業績を保つことができたホテルも存在した。このホテルが感染拡大により外部環境が大きく変化した中でも業績を維持できた要因は，高い営業利益率を可能にするローコストオペレーションとシーズンリティ回避の2つである。感染拡大が収束し始めた後，宿泊事業はサービス産業としての特性を考慮し，サービス提供の再構築が必要となっている。その1つが非人的サービスである。特に非接触サービスは感染拡大中には必須だったが，収束後は顧客サービスとして実施するかどうかを判断する必要がある。そして，非接触サービスを実施する場合には，顧客評価が重要な宿泊サービスの一つとなる。テクノロジーの進展により，今後は各種サービスの提供システムの優劣が顧客評価に大きく影響すると予測される。

本研究の目的は，感染拡大後の宿泊事業における非人的サービスの提供システムを再構築する可能性の示唆を得ることである。具体的には，非人的サービスの中でも一般化した非接触サービスに対する顧客評価の変化が宿泊プランの選択要因（価格，立地等）にどのように影響するかを明らかにする。また，人的サービスと非人的サービスの代替性や相乗効果に焦点を当てることで，非接触サービスが普及した後の宿泊サービスの提供方法の再構築の可能性を考察する。

## 2. Methods

### 2.1. 調査概要

本研究で実施したアンケート調査「宿泊に関する意識調査」は，緊急事態宣言等の行動制限を経験したことにより，新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行後（期間：2023年05月08日～2024年03月中）にホテルへの宿泊に関連した非接触サービスに対する評価の変化を明らかにすることを目的としている。本調査はインターネットリサーチとしてマクロミル社の協力のもと実施され，期間は2024年03月の2日間である。有効回答数は418人であり，対象者には宿泊地（東京都，大阪府，愛知県），旅行目的（ビジネス，観光・その他），年齢（60歳以上，60歳未満）の割付条件を設定している。

### 2.2. アンケートの調査結果：回答者属性による非接触サービス評価の差異

調査結果では，性別，年代，主な移動手段，旅行目的別の想定する宿泊料金に関する非接触サービスへの評価の回答者属性別の違いが明らかになった。女性や20代・40代，公共交通と自動車を併用する利用者は，非接触サービスへの評価に変化があり，これは安全性や衛生面への関心の高さによることが考えられる。ビジネス旅行では非接触サービスの変化がある場合，想定される料金が高くなる傾向にあり，これはビジネス旅行者が非接触サービスを価値あるものと見て，それに対応する高い料金を払う準備があることを示唆している。一方，観光旅行では非接触サービスの変化による料金の違いが少なく，観光旅行者は非接触サービスの変化に対して反応が鈍いか，変化が料金にあまり影響しないことを意味



していることが考えられる。

これらの結果から、非接触サービスの評価は、性別や年代、移動手段だけでなく、旅行目的によっても異なり、特にビジネス旅行者は非接触サービスに対してより敏感であることの示唆が得られた。

### 2.3. コンジョイント分析の各要因と水準の設定と分析結果

コンジョイント分析は、個々の製品やサービスが持つ複数の要因とその水準を組み合わせることで、消費者の選好や意思決定プロセスを解析する分析手法である。アンケート回答時には、実験計画法で使用される L18 直交表を参考にして、8つの要因（①リピーター用の特典、②価格、③立地、④ホテル設備、⑤客室の広さ、⑥清潔さ、⑦スタッフの対応、⑧非接触サービスの程度）と各要因3つの水準（①のみ2つ）から18の宿泊プランのカードを作成して回答者に選択させている。

旅行目的と非接触サービスに対する顧客評価の有無に分類した分析結果の重要なポイントは、宿泊プラン選択の要因としては、清潔さ、価格、スタッフの対応の順に影響度が高いこと。次に、非接触サービスへの評価に変化があった場合、従来ホテル選択において重要視されていた価格と立地の重要性が低下し、ビジネス旅行におけるホテル設備と客室の広さの要因がより重要視されるようになっていることである。

## 3. Discussion

今回のアンケート調査と宿泊プラン選択時の要因分析から、新型コロナウイルス感染症に伴う行動制限による非接触サービスの普及が、ホテルにおける非接触サービスへの評価の変化と宿泊プラン選択に影響を及ぼしていることが明らかになった。ただし、非接触サービスの程度が宿泊プラン選択に直接的な影響を与えているわけではない。人的サービスのネガティブな影響が顧客評価に大きなマイナスの影響を与える一方で、非接触サービスの増加は顧客評価に対してマイナスの影響が軽微であるため、間接的な影響を与えていることが観察される。これは、人は絶対的な評価よりも変化や差異に基づいて評価を行うため、サービス品質における評価の非対称性が存在することを提唱した Kahneman & Tversky (1979) のプロスペクト理論により説明することができる。このことは、非人的サービスが人的サービスのリスクを回避する価値ある手段として認識され得ることを示唆している。これらの点を踏まえ、結論では人的サービスと非人的サービスの代替性や相乗効果の観点から報告を行う。

## 4. References

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979), Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk, *Econometrica*, 47 (2), 263-292.

# 和歌山県の公開天文台設置にかかる政策形成過程をめぐる一考察

澤田 幸輝（和歌山大学大学院観光学研究科）

キーワード： 公開天文台、アストロツーリズム、公の施設、地方議会、政策決定

## 1. はじめに

近年、国内外で美しい星空や天文現象を求めて人々が移動する「アストロツーリズム」への注目が集まっている<sup>1)</sup>。わが国の場合、プラネタリウムや公開天文台といった公共施設の拡充を通して、アストロツーリズムの提供基盤を構築してきた<sup>1)</sup>。

日本国内で公開天文台の設置数が急増したのは1980年代から90年代にかけてである<sup>2)</sup>。同時期に生じた天文台設置ブームの背景には、自治省（当時）が1988年から実施した「自ら考え自ら行う地域づくり事業」（以下、ふるさと創生事業）や、1987年に環境庁（当時）が実施した「スターウォッチング 星空の街コンテスト」で入選した自治体が公開天文台を設置する傾向にあったことが示唆されているが<sup>1)</sup><sup>3)</sup>、各地方自治体の政策策定過程については十分に検討されていない<sup>4)</sup>。

政策策定過程には、政策決定、政策実施、政策評価等の諸段階があるとされる<sup>5)</sup>。地方自治体による観光政策の政策評価をめぐる実証研究の意義が指摘される中で<sup>6)</sup>、公開天文台設置の文脈では所与となる政策決定についての議論が十分になされていない。公開天文台の運営をめぐるのは、逼迫する地方財政を背景に運営予算や正規職員雇用の縮減が進み、現在は閉館や休館を余儀なくされる公開天文台も看取されている<sup>2)</sup>。設置当時の政策決定の動態分析を抜きにして、地方自治体の観光振興政策をめぐる政策評価や公開天文台が抱える諸課題に対しての政策提言は困難であるものと思料する。

以上の諸点に立脚し、本報では、1990年代の公開天文台設置にかかる政策策定過程を明らかにすることを目的に、特に地方議会での議論を参照軸にしなが、当時の政策決定の様相を概観する。

## 2. 事例地の選定と調査手法

本報では、和歌山県に立地する生石高原天文台（旧金屋町）、星の動物園（旧美里町；以下、みさと天文台）、かわべ天文公園（旧川辺町）の3施設を事例に取る（図1）。地方自治体が主導して設置した公開天文台の内、口径100cmを超える望遠鏡を2つ以上設置した都道府県は和歌山県のみで、また商圏となる和歌山市からの移動時間もほぼ同じ空間に立地する。和歌山県で類似施設が1990年代に連続的に設置された特殊性に鑑み、本報では同県の公開天文台を事例に検討することとした。

本報では、天文台設置に係る計画案が提示された時期から開台までの地方議会議事録、地方自治体の広報紙、地元新聞等の二次資料を中心に検討し、補完的に関係者から聞き取り調査を行った。なお紙幅の関係上、調査結果の詳細や考察は発表資料を参照されたい。

## 3. 結果とまとめ

表1は、各公開天文台設置の政策決定に係る過程の要点をまとめたものである。生石山高原天文台は、



図1. 事例地の立地（国土地理院地図より著者ら作成）

町民アンケートを基に「金屋町ふるさと創生推進委員会」で中心的に設置計画が検討されており、観光の側面では生石高原の更なる活性化を企図して計画されている。みさと天文台は、1993年12月定例会で、1994年度において全予算の執行を完遂させることを前提に、執行部から具体的な天文台設置案及びその運営方針が提示されている。観光の側面では、遊休地となっていた森林公園の利活用や、麓に立地するかじか荘の利用者増を狙ったものと推察される。かわべ天文公園は、1988年に外部業者による提案で執行部から天文台設置が示唆されて以降、首長の強い意向で役場内に調査研究グループを設置、調査報告書を編纂したほか、町議会議員内でも天文台設置に係る研究会を発足させ、町議会本会議では運営方針や予算収支等をめぐって闊達な議論がなされている。かわべ天文公園の設置は文化リゾート構想の位置付けにあり、近隣のサイクリングターミナルの活性化も踏まえたものであったと推察される。

公開天文台設置に係る政策決定はそれぞれの事例で差異が見られたが、いずれもふるさと創生事業の用途をめぐる議論を契機として、地域住民への社会教育・文化施設としての側面に加えて、地域振興やまちづくりといった広義の観光の文脈から、公開天文台設置の決定がなされている様相が看取された。

表 1. 各町議会議事録から検討した公開天文台設置の政策決定に係るプロセス（著者ら作成）

	生石山高原天文台（1992年開台）	みさと天文台（1995年開台）	かわべ天文公園（1996年開台）
1988年 昭和63年			○12月定例会：開発振興課長からリゾート将来構想の一環として天文台設置の答弁
1989年 平成元年			○3月定例会：町長から役場職員で天文台設置に係る調査研究グループ編成の答弁
1990年 平成2年	○3月定例会：町長からふるさと創生事業で天体望遠鏡の設置表明		○9月定例会：町長から調査研究グループ執筆の調査報告書配布が報告 ○H.2年度補正予算で小型望遠鏡購入費80万円計上（魅せたい町推進事業）
1991年 平成3年	○H.3年度一般会計予算で「天体望遠鏡設置費等」8,185万6,000円計上 ○3月定例会：町長から45cm～50cmの望遠鏡設置表明		○H.3年度一般会計予算で「天文台調査研究費」100万円、「天文台設置構想委託料」300万円計上 ○3月定例会：町長からふるさと創生事業で天文台の設置表明
1992年 平成4年	○3月定例会：「生石山高原天文台の設置及び管理に関する条例」可決 ○7月7日：開台		
1993年 平成5年		○12月定例会：参事から「新林業構造改善事業」2億7,458万円（補正予算）で105cm望遠鏡設置表明、設置場所・運営方針・施設利用料・宿泊施設の整備などの具体案が提起	○H.5年度一般会計予算で「天文公園基本設計作成委託料」515万円計上 ○3月定例会：自治省「ふるさとづくり事業」で天文台の設置表明、町長より三セク財団運営の表明 ○H.5年度補正予算で「和佐フレッシュパーク整備事業」21億2,200万円計上 ○9月定例会：開発振興課長からプラネタリウムの設置表明
1994年 平成6年		○大型望遠鏡等の観測機器を1億1,721万4,000円で購入契約 ○6月定例会：町長からふるさと創生事業で残余分補填を表明	○H.6年度一般会計予算で「天文施設建設工事請負金」1億870万円、「天文設備設置工事請負金」5580万円計上
1995年 平成7年		○3月定例会：「星の動物園の設置及び管理・運営に関する条例」可決 ○7月7日：開台	○大型望遠鏡・天文ドーム等の観測機器を1億2,360万円で購入契約 ○12月定例会：開発課長から運営団体「嘲笑いの里」に関する答弁
1996年 平成8年			○3月定例会：「かわべ天文公園の設置及び管理に関する条例」可決 ○6月16日：開台

## 参考文献

- 1) 尾久土正己（2022）「観光からみた宇宙」『第36回天文教育研究会集録』27-33.
- 2) 日本公開天文台協会調査研究委員会編（2023）『公開天文台白書2018』日本公開天文台協会.
- 3) 黒田武彦（1993）「これでいいのか公共天文台」『第2回全国の天体観測施設の会集録』41-43.
- 4) 澤田幸輝他（in print）「和歌山県における公開天文台の現状と諸課題をめぐる一考察」『観光学』31.
- 5) 秋吉貴雄（2017）『入門 公共政策学』中央公論新社.
- 6) 寺前秀一（2009）「観光政策の意義と役割」同編『観光政策論』（pp. 1-57）原書房.

## 謝辞

本報は、和歌山大学の宇宙教育研究グループ（秋山演亮、富田晃彦、佐藤祐介、林美由貴、米澤樹、澤田）による研究成果の一部である。また、科研費22K12613（代表：尾久土正己）からの助成を受けた。

# 観光産業における生活満足度に影響を与える就業環境に関する研究

寺地 一浩（大阪人間科学大学）

キーワード： 観光産業、 生活満足度、 就業環境、 健康状態

## 1. はじめに

内閣府において、人々の満足度（Well-being）の観点から多面的に把握し、政策運営に活かしていくことを目的とする「満足度・生活の質に関する調査」が2019年度より取り組まれている。これらより、総合的な生活満足度と各分野別の満足度との関係の指標群（ダッシュボード）が構築・揭示され、Well-beingに関する取組が推進されている。一方、企業経営における課題として、人手不足の環境の中で、就業者の労働環境の改善は、安定したサービスの提供のための就業者の確保、若年層への求人においてより一層重みを増している。そこで、観光産業8業種に従事する就業者の就業状態、仕事の状況などの調査データを分析し、就業者の満足度の観点から、生活満足度に影響を与える就業環境について検証する。

## 2. 生活満足度に対する影響の分析

観光産業に従事する就業者に関して、就業に関するどのような要因が、就業者の生活満足度へ与える影響が大きいのかについて、個票データ（「全国就業実態パネル調査、2023調査」）<sup>1)</sup>を対象に、分析を行った。観光産業（N=2,997）に対する分析検証は、生活満足度を目的変数とし、仕事の柔軟性、休暇取得状況、有給休暇取得率、健康状態、仕事のレベルアップ、OJTの機会、OFF-JTの機会、職場の状況、仕事の性質、仕事満足度・キャリア展望、仕事と家庭の両立ストレス、副業実施有無を説明変数とする重回帰分析を行った。就業に関するどのような要因が、生活満足度に対して影響を与えるかについての分析結果について、表1に示す。

表1 観光産業に従事する就業者の生活満足度に対する影響

	標準偏回帰係数
これまでの職務経歴に満足していた（仕事満足度）	0.090 *
勤務時間を選ぶことができた（仕事の柔軟性）	0.088 *
仕事を通じて「成長している」という実感を持っていた（仕事満足度）	0.080 *
生き生きと働くことができていた（仕事満足度）	0.076 *
職場の人間関係に満足していた（仕事満足度）	0.059 *
仕事のレベルアップ	0.058 *
業務全体を理解して仕事をしていた（仕事の性質）	0.048 *
OJTの機会提供	0.045 *
有給休暇消化率	-0.045 *
仕事と家庭の両立ストレス	-0.155 *
ゆううつだ（健康状態）	-0.270 *
自由度調整済み寄与率 0.307	* p < 0.05

出典 筆者作成

### 3. 就業者の生活満足度に対する影響

分析の結果、影響与えたのは、「これまでの職務経歴に満足していた」、「仕事を通じて成長している」という実感を持っていた、「生き生きと働くことができていた」、「職場の人間関係に満足」の4つの『仕事満足度』と、「ゆううつだ」の『健康状態』および「仕事と家庭の両立ストレス」が主要な要因であった。これらは、就業者が従事している仕事の制度等にくらべ、実際の仕事そのものについての仕事への満足度や就業者自身の健康状態が、正規就業者比率の高い情報通信業等の他産業に比べ重要となっている。また、『仕事の柔軟性』（勤務時間を選ぶことができた）についても影響を与える要因となっていることを示した。

### 4. おわりに

観光産業における就業者の生活満足度に影響を与える就業環境について、就業実態の個票データを分析し、従事している仕事そのものについての満足度や健康状態が重要となっていることを検証した。

正規就業者比率が他産業より低く、厳しい人手不足の状況にある観光産業においては、企業は仕事への要望をよく把握し、就業者とコミュニケーションをとりながら、できる限り就業者に配慮した就業環境を提供することが、生活満足度に対する影響を高めていけるものであると思われる。

### 謝辞

二次分析に当たり、東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センターSSJ データアーカイブから〔「全国就業実態パネル調査，2023」（リクルートワークス研究所）〕の個票データの提供を受けました。感謝いたします。

### 注

1) 個票データは、調査対象を全国15歳以上の男女（男女有効回収数 55,807名）を対象として行われたインターネットモニター調査（調査年月 2023年1月）であり、本研究においては、「雇用形態」を回答し、かつ2022年12月時点で「仕事をしていた」と回答した就業者36,079名のうち観光産業8業種（鉄道業、道路旅客運送業、水運業・航空運送業、旅館・ホテル、その他の飲食料品小売業、飲食店、娯楽業、旅行業）に従事する2,997名を対象に分析した。

### 参考文献

- 久我尚子(2020)「女性の生活満足度を高める要因は何か? : 経済的な豊かさより時間のゆとり、20~30歳代は結婚も」『ニッセイ基礎研究所報』 64、121~131 ページ
- 寺地一浩(2024)「就業環境が生活満足度に与える影響に関する研究—就業者の業種属性の観点から—」『生産管理』 Vol.31No.1 通巻 62 号、69~74 ページ
- 峰滝和典(2020)「テレワークや仕事の柔軟性が就業者の幸福度・生活満足度・仕事と家庭の両立ストレス・生産性にもたらす影響についての実証研究」『情報経営 日本情報経営学会第 80 回全国大会、日本情報経営学会』、105~108 ページ
- 峰滝和典(2022)「コロナ禍における人々の生活満足度」『情報経営 日本情報経営学会第 83 回全国大会、日本情報経営学会』、79~82 ページ
- リクルートワークス研究所(2023)「Works Index 2022」<https://www.works-i.com/research/works-report/item/WorksIndex2022.pdf>（最終閲覧 2024/4/30）

## 大会実行委員会

### 実行委員長

田口 順等（神戸学院大学）

### 実行委員(五十音順):

東 徹（立教大学）、麻生 憲一（帝京大学）、天野 景太（大阪公立大学）、  
江口 善章（兵庫県立大学）、大江 靖雄（東京農業大学）、角本 伸晃（実践女子大学）、  
吉川 三恵子（国立障害者リハビリテーションセンター）、長橋 透（青山学院大学）、  
野呂 純一（目白大学）