

令和 2 年 6 月 27 日現在

機関番号：14701

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2016～2019

課題番号：16K02071

研究課題名(和文)空間統計学による観光市場の地域特性の把握と地理情報の高度化に関する研究

研究課題名(英文) Research on Regional Characteristics of Tourism Market by Spatial Statistics and Advancement of Geographical Information

研究代表者

大井 達雄(Oi, Tatsuo)

和歌山大学・観光学部・教授

研究者番号：10367881

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,300,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、空間統計学を通じて観光市場の地理情報を解析することで、観光政策の策定や評価に有用な分析手法を確立し、同時に地域の観光振興やマーケティングに役立つ知見を提供することを目的としている。具体的な成果として、GISデータや統計調査のマイクロデータを使用して実証分析を行い、大阪市における外国人観光客の季節変動の実態を可視化し、さらに事業所の月次売上や利用者の季節変動のバラツキの大きさを明らかにしている。

研究成果の学術的意義や社会的意義

観光学研究の発展において統計データの存在は必要不可欠である。しかしながら長年にわたって、観光分野における統計情報は貧弱な状態にあることが指摘されてきた。最近では、ビッグデータを使用した分析はICTの発展に伴って増加傾向にあるものの、このようなビッグデータを活用した分析結果の多くがまだまだ発展途上である。本研究ではビッグデータ時代における観光学研究の実証分析手法を開発することに学術的意義が存在している。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this research is to analyze the geographical information of tourism market by spatial statistics, make useful analytical procedures for establishment and evaluation of tourism policy and provide some effective knowledge for regional tourism promotion and marketing. The research results include to empirically examine data on geographical information system and microdata on some statistical surveys, visualize actual conditions of seasonal fluctuation of inbound tourism demand in Osaka city, and clarify the magnitude of seasonal dispersion of business sales and users.

研究分野：観光統計

キーワード：空間統計学 地理情報 観光市場

1. 研究開始当初の背景

観光市場に限らず、観光学研究の発展においても統計データの存在は必要不可欠である。長年にわたって、観光分野における統計情報は貧弱な状態にあることが指摘されてきた。しかしながら、21世紀に入ってから国内外のデータ環境は改善しつつある。図は日本における観光市場と統計データの関係性を歴史的に整理したものである。

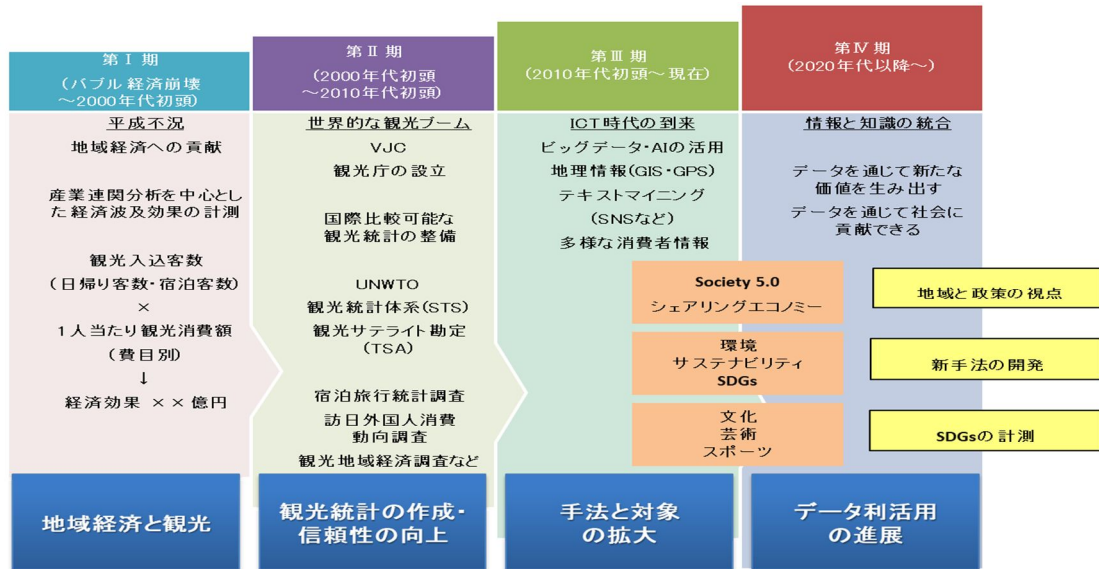


図 観光市場と統計データの関係性

まず第Ⅰ期はバブル経済崩壊から2000年代初頭までの期間に相当する。この期間は平成不況に代表されるように不況期に突入するものの、比較的、地域経済にも活力が存在していた。イベントの実施による地域経済への貢献もたらされた。このようなイベントを評価するために、産業連関分析を中心とした経済波及効果の計測が実施された。しかしながら観光入込客数(日帰り客や宿泊客)のデータが不正確であったこと、同時に1人当たりの観光消費額のデータも定義が定まっていないこともあり、実態とは異なる数値が一人歩きする傾向にあったことは否めない。さらに方法論が定まっていないこともあり、イベント間の比較も困難であった。

第Ⅱ期は2000年代初頭から2010年代初頭までの期間に相当する。日本においてはビジットジャパンキャンペーンによる官民一体となった取り組み、また観光庁の設置が代表的である。しかしながら、世界的な観光ブームが背景として存在していることを見逃すことができない。アジア諸国を中心とした経済発展により、世界各国の主要観光都市に多くの観光客が訪問するようになった。そのため多くの国が観光振興策を重視することになった。しかしながら、政策を実施するためのデータの必要性は認知するものの、統計作成のための環境が貧弱な国が多数存在した。このようなニーズを踏まえて、世界観光機関(UNWTO)は観光統計体系(System of Tourism Statistics)や観光サテライト勘定(Tourism Satellite Account)を全面的に改訂し、同時にガイドラインやマニュアルを通じて、統計制度の未整備な途上国を指導することになった。日本もUNWTOの基準に従いつつ、宿泊旅行統計調査や外国人消費動向調査などの新しい統計調査を開始することになった。

第Ⅲ期は2010年代初頭から現在の期間に相当する。スマートフォンに代表されるようにICTの発展は、これまでとは異なったデータ環境を生み出した。すなわちビッグデータ時代の到来である。具体的にはGISやGPSなどの地理情報、SNSなどのテキストデータ、ならびにセンサーデータなどがあげられる。このようなビッグデータの存在は、これまでの統計調査とは異なる新しい時代の到来を予見するものである。

2020年代以降の第Ⅳ期については、このような政府統計だけでなく、民間統計の普及、ならびにさまざまなデータが提供されることによって、情報と知識の融合を迎えることになる。つまりSociety 5.0に代表されるようにデータを通して社会に貢献できる仕組みが浸透することになる。従来の統計調査とは異なり、国、県、ならびに市町村単位ではなく、必要に応じて地域区分を改変できるようなデータが提供されることになる。特に観光市場においても小地域統計がますます重要になる。同時に、これまで比較的近接しているものの、データが提供されなかった、他分野(環境、文化やスポーツなど)との統合が進むことが予想される。

結論として、観光市場と統計データの関係性は、第Ⅰ期の「地域経済と観光」、第Ⅱ期の「観光統計の作成・信頼性の向上」、第Ⅲ期の「手法と対象の拡大」、第Ⅳ期の「データ利活用の進展」とそれぞれ整理することができる。日本が観光立国になるためには、今後さまざまなデータを収集し、分析を行い、価値をもたらすことが重要となる。これは観光以外のさまざまな部門においても共通する課題であり、観光部門が率先して実施することを期待されている。

2. 研究の目的

最近では、観光学研究において、GIS や GPS に代表される地理情報を使用した分析が増加している。具体的にはゴールデンルート(東京～箱根～富士山～京都～大阪)を対象とした観光客の行動分析やローミングデータを使用して、訪日外国人を対象に基地局単位の滞在分布があげられる。このような観光客の詳細な周遊行動の把握は 2010 年代における進歩であり、従来の統計調査では理解することができなかったといえる。今後もこのような GIS や GPS を活用した分析は ICT の発展と伴って増加傾向にあることは間違いない。

しかしながら、このようなビッグデータを活用した分析結果の多くがまだまだ発展途上である。つまりビッグデータという膨大な宝の山を十分に活用できていない。今後、このようなビッグデータを有効利用するには分析手法の改良、および高度化がもてめられている。もともと観光行動はモビリティを有することから地理情報を活用した分析に適していた。しかしながら経営学、特にマーケティングの分野と比較して、その導入は大幅に遅れている。

観光行動を対象とした最近の地理情報を活用した分析は、大きく日本全国レベル、地域レベル、観光施設レベルの 3 つの層に分かれて研究が行われている。まず日本全国レベルでは観光庁などの行政機関が中心となっている。これは観光庁の「観光ビッグデータを活用した観光振興」やまち・ひと・しごと創生本部事務局の「地域経済分析システム (RESAS)」においてその内容を知ることができる。一方で観光施設レベルは携帯電話の位置情報や GPS ロガーを使用した観光周遊行動の把握や、写真や SNSなどを地理情報と組み合わせた分析が企業や工学系の研究者を中心に行われ、一定の研究蓄積が存在している。しかしながら、問題は中間層というべき地域レベルである。いわゆる都道府県、および市区町村などの一定の広がりを対象とした研究は極めて貧弱である。この理由として観光学において実証分析研究が他の分野と比較して遅れていること、特に地域レベルを対象とした方法論が確立されていないことがあげられる。

このような状況の中で、近年、空間統計学という分野が注目され、その一分野である探索的空間解析 (ESDA) の手法が使用されている。ESDA とは空間分布の記述や可視化のための一連の手法を意味し、最適な立地や空間的外れ値の認識、空間パターンの発見、空間的不均一性などのシステムの提案を行うものである。本研究では観光市場の地理情報を空間統計学の手法を使用して実証分析を行うことで、観光市場の地域特性 (固有性と異質性) を把握することが可能である。それによって、地域の強みと弱みを把握することができ、観光市場の多様性を把握することが可能となる。このような研究はビッグデータだけでなく、従来の統計調査によっても解明されていない分野であった。

本研究では、空間統計学を通じて観光市場の地理情報の状況を解析することで、観光政策の策定や評価に有用な分析手法を確立し、同時に地域の観光振興やマーケティングに役立つ知見を提供することを目的としている。観光学においては空間統計学を使用した実証分析はほとんど行われていないが、医学や工学などの自然科学の分野では活用が進んでいる。このことから観光学において空間統計学の手法の適用に失敗する可能性は極めて低く、同時に実務家を中心にニーズも存在することから、本研究が観光学における実証分析の進歩に大きく貢献するものであるといえる。

今後も GIS や GPS を使用した分析が増加することは予想されるが、たとえビッグデータを使用しても高度な分析手法を確立しなければ、表面的な結果の羅列に終わる可能性がある。つまり潜在能力を有するデータが十分に活用されずに廃棄されることになる。それゆえ同研究を通じて、早期に分析手法を高度化し、その内容を社会に還元することで、日本の観光市場における地理情報研究全体を底上げすることが可能となる。

3. 研究の方法

本研究を遂行する上で、さまざまなデータの提供をいただいた (購入も含む)。まずは (株) NTT ドコモが提供するモバイル空間統計があげられる。モバイル空間統計では訪日外国人を対象とし、調査エリアにおける、訪日客総人数、国籍や地域別訪日客人数を示すものである。各地域で昼時間帯 (10 時台～17 時台) において、1 時間以上滞在した外国人のユニーク延べ人数を推計した数値が集計される。今回提供を受けたデータの調査エリア粒度、すなわち集計単位は大阪市と和歌山市 1km メッシュであり、2017 年 4 月から 2018 年 3 月までの月次ごとの人数である。

さらに観光庁から「観光経済統計調査」のマイクロデータの提供を受けた。観光地域経済調査とは、観光産業の実態や観光が地域経済に及ぼす効果等を明らかにし、観光産業振興施策等の基礎資料を得ることを目的として、2012 年に実施されたものである。調査対象は全国の観光地域にある観光産業事業所 (飲食、宿泊、小売等) の約 9 万の事業所である。今回提供を受けた観光地域経済調査のマイクロデータとして、35,349 件の事業所のデータが存在していた。このような貴重なデータを使用して分析することができたことが研究の進展に役立った。

和歌山市からも和歌山市外国人観光客実態調査のマイクロデータの提供を受けた。同調査は和歌山市に訪れる外国人観光客の性別、年齢や居住地などの基本情報だけでなく、来訪の回数・理由・目的、訪問地、使用交通機関、和歌山市観光に関する情報源・評価・再訪意向、および消費額などの情報を収集することを目的としている。調査は調査員による対面聞き取り法により行われ、調査対象国・地域として、英語圏、中国語圏、韓国語圏、およびタイ語圏が選定された。

調査地点は JR 和歌山駅や和歌山城などの 5 か所で、調査時期は 2015 年 6 月上旬（春季）、7 月（夏季）、11 月（秋季）や 2016 年 2 月（冬季）のそれぞれ複数日において実施された。

本研究では、上記のような多様なデータを多面的に分析することができた。手法としては記述的手法にくわえて、データマイニング的手法などがあげられる。ジニ係数、その要因分解手法、決定木分析などがあげられ、同時に分析手法の改良を試みた。

最後に当該研究期間において、国内外のさまざまな観光学、観光経済学や観光統計に関する会議や学会に出席、または報告を通じて、交流や意見交換を行った。海外においては、International Network for Economic Research in Tourism and Environment、International Association for Tourism Economics などがあげられる。観光経済学や観光統計研究については欧州を中心とした研究者のネットワークが中心となっている。そのような学会や国際会議で報告できたことは意義深かった。

また 2018 年 4 月に和歌山県に統計データ利活用センター、ならびに和歌山県データ利活用推進センターが開設された。両センターとの協働により研究は大幅に進展したことを述べておく。特にマイクロデータの分析については多くの助言を得ることができた。

4. 研究成果

(1) 小地域統計を利用したインバウンド観光の季節変動分析

日本の統計制度では、長年 統計の集計単位として市区町村という行政区画を基準としてきた。しかしながら、平成の大合併を通じて、市区町村単位でデータをみるのが困難になる事例もみられる。具体的には時系列比較において整合性が取れない問題点が指摘されている。そこで市区町村という行政区画よりも小さな地域の単位で集計された、すなわち小地域統計を使用した分析が最近では増加している。観光学研究においても、今後は小地域統計を中心とした分析が重視されると考えられる。現在、観光統計の多くは都道府県、または市区町村を集計単位としている。しかしながら観光地の多くは市区町村の一部を圏域としたり、複数の市区町村にまたがったりする事例もみられる。このように既存の集計単位では観光行動の実態を把握することが困難なことも想定される。にもかかわらず、観光学において、データ利用の制約もあり、なかなか小地域統計を利用した分析が進まない。最近ではビッグデータを活用した実証研究が一部にみられるが、十分な研究成果が蓄積しているとはいえない。本研究では、観光学研究における小地域統計を使用した分析の一例として（株）NTT ドコモのモバイル空間統計のデータを通じて、ジニ係数を使用した季節変動分析を行った。

分析の結果、観光客数の多いエリアにおいて、ジニ係数が低いことがわかった。すなわち、ホットスポットにおいては季節変動が小さいことがわかった。これは大阪市が都市観光を中心としており、季節性の影響が少ないことが影響している。大阪市 24 区別で整理した場合には明確な格差（勝ち組と負け組）を見出すことができた。国籍・地域別の分析についても共通性がみられたといえる。その一方で国籍・地域間の差異も確認された。これらの結果から、観光学研究において本研究は小地域統計と地理情報の可能性を提示することができた。今後、同データを使用して詳細な分析が必要である。

(2) 観光地域経済調査からみた観光関連事業所の季節変動分析

観光市場の季節変動に関する研究は、国内外の研究者においても大きな研究テーマである。これは観光行動が季節性に依存するためである。例えば、春になれば、花見を楽しみ、夏になれば、海水浴を楽しみ、秋になれば、紅葉を楽しみ、冬になれば、スキーを楽しむというように、観光行動は季節によって、その内容が変わるものである。季節によって行楽が変化するため、1 年を通じて観光産業の月次の売上高や利用者数は変動することが一般的である。すなわち、繁忙期と閑散期の存在である。しかしながら、繁忙期（7 月から 9 月まで）において、ほぼ毎週末に天候がすぐれない状況となると、当初計画していた売上を得ることができない。このように観光産業は一企業の経営努力では解決できない困難に遭遇することもある。このような季節変動に対し、どのような平準化政策を実現すれば良いのかというのは、実務だけでなく、学術研究でも大きなテーマである。本研究では観光庁が 2012 年に実施した観光経済統計調査のマイクロデータを通じて、観光関連事業所の月別の売上高や利用者数からジニ係数を計算することで、観光産業の季節変動の実態を明らかにした。

3 万件を超える事業所のジニ係数を計算し、平均値を計算した結果、売上金額のジニ係数では、平均値 0.138、標準偏差 0.142、利用者数のジニ係数では、平均値 0.123、標準偏差 0.142 という結果となった。平均値の大きさから、売上金額のほうが利用者数よりも季節変動が大きいことがわかる。この理由として、閑散期において価格を下げることによって利用者数が増加するといった調整が可能であることが考えられる。さらに TSA 産業分類別の売上金額と利用者数等の月次データを使用して、ジニ係数を計算した結果、文化サービス、宿泊サービス、旅行代理店の数値が高かった。一方で飲食サービス、旅客輸送サービス、小売についてはジニ係数が低い数値を示した。つまり月次データが比較的安定していることを意味する。この理由として、これらの業種は必ずしも観光客だけが顧客の中心ではなく、地域住民も多数利用している。そのため観光客への依存度が低く、季節変動も小さいことが想定される。

結論として、報告書に記載されている全国集計値を通じて計算した数値は、合算することによってデータそのものが平準化する傾向にあり、個々の事業所の結果と比較して過小となることが明らかになった。やはり、個々の観光関連事業所の季節変動を把握するためには、マイクロデータを使用することが重要である。その点を示唆したことが本研究の意義である。

(3) デスティネーション・マーケティング時代のツーリズム情報の収集と活用

観光市場の課題として外国人観光客の主要観光都市への集中、いわゆるオーバーツーリズムがあげられる。外国人の観光行動は東京、大阪、京都や札幌などの大都市が中心であり、特にゴールデンルートと呼ばれる日本の主要観光都市を周る観光周遊ルートの人気が高い。その結果、主要観光都市での観光客の受け入れ能力はほぼ限界に達している。このような状況の中で地方都市の観光市場が注目されている。地方都市には外国人観光客を受け入れる潜在能力は存在するものの、交通アクセスの問題もあり、外国人観光客の集客に苦労している。また少子高齢化の影響もあり、人口減少に直面し、多くの地方都市では将来的に消滅する可能性が指摘されている。消滅可能性都市を少なくするための方策として、交流人口を増加させ、地域の賑わいを取り戻す観光振興が地方都市で期待されている。このように観光市場の発展は日本でみられる構造的な問題の解決策としての役割を担っている。本研究では地方創生の1つの方策であるデスティネーション・マーケティングを取り上げ、同戦略を進めていくうえで重要となるツーリズム情報について紹介し、さらにその活用法（決定木分析）を説明した。

まずは、統計データを中心としたツーリズム情報について説明する。デスティネーション・マーケティングを行う上で必要なツーリズム情報として、11項目（観光入込客数、宿泊者数、旅行消費額、メディア対応、デジタル・マーケティング、来訪者満足度、リピーター、雇用創出効果、地域での税収入、投資効果、その他）に整理し、解説した。和歌山市に訪問する外国人観光客の宿泊日数と来訪目的について決定木分析の結果、宿泊日数について最も大きな影響を及ぼしている選択項目として「和歌山市の宿泊費が安いから」があげられた。次に影響の大きいものとして「他都市に泊りたかったが予約がとれなかったから」があげられる。「和歌山市の宿泊費が安いから」と「他都市に泊りたかったが予約がとれなかったから」とともに選択した回答者（YES）は6名存在し、そのうち5名は和歌山市での宿泊日数が1日であった。

決定木分析の結果は単純集計やクロス集計のそれではなかなか把握できず、興味深い知見を与える。このような各自治体のアンケート調査においても決定木分析が適用可能であることを示したのが本研究の意義である。

(4) ジニ係数の要因分解手法による観光地域における観光需要の季節変動の要因分析

観光需要の季節変動は長年にわたって観光産業の事業活動に多大な影響を及ぼしてきた。このため、実務家や行政の担当者は観光需要の平準化対策に苦心している。具体的には閑散期におけるイベントの開催や割引価格の導入などがあげられる。しかしながら季節変動は天候、労働や投資などさまざまな分野と関係しているため、効果的な方策を実施することは並大抵のことではない。観光市場の利害関係者の多くが観光需要の平準化を望んでいるにも関わらず、現段階では効果的な方策を実施することができていない。有効な戦略を実施するためにはエビデンスに基づいた正確な実証分析が必要である。しかしながら日本だけでなく、世界的にみても季節変動に関する研究は十分な水準に達していない。これまでの研究成果は特定の観光地を対象とした事例研究が多く、そこで得られた知見がなかなか普遍化できていないのが現状である。本研究では観光地域経済調査の87観光地域の調査結果を対象にジニ係数、ならびに要因分解法を使用して日本の観光地域の観光需要の季節変動を分析し、効果的な平準化対策のためのインプリケーションを得ることを内容としている。

87観光地域ごとの月別主な事業の利用者数のデータを使用してジニ係数を計算した結果、最大値は天川村（奈良県）の0.296、最小値は敷島町（山梨県）の0.012となった。また平均値が0.068、標準偏差が0.054という結果になり、変動係数は80.2%と計算された。月別の主な事業の月利用者数（総数）の季節変動については地域間格差が存在していることがわかった。観光地域ごとの業種別のジニ係数を計算した結果、「宿泊事業、飲食サービス事業」の場合、平均値0.081、標準偏差0.074、変動係数91.5%、「旅客運送事業、駐車場事業、物品賃貸事業」の場合、平均値0.129、標準偏差0.148、変動係数114.4%、「生活関連サービス、娯楽事業、社会教育事業、政治・経済・文化団体、宗教団体の活動」の場合、平均値0.200、標準偏差0.123、変動係数61.6%、「小売業」の場合、平均値0.056、標準偏差0.046、変動係数81.1%となっている。ジニ係数の大きさからみた場合、「生活関連サービス、娯楽事業、社会教育事業、政治・経済・文化団体、宗教団体の活動」の月別利用者数のバラツキが大きく、一方で変動係数からみた場合、「旅客運送事業、駐車場事業、物品賃貸事業」の地域格差の大きさが理解できる。分析の結果、さらに観光地については「小売業」や「宿泊事業、飲食サービス事業」のジニ係数は小さく、海外と比較して観光需要の季節変動の管理に成功していることや、季節変動を縮小させるためには「小売業」の売上高の増加が効果的であることを述べた。ジニ係数という記述的な手法を応用し、要因分解手法を適用したことに本研究の意義が存在する。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計8件（うち査読付論文 2件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 3件）

1. 著者名 大井達雄	4. 巻 22
2. 論文標題 小地域統計を利用したインバウンド観光の季節変動分析	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 観光学（和歌山大学観光学会）	6. 最初と最後の頁 13-24
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 大井達雄	4. 巻 14
2. 論文標題 和歌山大学観光学部と観光学研究の今後の課題（特集記事「急増するインバウンドと観光情報」）	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 観光と情報	6. 最初と最後の頁 21-26
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 大井達雄	4. 巻 2017年版
2. 論文標題 第3章 大阪府におけるインバウンド観光の季節変動分析 - 中国人観光客を中心として -	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 一般社団法人アジア太平洋研究所「インバウンド先進地域としての関西」研究会報告書（2017年度）	6. 最初と最後の頁 46-56
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 大井達雄	4. 巻 9
2. 論文標題 観光地域経済調査からみた観光産業の季節変動分析	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 第9回横幹連合コンファレンス予稿集	6. 最初と最後の頁 1-3
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） https://doi.org/10.11487/oukan.2018.0_A-2-1	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 大井達雄	4. 巻 299号
2. 論文標題 データ利活用推進に寄せる期待 (特集 広がる統計データの利活用)	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 ESTRELA	6. 最初と最後の頁 14-20
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 大井達雄	4. 巻 62 (5)
2. 論文標題 Destiny・マーケティング時代のツーリズム情報の収集と活用 (特集 地方創生をORする : エビデンスを生かした戦略展開)	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 オペレーションズ・リサーチ : 経営の科学	6. 最初と最後の頁 301-308
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 大井達雄	4. 巻 第33号
2. 論文標題 観光地域における観光需要の季節変動の要因分析 - ジニ係数および要因分解手法に基づく実証研究 -	5. 発行年 2016年
3. 雑誌名 日本政策金融公庫論集	6. 最初と最後の頁 39-59
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 大井達雄, 青木義英	4. 巻 16号
2. 論文標題 六本木アートナイト2015が及ぼす経済波及効果の計測 観光消費額を中心として	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 観光学 (和歌山大学観光学会)	6. 最初と最後の頁 71-78
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

〔学会発表〕 計15件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 2件）

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 社会生活基本調査を使用した観光行動の地域分析
3. 学会等名 経済統計学会第63回全国研究大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 インバウンド観光需要の季節変動に関する小地域分析
3. 学会等名 経済統計学会東北・関東支部例会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Tatsuo Oi
2. 発表標題 An Empirical Analysis of Inbound Tourism in Japan Based on GIS Approach
3. 学会等名 VIII International Tourism, Economy and Environment Congress (国際学会)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 観光経営の季節変動分析
3. 学会等名 経済統計学会第62回（2018年度）全国研究大会（経済統計学会）
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 観光地域経済調査からみた観光産業の季節変動分析
3. 学会等名 第9回横幹連合コンファレンス（横断型基幹科学技術研究団体連合）
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 「観光地域経済調査からみた観光産業の季節変動分析」
3. 学会等名 「平成30年度研究集会 ミクロデータから見た我が国の社会・経済の実像」（一橋大学経済研究所社会科学統計情報研究センター）
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 Tatsuo Oi and Hiroe Tsubaki
2. 発表標題 Statistical Analysis of Japanese Tourist Behaviour
3. 学会等名 International Congress: Tourism, Economic and Environment（国際学会）
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 観光統計による地域資源の検出
3. 学会等名 経済統計学会関西支部例会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 観光統計による地域資源の検出
3. 学会等名 経済統計学会第61回全国研究大会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 観光を「見える化」して外国人観光客を誘致する
3. 学会等名 オペレーションズリサーチ学会・関西支部講演会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 大阪府における訪日外国人観光動態分析
3. 学会等名 平成29年度研究集会「マイクロデータから見た我が国の社会・経済の実像」
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 大井達雄，野津直樹
2. 発表標題 和歌山県におけるインバウンド観光客の周遊行動分析～観光統計とビッグデータの比較～
3. 学会等名 第13回観光情報学会全国大会
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 大井達雄, 野津直樹
2. 発表標題 人口減少社会における観光データの利活用に関する考察
3. 学会等名 第60回経済統計学会全国研究大会
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 大井達雄
2. 発表標題 デスティネーション・マーケティング時代のツーリズム情報の収集と活用
3. 学会等名 日本オペレーションズ・リサーチ学会関西支部シンポジウム
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 大井達雄, 楢広計
2. 発表標題 平成18年社会生活基本調査 による旅行・行楽行動の要因分析
3. 学会等名 経済統計学会関西支部11月例会
4. 発表年 2016年

〔図書〕 計3件

1. 著者名 大井達雄 (大橋昭一, 山田良治, 神田孝治編著)	4. 発行年 2016年
2. 出版社 ナカニシヤ出版	5. 総ページ数 240 (56-63)
3. 書名 『ここからはじめる観光学』 (「8. 観光統計」分担執筆)	

1. 著者名 大井達雄（日本住宅会議編）	4. 発行年 2016年
2. 出版社 ドメス出版	5. 総ページ数 398（142-145）
3. 書名 『深化する居住の危機 住宅白書2014-2016』（「持家・借家の住居費負担」分担執筆）	

1. 著者名 大井達雄（坂田幸繁編著）	4. 発行年 2019年
2. 出版社 中央大学出版部	5. 総ページ数 386（159-183）
3. 書名 『中央大学経済研究所叢書75 公的統計情報 その活用と展望』（「第8章 観光地域経済調査からみた観光関連事業所の季節変動分析」）	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 （ローマ字氏名） （研究者番号）	所属研究機関・部局・職 （機関番号）	備考
--	---------------------------	-----------------------	----