

令和 2 年 5 月 22 日現在

機関番号：37102

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2017～2019

課題番号：17K02148

研究課題名(和文) 被害の階層性を踏まえた災害復興における観光地マネジメントに関する理論・実証的研究

研究課題名(英文) Theoretical and empirical research on tourism destination management in disaster recovery based on damage hierarchy

研究代表者

室岡 祐司 (MUROOKA, Yuji)

九州産業大学・地域共創学部・准教授

研究者番号：50615359

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,300,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の成果は、「被害の階層性」に着目し、2016年熊本地震からの復興過程の記録と、今後起こり得る観光地の災害対応に適応可能な政策提言をまとめた点にある。

観光地の災害復興において留意すべき「被害の階層性」として、「災害の種類」「災害規模」「被害状況エリア」「交通アクセス」「経営者意識」「地域ブランド力」「DMO機能」を指摘した。次に、旅行者アンケート調査から抽出された災害時の旅行者行動の特性として、「外国人旅行者の国別意識」および「リスク認知による旅行行動」の階層性を指摘した。さらに、価格訴求型旅行促進による観光復興政策である「ふっこう割」の課題について論点を提示した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

学術的意義は、先行研究にある「被害の階層性」が、観光インフラの直接被害のみならず、種々の社会的階層要因から派生する観光復興の取り組みの優劣や強弱等からも見られることを明らかにした点、災害時のリスク認知が旅行者行動に影響を与えていることを明らかにした点、求められる復興政策を地域(自治体・観光事業者・DMO)・中間組織(旅行業者)と市場(国内外旅行者)に対する働きかけの観点から整理した点にある。

社会的意義は、今後起こり得る災害に適用可能な政策提言をまとめた点、その過程を論文や研究分担者所属組織のホームページで周知した点、「ふっこう割」の課題等、現在直面する政策の課題分析を行った点にある。

研究成果の概要(英文)：The result of this research is to focus on 'damage hierarchy' and to summarize the record of reconstruction process from the 2016 Kumamoto earthquake and the policy recommendations that can be adapted to possible disaster response of tourist destinations in the future. As 'hierarchy of damage' to be noted in disaster recovery of tourist areas, we pointed out 'type of disaster', 'disaster scale', 'damage situation area', 'transportation', 'managerial awareness', 'local brand power', 'DMO function'. Next, we pointed out the hierarchy of 'national consciousness of foreign tourists' and 'travel behavior based on risk perception' as characteristics of tourist behavior during disasters extracted from the tourist questionnaire survey. Furthermore, we pointed out the issues of 'Fukkouwari,' which is a tourism recovery policy by promoting price-based travel.

研究分野：観光学

キーワード：観光復興 被害の階層性 熊本地震 観光危機管理 ふっこう割 DMO 事業継続計画 旅行業

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

災害と観光に関する研究は、国内においては東日本大震災を境に多くの研究が取り組まれている。特に、東日本大震災後の観光復興において顕著になったのが、復興ツーリズムである。震災からの復興という厳しい条件下においても、その手段として観光振興の取り組みが模索されており、観光振興が地域経済に与える影響の大きさが再認識されると共に、地域のマーケティング力やマネジメント力の重要性が認識され始めている。こうした状況の中、2016年4月に発生した熊本地震において、本研究グループは熊本地震が九州観光に与えた影響と復興の取り組みについて、九州7県の主要観光地、九州観光推進機構、大手旅行会社など20カ所へヒアリング調査を行い、その成果を第一報として2016年12月に発表した。

震災などのアクシデント時においては、通常期とは異なり、来訪者の安全の確保、被害状況の確認、情報収集・発信、復旧・復興へ向けたマーケティング活動を、自地域と周辺観光地の被害状況を鑑みながら短時間で意思決定・対応していく必要がある。また、「災害の被害は、地域の社会的階層の上位の者には弱く、下位の者には強く現れるといういわゆる『被害の階層性』」が指摘されている(石井1958、1981、佐藤1964)。観光地における社会的階層は、立地、交通アクセス、観光地のブランド力、宿泊施設の資金力や経営者の経営力、観光関係者の市場に対するマーケティング力など様々な要因から生じると考えられる。

観光地の災害対応や復興は地域側、市場側、地域と市場を繋ぐ中間組織の統合された動きや関係性から成り立っており、このような事態に迅速・適切に対応していくには、他地域のケースを学び、普段から危機管理計画の策定や観光事業者への周知、宿泊統計データの整備を行うことなどが求められる。国内の観光危機管理においては、ようやく緒に就いたばかりの状況であり、実際の災害をケースとした研究の蓄積が期待されている状況にある。

2. 研究の目的

本研究の目的は、災害において直接被害及び間接被害(風評被害を含む)を受けた観光地の復興過程の記録から、今後起こり得る観光地の災害からの観光復興における政策提言を行うことにある。

本研究の特徴は、「被害の階層性」への着目、旅行者アンケート調査による実態の把握、「ふっこう割」の影響の把握、にある。

本研究における「被害の階層性」には、災害から派生する観光インフラ(ハード面)への直接的な被害のみならず、復興過程における種々の社会的階層要因から派生するソフト面(復興の取り組みの優劣や強弱など)における階層性も含むものとする。

3. 研究の方法

研究方法は、ヒアリング調査、アンケート調査、研究会の実施である。

ヒアリング調査は、3ヵ年を通じた熊本・大分地区への定点調査と、研究2年目の東北地方、沖縄県、タイ・プーケットでの災害復興・危機管理に関する事例調査を中心に行った。ヒアリング対象は、観光庁や自治体、DMO、旅行業者、宿泊事業者等である。

アンケート調査は、リスク認知と旅行行動の関係を調査するために、webアンケート調査を、首都圏、中京圏、関西圏、九州(沖縄除く)居住者(全2,000サンプル)および韓国人、台湾人へ行った。

研究会は、研究3年目に、観光危機管理専門家・自治体職員・実務家(DMO関係)を交え、ヒアリング調査結果やアンケート調査結果、既往文献などを基にした災害からの観光復興のあり方について、2回(東京及び福岡)開催した。

これらを通じて、「被害の階層性」の種類ごとの対応策・支援策のあり方と、先行研究である「観光危機管理循環モデル」の各段階(減災・備え・対応・復興)における地域(自治体・観光事業者・DMO)及び中間組織(旅行業者)の双方が市場(日本人・外国人旅行者)に働きかけるメカニズムを整理した。

4. 研究成果

(1) 観光地の災害復興において留意すべき「被害の階層性」(主に調査結果から指摘された階層性)

災害などの種類による階層性

- 観光地の被害は、該当地域での自然災害や人的災害による「直接的被害」と、いわゆる「風評被害」や地政学的リスクなどの外部要因により該当地域が影響を受けた「間接的被害」に大別できる。
 - 自然災害は、予測できない地震・余震や土砂災害、火山噴火などと、ある程度予測可能な水害・風害・雪害などに分けられ、タイプにより旅行者の心理や災害への備えが異なる。
 - 人的災害は、戦争やテロ、北海道胆振東部地震におけるブラックアウトや感染症の拡大など、直接的・間接的にも観光地に与える影響が大きい。
- 災害規模による階層性
- 2011年の東日本大震災から8年が経過するものの、三陸沿岸などの被災地はハード整備に加え、ようやくソフト事業への取り組みが本格化した状況にある。2016年熊本地

震の被災地においては、一部の鉄道・道路の復旧が遅れているが、一部の観光施設を除いて概ね復旧から復興への段階に向かっている。このことから、自然災害の規模が復興の進展に影響を及ぼしているものと捉えられる。

- 一方、東日本大震災では、内陸部及び日本海沿岸は大きな被害がなかったものの、ある程度の風評被害を受けた。
被害状況エリアの階層性（出所：公益財団法人日本交通公社）
- 九州内（沖縄を除く）の主要観光地における熊本地震の影響度合い（被害状況及び観光復興状況）をもとにエリア区分を行うと、概ね次の3エリアに分けられた。
 - ✓ 「被災中心エリア」（被災地中心部）：直接的な被害が大きく、それが観光に大きな影響を与えた（熊本県熊本市、熊本県阿蘇市、熊本県南阿蘇村など）。
 - ✓ 「被災影響発生エリア」（被災地周辺部）：概ね観光客の受入が可能だったにも関わらず、来訪を避ける傾向がみられた（被災中心エリア以外の熊本県・大分県・宮崎県の一部）。被災地周辺地域では、一時的な復興特需が発生する。稼働率は、特にビジネスホテルにおいて高い傾向がみられる。
 - ✓ 「被災影響限定エリア」（被災地遠方）：普段通りの観光活動が可能であったにも関わらず、ツアー中止などの影響があった（前述の地域を除く九州内、物理的被害は限定されていたが、キャンセルなど被害が大きかったエリア。例：長崎・鹿児島
の修学旅行）。
- 特に「被災影響限定エリア」は、災害救助法の指定地域として認定されないため、災害による売上減少を第三者的に示すことができず、損害保険（利益総合保険）の事故として認識されない実態がある。
交通アクセスの階層性
- 道路や鉄道の寸断によってアクセス環境が著しく低下した地域は、物資や人の往来に大きく影響する。
 - <例>九州の中心である阿蘇地区の交通の寸断により、修学旅行やインバウンドの周遊旅行に影響が出た。
 - <例>阿蘇地区では迂回路であるミルクロードの凍結により、域外からの通勤に支障が生じたため、阿蘇市が旅館に宿泊する域外従業員を支援する制度を設け、1泊あたり2,000円の助成を行った。
- 代替手段運行（代行バスなど）の情報提供や、代替手段における案内（行先名、ルート、外国語表記など）が不十分であるため、利用者（特に外国人観光客）が不安を感じる。
- 1次交通（航空・新幹線・特急・高速バスなど）と2次交通（在来線・路線バス・タクシーなど）の復旧にも関係者間の費用負担や優先順位などの階層性が存在する。
 - <例>鉄道軌道整備法の改正により、鉄道事業者の負担率や適用要件が変化した。
- 経営者意識の階層性
- 観光関連事業者の復旧・復興の内容や程度は、災害に対する経営者の意識・対応によって異なる。その背後には、資本の大小だけではなく、経営力・企業体力が関連する。
- 「減災」「危機への備え」における意識の階層性は、主に以下の要因が考えられる。
 - ✓ 施設独自の訓練を定期的に行っている（沖縄の一部のホテルなど）。
 - ✓ BCP（事業継続計画）策定の有無も影響するものと考えられる。
 - ✓ 経営者の年齢や後継者の有無によっても、設備投資（耐震強化など）に影響を及ぼす。
- 「危機への対応」「危機からの復興」における意識の階層性としては、主に以下の要因が考えられる。
 - ✓ 意識が高い経営者は、クラウドファンディングなどを活用した資金調達を導入するなど、復旧に向けた対応も早い。
 - ✓ 地域の異業種と連携し、「中小企業等グループ補助金」を得ながら再建を図ろうとする旅館経営者は、復旧・復興が進みやすい。
 - <例>地獄温泉清風荘、盛岡市・つなぎ温泉など。
 - ✓ 後継者問題や耐震構造への投資ができず、旅館の廃業や外部大手資本による買収（一等地、老舗旅館など）が行われるケースがある。
 - <例>熊本地震後の別府温泉、雲仙温泉、山鹿温泉など。
 - ✓ 震災に伴う休業期間において、様々な策を施し体力強化を図ったケースもある。経営体力上休業できる施設とできない施設とでは、復興段階の集客力で大きな差がみられたところもある。
 - ✓ 休業・需要減少による人員カットは、地域外・異業種への人材流出を助長することとなり、需要回復時の人手不足につながる。これを避けるためにも、雇用調整助成金の活用や異業種との連携による人員の適切な配置などが求められる。
 - <例>黒川温泉では、農業者と連携し、宿泊施設従業員を一定期間農業に従事させることによって、雇用の維持、農繁期の人手不足を補完した。

地域ブランド力の階層性

- 通常時の地域ブランド力が、災害時にはより鮮明に効力を発揮する。消費者視点に立つと、災害時も地域ブランド力のある地域を選択しがちになるため、結果的に需要が集中

することとなる。

- ✓ 災害発生後しばらくは、人気温泉観光地といえども宿泊客の大幅な減少が見られる。対応策の一つとして広域連携が考えられるが、その際も知名度のある温泉観光地は有利である（企業等のスポンサーの獲得などを含め）。
＜例＞熊本地震における、黒川温泉と由布院温泉の連携。
- ✓ 恒常的に宿泊者数の減少が続く温泉地では、災害の度に減少幅が大きくなり、元に戻らない状況となる。
- ✓ 立地条件の悪い温泉地では、地震や水害などの災害が発生する度に、温泉地のブランド力低下が起こる。
- ・ 「ふっこう割」や他の施策においても、地域ブランド力が影響する。
- ✓ 「ふっこう割」では、同じ温泉地においても、ブランド力のある施設への利用が集中する傾向がみられる。
- ✓ 需要分散化を目的とした周遊施策が展開された。
＜例＞大分県では、「九州ふっこう割」において、周遊旅行プランを優先採択するという施策が取られた。また、「北海道ふっこう割」では、複数地域に連泊する程高くなるという割引率が設定された。
＜例＞宿泊施設支援の色が強い「ふっこう割」に加え、飲食店や商店街等で使えるクーポン券を発行することで、相乗効果を図る地域もみられた（大分県竹田市、由布市、鹿児島県指宿市など）。
- ✓ ブランド力のある地域や観光関連施設（著名な宿泊施設など）を復興のフラッグシップとして戦略的に活用し、観光地の復興イメージを発信することで集客につなげるという考え方も大事である。

DMO 機能の階層性

- ・ DMO（観光地域づくり法人）の機能は、主にプロモーション、地域コンテンツ再生・開発、マーケティング・ニーズ調査に分類できるが、組織体制によって対応可能な範囲が異なる。また、DMOは、制度設計上、「広域連携」、「地域連携」、「地域」の3階層が存在する。
 - ✓ 災害の現場対応は、基本的に地域DMOが担う。
 - ✓ 自治体とDMOの災害時における役割分担が明確でない。
＜例＞復興ツーリズム対応におけるボランティアセンターをDMOが運営するのは、体制・要員のにも難しい。
 - ・ 広域連携DMOであっても、単県対応と複数県対応では機能や対応スピードが異なる。
＜例＞単県対応：北海道観光振興機構、沖縄観光コンベンションビューロー。
複数県対応：東北観光推進機構、九州観光推進機構など。
 - ・ 産業振興の側面からみると、必ずしもDMO・観光協会ではなく、商工会議所などとの連携も求められる。
- (2) 災害時の旅行者行動の特性（熊本地震に関するアンケート調査から抽出された行動特性）

外国人旅行者の国別意識の階層性

- ・ 「災害に対する不安感（恐怖心）は、災害の種類によって国・地域ごとに異なる」「旅行先の災害に対する不安は、被災地に対する本人の想いや置かれているコミュニティ（国・地域）によって異なる」などの仮説を検証した。
- リスク認知による旅行行動の階層性
- ・ リスクを認知している人は九州旅行を実施しない傾向が強い。
 - ◇ リスク認知は若い世代及び世帯年収の低い世代、被災地に近い近傍居住の人、自ら情報収集を積極的に行う人、地震の揺れに弱い恐怖心の強い人（悪いリスク認知）、九州への愛着が強い人（良いリスク認知）に多い。
 - ◇ 安全性を含めたより正確な情報をしっかりと伝えることが重要。
 - ◇ 近傍居住者や地域の愛着が強い人は、復興段階では戻りが早いと考えられることから、ターゲット層となる。
- ・ 一方で、リスクを認知しつつも、九州旅行を実施した人も存在する。
 - ◇ 訪問先（九州）に被害がないことを認識している人、熊本地震後の九州への旅行について家族や知人の反対が少ない人、被災地は旅行者の来訪に対して前向きに捉えていると認識している人、『九州ふっこう割』などのお得な情報を的確に掴む人は、旅行実施への妨げとなる要因が少ない環境にいる人と捉えられる。
 - ◇ 正確な情報発信に加え、被災地への旅行を推奨するような旅行需要喚起政策の活用が効果的である。

(3) 「ふっこう割」（価格訴求型旅行促進）による観光復興政策の課題（論点）

- ・ 被災地への旅行については、地域の魅力よりも「ふっこう割」による価格の安さが旅行の動機となっている点が否めない。
- ・ これまでの被災経験に基づき、外部環境に影響されにくい地域の魅力づくりや消費者との関係づくりを行う必要がある。
- ・ 直接被害により営業できない観光事業者は、「ふっこう割」の恩恵が得られない。

- ✓ 県内でもエリアによって実施時期や割引率を変えるべきである。
- ・ 知名度や広告力の高い地域や施設に需要が集中する傾向にある。
 - ✓ 「地域ブランドの階層性」が見られる。日頃の宿泊施設などの営業努力によるところもあるため、ある程度はやむを得ない。
 - ✓ 日頃から各旅館が当該旅館組合などに参加をして連携を強め、災害時には互助的な活動ができるような関係を保つことが必要（例：山鹿温泉）。
 - ・ 災害時には「ふっこう割」のような価格訴求型旅行促進政策が常態化している。
 - ✓ 一時的に落ち込んだ観光消費額を増加させ、地域経済を回復させるという支援方法は、必ずしも平等・画一的である必要はない。
 - ✓ 2004年のスマトラ沖地震によるプーケットの津波被害では、価格訴求型旅行は国内市場向けに限定された。また、地域のブランドイメージの低下が懸念される宿泊料金の割引は避け、現地までの航空運賃を割り引くという方法を採用した。
 - ・ 最適な事業スキームの構築が求められる。
 - ✓ ノウハウやシステムを有する大手旅行会社は、とりまとめ役として優位性がある。
 - ✓ OTA（オンライン旅行会社）とリアル旅行会社の販売チャネルの効果的な使い分けが重要である。
 - ✓ 宿泊料金のみの特化せず、周遊型旅行商品の販売促進等による需要集中の分散化も必要である。
 - ✓ 公的機関（旅行業協会など）を窓口とした政策展開も有効である。
 - ✓ とりまとめ役（旅行業者など）のみならず、旅行者、宿泊事業者含めた不正利用の防止が前提となる。
 - ・ 事業効果を評価する仕組みの構築が求められる。
 - ✓ 「ふっこう割」の導入により事業期間中の宿泊需要が回復すれば、目的達成と捉えることができる。一方、「ふっこう割」が地域の観光事業のあり方を見直すきっかけの一つと捉えれば、事業終了後の宿泊旅行者数の変化に対しても注視する必要がある。
 - ・ 「ふっこう割」を事業化するうえでの判断基準も明確にする必要がある。
 - ✓ 事業化の根拠となる被害額の算定方法については、期間設定（事業期間中に限定するのか、それともその後も含めるのか）など統一した基準は存在しない。
 - ✓ 北海道胆振東部地震では、その前年の水害発生時に観光産業の被害想定額を算出した経験から、道内での被害想定額算出基準を定めていたため、素早く対応・発信できた。
- (4) 被害の階層性を踏まえた観光復興政策提言
 - 政策の方向性
 - ・ 「被害の階層性」に対応したきめ細かな政策・支援の必要性を指摘した。
 - ✓ 「ふっこう割」のような一律的な予算配分では、「予算のばらまき」と揶揄する声もある。そして地域の実態・ニーズとの乖離もみられる。
 - ✓ 自治体とDMOの役割分担、観光協会の役割強化が必要である。
 - ✓ 被害状況の算定根拠の統一、情報公開などの迅速化も必要である。
 - ・ 災害の種類や被害状況（風評被害を含む）を考慮した備えの必要性を指摘した。
 - ✓ 観光危機管理計画の策定を強く促す必要がある（県レベル：今後自然災害の可能性が指摘されている地域中心）。
 - ✓ 安心・安全で持続可能な観光地を目指す（マーケティング調査などをもとに適切な災害対策を施し、市場から選ばれるような観光地となる）。
 - ✓ どこまで救済するかは議論の余地があり、一定の基準・経営者の姿勢を評価できる仕組みを定めるべきである。
 - ・ 観光関連事業者のBCP作成の啓発の必要性を指摘した。
 - ✓ 経営者の意識改革を促すとともに、復興支援の根拠とする。
 - ✓ 風評被害に対する保険が適用できない場合に備え、基金化も検討する。
 - 階層性の種類と対策・支援の考え方
 - ・ 「被害の階層性」の種類に応じた対応策や支援策をとりまとめた。
 - ・ 災害復興における観光地マネジメント（観光危機管理と役割分担）のあり方
 - ・ 先行研究の「観光危機管理循環モデル（4つのR）」の各段階における役割や求められる取り組みについて、地域（観光事業者、DMO）と中間組織（旅行業者〔旅行業機能を保有するDMO含む〕）による市場（日本人旅行者・外国人旅行者）への働きかけの観点や、これらの活動全般を支援・管理する国及び自治体の観点から、求められる取り組みを整理した。
- (5) 今後の研究課題
 - ・ 「被害の階層性」は、観光復興におけるレジリエンス（回復力・強靭性）と関連しており、その発生要因は、観光地や観光事業者の社会的階層に依るものだけではなく、危機管理計画・体制やBCPに起因するとの仮説に至った。これらの仮説を検証するためにも、「階層性」の更なる実態分析、BCPの現状分析、インバウンド誘致の観点による災害リスクの高い日本に対する国外旅行者や旅行業者の反応などに関する調査が求められる。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計6件（うち査読付論文 0件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 室岡祐司	4. 巻 1
2. 論文標題 価格訴求型旅行促進による観光復興政策の課題－「北海道ふっこう割」を事例に－	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 第34回日本観光研究学会全国大会学術論文集	6. 最初と最後の頁 45-48
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 横山秀司 室岡祐司 牧野博明	4. 巻 1
2. 論文標題 2016年熊本地震による九州観光への影響（第3報）	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 第34回日本観光研究学会全国大会学術論文集	6. 最初と最後の頁 437-440
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 室岡 祐司	4. 巻 1
2. 論文標題 価格訴求型旅行促進による災害時の観光復興政策の比較研究	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 第33回日本観光研究学会全国大会学術論文集	6. 最初と最後の頁 41 - 44
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 室岡祐司、横山秀司、牧野博明	4. 巻 -
2. 論文標題 災害復興における観光推進組織・旅行業者の役割と機能-2016年熊本地震「九州ふっこう割」を事例として	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 第32回日本観光研究学会全国大会学術論文集	6. 最初と最後の頁 345～348
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 横山秀司、室岡祐司、牧野博明	4. 巻 -
2. 論文標題 2016年熊本地震による九州観光への影響（第2報）	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 第32回日本観光研究学会全国大会学術論文集	6. 最初と最後の頁 337～340
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 牧野博明、横山秀司、室岡祐司	4. 巻 -
2. 論文標題 熊本地震における旅行者のリスク認知と九州旅行実施への影響に関する分析	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 第32回日本観光研究学会全国大会学術論文集	6. 最初と最後の頁 333～336
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 -

〔学会発表〕 計1件（うち招待講演 0件／うち国際学会 0件）

1. 発表者名 室岡 祐司
2. 発表標題 価格訴求型旅行促進による災害時の観光復興政策の比較研究
3. 学会等名 日本観光研究学会
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

「熊本地震被災地の今」（公財）日本交通公社ホームページコラムvol.365
<https://www.jtb.or.jp/column-photo/column-earthquake-kumamoto-makino/>

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
研究分担者	牧野 博明 (MAKINO Hiroaki) (20796388)	公益財団法人日本交通公社 (観光政策研究部、観光文化研究部、観光研究情報室)・観光地域研究部・主任研究員 (82813)	
研究分担者	横山 秀司 (YOKOYAMA Hideji) (60240222)	九州産業大学・経済・ビジネス研究科・フェロー教授 (37102)	