

令和 3 年 6 月 4 日現在

機関番号：34416

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2018～2020

課題番号：18K11854

研究課題名（和文）デスティネーション・ブランディングにおけるDMOモデルの研究

研究課題名（英文）A Model of Destination Management/Marketing Organization in Place Branding

研究代表者

徳山 美津恵（TOKUYAMA, Mitsue）

関西大学・総合情報学部・教授

研究者番号：80363951

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,900,000円

研究成果の概要（和文）：本研究の目的は海外DMOの先端事例を研究し、日本版DMOのデスティネーション・ブランディングに寄与するモデルを構築することである。初年度は国内の先端事例である徳島県のにし阿波観光圏においてフィールドワークを行ない、二年目は海外の先端事例であるハワイ・ツーリズム・オーソリティを中心としたハワイ州での調査を行なった。国内外の事例比較より、日本版DMOの実践上の課題が浮かび上がってきたため、最終年度は都市の意味構造に関して量的調査を行なった。当初の目的とは少し異なったが、都市の意味構造の把握はアプローチ手法も含め、DMOがプレイス・ブランディングを実践していく上での実務的な貢献となる。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究では、日本版DMOの先端事例である「にし阿波観光圏」と海外DMOの先端事例である「ハワイ・ツーリズム・オーソリティ」について調査し、それぞれの分析についてケーススタディ論文を作成し、学会で報告している。両ケースとも先端事例であることから、学術的に貴重であると考えられる。また、都市の意味構造の把握に関する量的調査は、その新規性が評価され、マーケティング学会でベストオーラルペーパー賞を受賞することができた。また、量的に都市の意味構造を把握することは、日本版DMOや自治体関係者がブランディングを考えていく際の指針や成果指標ともなるため、実務的にも貢献できるものとなっている。

研究成果の概要（英文）：The purpose of this research is to study leading cases of overseas DMOs and to build a model that contributes to the destination branding of the Japanese DMOs.

In the first year, we conducted fieldwork in the Nishi-Awa tourist area in Tokushima Prefecture, and in the second year, we conducted a survey in Hawaii, focusing on the Hawaii Tourism Authority.

In the final year, we conducted a quantitative survey on the semantic structure of cities. Although slightly different from the original purpose, understanding the semantic structure of cities, including the approach method, will be a practical contribution to DMO's practice of place branding in Japan.

研究分野：マーケティング

キーワード：プレイス・ブランディング DMO 都市の意味構造 意味構造の類型化 日本版DMO 観光圏

1. 研究開始当初の背景

わが国は、他国に先駆けて「人口減少・超高齢社会」の危機に直面しており、特に地方における人口減少が顕著になっている。こうした現状を打破していくために、「地方創生」に関する議論が展開されており、その中で成長産業としての観光地域づくりと、その主体となるDMO (Destination Management/Marketing Organization) が注目されている。

日本政府は『まち・ひと・しごと創生基本方針2015』の中で「欧米の先進事例も踏まえ、望ましい機能を備えた日本版DMOを早急に育成する」(14頁)としており、『日本再興戦略2016』では「2020年までに世界水準のDMOを全国で100組織形成する」(40頁)と述べている。2017年現在、日本版DMO候補法人に157法人が登録しており(8月末時点)、この数は更に増えていくものとみられていた。ただし、多くの候補法人がとりあえず登録したものの課題を抱えているのも事実である。2015年11月に実施された近畿圏の自治体と観光振興組織を対象とした調査では、今後想定される課題として、自治体と観光振興組織ともに「マーケティングやブランドの知識不足」をトップ課題としてあげていることが分かった(高橋一夫著『DMO観光経営のイノベーション』2017年、155頁)。世界水準のDMOを目指すためには、海外のDMOが実践するブランディングについての理論的なベースが必要となる。

ここで中心となる理論はプレイス・ブランディングである。プレイス・ブランディングとは、ブランド戦略や他のマーケティング・ツールを場所(町、都市、地域、国など)の経済的・社会的発展のために用いること、と一般的に定義される(Ashworth and Kavaratzis 2009)。地域観光分野においては、デスティネーション・ブランディングとして、2002年より世界的に議論されている(cf. Morgan et al. 2002)。ただし、この議論は国内では本格的に導入されておらず、世界水準の日本版DMOを実践していくためにも、デスティネーション・ブランディングの理論的な整理と理論モデルの構築が急務となっている。

2. 研究の目的

本研究の目的は、国が提唱する世界水準の日本版DMOのマネジメントに理論的貢献ができるよう、デスティネーション・ブランディングという視点からDMOの先端事例を研究し、日本版DMOのマネジメント・モデルを構築していくことである。

観光庁によると、日本版DMOにおいて、多様な関係者との観光地域づくりの合意形成に基づく連携が強く求められている。そこにおいて重要なのは、関係者との連携のプラットフォームのあり方である。観光の恩恵を直接受ける観光関連業者同士は比較的連携を取りやすいが、多くの観光地において住民と観光業者の間で対立や溝が見られるのも事実であり、DMOの戦略実行によって観光客数を大幅に増やしてきたスペインのバルセロナにおいても深刻な問題となっている。

デスティネーション・ブランディングにおいても、関係者との連携はアクターのマネジメントとして、盛んに研究されてきた(cf. Hankinson 2004; Cai 2002; Baker 2007など)。ただ、こうしたモデルにおいて、地域住民は外部変数として位置付けられ、特に重視されてこなかった。本研究では、ここに独自のかつ独創的な視点を取り入れていく。日本の地域ブランディングの事例を見ていくと、地域住民の役割は大きく、彼らを観光地域づくりにどのように巻き込むか、ということが持続的なデスティネーション・ブランディングにおいて重要であると考えられる。その際、行政の役割も鍵となる。こうした構造を踏まえ、日本版DMOのプラットフォームをモデル化し、精緻化することが、学術的にも実務的にも重要な研究課題であると考えられる。

観光地域づくりは、社会学や経済学など、様々な分野で研究されているが、ブランディングの視点から検討することは重要である。特に観光分野において、インバウンドの重要性が高まる中、小規模な都市であっても、グローバルな視点でのデスティネーション・ブランディングが必要となるからである。

3. 研究の方法

(1) 調査対象

本研究の調査対象は、国内と海外のDMO組織である。海外DMOの先端事例としては、アメリカのハワイ州とスイスのダヴォスを予定していた。先述のバルセロナをはじめとするDMOの先端事例6都市の比較研究によると、アメリカ・ハワイ州のハワイ・ツーリズム・オーソリティは、6都市の中で唯一、その観光戦略の実践において地域住民の視点を入れていることが示されている(高橋一夫著『DMO観光経営のイノベーション』2017年)。ただし、住民の役割や関わり方について具体的な点までは分かっておらず、課題として残されていた。また、スイスのダヴォスは長年にわたる観光地でありながら、ダヴォス会議によって世界的に有名となった都市である。ダヴォス観光局の取り組みとしては、隣接するクロスタース村と連携しながら、地域住民を巻き込む形で観光マネジメントをしている点に特徴がある(柏木2015)。ただ、ダヴォスにおいても、観光局の視点からの研究成果しかなく、地域住民の役割や関わり方について、更に調査していく必要があった。以上から、海外DMOに関しては、特にDMO組織への住民

や地域コミュニティの関与、地域間連携の視点から研究していくこととした。海外DMOとの比較研究のために、国内のDMOの先端事例として、日本版DMO候補法人の中で地域連携DMOに注目して調査対象DMOを選択することとした。

(2) 調査期間

本研究では、海外と国内でのフィールドワークを予定していることから、調査期間を3年とした。海外でのフィールドワークに関しては、1年目にハワイ州でのフィールドワークを実施し、2年目にダヴオスでのフィールドワークを実施する予定であった。国内でのフィールドワークに関しては、準備にそれほどの時間を取らないことから、初年度から調査対象地域の事情を踏まえて柔軟に調査を進めていくこととした。また、3年目は国内外のDMOに関する事例を比較し、まとめていくこととした。こうした調査の成果は随時、関係学会で報告し、論文としてまとめ、社会に還元していくこととした。

(3) 調査手法

本研究において、メインとなるのはインタビュー調査であり、そこで収集された調査データを分析する中で、M-GTAを用いて仮説モデルを構築していく。その際、調査対象のDMOだけでなく、複数地域における関係組織と住民へのインタビュー調査を試み、仮説モデルの精緻化を行う。その際、DMO関係者を巻き込んだ研究会組織を立ち上げることで、構築したモデルを実務面から評価してもらっただけでなく、プレイス・ブランディングを実践する組織とのネットワークを構築することで、日本版DMOに貢献することを目指していた。

4. 研究成果

(1) 研究の初年度は関西圏で災害が続いたことにより海外調査を延期せざるを得なくなったため、デスクティネーション・ブランディングに関する文献整理を行いながら、国内におけるDMO

組織の現状に関する調査を行なった。具体的には、国内の先端的なDMOとして評価されている徳島県の「にし阿波観光圏」のDMO組織を中心にフィールドワークとインタビュー調査を行なった。この地域は観光資源が限られている中で、秘境を軸としたブランディングを成功させ、インバウンドを対象としたマーケティングにおいて着実に成果を出している地域である。同地域のDMO組織である一般社団法人そらの郷の動きを中心にしたデスクティネーション・ブランディングを分析した結果、DMO組織が小規模ながらも広域でのDMO活動ということに関して、様々な知見を得ることができたため、それらの成果をケーススタディ論文にまとめ(徳山・長尾 2018)、第33回日本観光研究学会全国大会にて報告した(図1)。また、にし阿波観光圏の研究を行うことで、同じく国内の先端的なDMOとして評価されている雪国観光圏の調査につなげることができた。

それと同時に、プレイス・ブランディングに関する研究組織を立ち上げるため、日本マーケティング学会にてリサーチプロジェクトの申請を行い、国内の最新事例の収集とプレイス・ブランディングの実践者と研究者をつなぐプラットフォームの形成を試みた。

(2) 研究二年目は、ハワイ州へのフィールドワークを行なった。その際、ハワイ州のDMO組織であるハワイ・ツーリズム・オーソリティ (HTA) へのヒアリングの他、カピオラニ・コミュニティ・カレッジでのヒアリング、オアフ島にあるハナウマ湾での具体的な観光の取り組みなど

について調査を行なった。観光が重要な地域産業となっているハワイ州では、気候変動などの大きなリスクを抱えつつも、ステークホルダーとの関係構築やブランディング政策、地域コミュニティとの関係構築といったHTAの取り組みは先進的であり、サスティナブル・ツーリズムといったSDGsの視点でも大きな成果を得られた。これらの調査・分析結果はケーススタディ論文にまとめ(徳山・長尾 2020)、サービス学会第8回国内大会(オンライン開催)にて報告することができた(図2)。

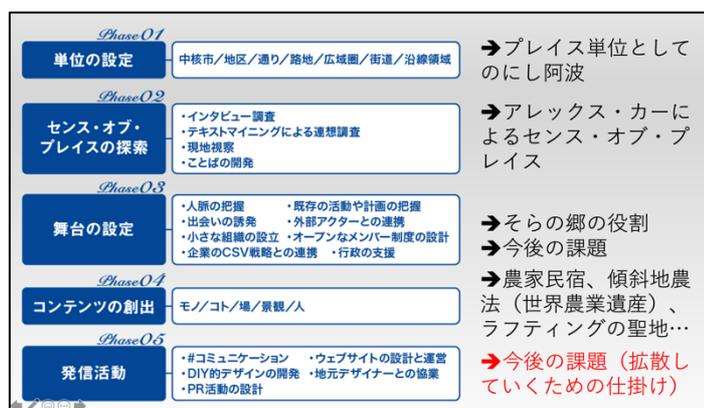


図1 観光研究学会の報告で用いたスライドの一例

ハワイにおけるプレイス・ブランディング

- センス・オブ・プレイスの重視
 - 一般的な南国リゾートというイメージからの脱却
 - カルチャー・リパースによって、ハワイ固有の文化(先住民から続く文化)を見つめ直す取り組み
 - カアナパリビーチホテルのミッション
- ハワイ文化を守るアクターたち
 - HTAのハワイ文化ディレクター
 - 各ホテルの文化的専門家や歴史研究者
 - カルチャープログラムやアクティビティではなく、ハワイアン・エクスペリエンス
- 持続可能なツーリズムに向けて
 - 環境保全から文化保全へ
 - そのためのセンス・オブ・プレイス

図2 サービス学会の報告で用いたスライドの一例

また、プレイス・ブランディングのプラットフォーム形成を目的とする日本マーケティング学会でのリサーチ・プロジェクト「場所と地域のブランディング研究会」では、東急電鉄の東急池上線のブランディングに関するセミナーやローカルフォトに関するセミナーを開催し、実務家と研究者を繋ぐ研究会としての活動を開始した。令和元年1月から広がったコロナ禍によって、3月に予定されていた海外での調査（ハワイ州でのフィールドワークとの関連でスイスのダヴォスではなく、ニューヨーク州や国連本部へのフィールドワークへ変更）は中止されたが、にし阿波観光圏と関係する瀬戸内海のブランディングにおける具体的な成功事例として、小豆島の取り組みに関するヒアリング調査を行うことができた。

(3) 研究三年目は、前年度末から続くコロナ禍によって予定されていた国内外の調査が難しいと判断し、研究計画の大幅な変更を余儀なくされた。そこで、コロナ禍でも研究できることとして検討した結果、DMOや自治体関係組織がプレイス・ブランディングを行う上で、地域の意味構造を把握することが不可欠であるため、都市の意味構造の把握に関して量的調査を行うことにした。大規模調査を予定していたことから、電通と電通マクロミルインサイトの協力を得て、2020年6月にインターネット調査にて、首都圏在住者1600名に対して、県庁所在地と政令指定都市を対象にした都市ブランドの意味構造の調査を行い、その構造の類型化を試みた。その成果をまとめた論文（若林・中村・徳山・長尾 2021a）は、日本マーケティング学会のマーケティングカンファレンス2020（オンライン開催）で報告したところ（図3）、ベストオーラルペーパー賞を受賞することができ、学術雑誌マーケティング・レビューへの掲載も確定した（若林・中村・徳山・長尾 2021b）。

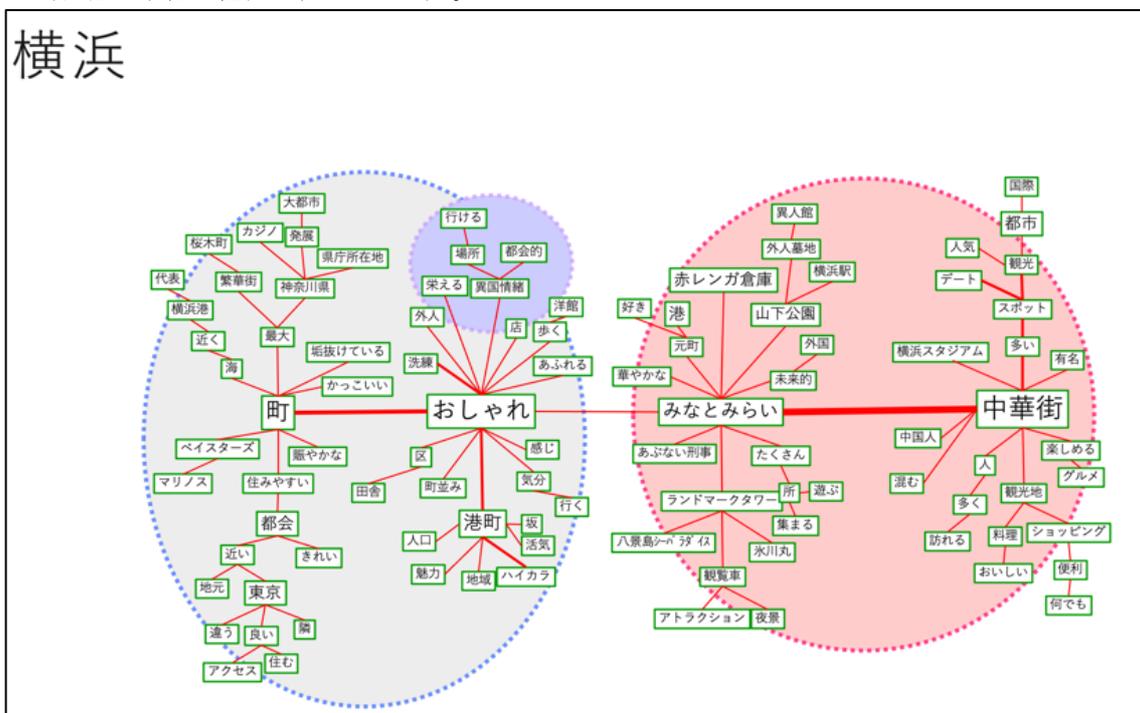


図3 マーケティング学会の報告で用いたスライドの一例

この研究が評価された点は、消費者の頭の中にある地域のブランド・イメージを可視化し、その構造を類型化した点にある。DMOや自治体が自らの地域や都市をブランディングしていく上で、そのブランド・イメージの把握は必要不可欠であり、その方法を示しただけでなく、政令指定都市レベルではあるが52都市を類型化することで、多くの都市が目指すブランディングの方向性を示すことができる。その意味で、この研究成果は学術的貢献だけでなく、実務的貢献度も高いものになったと言える。また、ハワイ州に関しては、SDGsとサステナブル・ツーリズムに焦点を当てた研究を進め、その成果を論文にまとめ（長尾・徳山 2021）、日本商業学会第70回全国研究大会にて報告した。

以上、当初から予定していた調査やそこから新たに調査対象地となった事例に関する調査に関しては確実な成果をだすことができたが、調査当初の研究計画から海外での調査候補地に変更があり、しかもコロナ禍ということで調査そのものが中止された場所もあった結果、より包括的なDMOモデルを構築することはできなかった。しかし、消費者を対象としたインターネット調査に切り替えたことで、プレイス・ブランディングにおける学術的かつ実践的成果を残せたと言える。

<引用文献>

- 1) 柏木千春、海外レポート スイス・ダヴォスの観光地マネジメント、あしぎん経済月報、2015年12月、8～18頁

- 2) 高橋一夫、DMO 観光経営のイノベーション、学芸出版社、2017年
- 3) Ashworth, G., & Kavaratzis, M. (2009). Beyond the logo: Brand management for cities. *Journal of Brand Management*, 16(8), 520-531.
- 4) Baker, B. (2007). *Destination branding for small cities: The essentials for successful place branding*. Destination Branding Book.
- 5) Cai, L. A. (2002). Cooperative branding for rural destinations. *Annals of tourism research*, 29(3), 720-742.
- 6) Hankinson, G. (2004) "Relational network brands: Towards a conceptual model of place brands," *Journal of Vacation Marketing*, 10(2), pp.109-121.
- 7) Morgan, N., Pritchard, A., & Piggott, R. (2002). New Zealand, 100% pure. The creation of a powerful niche destination brand. *Journal of brand management*, 9(4), 335-354.

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計6件（うち査読付論文 1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 徳山美津恵・長尾雅信	4. 巻 33
2. 論文標題 日本版DMOに関する一考察：プレイス・ブランディングの視点から	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 観光研究学会全国大会学術論文集	6. 最初と最後の頁 69-72
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 徳山美津恵	4. 巻 なし
2. 論文標題 農業を起点とするプレイス・ブランディングの可能性：丹波市のブランド資産とブランド構造に関する検討	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 『縮小する生産の現場と現代日本社会』	6. 最初と最後の頁 180-211
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 徳山美津恵・長尾雅信	4. 巻 なし
2. 論文標題 持続可能なツーリズムにおけるプレイス・ブランディングの役割：ハワイの観光産業の事例から	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 サービス学会 第8回 国内大会 講演論文集	6. 最初と最後の頁 342-346
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 長尾雅信・徳山美津恵	4. 巻 70
2. 論文標題 プレイス・ブランディングが広げるSDGsの多様性	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 日本商業学会第70回全国研究大会報告論集	6. 最初と最後の頁 94-102
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 若林宏保・中村祐貴・徳山美津恵・長尾雅信	4. 巻 なし
2. 論文標題 都市ブランドの意味構造の類型化に関する一考察ー関係人口時代における新たなブランド戦略に向けて	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 日本マーケティング学会カンファレンス2020プロシーディングス	6. 最初と最後の頁 87-88
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 Wakabayashi Hiroyasu, Nakamura Yuki, Tokuyama Mitsue, Nagao Masanobu	4. 巻 2
2. 論文標題 A Study of the Typology of the Semantic Structure of City Brands:	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 Japan Marketing Review	6. 最初と最後の頁 13-21
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.7222/marketingreview.2021.002	査読の有無 有
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4件 (うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件)

1. 発表者名 徳山美津恵・長尾雅信
2. 発表標題 日本版DMOに関する一考察：プレイス・ブランディングの視点から
3. 学会等名 第33回観光研究学会全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 徳山美津恵・長尾雅信
2. 発表標題 持続可能なツーリズムにおけるプレイス・ブランディングの役割：ハワイの観光産業の事例から
3. 学会等名 サービス学会 第8回 国内大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 長尾雅信・徳山美津恵
2. 発表標題 プレイス・ブランディングが広げるSDGsの多様性
3. 学会等名 日本商業学会第70回全国研究大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 若林宏保・中村祐貴・徳山美津恵・長尾雅信
2. 発表標題 都市ブランドの意味構造の類型化に関する一考察ー関係人口時代における新たなブランド戦略に向けて
3. 学会等名 日本マーケティング学会カンファレンス2020
4. 発表年 2020年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 佐藤洋一郎	4. 発行年 2019年
2. 出版社 勉誠出版	5. 総ページ数 264
3. 書名 縮小する日本社会	

〔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
研究分担者	長尾 雅信 (NAGAO Masanobu) (50467065)	新潟大学・人文社会科学系・准教授 (13101)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8 . 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------