

科学研究費助成事業 研究成果報告書

令和 5 年 6 月 26 日現在

機関番号：34437

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2017～2022

課題番号：17K02059

研究課題名（和文）高齢社会における住民主導型観光マネジメントの理論的・実証的研究

研究課題名（英文）Theoretical and empirical study of community tourism management

研究代表者

国枝 よしみ (Kunieda, Yoshimi)

大阪成蹊大学・国際観光学部・教授

研究者番号：60465870

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,100,000円

研究成果の概要（和文）：フランスにおける歴史的遺産や景観を守るために構築した「最も美しい村」連合の枠組みを調査した結果、約150の村の高品質イメージの維持・管理のみならず、経済基盤の脆弱なコミュニティの観光面での価値向上の枠組みであることが明らかになった。一方、同様の仕組みである日本の連合については、宿泊施設や自治体への調査の結果、フランスのような強いブランドとして認知されていないことが課題であった。一方、COVID-19感染拡大期における旅行意識調査からは、コロナ後の旅行先として選択される可能性が示されたことや住民の連合の活動への参画は村の活性化や環境保全や美化等に寄与している点が日本の特徴として示された。

研究成果の学術的意義や社会的意義

フランスの先進事例は、過疎が進む地域においても景観、歴史・文化等の一定の基準を満たした観光資源を活かしながら、「連合」というネットワークを構築することで観光客の受入れや交流人口の増加が見込めることを示している。そのためには、「最も美しい村」という強力なブランドを確立し、保証、管理することや継続的なプロモーションが欠かせない。我が国の場合「連合」が未だ十分認知されていないことから加盟自治体を増やしながらブランドの構築と効果的なPRを継続して実施することが重要である。住民の主体的な地域活動へも交流・関係人口につながることから学術・社会両面から今後も必要な政策を示したと考えている。

研究成果の概要（英文）：In order to address depopulation in France, approximately 150 villages formed the "The Most Beautiful Villages in France" association to safeguard their historical heritage. The investigation into this framework revealed that it is upheld and managed through a registered trademark, creating a high-quality image, and serving as a framework to enhance the value of economically vulnerable villages. The survey conducted on accommodations and member municipalities in Japan's "The Most Beautiful Villages" alliance has highlighted a challenge: the establishment of a strong and recognized image, similar to that of France, has not yet been achieved. However, the results of the travel survey during the COVID-19 pandemic indicate the potential for the villages to be chosen as travel destinations in the future. The findings also demonstrate that the environmental activities and event planning carried out by residents of member municipalities contribute to the revitalization of the villages.

研究分野：マーケティング、消費者行動、地域研究

キーワード：最も美しい村 少子高齢化 持続可能 COVID-19 ブランド 交流人口 地域間比較 自治体

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

様式 C - 19, F - 19 - 1, Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

我が国の総人口は、1億2,711万人(2015年10月1日現在)で、65歳以上の高齢者人口は、3,392万人、総人口に占める割合(高齢化率)は26.7%となった(内閣府 2015)。他の先進諸国(イタリア 19.6%、ドイツ 18.8%、スウェーデン 17.2%など)と比較しても最も高い水準である。日本の将来人口は、出生率と死亡率の低下、人口減少、少子高齢化いずれにおいても最先端の状況(人口問題研究所 2012)を示している。一方、高齢者の社会参加についての調査から、まず子供がおり、学歴が高い人ほど社会貢献活動に「取り組む」傾向にあり、また経済的には、貯蓄が多いほど「取り組む」傾向がみられた。また、健康であることは社会貢献に取り組む最大の要因であり、生活に満足している人は、社会貢献活動に「取り組む」傾向にある(自治体 2014)。さらに都市規模別にみると、より人口規模の小さい町村部に住む人ほど社会貢献活動に取り組む確率が高いことが明らかとなった(自治体 2014)。

観光分野では、観光市場や観光商品の開発のためには、新しい人口統計学の課題と社会の構造転換を明らかにすることが重要(Nikitina, O. and G. Vorontsova, 2015)とされ、高齢者を対象にしたツーリズムの研究が盛んにおこなわれており、新しいタイプや観光の形態、および新サービスの技術開発のニーズが興っている。また、マーケティング活動における新たなセグメントとして高齢者をターゲットにした商品づくりの研究や特定の国民を対象にした調査なども実施されている。しかし、観光客を受け入れる地域の研究は、まだ始まったばかりであることから、超高齢化に直面する我が国の高齢者の主体的な取り組みと同様の課題を抱える先進地欧州との比較研究することは、今後も進展する観光客を受け入れ、サービスを提供する地域(観光地)の多元的な視点を開発するもので受け入れ地域の「マネジメント」に応用可能な研究テーマといえる。

2. 研究の目的

近年わが国を訪れる外国人旅行者の急増や2020年の国家イベントを控え、過疎・高齢化が進む地方では、観光客の受入れに関して実務的な課題に直面する。一方、先進地フランスでは農村部の人口流出を防ぐ「最も美しい村」連合の枠組みが観光資源として機能している。国内でも同連合の町村が2015年現在で60存在するが、フランスのように十分観光振興の機能を発揮しているわけではない。他方、行政に頼らず高齢者が「まち歩き観光」を10年以上続ける住民の主体的な観光への関与が顕著な例(奈良県高取町)もある。

そこで本研究では、先進地フランスとわが国における「観光の枠組み」による地域活性化の事例や国内の高齢者の主体的な観光の取り組み事例から高齢化社会における新たな観光地モデルを提案する。具体的な事例として、環境や暮らしを守りながら観光の村としてのネットワークシステムを構築している「最も美しい村」の2国間比較。高齢者が主体的に関与する「まち歩き観光」などの事例研究、少子高齢化が進む中、観光の担い手として主体的に取り組む国内事例を基点として、高齢化社会における「住民主導型の観光マネジメント」を理論と実務の両面から考察し、わかりやすいケースメソッドを開発する。これは、今後増加が見込まれる訪日外国人観光客の受け入れ先としてだけでなく、高齢化が進展する我が国の地方の自立につながる有益な示唆を提供できると思われる。

3. 研究の方法

本研究では、高齢化社会における観光の取り組みや、地域の課題についての先行研究を中心としてレビューを進め、先進地フランスにおいて農村が多様な観光客を受け入れ、自立している実態を半構造化したインタビュー等の定性調査によってその枠組みと、経済基盤の脆弱な町や村であっても観光客を惹きつけるブランド戦略を明らかにする。また、国内の同じ仕組みの村連合との2国間比較においてその違いを明らかにする。具体的には国内の「最も美しい村」連合における宿泊施設へのアンケート調査、自治体への調査などによって、「住民主導型の観光マネジメント」の方略を集約しまとめ上げる。その結果から、地域の価値を向上させる住民の推進力を、理論と実務双方から検討、集約し論文として発表すると共にわかりやすいケースメソッドを開発し、国内外の学会及び自治体等に広く公表するものである。

4. 研究成果

本研究は、2020年当初に発生した新型コロナウイルス感染拡大により研究計画の修正が必要となった。そのため、当初の計画を修正しつつ、COVID-19の影響を加え、従来の計画にできるだけ沿った内容で研究を延長して実施した。以下はその研究成果である。

(1) 日本商業学会関西部会での口頭発表(2018年9月15日)

高齢化社会における観光のブランドマネジメント フランスの事例より

研究報告では、先行研究に続き、小規模自治体が高品質な資源を保持しつつ、観光による過疎地の活性化を図る「フランスの最も美しい村」連合の活動に着目し、そのブランドマネジメントが30年以上継続し、発展している成功の実態を連合会長及び事務局長へのインタビューで明らかにした。

・フランスの最も美しい村連合の概要（図表 1-4）

フランスの 2000 人以下の村の数は、32,000 村で、連合の加盟数は 157 村（14 地域、69 の県）（2017 年 9 月現在）である。その平均人口は、600 名で 11 万人の村民が居住している。連合加盟のための会費は、各村民 1 人あたり 3€となっている。各村への訪問客は約 3 千万人で、この村連合を運営する事務局職員は、3 名の専任と 1 名のパート職員で構成される。連合の運営費は、運営費として 3800 ~ 4000 万円が計上されている。

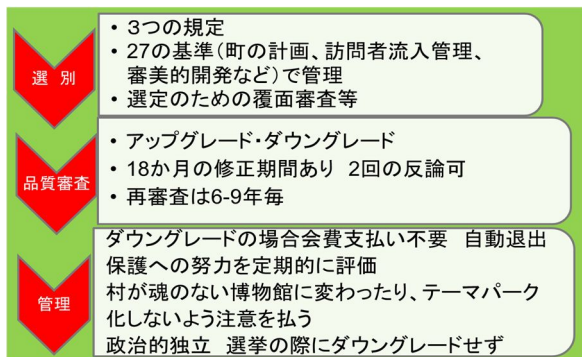
図表 1 は、ブランド管理のプロセスを示し、図表 2 は評価委員会の活動、図表 3 は品質委員会での規定と活動を表している。図表 4 は、開発委員会活動内容を表している。

Concept	村の経済発展と遺産の保護のため「最も美しい村」連合というブランドを構築し、ネットワークによる品質管理を厳格に行い、評判を高める観光関連の経済活動を促進する。
Objectives	「フランスの最も美しい村」の保護・宣伝・開発
Mission	村の建築、環境、遺産計画、コミュニケーション活動を通じ村の優れた特徴を宣伝し、その評判と住民の利益を統制された経済発展につなげて成し遂げることを各村に奨励する
Strategy	品質・評判・開発
Management	3つのCommittee 村長、議会、事務局で運営

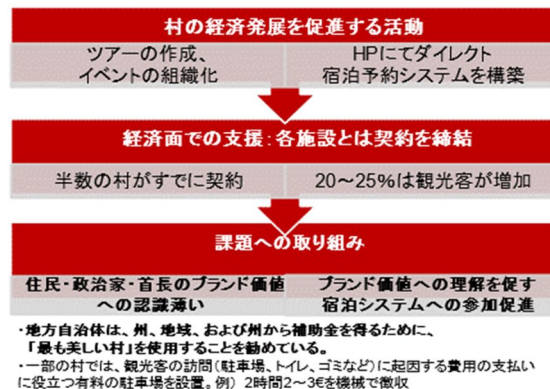
図表 1 ブランドマネジメントプロセス



図表 2 Reputation Committee



図表 3 Quality Committee



図表 4 Development Committee

上記に加えて、日本とフランスの「最も美しい村」連合の比較と、各国の連合の状況が報告された。

(2) サービス学会での論文発表「日本で最も美しい村」における実証的研究 宿泊施設のサービス提供の現状と課題 サービス学会第 8 回国内大会 2020 年 3 月 12-13 日

「日本で最も美しい村」連合は、64 の自治体が加盟している（2019 年現在）が、設立からすでに 15 年が経過しており、フランスの同連合と比較して、観光的付加価値を活かした集客や不動産価値の創造が十分達成できていない。そこで今回、「日本で最も美しい村」連合の課題を明らかにするため、行政への聞き取り調査は、2018 年 8 月に行われた。連合に加盟している自治体の宿泊施設を対象に観光客の実態と宿泊施設の経営者の意識調査を実施した。同時に定性調査として鹿児島県、兵庫県、京都府における宿泊施設の経営者を対象に運営形態、宿泊客の属性、連合についての効果、自社の情報発信やイベント企画、課題等了解を得てインタビュー調査を行った。これらの定性・定量調査は 2019 年 10 月から 2020 年 2 月にかけて行われた。得られた知見：本研究から連合にとって次の課題が考えられた。

- ・宿泊施設の経営者の高齢化、過疎化による経営環境の厳しさ、事業継承の課題
- ・連合発足から 15 年を経て、これまでの取組の振り返りと今後の活動の修正等の検討
- ・会員自治体、観光協会、観光関連事業者の連携とマーケティングの視点を取り入れる必要性
- ・「最も美しい村」が提供するサービス製品のコンセプトづくりと地域での共有と品質管理

今後の対策として、地道な広報宣伝が欠かせないが、例えば「最も美しい村」の“最も美しい時期”の告知と美しい景観や体験ができるメニューの考案、閑散期のイベントや宿泊プランの発信、夏の時期にアーティストに空き店舗を貸して作品を展示・販売してもらうような取り組みなどが考えられる。それぞれの地域には新鮮な農産品やそれらを育てている人々がいることも大きな魅力の一つである。村の営みを知ってもらえる農家民宿やシェアハウス、古民家活用など多様な宿泊施設の活用も一つの方法となる。

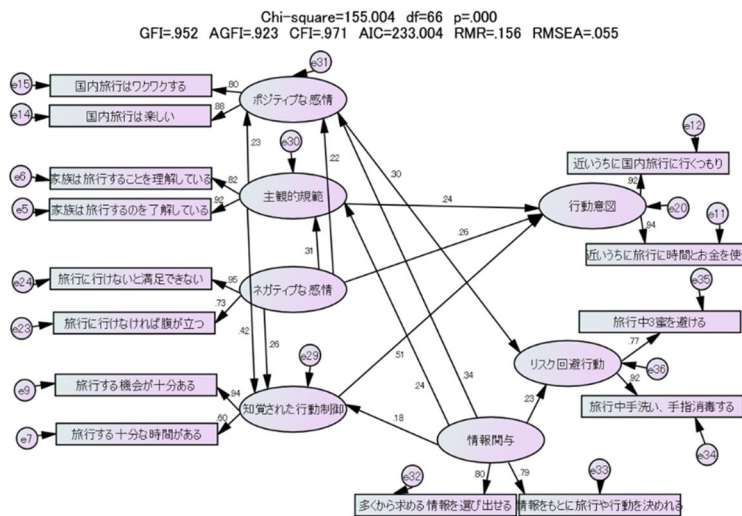
(3) サービス学会での論文発表 特集「ツーリズムと地域資源」(2021年3月12日)

消費者の観光行動に及ぼす COVID-19 の影響 - 今後の地域観光の可能性を探る

COVID-19 の世界的な流行は、2020年3月末までにほとんどの国の旅行制限に拡大した。都市の国際線到着後の検疫、自主隔離など前例のない対応と、この感染症が未知の領域であり、その不可解さは、社会、経済活動の予測を困難なものにしている。今後感染が収まる、あるいはワクチンが普及する環境下で、消費者行動を予測し回復に向けて対策を打つことは大変重要と思われる。そこで本研究では、3つの観点から考察を進める。Step1では、感染が収束に向かう中、消費者が国内旅行を計画し、行動に移すかどうかを予測する。Step2では、今後の観光行動は混雑を回避し、より自然豊かな志向が増えると仮定し、国内の地域資源「最も美しい村」から5つの地域を提示して観光目的地としての可能性を探る。Step3では、Step1・2の結果を踏まえて、国内旅行へ行く可能性がある消費者像を提示し、地域の観光マーケティング活動に関連する実務的な提案に繋げる。

先行研究より、旅行に対する態度、社会的規範、知覚された行動制御が、旅行への意図や行動へどのような影響を及ぼすかを探索するとともに、旅行への欲望や感情、製品購入際して購買に関する意図、消費行動に影響を与えると思われる変数を用いてモデルを検証した。調査にあたっては、パンデミック時の消費者行動を説明する基礎理論として計画行動理論 (TPB) (Ajzen 1985) を採った。

調査は、COVID-19 の感染が落ち着いた時期に消費者の国内旅行に行くという行動意図の先行要件と人々が意図を変更したり、行動の実行を妨げたりする要因を明らかにすることを目的とした。実施は、2020年10月12日～10月14日、対象は2017年以降に宿泊を伴う旅行へ行っ



ことがある方(ビジネス目的は除く)で首都圏、阪神圏を中心に在住の26-35歳/36-45歳/46-55歳/56-65歳]で各均等になるよう調整した計440名のアンケートモニターに対してWebにて実施した。

調査の結果を仮説モデルに当てはめ、検証を行った結果、モデルの適合度は、カイ2乗=155.004, 自由度66, p値=.000, GFI=.952, AGFI=.923, CFI=.971, AIC=233.004 RMR=.156, RMSEA=.055となった(図表5)。

図表5 仮説モデルの修正後

得られた知見：この調査の結果から国内旅行に行くという行動の先行要件である行動意図には、予測されるポジティブな感情、予測されるネガティブな感情、主観的規範、知覚された行動制御が影響するこれまでの理論が検証された。そして新たに感情が行動意図へも直接影響することが明らかになった。日本では、世間体という周囲の意見を気にすることから予想されるネガティブ感情から主観的規範を媒介として行動意図への影響がみられた。今回追加した潜在変数「リスク回避行動」は、一定の影響があった。また、情報の影響もさまざまな影響があったことは、今後の観光地のマーケティング戦略のプロモーションの参考になるのではないと思われる。特に自宅で自粛生活が始まって以降の旅のテレビ番組やビデオ、SNS等に加えてガイドブックなどの媒体への接触はデジタルだけでなく紙媒体も重要であることを気づかせてくれた。課題としては、旅行という快楽的な消費行動と公衆衛生とのパラドックスに対応する規範と感情といった先行研究を深める必要がある。実務的には情報の重要性が明らかになったことから観光地は安全であることのメッセージの発信やSNS等だけでなくきめ細かく広く媒体を使ったPRも要求される。都市から離れた目的地は、リピーターや会員組織などへの働きかけにより信頼できる情報を共有することも有効であろう。

(4) 国枝よしみ・岡田晃編著(2023)『経営の視点から考える「新しい観光学」』千倉書房

本書は、観光に関する歴史から観光産業および地域の観光に関わる基本を経営の視座で捉えた教科書及び解説書で14章から構成される。本書のねらいは、国内外の先行研究を提示しながら、観光の歴史的発展や学術面の理解を踏まえた上で、観光産業に関わる発展過程を知り、観光産業

の経営の仕組みや、地域の観光政策やまちづくりを理解し、観光の持続可能な発展を考える力を養うことにある。このことは、これまであまり強調されてこなかった「経営の視点」が、今や我が国の経済活動の柱の一つである観光という現象を捉えるためには重要であると認識しているからである。特に 2020 年当初に拡大した新型コロナウイルスによる感染拡大は、世界中の人々の行動やほぼすべての産業に多大な影響を及ぼした。中でもそれまで好調であった観光産業やそこに従事する人々が受けた影響は計り知れない。

そこで、地域の観光に関しては、「第 14 章観光まちづくり」でアフターコロナ時代に一層注目される観光まちづくりの考え方に言及している。具体的な事例としては、町全体で進める体験交流型観光、農業×観光まちづくり、教育旅行等を中心とする「農泊」による観光まちづくり、ワーケーションによる観光まちづくりなど 10 の事例を掲載した。後にこの数年間の出来事は総括され、歴史に刻まれると思われるが、観光という潮流が壊滅的なダメージからどのように回復の道を辿ったか、が研究され、将来共有されることで、再び起こりうるであろう危機に備えることができると祈念する。近い将来パンデミックが収束し、観光が新たなフェーズでどのように成長していくのか、テクノロジーの発展と共に将来の世代に繋がる持続可能な観光を展望する。

(5)「日本の最も美しい村」連合加盟自治体意識調査 2023 年論文投稿予定

本研究は、これまでの「日本の最も美しい村」の取組に焦点を当て、加盟自治体の現在の活動状況や課題などをアンケート調査によって回答を得、その実態を明らかにすることで、今後の活動に関して提案を試みる。調査は、2022 年 12 月 7 日～12 月 28 日にかけて実施された。

得られた知見(一部): 加盟後の変化として、知名度が上がったとしたのは 57.4%、でどちらともいえないが 34%、当てはまらないが 8.5%で、約 4 割の自治体は知名度向上を実感していないようである。

連合加盟の効果としては、以下のことが挙げられた。

- ・地域の環境美化活動が活発化する
- ・地域の観光振興につながる
- ・地域住民の美しい村づくりのための意識の向上
- ・地域の活性化につながる

以上のことから「日本の最も美しい村」連合に加盟することが、地域の持続的な発展や美しい環境の維持につながる重要な取り組みとなっているだけでなく、進展する少子高齢化社会における自治体の取り組みの好事例につながると考えられる。

これまでの研究結果から、フランスと日本の「最も美しい村」の比較から、前者は、EU 圏内に位置することからインバウンド観光と国内旅行と合わせて観光活性化につながっていると考えられ、後者は、より住民主体のまちづくり型として連合が維持され、同時に村の観光資源の維持管理に繋がっていると考えられる。本研究の成果として、これをケースメソッドとして今後取り纏め広く公表する予定である。なお自治体の調査結果の詳細は、2023 年度学会発表を予定している。

参考文献

- ・Ajzen, Icke (1985)From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior, Action Control, 11-39 .
- ・一般財団法人地方自治研究機構(2014)高齢者が活躍できる場を拡大するための自治体支援策に関する調査研究.
- ・国枝よしみ・岡田晃編著(2023)『経営の視点から考える「新しい観光学」』千倉書房
- ・国立社会保障・人口問題研究所(2013)日本の将来推計人口 平成 24 年 1 月推計の解説および参考推計(条件付推計) - , p.54.
- ・Nikitina, Olga and Galina Vorontsova (2015), Aging Population and Tourism: Socially Determined Model of Consumer Behavior in the "Senior Tourism." Segment, Social and Behavioral Sciences, 214, pp.845-851.

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計4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 1件）

1. 著者名 国枝よしみ	4. 巻 8
2. 論文標題 新型コロナウイルスによる危機からのレジリエンス レジリエンス概念に関する歴史的アプローチ	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 大阪成蹊大学研究紀要	6. 最初と最後の頁 37-47
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 国枝よしみ	4. 巻 25-28
2. 論文標題 消費者の観光行動に及ぼすCOVID-19の影響 -今後の地域観光の可能性を探る-	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 サービソロジー	6. 最初と最後の頁 63-73
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 オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 国枝よしみ・野村佳子	4. 巻 -
2. 論文標題 「日本で最も美しい村」における実証的研究 宿泊施設のサービス提供の現状と課題	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 第8回国内大会講演論文集	6. 最初と最後の頁 -
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 野村佳子	4. 巻 47
2. 論文標題 感情労働における同輩との関係性と感情自己防衛の影響	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 日本労務学会全国大会研究報告論集	6. 最初と最後の頁 142-149
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4件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 1件）

1. 発表者名 国枝よしみ・野村佳子
2. 発表標題 「日本で最も美しい村」における実証的研究 宿泊施設のサービス提供の現状と課題
3. 学会等名 サービス学会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 国枝よしみ
2. 発表標題 高齢化社会における観光のブランドマネジメント フランスの事例より
3. 学会等名 日本商業学会関西西部会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 Kunieda, Yoshimi, Jeeseon Kim & Kazuyuki Konagaya
2. 発表標題 Does consumer ethnocentrism affect the choice of service products?
3. 学会等名 The 5th TTRA APac Annual Conference (国際学会)
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 野村佳子
2. 発表標題 感情労働における同輩との関係性と感情自己防衛の影響
3. 学会等名 日本労務学会
4. 発表年 2017年

〔図書〕 計3件

1. 著者名 国枝よしみ・岡田晃編著	4. 発行年 2023年
2. 出版社 千倉書房	5. 総ページ数 308
3. 書名 経営の視点から考える「新しい観光学」	

1. 著者名 Weaver & Lawton 著 国枝よしみ監訳 坂井純子・榎本英之・デイヴィス恵美	4. 発行年 2022年
2. 出版社 千倉書房	5. 総ページ数 530
3. 書名 観光マネジメント	

1. 著者名 山本 昭二、国枝 よしみ、森藤 ちひろ	4. 発行年 2020年
2. 出版社 千倉書房	5. 総ページ数 326
3. 書名 サービスと消費者行動	

〔産業財産権〕

〔その他〕

<p>大阪成蹊大学 国際観光学部 教員紹介 https://univ.osaka-seikei.jp/department/global/teacher/87 大阪成蹊大学 外部資金獲得状況報告 https://univ.osaka-seikei.jp/education/fundraising/</p>
--

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	山田 勅之 (Yamada Noriyuki) (40582995)	北海商科大学・商学部・教授 (30112)	辞退
研究分担者	小長谷 一之 (Konagaya Kazuyuki) (50225463)	大阪公立大学・大学院都市経営研究科・教授 (24405)	
研究分担者	野村 佳子 (Nomura Yoshiko) (60583705)	摂南大学・経済学部・教授 (34428)	
研究分担者	原田 弘之 (Hiroyuki Harada) (60966266)	大阪成蹊大学・国際観光学部・准教授 (34437)	

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