

令和 2 年 7 月 9 日現在

機関番号：24602

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2016～2019

課題番号：16K02076

研究課題名(和文)土産品を確立・存続させる要因と観光振興の経済効果

研究課題名(英文)The factor in consolidated a recognition as souvenir and the economic effect of tourism promotions

研究代表者

津田 康英(Tsuda, Yasuhide)

奈良県立大学・地域創造学部・准教授

研究者番号：10275349

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,400,000円

研究成果の概要(和文)：観光消費の中でも、特に観光物産に関する観光支出は地域経済への貢献が高く、消費の域内流入として注目されている。本研究では「みやげ品小売り」の上位地域について、その特徴を明らかにし、販売機会を類型化した。観光物産の販売機会がある地域には土産品店が集積していることが多いが、これについて経済モデルを用いて集積効果と端数効果を理論的に示した。近年、多くの地域では地域振興に資するものとして地域資源を活用した商品開発に期待が寄せられているが、本研究では観光物産化することに伴う諸問題を示した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

土産品店が寺社の参道やその最寄り駅に多いことは経験的に知られている。本研究では商業統計を用いて「みやげ品小売り」の上位地域の特徴に基づいて販売機会の類型化を行った。土産品店の集積地では他の商業集積地より販売効率が高い地域があることを示し、経済モデルのシミュレーションによって集積の経済と端数効果があることを明らかにした。多くの地域では、疲弊した経済の再生が課題となっており、観光振興による消費の域内流入に期待が寄せられている。地域の加工品を観光物産にする取組においては、製品の完成度を重視する傾向になることが多いが、販売責任の明確化や店舗への誘客、地域イメージとの摺合せが不可欠であることを明示した。

研究成果の概要(英文)：As the tourism consumption, the souvenir expenditure in particular brings the inflow of the consumption, expectation that there are quite a few contributions occurs for regional economy. In this study, we classified the sales opportunities in the upper-positioned area of "the tourist souvenirs retail" and clarified a local characteristic the type based on them. It was found that there were economies of agglomeration to exist the higher sale efficiency in a cluster of souvenir shops. We clarified that there was a fraction effect from a theory model. The souvenir developed from local specialties for sale attracts expectation and there are lots of efforts by local governments. We described some problems to incur when a product made from local specialties was sold as a souvenir.

研究分野：商学、地域マーケティング論

キーワード：観光物産 地域資源 地域振興 観光振興 観光消費

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

疲弊する地域経済の再生策の一つとして観光振興によって交流人口を増やし、地域の賑わいを取り戻すとともに、観光による消費の域内流入に期待が寄せられている。旅行先における観光支出で最も大きいのは宿泊費であるが、十分な宿泊施設が確保できない地域や交通アクセスの改善から日帰り旅行圏が拡大する現状を考えると、飲食や土産品に対する消費支出は地域経済への貢献度を高めることが期待される。旅行者にとってもこれらの充実が旅行先での体験価値を高めることに結び付く。土産品などの買い物費は観光消費で一定の割合を占めると想定され、観光客の購買行動や産業連関表により経済的波及効果などが求められてきた。その一方で土産品店の集積効果や土産品の販売機会に関する考察の機会が多くはなかった。また地域資源を用いた商品化については検討されてきたが、それを観光商品化するプロセスについての考察は多くはなかった。

2. 研究の目的

地域経済を再生する手法として多くの自治体が観光振興による地域の活性化に取り組んでいる。政府も地方創生の交付金をいくつか取り揃え、その動きを後押ししている。土産品に対する観光消費は宿泊観光や日帰り観光に関わらず旅行者だれもが行うものと期待され、地域経済への貢献度の高い消費の域内流入として注目される。本研究の目的は、地域資源を活用した加工品が観光商品化するプロセスの考察するために現地調査を行い、それに伴う諸問題を明らかにすることである。また、これまで土産品の販売機会がある地域の実態を把握し、観光地などにみられる土産品店の集積についてその効果を検討するものである。

3. 研究の方法

(1)平成 28 年度の研究方法は、事前研究、現地調査、事後研究で進めた。まず事前研究では土産品を巡る状況を把握するために商業統計を精査し、空港やサービスエリアの売店における各種資料からランキング・データを追加したうえで、売り手側のデータベースを構築した。買い手側の数量データに関しては各自治体が公表している各種観光統計資料を活用した。また、書誌検索等を利用して調査事例データの収集にも努めた。次に、現地調査では、既に著名な土産品を販売している観光関連事業者や各種地域団体から聞き取り調査を行った。まず調査地として、東日本大震災の落ち込みから入込観光客が回復傾向にある房総半島において、観光客の土産品購入に関する観察調査を行い、中心的存在である道の駅「とみうら」の関係者に対して最近の消費動向の聞き取り調査を行った。また、式年遷宮以後の落ち込みから緩やかな回復傾向にある伊勢神宮周辺においては、観光動線の態様と観光消費について現地調査を行った。平成 25 年から年平均 1 割増の観光入込客がみられる沖縄地域において、土産品店の分布や地域産品の土産品化の状況に関して現地調査を行った。そして、事後研究はそれらの調査内容を研究会及び学会において報告を行った。

(2)平成 29 年度の研究方法は、事前研究、現地調査、事後研究で進めた。まず事前研究では、本年度新たに公表された空港売店やサービスエリアにおける土産品売り上げに関する各種ランキング・データを追加して、売り手側のデータベースの充実に努めた。買い手側の数量データに関しても本年度に各団体が新たに公表した各種観光データを活用してデータベースの充実に努めた。また、書誌検索等を利用して調査事例データの収集にも努めた。次に、現地調査では、既に著名な土産品を販売している観光関連事業者や各種地域団体から聞き取り調査を行った。まず調査地として、近年観光振興に力を入れている名古屋市を中心とする地域において、観光行政に携わる担当者、主要交通ターミナルの販売責任者、地域の著名な土産品製造業の営業担当者から中部地方の土産品開発と販売に関する現状と取組について聞き取り調査を行った。また、長野県中信地域の観光拠点である松本市においても観光行政に関わる担当者、商工関係の担当者から土産品販売の動向について聞き取り調査を行った。この他、地域産品を活用して独自の土産品を製造販売し、地域振興のモデル道の駅に選定されている「とみうら」¹「もてぎ」²「萩しーまーと」の運営担当者へも聞き取り調査を行っている。これと併せて、栃木県、千葉県、滋賀県、奈良県、山口県、長崎県、熊本県で新たに設けられた道の駅とその近隣にある産直施設で土産品に関する観察調査を行った。そして、事後研究ではそれらの調査結果を研究会及び学会で報告を行った。

(3)平成 30 年度の研究方法は、事前研究、現地調査、事後研究で進めた。まず、事前研究では、新たに公表された売り手側と買い手側のデータを活用してデータベースの充実に図った。次に、現地調査では、著名な地域振興施設の指定管理者（株式会社かほく・上品の郷、遠野ふるさと公社、株式会社田園プラザ川場）に対して、地域資源を活用した土産品の企画・販売に関する継続的取組みについて聞き取り調査を行った。また、平成 30 年度より地域資源を活かした土産品を企画し、営業地域の主要バスターミナルでの販売を始めた事業者（奈良交通）に対しては、商品コンセプトやターゲットの選定、製造業者との連携方法に関する聞き取り調査を行った。この他、鹿児島、宮崎、山口、広島において土産品紹介や土産品製造に携わる担当者からも聞き取りを行った。これと併せて北海道、東北（岩手、宮城、山形、福島）、中部（新潟、静岡、愛知）、関西（大阪、兵庫、奈良、和歌山）、中国（島根、広島、山口）、九州（宮崎、鹿児島）の交通ターミナル、サービスエリア、道の駅などで、店頭商品の品揃えの比較について観察調査を行った。そして、事後研究ではそれらの調査結果を研究会及び学会で報告を行った。

(4)平成 31・令和元年度の研究方法は現地調査と事後研究で進めた。まず、現地調査は地域を代

表する特産品の健康効果をアピールすることによって交通アクセスに関しては不利であるにもかかわらず交流人口を増やし、観光消費を促す取り組みを行っている香川県小豆島町と愛媛県内子町において聞き取り調査を行った。また、訪日外客が予想以上に伸びているという近年の状況を踏まえて、ここ数年で訪日外国人の増加が著しい岐阜県飛騨地方や金沢市、これからの伸長が見込まれる愛媛県東予地方や広島県東部、岡山県、秋田県において店頭の観察調査や聞き取り調査によって観光物産の販売動向や観光消費を促す新たな取り組みの把握につとめた。これと併せて、東京都内にある自治体のアンテナショップを対象として、全国自治体の観光物産の取扱い状況や販売実績等について実態分析を行った。次に、事後研究では、それらの調査結果を研究会及び学会で報告を行った。

4. 研究成果

(1)第一の研究成果として土産品の販売機会がどこにあるのか、地域別の特徴を類型化したことがあげられる。1966年の調査開始から最後に公表された2014年までの商業統計の「みやげ品小売り」の年間販売額をみると、上位10位で全国の半分近い割合を占めていた。調査年ごとに順位の変動がみられるものの、常に10位以内に入っているのは北海道、静岡県、長野県、東京都と京都府の5つであり、この5地域が占める割合は平均して約3割になっていた。5地域の内訳をみると、観光土産品の販売機会は県外と県内観光地の結節点となる交通ターミナルになっているか、魅力ある観光資源が集積していて宿泊をするだけの価値のある地域であることが浮かび上がった。北海道は交通ターミナルになっている市の販売額の割合が大きく、これと似た特徴があるのは沖縄県であった。静岡県は県庁所在地では販売額が少なく、観光都市が大きな割合を占めていたが、これと同様の特徴がある県として、岐阜県や三重県、大分県があげられる。高山市や伊勢市、別府市は著名な観光都市であり各県では最も販売額が大きい地域であった。長野県は中心市である長野市が著名な観光地になっているが、これと同様の特徴がある県としては奈良県、愛媛県、長崎県があげられる。東京都と京都府は中心地に販売額が集中しており、平均すると特別区は7割台後半、京都市は8割台半ばを占めていた。これに近いのが大阪府で、大阪市の割合は6割を割り込むこともあったが、平均すると7割であった。また空港ターミナルにおける商品の販売順位の時系列推移を地域ごとに比較してみると、地方になるほど上位の変動が少ない傾向にあり、当地の定番商品が旅行土産となっている実態が明らかとなった。これらの成果は、代表者が「土産品小売りに関する予備的考察」「みやげ品小売の変遷について」として学会で報告するとともに代表者の論文「『みやげ品小売』の上位地域に関する考察」として公表した。

(2)第二の研究成果として、土産品店の集積に関して集積の経済と端数効果があることを明らかにした。土産品は訪問先の購買状況で関心が高まり、いくつかの商品を見て回ることで、買回品の性格を帯びるが、その一方で限られた旅行時間の中で探索時間が十分に確保できないことがある。寺社の表参道や遊園地や観光スポットの入り口付近には土産品店が集積していることは観光客の購買行動に好ましい状況を提供している。土産品店の集積地区とその他の商業集積地区を販売効率の観点から比較してみると、土産品店の集積地区が高くなっているものがあることを商業統計によって明らかにした。観光客の効用関数と土産品探索費用を加えた予算制約式から買い手側の商業集積効果を示した。平均生産費用と賃借料から平均総費用曲線を想定し、平均売上高曲線との差から、売り手側の商業集積の利益曲線を明示した。さらにコブダグラス型の効用関数を用いて数値シミュレーションを行い、土産品の販売実態を考慮に入れると端数効果が生じることが分かった。端数効果に注目して定額の商品を開発するか、もしくは共同発送などの工夫の余地があることを提示した。これらの成果は、分担者が「観光土産の経済分析」「観光土産品の経済分析 - 菓子類を中心として - 」、「観光土産品(特に菓子類)の経済分析 - 土産品小売店の集積メカニズム - 」として学会や研究会で報告するとともに分担者の論文「観光土産品の現状と土産品店の立地 - 菓子類を中心として - 」として公表した。

(3)第三の研究成果として、地域資源を観光商品化するプロセスで生じる諸問題を示したことがあげられる。特産品の加工は農業改善や高度化などの助成金を活用して地域の出荷組合や生産部会の有志によって取り組まれることが多い。こうした商品開発の成功事例は全国に広くみられるが、実際に現地へ赴いて店舗を回ると、地元向けの産直所にしか陳列されておらず、発売後3年ほどで終売になってしまう商品も少なくない。地域で産出する果実や野菜を用いることに注力し商品化まではこぎつけるが、販路が視野に入っていないという指摘が多い。近年では農工商連携ではなく農工商連携(農業の6次産業化)が助成金申請の条件になっているが、当初は生産量が限られ、品質保持の期間が短いなどの要因から大手と連携することは難しく、地域の産直所や道の駅にある地域振興施設を連携先に選ぶことが多い。施設側もオリジナル商品を求めており、他地域との違いを打ち出し、話題作りをしたいという期待がある。しかし、これらの商品の大半は、地域の話題となるだけで終わっている。観光物産の開発に長く関わる製造業者によって次々と持ち込まれる新商品や製菓メーカー大手がナショナルブランドの地域限定商品を開発し、これらが売り場の一角を占めるようになってきている。連携メンバーが増えることによって販売の責任が曖昧になってしまうことがある。地域の産直所や道の駅の立地は交通アクセスに恵まれているところばかりではなく、施設整備の際に誘客や集客を考慮に入れていないことも多い。誘

客や集客が不可欠であるがその費用負担の案分をめぐって利害が対立することもある。闇雲に誘客を試みても観光客が抱く地域イメージと商品との間に齟齬があれば土産品にはなり難い。企業のマーケティング活動ではプロダクトアウトからマーケットインへの発想転換が既に終わっているが、地域資源を観光商品化する取組みではこうした事例は少数に過ぎない。これらの成果は、代表者が「地域振興政策における道の駅への期待」、「土産品小売と道の駅の活用」、分担者が「道の駅設置と観光振興」、「観光列車の運行と沿線地域の活性化に関する考察」として学会で報告し、また代表者と分担者の共同で「『道の駅』設置と農家世帯への経済的効果」、「観光消費における土産の位置づけと地域資源を活かした特産品の開発について」として学会で報告され、共著論文として「地方創生拠点としての道の駅への期待」、「『道の駅』設置と農業生産性効果」、分担者の論文「観光資源発掘のための地域調査：奈良県香芝市を対象として」を公表した。また、分担者は調査資料として「富山の土産品開発」を公表した。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計8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 4件）

1. 著者名 麻生憲一・津田康英	4. 巻 21
2. 論文標題 「道の駅」登録と経済効果	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 立教大学観光学部紀要	6. 最初と最後の頁 91-101
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 麻生憲一	4. 巻 107
2. 論文標題 観光資源発掘のための地域調査：奈良県香芝市を対象として	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 愛知大学経営総合科学研究所『経営総合科学』	6. 最初と最後の頁 51-73
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 角本伸晃	4. 巻 58
2. 論文標題 富山の土産品開発 現状と課題	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 『日本観光学会誌』	6. 最初と最後の頁 46-53
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 麻生憲一	4. 巻 19
2. 論文標題 道の駅の設置と観光振興	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 日本観光研究学会東北支部会『東北紀行』	6. 最初と最後の頁 1-2
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 津田康英・麻生憲一	4. 巻 106
2. 論文標題 地方創生拠点としての道の駅への期待	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 愛知大学経営総合科学研究所『経営総合科学』	6. 最初と最後の頁 27-43
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 津田康英・麻生憲一	4. 巻 27,4
2. 論文標題 「道の駅」設置と農業生産性効果 関西5府県のパネルデータに基づいて -	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 奈良県立大学研究季報	6. 最初と最後の頁 47-61
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 津田康英	4. 巻 30.3
2. 論文標題 「みやげ品小売」の上位地域に関する考察	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 奈良県立大学研究季報	6. 最初と最後の頁 17-38
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 角本伸晃	4. 巻 112
2. 論文標題 観光土産品の現状と土産品店の立地 - 菓子類を中心として -	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 愛知大学経営総合科学研究所『経営総合科学』	6. 最初と最後の頁 19-42
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 -

〔学会発表〕 計14件（うち招待講演 4件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 津田康英
2. 発表標題 みやげ品小売の変遷について
3. 学会等名 日本観光学会中部支部大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 津田康英・麻生憲一
2. 発表標題 観光消費における土産の位置づけと地域資源を活かした特産品の開発について
3. 学会等名 日本観光学会第112回全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 麻生憲一他
2. 発表標題 観光列車の運行と沿線地域の活性化に関する考察 - しなの鉄道・観光列車「ろくもん」を事例として
3. 学会等名 日本観光学会第112回全国大会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 角本伸晃
2. 発表標題 観光土産品の経済分析 - 菓子類を中心として -
3. 学会等名 経済政策研究会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 角本伸晃
2. 発表標題 観光土産品（特に菓子類）の経済分析 - 土産品小売店の集積メカニズム -
3. 学会等名 日本観光学会中部支部大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 津田康英
2. 発表標題 土産品小売と道の駅の活用
3. 学会等名 進化経済学会観光学研究部会（招待講演）
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 津田康英
2. 発表標題 土産品小売りに関する予備的考察
3. 学会等名 日本観光学会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 角本伸晃
2. 発表標題 観光土産の経済分析
3. 学会等名 日本観光学会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 麻生憲一
2. 発表標題 道の駅設置と観光振興
3. 学会等名 日本観光研究学会（招待講演）
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 麻生憲一
2. 発表標題 道の駅設置と観光振興
3. 学会等名 NPO法人ASO田園空間博物館（招待講演）
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 津田康英
2. 発表標題 サテライト活動の総評
3. 学会等名 NPO法人ASO田園空間博物館（招待講演）
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 津田康英
2. 発表標題 地域振興政策における道の駅への期待 - 重点モデル選定「とみうら」の取組を中心に -
3. 学会等名 観光経済経営研究会
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 麻生憲一・津田康英
2. 発表標題 「道の駅」設置と農家世帯への経済的效果 パネルデータ分析にもとづいて
3. 学会等名 日本観光学会第110回全国大会
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 麻生憲一
2. 発表標題 自治体アンテナショップの実態分析
3. 学会等名 日本観光学会中部支部会
4. 発表年 2019年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 麻生憲一他	4. 発行年 2019年
2. 出版社 昭和堂	5. 総ページ数 256
3. 書名 大学的東京ガイド	

〔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	麻生 憲一 (Asoh Kenichi) (90248633)	立教大学・観光学部・教授 (32686)	

