

## 科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 30 日現在

機関番号：34522

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2014～2016

課題番号：26420526

研究課題名(和文) 需要創造型地域観光・交通戦略策定のための調査分析手法

研究課題名(英文) Development of Surveying and Analytical Method on Emerged Demand from Tourism Destination Marketing

研究代表者

西井 和夫 (Nishii, Kazuo)

流通科学大学・経済学部・教授

研究者番号：80115906

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,800,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、エリアのマーケティングとエリアのマネジメントを包含したAMMA(Area Marketing and Management Approach)の基本的な分析枠組みを構築するとともに、いくつかのエリア・マーケティング手法の開発・適用およびエリア・マネジメントの体系的整理を試みた。具体的には、AMMAの基本フレームやLCM(潜在クラス分析)の提案と適用分析事例検討結果についての学術研究集会や国内・国外学術会議での研究論文を発表している。また、AMMA研究を踏まえ、需要創造型地域観光戦略についても対流促進型成長戦略として位置づけた考え方を研究論文として取りまとめている。

研究成果の概要(英文)：This study developed a basic analytical framework of the Area Marketing and Management Approach denoted as AMMA, which is featured with integrating area marketing with area management in tourism destination marketing and management. In this study the developed area-marketing methods were also applied to a few of empirical case studies and the field works related to DMO (Destination Marketing and Management Organization) were conducted to explore their points of discussion to be solved. The results from our trials have been already presented at the international seminars and published in a few international or domestic conferences. For example, it is the issue on a basic framework of AMMA at ERSA conference in 2016 and the paper presented at NECTAR international conference in Madrid in 2017 is concerned with the Latent Class Analysis model (denoted LCA model) which aims to model the market segmentation and location choice of stopover at SA/PA on expressway.

研究分野：地域観光戦略 交通行動分析

キーワード：エリア・マーケティング エリア・マネジメント 地域観光戦略 需要創造 ツーリズム・ディステーション

## 1. 研究開始当初の背景

最近のわが国の休日・観光交通に関する諸研究の特徴を挙げるとすれば、上述の背景をもとに課題対応型の調査分析手法の体系化に向けて、より実践的な取組みがなされている点であろう。西井ら(2004)はすでに、課題対応型調査手法の体系づけ作業に着手し、4つのタイプ(広域周遊観光交通, 自然景勝地型観光地交通, 都市圏休日・都市型観光地交通, 休日地区・イベント交通)に分類して、それぞれについての計画課題とこれらへ対応するための調査—分析—予測評価の流れに即した調査手法の検討を行ってきた。とくにこの中で『都市観光(「都市」を観光する)』は、「都市型観光地交通」のタイプに属するものとして捉えられている。前者に対応する観光資源論・観光地形成論と後者側の観光交通論とは、共通的な計画課題もあれば議論の方向性が異なっていた点もあり、したがって両者を包括し、かつ対応すべき課題に即した新しい接近法(調査分析評価手法)の開発が必要と言える状況にある。(西井・近藤他(2007)参照)また、この着想は、2000年以降の観光立国推進基本法(2006)、そして観光圏整備計画(2008)といったグローバル観光戦略および国土形成論の展開にも対応するものと理解している。とくに複数の観光地の連携により観光客の来訪・滞在を促進する観光圏の形成・整備にとって、都市・地域再生や地域社会の持続的発展を目指した戦略的展開に重要な役割をもつことは明らかである。

一方、人口減少及び生産人口減少期を迎え、都市圏における土地利用(地域資源や産業集積基盤)と交通システムとの関係性に注目することにより、こうした都市圏構造に起因する都市経済問題の解決という都市活動システムに関する計画課題への取組みも必要となってきた。都市圏の経済的活力向上には、

まず顧客対象としての都市圏内および都市圏内外の交流人口の確保が不可欠となる。またこれら顧客の都市的活動(都市圏における都市観光・都市型観光)を支える基盤施設整備を前提として、都市圏での魅力的で活発な購買・消費活動需要の創出を促すとともに、都市圏の持続的発展に有効な都市・交通戦略が求められている。

ここで『都市観光』とは、「都市居住者にあつては日常生活から離れ、また都市来訪者にあつてはその訪問・滞在を通じて、当該都市において非日常的な時間・空間を過ごす(消費する)活動」と定義できる。この非日常の時間空間は、訪問者にとっての表現であり、そこにはそのサービスを提供する日常的な提供者(別の都市居住者)が存在し、後者にとっては祭りやイベントを除けば日常の時間空間なのである。その意味で、都市観光をどのように捉えるべきかについて、当該都市への訪問者がどのような非日常的な時間空間でのサービスを期待しているのかという論点だけでなく、都市観光に関係するサービスを提供(供給)する側(行政や交通事業者そしてサービス業観光関連事業者)の魅力的で持続的な受け皿づくりもまた重要な論点となる。このように都市観光需要は多様な主体による形成されるが、さらに上述した人口減少社会の到来を背景として、もはや都市・交通戦略においては需要を予測するのではなく、如何に需要を創造できるかが必要で、そのためにはやはり市場を創造する「マーケティング手法」に依拠することが基本であると認識したのである。

## 2. 研究の目的

(1) 観光地アクセス交通における休憩施設サービス改善マーケティング戦略と周遊活動パターンとの関係性把握分析

ここでは、AMMAに基づく定量的マーケティング

ング・リサーチ手法の開発適用を検討する。

まず、特徴的な観光交通需要分析研究事例を対象とした観光マーケティング・リサーチ手法および既存の観光まちづくり事例をもとにエリアマネジメント手法のレビューを実施する。次に、ツーリストの観光地アクセス交通行動と観光周遊行動との両者の関係に着目して、観光地アクセス交通における高速道路等の休憩施設立寄りおよびアクセス途上の立寄り行動への誘導等のマーケティング戦略が需要者側の観光活動パターン形成に及ぼす影響把握を明らかにするために、その調査-分析-政策評価のための方法論的検討を行う。

(2) 魅力ある持続的な観光地形成のための地域観光・交通戦略に関する政策分析手法の体系化

2つ目の課題では、観光まちづくりと連動した地域観光交通マネジメントに関する具体的なケーススタディ調査を実施することにより、その分析結果を踏まえながら、全体としての観光地（圏）形成のためのマーケット側からの地域観光・交通戦略の策定・評価方法について、AMMA に基づく方法論の体系化とその有効性を検討する。

### 3. 研究の方法

研究方法としては、まず既存観光地交通調査/観光交通行動手法の課題整理として、申請者等による既存調査研究に関するレビューを通じて、調査・分析手法上の方法論的課題の抽出とこれまでの休日観光交通に関する計画課題の見直しを行い、AMMA における分析課題を明らかにする。

次に、自家用車で観光地へアクセスしようとするツーリストにとっては、高速道路休憩施設サービス等の観光地アクセス途上・立寄りサービスが彼等の周遊行動特性にどのよ

うな関係性を有するかを明らかにする。具体的には、高速道路の SA/PA を調査対象とした一連の観光活動需要に関する定量的な観光マーケティング手法の開発適用を行う。まずサービスエリア活動調査にもとづき、休憩施設利用要因構造を同定化し、SA/PA 施設サービス改善のマーケティング戦略の効果計測に関する分析手法を実証的に検討する。

次に、観光まちづくりに関する政策論的考察を踏まえ、政策科学における定量的分析手法の提案をより実践的なフィールドワークを通じてその有効性を検討する。具体的には、伊勢神宮式年遷宮交通マネジメントでの「観光まちづくり」事例研究等を取上げ、交通マネジメントを如何に長期的なエリアマネジメント戦略の展開へ結びつけ、「観光まちづくり」へシフトさせるかが論点であり、そのための政策分析手法の全体的枠組みの提案を行う。

### 4. 研究成果

(1) AMMA に基づく需要創造型地域観光・交通戦略の分析枠組みの構築

本研究は、基本的な考え方としてAMMA (Area Marketing & Management Approach) に基づき、従来型の自然景勝地型観光を含めた形での都市観光における圏域の空間的広がりに着目して、対象エリアの圏域形成と持続可能性との関係性に関する分析枠組みを構築した。AMMAにおいては、観光サービスの地域財としての性質（稀少性・同時性）を踏まえ、その生産・消費が同時になされる「観光ディステーション」を、その財サービスの内容を規定する観光活動 (tourism activity) と、場(place)としてのエリア(area)の役割・機能とに分けて捉えられていること特徴的である。本研究では、「エリア」の空間的広がりに着目する意義・意味合いを明ら

かにした。また、観光地の圏域形成のあり方をエリア・マーケティングの課題の一つとして位置づけ、望ましい観光圏域形成の議論の中で分析者が捉えるべき圏域の空間的広がりをどのように定義すべきかについて考察した。その結果、従来のKolbに代表される都市観光マーケティングの手順をベースにしながらも、分析者が対象とすべき圏域の設定・形成の議論をより客観的に進めるためには、エリアイメージの構造的把握およびエリア・ブランディング・プロセスのモデル表現を組み込んだ分析方法を提案した。

さらに、対象エリアの圏域全体としての持続可能な経済成長を促す「地域観光まちづくり」のテーマを取上げ、それとAMMAにおける「エリアのマネジメント」との関係について考察した。本論文では、最近の観光マーケティング研究において注目されているDMOを取上げ、最新の欧州におけるDMOの事例を参照しながら、DMOに関連する課題整理を試みた。結論的には、AMMAにおける観光ディステーションの持続可能性のためのマネジメントを考えると、ここで示されたDMOの諸課題への対応やその解決は容易でない。とりわけ、日本型DMOのあり方を考える際には、エリアの圏域形成と持続可能性のための包括的なマネジメントを想定した活動組織の構成（組織体制）およびDMO活動の役割等について、個別の適用圏域における固有な地域課題とマネジメント環境の両者を見極めながら議論を積み重ねていくことが求められよう。また、わが国の場合に「『住んでよし、訪れてよし』の観光まちづくり」を目指した地域・都市づくりにおけるエリアのマネジメントが中心的課題になる場合には、DMOにおける行政の役割（公共のための組織としての役割）あるいはエリアのステークホルダーとしての地域住民の役

割（非営利組織の役割）を明確にしていくことが重要であるといえる。

(2) AMMAに基づく定量的分析の事例研究：観光地アクセス交通における休憩施設サービス改善マーケティング戦略と周遊活動パターンとの関係性把握分析

本事例研究は、観光ディステーションとしての高速道路休憩施設(SA/PA)への立寄行動モデルの構築を通じて、SA/PAサービス特性やその改善による利活用促進マーケティング施策とSA/PA立寄り利用者の周遊活動パターンとの関係を明らかにするものであった。その詳細な分析内容は、発表論文に譲るが、研究成果としては、以下の諸点が挙げられる。

本事例研究の目的は、長距離観光・レジャー目的ドライバーの高速道路 SA/PA 立寄行動に関する意思決定パターンのマーケット・セグメント化を行うことにある。ここでのマーケット・セグメンテーションは、従来の SA/PA 立寄の有無と場所選択行動の意思決定構造のネスティッド型の離散選択モデル構築において採用されていたアプリアリに高速道路利用距離等の個人・旅行属性によるセグメント化ではなく、潜在セグメントに着目したマーケット・セグメンテーションの分析方法を開発することとする。こうしたドライバーの SA/PA 立寄り行動は、いくつかの潜在クラス要因によって規定されるものと仮説することにより、潜在クラス分析(Latent Class Analysis: LCA)を適用することとし、本研究における潜在クラスモデルの同定化とパラメータ推定法を明らかにするとともに、立寄り行動に関する過年度調査データを用いた実証的なモデル構築を行った。

具体的には、順序づけ 2 項ロジット

LCA モデル (Ordered Binomial Logit-typed LCA model) を基本構造とし、共変量を考慮有り/無しそれぞれの場合について潜在クラス数とその相対規模パラメータを推定した。

その結果、共変量を考慮した2クラスモデルが最も適合性が高いことがわかったが、マーケット・セグメント構造としては、以下の諸点が明らかになった。

今回の2クラスモデルのパラメータ推定では、「休憩施設ブランドセグメント」を規定する観測変数の中には実際に立寄った SA/PA に関する情報しか持ち得なかったものもあった。そのために各「SA/PA ダミー変数」の形あるいは共変量モデルの観測変数（「認知度」や「利用目的」）としての導入となり、結果として2つの潜在クラスを規定する潜在因子を明確に分離する結果にはならなかった。しかし、SA/PA ダミー変数は強い規定力を持つことがわかったので、今後は観測変数としての「各 SA/PA の利用満足度水準」や「ブランド・イメージ」などの説明変数を導入することが考えられる。

一方、共変量を考慮した LCA モデルのパラメータ推定においては、ドライバー側の潜在クラスを規定するいくつかの観測変数が有意な変数があることがわかった。とくに、高速道路利用距離（「入口・出口間距離」といった「休憩施設立寄充足ニーズセグメント」を有意に規定する観測変数であり、筆者らによる既存研究のアプリオリな「高速道路利用距離」（帯）によるセグメント化を支持する結果となった。

なお、潜在クラス分析におけるパラメータ推定法に関しては、EM アルゴリズムに基づく統計ソフトを利用したためにもパラメータ数の設定等の制約もあり、計算方

法の改善等が今後の課題である。

### (3) 国内外の位置づけ・インパクト、今後の展望

まず、AMMA の基本的枠組みについての有用性や意義については、「観光まちづくり」に関連した地域観光・交通戦略の策定や政策評価を的確に行う上で十分対応でき、またその有用性も高いことが示されたと考えている。また、国内外における「エリアのマーケティング」あるいは「エリアのマネジメント」、言い換えれば、エリアの「圏域形成」や「持続可能性」といった研究主題に関しても、本研究で検討してきた分析枠組みに関する論点の重要性は、今後の当分野への研究に一定の示唆を与えたと考えている。

また、今後の研究の展望を述べるとすれば、AMMA におけるエリア・マーケティング やエリア・マネジメントの方法論的な開発や体系づけの検討は十分でないために、さらに多くの実践的な事例への適用を積み重ねる中で方法論的な確立も目指すことが求められる。

さらに言えば、最近の「エリア・マネジメント」に関する議論は、本論で取上げた観光ディスティネーションに関するケースよりも、むしろ民間活力を導入した都心部再開発事業あるいは震災復興事業における地区 (district) レベルのまちづくり (事業ベース) におけるエリア・マネジメントの取組み (事業) に関する諸検討が先行していることから、これらを参考としながら AMMA に基づくエリアのマネジメント手法についてより理解を深めていくことも今後の課題といえる。

## 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計9件)

西井和夫、AMMAに基づく観光のマーケティングに関する基礎的考察、流通科学大学論集-経済・情報・政策編-,第25巻第2号,(印刷中)2017.

西井和夫、佐々木邦明、西田健祐、田名部淳、吉原 俊一、高速道路休憩施設への立寄行動パターンに関する実証的分析、第54回土木計画学研究・講演集、No.54, CD-ROM, 1-12, 2016.

西井和夫、観光まちづくりにおける需要創造型エリア・マーケティング戦略-AMMAの観点から-,第31回日本観光研究学会全国大会論文集,Vol.31,1-6, 2016.

K. Nishii and K. Goulias, Area Marketing and Management Approach (AMMA) in Urban and Regional Tourism: The Conceptual Framework and Challenges, The 56th ERSA Congress in Vienna, CD-ROM, 1-12, 2016.

K.Saito, K. Nishii, K.Sasaki, M. Emori, and K. Yokoyama, Validity of application software as a tool for providing interactive area information, Proceedings of The 22<sup>nd</sup> ITS World Congress in Bordeaux, CD-ROM, 2015.

H.Furuya, K. Nishii, N.Okamoto, and M. Nose, An estimation of international tourism Attraction indexes of East and Southeast Asia and Oceania countries and regions and their application to temporal and spatial comparative analyses, Proceedings of The 13<sup>th</sup> Global Forum on Tourism Statistics in Nara, CD-ROM, 2014.

[学会発表](計4件)

K. Nishii, K. Sasaki, J. Tanabe, and S. Yoshihara, An empirical analysis of decision structure underlying expressway driver's stopover at SA/PA involving the location choice, The paper presented at The 14<sup>th</sup> IATBR Conference in Windsor, CD-ROM, 2015.

西井和夫、岸野啓一、江守昌弘、森山昌幸、観光地交通対策の課題整理：エリアマネジメントの観点から、第29回日本観光研究学会全国大会論文集、85-88, 2014.

西井和夫、観光まちづくりへのAMMAの適用性、第50回土木計画学研究・講演集、CD-ROM, 2014.

K. Nishii, K. Sasaki, J. Tanabe and S. Yoshihara, Empirical Model of Expressway Driver's Behaviors on Stopover at SA/PA Involving The Location Choice, a paper

presented at The 54<sup>th</sup> ERSA Congress in Petersburg, 2014.

6. 研究組織

(1)研究代表者

西井 和夫 (NISHII KAZUO)

流通科学大学・経済学部・教授

研究者番号：80115906