

# 地域資源を活用した地域観光プロモーションにおける需要予測に関する研究

今西衛<sup>†</sup>、本村裕之<sup>†</sup>、工藤順一<sup>‡</sup>、舛田佳弘<sup>†</sup>、山城興介<sup>†</sup>

<sup>†</sup>経営経済学科地域マネジメントコース、<sup>‡</sup>経営経済学科会計ファイナンスコース

研究成果の概要：本学学生が提案している観光ツアーなどが実現可能であるかを判断するため、アンケートデータに基づいた需要予測分析を行った。本年度は、東京都、大阪府の大都市、大分県から近い中核都市である福岡県、そして、大分県を対象に、観光地の認知度、学生が考えた観光促進プログラムの需要予測を行い実現可能性を検証した。学生の考えた観光促進プログラムは、東京都、福岡県からの観光客誘客に有効であることが分かった。関係機関と連携し、観光誘客につなげていきたい。また、これまで認知度が高かったと思われていた観光地も近年は認知度が低いことも分かった。これらについてはPRとともに今後の課題としたい。

## 1. 研究の目的

大分県は「日本一のおんせん県おおいた」を標榜するなど、日本でも有数の温泉地であり観光資源には恵まれている。しかし、豊後大野市は県内で温泉がない自治体の一つである。産業も第1次産業が中心で、高齢化率も38%（県内3位）と高い。一方で、豊後大野市には、ジオパークなどの地域資源が数多く存在するが、これらが顕在化されておらず有効な地域観光資源となっていない。

経営経済学科では、平成27年度よりサービスマーケティングなどの講義を通じて、豊後大野の観光における地域資源の魅力の発見や現状、課題を議論し、NBUチャレンジOITA 地域創生活動報告会 2016 および 2017 (2016年、豊後大野市)、2016年ものごたがり観光行動学会第6回年次大会九州広域観光シンポジウム「普段使いのローカル線『沿線の日常』が注目される観光の時代」(2016年、大分市)、などにおいて、学生おすすめのツアープランを提案し豊後大野のPR動画、ポスターなどを製作した。

本年度も学生自身による豊後大野のプロモーション活動を行った。PR動画プロジェクト、VRプロジェクト、酒蔵ツアープロジェクト、ポストカード・あそぼーいプロジェクトなど多岐にわたった。これらの活動の中で、学生が一生懸命活動を行っているにもかかわらず、その成果が、広く一般に浸透していない結果を踏まえ、学生らは発想を転換し、みんなに動画や写真を撮影し、SNSに投稿してもらう仕組みにいきついた(図1)。

研究代表者らは、こうした学生の提案にエビデンスに基づく提案の補強を行うことで、学生の提案が実現可能であるか判断することを目的とする。

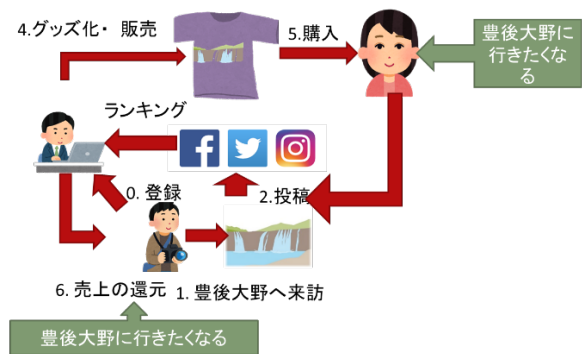


図1 学生が提案した  
フォトコンテストプログラム

まず、学生が提案したフォトコンテストプログラムを簡単に紹介しよう。これまでのフォトコンテストは、開催期間が短く、写真家などが審査員となり、芸術的な写真を選んでいるが、そもそもフォトコンテストが開催されていることを海外を含め、広く多くの人知っていない現実がある。結果として、市民中心の参加型となり、情報発信としては弱い傾向がある。近年、バズやインフルエンサーという言葉に代表されるように、SNSに利活用によって、爆発的に情報が普及することがある。そこで、学生らは、SNSに投稿してもらう仕組みに着目した。

まず、観光客が観光地に訪れ、写真や動画を撮影し、SNSに投稿する。投稿された内容は、フォロワーなどから「いいね」などの評価を受ける。その評価数を、点数化し、評価の高いものを抽出し、写真などを使ってグッズ化する。もちろん、使用許可を事前にとっておく。グッズ販売の売上の一部を投稿者に還元することで、いつの間にか、臨時収入となり、YouTuberのように、広告収入目的にPRしてくれる観光客を呼び込もうと言う戦

略である。同時に、「いいね」の評価が高い写真は、それをみた人にも観光に行きたいと思わせる誘因を持つ。これらの効果もねらっている。

## 2. 研究の方法

学生の提案を補強するために、アンケート調査を行った。東京都、大阪府、福岡県、大分県居住者を対象としたインターネット調査で実施日は2017年12月22日(金)-25日(月)の期間、対象年齢は20代から60代、サンプル数は各都府県125名である(図2)。

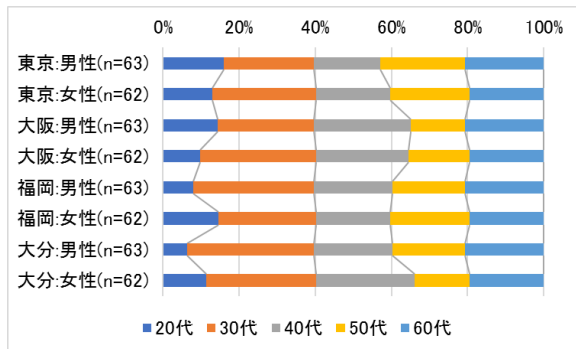


図2 サンプルプロフィール

## 3. 研究成果

### 3-1 現状分析

普段、SNSを利用しているかたずねたところ、以下のような結果となった。

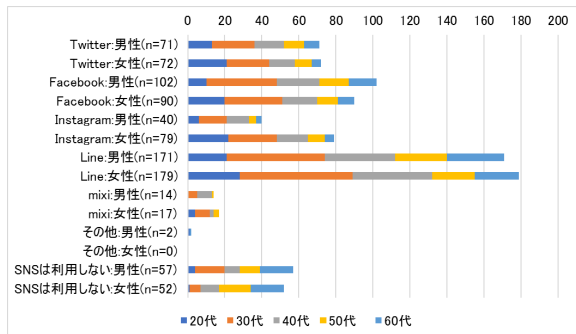


図3 SNSの利用状況

LINEは、30代40代を中心に多く、Facebookは30代が中心、Twitterは、30代が中心、Instagramは女性の利用が多いことが分かった。また、30代男性でSNSを利用しないが多かった。

次に、観光に行った際、その内容をSNSに投稿するかたずねた。旅行についてはSNSに投稿しない人が多いことが分かる。LINEやFacebookなど閉鎖的なSNSに投稿する傾向がある。TwitterやInstagramは女性の投稿が多いことが分かった。

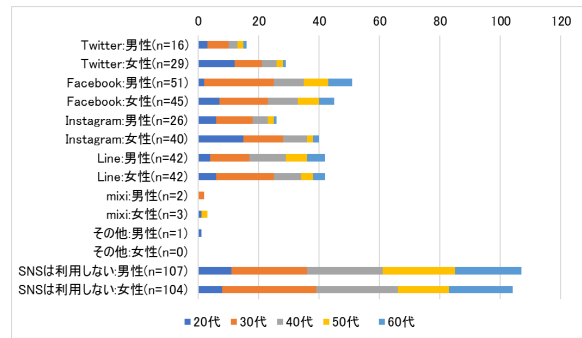


図4 旅行でのSNS利用状況

次に、過去5年間での観光の目的についてたずねた。各都府県の傾向として東京は自然を求め、大阪は食を求め、福岡は、くつろぎを求め、大分は体験を求めていることが分かった。

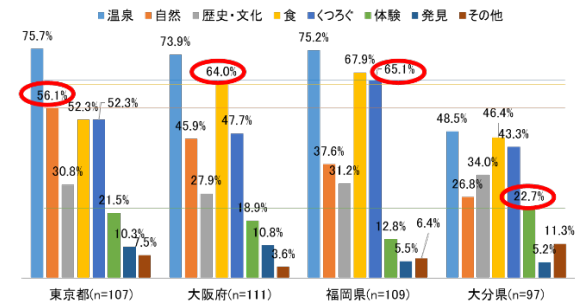


図5 過去5年間の観光の目的

同様に、過去5年間での大分への観光の目的についてたずねた。温泉は所与として、東京は自然や歴史を求め、それ以外は、食やくつろぎを求めていることが分かった。

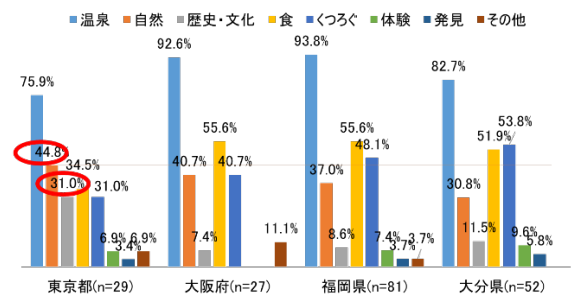


図6 過去5年間の大分への観光の目的

次に、豊後大野市の観光地の認知度について調べた。比較的認知度が高いと思われる「東洋のナイアガラ」と呼ばれる原尻の滝と、「雪舟も描いた」沈随の滝についてたずねた。いずれも大分を除いて認知度は非常に低かった。

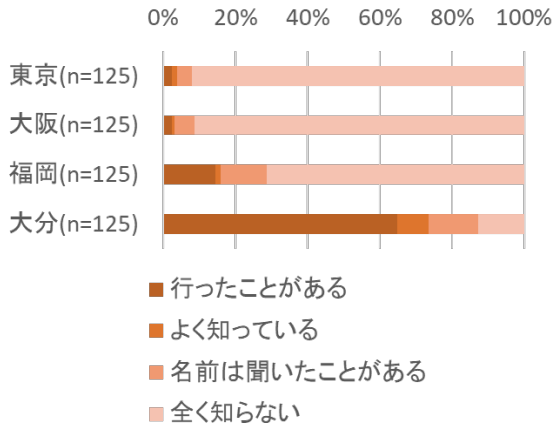


図 7 原尻の滝の認知度

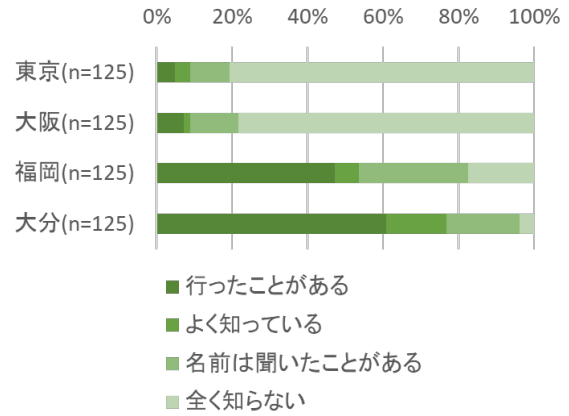


図 10 九重“夢”大吊橋の認知度

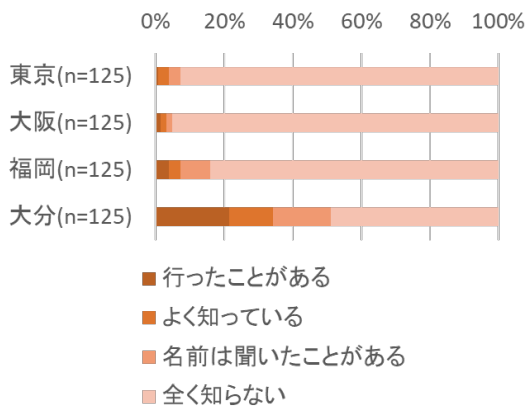


図 8 沈淪の滝の認知度

認知度の比較対象のために、豊後大野市近隣の観光地の認知度をたずねた。竹田市は湯治として有名であり、観光に力を入れており、街並みの整備されている。滝廉太郎の「荒城の月」の舞台となった岡城址と、最近まで歩行者用吊橋日本一であった九重“夢”大吊橋について認知度をたずねた。

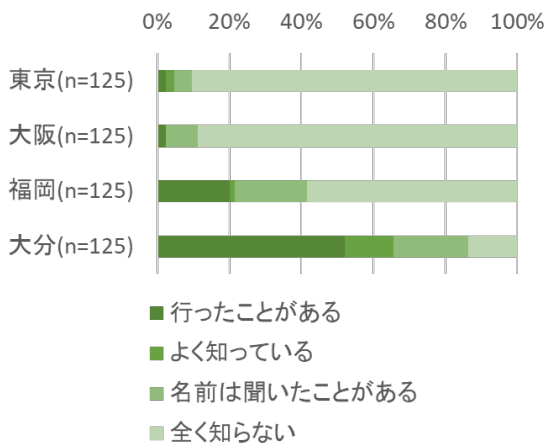


図 9 岡城趾の認知度

次に、大分県で比較的有名と思われる、磨崖仏としては日本初、彫刻として九州初の国宝となった臼杵石仏の認知度をたずねた。やはり、認知度が低いことが分かった。

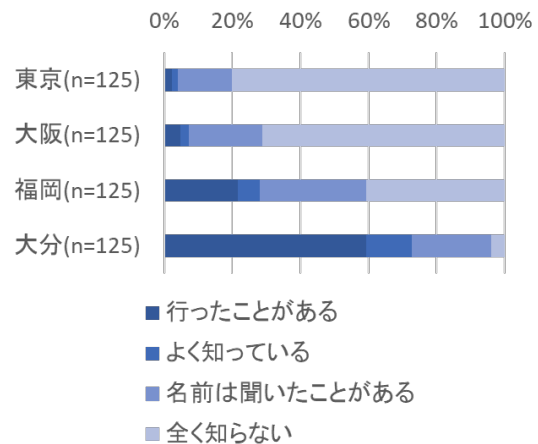


図 11 臼杵石仏の認知度

これらの結果は非常にショッキングである。大分県は温泉の再ブランド化には成功しているが、観光地としての認知度が低いことを意味している。観光地の認知度向上として、東京、大阪をターゲットとするならば、九州広域観光を真剣に考えなければならないことを意味している。

さて、本研究は、COC 事業の一環であるが、COC 中間報告会にて、これらの研究活動報告を行ったところ、大分県から、ユネスコエコパーク(BR)についても調べて欲しいとの要望が出てきた。アンケート調査前のため、調査分析をすることができた。このように、プロジェクトの途中で、新たなステイクホルダーと協働で活動できたことは、本研究活動の意義が認められたと思われる。

以下、BR についての集計結果である。

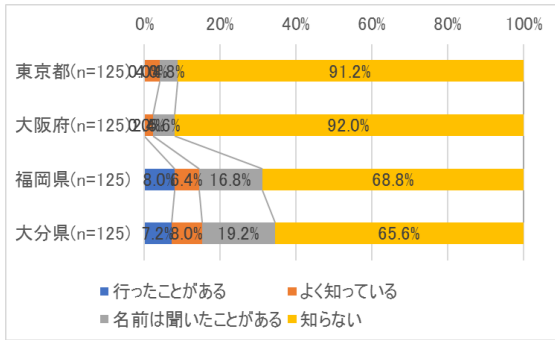


図 12 綾の認知度

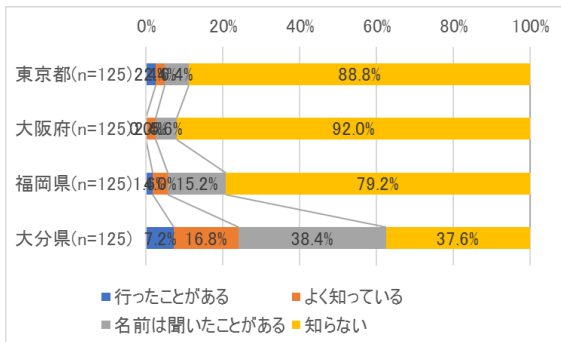


図 13 祖母・傾・大崩の認知度

紙面の都合上、すべては掲載しないが、総じて認知度は低い傾向にあるが、大分県は他地域のBRに対しても関心がある傾向があり、啓蒙活動が功を奏していると思われる。

### 3-2 需要予測

プログラムを行うことでの来訪意向、支払意思額、返礼品などについてたずねた。

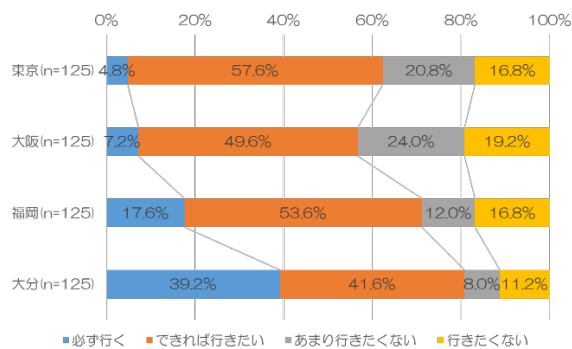


図 14 フォトコンテストプログラムへの来訪意向

この結果、来訪意向が高いことが分かった。また支払意思額も東京都は交通費を除いて2万円と高額であることが分かった。学生が考えた返礼品は、Tシャツを想定していた

が、アンケートによると、ふるさとの食材が圧倒的であった。

表 1 豊後大野市への観光での支払意思額

N	平均	標準偏差	最小値	最大値
東京(n=125)	20358.3	52432.99	0	500000
大阪(n=125)	13229.6	11068.55	0	50000
福岡(n=125)	11249.21	12388.02	0	100000
大分(n=125)	11819.7	44368.14	0	500000

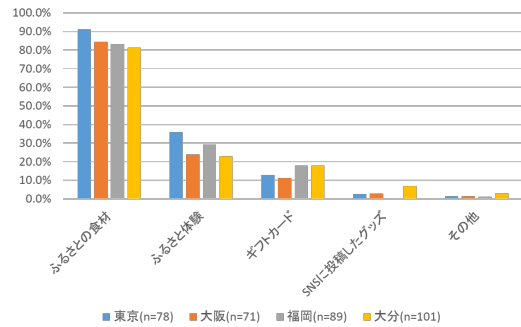


図 15 返礼品は何がよいか

### 4. 今後の展開

学生提案のプログラムは非常に有用であることが分かった。また、返礼品はふるさとの食材が圧倒的であることから、豊後大野の6次化は必須である。また、本研究は、豊肥本線沿線の地域活性化も目論んでいるので、これらについてもステイクホルダーとともに研究および事業化に結びつけていきたい。

### 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計2件)

1. 本村裕之、今西衛、“地域魅力資源に対する需要予測に関する基礎的研究”，不動産学会論文集 33, pp120-125, 2017, 査読無。
2. 本村裕之、今西衛、工藤順一、舛田佳弘，“地域資源を活用した観光ツアープランの需要予測に関する研究”，日本文理大学紀要, Vol.45-46, pp.239-pp.245

〔学会発表〕(計2件)

1. 今西衛、本村裕之，“地域魅力資源に対する需要予測に関する基礎的研究”，日本不動産学会(2017年11月16日 大阪産業大学)
2. 今西衛、本村裕之、工藤順一、舛田佳弘、山城興介，地域資源を活用した地域観光プロモーションにおける需要予測に関する研究”，チャレンジ OITA 地域創生活動報告会 (2018年2月21日 豊後大野市役所)