
News Release

平成30年4月12日

岡山大学経済学部・岡山経済研究所との共同研究

平成29年度研究報告書 発刊のお知らせ

国立大学法人 岡山大学経済学部

一般財団法人 岡山経済研究所

<1. 共同研究について>

- ・平成18年度より、岡山大学経済学部と岡山経済研究所は地域の活性化に資する共同研究を実施しています。
- ・今般の共同研究は、国立大学法人岡山大学と株式会社中国銀行の連携に関する包括協定（平成17年3月締結）に依拠しています。
- ・平成29年度は「観光」をテーマに共同研究を実施しました。

<2. 今回の研究報告書>

(1) タイトル

『観光振興における一考察～アイ・ラブおかやまと民の力』

(2) 研究グループ

岡山大学大学院社会科学部	教授	松田 陽一
岡山経済研究所	主任研究員	西村 幸
	主任研究員	北村 哲彦

(3) 本書のポイント： <裏面に記載>

- (4) 発刊日 : 平成30年3月
- (5) 体裁 : A4版、総頁数154ページ
- (6) 印刷部数 : 1,500部
- (7) 配布先 : 岡山経済研究所の維持会員および大学関係者等には既に配布済み。
余部は実費(1,080円)で頒布します。

以上

本件に関するお問い合わせ先

岡山市北区丸の内1丁目15-20 中国銀行本店

一般財団法人 岡山経済研究所 TEL 086-234-6534 FAX 086-231-5303

担当 西村

<本書のポイント>

1. 問題意識 (第1章)

- ・「観光」振興が注目される一方で、「観光」の定義は曖昧で、本質部分は分かりにくい。
- ・イベントを長続きさせるには「民」の力が必要。
- ・関係者に「接遇」の重要性の認識はあるのか？また、「地元愛」はどの程度か？
- ・本研究では、観光振興をテーマに課題整理と提言を、従来の議論とは別の視点から示す。

2. 岡山県の観光動向 (第2章)

- ・統計からみた現状と観光振興が注目されている背景を整理。

3. アンケート調査 (第3章、第4章)

○中四国地公体アンケート (第3章)

- ・観光のイメージ：ベスト3は「来訪者が楽しい」「地元にお金が落ちる」「大勢の人が集まる」→「観光振興」＝「産業振興」というイメージ。
- ・観光施策成功の判断基準：ベスト3は「経済効果」「リピーター増」「来訪者が楽しんだ」→「地元民が楽しんだ」は低い。
- ・イベント助成支援期間：5年以下が全体の72.4%（うち、1年以下は44.8%）。
- ・その他：「接遇」面での意識は低く、「地元愛」も途についたところ。

○3県下企業アンケート (第4章)

- ・観光振興は地域活性化に有力か？：「認識している」61.2%、「認識していない」27.0%。
- ・観光のイメージ：ベスト3は「地元にお金が落ちる」「大勢の人が集まる」「来訪者が楽しい」→「観光振興」＝「お金と大集客」というイメージ。「地元民が楽しい」は低い。
- ・オンリーワンとなりうる地域資源：企業の半数が「ない」と回答。
- ・その他：「接遇」面での意識は低く、「地元愛」も意外に低い？

4. 事例調査 (第5章、第6章)

○概要：10年以上継続しているイベントに焦点を当てて事例調査。

- ・「楽しい」(①自分たちが楽しい、②ボランティアスタッフが楽しい、③観客が楽しい)ことが決定的に重要。
- ・「民」が主体だと、制約が少なく、「楽しい」イベントになりやすい。一方、「官」主導だと「やらされ感」が強くなり、「補助金頼み」となりやすく、行政支援終了とともに消滅しやすい。
- ・「地域資源」の掘り起こしに成功すれば、地元住民のDNAに訴えかけることが可能となりさらに効果的。

5. 提言に代えて (第7章)

- ・地元のことを、地元住民は意外に知らない。それは「地元愛」が弱いことにも一因があると推測。「地元愛」が弱いために、地元の魅力を語ろうとしても相手に伝わらず、また接遇にも力が入らないのではないかと思われる。
- ・「アイ・ラブおかやま」という意識の下、今一度、地域資源を見つめ直してみると、地元の魅力に対する新たな発見があるのではないか。
- ・「観光」振興は、「官」主導ではなく、「民」主導で進めることで、魅力的で長続きするものになると思われる。「民」の力に期待したい。

以上