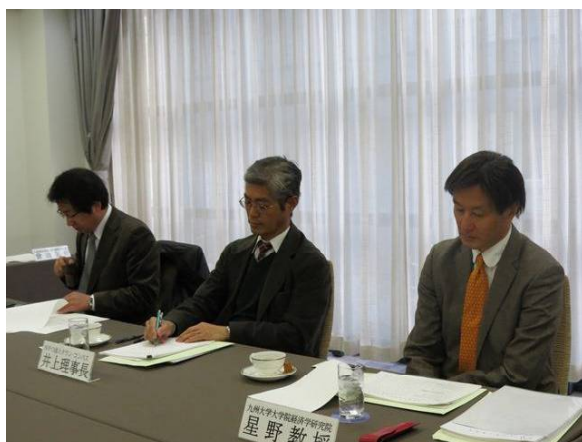


平成 26 年度第 1 回懸賞論文審査委員会 (2014 年 5 月 20 日開催)



平成 26 年度第 2 回懸賞論文審査委員会 (2014 年 12 月 18 日開催)



平成 26 年度懸賞論文授賞式 (2015 年 2 月 9 日開催)



最優秀賞

福岡市の観光の活性化に関する調査研究

「博多部」の魅力を高めるための考察と提言

中村学園大学 流通科学部 浅岡ゼミ
代表 馬場 建 彌

九州における経済・文化・学問の中心であり「アジアの玄関」と称される福岡市であるが、市民には福岡市が観光都市であるという認識は薄い。入込客数の上位にはショッピングエリアが並び、ガイドブックを見ればグルメとショッピングエリアの紹介ばかりである。

ほかに観光スポットはないのだろうか？ と検索してみると「博多部」と呼ばれる寺社仏閣が集積している地域を見つけることができた。この地域の魅力を探索し、観光スポットとしての活性化について考察と提言を行うことを目的に調査研究を行った。

本研究は、①ガイドブック調査、②フィールドワーク調査、③質問紙調査から構成される。③質問紙調査では本学の学生を対象に、福岡市のイメージに関する調査、福岡市内観光のフリープランに関する調査、福岡の観光スポットの認知度、経験度、魅力度に関する調査の3調査を実施した。

調査結果をサービスマーケティングの視点から分析を行ったところ、「博多部」には観光スポットとしての魅力はあるものの認知度、経験度、魅力度、いずれにも課題があることが明らかとなった。

認知度を高めるには、ガイドブックやHPの充実、SNSとの連動や共感を誘う仕組みづくりと「博多部」観光の二面性のアピールを、経験度を高めるには、点在している寺社間を結ぶ道の整備、看板や掲示板の案内の整備を、そして、魅力度を高めるには観光スポットの有料化に加えて、最終的に「博多町屋」ふるさと館を「博多部」観光の中心に据えることを提言した。

調査研究を終えて「観光は観光客だけのものではない」ことを痛感した。福岡に住んでいるのにあまりにも福岡の観光のことを知らないことにも気づかされた。私たちが率先して観光スポットを訪れ、SNSなどを用いて情報発信していくことが必要だと感じた。

優 秀 賞

アジア人リピーターによる地域活性化

～東京から見た大分県観光地化の可能性～

駒澤大学 経済学部

松岡遥・堀由樹子・大澤佑介・峯崎真実

私たちは、現在、日本の約4割の地域が過疎地域とされていることを大学の講義で学んだ。そして、その過疎地域を観光業によって活性化できないかと考えた。

そこで、少子高齢化や人口減少が進んでいる国内市場だけでは限界があると感じ、訪日外国人観光客に着目した。

さらに訪日外国人観光客のニーズや動向について詳しく調べ、ターゲットを再訪日アジア人観光客と定めた。このターゲットは温泉や食事、日本固有の街並みといったものに興味をもっており、条件を満たした大分県杵築市周辺の過疎地域を舞台に本論文では地域活性化の可能性を論じていく。

そもそもなぜ杵築市周辺が過疎地域とされているか疑問に感じ現地調査に出向いた。調査では日出陽谷高等学校の衛藤準先生のもと、杵築市周辺の地域を案内して頂き、地域のもつ魅力や問題点に気づくことができた。私たちは東京在住のため、杵築市周辺の現地の方々とは違った目線でこの地域に魅力を感じた。その一方で杵築市周辺の問題点として主にアクセスの悪さとPRの不足の改善が重要だと私たちは考えた。

また、インターネットなどだけでは再訪日アジア人観光客の情報はわからないと思い、浅草へ直接ヒアリング調査を行う。そこで得たさらなる情報を基に、様々な観光地として活性化した地域の事例や私たちの提案を絡め問題解決策を述べていく。

観光業は様々な業種に裾野が広く観光業による地域活性化ができれば、それに関わる多くのマーケットに経済効果を及ぼす。杵築市周辺のような過疎地域こそ、観光地として発展していけば、日本が掲げる観光立国としての切り札となり得るだろう。これにより私たちは杵築市周辺の過疎地域が再訪日アジア人観光客による活性化する可能性を論じる。

ハーモニーランドをよりよくするために

西南学院大学 商学部商学科
尾崎 梨花・古子 未来

はじめに、ハーモニーランドの研究をする契機となったのは、世界中で知られているハローキティをモチーフにしているテーマパークであるにも関わらず、テーマパーク自体の知名度の低さに疑問をもったからである。

ハーモニーランドは1991年4月26日に開園し、初年度の入場者数は87万人であったが、現在は40万人ほどである。また、テーマパーク認知度ランキング（調査期間は2007年4月16日（月）～2007年6月8日（金）、調査方法はwebアンケート）は、日本全国対象テーマパーク85（水族館、植物園、観光農園などを含む）となっているが、このランキングにハーモニーランドは入っていなかった。

実際に、ハーモニーランドに視察へ2014年3月初頭に向かった。そこで次のような問題点が挙げられた。

- アクセスの不便性
- パレードは、大学生にとっては少々飽きてしまう内容であった
- 連なったシャッターが下りたお店
- 見えてしまっているゴミ袋の山
- ジェットコースターから見た城の鉄筋部分
- 手付かずにになっている、森林部分

総括すると、活気づいてはおらず、また、すべてにおいて子ども向けであり、もう一度行きたいと思うことはできなかった。では、ハーモニーランドが入場者数を増やすためにはどうすればよいのか。

ここで、他のテーマパークが行っていることを調べてみた。それは、同じ九州内の長崎県にある「ハウステンボス」である。ハウステンボスは、わずか1年で赤字から黒字へと回復させた。その背景には、季節ごとに客層が変わることから、イベントもそれに合わせたものを開催したり、他社との共同事業を行ったりした。

これらを踏まえ、ハーモニーランドに導入可能と考えられる施策を提案する。

- 手付かずの状態の森林部分をレジャー施設の「フォレストアドベンチャー」へ活用
- 世界的に人気もあるハローキティを用いた脱出ゲームの開催
- 若い女性をターゲットにした「大人の女子会」というイベントの開催
- 「婚活・恋活」イベントの開催

筆者らが挙げた提案によって、入場者数の増加を期待したい。