

観光まちづくりへのAMMA(Area Marketing & Management Approach)の適用性

西井 和夫¹

¹正会員 流通科学大学教授 総合政策学部 (〒651-2188 神戸市西区学園西町3-1)

E-mail:Kazuo_Nishii@red.umds.ac.jp

本論文は、最近の観光研究の動向をレビューする中で、「観光まちづくり」というキーワードに着目し、著者が提案するAMMA (Area Marketing & Management Approach) の適用性について論究するものである。AMMAは、魅力ある持続的なエリアの形成と発展を実現するための手法であり、ここでの地域（エリア）とは、観光活動の場としての観光地、観光圏（域）等多様な空間スケールを想定している。

具体的には、2009年に開催された土木計画学研究シンポジウム（魅力ある持続的な観光地形成に向けて）以降の観光研究のレビュー(2008年-2013年)を通じて、観光研究の『今』をどのように捉えるかの観点から、AMMAの基本的概念や特徴を明確にするとともに、観光まちづくりへの適用性を明らかにする。

Key Words : Tourism, Area marketing, Area management, applicability of AMMA in tourist areas

1. はじめに

土木計画学分野において観光研究が積極的に展開されるに至って早30年を越える。この間、社会経済状況は大きく様変わりし、それに伴い観光研究の再編・変革が加速的になされ、現在に至っていると理解できる（西井(2008)¹⁾）。非常に乱暴な言い方をすれば、観光研究は、「観光地」と「(観光地)交通」そしてそれらを取巻く「社会経済状況」の諸要素間の関係性の変化の中で、「ツーリスト」の観光活動の諸特性を解明する研究分野として発展してきたといえる。そのために、そのダイナミクス自体が観光研究の大きな特徴の一つと考えられる。

本論文では、まず最近の観光研究のレビューを通じて、このような観光研究のダイナミクスの紹介とともに、著者が提案しているAMMA (Area Marketing and Management Approach) の適用性について論究することを目的とする。

本論文の構成を述べると、次節で観光研究の『今』をどのように捉えるかについて、最近の観光研究の動向をレビューする。次いで、AMMAの基本的な概念とその特徴について概説する。そして、観光研究の『今』における研究主題の一つである「観光まちづくり」へのAMMAの適用性について考察を加える。

2. 観光研究の『今』をどのように捉えるか？

観光研究の今日的潮流、とくに最近10年間の主要な研究主題・課題の動向については、著者および著者の主宰する研究会における諸活動の展開の中で、その基本的な理解は共通認識されていると理解している。これに関連して、詳細は以下の2つの文献（西井(2008)^{前掲1)}および西井他(2009)²⁾）における整理を参照されたいが、ここでは、それぞれの文献で示した研究主題を列挙するとともに、最近の著者らによる研究成果（西井・近藤(2013)³⁾）を踏まえて研究主題をキーワードとして整理した図を図-1に示す。

『観光研究の再編・変革の機会を迎えて』西井(2008)交通工学巻頭言
①より実践的な観光地交通計画手法の再構築
②観光研究の国際化への対応(観光統計の国際標準化の取組み、インバウンド・アウトバウンドの実態把握のための調査手法の開発・適用および施策評価)
③地域づくりに資する観光施策・戦略に関するマーケティング・システムと評価手法の体系化)
土木計画学研究シンポジウム『魅力ある観光地形成に向けて』(2009)
①「観光まちづくり・地域観光政策・休日交通対策」のより実践的展開
②「観光圏整備に向けたプラットフォーム化」
③「宿泊観光統計データの標準的整備化とその利活用」
④「インバウンド観光政策分析」など



図-1 観光研究の研究主題の拡がり

これらの研究主題の変遷あるいは拡散(divergence)は、観光地を取巻く社会経済状況の変化への対応がその背景にあることは言うまでもない。また、観光研究の『今』を考えると、1990年代の(もはや伝統的なテーマとも言える)観光地交通論や観光需要分析手法論といった研究主題も2010年以降の新しい研究主題である「観光まちづくり」に並走していることにも留意すべきである。

上記の最近の観光研究の研究主題の整理は、著者らによる限られた分野の取組みに関してのものであるために、これら観光研究テーマへのAMMAの適用性を評価するには不十分であることは否定できない。そこで、以下では、最近の観光研究の動向を学会発表された研究論文のレビューによって整理することで、より客観的な意味での観光研究の『今』を捉え、それらを踏まえたAMMAの適用性の議論を展開していくことにする。

ここでは、最近の観光研究の論文レビューの対象として、日本観光研究学会全国大会論文集(第23回～第28回の6カ年分⁴⁻⁹⁾)に掲載された約600編の論文の中から100編を取上げている。これらのセレクションについては、AMMAとの関連性を意識して、「観光地交通論(需要分析・観光統計解析手法を含む)」、「観光地づくり」、「観光まちづくり」、「国際観光」等の研究分野を中心に取上げるとともに、研究主題の継続性等も踏まえて行った。この結果を本論文の最後に表-1として示している。また、この集計結果を表-2に示す。

表-2 研究分野の分布状況

研究分野	論文数
観光統計データ分析	17
観光地づくり	11
観光まちづくり	23
観光マーケティング	14
観光マネジメント	8
国際観光政策	7
観光資源論・事業論	9
観光原論(文化論・歴史論)	9
その他(hospitality等)	2
合計	100

本来は、土木計画学分野の研究発表会講演集・論文集等も取上げるべきであろうが、守備範囲の広さの違いと云うべきか、『観光のまなざし』(The Tourists Gaze by J. Urry(1987)¹⁰⁾にあるように、観光研究におけるさまざまな切り口(facets)を眺めていくために、あえて除いて考えてみた。(とは言え、このレビューについては、さらに広範に行う必要があるため、講演時には追加していきたい)

また、表-1および表-2に示した結果より、観光研究の『今』は、以下のように捉えることができる。

- ① 最近の動向としては、9つの分野のうちでは「観光まちづくり」に関する研究が2割強を占め、次いで「観光統計データ解析」が続く。ただし、「その他」を除く他の7つの分野についても1割前後となっていて、分野の拡散傾向は維持されている。
- ② 今回の論文レビューでは、AMMAとの関連から各研究論文における「対象エリア」の空間スケールに着目してみたが、「観光地づくり」と「観光まちづくり」の両者とも、いわゆる単一の『観光地』レベルを取上げているケースが大半を占めており、観光圏整備や地域連携といった複数の観光地を含む空間スケールのケースへの取組みが少ない。(しかし、西井・近藤・大矢(2010)¹¹⁾での長浜(琵琶湖・近江路)観光圏整備においてAMMAに基づく計画課題抽出の適用を行っている)
- ③ 研究分野の中で「観光地づくり」(No.2)～「観光マネジメント」(No.5)までに分類された研究論文は、「観光まちづくり」(No.3)を中心として、研究内容についてのジャンル重複性は高いと言える。

なお、個別論文に関する詳細なレビューについては、AMMAの適用性の評価にかかわる諸課題の整理ができた段階で、改めて報告する機会を持ちたいと考えている。

3. 観光まちづくりへのAMMAの適用性

(1) AMMAの着眼点

AMMAの基本的な構成要素は、『観光』(Tourism), 『地域』(Area), 『マーケティング』(Marketing), そして『(地域)経営』(Management)の4つであり、それらが相互に密接に関連していることが特徴である。また、観光と地域を概念的に切り離れた分析フレームを仮定しているところは、従来の「観光地づくり」における『観光地=地域』という図式と異なる着眼点といえる。

図-2は、AMMAのイメージ図であり、これら4つの構成要素あるいは要素間における主な研究テーマである「エリア」(Area)については、AMMAでは観光活動の

場としての『観光地』／『観光圏』あるいは都市観光における『都市』など、さまざまな捉え方が可能である。例えば、国際観光においては、『国（日本、韓国、中国あるいは地域（東南アジア））レベルの捉え方ができる。従って、これまでの空間スケールの違いに着目した（観光地交通を中心とした）計画課題・調査分析評価手法の類型化の考え方、そして観光圏域形成の諸議論を踏襲する。このことは、観光まちづくりにおける「エリアマネジメント」との関連することであるが、従来から提案しているように5つの空間スケールのレベルで分類した考え方で対象エリアを捉えている。すなわち、表-3に示すレベルⅣ（観光地）が基準となり、地域連携等のエリアのマネジメント（あるいは、広域周遊圏形成といった観光マーケティングにおける連携も含めて）の課題が想定される場合には、レベルⅢ（観光圏）に拡張される。

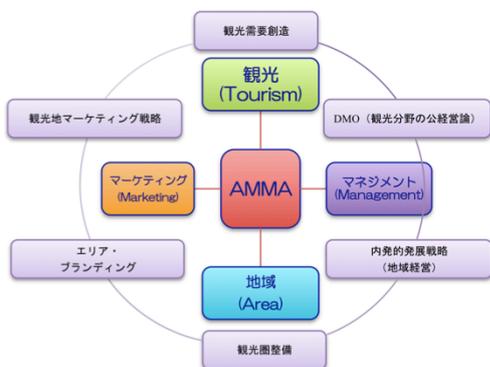


図-2 AMMAのイメージ

表-3 観光研究における計画圏域の空間スケール分類

Level	圏域の広がり	計画名称	例：圏域側から道路整備に期待される効果の場合
I	国(nation-wide)	国土計画	国際観光力強化→空港／観光地へのアクセス性向上
II	地方圏(region block)	広域観光計画	広域周遊圏優位性→魅力ある広域周遊ルート形成／移動ルート自体の観光資源化
III	観光圏(tourism region)	観光圏域整備計画	府県を跨ぐ観光圏域形成→交通サービス改善／来訪機会創出／地域経済活性化
IV	観光地(tourism area)	観光地計画	観光地内移動支援→モビリティの円滑化／魅力化
V	観光地区(tourist spot)	観光地区計画	地区回遊の快適性・魅力化→walk-trail整備

(2) 観光まちづくりにおけるエリア・マネジメント

最近の観光・交通研究は「観光地づくり」から「観光まちづくり」への主題の変遷が特徴的といえる。これは観光地あるいはその背後地域（都市）のもつ地域課題がより深刻化し、ある意味で「観光地づくり」のための従来型の計画手法・整備手法が限界に来ているとも考えられる。これに関連して、西井・近藤・江守他(2012)¹²では、従来型の「観光地づくり」と「観光まちづくり」との捉え方に関する論点提起を行っている。すなわち、

ここで論点として指摘したい点は2点あり、1つ目は従来型の「観光地づくり」をむしろ限定的に捉えるべきであり、「観光まちづくり」が「観光地づくり」の一部としての位置づけるという捉え方には異論がある。従来の「観光地づくり」が観光産業事業者（旅行業を含め）にとっての観光地開発・産業振興のためだけになっているとの指摘（事例）があるからである。2つ目は、『観光地におけるまちづくり』という「観光まちづくり」は、結局のところ既存観光地の再生の政策手段として『まちづくり』（官民一体やまちぐるみの取組み）を援用する計画手法とも受取れる危険性をもつことである。

したがって、「まちづくり」の捉え方としては、かつての『観光事業者による観光振興＝まちづくり』という短絡的な図式は誤りであること、さらには、「まちづくり」を「観光」のための『使い勝手の良い』手段として位置づけないことに留意すべきである。さらに、「まちづくり」のテーマのもつ多面性・総合性を改めて再認識することにより、それぞれの取組みやアプローチの全体の中での役割と位置づけを前提とした議論を行うべきで、その意味で、「観光まちづくり」における「まちづくり」の部分で、「観光」に関する課題・政策（メニュー）・主体・客体（対象）・政策手段を特定化することで、曖昧さを払拭しておくことが求められる。

AMMA では、観光客・観光事業者は直接的な観光サービスの需要者・供給者としての主要なプレイヤーであるが、地域住民あるいは行政等の公的部門の関係者も観光まちづくりにおいては正規プレイヤーとしての役割を担うと同時に、観光地としてのまちへのアイデンティティ（愛着と誇り）醸成と持続的な内発的發展を享受する立場にあると考えている。また、対象エリアにおける観光関連サービス・財の提供側の着地型観光マーケティング（観光客のニーズ・ウォンツの把握とそれに見合う旅行商品開発と販促・プロモーション・ブランディングといった戦略展開）とともに、それらの観光客のエリア観光周遊行動に及ぼす影響調査分析を通じた、より長期的なエリアマネジメント手法（PDCA サイクルに代表されるような手法）との2本柱をバランスよく駆動させる制度的手法により体系づけられていることが要件となっている。

4. AMMAの適用を前提に取組むべき課題

本論文では、最近の観光研究の動向をレビューする中で、「観光まちづくり」というキーワードに着目し、著者が提案するAMMAの適用性について論究してきた。AMMAは、図-2に示したように、4つのキーワード：「観光」「地域」「マーケティング」そして「マネジメント」を想定し、その要素間の関係を踏まえて、

AMMAの適用によりアウトカムされる計画目標・成果を6つに整理している。表-4は、これら6つの計画目標・成果と4つの基本要素との関連を示す。

表-4 AMMAにおける計画目標・成果

計画目標(アウトカム項目)	観光	地域	マーケティング	マネジメント
A. 観光需要創造	●			
B. DMO等(観光分野の公営論)	●			●
C. 内発的發展戦略		●		●
D. 観光圏整備		●		
E. エリア・ブランディング		●	●	
F. 観光地マーケティング戦略	●		●	

さらに、AMMAは、これまでの計画課題対応型アプローチを前提としたテーマ設定から、上記のように、革新的で包括的な研究テーマへの適用性が可能な方法論として期待されている。そのために、AMMAにとっての喫緊の課題は、AMMAの関連研究分野の広がりとその重層性を確認することであり、とくに、基盤領域の学問領域に関しては、経済学や経営学のみならず、広く社会科学の諸分野（心理学，社会学，文化人類学など）を援用することにより、『観光学』への理解を深める必要がある。そして、振り返って、観光研究のダイナミクスに立ち返り、より実践的なトライアルを通じたAMMAの

洗練化への取組みを同時並行的に行う必要がある。

参考文献

- 1) 西井和夫, 近藤勝直(2008): 都市観光マーケティングの課題と展望, 第23回日本観光研究学会研究発表論文集.
- 2) 西井和夫(2009): 圏域設定のあり方, 土木計画学シンポジウム『魅力ある持続的観光地形成に向けて』資料集.
- 3) 西井和夫(2013): 都市観光における資源と周遊行動の時空間スケールに着目したマーケティング戦略手法, H22-24年度基盤C研究成果報告書(研究代表者: 西井和夫).
- 4) 第23回日本観光研究学会研究発表論文集, 2008.
- 5) 第24回日本観光研究学会研究発表論文集, 2009.
- 6) 第25回日本観光研究学会研究発表論文集, 2010.
- 7) 第26回日本観光研究学会研究発表論文集, 2011.
- 8) 第27回日本観光研究学会研究発表論文集, 2012.
- 9) 第28回日本観光研究学会研究発表論文集, 2013.
- 10) Urry, J.: THE TOURISTS GAZE, 1987.
- 11) 西井和夫, 近藤勝直, 大矢正樹(2011): 小規模な都市と観光地における魅力的な圏域形成のための基本的課題, 第26回日本観光研究学会研究発表論文集.
- 12) 西井和夫, 近藤勝直, 江守昌弘, 横山憲(2012): 観光まちづくりの長期的戦略課題: 伊勢式年遷宮交通マネジメントを事例として, 第27回日本観光研究学会研究発表論文集.

(2014. 8. 1 受付)

BASIC ISSUES ON AREA MARKETING AND MANAGEMENT APPROACH IN TOURISM DESTINATION

Kazuo NISHII

表 1 最近の観光研究の分野別動向(2008年-2013年の日本観光研究学会全国大会発表論文より抽出)

発表年	学会	No.	発表者(連名者)	研究分野	対象エリア	研究主題
2008	23	1	野瀬・古屋(2008)	観光統計データ分析	—	国内・国外旅行発生量分析
2009	24	1	古屋(2009)	観光情報	—	観光情報伝搬に関するマルチ・エージェントシミュレーション
2009	24	1	馬場(2009)	観光行動分析・評価	京都大原	農業観光施設来訪者の利用行動と施設評価
2009	24	1	有馬(2009)	観光行動分析・評価	富山小矢部市	ルーラル・ジェントリフィケーション(景観刷新)と観光資源形成
2010	25	1	古屋(2010)	観光統計データ分析	赤城山	観光スポット認知・訪問意向パターン統計分析
2010	25	1	有馬・駒木・菊地(2010)	観光統計データ分析	小笠原父島	時空間プリズム(時間地理学)を用いた観光客行動特性分析
2010	25	1	国枝(2010)	観光統計データ分析	吉野山	観光目的としての奈良吉野山の観光客満足度モデル
2011	26	1	佐藤・古屋(2011)	観光統計データ分析	アジア	国外旅行者の特性分析-地域OD分布分析
2011	26	1	原田・古屋(2011)	観光統計データ分析	—	サービス品質評価尺度法(SERVQUAL)による宿泊施設満足度評価分析
2011	26	1	池口(2011)	観光統計データ分析	大分	統計データ分析に基づく観光客誘致圏(日帰り)への重力モデル適用
2011	26	1	国枝(2011)	観光統計データ分析	—	潜在顧客の観光地の環境・地域経済・住民に対する意識
2011	26	1	王・古屋(2011)	観光統計データ分析	東日本	東日本大震災後における中国人の訪日旅行に関する意識評価分析
2012	27	1	外山・山田(2012)	観光統計データ分析	—	観光地に対する「親近性」評価と来訪経路との分散分析
2012	27	1	王・古屋(2012)	観光統計データ分析	—	東日本大震災後における中国人の訪日旅行意識評価に関するパネル分析
2012	27	1	倉澤・十代田・津々見(2012)	観光統計データ分析	—	旅行雑誌にみる町並み観光地の魅力要素の抽出・分類
2013	28	1	崔・松本・野毛他(2013)	観光統計データ分析	静岡市	首都圏在住者の静岡観光に関するセグメンテーション分析
2013	28	1	味水・鎌田(2013)	観光統計データ分析	—	温泉地の立地と集客力に関するハフモデルによる分析
2008	23	2	大谷・仲村(2008)	観光地づくり	西表島・石垣島	観光開発と地域住民意識
2008	23	2	木野・敷田(2008)	観光地づくり	北海道	漁業者のエンパワーメント過程
2008	23	2	森重(2008)	観光地づくり	—	地域主導の観光を通じた地域づくり主体の形成
2008	23	2	金井・小阪(2008)	観光地づくり	守山市・田辺市	着地型観光地事業づくりと地域再生
2009	24	2	浜田(2009)	観光地づくり	山口湯田・萩	観光地の魅力度の定量分析
2009	24	2	小阪・金井(2009)	観光地づくり	岡山宇野港	都市臨海空間を生かした着地型観光のありかた
2009	24	2	野竹(2009)	観光地づくり	知床	観光圏整備事業における着地型観光進展
2009	24	2	金井・大庭他(2009)	観光地づくり	門司港	地域連携による門司港レトロ地区の新たな展開
2010	25	2	竹田・小長谷(2010)	観光地づくり	奈良県	サステナブル観光(?)と観光要素論・リーダー論
2012	27	2	中村・十代田・津々見(2012)	観光地づくり	新潟十日町市	中山間集落における都市農村交流活動の現状と課題
2013	28	2	工藤(2013)	観光地づくり	出雲	昭和の正遷宮と出雲観光・奉祝期間中の大火の語り継ぎ
2008	23	3	富澤・大西(2008)	観光まちづくり	さいたま市	観光まちづくり学習の運用プロセス
2008	23	3	井上・安島(2008)	観光まちづくり	川越市	町並み観光地形成に伴う観光関連事業拡大推移
2008	23	3	後藤・梅川(2008)	観光まちづくり	—	地方自治体の観光関連条例
2009	24	3	敷田(2009)	観光まちづくり	—	観光まちづくりにおける非営利・営利活動のガバナンス
2009	24	3	佐藤・吉岡(2009)	観光まちづくり	夕張	地域内外の双方向的な交流による観光まちづくり
2010	25	3	西井・近藤・佐々木(2010)	AMMA	兵庫但馬地域	観光力指標としての観光地アクセシビリティ
2010	25	3	桑田(2010)	観光まちづくり	—	顧客価値創造型観光地(マーケティング3.0の定義)への進化に向けて
2010	25	3	高田・原田・小阪(2010)	観光まちづくり	伊勢	観光まちづくりのためのプラットフォーム形成
2010	25	3	野竹(2010)	観光まちづくり	—	着地型観光地の価値と観光まちづくりプラットフォームとの関係
2010	25	3	山本(2010)	観光まちづくり	—	観光協会の機能の考察
2010	25	3	金井・峯俊(2010)	観光まちづくり	和歌山田辺市	地域遺産を活用した地域観光振興への取り組み方式
2010	25	3	羽田(2010)	観光まちづくり	川崎	地域における三角観光発展の要因と振興の課題
2011	26	3	平澤・十代田他(2011)	観光まちづくり	—	観光まちづくり組織の社会ネットワークの特性調査分析
2011	26	3	小阪・金井(2011)	観光まちづくり	兵庫新温泉町	世界ジオパークを活用した地域振興の仕組みづくりと推進
2011	26	3	朝倉・梅川(2011)	観光まちづくり	阿寒湖温泉	観光推進組織の発展過程とその課題
2012	27	3	西井・近藤・江守他(2008)	観光まちづくり	伊勢市	短期的TDMから観光まちづくりの長期的戦略への展開に向けた課題整理
2012	27	3	森重(2012)	観光まちづくり	登別市	地域外との交流によるまちづくりに対する市民意識
2012	27	3	松田(2012)	観光まちづくり	加賀温泉郷	温泉観光再生のためのまちづくりと旅館経営の新しいあり方
2012	27	3	小阪・金井(2012)	観光まちづくり	兵庫新温泉町	世界ジオパークを活用した地域振興の仕組みづくりと推進(その2)
2013	28	3	西井・江守・横山(2013)	観光まちづくり	伊勢市	伊勢式年遷宮対応TDMから観光まちづくりへの展開に向けた問題の構造化
2013	28	3	堀(2013)	観光まちづくり	別府	別府観光まちづくりにおける協働の仕組みと課題
2013	28	3	森重・敷田・海津他(2013)	観光まちづくり	鳥羽・佐世保	中間システムの連携による本土と離島の観光の相互発展
2013	28	3	西村・敷田(2013)	観光まちづくり	佐世保	地域還元を創出する着地型観光の可能性

発表年	学会	No.	発表者(連名者)	研究分野	対象エリア	研究主題
2008	23	4	和田(2008)	観光マーケティング	観光地(定山溪)	温泉宿泊施設の顧客ロイヤリティ分析
2008	23	4	岡本・崔(2008)	観光マーケティング	—	地域ブランドの認知構造
2008	23	4	西井・近藤(2008)	観光マーケティング	—	都市観光マーケティングの課題と展望
2008	23	4	西村(2008)	観光マーケティング	—	旅行者の購買意思決定における『消費者関与』概念
2009	24	4	小林(2009)	観光マーケティング	—	旅行業におけるイノベーションとその実現のためのバリューチェーン
2010	25	4	西村・高井・中村(2010)	観光マーケティング	—	若者の海外旅行阻害要因の消費者行動分析
2010	25	4	劉・古屋(2010)	観光マーケティング	北京	LOGMAPIによる北京観光スポットの魅力度推定
2011	26	4	大井(2011)	観光マーケティング	中九州地区	高速交通網整備に伴う地域活性化と観光交通に関するSWOT分析
2011	26	4	山田・外山(2011)	観光マーケティング	—	観光地における顧客のロイヤリティ意識形成の共分散構造分析
2011	26	4	近藤(政幸)(2011)	観光マーケティング	那智勝浦	南紀勝浦温泉・町博覧会の地域ブランドに果たす役割
2012	27	4	西村・高井・中村(2012)	観光マーケティング	—	若者の海外旅行阻害要因の消費者行動分析(因果モデルの検証)
2012	27	4	直井・倉田・有馬他(2012)	観光マーケティング	新島・式根島	来島観光者の再訪行動と島内購買満足度評価との関連性分析
2012	27	4	大澤・柴田・岩倉(2012)	観光マーケティング	—	観光地域ブランドのスピルオーバー効果(ブランド価値推定モデル)
2013	28	4	高橋(2013)	観光マーケティング	—	デスティネーション・マーケティングの特性と課題
2008	23	5	敷田・森重(2008)	観光マネジメント	観光地(浜中町)	持続可能な自律的観光のためのマネジメント
2009	24	5	前原(正)(2009)	観光マネジメント	—	観光マネジメントと地域経済(大河ドラマ(メディア産業)と観光産業)
2009	24	5	前原(直)(2009)	観光マネジメント	—	広域観光ルート形成と観光マネジメント
2011	26	5	森重(2011)	観光マネジメント	—	観光資源化プロセスのマネジメントの重要性
2012	27	5	田中(2012)	観光マネジメント	—	観光デスティネーションの成立過程から観光関連施設の分類の考え方提案
2013	28	5	井上・安島(2013)	観光マネジメント	足助(豊田市)	市町村合併がもたらす観光地経営の課題
2013	28	5	高橋・十代田・津々見(2013)	観光マネジメント	—	地域鉄道沿線における広域観光の取組み(協議会と観光組織との関係)
2013	28	5	朝倉(2013)	観光マネジメント	—	観光地のレジリエンシー(Resiliency)向上に向けた事業継続計画(BCP)
2008	23	6	木沢(2008)	インバウンド	関西	関西来訪の中国人の観光行動調査
2008	23	6	栗原・岡本(2008)	国際観光政策	アジア諸国	アジア諸国のインバウンド政策の変遷・動向
2010	25	6	石黒(2010)	国際観光政策	メキシコ	インバウンド市場としてのメキシコの潜在的可能性
2010	25	6	小崎・羽生(2010)	国際観光政策	高尾山	高尾山地域における外国人観光客受け入れ体制の現状と評価
2010	25	6	遠藤・大迫(2010)	国際観光政策	ニセコ	ニセコ地域における観光と観光客の国際化
2012	27	6	野瀬(2012)	国際観光政策	箱根	外国人旅行者の箱根観光旅行におけるバリエーションと満足度評価の分析
2013	28	6	新井(2013)	国際観光政策	韓国	日韓の国際観光政策の比較考察
2008	23	7	佐藤・岡本(2008)	観光資源論	観光地(佐渡)	日本風景街道の観光スポット創出
2008	23	7	吉岡(2008)	観光資源論	観光地(空知)	炭坑遺産を手がかりとした地域再生
2008	23	7	三浦(2008)	観光事業論	東京都	都市住民の「農」による交流
2008	23	7	鄭(2008)	観光事業論	韓国農漁村	農漁村民宿事業制度
2009	24	7	片山(2009)	観光資源論	奈良町	奈良町における「生活観光」の形成
2009	24	7	近藤(政幸)(2009)	地域振興	有田筑島漁港	漁港ツーリズム活用による地域振興
2009	24	7	井上・安島(2009)	観光資源論	足助(豊田市)	足助にみる観光価値の持続的創出(観光地形成過程)
2011	26	7	中井(2011)	観光事業論	京都市水尾地区	中山間地域の観光事業の継続方法
2011	26	7	八反田・敷田・木野(2011)	観光資源論	—	ワインと清酒の特性比較による地域資源を活かしたツーリズム地域振興
2008	23	8	川島(2008)	観光歴史論	施設(ホテル)	明治期奈良ホテルの成立と国際観光形成
2008	23	8	潘・安島(2008)	観光歴史論	中国避暑地	中国避暑地の英国レジャーの影響
2008	23	8	吉田(2008)	観光文化論	—	観光創造における「社交」と「文化デザイン」
2008	23	8	古屋・齋藤(2008)	観光原論	—	土産話の構造分析
2011	26	8	安島(2011)	観光原論	—	観光地(エリア)の価値の増減要因への試論(観光地の成長モデル提案)
2012	27	8	井上・安島(2012)	観光原論	—	観光における内発的発展の力と観光的価値の持続
2013	28	8	許・野瀬(2013)	観光文化論	—	異文化接触・異文化受容態度からみた訪日教育旅行振興の可能性検討
2013	28	8	野瀬・手嶋・小島他(2013)	観光歴史論	中禅寺湖畔	昭和初期の中禅寺湖畔における外国人避暑者の消費行動の実態分析
2013	28	8	中島(2013)	観光原論	—	観光哲学論に基づく超学的研究領域でのtrans-disciplineの必要性を論じる
2008	23	9	櫻村・古屋(2008)	観光サービス	—	CAと乗客とのコミュニケーション分析
2012	27	9	後藤・梅川(2012)	観光計画	—	各都道府県別に観光計画の変遷(1950-1999)を整理(一覧)