

研究計画書

平成19年度研究部会活動の公募（日本計画行政学会関西支部）

研究テーマ	堺・南大阪地域のイメージ・ブランド形成と観光・集客戦略
研究メンバー	小川 雅司〔羽衣国際大学産業社会学部専任講師〕 山田 浩之〔京都大学名誉教授〕 （以上2名）
研究内容	<p>大和川以南である堺・南大阪地域は古代から近世にかけて、産業や交易・文化の中心地域であったが、現在は低迷が続き、それに対する活性化政策、とりわけ、地域発展に必要な観光・集客戦略が求められている。堺・南大阪地域が低迷している原因は様々であるが、その1つとして、イメージやブランドが確立されていないことが考えられる。人々の観光行動が地域のイメージの影響を受けることはいくつかの先行研究で明らかとなっていることから、当該地域のイメージを確立し、地域にブランド価値をもたせることが望まれている。</p> <p>そこで本研究では、イメージやブランドという観点から、堺・南大阪地域の中心と言える堺市旧市街地の観光・集客戦略について考察したい。まずは、堺市旧市街地に点在する観光資源・施設および魅力要素を公的機関の出版物や地域情報誌などを用いて把握する。そして、当該地域のポジション（相対的位置）、パーセプション（受容性）、ポテンシャル（観光・集客力）を明らかにしながら、S：強み、W：弱み、O：機会、T：脅威を定量的に整理・分析をする。</p> <p>そして、以上の分析から得られた内容をもとにして、堺市旧市街地の目指すべきイメージ・ブランドの方向性とそれに有機的に結びつく観光・集客戦略を、当該地域に予定されているLRT建設も視野に入れて考えたい。</p>
期待される研究成果	堺市は観光部を設置し、堺市旧市街地の観光政策に取り組んでいるが、イメージやブランドに関する調査・研究まで至っていないことから、本研究の成果を行政や地域社会に提示することによって、堺市旧市街地の地域発展に寄与することが期待できる。
関連する研究成果	小川雅司 [2006] 「都市観光と地域づくり：都市における観光資源を中心に」、総合観光学会編『観光からの地域づくり戦略』第3章、同文館出版。 小川雅司 [2005] 「地域のイメージと観光マーケティング：堺市旧市街地を事例として」、南大阪地域大学コンソーシアム編『関西国際空港と地域振興：観光を中心として』 pp. 33-36.