

講義名	地域観光政策		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	西井 和夫		
開講期・曜日・時限	後期 木曜日 3時限	授業形態	
	2018年度 人間社会学部 人間健康学科 スポーツ健康コース／2018年度 人間社会学部 人間健康学科 健康マネジメントコース／2018年度 人間社会学部 人間健康学科／2018年度 人間社会学部 観光学科 ホテル・ブライダルコース／2018年度 人間社会学部 観光学科 観光事業コース／2018年度 人間社会学部 観光学科／		
履修開始年次	3年生	単位数	2
		備考	

### 主題と概要

都市再生や地域活性化の1手法である都市観光推進方策や地域観光振興策について、やみくもな場当たりの方法（短期的で直感的な経営感覚に依る商品マーケティング）ではなく、対象都市・地域（エリア）に対する定量的マーケティング手法とともにエリア・マネジメントの考え方の導入を前提に、システムチックな手順に則った方法でアプローチする必要性を強調する。その意味で、すでに観光資源を有する都市・地域も、何も有していない都市・地域であっても、観光マーケティング作業は、常に継続的な（on-goingの）タスクとして理解しなければならない。ブランドが確立した有名観光都市であっても安穩としていると競合都市に出抜かれる憂き目にあふ。ターゲットを絞った地道なプロモーション戦略が求められている。

本講義では、まずAMMA（Area Marketing & Management Approach）と称するエリア（観光地や都市観光の為の来訪都市）のエリア・マーケティングおよびエリア・マネジメントの基本的な考え方とそれに基づく観光マーケティング戦略/マネジメント戦略について解説する。

ここで講義する手法は他の観光分野以外にも応用可能な汎用的な面を有している。君たちのスキルとなることと信じている。

### 到達目標

- ① 従来の観光地づくり・観光まちづくりの課題とは何か、商品マーケティングの延長としての観光マーケティングの問題点とは何かについての基本的理解
- ② AMMAの基本的考え方、エリア・マーケティングとエリア・マネジメントを包括的に捉えることの意味についての理解
- ③ エリア・マネジメントの基本的考え方、従来の企業（ファーム）マネジメントとの違い、DMO(Destination Marketing & Management Organization) についての理解
- ④ エリア・マーケティング（プレイス・マーケティング）の基本的考え方、従来の商品マーケティングとの違いについての理解

### 提出課題

適宜レポート課題が課される。また前半7回目、および後半15回目は、それぞれテストである。注意されたし。

### 課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック

レポート課題は、基本的に次週に採点結果と合わせて返却し、全体的な講評や個別のコメントを付してフィードバックを行っている

### 評価の基準

下記の点数配分で評価する。  
平常点30%、試験（講義内演習課題およびレポート課題を含む）70%

### 履修にあたっての注意・助言他

参考テキストやプリントに従っての連続的な積み上げ授業であるので、欠席はできるだけ避けること。  
●定期試験期間中の試験はないので注意！

### 教科書

. 使用しない。

### プリント資料及び参考文献

講義時に配布するプリント

### 授業計画

- 1 観光地を取巻く諸課題 (1) 従来の観光地づくり・観光まちづくりの課題
- 2 観光地を取巻く諸課題 (2) 観光地交通と観光地形成、観光マーケティングの問題点
- 3 AMMAの基本的考え方 (1) AMMA(Area Marketing & Management Approach)とは？
- 4 AMMAの基本的考え方 (2) エリアのマーケティングとマネジメントを包括的に捉える意義とは？
- 5 エリア・マネジメント論 (1) エリア・マネジメントとは？
- 6 エリア・マネジメント論 (2) DMO(Destination Marketing&Management Organization)
- 7 エリア・マネジメント論 (3) 事例紹介
- 8 ●前半テスト
- 9 エリア・マーケティング (1) 前半部の講義の確認
- 10 外部環境要因分析：SWOT分析
- 11 エリア・マーケティング (2) ツーリストのニーズ・ウォンツ分析と
- 12 エリア (プレイス) イメージ分析
- 13 エリア・マーケティング (3) セグメント化・ターゲット化・ポジショニング：
- 14 エリア・マーケティング (4) ツーリストの欲求充足構造
- 15 エリア・マーケティング (5) パッケージング
- 16 エリア・マーケティング (6) プレイス・ブランディング分析
- 17 ●後半テスト
- 18 後半部の講義の確認

### 授業形態（アクティブ・ラーニング）

- ア：PBL（課題解決型学習）
- イ：反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）
- ウ：ディスカッション、ディベート
- エ：グループワーク
- オ：プレゼンテーション
- カ：実習、フィールドワーク

### 準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

毎回の講義内容への理解に応じて、予習・復習の必要性とその量・程度を各自で判断しなさい。そのためにも準備学修よりも、毎回の講義をしっかり聴くこと。（講義中にスマホばかり見ていて、講義を聴いていない学生には、準備学修などできるわけがない）

### 双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

基本的には講義内の質疑応答等を実施している。ICTの利用・活用には非該当の科目のため計画していない

### 実務経験の有無及び活用

実務経験なし。実務経験の活用には非該当科目と位置づけられる

### 備考