

講義名	対)研究演習		
講義コード	45422	授業形態	演習
担当教員	山川 拓也		
開講期・曜日・時限	通年 木曜日 5時限		
備考			

## ゼミ

山川拓也ゼミナール

## 学部

人間社会学部

## 学科

観光学科 / 人間社会学科

## 演習名

観光商品マーケティング

## 概要説明

近年では、グローバル化の進展による異文化接触の機会拡大、観光に関する消費のニーズやトレンドの変化などを受け、旅行者の観光スタイルも多様化している。そのことを踏まえ、ゼミでは『旅行・観光商品の企画』について問い直す。前年度の研究演習の内容をもとに、更に高いレベルの問題意識をもって、観光商品マーケティングに関する理論・思考・技術を学び、実践的なグループワークによる高度なプロジェクト学習（予定：複数の旅行・観光商品の企画等）に取り組む。

## 学位

博士（経済学）（大阪府立大学）

## 教員よりの要望

本ゼミは「楽しく真面目に研究する、真面目に楽しく研究する」をポリシーとしており、ゼミ内外にも周知している。この「楽しさ」は、対等な考えの中で互いを尊重し、前のめりに夢中になって学ぶことから生み出されると考える。昨年から続くコロナ禍の影響により、ゼミ活動においても様々な制約を受けながらのものになるかもしれない。しかし実学的な活動を止めないよう、担当教員として最大限の努力をしたい。ゼミの雰囲気は、学生と教員間の信頼関係、価値共創に向けた相互努力によって決まると考えている。したがって、ゼミのポリシーを遂行するため、ゼミ生に対して価値意識の共有と相應の努力を求める。チームにどのように貢献するのか、各々のゼミ生が真実に考え、自らの役割を果たす経験を積み上げてくれることを期待している。

## 教員英字氏名

Takuva YAMAKAWA

## 研究室

研究棟 5418

## 最終学歴

大阪府立大学大学院経済学研究科 経済学専攻 観光・地域創造分野 博士後期課程修了

## 主な研究活動・社会活動・研究業績

【研究テーマ】  
「観光の現代的消費構造と市場形成」  
「観光における意味の消費」  
「観光経験としての『生活文化体験』の商品化」

研究の中心に「異文化体験としての旅行」を据えつつ、新たな観光商品開発や地域ブランド戦略、国際観光戦略、コミュニティ・ツーリズムに関心を寄せる。

【主な社会活動】  
安佐商工会青年部 かわなみサイクリングロード実行委員会アドバイザー（広島）、NPO法人「地域力で里山を再生する会」理事（広島）

【主な研究業績】  
山川拓也（2015）「海外旅行における文化的価値を基盤とする旅行業の再定義化：旅行会社の商品マーケティング戦略における文化的視点」『日本国際観光学会論文集』22：97-102。（査読付論文）  
崔載弦・山川拓也（2016）「新しい観光のコンセプト：韓国における公正旅行と訪日観光」『日本国際観光学会論文集』23：91-99。（査読付論文）  
山川拓也（2017）「ハワイへの日本人観光パッケージツアー商品の生産と消費に関する一考察：マクドナルド化とエスノセントリック性の観点から」『広島文教グローバル』1：47-61  
山川拓也（2018）「団体ヨーロッパツアー造成に関する研究：異文化間インテグレーターとしての添乗員機能の分析」博士學位論文（大阪府立大学）

## 主な卒業論文のタイトル

【2016年度～2018年度】（前任校での論文指導）  
・観光でのスペース・シェアリングと異文化交流の関係についての研究  
・訪日外国人旅行者の旅行態度とその認識に関する研究  
・広島県のインバウンド観光活性化に関する研究  
・空港業務におけるサービスの機械化に関する研究：羽田空港と“変なホテル”を事例に  
・高齢化社会における観光  
・出雲大社観光の光と影：地域におけるホストとゲストの関係性に着目して  
・高齢者観光における身体的サポートの研究：バリアフリー化と車椅子使用に着目して  
・中山間地域における地域振興施策の課題：“ひろしまさとやま未来博2017”から考える効果的な地域振興施策とは  
・東京テイスニーリゾートの顧客満足（CS）に関する研究：企業と顧客における価値共創の視点から  
・ファンツーリズムに関する研究：広島における新しい観光の創造  
・オタクの「コト消費」マーケティングに関する研究  
・伝統的郷土芸能である「神楽」の伝承に関する研究：後継者不足問題と団員の心理との関係性

## 趣味・特技

弓道、神輿奉仕、海外旅行

## 所属

人間社会学部 観光学科

## 所属学会

日本観光研究学会、日本国際観光学会、日本商業学会、日本マーケティング学会、地域デザイン学会

## 専門分野

観光経済学、観光消費論、コミュニティ・ツーリズム、観光商品マーケティング

## 選考方法

転ゼミを希望する場合、転ゼミ申込書・成績通知表の内容ならびに個人面接をもとにした総合判断による。（ただし、必ずしも転ゼミを受け入れられるとは限らない）

## 担当科目

観光文化論、観光マーケティング論、観光事業論、観光地理学、観光施設計画論、旅行事業経営論、自己発見とキャリア開発A・B、研究演習、卒業研究

## 備考

・週末や休暇中にも活動を実施することがある。（原則全員参加）  
・学外での活動に係る諸費用（交通費など）については、基本的に各自負担となる。

## 評価方法

ゼミ運営ポリシーの理解・実行、取り組み姿勢（積極度、協力度、貢献度、参加態度など）、スケジュール・マネジメント（出席、遅刻、早退、提出期限など）、研究課題の内容（各種ワーク類、成果物、発表・プレゼンなど）を鑑みて、総合的に評価する。

## 実務経験の有無及び活用

「実務経験あり」  
旅行業および旅行サービス手配業での実務経験（欧州を中心とする海外団体旅行の企画造成、営業、添乗、海外駐在、市場戦略などのマーケティング）を活かし、旅行・観光の商品化に関する思考を深化させ、実践的な指導をおこなう。