

講義名	卒業研究				
講義コード	44424	授業形態		開講期・曜日・時限	通年 木曜日 4 時限
担当教員	山川 拓也		サンパリング・コード		

学部・学科	演習分野
人間社会学部・観光学科	観光商品マーケティング

概要説明
研究演習Ⅰ・Ⅱを通して明確にした各自の問題意識を起点に、観光商品マーケティングに関する専門的な知識や技能を駆使して計画的かつ確実に研究を遂行し、その成果を卒業論文として集大成させる。尚、卒業論文の執筆を希望しない場合は、教員との合意に基づくプロジェクト学修への高度なレベルでの取り組みなど、卒業制作をもって代替することも可能とする。
【卒業論文を選択する場合】 各専門領域にふさわしい卒業論文にするための不断の努力が必要となる。年間を通して担当教員と綿密に意見交換を行い、着実に研究を推進していく必要がある。尚、週末や休暇中にも指導を実施することがあることに対する理解を要求する。
【卒業制作を選択する場合】 研究演習Ⅰ・Ⅱの経験をもとに、年間を通して高度なレベルのプロジェクト学修を推進することを求める。どの取り組みを行うかは、担当教員との合意に基づく。尚、週末や休暇中にも活動を実施することがあるとともに、学外活動に係る諸費用（交通費等）については基本的に各自負担となることに対する理解を要求する。

主な卒業論文のタイトル
【2021年度】 ・観光商品開発における価値創造に関する研究～メタ観光とスマートツーリズムの視点を用いて～ 【2016年度～2018年度】（前任校での論文指導の例） ・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 ・出都大社観光の光と影：地域におけるホストとゲストの関係性に着目して ・中山間地域における地域振興施策の課題：「ひとしまとやま未来博2017」から考える効果的な地域振興施策とは ・東京ディズ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

教員よりの要望
学生として大学で何を学んできたのか、自信をもって人に言える卒業論文・卒業制作になることを期待する。

選考方法
本科目は研究演習からの連続科目となるので、卒業研究の履修においての選考は実施しない。

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。	
教員英字氏名	研究室
Takuya YAMAKAWA	研究棟V 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	
学位	
博士（経済学）（大阪府立大学）	
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」、「観光における意味的価値の消費」、「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・ローカル体験としての旅行・観光」を据え、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（CT）、アドベンチャーツーリズム（AT）、武道ツーリズム等に関心を寄せる。	
【主な社会活動】かわなみサイクリングロード実行委員会アドバイザー、NPO法人「地域力で里山を再生する会」理事、広島体験型観光事業者連合会（HAC）顧問、広島県竹原市観光振興計画策定委員会委員長	
【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論的視点」,『日本国際観光学会論文集』22,pp.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,pp.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,pp.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－,大阪府立大学,博士（経済学）,甲第1843号 山川拓也(2019):未来を旅する論考(未来を旅する編集会議『未来を旅する HIROSHIMA』,サメディア ジョン),pp.90-93 山川拓也(2019):「日本の地域観光に対応する「ケヌスレギオン・エスターライヒ」の研究:国策的マーケティング戦略としての概要と関連する社会的文化基盤、日本国内における理解の整理」,『日本観光研究学会全国大会学術論文集』34,pp.69-72 山川拓也・中尾公一(2021):「地域住民と外国人宿泊客を結びつけるゲストハウス－媒介・仲介機能とCOVID-19の影響の分析－」,『観光研究』32(2),pp.81-93【査読付論文】 山川拓也(2022):「『武道ツーリズム』の再定義に向けての序説－関連既存研究の国内外比較からの示唆－」,『流通科学大学論集・人間・社会・自然編』34(2)	
趣味・特技	
上質な美味しいメシと酒を楽しむこと、海外旅行（コロナ禍で渴望中）、サウナ、弓道	
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、観光マクロマーケティング、観光消費文化論、コミュニティツーリズム	
担当科目	
観光文化論、観光地理学、観光施設設計論、旅行事業経営論、観光社会学、教養特講Ⅱ（旅行計画の基礎）、専門基礎演習（人）、研究演習Ⅰ・Ⅱ、卒業研究	
備考	
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。	