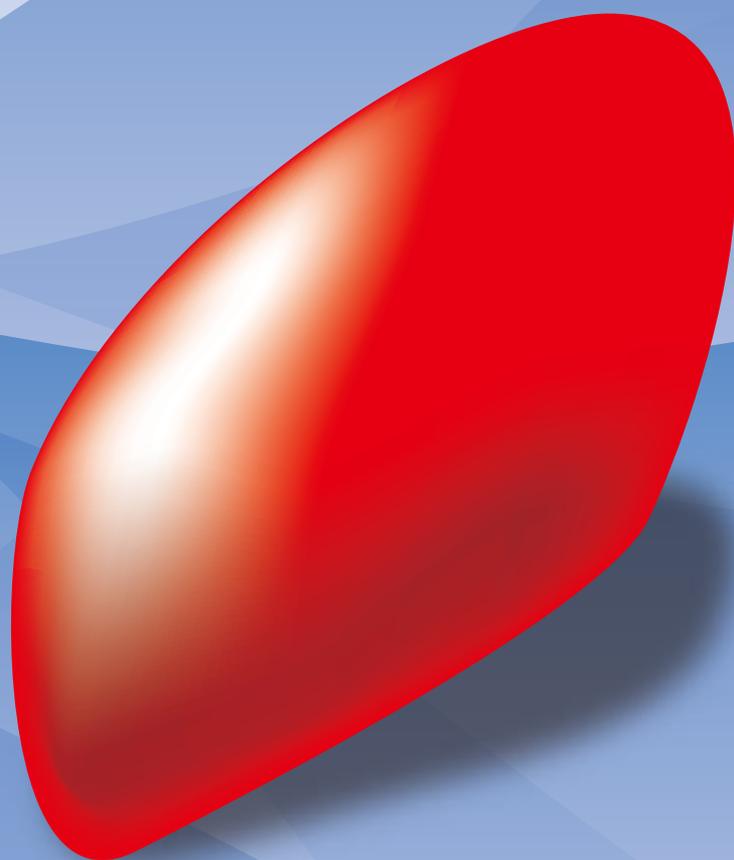


地 域 經 濟

REGIONAL ECONOMY



第 28 号

2025.3

目 次

理事長のごあいさつ

地域経済の発展のために必要な“Grit”	1
----------------------------	---

特集

和歌山地域発展に貢献する価値共創に関する研究 ～白浜町関係人口作りの視点から～	3
和歌山県内企業経営者を招いた産官学連携講義の取り組み ～大学生の採用と就業意識の変化に着目した教育効果の検証～	14
地域経済レジリエンスの概念と研究動向	29
道の駅の行動経済学から効果的なプロモーションを考える ～アクションリサーチの記録～	34

令和5年度事業報告

「移動革命」を活用した持続可能な和歌山市公共交通体系に関する研究会	47
道の駅を利用した地域産品販売の効果的なプロモーション ～関西エリアのビッグイベントを契機とする和歌山への誘客要因として～	49

令和6年度事業	52
---------------	----

理事メンバー	52
--------------	----

研究成果／調査事業報告書一覧	53
----------------------	----

地域経済の発展のために必要な“Grit”

和歌山地域経済研究機構

理事長 金川 めぐみ

【和歌山大学経済学部長】



和歌山地域経済研究機構は、和歌山商工会議所、和歌山社会経済研究所、和歌山大学経済学部の三者によって1996年7月に創設されました。2008年に和歌山大学に観光学部が設置されて以降は、四者が連携し、和歌山県の地域経済の活性化に資する多様な調査・研究活動を展開してまいりました。

一昨年、和歌山大学経済学部長に就任するとともに、本機構の理事長も拝命いたしました。この間、四者が協働して行う地域経済や観光に根ざした調査・研究を目の当たりにし、大学が有する人的・知的資産が地域へ還元されていることを改めて実感しています。今後も微力ながら皆様の研究活動を支えてまいりますので、引き続きよろしくお願いいたします。

昨年の挨拶文では、アフターコロナを見据えたVUCAの時代について言及しました。VUCAとは、Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）の頭文字を取った言葉であり、変化が激しく予測困難な時代に、私たちの経験と知見を生かして道を切り開くことの重要性を述べました。

では、こうした時代に求められる力とは何でしょうか。私は、その一つとして「グリット（Grit）」を挙げたいと思います。グリットとは、「やり抜く力」や「粘り強さ」を指し、アメリカの心理学者アンジェラ・リー・ダックワース氏が提唱した概念です。困難に直面してもくじけず、強い意志を持って挑み続けるこの力は、地域経済の発展においても不可欠な要素といえるでしょう。

私は社会保障法学を専門としており、地域の福祉団体関係者と意見交換する機会が多くあります。つい先日、和歌山県内で精神障害者の就労支援に長年取り組まれている方から、「社会の偏見を変えると決め、数十年にわたり粘り強く地域と対話を続けてきた」という言葉を伺いました。この施設では、時代のニーズに応じた新たな商品開発にも日々取り組んでいますが、そこに宿る原動力は「社会を変えたい」という強く粘り強い思い、すなわちグリットの力にほかなりません。その結果、地域の信頼を得て協働が生まれ、施設も発展を遂げてきたのです。

地域経済や大学においても、今こそこの「グリット」の力が求められています。時代を見据え常に新たなアイデアを生み出しつつ、芯には揺るぎない意志を持ち、対話を重ねながら困難に立ち向かう姿勢こそ、VUCA 時代における発展の鍵となるでしょう。そして本機構の取り組みが、こうした力を培い、発展させる一端を担うことができれば幸いです。

和歌山地域発展に貢献する価値共創に関する研究 ～白浜町関係人口作りの視点から～

和歌山大学観光学部

准教授 佐野 楓

株式会社 ANA 総合研究所

客員研究員 森 孝司

研究員 田中 大士

I はじめに

和歌山県は紀伊半島の南西部にあって、海に面した豊かな自然環境と歴史的文化遺産を有する地域である。面積の8割以上を山地が占めている和歌山県は、古くから「木の国」と呼ばれ、すぎ、ヒノキなどの優良材の生産県として全国に知られている。また、和歌山県は農業の基幹作物としての柿、桃、みかん、梅などの果樹栽培が盛んであり、瀬戸内海と太平洋の海域特性に応じて各種漁業が営まれている（農林水産省, n.d.）。そのような伝統的な産業に加えて、観光産業や地域産業の育成が進んでいる。特に和歌山県は、熊野古道、白浜温泉、高野山、紀伊山地など様々な人気観光スポットを誇り、観光客入込客総数が史上最高を記録したコロナ禍前の令和元年比では9割を超える水準まで回復している（和歌山県, 2024）。一方で、和歌山県は人口減少と高齢化が進む地域でもあり、若年層の流出や地域コミュニティの弱体化は地域社会が直面している深刻な課題となっている（和歌山県, n.d.）。

上記の課題を踏まえて、本研究の目的は Vargo & Lusch (2004)が提唱するサービス・ドミナント・ロジックのエコシステムを理論的フレームワークとして援用し、地域発展に貢献する価値共創のビジネスモデルを構築することである。そこで、「ワーケーションの聖地」と呼ばれている白浜町をフィールドに選定し、地域コミュニティの弱体化を解決するために、コミュニティの参加者（関係人口）と非参加者（交流人口）を比較し、地域コミュニティ内における価値共創を促す。

II 研究背景

1. ワーケーションによる関係人口の増加

「Workation（ワーケーション）」とは、「Work（ワーク）」と「Vacation（バケーション）」を組み合わせた造語で、2000年代に新しい働き方の一環としてアメリカから始まったが、日本では2017年頃から和歌山県や長野県などの自治体でワーケーションが行われてきている。観光庁（n.d.）によれば、テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所

で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすことを意味しており、余暇主体（休暇型）と仕事主体（業務型）の2つのパターンがある。休暇型について、福利厚生型とも言え、有給休暇を活用して、リゾートや観光地等でテレワークを行うことを指している。一方、業務型について、地域関係者との交流を通じて、地域型の解決策を共に考える地域課題解決型、場所を変えて職場のメンバーと議論を交わす合宿型、サテライトオフィスやシェアオフィスでの勤務というサテライトオフィス型に分類されている（観光庁, n.d.）。観光庁は2021年にテレワークの普及や働き方の多様性を背景に、ワーケーションやブレジャー（ビジネスとレジャーを組み合わせた造語）といった仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行を新たな旅スタイルとして位置づけた他、2023年に「テレワーク・ワーケーション官民推進協議会」を設立し、ワーケーションの普及促進に積極的に取り組んでいる。

関係人口とは移住した定住人口でもなく、観光に来た交流人口でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉である（総務省, n.d.）。また、総務省（n.d.）は現状の地域との関わりが強く、地域との関わりへの想いも強いという特徴から、関係人口を行き来する者、地域内にルーツがある者、何らかの関わりがある者、地域内にルーツがある者に分類している。その中に、何らかの関わりがある者について、ワーケーションによって、地域との繋がりを持つ機会を生み出し、関係人口の創出や拡大につながる。

2. 白浜町のワーケーションの現状

和歌山県がIT企業の誘致を積極的に行っているという背景もあり、白浜町は都市部と同じ仕事が地方でもできる情報通信関連産業に着目し、2004年に町内にサテライトオフィスを開設し、IT企業誘致の取り組みを開始した。また、2017年度より和歌山県と連携し、ワーケーションに取り組んでいる中、バケーションだけでなく、「イノベーション」や「コラボレーション」といった多様な意味づけをし、敢えて観光色を抑えた「Work×Innovation×Collaboration」をテーマに企業向けのワーケーションを推進している。白浜町は元々、年間約340万人の観光客が訪れている関西圏有数のリゾート地である（白浜町, 2025）。それに加えて、白浜町内のフリーWi-Fiを無料開放しているという通信環境面の優位性、及び空路で東京から簡単に移動できるというアクセス面の良さから、近年多くの企業が白浜町でサテライトオフィスを開設している。

このように、ワーケーションを通じて、都市部の企業で働いている人は地域との接点生まれ、ワーケーションで訪れた人が「この地域での生活や仕事が心地よい」と感じると、最終的に移住を考えるきっかけになると期待できる。

III 白浜町における定住人口・関係人口・交流人口の調査概要

2024年度和歌山地域経済研究機構調査研究事業の助成金を受け、株式会社ANA総合研究所の協力を得て、白浜町の定住人口・関係人口・交流人口向けのアンケート調査を実施した。具体的に、2024年9月24日（火）～10月3日（木）、白浜町のサテライトオフィスで働いている社員（定住人口・関係人口）向けのアンケート調査を行い、34サンプルを回収した。また2024年10月8日（火）に、観光目的で白浜町を訪れた観光客（交流人口）

向けのアンケート調査を行い、37サンプルを回収した。

アンケート票について、定住人口・関係人口・交流人口に共通しているセクションは、回答者の属性の他、地域幸福度に関する内容であり、地域生活のウェルビーイング（24項目）、生活の質（8項目）、センシュアス・シティ（24項目）、地域の寛容性（6項目）に分けられている。また、定住人口・関係人口のみに対するセクションは、白浜町との交流/関係/移住（11項目）、白浜町での仕事（8項目）、白浜町の課題解決（4項目）、白浜町の魅力（2項目）、本業への影響（15項目）、白浜町への経済効果（3項目）、移動手段と移動時間（4項目）にある。回答者の居住地について、以下の図1と図2に示されている。

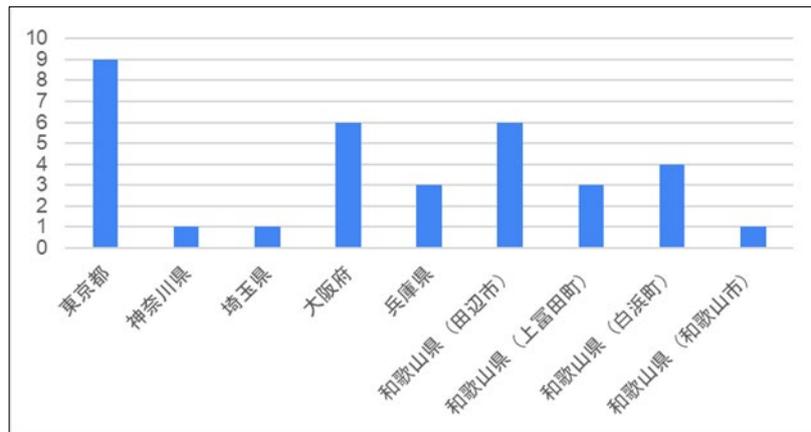


図1：定住人口・関係人口

(注：白浜町、近隣地域の田辺市、上富田町に住んでいる人を定住人口とし、それ以外は関係人口とする)

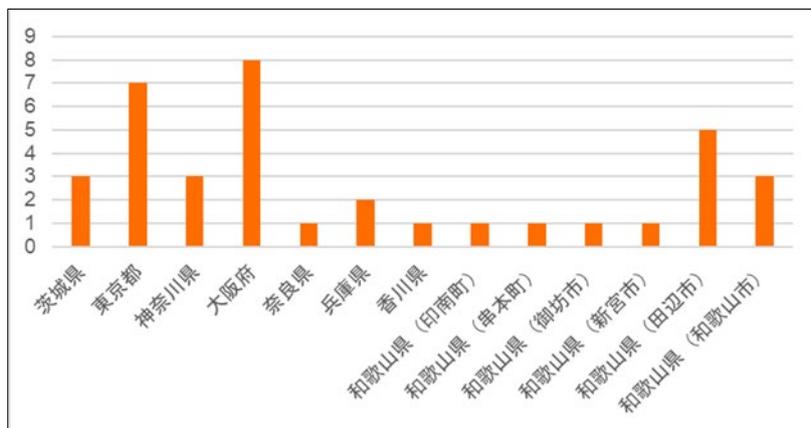


図2：交流人口

(注：近隣地域の田辺市の5名も、観光目的で訪れたため、交流人口とする)

IV 白浜町における定住人口・関係人口・交流人口の調査結果

本調査においては、関係度合いに応じた比較、関係性の深さ（知り合いの多さなど）に応じた比較、定住/関係人口の比較、交流人口のそれぞれの地域と定住人口・関係人口が感じる白浜町の地域比較といった4つの内容を分析した。ここで重要な結果を紹介する。

1. 関係度合いに応じた比較

関係人口は、訪問回数が多いほど、白浜町民、他の関係人口との交流が増えて（図 3）、地域課題への関心が強くなる傾向が見られる（図 4）。また、白浜町への訪問回数が多い関係人口は、白浜町に今後も何らかの形で関わりたい傾向があるが、訪問回数が少ない関係人口は白浜町への移住に興味を示した（図 5）。しかし、関係人口においては、全体的に白浜町への移住意向が低い傾向が見られている。その理由は、「交通の便」、「都市の生活に慣れている」、「プライベートの事情」、「南海トラフ地震」など取り上げられている。

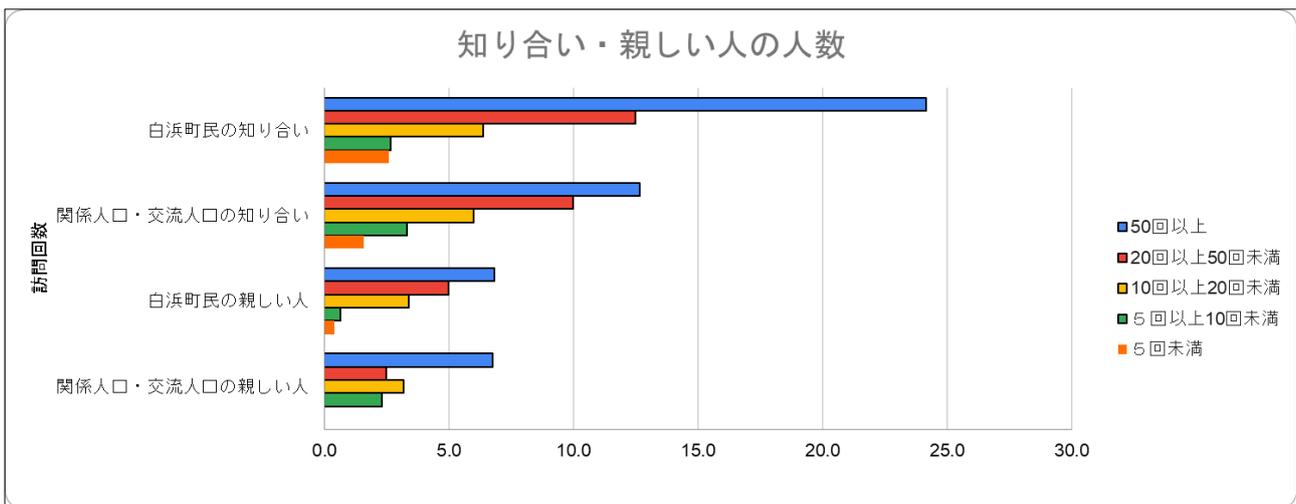


図 3：関係人口同士と地域住民との交流

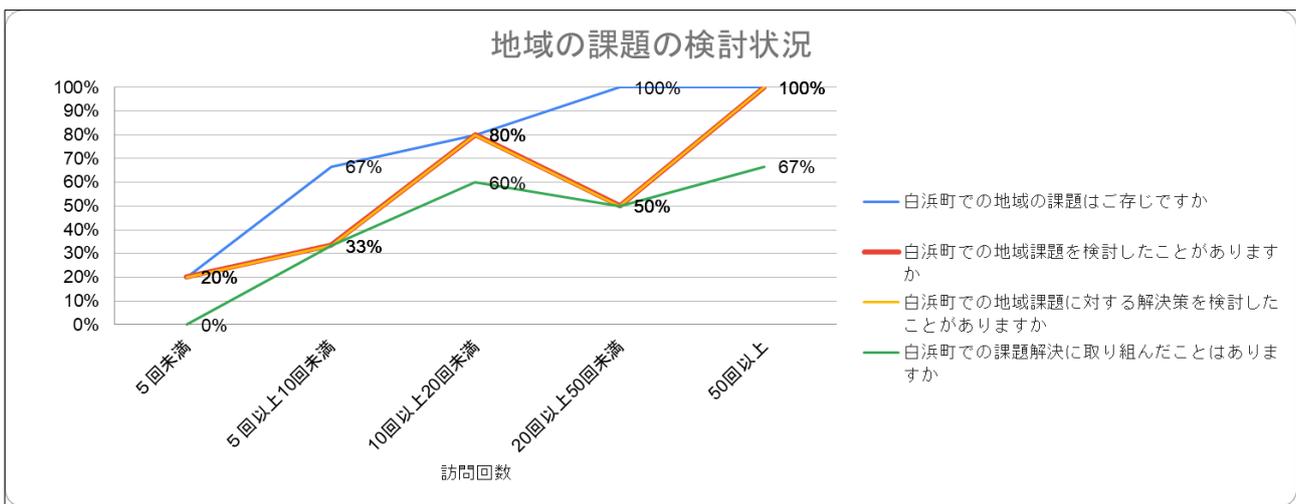


図 4：訪問回数と地域課題への関心

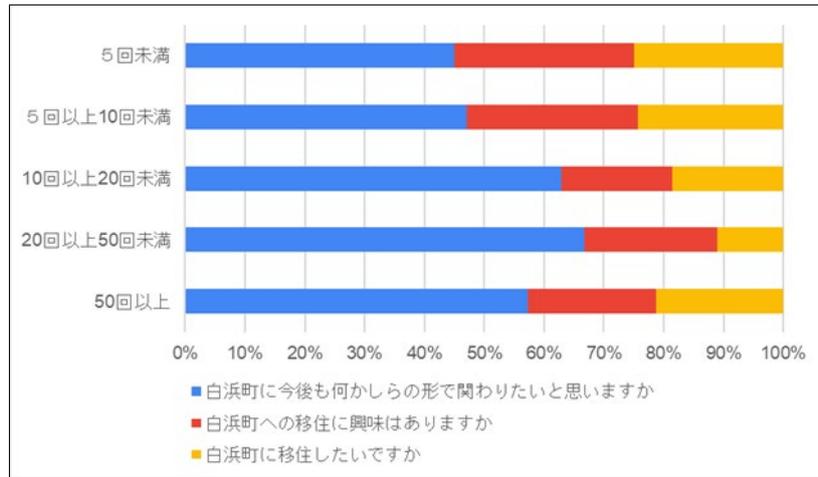


図 5: 関係人口の白浜町との関わり

2. 関係性の深さ（知り合いの多さなど）に応じた比較

関係人口は、白浜町での知り合いが多いほど、リモートワークが柔軟にできる環境にあり（図 6）、地域課題に熱心な傾向があり（図 7）、自らの本業にポジティブになる傾向がある（図 8）。

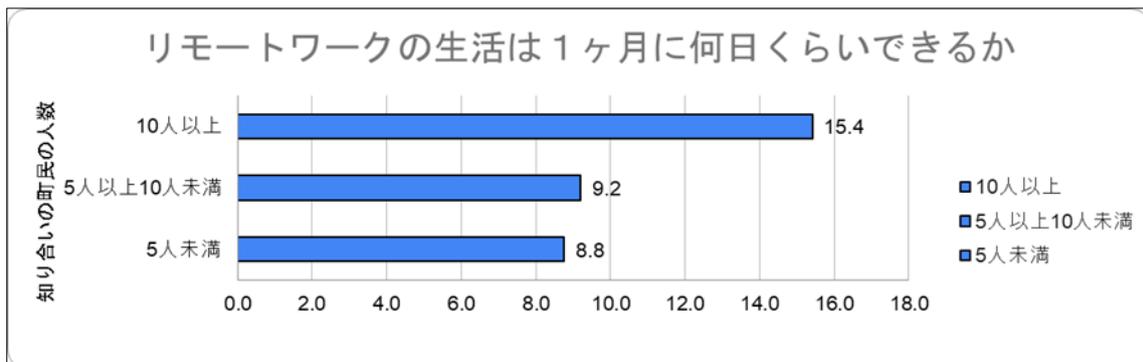


図 6: 知り合いの人数とリモートワーク生活

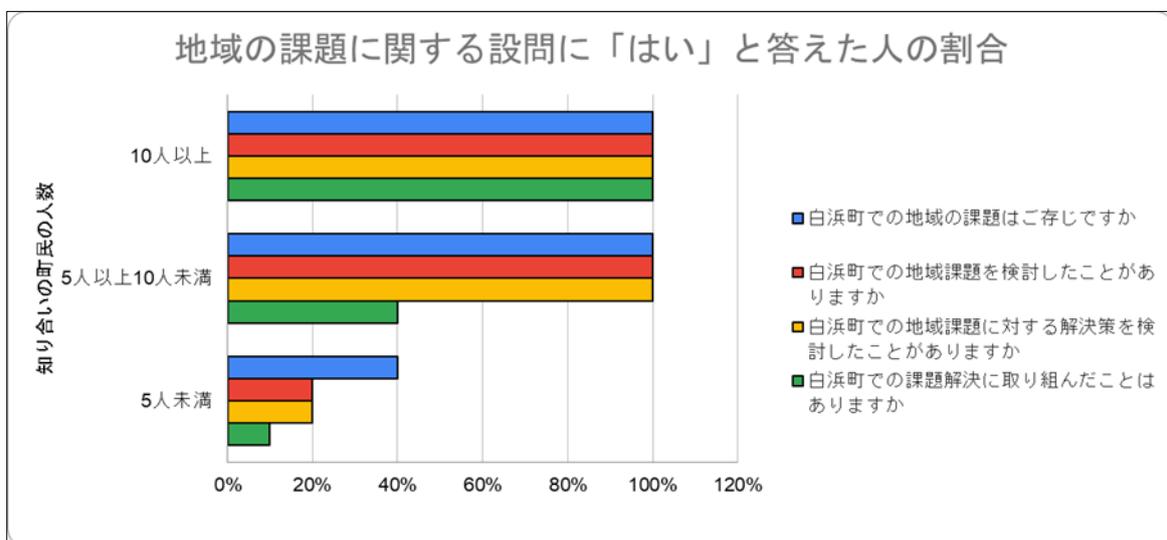


図 7: 知り合いの人数と地域課題への関心

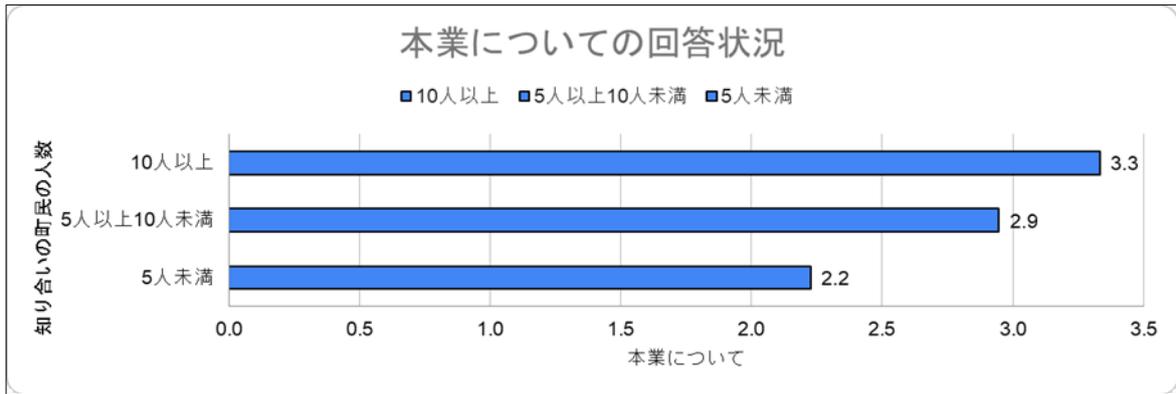


図 8: 本業への影響（15項目）の回答平均値

(注: 非常にあてはまる=4、ある程度あてはまる=3、どちらとも言えない=2、あまりあてはまらない=1、全くあてはまらない=0)

3. 定住/関係人口の比較

白浜町の地域課題への関心度について、定住人口より関係人口の方が高いという結果であった（図 9）。

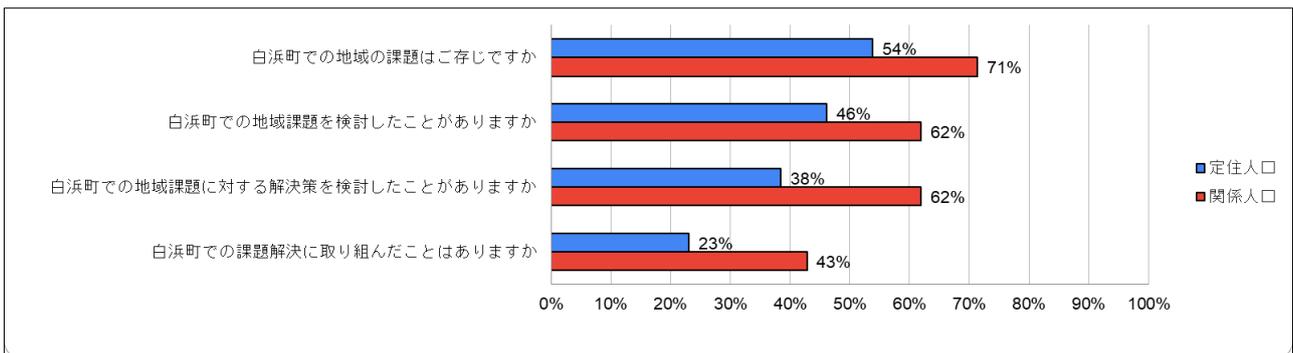


図 9: 定住人口と関係人口の白浜町の地域課題への関心度

また、地域生活の Well-being について、「ダイナミズムと誇り」「健康状態」は関係人口の方が高かった。生活拠点と白浜町をうまく活用し、刺激を得て、健康状態の維持をしていると思われる（図 10）。

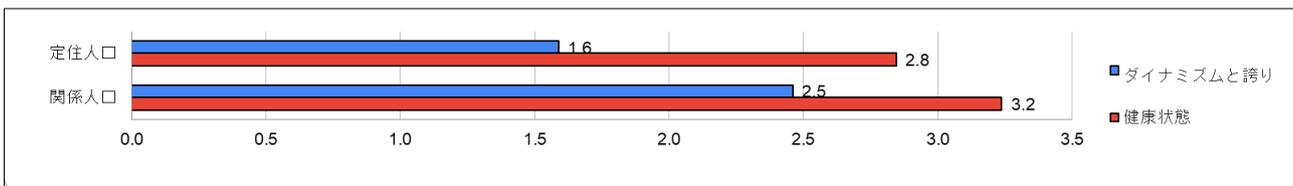


図 10: 定住人口と関係人口の地域生活におけるウェルビーイングの比較

4. 交流人口のそれぞれの地域と定住人口・関係人口が感じる白浜町の地域比較

地域生活のウェルビーイングに関して、定住人口（グループ 1）・関係人口（グループ 2）が白浜町での生活と旅行者（グループ 3）が住んでいる地域での生活をノンパラメトリッ

ク検定によって比較した（表 1）。その結果、白浜町の関係人口グループは定住人口グループに比べて、新たな発見や刺激を得やすく、新しいことに挑戦し、成長する機会が多いことが分かった（図 11, 12）。また、関係人口グループは旅行者グループに比べて、身近に自然があり、空気や水が綺麗、自然と向き合う喜びを強く感じる結果も示されている（図 13, 14, 15）。その一方、関係人口グループは旅行者グループに比べて、白浜町での生活に不便さを感じ、相談相手が少なく、町民への感謝が少ないという結果が出ている（図 16, 17, 18, 19）。

表 1: 地域生活のウェルビーイングに関する定住人口・関係人口・旅行者の比較結果

新たなことへのワクワク感					
新たな発見や刺激が得られる（図 11）					
グループ間比較	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整後有意確率
1-3	-14.049	6.248	-2.249	.025	.074
1-2	-19.930	6.789	-2.936	.003	.010
3-2	5.881	5.310	1.108	.268	.804
新たなことに挑戦・成長するための機会がある（図 12）					
グループ間比較	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整後有意確率
1-3	-18.968	6.256	-3.032	.002	.007
1-2	-21.463	6.798	-3.157	.002	.005
3-2	2.495	5.317	.469	.639	1.000
自然との向き合い					
身近に自然を感じるができる（図 13）					
グループ間比較	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整後有意確率
3-2	12.614	5.053	2.496	.013	.038
3-1	13.213	5.946	2.222	.026	.079
2-1	.599	6.461	.093	.926	1.000
自然と向き合う喜びがある（図 14）					
グループ間比較	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整後有意確率
3-1	6.407	6.127	1.046	.296	.887
3-2	14.810	5.207	2.844	.004	.013
1-2	-8.403	6.657	-1.262	.207	.621
空気や水は澄んでいてきれいだと感じる（図 15）					
グループ間比較	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整後有意確率
3-1	9.675	6.166	1.569	.117	.350
3-2	13.162	5.240	2.512	.012	.036
1-2	-3.487	6.699	-.521	.603	1.000

生活の利便性					
日常の買い物に全く不便がない (図 16)					
グループ間比較	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整後有意確率
2-1	6.612	6.868	.963	.336	1.000
2-3	-16.038	5.372	-2.986	.003	.008
1-3	-9.426	6.321	-1.491	.136	.408
公共施設は使い勝手がよく便利である (図 17)					
グループ間比較	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整後有意確率
1-2	-6.447	6.878	-.937	.349	1.000
1-3	-21.609	6.330	-3.414	<.001	.002
2-3	-15.162	5.380	-2.818	.005	.014
心の支え					
困ったときに白浜町/住んでいる地域で相談できる人が身近にいる (図 18)					
グループ間比較	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整後有意確率
2-1	2.225	6.837	.325	.745	1.000
2-3	-18.043	5.348	-3.374	<.001	.002
1-3	-15.818	6.292	-2.514	.012	.036
白浜町民の方に感謝することが多い (図 19)					
グループ間比較	検定統計量	標準誤差	標準化検定統計量	有意確率	調整後有意確率
2-1	.592	6.893	.086	.932	1.000
2-3	-12.548	5.391	-2.327	.020	.060
1-3	-11.956	6.344	-1.885	.059	.178

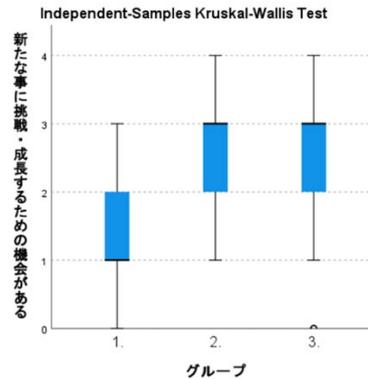
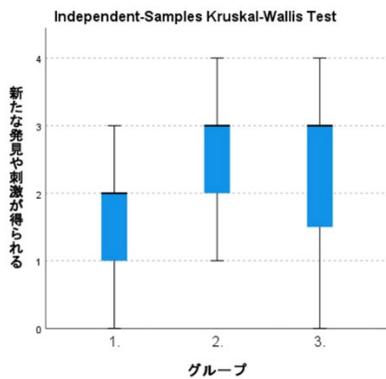


図 11, 12: 新たなことへのワクワク感

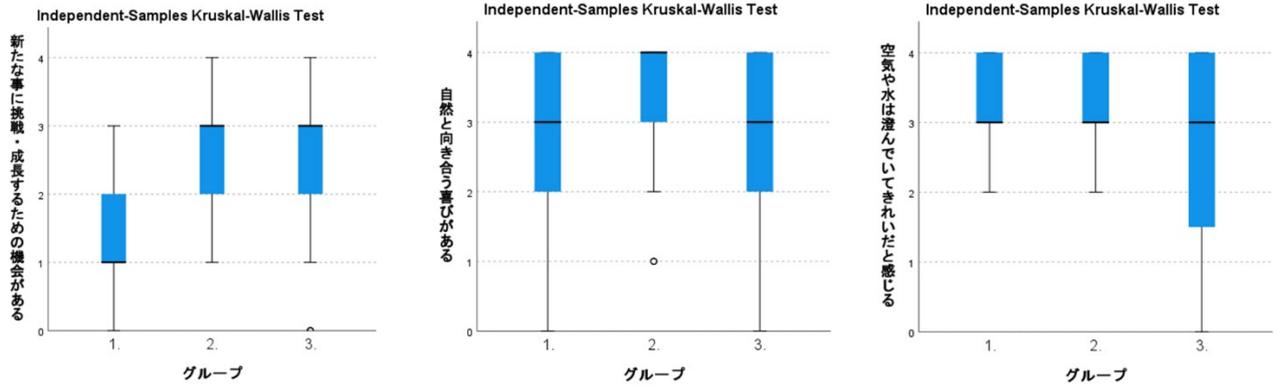


図 13, 14, 15: 自然との向き合い

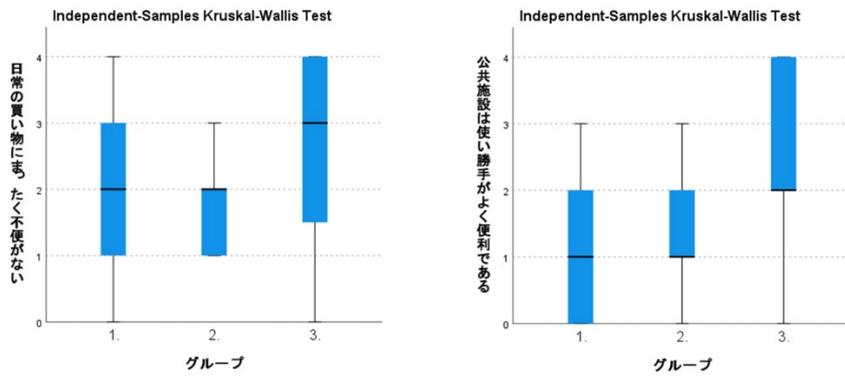


図 16, 17: 生活の利便性

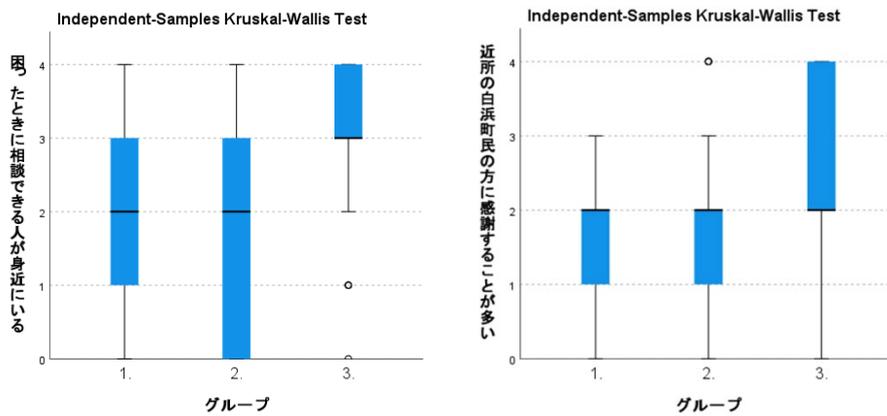


図 18, 19: 心の支え

(注: 非常にあてはまる=4、ある程度あてはまる=3、どちらとも言えない=2、あまりあてはまらない=1、全くあてはまらない=0)

V 本研究の示唆と和歌山の地域発展への提言

本調査の分析結果から、関係人口は白浜町との関わりが深まるにつれて、地域課題への関心が高まり、地域とのつながりも強くなる傾向があることが分かった。また、白浜町での知り合いの多さは、リモートワークの柔軟性向上や地域課題への積極的な関与、本業へのポジティブな影響につながることを示唆された。さらに、関係人口は定住人口と比較して、新たな発見や刺激を得る機会が多く、自然環境の魅力を強く感じている。しかし、その一方で、生活の不便さや相談相手の少なさといった課題が依然として残っている。このことから、白浜町は関係人口にとって新たな挑戦や成長の機会を提供する場としての魅力があるものの、住みやすさやコミュニティの受け入れ体制には改善の余地があると考えられる。

以上の点を踏まえ、和歌山県の地域発展に向けていくつかの提言を行う。

まず、地域コミュニティの受け入れ体制を強化することが重要である。和歌山県は、「和歌山県長期人口ビジョン」において、2060年の人口目標を70万人と掲げている（和歌山県, n.d.）。ワーケーションをきっかけに関係人口を増やすことで、将来的には和歌山県への移住、すなわち定住人口の増加につながると考えられる。特に、今回の調査で明らかになった「ワーケーションの聖地」とも称される白浜町における関係人口の受け入れ体制の課題は、他の地域でも少なからず直面している問題であると推察される。そのため、住宅支援や補助金といった「ハード面」の整備に加え、関係人口が地域に溶け込みやすくなる「ソフト面」の支援も必要である。例えば、関係人口が相談できる窓口の設置や地域メンター制度の導入により、孤立感の軽減が期待できる。また、地域住民と関係人口の交流を促進するプログラムを実施することで、互いの理解を深めることが可能となる。さらに、調査結果から、関係人口は定住人口に比べて地域課題への関心が高いことが示されているため、関係人口が持つ知識やスキルを地域活性化に活かす仕組みを整えることも重要である。こうした取り組みを通じて、関係人口の地域に対する愛着を育み、帰属意識の醸成につなげることができる。

次に、豊かな自然環境を活かし、関係人口のウェルビーイングを高めることも重要な視点である。和歌山県のワーケーションは、「Work（仕事）+いろいろな ation」というコンセプトのもと進められており（Wakayama Workation Project, n.d.）、参加者は主にサテライトオフィスやシェアオフィスで勤務している。今回の調査結果では、関係人口が自然と向き合う喜びを感じることが、ウェルビーイングの向上につながることを示唆された。したがって、自然環境を活用した「いろいろな ation」をさらに推進すべきである。例えば、森林浴やSUP（スタンドアップパドルボード）などの健康増進プログラムの開発、あるいはトレッキングやカヤックなどのアクティビティの充実により、関係人口のウェルビーイングをさらに高めることができる。

これらの取り組みを進めることで、和歌山県の関係人口が地域とより深く関わり、定住人口の増加や地域活性化につながることが期待される。

参考資料

- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>
- 観光庁 (n.d.) 「ワーケーションとは？」 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/workation-bleisure/> (2025年3月1日閲覧)
- 白浜町 (2025) 「白浜町におけるワーケーション」
<https://www.town.shirahama.wakayama.jp/soshiki/somu/kikaku/gyomu/1577342565456.html> (2025年3月1日閲覧)
- 総務省 (n.d.) 「関係人口とは」
<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html> (2025年3月1日閲覧)
- 農林水産省 (n.d.) 「和歌山県の農林水産業の概要」
https://www.maff.go.jp/j/kanbo/tiho/attach/pdf/todouhukuken_gaiyou-28.pdf (2024年5月12日閲覧)
- 和歌山県 (2024年3月28日) 「令和5年観光客到達調査 (速報値)」
https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/062400/doutai2_d/fil/R5sokuhouti.pdf (2024年5月12日閲覧)
- 和歌山県 (n.d.) 「和歌山県の人口」
<https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/020300/kids/wakadata/jinko.html> (2024年5月12日閲覧)
- 和歌山県 (n.d.) 「和歌山県長期人口ビジョン」
https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/020100/tihouseisei/tihouseisei_d/fil/01visionongaiyou.pdf (2025年3月1日閲覧)
- Wakayama Workation Project (n.d.)
<https://wave.pref.wakayama.lg.jp/020400/workation/index.html> (2025年3月1日閲覧)

和歌山県内企業経営者を招いた産官学連携講義の取り組み

～大学生の採用と就業意識の変化に着目した教育効果の検証～

和歌山大学

アントレプレナーシップデザインセンター

講師 田代 優秋

1. はじめに

中小企業において人手不足が深刻な課題となっている。中小企業白書(2024)によると、全国の中小企業が抱える最も優先度が高い経営課題は「人材の確保」であるものの、大学生の新卒採用を行った中小企業は37.5%と低い。さらに、新卒採用の最も大きな課題は「応募が少ない」とされ、中小企業はそもそも母集団形成に苦戦している。

和歌山県内の中小企業に目を向けてみると、和歌山県経営者協会による和歌山県内の会員企業395社への調査(2023)でも、最も重視する経営課題の1位が「人材の確保・育成」(77.4%)である。さらに、「新卒採用したかったができなかった」企業が、従業員数100人以上の企業では6.8%、100人未満では23.6%にのぼっている。このように、全国の傾向と同様に和歌山県内の中小企業においても人材の確保が最大の経営課題となっており、新卒採用自体ができない企業が多数でている状況となっている。

こうした社会的背景から、和歌山大学では地方部で活躍できる人材の育成・輩出を企図した地域志向教育がこれまでいくつも実施されている。例えば、和歌山大学観光学部の独自の教育プログラムである「地域連携プログラム(Local Partnership Program)」(注釈1)、教育学部の「へき地・複式教育実習」(注釈2)、全学の取り組みである「わかやま未来学副専攻」(注釈3)などがある。和歌山大学生の約60%以上を県外者が占めるなかで(田代2017)、大学生にとってこうした教育プログラムは和歌山県の地域課題や自治体・企業などを知るための貴重な機会となっている。これらの取組の結果、県内への人材定着や地域課題の解決などの成果がみられる。その詳細についてそれぞれの報告書を参照されたい(例えば、和歌山大学観光学部2023、豊田2011、富永ら2017)

本報告では、これまで和歌山大学において地域志向教育の中で教育効果の検証がなされていない教養教育科目「企業トップ経営論」(以下、「本講義」という)について報告する。本講義の詳細については後述するが、和歌山県内の中小企業の経営者が講師として登壇して、企業概要や和歌山(あるいは地方)における企業経営・事業運営の特性について解説しつつ、学生にとって仕事や働くことへの気づきを促すものである。つまり、地域志向教育に加えてキャリア教育としての位置づけがあった。そこで、本講義による教育効果を検証する視点として、1) 登壇企業は和歌山大学生を新卒採用できたのか、本講義受講前後に

において 2) 就業希望地と 3) 職業選択時に重視する価値観にどのような影響があったのかについて検証した。

2. 教養教育科目「企業トップ経営論」の概要

1) 開講の経緯と位置づけ

本講義は、2010 年度に和歌山県商工労働部労働政策課からの寄附講義として始まった。地方自治体による労働力確保を目指した施策としては、例えば高校生や大学生に対して企業等での職場体験・インターンシップ、就職活動中の学生であれば企業合同説明や交流会の開催などが講じられる。こうした施策が有効ではあるものの、その課題点としては学生が事前に中小企業への興味関心を持っていなければ参加にはなかなか結び付かないことがある。したがって、就職活動以前、あるいは学生の職業観・勤労観の形成時に中小企業の存在や事業内容などを知る機会が必要となる。そこで、労働政策課と和歌山大学とが協働して、県内の中小企業の経営者を招いたオムニバス形式の教養科目「企業トップ経営論」を開講してきた。

本講義は登壇企業と和歌山県から高い評価を得て、現時点（2024 年度）でも開講されており、14 年間続けられている。その成果として、本講義を受講した学生が県内企業を初めて知り、新卒就職者がでていく。その後、卒業生が登壇する経営者とともに講義に参加するなど、教育循環も生じている。このように本講義は産官学協働のもとに実施される地域志向教育の好事例であるため長期間にわたり開講されてきたといえる。

2) 本講義の目的

目的としては、大きく 2 つある。企業の経営規模や業態によらずサービス業、小売業、製造業などといった複数の産業界から登壇企業を招くことで地域の経済・産業を多角的視点から分析・把握できる。また、地方にあるトップシェア・ニッチトップ企業が日本の経済・産業に大いに貢献していることを知り、地域の中小企業の存在意義への理解をより深めることにある。つぎに、登壇企業の経営者には創業者や事業継承者がいる。経営者のこれまでの多様な歩み（キャリア）に触れることで、学生自身が「働くとは、仕事とは」といった職業観・勤労観の醸成を図り、進路選択・就業地選択に多様な視点を持つことができる。つまり、本講義は県内中小企業に対する理解を深めるとともに、仕事やキャリアについて考える機会を提供することで次世代の産業界を支える人材の育成が目的といえる。

3) 本講義の実施概要

和歌山大学の教養教育は原則として全学部・学環／全学年の学生を対象に開講されており、学生は履修科目を自由に選択することができる。このため本講義は学生の出身地、学年・専攻分野、単位修得状況に左右されずに、全員が学習できる内容に配慮している。これにより本講義の受講生は毎年約 300 名を超え、教室収容人数から抽選科目になるほどに学生からは履修意欲の高い講義となっている。

本講義は 2 単位、後期（10～2 月）、15 回の対面講義で実施されている。初回講義が目的や成績判定の方法などを伝えるガイダンス、最終の 15 回目が和歌山県労働政策課の職員も含めて全体を通じた解説や振り返りが行われ、2～13 回の講義では各回 1 社ずつ企業経

営者（代表取締役会長・社長、取締役など）が登壇する。各回の講義では担当教員によるコーディネートのもと、登壇する企業経営者から企業概要、和歌山（あるいは地方）における企業経営・事業運営の特性についてスライドや PR 動画などを用いて解説があり、それを受けて学生からの質疑に答える形で講義が進められる。成績判定は各回の終了時に感想・気づきなどを含めた 200～300 字程度のミニッツレポートと、すべての講義終了後に課されるレポートとでなされる。なお、講義は原則対面で行われてきたが、コロナ禍であった 2020～2023 年度は担当教員と企業経営者が対談する様子を動画でアーカイブあるいはライブ配信する形式で行われ、チャット機能を使って質疑を受け付けた。

後述するように履修登録者（以下、「履修者」という）の分析に用いた 2023 年度の講義内容には、6 テーマを設けた（表 1）。企業経営者からの一方的なレクチャー形式の講義では業界理解は深まるものの、キャリアへの理解や気づきが乏しくなると考えた。そこで履修者が和歌山県内／外出身者か、雇用労働者／企業経営者になるなどに関わらず、「経営的視座を持って働くこと」を重視して 6 テーマを設定した。さらに、1 つのテーマに対して偏った意見にならないよう 1 テーマにつき 2～3 社から意見を聞く機会をつくり、多様な考え方が学べるよう配慮した。登壇企業のテーマ選択については、6 テーマを提示してそのうち 1 つのテーマを依頼したが、講義日程の都合上、適宜変更があった。

表 1 2023 年度の講義内容

回次	テーマ	内容
1	ガイダンス	講義の目的、寄附講義の意図、講義前の就業希望地・職業価値観の選択
2～3	経営理念	トップの仕事とは何か？
4～5	仕事の意義	働き甲斐は会社がつくるのか、自分で見出すものか？
6～7	人材の育成	社員は自己成長すべきか、会社が育成すべきか？
8～9	仕事の報酬	社員の給与はどう決めるべきか？
10～11	社員と会社	ワークライフバランスの重要性は？
12～14	多様性	LGBTQ、産休育休、時短勤務、介護病気休暇などどう考える？
15	まとめ	講義全体の振り返り、講義後の就業希望地・職業価値観の変化など

4) 本講義の履修状況

本講義の履修者について、データが得られた 2022 年度と 2023 年度ごとに所属、年次の構成を示す（表 2）。また、2023 年度については履修者の性別情報が得られたため掲載している。なお、社会インフォマティクス学環（入学定員 30 名）は 2023 年度に新設された新しい部門である。

本講義の履修者構成について述べる。本講義は教養教育として位置づけられていることから、履修者は 1 年生が多く、次いで 2・3 年生、4 年生となっている。所属学部・学環は入学定員（2024 年度時）が多いシステム工学部（入学定員 290 名）と経済学部（290 名）が 60%以上を占め、観光学部（115 名）、教育学部（165 名）という順になっている。男女割合をみると、すべての学年で 60～70%を男性が占めており、これは大学全体の男女割合

と同程度である。年度間で比較すると、2023 年度が観光学部の履修者が約 10%低下しているものの、所属・学年に大きな違いはみられない。

表 2 履修者の構成概要（2022 年度、2023 年度）

年度	所属	1年			2年			3年			4年			合計	
		男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計	男性	女性	計		
2022	システム工学部	-	-	101	-	-	14	-	-	26	-	-	5	146	39.1%
	経済学部	-	-	67	-	-	25	-	-	26	-	-	4	122	32.7%
	観光学部	-	-	50	-	-	20	-	-	10	-	-	4	84	22.5%
	教育学部	-	-	11	-	-	4	-	-	3	-	-	3	21	5.6%
	合計			229			63			65			16	373	
			61.4%			16.9%			17.4%			4.3%			
2023	システム工学部	72	14	86	19	3	22	19	5	24	10	0	10	142	42.0%
	経済学部	51	14	65	13	13	26	23	8	31	16	2	18	140	41.4%
	観光学部	9	13	22	1	3	4	3	2	5	1	0	1	32	9.5%
	教育学部	1	2	3	0	0	0	3	0	3	3	0	3	9	2.7%
	社会インフォマティクス学環	8	7	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	4.4%
	合計	141	50	191	33	19	52	48	15	63	30	2	32	338	
			56.5%			15.4%			18.6%			9.5%			

5) 登壇企業の選出

県内中小企業からの本講義への登壇希望は高い。このため登壇企業の選出には、原則として新卒採用を実施している企業としている。さらに、企業の所在地・規模・業種といった企業情報、登壇企業の経営者の年代・性別などの登壇者情報を鑑みて、県内の経済・産業状況を幅広く理解できるように多様な企業の選出に努めた。次に、和歌山県庁と和歌山大学のそれぞれの担当者間で協議をしたのちに、和歌山県庁から候補企業に打診している。この際に、本講義の趣旨に賛同し、登壇予定の経営者の日程調整が可能となった場合に登壇企業として決定している。

この結果、登壇企業は 2010～2023 年度までに 31 社あった。これ以外に、打診をしたものの日程等の調整がつかずに登壇できなかった企業（以下、「未登壇企業」という）が 8 社あった。登壇回数は最大で 14 回、最小で 1 回、平均登壇回数が 5.8 回であった。登壇企業のうち上場企業が 5 社、未登壇企業のうち 1 社あった。登壇企業・未登壇企業の業種は、総務省の日本標準産業分類に準じると製造業が最も多く 16 社、情報通信業と卸売・小売業がそれぞれ 4 社、宿泊・飲食サービス業が 3 社、その他に金融・保険業、運輸・郵便業、不動産・物品賃貸業、サービス業（他に分類されないもの）がそれぞれ 1 社あった（表 5 も参照）。

3. 教育効果の分析方法

1) 登壇企業と就職者数の相関関係

学生の就職先企業の選択については、様々な要因が影響している。企業選択には学生の出身地や専門性との一致、あるいは企業立地や事業内容、職場環境や就労条件などが様々

にある。つまり、本講義をきっかけとして登壇企業に興味を持ったとしても学生が採用試験・面接を受けるか、選考を通過するか、内定承諾するかは本講義が影響する領域ではない。しかしながら、県内中小企業にとって母集団形成ができず内定者数自体が充足できていない状況にあり、登壇企業・未登壇企業への就職動向をみることに基礎情報としての意味があると考えた。そこで、登壇企業・未登壇企業への就職者数を年度ごとに集計した。集計期間は就職者情報が得られた 2015 年度（2016 年 3 月卒）～2022 年度（2023 年 3 月卒）の 8 年間であった。これらの情報から、企業の登壇回数と就職者を確保できた回数（年数）および就職者数の合計について相関分析を行った。

2) 講義前後における就業希望地の変化

本講義を通じた学生への教育効果をみるひとつの指標として就業希望地がある。地域志向教育とキャリア教育の役割をもつ本講義では「どこで、何を仕事にするのか」を考えるきっかけを提供しているため、就業希望地への影響が想定された。そこで、2023 年度の講義前後で履修者 338 名（表 2）を対象に①出身地、卒業後に希望する②進路および③職住の拠点について Web アンケート調査を実施した。アンケート調査への回答は、講義前後での意向変化を把握するために、匿名処理すること、成績判定に影響しないことを前提として記名式とした。調査実施は、講義前として第 1 回講義時の 2023 年 10 月 5 日に任意課題として回答を依頼し、講義後として第 15 回講義時の 2024 年 2 月 1 日に同様に依頼した。この結果、回答者数は講義前が 336 名（全履修者の 99.4%）、講義後が 267 名（79.0%）、前後で記名があり整合した回答者数は 166 名（49.1%）であった（表 3）。

表 3 就業希望地アンケートの回答者属性

項目	講義前		講義後		前後回答者		
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	
性別	男性	176	52%	132	49%	113	68%
	女性	78	23%	59	22%	53	32%
	不明	82	24%	76	28%		
学年	1年生	141	42%	113	42%	99	60%
	2年生	46	14%	29	11%	27	16%
	3年生	46	14%	37	14%	29	17%
	4年生	21	6%	12	4%	11	7%
	学年不明	82	24%	76	28%		
学部・学環	システム工学部	115	34%	80	30%	74	45%
	経済学部	94	28%	64	24%	53	32%
	観光学部	28	8%	28	10%	25	15%
	社会イノベーション学環	11	3%	13	5%	9	5%
	教育学部	6	2%	6	2%	5	3%
	学部不明	82	24%	76	28%		
回答者数	336		267		166		

3) 講義前後における職業選択の価値観の変化

本講義はキャリア教育としての役割もあるため、学生の自己理解を促し、キャリアを主体的に描いて行動していくためのキャリアオーナーシップの醸成が重要となる。そこで、就業希望地を考えてもらう際に、卒業後の職業を選択する上で重視する職業価値観を回答

する Web アンケート調査を実施した。用いた職業価値観としては、国際比較等で広く使われる 20 つの職業価値観（中西・三川 1988）を採用した（表 4）。2023 年度の講義前後で履修者 338 名（表 1）を対象に、20 つの職業価値観を示した上で重視している職業選択上の価値観として上位 3 つを順に Web アンケート画面から選択してもらった。調査の実施は、講義前として第 1 回講義時の 2023 年 10 月 5 日に任意課題として回答を依頼し、講義後として第 15 回講義時の 2024 年 2 月 1 日に同様に依頼した。また、講義前後での職業価値観の変化を学生自身に自己理解してもらうことが目的であったため、前後での追跡調査は行わず、無記名式とした。回答の結果は成績判定に影響がないことを前提とした。この結果、回答者数は講義前が 312 名（92.3%）、講義後が 249 名（73.7%）であった。

表 4 アンケート調査で用いた 20 つの職業価値観

項目	内容
能力の活用	自分の能力が生かせる仕事をする事
達成	自分がよくやったことを示す成果を得ること
昇進	昇進できること
美的追及	人生をもっとすばらしいものにすること
愛他性	困っている人々を助けること
権威	人々に物事をさせるような権威を持つこと
自律性	自分なりのやり方で自由に仕事を進めること
創造性	新しいことを発見したり、発展させたり、考え出したりすること
経済的報酬	高い収入を得ること
ライフスタイル	自分自身の考え方に従って生活すること
人間的成長	自分の内面的な生活を豊かにすること
身体的活動	自分の仕事において身体を使って活動する機会があること
社会的評価	自分のやりとげたことが、他の人々から認められること
危険性	冒険的なことをやってみること
社会的交流	1人ではなく、グループで仕事すること
社会的関係	友人と一緒にいること
多様性	毎日、どこかに変化のある暮らしをすること
働く環境	仕事をする場が広くて、明るいこと
肉体的能力	一生懸命に体を使って仕事をする事
経済的安定性	職業が安定して将来に不安のないところで働くこと

4. 結果

1) 登壇企業と就職者数の概要

本講義の登壇企業・非登壇企業 39 社について概要を表 5 に示す。就職者情報が得られた 2015 年度（2016 年 3 月卒）～2022 年度（2023 年 3 月卒）の 8 年間でこれらの企業 39 社に合計 443 名、年平均 55.4 名が就職していた。ただし、本講義に関わりのない県内企業や地方自治体などへの就職者は含まれていないため、実際の県内企業・団体への就職者数はもっと多い。

次に、登壇回数の集計期間は2012～2022年度の11年間とした。この理由は、履修者には1～4年生が含まれており、2015年度に就職した学生は1年次、つまり2012年度に講義を履修していた可能性がある。このため、就職者情報の集計期間よりも3年間長くした。この結果、延べ142社が登壇していた。これら企業が就職者を得られた回数（以下、「採用回数」という）は平均2.1回であった。最少は0回、最大は8回であった（表5）。

表5 業種別登壇企業と就職者との関係（2012～2022年度）

業種分類		上場企業	登壇回数	就職者 合計数(人)	採用回数 (回)
大分類	細分類				
製造業	清涼飲料製造		10	4	3
製造業	その他の食料品製造		8	0	0
製造業	プリント回路製造		8	11	4
製造業	段ボール箱製造		8	4	3
製造業	アルミ加工品製造		7	0	0
製造業	印刷インク製造		5	8	4
製造業	樹脂製雑貨等製造		3	4	3
製造業	他電子応用装置製造		3	2	2
製造業	印刷業		2	0	0
製造業	靴下製造		2	2	2
製造業	写真機及付属品製造		2	4	2
製造業	製織・編組機械製造	○	2	36	6
製造業	他の繊維製品製造		2	4	3
製造業	環式中間物等製造		1	3	2
製造業	野菜漬物製造		1	0	0
製造業	しょう油等製造		0	0	0
製造業	蒸留酒・混成酒製造		0	3	2
製造業	成人女子少女服製造		0	0	0
製造業	他の繊維製品製造		0	0	0
製造業	他事務民生機器製造		0	5	3
製造業	他有機化学製品製造		0	0	0
情報通信業	情報処理サービス	○	11	50	7
情報通信業	ラジオ放送		9	0	0
情報通信業	情報提供サービス		9	0	0
情報通信業	情報処理サービス		3	0	0
運輸・郵便業	普通鉄道業		8	0	0
卸売・小売業	その他の建築材料卸	○	11	11	5
卸売・小売業	スーパーストア		1	7	3
卸売・小売業	各種食料品小売		1	19	7
卸売・小売業	スーパーストア	○	0	24	7
卸売・小売業	各種食料品小売		0	6	4
金融・保険業	金融	○	11	232	8
不動産・物品賃貸業	建設機械器具賃貸		0	0	0
宿泊・飲食サービス業	そば・うどん店		9	0	0
宿泊・飲食サービス業	旅館・ホテル		1	0	0
宿泊・飲食サービス業	旅館・ホテル		1	0	0
サービス業	他の事業サービス	○	3	2	2
サービス業	他の事業サービス		0	2	2
不明	不明		0	0	0

上場企業についてみると、登壇企業のうち6社が上場企業であった。この6社はすべてで就職者があり、その合計が355名であった。これは全就職者の80.1%を占めていた。1社あたりの就職者数は59.2名、採用回数は平均5.8回（範囲2～8回）で、ほぼ毎年、多くの就職者を獲得できている様子がみられた。また、上場企業のうち1社だけで合計232名（年平均29名の就職者、全就職者の52.4%）と大きな偏りがみられた。

未上場企業33社への就職者の合計は88名（19.2%）、1社あたりの就職者数2.7名、8年間あたりの採用回数1.5回であった。このうち登壇企業23社への就職者の合計は72名（16.3%）、1社あたりの就職者数3.1名、採用回数1.7回であった。非登壇企業10社のうち4社に合計16名（3.6%）が就職していた。1社あたりの就職者数1.6名、採用回数1.1回であった。一方で、8年間で1度も就職者が得られなかった登壇企業が11社（全企業の28.2%）、非登壇企業で6社（15.4%）あった。

これらのことをまとめると、上場企業6社が全就職者の約80%を占めており、非上場企業と比較して1社あたり約20倍も就職者数が多かった。採用回数でも、上場企業は8年間のうちほぼ毎年就職者を獲得できていた一方で、未上場企業は平均1.5回と少なかった。登壇企業と非登壇企業を比較すると、前者が約2倍の就職者数を獲得していた。つまり、人材確保の視点でみると、そもそも登壇の有無による差よりも、上場企業に人材がはるかに多く集中しており、県内企業間で新卒人材の偏在化が確認された。

2) 登壇企業と就職者の相関関係

前述の結果から、上場企業と未上場企業とでは就職者数や採用回数について傾向の違いがみられた。このため、ここでは上場企業を除いた未上場企業33社を対象に分析した。11年間（2012～2022年度）の登壇・非登壇企業の登壇回数と就職者合計数、および採用回数との散布図を示す（図1、2）。これらの相関分析を行った結果、いずれも有意な関係は認められなかった（表6）。このことは、本講義に毎年登壇することで就職者も毎年確保でき

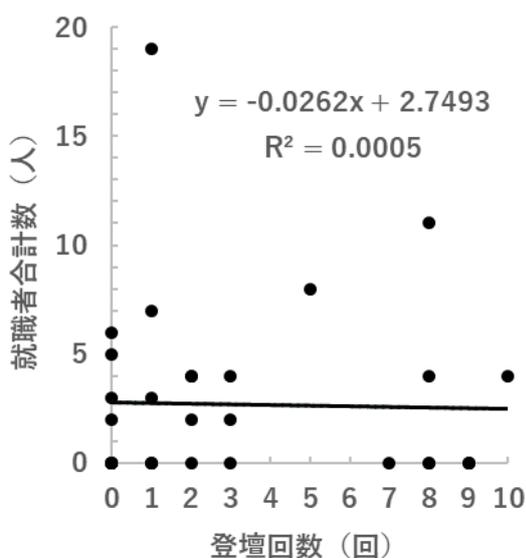


図1 登壇回数と就職者合計数

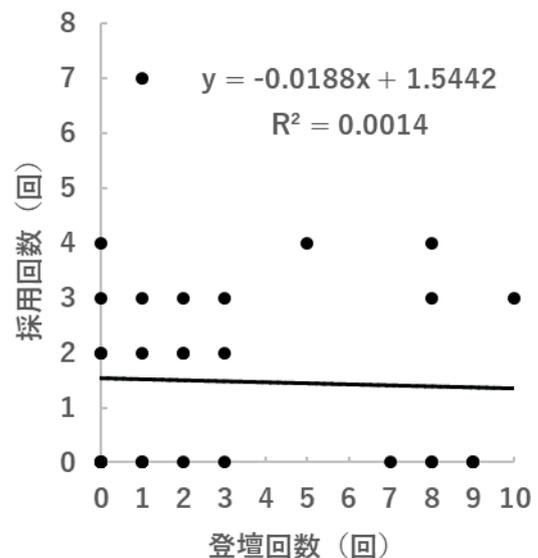


図2 登壇回数と採用回数

表 6 登壇企業と就職者の相関分析

変数	サンプル数	相関係数r	t値	p値
就職者合計数	33	-0.02	0.13	0.45
採用回数	33	-0.11	0.61	0.27

る、あるいは採用回数が増加するわけではないことを意味している。県内企業からは、本講義に登壇すれば学生が企業を知る機会となり、興味を持った学生が就職活動時に応募して、結果的に採用人数や回数の増加が期待されているだろう。しかしながら、学生にとって知る機会から就職までの過程は複雑で多くの要素に基づき職業選択をしているため、講義による教育効果だけで採用人数を充足できるわけではないことを示している。

3) 講義前後における就業希望地の変化

就業希望地の変化について、講義前後の全回答者および講義前後の回答が統合できた者（以降、「前後回答者」という）ごとに示す（表 7）。全回答者の出身地は「大阪府」が最も多く約半数で、次に「和歌山県」が多かった。卒業後の進路は「大企業への就職」が最も多く約 50%で、次に「公務員への就職」「ベンチャー企業への就職」「進学」がそれぞれ 10～16%であった。職住希望地は、「自分のやりたいことができるなら、職住ともに特にこだわらない」との回答者が最も多く約 40%を占めており、次に同程度に「職住地ともに出身都道府県がよい」との回答が多かった。それぞれの質問に対する回答割合は、講義前後で大きな変化みられなかった。また、前後回答者 166 名についても同様の傾向であった。このため、以降の本論では前後回答者の分析によって、全回答者の変化をおおよそ代表できるとみなした。

前後回答者 166 名についてみると、選択肢のいずれにおいても変化しなかった回答者が多く、全体の約 60%が変化していなかった（表 8）。一方で、変化した回答者をみると、出身地を選好するようになった回答者（「こだわりなし」から「職住出身地希望」「居住地出身地希望」「職場出身地希望」、「職住出身地外希望」から「職住出身地希望」「居住地出身地希望」への変化）が 16 名、全体の 9.6%いた。出身地外を選好するようになった回答者（「職住出身地希望」から「居住地出身地希望」「職場出身地希望」、「居住地出身地希望」「その他」から「職住出身地外希望」）が 10 名、全体の 6.0%いた。いずれかを希望していたが「こだわりなし」に変化した回答者が 12 名、全体の 7.2%いた。つまり、本講義前後において職住希望地に変化のあった履修者が約 40%いたが、その変化傾向は無選好になる、あるいは出身地内・出身地外を希望する場合とさまざまな方向性がみられた。本講義から何を学び、職業・就業地選択あるいは居住地選択の価値観として何を取り込み、内在化させるかは学習者によって異なる。このため、本講義を通じて職住希望地を一定の方向性に誘導・形成させるよりは、講義を通じて多様な視点や価値観に触れられる機会を提供することが重要であろう。

表 7 講義前後での就業希望地の変化

項目	全回答者				前後回答者のみ				
	講義前		講義後		講義前		講義後		
	回答者数 (人)	回答割合 (%)	回答者数 (人)	回答割合 (%)	回答者数 (人)	回答割合 (%)	回答者数 (人)	回答割合 (%)	
出身地	大阪府	175	52%	130	49%	73	44%	74	45%
	和歌山県	74	22%	59	22%	43	26%	41	25%
	兵庫県	22	7%	19	7%	13	8%	14	8%
	奈良県	7	2%	4	1%	2	1%	2	1%
	愛知県	6	2%	7	3%	2	1%	2	1%
	滋賀県	2	1%	5	2%	2	1%	2	1%
	徳島県	2	1%	2	1%	2	1%	2	1%
	三重県	1	0%	1	0%	1	1%	1	1%
	その他都道府県	47	14%	40	15%	28	17%	28	17%
進路	大企業への就職	171	51%	139	52%	88	53%	81	49%
	公務員への就職	52	15%	27	10%	21	13%	16	10%
	ベンチャー企業への就職	46	14%	34	13%	20	12%	21	13%
	進学	44	13%	42	16%	21	13%	28	17%
	起業する	11	3%	9	3%	8	5%	8	5%
	小中高の教員として採用	3	1%	3	1%	2	1%	2	1%
	家業を継ぐ	2	1%	1	0%	0	0%	0	0%
	その他	7	2%	12	4%	6	4%	10	6%
希望地	自分のやりたいことができるなら、職住ともに特にこだわりはない	132	39%	103	39%	67	40%	53	32%
	職住地ともに出身都道府県がよい	128	38%	89	33%	56	34%	59	36%
	職住地ともに出身都道府県以外がよい	35	10%	32	12%	18	11%	25	15%
	居住地は出身都道府県を希望するが、職場は通勤可能な別地域がよい	27	8%	30	11%	17	10%	18	11%
	職場は出身都道府県を希望するが、居住地は通勤可能な別地域がよい	5	1%	4	1%	2	1%	3	2%
	その他	9	3%	9	3%	6	4%	8	5%
合計	336		267		166		166		

表 8 前後回答者の職住希望地の変化

項目	講義後の職住希望地						変化なし		合計	
	こだわりなし	職住出身地希望	職住出身地外希望	居住地出身地希望	職場出身地希望	その他	回答者数	割合	回答者数	割合
講義前の職住希望地	41	10	9	2	1	4	41	61%	67	40%
こだわりなし	5	43		5	1	2	43	77%	56	34%
職住出身地希望	2	1	12	2		1	12	67%	18	11%
職住出身地外希望	2	4	2	7	1	1	7	41%	17	10%
居住地出身地希望	1			1			0	0%	2	1%
職場出身地希望	2	1	2	1			0	0%	6	4%
その他	2	1	2	1			0	0%	6	4%
合計	53	59	25	18	3	8	103	62%	166	
	割合	32%	36%	15%	11%	2%				

表中の網掛けは講義前後で変化がなかった回答者を表している。アンケートの選択肢を、こだわりなし：自分のやりたいことができるなら、職住ともに特にこだわりはない、職住出身地希望：職住地ともに出身都道府県がよい、職住出身地外希望：職住地ともに出身都道府県以外がよい、居住地出身地希望：居住地は出身都道府県を希望するが、職場は通勤可能な別地域がよい、職場出身地希望：職場は出身都道府県を希望するが、居住地は通勤可能な別地域がよい、と標記した。

4) 講義前後における職業選択の価値観の変化

本講義を通じて就職する企業や就業希望地などの変化以外に、履修者にとってどのような仕事やキャリアが好ましいかを考えるきっかけになる可能性がある。そこで、職業を選択する際に重視する価値観として「20つの職業価値観」から上位3つを順に講義前後で履修者が選択して結果を図3に示す。この結果、履修者が最も重視する職業価値観として講義前に選ばれた順に「働く環境」(21%)、「ライフスタイル」(17%)、「経済的安定性」(14%)であった。これが講義後に「働く環境」が49%と2倍以上に増加し、「ライフスタイル」(17%)と2つのみが10%を超えていた。講義前後で大きく減少したのものには「経済的安定性」「経済的報酬制」があった。就業未経験の学生にとっては経済性を漠然と重視する考え方から、講義後にはそれ以外の価値観にも目を向けるきっかけとなったといえる。一方で、「働く環境」が大きく増加したことは、2023年度の講義内容としてもワークライフバランスや多様性があったり、企業経営者から従業員の育成や配慮についての議論も多かったことから、「働く環境」の解釈として職場の物理的空間以外に職場の上司部下・同僚といった人間関係なども含まれたものと考えられる。

次に、2番目に重視する職業価値観として選ばれた順に講義前は「経済的報酬」(21%)、「経済的安定性」(19%)、「働く環境」(17%)であり、講義後は「ライフスタイル」(18%)、「経済的安定性」(18%)、「経済的報酬」(17%)と変化した。3番目に重視する職業価値観として選ばれた順に講義前は「働く環境」(15%)、「ライフスタイル」(14%)、「経済的安定性」

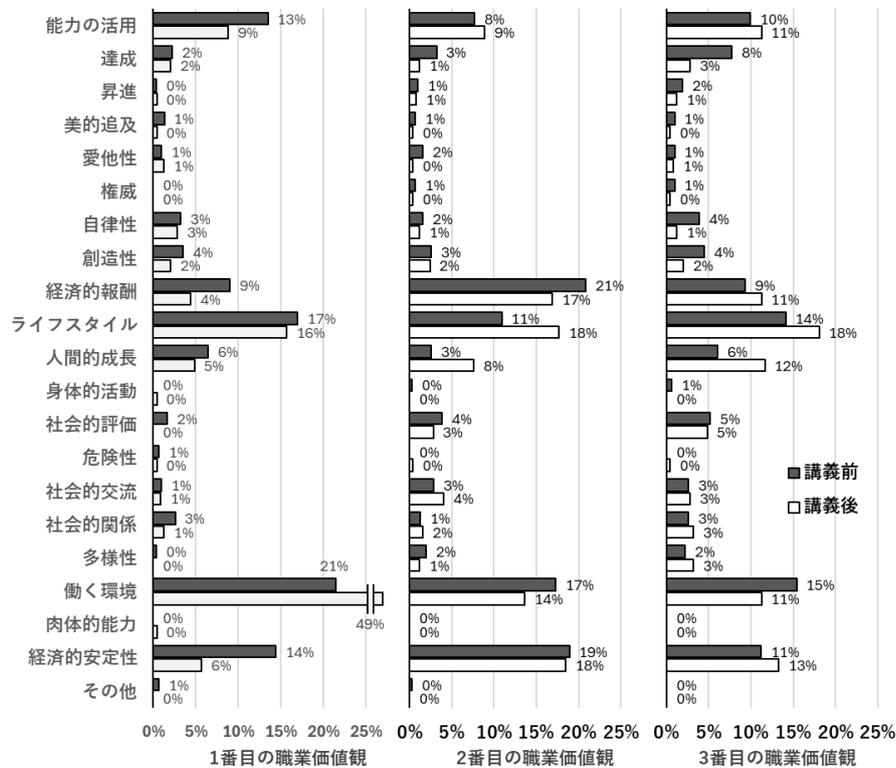


図3 1～3番目に重視する職業価値観についての講義前後での変化

性」(11%)であり、講義後は「ライフスタイル」(18%)、「経済的安定性」(13%)、「人間的成長」(12%)と変化した。

ハーズバーグの二要因理論から考えると、不満足を引き起こす衛生要因(物質的な報酬)である「働く環境」「経済的報酬」「経済的安定性」「ライフスタイル」が1~3番目に重視する価値観としてすべてで選ばれている。また、これは講義前後で順位や割合が多少変化しているが、重視される傾向は同じであった。一方、満足を引き起こす動機付け要因(心理的な報酬)としては「人間的成長」、やや少ないが「能力の活用」も選ばれている。つまり、就業未経験の大学生にとっては職業価値観としては不満を抱かないような条件や要因をより重視する傾向は変化しないものの、講義を通じて人間的成長など内発動機づけへの気づきがみられた。

5) 講義前後における職業価値観の選択パターンの変化

ここまで、最も重視する職業価値観の上位3つについて個々の履修者を区別せずに全体での変化を論じてきた。ここでは、履修者が選択した職業価値観の1~3番目の組み合わせパターン(以下、「選択パターン」という)について着目して述べたい。履修者338名のうち回答者が示した職業価値観の選択パターンは、講義前が224パターンから講義後に143パターンに減少していた。これは回答者の総数が異なるため単純には比較できないため、生態学分野で生物群集の多様性評価に用いられるシンプソンの多様度指数(注釈4)を援用して評価すると、1番目と3番目で講義後に多様度指数が低下していた(表9)。すなわち、講義前は多様な職業価値観が選択され、回答者数にばらつきがみられたが、講義後には職業価値観とその回答者に偏りが生じたことを意味している。

表9 講義前後における職業価値観の多様性評価

	回答者数	パターン数	シンプソンの多様度指数		
			1番目の価値観	2番目の価値観	3番目の価値観
講義前	312	224	0.87	0.87	0.91
講義後	249	143	0.72	0.87	0.89

次に、5名以上が選択した職業価値観の具体的な選択パターンを示す(表10)。講義前は「経済的安定性」「ライフスタイル」「働く環境」のパターンが最も多かった。講義後には「働く環境」「経済的安定性」「ライフスタイル」のパターンが最も多くなり、「経済的安定性」「経済的報酬」を1番目に選択するパターンは減少している。一方で、講義後には1番目に「ライフスタイル」や2~3番目に「能力の活用」「人間的成長」を選択したパターンが増加している。これは、すべての回答者での結果と一致している。つまり、講義を通じてキャリアについて考える機会が提供されたことで経済性を最重要視する考えから、自分がどのような環境で働くのか、自分らしい生活スタイルをどう実現するのかをより優先する考えに変化したといえる。また、働く上では、高い収入が得られる「経済的報酬」といった衛生要因だけではなく、「人間的成長」といったより内発性の高い価値観の獲得が生じており、講義による教育効果があったことを示している。

表 10 講義前後における職業価値観の選択パターンの変化

講義前	1番目の価値観	2番目の価値観	3番目の価値観	人数
	経済的安定性	ライフスタイル	働く環境	9
	経済的安定性	働く環境	ライフスタイル	8
	経済的安定性	経済的報酬	働く環境	5
	経済的報酬	働く環境	ライフスタイル	7
	経済的報酬	能力の活用	働く環境	6
	働く環境	経済的安定性	ライフスタイル	6
講義後	働く環境	経済的安定性	ライフスタイル	15
	働く環境	能力の活用	ライフスタイル	8
	働く環境	ライフスタイル	経済的安定性	8
	働く環境	経済的報酬	ライフスタイル	7
	働く環境	人間的成長	経済的安定性	6
	働く環境	ライフスタイル	経済的報酬	5
	働く環境	経済的安定性	人間的成長	5
	ライフスタイル	働く環境	経済的報酬	5
	ライフスタイル	経済的安定性	働く環境	5
	ライフスタイル	経済的報酬	働く環境	5

5. おわりに

和歌山県内の中小企業において人材の確保が最大の経営課題となっている社会的問題を背景として、本報告では産官学が連携して開講される「企業トップ経営論」を取り上げ、登壇企業は和歌山大学生を新卒採用できたのか、学生側は本講義受講前後において就業希望地と職業価値観にどのような影響を受けたのかについて検証した。

これらの結果をまとめると、2015～2022年度（2023年3月卒）の8年間で、登壇企業・非登壇企業39社に合計443名が就職していたが、上場企業6社が全就職者の約80%を占めており、非上場企業と比較して1社あたり約20倍も就職者数が多かった。登壇企業と非登壇企業を比較すると、前者が約2倍の就職者数を獲得していた。人材確保の視点で見ると、登壇の有無による差よりも、上場企業に人材がはるかに多く集中しており、県内企業間で新卒人材が偏在化している。こうした傾向に対して、学生が未上場企業を知る機会として本講義が位置づけられていたが、知る機会から就職までの過程は複雑で多くの要素に基づいて学生は職業選択をするため、本講義だけで採用人数が充足できるわけではない。こうした現状を踏まえると、興味を持った学生への深い学びの提供として、講義後に参加できる職場見学やインターンシッププログラムの提供、さらに企業（あるいは業界団体）が実務上の課題を学生とともに解決を目指す実践型PBL教育などを寄附講義として提供するなどが考えられよう。

次に、本講義を通じた学生側への教育効果については、職住希望地に変化のあった学生が約40%いた。この変化の方向性は無選好になる、あるいは出身地内・出身地外を希望する場合とさまざまな方向であったことから、講義を通じて多様な視点や価値観に触れられる機会を提供することが重要であろう。例えば、近畿地方の他府県の状況を比較しながら和歌山県での居住環境や和歌山県内企業の特徴を示すことが挙げられる。

学生の職業選択上で重視する価値観として「働く環境」「経済性」「ライフスタイル」が講義前後で多かった。就業未経験の大学生にとっては不満を抱かないような条件や要因をより重視する傾向が強く、言い換えるならば企業選びに失敗したくないことの表れのようにも思われる。こうしたなかでも、講義を通じて人間的成長など内発動機づけへの気づきがみられた。企業経営者ならではの自らの能力で社内外の困難な状況に向き合い課題解決していく姿が、学生も刺激になっていたと考えられる。こうした機会は、キャリア教育に留まらずアントレプレナーシップの醸成という視点からも重要なものである。これは履修者の中に将来の進路に「起業」を選択した学生が3%あり、企業経営者が多く登壇する特色ある本講義の発展として、こうしたアントレプレナーシップの要素も充実化させるとより教育効果の高いものとなるだろう。

謝辞

本報告をとりまとめるにあたり和歌山県商工労働部労働政策課から資料提供およびご助言を頂いた。ここに感謝の意を表する。

注釈

- 1) 「地域連携プログラム (Local Partnership Program)」とは、観光学部生が地域の主体(行政、地域団体等)とともに地域課題の解決に向けた活動や調査等に取り組むことで、観光振興や地域再生に関する実践手法について現場で学ぶもの
- 2) 「へき地・複式教育実習」とは、「ホームステイ型形式・県内広域・希望学生全員参加・2週間」を実施条件とした全国唯一の特色ある教育実習
- 3) 「わかやま未来学副専攻」とは、大学・地方公共団体・県内企業・NPOなどとの協働で展開することを基本とし、地域課題に即した実践的な「教育科目」及び「実践型インターンシップ」からなる教育プログラム
- 4) シンプソンの多様性指数はこの指数が大きいほど多様な種類の生物が均等に存在していることを意味し、逆に、小さな値は特定の種が優勢で多様性が低いことを表している(その範囲は0~1)。したがって、ここではいろいろな職業価値観を均等に選択されていれば大きい値を、特定の価値観が多くに選択されていれば小さな値をとる

引用文献

- 1) 田代優秋(2017)「地方大学生における卒業後の移動パターンの現状～和歌山大学生の出身地―就職先所在地情報を事例に～」、地域経済21号、pp.6-14
- 2) 中小企業庁編(2024)2024年度版中小企業白書、pp. I -75~ I -91
- 3) 富永哲雄、田代優秋、佐藤祐介、大坪史人、友渕貴之(2017)初年次学生における希望就職地の選択の現状―「わかやま未来学副専攻」に関する学生アンケートから―、和歌山大学「教養の森」センター年報第3号、pp.48-62
- 4) 豊田充崇(2011)「『へき地・複式教育実習』の成果と今後の展望」、和歌山大学教育学部教育実践総合センター紀要 No.21、pp.23-30

- 5) 中西信男、三川俊樹（1988）「職業（労働）価値観の国際比較に関する研究：日本の成人における職業（労働）価値観を中心に」、進路指導研究 9 巻、pp.10-18
- 6) 文部科学省（2015）地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+）、文部科学省 Web サイト、https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/kaikaku/coc/、（2024 年 12 月 1 日アクセス）
- 7) 和歌山県経営者協会（2023）景気の動向と企業経営、pp.1-2（会員限定公開の資料）
- 8) 和歌山大学観光学部（2023）地域連携プログラム活動報告書、和歌山大学観光学部観光実践教育サポートオフィス、和歌山、pp.1-72

地域経済レジリエンスの概念と研究動向

和歌山大学経済学部

教授 辻本 勝久

1. 地域経済を取り巻く多様なショック

地域経済は、さまざまな規模や持続期間の内発的・外発的ショックに常にさらされている。Bristow, G., & Healy, A. (Eds.). (2020)によると、ショックは気候変動のようにグローバルなレベルで緩やかに進行するものから、金融危機やウイルスのパンデミックのようにグローバルかつ急激な混乱をもたらすもの、一国の人口減少や労働力不足のように国家レベルで比較的緩やかに進行するもの、局地的な自然災害や工場の閉鎖のような地域的で突発的に生じるもの、さらには地域の競争力の漸減のように緩やかに進行するローカルな危機まで、多種多様である(pp.17-18)。

たとえば気象庁(2022)によると、全世界的に進行している地球温暖化は、水稻品質の低下や、ナンコウウメの開花時期の変化とそれに伴う自然受粉への影響、ウンシュウミカンの栽培適地の北上といった問題につながる恐れがある。このようなグローバルな危機は和歌山県にとっても無縁ではなく、地域の農業や経済に影響を及ぼしうる。加えて、和歌山県では2019年から2023年にかけて発電所・製鉄所・製油所の休廃止¹⁾が立て続けに起こり、地域経済や雇用への突発的なショックとなった。さらに、以上のようなショックと同時に、人口減少に伴うショックや、モータリゼーションの進行に伴う中心市街地の活力低下といった構造的な変化も重なり、地域経済に複合的な影響を与えている。

2. 地域経済レジリエンスの概念

このように、地域経済はグローバルな環境変化や突発的な産業構造の変化、さらに人口減少や都市構造の変遷といった複合的なショックにさらされている。こうした状況の中で、地域がこれらのショックにどのように対応し、持続的な発展を遂げていくのかが重要な課題となる。その鍵を握る概念として、「地域経済レジリエンス」を挙げることができる。

Martin, R. & Sunley, P., (2015)は、地域経済レジリエンスを「地域経済が、市場、競争、環境のショックに対して、その発展的成長路線を維持または回復し、必要であれば経済構造や社会的・制度的な取り決めを適応的に変更する能力」(p.13)と定義しており、OECDの報告書である Vermeulen, W. (2022)も同様の定義を採用している。つまり、地域経済レジリエンスとは、さまざまな危機を予見し備える能力や、発生した危機からの回復と適応を図

¹⁾ 2019年に関西電力海南発電所の廃止と同御坊発電所2号機の休止が、2021年には日本製鉄関西製鉄所の高炉1基の操業停止が、2023年にはENEOS和歌山製油所の機能停止(和歌山製造所への変更)がなされた。出典：和歌山県商工労働部成長産業推進課(2024)

る能力に加え、危機を克服し持続可能な成長の維持へとつなげる能力も含む概念である。

3. 経済学・経営学におけるレジリエンス研究の急成長

経済学・経営学では、近年、レジリエンスを扱った研究業績数が急増している。世界最大級のオンライン学術データベース Web of Science を使って、resilience をタイトルに含む文献の件数を分野ごとに整理した結果は図 1 の通りである。2005 年から 2010 年の年平均業績数を 1 とした指数でみて、2021 年から 2024 年の年平均業績数は、人文科学・社会科学・自然科学などの全分野の計が 17.3 倍増（404.2 件から 6992.0 件）である。これに対し、経済学では 27.6 倍増（7.2 件から 198.8 件）、経営学では 56.0 倍増（7.8 件から 436.5 件）となっている。

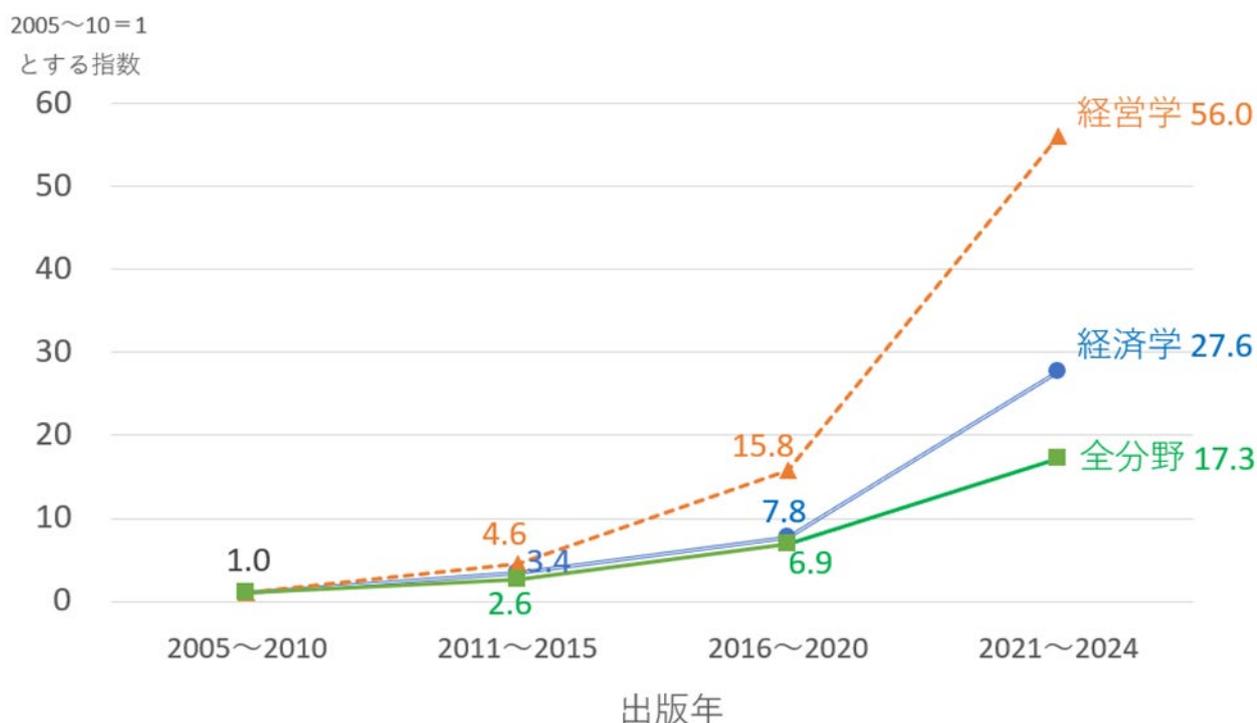


図 1 タイトルに resilience を含む研究業績数の推移

注：経済学とは Web of Science Categories が Economics のものを、経営学とは Web of Science Categories が Management のものをそれぞれ指す。

出典：Web of Science より筆者作成

4. 経済学・経営学における主要なレジリエンス研究

経済学と経営学において、タイトルに resilience を含む被引用回数トップ 10 文献には、次のようなものがある。まず経済学においては、地域経済が外部ショックからどのように回復し、新たな成長パスを生み出すかに注目した Martin & Sunley (2015) や Boschma (2015) がある。Hosseini et al. (2019) や Fahimnia & Jabbarzadeh (2016) は、サプライチェーンが災害や混乱にどのように適応し、回復するかを定量的に分析している。Mattsson & Jenelius (2015) や Reggiani ら(2015) は、交通システムが災害からの影響をどのように回避し、回復

するかを扱っている。また、Arouriら(2015)は、農村部の家庭が自然災害からの経済的影響をどのように克服するかを研究している。

次に経営学では、Hosseiniら(2016)とFrancis & Bekera(2014)がレジリエンスの概念の多様化と測定手法を扱っている。また、Brandon-Jonesら(2014)やAmbulkarら(2015)、Ivanov & Dolgui(2019)は、サプライチェーンにおけるレジリエンスとロバストネスを扱っている。Williamsら(2017)は危機管理とレジリエンスの統合的理解を進めている。Ivanov & Dolgui(2020)はサプライチェーンに「生命力(viability)」という新しい視点を導入している。

このように、世界では経済学・経営学におけるレジリエンス研究が急増しつつあるとともに、テーマにおける多様性も見受けられる。レジリエンスに関する研究は、気候変動、感染症のパンデミック、金融危機、地域の衰退といった多様なショックへの対応を求めるニーズの高まりの中で、地域政策、都市計画、サプライチェーン管理など、さまざまな分野での発展が期待される。

5. 地域交通に関連する経済学分野のレジリエンス研究

ここで、タイトルに resilience を含む経済学の文献のうち、筆者が専門とする地域交通に関連するものを2点紹介したい。まず Mercik, A. (2023)は、ポーランドを対象に、都市公共交通システムのレジリエンスを高めるための財源確保の課題を明らかにすることを目的としたものである。この論文では、ポーランドの都市公共交通の財源が、主に乗車料金と地方自治体の補助金に依存している現状が示されている。また、近年の経済・エネルギー危機により、公共交通の運営コストが大幅に増加し、既存の資金調達モデルが不安定化していることも指摘している。

この論文は財政の持続可能性が都市交通のレジリエンスに与える影響を明らかにした点で重要である。この論文から得られた知見は、わが国においても、運賃収入や特定の補助金に過度に依存しない多様な資金調達手法を検討し、エネルギー効率の向上によるコスト削減、自給率の高い再生可能エネルギーを活用した公共交通システムの拡充など、公共交通の財政安定化と持続可能な資金調達戦略を導入することで、都市公共交通のレジリエンス向上に繋がる可能性を示唆している。

次に Markolf, S. A., et al. (2019)は、気候変動や異常気象が交通システムに及ぼす影響を評価し、それに対する適切なレジリエンス戦略を検討することを目的としたものである。この論文では、既存の交通レジリエンス戦略が、主に直接的な混乱経路(インフラへの影響や、人々の行動変化など)に焦点を当て、インフラの強化(ロバスト性)によって対処しようとしている点が指摘されている。一方、間接的な混乱経路(エネルギー供給問題や経済・社会システムへの影響など)は見落とされがちであることから、ロバスト性に加えて「柔軟性(フレキシビリティ)」や「機敏性(アジリティ)」といった適応的なアプローチを取り入れることが、交通システムのレジリエンス向上につながると結論付けている。

この論文は、地域交通システムのレジリエンスを向上させるためには、これまでのインフラのロバスト性中心のアプローチから脱却し、交通サービスの運行方法や運営体制の柔

軟性を高めたり、非常時における代替ルートや交通手段を迅速に導入できる体制を整えるといった、より包括的で適応的な戦略への転換の重要性を示唆している。

6. おわりに

地域経済を取り巻くショックは多様で複雑であり、それらへの対応には、経済学、経営学のみならず、情報、環境、エネルギー、福祉、医療といった学際的な知見が必要となる。様々なショックに対する総合的な解決策を見だし、地域等を持続可能な成長へと導くためには、経済学・経営学をコアとした学際的で高度な教育研究拠点の形成が不可欠である。和歌山大学経済学部のこれからの発展方向のひとつは、地域経済レジリエンスに関する研究・教育・社会活動にあるものと考えている。

7. 参考文献・資料

- Boschma, R. (2015). Towards an Evolutionary Perspective on Regional Resilience. *REGIONAL STUDIES*, 49(5), 733-751.
- Brandon-Jones, E., Squire, B., & Petersen, K. (2014). A Contingent Resource-Based Perspective of Supply Chain Resilience and Robustness. *JOURNAL OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*, 50(3), 55-73.
- Bristow, G., & Healy, A. (Eds.). (2020). *Handbook on Regional Economic Resilience*. Edward Elgar.
- Hosseini, S., Barker, K., & Ramirez-Marquez, J. (2016). A Review of Definitions and Measures of System Resilience. *RELIABILITY ENGINEERING & SYSTEM SAFETY*, 145, 47-61.
- Ivanov, D., & Dolgui, A. (2020). Viability of Intertwined Supply Networks: Extending the Supply Chain Resilience Angles towards Survivability. A Position Paper Motivated by COVID-19 Outbreak. *INTERNATIONAL JOURNAL OF PRODUCTION RESEARCH*, 58(10), 2904-2915.
- 気象庁(2022)「気候変動影響評価報告書概要版」
- Linnenluecke, M. (2017). Resilience in Business and Management Research: A Review of Influential Publications and a Research Agenda. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT REVIEWS*, 19(1), 4-30.
- Martin, R., & Sunley, P. (2015). On the Notion of Regional Economic Resilience: Conceptualization and Explanation. *JOURNAL OF ECONOMIC GEOGRAPHY*, 15(1), 1-42.
- Martin, R., Sunley, P., & Tyler, P. (2016). How Regions React to Recessions: Resilience and the Role of Economic Structure. *REGIONAL STUDIES*, 50(4), 561-585.
- Mattsson, L., & Jenelius, E. (2015). Vulnerability and Resilience of Transport Systems - A Discussion of Recent Research. *TRANSPORTATION RESEARCH PART A-POLICY AND PRACTICE*, 81, 16-34.
- Vermeulen, W. (2022). Policies for Resilient Local Economies. *OECD Local Economic and Employment Development (LEED) Papers*.

- Williams, T., Gruber, D., & Zhao, E. (2017). Organizational Response to Adversity: Fusing Crisis Management and Resilience Research Streams. *ACADEMY OF MANAGEMENT ANNALS*, 11(2), 733-769.
- Markolf, S. A., Hoehne, C., Fraser, A., Chester, M. V., & Underwood, B. S. (2019). Transportation resilience to climate change and extreme weather events: Beyond risk and robustness. *Transport Policy*, 74, 174-186.
- Mercik, A. (2023). Problems of financing urban mobility resilience in Poland. *Ekonomia i Prawo - Economics and Law*, 22(4).
- 和歌山県商工労働部成長産業推進課(2024)「わかやま成長産業開拓ビジョン参考資料集」

道の駅の行動経済学から効果的なプロモーションを考える ～アクションリサーチの記録～

和歌山大学観光学部

教授 八島 雄士

和歌山大学国際観光学研究センター

客員フェロー 権 純珍

株式会社 信濃路

代表取締役 冷水 康浩

和歌山大学国際観光学研究センター

客員フェロー 岩橋 克彦

九州共立大学経済学部

准教授 宋 謙

和歌山大学紀伊半島価値共創基幹

客員教授 小川 雅則

広島市立大学国際学部

准教授 井手吉 成佳

1. はじめに

購買意欲への動機づけなど、行動経済学の理論がさまざまな分野の実務に応用する研究が蓄積されている(行動経済学, n.d.)。ドライバーが利用する沿道施設である道の駅は、1993年から制度が始まり、2024年8月7日時点では、1221駅が登録されている(国土交通省, n.d.)。国土交通省(2024)では、道の駅の発展過程について、道路利用者へのサービス提供の場(第1ステージ)であった道の駅が、地域との連携機能の役割が増すことで道の駅自体が目的地(第2ステージ)となり、2020年からは、地方創生・観光を加速する拠点(第3ステージ)を目指す段階にあると位置付けている。また、中間レビューでは、道の駅が目指す新たな姿として、「『道の駅』単体からまちぐるみの戦略的な取組へ」が掲げられた。すなわち、「まち」全体の魅力を高めるコンセプトを共有し、「まち」と「道の駅」が戦略的に一体となって発展する姿が第3ステージの目指すことが現在の姿である。加えて、多様な地域ニーズに対応するため、時代に合わせた柔軟な道の駅活用、例えば、能登半島地震を踏まえた防災拠点機能の強化の必要性が述べられている。

そこで、本稿は、道の駅の意義をめぐる環境変化に対応して、道の駅の効果的なプロモーションに行動経済学理論を応用する可能性を研究する(本研究という)一環で実施した研

研究会、視察調査、ワークショップおよびシンポジウムを、アクションリサーチの記録として整理し、今後の研究方向性を示すことを目的とする。具体的には、道の駅に関する2つの研究(八島・井手吉・岩橋, 2022; 岩橋・八島・井手吉, 2023)を基礎に、道の駅すさみを指定管理事業として展開する(株)信濃路の道の駅運営に焦点をあて研究を進めた。

以下、2節では、本研究の理論的基礎となる行動経済学理論の考え方を整理し、本研究における展開を述べる。3節では、本研究を探索段階、関与段階、発展段階の3つの段階として計画するなかで、探索段階を図表1に、関与段階を図表2として整理し、研究プロセスについて述べる。4節では、探索段階における結果を述べる。また、5節では、関与段階における結果を述べる。6節では、まとめとして、発展段階に向けての展望を述べる。

2. 行動経済学理論の考え方と本研究における展開

日常の経済活動において、人々は、“なぜ、そのような行動を行うのか?”と思うほどの非合理的な行動が多く見られる。その非合理的な行動を論理的かつ、理論的に究明するのが「行動経済学」である(相良, 2024)。行動経済学とは人間の現実的な行動に重点を置き、伝統的な経済学理論(ミクロ経済学)と行動心理学を融合して、人間の非合理的な経済行動を明らかにしようとする学問である(相良, 2024、Baddeley, M. 2017)。

伝統的な経済学理論では合理的な経済行動を前提としている。それはホモエコノミクス(home economicus: 合理的な経済人)が行う行動で、自己利益の最大化を優先し、他人の効用や利益を考慮しないことである。その経済人とは超合理的・超自制的・超利己的であると仮定している(多田, 2003)。これに対して、非合理的な経済行動とは、合理的な経済行動では十分に説明できない変則的なもの、つまり伝統的な経済学理論及び法則で説明できない現象としてアノマリー(anomaly)という行動バイアスを意味している。また、非合理的な行動では、超合理的・超自制的・超利己的であるという経済学理論の仮定が限定的となり、多数の選択肢や過剰な情報のため、先入観や経験等に基づいて意思決定する。ここで、行動バイアスとは先入観、直感、先送りなどを意味する。

行動経済学理論について、Kahneman & Tversky (1974)は、「ヒューリスティック(代表性、利用可能性、調整とアンカリング(固着性とも呼ぶ))とバイアス」の基本概念を、Kahneman & Tversky (1979)は、損失回避性の理論、すなわち、「プロスペクト理論(Prospect Theory)」をそれぞれ論じている。また、Kahneman, Knetsch & Thaler (1991)は、アノマリー(Anomalies)、つまり、行動バイアスである保有効果(Endowment)、損失回避性(Loss Aversion)、現状維持バイアス(Status Quo Bias)を論じている。

Stanovich & West(2000)の二重過程理論(Dual Process Theory)と Kahneman(2012)の「ファストとスロー(Thinking, Fast and Slow)」では、2つの思考システムが提案されている。2つの思考システムとは「システム1」と「システム2」に分離しており、「システム1」とは、速い思考(ファスト(fast))を指し、無意識・直感的・瞬間的な思考で意思決定することである。人が「システム1」に頼る場合、努力が不要の時である。一方、「システム2」とは、遅い思考(スロー(slow))を指しており、意識的・論理的な思考で熟慮して意思決定を下すことであり、努力を必要とする。

さらに、Kahneman(2011)は、「ヒューリスティック(Heuristic)と認知バイス(Cognitive Bias)」について述べている。意思決定の際に熟慮・熟考せずに簡単な思考や直感で判断する方法であるヒューリスティックも、「システム1」も、バイアス(思考の偏り、先入観等)が生じる。「プロスペクト理論」では、①人が利得より損失に強く反応するという損失回避性(Loss Aversion)、②価値と損失が増加すれば感応度が逡減するという感応度逡減性(Sensitization Decrease)、③絶対的な価値評価ではなく相対的な価値に基づいて判断する参照点依存性(Reference Point Dependence)という3つの認知的な特徴を論じている。

加えて、行動経済学において主要な位置を示しているのが Thaler & Sunstein(2021)の「ナッジ理論(Nudge Theory)」である。「ナッジ」はより良い選択や意思決定を実現できるよう(選択のアーキテクト)、強制的でなく、そっと後押しすることである。特に、社会規範(社会的選好)に従うよう促すときに多く利用される理論でもある。

本研究における展開としては、後述するように、関与段階で、「ファストとスロー」、「ヒューリスティックとバイアス」、「プロスペクト理論」、「ナッジ理論」それぞれを検証するためのアンケートを実施した。結果は、図表3および図表4に、「アンケート調査の設問・結果①(行動経済学理論の検証)」を示す。また、「ボトルネックとなるバイアス」についてのアンケートを実施し、その結果を図表5「アンケート調査の結果②(行動バイアスの検証)」に示す。アンケートを通じて、バイアスのパターン、および、どのようなヒューリスティックが優先されるかについて検証している。さらに、シンポジウムでは、行動経済学の有効性について、実証実験の結果と今後の方向性を議論した。なお、本研究が対象とする人とは、道の駅や地元の商店街等を利用する顧客(旅行者および地元住民)をさす。その顧客の「非合理的な行動」に注目し、その行動を行動経済学の理論に基づいて読み解く。

3. 研究プロセス

本研究の研究プロセスについて述べる。本研究は、和歌山地域経済研究機構で2023年度および2024年度に採択された研究事業として実施している。2023年度は、「道の駅を利用した地域産品販売の効果的なプロモーション」、2024年度は、「道の駅の行動経済学から効果的なプロモーションを考える」が研究題目である。上述したように、研究を3つの段階として計画し、2023年度を探索段階、2024年度に関与段階と位置付け、2025年度に発展段階へと展開する。以下、探索段階を図表1、関与段階を図表2として、研究の取り組みを日程、方法、目的、成果に分けて示した。2節では、目的を中心に整理し、3節および4節で成果を中心に述べる。

第一に、探索段階では、研究目的に対応するベンチマークや理論的基礎の設定、道の駅をフィールドとして調査するためのネットワークキングを中心に進めた。実際には、研究会を3回、インタビュー調査を2回、視察調査を2回、ワークショップを1回、実施した。まず、研究会は、研究目的に添って上述したような行動経済学理論を効果的なプロモーションに応用するために、理論への理解を深めること、実際の調査対象とする道の駅に応用するため、環境変化を踏まえた運営課題の議論を行うことを目的に実施した。

図表 1 探索段階の取り組み

(出所：筆者作成)

日程	方法	目的	成果
2023年 7月	研究会	観光における購買意欲への動機づけなど、行動経済学理論の道の駅の運営実務への応用を議論する。	研究推進の基礎として行動経済学理論を応用できることを確認した。理解を深めるための行動経済学理論研究会を構想した。
2023年 8月	インタビュー 調査	大きなイベントを利活用するプロモーションのあり方のベンチマーキングとして G7 広島サミットにおける(株)鳥ごころの取り組みの実態を調査する。	日常の運営時から常にアンテナをはり、タイミング良くプロモーションことによって、売上向上のみならず、廃棄減少への有効性を確認できた。
2024年 1月	インタビュー 調査	道の駅すさみの指定管理者として(株)信濃路が関わる経緯や現状の課題など、実態を把握するためにインタビュー調査する。	西平会長とすさみ町との関わりが経緯として大きな影響があることが確認できた。また、調査協力への承諾をいただけた。
2024年 2月	研究会	研究メンバーへの経過の情報共有と確認をする。また、3月実施のワークショップに関する調査計画を策定する。	冷水氏のワークショップへの協力承諾を共有できた。また、ワークショップの内容、スケジュールを確定できた。
2024年 2月	視察調査	(株)信濃路運営の「岬丘の上食堂」(道の駅みさき内)の現状を視察する。道の駅すさみでの視察の材料を収集する。	特徴となるメニュー等を確認できた。実際に食事体験し、道の駅すさみとの相違となる地域色を、運営を含めて確認できた。
2024年 3月	研究会	道の駅のプロモーションに資する行動経済学理論を共有する。視察ポイントおよび環境変化に対応するための歩くコンテンツの可能性を議論する。	権氏から他県の道の駅施設の観察結果を例に行動経済理論の理解を深めた。近畿自動車道紀勢線延伸による道の駅すさみの影響を議論・整理した。
2024年 3月	ワークショップ 及び視察調査	冷水氏と行動経済学理論の基礎を共有する。冷水氏からの説明により道の駅すさみの運営課題を共有・理解する。実際に、施設を視察し、理論を念頭に取り組みの現状を把握する。	行動経済学理論を道の駅との関わりから共有し、意見交換した。冷水氏から現場の課題や取り組みを共有いただき、実際に、施設を確認しながら、理論を実証するポイントを議論した。

次に、インタビュー調査の目的は2つある。1つ目は、大きなイベントのベンチマークとして G7 広島サミット時に積極的なプロモーションを展開した(株)鳥ごころ(鳥ごころとよぶ)の実態把握である。2つ目は、道の駅すさみの指定管理者である(株)信濃路(信濃路

とよぶ)の道の駅運営の実態把握と研究協力を得ることである。

また、視察調査の目的について、道の駅みさき内の岬・丘の上食堂での視察では、信濃路の道の駅運営への関わり方の実態把握であった。一方、道の駅すさみの視察は、ワークショップの一環として実施した。実際には、研究会、インタビュー調査、視察からえられた情報を持ち寄り、行動経済学理論をどのように道の駅すさみのプロモーションで利用するのかをテーマにワークショップを行い、意見交換したのちの実際店舗や施設を視察し、理解を深めた上で今後の展開を検討することが目的であった。

第二に、関与段階では、探索段階において議論した行動経済学理論の一部を、冷水氏が社員と議論しながら実証実験として進めた内容について、吟味し、第三者からの意見を聴取することを中心に進めた。実際には、3回の研究会を経て、シンポジウムを実施した。当初は、セミナールームで対面実施する予定としていたが、諸事情を勘案し、少人数の対面とリアルタイムでのオンラインによるハイブリッド形式で実施した。また、学生が参加できる見通しとなり、事前のアンケート回答へのコメントを含めたプログラムを実施した。

図表 2 関与段階の取り組み

(出所：筆者作成)

日程	形態	目的	成果
2024年 8月	研究会	探索段階の振り返りと、関与段階のシンポジウム開催に向けた内容や方向性を議論する。	行動経済学理論と道の駅のプロモーションと関わりに関する理論的基礎の整理ができた。
2024年 9月	研究会	シンポジウム開催に向けて行動経済学理論の内容を事前に共有し、議論と方向性の確認をする。	冷水氏を含める研究会で目的、プログラム内容、時間配分、募集方法などの原案を作成した。
2024年 9月	研究会	シンポジウム開催に向けて、行動経済学理論の再確認と、冷水氏から実証実験の経過を共有してもらい、シンポジウムの詳細を議論する。	行動経済学理論と実証実験の内容の関係性を議論し、発表内容を調整した。また、時間配分、アンケート実施方法、参加者募集方法などを決定した。
2024年 11月	シンポジウム	参加者との対話を通じて、行動経済学理論及び道の駅のプロモーションの実証実験に関して意見聴取する(対面及びZoomのハイブリッド形式で実施)。	行動経済学理論及び道の駅すさみでの実証実験結果に、アンケート及び対面参加者から、参考になり興味深い、また実証結果の発表には参加したいなどの前向きな意見を聴取できた。

3 探索段階の取り組み結果

3節では、探索段階における研究の結果について、図表1の成果部分を中心に、研究会、インタビュー調査、視察およびワークショップの方法ごとに記述する。

第一に、研究会の成果について、当初はサミットなど大きなイベントが地域製品のプロモーションを促進する機会となっていることに着眼し、地域産品やお土産を取り扱う道の駅をフィールドに調査を進めた。権純珍氏（権氏とよぶ）の協力を得ることにより、行動経済学理論を研究推進の理論的基礎が固まった。また、権氏から他県の道の駅施設の観察結果を例に行動経済理論への理解が深まった。加えて、近畿自動車道紀勢線延伸による道の駅すさみの環境変化が運営にもたらす影響を改めて確認できた。3回の研究会を通じて、道の駅におけるプロモーションに応用する方向性が確立できた。

第二に、インタビュー調査の成果について述べる。

まず、G7広島サミットで積極的なプロモーションを実施した地域企業として島ごころに着目した。島ごころは、しまなみ海道を構成する島の1つである生口島（広島県尾道市瀬戸田町）で製菓業をメインに活動する企業である。主力商品は、生口島の特産品である瀬戸田レモンを原材料とするレモンケーキである。また、さまざまな派生商品を開発し、複数店舗やネット販売を活用して多様な商品展開を行っている。今回注目したプロモーション活動の特徴は、2つである。

1つ目は、フィードフォワードの考え方に基づくプロモーションである。島ごころは、ネット販売限定でレモンケーキ8個セットのみ40%値引きの販売を行っている。多様な商品があるなかで、値引き販売を行っているのはこの1つのみである。このことに関してマーケティング担当者は①「島ごころのレモンケーキ」を知ってもらうこと、②実店舗に買いに来てほしいことを大きな理由として挙げている。つまり、ネット販売における値引きプロモーションを、需要喚起の意図をもって実施している。ただし、これは恒常的に実施しているものではない。過去の売上実績などのデータから販売数量が下落することが予測される場合に、事前に販売数量下落を回避することを目的としてこのプロモーションを実施している。マーケティング担当者は「顧客がプロモーションの値引き価格に慣れてしまうことも困る」と述べており、実施時期の見極めを重視している。実際に、G7広島サミット2023では、島ごころのレモンケーキが提供されたことが報道映像で確認されたことから、島ごころは特設のプロモーションを即座に実施した。島ごころではプロモーション活動を単純化することで即座に実施できるよう準備しており、外部環境や販売状況に応じてプロモーション活動を実施している。

2つ目は、希少性に着目したプロモーションである。島ごころは、自社商品を一般消費者に販売するだけでなく、地元の宿泊施設へのウェルカムスイーツの提供や、サイクルイベントの休憩施設への商品の提供も行っている。これらの提供される商品は専用に企画・製造されたものであり、実店舗・ネット販売ともに一般販売はされていない。宿泊客やイベント参加者のみが知っている、あるいは食べたことがあるものとして好評であり販売や流通の拡大が消費者からも望まれている。消費者からの需要があることをマーケティング担当者は好意的に理解すると同時に販売することなく限定的な商品提供にとどめていること理由として、「宿泊しなければ（イベントに参加しなければ）食べるできないという希少性」を大事にしたいと述べていた。地元地域への誘客の誘因としつつ自社商品の希少性を維持するプロモーションである。

次に、行動経済学理論を応用したプロモーションを研究する対象の候補とした道の駅すさみの指定管理者である信濃路・代表取締役の冷水康浩氏（冷水氏とよぶ）にインタビュー調査した。実際に、指定管理者として運営に関わる経緯のなかで、代表取締役会長の西平都紀子氏とすさみ町との関わりが土台となり、すさみ町の地域振興への貢献を念頭に運営していることが確認できた。また、行動経済学理論を基礎にプロモーション方法を検討することを共有し、研究協力の承諾をえた。この承諾により研究の方向性が明確となった。

第三に、視察およびワークショップの成果について述べる。まず、道の駅みさき内の岬・丘の上食堂の視察では、信州そば・うどんを主とする本業と道の駅における運営の現状を比較した。本業と比較してメニュー構成が地域産素材を中心とすることが確認できた。

次に、道の駅すさみでは、ワークショップと組み合わせる形で視察を行なった。具体的には、権氏から行動経済学の理論的な基礎と事例に分けて3つの段階で講義いただいた。

1つ目は、問題意識についてである。人間行動の原則に基づき、人間行動と経済行動との関係を、合理的な経済行動（自己利益の最大化、熟考と熟慮などシステムティック行動）と非合理的な経済行動（利他的、感情的、不完全情報、直感や見た目といったヒューリスティック）と整理した。その上で、観光リスクを「期待値と現実値との差」と定義し、その最小化を問題解決の目標として設定した。また、「行動観光」と題して、道の駅のプロモーションを3つの行動に分けて検証することを提案した。実際には、事前行動として「地域限定、特典付与等の損失回避」、現在行動として「適正な選択肢の決定麻痺の回避」、事後行動として、「第一印象として初頭効果」、「非行為後悔として後悔回避」である。

2つ目は、道の駅で使える「行動経済学の理論」と題して、道の駅のプロモーションを想定して提示した。具体的には、①固着性ヒューリスティック（アンカリング効果）、②フレーミング効果、③極端性の回避効果、④プライミング効果、⑤ストループ効果、⑥その他である。

3つ目は、いくつかの道の駅で実際に調査された内容である。具体的な理論の応用方法を実際に撮影された写真を参考例として示された。

引き続き、冷水氏から、道の駅すさみの特徴、プロモーションの方法、運営における課題を共有いただいた。その後に、実際に買い物エリア、レストラン・カフェエリア、隣接する宿泊施設内で運営する温浴施設、新たに設置したグランピング施設など道の駅全体を視察しながら、上述の行動経済学理論をプロモーションに応用するアイデアなどを意見交換し、理解を深めた。また、冷水氏から実証実験に向けての見通しを共有いただいた。

以上、探索段階では、テーマを「道の駅を利用した地域産品販売の効果的なプロモーション」に設定したことに対応して、行動経済学理論を基礎に研究を展開すること、実際に実証実験として実施する段取りができたことが成果の特徴となった。結果として、関与段階に向けて、実証実験結果の共有と第三者からの意見聴取という見通しがえられた。

4 関与段階の取り組み結果

4節では、関与段階における研究の取り組み結果について、図表2の成果部分を中心に、研究会とシンポジウムに分けて記述する。

第一に、シンポジウム開催に向けて研究会を実施した成果について述べる。

1つ目に、探索段階の取り組みの振り返りを行い認識共有ができた。大阪関西万博開催に向けて、未来社会の新たな形を意識し、最新の技術を利用した場合の想定など多様な議論ができた。実際には、権氏から次のような見通しを共有いただき、今後の研究の背景を議論した。すなわち、Society 5.0や仮想空間と現実空間の融合を背景に、ドローン、自動運転、自動車の飛行などの新たな取り組みが想定されるなかで、道の駅がハブとしての機能を充実させることは、経済の外部性を創造する。特に、利用しやすい環境や地域に利益をもたらす仕組みを整備することができれば、過疎地などの条件不利を克服できる。関連文献でもこの点は指摘されている。Olsen(2003)は、地方エリアにおいてドライブツーリズムが重要な市場であること、ドライブツーリストを地方へ促すために、その距離を克服する魅力が必要であることを述べている。また、魅力向上について、Denstadli & Jacobsen(2011)は、沿道施設がドライブツーリストの全体的な満足度とロイヤリティを達成する上で重要な役割を果たすことを、Qiu et al.(2018)は、ドライブツーリストの満足度がリピーターやクチコミによる市場拡大のために最も重要な要素であることを指摘している。道の駅がドライブツーリズムのハブとして、効果的なプロモーションを行い、地域の魅力を発信・サービス提供することによって、ドライブツーリストの満足度を上げることは、日本におけるドライブツーリズムの発展に寄与し、条件不利な地域の持続可能性に貢献する。

2つ目に、冷水氏から実証実験に関する最新の情報を共有いただいた。具体的には、4つの実証実験をシンポジウムで発表いただくことが共有できた。①フレーミング効果を用いて消費者が素早く選択できるよう後押しすること、②ハロー効果を用いて消費者の「損失回避」と「満足度のアップ」をすること、③ナッジ理論を用いて施設利用者の行動変容を促進すること、④プライミング効果を用いて購買意欲を促進することの4つである。実証実験の結果は大変に興味深いものであり、改善を施しながら継続して行動経済学理論の応用を実証する方向性を確認できた。また、シンポジウム開催に向けて、開催目的とプログラム内容、時間配分、募集方法などを具体的に議論し、決定することができた。

第二に、シンポジウム開催による成果を全体の成果とアンケート結果に分けて述べる。

1つ目に、全体の成果は、図表2に示したように、「参考になり興味深い」、また実証結果の発表には「また参加したい」などの前向きな意見を聴取できた。なお、実際のプログラムは、権氏が行動経済学理論について事前アンケート結果を加味して説明した。また、冷水氏が実証実験の経過を具体的な数値を使って説明した。加えて、岩橋氏が道の駅をめぐる環境を説明した。結果として、冷水氏に実証実験を継続したいとの意向も表明いただいたこと、また、本研究に第三者の目線で興味を持っていただけたことを踏まえると、本研究を発展段階として進める目処がついた。実際には、実証実験結果を公開できる形で改めて研究計画を見直し、研究会を通じて研究を推進する。

2つ目に、今後の研究推進の参考になる結果として、アンケートの実施概要について述べる。アンケートはシンポジウム開催の前後に実施した。まず、事前アンケートの目的は、人々の非合理的な行動を説明する参考とするためである。回答者は、九州共立大学経済学部地域創造学科宋ゼミナール、2年生、3年生、4年生である。設問は、選択式で5つあ

り、設問内容と行動経済学理論との関係（原因と行動）を図表3に、アンケート結果（回答の割合と解釈）を図表4に示した。また、回答者数は42名、回収率は100%である。

図表3 アンケートの設問①（行動経済学理論の検証）

（出所：筆者作成）

設問	行動経済学の理論・原因と行動
<p>設問1 人気のあるラーメン屋に入るために長時間並んでいるとき、せっかく並んだのだから、途中で列を抜けるのは「もったいない」と思い、ラーメン屋に入ることができるまで並び続けたことがある。 あなたにとって、途中で列を抜ける場合は①を、並び続ける場合は②を選択してください。</p>	<p>損失回避（プロスペクト理論） 現状維持バイアス ○原因：並ぶ ○行動：ラーメン屋に入る</p>
<p>設問2 「買い物」をするとき、その商品の「メリット」及び「デメリット」等を詳しく確認した後に買い求める場合は①を、時間の余裕がなく、直感的に商品の見た目判断し買い求める場合は②を選択してください。</p>	<p>非合理的な行動 行動バイアス 両面提示の法則 ○原因：(時間)余裕がない ○行動：(直ぐ)買い物する</p>
<p>設問3 物事を判断する際、権威のある人の「意見」よりも一般の人の「意見」を重視し、買い物をするときも人の「口コミ」等に基づいて商品を購入求める。 ①はい、②いいえのどちらかを選択してください。</p>	<p>利用可能性 Heuristic ウィンザー効果（第三者評価） ※バンドワゴン効果（大勢の人の行動と意見）の理解も必要 ○原因：口コミ等 ○行動：買い物する</p>
<p>設問4-1 次の質問のうち、あなたが好む表現はどちらですか？ A：10人中9人が選ぶケーキです！ B：10人中1人は選ばないケーキです！</p>	<p>代表性 Heuristic（少数の法則） フレーミング効果 ファストとスロー ○原因：好む ○行動：(ケーキ) 選ぶ</p>
<p>設問4-2 次の質問のうち、あなたが好む表現はどちらですか？ A：コップの水が半分も入っています。 B：コップの水が半分しか入っていません。</p>	<p>固着性 Heuristic（係留と調整） 確証バイアス 認識変化(二面性：楽観 or 悲観) ○原因：コップの水（アンカリング） ○行動：「半分のコップの水」で判断</p>
<p>設問5 床の足跡のマーク（イラスト）に沿って歩いたことがある。 ①はい、②いいえのどちらかを選択してください</p>	<p>Nudge：社会性選好（社会規範） ルールを守る ○原因：ルール（社会規範） ○行動：(床)歩く</p>

図表 4 アンケート調査の結果①（行動経済学理論の検証）（N=42）

（出所：筆者作成）

設問	回答	解釈
設問 1	① 11.9% ② 88.1%	学生は、利得（途中で列を抜ける）より損失（ラーメン屋に入ることができない）に強く反応している。学生は、損失回避的、かつ現状維持バイアスの行動をとっている。
設問 2	① 59.5% ② 40.5%	合理的・自制的・利己的であるという、伝統的な経済学理論の仮定が限定的で（非合理的な行動）、「直感」という行動バイアスを確認することができた。
設問 3	はい 73.8% いいえ 26.2%	利用しやすい、第三者の口コミ等の情報を用いて、意思決定（買い物）を行った。
設問 4-1	A 85.7% B 14.3%	標本サイズが小さいと、大きい場合より極端なケースが発生しやすくなるという「少数の法則」を検証している。ここでは、少ないサンプル数の確率を信じ、直感で判断を下している。
設問 4-2	A 57.1% B 42.9%	自己に都合の良いような判断を下す「確認バイアス」を確認することができた。約 6 割の人が楽観的な回答であった。
設問 5	はい 73.8% いいえ 26.2%	他人への配慮（社会的選好）を優先し、社会規範（ルール）を強調している「ナッジ理論」が有効であった。

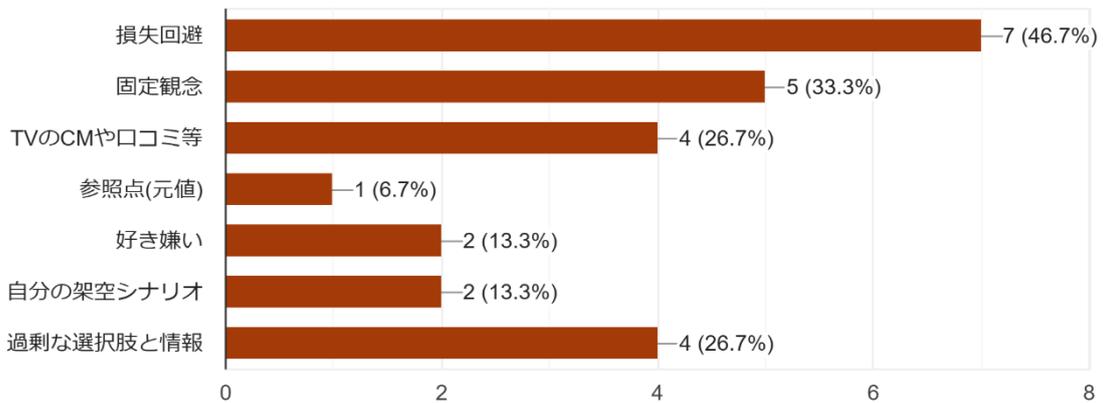
本稿は、アクションリサーチの記録として経過を整理し、今後の研究方向性を示すことを目的としているため、図表 3 および図表 4 からえられた結果を丁寧に検討することはしない。今後の展開との関連から一つの例を示すと、設問 5「床の足跡のマーク（イラスト）に沿って歩いたことがある。①はい、②いいえのどちらかを選択してください。」は、「ナッジ理論」に関連して、社会性選好（社会規範）としてルールを守ることを分析する内容である。つまり、行動の原因は、「ルール（社会規範）」であり、実際の行動は、「(床)歩く」ことである。結果として、「はい」が 73.8%、「いいえ」が 26.2%となった。解釈に示したように、「ナッジ理論」が有効であることが確認できた。実際に、道の駅すさみで「道の駅のイメージカラーである緑色の「足形マーク」を売場に設置することや、食堂に食券購入で並んで場所に、施設内の移動を誘導する QR コード（インスタグラム）を掲載した「マーク」を設置し、誘導効果を実証した。結果として、施設内の購買者や食堂以外の施設利用者、インスタグラムのアカウントフォロワー数が増加したことが報告された。

次に、シンポジウムを視聴後、説明した一連の行動経済学理論において、「ボトルネック」となる「バイアス」に関して、気になった理論、あるいは参考になる理論について選択式のアンケートを実施した（二つまで選択可能）。3年生のみ、15名の回答を回収した。図表 5 に示した結果を見ると、「損失回避」を選んだ人が一番多く、次に「固定概念」、「TV の

CM や口コミ」「過剰な選択肢と情報」、「好き嫌い」「架空シナリオ」、「参照点」の順になっている。若い学生にとって、変化よりも現状維持の行動スタイルを求めていることがわかった。

図表 5 アンケート調査の結果②（行動バイアスの検証）（N=15）

（出所：筆者作成）



この結果を用いて判断する限り、「ボトルネック」となるバイアスは現状維持バイアスである「損失回避（プロスペクト理論の認知的な特徴）」が一番多かった。

図表 5 アンケート調査の結果③（自由記述）

（出所：筆者作成）

フレーミング効果を用いて売れ筋に誘導すれば、お客としては選択肢を絞るだけでなく、間違いのない商品の購入につなげることができると思うが、逆に様々な商品が売れるという可能性が減ってしまうように感じました。そうすると、大手の商品ばかりが売れてしまうことになってしまうかもしれないため、フレーミング効果を活用する際は目的など色々な点を考慮する必要があると感じました。

大変勉強になりました。ありがとうございました。ナッジ効果とまちづくりの関係性について理解が深まりました。人間行動の共通点は「非合理的な行動」であると理解し、実務の中に応用させていただきたいと感じました。道の駅運営に関する工夫や施策も大変勉強になりました。次回も機会がございましたら参加させていただければと存じます。ありがとうございました。

化粧品などに高級感があり、数量限定だとなつて買ってしまったことはよくあるので、納得しました。

加えて、シンポジウムの内容に対する感想を、自由記述の形で回答をえた。学部生にとって専門的理論への理解が難しいため回答数が少なかったものの、一部の参考となる回答内容を図表6としてまとめた。シンポジウムの聴講を通じて経済学部生の問題関心を引き出すことができ、それぞれの観点から行動経済学への理解に繋がったと考えられる。

5 まとめ

本稿では、行動経済学の理論を効果的なプロモーションに応用する可能性を研究する一環として、研究会、ワークショップ、シンポジウムなどによるアクションリサーチとして実施した結果を記録としてまとめた。具体的には、2023年度実施の探索段階、2024年度実施の関与段階を経て、実証実験からの情報を収集する見通しができた。

実際には、シンポジウムで冷水氏から共有いただいた実証実験結果を踏まえて、シンポジウムの成果として記述したように、実証実験を改良し、情報収集を継続する。また、研究協力者を含む筆者らの研究グループは、学際的な研究のみならず、実務への社会実装を念頭に、実務経験者や現在に実務に携わっている方を含めて研究を進めるところに特徴がある。そのため、今後も多様な意見を研究会で整理しながら対話を通じて検討するアクションリサーチの方法を継続する。加えて、シンポジウムやワークショップの手法で、学生のみならず、実務家にも結果を共有する機会を設け、第三者から意見の豊富化を図る。

2025年度は、発展段階として実施したい。また、実践研究として体裁を整えるために、学術的な側面から行動経済学理論をプロモーションに応用する文献整理を行う。調査対象とする道の駅に関わる地域政策の文献を整理することも必要である。加えて、社会実装として実務的な発展に貢献するため、一企業の取り組みを、社内秘の部分に配慮しながら、一般化することを研究の展開に含める。

注

研究会では、参考文献のほか、次の書籍を参考に議論を進めた。

- ①阿部誠(2021).『行動経済学』. 新星出版社.
- ②真壁昭夫(2022).『行動経済学のしくみ』. 西東社.
- ③平野敦士カール(2022).『ズルイ行動経済学』. 宝島社.
- ④大竹文雄(2022).『行動経済学』. 東京書籍.
- ⑤橋本之克(2024).『行動経済学 BEST100』. SOGOHOREI.
- ⑥橋本之克(2023).『行動経済学の超基本』. 朝日新聞出版.
- ⑦杉山尚子(2023).『行動分析学入門』. 集英社新書.
- ⑧大竹文雄(2024).『実践行動経済学』. 東京書籍.
- ⑨Drucker, P.F. (1985). INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP. Harper & Row [P.F. ドラッカー上田惇生訳(1997)『イノベーションと企業家精神 上・下』ダイヤモンド社].
- ⑩早川博文(2024).『分析者のための行動経済学』. ソシム.

謝辞

本稿は、本文で述べた地域経済研究機構研究助成 2023 年度および 2024 年度、ならびに、文部科学省令和 5 年度人文・社会科学系ネットワーク型大学院構築事業「地域/社会課題を解決する対話型ビジネス価値共創人材養成プログラム」、共同研究「サステナブル・ディステイネーション・マネジメントシステムを構築するためのメカニズムの探索：組織間連携の視座から」に関わる研究成果の一部である。また、シンポジウムにご参加いただいた皆様にこの場をお借りして感謝申し上げます。また、シンポジウムにご参加いただいた皆様にこの場をお借りして感謝申し上げます。

参考文献

- 岩橋克彦・八島雄士・井手吉成佳. (2023). 「ドライブツーリズムハブとして道の駅が備えるべき主要要素」『観光学』29. 9-14.
- 国土交通省(n.d.). 『道の駅案内一沿革』. 最終閲覧日 2024 年 12 月 1 日.
<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/history.html>
- 国土交通省(2024). 『「道の駅」第 3 ステージの取組状況』 最終閲覧日 2024 年 12 月 1 日.
https://www.mlit.go.jp/road/ir/ir-council/michi-no-eki_third-stage/pdf08/07.pdf
- 相良奈美香(2024). 『行動経済学が最強の学問である』. SB クリエイティブ.
- 多田洋介(2005). 『行動経済学入門』. 日本経済新聞社.
- 八島雄士・井手吉成佳・岩橋克彦. (2022). 「環境変化に対応する道の駅運営の現状と課題～観光目的地の競争優位に関する研究のための予備調査～」『地域経済』26. 9-19.
- Baddeley, M. (2017). *Behavioral Economics – A Very Short Introduction –*. Oxford University Press [ミシェル・バデリー/土方奈美訳(2018)『行動経済学』早川書房]
- Denstadli, J. M. and Jacobsen, J. K. S. (2011). The long and winding roads: Perceived quality of scenic tourism routes. *Tourism Management* 32(4). 780-789.
- Kahneman, D (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux. [村井章子訳(2012)『ファストとスロー あなたとの意思はどのように決まるか？上・下』早川書房]
- Kahneman, D. and Tversky, A. (1974). Judgment under uncertainty and: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science (American Association for the Advancement of Science)*. 185(4157), 1124-1131.
- Kahneman, D. and Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica* 47.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L. and Thaler, R. H. (1991) Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *Journal of Economic perspectives* 5(1). 1991 winter.
- Olsen, M. (2003). Tourism themed routes: A Queensland perspective. *Journal of Vacation Marketing*. 9(4). 331-341.
- Qiu, H., Hsu, C., Li, M. & Shu, B. (2018). Self-drive tourism attributes: Influences on satisfaction and behavioral intention. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 23(4). 395-407.
- Stanovich, K. E. and West, R. F. (2000). Individual difference in reasoning: implications for the rationality debate? *Behavioral and Brain Sciences* 23(5). 645-726.

「移動革命」を活用した持続可能な 和歌山市公共交通体系に関する研究会

研究会代表 辻本 勝久
【和歌山大学経済学部教授】

概要

本プロジェクトでは、交通に関連する和歌山市の地域課題と、「移動革命」の進展を踏まえつつ、同市の新しい交通まちづくりの理想像を追求し、実現性の高い提言につなげることを目的として、4回の研究会を開催した。

研究会はすべて Teams での開催としたが、和歌山地域経済研究機構メンバーのほか、タクシー事業者（ユタカ交通、相互タクシー）、和歌山県と和歌山市の関係部署、和歌山市観光協会、トヨタカローラ和歌山、KDDI、名門大洋フェリー、和歌山大学大学院観光学研究科生などからの参加もあった。参加者数は延べ 60 名であった。研究会の開催状況は以下の通りである。

研究会の開催状況

<第 1 回> 令和 5 年 7 月 27 日（木）11:00～12:00 参加者 21 名

1. 移動革命とその活用について

（今年度の研究会の趣旨説明ののち、通信事業者、船舶会社なども交えて、辻本ゼミ所属社会人大学院生が進行役でフリートークを実施）

2. 現地視察計画について

（和歌山社会経済研究所 中西望氏、和歌山大学 辻本勝久）

<第 2 回> 令和 5 年 9 月 29 日（木）13:30～15:00 参加者 14 名

1. KDDI が取り組む DX・MM 関連事業および事例紹介

（KDDI 株式会社 DX 推進本部）

<第 3 回> 令和 5 年 11 月 29 日（水）15:00～16:00 参加者 12 名

1. 長野県伊那市の交通・買物支援・医療・行政 M a a S の取り組みについて

（長野県伊那市企画部企画政策課主幹、新産業技術推進係長 安江輝氏）

<第 4 回> 令和 6 年 3 月 4 日（月）10:00～11:00 参加者 13 名

1. かしてつバス・ひたちなか海浜鉄道・ひたち BRT 視察報告

（和歌山大学 辻本勝久）

2. データから見る「鶴岡市内循環バスの増便とその背景」
(和歌山社会経済研究所 中西望氏)

メンバー

辻本 勝久 (代表)	和歌山大学経済学部
足立 基浩	和歌山大学経済学部
藤田 和史	和歌山大学経済学部
上野 美咲	和歌山大学経済学部
佐野 楓	和歌山大学観光学部
中西 望	和歌山社会経済研究所
長谷川 強	和歌山社会経済研究所
森岡 悠人	和歌山大学商工会議所

事務局

宋 謙	和歌山大学経済学部 (第2回研究会まで)
森田 智也	和歌山大学経済学部 (第3回研究会から)

道の駅を利用した地域産品販売の効果的なプロモーション ～関西エリアのビッグイベントを契機とする和歌山への誘客要因として～

研究会代表 八島 雄士
【和歌山大学観光学部教授】

研究関係者

(1) 研究分担者

井手吉 成佳 広島市立大学、和歌山大学国際観光学研究センター(CTR)客員フェロー
岩橋 克彦 紀美野町役場、和歌山大学 CTR 客員フェロー
小川 雅則 和歌山大学紀伊半島価値共創基幹特任教授
宋 謙 九州経済調査協会、元和歌山大学経済学部、和歌山大学 CTR 客員フェロー

(2) 研究協力者

権 純珍 元倉敷芸術科学大学教授、和歌山大学 CTR 客員フェロー
冷水 康浩 (株)信濃路・代表取締役社長
冷水 健志 (株)信濃路・取締役部長
奥本 寿華 (株)島ごころ・専務取締役、売れる地域特産品ナビゲーター
豊島 茂 九州産業大学非常勤講師、和歌山大学 CTR 客員フェロー

概要

本研究は、大阪・関西万博などに代表されるゴールデンイヤーと呼ばれる関西におけるビッグイベント開催（関西ビッグイベントという）を機に、地域産品販売の促進と質向上につながる可能性を議論することを目的として、道の駅などを中心に、調査（視察、意見交換など）および研究会を、次のとおり、合計 5 回実施した。

(1) 観光行動と行動経済学理論に関する研究会

2023 年 7 月 18 日および 19 日、和歌山大学八島研究室

協力者：権氏、参加者：八島、岩橋、オンライン参加：井手吉

購買意欲への動機づけなどについて、行動経済学が多くの理論モデルや実務への応用に研究蓄積があることに着眼し、本研究への適用を企画した。行動ファイナンスを中心に行動経済学に詳しい権氏を講師に迎え、研究メンバーに講義いただいた。研究会は行動経済学理論研究会として継続していくこととなった。

(2) (株) 島ごころにおける視察および聞き取り調査

2023年8月30日および9月1日、(株) 島ごころ本店ほか

協力者：奥本氏、参加者：八島、井手吉、岩橋

本研究に関わるベンチマーキングとして、令和5年度開催のビッグイベントであるG7 HIROSHIMA 2023において、地域特産品である瀬戸田レモン（広島県尾道市瀬戸田）を使用したレモンケーキのプロモーション方法を聞き取り調査と視察により確認した。特に、G7首脳の会食時に利用されたことをインターネット等の報道から独自に調査し、タイムリーな形でSNS等を使ってコアな顧客層に情報発信した。また、広島駅や尾道駅、本店などの店舗においても同様の内容を紙媒体等で情報発信したことがわかった。積極的な姿勢と常にアンテナをはり、タイミングを計画的に図っていることがプロモーションにおいて有効であることがわかった。

(3) 道の駅すさみの運営に関する現状把握のための聞き取り調査

2024年1月25日、(株) 信濃路本社

協力者：冷水康浩氏、参加者：八島、岩橋

指定管理者として運営している道の駅すさみの現状について情報共有いただいた。特に、運営に携わる経緯や、西平都紀子会長とすさみ町との関わり、会社理念との関係などについて共有いただいた。また、食堂運営事業者として関わっている道の駅みさきの指定管理者である(株) プラスの現場担当者を紹介いただくこととなった。加えて、道の駅すさみの現地意見交換会への協力も承諾いただいた。

(4) 第2回行動経済学理論研究会および道の駅みさきの現状視察

2024年2月15日および16日、和歌山大学八島研究室、道の駅みさき

協力者：権氏、参加者：八島、井手吉、岩橋、小川、宋

行動経済学理論を道の駅における地域産品のプロモーションに応用することについて、研究会を実施した。また、(株) 信濃路が食堂運営事業者として携わっている道の駅すさみの現状を視察した。なお、(株) プラスの現場担当者への聞き取り調査は持ち越した。

(5) 第3回行動経済学理論研究会および道の駅すさみの現状調査・意見交換会

2024年3月27日および28日、タナベエンプラス、道の駅すさみ

協力者：権氏、豊島氏、冷水康浩氏、冷水健志氏

参加者：八島、オンライン参加：井手吉、岩橋、小川、宋

権氏から道の駅の行動経済学として理論モデルを共有いただき、道の駅すさみの視察ポイントなどを議論した。また、令和7年度の紀勢自動車道串本延伸に対応する観光コンテンツとして歩く観光について、九州オルレの取り組みに詳しい豊島氏を招聘し、情報共有いただいた。同様の内容を、道の駅すさみの意見交換会で冷水社長および冷水部長と議論することができた。また、道の駅の視察時には、理論的な観点から施設運営の修正点などを提案し、実務と理論の両面から有意義な意見交換となった。

今後の展開

今年度の実績を踏まえ次のとおり研究を継続実施したい。

- (1) 行動経済学理論の地域産品プロモーション（道の駅の行動経済学と称する）への応用可能性に関するシンポジウム開催および事前打ち合わせ
後期（10月以降）、和歌山市内開催、講師：権氏、冷水康浩氏
- (2) 行動経済学理論研究会の実施
2～3回の研究会を開催し、最新動向を把握と論文投稿を企画する。
- (3) 観光行動に関する調査・研究
ドライブツーリズム拠点としての道の駅および地域周遊を促進する観光コンテンツとして歩く観光に着目した調査・研究を実施する。

令和 6 年度事業

■和歌山地域経済研究機構助成研究公募の実施

■機関誌「地域経済」の作成

■ホームページによる広報

URL: <https://web.wakayama-u.ac.jp/eeco/wtkkk/>

理事メンバー

(令和 6 年 10 月 1 日現在)

【和歌山地域経済研究機構理事】

理事長	金川 めぐみ	和歌山大学経済学部教授・経済学部長
副理事長	田中 一壽	和歌山商工会議所専務理事
	谷口 恵美	和歌山社会経済研究所専務理事
	大浦 由美	和歌山大学観光学部教授・観光学部長
理事	辻本 勝久	和歌山大学経済学部教授
	八島 雄士	和歌山大学観光学部教授
	増田 浩	和歌山社会経済研究所常務理事・事務局長
監事	八島 雄士	和歌山大学観光学部教授
	増田 浩	和歌山社会経済研究所常務理事・事務局長

研究成果

ナンバー	タイトル	発行年月
No.1-a	提言 紀淡連絡道路を実現し和歌山地域の活性化をはかるためのランドデザイン	平成 10 年 8 月
No.1-b	提言 このチャンスを活かそう 紀淡連絡道路を実現し和歌山地域の活性化（ランドデザイン概要版）	平成 10 年 8 月
No.2	ニーズの多様化と規制緩和の進展に伴う経営戦略－和歌山企業の活性化を目指して－	平成 10 年 9 月
No.3	和歌山地域産業の市場構造	平成 10 年 10 月
No.4	和歌山市民・近隣地域住民の消費動向と和歌山市小売商業の課題	平成 11 年 11 月
No.5	和歌山市の高次都市機能	平成 11 年 11 月
No.6	和歌山県における産業構造の変化と雇用動向	平成 12 年 3 月
No.7	若者に魅力ある街づくり	平成 13 年 6 月
No.8	ベンチャービジネス事例研究	平成 14 年 6 月
No.9	IT 活用による生活向上の可能性	平成 15 年 5 月
No.10	和歌山県の物流戦略	平成 15 年 9 月
No.11	和歌山県におけるカジノの可能性に関する調査・研究報告書	平成 16 年 12 月
No.12	観光戦略研究会調査・研究報告書	平成 17 年 3 月
No.13	都市創造戦略研究会調査報告書	平成 18 年 10 月
No.14	和歌山における地場産業の実態と将来動向に関する研究会	平成 19 年 3 月
No.15	建設業の動向に関する研究会報告書	平成 19 年 11 月
No.16	コンパクトシティ研究会報告書『コンパクトシティと都市づくり』	平成 20 年 9 月
No.17	ホスピタリティ研究会報告書	平成 21 年 9 月
No.18	和歌山市民・近隣地域住民の消費動向と和歌山市小売商業の課題	平成 22 年 3 月
No.19	和歌山市における市場（いちば）活性化についての研究	平成 22 年 3 月
No.20	観光客の受け入れに対する和歌山県民の意識調査	平成 22 年 3 月
No.21	ぶらくり丁活性化・再生研究会報告書 和歌山市中心市街地活性化における中心商業地の問題	平成 23 年 3 月
No.22	わかやま散策マップ	平成 23 年 3 月

No.23	和歌山市のまちづくりと公共交通幹線の再構築	平成 24 年 3 月
No.24	持続可能なまちづくりを目指して ～わかやま！LOHAS 2040～	平成 26 年 4 月
No.25	広域交通網を活かした和歌山市の発展方向	平成 27 年 4 月
No.26	和歌山県産農林水産物の輸出の現状と販売可能性	平成 28 年 4 月
No.27	地域ブランド形成における住民の役割に関する研究	平成 28 年 8 月
No.28	持続可能なまちづくりのための和歌山市総合交通計画	平成 29 年 10 月

調査事業報告書

タイトル	発行年月
商品モニタリング調査報告書	平成 28 年 12 月
わかやま商工まつり来場者アンケート調査報告書	平成 29 年 2 月
外国人観光客消費動向調査報告書	平成 29 年 2 月
小規模企業景気動向調査報告書	平成 29 年 2 月
『「日本遺産 絶景の宝庫 和歌の浦」堪能ツアー企画委員会』事業に係る調査報告書	平成 30 年 3 月
「湯浅町を事例にした地方版エリアマネジメントの導入可能性の調査とその効果」調査報告書	平成 30 年 3 月



和歌山地域経済研究機構

<構成機関>和歌山大学経済学部・観光学部 和歌山商工会議所（一財）和歌山社会経済研究所
〒640-8510 和歌山市栄谷 930 和歌山大学経済学部研究推進オフィス内
TEL:073-457-7654

Designed by Kazuya Horikirikawa