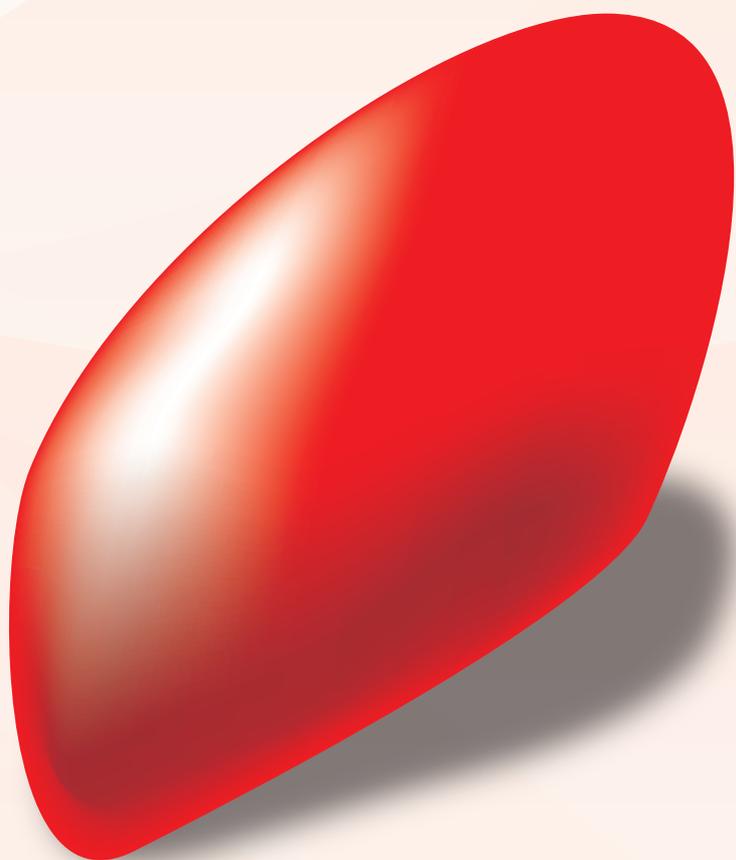


地 域 經 濟

REGIONAL ECONOMY



第 29 号

2026.3

目 次

理事長のごあいさつ

地域の知を結び、新たな価値を創る ～ジェンダード・イノベーションの視点から～	1
---	---

令和7年度調査研究事業中間報告レポート

なぜ、消費者は非合理的な行動を行うのか？ ～道の駅における実証実験～	3
近代以降の都市形状変容とイメージの乖離 ～ Space Syntax による和歌山市の空間構造分析 ～	6
大阪・関西万博の未来モデルを和歌山へ —「大阪・関西万博「未来社会ショーケース事業」の和歌山市 交通・観光課題解決への応用可能性に関する研究」中間報告—	14

令和6年度調査研究事業最終報告論文

行動経済学と行動観光の両側面から道の駅のプロモーションを考える ～「道の駅すさみ」を利用する観光者を事例として～	27
---	----

論文

都市ビジネスデザイン ～関係性のビジネスモデルとしての都市ビジネス～	36
---	----

最新動向紹介

地域経済の共創と研究の深化を目指して	46
観光地域マネジメント専攻の設置とその意義 ～和歌山大学大学院観光学研究科の挑戦～	48
(一財)和歌山社会経済研究所の活動内容について	50
和歌山商工会議所地域開発委員会「干潟を活かした地域づくり」 ～和歌の浦干潟のラムサール条約登録に向けて～	52

令和6年度事業報告

和歌山地域発展に貢献する価値共創に関する研究 ——ミクロとマクロのアプローチから	54
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	56
2025年大阪・関西万博来場者の誘致に向けた MaaS の活用に関する研究	58

令和7年度事業	60
理事メンバー	60
研究成果／調査事業報告書一覧	61

地域の知を結び、新たな価値を創る —— ジェンダード・イノベーションの視点から ——

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、そして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からは、四者の協働により、和歌山県の地域経済の活性化に資する多様な調査・研究が展開されてきました。

私は2023年4月から2年間、和歌山大学経済学部長を務めてまいりましたが、このたび改選を経て再任され、今後も2期4年、引き続き職務にあたることとなりました。理事長として本機構の運営に携わりつつ、教育・研究の双方から学内外のネットワークと現場の知を結び、実装につながる研究・人材育成に一層取り組んでまいります。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

さて前号の挨拶文では、地域における「やりぬく力」を表す“グリット（Grit）”について言及いたしました。今号では、地域経済の競争力を高める鍵として注目される「ジェンダード・イノベーション（GI）」についてご紹介します。

GIとは、性差・ジェンダーの分析を研究・イノベーションの設計に組み込み、製品・サービス・政策の質を高め、新たな需要を喚起するアプローチです。研究面では、欧州の研究助成において性差・ジェンダー要素の組み込みが標準化され、主要学術誌でもその考慮が求められつつあります。日本でもJST-CRDS（国立研究開発法人 科学技術振興機構 研究開発戦略センター）による調査・戦略提案が相次ぎ、GI視点の制度実装が重要であることが強調されています。

GIは、ビジネスの視点においても新たな可能性を切り開きます。従来は男性基準で設計されがちであった医薬品・自動車・防災・都市設計などの分野において、ジェンダー視点に基づき生活者の多様性を前提とした再設計を行うことで、安全性や満足度が向上し、市場規模の拡大につながると指摘されています。また、性差やライフステージの違いを織り込むことで、観光・モビリティ・ヘルスケア・食・住といった幅広いサービスの利用体験が向上し、新たな顧客層を呼び込む可能性も期待されます。

さらに自治体運営の観点では、埼玉県が「全施策のジェンダー主流化」を掲げ、災害対応、創業支援、公園整備、男性育休の促進など多様な領域でモデル事業を展開してきました。JICAによるプロセス設計支援を受け、避難所運営マニュアルの見直しなど部局横断の

改善が進められています。さらに、県内企業向けに「ジェンダード・イノベーション」セミナーを開催し、ジェンダー分析をきっかけに中小企業が新たな市場機会を探る試みも始まっています。知事のトップダウンのもと、来たるべき人口減少と高齢化を見据え、地域経済の活性化を目標として GI 視点から戦略的に事業見直しを進めている点が特徴的であるといえましょう。

人口動態の変化、観光・一次産業・製造業の構造変容、そしてデジタル化と脱炭素の大きな潮流の中で、私たちは「当たり前」に潜む思い込みを見直し、生活者起点で価値を再構築する必要があります。GIは多様性の要素の一つではありますが、その視点を取り入れることにより、地域経済に新たな変革をもたらす可能性は大いにあります。本機構としても、研究・実装プロジェクトへの GI 組込みや、自治体・企業向けの実務研修、さらにはデータ整備と評価指標の共通化など、積極的に貢献できる点が多々あるかと思えます。

和歌山ならではの資源・文化・産業を、より多様な人々に安全で使いやすく、魅力的に届ける。そのための鍵としての「ジェンダード・イノベーション」について、この機会にぜひ知っていただければ幸いです。

なぜ、消費者は非合理的な行動を行うのか？ ——道の駅における実証実験——

和歌山大学観光学部

教授 八島 雄士

1 研究関係者

(1) 研究分担者

- ・西釜 義勝：和歌山大学・経済学部
- ・井手吉 成佳：広島市立大学・国際学部，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：紀美野町役場，和歌山大学国際観光学研究センター・客員フェロー
- ・宋 謙：九州共立大学・経済学部，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：和歌山大学国際観光学研究センター・客員フェロー

(2) 研究協力者

- ・冷水 康浩：(株)信濃路・代表取締役社長

2 研究概要（中間報告）

本研究の目的は、「なぜ、消費者は非合理的な行動を行うのか？」というテーマで、行動経済学理論に基づいて、消費者の非合理的な行動をもたらす「行動バイアス」を実証実験することである。具体的には、「道の駅すさみ」において、指定管理者である(株)信濃路の協力の下で、顧客の購買行動を解析し、行動パターンや傾向を理論的に究明する。その上で、行動バイアスの効果が「道の駅」プロモーションの向上に与える影響を考察する。以下に、研究概要（中間報告）として、研究会活動、現状の成果、今後の展開を述べる。

第一に、研究会活動として、研究会等の開催および実証研究に向けた現地視察や打ち合わせを実施した。具体的には、研究代表者や研究分担者、研究協力者がオンラインや対面で議論や意見交換（研究会等という）を、随時（6月26日、9月18日・25日、12月27日、年明けの1月8日、2月5日・19日）に実施した（執筆後の予定を含む）。主な内容は、次の2つである。1つ目は、行動経済学理論の動向把握や基礎的な知識の理解を主に深めるための行動経済学理論研究会である。2つ目は、行動経済学理論の具体を選択し、「道の駅」におけるプロモーションへ応用し、実際の運営との整合性について議論する検討会である。

第二に、実証研究および今後の展開に向けた現状の3つの成果を説明する。

1つ目は、「道の駅すさみ」の現地視察及び実証研究の議論である。具体的には、9月19日に「道の駅すさみ」を訪問し、館内に陳列されている商品や顧客誘導の経路等に関する視察を冷水氏に同行していただきながら説明をいただき、見聞を深めた。また、視察後に

は、冷水氏と意見交換を行い、今後の実証研究や研究課題等について、八島・権(2026)の振り返りを含めて、情報共有や議論を行った。

2つ目は、上述の9月19日の議論を土台に、2026年1月6日に、和歌山大学観光学部・八島研究室にて検討会を実施した。具体的には、冷水氏のほか、地方創生部事業部課長に採用された藤田和孝氏、権、八島が参加した。この会の成果として、藤田氏が新たに「道の駅すさみ」での実証研究を企画する形で協力いただけることを確認できた。そこで、まず、企画の前提となるこれまでの取り組みとして、八島ほか(2025)および八島・権(2026)を紹介した。次に、行動経済学理論に基づく「道の駅」プロモーションとして、自社ブランド商品の販売向上等を具体的な応用の候補として、適用する理論とその方法を議論した。また、実証研究を実際の現場を視察しながら議論する検討会を計画することとなった。

3つ目は、道の駅を1つのハブ(Hub)として位置付け、今後の道の駅を議論するための材料を集めたことである(予定を含む)。具体的には、道の駅を拠点に周辺のエリアへと機能を展開する1つの方向性として、「歩く観光」と人を歩くことへ誘導する理論的背景として行動経済学理論の応用を検討するものである。実際には、1月7日に、和歌山県田辺市上秋津エリア(中山間地域)で、グリーンツーリズムの観光コンテンツの1つとして実施されている「地蔵巡りウォーク」を体験的に視察し、地域づくりと観光の関係について、運営主体の(株)秋津野の運営者に意見聴取した。また、2月には、都市部の1つの事例として、大阪市内のなんばエリアおよび梅キタエリアのウォークブル整備の視察を予定している。周知の通り、道の駅では、道路利用者が24時間自由に利用できる駐車場・トイレといった「休憩機能」、道路情報や地域観光情報を提供する「情報発信機能」、文化教養施設や観光レクリエーション施設などの地域振興施設整備による「地域連携機能」の3つが基本機能である(国土交通省, n.d.)。また、2019年11月の「新「道の駅」のあり方検討会」の提言(国土交通省, 2019)では、道の駅は「地方創生・観光を加速する拠点」とする第3ステージにあるとされ、2025年に目指すべき3つの姿として「世界ブランド化」「防災拠点化」「地域センター化」が掲げられた。直近では、2024年7月にとりまとめられた『「道の駅」第3ステージ中間レビューと今後の方向性』を踏まえ、「道の駅」施策の更なる推進のため、第3ステージの実現を目指す「道の駅」を『「道の駅」第3ステージ応援パッケージ』により選定が行われ、重点的な支援が開始された(国土交通省, 2026)。本研究では、こうした道の駅の変容は、岩橋ら(2023)で海外におけるドライブツーリズム研究を基礎に規定したドライブツーリズムハブとしての6つの要素、つまり、道路(駐車場)、宿泊施設、情報、給油・食事・物販、アトラクション、道路上のアトラクションの宣伝を具現化するものと位置付けており、多様なコンテンツに利用者を誘導する仕掛けとして行動経済学理論の応用が期待される。

第三に、今後の展開について、「行動観光」の意味や位置づけを明確にし、「行動観光の法則」とも言える「行動観光ABC」を提示する等、行動経済学による「道の駅」プロモーションの向上や新たな機能への誘導に向けて検討する。特に、徒歩旅行者の欲求に対応できるように、「道の駅」を起点に「ウォーキングコース」へ誘う「誘導ナッジ効果」を実験する。この実験結果に基づいて、より豊かな生活構築に寄与することを目指す。

参考文献（出現順）

- 八島雄士・権純珍・冷水康浩・岩橋克彦・宋謙・小川雅則・井手吉成佳.(2025). 「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～」『地域経済』28, 34-46.
- 八島雄士・権純珍.(2026). 「行動経済学と行動観光の両側面から「道の駅」のプロモーションを考える～「道の駅」すさみを利用する顧客を事例として～」『地域経済』29（公開予定）.
- 国土交通省.(n.d.). 『道の駅案内—概要』. 最終閲覧日 2026年1月27日,
<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/outline.html>
- 国土交通省.(2019). 「「道の駅」3ステージ—地方創生・観光を加速する拠点へ」.
https://www.mlit.go.jp/road/ir/ir-council/shin-michi-no-eki/pdf00/suggestion_3rd_stage.pdf
- 国土交通省.(2026). 「「道の駅」の「まちぐるみ」でのリニューアルへの支援を開始！」.
https://www.mlit.go.jp/report/press/road01_hh_001927.html
- 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.

近代以降の都市形状変容とイメージの乖離 —— Space Syntax による和歌山市の空間構造分析 ——

和歌山大学観光学部

教授 木川 剛志

1. 背景

日本政府観光局が2026年1月21日に発表した2025年の訪日外客数は42,683,600人となり、これは過去最高の数字となった（日本政府観光局 2026）。一方、総務省統計局が発表した2026年1月1日時点の総人口は1億2295万人であり、前年から60万人減少している。その中でも日本人人口は1億1958万3千人、その減少幅は93万5千人に達している（総務省統計局 2026）。総人口の減少幅を日本人人口の減少幅が上回っているため、ここから日本人の人口が減少する一方で、在留外国人数は増加していることが読み取れる。

人口減少の危機的な状況に対し、政府は特に訪日外国人旅客者の誘致を主要な対策と位置付けている。観光庁が2015年に示した「観光交流人口増大の経済効果」の概念では、定住人口一人当たりの年間消費額が約125万円であることを根拠に、定住人口一人が減れば、外国人旅行者約8人分、宿泊を伴う国内旅行者約25人分、日帰り国内旅行者約80人分で補填できると概算している。このような旅行者：交流人口の拡大によって、人口減少に伴う地域経済の縮小を補完しようとする政策が進められている。

実際、地方の人口減少は深刻な問題である。和歌山市の人口は2020年の人口を100とした場合、2050年には78.6となり、20%以上の減少が見込まれている。また和歌山県南部の町村では50%以上の減少が予測されているところもある。県全体では、2020年の92万人から2045年の63万人へと31.5%の減少が見込まれている（国立社会保障・人口問題研究所 2024）。

このような状況において、和歌山県内の市町村を同規模で今後も維持することは難しくとも、急激な衰退を防ぐためには、観光客に依存せざるを得なくなることは明確である。それはつまりそれぞれの市町村における経済活動が住民を中心としたものから、訪問客を中心としたものへと少しずつ移行していくことを意味する。都市が住民だけのものから、住民と訪問客のためのものへと変化していく。

このような前提で観光施策は進められてきた。しかし、それは多くの場合、都市の物理的改造を想定していない。観光誘客プランや、空き家の再生や利活用はあっても、都市空間の形態や構造そのものが、観光客の回遊や滞在を前提として再編される例は少ない。

例えば、これまでの日本の都市計画は現在のこの現状を想定していない。1919年に施行された旧都市計画法は、明治期以降の工業化と都市人口の急増に伴い、無秩序に拡大する市街地を統制し、都市環境の改善を図ることを主たる目的としていた。また、1968年に施

行された現行の都市計画法は、高度経済成長期における急激な人口増加と市街地の拡散に対応し、市街化区域と市街化調整区域の区分などを通じて、郊外を含む都市域の計画的整備と拡大の管理を意図したものである。いずれの制度も、人口減少社会や観光による都市再生が不可欠となる状況を前提として設計されたものではない。今、今後の日本の都市のあり方を根底から考える必要がある。

本研究では、今後の交流人口が主体となる都市の形のあり方を模索することを大きな目標としながら、本稿ではその前段階の研究として和歌山市を事例に、近世から近代、そして現代までに都市の形状がどのように変容し、歴史の中で集团的に理解・共有されてきた“都市像”と実態がいかに乖離してきたかを Space Syntax によって示し、「観光で生きていく」ための都市改造を考えたい。

2. 和歌山市の将来構想

2.1. 立地適正化計画

では、現行の都市計画は、都市をどのような方向へ導いているのだろうか。現在、人口減少に伴う中心市街地の空洞化や、かつてスプロールによって拡大し、今は低密化空洞化が進行している郊外住宅地の問題などに対する解決策として期待されているのが、立地適正化計画である。

立地適正化計画制度は、平成26年の都市再生特別措置法の改正によって整備された制度であり、都市機能誘導区域および居住誘導区域を設定することで、都市機能や居住機能の集約を図ることを目的としている。行政が都市機能と居住機能の立地を誘導・集約し、それらを公共交通によるネットワークで結節させる構造、いわゆる「コンパクト・プラス・ネットワーク」の形成が目指されている。

人口減少に対する計画ではあるが、都市再生特別措置法そのものにおいては「観光誘客」の概念は明確にはなく、その影響もあって、和歌山市の立地適正化計画も観光に関する視点は希薄である。たとえば、同計画に示されている「和歌山市が目指す多極型のコンパクトなまちづくり」のイメージとして、次のように記されている。

「和歌山市がめざす『多極型のコンパクトなまちづくり』は、今後の人口減少社会を迎える中で、市街地をコンパクトにすることだけでなく、『中心市街地』『市街地』『集落地』のそれぞれが役割を補完しながら、和歌山市全体として持続可能であることを目指すものであり、それぞれの特性に応じた拠点を配置するとともに、必要となる都市機能や生活サービス機能の充実を図っていくこととします。このことにより、各種の都市機能が集積した『中心市街地』におけるまちなか居住だけでなく、自然環境や地域資源を活かした田園（集落地）居住など、市街地のコンパクト化をめざしつつ、ライフスタイルやライフステージに応じた多様な暮らし方が選択できるまちづくりにより、それぞれの地域において暮らし続けられる環境づくりを進めます（和歌山市2021）」

ここで想定されている主体は、あくまで市内に居住する住民であり、住民以外の訪問者、すなわち観光客や一時滞在者に対する視点は含まれていない。

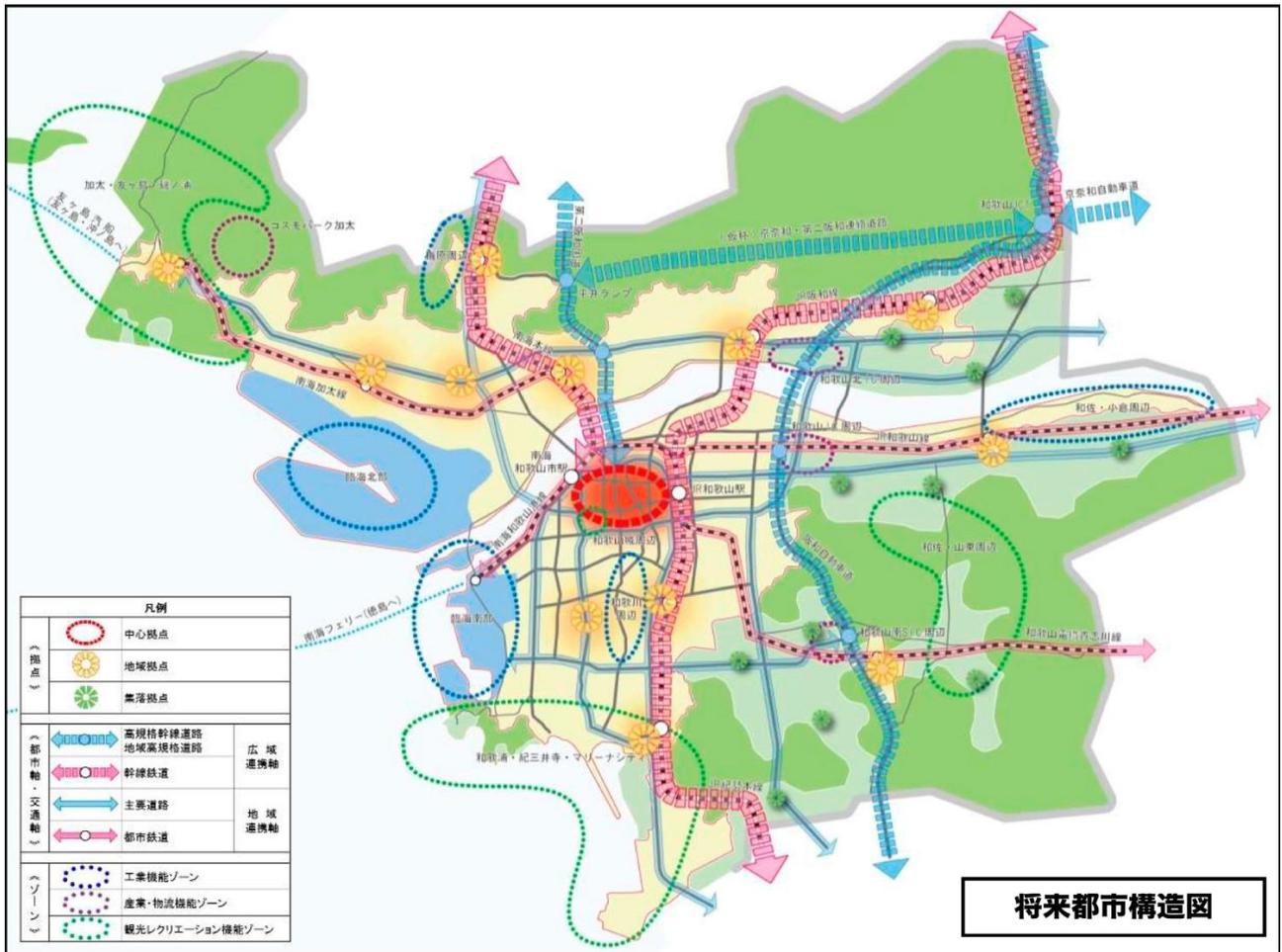


図 1 和歌山市の将来都市構造図

2.2. 将来都市構造図

図 1 は、和歌山市が示した都市計画マスタープランの構造図である。この立地適正化計画の特徴として、都市機能誘導区域に「中心拠点」「地域拠点」「集落拠点」が設定されている。なかでも中心拠点は、「和歌山市中心市街地活性化基本計画」における基本計画区域に相当する。この区域は、和歌山市の主要駅である和歌山市駅と和歌山駅に挟まれた一帯であり、「ぶらくり丁」をはじめとする歴史的な商業街路が集積する地域である。

一方、文中では特段意識されていない「観光」については、観光レクリエーション機能ゾーンとして、「和歌山城周辺」「加太・友ヶ島・磯ノ浦」「和歌浦・紀三井寺・マリーナシティ」などが位置づけられている。しかし、これらの位置づけは、先に述べた和歌山市の方針文を踏まえると、観光誘客を主目的とするというよりも、市民の暮らしに寄与する憩いの場として構想されていると解釈するのが妥当であろう。

3. 都市解析

3.1. Space Syntax

このような和歌山市の都市計画の方針、その効果の分析のために研究手法として Space Syntax を用いる。Space Syntax は、ロンドン大学バートレット校に所属していた Bill Hillier

を中心とする研究者グループによって構築された都市空間論に基づく都市解析手法である (Hillier and Hanson 1984)。この手法では、都市空間を「Longest and Fewest」の原則に基づく直線群: Axial Line に置き換え、それぞれのラインを頂点とするグラフ構造として表現することで、都市空間の「深さ」や接続関係を定量的に算出する。

具体的な解析手法や理論的背景については既往研究 (Hillier and Hanson 1984) に譲るが、Space Syntax を用いることで、都市空間を主として移動効率の観点から分析することが可能となる。

Space Syntax における重要な概念の一つに、解析範囲を示す Radius の設定がある。解析範囲をすべての Axial Line に設定する場合を Radius=n と表記し、隣接関係を解析するノードから二つ先までに限定する場合は Radius=2 と設定される。図 2 はそれを示した図であり、解析するノードから計算に入れる範囲を設定している。これらの設定によって、異なる分析結果が得られる点の特徴である。一般に、Radius=n は都市全体の移動効率の指標なので、自動車による交通経路選択との関連が指摘されている。一方、Radius=2 は局所的な空間構造を捉える指標であり、歩行者の経路選択と関係するとされている。

ただし、都市規模が大きい場合、Radius=n を用いた分析では、解析対象となる都市の境界設定、すなわち都市の「端」をどこに置くかという問題が生じやすい。この点を踏まえ、(Kigawa and Seo2019) では、都市規模に依存しない指標として Radius=5 を用いる手法が提案されており、近年の研究において一定の有効性が示されている。

本分析手法では、移動効率の高さを示す指標である Integration Value を算出する。解析図においては、Integration Value の高い空間が赤色の線で示され、Integration Value の低い空間は青色の線で表現される。一般に、Integration Value の高い赤色の線が集中する空間には、中心市街地や商業集積が形成されやすいとされている。

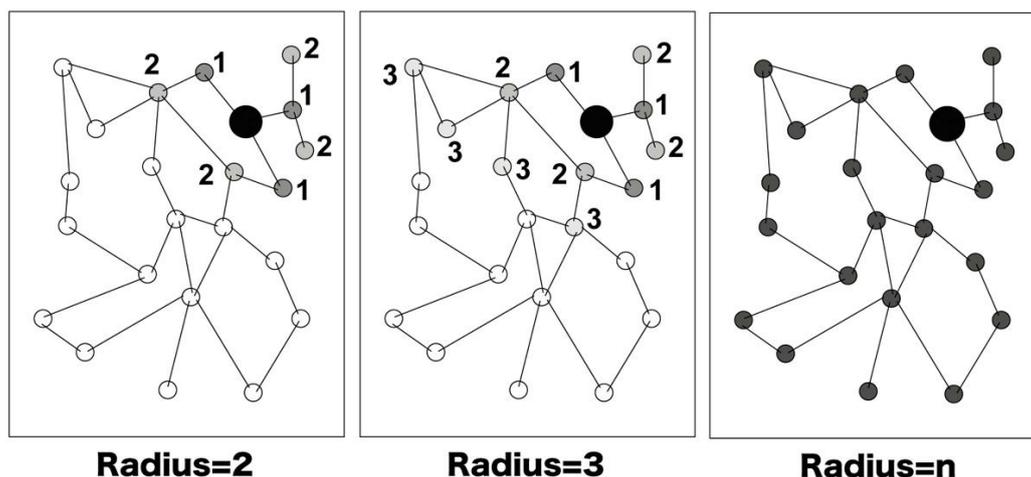


図 2 Space Syntax の Radius 設定

3.2. 和歌山市 (1855 年) の分析

図 3 は、和歌山城下町絵図 (安政 2 年) を Space Syntax を用いた分析を行ったものである。地図から読み取れる街路と交差関係を Axial Line に置き換えて効率性を分析している。

このような分析方法を Space Syntax では Axial Analyses と呼ぶ。

この図から、和歌山城の北には街区が十分に細分化されていない地区が存在することが確認できる。現在の十二番丁にあたるこの一帯は、当時、身分の高い武士の屋敷が立ち並んでいた地域であり、各区画は比較的広かった。さらに、堀による分断によっても空間的制約の影響も受けていることから、Integration Value は相対的に低く、解析図上では緑色の直線として示されている。

一方、その北に位置するぶらくり丁周辺は、Axial Analysis の結果を見ると、Radius=2, 5, n のいずれの設定においても高い Integration Value (赤色の直線) を示しており、当該地区が当時の中心市街地であったことが、空間構造の分析からも裏付けられる。

さらに、Radius=2 の解析結果からは、ぶらくり丁に加えて、南の寺町通りと直交する現在の国道 42 号線沿いに高い Integration Value が確認でき、この周辺地域が商業集積地として機能していた可能性が読み取れる。これに対し、Radius=n の結果では、ぶらくり丁周辺と寺町通り周辺との中間部において Integration Value が高く現れている。

これらの解析結果を総合すると、当時の都市機能は北部と南部に分かれて配置されており、両者の間には一定の機能的乖離が存在していたことが読み取れる。

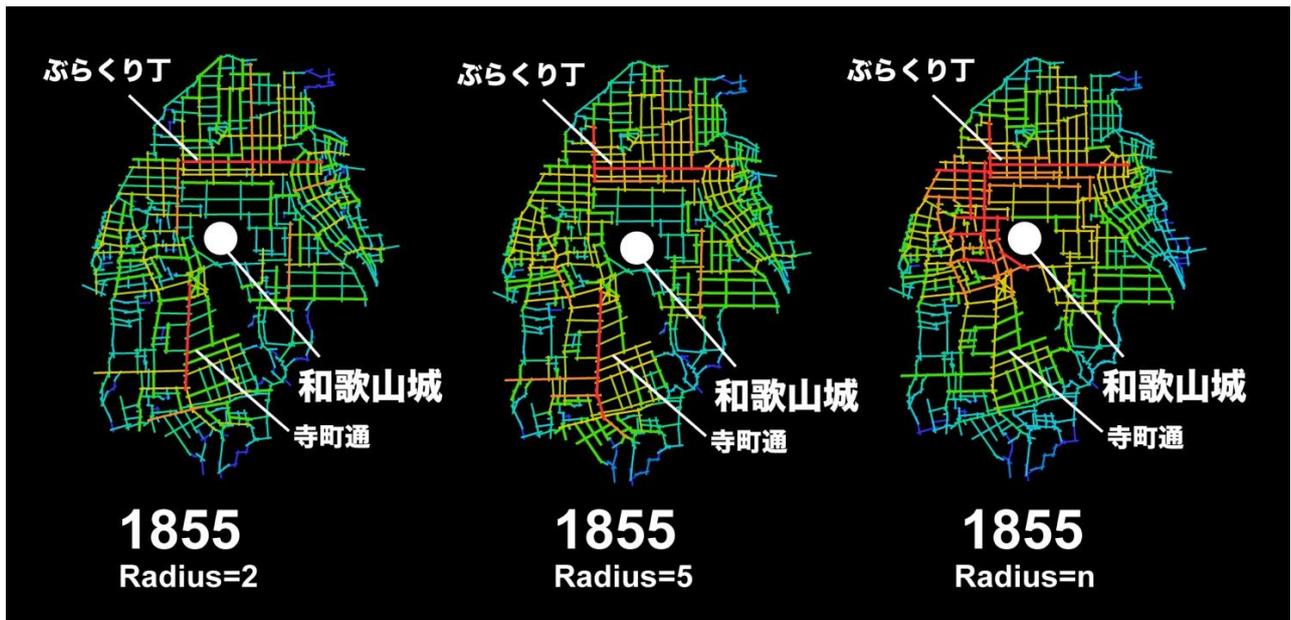


図 3 和歌山 (1855) の Axial Analyses

3.3. 和歌山市 (1934 年) の分析

図 4 は、1934 年時点の和歌山市街図を対象に分析を行った結果を示したものであり、近代化の進展に伴って都市機能が変化している様子が確認できる。おそらく明治以後に武家屋敷が解体され十二番丁が細分化されたことにより、ぶらくり丁周辺の空間的効率性が相対的に高まっている。また、この街区の細分化に伴い、本町通も都市構造上、より重要な街路へと変容している。

さらに、この時期までに和歌山市駅と当時の和歌山駅 (現・紀和駅) の整備が進み、そ

の周辺地区の都市基盤が整えられたことで、都市全体の効率性の重心は北へと移行している。特に Radius=5 の解析結果からは、近世期に見られた北部と南部の機能的乖離が解消され、ぶらくり丁周辺が、より明確な中心市街地として成長していった過程が読み取れる。

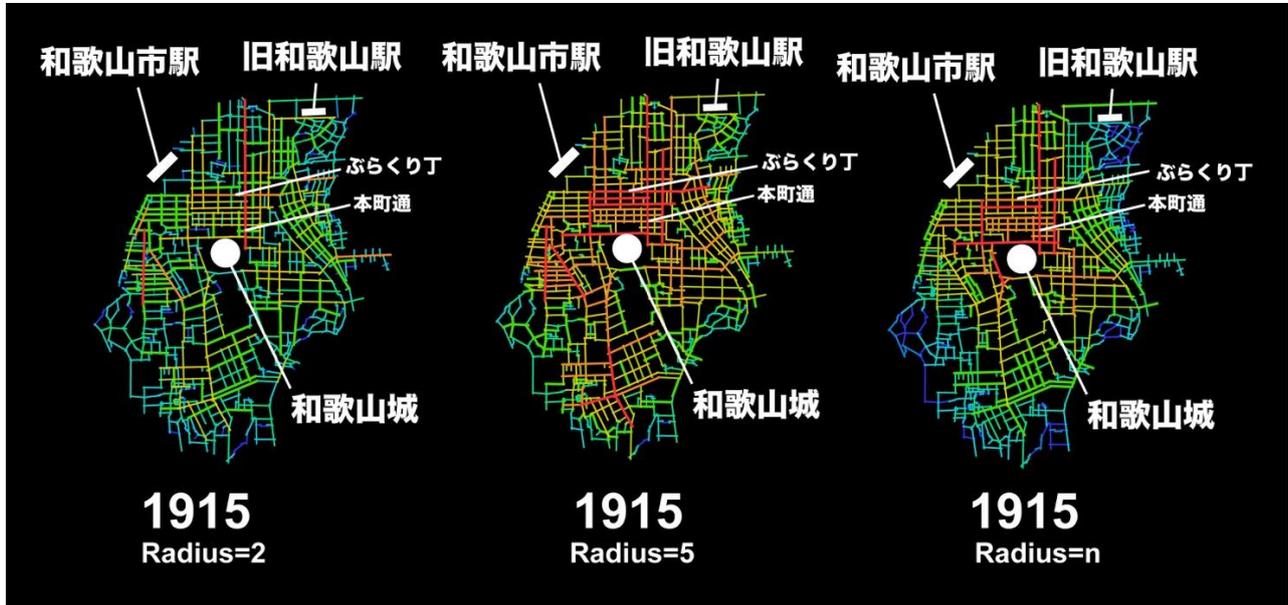


図4 和歌山（1915）の Axial Analyses

3.4. 和歌山市（2025年）の分析

空襲による破壊とその後の復興を経て、現在の和歌山市の都市形状は、1855年および1915年時点の構造とは大きく変容している。図5は、現在の和歌山市を対象とした分析結果を示したものである。なお、橋だけで中心部と接続されている紀ノ川以北のエリアについては、Space Syntax分析において Radius=2 および Radius=5 の結果に大きな影響を及ぼさないことから、本分析では対象外としている。

分析結果からは、とりわけ Radius=n の解析において、かつて中心市街地であったぶらくり丁周辺が、移動効率の面で相対的な優位性を失っていることが確認できる。これに対し、国体道路を軸とした都市構造へと和歌山市が転換していることが、分析結果から明確に示されている。

この都市構造の変容の背景としては、Radius=2の結果に見られるように、旧来の中心市街地の道路形状が細分化されつつも近世以来の構造を維持している一方で、戦後に形成された郊外道路が高い Integration Value を持つようになった点が挙げられる。その結果、これらの郊外道路と連結する国体道路において、Radius=n の Integration Value が高く現れていると考えられる。

一方、Radius=5の解析結果では、和歌山市中心部を含む複数の地点において Integration Value の高い地区が分散して確認され、多極化が進行している様子がうかがえる。これは、都市全体としての中心性が散在し、一つ一つが希薄化した都市形状へと移行していることを示唆している。

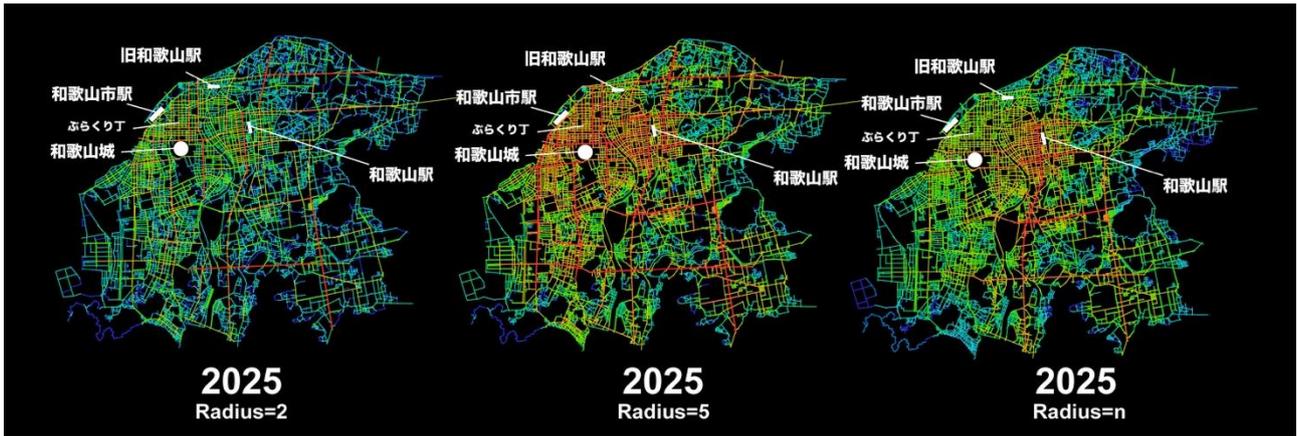


図5 和歌山（2025）の Axial Analyses

3.5. 分析のまとめ

1855年から2025年にかけて、近世・近代から現代に至る和歌山市の都市構造を分析した結果、「中心街」が時代とともに変容してきた過程が確認された。近世において北部の中心街であったぶらくり丁は、近代化の進展に伴い、より強固な移動効率上の中心街へと成長した。しかし、戦後の都市拡大と郊外化の進行によって、その効率上の優位性は次第に低下していく流れが明らかとなった。

現在、和歌山駅と和歌山市駅の間に形成されている中心市街地は、今日の立地適正化計画における「中心拠点」である。しかし、都市全体の空間構造は、すでにこの「中心拠点」を移動効率上の中心とする形態から大きく変化している。この区域は、和歌山市が策定した中心市街地活性化地区として制度的に固定された「中心」でもあった。

和歌山市の歴史において、近世以降ぶらくり丁は長らく中心街として機能し、また人々に受け入れられてきた。これは一つの集团的都市イメージである。このように、歴史的・社会的に中心街として認知されてきた地区は、数理的な意味での効率上の中心でなくなった後も、中心街としての認識が維持されやすい。中心街の衰退はしばしば都市問題として捉えられるが、その背景の一つとして、都市全体の空間構造そのものが変化してきた点が、本分析からも示唆される。

このような「認知としての中心街」と「数理的な中心街」との乖離は、制度上の中心街を数理的な中心に近づける都市構造の再編、あるいは既存の中心街を再び効率上の中心とする都市改造を通じて、解消を図ることが可能であると考えられる。

また、本解析において、立地適正化計画で示されている「和歌山城」や「和歌浦」といった主要な観光資源が、移動効率上の中心には位置づけられていない点も明らかとなった。商業地と観光地の空間的連動の弱さは、今後の都市構造および観光政策における重要な課題であるといえる。

4. 結論と提案

本研究は、訪問者をより中心に位置づけた都市計画のあり方を検討するため、和歌山市を事例として都市形態分析を行った。和歌山市では、戦時中の空襲によって中心市街地を

含めた市街地の多くが焼失しており、その結果、街中に残る歴史的観光資源が無くなったことが、都市観光の構成要素を構成することを困難にしている。

そのため、近世以来の大都市であった和歌山市においても、自然景観や漁村風景といった郊外的資源を主たる観光対象とせざるを得ない状況が生じていることが、来訪者と都市中心部との空間的・機能的な連結を弱めていると考えられる。さらに、既存の観光産業の枠組み自体が、こうした郊外型・自然型の観光資源を前提として発展してきた点も、現実的な制約として存在する。

今後は、都市中心部そのものを観光対象として再構成する視点に立ち、訪問者の動線や滞在行動を前提とした観光の構成を、都市計画および観光政策の両面から検討する必要がある。和歌山市における中心街の再生は、単なる賑わい創出や商業活性化施策にとどまらず、都市全体の空間構造において再び移動効率上の優位性を回復させることを目標とすべきである。具体的には、空洞化が進む中心街に対し、観光誘客を核とした大胆な空間再編を行い、訪問者の移動・滞在行動が必然的に集中する構造を意図的に構築する必要がある。

Space Syntax 分析が示すように、中心街が効率上の中心でなくなった主因は、都市全体の道路構造と移動ネットワークの変化にある。したがって、中心街を再び都市構造上の結節点として位置づけるためには、観光施設や文化機能を単に配置するだけでなく、それらを結ぶ動線そのものを再設計し、中心街を通過・滞在せざるを得ない空間構造を形成することが不可欠である。これにより、中心街は再び歩行者レベルおよび都市スケールの双方において移動効率上の優位性を獲得し、結果として「訪問者にとっての中心街」として再構成されることになる。

このような観光誘客を起点とした都市構造の再編は、制度上固定された中心市街地を単に維持するのではなく、数理的に裏付けられた都市の中心性を再創出する試みであり、人口減少社会における「観光で生きていく都市」の実装モデルになり得ると考える。

参考文献

- 1) Hillier, B. and Hanson, J. (1984) : The Social Logic of Space, Cambridge University Press.
- 2) Kigawa, T. and Seo, K. W. (2019) : Decoding Urban Kernel in Japanese Port Cities by Means of Space Syntax, Proceedings of the 12th International Space Syntax Symposium.
- 3) 国立社会保障・人口問題研究所 (2024) : 『日本の地域別将来推計人口—令和 2 (2020) ~32 (2050) 年—』人口問題研究資料 第 349 号。
- 4) 総務省統計局 (2026) : 『人口推計 (2025 年〈令和 7 年〉8 月確定値, 2026 年〈令和 8 年〉1 月概算値)』2026 年 1 月 20 日公表, <https://www.stat.go.jp/index.html> (2026 年 1 月 23 日閲覧)。
- 5) 日本政府観光局 (2026) : PRESS RELEASE『訪日外客数 (2025 年 12 月推計値)』2026 年 1 月 21 日。
- 6) 和歌山市 (2005) : 『和歌山市中心市街地活性化基本計画 (改訂版)』和歌山市まちづくり推進室まちおこし推進課, 平成 17 年 3 月。
- 7) 和歌山市 (2021) : 『和歌山市立地適正化計画』令和 3 年 4 月。

大阪・関西万博の未来モデルを和歌山へ
——大阪・関西万博「未来社会ショーケース事業」の和歌山市
交通・観光課題解決への応用可能性に関する研究」中間報告——

和歌山大学経済学部

准教授 上野 美咲

和歌山大学大学院経済学研究科

修士課程 于 俊男

九州共立大学経済学部

准教授 宋 謙

和歌山大学大学院経済学研究科

修士課程 高 鵬

和歌山大学大学院観光学研究科

博士後期課程 陳 実

(一財)和歌山社会経済研究所

研究委員 中西 望

和歌山大学大学院経済学研究科

修士課程 難波 航平

和歌山大学経済学部

教授 辻本 勝久

はじめに

本稿は、令和7年度に実施した「大阪・関西万博「未来社会ショーケース事業」の和歌山市交通・観光課題解決への応用可能性に関する研究」の中間報告である。

万葉の地エリアの緑地の活用（担当：于・高・上野）

本研究グループでは、大阪・関西万博「未来社会ショーケース事業」の和歌山市交通・観光課題解決への応用可能性に関する研究を具体化させ、万葉の地エリア（和歌山市まちづくり戦略研究会報告書 No.24, P.37）の緑地の活用に焦点をあて、「利便性の高さ」「快適性」「安全性」「楽しさ」のすべての要素を満たす交通・観光面のあり方について調査した。特に、外国人富裕層に向けた医療・食ツーリズムをコンセプトとした TID（観光産業改善地区）を実現するために、財源、組織、観光ルート等について検討した。我が国の社会課

題として高齢化率の高さがあげられる一方で、平均寿命の国際比較では特に女性は30年以上にわたり世界1位を獲得している。このような我が国の長生き文化を支える医療サービスや2013年12月にユネスコ無形文化遺産登録された和食のような観光コンテンツに加え、既存の公共交通及び次世代モビリティの導入についてエリアデザインした。一方、四季が明確な我が国には豊かな自然があり、自然を尊ぶ精神文化のもとで育まれた習慣、生活環境についても、近年の気候変動等の問題から対策が必要とされている。こうした状況下、大阪・関西万博会場を調査した季節「夏」（調査日：2025年8月21日）に着目し、観光面におけるナイトタイムエコノミーの活性化や早朝時間の充実を図るだけでなく、健康、環境面に配慮した過ごしやすい昼間のためのEVバス、MaaS等の運営に都市再生推進法人が関わる必要性等について、都心部におけるエリアマネジメントの先行事例等を参考にした。

参考資料

和歌山市まちづくり戦略研究会報告書 No.24「持続可能なまちづくりを目指して～わかやま！LOHAS 2040～」, 和歌山地域経済研究機構, 2014年4月, (<https://web.wakayama-u.ac.jp/eco/wtkkk/pdf/report24.pdf>)。

大阪・関西万博のスマートモビリティ体験から見た知恵と課題（担当：宋）

今回の視察で特に注目したのは、誰もが、楽しく、快適に移動できるパーソナルモビリティとして開発された「e-SNEAKER」（電動カート）である（図表1）。e-SNEAKERは、最高時速6kmで走るのは歩道であり、免許も不要のため、「電動で軽快に走る、まさに乗るスニーカー」をイメージして作られた電動カートである。この電動カートは歩行者扱いになるのでヘルメット着用の義務もない。実際に乗ると自転車とほぼ同じ目線の高さになるため、視界が広がり安心感を実現している。さらに、身長や好みに応じてシートの高さを3段階（550mm/630mm/700mm）に変更可能である。しかも、運転しやすいシンプルな操作と充電場所を選ばない脱着式軽量バッテリーが装着しているため、高齢者や交通空白地域の移動課題に新たな解決策として大いに期待できる。



図表1 e-SNEAKER（ダイハツ）

また、会場内での自動運転バス、小型EV、次世代空中モビリティ（AAM）、パーソナルモビリティ、既存の公共交通が、一つのデジタルプラットフォーム（アプリ）で統合され、予約・決済・経路案内が一元化された。これにより、「ドア to ドア」かつ「モード間のスムーズな乗り継ぎ」というMaaSの理想形を体感できる場となった。

大阪・関西万博は、スマートモビリティが技術的には「未来の像」を具体的に示せる段階にまで成熟していることを世界に示した。しかし同時に、その実現が「技術」だけではなく、「制度」「経済」「社会心理」「インフラ」という多層的な課題の解決に依存していることを如実に浮かび上がらせた場でもあった。

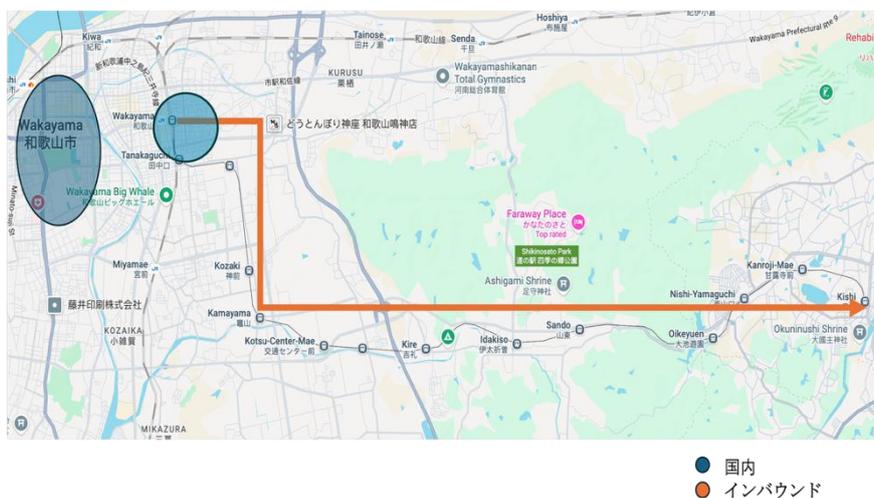
地方都市の交通課題は単なる移動手段の問題ではなく、地域の持続可能性そのものに関わる課題でもある。その解決には、行政・事業者・住民の協働が不可欠であるとともに、画一的な解決策ではなく、地域の実情に合わせた多様なモビリティ・マネジメント（MM）が必要とされている。

将来的には、「移動」から「交流」へという視点転換が重要なことと考え、交通ネットワークは単に人を運ぶだけでなく、地域内のつながりを再生し、新たな活力を生み出すインフラとして再構築されることが期待される。大阪・関西万博で得られた知恵は、これらの課題を官民連携で一つずつ解決し、真に持続可能で包摂的な未来の移動社会を構築していくための、貴重なきっかけとなることに寄与したい。

2025年大阪・関西万博 L4 自動運転技術の和歌山市観光への戦略的実装に関する研究 (担当：陳)

本研究は、大阪・関西万博において実証が進む L4 自動運転技術を対象に、その地方中核都市への応用可能性を観光交通の観点から検討するものである。近年、公共交通分野では運転手不足が深刻化し、地方都市において路線縮小が進行している（国土交通省 2023）。加えて、観光需要は団体旅行から個人旅行（FIT）へと移行し、柔軟な移動手段の重要性が高まっている（American Express 2024）。和歌山市は多様な観光資源を有する一方、それらを結ぶ交通体系の不足が回遊性向上の制約となっている。

本研究では、観光客の移動特性を把握するため、UGC データを用いた流動構造分析を行った。UGC は旅行者の意思決定や空間行動を反映するデータとして有効性が指摘されている（Xiang & Gretzel 2010）。具体的には、小紅書と 4travel.jp を対象にネットワーク分析および重力モデルを適用した結果、観光行動には二極構造が存在することが確認された。

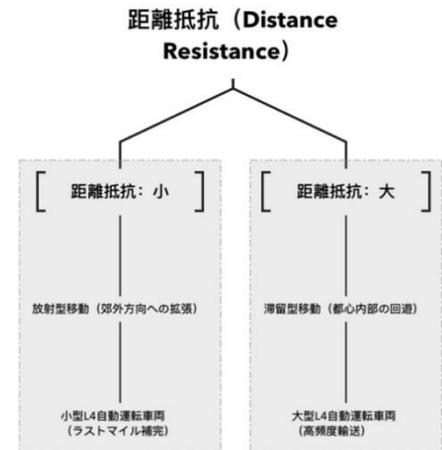


図表 2 UGC データに基づく観光客流動構造

インバウンド客は距離抵抗が小さく郊外へ延伸する線形動線を形成する一方、国内客は利便性を重視し、都心部に収斂する回遊傾向を示した。

以上の結果を踏まえ、本研究は観光客の距離感受性の差異に対応した「二層構造(バイモーダル)導入戦略」を提示する。市中心部では大型L4自動運転バスを高頻度で循環させ、主要拠点間の移動摩擦を低減することで回遊性の向上を図る。他方、郊外では小型自動運転ポッドをオンデマンド型で配置し、ラストワンマイルの補完と移動体験の価値化を目指す。さらに、大阪・関西万博に伴う来訪者の波及需要を見据え、ベイエリアとの接続強化も検討課題とする。

本研究の現段階の到達点は、自動運転技術を省人化手段にとどまらず、観光空間の構造再編を促す基盤として位置づけた点にある。もっとも、導入効果は需要密度や運行コストに依存するため、今後は需要予測と費用対効果分析を通じて社会実装の実現可能性を検証していく予定である。



図表3 バイモーダル型モビリティ配置概念図

参考資料

国土交通省 (2023) 『地域公共交通をめぐる現状と課題』

<https://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/transport/content/001728295.pdf> (最終閲覧日: 2026年2月5日)

American Express (2024) “Global Travel Trends.”

<https://www.americanexpress.com/en-us/travel/discover/get-inspired/global-travel-trends> (最終閲覧日: 2026年2月5日)

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism management*, 31(2), 179-188.

和歌山市の「多極型のコンパクトなまちづくり」の課題解決への未来ショーケース技術の応用検討 (担当: 中西)

現在、和歌山市は“多極型のコンパクトなまちづくり”を推進しているが、今後、さらに人口減少が進み、公共交通機関の維持が困難になり、子どもと高齢者等の交通弱者の移動が大きな課題となってくる。一方、「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに開催された大阪・関西万博2025では、未来社会ショーケースとして、近い将来に実用化される様々な技術が展示され、一部は会場運営に導入された。和歌山市の目指すまちづくりにおいて、society5.0の目指す“必要なモノやサービスを、必要な人に、必要な時に、必要なだけ提供”の観点から、未来社会ショーケース技術を取り入れる検討を行った。

1. 目指すまちづくりと将来の公共交通の持続性

和歌山市の目指すまちづくりは、中心拠点区域、12の都市機能誘導区域、11の集落拠点に拠点が分散し、特に、東部、東南部の田園地域に広がる集落拠点は、都市計画道路網が整備され、交通弱者にとって、公共交通の空白地域となっている。(図表4)

人口減少とともに高齢化が進み、2050年頃には、75歳以上人口が全体の1/4を占めてくる。(図表5)

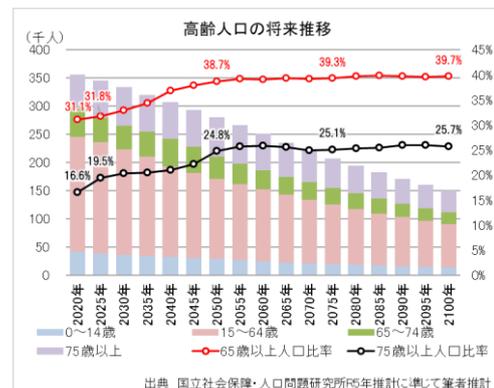
このような状況から、これまで路線廃止を重ねてきた市内路線バスは、今後、ドライバー不足と合わせ、更なる路線維持の苦境に立たされ、幹線路線に淘汰されてくることが予想できる。また、市内に乗り入れるローカル鉄道においても、沿線自治体の支援が必要になり、公共交通に対する支援策が増加してくることが考えられる。

将来に向かって、自治体の財政の効率化のためのスマート・シュリンクを今すぐに、始めることが必要と思われる。

中心拠点区域、12都市機能誘導区域、11集落拠点



図表4 多極型のコンパクトなまちづくり

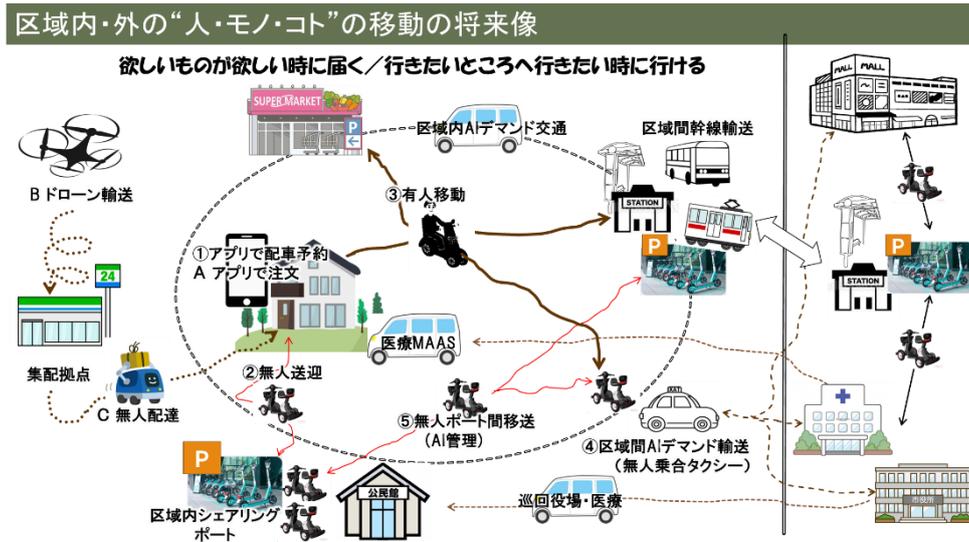


図表5 和歌山市の将来人口推計

2. まちづくりのスマート化について

人・モノ・コトの移動に対して、図表6に示すようなスマート化が、既に実運用や試験運用されている。

- ① AI デマンド交通:予約により運行やルート決めるバス及び乗合タクシー
- ② 医療 MaaS: 代表的なものは診断機器を備えた車両に看護師等が乗り込み、予約により、自宅まで訪問し、医師による遠隔診断を受ける。
- ③ 巡回役場: 定期的に地域の公民館等に出張し、住民手続きを行う。
- ④ 無人配送: 広域配送センターから地域の集配拠点までドローンで運び、無人配達ロボットが自宅まで配達する。
- ⑤ 無人送迎: 日本でも自動運転タクシーの実証実験が始まった。
- ⑥ 自動運転バス(拠点間移動): レベル4の無人の自動運転バスが各地で実証実験中。
- ⑦ 自動運転鉄道(拠点間移動): ゆりかもめ、神戸新交通等で無人自動運転運行中。



3. 多極型のコンパクトなまちづくりへの未来社会ショーケース応用検討

これからの社会では、高齢化による一人暮らしや男女共同参画の進展で、家族のサポートを得られにくい高齢者や子どもの増加が考えられる。このような生活困難者に対して、未来社会ショーケースの技術は、前記のようなスマート化技術を、より精密、安全にし、高速で行えるようになる。大阪・関西万博2025を支えたNTTのIWON（アイオン）計画では、電力効率が100倍になり、伝送容量が125倍、伝送速度（エンドエンド遅延）が1/200と省電力で高速・大容量・高品質のデータ通信が可能になる。高速化は2023年に完了し、大容量化も2030年頃まで、2032年には全計画の実用化を目指している。

これが実現すると、広域ローカルデータセンター（DC）と日本各地のローカルDCによる情報処理の大容量・高速化により、完全自動運転（レベル5）の実現がすぐそこに迫っている。更には、GPSや街角に設置するセンサーや対物センサーとAI技術の進展で、重大交通事故ゼロで高速運転が可能になる。データ通信の高速化により、近くの病院で総合病院からの遠隔手術が可能になる。

欲しいものが、欲しいときの自宅に届く時代になっても、自由に出歩き、自由に買い物や趣味ができるといった行動する幸せも考えると将来においても、人の移動はなくてはならないものとする。

和歌山市においても、各拠点内交通と拠点間幹線交通を明確にした交通システムの見直しが期待される。拠点内交通は無人で安全に移動できる道路とシステムの整備、拠点間幹線は従来道路と再整備と拠点内交通との結節点の新設の未来像を描く。また、市内に乗り入れるローカル鉄道についても、経費の掛かる鉄道¹⁾から自動運転バスへの転換を図る検討も期待する。

¹⁾ 令和5年度鉄道統計年報より、和歌山電鐵の場合、1両当り車両保存費8,303千円。線路、電路、車両を含む全保全費23,072千円。（2両編成×6編成として推計）

万博における海上交通の実態と和歌山市への示唆（担当：難波）

本研究は、大阪・関西万博の海上交通について観察可能な事実を整理する。あわせて、会期中に追加・調整された事項（入口までの動線、優先入場、運用時間や料金の調整）を時系列に整理し、和歌山市で検討する際の論点として「選ばれる理由」がどの要素により補強されたかを示す。

第一に、到着後導線の一体設計である。万博では夢洲北岸浮棧橋の整備に加え、到着地点から会場入口の西ゲートまで連絡バスが用意され、港で移動が途切れない構成が示された（万博協会, 2025）。すなわち、船の供給だけではなく「入口まで」を含めた設計が前提となる。

第二に、需要に応じた運用調整である。会期半ばから、旅客船利用者の優先入場の導線が設定され、条件を満たす来場者は入場時刻を前倒しできることが示された（万博協会, 2025a）。また、浮棧橋の利用時間は22時まで延長され、夜間滞在と接続する条件が整えられた（万博協会, 2025）。さらに一部航路では運賃の見直しや最終便の新設が報じられている（ABCテレビ, 2025）。このことは、需要が自然に立ち上がらない局面では、価格や優先入場といったインセンティブの付与によって需要を補強する必要があることを示す。

第三に、需要の性質である。輸送実績報告書によれば、海上交通の利用者の全体比は約0.4%程度に留まる（2025年日本国際博覧会来場者輸送対策協議会, 2025）。需要規模は大きくないが、万博における海上交通は、目的地のイベント性を前提としながらも、移動手段そのものの体験価値が結びつく点に特徴がある。バスが「到達」を主目的とするのに対し、船は景観や非日常性といった魅力を移動過程に含みうる。したがって、需要の設計という面においては、目的地側の魅力を前提としつつ、移動手段側の魅力を重ねて設計できる点が、船を用いる場合の強みとなる。

以上を踏まえると、和歌山市に必要なのは供給拡大より先に需要を設計することである。和歌山市には、友ヶ島航路（加太発の観光）と、南海フェリー（和歌山港を結節点として他都市を結ぶ航路）という既存資源がある。したがって、（1）目的地側の魅力、（2）港から目的地入口までの導線と案内、（3）予約・決済や料金等の摩擦低減の三点を整える必要がある。そのうえで、既存航路と市内を結ぶ展開を設計することが現実的である。

参考資料

公益社団法人 2025年日本国際博覧会協会（万博協会）「西ゲートにおける旅客船利用者優先入場レーンの設定及び夢洲北岸浮棧橋の利用時間延長について」大阪・関西万博公式サイト、2025年6月19日公表、閲覧日：2026年2月10日、<https://www.expo2025.or.jp/news/news-20250619-02/>

2025年日本国際博覧会来場者輸送対策協議会『大阪・関西万博 来場者輸送実績報告書（資料集）全体編（PDF）』2025年12月公表、閲覧日：2026年2月10日、https://www.expo2025.or.jp/wp/wp-content/uploads/expo2025_raijyousyayusoujissekihoukokusyo_siryousyuu_zentaihen_241218_1.pdf

ABC テレビ（朝日放送）「万博会場への“船ルート”ユニバーサルクルーズが料金値下げ & 最終便を新設 「より多くのお客様に乗っていただきたい」 ABC ニュース（関西ニュース），閲覧日：2026年2月10日，https://www.asahi.co.jp/webnews/pages/abc_31977.html

大阪・関西万博を契機としたバリアフリーの進展（担当：辻本）

本研究では、大阪・関西万博会場およびアクセス交通における先進的なバリアフリーの取り組みを調査した。調査対象が多岐にわたるため、ここではその一端を報告する。

図表7は、可動式ホーム柵の設置や、段差・隙間対策、JISに準拠した視覚障害者誘導用ブロックの設置がなされた Osaka Metro 中央線本町駅のホームである。

図表8は、Osaka Metro 中央線の最新型車両である400系電車内である。一般座席は緑色系、優先座席は青色系とされ、いずれも定員着席促進のために色分けがなされている。ドア横には車椅子・フリースペースが設置され、乗降口は幅が広く、無段差で、ホームとの間の隙間が最小限とされている。すべてのドアの上には21.5インチの4カ国語車内案内表示装置が2台ずつ設置され、ドアの開閉に連動してチャイムが鳴り、ランプが点滅する。つり革の高さは高、中、低の3段階となっている。

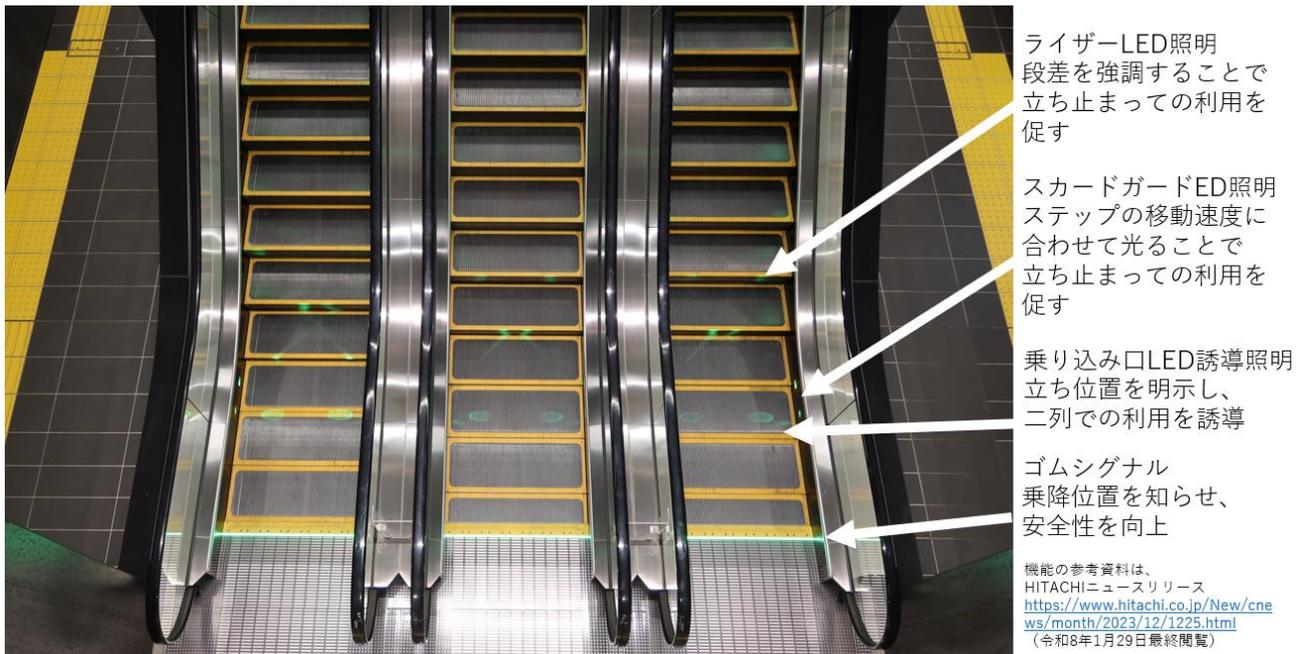


図表7 鉄軌道施設のバリアフリー化
出典：Osaka Metro 中央線本町駅にて
令和7年5月撮影



図表8 鉄軌道施設のバリアフリー化
出典：Osaka Metro 400系電車内で
令和7年5月撮影

図表9は、いくつかの新機能が盛り込まれた Osaka Metro 中央線夢洲駅の3連エスカレーターである。ライザーLED照明は、段差部分を明確に強調することで、利用者が一度立ち止まって安全に行動できるよう促す役割を果たしている。スカートガードLED照明は、ステップの移動速度に合わせて光が変化することで、利用者が自然に立ち止まり、適切なタイミングで行動するよう導くものである。乗り込み口LED誘導照明は、乗車位置を分かりやすく示すことで、利用者が二列に整列しやすくなり、スムーズで秩序ある利用を支援するものである。ゴムシグナルは乗降位置そのものを視覚的に知らせる機能を持ち、安全性の向上に寄与している。

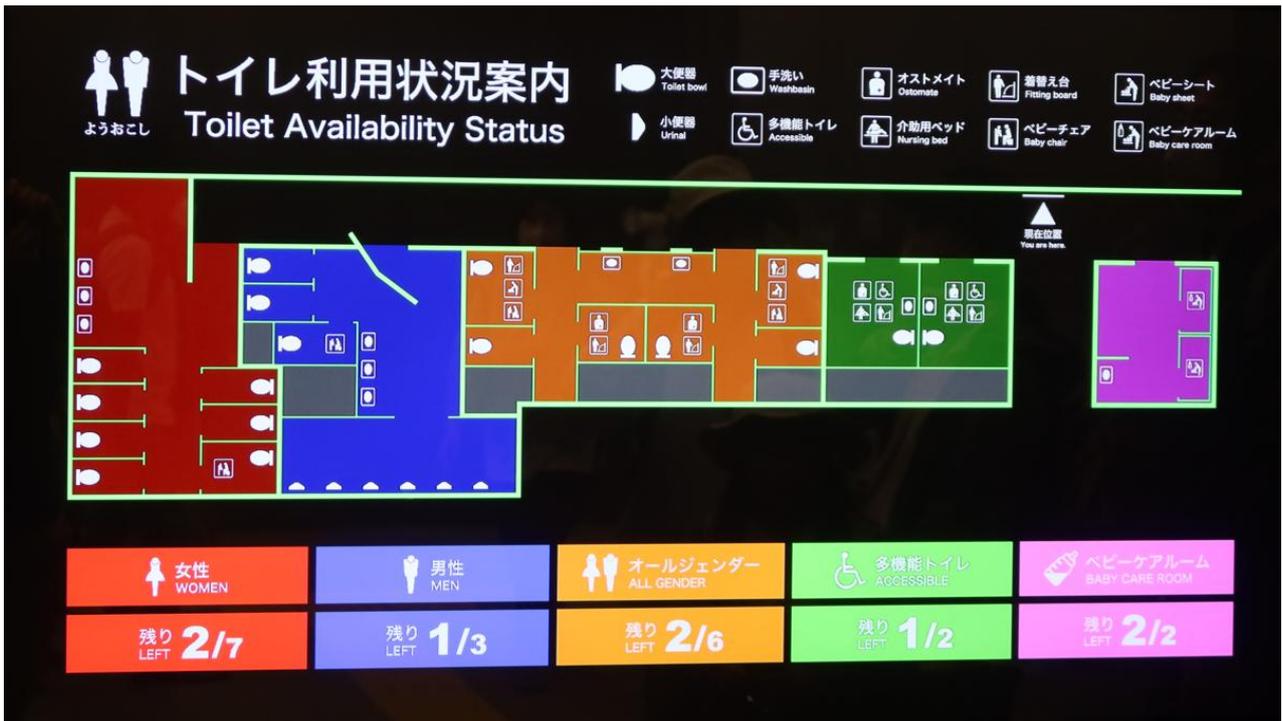


図表9 Osaka Metro 中央線夢洲駅の3連エスカレーター
出典：Osaka Metro 中央線夢洲駅にて令和7年4月撮影

図表10はOsaka Metro中央線夢洲駅のトイレである。オールジェンダートイレの入口にはトイレ利用状況案内サイネージ（入口設置型）がある。これは利用者が入室前に各ブースの空き状況を一覧できるようにするための設備である。通路壁には別の種類のトイレ利用状況案内サイネージがあって、女性用、男性用、オールジェンダー、多機能の各トイレとベビーケアルームの利用状況が一覧できるようになっている。多機能トイレは設備こそ一般的なものであるが、隣接して2ブース設置されているほか、女性用、男性用、オールジェンダーの各トイレやベビーケアルームへの機能分散もなされている点が注目値する。

図表11は、大阪・関西万博会場内のインクルーシブ公園である。説明板に「みんなで遊ぼう！ここはみんなが集い、交流できるあそび場。あらゆる年齢、性別、能力や国籍の人たちが集う場所です。あそびがある暮らしを、地球上のすべての人に。」とあるとおり、インクルーシブ公園とは誰もが楽しめ、安全で居心地が良く、誰もが利用しやすいといった特色を持つ²⁾。この公園には、誰もが安心して利用できるバリアフリー型の遊具が各所に配置されており、身体能力や年齢にかかわらず多様な利用者が遊びに参加できるよう工夫されている。また、園内およびその周囲には複数の休憩スペースや見守りスペースが整備されており、保護者や支援者が安心して滞在しながら子どもを見守れる環境が確保されている。こうしたデザインの成果は、図表にも示されているとおり、遊具で楽しそうに遊ぶ多数の子どもたちと、それを支える保護者や支援者の姿からも明確に読み取ることができる。

²⁾ 国土交通省都市局公園緑地・景観課(2024)「みんなが遊べる、みんなで育てる都市公園の遊び場づくり参考事例集」<https://www.mlit.go.jp/toshi/park/content/001738649.pdf>（令和8年2月14日最終閲覧）



図表 10 Osaka Metro 中央線夢洲駅のトイレ
 (左上：トイレ利用状況案内サイネージ (入口設置型), 右上：多機能トイレ
 下：トイレ利用状況案内サイネージ (通路壁設置型))

出典：Osaka Metro 中央線夢洲駅にて令和7年4月撮影



図表 11 インクルーシブ公園

出典：大阪・関西万博会場内で令和 7 年 4 月撮影

以上のように、大阪・関西万博会場およびアクセス交通においては、先進的なバリアフリー施策が多面的に展開されていた。本稿ではその一部を紹介したにすぎないが、これらの知見は今後の地域におけるバリアフリー推進に向け、多くの示唆を与えるものである。こうした先進事例を和歌山市におけるバリアフリーの更なる発展へと結び付けるため、最終報告書に向けて、引き続き詳細な検討を進めていきたい。

講演「地域公共交通とつくる将来のまちづくり」

令和 7 年 11 月 5 日に、宗像市都市再生部長の内田忠治氏によるオンライン講演会を開催した。

この講演は、福岡県宗像市の事例をもとに、地域公共交通とまちづくりを一体的に捉え、

人口減少・高齢化社会における持続可能な都市構造のあり方を示したものであった。

宗像市は福岡市と北九州市の中間に位置するベッドタウンとして発展してきたが、今後は人口減少と高齢化の進行が避けられず、公共交通の維持と居住環境の再構築が大きな課題となっている。講演ではまず、まちづくりと公共交通は相互に依存する関係にあり、どちらか一方だけでは機能しないことが強調された。交通がなければ生活は不便になり、まちがなければ交通の利用者も生まれない。このため、地域公共交通は通勤・通学、買い物、通院といった生活移動を支える基盤として位置付け、まちづくりと一体的に計画する必要があるとされた。

都市構造の観点からは、かつての鉄道駅周辺に人が集積する高密度な市街地、自動車普及による郊外拡散型市街地を経て、人口減少期には低密度化が進み、都市経営が困難になることが示された。これに対し、今後は複数の拠点に人と機能を集約し、それらを公共交通で結ぶ「拠点連携型」の都市構造を目指す必要があるとされた。宗像市では一極集中が難しい地形・開発履歴を踏まえ、複数拠点を公共交通でつなぐ都市像を描いている。

現状の課題としては、自家用車依存の高さ、公共交通の利便性の低さ、運転手不足、財政負担の大きさが挙げられた。特に、自家用車では9分で行ける移動が、バスでは50分以上かかる事例が示され、移動時間の差が公共交通離れを招いている実態が明らかにされた。また、高齢化が進む中で、将来的に運転できなくなる層の移動確保が喫緊の課題であると指摘された。

これらを踏まえ、宗像市では役割分担型の公共交通ネットワークへの再編を進めている。鉄道や広域バスによる広域交通、主要拠点を結ぶ幹線交通、地域内を支える支線交通を整理し、特に支線交通については定時定路線バスに代えて、AI活用型オンデマンドバスを導入した。このオンデマンドバスは、予約制で柔軟に運行され、バスとタクシーの中間的な機能を持つ交通手段である。

日の里団地では、路線バス廃止を契機にオンデマンドバスを導入し、月間利用者数は当初の約1000人から約5000人へと増加した。高齢者だけでなく通勤・通学利用も見られ、アプリ予約の比率も大きく高まっている。これにより、公共交通は「不便なもの」という認識から、「使えば便利なもの」へと変わりつつあることが示された。

さらに、公共交通は団地再生とも密接に関わっている。老朽化した団地では、生活利便施設の導入や住み替えの促進とともに、移動手段を確保することで居留意欲を高めている。交通は単なる移動手段ではなく、地域の価値を支える基盤であるという認識が示された。

以上のとおり、宗像市の取り組みは、

- ・住民視点の移動確保
- ・DXを活用した次世代型交通（AI オンデマンド）
- ・複数拠点を公共交通で結ぶ拠点連携型の都市構造
- ・交通とまちづくりの一体的再設計

という四つの重要な視点を示している。これらの視点は、大阪・関西万博の「未来社会ショーケース事業」が提示する先進モビリティ、デジタル活用、人中心の都市サービスと同じ方向性である。すなわち宗像市の事例は、大阪・関西万博が示す未来型都市モデルの

「地域適用のあり方」を先行的に示した例と位置づけることができ、和歌山市が抱える交通・観光課題にこれらの要素を応用するうえで、非常に示唆に富む内容であったと考えられる。

おわりに

本稿では、大阪・関西万博で提示された未来社会ショーケースの取り組みを手がかりに、和歌山市が抱える交通・観光・まちづくりの諸課題に対する応用可能性を多角的に検討した。万葉の地エリアの緑地活用、スマートモビリティの実装、自動運転技術を用いた観光回遊性向上、海上交通の需要設計、さらには先進的なバリアフリー設備やインクルーシブデザインなど、調査内容は多岐にわたったが、いずれも「人中心の都市サービス」を実現するという共通の方向性を示している。また、宗像市の事例からは、公共交通とまちづくりを一体的に再構築する重要性が改めて確認されたところである。こういった知見は、人口減少・高齢化が進む和歌山市にとって、持続可能で包摂的な未来の都市構造を描く上で有益な示唆を提供するものと考えられる。

最終報告書に向けて、さらに研究を深め、和歌山市の地域特性や実情に即した具体的な提案へと結びつけていきたい。

行動経済学と行動観光の両側面から 道の駅のプロモーションを考える —— 「道の駅すさみ」を利用する観光者を事例として ——

和歌山大学観光学部

教授 八島 雄士¹⁾

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²⁾

I はじめに

近年、我々の生活は、サイバー空間とフィジカル空間を融合し、あらゆる人が質の高いサービスを受けられ、一人ひとりが多様な幸せ (well-being) を実現できる人間中心の社会を目指して著しい変化を遂げている。新たな未来社会、超スマート社会の実現に向けた一連の取組みは、Society 5.0 といわれる (内閣府, 2016; 内閣府, 2021)。それに伴って、道の駅も進化を続けている。具体的には、道の駅は休憩・情報発信・地域連携の3つの機能を持つ一般道路上の施設である (国土交通省, n.d.)。新「道の駅」のあり方検討会の提言では、道の駅は「地方創生・観光を加速する拠点」とする第3ステージにあるとされ、2025年に目指すべき3つの姿として世界ブランド化、防災拠点化、地域センター化が掲げられた (国土交通省, 2019)。また、2024年7月の『「道の駅」第3ステージ中間レビューと今後の方向性』を踏まえ、第3ステージの実現を目指す道の駅を『「道の駅」第3ステージ応援パッケージ』による重点的な支援が開始された (国土交通省, 2026)。

本研究は、道の駅を利用している観光者の非合理的な行動に注目し、行動経済学と行動観光の両側面から、その行動がもたらすバイアスを読み解くことを目的とする。その上で、観光者の非合理的で変則的な行動から読み取る行動 (認知) バイアスを用いて、道の駅のプロモーションに適用すると同時に、その有効性を実証研究により検証する。結果として、「道の駅すさみ」を利用している観光者の購買事例を用いて検証した結果と成果は予想通りであった。なお、本研究では、道の駅を利用する顧客や観光を目的とする観光客を含めて観光者と称する。

以下、IIでは研究フレームワークとなる行動観光について、意味及び位置付け、行動観光に関わる行動バイアスを明確にする。IIIでは、「道の駅すさみ」における実証研究を4つの事例に分けて、結果と考察を述べる。最後に、IVではまとめとして今後の展開を述べる。

¹⁾ 八島は、令和6年度調査研究事業の代表者を務めている。本研究では、全体の校正および「I はじめに」、「IV まとめ」を中心に担当している。また、研究協力者の冷水氏への確認も担当している。

²⁾ 権は、「II 研究フレームワーク」、「III 結果と考察において研究フレームワークに基づく各事例の検証」、「IV まとめ」での今後の展開を担当している。

II 研究フレームワーク

II では、本研究のフレームワーク (Framework) となる行動観光 (Behavioral Tourism) について、行動観光の概念、行動観光リスク (Behavioral Tourism Risk)、観光者の行動バイアス (Behavioral Bias)、及びヒューリスティック (Heuristic)、観光者の回遊行動に分けて説明する。

1 行動観光の概念

まず、行動観光の位置付けについて述べる。観光の定義は、一義的に定まっていないのが現実である。観光政策審議会の 1995 年 6 月 2 日答申 (国土交通省, 1997) によれば、「観光とは、余暇時間の中で日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊びということを目的とするもの」である。また、観光立国推進基本法 (2006 年 12 月成立; 国土交通省, 2007) の前文では、観光は、地域経済の活性化、雇用の機会の増大等国民経済のあらゆる領域にわたりその発展に寄与するとともに、健康増進、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて国民生活の安定向上に貢献するものであることに加え、国際相互理解を増進するものであると明記している。

このように、観光の基本的な概念は、観光者が風景や史跡等を見聞きし、文化や慣習を体験し、イベントや祭りに参加することによって、楽しむことに重点を置いており、見聞・体験・参加というそれぞれの行動から生じる楽しさを指すものでもある。これに対して、旅行とは移動自体を指しているため、観光の概念とは異なる。

本研究では、行動経済学の理論に基づき、観光者の非合理的な行動に焦点を当て、その行動パターンや傾向を解析する。実際には、観光者の非合理的な行動という行動バイアスを行動観光とし、行動経済学の概念に倣い、行動心理学と観光学を融合するものと位置付ける。ここに、行動観光とは、観光者が観光や移動に対して行う非合理的な行動 (変則的な行為を含む) を指す。また、行動観光学とは、その非合理的な行動の動機や要因 (因果関係を含む) を行動経済学に基づいて分析する分野とする。なお見聞・体験・参加に関わり、まなざしに関する研究蓄積が豊富な社会学や文化人類学の知見を行動観光学の議論に取り入れる。他方、観光行動は、観光者の見聞・体験・参加という行動のプロセスやパターン (発動要因・プッシュ要因および、誘因要因・プル要因) を意味し (橋本俊哉編著, 2013)、行動観光とは区別する。

加えて、行動経済学をベースとする行動観光学の概念に基づき、道の駅のプロモーションの分析に展開する土台として、行動観光の ABC (行動観光の法則と呼ぶ) を示す。行動観光の法則について、図表 1 に、行動随伴性の概念 (島宗, 2014; 杉山, 2023) を用いて、行動プロセスとしての Antecedents (「A」と呼ぶ)、Behavior (「B」と呼ぶ)、Consequences (「C」と呼ぶ) を、行動態度、行動成果から意味を整理した。なお、行動随伴性とは、行動の原因を分析する枠組みで、行動とその直後の状況 (環境状況の変化も含む) の変化との関係を指す (杉山, 2023; 島宗, 2014)。

第一に、「A」は期待、記憶、動機を行動成果とし、観光者が見聞など行動を実行する前に起こしている先行事象である。行動態度は、System2 (熟考) であり、Slow (遅い思考) で

ある。

第二に、「B」は観光者が実際に、見聞・体験・参加などの活動を行動成果とし、観光者が行動を実行している事象である。行動態度は、System1（直観）であり、Fast（速い思考）である。

第三に、「C」は実現、確定、評価を行動成果とし、観光者が見聞などの活動を直後に発生する後続事象である。行動態度は、System2（熟考）であり、Slow（遅い思考）である。

なお、本研究における行動態度は、2つの思考システム(System1・Fast及びSystem2・Slow)で説明するアプローチを援用している（八島・権他, 2025）。また、行動観光は、行動問題という行動心理の概念に基づき、観光者自身が見せる行動そのものだけでなく、その行動を引き起こし維持させている環境も含めた問題（観光者の非合理的な行動）を指す。対照的に、問題行動とは、ある主体（観光者）がみせる問題を有する行動を指す（平澤, 2023）。

図表1 行動観光のABC

行動プロセス	行動態度		行動成果		
A: Antecedents（先行事象，行動の直前）	System 2（熟考）	Slow（遅い思考）	期待	記憶	動機
B: Behavior（行動事象，行動の実行）	System 1（直観）	Fast（速い思考）	活動（見聞・体験・参加）		
C: Consequences（後続事象，行動の直後）	System 2（熟考）	Slow（遅い思考）	実現	確定	評価

出所：筆者作成

2 行動観光リスク

次に、図表1を基礎に行動観光リスクについて述べる。図表1の行動態度の列で示すように、観光者が実際に非合理的な行動を起こしているのは、行動プロセス「B」である。つまり、行動プロセス「A」において、ある行動（観光・購買等）を行うための、動機や期待値を設定し、それに基づいて行動プロセス「B」でその動機や期待値を実現するため、活動（行動）を実行する。その活動の評価が行動プロセス「C」で確定する。

その行動観光ABCの行動態度から判断できるよう、「A」の期待値と「C」の実現値とのズレ（値の差）が発生する可能性がある。本研究では、「C」の成果（実現値）から「A」の成果（期待値）を差し引いた値を観光リスクとみなす。ただし、ここではその値が、マイナス（損失や被害）となるときのみ、その値を取り上げて観光者リスクとする。特に、ここでは観光者リスクを含めてそれに関連するリスクを定量化し、検証する際、この定義を用いて行う。これまでの一般的な観光リスクは自然災害、国際情勢（テロ等）、オーバーツーリズム等によって生じる損失や被害を指している。これに対して、本研究では、行動主体（観光者、観光事業者、地域住民など）を特定し、その主体の利得の差が発生する可能性をリスクとして取り上げている点が異なる。

3 観光者の行動バイアス及びヒューリスティック

前述したように、図表1での行動態度を用いると、観光者が非合理的な行動を起こしているのは行動プロセスの「B」である。「A」で、過去の情報（記憶や経験等）を利用し、直

感ではなく熟考や合理的な判断のもとで（行動態度の System2, Slow）、動機と期待値を設定していると仮定する。しかし、「B」において、観光者は旅行先等で実際に行動を実行する際、時間や選択の制約条件があるとすれば、近道の思考法を優先することとなり（行動態度の System1, Fast）、行動バイアス（認識の歪み）及びヒューリスティック（意思決定の簡略化）に頼ってしまう。本研究では、この現象（行動問題：非合理的な行動）を論理的に解明するため、行動経済学の理論を用いる。主に、プロスペクト理論（損失回避性・感応度逓減性・参照点依存性）・ヒューリスティック理論（意思決定の簡略化を行う際、代表性・利用可能性・係留と調整・感情等に基づく理論）・ナッジ理論（選択麻痺の回避）に基づいて、観光者の非合理的な行動を分析する（八島・権他, 2025）。

次のⅢで、「道の駅すさみ」に訪れる観光者を対象に非合理的な行動を検証し、結果を考察する。なお、道の駅は観光の目的地ではなく、旅行先の終着点でもない一般道路上の休憩施設である。しかし、観光者の目的は、一時的な休憩や土産等の購入であるなかで、休憩というサービスや土産という商品を需要（購入）する主体となるため、分析結果には大きな影響を及ぼさない。

4 観光者の回遊行動

加えて、道の駅を起点とし、休憩や土産の購入だけでなく、動線を伸ばし、新たな発見の喜びと楽しさを体験しようとする「徒歩旅行者」の非合理的な行動を分析範疇に入れる。ここで、徒歩旅行者という主体は、ある線に沿って動き、道中での出会いや発見に重きを置いている（橋本, 2022）。

Ⅲ 結果と考察

本研究では、観光者の非合理的な行動を実証するため、和歌山県・すさみ町の国道 42 号線沿いに位置する「道の駅すさみ」の購買事例を用いる。「道の駅すさみ」に立ち寄る観光者を対象とし、その非合理的な行動と行動経済学及び行動観光学との整合性を示す。観光者の非合理的な行動とは直感や先入観などの非計画的、かつ変則的な購買行動を指しており、ヒューリスティックがもたらす行動（認知）バイアスに基づいて、観光者の購買行動パターンを検証する。

具体的には、道の駅のプロモーションの事例分析として図表 2 に示した。図表 2 は、事例、検証効果（バイアス効果）、予想の成果を列とし、事例は、「1.消費者が素早く選択できるよう後押しする」（事例 1 という）、「2.消費者の損失回避と満足度増」（事例 2 という）、「3.消費者の行動変容を誘導する」（事例 3 という）、「4.消費者の購買の意欲を促進する」（事例 4 という）の 4 つである。実際には、事例 1 は、フレーミング効果（文脈効果）を用いて損失回避性（プロスペクト理論）を、事例 2 では、代表性ヒューリスティック（固定観念）やアンカリング・調整のヒューリスティック（基準点）がもたらすハロー効果を、事例 3 では、誘導効果を用いてナッジ理論（選択アーキテクチャ）の有効性を、事例 4 では、利用可能性ヒューリスティック（記憶や思い出しやすさ）や感情のヒューリスティック（好き嫌い）がもたらすプライミング効果を確認する。なお、これらの事例は 2024 年 11 月 15 日に和歌山大学松下会館にて開催されたワークショップにおける研究協力者の冷水

康浩（(株)信濃路・代表取締役社長）の報告資料に基づくものである。筆者らが、冷水氏と研究会等を継続的に実施し、行動経済学と行動観光学に基づく道の駅のプロモーションに関する議論を反映している。

図表2 道の駅のプロモーションの事例分析

事 例	検証効果（行動バイアス効果）	予想の成果
1.消費者が素早く選択できるよう 後押しする	フレーミング効果 （プロスペクト理論）	損失回避性 選択麻痺の回避
2.消費者の損失回避と満足度増	ハロー効果 （固定観念：安全・安心）	PB商品の魅力増 商品イメージの変化
3.消費者の行動変容を誘導する	誘導ナッジ効果 （回遊行動の有無）	館内誘導経路の有効性 購買者の増加
4.消費者の購買の意欲を促進する	プライミング効果 （POPパネルの訴求力）	購買意欲の促進 販売量の増加

出所：筆者作成

以下、事例ごとに、(1) 検証内容、(2) 検証結果、(3) 考察、(4) 今後の展開を述べる。なお、分析は、図表1における行動プロセスの「A」、「B」、「C」に基づく。繰り返しになるが、「A」は、期待、記憶、動機を行動成果とし、観光者が見聞など行動を実行する前に起こしている先行事象である。「B」は、観光者が実際に、見聞・体験・参加などの活動を行動成果とし、観光者が行動を実行している事象である。「C」は、実現、確定、評価を行動成果とし、観光者が見聞などの行動を直後に発生する後続事象である。

第一に、事例1「フレーミング効果（文脈効果）の検証」は、次のとおりである。

(1) 検証内容：売場に陳列されている商品は200種類を超え、道の駅すさみによれば、和歌山県内でもトップクラスの豊富な品揃えである。その商品の中からスタッフのお勧めのランキング1位から10位までの10種類と特別賞の1種類を選び、商品ごとにランキング表示のプライスカードを貼り付け、「消費者が素早く選択できるよう後押し」する。これによって、販売量の変化やランキングの入れ替えが生じるかどうかを検証する。なお、ここでは、事例検証の動機などを熟考している「行動プロセスA」の段階である。熟考事象は、商品選択やランキング付けである。また、商品ごとに貼り付けたプライスカードの文面は、フレーミング効果（Framing Effect：文脈効果）である。熟考事象とは観光者の「行動プロセスA」に対応するため、「道の駅すさみの反応事象」である（以下同様）。

(2) 検証結果：全体販売個数に対してお勧め商品が占める割合が検証前（9.0%）に比べて、検証後（10.4%）には1.4%が増加した。ランキングの入れ替えもあり、5位が4位に、6位が5位となった。特別賞商品の販売数は検証前に比べ、検証後はわずかながら伸びた（0.5%）。実際に事例検証を実施し、その結果を得たので、「行動プロセスB」及び「行動プロセスC」の段階である。

(3) 考察（相乗効果：購買意欲を引き出す行動バイアス）：検証結果から、フレーミング効果（文脈効果）が観光者の購買意欲の向上と選択麻痺の回避となり、迷うことなく商品を素早く選択できるよう後押しした。観光者は基本情報もない商品に比べて、スタッフのお勧め商品を購入することで、期待外れの損失回避をすることを期待できる（プロスペクト理論・損失回避性）。

(4) 今後の展開：「スタッフのお勧めランキング」というフレーミング効果に、バンドワゴン効果（皆が立ち寄る道の駅、皆が購入する商品という文面）及びウィンザー効果（商品の評価は観光者にしてもらうこと）を組み合わせた実験ができる。より一層の購買意欲を掻き立てるかどうかを検証することで、観光者の新たな購入手動パターン（消費行動傾向）の把握が期待できる。

第二に、事例2「ハロー効果の検証」は、次のとおりである。

(1) 検証内容：「道の駅すさみ」オリジナルブランドのPB商品（Private Brand）から「鰹削り節」、「レタスの美味タレ」の2つを選び、販売数増加の訴求力を向上するため、売場面積を広げると同時に、一角に自社ブランド、かつスタッフ一押し商品であることを知らせるパネルを設置している。これは、「ハロー効果」を用いて、観光者の損失回避および満足度増加に影響を与え、販売量の変化や売れ筋ランキングの入れ替えが生じるかどうかを検証したものである。事例検証の動機などを熟考している「行動プロセスA」の段階である。熟考事象は、売場面積の拡張やPB商品特徴の訴求力である。人々がPB商品のイメージや特徴（品質の魅力・安全・安心）に基づいて購買の意思決定し、購入する傾向は、ハロー効果（Halo Effect）であり、買わない損失を回避する効果でもある。

(2) 検証結果：全体販売個数に対して「鰹削り節」の占める割合が検証前（0.4%）に比べて、0.5%とわずかに増加した。ランキングは、57位から46位まで上昇した。一方、「レタスの美味タレ」は、0.3%から0.5%へと増加した。ランキングは、72位から49位に上昇した。ここは、実際に事例検証を実施し、その結果を得たので、「行動プロセスB」及び「行動プロセスC」の段階である。

(3) 考察（相乗効果：購買意欲を引き出す行動バイアス）：検証結果から、代表性ヒューリスティック（PB商品の固定観念）がもたらす認知バイアスのもとで、ハロー効果を用いることで観光者にPB商品の満足や魅力を感じさせ、購買意欲への誘導することや損失回避する観光者の行動が観察された。「道の駅すさみ」では、ハロー効果が有効であった。

(4) 今後の展開：ハロー効果に、スノップ効果（道の駅すさみの限定商品等）及びアンカリング効果（お試し商品の紹介やお試し価格の設定）、コントラスト効果（比較対象となる商品を同時陳列し、当該商品の魅力を感じさせる）を組み合わせた形で「効果」効果を実験する。ここに、「効果」効果とは、「〇〇効果」という名づけに興味を示す現象である。この試みにより、一層明確な観光者の購入意欲を掻き立てる認知バイアスを確認できる。

第三に、事例3「ナッジ理論の検証」は、次のとおりである。

(1) 検証内容：「道の駅すさみ」の館内は、物販、カフェ、食堂、館外の鮮魚店から構成される。近隣に、「望みの湯」（温泉施設）も受託運営している。実際に、館内の床に足跡ステッカーを貼り、観光者が誘導経路にしたがうよう後押しする誘導ナッジ（Guiding Nudge）

を実施する。誘導ナッジとは、情報麻痺や選択麻痺を回避するため、より良い選択や意思決定を実現できるよう（理論では、選択アーキテクチャーという）、強制的でなく、そっと後押しすることである。具体的には、足跡の動線イラストによる情報提供から観光者が迷うことなくスムーズに移動できる誘導効果（誘導ナッジ）を実証研究する。また、「道の駅すさみ」から「望みの湯」へ観光者が誘導されるか、「道の駅すさみ」を起点に歩いて動線を伸ばす「徒歩旅行者」の行動変容に及ぼす影響も検証する。事例検証の動機などを熟考している「行動プロセス A」の段階である。熟考事象は、館内の足跡イラスト貼付とその効果、近隣施設の「望みの湯」への誘導効果である。加えて、施設案内のステッカーと QR コードを貼付することによる情報提供の効果（SNS アカウントのフォロワー数）も検証する。

(2) 検証結果：誘導ナッジ効果の基準は、道の駅全体の購買者の総数に対する、各セッションの購買者数の割合で判断した。物販では、検証前（49.5%）に比べて、50.8%と1.3%増加した。カフェでは、検証前（7.8%）に比べて、10.5%と2.7%増加した。「望みの湯」利用者は、検証前（5.6%）に比べて、5.9%とわずかに増加した。また、検証後の SNS アカウントのフォロワー数は、検証前（毎月の増加率 6.7%）に比べて、検証後（毎月の増加率 8.2%）は増加した。実際に、事例検証を行い、結果を得たので、「行動プロセス B」及び「行動プロセス C」の段階である。

(3) 考察（相乗効果：購買意欲を引き出す行動バイアス）：検証結果から、館内の床に足跡ステッカーを貼ることで、観光者を各箇所へと誘導し、購買者数が増加したので、誘導ナッジの効果は、有効であった。また、「道の駅すさみ」から「望みの湯」への誘導ナッジも有効であり、観光者が動線を伸ばす回遊行動を確認できた。

(4) 今後の展開：誘導ナッジに、ナッジのコミットメントでもある現状維持バイアス（自制心）に基づく常連客の特典付与やカリギュラ効果として、PB 商品と限定商品（地域、期間、数量など）を組み合わせることによって、当該商品の魅力向上と購買意欲ナッジの相乗効果を実験する必要がある。この試みにより、観光者の購入意欲を掻き立てる消費行動の一層明確な効果が確認できる。なお、カリギュラ効果とは、ある行動を禁止されると、その行動をしたくなる現象である。また、現状維持バイアス（自制心）とは、損失や失敗を回避したが、現状を優先し変化を求めない心理的な傾向である。具体的には、慣れ親しんだ商品を選ぶ傾向である。

第四に、事例 4 「プライミング効果の検証」は、次のとおりである。

(1) 検証内容：「道の駅すさみ」館内の一角に、リニューアル・オープンした「カフェテリア」があり、目玉商品として「道の駅オリジナルのパン」を作り、数量限定（平日 80 個、土・日曜日 110 個）で販売している。プライミング効果を検証するため、正面入り口付近とカフェテリア入り口に、先行刺激（プライマー：イメージのインプット）として「POP パネル（Pont Of Purchase Panel）」を設置し、後続刺激（ターゲット：購買への後押し）としてカフェテリアの前にも同様に設置し、パンの購買意欲を促進する。事例検証の動機などを熟考している「行動プロセス A」の段階である。熟考事象はパネルの位置や POP 文面内容及びその訴求力である。また、先行する刺激（プライマー）が記憶に残り、直観で後続する刺激（ターゲット）の処理に影響する現象をプライミング効果（Priming Effect）と呼んでお

り、直接プライミング効果と間接プライミング効果がある。

(2) 検証結果：プライミング効果は、販売開始から完売までの所要時間で判断した。所要時間がウィークデイも週末（土・日曜日）も、検証前に比べて1時間早まっている。実際に事例検証を実施し、その結果を得ているので、「行動プロセス B」及び「行動プロセス C」の段階である。

(3) 考察（相乗効果：購買意欲を引き出す行動バイアス）：検証結果から、利用可能性ヒューリスティック（記憶や思い出しやすさ）及び感情ヒューリスティック（好き嫌い）がもたらすプライミング効果を用いることで、観光者は入り口の POP パネルの色彩やデザイン（先行刺激：視覚効果）が記憶に残り、直観でパンの美味しさや魅力を判断し購入（後続刺激）につながる。パンの完売時間は1時間ほど早まったことから、プライミング効果が有効であったことを示している。

(4) 今後の展開：先行刺激として、POP パネルの他に、臭覚刺激（パンの匂い）や聴覚刺激（館内放送）を加え、パンの購買意欲をさらに掻き立て、パンの販売時間と販売個数を増やし、観光者の購買行動の変化を確かめることができる。なお、POP パネルのメッセージは流暢性を考慮し、シンプルにすることが肝要である。

IV まとめ

本研究では、道の駅を利用している観光者の非合理的な行動に注目し、その行動がもたらすバイアスについて、行動経済学に倣い、行動観光学の意味と位置付けを明確にした上で、行動観光の法則である行動観光 ABC を提示した。実際に、「道の駅すさみ」における観光者の購買事例を用いて、非合理的な行動を4つの事例から検証し、行動経済学及び行動観光学との整合性を確認した。特に、誘導ナッジを用いると、観光者が動線を伸ばすという回遊行動も確認できた。

行動経済学の理論を援用した事例研究にとどまることなく、行動分析学を参考に、2つの思考システムである「System1・Fast 及び System2・Slow」を行動態度として加味した分析枠組みである行動観光 ABC により、事例を考察したことは本研究の独自性であり、学術的な貢献に発展する可能性がある。また、観光経営実務の観点では、(株)信濃路の冷水氏の協力をえて実証研究および議論や意見交換できたことは、「道の駅すさみ」をきっかけに、そのプロモーションのみならず、回遊行動への貢献を含む社会実装へと展開する可能性がある。

最後に、本研究の今後の展開を4つ示す。第一の展開は、本研究で示している「行動観光 ABC（行動観光の法則）」に基づいて、行動バイアスがもたらす解釈の歪みによって、観光者の意思決定に与える効果を検証することである。具体的には、「行動プロセス A・B・C」に従って、例えば「なぜ、道の駅に立ち寄るのか？」という実験である。第二の展開は、超スマート社会（society 5.0）に相応しい道の駅のプロモーションとして、道の駅を起点にウォーキングコースへつなげる誘導ナッジ効果の実験である。徒歩旅行者の非合理的な行動を解明するため、行動観光学が有意であるかどうかを実証することによって、行動経済学理論の利用可能性ヒューリスティックがもたらす誘導ナッジ効果を検証できる。第三の

展開は、観光者の心理的な距離（解釈レベル理論を援用することによる距離）がもたらす認知バイアスのもとで、行動経済学理論の効果を実証することである。その結果に基づいて、観光者の心理的距離による購買意欲の順序を体系化にすることが期待できる。第四の展開は、人間の欲求を段階ごとに動機付けし分析している理論である欲求5段階説において、それぞれの動機や欲求がもたらす認知バイアスを実証することである。その結果に基づいて、観光者の欲求段階による購買動機の順序を体系化にすることができる。

謝辞

令和6年度調査研究事業では、八島・権他(2025)の執筆者と研究会のなかで議論を重ね、建設的な意見交換を継続的に実施できた。研究メンバー全員に感謝申し上げる。また、本研究との関連では、(株)信濃路の代表取締役である冷水康浩氏の協力がなければ、実証研究が実現できなかった。改めて、多大な貢献に感謝の念を表す。

参考文献

- 橋本和也. (2022). 『旅と観光の人類学「歩くこと」をめぐって』. 新曜社.
- 橋本俊哉編著. (2013) 『観光学全集第4巻 観光行動論』. 原書房
- 平澤紀子. (2023). 『子ども観察力&支援力養成ガイド改正版,』. Gakken.
- 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. 和歌山大学観光学会.
- 国土交通省. (n.d.). 『道の駅案内—概要』. 最終閲覧日 2026年1月27日,
<https://www.mlit.go.jp/road/Michi-no-Eki/outline.html>
- 国土交通省. (1997). 「今後の観光政策の基本的な方向について」『観光政策審議会』諮問第35号(H6.5.24) に対する答申第39号(H7.6.2), <https://www.mlit.go.jp/singikai/unyusingikai/kankosin/kankosin39.html>.
- 国土交通省. (2007). 『観光立国推進基本計画』, https://www.mlit.go.jp/kisha/kisha07/01/010629_3/01.pdf.
- 国土交通省. (2019). 「『道の駅』3ステージ—地方創生・観光を加速する拠点へ」.
https://www.mlit.go.jp/road/ir/ir-council/shin-michi-no-eki/pdf00/suggestion_3rd_stage.pdf
- 国土交通省. (2026). 「『道の駅』の「まちぐるみ」でのリニューアルへの支援を開始！」.
https://www.mlit.go.jp/report/press/road01_hh_001927.html
- 島宗理. (2014). 『使える行動分析学』. ちくま新書.
- 杉山尚子. (2023). 『行動分析学入門』. 集英社新書.
- 内閣府. (2016). 「第5期科学技術基本計画 平成28年1月22日閣議決定」.
<https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/5honbun.pdf>
- 内閣府. (2021). 「第6期科学技術・イノベーション基本計画 令和3年3月26日閣議決定」.
<https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/6honbun.pdf>
- 八島雄士・権純珍・冷水康浩・岩橋克彦・宋謙・小川雅則・井手吉成佳. (2025). 「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～」. 『地域経済』28, 34-46. 和歌山地域経済研究機構.

都市ビジネスデザイン

——関係性のビジネスモデルとしての都市ビジネス——

和歌山大学経済学部

教授 牧野 真也

1. はじめに

筆者はこれまで約10年にわたって、地方都市活性化のための都市ビジネスをデザインしてきた。その際、ビジネスの概念を広く捉えた「関係性のビジネスモデル」という視点から実践的に取り組んできた。その中で筆者は、「人々の関係性に基づいて価値をつくりだす」という点でビジネスとコミュニティは本質的に同形のシステムであり、都市ビジネスのデザインは都市コミュニティの再構築でもあると考えるにいたった。

これまで地方都市活性化は、いろいろな面で試みられてきたが、その多くはうまくいかなかったといえよう。たとえば政策面についてみれば、約20数年前の旧まちづくり3法以来、同新3法や地方創生などが実施されてきたが、それらの成果は期待に応えたものではなかった。なぜなら、今日、都市コミュニティが崩壊しその再構築が求められている中で、多くの試みは既存の枠組みの延命に重点が置かれていたからである。

ビジネスの力を活用し都市（まち）を活性化する試みも多く取り入れられてきた。たとえば長浜市の「黒壁」は旧中心市街地活性化法のモデルケースとなった成功例であるが、これが他のまちづくりに波及することはあまりなかった。なぜならそれは、都市コミュニティを再構築するアプローチではなく、地元有志数名によるトップダウン的で比較的規模の大きい観光ビジネスの実現であったからである。その意味では、地方創生で取りあげられたエリアマネジメントも同様であろう。

筆者は、都市コミュニティ再構築のためには、小さな活動や小さなビジネスそしてさまざまな主体が関係をつくりながら発展していくことが重要と考えている。今日の地方都市においても個別のスマールビジネスの成功例はいろいろとあげられるが、それが他の活動と関係し発展していかないと持続可能とはならない。このような関係に基づくプロセスは、今日のまちづくりやビジネスに広く求められていると考えられる。たとえば、まちづくりの分野で近年注目されているタクティカルアーバニズムは、小さな実践を積み重ね、それが関係をつくり広がっていくことで、まちをつくりかえていく活動である。

ビジネスモデルデザインにおいては個々のデザイナーからその周囲そしてユーザへと広がっていくアート思考が注目を集めている。また、スタートアップにおいては、関係する主体と相互作用し関係をつくりだしていく中で新たな資源を獲得し新たな目的が創発され発展していくプロセスが注目されている。

この稿では、関係性のビジネスモデルの視点に基づき、筆者がこれまでデザインしてきた都市ビジネスについて説明する。

2. 関係性のビジネスモデル

(1) 関係性のビジネスモデルとその構築プロセス

まず、関係性のビジネスモデルについてみていこう。

「ビジネスモデル」はさまざまに解釈される概念であり、さまざまに定義されてきたが、筆者は「人々の関係性に基づいて価値をつくりだすシステム」と考えている。「関係性のビジネスモデル」はとくにその関係性に着目したビジネスモデルであり、関係が要素であり関係が関係をつくり発展していくシステムである。価値はもちろん重要であるが、関係の副産物としてつくりだされる。たとえばプラットフォームビジネスやシェアリングエコノミーはこのようなシステムとみることができよう。

もちろん価値にはいろいろある。ビジネスにおいては経済的価値が重視され、それがゆえにビジネスは力をもってきたが、経済的価値は価値の一部が転化されたものにすぎない。筆者は関係そのものが価値であり他の価値の源泉であり、関係を維持していくことが（もちろん、関係は変化・変質しそれにかかわる主体も変化・変質するが）ビジネスの本質であると考えている。

したがって、関係性のビジネスモデルが構築されるプロセスは、関係がつくりだされそれらを維持していくプロセスとなる。近年のアート思考やエフェクチュエーション (Sarasvathy, 2008) のプロセスはこの点で共通している面がある。

これまで、ビジネスモデルデザインのプロセスはいろいろと提案されてきた。近年では、かつてのビジネスプランのようなウォーターフォール的なプロセスではなく、小さくつづいて顧客のフィードバックを受けながら発展させていくプロセスが半ば常識となっている。さらに今日では、デザイン思考に多く見られる顧客の問題解決を起点とするプロセスだけでなく、デザイナーの発想を起点に関係をつくり広がっていくアート思考的なプロセスが注目されている。

たとえば、エフェクチュエーションが提示するスタートアップのプロセスは、スタートアップが関係する少数の主体と相互作用することから始まり、それぞれの主体が役割を果たすコミットメントがなされ、新たな資源（手段）が獲得されビジネスの目的が創発されることが繰り返され拡大していくプロセスとなっている。

(2) 都市コミュニティの再構築

コミュニティはさまざまであり、いろいろと分類されるが、そこで関係が維持され発展していくことがコミュニティの本質であり、その意味でコミュニティは関係性のビジネスモデルと共通するところが多いと考えることができる。

今日の都市においては、人々の孤立化が進み、地縁・血縁コミュニティや職場(カイシャ)コミュニティが喪失しつつあり、テーマ型の都市コミュニティを再構築する必要性が高まっている。そこでは、人々が主体的に相互作用し個々の役割（居場所）が決まり目的や

価値観が創発される。これは前節の関係性のビジネスモデルと同形のプロセスとみることができよう。

もちろん、都市コミュニティの関係づくりは個別的で多様であり、このことはさまざまな人々の参加を高める要件でもある。たとえば、吉江（2024）は今日の都市のキーワードとして即自性／コンサマトリー、再帰性／リフレキシビリティ、共立性／コンヴィヴィアリティをあげている。これらは個の目的や価値観を尊重し、個が互いに尊重して変化し、システム全体における個（の役割）を尊重することであろう。とすれば、これらは都市コミュニティにおける関係づくりのキーワードとみることにもできる。また、これらは関係性のビジネスモデルの関係づくりと本質的に同じであるといえよう。

もちろん、都市コミュニティにおいては、公共性や包摂性などの点で現状のビジネスと相いれない点があるかもしれない。しかし、次章で少しみるように関係性のビジネスモデルはそれらを取り込みつつあると考えている。

よくいわれるように、まちづくりの担い手としては、行政、コミュニティ、ビジネスの3つをあげることができる（小林，2008）。関係性のビジネスモデルは、それらのうちのコミュニティとビジネスを包括する、いかえればこの2つを止揚したシステムであると筆者は考えている。

3. 都市ビジネスデザインの例

筆者はこれまで、関係性のビジネスモデルの視点からいくつかの都市ビジネスをデザインしてきた。うち和歌山市中心市街地を対象としたビジネスとしては、ハンドメイド雑貨店や食の商店街（牧野，2017）、旅行代理店（牧野，2018）、コワーキングスペース（牧野，2020）などがある。ここでは、それらの中から、ハンドメイド雑貨店とコワーキングスペースの2つについて説明し、そこでの関係づくりについてみる。

また、これらの都市ビジネスのデザインはアイディエーション中心であり、実現に向けてフィールドワークや実現方法・事業性についてもある程度検討しているが、実現に至ったビジネスはない。したがって、実現のプロセスにおける関係づくりの検討の多くについては今後の課題と考えている。

(1) 和歌山市中心市街地と中心商店街

以下説明する都市ビジネスは、和歌山市の中心市街地とりわけ中心商店街を対象として考えている。和歌山市の中心市街地活性化計画（和歌山市，2007）では、次ページ図1の丸点線で囲った地区を中心市街地としている。また、同計画では、ぶらくり丁商店街を中心商業地として位置づけている（図1の薄い赤色で面塗りしている地区）。ぶらくり丁商店街（総称）は、本町商店街、ぶらくり丁商店街（振興組合）、中ぶらくり丁商店街、東ぶらくり丁商店街、ぶらくり丁大通り商店街、北ぶらくり丁商店街の6つの商店街組合からなる連合会の通称である。ぶらくり丁商店街（総称）は200数十におよぶ店舗が連坦し形成された商店街で、全国的に見てもかなり大規模な商店街である。

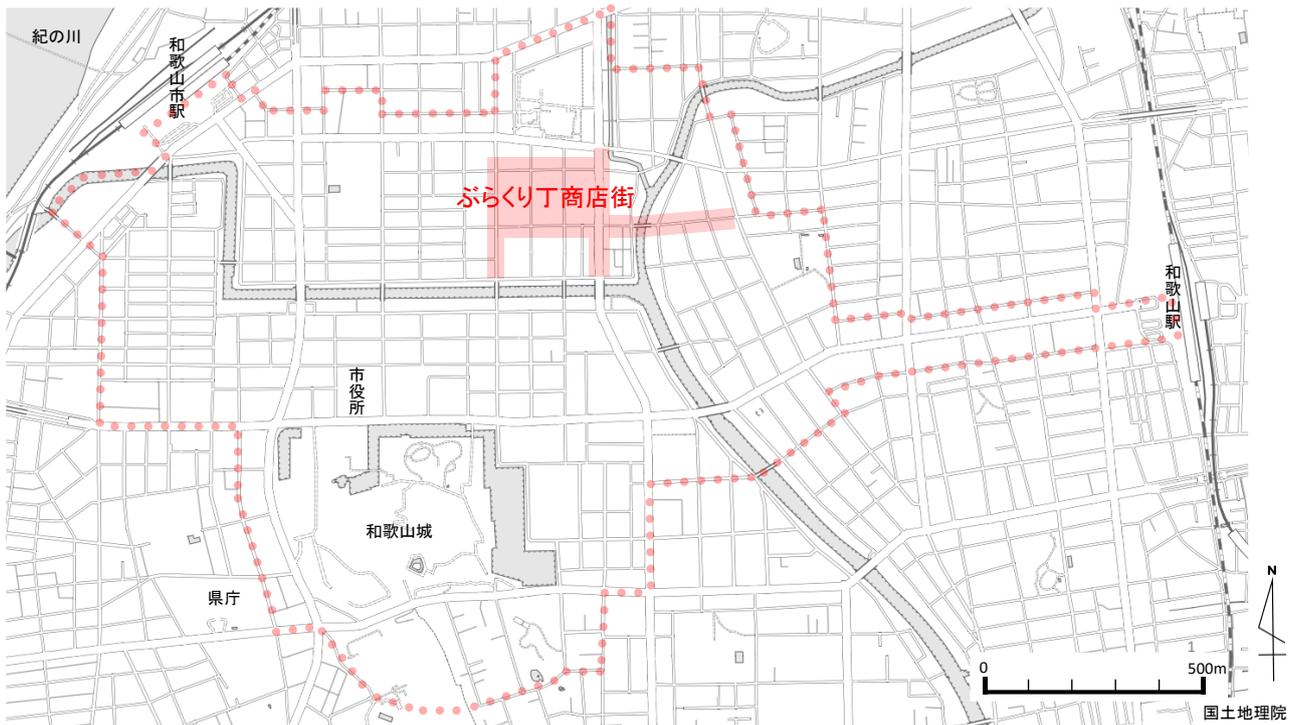


図1 和歌山市の中心市街地と中心商店街 [国土地理院の白地図を用いて作成]

(2) ハンドメイド雑貨店

ぶらくり丁商店街の1つである北ぶらくり丁商店街は、もともとジュエリー系やファッション系の店舗が多かった商店街である。同商店街ではそのような街づくりを目指し、2010年代には定期的なイベントも実施していた(「マルシェドプティパ」というイベントを計15回開催した)。当時のその構想を視野に入れ、商店街のほぼ中央に70坪ほど(間口10間×奥行き7間ほど)の建築面積をもつハンドメイド雑貨店をリノベーションでつくることを考えた(図2)。

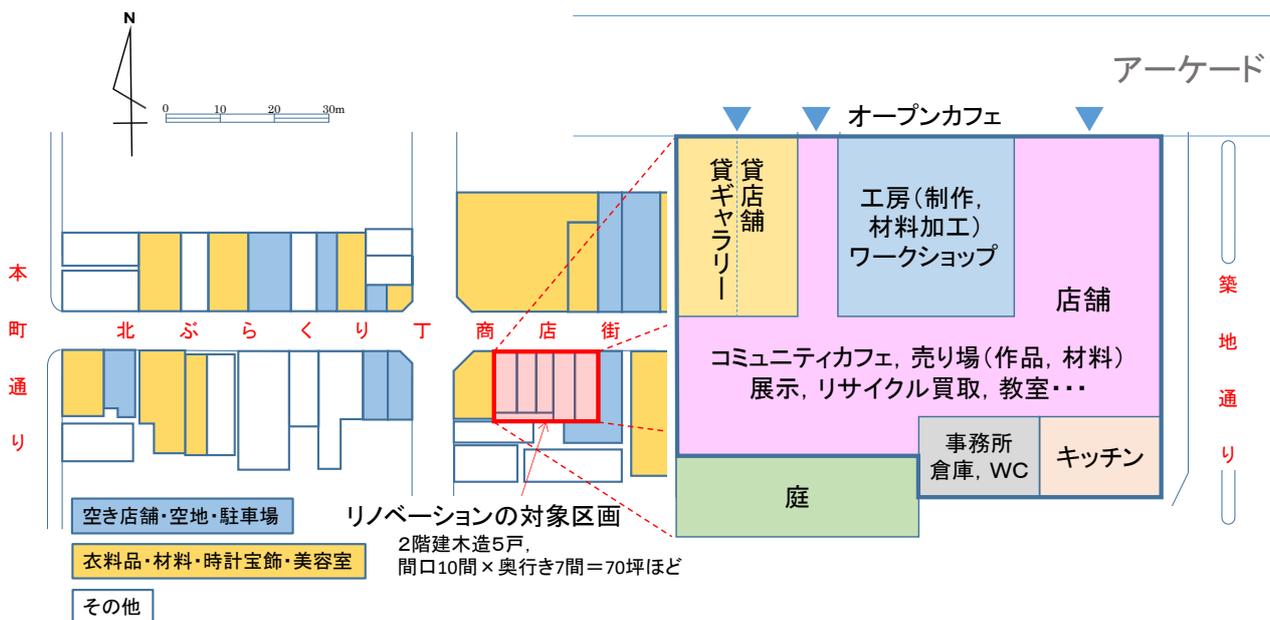


図2 ハンドメイド雑貨店のリノベーション案 [牧野(2017)から作成]

今日、ハンドメイド雑貨の市場規模は巨大とみられている。国内のインターネットマーケットプレイスだけで数百億円規模であり、どこまでをハンドメイド雑貨とみるかは難しいが、国内で数千億円規模とみられている（「株式会社クリーム事業計画及び成長可能性に関する事項，2026年2月期」より）。ハンドメイドに関心のある人々も多く、一説によるとハンドメイド作家は国内で2千万人ともいわれている。

さらに、ハンドメイド雑貨に関わる人々は多様である。ハンドメイド雑貨を作りたい人だけでなく、購入したい、販売したい、つくり方を習いたい、作品をみてもらいたい、材料を購入したい、仲間と交流したい、一緒につくりたい人などさまざまである。

したがって、ハンドメイド雑貨はいろいろな関係をつくりやすい製品といえる。このビジネスでは、こうした関係づくりを促進する働きをもった店舗をデザインし、さらにそこから関係が店舗外へ広がっていくことを期待し調査した（図3）。

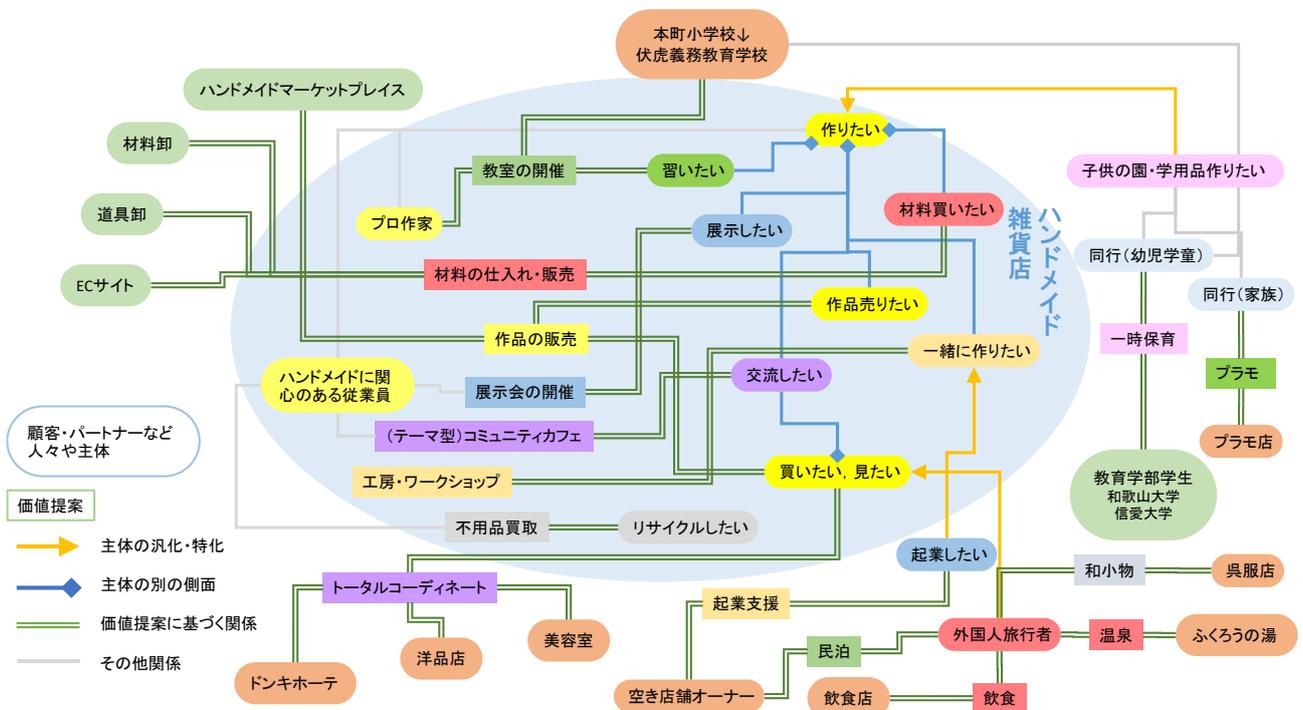


図3 ハンドメイド雑貨店とその周辺で関係する主体 [牧野 (2017) から作成]

ハンドメイド雑貨は、つくり手と使い手をはじめさまざまな立場の人々が近接していて、両者が同じであることも多い製品であるが、今日ではこうした特性は多くの製品・サービスにみることができる。

理論面でみると、S-D ロジック (Service-Dominant Logic; Lusch=Vargo, 2013) ではすべての主体は「サービス」(無冠詞単数の service で他の主体のために何かを行なうプロセス)を交換し合う対等な「アクター」である。この理論はマーケティング由来であるが、モノ (Goods: 財) を中心としたこれまでの考え方 (彼らは G-D ロジック: Goods-Dominant Logic と呼んでいる) に代わるグランドセオリーになりうると考えられる。

S-D ロジックでは、すべての製品・サービス (services: 通常のサービス) をこの枠組み

で捉えていて、そこでは生産者から消費者に一方向的に財が提供されるとは考えない。都市コミュニティにみられる公共性・包摂性の高い活動においては、このような、あらゆる人がアクターであり相互に関係しあう価値づくりをしばしばみいだすことができる。たとえば、介護ビジネスは、ヘルパーとヘルピーが相互に関係しあい価値をつくり出す、たとえば喜びを分かち合うようなビジネスになるべきであろう。そうでないと悲惨な事件をひき起こしてしまうこともある。このような関係は都市ビジネスに多くみられる。関係性のビジネスモデルとしての都市ビジネスの射程は長いと考えられよう。

(3) コワーキングスペース

ぶらくり丁商店街では空き店舗や空地が相当な割合で存在し問題化している（図4）。この状況は和歌山市の中心市街地において広くみられる。全国の地方都市は同様の状況であろう。



図4 ぶらくり丁商店街（匠町，中ノ店中ノ丁）の現況 [2026年1月8日調査]

このような空き店舗の活用はこれまでいろいろと試みられてきた。たとえば、リノベーションによる活用は和歌山市の政策としても実施されてきた（「わかやまリノベーション推進指針」など）。リノベーションの中には成功例とみられているものがあるが、それらが持続可能であるかどうかは疑問である。個別の成功、たとえば個店などが成功することはもちろん重要であるが、それが他の主体と連携して発展していくことで持続可能になると考えられる。

そこで、和歌山市に面的に広がっている空き店舗を活用すると同時に、主体間の関係や連携を促進する仕組みを取り入れたビジネス「まちに溶け込むコワーキングスペース」を考えた。

このビジネスでは空き店舗をコワーキングスペースとして活用する。コワーキングスペースとは、さまざまな立場の人々がオフィスや会議室、その他設備を共有して働くスペースであり、人々の交流やコラボレーションなども可能なスペースである。今日の大都市におけるコワーキングスペースでは、オフィスビルの広いフロアを借り上げて、そこにさまざまな形態のオフィスや交流のためのエリアをつくり、さらに利用者間のコラボレーションをコーディネートすることによってオープンイノベーションを創出しようとしている。しかし、オフィス以外にコストがかかり利用料金は割高となり、その一方でその効果ははっきりしない。

このビジネスでは、街なかの空き店舗オーナーを中心とするさまざまな主体が自発的に参加しコワーキングスペースをつくりだす。オーナーそれぞれが空き店舗をリノベーションしてさまざまな形態のシェアオフィスを提供する。一方、コラボレーションの機能は、本来「まち」が備えているもので、たとえばカフェや飲食店、その他施設などが、それぞれのケイパビリティを発揮することによって提供できると考える。さらに中心商店街の空き店舗には低層の小規模店舗が多いこともあり、街なかのリソースを活用しやすいとも考えられる（図5）。

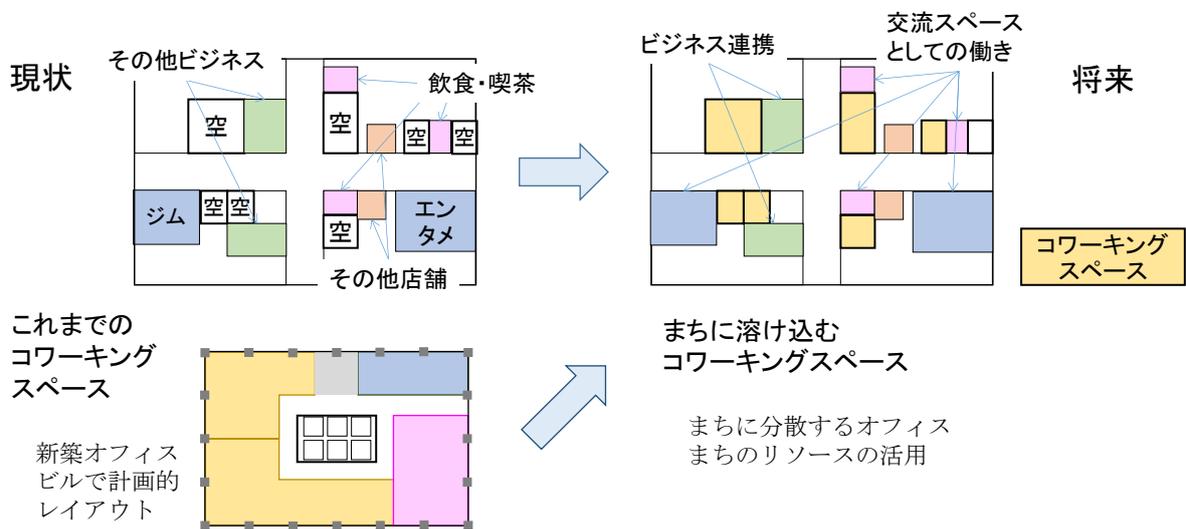


図5 まちに溶け込むコワーキングスペース [牧野 (2020) から作成]

全体を統括する事業主体は、それぞれの参加主体を結びつけ、そこからの仲介料や管理料、ロイヤリティなどを収益にすることを考えている（次ページ図6）。

また、スタートアップにおいて必要となる法務や財務、会計、金融、経営などの支援については、近隣の官庁街を中心に立地している法律事務所や会計・税理士事務所、金融機関などを結びつける。

このビジネスでは、まちのさまざまな主体がそのケイパビリティを發揮しコワーキングのサービスを提供する。さらにこのことが新しい主体の参加を促し発展していく。その結果、低コストで質の高いコワーキングをスケラブルに提供できると考えている。

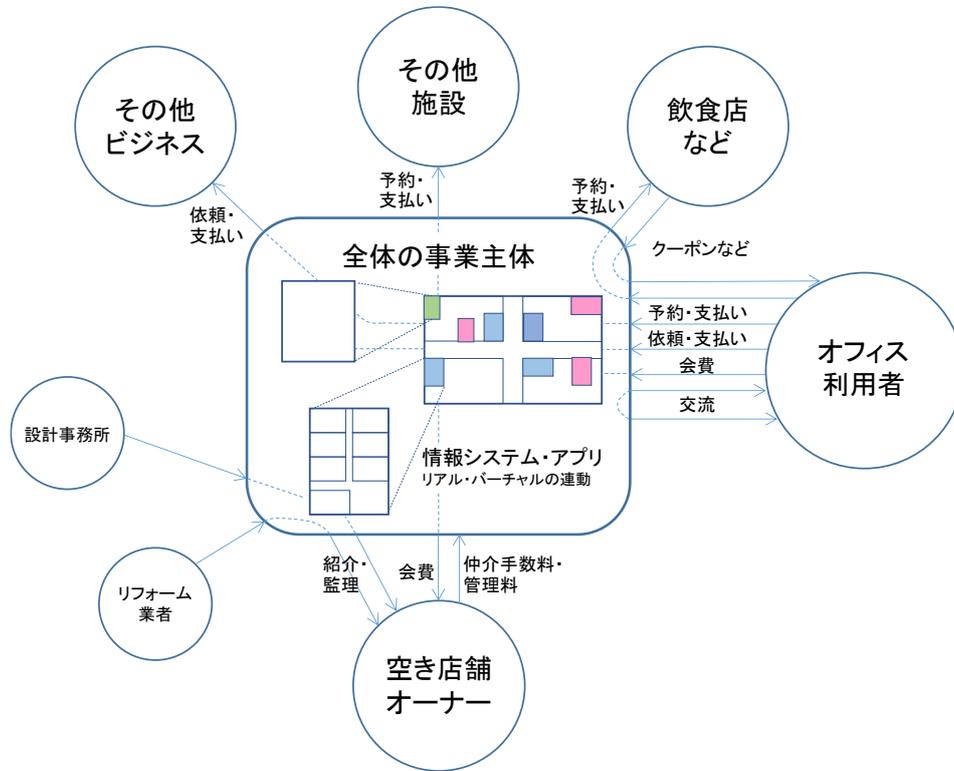


図6 コワーキングスペースビジネス全体のイメージ [牧野(2020)から作成]

一方、和歌山市は県庁所在地で中核市でもあるので、イノベーションで重要となるサービスプロバイダ的な主体(上述の法務や財務、会計、金融、経営などをサービスする主体)も多く立地し、公的機関や大学、美術館、博物館、図書館など公的な文化施設も多くある(次ページ図7)。また、大都市に比べて地価も十分に低く、交通面でも大阪市からそう遠くなく関西国際空港にも近いので、今後イノベーションシティとして発展していくことが十分可能ではないかと考えている。

4. おわりに

以上、都市ビジネスデザインについて、関係性のビジネスモデルの視点からみてきた。筆者は、小さい活動が関係して発展していくビジネスが、今日の都市では必要であり、そのことが都市コミュニティの再生にもつながると考えている。活動の粒度が小さいことによって主体的な参加が高まっていき、そこに近接している社会性・公共性も実現しやすくなると考えている。

ここでは2つのビジネスを紹介したが、ハンドメイド雑貨店は自然にコミュニティが広がることをサポートするビジネスで、コワーキングスペースがそのための枠組みも含めて提供するビジネスである。

一方、ここで説明したビジネスは実現に向けて考えたものではなく、実現段階に至ったものではない。関係づくりのプロセスは実現を伴ってこそわかることが多いと考えられる。今後機会があれば、ビジネスの実現に向けて関係主体に働きかけていきたい。

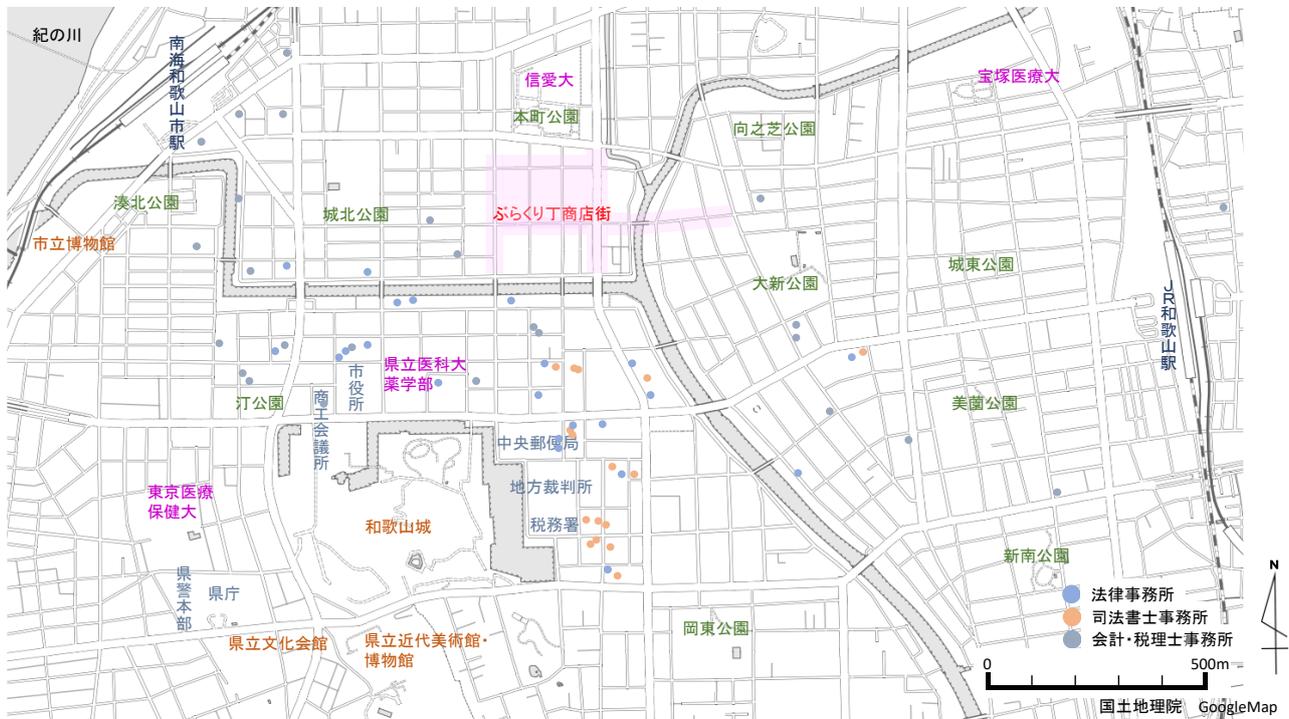


図7 和歌山市中心市街地の公共施設・サービスプロバイダ

[Google Map の検索結果をプロットした]

参考文献

- 小林重敬 (2008)『都市計画はどう変わるか—マーケットとコミュニティの葛藤を超えて—』学芸出版社。
- Lusch, R. F and Vargo, S. L. (2014), *Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities*, Cambridge University Press. (井上崇通監訳, 庄司真人・田口尚史訳『サービス・ドミナント・ロジックの発想と応用』同文館出版, 2016。)
- 牧野真也 (2017)「和歌山市中心市街地における商店街ビジネスのデザイン—『ハンドメイド雑貨店』および『食の商店街構想』—」『地域研究シリーズ』(和歌山大学経済学部) 53号。
- 牧野真也 (2018)「シェアリングエコノミーによる商店街ビジネスのデザイン」『経済理論』(和歌山大学経済学部), 393号。
- 牧野真也 (2020)「まちに溶け込むコワーキングスペース—アフターコロナの都市ビジネスデザイン—」*Working Paper Series* (和歌山大学経済学部), 20-02。
- Sarasvathy, S. D. (2008), *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*, Edward Elgar Publishing. (加護野忠男監訳, 高瀬進・吉田満梨訳『エフェクチュエーション—市場創造の実効理論—』碩学舎, 2015。)

和歌山市（2007）『和歌山市中心市街地活性化基本計画』 http://www.city.wakayama.wakayama.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/002/256/menu_1/gyousei/toshisaisei/kihonkeikaku/data/kihonkeikaku_h230331.pdf。

吉江俊（2024）『〈迂回する経済〉の都市論—都市の主役の逆転から生まれるパブリックライフ—』学芸出版社。

本論文は、社会・経済システム学会第44回大会（2025年10月18・19日開催）における筆者の報告「都市ビジネスのデザインとコミュニティ」をもとに執筆したものです。また、本論文にはJSPS科研費JP19K01859の成果を含みます。

地域経済との共創と研究の深化を目指して

和歌山大学経済学部

学部長 金川 めぐみ

1. はじめに

和歌山大学経済学部は、地域に根差した実践知と学術研究の両輪を強化しつつ、教育・研究・社会連携の各面で新たな展開を進めている。学生の教育においては現在、学部5プログラム制、大学院7プログラム制を基礎に、経済学・経営学・会計学・法学・情報学をクロスオーバーする学びを深化させ、問題解決型人材の育成を一層推進している。

経済学部の歴史は古く、源流は1922年創立の旧制和歌山高等商業学校に遡る。実学志向の商学教育は新制大学への移行後、今も経済学部の伝統として受け継がれている。2022年には学部創設100年を迎えた。

また経済学部同窓会組織である柑芦会は、こうした歴史を支える強固な人的基盤であり、約3万に及ぶ会員と国内外24支部を擁し、学生の就職・奨学支援や学部寄附講義、「香村賞」ビジネスプラン（現：学生挑戦コンテスト）への関与、各種講演会の開催など多面的に経済学部を支えている。

2. 学生主体の学びによる地域経済との共創

実地調査や自治体・企業との連携を通じ、学生が地域課題の把握から提言に至る一連のプロセスを経験する機会が拡大している。2025年には、白浜町での「ポスト・パンダ」を見据えた観光地・まちづくり提言（足立ゼミ）や、大阪・関西万博における未来の交通等のあり方の検討（辻本ゼミ）、社会保障合同ゼミによる「働き方と社会保障（法）」の政策提言（金川ゼミ）が行われた。これらはフィールドワークとアクティブ・ラーニングが結びついた成果であり、地域の将来像を学生目線から分析する実践が定着している。

また学生の対外的な成果としては、Sカレ（Student Innovation College）において2024年のプラン優勝・学生賞、2025年のテーマ1位・プラン3位などが続き、マーケティング分野において実践と理論を往還する学びが学外でも評価されている。

教育面では、企業会計・税法プログラムをはじめとする専門教育が、簿記・税務系資格の取得や会計・税務の専門職志向を見据えた学修につながっている。また先述の学内アントレプレナーシップ教育部門における学生挑戦コンテストにおいて、2025年度は同コンテストで、経済学部生の企画が「夢あるイノベーション賞（香村賞）」に選ばれるなどの活躍を見せた。

このような学生主体の学びを促進するため、実際の経済活動を講義中に体感する取り組みも進めている。2025年秋の講演会では、公正取引委員会による独占禁止法の概要と中小

企業・フリーランスの取引環境整備に関する取り組みが紹介され、競争政策と地域ビジネスの関係を学ぶ機会が提供された。同時期には地方創生を主題とする講演会も開催され、産官学の知見交換が進展している。

3. 組織的研究の深化と研究力の向上

研究面では、学部内に新設された経済分析ユニットを核に研究会活動が活発化している。2025年9月の第1回経済分析研究会では、税制・教育投資・R&Dと経済成長をめぐるマクロ分析が議論され、2026年2月の第2回では、デジタル金融や産業ロボット導入が雇用・生産性・賃金に与える影響を実証的に検討する報告が行われた。さらに、2026年3月には「労働と社会」を主題とする第3回の開催が予定されている。このように近年の経済社会トレンドとして耳目を浴びるデジタル化・自動化・労働のトピックスを軸に、若手研究者を中心に組織的な知の蓄積が進んでいる。

さらに学術コミュニティ形成という観点では、経済学会による継続的な研究会が実施され、経営・会計・公共政策など多領域の報告が行われている。2025年度以降も人材配置・キャリア形成、戦略的イノベーション、英米法と競争政策といった多彩なテーマが取り上げられ、若手からベテランまでの活発な研究対話の場が設けられている。

国際的な研究交流という点では、2004年より和歌山大学経済学部は中国山東大学経済学院と学術交流を行っている。コロナ以降中断していた学術交流が2024年度より復活し、本年度は和歌山大学経済学部の教員が、山東大学経済学院で研究発表を行った。

個人研究の成果も着実である。企業家史分野では、長廣利崇教授が製靴産業における技術革新を扱った論文により「企業家研究フォーラム賞（論文の部）」を受賞し、学術的評価の裾野を広げた。歴史・経営・技術の交差点に着目した当該研究は、地域産業の発展プロセスを読み解く上でも示唆が大きい。さらに2024年には辻本勝久教授の著書『SDGs時代の地方都市圏の交通まちづくり』（学芸出版社、2023年3月刊行）が三井住友海上福祉財団奨励賞と日本地域学会（令和6年度）第33回学会賞著作賞をダブル受賞している。

4. おわりに

以上のように、和歌山大学経済学部は、地域経済との協働、実証研究の推進、プログラム制による教育の進化、組織的研究力の向上を通じて、「地域に根差す総合知」を磨き上げている。今後は各教員の研究成果を地域の政策設計や企業の意思決定に実装する循環を強化しつつ、和歌山県内の地域経済に学術的視点からさらに貢献していきたい。

また学内外の連携プラットフォームを活用し、学生・教員・地域のステークホルダーが共に学び合う生態系を深化させることで、地域と世界をつなぐ知の結節点としての役割を一段と強めていきたい。

観光地域マネジメント専攻の設置とその意義 ——和歌山大学大学院観光学研究科の挑戦——

和歌山大学観光学部／研究科

教授 大浦 由美

I はじめに

観光をめぐる社会的情勢は、この十数年で大きく変化し、人口減少や地域社会の担い手不足、環境・文化への配慮、災害や感染症への対応など、観光地域を取り巻く課題は複雑化している。いま求められているのは、観光を単なる集客や消費拡大の手段として捉えるのではなく、地域の資源を活かしつつ、多様な主体間の協働を促しながら、持続可能な地域のあり方を構想し、実践に移すことのできる人材である。2023年に開設した観光学研究科観光地域マネジメント専攻は、そのような課題意識に基づく専門職大学院である。本稿では、設置の背景とカリキュラムの特徴、地域・産業界との連携の下で展開される教育の狙いを紹介する。

II 設置の経緯

本専攻の設置背景には、観光地域マネジメントを担う高度専門職業人に対する社会的要請の高まりがある。観光が国家戦略や地域振興政策の柱とされる一方、オーバーツーリズムや地域社会との摩擦、環境負荷、コロナ禍を経た観光地域のあり方の見直しなど、課題は複合化している。そこで本専攻では、①地域価値の創造実現能力、②地域社会との協働的関係性構築能力、③データ分析に基づく戦略的意思決定能力という3つのコンピテンシーを備えた「観光地域共創人材」の育成を掲げ、新たな専攻の設置に至った。

観光学部においてはこれまでも「地域連携プロジェクト（LPP）」など、地域の自治体や団体、企業等と連携した実践教育を通じた学びを重視してきた。本専攻は、そうした教育研究の蓄積を基盤としながら、その成果を観光地域づくりの実践へとより確かに接続するために構想されたのである。

III カリキュラムの特徴

本専攻の新設に伴い、観光学研究科博士前期課程の入学定員は、従来の14名から、博士前期課程6名、観光地域マネジメント専攻10名へと再編された。あわせて、前者はより学術的・国際的なカリキュラムのもとで研究能力の育成に力点を置く課程へと改編する一方、後者は理論と実践を架橋しつつ、観光地域の現場で構想と実装を担う観光地域共創人材の養成を中核に据えた教育課程としている。

カリキュラムの特徴は三点ある。第一に、本学の観光学の学術的基盤に基づき、現場経験豊かな教員等による指導のもと、高度な専門的マネジメント能力を涵養する体系的カリキュラムを備えている点である。教育課程は、基盤科目、専門科目、実践科目から成り、地域課題や社会課題の理解、地域固有の資源の価値化、情報の収集・整理・分析と戦略的意思決定へと、段階的に学びを深める構造となっている。

第二に、地域と連携した高度な実践型教育を中核に据えている点である。二年次に配置された「観光地域プロジェクトⅠ・Ⅱ」および「プロフェッショナルライティングⅠ・Ⅱ」では、学生は約2ヶ月間、DMOなど地域の現場に入り、実地研修を通じて課題に向き合い、その過程と成果を報告書等の成果物としてまとめる。プロジェクトの過程と成果を、省察を伴う実践として構造化し、地域課題の解決に向けた知として結実させることを意図している。

第三に、社会人学生にも学びやすいハイブリッド型教育を導入している点である。対面とオンラインを組み合わせ、録画によるオンデマンド受講や課題へのフィードバックを通じて、多様な学修機会の確保を図っている。

Ⅳ 現状と課題

本専攻は着実に学生を受け入れており、第1期生10名、第2期生10名、第3期生9名が入学した。入学者は学部からの進学者に加え、地方自治体・地銀等、旅行・運輸等の観光関連産業、その他民間企業など多様な背景を有する。さらに今年度から厚生労働省の教育訓練給付金の対象となり、今後の志願者確保への効果も期待される。

修了後は元の職場に戻る社会人学生が多いが、DMOやホテル、専門性の高い旅行会社への転職・就職に至る例もあり、本専攻での学びが、その後の実務やキャリア形成に結びついていることがうかがえる。

一方で、安定的な志願者確保は引き続き課題である。また、観光地域プロジェクトは、学生の問題関心や実務経験、受入地域の条件や課題に応じて組み立てる個別性の高い教育である。そのため、実習受入先の確保にとどまらず、日常的な地域との関係構築を通じて、学生と地域の双方にとって意義あるプロジェクトを設計していくことが不可欠である。

Ⅴ おわりに

観光地域マネジメント専攻の設置は、観光学研究科にとって、教育研究の蓄積を地域の実践へ接続する新たな挑戦である。観光地域をめぐる課題が複雑化する今日、本専攻の取り組みは、地域社会に開かれた大学院教育のあり方を問い直し、観光学の知を社会に活かしていく新たな道筋を示すものとして位置づけられるだろう。

注：本専攻の詳細については、和歌山大学観光学部ホームページを参照されたい。



(一財) 和歌山社会経済研究所の活動内容について

一般財団法人和歌山社会経済研究所
常務理事・事務局長 増田 浩

1. はじめに

一般財団法人和歌山社会経済研究所（以下、当研究所）は、1981年9月に財団法人和歌山社会経済研究所として、和歌山県をはじめ県内市町村、民間企業等の出捐により設立（2013年4月に「一般財団法人」へ移行）し、今日までの44年の長きにわたり、行政・関係団体・企業・賛助会員のご協力とご支援をいただきながら、和歌山県唯一の総合シンクタンクとして、地域の諸課題の解決に取り組んでいる。

しかしながら、当研究所の活動状況については、長年の業歴や多種多様な活動実績があるにも関わらず、十分には認知されていない状況にあり、本稿においては、改めて、当研究所の概要や最近の活動内容についてご紹介したい。

2. 当研究所の概要

当研究所の概要は下表のとおりである。職員は、行政や民間企業などから集まった異なる経験・知識、専門分野を持つ多彩な人材で構成している。

(2026年1月末現在)

名 称	一般財団法人和歌山社会経済研究所
設 立	1981年9月25日（2013年4月1日一般財団法人へ移行）
所在地	和歌山市本町二丁目1番地フォルテワジマ6階
機 関	理事9名 監事2名 評議員8名 顧問2名 研究委員22名
職 員	23名（出身：和歌山県庁、紀陽銀行、花王、J A和歌山、南海電鉄他）
賛助会員	183先

3. 最近の活動内容

当研究所は、研究機関として地域の社会経済分野に関する様々な課題をテーマに研究活動を行うとともに、これらの研究成果も活用しながら、県内自治体が発行する各種計画策定や各種調査の支援業務のほか、様々な課題解決を目的としたコンサルティング業務に取り組んでいる。

(1) 「持続可能なまちづくり」に関する取り組み

県内市町村の「まちづくり」に関する最上位計画である「長期総合計画」「総合戦略」「人口ビジョン」などの策定支援のほか、農業分野、環境分野、空き家対策、健康・福祉分野、子育て分野、廃校活用、およびBCP（業務継続計画）や防災分野まで、多岐にわたる分

野に関する計画策定支援を実施している。

また、各種調査・分析業務として、様々な目的の住民・企業団体アンケート調査、対面ヒアリング調査、先進事例調査、および調査結果の分析業務を実施している。

更に、当研究所は、和歌山県より「わかやま移住定住支援センター」の運営事業を2022年6月より受託しており、県外から県内への移住定住推進や二地域居住推進などに加え、空き家利活用推進にも取り組んでいる。

（２）「産業の活性化」に関する取り組み

「産業の活性化」に関する取り組みとしては、観光・イベントに関する調査や企画のほか、それら実施に関する経済波及効果測定、また、企業のサステナビリティ経営支援を目的としたSDGs経営導入支援、および企業の環境配慮に関する取り組みや社会課題解決に関する取組み状況に対する第三者評価などを実施している。

（３）「情報発信」に関する取り組み

刊行物による情報発信としては、県内の中小企業2,000社に対し、四半期ごとに経営状況や景況感のほか、物価上昇や賃上げ等、足許の経営課題への対応状況をアンケート調査し取りまとめた景気動向調査報告書を作成している。また、当研究所研究員の研究成果に加え、県内自治体、大学教授、企業経営者、報道機関等の方々に寄稿いただき編集した機関紙「21世紀 WAKAYAMA」を年3回発行している。これら刊行物は、県内自治体、各種団体や他研究機関、当研究所の出捐者、賛助会員などに配布するとともに、当研究所のホームページにて公表している。

その他、当研究所は、年1回各界の著名な講師をお招きし、地域振興に関するテーマ等の講演会を実施している。また、当研究所の研究員が講師となり、「地域経済」「サステナビリティ経営」「ものづくり」「防災・減災」などをテーマに講演を実施している。

（４）その他の取り組み

「その他の取り組み」としては、様々な社会課題解決に取り組める人材づくりを目的に、2024年度より和歌山大学大学院生2名を長期インターンシップ生として受け入れた。また、2025年度は和歌山大学と「高度専門型インターンシップに関する連携協定」を締結し、高度専門型インターンシップ生として同大学大学院生1名を受け入れた。

4. おわりに

当研究所が設立された1981年当時と比べ、和歌山県を取り巻く環境は、現在大きく変化している。しかしながら、当研究所の使命は設立当初の「和歌山県の県勢発展に寄与すること」から変わらない。当研究所は、今後ともこの使命に沿い、正確かつタイムリーな地域経済や諸課題の実態把握に努めるとともに、県内自治体や地域の皆様とともに考え行動し、産業経済の振興と地域社会の発展に寄与すべく努力を重ねていく所存である。

以上

和歌山商工会議所地域開発委員会

「干潟を活かした地域づくり」

～和歌の浦干潟のラムサール条約登録に向けて～



和歌山商工会議所
企業支援部経営支援課
(地域開発委員会担当)

主幹 中浴 正隆

これからのまちづくりにおいては、環境と人々を結び付けた取組が必要であり、特に、自然環境の保全と地域活性化を両立させる「持続可能な観光地域づくり」が、今後の和歌山の発展に欠かせない要素だと考えている。

和歌山商工会議所 地域開発委員会（委員長：榎南北 樫畑直尚）では、その象徴的な取組の一つとして、「和歌の浦干潟のラムサール条約登録」を目標に掲げ、活動を開始した。

1. ラムサール条約の概要

ラムサール条約（正式名称：特に水鳥の生息地として国際的に重要な湿地に関する条約）は、1971年にイランのラムサールで採択された国際条約です。湖沼、河川、干潟、マングローブなどの湿地は、生物多様性の保全、水質浄化、防災など多様な機能を有しており、本条約は、こうした湿地の保全と持続可能な利用を目的としている。

2. 条約登録に向けた取組の意義

ラムサール条約登録に向けた取組は、自然環境の保全にとどまらず、地域自らが和歌山の魅力を再認識することでシビックプライドの醸成につながる。また、野鳥観察や自然散策など、環境に配慮したエコツーリズムの推進は、観光の魅力向上と地域経済の活性化をもたらす。

さらに、湿地の保全・再生は、生態系のバランス回復や希少種の保護にも寄与し、次世代へ豊かな自然環境を引き継ぐことが期待される。

3. 和歌の浦干潟の価値と特徴

和歌の浦干潟は、約47ヘクタールの面積を有し、近畿地方最大クラスの規模を誇る干潟である。また、環境省の「重要湿地」にも選定されており、エビ・カニ・貝類などの底生無脊椎動物が多数確認されるなど、生物多様性に富んだ干潟として知られている。また、ワカウラツボをはじめとする複数の絶滅危惧種（国・県レベルの指定を含む）が生息しており、学術的にも高い価値を有している。

さらに、和歌浦は万葉集にも詠まれた歴史ある景勝地で、平成 29 年には「絶景の宝庫和歌浦」として日本遺産に認定されている。

4. これまでの主な取組

地域開発委員会では、令和 7 年 7 月 18 日に「和歌の浦干潟のラムサール条約登録に向けて」をテーマとしたキックオフシンポジウムを開催した。和歌山大学教育学部の古賀庸憲教授、奈良女子大学名誉教授であり和歌山県立自然博物館長の和田恵次氏から、和歌の浦干潟の生態学的価値について講演をいただいた。



榎畑地域開発委員長の挨拶

あわせて、パネルディスカッションでは、南紀熊野ジオパークセンターの本郷宙軌氏より、既にラムサール条約に登録されている串本沿岸海域の事例紹介が行われ、地域における保全活動の実践例が共有された。



古賀教授による基調講演



和田名誉教授による基調講演



パネルディスカッションの様子

5. 行政との連携と今後の方向性

令和 7 年 12 月 1 日には、地域開発委員会の榎畑委員長、杉本副委員長と田中専務理事が和歌山県庁を訪れ、「和歌の浦干潟のラムサール条約登録」に向けて宮崎知事との情報交換を行った。



ラムサール条約登録にあたっては、行政（国・県・市）の理解と協力が不可欠である。まずは、環境省「自然共生サイト」への登録を目指し、そこから OECM（国立公園などの自然保護地域以外で、生物多様性保全に効果的に寄与する地域）への登録が第一歩となる。

引き続き、関係機関と連携しながら、ラムサール条約登録に向け、段階的に取組を進めて行こうと考えている。

6. 今後の取組と協力をお願い

今後は、「和歌の浦干潟観察会」（和歌山大学教育学部生物学教室・わかひがた倶楽部）との連携をはじめ、セミナーや啓発活動を通じて地域の理解と機運醸成を図り、令和 8 年度から本格的な活動を展開する。

和歌山商工会議所では、関係機関や地域の皆さまと協力しながら、和歌の浦干潟のラムサール条約登録に向けた取組を着実に進める。

和歌山地域発展に貢献する価値共創に関する研究 —— ミクロとマクロのアプローチから ——

研究会代表 佐野 楓

【和歌山大学観光学部教授】

概要

本研究では、白浜町の関係人口と町内の定住人口が交流するコミュニティである「アグリ・スマートシティ」の価値を検証すること（研究 A）、及び和歌山県の観光客を増やすと同時に、一部の観光地に集中する観光消費を分散させる方策を検討すること（研究 B）を目的としている。

【研究 A】

◆ 調査概要

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。

◆ 主な分析結果

関係度合いについて、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、地域課題への関心が強くなる傾向が見られる。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。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。交流人口の居住地と定住人口・関係人口が感じる白浜町の地域比較について、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。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。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。

【研究 B】

◆ 調査概要

ナビタイム・ジャパンが訪日外国人の携帯位置情報から推計した観光流動データ（2019 年）と、総務省が公表している外国人延べ宿泊者数から推計した観光消費データを用いて、

和歌山県における観光消費の空間的波及について分析を行った。

◆ 主な分析結果

和歌山県では、和歌山市、白浜町、那智勝浦町等が観光拠点となっていることが、空間的波及分析の結果からも明らかになった。和歌山市の観光消費は白浜町や那智勝浦町に空間的に波及するのに対して、高野町の観光消費は和歌山県内にあまり波及していない。高野町だけで観光消費を行って和歌山県を離れる外国人観光客を減らしていくことが大きな課題であると言える。また、白浜町での観光消費は和歌山市に波及し、那智勝浦町での観光消費も白浜町や和歌山市に波及している。これらの拠点を中心にして観光する外国人観光客が多いことから、その拠点性をさらに高めることが重要であると考えられる。

その他の観光地については、かつらぎ町、橋本市、海南市など、和歌山県北部での観光消費は和歌山市への空間的波及が大きいことも明らかになった。これらの観光地は和歌山市に鉄道でアクセスできることから、その連携を強化すれば空間的波及をさらに大きくすることができるものと考えられる。また、田辺市の観光消費は白浜町や那智勝浦町に波及している。和歌山県南部は交通ネットワークが十分とは言えないが、田辺市は和歌山県南部を周遊する上で重要な観光地になっている。一方、新宮市での観光消費は那智勝浦町に比較的大きく波及している。新宮市と那智勝浦町は空間的に近いことがその原因である。しかし、その他、和歌山県南部の観光地については、空間的に分散していることから、観光消費の空間的波及を大きくしていくためには、近畿自動車道紀勢線の全線開業等、交通ネットワークの改善が必要不可欠であると言える。

メンバー

阿部 信一	株式会社 ANA 総合研究所
奥田 隆明	南山大学・経営学部
香月 義之	和歌山大学・観光学部
佐野 宏樹	立命館大学・経営学部
辻本 勝久	和歌山大学・経済学部
永田 修一	関西学院大学・商学部
フスナ ザイナル アビディン	和歌山大学・観光学部
増田 央	京都外国語大学・国際貢献学部
森 孝司	株式会社 ANA 総合研究所
八島 雄士	和歌山大学・観光学部

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

研究会代表 八島 雄士

【和歌山大学観光学部教授】

概要

地元農作物や特産品，お土産などの販売を含む観光拠点のみならず，地域交流や防災の拠点などドライブツーリズムのハブともなっている道の駅を事例に，行動経済学理論を効果的なプロモーションに応用することに焦点をあて，シンポジウム開催を通じて議論し，地域経済の発展に貢献するための課題を提言することを目的に研究事業を実施した。なお，次の協力者をえて事業を推進した。

・協力者1：権 純珍氏，和歌山大学 CTR 客員フェロー，元倉敷芸術科学大学危機管理学部教授

・協力者2：冷水 康浩氏，(株)信濃路・代表取締役社長

実施概要と成果は以下のとおりである（敬称略）。

1. キックオフ検討会

日時・場所：2024年8月29日（木）ハイブリッド開催・和歌山大学八島研究室 & Zoom

対面参加者：八島，宋，岩橋，オンライン参加者：井手吉，権

成果：シンポジウム検討会に向けた打ち合わせ。権氏から共有いただいた行動経済学理論のなかで道の駅のプロモーションと関わり注目すべき内容を議論し，理論的基礎が整理できた。

2. 事前検討会

日時・場所：2024年9月5日（木）・和歌山大学八島研究室

対面参加者：八島，岩橋，権，オンライン参加者：宋

成果：権氏から翌日のシンポジウム検討会の内容を事前共有，議論し，シンポジウムのプログラム原案に反映する方向性を確認できた。また，目的，内容，時間配分，募集方法などが整理できた。

3. シンポジウム検討会

日時・場所：2024年9月6日（金）・和歌山大学八島研究室

対面参加者：八島，岩橋，井手吉，権，冷水，オンライン参加者：宋

成果：冷水氏から共有いただいた内容（行動経済学理論実証実験の経過）を基礎に，権氏による理論的基礎との整合性を議論し，プログラム内容が確認できた。また，具体的な時間配分，参加者へのアンケート実施の方向性，参加者募集の方法（WEBで募集，対面実施）を議論し，整理できた。

4. シンポジウム

日時・場所：2024年11月15日(金)・和歌山大学松下会館イノベーションコモンズ & Zoom

現地運営・講師：八島，岩橋，井手吉，権，冷水，オンライン参加・運営：宋

会場参加：和歌山大学観光学研究科大学院生2名，学外者1名

オンライン参加：和歌山大学観光学研究科大学院生2名，九州共立大学経済学部学生42名

成果：対面実施は集客できずに，ハイブリッドで実施した。権氏から行動経済学理論の説明，冷水氏から道の駅すさみでの実証実験結果という形でバランスよく進めることができた。アンケートでは，学部学生からの事前回答を踏まえて実施するよう工夫した。また，事後回答で，参考になり実施してみたい内容だったとの前向きな意見を得ることができた。

5. 研究計画検討会

日時・場所：2025年2月20日(木)・和歌山大学八島研究室 & Zoom

対面参加者：八島，宋，オンライン参加者：岩橋，井手吉，権

成果：今年度の振り返りと行動経済学理論研究を基礎に進める方向性を整理できた。

メンバー

井手吉 成佳	広島市立大学国際学部・准教授 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	紀美野町役場・職員 和歌山大学国際観光学研究センター客員フェロー
小川 雅則	和歌山大学紀伊半島価値共創基幹・客員教授 和歌山大学国際観光学研究センター客員フェロー
宋 謙	九州共立大学経済学部・准教授 和歌山大学国際観光学研究センター客員フェロー

2025 年大阪・関西万博来場者の誘致に向けた MaaS の活用に関する研究

研究会代表 辻本 勝久
【和歌山大学経済学部教授】

概要

この事業では、2025 年大阪・関西万博の来場者を和歌山市と周辺地域（以下、和歌山市近郊）に誘致し、地域の発展につなげることを目的として、民産官学連携のもとで、「KANSAI MaaS アプリ」のための魅力的なコンテンツ等を検討することを目的として、3 回の研究会と、1 回のモニターツアーを開催した。研究会のうち 2 回は Teams での開催、1 回は対面と Teams のハイブリッドで開催した。

開催状況は以下の通りである。なお、この報告書の作成段階において、モデルコースの案は南海電鉄経由で KANSAI MaaS への登録作業中であり、4 月頃～KANSAI MaaS へ搭載される予定である。

研究会の開催状況

令和 6 年 8 月 22 日（木）11:00～12:00 参加者 12 名

会場：Teams でのオンライン

1. 「KANSAI MaaS を活用した和歌山市近郊の観光モデルコースの作成に向けて」

- ・辻本より資料に基づいて説明し、意見交換を行い、なるべくたくさんのモデルコース案を作成することなどを確認した。
- ・参加者の内訳 和歌山大学 7 名、和歌山社会経済研究所 2 名、九州共立大学 1 名、和歌山電鐵 1 名、トヨタカローラ和歌山 1 名

令和 6 年 12 月 3 日（火）9:30～10:30 参加者 21 名

- ・会場 和歌山大学経済学部西 3 号館 3 階第 2 会議室（Teams でのオンラインとの併用）
- ・「和歌山市語り部クラブ」から 4 名の語り部にお越し頂き、肌で感じていらっしゃる和歌山市の観光の現状や、もっと光が当たっても良いと思われる観光資源、観光ボランティアガイドから見た和歌山市の観光交通の課題、代表的な観光資源の人を惹きつけるような案内の仕方などなどざっくばらんに意見交換を実施し、モデルコース作成等の参考とした。
- ・参加者の内訳 和歌山大学 11 名、和歌山社会経済研究所 2 名、和歌山電鐵 1 名、和歌山県庁 1 名、和歌山県経営者協会 1 名、和歌山市観光協会 1 名、相互タクシー 2 名、相互観光 1 名、和歌山市語り部クラブ 4 名 計 21 名

令和7年2月7日（金）11:00～12:00 参加者 12名

- ・モデルコースについて、辻本，上野，中西，宋の4名から計9コースの作成状況報告があり，必要な修正を加えたのちに南海電鉄を通じてKANSAI MaaSへの登録作業へ進むことを確認した。
- ・参加者の内訳 和歌山大学4名，和歌山社会経済研究所2名，九州共立大学1名，和歌山電鐵1名，和歌山県庁1名，和歌山市役所1名，相互タクシー1名，全日本空輸1名

令和7年3月14日（金）午前中 参加者 18名

- ・KANSAI MaaSのモデルコース化を想定して，和歌山ニット工場見学モニターツアーを開催した。
- ・参加者の内訳 JR西日本2名，ワカヤマモリ舎2名，川上村役場2名，FROM01名，re:bero1名，和歌山ニット協同組合1名，相互観光1名，南海電鐵1名，和歌山市役所5名，割烹岬1名，Rays Factory1名

メンバー

辻本 勝久	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
宋 謙	九州共立大学経済学部

令和7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7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
	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