

氏名	外山 昌樹
学位の種類	博士（経営学）
学位記番号	博甲第 8862 号
学位授与年月日	平成 30年 11月 30日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当
審査研究科	ビジネス科学研究科
学位論文題目	観光地における旅行者の維持に関する研究

主査	筑波大学 教授 博士（工学）	西尾 チヅル
副査	筑波大学 教授 博士（学術）	佐藤 忠彦
副査	筑波大学 准教授 博士（文学）	尾碕 幸謙
副査	筑波大学 准教授 博士（経営学）	伴 正隆
副査	中央大学 准教授 博士（経営学）	酒井 麻衣子

論文の内容の要旨

地域経済活性化の原動力の一つである国内観光市場は縮小傾向にあり、観光地を起点とした既存顧客の維持戦略の構築が急務となっている。しかしながら、観光地という財は、観光資源の他、宿泊、飲食、交通といった複数のサービス提供者や、行政機関、住民といった複数の利害関係者によって構成されている。そのため、旅行者の観光地評価の次元も多岐に渡り、どのような利害関係者のどのような情報提供やマーケティング施策が、観光地へのロイヤルティ形成や維持につながるかについては十分な解明に至っていない。本論文はこのような問題意識の下、(1) 情報探索行動における来訪経験者と初来訪者の相違、(2) 再来訪における旅行経験の役割、(3) 観光地に対するロイヤルティの形成要因に関する仮説モデルを提示し、実証分析を通じて提示モデルの妥当性を検証すると共に、それぞれの構造の解明を行っている。

本論文は6つの章から構成され、以下のような成果が得られている。

第1章は序論である。本研究の位置づけを明らかにし、研究目的、方法、期待される貢献についてまとめている。

第2章ではマーケティング、消費者行動論、観光研究等の関連する領域の先行研究をレビューし、本論文が検討すべき研究課題を精緻化している。

第3章では、1つ目の研究課題である、来訪経験者と初来訪者の情報探索行動における相違の解明を行っている。関連する先行研究の知見を踏まえて、過去の来訪が情報ニーズを規定し、情報ニーズが各情報源の利用度に影響する独自の仮説モデルを提示している。実際に、国内観光旅行の計画者への調査データを用いて仮説モデルを統計的に検証したところ、来訪経験によって情報ニーズが異なること、情報ニーズが情報源の利用度に与える影響は情報源間で異なること等、学術的にも実務的にも有用な知見が得られている。

第4章では、2つ目の研究課題である再来訪に対する旅行経験の役割について解明している。具体的には、旅行経験を認知的経験と感情的経験の2次元から捉え、それらを観光資源やサービス等のマーケティング施策の効果として捉える独自の仮説モデルを提示している。観光旅行実施者への調査データを用いて仮説モデルを統計的に検証した結果、実データとの適合度も高く、仮説の検証に成功している。また、旅行後に旅行経験を想起したり共有したりする活動が多くなるほど、旅行経験の評価や満足度だけでなく、来訪行動の促進につながる等の実務的示唆が得られている。

第5章では、3つ目の研究課題である観光地ロイヤルティの形成要因について解明している。従来の観光研究で確認されている観光地に対する愛着の効果に加えて、観光地に対するスイッチング・コストの効果等を新たに加えた独自の仮説モデルを提示している。実証分析を通じて、観光地ロイヤルティの形成には愛着とスイッチング・コストの双方が影響すること、来訪回数の少ない旅行者ほど、スイッチング・コストの影響が大きい等、学術的にも実務的にも有用な知見が得られている。

第6章では、研究全体を通じて得られた成果をまとめて、観光地への継続的な来訪を規定する情報探索、旅行経験、愛着、スイッチング・コストの関係等を総合的に考察し、本研究における学術的貢献をまとめている。また、それらの知見に基づいて、観光地の顧客維持戦略の展開方法を提示している。

審査の結果の要旨

従来の観光研究では、旅行者の観光地選択動機や滞在後の観光地満足構造の解明にとどまり、中長期的な顧客維持戦略の構築に必要な旅行者の観光地に対するロイヤルティ形成のメカニズムについては十分に解明されていない状態である。本論文は消費者情報処理論やリレーションシップ・マーケティングの枠組みを観光地マーケティングに適用し、旅行者のさまざまな経験が情報探索行動や観光地のロイヤルティ形成に及ぼす影響を解明している。これらは先行研究にないユニークな点であり、学術的新規性の高いものと評価できる。また、観光地内のサービス事業者によって構築可能なスイッチングバリアの効果を分析し、その観点から、観光地の顧客維持戦略のあり方について提言を行っている点は実務的にも有用であり、社会人の博士論文研究として高く評価できる。ただし、いずれの研究も限られた範囲の実証に留まっている。今後適用事例を増やし、本論文で提示した顧客維持のための研究枠組みの妥当性をさらに検証する必要がある。しかしながら、本論文は当該研究領域における研究事例として一定の成果を収めており、得られた知見は、上述のように、学術的にも実務的にも極めて重要である。以上のことから、本論文は博士論文としての要件を十分に満たしているものと判断する。

【最終試験】

論文審査委員会による最終試験を平成30年10月10日に実施し、全員一致で合格と判定した。

【結論】

よって、著者は、博士（経営学）の学位を受けるのに十分な資格を有するものと認める。