| 研究区分 | 教員特別研究推進　地域振興 |
|---|---|

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 研　究<br>テーマ | 静岡県内の観光パンフレットにみる観光資源の位置づけと領域イメージ | | | | |
| 研究組織 | 代　表　者 | 所属・職名 | 経営情報学部経営情報学科･教授 | 氏名 | 内海　佐和子 |
| | 研究分担者 | 所属・職名 | | | |
| | | 所属・職名 | | | |
| | | 所属・職名 | | | |
| | 発　表　者 | 所属・職名 | 経営情報学部経営情報学科･教授 | 氏名 | 内海　佐和子 |

**講演題目**

静岡市および隣接市の観光パンフレットにみる観光資源と領域イメージ

**研究の目的、成果及び今後の展望**

■研究目的：人々が抱く町や都市に対するイメージの形成は、メディアが発達する以前は、主として実体験や伝聞に基づいていた。しかし、メディアが発達して以降は、イメージ形成の多くをメディアが担うようになった。現在、一般にメディアと呼ばれるものは、昨今主流のデジタルのみならず、紙ベースなどのアナログまで多種多様であるが、観光分野における情報発信という意味では、従前からある観光パンフレット、観光マップ、観光ガイドブック（以下、観光パンフレットなど）もメディアといえる。

行政や観光協会が発行する観光パンフレットなどには、その土地の地図、歴史、観光資源などが簡潔、かつわかりやすく記載されている。そのため、その観光パンフレットなどの記載内容を整理することで、それぞれの行政や観光協会がどの観光資源を推しているのか、また、どの範囲までを自身の市域に関連するエリアと捉えているのかなどを把握することが可能である。

また、違う見方をすると、観光パンフレットなどからは、各行政同士の共通点と独自点をみることもできる。

そこで、本研究では、行政や観光協会が発行する観光パンフレットなどの記載内容の精査から、それぞれの行政における観光資源を把握する。他方、各行政同士の共通点および独自点の整理から、領域イメージを把握する。

■研究方法および成果：初年度となる今年度は、静岡市および静岡市と隣接する富士宮市、富士市、川根本町、島田市、藤枝市、焼津市の 7 市を対象とする。データ整理に用いる観光パンフレットなどは、1）行政または観光協会が発行している、2）市域全域の地図が 1 枚に掲載されている、3）歴史散歩やグルメマップなどのようにテーマを絞っていない総合版、4）各市 1 点とする。分析からは、7 市はエリアが近いため共通点も多くみられたが、来訪した観光客が用いる交通機関の想定の違い、当該市の立地の違いによる掲載範囲の違いなどを把握した。

■今後の展望：本研究の 2 年目となる来年度は、今年度の対象エリアよりも西の浜松市、磐田市、掛川市などの市町を、再来年度は東部および伊豆半島を中心とした市町を対象とし、同様の分析を行う。以上のように、3 年間で県全体を網羅することで、静岡県全体を通しての領域イメージが明らかになると考える。