

平成 29 年度 観光まちづくり学会 東京大会

第 16 回 研究発表会

予稿集

プログラム

日時：平成 29 年 11 月 11 日（土）～12 日（日）

会場：東洋大学 白山キャンパス 第 10 号館

2017年11月11日(土) A301教室 10:00~12:30

座長 米谷光正 東北福祉大学教授

#### 報告1

題名 地域の魅力紹介映像政策と映像編集を通じた地域と学生の交流の試み

一大学のCOC事業を活用した地域の「魅せる化」と地域社会への還元

報告者：宇佐美直樹、深代一貴、近藤峻介（竹上ゼミ生）

竹上健（高崎商科大学商学部教授）

#### 要旨：

高崎商科大学は、文部科学省の平成25年度「地（知）の拠点整備事業（大学COC事業）」に採択されたことから、新たに地域志向研究費制度を規定し、それまで以上に地域との密接なつながりを目指している。竹上ゼミではこの制度を活用して、ローカル鉄道である上信電鉄支援とその沿線における地域の魅力紹介映像制作に取り組んできた。魅力紹介映像は、ゼミ活動で地域資源を取材・撮影し、ハンディビデオ映像とドローンによる空撮映像を編集することで、従来とは違う視点から地域資源の「魅せる化」をしたものである。また、それらの魅力紹介映像とナレーションを加えた上信電鉄の全駅紹介とをタブレットPCに組み込み、上信電鉄利用者や地域の方々への貸し出しによる地域情報提供を目指している。平成29年度は、映像編集の基礎を修得したゼミ学生による大学の地域施設での映像編集勉強会を企画、地域在住者との映像編集学習を通しての交流の試みを行った。

#### 報告2

題名：イベント誘致における動画プロモーション戦略

報告者：○木村健人 合同会社動画屋 代表社員

川上慎司 合同会社スリーペンス 代表社員

長谷川 記央 長谷川税務会計事務所 税理士

#### 要旨：

イベントの誘致には、イベントの開催地の長所を効果的にプロモーションする必要がある。一般的に、マーケティング論において4Pがあげられ、その一つがプロモーションとされる。本研究においては、イベントの誘致におけるプロモーションに着目し、実務的な見地より研究を行った。

動画を用いた場合には、「文字」「音声」「写真」など、多角的な観点からターゲットに対してアプローチすることが可能である。このため、ターゲットとなる顧客の視覚にアプローチすることで、より効果的なプロモーションを行うことが可能と考えられる。

本研究においては、事例を取り上げ、より実践的な見地から、今後の「観光まちづくり」に係わる経営学に資することを目的とし、報告する。



## 報告 5

題 名：観光産業に係る交際費課税制度の検討

報告者：長谷川記央 長谷川税務会計事務所 税理士

要 旨：

交際費等とは、交際費・接待費・機密費その他の費用で、法人がその得意先・仕入先その他事業に関係のある者に対する接待・供応・慰安・贈答その他これらに類する行為のために支出するものを交際費等という(租特 61 条の 4 第 3 項)。

観光産業の取引先となる一般的な営利法人は、従業員の社員旅行として観光地を訪れること、あるいは得意先の接待の場所として観光地を選択することがあげられる。

観光地の取引先等は、上記のような接待・供応・慰安・贈答その他これらに類する行為について、法人税法上、損金とすることに制限が課されている。

このため、観光まちづくりにおいて、どのような影響を与えかねないのか検討するものとする。したがって、本発表は、観光まちづくりに係る税務会計学に資することを目的とする。

2017 年 11 月 11 日 (土) A 3 0 2 教室 13:00~13:50

役員会

2017年11月11日(土) A301教室 14:00~16:30

コーディネーター 中挟知延子 東洋大学国際観光学部教授

#### 基調講演

演題：東洋大学 国際観光学部の挑戦

講演者：飯嶋好彦 東洋大学国際観光学部長

#### パネリスト

才原清一郎(博士：国際観光学、東洋大学)

演題：観光まちづくりにおける着地型観光の課題とDMOの役割

所属：関東学院大学経営学部准教授

全 相鎮(東洋大学国際観光学専攻博士後期課程)

演題：観光まちづくりにおけるDMOの役割

所属：公益社団法人 日本観光協会総合研究所

矢田部暁(東洋大学国際観光学専攻博士後期課程)

演題：訪日外国人旅行者の増加に関わる持続可能な観光まちづくり

所属：一般財団法人国際観光サービスセンター主任研究員

高橋 祐次(東洋大学国際観光学専攻博士前期課程)

演題：観光まちづくりと入湯税

所属：大坂観光大学観光学研究所学外研究員

A301教室 16:40~17:20 会員総会

8号館B1F 17:30~19:30 懇親会

2017年11月12日(火) A301教室 10:00~12:00

座長 深田秀実 小樽商科大学教授

#### 報告1

題名：津波避難タワーに関する費用便益分析とまちづくり — 石巻市を事例として —

報告者：大沼克哉 米本清 高崎経済大学

#### 要旨：

本研究は東日本大震災の後、東北地方を中心に建設されることが多くなった津波避難タワーに関して、主として石巻市周辺のものについて事例研究を行い、費用便益分析を試みるものである。また、こうした防災施設を考慮したまちづくりについても議論する。

石巻市では「減災」の発想に基づき、浸水域外への避難が遅れた市民の安全を確保する一時避難場所として津波避難ビルが24ヶ所指定され、津波避難タワーは4ヶ所に建設されている。タワーの建設費は2億円前後、その他毎年若干の維持費がかかるが、「便益」としては津波発生時における人的損失の回避が見込まれる。B/Cは災害発生確率などを考慮しても少なくとも1.4、ケースによっては7以上となり、こうした施設の設置意義が確認された。石巻市の復興においては、住民・企業・観光客などそれぞれの主体が、少なくとも安心して生活や活動を行えるようなまちづくりが必須であり、防災施設の十分な整備が必要である。

#### 報告2

題名：地域密着型企业におけるリレーションシップバンキングとの連携に関する実務報

報告者：○川上慎司 合同会社スリーペンズ 代表社員

長谷川記央 長谷川税務会計事務所 税理士

#### 要旨：

リレーションシップバンキングとは、金融機関の経営手法の一つであり、長期的に継続する取引関係の中から、金融機関が借り手企業の経営者の資質や事業の将来性等についての情報を得て融資を実行することをいう。

リレーションシップバンキングが本来の機能を発揮すれば、貸出しに当たっての審査コスト等が軽減され金融の円滑化が図られ、リスクを適切に反映した貸出しの実施や借り手の業績が悪化した場合の適切な再生支援等により、貸し手・借り手双方の健全性の確保が図られることが期待されている。

本報告においては、合同会社スリーペンズと埼玉縣信用金庫原市支店の事例に基づいて、通常業務において「地域密着型企业」と「リレーションシップバンキング」の連携について報告し、観光まちづくりに係る経営学に資することを目的とする。

### 報告 3

題 名：認定支援機関の経営支援を受ける地域密着型企业に関する実務報告

報告者：○北村 剛史 株式会社ビ・プラス 代表取締役  
長谷川記央 長谷川税務会計事務所 税理士

#### 要 旨：

経営革新等支援機関（認定支援機関）とは、中小企業・小規模事業者が安心して経営相談等が受けられるために、専門知識や、実務経験が一定レベル以上の者に対し、国が認定する公的な支援機関をいう。

具体的には、商工会や商工会議所など中小企業支援者のほか、金融機関、税理士、公認会計士、弁護士等が主な認定支援機関としてあげられる。

本報告においては、認定支援機関である長谷川税務会計事務所と地域密着型企业である株式会社ビ・プラスの経営指導の事例に基づいて発表し、観光まちづくりに係る経営学に資することを目的として報告するものである。

### 報告 4

題 名：観光による鉄道のブランディング 京浜急行電鉄を事例として

報告者：安本宗春 東北福祉大学

#### 要 旨：

本報告は、鉄道事業者の経営資源である鉄道の魅力・価値を創造するブランディングの手段として観光の有効性について述べる。鉄道事業者は、①乗客数増加、②長距離利用客確保等から収益を確保する。そのために、住宅地や観光等による鉄道沿線地域の開発により、鉄道のブランディングをしている。観光は、その手段として鉄道沿線地域の魅力を発信し移動手段として乗客を呼び込む点で有効である。乗客数が多い大都市と郊外にある地方を結ぶ場合、長距離乗客数の確保・増大だけではなく、都市と地方との交流も担う。つまり、観光により鉄道のブランディングは、鉄道事業者だけの利益ではなく、鉄道沿線地域へ利益をもたらすものとなる。

本報告では、京浜急行電鉄の取り組みを事例としてとりあげる。京浜急行電鉄では、人口減少が進んでいる鉄道沿線地域を巻き込んだ、企画きっぷ、イベント列車の運行により、乗客数・観光客を呼び込んでいるからである。

2017年11月12日（火）A301教室 12:10～12:30

講評・表彰式