

2019 年度  
グローバルプロジェクト（研究分野）  
実績報告書

国立大学法人 小樽商科大学

【本件に関するお問い合わせ先】  
小樽商科大学学術情報課（研究支援係）  
TEL: 0134-27-5210  
E-Mail: lib-kenkyu@office.otaru-uc.ac.jp

# 2019年度グローバルプロジェクト(研究分野)実績報告書 目次

No	プロジェクト名	代表者
1	ニセコ観光圏における外国人観光客の動態とオーバーツーリズムの検証 ※別添資料①	プラート カロラス
	<p>本プロジェクトは、ニセコ観光圏におけるオーストラリア人を中心とする外国人観光客の観光動態の把握とオーバーツーリズムの検証を目的とする。</p> <p>ニセコ観光圏においては、外国人観光客の増加が引き続き見込まれるが、平均宿泊日数の減少がみられ、特にオーストラリア人観光客においてその傾向が顕著であるが、その原因は明らかではない。本プロジェクトでは、ニセコ町などとの連携により、ニセコ観光圏でのヒアリング調査を実施、その動態を把握するとともに、原因究明を試みる。</p>	
2	Wi-Fiスポットを用いた小樽観光動態データ取得手法に関する研究	深田 秀実
	<p>これまでWi-Fiスポットを構築するためには高額な装置を必要としていたが、IoT技術の発展に伴い、安価な簡易型Wi-Fiスポットを設置できるようになってきた。しかし、この簡易型Wi-Fiスポットで得られたデータを観光行動動態の分析に用いる事例は少ない。</p> <p>また、最近では小樽市内中心部の観光において、従来の「小樽駅→小樽運河→堺町通り→小樽駅」観光ルートに加え、外国人観光客主体に「南小樽駅→堺町通り→小樽運河→小樽駅」の観光ルート利用が増加しているが、その動態の詳細は明らかではない。</p> <p>そこで、小樽市観光協会などと連携して、Raspberry Piをベースとする簡易型Wi-Fiスポットを堺町通りなどに設置し、観光動態(人流)データの把握を試みる。この簡易型Wi-Fiスポットで得られたデータに対してGIS(地理情報システム: Geographic Information System)などを用いて分析し、観光動態をどの程度推定できるか検証する。</p>	
3	地域企業のサステナビリティと経営戦略に関する研究 ※別添資料②	加藤 敬太
	<p>近年、地域経済を支える地域企業にとって最大の課題はサステナビリティ(持続可能性)を確保することにある。地域企業のその活動が長期にわたって存続することは、地域企業が地域に還元する最大の貢献と考えられるためである。わが国は、世界的に稀にみる長寿企業大国である。このことは近年、世界的に注目されている。本研究は、世界的に活躍する研究者とも連携して、この課題に取り組み、その成果を北海道経済、地域人材、教育の側面で還元することを目指す。</p>	
4	日本遺産による小樽の歴史文化の広域観光資源化 ※別添資料③	高野 宏康
	<p>本プロジェクトの目的は、小樽市の日本遺産を活用することで、小樽の歴史文化の広域観光資源化、新たな広域観光ルート・コンテンツの開発、広域の地域連携を推進し、地域活性化とグローバル人材の育成に寄与することである。本プロジェクトでは、2018年度に認定された「北前船」、2019年度に認定された「炭鉄港」の2つのシリアル型日本遺産、2020年度認定を目指している地域型日本遺産について、①構成文化財の調査研究、②地域活性化事業、③認定効果の検証、を実施し、日本遺産のより効果的な活用に取り組む。</p>	
5	2000年代以降における旭川家具産業集積の進化プロセスと中小企業の価値実現	林 松国
	<p>2000年代以降、国内5大家具産業集積の一つである旭川家具産業集積は量的縮小の影響に対応する形で産業集積の構造が大きく変わり、現在、自己完結型的生産を行う中小企業を中心に、多様なニーズに柔軟に対応しながら高いデザイン性と耐久性の脚付家具を生産する産業集積に変貌している。</p> <p>本プロジェクトでは、旭川家具産業集積における中小企業の価値実現について、異なる階層に位置する企業や規模の違いによって、価値実現のあり方が異なるという仮説に基づき、成長性の高い既存企業と2000年代以降に創業した企業の経営実態を詳細に調査することで明らかにしていく。それによって、付加価値の高い産業を創出することで地方経済の自立化モデルを探究していきたい。</p>	

# ニセコ観光圏における外国人観光客の動態とオーバーツーリズムの検証

プロジェクト代表者: プラート カロラス

## 1. プロジェクトの目的・概要

このプロジェクトは、ニセコ観光圏におけるオーストラリア人を中心とする外国人観光客の観光動態の把握とオーバーツーリズムの検証を目的としています。ニセコ観光圏においては、外国人観光客の増加が引き続き見込まれますが、平均宿泊日数の減少がみられ、特にオーストラリア人観光客においてその傾向が顕著ですが、その原因は明らかではありません。

プロジェクトでは、倶知安町、ニセコ町などの連携により、ニセコ観光圏でのヒアリング調査を実施、その動態を把握するとともに、原因究明を試みました。

## 2. 具体的な取組内容

2020年1月6日～8日の期間、教員3名、学生10名の体制で、倶知安町及びニセコ町の協力を得て、ニセコ観光圏主要4スキー場で調査を実施しました。

### ① 調査スケジュール

アンケート調査: 2020年1月6日～8日(3日間)  
227サンプル回収

### ② 調査場所

- ・ニセコグランヒラフスキー場
- ・ニセコHANAZONOリゾートスキー場
- ・ヒルトンニセコビレッジスキー場
- ・ニセコアンヌプリスキー場

### 調査風景



## 3. プロジェクトの成果及び地域への還元

今年度プロジェクトの成果として、以下の調査結果が得られました。

### ① ニセコ観光圏のオーバーツーリズムについて

回答者の約3割がオーバーツーリズムの状態であると考えているとの結果が得られました。

### ② 北海道内他スキー場への訪問状況について

回答者の約3割が、北海道内の他スキー場へも訪問していることがわかりました。その内の約7割が近隣のルスツリゾートスキー場を訪問しています。

### ③ 北海道外スキー場への訪問状況について

回答者の約3割が、北海道外スキー場への訪問を行った、又は、訪問したいと考えているとの結果が得られました。白馬・野沢・妙高地域の回答が多く、同地域へニセコ観光圏から観光客が流出していると考えられます。他のスキー場の体験が主な理由ですが、国際共通スキーPASS (EPIC PASS)を理由にした回答もあり、グローバルなアライアンスでの顧客囲い込みの動きが考えられます。

当プロジェクトでは引き続き調査を継続し、更なる検証を行いたいと考えています。

File Number

Niseko Resort Customer Survey (Winter 2020)

We are conducting a survey to collect feedback on a) how and why customers choose Niseko, b) how Niseko is performing in comparison to other Japanese ski resorts, and c) how we could further improve the customer experience. Your cooperation and feedback are much appreciated.

1. Why did you choose the Niseko resort for your holidays?  
1. Powder snow 2. Ski facilities (lifts, gondolas) 3. International atmosphere 4. Easy to communicate in English 5. Experience Japanese culture 6. Other, please specify: \_\_\_\_\_

2. How many times (including this time) have you visited the Niseko resort in winter? → \_\_\_\_\_ time(s)

3. Whom are you traveling with? (Choose as many as applicable)  
1. Alone 2. Spouse 3. Spouse and children 4. Parent, Brother, Sister 5. Uncle, Aunt, Cousin, Nephew, Niece 6. Friend/acquaintance (including couples) 7. Club/Group 8. Colleagues 9. Other (\_\_\_\_\_)

4. How did you gather information about winter sport resorts in Japan? (Choose all applicable answers)  
1. Previous experience 2. Internet sources 3. Friends/acquaintances recommendations 4. Social Network Services (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) 5. Blogs or vlogs of online influencers 6. Winter sports specialty magazines 7. General travel magazines 8. Travel agent recommendation 9. Other, please specify (\_\_\_\_\_)

5. How long will you be staying in the Niseko region? (Choose one only, and please fill out the length of your stay)  
1. Day trip (\_\_\_\_\_ hours) 2. Overnight stay (\_\_\_\_\_ days) and (\_\_\_\_\_ nights)

6. Is this the length of time you would normally stay in one resort, or is it shorter?  
1. Normal 2. Shorter If it is shorter, what is the reason for this?  
1. Price of accommodation is expensive 2. Not enough things to do apart from winter sports 3. We also want to explore other places 4. Other (please explain): \_\_\_\_\_

7. This question is for people staying overnight. What type of accommodation are you mainly staying at?  
1. Tourist hotel 2. Japanese inn 3. Japanese-style Minshuku B&B 4. Pension 5. Condominium 6. Relative's or friend's house 7. Other, please specify (\_\_\_\_\_)

8. What is your estimated total budget per person for your trip to Japan? (excluding air travel to Japan)  
About \_\_\_\_\_ (please select your home country's currency: AUD, NZD, Euro, USD, CAD, HK\$, S\$)

9. a) Please choose the places in Hokkaido besides the Niseko resort you have visited or still plan to visit during this trip. (choose all applicable answers)  
1. Not applicable 2. Sapporo 3. Otaru 4. Noboribetsu Hot Spring 5. Lake Toya 6. Hakodate 7. Lake Shikotsu 8. Rumoi 9. Kushiro 10. Kuroko 11. Furano 12. Other area (\_\_\_\_\_) )  
b) Which of these places are you visiting for winter sports?  
c) Which of these places are you visiting for other types of activities? \_\_\_\_\_

10. If any, what other Japanese ski resorts outside of Hokkaido have you visited or do you still plan to visit during this trip?  
1. Not applicable 2. Geto Snow Resort (Iwate), 3. Urabandai (Fukushima), 4. Yuzawa (Akita), 5. Myoko (Niigata), 6. Hakuba (Nagano) 7. Other, please specify (\_\_\_\_\_)

Continued Overleaf

# Wi-Fiスポットを用いた小樽観光動態データ取得手法に関する研究 プロジェクト代表者: 深田 秀実

## 1. プロジェクトの目的・概要

現在、IoT技術の発展に伴い、従来は高額なWi-Fi装置を必要としていた通信インフラ構築が、安価な簡易型Wi-Fiスポットを設置することで実現できるようになってきた。しかし、この簡易型Wi-Fiスポットで得られたデータを観光行動動態の分析に用いる事例は少ない。

また、近年、小樽市内中心部の観光において、従来の「小樽駅→小樽運河→堺町通り→小樽駅」という観光ルートに加え、外国人観光客を主体として「南小樽駅→堺町通り→小樽運河→小樽駅」という観光ルート利用が増加していると言われていたが、その動態の詳細は明らかではない。

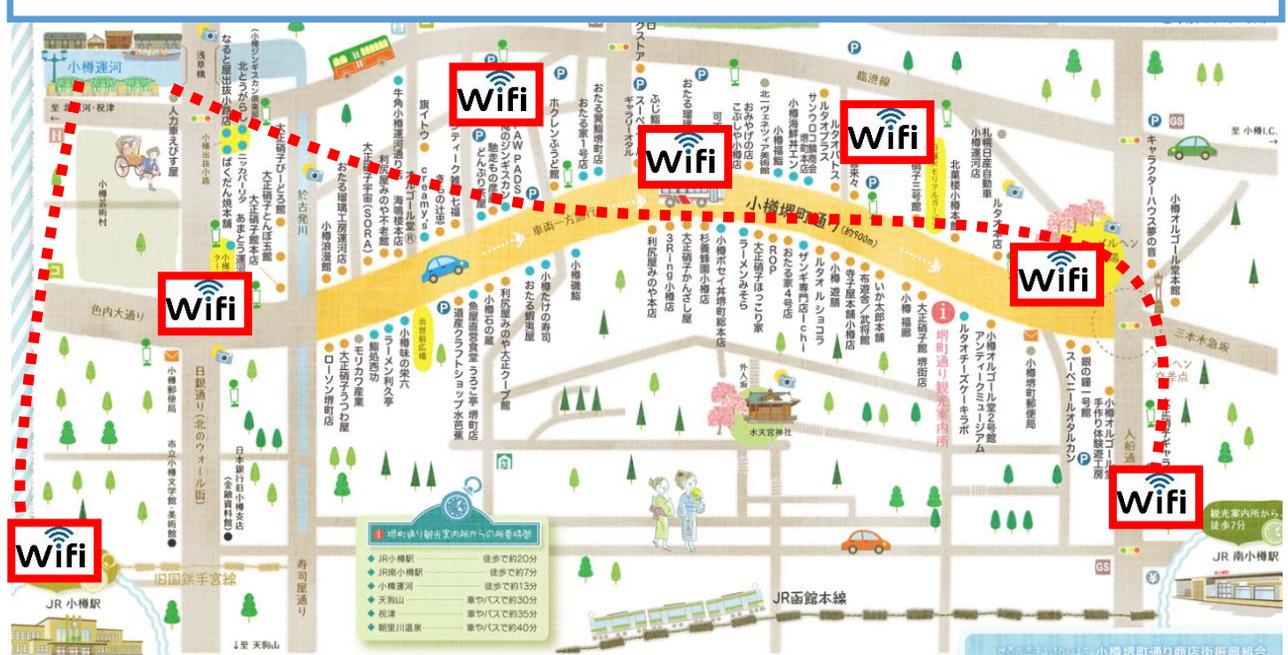
そこで、本研究では、小樽市観光協会などと連携して、イギリスのRaspberry Pi Foundationが学校教育用に開発した小型のコンピュータであるRaspberry Piをベースとする簡易型Wi-Fiスポットを堺町通り等に設置し、観光動態(人流)データの把握を試みる。この簡易型Wi-Fiスポットで得られたデータに対して、GIS(地理情報システム:Geographic Information System)などを用いて分析し、観光動態をどの程度推定できるかを検証する。

## 2. 具体的な取組内容

本研究では、小樽観光協会等の協力のもと、Raspberry Piをベースとした簡易型Wi-Fi装置を合計8カ所に設置した。具体的には、JR小樽駅とJR南小樽駅の各エントランス付近に1カ所ずつ、運河プラザ内、運河ターミナルの建物1階、その他の店舗4カ所に設置した。

設置期間は、全体としては、2019年8月13日から11月18日の約3ヶ月間となった。この約3ヶ月間において、Wi-Fi装置へのアクセスデータを取得した。なお、アクセスデータは、個人データ保護に配慮し、個人属性を除くデータを取得している。

Wi-Fiアクセスデータ解析により「時間帯別」「エリア別」の観光客動態把握を検証



## 3. プロジェクトの成果及び地域への還元

現在、取得したデータアクセスの解析を実施している。解析の結果がまとまり次第、小樽観光協会などの地域関係団体等と結果を共有し、今後の観光施策に生かしていきたい。

# 地域企業のサステナビリティと経営戦略

プロジェクト代表者: 加藤 敬太

## 1. プロジェクトの目的・概要

近年、地域経済を支える地域企業にとって最大の課題はサステナビリティ(持続可能性)を確保することにあります。地域企業のその活動が長期にわたって存続することは、地域企業が地域に還元する最大の貢献と考えられるからです。わが国は、世界的に稀にみる長寿企業大国であります。このことは近年、世界的に注目されています。本研究は、世界的に活躍する研究者とも連携して、この課題に取り組み、その成果を北海道経済、地域人材、教育の側面で還元することを目指します。

## 2. 具体的な取組内容

日本を代表する老舗企業の先進事例を調査した。また北海道の地域企業の調査も行いました。その成果を、地域企業や中小企業の調査を行うシンクタンク系の雑誌で公表するとともに、北海道の地域企業を支える諸団体が主催する講演にて企業家らにフィードバックを行いました。

具体的に老舗企業の調査では、日本最古の味噌メーカー八丁味噌の2つの蔵元(まるやとカクキュー)、無形文化財で二百年の歴史のある鋸起銅器の老舗・玉川堂、日本三大杜氏の筆頭・南部杜氏の伝統を受け継ぎ国際化でもリードする酒蔵・南部美人の調査を行いました。南部美人の調査では、世界的な伝統産業を研究しているメルボルン大学・Coslor先生の協力も得ることができました。

また代表者の継続的なテーマである道内の地域企業の調査も行いました。これは、老舗企業の先進事例から得たサステナビリティの知見を道内企業に応用する試みでもあります。

さらに地域へのフィードバックとして、北海道経済の成長、地域の人材教育という視点から、積極的に講演を行いました。具体的には北海道中小企業家同友会、北海道中小企業家同友会とかち支部、石狩湾新港企業団地連絡協議会新年交流会でその機会を得て、道内の企業家の方々とのサステナビリティに関する知の共有と交流を図りました。

## 3. プロジェクトの成果及び地域への還元

2019年4月	「農業ベンチャーにおける6次産業化ビジネスの実践:北海道企業・パイオニアジャングループの試み」『ほくとう総研情報誌 NETT』第104号, 26頁-29頁
2019年6月	「中小企業の組織マネジメント:価値創造の組織創り」北海道中小企業家同友会第67期同友会大学にて講演
2019年11月	「老舗企業の文化創造と伝統継承:岡崎地域の八丁味噌メーカーの事例分析」『商工金融』第69巻, 第11号, 23頁-41頁
2020年1月	「価値創造の企業経営:地域企業・ファミリー企業・老舗企業のフィールドワークから」第34回 石狩湾新港企業団地連絡協議会新年交流会にて講演
2020年1月	「価値創造の企業経営:老舗企業・地域企業の事例研究から」北海道中小企業家同友会 第2期 十勝経営者大学にて講演

# 日本遺産による小樽の歴史文化の広域観光資源化 プロジェクト代表者:高野 宏康

## 1. プロジェクトの目的・概要

### ●プロジェクトの目的

本プロジェクトの目的は、小樽市の日本遺産を活用することで、小樽の歴史文化の広域観光資源化、新たな広域観光ルート・コンテンツの開発、広域の地域連携を推進し、地域活性化とグローバル人材の育成に寄与することです。本年度は、以下の調査研究と活用事業、日本遺産認定効果の検証を実施することで、日本遺産のより効果的な活用に取り組みました。

小樽中央市場イベント(10/17-18)

### ●本年度の事業内容

- ①日本遺産構成文化財の調査研究(北前船、炭鉄港、地域型)。
- ②日本遺産「北前船」関連の地域活性化事業。
- ③日本遺産「炭鉄港」関連の地域活性化事業。
- ④小樽市の地域型日本遺産関連事業。
- ⑤日本遺産認定効果の検証。



北前船子ども洋上セミナー(7/26-27)



## 2. 具体的な取組内容

### ①日本遺産構成文化財の調査研究(北前船、炭鉄港、地域型)

- ・北前船主西谷家資料調査を実施(加賀市、小樽市)。新資料発見(引き札等)。整理完了。
- ・「北前船」日本遺産認定地の構成文化財調査を実施(多度津町、倉敷市、呉市、金沢市など)。
- ・「炭鉄港」関連文化財の調査(小樽中央市場)を実施。写真、記事等、新出資料を発見。
- ・「北前船」「炭鉄港」に関する論考を寄稿しました(人文研究、BYWAY後志、月刊おたる等)。

### ②日本遺産「北前船」関連の地域活性化事業

- ・小樽市、加賀市と連携して北前船子ども洋上セミナーを実施。加賀市から40名が来樽(7/25-27)
- ・小樽市、新日本海フェリーと連携して北前船フェリー講座を実施。90人以上が参加(8/25)
- ・小樽市、石狩市、北前船交流拡大機構と連携し北前船研究交流セミナーで講演。400名参加(10/19)
- ・北前船日本遺産推進協議会と連携してオンライン講座を開講。1600名以上が受講(11/1~3/31)
- ・Otaruスイーツフェスタ実行委員会と連携し、菓子販売、イベント、パネル展を開催(11/29)
- ・小樽道新文化センター講座で北前船の連続講座を開催。同期講座最多の32名が受講(1/11、2/8)

### ③日本遺産「炭鉄港」関連の地域活性化事業

- ・北海道新聞の「炭鉄港」連載企画に協力。「地域資源としての手宮線」を寄稿(8/30)
- ・小樽中央市場振興組合と連携して日本遺産認定記念イベントを実施。両日で150名参加(10/17-18)
- ・小樽中央市場内のカフェ「Tea Three」と連携して炭鉄港ケーキを販売。期間中80個完売(10月中)
- ・「炭鉄港」日本遺産フォーラム、ガイド養成講座を実施。各300名、50名が参加(2/15-16、2/22)

### ④小樽市の地域型日本遺産関連事業

- ・小樽市地域型日本遺産ストーリー検討ワーキンググループ委員として協力(採択後~3/31)
- ・堺町通り商店街と連携して同商店街の歴史的建造物関連パネル展を開催(8/1-18)
- ・全道商工会議所女性会研修交流会で地域型日本遺産関連講演会を実施。全道から173名参加(9/20)
- ・北海道中小企業家同友会しりべし・小樽支部と連携して日本遺産アンケートを実施(12/17)。
- ・地域型日本遺産構成文化財・旧日本郵船小樽支店の調査を実施(採択後-3月)

## 3. プロジェクトの成果及び地域への還元

- ①日本遺産構成文化財の調査研究により、加賀の北前船主と小樽の関係等、新知見を確認し、論文、講演会等で情報発信した。イベント等はほぼ満席、アンケートでも認知度向上、認定効果が確認できた。
- ②日本遺産関連の各種事業を小樽市・民間団体(小樽中央市場振興組合、Otaruスイーツフェスタ実行委員会など)と連携し、今後も持続的に日本遺産による活性化事業を実施する体制を構築できた。

# 2000年代以降における旭川家具産業集積の進化プロセスと中小企業の価値実現

プロジェクト代表者：林 松国

## 1. プロジェクトの目的・概要

2000年代以降、国内5大家具産業集積の一つである旭川家具産業集積は量的縮小の影響に対応する形で産業集積の構造が大きく変わり、現在、自己完結型的生産を行う中小企業を中心に、多様なニーズに柔軟に対応しながら高いデザイン性と耐久性の脚付家具を生産する産業集積に変貌している。

本プロジェクトでは、旭川家具産業集積における中小企業の価値実現について、異なる階層に位置する企業や規模の違いによって、価値実現のあり方が異なるという仮説に基づき、成長性の高い既存企業と2000年代以降に創業した企業の経営実態を詳細に調査することで明らかにしていく。それによって、付加価値の高い産業を創出することで地方経済の自立化モデルを探究していきたい。

## 2. 具体的な取組内容

旭川家具産業集積への調査は主に本年度の後半に実施する予定だったが、コロナウイルスの影響で計画の実施が大きな影響を受けた。そのため、当初の計画内容の大半を断念し、家具メーカーの販売店や旭川デザインセンターに絞って調査を行った。

旭川家具産業集積では、一般的に規模が比較的に大きいメーカーが自社の販売店を持っており、自社製品を中心に道内、場合によっては首都圏でも販売活動を展開している。近年の注目すべき動きとして、①単なる家具製品だけでなく、家具が使われる室内環境を意識して、「空間設計」を含めた提案を顧客に提供する。②家具製品に含まれた「物語り」、例えば、道内産の素材へのこだわり(そのための森づくり活動)や、デザイナーの設計思想や造り手側の工夫と考え方といった暗黙知を「形式化」することで、形式知としてわかりやすく顧客に宣伝することでブランド化を強化していくこと。③ネット販売の特徴と重要性を体系的に分析し、従来と異なる顧客層や販売行動に対応すべく、ホームページの充実やSNSを活かしたコミュニケーションを図っていること。

以上のいずれの取組みも重要であるが、産業集積として国内外の家具産業集積と差別化を図っていく上で、とりわけ②が重要であると考えます。

②については、個々のメーカーの取組みはもちろん重要であるが、産業集積が一体となって戦略的に取組むことがより効果的である。そのために、旭川デザインセンターが中心となって、IFDA(国際家具デザインコンペティション)などの一連の行事を行うことで、産地メーカーと国内外のデザイナーが密につながるようになり、また、織田コレクションなどの産業集積内の諸資源が活かされる形で、旭川産業集積としての「物語り」が形成されてきた。今後、その「物語り」形成のメカニズムを詳細に分析するとともに、発展の方向性についても検証していきたい。

## 3. プロジェクトの成果及び地域への還元

以上のように、今年度は一定の成果を得ているが、計画の実施が不完全なため、今後継続的に調査を行うことで更なる成果や地域への還元を図っていきたいと考えている。