

## 有識者意見の概要及び意見に対する対応

1. 調査研究課題名「公的支援対象の観光資源とその認知度・魅力度に関する調査研究」	
2. 有識者意見の概要およびその対応 有識者：大井尚司氏 大分大学経済学部准教授 佐藤喜子光氏 平安女学院大学国際観光学部学部長 沢登次彦氏 株式会社リクルートじゃらんリサーチセンターセンター長 高橋一夫氏 流通科学大学サービス産業学部教授 日比野直彦氏 政策研究大学院大学准教授 (50音順) (役職は当時のもの)	
意見の概要	意見に対する対応状況
アンケート票での思い浮かぶ観光資源について、資源の幅を広げ、観光産業、経済、コミュニティなども加えてみてはどうか。	観光資源の項目の再検討を行い、資源の各タイプを網羅し、消費者にとって分かりやすくなるような15の項目とした。
観光地の評価は、外部からだけでなく、内部からも同じ内容の評価を行うことが必要である。内部と外部の評価をクロス集計することにより、その観光資源がどのようなポジションにいるかが分かり、有用なデータが得られると思われる。 地域側の資源と消費者の視点を比較することも重要である。ともすると地域づくりは地域側の独りよがり終始し、消費者の視点を見落としがちになってしまう。	観光地の評価は、一般消費者からだけでなく、各地域で観光に携わっている方にもアンケート調査を行った。2つのデータから両者のギャップ等について分析を行った。
消費者アンケートで、「行ったことがある」という回答者が少ないとアンケートそのものが無効になってしまう。それを回避するため、回答者の状況を事前に確認等を行うことが必要ではないか。	アンケート調査会社に依頼し、事前に各地域に行ったことがある人数を調査し、有効な回答数が得られるよう全体の調査人数の調整を行った。
公的支援を受けて、何が変わったかを明らかにすることが重要である。それをヒアリングの際に確認すべき。また、変わらなかったことは何かについても確認すべき。	公的支援を受けての変化について、直接的な効果だけでなく、関係者間の連携など間接的な効果等についてもまとめた。また、効果が上がらなかった事項についても確認し、その理由等についても確認した。
観光地の選定の基準を明確にしておく必要がある。恣意的に選んでいると感じられないようにしておくべき。	観光地を選定する基準を明確に定義し、それに沿って観光地の選定を行った。