

2009.09.19

「地域データ分析活用講座
～データをもとに地域と観光を考えてみよう～」

エビデンス・ベースドな 地域づくりへ

奈良県立大学 地域創造学部
遠藤 英樹

地域創造のステップ

地域の現状把握



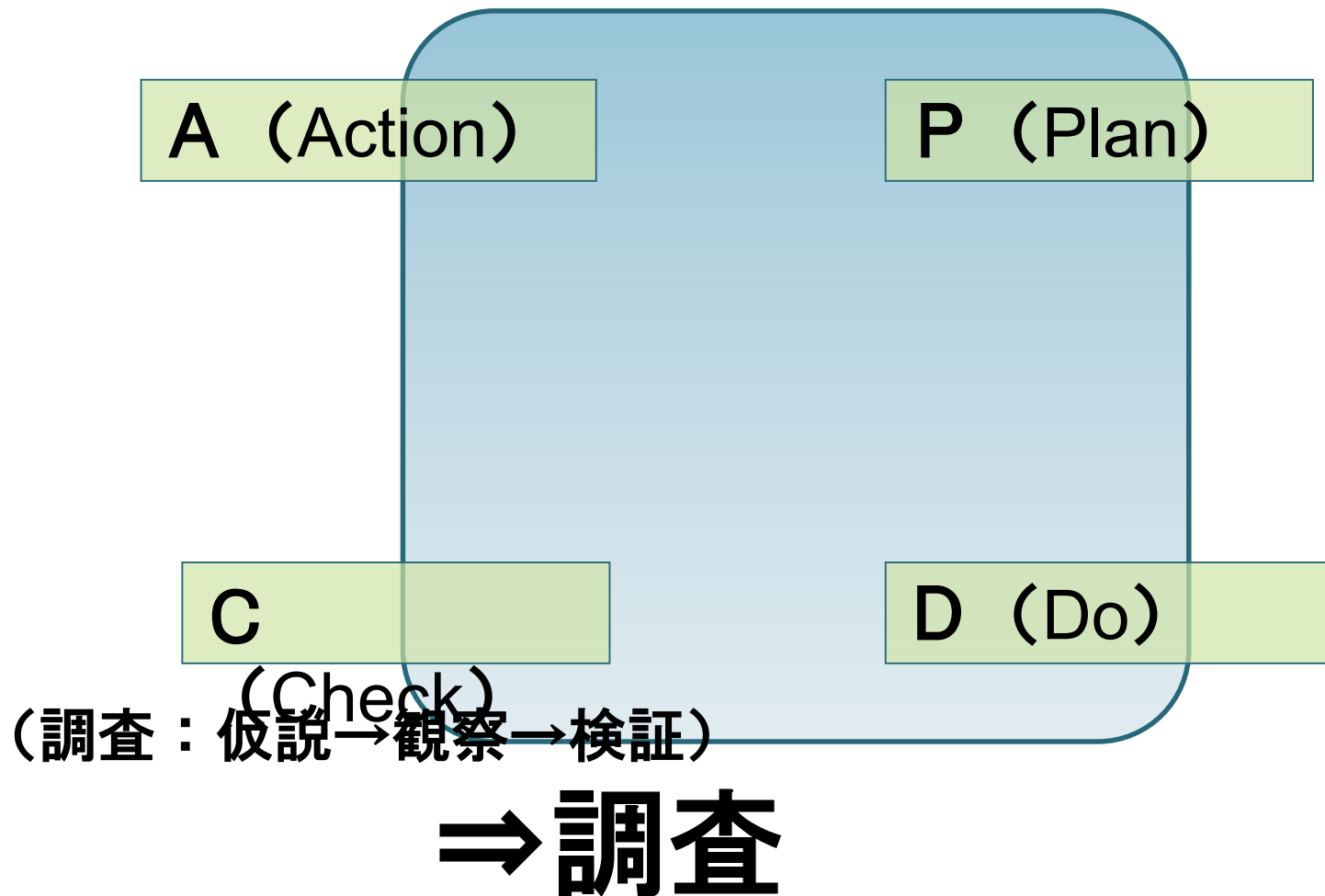
地域づくり

地域の現状把握

- 地域や観光が現在どのようなものなのか。
- 地域の中にどのような資源が発見できるのか。
- 地域や観光が現在かかえている問題点は何か。
- そもそも、地域や観光とは何なのか？それを良くするとはどういうことなのか？

● ⇒ 調査

地域づくりのサイクル



「PDCAサイクル」とは？

- Plan（計画）：従来の実績をはじめとするさまざまなデータ等をもとにして、業務計画を作成する段階
- Do（実施）：計画に沿って業務を行う段階
- Check（評価）：業務を実施した効果を測定し、業務全体を評価する段階
- Action（改善）：評価にもとづいて、改善を行う段階

エビデンスで語ることの意味

- エビデンス・ベーストな地域づくり、観光マーケティング
- =データをふまえた、カンだけに頼らない地域づくり、観光マーケティング

方法の違いによる調査の分類

- 質問紙調査
 - インタビュー調査
 - 参与観察
 - 既存統計資料分析
- これらもエビデンスを構成する。
- など

データの違いによる調査の分類

- **統計的調査**
- **人口統計**（国勢調査、住民基本台帳統計など）
- **経済統計**（家計調査、賃金センサスなど）
- **社会統計**（意識調査など）

- **非統計的調査**

統計データにおける2つの種類

- 質問紙調査データ
- →マーケティングにおいて頻繁に用いられる調査データ。
- (超音波探査機型)

- 品質管理データ、経済統計データ、人口統計データ
- (サーチライト型)

質問紙調査データ

- 人びとがどのように感じているのか、考えているのかを知るための調査。
- これを知るための「ものさし」
- =ととも「あやふや」。自己申告のデータであり、回答者の気分によって変化する。
- →これをふまえたうえで、そのデータを分析する。

品質管理データ、経済統計データ、人口統計データなど

- それに対して、「ものづくり」で頻繁に用いられる品質管理データ、さらには経済統計データや人口統計データなどは—
- →「あやふや」では困る。非常に精確な数字を出すことができる「測り方」「ものさし」が必要となる。

測定する「尺度」の次元

- 1) 名義尺度
- 2) 順序尺度
- 3) 間隔尺度
- 4) 比例尺度

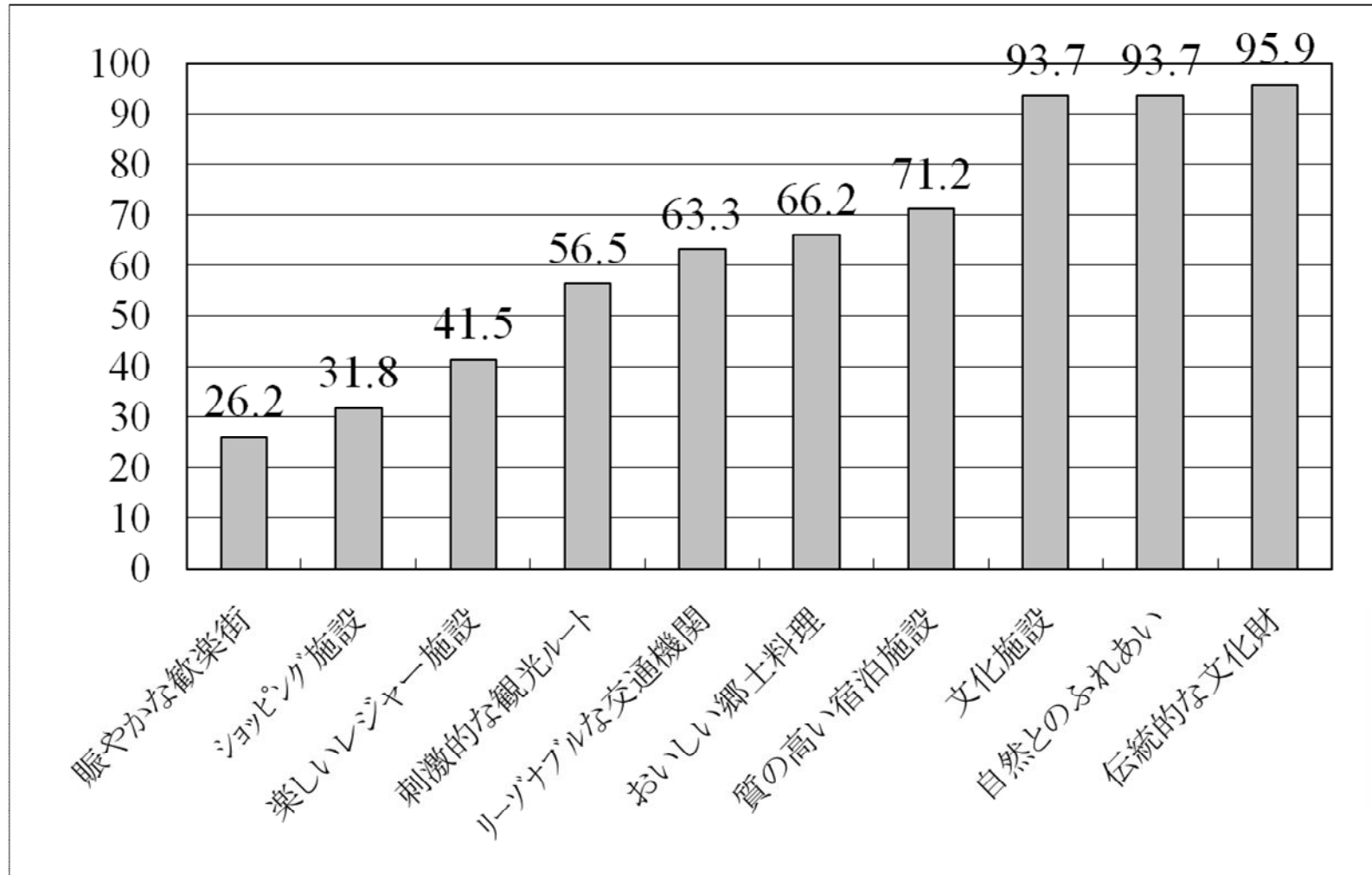
尺度の妥当性と信頼性

- 「信頼性」：調査を繰り返しても、同じようなデータが得られること
- 「妥当性」：測定したい事柄を正しく測定できているかどうか。

質問紙調査を用いた観光調査

- 【調査期間】 1997年5月～1998年4月
- 【調査法】 調査地まで調査員を派遣して行う面接調査
- 【調査地】 ①奈良市（東大寺、ならまち格子の家、薬師寺）
②生駒・信貴（宝山寺、信貴山、のどか村） ③大和郡山（矢田寺）
④斑鳩（法隆寺） ⑤山の辺（長岳寺）
⑥二上・当麻（道の駅） ⑦金剛・葛城（葛城山、葛城古道）
⑧月ヶ瀬（月ヶ瀬駐車場） ⑨山添（めいめい牧場）
⑩明日香・橿原（石舞台、近鉄橿原駅） ⑪室生・長谷（室生寺）
⑫曾爾（きずなの里） ⑬吉野山（吉野ケーブル）
⑭十津川（道の駅） ⑮黒滝（道の駅）
⑯大台ヶ原（大台ヶ原）
- 【調査対象者】 各調査地を訪れていたツーリスト（但し、この調査では分析の対象を日本人ツーリストに限定している）
- 【調査対象者数】 7,959名
- 【謝礼】 各調査対象者にボールペンを進呈

分析例（１）



分析例（２）

		ツーリストによる奈良イメージ度	
		高	低
現状の充実度	高	I	(Ⅲ)
	低	Ⅱ	Ⅳ

分析例（3）

		ツーリストによる奈良イメージ度	
		高	低
現状の充実度	高	文化施設 (93.7) 自然とのふれあい (93.7) 伝統的な文化財 (95.9)	該当項目なし
	低	リーズナブルな交通機関 (63.3) おいしい郷土料理 (66.2) 質の高い宿泊施設 (71.2)	賑やかな歓楽街 (26.2) ショッピング施設 (31.8) 楽しいレジャー施設 (41.5) 刺激的な観光ルート (56.5)

※ ()内は%

分析例（４）

	Ⅳ型 都市型 レジャー 因子	Ⅰ型 名所・旧跡 因子	Ⅱ型 観光 インフラ 因子
Q08G 楽しいショッピング施設の提供	0.77127	-0.00213	0.22359
Q08I 歓楽街など娯楽の場の提供	0.73959	-0.04564	0.20248
Q08H スポーツも含めたレジャー施設の充実	0.68874	0.05085	0.18845
Q08F 刺激的な観光ルートの提供	0.44113	0.22301	0.19074
Q08D 神社や仏閣などの文化財	-0.03794	0.73654	0.10170
Q08J 「古き奈良」を懐古できる文化施設	0.05592	0.60724	0.15843
Q08E 山や川などの自然とのふれあい	0.08426	0.54775	0.10288
Q08C おいしい郷土料理の提供	0.28496	0.20232	0.42609
Q08A 質の高いサービスを提供する宿泊施設	0.19215	0.14550	0.71774
Q08B 便利でリーズナブルな交通機関	0.25391	0.13360	0.46059
固有値	3.29643	1.78640	0.96586
分散寄与率	33.0	17.9	9.7

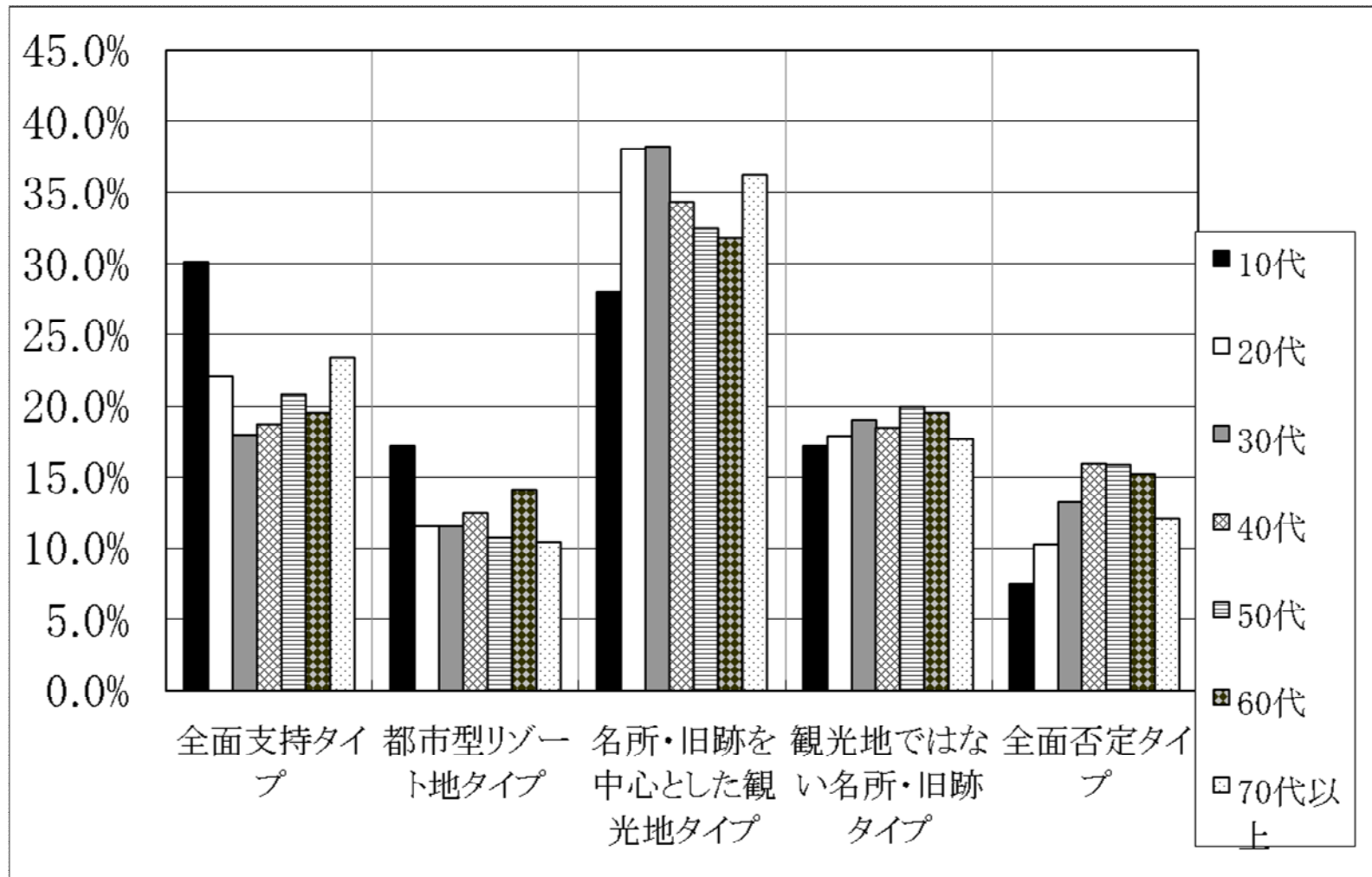
分析例（5）

Cluster	IV型 都市型 レジャー 因子	I型 名所・旧跡 因子	II型 観光 インフラ因 子	人数
1 奈良＝ 全面支持タイプ	1.0350	0.4526	0.4219	1091
2 奈良＝ 都市型リゾート地タイプ	0.8366	-0.9508	0.1661	639
3 奈良＝ 名所・旧跡を中心とした 観光地タイプ	-0.4900	0.3840	0.3809	1868
4 奈良＝ 観光地ではない 名所・旧跡タイプ	-0.4134	0.3601	-0.9913	1001
5 奈良＝ 全面否定タイプ	-0.4656	-1.3406	-0.3975	719
合計				5318

分析例（6）

	1	2	3	4	5
ツーリストのタイプ	奈良＝ 全面支持タイプ	奈良＝ 都市型リゾート地タイプ	奈良＝ 名所・旧跡を中心とした観光地タイプ	奈良＝ 観光地ではない名所・旧跡タイプ	奈良＝ 全面否定タイプ
	奈良市内 生駒・信貴	十津川	奈良市内 斑鳩 明日香・橿原 室生・長谷	山の辺 生駒・信貴	大和郡山 二上・当麻 月ヶ瀬

分析例（7）

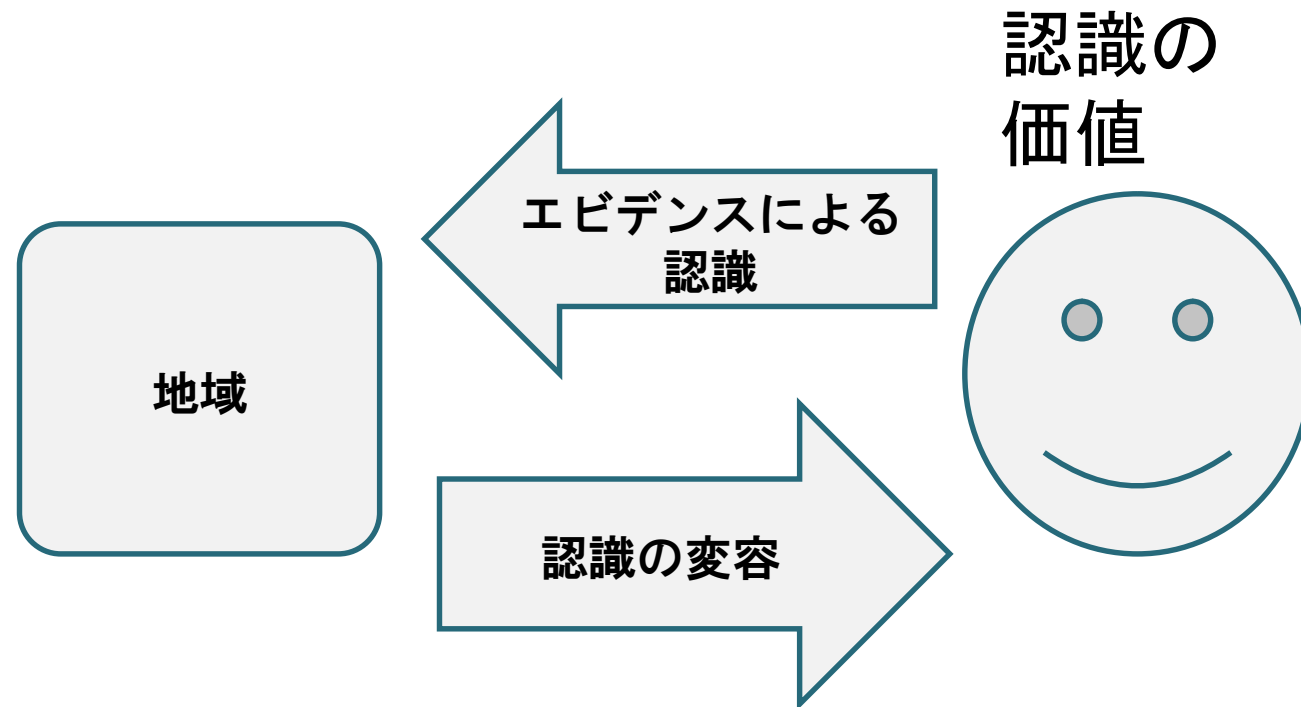


それでもデータはウソをつく

- 1) 願望によるウソ
- 2) 社会的規範にしばられたウソ
- 3) 世間体や見栄によるウソ
- 4) 質問者を喜ばせるためのウソ
- 5) 「坊主憎けりゃ袈裟まで憎い」ウソ

■ ■ ■ ■ ■

EB（エビデンス・ベースド）な 地域づくり



「価値自由」という問題

- 価値自由（マックス・ヴェーバー）
- ≠ みずからの価値観から解放されるということ
- = みずからの価値観をしっかりと見つめ、そこからくる限界を明らかにするとともに、その価値観をもとにした認識を透明化すること

エビデンスの必要性と限界

- 自分の思い込みだけで、地域づくりを行わないためにも、統計的思考力は必要。
- →しかし、いくつかのことをしっかりと考慮していくべき。
- 1) 熟練のカンの大切さ
- 2) 科学的方法とは、正しい答えを導くということではなく、プロセスを透明化すること。
- 3) データの恣意性ではなく、データの構築性
- 4) 統計だけで分からないことがたくさんあるということをしっかりと認め、それが何なのかをきちんと把握していく。

エビデンス・ベーストな地域づくりへ

- エビデンスの可能性と限界を見極めながら、同時に、それを根拠としてしっかりと地域創造をしていく。