

2022 年度トランスコスモス財団 学術・科学技術等の分野への助成事業

【報告書】

中小企業と観光地の競争力源泉と持続可能性に関する実証研究

村山貴俊（研究代表者）（東北学院大学経営学部教授）

松岡孝介（東北学院大学経営学部教授）

秋池 篤（東北学院大学経営学部教授）

2023 年 5 月

I 本研究の目的と予測成果

以下で説明目的、学術的背景、必要性および予測成果の下で、本研究は進められた。

(目的)

本研究では、資金や資源の面で相対的に劣るモノづくり中小企業や地方観光地が、どのようにして競争力を構築し、生存・成長していくべきかを、アンケート調査による定量的分析ならびに訪問調査による定性的分析を用いて明らかにしていく。また、それら分析結果を踏まえ、モノづくり中小企業や地方観光地の持続可能性に資する具体的かつ実践的な提言を行うことを目的とする。

(学術的背景)

学術的背景として、中小企業研究では、資金や資源で劣る中小企業が、大企業との競争に対峙しながら、いかに生き残るかという問題が、重要な研究テーマの1つになっている。既存研究では、革新、事業国際化、他社とのネットワークの構築、さらにそれらの組み合わせが、生存・成長に正の効果をもたらすことが実証されていた。

また、観光学研究では、観光地の競争力を包括的に把握するために観光地競争力という分析枠組みが提唱され、その枠組みに依拠して世界各地で観光地競争力の測定や比較が行われてきた。本研究は、こうした学術的背景を踏まえ、日本のモノづくり中小企業や地方観光地を分析対象として実証研究を進め、学術的な分析枠組みや理論の進展にも寄与する。

(必要性と独創性)

日本の自動車産業は、国際競争力を有すると評価されてきたが、それは完成車メーカーだけではなく、部品や金型を手掛ける2次ないし3次の中小・零細企業も含むサプライチェーン全体での競争力を意味する。すなわち、サプライチェーンを基底で支えるモノづくり中小企業が弱体化すると、日本の自動車産業の国際競争力も瓦解する可能性がある。よって、モノづくり中小企業の競争力構築や生存・成長戦略を分析する研究が求められる。

加えて、少子高齢化による定住人口の減少が進む日本の地域では、観光産業が生み出す交流人口および観光消費の拡大こそが重要になっている。他方、観光地間の競争は熾烈であり、資金や資源の欠乏する地方観光地が競争に打ち勝つことは難しい。よって、観光地の強みや弱みを正確に把握し、強みの強化と弱みの補完に向けて効果的に資源を集中投下する戦略的な視点と行動が求められる。

これまでの自動車産業研究では、トヨタなどの完成車メーカーおよびそれを支える大手1次部品メーカーに分析の主眼が置かれていた。他方、サプライチェーンの2次ないし3次の層に位置する中小・零細企業の経営を分析する研究は非常に少なかった。

観光地競争力に関しては、世界各地で観光地の競争力が測定されている一方、日本の観光

地の競争力を測定する研究はなかった。本研究では、観光地競争力という学術的な分析枠組みに依拠して、東北の幾つかの観光地の競争力を実際に測定し、それら観光地の競争力構築に資する戦略的指針を提示する。

(予測成果)

モノづくり中小企業の研究に関しては、申請者が単行本として公刊し、研究成果の社会還元を進める計画である。観光地競争力の研究に関しては、共同研究者と共に国際的な英文ジャーナルへの投稿を計画する。

II 研究成果

本研究では、以下の2つの成果を発表した。

- ① Murayama T, Brown G, Hallak R, Matsuoka K. Tourism Destination Competitiveness: Analysis and Strategy of the Miyagi Zaō Mountains Area, Japan. *Sustainability*. 2022; 14(15):9124. <https://doi.org/10.3390/su14159124>

Abstract

This paper uses the tourism destination competitiveness framework to support the formulation of a tourism development strategy for the Miyagi Zaō mountains area in Japan. The study area experienced major disruptions associated with the 2011 earthquake, the Fukushima nuclear accident, and the 2015 and 2018 volcanic eruption warnings. The disasters had a significant impact on tourism, which plays a key role in the sustainability of Zaō town and the surrounding region. Zaō town is faced with an aging population and a shrinking economy. A survey of visitors (demand side) and local company representatives (supply side) was conducted to determine perceived strengths and weaknesses of the regional tourism destination. Nature-based activities were awarded the highest scores by both sides. Based on the findings from the destination competitiveness analysis, a nature-centric tourism development strategy is proposed to achieve destination competitiveness and sustainability of the local society and the natural environment.

要約

本稿は、日本の宮城蔵王エリアの観光振興戦略の策定を支援する目的で、観光地競争力の分析枠組みを活用する。研究対象の地域は、2011年の東日本大震災、福島原発事故、2015年と2018年の噴火警報に伴う大きな混乱を経験した。これらの災害は、蔵王町および周辺地域の持続可能性にとって鍵となる観光産業に大きな影響を与えた。蔵王町は、人口の高齢化および経済活動の縮小にも直面している。地域観光地に関する知覚された強みと弱みを判定するために、訪問客（需要サイド）と地域企業の代表者（供給サイド）への調査を実施

した。自然を活かした体験が、需要と供給の両サイドから最も高く評価された。観光地競争力の分析知見に基づき、観光地の競争力ならびに地域社会と自然環境の持続性を達成するために、自然を中心とした観光振興戦略が提案される。

本論文は、インパクトファクター (IF) 3.889、サイトスコア (CS) 5.0、および *Geography, Planning and Development* 分野の Q1 に位置づけられる MDPI ジャーナル *Sustainability* に掲載されたものである。

また、観光学のトップジャーナル *Tourism Review* (IF=7.689) に掲載の論文 Jing (Bill) Xu, Tracy Au (2023). Destination Competitiveness since 2010: Research Themes, Approaches, and Agenda, *Tourism Review* (ISSN: 1660-5373) の中でも本論文が参照されている。Xu and Au (2023) は、2010 年以降の *Tourism Destination Competitiveness* に関する先行研究を包括的かつ体系的にレビューした。需要サイド (訪問客) と供給サイド (企業) の両方から観光地競争力を測定した研究は非常に少ないが、その中の代表的論文として Murayama, Brown, Hallak and Matsuoka (2022) があると評価され、その分析内容についても紹介されている。

今後も多くの国際的な研究の中で本論文が参照・引用される可能性があり、本財団の支援活動を世界中に広げる効果が期待できる。

② 村山貴俊『中京経済圏モノづくり中小企業の生き残り戦略——自動車部品・金型メーカーに学ぶ』中央経済社、2023 年 2 月。

本著では、中京経済圏の自動車部品・金型メーカー 5 社の事例分析に基づき、中小企業の生き残り戦略を考察した。日本の自動車産業の競争力は、サプライチェーンの 2 次、3 次に位置する中小の部品メーカーや金型メーカーの支えられているともいえる。それらのサプライチェーンの基底にあるモノづくり中小企業が弱体化すれば、日本の自動車産業の競争力を維持することは難しくなる。

中京経済圏で活躍するモノづくり中小企業 5 社への訪問調査を通じて、各社の戦略的なポジショニング、それを支える資源や能力、資源や能力を収益に繋げる営業力、社員の成長、環境変化を読み解く動的な戦略経営などの必要性を指摘した。

また、最終章では、分析結果を実践で活用するための実践的提言を行い、モノづくり中小企業はもとより、全ての中小企業の存続と成長に資する 9 つの戦略的視点を明示した。

学術的知識を産業界に還元できることから、産業界に対しても本財団の支援活動を周知できると考えられる。

III 自己評価

以上の研究成果により、当初に掲げた予測成果を十分に達成できたと考えられる。