

(続紙 1)

京都大学	博士 (経済学)	氏名	AISYAH Tri Astari
論文題目	Experience Value Co-Creation in Indonesia Tourism Destination: Exploring the Relationship of Destination Authenticity and Digital Platform		
(論文内容の要旨)			
<p>本論文は、Covid-19の感染拡大による影響を受けたインドネシアの文化遺産観光に対し、トラベル・ライブ・ストーリーミングという映像を活用することによる観光客の行為（オンライン利用意向、来訪、再訪）に対する分析と、観光促進に関する提言を行ったものである。具体的には、インドネシアのロンボク島において、文化遺産観光の重要な要素である先祖代々の風習や習慣を継承しているセード村を事例とし、質的アプローチ（観察とインタビュー）と量的アプローチ（アンケート調査分析）の逐次混合法を適用している。</p> <p>本論文では、観光客と観光目的地とがオンライン・プラットフォームを媒介として相互作用するというサービス・ドミナント・ロジックの考え方を援用し、観光客の経験価値を発展させる要因を明らかにすることを目的としている。このような目的に対して、3つのフェーズに分けて分析を進めている。</p> <p>(1) 視聴者（潜在的な観光客）のライブ・ストーリーミング利用意向にどのような影響を与えるかの要因の特定</p> <p>本論文では、プラットフォームの利用経験、知覚された利益、およびコストは、視聴者の共創能力に有意に影響していることが示された。これは、ライブ・ストーリーミング中に共有される美的外観やコンテンツによって楽しみや喜びを感じ、いつかその場所を訪れたときに何をすべきかを想像し計画することによって、視聴者の共創能力に影響を与えると想定される。加えて、知覚メリットとコストの認識も、オンライン・プラットフォームに慣れ親しんでいる25歳以下の人々に対して、特に影響を与えている。</p> <p>(2) 観光目的地の真正性（本物さ）が観光客の感情的体験などに与える影響や、観光目的地への来訪要因の特定</p> <p>潜在的な観光客は、ライブ・ストーリーミング中に撮影された場所の臨場感を得て、観光目的地に感情移入することが示された。さらに、視聴者が画面上で何を見ることを期待するか（適合性）と、視聴者にその場所にいるように感じさせる目的地の本質的な部分をライブ・ストーリーミングがどのようにカバーしているか（現実性）とから得られる双方向性と感情的体験を通じて、視聴者の訪問意図に影響を与える。</p> <p>(3) 観光客の再訪意向に影響を与える現地での本物体験を通して、観光目的地への再訪意向に関する要因の特定</p> <p>再訪意向の調査における実証的検証から、文化遺産観光地としてのセード村では、実存的真正性は観光客の真正体験に影響しないことが明らかになった。文化遺産の目的地における本物の体験は、感情的で自己実現的な体験よりも、環境やモノに基づく体験に影響されることが示された。</p>			

以下、本論文の具体的な章立てについて説明する。

第1章では、本研究の背景、研究課題、研究目的を概説し、第2章では、サービス・ドミナント・ロジックを中心とする関連文献の紹介と、観光における経験価値の共創についての先行研究の整理を行っている。本研究の主たる内容を第3章～5章に記載し、第3章では、トラベル・ライブ・ストーリーミングと潜在的な観光客の利用意向、価値共創能力の獲得要因について分析を行っている。第4章では、観光客の観光地への来訪に関して、観光地の真正性（本物さ）と訪問意図に関する分析を行っている。具体的には、観光地への訪問意向に関して、潜在的な観光客である視聴者に、相互作用性と感情的体験、オンライン体験を提供することで、どのような影響を与えるかを探っている。さらに第5章では、観光地の真正性と本物の体験が、文化遺産観光地への再訪意図にどのような影響を与えているのかの分析を、現地調査とオンラインでの再訪エンゲージメントを通じて検証している。これらの分析には、現地調査データやアンケートデータに対し、因子分析や構造分析などの多変量解析手法を用いている。最後の第6章では、理論フレームワークとしての位置づけと実践的含意、並びに、今後の研究について総括している。

(論文審査の結果の要旨)

本論文では、サービス・ドミナント・ロジックを基本とし、観光体験を単なるサービスの提供ではなく、観光客との「共同で価値を作るプロセス」と捉えている。そのうえで、観光客の観光地に対する認知、訪問、再訪に対する行為に対し、ライブ・ストーリーミングを活用した情報提供がどのように観光体験の価値を高めるのかについて、インドネシアの文化遺産観光地であるセード村を例に、インタビューとアンケートによる実証分析を行った。本論文では、観光客の視点から、観光に対する能動的なふるまいに着目することにより、持続的な観光に寄与するプロセスについてまとめている点が評価できる。

このようなアプローチによる本論文の主たる貢献は、以下の通りである。

(1) サービス・ドミナント・ロジックによる文化遺産観光のモデル化

サービス・ドミナント・ロジックは、製品中心の考え方（グッズ・ドミナント・ロジック）からの脱却を目指すマーケティングのフレームワークであり、オペラント資源（原材料や機械など、何らかのアクションが加えられるまで価値を生み出さない資源）と、オペラント資源（人の能力は経験など、他の資源に影響を与え、価値を生み出す能動的な資源）という概念が重要になる。本論文では、文化観光としての観光地（オペラント資源）と観光客（オペラント資源）の分析に加えて、文化遺産観光地における観光客の経験価値共創のプロセス精緻化を行った。

(2) トラベル・ライブ・ストーリーミングによる観光客の利用意向と観光行為（認知、来訪、再訪）との関係分析

本論文では、プラットフォームのユーザー体験、知覚価値、知覚コストの変数を用いて、共創する能力の動機付けを行なった。視聴者のインタラクティブティ、感情的経験、訪問意向に与える影響を通して、観光地が観光経験共創プロセスにおけるオペラント・リソースとして作用していることが得られた。さらに、再訪に際しては、文化遺産観光に不可欠な本物の体験が重要性の認識と、どのような真正性が有効かであるかの分析を行った。

(3) インドネシア政府に対する文化遺産観光の提言

本論文の分析結果をもとに、Covid-19で多大な影響を受けたインドネシア観光に対し、トラベル・ライブ・ストーリーミングを用いた文化遺産観光に対する提言を行った。今回は、セード村を対象とした分析であるが、インドネシアには、4,600超の文化環境保全のある類似の観光村が存在し、成果の水平展開が期待できる。

このように、本論文は、理論フレームワーク的には、文化観光研究に新しい洞察を加え、経験共創プロセスや観光客の経験価値共創の考え方を提供している。また、観光地の運営者や組織に、ソーシャルメディア上のライブ・ストーリーミングを活用した観光客と地域コミュニティの相互作用を促進する方法を提示している。

一方で、本論文は、無形の観光サービスの価値創出のメカニズムを主たるテーマとしているが、主として観光客（視聴者）の視点を通してしか見ていないため、観光地の人々の視点を通じた分析を加える必要がある。また、ライブ・ストリーミングを利用しなかった人の行動についての分析と比較や、若い世代に対する調査の偏りへの対処も必要である。このような分析の補強を行って、観光プロセス全体を分析することが今後の課題として残されている。

このような課題は残されているものの、本論文では、インドネシアの文化遺産観光に対し、サービス・ドミナント・ロジックのフレームワークを基本としつつ、トラベル・ライブ・ストリーミングメディアの活用や、観光客の積極的な関与という観点から、経験に基づく実践的価値の表出に関する貢献が大きい。今後の文化遺産観光の経営、運用においても有用な示唆を与えるものである。

よって、本論文は博士（経済学）の学位論文として価値あるものと認める。また、令和5年8月1日に実施した論文内容とそれに関連した口頭試問を行った結果、合格と認めた。

要旨公表可能日： _____ 年 _____ 月 _____ 日以降