

授業科目名	観光マーケティング分析論	担当教員	直井 岳人
必修の区分	選択		
単位数	2単位		
授業の方法	講義		
開講年次	2年第3クォーター		
講義内容	本講義では、観光旅行者・潜在的観光者の理解の為に有用な基礎的な質問票(アンケート)調査法と、汎用性の高い統計分析手法について学ぶ。ここで学んだ手法は、観光旅行者の動機、行動意向など、観光マーケティングに必要な様々な分析目的に応用可能である。この講義ではテーマを「質問票調査設計」、「基礎的データ解析」、「応用的解析」に分け、観光地イメージ研究の事例を参照しながら、実践的視点に立って進める。また、受講者に実際に解析ソフトの1つであるRStudioを動かしてもらい、実感を伴った理解ができるようにする。		
到達目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・基本的な質問票の設計ができる</li> <li>・基本的な調査設計ができる</li> <li>・基本的な統計解析手法に関する横断的・実践的知識を修得できる</li> <li>・以上を基に、観光地と潜在的マーケットを結びつけるための基礎データを得るための手法を身につけることができる。</li> </ul>		
授業計画	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. イントロダクション</li> <li>2. 質問票調査計画(質問票設計とサンプリング)</li> <li>3. 基礎的データ分析:基礎統計量、分布 (事例:環境配慮行動と関連する価値観の把握)</li> <li>4. 基礎的データ分析:クロス集計表・度数分布表 (事例:訪問経験と観光旅行行動の関連)</li> <li>5. 復習 (事例:観光地イメージの把握)</li> <li>6. 応用的解析:属性間の関係を見出す(相関係数) (事例:観光地イメージ項目間の関係)</li> <li>7. 応用的解析:複数の平均を比較する(t検定) 1 (事例:潜在的マーケットの特性と観光地イメージの関係)</li> <li>8. 応用的解析:複数の平均を比較する(t検定) 2 (事例:複数の観光地イメージの比較)</li> <li>9. 応用的解析:複数の平均を比較する(分散分析) (事例:潜在的マーケットの特性と観光旅行行動の関係)</li> <li>10. 応用的解析:属性間の関係を見出す(回帰分析) 1 (事例:観光地イメージ項目と全体的イメージの関係)</li> <li>11. 応用的解析:属性間の関係を見出す(回帰分析) 2 (事例:観光地イメージ項目と全体的イメージの関係)</li> <li>12. まとめ</li> </ol>		
事前・事後学習	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予習に関しては、次回の授業に相当する範囲を前週の授業で示すので、専門用語の意味などを理解しておくこと</li> <li>・復習に関しては、後述するとおり毎回、概念理解の分析手法の理解の為に分析課題を出題するので、それに回答すること(提出方法は別途指示)。</li> </ul>		
テキスト			

<p>参考文献</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・山田剛史・杉澤武俊・村井潤一郎（2007）Rによるやさしい統計学 オーム社</li> <li>・緒賀郷志（2019）Rによる心理・調査データ解析 第2版 東京図書</li> <li>・川端一光・岩間徳兼・鈴木雅之（2018） Rによる大変量解析入門：データ分析の実践と理論 オーム社</li> </ul> <p>統計解析に関しては、個人間で理解の進み方にばらつきがあり、相性の問題もあり、適するテキストが異なることが多い。例えば、細部を省略しているが取り掛かりやすい教本が適している学習者も、より細部に関する理解を求める受講者もいると思われる。希望があれば、受講者のレベルと希望内容に応じて参考文献を紹介する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・鎌原雅彦・大野木裕明・宮下一博・中澤潤（1998）心理学マニュアル 質問紙法 北大路書房</li> </ul>
<p>成績評価の基準</p>	<p>定期試験（70%）、分析課題への回答（30%）を基に評価する。定期試験では、質問票の設計と調査計画、各分析手法の適用（どのようなデータで何を知るためにはどのような分析手法が適しているか）と分析結果の読み取り方に関する理解について評価する。分析課題では分析手法と観光マーケティングへの応用に関する基本的な理解について評価する。</p>
<p>履修上の注意 履修要件</p>	<p>本講義は分析に重きを置く。分析の観光マーケティング上の意義については、本講義中でも言及はするが、「観光産業マーケティング」と「デスティネーションマーケティング論」で詳しく講義するので、両科目を配当年次に履修することが望ましい。</p>
<p>実践的教育</p>	<p>該当しない。</p>
<p>備考欄</p>	<p>「第3クォーターの定員超過科目選考」前までの履修登録者が50名を超える場合は、抽選により履修者50名を決定する。その際、「第3クォーターの定員超過科目選考」前までに授業に出席している学生を優先する。</p>