日光と箱根における観光者の CS ポートフォリオ分析
―外国人観光者と日本人観光者の比較―

東洋大学大学院国際観光学専攻　学生会員　○野瀬元子
東洋大学国際観光学科　　正会員　　古屋秀樹

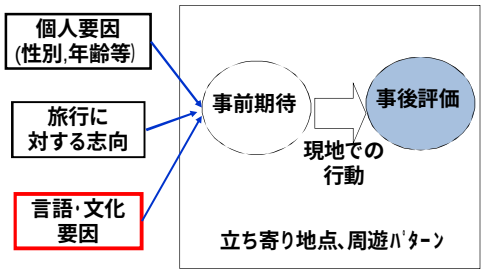
1．研究の背景と目的

訪日観光振興策「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が2003年に始まり，訪日外国人の数を2010年までに1,000万人に増やす政府の目標が掲げられているなか，訪日外国人観光者の誘致に取り組む自治体が増加している．訪日外国人の訪問率が最も高い東京近郊の観光地，日光，箱根は地理的また観光資源の優位性から，日本の近代観光発展の黎明期より外国人観光者が来訪する国際観光地として発展を遂げた．訪日観光全体にとって，東京を補完する周辺の観光地の重要性や位置づけを外国人観光者の観光行動・評価を通して認識していくことは重要である．以上より，本研究では，外国人観光者の行動・評価の特性を日本人観光者との比較および日光，箱根の二つの観光地の比較分析により，その評価構造を明らかにすることを目的とする．

2．日光と箱根における観光行動・評価特性分析

1)調査方法：本研究は，２つの観光地を事例とし，訪日観光における外国人観光者が観光行動後に行う評価の形成プロセスの解明を分析対象とした．このため，図―1 に示す模式図の枠組みを仮定した．この分析の枠組みを達成するため，比較のため二つの観光地，日光と箱根に宿泊観光をした外国人観光者と日本人観光者を対象に，観光地内の立ち寄り箇所，21 項目の観光行動に対する事前期待，事後評価，観光旅行に対する志向，来訪回数，個人属性などの設問項目を設定し，英語版，日本語版の調査票による質問紙調査を実施した（表―1）．

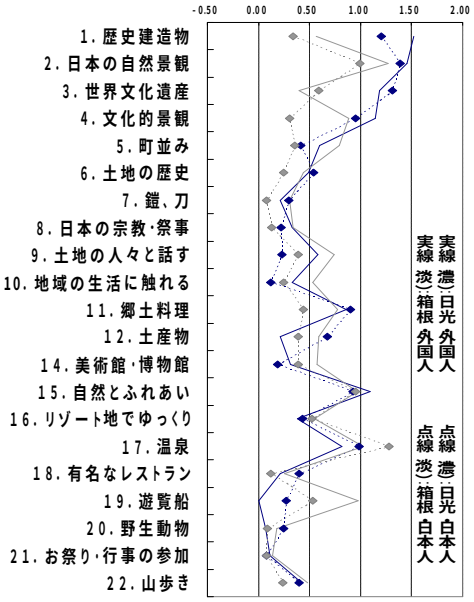
2)単純集計：日光・外国人観光者，日光・日本人観光者，箱根・外国人観光者，箱根・日本人観光者の４種類に分けて図-2 に示す事前期待（３点満点）と事後評価（５点満点）の平均得点ならびに全体評価（５点満点）の平均得点を算出すると，その差異が明らかとなった．４サンプルの全体評価（５段階評定）の平均得点の比較では，日光・外国人 4.38，日光・日本人 4.01，箱根・外国人 4.08，箱根・日本人 4.08 となり，日光・外国人観光者の全体評価が最も高かった．次に，事前期待と事後評価との相関をみると，高い正の相関が確認された．この散布図の回帰式から導かれる予測値から 0.13 以上乖離する観光行動の項目に注目すると，外国人観光者，日本人観光者に共通したプラス項目には，世界文化遺産（日光），日本の自然景観（日光，箱根共通）が，また，マイナス項目では，町並み（日光・外国人），郷土料理（日光・日本人），富士山をみる（箱根・外国人），レストラン（箱根・日本人）など各サンプルに特有なものが把握された．



図―1 観光行動･評価の模式図

表―1 調査概要

	日光		箱根	
対象者	外国人	日本人	外国人	日本人
実施日	2007年5月中旬～9中旬		2007年6月上旬～9上旬	
調査場所	２箇所	６箇所	２箇所	４箇所
調査方法	留め置き法による質問紙調査			
回答者N	184	150	159	157
有効ｻﾝﾌﾟﾙ	162	114	125	124
計	525			

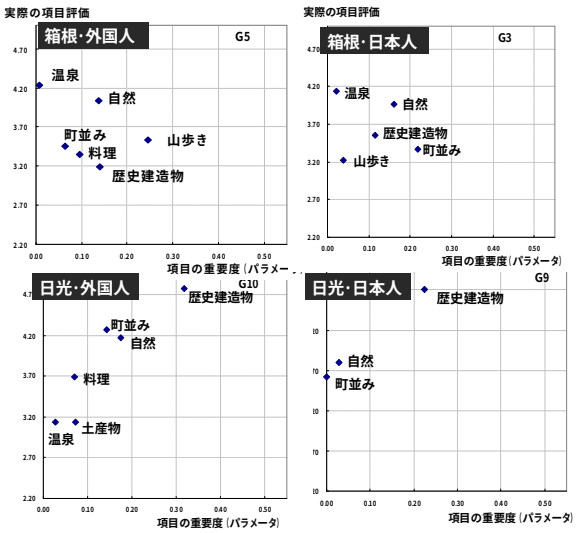


図―2 事後評価（日光,箱根/外国人,日本人）

連絡先：群馬県邑楽郡板倉町泉野１－１－１　東洋大学大学院国際観光学専攻　TEL 0276-82-9158
キーワード：観光行動，評価，訪日観光，外国人観光者，CS ポートフォリオ

3)クロス集計:外国人観光者に着目し，居住地別立ち寄り行動特性，来訪回数別観光行動・評価特性，居住地別観光行動特性，アジア来訪回数別観光行動・評価特性を行ったところ，特に外国人観光者の居住地別全体評価平均点で差異が確認された．観光行動に対する評価に国別特徴があるといえるが，標準偏差を考慮した差の検定では有意とはならなかった．これより，外国人観光者の観光行動・評価の把握をより詳述するためには国別以外による観光者のセグメンテーションの必要性が示された．

4) 多変量解析を用いたセグメンテーションとその特性把握:本研究の目的である観光行動・評価に影響を与える観光者要因，観光地要因，および観光者要因と観光地要因の交互作用による要因を明らかにするため多変量解析による分析を行った．事前期待，事後評価データを用いて主成分分析を行い，主成分得点を用いてクラスター分析を行ったところ，12 グループにサンプルを分けることができた．12 グループの評価傾向の特徴の把握後，各セグメントの全体評価に影響を持つ観光行動要素を明らかにするため重回帰分析による評価構造の同定を行った．観光地に対する全体評価（5 点満点）を被説明変数として，説明変数として図―2 に示す事後評価 21 項目ならびに事前期待 21 項目を説明変数としたところ，重相関係数 0.5 となりパラメータの符号条件を満たすモデルが構築できた．（表―2）これによって得られた各セグメントの項目別パラメータを重要度（X 軸），実際の事後評価平均点（Y 軸）を用いて CS ポートフォリオを 12 セグメント毎に作成した．図―4 に示すように，日光，箱根の外国人，日本人観光者に卓越した特徴を示した 4 つのセグメント（日光・外国人：G10，日光・日本人：G9，箱根・外国人：G5，箱根・日本人：G3）の評価構造を比較すると，日光を訪問した観光者では，外国人，日本人に共通して歴史建造物が満足度に与える影響が大きいことが示したが，その他の項目の自然，町並みに対しての評価および重要度は異なり，外国人観光者の評価により大きな影響を与えていた．箱根では，高い評価の項目が温泉，自然という順であったことは外国人，日本人に共通していたが，その他の項目の評価および重要度は異なり，外国人観光者の重要度が歴史建造物でより高いことが示された．



図―4 セグメント別 CS ポートフォリオ図

表―2 重回帰分析モデル推計

	歴史建造物	町並み	料理	自然	温泉	事前期待温泉	山歩き	事前期待自然景観	野生動物	土産物	交流	定数項	重相関係数	決定係数	改善・重相関係数	改善・決定係数
全体	0.17	0.10	0.08	0.16	0.05							3.67	0.52	0.26	-	-
	6.30	3.86	3.22	5.26	1.91							78.70				
1	0.01	0.22	0.30	0.18	0.28	0.02						3.56	0.61	0.25	0.00	▲ 0.02
	0.05	1.14	1.48	1.02	1.42	0.08						17.17				
2			0.14	0.04	0.09		0.04					3.76	0.36	0.08	0.00	▲ 0.01
			2.31	0.54	1.01		0.55					31.65				
3	0.11	0.22		0.16	0.02			0.07				3.65	0.44	0.10	0.01	▲ 0.02
	1.02	1.97		1.29	0.15			0.50				14.88				
4	0.27	0.10	0.07	0.55			0.25					3.06	0.70	0.39	0.07	0.08
	2.78	1.03	0.88	3.20			2.14					9.16				
5	0.14	0.06	0.10	0.14	0.01							3.70	0.34	0.02	0.00	0.00
	1.15	0.53	1.11	1.22	0.05							18.28				
6	0.05	0.19		0.03				0.23				3.53	0.44	0.06	0.01	▲ 0.03
	0.39	1.97		0.18				0.40				3.01				
7	0.52		0.06		0.35				0.23			2.84	0.86	0.63	0.03	0.04
	1.86		0.53		1.77				1.44			7.51				
8		0.23	0.19		0.25							3.50	0.68	0.36	0.00	0.00
		1.64	1.50		2.76							19.67				
9	0.22	0.00		0.03						0.07		3.70	0.31	0.01	0.02	▲ 0.01
	1.60	0.02		0.40						0.79		15.31				
10	0.32	0.14	0.07	0.18	0.03	0.06						3.43	0.47	0.10	0.01	▲ 0.02
	1.80	1.13	0.85	1.79	0.21	0.53						8.70				
11	0.12	0.09	0.18	0.10							0.16	3.61	0.57	0.26	0.03	0.03
	1.27	1.51	1.92	1.04							1.72	18.59				
12				0.12			0.24					4.01	0.49	0.19	0.11	0.11
				1.34			2.00					21.56				

3．研究のまとめと今後の課題

外国人観光者の評価構造を CS ポートフォリオ分析によって明らかにしたことにより，箱根の人文資源に関する情報提供の拡充や日光における自然資源の訴求が満足度を高めることが期待できるセグメントの対象が示された．また，セグメント毎の評価の把握の重要性を示すことができた．観光地側は，外国人観光者の評価を他の観光地との比較によって，自らが保有する観光要素やサービスの位置を確認する有効性を明らかにした．今後の研究の課題は，限定的なサンプルによる分析から，より広範な外国人観光者の行動・評価の実態の把握である．

[主要参考文献]

1)国際観光振興機構（JNTO）：訪日外国人旅行者満足度調査（2005 年 6 月），国際観光サービスセンター
2)Furutani, T. and Fujita, A.(2005): A study on Foreign Tourists' Behavior and Consumer Satisfaction in Kamakura, Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, Vol.6, pp.2154-2169
3)掘内拓良(2006)：外国人観光旅行者と日本人観光旅行者における京都の評価要因分析，日経広告研究所報 228 号，p.39-43
4)Turner, L. and Reisinger, Y.(2002):Cross-Cultural Behaviour in Tourism: Concepts and Analysis