

沖縄観光の行動特性に関する基礎的分析

琉球大学大学院 学生会員 ○大城 侑人

琉球大学 正会員 神谷 大介

東京大学大学院 正会員 羽藤 英二

1.はじめに

観光産業を主要産業の 1 つとして位置づけている沖縄県は、入域観光客数 1000 万人という目標を掲げ、さらなる観光の発展に向けての取り組みが顕著である。しかし、観光行動の実態はほとんど把握されていない。また、それは多くの要因により異なることは容易に想像できる。

そこで、本研究では多様化する観光客の行動特性を明確にすることを目的とし、アンケート調査を実施し、観光行動とこれに影響を及ぼす要因について分析を行った。

2.アンケート調査と結果の概要

沖縄旅行を終えた観光客を対象に那覇空港で直接面談方式によるアンケート調査を 2007 年 10 月から 2008 年 2 月にかけて計 6 回 12 日間実施した。その主な調査項目を表-1 に示す。

この調査において、多くの観光客が訪れた上位 10 の観光地を表-2 に示す。これより観光客が最も多く訪れた場所は「沖縄美ら海水族館」であった。アンケート調査の際に、観光客からもう一度行きたい観光地とし

表-1 主なアンケート調査項目

調査項目	内容
個人属性に関する質問	性別、年齢、職業
	結婚（既婚、独身）、子供の有無
旅行全般に関する質問	旅行先決定要因
	旅行に求めるもの
今回の沖縄旅行に関する質問	沖縄旅行経験、グループ構成
	沖縄本島を除く離島への来訪
	再度沖縄に行きたいか、居住希望
旅行行動調査	来訪場所
回収サンプル数	293 部
有効サンプル数	175 部

キーワード: 沖縄観光、観光行動

琉球大学工学部環境建設工学科

〒903-0213 沖縄県西原町千原 1 番地

Tel: 098-895-8653 Fax: 098-895-8677

てもその場所が挙げられことから、観光客全体の行動特性の 1 つとして「沖縄美ら海水族館」を含むことが考えられる。さらに表-3 に観光客が旅行先を決めるとき重要と考える項目の上位 5 を示す。この結果と表-2 から、観光客が自然や歴史的場所を重要視しているにもかかわらず沖縄美ら海水族館や国際通りといった観光施設が上位に挙がっている。これは沖縄旅行自体で自然、歴史的な場所という項目を満足しているものと推察される。

また、以前沖縄を訪れたことがあるかという質問に対し、283 人のうち約 46%の 130 人が初めてであり、残りの 153 人がリピーター客であった。表-4 にビギナー客、リピーター客の沖縄への来訪理由の集計結果を示す。これから、初めて沖縄を訪れた観光客の行動特性として、観光情報誌で多く取り上げられている観光地を訪れることが考えられる。一方、リピーター客の「その他」の回答では「落ち着く」、「のんびりできる」という声も聞かれた。このことから、ビギナー客とリピーター客の沖縄観光の目的は、前者が多くの観光地を訪れることに重点を置き、後者は自分の気に入った観光地で過ごす時間に重点が置かれていると考えられる。

表-2 主要観光地への来訪人数

	主要観光施設		来訪人数
1	沖縄美ら海水族館	本部町	149
2	国際通り	那覇市	141
3	首里城公園	那覇市	114
4	DFS ギャラリー沖縄	那覇市	79
5	ひめゆりの塔	糸満市	60
6	万座毛	恩納村	55
7	沖縄アウトレットモール	豊見城	49
8	ナゴパイナップルパーク	名護市	42
9	おきなわワールド	南城市	40

表-3 旅行先決定要因上位 5 (複数回答)

	人数
自然	151
歴史的な場所	114
まちなみ	67
ショッピング	56
文化施設	25

表-4 沖縄への来訪理由 (複数回答)

	ビギナー客	リピーター客
沖縄が好きだから	18	74
以前きたときに良かったから		78
沖縄に知人・友人がいるから	13	28
よく来ているから		6
テレビなどを見て来たくなった	48	9
誘われたから	13	12
ダイビング等の具体的な目的があるから	10	23
その他	37	34

3.観光行動の分類とその考察

観光行動を明確にするため、旅行者の行動のグループ化を行った。本研究では個人属性を外生変数として取り組むことが可能な潜在クラス分析¹⁾を用いた。分析では顕在変数として来訪エリア、外生変数として結婚、沖縄旅行経験、グループ構成の 3 つを取り込み、アンケートでの旅行行動調査の旅行全日程のデータを基に潜在クラス分析を行った。これを行うにあたり、表-2の結果を基に沖縄本島を 10 エリアに分類した。それを図-1 に示す。また、分析結果の一部を表-5 に示す。

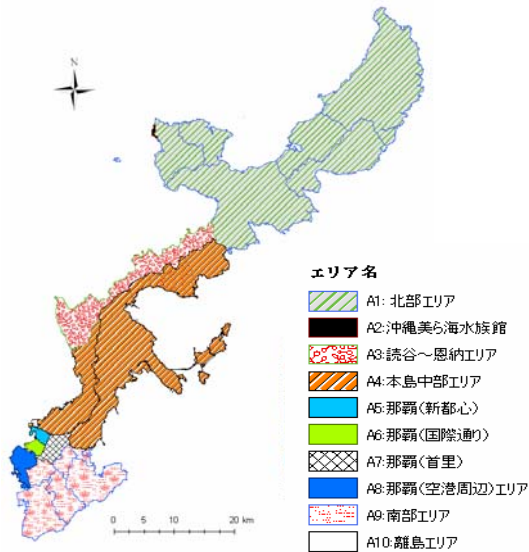


図-1 エリア分類図

表-5 潜在クラス分析結果

		クラス	a	b	c	d
		サイズ	0.576	0.127	0.104	0.057
潜在確率	エリア	A1	0.588	1.000	0.000	0.000
		A2	0.836	1.000	0.461	0.120
		A3	0.821	0.876	0.467	0.433
		A4	0.334	0.513	0.490	0.889
		A5	0.271	0.606	0.193	0.652
		A6	0.568	1.000	0.740	0.902
		A7	0.490	0.681	0.957	0.334
		A8	0.292	0.000	0.322	0.453
		A9	0.414	0.680	0.697	0.227
		A10	0.035	0.000	0.000	0.000
潜在確率	結婚	既婚	0.464	0.516	0.622	0.000
		独身	0.536	0.484	0.378	1.000
	経験	ビギナー	0.357	0.821	0.778	0.135
		リピーター	0.643	0.179	0.222	0.865
	グループ構成	1人	0.000	0.000	0.118	0.140
		家族	0.583	0.532	0.367	0.000
		友人	0.417	0.075	0.000	0.570
		カップル	0.000	0.393	0.515	0.290

これよりクラス b とクラス d をみるとクラス b ではビギナー客、クラス d ではリピーター客の潜在確率が高くなっている。この 2 つのクラスからビギナー客のほうがりピーター客よりも広い行動範囲を有していることが明らかとなった。これと表-4 の集計結果からビギナー客が多く観光地を訪れることを目的としていることが示された。

次にクラス a とクラス d を比べると、リピーター客が限られた範囲内を行動するだけでなく、グループ構成によって行動範囲が異なっていることが分かる。これから、沖縄観光で重点を置く項目は、旅行経験だけでなくグループ構成によっても異なると考えられる。

また、クラス b とクラス c をみると同じビギナー客でもグループ構成によって訪れる観光地が異なっていることから、グループ構成の違いが観光行動へ影響を及ぼすことがいえる。

4.おわりに

沖縄への旅行経験、観光客のグループ構成が観光行動に影響することが明らかになった。今後、より詳細に行動特性を把握するため、他の個人属性を考慮した集計、分析が必要となる。

参考文献

1)岡太彬訓、木島正明、守口剛：マーケティングの数理、朝倉書店、2005