

ライフスタイル変数を用いた旅行嗜好性の分析*

A Quantitative Analysis on Tourists' Tastes by Lifestyle variables

猪狩良介**・古谷知之***

By Ryosuke IGARI**・Tomoyuki FURUTANI***

1. 研究の内容

(1) 研究の進め方と方法

観光業は日本の重要な産業の一つとして急成長を遂げている。それに伴い、観光産業におけるマーケティングの重要性はますます増している。また、近年マーケティングの世界では消費者のライフスタイルに着目した事例が多く見られ、消費者の生活習慣や消費活動などのライフスタイル要素を基に商品開発や販売戦略など広く行われている。しかし、観光産業においてライフスタイルの要素に着目したマーケティングの事例や研究例は少ない。観光業においてもライフスタイルに基づいた適切なプロモーション活動や適切な情報提供を行えば、観光業における重要なマーケティング戦略になると思われる。そこで、本研究ではライフスタイル変数を用いた旅行嗜好性を離散型選択モデルによって明らかにし、観光業におけるライフスタイル要素に着目したマーケティング戦略の有用性を示すことを目的としている。また、本研究では旅行時ではない日常時の消費者についての性質をライフスタイルとして用いることにする。

旅行者の嗜好性は、旅行者の日常生活ライフスタイルや旅行者の過去の旅行行動が潜在的に関係していると思われる。本研究では、これを明らかにするために温泉旅行を例として取り上げ、大学生(大学院生含む)を対象としたアンケート調査を実施した。得られたアンケートデータを離散型順序データとして扱い、旅行先の条件の重要度を被説明変数とし、ライフスタイル要素と旅行者の旅行行動に関する項目を説明変数としてベイズ順序プロビットモデルによるパラメータ推定を行う。ここでは、マルコフ連鎖モンテカルロ(MCMC)法の代表的手法であるギブス・サンプラーを用いる。また、得られたパラメータの推定結果を用いて限界効果分析を行い、ライフ

スタイルと旅行者の嗜好性の関係性を定量的に示す。

観光マーケティングや旅行先の決定に関する既存文献はこれまでも多く見られる。しかし、これまでに行われてきた観光の研究では旅行者の性別や年齢、居住地などの外面的属性と旅行行動や満足度などを組み合わせたものは見られるが、ライフスタイルと旅行者の嗜好性を結びつけた論文はほとんど見られない。確かに旅行者の属性によって好みの傾向は異なり、観光地ごとに客層がはっきりと分かれる場合もある。しかし、同じ属性を持つ旅行者でも旅行時以外の日常生活においては時間やお金の消費の傾向は異なり、それによって旅行時の消費や選好も変わってくると思われる。そのため、ライフスタイル変数を用いた旅行者の嗜好性の分析を行うことは意義があり、本研究の新規性は充分にあると思われる。

2. モデル推定

(1) 変数の概略

モデルのパラメータ推定に用いる非説明変数を表1に示す。これらの14項目の被説明変数は、旅行者が旅行先を選ぶ際に重視する項目である。これらは旅行先全体に関する項目と宿泊先のサービスなどに関する細かい項目の大きく2種類に分かれている。各項目の重要度を「1、全く重要ではない」から「5、非常に重要」まで5段階で聞いており、それぞれ順序型離散データとして扱う。

また、説明変数のそれぞれの選択項目と平均値を表2に示す。モデルの説明変数として旅行時以外の日常生活における旅行者の時間やお金の使い方などのライフスタイル変数と、旅行者のこれまでの旅行経験や旅行時における行動や消費などの項目を用いる。「学校滞在時間」、「アルバイト時間」は週当たりの平均時間であり、「睡眠時間」は一日の平均時間、「支出総額」、「服飾費」、「食費」、「書籍費」、「CD費」、「美容費」は1ヶ月あたりにそれぞれ出費する平均金額である。また、「同伴者」は「友人」、「家族」、「恋人」、「一人旅」をダミー変数としてそれぞれ加えており、同伴者数も説明変数に加える。「宿泊費」、「土産代」、「旅行総額」は1回の旅行で出費してもいい限度額をそれぞれ表している。

*キーワード：観光・余暇、ライフスタイル変数

**正員、学士、(株)マーケティング・コミュニケーションズ
(東京都千代田区麹町5-4セタニビル、
TEL03-3222-4250, FAX03-3222-4258)

***正員、工博、慶應義塾大学 政策・メディア研究科
(神奈川県藤沢市遠藤5322,
TEL0466-49-3520, FAX0466-49-3520)

表1 非説明変数 (n=250)

	i=1	i=2	i=3	i=4	i=5
アクセス	6 2.4%	30 12.0%	42 16.8%	130 52.0%	42 16.8%
温泉街の雰囲気	0 0.0%	5 2.0%	26 10.4%	127 50.8%	92 36.8%
観光施設	2 0.8%	24 9.6%	64 25.6%	126 50.4%	34 13.6%
地域の名産	23 9.2%	65 26.0%	79 31.6%	64 25.6%	19 7.6%
景色 景観	2 0.8%	5 2.0%	25 10.0%	128 51.2%	90 36.0%
来訪経験	35 14.0%	57 22.8%	97 38.8%	47 18.8%	14 5.6%
宿形態	29 11.6%	46 18.4%	110 44.0%	50 20.0%	15 6.0%
宿の食事	1 0.4%	9 3.6%	25 10.0%	124 49.6%	91 36.4%
宿の 露天風呂	7 2.8%	27 10.8%	59 23.6%	93 37.2%	64 25.6%
貸切風呂	50 20.0%	46 18.4%	80 32.0%	40 16.0%	34 13.6%
部屋に 露天風呂	56 22.4%	56 22.4%	77 30.8%	34 13.6%	27 10.8%
部屋で 食事	41 16.4%	45 18.0%	77 30.8%	59 23.6%	28 11.2%
エステ マッサージ	114 45.6%	67 26.8%	55 22.0%	8 3.2%	6 2.4%
チェック アウト時間	41 16.4%	64 25.6%	84 33.6%	44 17.6%	17 6.8%

i=1. 全く重要でない i=2. 重要でない

i=3. どちらでもない i=4. 重要 i=5. とても重要

表2 説明変数 (n=250)

説明変数	項目
性別 (平均値1.54)	1. 男 2. 女
学校滞在時間 (平均値2.63)	1. 10時間以下 2. 20時間以下 3. 30時間以下 4. 40時間以下 5. 50時間以下 6. 50時間～
アルバイト時間 (平均値1.94)	1. 10時間以下 2. 20時間以下 3. 30時間以下 4. 40時間以下 5. 50時間以下 6. 50時間～
睡眠時間 (平均値3.08)	1. 3時間未満 2. 5時間未満 3. 7時間未満 4. 9時間未満 5. 9時間～
支出総額 (平均値2.98)	1. 1万円以下 2. 3万円以下 3. 5万円以下 4. 8万円以下 5. 10万円以下 6. 10万円～
服飾費 (平均値2.60)	1. 5千円以下 2. 1万円以下 3. 2万円以下 4. 3万円以下 5. 5万円以下 6. 5万円～
食費 (平均値3.28)	1. 5千円以下 2. 1万円以下 3. 2万円以下 4. 3万円以下 5. 5万円以下 6. 5万円～
書籍費 (平均値2.36)	1. 千円以下 2. 3千円以下 3. 5千円以下 4. 1万円以下 5. 2万円以下 6. 2万円～
CD費 (平均値1.62)	1. 千円以下 2. 3千円以下 3. 5千円以下 4. 1万円以下 5. 2万円以下 6. 2万円～
美容費 (平均値2.04)	1. 3千円以下 2. 5千円以下 3. 1万円以下 4. 2万円以下 5. 3万円以下 6. 3万円～
旅行頻度 (平均値1.90)	1. 行かない 2. 年に1～2回 3. 年に3～4回 4. 年に5回以上
同伴者(友人) (平均値0.46)	0. なし 1. あり
同伴者(恋人) (平均値0.37)	0. なし 1. あり
同伴者(家族) (平均値0.11)	0. なし 1. あり
同伴者(一人旅) (平均値0.05)	0. なし 1. あり
旅行人数 (平均値1.71)	0. 1人 1. 2人 2. 3～4人 3. 5～6人 4. 7人以上
宿泊費 (平均値3.51)	1. 5千円以下 2. 8千円以下 3. 1万円以下 4. 1.5万円以下 5. 2万円以下 6. 2万円～
土産代 (平均値2.22)	1. 千円以下 2. 3千円以下 3. 5千円以下 4. 1万円以下 5. 1.5万円以下 6. 1.5万円～
旅行総額 (平均値3.59)	1. 1万円以下 2. 1.5万円以下 3. 2万円以下 4. 2.5万円以下 5. 3万円以下 6. 3万円～

(2) モデル推定と限界効果

被説明変数の選択肢が多項の順序カテゴリカルデータを扱う際に用いられる統計モデルとして、順序プロビットモデルがある。しかし、従来の順序プロビットモデルは本研究のように説明変数の数が多い場合は解が求まらないなどの問題点を抱える。そのため、本研究ではベイズ推定による順序プロビットモデルを用いる。

ある個人*i* ($i=1, \dots, n$) が, j ($j=1, \dots, 5$) (例えば重要度「1, 全く重要でない」から「5, 非常に重要」までの5段階で表すことができる)を選択する順序プロビットモデルを考える場合、以下のようになる。

$$y_i = \beta x_i + \varepsilon_i, \sim N(0,1) \quad (1)$$

x_i : 説明変数ベクトル, β : 未知パラメータベクトルとする。

$$w_i = j \quad \text{if} \quad \gamma_{j-1} \leq y_i < \gamma_j (j=1, \dots, 5) \quad (2)$$

γ_j ($j=1, \dots, 5$) は非観測な閾値で, $\gamma_1 < \dots < \gamma_5$ であり,

一般性を失うことなく, $\gamma_0 = -\infty, \gamma_5 = \infty$ としてよい。

$$\text{if} \quad y_i < \gamma_1 \quad y = 1, \quad (3)$$

$$\text{if} \quad \gamma_1 < y_i < \gamma_2 \quad y = 2,$$

...

$$\text{if} \quad \gamma_4 < y_i \quad y = 5.$$

この時、個人*i* が重要度 j と解答する確率

$p(y_i = j | \beta, x_i)$ は以下のように表せる。

$$\begin{aligned} p(y_j = 1 | \beta, x_i) &= p(y_i < \gamma_1 | x_i, \beta) \\ &= p(x_i \beta + \varepsilon_i < \gamma_1 | x_i, \beta) \\ &= p(\varepsilon_i < \gamma_1 - x_i \beta | x_i, \beta) \\ &= \Phi(-x_i \beta), \end{aligned} \quad (4)$$

$$\begin{aligned} p(y_j = 2 | \beta, x_i) &= p(\gamma_1 < y_i < \gamma_2 | x_i, \beta) \\ &= p(\gamma_1 - x_i \beta < \varepsilon_i < \gamma_2 - x_i \beta | x_i, \beta) \\ &= \Phi(\gamma_2 - x_i \beta) - \Phi(\gamma_1 - x_i \beta), \end{aligned} \quad (5)$$

for $j = 2, \dots, 4,$

$$\begin{aligned} p(y_j = 5 | \beta, x_i) &= p(\gamma_4 < y_i | x_i, \beta) \\ &= p(\varepsilon_i > \gamma_4 - x_i \beta | x_i, \beta) \\ &= 1 - p(\varepsilon_i \leq \gamma_4 - x_i \beta | x_i, \beta) \\ &= 1 - \Phi(\gamma_4 - x_i \beta). \end{aligned} \quad (6)$$

ここで、 $\Phi(\cdot)$ は標準正規分布の累積分布関数である。

表3. ベイズ順序プロビットモデルの推定結果

	旅行先の温泉地全体に関する条件						宿泊先のサービスに関する条件							
	アクセス	温泉街の 雰囲気	観光施設	地域 名産	景色・ 景観	来訪経験	宿形態	宿の 食事	宿の 露天風呂	貸切風呂	部屋に 露天風呂	部屋で 食事	エステ・ マッサージ	チェック アウト時間
切片	3.5404	1.2113	2.8736	1.1891	3.4356	-0.2419	-0.1950	1.7355	2.2944	3.0941	2.6109	1.2934	0.7771	1.5511
性別	0.0882	0.0547	-0.0275	-0.1168	-0.3926	0.0262	0.2905	-0.0128	-0.0502	-0.2319	-0.1605	-0.1522	0.1902	-0.1058
学校滞在時間	-0.1054	0.0217	-0.2109	-0.1292	-0.0987	-0.0768	-0.0204	-0.1024	-0.0111	-0.1545	-0.1393	-0.0970	-0.0168	-0.0596
アルバイト時間	-0.0608	-0.1169	-0.0230	-0.0257	-0.1710	-0.0532	0.0129	0.0255	-0.0459	-0.1616	-0.0590	0.0047	0.0667	0.0928
睡眠時間	0.0167	-0.1166	0.0206	-0.1025	-0.0941	-0.1800	0.0416	0.1113	-0.0929	-0.2312	-0.2869	-0.2073	-0.3012	-0.2592
支出総額	0.0063	0.1941	-0.0226	-0.0328	-0.0243	0.0225	-0.0152	-0.0319	-0.0228	-0.0461	-0.0210	-0.0219	-0.1015	0.0382
服飾費	-0.0537	0.0421	0.1001	0.0158	0.0928	-0.1685	-0.0014	0.0256	0.0577	0.1097	0.0634	0.0323	0.0530	0.0106
食費	0.0688	0.0055	0.0640	-0.1166	0.0037	-0.0021	-0.0338	-0.0232	0.0224	0.0360	0.0044	0.0018	0.0277	-0.0426
書籍費	-0.0939	-0.0887	-0.2003	0.0197	-0.1644	0.0961	-0.0096	-0.0210	0.0417	-0.0511	-0.0366	-0.0762	-0.0382	0.0194
CD費	0.0534	-0.1369	-0.1342	-0.0337	-0.0277	0.0897	0.1059	-0.0068	-0.0713	0.0676	0.1577	0.1392	0.1841	0.2007
美容費	0.0997	0.1485	0.0621	0.0530	0.0688	0.1542	0.0871	0.0862	0.0840	-0.0577	-0.0393	0.0672	0.1547	-0.0151
旅行頻度	-0.3466	-0.1253	0.0153	0.1637	-0.0792	0.0489	0.0147	0.0357	0.1024	-0.0797	-0.1498	-0.1543	-0.0231	-0.1123
同伴者(友人)	-0.1568	0.5820	0.0717	0.5063	1.3344	1.9339	0.9958	0.4540	-0.8346	-0.6179	-0.3307	0.6274	-0.7031	-0.1846
同伴者(恋人)	-0.1846	0.6308	-0.0743	0.5089	1.5141	1.8343	1.0611	0.5423	-0.3872	0.2504	0.2747	0.9702	-0.7297	0.0798
同伴者(家族)	-0.1614	0.6999	0.2723	0.5399	1.0545	1.8251	1.1353	0.9558	-1.0382	-0.7439	-0.2260	1.0752	-0.3824	-0.3907
同伴者(一人旅)	-0.9660	1.2963	0.5168	0.6518	1.7796	1.9097	0.8375	0.2468	-0.5187	-0.6490	-0.6718	0.7126	-0.7091	-0.7739
旅行人数	-0.0678	0.1216	0.2003	0.0706	-0.1253	-0.0030	0.0097	0.1360	0.1131	-0.1372	-0.2266	-0.1916	-0.1362	0.0761
宿泊費	0.0364	0.0913	0.0524	0.0337	-0.0272	-0.0450	-0.1132	0.0326	-0.0042	0.0446	0.0818	0.0118	-0.0724	-0.0249
土産代	-0.1753	0.0167	0.0392	0.1588	0.0760	0.0688	-0.0293	-0.0195	0.0111	0.0013	0.0182	0.0440	0.1251	-0.0142
旅行総額	-0.0226	-0.0515	-0.0221	0.0140	0.0002	-0.0128	0.0346	0.0772	0.0233	0.0238	0.0267	0.1157	0.0957	0.1153
γ2	1.0336	0.8649	1.3697	1.0268	0.7381	0.7978	0.6923	1.1791	0.7720	0.6255	0.6791	0.6535	0.7532	0.8009
γ3	1.6763	2.4736	2.3734	1.8878	1.6473	1.8696	1.9139	1.8638	1.5962	1.6243	1.6370	1.5645	1.7993	1.7724
γ4	3.2191	-	3.9645	2.9586	3.3333	2.8293	2.8339	3.3963	2.6204	2.3124	2.2593	2.4867	2.2401	2.6678

※それぞれの値は得られた結果の平均値

表4. 限界効果分析結果 (j=5)

	旅行先の温泉地全体に関する条件						宿泊先のサービスに関する条件							
	アクセス	温泉街の 雰囲気	観光施設	地域 名産	景色・ 景観	来訪経験	宿形態	宿の 食事	宿の 露天風呂	貸切風呂	部屋に 露天風呂	部屋で 食事	エステ・ マッサージ	チェック アウト時間
性別	2.0631	2.0527	-0.5300	-1.4410	-14.3612	0.2499	3.2384	-0.4765	-1.5875	-3.8984	-2.3746	-2.3712	0.7742	-1.1095
学校滞在時間	-2.4652	0.8153	-4.0639	-1.5942	-3.6096	-0.7330	-0.2268	-3.8101	-0.3504	-2.5977	-2.0609	-1.5116	-0.0685	-0.6252
アルバイト時間	-1.4206	-4.3896	-0.4429	-0.3172	-6.2554	-0.5071	0.1435	0.9504	-1.4536	-2.7167	-0.8728	0.0734	0.2715	0.9734
睡眠時間	0.3912	-4.3785	0.3968	-1.2643	-3.4409	-1.7171	0.4635	4.1416	-2.9407	-3.8860	-4.2447	-3.2291	-1.2262	-2.7198
支出総額	0.1479	7.2891	-0.4348	-0.4051	-0.8901	0.2147	-0.1698	-1.1887	-0.7207	-0.7748	-0.3109	-0.3409	-0.4131	0.4007
服飾費	-1.2550	1.5802	1.9290	0.1948	3.3960	-1.6077	-0.0151	0.9510	1.8263	1.8444	0.9375	0.5039	0.2157	0.1112
食費	1.6086	0.2084	1.2335	-1.4385	0.1364	-0.0200	-0.3767	-0.8627	0.7093	0.6052	0.0657	0.0285	0.1126	-0.4472
書籍費	-2.1955	-3.3317	-3.8602	0.2430	-6.0129	0.9173	-0.1072	-0.7802	1.3206	-0.8584	-0.5419	-1.1878	-0.1554	0.2034
CD費	1.2481	-5.1415	-2.5861	-0.4152	-1.0134	0.8557	1.1805	-0.2536	-2.2553	1.1365	2.3339	2.1692	0.7497	2.1057
美容費	2.3315	5.5766	1.1959	0.6533	2.5159	1.4707	0.9706	3.2061	2.6570	-0.9696	-0.5809	1.0474	0.6299	-0.1585
旅行頻度	-8.1059	-4.7073	0.2951	2.0195	-2.8985	0.4665	0.1635	1.3273	3.2395	-1.3392	-2.2163	-2.4046	-0.0942	-1.1786
同伴者(友人)	-3.6669	21.8592	1.3813	6.2463	48.8076	18.4503	11.0992	16.8934	-26.4085	-10.3864	-4.8935	9.7737	-2.8625	-1.9368
同伴者(恋人)	-4.3178	23.6903	-1.4320	6.2783	55.3813	17.5000	11.8276	20.1802	-12.2533	4.2088	4.0641	15.1158	-2.9709	0.8375
同伴者(家族)	-3.7750	26.2847	5.2481	6.6599	38.5695	17.4121	12.6547	35.5643	-32.8513	-12.5050	-3.3438	16.7506	-1.5570	-4.0992
同伴者(一人旅)	-22.5900	48.6836	9.9599	8.0407	65.0907	18.2192	9.3345	9.1818	-16.4138	-10.9089	-9.9399	11.1011	-2.8871	-8.1200
旅行人数	-1.5855	4.5674	3.8594	0.8706	-4.5837	-0.0290	0.1077	5.0602	3.5795	-2.3056	-2.9847	-0.5545	0.7979	
宿泊費	0.8519	3.4276	1.0095	0.4154	-0.9946	-0.4296	-1.2614	1.2137	-0.1329	0.7503	1.2101	0.1839	-0.2949	-0.2615
土産代	-4.0987	0.6281	0.7561	1.9587	2.7800	0.6568	-0.3260	-0.7255	0.3505	0.0213	0.2689	0.6856	0.5092	-0.1491
旅行総額	-0.5291	-1.9350	-0.4263	0.1723	0.0084	-0.1225	0.3860	2.8740	0.7367	0.3998	0.3957	1.8019	0.3897	1.2098

※それぞれの値は「非常に重要」に対する限界効果

表1の14項目をそれぞれ被説明変数とし、表2を説明変数としてベイズ順序プロビットモデルによってそれぞれ14個のモデル推定を行う。また、パラメータの推定にはマルコフ連鎖モンテカルロ法の代表的手法であるギブス・サンプラーを用いる。ギブス・サンプラーのサンプリング回数は10,000回、初期稼働期間は1,000回として推定した。表3に各モデルのパラメータ推定結果を示す。なお、14項目の被説明変数を旅行先の温泉地に関する6項目と宿泊先の部屋やサービスに関する8項目にそれぞれ分けた。なお、値は得られた推定結果についての平均値を表す。

また、ベイズ順序プロビットモデルによって得られた推定結果についての限界効果分析を行う。限界効果分析ではベイズ順序プロビットモデルによって得られた推定結果の各平均値と各説明変数の平均値を用いて求めた。また、得られた限界効果分析の値のj=5(非常に重要)について表4に示す。これも表3と同様に旅行先の温泉地に関する6項目と宿泊先の部屋やサービスに関する8項目にそれぞれ分けて表示した。なお、示した値は100

をかけてパーセント表示にしたものである。この値は、説明変数に対する被説明変数の単位変化であり、説明変数が1単位変化するごとに被説明変数の予測選択率が何パーセント増加するかどうかを示す。

3. 結果

それぞれの条件項目に関する限界効果の値は各同伴者が全体的に絶対値が大きくなっており、説明変数の単位当たりの変化による被説明変数の選択確率の変化率は大きい。また、ライフスタイル、旅行頻度、旅行人数なども比較的絶対値が大きい項目が見られた。

宿泊先の部屋やサービスに関する条件に関する項目では、「エステ・マッサージ」に対しての限界効果の絶対値はどれも小さく、変数の単位変化による予測確率の変化率はきわめて小さい。また、「宿の食事」と「宿の露天風呂」に対しては「美容費」による限界効果の値がどちらも比較的正しい大きい値をとっている。また、「性別」の限界効果の絶対値が高い項目が多い。

旅行先の温泉地に関する項目では、「アルバイト時

間」, 「睡眠時間」, 「書籍費」などのライフスタイル変数の限界効果の絶対値が比較的高い項目が多い。特に「温泉街の雰囲気」に関しては, 「アルバイト時間」, 「睡眠時間」, 「支出総額」, 「CD 費」, 「美容費」などライフスタイルの各項目と旅行人数の限界効果の絶対値が高くなっている。「観光施設」に関しては, 「学校滞在時間」, 「書籍費」などが比較的大きい負の値になっている。「景色・景観」に関しては, 「性別」, 「アルバイト時間」, 「睡眠時間」の限界効果の値が比較的大きい負の値となっている。また, 「地域の名産」, 「来訪経験」については限界効果の絶対値が大きい変数は各同伴者以外では特に見られない。

4. 考察

本研究では, ライフスタイル変数とその人の旅行行動の特性を用いて旅行者の嗜好性を分析した。アンケート調査によって得られたデータを使い, MCMC 法を用いたベイズ順序プロビットモデルによる分析と, 得られたパラメータの推定結果による限界効果分析を行った。その結果, 旅行者のライフスタイルや旅行者の嗜好性と関係があることが明らかにされた。詳しく見ると, 旅行先の温泉地に関する項目に関しては, 主に旅行時の行動が大きく影響している。特に「旅行頻度」や「同伴者」などが大きく影響していると思われる。また, 宿泊先の部屋やサービスに関する条件は旅行行動に加えて旅行者のライフスタイルが潜在的に影響していると思われる。旅行行動に関しては「同伴者」や旅行時の消費に関する項目, またライフスタイルに関しては主に時間の使い方や消費項目がわずかではあるが影響している。日常生活における消費項目に関しても, 「支出総額」などの全体的な項目よりも, 「書籍費」や「美容費」などの個人的なこだわり(趣味や嗜好)などが反映されている。

限界効果分析によって, 学生向けの温泉地の売り出し方針としていくつか明らかになったことがある。日常生活で「支出総額」や「美容費」などに多くお金を使う一人旅の旅行者は「温泉街の雰囲気」を非常に重要視する。「温泉街の雰囲気」を売りにしたい温泉地はこういった人に PR をすると良いと思われる。また, 日常生活において「CD 費」や「美容費」などに多くお金を使う女性は「宿形態」を重視する。「宿形態」を売りにしたい場合はこれらの特徴を持つ女性にターゲットにすると良いと思われる。また, 日常生活においては「食費」にはあまりお金を使わないが, 「服飾費」や「CD 費」, 「美容費」などの自分のこだわりに多くお金を使う人は「宿の食事」を重視する傾向にある。「宿の食事」を売りにしたい場合はこういった人々をターゲットに家族や友人と一緒に来るようなプランを立てると良いと思われる。日常生活において「睡眠時間」が少なく, 「CD

費」や「美容費」などのこだわりに多くお金を使う人は「部屋で食事」を重視する傾向にある。「部屋で食事」を売りにしたい場合は, こういったターゲットに対して恋人や家族と一緒に行くプランを PR すれば良いと思われる。

今回の研究で明らかにされたことは, 今後のツーリズムマーケティングに多いに役立つと思われる。例えば旅行会社の会員や過去の利用者などに対し, これまでの旅行内容や傾向などから今回の分析内容で得られたことを基に DM などを行うことによって適切な PR 活動などが出来ると思われる。また, 旅行パンフレットを初めとする旅行情報の設置場所の再考や, インターネット上においてライフスタイルに関する HP とリンクを貼ることによってよりの確な情報提供が可能になり, 新規客誘致などにも役に立つことが予想される。また, 旅行会社だけでなく個々の旅館や観光施設なども旅行会社のパンフレットやガイドブックに載せるだけでなく, 例えばファッション雑誌やメーカーと協力して PR 活動などを行うことによって顧客の増加などが見られると思われる。

以上のように, ライフスタイルの要素を観光産業においても取り入れることによって, 有効なマーケティング戦略を打ち出すことが出来ると思われる。

謝辞

本研究を進めるに当たり, アンケート調査に協力していただき, またアドバイスをいただいた古谷研究会の皆さま, 友人の皆さまに, この場を借りて心よりお礼を申し上げます。

参考文献

- ・阿部誠・近藤文代「マーケティングの科学」朝倉書店, 2005
- ・養谷千風彦「計量経済学大全」東洋経済新聞社, 2007
- ・Tony Lancaster「AN INTRODUCTION TO MODERN BAYESIAN ECONOMETRICS」Blackwell, 2006
- ・Rossi, P. E. et al. 「Bayesian Statistics and Marketing」Stringer, 2005
- ・古谷知之「ベイズ統計(2007年度秋学期)」
<<http://web.sfc.keio.ac.jp/~maunz/wiki/>>, 2007
- ・安達寛朗・寺崎竜雄: ライフスタイルの側面に注目した旅行現象の分析, 日本オペレーションズリサーチ学会学会誌, 1号, pp6-9, 2005
- ・福田大輔・森地茂: 選択肢間の相互作用に着目した観光交通行動分析, 土木計画学研究・論文, Vol. 18, pp553-561, 2001
- ・古谷知之・藤田朗: ベイズ順序プロビットモデルによる観光満足度分析, 都市計画学会論文集, No. 41-2, pp73-78, 2006
- ・長谷川光: ベイズ法を用いた北海道観光の満足度の分析 1, 北海道大学大学院経済学研究科, Discussion Paper Series, B-58, 2006
- ・Hikaru Hasegawa: Bayesian Multivariate Ordered Probit Model and Its Application to the Analysis of Subjective Outcomes, Hokkaido University, Discussion Paper Series, A-182, 2007