

# 個票データを用いた国内宿泊観光の施策ターゲット抽出に向けた基礎的研究\*

## A Basic Study on Tourism Policies to Each Generation Based on Individual Data \*

尾高 慎二\*\*・日比野 直彦\*\*\*・森地 茂\*\*\*\*

By Shinji ODAKA\*\*・Naohiko HIBINO\*\*\*・Shigeru MORICHI\*\*\*\*

### 1. はじめに

2007年1月に「観光立国推進基本法」が施行され、その基本法に基づき同年6月には、「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、観光立国実現のための基本方針や目標が定められた。さらには、この基本計画に基づき、2008年10月に国土交通省へ観光庁が設置されるなど、近年のわが国における観光を取り巻く環境は著しく変化してきている。また、2008年7月には、「観光圏整備法」が施行され、観光地が広域的に連携した「観光圏」の整備を行うことで、国内外の観光客が2泊3日以上滞在できるエリアの形成を目指すこととなっている。同年10月には観光圏整備実施計画認定地域として16地域が、2009年4月には新たに14地域が選定され、今後の国内宿泊観光旅行（以下、宿泊観光）への参加回数を増加させるための観光施策に期待が高まっている。一方、2007年度の宿泊観光の人口1人あたり宿泊数は2.42泊と前年度比11%減であり、と基本計画の目標値に大きく及ばない状況である。観光圏整備の促進などの施策による宿泊数増加が喫緊の課題となっている。

このような背景を踏まえ、筆者らは、観光行動の時系列変化を、集計データを用いることにより、分析してきた<sup>1)</sup>。時代変化、加齢、世代の特徴といったものが及ぼす影響等、ある程度の傾向は把握できたものの、集計データからでは限界があり、観光施策を推進していく際に重要となる年齢階層別や旅行先での活動内容（以下、活動内容）別といったターゲットの絞りこみまでには至っていない。これらに問題意識を持ち、筆者らは、旅行先での活動に着目した時系列分析を、個票データを用いること

により行ってきた<sup>2)3)</sup>。今後、効果的な観光施策を実施し、宿泊観光を促進していくためには、観光行動の特性についてさらに分析を進め、観光動向をできる限り正確に把握していくことが重要である。そこで、本研究では、全国調査の個票データを活用し、宿泊観光需要や活動内容の嗜好に対する時系列分析を行うことで、今後の観光施策のターゲットを抽出するための基礎的な情報を提供することを目的とする。

### 2. 分析データ

本研究では、社団法人日本観光協会が実施している「国民の観光に関する動向調査」の個票データを、解説・整理することにより用いる。「国民の観光に関する動向調査」は、1964年から1996年までは2年毎に、1998年以降は毎年、国内観光の実態と志向を把握するために実施している調査であり、2008年度で27回目となる。また、全国4,500人を対象に調査を実施し、国民の観光需要動向等の特徴を把握するとともに、年次傾向を明らかにしており、長期間にわたって同項目の質問を聞いている唯一の調査である。同調査の個票データは、磁気テープおよびFDに保存されていた基データを、データコンバートした上、データレイアウトが残っていないものについては、集計値と対応させ、試行錯誤により、個票データとして整理されている。本研究では、個票データのうち、第11、14、16、19、24回の概ね1985年から2005年までの5年間隔、20年間の20歳から69歳までのプールデータを分析対象として分析を行う。

### 3. 宿泊観光需要の時系列分析

#### (1) 宿泊観光需要の変化

本章では、宿泊観光需要を、参加回数、参加者数、参加者1人あたり回数、人口1人あたり回数に分解した上で時系列変化について分析を行う。この際、参加回数、参加者数については、各年近傍の国勢調査の人口を基に、拡大処理したものを用いている。

参加回数の推移を、参加者数、参加者1人あたり回数、人口1人あたり回数に分解したそれぞれの伸びと、景気の変動を表した1世帯あたり平均所得の伸びを図-1に示

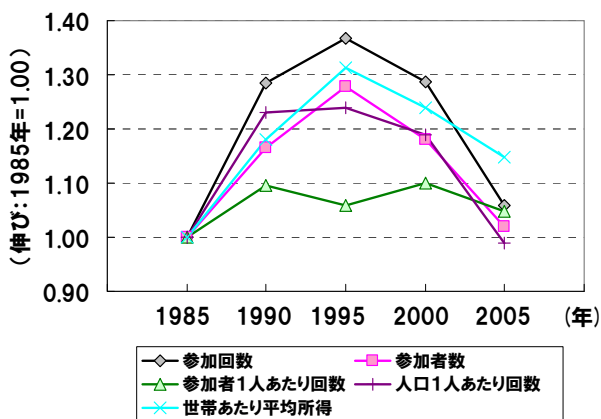
\* キーワーズ：国内宿泊観光、個票データ、時系列分析

\*\* 正会員、修(工)、修(開発政策)、  
株式会社オリエンタルコンサルタンツ  
(東京都渋谷区本町 3-12-1 住友不動産西新宿ビル  
03-6311-7551, odaka@oriconsul.com)

\*\*\* 正会員、博(工)、政策研究大学院大学 助教授  
(東京都港区六本木 7-22-1, hibino@grips.ac.jp)

\*\*\*\* 名誉会員、工博、政策研究大学院大学 教授  
(東京都港区六本木 7-22-1, smorichi.pl@grips.ac.jp)

す。参加回数は、参加者数の増減により大きな影響を受けていることが見て取れる。また、参加者数は1世帯あたり平均所得といった景気の変動などの時代影響を大きく受けていることも確認できる。一方、参加者1人あたり回数は時代影響にあまり左右されておらず、宿泊観光を行う人は年間で同回数程度実施していることが読み取れる。さらに、人口1人あたり回数の伸びは、1990年から1995年で横ばいとなっていることから、参加者数が同期間で伸びているのは、分析対象年齢の人口増加の影響であったことが推察される。このことから、宿泊観光の需要は、1990年以降横ばいとなり、1995年以降は、参加者数の減少に伴い大きく減少してきていることが明らかとなった。



出典) 世帯あたり平均所得：国民生活基礎調査（厚生労働省）  
図-1 参加回数に関する推移

## (2) 年齢階層別の変化

年齢階層別の人口1人あたり回数の推移を図-2に示す。20歳代と60歳代が特徴的な推移を示しており、その他の年齢階層は全体傾向と同様であることが見て取れる。20歳代については、1985年では最も回数が多かったが、2005年では、最も回数が少なくなっており、近年の若年層の旅行離れを顕著に表している。また、宿泊観光の需要増加の期待されている60歳代についても、2000年までは増加していたが、2005年にかけて減少に転じていることが明らかとなった。

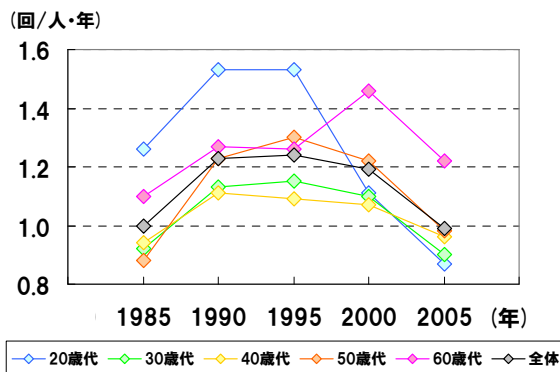


図-2 年齢階層別人口1人あたり回数の推移

## (3) 活動内容別参加状況の推移

参加回数は、参加者数と参加者1人あたり回数に分解することができる。参加者数の増加は、広く多くの人が参加することにより一般化することを意味し、参加者1人あたり回数の増加は、何回も繰り返すことによる深度化が進むことによるリピーター化を意味する。そこで、活動内容別に参加者数と参加者1人あたり回数の推移を把握することにより、活動内容別に参加者数を増やす施策と参加者1人あたり回数を増やす施策といった施策のどちらが効果的であるかを確認する。表-1に「国民の観光に関する動向調査」の旅行先での活動内容を示す。本分析では全29分類を、類似したものをまとめることにより、8分類としている。

活動内容別の参加者数と参加者1人あたり回数の特徴的な4つの活動の推移を図-3に示す。温泉浴、名所は、参加者1人あたり回数が安定的であるため、参加者数の影響が大きい活動である。一方、スポーツやレジャー施設は、参加者1人あたり回数の変動が大きく、さらに、レジャー施設においては、1990年代後半に参加者数が増加し、その後2000年代前半にかけて参加者1人あたり回数が増加するといった、リピーター化する活動であることが示された。

表-1 活動内容8分類

自然	自然をみる、季節の花見
名所	名所・旧跡をみる、祭りや行事をみる、神仏詣
温泉浴	温泉浴
鑑賞	都会見物、動物園・博物館等見物、音楽・スポーツなどの鑑賞、博覧会・イベントを見物する
レジャー施設	レジャーランド・テーマパーク
趣味	つり、写生・写真・植物採集などの趣味・研究、特産品の買物・飲食、民芸品づくり、ドライブ
アウトドア	潮干狩りや果物狩り、キャンプ・オートキャンプ、海水浴、登山、ハイキング、サイクリング
スポーツ	水泳、ヨット・ダイビング・サーフィン（ウインド含む）など、スキー、スノーボード、ゴルフ、テニス、その他スポーツ

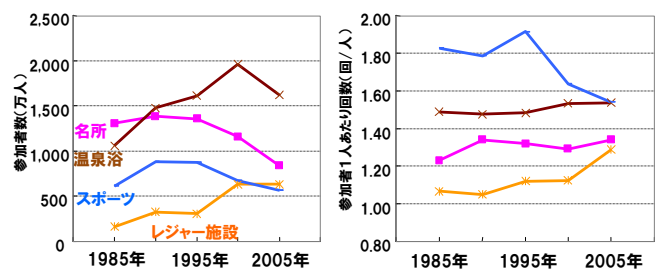


図-3 左図：活動内容別参加者数の推移

右図：活動内容別参加者1人あたり回数の推移

## 4. 世代に着目した宿泊観光需要の時系列分析

本章では、長期的なマーケティングの視点として世代に着目した参加率と参加者1人あたり回数の時系列分析を行い、世代による宿泊観光への参加行動の違いを明ら

かにする。ここで、世代とはある生まれ年の集団のことであり、例えば、1985年の20歳代は、1995年に30歳代であることを意味する。世代別の宿泊観光への参加率の推移を図-4に示す。参加率は世代や年代の影響よりも時代の影響を大きく受けており、凸型の形状を示していることが見て取れる。

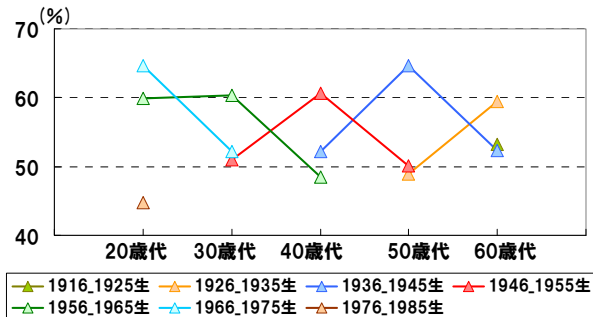


図-4 世代別宿泊観光参加率の推移

世代別の参加者1人あたり回数の推移を図-5に示す。参加者1人あたり回数は世代により回数に差が見られ、世代による影響を受けていることが読み取れる。また、今後の宿泊観光需要への期待が大きい1946年から1949年生まれの世代(団塊の世代)より、その前後の世代の方が、参加回数が多いことが見て取れる。人口の多さから団塊の世代の動きが着目されてきたものの、決して宿泊観光のリピーターが多いわけではないことが明らかとなった。これは、今後の観光政策には、各世代や年齢階層に着目することが重要であることを示唆している。

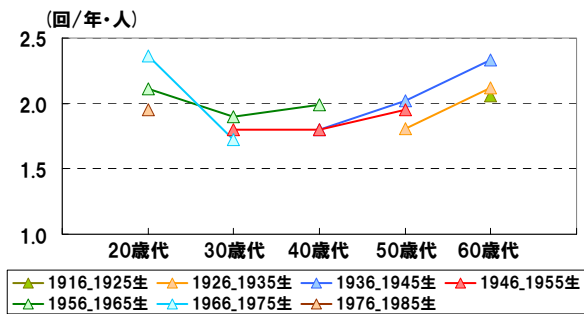


図-5 世代別参加者1人あたり回数の推移

## 5. 活動内容に着目した宿泊観光嗜好の時系列分析

### (1) 分析手法

年齢階層別に時代による活動内容の構成比と各年次における年齢階層別の活動内容構成比の変化を図-6に示す。すべての年齢階層で時代とともに自然、名所の構成比が低下している。一方、温泉浴については、30歳代以下で上昇傾向である。また、割合は小さいが、レジャー施設は増加傾向となっている。各年次における年齢階層別の結果からは、自然、名所、温泉浴については、加齢により参加回数の割合は上昇傾向である。一方、レジャ

一施設、スポーツ、アウトドアは加齢とともに参加回数の割合は低下傾向である。以上のように、活動内容の嗜好は加齢や時代の影響を大きく受けている。これら加齢と時代の影響を定量的に把握することで観光施策のターゲットをより明確にしていくことは重要である。そこで、活動内容の嗜好の変化を平面上で把握し、加齢や時代による変化を定量的に明らかにするために数量化Ⅲ類を適用し、分析を行う。なお、本分析のサンプル数は、5時点合計で5,816サンプルである。

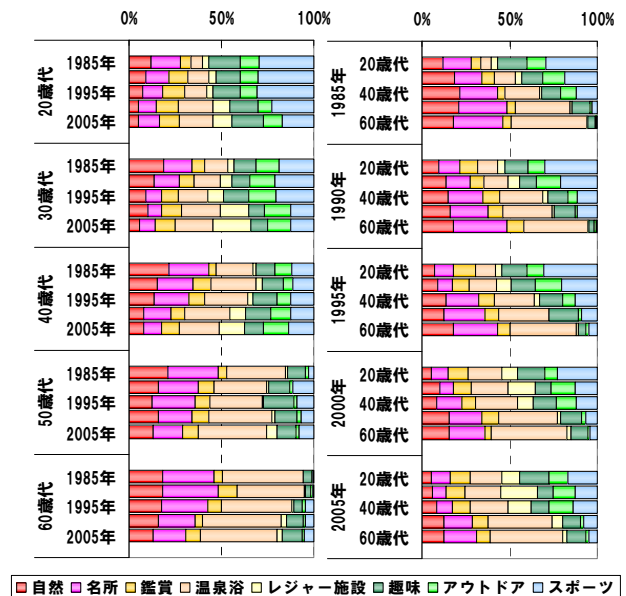


図-6 活動内容の変化(左:時代変化, 右:加齢変化)

### (2) 分析結果

分析精度については、固有値が5軸までのすべてにおいて0.5以上であり、累積寄与率は2軸までで、41.7%、3軸までで61.7%と問題がない結果となっている。図-7に1軸(縦軸)と2軸(横軸)の解釈を行った活動パターンと活動内容の分布状況を示す。1軸は「体験↔見物」、2軸は「休息↔活動」と解釈でき、それぞれの象限については、第1象限「体験」、第2象限「活動」、第3象限「鑑賞」、第4象限「癒し」と解釈した。図-8は、加齢による嗜好の変化と時代による嗜好の変化を示している。加齢による嗜好の変化は、20歳代から30歳代においては活動型に属し、40歳代についてはほぼ原点に近い鑑賞型、50歳代以上は癒し型に属しており、図-6で示した年齢階層別の活動内容構成比の変化と同様の傾向がみられ、加齢とともに、活動型の動的な活動から、癒し型の静的な活動へ嗜好が変化していることが明らかとなった。時代による嗜好の変化では、1985年から2005年にかけて、鑑賞型から体験型へ嗜好が変化してきていることが明らかとなり、20年前は自然、名所のような宿泊観光の典型的な鑑賞する活動の嗜好であったのが、近年の趣味やレジャー施設の体験型活動へと嗜好が変化してきているこ

とが明らかとなった。以上の結果を踏まえ、活動内容の嗜好の変化について、10年間平均の加齢による変化量と時代による変化量をみると、活動内容の嗜好の変化は、加齢による影響(0.22)の方が時代の影響(0.17)に比べ、大きいことが示された。つまり、活動内容の嗜好は、流行のような時代の影響よりも加齢によって変化していくことが定量的に明らかとなった。

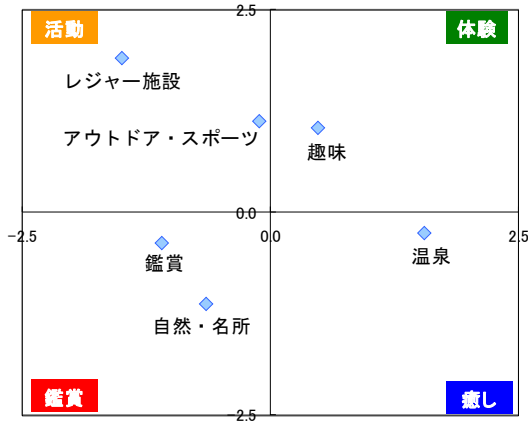


図-7 活動パターンと活動内容の分布状況

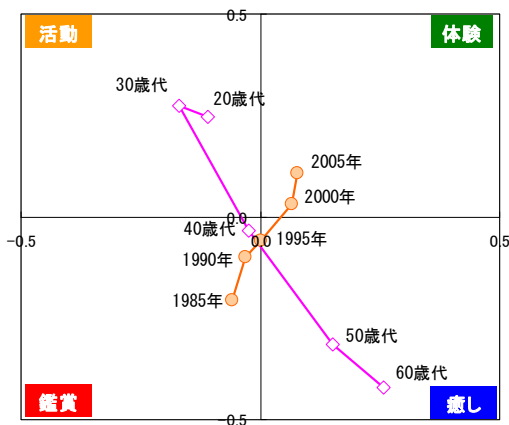


図-8 加齢および時代による嗜好の変化

次に、時代の影響を受けやすい年齢階層を明らかにするために、図-9に年齢階層別の時代による嗜好の変化を示す。この結果から、20歳代は活動型、50歳代以上は癒し型で嗜好の変化はみられない。これは、活動の嗜好は年齢によって変化するため、20歳代のような若年層に温泉浴の施策を行っても大きな効果が期待できないことを示唆している。また、30歳代、40歳代については、鑑賞型から活動型へ嗜好が変化していることが明らかとなった。さらに、年齢階層別に時代による嗜好の10年間平均の変化量をみると、40歳代0.30、30歳代0.28の順に変化量が大きく、最も変化量の小さい20歳代0.14とは、約2倍の差が生じていることも明らかとなった。以上より、30歳代から40歳代においては嗜好が変化しやすい年齢階

層であると考えられ、観光施策立案時には、常に施策ターゲットとすることが有効であると考えられる。

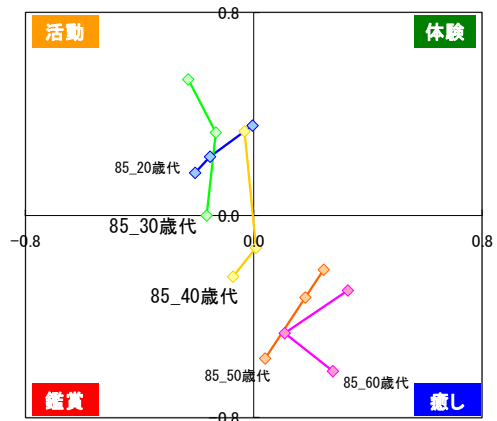


図-9 年齢階層別時代による嗜好変化

## 6. おわりに

本研究では、国内宿泊観光に関する全国調査の個票データを活用し、観光施策のターゲットを抽出するための基礎的な情報を得ることを目的に時系列分析を行った。その結果、人口1人あたり回数の推移で特徴的である20歳代と60歳代については、嗜好の変化がみられないことから、20歳代には活動型のレジャー施設やスポーツなどの参加者1人あたり回数の増加のための施策を、60歳代には、温泉浴の参加者数を増やす施策を行うことが短期的な施策ターゲットとして有効であると考えられる。また、長期的なマーケティングの視点から世代に着目することで、参加者1人あたり回数は、世代による影響があること、団塊の世代はその前後の世代より少ないことを明らかとした。以上のように、観光施策立案時には、年齢階層と活動内容に着目することで施策のターゲットを明らかにし、ターゲットに応じた施策の実施が重要であることを示した。なお、本分析で使用したデータは、社団法人日本観光協会より提供していただいたものである。ここに記して感謝の意を表す。

## 参考文献

- 1) 日比野 直彦, 森地 茂: 世代の特徴に着目した国内観光行動の時系列分析, 土木計画学研究・論文集, No.23, No.2, pp.399 - 406, 2006.
- 2) 日比野 直彦, 赤沼 美紗子: 個票データを用いた旅行先での行動の時系列変化に関する分析, 土木計画学研究・講演集, Vol.38, 4 pages, 2008.
- 3) 尾高 慎二, 日比野 直彦, 森地 茂: 旅行先での活動に着目した国内観光行動の時系列分析, 土木計画学研究・講演集, Vol.39, 4 pages, 2009.