

観光旅行の計画プロセスに関する研究

柴田 立¹・室町 泰徳²

¹非会員 東京工業大学 環境・社会理工学院土木・環境工学系
(〒226-8502 横浜市緑区長津田町4259)

E-mail: shibata.t.ah@m.titech.ac.jp

²正会員 東京工業大学 環境・社会理工学院土木・環境工学系
(〒226-8502 横浜市緑区長津田町4259)

E-mail: muromachi.y.aa@m.titech.ac.jp

本研究では、地方自治体や企業が地域の観光を促進する際に有用な知見を得ることを目的に、人々がどのように観光旅行計画を立てているのかを調べる実験を行った。実験は被験者がインターネットを自由に閲覧し1泊2日の旅行計画を作成するというもので、その際の閲覧履歴等から人々が何に観光的価値を置き計画を立てているのかを分析した。計画作成時間を目的変数とする回帰分析、及び観光地選択モデルの推定の結果、計画作成時間や観光地の選択は人々によって大きく異なり、被験者の旅行の嗜好に有意に影響されていることが分かった。

Key Words : choice process, personal preferences, tourist destination choice model, Izu

1. はじめに

(1) 背景と目的

観光旅行は近年急速に人口が減少しているわが国の地方部において地域活性化の手段として注目されている。地方自治体、企業においても観光客誘致の取り組みがなされているが、観光旅行は非義務的な活動であるためその行動は旅行者の関心にゆだねられる。つまり、何に観光的価値を見出し旅行に出かけるかはその旅行者次第であるため、観光客を誘致するにはそのニーズを的確に把握する必要がある。

国内観光客のニーズとして、観光白書では「温泉旅行」といった特定のジャンルに対するニーズが引き続き強い一方で、賑わいの持続には地域が有するコンテンツの活用が重要であるとしている¹⁾。同書では観光客のニーズの多様化も現れているとし、「町並み散策」については観光客の満足度を向上させる可能性があるとして述べている¹⁾。また、近年はSNSの普及等ICTの急速な発展が観光にも影響を与えている。JTB 総合研究所の「スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査(2016)」では映像を見てその場所に行きたくなった経験があるという割合が44.5%に上るとしている²⁾。

そこで本研究では、ICTの急速な発展という現代社会の下で人々がどのようにインターネットを用い

観光地を選定し旅行の計画を立てているのか、そのプロセスを検証することで人々が観光旅行において何に観光的価値を見出して計画を立てているのかを検討する。それにより自治体による効果的な観光PRの一助となる有用な知見を得ることを目的とする。

(2) 既往研究と本研究の位置づけ

観光旅行の交通手段や目的地選択に関する既往研究は数多く存在する。目的地選択に関しては、例えば、森川らは観光地の「魅力」といった潜在的な変数を物理的変数と心理評価値を用いて定量的に表し、かつ観光地の集合を「選別」した後に目的地を「選択」とするという2段階の選択モデルによる新しい方法論を提案した³⁾。西野らは訪問する観光地の組み合わせを決定する「満足化」を仮定した目的地集合選択モデルを構築した⁴⁾。これらの研究はいずれも意思決定プロセスについての仮定を置いた上でモデルの構築を行っている。

古屋らは旅行における訪問パターンが旅行動機・ニーズ、旅行需要を反映しており、旅行のトピックごとに訪問地への訪問確率が異なると仮定し、各旅行がどのトピックに所属するのか潜在的トピックとして抽出できるようモデル化を行った⁵⁾。また、Parkらは学生を対象にホテルと航空券がセットになった旅行商品について選択する実験を行い、選択肢

過多による過負荷現象の選択が旅行商品に存在することを明らかにした⁹⁾。

このように観光旅行については交通手段や目的地選択モデルに関する研究は多数存在するものの、意思決定プロセスを実証的に検討した研究はほとんどない。ICTが急速に発展している現代社会においてはインターネットを用いて旅行計画を立てる人も多しと考えられ、より容易に旅行計画プロセスが把握できるようになっている。本研究では交通手段、観光地、宿泊といった旅行の主要な要素について総合的に選択していく過程を実証的に検討する。

2. 調査の概要

本研究では、伊豆半島東南部を目的地とした1泊2日の旅行をインターネットを用いて実際に計画する実験を行った。被験者は40歳以上、鉄道等の公共交通機関を用いた観光旅行の経験があり、パソコンを操作できる人とし、東急田園都市線の鉄道駅で実験案内を配布することにより募集を行った。なお、旅行の計画は10万円分の旅行券を使うことができるという仮定の下に行った。実験概要を表-1に示す。

表-1 実験概要

被験者	主に下記4駅の駅勢圏の住民 (48人)
被験者 募集場所	つくし野駅、すずかけ台駅、 南町田駅、つきみ野駅
実験期間	2018年1月
取得データ	観光旅行計画 インターネット閲覧履歴・時間 個人属性データ

表-2 被験者の年齢及び性別

	男	女	合計
40代	6	9	15
50代	2	9	11
60代	5	4	9
70代以上	9	4	13
合計	22	26	48

表-3 観光旅行の嗜好の主成分分析

略称	観光旅行の嗜好	寄与率
全般	時間やお金をかけず地域をざっと巡る旅	20.5%
安価	交通費や宿泊費を安く抑え、自ら計画を立てる旅	10.5%
近場	移動手段にお金をかけ近場に行く旅	8.4%
徒歩	自分の趣味より歩くことやクルージングを楽しむ旅	7.0%
容易	周遊旅や産業を巡る旅でなく、準備が楽な旅	6.4%
話題	地域を深く味わうのではなく、仲間で話題の地域への旅	5.7%
芸能	地域の芸能を体験、人生の節目を記念する旅	4.9%
食事	健康を重視せず、地域の食を楽しむ旅	4.8%
自由	社会貢献はあまり気にせず自由奔放な旅	4.3%

本実験は(1)事前アンケート、(2)観光旅行の計画、(3)事後アンケートの3部で構成される。

(1) 事前アンケート

被験者の個人属性を把握するためのアンケートを行った。なお、このアンケート内容は「第35回国民の観光に関する動向調査」⁷⁾を参考にして作成した。

(2) 観光旅行の計画

被験者にはインターネットを利用した旅行計画の作成をお願いした。インターネットは自由に閲覧することができ、フリーソフト“Manic Time”で閲覧履歴、閲覧時間の記録を行った。計画は最終的に紙媒体で作成し、移動経路及び交通手段、訪問する観光地、宿泊する宿、それぞれの訪問する観光地について訪問目的の記入をお願いした。なお、訪問目的設問についても「第35回国民の観光に関する動向調査」を参考に選択肢を作成している。

(3) 事後アンケート

計画作成終了後、誰と行くつもりで計画したか、交通手段や宿泊施設を選んだ理由、計画した旅行に実際に行きたいか等の設問への回答を求めた。

3. 実験結果の分析

(1) 被験者特性の把握

被験者の年齢性別は表-2の通りである。事前アンケートの結果について「第35回国民の観光に関する動向調査」と比較を行ったところ、旅行が好き、かつよく旅行に行く人がより多く本実験に参加していた。これは旅行に関する実験であることを明示して被験者を募集したためと考えられる。

希望する旅行の種類を見ると「温泉」「寺社仏閣」「トレッキングやウォーキング」を希望する人が多いのに対して、「食を楽しむ」を希望する人が少なくなっている。温泉で有名である伊豆に興味のある人がより多く参加した可能性が考えられる。

25種類の旅行に対する嗜好データについて主成分分析を行ったところ、9つの因子により累積寄与率が70%を超えたために、以降の分析ではこれらの因子を用いることとする。各因子の概要を表-3に示す。

(2) 計画作成過程と計画との関連

観光旅行計画作成に要した時間を内容ごとにまとめたものが表-4である。計画の際のジャンルは表-4に示す通り7つに分けた。「3.パック」は旅行会社等による交通や宿がセットになった旅行商品を示し、閲覧履歴から「宿泊」と「交通」分けて分析することが困難なために設定したものである。なお、「3.パック」を閲覧した7人の被験者の「2.宿泊」「5.交通」データは除いている。同様に作成された旅行計画における時間配分をまとめたものが表-5である。旅行計画においては内容を「観光」「宿泊」「交通」に分け、食事や観光地内の移動は「観光」に含めた。

計画作成の時間配分については、宿泊や交通は全員が調べているのに対して、観光は調べない人が存在し標準偏差も大きくなっている。食事については閲覧者が半数にとどまり、平均も小さいことから事前に食事について深く調べる人は少ないことが分かる。一方、旅行計画については全員が観光、宿泊、交通行動を行っている。観光は標準偏差が大きく積極的にいう人と消極的な人がいるものと考えられる。

次に、計画作成、旅行計画における時間配分について、相関係数を求めた。旅行計画での「宿泊」は計画作成での「2.宿泊」に対応するが、旅行計画での「観光」は、計画作成での「1.観光」「4.食事」「6.観光交通」を合計したもの、同様に「交通」は「5.交通」「6.観光交通」を合計したものに対応するものとした。結果、相関係数はそれぞれ観光について0.368、宿泊について0.109、交通について0.495となった。宿泊に関しては計画作成と旅行計画での時間に相関がないと言えるが、観光については弱い正の相関が確認された。訪問する観光地の多少に関わらず、多くの時間を観光に割く場合、それだけ時間をかけて計画を作成していると考えられる。また、交通に関しては正の相関が確認され、交通機関を用いた移動時間が長いほど長い時間移動手段について調べていると言える。

(3) 計画における時間配分

計画作成に要した時間等を目的変数とし重回帰分析した結果が表-6である。「重心」とは開始時刻を0、終了時刻を1としたときの平均の時刻である。表-6より、観光地を検討する時間やその割合、重心、

表-5 作成した旅行計画における時間配分

	観光	宿泊	交通
母数	48	48	48
平均[時間]	8.33	17.55	6.84
標準偏差	2.68	1.62	1.56

さらに計画作成の総時間について、個人の旅行に関する嗜好が有意に影響していることが分かる。

まず、時間については子連れの場合、子連れで楽しめる観光地を検討するためにその時間が長くなり、地域の芸能に興味がある場合、東伊豆、南伊豆の観光地に魅力を感じず検討する時間が短くなったと考えられる。割合については上記2つに加え、自ら計画を立てる旅を好む場合、観光地を調べるのに重点を置き、近場に行く旅を好む場合、伊豆が比較的近場であることから興味がわき、観光地を調べる時間の割合が大きくなったと考えられ、一方、食を重視する人の場合には、食等に関心が向いたために割合が小さくなったと考えられる。また、重心について見てみると年齢が高い場合や自由奔放な旅を好む場合、後ろにずれること、自ら計画を立てるのを好む場合、前にずれることが分かった。自ら計画を立てる旅を好む場合、観光地から考え、自由奔放な旅を好む場合、普段の旅であり観光地を調べることがないため、重心が後ろになった可能性がある。

なお、宿や交通に関する時間等は有意なモデルが構築できなかった。本研究では観光旅行の嗜好を変数として分析を行ったが、宿や交通に関しては別の要因を検討する必要があると考えられる。

(4) 観光目的地選択モデル

観光地選択ロジットモデルの推定結果を表-7に示す。目的変数は観光地が旅行計画に含まれば1、そうでなければ0である。表-7より多くの観光地について個人の旅行に関する嗜好が有意に影響していることが分かる。“徒歩”の因子は、桜見物や動物園や博物館の見学に有意に影響しており、ある程度目的地の特徴と一致している。

表-6 回帰分析結果 (N=48)

	1. 観光			総時間
	時間	割合	重心	
R ²	0.394	0.502	0.499	0.322
男性ダミー		(-)*	(-)*	(-)**
年齢	(-)*		***	
運転免許				*
旅行頻度			**	
子連れダミー	***	***		
安価	*	**	(-)**	*
近場		***		
容易				(-)*
芸能	(-)**	(-)**		(-)**
食事		(-)**		
自由			***	

*: 有意水準 10%, **: 有意水準 5%, ***: 有意水準 1%

表-4 旅行計画作成の時間配分

	1. 観光	2. 宿泊	3. パック	4. 食事	5. 交通	6. 観光交通	7. 地図
母数	48	41	48	48	41	48	48
閲覧者数	44	41	7	24	41	8	45
平均時間[分]	12.37	9.56	1.32	2.05	15.84	0.56	4.78
標準偏差	9.5	5.6	3.7	2.6	7.1	1.5	3.5

表-7 観光地選択モデル (N=48)

	東伊豆町	河津町	南伊豆町	自然	桜	寺社仏閣	まち歩き	動物園 博物館
訪問者数	8	16	10	36	14	9	28	23
ρ^2	0.46	0.23	0.43	0.31	0.52	0.38	0.24	0.55
男性ダミー					(-)**			**
年齢							(-)*	
車よく使う					(-)*			
旅行頻度				**	**			
子連れダミー				(-)**				***
安価			***					
近場		(-)**					(-)*	***
徒歩		**			***			***
容易					*			
話題							(-)*	
芸能						**		*
自由	(-)**							

*: 有意水準 10%, **: 有意水準 5%, ***: 有意水準 1%

4. 結論と今後の課題

本研究では、人々がどのようにインターネットを用いて観光地を選定し旅行の計画を立てているのか、そのプロセスを検討した。観光旅行計画において計画作成の時間配分、及び観光地の選択の分析結果から以下が点が明らかとなった。

1. 計画作成における時間配分と旅行計画における時間配分の関係について、「観光」では弱い相関が、「交通」では相関が認められた。
2. 「観光」に関して調べた時間やその割合には個人の旅行への嗜好が影響していた。
3. 観光地の選択にも個人の旅行への嗜好が影響していた。

観光地においてPR活動を行うにあたり、その観光地がどういった嗜好を持つ人に人気があり、そのような嗜好を持つ人はどの程度事前に観光地について調べているのかを知ることが重要となる。それぞれの観光地のホームページ等においてその観光地を好む旅行者に合わせた情報を提供することができ、そのような嗜好を持つ旅行者が多く訪れる状況に至れば、その周辺観光地への誘導も可能になるであろう。

謝辞：末筆ながら本調査を行うに際し、格別のご協力頂いた東急電鉄様に深く謝意を表します。

参考文献

- 1) 国土交通省：平成28年度観光の状況 平成29年度観光施策 要旨，2017。
- 2) JTB総合研究所：スマートフォンの利用と旅行消費に関する調査，2016。
- 3) 森川高行，竹内博史，加古裕二郎：定量的観光魅力度と選択肢集合の不確実性を考慮した観光目的地選択分析，土木計画学研究・論文集，No.9，pp.117-124，1991.11
- 4) 西野至，西井和夫，北村隆一，宮島俊一：「満足化」を仮定した観光目的地の組合せ決定モデル，土木計画学研究・論文集，Vol.18，no.3，pp.523-528，2001.9
- 5) 古屋秀樹，岡本直久，野津直樹：GPSログデータを用いた訪日外国人旅行者の訪問パターンの分析手法の開発，運輸政策研究，Vol.20，pp.20-29，2018
- 6) Jeong-Yeol Park, Soo Cheong (Shawn) Jang, Confused by too many choices? Choice overload in tourism, Tourism Management, Volume 35, pp.1-12, 2013.4
- 7) 日本観光振興協会：平成28年度版 観光の実態と志向 第35回国民の観光に関する動向調査，2017。

(2018. 4. 20 受付)

PROCESS OF TOURIST TRIP PLANNING

Tatsuru SHIBATA and Yasunori MUROMACHI

To obtain useful insights that help relevant municipalities and private companies in promoting tourism in local areas, we investigated the preferences that the tourists indicated during their trip planning by monitoring how people chose tourist spots and planned their trips using the websites. From the analysis on the planning time and choice of local destinations in the planned tourist trip, major conclusions were, first, there was a correlation between the planning time and the time assigned in the planned trip for local destination and transport, second, personal preferences influenced the planning time, ratio and centroid of local destination and total time and, third, personal preferences also affected local destination choice behavior.