

観光地選択における情報処理方略の影響

柯 兪廷¹・青木 俊明²

¹ 学生非会員 東北大学 国際文化研究科 (〒980-8576 宮城県仙台市青葉区川内 41)
E-mail:ko.yuting.r8@dc.tohoku.ac.jp

² 正会員 東北大学教授 国際文化研究科 (〒980-8576 宮城県仙台市青葉区川内 41)
E-mail:toshiaki.aoki.a1@tohoku.ac.jp

経済成長に貢献するインバウンド観光客の増加を向けては、観光客の再訪促進が重要になる。しかし、はじめて訪問する観光客とリピーターの間の観光地選択の意思決定方略の違いは明らかになっていない。両者の意思決定方略上の相違が明確になれば、リピーター増加に向けて、より効果的な方策を提案できる可能性がある。そこで本研究では、二重過程理論に基づき訪問経験の有無により、観光情報処理の仕方が観光地選択に与える影響を分析し、観光地選択の意思決定メカニズムを明らかにする。この目的を検討するために観光地選択するまでの過程を模擬する心理実験と質問紙調査を行った。

Key Words: travel destination choice, decision making process, dual process theory

1. はじめに

観光産業は交通、旅行、宿泊、飲食など複数業種の複合体であり、単一業種の産業より大きな経済効果が期待される。特に、日本ではインバウンド観光がもたらす旅行消費額は4兆8135億円(2019年度)と莫大なため¹⁾、国の経済成長面でも重視されている。新型コロナウイルスの世界的パンデミックにより、観光業が厳しい局面にある現在では、今後の経済回復にむけてインバウンド観光客の誘致・増加が重要になる。その際、インバウンドの初回訪問者に加えて、リピーターが増加すれば、一層の観光収入増加が期待できる。インバウンド観光客を増やすためには、まず彼らの訪問先の意思決定構造を明らかにし、その上で効果的な政策を講じる必要がある。そのため、リピーターも含めたインバウンド観光客の観光先決定の意思決定構造を明らかにすることが重要になる。

これまで、観光客の訪問先決定については、一定の研究蓄積がある。Yasin et al.は年齢と観光経験が観光情報源の選択に対する影響を分析した²⁾。Veasna et al.は、観光満足度に対して観光地情報の信用度と観光地イメージの影響を分析している³⁾。これらに加えて、ソーシャルメディアでの観光情報検索⁴⁾、観光意志決定の一連のプロセス⁵⁾、情報処理と旅行計画⁶⁾、観光経験による観光行為の違い⁷⁾、観光経験に対する評価⁸⁾、観光地リスクと不確実性の効果⁹⁾、旅行計画作成の過程¹⁰⁾、情報源の選別における観光地熟知程度の影響¹¹⁾、主観的知識と旅行意図の関連¹²⁾なども報告されている。

また、観光地選択に焦点を当てた研究としては、旅行リスク¹⁴⁾、観光地イメージ¹⁵⁾、感情と経験と過去旅行の満足度¹⁶⁾、観光経験¹⁷⁾、観光情報源¹⁸⁾、観光動機¹⁹⁾、広告効果²⁰⁾など要因が観光先選択に与える影響を検討した研究があるが、インバウンド観光産業の発展にとって必要な観光地選別する行為の心理的な分析、特に訪問先を決める際の意思決定方略を検討すること研究は少ない。

そこで本研究では、二重過程理論(dual process model)²¹⁾を用いて、インバウンド観光客の訪問先の意思決定方略を明らかにする。

本研究の目的である観光地決定の意思決定構造の解明において、初回訪問者とリピーターが対極となる二つの思考方略を持つことを仮定すれば、二重過程理論が適合すると考えている。

観光に関わる意思決定に二重過程理論を応用した例としては、観光の際の宿泊やレストランなどの購入意思決定²²⁾、旅行決定の満足度²³⁾を検討する研究がはあ。しかし、観光地選択そのものに二重過程理論を応用研究はない。そこで本研究では、二重過程理論を用いて、インバウンド観光客の観光地選択の意思決定方略を明らかにすることを目的とする。その際、初めて訪問先の国を訪れる観光客(初訪問客)と、訪問先の国を過去に訪れたことのある再訪問客(リピーター)の観光先の選定方略のに着目する。

2. 研究仮説

(1) 観光先決定までの理論フレーム

二重過程理論は、意思決定方略に関する代表的理論であり、認知、分類、判断など分野で用いられてきた。二重過程理論では、人は二つの方略を用いて意思決定を行うことが仮定されている。すなわち、直感的に反応する思考(システム 1)と慎重かつ論理的な思考(システム 2)である。本研究では、これを観光地選択の意思決定過程に適用する。

ヒューリスティックな意思決定であるシステム 1は、広告など周辺情報に影響されやすい性質を持つため訪問経験のない観光客が用いる傾向が高いと考えられる。それに対して、論理的な思考に基づいて意思決定を行うシステム 2では、情報は深く読み取られることから訪問経験を持つ観光客が多く用いると考えられる。すなわち、システム 1を多用する観光客は広告露出の大きな有名観光地を選択しやすい一方で、システム 2を多用する観光客は自力の情報探索が必要なマイナー観光地を好むと考えられる。

(2) 観光先決定の際の検討要因

本研究では、図-1 に示されているように観光地訪問経験、情報熟慮程度、個人属性、観光情報源、動機を観光地選定に影響を与える要因として考える。

観光地訪問経験

観光地への訪問経験が観光地選択に対する影響の重要性は Seddighi and Theocharous などが検討してきた¹⁷⁾。訪問経験の有無によって観光地選択が大きく変わることが知られているので、本研究において観光地選択の検討要因として訪問経験が必要になる。

情報熟慮程度

観光地選択における情報処理プロセスを解明するには、観光情報に対する思考方法の分析が必要である。そこで本研究は情報熟慮程度を情報処理プロセスを見積もる要因として挙げる。情報熟慮程度とは観光情報をどれくらい考慮することを指すので、具体的に三つの下位要因の情報処理に対する自信・情報熟慮意向・情報処理時間で解釈できる。情報処理に対する自信は観光地を決める際に自力で観光情報を収集する能力であり、情報熟慮意向は観光情報収集に努力をかける意図を意味する。情報処理時間は観光情報収集するのにかかる時間に表す変数である。

観光情報源

観光情報源とは観光決行や観光地決定する際に観光情報を収集する媒介である。Bieger and Laesser は、利用した観光情報源の種類が観光地選択に影響を与えていることを報告している²³⁾。そのため、本研究でも観光情報源

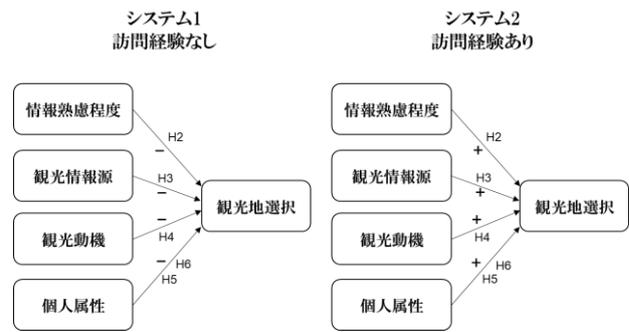


図-1 二重過程理論に基づいた観光地選択の構造図

の種類を観光意思決定の要因として考える。その際、Chen and Gursoy²⁴⁾は観光情報源を「情報発散型」と「特定情報型」に分類していることから、本研究でもそれに倣い、観光情報源を2つに分類した。本研究では、情報発散型の観光情報源は比較的に手間を必要としない新聞、家族・友人、ガイドブック、旅行会社が該当する一方、特定情報型の観光情報源は比較的に時間と考慮が必要とする SNS とホームページが分類される。

観光動機

観光動機とは観光決行や観光地選択することを促す一つの要素であり、push 要因として知られている²⁵⁾。岡本は、観光目的の不確実性/予測可能性と自己/他者志向性によって訪問地選択と情報収集方法が変わることを報告している¹⁹⁾。そのため、本研究でも観光動機の不確実性を観光地選択の要因として捉える。その際、岡本らの報告に倣い、「自然体感」・「緊張緩和」・「自己拡大」・「文化見聞」・「現地交流」・「意外性」の6項目を観光動機として設定する。それぞれの項目の定義は表-1に示す。

表-1 観光動機の定義

観光動機名	内容
自然体感	自然とふれ合うこと
緊張緩和	日常の疲労とストレスを解消すること
自己拡大	自己の内面的に成長すること
文化見聞	訪問先の文化を見聞すること
現地交流	訪問先で会う人々と交流すること
意外性	予測できないことを期待すること

個人属性

観光地選択に影響する要因を検討する際に、観光に大きく関連する要因のみならず、内部的な個人属性の寄与も必要である。具体的に貢献する個人属性の項目を挙げると、年齢、職業、外国語能力などがある。

(3) 初訪問者とリピーターの意思決定方略の相違

初回訪問者は観光地への訪問経験が欠けることによ

て周辺の情報から判断しやすい傾向があり、ヒューリスティックに意思決定する一方で、リピーターは観光情報を比較的熟慮するため、論理的に思考すると考えられる。これより仮説 1 を措定する。

仮説 1：観光経験が多いほど情報熟慮程度が高くなる。

次に、仮説 1 に基づいて、観光熟慮程度の三つの下位要因である情報処理自信、情報熟慮意向、情報処理時間はそれぞれの下位仮説に対応する。

仮説 1a：観光経験が多いほど情報処理自信が高くなる。

仮説 1b：観光経験が多いほど情報熟慮意向が大きくなる。

仮説 1c：観光経験が多いほど情報処理時間が長くなる。

仮説 1 に基づけば、初回訪問観光客はヒューリスティックで情報処理を行うため、情報量の多い有名観光地を選択しやすいと考えられるが、リピーターは比較的マイナー観光地を選択する傾向があるが、そのためには熟慮していると考えられる。意思決定方略が観光地選択に対する直接的な関連は仮説 2 で表現する。

仮説 2：観光情報熟慮の程度の低い観光客は有名観光地を好む一方で、観光情報熟慮の程度の高い観光客はマイナー観光地を選択する傾向がある。

仮説 1 のように観光熟慮程度の三つの下位要因である情報処理自信、情報熟慮意向、情報処理時間を用いてそれぞれの下位仮説を推測できる。

仮説 2a：情報処理自信の低い観光客は有名観光地を好む一方で、観光情報熟慮の程度の高い観光客マイナー観光地を選択する傾向がある。

仮説 2b：情報熟慮意向の小さい観光客は有名観光地を好む一方で、情報熟慮意向の大きい観光客マイナー観光地を選択する傾向がある。

仮説 2c：情報処理時間の短い観光客は有名観光地を好む一方で、情報処理時間の長い観光客マイナー観光地を選択する傾向がある。

さらに観光情報源の利用において、訪問経験の違いも観光地選択に影響している。観光情報源は情報発散型と特定情報型に分類されることは第二章で言及されている。はじめての訪問者はヒューリスティックに判断しやすいため、情報収集に手間のかからない情報発散型な観光情

報源を利用する傾向があると考えられる。その結果、情報収集しやすい有名観光地を選択する傾向が強いと考えられる。一方、観光情報を精査するリピーターは、観光情報を多く獲得する特定情報型の観光情報源を利用することから、情報収集に手間のかかるマイナー観光地を選択しやすいと考えられる。そのため、利用する観光情報源と観光地選択の関係は仮説 3 のように考えられる。

仮説 3：特定情報型の観光情報源を多用する観光客はマイナー観光地を選択する傾向が高い一方で、情報発散型の観光情報源を多用する観光客は有名観光地を選択する傾向がある。

観光動機の寄与において、本研究は訪問経験による違いがはっきりわかる不確実性を用いて観光地選択を分析する¹⁹⁾。初回訪問者は安全と確実を求める傾向があるから、緊張緩和、自己拡大、自然体感など比較的に不確実性の低い観光動機を持つ。そのために情報量の多い開発済みの有名観光地を選択しやすい。一方で、リピーターは観光経験が多いため刺激や未知性を好む傾向がある。その傾向によって文化見聞と意外性など比較的に不確実性の高い観光動機が強いと考えられるので、情報量の少ない未開発のマイナー観光地の選択になりやすい。観光地選択における観光動機の効果は仮説 4 で説明する。

仮説 4：不確実性の高い観光動機を持つ観光客は比較的マイナー観光地を好む一方、不確実性の低い観光動機を持つ観光客は有名観光地を好む。

最後に個人属性を考慮すると、年齢と言語能力が二重過程理論を通じて観光地選択に影響すると考えられる。初回訪問する観光客は比較的に年齢が高く、英語など外国語能力が低いから一般的に同行者が必要なため、交通便利性の高い、情報の収集しやすい有名観光地を好む。一方、観光リピーターは比較的に年齢が低く、外国語能力が高いと思われるため、交通便利性の低い、情報の収集が困難なマイナー観光地を選択すると考えている。個人属性の影響は年齢と言語能力をそれぞれ仮説 5 と 6 で表す。

仮説 5：年齢の高い観光客ほど有名観光地を好むことに対して、年齢の低い観光客はマイナー観光地を好む。

仮説 6：外国語言語能力の高い観光客ほどマイナー観光地を選択する傾向がある。

以上の仮説を整理したものとして、図-1 を示す。

表-2 変数と質問文の一覧

変数	子項目	質問文
観光情報源	情報発散型	新聞・チラシ・ニュース・ラジオで得られる観光情報は大いに参考になった 家族や友達などの評判やネット上の口コミは訪問先を選ぶ際に大いに役立った 旅行先を選ぶ際、観光雑誌やガイドブックの情報を参考にした 旅行会社が作成する旅行プランやチラシは役に立った
	特定情報型	フェイスブックや個人ブログなど SNS で発信される観光情報を大いに参考にした 観光地のホームページや関連する観光情報ウェブサイトの情報は重要だ
観光動機	低不確実性	自然体験を求めること リラックスを求めること 世界に対する知見を深めること
	高不確実性	ご当地文化の見聞 現地の人々との交流 非日常体験
情報熟慮程度	情報処理に対する自信	観光に必要な情報を集めることは容易だった 他人に教えてもらわなくても自力で観光情報を集められる自信がある 自分は、観光地を検索するのに必要な知識と能力を持っていると思う
	情報処理意向	広告のデザインやキャラクターだけでなく、詳しい観光情報も考慮して旅行先を決めた 訪問先の決定には手間暇がかかった 観光情報をじっくりと考えて訪問先を決めた
	情報処理時間	心理実験の開始と終了時間を記入してもらう
観光地選択		各観光スポットの行ってみたい程度に五尺度選択肢
過去に利用した情報源		新聞・チラシ・ニュース・ラジオ/ホームページ/個人ブログ/SNS/ガイドブック/旅行会社

3. 方法

(1) 心理実験

本研究では、心理実験を行い、観光地選択に関する意思決定過程と、それが観光先選択に与える影響を分析する。実験では、日本人観光客が台湾を訪問する場面を想定し、実験参加者に実際に観光地選択を行ってもらった。その際、初回訪問客とリピーターの観光先決定構造の相違を検討するため、台湾への訪問経験を持つ参加者と、台湾への訪問経験のない参加者の2種類の実験参加者を用意した。具体的には、台湾訪問経験の有する群（経験群）と訪問経験のない群（未経験群）のそれぞれで、日本人 20 名に参加してもらった。実験は一人ずつ行い、実験室では実験者と参加者の2名で実験を行った。

実験参加者は、合理的な予算と交通手段、そして3泊4日の台湾旅行機会を得たことが前提条件であることを説明されたのち、台湾で訪問する観光地を選定し、概略的な旅程表を作るように依頼された。観光先の選定に際しては、台湾観光情報の検索ができるパソコンとガイドブックの両方を利用できることとした。観光先は、具体的な観光スポットとして挙げてもらい、最大 20 箇所まで選択可能とした。訪問してみたい観光スポットは、行ってみたい程度に従って質問紙に記入してもらった。

さらに、意思決定方略を判定するため、情報検索の際にアクセスした web サイト数と観光先選定までに要した時間も計測した。

(2) 質問紙調査

心理実験では、訪問したい観光先を選定してもらった後、質問紙への回答を依頼した。質問紙では、表-2 に示す項目について尋ねた。観光情報源、観光動機、観光熟慮程度、観光スポットへ訪問希望度は5件法で計測した。利用した観光情報源は選択肢から選択してもらった。質問紙への回答後、実験者がデブリーフィングを行った。

4. 分析結果と考察

心理実験から、パソコンブラウザでの閲覧履歴と検索にかかった時間は情報熟慮程度に反映し、選択した観光スポットの知名度(有名かマイナー)は過去数年間に台湾を実際に訪れた国際観光客の各級県市の認知度ランキングに基づいて定義する。参考資料は有名な観光ウェブサイト Tripadvisor などを利用する。質問紙から得られた各質問の回答など変数をこれからデータ分析と考察する予定である。詳細な結果は当日に発表する。

参考文献

- 1) 観光庁「訪日外国人消費動向調査 2019 年間値」, https://www.mlit.go.jp/kankocho/topics02_000182.html.
- 2) Evans, J. S. B. T.: Dual-processing accounts of reasoning, judgment, and social cognition, *Annu. Rev. Psychol.*, Vol.59, pp.255-278, 2008.
- 3) Yasin, B.; Baghirov, F. and Zhang, Y.: The role of travel experience and gender on travel information source selec-

- tion, *J. Hosp. Tour. Technol.*, Vol.8, No.2, pp.296-310, 2017.
- 4) Veasna, S.; Wu, W.-Y. and Huang, C.-H.: The impact of destination source credibility on destination satisfaction: The mediating effects of destination attachment and destination image, *Tour. Manag.*, Vol.36, pp.511-526, 2013.
 - 5) Xiang, Z. and Gretzel, U.: Role of social media in online travel information search, *Tour. Manag.*, Vol.31, No.2, pp.179-188, 2010.
 - 6) Smallman, C. and Moore, K.: Process studies of tourists' decision-making, *Ann. Tour. Res.*, Vol.37, No.2, pp.397-422, 2010.
 - 7) Hyde, K. F.: Information processing and touring planning theory, *Ann. Tour. Res.*, Vol.35, No.3, pp.712-731, 2008.
 - 8) Li, X. R.; Cheng, C.-K.; Kim, H. and Petrick, J. F.: A systematic comparison of first-time and repeat visitors via a two-phase online survey, *Tour. Manag.*, Vol.29, No.2, pp.278-297, 2008.
 - 9) 林幸史, 藤原武弘: 観光旅行者の経験評価の構造と規定因—同行者、観光地、移動距離の視点から—, *観光研究*, Vol.23, No.2, pp.3-12, 2012.
 - 10) Quintal, V. A.; Lee, J. A. and Soutar, G. N.: Tourists' information search: the differential impact of risk and uncertainty avoidance. *Inter. J. Tour. Res.*, Vol.12, No.4, pp.321-333, 2010.
 - 11) Nyblom, Å: Making plans or “just thinking about the trip”? Understanding people's travel planning in practice, *J. Transp. Geogr.*, Vol.35, pp.30-39, 2014.
 - 12) Gursoy, D.; Chiappa, G. S. and Zhang, Y.: Impact of destination familiarity on external information source selection process, *J. Dest. Mark. Manag.*, Vol.8, pp.137-146, 2018.
 - 13) Tassiello, V. and Tillotson, J. S.: How subjective knowledge influences intention to travel, *Ann. Tour. Res.*, Vol.80, 102851, 2010.
 - 14) Karl, M.; Muskat, B. and Ritchie, B. W.: Which travel risks are more salient for destination choice? An examination of the tourist's decision-making process, *J. Dest. Mark. Manag.*, Vol.18, 100487, 2020.
 - 15) Pan, X.; Rasouli, S. and Timmermans, H.: Investigating tourist destination choice: Effect of destination image from social network members, *Tour. Manag.*, Vol.83, 104217, 2021.
 - 16) Pestana, M. H.; Parreira, A. and Moutinho, L.: Motivations, emotions and satisfaction: The keys to a tourism destination choice, *J. Dest. Mark. Manag.*, Vol.16, 100332, 2020.
 - 17) Seddighi, H. R. and Theocharous, A. L.: A model of tourism destination choice: a theoretical and empirical analysis, *Tour. Manag.*, Vol.23, No.5, pp.475-487, 2002.
 - 18) 金子将之, 中平勝子, 岡本満喜子: 観光情報源種別による旅行者の共感状態が旅行先決定過程に与える影響, 第 14 回情報科学技術フォーラム, A-018, 2015.
 - 19) 岡本卓也: 観光動機の違いが観光情報収集と訪問地選択に与える影響: 長野県松本市・安曇野市における観光者動向からの検討, *地域ブランド研究*, No.2, pp.31-42, 2014.
 - 20) Tercia, C; Teichert, T.; Sirad, D. and Soehadi, A.: Conveying pre-visit experiences through travel advertisements and their effects on destination decisions, *J. Dest. Mark. Manag.*, Vol.16, 100331, 2020.
 - 21) Jun, S. H. and Vogt, C.: Travel information processing applying a dual-process model, *Ann. Tour. Res.*, Vol.40, pp.191-212, 2013.
 - 22) Yoo, C. W.; Goo, J.; Huang, C. D.; Nam, K. and Woo, M.: Improving travel decision support satisfaction with smart tourism technologies: A framework of tourist elaboration likelihood and self-efficacy, *Technol. Forecast. Soc. Change*, Vol.123, pp.330-341, 2017.
 - 23) Beiger, T. and Laesser, C.: Information sources for travel decisions: toward a source process model, *J. Travel Res.*, Vol.42, No.4, pp.357-371, 2004.
 - 24) Chen, J. S. and Gursoy, D.: Cross-cultural comparison of the information sources used by first-time and repeat travelers and its marketing implications, *Int. J. Hosp. Manag.*, Vol.19, No.2, pp.191-203, 2000.
 - 25) Pearce, P. L.: The Ulysses factor: Evaluating visitors in tourist settings, *NY: Springer-Verlag*, 1988.

(2021. X. X 受付)