観光地選択における情報処理方略

東北大学国際文化研究科・学生会員・○柯俞廷
東北大学国際文化研究科・正会員・青木俊明

１．はじめに

観光産業は大きな経済効果が期待される．特に，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・日本）と莫大であるため [1]，国の経済成長面でもインバウンド旅行客の獲得が重視されている．初回訪問者だけではなく，再訪するリピーターの増加もさらに観光収入につながる．インバウンド観光客を増や方策として，観光地選択する際の意思決定構造を究明し，その上で効果的な政策を講じる必要がある．そこで，本研究では初回訪問者とリピーターのそれぞれの訪問先決定における意思決定方略を明らかにすることを目的とする．

２．仮説

二重過程理論 [2]（dual process model）は，意思決定方略に関する代表的理論であり，広く用いられてきた．二重過程理論においては，二つの思考方略を用いることで人が意思決定を行うことが仮定されている [2]．その二つの方略は，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，観光地を決定する際の意思決定において，初回訪問者とリピーターが異なる意思決定方略を持つことを検討する場合には，二重過程理論が適合すると考えてられる [2]．

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．初回訪問者が観光地を選択する場合には，有名観光地を訪問する傾向が高いことに加えて，経験のなさゆえ，容易に入手できる情報の影響を受けやすいと考えられる．換言すれば，観光情報誌やパンフレット等の情報を主に活用して，比較的ヒューリスティックに訪問先を決定すると予想される．これは，二重過程理論でいうシステム 1 の意思決定方略に相当する．ヒューリスティックで判断する初回訪問者は広告など周辺情報に影響されやすいため，情報量の多い有名観光地を選択する可能性が高い．すなわち，システム 1 を多用する初回訪問者は広告露出の大きな有名観光地を選択しやすいと考えられる．

それに対し，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，情報が深く読み取られることが知られている．リピーターが観光地を決める場合には，過去の経験があるため，情報入手するのに比較的難しい情報源を用いて検索する傾向があると考えられる．このような意思決定方略は，二重過程理論ではシステム 2 に対応する．論理的に思考する観光リピーターは観光情報を詳しく検索して入手するので，知名度の低いマイナー観光地を選択する可能性が高い．システム 2 を多用する観光リピーター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．

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 [3]，旅行決定の満足度 [4]を検討する研究がある．しかし，観光地選択そのものに二重過程理論を応用した研究はない．

二重過程理論を通して観光訪問者の意思決定過程を解明するため，訪問者の訪問経験に加え，観光情報に対する熟慮程度を含める．**表-1** に示しているように，熟慮するリピーター，浅慮するリピーター，熟慮する初回訪問者，そして浅慮する初回訪問者四種類の観光意思決定過程が可能だと想定する．

表-1　二重過程理論に基づいた観光地選択の構図

	リピーター	初回訪問者
熟慮	情報検索の難しいマイナー観光地を好む	情報検索に工夫するも特定な観光地選択傾向はない
浅慮	経験に頼り特定な観光地選択傾向はない	ヒューリスティックに有名観光地を選択する

熟慮するリピーター

リピーターは観光地の訪問経験があるため，一定程度に訪問先の情報に詳しいとされる．このタイプの観光客が観光情報を熟慮する場合，検索しなくても情報を簡単に入手できる有名観光地に比べると，情報が比較的に少なく，入手するために工夫と努力の必要があるマイナーな観光地を選択する傾向があると予想できる．

浅慮するリピーター

他の観点からみると，リピーターは訪問経験を持つため，一般的な観光地情報を把握しているので，手間をかけなくても容易く観光地を決める可能性があると考えられる．

熟慮する初回訪問者

リピーターに対して，初回訪問者は観光地に対する訪問経験がないため，観光地の観光情報に時間をかけて集め，慎重に熟慮する上で訪問先を決める場合は存在している．

浅慮する初回訪問者

逆に，初回訪問者は観光地の情報に詳しくないので，比較的に観光情報を入手しやすい有名観光地を容易く選択する可能性もあると考えている．この場合では短時間で訪問先を決めると予想している．

３．方法

本研究は心理実験と質問紙調査を行った．心理実験では日本人観光客が台湾を訪問する場面を想定し，日本人の実験参加者に実際に観光地として訪問したいスポットを選択してもらった． その際，初回訪問客とリピーターの訪問先決定に関わる意思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）31 名と訪問経験のない群（未経験群）25 名に参加してもらった．実験は，実験室において一人ずつ行い，実験の全過程は 2 時間程度で終了した．

実験参加者には，10 万円程度の予算と交通手段を用いるという条件の下，3 泊 4 日の台湾旅行機会を得たという前提の下，台湾で訪問する観光地を選定してもらった．その上で，実験参加者には概略的な旅程表を作るように依頼した．訪問先の選定に際しては，パソコンとガイドブックの両方を用意し，自由に情報検索を行ってもらった．訪問先としては，具体的な観光スポットを挙げてもらい，最大 20 箇所までを選択可能とした．さらに，意思決定方略を判定するため，おおよそ 1 時間程度，情報検索の際にアクセスしたウェブサイト数と訪問先選定までを実行した．

キーワード：観光地選択・意思決定過程・情報処理・二重過程理論・インバウンド・訪問経験
連絡先（〒980-8576 宮城県仙台市青葉区川内 41・022-795-4689）

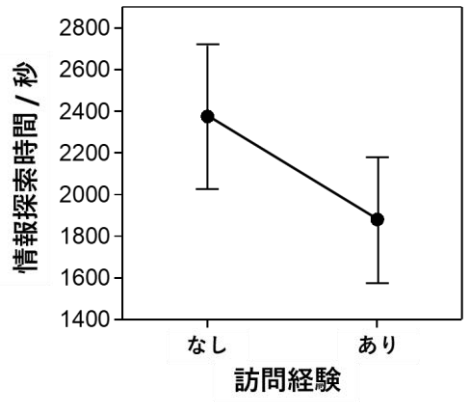

図-1　情報探索時間対訪問経験の区間プロット.

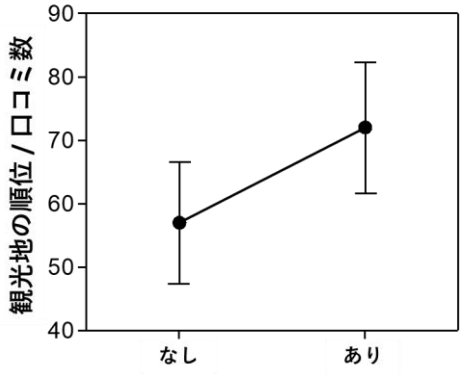

図-2　観光地選択対訪問経験の区間プロット.

質問紙調査では観光動機（自然体験、リラックス、世界知見、文化見聞、対人交流、非日常体験），観光熟慮程度（情報処理に対する自信、情報処理意向、情報処理時間），観光地選択（観光スポットへ訪問希望度）を5件法（5：とてもそう思う，4：そう思う，3：どちらでも言えない，2：そう思わない，1：まったくそう思わない）で計測した．また，観光経験（訪台回数），個人属性も尋ねた．利用した観光情報源（新聞，チラシ，ニュース，ラジオ，家族・友達，ネット上の口コミ，観光雑誌，ガイドブック，SNS，ホームページ，ウェブサイトなど）は選択式で回答を得た．質問紙への回答後，実験参加者に謝金3000円を支払い，ディブリーフィングを行った．

4．結果と考察

収集したデータは訪問経験を独立変数，他の要因を従属変数として一次元分散分析と多変数分散分析を行った．

訪問経験と情報熟慮程度

図-1 のように訪問経験のない初回訪問者の方が情報探索にかける時間(秒)が長いだけではなく($F(1,51) = 4.494$, $p < .05$)，情報熟慮意向(程度)の値も大きい($F(1,51) = 0.448$, $p < .05$)．この結果は，仮説で措定したように，初回訪問者は熟慮する傾向があり，リピーターは浅慮の傾向があることを示唆している．すなわち，初回訪問者は情報を熟慮する意向が高いので情報検索にかける時間も多くなる．それに対して，訪問経験のあるリピーターは，初回訪問者に比べれば，相対的にヒューリスティックに訪問先を決定する傾向があることを示唆していると言える．

訪問経験と観光情報源

観光情報源は重視度を計測した。リピーターと初回訪問者に有意の差があるのは SNS($F(1,51) = 4.611$, $p < .05$)と家族・友達($F(1,51) = 4.536$, $p < .01$)である．しかも両方ともリピーターの重視度が高いと判明した．熟慮と浅慮で分類ではなく，単純に情報源の性質を考えると，SNS と家族・友達の情報源は身近な信頼できる関係者から簡単に入手できる．加えてリピーターの情報検索時間が短く，情報熟慮意向が低い結果から見ると，観光情報を検索するのに手間のかからない、入手しやすい SNS と家族・友達情報源の利用傾向が解釈できる．

訪問経験と観光地選択

観光地の知名度は観光サイトリトリップの口コミ数を基に決めた．リピーターはマイナー観光地，初回訪問者は有名観光地を選択する傾向が見られるが($F(1,51) = 4.316$, $p < .05$)，情報熟慮程度との関連性は薄かった．初回訪問者の方の情報探索時間が長く情報熟慮意向が高いので，観光情報を熟慮/浅慮したからマイナー/有名観光地を選択することでなはく，リピーター/初回訪問者は他の原因でマイナー/有名観光地を好むと考えている(図-2)．訪問経験がない海外を訪問しようとする場合，一番安全で確実性の高い有名観光地を選択することに対して，訪問経験のある訪問者は安全性と確実性の低いマイナーな観光地を訪れたいと考えるものと思われる[5]．

初回訪問者は長い情報探索時間と高い情報熟慮意向の特性を持ちながら有名観光地を選択する傾向がある．それに対して，リピーターは情報熟慮程度が低く，SNS と家族・友達など情報探索するのに手間のかからない情報源を重視した上でマイナー観光地を好む．総合的に考察すると，初回訪問者の情報熟慮程度が高いことは観光地に訪問した経験がないので，情報集めに工夫する傾向があるが，観光地選択の際に情報量の多い有名観光地を選ぶ傾向がある．リピーターが情報収集に SNS を多用しつつも，情報熟慮程度が低いことは，情報収集に手間をかける意向は低いが，情報探索の難しいマイナー観光地を彼らが好むことを反映しているものと考えられる．

5．結論

本研究は二重過程理論を用いて，観光地選択における訪問者の観光情報処理方略の解明を試みた．得られた知見を以下にまとめる．

- リピーターは初回訪問者に比べると，観光地を選択するまで観光情報探索にかける時間が短く，観光情報を熟慮する意向も低かった．
- 観光情報源の利用において，リピーターは検索するのに手間のかからない SNS，家族と友達を重視することがわかった．
- リピーターはマイナー観光地を好む一方で，初回訪問者は有名観光地を選択する傾向がうかがえた．

初回訪問者の情報熟慮程度は比較的高く，有名観光地を好むことが判明した．この結果は予測した観光地選択の意思決定方略を支持するものであった．意思決定方略に加えて，今後は観光地の安全性など要因も含めて検討する必要があると言える．

6．参考文献

1．観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年間値」，2020.
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．Jun, S. H. and Vogt, C.: Travel information processing applying a dual-process model, Ann. Tour. Res., Vol.40, pp.191-212, 2013.
4．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.
5．V. A. Quintal, J. A. Lee, G. N. Soutar: Tourists' information search: the differential impact of risk and uncertainty avoidance. Inter. J. Tour. Res., Vol.12, No.4, pp.321-333, 2010.