

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 23 日現在

機関番号：34311

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2014～2016

課題番号：26360086

研究課題名(和文)旅行者の観光動機変容の研究 日・台国際観光へのネット・くちコミ・メディアの影響

研究課題名(英文)The Change of Tourists Motivation by e-MOW

研究代表者

大津 正和 (Masakazu, Otsu)

同志社女子大学・現代社会学部・教授

研究者番号：20243371

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,500,000円

研究成果の概要(和文)：スマートフォン等を利用したネットくちコミ情報が爆発的に普及しているが、その持ち歩けるという特性は、観光行動に大きな変化を与えている。本研究は、台湾から日本と日本から台湾という国際観光の両面において、観光者がネットくちコミ情報をどのように利用し、また発信しているのか、そしてそれら情報活動が観光行動や観光に対する満足度にどのように影響するのかを、ヒアリングと質問票調査から明らかにすることを試みた。研究の結果、ネットくちコミ情報の利用は、自身の活動への関与度と関連し旅行形態の違いに現れること、またネットくちコミ情報発信はそれへの他者の反応によって観光に対する満足度と関連していることが明らかになった。

研究成果の概要(英文)：We researched how tourists use the electronic word of mouth (e-WOM) in tourism. We focused on Japanese tourists in Taiwan and Taiwanese tourists in Japan. The findings from the data analysis are very interesting. The pattern of information usage is depend on the type of tour they chose. And We also found the corelation between the usage of SNS and the satisfaction of the trip. The tourist who use the information from SNS on the spot is more satisfied with the trip than non-user. Whether they posted e-WOM on SNS didn't change the satisfaction, on the other hand, the response from other people to their e-WOM increase the satisfaction. Our research suggests that e-WOM is very powerful to attract tourist and to increase ther satisfaction of tourism.

研究分野：観光マーケティング

キーワード：観光行動 ネットくちコミ SNS 観光満足

1. 研究開始当初の背景

近年、スマートフォン等の普及に見られるように、モバイル情報の利用が急速に進んできた。これらは、持ち歩けるという特性から、観光行動へも大きな影響を与えている。さらに、SNSなどの情報サービスが、誰でもいつでも情報が発信できるという環境を提供している。これらの変化が、ネットくちコミ情報という新たな情報の利用を促進し、人々の観光行動にも影響を与えようという社会的な変化が進行し始めていた。

さらに、日本は観光立国を推進しようと、外国からの訪日(インバウンド)観光を増やすべく、外国人への観光ビザ発給要件の緩和などを進めた結果、アジア圏からの観光来訪の急増などが発生していた。彼らは、日本での観光について、SNSなどを通じたネットくちコミ情報を利用していることが多く、時に、ネットくちコミ情報で拡散された情報によって、日本人にもあまり知られていない場所が彼らの間で一気に人気となり、突然インバウンド観光者が急増するといった現象が報じられたりするようになっていた。

一方、日本人の国際観光は、質的には安定した状態が続いており、成熟状態にあると見られている。しかし、内容を見ると、団体旅行から個人旅行への移行のように、個人が自身の興味に従って、どこへ行くかや旅行先で何をするかを決めるといったように、個性化・個別化が進んでいる。このような傾向は、ネットくちコミ情報のような多岐にわたり大量の情報がやり取りされる状況が、その普及を助けていると考えられる。

2. 研究の目的

観光領域において、ネットくちコミ情報の利用が盛んに行われ、どこに行き何をするかといった観光行動そのものにネットくちコミ情報が影響を与えようと考えられる。そしてそのような傾向は、ここ数年の短い期間の間に爆発的に進展していると考えられる。そのようなネットくちコミ情報の展開が、特に国際観光の面において、人々の観光行動や観光への姿勢、そして観光への満足度に影響を与えて大きな変化をもたらしていると考えられた。

日本が、観光立国という目標を掲げて、特にインバウンド観光推進を行おうとするなら、このような側面からの知見を蓄積することは避けては通れない。特に、この領域における変化は急速であるので、できるだけ早く実態を把握する必要がある。インバウンド観光振興は、日本にとっては比較的新しい課題であったため、これまでは量に力点が置かれる傾向があったが、持続可能な観光という視点からは、リピーターを確保することが重要であり、そのためには量もさることながら質を

高め満足度の高い観光を提供できる体制づくりが必要である。そして、この質と満足度という視点からも、観光に関わるネットくちコミ情報の役割を解明することが求められる。従って、このようなネットくちコミ情報が観光、特に国際観光のありように、具体的にどのような影響を与えているのかという実態を明らかにすることを目的として研究を行った。

3. 研究の方法

研究対象を、台湾から日本へのインバウンド観光と、日本から台湾へのアウトバウンド観光という国際観光の両面と設定し、旅行者たちがネットくちコミ情報をどのように利用しているのか、それが実際の観光行動にどのように影響しているのか、そしてネットくちコミ情報の発信は行っているのか、さらにそれらの情報行動が観光に対する満足度に影響するのかといった点を明らかにするべく研究を行った。具体的には、ヒアリングによる定性的調査を実施し、特に台湾の人々が日本を訪れる際に、事前そして訪問中にどのようなネットくちコミ情報を利用しているのか、また訪問中および事後にどのようなネットくちコミ情報を発信しているのかといった実態について詳細な聞き取りを行い、それらを整理することで、国際観光におけるネットくちコミ情報の利用に関する実態に迫った。さらに、定性調査によって得られた知見に基づいて、質問票形式による定量調査を設計し、まとまった数のサンプル(400強)に対してデータ収集を実施した。定量調査は、同様の質問票を用いて台湾と日本両方で実施した。定量調査から得られたデータは、統計的に分析した。まず、回答者個々人の観光に対する態度の違いを代表する変数として旅行形態に注目し、フルパッケージ旅行から自身で予約を行う個人旅行まで、回答者を4グループに分類した。どの旅行形態を選択しているかを、生活全般への関与度や意見といった一般的特性から説明できるかどうかを、重回帰分析によって確認した。次いで、ネットくちコミ情報を含む観光関連で利用可能な各種情報の利用度に対して因子分析を行い、情報を3つの因子に分解した。上で分類した4つの各グループが、観光の際に上の3つ因子情報のどれの利用程度が高いのかをグループにおける情報利用度の平均値の形で比較した。また、現地でのネットくちコミ情報を利用する程度の違い、ネットくちコミ情報を発信するかどうか、そしてその発信したネットくちコミ情報への他者の反応が多かったかどうか、といった各項目と観光に対する満足度との関連が見られるかといった視点から分析・考察を行った。

4. 研究成果

研究によって、以下のような観光実態が明らかにされた。

今や、外国から日本を訪問する観光者も、日本から外国を訪問する観光者も、ネットくちコミ情報を利用する者の割合が高い状態にある。

観光に対する関与度を示すと考えられる、旅行形態の選択は、コトラーがマーケティング3.0で指摘したような、自身の生活への関与度が高く積極的に情報収集を行い新しいものにチャレンジしようという指向の強い消費者の特性を備えているかどうかでかなり説明が可能であり、具体的には、団体パッケージ旅行よりも自身で予約等を行って個人旅行を行うという特徴を示している。観光に対して関与度が高いグループは、情報利用の状況を集計すると、ネットくちコミ情報を代表とするような、個別的・双方向的な情報の利用度が、他のグループより高く、一方でマスコミなどを代表とする従来型の情報の利用度は低いという傾向が示された。

現地でスマートフォン等を通じてネットくちコミ情報を利用するほど観光に対する満足度が高い。ネットくちコミ情報を発信するかどうかでは観光に対する満足度に違いは見られなかったが、自身の発信情報に対する他者からの反応が多い者は観光に対する満足度も高いという相関が見られた。これらの発見物は、今後日本が国際観光を推進し、関連ビジネスを発展させる際に、ネットくちコミ情報の利用が重要な要素であることを示していると考えられる。モバイル情報のインフラが整備され、観光者自身が観光に求めるものが個性化・個別化するという社会全般の変化を考えれば、ますます増加すると予想される個人旅行を指向する国際観光に対応し、旅行者たちの満足度を高めリピーターとなってもらうためには、ネットくちコミ情報を活用することが重要な手段となるだろうということを示していると言える。

特にインバウンド観光推進の視点からは、このような特性を持つネットくちコミ情報を、個人的な情報の受発信であると見過ごすのではなく、積極的に応用することが観光満足度を高め、結果的にリピーターを確保することなどに貢献できるだろうということを示唆している。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計 3 件)

大津正和・王怡人『アウトバウンド観光行動

に対するネットくちコミの影響 日本人の台湾観光におけるネットくちコミ利用の現状』, 同志社女子大学総合文化研究紀要, 第34号, 印刷中, 2017年

大津正和・王怡人『インバウンド観光行動に対するネットくちコミの影響 台湾からの訪日観光者におけるネットくちコミ利用の現状』, 同志社女子大学総合文化研究紀要, 第33号, pp.55-62, 2016年

王怡人・大津正和「インバウンド観光推進のための情報提供の課題 台湾人旅行者の情報収集活動の実態から」, 神戸大学経営学研究科現代経営研究所『季刊 ビジネス・インサイト』24巻2号, pp.7-11, 2016年

〔学会発表〕(計 件)

〔図書〕(計 件)

〔産業財産権〕

出願状況(計 件)

名称:
発明者:
権利者:
種類:
番号:
出願年月日:
国内外の別:

取得状況(計 件)

名称:
発明者:
権利者:
種類:
番号:
取得年月日:
国内外の別:

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

(1)研究代表者

大津正和 (Masakazu Otsu)

同志社女子大学・現代社会学部・教授

研究者番号: 20243371

(2)研究分担者

王怡人 (Wang Yijen)

琉球大学・観光産業科学部・教授

研究者番号：20290538

(3)連携研究者
()

研究者番号：

(4)研究協力者
()