

令和 4 年 6 月 23 日現在

機関番号：12102

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2019～2021

課題番号：19K12546

研究課題名(和文)意識分析にもとづく国外旅行意向の国際比較研究

研究課題名(英文)International Comparative Study on travel behavior and intention based on consciousness analysis

研究代表者

岡本 直久 (OKAMOTO, Naohisa)

筑波大学・システム情報系・教授

研究者番号：70242295

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,400,000円

研究成果の概要(和文)：我が国のインバウンド政策には、中国からの来訪客の拡大に加え、他地域/他国からの来訪客増にも注力しなければならない。日本がどのように評価され、周辺諸国との競争における長所と短所を自覚した上で方策を検討する必要がある。これまでの訪日観光旅行者を対象とした研究のほとんどが、既に来日している旅行者を対象としたものばかりである。今後は潜在需要への掘り起こしが必要となる。

本研究は、今後のインバウンド・マーケティング政策に役立てるために、アジア諸国居住者を対象として個人の旅行意向形成要因の統計モデルにより記述し、インバウンド・マーケティングにおいて講じるべき政策メニューについて論じた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

これまでのインバウンド関連研究の多くは来訪者から得られる情報のみにもとづいており、今後必要となる新たな需要層獲得とその戦略を練るための情報が乏しい。今後も、周辺諸国居住者に対する働きかけが必要であり、そのためには、日本に来ない理由の把握と同時に来る理由の把握が必要である。特に本研究で対象とした中国、韓国においてはアクセス性も高く、さらなる潜在需要を発掘する意義は大きく、インバウンド政策を検討することに対して、貴重な成果を提示している。

研究成果の概要(英文)：In Japan's inbound policy, in addition to increasing the number of visitors from China, policy for increasing the number of visitors from other regions / countries should be focused on. For this purpose, it is necessary to be aware of how Japan is evaluated from abroad. And, its strengths and weaknesses in competition with surrounding regions / countries should be noticed. Most of the behavioral analysis and consciousness analysis for tourists so far are for tourists who have already visited Japan. In the future, it will be necessary to dig up for potential demand.

In this study, in order to make use of it for future inbound marketing policies, (1) we described it using a statistical model of individual travel intention formation factors for residents of Asian regions / countries, and (2) discussed the policy menus, that should be taken in inbound marketing.

研究分野：観光学

キーワード：観光行動 インバウンド 意識調査 旅行意向

様式 C-19、F-19-1、Z-19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

我が国のインバウンド政策は1997年のウェルカムプラン21の策定より20年が経ち、2003年のビジット・ジャパン・キャンペーンなどを経て諸処の目標を着実に達成してきた。これを受け政府は、2016年に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、翌年それに基づいた新たな観光立国推進基本計画を閣議決定した。そこでは訪日外国人旅行者数・旅行消費額をそれぞれ2020年までに4,000万人、8兆円とすることを目標に掲げている。現状では訪日外国人者数・消費額ともに2011年から伸び続けており、2017年にはそれぞれ2,869万人・4.4兆円となっている。またその内訳をみるとアジア圏からの伸びが大きい。

一方で、2015年の流行語大賞にも選ばれた「爆買い」の後、訪日中国人の消費単価は減少している。また、一人当たり宿泊料金も2014年から一貫して減少してきている。近年、中国からの韓国への観光客数が激減したように、国際観光需要は激しく変動する可能性があることを考えれば、中国からの訪日客だけでなく、他地域/他国からの訪日をさらに促すことも重要である。特にインバウンド需要拡大をはかるためには、相手国から日本への旅行意向を促進する施策が必要であり、特に需要の多い周辺アジア諸国を対象として旅行実態と志向を把握することが必要である。

2. 研究の目的

上述の状況を踏まえ、本研究では周辺アジア諸国居住者の国際旅行に対する実態と志向とを捉え、それらに影響を与える要因を定量的に把握することを目的とする。

具体的には、研究の独自性としては、周辺諸国居住者を対象としてアンケートを実施して、日本のみならず周辺諸国に対する旅行実態および観光目的地としての来訪意向を把握する。得られたデータにもとづいて個人属性、社会経済属性、海外旅行経験等を主要素として来訪意向の形成要因を定量的に表現する。

これまでインバウンド動向は様々な観点から研究が行われてきた。しかしながら、これらの研究ではすでに日本を訪れている観光客のみを調査対象としており、今後渡航を行う可能性のある潜在層を考慮していない。特に中国においては人口も多く、さらなる潜在需要を発掘する意義は大きいと考えられる。本研究は、来訪者のみでインバウンド効果を記述しようとする既存研究に対して、より俯瞰的な立場からのモデル展開を試みることから、マーケティングの現場に即したインバウンド政策考案への貢献が期待できる。

3. 研究の方法

本研究では、中国および韓国を対象として、国際観光旅行の目的地としての日本を、各国国民がどう位置づけているかを明らかにする。中国については、インターネット調査を用いて、日本に対する旅行意向、意識についての調査を行っている。

韓国については、事前に文献調査等による観光旅行動向、消費動向、文化の変化についてレビューした上で、目的地としての来訪意向を分析した。

4. 研究成果

(1) 中国における観光志向調査

(1-1) 調査およびサンプル概要

本研究で用いるアンケート調査概要を表-1に示す。WEB調査ではあるが、高齢層・渡航経験以外ほぼ標本設計通りにサンプルが得られている(表-2)。

(1-2) 渡航回数の基礎集計

まず渡航回数の度数分布状況を図-1に示す。ヒストグラムの形状をみると、渡航回数は0回-3回に多くを占める。年齢別にみると、19歳以下・50歳以上では0回が多く、2~3回の渡航経験は20歳代・30歳代などで見られる。これは年齢が高いほど収入レベルが上がるため、余暇活動を行う経済的余裕が大きくなっていることが考えられる。さらに渡航回数と収入レベルの関係(図-2)をみると、0回では6万円以下の収入層がとくに多いことから、このことが窺える。

表-1 調査概要

調査実施日	2017年12月20~29日
調査対象	中国大陸在住の中国国籍を有するもの
調査形式	Web アンケート
有効回答数	200者
設問内容	<ul style="list-style-type: none">・ 渡航経験：外国渡航経験の有無及び回数(全数、日本、韓国、タイ)・ 観光評価項目と嗜好(5件法)：日本の社会生活、国民の特徴、好感度などの情緒的イメージ、観光資源、観光環境、観光の情報源、自然災害などの障害要素・ 観光意向(5件法)：旅行に行きたいか、友人へ勧めるかなど・ 個人属性：性別、年齢、収入(年収)、居住地域(都市部・農村部)

表-2 個人属性・渡航経験の構成比率

		調査データ(人)		中国の人口(人)		抽出度 = / *10
		N()	構成率	N()	構成率	
性別	男性	101	51%	708150000	51%	1.43
	女性	99	50%	674560000	49%	1.47
年齢	19歳以下	38	21%	159642000	16%	2.38
	20～29歳	51	28%	231022000	23%	2.21
	30～39歳	58	32%	198194000	20%	2.93
	40歳以上	35	19%	425231000	42%	0.82
居住地	華北	18	10%	316980000	24%	0.57
	華中	76	44%	345910000	26%	2.20
	華南	44	25%	224680000	17%	1.96
	東北	15	9%	109520000	8%	1.37
	西部	20	12%	335680000	25%	0.60
渡航経験	あり	154	77%	135000000	10%	11.41
	なし	46	23%	1247300000	90%	0.37

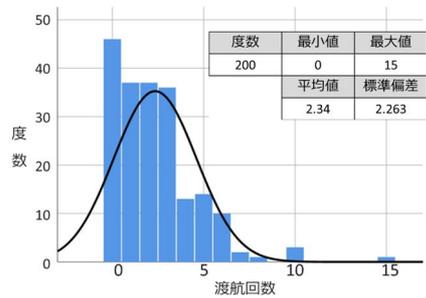


図-1 渡航回数の度数分布

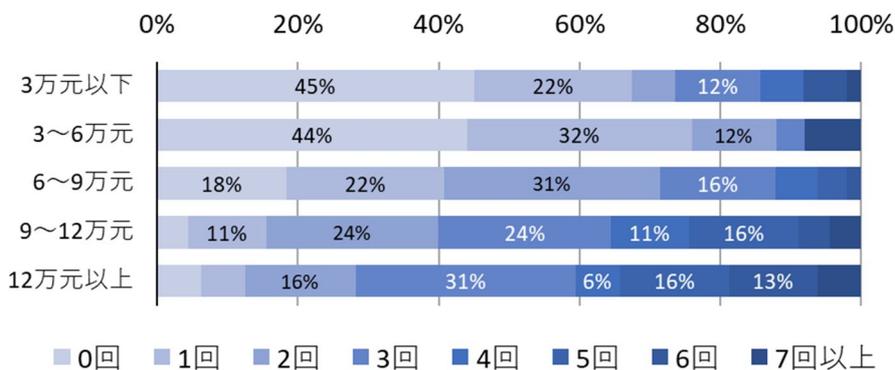


図-2 収入レベル別の渡航回数

(1-3)中国における訪日経験の有無による旅行意向形成の違い

ここでは、訪日経験の有無によって旅行意向にどのような違いがみられるかを把握する。はじめにアンケートにおける日本に対する各評価項目で訪日有無による差異があるかどうかを把握し、その結果を踏まえた上で旅行意向を形成する構造について考察する。

訪日経験による観光地評価の差異

訪日あり(N=72)・なし(N=128)の群について、アンケートの各評価項目において平均値を算出し、それぞれ差の検定(t検定)を行った。なお比較するサンプルサイズが異なるため、等分散性の有意差が5%以下の場合については、独立性の仮定を棄却したWelchのt検定を行っている。結果を示したのが図-3および4である。まず主に国としての評価項目の差を示した図-3では、技術の発達具合・国際社会への貢献度の2項目を除き、訪日ありの群が高い平均ポイントであった。また国民の親切さや、好感度などの情緒イメージ項目で訪日経験のある群が有意に高いことがわかった。さらに観光地としての評価項目の差を示した図-4では、買い物の利便性を除く項目すべてで訪日ありの群が高い平均ポイントとなった。とくに自然資源の魅力向上には有意差がみられている。また自然災害のリスク認知については、訪日ありの群の方が有意に高い結果となった。これは自然災害の発生を受容した上で訪日した、もしくは訪日の際に何らかの自然災害リスクを認知するきっかけがあったためと考えられる。

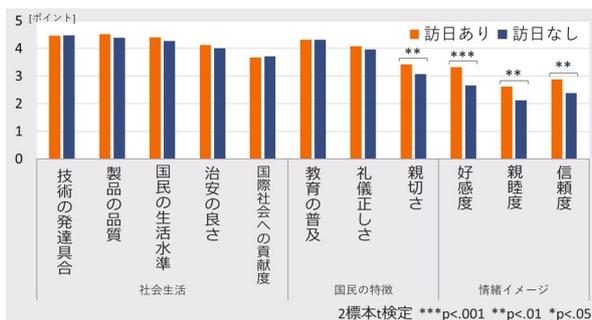


図-3 国としての評価項目

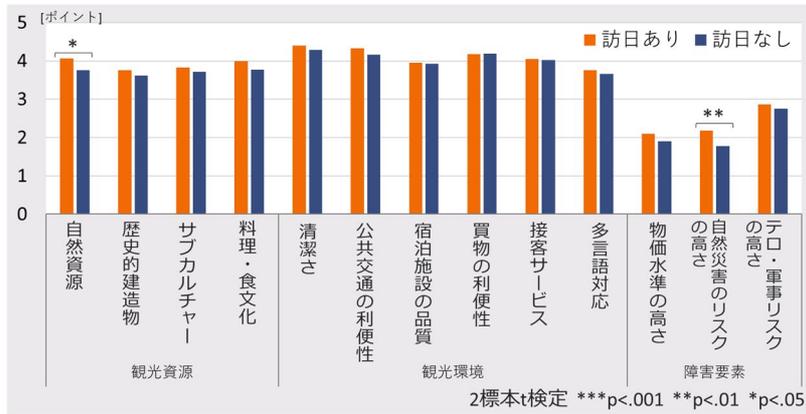


図-4 観光地としての評価項目

共分散構造分析による旅行意向形成の把握

前節で得られた結果をもとに、旅行意向の形成構造を探索していく。まず有意差の得られた項目として、好感度・親睦度・信頼度の3項目から「情緒的評価」を定義する。また観光資源・観光環境の各項目から「観光地評価」を定義する。さらに、日本に関する情報について、インターネット・家族友人・マスメディアそれぞれについての入手意欲から「日本に関する情報入手」を定義する。最後に自分の旅行意欲、他人への推奨意欲から「旅行意向」を定義する。なお潜在変数のそれぞれについて確証的因子分析を行っている。

結果について、サンプルを訪日経験のある群のみで行ったもの(N=72, 図-5)、訪日経験のない群のみで行ったもの(N=128, 図-6)、全サンプルを対象としたモデルに訪日経験の有無を組み込んだもの(N=200, 図-7)を示した。なお矢印の太さは標準化係数の大きさを表しており、図中になく観測変数・誤差変数も含め、全て5%水準で有意となった構造を簡易的に示している。

図-5と図-6とを見比べると、訪日経験のある群では、日本に関する情報入手から直接旅行意向に影響を及ぼすのに対し、訪日経験のない群では情報入手により情緒的評価が変化し、旅行意向へパスが伸びていることが分かる。これは、訪日経験のある群は過去の経験をすでに事前情報として持っていることで、すでに情緒的・観光地評価が形成されていることが考えられる。また両方に共通して、「好意的に思う」「親しみを感じる」のような抽象的な感情を有することが旅行意向により影響を及ぼしていることがわかった。さらに図-7における訪日の有無を別途組み込んだモデルでは、旅行意向に重要な情緒的評価が、情報入手と訪日経験の両方から説明できることが明らかとなった。

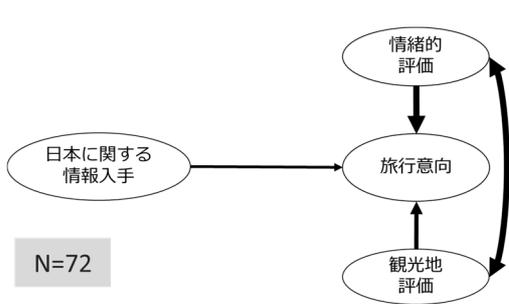


図-5 分析結果パス図[訪日経験あり]

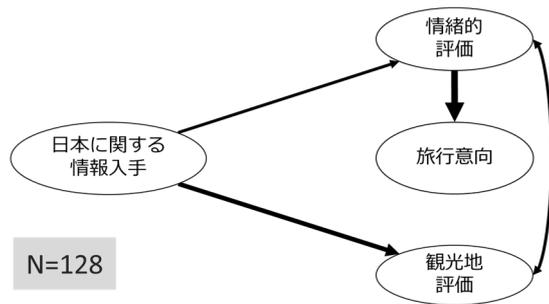


図-6 分析結果パス図[訪日経験なし]

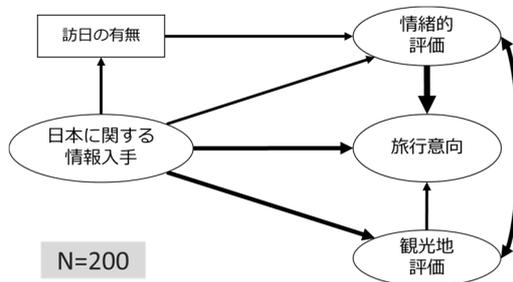


図-7 訪日経験を組み込んだ分析結果パス図

中国調査の成果

本研究は、中国人の旅行行動について渡航経験の有無という観点から、その影響要因と旅行意向形成の様相を明らかにした。まず渡航経験に影響を与える要因を、渡航歴なし(0回)を含めたアンケートデータで定量的に分析を行った。その結果、収入と都市部における居住が影響を及ぼすことがわかり、今後の経済発展による功罪を示唆した。また、訪日有無における観光評価の差異と、旅行意向形成の違いを可視的に示し、情緒的な項目での有意差などを確認した。以上のことから、訪日経験の有無・回数によってその傾向や特徴が異なることを把握しており、渡航経験を持たない潜在需要層へのより具体的な観光誘致策の議論を行っていくことが今後望まれる。しかしながら、分析においていくつかの課題が残されている。まず渡航回数を説明する負の二項分布については、0回と1回の構成比が逆に推定されていることから、さらなるモデル精緻化の余地がある。また共分散モデルにおいては、訪日経験の有無においては有意差の出た自然災害のリスクや、外国旅行でまず意識する物価水準などの障害的要素をうまくモデル内に組み込めなかったことが課題である。

(2)韓国における観光志向調査

(2-1)COVID-19による韓国の観光産業と消費者変化

ここでは、韓国の観光産業の現状を調べ、日本との共通点について考察する。

2020年1月から9月までの韓国の観光レジャー消費支出経済動向のデータでは、総支出額は102兆9824億ウォンであり、前年同期(2019年)に比べ19.7%減少(内国人の支出額は17.5%減少、外国人の支出額は73.0%減少)していた。観光及び観光関連産業における支出額(2020年1月~9月累計)の前年同期対比率を業種別にみると、旅行業界が-80.9%であり、経済的被害を被っている。免税店業界が-71.9%、航空業界が-70.4%の状況であり、唯一レンタカー業のみが前年対5.56%増加していた。韓国文化観光研究院の発表によると、2020年2月~10月の期間中、韓国国民の平均旅行日数は4.6日であり、1日当たりの平均旅行消費額は26.2万ウォンだった。前年同期に比べ上昇した数値だという。この点については、海外旅行に行けない分、国内旅行の宿泊施設等を選択する際に、支出額が高くなってもより安全で快適な場所を選択する傾向が強くなった結果と解釈できる。同レポート2)では、50代以上の年齢層において新型コロナの終息後に、海外旅行をしたい意向が高いことが示された。他にも、これからの海外旅行先の選択において、渡航先の安全性を重視することが社会の一般的トレンドになることが予想されていた。

このように、コロナ禍における韓国の人々の意識の変化を把握すると、日本の状況との類似点が多いことが確認できた。特に、海外旅行先の選択においては、今後も安全志向が強まることが予想された。

(2-2)日本と韓国の大学生の好感度に関する調査とその分析結果

韓国と日本の大学生向け意識調査は、ネットアンケートツールを用いて行った。韓国では、2021年9月10日から9月23日まで、ソウルと京畿・釜山地域に居住する大学生に調査協力を依頼し、スノーボールサンプリング方式で113名に回答を得た。日本では、2021年11月15日から12月29日まで調査を実施し243人の有効サンプルを得た。

データ分析結果を整理すると、韓国と日本の大学生において共通している点は、相手国に対する好感度は、相手国への旅行意思および相手国との観光・文化交流に対する肯定的な認識と正の相関関係がある点であった。また、相手国に対する好感度は、相手国の国民に対する個人的な親交を高めたい意思とも正の相関関係があった。一方で、植民地支配の歴史に対する認識と相手国への好感度は、負の相関関係があった。

さらに、相手国への好感度に影響を与える要因を回帰分析によって明らかにした。日本の大学生の場合、韓国の芸能人に対する関心の有無が韓国に対する好感度に影響を与える要因であった。一方で、韓国の大学生は、日本の伝統や文化に対する関心があると、好感度が高まることが示唆された。両国の大学生とも、相手国の文化コンテンツに接触する経験によって、相手国への好感度が高められる可能性があることが確認できた。このような結果は、先行研究において示唆された点と共通しており、文化交流による好感度向上の効果が高く、多いに期待できるものといえる。

また、日本の大学生の場合、韓国関連の交流行事への参加や韓国での長期滞在経験がある場合、韓国に対する好感度が高くなる傾向がみられた。

上記のように、両国の関係改善のためには、文化面や人的交流による相互理解を深めるための努力が必要であり、具体的な方策について引き続き、両国の産業界と学界が協議し、検討を続ける必要があると考える。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計8件（うち査読付論文 5件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 3件）

1. 著者名 古屋秀樹	4. 巻 77(2)
2. 論文標題 潜在クラス分析を用いたCOVID-19流行下での旅行意向分析	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 土木学会論文集D3 (土木計画学)	6. 最初と最後の頁 141-150
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.2208/jscejipm.77.2_141	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -
1. 著者名 栗原剛, 杉澤奏	4. 巻 33
2. 論文標題 周遊の定義を踏まえた半島における周遊観光の価値に関する考察	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 観光研究 (特集号)	6. 最初と最後の頁 101-108
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -
1. 著者名 Marjorie QUIAOIT, Hideki FURUYA	4. 巻 62
2. 論文標題 The Role of Traveler's Feedback in Tourism Development: Analysis of Travel Reviews on the Philippine Tourism Experience	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 土木計画学研究・講演集	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -
1. 著者名 杉澤奏, 栗原剛	4. 巻 62
2. 論文標題 半島観光における周遊ニーズとMaaSの適用に関する考察	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 土木計画学研究・講演集	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Kota TANAKA, Naohisa OKAMOTO, Yang XUE, Zhongdi PEI, Qi XIA, Yan CUI	4. 巻 13
2. 論文標題 Consciousness Analysis on Travel Behavior and Intention of People in Mainland China	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies	6. 最初と最後の頁 716-732
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.11175/easts.13.716	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 栗原 剛, 新庄 瑳やか	4. 巻 75
2. 論文標題 地域の観光施策立案に資するテキスト分析	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 土木学会論文集D3 (土木計画学)	6. 最初と最後の頁 I_451-I_459,
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.2208/jscejipm.75.I_451	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古屋 秀樹, 金 貝	4. 巻 34
2. 論文標題 DEAを用いた訪日外国人観光客の誘致パフォーマンスに関する研究	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 第34回日本観光研究学会全国大会論文集	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 古屋秀樹	4. 巻 75
2. 論文標題 hPAMによる類似性を考慮した訪日外国人旅行者の訪問パターン抽出に関する基礎的研究	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 土木学会論文集D3 (土木計画学)	6. 最初と最後の頁 I_507-I_517
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.2208/jscejipm.75.I_507	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計0件

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	崔 瑛 (CHOI Young) (60635770)	静岡英和学院大学・人間社会学部・准教授 (33808)	
研究分担者	古屋 秀樹 (FURUYA Hideki) (80252013)	東洋大学・国際観光学部・教授 (32663)	
研究分担者	栗原 剛 (KURIHARA Takeshi) (80610344)	東洋大学・国際観光学部・准教授 (32663)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------