

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 5 月 17 日現在

機関番号：32663

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2014～2016

課題番号：26360077

研究課題名(和文) 観光振興のためのマーケットデザインに関する研究 - 効果的な日本型DMO構築に向けて

研究課題名(英文) Research on market design for the development of tourist destinations: towards formation of effective Japanese typed DMOs

研究代表者

古屋 秀樹 (FURUYA, HIDEKI)

東洋大学・国際地域学部・教授

研究者番号：80252013

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)：本研究は、日本型DMO構築に向けて、日本人、訪日外国人旅行者のマーケットを明確にすることを目的とする。はじめに、日本人の宿泊観光旅行の回数、同行者・利用交通機関・実施時期などの旅行特性がどのように規定されているか、アンケート調査を用いた潜在クラス分析により明らかにした。次に、訪日外国人旅行者を対象として、日本における訪問地の組み合わせをトピックモデルにより抽出し、訪問特性の把握に加え、着地側からみた他地点との連携のあり方、競合関係の把握に資する結果を導出できた。さらに、米国、カリフォルニア州におけるDMOならびにまちづくり組織のヒアリングを行い、観光振興組織の先進事例を把握した。

研究成果の概要(英文)：This research clarified the market of Japanese and foreign travelers visiting Japan for Japanese typed DMO formation. First of all, A latent class analysis using questionnaire survey data showed how traveling characteristics such as the number of overnight trips, companions, transportation modes and travel time of Japanese travelers are defined. Next, the combination of visited places in Japan extracted by a topic model applied to the data of foreign travelers visiting Japan showed the characteristics of foreign tourists' behaviors. The findings advance our understanding of how to cooperate with other destinations and competing relationships among destinations. In addition, interview survey was conducted to illustrate excellent precedents of destination management organizations and town development organization in California, USA

研究分野：観光地計画，都市計画

キーワード：観光 DMO 観光振興 マーケティング

1. 研究開始当初の背景

「観光振興のためのマーケットデザインに関する研究 - 効果的な日本型 DMO 構築に向けて」を開始するにあたっての背景として、1)ラグビーワールドカップ(2019年)、東京オリンピック(2020年)、関西ワールドマスタースターズゲームズ(2021年)につづく国際的イベントへの布石として、インバウンド振興の戦略的対応がますます必要であること、2)大都市を中心とした外国人旅行者の増加や「爆買い」と呼ばれる旺盛な購買需要、宿泊需要の急増による供給量の切迫が報道されている一方で、地方部への誘客はかならずしも十分であるとは言えず、大きな課題となっていること、3)インバウンド振興を中心に観光振興の取り組みが効果を生むためには、継続的な取り組み、関係主体を束ねる DMO のような組織が重要であり、その活動には各種データ等の継続的な収集・分析とそれを参考にした明確なコンセプトに基づいた戦略、マーケティング活動が必要不可欠であること、4)それに資するマーケティング情報収集のためにローミングデータ、アプリデータなどのビッグデータの活用が考えられ、ヒートマップのような時間ごとの地点間の比較、状況把握と異なり、同一旅行者がどのような訪問地を訪問しているのか時系列の視点に着眼し、訪問地点の組合せである訪問パターンを明らかにすることが重要であること、以上の4点があげられる。

2. 研究の目的

本研究は、「観光者の行動・志向・選好によるセグメンテーションの把握」ならびに「観光地域間競合の定量的把握及び地域の観光資源の多面的な把握方法の深度化」と、これらを総合化した「
から導かれる需給マッチングの明確化と観光振興組織へのインプリケーション導出」により、観光による地域振興への寄与を目的としている。

3. 研究の方法

「観光者の行動・志向・選好によるセグメンテーションの把握」ならびに「観光地域間競合の定量的把握及び地域の観光資源の多面的な把握方法の深度化」については、観光者の行動データ(国民の観光に関する動向調査(日本観光振興協会)や訪日外国人消費動向調査(観光庁))を用いながら、各種モデル分析を通じた検討を行った。

一方、これらを総合化した「需給マッチングの明確化と観光振興組織へのインプリケーション導出」ための分析では、米国の適当な地域振興組織へのヒアリングを実施しながら、各種資料とあわせた考察を行った。

4. 研究成果

観光者の行動・志向・選好によるセグメンテーションの把握について

1)年間の旅行回数への影響要因の把握

マーケット需要構造が単一と仮定した研究事例が多い中で、定量的にマーケットセグメントを行いながら、年間旅行回数の需要関数の区分分けを行った。

分析では、平成24年度に実施した「国民の観光に関する動向調査」データを用いて、個人の年間宿泊観光旅行回数を潜在クラスモデルを用いて分析した。同一の旅行需要関数を有するセグメント(クラス)の導出(表1)や、各クラスと個人属性との関連性の把握した。推定の結果、宿泊観光旅行回数の需要関数は3クラス設定できること、その中でクラス1は旅行非実施クラス(構成比率45%)であり、残りは低頻度クラス(平均旅行回数1.58回、構成比率41%)と高頻度クラス(平均旅行回数5.49回、構成比率13%)に区分することができた。

表-1 クラス数別
個人・年間宿泊旅行回数推定モデル結果

クラス数	1		3(1)		3(2)		
構成比率	100%	45%	41%	13%	45%	41%	13%
平均回数	1.41	0.00	1.58	5.49	0.00	1.58	5.25
定数項	1.08	0.00	1.50	5.46	0.00	1.55	5.43
性別	女性	0.15	0.00	0.03	0.08	0.00	0.03
世帯構成	夫婦・子	-0.34	0.00	-0.15	-0.50	0.00	-0.15
	親・夫婦・子	-0.48	0.00	-0.20	-1.36	0.00	-0.19
年収	600~799万円	0.46	0.00	0.14	0.34	0.00	0.13
	800~999万円	0.80	0.00	0.21	1.24	0.00	0.20
	1000~1499万円	0.84	0.00	0.19	1.24	0.00	0.16
	1500~1999万円	1.74	0.00	0.46	4.35	0.00	0.43
	2000万円以上	2.27	0.00	0.87	3.69	0.00	0.94
免許保有		0.24	0.00	0.10	-0.20	0.00	0.11
休暇・月8日以上		0.14	0.00	-0.02	0.61	0.00	-0.02
消費志向・S8						-0.15	0.11
消費志向・S9						-0.12	-0.84
旅行志向・R2						-0.18	-1.34
旅行志向・R3						0.03	0.95
旅行志向・R4						0.23	1.04
旅行志向・R7						-0.15	-0.55
旅行志向・R8						-0.13	-0.79
旅行志向・R9						-0.16	-0.81

さらに、年収をはじめとする個人属性による旅行回数への影響が高頻度クラスで大きいこと、消費行動、旅行行動への志向が旅行回数に与える影響は年収よりも効果が小さいこと、高頻度クラスになるに従い、高齢者の構成比率が増加するとともに、旅行非実施クラスがいずれの年齢階層にも40%超程度を占めていることが明らかになった。

2)旅行要因を考慮した宿泊観光旅行のクラス構築

本分析では、宿泊観光旅行における旅行出発日、目的、同行者、利用交通手段の関連性を考慮しながら、そのもととなる旅行クラスの導出とその特徴把握を目的として、平成24年度に実施した「国民の観光に関する動向調査」データを用いて、潜在クラスモデルを適用して分析を行ったものである。

その結果、宿泊観光旅行を8クラスに区分するとともに、各クラスのカテゴリー構成比

率ならびに特徴を把握することができた。その中で、上位3つのクラスは、C1:全般型(その他休日に自然・名所等の見学を目的として自家用車を利用:25%),C2:平日・個人型(平日に友人・知人と慰安旅行を目的として自家用車を利用:19%),C3:1人旅型(多様な交通機関を選択する傾向:18%)を抽出でき、旅行目的と利用交通手段、同行者と旅行出発日との関連性を踏まえたクラスが導出できた。

表-2 旅行クラス別カテゴリー確率

クラス	1	2	3	4	5	6	7	8	比率
クラス別割合	25	19	18	11	10	8	5	4	
旅行出発日									
夏休み	5	5	9	19	0	4	82	16	11
GW	5	5	4	8	2	3	8	1	5
年末・年始	2	4	4	13	1	2	2	2	4
祝日三連休	8	0	6	5	0	8	7	3	5
その他の休日	43	20	37	52	19	44	0	41	34
平日のみ	37	66	40	3	77	39	0	37	42
旅行目的									
慰安旅行	22	58	15	53	28	11	11	47	31
スポーツ活動	1	0	6	9	0	46	0	23	7
自然・名所・スポーツなどの見物・行楽	64	36	38	23	67	4	46	2	42
趣味・学習・研究	3	2	24	5	3	10	5	14	8
避暑・避寒	2	5	1	1	0	0	17	1	3
新婚旅行	1	0	0	0	0	0	0	0	0
祭・イベント	7	0	16	6	2	1	3	8	6
キャンプ等のアウトレクリエーション	0	0	1	4	0	28	17	5	4
同行者									
自分ひとり	0	2	49	0	7	17	2	0	12
家族(夫婦のみ)	49	49	6	1	36	20	8	0	28
家族(その他家族)	27	30	10	82	9	12	71	0	29
友人・知人	20	13	32	15	36	41	12	50	24
家族と友人・知人	3	6	2	1	6	9	7	2	4
職場・学校の団体	0	0	1	1	2	1	1	39	2
地域・宗教等の団体	0	0	0	0	5	0	0	9	1
主な利用交通手段									
JR鉄道	22	15	53	10	25	6	12	24	24
その他の私鉄	2	1	4	2	8	1	2	3	3
路線バス	1	2	8	0	0	2	3	2	3
貸切バス	3	3	3	1	58	1	4	42	9
自家用車	50	74	9	78	1	83	66	10	47
レンタカー	7	0	2	4	1	1	4	11	3
タクシー	0	0	1	0	0	0	0	1	0
飛行機	14	5	20	4	6	5	6	7	10
船舶	0	0	0	0	1	0	3	1	0

さらに、旅行者の個人属性と旅行クラスとの関連性に着眼したところ、年齢と旅行クラスとの関連性が比較的明確にみられたのに対して、家族構成、年収、旅行志向クラスとは明確な関連は見られなかった。さらに、満足度、旅行費用と旅行クラスとの関係から満足度の低い団体旅行型のクラスと満足度

が高いクラスに区分でき、後者はさらに費用の高い夏休み型、費用の低い1人旅型、アウトドア型、平日・個人型、さらにはその間に付置される旅行クラスの3つに区分できることが明らかとなった。

以上、1), 2)の成果から、観光振興の対象となる日本人宿泊マーケットの詳細な需要影響要因を把握できたと考える事ができる。

観光地域間競合の定量的把握及び地域の観光資源の多面的な把握方法の深度化

1)訪日外国人旅行者の周遊行動分析

本分析は、観光・レジャー目的の訪日外国人旅行者の訪問パターンの特性把握を目的として、「訪日外国人消費動向調査(平成24, 25年)」データを用いて分析を行った。数多く存在する訪問パターンの把握・集約のためにトピックモデルを用いて分析を行ったところ、24クラスの設定が最も妥当と判断できた。

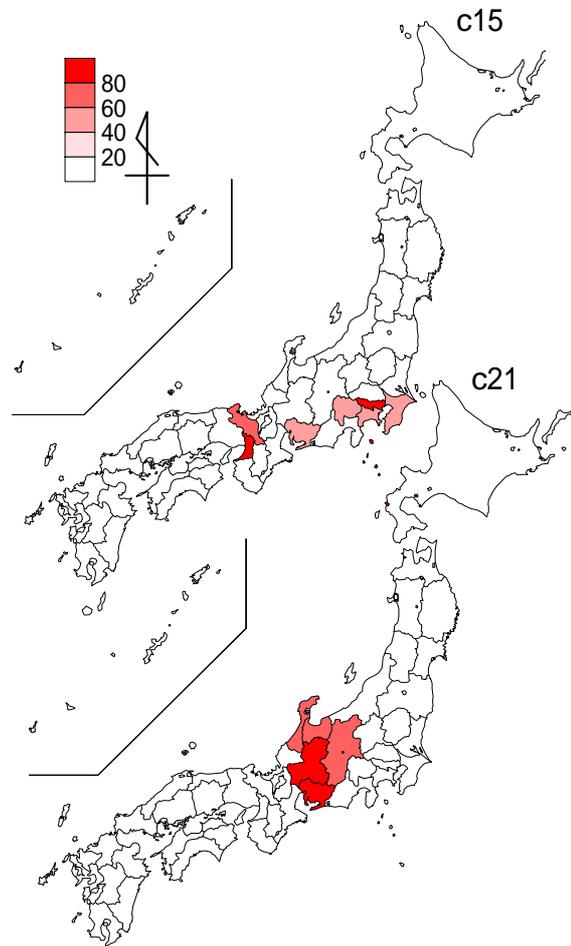


図-1 訪問クラスの一例(上:クラス15-ゴールデンルート,下:クラス21-昇竜道) 濃淡:訪問率

分析の一例を図1~3に示すが、まず抽出されたクラスとして、C1「北海道のみ」、C3「東京のみ」、C6「大阪・京都」、以上の3クラスは10%以上の割合を占めており、訪日に

おける主要訪問パターンと考えられた。さらに、C1 から C12 までは訪問率 33%以上となる都道府県が「1 地方のみ」(構成比率: 78%)に限定されるのに対して、C13 から C24 までは複数地方にまたがる訪問パターン(構成比率: 22%)に属する。複数地方周遊型パターンでは東京、京阪への訪問が基調になっている(C15~C20)以外に、C13 のような北海道から京阪神まで広範な訪問となっている「北海道・東京・長野・京阪」パターンや C14「北東北・東京」パターンで示される東日本を中心としたものがみられる。さらに、C21, C22 は中部地方の愛知県・岐阜県・富山県・石川県を南北に縦断する「昇龍道」ルートが抽出され、大阪から西側地域を中心とした周遊である C20「東京・京阪・北部九州」や京阪神に中国地方が加わった C23「京阪・岡山・広島」、C24 のような四国が集塊として抽出された「広島・四国」などがみられる。

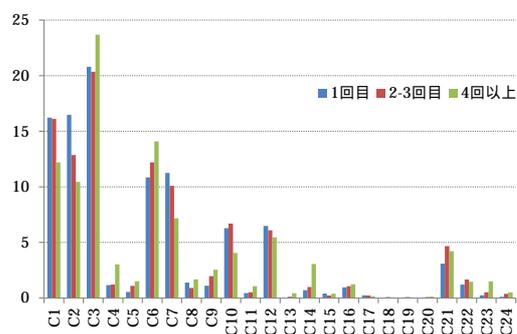


図-2 訪日回数別クラス別構成比率 (縦軸:% , 台湾)

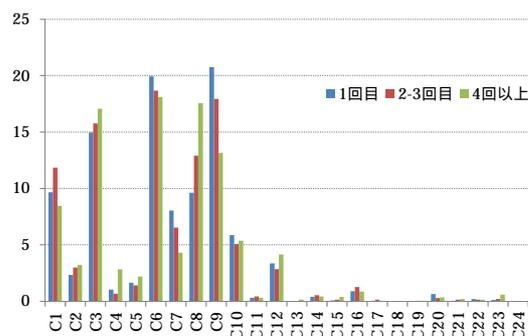


図-3 訪日回数別クラス別構成比率 (縦軸:% , 韓国)

図 2, 3 は台湾、韓国からの旅行者を取り上げ、来日回数ごとのクラス構成比率を示したものである。台湾では訪日回数が増加するに従い、C1「北海道」や C2「南関東」、C7「京阪奈・兵庫」が減少するのに対して、C3「東京のみ」や C6「大阪・京都」、C14「北東北・東京」が増加している。東日本大震災などの影響が考えられるものの、訪日回数によって訪問地性向が異なると考えられるため、それらを考慮したプロモーション、ツア

ー造成等の必要性が考えられる。この訪日回数が増加するに従い大都市を中心とする訪問パターンに移行する傾向は、韓国(図-2, C3, C8)でもみられる。

また、一般化 χ^2 検定から訪問パターンへの影響要因として、旅行形態、旅行時期、訪日回数、訪日経験が該当することを明らかにした。以上から、類型化が困難であった数多くの組み合わせを適当に区分できたことにより、各訪問パターンと国籍・地域、訪日経験などの来訪者属性との関連性把握が容易になり、来訪者へのプロモーション活動への示唆などゾーンから見たターゲット設定に対して有益な情報になると考えられる。すなわち、訪日外客の需要特性を明らかにできるとともに、供給側についても同一テーマの地域をグルーピングすることができたと考えられる。

そして、本分析はビッグデータを活用した事例として、継続的なデータ収集により時系列変化の把握、新たな訪問パターンの抽出などの可能性も考えられる。

需給マッチングの明確化と観光振興組織へのインプリケーション導出

1) 米国における効果的組織運営に関するヒアリング調査

地域創生を重要な政策課題としている日本の地方都市の地域づくり推進に向けて、地域の伝統と文化、人間らしい暮らしを追求するチッタ・スローの取り組み事例から、新たな知見を得ることは大切である。米国カリフォルニア州セバストポール市の取り組み実態を把握するために、関係者インタビューを行った。

アメリカ国内におけるスローシティ認定都市は、隣接するソノマ市とセバストポール市の2箇所であり、両市は、チッタ・スローUSA という名称のアメリカ支部となっている。国内におけるチッタ・スローUSA の知名度はまだ高くないが、スローシティの哲学に共感し、地元のための活動として、アメリカで初めてのスローシティ運動を進めてきた市民活動家らの地域に対する愛着と努力によって、徐々に活動の幅が広がり、チッタ・スローセバストポールの活動に賛同し、ボランティアとして参加する地域住民も増えていることが明らかとなった。一方、報酬を得ていないため生活に必要な資金を別途調達する必要があり、チッタ・スローセバストポールとしての活動のために費やす時間は限られている。さらに、取り組みの中心的存在である地域づくりの活動家の存在の重要性は極めて高いことがわかった。自地域をよく知り、地域愛と信念を持つ地域人材の活用は、地域づくりにおけるキーポイントといえる。したがって、地域づくりの現場で活躍する人材のモチベーションを上げるための工夫や地域内のコミットメントを高める要因につ

いて、今後更なる分析と考察が必要と考えられる。

2)米国における観光振興組織の効果的運営とその仕組みに関する研究

日本における観光地域づくりについて、観光庁は、1)関係者の巻き込みが不十分であること、2)データの収集・分析が不十分であること、3)民間的手法の導入が不十分であることを指摘し、日本版 DMO 形成・確立の必要性について言及している。現時点で登録法人数が 100 を超える日本版 DMO の形成・確立に係る手引き(観光庁)では、「DMO の自律的な経営、継続的な取組の実施の確保等の観点から、安定的な財源が確保される見通しがあることが必要」と示されている。これまでも DMO の事例紹介例はみられるが、本稿では、突出した知名度を持たない地域の DMO 国外事例を取り上げ、特に、民間的手法の導入と安定的な財源の確保のあり方に着目し、効果的な DMO 運営について考察することを目的とする。調査方法はインタビュー調査で、調査対象は組織のガバナンスや財源確保の面で民間的手法の導入の先駆的事例として知られるカリフォルニア州、同州のソノマ郡とした。

調査の結果、国レベルではパートナーからの会費と共に国際旅行者からの入国手続き費用を財源としており、実施した事業の投資効果について詳細な分析が毎年、報告されていたことがわかった。それに対して、州レベル(Visit California)では度重なる州政府の観光予算削減を受けて、観光産業が自主的に財源確保に努めるなかで、州レベルの観光産業自身による負担金制度が導入されていた。地域 DMO として着目したソノマ郡においては、TIA による財源確保を設立時から開始するとともに郡政府からの予算拠出を受けて運営されていた。また、いずれのレベルの DMO においても、理事会のメンバーとして意思決定に関与する理事の席を産業毎の負担金割合に応じて割り当てている点が共通していた。日本型 DMO の運営の在り方を検討する上で得られた知見として、DMO 設立時に財源確保の方策を持っていること、意思決定機関となる理事会を機能させることの重要性が確認された。今後の課題として、マーケティング活動におけるデータ活用例を明らかにすることが考えられる。

まとめ

以上の分析から、下記のように研究全体をまとめることができる。

「観光者の行動・志向・選好によるセグメンテーションの把握」では、日本人の宿泊観光旅行を対象として、生年齢階層、年収などの社会経済属性に加えて、家族構成や旅行への意向といった要因が宿泊旅行回数や同行者・利用交通手段といった旅行行動全般に与える影響を明らかにすることができた。さら

に、「観光地域間競合の定量的把握及び地域の観光資源の多面的な把握方法の深度化」では、訪日外国人旅行者を対象に、訪問地点の組み合わせである訪問パターンの抽出を行うことができた。その結果から、着地側から他の地点との連携のあり方、競合状況を類推することが可能となり、観光マーケットをデザインする基礎的情報を把握できたと考えられる。あわせてこれらは、観光振興組織である DMO にとっての計画情報と位置付けることができることから、そのマーケティング活動に有益な情報と期待できる。

最後に「需給マッチングの明確化と観光振興組織へのインプリケーション導出」では、米国、カリフォルニア州における DMO ならびにまちづくり組織のヒアリングを行い、その先進事例の実態把握を行った。それより、地域づくりの現場で活躍する人材のモチベーションを上げるための工夫や地域内のコミットメントを高める要因、安定的かつ議会等から強く影響を受けない安定的な活動予算の獲得、情報公開や公平性を担保した意思決定の仕組みによる効果的・効率的かつ手続き正当性をもった PDCA サイクルの構築が必要不可欠であることが明らかとなった。

これらは、今後の日本版 DMO 構築に向けて有益な知見として位置づけることができる。

5. 主な発表論文等

[雑誌論文](計 11 件)

古屋秀樹・劉瑜娟：潜在クラス分析を用いた訪日外国人旅行者の訪問パターン分析、土木学会論文集 D3(土木計画学)、査読有、Vol.72, No.5, pp.I_571-I_583, 2016

崔瑛, 古屋秀樹, 野瀬元子：小規模都市における地域づくり活動としてのチッタ・スロー —チッタ・スローセバストポールの取り組み—, 日本観光研究学会第 31 回全国大会研究発表論文集(CD-ROM), 査読無, 2016.12

野瀬元子, 古屋秀樹, 崔瑛：効果的な観光マーケティング組織の運営に関する考察—カリフォルニア州およびソノマ郡 DMO を事例として—, 日本観光研究学会第 31 回全国大会研究発表論文集(CD-ROM), 査読無, 2016.12

古屋秀樹：旅行要因の関連性を考慮した宿泊観光旅行のクラス構築に関する基礎的分析、都市計画論文集、査読有、Vol.50, No.3, pp.337-344, 2015

野瀬元子：DMO に着目した研究の進展状況—効果的なデスティネーション・マネジメントに関する研究動向のレビュー—, 査読無、日本観光研究学会第 30 回全国大会研

究発表論文集, No.30, 2015

栗原剛, 坂本将吾, 泊尚志: 訪日リピーターの観光消費に関する基礎的研究, 土木学会論文集 D3(土木計画学), 査読有, Vol.71, No.5, pp.387-396, 2015

崔瑛: 日本静岡県のお茶を活用した観光商品開発に関する基礎的研究, 第79回韓国観光学会国際学術大会学術大会発表論文集一般研究論文, 査読無, Vol.79, pp.487-496, 2015

古屋秀樹, 全相鎮: 旅行者の志向と宿泊観光旅行との関連性分析, 土木学会論文集 D3(土木計画学), 査読有, Vol.70, No.5, I_267(CD-ROM), 2014

古屋秀樹, 全相鎮: 潜在クラスモデルを用いた宿泊観光旅行回数の基礎的分析, 第50回土木計画学研究発表会講演集, 査読無, Vol.50(CD-ROM), 2014

野瀬元子: 観光地における高齢旅行者の利便性向上施策—スウェーデン、スペインのアクセシブル・ツーリズム, 日本観光研究学会第29回全国大会研究発表論文集, 査読無, Vol.29, pp.413-416, 2014

[学会発表](計1件)

崔瑛: 静岡の茶資源を活かしたグリーンテイツーリズム推進に関する基礎的研究 - 2013 静岡世界お茶まつり来訪者調査結果による考察 - ,第3回マーケティングカンファランス 2014(早稲田大学・早稲田キャンパス 8号館, 2014.11.23)

6. 研究組織

(1)研究代表者

古屋 秀樹 (FURUYA Hideki)
東洋大学・国際観光学部・教授
研究者番号: 80252013

(2)研究分担者

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

野瀬 元子 (NOSE Motoko)
静岡英和学院大学・人間社会学部・准教授
研究者番号: 60611845

崔 瑛 (CHOI Young)
静岡英和学院大学・人間社会学部・准教授
研究者番号: 60635770

栗原 剛 (KURIHARA Takeshi)
東海大学・観光学部・講師
研究者番号: 80610344