

2018年度助成研究サマリー紹介 ①

*研究者の肩書は報告書提出時のものであり、現在とは異なることがあります。
*継続研究は2年間の研究です。

常勤研究者の部

観光地アメニティから見た 外客パーソントリップとマーケティング・コミュニケーション



大津 正和

同志社女子大学
現代社会学部
教授

王 怡人(琉球大学国際地域創造学部教授)

郎 雅瓊(生活協同組合コープさっぽろマーケティング部)

橋元 理恵(北海道大学商学部教授)

本研究では、日本におけるインバウンド観光マーケティングの研究と実務の両面にとって基礎とできるような知見を得ようと、MTZの選定、そこへの観光地アメニティの立地との関係、そしてそれらを伝える観光情報との関係に関する研究に取り組んだ。MTZとは、観光パーソントリップの集積が特に顕著なゾーンという意味で、「Modal Trip Zone」の略称である。

今回のMTZは、1辺が約250mの四方である4分の1地域メッシュ(以下では、単にメッシュ)を基礎単位とした。札幌と京都に設定したメッシュについて、2016年2月と8月の休日15時の流動人口データの平均値を用いて、流動人口が最大(第1位)のメッシュを選び、その流動人口の50%以上の流動人口を示すメッシュが周囲にあればそれを連結していくという操作で、観光パーソントリップが多いゾーンを抽出した。第2位以下も同様の操作をして、上位100までのゾーンを抽出した。

抽出したゾーンについて、構成するメッシュ全体の2月と8月の平日と休日の流動人口の平均から総平均流動人口とメッシュ当たりの平均流動人口を求め、この2つの基準で、それぞれ上位を選択して、札幌は15の、京都は33のMTZを選定した。

同時に、各メッシュに、文化、買物、飲食、娯楽、宿泊、交通の6カテゴリーの観光地アメニティが幾つ存在するかのデータベースを作成し、各MTZに立地する観光地アメニティの数をカテゴリーごとに求めて、次の分析に使用した。

特に流動人口が多いMTZにどのような観光地アメニティが立地しているのかという特徴を知るために、QCAによるファジー集合分析を用いて、総平均流動人口とメッシュ当たり平均流動人口とをそれぞれ説明する分析を行った。それらの結果の中で注目すべきは、総平均流動人口に対して求められた結果であり、札幌と京都の観光の特徴を反映したものになっていた。これらはある程度広い範囲に観光パーソントリップが集積しているMTZが多く、MTZ内の観光地アメニティを巡る周遊移動の存在が予測されるMTZである。

MTZの形状を観察すると、主要なアトラクション周辺の構成メッシュ数が多いMTZで、特徴的な形状が見られた。主要なアトラクションを含むメッシュはゾーンを構成していないのである。主要なアトラクションは、そこに多くの流動人口が集まるはずだが、実際のMTZの形状を見ると、逆にその主要なアトラクションがあるメッシュがMTZから抜けているという現象が観察された。

札幌で実施した中国人来訪者対象のヒアリング調査では、総平均流動人口上位のMTZの訪問率は80%を超えているという結果となった。またMTZ訪問率と体験したアメニティには非常に高い相関が確認できた。これらの結果から、MTZは、観光者の動態をマクロ的に捉える一つの概念として有効であるといえるだろう。

一方、京都で実施したヒアリング調査と中国で実施したネット調査では、中国人観光者は旅行専門アプリを情報源として多く利用しているという結果が得られた。また、回答者の約半数が、主要なアトラクションを経験しないという結果が得られた。残念ながら、訪問経験と共に、観光行動や利用する情報源が変化するという仮説は、分析結果からは支持されなかった。これらのうち、旅行専門アプリについては、現在急速に普及が進んでいることから、今後さらに研究を進めるべき分野といえるだろう。