

観光需要に影響を及ぼす要因について

- 「魅力度」計測への試み -

鎌田裕美*

山内弘隆**

現在、わが国では、官民ともに観光に注目した動きが見られるが、成功を収めるためには、「いかに的確に観光需要をとらえ、それに対応した行動をとるか」という分析的対応が必要である。本稿では、観光需要に影響を及ぼす要因として「魅力度」を取り上げ、先行研究の整理から「観光資源、交通アクセス、政策」という概念形成を提示した。さらに、わが国の各観光地が持つ「魅力度」の構造を把握することを目的に、公表データを用いた因子分析を行い、自然資源、施設、都市などの五つの因子を抽出した。また、これらの因子と観光需要の関係について検証し、観光需要量に有意に影響を及ぼすという結果を得た。

The Factor of Influence for Tourism Demand : Trying to Measure "ATTRACTIVENESS of Tourism Destination"

Hiromi KAMATA*

Hiroataka YAMAUCHI**

Now in Japan, there are various activities of tourism promotion by governments and industries to improve the number of tourists. To accomplish their objectives, they need to have analytical researches on how they can boost tourism. In this paper, we treat this problem as following; first of all, we need to consider the concept of "ATTRACTIVENESS" which is the effective factor for the demand of tourism. By reviewing the previous researches, we defined that ATTRACTIVENESS is composed of three element; resources, accessibility and policy in destination area. Next stage is establishing the characteristic of tourism destinations in Japan; we analyze the tourism public data by using factor analysis method. Consequently, we found five factors; natural resource, facility, urban facilities, marine resource and hot springs, have significantly affect the demand of tourism.

1. はじめに

わが国の国際旅行者数は大幅な出超にある。日本人の海外渡航者数は、2001年のアメリカ同時多発テロ事件やSARSの影響で多少の変動はあったが、基本的には、順調に増加しており、2002年で1,650万人となっていた。これに対し同年の訪日外国人数は

520万人であり、必ずしも順調に伸びているわけではなかった。さらに、国内宿泊旅行は減少傾向を示しており、政府として何らかの政策対応が迫られていた^{3,7)}。

こうした実状に鑑み、政府は、2003年に「観光立国宣言¹⁾」を行い、観光推進のためのさまざまな政策、施策を導入することとなった^{3,6)}。国内旅行促進に関しては、例えば連続休暇取得によって旅行需要創出を図る等の取組みがなされ、外国人の訪日促進については、ビジット・ジャパン・キャンペーンに包括されるさまざまな観光政策の立案、実施がなされている。こうした動きは、地方公共団体においても見られ、観光を通じた地域振興、まちづくりへ

* 一橋大学大学院商学研究科博士後期課程
Ph.D student, Graduate School of Commerce and Management, Hitotsubashi University

** 一橋大学大学院商学研究科教授
Professor, Graduate School of Commerce and Management, Hitotsubashi University
原稿受理 2006年3月27日

の効果に対する期待も膨らんでいる。民間主体においても、旅行業、宿泊業、運輸事業者を中心に、観光に注目した動きが見られる。

このような動きが成功を収めるためには、言うまでもなく、「いかに的確に観光需要をとらえ、それに対応した行動をとるか」という分析的対応が必要である。観光需要に影響を及ぼす要因としては、その地域の魅力、交通アクセス等が考えられるが、そうした要因について分析、検討し、各々の施策・戦力に反映することが肝要である。「観光マーケティング」という考え方が注目されており、今後、ますます、観光需要に対する分析的アプローチが重要になってくると思われる。

本稿では、以上の問題意識に基づき、観光需要に影響を及ぼす要因について、既存の公表データを用いてマクロレベルの分析を試み、検討を行う。以下、第2章で観光需要に影響を及ぼす要因について、先行研究の整理を行い、それに基づき「魅力度」の概念形成を試みる。第3章では、わが国の各観光地が持つ「魅力度」の構造を把握することを目的に、公表データを用いた因子分析によって、わが国における観光地の因子を導出する。最後に、第4章において結論を述べる。

2. 観光需要に影響を及ぼす要因

「観光」が、「余暇時間のなかで、日常生活圏を離れて行うさまざまな活動であって、ふれあい、学び、遊ぶことを目的とするもの」と定義されるように³⁵⁾、観光需要は、さまざまな要因に基づいて形成される。本章では、先行研究から、観光需要に影響を及ぼす要因について整理し、検討を行う。

2-1 先行研究

観光に関する研究は、さまざまな分野で進められている。土木計画学において観光交通は非日常交通としてとらえられ、交通計画上の必要性から、交通需要予測における研究が行われている。研究対象としては、発生・集中、周遊行動、魅力度評価などがあげられ^{33,24,18)}、その成果を用いた交通需要予測モデルの構築が進められている。「魅力度」は、人々の行動を決定する要因として重要な変数であり、観光需要に直接影響を及ぼす要因ととらえられ、観光スポットが保持する固有の魅力度の計測や¹⁹⁾、観光周遊行動や目的地選択のモデル化に際して定量化がなされている²⁵⁻²⁷⁾。これらの研究のほとんどは、観光地のイメージや交通アクセスに対する評価

について、観光客や有識者へのアンケート調査を行ってデータを得ており、AHP手法や構造方程式による計量化手法を用いて魅力度の定量化を試みている。定量化された魅力度は、交通需要予測モデルに組み入れられ、その結果は、観光地における道路整備のあり方等の政策形成に役立てられている。

土木計画学以外では、次の研究があげられる。観光地に不足している点、有利な点を判断できるようにすることを目的に、主に観光地の雰囲気に関する魅力について定量的な評価モデルを構築し、それにより客観的に観光地の順位付けを行った研究^{31,32,28)}や、観光計画上、観光資源の保護育成エリアの確保、魅力ある観光ルートの形成、入込観光客の需要予測等を定める要件を確認する目的で、因子分析や数量化 類等の多変量解析を用いて、観光資源の評価を行っている研究²³⁾等である。

海外においては、1970年代から本格的に研究が進められている¹²⁾。それらは、マーケティングや観光客の行動分析を目的にしており、ある観光地を訪れたときに得たイメージが再訪問や他者への推薦につながる過程³⁾、観光客の特性(年齢、性別等)とイメージの関係²⁾、イメージそのものの形成¹⁾、観光資源の比較優位⁹⁾、目的地イメージの概念フレームワーク⁶⁾等を対象としている。これらの研究は、アンケート調査からデータを得て、因子分析等の多変量解析により、要因を明らかにすることを試みている。また、ヘドニックアプローチを用いて、観光地の魅力を分析している研究^{13,8)}もある。それらは、ヨーロッパで主流の長期滞在型旅行を対象にしており、ホテル設備を説明変数にしてパッケージ価格に回帰させ、その差を観光地の魅力の差としている。

この他、国内の研究として、直接的に魅力を計測しているわけではないが、クラスター分析を用いて観光の需要構造を分析し、需要に影響を及ぼす要因を明らかにしている研究²¹⁾がある。さらに、有識者による評価や消費者調査を行い、それらをまとめ

* 1 2003年1月の第156回国会における施政方針演説で、小泉内閣総理大臣が、約500万人にとどまっている訪日外国人旅行者を2010年に倍増させることを目標とする方針を示した。その後、観光立国推進戦略会議が設置され、(1)国際競争力のある面的観光地づくり、(2)国際競争力強化のためのソフトインフラ、(3)外国人旅行者の訪日促進、(4)国民の観光促進という四つの課題と55の提言が取りまとめられたことから、これらの計画や提言に基づき、観光立国の実現に向けて所要の施策を推進している^{36,38)}。

た調査報告書^{41,42)}も公表されている。

以上の先行研究に共通するのは、アンケート調査や有識者へのインタビューを通じてデータを得て分析していることである。このような手法により、観光行動を個人レベルで精緻にとらえることが可能となり、その結果を、研究対象地域の観光地形成や、インフラ整備に役立てることができる。

一方、この種の分析は、観光需要の要因や特定地域における観光地としての特性を明らかにする反面、公表データを用いていないために、それら要因の効果を時系列で見ること、マクロレベルに拡張することが困難である。また、これらの研究では、一般的な形で「魅力度」の概念形成が行われているわけではない。各論文は、ある意味でそれぞれ異なった「魅力度の概念」を暗黙に想定し、アンケートによってデータを得、分析していることになる。ただ、「魅力度」は観光需要に影響を及ぼす概念と言い換えることができるのであり、それが政策や事業運営において活用されるためには、まずは普遍的な形での概念形成が必要であると考えらえる。

2-2 観光需要に及ぼす要因：「魅力度」

以上述べたように、多くの先行研究は個別データに基づいており、そのための限界を指摘することができる。この問題を克服するためには、公表データの利用や「魅力度」に関する一般的な概念形成が有効である。「いまある資源を活かし、官民が連携した魅力ある観光地づくり」というような表現が多く見られるが、「いまある資源」が、どの程度観光需要に影響を及ぼすのかが明らかにならない限り、活用すべき資源が特定できず、「魅力度」を活用することは不可能である。

先行研究における「魅力度」を整理すると、観光資源そのものに関する評価やアクセシビリティに関する評価、観光地のイメージに関する評価等が用いられている。特に観光地のイメージに関する評価は、その地域の観光政策や民間主体の観光行動を反映するものである。以上をまとめると、「いまある資源」に対する「魅力度」には、観光資源、アクセシビリティ、観光政策・事業という三つの面があると考えられる。観光資源があるだけでは魅力にならず、資源を活かすためには、それに対する政策や事業が必要となり、また、アクセシビリティも重要な

* 2 ただし、秘境の温泉が魅力的であるように、交通アクセスの改善が常にプラスの効果を及ぼすわけではない点に注意²⁰⁾。

| 第1段階 特性の把握 | 第2段階 消費者の把握 | 第3段階 「観光資源」化 | 第4段階 アピール |
|---------------------------|----------------|------------------------------------|--------------|
| 1 固有資源 2 近接性 (交通機関) | 1 消費者動向 | 1 資源の活用 2 資源の創出 3 社会基盤整備(交通) | 1 消費者動向 |

Fig. 1 観光地の形成プロセス

位置を占めるということになる^{*2)}。

観光資源とは、その地域にある資源そのものであり、歴史資源、自然資源、レクリエーション施設等がこれにあたる。アクセシビリティは、観光の出發地と目的地の間の移動のし易さである¹¹⁾。観光政策・事業は、行政機関が観光資源を開発・保護することや、民間主体が事業を展開して資源を活用することである。

これらの要素を総合的に評価したものが「魅力度」であり、「魅力度」の活用とは、常に変化する観光需要に対し、「資源、政策・事業、アクセシビリティを、どのように適応させていくのか」ということであると考えられる。

ところで、観光地は、消費者に認識されてはじめて観光地となる。たとえ、資源が多くても、それを消費者が「観光資源」として認識し「魅力」を認めない限り、観光地となることはあり得ない。そのため、地域の特性を観光資源として、消費者にアピールし、「魅力」を持たれるよう努めることが必要である。つまり、観光需要に基づいて、数ある資源の中から活用する資源を特定し、それを観光需要に見合うようにする政策や事業が実施され、また、その資源や他の資源間との交通アクセスが検討されるということである。以上の段階を示したのがFig.1であり、各段階については、次のとおりである。

[第1段階]「特性の把握」魅力候補の把握...地域の特性について把握し、魅力候補として、観光資源を絞る。

[第2段階]「消費者の把握」求められている観光地、観光資源の把握...消費者が求めている観光地を把握する。

[第3段階]「観光資源化」魅力候補を「魅力」にする...消費者のニーズに対し、観光資源を加工する。これには、保護も含まれる。

[第4段階]「消費者へのアピール」

以上の段階を踏まえ、「魅力」ある観光地が形成されると考える。さらに、Fig.1に示した段階以降、観光地として消費者に認識されてからは、その観光地の「魅力」を「維持」、「改良」していくことに

Table 1 変数について

| | 変数名 | 単位 | 意味 | 出所 |
|----|--------------|------|-------|-------------|
| 1 | 国宝 | 合計数 | 歴史 | 参考資料43)、44) |
| 2 | 伝統的建造物群保存地区 | Ha | 歴史、景観 | 日本観光協会 |
| 3 | ハイキングコース | 箇所数 | 自然 | 日本観光協会 |
| 4 | キャンプ場 | 箇所数 | 自然 | 日本観光協会 |
| 5 | 温泉 | 温泉地数 | 自然 | 日本観光協会 |
| 6 | スキー場 | 箇所数 | 自然 | 日本観光協会 |
| 7 | 海水浴場 | 箇所数 | 自然 | 日本観光協会 |
| 8 | マリナー・ヨットハーバー | 箇所数 | 自然 | 日本観光協会 |
| 9 | ゴルフ場 | 箇所数 | 施設 | 日本観光協会 |
| 10 | レジャーランド | 箇所数 | 施設 | 日本観光協会 |
| 11 | ホテル | 客室数 | 施設 | 日本観光協会 |
| 12 | 旅館 | 客室数 | 施設 | 日本観光協会 |
| 13 | 博物館 | 箇所数 | 施設、文化 | 日本観光協会 |
| 14 | 美術館 | 箇所数 | 施設、文化 | 日本観光協会 |
| 15 | 水族館 | 箇所数 | 施設 | 日本観光協会 |
| 16 | 動・植物園 | 箇所数 | 施設 | 日本観光協会 |
| 17 | 産業観光施設 | 箇所数 | 産業 | 日本観光協会 |
| 18 | 飲食料店数 | 事業所数 | 産業 | 参考資料40) |

注) 変数は、すべて面積で基準化している。そのため、単位はすべて面積あたりである。

なる^{*3}。また、「魅力」が概念形成されることにより、各段階における、国、地方公共団体の役割、企業の役割が決まるだろう。たとえば、森林等の自然資源を「観光資源」として活用していくのであれば、国ないし地方公共団体により、その森林を「保護」という政策が実施される必要がある。一方、民間主体が所有するレジャーランドが「観光資源」であり、観光地として消費者に認識されている状況であれば、その事業を行っている民間主体に任せ、国や地方公共団体が、主体的に観光政策を実施する必要はない。

本稿では、Fig.1に基づき、わが国における「現在、観光地に存在および投下された資源」について、その特徴を明らかにし、それらが及ぼす観光需要への影響を検討することを試みる(Fig.1、第1段階)。

3. わが国における観光地の構造把握

前章で述べたとおり、魅力度評価については、さまざまな分野で研究されているが、アンケート調査に基づく分析や有識者による評価が一般的である。これに対し、時系列的な変化の把握やマクロレベルへの拡張をするためには、公表データを用いた分析が必要であると考え。しかし、わが国の実状では、観光に関する全国的かつ包括的な調査は行われておらず、「魅力度」を直接評価することは困難である。

そこで本稿では、現在入手可能な観光に関する公表データを使用し、各地域の特性を体系的に表すこ

とを試みる。ここで特性とは、「現在、各地域に存在する観光に係る資源」によって構成されるものであり、これを明らかにすることが、わが国の観光地に関する構造把握の一つの試みである。

3-1 分析

小論の問題意識からすれば最終的な目標は、公表データを用いて、観光地の魅力度を評価することにある。しかし、全国規模で統一された観光地別の公表データはほとんど存在しない。そのため、ここでは都道府県別の観光に関する公表データを用いて、各都道府県の特性の解明を試みる。すなわち、都道府県単位での特性の把握ということになるが、これは各地域の分析のための方法論的な検証にもなると考える。

分析手法は因子分析である。周知のように因子分析は、多くのデータから、潜在的な共通因子を推定する方法である^{*4}。たとえば、観光客の行動は、さまざまな要因から成ることが考えられるが、その行動に共通する要因を明らかにすることができる。

*3 観光地の発展から衰退については「Tourism Life cycle」という概念の下、研究が進められている。旅行者数のデータを経年で見、その増減により、観光地の発展段階を明確にしている研究⁴⁾や、旅行者数のライフサイクルをモデル化、推定し、観光地の発展段階を示した研究^{10) 7)}がある。しかし、これら発展段階に基づいて、国や地方公共団体が行うべき政策や、民間主体の行動について、議論は及んでいない。

*4 因子分析の詳細については専門書を参照されたい^{3) 0}。

分析に用いるデータは、Table 1に示すとおりである。これらの変数は、「都道府県に存在する観光に関する資源」に基づき地域の特性を表すものであり、観光資源に関する先行研究を基に、選択されたものである。観光資源に関する研究には多くの蓄積があるが^{15,17)}、たとえば日本交通公社調査部(1994)では、Fig.2に示す分類を提示されている。ここでは、この分類に基づき、自然、歴史、景観、文化、施設、産業の観点から、それらに対応したデータを用いて分析する¹⁵⁾。データはすべて2000年のものであり、各変数を、都道府県の面積で基準化している。因子抽出法は主因子法を用い、因子負荷量には、バリマックス法による回転後の数値を用いた。因子分析の結果は、以下のとおりである。抽出された因子数は五つであり、72.3%の説明力を有している(Table 2)。また、Table 3は、因子負荷量による因子別の変数の順位、Table 4は、因子得点による因子別の都道府県の順位のうち上位10位を、それぞれ表している。これに基づき、五つの因子について、次のとおり解釈した。

第1因子は、上位に、スキー場、博物館、キャンプ場がある。とくに、スキー場、キャンプ場については、他の因子では上位にないことから、スキーやキャンプに関連する特徴があり、それらを大きくとらえると、「自然」資源に特徴があると考えられる。上位にある都道府県は、一部例外を除いて、スキー場やキャンプ場が多い県である。

第2因子は、上位に、レジャーランド、ゴルフ場、動物園、産業観光施設等の観光施設が多いことから、施設型の観光に特徴があると判断できる。上位にある都道府県は、いずれもレジャーランドやゴ

ルフ場等の施設数が、全国平均と比較して多い県である。

第3因子は、上位に、飲食料店数、ホテル客室数があることから、大都市としての特徴であることが考えられる。この因子には、国宝数も上位にあり、歴史的な特徴もあることがわかるが、国宝の多くは、都市部に集中しているため、国宝も都市を表していると考えられる。上位にある都道府県は、そのほとんどが、大都市であることが確認できる。

第4因子は、上位に、海水浴場、マリナーがあることから、海を資源とする観光に特徴があると判断できる。上位にある都道府県は、いずれも海水浴場やマリナーの数が全国平均に比較して多い県である。

第5因子は、上位に、美術館、伝統的建造物群保存地区、ハイキングコース等がある。またこの因子では、他の因子では下位にある温泉地数が上位にあることから、温泉地の特徴を持つと考えられる。ただし、この因子は、他と比べて因子負荷量が小さくなっている。

以上により、一つの解釈として、わが国の観光地(都道府県)の特徴は、上記の五つの因子から構成されていると考えることができる。ただし、Table 1に示した変数は「資源数」であり、各資源の規模や

Table 2 因子分析結果概要

| 年 | 抽出因子数 | 累積寄与率 (%) | 内訳 (%) | | | | |
|------|-------|-----------|--------|------|-----|-----|-----|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2000 | 5 | 72.3 | 40.6 | 13.4 | 9.2 | 5.3 | 3.8 |

Table 3 因子別変数順位

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | 6 0.903 | 10 0.87 | 18 0.932 | 7 0.704 | 14 0.496 |
| 2 | 13 0.766 | 9 0.839 | 11 0.861 | 8 0.689 | 2 0.468 |
| 3 | 4 0.696 | 12 0.617 | 1 0.802 | 15 0.488 | 3 0.463 |
| 4 | 16 0.637 | 3 0.613 | 14 0.467 | 16 0.274 | 5 0.355 |
| 5 | 14 0.578 | 16 0.572 | 15 0.372 | 12 0.258 | 8 0.326 |
| 6 | 12 0.558 | 17 0.49 | 13 0.338 | 11 0.148 | 13 0.206 |
| 7 | 2 0.426 | 15 0.408 | 16 0.251 | 17 0.137 | 16 0.2 |
| 8 | 17 0.408 | 13 0.402 | 17 0.155 | 4 0.133 | 12 0.163 |
| 9 | 15 0.407 | 14 0.363 | 12 0.152 | 9 0.13 | 1 0.116 |
| 10 | 11 0.388 | 4 0.332 | 3 0.11 | 10 0.079 | 18 0.028 |
| 11 | 10 0.382 | 8 0.318 | 10 0.067 | 3 0.053 | 6 0.014 |
| 12 | 9 0.225 | 11 0.249 | 5 0.014 | 5 0.012 | 4 0.013 |
| 13 | 3 0.135 | 6 0.238 | 2 0.027 | 13 0.008 | 17 0.025 |
| 14 | 7 0.134 | 18 0.048 | 8 0.039 | 18 0.003 | 10 0.036 |
| 15 | 5 0.01 | 7 0.037 | 9 0.046 | 6 0.05 | 11 0.104 |
| 16 | 18 0.078 | 2 0.002 | 7 0.058 | 1 0.106 | 9 0.155 |
| 17 | 1 0.078 | 5 0.031 | 4 0.102 | 14 0.113 | 7 0.165 |
| 18 | 8 0.202 | 1 0.039 | 6 0.128 | 2 0.258 | 15 0.165 |

注) 各列の左側の数値は、Table 1の変数の番号に対応している。

| 自然 観光資源 | 人文 観光資源 | 人文 観光資源 | 複合型 観光資源 |
|------------|------------|------------|-------------|
| 山岳 | 史跡 | 橋 | 歴史景観 |
| 高原 | 社寺 | 近代公園 | 田園景観 |
| 滝 | 城跡・城郭 | 建造物 | 郷土景観 |
| 河川 | 庭園・公園 | 観覧施設 | 都市景観 |
| 海岸 | 歴史景観 | 観覧施設 | |
| 島嶼 | 年中行事 | 観覧施設 | |
| 動物 | 碑・像 | テーマパーク・ | |
| 植物 | | 遊園地 | |
| 自然現象 | | | |

注) 建造物：都市建造物、産業観光施設、その他の建造物。観覧施設：動物園、植物園。観覧施設：博物館、美術館。観覧施設：水族館。

出典) 参考文献22)。

Fig. 2 観光資源の種類

Table 4 因子別都道府県順位・上位10県

| 順位 | 都道府県 1 | 都道府県 2 | 都道府県 3 | 都道府県 4 | 都道府県 5 |
|----|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1 | 北海道 3.961 | 栃木 2.2652 | 東京 5.76345 | 静岡 2.24372 | 長野 3.45822 |
| 2 | 長野 3.48147 | 静岡 2.2123 | 大阪 2.36566 | 神奈川 2.10799 | 静岡 2.16733 |
| 3 | 新潟 2.00245 | 北海道 2.05162 | 福岡 1.03579 | 北海道 1.33833 | 神奈川 1.90507 |
| 4 | 東京 0.77801 | 兵庫 2.02212 | 京都 0.58897 | 千葉 1.20122 | 広島 1.04898 |
| 5 | 山形 0.66877 | 千葉 1.42147 | 神奈川 0.54395 | 長崎 1.07539 | 愛媛 0.89097 |
| 6 | 岐阜 0.60617 | 埼玉 1.39611 | 愛知 0.50141 | 新潟 0.97193 | 京都 0.78516 |
| 7 | 岩手 0.60123 | 群馬 1.13603 | 埼玉 0.31866 | 鹿児島 0.87544 | 山梨 0.73973 |
| 8 | 福島 0.55032 | 神奈川 0.9035 | 千葉 0.17127 | 和歌山 0.8634 | 富山 0.71604 |
| 9 | 秋田 0.40382 | 山梨 0.70788 | 香川 0.12955 | 愛知 0.79522 | 岡山 0.58575 |
| 10 | 広島 0.38615 | 茨城 0.57363 | 兵庫 0.0912 | 沖縄 0.78578 | 滋賀 0.55762 |

$$Q = a_0 - a_1A + a_2F_1 + a_3F_2 + a_4F_3 + a_5F_4 + a_6F_5, \dots \dots \dots (1)$$

$$Q = 67932.319 - 0.534A + 10925.979F_1 + 25424.511F_2$$

$$(8.952) (-1.173) (3.339) (9.173) \dots \dots (2)$$

$$+ 36938.454F_3 + 9355.081F_4 + 1688.789F_5$$

$$(4.653) (2.849) (0.595) R^2 = 0.781$$

注) () 内は値である。

集客数をあらわす「ボリューム」が考慮されていない。そのため、Table 4に示した五つの要因別の上位10都道府県は、資源の数という面からその要因を強く持つ都道府県であり、必ずしも、集客数が多いことを示しているわけではない。前節で示したとおり、資源があるだけでは魅力にはならず、アクセシビリティが重要であること、また、それに対する政策や事業の実施が加味されることによって「魅力」が構成される。次節では、これら五つの要因が観光需要に及ぼす影響を検討する。

3 - 2 観光地の構造と需要

1) モデル

前節で明らかにしたわが国の観光地の構造(都道府県別の要因)が、実際にどの程度の説明力を持つのかを検証するために、ここでは前節で抽出された五つの因子が、観光需要に及ぼす影響について分析を行う。需要関数は線形を仮定し、需要量のデータとして「観光入込客数」を用いる。「観光入込客数」については基準が統一されていない等の問題点があるため、ここでの分析は、あくまでも、分析のフレームワークを確認することにとどめる*6。

説明変数としては、前節の五つの因子のほか、移動にかかる価格を表す変数として、「観光交通一般化費用(NITAS*7)」を用い、観光地までの距離を考慮に入れた分析を試みる。これは、各都道府県庁間の最短アクセス時間をNITASにより算出し、それを「全国幹線旅客純流動調査」における観光目的データの各OD交通量で加重平均した変数である。なお、この費用は一般化費用であり時間費用も含まれ

ている。ここでは時間距離および直接費用が小さければアクセスが容易であると想定する。

推定式の構造を式(1)に示す。Aは観光交通一般化費用、F₁からF₅まではそれぞれの要因、分析対象年度は、因子分析同様2000年度である。なお、東京都

* 5 これらの観点以外にも、「都道府県に存在する観光に係る資源」を表す変数があることが考えられるが、本稿では公表データを用いることを主眼に置いたため、Table 1に示す変数を用いた。また、変数の中には、データの制約により、次のような対処をしたものがある。「1. 国宝」は、美術工芸品と建造物の合計であるが、このうち、美術工芸品については、対象各年のデータが入手できなかった。そのため美術工芸品については、2003年『国宝・重要文化財都道府県別指定件数一覧』のデータを用いた。また、「18 飲食料店数」は、2004年度「サービス業基本調査」から、飲食料店についての調査が始まったため、2004年度のデータを用いた。

* 6 観光入込客数は用いていないが、観光需要に関する研究は多数ある^{5,14,16)}。なお、2000年「全国幹線旅客純流動調査」における観光目的データの集中量を用いて分析を行ったが、有意な結果が得られなかった。この理由として、同調査の観光目的データは、公共交通機関のみのデータであること、秋の1日のみの調査に基づいており偏りがある可能性があること等が考えられる。

* 7 NITAS(ナイタス)とは、交通水準研究会で検討され、国土交通省により整備されたシステムである。このシステムでは、道路、鉄道、航空、船舶について、更新可能なネットワークデータを備えることで、パソコン上で複数の地点間(1kmメッシュ)の所要時間、一般化費用を複数の基準ごとに算出し、かつ社会経済指標との関係をビジュアルに分析することもできるため、今後、地域交通網計画やモビリティによる圏域構成などに活用が期待されるシステムであると考えられる。なおNITASの利用にあたり、ヒアリングおよび指標の算出についてご協力いただいた、国土交通省政策統括官付政策調整官室に改めて感謝の意を表したい。なお、NITAS指標の利用にかかわる誤りは、すべて筆者らの責任である。

と大阪府は、観光入込客数のデータがないため除外されており、サンプル数は総計45である。

2) 推定結果と若干のインプリケーション

推定結果は、式(2)のとおりである。

調整済み決定係数は0.781と高く、各変数の t 値も「観光交通一般化費用」、「第5因子」を除き、5%水準で有意である。また、符号条件もすべて満たしている。

五つの因子のうち、もっとも強く観光需要に影響を及ぼしているのは第3因子である。因子分析の結果、第3因子には飲食料店数やホテルなどが上位にあり、資源数の多さが観光入込客数の多寡、すなわち集客可能性に強く影響を及ぼしていると考えられる。次に影響が大きいのは第2因子であり、レジャーランドやゴルフ場などが寄与しているものと考えられる。その他、第1因子、第4因子も有意であるが、第5因子については、ほとんど影響を及ぼしていない結果となった。

しかしながら、上述したように、これらの因子には、分析に用いた各変数の「ポリウム」が反映されていないことに留意すべきであろう。このことを前提とすれば、この分析から指摘できるのは各因子に代表される資源が観光入込客数に対して有効な要素であるか否かであって、量的な意味での影響力ではない点である。たとえば、レジャーランドがある場合には、それを活用した観光政策や事業により、観光客を誘致することができるということになる。

観光にかかる価格として用いた「観光交通一般化費用」は、符号条件は満たしているものの、95%水準で有意な結果とはならなかった。しかし、観光行動において、交通にかかる費用は無視しうるものではなく、変数を工夫するなどして、推定式を改良する必要があると考える。これについては、今後の課題としたい。

また、再度述べるが「観光入込客数」のデータは都道府県間で統一されていないことから、以上の分析は、分析手法に関する一つの提案であると解釈されたい。

4. まとめ

本稿では、「いかに的確に観光需要をとらえ、それに対応した行動をとるか」という問題意識から、観光需要に影響を及ぼす要因について、先行研究の整理をし、分析、検討を行った。

観光需要に影響を及ぼす要因に関する研究は、土

木計画学を中心に、さまざまな分野で進められており、そのほとんどはアンケート調査からデータを得て分析をしている。ただ、この方法では、要因が及ぼす影響の効果を時系列やマクロレベルで見るという点について限界がある。また、計測される「魅力度」について、必ずしも統一的な概念形成に至ってはいない。

本稿の分析では、先行研究の整理から、「魅力度」には、観光資源、交通アクセス、観光政策・事業という三つの側面があることを指摘し、それらを総合した評価が「魅力度」であると提案とした。さらに、観光地の形成プロセスを提示し(Fig.1)各段階に応じて、国、地方公共団体と民間主体の役割を明確化させる必要性を述べた。

以上の概念整理に基づいて、後半部分ではFig.1の観光地の形成プロセスのうち、第1段階、すなわち観光資源に着目し、わが国における観光資源の共通要因を検討することから、観光地の構造把握を試みた。「都道府県に存在する資源」を対象にし、公表データから得た観光資源の変数について、因子分析を用いて分析した結果、五つの因子を抽出した。言い換えれば、わが国の観光地の構造は、この五つの因子から成ると指摘することができる。

最後に、抽出された五つの因子と観光需要の関係を検証するため、簡単な観光需要関数を想定して推定を行った。需要量は観光入込客数とし、説明変数として五つの因子の他、価格要因(アクセスの難易度を含む)を考慮に入れた。この結果、五つの因子中四つが観光需要量に有意に影響を及ぼすという結果を得た。ただし、価格・アクセシビリティを表す変数については、有意な結果を得られなかったため、今後の検討課題としたい。

本研究は公表データに基づいて各観光地(都道府県)の観光特性を分析することを主眼に置いている。本分析全体を通じた課題として、都道府県単位ではなく個別観光地における魅力度の構造把握を試みる必要があると考える。また、得られた結果から政策的示唆を得るまでに至っていない。今後、さらに詳細な分析を重ねることによって国や地方自治体の観光政策、および民間主体の事業運営に関する現実的な戦略を得ることを目的としたい。

[謝辞]

本稿の執筆にあたり、匿名のレフェリーの方から有益なコメントをいただいた。ここに記して感謝を申し上げたい。ただし、本稿における誤りは、すべ

て筆者の責任である。

参考文献

- 1) Beerli, A. and J. D. Martin: Factors Influencing Destination Image, *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 3, pp. 657-681, 2004
- 2) Beerli, A. and J. D. Martin: Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis - a case study of Lanzarote, Spain, *Tourism Management*, Vol. 25, pp. 623-636, 2004
- 3) Bigne, J. E., M. I. Sanchez and J. Sanchez: Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter relationship, *Tourism Management*, Vol. 22, pp. 607-616, 2001
- 4) Butler, R. W.: The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources, *The Canadian Geographer*, Vol. 14, pp. 5-12, 1980
- 5) Divisekera, S.: A Model of Demand for International Tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 1, pp. 31-49, 2003
- 6) Gallarza, M. G., I. G. Saura and H. C. Garcia: Destination Image: Towards a Conceptual Framework, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 1, pp. 56-78, 2002
- 7) Lundtorp, S. and S. Wanhill: The Resort Lifecycle Theory Generating Processes and Estimation, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 4, pp. 947-964, 2001
- 8) Mangion, M. L., R. Durbarry and M. T. Sinclair: Tourism competitiveness: price and quality, *Tourism Economics*, Vol. 11, No. 1, pp. 45-68, 2005
- 9) Melian Gonzalez, A. and J. M. Garcia Falcon: Competitive Potential of Tourism in Destinations, *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 3, pp. 720-740, 2003
- 10) Moore, W. and P. Whitehall: The Tourism Area Lifecycle and Regime Switching Models, *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 1, pp. 112-126, 2005
- 11) Page, S.: *Transport and Tourism*, Addison Wesley Longman, 1999 / 木谷直俊・図師雅脩・松下正弘訳『交通と観光の経済学』日本経済評論社、2001年
- 12) Pike, S.: Destination image analysis - a review of 142 papers from 1973 to 2000, *Tourism Management*, Vol. 23, pp. 541-549, 2002
- 13) Sinclair, M. T., A. Clewer and A. Pack: Hedonic Prices and The Marketing of Package Holidays: The Case of Tourism in Malaga, in Ashworth, G. and B. Goodall ed. *Marketing Tourism Places*, Routledge, pp. 85-103, 1990
- 14) Syopoulos, T. and M. T. Sinclair: An Econometric Study of Tourism Demand: the AIDS Model of US and European Tourism in Mediterranean Countries, *Applied Economics*, Vol. 25, pp. 1541-1552, 1993
- 15) 足場洋保『観光資源論』中央経済社、1997年
- 16) 麻生憲一「日本のインバウンド・ツーリズムの需要分析」『交通学研究2000年研究年報』pp. 113-124、2000年
- 17) 加藤敬弘「経済学からみた観光資源」『産業研究』第36巻第2号、pp. 1-8、2001年
- 18) 佐々木邦明「非日常(休日)交通の分析」『交通行動の分析とモデリング』(北村隆一・森川高行編著)技報堂出版、2002年
- 19) 高橋清、五十嵐日出夫「観光スポットの魅力度を考慮した観光行動分析と入込客数の予測」『土木計画学研究・論文集』第8巻、pp. 233-240、1990年
- 20) 轟朝幸「観光交通政策の歴史的変遷」『魅力ある観光地と交通 - 地域間交流活性化への提案』(財団法人国際交通安全学会編)技報堂出版、1998年
- 21) 中村哲、劉亨淑、大谷新太郎「国内旅行の市場構造と競合関係に関する分析」『立教観光学研究紀要』第1号、pp. 85-92、1999年
- 22) 日本交通公社調査部編『観光読本』東洋経済新報社、1994年
- 23) 溝尾良隆、市原洋右、渡辺貴介、毛塚宏「多次元解析による観光資源の評価」『地理学評論』第48号第10号、pp. 694-711、1975年
- 24) 溝上章志「観光交通需要の分析技法」『観光交通計画～観光地域の交通問題への対応～』(土木学会・土木計画学研究委員会) pp. 76-97、1996年

- 25) 溝上章志、朝倉康夫、古市英士、亀山正博「観光地域魅力度と観光周遊行動を考慮した観光交通需要の予測システム」『土木学会論文集』pp. 66-75、2000年
- 26) 溝上章志、森杉壽芳、藤田素弘「観光地域魅力度と観光周遊行動のモデル化に関する研究」『第27回日本都市計画学会学術研究論文集』pp. 517-522、1992年
- 27) 溝上章志、森杉壽芳、林山泰久「広域観光周遊交通の需要予測モデルに関する研究」『土木計画学研究・講演集』第14巻1号、pp. 45-52、1991年
- 28) 牧野博明、加藤浩徳、藤田哲男、小久保恵三「観光地特性を考慮した観光地魅力度の定量的評価に関する調査分析」『土木計画学研究・講演集』第24巻2号、pp. 509-512、2001年
- 29) 味水佑毅、鎌田裕美、山内弘隆「観光統計と観光投資効果に関する研究」日本交通学会第64回研究報告会予稿、pp. 191-198、2005年
- 30) 柳井晴夫他『因子分析 その理論と方法』朝倉書店、1990年
- 31) 室谷正裕「観光地の魅力度評価」『運輸政策研究』第1巻1号、pp. 14-25、1998年
- 32) 室谷正裕『新時代の国内観光』運輸政策機構、1998年
- 33) 屋井鉄雄、岡本直久「観光交通計画の分析手法」『第34回土木計画学シンポジウム 地域間交流活性化と観光～分析・計画手法と政策課題』（土木学会・土木計画学研究委員会、国際交通安全学会）、pp. 47-60、1988年
- 34) 山内弘隆、竹内健蔵『交通経済学』有斐閣、2002年

参考資料

- 35) 観光政策審議会『今後の観光政策の基本的な方向について』1995年
- 36) 観光立国推進戦略会議『観光立国推進戦略会議報告書』2004年
- 37) 国土交通省『観光白書』2003年
- 38) 国土交通省『観光白書』2005年
- 39) 社団法人日本観光協会『数字でみる観光』2000年
- 40) 総務省統計局『サービス業基本調査』2004年
- 41) 日経産業消費研究所「特集国内リゾート地の魅力度・将来性」専門家・消費者調査、2005年
- 42) 日本経済新聞社、日経産業消費研究所「観光の街なか魅力度とニーズ - 専門家の評価と消費者調査 - 」調査報告書、2004年
- 43) 文化庁『国宝・重要文化財建造物目録』1999年
- 44) 文化庁『国宝・重要文化財都道府県別指定件数一覧』2004年