

熱海市観光客の特性分析：データ追加と修正に基づく再考

著者	狩野 美知子
雑誌名	静岡大学経済研究
巻	16
号	2
ページ	61-78
発行年	2011-10-31
出版者	静岡大学人文学部
URL	http://doi.org/10.14945/00006659

論 説

熱海市観光客の特性分析： データ追加と修正に基づく再考

狩 野 美知子

I. はじめに

筆者は、前稿〔狩野（2011）〕において、熱海市観光客動線調査¹の個票データをもとに、 χ^2 値による独立性の検定を用いて、熱海市を訪れる観光客の特性分析を行った。本稿では、前稿の分析に、2010年度の個票データを追加し、若干の統計処理上の修正と計算ミスによる調整化残差の訂正²を行い、再分析を行う。そして、これによって得られた新たな分析結果をもとに、熱海市観光客の特性を再考することに主眼を置く。

2008年度および2009年度の調査の概要³は省略するが、ここで、2010年度の調査の概要⁴について簡単にふれておく。調査は前2回と同様、熱海梅園の梅まつり開催中の1月末の土日に、梅園、起雲閣、海岸堤防、駅前⁵の4ヵ所で、調査員による質問票形式で行われた。有効回答は548枚であったが、前2回と同様に、効率的な観光戦略を考える上で有効な、首都圏および静岡県⁶の5都県の観光客に絞ると482枚となり、有効回答全体の88%を占めた⁵。また、この首都圏からの観光客が多いこと⁶の他に、訪問回数5回以上というヘビー・リピーターが51%と過半数を占めること⁸、50代以上の観光客が全体の約54%を占め年配者の多いこと⁷が特徴としてあげられ、これらの訪問歴や年代にみられる特徴は、少し数値が低くなってはいるものの、前2回の調査とほぼ同様の傾向を示している。これらのことから、本稿でも、首都圏および静岡県の5都県からの観光客を対象に、訪問歴と年代に焦点を当て、観光客の特性分析を行う。

3回の調査結果から、熱海市を訪れた観光客の全体としてのその他の特性は、職業、旅行形態、

¹ 熱海市から委託を受け、静岡大学人文学部野方宏教授と筆者との共同で調査を行った。

² 統計処理上の修正点は次節で述べる。計算ミスによる調整化残差の訂正は、計算式の一部に設定ミスがあったことによるものである。

³ 熱海市観光戦略室(2009)および熱海市観光戦略室(2010)参照。

⁴ 熱海市観光企画室(2011)参照。

⁵ 多い順に、神奈川県30%、東京都28%、静岡県14%、埼玉県8%、千葉県8%。なお、有効回答に占めるこれら5都県からの観光客の割合は、2008年度は86%、2009年度は88%であった。

⁶ 訪問回数5回以上のヘビー・リピーターは、2008年度は53%、2009年度は54%を占めている。

⁷ 50代以上の観光客は、2008年度は57%、2009年度は61%となっている。

熱海までの交通手段、旅行のきっかけ、旅行目的の順に、「勤め人、2人連れ、JR利用、前回来てよかったから、温泉目的」が最も多いことがわかっている⁸。こういった特性は、訪問歴や年代によって違いがあるのだろうか。あるとすれば、こういったものであろうか。本稿でも、前稿同様これらの点について分析を行う。

次節では、分析方法および今回の修正点を、第3節では分析結果を示す。第4節で考察を行い、最後に今後の課題を述べる。なお、本稿は、前稿で行った2008年度と2009年度の分析結果の修正と、2010年度のデータの追加を含めた3回の調査結果に対する再考察を目的とするため、先行研究は省略し、分析方法も概略を述べるにとどめる。

II. 分析方法および今回の修正点

分析方法は、基本的には前回と同じである⁹。初めに、訪問歴と年代に着目し、個票データからこれらの質問項目に関するクロス集計表を作成した【表10～表15参照】。次に、これらのクロス集計表の中から各質問項目について、訪問歴あるいは年代で傾向に違いがあるかどうか、独立性の χ^2 検定を行って調べた。検定の結果、各質問項目の選択肢が、訪問歴あるいは年代の各項目に依存している（＝独立していない）という結論が得られた場合は、さらに調整化残差を求め、依存の度合いを調べた。つまり、依存の度合いが強いということは、訪問歴あるいは年代による傾向の違いを表すことになる。この調整化残差は、その算出方法から平均0、標準偏差1の正規分布に近似的に従うという性質をもつことになる。したがって、調整化残差の絶対値が概ね1.65以上のものを特徴的な箇所とみなすことができる¹⁰。この特徴的な箇所に注目し、特性の分析を行った。

訪問歴の回答には、「はじめて、2回目、3回目、4回目、5回以上」の5つの選択肢が用意されているが、前稿と同様に、本稿では訪問歴を「初訪」「再訪」「常連」の3種類に分類し、再訪は、2回目と3回目の選択肢を選んだ人、常連は4回目と5回以上を選んだ人とした。

今回の修正点は3点である。基本的に、クロス集計表の小計部分がいずれの年度も一桁の場合、他の選択肢と合算している¹¹。これは、小計が一桁の場合、その値が各選択肢に分散すると各値が0または非常に小さな値となり、統計的にみて、このような非常に少ない標本数ではそれぞれの特

⁸ 前稿では、「訪問先は1ヶ所」も共通する特性としていたが、2010年度は「訪問先は2ヶ所」が最も多い結果となった。これは、2008年度と2009年度は駅前で進んでいた調査を、2010年度は駅前足湯に変更したため、訪問先0ヶ所の人は0人となった。このように条件が異なるため、今回の分析では、この項目を除外している。

⁹ 詳細は、狩野(2011)参照。

¹⁰ 標準正規分布における両側検定で、この調整化残差の絶対値が1.65以上のものは有意水準10%のもとで有意な差が認められ、1.96以上のものは有意水準5%のもとで有意な差が認められるということになる。

¹¹ 合算することによって、 χ^2 値と自由度は小さくなり、これによってp値の値が異なり、違いの有無が異なる結果となる。

性を表すことができないからである。

具体的には、年代の回答は「10代、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上」の選択肢から選ぶ形式となっているが、10代の有効回答は2008年度が8枚、2009年度が4枚、2010年度が9枚と少ないため、10代と20代を合わせて1つの年代として扱った。旅行の目的は「複数回答可」となっており、その回答数の度数をそのまま使用して分析を行っているが、この旅行目的の選択肢のなかで「マリンスポーツ」「スポーツ施設」「体験型観光施設」の3つはいずれも回答数が少ない¹²ため、「その他」の中に含めた。また、熱海市までの交通手段の選択肢で、2010年度の質問票では「路線バス」の選択肢をなくしたため、2008年度と2009年度の選択肢も「路線バス」と「観光バス」を合算し、1つの選択肢として扱った。

以上の3点により、前稿と異なる結果となったものは、年代の χ^2 検定結果の2008年度の旅行形態と2009年度の熱海までの交通手段であり、違いの有無が逆の結果となった。

Ⅲ. 分析結果

表1および表2は χ^2 検定の結果を一覧にまとめたものである。その検定結果から違いがあると判断されたものについて、調整化残差により抽出される特性をみていこう。

¹² 年度によっては、0の場合もある。

表1. 訪問歴の χ^2 検定結果

		有効 サンプル数	自由度	χ^2 値	p値	違いの 有無
2008年度	年代	506	10	120.43	0.00***	○
	職業	505	10	64.13	0.00***	○
	旅行形態	505	8	9.15	0.33	×
	熱海までの交通手段	505	6	4.88	0.56	×
	旅行のきっかけ	493	16	64.08	0.00***	○
	旅行の目的 【複数回答：回答数による】	1098 (回答者数：506)	18	33.58	0.01***	○
2009年度	年代	469	10	83.68	0.00***	○
	職業	467	10	35.29	0.00***	○
	旅行形態	467	8	4.78	0.78	×
	熱海までの交通手段	469	6	6.14	0.41	×
	旅行のきっかけ	463	16	66.47	0.00***	○
	旅行の目的 【複数回答：回答数による】	962 (回答者数：469)	18	13.51	0.76	×
2010年度	年代	482	10	117.84	0.00***	○
	職業	474	10	52.24	0.00***	○
	旅行形態	481	8	6.10	0.64	×
	熱海までの交通手段	482	6	9.14	0.17	×
	旅行のきっかけ	474	16	83.80	0.00***	○
	旅行の目的 【複数回答：回答数による】	1030 (回答者数：482)	18	20.46	0.31	×

出所：『熱海市観光客動線調査』の各年度個票データより筆者作成。

注：***は1%有意，**は5%有意，*は10%有意。

表2. 年代の χ^2 検定結果

		有効 サンプル数	自由度	χ^2 値	p値	違いの 有無
2008年度	職業	505	25	330.92	0.00***	○
	旅行形態	505	20	20.12	0.45	×
	熱海までの交通手段	505	15	29.03	0.02**	○
	旅行のきっかけ	493	40	56.75	0.04**	○
	旅行の目的 【複数回答：回答数による】	1098 (回答者数：506)	45	94.70	0.00***	○
2009年度	職業	467	25	260.46	0.00***	○
	旅行形態	467	20	51.76	0.00***	○
	熱海までの交通手段	469	15	24.27	0.06*	○
	旅行のきっかけ	463	40	68.56	0.00***	○
	旅行の目的 【複数回答：回答数による】	962 (回答者数：469)	45	76.82	0.00***	○
2010年度	職業	474	25	307.89	0.00***	○
	旅行形態	481	20	73.27	0.00***	○
	熱海までの交通手段	482	15	21.08	0.13	×
	旅行のきっかけ	474	40	60.98	0.02**	○
	旅行の目的 【複数回答：回答数による】	1030 (回答者数：482)	45	71.06	0.01***	○

出所：『熱海市観光客動線調査』の各年度個票データより筆者作成。

注：***は1%有意，**は5%有意，*は10%有意。

(1) 訪問歴でみた特性

訪問歴と年代の関係を2008年度でみると、初訪も再訪も10代・20代が最も多く（初訪，再訪の調整化残差は順に7.96，2.27。以下，括弧内の数値は調整化残差を示す），次いで30代（初訪，再訪の順に2.69，2.07）となっている。常連は50代（1.73），60代（3.47），70代以上（4.91）と，年齢が進むと多くなる傾向になる。2009年度は，常連に50代は少ない（△0.14）ものの，ほぼ2008年度の結果に準じている。2010年度は，初訪は10代・20代（6.02），40代（2.56），30代（1.91）の順に多く，再訪は30代（3.90）が特徴的である。常連は2008年度と同様に，50代（2.78），60代（4.95），70代以上（4.97）と年齢が進むと多くなる傾向にある。一般的に，年齢が増えるにつれて旅行経験が増加することを考えると，これらは当然の結果といえる。

職業については，2008年度の場合，初訪は学生（4.59）と勤め人（3.01）が多く，再訪は勤め人（3.89）が多い。常連は無職（3.83），自営業（3.20）と主婦（1.91）が多い。2009年度もほぼ同様の傾向がみられる。2010年度については，初訪の勤め人（0.72）に特徴はみられず，常連の自営業（△0.01）はむしろ少ないという結果になっているが，それ以外の初訪の学生（4.35），再訪の勤め人（3.04），常連の無職（4.02）と主婦（2.42）は同じような結果となっている。職業は年齢とも関係が深く，このような結果になっていると考えられる。

旅行のきっかけ【表3参照】は，2008年度の場合，初訪は旅行会社のパンフレットとインターネットが多く，再訪は家族・知人のすすめが多い。常連は前回来てよかったが圧倒的に多く，家族・知人のすすめやインターネットが少なくなっている。2009年度は，初訪で家族・知人のすすめと旅行会社のパンフレットが多い。再訪ではインターネットや家族・知人のすすめ，テレビの番組が多い。2010年度は，初訪でインターネットや家族・知人のすすめ，雑誌が多く，再訪でインター

表3. 訪問歴からみた旅行のきっかけ

	2008年度	2009年度	2010年度
初訪	旅行会社のパンフレット(3.24) インターネット(2.72)	家族・知人のすすめ(2.67) 旅行会社のパンフレット(1.94)	インターネット(3.83) 家族・知人のすすめ(3.66) 雑誌(2.61) その他(△2.63)
再訪	家族・知人のすすめ(2.52) 前回来てよかった(△3.18)	インターネット(2.92) 家族・知人のすすめ(1.93) テレビの番組(1.79) 前回来てよかった(△3.47) その他(△1.87)	インターネット(1.95) テレビの番組(1.73) 前回来てよかった(△2.17)
常連	前回来てよかった(6.00) 家族・知人のすすめ(△3.32) インターネット(△2.93) 旅行会社のパンフレット(△2.85)	前回来てよかった(5.77) その他(2.40) 家族・知人のすすめ(△3.46) インターネット(△3.16)	前回来てよかった(5.44) その他(3.30) インターネット(△4.50) 家族・知人のすすめ(△3.79) テレビの番組(△2.01) 雑誌(△2.00)

注：（ ）内の数字は調整化残差。調整化残差の絶対値が、1.96以上は5%有意、1.65以上は10%有意。

ネットやテレビの番組が多い。常連は、2009年度、2010年度ともに、2008年度とほぼ同様の結果となっており、前回来てよかったが圧倒的に多く、家族・知人のすすめやインターネットが少ない。興味深いことに、同じリピーターであっても再訪の場合、前回来てよかったはいずれの年度においても少ない。

旅行の目的は、2008年度では訪問歴による傾向に違いがあるが、2009年度と2010年度では違いがないという結果になっている。したがって、ここでは参考程度ではあるが2008年度の結果を示しておく。初訪は料理・味覚（1.95）を目的とする人が多く、再訪は景色・自然（2.16）が多い。常連は梅園などの観光施設（2.46）や美術館・博物館などの文化施設（2.37）、史跡・文学碑・建造物（2.20）など、目的が明確化する傾向がみられた。

旅行の形態と熱海までの交通手段は、2008年度、2009年度、2010年度のいずれの年度も訪問歴による傾向に違いはなかった。

(2) 年代でみた特性

年代と職業の関係を2008年度で見ると、10代・20代は学生（9.72）と勤め人（3.31）が多く、30代は勤め人（5.01）、40代は勤め人（2.64）と自営業（2.32）が多い。また、50代と60代は主婦（順に2.41、4.22）が多く、60代は無職（3.04）も多い。当然のことながら70代以上は無職（11.39）が圧倒的に多く、次いで自営業（2.03）となっている。2009年度、2010年度の場合は、10代・20代の学生（順に8.03、11.68）、30代の勤め人（4.58、4.72）、40代の勤め人（3.32、3.83）、50代の勤め人（3.20、1.86）、60代の自営業（4.42、2.08）と無職（3.51、3.89）、70代以上の無職（9.65、9.14）が共通して高い値を示し、これに2010年度の60代に主婦（3.08）が加わっている。ただし、年代と職業の関係は、訪問歴でもみたと同じように当然の結果といえる。

旅行形態と熱海までの交通手段、旅行のきっかけ、旅行の目的に関しては、2008年度の旅行形態と2010年度の熱海までの交通手段では年代による違いはないとなったが、それ以外は違いがあるという結果になった。熱海市観光客の特性分析を行う本来の目的が、観光戦略を考える上で役立つことであり、これらの項目がその目的と深くかかわることから、わかりやすいように表4から表6にまとめた。

旅行形態【表4参照】については、2008年度では違いはなかったが、2009年度と2010年度では多くの年代で共通した結果がみられた。それは、10代・20代のグループ・団体、30代の家族旅行、40代の家族旅行、50代の2人連れである。2010年度の60代におけるグループ・団体を除くと、60代と70代以上に強い傾向はみられなかった。

熱海までの交通手段は、2008年度と2009年度では違いがあるという結果がでたものの、全体的に強い傾向はみられなかった。多いものをあげると、2008年度の50代の自動車（1.77）と70代以

表4. 年代からみた旅行形態

	2008年度	2009年度	2010年度
10代・20代	年代による違いはない	グループ・団体(2.08) その他(2.56) 家族旅行(△2.18)	グループ・団体(2.22)
30代		家族旅行(2.94) グループ・団体(△2.46)	家族旅行(4.04), 1人旅行(1.72) 2人連れ(△2.99)
40代		家族旅行(3.62) グループ・団体(△2.40)	家族旅行(4.61) グループ・団体(△2.60) 2人連れ(△1.67)
50代		2人連れ(1.88) 家族旅行(△1.99)	2人連れ(3.08), その他(2.14) 家族旅行(△3.33)
60代		家族旅行(△2.24)	グループ・団体(1.70) 家族旅行(△2.07) その他(△1.86)
70代以上		2人連れ(△2.00)	その他(1.86), 家族旅行(△2.19)

注：()内の数字は調整化残差。調整化残差の絶対値が、1.96以上は5%有意、1.65以上は10%有意。

上の観光バス・路線バス(3.66)、2009年度の30代の自動車(2.08)と40代の自動車(2.03)、70代以上のJR(2.94)であった。2010年度は年代による違いはみられなかった。

旅行のきっかけ【表5参照】については、40代までと50代以上で異なる傾向がみられた。前者は、インターネットや家族・知人のすすめ、雑誌、旅行会社のパンフレットといったものの値が高く、能動的に情報を集めている様子うかがえた。一方、50代以上は、テレビ番組や新聞広告といったように、情報入手に関して受動的な様子うかがえた。50代以上の場合、熱海への旅行経験を持つ人が多く、その人たちがたまたま目にしたテレビ番組や新聞広告に触発され、熱海を訪れる様子うかがえる。また、2009年度の60代は前回来てよかったの値が高い。この結果から

表5. 年代からみた旅行のきっかけ

	2008年度	2009年度	2010年度
10代・20代	インターネット(2.15) 雑誌(1.92) 前回来てよかった(△2.67)	家族・知人のすすめ(3.67) 前回来てよかった(△2.20)	家族・知人のすすめ(3.04) 前回来てよかった(△2.23)
30代	—	インターネット(2.61)	インターネット(3.20)
40代	旅行会社のパンフレット (2.31)	インターネット(3.31) 前回来てよかった(△2.30)	ポスター(2.35) その他(△1.84)
50代	テレビの番組(2.63)	新聞広告(1.82) 家族・知人のすすめ(△1.99)	ポスター(△1.76)
60代	—	前回来てよかった(1.93) 家族・知人のすすめ(△2.17) インターネット(△2.03)	新聞広告(1.76) 家族・知人のすすめ(△2.42) インターネット(△2.02)
70代以上	家族・知人のすすめ(△2.43)	テレビの番組(1.89) インターネット(△2.05)	—

注：()内の数字は調整化残差。調整化残差の絶対値が、1.96以上は5%有意、1.65以上は10%有意。

考えられる効果的な宣伝方法は、若者に対しては家族・知人のすすめ、すなわち口コミやインターネットによる情報発信であり、年配者に対してはテレビ番組や新聞広告といったメディアを利用するものであろう。

同様に、旅行の目的【表6参照】についても30代までと50代以上で、大きく2つに分けられた。前者は、旅行の目的が温泉や料理・味覚など一般的なものであり、後者は梅園などの観光施設や美術館・博物館等の文化施設、史跡・文学碑・建造物など目的がより明確化されていた。また、2008年度の30代と2009年度の10代・20代で顕著であるが、若者には予算の関係も大きく影響している。40代については、特に特徴的なものはなかった。このようなことから、若者に対しては食べ物や料金設定の工夫が効果的であり、年配者のリピート化を促すためには、観光施設や文化施設、史跡等を活用した季節ごとのイベント案内が効果的であるといえよう。具体的には、梅まつりや花火大会といったイベントや起雲閣をはじめとした観光施設の案内を、効果的に行う必要がある。

表6. 年代からみた旅行の目的

	2008年度	2009年度	2010年度
10代・20代	温泉(1.84), その他(1.76) 梅園などの観光施設(△3.93) 美術館・博物館等の文化施設 (△1.91)	予算の関係(3.39) 料理・味覚(1.73) 梅園などの観光施設(△2.37) 交通の便がよい(△1.78)	温泉(3.15) 料理・味覚(2.13) 梅園などの観光施設(△2.84) 交通の便がよい(△2.60)
30代	予算の関係(3.22) 料理・味覚(2.19) 梅園などの観光施設(△3.13) 美術館・博物館等の文化施設 (△1.70)	温泉(2.20), 公園(1.77) 史跡・文学碑・建造物(△2.08) 美術館・博物館等の文化施設 (△2.03) 予算の関係(△1.81)	美術館・博物館等の文化施設 (△2.37)
40代	—	その他(1.79)	—
50代	梅園などの観光施設(2.86) その他(△2.00)	梅園などの観光施設(2.30)	—
60代	史跡・文学碑・建造物(2.96) 美術館・博物館等の文化施設 (2.33) 料理・味覚(△1.80)	美術館・博物館等の文化施設 (2.42) 史跡・文学碑・建造物(1.65) 温泉(△1.65)	美術館・博物館等の文化施設 (2.50) 史跡・文学碑・建造物(2.11)
70代以上	梅園などの観光施設(2.19) 美術館・博物館等の文化施設 (1.73)	—	公園(2.30)

注：()内の数字は調整化残差。調整化残差の絶対値が、1.96以上は5%有意、1.65以上は10%有意。

IV. 考察

(1) 訪問歴に関する考察

訪問歴からみて、観光戦略を考える上で役立つのは旅行のきっかけであろう。初訪を促すためには、旅行会社のパンフレットや雑誌、家族・知人のすすめといった口コミやインターネットが

効果的な宣伝媒体となることがわかった。また、再訪においても、口コミやインターネットが重要な宣伝媒体となっていた。常連では、前回来てよかったが非常に強い値を示すという特徴がみられた。

旅行の目的は、残念ながら2008年度を除いて訪問歴による違いがみられなかったが、常連の前回来てよかったと回答した人たちの旅行目的（複数回答）は、常連の満足度と関係が深いと考えられるので、ここでその主なものをみておこう。2008年度には常連322名中90名の人が前回来てよかったと答えているが、このうち72%が温泉、47%が交通の便がよい、34%が景色・自然、30%が梅園などの観光施設を旅行の目的と答えている。また、温泉と答えた65名の中で、温泉と交通の便を選んだ人が51%、温泉と梅園などの観光施設が32%、温泉と景色・自然が28%となっている。2009年度では常連306名中96名の人が前回来てよかったと答えているが、このうち66%が温泉、47%が梅園などの観光施設、46%が景色・自然、38%が交通の便がよいとなっている。また、温泉と答えた63名の中で、温泉と交通の便を選んだ人は42%、温泉と梅園などの観光施設が41%、温泉と景色・自然を選んだ人は40%という結果である。2010年度では常連297名中96名の人が前回来てよかったと答えているが、このうち65%が温泉、39%が景色・自然、34%が梅園などの観光施設、28%が交通の便がよいとなっている。また、温泉と答えた62名の中で、温泉と景色・自然を選んだ人は42%、温泉と交通の便を選んだ人は32%、温泉と梅園などの観光施設が31%という結果である。梅まつり開催中に行われた調査であることを割り引いて考えれば、熱海市で満足度が高いのは、やはり温泉、景色・自然、交通の便であろう。一方、料理・味覚は、常連で前回来てよかったと答えた人の20～26%にとどまっている。土居他（2009）で述べられている伊豆半島のイメージ¹³は、温泉が豊富（72%）であり、海・山の自然景観が楽しめる（43%）、海・山の幸を味わえる（42%）、気軽に行ける（27%）となっていることから考えると、常連の熱海市に対する満足度と若干異なっている。常連の、より頻繁なりピートを促すためには、満足度が相対的に高くないと考えられる料理・味覚に工夫を凝らすことは効果的であるといえよう。

(2) 年代に関する考察

年代でみると、観光戦略を考える上で役立つのは、旅行の形態ときっかけ、旅行の目的であろう。

分析の結果から2009年度と2010年度の旅行形態で特徴的とされた10代・20代のグループ・団体【表7参照】、30代と40代の家族旅行【表8参照】、50代の2人連れ【表9参照】についてプロファイリングを行った。両年度に共通する傾向をみると、10代・20代のグループ・団体は、家族・知

¹³ 2003年に、東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県に伊豆半島に関する質問票調査を実施している。

人のすすめにより来訪し、交通手段はJR利用が多い。滞在期間は両年度で異なる結果となっているが、滞在期間にかかわらず、熱海市内での予算は1万円未満が多い。旅行の目的は、温泉と景色・自然が多い。30代・40代の家族旅行は、4割前後が神奈川県から、2割が静岡県内からの来訪であり、自動車利用が多い。滞在期間は1泊2日が多く、それと関連して予算は1万円台が多い。比較的常連が多く、前回来てよかったことから、温泉と梅園などの観光施設を目的に来訪する。一方、

表7. 10代・20代のグループ・団体のプロフィール

	2009年度	2010年度
該当者人数	16/48名 ^注	19/52名
居住地	神奈川38%，静岡31%他	東京53%，神奈川21%他
訪問歴	初訪，再訪各38%他	再訪47%，初訪32%他
熱海市までの交通手段	JR50%，自動車44%他	JR53%，自動車37%他
熱海市内での1人当たり予算総額	1万円未満50%，1万円台19%他	1万円未満37%，2万円台26%他
熱海市内の滞在期間	1泊2日75%，日帰り25%	日帰り53%，1泊2日42%他
旅行のきっかけ	家族・知人のすすめ31%他	家族・知人のすすめ53% 旅行会社パンフレット21%他
旅行の目的【複数回答】	温泉56%，景色・自然38%他	温泉79%，景色・自然37%他

注：16/48名とは、10代・20代の該当者が48名であり、その内16名がグループ・団体であることを示す。

表8. 30代・40代の家族旅行のプロフィール

	2009年度	2010年度
該当者	64/136名 ^注	78/171名
居住地	神奈川36%，静岡23%他	神奈川42%，静岡23%他
訪問歴	常連61%，再訪27%他	常連47%，再訪31%他
熱海市までの交通手段	自動車59%，JR39%他	自動車56%，JR44%
熱海市内での1人当たり予算総額	1万円台36%，1万円未満27%他	1万円台37%，1万円未満35%他
熱海市内の滞在期間	1泊2日59%，日帰り41%	1泊2日54%，日帰り45%他
旅行のきっかけ	前回来てよかった22%， 家族・知人のすすめ20%他	前回来てよかった28%， インターネット17%他
旅行の目的【複数回答】	温泉75%， 梅園などの観光施設39%他	温泉62%， 梅園などの観光施設33%他

注：64/136名とは、30代・40代の該当者が136名であり、その内64名が家族旅行であることを示す。

表9. 50代の2人連れのプロフィール

	2009年度	2010年度
該当者	48/99名	53/96名
居住地	神奈川42%，東京25%他	神奈川42%，東京28%他
訪問歴	常連73%，再訪23%他	常連75%，再訪23%他
熱海市までの交通手段	JR54%，自動車44%他	JR58%，自動車40%他
熱海市内での1人当たり予算総額	1万円未満52%，1万円台19%他	1万円未満42%，2万円台23%他
熱海市内の滞在期間	日帰り67%，1泊2日33%	1泊2日57%，日帰り42%他
旅行のきっかけ	前回来てよかった33%， インターネット13%他	前回来てよかった28%， 家族・知人のすすめ19%他
旅行の目的【複数回答】	温泉，梅園などの観光施設各52%	温泉68%， 梅園などの観光施設40%他

注：48/99名とは、50代の該当者が99名であり、その内48名が2人連れであることを示す。

50代の2人連れは、4割が神奈川県から、3割弱が東京都からの来訪であり、JR利用が多い。滞在期間と予算に関しては、10代・20代のグループ・団体と同様に両年度で滞在期間は異なるものの、予算は1万円未満が多い。常連が7割強と多く、温泉と梅園などの観光施設を目的として来訪するところは、30代・40代の家族旅行と共通しているが、50代の2人連れのほうが、梅園などの観光施設の割合が高くなっている。こういった各年代に多い特徴を抽出し、それらのセグメントに訴求する観光商品を考えることは重要である。

おわりに

本稿では、2008年度から2010年度の3回にわたる熱海市観光客動線調査の個票データを用い、訪問歴と年代に着目して、熱海市を訪れた観光客の特性の分析を試みた。分析は、独立性の χ^2 検定を用い、検定の結果、独立していない（＝依存している）という判定が出た場合は、さらに調整残差を求め、その依存の度合いにより特性を抽出した。

その結果、訪問歴によって旅行のきっかけが異なることを示し、初訪を促すためには、旅行会社のパンフレットや家族・知人の勧めといった口コミ、インターネットの利用が効果的であり、再訪者においても、口コミやインターネットが重要な宣伝媒体となっていることを明らかにした。また、常連は、前回来てよかったという理由が多いが、彼らの旅行の目的から判断すると、温泉、景色・自然、交通の便の満足度は高いものの、料理・味覚は相対的に満足度が低く、改善の余地があることも示した。

年代では、旅行形態やきっかけ、旅行の目的が異なることを明らかにした。特徴的な旅行形態である10代・20代のグループ・団体、30代・40代の家族旅行および50代の2人連れについてはプロファイリングを行い、具体的な特徴も示した。旅行の目的では、30代までの比較的若い世代は温泉や料理・味覚、予算の関係といった一般的な要素が大きく影響し、50代以上は観光施設や文化施設、史跡など、特定の目的を持って来訪していることが明らかとなった。このため、梅まつりや花火大会といったイベントや起雲閣をはじめとした観光施設の案内を、効果的に行う必要があることを示した。

熱海の観光戦略の切り口は、効果的な宣伝媒体を考える上では訪問歴が役立つが、全体としては訪問歴より年代で考えたほうが効果的であると思われる。

しかし、これらの調査はいずれも梅まつり開催中の1月に行われたものであり、本稿で明らかとなったことが、他の季節でも裏付けられるかどうかは不明である。他の季節での追加調査を行う必要がある。また、訪問歴と年代において違いがあるとされたものの特性の抽出を試みたが、各年度でばらつきのあるものもあった。もともと観光需要は、景気や社会情勢の影響を受けやすく、

2008年以降の状況を考えると、リーマン・ショックによる金融危機や2009年3月に導入された「1000円高速」の影響が考えられるが、そのあたりの詳しい検証も必要であろう。さらに、一般的な観光客実態調査は情報に制約があるものの、さらに有効に活用するためのデータ分析の方法も検討の余地が残されている。これらは、今後の課題である。

参考文献一覧

- [1] 熱海市観光戦略室（2009）『熱海市観光客動線調査報告書（2009年1月24日・25日調査実施）』
- [2] 熱海市観光戦略室（2010）『2009年度（第2回）熱海市観光客動線調査報告書（2010年1月30日・31日調査実施）』
- [3] 熱海市観光企画室（2011）『2010年度（第3回）熱海市観光客動線調査報告書（2011年1月29日・30日調査実施）』
- [4] 土居英二編，熱海市・静岡県・（財）静岡総合研究機構他著（2009）『はじめよう観光地づくりの政策評価と統計分析』日本評論社
- [5] 狩野美知子（2011）「熱海市観光客の特性分析：熱海市観光客動線調査をもとに」『経済研究』（静岡大学）15巻4号（pp.103-118）2011年2月
- [6] 東京大学教養学部統計学教室編（1991）『基礎統計学Ⅰ：統計学入門』東京大学出版会
- [7] 内田治（2002）『すぐわかるEXCELによるアンケート調査・集計・解析第2版』東京図書株式会社

表10. 2008年度 訪問歴によるクロス集計

質問	選択肢	初訪者	再訪者	常連	小計
年代	10代・20代	31	24	17	72
	30代	16	22	29	67
	40代	8	16	48	72
	50代	8	28	85	121
	60代	5	23	93	121
	70代以上	0	3	50	53
	合計	68	116	322	506
職業	自営業	0	7	40	47
	勤め人	48	80	143	271
	学生	8	1	6	15
	主婦	10	19	74	103
	無職	1	5	45	51
	その他	1	3	14	18
	合計	68	115	322	505
旅行形態	1人旅行	1	4	20	25
	2人連れ	37	45	132	214
	家族旅行	12	33	82	127
	グループ・団体旅行	17	32	78	127
	その他	1	2	9	12
	合計	68	116	321	505
熱海までの交通手段	JR	36	69	160	265
	観光バス・路線バス	5	8	27	40
	自動車	27	37	131	195
	その他	0	2	3	5
	合計	68	116	321	505
きっかけ	ポスター	0	1	4	5
	旅行会社のパンフレット	16	15	27	58
	テレビの番組	5	10	21	36
	新聞広告	2	4	9	15
	雑誌	2	3	7	12
	インターネット	12	13	19	44
	家族・知人のすすめ	15	26	36	77
	前回来てよかった	0	11	90	101
	その他	16	29	100	145
	合計	68	112	313	493
旅行の目的	温泉	45	75	192	312
	景色・自然	21	44	82	147
	料理・味覚	20	22	64	106
	予算の関係	5	11	16	32
	交通の便がよい	25	35	109	169
	史跡・文学碑・建造物	0	4	22	26
	梅園などの観光施設	14	34	126	174
	美術館・博物館等の文化施設	2	5	32	39
	公園	2	1	10	13
	その他(マリンスポーツ・スポーツ施設・体験型観光施設含む)	7	21	52	80
	合計	141	252	705	1098

出所：『熱海市観光客動線調査』の各年度個票データより筆者作成。

表11. 2009年度 訪問歴によるクロス集計

質問	選択肢	初訪者	再訪者	常連	小計
年代	10代・20代	18	17	13	48
	30代	13	21	35	69
	40代	6	16	45	67
	50代	7	28	64	99
	60代	5	28	96	129
	70代以上	0	4	53	57
	合計	49	114	306	469
職業	自営業	2	6	32	40
	勤め人	32	69	139	240
	学生	4	3	2	9
	主婦	4	26	75	105
	無職	5	7	51	63
	その他	1	3	6	10
	合計	48	114	305	467
旅行形態	1人旅行	2	6	20	28
	2人連れ	18	47	123	188
	家族旅行	14	37	91	142
	グループ・団体旅行	15	21	65	101
	その他	0	3	5	8
	合計	49	114	304	467
熱海までの交通手段	JR	26	66	186	278
	観光バス・路線バス	3	7	7	17
	自動車	20	41	111	172
	その他	0	0	2	2
	合計	49	114	306	469
きっかけ	ポスター	1	6	8	15
	旅行会社のパンフレット	9	12	27	48
	テレビの番組	4	15	23	42
	新聞広告	4	6	12	22
	雑誌	3	1	8	12
	インターネット	6	18	18	42
	家族・知人のすすめ	15	26	38	79
	前回来てよかった	0	13	96	109
	その他	7	16	71	94
	合計	49	113	301	463
旅行の目的	温泉	29	60	176	265
	景色・自然	10	36	109	155
	料理・味覚	9	15	50	74
	予算の関係	1	6	12	19
	交通の便がよい	11	31	94	136
	史跡・文学碑・建造物	0	3	22	25
	梅園などの観光施設	14	50	138	202
	美術館・博物館等の文化施設	4	7	25	36
	公園	0	4	13	17
	その他(マリンスポーツ・スポーツ施設含む)	3	6	24	33
	合計	81	218	663	962

出所：『熱海市観光客動線調査』の各年度個票データより筆者作成。

表 12. 2010年度 訪問歴によるクロス集計

質問	選択肢	初訪者	再訪者	常連	小計
年代	10代・20代	22	16	14	52
	30代	19	36	36	91
	40代	19	24	37	80
	50代	6	19	71	96
	60代	3	18	92	113
	70代以上	1	2	47	50
	合計	70	115	297	482
職業	自営業	3	9	19	31
	勤め人	39	74	136	249
	学生	9	6	3	18
	主婦	17	15	79	111
	無職	1	7	49	57
	その他	0	3	5	8
	合計	69	114	291	474
旅行形態	1人旅行	5	7	13	25
	2人連れ	27	49	123	199
	家族旅行	22	31	77	130
	グループ・団体旅行	16	27	73	116
	その他	0	1	10	11
	合計	70	115	296	481
熱海までの交通手段	JR(新幹線・在来線)	46	64	179	289
	観光バス	5	2	12	19
	自動車	18	47	105	170
	その他	1	2	1	4
	合計	70	115	297	482
きっかけ	ポスター	1	2	9	12
	旅行会社のパンフレット	8	13	32	53
	テレビの番組	4	8	8	20
	新聞広告	2	5	10	17
	雑誌	6	4	6	16
	インターネット	20	22	24	66
	家族・知人のすすめ	22	23	33	78
	前回来てよかった	1	19	96	116
	その他	6	17	73	96
	合計	70	113	291	474
旅行の目的	温泉	54	77	191	322
	景色・自然	20	40	89	149
	料理・味覚	16	28	62	106
	予算の関係	5	11	19	35
	交通の便がよい	16	27	96	139
	史跡・文学碑・建造物	2	9	28	39
	梅園などの観光施設	14	30	107	151
	美術館・博物館等の文化施設	2	10	24	36
	公園	2	1	10	13
	その他(スポーツ施設含む)	5	7	28	40
	合計	136	240	654	1030

出所：『熱海市観光客動線調査』の各年度個票データより筆者作成。

表 13. 2008年度 年代によるクロス集計

質問	選択肢	10代・20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	小計
職業	自営業	2	2	12	11	11	9	47
	勤め人	51	55	49	71	42	3	271
	学生	15	0	0	0	0	0	15
	主婦	2	8	10	34	41	8	103
	無職	0	0	0	1	21	29	51
	その他	1	2	1	4	6	4	18
	合計	71	67	72	121	121	53	505
旅行形態	1人旅行	3	3	3	4	8	4	25
	2人連れ	33	26	27	61	47	20	214
	家族旅行	15	22	26	29	24	11	127
	グループ・団体旅行	18	15	14	26	37	17	127
	その他	3	1	2	1	4	1	12
	合計	72	67	72	121	120	53	505
熱海までの交通手段	JR	42	35	33	60	70	25	265
	観光バス・路線バス	1	3	8	6	11	11	40
	自動車	27	28	30	55	38	17	195
	その他	2	1	1	0	1	0	5
	合計	72	67	72	121	120	53	505
きっかけ	ポスター	0	1	1	1	2	0	5
	旅行会社のパンフレット	10	8	14	9	11	6	58
	テレビの番組	2	3	2	15	9	5	36
	新聞広告	0	2	3	3	6	1	15
	雑誌	4	2		2	3	1	12
	インターネット	11	9	8	7	7	2	44
	家族・知人のすすめ	14	12	8	18	23	2	77
	前回来てよかった	6	14	12	26	29	14	101
	その他	23	15	22	36	29	20	145
合計	70	66	70	117	119	51	493	
旅行の目的 【複数回答】	温泉	48	45	42	76	69	32	312
	景色・自然	24	26	22	33	32	10	147
	料理・味覚	17	23	16	25	19	6	106
	予算の関係	5	11	6	4	5	1	32
	交通の便がよい	19	26	21	43	46	14	169
	史跡・文学碑・建造物	1	1	4	5	13	2	26
	梅園などの観光施設	6	12	25	57	49	25	174
	美術館・博物館等の文化施設	1	2	5	8	16	7	39
	公園	1	1	0	3	5	3	13
	その他(マリンスポーツ・スポーツ施設・体験型観光施設含む)	15	13	10	12	22	8	80
	合計	137	160	151	266	276	108	1098

出所：『熱海市観光客動線調査』の各年度個票データより筆者作成。

表 14. 2009年度 年代によるクロス集計

質問	選択肢	10代・20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	小計
職業	自営業	1	2	3	7	23	4	40
	勤め人	32	53	47	65	39	4	240
	学生	8	0	0	1	0	0	9
	主婦	2	14	15	24	33	17	105
	無職	2	0	0	1	29	31	63
	その他	1	0	2	1	5	1	10
	合計	46	69	67	99	129	57	467
旅行形態	1人旅行	2	5	2	3	11	5	28
	2人連れ	19	24	24	48	57	16	188
	家族旅行	8	31	33	22	29	19	142
	グループ・団体旅行	16	7	7	24	30	17	101
	その他	3	1	1	2	1	0	8
	合計	48	68	67	99	128	57	467
熱海までの交通手段	JR	29	35	34	56	80	44	278
	観光バス・路線バス	1	1	1	6	6	2	17
	自動車	18	33	32	36	43	10	172
	その他	0	0	0	1	0	1	2
	合計	48	69	67	99	129	57	469
きっかけ	ポスター	1	1	2	3	5	3	15
	旅行会社のパンフレット	5	7	5	13	10	8	48
	テレビの番組	4	4	4	6	15	9	42
	新聞広告	1	3	1	8	8	1	22
	雑誌	2	1	1	3	4	1	12
	インターネット	3	12	13	7	6	1	42
	家族・知人のすすめ	17	13	14	10	14	11	79
	前回来てよかった	5	15	8	28	38	15	109
	その他	9	13	17	19	28	8	94
	合計	47	69	65	97	128	57	463
旅行の目的 【複数回答】	温泉	27	49	38	50	67	34	265
	景色・自然	19	21	20	33	51	11	155
	料理・味覚	11	14	8	19	18	4	74
	予算の関係	6	0	2	4	6	1	19
	交通の便がよい	7	20	20	33	39	17	136
	史跡・文学碑・建造物	1	0	4	5	11	4	25
	梅園などの観光施設	10	26	29	57	60	20	202
	美術館・博物館等の文化施設	3	1	2	6	17	7	36
	公園	0	5	1	3	4	4	17
	その他（マリンスポーツ・スポーツ施設含む）	5	3	8	4	8	5	33
	合計	89	139	132	214	281	107	962

出所：『熱海市観光客動線調査』の各年度個票データより筆者作成。

表15. 2010年度 年代によるクロス集計

質問	選択肢	10代・20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	小計
職業	自営業	1	4	2	8	12	4	31
	勤め人	29	68	57	58	33	4	249
	学生	17	1	0	0	0	0	18
	主婦	2	18	16	23	38	14	111
	無職	2	0	1	4	25	25	57
	その他	0	0	3	2	3	0	8
	合計		51	91	79	95	111	47
旅行形態	1人旅行	2	8	4	4	6	1	25
	2人連れ	21	25	26	53	51	23	199
	家族旅行	10	40	38	13	22	7	130
	グループ・団体旅行	19	16	10	21	34	16	116
	その他	0	2	1	5	0	3	11
	合計		52	91	79	96	113	50
熱海までの交通手段	JR(新幹線・在来線)	34	51	44	53	67	40	289
	観光バス	2	0	5	4	6	2	19
	自動車	16	38	30	38	40	8	170
	その他	0	2	1	1	0	0	4
	合計		52	91	80	96	113	50
きっかけ	ポスター	0	2	5	0	5	0	12
	旅行会社のパンフレット	7	7	11	9	12	7	53
	テレビの番組	0	4	6	4	4	2	20
	新聞広告	1	2	2	4	7	1	17
	雑誌	2	3	3	4	4		16
	インターネット	10	22	13	9	9	3	66
	家族・知人のすすめ	16	13	11	19	10	9	78
	前回来てよかった	6	18	18	27	33	14	116
	その他	9	19	10	19	27	12	96
	合計		51	90	79	95	111	48
旅行の目的【複数回答】	温泉	41	62	45	61	78	35	322
	景色・自然	16	27	26	28	40	12	149
	料理・味覚	15	22	17	21	23	8	106
	予算の関係	2	9	8	8	6	2	35
	交通の便がよい	4	26	21	34	35	19	139
	史跡・文学碑・建造物	1	5	6	5	16	6	39
	梅園などの観光施設	4	20	30	32	48	17	151
	美術館・博物館等の文化施設	1	1	3	11	16	4	36
	公園	0	1	3	3	2	4	13
	その他(スポーツ施設含む)	5	8	6	7	8	6	40
	合計		89	181	165	210	272	113

出所：『熱海市観光客動線調査』の各年度個票データより筆者作成。