SURE 静岡大学学術リポジトリ
Shizuoka University REpository

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

メタデータ	言語: Japanese
	出版者: 静岡大学人文学部
	公開日: 2011-06-28
	キーワード (Ja):
	キーワード (En):
	作成者: 狩野, 美知子
	メールアドレス:
	所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00005737

論　説

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

狩　野　美知子

Ⅰ．はじめに

現在，日本各地では観光による地域経済の活性化に取り組んでいるところが多く，大小の様々な自治体で観光客の実態調査が行われている[1]．質問票（アンケート）形式に代表されるこのような実態調査の実施はかなりのコストがかかるが，それらの多くは質問票の単純集計を行い，簡単な考察を行う程度にとどまっている場合が多い．得られたデータを充分に活用しきれていないというのが現状であろう．こういった実態調査の場合，質問票には，居住地，性別，年齢，職業といった基本的属性や，来訪の交通手段，来訪のきっかけや目的といった情報がふくまれている場合が多い．これらの基本的情報を活用し，来訪者の特性を分析することにより，効果的な宣伝方法や着地型観光商品の造成，まちづくりといった観光戦略を考える上で役立てることはできないだろうか．こういった問題意識のもと，本稿では筆者ら[2]が熱海市から委託を受けて行った熱海市観光客動線調査の個票データ[3]をもとに，χ^2値による独立性の検定を行い，熱海市を訪れる観光客の特性の分析を試みる．

調査は，2008年度，2009年度と２回にわたり，いずれも熱海梅園の梅まつり開催中の１月末に，梅園，起雲閣，海岸堤防，駅前付近の４ヵ所で，調査員による無作為抽出，自計方式を基本とした質問票形式で行われた．有効回答は2008年度が558枚，2009年度が507枚であった[4]．ただし，熱海市を訪れる観光客は，東京都と神奈川県からが約50％を占め，これに静岡県20％，埼玉県と千葉県の15％を加えると約85％となるため，これら５都県からの観光客に絞って分析を行う．これらの地域に絞って分析を行うほうが，熱海市の観光戦略を考える上でより効率的であると考えるからである．

---

[1] 筆者の身近なところでは，熱海市のほか，伊東市，下田市，静岡県．

[2] 静岡大学人文学部野方宏教授と筆者との共同で行った．

[3] 個票データを利用することに関しては、熱海市観光戦略室および熱海市観光経済部観光課より了解を得ている。この場をかりて、謝意を表したい。

[4] 詳細は，熱海市観光戦略室（2009）および熱海市観光経済部観光課（2010）参照．なお，静岡県産業部観光局観光政策室（2009）によれば，2008年度に熱海市を訪れた観光客（観光交流客数）は，6,073,512人となっている．

したがって，分析に使用した有効回答は上記のものより少なくなっている[5].

熱海市の観光客の特性としては，前述のように首都圏からの観光客が非常に多いことの他に，訪問回数５回以上というヘビー・リピーターが過半数を占めること[6]，50代以上の訪問者が全体の約60％を占め年配者の多いこと[7]があげられる．これらのことから，分析は訪問歴と年代に焦点をあて，訪問歴あるは年代によりどういった特徴があるのかを抽出することを目的に行う．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，本稿では，訪問歴を「初訪者」「再訪者」「常連」の３種類に分類する．再訪者は，２回目と３回目の選択肢を選んだ人とし，常連は４回目と５回以上を選んだ人とした．広い意味では，２回目以上の訪問者はリピーターととらえることができるが，ある程度定期的に訪れる人＝「常連」と考え，４回目以上を「再訪者」と区別する．この「常連」は，ヘビー・リピーターと言いかえることもできる．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．しかし，10代の有効回答は2008年度が８枚，2009年度が４枚と少ないため，分析対象には含めるが，考察の対象外とする．

次節では，観光に関連して行われた質問票調査の分析方法についてレビューし，第３節で本稿の分析方法を，第４節で分析結果を示す．第５節では分析に対する考察を行い，最後に今後の課題を述べる．

Ⅱ．先行研究レビュー

最初に述べたように，各地で定期的に行われている観光客を対象とした実態調査は，単純集計で終わっているものが多い．そこで，観光に関連して行われた質問票調査を，訪問歴と年代に着目して分析したものについてみておく．

岡村他（2007）は，訪問歴に着目し，初訪者とリピーターの旅行目的の違いを分析している．この論文では，関西地域に関して行われた質問票調査のデータを基に，二項ロジットモデルを使い，15個の旅行目的を被説明変数，旅行者の属性，旅の特性および訪問回数などを説明変数として回帰し，訪問回数によって旅行目的が変わることを明らかにしている．それにより，観光客は訪問回数が増えるにつれて，当初の有名スポットの観光から，温泉を含む宿泊施設，自然景観，祭りやイベ

[5] 各質問項目に対する有効回答数は，巻末のクロス集計表の各項目参照.

[6] 2008年度は，はじめて17％，２回目14％，３回目10％，４回目６％，５回目以上53％という結果であった．2009年度は，同様に14％，14％，13％，５％，54％であった.

[7] 2008年度は，10代２％，20代13％，30代14％，40代14％，50代24％，60代23％，70代以上10％という結果であった．2009年度は，同様に１％，９％，15％，14％，21％，28％，12％であった.

ントを楽しむ旅行へと関心を移していくことが示され，リピーター獲得のためには「宿泊施設の充実を図り，既存の観光資源と組み合わせて，その土地の新たな魅力を開発する」[8]必要があると述べている．ただし，ここでの質問票調査は，コストを考慮し，実際の観光客への質問票調査ではなく，国内の旅行会社や観光局を対象に行なわれ，旅行者の属性，旅行の形態，目的などの要素を踏まえて「関西を訪問する観光客にどのような観光プランを提案するか」といった質問となっている．したがって，質問票調査の質的データを数値化して捉える試みは評価できるが，分析結果からわかることは供給サイドが意図した旅行目的の違いであり，需要サイドからの実際の旅行目的とは異なることが考えられる．

Shoemaker（1989）は，年代の中でも55歳以上をシニア市場と定義し，このシニア市場をセグメント化するために，ペンシルバニア州に住む55歳以上の人に質問票調査を実施している．回答結果を，属性（性別，年齢，職業）と旅行回数，旅行行動（交通手段，旅行費用，旅行期間），旅行理由で単純集計した後，旅行理由を軸にクラスター分析を行い，３つのクラスター群に分けている．さらに，３つのクラスター群をグループ変数（被説明変数）とし，回答者の旅行に求める便益，旅行行動等を説明変数として判別分析を行い，各クラスターに含まれる回答者のプロファイリングを行っている．ここでは，旅行理由の選択肢に「重要でない」から「非常に重要である」の５段階の順序尺度を用いているため，熱海市観光客動線調査のように，旅行理由（目的）を複数回答の名義尺度で回答する場合は，同様の分析方法をそのまま用いることはできない．

本稿では，比較的単純な回答方法となっている実態調査の集計結果を用いて，この結果から得られた質的データを数値化して捉え，訪問歴と年代に着目して，各セグメントの特徴を捉えることを目的としている．

なお，土居他（2009）は，2003年に実施した「伊豆半島に関するアンケート調査」をもとに，観光客からみた伊豆半島の分析を行っている[9]．ここではコンジョイント分析という手法を使っているため，一般的に行われている実態調査で得られる回答に利用することはできない．しかし，熱海を含む伊豆半島に関して，東京都，千葉県，埼玉県，神奈川県の居住者に質問票調査を実施しているため，熱海の観光を考える上で参考となるので，その結果についてふれておく．一般的に，観光地選択の基準で重要なことは，温泉の有無（35%），観光地の雰囲気（18%），宿泊料金（13%）という結果であった．伊豆半島のイメージについては，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．これらを熱海市の2008年度の調査結果でみると，温泉62%，景色・自然29%，料理・味覚21%，交通の便33%となっており，料理・味覚が特に低く，交通の便が少し高めとなっている．

---

[8] 岡村他（2007）p.10参照.
[9] 詳細は，土居他（2009）pp.154-178参照.

Ⅲ．分析方法

２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特性は，年代，職業，旅行形態，熱海までの交通手段，旅行のきっかけ，旅行目的，熱海市内での訪問先の数（熱海駅，宿泊施設，店を除く）の順に，「60代[10]，勤め人，２人連れ，JR利用，前回来てよかった，温泉目的，訪問先は１ヶ所」が最も多いことがわかっている．こういった特性が，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，どういったものであろうか．本稿では，これらの点について分析を行った．

まず初めに，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【巻末表６～表９参照】．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[11]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[12]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．調整化残差は，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から，絶対値が概ね２以上のものを特徴的な箇所とみなすことができる．この特徴的な箇所に注目し，特性の分析を行った．

例えば，2008年度の年代による訪問歴の違いは，表６の冒頭部分のデータが実測度数となり，それから期待度数を求めると表１のようになる．これらの実測度数と期待度数からχ^2値を求めると122.73となる．この時の自由度は12であるから，ｐ値は0.00となり，１％水準で有意となるので，「年代は訪問歴によって違いがある」という結果となる．そこで，調整化残差を求めて，初訪者，再訪者，常連ごとに，どのような年代の違いがあるのかを分析する．

表１．期待度数

選択肢	初訪者	再訪者	常連
10 代	1	2	5
20 代	9	15	41
30 代	9	15	43
40 代	10	17	46
50 代	16	28	77
60 代	16	28	77
70 代以上	7	12	34

[10] ただし，2008年度は50代と60代が同数となっている．

[11] Ｌ行M列の分割表において，ｉ行目の実測度数の合計を$N_{i\cdot}$，ｊ列目の実測度数の合計を$N_{\cdot j}$，実測度数の総合計をＮ，ｉ行ｊ列目の実測度数をf_{ij}，期待度数をt_{ij}とすると，

$$t_{ij}=\frac{N_{i\cdot}\times N_{\cdot j}}{N}$$

$$\chi^2=\sum_i\sum_j\frac{(f_{ij}-t_{ij})^2}{t_{ij}}$$ で求められる．

また，この時の自由度は（Ｌ－１）×（Ｍ－１）で求められ，χ^2値と自由度からｐ値が得られる．このｐ値から有意水準を判断することができ，本稿では10％以下を有意であると捉えている．

[12] 標準化残差をe_{ij}とすると，

$$e_{ij}=\frac{f_{ij}-t_{ij}}{\sqrt{t_{ij}}}\quad .$$

e_{ij}の分散をV_{ij}，調整化残差をd_{ij}とすると，

$$d_{ij}=\frac{e_{ij}}{\sqrt{V_{ij}}}$$ で求められる．

なお，旅行の目的のみ「複数回答可」となっているが，回答数の度数（人数）をそのまま使用し，分析を行っている．

Ⅳ．分析結果

以下に示す表２，表３はχ^2検定の結果を一覧にまとめたものである．この結果から違いがあると判断されたものについて，その結果を詳しくみていく．

表 2．2008 年度のχ^2検定の結果

		有効サンプル数	自由度	χ^2値	p 値	違いの有無
訪問歴	年代	506	12	122.73	0.00***	○
	職業	506	10	63.82	0.00***	○
	旅行形態	506	8	9.10	0.33	×
	熱海までの交通手段	506	8	6.16	0.63	×
	旅行のきっかけ	494	16	64.65	0.00***	○
	旅行の目的【複数回答：回答数による】	1100（回答者数：507）	24	36.23	0.05**	○
	熱海での訪問先の数（駅，宿，店を除く）	507	14	7.60	0.91	×
年代	職業	505	30	528.58	0.00***	○
	旅行形態	505	24	34.79	0.07*	○
	熱海までの交通手段	505	24	35.37	0.06*	○
	旅行のきっかけ	493	48	62.27	0.08*	○
	旅行の目的【複数回答：回答数による】	1098（回答者数：506）	72	130.25	0.00***	○
	熱海での訪問先の数（駅，宿，店を除く）	507	48	44.80	0.61	×

出所：『熱海市観光客動線調査報告書』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 3．2009 年度の χ^2 検定の結果

		有効サンプル数	自由度	χ^2 値	p 値	違いの有無
訪問歴	年代	469	12	86.93	0.00***	○
	職業	468	10	35.69	0.00***	○
	旅行形態	469	8	4.72	0.79	×
	熱海までの交通手段	471	8	8.96	0.35	×
	旅行のきっかけ	465	16	66.58	0.00***	○
	旅行の目的 【複数回答：回答数による】	967 （回答者数：465）	22	20.34	0.56	×
	熱海での訪問先の数 （駅，宿，店を除く）	471	16	13.71	0.62	×
年代	職業	467	30	377.29	0.00***	○
	旅行形態	467	24	64.38	0.00***	○
	熱海までの交通手段	469	24	31.56	0.14	×
	旅行のきっかけ	463	48	75.54	0.01***	○
	旅行の目的 【複数回答：回答数による】	962 （回答者数：469）	66	96.31	0.01***	○
	熱海での訪問先の数 （駅，宿，店を除く）	469	48	41.94	0.72	×

出所：『熱海市観光客動線調査報告書』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．

Ⅳ－１．訪問歴でみた特性の分析結果

2008年度の年代をみると，初訪者は30代までが多い（20代，30代の調整化残差が順に5.81，2.17．以下，括弧内の数値は調整化残差を示す）．再訪者は20代（1.79）中心である．常連は，相対的に70代以上（1.08）が多い．2009年度もこの結果にほぼ準じている．一般的に，年齢が増えるにつれて旅行経験も増加することを考えると，当然の結果といえる．

職業については，2008年度の場合，初訪者は学生（3.70）と勤め人（2.41）が多く，自営業（－2.28）と無職（－2.04）は少ない．再訪者は勤め人（2.63）が多く，無職（－1.58）は少ない．常連はあまり特徴的なところはないが，相対的には無職（0.83）が多い．2009年度の場合は，初訪者で少ないのは無職（－0.55）というより主婦（－2.10）であるが，それ以外はほぼ同じような傾向がみられる．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．

旅行のきっかけは，2008年度の場合，初訪者は旅行会社のパンフレット（2.60）とインターネット（2.18）が多い．再訪者は家族・知人のすすめ（1.72）が多く，前回来てよかった（－2.19）というのは少ない．常連は，相対的に前回来てよかった（1.33）が多い．2009年度は，初訪者は家族・知人のすすめ（2.27）が多く，次いで旅行会社のパンフレット（1.60）で，再訪者はインターネッ

ト（1.94）が多い．2008年度と同様に前回来てよかったというのは，再訪者（－2.27）は少なく，常連（1.18）は相対的に多い．同じリピーターでも再訪者は，前回来てよかったというのがマイナスというのは興味深い結果である．

ここで，常連の前回来てよかった（から）と回答した人たちの旅行目的（複数回答）の主なものをみておこう．2008年度には常連314名中91名の人が前回来てよかったと答えているが，このうち73％が温泉，46％が交通の便がよい，35％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66名の中で，温泉と交通の便を選んだ人が50％，温泉と梅園などの観光施設が32％，温泉と景色・自然が19％となっている．2009年度では常連303名中96名の人が前回来てよかった（から）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％，温泉と景色・自然を選んだ人は40％，温泉と梅園などの観光施設が17％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，熱海で満足度が高いのは，やはり温泉，交通の便，景色・自然であるといえる．一方，料理・味覚は，常連で前回来てよかった（から）と答えた人の20～25％にとどまっており，ここでも前述の土居他（2009）における伊豆半島全体のイメージとは若干異なっている．

旅行の目的は，2008年度では来訪歴による傾向に違いがあるという結果になっているが，2009年度では違いがないという結果となっている．ただし，2008年度についても違いがあるとはいえ，調整化残差はあまり大きくはない．したがって，相対的な結果ではあるが，初訪者は料理・味覚（1.60）を目的とする人が多く，再訪者は景色・自然（1.44）が多い．常連は梅園などの観光施設（0.52），美術館・博物館等の文化施設（0.50），史跡・文学碑・建造物（0.47）など，目的が明確化する傾向がみられる．

旅行の形態と熱海までの交通手段，熱海での訪問先の数は，2008年度，2009年度ともに訪問歴による傾向に違いはなかった．

Ⅳ－２．年代でみた特性の分析結果

2008年度の職業をみると，20代は学生（3.80）が多く，20代から40代は勤め人が多い（順に，4.06，4.34，2.27）．また，40代は自営業（2.13），50代は主婦（2.04）が多く，60代は主婦（3.57）と無職（2.61），70代以上は無職（10.72）が多い．2009年度の場合も同じような傾向を示すが，40代に自営業（－1.19）は少なく，50代は勤め人（2.57）が多い．60代は主婦より自営業（3.71）が多い．ただ，年代と職業の関係は，訪問歴でもみた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，旅行のきっかけに関しては，2008年度と2009年度の結果に違いがみられた．わかりやすいように表にまとめると，以下のようになる．

表 4. 2008 年度と 2009 年度の結果に違いがみられた項目

	2008 年度		2009 年度	
	違いの有無	傾　向	違いの有無	傾　向
旅行形態	○	40 代は家族旅行（2.09）が多い．その他は目立った特徴はみられないが，相対的に，20 代と 50 代は 2 人連れ（順に 0.94，1.65），30 代は家族旅行（1.42），60 代と 70 代以上はグループ・団体旅行（順に 1.38，1.14）が多い．	○	20 代はグループ・団体旅行（1.98）が多く，30 代と 40 代は家族旅行が多い（順に 2.64，3.25）．相対的に，50 代は 2 人連れ（1.56）が多く，60 代は 1 人旅行（1.23）が多く，70 代以上はグループ・団体旅行（1.48）が多い
熱海までの交通手段	○	70 代以上の観光バス（3.06）が特徴的である．その他はあまり目立った特徴はみられないが，相対的に，30 代と 50 代は自動車（順に 0.46，1.18），40 代は観光バス（1.20），60 代は路線バス（1.27）が多い．	×	年代による違いはみられない．
旅行のきっかけ	○	特徴的なのは，20 代のインターネット（2.02）である．40 代は旅行会社のパンフレット（1.83），50 代はテレビ番組（1.75）が多い．その他はあまり目立った特徴はみられないが，相対的に，30 代はインターネット（1.16），60 代は新聞広告（0.96）が多い．	○	特徴的なのは，20 代の家族・知人のすすめ（3.19），30 代と 40 代のインターネット（順に 2.05，2.64）である．その他，相対的に，50 代は新聞広告（1.28），60 代は前回来てよかった（1.19），70 代以上はテレビ番組（1.55）が多い．

出所：『熱海市観光客動線調査報告書』の各年度個票データより筆者作成．
注：（）内の数値は調整化残差を示す．

旅行形態については，30代と40代の家族旅行，50代の２人連れ，70代以上のグループ・団体旅行が多いことは共通した結果となっている．熱海までの交通手段に関しては，2008年度の場合も70代以上の観光バス以外はあまり目立った違いはみられず，全体として，年代による違いはあまりないと考えられる．

旅行のきっかけは，各年度で特徴的なところがみられるが，両年度に共通するのは30代のインターネットのみである．熱海市の観光客の場合，リピーターが全体の８割強を占め，訪問歴によるきっかけの違いを考えると，年代でとらえるより，訪問歴でとらえたほうが，効果的な宣伝を行えるということを示しているようだ．

旅行の目的は，2008年度，2009年度といずれも明らかな違いがあるという結果となった．2008年度の場合は，20代，30代とも梅園にはあまり興味がない（順に－2.96，－2.47）．30代は予算の関係

（2.54）が大きく関係し，スポーツ施設（2.01）の利用が多い．その他は，相対的に，40代は体験型観光施設（1.37），50代と70代は梅園などの観光施設（順に1.89，1.87），が多く，60代は史跡・文学碑・建造物（1.92）が多い．2009年度で特徴的なのは，20代の予算の関係（3.11）である．その他は，相対的に30代が温泉（1.74），40代がスポーツ施設（1.37），50代の梅園などの観光施設（1.57），60代の美術館・博物館等の文化施設（1.44），70代以上の公園（1.38）が多くなっている．

熱海での訪問先の数は，訪問歴による傾向と同様に2008年度，2009年度ともに年代による傾向に違いはなかった．

Ⅴ．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．熱海の場合，再訪者と常連をあわせたリピーターが約85％を占めている．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，インターネットが効果的な宣伝媒体となることがわかる．また，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．常連では，前回来てよかったが多いという特徴があるが，これらの人たちに，より頻繁なリ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・味覚に工夫をこらし，観光施設や文化施設，史跡等を活用したイベントの案内が効果的であろう．

訪問歴に関連して，ここで１つ気になることを紹介しておこう．【財】日本交通公社（2009）では，国内の観光地30ヶ所をあげ，来訪経験と来訪意向を尋ねた調査結果が示されている．それによれば，熱海は来訪経験率が５割を超え，札幌，日光，箱根，京都と並ぶ代表的な観光地となっている．また，熱海に行ったことがない人にとっても，観光地としての認知度は高く，かつ来訪意向も強いところに位置づけられる．しかし，熱海を訪れたことがある人にとっては，再来訪意向がそれほど強くない観光地となっている[13]．熱海市で行われた２回の調査結果では，再来の意向が98％を示しているのと対照的である．これは，【財】日本交通公社（2009）が，全国に居住する人々を対象に行われた調査結果であることも一因であろうが，熱海市での調査が，現に熱海を訪れている人に尋ねているというバイアスがかかっていることも考えられる．常連の多いことを特徴とする熱海であるが，初訪者をどのくらいリピーター化できているのか２回の実態調査から知ることはできず，今後の課題であろう．

[13] とはいえ，2008年の調査では，2003年に行われた調査と比較すると，この再来訪意向は大幅に上昇し，熱海の印象や満足度が以前に比べると良くなっていると考えられる．詳細は，【財】日本交通公社（2009）pp.66-71参照．

年代でみると，観光戦略を考える上で役立つのは，旅行の形態と旅行の目的であろう．分析の結果，旅行の形態で特徴的とされた30代，40代の家族旅行と50代の２人連れについてプロファイリングを行ってみた【表５参照】．70代のグループ・団体旅行は該当者が少ないためここでは省略している．表５をみると，熱海市までの交通手段は，全体としてはJR利用が多い[14]にも関わらず，30代，40代の家族旅行および2008年度の50代の２人連れは自動車利用が多くなっている．滞在期間は，30代，40代の家族旅行は１泊２日が多く，50代の２人連れは日帰りが多い．これと関連して，熱海市内での１人当たり予算総額も30代，40代の家族旅行のほうが多い．旅行の目的では，30代，40代の家族旅行は温泉の比率が高く，50代の２人連れは温泉と並んで梅園などの観光施設の比率が高い．

表 5．特徴的な旅行形態のプロファイリング

	2008 年度		2009 年度	
	30 代・40 代の家族旅行（該当者 48 名）	50 代の 2 人連れ（該当者 61 名）	30 代・40 代の家族旅行（該当者 64 名）	50 代の 2 人連れ（該当者 48 名）
居住地	東京 33%，神奈川 29%他	静岡 36%，東京 31%他	神奈川 36%，静岡 23%他	神奈川 42%，東京 25%他
訪問歴	常連 50%，再訪者 35%他	常連 64%，再訪者 26%他	常連 61%，再訪者 27%他	常連 73%，再訪者 23%他
熱海市までの交通手段	自動車 52%，JR42%他	自動車 54%，JR44%他	自動車 59%，JR39%他	JR54%，自動車 44%他
熱海市内での１人当たり予算総額	2 万円台 31%，1 万円台 27%他	1 万円未満 41%，2 万円台 28%他	1 万円台 36%，1 万円未満 27%他	1 万円未満 52%，1 万円台 19%他
熱海市内の滞在期間	1 泊 2 日 71%，日帰り 27%他	日帰り 62%，1 泊 2 日 36%他	1 泊 2 日 59%，日帰り 41%	日帰り 67%，1 泊 2 日 33%
旅行のきっかけ	前回来てよかった 15%，旅行会社パンフレット，インターネット，知人のすすめ各 13%他	前回来てよかった 21%，テレビの番組 18%他	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 34%，インターネット 13%他
旅行の目的【複数回答】	温泉 67%，景色・自然，交通の便各 33%他	温泉，梅園などの観光施設各 56%，景色・自然，交通の便各 33%	温泉 75%，梅園などの観光施設 39%他	温泉，梅園などの観光施設各 52%，景色・自然 40%他
訪問先の数	1 ヶ所 35%，2 ヶ所 27%他	1 ヶ所 28%，2 ヶ所 21%他	1 ヶ所 42%，2 ヶ所 25%他	2 ヶ所 45%，1 ヶ所 25%他

出所：『熱海市観光客動線調査報告書』の各年度個票データより筆者作成．
注：各項目，上位２つを記載．

[14] 2008年度は，JR55%，自動車36%となっており，2009年度はJR61%，自動車34%となっている．

訪問先の数で，2009年度の50代の２人連れで２ヶ所が多くなっているのは，JR利用が多いことと関連があると思われる[15].

旅行の目的では，全体的に，20代，30代の比較的若い世代は予算の関係が大きく影響し，40代以上は観光施設や文化施設，史跡等など，目的がはっきりしていることがあげられる．常連のより一層のリピート化を促す方策と同様に，観光施設や文化施設，史跡等を活用したイベントの案内が効果的であろう.

また，熱海での訪問先の数については，当初，訪問回数あるいは年代がすすむにつれて旅行目的が明確化するため，訪問先の数が減るのではないかと予想したが，有意な違いはみられなかった.

Ⅵ．おわりに

本稿では，2008年度，2009年度の２回にわたる熱海市観光客動線調査の個票データを使い，訪問歴と年代に着目して，熱海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，さらに調整化残差を求め，その依存の度合いにより特徴を抽出した.

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，交通の便，景色・自然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，さらに具体的な特徴も示した．旅行の目的では，20代，30代の比較的若い世代は予算の関係が大きく影響し，40代以上は観光施設や文化施設，史跡等など，特定の目的を持って来訪していることが明らかとなり，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，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.

[15] 熱海市観光経済部観光課（2010）では，「日帰り客も宿泊客もJR利用で熱海を訪れた人のほうが，市内をいろいろと観光している」（p.9）ことが，樹形図で示されている.

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わからない．他の季節での追調査を行う必要がある．また，一般的な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

［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］ 熱海市観光経済部観光課（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］ 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政策評価と統計分析』日本評論社

［４］ 【財】日本交通公社（2009）『旅行者動向2009：国内・海外旅行者の意識と行動』

［５］ 岡村薫･福重元嗣（2007）「リピーター観光客育成に向けた観光プロモーション策」『Discussion Papers in Economics and Business 07-42』大阪大学経済学研究科・国際公共政策研究科

［６］ 静岡県産業部観光局参考政策室（2009）『平成20年度静岡県観光交流の動向』

［７］ 静岡県産業部観光局参考政策室（2010）『平成21年度静岡県における観光の流動実態と満足度調査報告書』

［８］ Shoemaker, Stowe（1989）Segmentation of the Senior Pleasure Travel Market, *Journal of Travel Research*, 27(3), 14-21

［９］ 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

［10］ 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 6. 2008 年度訪問歴別クロス集計表　（単位：名）

質問	選択肢	初訪者	再訪者	常連	小計
年代	10 代	4	1	3	8
	20 代	27	23	14	64
	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	144	272
	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	323	506
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	79	128
	その他	1	2	9	12
	合計	68	116	322	506
熱海までの交通手段	JR	36	69	161	266
	路線バス	1	0	4	5
	観光バス	4	8	23	35
	自動車	27	37	131	195
	その他	0	2	3	5
	合計	68	116	322	506
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	91	102
	その他	16	29	100	145
	合計	68	112	314	494
旅行の目的【複数回答】	温泉	45	75	193	313
	景色・自然	21	44	83	148
	料理・味覚	20	22	64	106
	マリンスポーツ	0	0	3	3
	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
	スポーツ施設	0	2	7	9
	体験型観光施設	1	2	6	9
	公園	2	1	10	13
	その他	6	17	36	59
	合計	141	252	707	1100
訪問先の数	0 ヶ所	2	3	13	18
	1 ヶ所	25	47	135	207
	2 ヶ所	19	41	101	161
	3 ヶ所	16	14	46	76
	4 ヶ所	5	8	21	34
	5 ヶ所	1	2	3	6
	6 ヶ所	0	1	3	4
	7 ヶ所	0	0	1	1
	合計	68	116	323	507

出所：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）』の個票データより筆者作成.

表 7. 2008 年度年代別クロス集計表　（単位：名）

質問	選択肢	10 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	70 代	小計
職業	自営業	0	2	2	12	11	11	9	47
	勤め人	0	51	55	49	71	42	3	271
	学生	8	7	0	0	0	0	0	15
	主婦	0	2	8	10	34	41	8	103
	無職	0	0	0	0	1	21	29	51
	その他	0	1	2	1	4	6	4	18
	合計	8	63	67	72	121	121	53	505
旅行形態	１人旅行	2	1	3	3	4	8	4	25
	２人連れ	2	31	26	27	61	47	20	214
	家族旅行	3	12	22	26	29	24	11	127
	グループ・団体旅行	0	18	15	14	26	37	17	127
	その他	1	2	1	2	1	4	1	12
	合計	8	64	67	72	121	120	53	505
熱海までの交通手段	JR	6	36	35	33	60	70	25	265
	路線バス	0	0	0	0	1	3	1	5
	観光バス	0	1	3	8	5	8	10	35
	自動車	2	25	28	30	55	38	17	195
	その他	0	2	1	1	0	1	0	5
	合計	8	64	67	72	121	120	53	505
きっかけ	ポスター	0	0	1	1	1	2	0	5
	旅行会社のパンフレット	0	10	8	14	9	11	6	58
	テレビの番組	0	2	3	2	15	9	5	36
	新聞広告	0	0	2	3	3	6	1	15
	雑誌	0	4	2	0	2	3	1	12
	インターネット	0	11	9	8	7	7	2	44
	家族・知人のすすめ	2	12	12	8	18	23	2	77
	前回来てよかった	1	5	14	12	26	29	14	101
	その他	3	20	15	22	36	29	20	145
	合計	6	64	66	70	117	119	51	493
旅行の目的【複数回答】	温泉	4	44	45	42	76	69	32	312
	景色・自然	6	18	26	22	33	32	10	147
	料理・味覚	2	15	23	16	25	19	6	106
	マリンスポーツ	0	0	1	1	1	0	0	3
	予算の関係	0	5	11	6	4	5	1	32
	交通の便がよい	1	18	26	21	43	46	14	169
	史跡・文学碑・建造物	0	1	1	4	5	13	2	26
	梅園などの観光施設	0	6	12	25	57	49	25	174
	美術館・博物館等の文化施設	0	1	2	5	8	16	7	39
	スポーツ施設	0	1	4	1	1	2	0	9
	体験型観光施設	1	2	1	3	1	1	0	
	公園	0	1	1	0	3	5	3	13
	その他	0	11	7	5	9	19	8	59
	合計	14	123	160	151	266	276	108	1089
訪問先の数	０ヶ所	1	1	4	5	2	3	1	17
	１ヶ所	2	31	30	32	46	43	23	207
	２ヶ所	4	21	16	19	43	38	20	161
	３ヶ所	1	7	12	9	20	20	7	76
	４ヶ所	0	3	5	6	6	13	1	34
	５ヶ所	0	1	0	1	2	2	0	6
	６ヶ所	0	0	0	0	2	2	0	4
	７ヶ所	0	0	0	0	0	0	1	1
	８ヶ所	0	0	0	1	0	0	0	1
	合計	8	64	67	73	121	121	53	507

出所：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）』の個票データより筆者作成.

表 8. 2009 年度訪問歴別クロス集計表　（単位：名）

質問	選択肢	初訪者	再訪者	常連	小計
年代	10 代	2	0	2	4
	20 代	16	17	11	44
	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	33	41
	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	306	468
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	92	143
	グループ・団体旅行	15	21	66	102
	その他	0	3	5	8
	合計	49	114	306	469
熱海までの交通手段	JR	26	66	187	279
	路線バス	1	2	0	3
	観光バス	2	5	7	14
	自動車	20	41	112	173
	その他	0	0	2	2
	合計	49	114	308	471
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	28	49
	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	72	95
	合計	49	113	303	465
旅行の目的【複数回答】	温泉	29	60	177	266
	景色・自然	10	36	109	155
	料理・味覚	9	15	51	75
	マリンスポーツ	1	0	1	2
	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	23	26
	梅園などの観光施設	14	50	140	204
	美術館・博物館等の文化施設	4	7	25	36
	スポーツ施設	0	0	5	5
	公園	0	4	13	17
	その他	2	6	18	26
	合計	81	218	668	967
訪問先の数	0 ヶ所	2	5	17	24
	1 ヶ所	17	39	104	160
	2 ヶ所	16	34	91	141
	3 ヶ所	4	23	51	78
	4 ヶ所	8	10	27	45
	5 ヶ所	1	1	9	11
	6 ヶ所	1	0	7	8
	7 ヶ所	0	1	2	3
	8 ヶ所	0	1	0	1
	合計	49	114	308	471

出所：熱海市観光経済部観光課（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）』の個票データより筆者作成.

表 9. 2009 年度年代別クロス集計表　（単位：名）

質問	選択肢	10 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代	70 代	小計
職業	自営業	0	1	2	3	7	23	4	40
	勤め人	0	32	53	47	65	39	4	240
	学生	3	5	0	0	1	0	0	9
	主婦	0	2	14	15	24	33	17	105
	無職	0	2	0	0	1	29	31	63
	その他	0	1	0	2	1	5	1	10
	合計	3	43	69	67	99	129	57	467
旅行形態	１人旅行	0	2	5	2	3	11	5	28
	２人連れ	0	19	24	24	48	57	16	188
	家族旅行	2	6	31	33	22	29	19	142
	グループ・団体旅行	1	15	7	7	24	30	17	101
	その他	1	2	1	1	2	1	0	8
	合計	4	44	68	67	99	128	57	467
熱海までの交通手段	JR	2	27	35	34	56	80	44	278
	路線バス	0	1	0	0	0	2	0	3
	観光バス	0	0	1	1	6	4	2	14
	自動車	2	16	33	32	36	43	10	172
	その他	0	0	0	0	1	0	1	2
	合計	4	44	69	67	99	129	57	469
きっかけ	ポスター	0	1	1	2	3	5	3	15
	旅行会社のパンフレット	0	5	7	5	13	10	8	48
	テレビの番組	0	4	4	4	6	15	9	42
	新聞広告	1	0	3	1	8	8	1	22
	雑誌	0	2	1	1	3	4	1	12
	インターネット	0	3	12	13	7	6	1	42
	家族・知人のすすめ	1	16	13	14	10	14	11	79
	前回来てよかった	1	4	15	8	28	38	15	109
	その他	1	8	13	17	19	28	8	94
	合計	4	43	69	65	97	128	57	463
旅行の目的【複数回答】	温泉	3	24	49	38	50	67	34	265
	景色・自然	1	18	21	20	33	51	11	155
	料理・味覚	0	11	14	8	19	18	4	74
	マリンスポーツ	0	1	0	0	0	1	0	2
	予算の関係	0	6	0	2	4	6	1	19
	交通の便がよい	0	7	20	20	33	39	17	136
	史跡・文学碑・建造物	0	1	0	4	5	11	4	25
	梅園などの観光施設	0	10	26	29	57	60	20	202
	美術館・博物館等の文化施設	1	2	1	2	6	17	7	36
	スポーツ施設	0	0	0	2	2	0	1	5
	公園	0	0	5	1	3	4	4	17
	その他	0	4	3	6	2	7	4	26
	合計	5	84	139	132	214	281	107	962
訪問先の数	０ヶ所	0	0	2	5	4	11	2	24
	１ヶ所	1	16	27	17	43	37	19	160
	２ヶ所	2	13	22	21	27	36	18	139
	３ヶ所	0	7	6	12	14	29	10	78
	４ヶ所	1	6	8	7	4	13	6	45
	５ヶ所	0	0	3	2	4	1	1	11
	６ヶ所	0	1	1	2	2	1	1	8
	７ヶ所	0	1	0	0	1	1	0	3
	８ヶ所	0	0	0	1	0	0	0	1
	合計	4	44	69	67	99	129	57	469

出所：熱海市観光経済部観光課（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）』の個票データより筆者作成.