

# 日本人海外旅行者による旅行情報の利用と その有用性の評価

西 村 幸 子

- I はじめに
- II 調査方法
- III 調査結果
  - 1. 旅行出発前
  - 2. 旅行期間中
- IV 考察と結論

## I はじめに

Chen and Gursoy は、観光の研究者が最も頻繁に検討する研究課題のひとつとして旅行者による情報の探索と利用を挙げている<sup>1</sup>。そうした研究では、旅行に関する意思決定における情報の役割に焦点を当てる場合が多い。これは、旅行商品が無形であり生産と消費を分離することができないという特性を持つために、その購入を検討している消費者は事前に見たり試したりすることができず、一般に情報に頼らざるを得ないという側面を持つからであろう<sup>2</sup>。

旅行に関する意思決定における情報の役割に関する先行研究の多くは、旅行出発前に行われる旅行目的地の選択を中心に扱ってきている<sup>3</sup>。しかし実際には、観光客は例えば旅行期間中に行う様々な活動や食事といったような旅行構成要素に関しても選択を行い、それらは必ずしも旅行出発前になされるとは限らない<sup>4</sup>。そういった意味で旅行に関する意思決定は、特にパッケージツアーを利用しない個人旅行者の場合には、旅行期間中のどの時点でも起こり得る。このような視点から見てみると、旅行に関する意思決定と情報源の利用との関係は、旅行出発前と旅行期間中の両方において様々な旅行構成要素との関連において検討される必要があろう。旅行期間中の情報の探索についての研究

- 1 J. S. Chen and D. Gursoy, Cross-Cultural Comparison of the Information Sources Used by First-Time and Repeat Travelers and Its Marketing Implications, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 7, No. 2, 2000, p. 191.
- 2 S. Nishimura and R. Z. Waryszak 「A Model of the Relationship between Travel Decision-Making Process and the Use of Information Sources」『総合観光研究』第1号, 2002年, 127-128 ページ。
- 3 Y. Mansfeld, From Motivation to Actual Travel. *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, 1992, pp. 399-419.
- 4 A. G. Woodside, Introduction: Theory and Research on the *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, ed. by A. G. Woodside, G. I. Crouch, J. A. Mazanec, M. Oppermann and M. Y. Sakai, Wallingford, CABI Publishing, 2000, pp. 1-17.

はこれまでに数少なく、またその殆どが米国での高速道路沿いのビジターセンターに関するものに限られている<sup>5</sup>。

本稿は、観光客が旅行出発前と旅行期間中の両方において意思決定を行う際に様々な旅行構成要素に関してどのように複数の情報源を利用し、それぞれの情報源に対してどのように相対的な重要性を置くのかを明らかにすることを目的とする。Snepenger et al.<sup>6</sup>は、旅行情報源に関する研究のためのデータ収集の場合、彼ら自身が用いたような「利用した・利用しなかった」といった単純な二択では限界があると論じている。さらに Fesenmaier and Vogt<sup>7</sup>は、情報の利用者が感じる有用性を理解することの意義について述べている。本稿では、様々な旅行情報源のそれぞれについて利用したかどうかだけでなく、「利用して感じた有用性」に関する調査も報告する。したがって本稿は、観光客を取り巻く旅行に関する情報環境の全体像の理解の増進に役立つであろう。

## II 調査方法

本稿で報告する調査は、日本人海外旅行者の情報源の利用に関するより大きな研究の一部として行われたものである。今回報告する調査には自記式調査票を使用し、調査票には旅行目的地や宿泊施設といったような複数の旅行構成要素に関する情報源の利用の有無とそれらの情報源を利用して感じた有用性を評価する部分とが含まれていた。また、ある旅行構成要素に関してある旅行情報源を実際に利用した人だけがその有用性を評価するように注意書きが添えられた。例えば、宿泊施設に関する情報を収集する際の旅行ガイドブックの有用性は、そのような目的で旅行ガイドブックを利用した人だけが回答するように調査票が設計された。有用性の測定に用いられた尺度は、「1=全く役立たない」から「5=非常に役立つ」の五段階のものであった。さらにこの調査は二つの異なった時点での情報の利用（旅行出発前と旅行期間中）を対象とするため、回答者には双方の時点での情報の利用についてそれぞれ回答してもらった。

もともとこの調査はオーストラリアへの日本人観光客を対象として行う計画であったが、一定数以上のサンプル数を確保することが困難であったために後に調査対象をオーストラリアに限定せず日本人海外旅行者に拡大することになった。そのような調査対象

- 5 D. R. Fesenmaier, Traveler Use of Visitor Information Centers: Implications for Development in Illinois, *Journal of Travel Research*, Vol. 33, 1994, pp. 44-50., D. R. Fesenmaier and C. A. Vogt, Evaluating the Utility of Touristic Information Sources for Planning Midwest Vacation Travel, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 1, No. 2, 1992, pp. 1-18. R. J. Gitelson and R. R. Perdue, Evaluating the Role of State Welcome Centers in Disseminating Travel Related Information in North Carolina. *Journal of Travel Research*, Vol. 25, 1987, pp. 15-19.
- 6 D. Snepenger, K. Meged, M. Snelling and K. Worrall, Information Search Strategies by Destination-Naive Tourists. *Journal of Travel Research*, Vol. 29 (Summer), 1990, pp. 13-16.
- 7 Fesenmaier and Vogt, *Op. Cit.*, pp. 1-18.

第1表 回答者の構成 (N=1,211)

		N	%
旅行目的地*	オーストラリア	234	20.1
	北米	308	25.4
	ヨーロッパ	229	18.9
	北東アジア	199	16.4
	東南アジア	170	14
	その他	62	5.1
旅行のタイプ	自由度の低いパッケージツアー	358	29.6
	自由度の高いパッケージツアー	482	39.8
	個人旅行	371	36
旅行の目的	休暇	916	75.6
	家族や友人を訪問	98	8.1
	ビジネス	61	5
	留学	80	6.6
	その他	56	4.6
旅行の期間	10日以下	960	79.3
	11日以上	251	20.7
その旅行目的地への旅行経験の有無	なし	816	67.4
	あり	395	32.6
過去の海外旅行の経験	あまり経験がない	663	54.7
	よく経験がある	548	45.2
性別	男性	409	33.8
	女性	802	66.2
年齢	18-25歳	345	28.5
	26-35歳	361	29.8
	36-55歳	299	24.7
	56歳以上	206	17
英語力	全く話せない	409	33.8
	まあまあ話せる	379	31.3
	かなり話せる	423	34.9

\* 「北米」は米国とカナダ, 「北東アジア」は中国, 台湾, 韓国, 「東南アジア」はカンボジア, インドネシア, マレーシア, フィリピン, シンガポール, タイ, ベトナムを含む。

は非常に流動的であり構成が常に変化するために観光客の名前や連絡先が入手不可能であり, サンプル抽出台帳を作成しそこから統計的にサンプル抽出をするという手続きを踏むことは不可能であった。結果として, 非確率抽出法の一つである有意抽出法を用いることとなった。この方法は確率抽出法に比べて代表性は劣る一方, 有用な情報を提供する場合もあり, 今回のような調査対象には最も現実的で適切なアプローチであると考<sup>8</sup>えられた。

データは2001年7月から2002年11月までの間, オーストラリアと日本で収集さ

れ、1534 件の回答が寄せられた。オーストラリアではメルボルンに所在する二つの旅行関係の企業が調査に協力し、日本から来豪する顧客に対して調査を実施した。そのうちの一社は日本で営業する複数の旅行会社と取引があり、幅広い層の観光客、とりわけパッケージツアーを利用する層から回答を得る機会を提供してくれた。もう一社は個人旅行者を中心に扱う会社であった。日本での調査は、約 300 人が出席する講義の出席者に対して実施されただけでなく、雪だるま式標本法を用いて筆者の知人を通じて過去五年間に海外旅行をした事のある人に回答が依頼された。

回収された調査表の中で、次の判断基準に該当するものは集計から除外された。1) 全てまたは大部分の質問に対して無回答である調査票 2) 評価を数字で記入すべきところを印だけをしている調査票 3) 「ハロー効果」を示している調査票 4) 日本で配布された調査票のうち、五年以上前の海外旅行に関して回答された調査票。このような調査票を除外すると、有効回答数は 1211 となった。

第 1 表は回答者全体の構成と旅行に関する特徴を示している。第 1 表が示すように、回答者はパッケージツアー参加者から個人旅行者までを含む、日本人海外旅行者の幅広い層から構成されている。

### Ⅲ 調査結果

この章では、複数の旅行構成要素のそれぞれに関して様々な情報源を利用した回答者の人数とその全体に対する割合を報告する。また、それぞれの情報源を利用して回答者が感じた有用性の評価についても報告する。コレスポネンス分析を用いて、それぞれの情報源の複数の旅行構成要素に関する相対的なポジションも明らかにされる。

#### 1. 旅行出発前

第 2 表は、旅行出発前に様々な旅行情報源を利用した人の人数とその回答者全体に対する割合を示している。第 3 表は、情報源の利用者が感じた有用性の評価の平均値を示している。表面的には、第 2 表に関してはカイ二乗検定、第 3 表に関しては分散分析あるいは多変量分散分析といったような定量的な分析手法を用いてそれぞれの表中での差異を検定することが適切であるように見えるかもしれない。しかし、それらの手法は全ての情報源に関して回答した回答者のみを考慮に入れるので、今回の調査の場合には意味のある結果を生み出さないという危険性がある。前章ですでに述べたように、調査票はある情報源を利用した回答者だけがその評価を記入するように意図的に設計された。結果としてそれぞれの項目の回答者数は均一ではなく、全ての情報源について評価を記入した回答者は全体のごく一部である。したがって、このデータを読み取るには平易な

第2表 各旅行情報源の利用人数と全回答者に対する割合 (N=1,211)  
旅行出発前 (複数回答可)

	旅行目的地 について		宿泊施設 について		現地での 移動手段 について		現地での 訪問場所 について		アクティ ビティー について		食事 について		ショッピング について	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
旅行代理店	552	45.6	542	44.8	431	35.6	411	33.9	372	30.7	393	32.5	361	29.8
パッケージツアー のパンフレット	497	41	425	35.1	339	28	380	31.4	309	25.5	340	28.1	330	27.3
旅行ガイドブック	681	56.2	535	44.2	643	50.6	683	56.4	560	46.2	631	52.1	666	55
TV	216	17.8	147	12.1	141	11.6	162	13.4	152	12.6	163	13.5	161	13.3
新聞・雑誌	220	18.2	171	14.1	160	13.2	188	15.5	168	13.9	184	15.2	194	16
インターネット	336	27.8	266	22	213	17.6	244	20.2	212	17.5	212	17.5	209	17.3
旅行目的地の観 光局の資料	226	18.7	184	15.2	210	17.3	217	17.9	189	15.6	184	15.2	188	15.5
友人・家族から の口コミ	416	34.4	301	24.9	287	23.7	352	29.1	295	24.4	374	30.9	364	30.1
過去の旅行経験	403	33.3	324	26.8	345	28.5	326	26.9	311	25.7	355	29.3	364	30.1
その他の情報源	13	1.1	9	0.7	9	0.7	9	0.7	9	0.7	9	0.7	10	0.8

記述分析が最も適切であると考えられた。

第2表によると、旅行出発前においては、宿泊施設に関する場合を除いて「旅行ガイドブック」が最も多くの回答者に利用された情報源であった。およそ半数の回答者(46.2%~56.4%)が「旅行ガイドブック」を全ての旅行構成要素に関して利用していた。「旅行ガイドブック」は様々な旅行構成要素の中で「旅行目的地」「現地での移動手段」「現地での訪問場所」「食事」「ショッピング」に関して特によく利用されていた。次に利用者数が多かった情報源は「旅行代理店」(29.8%~45.6%)と「パッケージツアーのパンフレット」(27.3%~41.0%)であり、殆どの旅行構成要素に関して利用者が二番目あるいは三番目に多かった。また、「旅行代理店」は「宿泊施設」に関しては、最も利用者数が多かった。第1表が示すように、全回答者のおよそ三分の二がパッケージツアー(自由度の高いものと低いもののどちらか)に参加して旅行したことを考慮すると、「旅行代理店」と「パッケージツアーのパンフレット」の利用者数の多さは理解できよう。第2表から明らかなように、上記三つ以外の情報源を利用した回答者の人数は比較的少なかった。

第3表は、「旅行ガイドブック」が複数の旅行構成要素に関して五段階評価の中間で

第3表 各旅行情報源を利用して感じた有用性の評価：旅行出発前

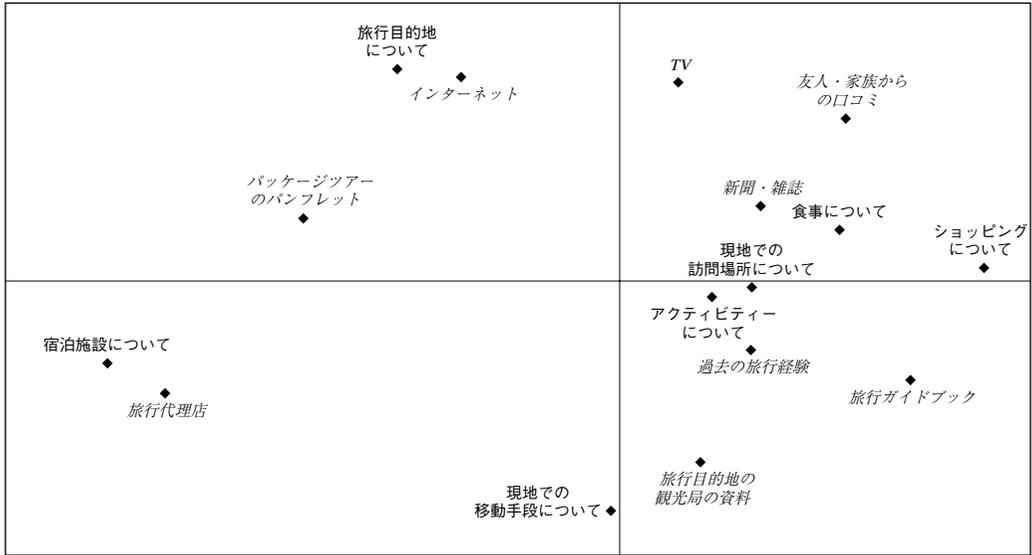
	旅行目的地について		宿泊施設について		現地での移動手段について		現地での訪問場所について		アクティビティについて		食事について		ショッピングについて	
	平均値	SD	平均値	SD	平均値	SD	平均値	SD	平均値	SD	平均値	SD	平均値	SD
旅行代理店	3.5	1.04	3.46	1.14	3.07	1.18	3.22	1.15	2.98	1.15	2.69	1.11	2.27	1.14
パッケージツアーのパンフレット	3.38	0.96	3.19	1.03	2.72	1.1	3.23	1.09	2.95	1.06	2.27	1.11	2.67	1.1
旅行ガイドブック	3.97	0.9	3.37	1.16	3.76	1.05	3.96	0.94	3.7	1.03	3.52	1.1	3.62	1.05
TV	2.83	1.05	2.01	0.99	1.93	0.96	2.62	1.14	2.41	1.07	2.53	1.13	2.52	1.18
新聞・雑誌	3.1	1.21	2.57	1.28	2.41	1.24	3.06	1.3	2.85	1.28	3.02	1.31	3.07	1.34
インターネット	3.67	1.03	3.46	1.29	3.06	1.38	3.3	1.25	3.19	1.3	3.01	1.31	3.01	1.32
旅行目的地の観光局の資料	3.12	1.11	2.68	1.17	3.13	1.21	3.15	1.18	3.08	1.06	2.78	1.14	2.8	1.16
友人・家族からの口コミ	3.78	1.05	3.42	1.31	3.34	1.32	3.69	1.24	3.5	1.3	3.64	1.23	3.57	1.26
過去の旅行経験	3.75	1.11	3.44	1.24	3.57	1.21	3.49	1.21	3.53	1.18	3.54	1.11	3.62	1.14
その他の情報源	3.92	1.26	4	1.41	4	1.22	3.78	0.97	3.67	1.41	3.33	1.32	3.4	1.17

ある「3」よりも高く評価されたことを示している（3.52～3.97）。それに準じる結果は「友人・家族からの口コミ」（3.34～3.78）と「過去の旅行経験」（3.44～3.75）にも見られたが、第2表が示すように、これら二つの情報源の利用者数は比較的少なかった。「その他の情報源」も比較的高い平均値（3.33～4.00）を示したが、利用者数は回答者のうちのごく少数に過ぎなかった。（0.7%～1.1%）。したがって、「その他の情報源」はこれ以降の分析からは除外された。

ここまですと、旅行ガイドブックは旅行出発前において殆どの旅行構成要素に関して利用者数が最も多い情報源であり、利用者は他の情報源の利用者よりもその有用性を高く評価した。「旅行代理店」と「パッケージツアーのパンフレット」もよく利用されていたが、利用者は「旅行ガイドブック」の利用者ほどにはその有用性を高く評価しなかった。「友人・家族からの口コミ」と「過去の旅行経験」については、利用者は有用性を比較的高く評価したが、その利用者数は限られていた。

第1図は、第2表のデータを基にコレスポネンス分析を行って作成された、旅行出発前の七つの旅行構成要素に関して九つの情報源の利用との相対的な関係を視覚的に示す二次元の知覚マップである。ある特定のマーケットを調査する場合におけるコレスポネンス分析の効果についてはこれまでによく立証されている。この分析手法を使用す

第1図 日本人海外旅行者による旅行情報源の知覚マップ：旅行出発前



ゴシック：旅行構成要素  
 イタリック：旅行情報源

ることで様々な旅行構成要素と情報源をマップ上に点として再現することで、それらの相対的な関係を視覚的に示すことができる。すなわち、ある情報源を示す点とある旅行構成要素を示す点との間の距離は、その情報源がその旅行構成要素に関して利用された程度を反映している。また、点と点との間の距離は、利用における類似性あるいは非類似性の程度も示している。知覚マップの作成に関しては、適合度検定の信頼できる尺度として  $R^2$  があり、Hair et al. はこの値が0.60 あるいはそれ以上であれば有意と考えられるとしている。今回の0.87 という値は十分高く、この二次元モデルの適合度の高さを示している。

第1図では、旅行出発前に回答者によって利用された九つの情報源（ゴシック）と七つの旅行構成要素（イタリック）が点として示されている。旅行構成要素に関しては、「アクティビティー」「現地での訪問場所」「食事」「ショッピング」という四つの旅行構成要素が比較的固まって位置し、情報利用における類似性を示している一方で、それ以外の三つの旅行構成要素は明確に離れて位置している。前者のグループに対しては「過去の旅行経験」「新聞・雑誌」「旅行ガイドブック」「友人・家族からの口コミ」という情報源が近くに位置し、密接な情報利用の関係を示している。そのような密接な関係は「旅行目的地」と「インターネット」、そして「宿泊施設」と「旅行代理店」にも見

9 G. A. Churchill and D. Iacobucci, *Marketing Research: Methodological Foundations (8th Edition)*. Fort Worth, Harcourt College Publishers, 2002.  
 10 J. F. Hair, R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black, *Multivariate Data Analysis (5th Edition)*, Upper Saddle River, Prentice-Hall International, 1998.

られる。既に報告したように「旅行ガイドブック」は殆どの旅行構成要素に関して最も利用人数の多い情報源であった。しかし第1図では、「旅行目的地」については「インターネット」、「宿泊施設」については「旅行代理店」との関係が非常に密接であるために、「旅行ガイドブック」は「アクティビティー」「現地での訪問場所」「食事」「ショッピング」との関係がより深かったことが視覚的に示されている。

## 2. 旅行期間中

第4表は、旅行期間中に様々な旅行情報源を利用した人の人数とその回答者全体に対する割合を示している。第5表は、情報源の利用者が感じた有用性の評価の平均値を示している。

第4表によると、「旅行ガイドブック」は旅行期間中において全ての旅行構成要素に関して最も利用した人数が多い情報源で、回答者の約半数が利用した（40.3%～52.0%）。同様の結果は旅行出発前にも見られている。旅行期間中に「旅行ガイドブック」は、複数の旅行構成要素の中でも特に「現地での交通機関」「現地での訪問場所」「食事」「ショッピング」の情報に関して利用者数が多かった。その次に利用者数が多い情報源は「ツアーガイド」であった（36.8%～41.4%）。第1表が示すように、回答者の中で「自由度の低いパッケージツアー」の参加者が約三分の一を占めていることを考えると、この数値は信頼に値するであろう。

第4表 各旅行情報源の利用人数と全回答者に対する割合（N=1,211）  
旅行期間中（複数回答可）

	宿泊施設 について		現地での移動 手段について		現地での訪問 場所について		アクティビテ ィーについて		食事について		ショッピング について	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ツアーガイド	474	39.1	465	38.4	501	41.4	439	36.3	461	38.1	446	36.8
旅行ガイドブック	488	40.3	576	47.6	628	51.9	531	43.9	611	50.5	630	52
観光案内所	228	18.8	289	23.9	284	23.5	267	22	242	20	231	19.1
インターネット	125	10.3	117	9.7	125	10.3	120	9.9	111	9.2	108	8.9
現地に住んでいる 人からの口コミ	214	17.7	264	21.8	293	24.2	275	22.7	327	27	296	24.4
他の観光客からの 口コミ	170	14	182	15	198	16.4	186	15.4	207	17.1	201	16.6
過去の旅行経験	292	24.1	327	27	305	25.2	282	23.3	339	28	350	28.9
その他の情報源	14	1.2	19	1.6	16	1.3	17	1.4	18	1.5	13	1.1

第5表 各旅行情報源を利用して感じた有用性の評価：旅行期間中

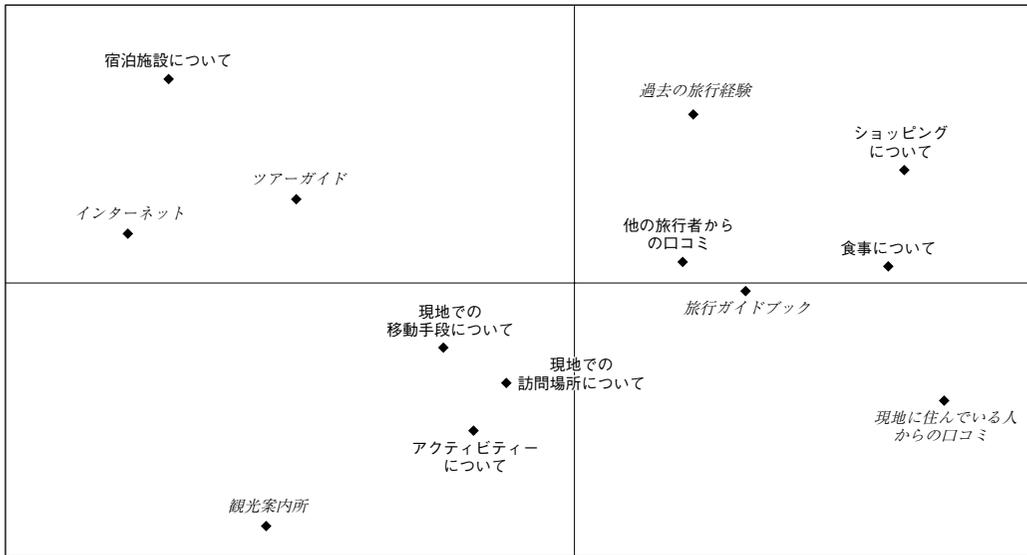
	宿泊施設について		現地での移動手段について		現地での訪問場所について		アクティビティについて		食事について		ショッピングについて	
	平均値	SD	平均値	SD	平均値	SD	平均値	SD	平均値	SD	平均値	SD
ツアーガイド	3.65	1.05	3.76	1.01	3.94	0.96	3.76	0.96	3.58	1.03	3.47	1.08
旅行ガイドブック	3.45	1.19	3.82	1.02	3.97	0.89	3.73	0.98	3.64	1.03	3.7	1.02
観光案内所	3.22	1.26	3.62	1.17	3.58	1.11	3.59	1.13	3.19	1.18	3.21	1.21
インターネット	3.22	1.36	2.97	1.2	3.08	1.2	3.23	1.27	3	1.19	3.06	1.26
現地に住んでいる人からの口コミ	3.58	1.36	3.98	1.2	4	1.14	3.9	1.15	4.07	1.1	3.92	1.21
他の観光客からの口コミ	3.25	1.36	3.43	1.3	3.59	1.3	3.49	1.24	3.53	1.25	3.43	1.27
過去の旅行経験	3.53	1.2	3.67	1.14	3.53	1.2	3.52	1.12	3.64	1.07	3.67	1.05
その他の情報源	4.14	1.17	4	1.2	4.19	0.91	3.94	0.97	4.11	0.9	3.85	1.21

第5表が示すように、「旅行ガイドブック」(3.45~3.97)、「ツアーガイド」(3.47~3.94)、「現地に住んでいる人からの口コミ」(3.58~4.07)という三つの情報源を利用した回答者は、他の情報源の利用者よりもそれらの有用性を高く評価した。しかし第4表が示すように、最初の二つの情報源は回答者全体のおよそ30~50%に利用された一方で、「現地に住んでいる人からの口コミ」を利用した回答者数は全体の20%以下であった(14.0%~17.1%)。また、「その他の情報源」を利用した回答者が感じた有用性の平均値は比較的高かったが(3.85~4.19)、利用者数が圧倒的に少なかったため(1.1%~1.6%)、この後の分析からは除外された。

ここまでをまとめると、「旅行ガイドブック」は旅行出発前に引き続き旅行期間中にも最も利用者数の多い情報源であった。旅行出発前の「宿泊施設」に関する情報を除いて、旅行出発前と旅行期間中の両方において最も多くの回答者に利用された情報源であったことは特筆に値する。それ以外に比較的多くの回答者に利用された情報源は、旅行出発前には「旅行代理店」と「パッケージツアーのパフレット」、旅行期間中には「ツアーガイド」であり、これらは全てパッケージツアーに関係している。利用者の感じた有用性の評価に関しては、「旅行ガイドブック」は旅行出発前に利用者に最も有用性が高い情報源と評価され、また旅行期間中にも最も有用性が高い情報源のひとつと評価された。

第2図は、旅行期間中の六つの旅行構成要素に関して九つの情報源の利用との相対的な関係を視覚的に示すために、第4表のデータを基にコレスポネンズ分析を行って作

第2図 日本人海外旅行者による旅行情報源の知覚マップ：旅行期間中



ゴシック：旅行構成要素  
イタリック：旅行情報源

成された二次元の知覚マップである。 $R^2$ は0.85という高い数値で、この二次元モデルの適合度の高さを示している。

第2図を見てみると、「宿泊施設」に関する情報の利用がそれ以外の旅行構成要素とはかなり異なっていること明らかである。知覚マップ上では、それ以外の旅行構成要素のうち「現地での移動手段」「現地での訪問場所」「アクティビティー」が比較的固まって位置し、グループを形成している。また、「ショッピング」と「食事」も同様にグループを形成している。最初のグループにとっては、「ツアーガイド」「現地の観光案内所」「他の旅行者からの口コミ」といった情報源が近くに位置し、相関関係を示唆している。二番目のグループに対しては、「現地に住んでいる人からの口コミ」「旅行ガイドブック」「他の旅行者からの口コミ」「過去の旅行経験」がより多く利用されていることが示唆されている。

「旅行ガイドブック」は、今回の調査で最も利用者数が多い情報源であった。この情報源は最初のグループと二番目のグループのほぼ中間に位置する。この結果は、この二つのグループを形成する旅行構成要素（「食事」「ショッピング」「現地での交通機関」「現地での訪問場所」「アクティビティー」）に関して、旅行期間中における旅行ガイドブックの利用が同程度であったことを意味している。また、「旅行ガイドブック」と「宿泊施設」との関わりが比較的低いことも第2図から明らかである。この関係の薄さは、旅行出発前の関係を示す第1図でも見られた。旅行出発前においては、「宿泊施設」は「旅行代理店」および「パッケージツアー」との密接な関係が示唆された。旅行期間

中においては、第2図は「宿泊施設」と「ツアーガイド」および「インターネット」との距離が同様の近接性を示しており、これらの比較的強い結びつきが示唆されている。

#### IV 考察と結論

本稿は、旅行に関する様々な意思決定の際の観光客による情報の利用について旅行出発前と旅行期間中の二つの時点に関して行った調査結果を報告してきた。概して回答者は、旅行の計画と実施の際に複数の情報源を利用していた。この結果は、観光客は単一の情報源に依存するのではなく幅広い情報を利用するとする Fodness and Murray の研究結果<sup>11</sup>をサポートするものである。

また今回の調査では、旅行出発前だけではなく旅行期間中にも様々な旅行構成要素に関する意思決定が行われる際に情報が利用されることが明らかにされた。この結果は、観光客は旅行期間中を含む多様な機会に旅行構成要素に関する意思決定をする<sup>12</sup>とした Woodside の仮説と一致する。このことを踏まえると、旅行のための情報の探索と利用に関する殆どの先行研究がこれまで旅行出発前だけに焦点を当ててきたことは驚きに値する。今回の調査結果が示唆するように、旅行情報の利用とは旅行の準備段階から旅行期間中を含めて継続的に行われる活動であるならば、今後の旅行に関する情報の利用についての研究においてはこのような利用の時間軸が考慮されるべきであろう。

さて、今回の調査では日本人海外観光客が情報源として「旅行ガイドブック」を最もよく好んでいることが明らかになった。さらにコレスポネンズ分析を用いて、「旅行ガイドブック」が旅行出発前においては「旅行目的地」「現地での移動手段」「現地での訪問場所」「食事」「ショッピング」に関して特によく使用されたことが示され(第1図)、旅行期間中においても同様の結果が示された(旅行期間中の選択肢に含まれなかった「旅行目的地」を除く)(第2図)。旅行出発前と旅行期間中の両方において「旅行ガイドブック」への大きな依存を示さなかった唯一の旅行構成要素は「宿泊施設」であった。

さらに「旅行ガイドブック」は、旅行出発前には最も有用な情報源であり、旅行期間中には最も有用な情報源のひとつであると大部分の回答者に認識されていた。旅行出発前には「友人・家族からの口コミ」と「過去の旅行経験」の利用者が「旅行ガイドブック」と同程度に有用との評価をしたが、これらの情報源の利用者数は「旅行ガイドブック」に比べると非常に少数であった。このような結果は、旅行期間中の段階では少し異

11 D. Fodness and B. Murray, A Typology of Tourist Information Search Strategies, *Journal of Travel Research*, Vol. 37, pp. 108-119.

12 Woodside, *op. cit.*, pp. 1-17.

なった。利用者による「旅行ガイドブック」の有用性の評価は、「現地の観光案内所」「インターネット」「他の旅行者からの口コミ」「過去の旅行経験」よりも高かった一方で、「ツアーガイド」「現地に住んでいる人からの口コミ」よりは低かった。しかし利用者数で見ると、「旅行ガイドブック」と「ツアーガイド」は回答者のおよそ30～50%（旅行構成要素によって異なる）が利用していたが、「現地に住んでいる人からの口コミ」は回答者全体の20%以下しか利用していなかった。

こうした旅行ガイドブックの利用者数の多さと有用性に関する評価の高さの理由については今回の調査では明らかにされなかったが、今回の調査結果は観光客が旅行の全ての段階で行う意思決定に旅行ガイドブックが決定的な影響力を持つことを強く示唆しているように思われる。旅行ガイドブックは旅行に関する意思決定プロセスに不可欠な部分を構成し、幅広い様々なアクティビティーや訪問場所についての有用な情報を提供しているのであろう。さらに、旅行ガイドブックは旅行の意思決定だけに限らず様々な目的のために繰り返し利用されているのかもしれない、旅行出発前の構想および計画の段階から旅行後に旅行を回想する段階までの長期間に渡って利用される場合があるだろう。

本稿で報告された調査の回答者が概して旅行ガイドブックを好んだことは、日本人観光客による情報の利用に関する先行研究の結果を確認するものと言える。先行研究においては、日本人観光客は情報源として印刷媒体を好むとの報告がなされている<sup>13</sup>。しかし今回の調査では、「新聞・雑誌」という印刷媒体の人気は高くなかった。日本人観光客が情報源として単に印刷媒体全体を好むのか、それとも特に旅行ガイドブック（およびパッケージツアーのパンフレット）を好むのかについては今後の研究を待たねばならない。また、今回の調査からは日本人以外の観光客も同様に旅行ガイドブックを好むのかどうか、あるいはこれは日本人観光客だけに見られる現象なのかについては不明である。これらの課題はさらに研究されるべきであろう。

旅行ガイドブック以外に比較的用户数が多かった情報源は、パッケージツアーに関連している。旅行出発前には「旅行代理店」と「パッケージツアーのパンフレット」、旅行期間中には「ツアーガイド」であった。回答者のおよそ三分の二がパッケージツアー（自由度の低いものか高いもののどちらか）に参加して旅行したことを考えると、旅行出発前における「旅行代理店」と「パッケージツアーのパンフレット」の人気はよく理解できる。旅行期間中の「ツアーガイド」の人気に関しても、回答者のおよそ三分の一

---

13 V. Andersen, R. Prentice and K. Watanabe, Journeys for Experiences : Japanese Independent Travelers in Scotland, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 9, 2000, pp. 129–151. B. J. Mihalik, M. Uysal and M.-C. Pan, A Comparison of Information Sources Used by Vacationing Germans and Japanese, *Hospitality Research Journal*, Vol. 18/19 No. 3/1, 1994, pp. 39–46. M. Uysal, C. D. McDonald and L. J. Reid, Sources of Information Used by International Visitors to U. S. Parks and Natural Areas. *Journal of Park and Recreation Administration*, 8, 1990, pp. 51–59.

が自由度の低いパッケージツアーに参加して旅行したことが要因と考えられる。今後の研究では、旅行のタイプ（パッケージツアーの参加者かどうか）によって旅行に関する情報の利用とその有用性の評価に違いがあるのかどうかを調査すべきであろう。

また、今回の調査の回答者の中で口コミを利用した人は、その有用性を高く評価した。この結果は口コミという情報源に関する先行研究の結果を裏付けるものである<sup>14</sup>。しかし、旅行出発前に「友人・家族からの口コミ」を利用した人が感じた有用性は、「旅行ガイドブック」を利用した人が感じた有用性と同程度かそれより低かったことを明記しなければならない。また、「旅行ガイドブック」の利用者数は「口コミ」の利用者数よりも非常に多かったことにも言及するべきであろう。

上記以外の情報源に関しては利用上の顕著な特徴は見られなかった。例えば「インターネット」は「旅行ガイドブック」と同様に旅行出発前と旅行期間中の両方で観光客が利用することのできる情報源である。しかし、回答者の中でこの情報源を利用した人数はさほど多くはなく、また利用者が感じた有用性の評価も五段階評価の「3」程度であった。さらに、旅行先の観光局の直接的な努力の結果である情報源（例えば、旅行出発前における「旅行目的地の観光局の資料」や旅行期間中における「観光案内所」）はあまり利用されておらず、またその有用性の評価も比較的低かった。マスメディア（「テレビ」と「新聞・雑誌」）は全体として利用者数が最も少ない情報源で、利用者もその有用性も最も低く評価した。

本稿で報告された調査結果は、日本人の海外旅行マーケットにおける幅広いセグメントがどのように旅行に関する情報源を利用しているのかについて実際的な視点を提供した。これは、この重要なマーケットのそれぞれのセグメントをターゲットにしたマーケティング戦略を開発するために有用な予備的情報となろう。特に本稿は、旅行出発前と旅行期間中の両方において日本人海外旅行者が旅行ガイドブックに非常に依存していることを明らかにした。観光地マーケティングの立場からは、最も一般的に利用される旅行情報源が必ずしも観光地あるいは観光産業が直接コントロールできるものでないと認識することは重要である。旅行ガイドブックが実際に旅行需要を創出する範囲は限られているだろうが、実際には想像以上に幅広く利用されているようである。このことは、旅行ガイドブックを旅行目的地の選択に影響を与えるという目的だけでなく、現地での行動にも影響を及ぼすように使用できるかもしれないという可能性があることを示唆し

---

14 T. Bieger and C. Laesser, Information Sourcing by Swiss Travellers: A Market Segmentation Approach, *Tourism Analysis*, Vol. 5, 2000, pp. 125-130. L. M. Capella and A. J. Greco, Information Sources of Elderly for Vacation Decisions, *Annals of Tourism Research*, Vol. 14, 1987, pp. 148-51. R. J. Gitelson and J. L. Crompton, The Planning Horizons and Sources of Information Used by Pleasure Vacationers, *Journal of Travel Research*, 21, 1983, pp. 2-7. R. Gitelson and D. Kerstetter, The Influence of Friends and Relatives in Travel Decision-Making, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(3), 1994, pp. 59-68.

ているだろう。

先に述べたように、旅行の情報源の有用性や重要性に関するデータ収集を行った先行研究は数少ない。今回の調査では、情報源を「利用した・しなかった」という二分法とともに、利用して感じた有用性についてデータを収集できるような手法を採用した。これは先行研究での情報源を評価する試み<sup>15</sup>への一つの追加となろう。しかし、旅行全体に関する情報源の評価を測定したこれらの先行研究とは異なり、今回の調査はそれぞれの旅行構成要素に関して利用した情報源を評価するように回答者に求めることによってより詳細にデータ収集を行った。

さて、今回の調査で使用された標本抽出の方法は改善されるべきであるとここで述べておく必要がある。もともとの計画であったオーストラリアを訪問する日本人観光客を対象に調査を行うことはデータ収集上の問題から変更され、日本人海外旅行者全般に調査の範囲が拡大された。サンプル抽出台帳が存在しない状況で回答者の抽出を無作為に行うことが不可能であった。幸い今回の調査の回答者は比較的幅広い層の多様な日本人海外旅行者で構成されているが、その代表性を保証することはできない。したがって今後の研究では標本抽出のための戦略が改善されることが必要であろう。例えば、空港の出発ラウンジで帰国便を待っている旅行者から回答者を抽出することができれば理想的であろう。

最後に、本稿で報告された調査を異なる調査対象に対して再度行うことは有意義であると思われる。今回は日本というアジアの一カ国からのアウトバウンド旅行者に調査対象が限定されていた。他の国からの観光客、あるいは他の文化的バックグラウンドを持つ観光客は旅行情報に対する異なったニーズを持つかもしれない。それに伴って旅行情報の選好も大きく異なるかもしれない。したがって本稿で報告された調査結果を直ちに一般化して考えることは避けるべきであり、他の調査対象に当てはめる場合には注意することが必要であろう。今回の調査結果の外的妥当性を査定するには、例えばヨーロッパのような世界の他の地域で同様の調査を実施することが望ましい。

---

15 T. Bieger and C. Laesser, Segmenting Travel on the Sourcing of Information, *Consumer Psychology of Tourism (Volume 2)*, ed. by J. A. Mazanec, G. I. Crouch, J. R. B. Ritchie and A. G. Woodside, A. G., Wallingford, CABI Publishing, 2001, pp. 154–167. Capella and Greco, *Op. Cit.*, pp. 148–51. Fesenmaier and Vogt, *Op. Cit.*, pp.1–18.