

# 訪日外国人観光客における 旅行目的決定要因の実証分析

赤羽柊志

慶應義塾大学経済学部 長倉大輔研究会 4年

## 要旨

本稿は注目されつつある日本インバウンドにおいて、訪日外国人観光客が旅行の目的を決定する要因を分析している。旅行目的をショッピングなど他国でも体験可能なものを「モノ消費」、日本の自然や伝統、文化を知ること目的とした「コト消費」の2つに分類し、複数の主要訪日国をどちらかの消費形態にあてはめ、それぞれを2値のダミー変数をとる被説明変数とした。さらに対象国の基礎データを①豊かさ②観光属性③日本との関わりという3つの視点から選び、6つの説明変数を採用した。以上の変数を2項ロジスティック回帰分析に使用し、結果としてコト消費を選択する確率の上昇は1人当たりGDPと日本までの航空時間の増加が影響することが判明した。

## 1. はじめに

訪日旅行を意味する日本インバウンドは、2011年から2015年で年間33%の成長を記録した。これは他国と比較しても非常に速い成長スピードである。加えて2020年に東京オリンピックを控える現在、日本の国際観光業は今後も高い成長が期待できると言えるだろう。しかし、日本インバウンドの成長には、地方観光業の活性化が不可欠である。現在、日本インバウンドの観光収益の大部分を東京や大阪などの大都市が占めている。これは知名度や交通の利便性が主な要因であるが、「モノ消費」を目的としていることもそのうちの1つとして挙げられる。モノ消費とはコト消費と対をなすインバウンド用語である。前者は商品の購入、所有を目的とする消費行動、後者は文化・サービスの体験を目的とした行動を示している。モノ消費は商品購入の選択肢が多い

都市部に多くみられるが、その市場拡大には限界があるため、日本政府は地方の観光推進につながるコト消費の増加を目指している。

## 2. 先行研究

前述の地方あるいは都市部という2つの観光目的地の選択に関し、矢部（2016）は訪問地の地域的偏りが発生する原因を分析した。この研究では、データに観光庁が実施している『訪日外国人消費動向調査』の2012年第2四半期から2013年第1四半期までの個票データを用いている。さらにモデルとして観光目的地が単一か複数かを示すダミー変数の被説明変数と、訪日旅行者の個人属性や旅行目的、来日回数などの15種の説明変数を扱う2項ロジスティック回帰分析を採用している。

研究結果として複数目的地型は地方訪問の割合が半数を超え、さらに複数目的地型に影響を与える要因は年代、初訪日、ツアー利用の有無、旅行中の活動数などであることが判明した。

## 3. 方針とモデル作成

### 3.1 方針

先行研究ではコト消費を誘引する地方訪問に対し、旅行者の個人属性データを基にミクロ的視点から注目していると言える。本稿は訪日旅行者を国別で注目し、マクロ的視点から日本でコト消費を選ぶ要因を分析した。具体的には、先行研究同様に訪日外国人消費動向調査を用いた分析である。同調査の「訪日前に最も期待していたこと（単一解答）」には22項目<sup>1</sup>の観光目的が記されており、国別にそれぞれの選択率が記録されている。これは21の国・地域（韓国・台湾・中国・香港・タイ・シンガポール・マレーシア・ベトナム・インドネシア・インド・フィリピン・イギリス・フランス・ドイツ・スペイン・イタリア・ロシア・カナダ・アメリカ・オーストラリア・その他）からの訪日観光客のデータが記録されているが、例えば「ショッピング」の項目を見ると欧米よりもアジア圏がそれを好むことがわかる（表1-1）。一方で「日本の歴史・伝統文化体験」では欧米諸国が高い興味を示している（表1-2）。このように国や地域によって訪日旅行目的が大きく異なることが伺える。これを踏まえ本稿では対象データの「その他を除く」20の国・地域をモノ消費・コト消費のいずれかに分類、さらにその分類に影響を及ぼす説明変数を導入し、2項ロジスティック回帰分析をおこなった。

---

<sup>1</sup> 1.日本食を食べること, 2.日本の酒を飲むこと（日本酒・焼酎等）, 3.旅館に宿泊, 4.温泉入浴, 5.自然, 6.景勝地観光, 7.繁華街の街歩き, 8.ショッピング, 9.美術館・博物館, 10.テーマパーク, 11.スキー・スノーボード, 12.その他スポーツ（ゴルフ等）, 13.舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽等）, 14.スポーツ観戦（相撲・サッカー等）, 15.自然体験ツアー・農漁村体験, 16.四季の体感（花見・紅葉・雪等）, 17.映画・アニメ縁の地を訪問, 18.日本の歴史・伝統文化体験, 19.日本の日常生活体験, 20.日本のポップカルチャーを楽しむ, 21.治療・健診, 22.上記には当てはまるものがない

表 1:訪日旅行目的 22 項目のうち、「ショッピング」「日本の歴史・伝統文化体験」を選ぶ  
比率が高いそれぞれ上位 11 カ国

表 1-1

ショッピング

選択率(%)	国名
23.9	タイ
21.9	中国
18.1	マレーシア
17.2	香港
15.6	全体
14.5	フィリピン
14.4	ベトナム
14.3	韓国
13.7	台湾
12.7	インドネシア
9.7	インド

表 1-2

日本の歴史・伝統文化体験

選択率(%)	国名
15.7	ドイツ
15.7	英国
15.6	スペイン
14.0	米国
13.3	その他
12.4	オーストラリア
11.5	インド
11.3	フランス
9.5	ベトナム
9.4	カナダ
8.8	ロシア

(観光庁『訪日外国人消費動向調査』より作成)

### 3.2 被説明変数のあてはめ

2 項ロジスティック回帰分析を用いるにあたって、被説明変数のあてはめに『訪日外国人消費動向調査』の「参考表 8 国籍・地域 (21 区分) 別 訪日旅行に関する意識 (満足度など)【観光・レジャー目的】」に記載されている「訪日前に最も期待していたこと (単一解答)」を使用した。今回は観光目的のみを対象とするため、「治療・健診」「上記には当てはまるものがない」の 2 項目を除く 19 項目を使用している。各国のモノ消費、コト消費の分類方法として、まず 19 項目の観光目的をそれぞれモノ消費・コト消費に分類した。本稿ではモノ消費を「ショッピング」だけではなく、「テーマパーク」や「その他スポーツ (ゴルフ等)」など他国でも体験可能な観光目的も含め、日本の文化や自然を知ることが目的としている観光をコト消費としている。さらにその上で「日本食を食べること」「自然・景勝地観光」を除く上位 9 項目を選定した。ここで「日本食を食べること」「自然・景勝地観光」を除外しているのは、どちらもコト消費に分類され、かつ対象国・地域すべてに対し非常に高い選択率が見られるため、国ごとの消費形態の差別化が困難になるからである。この上位 9 項目の内、モノ消費・コト消費で過半数を超えた一方をその国の消費形態と定義した。

以上の方法により対象の 20 カ国・地域をそれぞれモノ消費・コト消費に分類した。  
(表 2)

表 2：対象国のモノ消費・コト消費分類結果

モノ消費	韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、インド、ロシア (11 カ国)
コト消費	ベトナム、イギリス、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、アメリカ、カナダ、オーストラリア (9 カ国)

### 3.3 説明変数のあてはめ

説明変数は、①国の豊かさ、②観光属性、③日本との関わりという 3 つの視点から選出し、以下の計 6 個の変数を使用した。

#### ① 豊かさ

- ・ 1 人当たりの GDP (US\$) (=gdp)
- ・ 世界幸福度(=happy)

#### ② 観光属性

- ・ 世界遺産登録(=world)
- ・ 1 人当たりの年間出国回数(=trip)

#### ③ 日本との関わり

- ・ 在留邦人者数(=japanese)
- ・ 出発国の首都から日本(東京)までの航空時間 (分) (=fright)

本稿では①の変数に関して、モノ消費は日常生活で十分に商品が行き届いていないことから起こる消費形態だと仮定した。つまり、国民の豊かさを示す数値が高いほどコト消費を選びやすくなるはずである。②の世界遺産登録数は、自国の世界遺産が少なければ、他国に世界遺産を含む自然や伝統を体験するコト消費の傾向が強くなるのではないかという仮定の下、変数として採用した。③の在留邦人者数は日本街の形成などによって、その国における日本への興味関心が高くなると考えた。また、日本までの航空時間という変数は、航空時間が長いほどコト消費を目的とした訪日旅行になるという仮定から説明変数に加えた。これは航空時間が短ければ、旅行の理由に航空運賃の低さやアクセスのやすさが加わるため、純粋にその目的国に興味があるとは言い難くなるからである。

### 3.4 モデルのあてはめ

まずはじめにモデルについて説明をおこなう。ロジスティックモデルは被説明変数が

数値的なデータではなく、それらの発生確率を求める際に用いられる。そしてその確率に影響を与える可能性のある変数を説明変数とするモデルである。今回、被説明変数はモノ消費・コト消費の2種に限定されるため、本稿ではこのモデルを2項ロジスティックモデルとしている。2項ロジスティック回帰分析を行うにあたって、被説明変数はモノ消費=0、コト消費=1とするダミー変数をとる以下のモデルを設定した。

$$\text{Log}[p/1-p] = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

( $p$  = コト消費を選択する確率)、 $X_1$ =gdp、 $X_2$ =happy、 $X_3$ =world、 $X_4$ =trip、 $X_5$ =japanese、 $X_6$ =fright)

#### 4. 分析結果

分析結果及びオッズ比(表3)は以下の通りである。

表3：分析結果・オッズ比

データ名	推定値	標準誤差	P 値	オッズ比	
定数項	$2.13918 \times 10$	$1.39202 \times 10$	$1.24355 \times 10^{-1}$		
Gdp	$4.05399 \times 10^{-4}$	$1.36615 \times 10^{-4}$	$3.00282 \times 10^{-3}$	1.00040	**
Happy	-6.14823	-6.14823	$3.20509 \times 10^{-2}$	$2.13725 \times 10^{-3}$	*
World	$6.91896 \times 10^{-3}$	$6.91896 \times 10^{-2}$	$8.78946 \times 10^{-1}$	1.00000	
Trip	-8.53474	3.64887	$1.93348 \times 10^{-2}$	$1.96520 \times 10^{-4}$	*
Japanese	$8.19892 \times 10^{-6}$	$1.98332 \times 10^{-5}$	$6.79317 \times 10^{-1}$	1.00000	
Fright	$2.21413 \times 10^{-2}$	$8.58173 \times 10^{-3}$	$9.87864 \times 10^{-3}$	1.02233	**

( $R^2=0.753748$ ) (全て有効数字6桁で表示)

上表からコト消費・モノ消費の選択で有意な変数は、「1人当たりのGDP・世界幸福度・1人当たりの年間出国回数・日本までの航空時間」の4種であることがわかった。また、ある事象が起こる確率を  $p$  とすると、その事象のオッズは  $o=p/(1-p)$  と定義される(すなわちその事象が起きる確率と起らない確率の比である)。この時オッズ比とは、ある事象について、異なる2つの群(条件)に対するオッズの比である(例えば第1群のオッズを  $o_1$ 、第2群のオッズを  $o_2$  とすると第1群の第2群に対するオッズ比は  $o_1/o_2$  となる)。2項ロジットモデルの場合、ある説明変数のオッズ比とは、(他の説明変数を固定し)その説明変数が1単位増加した時のオッズに対するその説明変数の元の値の下でのオッズへの比と定義される。2項ロジットモデルの場合、これは  $\exp(b)$  となる。ここで  $b$  は該当する説明変数の係数の値である(実際の計算では推定値で代用する)。ここでのオッズ比は「コト消費」についての各説明変数のオッズ比であり、1よりも値が大きければモノ消費よりコト消費を選ぶ確率が高くなり、1よりも小さければその逆となる。このオッズ比の値から、コト消費を選択する確率が特に高い変数は「1人当たりのGDP・日本までの航空時間」で

ある。

## 5.考察と結論

説明変数の選定で定義した、豊かさ、観光属性、日本との関わりという3つの視点それぞれで、少なくとも1つ有意となる変数が見られた。1人当たりのGDPと日本までの航空時間のオッズ比はどちらも1より大きく、仮定で示した通りの結果が得られた。しかし世界幸福度と1人当たりの年間出国回数に注目すると、それらのオッズ比は1以下を示している。1人当たりのGDPと世界幸福度はどちらも豊かさを示す変数であるが、ここからわかることはコト消費に影響する豊かさとは、福祉や政治などの「社会的豊かさ」よりも「経済的豊かさ」であるということだ。また、世界幸福度が低い程コト消費を選択する要因として、文化的な癒しの豊かさを求めて日本を訪れているという可能性がある。さらに同じくオッズ比が1以下という結果が求められた1人当たりの年間出国回数は、それぞれの国の平均宿泊数が関係することが予想される。

本稿は日本のインバウンドにおいて、地方観光業の活性化を目的としたモノ消費からコト消費への転換のために、主要訪日国の属性を分析した。これによりコト消費の選択に関わるデータを発見することはできたが、あくまでそれぞれの国の属性であり、日本側から操作できるものではない。今回の分析を活かした上で、改めて日本が影響を与えられるようなデータを採用し分析することで、より実用的な結果を得ることができるとも思えない。

## 6.参考文献

### 【論文】

矢部直人 (2016) 「訪日外国人消費動向調査個票データを用いた訪日外国人旅行者の周遊パターンの分析」、理論地理学ノート 18, 39-48

### 【データ出典】

・ 訪日外国人消費動向調査

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

・ 世界幸福度「World Happiness Report」

<http://worldhappiness.report/>

・ 1人当たりのGDP・1人当たりの年間出国回数「JNTO 世界の市場別基礎情報」

[https://www.jnto.go.jp/jpn/inbound\\_market/index.html](https://www.jnto.go.jp/jpn/inbound_market/index.html)

・ 世界遺産登録数「UNESCO World Heritage List」

<http://whc.unesco.org/en/list/>

・ 日本までの航空時間「AirlineGuide.jp」

<https://www.airlineguide.jp/flight-time/>

・ 在留邦人数「外務省 海外在留邦人数調査統計 統計表一覧」

[https://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/page22\\_000043.html](https://www.mofa.go.jp/mofaj/toko/page22_000043.html)