

所 属	国際地域学研究科 国際観光学専攻 2年 3820170002番
氏 名	郭 聖傑
学 位 の 種 類	修士 (国際観光学)
学 位 論 文 題 目	訪日中国人FITの観光行動に関する研究
論 文 審 査 委 員	主査 古屋 秀樹 副査 矢ヶ崎 紀子

論 文 要 旨

The purpose of my paper is to analyze the details of personal attribute of Chinese who visit Japan, to realize the travel behavior and consumption behavior in order to more attracted them in the future. About the analyze, according to the JNTO 「The consumption behavior research of foreign visitors」, divide 21 nationals, regions of tourists, to explain what is the difference of Chines tourists. Also, distinguish the features of Chinese tourists, to explain their personal attributes constitution and trend. Therefore, it can be expected that the contribution of the specific target promotion.

Keywords : Personal attributes, Chinese travelers, foreign travelers, tourism behavior, consumption behavior

キーワード：個人属性、中国人旅行者、外国人旅行者、観光行動、消費行動

1. 本研究の背景と目的

日本政府は「観光先進国」への新たな国づくりに向けて、2017年3月30日に新たな観光ビジョン「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、2020年には4,000万人、30年には6,000万人の訪日外国人旅行者を呼び込む目標を実現するには、さらなる訪日外国人旅行者の訪問を促進するとともに、満足度を高め、リピーターの増加と維持を図ることが重要である。なかでも、所得の向上や円安の推進によって、訪日者数が急増し、「爆買い」と言った経済効果を起こした消費力の高い中国人旅行者は日本インバウンド市場において、重要なターゲットである。また、ビザ要件の緩和、LCC航空便やクルーズ船の増加、多言語化などのインフラ整備の充実により、主に団体旅行が主体となった中国人観光客の旅行形態は個人旅行になった。このような変化から旅行者の観光行動の特徴の把握が新たな課題になった。

本研究では、旅行形態の変化から今後リピーターの誘客と拡大に繋げるために、主成分分析を用いて、訪日中国人旅行者の観光行動の特徴や傾向を明らかにすることとする。

2. 既存研究ならびに本研究の位置付け

現在の訪日中国人観光客の観光行動について様々な研究は存在するものの、旅行形態の主体は団体旅行から個人旅行に変化した訪日中国人観光客についての観光行動の特徴分析をした研究例は少ないことがわかった。旅行形態の変化から訪日中国人旅行者の観光行動の特徴や傾向を明らかにすることを目的とし、中国・韓国・台湾の訪日者数上位3カ国の基礎集計と訪日中国人個人旅行者の特性分析を行い、将来の訪日中国人のリピーター化促進に向けた検討を行う。

3. 訪日中国人旅行者の基礎集計

3. 1 基礎集計の利用データ

本章は国土交通省が作成した「FF-Data」を用いて、観光・レジャー目的のみの訪日中国人旅行者を対象（約123,756サンプル）とし、基礎集計から中国人旅行者の訪日行動の現状を把握した。

3. 2 中国・韓国・台湾の旅行者の訪日行動

FF-Dataは2015年と2016年のサンプリングの推定数と「訪日外国人旅行者消費動向調査」の代表人数とのアキュラシーは1.01・1.04（2015・2016）であり、実態に非常に近く、信ぴょう性の高いデータである。なお、観光・レジャーを

訪日目的とした中国、韓国、台湾の団体と個人旅行者の特徴を分析した。

結果から見ると、中国人旅行者は①リピーターの割合は低い、②長時間滞在、③3ヶ所以上の地域を訪問、④地域間の流動量が多い、⑤距離の近い地域と知名度の高い地域を訪問、⑥訪問回数により地方への訪問率が増加であることが分かった。

韓国人旅行者は①半分がリピーター、②短時間滞在、③主に1ヶ所の地域を訪問、④地域間の流動量と地方への訪問が少ない、⑤少数の地域を訪問、⑥訪問回数により福岡と北海道への訪問率が増加であることであった。

台湾人旅行者は①半分以上がリピーター、②長時間滞在、③3ヶ所までの地域を訪問、④地域間の流動量と地方への訪問が少ない、⑤知名度の高い地域を訪問、⑥訪問回数により地方への訪問率が増加であることが分かった。

4. 訪日中国人旅行者の観光・消費行動分析の基礎集計

本研究では、観光庁により実施された「訪日外国人消費動向調査」の個票データを用いて、「性年代・来訪回数・滞在日数・旅行手配方法・日本滞在中の購入有無・今回の日本滞在中にしたこと」などの項目を抽出し、集計を行った。

サンプルの基本属性については、

(1) 訪日外国人観光客全体においては、6日以上日本滞在が44%のほぼ半分で、個人旅行は76%の割合を占め、主体となる。また、初めての日本への来訪は46%とほぼ半分を占め、男女いずれも20歳代が一番多く占めており、続いて30歳代、40歳代の順となっている。観光行動においては「日本食を食べること」の体験が8割と最も体験することであり、消費行動においては「お菓子類」と「その他食料品・飲料・酒・たばこ」などの飲食類の購入が一番多く占めている。

(2) 訪日中国人観光客においては、6日以上日本滞在が38%と一番多く、個人旅行の訪日外国人観光客は半々を占めている。また、初めての日本への来訪は約7割を占めており、一番多くを占める年齢階層は、男性は30代(34%)、女性は20代(37%)である。観光行動において、「旅館に宿泊」と「温泉入浴」の体験は団体旅行が著しく多く、男性と女性は20代は「日本のポップカルチャーを楽しむ」の体験が多い。消費行動においては「カメラ・ビデオカメラ・時計」と「電気製品」の購入が団体旅行で比較的多く、「マンガ・アニメ・キャラクター関連商品」の購入は個人旅行で多い。また、男性と女性20代は「マンガ・アニメ・キャラクター関連商品」と「書籍・絵葉書・CD・DVD」が多く、その他「カメラ・ビデオカメラ・時」と「電気製品」の購入も多い。

5. 訪日外国人観光客の観光行動に関する類型区分の主成分特性分析

5.1 訪日外国人観光客全体の観光行動に関する主成分分析

本章では、「訪日外国人消費動向調査」の個票データを用いて、主成分分析と階層クラスター分析を行った。分析の流れは、まず日本滞在中の観光・消費行動の設問(31項目)を基に、「1. 伝統型」はショッピングをしながら日本食を食べ、繁華街の街歩くなどへの影響が強い主成分、「2. 歴史文化体験型」は日本の日常や歴史文化などへの影響が強い主成分、「3. ファッション型」は化粧品や服、かばんなどへの影響が強い主成分、「4. 温泉型」は旅館に宿泊して温泉に入るなどへの影響が強い主成分、「5. 自然体験型」は自然や農漁村の体験するなどへの影響が強い主成分、「6. オタク型」はマンガやキャラクターなどの書籍やCDを購入などへの影響が強い主成分、「7. リラックス型」はゴルフやスポーツ観戦を楽しむなどへの影響が強い主成分、「8. 贅沢品型」はカメラや時計、電気製品の購入などへの影響が強い主成分、「9. 舞台鑑賞型」は舞台鑑賞の体験に影響が強い主成分、「10. 伝統芸品型」は伝統芸品を購入などへの影響が強い主成分、「11. お菓子型」はお菓子の購入などへの影響が強い主成分、「12. お土産型」はお土産の購入などへの影響が強い主成分、「13. 健康診断型」は健康診断の体験に影響が強い主成分、「14. スキー型」はスキーの体験に影響が強い主成分、「15. テーマパーク型」はテーマパークの体験に影響が強い主成分に集約した。次に21国籍・地域別観光客の観光行動の特徴を区分し、訪日中国人観光客のポジショニングと彼らの観光・消費行動の類型を明らかにするため、階層クラスター分析を行った。

(1) 国籍・地域別訪日外国人観光客の特徴の考察

訪日外国人観光客全体の主成分平均得点を用いた階層クラスター分析から「韓国」は「お菓子専念型」、「台湾・香港」は「ファッション重視自然体験型」、「英国」は「伝統歴史専念型」、「中国」は「購買重視温泉型」、「タイ・シンガポール・マレーシア・インドネシア・フィリピン」は「スキー重視自然文化型」、「オーストラリア」は「スキー重視伝統歴史

専念セグメント]、「ロシア」は「歴史文化重視自然体験型」、「インド」は「伝統芸品重視自然体験型」、「ドイツ・フランス・イタリア・スペイン・米国・カナダ・その他」は「伝統歴史重視自然体験型」、「ベトナム」は「贅沢品重視自然体験型」に区分することができた。この結果から、訪日中国人観光客は外国人観光客全体の中で、主に日本で商品の購入を重視する「購買重視温泉型」であることを明らかにした。

(2) 訪日中国人観光客の各セグメントにおける観光・消費行動の影響要因

訪日中国人観光客の主成分平均得点を用いた階層クラスター分析から、「リラックス型セグメント」、「ライト型セグメント」、「治療型セグメント」、「娯楽体験型セグメント」、「ファッション体験型セグメント」、「ゴールデン型セグメント」に区分した。その結果「リラックス型セグメント」は男性30代の観光客に多く、「娯楽体験型セグメント」は9日以上滞在であり、それ以外は6日滞在の観光客が多いことがわかった。さらに、「ライト型セグメント」と「ゴールデン型セグメント」は初回来訪の観光客が最も多く、「ゴールデン型セグメント」は団体旅行の観光客が多いことを確認された。このように、各セグメントの訪日中国人観光客の観光消費行動に関する影響要因は性年代、滞在日数、来訪回数、旅行形態との関連性を有することが確認された。

6. 結論

本研究の目的では、訪日中国人観光客の旅行形態は個人旅行が主体となり、「モノ消費」から「コト消費」などのニーズの変化した背景や要因について説明するとともに、彼らの地域間の流動や訪問特徴と観光・消費行動の特徴に関する影響要因の考察から21国籍・地域観光客の観光行動の特徴区分し、訪日中国人観光客の定位と彼らの観光・消費行動の類型を明らかにすることができた。

今後の課題はニーズ変化の激しい現在、持続可能な中国人の訪日旅行を実現させるために、訪日中国人観光客の旅前や旅中での詳細から観光行動の影響と年代の増加による観光特徴・傾向を把握できる分析が必要といえる。

参考文献

- 1) 菱田・日比野・森地 (2011)、近年における訪日中国人旅行者の観光行動、vol.27、pp.1-6
- 2) 辻本 (2016)、インバウンド観光における観光土産の購買行動：中国人リピーター旅行者の特徴、甲南経営研究Vol.57-2、pp.17-37
- 3) 藤沢 (2010)、訪日中国人旅行の現状と課題、総合調査「世界の中の中国」、pp.215-277