

大学生の観光動機と情報収集・情報発信の関係

吉井 裕一

長年、日本人はレジャー・余暇生活は生活の中で最も力をいれたいと考え、その中でも、国内観光旅行の参加人口は直近6年間で首位である。このように、国内観光旅行は、国民生活において重要な役割を担っているといえる。また、観光旅行をする上で、旅行者は情報を収集する。従来は、旅行ガイドブックや旅行会社のパンフレット、テレビ番組の旅行特集など情報の流れが単方向のメディアを参考に旅行計画を立てていたが、近年のインターネット技術の発達により、双方向性のメディアが活用されるようになった。観光旅行者に対して効果的なマーケティングを実行するためには、旅行者のモチベーションや情報収集・情報発信の実態を理解する必要がある。そこで、本研究では、大学生の観光動機の構造を明らかにすることに加え、旅行者の観光動機タイプごとの旅行者の旅行先を決めるきっかけとなった出来事の傾向、旅行前、旅行中の情報収集の傾向、情報発信の傾向を明らかにすることを目的とする。

調査方法は大学生に対してアンケート調査を行った。調査項目は、観光動機に関する項目に加え、旅行前の情報収集、旅行中の情報収集、旅行中または旅行後の情報発信に関する項目を設定した。

観光動機に対する項目に対して、因子分析を実行した結果、6因子を抽出した。さらに回答者を観光動機尺度によりタイプ分けするために、各因子得点に対してクラスタ分析を行い、「文化・意外性重視クラスタ」、「現地交流・自己拡大重視クラスタ」「低欲求クラスタ」といった特性を持つクラスタに分類した。また、各クラスタと情報収集と情報発信に関する項目に対してクロス集計を行い、それをもとにコレスポネンズ分析を実行したところ、「文化・意外性重視クラスタ」は、社寺・史跡や景色景観に関する情報を収集し、「現地交流・自己拡大重視クラスタ」はイベントに関する情報を収集し、「低欲求クラスタ」は情報収集、情報発信ともに、積極的に行わないことが明らかになった。

以上より、回答者を3つのクラスタに分類できた。さらにクラスタごとに、情報収集と情報発信の傾向に違いが見られることが明らかになった。

(指導教員 大澤文人)