

リピーターの形成過程に関する研究

05年に日本人人口は前年を割り込み、わが国でも人口の減少が始まった。この人口の減少により、観光地にとっては潜在客が減少していくことが予想されている。このような状況の中、旅先のことを気に入り、その後何度も来訪してくれるリピーターは、観光地にとって非常に大切な顧客層である。

そこで本研究では、全国アンケート調査やパーソナルインタビュー調査、リピーターの増加している沖縄県をケーススタディとした分析を行い、同一地域にリピートしている観光客（観光地リピーター）の比率や特徴、リピート回数と観光地リピーターの行動の変化、リピーターとなるに至った要因などを明らかにした。

また、リピーターに着目した将来予測モデルを沖縄県について作成し、今後10年間の沖縄県観光客の変化の方向性についても示すことができた。

■ 安達寛朗、塩谷英生

研究報告書の概要

リピーターの形成過程に関する研究

【目次】

1. 研究の目的と方法
 - 1-1. リピーターの重要性
 - 1-2. 研究の目的
 - 1-3. 研究の方法
 - 1-4. 研究のフロー
2. 観光地リピーターの特徴
 - 2-1. 観光地リピーター比率
 - 2-2. 観光地リピート旅行の目的
 - 2-3. 観光地リピート旅行の誘客圏
3. 沖縄リピーターの分類
 - 3-1. 沖縄におけるリピーターの重要性
 - 3-2. 沖縄旅行回数別の観光客の特徴
 - 3-3. 旅行内容と再訪意向
 - 3-4. 沖縄リピーターの分類
 - 3-5. 分類されたリピーターの特徴
4. 沖縄リピーターの形成過程とその要因
 - 4-1. パーソナルインタビューの概要
 - 4-2. パーソナルインタビューの結果
5. 沖縄観光客の将来予測
 - 5-1. 将来予測モデル(JTB F沖縄モデル)の作成
 - 5-2. 沖縄観光客の将来予測
6. まとめ
 - 6-1. 観光地経営におけるリピーターの重要性
 - 6-2. リピーター形成の要因

1. 本研究の背景と目的

JTBF 旅行者動向調査によると、都道府県別に見た観光客数とリピーター比率には深い関係があることから、リピーターの確保は観光客数の増加に大きな影響を与えることが分かる。

また、リピーターの多さはサービス水準の質の高さを表す指標と考えることもでき、リピーターの創出は観光地マネジメントの目標の一つであるとも言える。

一方で、リピーターの特徴やその形成過程についての把握はあまり進んではいない。そこで本研究では、表1のような構成で、リピーターの形成過程に関する研究を行った。

表1 リピーターの形成過程に関する研究の構成

●目的
・観光地リピーター（同一地域にリピートしている観光客）の比率やその旅行内容の特徴を明らかにする。
・リピーターの増えている沖縄県をケーススタディとして、リピーターの特徴とリピート要因を明らかにする。
・観光客の将来予測モデルを作成し、将来の沖縄県の観光客の様子を予測する。
●方法
・全国アンケート調査（訪問留置調査） 調査時期：2006年6月、10月、11月、12月 回収数（4回分合計）：4,606（回収率48.0%） 調査項目：国内の同一観光地への3回以上の宿泊旅行経験、沖縄県への旅行回数、個人属性、等（調査回によって異なる）
・沖縄県観光統計実態調査データの再分析 分析対象：平成17年度沖縄県観光統計実態調査、平成18年度沖縄県観光統計実態調査
・パーソナルインタビュー調査 調査時期：2007年3月 調査項目：初めての沖縄旅行の様子、沖縄旅行のリピーターの過程、等

2. 観光地リピーターの特徴

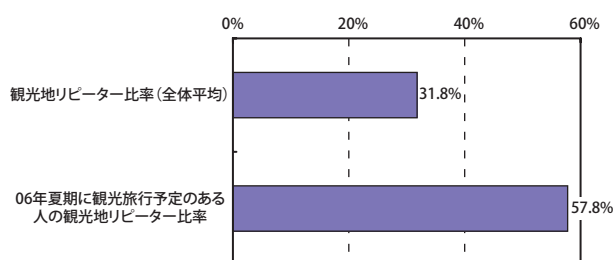
1 観光地リピーター比率

全国アンケート調査の結果、観光地リピーター比率（同一の観光地に3回以上宿泊旅行をしたことのある人を観光地リピーターとする）は

31.8%となった。ただ、06年の夏期に観光旅行の予定（帰省・団体旅行を除く）がある人に限ると、観光地リピーター比率は6割近くになった。これにより、旅行によく出かける人の多くは、同一観光地へのリピート経験があることが分かる。

また、女性の方が男性よりも観光地リピーター比率が高いこと、年代が高くなるにつれて観光地リピーター比率も上昇する傾向が見られることなどが明らかとなった。

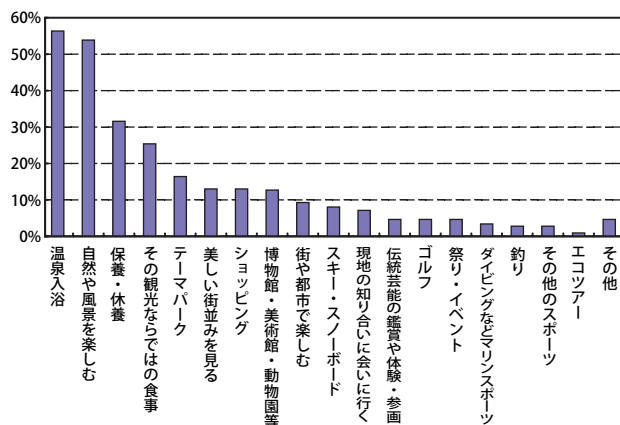
図1 観光地リピーター比率



2 リピート旅行の目的

リピート旅行の目的を見ると、「温泉入浴」が最も多く56.3%となり、「自然や風景を楽しむ」が53.9%と続いている。この2項目は過半数を超えており、他の旅行目的と比べても非常に大きな比率となっている。次に、「保養・休養」が31.6%、「その観光地ならではの食事」が25.4%、「テーマパーク」が16.4%となっている。

図2 リピート旅行の目的



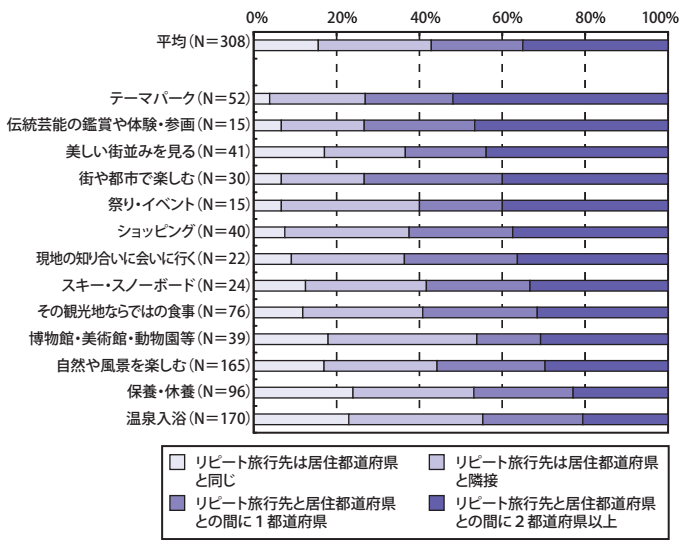
3 リピート旅行の誘客圏

リピート旅行先と居住地との距離を4段階に区分し、リピート旅行の誘客圏を目的別に整理した。その結果、リピート旅行先と居住地が離れて

いる傾向にあるものとして「テーマパーク」が挙げられる。これは、本調査が宿泊旅行を対象にしていることも影響していると考えられる。その他、「美しい街並みを見る」や「街や都市で楽しむ」、サンプル数は少ないものの「伝統芸能の鑑賞や体験・参画」なども、誘客圏が大きい傾向にある。

一方、「保養・休養」や「温泉入浴」は、比較的近場へのリピート旅行が多くなっている。

図3 リピーター旅行の誘客圏（目的別）



3. 沖縄リピーターの特徴と形成要因

1 リピーターの再訪意向の変化

沖縄県観光統計実態調査データの分析から、来沖回数別に再訪意向回数を見てみると、来沖回数が増えるにつれて再訪意向が高まっていくことが分かる。また、「初めて」と「2回目」の再訪意向回数はほとんど変わっていない。

図4 今後5年間の再訪意向回数（来沖回数別）

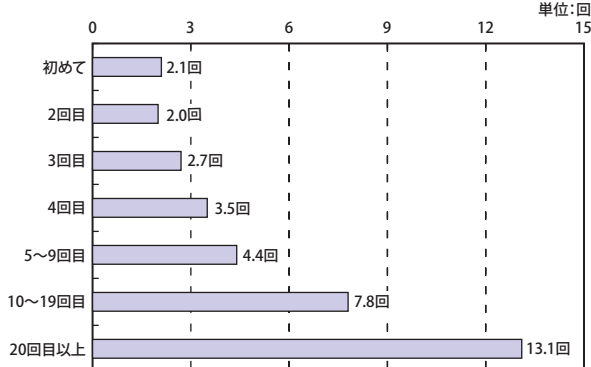
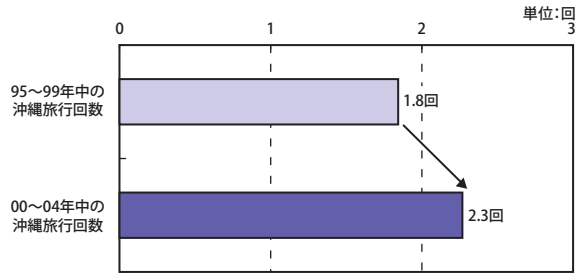


図5 リピーターの過去10年間の沖縄旅行回数



次に、現在の沖縄リピーターの、95～99年の沖縄旅行回数と、00～04年の沖縄旅行回数を比較すると、00～04年の方が回数が多くなった。このことから、旅行経験が増えるにしたがって旅行頻度も高まることが明らかとなった。

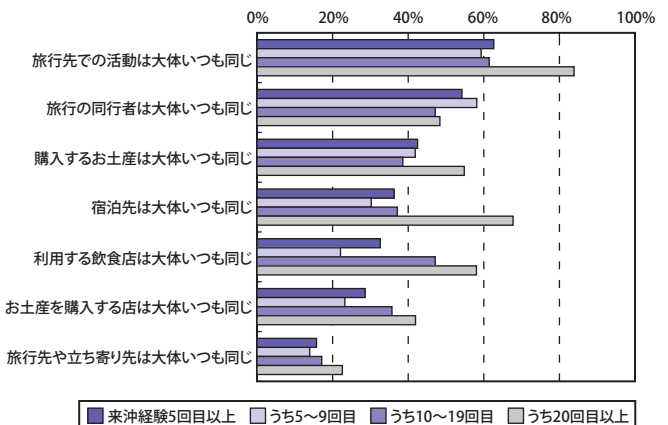
2 リピート旅行のパターン化

リピート旅行のパターン化に着目し、沖縄リピーターをいくつかのカテゴリーに分類した。なお、ここでは沖縄県観光統計実態調査のデータを用い、来沖経験が5回以上の人を分析対象としている。

過去5年間の沖縄旅行のパターンを見ると、「旅行先での活動は大体いつも同じ」の回答割合は6割を超えていることが分かる。また、「旅行の同行者は大体いつも同じ」は5割超、「購入するお土産は大体いつも同じ」は4割超、「宿泊先は大体いつも同じ」は3割超となっている。

来沖回数による変化を見てみると、来沖回数が多くなるにつれてパターン化が進んでいることが分かる。特に、活動内容と宿泊先については来沖

図6 リピーターの行動のパターン化



回数が20回目以上でパターン化が進み、利用する飲食店については10回目以上でパターン化が進んでいる。

一方、「旅行の同行者は大体いつも同じ」については「5～9回目」が最も高い比率となっている。これは、「5～9回目」では家族旅行の比率が高いことや、来沖回数が多くなると不特定の友人・知人を連れて沖縄を案内するというスタイルが増えてくること等が要因として考えられる。

次に、「旅行先での活動は大体いつも同じ」と回答したリピーターの活動内容について整理すると、「海水浴・マリトレジャー」や「ダイビング」、「保養・休養」が多くなっていた。「旅行の同行者は大体いつも同じ」と回答したリピーターの同行者では、「子供連れ家族」が最も多く過半数を占めていた。「宿泊先は大体いつも同じ」と回答したリピーターの利用宿泊施設では、「リゾートホテル」が最も多く過半数に達していた。

これらの特徴から、沖縄リピーターを10タイプに分類することができた。

3 リピーター形成の要因

沖縄県観光統計実態調査データの分析や、パーソナルインタビューの結果から、リピーター形成の要因を以下のように整理した。

(1) 人的なつながり

沖縄リピーターへのインタビューから、人的なつながりについては2種類のものがリピーター化の要因として指摘できた。1つは、観光産業に従事するスタッフとのつながりである。いつも利用する宿泊施設のスタッフと顔なじみになったり、ダイビングのインストラクターと友人関係になることにより、親近感やステータスを感じ、沖縄に対するロイヤルティが高まる様子が確認された。この要素は、特に特定リゾートホテルリピーターとダイビングリピーターにおいて大きな影響があると考えられる。

もう1つは、沖縄県に住む一般の人との触れ合いである。ダイビングリピーターの中には、体調がすぐれなかったことからダイビングの満足度が低くても、居酒屋で出会った人と仲良くなったこ

表2 沖縄リピーターの10タイプとその属性の特徴

	①ダイビングリピーター	②マリトレジャーリピーター	③マリトレジャー子供連れ家族リピーター	④その他活動リピーター	⑤特定リゾートホテルリピーター	⑥特定シティホテルリピーター	⑦不特定リゾートホテルリピーター	⑧子供連れ家族リピーター	⑨夫婦リピーター	⑩その他リピーター
サンプル数	76	77	44	30	51	23	79	77	34	42
リピーターに占める構成比*1	27%	27%	16%	11%	18%	8%	28%	27%	12%	15%
性別	男性	49%	45%	50%	63%	35%	61%	56%	48%	50%
	女性	51%	55%	50%	37%	65%	39%	44%	52%	50%
年齢	20代以下	14%	9%	5%	10%	8%	4%	6%	3%	14%
	30代	29%	29%	23%	33%	33%	22%	23%	29%	36%
	40代	34%	44%	61%	27%	39%	43%	49%	60%	32%
	50代	16%	16%	9%	23%	16%	17%	16%	8%	35%
	60代以上	7%	3%	2%	7%	4%	13%	5%	1%	6%
来訪経験	5～9回目	51%	74%	86%	47%	76%	39%	70%	82%	50%
	10～19回目	28%	21%	9%	30%	16%	35%	25%	14%	26%
	20回以上	21%	5%	5%	23%	8%	26%	5%	4%	24%
旅行形態	団体旅行	4%	1%	2%	10%	6%	9%	0%	1%	0%
	観光バック	3%	3%	0%	0%	2%	0%	4%	0%	3%
	フリープラン	59%	78%	84%	57%	76%	74%	77%	81%	76%
	個人旅行	35%	18%	14%	33%	16%	17%	19%	18%	21%
活動	観光地めぐり	18%	43%	39%	53%	45%	48%	56%	47%	41%
	保養・休養	16%	57%	61%	53%	61%	48%	54%	57%	35%
	海水浴・マリトレジャー	16%	100%	100%	0%	63%	26%	67%	88%	24%
	ダイビング	100%	16%	7%	0%	22%	35%	16%	10%	41%
	ショッピング	18%	29%	25%	30%	27%	35%	32%	27%	35%
	沖縄料理を楽しむ	26%	38%	36%	47%	37%	48%	42%	36%	53%
	リゾートホテル	32%	73%	86%	59%	100%	26%	100%	80%	53%
宿泊施設	シティホテル	26%	20%	12%	41%	12%	100%	16%	22%	35%
	ビジネスホテル	26%	11%	5%	14%	4%	4%	3%	7%	9%
	民宿・ペンション	31%	16%	9%	3%	2%	17%	1%	12%	18%

*1 ここでの構成比は、旅行経験が5回以上(過去5年間で1回以上)のリピーターに占める構成比。8月と11月の調査結果であり、通年の構成比ではない。

●リピーターの定義

- ①ダイビングリピーター：過去3年間の旅行行動が大体同じであり、今回の旅行でダイビングをしている人。
- ②マリトレジャーリピーター：過去3年間の旅行行動が大体同じであり、今回の旅行でマリトレジャーをしている人。
- ③マリトレジャー子供連れ家族リピーター：過去3年間の旅行行動と同行者が大体同じであり、今回の旅行でマリトレジャーをしている子供連れ家族。
- ④その他活動リピーター：過去3年間の旅行行動が大体同じであり、ダイビングリピーター・マリトレジャーリピーターでない人。
- ⑤特定リゾートホテルリピーター：過去3年間の宿泊施設が大体同じであり、今回の旅行でリゾートホテルに宿泊している人。
- ⑥特定シティホテルリピーター：過去3年間の宿泊施設が大体同じであり、今回の旅行でシティホテルに宿泊している人。
- ⑦不特定リゾートホテルリピーター：過去3年間の宿泊施設が大体同じではないが、過去3年間と今回の旅行でリゾートホテルに宿泊している人。
- ⑧子供連れ家族リピーター：過去3年間の旅行の同行者が大体同じであり、今回の同行者が子供連れ家族である人。
- ⑨夫婦リピーター：過去3年間の旅行の同行者が大体同じであり、今回の同行者が夫婦である人。
- ⑩その他リピーター：旅行経験が5回以上(過去5年間で1回以上)の者で、以上のリピータータイプに当てはまらない人。

とから沖縄の印象が良くなり、その後リピーターとなるに至ったという人もおり、リピーターの形成において非常に重要な要因であると言える。

(2) 空間的なつながり

沖縄県観光統計実態調査データから、「お気に入りの場所がある」という人の方が、そうでない人よりも再訪意向が高く、その差も大きかった。お気に入りの場所というのは、ある程度の時間をその場所で過ごさなければ、そのような感情は生まれにくいと考えられる。そのため、あまり旅程を詰め込むような旅行スタイルの場合は、リピーターになりにくいと考えられることから、ある程度余裕を持った旅行スタイルを推奨することも重要であろう。

(3) 食事の重要性

沖縄県観光統計実態調査データから、「沖縄料理が好きだ」という人の方が、そうでない人よりも再訪意向が高くなった。食事はその場所の特徴に直に触れる機会であり、また必ず食事をする必要があるため避けることはできないことから、リピーター形成において大きな影響を与えようと考えられる。

(4) いくつかの満足よりも、1つの感動

沖縄リピーターへのインタビューから、何か1つの項目について深く感動した場合にリピーターとなることが多い様子が確認された。この感動は、仮にその旅行に不満な項目があったとしても、それをはねのけるほどの威力を持っているようである。例えば、来沖前までは関東の海しか知らなかったあるリピーターは、離島の美しい海に感動し、その海に面しているホテルに不満を抱きつつもいつも利用している。また前述の、ダイビングに不満を覚つつも人との触れ合いからリピーターになった事例もこれに該当するだろう。このことから、いくつかの項目について平均的な満足感を与えることよりも、何か1つの項目について大きな感動を与えることが、リピーター形成にとっては重要であることが示唆される。また、リピーターは自分が重視するポイントとそうではないポイントを明確に区別しており、重視しないポイントについては多少の不満を感じても許容する傾向にあることも指摘できよう。

(5) 最初の印象の重要性

沖縄リピーターへのインタビューからは、最初の印象が非常に重要であることが明らかとなっ

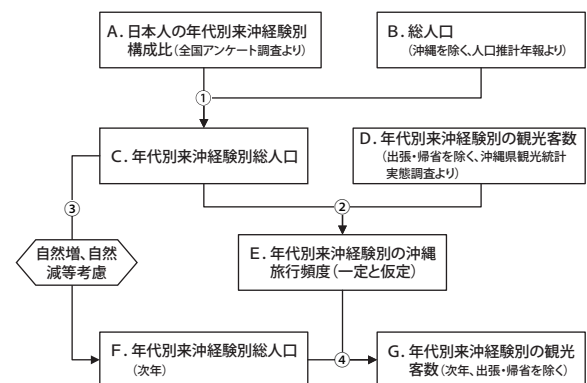
た。最初の印象があまり良くないと、その後も何となく足が延びず、結局行かなくなるようである。観光客が不満を感じている場合には、その場で解決することが重要である。

4. 将来の沖縄観光の予測

1 将来予測モデル(JTBF 沖縄モデル)の作成

- ①まず、「全国アンケート調査」から、「A. 日本人の年代別来沖経験別構成比」を算出する。これに、「B. 総人口（沖縄県を除く）」のデータを掛け合わせ、「C. 年代別来沖経験別総人口」を算出した。また、「沖縄県観光統計実態調査」から、「D. 年代別来沖経験別の観光客数(出張・帰省を除く)」を算出した。
 - ②次に、「C. 年代別来沖経験別総人口」と「D. 年代別来沖経験別の観光客数(出張・帰省を除く)」から、「E. 年代別来沖経験別の沖縄旅行頻度」を推計した。
 - ③将来の観光客数を予測するにあたり、人口の自然増減等も考慮して次年の「F. 年代別来沖経験別総人口」を算出した。
 - ④これに「E. 年代別来沖経験別の沖縄旅行頻度」を掛け合わせ、次年の観光客数を予測した。この作業を繰り返すことで、将来の年代別来沖経験別の観光客数の予測を行った。
- なお、推計に際しては20代から70代の観光客（出張・帰省を除く）に限って分析を行い、「E. 年代別来沖経験別の沖縄旅行頻度」は一定と仮定している。

図7 将来予測モデル作成のフロー



2 10年後の来沖経験別観光客数の予測

作成した将来予測モデル（JTBF 沖縄モデル）を用いて、10年後の来沖経験別の観光客数を推計した。なお、この推計は出張や帰省、修学旅行を除いた観光客を対象としており、06年の旅行の傾向がそのまま継続するとの仮定の上で行っている。

この推計の結果、今後10年間で来沖経験が「5回目以上」の観光客が大きく増加すると予想された。一方で、「初めて」の観光客は次第に減少することが予想される。なお、この期間中の観光客数の増加率は2～3%となり、リピーターの増加によって観光客数が増加していることが分かる。

マーケットに目を転じると、「未来訪者」が大きく減少していく一方で、「1回目」と「2回目」はほとんど変わらず、「3回目」と「4回目以上」が大きく増加すると予想される。「未来訪者」が大きく減少する要因としては、出生数の減少が挙げられる。

ただし構成比では、10年後も依然として「未来訪者」が過半数を占めると予想される。

図8 来沖経験別観光客数の推移の予測
(出張・帰省、修学旅行は除く。)

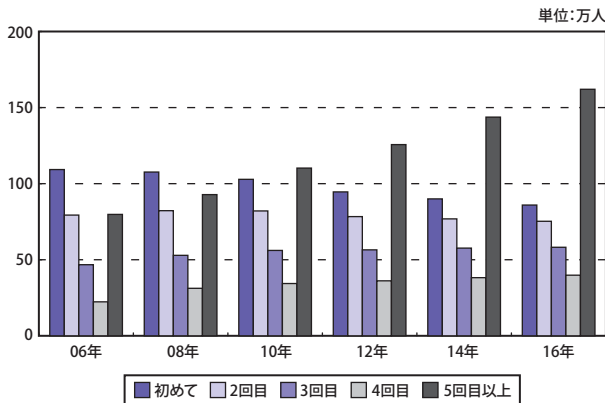
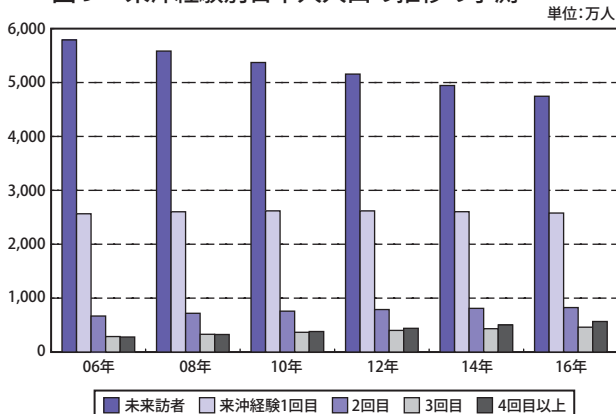


図9 来沖経験別日本人人口の推移の予測

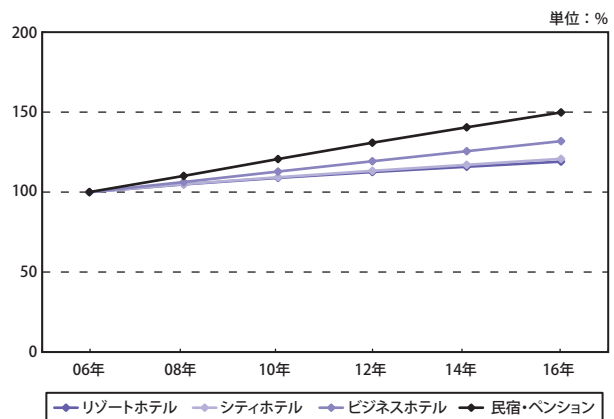


3 利用宿泊施設の変化

今後10年間の宿泊施設利用者数の推移の予測を行った。その結果、人数ベースでは、観光客数が増加することから、どの施設タイプの利用者数も増加しているが、特に「リゾートホテル」の利用者数が大きく増加すると予想される。年齢別に見ると、「リゾートホテル」と「シティホテル」において、40代と60代～70代の利用者数の増加率が大きくなった。

ただ、利用率で見ると、「リゾートホテル」と「シティホテル」の利用率はやや減少し、「ビジネスホテル」と「民宿・ペンション」の利用率は若干増加すると予想された。単価の高い「リゾートホテル」の利用率が減少し、単価の低い「ビジネスホテル」と「民宿・ペンション」が増加することから、宿泊費の総額は増加するものの、平均宿泊単価は減少することが予想される。

図10 宿泊施設利用者数の推移の予測
(2006年を100%とした時の利用者数の比率)



5. 終わりに

本研究では、観光地リピーター比率やリピート旅行の特徴、沖縄県をケーススタディとしてリピーターの形成要因を明らかにした。また、リピーターに着目して観光客の将来予測も行った。

ただ、これは沖縄県の観光統計が整備されていたからこそ可能となった側面も大きい。リピーターの増加を狙った施策を展開する上では、まず自分の地域にどのようなリピーターがどれだけの規模で来ているのかを把握した上で、取り組む必要があると考えられる。