

課題名：持続可能な観光資源の有効活用およびニーズ分析

研究代表者：宮古短期大学部 教授・大志田憲

課題提案者：一般社団法人宮古観光文化交流協会 会長 田中和七

研究メンバー：高岩将洋（一般社団法人宮古観光文化交流協会） 三村敬之（宮古短期大学部）
平田哲兵（宮古短期大学部） 宮井久男（岩手県立大学名誉教授）

技術キーワード：観光資源、ニーズ、情報提供

▼研究の概要

東日本大震災、新型コロナウイルス感染拡大により観光関連業は大ダメージを受け、加えて近年の旅行形態は団体から個人・小グループへと変化しており、個々のニーズを賄えるように、ハード、ソフト両面での大きな転換の必要が迫られている。今後の観光客利用促進を目指すためにも、現状の旅行者のニーズ分析および効果的な情報発信の方法の検討が必要である。

▼研究の内容

協働研究者である、宮古観光文化交流協会（以下観光協会）とともに、以下の内容にて学生も参加する形で進めた。

- 文献等による国内観光状況の調査
官公庁のデータや文献等から、国内観光の状況調査を行う。また、近年の若い世代の動向や志向を調査した。
 - 学生による観光地実地調査およびアンケート
今後の観光客となり得る若い世代でもある学生に対し、観光協会提供コースによる実施およびアンケート調査を行った。
- 調査日：6月18日
参加学生：7名
調査エリア：浄土ヶ浜、浄土ヶ浜ビジターセンターおよびレストハウス、遊覧船による青の洞窟、田老防潮堤
- Web上の口コミ分析およびその結果からの情報発信方法の検討
インターネット上の口コミサイト等からのデータを収集し、訪れる観光客の世代や同行者等に応じたニーズ分析を行う。



図1 学生による観光地視察

▼研究の成果（結論・考察）

観光白書（国土交通省）、旅行年報（公益財団法人日本交通公社）、岩手県観光統計（岩手県）等から、統計データをもとに、旅行者全体、若い世代の傾向としてもカップルや友人、少人数および自動車での移動が多いことがわかった。以下に研究内容の一部であるWebサイト上の口コミの調査をまたまたものを紹介する。また、学生からの実地調査も同様の傾向が見られた。また図2は旅行サイトである、じゃらんの浄土ヶ浜に対する口コミを分析したものである。

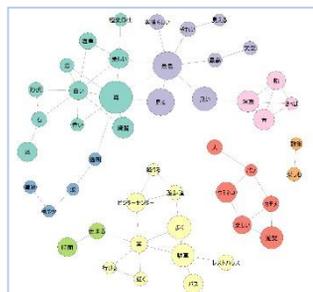


図2 共起ネットワーク

図2は、口コミのテキスト文章から、共起ネットワークを作成したものである。全体をおおまかに「景色・景観」の感想に関する内容、「さっぱ船」による「青の洞窟」に関するもの、「遊覧船」に関するもの、「レストハウス」、「ビジターセンター」、「遊歩道」、「駐車場」といった施設、インフラに関わる内容に分けることができる。図3は、口コミの5段階評価を対応分析したものであり、特に評価が高いものが「さっぱ船」「青の洞窟」浄土ヶ浜の「白い石」の景観等があげられ、逆に比較的他と比べて評価に差がある項目は、「駐車場」から歩く距離などの投稿が見られた。図4の同行者における分析から、「駐車場」に関する投稿が目立つのが家族連れが多い傾向があり、家族連れに対する駐車場からのシャトルバスなどの情報提供やアプローチ等を工夫することでより高評価につながる可能性がある。カップル・夫婦には「さっぱ船」「青の洞窟」、家族連れには「海水浴」「レストハウス」への好印象としての注目が高いことがわかった。

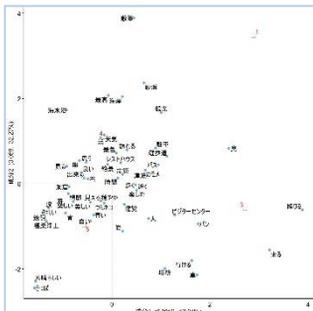


図3 5段階評価における対応分析

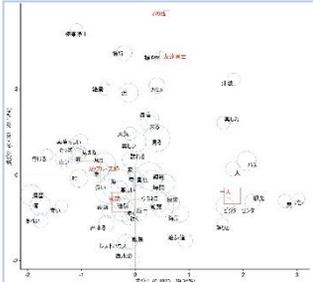


図4 同行者における対応分析

▼おわりに（まとめ・今後の展開）

今年度について、新型コロナ感染症の影響もあり、十分な現地調査および当初の予定の観光地での観光客に対するアンケート調査など実施できなかったが、現在有している観光資源を有効活用するために、同行者として分類したターゲットがどこに注目しているか、また評価の高さや問題に感じる点などを口コミの側面から把握することができた。今後はより多くのデータ等から精度の高い分析を継続する。