



京都観光をもっと魅力的に

-重回帰分析とコレスポンデンス分析による接近-

京都調べ隊

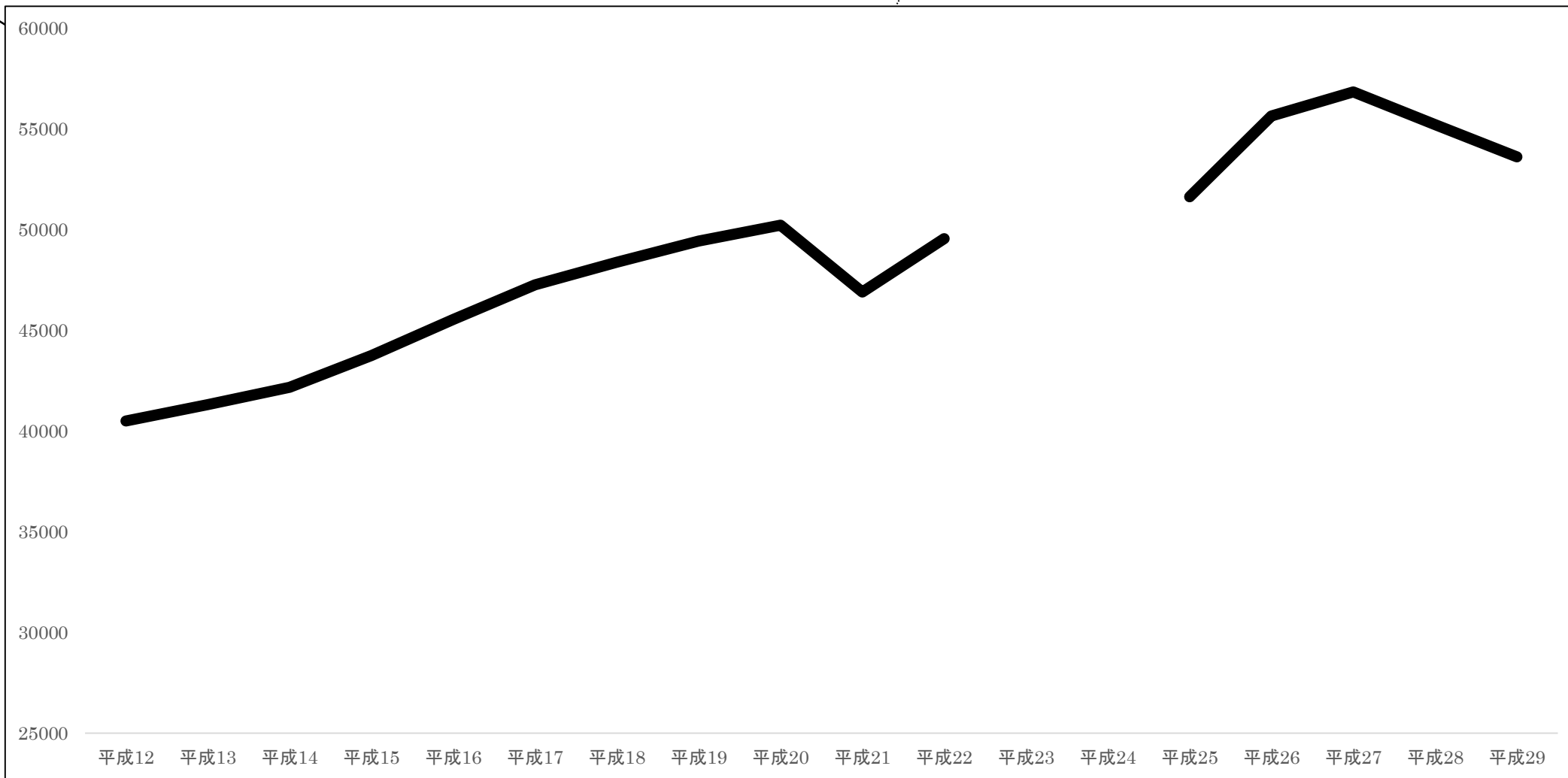
佐藤貴弘・阿部萌奈・辰巳碧・中西陸・長谷川鈴音

もくじ

- ⚡ はじめに
- ⚡ 研究概要
- ⚡ 重回帰分析
- ⚡ コレスポンデンス分析
- ⚡ 政策提言
- ⚡ 参考文献

京都の観光客数

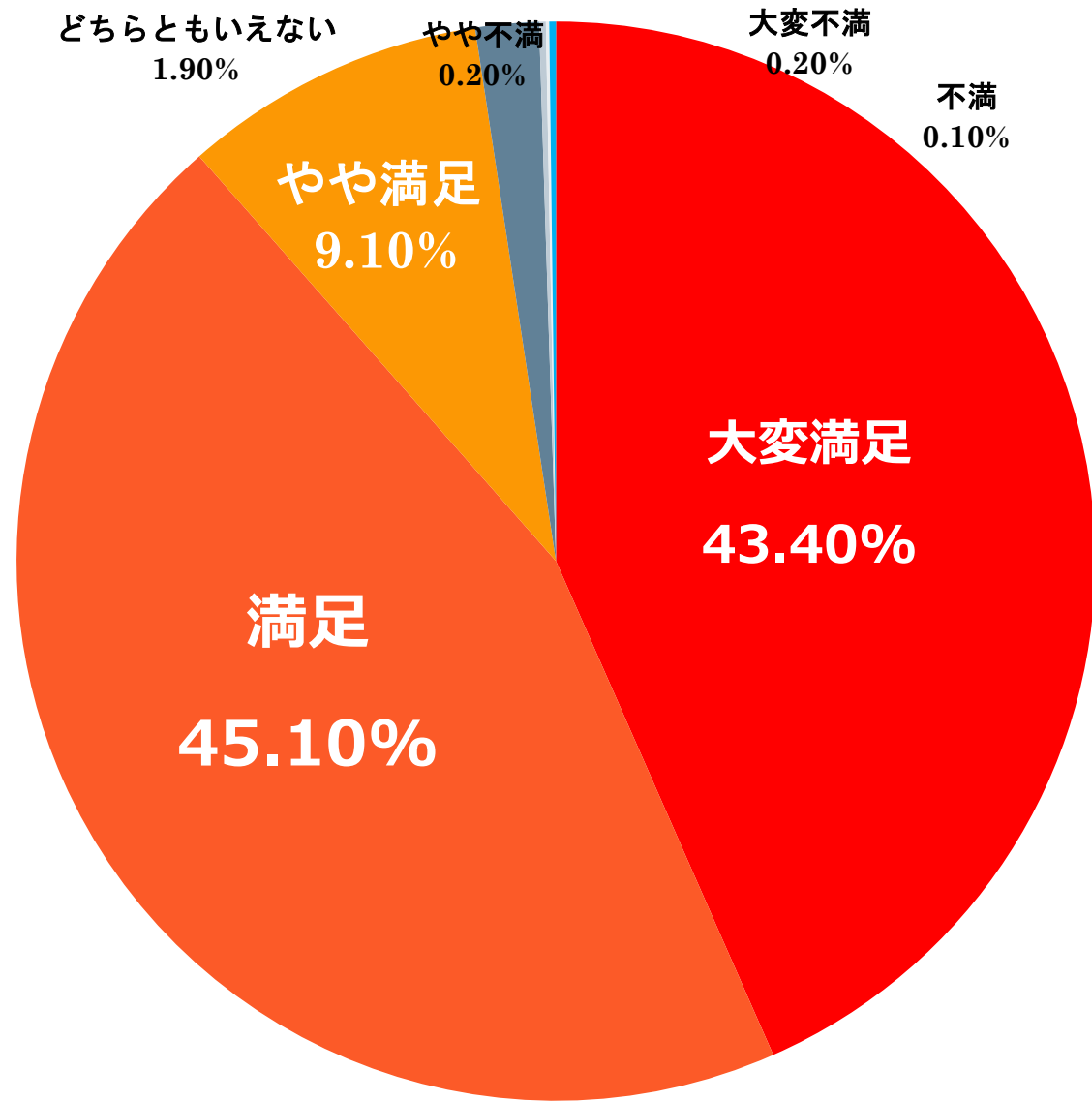
京都市情報館：京都観光調査 平成29年



京都観光の満足度

97.6%の
外国人観光客が
満足

しかし



They said ...

京都に来た！！

...けど、

どこに行けば満足できる？

インバウンド拡大の今日…

**もっと魅力的で満足できる
京都観光があるのでは…？**

Loading

研究概要

重回帰分析

- ▶ データ：アンケート調査 ⇨ 標本サイズ：57
- …→ 満足度に影響を与える観光場所

コレスポンデンス分析

- ▶ データ：京都観光調査 平成30年
- …→ 国別での訪問した観光場所の傾向

外国人観光客にアンケート

- Google Form
- 英語でのコミュニケーション
- 伏見稻荷大社で実施
- 10/23 – 10/30実施
- サンプルサイズ 57

京都市役所が運営する「京都市情報館」のデータ

- 京都観光総合調査 平成30年 外国人観光客実態調査
- 訪問地 TOP25

重回帰分析

満足度 = 切片 + β_1 観光場所 1
+ β_2 観光場所 2 + β_3 観光場所 3 ... + 誤差項



観光場所 k に 1 回行くと
 β_k だけ満足度が上がる ($k = 1, 2, \dots$)

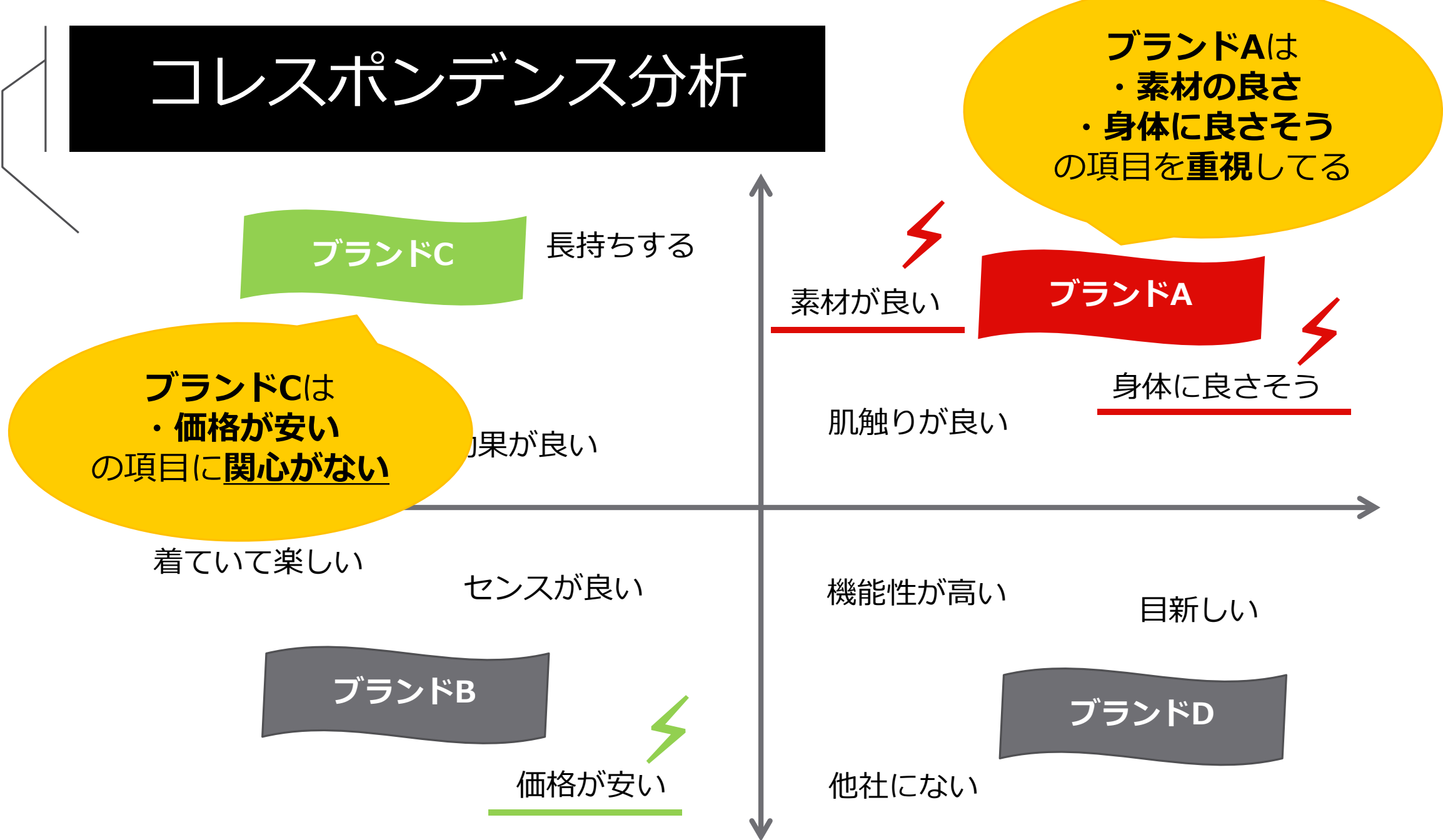
The Point Is



満足度に影響を与える
観光場所がわかる

Loading

コレスポネンダンス分析



The Point Is



**国別で訪れている場所がわかる
→傾向が掴める**

Loading

Survey

どこが
満足度に影響を
与えるのか

Loading

結果：重回帰分析

満足度が上がる観光場所

龍安寺

→ **1.408満足度が上がる**

伏見

→ **1.048満足度が上がる**

伏見稲荷大社

→ **0.858満足度が上がる**

被説明変数：満足度

標本サイズ：57

	係数	P値
切片	3.952***	1.92E-12
清水寺	0.464	0.1711
二条城	0.269	0.3261
伏見稲荷大社	0.858**	0.0222
金閣寺	-0.539*	0.0697
祇園	-0.120	0.554
嵐山	0.640	0.2835
錦市場	-0.426*	0.0942
銀閣寺	0.133	0.8401
京都御所	0.103	0.5996
八坂神社	-0.101	0.7834
京都タワー	0.408	0.1808
伏見	1.048**	0.0282
河原町	0.424	0.1922
龍安寺	1.408**	0.0289
三十三間堂	-0.360	0.544
高台寺	-0.442	0.8165
東山	-1.256**	0.0355
東寺	-0.093	0.8844
東福寺	-0.218	0.3137
嵐山モンキーパーク	-1.739**	0.0106
下鴨神社	1.149	0.1111

結果：重回帰分析

満足度が下がる観光場所

嵐山モンキーパーク

→ **1.739**満足度が下がる

東山

→ **1.256**満足度が下がる

金閣寺

→ **0.539**満足度が下がる

錦市場

→ **0.426**満足度が下がる

被説明変数：満足度

標本サイズ：57

	係数	P値
切片	3.952***	1.92E-12
清水寺	0.464	0.1711
二条城	0.269	0.3261
伏見稻荷大社	0.858**	0.0222
金閣寺	-0.539*	0.0697
祇園	-0.120	0.554
嵐山	0.640	0.2835
錦市場	-0.426*	0.0942
銀閣寺	0.133	0.8401
京都御所	0.103	0.5996
八坂神社	-0.101	0.7834
京都タワー	0.408	0.1808
伏見	1.048**	0.0282
河原町	0.424	0.1922
龍安寺	1.408**	0.0289
三十三間堂	-0.360	0.544
高台寺	-0.442	0.8165
東山	-1.256**	0.0355
東寺	-0.093	0.8844
東福寺	-0.218	0.3137
嵐山モンキーパーク	-1.739**	0.0106
下鴨神社	1.149	0.1111

不満足

満足

← -1.776 →

モンキーパーク

← -0.060 →

東福寺

← 0.202 →

東寺

← -0.613 →

東山

← 0.920 →

龍安寺

← 1.067 →

伏見

← 0.337 →

河原町・四条

← 0.326 →

京都タワー

← 0.017 →

八坂神社

← 0.093 →

京都御所

← -0.382 →

錦市場

← -0.052 →

祇園

← -0.352 →

金閣寺

← 0.681 →

伏見稲荷

← 0.190 →

二条城

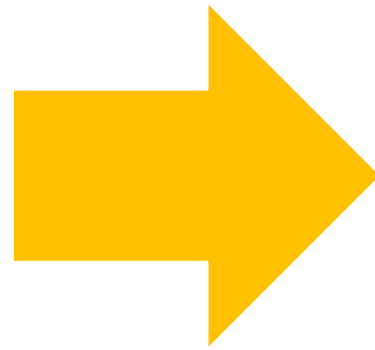
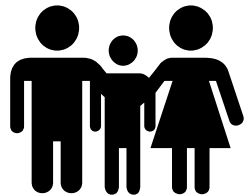
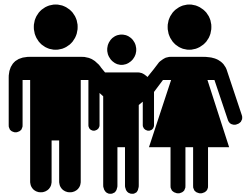
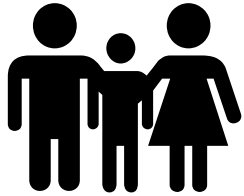
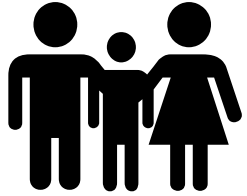
← 0.341 →

清水寺

0.000

考察：重回帰分析

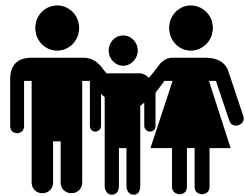
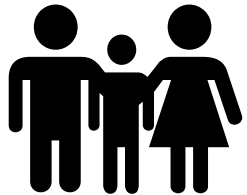
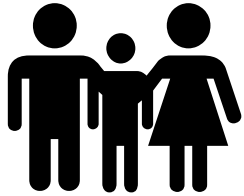
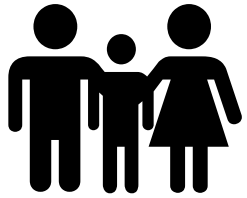
行けば
満足できる！



満足度上げる
観光場所

考察：重回帰分析

この満足を
逃している！



満足度上げる
観光場所

Conclusion

⚡
観光場所の三分の一が
満足度に影響を与える

Survey

どの国の人
どこに
訪問しているのか

Loading

結果：コレスポネン 分析

ヨーロッパ

南禅寺・銀閣寺

アジア

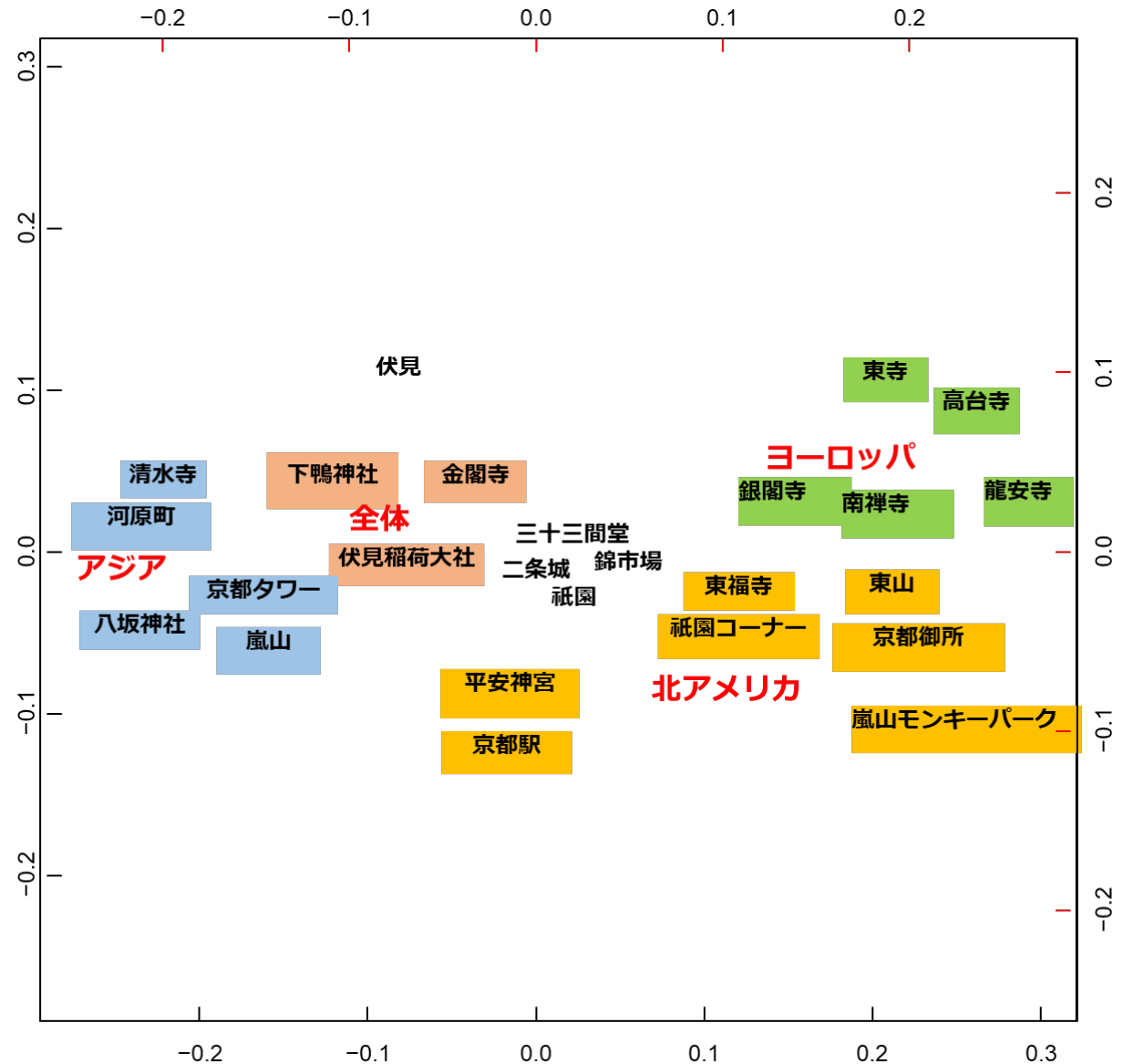
河原町・八坂神社

北アメリカ

平安神宮・京都御所

全体

伏見稲荷大社・金閣寺



Marketing from Kyoto 「京都市内観光地の訪問特徴をコレスポネン分析で可視化してみた (2017-06-25)」

考察：コレスポンドンス分析

平安神宮
など



南禅寺など



伏見稻荷
など



河原町など



Conclusion



観光客の国籍が違くと
訪問する観光場所も違う

Loading

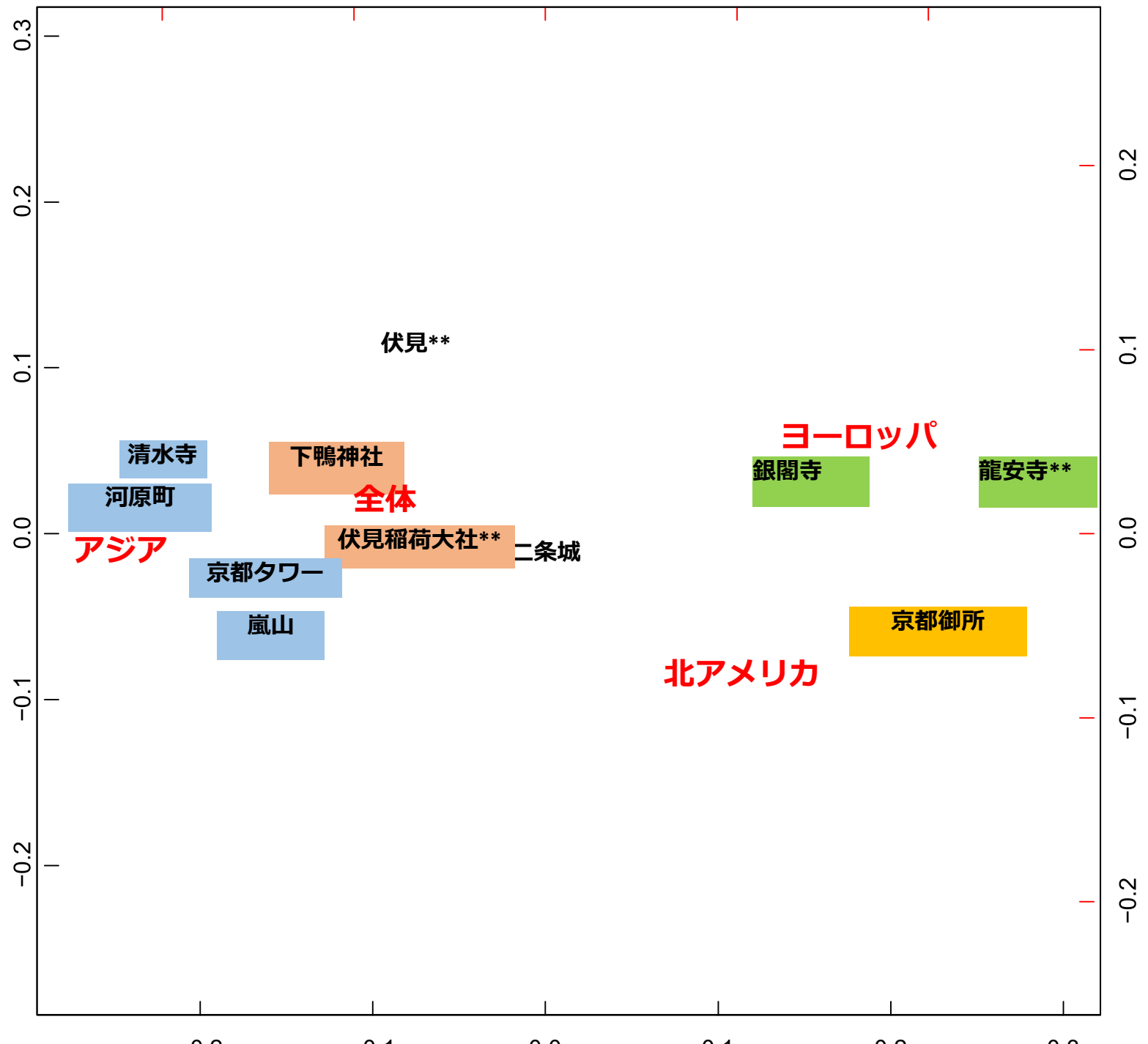
Thinking



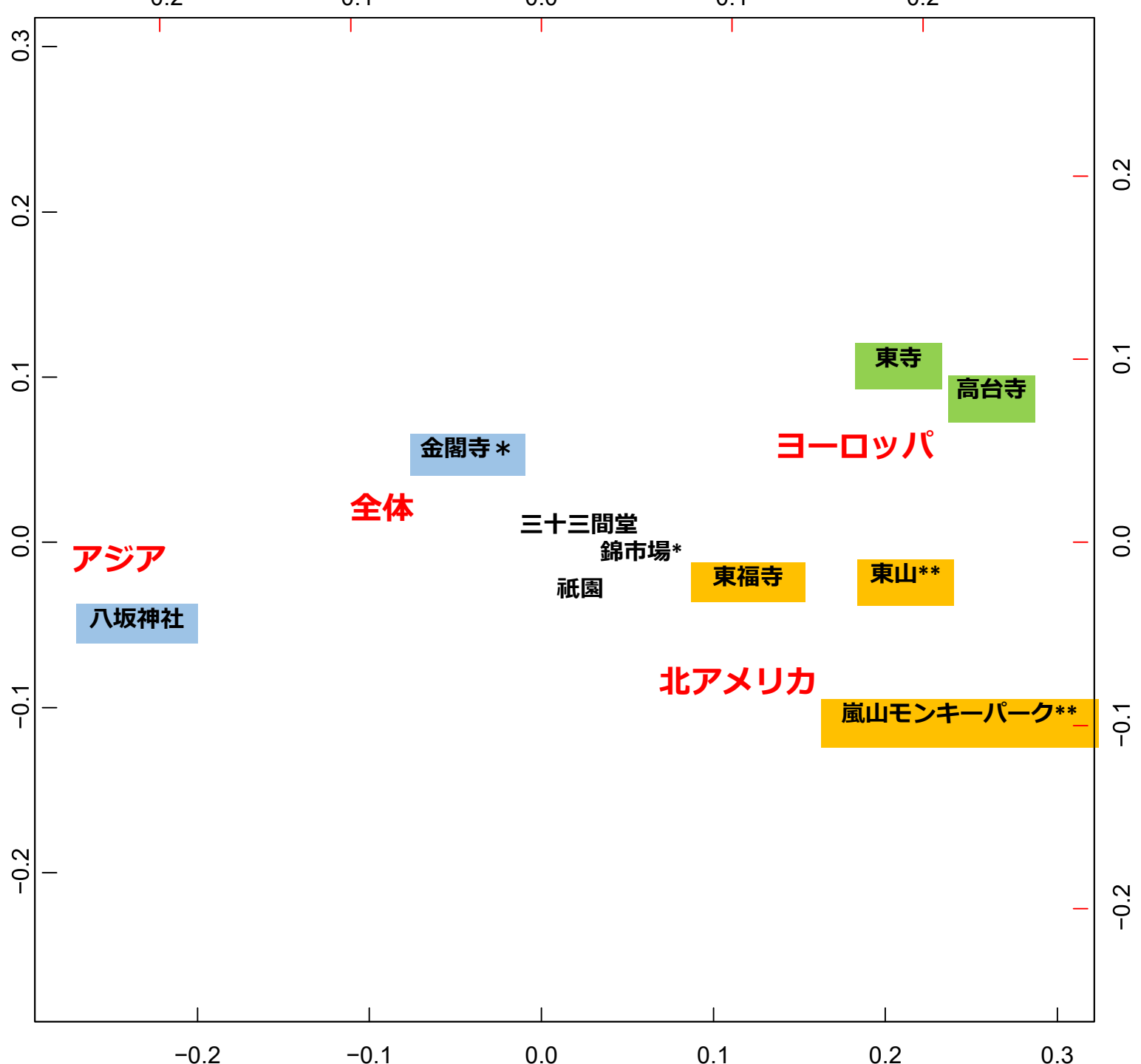
二つの分析結果から
より満足できる
京都観光を提案できるのでは？

Loading

満足

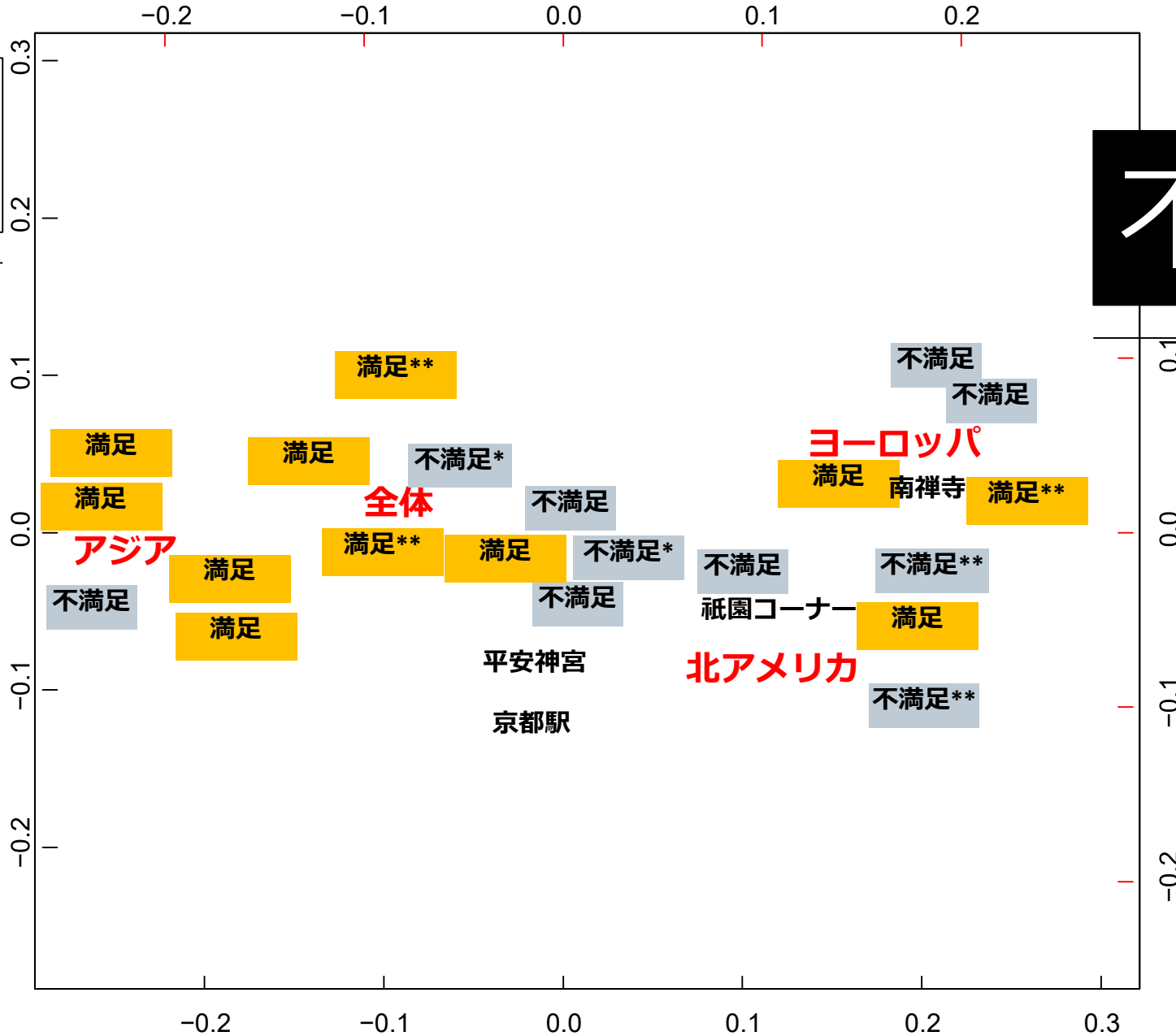


不満足



満足

不満足



How Come

アジア人は
満足度が上がる観光場所
に行っていて

北アメリカ、ヨーロッパ人は
満足度が下がる観光場所
に行っているのか

原因として

**旅行スタイルの違いが
影響しているのではないか**



ツアー利用割合

アジア	22.68%
北アメリカ	5.9%
ヨーロッパ	13.4%



散策ツアー利用割合

アジア	25.46%
北アメリカ	18.8%
ヨーロッパ	10.1%

That's Why

**アジアは
ツアー利用による旅行率が
比較的高い**

**北アメリカ、ヨーロッパ人は
ツアー利用による旅行率が
比較的低い**

**この違いが
彼らの訪れる
観光場所の違いに
なっている**

Idea



**北アメリカからの観光客に
ツアー型の観光を利用してもらい
ほかの観光場所に
訪れてもらう**

Loading

Problem

**そもそも
北アメリカの観光客が
団体ツアーのような
プライベート性の低いのを
好んでいない**

How

Choose

オーダーメイド

そもそもオーダーメイドツアーって

コンシェルジュと一緒に組み立てるツアー

- ✧ 観光客の要望にコンシェルジュが合わせる
- ✧ 旅行会社からも提案ができる
- ✧ 予算も観光客の要望に合わせる

観光客にとって

- プライベート性の確保
- 要望にそったものにカスタマイズできる
- 個人旅行がいいけど計画を立てるのが面倒
- オリジナルで特別な旅行にしたい

京都にとって

- 京都側から観光場所の提案ができる
- 京都の知られていないところの提供ができる
- 京都でのマナーなどを教えられる

Opinion



オーダーメイドツアーを
利用してもらおう

Loading

Example

北アメリカの観光客A

- ✧ **旅行計画**：とりあえず京都を回りたい
- ✧ **滞在スタイル**：家族とリフレッシュしたい
- ✧ **訪問予定地**：特にアイデアはない

suggestion

⚡ コレスポネンデンス分析の結果を当てはめる

- 平安神宮・京都御所・東福寺
- ・ 嵐山モンキーパーク・京都駅
- ・ 東山・祇園コーナー

⚡ 満足度が下がる観光場所を外す

- 東山・嵐山モンキーパーク・東福寺

⚡ 満足度が上がる観光場所を組み込む

- 龍安寺・伏見稻荷大社・伏見

満足度で見ると

3.11満足度が下がる京都観光から

3.417満足度が上がる京都観光に

混雑の分散への期待

Reason

なんとなく観光してしまっている観光客に
他の魅力的な観光場所へ訪問してもらうことで
集中的な混雑を分散できる

Conclusion



二つの分析を組み込んだ
オーダーメイドツアーで

京都観光をもっと魅力的に

参考文献

- ・京都市役所「京都市情報館 観光調査 平成29年 京都観光総合調査について」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000240130.html>
- ・京都市役所「京都市情報館 観光調査 平成30年 京都観光総合調査について」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000254268.html>
- ・Marketing from Kyoto「京都市内観光地の訪問特徴をコレスポネンス分析で可視化してみた (2017-06-25)」
<http://marketing-kyoto.hatenablog.com/>
- ・訪日ラボ 「観光消費額」
<https://honichi.com/news/2018/06/21/kyotokankosurvey/>
- ・訪日ラボ 「訪日外国人の旅行目的ランキング【国別】 / 外国人はなににしに日本へ？日本人はダントツ温泉」
<https://honichi.com/news/2019/01/10/inboundxtravelpurpose/>
- ・じゃらんリサーチセンター 「訪日外国人 観光体験需要調査」
http://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2018/05/inbound-tourist-activity_20180122.pdf
- ・HIS オーダーメイド旅行なら旅行コンシェル | ご旅行情報
<https://ordermade.his-j.com/>
- ・オーバツーリズム対策事業 | 京都市観光協会 (DMO KYOTO)
<https://www.kyokanko.or.jp/project/sustainable/>