

第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
アイチダイガク	ケイエイガクブ	タメヒロゼミナール
愛知大学	経営学部	為廣ゼミナール

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
マッシロシロスケ	ヒラノユウヤ	5人
まっしろしるすけ	平野裕也	

研究テーマ（発表タイトル）

どうしたら男子学生は旅行に行くのか

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究では、男子学生が女子学生に比べて旅行に行かない理由を明らかにし、男子学生の国内、海外を含む観光宿泊旅行者数を増やすマーケティングを提案することで、男子学生の旅行者を増加させることを目的とする。学生時代によく旅行に行っていた人は、その後もよく旅行に行くことが明らかにされており、男子学生の旅行者を増加させることで、未来の旅行市場の維持、拡大につながると考えられる。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」による年代・男女別の1年間の国内宿泊旅行、海外旅行の経験率を比較すると、20代の男女差が他の年代よりも大きいことを発見した。20代の男女差は、国内宿泊旅行では、13.7ポイントの差、海外旅行では、5.8ポイントの差であり、国内宿泊旅行、海外旅行のどちらも女性の方が男性に比べて旅行に行っている。

私たちはこの他の年代よりも大きい20代の男女差は、20代の中に含まれる学生にも当てはまると考えた。そこで、マイナビが調査した「大学生のライフスタイル調査」での学生の旅行実施状況を確認した。その結果、学生の国内宿泊旅行経験率では、7.1ポイントの差、海外旅行経験率では、10.9ポイントの差が男女に存在し、男子学生は女子学生に比べて旅行に行っていないという現状を把握した。

これらの現状を踏まえた上で、大学生の旅行の現状を明らかにするためにアンケート調査を行った。そのアンケートの内容は、旅行意欲、旅行動機、同伴者、同伴者数に関する項目である。以下のことが明らかになった。

男子学生の旅行の特徴

1. 女子学生に比べても旅行意欲は低いこと
2. 旅行が好きな度合いに影響を与える動機は、緊張解消、現地交流、自然体感である
3. 3人以上のグループ旅行の割合が最も高いこと
4. 2人での旅行の同伴者は友人よりも恋人が多いこと

女子学生の旅行の特徴

1. 2人での旅行の割合が最も高いこと
2. 2人での旅行の同伴者は恋人よりも友人が多いこと

男子学生は、これらの特徴があるが、中でも3人以上のグループ旅行を増やすことに着目する。その理由としては、男子学生の恋人との旅行を増やすには、旅行以前に恋人の有無が関わってくるからである。

3. 研究テーマの課題

私たちは、グループ旅行の計画実施を友人との集団意思決定プロセスから考えた。「友人との集団意思決定への参加意図の形成メカニズム：旅行の意思決定を事例として」による、旅行を事例とした友人間の集団意思決定には、発案者、ゲートキーパー、影響者、決定者、購入者の役割がみられる。しかし、集団全員がこの役割を担うわけではない。友人との集団意思決定では、ひとりのまとめ役がこれらの役割の中心となって行われる集団意思決定のパターンが最も多いとされている。つまり、友人との集団意思決定では、役割の中心を担うまとめ役と、意思決定に積極的に参加しない旅行に参加するだけの参加者に二分される。内発的に動機付けされるまとめ役の特徴として、外向性、勤勉性、協調性、開放性が高いことがある。このまとめ役の発案者の役割に注目した。旅行実施には、旅行を発案、誘うという行為が必要である。これらから、誘う人(まとめ役)が学生の中にどれくらい存在しているのかを確認するために、再度学生を対象にアンケート調査を行った。その結果は、図1、2の通りである。男子学生は、自分から誘って旅行に行く人は27.9%と少なく、誘われたら旅行に行く人は62.3%と多いことが分かった。反対に、女子学生は自分から誘って旅行に行く人が50%であり誘われて旅行に行く人も46%であることから大きな差は見られない。これらから、男子学生の旅行者数が女子学生に比べて少ないのは、男子学生の誘う人(まとめ役)が少ないことが理由として考えられる。旅行意欲もあり、誘われたら旅行に行くのにも関わらず、誘う人(まとめ役)が少なく誘われる機会が少ないため、旅行に行っていないと考えられる。

男子学生の旅行者数を増加させるには、旅行に誘う人(まとめ役)を増やすことが必要である。その方法としては、誘う人(まとめ役)になる特徴を持つ人を対象としたマーケティング活動を行うことが効果的である。

図1

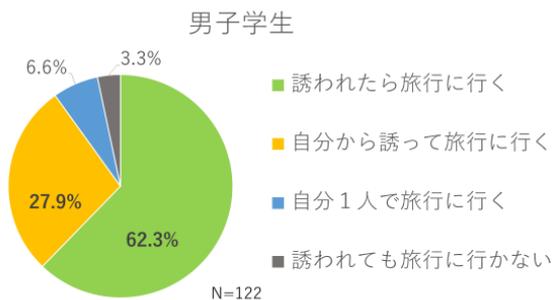
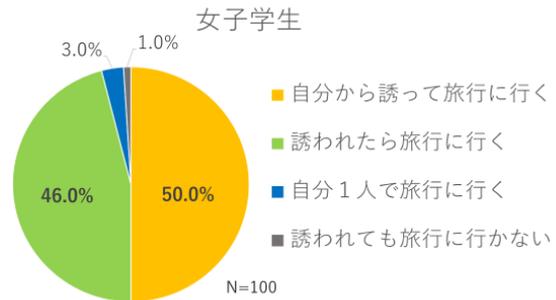


図2



4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

誘う人(まとめ役)の特徴を持つ人は部活のキャプテン、サークル長、ゼミ長などの大学生におけるリーダーを務める人に多いのではないかと考えた。そこで、10項目で構成され、外向性、協調性、勤勉性、神経症傾向、開放性を各2項目で測定する尺度である日本語版 Ten Item Personality Inventory (TIPI-J) を使用し、外向性、協調性、勤勉性、開放性を測り、それとリーダー経験の関係をみた。その結果は図3の通りである。リーダー経験の有無と各項目の平均値を示している。外向性、勤勉性、開放性の項目で平均値が高くなっている。さらに、t検定を行った結果、外向性は ($p = 0.00 < 0.05$) の有意差、勤勉性は ($p = 0.02 < 0.05$) の有意差が認められた。以上の結果より、大学生におけるリーダーは、誘う人(まとめ役)の特徴である外向性、勤勉性を強く持つことがわかった。よって、リーダーが誘う人(まとめ役)になる可能性があると考えた。大学生におけるリーダーを対象にマーケティング活動を行うことで、誘う人(まとめ役)を増やすことにつながる。また、マーケティング活動を行う際は、男子学生の旅行動機を意識したものにする。男子学生が旅行に求めている緊張解消、現地交流、自然体感を考慮してマーケティ

ング活動を行うことが必要である。

図3 リーダー経験の有無別の各項目の平均値

	ある n=114	ない n=70
外向性	8.96	7.23
勤勉性	7.63	6.61
開放性	8.57	8.00
協調性	9.80	9.86

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- 大学生の観光宿泊旅行に対する意識アンケート調査（2019年8月6日～9月2日）
調査目的：学生の旅行の現状、動機と阻害要因の男女差、旅行意欲に影響を与える要因を明らかにするため
有効回答数：415
- 大学生の観光宿泊旅行形態のアンケート調査（2019年10月18日～10月24日）
調査目的：集団意思決定とまとめ役について男女別で数、意識を把握するため
有効回答数：222
- 大学生のグループ旅行における意識のインタビュー調査（2019年10月15日～10月31日）
調査目的：誘う人(まとめ役)の特徴を明らかにするため
- 男子学生へのアンケート調査（2019年11月5日～11月6日）
調査目的：誘う人(まとめ役)の特徴を持つ人は、リーダーに多いのかを明らかにするため
有効回答数：184

6. 結果や今後の取り組み

男子学生が女子学生に比べて、旅行に行かない理由は、誘う人(まとめ役)が少ないことが考えられる。誘う人(まとめ役)を増やすことができれば、男子学生全体の旅行者数も増加する。そして、大学生におけるリーダーを対象にしたマーケティング活動を行うことで誘う人(まとめ役)を増やすことにつながる。今後、大学生におけるリーダーに向けたマーケティング活動の具体的な方法を検討する。

7. 参考文献

- ・ 佐々木土師二（2007）『観光旅行の心理学』北大路書房
- ・ 佐々木 正人（2000）『旅行の法律学』株式会社日本評論社
- ・ 金春姫 鎌田裕美（2010）「若者の旅行に対する意識」成城大学 経済研究第188号
- ・ 小塩 真司 阿部 晋吾 カトーニ ピノ（2012）「日本語版 Ten Item Personality Inventory (TIPI-J) 作成の試み」パーソナリティ研究 第21巻 第1号 40-52
- ・ 豊田 紗綾（2018）「友人との集団意思決定への参加意図の形成メカニズム：旅行の意思決定を事例として」一橋大学機関リポジトリ

- ・ 林幸史 藤原武弘 (2012)「観光地での経験評価が旅行満足に与える影響—観光動機と旅行経験の視点から—」
関西学振大学社会学部紀要 (114) ,199–212
- ・ 水野 邦夫 (2005)「簡便な性格測定尺度の作成について：性格の 5 因子モデルをもとに」 聖泉論叢 13 号 13-23 ページ
- ・ 観光庁「旅行・観光消費動向調査 2019」
https://www.mlit.go.jp/kankocho/news02_000390.html 最終アクセス 2019/11/07
- ・ マイナビトラベル 学生旅行白書 2018
<https://travel.mynavi.jp/pr/pressrelease/vol3.html> 最終アクセス 2019/11/07
- ・ 2020 年卒マイナビ大学生のライフスタイル調査
<https://saponet.mynavi.jp/release/student/life/mynavilifestyle2020/> 最終アクセス 2019/11/07
- ・ 観光庁「将来的な商品化に向けた観光資源磨きのモデル調査業務」

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

なし

●発表時に使用する成果物（例、商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

なし

【企画シート作成上の注意】 ※「第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ・本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、翌年 3 月に公開予定の「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ・本企画シートは、作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。
- ・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ・商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。
- ・書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑