

研究論文

中規模和風旅館における訪日外国人観光客の満足度に及ぼす要因について

— 「期待不一致モデル」の手法に基づく調査を通じて—

Factors affecting the satisfaction of foreign tourists visiting Japan at medium-sized Japanese-style inns

-Through a survey based on the “expectation disagreement model” method-

森田 金清

Kanekiyo Morita

和歌山大学大学院観光学研究科博士後期課程

キーワード：期待不一致、外国人観光客、満足度、中規模・中間価格帯和風温泉旅館、温泉リゾート地

Key Words : Expectation disconfirmation, Foreign tourists, Satisfaction, Medium-sized Japanese-style inn, Hot spring resort

Abstract :

This study is targeting the foreign tourists who stay in Japan at medium-sized Japanese-style hot spring inns located in hot spring resorts. The purpose is to consider the factors that influence the satisfaction level by the Expectation Disconfirmation Theory, and to consider the effect of the satisfaction level on the revisit to the hot spring resort area or to Japan. For foreign tourists who stayed, we conducted a questionnaire survey on expectations based on various information, accommodation experience, tourism purpose, tourism cost, and satisfaction obtained from actual accommodation experience. As a result, we found that the satisfaction is influenced by the past accommodation experience and expectations based on the purpose of travel. In addition, it was confirmed that the satisfaction level of multiple items had an impact on lodging at the same type of hotel and willingness to return to the area or to Japan.

I. はじめに

本研究は、期待不一致の理論を背景にした JCSI (Japanese Customer Satisfaction Index) モデルの手法を利用して、中規模和風旅館における外国人観光客の満足度に関する調査及び分析を行い、その満足度が当該温泉リゾート地及び日本への再訪に与える影響を考察することを目的としている。

本研究の対象となるホテルは、温泉リゾート地として知られる熱海に立地する中規模温泉和風旅館（以降、「中規模和風旅館」と略す。）である。対象を熱海の温泉旅館に限定するのは、次の2つの理由がある。まず、和風旅館の衰退が止まらず、危機的な状況が続いている。2019年にリゾートホテル、ビジネスホテル、シティホテルのいずれも延べ宿泊者数が大幅に増加したが、旅館タイプだけ-4.4%で、定員稼働率が2割台にとどまっている（国土交通省観光庁、2020）。もう一つは、和風旅館の再建が地域活性化においても大きな課

題である。熱海温泉は、1970代には500万人近くあった年間宿泊施設利用人数が、現在330万人程度に止まっている。観光業依存の熱海市の人口も最盛期の5.4万人から3.6万人に減少している（熱海市観光建設部観光経済課、2020）。観光地競争も激しくなる中、宿泊施設利用者のニーズを把握し、和風旅館をより魅力ある施設に改善していくことは、地域振興にも寄与すると考えられる。

上記の2つの課題に対処するためには、今までほぼ未開拓であった外国人観光客の誘客策を積極的に進める必要がある。わが国の年間宿泊旅行者のうち訪日外国人が2割を占めているが（国土交通省観光庁、2020）、熱海温泉では3%に過ぎないためである。

旅館タイプのホテルでは、従来日本人宿泊客がほとんどであったが、近年訪日外国人観光客の宿泊が急増してきた。文化背景や生活習慣が日本人と異なる訪日外国人観光客を相

手に、いかに顧客満足度を高めるか課題として浮上している。

中規模にしたのは、規模の違いやそれに伴う価格及びサービス上の違いによって比較性が薄められる可能性があるためである。表1に示すように、大旅館・中旅館・小旅館という3つの区分において、総売上高や利益率に違いがあるばかりでなく、日本旅館協会（2017）によると、顧客の予約方法にも違いが目立っている。訪日外国人観光客の満足度に影響する要因を把握するには、サービスや価格において一定の均質性を有する施設を対象とする必要があるため、本研究は中規模旅館に絞ることになっている。大旅館や小旅館についてもそれぞれの区分別に取り上げて考察することを、今後の課題にしていきたい。

表1 区分別旅館の総売上高・経常や利益率

| | 大旅館 | 中旅館 | 小旅館 |
|-----------|---------|--------|--------|
| 総売上高 (万円) | 225,303 | 62,789 | 19,154 |
| 経常利益 (万円) | 8,508 | 1,132 | 343 |

出所：一般社団法人日本旅館協会（2017）「営業状況等統計調査」より

II. 先行研究のレビュー

1. 顧客満足度に関する期待不一致の手法について

顧客満足とは、購買前の期待と実際に得た結果の比較によって発生する購買後の態度であり、マーケティング研究の重要な概念である。先験条件となる期待と実際に得た結果の一致・不一致により顧客満足を説明する期待不一致モデルは、Oliver（1980）によって提唱されたものであるが、太田（2011）によると、期待と満足に関する研究領域では、今日でも支配的な理論となっている。

サービス産業生産性協議会（JCSI）は、期待不一致理論を「世界の主流CS解析理論」と位置づけ、それを理論的支柱として、購買行動の因果関係をモデル化し、顧客満足の指数化を行っている。本研究は、期待不一致理論そのものの研究ではなく、このJCSIモデルを手法として活用するものである。

期待不一致モデルとは、顧客満足の主要な形成要因として期待不一致効果に着目し、当該製品に対する消費者の期待水準と当該製品の実際のパフォーマンスの一致、不一致によって満度が規定されるというものである（太田,2011）。太田（2011）によると、顧客の期待水準は「料理の味」、「接客態度」、「店内の内装」、「店内の清掃」といった品質要素に対して抱かれるが、品質要素のすべてに対して期待水準を抱いているわけではない。レストランの品質要素において、「床の素材」や「トイレの位置」といった品質要素にまで期待水準を抱いているとは考えにくい。

奥瀬（2008）によると、期待不一致モデルの考え方は、消費者が何らかの比較基準に基づき、財・サービスから得られる成果の確認・不確認を行っているという、確認—不確認パ

ラダイム（confirmation disconfirmation paradigm）に依拠している。

比較基準には、期待、平衡性、ノルムが用いられている。期待不一致モデルでは、「期待（expectation）」、即ち事前に顧客がその財・サービスが備えているであろうと予測する成果に依拠している（藤村, 1999）。

上記の先行研究から、期待不一致モデルはサービス業などにおける顧客満足を考察するためにも応用されている手法であり、この手法は確認—不確認パラダイムに依拠し、また提供されるサービスの品質要素に対する顧客の期待を比較基準としていることがわかった。

2. 観光分野の研究における期待不一致手法の応用

期待不一致手法を応用した国内の事例に以下の先行研究がある。

顧客満足度にかかわる「期待」にどんな類のものがあるかについて、古屋・櫻井・羽瀨・杉山（2014）は、観光施設に一般的に備わるものに対する「不変的な期待」、典型的な観光施設がもつ要件との違いによって生まれる「変動的な期待」、他の施設との違いによって生まれる「相対的な期待」、施設の役割に対する「普遍的な期待」を挙げている。

また、事前の情報に基づく期待と実体験後の満足度との比較を行った田静・加藤（2016）は、中国の吉林省長春市青年商務旅行社において日本観光経験の有無という2つのグループに分けて103人の中国人に質問紙調査を行った。日本への旅行に関して、インターネットや友人・知人からの情報で「温泉」と「おもてなし」が良いと知っていても、実際に体験した後、その良さを感じたという声があり、温泉やおもてなしなどの項目に関して期待レベルよりも実際の満足レベルが高いと報告している。

さらに、満足度向上のために取り組むべきことについて、盧剛・山口（2012）は、東京のホテルに宿泊する中国人観光客64名を対象に質問紙調査を行った結果、訪日中国人観光客の満足度を高め、再度来日を促すためには、①訪問中における自由時間が充分にとれること、②おもてなしをさらに向上させること、③料理の味と価格を満足させること、④観光施設及び宿泊施設サービス向上があげられた。

一方、五十嵐（2014）は、JTBの「お客様アンケート評価」で満足度90点以上と評価され、『JTBセレクト』商品として販売されているホテル・旅館303施設の顧客サービス担当者に質問紙調査を実施し、顧客満足度の高い宿泊施設として高品質化、差別化、経営理念の共有、情熱と挑戦といった企業行動が求められるとの回答が多かったという。

海外の事例に関しては、以下の研究が挙げられる。

まず、Yun・Pyo（2016）は、期待不一致と欲求合同（desire-congruency）という2つの理論に基づいて拡張・統合された観光客満足モデルを提案し、3つの連続した調査（旅

行の意図と旅行の前後)でテストした。その結果、観光客は消費した旅行商品に関する重要な総括として満足度を記号化していることを示唆し、このようなモデルは、全体的な満足度に対する期待、動機/欲望、認識されたパフォーマンスの質(目的地の属性評価)、および認識された経験の質(旅行の欲求と動機の達成)の役割、さらに全体的な満足度がクレームを言う行動と将来の行動意図との関係を明確にするのに役立つという。

次に、Hsuら(2009)は、期待不一致理論に基づき、中国人海外旅行者の訪問前の段階における期待、動機、態度を組み込んだ行動プロセスをモデル化し、独自の期待、動機、態度(EMA)モデルを提案した。北京、上海、広州の1,514人から収集されたデータに基づいて調査した結果、目的地を訪れる期待が目的地を訪れる動機に直接影響し、動機は目的地への訪問に対する態度に影響するとし、動機が期待と態度の関係に仲介効果をもたらすとしている。

また、Wong・Cheung・Wan(2013)は、香港の住民を対象に、期待・動機・態度(EMA)モデルを利用して、旅行者の期待、態度、およびアウトバウンドの目的地を訪問する動機の相関関係についてアンケート調査を行い、137件の回答が寄せられた。調査結果は、旅行者の期待と目的地を訪れる動機、また動機と態度の間に有意な相関関係があることがわかった。さらに、旅行者の知識は統計的に期待と相関し、旅行者の期待や態度および動機の三者間で有意な相関関係があることが確認された。

さらに、Omar・Muhibudin・Yussof・Mohamed(2013)は、期待不一致理論に基づき、休暇目的の観光に適用する「休日の満足度モデル(HOLSAT, Holiday Satisfaction model)」に基づき、マレーシアのパハンでの休暇に関する海外および国内の観光客の満足度を測定した。その結果、満足度はアクセシビリティ、宿泊施設、観光施設、観光活動、食事、観光名所という6つのカテゴリに分類された47の肯定的および否定的な属性に関する観光客の期待と経験に影響されると報告した。

JCSIは、①顧客期待(利用者が事前に持っている企業・ブランドの印象や期待・予想)、②知覚品質(実際にサービスを利用した際に感じる、品質への評価)、③知覚価値(品質と価格とを対比して感じる納得感、コストパフォーマンス)、④顧客満足(利用して感じた満足の度合い)、⑤推奨意向(利用したサービスの内容について、肯定的に人に伝えるかどうか)、⑥ロイヤルティ(再利用意向)という6つの因果モデルの指標を提示している。米国サービス産業生産性協議会(ACSI)は、顧客期待には、広告や口コミなどの非経験的な情報を含む以前の消費経験と、将来の品質を提供する企業能力への予測の両方を表すとし、顧客期待における情報や消費経験の役割を指摘している。

上記の先行研究のレビューにより、期待不一致の手法によ

る観光施設での顧客満足度の考察及び研究成果があったことは確認された。一方、先行研究では、①観光客の「期待」が何によって発生し、どのような種類があるかに関する分析は十分なされていない。②国内の温泉リゾート地への訪日外国人観光客や和風旅館における外国人宿泊客に関する考察は、まだ確認されていない。③実際の観光行動における期待と満足の一致・不一致が温泉リゾート地への再訪願望及び再宿泊願望にどのような影響を及ぼすかについては、期待不一致の手法に基づく考察は行われていないと指摘できる。

Ⅲ. 問題意識

先行研究では、期待不一致の手法により、観光施設や宿泊施設における顧客満足を考察する成果が窺える。しかし、前述したように、観光客の「期待」の発生原因と種類、温泉リゾート地及び和風旅館のような宿泊施設に特化した、観光客の満足度に関する調査や考察、期待と満足の一致・不一致による再訪願望への影響に関しては、十分考察がなされたとは言えない。このような状況を踏まえ、本研究は中規模和風旅館に宿泊する訪日外国人観光客の満足度について期待不一致モデルの手法により考察することにした。期待不一致モデルを採用した理由は、JCSIの理論的背景にもなっているように、観光施設や宿泊施設の顧客満足度を測定するのに適していると考えたからである。一方、本研究は、期待不一致の理論を研究対象にしているのではなく、その理論を背景にしたJCSIモデルの手法を利用して、外国人観光客の満足度に関する調査及び分析を行うのである。

熱海は首都圏からの手軽な旅行に適する温泉リゾート地として名高いが、訪日外国人観光客にとって日本旅行の通過点として1泊2日で宿泊する場合がほとんどであり、常連客やリピート客となることは多くない(崔龍文, 2012)。一方、ホテルへの宿泊は観光客自らの意思決定によるものであるが、その選択の背後にある、観光客の期待については、筆者はJCSI及びACSIが提示した因果モデルを参照して、定義と分類を行った。

①情報に基づく期待

各種情報によって形成されるイメージから生まれる期待とは、広告やWebやSNSなどの情報源にのみならず、情報源にアクセスする回答者の属性に付随する情報も含まれる。例えば、同じ中国語圏でも、台湾や香港の観光客はフェイスブックやユーチューブなどのSNS情報に接するが、そういった情報へのアクセスに制限を受ける中国大陸出身者は、中国大陸独自のツールで情報を取得している。また、中国の観光オンライン予約サイト最大手の「携程網」では、「日本遊記」と題するブロックで2万本を超える日本紀行文が掲載されているが、年齢別、性別、訪問目的別などの検索キーワードが設定されている。異なる属性のアクセス者は接する情報にも違いがあると考えられる。

②体験に基づく期待

体験に基づく期待とは、日本旅行の経験回数や日本以外の国での宿泊体験及びホテルを除く日本での宿泊体験から生まれる期待である。

③目的に基づく期待

旅行の目的は旅行形態によってさまざまである。熱海という日本の温泉リゾートを個人で或いは団体で楽しむことは日本旅行の目的の1つであり、中規模和風旅館での宿泊はその目的達成に寄与するだろうという期待である。旅行形態や旅行同伴者及び滞在日数などの要素が関連していると思われる。

④コストに基づく期待

コストに基づく期待は、熱海滞在のために払ったコストに見合う宿泊体験が得られるだろうという期待であり、日本旅行及び熱海滞在の費用に加え、中規模和風旅館の宿泊に関して選択した部屋タイプ（客室からの眺め）や宿泊プラン（食事の内容及び提供方式）も含まれる。

上記の期待と宿泊後の満足度について、以下の仮説を立てる。仮説1～4は、上記の①～④の期待と実際の満足度との関係を検証するためのものであり、仮説5～7は、実際の満足度による影響を検証するためのものである。

仮説1: 実際の満足度は情報に基づく期待に影響を受ける。

仮説2: 実際の満足度は体験に基づく期待に影響を受ける。

仮説3: 実際の満足度は目的に基づく期待に影響を受ける。

仮説4: 実際の満足度はコストに基づく期待に影響を受ける。

仮説5: 実際の満足度は同タイプの中規模和風旅館での再宿泊⁽¹⁾に影響を与える。

仮説6: 実際の満足度は類似するリゾート地⁽²⁾への再訪問願望に影響を与える。

仮説7: 実際の満足度は日本への再訪問願望に影響を与える。

IV. 研究方法

1. 満足度の算出及び変数の設定

(1) 満足度の算出

2枚セットのアンケート調査用紙に有効回答した結果について、1枚目の集計から接客サービス、費用対効果、食事、施設、部屋、立地条件、温泉風呂の各項目に対する期待の平均点(0～10の11段階評価)を算出し、2枚目の集計から各項目に対する満足度の平均点(11段階評価)を算出し、満足度の平均点を期待の平均点で割った結果を各項目の満足度とした(図1)。さらに、各項目の満足度の和を項目数で割った結果を総合的満足度とした。

(2) 目的変数

目的変数は以下の4つである。

①総合的満足度(TS)、②中規模和風旅館及び類似ホテルへの再宿泊願望(RHD)、③熱海或いは類似する温泉リゾート地への再訪問願望(RVAD)、④日本再訪問願望(RVJD)

表2は、項目別期待点平均・満足点平均及び満足度の平

均値及び標準偏差を示している。総合満足度は99.47%となっている。

表2 項目別期待点平均・満足点平均及び満足度 (N=85)

| | 期待点平均 | | 満足点平均 | | 満足度 |
|--------|-------|------|-------|------|--------------------|
| | 平均値 | 標準偏差 | 平均値 | 標準偏差 | (満足点平均 / 期待点平均, %) |
| 接客サービス | 5.49 | 0.90 | 6.06 | 0.93 | 110.28 |
| 費用対効果 | 6.52 | 1.66 | 5.48 | 1.40 | 84.12 |
| 食事 | 5.26 | 1.07 | 5.89 | 1.14 | 112.08 |
| 施設 | 5.79 | 1.16 | 5.16 | 1.49 | 89.23 |
| 部屋 | 4.67 | 1.09 | 5.39 | 1.09 | 115.37 |
| 立地 | 6.01 | 1.16 | 5.25 | 1.16 | 87.28 |
| 温泉風呂 | 6.35 | 0.56 | 6.22 | 1.47 | 97.96 |
| 総合満足度 | 5.73 | 1.09 | 5.64 | 1.24 | 99.47 |

(3) 説明変数

総合的満足度に関する説明変数は以下の14である。①～③は「情報に基づく期待」、④～⑥は「体験に基づく期待」、⑦～⑩は「目的に基づく期待」、⑪～⑭は「コストに基づく期待」にそれぞれ関わる変数である。

①性別(ダミー、男性=0、女性=1)(S)、②出身国/地域(ダミー、中国=0、中国以外=1)(N)、③情報源(ダミー、旅行会社広告・関連サイト・SNSをすべて利用=0、すべて利用したわけではない=1)(IR)、④日本旅行の回数(VJN)、⑤日本以外での宿泊体験満足度(VFM)、⑥中規模和風旅館を除く日本での宿泊体験満足度(VJM)、⑦今回の旅行形態(ダミー、団体=0、個人=1)(TT)、⑧今回の旅行同伴者(ダミー、家族=0、家族以外=1)(TP)、⑨今回の日本旅行の滞在日数(VJD)、⑩熱海滞在日数(VAD)、⑪日本旅行総費用(VJC)、⑫熱海滞在総費用(VAC)、⑬部屋タイプ(ダミー、客室街側=0、客室街側以外=1)(RT)、⑭宿泊プラン(SP)

再訪問願望に関する説明変数は以下の9つである。①～④は、スタッフの接客態度や立地及び温泉の質など和風旅館の基本条件への満足度、⑤～⑦は具体的なサービス内容への満足度、⑧～⑨は宿泊に関する複数の選択肢から顧客自身が選択した結果への満足度にそれぞれ関わる変数である。

①接客サービス満足度(SS)、②費用対効果満足度(PS)、③立地条件満足度(RTS)、④温泉風呂満足度(RSS)、⑤食事満足度(FS)、⑥施設満足度(DS)、⑦部屋満足度(RS)、⑧部屋タイプ(RT)、⑨宿泊プラン(SP)

2. 質問紙調査

(1) 調査方法

熱海の中規模和風旅館15軒に依頼し、協力を承諾した9軒の中規模和風旅館において宿泊する訪日外国人観光客(2019年3月～5月の3か月間)を対象にアンケート用紙(「期

待」に関して1枚と「満足」に関して1枚の2枚セット)を配布し、チェックイン時に1枚目(「期待」)の回答をし、チェックアウト時に2枚目(「満足」)の回答を依頼した。計415人から回答があったが、2枚目まで有効回答した回答者数は85名であった。

(2) 倫理的配慮

本研究は、熱海に位置する中規模和風旅館の一つであるAホテルにおいて、2019年度2月定例取締役会の決議事項として承認を得た(承認番号:D17-07)。

(3) 分析方法

下記の推計式に基づき、階層的重回帰分析を行った。

①総合満足度に関する重回帰式(aは定数項、Cは誤差項。以降、②にも共通する)

$$\log(TS)=a+\sum A+\sum S+\sum N+\sum IR+\sum VJN A+\sum VFM+\sum VJM+\sum TT+\sum TP+\sum VJD+\sum VAD+\sum VJC+\sum VAC+\sum RT+\sum SP+C$$

$$A=1,\dots,69 \quad VJN=1,\dots,n \quad VFM=1,\dots,10 \quad VJM=1,\dots,10$$

$$VJD=1,\dots,n \quad VAD=1,\dots,n \quad VJC=1,\dots,n \quad VAC=1,\dots,n$$

②同類ホテルへの再宿泊希望、熱海或いは類似する温泉リゾート地への再訪希望及び日本再訪希望に関する重回帰式

$$\log(RHD \text{ or } RVAD \text{ or } RVJD)=a+\sum SS+\sum PS+\sum FS+\sum DS+\sum RS+\sum RSS+\sum RTS+C$$

$$SS=1,\dots,10 \quad PS=1,\dots,10 \quad FS=1,\dots,10 \quad DS=1,\dots,10 \quad RS=1,\dots,10$$

$$RSS=1,\dots,10$$

$$RTS=1,\dots,10$$

3. 「中規模和風温泉旅館」の定義

本研究が対象とする「中規模和風温泉旅館」とは、以下の要件を満たすホテルを指す。①客室数は31～99部屋(一般社団法人日本旅館協会の「中旅館」定義による)、②温泉がある、③和室タイプの客室がある、④宿泊料金に夕食・朝食を含む(一般社団法人日本旅館協会の「旅館営業」定義による)、⑤客室タイプは客室街側、客室海側の選択が可能である。

V. 結果

1. 回答者の基本状況

表3は、回答者の基本状況を示している。年齢層では20代～30代と50代が最も多い。

性別では、女性が男性を大きく上回る。出身国/地域では中国と台湾が大半を占めた。

今回の旅行形態では、団体が圧倒的に多く、日本旅行の経験回数に関しては平均が1.78回であった。旅行の総費用では、平均が12.44万円となっているが、熱海滞在の総費用平均が3.49万円である。20代～30代が相対的に安く、40代と60代が高い。

滞在回数に関しては、日本旅行の平均滞在日数は7.87日であり、そのうち熱海滞在が2.33日である。即ちほとんどの旅行者は、1泊2日のコースで熱海滞在していたのである。今回の旅行同伴者では、家族が大半を占めたが、訪日経験が少なく旅行日数が長く費用も相対的に多いのが特徴である。選択した客室タイプでは、眺めはやや劣るが割安である客室街側が最も多かった。最も高価な露天風呂付き客室を選択した回答者には、初来日で日本滞在及び熱海滞在の日数が多いのが特徴である。選択した宿泊プランは、1.8万円～2.3万円が最も多かった。宿泊プランは客室タイプや料理の内容による差別化を図るものであった。中規模和風旅館を知る情報源については、大半の回答者がインターネットを中心に複数の情報源を利用している。総合的満足度の算出結果は100.34%で、期待と満足がほぼ一致する結果となった。

2. 総合的満足度への影響に関する重回帰分析

表4は、総合的満足度への影響に関する階層的重回帰分析の結果である。階層的重回帰分析の手法を採用したのは、本研究で設定した4つの期待に関するそれぞれの説明変数を4つのステップごとに投入し、4つの期待による寄与度を分析するためである。まず第1ステップで説明変数の①～③(情報に基づく期待)を投入し、第2ステップでは④～⑥(体験に基づく期待)を、第3ステップでは⑦～⑩(目的に基づく期待)を、第4ステップでは⑪～⑭(コストに基づく期待)を順次追加投入した。各ステップにおいて、全ての説明変数を一度に投入して被説明変数の予測を行う強制投入法⁽³⁾を採用した。表4は、ステップ別にVIF値⁽³⁾が10以下(多重共線性が回避された)であり、有意確率が0.05以下の変数(モデルのみを表示している。その結果、第4ステップにおいて、モデル集計での自由度調整済み決定係数が4つのステップの中で最高の0.542になり、15の説明変数が総合的満足度の変動を54.2%説明できることが分かった。さらに、第4ステップにおいて、有意水準に達したのは、「日本での本ホテル以外の宿泊体験」、「今回の旅行形態」、「今回の旅行同伴者」及び「今回の日本旅行の総費用」の4つの変数であった。中でも「今回の旅行同伴者」の標準化係数は0.075で、最も大きなプラス要因であったことが窺える。一方、「今回の旅行形態」の標準化係数は-0.168で、マイナス要因である結果となった。また標準化されていない係数Bに基づけば、「今回の日本旅行の総費用」が1万円増えると満足度が2.2%増えることになる。

表3 回答者の基本状況

| | | 日本旅行回数(回) | 今回の日本旅行 総費用(万円) | 今回の熱海滞在 総費用(万円) | 今回の日本旅行 滞在日数(日間) | 今回の熱海滞在 日数(日間) | |
|-----------|------------------------------------|-----------|--------------------|--------------------|---------------------|-------------------|------|
| 年齢層 | 20代～30代(28人) | 平均値 | 1.25 | 12.57 | 2.93 | 8.46 | 2.29 |
| | | 標準偏差 | 0.65 | 4.24 | 1.27 | 2.80 | 0.53 |
| | 40代(18人) | 平均値 | 2.89 | 9.33 | 4.00 | 6.22 | 2.94 |
| | | 標準偏差 | 0.47 | 1.41 | 0.00 | 0.94 | 0.24 |
| | 50代(26人) | 平均値 | 1.96 | 12.23 | 3.50 | 8.00 | 2.04 |
| | | 標準偏差 | 0.20 | 3.84 | 0.58 | 2.04 | 0.20 |
| | 60代(13人) | 平均値 | 1.00 | 16.85 | 4.00 | 8.62 | 2.15 |
| | | 標準偏差 | 0.00 | 2.51 | 0.41 | 1.71 | 0.38 |
| 性別 | 男(30人) | 平均値 | 1.63 | 13.90 | 3.73 | 9.20 | 2.37 |
| | | 標準偏差 | 0.61 | 4.25 | 1.01 | 2.75 | 0.56 |
| | 女(55人) | 平均値 | 1.85 | 11.64 | 3.36 | 7.15 | 2.31 |
| | | 標準偏差 | 0.89 | 3.77 | 0.85 | 1.56 | 0.47 |
| 出身国 | 中国(香港含)(40人) | 平均値 | 1.28 | 14.43 | 3.50 | 8.85 | 2.20 |
| | | 標準偏差 | 0.45 | 3.25 | 1.04 | 2.06 | 0.41 |
| | 台湾(21人) | 平均値 | 2.81 | 9.38 | 3.81 | 6.00 | 2.81 |
| | | 標準偏差 | 0.40 | 0.80 | 0.40 | 0.00 | 0.40 |
| | 韓国(14人) | 平均値 | 1.79 | 9.00 | 2.71 | 6.79 | 2.00 |
| | | 標準偏差 | 0.80 | 2.75 | 0.61 | 1.12 | 0.00 |
| | その他の国(10人) | 平均値 | 1.60 | 15.70 | 3.90 | 9.40 | 2.30 |
| | | 標準偏差 | 0.52 | 5.19 | 0.99 | 3.31 | 0.67 |
| 旅行形態 | 旅行団体(67人) | 平均値 | 1.69 | 12.99 | 3.63 | 8.10 | 2.42 |
| | | 標準偏差 | 0.86 | 4.10 | 1.00 | 2.35 | 0.53 |
| | 旅行個人(18人) | 平均値 | 2.11 | 10.39 | 3.00 | 7.00 | 2.00 |
| | | 標準偏差 | 0.47 | 3.33 | 0.00 | 1.71 | 0.00 |
| 今回旅行同伴者 | 家族(55人) | 平均値 | 1.35 | 14.35 | 3.45 | 8.89 | 2.20 |
| | | 標準偏差 | 0.58 | 3.78 | 1.09 | 2.23 | 0.45 |
| | 友人・家族(17人) | 平均値 | 3.00 | 9.00 | 4.00 | 6.00 | 3.00 |
| | | 標準偏差 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| | 仕事仲間(5人) | 平均値 | 2.00 | 9.40 | 3.00 | 6.00 | 2.00 |
| | | 標準偏差 | 0.00 | 2.19 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| | 同伴者なし(8人) | 平均値 | 2.00 | 8.50 | 3.00 | 6.00 | 2.00 |
| | | 標準偏差 | 0.00 | 2.07 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| 選択した客室タイプ | 客室街側(40人) | 平均値 | 1.78 | 10.38 | 2.93 | 7.20 | 2.13 |
| | | 標準偏差 | 0.77 | 2.92 | 0.86 | 1.77 | 0.33 |
| | 客室海側(37人) | 平均値 | 1.95 | 13.16 | 3.78 | 7.57 | 2.38 |
| | | 標準偏差 | 0.85 | 3.47 | 0.48 | 1.64 | 0.49 |
| | 露天風呂付き(8人) | 平均値 | 1.00 | 19.38 | 5.00 | 12.63 | 3.13 |
| | | 標準偏差 | 0.00 | 2.67 | 0.00 | 1.19 | 0.35 |
| 選択した宿泊プラン | 1.4万円～1.7万円(24人) | 平均値 | 1.50 | 10.67 | 3.08 | 6.38 | 2.00 |
| | | 標準偏差 | 0.51 | 3.78 | 0.72 | 1.13 | 0.00 |
| | 1.8万円～2.3万円(38人) | 平均値 | 2.13 | 10.74 | 3.32 | 7.03 | 2.45 |
| | | 標準偏差 | 0.96 | 2.55 | 0.90 | 1.35 | 0.50 |
| | 2.4万円以上(23人) | 平均値 | 1.48 | 7.09 | 4.22 | 10.83 | 2.48 |
| | | 標準偏差 | 0.51 | 2.50 | 0.74 | 1.56 | 0.59 |
| ホテルを知る情報源 | 旅行会社の広告、 関連サイト、SNS のうち1つ(7人) | 平均値 | 1.43 | 15.14 | 3.86 | 8.57 | 2.14 |
| | | 標準偏差 | 0.53 | 5.52 | 0.69 | 2.76 | 0.38 |
| | 上記3つのうち2 つ(38人) | 平均値 | 2.50 | 10.45 | 3.70 | 6.80 | 2.70 |
| | | 標準偏差 | 0.69 | 3.17 | 0.47 | 1.64 | 0.47 |
| | 上記すべて(40人) | 平均値 | 1.54 | 11.81 | 3.11 | 7.97 | 2.35 |
| | | 標準偏差 | 0.84 | 4.07 | 1.17 | 2.65 | 0.54 |
| 合計 | 平均値 | 1.78 | 12.44 | 3.49 | 7.87 | 2.33 | |
| | 回答者数 | 85 | 85 | 85 | 85 | 85 | |
| | 標準偏差 | 0.81 | 4.07 | 0.92 | 2.27 | 0.50 | |

表 4 総合的満足度への影響に関する階層的重回帰分析

| モデル | 自由度調整済み 決定係数 | 標準化されていない係数 | | 標準化係数 | t 値 | 有意確率 | |
|-----|---|-------------|-------|-------|-------|--------|------|
| | | B | 標準誤差 | ベータ | | | |
| 1 | (定数) 年齢 (A) | .239 | .972 | .043 | | 22.507 | .000 |
| | | | .025 | .010 | .274 | 2.518 | .014 |
| 2 | (定数) 年齢 (A) 日本での本ホテル以外の宿泊体験 (VJS) 今回の熱海での滞在日数 (VAD) | .430 | .468 | .097 | | 4.812 | .000 |
| | | | .021 | .008 | .234 | 2.553 | .013 |
| | | | .078 | .012 | .609 | 6.358 | .000 |
| | | | .049 | .019 | .249 | 2.623 | .011 |
| 3 | (定数) 年齢 (A) 日本での本ホテル以外の宿泊体験 (VJS) 今回の旅行同伴者 (TP) | .482 | .531 | .102 | | 5.212 | .000 |
| | | | .017 | .009 | .184 | 1.901 | .041 |
| | | | .083 | .013 | .645 | 6.341 | .000 |
| | | | .019 | .011 | .274 | 1.822 | .042 |
| 4 | (定数) 日本での本ホテル以外の宿泊体験 (VJS) 今回の旅行形態 (TT) 今回の旅行同伴者 (TP) 今回の日本旅行の総費用 (VJC) | .542 | .731 | .116 | | 6.281 | .000 |
| | | | .064 | .015 | .496 | 4.134 | .000 |
| | | | -.168 | .052 | -.701 | -3.200 | .002 |
| | | | .075 | .022 | 1.071 | 3.484 | .001 |
| | | | .022 | .009 | .919 | 2.357 | .021 |

3. 再宿泊、再訪願望への満足度の影響に関する重回帰分析

表 5 再宿泊、再訪願望の平均点 (0 ~ 10 の 11 段階)

| | A ホテル及び類似ホテルへの再宿泊願望 | 熱海及び類似リゾート地への再訪願望 | 日本再訪願望 |
|------|---------------------|-------------------|--------|
| 平均値 | 6.33 | 6.73 | 8.71 |
| 標準偏差 | 1.04 | 1.00 | 1.19 |

表5は、「中規模和風旅館及び類似ホテルへの再宿泊願望」「熱海及び類似リゾート地への再訪願望」「日本再訪願望」の平均点を示している。再宿泊願望、再訪願望が総じて高い。特に日本再訪願望が8.71で極めて高い得点であった。

表6は、「中規模和風旅館及び類似ホテルへの再宿泊願望」への各種満足度の影響に関する階層的重回帰分析の結果である。表6～表8に関して、階層的重回帰分析の手

法を採用したのは、本研究において満足度に関する説明変数には3つの側面があり、3つのステップごとに投入し、それぞれの側面による寄与度を分析するためである。まず第1ステップで説明変数の①～④（スタッフの接客態度や立地及び温泉の質など和風旅館の基本条件への満足度）を投入し、第2ステップでは⑤～⑦（具体的なサービス内容への満足度）を、第3ステップでは⑧～⑨（複数の宿泊プランから選択した結果への満足度）を順次追加投入した。

各ステップにおいて、強制投入法を採用した。表6は、ステップ別にVIF値⁽³⁾が10以下(多重共線性が回避された)であり、有意確率が0.05以下の変数(モデル)のみを表示している。その結果、第2ステップにおいて、モデル集計での自由度調整済み決定係数が3つのステップの中で最高の0.844となり、7の説明変数が総合的満足度の変動を84.4%説明できることが分かった。第3ステップでの説明変数投入は逆に決定係数

表 6 再宿泊への影響に関する重回帰分析

| モデル | 自由度調整済み 決定係数 | 標準化されていない係数 | | 標準化係数 | t 値 | 有意確率 | |
|-----|--|-------------|--------|-------|--------|--------|------|
| | | B | 標準誤差 | ベータ | | | |
| 1 | (定数) 費用対効果満足度 | .479 | 13.109 | 1.134 | | 11.557 | .000 |
| | | | -1.034 | .174 | -.777 | -5.929 | .000 |
| 2 | (定数) 費用対効果満足度 温泉風呂満足度 食事満足度 施設満足度 部屋満足度 | .844 | 6.394 | .807 | | 7.925 | .000 |
| | | | -.447 | .105 | -.336 | -4.240 | .000 |
| | | | 1.417 | .218 | .769 | 6.488 | .000 |
| | | | .341 | .090 | .244 | 3.784 | .000 |
| | | | .288 | .055 | .345 | 5.273 | .000 |
| | | | -1.492 | .181 | -1.174 | -8.249 | .000 |
| 3 | (定数) 費用対効果満足度 温泉風呂満足度 食事満足度 施設満足度 部屋満足度 | .840 | 6.397 | .819 | | 7.808 | .000 |
| | | | -.452 | .107 | -.339 | -4.224 | .000 |
| | | | 1.447 | .227 | .785 | 6.360 | .000 |
| | | | .354 | .094 | .253 | 3.751 | .000 |
| | | | .286 | .059 | .343 | 4.861 | .000 |
| | | | -1.509 | .187 | -1.187 | -8.063 | .000 |

を下げる結果となった。第2ステップにおいて、「費用対効果満足度」、「温泉風呂満足度」、「食事満足度」、「施設満足度」、「部屋満足度」という5つの説明変数が有意水準に達した。中でも温泉風呂満足度の標準化係数は1.417で、最も大きな影響要因であったことが窺える。一方、費用対効果満足度および部屋満足度は再宿泊願望にとってマイナスの影響要因である。

表7は、「熱海及び類似リゾート地への再訪願望」への各種満足度の影響に関する階層的重回帰分析の結果である。説明変数の投入及び結果の表示方法は表6と同じであった。その結果、第2ステップにおいて、モデル集計での自由度調整済み決定係数が3つのステップの中で最高の0.822となり、7の説明変数が総合的満足度の変動を82.2%説明できることが分かった。第3ステップでの説明変数投入は逆に決定係数を下げる結果となった。

第2ステップにおいて、「費用対効果満足度」、「温泉風呂満足度」、「食事満足度」、「施設満足度」という4つの

説明変数が有意水準に達した。中でも温泉風呂満足度の標準化係数は0.966で、最も大きな影響要因であったことが窺える。一方、食事満足度と施設満足度は再訪願望にとってマイナスの影響要因である。

表8は、「日本再訪願望」への各種満足度の影響に関する階層的重回帰分析の結果である。説明変数の投入及び結果の表示方法は表6と同じであった。

その結果、第3ステップにおいて、モデル集計での自由度調整済み決定係数が3つのステップの中で最高の0.557となり、7の説明変数が総合的満足度の変動を55.7%説明できることが分かった。第3ステップにおいて、「費用対効果満足度」、「立地条件満足度」、「食事満足度」、「部屋満足度」、「宿泊プラン」という5つの説明変数が有意水準に達した。中でも部屋満足度の標準化係数は0.839で、最も大きな影響要因であったことが窺える。一方、費用対効果満足度、立地条件満足度、宿泊プランは再訪願望にとってマイナスの影響要因である。

表7 熱海及び類似リゾート地への再訪願望への影響に関する重回帰分析

| モデル | | 自由度調整済み 決定係数 | 標準化されていない係数 | | 標準化係数 ベータ | t値 | 有意確率 | |
|-------|-----------|-----------------|-------------|--------|--------------|--------|--------|------|
| | | | B | 標準誤差 | | | | |
| 1 | (定数) | .690 | -4.703 | .845 | -.266 | -5.569 | .000 | |
| | 接客サービス満足度 | | -.391 | .155 | | -2.514 | .014 | |
| | 温泉風呂満足度 | | 1.122 | .114 | | .630 | 9.831 | .000 |
| 2 | (定数) | .822 | -1.898 | .833 | .430 | -2.278 | .025 | |
| | 費用対効果満足度 | | .553 | .109 | | 5.083 | .000 | |
| | 温泉風呂満足度 | | .966 | .225 | | .543 | 4.283 | .000 |
| | 食事満足度 | | -.333 | .093 | | -.246 | -3.581 | .001 |
| 3 | 施設満足度 | .817 | -.272 | .056 | -.337 | -4.810 | .000 | |
| | (定数) | | -1.909 | .847 | .538 | -2.253 | .027 | |
| | 費用対効果満足度 | | .555 | .111 | | 5.016 | .000 | |
| | 温泉風呂満足度 | | .957 | .235 | | 4.069 | .000 | |
| 食事満足度 | -.338 | .098 | -.250 | -3.463 | | .001 | | |
| | 施設満足度 | | -.274 | .061 | -.339 | -4.494 | .000 | |

表8 「日本再訪願望」への影響に関する重回帰分析

| モデル | | 自由度調整済み 決定係数 | 標準化されていない係数 | | 標準化係数 ベータ | t値 | 有意確率 | |
|-------|-----------|-----------------|-------------|-------|--------------|--------|--------|------|
| | | | B | 標準誤差 | | | | |
| 1 | (定数) | .435 | 5.529 | 1.355 | .563 | 4.080 | .000 | |
| | 接客サービス満足度 | | .983 | .249 | | 3.944 | .000 | |
| | 立地条件満足度 | | -.593 | .104 | | -.577 | -5.688 | .000 |
| | 温泉風呂満足度 | | .596 | .183 | | .282 | 3.256 | .002 |
| 2 | (定数) | .488 | 6.649 | 1.677 | -.343 | 3.966 | .000 | |
| | 立地条件満足度 | | -.353 | .128 | | -2.758 | .007 | |
| | 食事満足度 | | .536 | .187 | | .333 | 2.860 | .005 |
| 3 | 部屋満足度 | .557 | 1.117 | .376 | .766 | 2.973 | .004 | |
| | (定数) | | 6.959 | 1.567 | -.281 | 4.441 | .000 | |
| | 費用対効果満足度 | | -.429 | .205 | | -2.097 | .039 | |
| | 立地条件満足度 | | -.469 | .127 | | -3.706 | .000 | |
| | 食事満足度 | | .704 | .181 | | .438 | 3.897 | .000 |
| 部屋満足度 | .839 | .358 | .575 | 2.345 | | .022 | | |
| | 宿泊プラン | | -.466 | .144 | -.292 | -3.247 | .002 | |

VI. 考察

1. 情報に基づく期待

情報に基づく期待と満足度との関係は、確認に至らなかった。

情報源の活用に関しては、9割以上の回答者がインターネットを含む複数の情報源を利用している(表1)。実態からは、日進月歩に進化する情報化社会において、宿泊施設に関する顧客間の情報格差が縮まっていると言えよう。

脇本・姜・大西(2019)によると、中国人観光客が出発前に得た日本の旅行情報の中で中国独自のSNSである微博(weibo)や微信(wechat)は、高齢者に普及しており、情報収集手段として活発に利用されている。

また、中国では、観光予約サイトにおいて観光客が作成した旅行記が掲載される傾向がある。例えば大手の1つ「携程網」には、写真やビデオをふんだんに取り入れた日本旅行記が2万篇以上掲載され、日本観光のあらゆる側面が詳細に紹介されている。

2. 体験に基づく期待

日本での中規模和風旅館以外の宿泊体験の満足度が高いほど、中規模和風旅館への期待が高くなるという関係が成り立つと言えよう。前述のYun・Pyo(2016)やHsuら(2009)などの先行研究では、訪問前の段階における期待と訪問後の満足度との関係が指摘されているが、ACSIは、顧客期待には、以前の消費経験が含まれるとしているが、本調査における宿泊者の期待は、中規模和風旅館に宿泊する以前の他の施設での宿泊体験を比較基準にしていると言えよう。

3. 目的に基づく期待

ダミー変数である旅行形態と旅行同伴者は、前者では個人、後者では同伴者がいる方が大きい数字で集計されたが、団体より個人形態の回答者の満足度、家族以外の同伴者がいる回答者より同伴者がいない回答者の満足度が低いことがわかった。観光はただ景色や温泉や食事を楽しめば満足度が高いとは限らない。観光客同士の交流の場、旅館と個々の観光客とのサービス提供時のコミュニケーションなどへの配慮が満足度向上につながる可能性もあろう。

これに関連する研究として、小川(2021)は、訪日外国人をもてなす宿泊施設では従業員と客のコミュニケーションの機会を増やすなど工夫が必要であると指摘した。また、森下(2020)は、富士箱根ゲストハウス(民宿)の取り組みとして、日本人・外国人を問わず宿泊客同士でコミュニケーションを楽しむ共用スペース「国際交流ラウンジ」を設けた事例を紹介している。宿泊客同士が仲良くなって一緒に観光地を回ったり、帰国後も交流を続けるといったケースもあるという。

4. コストに基づく期待

日本旅行に費用を多くかける回答者ほど、満足度が高いことが裏付けられた一方、個別項目の「費用対効果」に関しては、期待と満足度の不一致が各項目のうち最も大きく、満足度が最も低い(表2)。

JCSIが定義する顧客満足指数の1つである知覚価値の中にも、「コストパフォーマンス」が含まれているが、観光客の心理的活動に基づく「費用対効果」の期待と満足は、実際に支払ったコストとは無関係という結果であったと言える。「期待」は、事前にサービスを通して得られるであろう成果予測に依拠しているが(藤村, 1999)、「費用対効果」のうち、「費用」よりも「効果」への期待について情報を得ることがより重要であろう。

5. 再宿泊・再訪願望に対する満足度の影響

再宿泊・再訪願望に対する満足度の影響とは、JCSIが定義する顧客満足指数の1つであるロイヤルティ(再利用意向)に該当する項目である。

宿泊した中規模和風旅館または同タイプの中規模和風旅館への再宿泊願望に対する満足度の影響が強いことがわかったが、温泉風呂満足度や食事満足度及び部屋満足度は再宿泊願望に寄与する影響要因である一方、費用対効果満足度および部屋満足度は再宿泊願望を減退させる影響要因である。

熱海及び類似リゾート地への再訪願望に関しては、温泉風呂及び費用対効果への満足度は促進要因である一方、食事満足度と施設満足度は再訪を妨げる要因であった。

日本への再訪願望に関しては、食事満足度や部屋満足度は再訪願望を促す要因であるが、費用対効果満足度や立地条件及び宿泊プランへの満足度が再訪願望を妨げる要因であった。

このような結果から見れば、再宿泊・再訪願望に関しては、中規模和風旅館での宿泊体験における個別項目の期待と満足度の一致・不一致の影響は複雑であると言える。個別項目での満足度が高くても再宿泊・再訪願望を高めることに直結するとは限らず、一方満足度が多少低くても再宿泊・再訪願望を減退させることにはならない。

VII. 終わりに

上述の解析結果及び考察を踏まえ、本研究の仮説について以下に結論を示す。

仮説1については、実際の満足度は年齢による違い以外に各種情報に基づく期待から影響を受けることが確認されなかった。その背後には、ネットを通じた情報の発信と受信が一般化し、宿泊施設を含む観光情報の取得については均質化現象があると思われる。仮説2については、過去の宿泊体験に基づく期待に影響を受けることが裏付けられた。仮説3に

については、実際の満足度が旅行の形態や同伴者や滞在日数といった旅行の目的を反映する要素に基づく期待に影響を受けることがわかった。仮説4については、実際の満足度はコストに基づく期待に影響を受けない結果となった。仮説5、仮説6及び仮説7については、複数の項目における満足度が同タイプの中規模和風旅館での宿泊や、熱海または類似するリゾート地及び日本への再訪問願望にも影響を与えることが裏付けられた。

以上を総合すると、仮説1と仮説4は棄却される一方、仮説2、3、5、6、7が採択されるという結果になる。この結果を踏まえて、本研究は、過去の宿泊体験や訪問目的に基づく期待が実際に宿泊した時の外国人観光客の満足度に影響を与え、その満足度は同タイプ旅館への再宿泊願望、類似するリゾート地及び日本への再訪問願望に影響を及ぼすと結論づけられる。

本研究は、観光客の「期待」の発生原因と種類、その「期待」と温泉リゾート地及び和風旅館における外国人観光客の満足度との関係、期待と満足的一致・不一致による再訪問願望への影響に関する考察においては、一定の成果を挙げたと考えよう。

上記の成果は、近年急増した、文化背景や観光に関する考えが日本人と異なる訪日外国人観光客の宿泊を踏まえ、いかに顧客満足度を高めるか影響要因の把握と有効な手法の検討に関して示唆を与えるものであり、温泉リゾート地及び和風旅館のサービスに関する研究の空白を少しでも埋める意義があると考えられる。

一方、訪日外国人観光客を対象に「期待」と「満足」について2枚の回答用紙を依頼したために、有効回答数が比較的少なかった。そのため、「期待」と「満足」における異なる文化背景や経済力による違いを十分にとらえたとは言えない。中規模和風旅館同士に関しては、サービスの形態や経営方式に高い類似性がある一方、観光客誘致に関する考え方や経営方針に大きく異なる可能性もあり、その違いが観光客満足度に影響する要因になることも考えられる。今後これらの限界を克服し、研究の深化を図る必要がある。

謝辞

本論文を作成するにあたり、研究の進め方や内容に対する多くのご助言とご指導を頂いた和歌山大学足立基弘教授に心より感謝いたします。

注

- 1) 「同タイプの中規模和風旅館での再宿泊」という表現にしたのは、宿泊した中規模和風旅館への再宿泊が訪日外国人観光客にとって一般的には考えられないからである。
- 2) 類似するリゾート地という表現にしたのは、訪日外国人観光客にとって日本を再訪問してもまだ行っていない地域に行くのが一般的であり、同

じ熱海への再訪問が一般的には考えられないからである。

- 3) 全ての説明変数を合わせて、どの程度被説明変数を説明することができるのか、また、被説明変数の予測における各説明変数独自の寄与がどの程度であるかを調べるのに適する方法である(石村・石村, 2011)。

文献リスト

- 熱海市観光建設部観光経済課 (2020) 「令和元年版 熱海市の観光」 American Customer Satisfaction Index (ACSI)
<https://www.theacsi.org/about-acsi/the-science-of-customer-satisfaction>
- 五十嵐元一 (2014) 「顧客満足度の高い宿泊業の企業行動」 桜美林論考『ビジネスマネジメントレビュー』, 1-12.
- 石村貞夫・石村友二郎 (2011) 『SPSSによる多変量データ解析の手順』 東京図書, 8-17.
- 一般社団法人日本旅館協会 (2019) 「営業状況等統計調査(平成30年度財務諸表等より) —令和元年度—〈解説編〉」 <http://www.ryokan.or.jp/top/news/detail/226>
- 太田壮哉 (2011) 「顧客満足を説明する期待不一致効果」 『経営学研究論集』 35, 95-107.
- 小川祐一 (2021) 「訪日外国人への接客と経営方針・人材育成に関する考察」 『文化学園大学・文化学園大学短期大学部紀要』 52, 24-36.
- 奥瀬喜之 (2008) 「顧客満足概念とその測定に関わる研究の系譜」 『専修商学論集』 88, 55-59.
- 携程網 (<https://you.ctrip.com/travels/japan100041.html>)
- 国土交通省観光庁 (2020) 「宿泊旅行統計調査報告(平成31年1月～令和元年12月)」, 5～9
- サービス産業生産性協議会 (2010) 「顧客満足度調査 (JCSI)」, https://www.jpc-net.jp/research/jcsi/causal_model/
- 崔龍文 (2012) 「インバウンド観光の視点による地方圏魅力へのアプローチ: 一秋田県「IRIS」ロケ地めぐりのブログ分析を通じて一」 『日本地理学会発表要旨集』 2012s (0), 288 頁.
- 田静・加藤里美 (2016) 「外国人の日本旅行に関する意識—期待レベルと実際の満足レベル—」 日本経営診断学会 『日本経営診断学会論集』, 102-107.
- Cathy, H., C., Hsu, Liping, A. & Cai, Mimi, Li. (2009). Expectation, Motivation, and Attitude: A Tourist Behavioral Model. *Journal of Travel Research*, 49 (3), 282-296. doi.org/10.1177/004728750934926
- 藤村和宏 (1999) 「日本人のサービス消費における満足形成の特質」 『香川大学経済論叢』 72 (1), 215-240.
- 古屋繁・櫻井貴章・羽瀨琢哉・杉山和雄 (2014) 「顧客満足度における「期待」マネジメントのための構造化: サービスデザインの枠組みに関する基礎研究—」 日本デザイン学会 『日本デザイン学会研究発表大会概要集』 61 (0), 145.
- Macy, Wong., Ronnie, Cheung. & alvin Wan. (2013). A Study on Traveler Expectation, Motivation and Attitude. *Contemporary Management Research*, 9 (2), 169-186. doi:10.7903/cmr.11023
- 森下俊一郎 (2020) 「宿泊業における訪日外国人観光客へのおもてなしのマネジメント —山城屋」, 「澤の屋」 および 「富士箱根ゲストハウス」の事例分析—」 『日本経営診断学会全国大会予稿集』 20 (0), 105-108.
- Richard, L., Oliver. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17 (4), 460-469.
- 盧剛・山口一美 (2012) 「訪日中国人観光客の再来訪を促す要因の研究」

『生活科学研究』34, 187-197.

Shida, Irwana, Omar., Masitah, Muhibudin., Izatul Yussof & Badaruddin, Mohamed. (2013). Tourist Satisfaction as the Key to Destination Survival in Pahang Mohd Fauzi Sukiman. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 91, 78-87.

Yun, Dongkoo & Pyo, Sungsoo., (2016). An Examination of an Integrated Tourist

Satisfaction Model: Expectations and Desires Congruency. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 14.

https://scholarworks.umass.edu/ttra/2013/AcademicPapers_Oral/14

脇本忍・姜思義・大西隆士 (2019) 「沖縄におけるインバウンド市場調査-中国人観光客の消費者行動とSNSの関係性-」『聖泉論叢』26, 1-12.

受理日 2021年10月26日