

# アジアにおける旅行支出行動分析

藤澤 武史

## I はじめに

国際旅行研究は近年著しく盛んになっている。1国にとって観光産業の経済的な重要性に着眼する向きが一段と増えている。特に発展途上国にとっては国内への海外からの流入が財とサービスの輸出を促進する役割を担うとされている (Bartoluci, M. & Dumicic, K. & Hendija, Z.; 2012)。

Ishii, S. (2012) によれば、1国の物価、所得、為替レートは国内外旅行需要に影響を与える重要なマクロ変数であるが、国家としてはコントロールできない変数である。そこで、1国の相対的価格水準、1人当たり GDP や為替レートとともに、ホテル室数、国際観光局の予算、文化遺産や風景などを変数として組み入れ、国際旅行支出との関係を実証し、旅行の行き先国間の競争が激しいだけに、国際観光を盛んにするには国家による観光促進支出費とともに宿泊施設の室数も重要であり、政府と民間の協力が不可欠と説いている。

また、Lim, C. (1999) は、収入、輸送費、旅行費を説明変数として国際旅行需要モデルを推定した70の実証研究をサーベイし、これら変数の旅行需要への影響力に関して一般的な結論を導いている。

これらの研究に代表されるように、各国の国内外旅行支出は所得水準や物価水準や為替レートといったマクロ的経済変数、ならびに国家の観光資源や旅行用販売促進費、観光関連企業のマーケティング努力を重要な説明変数と

みなし、その因果関係の抽出を企図している。

しかしながら、各国の消費者が収入の中から旅費にどの程度拠出しているのかを明らかにしてはいても、与えられた収入の中からどういった費用項目に支出を増やしているのかを旅行支出との関係で明確にしていない。ここで、「旅行支出性向」というキーワードを用いるならば、家計支出の主要項目とも対比させ、その結果、旅行支出が盛んな国とそうでない国に分かれた場合、何が影響するかを分析するのは、国内外観光需要動向を占う上で役立つであろう。

本稿では、アジアにおける各国民の旅行支出に限定して、国内外旅行支出への影響要因を家計の支出項目の中から探り出す。なぜなら、旅行関係の企業にとっては、各国国民を旅行消費者としてとらえ、旅行需要を推測することが大事であるからだ。その際、本稿の目的として、各国の旅行需要を促進する要因を GDP 成長率や対ドル自国通貨価値の変動率のみならず、他の製品やサービスへの消費動向から推測し、旅行需要の予測に役立てたい。とりわけ、ツーリズムが1つのライフスタイルとして定着していることから、ライフスタイル要因を挙げて、旅行支出との関連性を重点的に追求してみる。

従来、アジアの国々における旅行支出の決定因を GDP 成長率や自国通貨価値の変動に加えて、一国の各種支出項目間で比較考察した研究は稀だけに、本稿からもツーリズム研究に何らかの貢献があると考えられる。

## II アジアにおけるツーリズムの動向

アジアにおける旅行支出行動を分析する前に、アジアにおいてツーリズムがいかに重要視される傾向にあるかを確認してみたい。そのため、アジアにおけるツーリズムの動向を明らかにしてみる。アジアから出国する側 (**Out-bound tourism**) としての需要には以下のような特徴が傾向的に強まっている (以下、Euromonitor, *Passport*, Travel Expenditure などから引用)。

- 1) 中国、インド、極東ロシアから EU へのショッピング目的旅行の隆盛
- 2) フィリピンにおける語学研修や学位取得のための留学

3) オンライン・ユーザーの激増とネット予約による格安航空利用の拡大  
他方、諸外国からアジアを訪れる旅行者 (Inbound tourism) としては、下記のような特徴が近年、顕著になりつつある。

1) メディカル・ツーリズム (medical tourism ; 医療ツーリズム) のブーム

入院先で手術を受け、完治するまでリフレッシュ休暇を取るための渡航が増えている。とりわけ、バンコクでメディカル・ツーリズム用に政府から指定を受けた病院では、心臓病の手術費と入院費の合計額がニューヨークにある病院と比べて10分の1に納まることもあって、多くの外国から入院患者が集まっている。加えて、豊かで美しい自然と特徴あるフードは入院患者のみならず、患者に付き添う家族や見舞う友人からも好評を博している。病院内外でのタイ人特有のもてなしの心 (hospitality; ホスピタリティ) も医療ツーリズムの浸透にプラス効果となる。他方、近代的な病院に腕利きの医者が揃い、かつ英語が通じやすいというメリットも加わって、マレーシアでも近年、外国人の入院者が増加している。むろん風光明媚さも患者や家族の心を和ませてくれる。まさに、タイとマレーシアでは医療ツーリズムが重要性を高め、それに関する研究も盛んとなっており、これら両国から目が離せない。

2) 国交正常化や外交政策の柔和化への転換に伴う訪問先国の拡大  
特に新規性が高い国民性を有したアメリカ人の中には北朝鮮やラオスに渡航する旅行者が増加している。彼らは、誰しもが容易に足を踏み入れてこなかった国や地域に関心を持つ傾向が強く、開発されていない自然の恵みを発見することに喜びを感じるようだ。

3) 国家の旅行業への支援

隣国の中国との観光客誘致競争に押され、かつウォン高に転じたことも加わって、外国からの観光客の流入が伸びなくなった韓国では、政府が無料宿泊キャンペーン・セールを繰り広げた。観光業が国家の経

済政策上、いかに重要かを如実に示す一例となる。

### Ⅲ 分析の視覚と指標と手法

前節で概観したように、アジアは Outbound と Inbound とともに、要注目の旅行研究の対象国となる。アジアでは Outbound の伸びの方がより大きいこともあり、そこに焦点を当て、アジアにおける国内外旅行の支出行動の決定に影響する要因を捉えていく。

分析の視点とステップは以下のとおりである。

第1に、GDP 成長率と旅行支出額の伸び率との関係を捉え、国内外旅行への影響を把握する。第2に、自国通貨の対ドルレート変化率と国外旅行支出額変化率との関係を注視する。

第2に、旅行会社や航空会社などツーリズム産業では、1人当たり年収とか1人当たり GDP よりも、1国の市場規模にまず関心を寄せる場合が多い。そこで、アジアの中から、データ利用可能な11カ国を対象に、GDP ではなく、年総所得額 (GNI) を用い、GNI と年貯蓄額を制約変数として、「消費性向」(propensity to consume) に重点を置き、消費総額の中における各種支出額が旅行支出額にどういった影響を及ぼすかを分析していく。つまり、旅行はライフスタイルの1つなので、旅行に関連する財やサービスの消費にも焦点を当て、旅行支出との関連性を追求していくところに、従来にない研究のねらいがある。

第3に、各国における旅行支出総額が大きい国を1、小さな国を2とする。分析対象国の中から、上記1=日本、中国、香港、シンガポール、韓国および2010年からのインドと2011年からの台湾、上記2=2010年までの台湾、タイ、マレーシア、2009年までのインド、インドネシア、フィリピンと類別化される。分析期間は2007年～2012年とする。旅行支出総額が大きい国と小さい国との間に、旅行支出行動に他の支出額との関係により差異が見られるかどうかを検出する。

分析のために、ユーロモニターの GMID を利用し、統計手法には回帰分

析、偏相関分析、因子分析、判別分析が適用される。

#### IV 仮説の構築と検証

既存研究成果を受け、かつ最近のツーリズム関連支出を考慮に入れると、以下の仮説が構築できよう。そして仮説の検証を併せて試みるとしよう。

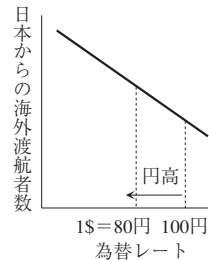
仮説 1：旅行は景気に敏感な産業でもあるだけに、旅行支出額の伸び率は GDP 成長率と強い正の相関関係にある。

両変数の単相関分析の結果、 $R=0.865$  ( $n=165$ )、有意水準0.1%未満で有意となるから、仮説 1 は成り立つ。ただし、GDP 成長率は国内旅行支出伸び率との間で  $R=0.874$  ( $n=99$ )、有意水準0.1%未満で有意である。両相関係数の値に有意差はなく、GDP の成長は国内、国外ともに旅行支出の伸びを牽引しているのが分かる。

仮説 2：自国通貨価値の対ドル上昇率が高いと国外旅行者数が大きく伸びる。

図表 1 為替レートと日本からの海外渡航者数との相関関係

		相関係数	
		海外旅行者数	為替レート
海外旅行者数	Pearson の相関係数	1	-.932**
	有意確率 (両側)		.000
	N	31	31
為替レート	Pearson の相関係数	-.932**	1
	有意確率 (両側)	.000	
	N	31	31



\*\* 相関係数は 1%水準で有意 (両側)。

\* <注記>外国へ行けば日本からの観光客は \$ を使うから、X軸では 1\$ = ?円と表示。

データの出所) 日本政府観光局 (JNTO)/UNWTO、PATA、各国政府観光局、各国統計局から得たデータを筆者が分析。

仮説2の検証には、対ドルレートでの自国通貨価値の上昇率として、日本円を用いた検証にとどめる。図表1より、外国為替レート変動における対ドル自国通貨価値の増大は日本から海外への渡航者数を増やすのに寄与する。為替相場の表し方が通常1ドル＝何円というように行われるため、X軸に1ドル＝80円とか100円という目盛りを付けると、逆相関図となる。つまり、1\$＝100円から1\$＝80円というように円の数字が小さくなる（＝円高への移行）に従って、日本からの海外渡航者数が増えている。なお、円高が日本人に海外渡航に目を向けさせる結果、国内旅行客を奪う関係にあるかどうかはデータの制約により、検証できていない。

次に、仮説3から仮説8を立てる際にどういった独立変数を用いるかを示すため、各種消費支出データを例示してみる。

図表2には、アジアの主要国11か国における2007年から12年までの旅行支出額の推移が示される。旅行支出額は主に従属変数として扱われる。日本は年収の割に旅行支出額が小さい。

図表2 アジアの主要国における旅行支出額の推移（単位：100万米ドル）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中国	30,981.3	35,109.3	39,373.7	45,382.3	51,164.6	56,816.1
香港	16,715.9	17,520.4	17,850.3	18,149.9	18,726.7	20,129.4
インド	8,219.0	9,606.0	9,310.0	10,628.0	11,135.8	12,385.7
インドネシア	4,904.0	5,554.0	5,316.0	6,395.0	7,276.9	7,901.8
日本	26,511.0	27,900.0	25,199.0	27,950.0	28,826.9	30,135.7
マレーシア	5,601.0	6,709.0	6,508.0	7,998.8	8,384.1	9,567.4
フィリピン	1,663.0	2,057.0	2,698.0	3,475.0	3,707.0	4,023.9
シンガポール	12,880.8	13,843.3	13,240.6	15,176.7	17,508.6	19,331.3
韓国	21,975.0	19,065.0	15,040.0	17,669.0	20,185.8	22,615.9
台湾	9,070.0	9,116.0	7,800.0	9,358.0	10,494.1	11,346.1
タイ	4,116.5	4,274.8	4,433.0	5,514.0	5,721.9	6,394.9

注記) 国民による観光支出の総額が10000US\$mnを超えたら、支出額が大きい国とみなして国1とし、10000US\$mn未滿なら観光支出の小さな国として国2と扱う。

出所) Euromonitor, *GMID 2013*。以下の図表の出所も同様。

図表3 アジアの主要国における総年収（単位：100万米ドル）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中国	2,193,573	2,912,627	3,274,676	3,789,585	4,621,966	5,231,709
香港	175,023	181,153	178,273	189,799	213,530	226,845
インド	999,935	1,140,446	1,159,757	1,428,820	1,622,488	1,592,769
インドネシア	347,289	390,238	400,889	511,766	593,120	617,462
日本	3,650,229	4,141,918	4,471,212	4,777,138	5,255,087	5,330,045
マレーシア	122,583	145,435	138,877	164,671	191,829	208,665
フィリピン	118,381	139,270	135,530	153,620	177,893	198,695
シンガポール	97,455	110,464	107,428	126,265	147,886	157,158
韓国	800,672	711,887	636,688	752,275	800,182	821,062
台湾	298,284	305,660	287,943	317,704	355,219	363,337
タイ	173,671	195,062	189,050	226,863	248,821	265,548

図表4 アジアの主要国における年貯蓄額（単位：100万米ドル）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中国	716,182	1,018,314	1,142,536	1,336,774	1,613,357	1,802,008
香港	47,016	47,751	44,806	46,169	52,066	53,784
インド	256,999	336,509	338,680	403,414	451,317	437,160
インドネシア	12,296	12,135	13,903	20,102	25,739	27,825
日本	212,130	235,264	315,032	315,930	345,547	339,169
マレーシア	8,424	10,105	9,435	11,037	12,731	13,755
フィリピン	2,360	2,611	2,431	2,595	2,775	2,960
シンガポール	27,000	29,694	28,903	33,945	38,906	41,006
韓国	43,720	39,797	42,089	47,903	44,268	47,452
台湾	42,439	35,503	34,888	39,040	44,000	44,157
タイ	19,702	18,671	18,678	26,278	27,422	28,567

図表5 アジアの主要国における衣服消費支出額（単位：100万米ドル）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中国	106,777	130,210	146,141	166,392	199,085	224,556
香港	3,631	4,017	4,063	4,756	6,169	6,903
インド	29,736	31,702	32,028	38,005	41,747	41,551
インドネシア	5,424	5,219	4,985	6,544	7,590	7,849
日本	72,339	79,230	81,606	85,050	93,174	94,244
マレーシア	3,632	3,965	3,937	4,544	5,096	5,300
フィリピン	4,653	5,045	4,910	5,485	6,100	6,560
シンガポール	1,750	1,913	1,889	2,198	2,588	2,818
韓国	24,566	19,841	17,196	19,762	21,377	21,682
台湾	6,133	6,462	5,988	6,540	7,222	7,193
タイ	3,926	4,431	4,624	5,386	6,024	6,439

図表6 アジアの主要国における住居および庭への年支出額  
（単位：100万米ドル）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中国	56,523	72,464	81,323	94,790	114,718	130,724
香港	1,425	1,456	1,451	1,530	1,617	1,718
インド	13,220	14,139	14,300	17,022	18,618	17,837
インドネシア	4,673	5,031	5,134	6,537	7,597	7,957
日本	44,420	48,515	50,644	53,166	58,247	58,292
マレーシア	2,927	3,112	2,948	3,262	3,459	3,440
フィリピン	3,521	3,739	3,560	3,852	4,125	4,338
シンガポール	1,252	1,416	1,438	1,650	1,847	1,913
韓国	7,958	6,688	5,640	6,639	7,239	7,366
台湾	4,356	4,453	4,076	4,220	4,662	4,747
タイ	2,814	3,175	3,297	3,852	4,214	4,474



図表7 アジアの主要国における高級化粧品への支出額  
(単位：100万米ドル)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中国	2070	2764	3334	3874	4778	5535
香港	706	740	775	813	869	928
インド	145	170	185	246	313	343
インドネシア	77	81	85	111	131	141
日本	13852	15508	16425	17111	18084	18174
マレーシア	267	295	295	334	368	384
フィリピン	121	131	128	145	157	165
シンガポール	359	403	403	460	533	561
韓国	2943	2781	2651	3211	3705	3915
台湾	1434	1526	1490	1613	1799	1851
タイ	562	605	620	706	774	804

図表8 アジアの主要国における年間遠距離通信費 (単位：100万米ドル)

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中国	97,254	117,260	125,080	120,972	130,837	135,540
香港	7,220	7,776	7,365	7,542	7,676	7,792
インド	25,970	29,757	31,474	36,204	37,828	34,811
インドネシア	7,026	7,032	6,891	8,249	8,867	8,569
日本	129,986	139,340	152,037	152,331	162,073	157,755
マレーシア	7,430	8,011	7,840	8,840	9,555	9,681
フィリピン	6,107	6,675	6,506	7,121	7,629	7,980
シンガポール	4,665	5,973	5,878	8,390	9,768	10,447
韓国	48,753	44,256	39,880	46,382	50,264	50,985
台湾	11,289	11,650	10,986	11,511	12,300	12,196
タイ	9,862	11,001	11,439	13,091	14,273	14,615

図表9 アジアの主要国における家電品消費支出額（単位：100万米ドル）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中国	67886	67282	69715	73535	77543	81742
香港	895	1042	1026	1216	1264	1316
インド	24754	27788	31672	33839	35119	37639
インドネシア	8249	8724	9056	9441	10263	10507
日本	26198	25351	29231	43460	36039	29311
マレーシア	1536	1470	1605	1736	1832	1887
フィリピン	2162	2017	1898	1776	1592	1349
シンガポール	739	766	781	797	835	863
韓国	3992	3761	3639	3697	3611	3540
台湾	2133	2021	2033	2108	2197	2270
タイ	3442	3442	3633	3885	3995	4097

図表10 アジアの主要国における年間教育支出額（単位：100万米ドル）

	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
中国	39,713	41,128	43,687	46,713	55,779	62,062
香港	2,541	2,486	2,497	2,661	3,085	3,388
インド	14,094	15,706	17,772	23,247	27,213	27,051
インドネシア	6,620	8,195	9,120	12,164	15,093	16,232
日本	54,243	61,512	67,343	68,468	75,118	76,641
マレーシア	1,384	1,676	1,630	1,977	2,343	2,580
フィリピン	4,114	4,883	4,896	5,505	6,456	7,234
シンガポール	2,062	2,424	2,473	2,983	3,629	3,937
韓国	41,108	37,934	33,598	38,276	43,569	45,704
台湾	10,366	10,907	10,465	10,914	12,319	12,897
タイ	1,351	1,457	1,486	1,623	1,878	2,021

- 仮説3：海外旅行中には外国から自国に向けて家族や友人や勤務先などに電話連絡をする機会が増え、遠距離通信費がかさむ。このため、遠距離通信費は旅行支出と正比例する。
- 仮説4：アウトドア志向を強く持つ人に旅行好きが多いから、自宅でTVなどを見て過ごす時間は少ないと考えられ、家電品支出と旅行支出は好対照をなす。ゆえに、両支出は負の相関関係にある。
- 仮説5：旅行に出かける際、服に気を使うから、衣服支出は多くなる。また、特に海外旅行中には渡航先で自分用や土産用に服を購入する場合も多く、衣服支出額は旅行支出額と正の相関関係にある。
- 仮説6：海外旅行では高級化粧品を買う機会が特に多くなるので、高級化粧品への支出が増える。加えて、旅行中には在宅中よりも高級品が使われやすい。そのため、高級化粧品支出額は旅行支出額と正の相関関係にある。
- 仮説7：教育に力を入れる家庭では遠出を控えるようになるから、年収とその他支出額を一定とすれば、教育費と旅行支出額は相互に上がる関係にはない。
- 仮説8：住居の修繕や改築とか庭の手入れにお金を多く投じるのは自分の家で住むのを重視するからであり、かかる費用を考えれば旅行を控えるようになる。ゆえに、住居・庭関係費が多くなると、旅行支出額は伸びず、両支出額は正の相関関係にない。

仮説3から仮説8までを検証するため、11カ国の総年収と年貯蓄額を制御変数として、各種消費支出額と旅行支出額との偏相関係数を求めてみた。図表11に、それらの偏相関係数と有意水準が示される。

遠距離通信費と旅行支出額は有意水準0.1%未満で正の相関関係が有意なため、仮説3は支持される。

仮説4も支持される。家電品支出額は旅行支出額と有意水準0.1%で負の相関関係にあるからである。家電品支出はインドア志向の典型的製品であり、

図表11 アジア11カ国における2007～12年の各種消費支出額と旅行支出額との偏相関係数分析の結果

旅行支出	家と庭への支出	衣服支出	家電品支出	遠距離通信費	高級化粧品支出	教育費
1	0.216	0.442	-0.405	0.486	0.674	0.385
	0.086	0.000	0.001	0.000	0.000	0.002

注記) 上段は偏相関係数、下段は有意水準を表す。支出間の正味の関係を洞察するために、年所得額と年貯蓄額を制御変数として偏相関分析を行った。

出所) Euro-monitor, GMID 2013. を用いて、筆者が分析

旅行はアウトドアを象徴するサービスとして捉えれば、仮説4が妥当なのは理解しやすい。

仮説5も支持される。衣服支出と旅行支出額は有意水準0.1%未満で正の相関関係が強く見られるからだ。

仮説6は成り立つ。本稿で例示した全商品のうち、旅行支出額との間で高級化粧品が最も強い偏相関係数を示す。高級化粧品は海外旅行時に自分用にも土産用にも免税店などで買い求めやすい。

仮説7は棄却される。教育費と旅行支出額が0.2%という有意水準で正の相関関係にあるからだ。海外留学や語学研修や海外インターンシップを目的とした教育支出は同時に旅行支出にも相当するから、こうした重なりがある分、教育費と旅行支出は無縁ではない。すなわち、教育費を多く使う国民の間では、海外留学や語学能力取得などにも積極的な姿勢を示す傾向が強いといえるかもしれない。

最後に、仮説8は妥当かあるいは棄却されるべきかという判断が付きにくい。ただし、有意水準が8.6%ゆえに、家と庭への支出が多くなると、旅行支出を多少なりとも控える傾向にあることを物語っていよう。ゆえに、仮説8を妥当視できるかもしれない。

以上より、仮説7を除いて、7つの仮説が支持される結果となった。

上記仮説では、旅行支出額が多い国とそうでない国を織り交ぜており、ツーリズム関係の企業にとっては、旅行支出額が多い国とそうでない国との間で、

各種消費支出額が旅行支出額に同じような影響を及ぼすかどうかを識別した  
いはずであろう。そこで、次節で、因子分析を適用して、これら両群にお  
ける旅行支出行動の決定因が同じか異なるかを検証してみる。

## V 旅行支出額が多い国と少ない国における因子分析の結果の 差異

アジアにおける旅行支出額が多い国について因子分析を行い、バリマック  
ス回転後、第1因子が因子負荷量として53.56%、第2因子が43.73%を占め  
た。両因子間で分散の説明力に開きがそれほどない。第1因子に年貯蓄額、  
家と庭への支出、衣服支出、家電品支出が入り、第2因子に GNI、遠距離  
通信費、高級化粧品支出が入る。第1因子は生活因子、第2因子は外向性因  
子と命名できる。

旅行支出額が少ない国では、第1因子が76.93%、第2因子が14.25%とい  
う因子負荷量が計測され、旅行支出が多い国とは対照的に、両因子間で分散  
の説明力に開きが大きい。しかしながら、旅行支出額が少ない国でも、第1  
因子と第2因子は旅行支出額が多い国とほぼ同様な変数から構成される。

そこで、両グループの差異をもっと明確に検出するため、判別分析を試み  
るとしよう。旅行支出が多い国と少ない国とを、GNIが高い国家群内で判  
別可能とさせるのは、家と庭への支出である。すなわち、GNIがより高い  
国では、家と庭への支出も旅行費用も相互に大きくなり、GNIが割に低い  
国では旅行に多く出費する一方で、家と庭にはお金を節約するものと解され  
る。さらに、GNIが低い国家群の中で、旅行支出が割合に多い国とそうで  
ない国とを判別しようと試みても、「家と庭への支出」以外のライフスタイル  
要因では判別が難しい。

以上より、全般的にアジアにおける旅行支出に関しては GNI といった経  
済指標との関係を有し、かつ GNI の高低に関わらず、旅行支出性向が他の  
消費支出性向との相関性も強いから、グローバル・トレンドを強く有すると  
いえよう。

## VI 結論

本稿では、アジア11カ国における旅行支出額に関係するライフスタイル関連支出額との相関分析を中心として、旅行支出に及ぼす6変数の影響力を明らかにしてみた。年総所得額（GNI）および年貯蓄額を所与として、定められた11カ国の総消費支出額の中で、従属変数となる旅行支出への独立変数の純然たる影響力を抽出することを試みた。その結果、アジア11カ国における旅行支出は、衣服、遠距離通信、高級化粧品、教育といった4つの消費支出項目との間で高い偏相関関係を有する一方、家電支出とは負の関係が強く、家と庭への支出とは正であるが、有意な関係に至らない。設定された仮説の中では、ライフスタイル関連変数仮説6つの中で、5つは支持され、1つだけ棄却された。教育費との関係を除き、当初想定した仮説的關係がほぼ証明されたとみてよい。興味深いことに、旅行を贅沢にする代わりに、新しい家電品の購入を控える傾向が読み取れる。旅行がアウトドア志向であり、家電品がインドア志向の典型品であるといった商品特性に絡めて、ライフスタイルの差で両支出に見られた負の相関関係が説明可能と考えられる。その意味で、ライフスタイル変数を用いて旅行支出行動を分析するのは理に叶う。

本研究は、旅行支出額への影響要因にのみ焦点を定め、しかも調査対象国がアジア11カ国に限定されている。旅行支出行動に関して一般解を得るには、アジアとその他の地域の国との比較を行う必要がある。その試みを通して、アジア独自の旅行支出行動が見られるかどうかを確証できる。それとともに、観光支出への影響をより包括的に把握するには、供給側となる観光資源の魅力度を促進するような旅行産業のインフラ充実度なども考慮に入れなくてはならない。さらにツーリズムが幅広い産業の裾野を持つといった特徴に着目すれば、移動交通費、宿泊費、観光アトラクション支出（観光費）、お土産代といったように旅行商品を分類化したうえで、各旅行商品支出への影響要因を実証する必要があるだろう。

最後に、本研究との関連性に言及して課題を挙げるならば、より長期的観

点（時系列）に立ち、グローバル・ツーリズム・トレンドの変化を追い求めたい。その際、調査対象国を広げて、各国の旅行支出に見られる共通性と異質性を判別し、判別要因が何であり、その要因の差がどこから生まれてくるかをより厳密に探求したい。

（筆者は関西学院大学商学部教授）

#### 参考文献

- Bartoluci, Mato, & Dumicic, Ksenija, & Hendija, Zvezdana, (2012), "IMPACT ANALYSIS OF INTERNATIONAL TOURISM ON EXPORT OF GOODS AND SERVICES IN CROATIA" *An Enterprise Odyssey. International Conference Proceedings.*
- Creel, Randolph S.. Capella University, ProQuest, (2007), "An econometric model for international tourism flows: A case study of GUA, 1997-2004", *UMI Dissertations Publishing.*
- Eccles, Gavin., (1995), "Marketing, sustainable development and international tourism", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 20.
- Hathroubi, Salem, (2011), "Modeling and forecasting international tourism demand for Tunisia: A time varying parameter approach", *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 3 No. 7.
- Ishii, Sho, (2012), "Key determinants of international tourist flows: How to promote inbound tourism?", *Georgetown University, UMI Dissertations Publishing.*
- Kulendran, Nada, & Witt, Stephen F., (2003), "Forecasting the demand for international business tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 41 No. 3.
- Lim, Christine, (1999), "A meta-analytic review of international tourism", *Journal of Travel Research*, Vol. 37 No. 3.
- Mo, Chul-Min; Havitz, Mark E; Howard, Dennis R (1994), "Segmenting travel markets with the International Tourism Role (ITR) scale2", *Journal of Travel Research*, Vol. 33 No. 1.
- Muchapondwa, Edwin & Obert Pimhidza, (2011), "Modelling International Tourism Demand for Zimbabwe", *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 2.