



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	観光情報革命時代のツーリズム（その4）：旅行情報化世代
Author(s)	岡本, 健
Citation	北海道大学文化資源マネジメント論集 = Web-Journal of Tourism and Cultural Studies, 6: 1-16
Issue Date	2009-01-20
Doc URL	<a href="http://hdl.handle.net/2115/35334">http://hdl.handle.net/2115/35334</a>
Right	
Type	bulletin
Additional Information	



Instructions for use

# 観光情報革命時代のツーリズム

## (その4)

～「旅行情報化世代」～

岡本 健

北海道大学大学院国際広報メディア観光学院  
文化資源マネジメント研究室

◆お願い◆

本報告書の著作権は筆者個人（岡本健）に帰属します。  
文章・図表等の無断転用を禁じます。  
引用、リンクの際は下記メールアドレスまでご連絡下さい。



[okamotot@cats.hokudai.ac.jp](mailto:okamotot@cats.hokudai.ac.jp)

## 0. はじめに

本稿は、観光情報革命の中核をなす世代を特定することを目的としている。様々な論者によって、旅行者がインターネットを用いてホテルの予約をおこなったり、自分自身で旅行を企画・実行したりするようになってきたことについて記されているが、実証的に旅行者の情報化について検討し、世代の特徴を明らかにした知見は管見の限り見当たらない。

本稿では、各種データに基づいて、日本国内のインターネット利用率の推移を明らかにした上で、旅行情報を得る際の情報源としてのインターネット利用が世代や性別によってどのように異なるのかを明らかにし、その上で旅行者の中で旅行情報を得るためにインターネットを主に用いている「旅行情報化世代」を特定する。

## 1. 1990年代における旅行情報の入手

1990年代に入って、パーソナルコンピュータが普及、携帯電話やポケベルなどの普及が進んでおり、個人の情報ネットワーク拡大のために用いられはじめた(水野 2000)。

1993年には、日本語版ウィンドウズ 3.1 が発売される(柏倉 2005)。これにより、GUI (グラフィカルユーザーインターフェイス) が装備された日本語で使うことができるパーソナルコンピュータが登場したことになる。また、1995年には、ウィンドウズ 95 が発売され、インターネットブームが起こる(田畑 2004)。

このように、1990年代は個人同士の電子的なコミュニケーションの基盤が急速に整備された時代であると言えよう。

1990年代における観光の情報化に関して、旅行に出かける際に何を参考にするかについて尋ねた質問紙調査の1990年代の結果から、上位3位を表-1に示す。

表-1 1990年代における旅行に出かける際に参考にする情報源

	1990	1992	1994	1996	1998
家族・友人の話	59.7	45.7	47.8	48.1	43.3
ガイドブック	28.9	38.8	40.6	35.8	36.9
パンフレット	36.2	33.4	36.0	35.0	34.7

単位 (%)

(平成19年度版「観光の実態と志向」のp.72を元に筆者作成)

表-1を見ると、順位の入替えはあるものの、1位から3位はつねに「家族・友人の話」「ガイドブック」「パンフレット」の3つである。

また、表-1の結果を縦軸に利用率(%)をとり、横軸に年度(年)をとって、グラフ化したものを図-1に示す。

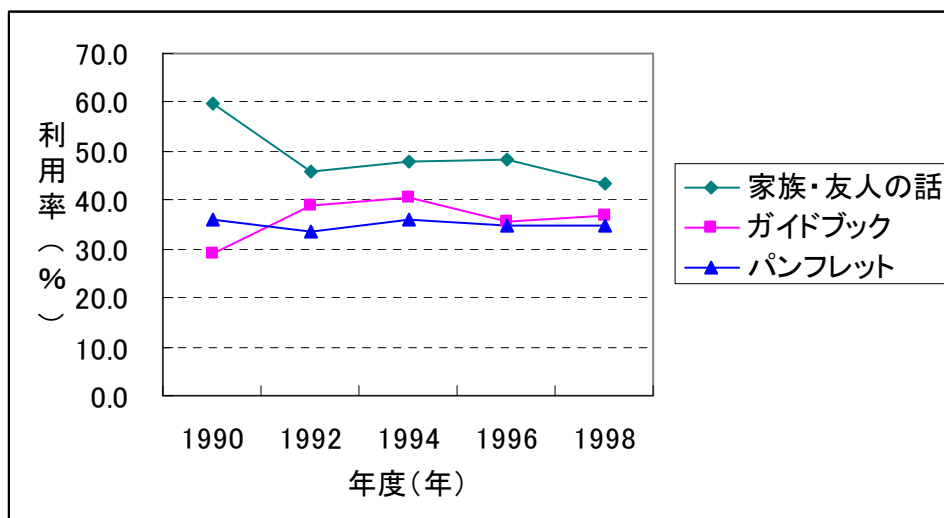


図-1 1990年代における旅行の際に参考にする情報源  
(表-1 を元に筆者作成)

図-1を見ると、利用率の変動はあるものの、1990年から1998年まで、「家族・友人の話」が第1位であり続けている。「ガイドブック」は1990年には28.9%にとどまっていた利用率が、1992年に38.8%を占めるようになり、第3位から第2位になる。その後、1994年に40.6%を占めるようになるが、1996年には再び利用率が減り、35.8%となる。1998年は再び増化し、36.9%である。「パンフレット」に関しては、利用率は35%前後で推移しており、大きな変動は無いが、1990年には第2位であった利用率が、1992年に第3位となり、以降1998年まで第3位である。

このように、1990年代の旅行情報の入手方法は、「家族・友人の話」「ガイドブック」「パンフレット」の3つが主流であった。

ちなみに、1999年からインターネットが初めて選択項目として取り入れられたが、利用率は全体の7.3%にとどまっている。

## 2. 2000年代における旅行情報の入手

### 2.1. インターネットの利用状況

まず、我が国における、インターネット利用者数の推計の経年変化について、縦軸に推計利用者数を取り、横軸に年をとってグラフ化したものが図-2である。

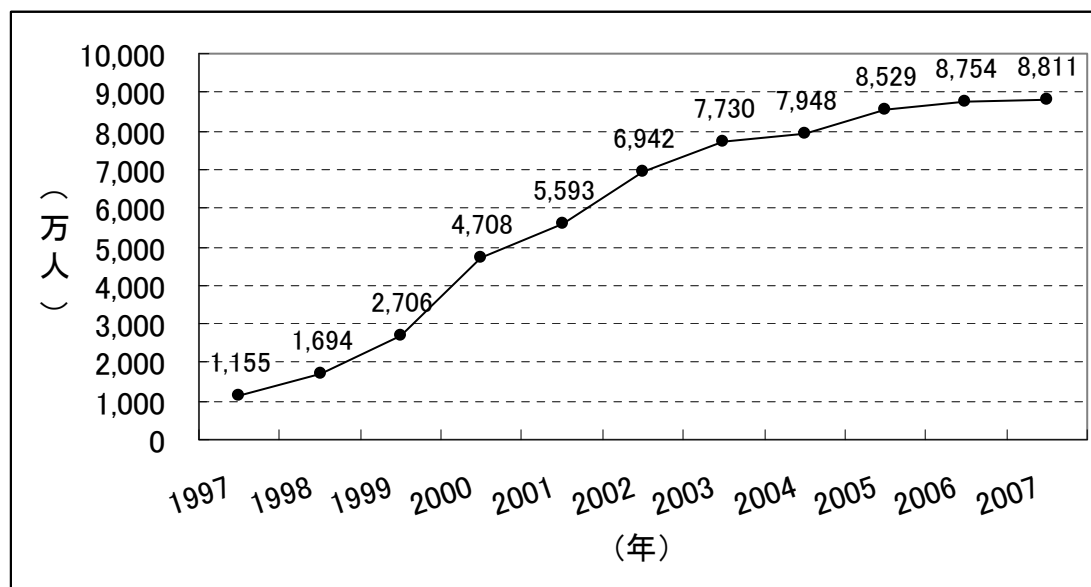


図-2 日本におけるインターネット利用者数の推移

(平成20年版「情報通信白書」図表1-3-1-1 (p.89) より筆者作成)

図-2を見ると、インターネット利用者数は1997年の1,155万人から2007年の8,811万人まで、増化率の変化はあるものの、一貫して増加を続けていることがわかる。

量的な増加は示されたが、人口普及率はどうであろうか。インターネットの人口普及率について、縦軸に人口普及率(%)を取り、横軸に年度(年)をとってグラフ化したものが図-3である。

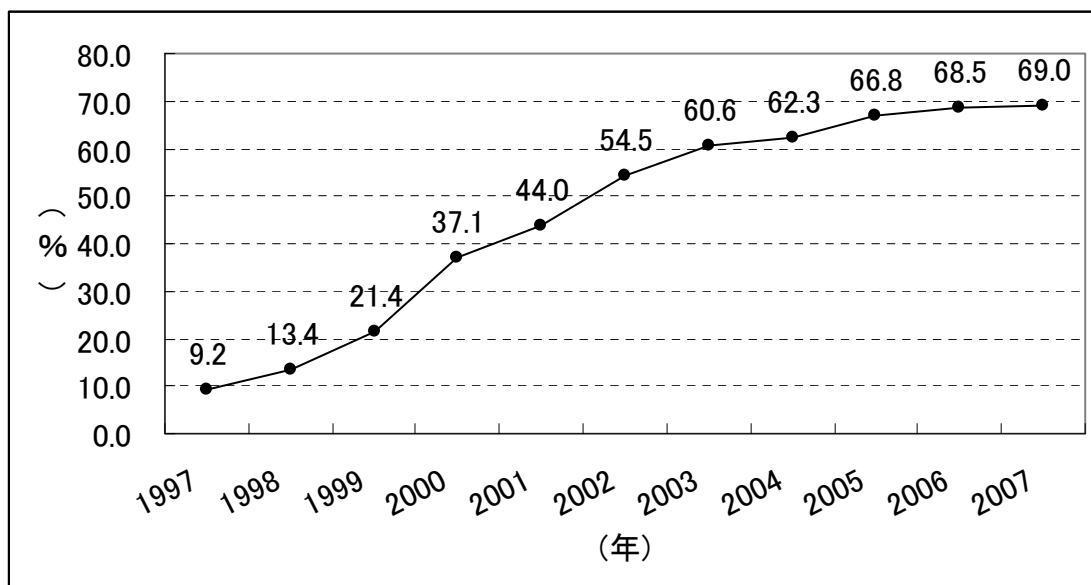


図-3 インターネットの人口普及率の推移

(平成 20 年版「情報通信白書」図表 1 - 3 - 1 - 1 (p. 89) より筆者作成)

図-3 を見ると、1997 年の 9.2%から 2007 年の 69.0%まで、増加率の変化はあるものの、一貫して増加していることがわかる。また、2007 年現在の時点で人口の約 7 割がインターネットを利用していることが分かる。

## 2.2. インターネット利用の世代差

インターネットの利用者および利用率が増加を続けていることが分かったが、インターネット利用に関して、世代別で差異はあるだろうか。世代別インターネット利用率について、2004 年末から 2007 年末までのデータを表-2 に示した。6～12 歳、13～19 歳、20～29 歳、30～39 歳、40～49 歳、50～59 歳、60～64 歳、65～69 歳、70～79 歳、80 歳以上、の 10 の世代についてその利用率を年ごとに示した。

表-2 年代別インターネット利用率の推移

	6～12	13～19	20～29	30～39	40～49	50～59	60～64	65～69	70～79	80以上
2004年	62.8	90.7	92.3	90.5	84.8	65.8	49.0	27.3	15.4	6.9
2005年	65.9	93.9	95.0	92.8	90.6	75.3	55.2	42.0	19.3	7.2
2006年	67.9	93.0	94.4	92.5	89.3	75.2	59.7	48.0	32.3	16.0
2007年	68.7	94.7	94.8	94.7	91.7	81.2	63.0	36.9	28.8	15.4

単位 (%)

(2004 年度から 2007 年度の総務省「通信利用動向調査」から筆者作成)

2004 年から 2007 年の全ての年で、13～19 歳、20～29 歳、30～39 歳の世代で利用率が 90%を超えている。隣接する 40～49 歳の世代でも 2004 年から 2007 年通して、90%前後の利用率である。50～59 歳、60～64 歳ではそれぞれ、2004 年に利用率が 65.8%、49.0%であった

のが、2007年に、それぞれ81.2%、63.0%となっている。

また、表-2 から、2004年から2007年までの世代別インターネット利用率の推移を、縦軸に利用率（%）をとり、横軸に世代をとって、グラフ化したものを図-4に示した。

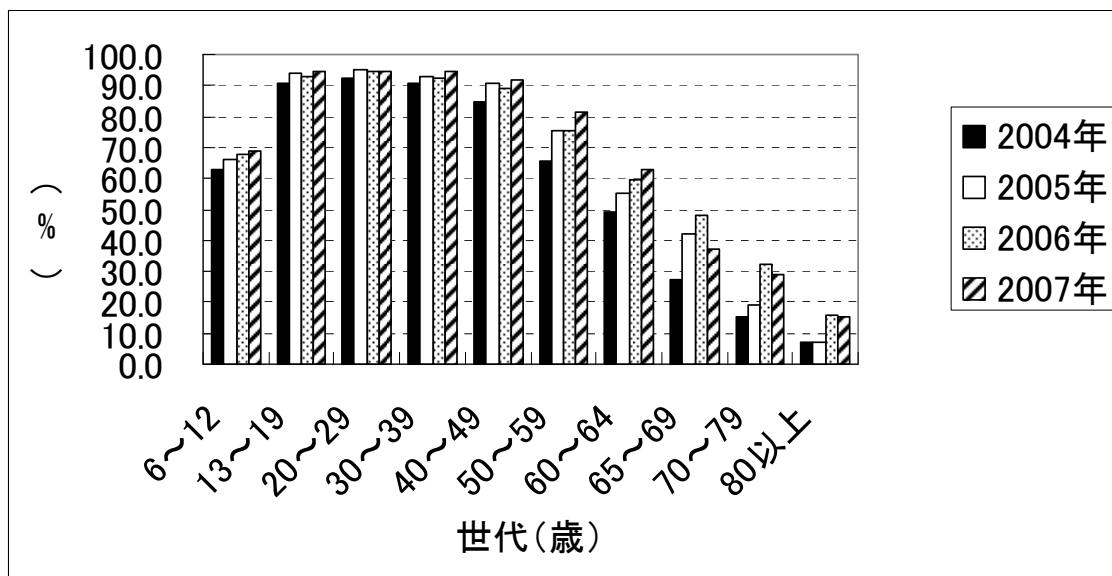


図-4 世代別インターネット利用率の推移  
 (表-2 から筆者作成)

表-2、図-4を見ると、13～19歳、20～29歳、30～39歳、40～49歳の世代で2004年から2007年まですべての年で利用率が80%を超えている。50～59歳に関しても2007年には利用率が80%を超えている。

### 3. 旅行情報収集の方法

ここまでで、人々の間にどれほどインターネットが浸透しているかについて明らかにした。総合すると、2007年時点では、インターネットの利用率は全人口の70%程度であり、特に13～49歳の世代で90%以上の利用率となっていることを確認した。

インターネットの浸透の程度が明らかになったが、それが旅行の事前情報を取得する方法としてどの程度使われているのか、性別、世代別でその傾向はどのように違うのか、あるいは同じであるのか、は明らかになっていない。

本章では、旅行に行く際の情報収集方法について、その経年変化と、性別、年代別の傾向の異同について整理する。

### 3.1. 旅行の情報源

まず、旅行に行く際に参考にする情報源の利用率について、1999年から2006年までの推移を表-3に示した。

表-3 旅行に行く際に参考にする情報源の利用率

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
家族・友人の話	43.3	42.4	41.6	41.9	37.1	39.4	35.1	38.0
ガイドブック	35.2	39.5	35.1	37.8	35.8	35.9	34.5	32.8
パンフレット	35.5	35.7	35.0	35.6	35.1	35.5	33.2	34.0
インターネット	7.3	11.2	15.4	18.0	24.0	26.0	30.3	35.8
旅行専門雑誌	27.7	30.7	29.1	29.2	29.7	29.2	29.1	31.9
新聞・雑誌の広告・チラシ	23.4	23.5	24.4	23.6	19.8	20.7	19.8	20.3
旅行者	21.2	20.4	18.1	19.1	18.3	18.2	18.1	19.7
新聞・雑誌の記事	16.4	16.8	16.9	17.0	13.5	13.2	12.4	13.4
テレビ・ラジオの番組	13.3	11.5	12.1	12.2	10.1	10.6	10.7	11.5
観光案内所・情報センター	10.9	12.6	12.8	12.4	10.5	11.0	8.8	10.6
旅行・歴史等に関する本、小説	6.8	8.1	7.1	7.3	6.2	6.2	6.3	7.0
駅・車内のポスター	6.5	6.7	7.1	7.1	5.4	5.4	4.3	4.8
テレビ・ラジオのCM	4.2	4.4	4.5	4.5	3.8	3.7	3.4	3.8
観光物産店	1.8	2.3	2.8	2.4	1.7	1.7	1.8	2.0
携帯電話	-	0.8	0.7	1.4	0.9	1.3	1.5	1.8
コンビニエンスストアの端末	-	0.5	0.2	0.4	0.2	0.1	0.2	0.3
FAX	-	0.5	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1

単位 (%)

(平成19年度版「観光の実態と志向」p.72を元に筆者作成)

次に、表-3を元に、縦軸に利用率 (%) をとり、横軸に年度 (年) をとって、グラフ化したものを図-5に示した。

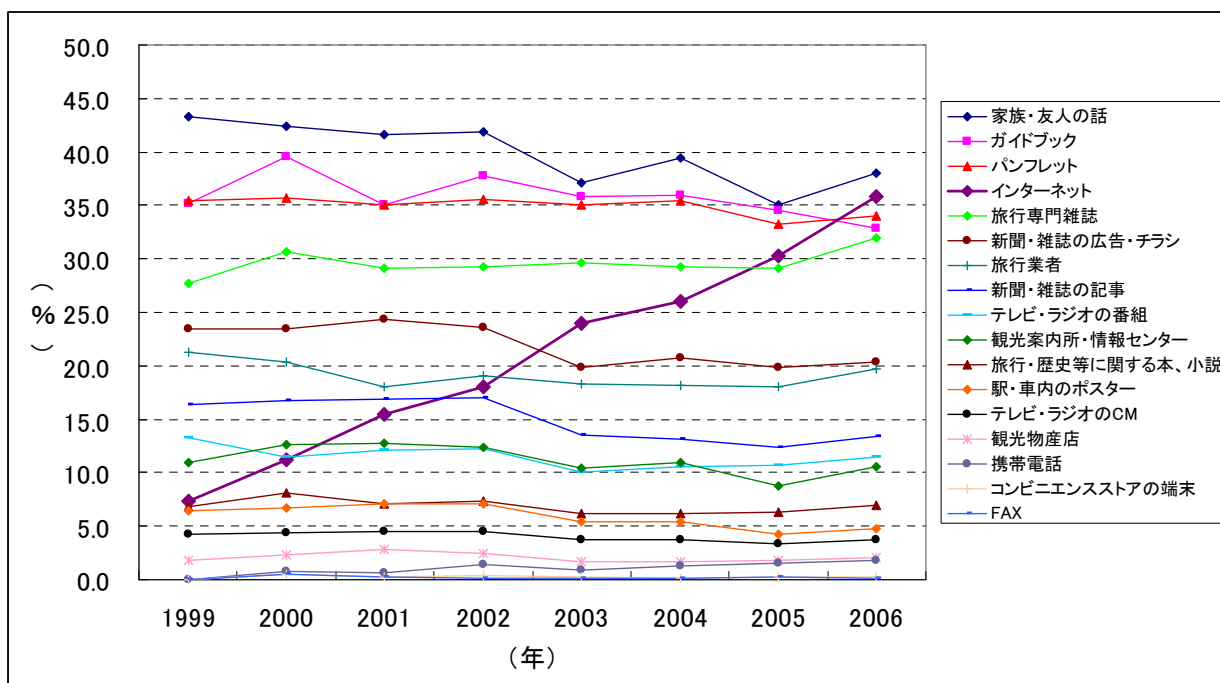


図-5 旅行に行く際に参考にする情報源の利用率の推移

(平成19年度版「観光の実態と志向」p.72を元に筆者作成)

表-3 の値及び、図-5 を見ると、他の情報源に比べてインターネットの利用率の伸びが目立っていることがわかる。

### 3.2. 旅行情報収集の性別および世代別の傾向

こういった傾向に関して、性別や世代別で違いはあるだろうか。男性の20代、30代、40代、50代、60代、70歳以上、女性の20代、30代、40代、50代、60代、70歳以上について、2007年度時点でその割合がどうなっているかを表-4 から表-15 まで示した。これらはすべて、財団法人日本交通公社が実施した調査の報告書である「旅行者動向 2008 国内・海外旅行者の意識と調査」の100ページから、101ページまでのデータを元に筆者が作成した表である。

平成19年度版「観光の実態と志向」では、平成19年5月17日から平成19年6月3日まで、全国を対象にして、調査地点を150定め、標本数を4500としている。有効回収数は3172で、回収率は70.5%である。

表内の灰色で塗りつぶされた個所は情報源がインターネットであることを示している。

表-4 20代男性の旅行情報収集源の順位

男性20代		
順位	方法	パーセント
1位	ネットの検索サイト	63.8
2位	旅行ガイドブック	62.2
3位	旅行雑誌	51.2
4位	旅行会社のパンフレット	43.3
5位	ネットの旅行専門サイト	42.5
6位	家族や友人・知人に尋ねる	33.1
7位	宿泊施設のホームページ	29.1
8位	観光施設のホームページ	18.1
9位	ブログや口コミサイト	16.5
10位	観光協会や自治体のホームページ	15.0
11位	旅行会社のホームページ	13.4
12位	旅行会社の店員に尋ねる	11.0

表-4 を見ると、男性の20代では、「ネットの検索サイト」が63.8%で、情報源の1位となっている。2位は「旅行ガイドブック」で62.2%が利用している。3位は「旅行雑誌」で51.2%が利用している。

表-5 30代男性の旅行情報収集源の順位

男性30代		
順位	方法	パーセント
1位	旅行ガイドブック	64.9
	ネットの検索サイト	64.9
3位	旅行雑誌	56.3
4位	宿泊施設のホームページ	51.7
5位	旅行会社のパンフレット	50.0
6位	ネットの旅行専門サイト	38.5
7位	観光施設のホームページ	33.3
8位	家族や友人・知人に訪ねる	31.6
9位	ブログやロコミサイト	27.6
10位	観光協会や自治体のホームページ	24.7
11位	旅行会社のホームページ	21.3
12位	旅行会社の店員に尋ねる	15.5

表-5 を見ると 30 代の男性では、「旅行ガイドブック」と「ネットの検索サイト」が同率 1 位となっている。利用率はどちらも 64.9%である。3 位は「旅行雑誌」で、56.3%が利用している。

表-6 40代男性の旅行情報収集源の順位

男性40代		
順位	方法	パーセント
1位	旅行ガイドブック	67.9
2位	ネットの検索サイト	67.3
3位	旅行雑誌	55.8
4位	旅行会社のパンフレット	46.7
5位	ネットの旅行専門サイト	45.5
6位	宿泊施設のホームページ	44.2
7位	観光施設のホームページ	32.7
8位	家族や友人・知人に尋ねる	24.8
9位	旅行会社のホームページ	23.0
10位	観光協会や自治体のホームページ	22.4
11位	ブログやロコミサイト	16.4
12位	旅行会社の店員に尋ねる	13.9

表-6 を見ると、男性 40 代では、「旅行ガイドブック」が 67.9%で 1 位になっており、「ネットの検索サイト」が 67.3%で 2 位になっている。3 位は「旅行雑誌」であり、55.8%が利用している。

表-7 50代男性の旅行情報収集源の順位

男性50代		
順位	方法	パーセント
1位	旅行ガイドブック	61.5
2位	旅行会社のパンフレット	52.3
3位	旅行雑誌	49.1
	ネットの検索サイト	49.1
5位	宿泊施設のホームページ	30.3
6位	ネットの旅行専門サイト	28.9
7位	観光施設のホームページ	24.3
8位	家族や友人・知人に尋ねる	21.1
9位	旅行会社のホームページ	18.3
10位	観光協会や自治体のホームページ	15.6
11位	旅行会社の店員に尋ねる	13.8
12位	ブログやロコミサイト	9.2

表-7を見ると、50代男性では、20代から40代の男性では1位や2位であった「ネットの検索サイト」が49.1%と5割をわりこみ、「旅行雑誌」と同率で3位になっている。「旅行ガイドブック」が61.5%で1位、「旅行会社のパンフレット」が52.3%で2位である。

表-8 60代男性の旅行情報収集源の順位

男性60代		
順位	方法	パーセント
1位	旅行会社のパンフレット	66.1
2位	旅行ガイドブック	63.5
3位	旅行雑誌	38.0
4位	ネットの検索サイト	30.2
5位	宿泊施設のホームページ	25.5
6位	家族や友人・知人に尋ねる	19.3
7位	ネットの旅行専門サイト	18.8
8位	旅行会社の店員に尋ねる	16.7
9位	観光協会や自治体のホームページ	13.5
	観光施設のホームページ	13.5
11位	旅行会社のホームページ	10.9
12位	ブログやロコミサイト	5.2

表-8を見ると、1位は「旅行会社のパンフレット」であり、66.1%が利用している。2位は、「旅行ガイドブック」であり、63.5%が利用している。3位は「旅行雑誌」であり、38.0%が利用している。「ネットの検索サイト」は30.2%が利用しており、4位となっている。60代男性では、1位から3位までがインターネットとは関係のない情報源で占められている。

表-9 70歳以上男性の旅行情報収集源の順位

男性70歳以上		
順位	方法	パーセント
1位	旅行会社のパンフレット	63.1
2位	旅行ガイドブック	58.3
3位	旅行雑誌	41.7
4位	家族や友人・知人に尋ねる	19.4
5位	旅行会社の店員に尋ねる	16.5
	ネットの検索サイト	16.5
7位	宿泊施設のホームページ	14.6
8位	ネットの旅行専門サイト	8.7
9位	旅行会社のホームページ	7.8
10位	観光施設のホームページ	6.8
11位	観光協会や自治体のホームページ	5.8
12位	ブログやロコミサイト	1.9

表-9を見ると、70歳以上の男性では、1位が「旅行会社のパンフレット」で63.1%が利用している。2位が「旅行ガイドブック」であり、58.3%が利用している。3位は「旅行雑誌」であり、41.7%が利用している。70歳以上の男性では、1位から3位までがインターネットとは関係のない情報源で占められている。最も利用率の高いインターネットを利用した情報源は「ネットの検索サイト」であるが、16.5%が利用しており、順位は「旅行会社の店員に尋ねる」と同率で5位である。

表-10 20代女性の旅行情報収集源の順位

女性20代		
順位	方法	パーセント
1位	旅行ガイドブック	66.9
2位	ネットの検索サイト	66.2
3位	旅行会社のパンフレット	57.8
4位	旅行雑誌	55.8
5位	家族や友人・知人に尋ねる	45.5
	宿泊施設のホームページ	45.5
7位	ネットの旅行専門サイト	40.9
8位	観光施設のホームページ	37.0
9位	旅行会社のホームページ	22.1
10位	ブログやロコミサイト	20.1
11位	観光協会や自治体のホームページ	19.5
12位	旅行会社の店員に尋ねる	16.2

表-10を見ると、ネットの検索サイトは旅行ガイドブックに次いで2位である。2位ではあるが、旅行ガイドブックとは0.7%の差しかない。

表-11 30代女性の旅行情報収集源の順位

女性30代		
順位	方法	パーセント
1位	旅行ガイドブック	68.8
2位	旅行雑誌	61.1
3位	ネットの検索サイト	59.7
4位	旅行会社のパンフレット	54.8
5位	宿泊施設のホームページ	48.0
6位	家族や友人・知人に訪ねる	37.6
7位	ネットの旅行専門サイト	36.2
8位	観光施設のホームページ	33.9
9位	観光協会や自治体のホームページ	26.2
10位	ブログやロコミサイト	25.8
11位	旅行会社の店員に尋ねる	19.9
12位	旅行会社のホームページ	18.1

男性では40代までネットの検索サイトを利用する率が60%を超えていたのに対して、女性では30代で60%を割り込んでいる。順位は3位である。

表-12 40代女性の旅行情報収集源の順位

女性40代		
順位	方法	パーセント
1位	旅行ガイドブック	66.4
2位	旅行雑誌	61.3
3位	旅行会社のパンフレット	59.8
4位	ネットの検索サイト	50.6
5位	宿泊施設のホームページ	38.7
6位	家族や友人・知人に尋ねる	29.9
7位	ネットの旅行専門サイト	29.2
8位	観光施設のホームページ	24.7
9位	旅行会社の店員に尋ねる	18.8
10位	観光協会や自治体のホームページ	13.7
11位	ブログやロコミサイト	12.9
12位	旅行会社のホームページ	11.4

表-12を見ると、ネットの検索サイトは4位であり、上位3位はすべてインターネットを利用しない情報源で占められている。

表-13 50代女性の旅行情報収集源の順位

女性50代		
順位	方法	パーセント
1位	旅行ガイドブック	70.1
2位	旅行会社のパンフレット	67.8
3位	旅行雑誌	62.8
4位	ネットの検索サイト	37.9
5位	宿泊施設のホームページ	30.7
6位	家族や友人・知人に尋ねる	27.2
7位	ネットの旅行専門サイト	21.8
8位	観光施設のホームページ	21.5
9位	旅行会社の店員に尋ねる	17.6
10位	ブログやロコミサイト	10.3
11位	観光協会や自治体のホームページ	10.0
12位	旅行会社のホームページ	9.6

表-13 を見ると、ネットの検索サイトは40代女性と同じく4位であるが、パーセントが40%を割り込む。1位から3位はインターネットを利用しない情報源で占められている。

表-14 60代女性の旅行情報収集源の順位

女性60代		
順位	方法	パーセント
1位	旅行会社のパンフレット	66.9
2位	旅行ガイドブック	65.0
3位	旅行雑誌	48.8
4位	家族や友人・知人に尋ねる	36.9
5位	ネットの検索サイト	23.1
6位	旅行会社の店員に尋ねる	17.5
7位	宿泊施設のホームページ	16.9
8位	ネットの旅行専門サイト	12.5
9位	観光施設のホームページ	11.9
10位	旅行会社のホームページ	8.8
11位	観光協会や自治体のホームページ	8.8
12位	ブログやロコミサイト	4.4

表-14 を見ると、ネットの検索サイトは5位でパーセントも30%を割り込む。1位から4位までをインターネットを用いない情報源が占める。

表-15 70歳以上女性の旅行情報収集源の順位

女性70歳以上		
順位	方法	パーセント
1位	旅行会社のパンフレット	71.2
2位	旅行ガイドブック	60.6
3位	旅行雑誌	35.6
4位	家族や友人・知人に尋ねる	33.7
5位	旅行会社の店員に尋ねる	18.3
6位	宿泊施設のホームページ	12.5
7位	ネットの検索サイト	8.7
8位	観光施設のホームページ	7.7
9位	ネットの旅行専門サイト	5.8
10位	観光協会や自治体のホームページ	4.8
11位	旅行会社のホームページ	2.9
12位	ブログやロコミサイト	1.9

表-15を見ると、1位から5位までをインターネットを用いない情報源が占め、インターネットを用いる情報源は6位から12位である。

各世代、性別の情報収集源の1位～5位を情報収集源ごとに整理し、表-16に示した。左端に情報収集源を示した。上段の7つの情報収集源はインターネットを利用したものであり、下段の5つの情報収集源はインターネットを利用しない従来型の情報源である。男性と女性で、左から20代、30代、40代、50代、60代、70歳以上、とし、それぞれの性別、世代における情報収集源の順位を1位から5位まで数字で表した。同一順位があるものに関しては、その両方を記した。

表-16 性別・年代別情報収集源の順位

情報収集源	男性						女性						
	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	
インターネット利用	ネットの検索サイト	1	1	2	3	4	5	2	3	4	4	5	
	ネットの旅行専門サイト	5		5									
	宿泊施設のホームページ		4		5	5		5		5			
	観光施設のホームページ												
	ブログやロコミサイト												
	観光協会や自治体のホームページ												
	旅行会社のホームページ												
従来型	旅行ガイドブック	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2
	旅行雑誌	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3
	旅行会社のパンフレット	4	5	4	2	1	1	3	4	3	2	1	1
	家族や友人・知人に尋ねる						4	5	5			4	4
	旅行会社の店員に尋ねる						5						5

表-16 からは3点の事項が読み取れる。

1点目は、上位5位に入っている頻度が高いのが、従来型の情報収集源であることである。特に旅行ガイドブック、旅行雑誌、旅行会社のパンフレット、に関しては、男性、女性ともに全年代で5位以内に入っている。

2点目は、男性に比べて、女性の方が、従来型の情報源を利用している割合が高いことである。逆に、インターネット利用の情報源に関しては、女性に比べて、男性の方が利用している割合が高い。

3点目は、「ネットの検索サイト」の利用順位の推移に特徴があることである。男性では20代、30代で1位になっており、40代、50代、60代、70歳以上と年齢が高くなるとともに、順位が一つずつ下がっている。女性では、20代で2位であるが、30代で3位、40代、50代で4位、60代で5位、70歳以上では5位以内には入っていない。

これは、観光情報をインターネットで多く得ているのは、若者が多く、男女の別では男性の方が多いことを示していると考えられる。

ここで、「ネットの検索サイト」を用いている割合を世代別に見る。縦軸に割合(%)をとり、横軸に世代を取って棒グラフで示した。男性が図-6、女性が図-7である。

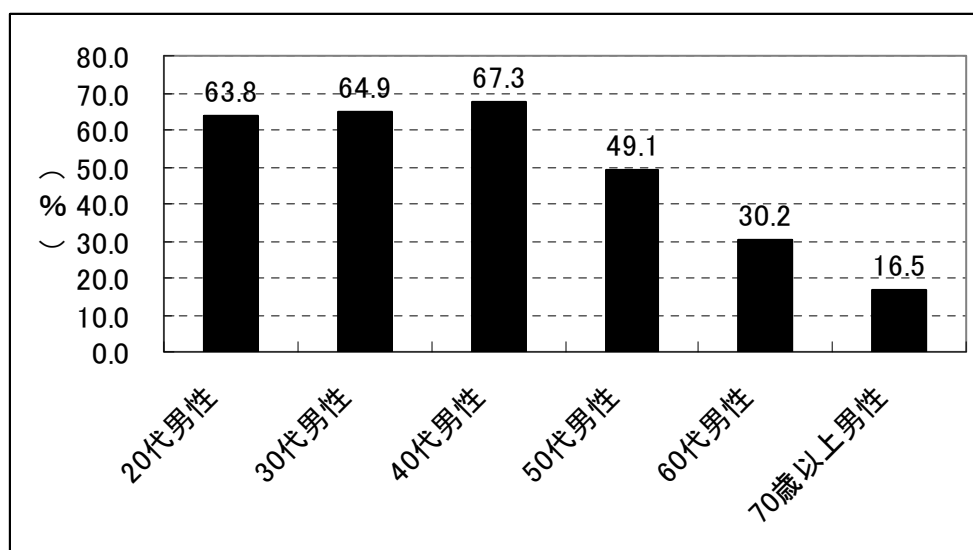


図-6 「ネットの検索サイト」を情報源として利用している割合（男性）

図-6 をみると、最も利用している割合が多いのは40代男性の67.3%である。次に30代の64.9%、20代の63.8%が続く。これは、順位について見られた傾向とは異なった傾向である。20代男性、30代男性、40代男性と年齢が増すにつれて、それぞれ63.8%、64.9%、67.3%と、情報源として利用している割合が増加している。

50代以降は、50代男性、60代男性、70歳以上と年齢がますますつれて、それぞれ49.1%、30.2%、16.5%と、情報源として利用している割合は減少している。これは、順位について見られた傾向と同じ傾向である。

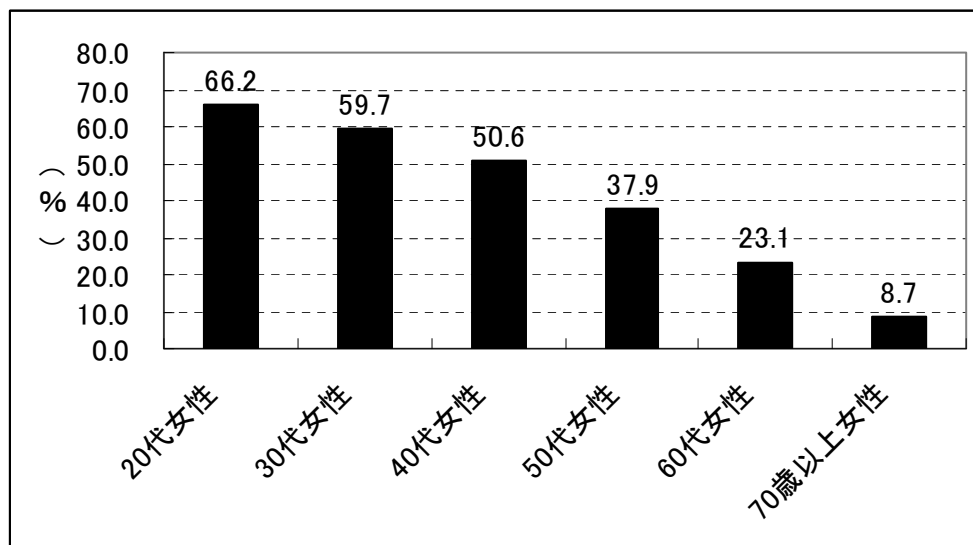


図-7 「ネットの検索サイト」を情報源として利用している割合（女性）

図-7を見ると、最も利用している割合が高いのは20代女性であり、66.2%である。続いて30代女性、40代女性、50代女性…と年齢が増すにつれて、利用している割合は減少する。これは、順位についてみられた傾向と同様である。

#### 4. 結論 ～旅行情報化世代～

第1章では、1990年代における、旅行に出かける際に参考にする情報源として用いるものについてまとめ、「家族・友人の話」「ガイドブック」「パンフレット」の3つが主流であることを確認した。

第2章では、インターネットの個人への普及率の推移について検討を加えた。その結果、2007年に至るまで利用者数、普及率ともに増え続けており、2007年の時点で、利用者は8,811万人、利用率は69.0%であることがわかった。世代別に見てみると、13～19歳、20～29歳、30～39歳、40～49歳の世代で2004年から2007年まですべての年度で利用率が80%を超えており、10代～40代がインターネットの利用が盛んな世代であることが分かった。

次に、旅行に関する情報源として、インターネットがどれほど利用されているかを確認した。その結果、旅行の情報源としてインターネットを用いている人の割合は1999年に7.8%であったが、2006年には35.8%になっていることが分かった。

世代や性別によって、インターネットの検索サイトを旅行情報として用いている割合がどのように異なるのかについて検討をおこなった。その結果、20代男性、30代男性、40代男性、20代女性が、インターネットの検索サイトを旅行情報として用いている割合が60%を超えていた。

これらのことを総合すると、20代男性、20代女性、30代男性、40代男性が、他の世代

に比べて、旅行の情報化が進んでいる世代であると考えられる。インターネット利用率では13～19歳も高い割合を示していたが、旅行情報の探索については、10代のデータを手に入れることができず、今回は検討ができなかった。しかし、インターネット利用率から考えると、10代も旅行の情報化が進んでいる可能性がある。

本稿では、上述した2007年時点での20代男性、20代女性、30代男性、40代男性、を「旅行情報化世代」と定義する。

## 5. 今後の展開と課題

本稿では、各種統計を総合的に検討することで、20代男性、20代女性、30代男性、40代男性を「旅行情報化世代」と定義した。

観光情報革命時代のツーリズムを考える上で、この「旅行情報化世代」の旅行行動を詳細に研究することが必要になるだろう。なぜなら、「旅行情報化世代」が今後、年齢を経ていくことで、全世代的に旅行情報化が進むと思われるからである。

今後は、この世代に特有の旅行行動について、具体的な事例を詳細に検討し、世代的な特徴を明らかにしていきたい。

また、今回は世代別に旅行の情報収集についての特徴を検討したが、ライフスタイルや、職業など、世代以外の変数も旅行に関する情報収集の傾向に影響を及ぼしている可能性が高い。そのため、各種データを今後も収集・分析・検討をおこなっていく必要がある。

### 【参考文献】

柏倉康夫（2005）第11章 誰もが使えるコンピュータの誕生，柏倉康夫，改訂版 情報化社会研究 メディアの発展と社会，放送大学教育振興会，改訂，pp. 147-159.

水野博介（2000）第4章 情報化と家族ライフスタイルの変容，橋元良明・船津衛編，シリーズ 情報環境と社会心理 5 情報化と社会生活，北樹出版，初，東京，pp. 84-107.

田畑暁生（2004）ひとめでわかる〈情報社会〉の歴史的流れ，田畑暁生，情報社会を知るクリティカル・ワーズ，フィルムアート社，初，東京，pp. 230-233.

---

観光情報革命時代のツーリズム（その4）

～「旅行情報化世代」～

著 者： 岡本 健

発行者： 北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院

観光創造専攻文化資源マネジメント研究室

（編集委員長： 山村 高淑）

2009年01月20日

---