

気象条件に対する認知による行動分析 ーデータ化に向けた検証ー

横山 博司*・松本 義之*・森 邦恵*・杉浦 勝章*

1. はじめに

気象の状況によって、人間の様々な活動が影響を受けていることは広く知られていることである。しかし、それが個人の特性に帰着するような認知の差異として言及されている研究は少ない。言い換えると、気象データによる消費の一般的な傾向を示したり、或いは気象と人間の特定の活動との因果関係の有無を考察したりすることはあっても、気象自体が個人に与える強度自体に着目する研究は、心理学の分野でも見当たらない。しかし、北海道の人々と沖縄の人々が降雪に対する認知、感度は異なり、同条件の気象を与えられたときに異なる行動結果を示すと考えられることは、特別な想定ではないだろう。

気象に対する認知は個人によって異なり、その認知の強度の違いが行動要因の一つとして検証することができるのであれば、個人レベルに焦点をあて、彼らの様々な行動要因に関する推測手法が広がることはもちろん、既存の社会統計などで誤差や攪乱要因として検証されがちであった部分を、気象要因を取り出す形で捕捉する可能性もある。

このような問題意識のもと、横山他（2009）では、個人の気象条件の認知の差異は居住する（長く居住していた）地域の特性で代理することが出来るのではないかと、という仮定のもと分析を行った。得られた成果としては、気象条件の認知の差異が行動に与える影響は、部分的ではあるが認められたこと、しかし、気象条件に対する認知は当該地域の気象データだけでは代理できず、家計管理者の行動や調査対象者の性差といった他の個人属性と複雑に絡み合っていることが要因であると推測されること、などが示された¹。

しかし、横山他（2009）の分析では、行われた分析からいくつか課題も示された。その課題のうち、本研究では特に、経済活動内容を特定の財やサービスを購入するときの行動などに限定したうえで、気象条件の影響を検証する、という課題内容について改善を加え調査分析を行った。

本研究の内容は以下の通りである。第2章では、既存研究について紹介し、第3章では

¹ 具体的には、判別分析とラフ分析の2種類の分析手法を用いて、得られたデータの検証を行った。家計管理者における判別分析より、台風が接近しているときにレジャー行動をとるかどうかの選択は出身地の台風頻度が影響し、雪が積もっているときの車の運転をするかどうかの選択は出身地の積雪量が影響していることが示された。また、ラフ分析によって、家計管理者の行動が調査対象者（学生）の行動に影響を与えていること、「真夏日が多い」「晴れが多い」などの住んでいた場所や「蒸し暑さに弱い」などの気象条件による適応によって行動に違いが出ることを確認した。車の運転行動については、男女による差が存在していた。

分析の目的、方法について示す。第4章では、判別分析とラフ分析の2種類の結果と考察について示し、最後に本研究のまとめを行う。

2. 既存研究

冒頭で紹介したように、気象に起因する影響を、様々な財・サービスの購入活動をはじめとする行動要因の一つとして分析している研究は多くみられる。分析結果についてはそれぞれの分析の目的が異なるため、ここではその利用のされ方、つまり気象をどのように分析に用いたか、或いはどのように位置づけているかについて紹介する。朝倉・赤津・奥山(1992)は、流通や景気データに対する気象データの有用性を検証し、中村・古殿(2008)は、気象要因を用いたファジイ推論モデルによる需要予測を提案している。本研究に最も近い位置づけで気象を扱っているのは、経済産業省(2009)「個人消費に影響する気象などの各種の要因」で、気象の影響が局所的ではあるが確認されている。立平(1999)では、不確実情報として気象を扱うことでその経済価値について言及し、刈屋他(2005)は、天候に対する企業活動のリスクマネジメントを、分析モデルとして提示している。国外に目を向けると、Becken and Hay(2007)では、気候変動に対する環境産業の対応に着目しており、Smith and Mendelsohn(2006)は気候変動がもたらした影響を、カリフォルニア州を例にして様々な視点から検証している。

その他にも、マーケティング行動については経営学、心理学から、地球温暖化による気候変動など気象そのものの予測はデータ解析、情報、気象学からのアプローチが行われている。具体的な財・サービスに関する既存研究としては、金融商品や観光商品などに気象を活用している(金融工学、観光学)、1次産品の気象への対応(農業・水産経済学)、或いは不動産価格に対する気象条件の影響(都市、環境経済学)などが挙げられ、その多様性を集約することは難しい。

このことは、気象に対する認知の程度を分析手法の中に定量的に取り込み、ある行動の中の一つの要因として分析するためには、経済、経営学といったような一面だけではなく、心理学、情報統計などの学際的な視点により、多面的に考察を加えるべきであろうことを示唆している。

3. 分析方法

3-1. 調査の目的—アンケート設計について—

横山他(2009)の研究において、気象に対する認知は地域差という大きな括りでは捉え切れないものであること、気象の認知条件がより影響を受けているのは、家庭をはじめとした情報量によるものである可能性が高いことなどが示された。そのことと調査課題も踏まえつつ、本研究では具体的な経済商品に関する購買活動の影響を分析することとした。その対象として、旅行商品を設定した。理由は、以下の通りである。気象条件に応じた実

際の個々の経済活動のデータを取得できることが望ましいが、そのことは本研究の調査規模を超える。そこで、旅行商品という、個人がそれぞれイメージできるものを対象とした。このとき、旅行商品に対するイメージは個々に違いがあって構わない。つまり、冬の北海道への旅行に対するイメージの差異は、その個人が保有している気象条件の認知の差異を代理していると仮定することができるからである。固有であり共通の特性をもつ財・サービスや経済活動を対象（例えば自動車の購入など）にすれば、対象となる財・サービスに対しては同じ認識を持つことができても、その他の条件（車が運転できない、便利なところに住んでいるなど）によって影響を大きく受けることが予想され、それをコントロールするための個人属性の変数が増えてしまう。よって、気象条件への認知の差異を具体的に表現できる対象商品として、旅行商品を季節ごとに尋ねることとした。

また、気象認知の程度を、間接的な活動の強度で測定することとした。その項目は、天気予報を見る頻度、買物に行く動機の強度、買物をする場所の形態などによって行うことにした。その理由としては、直接的な質問（例えば、雨が降ることはどの程度嫌いですか？）は感覚的な表現となり、具体的な行動への影響が測定しにくい、ということが挙げられる。

3-2. 調査方法

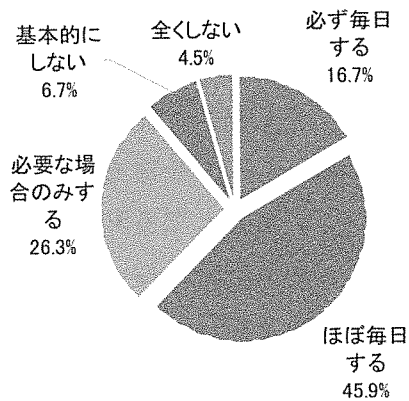
調査対象：S 大学学生及び社会人 451 名で、年齢層は 18 歳～58 歳である。調査期間：2009 年 5 月。調査用紙：いちばん長く住んでいた場所、期間、買い物に行く時に気にかかる天候、天気が悪くても買い物に行く場合の買い物内容と状況、季節に応じて旅行に行く時の条件等についての質問項目から成る調査用紙を作成した（付表参照）。分析：クロス集計、判別分析及びラフ集合論を用いて分析を行った。

4. 結果と考察

4-1. クロス集計による分析

天気予報のチェックする頻度について尋ねた問い（図表 1 参照）では、必ず毎日するという回答が 16.7%、ほぼ毎日するが 45.9%、必要な場合のみするが 26.3%、基本的にしないが 6.7%、全くしないが 4.5%となっている。6 割以上の人々が天気予報に関心をもってチェックしているといえるだろう。

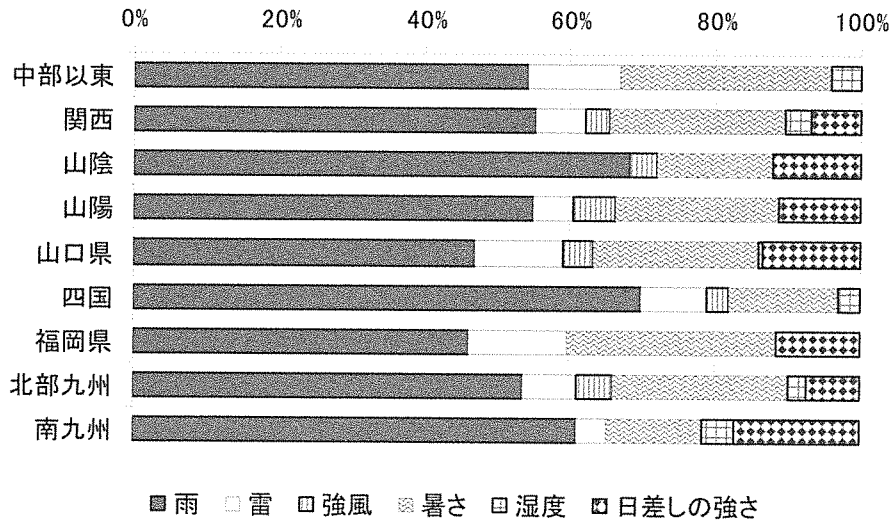
図表 1：天気予報のチェック頻度



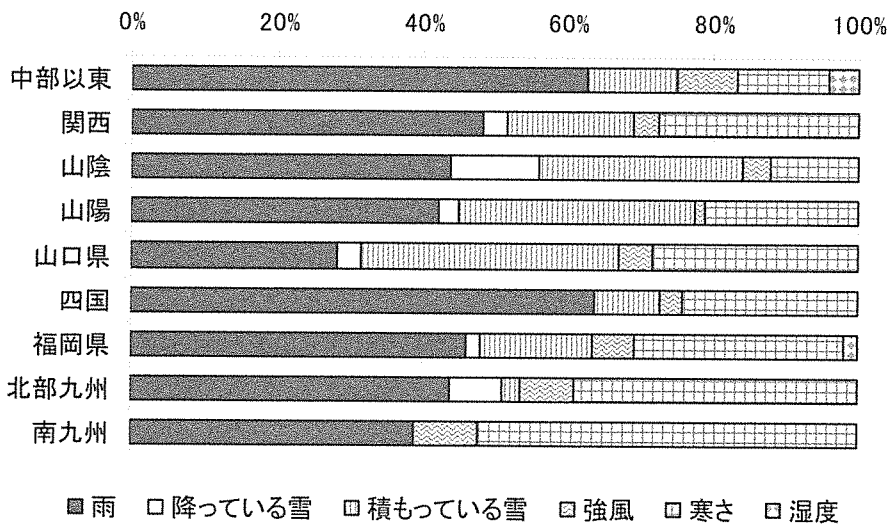
次に、買い物に行く時に気にかかる天候について尋ねた項目（図表 2-1, 2-2 参照）では、夏の場合に気にかかる天候は、雨、暑さ、日差しの強さの順となっている。この質問について、回答者の出身地別にみた場合、夏の雨は四国および山陰地方の出身者で気にかかるという比率が相対的に高くなっており、日差しの強さは南九州で相対的に高くなっている。同様に、冬の場合には、雨、寒さ、積もっている雪の順となっている。回答者の出身地別にみると、雨は四国および中部以東で、寒さは南九州で相対的に高くなっている。また、積もっている雪については山口県や山陽地方で相対的に高く、南九州や中部以東では相対的に低くなっている。

以上の結果から得られる含意として、気候に対する適応度の差異が経済行動に影響を与えており、その出身地域の天候の影響は、二極化している可能性があるということである。すなわち、冬に買い物に行く時に積もっている雪が気になるかどうかについての回答結果から推測すると、積雪の頻度が比較的高い中部以東の出身者は多少の雪では気にならないと考えられているのに対して、積雪のほとんど見られない南九州の出身者でも積雪を気にしていない。一方で積雪の頻度が上述の2地域の間程度と考えられる山口県や山陽地方の出身者には積雪が大きな影響を与える要因となっている。山口県や山陽地方の出身者は積雪のもたらす不便さについて南九州の出身者よりも認識しているが、積雪に対する適応は中部以東の出身者よりも低い水準にあるということがその理由と考えられる。

図表 2-1：買物に行くときに気にかかる天候（地域別：夏）

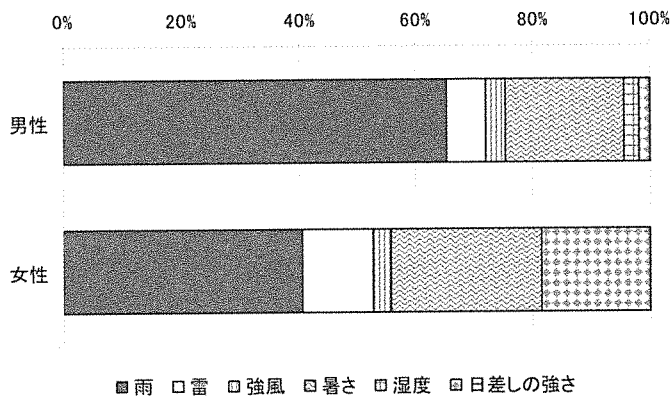


図表 2-2：買物に行くときに気にかかる天候（地域別：冬）

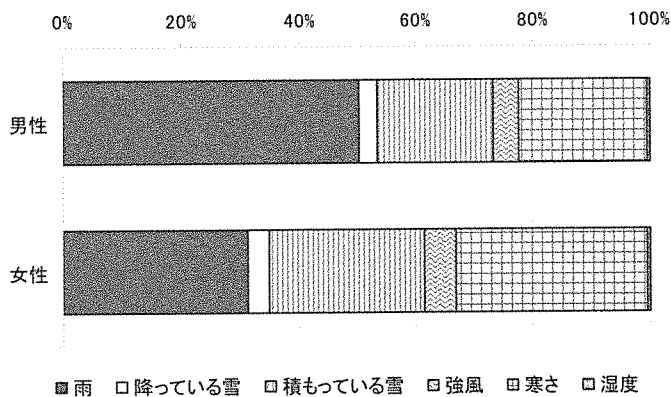


更に、上記の問いの結果を性別に見てみると（図表 3-1, 3-2 参照）、男性は雨を気にするという回答の比率が高く、女性は日差しの強さや暑さ、寒さを気にするという回答の比率が高くなっており、性差がみられることがわかった。

図表 3-1：買物に行くときに気にかかる天候（性別：夏）

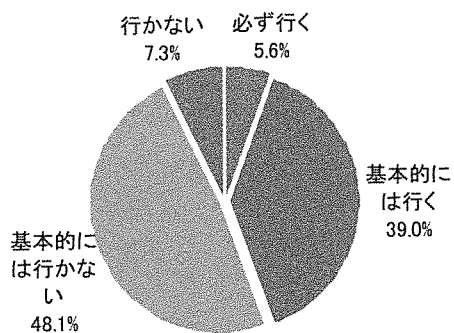


図表 3-2：買物に行くときに気にかかる天候（性別：冬）



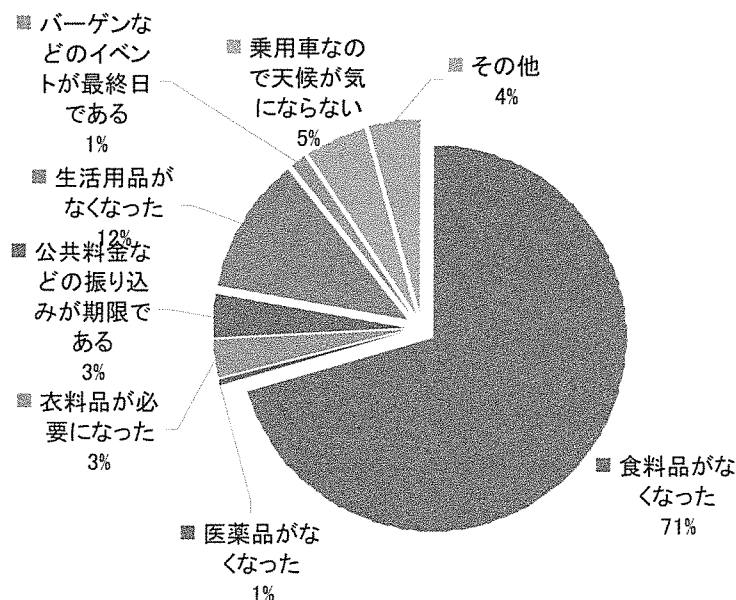
次に天候が悪くても買い物に行くかを尋ねた問い(図表 4 参照)では、必ず行くが 5.6%、基本的には行くが 39.0%、基本的には行かないが 48.1%、行かないが 7.3%となっており、行かない人の割合が多くなっている。

図表 4：悪天候の際の買物行動について



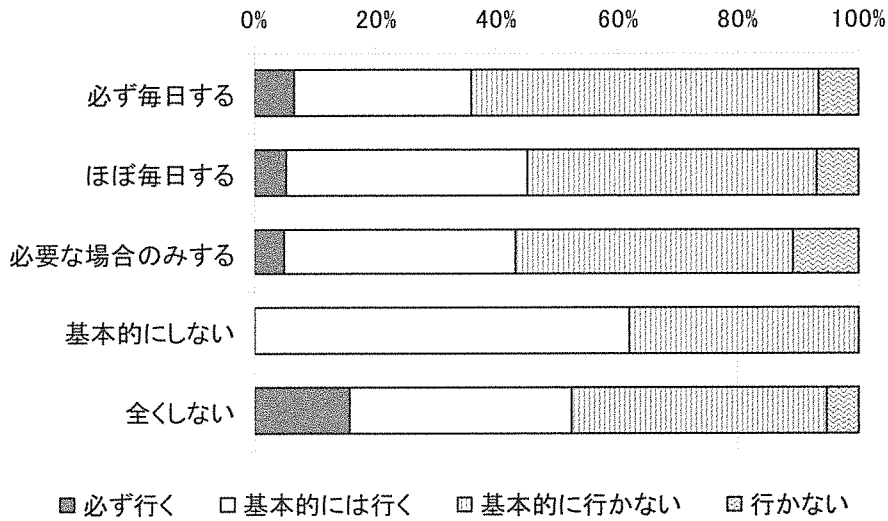
また、天候が悪くても買い物に行くのはどのようなときか尋ねた問い（図表 5 参照）では、食料品がなくなったときが 70.4%と圧倒的に多く、次に生活用品がなくなったが 11.5%などとなっており、天候が悪くても買い物に行くのは、あくまでも食料品等の生活必需品に限られていることがわかる。

図表 5：悪天候の際に買い物に行く理由

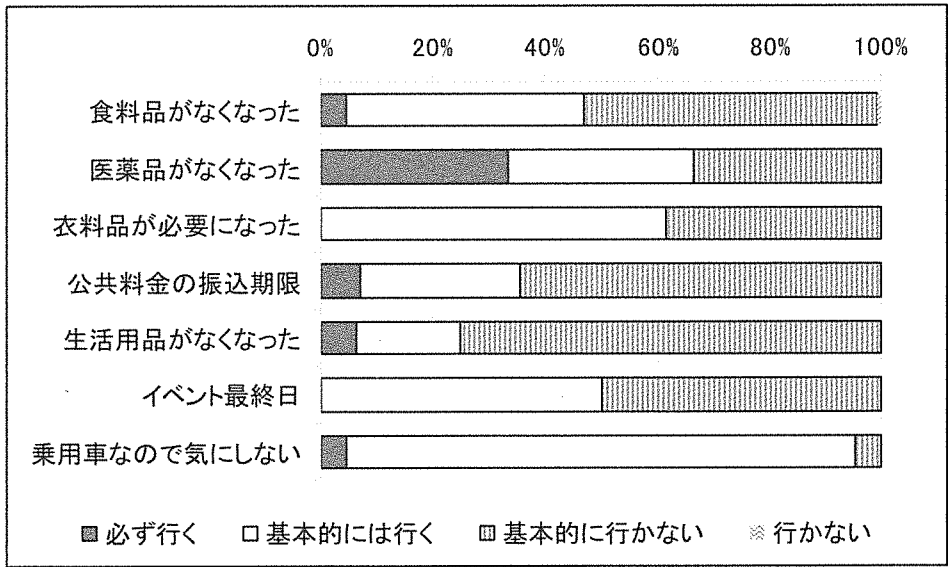


その一方で、天候が悪くても買い物に行くかという問いと、天気予報をチェックする頻度に関する問いについてクロス集計（図表 6-1）を行ってみると、天気予報をチェックする頻度が高いほど天候が悪いときには買い物に行かないという回答の比率が若干高くなっている。同様に、天候が悪くても買い物に行くときはどのようなときかという問いとのクロス集計（図表 6-2）では、医薬品がなくなったときには天候が悪くても買い物に必ず行くという回答が多くなっている。つまり、天候が悪くても買い物に行くのは、食料品の様な毎日の生活に欠かせないものか、その一方で、医薬品の様に毎日使うものではないが、緊急に必要な物の両極に分かれている。

図表 6-1：悪天候での買物行動×天気予報のチェック頻度

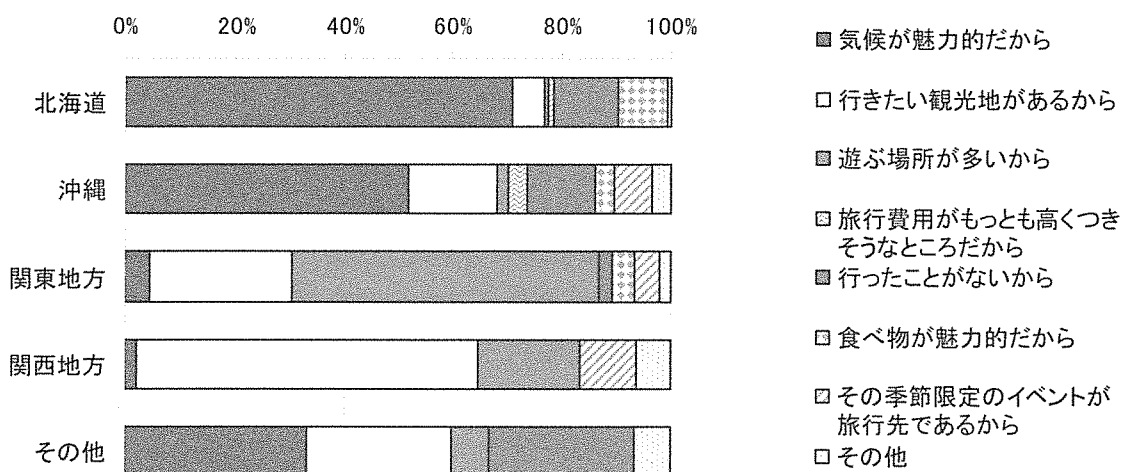


図表 6-2：悪天候での買物行動×悪天候のときに買物に行く理由



行きたい旅行先の選択の質問項目（図表 7 参照）については、旅行先の気候が大きな要因となっていたが、自分の出身地や天気予報のチェック頻度との関係を見出すことはできなかった。買物のような日常行動と旅行とでは、気象条件の行動に与える影響が異なっているものと推測される。

図表 7：旅行先×選択理由



以上の結果から、経済行動に対して天候に関する適応度の差異が影響を与えていることはほぼ確実であると考えられるが、想定していたほどの影響ではなかった。これは、先に見たように適応度に二極化の傾向がうかがえることが一つの原因ではないかと考えられる。つまり、出身地によって、出身地の天候条件が、行動に影響を及ぼす地域と、あまり影響を及ぼさない地域があるということである。しかし、今回の調査からは確実なことが述べられるほどの結果は得られていない。今後、調査対象者の年齢構成や出身をより多様化させることでより詳細な分析をすることが必要である。

4-2. 判別分析による分析

購買行動や旅行に影響を与えている条件を抽出するために、性差、居住年数等の変数を投入して判別分析を行った。その結果、有意な結果を得られたのは、以下の場面においてだけであった。

- ① 天気が悪くても買い物に行くか否かについて：天気が悪い場合における購買行動には、天気予報を毎朝あるいは前日の晩にチェックするか否か ($t=-1.706, p=0.089$) 及びよく買い物に行く店の選択条件 ($t=-1.970, p=0.049$) が有意に影響を与えていた。
- ② 夏・冬に買い物に行くときに気にかかる天候について：夏における購買行動については、性差 ($t=6.028, p=0.000$) 及び年齢 ($t=-2.020, p=0.044$) が有意に影響を与えていたが、冬における購買行動に影響を与えている変数はなかった。
- ③ ツアーに当選した場合に行きたい地域について：夏及び冬の旅行についてどのような地域を選択するかについて、夏の旅行のみにおいて、居住期間 ($t=-2.791, p=0.005$) が有意に影響を与えていた。

天気予報のチェックと購買行動に影響を与えており、クロス集計と同様の結果が得られた。その一方で、旅行については、夏の旅行のみだけであるが、クロス集計の結果と異なり、出身地での居住期間の長さが影響を与えていた。

4-3. ラフ集合による分析

ここでは、ラフ集合論をもちいて、調査結果の分析を行う。前回の報告(横山他、2009)と同様 Z.Pawlak(1982)によって提案された理論ラフ集合論を用いて分析した。ラフ集合理論を用いると、様々なデータから知識の獲得を行うことが可能である。本研究においても、ラフ集合理論の手法の1つである決定ルールを用いて調査結果から知識ルールの抽出を行った。

調査項目の中で、悪天候下で買い物行動を行う・行わないを決定属性にして分析を行った。どのような属性を持つ人が、天候が悪い場合買い物行動を行う・行わないのかを、夏と冬に分けて調べている。また、生まれ育った環境によって、天候が悪い時の買い物行動が左右されるかを調べるため、地域によって買い物行動にどのような差が生じるのか調べている。

図表8は、夏に天候が悪いと買い物に行かない人のルールを示している。実際には、図表8で示している以外にも多くのルールが得られているが、ここでは地域分布が異なるルールのみを示している。アンケート回答者全体の地域分布は、表の最下段に示す割合となっているが、ルールに該当する回答者の分布は必ずしも全体の分布と一致しない。ここで示しているルールは、 χ^2 検定で全体の地域分布とルールに該当した人の地域分布に有意差があると判定されたルールである。同様に図表9は夏に天候が悪くても買い物に行く人のルール、図表10・図表11は冬に天候が悪くても買い物に行かない・行く人のルールとなっている。

図表8のルール1を見ると、山口・九州地方と山陽以東で異なる傾向を示していることが判る。山口・九州地方では、「夏の日差し」が気になる人は、買い物に行かない割合が高い。また、ルール3を見ると「夏の暑さ」が気になる人は、ルール1とは異なる分布になっている。「日差し」と「暑さ」では、「日差し」の方が西日本・東日本で差がある結果となっている。

図表9のルール2を見ると、強風が気になっても買い物に行く人は、西日本・東日本ともに多く、真ん中の山陽・山口地方に少ないことが判る。これは、台風などが多く襲来する九州・四国地方では強風の経験が多く、多少風が強くても買い物行動を起こすと考えられる。逆に東日本では、台風襲来が少ないため強風に対する警戒感が薄いのではないかと考えられる。図表8・ルール2、図表9・ルール1を見ると、共に山口県の比率が高く、天候が悪い場合に買い物行動を起こす・起こさないに関わらず、山口県では車を利用して買い物に行く人の比率が高いと考えられる。

図表 10 のルール 1・5 を見ると、冬の強風が気になって買い物に行かない人の割合は、西日本・東日本ともに高く、真ん中の山陽・四国が低いことが判る。これは夏の場合と逆の行動であり、夏の強風（台風）と冬の強風では全く違う買い物行動を取ること示している。また、積雪が気になる人の割合は、買い物行動に問わず山陽・山口地方で高い。これは、頻繁に雪が降る東日本・山陰と、ほぼ雪が降らない九州では、積雪があまり気にならないのに対し、たまに降雪があり、かつあまり経験が少ない山陽・山口地方が一番積雪を気にすると考えられる。ただし、積雪を気にする人の買い物行動は、行く・行かないともに山陽・山口地方の割合が高く、積雪が気になっていても買い物行動とは関係が無いことを示している。また特に山陽・山口地方の女性が積雪を気にする傾向が強いことを示している。

ここではラフ集合理論をもちいて、結果の分析を行った。その結果、地域により悪天候化における買い物行動に差があることが判った。生まれ育った環境の違いによって、特定の気象条件で買い物行動に違いがあることが判る。また、同じ天候（強風）であっても、夏と冬では別の傾向を示すことが判った。

図表 8： 夏・買い物に行かない

No.	ルール	中部以東	関西	山陰	山陽	山口県	四国	福岡県	北部九州	南九州
1	価格は気にしない 夏の日差しが気になる	2.4%	5.9%	1.2%	11.8%	43.5%	2.4%	14.1%	12.9%	5.9%
2	天気予報を見る 駐車場が必要	0.0%	6.5%	0.0%	12.9%	71.0%	0.0%	6.5%	3.2%	0.0%
3	スーパーに行く 価格は気にしない 夏の暑さは気になる	7.6%	7.6%	9.8%	17.4%	17.4%	10.9%	8.7%	12.0%	8.7%
	全体	5.4%	6.5%	5.6%	15.6%	32.5%	7.4%	12.0%	9.3%	5.2%

図表 9： 夏・買い物に行く

No.	ルール	中部以東	関西	山陰	山陽	山口県	四国	福岡県	北部九州	南九州
1	駐車場が必要 雷は気にしない	3.3%	0.0%	0.0%	10.0%	70.0%	3.3%	6.7%	6.7%	0.0%
2	天気予報を見ない 近い所へ行く 買い物時間は短い 夏の強風が気になる	0.0%	7.1%	7.1%	0.0%	7.1%	28.6%	28.6%	14.3%	7.1%
	全体	5.4%	6.5%	5.6%	15.6%	32.5%	7.4%	12.0%	9.3%	5.2%

図表 10： 冬・買い物に行かない

No.	ルール	中部以東	関西	山陰	山陽	山口県	四国	福岡県	北部九州	南九州
1	品揃えが気になる 冬の強風が気になる	5.7%	10.0%	4.3%	8.6%	22.9%	7.1%	17.1%	18.6%	5.7%
2	女性 冬の積雪が気になる	2.3%	5.8%	3.5%	23.3%	46.5%	1.2%	11.6%	5.8%	0.0%
3	男性 値段が気になる 買い物時間を気にしない	14.6%	12.5%	6.3%	18.8%	18.8%	14.6%	4.2%	6.3%	4.2%
4	百貨店に行く 天気予報を見る	0.0%	0.0%	0.0%	10.3%	48.3%	0.0%	31.0%	10.3%	0.0%
5	スーパーに行く 冬の強風が気になる 冬の湿度は気にならない	6.8%	6.8%	6.8%	11.0%	21.9%	5.5%	9.6%	21.9%	9.6%
6	天気予報を見る 駐車場が必要	0.0%	6.5%	0.0%	12.9%	71.0%	0.0%	6.5%	3.2%	0.0%
7	スーパーかコンビニに行く 冬の積雪が気になる	0.0%	9.1%	27.3%	9.1%	27.3%	0.0%	0.0%	27.3%	0.0%
	全体	5.4%	6.5%	5.6%	15.6%	32.5%	7.4%	12.0%	9.3%	5.2%

図表 11： 冬・買い物に行く

No.	ルール	中部以東	関西	山陰	山陽	山口県	四国	福岡県	北部九州	南九州
1	スーパーに行く 買い物時間を気にしない 積雪が気にならない 寒さが気にならない	11.8%	11.8%	6.6%	11.8%	15.8%	13.2%	13.2%	7.9%	7.9%
2	距離を気にしない 積雪が気になる	3.4%	0.0%	0.0%	17.2%	69.0%	0.0%	10.3%	0.0%	0.0%
3	スーパーに行く 冬の雨が気になる 寒さが気になる	7.4%	7.4%	7.4%	14.8%	11.1%	20.4%	18.5%	5.6%	7.4%
4	女性 値段が気になる 積雪が気になる	2.6%	5.3%	2.6%	23.7%	63.2%	0.0%	2.6%	0.0%	0.0%
5	値段が気になる 距離が気になる 品揃えが気になる	14.8%	7.4%	7.4%	29.6%	18.5%	14.8%	7.4%	0.0%	0.0%
	全体	5.4%	6.5%	5.6%	15.6%	32.5%	7.4%	12.0%	9.3%	5.2%

5. おわりに

本研究では、気象条件に関する認知の差異が、人々の行動にどのように影響を与えるのかについて、具体的な経済活動の財を「旅行商品」と設定し、また、個人の認知の強度を測るものを、直接的な項目ではなく、間接的な行動で代理させることによって影響を測定することを試みた。

クロス集計、判別分析、ラフ集合といった分析手法などにより検証を行ったところ、経済活動に対して気象条件の影響は見られ、そのことは個人の特性（天気予報をチェックする頻度など）よりも、地域による影響が大きいことが示唆された。そして、行動の目的によっては性差や、特定の気象条件が大きな要因となっていることも示された。

本研究では、横山他（2009）の課題を解消するための設定を行ったが、気象に対する心理的要因を代理させるためにはどのようなものが適切か、また様々な個人属性との相関を検証し、一定の方向性を導くことまではできなかった。引き続き気象に関する心理的要因

の影響が、どのようなデータで定量化できるのかを検証し、それを測定するための統一的な手法を提案することを試みたい。

参考文献

- 朝倉正・赤津邦夫・奥山和彦（1992）『経済活動と気象』，朝倉出版．
- 刈屋武昭編著（2005）『天候リスクの戦略的経営－EaR とリスクスワップー』，朝倉書店．
- 立平良三（1999）『気象予報による意思決定－不確実情報の経済価値－』，東京堂出版．
- 中村俊輔・古殿幸雄（2008）「季節型ファジイ推論需要予測モデル」，知能と情報，Vol. 20 (2)，
p.211-217．
- 横山博司・松本義之・森邦恵・杉浦勝章（2009）「気象条件の地域差が経済活動に及ぼす影響について」，下関市立大学附属地域共創センター年報創刊号，p1-13．
- 経済産業省（2009）「個人消費に影響する気象などの各種の要因」（平成 19 年年間回顧発表）．
- Becken, S. and Hay, J.E. (2007), *Tourism and Climate Change — Risk and Opportunities—*, Cannel View Pub.
- Pawlak, Z. (1982), “Rough Sets,” *International Journal of Computer and Information Science*, Vol.11(5), p341-356.
- Smith, J.B. and Mendelsohn, R. (2006) ,*The Impact of Climate Change on Regional Systems*, Edward Elger.

付表

気象情報に関するアンケート

下関市立大学 教授 横山博司

以下の質問に、お答えください（記入指定が無いものは、番号に○をつけて回答）。回答は裏表の2ページあります。

- あなた自身について 性別

1. 男	2. 女
------	------

 年齢

歳

- あなたの帰省先、あるいは、あなたがいちばん長く住んでいた場所を市町村名で答えてください。
例) 山口県下関市、福岡県北九州市など →

--
- 質問2で答えた場所に、おおよそどのくらいの期間住んでいましたか。

年	ヶ月
---	----
- 天気予報は、必ず毎朝（あるいは前日の晩）にチェックしますか？あてはまる番号に○をつけてください。
1. 必ず毎日する 2. ほぼ毎日する 3. 必要な場合（イベントのある日など）のみする
4. 基本的にはチェックしない 5. 全くしない
- 買物に関する質問です。普段の行動を、想定してお答えください。
【1】あなたが、よく買物に行く店はどんな店ですか。買物内容は問いません。買物頻度が最も多い店舗の形態をお答えください。
1. スーパー 2. コンビニ 3. 個人商店 4. 百貨店（デパート）
5. 通販 6. その他（具体的に _____）
- 【2】なぜ、その店に行くのですか。その理由で、最も強いもの上位3つを回答してください。
1. 営業時間帯が便利 2. 価格が安い 3. 家から近い
4. 品揃えが豊富 5. 駐車場がある 6. 店員との付き合い
7. 買物に費やす時間が少なくて済む 8. その他（具体的に _____）

選んだ理由	1位	2位	3位
理由番号を記入			

【3】買物に行くときに気にかかる天候は何ですか。夏と冬それぞれ、上位3つをお答えください。

夏： 1. 雨 2. 雷 3. 強風 4. 暑さ 5. 湿度 6. 日差しの強さ

冬： 1. 雨 2. 降っている雪 3. 積もっている雪 4. 強風 5. 寒さ 6. 湿度

	夏			冬		
気にかかる天候	1位	2位	3位	1位	2位	3位
番号を記入						

- 【4】天気が悪くても、【1】で回答したよく行く店には行きますか？
- 必ず行く
 - ひどくなければ、基本的には行く
 - どうしても必要な買物があるとき以外、基本的に行かない
 - 行かない

【5】上記の【4】で1~3と回答された方にお聞きします。天気が悪くても、買物に行く場合というのは、どのような買物内容と状況ですか？大きな理由として、1つだけ○をつけてください。

1. 食料品が無くなった
2. 医薬品が無くなった
3. 衣料品が必要になった
4. 公共料金などの振込みが期限である
5. 生活用品（トイレトペーパーなど）が無くなった
6. バーゲンなどのイベントが最終日である
7. 乗用車なので、天候が気に入らない
8. その他（具体的に _____ ）

6. 以下のような状況を想像して、あなたがどのような行動をするか、お答えください。

【1】あなたは、ツアー旅行に当選しました。各季節に応じて行ける地域を1つだけ選べるとしたら、どの地域を選びますか？下の選択肢から、番号を選択し記入してください。ちなみに、このツアーでは旅行費用（交通費、宿泊費）などは支払われ、旅行しなくても日常生活のうえで発生する費用（食費など）は自費であるとします。

1. 北海道
2. 沖縄
3. 東京など関東地方
4. 兵庫・大阪・京都など関西地方
5. その他（具体的に _____ ）

	イメージ1：夏の旅行（6～8月）	イメージ2：冬の旅行（12～2月）
選択地域の番号を記入		

【2】上記の地域を選んだのは、何故ですか。その理由として大きいもの上位3つを、【イメージ1：夏の旅行】【イメージ2：冬の旅行】の別々に順位をつけて回答してください。

1. 気候が魅力的だから
2. 行きたい観光地があるから
3. 遊ぶ場所が多いから
4. 旅行費用が最も高くつきそうなどころだから
5. 行ったことがないから
6. 食べ物が魅力的だから
7. その季節限定のイベントが旅行先であるから
8. その他（具体的に _____ ）

	イメージ1：夏の旅行			イメージ2：冬の旅行		
選んだ理由	1位	2位	3位	1位	2位	3位
理由番号を記入						

【3】上記の旅行が、当選ツアーではなくて、全額自費で支払う旅行になった場合、旅行先は変わりますか？ 夏、冬の旅行それぞれについてお答えください。

1. 変わる
2. 変わらない
3. 旅行自体を取りやめる
4. 支払う金額による（具体的に何円までなら、変更しませんか _____ 円以内）
5. その他（具体的な行動をお書きください _____ ）

	イメージ1：夏の旅行（6～8月）	イメージ2：冬の旅行（12～2月）
選択番号を記入		

7. その他、何かあればご自由にご記入ください。

ご協力ありがとうございました。

