

学位論文題名

情報対称性市場における
日本のホテル公開情報構造に関する研究

学位論文内容の要旨

平成 20 年 5 月 2 日に国土交通省設置法等の一部を改正する法律(平成 20 年法律第 26 号)が公布され、国土交通省の外局として「観光庁」が平成 20 年 10 月 1 日に設置された。それに先立ち、平成 20 年 7 月 23 日に、観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律(平成 20 年法律第 39 号、観光圏整備法)が施行された。観光圏整備法は、観光地が広域的に連携した「観光圏」の整備を行うことで、国内外の観光客が 2 泊 3 日以上滞在できるエリアの形成を目指す。国際競争力の高い魅力ある観光地づくりを推進することで、地域の幅広い産業の活性化や、交流人口の拡大による地域の発展を図るものである。このように、観光を構成する要素、交通・宿泊・食・地域資源のうち宿泊は観光客・サービス提供者の接点として重要な要素である。しかし、日本のホテル市場は、過度な価格引下げ競争が日常化しており、また、ホテル評価システムがないことによって外国人観光客に対して間違ったホテル選択をさせる等問題が内在している。

本論文では、情報科学の観点から、現在の日本のホテル市場における問題点について情報の非対称性に起因すると位置づけ、その情報の非対称性を解消するための理想的なビジネスモデルを提案し、このモデル中核をなす公開情報について、その構築手法を提案している。

公開情報は「基本情報」、「ブランド情報」、「格付分類情報」の 3 つから構成される。「基本情報」からはホテルのハード、ソフトの実態が把握できる。「ブランド情報」は、本来定性的な表現が困難だった感覚的なホテルの評価について、情報科学的数理手法を導入することにより、より正確なホテルの情報を提供する。「格付分類情報」は、わが国では初めてのホテル格付けの試みである。

本研究成果は以下のとおりである。

- ・情報非対称性に起因するホテル市場における問題点を明確にした。
- ・感覚的なホテル評価について、数理的手法を導入することにより、定性的な評価の構造化が可能であることを示した。
- ・各ホテルがホテル情報として実態を再確認することにより、経営改善に資する経営情報を獲得することが可能となる。

以上、ホテル公開情報構造を構築し、その情報を公開することによって、日本のホテル市場を正常化し、海外からの観光客のニーズに応える情報の提供を可能とする。延いては、観光立国を目指す日本の経済発展に寄与するものである。

各章の内容を以下に要約する。

第 1 章では、観光情報について述べ、IT 社会におけるホテル市場の問題点を指摘する。

第2章では、情報の非対称性に関して、レモン市場理論について述べ、ホテル市場が情報の非対称性を持つ根拠を示し、その解決策として理想的なビジネスモデルである B.C ビジネスモデルについて述べている。

第3章では、データを解析するため用いる階層構造分析法であるグラフ理論、KJ 法、ISM、階層意思決定法についてそれぞれ述べている。

第4章では、公開情報の構築に関し、データの収集と解析について述べ、公開情報の構成要素である基本情報、ブランド情報、格付（三星、四星、五星）分類情報についてそれぞれ述べている。基本情報は、専門誌、Web 上、パンフレット等からホテルに関係するキーワード 600 個を抽出し、KJ 法により、データをグループ化し、名前をつけ、階層化したものである。そのグループの内、ホテルのハード・ソフトの実態を把握するキーワード 177 項目を基本情報とした。ブランド情報は、グループ化したデータの内、感覚的、定性的な評価に関するキーワード 92 個をブランド情報の直感的重要度による評価のためのキーワードとした。さらに 6 種のグループの名前をホテルのセールスポイントとし、その優位順を AHP による重要度によって算出し、その優位順をホテルの特長とする評価法を構築した。格付（三星、四星、五星）分類情報は、5 つのホテルの実際のデータを利用して、基本情報から欧米型の格付分類情報を構築した。

第5章では、将来研究として、基本情報、ブランド情報そして格付分類情報をあわせて Web 上に公開する方法について、ブランド情報から検索する例と格付分類情報から検索する例を提案している。

第6章では、実証・評価について述べている。データの入手できた 5 ホテルについて、公開情報として基本情報、ブランド情報、格付分類情報をそれぞれ策定した。評価については、専門家、ホテル関係者の意見を聴取した。

第7章では、本学位論文の結論について述べている。

学位論文審査の要旨

主査	教授	大内	東
副査	教授	栗原	正仁
副査	教授	鈴木	恵二
副査	教授	水田	正弘

学位論文題名

情報対称性市場における

日本のホテル公開情報構造に関する研究

平成 20 年 10 月に観光庁が発足し、わが国においても観光に対する取り組みが本格化してきた。観光を構成する要素は、交通、宿泊、食、地域資源である。中でも宿泊は観光客とサービス提供者の接点として重要な要素である。しかしながら、市場としての観点からみると、日本のホテル市場は過度な価格引下げ競争が日常化しており、経営基盤が脆弱な状態にある、ホテル評価システムが確立されておらず、外国人観光客に対してホテル選択の基準がない等、改善すべき点は多い。

本論文では、情報学の観点から、現在の日本のホテル市場における問題点が情報の非対称性に起因すると位置付け、その非対称性を解消し、情報対称的市場を実現するためのビジネスモデルを提案している。更に、このモデルの中核をなすホテル公開情報について、その構築手法を提案すると共に、実際に日本のホテル市場の特徴を考慮した公開情報を構築している。

公開情報の構築に当たっては、KJ 法、AHP を始めとする階層構造分析法などの情報工学的的方法論を援用することにより、ホテル評価のための評価項目集合を求め、この集合上の階層構造を定めている。構築した公開情報は、「基本情報」、「ブランド情報」、「格付分類情報」の 3 組から構成されている。「基本情報」からはホテルのハード、ソフトの実態が把握できる。「ブランド情報」は、感覚的なホテルの評価についてより正確なホテルの特徴情報を提供する。「格付分類情報」は、わが国では初めてのホテル格付けの試みである。

本研究成果は以下にまとめられる。

- ・複雑調和系工学の視点から情報非対称性に起因するホテル市場における問題点を明確にし、対称性を実現するためのビジネスモデルを提案した
- ・対称的ホテル市場において、公開情報を構築するための方法論を提案した
- ・日本のホテル評価のための公開情報を構築した

これらの成果は、日本のホテル市場を正常化し、海外からの観光客のニーズに応える情報の提供を可能にして、観光立国を目指す日本の経済的発展に寄与するものである。

これを要するに、本論文は、情報対称性を満たすホテル市場において公開すべきホテル情報を構築するための方法論と情報構造について新知見を得たものであり、複雑系調和系工学ならびに観光情

報学に貢献するところ大なるものがある。よって申請者は、北海道大学博士(情報科学)の学位を授与される資格あるものと認める。