

# Airbnbからみる 理想の宿泊施設

慶應義塾大学商学部3年 濱岡豊研究会  
原響生

# 目次

---

- 1, 二次データ
- 2, 研究の背景・目的
- 3, 仮説設定
- 4, 単純集計
- 5, 検定結果
- 6, 考察
- 7, 提言
- 8, 謝辞
- 9, 参考文献

# 1,二次データ

---

# 二次データ①

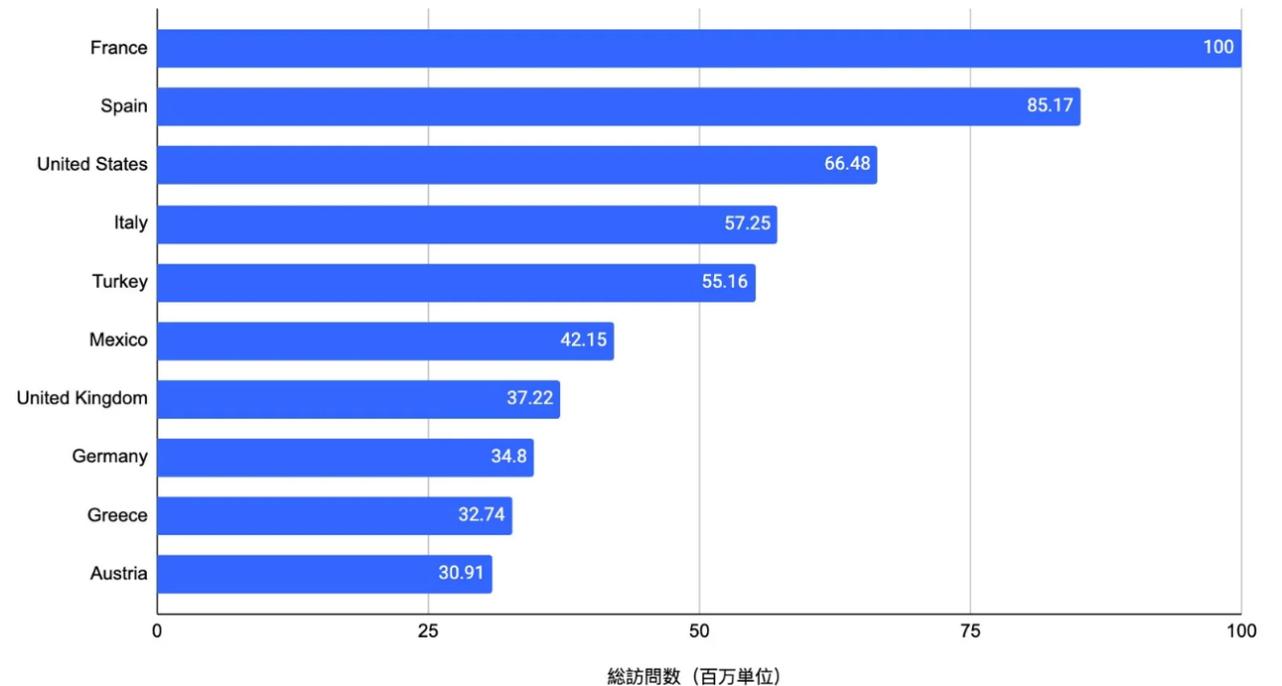
2023年の世界の国際観光到着者数ランキングにおいて、イタリアは**4位**である。

年間訪問者数は約5700万人であり、これはイタリアの人口とほぼ同数である。

図表1 国別世界観光ランキング

## 世界観光ランキング（国別）

2023年の国際観光客到着者数に基づく

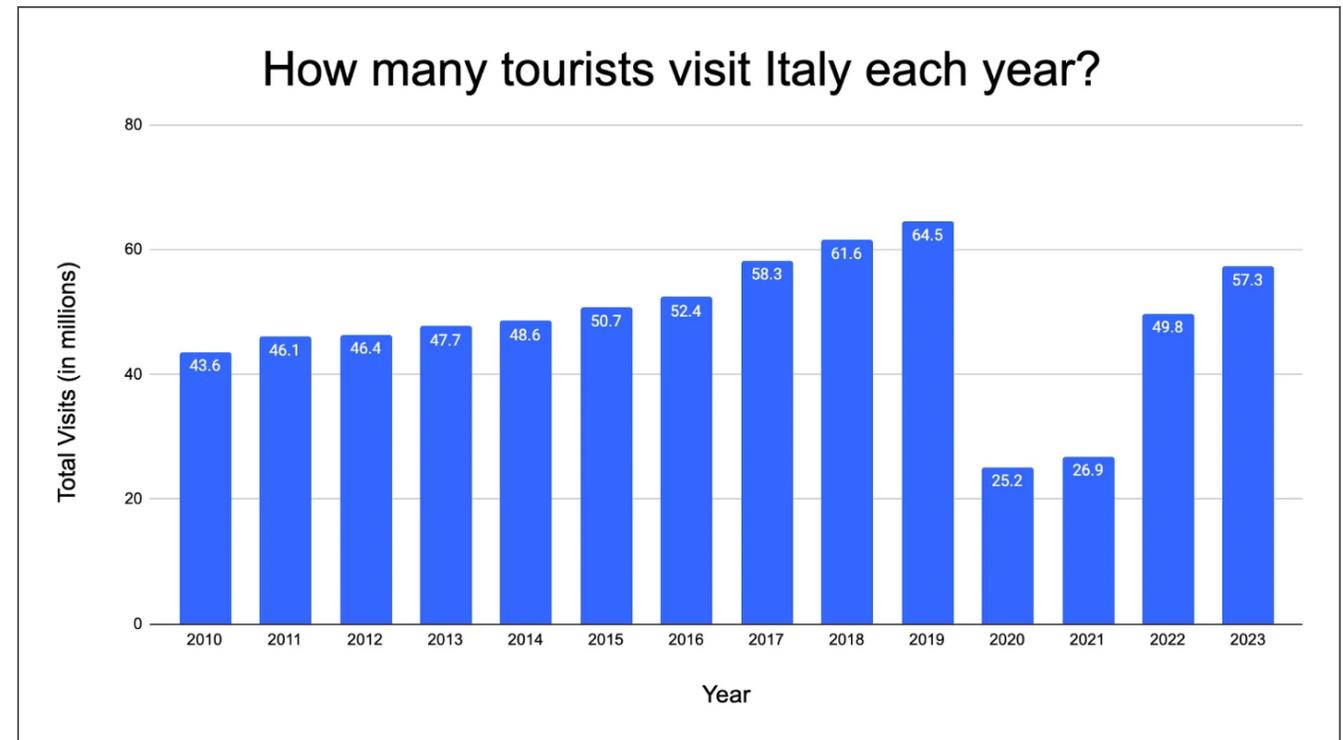


出典) [世界観光の統計・動向 - 2023年および2024年](#)

# 二次データ②

2010年以降のイタリア訪問者数の推移である。  
2020年以降はコロナの影響で訪問者数が激減していたが、回復傾向にある。

図表2 イタリアの年別観光客数



出典) [Italy Tourism Statistics - How Many Tourists Visit?](#)

# 二次データ③

図表3 アルベルゴディフーズのサイトのイメージ図

イタリアの民泊で始まった新たな試み  
「アルベルゴ・ディフーズ」

都市と農村の観光格差をなくすために  
始まった取り組みで、街にある空き家を  
活用し、街全体を宿泊施設として  
その土地のあらゆる資源を観光資源としてと  
らえ、街の活性化につなげる



出典) <https://www.travelvoice.jp/20210727-149225>

# 二次データ④

フィレンツェでは民泊といった短期レンタルの新規開業が禁止されている。

背景には、短期レンタルの需要が増えすぎた影響で長期賃貸の家賃が大幅に値上がりし、現地の大学生の住居が奪われるなどの被害があることが挙げられる。

特に2023年以降は急激に家賃が高騰している状況であり、オーバーツーリズムによって現地の人々の生活が脅かされている状況である。

図表4 直近7年のフィレンツェの家賃の推移



出典) [不動産市場フィレンツェ - Immobiliare.it](https://www.immobiliare.it)

# 2, 研究の背景・ 目的

---

# 研究の背景・目的

---

コロナが収束し、全世界的に再び観光が盛んになっている。  
そんな中、新たな宿泊の形である、オンライン×民泊において  
消費者に選ばれる理想の宿泊施設の特徴を明白にする。

# 3, 仮説設定

---

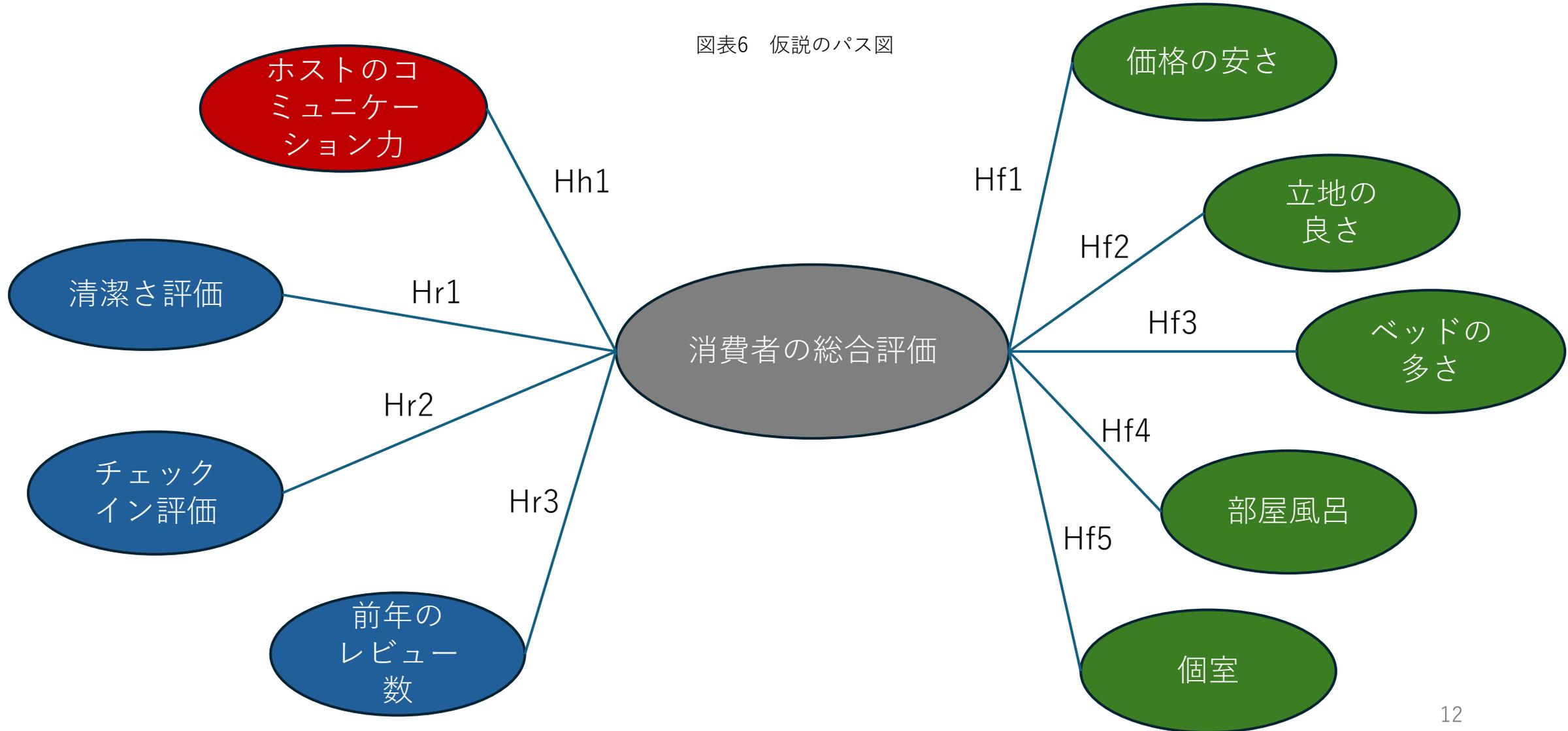
# 仮説設定

図表5 仮説一覧

	仮説番号	仮説
ホスト特性	Hh1	ホストのコミュニケーション力と宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。
消費者評価特性	Hr1	清潔さの評価の高さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。
	Hr2	チェックインの評価の高さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。
	Hr3	前年のレビュー数の多さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。
施設特性	Hf1	価格の安さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。
	Hf2	立地の良さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。
	Hf3	ベッドの多さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。
	Hf4	部屋にバスルームがあることと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。
	Hf5	部屋が個室であることと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。

# 仮説のパス図

図表6 仮説のパス図



# 4, 單純集計

---

# 分析対象データ

---

本分析では[Italian Airbnb Dataset](#)のデータを利用した。

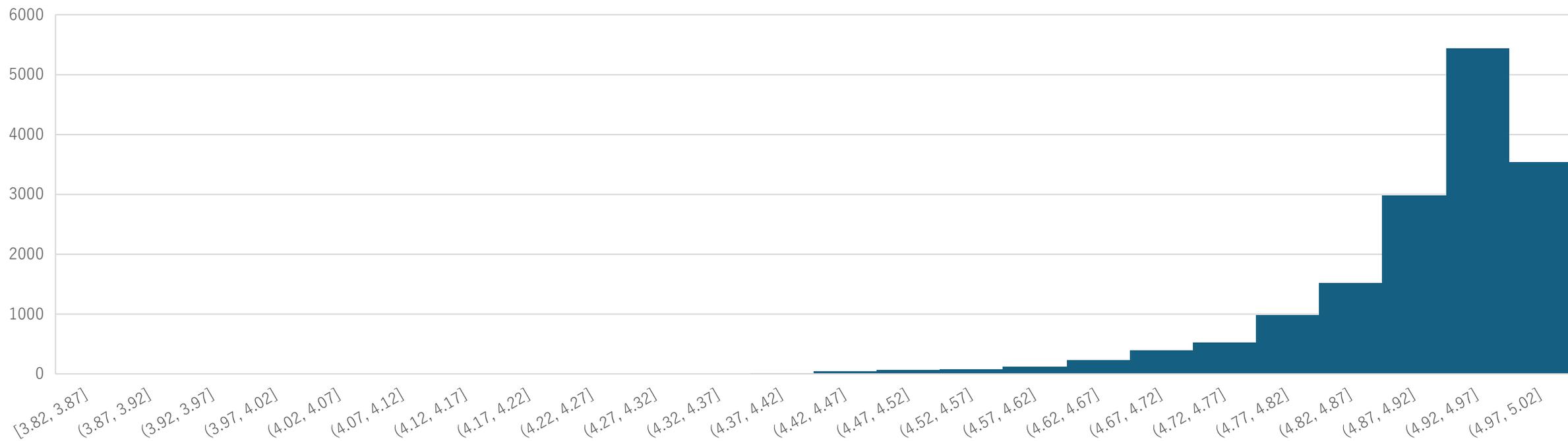
また、分析の正確性を担保するかつ分析可能なサンプル数に絞り込むために上記データのうち、昨年のレビュー数が60件を超えているものを対象とした。

N = 15937

# 単純集計(コミュニケーション力)



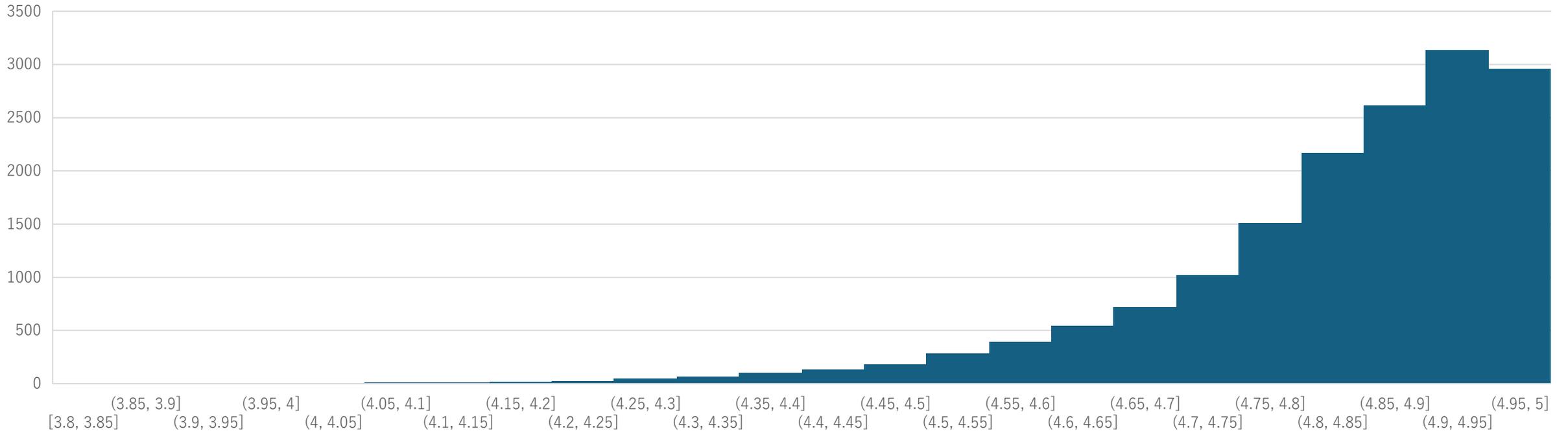
communication score



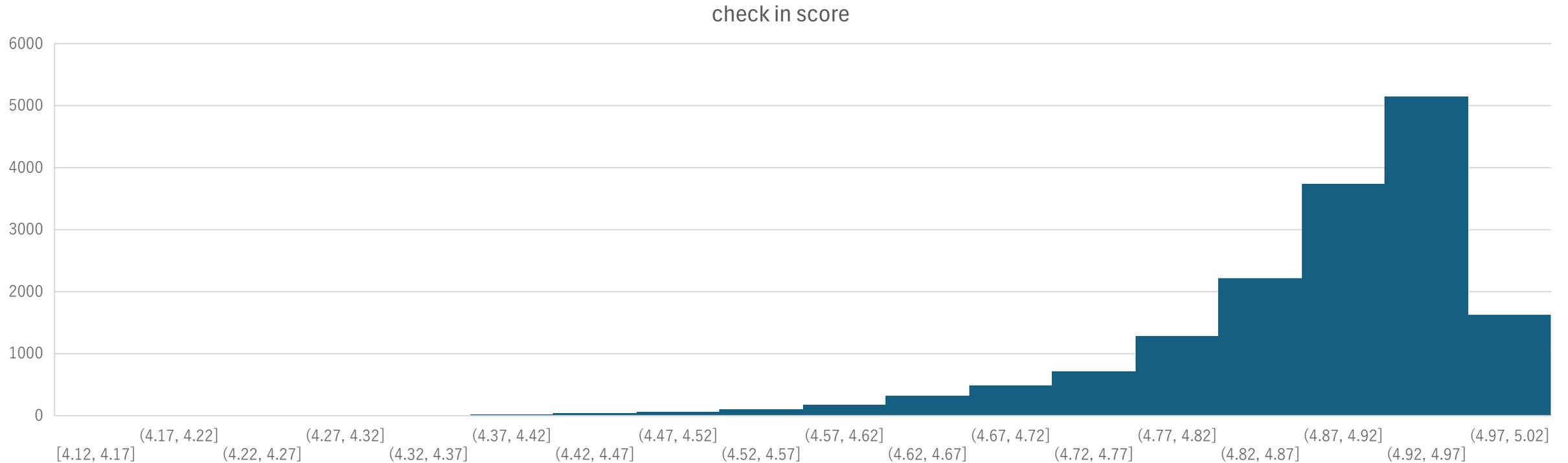
# 単純集計(清潔さの評価)



清潔さの評価



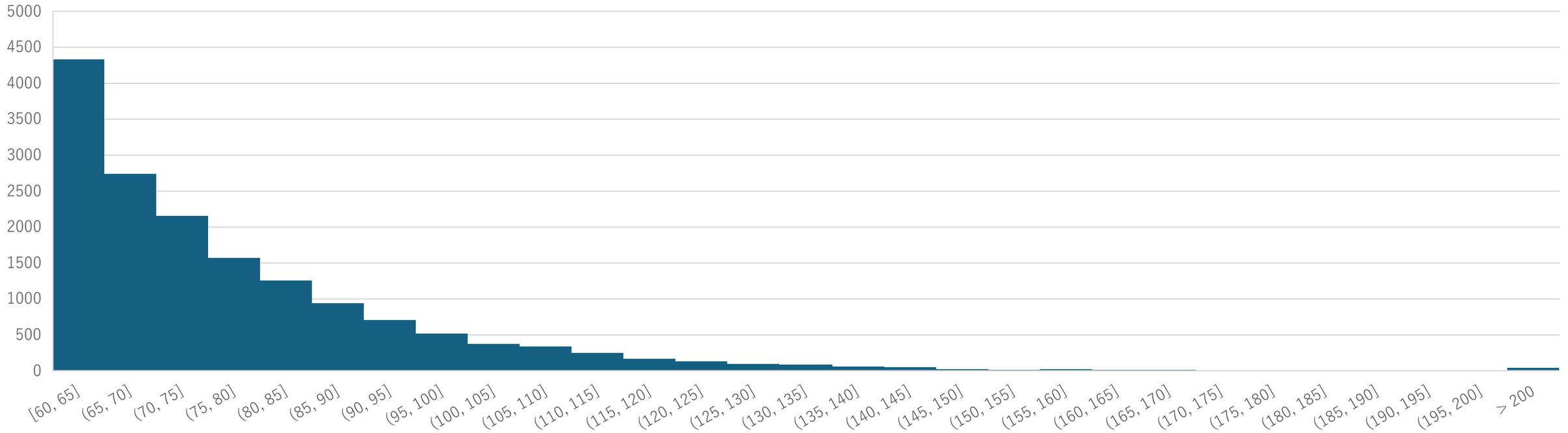
# 単純集計(チェックインの評価の高さ)



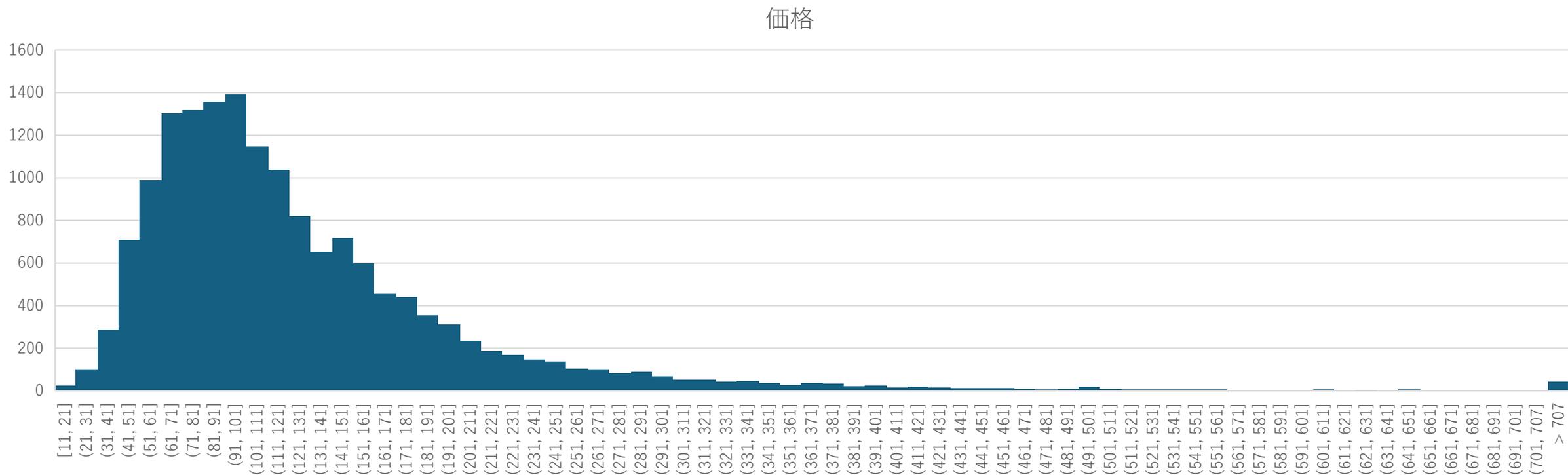
# 単純集計(レビュー数)



レビュー数



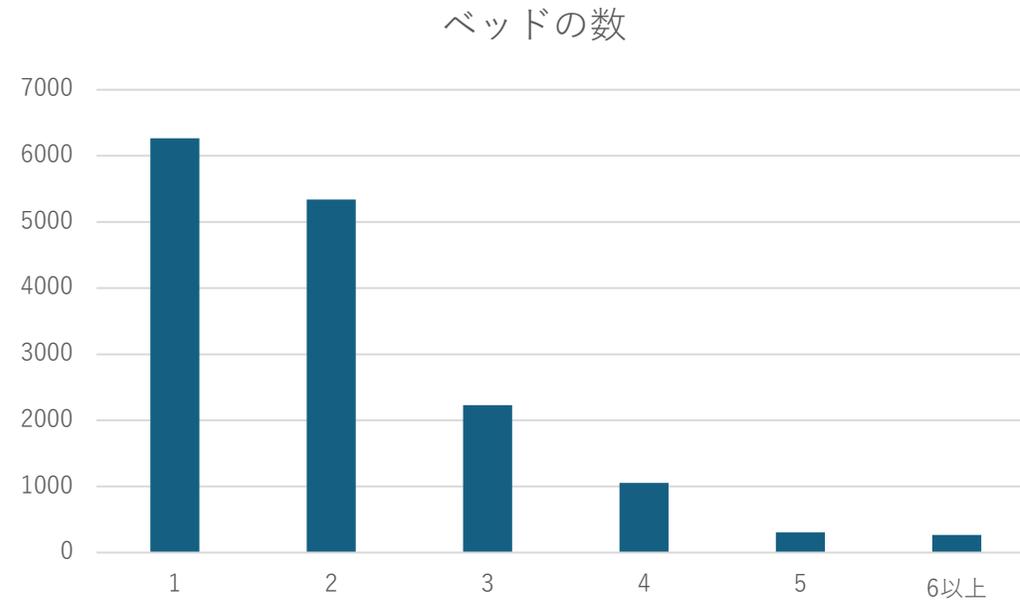
# 単純集計(価格)



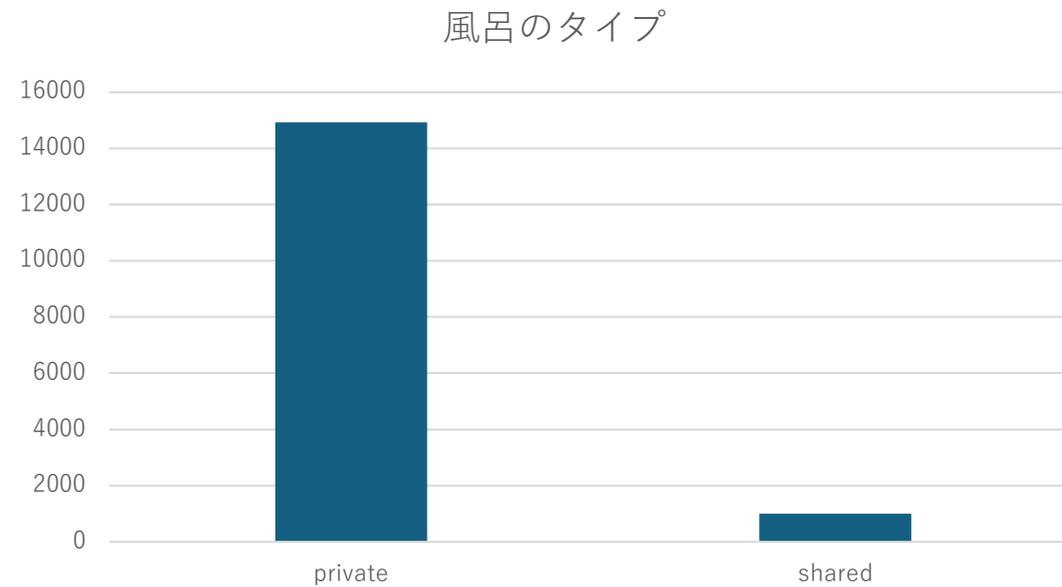
# 単純集計(立地の良さ)



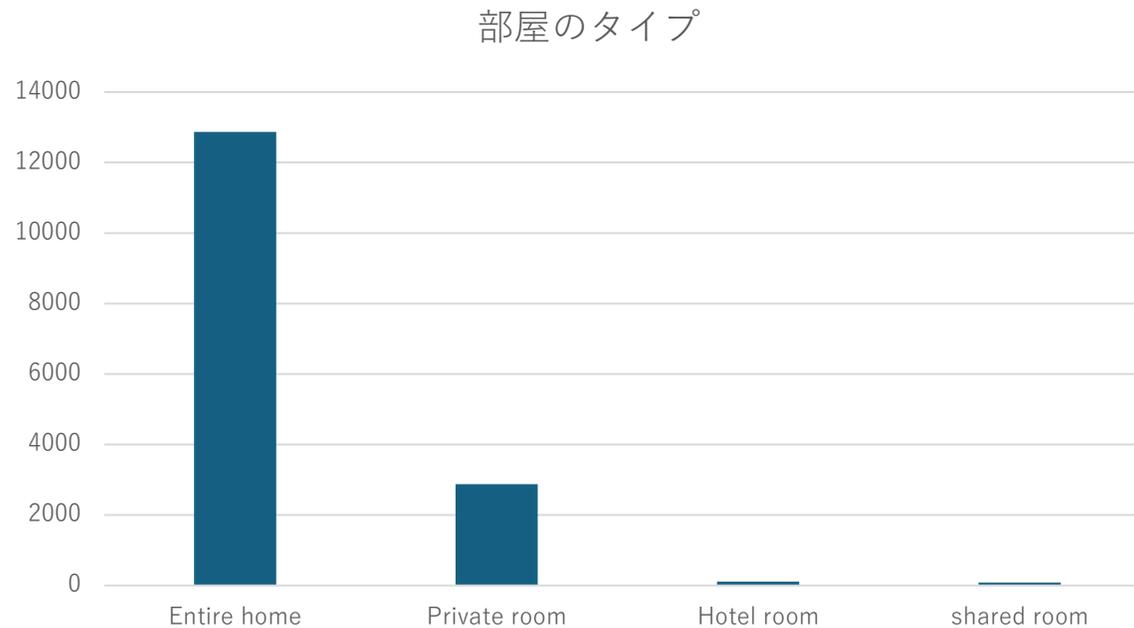
# 単純集計(ベッドの数)



# 単純集計(風呂のタイプ)



# 単純集計(部屋のタイプ)



# 5, 検定結果

---

# 検定結果

図表7 検定結果一覧

	Estimate	Std.Error	t-value	Pr(> t )
(Intercept)	-1.288e+00	2.464e-02	-52.258	< 2e-16 ***
コミュニケーション スコア	3.983e-01	7.911e-03	50.346	< 2e-16 ***
清潔さの評価	5.556e-01	3.996e-03	139.040	< 2e-16 ***
チェックインの評価	2.150e-01	7.620e-03	28.217	< 2e-16 ***
去年のレビュー数	-4.583e-05	1.704e-05	-2.689	0.00717 **
価格	1.466e-05	2.318e-06	6.323	2.63e-10 ***
立地の評価	8.448e-02	2.796e-03	30.208	< 2e-16 ***
ベッドの数	4.256e-03	3.766e-04	11.302	< 2e-16 ***
風呂のタイプ(共有)	1.046e-02	2.183e-03	4.790	1.68e-06 ***
部屋のタイプ(ホテル ルーム)	-2.358e-03	5.334e-03	-0.442	0.65845
部屋のタイプ(プライ ベートルーム)	-1.071e-03	1.390e-03	-0.770	0.44109
部屋のタイプ(共有)	4.269e-02	6.373e-03	6.699	2.17e-11 ***

注)有価水準 0.1%=\*\*\*1%=\*\*5%=\*10%=.  
 N = 15937、Multiple R-squared = 0.8503、Adjusted R-squared = 0.8502  
 F-statistic = 8220 on 11 and 15925 DF、p-value = < 2.2e-16

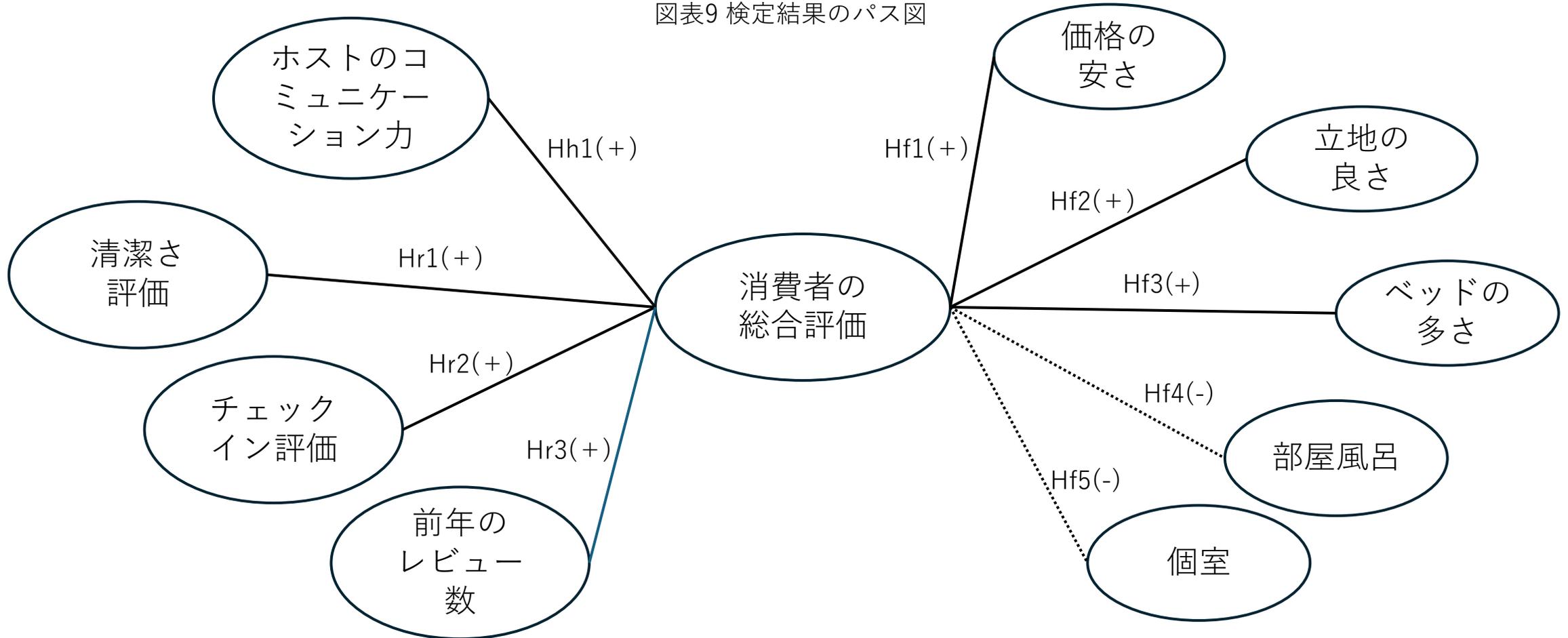
# 検定結果

図表8 仮説の検定結果一覧

	仮説番号	仮説	検定結果
ホスト特性	Hh1	ホストのコミュニケーション力と宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。	採択(0.1%水準以下)
消費者評価特性	Hr1	清潔さの評価の高さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。	採択(0.1%水準以下)
	Hr2	チェックインの評価の高さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。	採択(0.1%水準以下)
	Hr3	前年のレビュー数の多さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。	採択(1%水準以下)
施設特性	Hf1	価格の高さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。	採択(0.1%水準以下)
	Hf2	立地の良さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。	採択(0.1%水準以下)
	Hf3	ベッドの多さと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。	採択(0.1%水準以下)
	Hf4	部屋にバスルームがあることと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。	棄却
	Hf5	部屋が個室であることと宿泊者の総合評価の高さは正の相関がある。	棄却

# 検定結果(パス図)

図表9 検定結果のパス図



# 6, 考察

---

# 考察

---

今回はより多くの人の評価を得た客観的なデータにするかつ分析可能なサンプル数に絞るため、前年のレビュー数が60件以上である物件に絞って分析している。

## ①コミュニケーション力

ホストのコミュニケーション力は宿泊施設の総合評価に正の影響を与えている。

宿泊者はホストとの円滑なコミュニケーションを求めていることがわかる。

## ②清潔さ

宿泊施設の清潔さの評価は宿泊施設の総合評価に正の影響を与えている。

宿泊者は清潔な宿泊施設をより望んでいることがわかる。

## ③チェックインの評価

宿泊施設のチェックインのしやすさは宿泊施設の総合評価に正の影響を与えている。

宿泊者はわかりやすく簡易的なチェックインを求めていることがわかる。

# 考察

---

## ④前年のレビュー数

前年のレビュー数が多いことは宿泊施設の総合評価に正の影響を与えている。

宿泊者は新しい情報がある宿泊施設をより選ぶ傾向にあることがわかる。

## ⑤価格

宿泊料が高いことは宿泊施設の総合評価に正の影響を与えている。

これは宿泊料が高くなることでサービスがよくなり、満足度が上がっているのではないかと考えられる。

## ⑥立地の評価

宿泊施設の立地が良いことは宿泊施設の総合評価に正の影響を与えている。

宿泊者は立地が良い宿泊施設をより選ぶ傾向にあることがわかる。

# 考察

---

## ⑦ベッドの数

宿泊施設のベッドが多いことは宿泊施設の総合評価に正の影響を与えている。

ベッドがより多いことで宿泊者は柔軟な過ごし方ができるため、高い評価を得ていると推測できる。

## ⑧バスルームのタイプ

宿泊施設のバスルームが共有であることは宿泊施設の総合評価に正の影響を与えている。バスルームが個室であることは重要ではないことがわかるが共有タイプのサンプル数が少ないことが影響している可能性がある。共有タイプの方が価格が安くなる傾向などもあって総合評価が高くなっていることも考えられる。

## ⑨部屋のタイプ

宿泊施設の部屋が共有であることは宿泊施設の総合評価に正の影響を与えている。

個室であることは重要ではないことがわかるが、⑧と同様に共有タイプのサンプル数が少ないことが影響している可能性もある。他者との交流が生まれることが共有タイプの人気の一因とも考えられる。

# 7, 提言

---

# 提言

---

## ・ コミュニケーション

宿泊者は、ホストと円滑なコミュニケーションをとれることで想定外のトラブルに対処しやすくなる。常に宿泊者と連絡がとれる状況を作っておくことや言語面での配慮などが必要であると考えます。

## ・ 清潔さ

宿泊施設が清潔であることはより良い宿泊体験につながっている。清掃頻度を増やす、清掃箇所のチェックリストを作るなどして、衛生状態の良い部屋を維持し続けることが重要だと考える。

## ・ チェックインの評価

移動で疲れた宿泊者にとってスムーズなチェックインは必須である。チェックイン方法の事前共有やセルフチェックインの導入によってストレスフリーなチェックインを実現できる。

## ・ レビュー数

レビュー数が多いことで、予約者は宿泊するかの判断をするために十分な量の情報を得ることができ、安心して予約することができる。そのため、レビューに対してインセンティブを付けるなどして宿泊者がレビューを書きやすい状況を作ることが必要になる。

# 8, 謝辭

---

# 謝辞

---

本研究に用いたデータを収集及び公開して下さったHype(2024)に感謝を申し上げます。

並びに研究、分析にあたってご指導・ご鞭撻を頂いた濱岡豊教授並びにゼミ員の皆様にも感謝申し上げます。

# 9, 参考文献

---

# 参考文献

---

世界観光の統計・動向 - 2023年および2024年

<https://roadgenius.com/ja/statistics/tourism/global-tourism-ranking/>

Italy Tourism Statistics - How Many Tourists Visit?

<https://roadgenius.com/statistics/tourism/italy/#:~:text=In%202019%2C%20Italy%20recorded%2064.51%20million%20international%20visitors%2C,million%20in%202021%20and%2049.81%20million%20in%202022.>

日本でも広がる、分散型ホテル「アルベルゴ・ディフーズ」とは？世界の第一人者が語る新たな地域再生と旅のカタチ

<https://www.travelvoice.jp/20210727-149225>

Housing prices in the municipality of Florence

<https://www.immobiliare.it/en/mercato-immobiliare/toscana/firenze/?msockid=31568be399a565f910709be4984f6422>