

# データ分析プロジェクト

イタリアのAirbnbから見る民泊事業を利用した  
地方創生への道

1

慶應義塾大学 商学部 奴久妻祐希

# 目次

- ・ 使用したデータセットの概要
- ・ 二次データ
- ・ 事例研究
- ・ 研究の背景・目的
- ・ 仮説設定
- ・ 単純集計結果
- ・ 分析の方針
- ・ 検定結果
- ・ 考察
- ・ 比較分析
- ・ 提言
- ・ 研究の限界
- ・ 謝辞
- ・ 参考文献

# 使用したデータセットの概要

2023年9月から2024年9月までの期間を対象に、イタリアのAirbnb提供者のHPから間取り、価格、評価、時期など各種情報を取得したもの。

- ・本研究ではデータ公開サイトKaggleに公開されているイタリアのAirbnbデータセットを使用している。

データ出所:<https://www.kaggle.com/datasets/salvatoremarcello/italian-airbnb-dataset>

## <調査項目の具体例>

近隣地域・物件タイプ・総レビュー数・評価スコア・清潔度スコア・ロケーションスコア・市・価値スコアetc.

- ・データの調査項目のうち、場所特性と宿泊施設特性、スコア特性の3つに注目し、分類した。

## 二次データ①民泊の届け出件数の推移

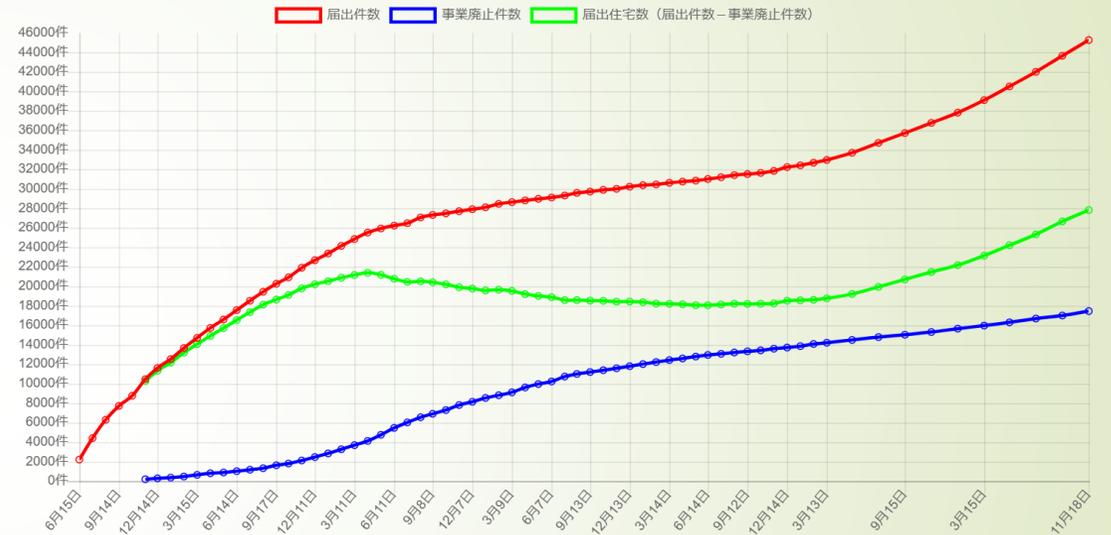
右の図は住宅宿泊事業の届出件数の推移を示したグラフである。

民泊の届け出件数は、住宅宿泊事業法が施行された2018年から2020年初頭にかけて急増した。

新型コロナウイルスの影響で一時は増加ペースが緩やかになったが、2023年に入り、再び届け出件数が増加し始めた。

2024年7月には過去最多の4万2010件に達した。

図表1 住宅宿泊事業の届出件数の推移



出典：[民泊制度ポータルサイトminpaku](https://www.minpaku.go.jp/) [住宅宿泊事業法の施行状況](#)

## 二次データ②日本滞在中の宿泊施設利用率

右の図は外国人が日本滞在中に利用した宿泊施設の内訳とその目的である。

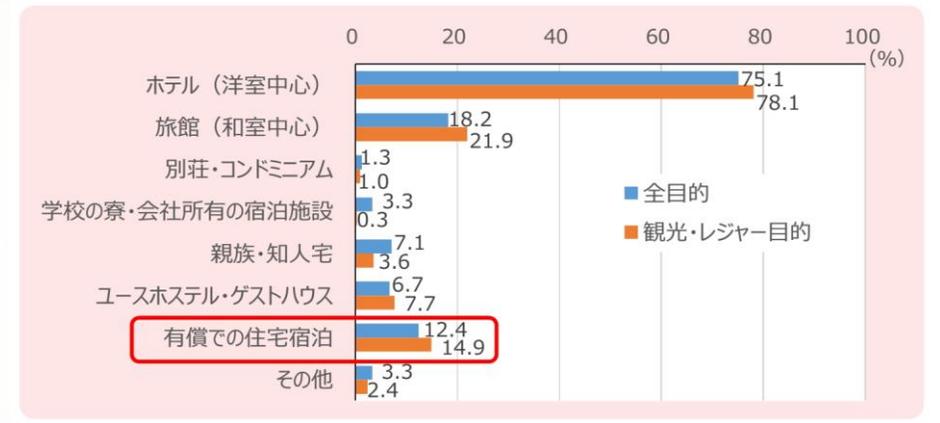
民泊の需要が増えてきているというデータがある一方、依然として外国人が利用する宿泊施設の利用率が高いのはホテル・旅館である。

中でもホテルは利用率が70%を超えており、ほかの宿泊施設をすべて足してもその数に遠く及ばない。

民泊（有償での住宅宿泊）は12.4%で、旅館に次いで第3位となっている。

図表2 外国人が日本滞在中に利用した宿泊施設の内訳とその目的

【図表3】日本滞在中の宿泊施設利用率（平成29年7-9月期、複数回答）



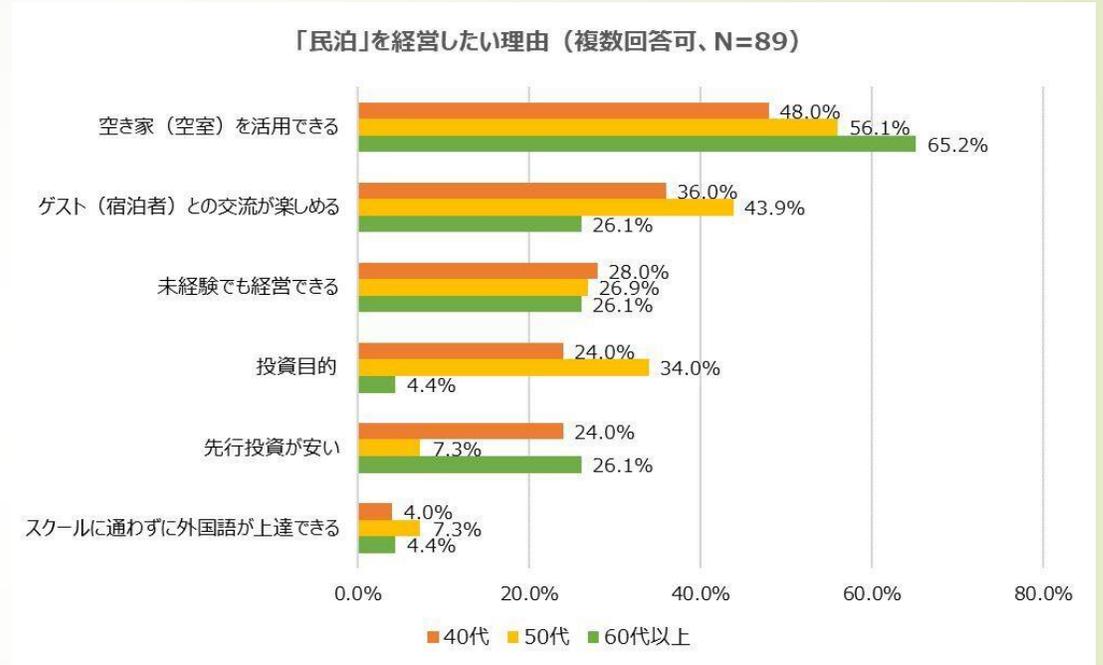
出典：<https://news.allabout.co.jp/articles/o/28061/>

## 二次データ③民泊を経営する理由

右の図は民泊を経営する人を対象に、民泊を経営したい理由を調査した結果である。

調査の結果、民泊を経営したい理由として最も多かったのが、空き家を活用できるという理由だった。

図表3 民泊を経営したい理由



出典：<https://news.ielove.co.jp/12333/>

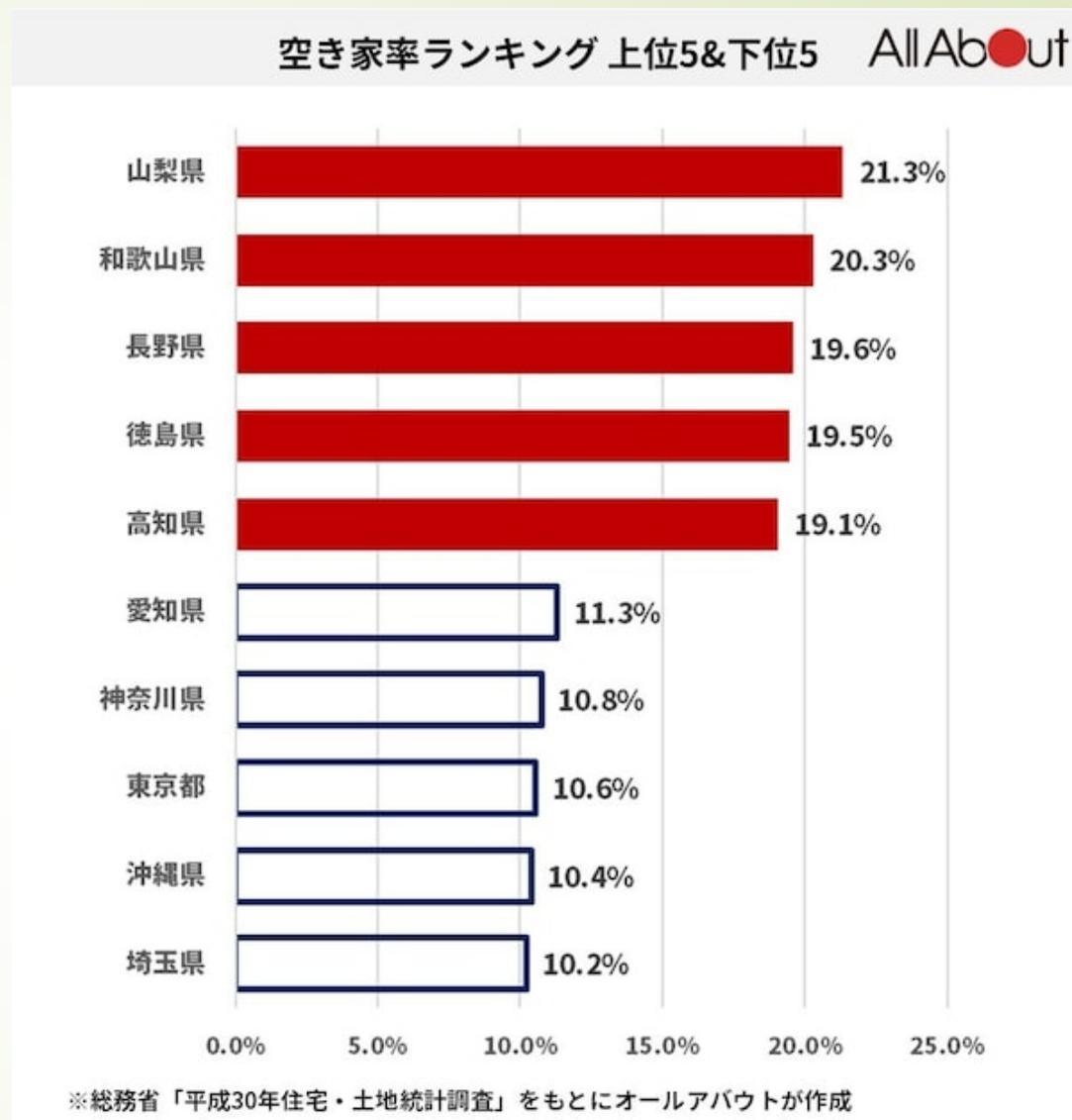
## 二次データ④都道府県別空き家率ランキング

右の図は都道府県別に空き家率を調査した結果の、上位5位と下位5位の結果である。

グラフから、空き家率が高いのは山梨県や和歌山県などの地方であることが分かる。

反対に埼玉・東京・神奈川などの首都圏ほど空き家率が低いことが分かった。

図表4 都道府県別空き家率



出典：<https://news.allabout.co.jp/articles/o/28061/>

## 二次データ⑤民泊の地方滞在割合

- ・ Airbnbの調査によれば、旅行の目的が分散し、地方の宿泊ニーズが増加する動きも見られている。
- ・ 日本におけるAirbnbゲストの地方滞在の割合は、2019年の3.3%から2023年に9.2%へ劇的に上昇している。コロナ禍以降の在宅勤務の拡大により、新しい環境やより広いスペースを求めて郊外への旅行人気が高まっている
- ・ 民泊は観光客を地域に呼び込むことで地域経済の活性化につながる。そのため民泊事業は地方創生につながるとして注目されている。

<https://ampmedia.jp/2024/10/01/private-lodging/>より引用

## 二次データ⑥イタリアの都市別人口分布

- ・イタリアの総人口は約6千万人で、世界第23位の人口の多さを誇っている。  
その中でも、都市別の人口の順位は以下のようになっている。  
1位ローマ、2位ミラノ、3位ナポリ、4位トリノ、5位パレルモ、6位ジェノヴァ、  
7位ボローニャ、8位フィレンツェ、9位バーリ、10位カターニャ、11位ヴェネツィア
- ・今回使用したデータでは、フィレンツェ、ミラノ、ナポリ、ローマ、ヴェネツィアの5都市で調査が行われた。
- ・調査が行われた5都市のうち、人口が約278万人のローマと約27万人ヴェネツィアを比較すると、10倍以上の人口の差があることが分かった。

<http://yukipetrella.blog130.fc2.com/blog-entry-830.html>より引用

# 事例研究：篠山城下町ホテルNIPPONIAの事例

兵庫県篠山市にある「篠山城下町ホテルNIPPONIA」は、空き家活用の先導的な成功事例として知られている。同ホテルは、築100年超の古民家4棟を改装し、モダンな内装と歴史・文化体験を融合させたコンセプトで高い評価を得た、民泊事業を地方創生に利用した事例である。

図表5：篠山城下町ホテルNIPPONIA



出典：<https://livejapan.com/ja/in-kansai/in-pref-hyogo/in-hyogo-suburbs/article-a2000812/>

# 研究の背景・目的

近年では郊外旅行ブームから、Airbnbを含めた民泊での郊外宿泊ニーズが年々上昇している。

加えて、民泊事業は空き家を活用して行われることが多い。また日本国内の空き家率は、都心と比べて地方のほうが高く、まだまだ活用されていない空き家が地方には多い。

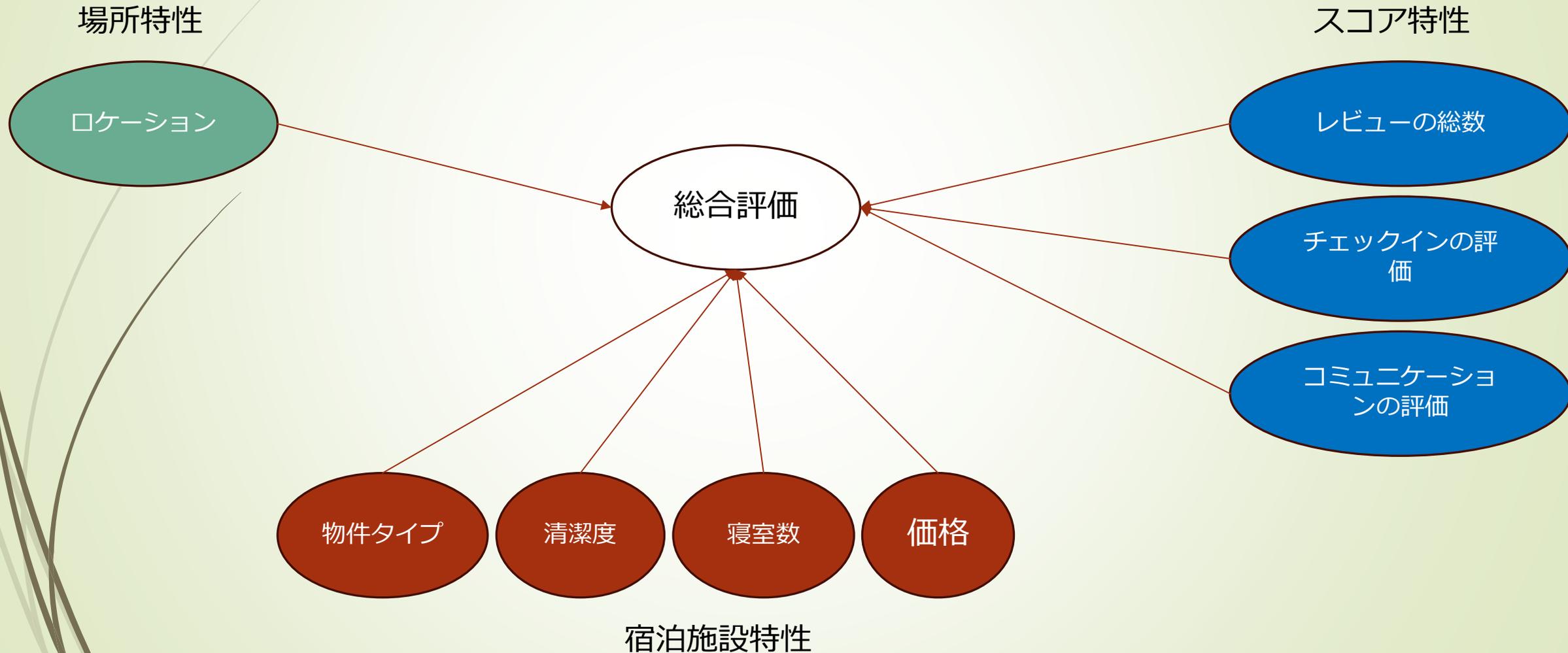
空き家を活用した民泊事業で地方創生を行った「篠山城下町ホテルNIPPONIA」の事例から、地方にまだ多く眠っている空き家を活用した民泊事業で観光客を地方へ呼び込むことで、地方創生につながられるのではないかと。

 民泊事業の代表的なサイトであるAirbnbの宿泊者の特徴を分析し、中でも都心と地方の民泊宿泊者の特徴を比較・分析することで、地方での民泊事業の特徴を考察する。その考察をもとに地方の民泊事業を活性化させ、地方創生につなげるための提言を行う。

# 仮説設定

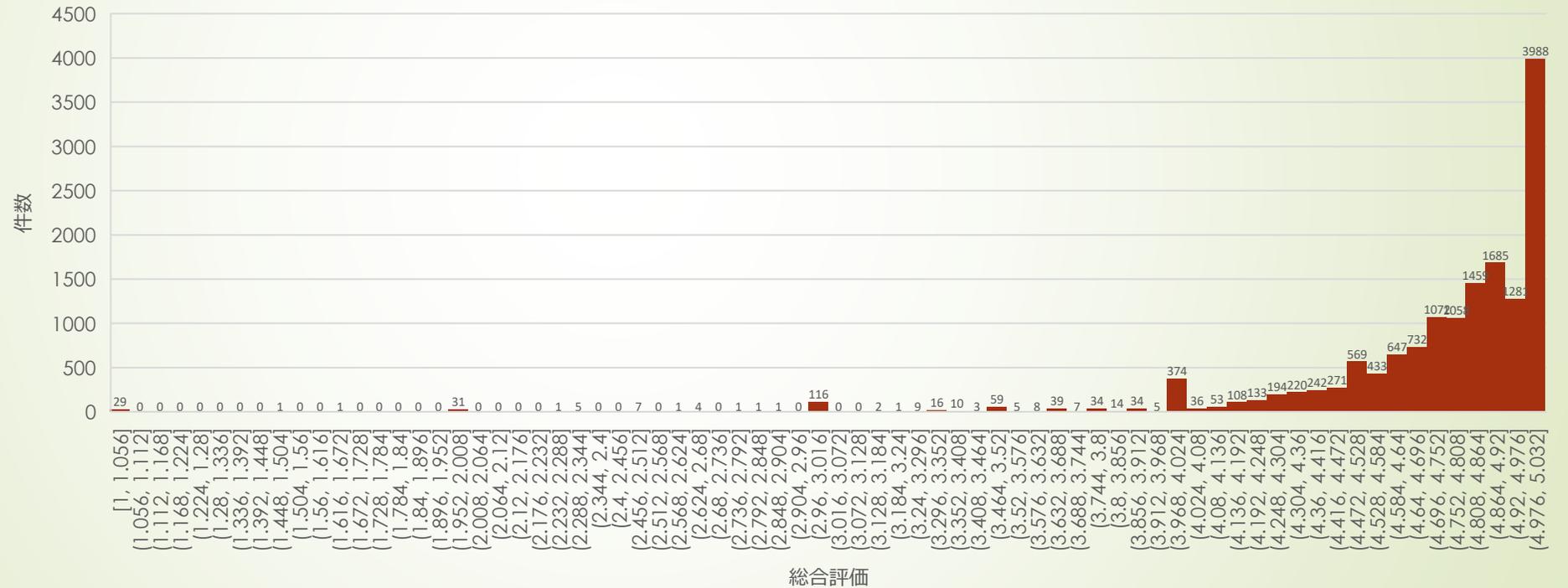
	仮説番号	仮説
場所特性	Hl1(+)	ロケーション評価の高さと総合評価には正の相関がある
宿泊施設特性	Hf1(+)	物件のタイプが一軒家であることと、総合評価には正の相関がある
	Hf2(+)	施設が清潔であることと総合評価には正の相関がある
	Hf3(+)	寝室数の多さと総合評価には正の相関がある
	Hf4(+)	価格の高さと総合評価には正の相関がある
スコア特性	Hs1(+)	レビューの総数が多いことと総合評価には正の相関がある
	Hs2(+)	チェックインの評価の高さと総合評価には正の相関がある
	Hs3(+)	コミュニケーションの評価の高さと総合評価には正の相関がある

## 仮説のパス図



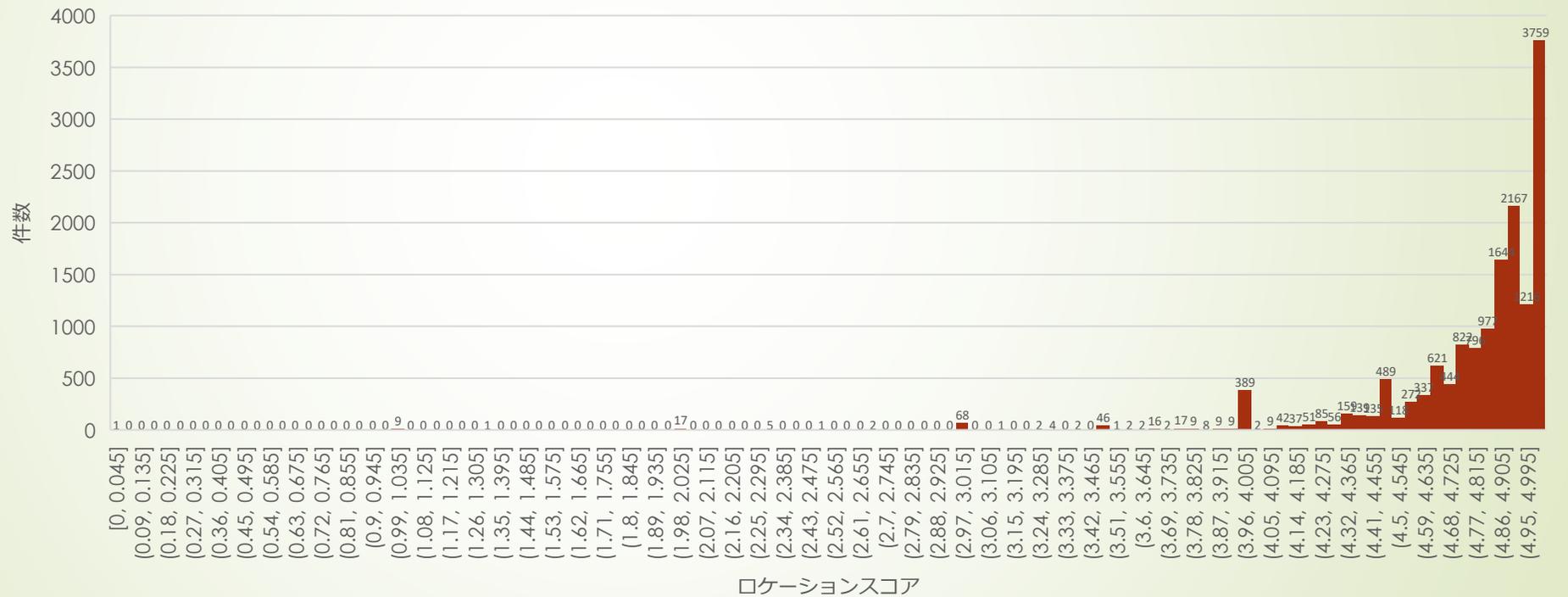
# 単純集計結果：総合評価

総合評価の分布図



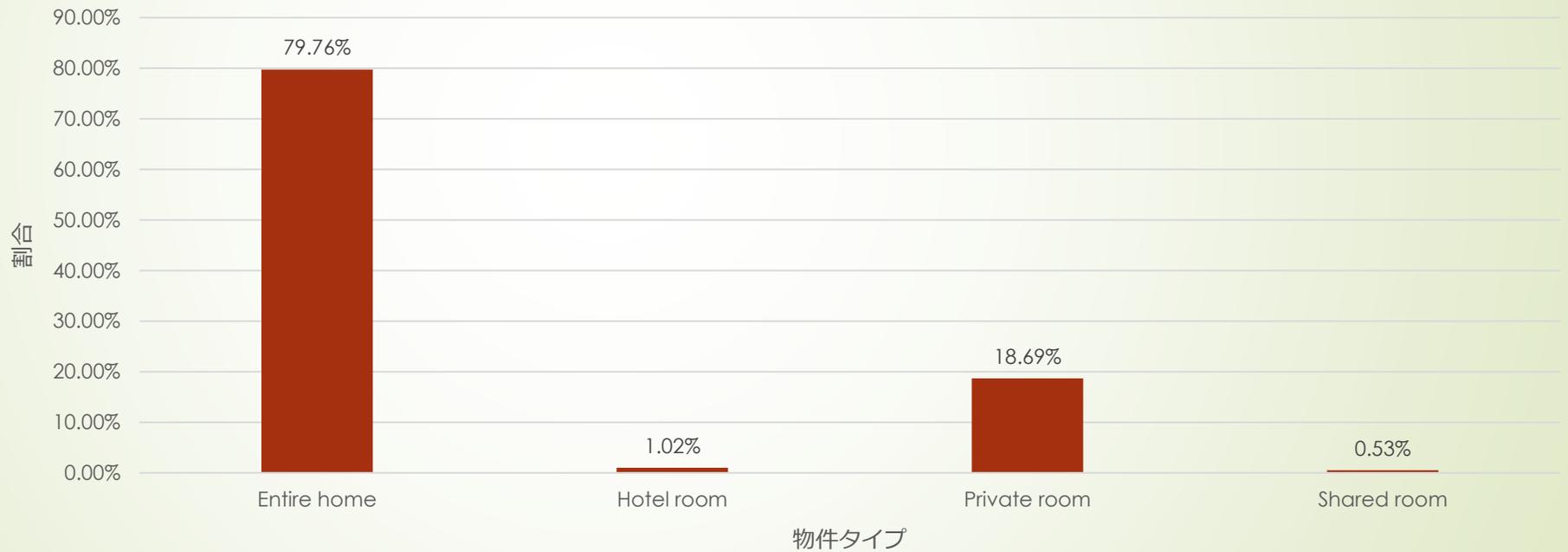
# 単純集計結果：ロケーション評価

ロケーションスコアの分布図



# 単純集計結果：物件タイプ

物件タイプの分布図

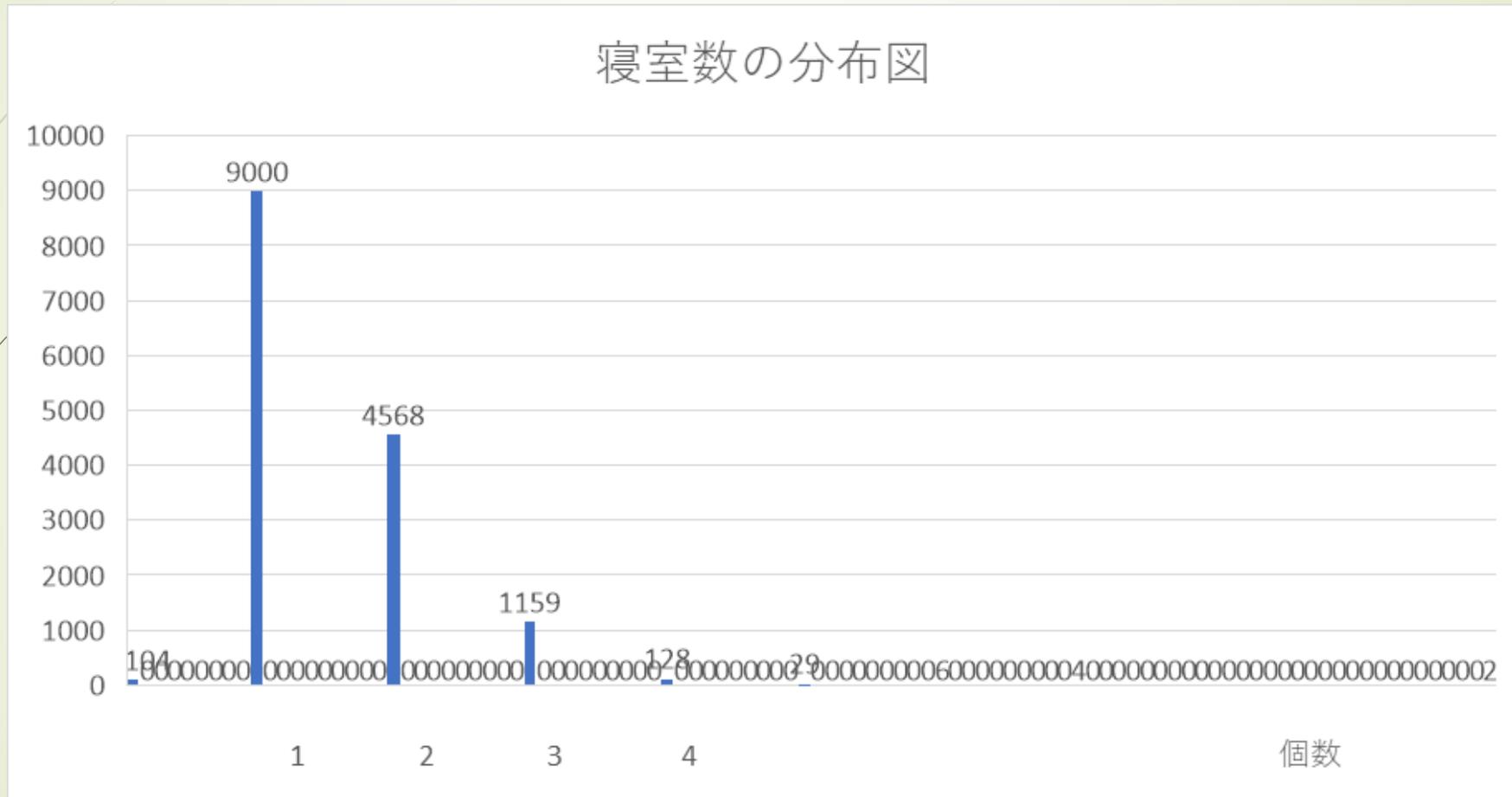


# 単純集計結果：清潔度



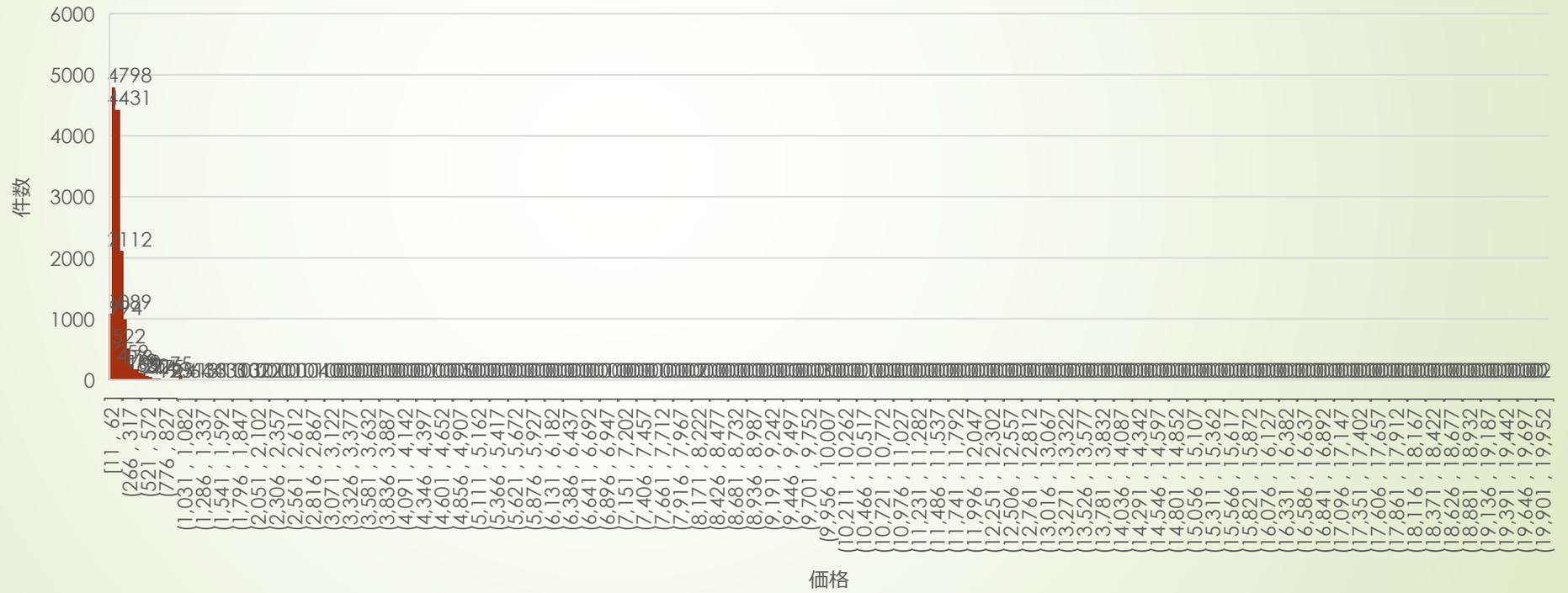
# 単純集計結果：寝室数

寝室数の分布図



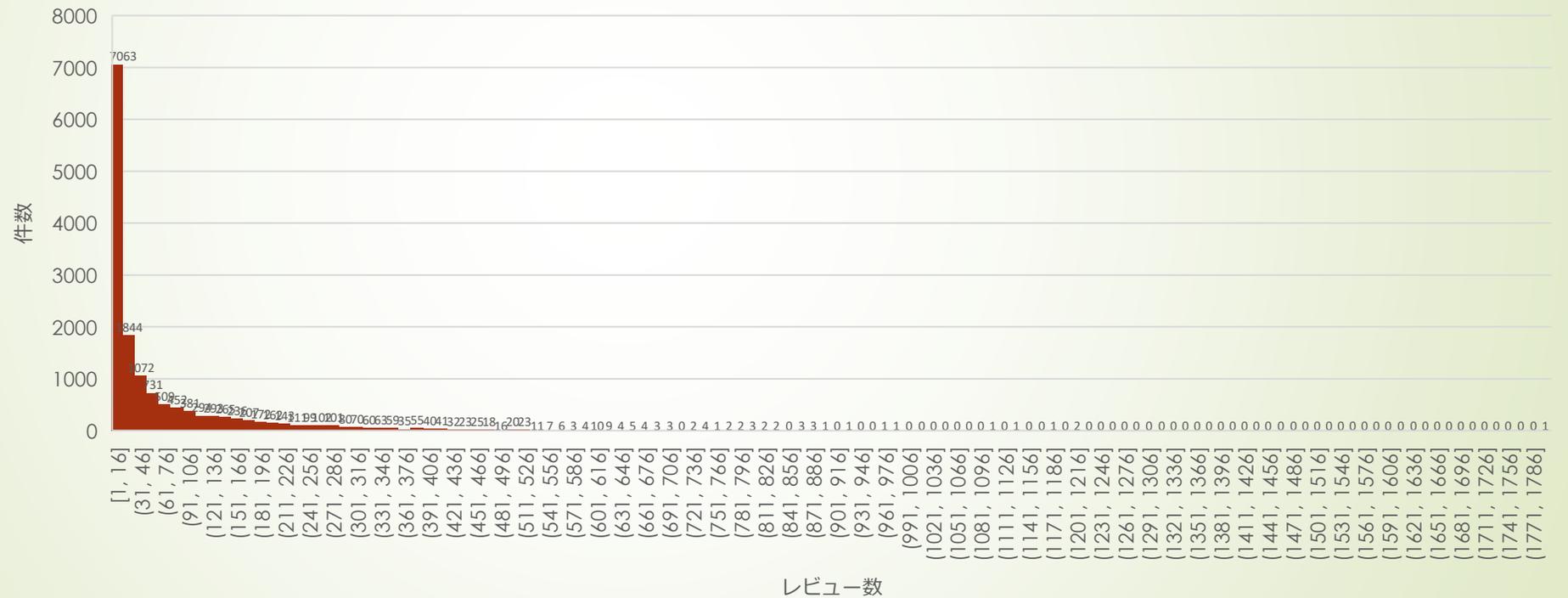
# 単純集計結果：価格

価格の分布図



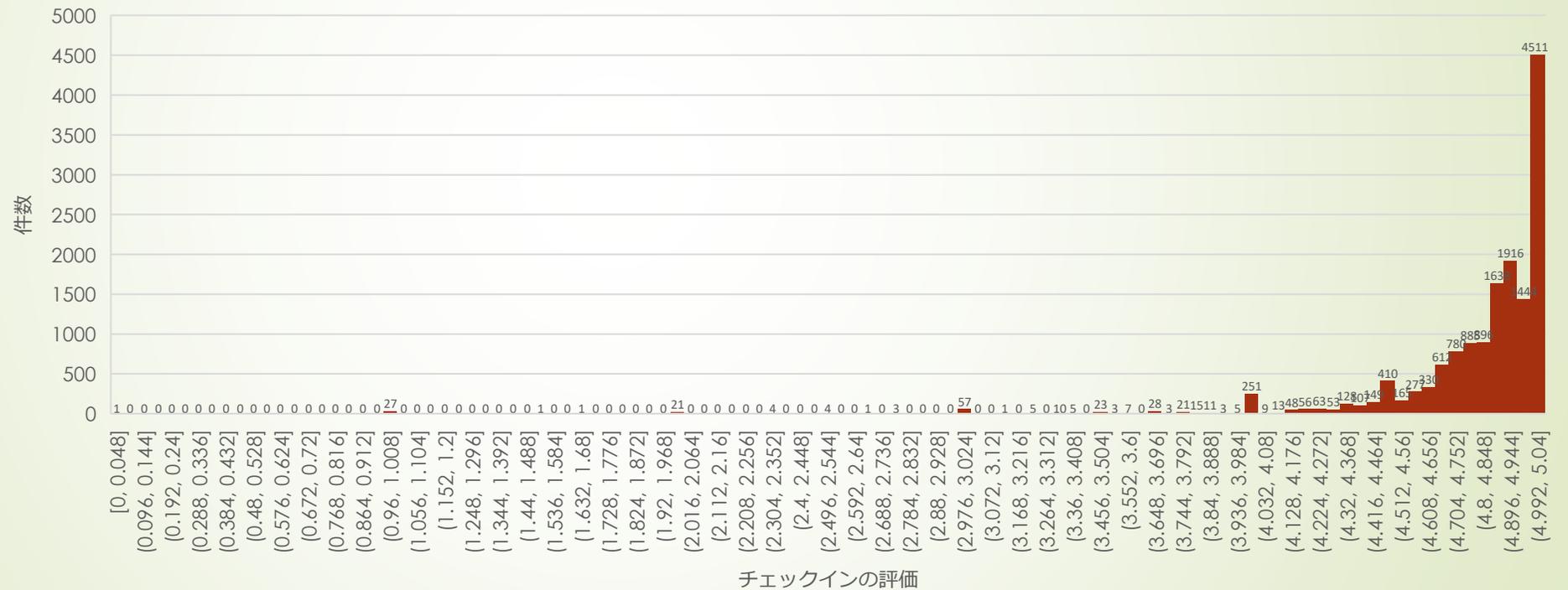
# 単純集計結果：レビュー数

レビュー数の分布図



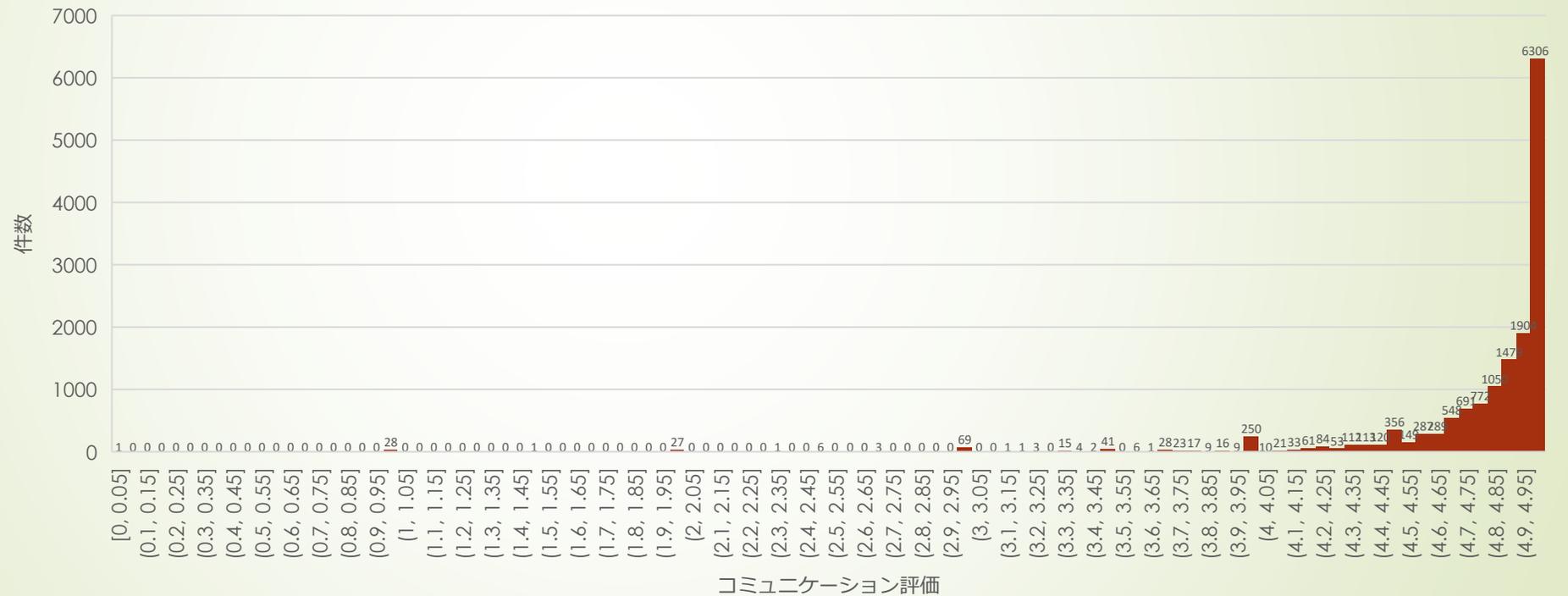
# 単純集計結果：チェックインの評価

チェックインの評価の分布図



# 単純集計結果：コミュニケーション評価

コミュニケーション評価の分布図



# 分析の方針

- ・本研究では、地方都市の民泊事業を活性化させ、地方創生につなげるための提言を行う。地方都市の民泊事業の特徴を分析するために、大都市と地方都市で総合評価の高い民泊の特徴をそれぞれ分析し、その結果を比較・考察する。

- ・以下の分析では、収集された5都市のデータのうち、イタリアの首都でもっとも人口が多いローマを大都市、もっとも人口の少ないヴェネツィアを地方都市としてそれぞれ分析を行う。

- ・以上の分析を行うにあたり本研究では、宿泊者の総合評価を被説明変数、ロケーション評価や物件タイプなどを説明変数とした重回帰分析を行う。特に物件タイプについては、

一軒家→0, それ以外→1 と変換して分析を行った。

- ・本研究で使用したデータセットには、フィレンツェが41243件、ミラノが75863件、ナポリが31288件、ローマが104982件、ヴェネツィアが28648件のデータがあり、その中のローマとヴェネツィアのデータを無作為に抽出し分析を行う。

なお、地方都市の民泊事業の特徴についてより正確に分析するために、地方都市のデータサンプル数を、大都市のデータサンプル数より多く抽出し分析を行う。

そのため本研究で扱うデータサンプル数は、ヴェネツィアのデータを10000件、ローマのデータを5000件とし無作為に抽出した。

# 分析結果（ヴェネツィアのデータ）

	被説明変数：総合評価	Estimate	Std. Error	t value	Pr(>  t )
	Intercept	-1.010e+00	7.455e-02	-13.541	< 2e-16***
場所特性	ロケーション評価	2.455e-01	9.843e-03	24.942	< 2e-16***
宿泊施設特性	物件タイプ	2.947e-02	4.098e-03	7.192	6.87e-13***
	清潔度	4.769e-01	6.738e-03	70.786	< 2e-16***
	寝室数	-1.048e-03	2.665e-03	-0.393	0.69400
	価格	6.781e-06	4.768e-06	1.422	0.15503
スコア特性	レビュー数	1.802e-05	1.539e-05	1.171	0.24154
	チェックインの評価	1.167e-01	9.674e-03	12.069	< 2e-16***
	コミュニケーションの評価	3.292e-01	8.831e-03	37.281	< 2e-16***

注)有意水準 0.1%=\*\*\*1%=\*\*5%=\*10%=.

N=10000 Multiple R-squared: 0.7728, Adjusted R-squared: 0.7713  
F-statistic:527.9 on 64 and 9935 DF, p-value: < 2.2e-16

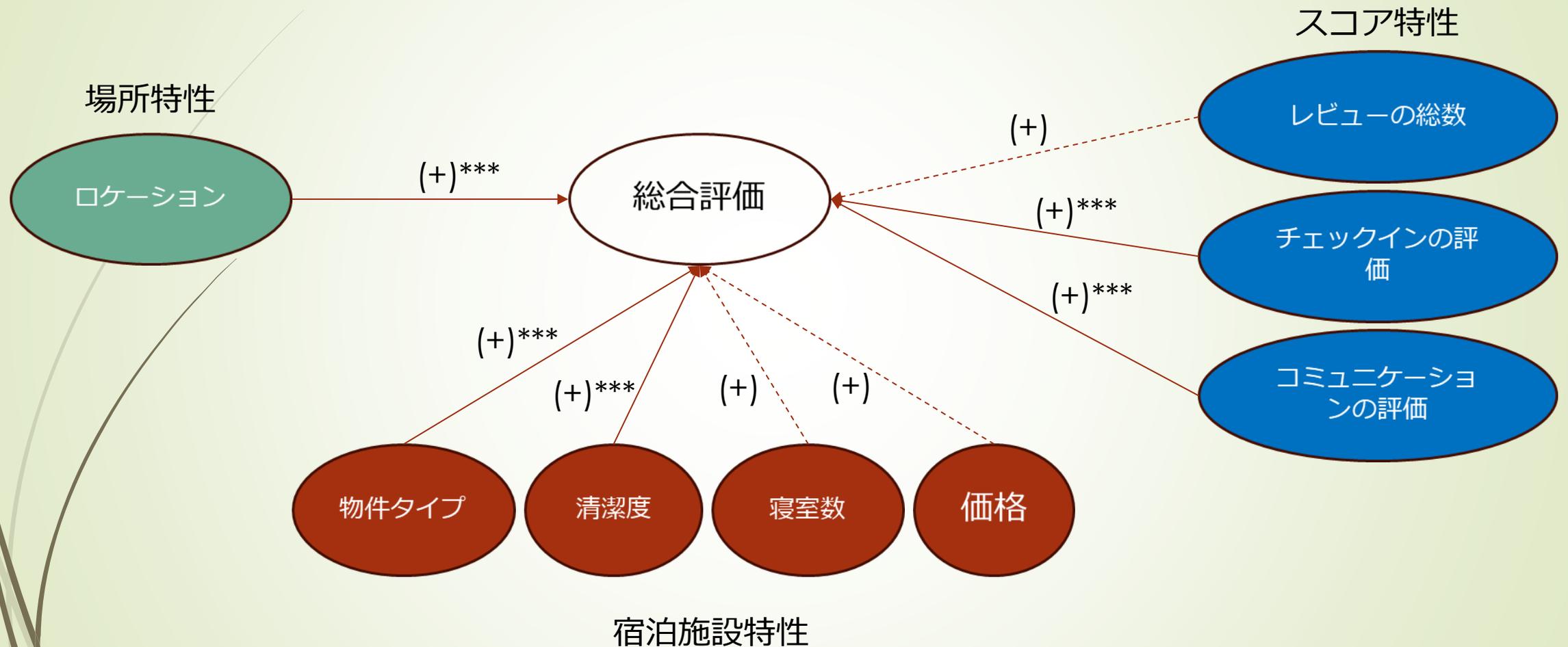
# 相関行列 (ヴェネツィアのデータ)

	ロケーション評価	物件タイプ	清潔度	寝室数	価格	総合評価	レビュー数	チェックイン評価	コミュニケーション評価
ロケーション評価	1	0.19449104	0.488595186	0.053735496	0.047442136	0.59457204	0.10756220	0.52144756	0.540331194
物件タイプ	0.19449104	1	0.127067630	0.228764434	0.039354868	0.16784994	0.03577369	0.08745485	0.128248289
清潔度	0.48859519	0.12706763	1	-0.004515099	0.016996540	0.79882739	0.15138067	0.61847560	0.632876027
寝室数	0.05373550	0.22876443	-0.004515099	1	0.114085639	0.01747282	-0.06674998	0.01410481	0.010438969
価格	0.04744214	0.03935487	0.016996540	0.114085639	1	0.01865609	-0.06239176	0.02071031	-0.006146111
総合評価	0.59457204	0.16784994	0.798827393	0.017472818	0.018656088	1	0.15257619	0.70332646	0.760059073
レビュー数	.10756220	0.03577369	0.151380672	-0.066749975	-0.062391763	0.15257619	1	0.14715802	0.159580305
チェックイン評価	0.52144756	0.08745485	0.618475603	0.014104806	0.020710307	0.70332646	0.14715802	1	0.762945470
コミュニケーション評価	0.54033119	0.12824829	0.632876027	0.010438969	-0.006146111	0.76005907	0.15958031	0.76294547	1

# 検証結果（ヴェネツィアのデータ）

	仮説番号	仮説	検証結果
場所特性	H11(+)	ロケーション評価の高さと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)
宿泊施設特性	Hf1(+)	物件のタイプが一軒家であることと、総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)
	Hf2(+)	施設が清潔であることと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)
	Hf3(+)	寝室数の多さと総合評価には正の相関がある	棄却
	Hf4(+)	価格の高さと総合評価には正の相関がある	棄却
スコア特性	Hs1(+)	レビューの総数が多いことと総合評価には正の相関がある	棄却
	Hs2(+)	チェックインの評価の高さと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)
	Hs3(+)	コミュニケーションの評価の高さと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)

## 検証結果パス図（ヴェネツィアのデータ）



# 考察（ヴェネツィアのデータ）

## Hf1(+):ロケーション評価の高さと総合評価には正の相関がある →採択

ロケーションの評価が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊においてロケーションの高さは総合評価に正の影響を与えることが分かった。

## Hf1(+):物件のタイプが一軒家であることと、総合評価には正の相関がある →採択

物件タイプが一軒家であると宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊において物件のタイプは個室などよりも広い一軒家タイプの方が、宿泊者の満足度は高まることが分かった。

## Hf2(+):施設が清潔であることと総合評価には正の相関がある →採択

施設の清潔度が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊において、施設の清潔度は宿泊者の満足度に直結する項目であることが分かった。

## Hf4(+):寝室数の多さと総合評価には正の相関がある →棄却

寝室数が多いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、棄却された。民泊利用者は、宿泊する人数分の寝室数があれば十分であり、単に寝室数が多くても使用しない寝室に関しては、総合評価に影響を与えないと考察する。

# 考察（ヴェネツィアのデータ）

## Hf4(+):価格の高さと総合評価には正の相関がある →**棄却**

民泊の価格が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、棄却された。民泊を利用する人は価格が高くて質の高いサービスを求めていると考えていたが、実際には価格が安くかつ清潔であるようなコストパフォーマンスの良さを重視していると考察する。

## Hs1(+):レビューの総数が多いことと総合評価には正の相関がある →**棄却**

レビュー数が多いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、棄却された。宿泊者は投稿されたレビューの数よりも、価格や清潔度などのレビューの内容を重視するのではないかと考察する。

## Hs2(+):チェックインの評価の高さと総合評価には正の相関がある →**採択**

チェックインの評価が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊を利用する人はチェックイン時の評価が宿泊自体の満足度に影響を与えることが分かった。

## Hs3(+):コミュニケーションの評価の高さと総合評価には正の相関がある →**採択**

コミュニケーションの評価が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊においてコミュニケーションの評価が宿泊自体の満足度に影響を与えることが分かった。

# 分析結果（ローマのデータ）

	被説明変数：総合評価	Estimate	Std. Error	t value	Pr(>  t )
	Intercept	-7.900e-01	5.076e-02	-15.563	< 2e-16***
場所特性	ロケーション評価	1.491e-01	9.017e-03	16.531	< 2e-16***
宿泊施設特性	物件タイプ	1.855e-02	6.871e-03	2.699	0.006979**
	清潔度	4.645e-01	9.401e-03	49.410	< 2e-16***
	寝室数	-2.553e-03	4.234e-03	-0.603	0.546637
	価格	-2.270e-05	9.740e-06	-2.330	0.019834*
スコア特性	レビュー数	4.348e-04	3.039e-04	1.431	0.152574
	チェックインの評価	1.961e-01	1.137e-02	17.242	< 2e-16***
	コミュニケーションの評価	3.306e-01	1.230e-02	26.869	< 2e-16***

注)有意水準 0.1%=\*\*\*1%=\*\*5%=\*10%=.

N=5000 Multiple R-squared: 0.7504, Adjusted R-squared: 0.7493

F-statistic:680 on 22 and 4977 DF, p-value: < 2.2e-16

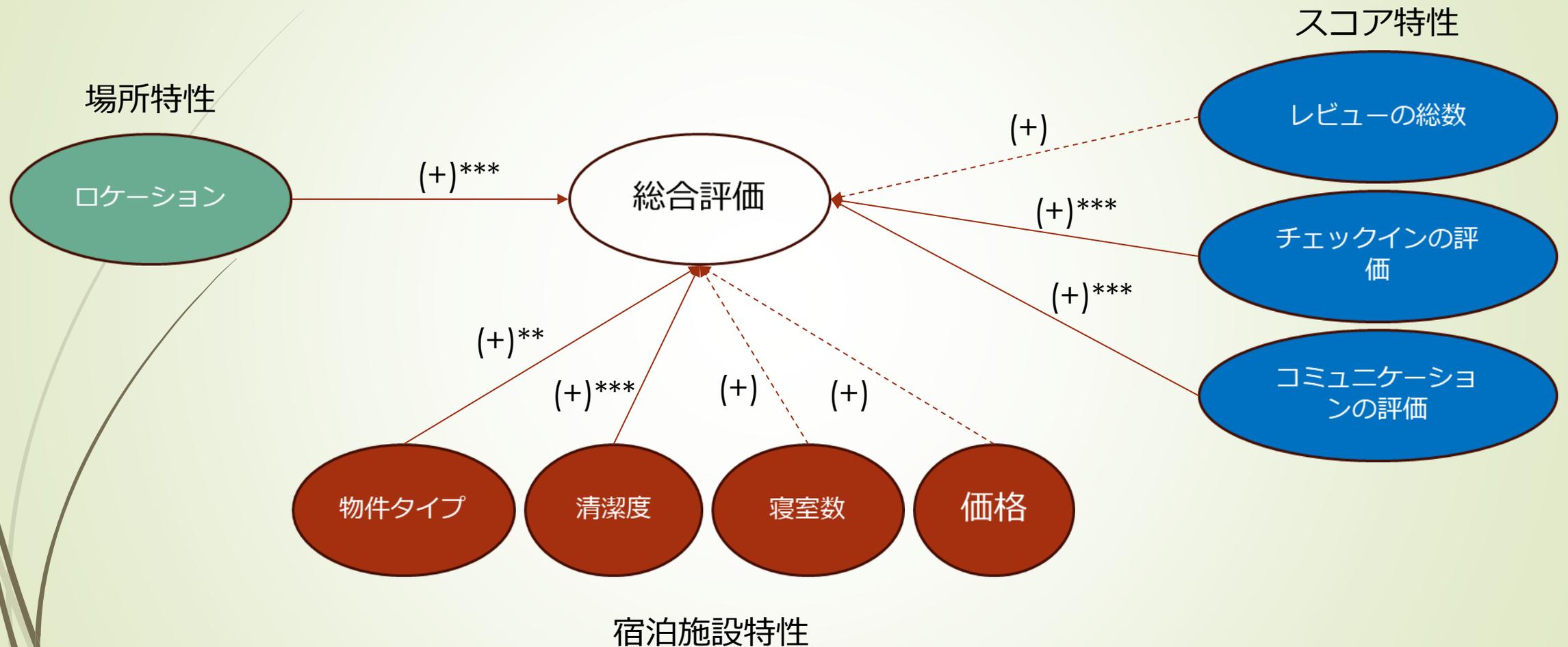
# 相関行列 (ローマのデータ)

	ロケーション評価	物件タイプ	清潔度	寝室数	価格	総合評価	レビュー数	チェックイン評価	コミュニケーション評価
ロケーション評価	1	0.099687558	0.42884590	0.080969599	0.0661658238	0.5341348829	0.045474989	0.440526834	0.44845458
物件タイプ	0.09968756	1	0.09622281	0.257550963	0.0899420015	0.1174316071	0.008838679	0.101492087	0.08265556
清潔度	0.42884590	0.096222808	1	0.047995031	0.0181576944	0.7630853918	0.074340713	0.535929830	0.55011229
寝室数	0.08096960	0.257550963	0.04799503	1	0.1625536364	0.0435395376	0.007566248	0.031360680	0.02947199
価格	0.06616582	0.089942002	0.01815769	0.162553636	1	0.0007639797	-0.009608108	0.004661428	0.01018644
総合評価	0.53413488	0.117431607	0.76308539	0.043539538	0.0007639797	1	0.082340323	0.684775657	0.72388355
レビュー数	0.04547499	0.008838679	0.07434071	0.007566248	-0.0096081081	0.0823403230	1	0.071783502	0.08034602
チェックイン評価	0.44052683	0.101492087	0.53592983	0.031360680	0.0046614281	0.6847756572	0.071783502	1	0.70176966
コミュニケーション評価	0.44845458	0.082655561	0.55011229	0.029471990	0.0101864367	0.7238835529	0.080346021	0.701769665	1

# 検証結果（ローマのデータ）

	仮説番号	仮説	検証結果
場所特性	Hl1(+)	ロケーション評価の高さと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)
宿泊施設特性	Hf1(+)	物件のタイプが一軒家であることと、総合評価には正の相関がある	採択(1%水準)
	Hf2(+)	施設が清潔であることと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)
	Hf3(+)	寝室数の多さと総合評価には正の相関がある	棄却
	Hf4(+)	価格の高さと総合評価には正の相関がある	仮説とは反対の結果となり棄却
スコア特性	Hs1(+)	レビューの総数が多いことと総合評価には正の相関がある	棄却
	Hs2(+)	チェックインの評価の高さと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)
	Hs3(+)	コミュニケーションの評価の高さと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)

## 検証結果パス図（ローマのデータ）



## 考察（ローマのデータ）

**H1(+):ロケーション評価の高さと総合評価には正の相関がある →採択**

ロケーションの評価が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊においてロケーションの高さは総合評価に正の影響を与えることが分かった。

**Hf1(+):物件のタイプが一軒家であることと、総合評価には正の相関がある →採択**

物件タイプが一軒家であると宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊において物件のタイプは個室などよりも広い一軒家タイプの方が、宿泊者の満足度は高まることが分かった。

**Hf2(+):施設が清潔であることと総合評価には正の相関がある →採択**

施設の清潔度が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊において、施設の清潔度は宿泊者の満足度に直結する項目であることが分かった。

**Hf4(+):寝室数の多さと総合評価には正の相関がある →棄却**

寝室数が多いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。民泊利用者は、宿泊する人数分の寝室数があれば十分であり、単に寝室数が多くても使用しない寝室に関しては、総合評価に影響を与えないと考察する。

## 考察（ローマのデータ）

**Hf4(+):価格の高さと総合評価には正の相関がある →仮説とは反対の結果となり棄却**

民泊の価格が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、価格の高さと総合評価には負の相関があるとして、仮説とは逆の結果となり棄却された。この結果から、ローマの民泊宿泊者は宿泊施設の価格を抑え、観光などの他のアクティビティに費用を使う傾向にあることが考察する。

**Hs1(+):レビューの総数が多いことと総合評価には正の相関がある →棄却**

レビュー数が多いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、棄却された。宿泊者は投稿されたレビューの数よりも、価格や清潔度などのレビューの内容を重視するのではないかと考察する。

**Hs2(+):チェックインの評価の高さと総合評価には正の相関がある →採択**

チェックインの評価が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊を利用する人はチェックイン時の評価が宿泊自体の満足度に影響を与えることが分かった。

**Hs3(+):コミュニケーションの評価の高さと総合評価には正の相関がある →採択**

コミュニケーションの評価が高いほど宿泊者の総合評価は高くなると考え本仮説を設定したところ、採択された。この結果から、民泊においてコミュニケーションの評価が宿泊自体の満足度に影響を与えることが分かった。

# 比較分析（ヴェネツィアとローマ検証結果比較表）

以降では、大都市と地方都市の民泊事業の特徴を比較することで考察を深める。

以下の表はヴェネツィアとローマそれぞれの仮説について検証結果を比較したものである。

二つの都市について比較した結果、仮説Hf1の採択水準がヴェネツィアは0.1%に対してローマは1%、仮説Hf4がヴェネツィアは棄却なのに対しローマは仮説とは反対の結果となり棄却されたという違いが出た。

	仮説番号	仮説	結果 (ヴェネツィア)	結果 (ローマ)
場所特性	H1(+)	ロケーション評価の高さと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)	採択(0.1%水準)
宿泊施設特性	Hf1(+)	物件のタイプが一軒家であることと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)	採択(1%水準)
	Hf2(+)	施設が清潔であることと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)	採択(0.1%水準)
	Hf3(+)	寝室数の多さと総合評価には正の相関がある	棄却	棄却
	Hf4(+)	価格の高さと総合評価には正の相関がある	棄却	仮説とは反対の結果となり棄却
スコア特性	Hs1(+)	レビューの総数が多いことと総合評価には正の相関がある	棄却	棄却
	Hs2(+)	チェックインの評価の高さと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)	採択(0.1%水準)
	Hs3(+)	コミュニケーションの評価の高さと総合評価には正の相関がある	採択(0.1%水準)	採択(0.1%水準)

## 比較分析（大都市と地方都市の民泊の共通点）

### ・ロケーションスコアが満足度に影響を与える

大都市のローマと地方都市のヴェネツィアの民泊は、ロケーションスコアが宿泊者の満足度に影響を与える点で一致していることが分かった。

ロケーションスコアとは「交通機関への近さ」「観光スポットや人気のエリアへのアクセスの良さ」「近隣のレストラン、カフェ、ショップ、コンビニなどの施設が充実度」「安全性と治安の良さ」「近隣の静かさ」などの項目で測定される。

地方都市は、大都市と比べて「安全性と治安の良さ」「近隣の静かさ」などの項目では勝っている。しかし、その他の「交通機関への近さ」「観光スポットや人気のエリアへのアクセスの良さ」「近隣のレストラン、カフェ、ショップ、コンビニなどの施設が充実度」といった項目では大都市にかなわないので、ロケーションスコアは地方都市では低くなる傾向が予想される。

そのため地方都市で民泊を営む際には、これらのロケーションスコアについては注意する必要がある。

## 比較分析（大都市と地方都市の民泊の共通点）

- ・ **施設の清潔度は満足度に影響を与えるが、寝室の多さは満足度に影響がない**

大都市のローマと地方都市のヴェネツィアの民泊は、施設の清潔度は宿泊者の満足度に影響を与えるが、寝室の多さは満足度に影響がないという点で一致していることが分かった。

大都市・地方関係なく、民泊事業を行う上で、宿泊者は宿泊施設の清潔度を重視しており、寝室の数については重視していないことが分かる。

- ・ **チェックインとコミュニケーションの評価の高さはともに満足度に影響を与える**

大都市のローマと地方都市のヴェネツィアの民泊は、チェックインとコミュニケーションの評価の高さがともに宿泊者の満足度に影響を与える点で一致していることが分かった。

大都市、地方どちらの民泊においてもチェックイン時とコミュニケーションの評価評価は重要であり、民泊を運営するうえで重視する項目であることが分かる。

# 比較分析（大都市と地方都市の民泊の相違点）

## ・ 価格が満足度に及ぼす影響

ヴェネツィアのデータでは価格が高いほど満足度に相関は薄いという結果となったのに対し、ローマのデータでは価格が高いほど満足度に負の影響を与える結果となった。

この結果から、大都市であるローマの方が宿の価格が高いと総合評価が下がる傾向にあるのに対し、観光として訪れる地方都市ヴェネツィアは必ずしも宿に対して高品質高価格が求められるわけではない傾向があることが分かる。

## ・ 物件タイプ（一軒家）の満足度への影響度

ヴェネツィアの民泊の方がローマの民泊と比べて物件タイプが満足度に与える影響が大きいことが分かった。

これは、ローマのような大都市はヴェネツィアのような地方都市と比べて、物件タイプが一軒家である割合が少ないからではないかと考察できる。

# 提言

以上の考察・比較分析を踏まえて、地方の民泊事業を通して地方創生につなげるための提言を行う。

## ・ロケーションの特徴を活用する

ロケーションスコアは総合評価に大きく影響を及ぼすという分析結果から、民泊事業においてロケーション評価を高めることは総合評価を高めるのに効果的である。地方で民泊事業を営む場合、「安全性と治安の良さ」「近隣の静かさ」などの項目は優れていることが多く、それらの項目はロケーション評価に影響するので、「安全性」と「静かさ」の面を強調することが重要である。

⇒**地域ののどかさや安全性、都会では味わえない静かさをアピールするような宣伝を行う**

## ・価格の安さを重視する

地方の民泊事業では、価格が安いほど宿泊者の総合評価が高くなるという分析結果から、コストパフォーマンスを意識した民泊事業を展開することが総合評価を高めるのに効果的である。そのため、地方都市の特徴である、広大な敷地面積を活かした民泊事業を行い価格を安く抑えることで、コストパフォーマンスが良くなるということが重要である。

⇒**地方ならではの土地の広さを生かした、価格が安く施設の快適さも備わった民泊を押し出す**

# 提言

## ・一軒家の空き家を活用して民泊運営を行う

物件タイプが一軒家であることが、宿泊者の総合評価を高めるという分析結果から、一軒家タイプの民泊を営むことが総合評価を高めるのに効果的である。地方都市には活用されていない一軒家タイプの建物が多いため、一軒家タイプの空き家を活用した民泊事業を行うことが重要である。

⇒地方にまだ活用されていない一軒家タイプの空き家を活用し、民泊運営を行う

## ・近隣の観光スポットや人気エリアと協力する

ロケーションスコアが総合評価に大きく影響を及ぼすという分析結果から、民泊事業においてロケーション評価を高めることが重要である。地方都市は観光スポットや人気エリアへのアクセスが悪い傾向にあるが、それを改善するために近隣の観光スポットや人気エリアへのアクセスをよくするように努めることが重要である。

⇒近隣の観光スポットや人気エリアへのアクセスを考慮し、近隣にある観光地などと協力して、ツアーを組むなどロケーションスコアを高めるようにする

## 研究の限界

- ・本研究に使用したデータは、イタリアの人気な5都市を対象に調査したデータであった。本研究では、ヴェネツィアを地方都市と仮定して分析を行ったが、ヴェネツィアはイタリアの中では人気な観光都市であり、地方都市と定義するには問題があるかもしれない。そのため、厳密に地方都市と大都市の比較というものが出来なかった。
- ・本研究のデータは、イタリアの民泊事業のデータを使用している。イタリアは気候や地理も含めて、日本とは事情が大きく異なっている。そのため、本研究の分析結果をそのまま日本の事情に当てはめることは難しい。
- ・有名な観光地ではないような地方都市こそ空き家率が高いので、そのような地方都市のデータを使用して分析を行いたい。

## 謝辞

本研究を行うにあたり、データを収集・公開して下さったHype(2024)に感謝する。

# 参考文献

データセット : <https://www.kaggle.com/datasets/salvatoremarcello/italian-airbnb-dataset>

二次データ :

民泊制度ポータルサイトminpaku

[住宅宿泊事業法の施行状況 | 民泊制度ポータルサイト「minpaku」](#) (最終閲覧日 : 2024/12/24)

All about news HP : <https://news.allabout.co.jp/articles/o/28061/> (最終閲覧日 : 2024/12/24)

[AMP公式ホームページ :](#)

<https://ampmedia.jp/2024/10/01/private-lodging/> (最終閲覧日 : 2024/12/24)

FC2 HP: <http://yukipetrella.blog130.fc2.com/blog-entry-830.html> (最終閲覧日 : 2024/12/24)

Live Japan Perfect Guide:

<https://livejapan.com/ja/in-kansai/in-pref-hyogo/in-hyogo-suburbs/article-a2000812/>

(最終閲覧日 : 2024/12/24)