

広島県の観光景観画像に対する心理的評価に関する研究

(A Study on the Psychological Evaluation of Tourism Landscape Images in Hiroshima)

学位取得年月 2017年9月

吉原 俊朗

目 次

序.....	1
第1章 研究概要.....	2
1-1 研究目的.....	3
1-2 研究計画.....	6
1-3 既往研究と本研究の関連.....	7
1-4 呈示画像の選定.....	9
第2章 日本在住の中国人・日本人・韓国人学生を被験者とした評価.....	17
2-1 はじめに.....	18
2-2 実験概要・被験者特性.....	18
(1) 調査票の内容.....	18
(2) 実験手法.....	19
(3) 被験者の特性.....	20
2-3 景観画像評価結果.....	21
2-4 SD法によるイメージ評価.....	27
(1) 因子分析結果.....	27
(2) 平均因子得点による評価傾向.....	28
(3) 平均評価得点と平均因子得点の関連.....	29
(4) 景観の物理的特性と心理的評価との関連.....	30
2-5 おわりに.....	32
第3章 中国在住の中国人学生を被験者とした評価.....	34
3-1 はじめに.....	35
3-2 実験概要・被験者特性.....	35
(1) 実験概要.....	35
(2) 被験者属性.....	36
3-3 景観画像評価結果.....	37
(1) 景観画像別総体的評価結果.....	37
(2) イメージ評価の因子分析結果.....	39
3-4 心理的評価構造の比較分析.....	41
(1) 総体的評価項目間の関連.....	41
(2) 総体的評価項目と各因子との関連.....	41
(3) 共分散構造分析による評価構造の比較.....	42
3-5 おわりに.....	45

第4章 中国人訪日旅行潜在層を被験者とした評価.....	47
4-1 はじめに.....	48
4-2 実験概要・被験者特性.....	49
(1) 実験概要.....	49
(2) 被験者属性.....	50
(3) 価値観.....	50
(4) 国内や国外の旅行に対する意識・経験.....	52
(5) 日本に対する意識・関心.....	54
4-3 景観評価結果.....	56
(1) 総体的評価結果.....	56
(2) 総体的評価項目間の関連.....	59
(3) イメージ評価の因子分析結果.....	60
(4) 総体的評価項目と4因子間の関連.....	61
4-4 訪問希望理由の比較分析.....	62
(1) 訪問希望理由の回答割合.....	62
(2) 訪問希望の有無に対する要因分析.....	65
4-5 多母集団同時分析による評価構造モデルの比較.....	67
(1) 仮説モデル.....	67
(2) 多母集団同時分析による評価構造の比較.....	69
4-6 おわりに.....	73
第5章 結論.....	75
参考文献.....	78
付録.....	82

序

近年の中国等のアジア諸国は、経済的発展の進度がめざましく、それに伴い人口増加にも拍車がかかっている。それに対し日本は少子高齢化による人口減少が進み、今後、内需の拡大は難しく、グローバルな視点に立った産業転換の必要に迫られている。このような状況下において、日本国内では、1次産業から3次産業まで広く経済波及効果が見込まれる観光産業への期待が高まってきており、まちづくり分野において持続可能な地域に向けた方策として地域資源の発掘を行う動きがあると同時に、観光分野においても旅行者ニーズの多様化を背景に、これまで観光資源では無かった「地域資源」に着目する新しい観光スタイル（オルタナティブ・ツーリズム）に取り組む地域があるなど、両分野が近接した「観光まちづくり」の取組が始まっている¹⁾。

また、政府は『観光先進国』への新たな国づくりに向けて、2016年3月に『明日の日本を支える観光ビジョン構想会議』（議長：内閣総理大臣）において、新たな観光ビジョンを策定しており、「観光は、真に我が国の成長戦略と地方創生の大きな柱である」との認識の下、東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が予定されている2020年までに訪日外国人旅行者数を4,000万人（2016年：約2,400万人）とする目標を掲げるなど、国を挙げてインバウンド観光振興を図ることとしている。

そのような状況の中で、特に外国人観光客の増加を図ることによる産業振興、外貨の獲得、地域活性化を目指す取り組みが国をはじめ各地でなされており、訪日リピーター層を中心にゴールデンルート（東京－富士山－京都－大阪）以外の地域への訪問が増加しつつある。訪日観光客数の最も多い国は中国（26.5%）であるが、広島県における中国人観光客の宿泊割合はと小さく（7.9%）、広島県のインバウンド観光による地域振興を図る上で、中国人観光客の積極的な誘致及び広島・宮島といった著名観光地以外の地域への周遊が必要である。

そこで、本研究では、広島県への中国人旅行者の誘客及び広島県内の周遊促進を図るため、食事や買い物等の様々な観光目的のうち、視覚体験として旅行の満足度に寄与し、プロモーションにおいても写真や動画等での活用が必要である「景観」に着目し、建築環境工学分野の既存研究における景観の心理的評価手法を用い、中国人旅行者の広島県の観光景観に対する評価構造を把握する。

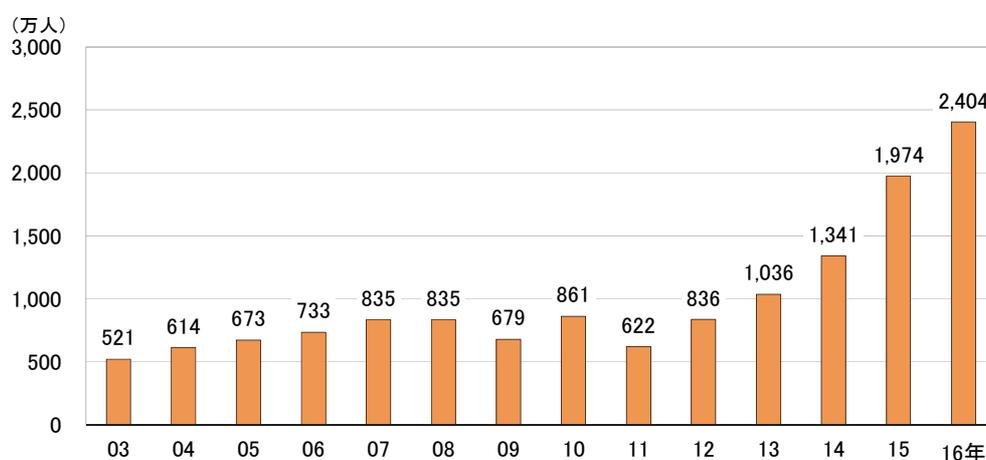
第 1 章 研究概要

- 1-1 研究目的
- 1-2 研究計画
- 1-3 既往研究と本研究の関連
- 1-4 呈示画像の選定

1-1 研究目的

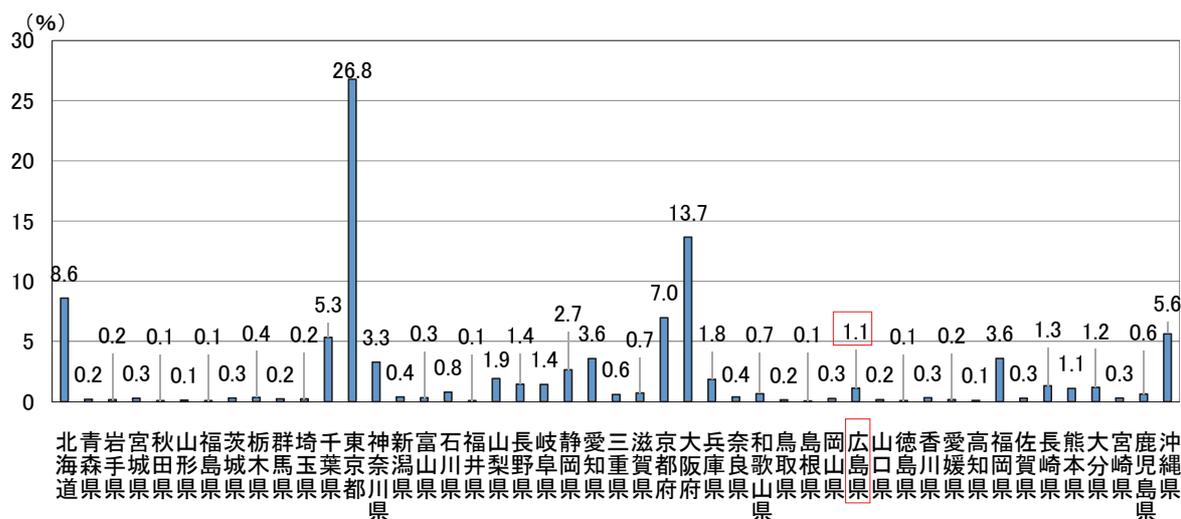
訪日外客数は、リーマンショック後の2009年と、東日本大震災の2011年で2度の落ち込みがあったが、ここ数年は国のビジット・ジャパン事業^{注1-1)}をはじめ、各地方自治体の様々な観光施策により、急増傾向にあり、2016年は前年度比21.8%増の2,404万人となっている(図1-1-1)。

その宿泊先(図1-1-2)は東京都(約27%)、大阪府(約14%)、京都府(約7%)等の大都市に集中する傾向にある。その他の都道府県では北海道(約9%)や沖縄県(約6%)、千葉県(約5%)となっており、広島県は中四国地方においては最も延べ宿泊者数が多いものの、その全国シェアは約1%程度に止まっている。



出典：日本政府観光局(JNTO)

図1-1-1 訪日観光客数の推移



出典：宿泊旅行統計(観光庁) ※従業員9人以下の施設を含む

図1-1-2 外国人延べ宿泊者数 県別割合(2015年)

また、訪日外客数の推移を国別にみると、韓国、中国、台湾、香港の東アジア4カ国が急増している。特に中国の増加が著しく、約640万人が日本を訪れている（図1-1-3）。2016年の国別訪日外客数の内訳をみると、東アジア4カ国で全体の73%を占めており、欧州、北米、オセアニアなどの「欧米系」は全体の15%程度となっている（図1-1-4）。

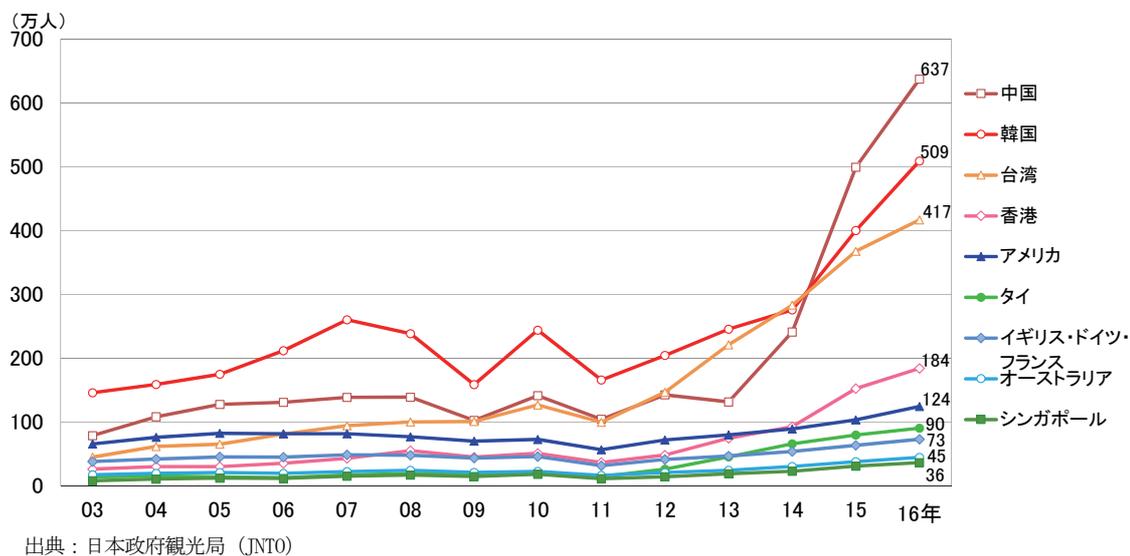


図1-1-3 訪日観光客数の推移 (国別)

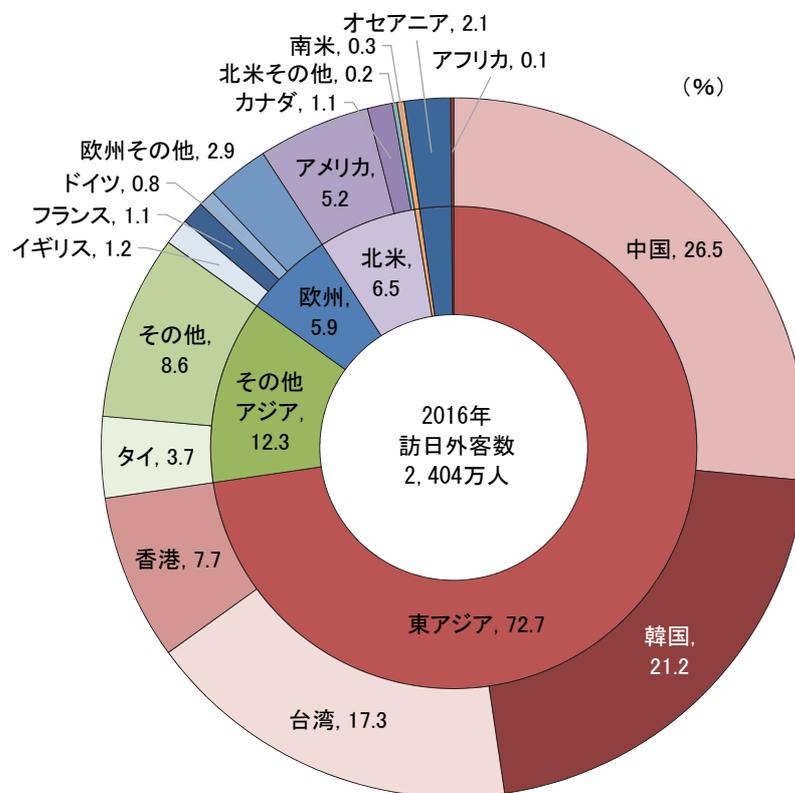
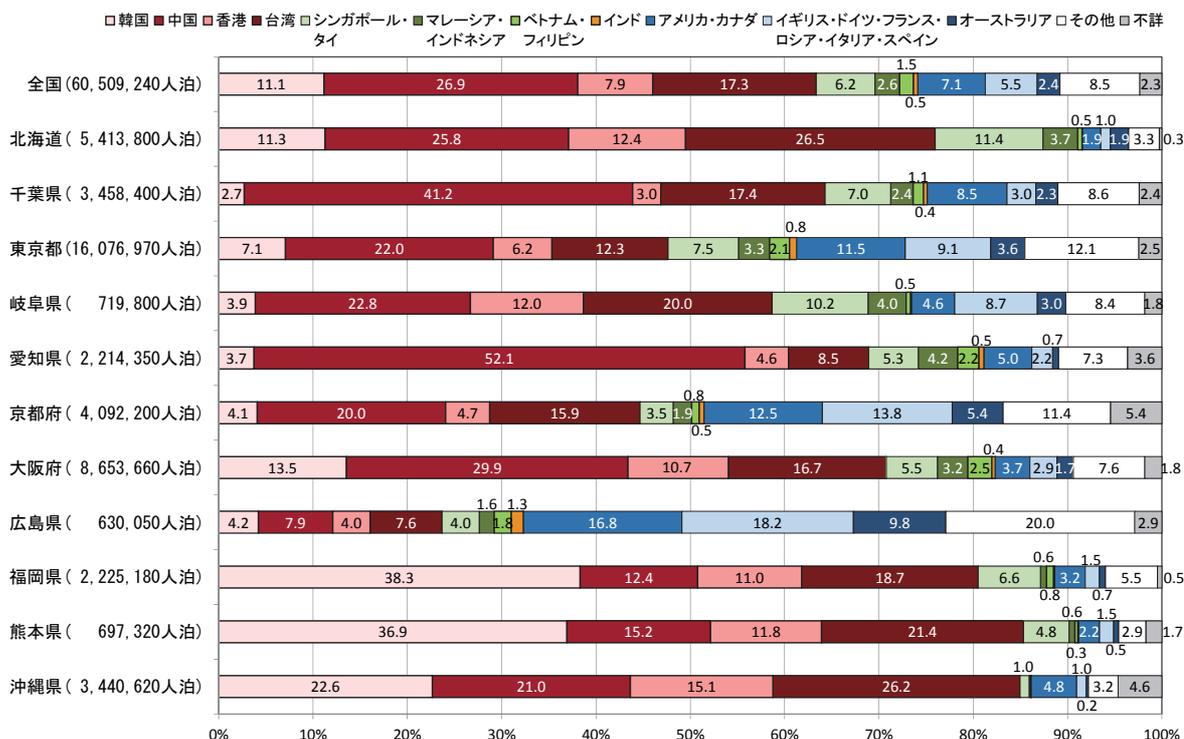


図1-1-4 訪日外国人旅行者数の国別割合 (2016年)

しかしながら、外国人延べ宿泊数の主な都道府県別割合（図1-1-5）を見ると、広島県を訪れる東アジア諸国からの観光客は、欧米人観光客に比べて少ない現状にある。中でも訪日観光客数が最も多く、消費単価も大きい中国からの観光客の割合が少なく、今後、広島県の外国人観光振興を図る上で、中国からの観光客を広島県に誘致することが必須であり、そのために中国人の観光への嗜好傾向や評価構造を把握することが重要である。



出典：観光庁「宿泊旅行統計」 ※従業者数10人以上の施設の集計

図1-1-5 外国人延べ宿泊者数の主な都道府県別・国籍別割合（2015年）

本研究では、中国人旅行者の広島県への誘客、広島県内の周遊促進を図るため、食事や買い物等の様々な観光目的のうち、視覚体験として旅行の満足度に寄与し、プロモーションにおいても写真や動画等での活用が必要である「景観」に着目し、中国人、韓国人、日本人を対象に行った広島県の観光景観画像に対する心理的評価実験^{注1-2)}の結果から、中国人旅行者の広島県の観光景観に対する評価構造を把握することを目的とする。

1-2 研究計画

本研究の研究計画を図1-2-1に示す。

まず、第1章では本論文の目的を述べるとともに、既往の研究について概観し、本論文の位置づけを行うとともに、本研究で対象とする観光景観画像を提示する。

次に、第2章では、外国人観光客誘致に向けて行政機関を中心に留学生を活用した資源評価が実施されている現状を踏まえ、日本在住の日本人学生、中国人・韓国人留学生を被験者とした広島県の観光景観画像に対する心理的評価実験の結果を述べ、中国人留学生の評価傾向を把握する。

第3章では、中国在住の中国人学生を被験者とした心理的評価実験について述べる。第2章と同様の方法で実験を実施し、中国在住の学生と日本在住留学生の評価傾向の差異を把握する。

第4章では中国在住の一般市民を中国人訪日旅行潜在層と位置づけ、訪日旅行潜在層を被験者とした心理的評価実験について述べ、中国在住の一般市民（訪日旅行潜在層）と学生の評価傾向の差異を把握する。また、多母集団同時分析を行い、各被験者の心理的評価構造の相違を把握する。

以上の手順で分析を行い、分析結果を総括し、本研究の結論とする。

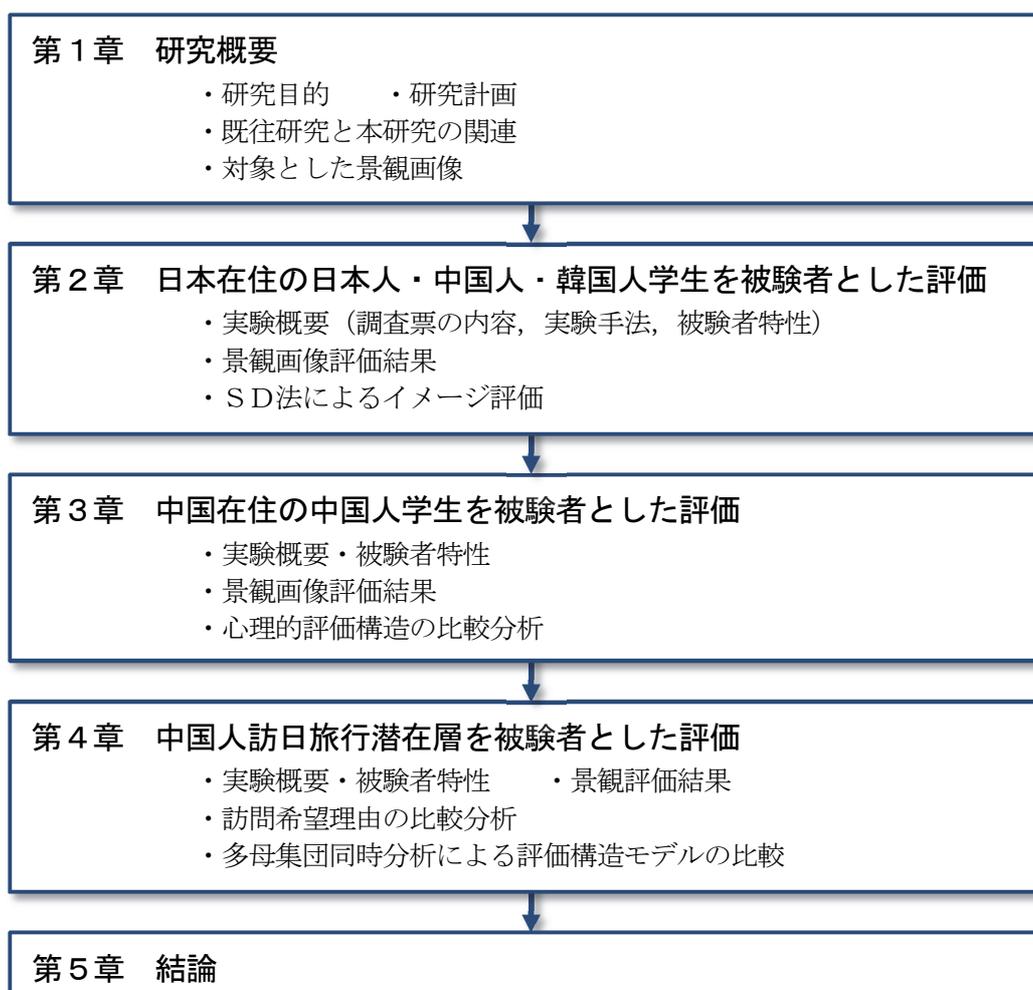


図1-2-1 研究フロー

1-3 既往研究と本研究の関連

観光研究は、溝尾²⁾の整理によると「他学問分野に比べ新しい学問であり、観光現象の量的拡大、それに伴う変化も著しいだけに、なかなか理論が定まらない」学問領域であり、既存研究領域の多くが重ね合わさった学際的、総合的な研究領域といえる。研究対象を観光地に絞った場合においても、例えば観光地イメージ (Tourism Destination Image (TDI)) に関する研究を外観したGallarzaら³⁾は、人類学、社会学、地理学、記号論、マーケティング等の各分野で観光地イメージの研究がなされてきたことが紹介されている一方、その複雑性・多層性や、観光客の行動シナリオを含むことなどからTDI研究の困難さを挙げているなど、観光研究の対象分野は多岐に渡る。

そのような状況の中、本研究では中国人観光客誘致の視点で、中国人の観光景観画像に対する評価傾向並びに訪日旅行潜在層内の市民と学生といった異なる世代間における評価構造の相違について把握することを目的としており、本研究に関連する既往研究は大きく分けて3種類に分けられる。1つ目は外国人の視点から日本の観光地を評価対象としている研究、2つ目は外国人の視点による景観の心理的評価に関する研究、3つ目は年齢や世代などの属性が異なる被験者の景観意識を比較した研究である。

1つ目の観光地を対象としている研究では、特定の都市や地域を対象に様々な出身国の訪日観光客について研究が行われており、小松ら⁴⁾は奈良市を訪問した外国人観光客を対象に調査を行い、どのような属性の観光客が奈良を訪れているのか、どのような観光行動をしているかといった実態や奈良市におけるソフト・ハード面の受入環境について把握している。その結果、欧米人は「歴史や文化鑑賞」「地元の人々と交流」を目的としているのに対し、アジアからの旅行者は「買い物」「温泉」「ハイキング」を目的としており、旅行者の属性により旅行目的が異なることなどを指摘している。また、韓国・中国・台湾からのツアー客を対象に山形県庄内地域の観光資源(温泉、食べ物、土産物、宿泊施設)の満足度を調査した山口の研究⁵⁾では、土産物に対する低評価傾向や、訪日経験のある観光客の評価が、ない者より低くなる傾向などを指摘している。これらの研究は観光地全般における観光客のニーズなどの現状把握や問題提起においては有益な知見であるが、観光地内の視覚体験について詳しく検討されている研究は少なく、そのニーズの把握には至っていないため、特に景観に着目した訪日観光客の嗜好は不明である。

次に景観の心理的評価に関する研究では、日中英在住の学生を被験者として、各国の河川景観画像を評価対象とした金ら⁶⁾⁷⁾の研究や中国人大学生と日本人大学生を被験者として、中国成都市と日本の東京都の街路の印象に与える空間的要因を把握した楊ら⁸⁾の研究が挙げられる。後者では、普段使用している街路に対してのアンケートを行い、街路景観の物理状況が評価者の「快適性」や「美しさ」などがどの程度影響するかを検討している。これらの研究では一般的な河川景観画像や各被験者がイメージした街路景観に対して評価を行っているが、観光資源が主たる視対象となり、それらが強い印象を与えるように意図された観光景観画像を用いた画像呈示実験の場合においても類似した結果となるかは不明であるため、検討が必要である。

最後に年齢や世代などの属性が異なる被験者の景観意識を比較した研究では、坪井ら⁹⁾の中国国内旅行者の景観に関する研究が挙げられる。この研究では中国国内旅行者の中国上海市の外灘地区

におけるウォーターフロント景観の評価とそこでの観光行動に着目している。被験者は共通して、外灘の象徴的景観として近代的な尖塔や建造物のある「浦東新区景観」を挙げる傾向があるものの、40～50歳代や60～80歳代に比べて、20～30歳代の若年層はやや「歴史的建築景観」を愛好するなど異なる年齢間での景観選好の相違を指摘している。しかしながら、この研究では、景観の選好傾向の把握を行っているものの、評価者間の詳細な評価構造の相違の把握までには至っていない。

以上のように観光景観に関する研究はみられるが、中国在住者(特に社会人)を被験者とした日本の観光景観画像に対する心理的評価に関する研究は少なく、また中国人の世代間の評価構造を比較した研究は少ない。したがって、本研究の意義は、広島観光景観画像に対して、留学生や中国在住学生、一般市民といった異なる属性間での詳細な心理的評価構造を把握する点、及び実際の訪日旅行者となり得る中国在住の一般市民の評価を得る点にあり、その結果を踏まえ、中国人旅行者の誘客に資する景観を明らかにする。

1-4 呈示画像の選定

本研究では広島県内の観光景観画像を用いた。呈示した全景観画像40枚を写真1-4-1に示す。これら40枚の景観画像は対象の多様性並びに一般性を確保するため、ガイドブックやパンフレット等に用いられる「広島県観光ホームページ」内のフォトギャラリーに掲載されていた全778種類の景観画像から評価対象として選定した。選定にあたっては、活動している人物や祭り、イベントなどの画像や画像に撮影場所が特定し得るシンボルや文字看板などの写りこんでいないものを基準に抽出し、これらを複数人でKJ法的分類により数グループに分類し、各グループ内で代表とする1枚を選定し、34枚の景観画像を得た。さらに、「広島県観光ホームページ」外より、観光対象となり得る、あるいは新たな観光資源となり得る近代的・人工的な景観を6枚(34)胡子大祭, 36)本通り, 5)お好み物語, 38)契島, 40)中工場, 35)平和大通り)^{注1-3)}を加え、最終的に40枚の景観画像を得た。

具体的な実験対象景観画像における被写体の内容は、瀬戸内海の多島や橋梁などが写る「海の景観」、夏山、冬山、棚田などの「山・農村の景観」、渓谷や滝などの「川・渓谷の景観」、チューリップ畑やひまわり畑、ラベンダー畑などの「花畑の景観」、三景園や縮景園などの「日本庭園の景観」、神社や寺、城などの「寺社仏閣の景観」、上下や竹原の街並みなどの「歴史的な町並みの景観」、商店街やビル街などの「都市的な景観」、建築物や工場などの「施設的な景観」などがある。



1: 竜王山からの眺め



2: 国営備北丘陵公園 コスモス畑



3: 世羅 チューリップ畑



4: 耕三寺博物館



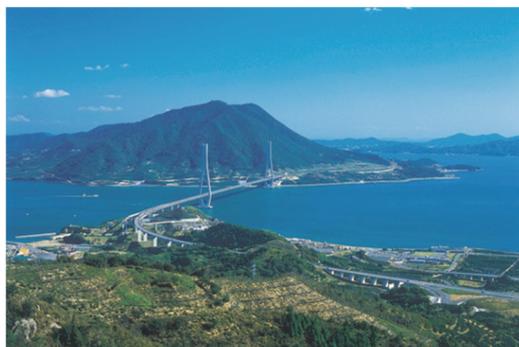
5: お好み物語(屋台村風)



6: 香山 ラベンダーの丘(ポピー)



7: 広島城



8: 多々羅大橋

写真1-4-1 (1~8)



9: 上下の町並み



10: 深入山(建物入)



11: 平和記念資料館



12: 佛通寺



13: 広島夜景



14: 君田 ひまわり畑



15: 厳島神社



16: 佛通寺(紅葉)

写真1-4-1 (9~16)



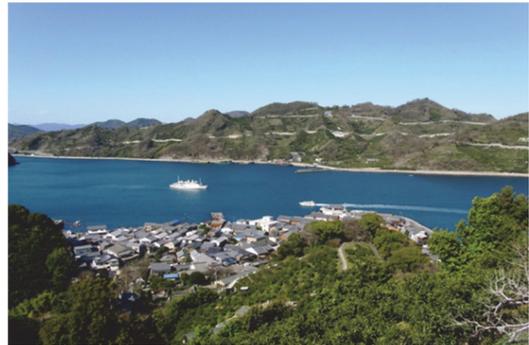
17: 竹原の町並み



18: 冬の深入山



19: 縮景園



20: 御手洗



21: 瀬戸田 未来心の丘



22: 弁天島



23: 三段峡 三段滝



24: 因島 除虫菊

写真1-4-1 (17~24)



25: 尾道水道



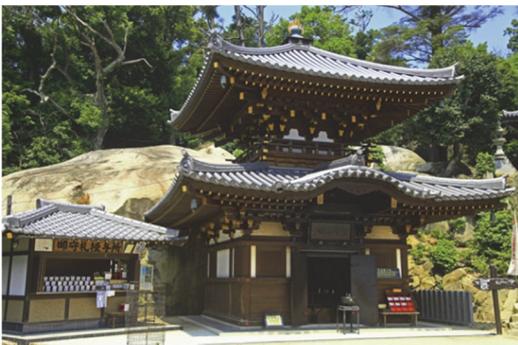
26: 三段峡 黒淵



27: 夏の深入山



28: 井仁 棚田



29: 宮島 不消火堂



30: 弥山頂上



31: 帝釈峡 雄橋



32: 御手洗の町並み

写真1-4-1 (25~32)



33: 三景園



34: 胡子大祭(えびす通り)



35: 平和大通り



36: 本通り



37: 黒滝山からの眺め



38: 契島



39: 白滝山からの眺め



40: 中工場

写真1-4-1 (33~40)

また、本研究では物理的特性により景観を分類し、整理した結果を用い、分析を行っている。分類は、まず景観の物理的特性として、建物や樹木などの写真を構成している要素の有無、また鳥瞰や仰瞰のような写真の撮影角度、さらには鮮やかさといった景観の色味などを検討した。『構成要素の有無』の18項目(「建物」「空」「樹木」「山」「水」「花」「石」「道」「歴史」「現代」「渓谷」「工場」「岩」「店」「海」「庭園」「町並み」「寺」)、『構図』の2項目(「鳥瞰景」「仰瞰景」)、『鮮やかさ』の各項目について、景観内に該当する項目がある場合は「1」、ない場合は「0」と主観的に判断し、数値化を行った(図1-4-1)。その後、これら特性値に基づき、距離尺度を平方ユークリッド距離、結合規則をWard法として、40枚の景観画像に対して階層型クラスター分析を適用し、人工的景観、伝統的景観、自然的景観の3グループに類型化し、さらに「商店」、「工場」、「現代建築」、「町並み」、「寺院」、「庭園」、「歴史建築」、「岩石」、「渓谷」、「海②」、「海①」、「山」、「花畑」の13グループに細分化した¹⁻⁴⁾。

グループ分けを行った結果を写真1-4-2に示す。

観光景観画像	撮影角度		構成要素															色味 鮮やか	クラスター分析 のグループ分け		
	鳥瞰	仰瞰	建物	樹木	山	水	花	石	道	歴史	現代	渓谷	工場	岩	店	庭園	町並み			寺	
1.竜王山からの眺め	*			*	*	*													*	10	海①
2.国営備北丘陵公園			*	*			*												*	13	花畑
3.世羅 チューリップ畑				*			*												*	13	花畑
4.耕三寺博物館			*					*		*									*	7	歴史建築
5.お好み物語(屋台村風)			*						*		*					*				1	商店
6.香山ラベンダー				*				*											*	13	花畑
7.広島城		*	*	*			*	*		*									*	7	歴史建築
8.多々羅大橋	*			*	*	*					*								*	10	海①
9.上下の町並み			*						*	*							*			4	町並み
10.深入山(建物入)		*	*	*	*														*	12	山
11.平和記念資料館			*	*						*									*	3	現代建築
12.佛通寺			*	*					*									*	5	寺院	
13.広島夜景			*							*									*	3	現代建築
14.君田 ひまわり畑				*	*		*												*	13	花畑
15.厳島神社			*			*			*										*	7	歴史建築
16.佛通寺(紅葉)			*	*						*								*	5	寺院	
17.竹原の町並み			*					*	*	*							*		*	4	町並み
18.冬の深入山		*		*	*														*	12	山
19.縮景園			*	*	*	*	*	*	*							*			*	6	庭園
20.御手洗	*		*	*	*	*	*	*	*										*	10	海①
21.瀬戸田 未来心の丘				*			*	*	*					*					*	8	岩石
22.弁天島			*	*	*	*	*	*	*					*	*				*	11	海②
23.三段峡 三段滝			*	*	*	*	*	*	*			*		*					*	9	渓谷
24.因島 除虫菊			*	*	*	*	*	*	*			*		*					*	13	花畑
25.尾道水道	*		*	*	*	*	*	*	*			*		*					*	11	海②
26.三段峡 黒淵			*	*	*	*	*	*	*			*		*					*	9	渓谷
27.夏の深入山		*	*	*	*														*	12	山
28.井仁 棚田			*	*	*														*	12	山
29.宮島 不消化堂			*	*					*									*	5	寺院	
30.弥山頂上							*	*	*					*	*				*	8	岩石
31.帯釈峡 雄橋				*		*	*	*	*			*		*					*	9	渓谷
32.御手洗の町並み			*					*	*								*		*	4	町並み
33.三景園			*	*		*	*	*	*							*			*	6	庭園
34.胡子大祭(えびす通り)			*					*	*		*				*				*	1	商店
35.平和大通り			*	*				*	*		*				*				*	3	現代建築
36.本通り			*					*	*		*				*				*	1	商店
37.黒滝山からの眺め	*		*	*	*	*	*	*	*				*	*					*	11	海②
38.契島			*	*	*	*	*	*	*		*		*						*	2	工場
39.白滝山からの眺め	*		*	*	*	*	*	*	*										*	11	海②
40.中工場			*							*			*						*	2	工場
合計	6	4	28	27	13	15	6	12	6	9	9	3	2	6	3	2	3	3	15		

図1-4-1 構成要素の抽出



写真1-4-2 景観グループの分類

第1章注

注 1-1) 2004 年より始まった訪日外国人旅行者数の増加を目的とした国や地方自治体、民間企業等の共同事業の総称。具体的には、韓国・台湾・中国等のアジア圏並びに米・英・仏等の欧米諸国、計 14 市場を重点市場とし、「現地消費者向け事業」「現地旅行会社向け事業」「在外公館等連携事業」「官民連携事業」「地方連携事業」が実施されている。本研究開始前年度の訪日外国人観光客数は 524 万人だったが、2013 年には 1,036 万人に達している。

注 1-2) 訪日観光客が日本各地を旅行する際には、各自治体のホームページの観光案内や観光ガイドブック等を参照することが想定され、その際、宣材として掲載されている各地域の観光景観画像が訪問意欲を喚起させる材料の一つになると考えられる。本研究では得られた知見が上記のホームページやガイドブック等の魅力の向上にも活用されることを意図している。

注 1-3) 当初、選定した景観には自然的な景観や伝統的な景観が多く、観光対象となり得る、あるいは新たな観光資源となり得る近代的・人工的な景観を加える必要があると考え、比較対象として 34) 胡子大祭、36) 本通り、5) 好み物語、38) 契島、40) 中工場、35) 平和大通りを加えた。

注 1-4) 画像分類における特性値はカテゴリー変数であるため、平方ユークリッド距離を用いたクラスター分析の適用には支障がある。また、本分類では『構成要素の有無』の抽出項目数が多く、『構図の違い』『鮮やかさの有無』の項目数が少ないため、結果が『構成要素の有無』に大きく依存するという問題もあったが、得られた結果は各画像の特徴をよく表しており、考察を進める上で有用であると判断したため採用することとした。

第2章 日本在住の中国人・日本人・韓国人学生を被 験者とした評価

- 2-1 はじめに
- 2-2 実験概要
- 2-3 景観画像評価結果
- 2-4 SD法によるイメージ評価
- 2-5 おわりに

2-1 はじめに

本章では、広島県内の観光地の景観画像(提示画像)に対する外国人による心理的評価を把握し、国籍、性別、年齢、価値観といった個人属性ごとの評価構造のあり方を明らかにするため、日本人学生、日本在住の中国人及び韓国人留学生を被験者として実施した心理的評価実験の結果述べる。中国人留学生の評価を中心に、日本人学生との比較により外国人視点による評価傾向を明らかにするとともに、韓国人留学生との比較により国籍の違いによる評価の違いについても検討を行う。

2-2 実験概要・被験者特性

(1) 調査票の内容

実験で用いた回答票(中国人被験者用)の主な内容を表2-2-1に示す。

回答票は大きく以下の3つの部分に分類される。フェイスシート(1)では被験者の旅行頻度・経験、日本に対する知識・関心などについて尋ねた。フェイスシート(2)では被験者の性別、年齢などの個人特性や価値観^(注2-1)を尋ねた。景観評価シートでは各景観画像に対する被験者の総合的な評価や心理的なイメージを尋ねた。

表2-2-1 調査票の内容(中国人被験者用)

フェイスシート(1)		
評価概要	評価段階/方法	評価内容
旅行頻度	番号選択	1)月に1回以上-6)ほとんど行かない
旅行経験場所	自由記述	印象に残っている旅行先(最大3つまで)
中国国内 ★希望する旅行スタイル	番号選択・自由記述	
旅行 交通手段・同伴者・時期・期間	番号選択・自由記述	
★旅行目的	8項目(複数選択可)	1)観光名所訪問 2)買い物 3)食事 など
今後の旅行希望場所	自由記述	今後行ってみたい旅行先(最大3つまで)
★旅行頻度	番号選択	1)月に1回以上-5)ほとんど行かない
旅行経験場所	自由記述	印象に残っている旅行先(最大3つまで)
★希望する旅行スタイル	番号選択・自由記述	
海外旅行 交通手段・同伴者・時期・期間	番号選択・自由記述	
★旅行目的	8項目(複数選択可)	1)観光名所訪問 2)買い物 3)食事 など
日本への旅行希望	番号選択	1)興味がある - 4)興味はない
今後の旅行希望場所・目的	自由記述	日本・日本以外の国外それぞれの旅行先及び旅行目的
日本に対する知識や関心	4段階尺度	日本に対する知識・関心の程度
	9項目(複数選択可)	日本に対して知識・関心のある項目
★日本の知識をどのように得ているか	5項目(複数選択可)	1)本や雑誌 2)テレビ 3)インターネットなど
景観の嗜好	4項目5段階尺度	現代-歴史、自然-人工、母国-異国など
景観評価シート		
評価概要	評価段階/方法	評価内容
場所の認識	4段階尺度	1)知っている - 4)知らない
総合的評価	4項目4段階尺度	訪問希望、関心、日本らしさなど
SD法によるイメージ評価	13項目4段階尺度	魅力のある-魅力のない、好きな-嫌いななど
訪問希望の理由	13項目4段階尺度 または自由記述	魅力のある-魅力のない、好きな-嫌いななど
フェイスシート(2)		
評価概要	評価段階/方法	評価内容
個人属性	自由記述	性別、年齢、職業、世帯収入、家族構成など
価値観	12項目4段階尺度	協調-独自、自然-都市、精神-物質など

★部分は中国在住者の実験時に新たに追加した項目を指す(第3～4章記載)

フェイスシート(1)は、被験者がこれまでにどのような旅行経験を有し、今後どのような旅行を望んでいるかを把握するために国内外における「旅行の頻度」や「旅行経験場所」、「旅行希望場所」などを尋ねた項目、また日本の景観を対象としていることから日本に対する知識や関心の有無や知識や関心のある事項について尋ねた項目、また、被験者の景観嗜好を尋ねた項目などにより構成されている。

景観評価シートでは、各景観に対して、場所の認識(呈示景観画像の場所が分かるか)、『訪問希望の有無(実際に呈示景観画像の場所へ行ってみたいか)』、『関心の有無(呈示景観画像の場所に関心があるか)』、『日本らしさの有無(呈示景観画像の場所が日本らしいと感じるか)』、『母国らしさの有無(呈示景観画像に似た景観が母国にあるか)』を評価する総体的評価4項目、「魅力のある - 魅力のない」や「好きな - 嫌いな」などのSD法によるイメージ評価13項目を4段階尺度^{注2-2)}で回答させた。また、景観評価シートの最後には総体的評価項目の『訪問希望の有無』を決めた理由について尋ねた訪問希望理由項目がある。訪問希望理由項目は訪問したい或いは訪問したくないと評価した理由が13形容詞対の中にある場合はその形容詞対の番号を記入させ、ない場合は自由記述としている。なお、1景観について1枚のシートにて回答をさせるが、評価の偏りを防ぐために13形容詞対の表示順をランダムにしたシートを40パターン作成し、被験者ごとに異なる組み合わせとしている。

最後にフェイスシート(2)では、性別、年齢、出身地、世帯年収、職業などの個人属性について問う項目になっている。

なお、第4章で述べる中国人一般市民を対象とした調査における質問項目は、中国人学生の結果と比較を行うため、概ね同じ項目となっているが、一般市民は学生に比べて旅行経験が豊富であることが想定されたため、海外旅行に関する項目と国内外旅行の目的等を追加している。(表中★部分)

中国人学生並びに中国人留学生に用いた回答票は、日本人学生の回答票を中国語に適宜翻訳したものである^{注2-3)}。

(2) 実験手法

実験は、広島大学へ留学中の韓国人11名、中国人90名を被験者として2010年12月3日(金)～12月6日(月)に広島大学において実施したのち、広島修道大学へ留学中の韓国人15名を被験者として同年12月21日(火)に広島留学生会館にて実施した。更に広島大学に在学する日本人学生を被験者として2011年4月21日～28日に実施した。被験者数は韓国人26名、中国人90名、日本人127名であった。

実験手順としては、はじめに諸注意を与えた後に、個人の価値観、性格、旅行に関する個人の経験・嗜好それぞれを問うシートに順に記入を求め、被験者全員が記入を終えてから40枚の観光景観画像について心理的評価^{注2-4)}を求め、最後に氏名、年齢などの個人情報を問うシートに対して記入を求めた^{注2-5)}。被験者には撮影場所等の呈示画像に関する詳細情報は明示せず、被験者が呈示画像の場所を知っている場合には、場所名称の記入を求めている。

景観画像は液晶プロジェクターによりスクリーン上に映写することによって呈示したが、全19回の実験それぞれで呈示順を変更した。実験時間は1時間15分～30分程度であった。

(3) 被験者の特性

被験者の属性をみると（図2-2-1），性別は韓国人，中国人では女性の方が多く，日本人は男性がやや多い。年齢は，学生を対象としていることから，ほぼ20～25歳となっている。所属学部は，文系，理工系，総合科学系に分けた場合，韓国人，中国人では文系がやや多いのに対し，日本人では文系が1割未満と少なく，理工学系が半数以上を占める。韓国人，中国人の日本での居住年数は，半年以内の回答者が韓国人，中国人ともに4割を超えて最も多くなっている。

観光景観としての価値には，被験者にとって馴染みのある景観かどうかことが重要となる。基本的な認識として，母国の景観と日本の景観を比較した場合の類似性について尋ねた結果を図3に示す。これより，韓国人は9割以上が似ていると回答しており，母国と日本の景観にあまり違いがないと感じていることがわかる。これに対し中国人では母国の景観に似ていると回答した者の割合はおおよそ5割に留まっている。

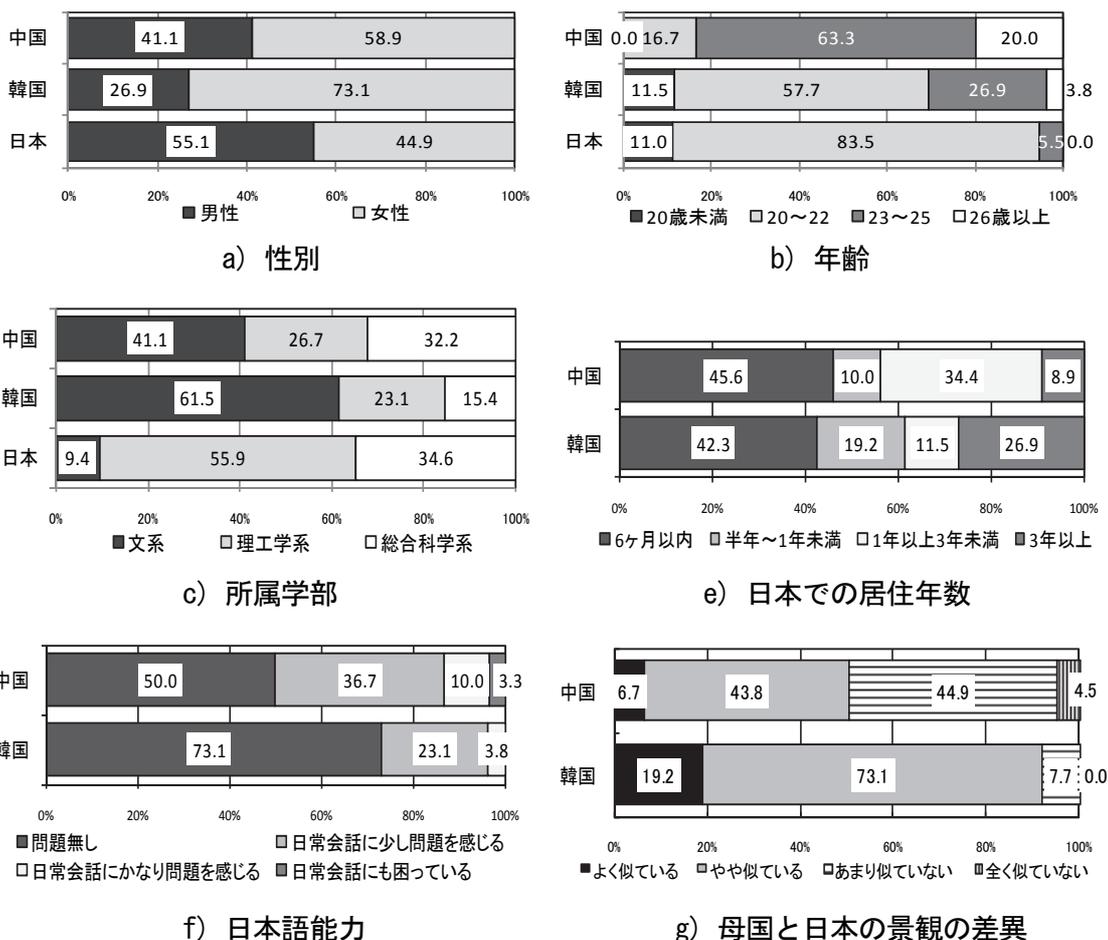


図2-2-1. 被験者の属性，母国と日本の景観の差異

2-3 景観画像評価結果

40枚の観光景観画像に対して、3グループの被験者それぞれが「訪問希望の有無」「日本らしさの有無」を評価した結果について、平均評価得点プロファイルを図2-3-1に示す。なお平均評価得点は、被験者ごとの4段階尺度の回答に対し、回答間の評価間隔が均等になるよう+3～-3の評価得点を付与し、平均評価得点を算出している。

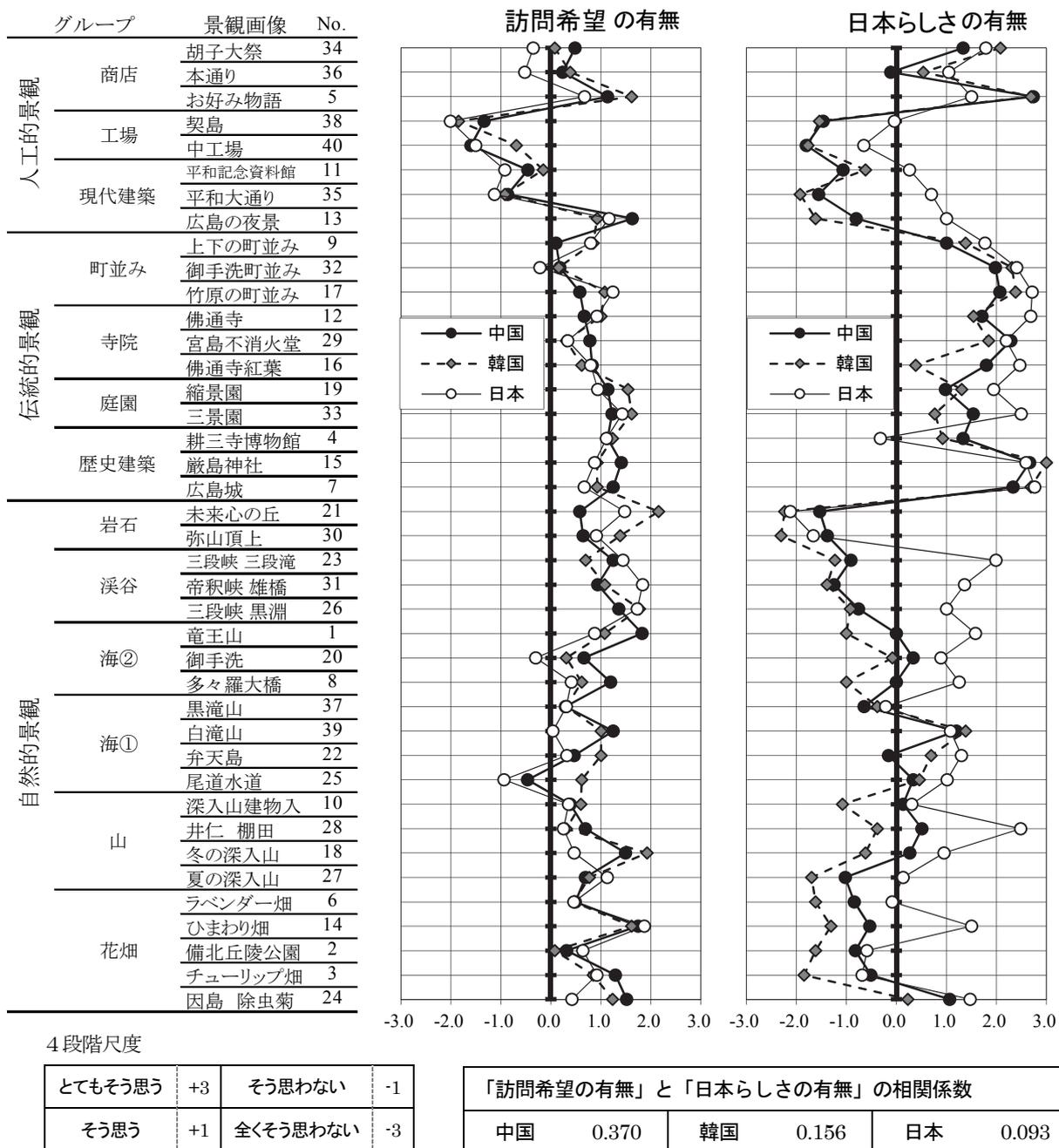


図2-3-1. 景観画像別平均評価得点

「訪問希望の有無」では、3グループとも概ね類似した傾向を示しており、工場景観や現代建築景観は低く評価されている。中国人の評価が最も高かったのは1)の竜王山から見た瀬戸内海の景観であり、海②の景観グループは韓国、中国よりも高評価となっている。その他、上位から14)ひまわり畑、13)広島夜景、24)除虫菊、18)冬の深入山、15)厳島神社と続いており（写真2-3-1）、視界の広いカラフルな景観と都市的景観である夜景及び観光名所の評価が高くなっている。

中国人の評価について韓国人の評価と比較すると、韓国人が高く評価している岩石景観について、中国人の評価は低く、特に白い大理石で構成される景観である21)では韓国人の評価と比べて約1.5ポイント低い評価となっている。



1: 竜王山からの眺め 1.822



14: 君田 ひまわり畑 1.742



13: 広島夜景 1.622



24: 因島 除虫菊 1.511



18: 冬の深入山 1.489



15: 厳島神社 1.404

※枠内は中国人の平均評価点 (+3~3) , 上位6景観を表示

写真2-3-1 中国人留学生の「訪問希望の有無」の評価が高い景観

中国人と日本人の評価差(図2-3-2)をみると、39)白滝山、24)除虫菊、18)冬の深入山では差が1点以上と大きくなっている。除虫菊は日本人にとって日常的な風景と言え、日本人の訪問希望を喚起するには至っていない。次いで、20)御手洗、1)竜王山が挙がっており、両者とも瀬戸内海の風景であり、因島、白滝山を合わせ、瀬戸内海景観は日本人が「行ってみたい」と思う以上に、中国人が「行ってみたい」と感じる場所となっている(写真2-3-2)。また、31)帝釈峡は中国人より日本人の訪問希望が高い景観となっているなど、景観の捉え方に差異が見られる。



※枠内は「中国人平均評価点」－「日本人平均評価点」，差が大きい6景観を表示

写真2-3-2 中国人と日本人の訪問希望評価の差が大きい景観

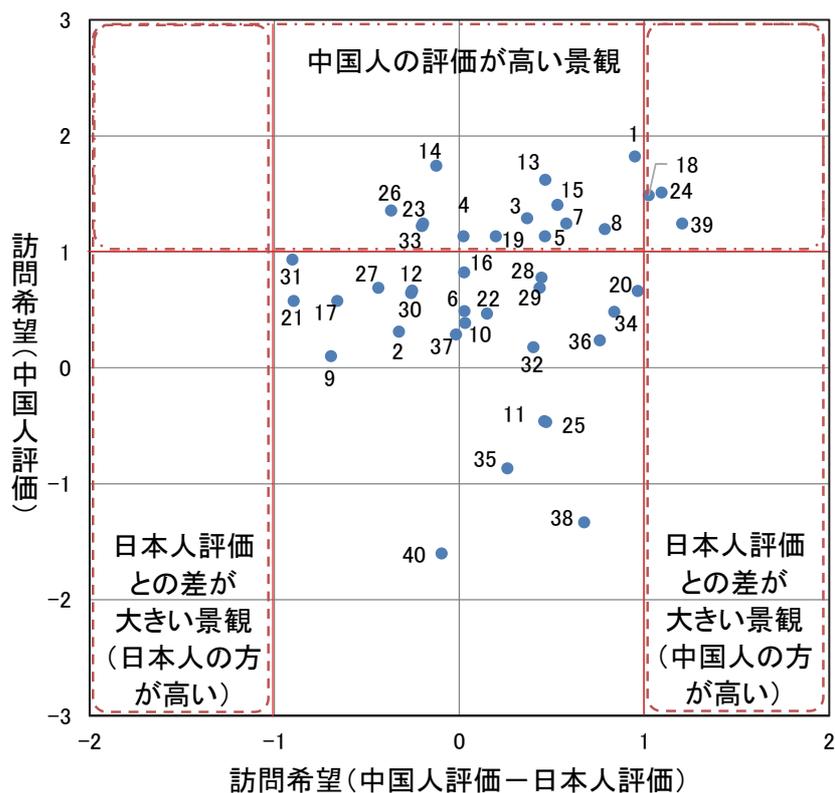


図2-3-2. 中国人の「訪問希望」評価分布

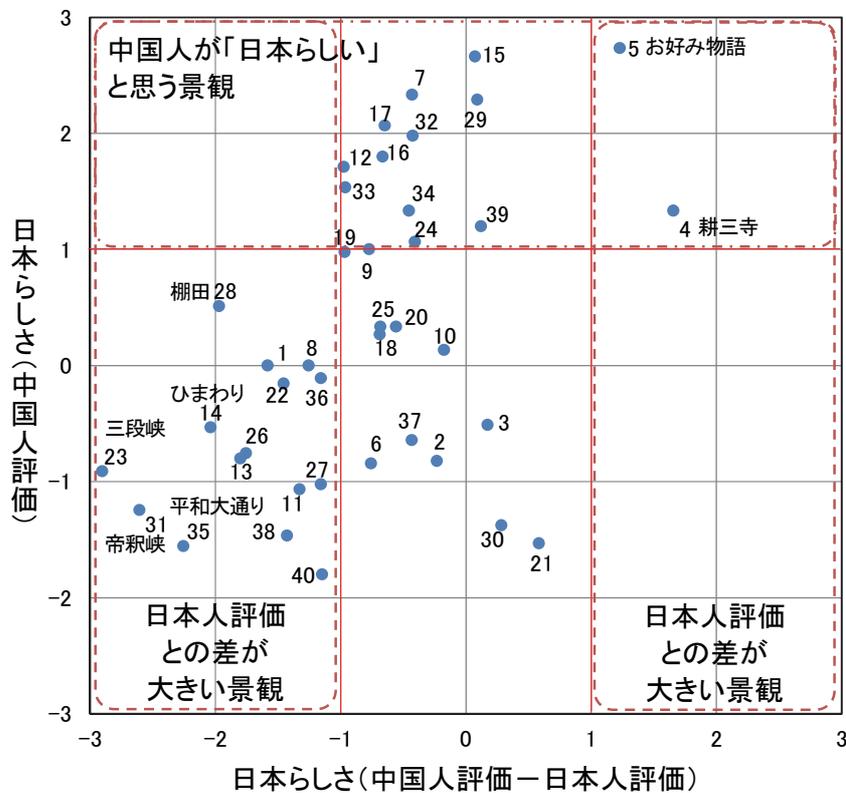


図2-3-3. 中国人の「日本らしさの有無」評価分布

次に、図2-2-1に示している「日本らしさの有無」では、全体的に日本人は評価が高く、中国人の評価は低くなっている。中国人が「日本らしさが有る」と評価している景観は、町並み、寺院、庭園、歴史建築など伝統的景観であり、工場や現代建築、自然的景観は「日本らしさが有る」と評価していない傾向がみられる（上位6画像を写真2-3-3に示す）。また、図2-3-3の日本人と中国人の評価差が大きい景観としては23)三段峡や31)帝釈峡などの渓谷景観や、35)平和大通り等の現代建築が挙げられる他、28)棚田景観、14)ひまわり畑等は日本人が「日本らしさが有る」と評価するものの、中国人はあまりそう思わない景観もあるなど、日本人との中国人の違いがみてとれる。



5: お好み物語(屋台村風) 2.733



15: 厳島神社 2.663



7: 広島城 2.333



29: 宮島 不消火堂 2.289



17: 竹原の町並み 2.067



32: 御手洗の町並み 1.978

※枠内は中国人の平均評価点，上位6景観を表示

写真2-3-3 中国人が「日本らしさが有る」と評価する景観

日本人被験者に対しては各画像が「中国人・韓国人に好まれそうか」を聞いており、その結果と中国人「訪問希望の有無」の関係を図2-3-4に示す。両者の間には正の相関がみられ、日本人が思う中国人・韓国人の好みは、中国人の訪問希望に概ね一致していると考えられるが、前述の通り中国人の訪問希望が高い景観としてカラフルな自然景観が挙げられており、1) 竜王山, 13) 広島市の夜景, 24) 除虫菊, 18) 冬の深入山等、日本人の意識とは異なる傾向がみられる景観も含まれることに留意が必要である。

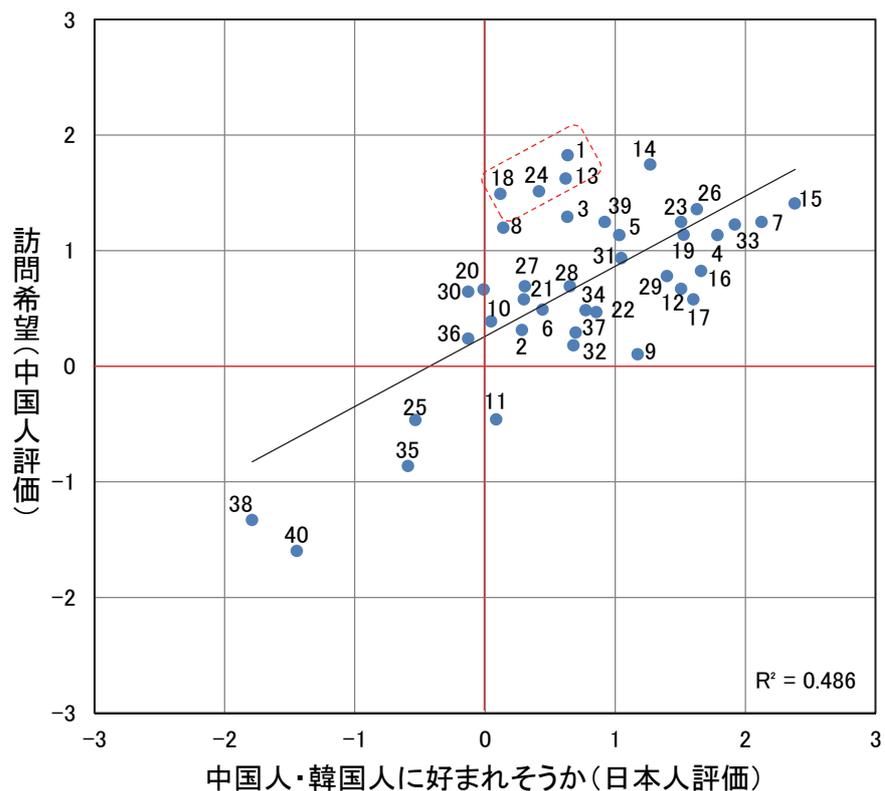


図2-3-4. 中国人「訪問希望」と日本人「中国人・韓国人に好まれそうか」の関係

2-4 SD法によるイメージ評価

(1) 因子分析結果

評価画像ごとにSD法によるイメージ評価として13形容詞対に対する評価を行い、4段階尺度で得られた回答に+3～-3の得点を付与した。この韓国人、中国人、日本人の統合データに対して、主因子法、バリマックス回転による因子分析を適用した結果を表2-4-1に示す。第1因子は「特別な—普通な」「特徴のある—特徴のない」の因子負荷量が高いことから「固有性」と解釈できる。また、同様に第2因子は「美しい—醜い」「不調和な—調和した」「雑然とした—整然とした」などの美的な印象に関する形容詞対の因子負荷量が高いことから「快適性」、第3因子は「農村的な—都会的な」「伝統的な—革新的な」の因子負荷量が高いことから「伝統性」、第4因子は「のびのびした—窮屈な」や「開放的な—閉鎖的な」の開放感に関する形容詞対の因子負荷量が高いことから「開放性」とそれぞれ解釈される。

表2-4-1 因子分析結果

	因子			
	1 固有性	2 快適性	3 伝統性	4 開放性
1 魅力のある—魅力のない	.574	.545	.206	.200
2 特徴のある—特徴のない	.799	.120	.122	.091
3 好きな—嫌いな	.387	.670	.234	.237
4 伝統的な—革新的な	.135	.173	.591	-.012
5 洗練された—やぼったい	.478	.462	-.052	.135
6 開放的な—閉鎖的な	.144	.228	.051	.704
7 のびのびした—窮屈な	.145	.382	.311	.677
8 農村的な—都会的な	.047	.036	.838	.273
9 雑然とした—整然とした	-.183	-.427	.000	-.075
10 不調和な—調和した	-.155	-.534	-.146	-.138
11 馴染みのある—馴染みがない	-.097	.383	.050	.128
12 特別な—普通な	.836	.114	.115	.101
13 美しい—醜い	.376	.619	.271	.335

(2) 平均因子得点による評価傾向

統合データによる因子分析結果に基づいて因子得点を算出し、国別に各景観画像に対する平均因子得点を算出した。「固有性」「快適性」「伝統性」「開放性」についてのプロファイルを図2-4-1に示す。

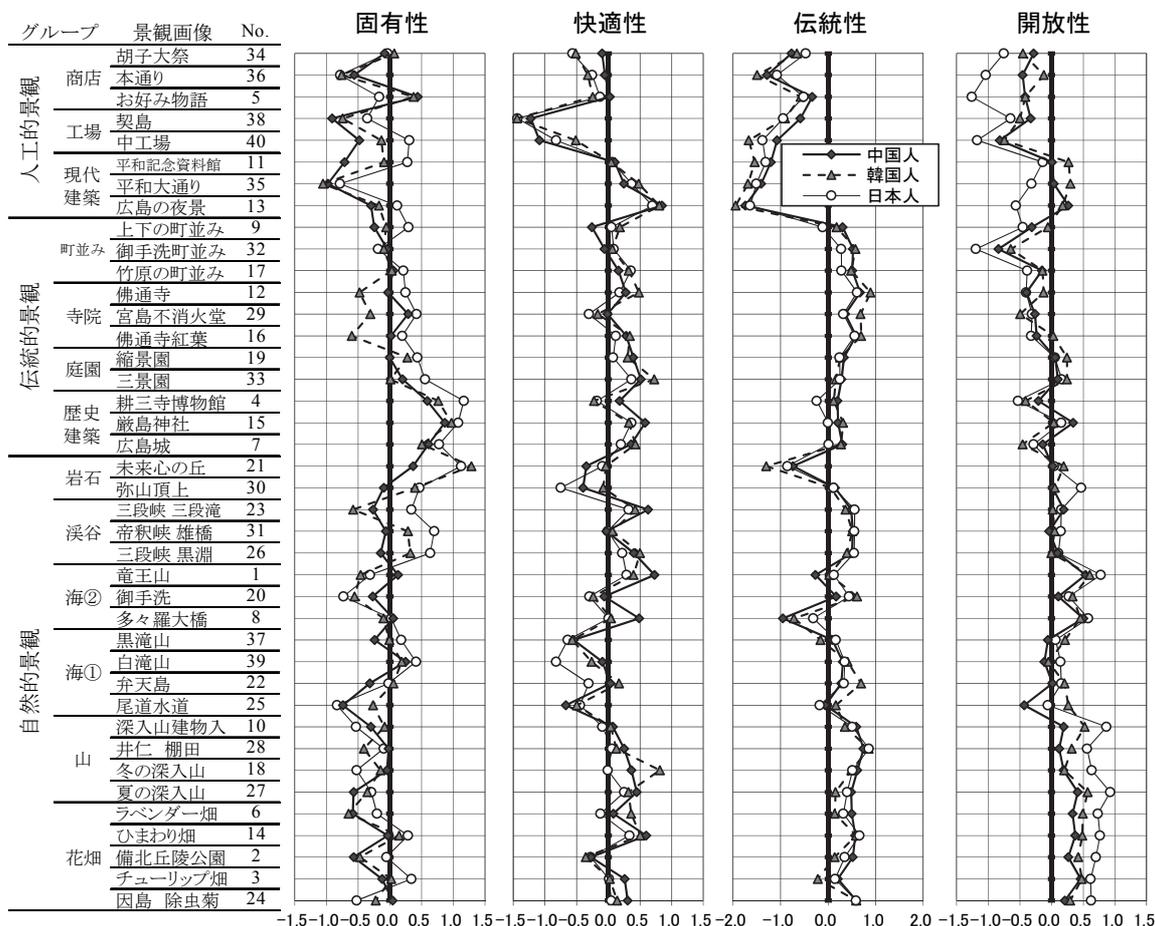


図2-4-1 景観画像別平均因子得点

これより、第1因子「固有性」では、中国人、韓国人、日本人の三者に共通して高く評価される景観としては伝統的建築が挙げられるが、寺院景観のみ韓国人の評価が低い。伝統的建築は、広島県内の観光景観として極めて特徴的であり、一般に広く周知された景勝でもあるため固有性の評価が高いが、寺院景観は韓国も同様の景観があり固有性が低いと考えられる。逆に共通して低く評価された景観としては、人工的景観の多くが挙げられ、地域固有の象徴的な事物に乏しい都市景観については、特徴のある景観としては捉えられていないことが理解される。また、日本人は中国人や韓国人と比べて、伝統的景観や渓谷景観をより高く評価する傾向がみられる。

第2因子「快適性」では、中国人、韓国人、日本人の三者に共通して高く評価される景観として自然が豊富な景観や高所からの眺望景、日本的な庭園などが挙げられている。また、低く評価される景観としては、人工的な景観、建物内の景観などが挙げられている。

次に、第3因子「伝統性」では、中国人、韓国人、日本人の評価傾向に大きな違いはみられない。伝統的景観のうち町並み、寺院、自然景観のうち渓谷、山、花畑が伝統的と評価されている。また、伝統的景観の町並みや寺院など、一般に伝統的と評価される景観の多くを中国人や韓国人ほど日本人は評価していない。

第4因子「開放性」も「伝統性」と同様に3グループ間で評価傾向に大きな違いはみられないが、中国人、韓国人に比べ日本人は、自然的景観のうち山や花畑の景観をより高く、反対に人工的景観をより低く評価する傾向がみられる。特に13) 広島夜景などの現代建築の景観については、韓国人、中国人と日本人との評価差が著しく、開放性については評価基準が一部で異なる可能性が指摘できる。

(3) 平均評価得点と平均因子得点の関連

「訪問希望の有無」「日本らしさの有無」の2項目の評価と、SD法イメージ評価結果より得られた4因子との相互関連について検討する。40種の景観に対する2種の項目の平均評価得点と4因子の平均因子得点による相関係数行列を表2-4-2に示す。

「訪問希望の有無」では、いずれの被験者グループにおいても固有性と快適性で相関がみられるが、韓国人は固有性が優位であるのに対し、中国人と日本人は快適性が優位となっている。また、韓国人の評価においては伝統性や開放性との相関はあまりみられないが、中国人では開放性に、日本人では伝統性においても、それぞれ相関がみられる。

一方、「日本らしさの有無」では上記2項目とは傾向に違いがあり、韓国人は開放性において負の相関がみられ、古い町並みなど「窮屈な」「閉鎖的な」景観を「日本らしさが有る」と評価している一方、自然景観など「開放的な」景観は「日本らしさが無い」と評価している。また、中国人は固有性、日本人は快適性においてそれぞれ相関がみられるなど、出身国によって相関がみられる因子が大きく異なる。

表2-4-2 平均評価得点と平均因子得点の相関係数

		因子			
		1 固有性	2 快適性	3 伝統性	4 開放性
訪問希望 の有無	中国	0.670	0.793	0.386	0.575
	韓国	0.608	0.575	0.378	0.254
	日本	0.548	0.605	0.525	0.392
日本らしさ の有無	中国	0.679	0.279	0.365	-0.269
	韓国	0.256	0.016	0.352	-0.514
	日本	-0.021	0.463	0.350	-0.189

±0.00～ ±0.20	±0.20～ ±0.40	±0.40～ ±0.70	±0.70～ ±1.00
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

(4) 景観の物理的特性と心理的評価との関連

景観の物理的特性と心理的評価との違いを検討する。各国の平均因子得点に対して、説明変数を13 景観グループ、外的基準を固有性～開放性の4因子とし、数量化I類を適用して得られたカテゴリースコアを図2-4-2に示す。

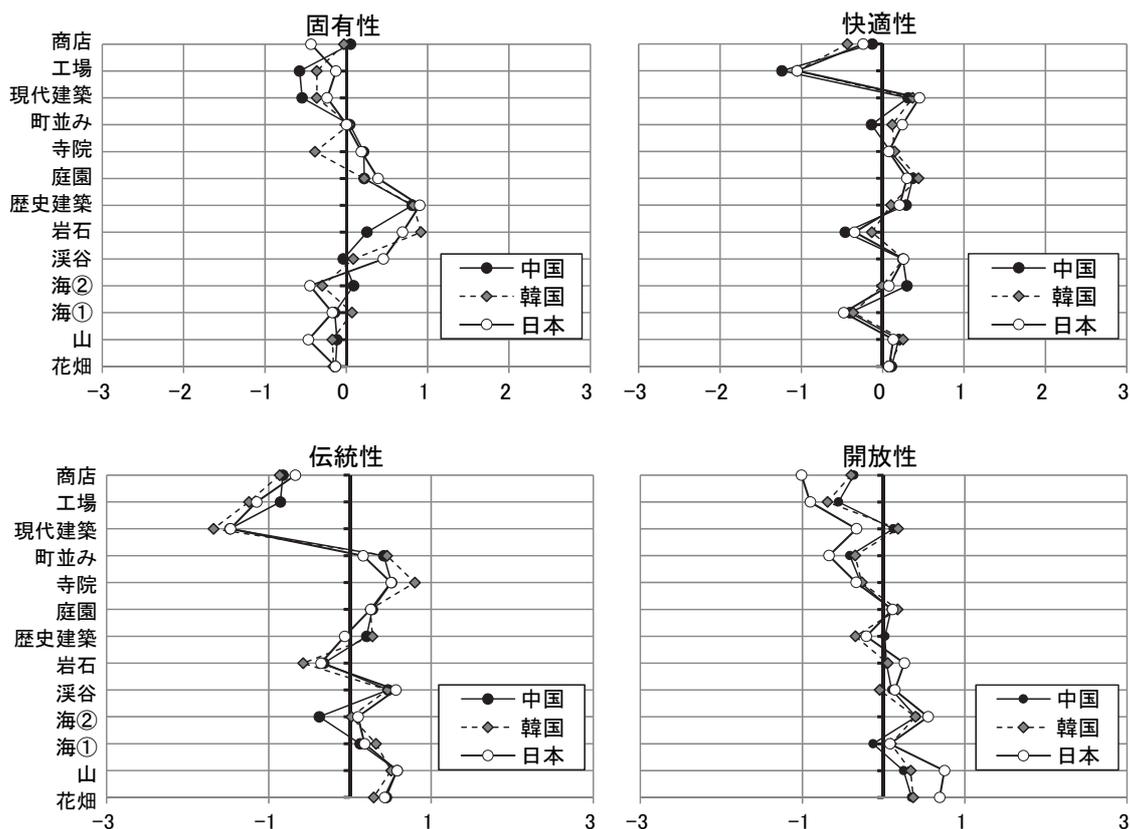


図2-4-2 因子別カテゴリースコア

第1因子の固有性では「海②」で、韓国人と日本人は中国人と異なり、カテゴリースコアが負側の値をとる。また、「溪谷」では日本人のみ正側の値をとり、「岩石」では全ての被験者グループで正側の値をとるものの、中国人の値はかなり低い。また、「寺院」では韓国人のみが負の値となっており、韓国でも同様の景観があり、ありふれた景観と捉えていると考えられる。また、「商店」では日本人のみが大きく負の値をとっており、日常的な景観と認識していると考えられる。以上の結果から、固有性においては、出身国によってそれぞれ景観グループに対する捉え方が異なり、評価基準が被験者グループ間で一貫していないことが確認できる。

一方、第2因子の快適性や第3因子の伝統性においては、被験者グループ間にそれほど大きな差は見られない。伝統性において韓国人の「寺院」の評価は正の評価であることから、「寺院」景観を伝統的と評価しているが、固有性として捉えていないことがわかる。

最後に、第4因子の開放性については、中国人と韓国人の間にはほとんど大きな差は認められず、両国間で開放性に対する評価基準は類似しているといえるが、日本人は「花畑」「山」「町並み」「現代建築」「商店」などにおいて、他国の被験者グループより正負に数値が大きく分かれており、景観グループの違いによって評価が決定される傾向がより強いと予測される。

まとめると、各景観グループに対して、快適性や伝統性などでは出身国による違いはあまり見られず、共通した認識が確認できた。一方、固有性や開放性においては出身国によって評価における捉え方が異なる景観があり、日常的に接する機会の少ない景観に対してより特徴的と評価するなど、出身国によって日常的な景観が異なることが要因として挙げられる。また、開放感・閉鎖感に関する認識の被験者グループ内での共通性に違いがあり、母国での居住環境、生育環境による差があるものと考えられる。

2-5 おわりに

以上、広島県の観光景観画像に対する中国人の評価傾向について、韓国人、日本人と比較して示した。以下に得られた知見を4点述べる。

- ①中国人の「訪問希望の有無」の評価が高い景観画像としては、瀬戸内海、花畑、夜景、雪山等の広がりがある景観画像が挙げられている。因子分析から、中国人の「訪問希望の有無」の評価は、快適性、固有性、開放性で決定されており、海の青、ひまわり畑の黄色、除虫菊の白、夜景の光、雪山の白など、一面に広がる同一色を美しい、調和のある景観画像と捉え、開放性と合わせ「訪問希望が有る」と評価していることがわかる。日本人と比較した際の評価差が大きい画像として、除虫菊等、日本人には日常的な景観として捉えられる景観画像が挙げられ、日本人の評価との差異が見られる。
- ②「訪問希望の有無」と「日本らしさの有無」の評価における相関は、韓国人、日本人では相関がないのに対し、中国人では弱い相関がみられる。中国人の「日本らしさの有無」は固有性で決定されており、厳島神社や広島城等の固有性が正の評価となっている景観について「日本らしさがある」と評価し、「訪問希望が有る」と評価している。しかし、花畑景観や溪谷景観等、日本らしさは負の評価であるが訪問希望が正の評価となっているものもあり、「日本らしさがある」評価が「訪問希望が有る」評価に直結していないことが重要な示唆として考えられる。
- ③自然景観の「日本らしさの有無」の評価について、日本人は概ね正の評価となっているが、中国人と韓国人は負の評価となっており、国間の評価に大きな差異がみられる。その要因の一つとして、本研究では広島県の景観画像を評価対象としている点が挙げられる。広島県の自然景観としては、島しょ部が多い瀬戸内海や比較的なだらかな山並みが続く中国山地などの特徴があるが、日本の自然景観のアイコンとして表現される富士山のような景観ではなく、中国、韓国の自然景観との類似性が見られたと考えられる。
- ④中国人と韓国人の差異をみると、中国人は韓国人に比べ、湖のような瀬戸内海を俯瞰した海②景観の画像を「訪問希望が有る」と評価する傾向にあり、それらの景観画像は快適性の評価が高くなっている。中国人は、快適性として夜景や多島美などの評価が高くなっているが、韓国人は快適性として夜景のほか、日本庭園や雪山を評価しており、快適性に関する認識の差異が表れている。

中国からの訪問を促進するため、観光冊子等において日本らしい景観画像を提示する機会が多いと考えられるが、本章では、中国人は花畑や瀬戸内海景観等の同一色の広がりのある自然景観画像を「訪問希望が有る」と評価する一方、自然景観画像に対して「日本らしさがある」と評価していないことが明らかとなった。そのことから、中国からの観光客誘致において「日本らしさ」を重視することよりも、中国人の評価特性に見合った特徴的な景観画像を重視する必要があるといえる。

本章では、被験者として留学生を対象にしているが、留学生の場合、日本に対する知識や経験が評価を向上させると想定されることから、次章においては日本在住経験のない中国人学生に対しても同様の結果がみられるかを検証する。

第2章注

注2-1) 価値観の項目、日本に対する知識・関心についての項目等の内容の詳細は文献¹⁴⁾¹⁵⁾を参照されたい。

注2-2) 当初、5段階尺度を用いて評価を求める予定であったが、中間の選択肢に回答が集中することを回避し、相反する項目のいずれか一方に回答させることを意図し、中間の選択肢を除外し、4段階尺度とした。なお、宗方ら¹⁶⁾が評価尺度の段階数が異なる場合、7～3段階では大きな差は生じないと指摘していることも考慮した。

注2-3) 中国人学生並びに中国人留学生、全ての被験者が日本語を完全に理解できるとは考えられないため、複数の翻訳家に委託し、両被験者グループ用に適切に中国語(簡体字)に翻訳し、中国語と日本語で意味内容が大きく変わらないよう留意した回答票を使用した。

注2-4) 景観評価実験ではまず、被験者に画像を5秒間観察させ、その後、評価項目に回答させた。回答中も画像の呈示は継続し、全被験者の回答終了を確認後、次の画像を呈示し、同様の手順を繰り返した。評価は1枚につき、平均2分弱程度、景観評価40枚で約70分を要した。

注2-5) フェイスシート(1)では、国内外における旅行の経験や今後の旅行で行きたい場所・そこでしたいこと等の旅行に関する項目、また日本への知識や関心の有無について尋ねており、これらの項目は景観評価の影響を受けることが予想されたため、評価前に回答させた。一方、フェイスシート(2)では性別や年齢等の個人特性と価値観を尋ねているが、景観評価の影響は少ないと考えられたこと、個人情報に近いことから回答に抵抗が生ずるおそれがあることを考慮し、評価後に回答させた。

第3章 中国在住の中国人学生を被験者とした評価

- 3-1 はじめに
- 3-2 実験概要・被験者特性
- 3-3 景観画像評価結果
- 3-4 心理的評価構造の比較分析
- 3-5 おわりに

3-1 はじめに

2章では中国人留学生と韓国人留学生・日本人学生の評価比較を行ったが、中国人留学生は広島地域に在住していることから、居住地周辺への興味や関心を有し、広島の名所や観光地を既に多く訪問していることが予想される。

本研究で呈示している観光景観への評価には、そのような経験による影響が現れやすいと想定されるため、新たに中国大連市在住の中国人学生を被験者として心理的評価実験を行い、中国人留学生と中国人学生の結果を比べることにより、日本や広島に関する知識・経験の影響について考察する。

3-2 実験概要・被験者特性

(1) 実験概要

中国大連市在住の中国人学生を被験者として実施した心理的評価実験は、中国人留学生の結果と比較・検討を行うため、2章の実験時と同様の手順・条件となるよう配慮して行った(2-2参照)。実験の日程を表3-2-1、実験室の概要を図3-2-1に示す。中国人学生は2012年09月16日～18日に、大連民族学院並びに大連理工大学の学生94名に対し、両大学内の講義室にて実施した。

表3-1-1 実験日程

実験日	対象者			場所
2012年 9月16日～18日	大連理工大学 在学中 大連民族学院 在学中	中国人学生	94名	大連理工大学内講義室 大連民族学院内講義室
(比較対象)				
2010年12月 3日～6日	広島大学 留学中	中国人留学生	90名	広島大学内講義室
2011年 4月21日～28日	広島大学 在学中	日本人学生	127名	広島大学内講義室

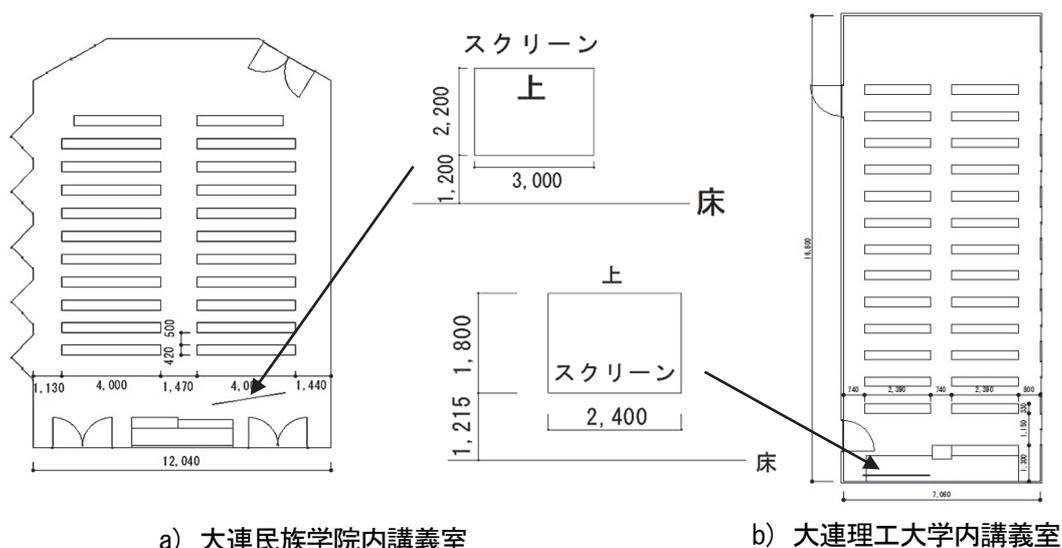


図3-2-1 実験室概要

(2) 被験者属性

被験者属性を図3-2-2に示す。a)性別では、いずれの被験者においても男女比がほぼ1対1、b)年齢は全員が学生であることから20～25歳の割合が高く、被験者グループ間でも大きな違いはみられない。c)中国人の出身地域では、両被験者グループとも中国の様々な地域より概ね同程度の割合で被験者を確保できたことが確認できる。d)中国人学生の海外旅行経験(日本への訪問経験)では、9割以上の被験者が海外旅行経験並びに訪日経験がなく、日本への経験・知識をあまり有していないものと考えられる。

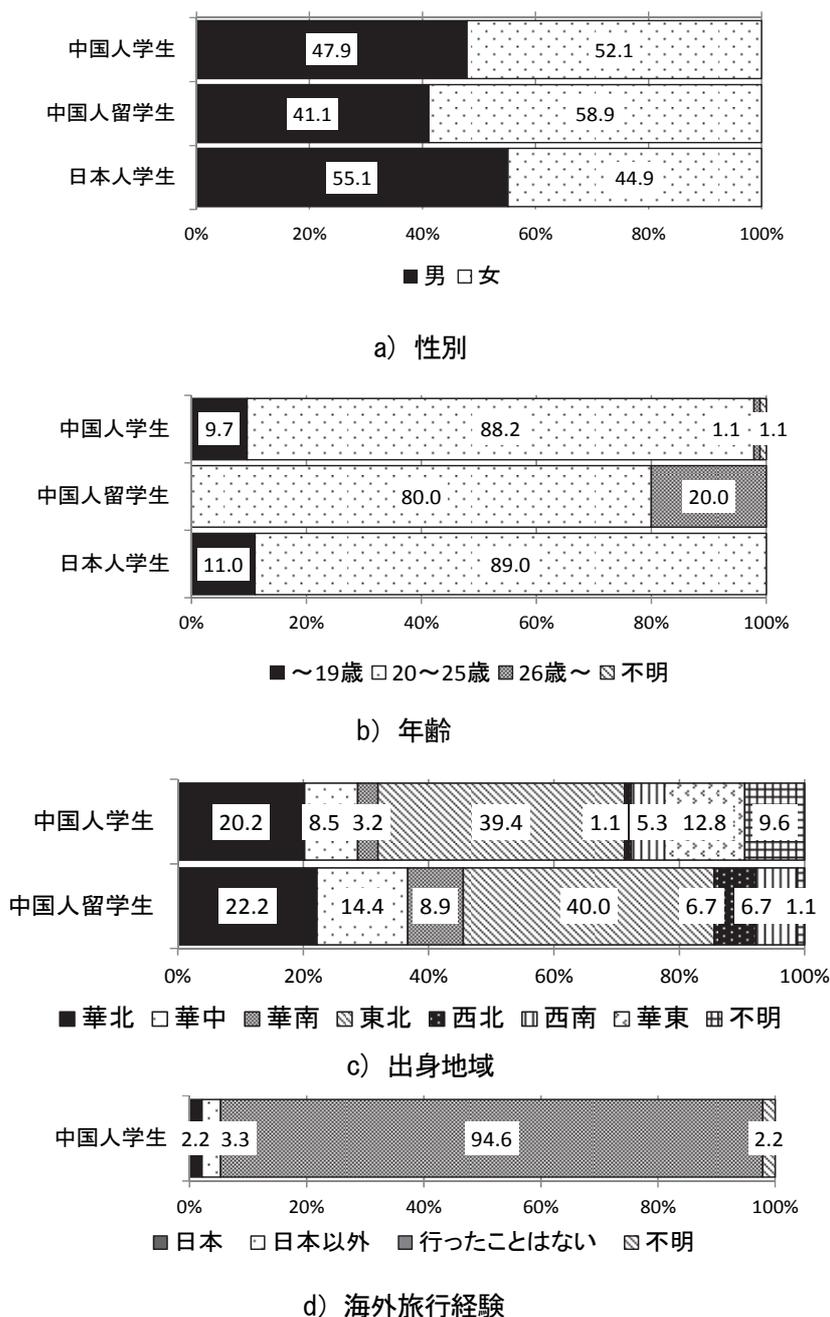


図3-2-2 被験者属性

3-3 景観画像評価結果

(1) 景観画像別総体的評価結果

40種類の観光景観画像に対する総体的評価4項目についての評価結果を、4段階尺度の回答に「3」「1」「-1」「-3」の得点を付与し求めた平均評価得点プロフィールとして図3-3-1、図3-3-2に示す。各図右側を正とし、正側が肯定的評価(訪問したい等)となっている。また、評価得点について評価者グループを要因とした分散分析を行った結果を併せて示す。

なお、前節の結果に示すように本研究で対象とした中国人グループ(中国人留学生, 中国人学生)は多様な出身地域の被験者により構成されている。出身地域による影響の有無を把握するため、観光景観画像に対する総体的評価項目とイメージ評価項目の平均評価得点について、出身地域別に区分し、分散分析を適用した。その結果、いずれの景観においても有意な差がみられなかったため、ここでは中国人グループの出身地域による影響は少ないものとして扱う。



図3-3-1 景観画像別平均評価得点 (訪問希望の有無, 関心の有無)

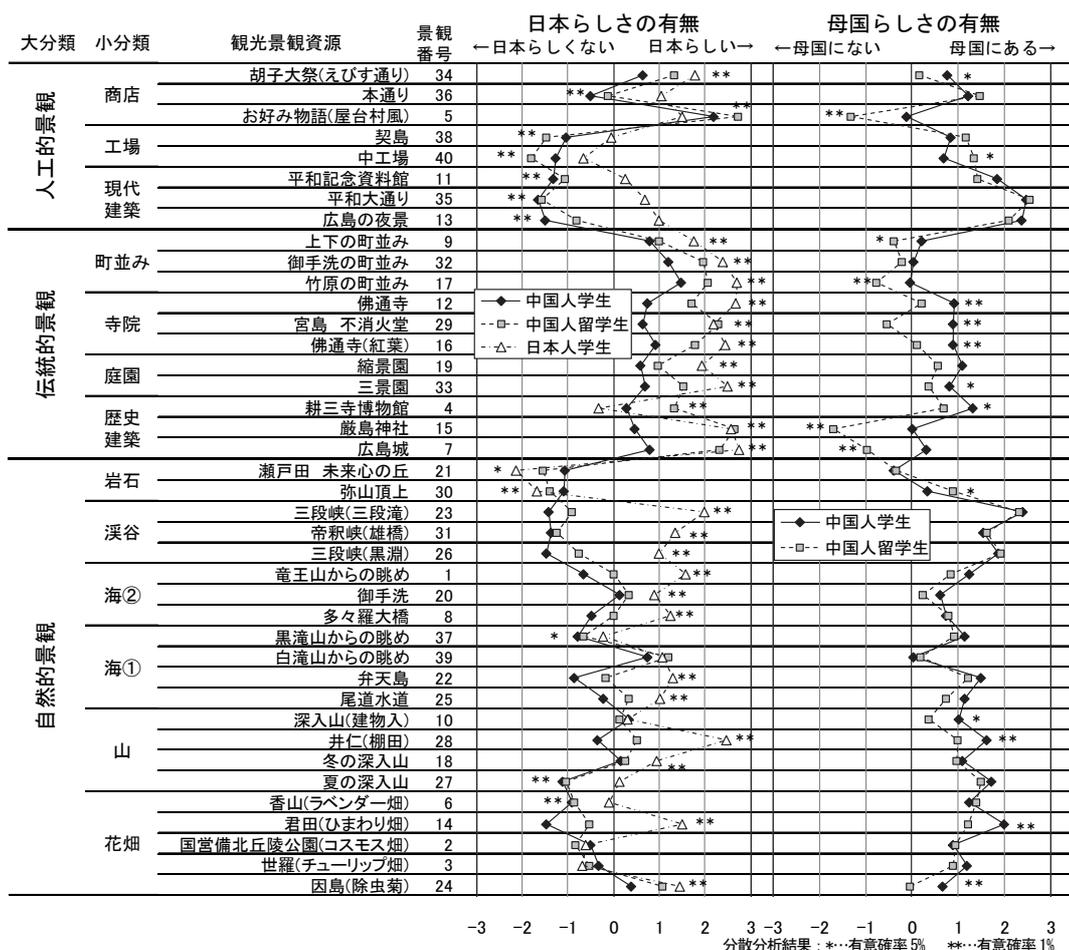


図3-3-2 景観画像別平均評価得点 (日本らしさの有無, 母国らしさの有無)

まず、「訪問希望の有無」では、いずれの被験者グループにおいても多くの人工的景観では訪問したくない側、伝統的景観や自然的景観では訪問したい側に評価されており、概して同様の傾向を呈し、前章の結果と類似する傾向がみられたが、その程度には被験者グループ間で有意な差異がみられた。例えば、中国人(中国人学生並びに中国人留学生)グループは日本人学生に比べて、28), 18)の山景観では肯定的な評価をしているが、23), 31), 26)のような溪谷景観や9), 32), 17)の町並み景観では否定的な評価をしている。前者の28)井仁(棚田)のような自然的景観は中国の農村部にも見られ、近年ではそれらが中国人にとって観光地として人気があること、また、18)冬の深入山は近年の中国国内におけるウィンタースポーツの人気向上による影響が考えられる^{注3-1)}。また、中国人留学生は中国人学生や日本人学生に比べて、5)や36), 34)の商店景観や29)の寺院景観、15), 7)の歴史建築景観など広島地域性をよく表す景観において、より肯定的に評価する傾向が認められた。以上より、中国人グループは日本人グループに比べて、景観内に特徴的な視対象がある場合に肯定的な評価になる傾向があり、また、中国人留学生では広島の代表的な観光景観などで高評価となる傾向がみられたことから、前章で指摘されていた中国人留学生の日本在住経験が評価に影響するという点について、代表的な観光景観では影響がみられる結果となった。観光景観画像の場合、一般的に、視対象である観光資源が被験者に明確に認識されるため、写真の印象が伝わりやすく、

その景観を知っているか否かが評価に影響しやすいことが想定される。すなわち、観光景観のように視対象がどこの場所かイメージしやすい画像においては、中国人留学生の日本在住経験による影響が評価に顕著に現れるものと考えられる。

「関心の有無」では、概ね「訪問希望の有無」と類似した評価傾向がみられ、両項目間でかなり強い関連のあることが推察される。

「日本らしさの有無」では中国人グループと日本人グループ間で多くの景観画像において有意な差異がみられた。まず、中国人グループは多くの人工的景観や自然的景観を「日本らしさが無い」側に、伝統的景観を「日本らしさが有る」側に評価しているのに対し、日本人グループは多くの景観を「日本らしさが有る」側に評価する傾向がみられ、「日本らしさの有無」の判断基準が両グループで異なることが推察される。前述した溪谷景観などの自然的景観で特に差異が顕著であり、「日本らしさが無い」景観画像に対して訪問意欲が喚起されなかったものと予想される。また、5) の人工的景観や15)、7) の歴史建築景観などの伝統的景観では中国人留学生は中国人学生に比べ特に肯定的に評価する傾向がみられ、これらの景観が広島を代表する観光資源であるとの認識を有するため、「訪問希望の有無」においても中国人学生に比べて肯定的評価になったものと考えられる。日本人グループは多くの伝統的景観を「日本らしさが有る」と評価しているが、4) 耕三寺は中庸程度と中国人グループより低い評価となっている。同景観が示す耕三寺本堂は、宇治平等院を模しているものの、比較的質素な風合いの他の伝統的景観に比べ、極彩色を用いた派手な装飾が印象的で、日本国内の景観としては比較的珍しいことから、日本人は建造物の色彩の違いを顕著に認識し、日本らしさを評価していることが予想される。

「母国らしさの有無」は、中国人学生と中国人留学生にのみ尋ねたが、多くの人工的景観や自然的景観を母国にある側に評価する類似した傾向を示す。ただし、中国人留学生は上述した町並みや寺院、庭園、歴史建築などの伝統的景観を中国人学生に比べ母国にない側に評価する傾向がみられ、これらの日本的な特徴を認識しており、母国の景観と明確に区別しているものと推察される。

(2) イメージ評価の因子分析結果

SD法によるイメージ評価13形容詞対については、より少数の次元で解釈し、被験者グループ間で評価構造の共通点や相違点を検討するため、40種類の景観画像に対して各個人の評価を観測個体とし、中国人学生、中国人留学生、日本人学生、全被験者の統合データの4種のデータに、主因子法、バリマックス回転による因子分析を適用した。その結果、各被験者グループとも4因子を抽出することが妥当であると判断した^{注3-2)}。結果を表3-3-1に示す。なお、形容詞対の肯定側(特徴のある側、好きな側等)を因子負荷量の正側としている。

表3-3-1 景観イメージ評価の因子分析結果

因子負荷量0.35以上

	全被験者				中国人学生				中国人留学生				日本人学生			
	1 固有性	2 調和性	3 開放性	4 伝統性	1 固有性	2 快適性 開放性	3 伝統性	4 調和性	1 快適性 開放性	2 固有性	3 伝統性	4 調和性	1 伝統性	2 開放性	3 快適性	4 固有性
12 普通な - 特別な	.824	.107	.129	.096	.822	.113	.103	.147	.247	.837	.077	.091	.269	.047	.264	.780
2 特徴のない - 特徴のある	.804	.114	.125	.114	.835	.104	.118	.181	.228	.828	.122	.144	.297	.031	.232	.633
1 魅力のない - 魅力のある	.612	.358	.386	.182	.700	.429	.134	.181	.600	.609	.103	.172	.634	.199	.412	.253
10 不調和な - 調和した	.240	.602	.260	.185	.329	.454	.124	.509	.563	.201	.150	.500	.370	.199	.439	-.002
9 雑然とした - 整然とした	.247	.589	.100	.037	.287	.294	.075	.575	.362	.183	.112	.601	.068	.077	.647	.122
5 やぼったい - 洗練された	.499	.555	.143	-.019	.584	.293	.031	.408	.409	.533	-.024	.402	.165	.046	.720	.218
3 嫌いな - 好きな	.427	.477	.463	.216	.566	.621	.142	.236	.758	.398	.142	.222	.695	.219	.368	.021
11 馴染みのない - 馴染みのある	-.090	.333	.178	.045	-.037	.315	.068	.093	.727	.229	.112	.296	.087	-.024	.005	-.395
7 窮屈な - のびのびした	.195	.294	.758	.247	.432	.678	.191	.183	.782	.217	.195	.182	.220	.882	.170	.032
6 閉鎖的な - 開放的な	.148	.191	.636	.024	.263	.528	-.081	.122	.549	.131	-.080	.089	.152	.737	.213	.047
13 醜い - 美しい	.438	.489	.492	.229	.549	.606	.166	.273	.716	.382	.184	.277	.525	.393	.485	.129
8 都会的な - 農村的な	.093	.021	.289	.709	.222	.218	.692	-.004	.191	.104	.774	-.027	.419	.531	-.146	.055
4 革新的な - 伝統的な	.100	.132	-.015	.670	.015	-.014	.705	.096	-.016	.041	.670	.134	.606	.194	.042	.081
寄与率	19%	15%	14%	9%	26%	17%	9%	8%	28%	20%	9%	8%	16%	15%	15%	10%
累積寄与率	19%	34%	48%	57%	26%	43%	51%	59%	28%	48%	57%	66%	16%	31%	46%	56%

まず、各被験者グループの結果をみるなら、日本人学生では、第1因子が「3. 嫌いな - 好きな」「1. 魅力のない - 魅力のある」「4. 革新的な - 伝統的な」などの因子負荷量が高いことから『伝統性』、第2因子は「6. 閉鎖的な - 開放的な」「7. 窮屈な - のびのびした」などの因子負荷量が高いことから『開放性』、第3因子は「9. 雑然とした - 整然とした」「5. やぼったい - 洗練された」などの因子負荷量が高いことから『快適性』、第4因子は「2. 特徴のない - 特徴のある」「12. 普通な - 特別な」などの因子負荷量が高いことから『固有性』と判断できる。

一方、中国人学生では、第1因子は日本人学生の第4因子と対応する『固有性』と解釈したが、日本人学生の『伝統性』で因子負荷量の高い「3. 嫌いな - 好きな」や「1. 魅力のない - 魅力のある」等も高い因子負荷量を示したことから、日本人学生には伝統的な景観が好まれるのに対して、中国人学生には特徴的な景観が好まれる傾向がうかがえる。また、第2因子は日本人学生で『快適性』と『開放性』を示す双方の形容詞対で共に因子負荷量が高いことから『快適性・開放性』、第3因子は「8. 都会的な - 農村的な」「4. 革新的な - 伝統的な」の因子負荷量が高いことから『伝統性』とそれぞれ解釈した。第4因子では、日本人学生の『快適性』を構成する形容詞対の一部のみで因子負荷量が高いことから、ここでは『調和性』と解釈した。中国人留学生の結果は、中国人学生と概ね類似するが、『快適性・開放性』で因子負荷量の高い形容詞対がより多いなどの相違も確認できる。

以上の結果より、被験者グループ間で評価構造に多少の相違はみられたものの、概ね共通した意味内容の因子が抽出されたことから、全被験者データを統合した結果においても、『固有性』『調和性』『開放性』『伝統性』の4因子が共通して抽出された。以降では、各被験者グループに共通する統合データに基づくこれら4因子を用いて評価構造の検討を進める。

3-4 心理的評価構造の比較分析

(1) 総体的評価項目間の関連

前項までで、景観に対する総体的評価の傾向を把握し、イメージ評価13形容詞対の因子分析結果から、被験者グループ間の評価構造の異同を検討した。本章ではこれら項目や因子の評価傾向における被験者グループ間の共通性や相違性について検討する。

本節では、「訪問希望の有無」「日本らしさの有無」「母国らしさの有無」の総体的評価項目間の相互関連を被験者グループごとに検討する。各被験者グループの40種類の景観に対する平均評価得点による相関係数行列を表3-4-1に示す。

表3-4-1 総体的評価項目間の相関分析

		訪問希望の有無	母国らしさの有無
日本らしさの有無	中国人学生	.153	-.682 **
	中国人留学生	.370 *	-.808 **
	日本人学生	.161	
母国らしさの有無	中国人学生	-.039	
	中国人留学生	-.205	

*…有意確率 5% **…有意確率 1%

中国人学生では「母国らしさの有無」「日本らしさの有無」と「訪問希望の有無」との間にほとんど関連がみられないのに対して、中国人留学生では弱い関連がみられ、母国らしくなく日本らしい景観に訪問意欲や関心が喚起される傾向にある。これより、中国人学生は「日本らしさの有無」とは異なる他の要因が「訪問希望の有無」へ影響を及ぼしているものと考えられる。日本人学生も「訪問希望の有無」と「日本らしさの有無」との関連が中国人学生と同程度でほとんどみられない。「母国らしさの有無」と「日本らしさの有無」では、中国人学生、中国人留学生ともに負の相関がみられるが、中国人留学生の方が高い値となっている要因としては、前章で示したように日本に在住したことで日本の景観に内在する日本の特徴を中国人学生よりも顕著に認識し、その存在によって母国的ではないと判断したためと考えられる。

(2) 総体的評価項目と各因子との関連

前節では総体的評価項目相互の関連について検討を行ったが、景観固有の特徴も「訪問希望の有無」や他の総体的評価項目に影響すると予想されることから、本節では、総体的評価項目とSD法イメージ評価13形容詞対により得られた4因子の関連について検討する。40種類の景観に対する4項目の平均評価得点と全被験者統合データより得られた4因子の平均因子得点による相関係数行列を表3-4-2に示す。

表3-4-2 総体的評価項目と4因子の相関分析

		第1因子	第2因子	第3因子	第4因子
		固有性	調和性	開放性	伝統性
訪問希望 の有無	中国人学生	.775 **	.652 **	.736 **	.635 **
	中国人留学生	.693 **	.643 **	.693 **	.368 *
	日本人学生	.488 **	.354 *	.447 **	.563 **
母国らしさ の有無	中国人学生	-.548 **	.293	.359 *	-.167
	中国人留学生	-.692 **	-.039	.261	-.329 *
日本らしさ の有無	中国人学生	.449 **	.153	-.292	.434 **
	中国人留学生	.678 **	.360 *	-.187	.443 **
	日本人学生	-.029	.472 **	-.094	.400 *

*…有意確率 5% ***…有意確率 1%

凡例 ±0.00～±0.20 ±0.20～±0.40 ±0.40～±0.70 ±0.70～±1.00

「訪問希望の有無」では、いずれの被験者グループも『固有性』『開放性』で0.4以上の相関がみられるが、中国人学生、中国人留学生では0.7前後と高い値を示す。中国人学生、中国人留学生では『調和性』でも0.6以上の相関がみられる。日本人学生では両被験者グループと比較して若干低く、むしろ、『伝統性』との関連がみられる。したがって、中国人グループは日本人グループに比べて、珍しく快適で開放的な景観画像に、より訪問意欲を感じると予想される。

日本人グループは中国人グループに比べて、「訪問希望の有無」に関連する4因子の値が総じて低く、景観画像の単純な特徴で訪問意欲が喚起されない傾向が予想される。「母国らしさの有無」では、中国人学生、中国人留学生ともに『固有性』で負の関連がみられ、両被験者グループとも特徴が乏しい景観画像を母国的と評価する傾向がうかがえる。「日本らしさの有無」では、「母国らしさの有無」と概ね逆の傾向が中国人グループの場合は示されるが、日本人グループでは『伝統性』との関連はみられるものの『固有性』との関連はみられず、むしろ『調和性』との関連が認められ、日本的な景観画像が快適と評価される傾向にある。

(3) 共分散構造分析による評価構造の比較

これまでの結果から「訪問希望の有無」には「日本らしさの有無」や「母国らしさの有無」とともに、SD法によるイメージ評価で得られた景観固有の特徴(4因子)も影響しており、その態様が被験者グループによって大きく異なることが想定される。そこで、本節ではこれら評価項目間の関連を示す評価構造を被験者グループ間で比較するため、40枚の景観画像に対して各被験者が評価した項目のうち、「母国らしさの有無」を除く、総体的評価3項目並びに因子分析結果を参考に選定したイメージ評価7形容詞対を観測変数^{注3-3)}とし、40景観に対する各個人の回答結果を観測個体として、共分散構造分析を適用した^{注3-4)}。共分散構造モデルの設定手順を表3-4-3に、また、各被験者グループの非標準解の結果を図3-4-1にそれぞれ示す^{注3-5)}。なお矢印にはパス係数、潜在変数には分散を表示している。いずれの被験者グループもGFIの値からモデル適合度が比較的高いといえるが、日本人学生ではRMSEAの値が高いことから若干低い。しかしながら、概ね各被験者グループの特徴が捉えられていると判断し、各モデルについて以下検討する。なお、以降では潜在変数を『』で、観測変数を「」でそれぞれ括って表す。

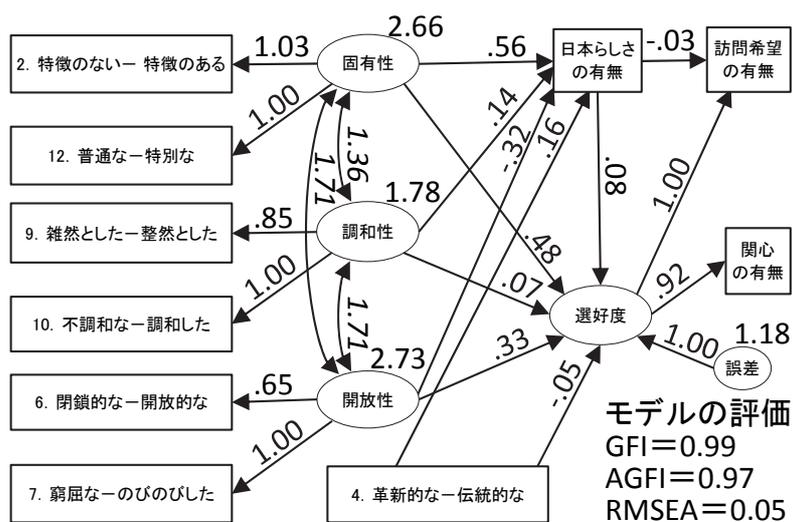
表3-4-3 共分散構造モデル設定条件

	<p>景観の個別評価が訪問希望を規定する因果関係を以下のように想定した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「訪問希望の有無」「関心の有無」の潜在変数として、『選好度』を設定した。
①	<ul style="list-style-type: none"> ・SD法によるイメージ評価については、因子分析結果から得られた3因子(『固有性』『調和性』『開放性』)を潜在変数、また「4. 革新的な-伝統的な」を観測変数として設定した。
②	<p>3因子の観測変数は因子負荷量の高い形容詞対を以下のように選定した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『固有性』は「2. 特徴のない-特徴のある」「12. 普通な-特別な」 ・『調和性』は「9. 雑然とした-整然とした」「10. 不調和な-調和した」 ・『開放性』は「7. 窮屈な-のびのびした」「6. 閉鎖的な-開放的な」
③	<p>3因子及び総体的評価等の「訪問希望の有無」への影響を以下のように想定した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「訪問希望の有無」は「日本らしさの有無」『選好度』に規定される。 ・「日本らしさの有無」『選好度』は3因子と「4. 革新的な-伝統的な」に規定される。 ・「日本らしさの有無」は直接的に訪問意欲を喚起させるか、あるいは『選好度』を経由し訪問意欲を喚起させるか不明であるため、「日本らしさの有無」は「訪問希望の有無」『選好度』ともに規定する。

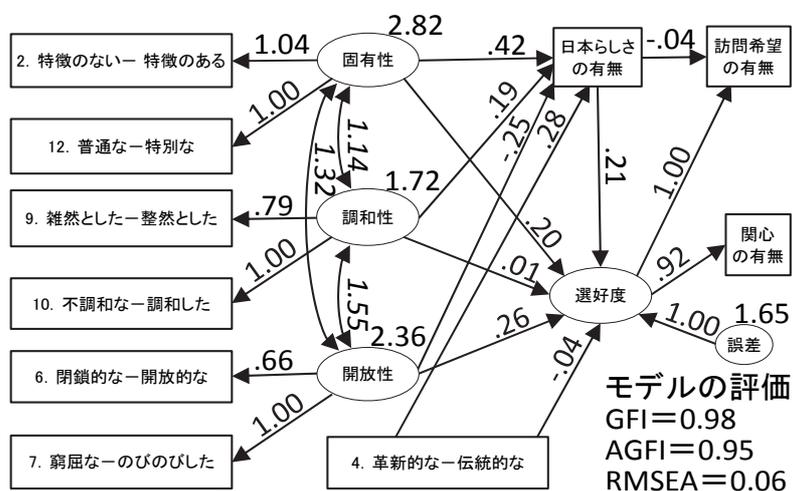
まず、いずれの被験者グループにおいても『選好度』が「訪問希望の有無」を規定していることがわかる。また、中国人留学生では「日本らしさの有無」が「訪問希望の有無」に直接的に影響は及ぼさず、『選好度』を経て「訪問希望の有無」を規定するが、日本人学生や中国人学生では「日本らしさの有無」から『選好度』への影響がみられず、これらは独立関係にあることがわかる。

「日本らしさの有無」では、中国人学生、中国人留学生ともに、『固有性』や『開放性』の影響が強く、加えて、中国人留学生は「4. 革新的な-伝統的な」の影響も大きい。一方、日本人学生は「日本らしさの有無」に対して、「4. 革新的な-伝統的な」や『調和性』の影響が大きく、「日本らしさの有無」を判断する際に参照する景観の特徴が被験者グループ間で異なることがわかる。中国人留学生や日本人学生では「4. 革新的な-伝統的な」の影響がみられることから、日本在住経験により、判断基準が身についたことによる影響が指摘できる。

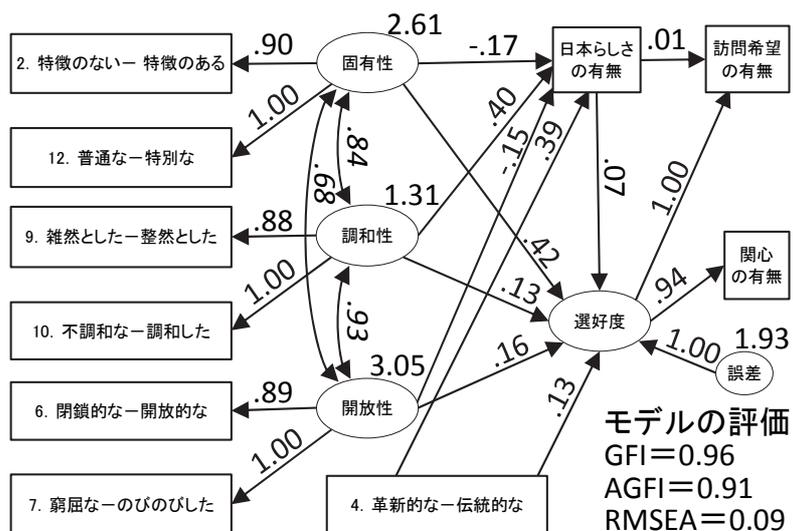
『選好度』では中国人学生、中国人留学生ともに『固有性』や『開放性』、加えて、中国人留学生は前述したように「日本らしさの有無」からの影響がみられるのに対して、日本人学生は『固有性』からの影響が大きく、各被験者グループによって評価プロセスが異なる。また、中国人学生は『固有性』が直接『選好度』に影響しているのに対し、中国人留学生は前述したように「日本らしさの有無」を経て『選好度』に影響している。これより、中国人グループは景観内から『固有性』を認識し、『選好度』を喚起することは共通するが、そのプロセスが異なり、中国人留学生は『固有性』の認識が日本らしさの認識と強く関連し『選好度』を喚起するのに対し、中国人学生は日本らしさに『固有性』を認めるものの、日本らしさは『選好度』に関与せず、日本らしさ以外の『固有性』が『選好度』を喚起していることがわかる。日本人学生でも『固有性』の影響がみられるが、中国人学生や中国人留学生に比べて、3因子並びに「4. 革新的な-伝統的な」による『選好度』への影響が弱く、また、日本人学生のモデルの適合度が若干劣ることから、中国人グループとは異なる特有の価値判断基準による影響の可能性が示唆される。



a) 中国人学生



b) 中国人留学生



c) 日本人学生

図3-4-1 各被験者グループ別評価構造モデル(非標準化推定値)

3-5 おわりに

本章では中国人学生、中国人留学生、日本人学生を被験者として実施した広島県の観光景観画像に対する心理的評価実験結果から、各被験者グループの評価傾向並びに評価構造の差異について明らかにした。以下に得られた知見を述べる。

- ①総体的評価項目の平均評価得点の結果より、「訪問希望の有無」では、いずれの被験者グループにも概ね共通した傾向がみられたが、中国人学生と中国人留学生では、その程度に差がみられた景観画像があり、広島を代表する伝統的景観や馴染みのある人工的景観においては、中国人留学生の評価が若干高くなり、中国人留学生の日本在住経験による評価への影響が示唆された。
- ②総体的評価項目間の関連分析結果より、中国人留学生では「母国らしさの有無」「日本らしさの有無」と「訪問希望の有無」との間に関連がみられたが、中国人学生と日本人学生では、「日本らしさの有無」の判断と「訪問希望の有無」の間にあまり関連がみられないことを把握した。
- ③総体的評価項目とイメージ評価4因子との相互関連では、被験者グループにより評価に影響する因子が異なることを示した。例えば、中国人グループでは「日本らしさの有無」は『固有性』などとの関連がみられるが、日本人グループでは『固有性』との関連はみられず、むしろ『調和性』との関連が認められた。
- ④共分散構造分析による評価構造を各被験者グループ間で比較した結果、訪問意欲が喚起されるプロセスや『選好度』『日本らしさ』に影響する項目が異なることを把握した。中国人学生は「固有性」「開放性」が直接『選好度』に影響しているが、中国人留学生では「固有性」「開放性」に加えて「日本らしさの有無」が間接的に訪問意欲を喚起させる項目であることが分かった。

以上より、景観固有の特徴が直接「訪問希望の有無」を決定する他に、中国人留学生では「日本らしさの有無」が間接的に訪問意欲を喚起させる項目であることから、日本に対する被験者個人の肯定的態度・否定的態度によって、その効果に差が生じる場合はあるものの、中国人学生にも景観の『日本の特徴』を認識させることで、訪問意欲の喚起につながる可能性があるといえる。したがって、観光地への誘致を図る際には『日本の特徴』がどのようなものかを理解させ、景観内の特徴を日本らしさと関連づけることで、更なる訪問意欲の向上が期待できると考えられる。

第3章注

注3-1) 中国国家観光局によると、近年、中国の観光市場は急激に発展を続けており、国内旅行では万里の長城などの有名観光地だけでなく、都市近郊農村の観光も新たなブームとして注目されている。また、世界遺産に登録されている雲南省元陽には伝統的で整然とした棚田が存在し、観光地として人気があることから、中国人は日本の棚田にも同様の魅力を感じ、28) 井仁(棚田)の評価が肯定的になったものとする。また、近年、中国ではスキーやスノーボード等が人気を集めており、中国スキー協会の王揖濤主席によれば、1996年までは国内にスキー場が9カ所しかなく、またスキー人口も年間延べ1万人に満たなかったが、2004年には18省市187カ所に増え、スキー人口も約600万人に増加しており、2015年には2500万人に達するとの見通しが示されている¹⁷⁾¹⁸⁾。このような背景を踏まえ、18)冬の深入山は他の山景観と異なり雪山であったことから、中国人にとっては特に魅力的な景観として認識されたものと考えられる。

注3-2) 各被験者グループの分析において、固有値1.0以上で因子を抽出した場合、中国人留学生、中国人学生では『固有性』『伝統性』『その他』の3因子、日本人学生では4因子が抽出された。しかしながら、中国人グループの因子分析結果では、『その他』因子に影響する形容詞対が多く、解釈が困難であったため、日本人学生と合わせて4因子で抽出した結果、比較的解釈の容易な『調和性』『快適性・開放性』の2因子が新たに抽出された。各被験者グループの因子分析結果を相互に比較するためにも、ここでは抽出因子数を4因子に統一した。

注3-3) 初期想定モデルでは4因子(『固有性』『調和性』『開放性』『伝統性』)を潜在変数、8形容詞対を観測変数としたが、いずれの被験者にも共通したモデルが構築できなかった。そのため、潜在変数の再検討を行い、『伝統性』「8. 都会的な-農村的な」を削除し、「4. 革新的な-伝統的な」の観測変数のみでも概ね各被験者グループの特徴を説明できると考えられたことから図5に示すモデルを採用した。

注3-4) 共分散構造分析による評価構造の比較では、共通した構造モデルで各被験者グループのパス係数の差異を検討することを意図したため、共通の観測変数並びに潜在変数を用いた。表3の因子分析結果に基づいて被験者グループごとに観測変数の形容詞対を変更し、被験者グループごとに異なるモデルを作成した場合、図5に示すモデルに比べ、より適合度の高いモデルを作成することも可能であることが想定されるが、本研究では上述の方針により、共通のモデルとした。

注3-5) 本モデルでは制約条件として、潜在変数から内生変数へ延びるパスのうち、1つの係数を1に固定した。

第4章 中国人訪日旅行潜在層を被験者とした評価

- 4-1 はじめに
- 4-1 実験概要・被験者特性
- 4-2 景観評価結果
- 4-3 訪問希望理由の比較分析
- 4-4 国籍の違いによる評価傾向の差異
- 4-5 おわりに

4-1 はじめに

前章では、中国大連市在住の中国人学生を被験者とした広島県の観光景観画像に対する心理的評価実験結果を示し、日本人学生や中国人留学生による同様の結果と比較することにより、中国人学生の評価傾向、並びに、評価構造について明らかにした。その際、出身国や日本に関する知識の有無による違いをより明確に把握するため、被験者には共通して学生を採用したが、観光客誘致の視点においては、実際の旅行者となりえる被験者、つまりビザ要件を満たし、すぐにでも訪日可能な人々の評価を得ることも必要と思われる。

本章では、海外旅行をするのに十分な収入があり、訪日可能性の高いこれら人々を中国在住の一般市民(以下:市民)を「訪日旅行潜在層」と定義し、新たに市民を被験者とした心理的評価実験を学生と同様に実施し、両者の結果を比較分析することにより、評価構造における異同を明らかにすることで、今後の中国人観光客誘致のための更なる資料を得ることを目的とする。

4-2 実験概要・被験者特性

(1) 実験概要

中国人一般市民を対象とした実験は、中国人学生の結果と比較・検討を行うため、第2章、第3章で述べた実験と同様の手順・条件となるよう配慮を行った（調査票等については2-1参照）。実験の日程を表4-2-1、実験室の概要を図4-2-1に示す。2013年09月11日に大連市在住会社員23名、同月17日に同市在住教師・事務員15名、同月23日に同市在住会社員20名の計58名を被験者として、実施した。

表4-2-1 実験日程

実験日	場所	対象者			
2013年 9月11日	建設開発会社会議室	大連市在住	会社員	23名	計58名
2013年 9月17日	大連民族学院内講義室	大連市在住	教師・事務員	15名	
2013年 9月18日	不動産会社会議室	大連市在住	会社員	20名	
(比較対象: 中国人学生)					
2012年 9月16日	大連理工大学内講義室	大連理工大学 在学中	中国人学生	18名	計94名
2012年 9月17日	大連民族学院内講義室	大連民族学院 在学中	中国人学生	27名	
2012年 9月18日	大連民族学院内講義室	大連民族学院 在学中	中国人学生	49名	

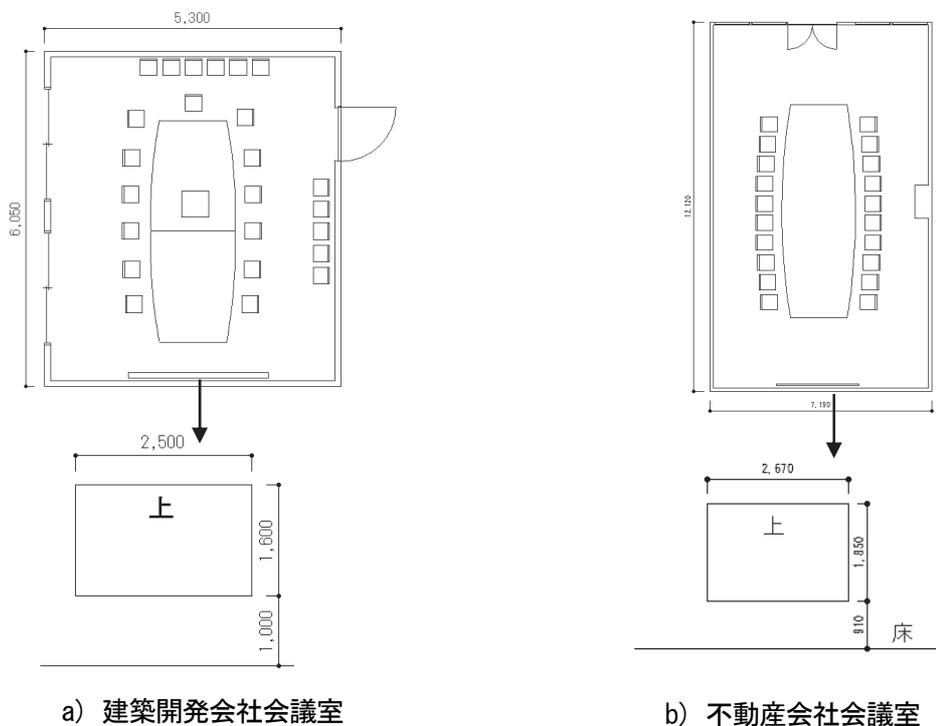


図4-2-1 実験室概要

(2) 被験者属性

中国人一般市民の被験者属性を、比較対象である中国人学生の属性（前章のと合わせ図4-2-2に示す。a)性別は、両者ともにほぼ1対1の割合となっている。b)年齢は、学生は20代前半の割合が高いが、市民は20代後半から30代の割合が高い。c)世帯収入に関しては、約8割が10万元以上の年収を得ており、2011年9月より年収6～10万元程度を条件として個人向けの観光ビザの申請受付が始まっていることから、訪日旅行の可能な経済的余裕のある被験者が多数を占めることが確認できる。また、中国人の平均年収からも今回対象とした市民は、海外旅行することが十分に可能な比較的高額の収入を得ているものと考えられる^{注4-1)}。

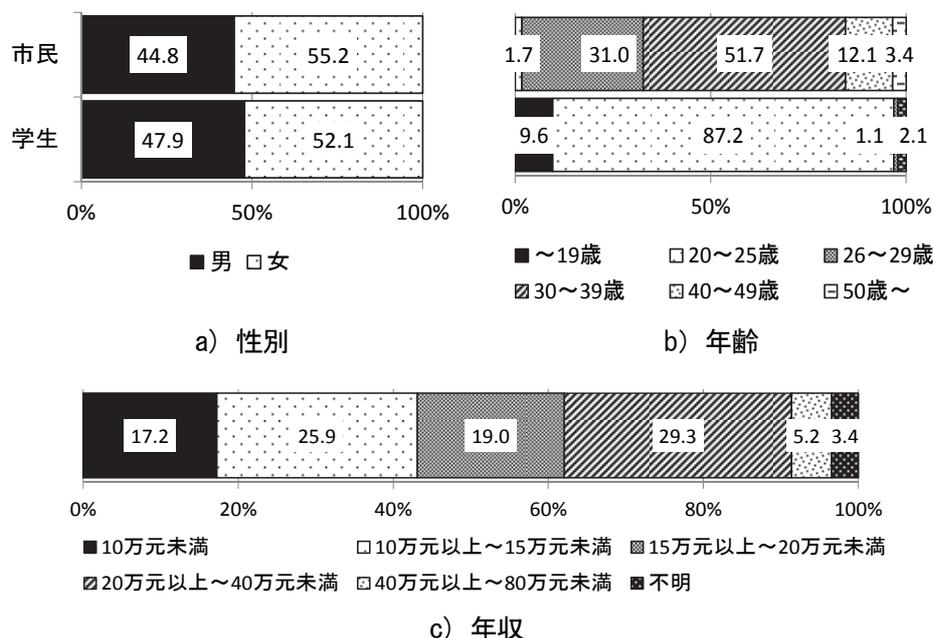


図4-2-2 被験者属性

(3) 価値観

被験者の価値観を概ね理解できるであろう12の価値観に関する項目について、2種類の相反する意見AとBを対で示し、自分の意見がいずれに近いかを「非常にAに近い」「ややAに近い」「ややBに近い」「非常にBに近い」の4段階尺度で回答を求めた。質問項目の詳細な内容については表4-2-2に示す。また、得られた回答に「3」「1」「-1」「-3」の得点を付与して求めた平均評価得点プロフィールを図4-2-3に示す。なお、比較のため第2章、第3章で扱った日本人学生、中国人留学生的の結果も合わせて示し、以降の記述には表4-2-2に示す略号を用いる。

まず、市民と学生、留学生的の中国人グループは、「伝統-革新」では「伝統」側、「学業-余暇」ではやや「学業」側、「社会-個人」では「社会」側、「変革-安定」では「変革」側の回答が多く、日本人と異なる共通した傾向がみられる。一方、他の項目では、市民は他の学生被験者との間で違いがみられ、例えば、「自然-都市」では「自然」側、「精神-物質」では「精神」側の回答が多い。ま

た、「利便 - 環境」では「利便」側、「お金 - 時間」では「時間」側、「定着 - 移動」では、「定着」側の回答が多く、これらの傾向は学生や留学生よりむしろ日本人に近いといえる。

以上から、市民は「自然志向の生活」や「精神的に豊かな生活」を好み、また、学生や留学生に比べ「生活の利便性」や「定住生活」、「お金よりも時間」を重視するといった特徴が挙げられる。

表4-2-2 価値観項目の内容

	Aの意見	略号	Bの意見
1	周りとの協調を重視する	協調 - 独自	自分の行動をあまり束縛されたくない
2	自然と親しむ生活がよい	自然 - 都市	都市的な生活がよい
3	心の豊かさやゆとりある生活をするに重きをおきたい	精神 - 物質	まだまだ物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい
4	古いものにはこれまで受け継がれてきた良さがあり、できるだけ残していくべきだ	伝統 - 革新	古いものには今の時代にそぐわないものがあり、新しいものに変えていくべきだ
5	自由時間はできるだけ屋外で過ごしたい	屋外 - 屋内	自由時間はできるだけ屋内で過ごしたい
6	余暇よりも学業の充実に重きをおきたい	学業 - 余暇	学業よりも余暇の充実に重きをおきたい
7	社会のために役立ちたいと思う	社会 - 個人	個人の生活の充実が最も重要と思う
8	環境や自然の保護も大事だが、生活の利便性をより優先したほうがよい	利便 - 環境	生活の利便性も大事だが、環境や自然の保護をより優先したい
9	色々なことに関心をもって活動したい	活動 - 悠々	あくせくしないでのんびり過ごしたい
10	もっと自由に使えるお金がほしい	お金 - 時間	もっと自由に使える時間がほしい
11	今の社会を自分や仲間の力で変えていきたい	変革 - 安定	今の社会がこれまでどおり安定したままであってほしい
12	できるだけ同じところで生活したい	定着 - 移動	いろいろなところで生活したい

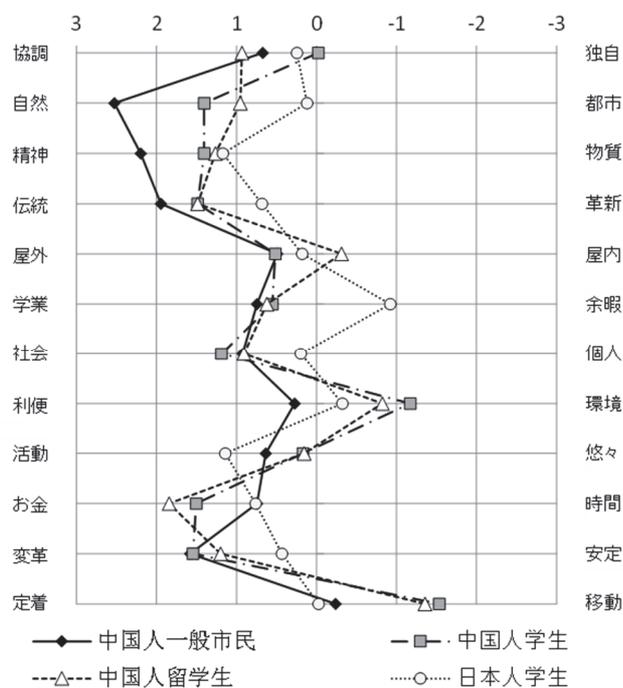
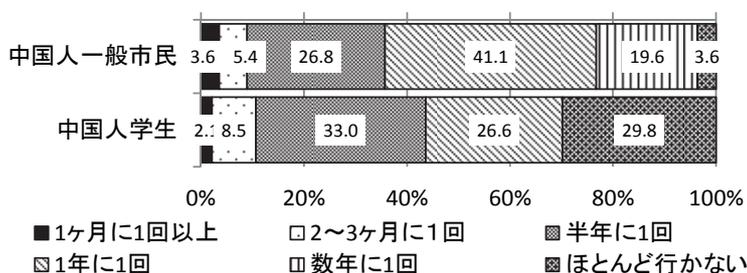


図4-2-3 被験者の価値観

(4) 国内や国外の旅行に対する意識・経験

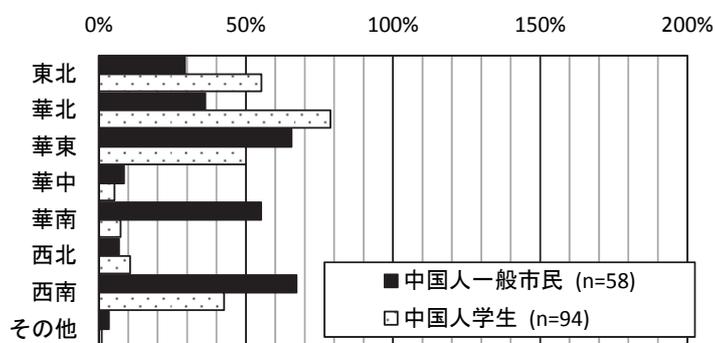
景観評価には、被験者の旅行頻度・経験・希望などの影響が想定される。また、今後の中国人の日本への旅行可能性について検討するためにも中国在住の市民の旅行行動の把握は重要であることから、ここでは、学生の結果と比較して、その相違を含め検討する。図4-2-3に国内外旅行頻度やこれまでの国内外における旅行経験場所、旅行希望場所などについて尋ねた結果を示す。

まず、a) 中国国内旅行頻度より、市民は約7割が年に1回以上との回答で、学生の結果と類似した傾向を示す。次にb) に示すこれまでの国内旅行における経験場所(国内旅行経験場所)より、学生は華北、東北、華東などの回答が多く、居住地近辺への旅行経験が豊富であるのに対し、市民は西南、華東、華南などの回答が多いことから、居住地から離れた中国南部への旅行経験も豊富であることがわかる。



注) 中国人学生の実験時には“数年に1回”の項目を設けなかったため中国人学生の回答はない。

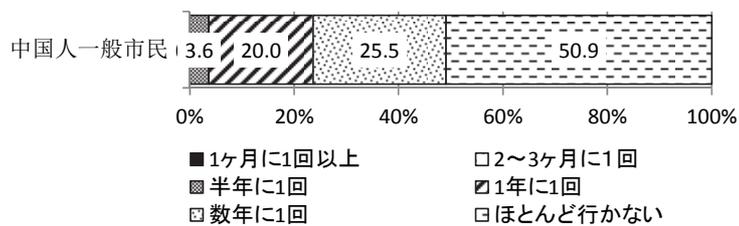
a) 中国国内旅行頻度



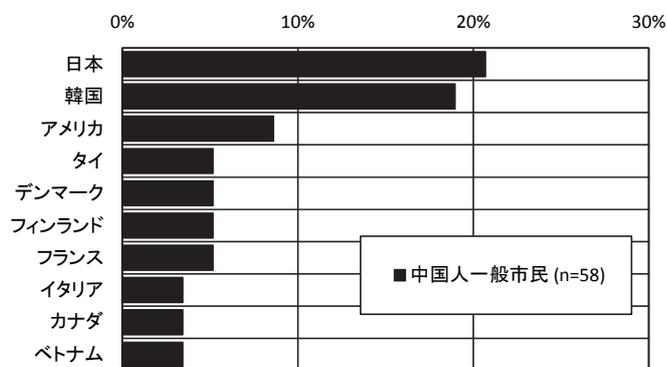
b) 国内旅行経験場所

図4-2-3 被験者の国内外旅行に対する意識・経験 (その1)

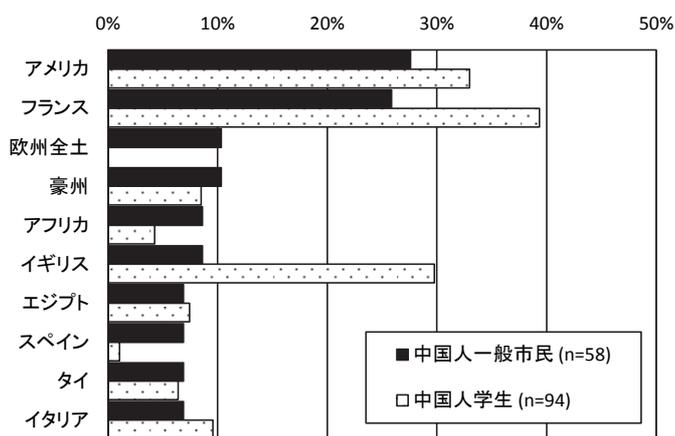
次にc)海外旅行頻度では、市民は約半数が数年に1回以上は海外旅行をしており、約95%が海外旅行経験が無いと回答している学生とは大きく異なる。また、d)海外旅行経験場所は自国近辺の日本、韓国の割合が多いが、e)旅行希望場所はアメリカが最も多く、次いでフランス、欧州全土、豪州となっており、学生と同様に欧米諸国が上位を占める。



c) 海外旅行頻度



d) 海外旅行経験場所



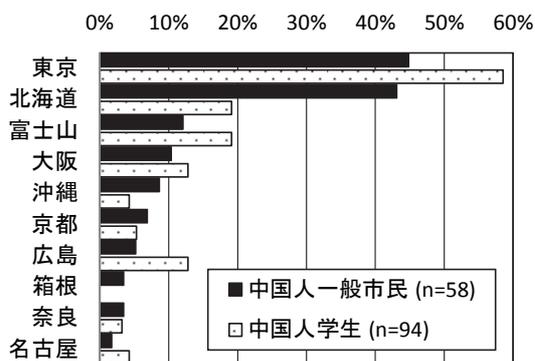
e) 世界での旅行希望場所

図4-2-3 被験者の国内外旅行に対する意識・経験 (その2)

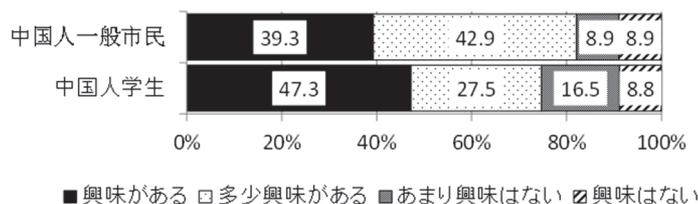
(5) 日本に対する意識・関心

市民の日本への旅行希望の有無や希望する場所、日本への知識・関心の有無や知識・関心のある事項、また、日頃から日本について知る機会の有無を問うために日本に関する知識の情報源について尋ねた結果を図4-2-4に示す。

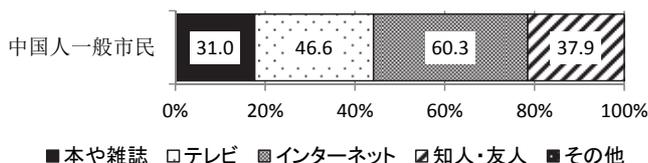
まず、a) 日本国内での旅行希望場所では、市民は東京や北海道の割合が多く、次いで富士山、大阪、沖縄、京都などが挙げられている。また、b) 旅行先としての日本への興味は8割以上が有しており、学生と概ね類似した傾向を示す。次に、c) 日本に関する知識の情報源では、インターネットやテレビなどの回答が最も多く、メディアによる入手方法が一般的であることがわかる。次に、d) 日本に対する知識の程度、e) 日本に対する関心の程度では、約6割の市民が日本に対する知識や関心を有し、学生と同様の傾向がみられる。f) 日本に対して関心のある事項では、市民は学生と同様に「生活・文化」や「科学・技術」の回答割合が多く、共通点もみられるが、学生に比べて「自然・風土」の回答が多いなどの異なる傾向もみられる。なお、市民に比べ学生の「政治・関心」への関心が顕著に高い傾向を示すが、これは学生に対する実験を尖閣諸島問題の時期に実施したことによる影響と考えられる。



a) 日本国内での旅行希望場所

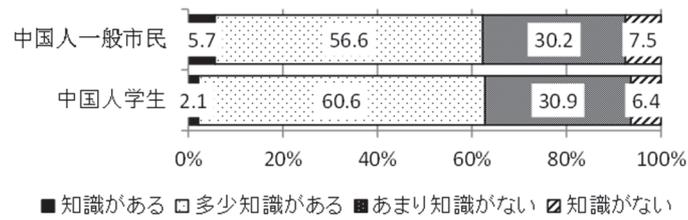


b) 旅行先としての日本への興味

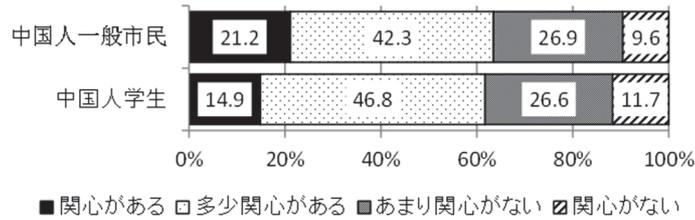


c) 日本に関する知識の情報源

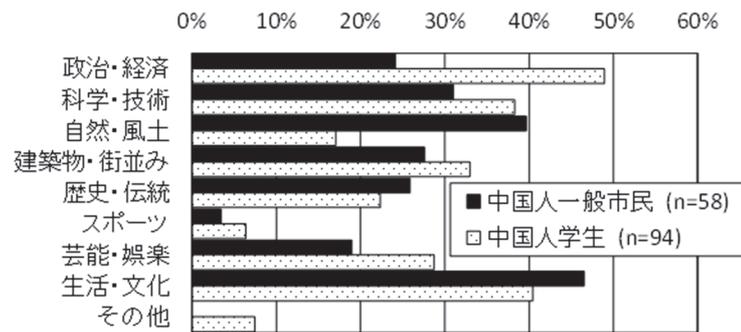
図4-2-4 日本に対する意識・関心 (その1)



d) 日本に対する知識の程度



e) 日本に対する関心の程度



f) 日本に対して関心のある項目

図4-2-4 日本に対する意識・関心 (その2)

4-3 景観評価結果

(1) 総体的評価結果

本節では訪日旅行潜在層内での総体的評価傾向の差異について検討する。総体的評価4項目の平均評価得点プロフィールを市民、学生別に図4-3-1、4-3-2に示す^{注4-2)}。また、両者の差異についてのt検定結果を図中に、景観ごとの平均評価得点に基づいて算出した市民と学生の相関係数を同図下部に併せて示す。

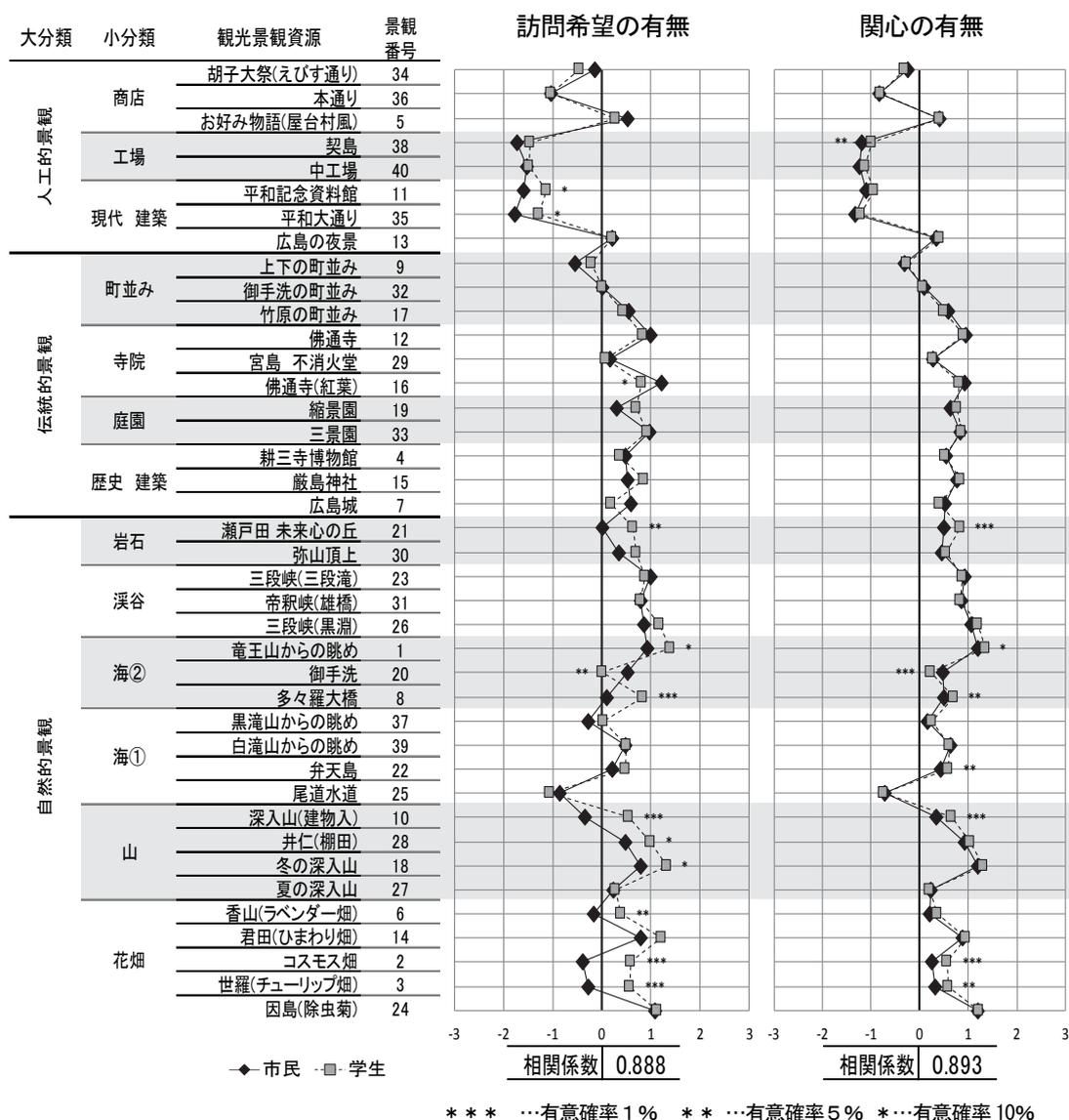


図4-3-1 景観画像別平均評価得点 (訪問希望, 関心)

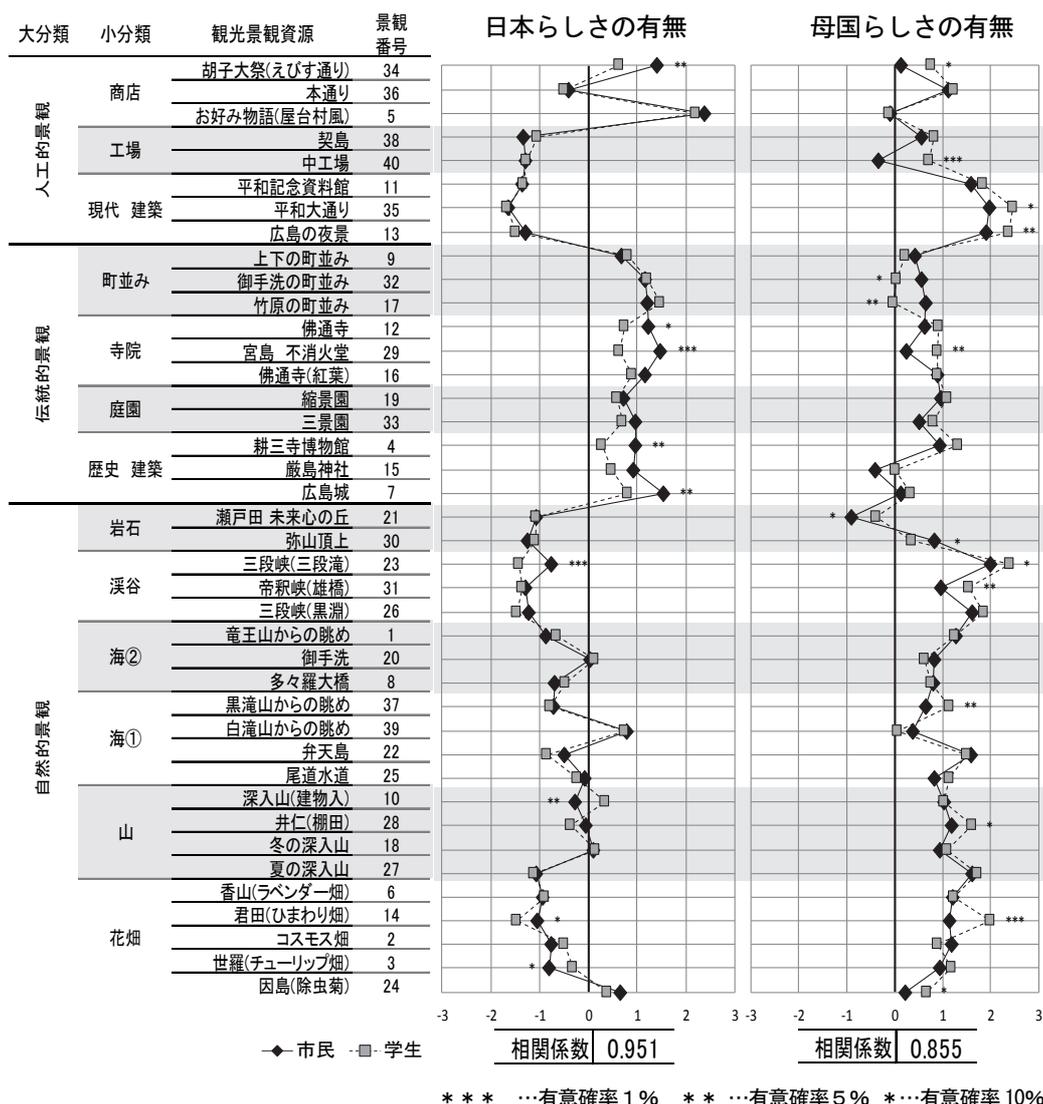


図4-3-2 景観画像別平均評価得点（日本らしさ，母国らしさ）

まず、「訪問希望の有無」では、市民も学生と同様に、人工的景観で訪問したくない側、多くの伝統的景観や自然的景観で訪問したい側の評価となっている。市民と学生との相関は高いが、11)35)の現代建築や10)28)18)の山、6)2)3)の花畑などの景観において、有意な差異がみられ、ほとんどの場合、市民は学生より訪問したくない側に評価する傾向がみられる。中でも、市民が「訪問したくない」側に評価している現代建築11)35)及び、花畑景観6)2)3)については、学生との差異がみられない景観に比べ、画像内の色彩に統一感がなく、加齢に伴い好ましく感じる色彩が落ち着いたものへと変化したものと推察される。

「関心の有無」は「訪問希望の有無」と概ね同様の評価傾向を示す。「訪問希望の有無」で有意差のみられる景観に、同様に有意差のみられることが多いが、その程度は「訪問希望の有無」よりも小さい。市民と学生の相関係数も「訪問希望の有無」を若干上回っており、呈示した景観に対する「関心の有無」の評価傾向における両者の共通性は「訪問希望の有無」に比べ高いと考えられる。

「日本らしさの有無」でも、38)40)の工場や11)35)13)の現代建築などの人工的景観、21)30)岩石、31)26)の溪谷などの自然的景観を「日本らしさが無い」側に、伝統的景観を「日本らしさがある」側に評価する、市民と学生とで類似した評価傾向を示すが、伝統的景観において、市民の評価が学生より有意に高い景観画像が認められる。この評価傾向は第2章で示した中国人留学生の評価傾向と類似しており、12)29)の寺院や4)15)7)の歴史建築など、視対象に寺社仏閣が写る景観画像について、市民は学生と比べ経験や知識がより豊富であると考えられるため、中国と日本の建築様式をより明確に見分けられ、それら建築様式が市民の評価には強く反映されたものと予想される。

「母国らしさの有無」では、市民、学生ともに概ね「日本らしさの有無」と逆の傾向になっており、11)35)13)の現代建築などの人工的景観や23)31)26)の溪谷などの自然的景観を母国にある側に高く評価している。ただし、伝統的景観については、中庸あるいはやや母国にある側に評価する同様の傾向が市民と学生との間にみられるものの、町並みのように複数の要素で構成される景観画像については市民の方が、寺院のように建物単体が大きな割合を占める景観画像については学生の方が、それぞれ母国にある側に評価する傾向が幾つかの景観画像で認められる。市民に比べて経験・知識が少ないと考えられる学生の評価は、より明確な視対象が存在する場合に高まる等、視対象への着目の仕方の差異によって判断基準が異なることが推察される。

(2) 総体的評価項目間の関連

本節では上述した総体的評価4項目間の相互関連を市民と学生それぞれについて検討する。市民、学生の40種類の景観に対する総体的評価4項目の平均評価得点による相関係数行列を表4-3-1に示す。

まず、「訪問希望の有無」と「日本らしさの有無」との関連では、市民ではある程度みられるのに対して、学生では認められない。これより、市民は学生に比べ、日本らしい景観に対して訪問意欲や興味・関心をより喚起される可能性が示唆される。図4-3-1より「日本らしさの有無」での市民と学生の相関係数の値が高いことから、日本らしさを判断する基準自体は市民と学生とで大きく変わらないものの、「訪問希望の有無」に与える影響は異なることが予想される。「日本らしさの有無」と「母国らしさの有無」では市民、学生ともに負の相関がみられ、母国らしくない景観を日本らしい景観と捉える類似した傾向が窺えるが、市民に比べ学生の値の方が高く、学生は母国らしくない景観を日本らしい景観と、より単純に評価している可能性が考えられる。一方、市民は学生ほど母国らしさと日本らしさの判断基準が共通していないことが予想され、これには市民の経験や知識の豊富さなどが影響しているものと推察される。

表4-3-1 評価項目間の相関分析

		訪問希望 の有無	関心の 有無	日本らしさ の有無
関心の 有無	市民	0.99		
	学生	0.99		
日本らしさ の有無	市民	0.42	0.42	
	学生	0.15	0.18	
母国らしさ の有無	市民	-0.03	-0.02	-0.50
	学生	-0.04	-0.07	-0.68

(3) イメージ評価の因子分析結果

次に市民と学生のSD法によるイメージ評価13形容詞対の評価構造を検討するため、40種類の各景観に対する各個人の評価をサンプルとし、市民と学生の統合データ、市民、学生の3種のデータに、主因子法、バリマックス回転による因子分析を適用した。各被験者グループとも抽出因子は、前章までの結果に倣い4因子とした。結果を表4-3-2に示す。

前章においては、中国人学生と中国人留学生では、『固有性』『快適性・開放性』『伝統性』『調和性』の4因子が、日本人学生では『伝統性』『開放性』『快適性』『固有性』の4因子がそれぞれ抽出されている。統合データの結果をみるなら、第1因子は『固有性』、第2因子は『開放性』、第3因子は『伝統性』、第4因子は『調和性』とそれぞれ解釈できる。市民、学生の結果でもこれら4因子が概ね共通して抽出されていることから両者の類似性の高さが窺える。

しかしながら、「3.好きな-嫌いな」「13.美しい-醜い」の『快適性』を構成する形容詞対の因子負荷量が、市民では『開放性』より『固有性』で高いのに対して学生では逆の傾向を示す。また、市民は学生に比べて、『固有性』では「4.伝統的な-革新的な」「8.農村的な-都会的な」の因子負荷量も高く、『伝統性』では「3.好きな-嫌いな」「13.美しい-醜い」の因子負荷量も高いことから、伝統が感じられる景観に固有性を感じ、またそれらを選好するものと考えられる。

一方、学生は市民に比べて、『開放性』では「10.調和した-不調和な」の因子負荷量が高く、また、『調和性』では「5.洗練された-やぼったい」の因子負荷量が高いことから、洗練された印象や開放的な印象を受ける景観を調和した景観と感じ、選好するものと考えられる。

表4-3-2 因子分析結果

形容詞対	統合データ				市民				学生			
	固有性	開放性	伝統性	調和性	固有性	開放性	伝統性	調和性	固有性	開放性	伝統性	調和性
2 特徴のある-特徴のない	.838	.123	.126	.157	.837	.145	.152	.146	.835	.104	.118	.181
12 特別な-普通な	.830	.137	.115	.114	.832	.169	.107	.142	.822	.113	.103	.147
1 魅力のある-魅力のない	.721	.403	.147	.191	.745	.336	.260	.191	.700	.429	.134	.181
5 洗練された-やぼったい	.622	.285	.037	.369	.660	.244	.353	.062	.584	.293	.031	.408
7 のびのびした-窮屈な	.426	.698	.220	.155	.408	.700	.225	.276	.432	.678	.191	.183
3 好きな-嫌いな	.576	.589	.187	.251	.578	.483	.361	.283	.566	.621	.142	.236
13 美しい-醜い	.556	.584	.206	.278	.549	.497	.374	.293	.549	.606	.166	.273
6 開放的な-閉鎖的な	.272	.543	-.047	.094	.280	.553	.130	.019	.263	.528	-.081	.122
11 馴染みのある-馴染みのない	-.023	.333	.084	.139	.002	.339	.247	.104	-.037	.315	.068	.093
8 農村的な-都会的な	.215	.221	.706	-.010	.384	.329	.598	.148	.222	.218	.692	-.004
4 伝統的な-革新的な	.033	.010	.664	.106	.359	.289	.554	.096	.015	-.014	.705	.096
9 整然とした-雑然とした	.322	.320	.083	.541	.199	.200	.022	.746	.287	.294	.075	.575
10 調和した-不調和な	.355	.433	.131	.529	.067	.039	.117	.574	.329	.454	.124	.509
寄与率	27%	17%	9%	8%	28%	14%	10%	10%	26%	17%	9%	8%
累世寄与率	27%	44%	52%	60%	28%	42%	52%	61%	26%	43%	51%	59%

(4) 総体的評価項目と4因子間の関連

次に総体的評価項目4項目と、景観の物理的特徴を表すと考えられるSD法によるイメージ評価13形容詞対の因子分析結果より得た4因子との関連について検討する。40種類の景観に対する総体的評価4項目の平均評価得点と4因子の平均因子得点による相関係数行列を表4-3-3に示す。

これより、市民、学生ともに「訪問希望の有無」「関心の有無」では『固有性』『開放性』『伝統性』との関連がみられ、訪問意欲が喚起される景観の特徴は類似していることがわかる。加えて、市民は『調和性』でも関連がみられることから、整備され、調和した景観画像に対しても訪問意欲が喚起されることが推察される。

次に「日本らしさの有無」では、市民と学生ともに『固有性』『伝統性』『調和性』との関連がみられ、「母国らしさの有無」では『固有性』『開放性』との関連がみられた。特徴的、閉鎖的、調和のとれた景観画像を「日本らしさが有る」と評価し、特徴がなく、開放的な景観画像を母国的な景観を評価すると考えられる。

以上のことより、市民と学生では、各景観画像の物理的特性から日本らしさや母国らしさの捉え方は概ね類似傾向にあると考えられる。しかしながら、訪問意欲喚起に関連する因子においては、市民と学生で若干の差異がみられた。

表4-3-3 総体的評価項目と4因子間の相関分析

		固有性	開放性	伝統性	調和性
訪問希望の有無	市民	0.86	0.60	0.66	0.40
	学生	0.81	0.68	0.63	0.23
関心の有無	市民	0.84	0.61	0.69	0.40
	学生	0.83	0.64	0.63	0.19
日本らしさの有無	市民	0.57	-0.17	0.42	0.39
	学生	0.41	-0.30	0.43	0.36
母国らしさの有無	市民	-0.44	0.57	0.03	0.13
	学生	-0.51	0.51	-0.16	0.04

凡例 $\pm 0.00 \sim \pm 0.20$ $\pm 0.20 \sim \pm 0.40$ $\pm 0.40 \sim \pm 0.70$ $\pm 0.70 \sim \pm 1.00$

4-4 訪問希望理由の比較分析

(1) 訪問希望理由の回答割合

前章より、市民と学生では「訪問希望の有無」において概ね類似した評価傾向がみられたものの、その程度には差異のある景観画像も存在した。そこで、以降では、「訪問希望理由」の結果に着目し、「訪問希望の有無」とイメージ評価の関連について検討を行うとともに、市民と学生の相違について把握する。

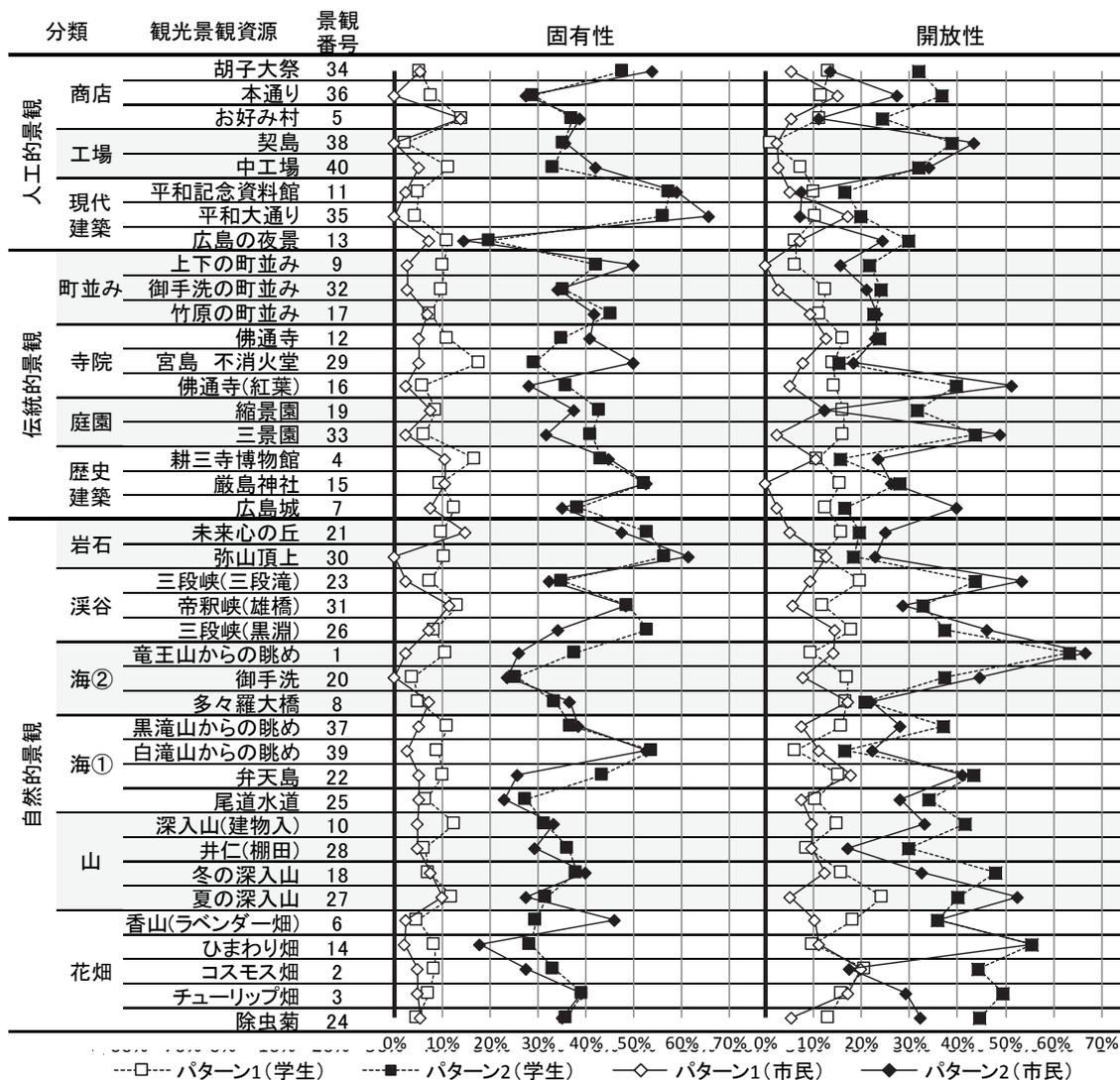
「訪問希望理由」は、呈示された景観画像に対し、被験者が「訪問希望の有無」を評価した際の理由として、イメージ評価13形容詞対の中から強く印象を受けた内容を多肢選択方式により回答させ、該当がない場合は自由記述回答を求めたものである^{注4-3)}。得られた各形容詞対への指摘は、前述した訪日旅行潜在層の因子分析結果に基づき4因子のいずれかに分類、集計した^{注4-4)}。

各景観画像に対して「訪問希望理由」として挙げられた4因子と自由記述それぞれの回答割合を市民と学生について図4-4-1、4-4-2に示す。ただし、「訪問希望理由」は「訪問したい」場合の理由もあれば、「訪問したくない」場合の理由もある。またその理由として挙げられた因子には、それぞれ肯定側、否定側の側面がある。そこで、ある因子に対して理由としての指摘があった場合、その因子の因子得点が正側の値であれば「肯定的指摘」、負側の値であれば「否定的指摘」とし、4因子については、否定的な理由によって「訪問したい」場合^{注4-5)}と肯定的な理由によって「訪問したくない」場合をパターン1、肯定的な理由によって「訪問したい」場合と否定的な理由によって「訪問したくない」場合をパターン2として、市民、学生それぞれ2つのパターン(表4-4-1)に分けて集計している^{注4-6)}。なお、図中にはパターンごとに、市民、学生の平均回答割合と、各景観に対する回答割合に基づいて算出した市民と学生との相関係数についても併せて示す。

市民、学生ともに『固有性』、『開放性』ではパターン1の指摘が少なく、パターン2の指摘が多いことから、景観内に特徴がみられることや、空間に広がりがあることなどの肯定的理由によって「訪問したい」と評価される傾向にあることが予想される。一方、『伝統性』ではパターン1についてもパターン2と同程度に指摘されており、「訪問したい」「訪問したくない」いずれの評価に対しても、肯定的な理由が挙げられる傾向にあるものと考えられる。『調和性』ではパターン1、2どちらについても指摘はあまりみられず、「訪問希望理由」として頻繁には意識されないといえる^{注4-7)}。しかしながら、その中でも市民、学生に共通してパターン2において『調和性』の回答割合が高い(25)、36)、38)の各景観は、総体的評価の結果として訪問したくない側に評価される傾向がみられることから、否定的理由によって訪問したくないと評価される傾向にあることが窺える。

表4-4-1 訪問希望理由の回答パターン分類

	肯定的理由	否定的理由
訪問したい	パターン2	パターン1
訪問したくない	パターン1	パターン2



平均回答割合			相関係数	平均回答割合			相関係数
パターン	市民	学生		パターン	市民	学生	
パターン1	5%	9%	0.501	パターン1	9%	0.271	
パターン2	38%	39%		パターン2	30%		33%

図4-4-1 各景観における訪問希望理由の回答割合（固有性，開放性）

また、市民と学生との相関係数をみると、『固有性』『開放性』『調和性』については、指摘数の少ないパターン1では低いものの、指摘数の多いパターン2では高い値を示し、景観画像から受ける印象が両者である程度共通するものと考えられる。一方、『伝統性』については他の因子と比較してパターン1では高いがパターン2では低く、ほぼ同程度の値を示し、市民と学生とで伝統を意識する景観画像が異なることが予想される。すなわち、伝統的であることを理由に訪問したい側に評価するパターン2の結果をみるなら、12)29)16)の寺院、4)15)7)の歴史建築のように、建物単体が大きな要素を占める景観画像は学生の指摘数が市民を上回るのに対して、9)32)17)の町並みのように複数の要素で構成される景観画像については市民と学生が同程度、または、市民の指摘数が学生を上回る傾向が認められる。このことから、市民と学生では視対象への着目の仕方が異なる可能性

が示唆される。さらに、『自由記述』における相関はいずれの因子よりも低く、市民と学生とでは13形容詞対では表現が困難な景観画像、並びにその内容の傾向は異なるものと考えられる。

平均回答割合については、各因子の両パターン、『自由記述』のいずれの場合も学生の回答割合が市民より高く、1~5%程度の差がみられる。これは、複数回答の割合が、市民では約2割に留まるのに対して、学生では約4割に上るためと考えられる。しかしながら、『開放性』では3~4%とその差が開くのにに対して、『伝統性』では1%とその差が縮まることより、学生は『開放性』に、市民は『伝統性』により注意を払う傾向にあることが推察される。

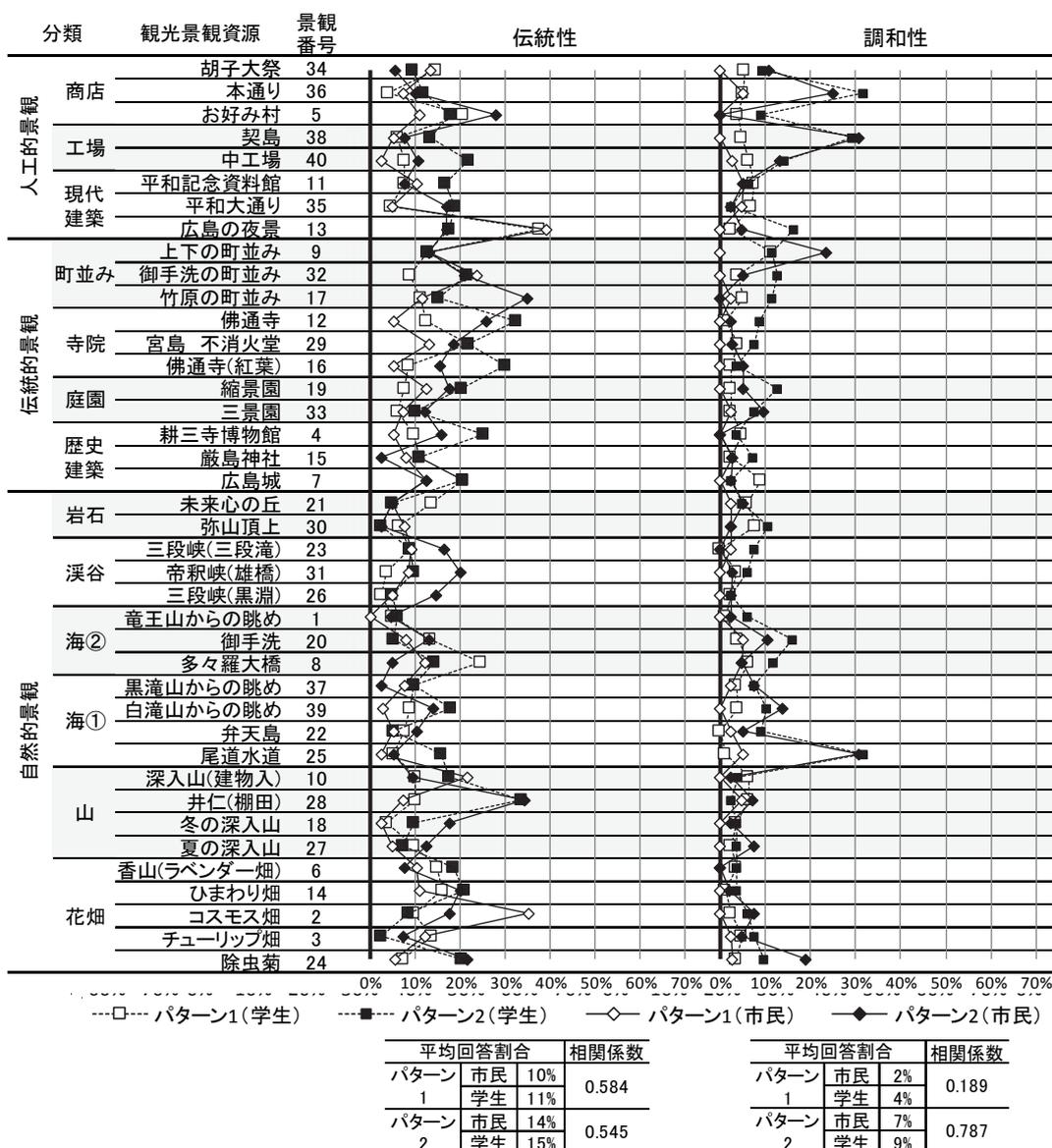


図4-4-2 各景観における訪問希望理由の回答割合（伝統性，調和性）

(2) 訪問希望の有無に対する要因分析

「訪問希望理由」について、因子の形容詞対の「訪問希望の有無」に及ぼす影響について検討するため、数量化理論第Ⅱ類を適用した。外的基準は「訪問希望の有無」とし、前節の「訪問したい側」「訪問したくない側」の2カテゴリとした。また、説明変数には、4因子に対する指摘を用いたが、前節と同様の「肯定的指摘」「否定的指摘」に、指摘がなかった場合の「指摘なし」を加えた3カテゴリとした。結果を図4-4-3に示す。

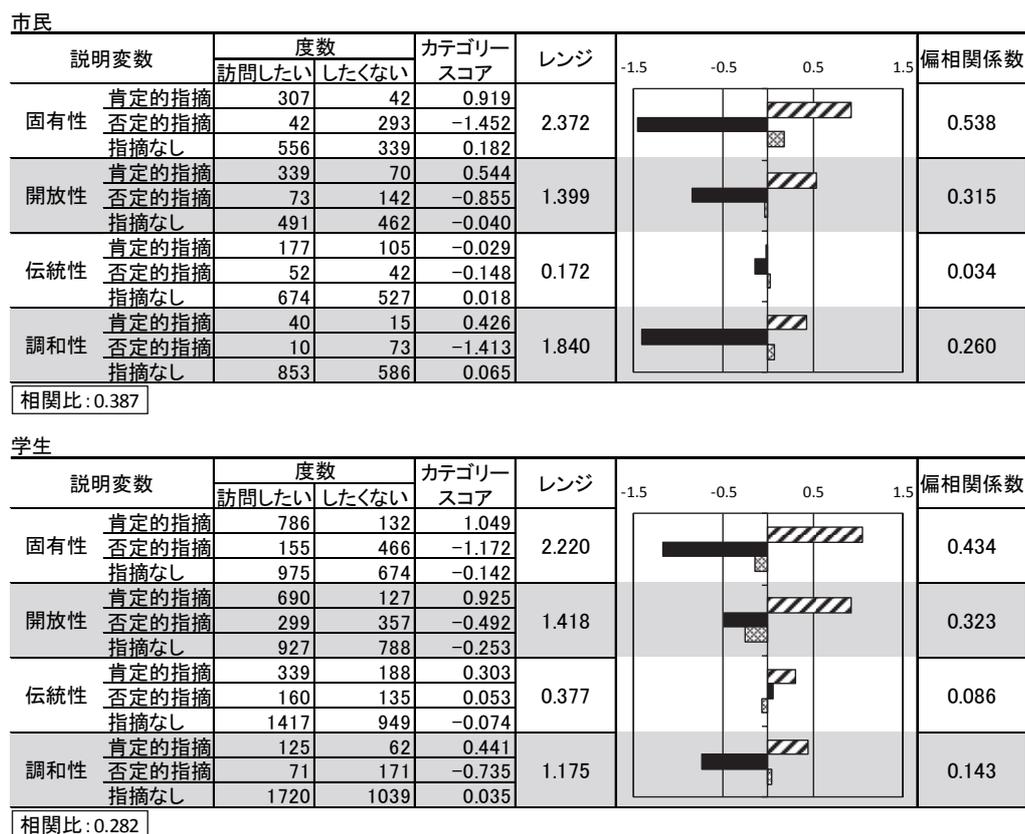


図4-4-3 数量化理論第Ⅱ類結果(訪問希望理由)

まず、レンジや偏相関係数の値より、市民と学生ではともに『固有性』や『開放性』『調和性』の影響が大きく、『伝統性』はあまり訪問希望に影響しないことがわかる。特に市民では『固有性』が「訪問希望の有無」の判断に大きく影響し、否定的指摘が訪問希望をより低下させることがわかる。一方、学生では、『固有性』だけでなく、『開放性』の影響も少なくなく、肯定的指摘のカテゴリスコアが否定的指摘のそれと同等か上回る傾向を示す。したがって、市民と学生とでは訪問希望の要因が異なることに加え、学生は自身の訪問したい意欲を肯定的指摘に基づいて説明するのに対して、市民は否定的指摘を挙げて訪問したくない側に評価する傾向が認められ、判断基準がより明確化している可能性が示唆される。『調和性』は前述したように指摘そのものは少ないものの説明力は比較的大きい。市民、学生ともに否定的指摘が訪問したくない側への判断に影響すると考

えられ、『調和性』の回答割合が高い(38)25)36)の景観画像で、「訪問希望の有無」の評価が低い前述した結果と対応しているが、市民の方がより影響が大きい。

また、4因子の影響を単純に検討するため、「訪問希望の有無」を外的基準、因子得点が正側の値であれば、「肯定側評価」、負側の値であれば「否定側評価」の2カテゴリとし、各因子を説明変数として、数量化理論第Ⅱ類を適用した結果を図4-4-4に示す^{注4)8)}。この結果と図4-4-3の結果を比較することで、理由を指摘することの意味を子細に検討する。

これより、相関比については、図4-4-3の結果と比較すると市民、学生とも高い値を示すが、1つの景観画像に対する訪問希望の理由として指摘されるのは4因子のうち、たかだか1~2因子であることを考慮するなら、「訪問希望理由」を説明変数とした図4-4-3に示す分析結果も説明力が著しく劣るとはいえないと考えられる。また、図4-4-3、図4-4-4に共通して、学生より市民の相関比が高く、サンプル数の違いはあるものの、学生と比べて市民は評価構造がより明確であると考えられる。

次に各因子の影響の程度を比較するなら、市民と学生に共通した傾向として、「訪問希望の有無」の評価に及ぼす影響は『固有性』や『開放性』については大きく、『伝統性』は小さいという図6と同様の傾向が認められる。一方、『調和性』については、図4-4-3では『固有性』や『開放性』と同程度の影響がみられるものの、ここではみられないことより、他の因子と比較して意識されることは少ないが、意識される場合には訪問希望に及ぼす影響の大きいことが推察される。

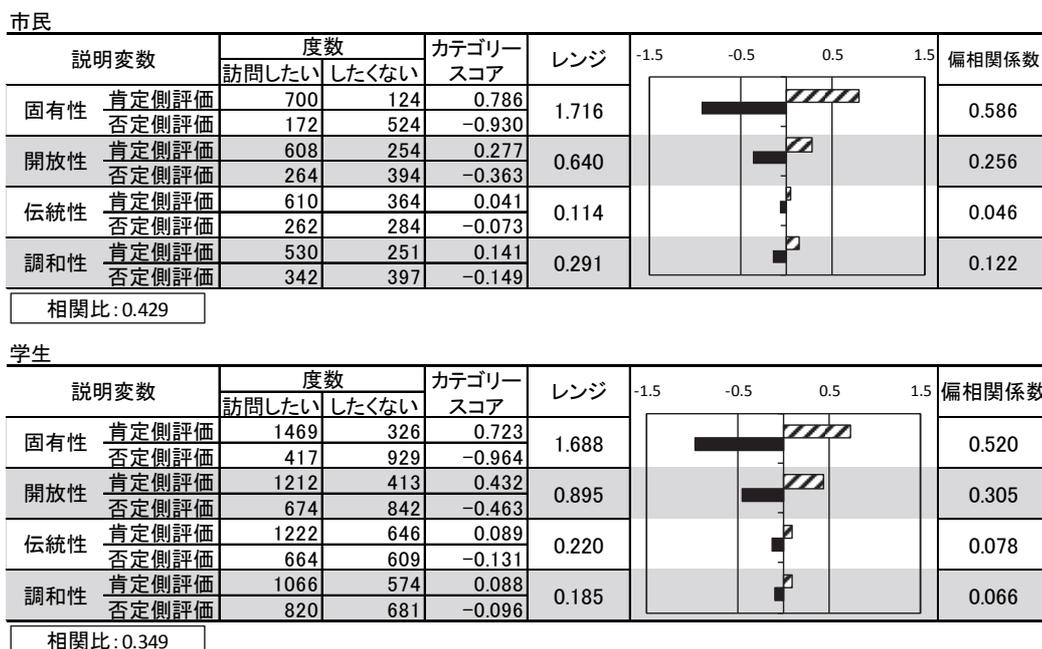


図4-4-4 数量化理論第Ⅱ類結果(4因子)

4-5 多母集団同時分析による評価構造モデルの比較

これまでに各被験者グループの評価項目の関連についての検討を行った。その結果、「日本らしさの有無」や「母国らしさの有無」,「関心の有無」,被験者が景観画像から受ける画像固有の特徴が「訪問希望の有無」に影響し,また,その影響度合いは被験者グループによって異なることが想定された。そこで,本節では各被験者のこれら評価項目間の因果関係,また市民と学生の心理的評価構造の差異を検討するため,個別分析並びに多母集団同時分析を行った。

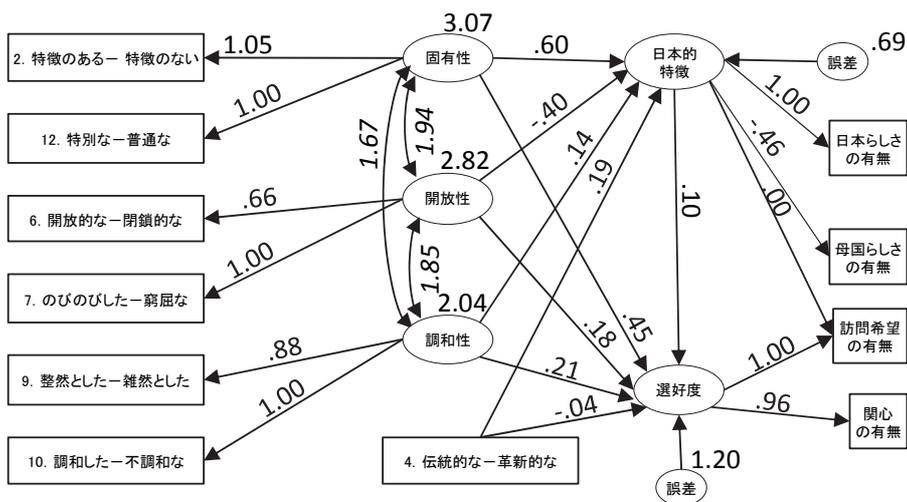
(1) 仮説モデル

ここでは,まず市民と学生で共通した心理評価構造モデルについて検討する。モデルは潜在層グループの因子分析結果,及び評価項目間の関連を基に以下のように設定した。

- ①まず,景観画像の総体的評価を示す潜在変数として『選好度』『日本の特徴』を設定した。また,因子分析結果から得られた4因子(『固有性』『開放性』『伝統性』『調和性』)をSD法によるイメージ評価項目の潜在変数として加えた。
- ②因子分析結果から得られた4因子の観測変数は因子負荷量の高い形容詞対を選定することとし,『固有性』は「2.特徴のある-特徴のない」「12.特別な-普通な」,『開放性』は「7.のびのびした-窮屈な」「6.開放的な-閉鎖的な」,『伝統性』は「4.伝統的な-革新的な」「8.農村的な-都会的な」,『調和性』は「9.整然とした-雑然とした」「10.調和した-不調和な」の各形容詞対を設定した。
- ③SD法によるイメージ評価及び総体的評価がどのように「訪問希望の有無」に影響を及ぼすかを検討するため,「訪問希望の有無」は『日本の特徴』『選好度』により,『日本の特徴』『選好度』は4因子により,『選好度』は『日本の特徴』によりそれぞれ規定されるという因果関係を想定した。

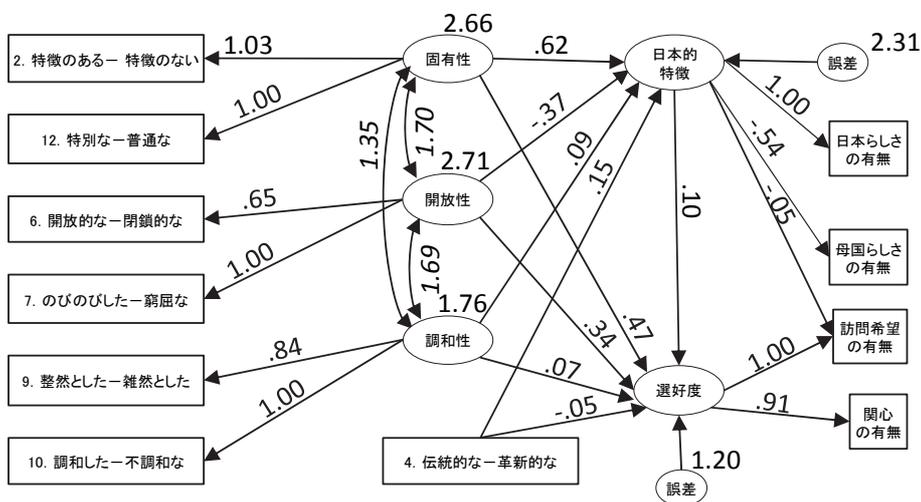
しかしながら,上記の設定では市民と学生で共通のモデルが構築されなかったため,潜在変数の再検討を行った。『伝統性』は「4.伝統的な-革新的な」の観測変数のみでも概ね被験者の特徴を説明できると考えられたことから「8.農村的な-都会的な」を削除し,「4.伝統的な-革新的な」が『日本の特徴』『選好度』を規定するとした。各被験者の個別分析より導出したモデルを図4-5-1に示す。

これより,市民はGFI=0.969 AGFI=0.935 RMSEA=0.072,学生はGFI=0.977 AGFI=0.953 RMSEA=0.062と両被験者のモデルの適合度はモデル採択基準を満たしたことから,以降の分析では本モデルを使用する。



モデルの評価
GFI=0.969
AGFI=0.935
RMSEA=0.072

a) 市民



モデルの評価
GFI=0.977
AGFI=0.953
RMSEA=0.062

b) 学生

図4-5-1 各被験者の個別分析結果

(2) 多母集団同時分析による評価構造の比較

前節より得られた市民と学生の共通のモデルを用いて、市民と学生の心理的評価構造モデルを比較するため、多母集団同時分析を行った。

同時分析を行うにあたり、制約条件を変更したモデルを表4-5-1のように設定した。モデル1から6になるにつれ、制約条件が強くなるように設定し、まずモデル1は各被験者のモデルに対して何も制約条件をおかないモデルとした(配置不変)。モデル2は各潜在変数から観測変数へのパス係数(因子負荷量)をグループ間で等値になる制約条件を設定した(弱測定不変)。モデル3はモデル2の制約条件に加え、測定誤差分散(観測変数の誤差分散)も等値という制約条件を追加した(強測定不変)。モデル4はモデル3の制約条件に加えて潜在変数の分散、共分散がグループ間で等値という制約条件を設定した(測定不変)。モデル5では、モデル4の制約条件に加えて全てのパス係数が等値という制約条件を加えた。最後にモデル6ではモデル5に加えて、予測の誤差分散(潜在変数の誤差の分散)を等値という最も強い制約条件とした。

以上の複数の条件のモデルを比較した結果を表4-5-2、モデル1(配置不変モデル)が成り立つと仮定した上で他のモデルとの検定結果を比較した結果を表4-5-3にそれぞれ示す。

表4-5-1 モデルの制約条件

モデル名	制約条件
モデル1	制約なし(配置不変)
モデル2	潜在変数から観測変数へのパス係数(因子負荷量)をグループ間で等値(弱測定不変)
モデル3	上記に加え、測定誤差分散が等値(強測定不変)
モデル4	上記に加え、潜在変数の分散、共分散がグループ間で等値(測定不変)
モデル5	上記に加え、全てのパス係数が等値
モデル6	上記に加え、予測の誤差分散が等値

表4-5-2 各モデルの適合度

モデル	CFI	RMSEA	AIC	CMIN	自由度	確率	CMIN/DF
モデル1	0.972	0.046	1012.0	875.97	64	0	13.69
モデル2	0.972	0.044	1006.9	882.91	70	0	12.61
モデル3	0.970	0.043	1071.3	969.27	81	0	11.97
モデル4	0.969	0.042	1084.0	993.99	87	0	11.43
モデル5	0.969	0.040	1083.1	1011.07	96	0	10.53
モデル6	0.969	0.040	1090.8	1022.77	98	0	10.44

表4-5-3 配置不変モデルとの比較

	自由度	CMIN	確率
モデル2	6	6.9	0.327
モデル3	17	93.3	0
モデル4	23	118.0	0
モデル5	32	135.1	0
モデル6	34	146.8	0

前節の個別分析ではGFIやAGFI, RMSEAの値を参考にモデル適合度を判断したが, 本節の同時分析においては, CFI, RMSEA, AICの値及び表4-5-3の結果より判断する。また, 一般的に同時分析はカイ二乗値(CMIN)と自由度より算出した有意確率も判断基準とするが, 本モデルに使用したサンプル数は市民がn=2221, 学生がn=3662と多いため, 本モデルではカイ二乗値を用いた値は参考しないこととした。

まず表5-2-2より, いずれのモデルにおいてもCFI, RMSEAの値が良好な値を示した。AICに関してはモデル2が最も低い値を示した。また表4-5-3より, モデル2においては有意な差異がみられなかったため, 以降の検討ではモデル2について検討する。

次にモデル2における推定値の比較結果を表4-5-4, 各被験者の心理的評価構造モデルを図4-5-2(非標準化推定値), 図4-5-3(標準化推定値)に示す。

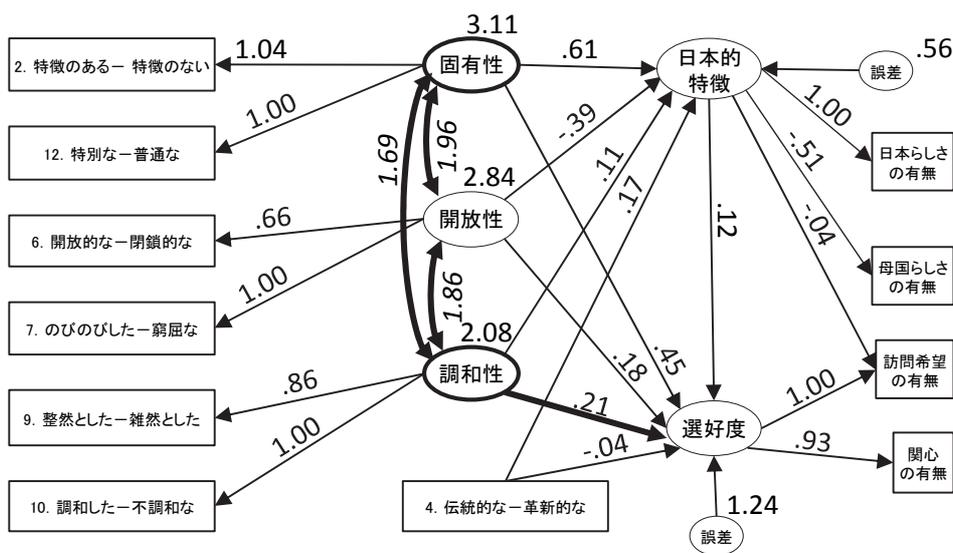
これより, 市民と学生では共通して『固有性』『開放性』が『日本の特徴』に影響するものの, 『日本の特徴』から『選好度』への影響はあまりみられない。また, 検定統計量より, 市民と学生では『調和性』から『選好度』, 『開放性』から『選好度』へのパス係数, また, 『固有性』, 『開放性』, 『調和性』それぞれの共分散において有意に差異がみられた。『調和性』から『選好度』のパス係数では市民の値(0.211)が学生の値(0.066)よりも高く, 『開放性』から『選好度』のパス係数では学生の値(0.341)が市民の値(0.184)よりも高いことから, その影響度合いに差異がみられた。学生では『固有性』『開放性』が大きく『選好度』に影響しているのに対し, 市民では『固有性』が最も影響し, また他の因子との関連も強いことから『固有性』『開放性』『調和性』が相互に関連して, 『選好度』に影響していることが考えられる。

表4-5-4 推定値の比較(モデル2)

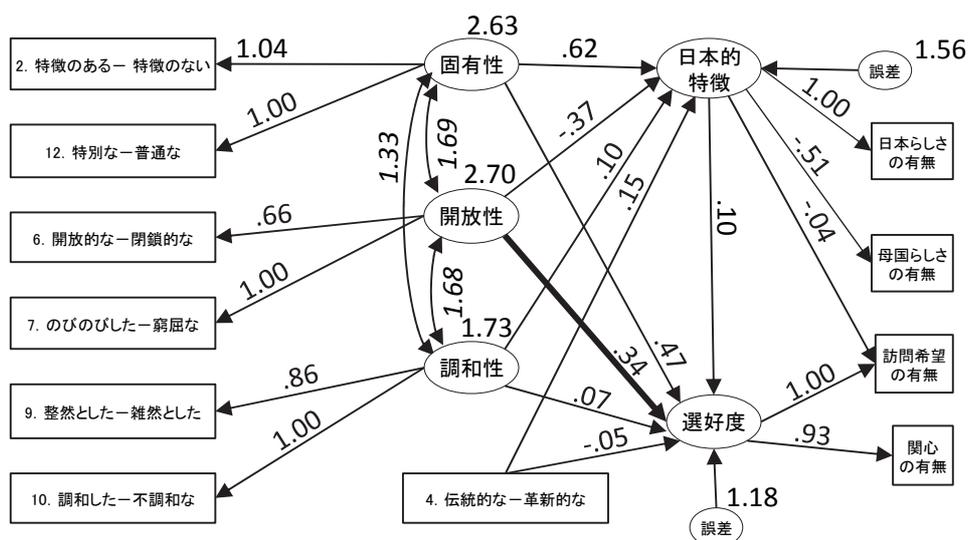
	パラメータ間の差に対する検定統計量(モデル2)						
	市民			学生			検定統計量
	非標準化推定値	標準誤差	標準化推定値	非標準化推定値	標準誤差	標準化推定値	
固有性 → 選好度	0.448	0.057	0.453	0.467	0.028	0.444	0.300
調和性 → 選好度	0.211	0.046	0.174	0.066	0.042	0.051	-2.334 ***
開放性 → 選好度	0.184	0.051	0.177	0.341	0.038	0.328	2.519 ***
日本の特徴 → 選好度	0.123	0.078	0.083	0.098	0.025	0.087	-0.315
固有性 → 日本の特徴	0.606	0.034	0.905	0.618	0.029	0.661	0.263
開放性 → 日本の特徴	-0.387	0.050	-0.551	-0.368	0.045	-0.399	0.277
調和性 → 日本の特徴	0.113	0.058	0.137	0.103	0.056	0.090	-0.117
「伝統的な-革新的な」 → 日本の特徴	0.173	0.019	0.259	0.151	0.015	0.186	-0.952
「伝統的な-革新的な」 → 選好度	-0.039	0.020	-0.039	-0.048	0.012	-0.053	-0.415
固有性 ↔ 開放性	1.962	0.086	0.660	1.686	0.061	0.633	-2.665 ***
開放性 ↔ 調和性	1.865	0.077	0.768	1.680	0.056	0.777	-1.986 **
固有性 ↔ 調和性	1.693	0.078	0.666	1.333	0.052	0.624	-3.962 ***

【検定統計量】色が異なる部分が有意差のあるパス係数

*絶対値 1.53 以上…有意確率 10%, **絶対値 1.96 以上…有意確率 5%, ***絶対値 2.33 以上…有意確率 1%



a) 市民

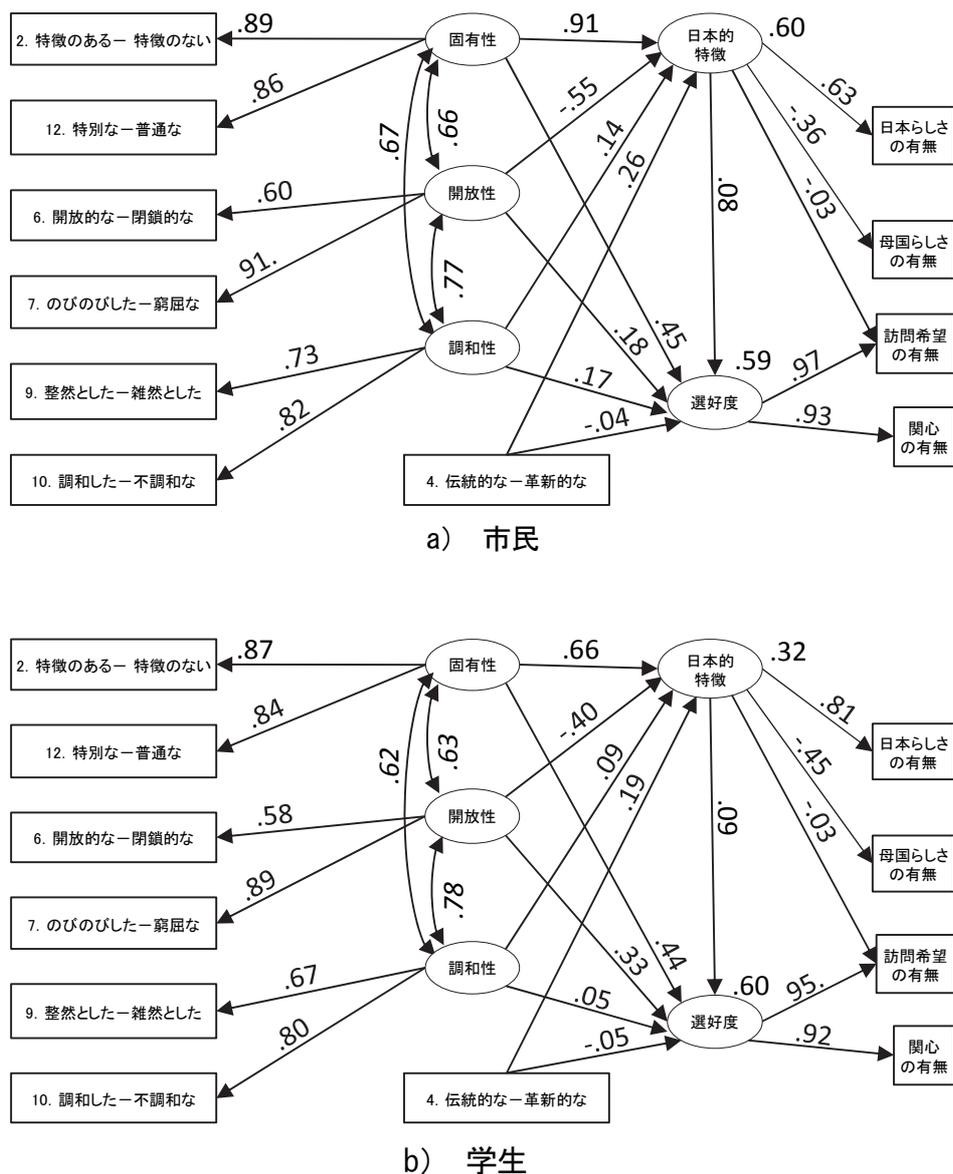


b) 学生

※太線のパスは被験者間で、有意確率5%以上で差異がみられたものを指す

【モデル適合度】
 GFI=0.974
 AGFI=0.950
 RMSEA=0.044
 CFI=0.972
 AIC=1006.9

図4-5-2 心理的評価構造モデル(非標準化推定値)



※太線のパスは被験者間で、有意確率 5%以上で差異がみられたものを指す

【モデル適合度】
 GFI=0.974
 AGFI=0.950
 RMSEA=0.044
 CFI=0.972
 AIC=1006.9

図4-5-3 心理的評価構造モデル(標準化推定値)

4-6 おわりに

本章では、中国大連市在住の中国人一般市民並びに学生を訪日旅行潜在層と位置づけ、両被験者グループに対して広島県の観光景観画像を用いた心理的評価実験を行い、各被験者グループの評価傾向並びに評価構造の相違を明らかにした。以下に得られた知見を述べる。

- ①総体的評価項目について、「訪問希望の有無」では、市民と学生の評価は概ね類似傾向にあるものの、現代建築、山や花畑などの自然的景観などにおいて差異がみられた。また、「日本らしさの有無」については、伝統的景観において市民の評価が学生よりも有意に高い景観がみられ、両者の判断基準に差異があることが予想された。項目間の関連分析の結果から、市民は日本らしい景観に訪問意欲や関心が喚起されることが推察された。
- ②「訪問希望の有無」に及ぼす画像評価の影響について「訪問希望理由」を整理することにより検討した結果、いずれの被験者においても『固有性』と『開放性』への指摘が多くみられた。さらに、「訪問希望の有無」への影響の程度を検討するため、「訪問希望理由」を説明変数として数量化理論第Ⅱ類を適用した結果、市民、学生ともに『固有性』『開放性』『調和性』の影響が大きく、『伝統性』の影響が小さいことを確認した。また、市民では『固有性』の影響が、学生では『開放性』の影響が比較的大きく、被験者グループによって要因の影響程度が異なること、学生に比べ市民はより批判的な観点から評価している可能性があることを把握した。
- ③市民と学生の心理的評価構造モデルの比較を行うために多母集団同時分析を適用した結果、『選好度』への影響は『固有性』が最大で市民と学生で共通するものの、市民は『調和性』、学生は『開放性』により影響がみられるなどの相違点が明らかとなった。また、『日本の特徴』については、いずれの因子においても学生より市民で影響が強く、特に『固有性』で顕著であった。このことより、市民は景観に含まれる要素や、日本の特徴について学生より認識していることが予想され、日本のか否かの判断が『固有性』を介して訪問意欲を喚起する可能性が示唆された。

『日本の特徴』が訪問意欲の喚起に影響する可能性が、学生より市民において示唆されたことから、呈示される景観画像からいかなる意味を読み取れるか、経験や知識に基づくその能力の多寡による影響が想定される。したがって、日本らしさとは何か、それに付随するどのような特徴や魅力があるのかを与えることにより、『日本の特徴』から『選好度』への影響の増加や、訪問意欲の向上がある程度期待できると考えられる。

第4章注

注4-1) 北京市統計局のデータによると、昨年の都市部非私営企業の従業員の平均年収は10万2268元(約203万円)、都市部の私営企業では5万2902元(約105万円)だった。平均年収が10万円(約200万円)を超えたのは北京市都市部の非私営企業のみで、最下位の河南省(4万2179元)の2.4倍に上るなど地域差もみられた¹⁰⁾。

注4-2) 平均評価得点を求める際には、4項目それぞれについて4段階尺度(「訪問希望の有無」については、「1. 行ってみたい」「2. 機会があれば行ってみたい」「3. あまり行ってみたいとは思わない」「4. 行ってみたいとは思わない」の4段階。他の3項目についても同様)の回答に「3」「1」「-1」「-3」の得点を付与した。各図右側を正とし、正側が肯定的評価(訪問したい等)としている。また、図中では評価の違いをより明確に把握するため、補助的に「-2」「0」「2」といった数値目盛りを追加している。

注4-3) 自由記述内容としては、「あまりみられない」「珍しい」など、目新しい(視覚体験がない)、「みたことがある」「珍しくない」など、目新しくない(視覚体験がある)といった、『景観の目新しさ』に関する内容、「快い」「雰囲気がいい」などの肯定的印象、「気持ちがいい」「色彩がない」などの否定的印象といった『景観から受ける印象』、また、「人工的」「自然」「異国的」などの『景観の条件』、「飲食をしたい」「興味がある」などの関心、「興味がない」「おもしろくない」などの無関心から読み取れるような『景観の興味』に関する内容といったこの5つに関する内容が主に挙げられた。

注4-4) 例えば、ある景観に対する訪問希望の理由として、「2. 特徴のある-特徴のない」が選択された場合や、いずれも『固有性』に含まれる「2. 特徴のある-特徴のない」と「12. 特別な-普通の」が選択された場合は、『固有性』への指摘1とカウントし、「2. 特徴のある-特徴のない」と「6. 開放的な-閉鎖的な」が選択された場合は、『固有性』への指摘1と『開放性』への指摘1としてそれぞれカウントした。なお、複数の形容詞対が選択された場合、1つの因子に対して指摘される形容詞対数の平均は、学生が1.9、市民が1.8と比較的多いが、複数選択されている場合も同一の観点(因子)が指摘される傾向が窺えることから、指摘1とカウントするにあたって支障は少ないと考えた。また、13形容詞対の内容と重複する自由記述に関しては13形容詞対への指摘として集計に加えた。なお、「訪問希望理由」として指摘される形容詞対は、「1. 行ってみたい」「2. 機会があれば行ってみたい」といった「訪問したい」側だけでなく、「3. あまり行ってみたいとは思わない」「4. 行ってみたいとは思わない」といった「訪問したくない」側の場合も含まれている。

注4-5) ここでは、「訪問希望の有無」の4段階尺度の回答のうち、「1. 行ってみたい」「2. 機会があれば行ってみたい」を「訪問したい」側、「3. あまり行ってみたいとは思わない」「4. 行ってみたいとは思わない」を「訪問したくない」側としている。

注4-6) 本研究では訪問希望を決定する際にどのような観点が重視されたかということに着目したため、形容詞対自体を選択させており、回答にあたっては形容詞対の肯定側、否定側まで選択させていないが、因子得点の正負により、肯定側、否定側のどちらによるものとして指摘しているのかを判断している。

注4-7) 各因子を構成する形容詞対数が異なるため、仮に理由としての形容詞対が無作為に指摘されるなら、『固有性』『開放性』『伝統性』『調和性』の指摘数は4:5:2:2の割合になることが予想される。仮にこれらの値で回答割合を除いたとしても、『調和性』の回答割合は『開放性』をやや上回る程度で、他の2因子より低い値を示すことから、ここでは『調和性』の指摘はあまりみられないと解釈した。

注4-8) 因子得点の値の正負について、固有性に含まれる「2. 特徴のある-特徴のない」では、「特徴のある」を正側、「特徴のない」を負側の値としている。他の形容詞対も同様に、表4に示す形容詞対の内、左側に記すものを正側、右側に記すものを負側の値としている。

第5章 結論

本研究では、訪日外国人観光客をターゲットとした観光振興事業による地域振興政策を立案する上での基礎的資料を得ることを目的として、中国人の景観画像に対する心理的評価構造を明らかにするため、景観画像評価実験を行い、その結果を分析・考察した。具体的には、中国人留学生と日本人学生、韓国人留学生を対象とした広島県の観光景観画像評価実験の結果比較により中国人の評価傾向を把握し、その上で中国大連市在住の中国人一般市民並びに学生に対し同様の景観画像評価実験を行い、訪日旅行潜在層の評価傾向並びに評価構造の相違を明らかにした。

第1章～第5章において述べた内容について、改めて以下の通り整理する。

第1章では、研究の目的及び研究計画を述べ、既往研究との関連より本研究の位置付けを明確にするとともに、本研究で使用した景観画像を提示した。

第2章では、日本在住の中国人留学生及び日本人学生、韓国人留学生を対象とした観光景観画像評価実験の結果を示し、広島県の観光景観画像に対する中国人の評価傾向について、韓国人、日本人と比較して示した。中国人の「訪問希望の有無」の評価が高い景観画像として、瀬戸内海、花畑、夜景、雪山等の広がりがある景観画像が挙げられ、「訪問希望の有無」と「日本らしさの有無」の評価間に弱い相関がみられることが分かった。ただし、広島県の自然景観画像について「日本らしさの有無」は負の評価が多く、「訪問希望の有無」ではカラフルな配色が特徴的な寺や、渓谷景観等の固有性のある景観画像について日本人の評価と差異が見られるなど、日本人の考える「日本らしさ」が中国人の「訪問希望」に直結しないことが示唆された。

第3章では、第2章で対象とした留学生の場合に、日本に対する知識や経験が評価を向上させると想定されることから、日本在住経験のない中国人学生の評価を得るため、中国在住の中国人学生への観光景観画像評価実験の結果を示し、留学生の結果と比較した。その結果、「訪問希望の有無」の評価について、中国在住の中国人学生と日本在住の中国人留学生は概ね共通した傾向がみられた。しかしながら、中国在住の中国人学生の「訪問希望の有無」と「日本らしさの有無」の評価には関連があまり見られず、また、広島を代表する伝統的景観や人工的景観においては留学生の評価が若干高くなるなど、日本らしさや広島らしさにおいて留学生との差異がみられ、日本在住経験による広島や日本に関する知識の差が評価に影響することが示唆された。

第4章では、実際の訪日旅行者層として想定される一般市民と学生の評価傾向並びに評価構造の差異を明らかにするため、新たに中国人一般市民（訪日旅行潜在層）を被験者として心理的評価実験を行った。その結果、「訪問希望の有無」では、市民と学生の評価は概ね類似傾向にあるものの、「日本らしさの有無」については、伝統的景観において市民の評価が学生よりも有意に高い景観画像がみられた。また、「訪問希望の有無」における市民と学生の評価の差異を「訪問希望理由」より検討を行った結果、いずれの被験者においても『固有性』と『開放性』への指摘が多くみられ、これらの項目が「訪問希望の有無」に大きく影響していることを把握した。また、市民では『固有性』が「訪問希望の有無」の判断に大きく影響し、否定的指摘が訪問希望をより低下させているが、学生では『固有性』とともに『開放性』の影響も比較的大きいことから、被験者群によって要因の影響程度が異なることを把握した。さらに各被験者の心理的評価構造モデルの比較を行うために多母集団同時分析を適用した結果、市民と学生では『固有性』『開放性』が『日本的特徴』に影響するものの、『日本的特徴』から『選好度』への影響はあまりみられなかった。両被験者グループは『固

有性』が『選好度』に共通して影響し、加えて市民では『調和性』、学生では『開放性』の影響がみられた。また、市民では『固有性』『開放性』『調和性』の関連が強くみられたことから、これらの要素が相互に関連して景観の『選好度』に影響していることが推察された。

第1章から第4章の結果を踏まえ、中国人の景観画像評価傾向について総括すると、日本の特徴が景観画像の選好度にはあまり影響せず、全体的には「日本らしさの有無」よりも特徴的な景観画像（固有性の高い景観画像）に対して訪問希望が高くなる傾向にある。ただし、日本在住の中国人留学生や中国在住の中国人（市民）は、日本に関する知識を若干有しており、「日本らしさ」を感じる景観画像に対して「行ってみたい」と評価する傾向が中国在住の中国人学生よりも強いことがわかった。

上記を踏まえ、本研究の結論として、中国人に日本への訪問意欲を喚起させる景観画像として「日本らしさが有る」ことが望まれるが、現在の中国人の認識における「日本らしさの有無」は日本人の感覚とは異なると考えられ、「日本らしさの有る」景観画像よりも、固有性の高い特徴的な景観画像（珍しい景観や良く知られた日本らしい景観の画像）により訪問意欲を喚起させることができるといえる。中国人の誘客促進への示唆として、まず短期的には中国人視点で、中国人が興味を持つ特徴的な景観画像によりプロモーションを行うことが重要であろう。

今後、中国人の更なる訪日旅行の増加に伴い、中国人の感じる「日本らしさ」の変化が生じることが予測され、様々な日本の景観が中国人の訪問意欲を喚起させることになると考えられる。その際には、訪日旅行者の『日本の特徴』から『選好度』への影響の増加が期待されることから、本研究で構築した評価構造モデルの再確認を行うことが必要であり、本研究テーマは今後も継続的に取り組むべきものと考えられる。

また、今後の課題として、性別・年齢別・出身地別等の個人属性別の評価や、撮影方法の違いによる同一場所での複数画像の評価、画像と実際の景観の評価の分析等、本研究の結果を踏まえた、広島県への誘客促進、広島県内の周遊促進に資する分析内容が挙げられる。

さらに、本研究では、既往の建築環境工学の知見である景観評価手法を観光景観に適用しており、今後も観光まちづくり研究分野における建築環境工学の知見の応用が期待される。

参考文献

査読付き原著論文

1. Toshiro Yoshihara, Daisaku Nishina, Takahiro Tanaka, Kota Kawase and Hanako Takagishi : A Study on the Psychological Evaluation of Tourism Landscape Images in Hiroshima, A Psychological Evaluation by Korean Subjects, *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, Vol.16 (2017) p.223-229, 2017.1 [第2章]
2. 川瀬功太, 西名大作, 陸偉, 金華, 田中貴宏, 吉原俊朗 : 広島県の観光景観画像に対する心理的評価に関する研究: 中国人学生・中国人留学生・日本人学生を被験者として, *日本建築学会環境系論文集* 80(708), pp99-108, 2015.3 [第3章]
3. 高岸英子, 西名大作, 吉原俊朗, 川瀬功太, 陸偉, 金華, 田中貴宏 : 広島県の観光景観画像に対する心理的評価に関する研究 : 中国人訪日旅行潜在層を被験者として, *日本建築学会環境系論文集* 81(726), pp 651-660, 2016.8 [第4章]

参考文献

- 1) 十代田朗編著 : 観光まちづくりのマーケティング, 学芸出版社, 2010.11
- 2) 溝尾良隆編著 : 観光学全集第1巻観光学の基礎, 原書房, 2009.11
- 3) Gallarza, M.G., Saura, I.G., Garcia, H.C. : DESTINATION IMAGE, Towards a Conceptual Framework, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 1, pp. 56-78, 2002
- 4) 小松牧, 中山徹: 奈良市における訪日外国人の旅行背景・意識・行動の実態, *日本家政学会誌* Vol.58 No.6, pp343-355, 2007.6
- 5) 山口泰史: 庄内地域における外国人旅行者の満足度について, *季刊地理学* Vol.60 No2, pp109-113, 2008.6
- 6) 金華, 村川三郎, 西名大作: 中国・日本・欧州の被験者による河川景観の認識・評価と注視特性に関する分析, *日本建築学会計画系論文集*, 第559号, pp71-78, 2002.9
- 7) 金華, 西名大作, 村川三郎, 飯尾昭彦: 英国・日本・中国の被験者による河川景観評価構造の比較分析, *日本建築学会計画系論文集* 第544号, pp63-70, 2001.6
- 8) 楊鶴, 李力, 下川敏雄, 北村眞一: 成都市における街路景観の認知構造に関する研究, *日本感性工学会論文*, Vol. 11, pp131-139, 2012. 2
- 9) 坪井壘太郎, 谷口智雅, 宮岡邦任, 朱元 : 中国上海市の外灘地区におけるウォーターフロント景観と観光行動, *水資源・環境研究*, Vol. 17, pp15-22, 2004. 3

- 10) 西名大作, 村川三郎, 金華, 大石洋之: 中国・日本の被験者による地域景観の注視特性と評価構造に関する分析, 日本建築学会計画系論文集 第 557 号, pp103-110, 2002. 7
- 11) 金華, 村川三郎, 西名大作: 留学生と日本人住民による東広島市のみどり景観評価構造の比較, 日本建築学会計画系論文集 第 544 号, pp47-54, 2001. 6
- 12) 飯島祥二, 直井岳人: 観光目的地評価研究に対する環境工学の応用 — 「環境要素間関連性」を通しての観光研究の事例一, 観光研究 2015. 3, Vol. 26, No. 2
- 13) 野瀬元子, 古屋秀樹: 日光, 箱根における外国人観光者と日本人観光者の評価特性分析, 日本都市計画学会都市計画論文集, No. 43(3), 2008. 10
- 14) 姫野由香, 佐藤誠治, 小林祐司: 観光画像からみた景観特性の解析に関する研究, 日本建築学会計画系論文集 第 559 号, pp187-193, 2002. 9
- 15) 横究, 乾正雄, 中村芳樹: 評価項目が街路景観評価に及ぼす影響, 日本建築学会計画系論文集 第 468 号, pp27-36, 1995. 2
- 16) 宗方淳, 大井尚行, 平手小太郎, 安岡正人: スライドを用いた都市景観評価に視野設定が及ぼす影響に関する研究, 日本建築学会計画系論文集 第 563 号, pp69-75, 2003. 1
- 17) 邵 岩峰, 宮原和明, 庄山茂子: 色彩が街並みの景観印象に与える影響についての基礎研究 ドイツ, 中国, 日本の街並み景観について日本, 中国の大学生による評価, 日本建築学会研究報告九州支部計画系 Vol49, pp333-336, 2010. 3
- 18) 西名大作, 村川三郎, 金華: 東広島市における留学生の生活環境評価に関する研究 日本建築学会計画系論文集 第 529 号, pp101-108, 2000. 3
- 19) 大石洋之, 村川三郎, 西名大作: 被験者の撮影写真における選好景観特性の分析, 日本建築学会環境系論文集 第 611 号, pp75-82, 2007. 1
- 20) 姫野由香, 佐藤誠治, 小林祐司, 金貴煥: イメージスケッチを用いた観光地における印象的な景観場の特性分析, 日本都市計画学会都市計画論文集 No. 38(3), 2003. 10
- 21) 羽生冬佳, 森田義規, 小久保恵三, 十代田朗, 津々見崇: 来訪者の観光地評価の構造に関する研究, 日本造園学会ランドスケ: プ研究 No. 69(4), 2006
- 22) 横田幹朗, 村川三郎, 西名大作, 大場誠一郎: 水際建築物からの眺望景観の特性と被験者による心理的評価の関連, 日本建築学会環境系論文集第 573 号, pp79-85, 2003. 11
- 23) 財団法人自治体国際化協会(北京事務所): 地方都市への中国人観光客の誘致可能性について, (財)自治体国際化協会 CLAIR REPORT, No. 270, 2005. 9
- 24) 藤田啓次: 中国・韓国からのインバウンド・ディスティティションとしての九州-熊本県菊池市の例を中心として-, 日本国際観光学会(JAFIT)論文集, Vol12, 2005. 3
- 25) 吉野文雄: 観光地としての『世界の東北』の創造に向けて 日本国際観光学会(JAFIT)論文集, Vol10, 2003. 3
- 26) 李力, 下川敏雄, 楊鶴, 黒木学, 大山勲, 北村眞一: 日本および中国での身近な街路景観の認知特性に対する物理的要因評価: 東京 23 区と成都市の国際比較: 日本感性工学会論文誌, Vol. 12, pp369-378, 2013. 3

- 27) 田中 賢二: 外国人観光客の訪日促進策に関する研究-国際観光の現状の分析と安定的な旅行者の獲得を中心として-, 運輸政策研究 Vol11.No1, pp11-21, 2007
- 28) 盧剛, 山口一美: 訪日中国人観光者の再来訪を促す要因の研究, 生活科学研究, Vol134, pp187-197, 2012.3
- 29) 崔龍文: 訪日中国人観光客の観光行動 - 団体パッケージツアーの事例分析を通じて -, 観光科学研究 Vol14, pp39-52, 2011.3
- 30) 古屋秀樹, 西井和夫, 野瀬元子, 呉戈, 金賢: 日本・中国・韓国における観光行動の実態分析, 土木計画学研究講演集 Vol137, 2008.6
- 31) 平桂子, 片山徹也, 庄山茂子: 長崎市内の景観に関する意識調査 - 世代間及び在住年による比較 -, 人間と生活環境 Vol118(1), pp15-24, 2011.5
- 32) 濱田泰: 地方自治体における観光統計の整備状況と活用の可能性, 東亜経済研究 69(2), pp379-395, 2011.1
- 33) 村川三郎, 西名大作, 大石洋之: 評価者の価値観から見た地域景観の総合満足度に関する分析, 日本建築学会計画系論文集, 第 556 号, pp83-89, 2002.6
- 34) 塚本俊介, 下村彰男, 小野良平, 熊谷洋一: 「自己形成期における風景」と居住空間の景観評価における関連性, ランドスケープ研究日本造園学会誌 Vol164.No5, pp709-712, 2001.3
- 35) 劉淑恵, 浅見泰司: 台湾における省籍の違いに着目した商店街景観認知の評価分析, 日本不動産学会誌 Vol116 No. 1, 2002.5

付録

问答卷

填写注意事项:

- 答题时请按顺序作答，以免出现跳题或漏答选项；
- 本调查仅为基础数据统计分析用，不做任何商业使用，也不会出现泄露您身份的问题，因此建议您能填写下您真实的感受；
- 您的真实回答决定了数据统计的可靠性，因此建议您不要参考他人的结果或与他人商量；
- 答卷时请遵从主考官的指示。

A) 针对您在中国国内以及海外的旅行体验和期望进行问答

※以下所说的“旅行”是指除因工作出差或探亲访问以外的住宿1天以上的远距离出行。

(1) 您的国内旅游频率是多少？

- | | | |
|-------------------|-------------------|----------------|
| 1. 1个月1次以上 | 2. 2~3个月1次 | 3. 半年1次 |
| 4. 1年1次 | 5. 几年1次 | 6. 基本不去 |

旅行

(2) 请您列举中国国内“旅行”最有印象的3个地方，并尽量写出各个旅行地的具体位置。

1. _____ 2. _____ 3. _____

(3) 您国内“旅行”类型方面的问题。“所使用的交通工具”，“随行者”，“旅行时期”方面的问题请从以下提问中选出最适合的选项，“旅行时间”中请记入数字

【使用的交通工具】	【随行者】	【旅行时期】	【旅行时间】
1. 私家车	1. 一个人	1. 春	_____日
2. 公用汽车	2. 朋友	2. 夏	
3. 电车	3. 家族	3. 秋	
4. 飞机	4. 同事或工作伙伴	4. 冬	
5. 船	5. 旅游团		
6. 火车	6. 其他()		
7. 其他 ()			

(4) 您国内旅行目的地选择原因是什么？从以下①~⑧中选出最贴切的选项，并写在下面的 i) ii) iii) 中。

① 访问当地名胜(也包含游乐场, 主题公园等)
② 购物
③ 品尝当地美食或饮品(包含正餐, 差点或饮酒等)
④ 体验传统工艺(体验制作旅游目的地的传统工艺品等)
⑤ 参加当地民俗活动或节庆活动等(包括观战体育运动, 观看戏曲等。)
⑥ 运动(包括钓鱼, 跑步, 骑车等户外运动。单纯观赏景物除外。)
⑦ 休息, 修养, 疗养(也包括温泉, 美容等)
⑧ 其他()

(i) _____ (ii) _____ (iii) _____

(5) 今后您还想去中国的其他哪些地方“旅行”？请列举出最想去的3个地方。

1. _____ 2. _____ 3. _____

(6) 您国外“旅行”频率是怎样的？

- 1.** 1个月1次以上 **2.** 2~3个月1次 **3.** 半年1次
4. 1年1次 **5.** 几年1次 **6.** 基本不去旅行

(7) 目前为止您去过国外哪些国家？请写下国名以及地名。

1. _____ 2. _____ 3. _____

(8) 您国外“旅行”类型方面的问题。“所使用的交通工具”，“随行者”，“旅行时期”方面的问题请从以下提问中选出最适合的选项，“旅行时间”中请记入数字

【使用的交通工具】	【随行者】	【旅游时期】	【旅游时间】
1. 私家车	1. 一个人	1. 春	_____日
2. 公用汽车	2. 朋友	2. 夏	
3. 电车	3. 家族	3. 秋	
4. 飞机	4. 同事或工作伙伴	4. 冬	
5. 船	5. 旅游团		
6. 火车	6. 其他()		
7. 其他 ()			

(9) 您国外旅行目的地的选择原因是什么？从以下①~⑧中选出最贴切的选项，并写在下面的 i) ii) iii) 中。

① 访问当地名胜(也包含游乐场, 主题公园等)
② 购物
③ 品尝当地美食或饮品(包含正餐, 差点或饮酒等)
④ 体验传功工艺(体验制作旅游目的地的传统工艺品等)
⑤ 参加当地民俗活动或节庆活动等(包括观战体育运动, 观看戏曲等。)
⑥ 运动(包括钓鱼, 跑步, 骑车等户外运动。单纯观赏景物除外。)
⑦ 休息, 修养, 疗养(也包括温泉, 美容等)
⑧ 其他()

(i) _____ (ii) _____ (iii) _____

(10) 您对日本旅行感兴趣吗?

1. 感兴趣 2. 有点感兴趣 3. 不太感兴趣 4. 不感兴趣

(11) 今后想去日本的哪些地方旅行? 还有, 去了以后做些什么? 请举例写出3个想去的地方和想在那儿做的事情。(如果没有3个的话, 填1个或2个都可以)。

1. 去的地点: _____ 在那儿想做的事儿: _____
2. 去的地点: _____ 在那儿想做的事儿: _____
3. 去的地点: _____ 在那儿想做的事儿: _____

(12) 今后想去日本以外的哪些地方旅行? (地区, 国家, 城市不限) 还有, 去了以后做些什么? 请举例写出3个想去的地方和想在那儿做的事情。(如果没有3个的话, 填1个或2个都可以)。

1. 去的地点: _____ 在那儿想做的事儿: _____
2. 去的地点: _____ 在那儿想做的事儿: _____
3. 去的地点: _____ 在那儿想做的事儿: _____

B) 针对您对日本的了解程度和对日本的关心程度进行问答

(1) 您对日本有多少了解?

1. 非常了解 2. 了解一点 3. 不太了解 4. 不了解

(2) 回答问题(1)中1~3的, 请问是对日本的哪些方面比较了解?

请选择出相对应的所有选项

1. 政治经济 2. 科学技术 3. 自然风貌 4. 建筑, 街道, 城市
5. 历史, 传统 6. 运动
7. 戏剧, 娱乐(舞台剧, 电影, 音乐, 电视剧)
8. 生活文化(饮食, 服装时尚等) 9. 其他()

(3) 您对日本关心吗?

1. 关心 2. 有点关心 3. 不太关心 4. 不关心

(4) 回答问题(3)中1~3的, 请问您对日本的哪些方面比较关心?

请选择出相对应的所有选项

1. 政治经济 2. 科学技术 3. 自然风貌 4. 建筑, 街道, 城市
5. 历史, 传统 6. 运动
7. 戏剧, 娱乐(舞台剧, 电影, 音乐, 电视剧)
8. 生活文化(饮食, 服装时尚等) 9. 其他()

(5) 一般您是从哪儿获得关于日本的相关信息？

- 1.** 书或者杂志 **2.** 电视 **3.** 网络 **4.** 熟人，朋友
5. 其他 ()

C) 针对您对景观的态度和喜好进行问答

(1) 以下列举了 A/B 两种景观。

您喜欢 A/B 中的哪种景观？请在相应的选项上画☑

※例如选择[现代景观]的‘相对而言比较喜欢’时，可如例中所示的位置上画☑

项目	景观 A	評価					景观 B
		喜欢 A	相对而言喜欢	哪个也不是	相对而言喜欢	喜欢 B	
例	现代景观	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	历史景观

1	现代景观	<input type="checkbox"/>	历史景观				
2	自然景观	<input type="checkbox"/>	人工景观				
3	本国景观	<input type="checkbox"/>	外国景观				
4	能感受到人们生活的景观	<input type="checkbox"/>	感受不到人们生活的景观				

答到这里的人，请在主考官有了指示后再翻开后面一页。

请告诉我们看到幻灯片以后的感受

(1) 您知道刚才那个风景是哪里吗?

1. 知道 2. 大概知道 3. 不确定 4. 完全不知道

(2) 想去这个地方旅行吗?

1. 非常想去 2. 有机会的话想去 3. 不怎么想去 4. 完全没兴趣

(3) 您对这个景色和地点感兴趣吗?

1. 想详细了解 2. 如果有机会想了解一下 3. 没什么兴趣 4. 完全没有兴趣

(4) 您国家是否也有类似的景观?

1. 有很多 2. 有一些 3. 没多少 4. 没有

(5) 这个景观您觉得有日本风格吗?

1. 非常有日本风格 2. 有些日本风格 3. 没什么日本风格 4. 完全没有日本风格

(6) 您看了这个景观有怎样的感受?

1~13 的项目中, 请在和您印象相符的那一栏上画☑

项目	A	和 A 非常接近	和 A 近一些	和 B 近一些	和 B 非常接近	B
4	传统式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	创新式
1	很有魅力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	没有魅力
3	喜欢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	讨厌
11	熟悉	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	陌生

8	乡村风	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	都市风
7	轻松愉快	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	狭窄憋屈
13	漂亮的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	难看的
12	很特别	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	很普通

10	不谐调	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	很谐调
6	开放式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	闭塞型
2	很有特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	没有特色
9	乱七八糟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	秩序井然
5	很讲究	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	很土气

(7) 问题 (2) 中回答[想去这个地方]或[不想去这个地方]的理由是什么?

如果问题 (6) 中的 1~13 选项中有最贴切的请写在下栏的左侧横线上.

如果问题 (6) 中的 1~13 选项中没有您认为最贴切的选项, 请在下栏的右侧横线上写出理由

选项号码: _____ 选择 13 个选项以外的理由: _____

■最后 询问一下关于您

1. 性别 **1.** 男 **2.** 女

2. 年龄 () 岁

3. 职业

- 1.** 国家机关，党群组织，企业事业单位负责人
- 2.** 专业技术人员
- 3.** 行政，办事人员及相关人员（安保，消防，邮政，电信及其他）
- 4.** 商业，服务业人员
- 5.** 农，林，牧，渔，水利业生产人员
- 6.** 生产运输设备操作人员及相关人员
- 7.** 军人
- 8.** 无职业
- 9.** 其他（ ）

4. 现在的住址

自治区，省名： _____ 都市名： _____ 区： _____

5. 在现在的住所居住了多久

_____ 年 _____ 月

6. 家庭成员数量(含本人，请在相应选项中填入数量)

- 1.** 0~9岁()人 **2.** 10年代()人 **3.** 20年代()人
4. 30年代()人 **5.** 40年代()人 **6.** 50年代()人
7. 60年代()人 **8.** 70岁以上()人

7. 家庭一年的全部年收入是

- 1.** 10 万元未滿
- 2.** 10 万元以上~15 万元未滿
- 3.** 15 万元以上~20 万元未滿
- 4.** 20 万元以上~40 万元未滿
- 5.** 40 万元以上~80 万元未滿
- 6.** 80 万元以上

8. 针对您价值观方面的问答

以下的作答有 A，B 两个意见，请问您的意见和哪个相近？

每个项目中，在和自己相符的那一栏中画☑

※例如，「注重和周围人的配合」这一栏中感觉和 A 的意见比较相符，就请在那

项目	A 的意见	评价				B 的意见
		和 A 非常接近	和 A 近一些	和 B 近一些	和 B 非常接近	
(例)	注重和周围人的配合	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	不喜欢自己的行动受到束缚

1	注重和周围人配合	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	不喜欢自己的行动受到束缚
2	喜欢自然轻松的生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	喜欢都市生活
3	注重充实心灵和精神生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	注重物质生活
4	旧东西有从前一直传下来的妙处， 所以应该尽量保存	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	旧东西和当今的时代不相称， 应该渐渐换成新的东西。

5	休闲时间大多去户外活动	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	休闲时间大多会呆在家里
6	学业上的充实会比娱乐活动重要	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	娱乐活动比学业上的充实重要
7	希望成为对社会有用的人	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	认为个人生活的充实是最重要的
8	保护环境很重要， 但是生活的便利性更优先	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	生活的便利性很重要， 但是环境保护更优先

9	会对各种各样的事情保持热情	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	不会那么忙忙碌碌喜欢悠闲自在
10	希望经济方面更富裕，自由一些	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	希望有更充足的自由时间
11	希望和自己的朋友一起改变当今社会	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	希望当今的社会保持现状
12	尽可能想在同一个地方生活	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	想到处生活看看

一栏里画☑

9. 最后 如果有关于这次测试的意见或建议的话请在空白处填写

以上 调查问卷结束。辛苦大家了。