

**広島県の観光景観画像に対する心理的評価に  
文字情報付与が及ぼす影響  
- 中国人と日本人との比較を通して -**

**( The Influence of Text Information on the Psychological  
Evaluation of Tourism Landscape Images in Hiroshima  
-Comparison of the Results between Chinese and Japanese Students-)**

**学位取得年月 2021 年 3 月**

**劉 娜**

# 目次

第1章 研究概要.....	1
1-1 研究背景.....	2
1-2 既往研究と本研究の位置付け.....	6
1-2-1 異文化背景による景観の心理的評価の差異に関する研究.....	6
1-2-2 外国人の視点から観光地を評価対象とした研究.....	7
1-2-3 外国人観光客向けの案内情報や観光情報を対象とした研究.....	8
1-3 研究目的.....	11
1-4 研究計画.....	12
第2章 実験概要・被験者属性.....	14
2-1 実験概要.....	15
2-1-1 回答票の内容.....	15
2-1-2 実験方法.....	15
2-2 呈示観光景観画像.....	17
2-3 文字情報の内容.....	26
2-4 被験者属性.....	30
第3章 文字情報の付与が観光景観評価に及ぼす影響の日中比較.....	36
3-1 はじめに.....	37
3-2 景観画像評価結果の日中比較.....	37
3-2-1 景観画像別総体的評価結果.....	37
3-2-2 総体的評価項目間の関連.....	42
3-3 心理的評価構造の日中比較.....	43
3-3-1 イメージ評価の因子分析結果.....	43
3-3-2 イメージ評価抽出因子の評価傾向.....	45
3-3-3 重回帰分析による評価構造の比較.....	48
3-3-4 共分散構造分析による評価構造の比較.....	49
3-4 おわりに.....	53
第4章 文字情報の内容が観光景観評価に及ぼす影響の日中比較.....	55
4-1 はじめに.....	56

4-2 景観画像評価結果の日中比較.....	56
4-2-1 「訪問希望の有無」の評価結果.....	56
4-2-2 「訪問意欲の喚起」の評価結果.....	59
4-2-3 「訪問希望の有無」と「訪問意欲の喚起」との関連.....	62
4-3 説明文による評価結果への影響の日中比較.....	63
4-3-1 各説明文間の関連.....	63
4-3-2 重回帰分析による評価結果.....	66
4-3-2-1 決定係数による評価結果の比較.....	66
4-3-2-2 標準偏回帰係数によるグルーピングの結果.....	66
4-4 おわりに.....	69
第5章 中国人学生による文字情報の内容の評価結果と個人属性との関連.....	70
5-1 はじめに.....	71
5-2 「訪問意欲の喚起」に基づく被験者のグルーピング.....	71
5-2-1 被験者のグルーピングの結果.....	71
5-2-2 両グルーピングの対応関係.....	73
5-3 「説明文のみ」によるグルーピングの結果.....	74
5-3-1 個人属性から見た被験者グループの特徴.....	74
5-3-2 各グループの評価結果の比較.....	78
5-3-3 各グループの内容嗜好の比較.....	80
5-4 おわりに.....	83
第6章 結論.....	84
参考文献.....	88
著者関連論文リスト.....	93
謝辞.....	94
付録.....	96

## 第 1 章

### 研究概要

---

1-1 研究背景

1-2 既往研究と本研究の位置付け

1-3 研究目的

1-4 研究計画

## 1-1 研究背景

近年、観光は世界各国において、政府の税収入・雇用の創出・経済振興の観点で極めて重要な産業とされ、各国政府の政策においても、重要な位置を占めている。少子高齢化が進み、経済が成熟した日本において、観光業は日本の社会的問題を解決し、経済成長を支える原動力としての地位を確立しており、日本経済の重要な柱へと成長しつつある。しかしながら、日本は人口減少や高齢化も伴い、内需の拡大は難しくなり、更なる観光客増加を図るためには訪日外国人観光客の増加が必要である。このような状況下において、インバウンドのもたらす経済効果に大きな期待が寄せられるため、インバウンド誘致によって様々な取り組みが活発化している。

日本政府は『観光先進国』への新たな国づくりに向けて、2016年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン - 世界が訪れたい日本へ - 」という新たな観光ビジョンにおいて、観光先進国を目指すにあたって、外国人にとって旅行しやすい環境づくりといった受け入れ態勢の整備や、全国各地の豊富で多様な観光資源の質を高めると共に、その価値を日本人にも外国人にもわかりやすく伝えていく必要性が指摘されている<sup>1)</sup>。特に、インバウンド観光促進のための対外発信強化として、旅行に必要な現地情報を入手しやすい形で発信することや、外国人目線でコンテンツ内容を充実することなどの必要性が指摘されている<sup>2)</sup>。

このような認識の下で、多くの地方自治体が外国人観光客の誘致活動を積極的に実施している。国や地方自治体の様々な観光施策により、訪日外国人観光客数は年々増加傾向にあり、2015年には2000万人近くに達し、2016年には2000万人を突破し、2018年には初めて3000万人を突破した(図1-1-1)<sup>3)</sup>。その後もその勢いは止まらず、各月の過去の記録を更新し続けている。

また、数多く訪日外国人観光客の中で、訪日中国人観光客は顕著な傾向を示している。特に2010年のビザ発給要件の大幅な緩和措置を背景に、訪日中国人観光客は増加し続けており、2014年の約241万人から2015年はその2倍以上の約499万人、2016年には637万人と激増し、2018年には過去最高の838万人となった(図1-1-2)<sup>4)</sup>。したがって、今後更なる訪日外国人観光客増加を図るという目標を達成するための有力な訪日旅行市場の一つが、世界第一の人口を抱え、急速な経済発展を遂げている中国である。

しかしながら、これら訪日中国人観光客の訪問先は東京都(約55.6%)、大阪府(約54.3%)、千葉県(約35.8%)、京都府(約37.8%)などの「ゴールデンルート」と呼ばれる都市圏に集中する傾向にある。その他の都道府県についてみると、奈良県(約18.1%)、愛知県(約16.0%)、静岡県(約10.7%)、神奈川県(約9.4%)、山梨県(約7.9%)、北海道(約6.7%)などへの訪問が多く、広島県(約0.6%)などの地方都市へ訪れる外国人はいまだ少ないのが現状である(図1-1-3)<sup>4)</sup>。広島県観光客数の動向によると、訪日中国人観光客は2010年には約4万人、2014年には7万人、2015年には16万人、2016年には15万人、2018年には18万人まで増加しているが、全体に比べて少ないといえる<sup>5)</sup>。また、地域別訪日旅行者割合からも、広島県への訪問率はイギリスとアメリカでは6位である一方、中国では20位に留まっており、欧米諸国に比べて少ないと言える(図1-1-4)<sup>6)</sup>。従って、インバウンド観光により広島県を始めとする地域振興を図る上で、中国人観光客の積極的な誘致は重要な課題であると考えられる。

一方、中国人の海外渡航先としては、2018年には日本は第3位であり、訪日中国人観光

客も過去最高の838万人となり、旅行消費額も15450億円に達した(図1-1-5)<sup>7)</sup>。訪日中国人観光客数の増加とともに、観光形態にも変化が生じつつある。リピート客の増加に伴い、観光目的はこれまでの優先事項であるショッピング以外に、「四季の体感」や「日本の歴史・文化体験」「日本の日常生活体験」等の文化体験、魅力的な環境を楽しむこと、リラクゼーションや、視野を広げることなど多様化しつつある(図1-1-6)<sup>8)</sup>。したがって、旅行目的の多様化や従来の観光活動からの広がりに伴い、より多様な観光資源やルートが注目される可能性があり、広島のような地方都市においても、建造物などの文化遺産の活用や、街並みといった日常的な風景、観光地内の景観についても観光資源として注目されはじめており、建築や景観的側面からの観光客誘致の期待が高まっている。

観光客誘致のための方法は、観光業に従事する人材の育成や観光客のニーズに応じたサービスの提供、観光情報の提供など、多様であるが、観光客の立場では、観光対象に固有の情報と、旅行の計画や実施する上での手段(交通宿泊等)や条件に関する情報などが有用といえる。したがって、今後、訪日外国人観光客の誘客のためには、パンフレットやインターネットなど様々な媒体を通じた、観光客にとって役立つ情報の発信により、日本国内、特に地方独特の魅力をアピールしていくことが不可欠である。また、情報を発信するにあたっては、訪日外国人観光客にとって魅力的な観光情報とは何かを把握することも重要であると考えられる。そのためには、訪日外国人観光客の観光に対する嗜好の傾向や観光資源に対する評価構造を検討する必要があるといえる。

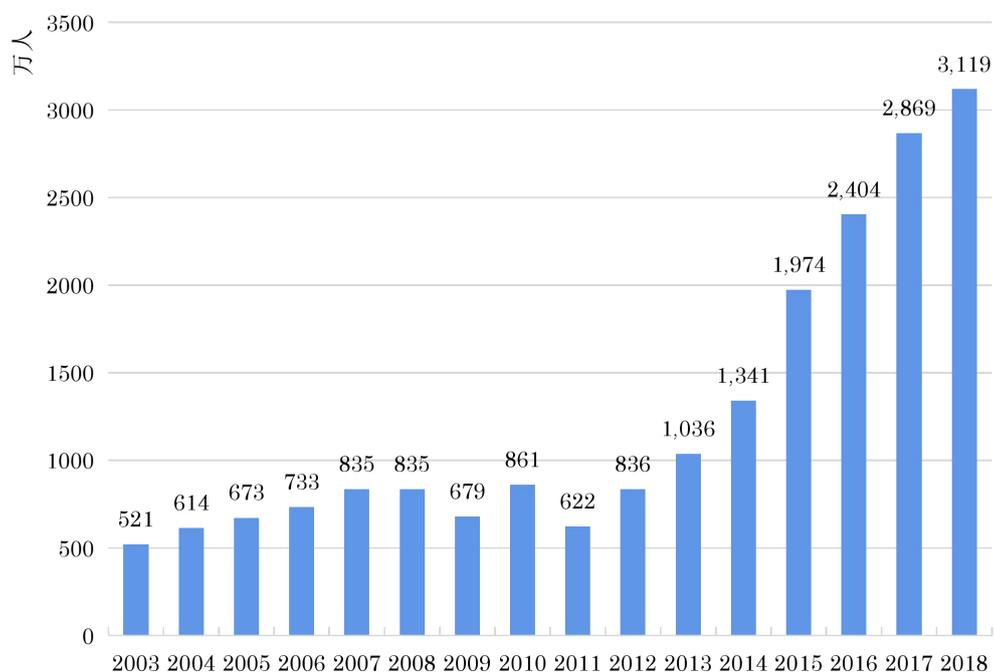


図1-1-1 訪日外国人観光客数推移(2003~2018)

出典：日本政府観光局(JINTO)

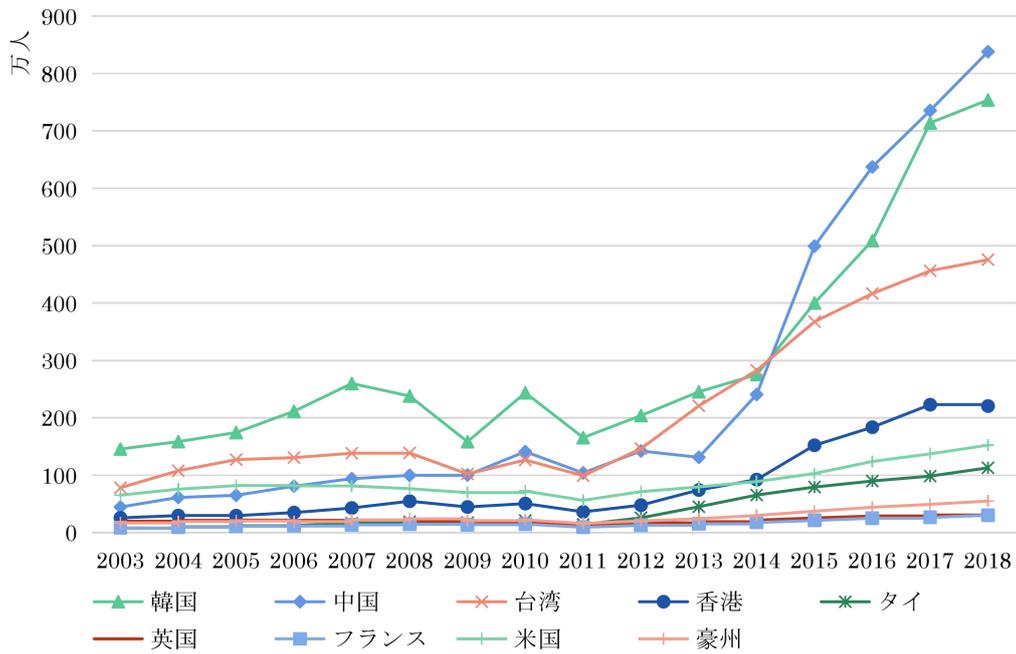


図1-1-2 訪日外国人観光客数国別推移(2003~2018)

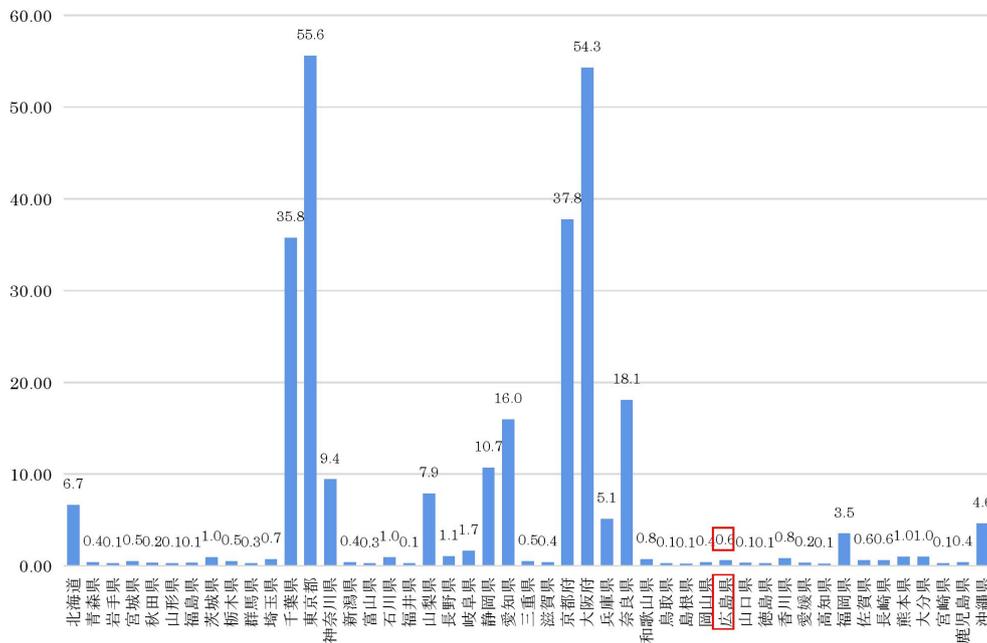


図1-1-3 都道府県別訪問率 (中国人旅行者・2018)

出典：日本政府観光局(JINTO)

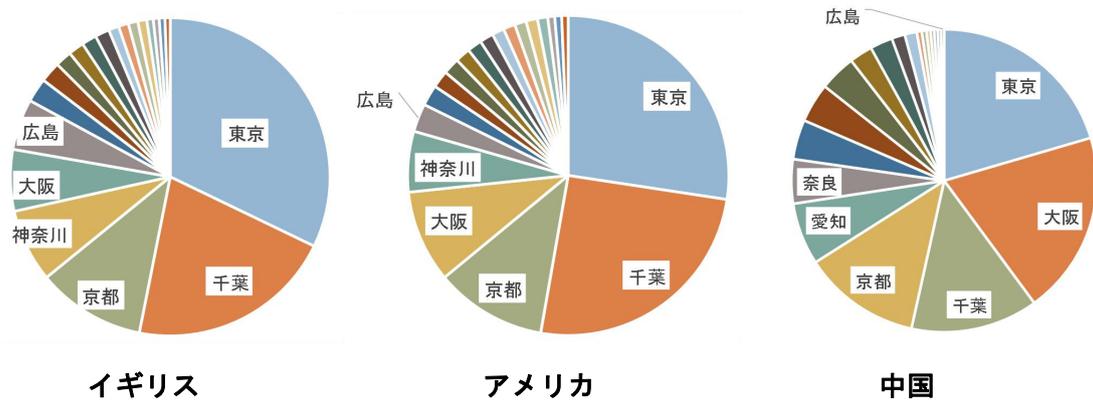


図1-1-4 地域別訪日旅行者ランキング

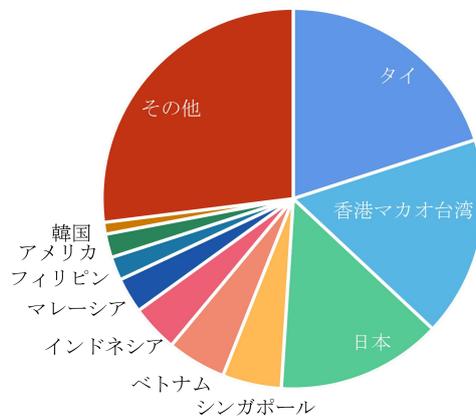


図1-1-5 中国人が選んだ海外旅行先ランキング(2018)

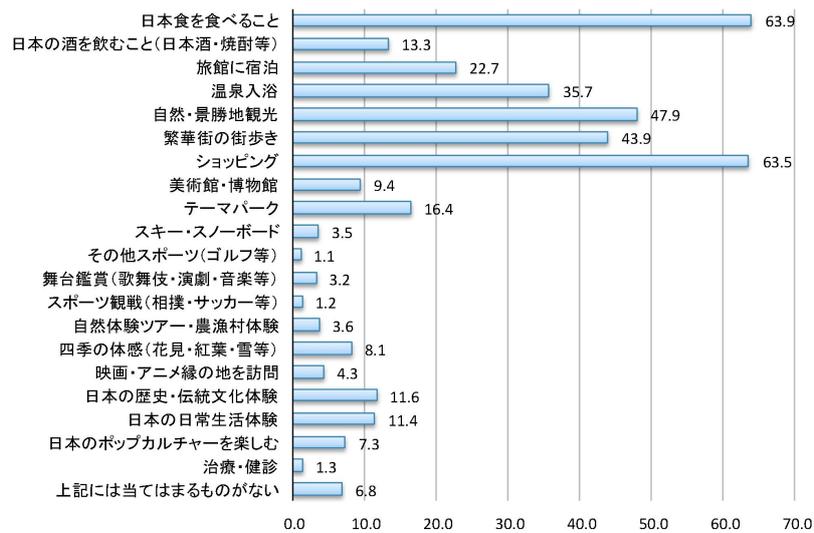


図1-1-6 訪日前に期待していたこと  
(複数回答可) (中国人旅行者・2015)

出典：日本政府観光局(JINTO)

## 1-2 既往研究と本研究の位置付け

観光研究は、観光や、経営、まちづくり、文化など様々な学問領域を網羅し、他学問分野に比べ新しい学問領域である。研究対象を絞った上で、複数の手法を組み合わせ、多方面からアプローチするタイプの新しい研究領域といえる。そのような状況の中で、インバウンド観光により地域振興を図るための訪日中国人観光客誘致の視点から、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つ目は異文化背景による景観の心理的評価の差異に関する研究、2つ目は外国人の視点から観光地を評価対象とした研究、3つ目は外国人観光客向けの案内情報や観光情報を対象とした研究である。ここでは、これら既存研究の整理を行ないながら、本研究の位置づけを明らかにする。

### 1-2-1 異文化背景による景観の心理的評価の差異に関する研究

景観は地域や時代によって多様な変化を見せ、評価する人の地域性や文化によって、評価の異なることが予測される。このため、心理的評価の評価者と、評価対象となる景観とで社会・文化的背景が異なる場合の評価結果や評価構造に着目した研究は多く行われている。国内では、日本人・外国人による景観に対する評価の相違を検討した研究として、杉尾ら<sup>9)</sup>はニュージーランドのホームガーデン、日本の住宅庭園等のスライドを用い、様々な分析方法によって多角的に考察し、ニュージーランド人と日本人の庭園景観に対する意識について検討し、両者共にカラフルな景観よりくすんだ景観を好む傾向がみられたが、色の構成及び構成の度合いで景観の評価が異なることを明らかにしている。また、鈴木ら<sup>10)</sup>は外国人と日本人では同じ日本庭園を前にした時、それぞれどのような感じ方をして、どのような庭園像をいだき、それにどう違いがあるのか、イメージ調査を通して分析しており、日本庭園の特徴の一つである「渋味」や「わび・さび」については、外国人は理解できないことや、日本庭園の「柔らかさ・繊細さ」といった場の雰囲気に対して、両者がほぼ同様な感じ方をしているものの、注意を払う傾向が異なることなどを主要な結論としている。岡島ら<sup>11)12)</sup>は日本と韓国両国の伝統建築のファサードに表れている意匠的イメージ特性を、日韓両国の被験者による心理実験を通して、両グループに共通に使える代表評価尺度として、4漢字対「華-寂」「厳-笑」「剛-柔」「整-雑」が抽出されることや、両国対象物間においてイメージが最も異なるのは住宅建築であることを明らかにしている。

海外でも、街路景観<sup>13)</sup>や庭園景観<sup>14)</sup>などの研究がある。Tipsら<sup>15)</sup>は留学生を対象として景観評価に関する研究を行い、異なる生活環境の背景が景観評価に影響を及ぼすことを示している。Buhyoffら<sup>16)</sup>は出身国の異なる大学生を対象にアメリカの山々を中心に構成した景観の評価の相違を検討している。また、特に中国人と日本人を対象とした研究も多く挙げられる。楊ら<sup>17)18)</sup>は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、景観の物理状況が評価者の「快適性」や「美しさ」などに及ぼす影響の程度を検討している。金ら<sup>19)20)</sup>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、総体的評価の「満足意識」において、いずれの河川景観に対しても英国人と異なり、中国人と日本人の評価には類似した傾向がみられる、同じ東洋文化圏の中での共通性を見出している。劉ら<sup>21)~24)</sup>は中日両国人の中日伝統建築に対する「らしさ」の特徴及び判断要素や建築外観から感じる「らしさ」の感じ方の違いを比較検討し、「らしさ」を判断するイメージの形成・認知プロセスを明らかにし

ている。また、日本人学生並びに中国人留学生、中国在住の中国人学生を被験者として、日中の伝統・現代都市景観を背景に複数種類の屋上緑化を合成した画像を評価対象とした烏雲巴根ら<sup>25)~27)</sup>の研究では、中国人留学生と中国人学生は多くの項目で共通した評価となり、和風庭園を同様に高く評価する傾向があるものの、中国人学生では被験者の多くが造園を専攻した学生であったことから、その専門知識を有することによる影響を、中国人留学生では日本庭園への訪問経験による影響をそれぞれ指摘している。

これらのように庭園景観や、街路景観、河川景観を対象とした既往研究では、主に景観画像を用いて、各景観における物理的特性と心理的評価の関連性や、出身国あるいは環境評価の相違によってどのように景観評価に影響が及ぼされるかについて検討を行っている。一方でこれらの研究では景観画像を対象としているため、その景観に関する情報を付与するか否か、及び異文化背景によるその情報に対する理解や認識の程度が評価に及ぼす影響がどの程度かについてあまり考えられていない。しかしながら、景観に対する評価はその景観に関する情報の多寡により異なると考えられるため、景観に関する知識や経験の違いによる景観評価の異同に着目し、評価結果との関連を踏まえた検討が必要である。

### 1-2-2 外国人の視点から観光地を評価対象とした研究

観光業の持続的な発展を維持していくためには、観光地の評価を高め、再び来訪してもらうことや友人などに紹介してもらうことが有効な手段であると考えられる。したがって、観光者の評価や満足度についての研究では、外国人観光客に着目し特定の都市や地域を評価対象とした研究が多く行われている。

国内では、訪日観光における特定の観光地を対象とした研究が多く行われている。観光地の魅力などのイメージを対象とした研究としては、野瀬ら<sup>28)</sup>や、小松ら<sup>29)</sup>、山口ら<sup>30)</sup>の研究が挙げられる。野瀬ら<sup>28)</sup>は、日本の代表的な観光地である日光と箱根を対象地として、外国人観光者と日本人観光者を被験者とし、観光地に対する評価が、観光者の評価パターン、観光地要因ならびに両者の相互作用から形成されるという仮定の元、調査、分析を行い、いずれの評価パターンにおいても、観光者は比較的大きな満足感を得ていることを示している。小松ら<sup>29)</sup>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について把握し、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。山口ら<sup>30)</sup>は、山形県庄内地域を対象に、韓国人、中国人、台湾人観光客に対して、旅行の満足度の評価を求め、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、訪日経験のない者より低くなる傾向など、訪日経験が観光地の評価に影響を及ぼす傾向を明らかにしている。また、鎌倉におけるアジアからの観光者とアジア以外からの観光者の行動や満足の違いを分析したFurutaniら<sup>31)</sup>の研究や、京都における外国人観光者と日本人観光者の比較に関する堀内ら<sup>32)</sup>の研究、ニセコにおける外国人来訪者の評価と旅行目的地選択要因を明らかにしたChigakoら<sup>33)</sup>の研究も挙げられる。

海外でも、このような外国人観光客の評価や満足度を扱った既往研究がみられる。Krairerkら<sup>34)</sup>はタイ・アユタヤを対象として、来訪者の個人属性、来訪前の資源認知、来訪中の行動について来訪目的、同伴者、利用交通手段、立寄り地点について明らかにして

いる。また、CS ポートフォリオ分析の結果により、いずれの来訪者でも世界文化遺産の評価が高いことを把握している。さらにアユタヤにおける観光発展に関する方策として、来訪者への詳細なアユタヤ観光情報提供や観光に関するサービスに応じる事務所及び人材を開発することを挙げている。Woodside ら<sup>35)</sup>は、ハワイ訪問中のカナダ、アメリカ、日本の旅行者を対象に、旅行経験を多面的に調査した結果、評価の内容として、カナダ人が休息とリラクゼーション、アメリカ人が文化体験、日本人が家族の一体感が挙げられるという特徴の差異を把握している。Pizam ら<sup>36)</sup>による旅行目的地での評価特性、満足度への影響要素を明らかにした研究では、ビーチ、コスト、ホスピタリティ、飲食施設、宿泊施設、環境、商業化の程度などの影響要素が抽出されている。また、タンザニアの国立公園を訪れる外国人観光者を行動内容によりセグメンテーションし、より明確な観光者の評価構造の把握が可能になったことを明らかにしている Wade ら<sup>37)</sup>の研究や、外国人観光者とオーストラリア人観光サービス提供者の相互作用に関する文化の違いによる観光満足度の構造分析や、日本人観光者のオーストラリアのゴールドコーストとハワイの評価を比較した分析などを行っている Turner<sup>38)</sup>らの研究、旅行者の個人属性に着目し、旅行先イメージの影響要因について検討し、観光客の観光動機による影響が大きいことを指摘している Beerli ら<sup>39)</sup>の研究なども挙げられる。

これらのように特定の観光地を対象に、外国人観光客を対象に調査を行っている既往研究は、「観光客の属性とその観光行動・目的との関連」と「旅行経験が満足度の評価に及ぼす影響要因」の2つに内容を大きく分類でき、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はあるものの、いずれも訪問中の行動、もしくは訪問後の満足度に限定されている。これらの研究においては、まず、訪問前の情報提供、特に景観に代表されるような視覚体験と観光客の印象や評価との関連分析を行ったものはみられない。またさらに、前項の異文化背景による景観の心理的評価の差異に関する研究と同様に、旅行先を決定する際に目にすることになる事前情報として挙げられる景観画像とそれに関する情報に対する評価によって、観光客の訪問意欲の喚起がどの程度異なるのかは示されておらず、観光客の嗜好を定量的に明らかにする必要があると考えられる。

### 1-2-3 外国人観光客向けの案内情報や観光情報を対象とした研究

訪日外国人観光客数の増加に伴い、外国人観光客向けの案内情報や、観光情報を対象とした研究が増えてきている。観光情報に関する研究としては、特定の都市や地域を対象とした観光情報源や案内情報の実態についての研究が挙げられる。

国内では、岩本ら<sup>40)</sup>は多くの外国人観光客が訪れる浅草を対象として、観光案内サインの実態調査を行い、日本語のわからない外国人観光客にとって、ピクトグラムを活用及び日本語以外の言語表記の設置が重要であることを指摘している。大久保ら<sup>41)</sup>は情報源として海外版旅行ガイドブックと旅行口コミサイトの投稿を用いて言語比較分析を行い、両者の特徴の差異を把握し、有用な計画情報の抽出手法を示している。杉野ら<sup>42)</sup>は飛鳥ナビの移動ログデータと情報アクセスが発生した位置に着目して、観光情報の内容とその情報へのアクセス行動の関連性について分析を行っている。また、観光情報の活用という観点から、Nishimura ら<sup>43)44)</sup>は観光ガイドブックの旅行中の用いられ方の違いや、旅行の前後で用いる情報源の違いについて検討している。

これらの既往研究では、いずれも観光情報や案内情報を利用して外国人観光客を対象に

調査を行ってはいらぬものの、訪問中の利用実態や訪問後の利用感想を示すにとどまっておらず、訪問前の観光情報に対する評価については言及していない。さらに、国内観光客との比較も分析していない。

一方、訪問前の情報源として挙げられる旅行案内書を対象とした既往研究として、日本と外国の旅行案内書の内容を比較しながら、旅行者の文化的背景による観光名所の違いを明らかにしている鈴木ら<sup>45)</sup>の研究や、旅行案内書に掲載された名所の空間的分布と記述内容との関係を検討した今野ら<sup>46)</sup>の研究がある。海外でも、旅行案内書の内容分析を通じて、空間に付与された意味を読み解こうとした Del Casino Jr.ら<sup>47)</sup>の研究や、シンガポール中心部を記述した複数の案内書を類型化し、類型ごとにとりあげられる名所の比率や分布域が異なることを指摘した Lew.ら<sup>48)</sup>の研究もある。

これらの既往研究では、旅行案内書の内容に関する分析の結果に基づいて観光地の見所の観点から、観光名所の分布と内容との関連を検討しているが、観光名所に関する詳細な情報、及び、観光客の視点からのその情報に対する評価については特に得られていない。

これらに対して、観光地の見所に関する多様な情報を付与し、その評価を考察している研究としては、中川ら<sup>49)</sup>の研究が挙げられる。中川ら<sup>49)</sup>は基本情報、全体情報、詳細情報、名前の由来・歴史などの4種類の情報を与えることによる評価の変化に注目し、情報の種類・内容・提供するタイミング(事前・現地)が満足度に及ぼす影響を明らかにしているが、対象者を国内観光客に限定しており、特に外国人観光客に対する知見や、外国人観光客と国内観光客との比較、及び景観画像と文字情報の関係については言及していない。

そこで、中国人観光客の広島県のような地方都市への誘客のため、食事や買い物などの様々な観光目的のうち、観光情報の呈示手法の一つである景観画像に着目し、中国人学生と日本人学生を被験者とし、異文化背景や視覚体験により形成される景観への興味や関心の程度の違いを把握することを目的とした先行研究が、本研究以前に行われている。

すなわち、吉原ら<sup>50)~54)</sup>の研究では、広島県在住の中国人留学生・韓国人留学生及び日本人学生を被験者として広島県の観光景観画像に対する心理的評価を行い、国籍の違いによる心理的評価の差異について検討している。また、日本に関する知識が乏しく、また訪問経験もない中国大連市在住の中国人学生を被験者とした川瀬ら<sup>55)~57)</sup>の研究では、中国人留学生による結果と比較することにより、日本在住経験があり、日本に関する知識を有する中国人留学生では、日本らしさが訪問意欲に影響を及ぼすが、中国人学生ではその傾向がみられないことを把握し、日本に関する知識による違いを明らかにしている。さらに、高岸ら<sup>58)~60)</sup>は海外旅行をするのに十分な収入があり、訪日可能性が高い中国在住の一般市民を被験者とし、中国人学生による結果と比較分析することにより、市民と学生といった異なる属性間での詳細な心理的評価構造における異同を明らかにしている。その結果、中国在住の中国人学生・一般市民の評価構造の違いには、日本に対する理解や観光景観画像の示す場所に関する情報が影響を及ぼすことを指摘している。

これら一連の研究では、観光情報の呈示手法の一つである景観画像に着目し、中国人、韓国人、日本人を被験者とし、広島県の観光景観への訪問意欲や関心などについて評価を求めている。その結果、国籍や、日本に関する知識や経験の有無、日本に対する理解による評価の差異などが明らかにされており、一定の知見が蓄積されつつある。

しかしながら、一般の観光客向けのガイドブックなどでは、景観画像のみの情報提供は少なく、画像と文字情報がセットで呈示される場合の方が、より一般的な状況に近いと考えられることや、観光地の有する潜在的な特徴や歴史などに関する情報は、画像に比べ、

文字媒体のほうが、観光客に伝達しやすいため、画像以外の文字情報についても心理的評価の検討が必要であるといえる。

以上のことから、パンフレットやインターネットなど様々な媒体を通して情報を提供し、訪日外国人観光客を誘客するためには、訪日外国人観光客の観光に対する嗜好の傾向や観光資源に対する評価を把握することが重要であると考えられる。そのために、まず観光情報の呈示手法として一般的な景観画像のみならず、それに関する情報を付与することによる心理的評価への影響、並びに、その影響要因を分析することにより、観光客の嗜好を定量的に明らかにする必要があるものと考えられる。特に景観に関する文字情報の付与による影響を検討する際には、前述の通り、異文化背景の観点から、景観に関する知識や経験の違いによって、その認識や理解が異なると考えられるため、評価結果の異同との関連を踏まえて検討する必要があるものと考えられる。

### 1-3 研究目的

以上のことを踏まえ、本研究では訪日外国人観光客を広島県のような地方都市へ誘致するため、観光情報の呈示手法としての景観画像と、その景観画像が示す場所の情報に着目し、情報を付与することによる心理的評価の傾向、評価の影響要因、並びに、景観に関する知識や経験の差異による評価の差異、嗜好の傾向を把握することを目的とする。

具体的には、以下の内容を明らかにすることを本研究の目的とする。

まず、先行研究<sup>57)~61)</sup>の成果を参考に評価構造モデルを構築し、文字情報の付与が景観画像の評価及ぼす影響について検討し、心理的評価の傾向、評価の影響要因を把握することを第一の目的とする。また、日中比較によって、景観に関する知識や経験の差異によるその影響要因の異同を明らかにする。

次に、知識、訪問経験、旅行形態という各変数による文字情報の内容に対する評価・認識における日中の異同を明らかにすることを第二の目的とする。すなわち、対象地に関する知識や経験を有していない中国人が、文字情報の内容を一定の知識や経験を有しており、より親近感を有するであろう日本人と同様に評価するか否かについて把握する。

最後に、景観画像が示す観光地に関する知識を有していない中国人の中でも、文字情報の内容に対する捉え方が異なるものと予想されることから、訪問意欲を喚起する情報の違いに基づいて、中国人間の詳細な評価傾向や嗜好の内容の異同を、単純な性別や年齢などの個人属性からではなく把握することを第三の目的とする。

これらの目的を達成することにより、訪日外国人観光客、特に中国人観光客にとって魅力的な情報とは何かを検討するための知見を獲得でき、観光誘致を行う際の旅行者への有用な情報呈示手法を検討するための資料や、観光事業による地域振興政策を立案する上で基礎的資料にもなるものとして期待される。また、国内観光客の誘致やリピーターの確保につながる魅力的な観光資源発見のための新たな知見となる可能性が考えられる。

## 1-4 研究計画

前節の目的のもと、6章からなる本研究の構成について述べる。研究計画を図1-4-1に示す。

まず、第1章では、研究背景と問題点を述べると共に、既往研究の成果について概観しながら、本論文の位置づけと研究目的を全般的に述べる。さらに、本研究の構成について説明する。

次に、第2章では、先行研究<sup>57)~61)</sup>で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（以降：「画像のみ」の実験）と、本研究で実施した広島県の観光景観画像を呈示する際に併せてその画像に関する情報を付与して評価を求める心理的評価実験（以降：「説明文+画像」の実験）の概要について述べる。また、実験で使用した観光景観画像に併せて、景観画像に関する文字情報の作成方法や、それら内容を大別するカテゴリなどを示す。最後に、被験者の個人属性について述べる。

第3章では、第1章で記述した目的の端緒として、日中両国の大学生を対象とした「説明文+画像」の実験の結果を、「画像のみ」の実験の結果と比較することにより、情報を付与するか否かによる日中それぞれの全体的な評価傾向・評価構造の異同について検討する。さらに知識や経験の差異による文字情報の付与が景観画像の評価傾向・構造に及ぼす影響での日中の異同を明らかにする。

しかしながら、第3章の段階では、3種の説明文と画像という情報全体による全体的な評価結果にとどまっており、それと各説明文それぞれに対する評価結果とが同様か否かは不明であるため、より具体的に検討を進める必要がある。

そこで第4章では、日中両国の大学生を対象とした「説明文+画像」実験の結果に基づいて、文字情報の具体的な内容及びそのカテゴリに着目して、文字情報のみによる印象を求める結果（以降：「説明文のみ」）と、その後、文字情報に併せてその景観画像を呈示する際に求める結果（以降：「説明文+画像」）とを比較することにより、文字情報の内容に対する捉え方や訪問意欲への影響の変化といった観点から、知識や経験の差異による文字情報に対する評価・認識での日中の異同について明らかにする。

さらに、景観画像が示す観光地に関する知識を有していない中国人の訪問意欲を喚起する情報が、同じ中国人の中でも、被験者それぞれで異なると考えられるため、第5章では引き続き中国人学生による「説明文+画像」の実験の結果を用いて、文字情報に対する直接的な反応と考えられる文字情報のみによる評価結果に着目し、単純な性別や年齢などの個人属性ではなく、文字情報の内容に対する捉え方の違いに基づいて、中国人間の詳細な評価傾向や、嗜好の内容の異同を把握する。

最後に第6章では、得られた成果をまとめて結論とし、今後の展望について触れる。

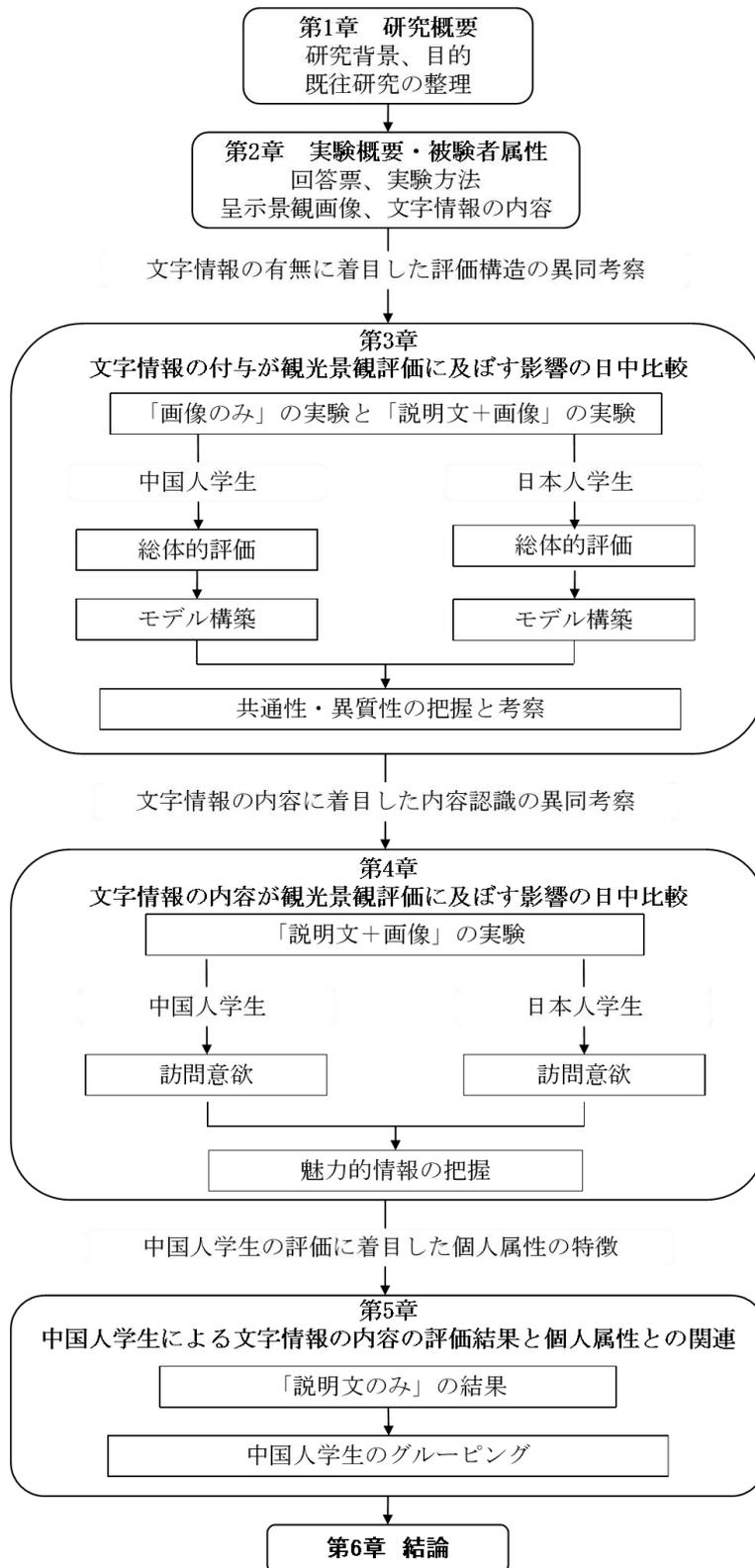


図 1-4-1 研究計画

## 第 2 章

### 実験概要・被験者属性

---

- 2-1 実験概要
- 2-2 呈示観光景観画像
- 2-3 文字情報の内容
- 2-4 被験者の属性

## 2-1 実験概要

日中両国の学生による広島県の観光景観画像に対する心理的評価実験（以降：「画像のみ」の実験）と、広島県の観光景観画像を呈示する際に併せてその画像に関する情報を付与して評価を求める心理的評価実験（以降：「説明文+画像」の実験）との比較を行うため、本節では両実験の概要を説明する。

### 2-1-1 回答票の内容

回答票の内容を表 2-1-1 に示す。回答票はフェイスシートと各景観に対する評価を問う景観評価シートの大きく 2 つの部分で構成されている。

フェイスシートでは、中国人学生に対しては中国在住であることを、日本人学生に対しては日本在住であることをそれぞれ前提として、被験者の価値観や、旅行のスタイル・経路、日本に関する知識や関心を有している事物、広島県に対する知識の程度、景観嗜好、及び性別、年齢、出身地や所属学部などの個人属性について問う項目を尋ねた。

景観評価シートでは、「画像のみ」の実験の場合、呈示した各景観に対する場所の認識、総体的評価や SD 法によるイメージ評価を求めた。ここで、総体的評価とは「訪問希望の有無」、「関心の有無」、「日本らしさの有無」、「母国らしさの有無」といった 4 項目である<sup>注1)</sup>。これに対して、「説明文+画像」の実験の場合、景観画像呈示前には、説明文全体から受ける印象による「訪問希望の有無」、説明文ごとの「訪問意欲喚起の有無」について評価を求めた。景観画像呈示時には、「画像のみ」の実験と同様の総体的評価、SD 法によるイメージ評価に加えて、説明文ごとの「訪問意欲喚起の有無」について評価を求めた。

### 2-1-2 実験方法

実験の日程、並びに、被験者数を表 2-1-2 に示す。これら 4 種の実験の被験者は、日本人が広島大学、中国人が大連民族大学、大連理工大学にそれぞれ在学中の学生で、いずれも建築系を専攻している。「画像のみ」の実験は 2011～2012 年に、「説明文+画像」の実験は 2014～2016 年に、各大学の講義室にてそれぞれ実施している<sup>注2)</sup>。

「画像のみ」の実験手順は、はじめに諸注意を与え、次いでフェイスシートに回答させ、被験者全員の記入後、40 種類の景観を予め定めた呈示順序に従って 1 景観ずつ液晶プロジェクタによりスクリーン上に呈示し評価を求めた。

「説明文+画像」の実験手順も、「画像のみ」の実験と同様で、諸注意の説明、フェイスシートへの記入、各景観画像に対する評価の順序とした<sup>注3)</sup>。一ヶ所の景観画像の評価においても、初めに回答票に記載したその画像に関する 3 種の説明文を呈示し、説明文全体から受ける印象による「訪問希望の有無」、説明文ごとの「訪問意欲喚起の有無」について評価を求めた（以降：「説明文のみ」）。次に、対応する景観画像を呈示し、「画像のみ」の実験と同様の総体的評価、SD 法によるイメージ評価を求めるとともに、画像と同時に説明文が呈示されたと仮定した場合の説明文ごとの「訪問意欲喚起の有無」について評価させた（以降：「説明文+画像」）。

表2-1-1 回答票の内容

〈フェイスシート〉

評価概要	評価段階/方法	評価内容	中国		日本	
			画のみ	説+画	画のみ	説+画
価値観	12項目4段階尺度	協調-独自、自然-都市、精神-物理 など	○	○	○	○
国内旅行頻度	番号選択	1)月に1回以上-5)ほとんど行かない	○	○	×	○
国内における旅行経験						
旅行先	自由記述	印象に残った場所	○	○	○	○
旅行スタイル	番号選択	交通手段、同伴者、季節、旅行期間、旅行目的	×	○	×	○
海外における旅行経験	番号選択	1)5回-6)行ったことがない	○	○	○	○
旅行先	自由記述	印象に残った場所	○	○	○	○
国内・海外への希望旅行先	自由記述		○	○	○	○
知識・関心のある分野	9項目(複数選択可)	日本国内での知識・関心のある項目	○	○	×	○
広島県に関する知識	番号選択、自由記述	広島に関する知識量、イメージするもの	×	○	×	○
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	○	○	○	○
個人属性	自由記述	性別、年齢、出身地 など	○	○	○	○

〈景観評価シート〉

評価概要	評価段階/方法	評価内容	中国		日本	
			画のみ	説+画	画のみ	説+画
総体的評価(訪問希望)	4段階尺度	行ってみたいか	○	○	○	○
説明文の評価	5段階尺度	各説明文について訪問意欲を喚起されたか	×	○	×	○
場所の認識の程度	4段階尺度、自由記述	その場所が分かるか、分かる場合は場所名	○	×	○	○
総体的評価(その他)	4段階尺度	関心、日本らしさ、説明文・画像の一致度(*)、魅力度(*)	△	△	△	○
訪問経験、印象	番号選択、4段階尺度	訪問経験の有無、1)良い-4)悪い	×	×	×	○
SD法によるイメージ評価	13項目、4段階尺度	魅力のある-ない、好きな-嫌いな など	○	○	○	○

(\*):・・・日本人学生のみになされた項目

△は一部内容が当てはまるもの

表2-1-2 実験の日程

実験名	対象	実施日	場所	被験者		
文字情報付与の実験	中国人学生	2014.10.30	大連理工大学内講義室	大連理工大学在学中	学生	計85名
		2014.10.31	大連民族大学内講義室	大連民族大学在学中	学生	
	日本人学生	2016.10.18-21	広島大学内講義室	広島大学在学中	学生	計76名
景観画像の実験	中国人学生	2012.9.16	大連理工大学内講義室	大連理工大学在学中	学生	計94名
		2012.9.17-18	大連民族大学内講義室	大連民族大学在学中	学生	
	日本人学生	2011.4.21-28	広島大学内講義室	広島大学在学中	学生	計127名

## 2-2 呈示観光景観画像

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を写真2-2-1（その1～7）に示す。

広島県内の観光景観画像を代表させることを意図して、2010年11月に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の観光景観画像から評価対象とする景観画像を選定した<sup>61)</sup>。選定にあたっては、人物の活動風景や、場所が特定できる看板などが写り込んでいないものを抽出し、それらをグループ化した上で、各グループ内で代表的な1枚を選定し、計34枚の観光景観画像を得た。それに加えて広島県観光ホームページ以外から比較対象として適当と判断した観光景観画像6枚を加え、計40種類の景観画像を得た。

観光景観画像の具体的な内容としては、瀬戸内海の島々や、橋梁などを写した「海の景観」、夏山、冬山や棚田などの「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など「花畑の景観」、「日本庭園の景観」、「寺社仏閣の景観」、「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。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<sup>注4)</sup>。これらの景観画像は人工的景観、伝統的景観、自然的景観に大別しており、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。これらの分類を行った結果を写真2-2-2に示す。

なお、これらの40種類の景観画像を先行研究<sup>50)~60)</sup>の「画像のみ」の実験では使用してきたが、「説明文+画像」の実験では、文字情報の付与により実験時間の増大が予想されたため、被験者の疲労を考慮し、先行研究<sup>55)~60)</sup>より中国人学生と中国人留学生の間で評価傾向が類似するものを削減し、40枚中32枚を使用した。削減した景観画像は、先行研究<sup>62)~68)</sup>の結果より中国人学生と中国人留学生の間で評価傾向が類似するものとした。これは、広島在住の中国人留学生と中国在住の中国人学生の評価構造の違いには、日本に対する理解や、観光景観画像の示す場所に関する知識が関係すると予想されるが、逆に中国人学生、中国人留学生ともに似た評価傾向を示す景観については、評価にこれら知識の有無による影響が乏しいと考えたためである。

なお、対象景観画像として選出しなかった景観画像についても参考のため景観名を表示させたまま画像を薄くし、紙面に残している。なお、景観番号については、先行研究との対応関係を考慮し、使用景観画像数を削減した場合にも、40景観使用時に割り振ったものから変更を行っていない。



1: 竜王山からの眺め



2: 国営備北丘陵公園 コスモス畑



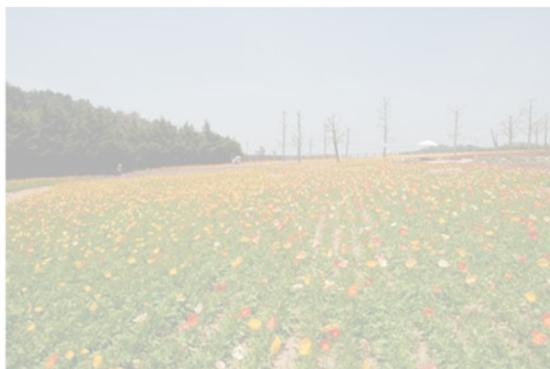
3: 世羅 チューリップ畑



4: 耕三寺博物館



5: お好み物語(屋台村風)

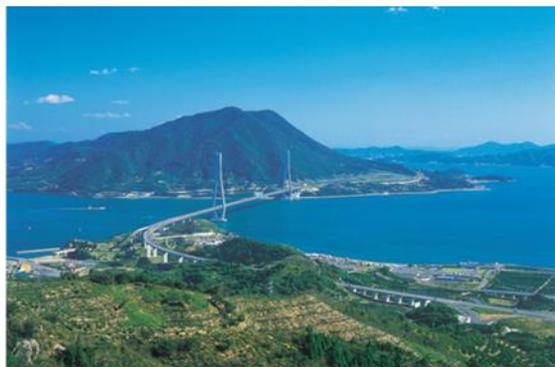


6: 香山 ラベンダー畑

写真 2-2-1 (その1)



7: 広島城



8: 多々羅大橋



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

写真 2-2-1 (その2)



13: 広島夜景



14: 君田 ひまわり畑



15: 厳島神社



16: 佛通寺(紅葉)



17: 竹原の町並み

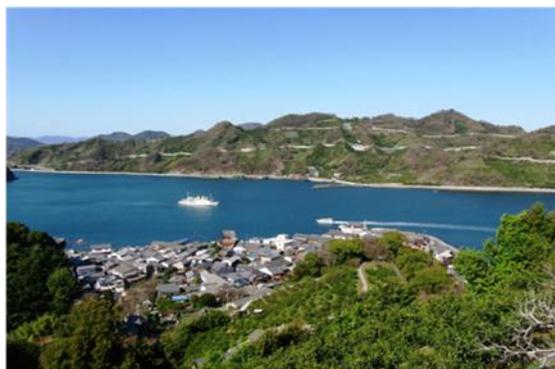


18: 冬の深入山

写真 2-2-1 (その3)



19: 縮景園



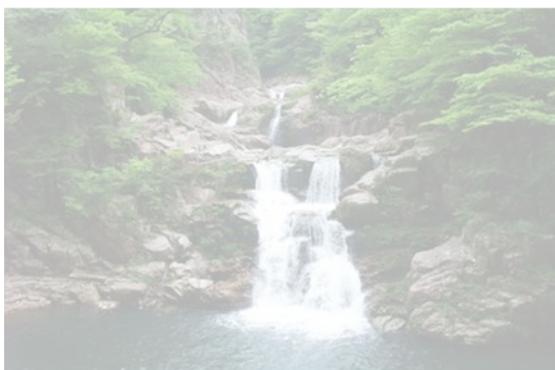
20: 御手洗



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

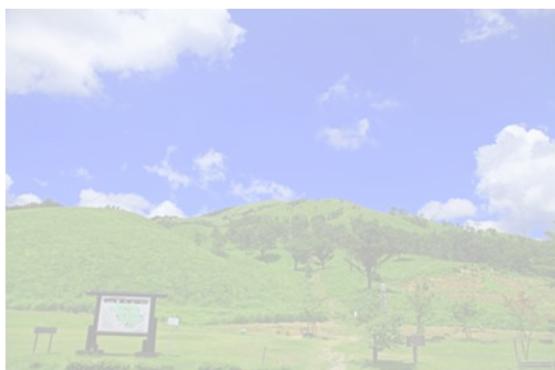
写真 2-2-1 (その 4)



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

写真 2-2-1 (その5)



31: 帝釈峡 雄橋



32: 御手洗の町並み



33: 三景園



34: 胡子大祭(えびす通り)

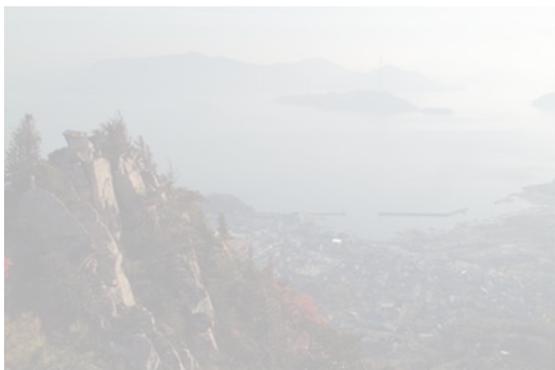


35: 平和大通り



36: 本通り

写真 2-2-1 (その6)



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 2-2-1 (その7)

人工的景観：7 景観

伝統的景観：9 景観

人工的景観			伝統的景観			
商店	工場	現代建築	町並み	寺院	庭園	歴史建築

自然的景観：16 景観

岩石	溪谷	海②	海①	山	花畑

写真2-2-2 景観グループごとの分類

### 2-3 文字情報の内容

観光地に関する情報の与え方については、画像、音声、文字、動画など様々な手法が考えられるが、本研究では視覚情報としての文字情報を採用した。その理由としては、観光客がガイドブックやインターネットなどを利用して観光地について調べる際に、その場所について何らかの文字情報を目にする機会が多いと予想されたことが挙げられる。

文字情報の収集にあたっては、広島県の観光ホームページ等の日本人向けの観光情報に加え、日本人が興味を惹かれない情報に中国人が惹かれる可能性もあると考え<sup>注5)</sup>、広島県に関する観光情報以外の郷土資料や歴史資料<sup>62)~74)</sup>などからも収集を行った。

まず、収集した文字情報をその内容に基づいて KJ 法的な分類を行った。具体的には、その場所で催される一過性のイベント・祭りなどや、ハイキングやスキーなど可能な行動に関する内容（以降、A)体験）、世界遺産や重要文化財、重要伝統的建造物群保存地区など、他の場所にはないその場所固有の特徴を示す内容（以降、B)希少性）、その場所の歴史や謂れに関する内容（以降、C)成り立ち）、景観画像中の主たる対象の規模を説明する内容（以降、D)規模）の4種である。

次に、整理した文字情報から、画像からは想起し難いと考えられる内容を選定し<sup>注6)</sup>、景観画像それぞれについて呈示する文字情報として各3種の説明文を作成した<sup>注7)</sup>。3種の説明文の示す内容は前述した4種のカテゴリのいずれかに該当するが、3種でなるべく多くのカテゴリを網羅するよう留意した。また、最初の説明文ではその場所の概要を、2番目の説明文ではその場所で可能な行動を、3番目の説明文ではその場所の特徴を示すことを基本とし、3種の説明文全体でも、各文単位でも理解が容易となるよう努めたが、一部の景観画像についてはこの構成に完全には該当していない。作成した説明文をカテゴリと併せて表2-4-1に示す。文字情報の総量は2800文字程度であり、各説明文それぞれが10文字から45文字まで長くもなく短くもない文章になるように、量的に調整しながら作成している<sup>注8)</sup>。なお、以降ではこれら説明文全体の総称を文字情報、景観画像に対する3種の説明文それぞれを単体としてとりあげる場合に説明文と称する。

また、文章を構成するにあたり、中国人学生に対する文字情報付与実験で使用する際には中国語に翻訳することを考慮し、説明文の内容が同じであるものは、景観画像に関わらず表現を統一した。例として、岩石景観である21)未来心の丘、30)弥山頂上、また、海景観の20)御手洗、39)白滝山は、3種の説明文の1つに、景観画像の対象物である山の頂上などの高台から瀬戸内海の島々を見渡すことができるという内容のものがあり、これらを全て“頂上からは瀬戸内海の島々を見渡すことができます。”という説明文とした<sup>注9)</sup>。

なお、どの観光地に対しても、観光客はその場所で何が出来るかという活動内容や体験、景観の規模を示す情報については、ある程度イメージが共有されやすいのに対して、その場所の歴史文化や固有の特徴などに関する情報への理解は各被験者によって違いが生じるものと考え、本研究では、A)体験とD)規模を表層的情報、B)希少性とC)成り立ちを深層的情報と定義した。さらに、A)体験に関しては、その場所の歴史を知ることや、風景の鑑賞、施設の見学など、単純に見る、聞くことを受動的活動、買い物や、飲食、温泉、スポーツなど主体性を伴う行為を能動的活動と定義した。

1つの景観画像に対する文字情報の中に同一カテゴリの説明文が複数含まれている場合、説明文の記載順に(1)、(2)、(3)と付記した。これより、A)体験に分類される説明文を有する景観画像は、32枚のうち24枚が該当し、B)希少性とC)成り立ちもそれぞれ24枚が該

当するが、D)規模は8枚と少ない。なお、A)体験、B)希少性、C)成り立ちについては、3種の説明文の中に同一カテゴリの説明文(内容は異なる)が2以上含まれる景観画像が存在する。また、景観画像の大分類別にみるなら、伝統的景観において、C)成り立ちに分類される説明文が多くなっている。

表2-3-1 (その1)

分類	景観	番号	カテゴリ	説明文 ①概要 (こんな場所です) ②可能性・アクティビティ (こんなことができます) ③特徴 (こんな特徴があります) カテゴリ: A) 体験 B) 希少性 C) 成り立ち D) 規模	
人工的景観	商店	胡子大祭	34	C A D	①広島市中心部で行われる17世紀から続く商売繁盛の神様を祀った神社のお祭りです。 ②このお祭りの期間は、周辺の商店でも大売出しが行われます。 ③300店の露店で賑わい、人出は40~50万人に及びます。
		本通り	36	C A B	①広島市の中心部にある広島県最大規模の商店街です。 ②ブランド品の服や時計、広島のお土産、100円ショップなど何でも揃っており、買い物を楽しむことができます。 ③商店街全体に屋根が掛けられたつくり(アーケード)になっており、雨に濡れる事はありません。
		お好み村	5	A C D	①広島名物の「お好み焼き」が食べられるお店が並ぶ通りです。 ②戦後の古い屋台が再現されています。 ③ここには「お好み焼き」のお店が25店集まっています。
	工場	契島	38	D A B	①瀬戸内海にある、全体が鉛の精錬工場になっている島です。 ②島には観光客は立ち入ることはできませんが、近くの航路を通る船から眺めることができます。 ③日本の大部分の鉛が製造されています。
		中工場	40	C A B	①著名な建築家により設計されたゴミ処理工場です。 ②ガラス越しに稼働中のゴミ焼却装置を見ることができます。 ③まるで美術館の様なゴミ処理工場であると言われています。
	現代建築	平和記念資料館	11	C A B	①丹下健三によって設計された資料館です。 ②原子爆弾による被害と世界平和の大切さを学ぶことができます。 ③資料館の建物は重要文化財に指定されています。
広島夜景		13	B(1) B(2) C	①広島市は日本で10番目に大きい都市です。 ②世界に2つの被爆都市のうちの1つです。 ③俯瞰すると典型的な三角州上に形成されていることがわかります。	
伝統的景観	町並み	御手洗の町並み	32	C(1) B C(2)	①17世紀の町並みが今も残っている歴史的な地域です。 ②国が指定した重要伝統的建造物群保存地区の1つです。 ③この地域は瀬戸内海の内海運が発達した頃の重要な港町で、今もその風情が残っています。
		竹原の町並み	17	C(1) B C(2)	①17世紀の町並みが今も残っている歴史的な地域です。 ②国が指定した重要伝統的建造物群保存地区の1つです。 ③この地域は瀬戸内海沿岸部に位置しており、かつては製塩業で栄えました。
	寺院	宮島 不消霊火堂	29	C(1) B C(2)	①中国に渡って修行した僧が建てた寺です。 ②万病に効くといわれる水を飲むことができます。 ③9世紀に焚かれた火が、今も燃え続けています。
		佛通寺(紅葉)	16	C A B	①中国に渡って修行した僧が建てた寺です。 ②禅体験ができます。 ③国の重要文化財が2つ、広島県の重要文化財が7つあります。
	庭園	縮景園	19	C A B	①中国の”西湖”を模して17世紀に作られた日本庭園です。 ②季節ごとに、日本茶(抹茶)を楽しむ茶会が開かれています。 ③国が指定した名勝(文化財)の1つです。
		三景園	33	C(1) C(2) B	①1993年に広島空港が開港した時に作られた庭園です。 ②空港に隣接しているので空港利用者にとって訪問しやすい位置にあります。 ③他の日本庭園にはない巨石や巨木が使われています。
	歴史的建築	耕三寺博物館	4	C(1) B C(2)	①1952年に実業家が独力で建立した博物館です。 ②多くの重要文化財が展示されています。 ③建物は日本の様々な有名社寺を模しています。
		厳島神社	15	B A(1) A(2)	①日本三景の1つであり、世界遺産に登録されている神社です。 ②周辺のお店では、あなご飯、カキ料理など地域の名物を食べるすることができます。 ③毎年8月には花火大会が開催され、大鳥居の背後の海上で花火が打ち上げられます。
		広島城	7	C A(1) A(2)	①16世紀に建てられ、一時焼失した後に復元された城です。 ②内部は歴史資料館になっており、広島史を学ぶことができます。 ③時代衣装体験コーナーでは、日本の昔の衣装を着て記念撮影ができます。

表 2-3-1 (その2)

分類	景観	番号	カテゴリ	説明文 ①概要 (こんな場所です) ②可能性・アクティビティ (こんなことができます) ③特徴 (こんな特徴があります) カテゴリ: A) 体験 B) 希少性 C) 成り立ち D) 規模	
自然的景観	岩石	瀬戸田 未来心の丘	21	C A B	①瀬戸内海に浮かぶ島に、彫刻家の芸術活動として作られた庭園です。 ②頂上からは瀬戸内海の島々を見渡すことができます。 ③庭園の全てがイタリアで採掘された白い大理石で構成されています。
		弥山 頂上	30	B A C	①世界遺産に登録されている厳島神社の背後にある山です。 ②頂上からは瀬戸内海の島々を見渡すことができます。 ③昔から神様が宿る山として信仰されています。
	渓谷	帝釈峡 (雄橋)	31	B D C	①帝釈峡は、帝釈川の谷を中心に広がる渓谷で、国定公園に指定されています。 ②水の浸食作用によりできた長さ約70m、幅約18m、高さ約40mの天然橋があります。 ③1万年以上昔に人が住んでいたことを示す遺跡も多く発見されています。
		三段峡 (黒淵)	26	D A B	①三段峡は、全長約13キロメートルに及ぶ大峡谷です。 ②高さ100mに及ぶ崖が切り立つ場所で、その間を船で遊覧することができます。 ③国が指定した名勝(文化財)の1つです。
	海②	御手洗	20	C(1) A C(2)	①歴史的な港町を見下ろす場所に作られた公園です。 ②頂上からは瀬戸内海の島々を見渡すことができます。 ③眼下に見えるのは瀬戸内海に海運が発達した頃の重要な港町で、今もその風情が残っています。
		多々羅 大橋	8	B(1) A B(2)	①瀬戸内海の島々を結んでいる、斜長橋としては日本最長(世界第5位)の橋です。 ②徒歩や自転車でも渡ることができます。 ③土木学会賞を受賞しています。
	海①	白滝山	39	B A C	①新聞社が選定した「にほんの里100選」に指定されている山です。 ②頂上からは瀬戸内海の島々を見渡すことができます。 ③頂上付近には19世紀に作られた700体の石仏が並んでいます。
		鞆の浦 弁天島	22	C A B	①かつて朝鮮からの使節の寄港地で、使節から朝鮮より東側で最も風光明媚な場所として賞賛されています。 ②毎年5月には花火大会が開催されます。 ③スタジオジブリの映画『崖の上のポニョ』で、宮崎駿監督が構想を練った地です。
		尾道 水道	25	C A B	①かつて日本の海運の要所として栄えた港町です。 ②夜には夜景を楽しむことができます。 ③多くの映画のロケ地としても知られています。
	山	深入山	10	B A(1) A(2)	①山全体が草原に包まれたなだらかな山です。 ②宿泊施設では、温泉や食事を楽しむことができます。 ③グラウンドゴルフやテニスを楽しむことができます。
		井仁の 棚田	28	C A B	①階段状に作られている水田や畑が残っている地域です。 ②昔の田植えの再現など、伝統的農法を継承するイベントが開催されています。 ③国が選定した「棚田百選」の1つです。
		深入山 (冬)	18	D A(1) A(2)	①広島県の北部に連なる1,000m級の山々の1つです。 ②スキーやスノーボードなどのウィンタースポーツを楽しむことができます。 ③春には山菜採りの観光客で賑わい、山菜料理を楽しむことができます。
	花畑	ひまわり 畑	14	D A(1) A(2)	①100万本のひまわりが咲く、日本最大規模のひまわり畑です。 ②7月下旬には、ひまわりを持ち帰ることができる祭りがあります。 ③近くには温泉施設があり、宿泊することもできます。
		コスモ ス畑	2	A(1) A(2) A(3)	①広島県北部にある、四季折々の花を楽しむことができる国営の自然公園です。 ②キャンプ場、サイクリングコース、大型遊具などがあり、様々な野外活動を楽しむことができます。 ③冬には地形と樹木を活かしたイルミネーションで公園全体が飾られます。
		チュー リップ 畑	3	D A C	①広島県中央部にある、300種70万本のチューリップが植えられている花農園です。 ②ひまわり、ダリア、チューリップなど四季折々の花を楽しむことができます。 ③近くには果物狩りができる農園が多くあります。
		因島 除虫菊	24	C(1) B C(2)	①蚊取り線香の原料である除虫菊が多く栽培されていた島です。 ②多くの写真家が訪れる、写真スポットとしても知られています。 ③近くにはかつて瀬戸内海で活躍していた海賊の本拠地があります。

## 2-4 被験者の属性

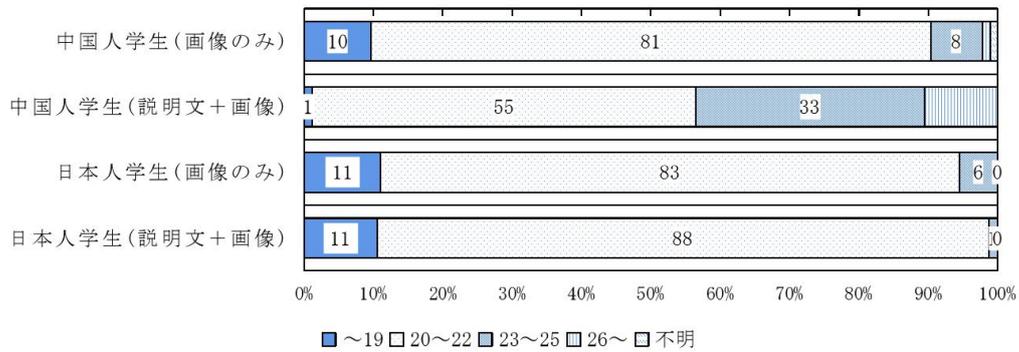
本節では、4種の実験における日中両国の被験者について、性別、年齢、旅行経験などの個人属性における日中の異同について簡単に整理する<sup>注10)</sup>。その結果を図2-4-1(その1~3)に示す。

まず、性別では中国人学生は女性(「画像のみ」:53%、「説明文+画像」:62%)の比率がやや高いのに対して、日本人学生は男性(「画像のみ」:72%、「説明文+画像」:84%)が多くを占めている。年齢ではいずれの実験の被験者も大学生であるため、20代前半の割合が高い。また、出身地域については、中国人学生では、「説明文+画像」は「画像のみ」に比べ華北、東北の学生の割合が高く、華南、華中は低くなっているものの、中国の様々な地域がそれぞれ概ね同程度の割合を占める。一方、日本人学生では、「説明文+画像」は「画像のみ」に比べ、関西圏が多く九州圏が少ないものの、両実験共に日本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ため、地域の違いが評価結果の差異に及ぼす影響は小さいものと予想される。

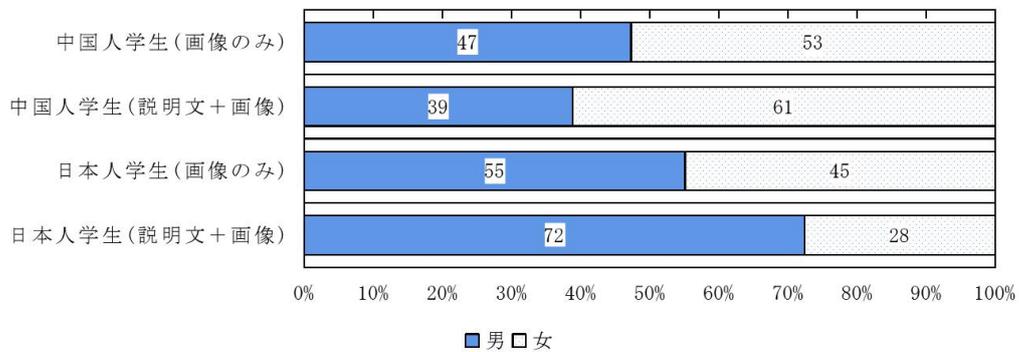
旅行頻度や、これまでの旅行経験や、訪日経験などについては、日本人学生は2,3か月~半年の内に1回は旅行に行くという回答の割合が高く、約6割が1回以上海外旅行に行ったことがあると回答している。一方、中国人学生は7割近くが1年に1回以上旅行に行くものの、約9割が海外旅行経験はないと回答しており、渡航先として日本を挙げた被験者は2人にとどまる<sup>注11)</sup>。また、日本への知識・関心について尋ねた結果からみると、日本への知識・関心は6割以上が有しているという結果となった。

これらの結果より、日中それぞれ若干の違いは認められるものの、「説明文+画像」と「画像のみ」で被験者の個人属性は概ね同様であり、属性の違いが評価結果の差異に及ぼす影響は小さいものと予想される。また、中国人学生と比べて日本人学生の旅行頻度の高さや旅行経験の豊富さが窺える。しかしながら、「説明文+画像」の実験結果によって、日本人学生について景観画像が示す場所についての「認識の程度」と「訪問経験」の結果によれば、厳島神社や平和記念資料館などの全国的に有名な観光地を除いて、多くの景観で所在のわからない被験者が多く、訪問経験もない割合の高いことがわかる<sup>注12)</sup>。

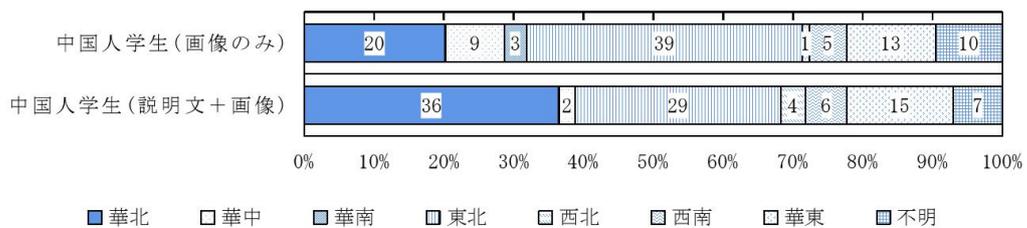
### 年齢



### 性別



### 出身地



### 出身地

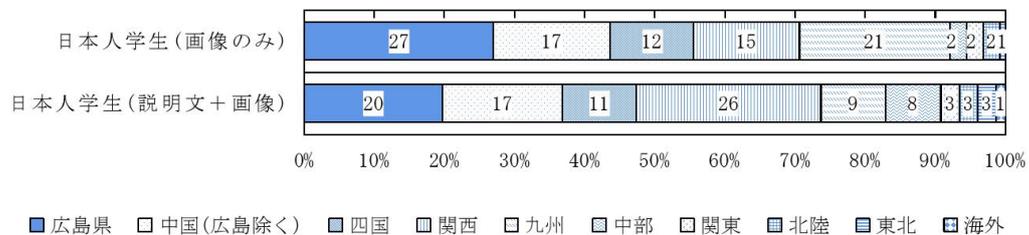
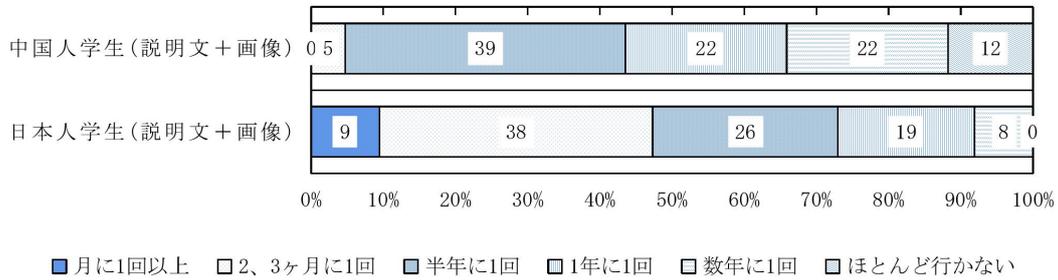
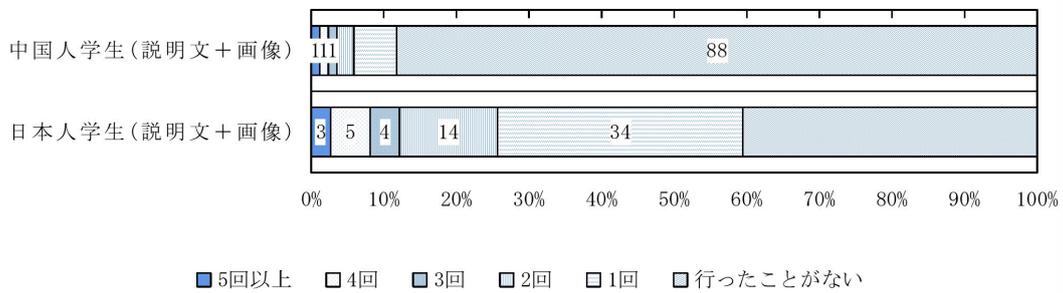


図2-4-1 被験者属性 (その1)

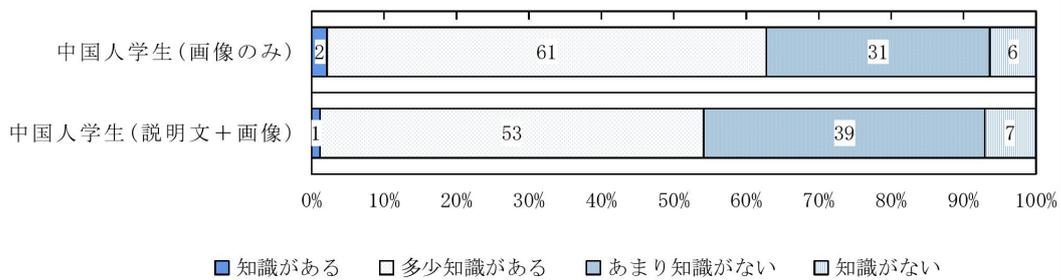
### 国内旅行頻度



### 海外旅行経験



### 日本に関する知識



### 日本に関する関心

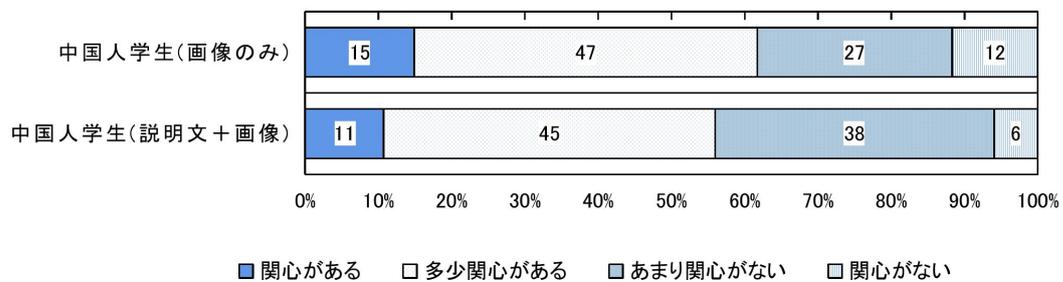


図2-4-1 被験者属性 (その2)

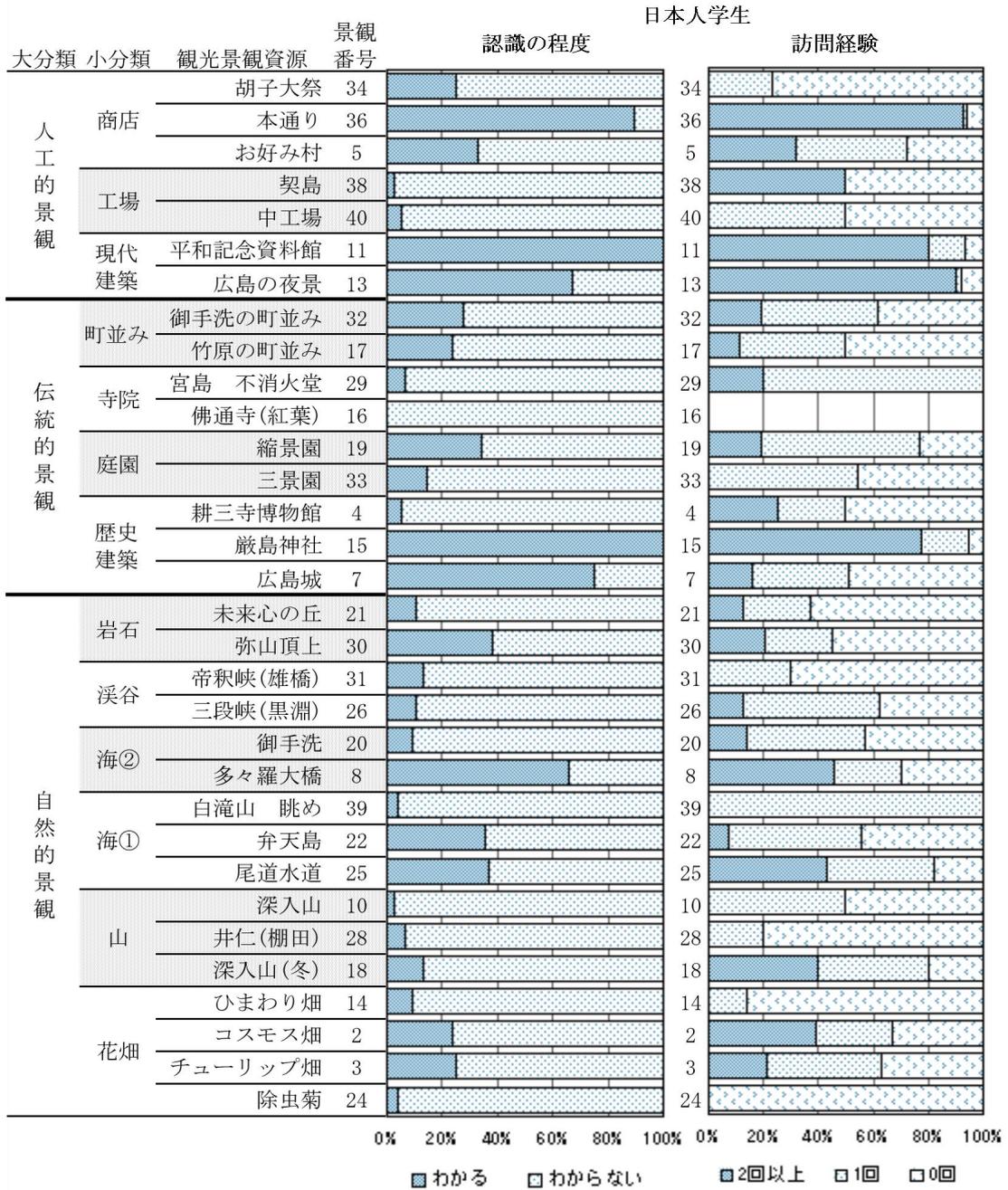


図2-4-1 場所認識の程度と訪問経験 (その3)

## 注

注 1)建築学の分野においては、「見る」や「聞く」などの観光行動を通して、街並みや建物などの日本的様式に「日本らしさ」を感じるか否かについて主として検討すべきであるが、本研究では、それよりも訪日外国人観光客を誘致するための基礎的資料を獲得することを主たる目的とするので、建築学分野の観点に限定せず、心理的評価の研究として、街並みや建物など以外に、「お好み焼き」や映画のような食や文化など日常生活の要素が含まれるより広い範囲で、呈示した文字情報と景観画像を日本らしく感じるか否かという心理的評価について検討した。

注 2)実験は両大学の講義室にてそれぞれ実施したため、照明環境を完全に統一することは困難だったが、スクリーンの画像が外光によって、見えづらくならないようにカーテン等を閉めて調整した。また、被験者にはスクリーンに近い位置から順番に着席させ、スクリーン付近のカーテンは閉めた。輝度や照度等は測定していないが、実験開始前に対象ではない画像の例を呈示して実験の流れを説明するとともに、被験者に見えづらくないか簡単に口頭で確認した。なお、フェイスシートの記入時は照明を点灯し、手元を見えやすくすることを優先したが、実験開始後は、画像が明確に視認できることを優先し、適宜照明を消灯した。

注 3)中国人学生の「説明文+画像」の実験では、日本の歴史、伝統や文化、また、景観画像が示す観光地に関する知識を有していない中国人学生には、景観画像とともに呈示される説明文中に含まれる“広島のとある”や“瀬戸内海”，“原子爆弾”のような内容をあまり理解することができない可能性があるものと考えられる。したがって、各景観画像の評価をする前に、説明文に対する中国人学生の理解を容易にするため、広島県に関する簡単な説明を口頭で2分間程度行った。内容は広島県の位置などの地理的情報のほか、面積、人口など、その後に行う景観画像の評価に影響を及ぼさない基本的なものとした。口頭説明では中国語で作成された4枚のスライドをスクリーンに呈示し、共著者である大連民族大学の金華教授が中国語で説明を行った。具体的に、地理に関しては、広島から大連まで直行便で約2時間、日本列島の南西部に位置しており、気候は温暖、北は中国山地、南は瀬戸内海と自然環境に恵まれ、特に約3000の島々がある瀬戸内海は、かつて重要な航路としての役割を担ったことなどを伝えた。また、面積は約8477Km<sup>2</sup>、人口は約280万人であることを説明したと同時に、被験者に容易にイメージさせるために、比較対象として東京都（面積:2188Km<sup>2</sup>、人口:1300万人）と大連市（面積:13000Km<sup>2</sup>、人口:600万人）についても併せて紹介した。従って、被験者は景観画像の評価をする前に、これらの説明によって、景観画像が日本の広島県に所在することを十分に認識したものと考えられる。

注 4)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』は18項目（「建物」「空」「樹木」「山」「水」「花」「石」「道」「歴史」「現代」「溪谷」「工場」「岩」「店」「海」「庭園」「町並み」「寺」）、『構図の違い』は2項目（「鳥瞰景」「仰瞰景」）、『鮮やかさの有無』では画像が鮮やかか否かを、いずれも主観的に判断し、景観内に該当する項目がある場合は「1」、ない場合は「0」とし、数値化を行った。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た。

- 注 5)具体的には、中国と関連性がある情報や、観光地のかつての姿や地元のライフスタイルを体験できる活動に関する情報などを想定した。なお、日本人を被験者とした「説明文+画像」の実験結果との比較によって、結果的ではあるが、幾つかの説明文において訴求力に差が認められている。
- 注 6)画像からは想起し難い内容として、一過性のイベント、可能な行動、歴史や謂れ、対象の規模などが挙げられる。例えば、19)縮景園の「日本茶を楽しむ茶会が開かれている」という体験に関する内容は、画像からは全く確認できない。
- 注 7)各景観画像の情報として挙げられる内容が2, 3種程度であったことや、説明文の数が1, 2種では限定的であり、5種以上になると説明文に注意が向きすぎるということを考慮したため説明文は3種とした。また、収集した文章の文言そのままは使用せず、それらを参考に、各説明文の内容が4種類のカテゴリのいずれかに対応するように、それぞれが長くもなく短くもない文章になるように量的に調整しながら作成した。その際には、なるべく実験者の意思や意図が入らないよう留意した。なお、中国語に翻訳することを考慮し、説明文の内容がほぼ共通するものについては、景観画像に関わらず表現を統一した。
- 注 8)日本人学生を対象とした予備実験において、説明文と画像の印象が一致するか(「一致度」)について回答を求めた結果によれば、3種の説明文全てが「一致する」側に評価する観光景観が32景観中10景観を占めているのに対して、「一致しない」側に評価する景観が3景観となる。他の19景観では、肯定側に評価する説明文もあるし、否定側に評価する説明文もある。
- 注 9)他の景観画像についても同様に、町並み景観の32)御手洗の町並み、17)竹原の町並みでは、“17世紀の町並みが今も残っている歴史的な地域です。”、“国が指定した重要伝統的建造物保存地区の1つです。”と、3種の内、2種の説明文が共通しており、寺院景観である29)不消火堂、16)佛通寺では、“中国に渡って修行した僧が建てた寺です。”、また、庭園景観の19)縮景園、溪谷景観の26)三段峡(黒淵)では“国が指定した名勝(文化財)の1つです。”と3種の内、1種の説明文が共通するものとなっている。
- 注 10)中国人観光客の全般的な傾向を中国人学生によって完全に把握できるわけではないが、既報67)の中国大連市在住の一般市民と学生による「画像のみ」の実験結果の比較によると、評価傾向・構造において、両被験者グループの間に幾つかの差異が認められたものの、全体的には多くの共通点が明らかにされている。したがって、本論文における中国人学生による結果も、かなりの程度中国人観光客を代表できるものと予想される。
- 注 11)旅行頻度や旅行経験に関しては、「画像のみ」の実験において、日本人学生に対して、旅行頻度や旅行経験について尋ねていなかったため、「説明文+画像」の実験における日中比較の結果を述べた。
- 注 12)巖島神社と平和記念資料館では、両者共に「認識の程度」における肯定的回答は100%となり、一回以上訪問経験がある被験者は90%以上となる。

## 第 3 章

### 文字情報の付与が観光景観評価に及ぼす影響の日中比較

---

3-1 はじめに

3-2 景観画像評価結果の日中比較

3-3 心理的評価構造の日中比較

3-4 おわりに

### 3-1 はじめに

本章では、日中両国の大学生を対象とした「説明文+画像」の実験結果を、「画像のみ」の実験結果と比較することにより、情報を付与するか否かが景観画像の評価に及ぼす影響について日中それぞれで検討し、心理的評価の傾向、評価の影響要因を把握する。さらに、景観画像が示す観光地に関する知識や経験の差異によるその影響要因の日中の異同を明らかにする。

### 3-2 景観画像評価結果の日中比較

「説明文+画像」と「画像のみ」との間で評価結果を比較することで、文字情報の付与による評価の違いについて概括する。まず「行ってみたい - 行ってみたくない(訪問希望の有無)」「関心ある - 関心ない(関心の有無)」「日本らしい - 日本らしくない(日本らしさの有無)」「母国にある - 母国にない(母国らしさの有無)」の4項目からなる総体的評価結果について述べ、次いで各項目間の相互関連について検討する。

#### 3-2-1 景観画像別総体的評価結果

対象とした32枚の景観画像に対する総体的評価4項目の平均評価得点プロフィールを「画像のみ」「説明文+画像」別に図3-2-1に示す<sup>注1)</sup>。なお、両実験の差異についてのt-検定結果(有意水準1, 5, 10%に設定)を図中に、景観ごとの平均評価得点に基づいて算出した「画像のみ」と「説明文+画像」の相関係数を同図下部に併せて示す<sup>注2)</sup>。

まず、「訪問希望の有無」においては、「画像のみ」に比べ「説明文+画像」での評価が向上した景観画像は、日本人学生では28景観、中国人学生では23景観となっている。また、有意差がみられる景観画像は日中それぞれ、23景観と12景観で、その中で「説明文+画像」で評価が向上した景観画像は日中それぞれ、22景観、12景観に上る。これより、「画像のみ」と「説明文+画像」の比較では、全体32景観の場合においても、有意差のみられる景観に限った場合においても、日中共に半数以上の景観画像で、後者が前者より高く評価されていることから、文字情報の付与によって、訪問意欲がより喚起される傾向が、日中という知識や経験の有無を問わずみられることがわかる。特に、日中共に人工的景観における「画像のみ」「説明文+画像」の評価差が、伝統的景観や自然的景観に比べて大きく、概ね「説明文+画像」が「画像のみ」より高く評価されている。

中国人学生の場合、伝統的景観と自然的景観では、「画像のみ」「説明文+画像」のほぼいずれも、訪問したい側の評価となっているのに対して、人工的景観では、「画像のみ」の評価はほぼ訪問したくない側に、「説明文+画像」では多くの景観で訪問したい側に評価される傾向がみられる。これは、「画像のみ」の場合では、中国でもよく見られる景観であると認識されるのに対して、文字情報によって景観の特徴が明確化されたことにより、「訪問希望の有無」の評価を向上させている可能性があると考えられる。例えば、人工的景観の6景観については、説明文に“広島のとある”や“瀬戸内海”、“原子爆弾”のような表現が含まれており、景観画像の対象地が広島であるということをより強く認識させたことが影響したものと推察される。また、工場景観40)では、「画像のみ」では対象がゴミ処理工場であると認識されず、単なる機械装置の集合体として認識されたと予想されるのに対し、

“美術館のようなゴミ処理工場”という説明文によって、特徴がよく理解されたものと推察される。一方、伝統的景観と自然的景観では、全体的に差がみられるものは少なく、文字情報付与の訪問意欲喚起に対する影響の乏しいことが予想される。これは、中国人学生にとって、景観画像のみでも単純に伝統的・自然的な風景として良い印象に捉えられ、説明文によってどのような場所か、どのような歴史があるのかなどが分かることが必ずしも評価の大きな向上には繋がらなかったものと考えられる。

日本人学生の場合、中国人学生に比べ、有意差のみられる自然的景観がより多く、「画像のみ」より「説明文+画像」の評価の向上が大きいことがわかる。日本人学生は「画像のみ」の場合、対象地が身近で見慣れた自国の自然的な風景であることが容易に判別されることから、それだけではあまり訪問意欲に結びつかないものの、「説明文+画像」の場合、文字情報に含まれる歴史的な背景や意味、具体的な場所などが、個人の予備知識を基に理解され、中国人学生に比べ対象地の価値がより高く評価されることから、訪問意欲に影響

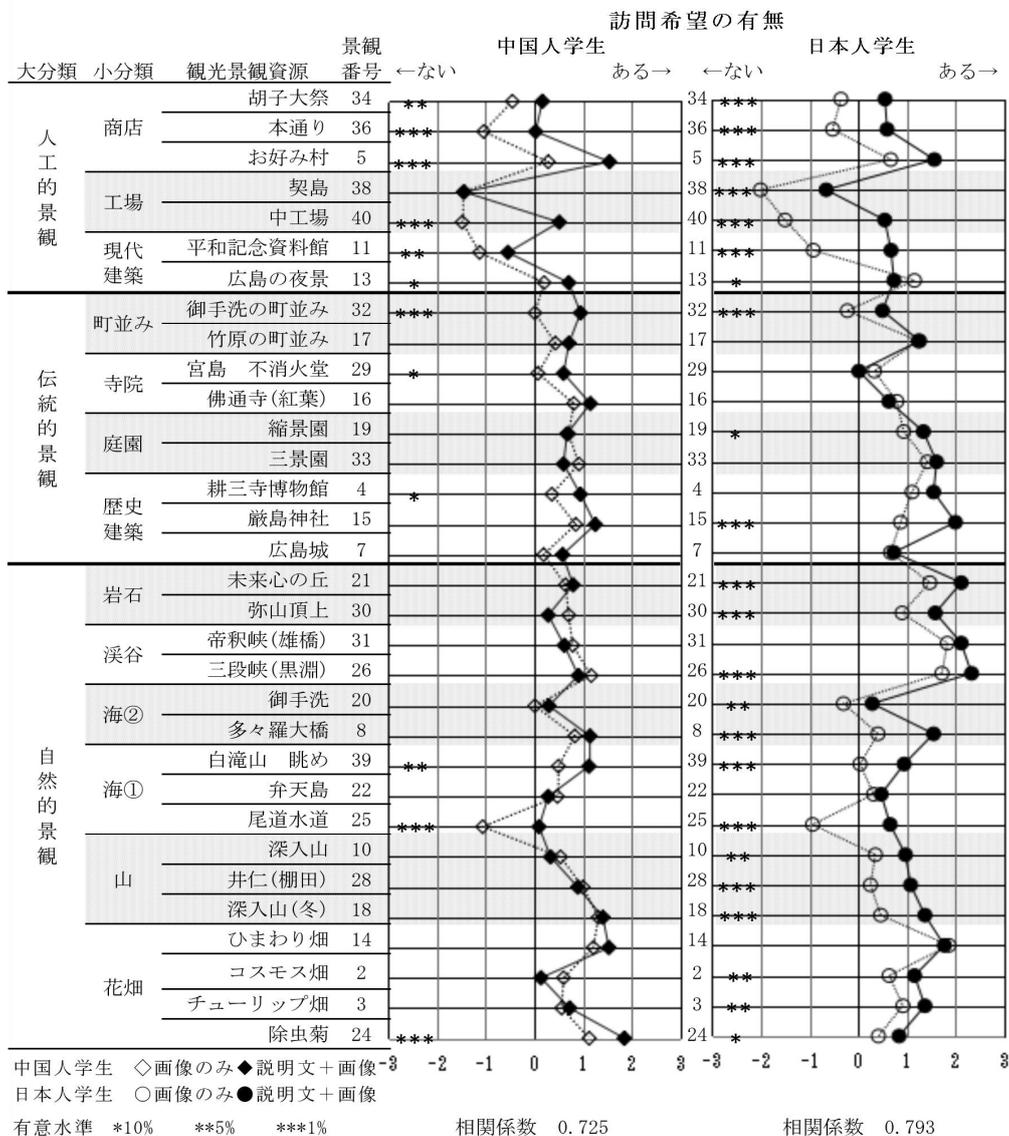


図3-2-1 景観画像別平均評価得点 (訪問希望の有無)

を及ぼした可能性が示唆される。一方、中国人学生の場合、“橋の長さ70m・幅18m・高さ40m”、“13kmの大峡谷”、“1000m級の山々”や、“300種70万本のチューリップ”など景観の規模に関する具体的な数値情報に対して、より広く開放的な国土に慣れ親しんでいるために、日本人学生ほどその開放感やスケール感を感じられないことが評価に影響を及ぼしているものと推測される。

「関心の有無」では、日中共に「訪問希望の有無」で有意差のみられる景観の多くで、同様に有意差のみられることや、「画像のみ」と比べて「説明文+画像」の評価が高くなることからわかる。日中共に説明文によってその場所の特色が認識され、被験者の関心を強く惹いたことで評価が向上したといえる。また、「画像のみ」と共通して、「説明文+画像」においても、「関心の有無」と「訪問希望の有無」との間で類似した評価傾向がみられ、いずれの場合も両項目間でかなり強い関連のあることが推察される。

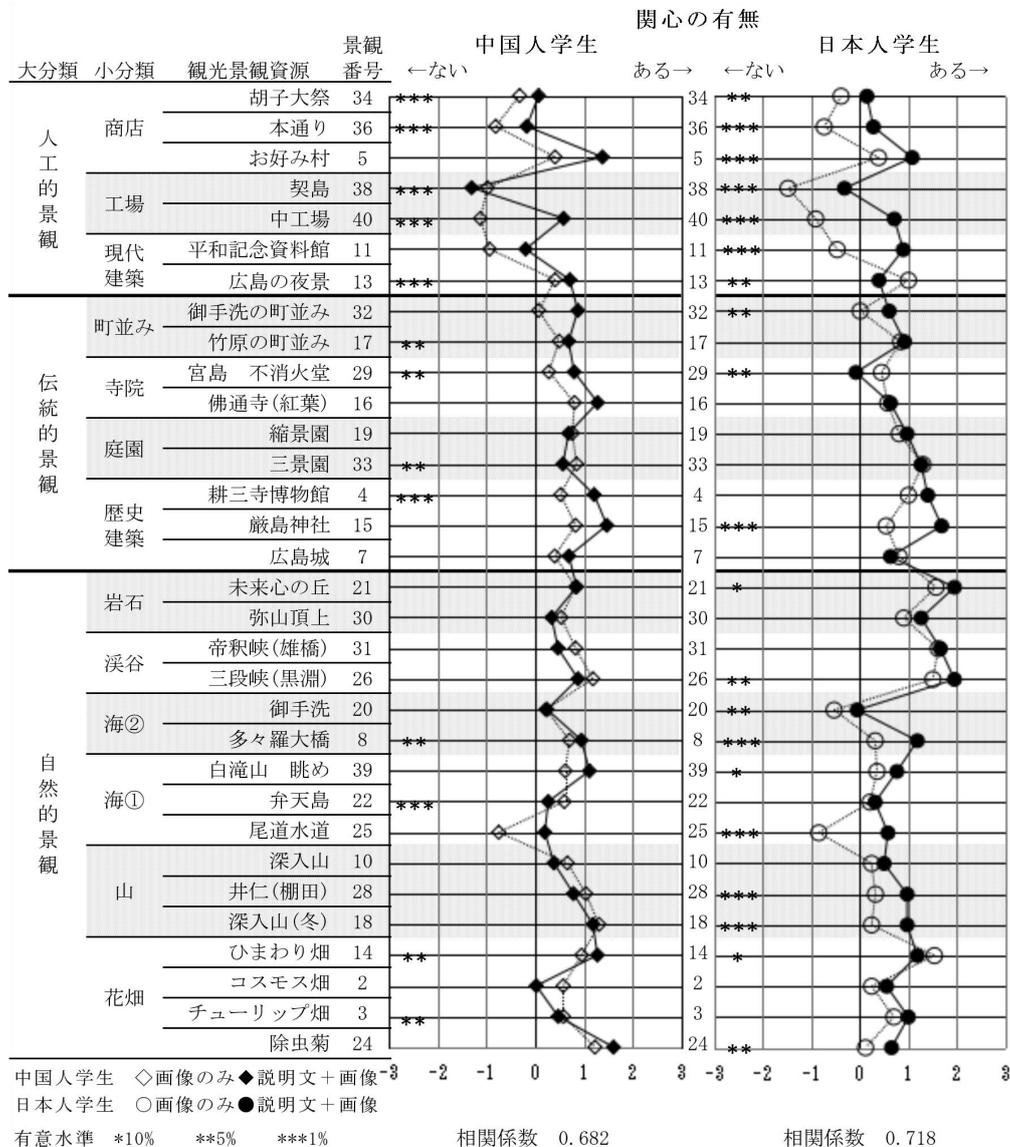


図3-2-1 景観画像別平均評価得点 (関心の有無)

「日本らしさの有無」に関しては、日中共に「画像のみ」と「説明文+画像」で類似した評価傾向を示すが、多くの景観で有意な差異が認められる。また、日中共に伝統的景観を日本らしい側に評価していることから、基本的に伝統的景観であれば日本的であると評価する傾向が強いといえる。しかしながら、詳細に検討すると、中国人学生の場合、「説明文+画像」が「画像のみ」より日本らしいと評価され、特に庭園景観を除く伝統的景観では、文字情報によって有意に日本らしい側に評価される傾向が窺える。これより、「画像のみ」では伝統的な建築物や町並みに対して日本の景観であることをあまり意識しなかった場合でも、文字情報付与によって対象地に関する歴史的背景が説明されることで日本らしさをより認識するようになったものと推察される。なお、「説明文+画像」の実験では、呈示する画像の全てが広島県のものであることを予め説明したことも全体的な評価に影響を及ぼしているものと考えられる。これに対して、日本人学生では、自然的景観で「説明文+画像」がより日本らしいと評価される傾向がみられる。「画像のみ」では、景観が日本の風景であろうことを認識するにとどまるのに対して、「説明文+画像」では、具体的な位置や周辺状況に関する情報を中国人学生より明確に理解でき、場所の個別性が容易に特定されることから、改めて日本や広島の景観であることをより強く意識したものと考えられる。

最後に、「母国らしさの有無」については、日本人学生の実験では、「母国らしさの有無」と「日本らしさの有無」とはほぼ意味内容の共通した項目として捉えられるものと予想し、中国人学生には尋ねた「母国らしさの有無」を尋ねていないため、中国人学生による両実験の結果について検討する。

中国人学生では、32枚中20枚の画像が「画像のみ」より「説明文+画像」において、母国にある側に評価されている。これは、画像の視覚的印象からだけでは見慣れないために母国にはない側に評価した場合であっても、説明文から得られる特徴に合致する景観が母国にもある場合には、母国にもあると判断したのではないかと予想される。t検定で有意差がみられるものを例に挙げると、商店景観(34)では、買い物の可能性を示すこと、町並み景観(32)では、歴史のある古くからの町並みが保存されていること、また庭園景観(19)では、中国にある湖を模して造られたといわれる庭園であることをそれぞれ情報として提供しており、これらが母国である中国においても共通する特徴として捉えられた可能性が示唆される。

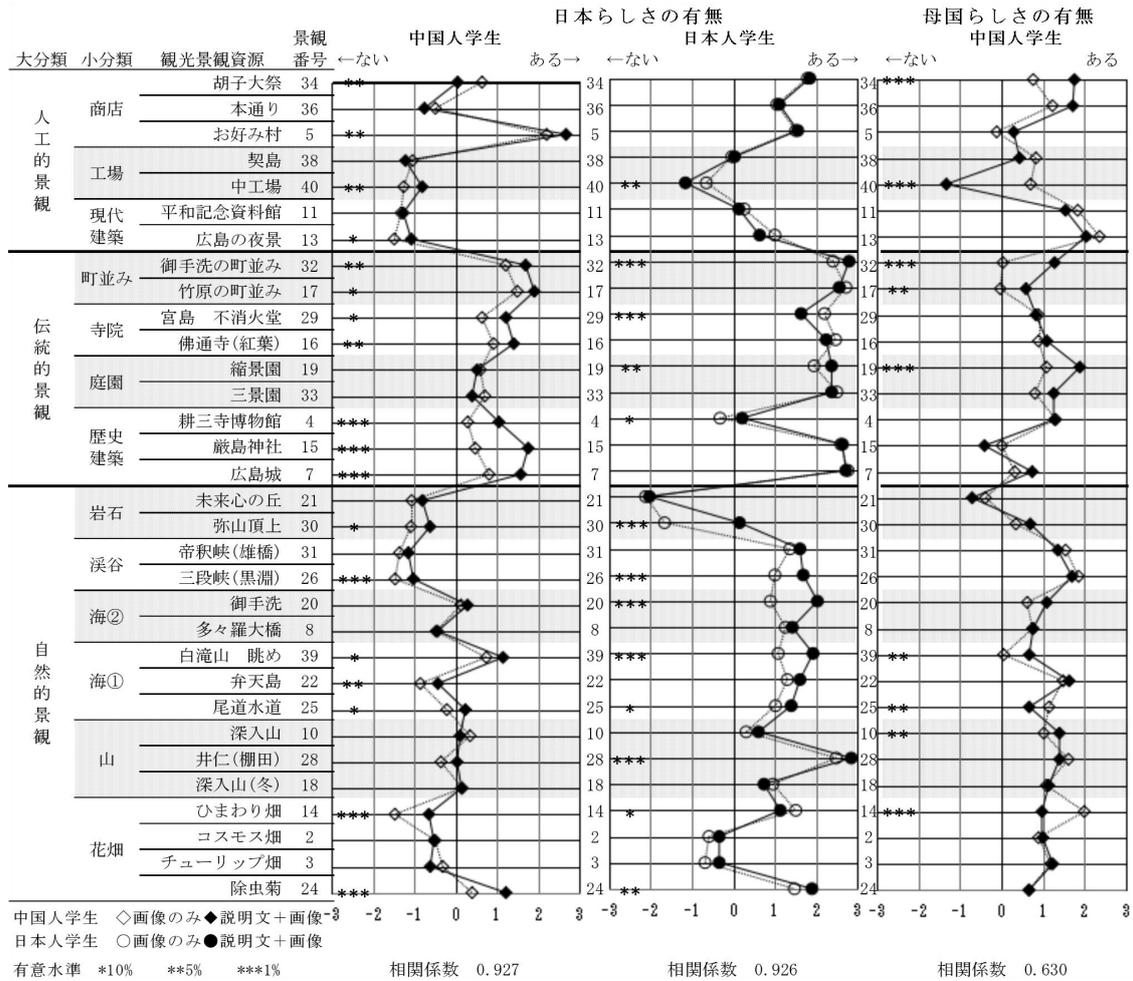


図3-2-1 景観画像別平均評価得点 (日本らしさの有無・母国らしさの有無)

3-2-2 総体的評価項目間の関連

本項では、前項の総体的評価4項目間の相互関連を検討する。両者の32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3-2-1に示す。

まず、日中共に「画像のみ」「説明文+画像」のいずれの場合でも、「訪問希望の有無」は「関心の有無」と極めて強い関連がみられ、関心を持った景観に対して訪問意欲が喚起されるという評価構造が文字情報の有無にかかわらず、日中共に一致することが確認される。

次に、「訪問希望の有無」と「日本らしさの有無」との間には、「画像のみ」では日中共にほとんど関連がみられないのに対して、「説明文+画像」では中国人学生では関連が認められる。中国人学生の場合、文字情報が付与されたことにより、日本らしさの認識に変化が生じ、その観光地に関する知識が増えたことにより、日本的か否かの判断が明確になり、訪問意欲との関連がみられるようになったものと考えられる。一方、日本人学生の場合、文字情報の付与を問わず、日本的か否かの判断と訪問意欲との間には関連がみられない。図3-2-1より、「日本らしさの有無」での「画像のみ」と「説明文+画像」の相関係数の値が日中共に高いことから、日本らしさを判断する基準が文字情報の付与によって大きく変わらないのは日中で共通するものの、中国人学生では景観に関する情報の増加により、「訪問希望の有無」の評価が変化し、日本的か否かの判断との関連がみられるようになるのに対して、日本人学生では「日本らしさの有無」とは異なる固有の判断基準が「訪問希望の有無」へ影響を及ぼしているものと予想される。

「母国らしさの有無」と「日本らしさの有無」では、「画像のみ」に負の相関が見られ、日本らしいものは母国にはないものと単純に評価されていたのに対し、視覚的情報からは母国らしくない画像でも、前述したように、中国に共通する特徴が含まれる文字情報の付与により<sup>注3)</sup>、母国との類似性が認識され、両項目間の関係がより複雑化した可能性が示唆される。

表3-2-1 総体的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	中国人学生	画像のみ	.990**		
		説明文+画像	.971**		
	日本人学生	画像のみ	.970**		
		説明文+画像	.946**		
日本らしさの有無	中国人学生	画像のみ	.141	.159	
		説明文+画像	.505**	.571**	
	日本人学生	画像のみ	.126	.071	
		説明文+画像	-.050	-.100	
母国らしさの有無	中国人学生	画像のみ	.005	-.007	-.609**
	中国人学生	説明文+画像	-.125	-.185	-.179

有意確率： \*…10% \*\*…5% \*\*\*…1%

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

### 3-3 心理的評価構造の日中比較

日中における評価構造の共通点や相違点をより明確に把握するため、SD法によるイメージ評価13形容詞対に因子分析を適用し、得られた抽出因子の評価傾向を分析し、総体的評価と抽出因子との関連について検討する。

#### 3-3-1 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形容詞対について共通する因子を抽出するため、32種類の各景観に対する各個人の評価をサンプルとし、主因子法・バリマックス回転による因子分析を、日中それぞれ「画像のみ」「説明文+画像」、並びに、4種の実験の全被験者にそれぞれ適用した<sup>注4)</sup>。因子の抽出基準は4因子とした。結果を表3-3-1に示す。

全被験者の結果をみると、第1因子は珍しさや非日常性を示す形容詞対「12 特別な - 普通の」「2 特徴のある - 特徴のない」などの因子負荷量が高いことから「固有性」と解釈できる。また、第2因子は「7 のびのびした - 窮屈な」「6 開放的な - 閉鎖的な」などから「開放性」、第3因子は「9 整然とした - 雑然した」「10 調和した - 不調和な」などから「調和性」、第4因子は「4 伝統的な - 革新的な」「8 農村的な - 都会的な」などから「伝統性」とそれぞれ解釈できる<sup>注5)</sup>。

次に各被験者グループの結果をみるなら、中国人学生では、「画像のみ」「説明文+画像」に共通して「固有性」「快適・開放性」「伝統性」「調和性」の4因子が抽出されている。「説明文+画像」の第2因子は、「画像のみ」の第1因子と対応する「固有性」と解釈したものの、「3 好きな - 嫌いな」や「13 美しい - 醜い」の因子負荷量が「画像のみ」と比較して低い値を示す。このことから、「画像のみ」では美しく特徴的な画像に固有性を感じ、より選好する傾向を示すが、文字情報の付与によって、景観から感じる美しさと固有性との関連が弱くなり、特徴のある景観に対する判断基準が変化した可能性が推察される。また、「説明文+画像」の「快適・開放性」では、「11 馴染みのある - ない」の因子負荷量が高く、開放的な景観が好まれるとともに、慣れ親しまれる傾向もみられる。広く開放的な国土に慣れ親しんできた中国人学生にとって、景観に関する規模などの具体的な内容が含まれる文字情報から、より親しみを感じたものと推察される<sup>注6)</sup>。日本人学生では、「画像のみ」「説明文+画像」に共通して「固有性」「開放性」「快適性」の3因子が抽出されている。しかしながら、「画像のみ」では第3因子に「調和性」、説明文+画像」では第4因子に「伝統性」がそれぞれ抽出されていることから、文字情報の付与による評価構造の変化が窺える。日本人学生では分離されている「開放性」と「快適性」の2因子が、中国人学生では「快適・開放性」としてまとめられていることから、中国人学生の開放的な景観を好ましいと評価する傾向が、日本人学生ではみられないことがわかる。

以上の結果より、4種の実験に共通して「固有性」、3種の実験に共通して「調和性」と「伝統性」が抽出されている一方、中国人学生における「快適・開放性」を示す形容詞対が、日本人学生では「開放性」と「快適性」に分けられている。すなわち、概ね意味内容に共通性のある因子は「固有性」「調和性」「伝統性」の3因子となっていることから、以降では、全被験者の統合データに基づいて抽出された4因子を用いて評価構造の検討を進める。

表3-3-1 景観イメージ評価の因子分析結果

	全被験者				中国人学生 (画像のみ)				中国人学生 (説明文+画像)				日本人学生 (画像のみ)				日本人学生 (説明文+画像)			
	1	2	3	4	1	6	4	3	6	1	3	4	5	2	3	1	5	2	1	4
12特別な-普通な	.811	.124	.103	.047	.819	.113	.113	.162	.257	.749	.187	.063	.275	.052	.252	.770	.439	.064	.735	.022
2特徴のある-ない	.800	.123	.096	.082	.817	.129	.128	.205	.226	.810	.164	.133	.318	.054	.214	.653	.417	.000	.672	.047
1魅力のある-ない	.643	.369	.307	.168	.682	.465	.136	.179	.492	.663	.199	.133	.652	.206	.391	.259	.717	.179	.299	.189
3好きな-嫌いな	.473	.448	.400	.205	.551	.636	.132	.246	.700	.446	.218	.169	.728	.225	.329	.031	.655	.223	.155	.217
7のびのびした-窮屈な	.205	.776	.251	.211	.423	.664	.192	.197	.748	.244	.191	.210	.194	.884	.183	.052	.326	.793	.026	.158
6開放的な-閉鎖的な	.159	.669	.203	.066	.275	.510	-.069	.131	.620	.141	.125	.062	.153	.718	.231	.076	.302	.775	.043	.110
13美しい-醜い	.480	.508	.425	.189	.543	.609	.155	.284	.724	.373	.237	.168	.513	.398	.487	.166	.703	.396	.144	.176
9整然とした-雑然とした	.279	.117	.586	-.008	.313	.277	.099	.570	.289	.236	.695	.057	.089	.086	.663	.162	.535	.118	.066	-.164
5洗練された-やぼったい	.502	.144	.568	-.033	.586	.304	.045	.402	.404	.478	.455	.035	.192	.039	.707	.263	.670	.096	.248	-.136
10調和した-不調和な	.256	.286	.552	.178	.339	.433	.121	.526	.516	.235	.439	.151	.368	.223	.451	.019	.507	.229	-.099	.193
11馴染みのある-ない	-.112	.151	.294	.109	-.030	.315	.073	.079	.618	.271	.287	.201	.122	-.023	-.033	-.392	.072	-.005	-.364	.157
4伝統的な-革新的な	.095	.015	.139	.772	.028	-.007	.695	.106	.067	.064	.084	.734	.568	.246	.052	.043	.089	.042	-.098	.708
8農村的な-都会的な	.073	.349	.015	.605	.205	.228	.700	.002	.219	.097	.011	.674	.350	.574	-.107	.010	-.040	.417	-.052	.636
寄与率(%)	20.4	14.9	12.6	9.0	25.1	17.3	8.8	8.3	25.2	19.3	9.4	9.3	16.1	15.4	14.2	10.6	23.1	13.3	10.4	9.0
累積寄与率(%)	20.4	35.3	47.9	56.9	25.1	42.4	51.2	59.5	25.2	44.5	53.9	63.3	16.1	31.5	45.8	56.4	23.1	36.4	46.8	55.7

1 固有性 2 開放性 3 調和性 4 伝統性 5 快適性 6 快適・開放性  
 因子負荷量0.45以上

### 3-3-2 イメージ評価抽出因子の評価傾向

本項では、文字情報の付与が抽出因子の評価傾向に及ぼす影響を検討するために、両実験の関連を各景観に対する平均因子得点に基づいて把握する。前項の因子分析の結果に基づき、日中両国の学生について、「画像のみ」「説明文+画像」ごとに各景観画像の平均因子得点を求めた。結果をプロフィールとして図3-3-1に示す。図3-2-1と同様にt検定結果、相関分析結果を併せて示す。

まず、「開放性」と「伝統性」の2因子においては、日中共に概ね0.9以上の高い相関が見られ、文字情報の付与がこれら2因子の評価に及ぼす影響は乏しいことがわかる。これより、日中共に、観光景観を開放的あるいは伝統的と感じるか否かは、景観の規模や伝統的な特徴などに関する視覚的印象により、「画像のみ」でもほぼ「説明文+画像」と同様な評価が可能であり、むしろ文字情報の付与による影響を受けにくいものと考えられる。

一方、「固有性」においては、日中で大きな評価差が見られる。日本人学生に比べ、中国人学生では文字情報の付与によって「固有性」の評価により大きな影響の及ぶことが予想される。すなわち、「画像のみ」と「説明文+画像」との相関係数をみると、日本人学生では0.855の高い値を示しているのに対して、中国人学生では0.680とやや低くなっている。日本人学生は文字情報が付与されても、評価の仕方にあまり変化が生じておらず、評価基準がより安定している一方、中国人学生は判断材料としての文字情報の付与によって、評価の仕方に変化が生じており、評価基準の安定性もより低くなるものと考えられる。また、多くの景観については、日本人学生では、「画像のみ」に比べ、「説明文+画像」での評価が向上しているが、中国人学生では逆の傾向がみられる。

中国人学生は、「画像のみ」では、単純に特別なものを特別だとしていたのに対して、視覚的印象では日本的なものとして認識しても、文字情報の付与によって景観に対するイメージがより明確になったため、母国にもあり、珍しさや独自性が薄いと判断された景観については、固有性をより感じなくなったものと考えられる。例えば、山景観の28)井仁(棚田)については、画像からは固有性のある日本的な風景と評価されているが、「階段状に作られている水田や畑が残っている地域」という内容が含まれる説明文は中国の農村部にもみられることを示すことから、日本固有の景観ではないことが意識されるものと考えられる。これに対して、日本人学生は、評価対象が自国の景観であり、ある程度の知識や経験を有するため、「画像のみ」ではあまり珍しさや独自性を感じなかった景観でも、文字情報の付与によって、より多くの詳細な情報を取得できることから、景観に対する新たな発見や日本国内の他の景観との違いを認識することにより、固有性がより強く感じられるものと考えられる。

また、「調和性」では、日本人学生に比べ中国人学生では「画像のみ」と「説明文+画像」との相関係数がやや劣っていることから、「固有性」と同様に、日本人学生より中国人学生の「調和性」に対する評価基準はより安定していないと言える。また、日本人学生は文字情報の付与によっても評価に変化がほぼみられないのに対し、中国人学生は全体的に「説明文+画像」での評価が「画像のみ」での評価を有意に上回っている。日本に対して整っているやさしいイメージを有している中国人学生は、文字情報の付与によって、そのイメージがより明確に認識されるようになったと予想される一方、景観に対する理解が十分な日本人学生は中国人学生ほどの差が生じなかったものと考えられる。

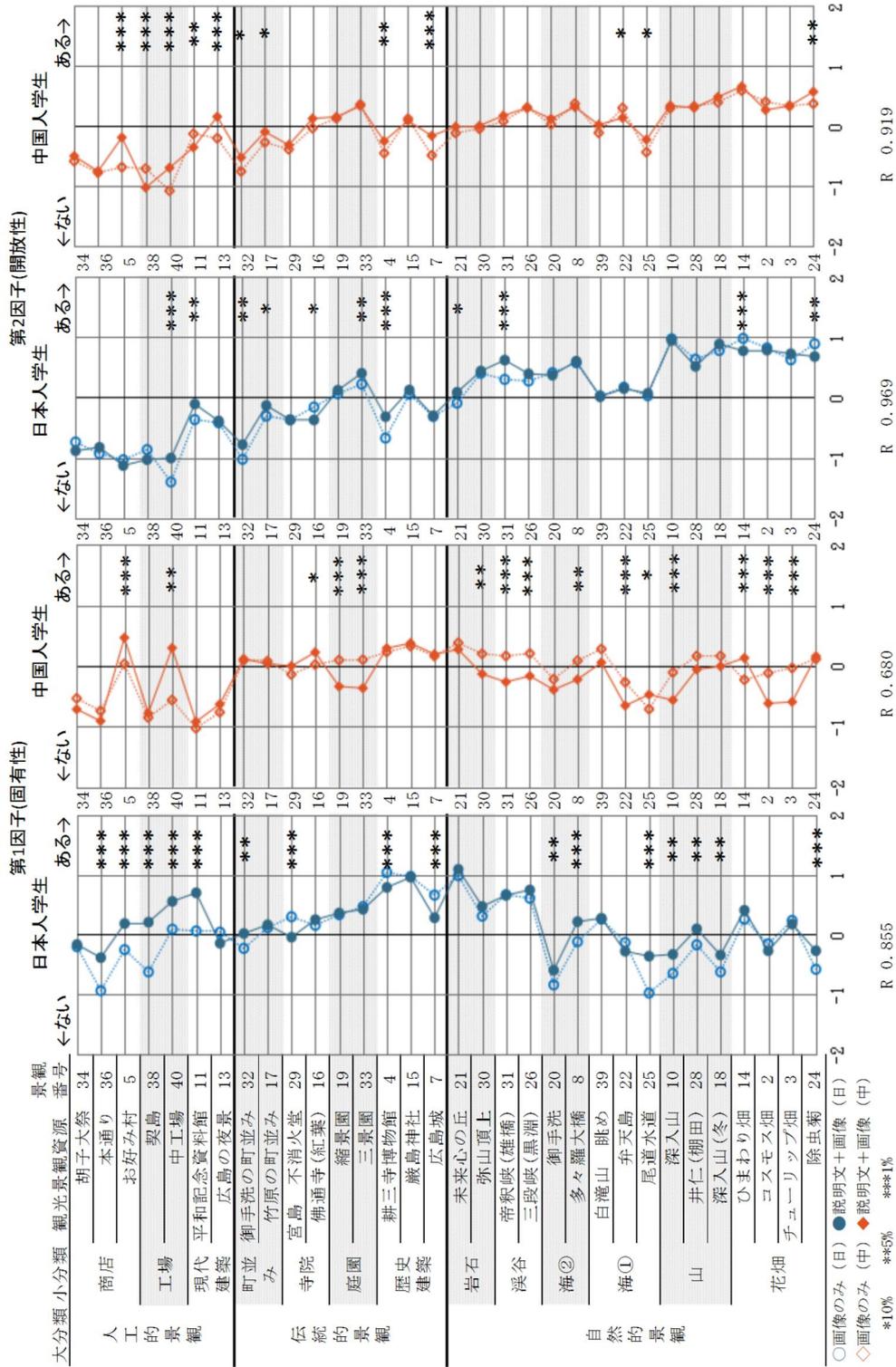


図3-3-1 景観画像別平均因子得点 「画像のみ」 - 「説明文+画像」 (その1)

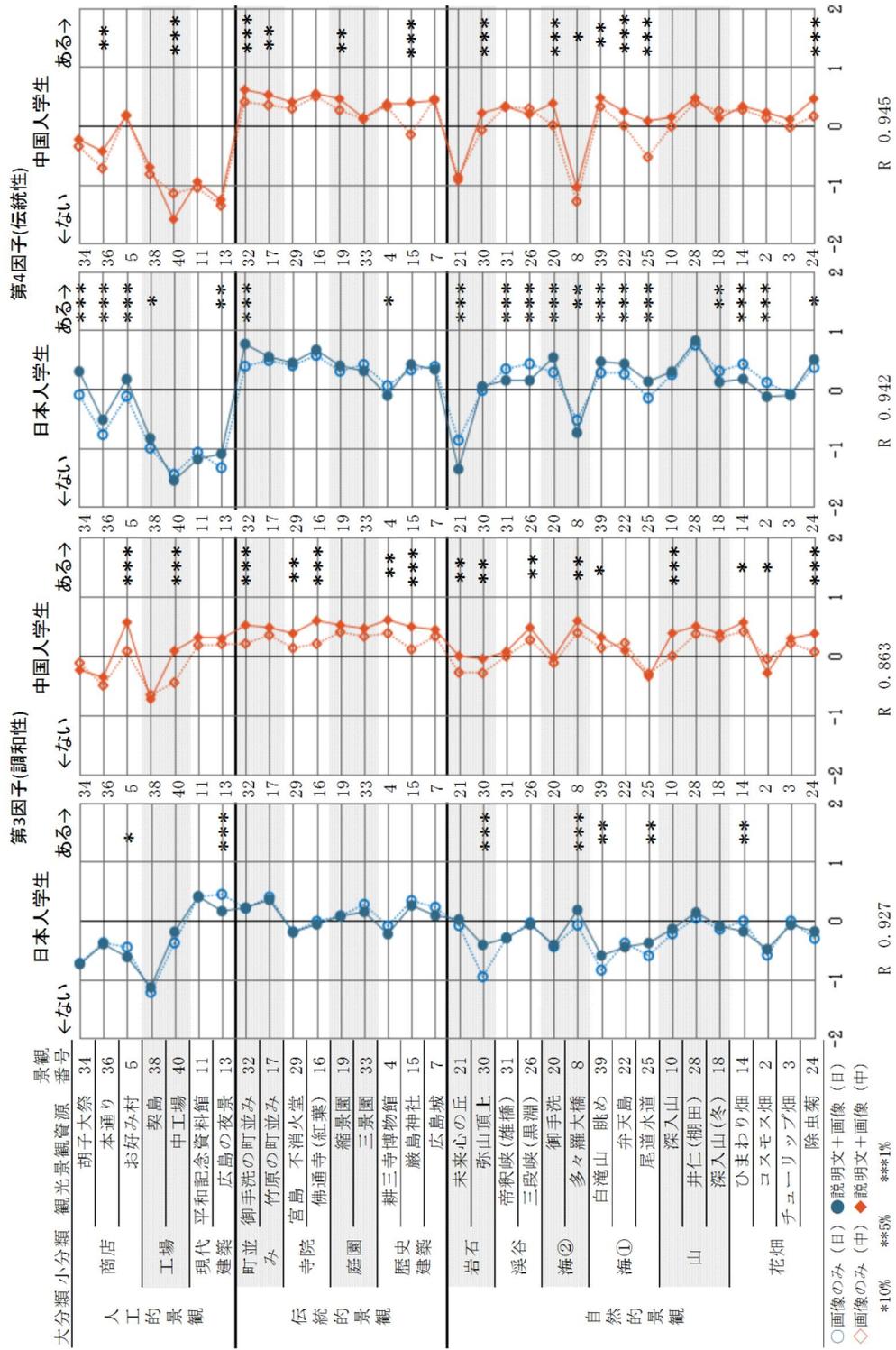


図 3-3-1 景観画像別平均因子得点 「画像のみ」 - 「説明文+画像」 (その2)

R 0.927 R 0.863 R 0.942 R 0.945

3-3-3 重回帰分析による評価構造の比較

本項では、「訪問希望の有無」の評価が前節で述べた4因子によってどの程度説明されるかを、因子間の相互影響を考慮し検討する。「訪問希望の有無」を目的変数とし、4因子を説明変数として、日中の「画像のみ」「説明文+画像」それぞれに対して重回帰分析を適用した。32景観をサンプルとした結果を表3-3-2に示す。

これよりまず、決定係数の値をみるなら、「画像のみ」「説明文+画像」共に、日本人学生に比べ、中国人学生は高い値を示す。中国人学生は、日本や広島観光地に対する知識や経験が豊富ではないため、与えられた画像や文字情報など統一かつ制限された情報によって判断するものと予想されることから、イメージ評価によって多くが説明されるものと考えられる。これに対して、日本人学生は、日本や広島観光地に対する知識や経験を有し、景観への慣れや親しみもあるため、その場所がどのような場所なのか、近くにあるのか否かなどを具体的に想像することが中国人学生より可能になり、これら景観画像や文字情報からは直接的に与えられない付帯的な情報が訪問意欲の判断に影響を及ぼす可能性があるため、イメージ評価による説明力がやや乏しいものと考えられる。

次に、標準偏回帰係数の値から、4因子による「訪問希望の有無」への説明力の大小について考察する。日中に共通して、いずれの場合においても、「固有性」の説明力が最も高く、次いで「開放性」となっていることから、日中共に特徴的な景観、開放的な景観に訪問意欲が喚起されるものと考えられる。また、「調和性」に関しては、日本人学生では有意な説明力がみられないものの、中国人学生ではいずれの場合でも有意な結果が得られている。一方、「伝統性」については、日中共にいずれの場合でも、その説明力があまりみられず、訪問意欲に与える影響は弱いものと考えられる。

表3-3-2 重回帰分析の結果

			R <sup>2</sup>	標準偏回帰係数				有意確率
				固有性	開放性	調和性	伝統性	
訪問希望の有無	中国人学生	画像のみ	.919	.511 ***	.484 ***	.160 **	.031 *	.000
		説明文+画像	.815	.533 ***	.422 ***	.227 **	-.023	.000
	日本人学生	画像のみ	.689	.532 ***	.376 ***	.200	.198	.000
		説明文+画像	.630	.628 ***	.499 ***	.042	.101	.000

有意確率： \*…10% \*\*…5% \*\*\*…1%

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

### 3-3-4 共分散構造分析による評価構造の比較

前項では、日中共に「画像のみ」と「説明文+画像」それぞれで、SD法によるイメージ評価で得られた「固有性」と「開放性」の2因子が「訪問希望の有無」に影響する傾向が共通して得られたが、その影響の程度は日中で若干異なることと想定された。そこで、本項では、これら評価項目間の関連を示す評価構造を両者間で比較するため、共分散構造分析を適用した<sup>注7)</sup>。ただし、ここでは「伝統性」を除外している。これは、図3-3-1における日中の差異が「伝統性」で最も小さく、前節の重回帰分析結果でも説明力が最も小さいことのほか、4種の実験全てで安定した結果が得られたことによる。日中それぞれの「画像のみ」「説明文+画像」の結果を図3-3-2に示す。いずれもGFIとAGFIは0.9以上、RMSEAは0.08以下と良好な値を示し、モデル適合度は比較的高いといえる。

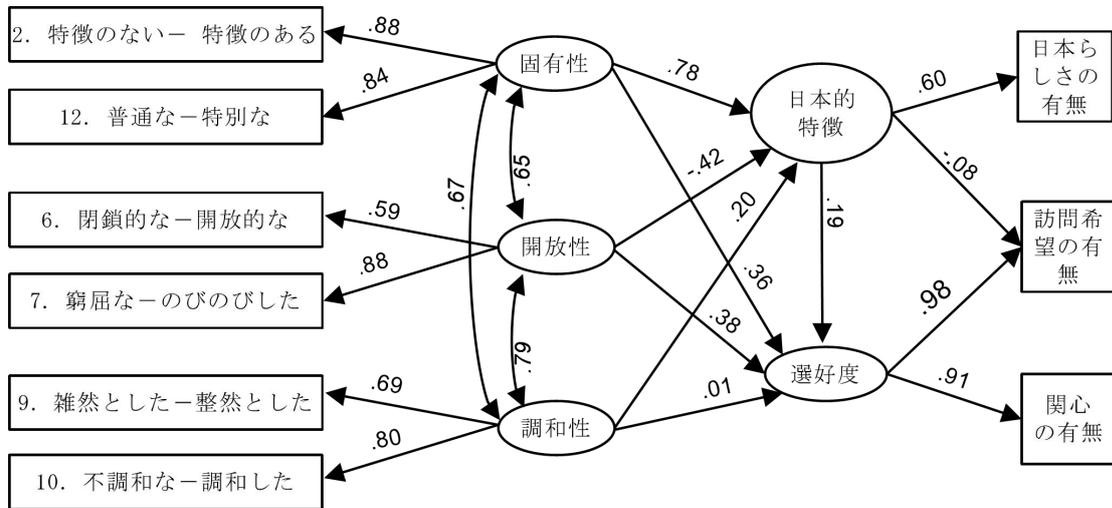
これよりまず、潜在変数『選好度』から顕在的な目的変数「訪問希望の有無」へのパス係数をみると、いずれのモデルにおいても、0.9程度の高い値を示していることから、日中共に文字情報の有無を問わず、『選好度』が「訪問希望の有無」を規定していることがわかる。中国人学生では、「開放性」による『選好度』への影響が「画像のみ」より「説明文+画像」で強くなっているものの、「固有性」「調和性」では、両実験で正負が逆の値を示している。「画像のみ」では、特別であることによって訪問意欲が喚起されるのに対して、「説明文+画像」では、むしろ特別であることや整然とした印象が訪問意欲を阻害する可能性が示唆される。一方、日本人学生では、『選好度』への3因子による影響が、「画像のみ」と「説明文+画像」共にほぼ同程度といえる。前述したように、日本人学生は日本や広島観光地に対する豊富な知識や経験を有し、景観への慣れや親しみもあるため、「画像のみ」でも、かなりの程度、景観の見所や特徴などの予想が可能であり、自身の知識や経験に基づいて形成された景観に対する認識も明確であったことにより、「説明文+画像」でも大きな差は生じなかったものと考えられる。

次に、各モデルにおける『日本の特徴』による『選好度』への影響の差異について考察する。中国人学生では、文字情報の付与によって、その影響がかなり強くなっているのに対して、日本人学生では、「画像のみ」においても、「説明文+画像」においても、『日本の特徴』から『選好度』への影響はあまりみられないことがわかる。

最後に、各モデルにおける『日本の特徴』への影響を比較するなら、「固有性」による影響に最も顕著に差異が現れており、中国人学生では正の値を示すのに対して、日本人学生では負の値を示している。中国人学生の場合、日本や広島観光地に対する知識や経験が乏しいため、「画像のみ」では、母国ではない特別で特徴的な景観に漠然と日本的という印象を抱いたが、文字情報から得られた景観に関する特徴的な内容が『日本の特徴』を判断する際に、より大きな影響を及ぼし、特別なものをより日本的（あるいは、日本的であることが特別である）と判断するようになったものといえる。一方、日本人学生は日本らしい景観に対して、「画像のみ」でも特別性や独自性を感じにくく、「説明文+画像」ではより顕著な負の影響がみられる。また、中国人学生に比べ、「調和性」による『日本の特徴』への影響が「説明文+画像」で強くなっている。前節の「固有性」と「調和性」の評価結果と併せて考察するなら、評価対象が自国の景観であるため、文字情報の付与によって、日本のか否かの判断と、特別性や独自性の有無の判断はより明確に区別されたものの、整然性や洗練性による影響はより強まったものと考えられる。すなわち、『日本の特徴』への負の影響がより強くなることは、日本的でないことこそが特別であるとして判断される傾

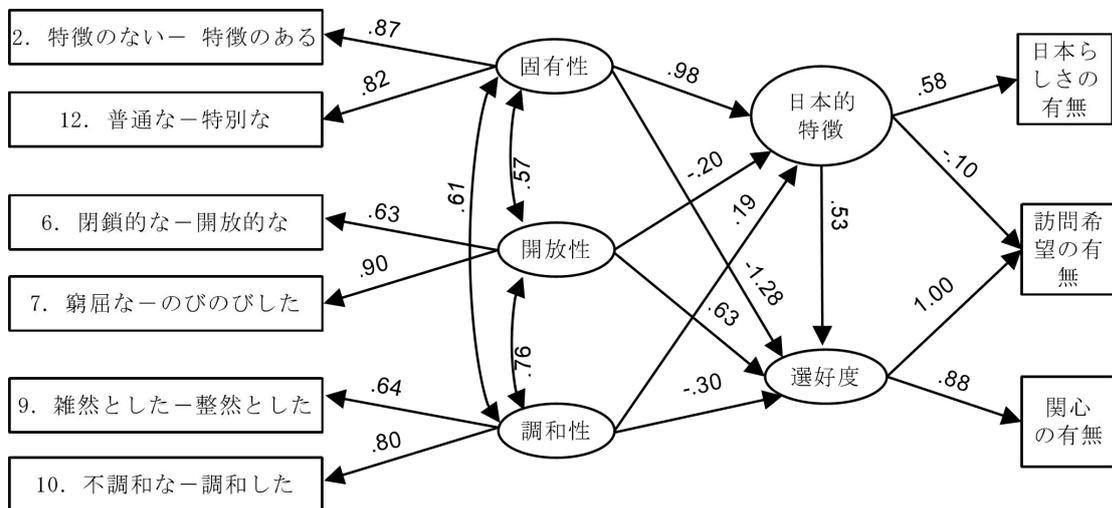
向があると言える。

以上より、「画像のみ」「説明文+画像」のいずれの場合においても、日中共に景観内から「固有性」を認識し、『選好度』が影響を受けているものの、「画像のみ」では日中共に直接的な影響が認められるのに対して、「説明文+画像」では中国人学生に変化がみられ、『日本の特徴』を介した間接的な影響となる。一方、日本人学生は文字情報の有無にかかわらず、あまり変化がみられず、むしろ「画像のみ」より「説明文+画像」では、『日本の特徴』と『選好度』との独立性がより強くなっていることがわかる。



モデルの評価  
 GFI=0.995  
 AGFI=0.986  
 RMSEA=0.032

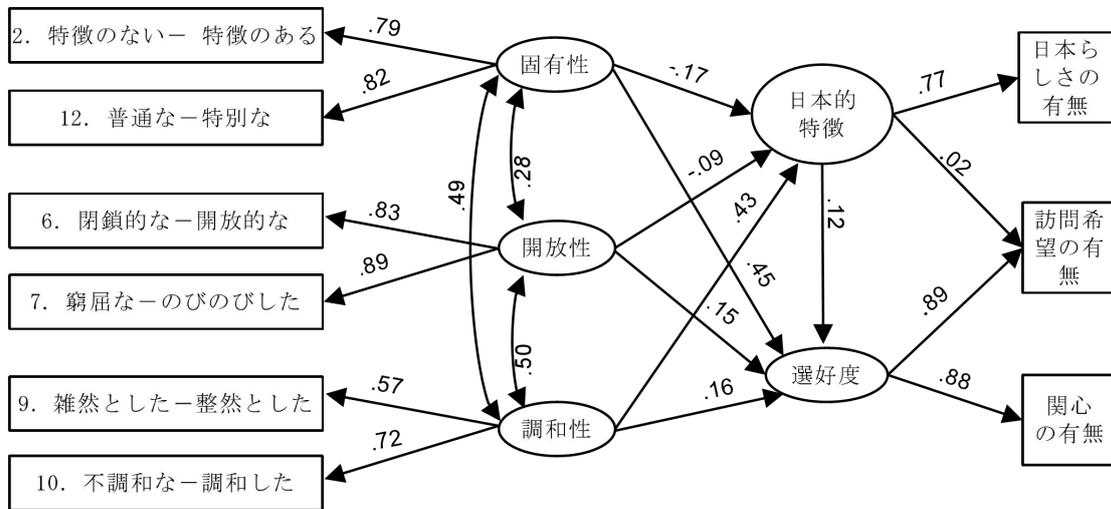
標準化推定値  
 中国人学生  
 (画像のみ)



モデルの評価  
 GFI=0.994  
 AGFI=0.983  
 RMSEA=0.036

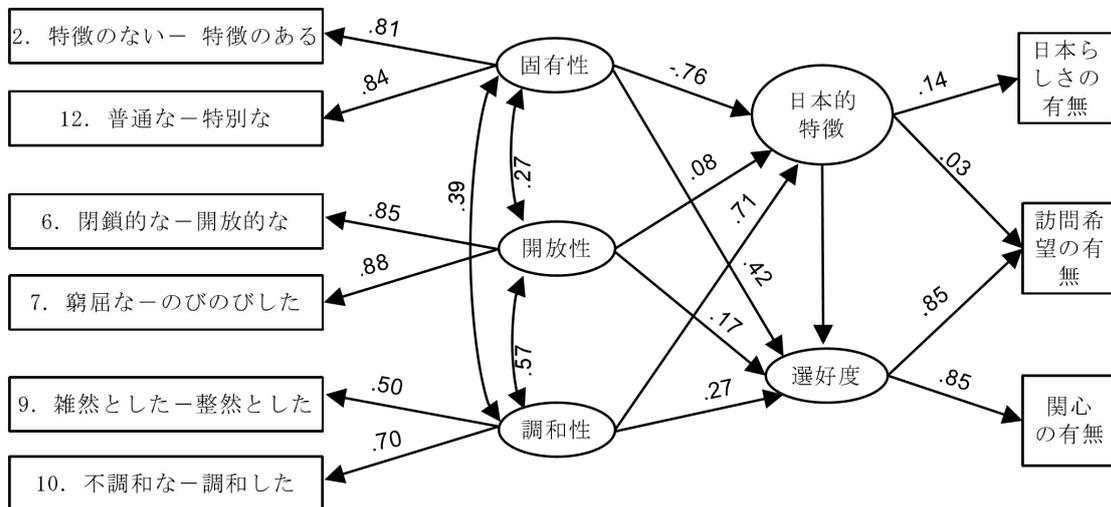
標準化推定値  
 中国人学生  
 (説明文+画像)

図3-3-2 共分散構造分析の結果(その1)



モデルの評価  
 GFI=0.989  
 AGFI=0.969  
 RMSEA=0.053

標準化推定値  
 日本人学生  
 (画像のみ)



モデルの評価  
 GFI=0.983  
 AGFI=0.951  
 RMSEA=0.068

標準化推定値  
 日本人学生  
 (説明文+画像)

図3-3-2 共分散構造分析の結果 (その2)

## 3-4 おわりに

日中両国の大学生を対象とした「説明文+画像」の実験結果を、「画像のみ」の実験結果と比較することにより、情報を付与するか否かが景観画像の評価に及ぼす影響について日中それぞれで検討し、心理的評価の傾向、評価の影響要因、並びに、知識や経験の差異によるその影響要因の日中の異同について明らかにした。以下に得られた知見を述べる。

- ① 総体的評価の結果より、「訪問希望の有無」では、日中共に「画像のみ」と「説明文+画像」の評価は概ね類似した傾向にあるものの、多くの景観においては、文字情報の付与によって、訪問意欲がより喚起される傾向が認められた。特に中国人学生の場合、人工的景観では、文字情報の付与により評価の向上する傾向が認められた。中国でもよく見られると予想される人工的景観においては、文字情報によって、広島を代表する景観の特徴が明確化されたことによる評価への影響が示された。
- ② 総体的評価項目間の関連分析の結果から、「画像のみ」では日中共に「日本らしさ」の判断と訪問意欲の間にほとんど関連がみられないのに対して、中国人学生では文字情報の付与により、「訪問希望の有無」と「日本らしさの有無」「母国らしさの有無」との間に関連がみられたことや、日本らしさの認識に変化が生じたこと、母国らしさの判断がより複雑化したことを示した。
- ③ イメージ評価の因子分析結果より、全被験者の統合データでは「固有性」「開放性」「調和性」「伝統性」の4因子が抽出された。また、「開放性」「伝統性」に比べ、日中共に文字情報の付与による「固有性」「調和性」の評価への影響が顕著であることを明らかにした。
- ④ 重回帰分析の結果から、「画像のみ」「説明文+画像」いずれの場合でも、中国人学生は日本人学生より、決定係数の値が高く、イメージ評価による説明力がやや強いものと推察された。日本人学生では景観画像や文字情報以外の情報が、訪問意欲の判断に影響を及ぼす可能性が示唆された。
- ⑤ 共分散構造分析による評価構造を比較した結果、日中共に、『選好度』が「訪問希望の有無」を規定していることを把握した。また、訪問意欲への「固有性」の影響については、日本人学生と異なり、中国人学生では文字情報の付与による変化が著しく、『日本の特徴』と『選好度』との関連性がより強くなったことが認められた。

以上の結果をまとめるなら、中国人学生は文字情報の付与により日本らしさを固有性とより結びつけ、訪問意欲を喚起するのに対して、日本人学生では日本らしさと固有性、双方の判断基準がより明確化することで、日本的でないことこそが特別であるとして判断される傾向があり、日本らしさと固有性の両者の関係がむしろ中国人学生とは逆転することを把握した。すなわち、情報の付与は日中共に訪問意欲をより喚起する方向に働くものの、その機序には大きな違いがあると言える。

本章では、景観画像に文字情報を付与することによって、日中での観光景観の評価傾向または評価構造に差が生じることを確認し、その評価差の要因を検討した。しかしながら、3種の説明文と画像という情報全体による全体的な評価結果にとどまっており、それと各説明文それぞれに対する評価結果とが同様か否かは不明である。これらの課題について、次章以降で検討する。

## 注

注 1) 中国人学生の実験においては、総体的評価が「訪問希望の有無」「関心の有無」「日本らしさの有無」「母国らしさの有無」の4項目からなるが、日本人学生の実験では、評価対象が自国の景観であるため、「日本らしさの有無」と「母国らしさの有無」は意味内容的にほぼ共通するという想定から、「母国らしさの有無」については尋ねていない。

注 2) t検定結果においては、一般的に有意水準1%以下、5%以下が採用されるが、ここではより差異の程度を明確に把握するため10%以下を加え、\*を「有意水準が0.1（10%）以下」、\*\*を「有意水準が0.05（5%）以下」、\*\*\*を「有意水準が0.01（1%）以下」とそれぞれ設定した。

注 3) 文字情報として呈示した説明文を、日本らしい特徴を含むか否かで分類した結果、含む説明文が37個、含まない説明文が59個であった。3種の説明文に日本らしい特徴を含むものが多いか否かで景観画像を分類した結果、日本らしい特徴を含む説明文の多い景観群で、「画像のみ」と比べて、「日本らしさ」がより向上する傾向が得られた。しかしながら、各説明文の効果については、今後のより詳細な検証が必要と考えられる。

注 4) 因子分析を適用したデータはいずれも被験者の景観画像ごとの平均値ではなく、それぞれの個人ごとの素データである。4種の実験の全被験者による統合データのサンプル数は全被験者382人×32景観=12224である。

注 5) 平均因子得点に基づいて算出した「固有性」と「伝統性」の相関係数は、「画像のみ」「説明文+画像」それぞれ、日本人学生では0.129と0.089、中国人学生では0.634と0.296であることから、日中共にいずれの場合においても、両因子の関連性は高くはないといえ、それぞれ独立に認識されていると考えられる。例えば、自然的景観の21)瀬戸田 未来心の丘では、日中共にいずれの場合においても、「固有性」では肯定側に評価されているが、「伝統性」では否定側に評価されている。これより、ある景観を特殊であると（固有性を高く）感じた場合に、必ずしも伝統的景観であったり伝統的であると感じるわけではないことがわかる。

注 6) 例えば、商店5)では、画像からは普通の飲食店であると認識されるが、「ここにはお好み焼のお店が25店集まっています」という説明文によって、規模の大きさが理解され、中国でもよくみられる大規模な飲食街と同様であると認識されたことにより、親近感をより強く抱き、評価が向上したものと考えられる。

注 7) 「画像のみ」の実験では、40枚の景観画像に対して、共分散構造分析を適用したが、本研究では、「説明文+画像」の結果と比較するため、「画像のみ」についても改めて32枚の景観画像に適用した。モデルは、景観の総体的評価を示す潜在変数として、『選好度』『日本の特徴』、SD法によるイメージ評価の潜在変数として『固有性』『開放性』『調和性』の3因子を設定した。『選好度』は「訪問希望の有無」と「関心の有無」を決定する要因として、画像に対する好悪の感情が影響すると考えて設定し、『日本の特徴』については、「日本らしさの有無」の判断に影響する要因として設定した。したがって、『日本の特徴』は、被験者の意識の中にある、呈示した景観画像を日本らしく感じるか否かという心理的な状態を示す概念になる。これら変数間の関係として、「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。また、ここでモデル全体として高い適合度を確保するため、因子分析の因子得点ではなく、素データを用いて、分析を行った。

## 第 4 章

### 文字情報の内容に対する評価結果の日中比較

---

4-1 はじめに

4-2 景観画像の評価結果の日中比較

4-3 説明文による評価結果への影響の日中比較

4-4 おわりに

#### 4-1 はじめに

3章では情報を付与するか否かによる観光景観の全体的な評価傾向、評価構造の日中の異同、及びその要因を確認した。しかしながら、景観画像に文字情報として付与した文字情報の内容については着目しておらず、訪日中国人観光客の訪問意欲に及ぼす効果やその特徴を把握するには至っていない。さらに、対象地に関する知識や経験を有していない中国人が、文字情報の内容に関する一定の知識や経験を有しており、より親近感を抱くであろう日本人と同様に評価するか否かは不明であり、中国人の訪問意欲を喚起する情報が、日本人にとっては中国人ほど魅力を感じさせない可能性は多分に存在すると考えられる。

したがって、本章では、「説明文+画像」実験の結果に基づき、文字情報の内容に着目して、文字情報のみによる印象を求める結果（以降：「説明文のみ」と、文字情報に併せてその景観画像を呈示する際に求める結果（以降：「説明文+画像」とを比較することにより、日中それぞれの文字情報の内容に対する捉え方の変化や訪問意欲への影響、並びに、知識や経験の差異によるその内容に対する評価・認識での日中の異同について検討する。

#### 4-2 景観画像の評価結果の日中比較

##### 4-2-1 「訪問希望の有無」の評価結果

日中両国の学生による「訪問希望の有無」の平均評価得点プロフィールを「説明文のみ」「説明文+画像」別に図4-2-1に示す。また、両者の差異についてのt検定結果(有意水準1, 5, 10%に設定)を図中に、景観ごとの平均評価得点に基づいて算出した、「説明文のみ」と「説明文+画像」の相関係数を同図下部に併せて示す。なお、日中の異同を比較するため、「説明文のみ」「説明文+画像」それぞれの、日中間の相関係数も併せて示す。

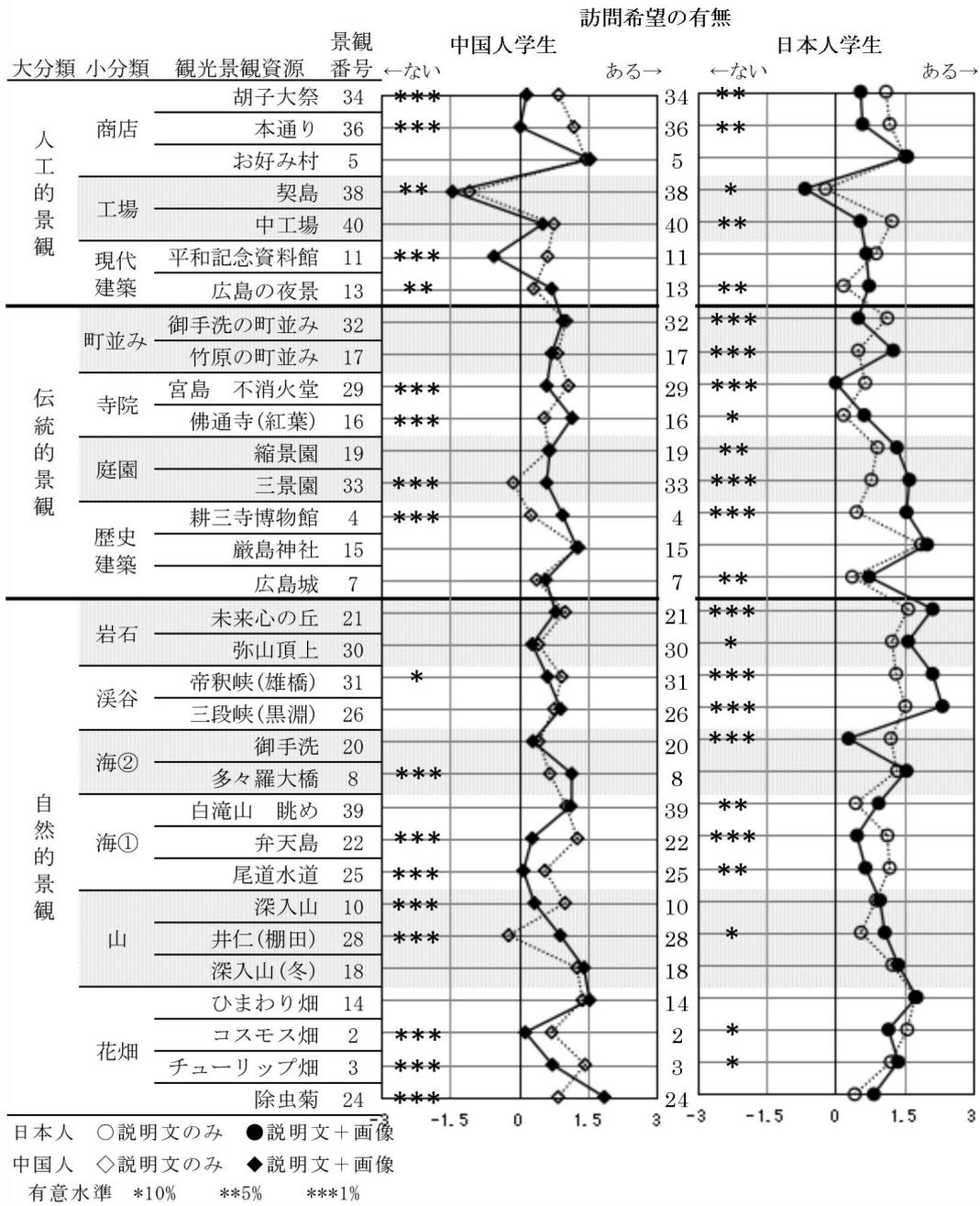
これより、3章の「説明文+画像」の結果と同様に、日中共に「説明文のみ」の場合においても、ほぼ全ての景観で中庸より訪問したい側に評価されており、訪問意欲が喚起される傾向が、日中という知識や経験の有無を問わずみられることがわかる。また、日中共に「説明文のみ」と「説明文+画像」の相関係数の値は0.5程度であり、「訪問希望の有無」を判断する基準が画像の呈示によってある程度変化する傾向が、中国人学生のみならず、日本人学生でも共通してみられる。

しかしながら、画像の呈示による影響の態様は日中で異なる。中国人学生では、「説明文のみ」に比べ「説明文+画像」で評価が低下した観光景観が半数以上の18景観となり、両者で有意差がみられる18景観中11景観に上る。これら景観は、説明文単体としては、訪問意欲が喚起されるものの、画像呈示後に説明文に対する認識が変化したものと考えられ、画像によってその影響は異なるものと推察される。すなわち、「説明文+画像」では、説明文と画像が相互に関連し、「訪問希望の有無」の評価に影響を及ぼすものと考えられる。具体例として、t検定で有意差がみられる景観の中で、評価差が大きい商店景観(34)36)と現代建築景観(11)をみると、「説明文のみ」では正側の評価であるのに対して、「説明文+画像」では中庸や負側の評価となった。商店景観(34)36)では、“17世紀から続く商売繁盛の神様を祈った神社のお祭り”や、“300店の露店”、“広島県の最大規模の商店街”などの情報を説明文として付与したため、中国人学生が日本の繁華街としてイメージしやすい、東京の浅草や銀座のような、賑やかで大きな商店街の印象と、視覚的情報として呈示した画

像との間の落差が大きかったものと推測される。現代建築景観 11)では、建築系専攻の被験者は、“丹下健三の設計”という著名な建築家の作品であること，“原子爆弾”で示す知名度が高いことなどの情報により、期待が高かったものと予想され、画像の呈示によって、想像以上には感じられなかった可能性が示唆される。

これに対して、日本人学生では、「説明文のみ」に比べ「説明文+画像」で評価が向上した観光景観は、32 景観中過半の 21 景観となっており、両者で有意差がみられる 24 景観中 14 景観に達している。中国人学生は、日本や広島に関する知識や経験を有していないため、中国の類似した観光地に基づいて形成される説明文からの期待と、呈示される画像との落差が大きいと推測され、日本人学生ほど「説明文+画像」での評価が向上しなかったものと考えられる。日本人学生は日本や広島に関する知識や経験を有するため、それらに基づいて説明文のみから想像する印象が、ともすればありきたりなイメージになるものの、画像の呈示によって期待以上の視覚的印象が多く得られたものと考えられる。また、図 4-2-2 に示す日本人学生の「説明文+画像」での「訪問希望の有無」と「説明文の方が魅力的-画像の方が魅力的（以下:魅力度）」(3種の説明文全体から想像した場所の印象と画像から受ける印象とでは、どちらがより魅力的か)との関連からわかるように、多くの景観では説明文に比べて画像が魅力的な側に評価されることや、「訪問希望の有無」の評価と正の相関がみられることが評価に強く反映したものと考えられる。

さらに、「説明文のみ」「説明文+画像」それぞれ日中の相関係数をみるなら、両者共に 0.6 前後の相関がみられるものの、「説明文+画像」では、「説明文のみ」と比較して若干低い値を示す。この結果から、知識や経験の差異によって、日中における説明文の内容に対する認識は元々異なるが、さらに画像の受け取り方にも大きな違いがあるものと予想されるため、「説明文+画像」での関連性がより薄れたものと推測される。



相関係数	説明文のみ&説明文+画像		中国人学生&日本人学生	
	中国人学生	日本人学生	説明文のみ	説明文+画像
	0.531	0.586	0.629	0.553

図4-2-1 景観画像別平均評価得点

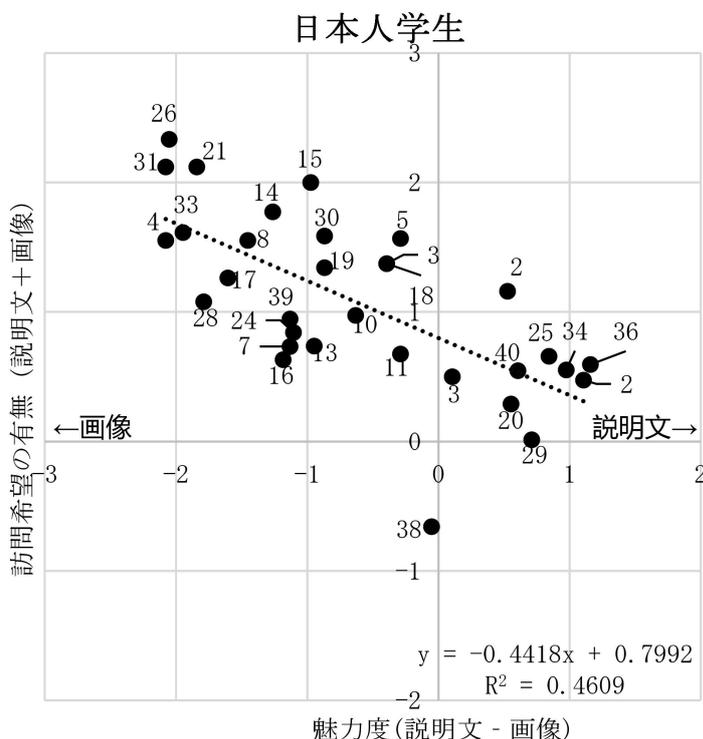


図4-2-2 訪問希望の有無と魅力度の関連

#### 4-2-2 「訪問意欲の喚起」の評価結果

本項では、説明文それぞれのカテゴリやその内容に着目して、景観画像の評価に対してどのような影響を及ぼすかについて検討する。各景観画像の3種の説明文それぞれについて、「説明文のみ」「説明文+画像」それぞれの「訪問意欲の喚起」の平均評価得点による各景観画像の散布図を、カテゴリごとに図4-2-3に示す。なお、「訪問意欲の喚起」の得点が負側で、景観画像全体の評価傾向から外れる工場景観(38)を、関連性の検討に影響を及ぼす可能性があると考えて除外し、31種類の景観について検討している。また、図4-2-1と同様に「説明文のみ」「説明文+画像」それぞれについての日中間の相関係数も、カテゴリ別に併せて示す。

まず、「説明文のみ」「説明文+画像」それぞれの得点をみるなら、いずれのカテゴリにおいても、日中共に概ね中庸より0~1.5の肯定側の範囲に分布していることがわかる。このことから、日中を問わず、また、画像の有無にかかわらず、いずれの説明文もそれぞれ訪問意欲を喚起する効果があるといえる。また、日中共に同一カテゴリの説明文でも説明文の具体的内容により、評価が異なることがわかる。例えば、中国人学生の「説明文のみ」の評価をみるなら、町並み景観(32)17)、寺院景観(29)などの伝統的景観においてC)成り立ちの評価が高いが、その内容は“歴史あるものが現存している”となっている。一方で、同じC)成り立ちに分類される説明文でも、“かつては製塩業で栄えた”や、“中国に渡って修行した僧が建てた寺”など、その土地や建築物の歴史や謂れに関する内容では評価が低く、被験者は歴史や謂れより、古くからの建物群などが現存していることに訪問意欲が喚

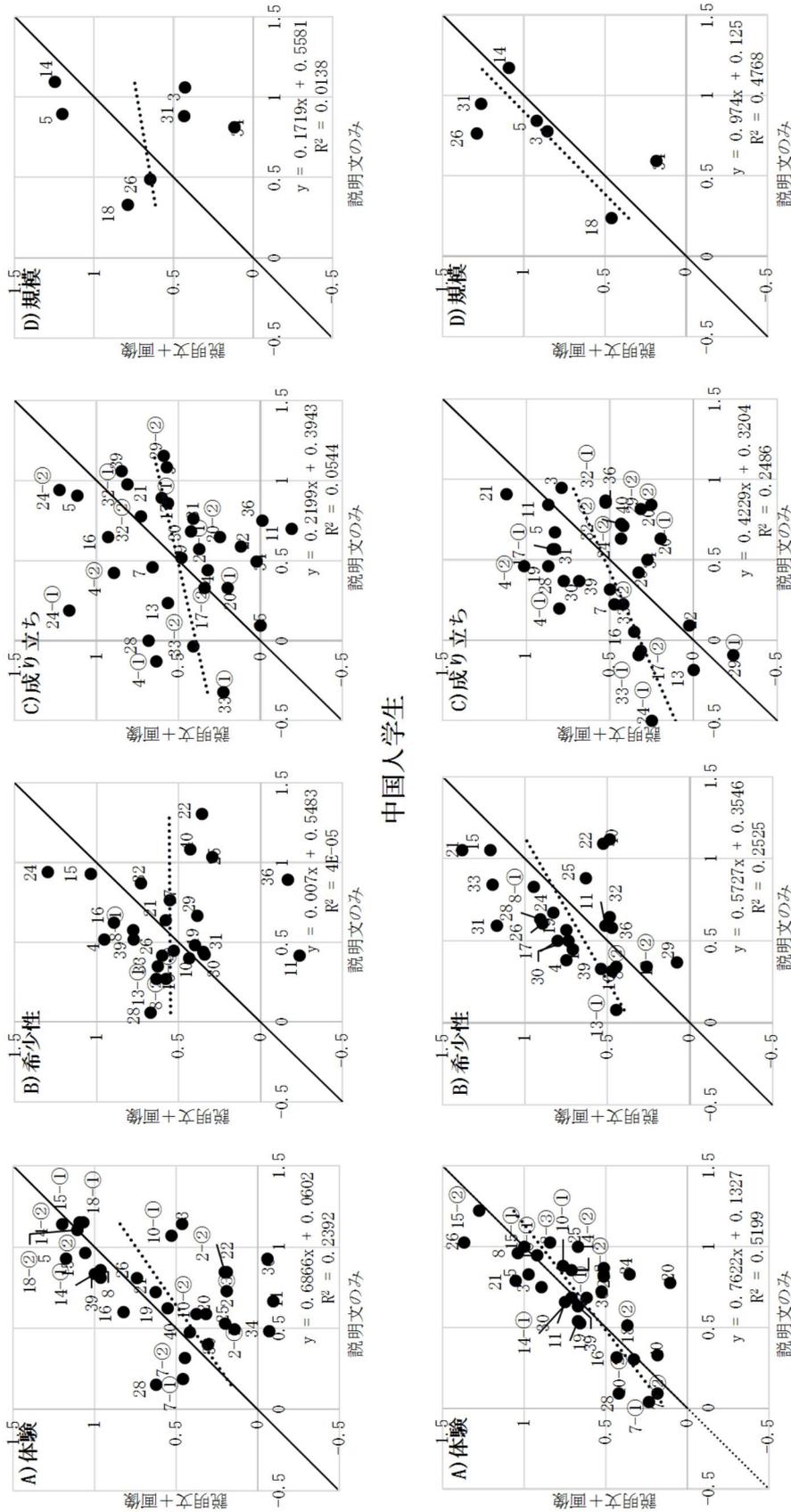
起されるといえる。さらに、複数の画像に同一の説明文を呈示した場合でも、例えば、岩石景観 21)30)、海景観 20)39)では、いずれも“頂上からは瀬戸内海の島々を見渡すことができます。”という A)体験の説明文を用いたが、訪問意欲の評価は各景観で大きく異なる。これは同時に呈示された他の 2 種の説明文の内容や評価から影響を受けたためといえ、説明文相互が関連して最終的な訪問希望の評価に反映されるものと考えられる。

次に、各カテゴリにおける  $Y=X$  の直線の左上側（画像の呈示によって「訪問意欲の喚起」が向上）と右下側（画像の呈示によって「訪問意欲の喚起」が低下）に日中共に布置される景観数から両者の異同を検討すると、総数 30 景観の A)体験では左上側が 9 景観、右下側が 11 景観で計 20 景観となり、以下同様に 25 景観の B)希少性では 12 : 7 の 19 景観、31 景観の C)成り立ちでは 11 : 12 の 23 景観、7 景観の D)規模では 3 : 1 の 4 景観となる。これより、前節の「訪問希望の有無」への影響と異なり、各カテゴリにおいても、半数以上の景観では、説明文そのものに対する評価に及ぼす画像呈示の影響が日中で共通していることがわかる。すなわち、画像の呈示は「訪問希望の有無」に及ぼす影響が日中で異なるのに対して、各説明文による「訪問意欲の喚起」に及ぼす影響が日中で共通していることから、両者のメカニズムには違いがあるといえる。

また、「説明文のみ」と「説明文+画像」の相関係数を比較するなら、日本人学生ではいずれのカテゴリにおいても中国人学生を上回っていることがわかる。これより、中国人学生に比べ日本人学生は、説明文の評価に画像の呈示による影響を受けにくいものと考えられる。日本人学生はこれまでの観光体験を通じた知識や、慣れ親しみがあるため、説明文の内容を十分に理解でき、景観画像が示す観光地の価値や重要性などを一定の自信をもって判断できることから、画像の呈示によってもその判断プロセスにあまりぶれがなく、評価基準がより安定していると予想され、中国人学生ほどの差が生じなかったものと考えられる。

さらに、各カテゴリについての「説明文のみ」と「説明文+画像」の相関係数をみるなら、D)規模以外の 3 カテゴリでは、深層的情報である B)希少性や C)成り立ちと比べて、表層的情報である A)体験における関連が日中共に最も強いことがわかる。すなわち、A)体験では、日本人学生に比べ中国人学生の相関はやや劣るものの、0.5 程度の値を示すのに対して、B)希少性と C)成り立ちではほとんど関連がみられない。中国人学生は、表層的情報に比べ、歴史的な由来、伝統的な文化活動や価値など深層的情報の内容や意味に対する理解の程度が低いため、判断が説明文の内容そのものではなく、全体の「訪問希望の有無」の評価に影響を受けた可能性があり、日本人学生ほど独立的、安定的な評価にならず、画像の呈示によって、より大きな変化が生じたものと予想される。なお、D)規模では、日本人学生では関連がみられるが、中国人学生ではみられない。同じ表層的情報でありながら、A)体験と同様の傾向がみられないことから、前章で示したように、より広く開放的な国土に慣れ親しんでいる中国人学生は数値的な情報に基づいて、知識や経験を有している日本人学生より過度に期待するものと推察される。

最後に、「説明文のみ」「説明文+画像」それぞれにおける日中の関連では、「説明文のみ」ではいずれのカテゴリにおいても、0.6 以上のやや強い関連が認められるものの、「説明文+画像」ではほぼ 0.4 を下回っており、特に深層的情報である B)希少性と C)成り立ちではほとんど関連がみられないことがわかる。前述したように、深層的情報に対する理解が不十分な中国人学生においては、「訪問意欲の喚起」の評価が、画像の呈示によって大きく変化したものと考えられる。



中国人学生

日本人学生

相関係数		A	B	C	D
中国人学生&日本人学生		0.660	0.601	0.613	0.782
説明文のみ		説明文+画像			
		0.426	0.288	0.198	0.375

図 4-2-3 訪問意欲の喚起の相関分析 (説明文のみ&説明文+画像)

## 4-2-3 「訪問希望の有無」と「訪問意欲の喚起」との関連

本項では、上述した「訪問希望の有無」と各カテゴリの説明文による「訪問意欲の喚起」との関連について検討する。両者の32景観に対する平均評価得点による相関係数行列を表4-2-1に示す。

これより、いずれのカテゴリにおいても、「説明文のみ」「説明文+画像」共に、日本人学生より中国人学生は、「訪問希望の有無」と「訪問意欲の喚起」との間でより高い値を示す。これは中国人学生が3種の説明文を読んだ後で、「訪問希望の有無」、説明文ごとの「訪問意欲の喚起」という順で評価を求めたため、説明文ごとの「訪問意欲の喚起」を評価する際に、説明文それぞれを独立した情報として捉えるのみならず、「訪問希望の有無」という説明文全体から受ける印象によっても影響を受けた可能性が示唆される。一方、日本人学生は日本や広島に関する知識や経験を有し、中国人学生と比べて両者をより独立に評価する傾向があるものと推察される。

また、日中共に深層的情報であるB)希少性とC)成り立ちにおける「説明文のみ」と「説明文+画像」との間で値の差が比較的大きいことがわかる。特に日本人学生は「説明文のみ」においてより低い値を示す。この結果より日本人学生は、深層的情報に対する理解はより深いものの、その評価が全体的な訪問希望を左右するまでの重要性は持っていなかった可能性が示唆される。中国人学生でも日本人学生と若干同様の傾向がみられ、「説明文のみ」では深層的情報の値がやや低いものの、日本の歴史、伝統や文化、また、景観画像が示す観光地に関する知識を有していないため、文字情報から得られた観光地に関する固有の特徴を示す内容や、その場所の歴史や謂れに関する深層的情報に対して、評価は呈示される説明文や画像により支配され、日本人学生ほど相関が低いものと考えられる。

これに対して、表層的情報であるA)体験とD)規模に関しては、「説明文+画像」に比べ「説明文のみ」では、日中共に相関がやや劣るが、「説明文のみ」でも0.8以上の値を示し、画像の有無を問わず「訪問希望の有無」との関連性が強く、「訪問希望の有無」の評価に大きく影響されていると考えられる。観光では必ず多様な活動を伴うため、被験者が観光景観を評価する際、体験可能な活動内容への関心が高いことや、具体的な数値による表現で、被験者のイメージが容易となり、景観のスケール感や開放感がより強く感じられ、説得力がさらに高まることなどがこの理由として挙げられる。

表4-2-1 訪問希望の有無と訪問意欲の喚起の相関分析(カテゴリ別)

			訪問意欲の喚起			
			A	B	C	D
訪問希望 の有無	日本人 学生	説明文のみ	.813	.732	.456	.846
		説明文+画像	.858	.868	.651	.955
	中国人 学生	説明文のみ	.911	.808	.777	.916
		説明文+画像	.979	.962	.950	.986
凡例			±0.00~±0.20	±0.20~±0.40	±0.40~±0.70	±0.70~±1.00

### 4-3 説明文による評価結果への影響の日中比較

前節の結果から、文字情報については、日本人学生に比べ中国人学生は、説明文への認識が画像から受ける印象による影響が大きいと予想されるため、ここでは個々の観光景観ごとに、3種の説明文間の相互関連について、日中による違いを明らかにし、さらに「訪問希望の有無」に及ぼす説明文の影響について、日中の異同を検討する。

#### 4-3-1 各説明文間の関連

ここでは、3種の説明文間の相互関連を検討する。32景観それぞれについて、「訪問意欲の喚起」の説明文間の相関係数を素データに基づいて求めた。「説明文のみ」「説明文+画像」のそれぞれについて、 ${}_3C_2 \times 32$  景観=96個の値の頻度分布を、日中それぞれ図4-3-1に示す。また、「訪問意欲の喚起」に対する素データによる説明文間の相関係数行列を「説明文のみ」、「説明文+画像」別に日中それぞれ表4-3-1に示す。

これより、「説明文のみ」と「説明文+画像」の比較では、日中共に前者より全体的に後者で値が向上する傾向がみられる。「説明文のみ」では様々な観点から、その場所について多角的に捉えることや、観光地に対する想像を膨らませることが可能であり、説明文間の評価差がより大きいものに対して、より直接的で多量の情報を含む画像の呈示によって、画像がより注目されるようになるため、説明文相互の違いが不明確となる傾向が日中に共通してみられる。

しかしながら、「説明文+画像」における頻度分布は、日本人学生に比べ中国人学生のほうが分布の幅がより狭く、概ね0.7以上の高い値を示す。「説明文のみ」と比較して、「説明文+画像」における相関が、日本人学生より著しく向上していることがわかる。日本人学生は説明文の内容を中国人学生より明確に理解でき、説明文それぞれを比較的独立した情報として捉えるため、中国人学生ほど3種の説明文全体から受ける印象による影響が強くないことや、画像の呈示によっても影響があまり生じないものと推察される。

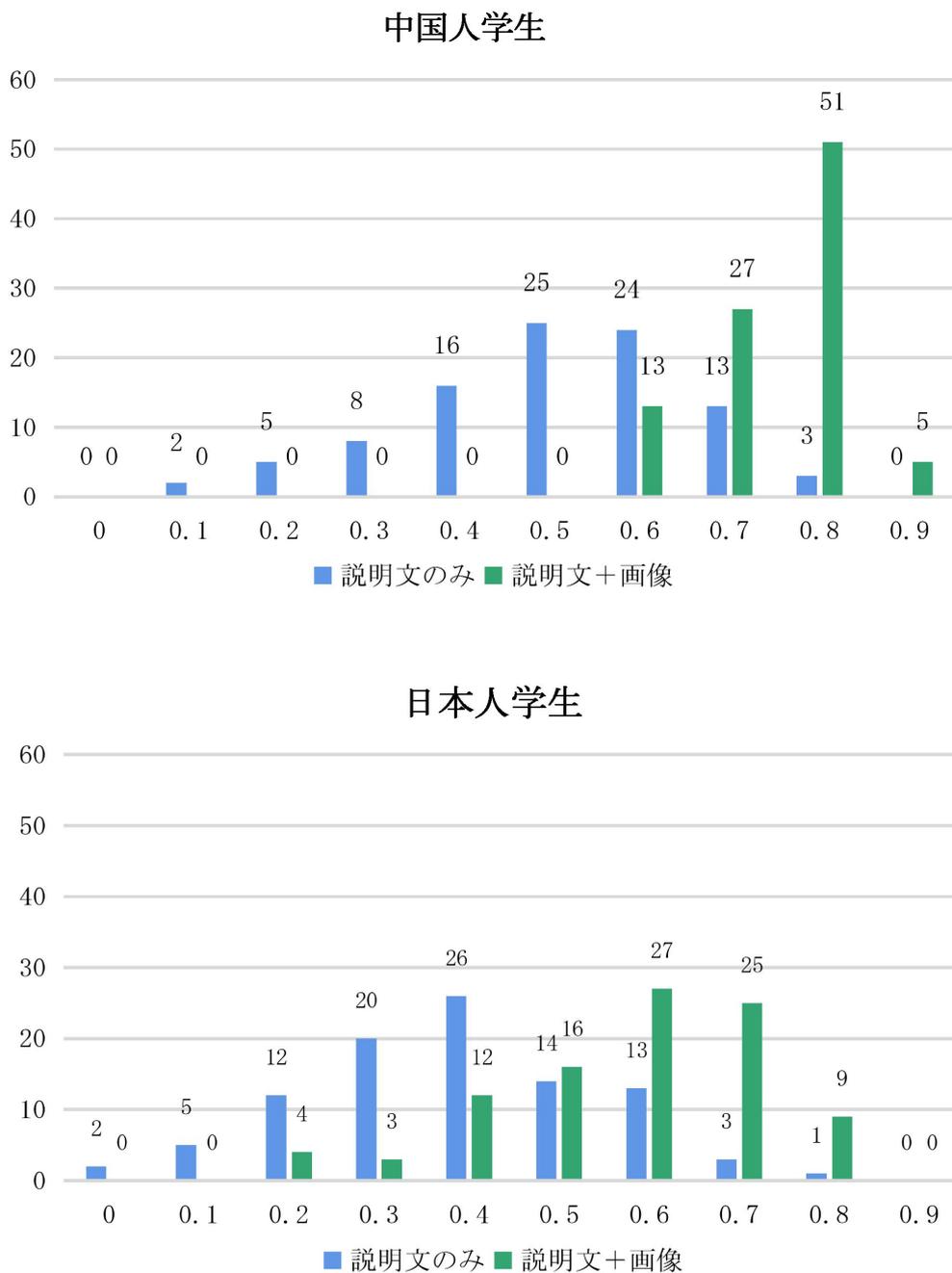


図4-3-1 訪問意欲の喚起の説明文間の相関係数の頻度分布

表4-3-1 訪問意欲の喚起の説明文間の相関

日本人学生							中国人学生						
NO.	説明文のみ			説明文+画像			NO.	説明文のみ			説明文+画像		
	1)&2)	1)&3)	2)&3)	1)&2)	1)&3)	2)&3)		1)&2)	1)&3)	2)&3)	1)&2)	1)&3)	2)&3)
34	.621	.360	.418	.827	.648	.735	34	.530	.164	.475	.894	.753	.861
36	.714	.641	.724	.825	.776	.865	36	.690	.574	.650	.869	.820	.802
5	.222	.783	.272	.744	.802	.752	5	.801	.680	.736	.899	.893	.893
38	.522	.668	.574	.768	.792	.639	38	.565	.798	.618	.818	.800	.854
40	.374	.572	.420	.649	.787	.692	40	.731	.625	.697	.785	.825	.871
11	.294	.342	.602	.521	.465	.719	11	.651	.659	.610	.817	.794	.920
13	.194	.299	.314	.478	.490	.721	13	.260	.501	.267	.752	.812	.730
32	.537	.576	.434	.780	.697	.686	32	.702	.521	.664	.897	.822	.887
17	.690	.353	.475	.832	.597	.612	17	.722	.548	.677	.901	.840	.807
29	.649	.403	.482	.714	.639	.738	29	.435	.503	.447	.673	.690	.783
16	.481	.403	.400	.571	.553	.504	16	.682	.734	.730	.713	.643	.617
19	.156	.250	.205	.307	.419	.297	19	.526	.587	.613	.658	.779	.748
33	.508	.241	.325	.777	.241	.237	33	.621	.421	.470	.772	.769	.795
4	.420	.402	.512	.653	.620	.675	4	.642	.478	.585	.691	.667	.808
15	.450	.506	.524	.656	.683	.585	15	.458	.387	.527	.758	.663	.836
7	.384	.092	.463	.484	.355	.696	7	.647	.494	.540	.741	.722	.828
21	.623	.477	.525	.589	.653	.531	21	.541	.403	.356	.748	.731	.607
30	.258	.412	.389	.814	.714	.687	30	.519	.543	.582	.830	.874	.830
31	.489	.341	.422	.694	.538	.617	31	.599	.604	.566	.893	.863	.886
26	.665	.377	.429	.848	.615	.571	26	.687	.533	.588	.920	.878	.807
20	.487	.621	.436	.758	.772	.624	20	.684	.724	.817	.874	.886	.915
8	.577	.387	.415	.791	.424	.496	8	.270	.426	.272	.672	.762	.700
39	.434	.366	.185	.705	.666	.489	39	.313	.212	.108	.611	.836	.644
22	.299	.255	.432	.315	.418	.597	22	.525	.393	.370	.725	.753	.689
25	.456	.448	.699	.745	.815	.794	25	.651	.427	.599	.821	.771	.890
10	.406	.057	.377	.687	.495	.598	10	.422	.435	.650	.817	.737	.817
28	.659	.688	.584	.688	.755	.564	28	.701	.734	.755	.879	.884	.872
18	.265	.166	.277	.627	.587	.476	18	.514	.388	.542	.840	.749	.821
14	.552	.350	.351	.767	.651	.708	14	.753	.528	.600	.858	.861	.823
2	.328	.310	.389	.592	.659	.767	2	.444	.443	.658	.812	.807	.886
3	.842	.604	.517	.838	.695	.728	3	.829	.603	.726	.918	.800	.864
24	.168	.315	.348	.208	.524	.426	24	.366	.400	.303	.797	.703	.710

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

### 4-3-2 重回帰分析による評価結果

前項より、「説明文+画像」では、説明文の内容のみならず画像に多く注目が移る傾向がみられたため、本項では、文字情報に対する直接的な反応と考えられる「説明文のみ」の評価結果に着目し、「訪問希望の有無」の評価が3種の説明文によってどの程度説明されるかを、説明文間の相互影響を考慮し検討する。「訪問希望の有無」を目的変数、3種の説明文の「訪問意欲の喚起」を説明変数として、各景観に対して日中それぞれ重回帰分析を適用した。各景観における「訪問希望の有無」と「訪問意欲の喚起」の素データによる結果を表4-3-2に示す。

#### 4-3-2-1 決定係数による評価結果の比較

日中で決定係数の値を比較するなら、日本人学生に比べ、中国人学生でより高い値を示す景観画像は、32景観中24景観に上る。特に、中国人学生では半数の景観において、0.5以上の高い値を示すのに対して、日本人学生では6景観に留まっている。中国人学生は与えられた統一的かつ制限された文字情報によって判断すると予想されることから、各説明文の評価によって多くが説明されるものと考えられる。これに対して、日本人学生は、その場所がいかなる場所なのか、近くにあるのか否かなどを具体的に想像することが中国人学生より容易であり、3章のイメージ評価の結果で示したように、これら文字情報から直接的には与えられない情報が訪問意欲の判断に影響を及ぼす可能性があるため、説明文の評価による影響力がやや乏しいものと考えられる。

#### 4-3-2-2 標準偏回帰係数によるグルーピングの結果

標準偏回帰係数の値から、日中の異同について考察する。ここで、3種の説明文の影響の大小関係は、説明文同士の組み合わせによる相対的な結果になるために、平均評価得点のように絶対的な大小関係を比較することは困難であり、同一の説明文であっても、3種の説明文の中で最も影響の大きい景観もあれば、最も影響が小となる景観もある。したがって、景観間で結果を比較するにあたって、より明確に評価構造を把握し、日中の異同を捉えやすくするため、標準偏回帰係数の大小関係に基づいて、日中で共通するか否かによって、各景観を類型化し、説明文の内容の特徴について考察する。

3種の説明文の中で、影響力が最も高い説明文の日中の異同によって、32景観を大きく3グループに分けた。すなわち、影響力の最も高い説明文が日中で共通するグループを「類似型」、最大と最小の影響力を示す説明文が日中で逆転するグループを「相反型」とし、いずれにも該当しない景観を「その他」とした。

これにより、32景観は「類似型」15景観、「相反型」12景観(34) 38) 40) 13) 29) 21) 30) 8) 22) 28)の10景観では、中国人学生では最も高い説明力を示す説明文は、日本人学生では最も低い値を示す一方、40) 32) 15) 8) 30)の5景観では、逆の傾向がある。), 「その他」5景観に分類された。その結果を表4-3-2の右側に併せて示す。

以降、影響力の高い説明文の内容に基づいて、日中の異同について考察する。

### (1) 「類似型」について

「類似型」からは、若年者が嗜好する体験や、想像を超えるような規模に関する内容がより重視される傾向が、日中という知識や経験の有無を問わずみられる。具体的に影響力が最も高い説明文の内容をみるなら、前者として5)の“お好み焼きが食べられること”や、18)の“ウィンタースポーツ”などが挙げられ、後者として14)の“100万本の日本最大のヒマワリ畑”や、3)の“300種70万本のチューリップ”などが挙げられる。

これに対して、影響力が低い説明文に含まれる内容としては、11) 16) 19) 4) 26)の“国の指定～文化財”，17)の“重要伝統的建造物群保存地区”，39)の“～百選”など場所の知名度や価値を示す内容や、2) 3)の“花の観賞”や、10)の“ゴルフやテニス”など、場所を選ばずどこでも可能な体験に関する内容などが挙げられる。

### (2) 「相反型」について

「相反型」に関しては、日本や広島に対する知識や経験の多寡によって、評価の着目点や判断基準が日中で相違したものと考えられる。すなわち、中国人学生は日本が異国であることから、広島というより日本そのものへの関心が強く、日本的な体験をより重視する傾向がみられる。例えば、中国人学生で最も高い影響力を示す説明文の内容には、38)の“日本の大部分の鉛の製造”，13)の“日本10番目の大都市”や、7)の“日本の衣装を着て記念撮影”，22) “花火大会”，28) “昔の田植えのイベント”などが挙げられ、これらの内容から日本的要素・体験をより重視して、訪問希望を評価する可能性が示唆される。

一方、日本人学生は自国の日本的な体験より、広島という特別性（例えば、13)の“被爆都市”）を重視し、視覚的体験（例えば、38)の“船から眺める”や28)の“階段状の水田や畑”など）や、中国人学生のわからない知識や経験を前提とした詳細な情報（例えば、22)の“映画『崖の上のポニョ』・宮崎駿監督”や25)の“多くの映画のロケ地”など）、歴史的価値（例えば、7)の“16世紀に建てられた城”や29)の“9世紀に焚かれた火”）などに、より着目する傾向が窺える。

表4-3-2 重回帰分析の結果

景観	決定係数		標準偏回帰係数						分類
	中国人	日本人	中国人			日本人			
			1)	2)	3)	1)	2)	3)	
34	.475	.578	.172	.472	.196	.321	.217	.414	△
36	.582	.525	.381	.296	.191	.281	.370	.153	◇
5	.637	.425	.476	-.012	.405	.444	-.051	.255	○
38	.561	.485	.224	.239	.381	.441	.456	-.129	△
40	.687	.340	.439	.332	.147	.029	.249	.414	△
11	.643	.139	.336	.417	.158	.122	.319	-.001	○
13	.267	.412	.316	.302	.049	.255	.374	.263	△
32	.394	.567	.113	.516	.040	.105	.255	.530	△
17	.542	.488	.476	.201	.146	.371	.211	.269	○
29	.486	.193	.247	.347	.275	.156	.133	.247	△
16	.441	.353	.378	.262	.092	.282	.223	.249	○
19	.553	.353	.405	.182	.284	.401	.242	.205	○
33	.412	.305	.042	.287	.428	.218	.229	.286	○
4	.576	.572	.158	.205	.515	.317	.184	.440	○
15	.297	.199	.231	.223	.229	.190	.206	.152	△
7	.468	.263	.235	.201	.377	.421	.078	.171	◇
21	.498	.394	.162	.454	.261	.298	.063	.380	△
30	.604	.247	.311	.290	.329	.268	.271	.117	△
31	.544	.541	.171	.469	.210	.131	.365	.421	◇
26	.561	.325	.143	.377	.345	.183	.368	.118	○
20	.546	.495	.210	.125	.463	.318	.263	.271	◇
8	.101	.214	.086	.089	.232	.258	.209	.090	△
39	.197	.495	.092	.242	.298	.218	.314	.418	○
22	.497	.427	.241	.361	.290	.063	-.082	.667	△
25	.329	.449	.344	.141	.195	.333	-.088	.516	◇
10	.568	.466	.263	.330	.323	.296	.377	.255	○
28	.520	.500	.248	.383	.162	.592	-.197	.299	△
18	.380	.470	.310	.365	.050	.230	.406	.324	○
14	.557	.312	.518	.108	.216	.378	.276	-.054	○
2	.566	.422	.357	.094	.450	.231	.207	.411	○
3	.468	.479	.579	-.067	.230	.787	-.231	.134	○
24	.402	.316	.302	-.037	.465	.118	.176	.425	○

○:類似型 △:相反型 ◇:その他

■:影響力の最も高い説明文が日中で共通する

■:最大と最小の影響力を示す説明文が日中で逆転する

■:中国人 ■:日本人

#### 4-4 おわりに

本章は日中学生を対象とした、文字情報を付与した観光景観画像に対する心理的評価実験結果に基づいて、説明文のカテゴリや内容に着目し、知識や経験の差異による文字情報の内容に対する画像呈示前後での文字情報に対する捉え方の変化や訪問意欲への影響における日中の異同、並びに、文字情報と観光地に対する評価との関連性について明らかにした。以下に得られた知見を述べる。

- ①「訪問希望の有無」の評価結果より、日中という知識や経験の有無を問わず、日中共にほぼ全ての景観で「説明文のみ」における「訪問希望の有無」が正側の評価となっていることがわかった。また、「訪問希望の有無」を判断する基準が画像の呈示によって変化する傾向が、日中に共通してみられるものの、画像の呈示によって、多くの景観で、中国人学生は評価が低下し、日本人学生は評価が向上するなど、影響の態様が日中で異なることを把握した。
- ②各説明文に対する「訪問意欲の喚起」の分析の結果から、日中共にいずれのカテゴリでも、3種の説明文それぞれによって訪問意欲は総じて喚起される傾向や、同一カテゴリの説明文においても説明文の具体的内容により、評価が異なることを示した。また、画像の呈示は「訪問希望の有無」に及ぼす影響が日中で異なるのに対して、各説明文による「訪問意欲の喚起」に及ぼす影響が日中で共通していることを明らかにした。
- ③「訪問希望の有無」と「訪問意欲の喚起」との関連について、日中共に評価への影響がカテゴリによって異なることを示したが、いずれの場合でも、日本人学生の関連がより弱く、日本や広島に関するより豊富な知識や経験を有するため、両者をより独立に評価する可能性が示唆された。
- ④「訪問希望の有無」を目的変数、3種の説明文の「訪問意欲の喚起」を説明変数として各景観に対して日中それぞれ重回帰分析を適用した結果、多くの景観で、日本人学生は中国人学生より決定係数の値が低く、3章のイメージ評価の結果と同様に、説明文の評価による説明力がやや乏しいことから、景観画像や文字情報以外の情報が、訪問意欲の判断に影響を及ぼしている可能性が示唆された。また、標準偏回帰係数の値に基づいて、各景観を分類した結果、若年者が嗜好する“美食、スポーツ”などの体験や、想像を超えるような規模に関する内容を日中共に重視している傾向がみられる一方、中国人学生は“日本の～”の日本的要素や、“花火大会、昔のイベント”など日本ならではの体験を重視するのに対して、日本人学生は“船から眺める”などの視覚的体験や、“映画のロケ地、映画『崖の上のポニョ』・宮崎駿監督”などの詳細な情報に着目するなど、嗜好の異同を明らかにした。

本章では、日中での訪問意欲を喚起する文字情報の異同について検討したが、文字情報、特に深層的情報については、日本の歴史、伝統や文化、また、景観画像が示す観光地に関する知識を有していない中国人の中でも、訪問意欲を喚起する情報が、被験者それぞれの興味や関心によって異なると考えられるため、単純な性別や年齢などの個人属性ではなく、文字情報の内容に対する捉え方の違いによって中国人間の詳細な評価傾向や、嗜好の内容の異同を把握する必要があると考えられる。これらの課題について、次章以降で検討する。

## 第 5 章

### 中国人学生による文字情報の内容の評価結果 と個人属性との関連

---

5-1 はじめに

5-2 「訪問意欲の喚起」に基づく被験者のグルー  
ピング

5-3 「説明文のみ」によるグルーピングの結果

5-4 おわりに

## 5-1 はじめに

前章では、知識や経験の差異による文字情報の内容に対する評価・認識での日中の異同について検討した。その際、文字情報、特に深層的情報については、日本の歴史、伝統や文化、また、景観画像が示す観光地に関する知識を有していない中国人学生の中でも、訪問意欲を喚起する情報が、被験者それぞれの興味や関心によって異なると考えられるため、単純な性別や年齢などの個人属性ではなく、文字情報の内容に対する捉え方の違いによって中国人間の詳細な評価傾向や、嗜好の内容の異同を把握する必要があると考えられる。

本章では、中国人学生による「説明文+画像」の実験の結果を用いて、文字情報に対する直接的な反応と考えられる文字情報のみによる「訪問意欲の喚起」の評価結果に着目し、文字情報の内容に対する捉え方の違いによる中国人間の詳細な評価傾向や、嗜好の内容の異同を検討する。

## 5-2 「訪問意欲の喚起」に基づく被験者のグルーピング

### 5-2-1 被験者のグルーピングの結果

4章で述べたように、中国人学生は説明文の評価により画像の呈示による影響を受けやすいものと考えられるため、「説明文のみ」、「説明文+画像」それぞれにおける「訪問意欲の喚起」に基づく被験者の類型化の結果は異なるか否かについて把握する。

そこで、「説明文のみ」、「説明文+画像」それぞれにおける96個の説明文に対する「訪問意欲の喚起」の評価結果に基づいて、階層型クラスター分析を適用し、被験者のグルーピングを行った。ここで距離尺度はPearsonの相関係数、結合規則はグループ内平均連結法とした。クラスター分析の結果を図5-2-1に示す。

「説明文のみ」も「説明文+画像」も大きく3つのグループに分類された。「説明文のみ」では、グループ1が37名（以降:G1）、グループ2が31名（以降:G2）、グループ3が17名（以降:G3）となった。これに対して、「説明文+画像」では、グループ1が24名（以降:P1）、グループ2が37名（以降:P2）、グループ3が24名（以降:P3）となった。

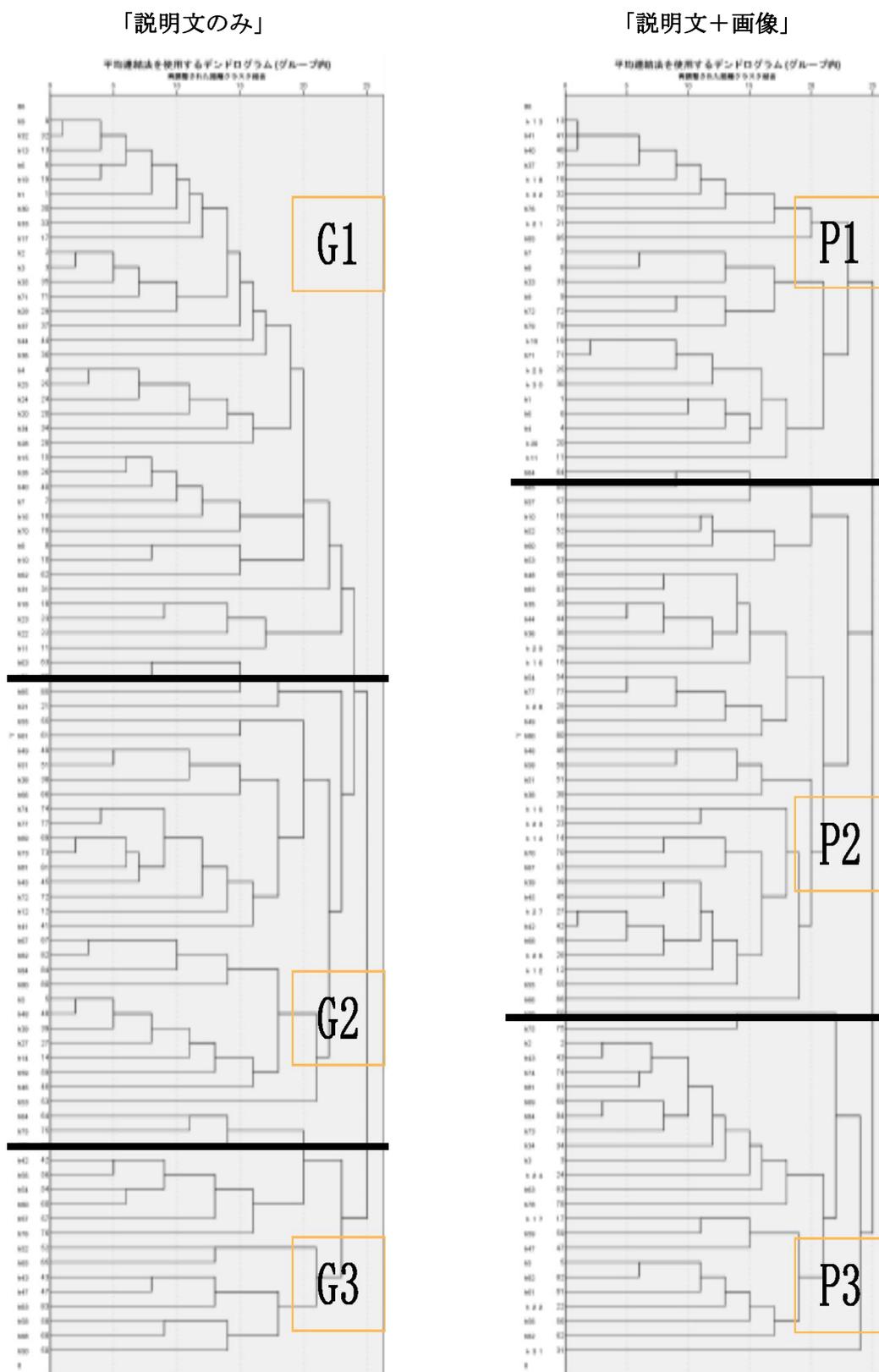


図5-2-1 クラスタ分析の結果（説明文のみ&説明文+画像）

### 5-2-2 両グルーピングの対応関係

「説明文のみ」、「説明文+画像」それぞれにおける被験者のグルーピングの対応関係を図5-2-2に示す。

両グルーピングの対応関係をみるなら、大きな差異が認められた。例えば、G1の37名はP1の18名、P2の11名、P3の8名によって構成されており、G2やG3もP1～P3のいずれかと概ね共通するといった対応はみられなかった。

従って、画像呈示前と比較して、呈示後は、文字情報によって形成される景観へのイメージが変化し、それがグルーピングの結果にも反映されているものと予想される。

以降では本節で得られた「説明文のみ」における被験者グループの結果に基づき検討を進める。

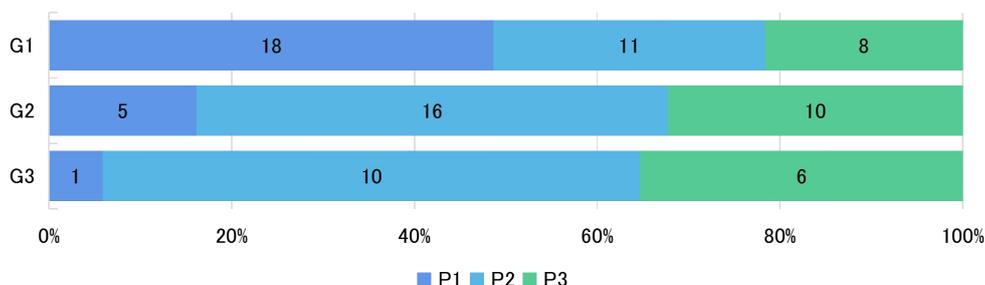


図5-2-2 グルーピング結果の対応関係（説明文のみ&説明文+画像）

### 5-3 「説明文のみ」によるグルーピングの結果

前節の結果から、画像呈示後、文字情報によって形成されるイメージが変化し、「説明文＋画像」におけるグルーピングの結果にも影響を与えたことがわかる。したがって、本節では、より文字情報の内容に対する直接的な反応と考えられる「説明文のみ」によるグループ G1～G3 について検討する。

#### 5-3-1 個人属性から見た被験者グループの特徴

3つの被験者グループについて、性別、年齢、旅行経験、日本への知識などの個人属性に基づいて各グループの特徴を考察する。結果を図5-3-1に示す。

まず、性別では、いずれのグループにおいても男女比がほぼ4対6の割合となり、被験者グループ間で大きな違いはみられない。これに対し、年齢では、全ての被験者が20代ではあるものの、詳細に検討すると、G1は20～22歳が86%と多くを占めるのに対して、G2とG3は23～25歳がそれぞれ52%、47%と最も多く、特にG3は26歳以上が35%を占めている。すなわち、G1からG3にかけて、年齢が上昇する傾向がみられる。

国内旅行頻度や、海外旅行経験について尋ねた結果からみても、いずれのグループも一年に一回以上国内旅行に行く者が7割程度というのは共通するものの、G1の9割以上が海外旅行の経験はないと回答しているのに対し、G2とG3では海外旅行経験のある学生の割合がわずかではあるが増加している。

同様に日本旅行への興味や、日本・広島に関する知識などの項目についても、概ね類似する傾向がみられ、G1からG3になるに伴い、肯定的な回答が多くなっている。ただし、G2の場合、例外として日本に関する知識があるとの回答が最も少ないのに対して、日本への関心はある側の回答が最も多いことがわかる。

さらに、日本に関する知識がある事項としては、三者とも「生活・文化」の回答が多いが、「建築物・街並み・都市」では、G1からG3にかけて、少しずつ多くなっており、建築系専攻の学生として、年齢の上昇に伴い、建築に関する知識も豊富になり、それらへの関心も多くなるものと予想される。

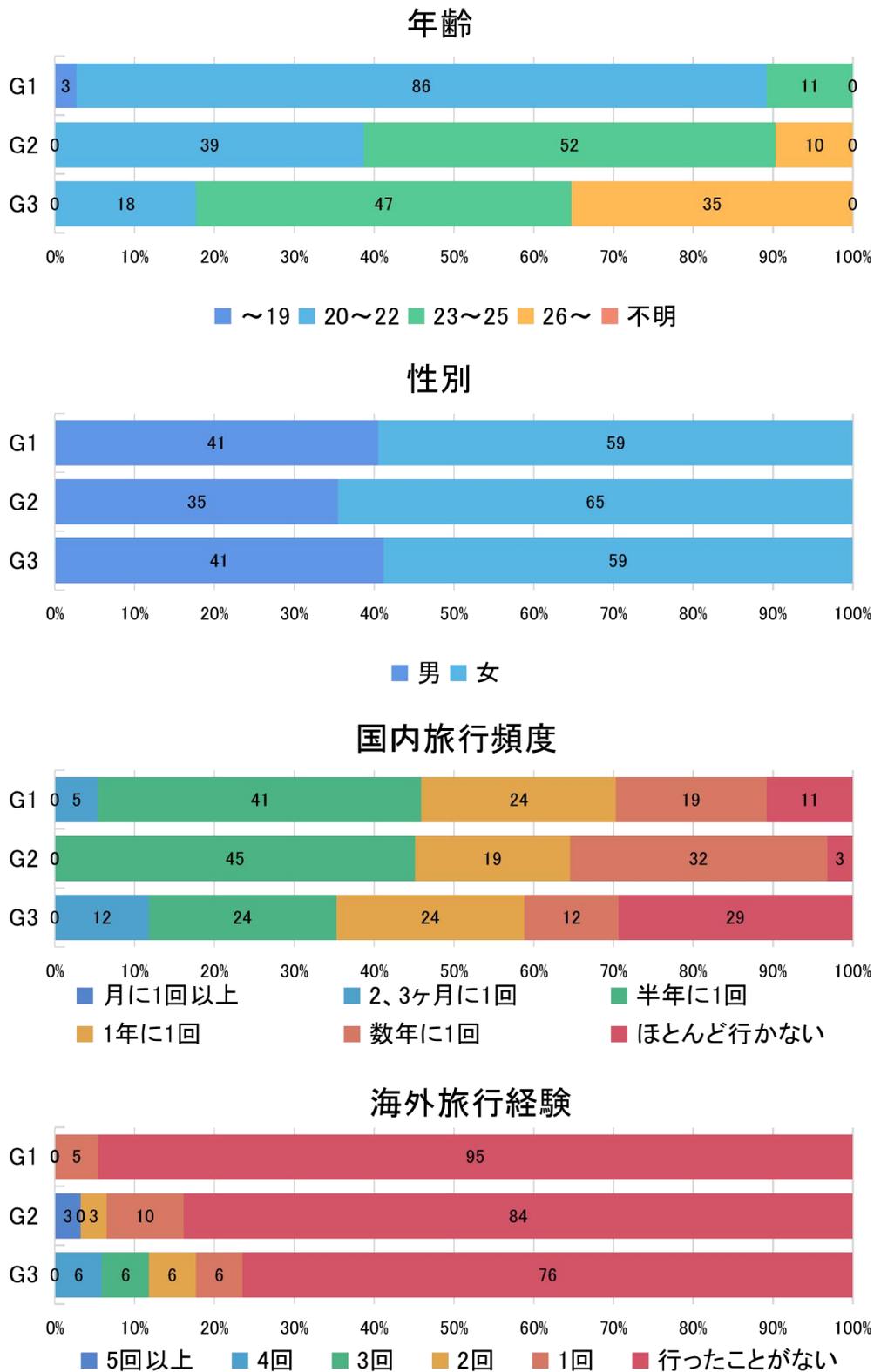


図5-3-1 各グループの個人属性(その1)

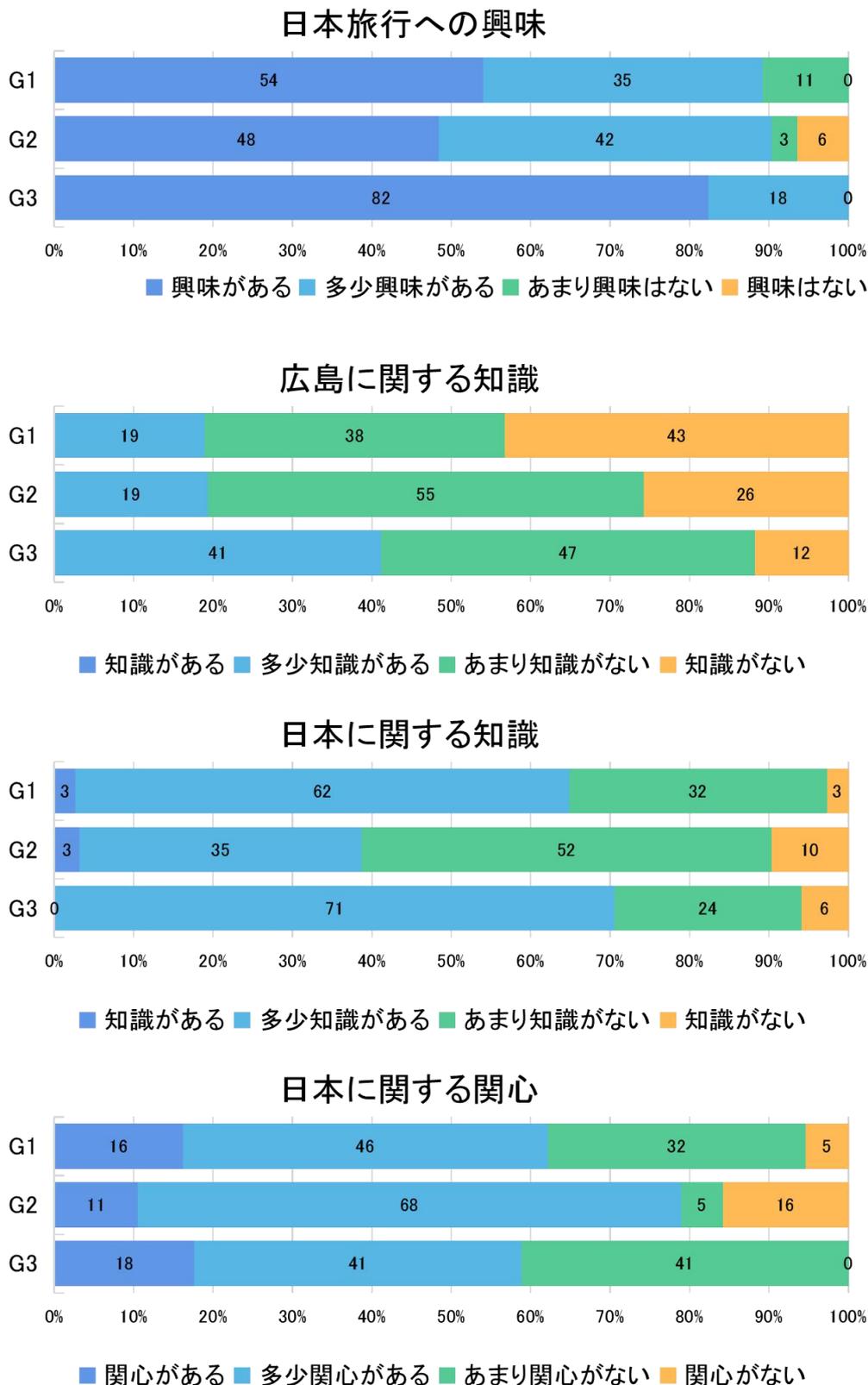


図5-3-1 各グループの個人属性(その2)

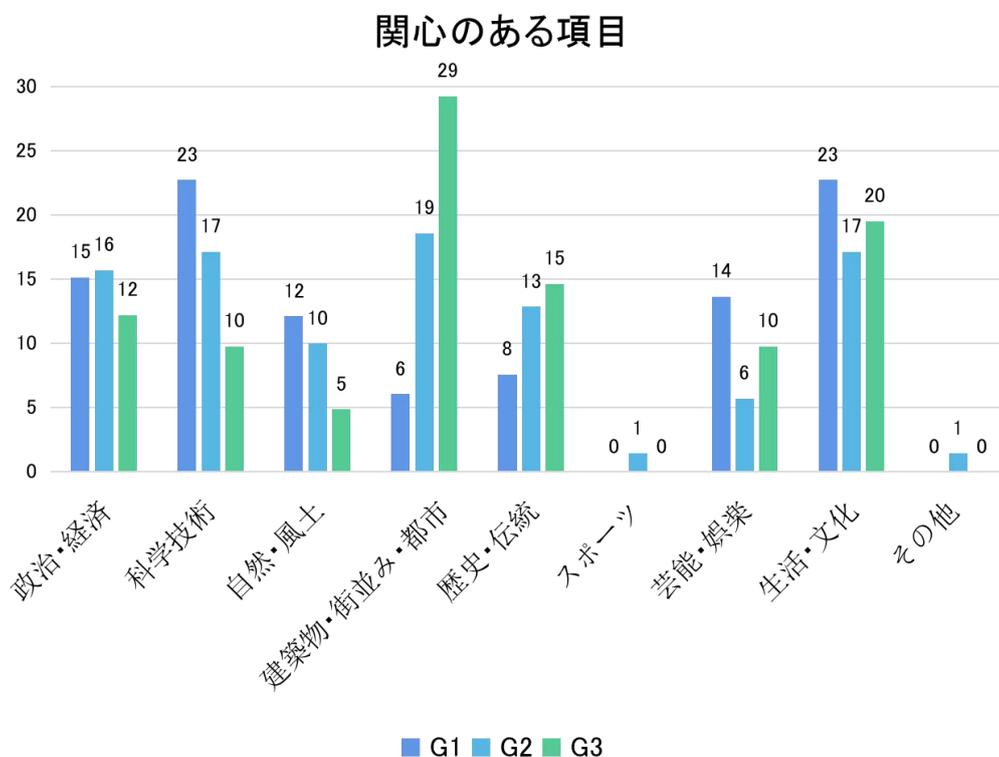
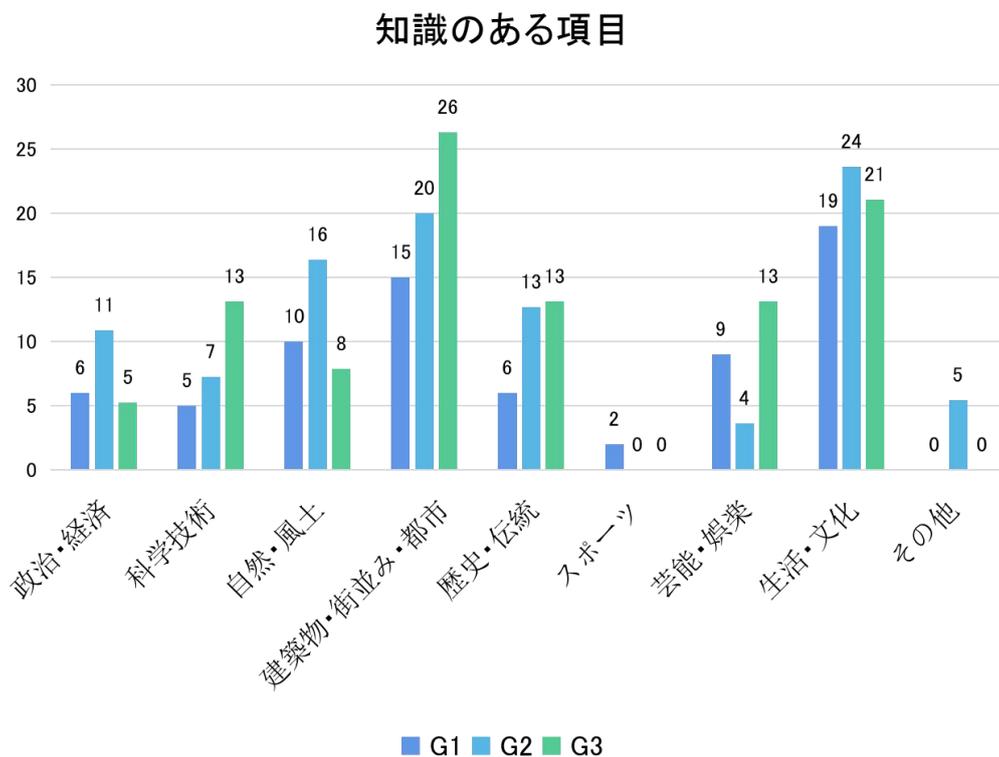


図5-3-1 各グループの個人属性(その3)

### 5-3-2 各グループの評価結果の比較

本項では、被験者グループごとに評価傾向や文字情報が及ぼす影響などの差異について検討する。「訪問希望の有無」と「訪問意欲の喚起」の平均評価得点による各景観画像のカテゴリごとの散布図を、3グループそれぞれについて図5-3-2に示す。なお、ここでは「訪問希望の有無」の得点が負側で、景観画像全体の評価傾向から外れている(38) (33) (4) (28)の4景観を、関連性の検討に影響を及ぼす可能性があると考えて除外し、28種類の景観について検討している。

まず、D)規模以外の3カテゴリでは、いずれのグループにも共通して、A)体験との関連が最も強く、次いで、C)成り立ち、B)希少性の順となっていることがわかる。これは、前章で述べたように、文字情報に対する個人の関心や興味の違いによる影響と示唆される。

次に、各カテゴリにおけるグループ間の差異について詳細に検討する。

A)体験では、前章の全被験者の結果で示したように、「訪問希望の有無」との相関については、いずれのグループも0.8程度と高く、年齢や知識などの個人属性にかかわらず、その場所で何が出来るかという体験活動への関心が訪問希望に大きな影響を及ぼしていることが改めて確認される。

B)希少性では、G1とG3において「訪問意欲の喚起」の得点の幅がより広く、「訪問希望の有無」との関連もやや強いものに対して、G2においては、分布がより集中しており、関連もやや低くなっていることがわかる。前節で触れた各グループの個人属性によるなら、日本に関する知識について、G1とG3の7割程度が「知識がある」や「多少知識がある」などと肯定的に回答している一方、G2が約4割にとどまっていることから、G2より日本に関する知識がより多いG1とG3は、深層的情報であるB)希少性の示す内容の意義がより正確に認識できるものと予想され、「訪問希望の有無」との関連も強くなった可能性が示唆される。

C)成り立ちでは、相関係数をみるなら、3グループの差異は小さいものの、G3が最大で、次いでG1、G2の順となっていることがわかる。また、図5-3-2のX軸とY軸の得点分布を併せて考察するなら、G1がほぼ全て0~1、G2が0.3~1.3、G3が0.5~1.5の範囲に分布しており、G1からG3にかけて、評価得点が徐々に上昇する傾向がみられる。C)成り立ちに含まれる対象地の歴史や謂れに関する深層的情報に対する認識や理解は、日本のみならず、広島に関する知識もより必要と考えられるため、知識や経験の多寡によって、説明文への判断基準も変化している可能性が示唆される。

D)規模では、G2においては、「訪問希望の有無」と0.9以上の強い相関、G1とG3においては、概ね0.6程度のやや弱い相関がみられる。これより、G1とG3に比べてG2は具体的な数値による情報によって訪問意欲が左右される傾向がより強いものと考えられる。ただし、D)規模は8枚と少ないため、本研究ではその理由に関する検討は不十分であり、今後の課題として、考察する必要がある。

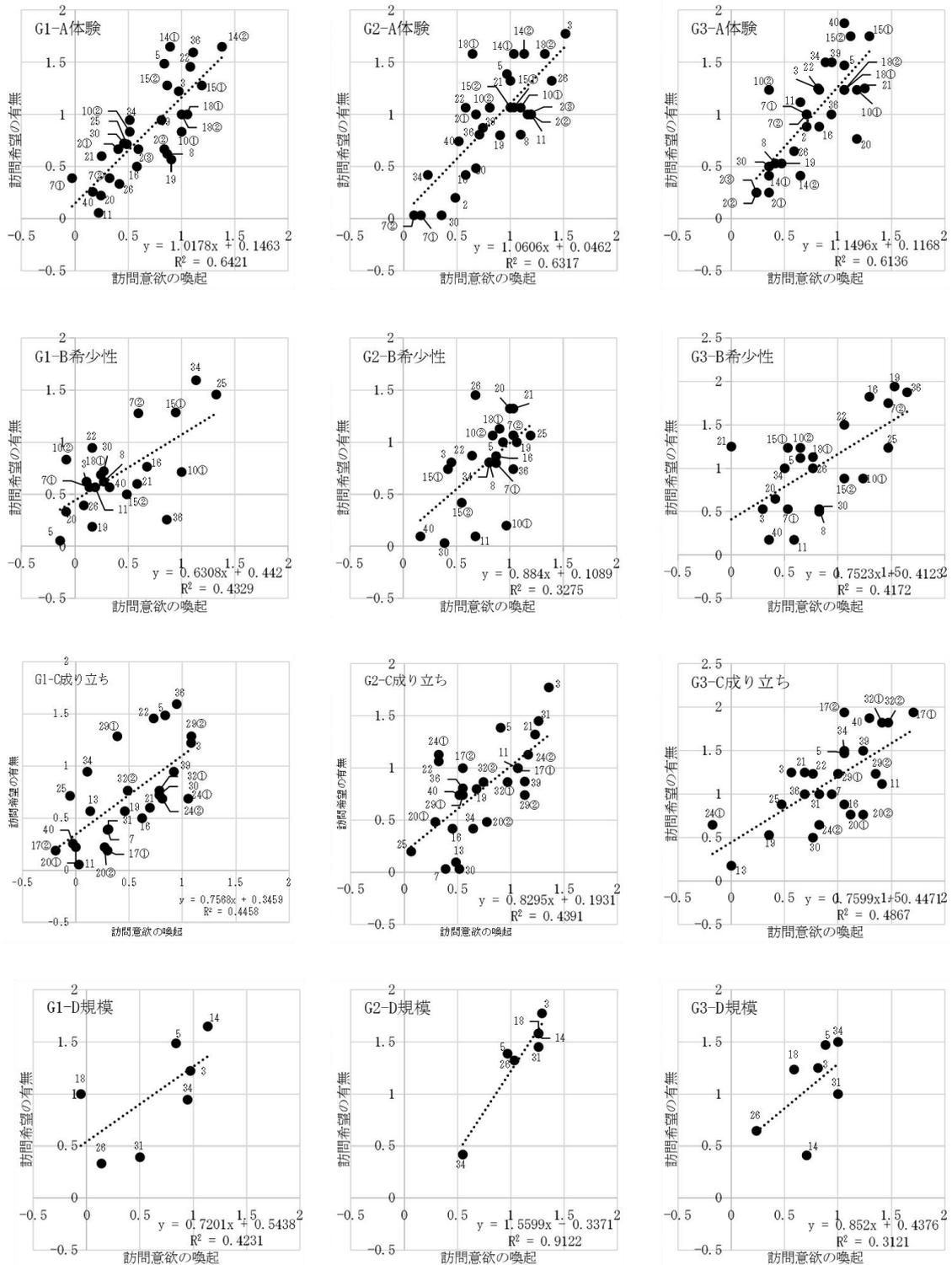


図5-3-2 訪問希望の有無と訪問意欲の喚起との関連(説明文のみ)

## 5-3-3 各グループの内容嗜好の比較

本項では、説明文の各カテゴリにおいて、いずれのグループでいかなる景観画像の「訪問意欲の喚起」の評価が高いかを整理し、各グループの嗜好について仔細に検討する。表5-3-1に各景観画像の「訪問意欲の喚起」について、3グループの中で最も評価が高いグループを示す。また、その内容のまとめを表5-3-3に示す。ここでは、3グループ間で各カテゴリに対する評価の差異をより明確に区別することを意図し、「訪問意欲の喚起」に対する各グループの全体的な評価差を除くため、32種の景観画像における96個の説明文の「訪問意欲の喚起」の平均評価得点をグループごとに算出し、元の評価得点から各グループそれぞれの平均評価得点を減じた上で、その新しい得点に基づいて、最も評価の高いグループを示した。また、3グループの最高得点と最低得点の差が0.5以上の説明文のみについて結果を表示した。なお、説明文の(1)~(3)の記述は2章の表2-3-1と同様である。

これより、A)体験については、評価が最も高い景観として、G1では(36)8)22)18)14)などが挙げられる。これらの景観に付与した説明文が示すのは買い物や、スポーツ、温泉などほぼ能動的な観光活動である。また、G2では(11)26)28)2)3)であり、その内容としては、遊覧船や田植えのイベントなどの能動的活動もある一方、原子爆弾や花の楽しみなどの受動的活動がある。これに対して、G3では(34)40)7)21)20)となり、その内容としては、ゴミ焼却施設、歴史資料館、瀬戸内海など場所や施設の見学、風景の鑑賞など単純な受動的活動となっている。以上の結果から、G1からG3になるに従い、参加型、レジャー型の能動的活動から鑑賞型、学習型の受動的活動へと変化する傾向が示唆される。

B)希少性に関しては、G1では、アーケードの商店街や万病に効く水などの内容が含まれる(36)29)の2景観について、評価が高いのに対し、G2、G3共に、資料館、文化財、世界遺産、～百選など場所の名声を示す内容によって、訪問意欲が喚起される傾向がみられる。特にG3では、“美術館のようなゴミ処理工場”や“重要伝統的建造物群保存地区”などの内容の評価が高く、建築や芸術への関心がより高いものと予想される。これより、G1に比べG2やG3においては、対象地の単純な珍しさより、建築的、文化的な要素に訪問意欲がより喚起されるものと考えられる。

C)成り立ちについては、G1が(36)30)22)3)24)の5景観の評価が最も高いものの、その内容をみるなら、対象地の歴史や謂れなどの情報があまり含まれていない。(13)33)21)30)28)の5景観では、G2の評価が最も高く、その内容は広島 の地形、広島空港の建築年代、未来心の丘の由来、帝釈峡の歴史、井仁棚田の形成などとなり、やや対象地の地理や経緯への関心がみられる。これに対して、G3では、他のグループに比べ評価の高い景観数が最も多く、その内容としても、17世紀の街並み、製塩業、日本の海運の要所として栄えた港町など対象地の歴史や経緯だけではなく、著名な建築家の設計や丹下健三の作品など建築に関する内容も含まれている。これより、景観の伝統性、歴史性それ自体に興味を抱き、評価する姿勢を持ち合わせているG1やG2に比べ、G3では説明文からより深層的、文化的、歴史的な価値を見出し、訪問意欲の評価にもより影響を及ぼす可能性が示唆された。

D)規模については、他のグループに比べ評価の高い景観がG3ではみられないのに対して、G1、G2それぞれではみられ、内容としては、300店や40~50万人、100万本のひまわり、橋の長さ70m・幅18m・高さ40m、13kmの大峡谷、1000m級の山々などとなる。これらの結果から、G3に比べG1、G2では、具体的な数字で表される規模に関する説明文によって、訪問意欲の喚起により効果があるものと推察される。

表 5-3-1 各グループの内容嗜好の結果

訪問意欲の喚起 G1◇ G2△ G3○				
景観	A体験	B希少性	C成り立ち	D規模
34	○		○	◇
36	◇	◇	◇	
5				
38				
40	○	○	○	
11	△	△	○	
13			△	
32				●
17		○	○	●
29		◇		
16			○	
19				
33		○	△	
4		○		
15		○		
7	○ ●		○	
21	○	△	△	
30			◇	
31			△	△
26	△	△		△
20	○			●
8	◇		△	
39		○		
22	◇		◇	
25			○	
10		△		
28	△	△	△	
18	◇			△
14	◇	◆		◇
2		▲		
3	△		◇	
24			◇	

G1 ◇説明文 (1) ◆説明文 (2) ❖説明文 (3)  
 G2 △説明文 (1) ▲説明文 (2) ∴説明文 (3)  
 G3 ○説明文 (1) ●説明文 (2) ◎説明文 (3)  
 削除 (最大値-最小値<0.5)

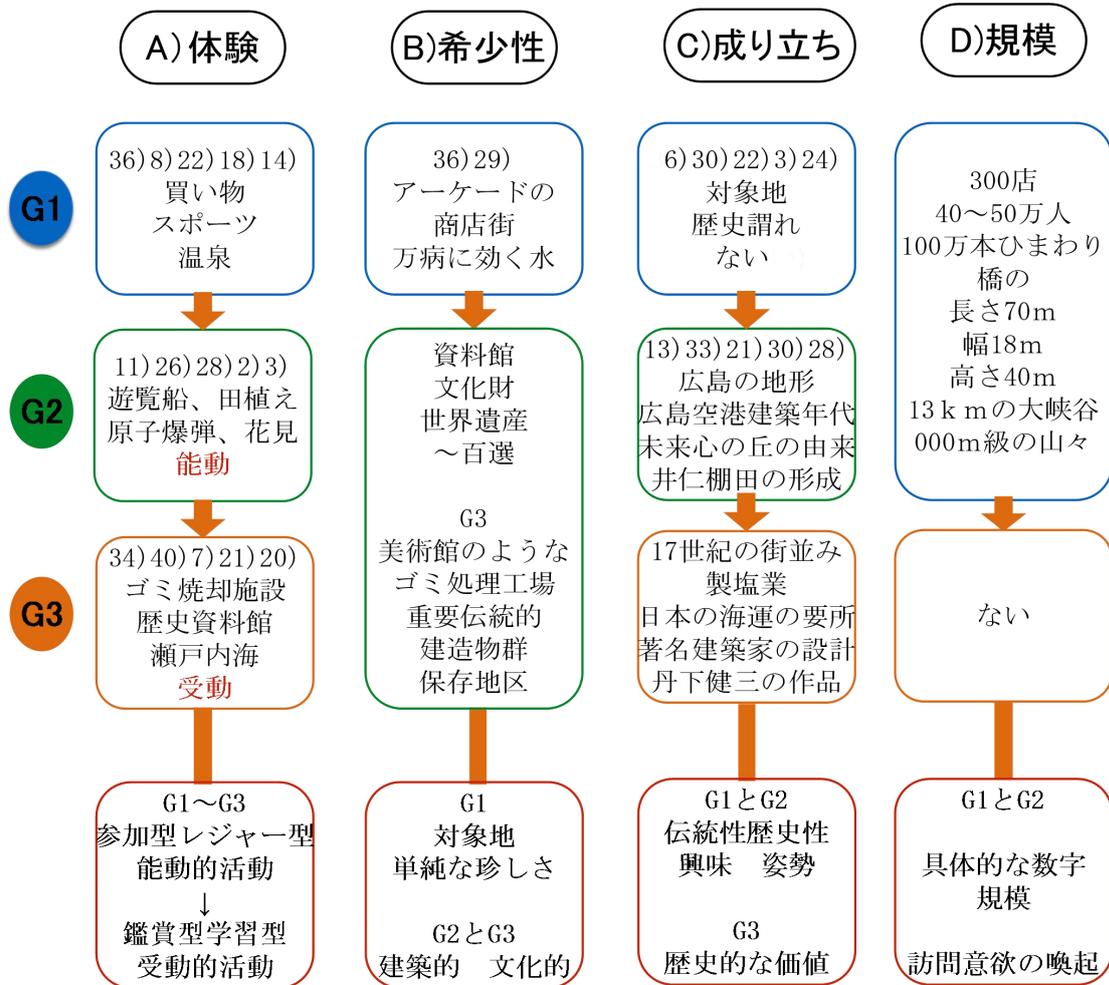


図5-3-3 各グループの内容嗜好のまとめ

#### 5-4 おわりに

本章では中国人学生による「説明文+画像」の実験結果に基づき、文字情報に対する直接的な反応と考えられる文字情報のみによる「訪問意欲の喚起」の評価結果に着目し、文字情報の内容に対する捉え方の違いによる中国人間の詳細な評価傾向や、嗜好の内容の異同を明らかにした。以下に得られた知見を述べる。

- ①「説明文のみ」、「説明文+画像」それぞれについて「訪問意欲の喚起」の評価結果に基づき被験者のグルーピングを行った。その結果、得られた「説明文のみ」のG1~G3と、「説明文+画像」のP1~P3には、いずれかのグループ同士が概ね共通するといった対応がみられず、両グルーピングの対応関係に大きな差異が認められた。したがって、画像呈示後、「説明文+画像」における文字情報によって形成される景観へのイメージが大きく変化したものと予想された。
- ②「説明文のみ」によるグループG1~G3についての個人属性の特徴について、年齢では、G1からG3にかけて、年齢が上昇する傾向や、G1に比べ、G2とG3では海外旅行経験のある学生の割合が増加していることがわかった。また、建築系専攻の学生として、G1からG3にかけて、年齢の上昇に伴い、建築に関する知識も豊富になり、「建築物・街並み・都市」という日本・広島に関する知識への関心も多くなったことを把握した。
- ③各グループの評価結果の比較により、カテゴリごとの評価や「訪問希望の有無」との関連における各グループの特徴を明らかにした。すなわち、年齢や知識などの個人属性にかかわらず、表層的情報であるA)体験による「訪問希望の有無」への影響が大きいことや、深層的情報であるB)希少性とC)成り立ちの示す内容に対する認識や理解は、日本や広島に関する知識や経験の多寡によって、「訪問意欲の喚起」の評価得点が上昇する傾向、「訪問希望の有無」との関連も強くなることなどを明らかにした。
- ④各グループの嗜好内容の比較により、能動的活動から受動的活動へ、対象地の単純な珍しさから建築的、文化的な要素へ、景観の歴史性に対して表層的に評価する姿勢から深層的な価値を見出す立場へと変化する傾向など、各カテゴリにおけるG1~G3についての嗜好内容の変化を把握した。

## 第 6 章

### 結論

---

本研究では訪日外国人観光客の広島県のような地方都市への誘致のため、観光情報の呈示手法としての景観画像と、その景観画像が示す場所の情報に着目し、情報を付与することによる心理的評価の傾向、評価の影響要因、並びに、知識や経験の差異による評価の差異、嗜好の傾向を把握することを目的とし、日中両国の学生を対象として、観光景観画像を呈示する際に、併せてその画像に関する情報を付与して評価を求める心理的評価実験を行い、その結果を分析・考察した。

具体的には、日中両国の学生を対象とした景観画像のみによる印象を求める画像評価実験の結果と、その景観画像に関する情報の付与による印象を求める文字情報付与の実験の結果とを比較することにより、情報を付与するか否かによる全体的な評価傾向・構造における日中の異同を把握し、その上で説明文のカテゴリ及びその内容に着目して、画像呈示前後での文字情報に対する捉え方の変化や訪問意欲への影響、景観に関する知識や経験の差異による文字情報に対する評価・認識での日中の異同、観光地に対する評価との関連性、さらに、中国人間の詳細な評価傾向や、嗜好の内容の異同を明らかにした。

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、本研究の背景、研究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づけを明らかにした。

第2章では、日中両国の学生による広島県の観光景観画像に対する心理的評価実験（「画像のみ」の実験）と、広島県の観光景観画像を呈示する際に併せてその画像に関する情報を付与して評価を求める心理的評価実験（「説明文+画像」の実験）の概要、及び被験者の個人属性について述べ、本研究で使用した景観画像と文字情報の内容を呈示した。

第3章では、日中両国の大学生を対象とした両実験の結果を比較し、情報を付与するか否かが日中それぞれ景観画像の評価に及ぼす影響について検討した。その結果、多くの景観においては、日中共に文字情報の付与によって、訪問意欲がより喚起される傾向が認められた。また、SD法によるイメージ評価の因子分析で抽出された4因子の中で、「開放性」「伝統性」に比べ、日中共に文字情報の付与による「固有性」「調和性」への影響が顕著であることを明らかにした。さらに、『選好度』への「固有性」による影響が、中国人学生では両実験で正負が逆の値を示している一方、日本人学生では文字情報の付与にかかわらず、大きな差は生じなかったことを把握した。また、共分散構造分析による評価構造を比較した結果、訪問意欲への「固有性」の影響については、日本人学生と異なり、中国人学生では文字情報の付与による変化が著しく、『日本の特徴』と『選好度』との関連性がより強くなったことが認められた。

第4章では、日中学生を対象とした「説明文+画像」の実験結果に基づき、文字情報の内容に対する画像呈示前後での文字情報に対する捉え方の変化や訪問意欲への影響について検討した。その結果、「訪問希望の有無」を判断する基準が画像の呈示によって変化する傾向が、日中に共通してみられるものの、画像の呈示による影響の態様が日中で異なることを把握した。また、「訪問希望の有無」を説明文に対する評価によって説明しようとした重回帰分析の結果、多くの景観で、日本人学生は中国人学生より決定係数の値が低く、説明文の評価による説明力がやや乏しいことから、景観画像や文字情報以外の情報が、訪問意欲の判断に影響を及ぼす可能性が示唆された。さらに、各説明文に対する重視の様態の日中の異同に基づいて、32景観を大きく「類似型」「相反型」「その他」の3グループに分けた。「類似型」では、日中共に若年者が嗜好する体験や、想像を超えるような規模に関する内容を重視する傾向がみられたのに対して、「相反型」では、中国人学生は広島より、日

本的要素や日本ならではの体験，日本人学生は自国の日本的な体験より，広島という特別性や，中国人学生のわからない知識や経験を前提とした詳細な情報に着目するなど，嗜好の異同を明らかにした。

第5章では，中国人学生による「説明文+画像」の実験の結果に基づき，文字情報に対する直接的な反応と考えられる文字情報のみによる「訪問意欲の喚起」の評価結果に着目し，中国人学生をそれぞれの嗜好の観点からグルーピングし，文字情報と観光地に対する評価との関連性について明らかにした。結果として，被験者を大きく3グループに分け，各グループの個人属性の特徴を把握した。また，各グループの評価結果の比較により，カテゴリごとの評価や「訪問希望の有無」との関連における各グループの特徴を明らかにした。すなわち，年齢や知識などの個人属性にかかわらず，その場所で何が出来るかというA)体験に関する表層的情報による「訪問希望の有無」への影響が大きいことや，その場所の歴史文化や固有の特徴などに関する深層的情報であるB)希少性とC)成り立ちの示す内容に対する認識や理解は，日本や広島に関する知識や経験の多寡によって異なり，説明文への判断基準も変化することから，「訪問希望の有無」との関連も異なることを明らかにした。さらに，各グループの嗜好内容の比較により，年齢の増加や知識の豊富さに伴い，能動的活動から受動的活動へ，対象地の単純な珍しさから建築的，文化的な要素へ，景観の歴史性を表層的に評価する姿勢から深層的な価値を見出せるように変化する傾向など，各カテゴリにおける各グループの特徴を把握した。

第3章から第5章の結果を踏まえ，日中学生の観光に対する嗜好の傾向や観光資源に対する評価構造について総括すると，情報の付与は日中共に訪問意欲をより喚起する方向に働くものの，その評価構造のプロセスには大きな違いがあると言える。具体的には，日中共に景観内から「固有性」を認識し，訪問意欲を喚起するものの，「画像のみ」では日中共に直接的な影響が認められるのに対して，「説明文+画像」では中国人学生に変化がみられ，『日本の特徴』を介した間接的な影響となる。一方，日本人学生は文字情報の有無にかかわらず，あまり変化がみられず，むしろ「画像のみ」より「説明文+画像」では，『日本の特徴』と「固有性」，双方の判断基準がより明確化することで，日本的でないことこそが特別であるとして判断する傾向があり，両者の関係が中国人学生とは逆転することを把握した。また，日本人学生は日本や広島に関するより豊富な知識や経験を有するため，文字情報の付与にもかわらず，中国人学生より評価基準がより安定していることや，景観画像や文字情報からは直接的に与えられない付帯的な情報が訪問意欲の判断に影響を及ぼす可能性があることがわかった。さらに，中国人学生は日本的要素や日本ならではの体験，日本人学生は広島という特別性や，中国人学生のわからない知識や経験を前提とした詳細な情報に着目するなど，嗜好の異同を明らかにした。

上記を踏まえ，本研究の提案として，広島のような地方都市への中国人観光客の誘致を図る際には，観光情報の呈示手法である景観画像や文字情報として，『日本の特徴』のある情報が望まれるが，日本に関する知識や経験が乏しいため，『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。また，知識や経験の多寡によって，観光情報に対する認識や理解，及び興味や関心を持つ情報内容は異なると考えられ，中国人観光客という単一の対象よりも，単純に性別や年齢などの個人属性だけでなく，文字情報の内容に対する捉え方の違いによる中国人間の詳細な評価傾向や，嗜好の内容の異同を明確に把握した上で，各観光客群それぞれの嗜好に対応した，それぞれが訪問意欲を喚起される情報によってプロ

モーションを行うことが重要であろう。一方、日本に関する知識や経験を有している日本人の認識における『日本の特徴』は中国人の感覚とは異なると考えられ、日本らしい景観よりも、固有性の高い特徴的な景観（珍しい景観や地域らしい景観）により訪問意欲を喚起させることができるといえる。また、日本人の地方都市への誘客促進を図る上での示唆として、様々な視覚的体験や詳細な情報によって、よく知られない景観についてもその珍しさや地域らしさを認識させることに配慮することが重要であろう。

最後に、今後の展開について述べる。本研究では、日本人学生と中国人学生で、景観画像に文字情報を付与した際の、観光景観の評価傾向または評価構造に差が生じることを確認したが、今回使用した景観画像や文字情報は限定的なものであり、より幅広い画像や文字情報を用い検討を重ねる必要がある。文字情報についても、情報のボリュームや、画像との一致性、表現の違い、構成要素の細かな違いによって評価に差が生じる可能性も懸念される。したがって今後は、実験手法の幅を広げることで、更なる文字情報付与による影響の検討を行う必要があると考えられる。また、訪日観光客の増加に伴い、各観光地の情報を事前に入手する手段としては、観光ガイドブックなどの他にも、口コミ情報が大きな割合を占めることが考えられる。そこで今後は、これまでの景観画像評価実験や文字情報付与実験で得られた評価結果の有用性の検討という視点を含め、実際にその場を訪れた観光客の観光地評価を求め、両者の差異を明らかにすると共に、事前情報作成の資料とすることが重要であるといえる。さらに、訪日客数が相対的に少なく、日本とは文化背景が大きく異なる欧米諸国など、他の国籍の観光客の評価傾向を解明することで、より多面的な観光資源の獲得が期待できるであろう。

## 参考文献

---

## 参考文献

- 1)観光庁 国土交通省「明日の日本を支える観光ビジョン施策集 - 世界が訪れたい日本へ - 」(参照 2016. 3. 30)  
[http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics01\\_000205.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics01_000205.html)
- 2)観光庁 国土交通省「観光ビジョン実現プログラム 2016 - 世界が訪れたい日本を目指して - (観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム 2016)」(参照 2016. 5. 13)  
[http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics01\\_000208.html](http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics01_000208.html)
- 3)日本政府観光局 (JNTO) 訪日外客数の動向(参照 2019. 7. 8)  
[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor\\_trends/index.html](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html)
- 4)観光庁 国土交通省 訪日外国人消費動向調査(参照 2018. 3. 20)  
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>
- 5)広島県ホームページ 広島県観光客数の動向(参照 2018. 7. 19)  
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/78/29doukou.html>
- 6)日本政府観光局 (JNTO) 日本の観光統計データ(参照 2018. 11. 19)  
<https://statistics.jnto.go.jp>
- 7)インバウンド NOW「中国人の海外旅行の動向をデータから分析。中国からのインバウンドを獲得するコツとは？」(参照 2019. 11. 1)  
<https://inboundnow.jp/media/data/4271/5>
- 8)「訪日中国人, 4 年後に 1140 万人「爆買い」も主目的ではなくなる!?誘致の鍵は地方か？」(参照 2016. 2. 15)  
<https://newsphere.jp/world-report/20160215-1/>
- 9)杉尾邦江:ニュージーランド人と日本人の住宅庭園景観に対する意識に関する比較研究, 造園雑誌, VOL. 57, No. 5, pp. 289-294, 1994. 3
- 10)鈴木誠, 田崎和裕, 進士五十八:外国人の日本庭園観に関する比較研究, 造園雑誌, VOL. 52号, No. 5, pp. 25-30, 1989. 3
- 11)岡島達雄, 金東永, 麗和善, 内藤昌:日本・韓国伝統建築空間のイメージ評定尺度抽出, 日本・韓国伝統建築空間のイメージ特性(その 1), 日本建築学会計画系論文集, 第 458号, pp. 171-177, 1994. 4
- 12)岡島達雄, 金東永, 麗和善, 内藤昌:構成部位・要素からみた日本・韓国伝統建築のイメージ特性: 日本・韓国伝統建築空間のイメージ特性(その 2), 日本建築学会計画系論文集, 第 464号, pp. 209-, 1994. 10
- 13)Nasar, J. L.:Visual preference in urban street scenes: A cross-cultural comparison between Japan and the United States. *J. Cross-cultural Psychology*, 15(1): 79-93,1984
- 14)Yang, B. and Kaplan, R.:The perception of landscape style: a cross-cultural comparison. *Landscape Urban Plann*, 19:251-262,1990
- 15)Tips W. E. J.: The influence of the environmental background of subjects on their landscape preference evaluation, *Landscape and Urban Planning*, vol.13, pp.125-133, 1986
- 16)Buhyoff, G. J.: Landscape Preference Metrics-An International Comparison-, *Journal of Environmental Management*,Vol.16, pp.181-190, 1983
- 17)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, pp. 131-139, 2012. 2
- 18)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. 12pp. 369-378, 2013. 3
  - 19)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, pp. 63-70, 2001. 6
  - 20)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, pp. 71-78, 2002. 9
  - 21)劉靈芝, 小西敏正, 中村成春, 加藤義広: 日中伝統建築外観のイメージに関する研究, 日本建築学会計画系論文集, No. 541, pp. 131-138, 2001. 3
  - 22)劉靈芝, 中村成春, 小西敏正: 日中伝統建築外観の中国らしさ・日本らしさのイメージ認識に関する分析的な研究, 日本建築学会計画系論文集, No. 557, pp. 219-224, 2002. 7
  - 23)劉靈芝, 中村成春, 小西敏正: 日中近代建築外観のイメージに関する研究, 日本建築学会計画系論文集, No. 561, pp. 197-202, 2002. 11
  - 24)劉靈芝, 中村成春, 小西敏正: 日中現代建築外観のイメージに関する研究 中国人による都市型中高層建築のイメージ分析, 日本建築学会計画系論文集, No. 580, pp. 87-94, 2004. 6
  - 25)烏雲巴根, 長谷川祥子, 下村孝: 日本人学生および中国人留学生を被験者とした屋上緑化の景観評価, 日本緑化工学会誌, Vol. 36, No1, pp. 69-74, 2010. 8
  - 26)烏雲巴根, 長谷川祥子, 下村孝: 中国の都市景観と各種屋上緑化様式の合成画像を用いた中国人大学生による景観評価実験, ランドスケープ研究, Vol. 3, pp. 43-50, 2010. 9
  - 27)烏雲巴根, 張広平, 長谷川祥子, 下村孝: 中国人学生, 日本への中国人留学生および日本人学生による屋上緑化の景観評価, 日本緑化工学会誌, Vol. 38, No. 4, pp. 439-448, 2012. 4
  - 28)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, No. 43-3, pp. 595-600, 2008. 10
  - 29)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, pp. 343-355, 2007. 6
  - 30)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, pp. 109-113, 2008. 6
  - 31)Furutani, T. and Fujita, A. : A Study on Foreign Tourists' Behavior and Consumer Satisfaction in Kamakura, Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, Vol. 6, pp. 2154 - 2169, 2005
  - 32)堀内拓良: 外国人観光旅行者と日本人観光旅行者における京都の評価要因分析, 日経広告研究所報 228 号, pp. 39-43, 2006
  - 33)Chigako, Y. and Kei'ichi, S. : Study on Methods for Analyzing User Needs: Survey on the Needs of Overseas Visitors for Tourism Policy Development, Hokkaido University, [http://www.gradus.net/new%20HP/kenkyuronbun/pdf/Study%20on%20Methods%20for%20Analyzing%20User%20Needs\(2005\).pdf](http://www.gradus.net/new%20HP/kenkyuronbun/pdf/Study%20on%20Methods%20for%20Analyzing%20User%20Needs(2005).pdf), Viewed on 2012.9.29, 2005.
  - 34)Krairerk KLAYSIKAEW, 古屋秀樹: タイ・アユタヤにおける観光地の評価分析, 土木計画学研究・論文集, No. 31, pp. 323-333, 2014. 2
  - 35)Wooside, A. G. and Jacobs, L. W. : Step Two in Benefit Segmentation: Learning the Benefits Realized by Major Travel Markets, Journal of Travel Research, Vol. 24, No. 1, pp. 7-13, 1985

- 36)Pizam, A., Neumann, Y. and Reichel, A.: Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination Area, *Annals of Tourism Research*, Vol. 5, No. 3, pp. 314-322, 1978
- 37)Wilde, D.J. and Eagles, P.F.J.: The Use of Importance-Performance Analysis and Market Segmentation for Tourism Management in Parks and Protected Areas: An Application to Tanzania's National Parks, *Journal of Ecotourism*, Vol.2, No.3, pp. 196-212, 2003.10
- 38)Turner, L. AND Reisinger, Y.: *Cross-Cultural Behaviour in Tourism: concepts and analysis*, 2002
- 39)A. Beerli, J.D. Martin: Tourists' Characteristics and the Perceived Image of Tourist Destinations: A Quantitative Analysis a Case Study of Lanzarote, Spain: *Tourism Management* 25(5), pp. 623-636, 2004.10
- 40)岩本智樹, 増田慎, 室田昌子: 外国人観光客に対する案内情報サインの実態と課題 - 浅草を対象として -, *日本都市計画学会都市計画報告集*, No. 9, pp. 154-157, 2011. 2
- 41)大久保立樹, 室町泰徳: 旅行ガイドブックと口コミの言語解析による訪日外国人の観光地イメージに関する研究, *日本都市計画学会都市計画論文集*, Vol. 49, No. 3, pp. 573-578, 2014. 10
- 42)杉野勝敏, 朝倉康夫: 携帯機器による観光情報へのアクセス行動に関する分析, *土木計画学研究・論文集*, No. 3, pp. 593-598, 2005. 10
- 43)Nishimura, S., Waryszak, R. & King, B.: Guidebook use by Japanese tourists: A qualitative study of Australia inbound travellers. *International Journal of Tourism Research*, 8, pp.13-26, 2006
- 44)Nishimura, S., King, B.& Waryszak, R.: The use of travel guidebook by package and non-packaged Japanese tourism. *Annals of Tourism Research*, 25(4), pp.919-935, 2007
- 45)鈴木晃志郎, 若林芳樹: 日本と英語圏の旅行案内書からみた東京の観光名所の空間分析, *地学雑誌*, 117 巻 2 号, pp. 522-533, 2008. 5
- 46)今野理文, 十代田朗, 羽生冬佳: 観光ガイドブックにみる観光地アピールポイントの変遷, *観光研究*, 14 (1) , pp. 9-16, 2002. 9
- 47)Del Casino Jr., V.J. and Hanna, S.P.: Representations and identities in tourism map spaces. *Progress in Human Geography*, 24, pp.23-46.2000
- 48)Lew, A.A.: Place Representation in Tourist Guidebooks. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 12, pp.124-127,1991
- 49)中川那由多, 大澤昭彦, 大野隆造: 観光地の見所に関する事前及び観光中の情報提供のあり方が来訪者の満足度に与える影響, *日本建築学会大会学術講演梗概集*, 建築計画, pp. 587-588, 2014. 9
- 50)吉原俊朗, 西名大作, 田中貴宏, 宮地祐樹: 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 その1-中国人・韓国人被験者の個人特性-, *日本建築学会中国支部研究報告集*, 第34巻, pp. 425-428, 2011. 3
- 51)宮地祐樹, 西名大作, 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 その2-中国人・韓国人被験者による景観の心理的評価-, *日本建築学会中国支部研究報告集*, 第34巻, pp. 429-432, 2011. 3
- 52)吉原俊朗, 西名大作, 田中貴宏, 宮地祐樹, 向井康博: 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 その3-日本人・中国人・韓国人被験者による評価結果-, 日本建築学会中国支部研究報告集, 第35巻, pp. 509-512, 2012. 3
- 53)向井康博, 西名大作, 田中貴宏, 吉原俊朗, 宮地祐樹: 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 その4-評価間の関連性-, 日本建築学会中国支部研究報告集, 第35巻, pp. 513-516, 2012. 3
- 54)Yoshihara, T., Nishina, D., Tanaka, T., Kawase, K. and Takagishi, H.: 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*, No. 16-1, pp. 223-229, 2017. 1
- 55)川瀬功太, 西名大作, 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 その5-中国在住被験者による評価結果-, 日本建築学会中国支部研究報告集, 第36巻 pp. 515-518, 2013. 3
- 56)西名大作, 金華, 田中貴宏, 吉原俊朗, 川瀬功太: 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 その6-評価構造の被験者間比較-, 日本建築学会中国支部研究報告集, 第36巻 pp. 519-522, 2013. 3
- 57)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, 第708号, pp. 99-108, 2015. 2
- 58)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 その7-中国人一般市民による評価結果-, 日本建築学会中国支部研究報告集, 第37巻 pp. 417-420, 2014. 3
- 59)川瀬功太, 西名大作, 陸偉, 金華, 田中貴宏, 吉原俊朗, 高岸英子: 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 その8-中国人一般市民の評価構造-, 日本建築学会中国支部研究報告集, 第38巻 pp. 445-448, 2015. 3
- 60)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, 第726号, pp. 651-660, 2016. 8
- 61)広島県観光ホームページ(参照 2014. 8. 10)  
<http://www.kankou.pref.hiroshima.jp>
- 62)山本博文、江澤隆志—あなたの知らない広島県の歴史 洋泉社 2012年8月
- 63)下村利昭—広島県文化百選1 風物編 株式会社中国新聞社 1982年3月
- 64)村上博彦—広島県文化百選2 まつり 行事編 株式会社中国新聞社 1984年3月
- 65)小阪三生—広島県文化百選7 花と木編 株式会社中国新聞社 1990年3月
- 66)小阪三生—広島県文化百選8 味産品編 株式会社中国新聞社 1991年3月
- 67)小阪三生—広島県文化百選9 史跡編 株式会社中国新聞社 1992年3月
- 68)花と生きものガイド 広島近郊の里山探訪 ブックハウス 2004年4月
- 69)郷土資料辞典34 広島県 人文社 1981年6月
- 70)ひろしま登山 登山ガイドブック 広島県山岳連盟 中国新聞社 1998年10月
- 71)前田信二—広島歴史探訪ウォーキング 秀功堂クリエイト 2011年11月
- 72)頼 祺—街道の日本史41 広島・福山と山陽道 吉川弘文館 2006年8月
- 73)山口徹—街道の日本史42 瀬戸内諸島と海の道 吉川弘文館 2001年9月
- 74)青木順子、横山裕司—ココミル広島宮島 JTBパブリッシング 2012年7月

著者関連論文リスト

- 1) 劉娜, 西名大作, 高岸英子, 陸偉, 金華, 田中貴宏, 石川瑞穂, 姜叡: 広島県の観光景観画像に対する心理的評価に文字情報付与が及ぼす影響 - 中国人学生を被験者として - 日本建築学会環境系論文集, 第 84 卷, 第 760 号, pp. 553-563, 2019. 6
- 2) 劉娜, 西名大作, 陸偉, 金華, 田中貴宏, 姜叡: 広島県の観光景観画像に対する心理的評価に文字情報付与が及ぼす影響 その 2 : - 中国人学生による文字情報の評価結果及び個人属性との関連 - 日本建築学会環境系論文集, 第 85 卷, 第 773 号, pp. 511-521, 2020. 7
- 3) 劉娜, 姜叡, 西名大作, 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文字情報付与が及ぼす影響 その 3 : - 日本人学生による評価結果と中国人学生との比較 - 日本建築学会環境系論文集, 第 86 卷, 第 783 号, pp. 511-521, 2021. 5

## 謝辭

---

本研究をまとめるにあたり、筆者が広島大学大学院工学研究科建築環境学研究室に在籍した3年間、研究の方針や構成、分析の展開などの研究のみならず、様々な面から終始熱心なご指導をいただきました同大学工学部教授 西名大作先生に深く感謝の意を表するとともに厚く御礼申し上げます。

また、本研究を進めるにあたり、幅広くあらゆる面において真摯に指導していただきました同大学工学部教授 田中貴宏先生、同大学工学部准教授 金田一清香先生に感謝の意を表します。

本実験を行う上で、様々な御協力をしていただきました大連理工大学教授 陸偉先生、大連民族学院教授 金華先生、西日本高速道路株式会社 高岸英子氏、東京都庁財務局 川瀬功太氏に深く感謝いたします。

そして、本研究を始めたばかりの右も左も分からなかった未熟な筆者を常に多大なるご指導や助言をしていただきました呉工業高等専門学校環境都市工学科助教授 姜叡先生に深く感謝いたします。

また、博士1~2年時に共に研究を進め、筆者に様々な刺激や発見を与えてくれ、心身ともに深く成長する機会を与えてくださった東畑建築事務所 石川瑞穂氏に深く感謝の意を表します。博士3年時に苦楽を共にし、時に支えてくださった本研究室修士2年 汪星伊氏、陳明然氏、侯寧氏、本研究室修士1年 清谷大雅氏、本研究室卒論生 山鹿力揮氏に惜しめない感謝の意を表し、今後ともよい関係を築いていけることを願っております。

さらに、筆者が本研究室に在籍した3年間を共に過ごしてきた本研究室の皆様には、あらゆる面でご指導していただきました。ここに感謝の意を表します。

そして、本研究を遂行するにあたり、貴重な時間を割いていただき、被験者として実験に協力していただいた、中国人学生179名、日本人学生203名の皆様に感謝の意を表します。

最後に、筆者に学業の機会を与えて下さり、心身ともに支えて頂いた家族に、深く感謝の意を表し、厚く御礼申し上げます。

令和3年1月20日

## 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；
- 请确认每一页的页数，一页一页作答，注意不要翻重页。
- 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，就请在那一栏里画☑

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	<b>注重和周围人的配合</b>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<b>不喜欢自己的行动受到束缚</b>

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

## B) 针对您在中国国内以及海外的旅行体验和期望进行问答

※这里「旅行」指的是「不经常去的地方」与住宿和观光内容没有关系。

(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) 关于您国内“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. 旅游团	4. 冬	
5. 船	5. 其他( )		
6. 火车			
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) _____

(5) 目前为止您有过几次出国旅行的经验?

- |         |       |         |
|---------|-------|---------|
| 1. 5次以上 | 2. 4次 | 3. 3次   |
| 4. 2次   | 5. 1次 | 6. 从没出国 |

(6) 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. \_\_\_\_\_

(7) 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

(8) 今后想去日本的哪些地方旅行? 还有、去了以后做些什么?

(如果没有3个的话, 填1个或2个都可以)。

1. \_\_\_\_\_                      2. \_\_\_\_\_                      3. \_\_\_\_\_

(9) 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?

(如果没有3个的话, 填1个或2个都可以)。

1. \_\_\_\_\_                      2. \_\_\_\_\_                      3. \_\_\_\_\_

### C) 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) 您有认识的日本友人吗?

1. 有认识的经常在一起的日本朋友                      2. 有偶尔能说上话的日本朋友  
3. 有说话机会较少的日本朋友                      4. 基本没有日本朋友

(6) 您对日本的“广岛”这个地方有多少了解?

1. 非常了解                      2. 了解一点                      3. 不太了解                      4. 不了解

(7) 当您听到“广岛县”时能想到什么? 如果有的话请写下来(3个以内)

1. \_\_\_\_\_                      2. \_\_\_\_\_                      3. \_\_\_\_\_

D) 针对您对景观的态度和喜好进行问答

(1) 您认为中国的景观美丽吗?

1. 美丽                                      2. 比较美丽                                      3. 有点丑                                      4. 丑

(2) 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 A	哪个也不是	相对而言喜欢 B	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。

多多罗大桥 幻灯片 No. 8

请先阅读下面与右边地方相关的①~③号说明。

- ①连接濑户内海各个岛屿，是日本最长的斜拉索长桥（世界第5位）。
- ②可以徒步或骑自行车穿越。
- ③获得了土木学会奖。

E) 阅读了这些说明之后，您对这个地方的整体印象是。

- (1) 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
- (2) 根据每部分的说明，您都有什么样的感受呢？请在适合的方框内打勾。
- 说明文①：对这个地方，变得更想去了      变得更不想去了  
 说明文②：对这个地方，变得更想去了      变得更不想去了  
 说明文③：对这个地方，变得更想去了      变得更不想去了

※ 到这里请暂停作答，在听到指示后再开始继续作答。

F) 同时阅览说明风景照片后，请您对这个地方的整体印象进行回答。

- (1) 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
- (2) 说明与风景照片同时展示后，您结合不同的说明都有什么样的感受？请在对应的方框内打勾。
- 说明文①：对这个地方，变得更想去了      变得更不想去了  
 说明文②：对这个地方，变得更想去了      变得更不想去了  
 说明文③：对这个地方，变得更想去了      变得更不想去了
- (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
2	很有特色	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	没有特色
4	传统式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	创新式
11	很适应	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	不适应
9	乱七八糟	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	秩序井然
1	很有魅力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	没有魅力
10	不谐调	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	很谐调
7	轻松愉快	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	狭窄憋屈
12	很特别	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	很普通
5	很讲究	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	很土气
6	开放式	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	闭塞型
13	漂亮的	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	难看的
3	喜欢	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	讨厌
8	乡村风	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	都市风

G) 请告诉我们看到幻灯片以后的感受

■最后 询问一下关于您

1. 姓名 \_\_\_\_\_

2. 性别            1. 男            2. 女

3. 年龄            (            ) 岁

4. 请写下您所属的学部/学科

5. 现在的住址

国名: \_\_\_\_\_ 自治区, 省名: \_\_\_\_\_ 都市名: \_\_\_\_\_

6. 在现在的住所居住了多久

\_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月

7. 出生地

(注意 如果出生地和现在你的家庭住址不一样的情况下, 请填写长久居住的地址)

国名: \_\_\_\_\_ 自治区, 省名: \_\_\_\_\_ 都市名: \_\_\_\_\_

以上 调查问卷结束。辛苦大家了。

※ 另外, 因为有无参加这次测试的人, 所以请不要随便和别人谈论调查内容, 否则会对调查数据分析有影响。

## 广岛县介绍

从现在开始的实验将使用日本广岛县的照片，  
现就广岛县作一个简单介绍

\*「县」...在日本划分了50个区块，县是这些区块的基本单位，  
和中国的「省」是一个意思

## 广岛县的位置



距离  
广岛 ↔ 大连  
所需时间: 飞机大约2小时  
(有直达飞机)

广岛 ↔ 东京  
所需时间: 飞机大约1个半小时  
新干线大约4个小时

## 广岛县的基本情况

- 面积 约8,477 km<sup>2</sup>  
 [ 东京都... 2,188 km<sup>2</sup>  
 [ 大连市... 约1万3千km<sup>2</sup>
- 人口 约280万人  
 [ 东京都... 约1300万人  
 [ 大连市... 约600万人
- 气候 位于日本列岛的西南部，气候温暖



广岛县的北部是中国地区的山地、南部面向瀬户内海。瀬户内海有大大小小的岛屿和礁石3000个，内海的海面比较平稳。

另外，广岛县拥有全部山川、河流、山谷、平原、盆地、台地等日本特有的地形。

过去日本的中心部不是现在的东京，而是京都。

因此，与中国等大陆地区的贸易往来，瀬户内海就成为了一个重要的航路通道。



### 例

① 确认图片的号码和名称是否与调查表的一致

② 阅读说明部分

③ 阅读完说明后回答

④ 观看播放的景观图片

⑤ 结合景观图片和刚才阅读过的说明内容回答问题

1. 广岛县位于日本列岛的西南部，气候温暖。

2. 广岛县的北部是中国地区的山地、南部面向瀬户内海。瀬户内海有大大小小的岛屿和礁石3000个，内海的海面比较平稳。

3. 另外，广岛县拥有全部山川、河流、山谷、平原、盆地、台地等日本特有的地形。

4. 过去日本的中心部不是现在的东京，而是京都。

5. 因此，与中国等大陆地区的贸易往来，瀬户内海就成为了一个重要的航路通道。

问题	A	B
1. 广岛县位于日本列岛的西南部，气候温暖。	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2. 广岛县的北部是中国地区的山地、南部面向瀬户内海。瀬户内海有大大小小的岛屿和礁石3000个，内海的海面比较平稳。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 另外，广岛县拥有全部山川、河流、山谷、平原、盆地、台地等日本特有的地形。	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. 过去日本的中心部不是现在的东京，而是京都。	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5. 因此，与中国等大陆地区的贸易往来，瀬户内海就成为了一个重要的航路通道。	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

---

## 回答票①

---

### ※記入上の注意事項

- ・記入もれの原因となりますので、質問は飛ばさずに順に回答してください。
- ・実験者の指示があるまで次のページを見ないようにしてください。
- ・回答の結果は当実験の目的以外には使用しません。また、個人を特定するようなことはありません。あなたの感じたまま、思ったままに回答してください。
- ・回答に影響しますので、他の人の回答票を見たり、他の人と話をしたりしないでください。
- ・実験中は実験者の指示に従ってください。

**例**

下図はとある場所に寄る説明文です。まず、これを図表①～③をお読み下さい。

- ①全長約 35 キロメートルに及ぶ大峡谷です。
- ②図が指定した名称(文化財)の1つです。
- ③紅葉の名所としても知られています。

Ⅱ. 説明文から受ける、この場所に寄る印象についてお聞かせ下さい。

- (1) この場所に旅行で行ってみたいですか？
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
- (2) それぞれの説明文から、あなたはどのように感じましたか？ あてはまる箇所に○印をつけて下さい。
- |              |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|              | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
| 説明文①: この場所に、 | <input type="checkbox"/> |
| 説明文②: この場所に、 | <input type="checkbox"/> |
| 説明文③: この場所に、 | <input type="checkbox"/> |
- より行きたくなくなった  より行きたくなくなった  より行きたくなくなった
- (3) この場所はどこかわかりますか？ わかる場合は場所の名称をお答え下さい。
1. わかる  2. おおよそわかる  3. あまりわからない  4. わからない
- 場所名:

※ 実験者の指示があるまで一旦回答をお止めください。

Ⅲ. 次に、説明文と写真の両方から受ける、この場所に寄る印象についてお聞かせ下さい。

- (1) この場所に旅行で行ってみたいですか？
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
- (2) 説明文と写真が同時に示されていた場合、それぞれの説明文から、あなたはどのようなように感じたかと思いませんか？ あてはまる箇所に○印をつけて下さい。
- |              |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|              | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        |
| 説明文①: この場所に、 | <input type="checkbox"/> |
| 説明文②: この場所に、 | <input type="checkbox"/> |
| 説明文③: この場所に、 | <input type="checkbox"/> |
- より行きたくなくなった  より行きたくなくなった  より行きたくなくなった
- (3) この写真の撮影対象や場所に関心がありますか？
1. 対象や場所を詳しく知りたいたい  2. 対象や場所について機会があれば知りたい
- (4) この写真は日本らしい雰囲気だと思いますか？
1. 日本らしい  2. やや日本らしい  3. あまり日本らしくない  4. 日本らしくない
- (5) あなたが3つの説明文全体から想像した場所の印象と、この写真のみから受ける印象とは、どの程度一致していますか？
1. 一致している  2. やや一致している  3. あまり一致していない  4. 一致していない
- (6) あなたが3つの説明文全体から想像した場所の印象と、この写真のみから受ける印象とでは、どちらがより魅力的に感じますか？
1. 説明文  2. どちらかというとき  3. どちらかというとき  4. 写真

- (7) 次の (A)、(B) については、Ⅱ. (3) の回答結果に基づいて、Ⅲ. (3) の回答して下さい。どちらか一方に回答して下さい。
- (A-1) Ⅲ. (3) で1. わかる、及び、2. おおよそわかる、と答えた方にお聞きします。この写真に示されている場所は、Ⅲ. (3) であなたが説明文からここに判断した場所と同じでしたか？
1. 同じ  2. 違う

- (A-2) Ⅲ. (3) で2. 違う、と答えた方にお聞きします。改めてこの場所はどこかわかりますか？ わかる場合は場所の名称をお答え下さい。
1. わかる  2. おおよそわかる  3. あまりわからない  4. わからない
- 場所名:

- (B) Ⅲ. (3) で3. あまりわからない、及び、4. わからない、と答えた方にお聞きします。改めてこの場所はどこかわかりますか？ わかる場合は場所の名称をお答え下さい。
1. わかる  2. おおよそわかる  3. あまりわからない  4. わからない
- 場所名:

- (8) 次の (C)、(D) については、Ⅲ. (A-1) で1. 同じ、(A-2) で1. わかる、及び、2. おおよそわかる、(B) で1. わかる、及び、2. おおよそわかる、と答えた方にお聞きします。

- (C) この場所に行ったことがありますか？ また、行ったことがある人は、何回行きましたか？
1. 行ったことがある (a. 1回 b. 2回以上)  2. 行ったことはない

- (D) Ⅲ. (C) で1. 行ったことがある、と答えた方にお聞きします。動かれた際の印象はどうでしたか？
1. 良い  2. どちらかというとき  3. どちらかというとき  4. 悪い

- (9) あなたはこの説明文と写真が同時に示されていた場合、どのような印象を受けましたか？ 1～13の項目それぞれについて、あなたの印象にあてはまるもの1つに○印をつけて下さい。

項目	A			B		
	非常にAに近い	ややAに近い	非常にBに近い	ややBに近い	非常にBに近い	
1	<input type="checkbox"/>	魅力のない				
2	<input type="checkbox"/>	特徴のない				
3	<input type="checkbox"/>	嫌い				
4	<input type="checkbox"/>	革新的な				
5	<input type="checkbox"/>	やばったい				
6	<input type="checkbox"/>	閉鎖的な				
7	<input type="checkbox"/>	朝韻な				
8	<input type="checkbox"/>	都会的な				
9	<input type="checkbox"/>	整然とした				
10	<input type="checkbox"/>	調和した				
11	<input type="checkbox"/>	馴染みがない				
12	<input type="checkbox"/>	普通な				
13	<input type="checkbox"/>	美しい				

※ 実験者の指示があるまで一旦回答をお止めください。

## ■最後にあなた自身についてお尋ねします。

1. 氏名 \_\_\_\_\_

2. 性別            1. 男性            2. 女性

3. 年齢            \_\_\_\_\_ 歳

4. 現住所  
\_\_\_\_\_

5. 出身地・帰省先の住所

(注：出身地と現在の帰省先が異なる場合には、長く暮らしていたところを記入してください。)

\_\_\_\_\_

また、出身地・帰省先は、どのような場所ですか？

例) 自然が美しいところ

--

6. 留学年数（通算）と国名（留学経験あれば）

\_\_\_\_\_ 年        \_\_\_\_\_ ヶ月    (国名：\_\_\_\_\_)

7. 所属学部・研究科

\_\_\_\_\_

8. 最後に今回の実験に関してご意見、ご感想があれば下記の空欄にご記入ください。

--

**\* これで実験は終了です。お疲れ様でした。**

---

## 回答票②

---

### ※記入上の注意事項

- ・ 記入もれの原因となりますので、質問は飛ばさずに順に回答してください。
- ・ 実験者の指示があるまで次のページを見ないようにしてください。
- ・ 回答の結果は当実験の目的以外には使用しません。また、個人を特定するようなことはありません。あなたの感じたまま、思ったままに回答してください。
- ・ 回答に影響しますので、他の人の回答票を見たり、他の人と話をしたりしないでください。
- ・ 実験中は実験者の指示に従ってください。

氏名 \_\_\_\_\_

**A. あなたの価値観についてお尋ねします。**

以下に対になっているA・B2つの意見があげてあります。

あなたの意見は、A・Bどちらの意見に近いですか？

それぞれの項目について、あなたの考えにあてはまるもの1つに☑印をつけて下さい。

※ 例えば、「周りとの協調を重視する」という意見にやや近いと感じた場合は、例のように☑印をつけます。

項目	Aの意見	評価				Bの意見
		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	
例	周りとの協調を重視する	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	自分の行動を束縛されたくない

1	周りとの協調を重視する	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	自分の行動を束縛されたくない
2	自然と親しむ生活がよい	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	都市的な生活がよい
3	心にゆとりある生活に重きをおきたい	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	物質的な面で豊かな生活に重きをおきたい
4	古いものには受け継がれてきた良さがあ、できるだけ残していくべきだ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	古いものには今の時代にあわないものがあり、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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	個人の生活の充実が重要だと思う
8	環境や自然の保護も大事だが、生活の利便性を優先したい	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	生活の利便性も大事だが、環境や自然の保護を優先したい
9	色々なことに興味をもって活動したい	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	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方で変えていきたい	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	今の社会は今のまま安定していてほしい
12	できるだけ同じところで生活したい	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	いろいろなところで生活したい

**B. 日本国内及び海外でのあなたの旅行の経験・希望についてお尋ねします。**

※ここで「旅行」とは、「日常的には行かない場所へ行くこと」とします。

宿泊の有無や目的、内容は問いません。

(1) あなたはどのくらいの頻度で国内旅行に行きますか？

1. 1ヶ月に1回以上      2. 2、3ヶ月に1回      3. 半年に1回  
4. 1年に1回              5. 数年に1回              6. 基本的に旅行に行かない

(2) 国内旅行の中で最も印象に残った場所、もしくは地名を3つ記入してください。

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

(3) あなたの国内旅行についてお聞きします。ここでは、あなたにとって最もよくある（ありそうな）場合を想定して答えて下さい。“利用した交通機関”、“同伴者”、“旅行に行った時期”については以下の選択肢から最も当てはまる番号にそれぞれ丸を付けて下さい。“旅行期間”については空欄に当てはまる数字を記入してください。

【利用した交通機関】	【同伴者】	【旅行時期】	【旅行期間】
1. 自家用車	1. 1人で	1. 春	_____日
2. バス	2. 友人と	2. 夏	
3. 電車	3. 家族と	3. 秋	
4. 飛行機	4. ツアーで	4. 冬	
5. 船	5. その他(            )		
6. その他(            )			

(4) あなたが国内旅行の目的地を決定するに当たり、重視することは何ですか。以下①～⑧から最も適当なものを選び、その番号を i)、ii)、iii) に記入して下さい。

① 現地の名所を訪問すること(遊園地、テーマパークなどを含む)		
② 買い物		
③ 飲食(喫茶、飲酒を含む)		
④ 現地での体験(現地の伝統工芸品の製作など)		
⑤ 現地のイベントに参加すること(スポーツ観戦、伝統的な演劇の鑑賞などを含む)		
⑥ スポーツ(魚釣り、ランニング、自転車などを含む 単に景観を鑑賞することを除く)		
⑦ 休養、療養(温泉、美容などを含む)		
⑧ その他(            )		

(i) \_\_\_\_\_ (ii) \_\_\_\_\_ (iii) \_\_\_\_\_

(5) あなたは今後、国内のどこへ旅行に行きたいですか？最も行きたい場所について3つ記入してください

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

(6) あなたは何回海外旅行に行ったことがありますか？

1. 5回以上    2. 4回    3. 3回  
4. 2回    5. 1回    6. 行ったことがない

(7) 前問(6)で海外旅行に行ったことがある方にお尋ねします。あなたはどのくらいの頻度で海外旅行に行きますか？

1. 1ヶ月に1回以上    2. 2、3ヶ月に1回    3. 半年に1回  
4. 1年に1回    5. 数年に1回    6. 基本的に旅行に行かない

(8) 前問(6)で海外旅行に行ったことがある方にお尋ねします。海外旅行の中で最も印象に残った国名、もしくは地名を3つ記入してください。

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

(9) あなたは今後、海外のどこへ旅行に行きたいですか？最も行きたい国あるいは場所について3つ記入してください

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

**C. あなたの知識や関心を持っている分野についてお聞きします。**

(1) あなたは日本に関するどのような事物や事柄に関心がありますか？下記の選択肢の中から当てはまるもの全てについて、番号に丸をつけてください。

1. 政治経済                      2. 科学技術                      3. 自然、風土  
4. 建築、町並み、都市    5. 歴史、伝統                      6. スポーツ  
7. 芝居、娯楽（舞台劇、映画、音楽、ドラマ）    8. 生活文化（飲食、服飾等）  
9. その他（                      ）

(2) あなたは日本に関するどのような事物や事柄について、よく知っているという自信がありますか？ 下記の選択肢の中から当てはまるもの全てについて、番号に丸をつけてください。

1. 政治経済                      2. 科学技術                      3. 自然、風土  
4. 建築、町並み、都市    5. 歴史、伝統                      6. スポーツ  
7. 芝居、娯楽（舞台劇、映画、音楽、ドラマ）    8. 生活文化（飲食、服飾等）  
9. その他（                      ）

(3) あなたは広島県に関する事物や事柄について、よく知っているという自信がありますか？

1. 自信がある                      2. やや自信がある  
3. あまり自信がない              4. 自信がない

(4) 広島県と聞いてあなたは何を思い浮かべますか。思い浮かんだ順に6つまで記入してください。

6つも思い浮かばない人は、無理に記入する必要はありません。

1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_  
4. \_\_\_\_\_ 5. \_\_\_\_\_ 6. \_\_\_\_\_

**D. あなたの景観の好みについてお聞きします。**

(1) あなたは日本の景観を綺麗だと思えますか？

1. そう思う                              2. どちらかというと思う  
3. どちらかというと思わない      4. そうは思わない

(2) 以下に対になっているA・B2つの意見があげてあります。

あなたの意見は、A・Bどちらの意見に近いですか？

それぞれの項目について、あなたの考えにあてはまるもの1つに☑印をつけて下さい。

※ 例えば、現代的景観において‘Aに近い’と感じた場合、例のように☑印をつけます。

項目	景観 A	評価					景観 B
		非常に A に近い	A に近い	どちらでもない	B に近い	非常に B に近い	
例	現代的	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	歴史的

1	現代的	<input type="checkbox"/>	歴史的				
2	自然的	<input type="checkbox"/>	人工的				
3	母国的	<input type="checkbox"/>	異国的				
4	人の生活が感じられる	<input type="checkbox"/>	人の生活が感じられない				

\*回答項目は以上になります。ご協力ありがとうございました。