

# 渡航回数に着目した 中国人の旅行意向形成に関する研究

田中 皓大<sup>1</sup>・岡本 直久<sup>2</sup>・薛 揚<sup>3</sup>・夏 琪<sup>1</sup>・崔 燕<sup>1</sup>

<sup>1</sup>学生非会員 筑波大学大学院 システム情報工学研究科 (〒305-8573 茨城県つくば市天王台1-1-1)  
E-mail:s1820467 / s1820512 / s1720579@s.tsukuba.ac.jp

<sup>2</sup>正会員 筑波大学教授 システム情報系社会工学域 (〒305-8573 茨城県つくば市天王台1-1-1)  
E-mail:okamoto@sk.tsukuba.ac.jp

<sup>3</sup>非会員 株式会社日立システムズ ビジネスクラウドサービス事業グループ  
(〒141-8672 東京都品川区大崎1-2-1大崎フロントタワー)  
E-mail: yang.xue.eu@hitachi-systems.com

近年のインバウンド需要における訪日中国人の割合は、旅行者数・消費額の両面から見て最大であり、その旅行実態を明らかにすることが求められる。これまでの訪日中国人観光客を対象とした研究の多くは、すでに来日している中国人を対象としたものであり、渡航経験を持たない潜在層を考慮したものは少ない。そこで本研究では、中国本土でのWEBアンケートをもとに、訪日経験の有無による旅行への態度の違いを明らかにした。分析結果より、訪日経験のある層は「好感度」などの情緒的項目の高まりがみられ、逆に「自然災害のリスク」などの認知も高くなっていることを確認した。さらに訪日経験のない層は、訪日経験のある層に比べて外部からの情報入手により評価がなされ、旅行意向へと影響を及ぼしている構造が明らかになった。

**Key Words :** *inbound tourism, Chinese tourist, travel experience, travel intention*

## 1. はじめに

### (1) 研究の背景と目的

我が国のインバウンド政策は1997年のウェルカムプラン21の策定より20年が経ち、2003年のビジット・ジャパン・キャンペーンなどを経て諸処の目標を着実に達成してきた。これを受け政府は、2016年に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、翌年それに基づき新たな観光立国推進基本計画を閣議決定した。そこでは訪日外国人旅行者数・旅行消費額をそれぞれ2020年までに4000万人、8兆円とすることを目標に掲げている。具体的な現状をみると、訪日外国人者数・消費額ともに2011年から伸び続けており、2017年にはそれぞれ2869万人・4.4兆円となっている(図-1)。またその内訳をみるとアジア圏からの来訪者の伸びが大きく、中でも中国の旅行者数・消費額はともに首位であり(図-2)、日本のインバウンドマーケットにおける重要な国であることが窺える。

一方で、2015年の流行語大賞にも選ばれた「爆買い」の後、訪日中国人の一人当たり旅行消費総額は減少してきている。リピーターの増加によるモノ消費からコト消費への

シフトの結果であるとも言われるが、一人当たり宿泊料金も2014年から一貫して減少してきている。このように変化しつつある訪日中国人の旅行実態を明らかにすることが求められる。以上の状況を踏まえ、本研究では中国人の旅行意向への影響要因、また旅行に対する態度形成の構造を把握することを目的とする。

### (2) 既往研究の整理と本研究の位置づけ

訪日中国人を対象としたインバウンド観光の研究では、訪問に関する研究<sup>1) 2) 3) 4)</sup>、消費に関する研究<sup>5) 6)</sup>、評価に関する研究<sup>7) 8) 9)</sup>などが見られる。

松井ら<sup>1)</sup>は訪日外国人消費動向調査の個票データを用い、中国を含む日本周辺の5か国における国別の訪問地傾向・活動内容の指向性の違いを明らかにした。また団体・個人などの旅行形態別、初訪日・リピーターという訪日経験別にも整理を行った。また栗原ら<sup>5)</sup>は初訪日とリピーターの違いについて、観光消費額の観点から分析を行った。さらに評価については岡本ら<sup>7)</sup>が、訪日客を対象とした独自のアンケート調査をもとに、日本を含めた渡航経験国の旅行環境評価を定量的に整理した。さら

に平和度指数や購買力平価などの指標を用いた客観的な旅行環境評価との比較も行っている。

このようにインバウンド動向は様々な観点から研究が行われてきた。しかしながら、これらの研究ではすでに日本を訪れている観光客のみを調査対象としており、今後渡航を行う可能性のある潜在層を考慮していない。とくに中国においては人口も多く、さらなる潜在需要を発掘する意義は大きいと考える。薛<sup>9)</sup>は、中国本土在住の中国人を対象としたWEBアンケート調査を実施し、日本・タイ・韓国へのそれぞれの国における国家イメージ・観光対象としてのイメージの差異を比較した。さらにそれが旅行意向にどのような影響を及ぼしているかを示した。本研究では、薛<sup>9)</sup>のアンケートデータにおける渡航経験に着目し、経験の有無による中国人の観光評価の違いや、個人属性の特徴、また意識構造の違いを明らかにすることに特色がある。

## 2. 訪日中国人旅行者の動向

訪日外国人旅行者と旅行消費総額の推移を図-1に示している。統計開始の2003年から順調な成長を遂げていることがわかる。旅行者の減少している2009年は前年の金融危機だけでなく、新型インフルエンザが流行した年でもあった。また2011年3月は東日本大震災が発生し、その後も放射線の影響などが懸念された。このように経済面・安全面でのマイナス要素があった年は旅行の手控えがされていると考えられる。

中国の国外旅行は段階的に行われてきた。まず1990年にシンガポール・マレーシア・タイへの観光旅行が解禁されたのち、日本への観光旅行は2000年の団体旅行ビザの解禁に端を発している。その後、2003年に小泉首相による観光立国宣言がなされてから、日本においても外国人旅行者受け入れについて積極的に推進してきた。そのなかでもしばしばビザの発給は、渡航を可能とする要件の一つであるため、旅行者数に大きく影響を及ぼしてきたと思われる。表-1では、中国人を対象とした日本への観光ビザ発給をまとめている。2008年には家族旅行、翌年には初めて個人での旅行が可能になるなど、旅行形態の自由度は高まった。また指定期間内に何度でも渡航可能な数次ビザの発給もされるようになり、リピーターの確保も急がれている。このほかにも度々ビザの緩和、とくに経済要件においては度々緩和されてきており、直近では2017年に全国対象の数次ビザを「相当な高所得層」だけでなく、「十分な経済力をもつ層」も対象とすることとなった。しかしながら十分な経済力とは一説に25万円以上の層を指しているともされ<sup>13)</sup>、中国の平均所得がその1/10程度<sup>14)</sup>であることを考慮すると未だ中間所得層の観光旅行の実現には至っていないことも考えられる。

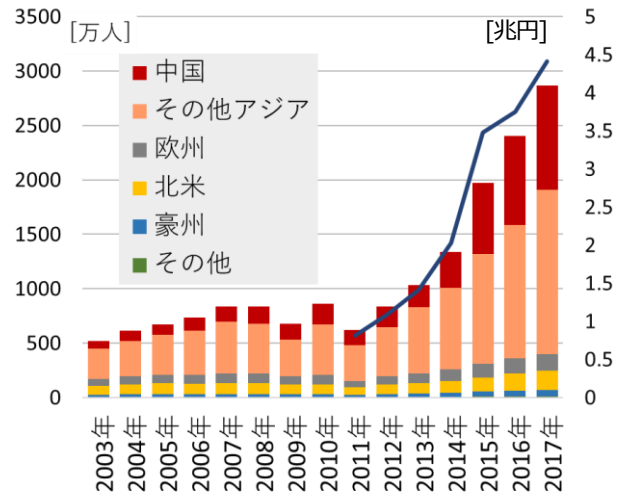


図-1 訪日外国人旅行者数<sup>10)</sup>と旅行消費総額<sup>11)</sup>

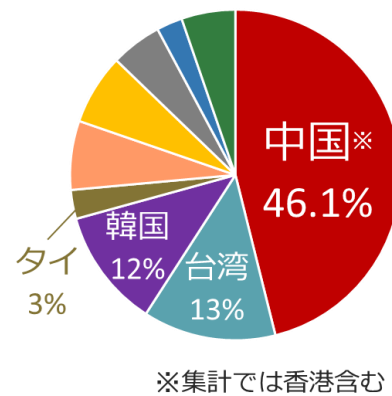


図-2 訪日旅行消費額の国別内訳 (2017年)<sup>11)</sup>

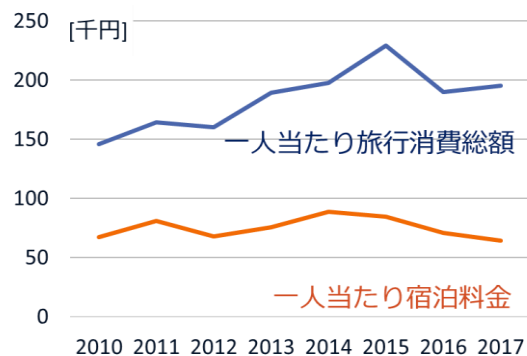


図-3 訪日中国人の一人当り旅行消費額と宿泊料金<sup>11)</sup>

表-1 訪日中国人向けの観光ビザ発給経緯<sup>12)</sup>・<sup>13)</sup>

2000年	団体観光ビザ
2008年	家族観光ビザ
2009年	個人観光ビザ
2011年	沖縄観光を対象とした数次ビザ
2012年	岩手・宮城・福島観光を対象とした数次ビザ
2015年	全国対象の数次ビザ

### 3. 渡航経験に関する影響分析

#### (1) 調査と分析サンプルの概要

本研究で用いる、薛<sup>9)</sup>でのアンケート調査概要を表-2に示す。調査は中国のリサーチ会社へ依頼し、WEB上アンケートフォームを通じた実施・回収を行っている。WEB調査という形式上、インターネット利用層に被験者が偏っていることも考えられるが、高齢層・渡航経験以外はほぼ標本設計通りにサンプルが得られている(表-3)。なお、今回の分析で用いる質問項目については以下の通りである。

- ・ 渡航経験
  - 外国渡航経験の有無及び回数  
(全数, 日本, 韓国, タイ)
- ・ 観光評価項目と嗜好 (5件法)
  - 日本の社会生活, 国民の特徴,  
好感度などの情緒的イメージ,  
観光資源, 観光環境, 観光の情報源,  
自然災害などの障害要素
- ・ 観光意向 (5件法)
  - 旅行に行きたいか, 友人へ勧めるかなど
- ・ 個人属性
  - 性別, 年齢, 収入 (年収),  
居住地, 都市部か農村部か

表-2 使用データ概要

調査実施日程	2017年12月20日-29日
調査対象	中国大陸在住の中国人
調査形式	WEBアンケート
調査委託会社	(有)長沙冉星情報テクノロジー
有効回答数	200部

表-3 個人属性・渡航経験の構成比率<sup>14)</sup>

		調査データ (人)		中国の人口 (人)		抽出度 =①/②*10 <sup>-7</sup>
		N(①)	構成率	N(②)	構成率	
性別	男性	101	51%	708150000	51%	1.43
	女性	99	50%	674560000	49%	1.47
年齢	19歳以下	38	21%	159642000	16%	2.38
	20~29歳	51	28%	231022000	23%	2.21
	30~39歳	58	32%	198194000	20%	2.93
	40歳以上	35	19%	425231000	42%	0.82
居住地	華北	18	10%	316980000	24%	0.57
	華中	76	44%	345910000	26%	2.20
	華南	44	25%	224680000	17%	1.96
	東北	15	9%	109520000	8%	1.37
	西部	20	12%	335680000	25%	0.60
渡航経験	あり	154	77%	135000000	10%	11.41
	なし	46	23%	1247300000	90%	0.37

#### (3) 渡航回数の基礎集計

まず渡航回数の度数分布状況を図-5に示す。ヒストグラムの形状をみると、渡航回数は0回-3回に多くを占める。図-6には渡航回数と年齢の関係を示しており、19歳以下・50歳以上では0回が多く、2回・3回の渡航経験は20歳代・30歳代などで見られる。これは年齢が高いほど収入レベルが上がるため、余暇活動を行う経済的余裕が大きくなっていることが考えられる。さらに渡航回数と収入レベルの関係(図-7)をみると、0回では6万元以下の収入層がとくに多いことから、このことが窺える。



図-4 本研究における中国5地域区分

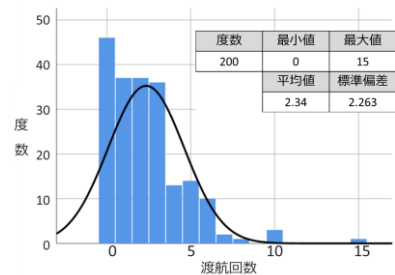


図-5 渡航回数の度数分布

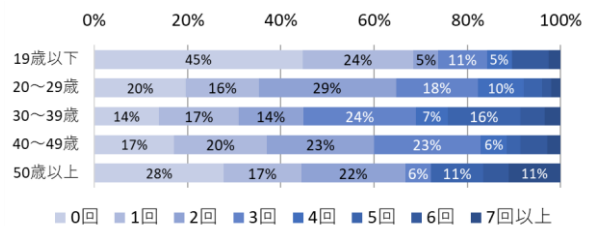


図-6 年齢層別の渡航回数

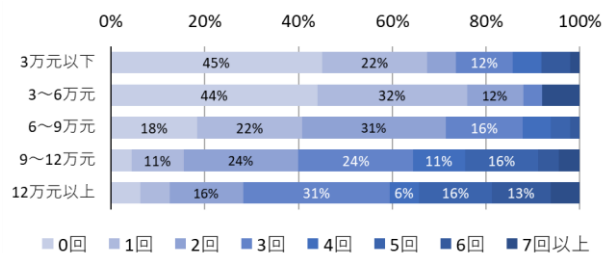


図-7 収入レベル別の渡航回数

(3) 渡航回数を従属変数としたモデル分析

a) 渡航回数分布の形状

本節では、渡航回数に影響を及ぼす要因を分析する。はじめに渡航回数の分布を捉える上で、ゼロ回（渡航経験なし）周辺の度数に偏っていることに着目する。既往研究を見ると、山口ら<sup>15)</sup>は日本国内の年間宿泊観光旅行回数モデルの定式化に際して、ゼロ回構成比の多さを「ゼロ加算モデル」を用いてモデル修正を行っている。これはゼロ回を、初めから選択される可能性が無かったゼロと、選択される可能性もあったが確率的にゼロとなったという二つの確率の和で示すものである。また Mullahy<sup>16)</sup> よりもう一つのアプローチとして Hurdle Model も引用している。これは個人がはじめに行動の有無を選択し、次に、行う選択をした個人の行動回数が切断ポアソン分布に従うというものである。本研究においては、中国本土の実際の渡航回数分布を考えた場合にはこのようなゼロ過剰モデルを考慮すべきであるが、今回のデータサンプルでは渡航経験を持たない数は母集団と比べ多くないため（表-3）、ゼロ過剰モデルは用いていない。また一般に、0以上のカウントデータ分析によく用いられる一般化線形モデルの一つにポアソン回帰モデルがあげられる。しかしながら、渡航回数度数は平均値2.34<分散5.12となっており、平均と分散が定義上一致するポアソン分布をそのまま当てはめることは適さない。

以上のことを踏まえ本節における分析では負の二項分布の適用を試みる。負の二項分布は、成功率 p のうえで r 回の成功を得るのに必要な試行回数の分布と定義され、ポアソン分布の期待値 λ がガンマ分布に従うときの分布でもある。また過大分散を説明するパラメータを含んでいることから、今回の条件にも適合すると考えられる。式 (1) が負の二項分布の関数形であり、確率分布の平均期待値を μ、分散パラメータを θ で表したものである。

$$f(y|\mu, \theta) = \frac{\Gamma(\theta + y)}{\Gamma(\theta)\Gamma(y + 1)} \left(\frac{\theta}{\theta + \mu}\right)^\theta \left(\frac{\mu}{\theta + \mu}\right)^y \quad (1)$$

さらに、Link関数は対数関数で表され、説明変数のパラメータ β を含んだ式 (2) のようになる。

$$\log(\mu) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_B x_B \quad (2)$$

b) 負の二項回帰モデル

本項の分析では、渡航経験に影響を及ぼす属性を把握するために一人当たりの渡航回数を従属変数とした負の二項回帰モデルを設定する。式 (2) における説明変数 β には、各個人属性項目を設定している。分析では最尤推定法による分散パラメータ θ の推定と、Link関数の β の推定を行った。

まず負の二項分布の当てはまりを図-8に示す。結果として分散パラメータ θ が約2.924と推定され、形状については概ね説明できていると思われる。さらに各個人属性をみると（表-5）、収入レベルと都市ダミー（0：都市部在住，1：農村部在住）について、渡航回数を説明する有意なパラメータ係数が得られた。

2016年の中国国内の所得層分類<sup>17)</sup>によると、約7万円（≒110万円）以上の所得層は中国人口の10%程度を占める中高所得層・高所得層に分類される。平均所得が約2.5万円であることを考えると、未だ低所得層との格差は大きいと思われる。経済発展による今後の所得水準の向上次第で中国人のアウトバウンド活発化が示唆されるものの、都市部への人口集中により都市部と農村部の格差が増大することは逆効果となる可能性も考えられる。

4. 訪日経験の有無による旅行意向形成の違い

本章では、訪日経験の有無によって旅行意向にどのような違いがみられるかを把握する。はじめにアンケートにおける日本に対する各評価項目で訪日有無による差異があるかどうかを把握し、その結果を踏まえた上で旅行意向を形成する構造について考察する。

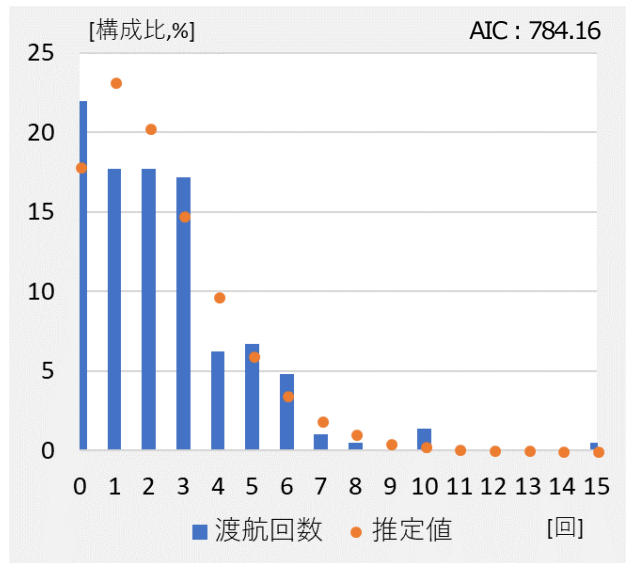


図-8 渡航回数の分布と負の二項分布の推定結果

表-4 パラメータ推定結果

	係数	z値	P値
定数項	1.14265	2.443	0.0146*
性別	-0.05352	-0.423	0.6723
年齢	-0.04613	-0.778	0.4368
収入	0.22832	4.374	1.22E-05***
地域	-0.05985	-1.114	0.2653
都市ダミー	-0.62739	-2.095	0.0362*

Signif. codes : \*\*\*p<.001 \*\*p<.01 \*p<.05

(1) 訪日経験による観光地評価の差異

訪日あり (N=72) ・なし (N=128) の群について、アンケートの各評価項目において平均値を算出し、それぞれ差の検定 (2標本t検定) を行った。なお比較するサンプルサイズが異なるため、等分散性の有意差が5%以下の場合については、独立性の仮定を棄却したWelchのt検定を行っている。

結果を示したのが図-9・図-10である。まず主に国としての評価項目の差を示した図-9では、技術の発達具合・国際社会への貢献度の2項目を除き、訪日ありの群が高い平均ポイントであった。また国民の親切さや、好感度などの情緒イメージ項目で訪日経験のある群が有意に高いことがわかった。さらに観光地としての評価項目の差を示した図-10では、買い物の利便性を除く項目すべてで訪日ありの群が高い平均ポイントとなった。とくに自然資源の魅力向上には有意差がみられている。また自然災害のリスク認知については、訪日ありの群の方が有意に高い結果となった。これは自然災害の発生を受容した上で訪日した、もしくは訪日の際に何らかの自然災害リスクを認知するきっかけがあったためと考えられる。

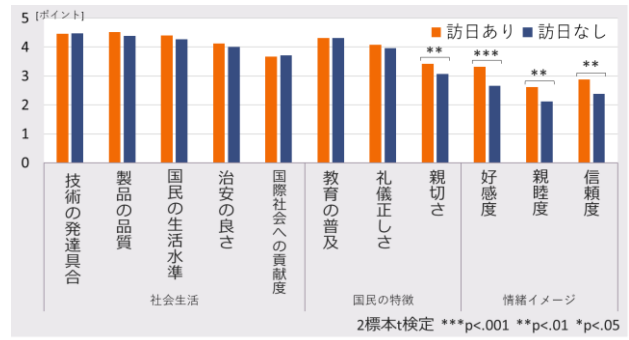


図-9 国としての評価項目

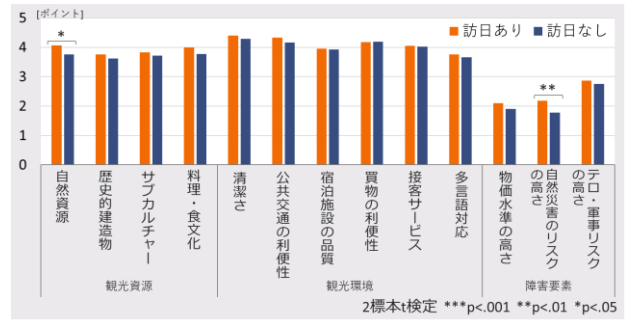


図-10 観光地としての評価項目

(2) 共分散構造分析による旅行意向形成の把握

前節で得られた結果をもとに、旅行意向の形成構造を探索していく。まず有意差の得られた項目として、好感度・親睦度・信頼度の3項目から「情緒的評価」を定義する。また観光資源・観光環境の各項目から「観光地評価」を定義する。さらに、日本に関する情報について、インターネット・家族友人・マスメディアそれぞれについての入手意欲から「日本に関する情報入手」を定義する。最後に自分の旅行意欲、他人への推奨意欲から「旅行意向」を定義する。なお潜在変数のそれぞれについて確証的因子分析を行っている。

結果について、サンプルを訪日経験のある群のみで行ったもの (N=72, 図-11), 訪日経験のない群のみで行ったもの (N=128, 図-12), 全サンプルを対象としたモデルに訪日経験の有無を組み込んだもの (N=200, 図-13) を示した。なお矢印の太さは標準化係数の大きさを表しており、図中になく観測変数・誤差変数も含め、全て5%水準で有意となった構造を簡易的に示している。

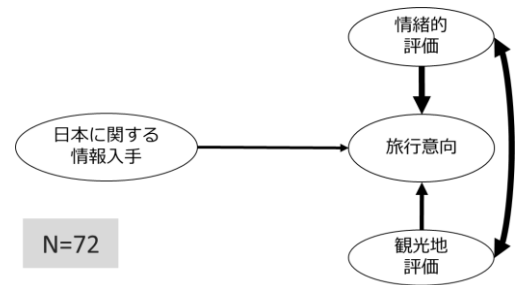


図-11 分析結果パス図[訪日経験あり]

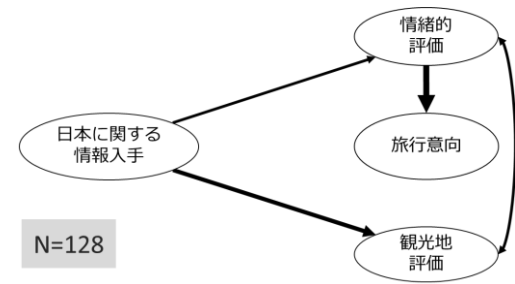


図-12 分析結果パス図[訪日経験なし]

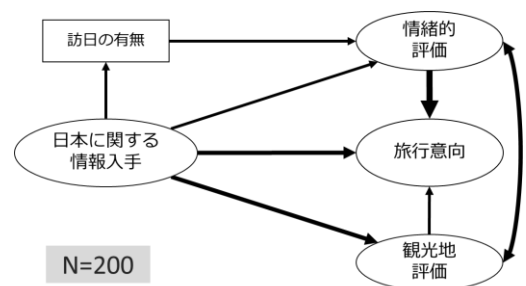


図-13 訪日経験を組み込んだ分析結果パス図

を及ぼしていることがわかった。さらに図-13における訪日の有無を別途組み込んだモデルでは、旅行意向に重要な情緒的評価が、情報入手と訪日経験の両方から説明できることが明らかとなった。

また薛<sup>9)</sup>のアンケートデータでは、日本だけでなくタイ・韓国に対する同様の質問も行っている。そこで、三か国における渡航経験の有無によって区分した計600サンプルについても、同様の分析を行う。つまり、日本・韓国・タイに対する評価を包含した旅行意向形成の構造となる。

結果として、全サンプルを対象としたモデルに渡航経験を組み込んだもの (N=600, 図-14) を示した。また図-14における推定値の詳細を表-6に示している。まず全体の構造についてであるが、訪日の場合 (図-13) と同じく、情緒的評価が旅行意向へ大きく影響を及ぼしていることがわかった。また異なる点としては、渡航回数は旅行意向へ直接的に影響を及ぼしている構造が確認されたことである。これにより、出国する国によってパス構造が異なることが示唆される。なお観測変数については、0.1%水準で有意な差がみられた項目が多いものの、観光地評価における「多言語対応」のみ有意差が見られなかったため分析には含んでいない。また障害要素である「自然災害のリスク」「物価水準」などにおいても有意差が見られないという結果となった。

表-5 パス間の係数

			標準化係数 (推定値)
情緒的評価	<---	情報入手	.362 ***
観光地評価	<---	情報入手	.288 ***
渡航回数	<---	情報入手	.180 *
旅行意向	<---	情緒的評価	.634 ***
旅行意向	<---	観光地評価	.273 ***
旅行意向	<---	渡航回数	.079 ***
家族・友人からの情報	<---	情報入手	.420 ***
マスメディアからの情報	<---	情報入手	.698 ***
インターネットからの情報	<---	情報入手	.714 ***
好感度	<---	情緒的評価	.801 ***
親睦度	<---	情緒的評価	.711 ***
信頼度	<---	情緒的評価	.805 ***
現在行きたいか	<---	旅行意向	.819 ***
将来行く可能性	<---	旅行意向	.757 ***
他人へ勧めるか	<---	旅行意向	.525 ***
自然観光資源	<---	観光地評価	.480 ***
歴史的建造物	<---	観光地評価	.590 ***
サブカルチャー	<---	観光地評価	.562 ***
料理・食文化	<---	観光地評価	.677 ***
清潔さ	<---	観光地評価	.761 ***
公共交通の利便性	<---	観光地評価	.747 ***
宿泊施設の品質	<---	観光地評価	.749 ***
買物の利便性	<---	観光地評価	.717 ***
接客サービス	<---	観光地評価	.322 ***
			相関係数 (推定値)
情緒的評価	<-->	観光地評価	.144 **

\*\*\*p<.001 \*\*p<.01 \*p<.05

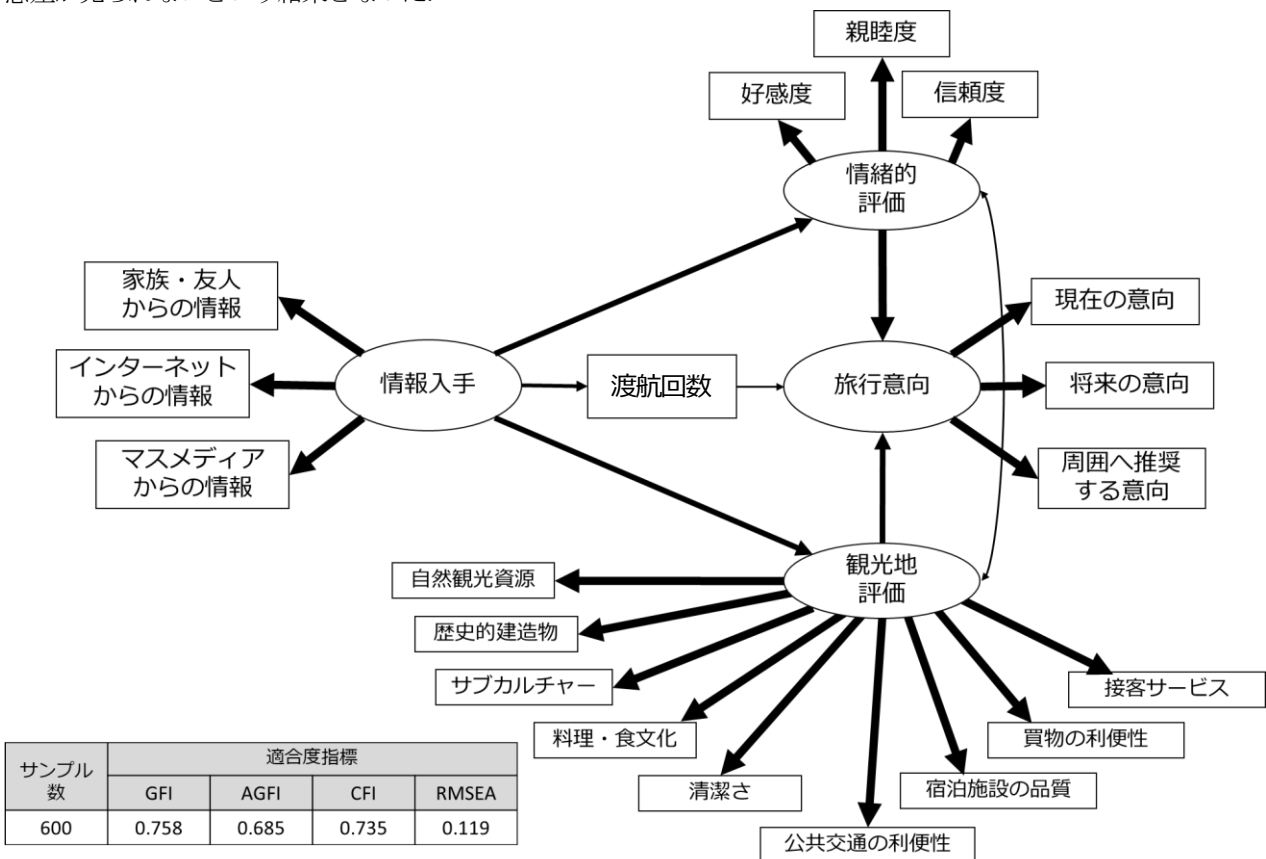


図-14 日本・韓国・タイへの旅行意向形成モデル分析結果パス図

## 5. おわりに

本研究は、中国人の旅行行動について渡航経験の有無という観点から、その影響要因と旅行意向形成の様相を明らかにした。まず2章において訪日中国人の動向と中国市場の重要性について整理した。3章では渡航経験に影響を与える要因を、渡航歴なし(0回)を含めたアンケートデータで定量的に分析を行った。その結果、収入と都市部における居住が影響を及ぼすことがわかり、今後の経済発展による功罪を示唆した。さらに4章では訪日有無における観光評価の差異と、旅行意向形成の違いを可視的に示し、情緒的な項目での有意差などを確認した。以上のことから、訪日経験の有無・回数によってその傾向や特徴が異なることを把握しており、渡航経験を持たない潜在需要層へのより具体的な観光誘致策を議論を行っていくことが今後望まれる。しかしながら、分析においていくつかの課題が残されている。まず渡航回数を説明する負の二項分布については、0回と1回の構成比が逆に推定されていることから、さらなるモデル精緻化の余地がある。また共分散モデルにおいては、訪日経験の有無においては有意差の出た自然災害のリスクや、外国旅行でまず意識する物価水準などの障害的要素をうまくモデル内に組み込めなかったことが課題である。

## 参考文献

- 1) 松井祐樹, 日比野直彦, 森地茂, 家田仁: 訪日外国人旅行者の個人行動データを用いた訪問地および観光活動に着目した観光行動分析, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.72, No.5, pp.I\_533-I\_546, 2016.
- 2) 菱田のぞみ, 日比野直彦, 森地茂: 訪問地選択の多様性に着目した訪日中国人旅行者の居住地別観光行動の時系列分析, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.68, No.5, pp.I\_667-I\_677, 2012.
- 3) 日比野直彦, 森地茂, 島田貴子: 居住地域別訪日中国人旅行者の日本国内における観光行動-インバウンド戦略検討のための基礎的分析-, 交通学研究, Vol.54, pp.55-64, 2010.
- 4) 田中敦士, 岡本直久: 訪日外国人旅行者の周遊実態に基づく観光行動圏の分析, 土木計画学研究発表会・講演集, Vol.57, No.01-02, pp.1-9, 2018.
- 5) 栗原剛, 坂本将吾, 泊尚志: 訪日リピーターの観光消費に関する基礎的研究, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.71, No.5, pp.I\_387-I\_396, 2015.
- 6) 伊東弘人, 石黒一彦, 西谷真洋: 中国の行郵税引き上げによる訪日中国人クルーズ旅客の消費行動の変化に伴う国内需要への影響分析, 土木計画学研究発表会・講演集, Vol.57, No.01-22, pp.1-10, 2018.
- 7) 岡本直久, 栗原剛: わが国の旅行環境に対する外国人来訪者の評価に関する研究, 土木計画学研究・講演集, Vol.37, 2008.
- 8) 古屋秀樹, 西井和夫, 野瀬元子, 呉戈, 金賢: 日本・中国・韓国における観光行動の実態分析, 土木計画学研究・講演集, Vol.37, 2008.
- 9) 薛揚: 中国人の周辺国に対するイメージと旅行意向の関連性分析, 筑波大学大学院修士論文, 2018.
- 10) JNTO: 統計データ (訪日外国人・出国日本)  
[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor\\_trends/](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/)
- 11) 観光庁: 訪日外国人消費動向調査  
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>
- 12) 外務省: 中国人個人観光ビザ発給要件緩和  
[https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/8/0810\\_01.html](https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/8/0810_01.html)
- 13) 黄愛珍: 訪日中国人観光客の旅行とインバウンド消費の動向, 静岡大学人文社会科学部アジア研究センター, アジア研究, Vol.12, pp.25-40, 2017.
- 14) 国家统计局: 中国统计年鉴  
<http://www.stats.gov.cn/tjsj/nds/>
- 15) 山口裕通, 奥村誠: 宿泊観光旅行発生パターンの基本的特徴と経年変化, 土木学会論文集 D3 (土木計画学), Vol.72, No.3, pp.248-260, 2016.
- 16) Mullay, J.: Specification and testing of some modified count data models, Journal of Econometrics, Vol.33, pp.341-365, 1986.
- 17) Economist Intelligence Unit 2016/11/02  
<https://www.eiu.com/home.aspx>

(2018.?? 受付)

## RESEARCH ON MAINLAND CHINESE' TRAVEL INTENTIONS IN TERMS OF THEIR TRAVEL FREQUENCY

Kota TANAKA, Naohisa OKAMOTO, Yang XUE, Qi XIA, Yan CUI

In recent years, Chinese tourists visit Japan is a larger percentage of the overall inbound tourists in terms of both the number of travelers and amount of consumption, and it is required to clarify the travel situation. Many of the previous studies were targeting Chinese tourists who have already visit Japan and few studies are focusing on potential travelers who have not visited Japan yet. Therefore, based on the WEB questionnaires conducted in mainland China, this study clarifies different attitudes towards travel due to the presence or absence of travel experience of Japan. According to the results of analysis, the emotional issues such as "likeability" can be seen higher of those who have been to Japan; on the other hand, a rise in awareness such as "risk of natural disasters" is also confirmed. Furthermore, those who

have not visited Japan obtaining information from outside and this structure influences their travel decision making.