

空港アクセス・観光地二次交通のための移動サービス と再訪意向との因果構造分析： 関空利用訪日中国人観光客を対象として

西井 和夫¹・日比野 直彦²・栗原 剛³・岸野 啓一⁴

¹正会員 流通科学大学経済学部（〒651-2188 神戸市西区学園西町3-1）

E-mail: Kazuo_Nishii@red.umds.ac.jp

²正会員 政策研究大学院大学（〒106-8677 東京都港区六本木7-22-1）

E-mail: hibino@grips.ac.jp

³正会員 東洋大学国際観光学部（〒112-8606 東京都文京区白山5-28-20）

E-mail: kurihara039@toyo.jp

⁴正会員 流通科学大学経済学部（〒651-2188 神戸市西区学園西町3-1）

E-mail: Keiichi_Kishino@red.umds.ac.jp

2000年代以降日本での『観光まちづくり』に関連して観光地活性化や観光振興に資する「需要創造型」交通施策検討が数多い。一方、欧米の都市交通分野では、MaaS (Mobility-as-a Service)に代表される統合型モビリティ・サービスによる都市交通マネジメントが検討されている。本論文では、まず MaaS 関連研究レビューから観光目的地への統合型モビリティ・サービスの導入要件を示す。次に、訪日中国人旅行客行動調査を実施し、空港アクセス・周遊交通のための移動サービス利用実態・ニーズに関する諸特性を把握する。次に、SEM（構造方程式モデリング）を構築し、訪日再訪意向と移動サービス構成項目との因果構造の仮説検証を行い、最後にこれらの結果を踏まえ、観光地の需要創造に資する統合型モビリティ・サービス提供のあり方についても言及する。

Keywords: area-development involving tourism, integrated mobility services, MaaS, airport access/excursion trips

1. はじめに

近年、我が国の観光研究における計画課題は、これまでの観光地交通論や観光地交通計画手法の開発に加えて都市型観光地を中心とした『観光まちづくり』に対する計画手法の構築への取組み（例えば、西井・近藤・大矢(2010)¹⁾、岸野・西井・近藤・佐々木(2011)²⁾）、またインバウンド観光客誘客や観光地再生のための観光地マーケティング（例えば、古屋・野瀬・太田(2011)³⁾、

劉・古屋(2014)⁴⁾、日比野・森地・島田(2011)⁵⁾、松井・日比野・森地・家田(2017)⁶⁾、栗原(2015)⁷⁾）そして観光地マネジメントの実践的課題への挑戦（西井・岸野・江守・森山(2014)⁸⁾、西井・古屋・Romao (2017)⁹⁾）に至るまで多岐にわたる。また、それらへの対応を目指す接近法として、AMMA(Area Marketing and Management Approach)の分析枠組みの提案（西井・Goullias (2016)¹⁰⁾、西井(2017)¹¹⁾）がなされているが、その中では観光地の活性化や持続可能性に資する地域交通サービス改善、

すなわち観光地魅力化を一体的に推進する「需要創造型」交通施策のあり方に関する包括的な観光地経営 (inclusive tourism destinations management) 論に基づく展開が強調されている (Nishii・Goulias・Sasaki(2017)¹², 西井(2018)¹³, 西井・江守・横山(2019)¹⁴)。

一方、欧米の都市交通分野においては、MaaS (Mobility-as-a Service) に代表される統合型モビリティ・サービスの導入 (成立) 要件や実務的課題について、実際への適用事例の比較検討とともに精力的に議論されている。例えば、後述の Kamargianni et. al. (2015)¹⁵ による研究では、既存の 11 編の MaaS 関係研究論文をレビューするとともに、欧米を中心とした 15 都市の MaaS-scheme を取り上げて、複数交通モード統合化評価指標に加えて 4 つの統合化機能の評価指標 (発券統合化(TI: Ticket Integration)、支払統合化(PI: Payment Integration)、そして ICT 統合化 (プラットフォーム化) に関連づけた旅程計画統合化(JP: Journey planning function)と予約統合化(B: Booking function)を提案し、さらにモビリティ・パッケージ統合化(MI: Mobility package Integration)も 1 つの指標として追加して比較検討を行っている。さらに、Kamargianni and Matyas (2017)¹⁶ や MaaS Alliance による WHITE PAPER (2017)¹⁷ では、これら MaaS-scheme を統合型モビリティ・サービスとして体系づけした MaaS Open and Inclusive Ecosystem を提案している。なお、これらの既存 MaaS-scheme に関する比較検討研究は、英国だけでなくオランダにおいても精力的になされており、統合型モビリティ・サービスの提供システムのあり方やそのビジネスモデル構築が議論されている (Meurs and Timmermans (2017)¹⁸, Jittrapirom et.al. (2017)¹⁹)。

これらの背景のもと著者らによる先行研究 (西井・日比野・栗原・岸野(2019)²⁰) では、「交通」・「観光」 「まちづくり」の相互の関係性に着目しながら、AMMA に基づく観光まちづくりの取組みの一環としての観光地交通のための「需要創造型モビリティ・サービス」導入のあり方を明らかにすることとし、都市交通を対象とする MaaS-scheme に関する諸研究のレビューや観光目的地における統合型モビリティ・サービス導入要件 (preconditions) に関する既往研究 (Nishii(2019)²¹) を踏まえた基礎的考察を試みた。具体的には、都市居住者対象の都市交通サービスと観光客対象の観光目的地関連移動サービスについて両者の提供スキームおよび移動サービス需要特性の差異等の

考察、そして関空利用訪日中国人旅行者行動調査の実施とその移動サービス利用実態把握のための基礎分析を行っている。

ここで、本研究と上述の先行研究との関係を明らかにしておきたい。

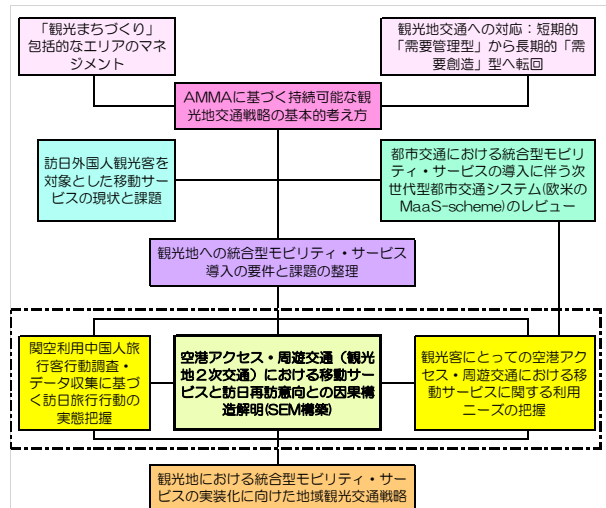


図-1 本研究の全体的枠組みとSEM構築の位置づけ

図-1は、本研究の全体的枠組みを示すと同時に、その後半部の主たるテーマとしてのSEM(Structural Equations Modeling)構築の位置づけを明らかにしている。この後半部では、訪日中国人旅行者行動調査の実施概要と基礎集計分析結果とともに、本調査データを用いたSEM構築を通じて、インバウンド観光客にとっての空港アクセスや周遊交通のための移動サービスに関するニーズ特性と訪日再訪意向との因果構造を明らかにしていくことを中心的課題として据えている。

本研究の全体構成としては、まず次節にて図-1の前半部の争点であった「観光地への統合型モビリティ・サービス導入要件とは何か」(すなわち、都市交通対応のMaaS-scheme研究を踏まえて、空港アクセス・周遊交通のための『統合型モビリティ・サービス』に求められる基本的な諸要件)についてその整理結果を示すことから始め、その上で後半部の訪日中国人旅行者行動調査の実施概要の紹介と本調査データを用いたSEM構築の検討に入っていくことにする。

2. 「統合型モビリティ・サービス」としての成立要件

Kamargianni et. al. (2016)²² は、MaaS-scheme に関するレビューから都市交通に関する革新的なモビリティ

イ・サービスとしての統合型モビリティ・サービスの成立要件とそれに基づくレベル設定等を示している。

その中で MaaS の基本的な概念は、「都市交通サービスに関する様々な形態を統合することにより需要対応型の一体化した移動サービスを提供すること」と定義でき、それは、統合化されたシームレス・モビリティ(integrated and seamless mobility)の実現(その結果として公共交通利用促進とともに長期的には車利用頻度・保有減少による持続可能性の達成)が将来の都市交通ビジョンとして据えられていることを意味する。さらに、MaaS は、ICT 技術革新のもとでのアプリによるストレスフリーでかつ高い付加価値(利便性)付与を前提として、多様な輸送形態を統合的に運営管理する新たなビジネスモデルを生み出すという特徴を有することが強調されている。

また、統合化(integration)の成立要件については、具体的に整理してみると、以下の5つの要件となる。

① 異種の(複数の)交通機関が一体化した移動サービス(Transport-mode integration) :

これは、複数交通モードが単一のプラットフォーム(組織・運営会社)によって提供されることを指す。統合型モビリティ・サービスとしての前提となる要件(必要条件)である。したがって以下の②、③、④、⑤の要件にも関連する。(例えば、①の複数の交通機関がどの程度組合されているかは、②発券システム統合化の評価基準の一つとして挙げられている。)

② 発券・支払統合化(Ticket & Payment integration; TI&PI) :

単一のスマート・カードや切符は当該サービスに関与するすべての交通モードに等しくアクセスできること

③ 単一のアカウント(Single account) :

一括決済口座によってサービス課金処理ができること。これは、次の④と密接に関連する。

④ モビリティ・パッケージ(Mobility package) :

購買者は、モビリティ・サービスの組合せについての距離(時間)単位の利用課金に関する事前支払い・定額制(subscription)・長期間利用割引制の適用サービスなどを利用できる。

⑤ ICT 統合化(ICT integration) :

モビリティ・サービスに関与するすべてのモード情報へアクセスできるように単一のアプリやオンライン・インターフェイスを持つこと。

欧米における都市交通への MaaS の導入・普及は、2000 年以降の ICT の技術革新やシェアリング・ライドなどのパーソナライズ・モビリティ化を背景にして、一方で統合化運営組織体としての運輸連合設置のための法制度の整備化(例えば柴山(2020)²³⁾によるウィーンの事例紹介など)とともに急速に進んできている。また、わが国においても都市交通分野での MaaS 研究(都市鉄道と端末交通(シェアリング・ライドなど)とのシームレスモビリティ・サービスの実験的トライアルや ICT 活用型スマート・モビリティ・サービス開発)あるいは『日本版 MaaS 導入(普及)』²⁴⁾²⁵⁾と称される実務的取組み等も高揚期を迎えている。その意味で、(日本の)観光地交通への統合型モビリティ・サービスの導入においても、法制度整備などの社会環境条件を整える作業(検討)が重要であることは言うまでもないが、容易な問題でないことも明らかである。

そこで本研究では、欧米諸都市での所謂フル・スペック型の MaaS-scheme の導入を志向するのではなく、需要者サイド(本研究ではインバウンド観光客)におけるこれら統合化モビリティ・サービスに対する利用ニーズ・意向に関する実態把握に主眼を置くことによって、現行の交通事業制度の枠組みを生かす(制約条件に組み込み緩和・調整を図る)可能性を探る形で、統合化レベルを決定するということが現実的なソリューションを生み出すのではないかと考えている。

3. 訪日中国人旅行客行動調査：概要と基礎集計分析

ここでは、観光客の抱くこれらサービス提供に対するニーズや意向表明に関するアンケート調査を実施、そして調査データに基づく基礎集計分析結果を明らかにする。具体的には、関空利用訪日中国人観光客のうちで関西地域を主な観光目的地とする観光客をターゲットとし、彼等の訪日旅行行程や訪問先パターンの実態把握とともに、訪日旅行満足度や移動サービス満足度、さらには再訪意向の規定要因としての空港アクセス性及び圏域周遊交通のための移動サービス水準の改善とインバウンド需要創出との関係についても基本的な特性を明らかにする。

本調査は、表-1に示すように訪日中国人旅行者を対象として関西国際空港国際線出発ロビーにてインタビュー形式のアンケート調査を実施した。

表-1 訪日中国人旅行客行動調査の概要

日時・場所	2019年9月28日および29日・関空国際線出発ロビー
調査方法	調査員（中国人留学大学院生5名）によるインタビュー形式のアンケート調査（中国語版調査票）
有効回答サンプル	249 サンプル（2日間の合計サンプル）
主な調査項目	具体的な設問項目
個人属性：	性別・年齢層・居住地（中国国内）・訪日渡航回数・直近の訪日時期
訪日旅程等：	滞在日数・主な訪問先・滞在日数・同行者・訪問目的・旅行手配方法・旅行商品等申込先・再訪したい訪問先・再訪意向度評価・関空アクセス/周遊交通サービスの改善の有無
空港と最初/最後の訪問地との間の移動で利用した交通機関（代表交通機関および利用交通機関の組合せ）	訪日旅行における空港と最初/最後の訪問地との移動で利用した交通機関（代表交通機関および利用交通機関の組合せ）
訪日旅行における各種サービスの利用満足度評価：	空港アクセス/周遊交通サービス・宿泊施設・観光施設等の7項目サービスに関する利用満足度評価（大変不満～大変満足までの7点満点評価）
主な訪問先での移動サービス評価：	主な訪問先での移動サービスの利用の有無と次回利用満足度・次回利用意向
移動サービス改善と再訪意向度：	移動サービスの改善5ケースと再訪意向度評価との関係（SP形式の5ケース間の選好意識評価）

以下では、主要な調査項目について、訪日中国人旅行客の訪日旅行の基本的属性および訪日旅行中の移動における交通サービスの利用実態とその選好・利用意向の基礎集計分析結果を紹介する。

（1）全サンプルデータの基礎集計

まず、本調査から得られた 249 サンプルの有効回答データに関する個人属性・訪日旅程について確認しておくことにする（表-2 参照）。

個人属性では、年齢層構成においてシニア層の割合が6%と少なく、とくに女性のシニア層(3.7%)のサンプルが少ない。中国人訪日旅行者の中国国内の居住地は北京市や上海市などの大都市および沿岸域の省に分布していて、上位6都市・省で全体の約6割を占める。またこれまでの訪日経験については、「初めて」の割合が47.0%と約5割を占める。次いで「2回目」と「3～5回目」(19.3%)が続くが、それらのうちで直近の訪日時期は、「1年以内」(46.6%)と「3年以内」(36.6%)とで全体の8割以上となっている。これらは最近の典型的な中国人インバウンド・ツーリストの個人属性を特徴づけるものと考えられる。

次に、訪日旅程に関して、日本での平均滞在日数は、全サンプルベースで8.3日（観光・レジャーが主な訪日目的として回答した場合5.73日）となっている。同行者は、家族や友人等での訪日が全体の約84%を占

める。また訪日目的は、ビジネス+観光やMICEなどの複合型の多様な訪日目的から主要な訪日目的を1つだけ回答させているが、それによると「観光・レジャー」の割合(73.1%)が圧倒的に高く、次いで「業務」(11.2%)、「親族・知人訪問」(8.8%)、「ハネムーン」(3.2%)そして残りが「その他」(3.7%)である。そして、今回の訪日旅行に関する航空券や宿泊施設の手配方法・申し込み方法については、「ウェブサイト」からの申し込み(65.5%)による「個人旅行」(58.2%)が主流となっていることがわかる。

これらの訪日旅程属性は、訪日経験などの個人属性とともに、空港アクセス交通や主な訪問先での周遊交通における移動サービスの利用・意向に関する満足度/選好度そして訪日再訪意向等を規定する要因と考えられ、さらに因果構造の解明と政策評価を含む詳細なモデル分析に繋げていく必要があると言えよう。

表-2 訪日中国人旅行客行動調査データにおける個人属性と訪日旅程

主な調査項目	具体的な設問項目	集計結果
個人属性		
個人属性	性別	男性: 45.8%, 女性: 54.2%
	年齢層	若年層 (under 35 yrs old) : 53.8% , 中年層 (35-under 65): 40.2%, シニア層 (over 65 yrs old): 6.0%
	居住地 (中国国内)	1位: 広東省14.1%, 2位: 北京市13.7%, 3位: 遼寧省11.6%, 4位: 上海市8.0%, 5位: 浙江省7.6%, 6位: 山東省6.0% → 上位6位 (大都市・沿岸部) 累積61%
	訪日渡航回数	初めて: 47.0% , 2回目: 22.1%, 3～5回目: 19.3%
	直近の訪日時期(過去に訪日経験有り: 131)	1年以内: 46.6% , 3年以内: 36.6% , 3年以上前: 16.8%
訪日旅程等		
訪日旅程等	滞在日数	平均滞在日数: 8.3日, (観光・レジャー: 5.73日)
	主な訪問先	大阪のみ: 30.9%, 大阪+京都: 19.7%, 大阪+関西圏外1箇所: 11.6%, 大阪+2箇所以上: 30.5% → 大阪訪問率: 全体の96.8%
	同行者	観光・レジャー: 73.1% , 業務: 11.2%, 親族・知人訪問: 8.8%, ハネムーン: 3.2%, その他: 3.7%
	旅行手配方法	団体旅行: 26.9%, パッケージ旅行: 14.9%, 個人旅行: 58.2%
	旅行商品等申込先	ウェブサイト: 65.5% , 旅行会社等の店頭: 30.5%, 電話等: 4.0%
	再訪したい訪問先(248)	大阪: 47.2% , 京都: 16.1%, 神戸: 4.4%, その他: 32.3%
	再訪意向度評価(7点満点評価)	全体評価平均値: 5.22 (大阪: 5.22, 京都: 5.20, 神戸: 5.50, その他: 5.19) → 『大阪』に対する再訪意向の評点5(「やや来たい」)以上の評価が80.4%
	関空アクセス/周遊交通サービスの改善の有無	両者改善不要: 79.1%, 空港アクセス改善要: 6.5% , 周遊交通改善要: 4.2% , 両者改善要: 10.2%

次に、主な訪問先については、調査対象中国人旅行者の出国港が関空利用であるために、「大阪（大阪府内を含む）」への訪問率が96.8%と圧倒的に高い。

そこで、この主な訪問先や複数都市訪問パターン

あるいは訪日目的については、周遊交通の移動サービスの利用特性を大きく規定することから、以降の基礎集計分析では、全サンプルから主な訪日目的を「観光・レジャー」と回答、かつ主な訪問先の一つとして「大阪」を回答した 178 サンプル（以下、「代表サンプルデータ」と呼ぶ）を取上げることにする。

(2) 代表サンプルデータによるモビリティ特性と
訪日旅行中のサービス満足度に関する基礎集計

代表サンプルデータは、さらに「大阪のみ」と「大阪+京都」・「大阪+神戸」とを合わせて『大阪近距離圏内周遊型』(A グループ) と、「大阪+東京・名古屋」など関西圏外都市・地域を 1 箇所周遊するパターン」および「大阪+2 箇所以上周遊するパターン」を合わせた『大阪+広域周遊型』(B グループ) との 2 つのグループに分けて、両グループ間での空港アクセス・周遊交通における利用交通機関そして移動サービス等の訪日旅行サービス利用満足度等の実態把握を行った。

まず代表サンプルデータ (A・B グループ間) における個人属性プロフィールを眺めたところ、性別構成に比較して年齢層構成の差異が有意 (若年層比率: A; 62.6%, B; 42.5%) となっていた。またそれに関連づけて、旅行手配方法 (ここでは、旅行会社の団体旅行とパッケージ旅行や個別手配の個人旅行の 2 タイプ) に関してクロス集計すると、大阪近距離圏内型(A)の団体旅行割合が 17.6%であったのに対して、大阪+広域周遊型(B)のそれでは、54.0%の高い割合を示している。

これらの結果を踏まえて、図-2 は代表サンプルデータに関する入国時の空港から最初の主な訪問先 (大阪) への移動で利用した交通機関の割合 (延べ利

用交通機関割合) を訪問先パターン (A/B グループ) 別・旅行手配方法 (団体/個人) 別に示したものである。

これより、まず代表サンプルデータ全体で見ると、主な交通機関の利用割合は、1 位: 貸切バス(34.3%)、2 位: 都市内鉄道(24.2%)、3 位: 長距離バス(19.7%)、4 位: 都市間鉄道(10.1%)、5 位: 路面電車等(6.2%)の順位となっている。

一方、訪問先パターンや旅行手配方法の違いに着目すると、各交通機関の利用割合が大きく異なっていることがわかる。すなわち、大阪近距離圏内周遊型(A)では、個人旅行タイプでは、都市内鉄道(38.7%)、長距離バス(28.0%)、次いで都市間鉄道(13.3%)、路面電車(9.3%)となり、貸切バスの利用割合は 8.0%である。逆に、団体旅行タイプでは、この貸切バスが 75.0%と突出して、次いで都市間鉄道(25.0%)となっている。

これに対して、大阪+広域周遊型(B)では、団体・個人の割合がほぼ拮抗しているが、やはり交通機関利用パターンは大きく異なる。団体旅行では、大阪近距離圏内周遊型(A)と同じく貸切バス利用(85.1%)が大半である。一方、個人旅行タイプでは、都市内鉄道、長距離バスがそれぞれ 25.0%、次いで都市間鉄道(20.0%)が続いている。大阪近距離圏内型 (A) の個人旅行タイプとの比較では、都市内鉄道の利用割合が減少し、相対的に都市間鉄道の利用割合が多くなっていて、これは広域周遊特性によるものと考えられる。

なお、図-2 より入国時最初の主な訪問先(大阪)への移動における各交通機関の利用割合と訪問先パターンや旅行手配方法との関係についての特徴を読取ることができたが、統合型モビリティ・サービスの導入のための検討のためには、複数の交通機関利用の組合せ (混合トリップ: mixed-mode trip / multiple-mode tour) に関する利用実態の詳細把握も今後の課題の一つと言える。

次に、図-3 は、空港アクセス交通や主な訪問先での周遊交通における移動サービスの利用満足度について、他の訪日旅行中のサービス (宿泊施設・観光施設・観光レジャー活動等における提供サービス) および主な訪問先に関するイメージ (街並みや景観等のブランドイメージと安全・安心イメージ) の利用満足度と相対的に比較しながら満足度評価 (7 段階のリッカート尺度[1 点: 大変不満~7 点: 大変満足]) を回答させ、その平均値を求めた結果 (代表サンプル全体および A・B グループ別) である。

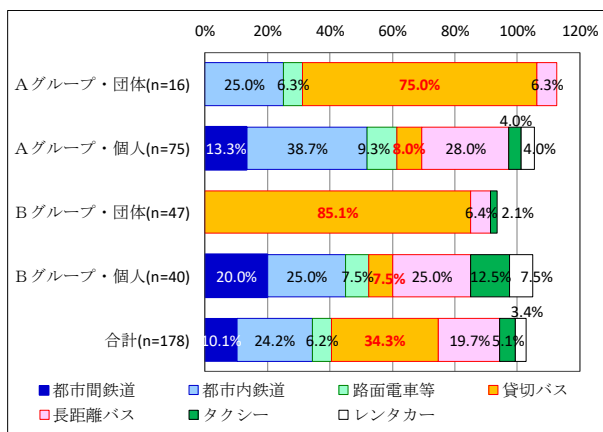


図-2 代表サンプルデータにおける交通機関利用割合 (訪問先パターン別・旅行手配方法別[入国時利用交通手段])

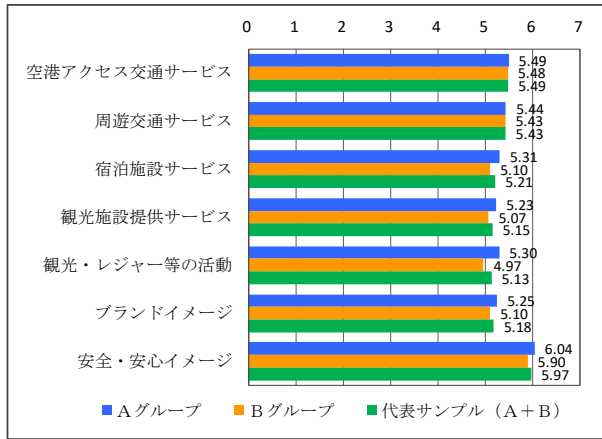


図-3 代表サンプルデータにおける訪日旅行中の利用サービス満足度評価 (平均値)

図-3より、交通サービスに関する利用満足評価(平均値)の2つ(「空港アクセス交通サービス」「周遊交通サービス」)は、代表サンプル全体で5.49および5.43ポイント(「やや満足」(5.0)と「満足」(6.0)の中間値)であり、両者の統計的な差異はないと判断できる。他のサービス評価項目については、「安全・安心イメージ」と「ブランドイメージ」の2つの評価と比較して残りの3つの評価については、いずれも大阪近距離内型(Aグループ)の平均値が大阪+広域周遊型(Bグループ)のそれよりも高い。これは、訪問先パターンによるというよりも、広域周遊で訪問した場所(「大阪以外」)自体の観光資源のグレードや観光施設サービスレベルに起因した差異であると推察される。

そこで、訪日旅行中の空港アクセス・周遊交通において利用した移動サービスに対する改善要・不要の設問回答分布(入出国時利用代表交通機関別)に着目して集計を試みることにし、その結果を表-3に示す。

表-3 入/出国時利用交通機関別に見た 空港アクセス・周遊交通サービス改善要・不要割合

上段：入国時 下段：出国時	両者とも改善不要	空港アクセス改善要	周遊交通改善要	両者とも改善要	合計(代表サンプル)
都市間鉄道	82.4%	5.9%	0.0%	11.8%	100.0%
	72.7%	18.2%	0.0%	9.1%	100.0%
都市内鉄道	93.5%	3.2%	0.0%	3.2%	100.0%
	94.1%	5.9%	0.0%	0.0%	100.0%
路面電車等	80.0%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%
	75.0%	0.0%	25.0%	0.0%	100.0%
貸切バス	74.4%	2.3%	4.7%	18.6%	100.0%
	80.7%	1.8%	1.8%	15.8%	100.0%
長距離バス	72.0%	20.0%	0.0%	8.0%	100.0%
	80.0%	8.9%	2.2%	8.9%	100.0%
タクシー	88.9%	0.0%	0.0%	11.1%	100.0%
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	83.3%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	80.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
合計	81.6%	5.9%	2.6%	9.9%	100.0%
	82.5%	5.6%	2.8%	9.0%	100.0%

表-3より、入国時/出国時との比較では、「タクシー」利用の際のサービス改善要・不要割合分布が大きく異なる以外は、他の利用交通機関でのサービス改善への要指摘(5%以上の指摘割合)の傾向に差異は見られない。また、個別の利用交通機関別に眺めると、軌道系公共交通では、「都市間鉄道」に於ける『空港アクセス・周遊交通の両者の移動サービス改善が不要である』と回答した割合が低い。その中で、『空港アクセス交通サービスの改善が必要』の回答が『周遊交通サービスの改善が必要』の回答割合に比べて多いと言える。一方、「都市内鉄道」の『空港アクセス・周遊交通の両者とも改善不要』の回答が9割を超えている。ただし、「路面電車等」で『周遊交通サービスへの改善』回答が20%~25%程度あることから考えると、これらと「都市内鉄道」との組み合わせによる周遊交通においては、都市内鉄道側にもサービス改善の検討余地があることを示唆している。また、「貸切バス」「長距離バス」そして「タクシー」を含めた door-to-door 型輸送機関利用の場合についても、『空港アクセス・周遊交通の両者とも改善要』の回答が8.0%~18.6%の割合を示しており、これらはインバウンド観光客にとって訪日旅行中のトータルの移動サービスに関する利便性(運賃や快適性を含め)におけるサービス改善への指摘であると理解すべきであろう。

(3) 訪日旅行中の統合型モビリティ・サービスに関する利用率と次回利用意向度

本研究では、観光地への MaaS タイプの統合型モビリティ・サービス導入要件として表-4に示す5つの構成項目を設定した。これは、本研究全体枠組みの前半部における MaaS の成立要件および既存の外国人観光客対象の移動サービス事例に基づいている。なお、5つの構成項目のうち、「移動・観光活動サービスのパッケージ化」は、観光目的地への統合型モビリティ・サービス導入に固有な項目として新たに設定している。これまでの MaaS (都市交通対応)における「モビリティ・パッケージ」とは、「一括口座決済」(ポストペイ方式)や「定額制や長期利用割引制」が成立要件として掲げられていたが、対象者がインバウンド観光客であることから、彼等の移動サービスに対するニーズ(需要)特性を考慮して商品マーケティング戦略の一つである『パッケージング』の考え方を適用している。

表-4 統合型モビリティ・サービスの構成項目

項目(item)	サービス内容(content)	既存事例(example)
1. 複数交通手段利用の組合せ等情報提供サービス	複数交通機関組合せや公共交通機関一端末サービスへの乗換え・乗継ぎ方法に関するプランづくりと情報提供サービス	交通事業者各社HP・案内サイト、旅行会社HP等
2. 移動サービスの予約手配サービス	インターネット等による事前に（or 現地でも）移動サービスの予約手配サービス	交通・旅行事業者サイト(JR,私鉄各社, JTB)、Trip.com (携程旅行)
3. 現金精算不要サービス	交通ICカードのように切符発券や現金精算不要なサービス	ICOCA Suica, KANSAI THRU PASS Kansai Area Pass, 1日乗車券
4. ポストペイ方式電子決済サービス	4. ポストペイ（後払い）方式で利用者支払口座での一括の電子決済サービス。	PiTaPa・登録型割引/定額制サービス、Apple Pay, PayPay等スマホ決済サービス
5. 移動・観光活動サービスのパッケージ化	5. 移動サービスと観光・レジャー施設利用サービスとのパッケージ化（入館料割引特典付等）サービス	大阪周遊パス (Osaka Amazing Pass)

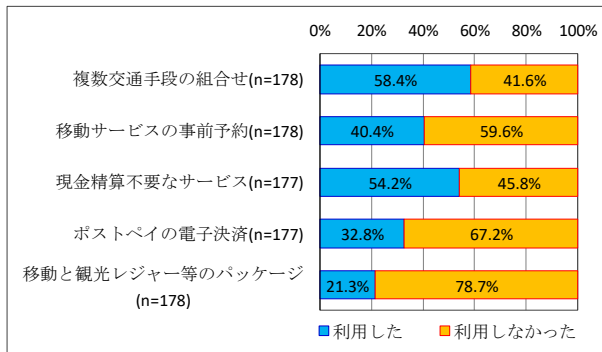


図-4 移動サービスの利用の有無

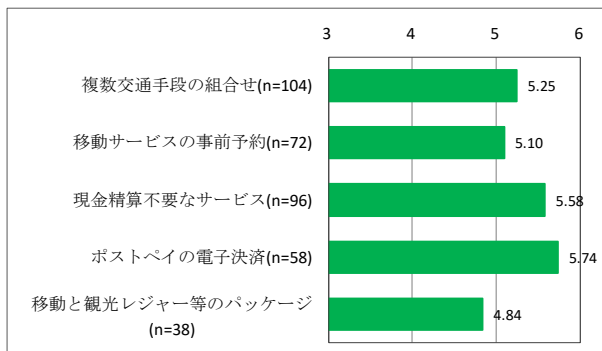


図-5 移動サービスの利用満足度評価(平均値)

本調査では、これら5項目の移動サービスについての訪日旅行中における利用の有無ともに、『利用した』の回答の場合にはその利用満足度（7点満点：1点（大変不満）～7点（大変満足））を、また『利用しなかった』の回答の場合には次回利用意向（3選択：『次回も利用しない』、『わからない』、『次回利用したい』）を回答させた。図-4～図-6は、それぞれの結果を示す。

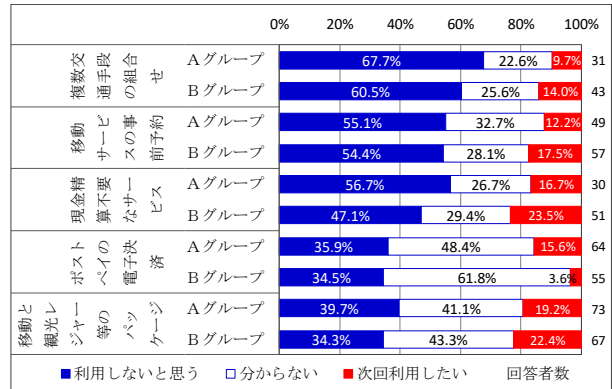


図-6 移動サービスの次回利用意向度

図-4より、利用した割合が最も高い移動サービスは、「複数交通手段利用の組合せ等情報提供サービス」(58.4%),次いで「現金精算不要の交通パスサービス」(54.2%),さらに「事前予約手配サービス」(40.4%),「ポスト・ペイの電子決済サービス」(32.8%),そして最後に「移動と観光レジャー等のパッケージサービス」(21.3%)と続く。これらのうち、下位の2つのモビリティ・サービスの利用率の低さが目立つ。

一方、図-5より、移動サービスの利用満足度評価の観点からは、「ポスト・ペイの電子決済サービス」の平均値(5.74)は最も高い評価を得ているのに対して、「パッケージサービス」の平均値(4.84)は逆に最も低い評価である。したがって、統合型モビリティ・サービスとしての「移動と観光レジャー等のパッケージサービス」に関しては、旅行手配方法との関連づけのもとでその認知度（普及率）を高めるとともに、サービス内容の改善（魅力化）等の工夫が課題と言える。

そして、図-6より、訪問先パターン（大阪近距離圏内型(A)と大阪+広域周遊圏型(B)）間の比較の観点から眺めると、以下の傾向を読み取ることができる。

- ① 「ポストペイの電子決済サービス」以外の4サービス項目は、大阪+広域周遊型(B)の方が大阪近距離圏内型(A)よりも『次回利用したい』割合が高い。ただし、「ポストペイの電子決済サービス」についてはBグループで『わからない』との回答(61.8%)が非常に多いこと等から、回答者の移動サービスに関する理解度（認知度）不足や設問の仕方の問題が一因となっていることも留意すべきであろう。
- ② 逆に、Bグループの「交通パスサービス」は、『次回利用したい』割合(23.5%)が最も高く、かつ、A

グループとの差異(+6.8 ポイント)も最も大きい。

③ また、「移動と観光レジャー活動等のパッケージサービス」についての『次回利用したい』割合は、Aグループ(19.2%)で他のサービス項目の中でも最も高いが、Bグループでも「交通パスサービス」について2番目の割合(22.4%)を示している。したがって、「移動と観光レジャー活動等のパッケージサービス」は、現状の利用実態は必ずしも高くはないものの、その利用ニーズ(潜在的需要)は高いと推察できる。

(4) 主な訪問先での移動サービス改善と訪日再訪意向
(代表サンプルデータ：訪問先パターン別旅行手配方法別)

ここでは、前節で掲げた主な訪問先での5つの移動サービスの改善の有無によって、現状の訪日再訪意向度がどのように変化(『変わらない』『意向度+1ポイント増加』『意向度+2ポイント増加』)するかについてSP形式の設定問を用意した。

表-5は、本調査で取り上げた5ケース(ケース2~ケース6)の移動サービス改善パターンである。なお、ケース1とは、現状ケースで現時点の主な訪問先への訪日再訪意向度評価を指す。なお、その評価方法は7段階評価：1点;『絶対行きたくない』~7点;『絶対行きたい』とする。

表-5 移動サービスの改善パターン(5ケース)設定

ケース \ 移動サービス改善項目	A: アクセス・周遊交通に関する情報提供サービス	B: 予約手配サービス	C: 切符発券や現金精算が不要なサービス(交通ICパス)	D: 事前登録型・一括型電子決済サービス	E: 観光・レジャー施設利用とのパッケージ・サービス
G-1 ケース 2	現状	現状	現状	改善	改善
G-2 ケース 3	現状	改善	改善	現状	現状
G-3 ケース 4	現状	改善	改善	改善	改善
G-4 ケース 5	改善	現状	改善	現状	改善
G-5 ケース 6	改善	現状	改善	改善	現状

図-7は、訪問先パターン別(A/Bグループ)・旅行手配方法別(団体/個人)に、各ケースにおける訪日再訪意向度の変化の回答者ごとの結果をもとに各ケースの意向度評価値の平均値を算定したものである。

これより、大阪近距離圏内(Aグループ)では、団体/個人旅行者形態で再訪意向評価のケース間の傾向の違いが見られる。すなわち、大阪近距離圏内で団体旅行

の場合、ケース4の4項目改善の再訪意向評価平均値(5.88)が最も高く、次には「観光レジャー活動施設利用とのパッケージ化」が改善されているケース2の平均値(5.63)そしてケース5の平均値(5.44)が続く。一方、個人旅行の場合、ケース4の平均値(6.25)は高いが1位ではなく2位であり、「情報提供サービス改善」が含まれるケース5の平均値(6.37)が1位で、またケース6の平均値(6.17)が3位となっている。

訪問先パターン	旅行手配方法	ケース1(00000)	ケース2(00011)	ケース3(01100)	ケース4(01111)	ケース5(10101)	ケース6(10110)
大阪近距離圏内(A)	団体(16)	4.81	5.63	5.13	5.88	5.44	5.38
大阪近距離圏内(A)	個人(75)	5.40	5.91	6.00	6.25	6.37	6.17
大阪広域周遊圏(B)	団体(45)	5.20	5.87	5.71	5.93	5.98	5.89
大阪広域周遊圏(B)	個人(40)	4.93	5.45	5.50	5.98	5.93	5.63

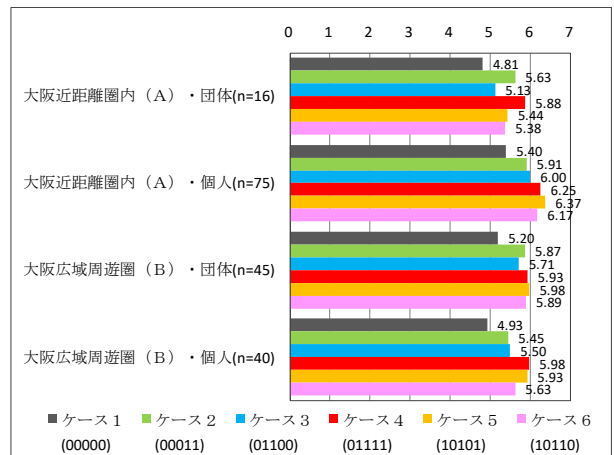


図-7 移動サービス改善ケース別訪日再訪意向度

したがって、主な訪問先での移動サービスに関して、団体旅行者にとっては「観光レジャー活動施設利用とのパッケージサービス改善」が選好され、個人旅行者には、「情報提供サービス改善」が選好される傾向があると推察できる。

一方、大阪+広域周遊型(Bグループ)に関しては、個人旅行者ではケース4とケース5との両者の再訪意向評価平均値の差はそれほど有意とは言えない。また、団体旅行者については、いずれのケースにおける評価平均値のばらつきが小さい。これは、回答者によるバイアス(原票の中に質問Gがすべてのケースで「変わらない(0ポイント)」回答となっているサンプル等による)や移動サービスの利用実態のバラツキもAグループに比べて大きいことなど推量され、移動サービスの選好意識評価分析に関する詳細な分析が必要である。

その意味で、これら統合型モビリティ・サービスと訪日再訪意向との因果構造分析解明の検討(次節)の意義は大きいと言える。

4. 統合型モビリティ・サービスと訪日再訪意向との因果構造分析：SEM 構築

ここでは、前述の関空利用訪日中国人旅行者行動調査データを用いて、空港アクセス・周遊交通における移動サービス特性（利用実態や利用満足度）と訪日再訪意向との因果構造のモデル表現を SEM (Structural Equation Modeling: 構造方程式モデリング) 構築を通じて行うこととする。

SEM は、変数間の因果関係を分析する手法の一つであり、観測変数と潜在変数とを同時に扱うことができる特徴を有する。また、SEM の起源は Joreskog らにより提唱された検証的因子分析 (confirmatory factor analysis) に遡ることから、観測変数との関係についての仮説をあらかじめ構築しておき、それをデータによって検証するという方法である。(岡太・守口(2010)²⁶⁾そして SEM に関連する諸研究は、1980 年代後半より交通行動分析分野²⁷⁾²⁸⁾だけでなくマーケティング分野²⁹⁾を含めてその適用範囲も広く、また統計パッケージソフト (例えば IBM SPSS Amos³⁰⁾) の普及も著しい。

本研究における SEM 構築の手順としては、まずインバウンド観光客需要に関する潜在因子としての「訪日再訪意向因子」を規定する様々な潜在因子 (これらは空港アクセス・周遊交通のための移動サービスの水準と利用実態・満足度、個人属性、旅行行程特性などの観測変数との因果パスによって説明される) との関係性に関する仮説を表現した因果パス図を設定する。次に、SEM のモデルへ組み込む観測変数の定義を行い、観測データから得られた分散共分散行列に合致するパラメータ推定を統計パッケージ適用により推定する。

以下では、代表サンプルデータを用いた SEM 構築ケース (Basic model) における因果パス図を図-8 に、またパラメータ推定結果を図-9 に示す。

Basic model では、「訪日再訪意向因子」(L4) を規定すると考えられる全体で 9 つの潜在因子 (L1~L9) を仮定し、これら潜在因子間の因果パスおよび各潜在因子を規定する観測変数 (合計で 31 個) によって、図中に示した 5 つの仮説 ([H1]~[H5]) の検証のための因果パスのパラメータ推定を行った。図-8 中の因果パスの推定結果より以下の諸点がわかった。

■ 仮説[H1]と仮説[H5]とに関連して、「訪日再訪意向因子」(L4) は「訪日旅行満足度因子」(L5) によって規定されるが、一方で他の潜在因子 (「個人属性」(L1) や「訪

日旅程因子」(L3) など) による有意な因果関係は認められなかった。

■ 仮説[H2] (「訪日旅行満足度因子」(L5) は、「訪日旅程因子」(L3) とともに、ツーリストが訪日旅行中に利用した諸サービスに関する利用満足度因子 (L6 と L7) によって規定される) は、有意であることがわかった。

■ 仮説[H3] は、「移動サービス満足度因子」(L7) が実際に移動サービスの利用の有無に関わる潜在因子 (「移動サービス利用因子」(L8)) と移動サービスの非利用の場合に次回 (再訪時) の利用ニーズに関わる潜在因子 (「移動サービスニーズ因子」(L9)) によって規定されるかどうかを検証するもので、後者の L9 の規定力が弱いことがわかった。

■ 仮説[H4] は、「訪日旅程因子」(L3) に関する仮説検証であり、結果として、「訪日旅行満足度因子」(L5) への直接的な因果パスだけでなく、「観光サービス満足度因子」(L6) を介して間接的に L5 を有意に規定することが認められた。

■ 潜在因子間の因果パス構成の中で、「訪日旅程因子」(L3) を規定すると仮定していた「個人属性」(L1) と「旅行者嗜好・経験因子」(L2) については、パラメータ推定のトライアル (観測変数の取捨選択) の過程で、L2 の一部の観測変数を L1 に組み入れて、「個人属性/経験因子」(L1+L2) に統合した潜在因子に変更している。

次に、図-9 を用いて、Basic model におけるパラメータ推定結果について具体的に考察していく。

まず、Basic model の全体的な適合度を示す統計量については、 χ^2 値=864.217, p 値=0.000, GFI 値=0.757, AGFI 値=0.713, RMSEA=0.093 となっており、モデル全体の適合度は十分高いと言えず、適合度の改善に向けた今後の課題点を見つけ出しておくことが必要と考えている。基本的に各々の潜在因子を規定する観測変数の選別や定義が潜在因子間の因果関係にも影響すると言えるので、この Basic model における主要な潜在因子についての推定パラメータ値から読み取れる課題点を確認しておきたい。

■ 図-9 のパラメータ推定結果 (標準化係数の検定統計量) の中で | 検定統計量 | < 1.645 (*印) は、「訪日旅程因子」(L3) → 「移動サービス満足度因子」(L7) と 「移動サービスニーズ因子」(L9) → 「移動サービス満足度因子」(L7) の 2 つだけである。これは、「移動サービス満足度因子」(L7) への説明変数としての 3 つ目の潜在因子 (「移動サービス利用因子」(L8)) の規定力が

突出していて、相対的に他の潜在因子の規定力が有意にならないことによるとも推察される。

■ 上述の検討課題に関連するが、移動サービスの実際の利用実態（「移動サービス利用因子」(L8)）やその利用満足度（「移動サービス満足度因子」(L7)）は、明らかに空港アクセスや周遊交通のための移動手段としてどのような交通機関（とその組み合わせ）を利用したか、その意味では「訪日旅程因子」(L3)の中の観測変数（「入／出国時利用代表交通機関」(C4)や(D4)）との関係をうまくモデルに表現しておく工夫が必要であると言える。

5. おわりに

本研究の目的は、MaaS に代表される統合型モビリティ・サービスに対する観光客の抱くニーズや意向表明に関する基礎調査を実施し、得られた調査データに基づく定量的需要特性分析結果から、観光地への統合型モビリティ・サービスの導入・実装化に関わる課題を明らかにすることにある。そのために、関空利用訪日中国人観光客を主たる対象者として、訪日中国人旅行客行動調査を実施することにより、彼等の訪日旅行における空港アクセス・周遊交通における移動サービスの利用実態および再訪意向の規定要因としての空港アクセス・周遊交通における移動サービス（統合型モビリティ・サービスの構成項目に着目しながら）水準改善との関係について基礎的な考察を行ってきた。

前節で述べてきた訪日中国人旅行客調査データに関する分析は、訪日外国人観光客の訪日中の移動サービスに関する利用実態把握と統合型モビリティ・サービスへのニーズ（利用意向）等の需要特性についての基礎的理解を深める意義があったと考えている。また、本論文の後半部の統合型モビリティ・サービスと訪日再訪意向との因果構造把握のための SEM 構築については、全体の適合度の改善の余地はあるものの、基本的な因果パス構造についての仮説検証ができた。今後は、今回の Basic model による推定結果から得られた検討課題への取組みを行い、改良 SEM モデルに基づく移動サービス改善政策評価のためのツール開発等に向けた検討を進めていく必要がある。

最後に、観光地への統合型モビリティ・サービスの導入条件の議論については、本研究で示した 5 つの構成項目が「必要かつ十分な構成要件」なのかを検証

していく必要があると考えている。この検討は、都市交通への MaaS-scheme 導入の際に度々議論されている論点であるが、観光地においても、モビリティ・サービスにおける「統合化(integration)」の概念規定や「サービスとしての交通」の捉え方の課題としてだけでなく、さらに「需要管理・需要創造」などの観光地計画課題(AMMA の基本的課題として)としても関連する。したがって、これらの論点を踏まえながら統合型モビリティ・サービスの構成要件への検証を深めていくことが肝要と言える。

【謝辞】

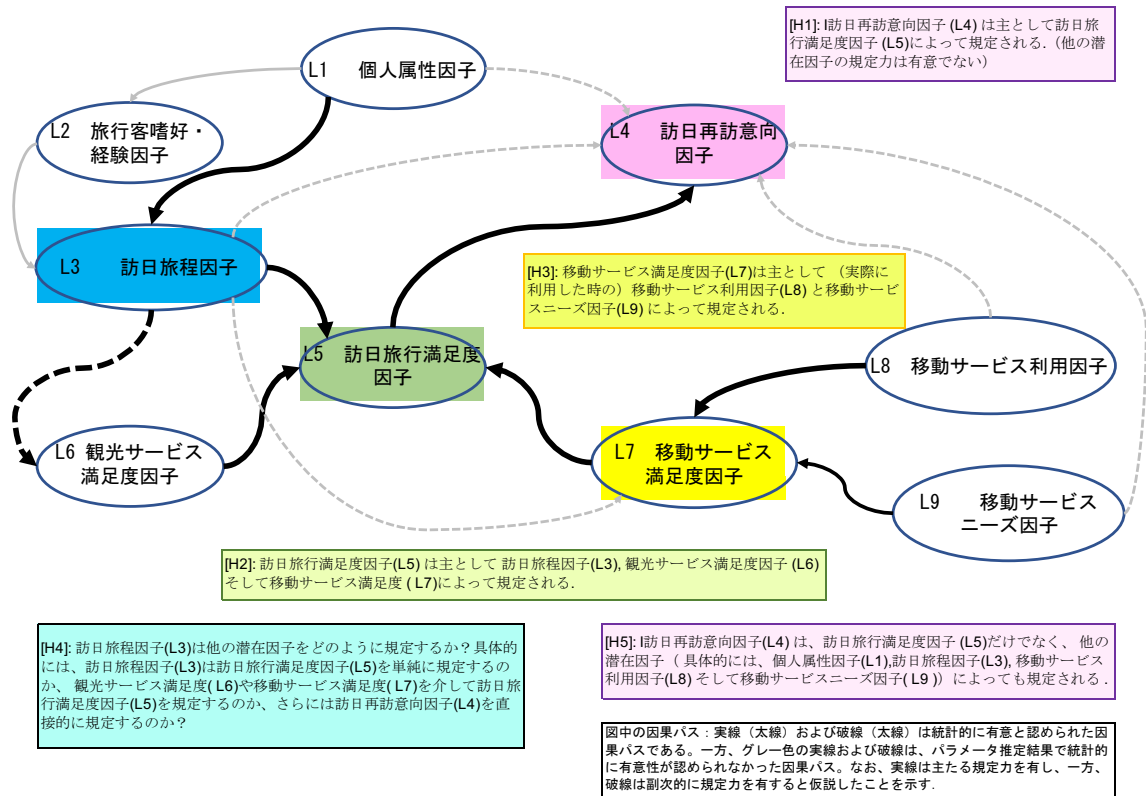
本研究の遂行の中で中国人旅行客行動調査の調査設計および調査票の中国語版作成にあたっては、浙江大学孫 轍准教授、陳夢微研究員、蘇州大学 吳 戈副教授、そして北京交通大学 邵春福教授に多大の労力と協力を賜ったことに対して、紙面を借りて謝意を表します。

また本研究は、関西空港調査会 2019 年度調査研究助成における採択研究として実施しているものであり、関西空港調査会よりの研究支援に対して厚く御礼申し上げます。

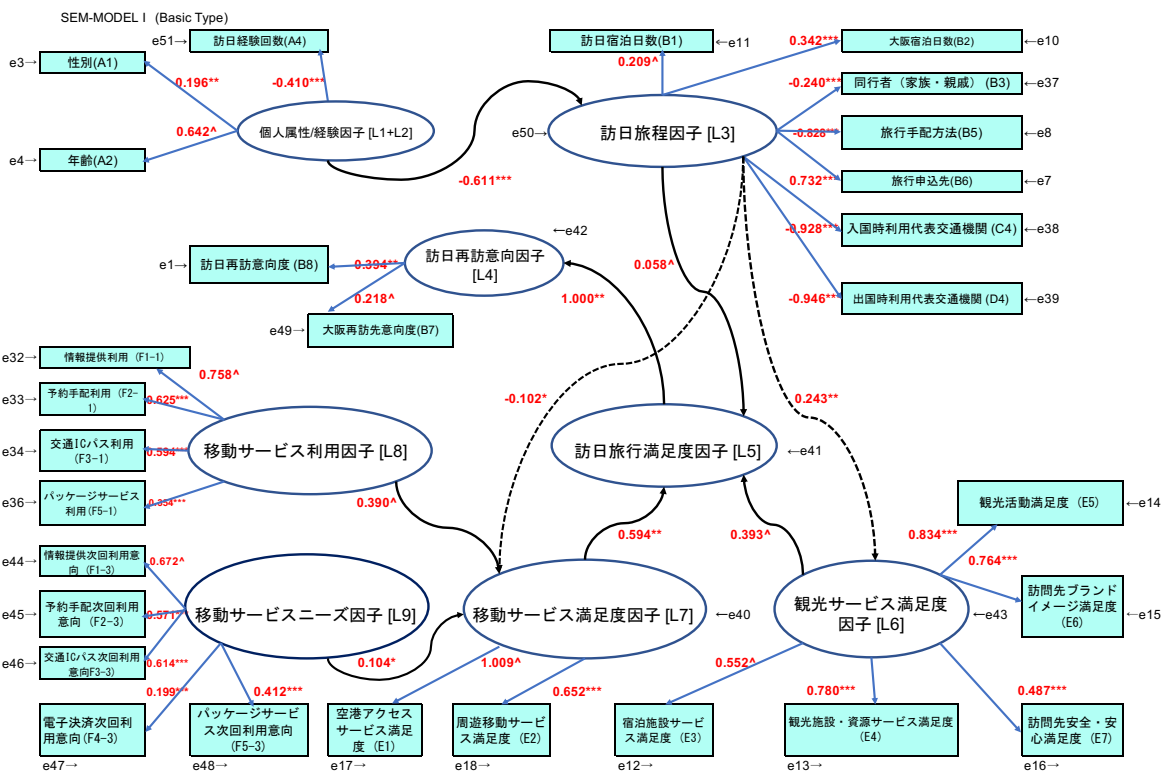
【参考文献】

- 1) 西井和夫・近藤勝直・大矢正樹：小規模な都市と観光地における魅力的な圏域形成のための基本的課題，土木計画学研究・講演集，No. 42，CD-ROM，2010。
- 2) 岸野啓一・西井和夫・近藤勝直・佐々木邦明：世界遺産高野山における観光まちづくりのための社会実験，交通工学特集号，Vol.46，No.1，pp.44-49，2011。
- 3) 古屋秀樹・野瀬元子・太田勝敏：外国人旅行者の交通パス購入意向に関する研究，土木学会論文集 D3(土木計画学)[土木計画学研究・論文集 28 卷]，67，(5)，2011。
- 4) 劉 喻娟・古屋秀樹：中国人旅行者の訪日行動並びに再訪意向に関する基礎分析，第 29 回日本観光研究学会全国大会学術論文集，No.29，249-252，2014。
- 5) 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分析-，交通学研究，Vol. 54，55-64，2011。
- 6) 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先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，D3，72，(5)，533-546，2017。
- 7) 栗原 剛：地域におけるインバウンド観光消費の研究-訪日外国人消費動向調査と独自調査データを用いた分析-，東海大学観光学部紀要，No.6，15-25，2015。

- 8) 西井和夫・岸野啓一・江守昌弘・森山昌幸：観光地交通対策の課題整理：エリアマネジメントの観点から", 第 29 回日本観光研究学会全国大会学術論文集, No. 29, pp.85-88, 2014.
- 9) 西井和夫・古屋秀樹・ロマオジョアオ(J. Romao)：観光まちづくりにおけるエリアのマネジメントに関する基礎的考察-AMMA の観点から-, 第 32 回日本観光研究学会全国大会学術論文集, No.32, 81-84, 2017.
- 10) 西井和夫・K. Goullias：AMMA に基づく観光圏域形成と持続可能性に関する基礎的考察, 土木計画学研究・講演集, No. 53, CD-ROM, pp1-8, 2016.
- 11) 西井和夫：AMMA に基づく観光のマーケティングに関する基礎的考察, 流通科学大学論集-経済・情報・政策編, 第 25 巻, 第 2 号, pp1-12, 2017.
- 12) Nishii,K, K. Goullias and K. Sasaki: The concept of emerging diverse synergy from tourism related transport strategies in Area Marketing and Management Approach (AMMA), Paper presented at the 57th ERSA Congress in Groningen, The Netherlands, 2017.
- 13) 西井和夫：観光地ライフサイクル(TALC)に基づく包括的エリア・マネジメント, 第 33 回日本観光研究学会全国大会学術論文集, No.33, 101-104, 2018.
- 14) 西井和夫・江守昌弘・横山 憲：エリア・マーケティング・マネジメント・アプローチ(AMMA)に基づくイベント対応 TDM の観光まちづくりへの展開-伊勢神宮式年遷宮 TDM を事例として-, 交通工学, Vol.54, No.4, pp8-13, 2019.
- 15) Kamargianni, M., Matyas, M., Li, W., and Schafer, A.: Feasibility Study for "Mobility as a Service" concept in London, REPORT edited by UCL and Energy Institute and Department for Transport, 84p, 2015.
- 16) Kamargianni, M., and Matyas, M.: The business ecosystem of Mobility as a Service, Paper presented at the 96th Transportation Research Board Annual Meeting, Washington DC, USA., 2017.
- 17) WHITE PAPER: Guidelines & Recommendations to create the foundations for a thriving MaaS Ecosystem, edited by MaaS ALLIANCE AISBL, 21p, 2017.
- 18) Meurs, H and H. Timmermans: Mobility as a Service as a Multi-Sided Market; challenges for Modeling, Paper presented at the 96th TRB, 1-13, 2017.
- 19) Jittrapirom, P, V. Caiati, A. M. Feneri, S. Ebrahimigharehbaghi, M. J. Alonso-González and J. Narayan: Mobility as a Service: A Critical Review of Definitions, Assessments of Schemes, and Key Challenges, Urban Planning, Vol.2, No. 2, pp13-25, 2017.
- 20) 西井和夫・日比野直彦・栗原 剛・岸野啓一：観光まちづくりと統合型モビリティ・サービス導入：課題整理, 土木計画学研究・講演集, No. 60, CD-ROM, pp1-4, 2019.
- 21) Nishii, K.: Preconditions of introducing integrated mobility services in tourism destinations in Japan: Toward more attractiveness in urban tourism, presented at the 15th International Nectar Conference in Helsinki, Finland, 2019.
- 22) Kamargianni, M., W. Li, M. Matyas, and A. Schafer: A critical review of new mobility services for urban transport, Transportation Research Procedia 14, pp3294-3303, 2016.
- 23) 柴山多佳児：ウィーンは交通統合をどのように進めてきたか、プランニングから MaaS まで, 日本交通学会 関西西部会主催 講演会資料, 2020. Jan. 10.
- 24) 土田宏道：日本版 MaaS の実現に向けた国土交通省の取り組みについて, 新都市, Vol.74, No.2, pp28-31, 2020.
- 25) 例えば、JMaaS の取り組み例：『豊田市とジョルダン、観光型MaaSのモバイルチケット「ENZOY とよたパス」提供を発表』, LIGARE ひと・まち・モビリティ ニュース, 2019.July.17.
- 26) 岡太彬訓・守口 剛：「マーケティングのデータ分析」, 朝倉書店, 第 9 章, pp104-117, 2010.
- 27) 北村隆一・森川高行編著：「交通行動の分析とモデリング」, 技報堂出版, 第 3 部モデリング, 2002.
- 28) Nishii,K, K.Sasaki, and J. Tanabe: Empirical analysis of leisure driver decision structure underlying SA/PA choice behaviors on expressways in Japan, Paper presented at the 53rd ERSA Congress in Palermo, Italy, 2013.
- 29) 豊田秀樹：「共分散構造分析[入門編]:構造方程式モデリング」, 朝倉書店, 1998.
- 30) IBM SPSS Amos の紹介 ; [http. www.ibm.com /jp-ja/marketplace/structural-equation-modeling-sem](http://www.ibm.com/jp-ja/marketplace/structural-equation-modeling-sem).



図一八 SEM-Basic modelにおける潜在因子構造 (因果パス) に関する仮説



図一九 SEM-Basic modelにおけるパラメータ (標準化係数) 推定結果

THE ACTUAL CONDITIONS OF USE/NEEDS OF MOBILITY SERVICES IN TOURISM
DESTINATIONS AS A CAUSAL FACTOR DETERMINING THE INTENTION OF REVISITS BY
CHINESE TOURISTS

by

Kazuo NISHII, Naohiko HIBINO, Takeshi KURIHARA, and Keiichi KISHINO

Tourism related transport studies in Japan have remarkably expanded in scope over the last three decades. Since 2000s, the 'demand emergence' approach has been drawing attention because it has the function as a stimulus for tourist demand to a certain extent. The demand emergence measures have therefore been discussed closely connecting with the area development involving tourism (ADIT) and inclusive area management. On the other hand, current urban transport studies have been intensively concerned with 'integrated mobility services' like Mobility-as-a-Service (MaaS) in ICT-innovated urban cities in Europe. Kamargianni (2016) has pointed out that integrated and seamless mobility is the idea behind the MaaS. Most of the existing MaaS schemes intend to integrate different transport modes and provide seamless door-to-door mobility in passenger transport system in urban cities, but we have hardly had experience with integrated mobility services based on the MaaS scheme in tourism destinations in Japan.

In this paper, first the MaaS related studies are reviewed to identify the preconditions and challenges for introducing such MaaS-scheme into the tourism destinations. Second, Chinese inbound tourist travel behavior survey is conducted to grasp basic characteristics of the actual conditions and needs of uses of integrated mobility services in the airport access trip and excursion tours in tourism destinations. Third, the SEM (structural equation modelling) is applied to identify the linear causal relationships between the intention of revisiting Japan and integrated mobility services such as information, booking, ticketing & payment, single-account, and packaging. The results show that all of five hypotheses related to causal relationships among latent (endogenous) variables are statistically significant. Finally, we try to propose demand emergence measures for inbound tourists with making further examination how extent we can integrate those mobility services toward more attractive and sustainable tourism destinations. (270)