

わが国地方部を訪れる外国人観光客の 目的地と拠点の認知に関する研究—仙台を事例に

幾世橋 哲矢¹・泊 尚志²

¹正会員 国土交通省 東北地方整備局 (980-8602 仙台市青葉区本町3-3-1 仙台合同庁舎B棟)

E-mail:kiyohashi-t82ab@mlit.go.jp

²正会員 東北工業大学准教授 工学部都市マネジメント学科 (982-8577 仙台市太白区八木山香澄町35-1)

E-mail: tomari00@st.tohtech.ac.jp

本研究では、外国人が実際に訪れた地域に対する認知に焦点を当て、仙台・東北を例に、訪れた地域の名前に対する認知を意味する「目的地認知」について先行研究の再検証をすることを第一の目的に、また、現在東北の観光振興を目的に取り組まれている仙台の「拠点化」について、外国人観光客がそもそも拠点という概念を持ち合わせているのかという実態把握に加え、拠点認知および目的地認知と周遊行動との関係を把握することを第二、第三の目的とし、街頭調査を実施した。分析の結果、目的地認知については先行研究を支持する結果が得られた。また、拠点認知については周遊パターンによって拠点認知の有無やその地域が異なることを明らかにし、目的地認知および拠点認知と周遊パターンについて数量化理論3類を用いることでその関係性を示した。

Key Words : *inbound tourists, perception of destination, travel hub, Sendai, Tohoku*

1. はじめに

近年、わが国のインバウンド観光客数は急激に増加しており、政府は2020年に4,000万人、2030年には6,000万人という目標を掲げている。一方で、地方部が占めるインバウンド観光客数の全国シェアは依然として低く、東北地方を例に挙げると全国の1.5%程度にとどまっているのが現状である¹。その理由の一つには、地方部が外国人にそれほど知られていない点が挙げられ²、外国人が旅行の目的地を決める際の候補に選ばれにくいことが考えられる。観光目的地の選択行動については従来議論されてきているが、目的地の候補に挙がりにくい地域がどのような認知をされた上で選択されるかについては明らかではない。上述の意味で目的地の候補に挙がりにくい地域の観光プロモーションを図るためには、観光客の訪れた地域に対する認知を理解することが重要である。以上の背景を踏まえ、先行研究³では「目的地認知」（訪れた地域の名前に対する認知）について東北・仙台を事例に研究がなされているが、サンプル数の少なさを課題に挙げている。そこで、仙台を訪れる外国人観光客の目的地認知について、先行研究の再検証をし、精査することを本研究の第1の目的とする。

また、他方では仙台の拠点化に関する議論が進んでい

る。政府による「明日の日本を支える観光ビジョン」⁴においては、東北の観光振興を目的とした仙台の拠点化が提言され、交通アクセスの強化をはじめとする各種取り組みが行われている⁵。観光拠点到に求められる機能の一つには、ゲートウェイや交通結節点として近隣の県・地域への波及効果が挙げられるが、そもそも観光客が拠点を設けているのか、また拠点の認知が実際の行動に影響を与えているのかについてはこれまで明らかになっていない。そこで、本研究では観光客による拠点への認知の実態を明らかにすることに加え、認知が実際の行動に与える影響を把握することをねらいとし、拠点認知および目的地認知と周遊行動との関係に関する知見を得ることを第2および第3の目的とする。

以上をまとめると、本研究の目的は次の3点である。

- ・ 先行研究の再検証による目的地認知の精査
- ・ 外国人観光客の拠点に対する認知の実態把握
- ・ 拠点認知および目的地認知と実際の行動との関係の把握

2. 既往研究の整理と本研究の位置づけ

観光における目的地選択についてはこれまで多くの知

見が蓄積されている。以下ではカテゴリ別に文献を整理した上で本研究の位置づけを述べる。

(1) 観光目的地選択モデル

まずは、目的地選択モデルについてレビューし、観光における目的地選択の流れと枠組みを理解する。Schmoll⁶⁾によると、観光における目的地選択の流れは、まず「旅行欲求」が生じ、次にその欲求を満たすための「情報収集」が行われ、さらに収集された情報を元に「選択肢が検討」され、最後に選択肢の中から最適な「決定」をするという目的地選択に至るまでのプロセスを示している。Mill and Morrison⁷⁾, Um and Crompton⁸⁾, Woodside and Lysonski⁹⁾, John and Paul¹⁰⁾, Mansfeld¹¹⁾もSchmoll⁶⁾のモデルを支持し、観光における旅行者の目的地選択の枠組みが示された。

(2) 旅行先イメージ、認知の形成

目的地選択には旅行先イメージが深く関わっており、Pearce¹²⁾は、旅行先のイメージと旅行者の心理的要因が相互作用することによって選択肢集合が形成されることを示しており、また、Matheson and Wall¹³⁾, William C. Garener¹⁴⁾は旅行先選択肢が目的地イメージによって評価されて決定に至ることを指摘している。また、Woodside and Lysonski⁹⁾, Middleton¹⁵⁾は旅行先の写真やパンフレットなどのチャネルによって旅行先に対するイメージや認知が形成され、またそれらが旅行者の中でカテゴリ分けされる(J.A.Ansah¹⁶⁾)ことを示している。さらに、Sangkyum Kim and Erang Park¹⁷⁾, 金城ら¹⁸⁾, 林ら¹⁹⁾によると訪問経験回数によって形成する目的地イメージが異なり、Tsung Hung Lee²⁰⁾, Ching-Fu Chen²¹⁾は目的地イメージが再訪意向に影響を与えていることを示している。李²²⁾もまた、観光情報を与えると情緒的イメージが肯定的なものに変化し、それらは性別によって差異が生じることを明らかにしている。加えて、加藤ら²³⁾は、地域イメージは10対の形容詞によって抽出できることを示している。

(3) 観光行動・周遊パターン

観光客の実際の観光行動・周遊行動に関する文献を整理する。杜²⁴⁾, 澁谷ら²⁵⁾, 戴²⁶⁾, 松井ら²⁷⁾, 古屋ら²⁸⁾, 西野ら²⁹⁾によると、旅行者の国籍すなわち旅行の出発地域によって訪問地域や観光行動、周遊パターンが異なることを明らかにしている。また、菱田ら³⁰⁾, 姚ら³¹⁾は、中国人観光客に焦点を当て、同じ国籍でも居住地によって目的地選択および観光行動に多様性があること、中国人観光客の観光目的地選択には都道府県の知名度と在日中国人居住者数が影響していることを明らかにした。また、Onome Daniel awritefe³²⁾は、国内外によって旅行の目的地や旅行の動機が異なることを指摘している。

(4) 観光拠点

最後に、観光拠点が周辺地域に与える影響について整理する。西井ら³³⁾は、京都市洛西・洛東エリアを対象に観光客が抱くイメージ評価と、実際の回遊行動特性の関係を分析しており、洛西エリアでは魅力度評価がある程度分散していてもルートは一定の範囲に収まること、また洛東エリアではエリア全体の中で複数の観光スポットが魅力的な主要拠点として存在し、それを反映して周辺の観光スポットとの連結・連関性が見られている。また、三宅³⁴⁾は、岩手県の主要観光地である温泉地が、周辺の観光地への認知度に与える影響を明らかにしている。さらに王ら³⁵⁾は、淡路島を例に観光資源の集約が観光客の行動に与える影響について時系列を考慮しながら分析している。加えて、野村ら³⁶⁾は観光拠点が及ぼす周辺地域への波及効果について経済指標を用いて示している。

(5) 本研究の位置づけ

このように観光における目的地選択や観光行動、イメージや認知に関する知見は多岐にわたるが、旅行前に抱くイメージや認知に関するものや、対象を国内旅行または県内の一定のエリアに限った研究が多く、実際に訪れた外国人観光客の認知を対象にした研究は充実していない。特に、あまり知られていない地域に焦点を絞った研究はこれまでなく、ここに本研究の独自性・新規性が見いだせる。そこで、本研究では仙台・東北を対象とした目的地および拠点への認知に関する研究を行う。

3. 調査概要

仙台を訪れる外国人観光客の目的地および拠点の認知に関する実態把握に加え、認知と実際の行動の関係を把握するために、本研究では外国人観光客を対象に調査票を用いた街頭調査を実施した。調査方法は、A4版の調査票(両面)を用いて、街頭記入および即時回収とした。調査は2017年に4日間、2018年に5日間、2019年に4日間の計13日間に、松島、仙台城址、仙台駅前、瑞鳳殿(仙台駅前には2017年度調査のみ、瑞鳳殿は2019年度調査のみ)の計4か所で行った。調査項目は、回答者の国籍、旅行の主な目的地、検討した目的地候補(旅行の目的地を決める際に挙がっていた他地域の選択肢)を3か年通じて、また、2019年度には出入国港、実際の訪問地(訪問順)、各訪問地での宿泊の有無、各訪問地に期待していたこと、訪問地間の移動方法、拠点認知の有無、拠点認知地域、各拠点認知地域に期待すること、訪日回数を追加した。回収数は3か年合計225部、2019年のみでは97部であった。なお、調査票には英語、韓国語、中国語繁体字、中国語簡体字の4種類を用意し、回答者にはいずれか1種類を選

んでもらった。また、本調査サンプルの国籍を仙台市内外国人宿泊者数統計³⁷⁾と比較した(図1)。本調査サンプルの特徴として、中国・韓国が少ない点や、アメリカ・オーストラリアが多いことに加え、2019年度にはタイの割合が増加しており、これは仙台-タイ間の直行便が就航したことが理由の一つとして考えられる。

4. 目的地認知に関する先行研究の再検証

ここでは、仙台を訪れる外国人観光客の目的地認知と目的地候補、出発地域との関係についてクロス集計し、独立性の検定を行う。なお、有意水準はいずれも5%とする。また、ここで取り扱う出発地域は、アジア9か国(台湾・中国・韓国・香港・タイ・フィリピン・シンガポール・インドネシア・マレーシア)、欧米豪5か国(アメリカ・カナダ・イギリス・ドイツ・オーストラリア)とする。

(1) 目的地認知別目的地候補

目的地認知と目的地候補の関係性を分析する。まず、全体を通して「東京」の回答が多かった。また、これらの間には有意差が認められ($df=16, \chi^2=29.1, p<0.05$)、目的地認知によって目的地候補が異なることが明らかになった。目的地を「仙台」と認知する場合、目的地候補には日本国内他地域の有名な観光地が挙げられる傾向にあり、目的地を「東北」と認知する場合、東北地方の地域が挙げられる傾向にあることが分かった(図2)。つまり、同じ地域に来たとしても目的地候補の違いによって、目的地として認知する地域が異なることが示唆された。

(2) 出発地域別目的地認知

出発国・地域と目的地の関係について独立性の検定を行ったが有意差は認められなかった($df=1, \chi^2=1.484, p>0.05$)。アジアからの観光客の目的地は「仙台」70%、「東北」30%であるのに対し、欧米豪からの観光客の目的地は「仙台」80%、「東北」20%であった(図3)。このことから、目的地を「仙台」または「東北」と認知する際に出発国・地域の遠近を問わないことが示唆された。

(3) 出発地域別目的地認知

出発国・地域と目的地候補の関係性を分析した結果、有意差が認められ($df=16, \chi^2=73.6, p<0.05$)、出発国・地域によって目的地候補が異なることが示唆された。まず、全体的に「東京」の回答が多かった。アジアからの観光客の候補には「青森」「山形」など東北地方の地域が多く挙げられ、欧米豪からの観光客の候補には「大

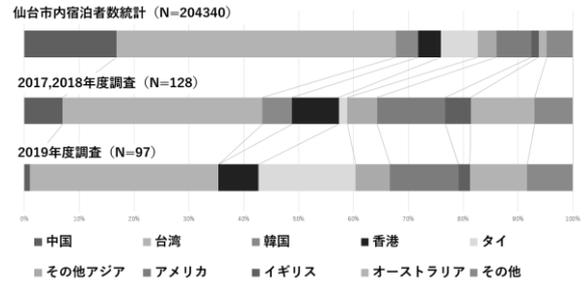


図1 本調査サンプル，仙台市内外国人宿泊者数統計国籍比較

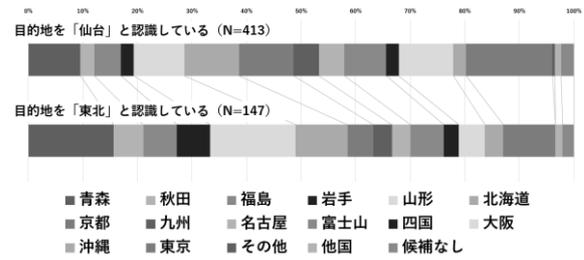


図2 目的地認知別目的地候補
重複回答あり(N=165)

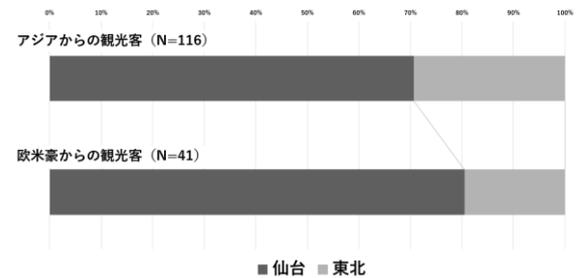


図3 出発地域別目的地認知(N=157)

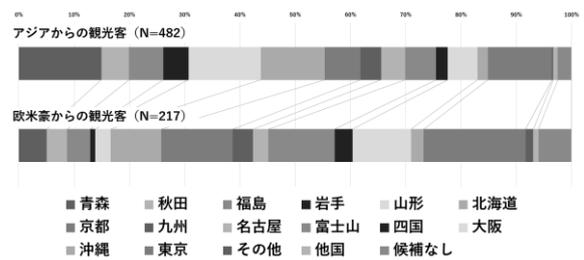


図4 出発地域別目的地候補
重複回答あり(N=157)

阪」「京都」などの大都市が挙げられる傾向にあった(図4)。このことから、出発国・地域によって外国人観光客の認知における仙台・東北の位置づけが異なり、たとえば「東北地方の仙台」「日本の地方都市の仙台」のように異なる階層構造によって認知されていることが推察される。

5. 目的地, 拠点認知と周遊行動の関係

観光客の拠点および目的地への認知と実際の行動との関係を把握するため、本調査サンプルの周遊行動を、仙台空港利用、東京-仙台間の移動、東北地方周遊の3項目を基準にして7パターンに分類し、パターンと目的地および拠点の認知についてのクロス集計表を作成した(表1)。ここで「パターンd」について、東京から最初に仙台を訪れている、若しくは仙台以外の東北地方の地域を訪れているかどうかで認知の差を事前に検定した結果、有意差が得られなかったため統合している。なお、ここでは2019年度サンプルの97部を使用して分析している。以下では、回答についての基礎的な考察を行った後に、数量化理論3類を用いて観光客の認知と周遊行動パターンをグルーピングし、その関係を分析している。

(1) 周遊パターンと観光客の認知に関する基礎的考察

まずは2019年度サンプルにおける拠点認知の有無とその地域を図6に示す。サンプル全体のうち、71%が観光拠点を設けているという認知があり、その地域は「仙台」(53%)が最も多く、次に「東京」(21%)、「仙台以外の東北地方」(18%)、「東京以外、東北地方以外」(7%)と続く。

次に、表1から見られる回答の特徴として、仙台空港を利用し、東北を周遊する旅行者である「パターンa」「パターンb」の拠点認知は、「仙台」の回答が大半を占め、拠点を持たないという回答が一切見られない。また、訪問する地域の数によって目的地認知に一定の違いが見られ、例えば「パターンa」、「パターンb」の間で目的地を「東北」と認知する旅行者の割合に違いが見られる。また、「パターンf」は全国的な周遊行動の一環で仙台を訪れているパターンであるが、拠点を持たないという回答の割合が高く、持っていたとしても東京もしくは大阪や名古屋など東北地方以外の地域を拠点として認知する傾向がみられる。

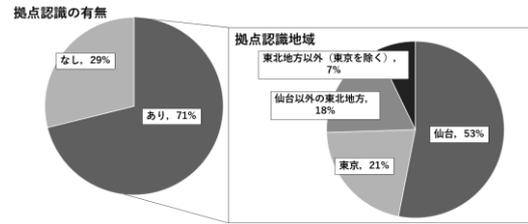


図5 拠点認知の有無および地域(N=98)

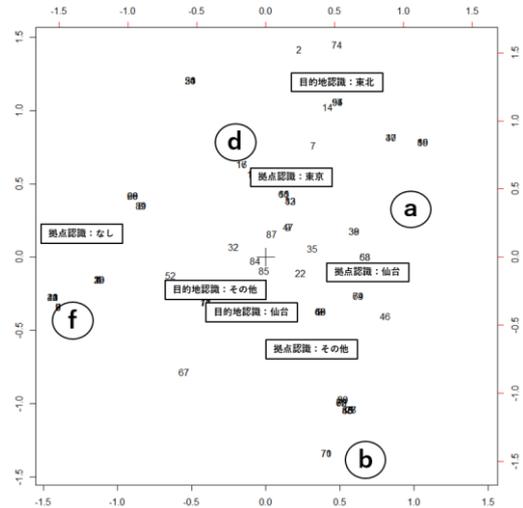


図6 「パターンc, e」を除いた目的地認知, 拠点認知, 周遊行動パターンの成分スコア同時付置図 (N=83)

(2) 目的地, 拠点認知と周遊行動の関係

ここでは数量化理論3類を用いて観光客の認知と実際の行動のグルーピングを行い、相互間に見られる関係の傾向を把握することを目的としている。そこで、観光客の認知と周遊行動パターンに対する成分スコアの同時付置図を示す(図7)。ここで、本稿では「拠点」に対して焦点を当てており、一か所のみを訪れている「パターンc」および「パターンe」を、拠点の議論における「は

表1 周遊パターンと目的地および拠点認知間クロス集計表

パターン	件数	目的地認知				拠点認知				
		仙台	東北	東北地方の 仙台以外	東北地方 以外の地域	仙台	東京	東北地方の 仙台以外	東北地方 以外の地域	なし
a. 仙台空港→仙台→東北地方の2ヶ所以上周遊している	18	7 (39%)	7 (39%)	4 (22%)	0	18 (100%)	4 (22%)	3 (17%)	0	0
b. 仙台空港→仙台→東北地方の1か所のみ訪れている	15	7 (47%)	1 (7%)	6 (40%)	1 (7%)	13 (87%)	0	10 (53%)	0	0
c. 仙台空港→仙台のみ	6	6 (100%)	0	0	0	4 (67%)	0	0	0	2 (33%)
d. 東京→東北地方の2ヶ所以上周遊している	32	12 (38%)	10 (31%)	7 (22%)	3 (9%)	12 (38%)	12 (38%)	4 (13%)	0	11 (34%)
e. 東京→仙台→東京	8	7 (88%)	1 (13%)	0	0	3 (38%)	2 (25%)	0	0	4 (50%)
f. 全国的な周遊→仙台のみ	18	9 (50%)	1 (6%)	2 (11%)	6 (33%)	0	6 (33%)	0	6 (33%)	11 (61%)

ずれ値」として排除した。また、認知に関する項目は四角、周遊パターンに関する項目は丸で図中にプロットされている。尚、分析をするにあたって、サンプル数の偏りを少なくするために表1における目的地認知と拠点認知の「東北地方の仙台以外」「東北地方以外の地域」を「その他」として統合している。

まずは、図中右上の「パターンa」「パターンd」に着目すると、2つのパターンが近い概念であるということ解釈できる。また、どちらも「目的地認知：東北」の近くにプロットされ、東北地方を周遊している場合、「仙台」より「東北」の概念に近いことが分かる。一方で拠点認知については、「パターンa」は「仙台」、「パターンd」は「東京」に近いことから、似通った二つのパターンを拠点認知によって分類することができると言えよう。

次に、「パターンa」「パターンb」に着目すると、これらはどちらも仙台空港を利用している共通点があり、「目的地認知：仙台」に関してそれほど差は見られないが、「目的地認知：東北」については「パターンa」の方が近くにプロットされ、同じ空港から旅行が始まっても周遊行動の違いによって目的地として認知する地域が異なることが推察される。また、仙台と東北の一方を訪れるショートトリップの場合、「東北」という概念はあまり意識されないことが示唆された。

最後に、図中左に着目すると、「パターンf」、「目的地認知：東北地方以外の地域」、「拠点認知：なし」がプロットされている。「パターンf」は全国を幅広く周遊する一環として仙台を訪れているパターンである。この場合、そもそも拠点を持たないことと、目的地としては東北地方以外の地域を目的地として認知する傾向が示唆された。

6. 結論と今後の課題

(1) 結論

本稿では、仙台を訪れる外国人観光客の目的地認知に関する先行研究の再検証、目的地と拠点への認知と実際の周遊行動との関係を把握するために街頭調査を行った。分析の結果、研究目的ごとに以下の点が明らかになった。

a) 目的地認知に関する先行研究の再検証

- どこを訪れていると認知しているのかに基づく目的地認知は目的地候補によって異なる。目的地を「仙台」と認知している場合は、日本国内他地域の有名な観光地が候補に挙げられており、目的地を「東北」と認知している場合は、東北地方の地域が候補に挙げられている傾向にある。このことから目的地

候補の差異が訪れた目的地として認知する地域に影響を及ぼすことが示唆された。

- 出発国・地域によって目的地候補が異なる。アジアからの観光客は東北地方の地域を候補地に挙げ、欧米豪からの観光客は日本国内他地域の有名な観光地が候補に挙げる傾向があることが示唆された。
- 出発国・地域による目的地認知の違いは見られなかった。アジア・欧米豪いずれからの訪日客ともに「仙台」へ訪れていると認知している回答が多かった。

以上の結果は先行研究を支持するものである。

b) 目的地、拠点認知と周遊行動の関係

- 東北地方を周遊する場合、目的地を「東北」と認知する傾向が見られ、それらは拠点認知によって分類することができる
- 仙台空港を利用し、仙台のほか東北地方の一か所を訪れる場合、もう一方の訪問地を目的地および拠点として認知する傾向が見受けられた。
- 全国を幅広く周遊する一環で仙台を訪れる場合、拠点を持たずに、目的地としては東北地方以外の地域を認知する傾向が示唆された。

(2) 今後の課題

本調査の実施地は仙台のみであり、認知や周遊行動について「仙台を訪れないパターン」を把握できていない。仙台の東北地方における位置づけや観光拠点として果たす機能について正しく理解するためには調査実施地の拡充が必要である。

参考文献

- 観光庁：宿泊旅行統計調査、都道府県別外国人延べ宿泊者数(平成30年1月~12月)
<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html>
- 株日本政策投資銀行 東北支店、2019 東北インバウンド意向調査
<https://www.dbj.jp/investigate/area/tohoku/index.html>
- Tetsuya KIYOHASHI, Naoyuki TOMARI (2019) An Analysis on Inbound Tourists' Perception on Travel Destination – A Case Study in Sendai, Tohoku, Japan. *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol.12, 2019
- 観光庁：明日の日本を支える観光ビジョン（更新日：2016年3月30日）
www.mlit.go.jp/kankocho/topics01_000205.html
- 観光庁：仙台・松島復興観光拠点都市圏形成推進計画（更新日：2017年9月25日）
www.mlit.go.jp/kankocho/topics04_000099.html
- Schmoll, G.A. (1977) *Tourism Promotion*, Tourism International Press, London.
- Mill, R.C. and Morrison, A.M. (1985) *The tourism system*, NJ. Prentice-Hall.
- Um, S. and Crompton, J.L. (1990) Attitude determinants in tourism destination choice, *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, Issue 3, 432-448.

- 9) Woodside, A.G. and Lysonski, S. (1989) A general model of traveler destination. *Journal of Travel Research*, 27(4), 8-14.
- 10) John L. Crompton, Paul K. Ankomah. (1993) Choice Set Propositions in Destination Decisions. *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, pp.461-476.
- 11) Mansfeld, Y. (1992) From motivation to actual travel. *Annals of Tourism Research*, Vol. 19, Issue 3, 399-419.
- 12) Pearce, P.L. (2005) *Tourist Behavior: Themes and Conceptual Schemes*, Channel View Publications, UK.
- 13) Mathieson, A. and Wall, G. (1982) *Tourism: Economic Physical and Social Impacts*, Longman, London, New York.
- 14) William C. Gartner. (1994) Image formation process. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol.2, Issue 2-3, 191-216.
- 15) Middleton, V.T.C. (1994) *Marketing for Travel and Tourism. 2nd edn*, Butterworth-Heinemann, London.
- 16) J. A. Anshah. (1977) Destination choice set definition in travel behavior modelling. *Transportation Research*, Vol. 11, Issue 2, 127-140.
- 17) Sangkyun Kim., Eerang Park. (2014) First-time and repeat tourist destination image: the case of domestic tourists to Weh Island, Indonesia. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 26, No. 3, 421-433.
- 18) 金城敬太, 松本行真: 観光地に対するイメージのネットワークの形成とその影響, 東北都市学会研究年報, Vol11・12, 2012
- 19) 林幸史, 小林考司: 過去の旅行経験からみた観光地イメージ, 社会心理学研究, 第34巻1号 38-46, 2018
- 20) Tsung Hung Lee. (2009) A structural model to examine how destination image, attitude, and motivation affect the future behavior of tourists. *Leisure Sciences*, Vol 31, Issue 3, 215-236.
- 21) Ching-Fu Chen., DungChun Tsai. (2007) How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, Vol. 28, 1115-1122.
- 22) 李昌訓: 観光情報が見え及ぼす影響分析, 長崎国際大学論叢, 第3巻, 2003
- 23) 加藤哲男, 川上洋司, 本多義明: 地域イメージに関する認知構造の研究, 都市計画論文集, 31巻, 1996
- 24) 杜国慶: APP データに見るインバウンド訪問者の空間構造, 立教大学観光学部紀要, 第19号, 2017
- 25) 澁谷和樹: 訪日外国人旅行者に見られる都道府県間流動の空間構造, 立教大学観光学部紀要, 第19号, 2017
- 26) 戴二彪: 訪日中国人観光客の旅行先分布構造と影響要因, 東アジアへの視点, 2012
- 27) 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, Vol.72, No.5, 2016
- 28) 古屋秀樹, 劉瑜娟: 潜在クラス分析を用いた訪日外国人旅行者の訪問パターン分析, 土木学会論文集 D3, Vol.72, No.5, 2016
- 29) 西野至, 西井和夫, 北村隆一: 観光周遊行動を対象とした複数目的地の組み合わせ決定に関する逐次的モデル, 土木計画学研究・論文集, No.17, 2000
- 30) 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, Vol.68, No.5, 2012
- 31) 姚峰, 李瑤, 李艷紅: 訪日中国人観光客旅行先選択の影響要因分析, 香川大学経済学部研究年報, 2015
- 32) Onome Daniel Awaritefe. (2004) Motivation and Other Considerations in Tourist Destination Choice: A Case Study of Nigeria. *Tourism Geographies*, Vol. 6, No. 3, 303-330.
- 33) 西井和夫, 土井勉, 川崎雅史, 西野至, 服部純司: 洛西・洛東エリアにおける観光スポットイメージと回遊行動特性に関する分析, 土木計画学研究・論文集, No.17, 2000
- 34) 三宅論: 温泉地宿泊者の特徴と周辺地域への意識, 農村計画学会誌, 2006
- 35) 王秀琴, 安部大就, 増田昇, 下村泰彦, 山本聡: 淡路島における観光資源の分布パターンと観光動態との関係性に関する考察, 日本都市計画学会学術論文集, 1996
- 36) 野村淳一, 木下真, 齋藤英智, 朝日幸代: 山口県 4 地域間産業連関表を用いた周遊観光が及ぼす経済効果, 産業連関, Vol.19, 2011
- 37) 仙台市: 市内外国人宿泊者数統計 2019 (更新日: 2019年5月22日)
www.city.sendai.jp/inbound/jigyosha/kezai/gaikokujin/toke.html

(? 受付)

An Analysis on Inbound Tourists' Perception on Travel Destination and Travel Hub —A Case Study in Sendai, Tohoku, Japan

Tetsuya KIYOHASHI, Naoyuki TOMARI

This paper examines inbound tourists' perception of travel destination and travel hub of their travels in order to discuss on more effective promotion policies of less-known area focusing on the case of Sendai, Tohoku, Japan. Especially, the paper analyzes the relationship between tourists' perception and travel behavior. A questionnaire survey is carried out and 225 sample data is collected.

As a result of an analysis about perception of the destination, the findings are that 1) travel origin does not have a significant impact directly on perceptions of the name of the destination; however, 2) travel destination candidates have significant impacts on perceptions of the name of the destination; and 3) travel origin has a significant impact on travel destination candidates. Also, as a result of an analysis about relationship between tourist's perception and travel behavior, the findings are that the following three patterns are extracted: 4) in the case of traveling around Tohoku region starting from Sendai, there is a tendency to perceive the destination as Tohoku; 5) in the case of arriving at Sendai Airport and visiting only one place in Tohoku region besides Sendai, their perception of the place of destination and travel hub is another rural destination than Sendai; 6) if traveling whole of Japan, they have no travel hub and place of perception of the destination is another place than Tohoku.