

訪日外国人消費動向調査個票データを用いた 訪日外国人旅行者の周遊パターンの分析

矢部直人

I はじめに

2003年より開始されたビジット・ジャパン・キャンペーンでは、訪日外国人旅行者の増加が目標とされ、2013年には年間の訪日外国人旅行者数が初めて1,000万人を突破した。今後は訪日外国人旅行者のさらなる増加を目指して、2020年に2,000万人とすることが目標とされている。しかしながら、訪日外国人旅行者の訪問地は地域的に偏っており、東京、京都、大阪をむすぶゴールデンルートと呼ばれる地域に集中しているのが現状である。2014年における外国人のべ宿泊者数は4,482万人泊であったが、そのうち関東地方が1,891万人泊(42.2%)、近畿地方が1,056万人泊(23.6%)を占めた(観光庁, 2015, p.26)。そのほかの地域ブロックでも、北海道(403万人泊, 9.0%)や九州(322万人泊, 7.2%)に偏っている様子は否めない。訪日外国人旅行者の増加が政策として推進された背景には、交流人口の増大による地域の活性化という視点があった。訪日外国人旅行者が特定の地域に集中していることは、その他の地域に活性化のチャンスが及んでいないことを示している。

訪日外国人旅行者の地域的な偏りがなぜ生じているのか理解するためには、訪日外国人旅行者の観光行動と結びつけて考察することが重要と思われる。観光行動に関する研究では、旅行者が観光地を巡る周遊パターンの研究がなされてきた(橋本, 1997)。この周遊パターンを検討することから、訪日外国人旅行者の地域的な偏りが生じる要因について、何か手がかりを得ることができるかもしれない。

海外における外国人旅行者の周遊パターンに関する研究では、Lue *et al.* (1993)、Oppermann (1995)により、周遊パターンには、大きく分けると単一目的の地型と複数目的の地型の二つがあることが明らかにされている。近年では、二つの周遊パターン

のうちどちらかをとることに影響する個人属性の分析と、当該国内における具体的な周遊ルートの分析がされている(Pearce, 1990; Oppermann, 1992; Tideswell and Faulkner, 1999; Lew and McKercher, 2002; Bowden, 2003; Hwang *et al.*, 2006; Zillinger, 2007; Wu and Carson, 2008; Yang *et al.*, 2013)。これらの研究では、発地からの距離や旅行の目的、個人手配旅行かパッケージツアーかという旅行形態、当該国への訪問回数などが、周遊パターンに影響することが明らかになっている。

日本全体を対象とした訪日外国人旅行者の観光行動に関する先駆的な研究としてはShirasaka (1982)があるが、詳細な周遊パターンは検討されておらず、ビジット・ジャパン・キャンペーン後の状況と比べることは難しい。近年の研究として金(2009)や日比野ほか(2011)があるが、これらは中国人など限られた国籍の旅行者を対象としていたり、パッケージツアーの旅行者のみを扱っていたりするため、訪日外国人旅行者の観光行動の全体像を捉えることはできない。訪日観光を促進するマーケティング戦略を立案する上で、ターゲットとなる国を絞った研究はもちろん必要である。しかしながら、日本国内における地域的な偏りを分析するには、訪日外国人旅行者全体を対象としなくてはならない。訪日外国人旅行者が全体としてどのような観光行動をとった結果、地域的な偏りが生じているのか、そのプロセスを明らかにすることが必要であろう。

そこで本研究では、訪日外国人旅行者に関する統計資料を用い、日本国内における周遊パターンに注目して、訪問地の地域的な偏りが生じる仕組みについて検討する。

以下、IIで研究に用いるデータについて述べた後、IIIにおいて訪日外国人の周遊パターンと地方訪問の関係を確認し、具体的な訪問地についても検討する。IVでは複数目的の地型の周遊パターンをとることに影響する個人属性を明らかにするた

め、ロジスティック回帰分析を行う。

II データ

本研究では、観光庁が実施している『訪日外国人消費動向調査』2012年第2四半期～2013年第1四半期の個票データを用いる。この調査は四半期ごとに実施されており、対象期間のサンプル数は合計28,750名である。調査対象は、11の空港・港湾（新千歳空港、仙台空港、羽田空港、成田国際空港、中部国際空港、関西国際空港、広島空港、高松空港、福岡空港、那覇空港、博多港）から出国する訪日外国人旅行者である。四半期ごとの目標回答数は、6,600人に設定されている。また回答者の国籍に偏りが生じないように、調査対象者を18の国・地域に分け、訪日外国人旅行者全体の国・地域別の割合に相当するよう、それぞれの目標回答数を設定している。

このデータでは、訪日外国人旅行者の基本的な属性や旅行中の活動状況、消費金額などとともに、訪問地が273箇所¹⁾に分けて記録されており、都道府県よりも詳細な空間スケールで分析できる点が特徴である。たとえば北海道内部の周遊ルートや、東京大都市圏における都心と郊外間の周遊ルートなどを把握することができるのである。またこの調査では、それぞれの訪問地につき、宿泊したのかそれとも訪問しただけなのか、ということも記録されている。

訪日外国人旅行者の詳細な観光行動を把握するデータとして、SNSの記録（中谷、2015）や、GPSの位置情報（原ほか、2012）、IC乗車券を用いた研究（矢部・倉田、2013）もなされている。しかしながら、これらのデータには旅行者の個人属性が結びつけられていない場合が多いこと、日本全体をカバーできる代表性のあるサンプルといった条件が欠けていることから、本研究ではこれらのデータを使用しない。

第1表 訪日外国人の周遊パターン

年度	単一目的地型		複数目的地型	
	N	%	N	%
2012	11,379	63.3	6,584	36.7

資料：観光庁：『訪日外国人消費動向調査』

本研究では、訪問地が不明のサンプルおよび、日本国内で宿泊をせず日帰りのサンプルを除いた17,963名分を分析の対象とする。

III 複数目的地型周遊パターンの実態

本章では、まず訪日外国人旅行者の周遊パターンについて、その実態を明らかにする。次いで、複数目的地型の周遊パターンをとる旅行者の、具体的な周遊ルートについて検討する。

1. 周遊パターンと地方訪問の関係

周遊パターンを分析する際の目的地の定義として、既存の研究にならい、日本国内における訪問地のうち宿泊した箇所を目的地とみなした。つまり、宿泊地が一つだけの場合を単一目的地型、複数の宿泊地がある場合を複数目的地型とした。

以上の定義により訪日外国人旅行者の周遊パターンを分類すると、単一目的地型がおよそ6割と過半数を占めることが明らかになった（第1表）。複数目的地型の周遊パターンは約4割である。

次に、周遊パターンと地方への訪問の関係をみていきたい。ここでは地方を三大都市圏（東京、神奈川、埼玉、千葉、愛知、京都、大阪、兵庫、和歌山、滋賀）以外の道県とする。単一目的地型の場合、地方へ宿泊する割合は2割であり、三大都市圏にのみ宿泊する割合が大半を占めている（第2表）。訪日外国人旅行者が地域的に集中するのは、単一目的地型の周遊パターンが全体の過半を占めており、さらにその目的地が主に三大都市圏であることが一つの要因であろう。それに対して、複数目的地型の場合は地方へ宿泊する割合は6割を超える。このことから、訪日外国人旅行者が地方へ宿泊する際には、複数目的地型の周遊パターンをとることが多いといえよう。

第2表 周遊パターン別地方宿泊の有無(2012年度)

周遊パターン	地方宿泊あり		地方宿泊なし	
	N	%	N	%
単一目的地型	2,273	20.0	9,106	80.0
複数目的地型	4,065	61.7	2,519	38.3

資料：観光庁：『訪日外国人消費動向調査』

第3表 出入国空港・港湾（2012年度）

入国	出 国									
	新千歳	仙台	成田	羽田	中部	関西	広島	福岡	博多港	那覇
新千歳	94	0	3	1	0	2	0	0	0	0
仙台	0	80	5	5	0	9	0	1	0	0
新潟	0	0	38	50	0	13	0	0	0	0
成田	0	0	94	1	0	4	0	0	0	0
羽田	0	0	19	78	1	2	0	0	0	0
中部	0	0	12	2	80	5	0	0	0	0
関西	0	0	13	1	0	85	0	1	0	0
広島	0	0	23	10	0	13	32	23	0	0
福岡	0	0	4	0	0	2	0	92	1	0
博多港	0	0	1	0	0	0	0	0	99	0
那覇	0	0	2	0	0	1	0	0	0	96

資料：観光庁：『訪日外国人消費動向調査』

注：表中の数字は%であり、各行の合計が100%となる。N=17,767.

新潟空港は出国時に実施される調査場所に入っていないため、入国場所にのみ記載。

高松空港はサンプルなし。

2. 周遊パターンと出入国空港・港湾の関係

本節では、日本のゲートウェイとなる出入国空港・港湾と組み合わせて、周遊パターンを検討する。出入国空港・港湾のOD行列を作成すると、広島を除いて、同一の空港から出入国する旅行者がおおむね8割を超えていることが分かる（第3表）。とくに新千歳、成田、福岡、博多港、那覇から入国した場合、同一の空港・港湾から出国する旅行者は90%を超えている。

出入国空港・港湾が異なる場合をみると、広島から入国した旅行者の33%は成田・羽田から、23%は福岡から、13%は関西から出国している。ほかにも、仙台や新潟といった地方の空港から入国した場合、成田・羽田や関西から出国するケースが目立つ。つまり、出入国で異なる空港を利用する際には、地方から成田・羽田、関西への移動がみられるものの、その逆方向の移動はほとんどみられない。

また、関西から入国した旅行者の14%程度は、成田と羽田、どちらかの空港から出国している。これは関西から入国して東へ向かって移動し、最終目的地が東京近辺にある旅行であると考えられる。しかしながら、成田や羽田から西へ向かう逆方向の移動は少ない。成田や羽田から入国した場合、関西や中部から出国する割合は数%に過ぎな

第4表 出入国空港・港湾別周遊パターン（2012年度）

出入国空港・港湾	単一目的地型		複数目的地型	
	N	%	N	%
同一	10,758	67.5	5,189	32.5
異なる	589	29.9	1,381	70.1

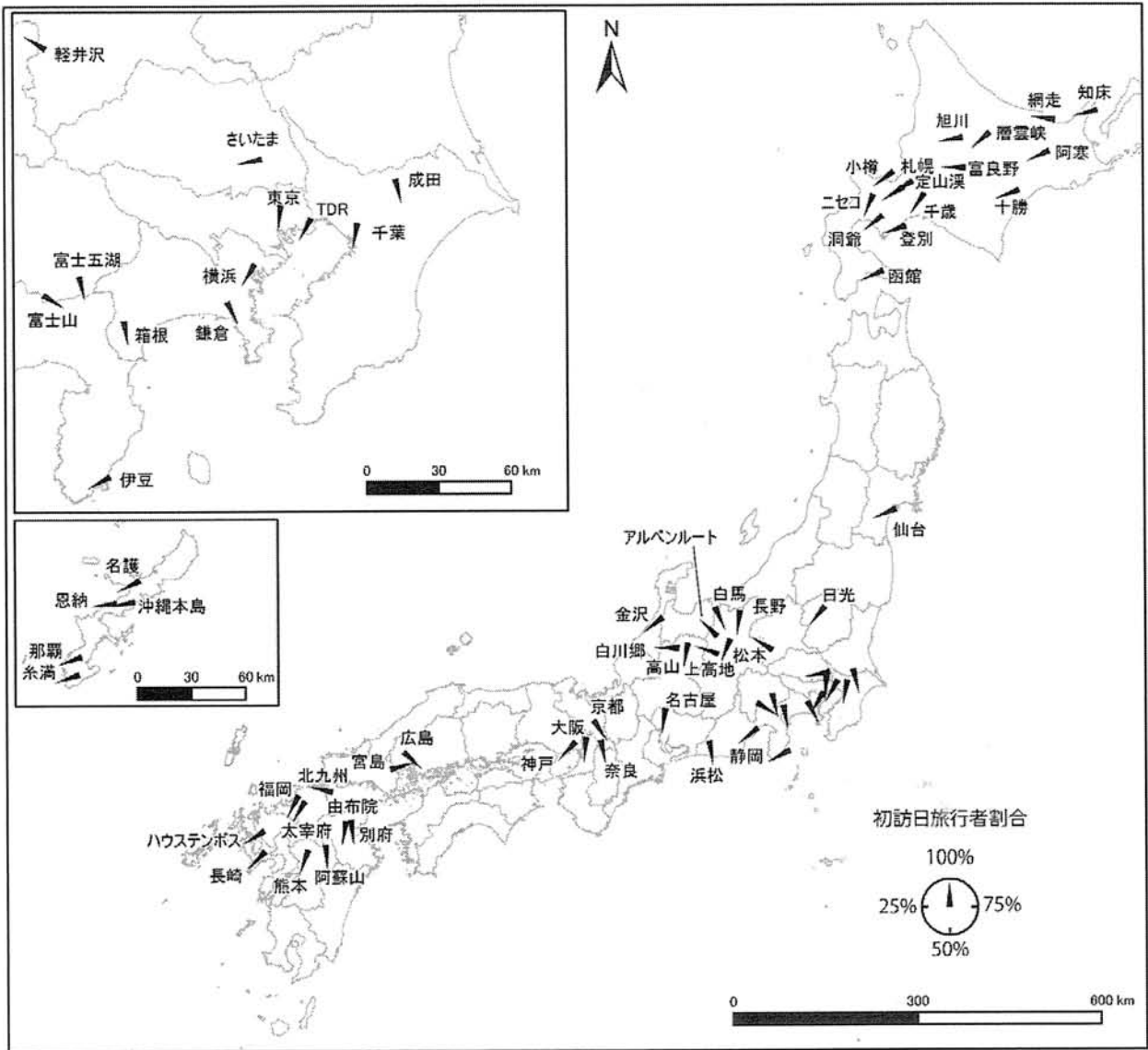
資料：観光庁：『訪日外国人消費動向調査』

いのである。以上のことから、出入国で異なる空港・港湾を利用する場合、最終目的地にはより大規模な都市が選ばれるといえよう。

次に、出入国空港・港湾と周遊パターンを組み合わせると、それぞれの特徴を明らかにすることができる（第4表）。同一の空港・港湾から出入国する場合、およそ7割が単一目的地型で占められている。しかしながら、異なる空港・港湾から出入国する場合には、複数目的地型が7割程度となる。最初の訪問地と最後の訪問地の近くにそれぞれ空港がある場合には、複数の目的地を効率よくめぐることができるためであろう。

3. 周遊ルート

複数目的地型をとる旅行者の具体的な周遊ルートを明らかにするために、訪問地の組み合わせをネットワークとして表した（第1図）。図中で訪問



第2図 訪問地別の初訪日旅行者割合 (2012年度)

注：複数目的地型の旅行者が50人以上訪問した訪問地のみ (N=6,584)

37% (2012年) のため、いかに高い値かが分かる。次いで、富士山(66%)や広島(63%), 京都(59%), 鎌倉(57%), 白馬(57%) がつづく。ゴールデンルートに位置し、単独の観光資源で成り立っている訪問地の初訪日割合が比較的高い傾向にある。なお、白馬と同じくスキーが観光資源となっているニセコでも、初訪日の割合は44%と比較的高い。ゴールデンルートに含まれる訪問地としては、ほかに箱根(53%), 奈良(53%)もある。東京(49%)や大阪(49%)といった都市では、初訪日の割合は突出して高くはならない。

九州横断ルートや北海道の道南、道東ルート、中部・北陸ルートの訪問地はどうであろうか。まず九州では、熊本～別府の横断ルートを構成する訪問地における初訪日の割合は、いずれも50%程度である。それに対して、同じ九州でも長崎やハウステンボスは、ややリピーターの割合が高くなっている。中部・北陸では高山、金沢、名古屋は40～50%程度と比較的初訪日の割合が高いが、白川郷や上高地、アルペンルートはリピーターの割合が高い。北海道では、道南、道東ルートとも初訪日割合が40%程度のところが多い。しかし、

道東の網走や知床では、初訪日の割合が30%以下となっている。

ここまでの分析から、ゴールデンルート、九州横断、中部・北陸、道南・道東ルートの順で初訪日の割合が低くなっていることがわかった。さらに道東の網走・知床や、中部の上高地・アルペンルートになると、初訪日の割合がさらに低くなる。つまり、訪日回数が増えるに従って、ゴールデンルートから地方の周遊ルートへ、旅行者が拡散しているような印象をうける。

空間的拡散に関する研究では、新技術などのイノベーションは、規模が大きく階層の高い都市から採用される、階層効果が指摘されている(杉浦, 1989, pp.110-112)。ここで訪日外国人の地方への拡散に類似した効果が働いていると仮定すると、階層が高い訪問地ほど初訪日の割合が高くなるはずである。この点を検証するため、訪問地の階層ごとに初訪日の割合を集計して分析する。

なお、ここで訪問地の階層を示すものとして、ミシュラングリーンガイド・ジャパン(第一版)による格付けを用いた³⁾。ミシュランガイドでは、観光地を「星なし」から「星三つ」までの4段階に分けて掲載している。この4段階に加えて、ガイドに掲載されていない訪問地もあるため、訪問地を掲載なし、星なし、星一つ、星二つ、星三つの5段階に分けて初訪日の割合を集計した。

その結果、おおむね訪問地の階層が高いほど初訪日の割合が高く、階層が低いとリピーターの割合が高くなるという傾向がみられた(第5表)。つまり訪日回数が少ないうちは、格付けの高い訪問地を訪れるが、訪日回数が増えるに従って、格付けの低い訪問地へ訪れるようになるのである。

以上の点を周遊ルートと結びつけて考えると、

第5表 訪問地の格付け別初訪日旅行者割合
(2012年度)

訪問地	平均	中央値	N
星三つ	0.522	0.509	8
星二つ	0.419	0.415	13
星一つ	0.426	0.427	15
星なし	0.283	0.276	4
掲載なし	0.335	0.321	20

資料：観光庁：『訪日外国人消費動向調査』

初訪日の旅行者は、日本のハイライトとなる観光資源が集まっているゴールデンルートへまず訪れる。その後、日本へリピートする際には、相対的に格付けの低い観光地が集まる地方の周遊ルートへと訪れるのではないだろうか。

IV 複数目的地型の周遊パターンに影響する個人属性

本章では、複数目的地型の周遊パターンをとることにどのような個人属性が影響するのか、ロジスティック回帰分析により検討する。

1. 被説明変数と説明変数

複数目的地型の周遊パターンをとることに影響する旅行者の属性を明らかにするため、2項ロジスティック回帰分析を行った。ここで被説明変数とするのは、単一目的地型を0、複数目的地型を1としたダミー変数である。

説明変数としては、既存の研究を参考に、以下の15変数を採用した。

1) 性別

男を1、女を0とした。

2) 年代

まず、15歳から69歳まで5歳間隔で11段階に分類した。それに70歳以上のカテゴリを加えて、合計12段階とした。1(15~19歳)~12(70歳以上)の値をとる。

3) 一人旅

一人旅を1、複数人数での旅行を0とした。

4) 個人手配

個人手配旅行を1、それ以外のパッケージツアーの利用を0とした。

5) 初訪日

初訪日を1、それ以外を0とした。

6) 東アジア

東アジア地域に居住していると1、それ以外を0とした。

7) 東南アジア

東南アジア地域に居住していると1、それ以外を0とした。

8) ヨーロッパ

ヨーロッパ地域に居住していると1、それ以外を0とした。

9) 北米

北米地域に居住していると1、それ以外を0とした。

10) オセアニア

オセアニア地域に居住していると1、それ以外を0とした。

11) 観光目的

主な旅行の目的が観光であれば1、それ以外を0とした。

12) ビジネス目的

主な旅行の目的がビジネスであれば1、それ以外を0とした。

13) 親族訪問目的

主な旅行の目的が親族訪問であれば1、それ以外を0とした。

14) 旅行情報数

出発前に利用した旅行情報の合計数。1～16の値をとる。16ある旅行情報の分類項目は、以下の通りである。ロンリープラネット、ミシュラン、その他旅行ガイドブック、日本政府観光局の案内所、日本政府観光局ホームページ、旅行会社パンフレット、旅行会社ホームページ、宿泊施設ホームページ、宿泊予約サイト、個人のブログ、YouTube、Twitter、その他インターネット、自国の親族・知人、日本在住の親族・知人、その他。

15) 活動数

旅行中に実施した活動の合計数。1～20の値をとる。活動は22項目に分類されているが、最大でも20項目まで実施した旅行者しかいないため、最大値は20となる。22の分類項目は以下の通りである。日本食を食べること、ショッピング、繁華街の街歩き、自然・景勝地観光、旅館に宿泊、温泉入浴、日本の歴史・伝統文化体験、ビジネス、日本の生活文化体験、美術館・博物館、親族・知人訪問、テーマパーク、ナイトライフ、四季の体感（花見・紅葉・雪など）、イベント、自然体験ツアー・農漁村体験、舞台鑑賞（歌舞伎・演劇・音楽など）、映画・アニメ縁の地を訪問、スキー・スノーボード、スポーツ観戦（相撲・サッカーなど）、治療・検診、ゴルフ。

なお、分析においては上記の15変数すべてについて、不明を含まないサンプルを対象に用いた。

2. 分析結果

分析の結果、適中率は73.3%となり、おおむね良好な結果が得られた(第6表)。ここで説明変数のオッズ比とは、説明変数が1単位増えたとき、旅行者が複数目的地型になる確率の増加分を表す。たとえば、説明変数が観光目的の場合のオッズ比は1.867であるが、これはそれ以外の目的と比べて1.867倍、複数目的地型になりやすいという意味である。オッズ比が高く、有意な説明変数についてみていくと、観光目的、初訪日がある。これらは、観光目的の旅行であること、初訪日の旅行であることが、それぞれ複数目的地型の周遊パターンをとることに影響しているといえる。また、活動数や、旅行情報数といった変数も、それぞれ活動数や旅行情報数が多いほど、複数目的地型の周遊パターンをとる方向に作用している。また、年代に関しても有意な結果となっており、年代が高いほど、複数目的地型になるようである。

それに対して、個人手配旅行や一人旅の場合は、単一目的地型になる方向に作用する。特に個人手

第6表 ロジスティック回帰分析の結果

2012年度 (N=7,545)		
	偏回帰係数	オッズ比
男性	0.056	1.058
年代	0.065 **	1.067
一人旅	-0.502 **	0.605
個人手配	-1.302 **	0.272
初訪日	0.200 **	1.221
東アジア	-0.316	0.729
東南アジア	-0.185	0.831
ヨーロッパ	0.179	1.195
北米	0.085	1.089
オセアニア	0.135	1.145
観光目的	0.624 **	1.867
ビジネス目的	-0.160	0.852
親族訪問目的	-0.007	0.993
旅行情報数	0.046 *	1.047
活動数	0.155 **	1.168
定数	-0.921 **	0.398
対数尤度	8371.170	
Nagelkerke R2	0.278	
適中率	73.3	

注：**；1%水準で有意，*；5%水準で有意

配旅行の場合は、オッズ比が0.272とかなり低く、単一目的地型となることに強く影響している。

ここでは既存の研究でも複数目的地型に影響するとされていた、観光目的や複数人数での旅行などが有意な変数として採用された。しかしながら、既存の研究では指摘されていない結果もあり、年代について、高齢層ほど複数目的地型になるという結果は新しい知見として得られた。また、既存の研究とは異なる結果となった変数として、個人手配旅行がある。既存の研究では、個人手配旅行は複数目的地型をとることに作用する結果となるものがあつた。マレーシアにおける事例では、パッケージツアーに対応できる収容力のあるホテルに限られるため、パッケージツアーの利用は単一目的地型になる方向に作用する(Oppermann, 1992)。しかし本研究では、個人手配旅行は単一目的地型になりやすい結果になった。このことには、訪日外国人旅行者が利用する交通手段が関係している可能性がある。Tideswell and Faulkner (1999)では、旅行者が自動車を利用すると、宿泊地数が増えることが指摘されているためである。現状では、レンタカーを利用する個人旅行の訪日外国人旅行者はさほど多くないため、このような結果になった可能性がある。したがって、この変数については、国ごとの事情に左右される側面があるように思われる。日本において、複数目的地を組み合わせて地方に旅行するには、現状では交通手段が含まれるパッケージツアーの利用が有力なのであろう。

V むすび

本研究を簡単にまとめると以下のようなになる。訪日外国人旅行者の周遊パターンを単一目的地型と複数目的地型に分けると、単一目的地型の旅行者が6割を占める。単一目的地型の旅行者は三大都市圏を目的地とする場合が8割と大半を占める一方で、複数目的地型は地方へ訪問する割合が半数を超える。

複数目的地型の周遊ルートをもとに具体的な訪問地の組み合わせから分析すると、大阪、京都、東京を結ぶゴールデンルートのほかに、九州横断、道南、道東、中部・北陸などのルートも存在していた。訪問地と訪日回数との関係をみると、訪日回数が多くなるほど、階層の高い訪問地から階層の低い訪

問地へと、訪日外国人が拡散している様子が確認できた。

複数目的地型の周遊パターンをとることに影響する個人属性を分析すると、年代、初訪日、観光目的、複数人数での旅行、パッケージツアーの利用などが有意な変数であった。

以上の結果から、訪日外国人が特定の地域に集中する要因について考察すると、単一目的地型の旅行者が全体の6割と、過半を占めていることが一つの理由であろう。単一目的地型の旅行者は大半が三大都市圏を目的地とするため、まずこの点において訪日外国人の地域的な偏りが生じるのである。一方で、複数目的地型の旅行者は地方へ訪れる割合が高い。しかしながら、訪問地の階層にしたがって、徐々にゴールデンルートから拡散していくため、まずは階層の高い訪問地を含む周遊ルートに集中する状況にある。

今後さらなる訪日外国人の増加を目指すのであれば、ゴールデンルートを訪問した後、再び来日して地方へ訪れるリピーターが重要になる。特に観光目的でのリピーターを増やす場合には、地方の訪問地を組み合わせたパッケージツアーが有望となる可能性がある。活動数が多いと複数目的地型になりやすいことから、パッケージツアーを造成する際には様々な活動内容に対応できるよう、異なる観光資源を持つ訪問地を組み合わせることが重要であろう。このようなパッケージツアーのターゲットとして、50代や60代などの年代が有望になる。また、すでにゴールデンルートを訪れた旅行者には、九州横断ルートや中部・北陸ルートなど、異なる周遊ルートの魅力を伝える情報があると、リピートしやすくなるのではないだろうか。特定の地域へのリピーターを増やすことに加えて、日本全体としてリピーターを増やす視点が必要であろう。

本稿では対象としなかったが、リピーターを増やすには、訪問地を絞った単一目的地型による地方訪問についても検討の余地がある。この点については、今後の課題としたい。

謝 辞

『訪日外国人消費動向調査』個票データの提供にご尽力いただいた観光庁関係者の方々には大変お世話

になりました。記して感謝いたします。本稿の作成にはJSPS 科研費 24611011 を使用した。

(首都大学東京・都市環境学部)

注

- 1) 東京 23 区内は、銀座、渋谷、お台場など 30 の訪問地に分かれているが、本研究では東京としてまとめて扱った。ほかに訪問地をまとめて集計した箇所は以下の通りである。十勝(帯広, サホロ, 十勝・池田), さいたま(さいたま市, 浦和, 大宮, 与野), 千葉(千葉市, 幕張), 横浜(横浜, 新横浜), アルペンルート(アルペンルート, 立山, 黒部), 富士五湖(富士五湖, 河口湖), 伊豆(伊豆半島, 熱海, 伊東), 静岡(静岡市, 清水), 大阪(大阪市, ユニバーサルスタジオジャパン, 難波), 福岡(福岡市, 博多), 長崎(長崎市, 亀山)。
- 2) 東北地方に関しては、2011 年 3 月に発生した東日本大震災の影響を受けている可能性もある。『訪日外国人消費動向調査』では、2011 年第 2 四半期のデータから 273 箇所の詳細な訪問地を記録するようになったため、震災前との比較を行うことができなかった。
- 3) 第一版は 2009 年に刊行されている。なお、観光資源の格付けについては、ほかに日本交通公社による『全国観光資源台帳』がある。しかしながら、外国人による評価の視点がないなどの問題点があり、改訂作業が進められている(梅川, 2014)。

文 献

- 梅川智也(2014):「観光資源」の評価と観光計画—我々は「観光資源評価」をどう活用してきたか。観光文化, 222, 10-19.
- 観光庁(2015):『平成 27 年版観光白書』観光庁。
- 金 玉実(2009):日本における中国人旅行者行動の空間的特徴。地理学評論, 82, 332-345.
- 杉浦芳夫(1989):『立地と空間的行動』古今書院。
- 中谷友樹(2015):外国人旅行者の行動空間に関する地理的可視化—京都市を対象とした Twitter および GPS 調査資料の解析—。立命館大学地理学教室編:『観光の地理学』文理閣, 84-110.
- 橋本俊哉(1997):『観光回遊論—観光行動の社会工学的研究—』風間書房。
- 原 辰徳・矢部直人・青山和浩・倉田陽平・村山慶太・

- 大泉和也・嶋田敏(2012):サービス工学は観光立国に貢献できるか?—GPS ロガーを用いた訪日旅行者の行動調査とその活かし方—。情報処理学会デジタルプラクティス, 3, 262-271.
- 日比野直彦・森地 茂・島田貴子(2011):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基礎的分析—。交通学研究, 54, 55-64.
- 矢部直人・倉田陽平(2013):東京大都市圏における IC 乗車券を用いた訪日外国人の観光行動分析。GIS—理論と応用, 21, 35-46.
- Bowden, J. (2003): A cross-national analysis of international tourist flows in China. *Tourism Geographies*, 5, 257-279.
- Hwang, Y. H., Gretzel, U. and Fesenmaier, D. R. (2006): Multicity trip patterns: tourists to the United States. *Annals of Tourism Research*, 33, 1057-1078.
- Lew, A. and McKercher, B. (2002): Trip destinations, gateways and itineraries: the example of Hong Kong. *Tourism Management*, 23, 609-621.
- Lue, C. C., Crompton, J. L. and Fesenmaier, D. R. (1993): Conceptualization of multideestination pleasure trips. *Annals of Tourism Research*, 20, 289-301.
- Oppermann, M. (1992): International tourist flows in Malaysia. *Annals of Tourism Research*, 19, 482-500.
- Oppermann, M. (1995): A model of travel itineraries. *Journal of Travel Research*, 33(4), 57-61.
- Pearce, D. (1990): Tourism, the regions and restructuring in New Zealand. *The Journal of Travel Studies*, 1(2), 33-42.
- Shirasaka, S. (1982): Foreign visitors' flow in Japan. *Frankfurter Wirtschafts-und Sozialgeographische Schriften*, 41, 205-218.
- Tideswell, C. and Faulkner, B. (1999): Multideestination travel patterns of international visitors to Queensland. *Journal of Travel Research*, 37, 364-374.
- Wu, C. L. and Carson, D. (2008): Spatial and temporal tourist dispersal analysis in multiple destination travel. *Journal of Travel Research*, 46, 311-317.
- Yang, Y., Fik, T. and Zhang, J. (2013): Modeling sequential tourist flows: where is the next destination?. *Annals of Tourism Research*, 43, 297-320.
- Zillinger, M. (2007): Tourist routes: a time-geographical approach on German car-tourists in Sweden. *Tourism Geographies*, 9, 64-83.

An analysis for tourist flow patterns of inbound tourists to Japan

Naoto YABE

In 2003, the Japanese government launched an “inbound travel promotion project” that aims to attract 18 million visitors by 2016. Because of this project, the number of foreigners visiting Japan reached to 10 million in 2013. The places they choose to visit, however, are largely concentrated along the “golden route” that links Tokyo, Kyoto, Osaka, and their surrounding areas. The Japanese countryside, by contrast, attracts relatively few visitors outside the Hokkaido and Kyushu districts. This study is designed to investigate the regional concentration of foreign visitors and their tourist flow patterns.

It is widely recognized that tourist flow patterns can be divided into two types: the single-destination pattern and the multi-destination pattern. The single-destination pattern is an itinerary that stops at only one destination. The multi-destination pattern is an itinerary that stops at two or more destinations. Around 60% of visitors to Japan adopt the single-destination pattern. Tourists who choose this pattern tend to visit urban areas, leading to a high geographical concentration of foreign visitors in cities. Unlike the single-destination visitors, about 60% of tourists who choose a multi-destination pattern visit the Japanese countryside.

Within a multi-destination pattern, nearby places are scrutinized to extract a travel route. As a result, in addition to the golden route, tourists also choose the south Hokkaido route, the east Hokkaido route, the trans-Kyushu route, and the Chubu-Hokuriku route. We did not find any defined travel routes in the Tohoku, Sanin, Shikoku, or south Kyushu districts. Statistics indicate that first-time visitors to Japan usually travel along the golden route. Other countryside routes tend to attract repeat visitors. Taking into consideration spatial diffusion research, it is interesting to consider how the hierarchical effect works on foreign visitors. One could hypothesize that tourists diffuse from high to low ranked destinations. This assumption can be verified by analyzing the ratio of first-time visitors travelling to each destination. Unlike repeaters, many first-time visitors to Japan visit high ranked destinations. Repeaters tend to visit lower ranked destinations. This diffusion process also contributes to the geographic concentration of foreign visitors. Routes that link high ranked destinations (such as the golden route) are the first to become populated by visitors.

A logistic regression analysis was carried out to clarify the cause of tourist flow patterns. This revealed that “travelling for sight seen”, “elderly person” and “choosing package tours” were strongly correlated with the multi-destination pattern. Likewise, people visiting Japan for the first time opted for the multi-destination pattern. On the contrary, people traveling alone were much more likely to follow the single-destination pattern.