

研究ノート

若者の観光動機に関する先行研究の一考察

趙 坤¹

A Study on the Tourism Motivation of Young People

Kun ZHAO¹

キーワード 観光, 若者, 観光動機

Keywords: Tourism, Young people, Tourism motivation

はじめに

研究背景

日本では2003年1月に元小泉純一郎総理が「観光立国懇談会」を主催し、2003年4月にビジット・ジャパン事業を開始した。2006年12月に観光立国推進基本法が成立され、2008年10月に観光庁が設置された。2010年7月には中国個人観光ビザの発給が開始された。「観光立国」政策の実施に伴い、商業、科学技術、美食、文化を特色に、近年特にインバウンドは急成長をもたらした。2010年に行われた内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」では、国民が今後の生活において重点を置きたい分野の1位としてレジャー・余暇生活が挙げられており、余暇生活の充実感や満足感が重要視されてきている。

中国の観光業は1999年から「ゴールデンウイークポリシー」の実施を契機に、休日観光が年々増加し、観光業の継続的発展と共に、世界最大の観光市場となり、国際観光支出も世界第1位、海外旅行先国の第4位となった。

日本と中国の間には「安い、近い」観光市場が形成されており、互いに重要な国際観光の相手国となっている。2019年訪中外国人観光客数（約6,750万人）を見ると、5月の日本国内の「ゴールデンウイーク十連休」期間に、中国を訪れた日本人観光客数は約10万人であった。2019年訪中外国人観光客のなか、日本人観光客が第1位を占めており、中国は日本の第1位の観光地となっている。

同様に訪日外国人観光客数（約3,182万人）の中でも、中国本土が959万人としてトップを占めているなど、中国観光客数の継続的増加、及び観光に回す可処分所得の増加がその原因だと考えられる。

日中の観光業の飛躍的な発展に伴い、両国の大学学者は大学生旅行に注目を集めている。

研究目的と研究方法

WTO (World Tourism Organization) では、若者を15歳から24歳の人 (Adolescents: 15歳から19歳, Youth: 20歳から24歳) と定義しており、若者を扱った研究では、対象者を年齢層で区分していることが多い。このように「若者」の定義はさまざまに定められているが、本稿では、一般的に10代後半から20代前半の若年者が多く、時間的制約や教育水準、経済的背景などが共通している視点から大学生に着目した。特に、専門学校生や大学生(学部生、大学院生)は自発の意思で行動できる場合が多く、自由時間があるといった特性を持っており、若者観光者の個人について把握する一つの手がかりとして取り上げる。本研究の範囲は日中若者観光客であり、日中若者観光客を本研究のサンプル抽出の対象とした。

研究の目的は、観光に関する研究の一環として、同じアジア圏である日中の若者に注目し、観光動機を明らかにすることである。具体的に観光に対する動機として、観光への希望、観光において重視すること、観光先選定において重視すること、好む観光スタイルなどについて

¹ 891-0197 鹿児島市坂之上8-34-1 鹿児島国際大学大学院経済学研究科博士後期

The International University of Kagoshima, Graduate School of Economics Faculty Doctor Program, 8-34-1 Sakanoue, Kagoshima 891-0197, Japan

2020年6月10日受付, 2020年8月26日採録

把握し、それらが若者の特性とどのような関係があるのかを検証する。若者の特性としては、性別（男、女）、学科（文科、理科）、海外観光の経験（ある、ない）を取り上げる。

本研究の方法は、論文や書籍を通じて、本研究に関連する文献の資料を取得することである。

本稿の構成

本稿の「はじめに」では、本研究の背景、目的と方法など、本研究の概要を説明する。「本論」では、若者の観光動機に関する先行研究の基礎理論を整理する。具体的には、観光に関する定義と観光資源分類、先行研究の理論に関する研究成果を考察する。「おわり」では、先行研究の理論結果について説明を行う。また本研究成果のまとめ、今後の研究課題展望を提示する。

1. 先行研究について

1.1. 観光の定義と観光資源分類

1.1.1. 観光の定義

観光の定義は研究者によってそれぞれ異なっているが、主な共通点は「非日常的な経験」として捉えている。観光政策審議会（1995）では、観光は余暇時間の中で日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い・学び・遊ぶことを目的とすると定義されている。国際的な定義では、観光は、通勤を除いて、居住地から40キロメートルを超える距離を移動することとなっている。旅行には、国外、国内、ビジネス目的、レジャー目的等がある。日本では、日帰り旅行の定義を、80キロメートル以上の移動、または、所要時間が8時間以上の非日常への移動としている。

谷口（2010）の見解は下記のとおりである。「国の光」とは、かけがえのないその地域の有形・無形の文化や景観を意味し、「観る」には、これらを「見せる」、「示す」という意味とともに、「見る」、「参加する」、「食べる」、「泊まる」、「触れ合う」、「学ぶ」などの行為者の行為が含まれると解釈できる。旅行と観光は同じ意味として用いられることが多いが、旅行は観光より広義の概念である。旅行は、大きく業務旅行（会議、商談など）と観光旅行（見学、体験、休養など）に分類することができる。

井川・川野（2011）は観光者の観光消費行動は「脱日常性欲求」によって引き起こされると指摘している。それに加え「旅に出たい」という新奇性欲求を表す「発動欲求」、この2つの要因は相互に作用し、人を観光行動へと動かしていく。つまり、観光行動とは美的充足感を求

めるなど、「人生的な行為の実現」という意味を含んでいるといえる。

若年層消費者から広告の基本機能の意識について、「ブランド創造因子」「経済発展促進因子」「社会発展促進や文化創造因子」「社会浪費や不道徳的な因子」の4の因子を抽出した。

日本の観光分野における若者に着目した研究は、学生を中心とした教育観光や語学研修、バックパッカーに関する研究、若者の海外旅行離れの現状にともなう旅行阻害要因に関する研究、そして海外旅行動機に関する研究が見られる。

1.1.2. 観光資源分類

観光資源と言えば、日本アルプスや屋久島などの自然的資源と、奈良や京都の寺社などの文化的資源に分類することが一般的であるが、ほかにも社会的資源、産業的資源という分類もあり、さらに広義では生活資源全般も含まれる。

1.2. 若者の観光動機に関する調査

日本に対する中国人観光客の観光動機：1) ビザ申請について、中国国外に居住している中国国籍者の短期滞在（観光、商用、親族・知人訪問）を拡大して、訪日する場合のビザに対しても多くの政策を与える。特に、「一定の経済力を有する者とその家族」及び「中国国内大学であり、中国教育部が公表するリストに掲載されている普通科本科大学に在籍する学部生、研究生（博士・修士在籍者）又は同校卒業後3年以内の卒業生」に対して、「団体観光」の形式ではない個人観光一次ビザを発給する。2) 経済の発展に伴い、海外旅行の需要が急速に増加してきた。日本は地理的に距離が近く、安全・合理的な消費・サービスの良さなどで観光産業が急速に拡大している。3) インターネットの発達に伴い、旅行会社のネット上の広告宣伝、日本を訪れた観光客がSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）などで共有した日本観光に関する情報や口コミなどによる情報効果が表れている。

中国に対する日本人観光客の観光動機：1) 中国は歴史が長く、地域が広く、豊かな自然と人文観光資源を持っている。砂漠探検、マイカー旅行、バックパッカー、漂流、森林探検など、挑戦的で冒険的な活動が日本の若者に人気がある。2) 中日両国の空間距離が近く、交通手段が多様化しており、移動にかかる時間が大幅に短縮された。中国・日本両国の地方都市を出発地とする航空路線の新規就航、増便等に伴う航空座席供給量の拡大

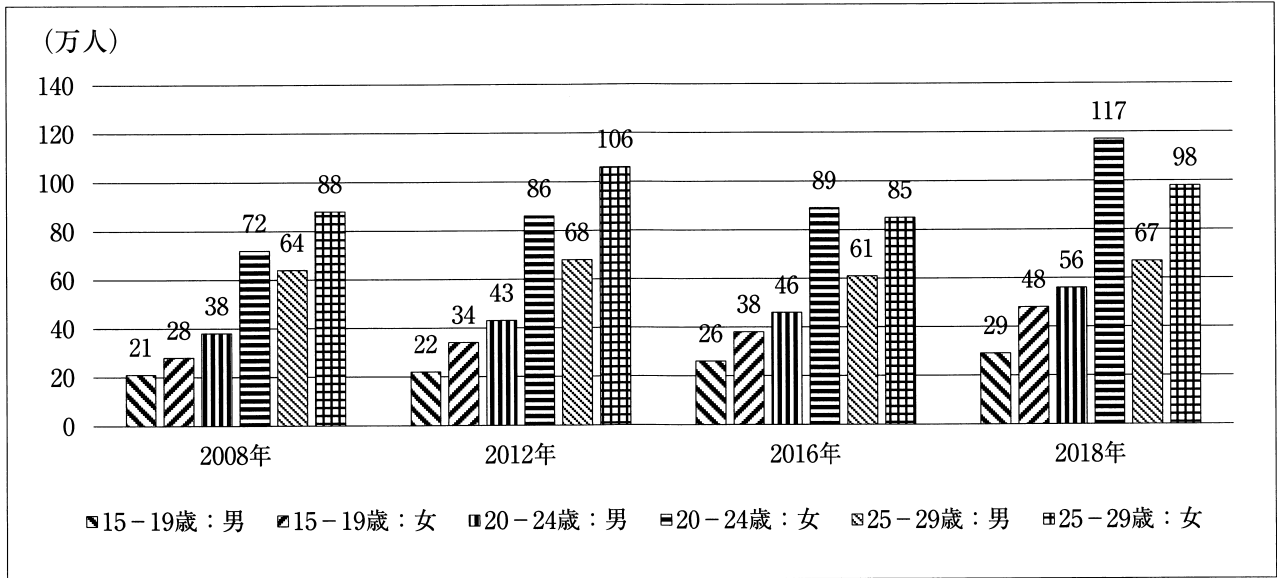


図1 日本人若者の出国者数の推移

出所：『出入国管理統計年報』（法務省），『国勢調査報告第2巻その1』（総務省統計局），『各年10月1日現在推計人口』（総務省統計局）より，筆者が作成した。

は、日本の観光客が中国に訪れる最低限の保証を提供した。3) 旅行費用が安く、15日以内にビザは不要であることが日本の観光客にとって魅力的である。日本政府は、日本の学生の教育観光を強化することは、国際化と情報時代の人材育成にとって重要な意義を持つと考えている。教育観光はクラスや団体の人数が多い。4) 中国は日本の近隣国であり、経済・文化などの交流が活発に行われている。経済は急速に発展し、中国に投資して貿易活動を行う日本の商人は年々増加している。欧米の経済は不安定で、テロ事件が頻発している中で、中国に大量の日中合弁と日系企業が現れた（上海、青島、大連）。

図1は、若者を5歳ごとに区切り、男女別に細分化して、2008年から10年間の変化を表している。15歳から19歳で、女性の出国者数を見ていくと、2008年は27万8千人、2018年は47万8千人で上昇が見られる。男性についても、2008年は20万6千人、2018年は29万5千人と女性には及ばないものの、同様に上昇を示している。

20歳から24歳の若者、女性の出国者数を見ると、2008年には71万8千人、2018年は117万1千人と、人数が大幅に増加した。若い女性の海外旅行意欲が高まった。男性については、2008年は38万2千人、2018年には56万2千人で、女性と同様に人数が上昇している。

25歳から29歳について、男性を見ると、2008年には63万6千人、2018年には67万人で好転が見えた。女性を見ると、2008年は88万2千人、2018年は97万7千人で、男性よりも女性の数値の変化が大きいことが注目される。

2. 先行研究の批判的考察

先行研究の目的はこれまで行われてきた観光動機に関する先行研究をレビューすることにより、本研究の目的を挙げると、同じアジア圏である日中若者の観光動機の特徴及び重要性を位置付けることである。本稿では、観光動機に関する先行研究を、観光動機の構造、旅行者意思決定のプロセス、観光の動機評価、購買動機、旅行者のモチベーションなどに分類して、その具体的な内容について整理した。

Dann (1977) は観光決定の中に主に2種類の要素、すなわちプッシュ要素とプル要素があると主張している。Dann は、観光の動機評価の中で7種類の観光動機を提出した。

- (1) 旅は欠落と欲望に対する反応である。Dann は、生活が乱れている社会の中で、人々は社会的なニーズをもっており、その社会的なニーズはまさに家庭の環境に欠けていると指摘した。
- (2) 目的地のプルは駆動動機に対応している。
- (3) 幻想に応じて動機が生まれる。
- (4) 目的地に応じての動機が生まれる。例えば友人訪問、学習など。
- (5) 観光客のタイプに応じた動機。
- (6) 旅行者の経歴に関する動機。
- (7) カスタマイズ動機、すなわち、旅行者が自分たちの境地により定義すること。

Dann の研究は、観光の動機評価の中で7種類の観光動

機を明らかにしたが、文化観光動機については言及していない。

Engel, Blackwell & Miniard (1995) のモデルは記憶と情報処理などの認知的メカニズムによって購買動機を記述しているもので、消費者の意思決定過程（欲求認識→情報検索→購買前代案評価→購買→消費→購買後代案評価→処分）に影響を与える要因として個人差要因と環境要因をあげている。観光動機に関する購買動機が重要であり、重要な文化観光動機に関する研究は十分とは言えない。

佐々木 (2000) は既往の旅行者モチベーションに関する研究を手がかりに、次の5つの行動タイプを挙げた。1) 「緊張回避行動」、日常の仕事や生活から生じるプレッシャーから一時的に逃れる。2) 「娯楽追及行動」、レクリエーションや娯楽を求める行動。3) 「関係強化行動」、家族繋がり強化するなど社会的な人間関係を拡大・強化する。4) 「認識増進行動」、歴史・自然・文化など訪問先の社会・人間についての理解を深める。5) 「自己拡大行動」、自己発見や自己評価につながる行動であり、自信や自尊の感情、高い地位・特権を味わい、旅行後に経験を誇示する。また観光客として行動する場合の動機づけであり、発動要因と誘引要因という2組の要因が含まれる。旅行者の属性と観光動機（発動要因）と、旅行先の特徴が相互作用して旅行先選択のための知名集合が成立し、そこから個人的な障害要因 (constraints) を考慮したうえで候補集合へと発展し、旅行先選択に至るということである。しかし、佐々木は旅行者モチベーションに関して5つの行動タイプを挙げて説明したが、文化観光動機は言及していない。

Schott (2004) の研究は、対象の年齢層が多様であるため、特定の年齢層による観光動機について把握する必要があると述べている。特に、観光分野において若者に焦点を当てた研究の不足を指摘し、イギリスの若者を対象に海外観光への動機づけについて明らかにした。若者による観光動機について把握する必要があると述べているが、日中若者の観光動機について研究はほとんど触れていない。

林・藤原 (2008) は日本人海外旅行者を対象に調査を行い、観光動機の構造を検討した。因子分析の結果、「刺激性」「文化見聞」「現地交流」「健康回復」「自然体感」「意外性」「自己拡大」という7因子構造が明らかになった。この尺度を用いて吉川 (2012) は、大学生の海外旅行についての観光動機を調査・分析した。その結果、下位尺度の得点は、林・藤原 (2008) で示された数値と近

似した傾向であった、と吉川 (2012) は述べている。彼らは日本人海外旅行者を対象としており、日中若者観光客については言及していない。さらに師、耀軒、棧敷、孝浩ほか (2009) の研究も一般の海外観光客と異なる長期滞在の学生を主な対象とし、その特徴を明らかにしたものである。

Rizzo (2017) らの研究も注目されている。シチリア島 (イタリア) のデータを使って、文化が観光の季節性を克服しているかどうかを検証した。その結果、海に近い地域と、マイナーな文化遺産では難しいことが分かった。有名な文化遺産が1つや2つあるより、多くの文化遺産が集積する都市の方が、季節性を克服できている。いずれにしても、文化遺産頼みで季節性を克服するのは難しく、観光客のターゲットを絞るより洗練された観光政策が必要であると指摘している。ただし、彼らは文化観光を説明しているが、若者、特に日中若者の観光客に関するものではなく、若者の余暇が多く、経済的負担が少ない、資金管理が自由という特徴や、さらに集団活動を好み、固有環境から離脱して真新しい新鮮な文化体験を求める個性派である故に、旅行業の躍進の一助となっていることを明らかにしたものに過ぎない。

鎌田・金 (2010) の研究では、日本の若者の海外旅行離れが問題視されている。米国で多発するテロ、新型インフルエンザ流行などの国際的要因や不況、若者の就職難など国内の経済的な要因とともに、時間的制約、携帯やゲームなどへの支出増、金銭的な余裕がないこと、他者との関わりにおける意識変化、インターネットの普及で海外の情報が簡単に入ることになったことなどが、一般的な旅行阻害要因として指摘されている。

小泉・宮本 (2002) は、日韓大学生に注目し余暇に関する比較分析を行い、日本以上の学歴社会である韓国人大学生の方が学業も余暇活動も楽しむ生き方を取っていることを明らかにした。また、宮本 (2008) は、日韓大学生の余暇生活に関する意識構造を比較した。そして、日本人大学生は自分の内面を充実させることから喜びを見出す自分軸であるのに対し、韓国人大学生は他者から羨望されることから喜びを見出す他人軸であるという違いを明らかにした。彼は観光に関する研究の一環として、同じアジア圏である日韓大学生の比較分析を行った。

小口・八城 (2003) は大学生を対象にグリーン・ツーリズムへの参加動機を調査し、因子分析によって男女それぞれの動機の因子構造を明らかにしている。男子大学

生からは、「好奇心」「開放感希求」「単純接触性」が抽出され、女子学生からは、「非日常性」「環境配慮」「田舎生活への関心」「新奇性」が抽出された。小口・八城の研究は、大学生を対象にグリーン・ツーリズムへの参加動機を調査し、因子分析によって動機を明らかにしたが、文化観光動機については言及していない。

以上の観光動機に関する先行研究をレビューした結果、日中若者の文化観光動機に関する研究は、今後の観光分野において重要な意義をもつと考えられる。

3. 観光文化理論における実証研究

ATLAS (European Association for Tourism and Leisure Education) は、文化観光を「文化的ニーズを満たすために、新しい情報や体験を求めて、居住地から文化的魅力のある所へ移動すること」と定義している。文化経済学の分野では、文化遺産、美術館、伝統的建造物等への訪問から研究が始まり、次第に、伝統的な祭や、アートフェア、工芸、レコード、書籍等の見本市、音楽祭、映画祭、演劇祭等への参加など、より幅広い文化を目的とする旅行へと、研究が広がってきた。更に、その地域特有の生活スタイルや食まで含まると、文化観光と観光一般との境界線を引くことが難しくなる。とはいえ、OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) は、文化動機の観光は、観光全体の40%を占めると捉えている。

文化と観光が相互に及ぼす影響に関する研究は多様である。後藤 (2018) は文化が観光客を引き付けているかどうか、言い換えれば、文化が観光に及ぼすインパクト：例えば、世界遺産に登録された後に観光客が増えているか、観光客の季節性の克服に効果があるか、海外からの観光客を引き付けているか、旅行先の選択にプラスの影響を与えているかについて研究を行った。季節性とは、夏のバケーションで訪れる人が多い海辺や、スキー場のある山間において、観光客がある季節に偏る傾向があることを指す。

文化観光は、文化・文化産業と観光という限られた対象対したものではあるが、観光と地域産業の関係を扱っており、いくつかの論点を提示することができる。UNWTO (United Nations World Tourism Organization) も、近年の文化観光の拡大は、文化遺産保存のみならず、アートや工芸、クリエイティブ産業等の発展に貢献しているとし、文化と観光の新たな連携モデルに関心を寄せている。

2015年度観光の状況・2016年度観光施策の要旨によると、日本の観光課題における滞在日数と消費額の少なさを解決する1つの方法として、文化観光が挙げられている。観光による1人当たり消費額と平均宿泊数は、マカオ (3,489万/1.4泊)、米国 (2,371ドル/9.7泊)、タイ (1,551ドル/6.0泊) に対して、日本は1,406ドル/6.0泊である。マカオの消費額が大きいのはカジノによるもので、消費額と滞在日数には、ある程度の相関があることから、収入を増やすには、滞在日数を長くする必要がある。

Towse (2010) は、米国マサチューセッツ州のデータを引用し、文化を動機とする観光客は、他の観光客に比べて、所得と教育レベルが高く、一般的に観光への消費額は62ドル/日が多く、旅行期間中の消費額合計では200ドルが多いこと、目的地ごとの滞在日数も半日ずつ多いことを指摘している。つまり、文化観光は、滞在日数や消費額の増加という観点から観光の促進に貢献できる。

長野県観光部山岳高原観光課 (2018) の研究によると、歴史文化資源は、歴史を題材としたテレビドラマやアニメなどの舞台になることもあり、その影響から一時的に注目される場合がある。例えば、上田城跡はNHK大河ドラマの放送により、利用者数が増加したことがある。長野県上田市に位置する上田城跡は、大河ドラマ「真田丸」の主人公・真田幸村ゆかりの地である。上田城跡の2015年の延べ利用者数は約215万人であったが、「真田丸」が放送された2016年には約350万人に増加していたことが明らかになった。

若者には余暇が多く、経済的負担が少ない、資金管理が自由という特徴があり、さらに複数の国の若者集団の活動を好む傾向がある。とりわけ、若者という固有の環境から離脱して真新しい新鮮な文化体験を求める個性派に焦点を当て、今後の研究モデルの構築、つまりアンケートの作成、配布によるデータ収集及び仮設の検証を通じての解明作業は、観光産業の将来において重要な歴史的な研究意義をもつ。

4. おわりに

4.1. 研究成果のまとめ

以上は観光動機に関する先行研究をまとめたものである。大きな不足点は文化観光動機についての言及が少ないことである。また、多くの学者は若者による観光動機について把握する必要があると述べているが、特に急成長している日中若者の観光動機についてはほとんど触れ

ていない。観光産業の発展は経済の発展を牽引するという重要な役割を果たすので、今後文化観光動機を目的とした研究はますます重要になると考えられる。

5. 今後の研究課題

文化的観光動機は、文化と観光の新たな連携に寄与できるため、今後の研究課題として、同じアジアである日中の若者に注目し、文化観光動機を明らかにすることである。一般的な観光動機についての研究はこれまでも多数なされてきたが、文化観光を目的とする日中若者の観光動機に関する研究は見当たらない。この点に取り組むことが、今後の同産業における重要な研究課題である。

注

- 1) 1999年は中国が初めてゴールデンウィークポリシーを実施しはじめた年である。それまでは祝祭日は“春節”，“労働節”，“国慶節”のみ日間程度の連休であった。

参考・引用文献

- 『出入国管理統計年報』（法務省），『国勢調査報告第2巻その1』（総務省統計局），『各年10月1日現在推計人口』（総務省統計局）。
- 森島潤（2001）。「観光行動研究の状況と課題—行動地理学の領域を対象として」立教観光学研究紀要（3），pp.79-81。
- 旅行年報（2014）。I-3 日本人の海外旅行，pp.32-47。
<https://www.useit.com.cn/thread-18117-1-1.html>
- 「観光行動の因子構造に関する研究—中日大学生サンプルによる交叉ぶんかの分析—観光学研究」（2），pp.61-70。
- 安哉宣（2012）。「日韓大学生の海外旅行意識に関する比較研究」pp.69-79。
- 相川充（2007）。「高校生の海外研学旅行が訪問国に対するイメージと国際理解に及ぼす効果」東京学芸大学紀要（58），pp.81-90。
- 川村欣司（2007）。「OIU オーストラリア語学研修旅行—参加学生の意識調査から読みとれること」大阪国際大学紀要，11（3），pp.83-96。
- 須藤廣（2008）。「消費社会のバックパッカー—日本人バックパッカーの歴史と状況」北九州市立大学文学部紀要（15），pp.47-66。
- 高井典子，中村哲，西村幸子（2008）。「若者の海外旅行離れ「論」への試み」日本観光研究学会全国大会学術論文集（23），pp.421-424。
- 中村均（1986）。「直接接触による日本人の対韓イメージの変化について」アジア研究所紀要（13），pp.229-250。
- L.G.Schiffman, L.L.Kanuk（1997）, Consumer Behavior, Fifth Edition, Prentice Hall, p.7。
- 吉田正昭，村田昭治，井関利明（共編）（1964）。「消費者行動の理論」丸善，p.167。
- 和田充夫，恩蔵直人，三浦俊彦『マーケティング戦略（新版）』有斐閣アルマ，2002年10月20日新版，p.107。
- Kotler, P. Marketing Management (10th Ed.), Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 2000。
- 木下裕将「高知県観光における坂本龍馬の効果に関する研究」高知工科大学マネジメント学部。
- 平久保伸人（2012）。「消費者行動論」ダイヤモンド，pp.14-44。
- 井上崇通（2012）。「消費者行動論」同文館出版，pp.59-64。
- 石井昭夫（2001）。「第12章観光政策」岡本伸之編『観光学入門』有斐閣，p.264。
- 谷口知司（2010）。「観光ビジネス論」ミネルヴァ書房，pp.1。
- Schmoll, G.A. (1977). Tourism Promotion, Tourism International Press, Lond.
- Matheson, A. and Wall, G. (1982). Tourism: Economic Physical and Social Impacts, Longman, London.
- Engel, J.F, Blackwell, R.D & Miniard, P.W (1995). *Consumer behavior* (8th ed.), Dryden Press.
- 佐々木土師二（2000）。「旅行者行動の心理学」日本，関西大学出版部，pp.18-64。
- 井川愛弓・川野兵馬など（2011）。「旅と風景ツーリズムと風景美：ヨーロッパと日本の比較」地域文化調査成果報告書。
- Perreault, W.D., Darden, D.K., and Darden, W.R. (1977). A Psychological Classification of Vacation Life Styles. *Journal of Leisure Research* (9), pp.208-224.
- 小泉勇治郎・宮本晋一（2002）。「日韓大学生の余暇に関する比較分析」松山東雲女子大学人文学部紀要，（10），pp.1-11。
- 宮本晋一（2008）。「日韓大学生の余暇生活に関する意識構造比較—韓国版アセスメントシートの尺度開発について—」地域研究（4），pp.79-87。
- Schott, C (2004). Young holiday makers, solely faithful to hedonism? New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference, 2004 Wellington (8-10), pp.364-375.
- 林幸史・藤原武弘（2008）。「訪問地域，旅行形態，年齢別にみた日本人海外旅行観光者の観光動機」実験社会心理学研究，（48-1），pp.17-31。
- 吉川茂（2012）。「大学生の観光動機と観光懸念に関する心理学的考察」阪南論集，（47-2），pp.125-133。
- Tows (2010). A Textbook of Cultural Economics, Cambridge University Press, p.530.
- Bonet, L. (2013). "Heritage tourism", in Rizzo, I. and A. Mignosa, eds., *Handbook on the Economics of Cultural Heritage*, Edward Elgar, p.387.
- 師，耀軒，棧敷，孝浩ほか（2009）。「留学生の日本国内における観光動機向分析」北海道大学を事例として，北海道大学農業経営論（64），pp.97-104。
- 後藤和子（2018）。「観光と地域経済」第34号，2018年。
- 観光庁（2013）。「観光統計の概要と利活用について」（<http://www.mlit.go.jp/common/000991742.pdf>），（2017年10月31日確認）。

Cuccia, T. and I. Rizzo (2013). "Seasonal tourism flows in UNESCO sites: the case of Sicily", in Kamisky, J., A.M. Benson and D. Arnold eds., *Contemporary Issues in Cultural Heritage Tourism*, Routledge, pp.179-199.

小口孝司・八城薫 (2003). グリーン・ツーリズムへの参加を規程する社会心理学的要因, *観光研究* (14-2), pp.27-36.

長野県観光部山岳高原観光課 (2017). 平成28年観光地利用者統計調査結果, 長野県観光部山岳高原観光課, p.4.

鎌田裕美・金春姫 (2010). 日本の若者はなぜ海外旅行をしないのか, 消費者行動モデルによる考察, 第40回消費者行動研究コンファレンス要旨集, pp.45-48.