

新型コロナウイルス禍における沖縄観光—1.  
中国人の観光動機

Okinawa Tourism during the COVID-19 Period part1  
Tourism Motivations of Chinese People

<b>脇本 忍</b>	<b>楊 琚屹</b>	<b>郭 絢麗</b>	<b>周 曉妍</b>
Wakimoto Shinobu	Yang Junyi	Guo Xuanli	Zhou Xiaoyan
聖泉大学人間学部	聖泉大学人間学部生	聖泉大学人間学部生	聖泉大学人間学部生

要 約

新型コロナウイルス感染が、世界的レベルで蔓延し観光業界は多大な打撃を被った。本研究では、わが国有数の観光地である沖縄へのインバウンド観光客である中国人の観光動機を調査した。その結果、自然陶冶・刺激性・外国期待・新体験・交流・非日常・現地シンボル・意外性の8因子構造であることが明らかになった。とりわけ、中国人男性は自然陶冶と刺激性が中国人女性よりも高いことが示された。

キーワード：新型コロナウイルス、沖縄観光、中国人の観光動機

問 題

観光研究で注目される D.J.ブーアスティン (1961) は、疑似イベント (pseudo-events) という概念を提唱し、観光は目的地での娯楽が目的であり、観光地は観光客の期待に応えようと地方色を出そうとするが、現地の人からすると違和感があると述べている。そのような問題を抱えつつも、わが国では官民ともに観光業の活性化に軸足を置いて急速に促進してきた。なかでも沖縄は、観光業を主産業とした観光県であり、沖縄本島をはじめ周辺の離島にも独特の自然環境やマリンスポーツを楽しみに国内外から観光客が訪れてきた。沖縄を何度か訪問すると、各地の観光客の導線の変化を感じることもある。例えば、沖縄の中心地である那覇には観光客がよく訪れるエリアがある。国際通り・沖映通り・ニューパラダイス通り・市場通り・浮島通り・桜坂・壺屋やちむん通り周辺では、以前は地元住

民の生活路のようなところまで、近年では路地裏の小さな店の情報も SNS で共有されるようで観光客を見かけないことはない。商店側もそれに呼応して、とりわけ中国系観光客に対するサービスとして、中国語が堪能な販売員を雇用し、買い物を Alipay (アリペイ/支付宝) などの電子決済を活用できるシステムをいち早く導入してきた。

観光庁「訪日外国人消費動向調査 2019 年間値の推計」によると、沖縄県の前年度訪日

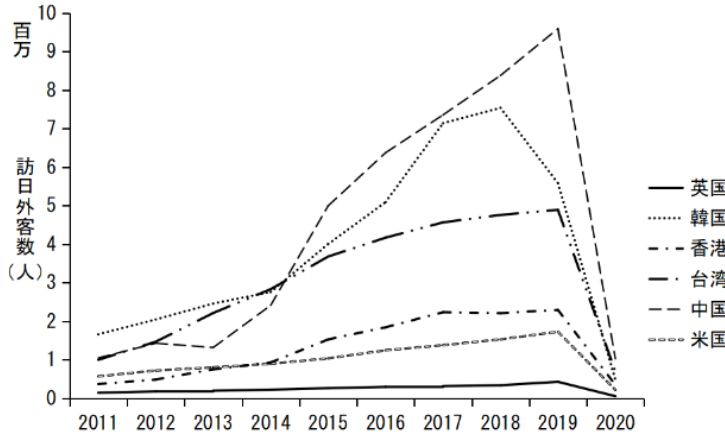


Figure 1 年別・国・地域ごとの訪日外客数の推移

外国人観光客数は 195 万 1,150 人で、最も多かったのは台湾からの 76 万 1,794 人、そして韓国の 43 万 7,821 人、続いて中国の 35 万 0,080 人と報告されている。ちなみに、2011 年 7 月から沖縄を訪問する中国人個人観光客で、十分

な経済力を有する者とその家族に対して、わが国が初めて導入する数次ビザが発給されている。この数次ビザの有効期間は 3 年で、その間であれば何回でも訪日でき、1 回の滞在期間は 90 日と従来の個人観光ビザよりもかなり長くなっている。導入された当時の政治情勢の後押しがあったかもしれないが、中国からの観光客誘致に国を挙げて大歓迎してきたことがうかがえる。

しかし、2020 年初旬に新型コロナウイルスが世界規模で感染拡大し観光客が激減した。特に外国人観光客は皆無の状況である。沖縄県では当初 1,000 万人の観光客の呼び込みを目標としていたが、困難であることは自明で深刻な不況不安は沖縄経済全体に広がっている。日本人観光客はもとよりインバウンドと呼ばれる外国人観光客が皆無となり、直接的打撃をこうむった観光事業者は売り上げを大きく落としている。

須藤 (2012) は、リスク社会と観光について、「後期近代社会は宿命としての自然が消失した社会である。観光の在り方も宿命から選択へ、自然的固定的なアウラ志向から人工的

なアウラ志向へと変容する。観光対象は常に人工的に創作するものとなり、そのことが観光の不安の原因ともなる」と述べているが、とりわけ沖縄のアウラというべき独特の自然は、前述の美ら海主成分とも考えられ、沖縄を訪問する旅行者にとっての最大の魅力かもしれない。

旅行者の特徴についての研究では、Yiannakis & Gibson (1992) は、旅行者を、日光浴型 (sun lover) ・ 刺激行動型 (action seeker) ・ 人類学者型 (anthropologist) ・ 考古学者型 (archaeologist) ・ パッケージ旅行型 (organized mass tourist) ・ スリル希求型 (thrill seeker) ・ 探索型 (explorer) ・ 豪遊型 (jet-setter) ・ 個人探求型 (seeker) ・ 個人手配型 (independent mass tourist) ・ 高級志向型 (high class tourist) ・ 放浪型 (drifter) ・ 逃避型 (escapist) ・ スポーツ愛好型 (sports lover) の 14 パターンに分類している。また、旅行する動機について、林・藤原 (2008) は、海外旅行から帰国した日本人観光客を対象に関西空港で旅行者の観光動機について調査を実施し、7 つの要因 (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) を指摘している。岡本と佐藤 (2015) は、安曇野市に訪問してきた観光客を対象に、観光動機、参考にした情報、旅行満足度の調査の結果、計画的探求型・都市観光型・自然観光型・低欲求型・思いつき型に分類できると報告している。これらのことから観光行動の多様さがうかがえる。

2020 年のコロナ禍によって、インバウンド依存の見直しや東アジア圏内以外からの観光客誘致などの必要性を問われつつあり、沖縄の観光業全体からは新たな戦略の必要性が求められ、今後はコロナ禍以前以上に旅行者の個人特性に合致した観光施策が求められるだろう。中国人の訪日観光に関する研究は、これまでは主に社会学や経済学の立場からなされてきた。金 (2009) の報告では、中国人観光客にとってゴールデンルートと呼ばれる東京－大阪 (T-O) ルートが、189 のツアーのうち 125 件該当し、全ルートの 3 分の 2 を占めているが、沖縄ルートは 5 件と数は少ないものの風光明媚な亜熱帯海岸の景観がイメージされたものであり、なかには嘉手納米軍基地が観光対象の一つになっている場合もあると報告され沖縄こそ、多様な魅力ある観光地であるといえるだろう。

本研究では、沖縄への観光客として今後も期待できる中国人の観光動機を調査する。

## 方 法

中国在住者へのインターネット質問調査

## 44 新型コロナウイルス禍における沖縄観光－1.

### (1)調査対象者：

中国に在住する男女 213 名 (平均年齢 23.73 歳、 $SD=7.98$ )、社会人 43 名 (男性  $n=29$ 、女性  $n=14$ 、平均年齢 35.70 歳、 $SD=11.46$ )、学生 170 名 (男性  $n=75$ 、女性  $n=95$ 、平均年齢 20.70 歳、 $SD=1.22$ )。

### (2)調査手続き

インターネット上で URL アンケートの形式での調査を実施した。具体的には、ウェブサイト (麦客 CRM) に「観光動機についてのアンケート」と題した URL を配布し、調査協力者にインターネット上から回答を求めた。質問紙の冒頭に、この調査での観光動機とは、外国旅行に対する考えと目的について尋ねることを明記した。調査は 2020 年 8 月 31 日から 2020 年 9 月 6 日まで実施された。性差を確認する目的のため男女とも 100 人を超える時点で終了した。

### (3)調査内容

#### 1)観光動機に関する質問項目 (巻末資料参照)

観光動機を測定する 31 項目について、「以下には海外旅行についてのさまざまな考えをあらわす言葉が記されています。これらはあなたが旅行を決める際の考えにどの程度あてはまりますか」との中国語の教示を与え、「まったく当てはまらない」～「とてもよく当てはまる」の 5 件法で回答を求めた。ちなみに、31 項目の中の 30 項目「Q5 ～ Q34」は林・藤原 (2008) の観光動機尺度を参考にした。

#### 2)沖縄観光に関する質問項目

「沖縄に旅行に行ったことがありますか」という質問項目に対して、「行ったことがある」と「行ったことがない」の 2 件法で回答を求めた。さらに、「沖縄に行きたい気持ちは今のコロナの時期で、あなたの考えがどのくらい変わりますか」との教示を与え、「まったく当てはまらない」～「とてもよく当てはまる」の 5 件法で回答を求めた。

#### 3)属性に関する質問項目

「Q1 ～ Q4」は年齢、性別、職業、所在地について尋ねた。

## 結 果

観光動機に関する質問項目に対して、因子分析 (バリマックス回転) を実施した。固有値 1.00 以上の基準で 8 因子が抽出された (Table1)。第 1 因子は、「スケールの大きな自

然を体感したい」「野山を散策して、身近に自然を感じたい」など4項目が高い負荷量を示している。これらの項目は、身近に自然と接触したいとする気持ちを表していることから、「自然陶冶因子」と命名された。第2因子は、「国内にはない文化や風習に触れたい」「国内とは違う環境で新しい経験をしてみたい」など4項目が高い負荷量を示し、新奇的な経験や不確実性を求めたい気持ちを表していることから、「刺激性因子」と名づけた。第3因子は、「同じ環境ばかりだと退屈なので、外国へ行きたい」「外国旅行をすることで、決まりきった生活から抜け出したい」といった外国に行きたい気持ちについて言及した4項目が高い負荷量を示し、「外国期待因子」と命名された。第4因子は、「いつもの自分とは違った新たな一面を発見したい」など3項目が高い負荷量を示し、「新体験因子」と名づけた。第5因子は、「現地の人たちと仲良くなりしたい」「他の国からやって来た旅行者たちと仲良くなりしたい」など4項目が高い負荷量を示していることから、現地の人々との交流を期待したい気持ちを表し、「交流因子」と命名された。第6因子は、「日頃の生活を忘れて、思い切り羽根を伸ばしたい」といった2項目が高い負荷量を示し、日常生活から抜け出したい気持ちを表していることから「非日常因子」と命名された。第7因子は、「美術館や博物館で芸術品を見てまわりたい」といった2項目が高い負荷量を示し、現地ならではの体験を求める点で共通していることから、「現地シンボル因子」と命名された。第8因子は、「旅先では、はっきりとした目的を決めず、流れに身を任せたい」といった2項目が高い負荷量を示し、不確実性の高い状況を求める点で共通していることから、「意外性因子」と名づけた。なお、本研究では因子負荷量が0.4以上を基準として採用し、Q25は2項目に関与したため除外した。

Table1 観光動機についての因子分析表(バリマックス回転)

項目	因子							
	自然陶冶	刺激性	外国期待	新体験	交流	非日常	現地シンボル	意外性
Q27 スケールの大きな自然を体感したい	.77	.18	.07	.17	.16	.04	.14	.06
Q23 価値観や人生観を変えるきっかけにしたい	.66	.13	.20	.12	.16	.11	.11	.00
Q34 野山を散策して、身近に自然を感じたい	.55	.17	.15	.03	.12	.18	.13	.05
Q16 空気や水の美しさを感じたい	.52	.31	.02	.30	.19	.04	.02	-.12
Q25 有名な遺跡や建築物を見てまわりたい	.50	.00	.44	.01	.08	.28	.09	.19
Q6 日頃の生活で疲れた心身を癒したい	.38	.08	.20	.04	.13	.03	.28	.26
Q19 国内にはない文化や風習に触れたい	.22	.77	.20	.11	.10	.05	.11	-.11
Q20 国内とは違う環境で新しい経験をしてみたい	.14	.73	.35	.13	.21	.04	.10	-.05
Q28 現地の歴史や伝統についてよく知りたい	.24	.56	.09	.28	.30	-.01	.14	.02
Q18 現地の芸能(音楽・演劇・踊り)を見聞きしたい	.10	.52	-.01	.15	.13	.25	.35	.08
Q26 日頃の生活でまったストレスを解消したい	.40	.43	.11	.02	.08	.20	.34	.07
Q31 同じ環境ばかりだと退屈なので、外国へ行きたい	.10	.10	.65	.07	.00	.10	.08	.02
Q21 外国旅行をすることで、決まってきた生活から抜け出したい	.09	.30	.55	.25	.17	.31	-.04	.03
Q33 生活に変化を与えるために外国へ行きたい	.11	.08	.55	.07	.19	.16	.05	.03
Q32 自分の思うとおりに自由気ままに過ごしたい	.27	.18	.46	.10	.06	-.09	.15	.15
Q14 旅先では、目新しく変化に富んだことをしてみたい	.11	.22	.17	.78	.11	.03	.19	.00
Q15 いつもの自分とは違った新たな一面を発見したい	.18	.04	.16	.68	.29	.18	.03	.08
Q13 現地の人たちの暮らしぶりにありたい	.08	.31	.05	.48	.36	.06	.19	.04
Q17 自分が成長できるような経験がしたい	.28	.34	.08	.37	.19	.29	.06	.00
Q8 現地の人たちと仲良くなりしたい	.11	.15	.03	.18	.67	.12	.13	-.05
Q29 他の国からやって来た旅行者たちと仲良くなりしたい	.25	.36	.07	.22	.56	.02	.12	-.03
Q9 自分自身を見つめ直したい	.21	.04	.20	.17	.49	.14	.13	.17
Q30 現地の言葉をおぼえて、地元の人たちと話したい	.21	.23	.25	.12	.48	.06	.20	.06
Q24 日頃の生活を忘れて、思い切り羽根を伸ばしたい	.20	.03	.29	.11	.13	.82	.12	.10
Q22 旅先では、ドキドキするような興奮を感じたい	.21	.27	.19	.17	.15	.46	.13	.01
Q11 美術館や博物館で芸術品を見てまわりたい	.09	.24	.09	.24	.15	.06	.62	.05
Q7 現地にしかない植物や動物を見たい	.26	.09	.11	.08	.21	.11	.47	-.08
Q10 外国へ旅行をする時は、しっかりと日程や計画を立てておきたい	.20	.17	.09	.00	.13	.05	.36	-.30
Q12 旅先では、はっきりとした目的を決めず、流れに身を任せたい	.02	.00	.06	.04	-.01	.09	-.17	.66
Q5 行き当たりばったりの旅行がしたい	.10	-.02	.08	.00	.06	.00	.13	.60
因子番号	2.89	2.85	2.05	2.02	1.99	1.44	1.42	1.13

Table2 男性と女性の因子得点平均値(標準偏差)および対応のないt検定の結果

	自然陶冶	刺激性	外国期待	新体験	交流	非日常	現地シンボル	意外性
男性	4.98 (.89)	3.92 (.75)	4.41 (.97)	3.75 (.82)	3.53 (.84)	3.62 (1.01)	3.33 (1.03)	2.93 (1.05)
女性	5.19 (.87)	4.18 (.06)	4.61 (.92)	3.83 (.07)	3.70 (.08)	3.67 (.96)	3.70 (.91)	2.88 (1.02)
t検定の結果	n.s.	p<.01	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	p<.01	n.s.

男性女性の因子得点平均値および標準偏差値を Table2 に示した。その結果、男性の刺激性因子得点は女性より有意に高く ( $t(206.10) = -2.72, p < .01$ )、男性の現地シンボル因子得点は女性より有意に高かった ( $t(205.12) = -2.73, p < .01$ )。自然陶冶因子得点・外国期待因子得点・新体験因子得点・交流因子得点・非日常因子得点・意外性因子得点では、男性と女性の間には有意な差が認められなかった(自然陶冶因子:  $t(211) = -1.78, n.s.$ ; 外国期待因子:  $t(211) = -1.54, n.s.$ ; 新体験因子:  $t(211) = -.81, n.s.$ ; 交流因子:  $t(211) = -1.51, n.s.$ ; 非日常因子:  $t(211) = -.33, n.s.$ ; 意外性因子:  $t(211) = -.37, n.s.$ )。

つぎに、各因子得点の平均値に関して、1 要因分散分析と多重比較の結果を Table3 に示した。

Table3 各因子得点平均値(標準偏差)および分散分析結果

(n=213)		
自然陶冶(F1)	5.09	(.88)
刺激性(F2)	4.05	(.72)
外国期待(F3)	4.52	(.95)
新体験(F4)	3.79	(.79)
交流(F5)	3.62	(.83)
非日常(F6)	3.64	(.98)
現地シンボル(F7)	3.52	(.99)
意外性(F8)	2.91	(1.03)
多重比較の結果	(F1)>(F2)(F3)(F4)(F5)(F6)(F7)(F8), **	
	(F2)>(F5)(F6)(F7)(F8), **	
	(F3)>(F2)(F4)(F5)(F6)(F7)(F8), **	
	(F4)>(F5)(F7)(F8), *	
	(F5)(F6)(F7)>(F8), **	
	(F2)・(F4), n.s.	
	(F4)(F5)・(F6), n.s.	

\*\*p<.01, \*p<.05

1 要因分散分析の結果、有意な主効果が認められた ( $F(7, 1696) = 115.60, p < .01$ )。多重比較(テューキーHSD 法)の結果、自然陶冶因子 ( $M = 5.09, SD = .88$ )、刺激性因子 ( $M = 4.05, SD = .72$ )、外国期待因子 ( $M = 4.52, SD = .95$ )、新体験因子 ( $M = 3.79, SD = .79$ )、交流因子 ( $M = 3.62, SD = .83$ )、非日常因子 ( $M = 3.64, SD = .98$ )、現地シンボ

ル因子 ( $M=3.52$ ,  $SD=.98$ )、意外性因子 ( $M=2.91$ ,  $SD=1.03$ ) の平均点の間にそれぞれ有意な差が確認できた ( $p<.01$ )。

つぎに、各因子得点と Q36・Q38 の相関分析結果を Table4 に示した。

Table4 各因子得点とQ36・Q38の相関分析の結果

項目	自然陶冶 (F1)	刺激性(F2)	外国期待 (F3)	新体験(F4)	交流(F5)	非日常(F6)	現地シンボル (F7)	意外性(F8)
Q36 沖縄に旅行したいですか？	.30**	.29**	.34**	.18*	.22**	.22**	.21**	.10
Q38 コロナの影響で沖縄へ旅行するについての考えが変わりますか？	.16*	.14*	-.05	.17*	.11	.08	.26**	-.02

\*\* $p<.01$ , \* $p<.05$

結果により、Q36「沖縄に旅行したいですか？」について、自然陶冶・刺激性・外国期待・新体験・交流・非日常・現地シンボルの各因子得点と有意な相関が認められた (F1:  $r=.29$ ,  $p<.01$ ; F2:  $r=.29$ ,  $p<.01$ ; F3:  $r=.29$ ,  $p<.01$ ; F4:  $r=.34$ ,  $p<.05$ ; F5:  $r=.18$ ,  $p<.01$ ; F6:  $r=.22$ ,  $p<.01$ ; F7:  $r=.21$ ,  $p<.01$ )。

Q38「コロナの影響で沖縄旅行についての考えが変わりますか？」について、自然陶冶・刺激性・新体験・現地シンボルの各因子得点と有意な相関が認められた (F1:  $r=.16$ ,  $p<.05$ ; F2:  $r=.14$ ,  $p<.05$ ; F4:  $r=.17$ ,  $p<.05$ ; F7:  $r=.26$ ,  $p<.01$ )。

Table5 各因子得点間の相関分析結果

項目	自然陶冶	刺激性	外国期待	新体験	交流	非日常	現地シンボル	意外性
自然陶冶		.56**	.41**	.44**	.51**	.43**	.40**	.08
刺激性			.46**	.51**	.56**	.44**	.50**	.05
外国期待				.40**	.42**	.48**	.30**	.16*
新体験					.56**	.40**	.42**	.09
交流						.42**	.46**	.10
非日常							.35**	.15*
現地シンボル								.02

\*\* $p<.01$ , \* $p<.05$

## 考 察

中国人の観光動機に関する調査では、刺激性因子得点と現地シンボル因子得点は、男性が女性より有意に高かった。刺激性因子は観光地が日常生活と解離し、現地シンボル因子は観光地ならではの独自性が影響していると推察できる。中国において男性は女性よりも、日常から逸脱し非日常であることを希求していると考えられ、社会生活において男性は、ストレスの解消を観光に求めているのかもしれない。林 (2013) は、遠く離れた観光地に



出向くことで、ポジティブな感情が喚起され、個人的対人的な日常から逃れることが可能になるからだ」と指摘している。男性にとって観光は現実逃避の手段の一つとして活用されていると推察できる。脇本ら（2018）は、男性は沖縄訪問を重ねるごとにポジティブイメージが増加し、女性は訪問回数を重ねるごとに歴史的イメージが減少していると報告し、旅行の目的や動機に性差があることが考えられると指摘している。また、林ら（2008）の研究では、新奇的な経験や不確実性の高い状況を求める背景には、自己拡大への動機の強さがあり、困難をとまなう不確実性の高い状況を乗り越えることによって、自尊心や自己効力感を高めることや、自己成長を図ることを求めているのであることを明らかにしている。これらのことから、男性は女性より新しい経験と現地ならではの体験によって、自尊心や自己効力感を高める動機や自己成長を図る動機が強いということが推察された。

つぎに、「沖縄に旅行したいですか？」の設問と各因子との相関分析結果から、自然陶冶因子得点と現地シンボル因子得点のそれぞれとの間に正の有意な相関が認められた。沖縄の自然景色と現地ならではの建築物などが、沖縄への旅行を誘引させると考えられる。Pearce & Moscardo（1985）は、歴史的価値を経験させるもの、自然的価値を経験されるもの、ありのままの現実を経験させるものを「本物性」と指摘している。自然陶冶因子と現地シンボル因子の動機は、本物性を追求したいことだとも推察できる。中国では、沖縄の自然景色と歴史文化の観光資源が注目され、中国人の観光動機の特徴だと考えられた。また、外国期待因子得点との間でも有意な正の相関が認められた。外国期待因子に関しては、Lee & Crompton（1992）の旅行者新奇性尺度の下位概念とも重複し、前田（1995）が述べるように、解放感は観光旅行者の心理的特徴の一つであることから、日常から非日常の生活環境に移ることで生活にかかわる煩わしさを一時的に忘れることができ、外国の環境は観光旅行者に同じ環境から抜け出させ、価値観や習慣の違いを日常生活の変化として享受できる機能としてとらえているのかもしれない。

また、各因子得点間の相関分析結果から、意外性因子といくつかの因子以外には有意な相関が認められなかった。林（2013）の研究では、意外性や現地交流の動機が高い旅行者は、意図的に旅程に未定の部分を残して、旅行先での出会いや思いがけない出来事との遭遇を求めると述べ、そのような旅行者は、他の旅行者との団体行動が基本となる主催旅行ではなく、自由行動が常である手配旅行や個人旅行を選択することを明らかにした。また、現

地交流や意外性に関連する行動を重視しない人は、普段の生活と変わらぬ安全性や快適性を保持したままで、効率的に自然や名所の観光地を局遊できるように企画されている主催旅行を選択する傾向にあると指摘している。換言すれば、意外性を求める人は自由行動をする傾向があると考えられよう。

自然陶冶因子は、他の因子よりも高いことが明らかになった。中国人観光客が旅行しようとするときは、自然陶冶を最も重視していると考えられる。自然観光資源を求める原因として、松本（2016）によると、「自然観」は、国民性や文化的な特徴が挙げられ、人々の自然に対する行動や態度に反映される精神活動と述べている。「自然観」は人が自然と関わってきた歴史、自然の現状と変化に対する認識や理解、価値判断に基づいて形成される。



Figure2 久高島の風景

中国では、古くから「天人合一」という自然と一体化し共生する伝統思想があり、古い時代から詩文や書籍で書き残されてきた。ただし、この伝統思想はかつての皇帝が統治を保つために政治的な意味で利用されたゆえに広がっていた思想である。しかし、人間と自然との一致が強調され、中国文化に一定の影響を与えたと考えられる。このことから、中国人観光客が自然陶冶を求める要因であると推察できる。また、中国では養生ブームがあり、自然観光旅行を通じて健康な体を作りたいという人が少なくないだろう。思（2013）は、「改革開放」路線が打ち出されて高い成長率を達成し、都市開発の進展が急激に進むことに伴い、環境問題が深刻な社会問題まで発展してきたことを指摘している。このことから中国人の自然への欲求が高まり自然観光の傾向が生じたと考えられる。

#### 資料1（中国人を対象とした質問項目）

询问你关于旅行的想法。以下是关于国外旅行的形形色色的想法。这些和你决定想去要旅

行時の想法符合吗？请选择与你想法最相近的数字。

- Q1 年龄 (请用数字描述。例如 20 )
- Q2 性别 1. 男 2. 女
- Q3 职业 (请选择) 学生 职员 个体经营 农家 其他
- Q4 城市 中国 XX省 XX市
- Q5 想要来一场漫无计划的旅行
1. 完全不符合 2. 不大符合 3. 不太确定 4. 有点符合 5. 非常符合
- Q6 想要治愈日常生活中疲惫的身心
- Q7 想要观赏只有当地才有的动植物
- Q8 想要和当地的人友好相处
- Q9 想重新看待自己本身
- Q10 去往国外旅行时，会事先作好明确的日程及规划
- Q11 想在美术馆和博物馆巡回观赏艺术品
- Q12 在旅行途中，没有确定的目的，顺其自然
- Q13 想要接触了解当地人的日常生活方式
- Q14 想在旅行目的地尝试做耳目一新且富于变化的事
- Q15 想发现和平常的自己不同的新的一面
- Q16 想要感受大自然的空气和水的美
- Q17 想要能让自己成长的经历
- Q18 想亲身见闻当地的表演艺术(音乐·戏剧·舞蹈)
- Q19 想接触在国内没有的文化和风俗习惯
- Q20 想要尝试和国内不同环境的新的经历
- Q21 想通过国外旅行，从一成不变的生活中抽身
- Q22 想在旅行目的地感受到怦然心动
- Q23 想以旅行为契机改变自己的价值观和人生观
- Q24 想要忘记日常生活，尽情地自由自在
- Q25 想游历有名的古迹和建筑物
- Q26 想要消除日常生活中累积的压力

- Q27 想要亲自体验广阔的大自然
- Q28 想好好地了解当地的历史和传统
- Q29 想要和从其他国家来的旅客友好相处
- Q30 想要学习当地语言, 和当地人交流
- Q31 因为总是一样的环境很无聊, 所以想去国外
- Q32 想要按照自己的想法任意自由地度过旅程
- Q33 因为想让生活变化所以去国外旅行
- Q34 想要漫步于山野中, 切身感受自然
- Q35 想要了解当地居民的日常生活状况
- Q36 你想去冲绳旅行吗?
- Q37 你有去过冲绳旅行吗?
1. 去过 2. 没有
- Q38 你会因为新冠疫情的影响而改变去冲绳旅行的想法吗?

資料2 (資料1の日本語翻訳版)

旅行に対するあなたのお考えについてお尋ねします。以下には、外国旅行についてのさまざまな考えが記されています。これらは、あなたが旅行をお決めになる際の考えにどの程度当てはまりますか。あなたの考えにもっとも近いところの数字をお選びください。

- Q1 年齢 (数字で説明してください。例えば 20)
- Q2 性別 1. 男 2. 女
- Q3 職業 (選んでください) 学生 職員 自営業 農家 その他
- Q4 所在地 中国 XX 省 XX 市
- Q5 行きあたりばったり旅行がしたい
1. まったくあてはまらない 2. あまりあてはまらない 3. どちらとも言えない
4. ややあてはまる 5. とてもよくあてはまる
- Q6 日頃の生活で疲れた心身を癒したい
- Q7 現地にしかない植物や動物を見たい
- Q8 現地の人たちと仲良くなりたい

- Q9 自分自身を見つめ直したい
- Q10 外国へ旅行をする時は、しっかりと日程や計画を立てておきたい
- Q11 美術館や博物館で芸術品を見てまわりたい
- Q12 旅先では、はっきりとした目的を決めず、流れに身をまかせたい
- Q13 現地の人たちの暮らしぶりにふれたい
- Q14 旅先では、目新しく変化に富んだことをしてみたい
- Q15 いつもの自分とは違った新たな一面を発見したい
- Q16 空気や水の美しさを感じたい
- Q17 自分が成長できるような経験がしたい
- Q18 現地の芸能（音楽・演劇・踊り）を見聞きたい
- Q19 国内にはない文化や風習に触れたい
- Q20 国内とは違う環境で新しい経験をしてみたい
- Q21 外国旅行をすることで、決まりきった生活から抜け出したい
- Q22 旅先では、ドキドキするような興奮を感じたい
- Q23 価値観や人生観を変えるきっかけにしたい
- Q24 日頃の生活を忘れて、思い切り羽根を伸ばしたい
- Q25 有名な遺跡や建築物を見てまわりたい
- Q26 日頃の生活でたまったストレスを解消したい
- Q27 スケールの大きな自然を体感したい
- Q28 現地の歴史や伝統についてよく知りたい
- Q29 他の国からやってきた旅行者たちと仲良くなりたい
- Q30 現地の言葉をおぼえて、地元の人たちと話したい
- Q31 同じ環境ばかりだと退屈なので、外国へ行きたい
- Q32 自分の思うとおり自由気ままに過ごしたい
- Q33 生活に変化を与えるために外国へ行きたい
- Q34 野山を散策して、身近に自然を感じたい
- Q35 現地の人々の生活状況を知りたい
- Q36 沖縄に旅行したいですか？

Q37 沖縄を旅行に行ったことがありますか？

1. ある 2. ない

Q38 コロナの影響で沖縄旅行についての考えが変わりますか？

### 引用文献

- Boorstin, D. J. (2012) [1961] *The Image : A Guide to Pseudo Events in America*. Vintage.
- 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者の観光動機 実験社会心理学研究 48.
- 林幸史 (2013) 観光旅行者の行動過程についての社会心理学的研究 博士学位論文：内容の要旨と審査結果の要旨 52.
- 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 82-4 332-345
- Lee, T., & Crompton, J. (1992) Measuring novelty seeking in tourism. *Annals of Tourism Research*, 19.
- 松本晶子 (2016) 総説：観光による自然資源への正負の影響 観光科学 8.
- 岡本卓也・佐藤広英 (2015) 観光動機の違いによる情報の収集と発信 地域ブランド研究 10.
- Pearce, P.L., & Moscardo, M.L. (1985) The relationship between travelers' career levels and the concept of authenticity. *Australian Journal of Psychology*, 37.
- 須藤廣 (2012) ツーリズムとポストモダン社会 明石書店.
- 思沁夫 (2013) 中国の開発と環境——〈生態文化〉の視点から 大阪大学中国文化フォーラム編『現代中国に関する13の問いー中国地域研究講義 (OUFC ブックレット Vol. 1)』.
- 脇本忍 (2014) 沖縄離島イメージについての心理学的研究 —島尻郡渡名喜村渡名喜島の視点から— 兵庫大学論集 19.
- 脇本忍・姜思義・大西隆士 (2018) 沖縄におけるインバウンド市場調査 —中国人観光客の消費者行動とSNSの関係性— 聖泉論叢 2018 26号.
- Yiannakis & Gibson (1992) Roles Tourists Play. *Annals of Tourism Research* 19.