

訪日外国人観光客に対する 観光地住民の態度についての研究 (2) : 海外旅行経験による影響を中心とした調査結果¹

西 村 幸 子

I はじめに

- (1) 国際観光客の増加とコロナ禍の影響
- (2) オーバーツーリズム
- (3) 本稿の目的

II 関連する先行研究

- (1) オーバーツーリズム時代の観光地住民の態度尺度
- (2) 「異文化を楽しむために旅行する観光客」という社会的アイデンティティ

III 調査概要

- (1) 対象者
- (2) 調査内容

IV 結果

- (1) 訪日外国人観光客に対する態度尺度
- (2) 海外旅行経験に関連する変数による群間差
- (3) 訪日外国人観光客に対する態度による回答者のクラスタ分析

V 考察

- (1) 訪日外国人観光客に対する態度尺度について
- (2) 海外旅行経験に関連する変数による群間差について
- (3) 訪日外国人観光客に対する態度による回答者のクラスタ分析について

VI 結びに代えて

I はじめに

(1) 国際観光客の増加とコロナ禍の影響

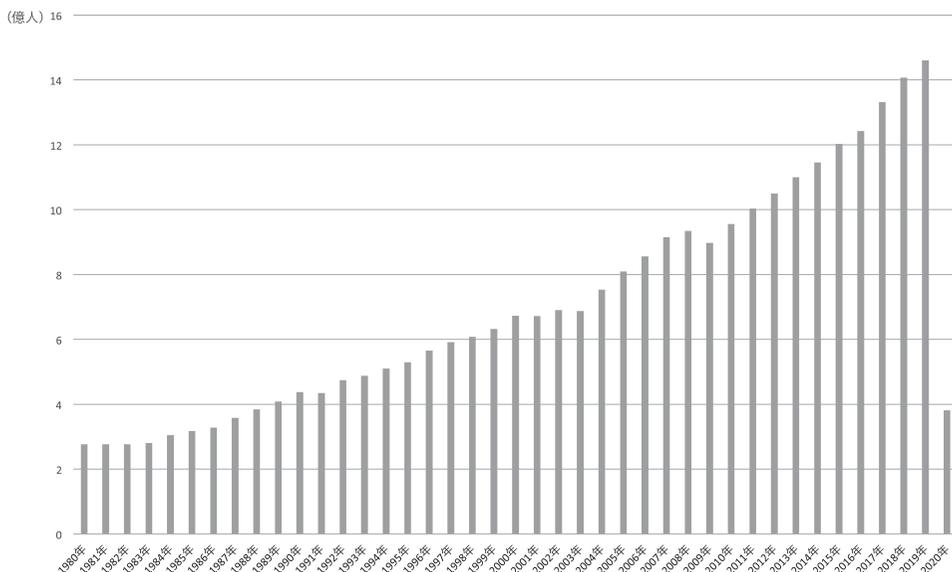
世界全体における旅行者の数は、第二次世界大戦後はほぼ一貫して増加を続けてきた。特に2010年以降は増加のスピードが加速し、国連世界観光機関（World Tourism Organization：UNWTO）の推計によると、2010年には9億5,600万人であった国際観光客

1 本稿は、西村幸子（2019）「訪日外国人観光客に対する観光地住民の態度についての研究（1）：社会的アイデンティティ研究に基づく理論的検討」『同志社商学』第71巻第3号，pp.57-71の続編として位置付けられるものである。また、本稿の内容の一部は、日本観光研究学会第34回全国大会（2019年12月14日，名桜大学）において報告した「訪日外国人観光客に対する態度尺度の開発－海外旅行経験による影響についての予備的分析－」（『第34回日本観光研究学会全国大会学術論文集』pp.137-140）に加筆・修正したものである。

到着者数は、2019年には14億6,100万人に達した(図1)。この2010年代にはオランダのアムステルダム、スペインのバルセロナ、イタリアのベネチアといった世界各地の人気観光地において観光客の増加による混雑の状況が「オーバーツーリズム」と呼ばれるようになり、マスメディアでもその語を用いて地域住民による観光客に対する反感の高まりが報道されるようにもなった(UNWTO 2018)。日本でも、政府が2003年に開始したビジット・ジャパン・キャンペーンを契機として、とりわけ東アジア諸国を中心とした訪日外国人観光客数が増加し、東日本大震災が起きた2011年にはいったん減少して622万人となったものの、それ以降は爆発的な勢いで増加し続けて2019年には3,188万人と過去最高を記録した(図2)。そして、このような国際観光客の増加の結果、観光地が過剰に混雑することにより観光客の満足度が下がるだけでなく、観光客のせいで日常生活に支障をきたしていると感じる地元住民による観光客に対するホスピタリティの低下が、長期的な観光地経営の持続可能性にも悪影響を及ぼすと指摘されるようにもなった(Mihalic 2020)。

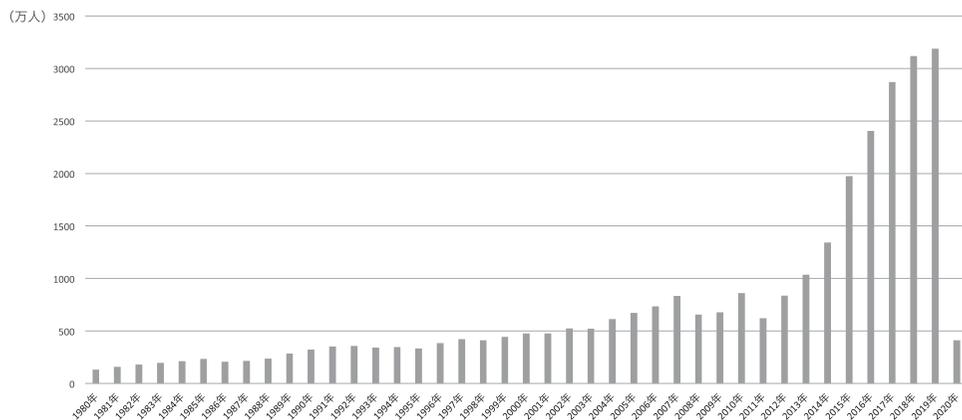
しかし、2020年初頭からの世界的な新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の拡大により、その状況は一変した。2020年の国際観光客到着者数は3億8,100万人と前年比74.0%減(図1)、訪日外国人観光客数も412万人と前年比87.1%減となった(図2)。2021年5月現在も世界の多くの国々では観光目的での入国の制限を続けているために、いつまでこのような非常に厳しい状況が続くのかについての見通しを立てることは難しい。しかし、ワクチン接種の進行などによってコロナ禍が落ち着きを見せるようになり、数年のうちに観光目的での入国制限も緩和されるようになれば、それまで抑制され

図1 国際観光客到着者数の推移(1980年-2020年)



出所：World Tourism Organization (UNWTO) のデータに基づき筆者作成

図2 訪日外国人旅行者数の推移 (1980年-2020年)



出所：日本政府観光局（JNTO）のデータに基づき筆者作成

ていた観光需要が2019年以前の水準に回復する可能性は大いにある。そうになると、人気観光地においては、再度「オーバーツーリズム」と呼ばれる状況が見られるようになる。

(2) オーバーツーリズム

ところで、「オーバーツーリズム」とは、どのような背景から生まれた語なのであるうか。UNWTOが2018年に発行した“Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions”というタイトルの報告書によると、2016年に米国の旅行業界向けメディア Skift²が初めて用いたとされているが、その報告書の序文においてUNWTO事務総長のZurab Pololikashviliが次のように記述している（UNWTO 2018, p.3）。

「オーバーツーリズム」や「観光恐怖症」といった語は、近年になってメディアで大きく報道されるようになった。それらの語は都市部の観光地への観光流入の増大および都市とその住民に対する観光の影響を管理する上での困難さを反映している。

つまり、「オーバーツーリズム」という新しい語の登場の背景には、一部の都市部の人気観光地への観光客の集中によって物理的なキャパシティーを超える状況が発生していることとともに、それによる観光地住民への影響が重大な問題になっているという認識がある。さらに言えば、1980年代からの持続可能な観光（sustainable tourism）についての研究の系譜においては、希少な自然環境や生態系の保護や保全のための観光の収

² skift.com

容能力 (carrying capacity) に関する議論は多くなされてきた (Butler 1999) が、それに加えて近年は世界的な観光量の大幅な増加に伴って都市部の観光地に居住する住民が自分たちのエリアに観光客がやってくることをどのように感じて彼らに対してどのような態度を形成するのかも観光地としての持続可能性にとって重要であるとの見方の広まりがその背景にある (Gonzales, Coromina and Gali 2018)。

(3) 本稿の目的

これまでに筆者は、2010年代に日本でも見られるようになった「オーバーツーリズム」と呼ばれる状況への対策を考えるために、訪日外国人観光客に対する観光地住民の態度と住民自身の旅行経験との間の関係について注目してきた。西村 (2018) では、Tourism Use History という枠組みを用いた Draper, Woosnam and Norman (2011) や Woosnam, Draper, Jiang, and Aleshinloye (2018) において示唆された旅行の頻度のよう量的に測定可能な変数や、Woosnam (2012) が提案した住民と観光客との間の心理的なつながりを意味する「連帯感 (emotional solidarity)」という主観的な概念について検討した。その上で、西村 (2019) では、社会的アイデンティティ研究 (Tajfel and Turner 1979 ; Turner, Hogg, Oakes, Reicher and Wetherell 1987) の知見に基づいて、観光地住民が外国人観光客を自分たちと関係ない「外集団」と見なしていることから彼らに対するネガティブな態度が生じているのであれば、外国人観光客を自分と同じ仲間、つまり「内集団」と見なすようになるために住民自身が「異文化を楽しむために旅行する観光客」という社会的アイデンティティを強く認識するようになればよいのではないか、そのことによって外国人観光客に対するポジティブな態度が生じるのではないか、という主張を行った。つまり、住民自身が海外旅行経験を蓄積し訪日外国人観光客と同様の社会的アイデンティティを共有することができれば、観光客に対する態度がポジティブなものへと変化するという可能性を示唆した。

これらを踏まえて本稿では、外国人観光客を受け入れる側の日本人自身の海外旅行経験に関係する様々な変数と来訪する外国人観光客に対する態度との間の関係について、調査データの分析結果に基づいてさらなる考察を進めることを目的とする。具体的には、自身の海外旅行の経験回数が多ければ訪日外国人観光客に対してポジティブな態度を取るようになるのかどうかについて、そしてもしも海外旅行の経験回数が多くても訪日外国人観光客に対する態度にポジティブからネガティブまでばらつきがあるのならば、他のどのような要因の影響を強く受けているのかを明らかにして、訪日外国人観光客を同じ「内集団」の仲間と見なすことができるような社会的アイデンティティの確立に寄与する要因を探索的に検討したい。そのために、海外旅行経験の比較的豊富な日本在住の日本人を対象に実施した調査から得たデータを用いて、まずは訪日外国人観光客

に対する態度を測定するための尺度開発を試行した上で、その尺度によって測定した態度と回答者の海外旅行経験に関連する様々な変数との間の関係を検討することとする。

II 関連する先行研究

(1) オーバーツーリズム時代の観光地住民の態度尺度

これまでの観光研究において、一般的な概念としての「観光 (tourism)」あるいは「観光開発 (tourism development)」に対する観光地に居住する住民の態度を測定するような尺度は数多く提案されてきた (Lankford and Howard 1994; Teye, Sirakaya and Sonmez 2002 など)。しかし、先に述べた近年の「オーバーツーリズム」という語の登場が示すような、観光地住民にとって具体的に目に見えて日常的に体感する「観光客 (tourists)」の増加や「大勢の観光客が自分たちの居住する地域に来訪する」という面前の事象の拡大に対しての態度の測定に特化した尺度としては、筆者の知る限り Woosnam (2012) の他には見当たらない。但し、それは観光客に対する住民の「連帯感 (emotional solidarity)」に絞って測定するものであり、観光客に対する態度全般を幅広く測定するものではない。

そこで、本稿においては、「オーバーツーリズム」の認識の広まりに即した、コロナ禍収束後には再び増加が予想される外国人観光客に対する住民の態度全般を測定する尺度の開発を試みたい。

(2) 「異文化を楽しむために旅行する観光客」という社会的アイデンティティ

西村 (2019) では、観光地住民自身が「異文化を楽しむために旅行する観光客」という社会的アイデンティティを強く認識して外国人観光客を「内集団」とみなすようになることでポジティブな態度を取るようになる可能性を示唆した。とはいえ、旅行の最中のみならず、自身の居住地で日常生活を送っていて海外旅行に出かけていない時でさえ、自らの社会的アイデンティティとして「異文化を楽しむために旅行する観光客」を自認するような人が広く一般に存在するとは考えにくい。おそらくは、そのような人々とは平均的な日本人よりも多くの海外旅行経験があつて、常日頃から「海外旅行へ行く」という行動が自分にとって非常に重要であると感じている「観光旅行のヘビーリピーター」(西村 2012 a, 2012 b) に近いような意識を持っている人なのかもしれない。

では、そのように自身の社会的アイデンティティとして「異文化を楽しむために旅行する観光客」を日常的に持つようになるには、それまでにどのような海外旅行経験を必要とするのかについて具体的に考えたい。言い換えれば、「異文化を楽しむために旅行する観光客」という社会的アイデンティティそのものを直接測定することはできないた

め、そうしたアイデンティティを強く感じるに至るために必要な条件について先行研究を参考として検討することで、「異文化を楽しむために旅行する観光客」という社会的アイデンティティの操作的定義に近づきたい。

それは、Draper et al. (2011) や Woosnam et al. (2018) において示唆されたような量的に測定可能な旅行経験、つまりある程度の回数の海外旅行を重ねるとそのような社会的アイデンティティを日常的に確立するようになるというものなのだろうか。あるいは、海外旅行の経験回数が増えても一様にそのような社会的アイデンティティを持つとは限らず、むしろ旅行経験の内容や質による影響のほうが大きいことも考えられる。例えば、旅行形態の違いや旅行中の現地での社会的接触 (social contact) の性質や程度による影響が見られるかもしれないと示唆する先行研究もある (Fan, Zhang, Jenkins and Tavitiyaman 2017)。

さらに、自身の居住地を訪れる外国人観光客に対して Woosnam (2021) が提唱する「連帯感」を強く感じるようになるには、通常の観光目的で行われる海外旅行の期間を大きく超えるような長期間にわたる海外滞在 (その場合の目的は仕事や留学などが考えられる) をして異文化のなかで暮らす経験が重要となるのかもしれない。留学生の異文化社会適応に関する研究においては、適応は留学生活の時間の経過とともに段階的プロセスを経て達成されるもの (Oberg 1954) と考えられており、短い日数で居住地に戻ってくる観光旅行の経験回数よりも長期滞在経験の有無による影響のほうが大きいことも考えられる。

また、さらに留学生の異文化社会適応研究の知見を援用すれば、外国語 (英語) でのコミュニケーションに自分がどれだけけているかという自信の水準も重要な変数である可能性がある (Yu and Shen 2012)。一般に、日本人は外国語 (英語) でのコミュニケーションを苦手と感じる人が多いというステレオタイプのイメージがあるが、外国語教育研究ではこのことを「第二言語で積極的にコミュニケーションを図ろうとする態度 (willingness to communicate in a second language)」という観点から研究がされている (MacIntyre, Clement, Dornyei, and Noels 1998 ; Yashima 2002)。

Ⅲ 調査概要

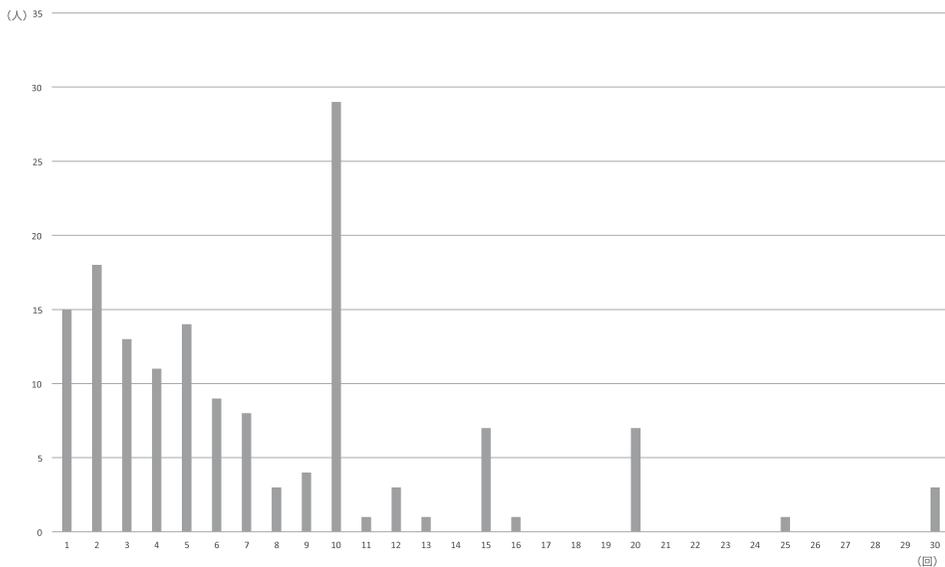
(1) 対象者

海外旅行経験の蓄積と訪日外国人観光客に対する態度との間の関係を検討しようとする本研究の性質上、海外旅行経験が比較的豊富なサンプルが多く含まれる集団を必要とした。そこで、筆者が勤務する D 大学で担当している観光ビジネスについての演習の卒業生と在籍生に対してインターネット上に設置した無記名の回答フォームへの回答

と、知人へその URL の紹介を依頼するという形式でのスノーボール・サンプリング法を採用し、コロナ禍以前の 2019 年 8 月 30 日から 9 月 10 日の 12 日間に 175 名から回答を得た。そこからまず調査時点で海外在住である回答者と海外旅行経験のない 12 名を除外した。さらに、19 歳から 39 歳の回答者が全回答者の 90.9% にあたる 159 名を占めていて年齢層の偏りがもともとあったことと、海外旅行経験がデータ分析における重要な変数であるが回答者の年齢が高くなるほど経験回数が累増する傾向にあるという点を考慮して、データ分析対象を 19 歳から 39 歳の比較的若年層の回答者に限定することとし、最終的に 148 名 (男性 50 名・女性 98 名、平均年齢 27.4 歳 (SD=4.18)) による回答を扱うこととした。分析には、IBM SPSS 25 を用いた。

今回の分析の対象にすることにした回答者が過去にどの程度の海外旅行経験があるかについては、「(仕事や留学目的を除いた) 観光目的での海外旅行の回数」を数字で回答することを求めた設問から明らかになっている。回答は「1」から「30」までばらつきがあったが、図 3 に示すとおり、最も回答の多かった「10」が全体の 19.6% を占めており、その前後の数字と比べると突出して多くなっていた。同様に、「15」「20」「30」についても前後の数字と比べて突出していることから、多くの回答者は正確な海外旅行経験回数ではなくてだいたいの海外旅行経験をキリのよい数字で回答した傾向が伺えた。³

図 3 分析対象者の観光目的での海外旅行の経験回数 (仕事や留学目的を除く) (N=148)



- 3 そのため、この回答を分析に使用する際には注意が必要である。例えば観光目的での海外旅行の経験回数の全体の平均値を 7.43 (SD=6.04)、19 歳から 29 歳の 103 名の平均値は 6.94 (SD=5.21)、30 歳から 39 歳の 45 名の平均値は 8.56 (SD=7.55) などと算出することはできるものの、こうした値は参考程度に留めるべきである。

上記の回答を日本人一般における海外旅行経験回数と照らし合わせてみる。JTB 総合研究所が2019年に沖縄を除く全国15歳以上79歳以下の男女1200名を対象に実施した調査結果によると、回答者の中で海外旅行の経験が0回の人割合は40.3%、1回が18.3%、2-4回が23.8%、5-9回が10.3%、10回以上が6.8%となっている(株式会社JTB 2019)。これと同様の区分で今回の分析対象者の全体に占める割合を算出したところ、海外旅行経験が0回の回答者はもともと分析から除外しているため0%、1回が10.1%、2-4回が28.4%、5-9回が31.1%、10回以上が35.8%となった。双方の調査で年齢の分布が異なるなど条件が同じではないので単純に比較することは適切ではないが、今回データ分析の対象とした回答者は、想定どおりに平均的な日本人よりも海外旅行を多く経験している人々に偏っていると言うことはできるだろう。

(2) 調査内容

調査項目は大きく分けて、①訪日外国人観光客に対する態度、②回答者の海外旅行経験に関連する設問、③回答者の人口統計学的属性、とした。①訪日外国人観光客に対する態度については、まず Woosnam (2012) が開発した住民による観光客への連帯感尺度の全10項目を若干修正⁴した上で採用した。また、日本人にとっての外国人観光客のような、住民にとって自分たちと異なった属性の観光客が来る場合を想定した設問として、あるイベントとその参加者に対する住民の態度を測定した Weaver and Lawton (2013) の全32項目から訪日外国人観光客の文脈に沿う12項目を若干修正⁵した上で採用した。さらに、オーバーツーリズムへの意識を測定する項目と、外国人観光客と親しくなる段階に先立つ意向を測定する項目を独自に加えて、計24項目について「1=全くそう思わない」～「4=とてもそう思う」の4段階評価で回答を求めた。

そして、②回答者の海外旅行経験に関連する設問としては、先に述べた(仕事や留学目的を除いた)観光目的での海外旅行の回数の他に、II章での検討を踏まえて、1ヶ月以上の海外滞在経験の回数、自身の英語力についての自信、海外旅行先の現地での会話の程度(宿泊先・飲食店などの従業員との会話、および一般住民との会話)、自分にとっての海外旅行の重要性、について尋ねた。

また、③回答者の人口統計学的属性として、性別、年齢、居住する都道府県名と市区町村名の回答を求めた。

4 具体的な地名への訪問客(visitor)という部分を「外国人観光客」に置き換えた(項目15~24)。

5 具体的なイベント名を「外国人観光客」に、具体的な地名を「地域」にそれぞれ置き換えた(項目1~12)。

6 「私の居住地を訪れる外国人観光客は多すぎる」(項目13)。

7 「私は外国人観光客と仲良くなりたいと思う」(項目14)。

IV 結 果

(1) 訪日外国人観光客に対する態度尺度

はじめに、①訪日外国人観光客に対する態度に関する24項目については、ポジティブな評価が高得点になるように逆転項目には得点処理を行った。その後、平均と標準偏差の数値において天井効果を示したり尖度・歪度の絶対値が1を超える8項目を除外した⁸。残った16項目の項目間相関行列の数値で負の値が示された2項目をさらに除外した⁹。最終的に残った14項目の内的整合性の検討のためCronbachの α 係数を算出すると0.862となり、削除により α 係数が上昇する項目もなかった。

これら14項目を用いて因子分析(最尤法・プロマックス回転)を行った。固有値が1以上であることを基準に因子抽出を行ったところ、3因子が抽出された。これら3因子の因子負荷量を解釈し、それぞれ「受容」「同一視」「認識」と命名した¹⁰(表1)。各

表1 訪日外国人観光客に対する態度の因子分析結果

項目	受容	同一視	認識
23. 私は外国人観光客に対して好意を感じる	.800	.148	-.251
8. 私は外国人観光客を喜んで手助けする	.714	-.068	-.047
14. 私は外国人観光客と仲良くなりたいと思う	.643	.159	.050
10. 私は外国人観光客に対して寛容であると思っている	.628	-.047	.175
24. 私は外国人観光客のことを理解できる	.520	.129	.054
4. 私の外国人観光客に対する印象は全体的に良いものである	.460	-.010	.428
22. 私には外国人観光客との共通点が多くある	-.133	.817	.178
21. 私は自分を外国人観光客と重ね合わせることがある	-.012	.721	-.015
19. これまでに会った外国人観光客のうち何人かに親しみを感じたことがある	.296	.540	-.182
20. 何人かの外国人観光客と友達になったことがある	.087	.527	-.099
6. 外国人観光客は地域の施設や設備を大事に利用している	-.191	.153	.842
3. 一般的に言って、外国人観光客は日本滞在中にトラブルを起こさない良い人たちだ	.058	-.141	.679
12. 外国人観光客はマナーを守っていないと思う(逆転項目)	.196	.019	.479
2. 外国人観光客は地元住民の日常生活を邪魔している(逆転項目)	.310	-.174	.368
因子間相関	受容	同一視	認識
受容	-	.564	.550
同一視		-	.244
認識			-

因子抽出法：最尤法、回転法：Kaiserの正規化を伴うプロマックス法

- 8 除外した8項目は「5. 私は外国人観光客によって個人的に不便な思いをしている(逆転項目)」「7. 外国人観光客は地域に活力を与えている」「9. 外国人観光客に日本で良い経験をしてほしい」「13. 私の居住地を訪れる外国人観光客の人数は多すぎる(逆転項目)」「15. 外国人観光客が日本にくることを誇りに思う」「16. 外国人観光客から地域は利益を得ていると感じる」「17. 外国人観光客が地元経済に貢献していることに感謝する」「18. 私は外国人観光客を公平に扱っている」であった。
- 9 除外した2項目は「1. 外国人観光客は公共交通機関の混雑や道路の渋滞の原因だ(逆転項目)」「11. 外国人観光客は地元住民をイライラさせるような騒音を出す(逆転項目)」であった。
- 10 西村(2019)と同じデータを用いた分析であるが、因子の命名を一部変更している。

因子について Cronbach の α 係数を算出したところ、それぞれ 0.859, 0.766, 0.722 と適度な数値を示したため、これを訪日外国人観光客に対する態度尺度としてその後の分析に用いることとした。

(2) 海外旅行経験に関連する変数による群間差

上記で抽出した訪日外国人観光客に対する態度尺度の3つの下位尺度の因子得点について、海外旅行経験に関連する様々な変数に基づいて分けた回答者のグループの間でその平均値に統計的に有意な差が見られるかどうかを、 t 検定と Kruskal-Wallis 検定を用いて検討した。それぞれの結果は表2および表3のとおりである。

まず、「(仕事や留学目的を除いた) 観光目的の海外旅行の回数」の多寡による差の検討を行うために、回答者を回数によって2群(1~5回・6回以上¹¹)に分け、各下位尺度の因子得点を従属変数とする t 検定を行った(表2)。その結果、「受容」下位尺度($t = 2.145, p = 0.034$)と「同一視」下位尺度($t = 3.608, p = 0.000$)については、6回以上の海外旅行を経験している回答者の方が統計的に有意に高い得点を示していた。しかし、「認識」下位尺度については海外旅行回数による群間差は見られなかった($t = 0.606, p = 0.546$)。

次に、「1ヶ月以上の海外滞在経験」の有無による差を検討するために、同様の t 検定を行ったところ(表2)、「受容」下位尺度($t = -3.449, p = 0.001$)、「同一視」下位尺度($t = -5.465, p = 0.000$)、「認識」下位尺度($t = -2.496, p = 0.014$)のすべてについて

表2 海外旅行経験に関連する変数での t 検定結果

	海外旅行 5回まで (n=71)	海外旅行 6回以上 (n=77)	t 値	有意 確率
受容	-0.170	0.157	2.145	0.034*
同一視	-0.269	0.248	3.608	0.000**
認識	-0.047	0.043	0.606	0.546
	1ヶ月以上 海外滞在 経験なし (n=84)	1ヶ月以上 海外滞在 経験あり (n=64)		
受容	-0.224	0.295	-3.449	0.001**
同一視	-0.325	0.427	-5.465	0.000**
認識	-0.159	0.209	-2.496	0.014*

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

11 「II 調査概要」で述べたとおり、「(仕事や留学目的を除いた) 観光目的の海外旅行の回数」について、今回の調査では数字で回答を求めたが、大体の回数をキリのよい数字で回答した傾向が伺えた。したがって、回答された数字そのものを分析に用いるのではなく、回答者の数がおおよそ半数ずつになるグループ化による分析を行うこととした。

て1ヶ月以上の海外滞在経験がある回答者の方が統計的に有意に高い得点を示した。

続いて、「自分にとっての海外旅行の重要性」、「自身の英語力についての自信」、「海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度」、「海外旅行先の現地の一般住民との会話の頻度」への回答を用いて分析対象者のグループ化を行った。これらの設問では4段階評価で回答を求めたものの、そのままグループ化するとサイズが小さすぎる場合があったため、表3のとおり回答をそれぞれ3群にまとめることとし、訪日外国人観光客に対する態度尺度の各下位尺度得点についてノンパラメトリック検定の Kruskal-Wallis 検定を行った。

まず、「自分にとっての海外旅行の重要性」によるグループ化では、「受容」下位尺度 ($\chi^2=17.802, p=0.000$), 「同一視」下位尺度 ($\chi^2=22.616, p=0.000$), 「認識」下位尺度 ($\chi^2=7.312, p=0.026$) のいずれにおいても群間の得点差は統計的に有意であり、海外旅行の重要性をより強く感じているグループほど高い得点を示していた (表3)。

次に、「自身の英語力についての自信」のグループ化では、「受容」下位尺度 ($\chi^2=16.296, p=0.000$) と「同一視」下位尺度 ($\chi^2=25.207, p=0.000$) については群間の得

表3 海外旅行経験に関連する変数での Kruskal-Wallis 検定結果

	自分にとっての海外旅行の重要性			χ^2	有意 確率
	全く重要でない (n=4) + あまり重要でない (n=25)	少し 重要 (n=57)	とても 重要 (n=62)		
受容	-0.498	-0.109	0.333	17.802	0.000**
同一視	-0.601	-0.079	0.354	22.616	0.000**
認識	-0.423	0.112	0.094	7.312	0.026*
	自身の英語力についての自信				
	全く自信がない (n=50)	あまり自信がない (n=51)	少し自信がある (n=44) + とても自信がある (n=3)		
受容	-0.286	-0.148	0.465	16.296	0.000**
同一視	-0.380	-0.106	0.519	25.207	0.000**
認識	-0.233	0.077	0.165	4.929	0.085
	海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度				
	全く会話しない (n=14)	あまり会話しない (n=69)	少し会話 (n=55) + とてもよく会話 (n=10)		
受容	-0.566	-0.183	0.316	9.546	0.008**
同一視	-0.532	-0.267	0.398	24.326	0.000**
認識	-0.147	-0.028	0.061	0.970	0.616
	海外旅行先の現地の一般住民との会話の頻度				
	全く会話しない (n=43)	あまり会話しない (n=66)	少し会話 (n=55) + とてもよく会話 (n=10)		
受容	-0.377	0.076	0.327	6.958	0.031*
同一視	-0.577	0.099	0.542	30.983	0.000**
認識	-0.043	0.031	0.009	0.073	0.964

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

点差が統計的に有意であり、英語力に自信がある群ほど高い得点を示していた。「認識」下位尺度 ($\chi^2=4.929$, $p=0.085$) については、英語力に自信がある群ほど高得点を示したが、群間に統計的に有意な差は見られなかった(表3)。

そして、「海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度」によるグループ化においても、「受容」下位尺度 ($\chi^2=9.546$, $p=0.008$) と「同一視」下位尺度 ($\chi^2=24.326$, $p=0.000$) については群間の得点差が統計的に有意であり、従業員との会話が多い群ほど高い得点を示していた一方で、「認識」下位尺度 ($\chi^2=0.970$, $p=0.616$) については群間に統計的に有意な差は見られなかった(表3)。また、「海外旅行先の現地の一般住民との会話の頻度」によるグループ化でも同様の傾向が示され、「受容」下位尺度 ($\chi^2=6.958$, $p=0.031$) と「同一視」下位尺度 ($\chi^2=30.983$, $p=0.000$) については群間の得点差が統計的に有意であり、現地の一般住民との会話が多いグループほど高得点を示したが、「認識」下位尺度 ($\chi^2=0.073$, $p=0.964$) については群間に統計的に有意な差は見られなかった(表3)。

(3) 訪日外国人観光客に対する態度による回答者のクラスタ分析

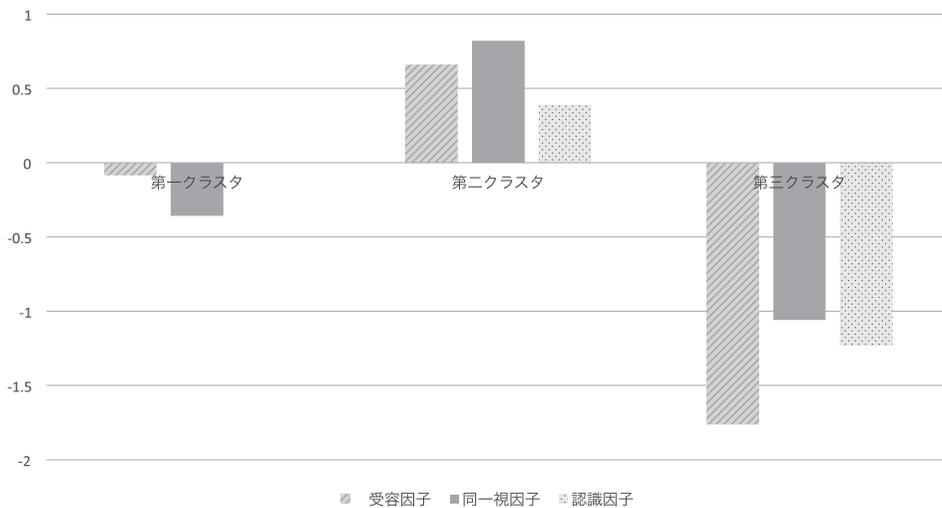
前節では、訪日外国人観光客に対する態度について、様々な海外旅行に関係する変数による違いを検討した。さらにここでは態度尺度の下位尺度得点を用いたクラスタ分析を行って分析対象者をグループ化し、その特徴を比較してみることにする。

訪日外国人観光客に対する態度尺度の「受容」「同一視」「認識」の3つの下位尺度の因子得点を用いて、階層的クラスタ分析(最遠隣法・ユークリッド平方距離)を行った。最終的に、クラスタ凝集工程と各クラスタの規模の観点から3クラスタ解を採用することとした。分析に用いた回答者148名は、第一クラスタに76名(51.3%)、第二クラスタに55名(37.2%)、第三クラスタに17名(11.5%)と分類された(図4)。

図4が示す通り、第一クラスタは他のクラスタと比べると3因子の因子得点の平均値が0に近いので、今回の分析対象者の中で平均的な態度の人々が分類されているクラスタと言える。したがって、「標準群」と名付けた。第二クラスタは、「受容」「同一視」「認識」のいずれの下位尺度得点においても正の値を示しており、他のクラスタと比べて外国人観光客に対して全般的にポジティブな態度を強く持っていると言える。したがって「相対的ポジティブ群」と名付けた。第三クラスタは、他のクラスタと比べると「受容」「同一視」「認識」のいずれの下位尺度得点においても著しくネガティブな評価を行っている。したがって、「相対的ネガティブ群」と名付けた。

上記のクラスタ分析では今回の分析対象者の中での態度の相対的な違いによって分類を行った。さらに、次に各質問項目に対する各クラスタの平均値について Kruskal-Wallis 検定を行うとともに実際の値を細かく示すことによって、それぞれのクラスタの

図4 態度尺度の因子得点によるクラスタ分析



態度の水準をより明確にしてみる。その結果を示したものが表4である。今回の調査では「1=全くそう思わない」～「4=とてもそう思う」の4段階評価で回答を求めており、平均値が2を下回っているところについてはわかりやすいように網掛けで表している。まず、すべての項目について、当然のことながら平均値が高い順に「相対的ポジティブ群」「標準群」「相対的ネガティブ群」となっていることに加えて、統計的に有意な差があると示された（「2. 外国人観光客は地元住民の生活を邪魔している（逆転項目）」は $p < 0.05$ 、それ以外の項目は $p < 0.01$ ）。また、「相対的ネガティブ群」は今回の分析対象者の中で相対的に低い水準の回答をしているクラスタであるというだけでなく、実際の回答の平均値としても2を下回っている項目が14項目中10項目に及び、特に「同一視」下位尺度の項目についてはすべて2を下回る結果となった。「標準群」においても平均値が2を下回っている項目が14項目中3項目あり、それらはすべて「同一視」下位尺度に含まれる項目であった。

次に、態度尺度以外の変数を用いてクラスタ間の比較を行うことで特徴を見ていこう。「(仕事や留学目的を除いた)観光目的の海外旅行の回数」,「自身の英語力についての自信」,「海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度」,「海外旅行先の現地の一般住民との会話の頻度」,「自分にとっての海外旅行の重要性」を従属変数とするKruskal-Wallis検定を行った。その結果は以下の通りである(表5)。「(仕事や留学目的を除いた)観光目的の海外旅行の回数」についてはクラスタ間に統計的に有意な差は見られなかった($\chi^2 = 4.468, p = 0.107$)。一方で、それ以外の「自身の英語力についての自信」($\chi^2 = 11.454, p = 0.003$),「海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度」($\chi^2 = 16.210, p = 0.000$),「海外旅行先の現地の一般住民との会話の頻度」($\chi^2 = 13.395, p = 0.001$),「自分にとっての海外旅行の重要性」($\chi^2 = 9.192, p = 0.010$)の4変数を用い

表4 態度尺度項目の各クラスターの平均値と Kruskal-Wallis 検定結果

	項目	全体平均	標準群 (第一クラスター) (n = 76)	相対的 ポジティブ群 (第二クラスター) (n = 55)	相対的 ネガティブ群 (第三クラスター) (n = 17)	χ^2	有意 確率
受容	23. 私は外国人観光客に対して好意を感じる	3.04	2.99	3.45	1.94	65.404	0.000**
	8. 私は外国人観光客を喜んで手助けする	3.31	3.30	3.62	2.35	32.753	0.000**
	14. 私は外国人観光客と仲良くなりたいと思う	2.95	2.91	3.45	1.53	51.678	0.000**
	10. 私は外国人観光客に対して寛容であると思っている	3.22	2.95	3.20	2.24	46.932	0.000**
	24. 私は外国人観光客のことを理解できる	3.00	2.86	3.38	2.41	33.362	0.000**
同一視	4. 私の外国人観光客に対する印象は全体的に良いものである	2.95	2.91	3.33	1.94	46.102	0.000**
	22. 私には外国人観光客との共通点が多くある	2.09	1.75	2.75	1.47	50.348	0.000**
	21. 私は自分を外国人観光客と重ね合わせることもある	2.37	1.99	3.15	1.59	45.534	0.000**
	19. これまでに会った外国人観光客のうち何人かに親しみを感じたことがある	2.97	2.79	3.56	1.88	47.391	0.000**
認識	20. 何人かの外国人観光客と友達になったことがある	1.87	1.57	2.51	1.18	31.378	0.000**
	6. 外国人観光客は地域の施設や設備を大事に利用している	2.48	2.45	2.75	1.76	20.461	0.000**
	3. 一般的に言って、外国人観光客は日本滞在中にトラブルを起こさない良い人たちだ	2.64	2.75	2.71	1.95	20.412	0.000**
	12. 外国人観光客はマナーを守っていないと思う(逆転項目)	2.59	2.53	2.87	1.94	26.242	0.000**
	2. 外国人観光客は地元住民の日常生活を邪魔している(逆転項目)	3.09	3.13	3.18	2.59	8.888	0.012*

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

た分析ではいずれも統計的に有意な差が示された。そしてそれらすべてにおいて、「相対的ポジティブ群」の平均値が最も高く、続いて「平均群」、そして「相対的ネガティブ群」の平均値が最も低かった。つまり、訪日外国人観光客に対する態度がポジティブである回答者は、そうした海外旅行経験に関係する変数において高い水準の回答をしているという結果となった。

表5 海外旅行経験に関連する変数でのクラスター間の Kruskal-Wallis 検定結果

	標準群 (第一クラスター) (n = 76) 相対的	相対的 ポジティブ群 (第二クラスター) (n = 55)	相対的 ネガティブ群 (第三クラスター) (n = 17)	χ^2	有意 確率
観光目的の海外旅行の回数	7.105	8.382	5.824	4.468	0.107
自身の英語力についての自信	1.95	2.24	1.47	11.454	0.003**
海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度	2.38	2.64	1.82	16.210	0.000**
海外旅行先の一般住民との会話の頻度	1.91	2.25	1.47	13.395	0.001**
自分にとっての海外旅行の重要性	3.12	3.42	2.82	9.192	0.010*

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

V 考 察

(1) 訪日外国人観光客に対する態度尺度について

訪日外国人観光客に対する態度を測定する尺度を試行的に作成するために、主に先行研究で使用された項目を修正して用いて得た回答データを因子分析したところ3因子が抽出され、それぞれに含まれる項目の内容から「受容」「同一視」「認識」と命名した。これは、社会心理学領域の態度研究において広く受け入れられてきた「態度の三要素」すなわち「感情 (affective) : 好き-嫌い」, 「行動 (behavioral) : 近づきたい-避けたい」, 「認知 (cognitive) : 良い-悪い」(Rosenberg and Hovland 1960) の各要素に対応する因子構造になっていると捉えられよう。

ただし、今回分析対象とした回答者全員が海外旅行経験者であることから推測できるように、彼ら自身が旅行という行動に対して好意的であり、かつ、外国や外国人に対する関心が高い傾向にあることが影響した可能性には言及しておく必要がある。例えば、Ⅲ章(2)で説明したとおり態度尺度作成のために計24項目に対して回答を求めたが、そこに含まれていた「連帯感」尺度の10項目のうち、Woosnam (2012)では「歓迎的であること (welcoming nature)」に分類されていた4項目(項目15~18)については、今回得られたデータではいずれも著しく高評価に回答が偏ってしまったために歪度・尖度の点で除外することになった。海外旅行経験の有無などによるスクリーニングせずに広く一般の方々を対象として調査を行った場合には、この点については異なった結果となった場合も考えられる。

(2) 海外旅行経験に関連する変数による群間差について

Ⅳ章(2)で報告した海外旅行経験に関連する変数によって分けたグループ間の比較結果を整理すると、まず、「受容」「同一視」「認識」の3つすべての下位尺度得点に関して群間に統計的に有意な差が示されたのは、「自分にとっての海外旅行の重要性」ならびに「1ヶ月以上の海外滞在経験の有無」によるグループ分けを行った場合であった。つまり、海外旅行の重要性を高く感じているグループほど、そして通常の観光旅行の期間よりも長い海外滞在経験があるグループほど、外国人観光客に対する態度尺度の3つすべての次元においてポジティブな評価をしていた。

しかし、それ以外の変数を用いた分析では、「受容」下位尺度と「同一視」下位尺度については群間に統計的に有意な差が示されたが、「認識」下位尺度についてはそうではなかった。「受容」下位尺度と「同一視」下位尺度の項目には主観的な感情を尋ねるものが含まれているが、「認識」下位尺度は外国人観光客の振る舞いについての客観的

な印象を尋ねる項目で構成されているため、自身の海外旅行経験の回数や内容による影響を比較的受けにくいのかかもしれない。

その「認識」下位尺度を除いた、「受容」下位尺度と「同一視」下位尺度の因子得点について群間で統計的に有意な差が見られたのは、「(仕事や留学目的を除いた)観光目的の海外旅行の回数」、「自身の英語力についての自信」、「海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度」、「海外旅行先の現地の一般住民との会話の頻度」という変数によるグループ分けであった。すなわち、海外旅行の回数が多い人ほど、自身の英語力に自信がある人ほど、海外旅行先で積極的にコミュニケーションをとっている人ほど、訪日外国人観光客に対して「受容」あるいは「同一視」という点においてポジティブな評価をしているという結果が得られたと言える。

これらの結果から考察できることは、外国人観光客に対する態度は「(仕事や留学目的を除いた)観光目的の海外旅行の回数」といった、海外旅行経験を単純に「量」として示す指標ではその影響が明らかにならないということである。一方で、「自身の英語力についての自信」、「海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度」、「海外旅行先の現地の一般住民との会話の頻度」、「自分にとっての海外旅行の重要性」「1ヶ月以上の海外滞在経験の有無」といった、海外旅行経験の内容自体や現地での外国人とのコミュニケーションの自己評価や密度を示すような指標、言い換えれば海外旅行経験の「質」に関わるような変数を用いて分析した場合には態度の違いが明らかになった。そうした経験を十分に持っている人ほど、外国人観光客を自分たちの「内集団」と見なすような社会的アイデンティティを持つに至っていて、それが外国人観光客に対するポジティブな態度に現れているのではないだろうか。

(3) 訪日外国人観光客に対する態度による回答者のクラスタ分析について

今回のデータ分析に用いた回答者は全員少なくとも1回以上の海外旅行経験があり、なかには二桁を超える回数を数える人もいた。Ⅲ章(1)で紹介した世間一般では0回という人が約40%を占めるという結果を念頭に置くと、彼らは海外旅行経験という点において比較的均質な集団であると言える。しかし、必ずしも彼らが一様に外国人観光客に対してポジティブな態度を示しているわけではないことも明らかになった。まず、Kruskal-Wallis 検定の結果、態度尺度のすべての項目について、クラスタ分析によって「標準群」「相対的ポジティブ群」「相対的ネガティブ群」に分けたクラスタ間に統計的に有意な差が示された。さらに、「相対的ネガティブ群」は今回の分析対象者の中で相対的にネガティブな態度を持つというだけでなく、「1=全くそう思わない」～「4=とてもそう思う」の4段階評価で求めた回答の平均値が2以下である項目が14項目中10項目にも及び、特に「同一視」下位尺度の項目についてはすべて2を下回っていて明らか

にネガティブな態度を示していた。これらの結果から、海外旅行経験回数が比較的豊富な今回の分析対象者においても、外国人観光客への態度については必ずしも均質的とは言えないことが明らかになった。

次にこれらのクラスタ間でも「(仕事や留学目的を除いた) 観光目的の海外旅行の回数」について統計的に有意な差は見られなかった一方で、外国人観光客に対してポジティブな態度を持つクラスタほど、「自身の英語力についての自信」「海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度」「海外旅行先の現地の一般住民との会話の頻度」「自分にとっての海外旅行の重要性」の平均値が高く、クラスタ間においても統計的に有意な差が示される結果となった。これらの説明変数としての重要性が明らかになったと言えよう。

VI 結びに代えて

本稿では、人気観光地におけるオーバーツーリズムという現象を念頭において、訪日外国人観光客に対する住民の態度について、住民自身の海外旅行経験に関係する様々な変数との関係について、また「異文化を楽しむために旅行する観光客」という社会的アイデンティティの確立との関係について、調査データの分析結果と考察を提示してきた。これにより、訪日外国人観光客に対する態度への回答者自身の海外旅行経験による影響の大きさを示すことができたのではないだろうか。

繰り返しになるが特筆すべきこととして、今回の調査結果の分析から「異文化を楽しむために旅行する観光客」という社会的アイデンティティの操作的定義として、「(仕事や留学目的を除いた) 観光目的の海外旅行の回数」ではなく、「自身の英語力についての自信」「海外旅行先の宿泊施設・飲食店の従業員との会話の頻度」「海外旅行先の現地の一般住民との会話の頻度」「自分にとっての海外旅行の重要性」といった指標の方が適切であることが示唆される結果が得られた。端的に言えば、海外旅行の経験の「質」が強く影響していると言えそうである。この社会的アイデンティティの実質的な中身がどのようなものであるか、そしてそれをどのように測定するのが適切であるのかについては、理論との整合性も含めて今後も研究を進め、さらに掘り下げる必要があるだろう。そうすることによって、新型コロナウイルス感染症の流行が収束して訪日外国人観光客数が以前のような水準に戻った時に彼らを迎え入れる日本人住民の態度が一体どのような要因によってよりポジティブになり得るのかについて明確に示したい。これは、日本が国際観光の目的地として長期的な持続可能性を維持していく上で非常に重要な課題である。

最後に、本研究の限界について述べる。今回報告した調査では、態度を測定する項目

の評価を4段階とした。これは回答フォームのスマートフォンの画面上での見やすさを優先して簡略化を図ったものであったが、より多段階の評価を採用した方がより精緻な結果を得られた可能性がある。今後の検討課題としたい。

参考文献

- Buttler, R. W. (1999) Sustainable tourism : A State-of the art review, *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.
- Draper, J., Woosnam, K. M. and Norman, W. C. (2011) Tourism use history : Exploring a new framework for understanding residents' attitudes toward tourism, *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77.
- Fan, D. X. F., Zhang, H. Q., Jenkins, C. L. and Tavitiyaman, P. (2017) Tourist typology in social contact : An addition to existing theories, *Tourism Management*, 60, 357-366.
- Gonzales, V. M., Coromina, L. and Gali, N. (2018) Overtourism : Residents' perceptions of tourism impact as an indicator of resident social carrying capacity – case study of a Spanish heritage town, *Tourism Review*, 73(3), 277-296.
- 株式会社 JTB (監) (2019) 『JTB REPORT 2019 日本人海外旅行のすべて』株式会社 JTB 総合研究所。
- Lankford, S. V. and Howard, D. R. (1994) Developing a tourism impact attitude scale, *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121-139.
- MacIntyre, P. D., Clement, R., Dornyei, Z. and Noels, K. A. (1998) Conceptualizing willingness to communicate in a L2 : A situational model of L2 confidence and affiliation, *The Modern Language Journal*, 82, 545-562.
- Mihalic, T. (2020) Conceptualising overtourism : A sustainability approach, *Annals of Tourism Research*, 84, 103025.
- 西村幸子 (2012 a) 「観光旅行のヘビーリピーターの研究におけるライフコース視点の検討」『同志社商学』63(6), 84-97.
- 西村幸子 (2012 b) 「観光旅行のヘビーリピーター研究序論 : 複線径路・等至性モデルによる試行的分析」『第27回日本観光研究学会全国大会学術論文集』9-12.
- 西村幸子 (2018) 「訪日外国人観光客に対する住民の態度に関する一試論 – 海外旅行経験による寛容性の涵養」『第33回日本観光研究学会全国大会学術論文集』129-132.
- 西村幸子 (2019) 「訪日外国人観光客に対する観光地住民の態度についての研究 (1) : 社会的アイデンティティ研究に基づく理論的検討」『同志社商学』71(3), 57-71.
- 日本政府観光局 (JNTO) (2020) 「年別訪日外客数, 出国日本人数の推移」
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata_outbound.pdf (2021年3月27日閲覧)
- 日本政府観光局 (JNTO) (2021) 「国籍/月別訪日外客数 (2003年~2021年)」
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/since2003_visitor_arrivals.pdf (2021年3月27日閲覧)
- Oberg, K. (1954) Cultural shock : Adjustment to new cultural environments, *Practical Anthropology*, 7, 177-182.
- Tajfel, H. and Turner, J. (1973) An integrative theory of intergroup conflict, in W. G. Austin and S. Worchel (eds.) *The Social Psychology of Intergroup Relations*, Monterey, CA : Brooks/Cole, 33-47.
- Teye, V., Sirakaya, E. and Sonmez (2002) Residents' attitudes toward tourism development, *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. and Wetherell, M. (1987) *Rediscovering the Social Group : A Self-Categorization Theory*, Oxford : Blackwell.
- Rosenberg, M. J. and Hovland, C. I. (1960) Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes, in C. I. Hovland and M. J. Rosenberg (Eds.), *Attitude Organization and Change*, New Haven : Yale University press, 1-14.

- Weaver, D. B. and Lawton, L. J. (2013) Resident perceptions of a contentious tourism event, *Tourism Management*, 37, 165-175.
- Woosnam, K. M. (2012) Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development, *Journal of Travel Research*, 51 (3), 315-327.
- Woosnam, K. M., Draper, J., Jiang, J. K., Aleshinloye, K. D. (2018) Applying self-perception theory to explain residents' attitudes about tourism development through travel histories, *Tourism Management*, 64, 357-368.
- World Tourism Organization (UNWTO) (2018) 'Overtourism'? *Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond perceptions : Executive Summary*
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070> (2021年3月27日閲覧)
- World Tourism Organization (UNWTO) UNWTO World Tourism Barometer (English version)
<https://doi.org/10.18111/wtobarometereng> (2021年3月27日閲覧)
- Yashima, T. (2002) Willingness to communicate in a second language: The Japanese EFL context, *The Modern Language Journal*, 86, 54-66.
- Yu, B. and Shen, H. (2012) Predicting roles of linguistic confidence, integrative motivation and second language proficiency on cross-cultural adaptation, *International Journal of Intercultural Relations*, 36, 72-82.