

木曾路の観光地における期待要素と観光地評価との関連性

The Relation between Elements of Prior Expectation and Evaluation of Tourism Destination in Kiso Region

伊藤 恵* 松永 瑛生** 兼井 聖太** 張 桐*** 佐々木 邦博**** 上原 三知****

Megumi ITO Terutaka MATSUNAGA Shota KANEI Tong ZHANG Kunihiro SASAKI Misato UEHARA

Abstract: In this study, we believe it is important to increase traffic in ensuring repeat in tourism destination. Therefore, for tourism destination including natural resources (Tsumago-juku, Nezame no Toko, Akasawa Shizen Kyuyourin Park), revealed the elements of expectation of each target area. And it aimed to clarify the relationship between attributes including the elements of expectation and the evaluation of tourism destination. The results to clarify visitor's image of each tourist destination, it was found to have different element of expectation in each tourism destination. Through analyzing the relationship between the elements of expectation and the evaluation of tourism destination, it was to reveal the following two. 1) The elements of expectation tend to match the evaluation of tourism destination. This means that visitors evaluate the tourist destinations throughout their images of each tourist destination. 2) It found that there are tourist destinations which "Elements representing tourist destination" tend to much "factors influencing evaluation", which they differ.

Keywords: *visitor's image, expectation, place of scenic beauty, natural park, post town*

キーワード：観光地像，期待度，名勝地，自然公園，宿場町

1. 研究の背景と目的

少子高齢化が進み、経済が成熟した日本において、幅広い経済効果や地域振興が期待される点から、観光が注目されている。2006年には観光立国推進基本法が成立し、2008年には観光庁が設置され、観光を経済成長の柱に位置付け、魅力ある観光地づくりや観光振興を推進する施策が展開されている。しかし、近年の経済悪化により、国内の観光活動は衰退傾向にある。長野県における観光地延利用者数調査¹⁾によると、長野県内の年間延利用者数は1991年の約1億700万人をピークに年々減少し、2010年には約8700万人となっている。このような来訪者の減少は、観光を重要な産業の柱に位置づけた我が国において重大な問題である。

そこで、観光地の魅力の向上や観光客の維持により、観光地の持続的な発展を維持していくことが重要となる。観光活動が衰退傾向にあるなか、観光客を維持するためには、観光地の評価を高め、再び来訪してもらうことや友人等に紹介してもらうこと（口コミ）が有効な手段であると考えられる。このような観光客の評価や満足度を扱った研究としては、Beerliら²⁾、Chenら³⁾、Castroら⁴⁾などの論文、観光庁による研究調査⁵⁾がある。これらの研究では、観光地のイメージや評価、観光客の満足度やロイヤリティ（再来訪意向、紹介意向）を含む因果モデルを構築すること、またその因果モデルを用いた属性や観光地による比較が主な目的となっている。しかしながら、因果モデルの構築においては、一般性を確保するために具体的な観光地の要素を用いることは難しく、相対的な評価が可能となるものの、その評価は抽象的になることが多い。そこで、本研究では、より詳細な観光地の整備やプロモーションの方策につながる視点を明らかにすることを目的として、観光前の観光地像と観光後の観光地の評価とのギャップに着目した。

地域イメージや観光地像に関する研究としては、観光客に限定せず都市住民などを含めた多様な被験者を対象とした、須田ら⁶⁾、田村ら⁷⁾、大津⁸⁾、宮森⁹⁾のような、全般的な地域イメージの把握と属性による違いを分析した研究が多い。しかし、観光客を対象

とした研究としては、羽生ら¹⁰⁾の研究のみであり、観光という視点からの研究は少ないのが現状である。地域イメージ（観光地像）は来訪動機の要因となり、観光地の評価に影響を与える重要な要素であるにもかかわらず、十分な研究の蓄積がないと言える。

そこで、本研究では、観光地像（地域イメージ）に着目し、それらが観光地の評価（変化）とどのような関連があるのかを明らかにすることを目的とする。観光地像については、観光地に応じた具体的な結果を得るために、来訪者が事前に観光地に対して期待していた構成要素（以下、期待要素）を分析に用いることとした。また、観光地の評価については、期待要素との関連性を分析するために、観光前の観光地の評価（以下、事前評価）と観光後の観光地の評価（以下、事後評価）の変化を用いることとした。さらに分析には、既往研究でも指摘された観光地像の形成に大きく影響する来訪者の属性や旅行特性（旅行形態や日程など）も用いた。対象地は、既往研究で行われていない自然観光地を含み、かつ同一地域内にある観光地とした。これは、地域内の観光地の連携の重要性が指摘されており¹¹⁾、本研究で得られた結果からそれぞれの対象地を広域的に見た際、その地域において各観光地をどのように位置付けるかについて考察を行うこととした。

2. 研究方法

(1) 対象地の選定

豊かな自然、文化、歴史を有し、年間約300万人の人々が訪れる木曾地域を対象とし、その中で相当程度の来訪者数があり、タイプの異なる観光地であるという点から妻籠宿（宿場町）、寝覚の床（自然名勝）、赤沢自然休養林（森林公園）の3つを選定した。

(2) 各対象地の概要

1) 妻籠宿

江戸時代に栄えた木曾路11宿の内の1つである。日本の町並み保存運動の先駆けであり、重要伝統的建造物群保存地区に指定され、江戸時代の宿場町の姿を今に伝えている。年間約55万人

* (株) しずおかオンライン ** 信州大学大学院農学研究科 *** 信州大学大学院総合工学研究科 **** 信州大学農学部

表-1 属性

属性(%)	妻籠	寝覚	赤沢	平均
年齢				
20代以下	18.2	11.8	5.1	12.2
30代	21.2	23.7	12.7	19.3
40代	14.1	17.1	10.1	13.8
50代	25.3	18.4	21.5	22.0
60代以上	21.2	28.9	50.6	32.7
性別				
男性	47.5	56.6	48.1	50.4
女性	51.5	43.4	51.9	49.2
無回答	1.0	0.0	0.0	0.4
居住地				
長野県内	5.1	17.1	12.7	11.0
東海地方	39.4	42.1	46.8	42.5
関東地方	26.3	21.1	21.5	23.2
近畿地方	22.2	15.8	8.9	16.1
その他	7.1	3.9	10.1	7.1

妻籠(N=99), 寝覚(N=76), 赤沢(N=79), 平均(N=254)

表-2 旅行特性

旅行特性(%)	妻籠	寝覚	赤沢	平均
旅行形態				
個人旅行	78.8	53.9	50.6	62.6
バスツアー	6.1	19.7	43.0	21.7
里帰り	13.1	14.5	0.0	9.4
その他	2.0	11.8	6.3	6.3
旅行日程				
日帰り	38.4	38.2	58.2	44.5
宿泊	61.6	61.8	41.8	55.5
1人	4.0	5.3	3.8	4.3
家族	65.7	68.4	59.5	64.6
親戚	2.0	1.3	3.8	2.4
友人	10.1	9.2	22.8	13.8
カップル	15.2	6.6	2.5	8.7
その他	3.0	9.2	7.6	6.3
グループ人数				
1人	4.0	5.3	3.8	4.3
2人	51.5	36.8	58.2	49.2
3-5人	39.4	40.8	26.6	35.8
6人以上	5.1	17.1	11.4	10.6

妻籠(N=99), 寝覚(N=76), 赤沢(N=79), 平均(N=254)

表-3 観光地の評価とその変化

	観光地評価(点)		評価の変化(%)			無回答
	事前評価	事後評価	上がった	変化なし	下がった	
妻籠	1.26	1.10	31.3	38.4	27.3	3.0
寝覚	1.00	1.12	35.5	52.6	7.9	3.9
赤沢	1.16	1.45	53.2	27.8	17.7	1.3

が訪れる、木曽地域における観光の要所である。

2) 寝覚の床

大正12年に国の名勝に指定された木曽八景の1つであり、古くから木曽地域第一の景勝地として知られている。大きな奇岩が創り出す景観は、木曽川の激流によって花崗岩が長い間に浸食されてきたものであり、年間約20万人が訪れている。

3) 赤沢自然休養林

全国で初の自然休養林であり、森林浴発祥の地として林野庁より認定された。木曽ヒノキの森林や森林鉄道は、江戸時代から続く木曽谷の木材産出地域としての歴史を伝えている。森林内には7つの散策コースが整備されており、冬季には閉園するにもかかわらず、年間約15万人の来訪者が訪れている。

(3) 調査概要

各対象地の観光を終えた来訪者を対象に、アンケート調査を行った。アンケートは羽生ら¹⁰⁾を参考に構成し、内容は、観光者の属性、旅行特性、期待要素、期待要素の評価(以下、要素評価)、観光地の評価の5点である。旅行特性の「訪問前観光」、「訪問後観光」とは、対象地に来訪した当日中の以前(以後)に別の観光地へ行ったか(行く予定か)を尋ねたものである。「期待要素」については、パンフレットやウェブサイトから各観光地を構成すると考えられる要素を対象地毎に14項目を予め抽出し、被験者に提示、単一回答とした。また、観光前後の評価を観光後のみに評価する手法については、既往研究⁹⁾でも同様の手法が採られており、一定の信頼性を保っていると考え、本研究でも採用した。

調査は2010年8月後半に、1対象地につき平日と休日に1回ずつ、計2回調査を行った。回収数は、妻籠宿(以下、妻籠)が99、寝覚の床(以下、寝覚)が76、赤沢自然休養林(以下、赤沢)が79、計254のアンケートを回収した。

3. 結果

(1) 基本属性

各対象地におけるアンケート対象者の属性を表-1に示した。年齢は、妻籠、寝覚では30~60代が多く、赤沢では50~70代以上が多かった。居住地は、東海地方から最も多く、平均して42%を占めた。次いで、関東地方から、平均して23%を占めていた。

(2) 旅行特性

次に、旅行特性を表-2に示した。旅行形態は妻籠と寝覚では個人旅行の割合が高いのに対し、赤沢ではバスツアーが多く占めていた。そのため、移動手段も赤沢ではバスが約4割を占めていた。旅行日程では、全体で見ると宿泊客が多いが、赤沢のみ日帰

表-4 期待要素と要素評価

期待要素	合計		期待要素の評価				事前評価	事後評価		
	人	%	期待以上	期待通り	期待以下					
妻籠										
宿場町の町並み	71	74.0	8	11.3	52	73.2	11	15.5	1.28	1.14
旧街道	6	6.3	0	0.0	5	83.3	1	16.7	1.17	1.00
そば・五平餅	5	5.2	2	40.0	3	60.0	0	0.0	1.80	1.40
特になし	2	2.1	-	-	-	-	-	-	0.50	0.50
その他	12	12.5	1	8.3	8	66.7	1	15.6	1.00	0.82
計	96	100	-	-	-	-	-	-	1.26	1.10
寝覚										
奇岩・大岩	18	24.3	3	16.7	13	72.2	2	11.1	1.06	1.06
特になし	17	23.0	-	-	-	-	-	-	0.69	0.88
木曽川	10	13.5	4	40.0	6	60.0	0	0.0	1.40	1.40
浦島太郎伝説	6	8.1	1	16.7	4	66.7	1	16.7	0.83	1.00
浦島堂	5	6.8	0	0.0	5	100.0	0	0.0	1.00	1.00
寝覚の床美術公園	4	5.4	0	0.0	4	100.0	0	0.0	0.75	0.75
そば・五平餅	4	5.4	1	25.0	3	75.0	0	0.0	1.25	1.75
その他	10	13.5	2	20.0	7	70.0	1	10.0	1.10	1.40
計	74	100	-	-	-	-	-	-	1.00	1.12
赤沢										
赤沢森林鉄道	31	39.7	7	22.6	19	61.3	5	16.1	1.16	1.42
森林セラピー	16	20.5	5	31.3	11	68.8	0	0.0	1.06	1.69
森林	14	17.9	5	35.7	7	50.0	2	14.3	1.00	1.36
散策・トレッキング	9	11.5	2	22.2	6	66.7	1	11.1	1.56	1.56
特になし	3	3.8	-	-	-	-	-	-	1.00	1.00
その他	5	6.4	0	0.0	5	100.0	0	0.0	1.40	1.20
計	78	100	-	-	-	-	-	-	1.16	1.45

※「無回答」は除外

りが多かった。次にグループ構成は、妻籠ではカップルが他に比べて多く、赤沢では友人が最も多かった。グループ人数は、赤沢が他に比べて2人で訪れている割合が高かった。来訪回数も、妻籠と寝覚では新規来訪者とリピーターが同数程度であるのに対し、赤沢では新規来訪者が多かった。最後に各対象地が主目的であるかについては、妻籠では主目的と副目的が同数程度で、赤沢では主目的が多く、寝覚では副目的が多いという特徴が見られた。

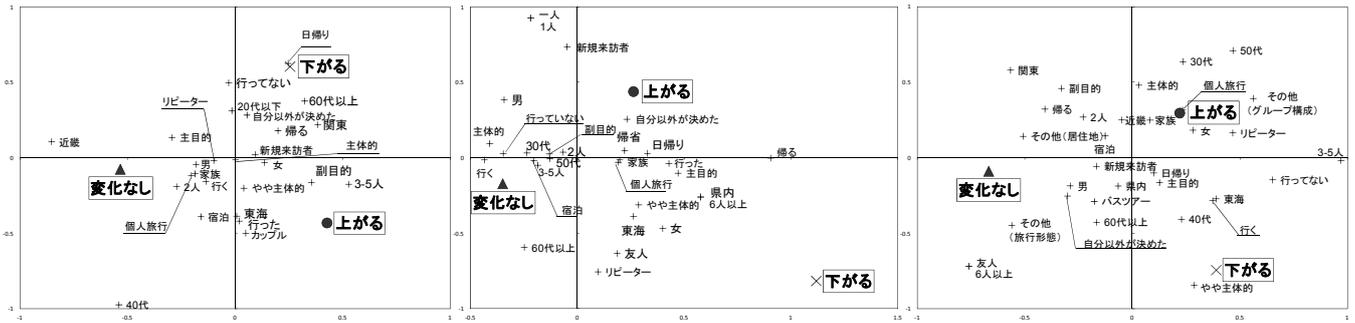
(3) 観光地の評価

各地域における観光地の評価とその変化¹²⁾を表-3に示した。得点化は、5段階評価の各項目を、非常に良い:+2、比較的良好い:+1、どちらでもない:0、比較的良好い:-1、非常に悪い:-2として算出した。事前評価で、最も得点が高いのは妻籠で、最も低いのは寝覚であった。しかし、事後評価では、最も高いのは赤沢で、最も低いのは妻籠であった。観光地の評価について、妻籠では、観光前後で評価が下がり、赤沢では上がり、寝覚では変化しなかった。事前、事後評価の変化については、事後評価の得点が最も高かった赤沢では、評価が「上がった」割合が高かった。一方で、事前評価が高かった妻籠では、「下がった」割合が高かった。

(4) 観光地像の把握

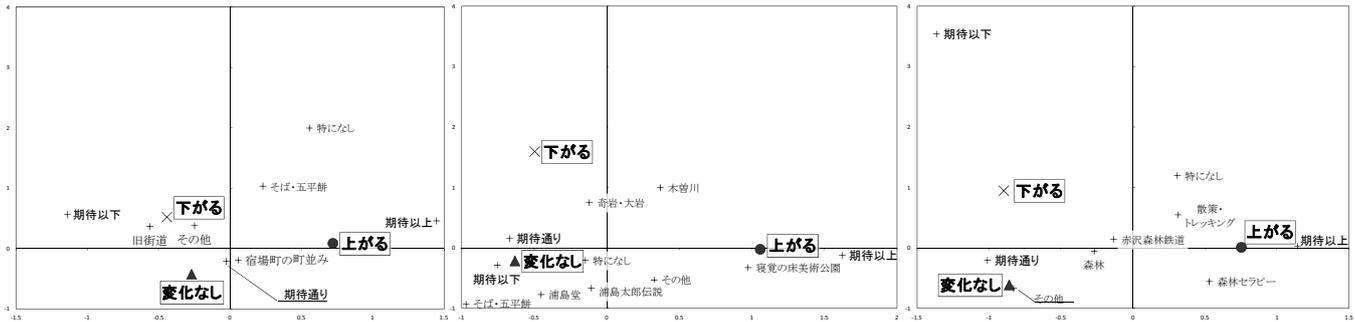
1) 期待要素と要素評価

各観光地の期待要素とその評価を表-4に示す。期待要素は、集計の際に、選択率が5%以下の項目は、「その他」へまとめた。まず妻籠では、「宿場町の町並み」に集中しており、74%を占めていた。そのため、他の期待要素は6%前後と選択率が低い。一方、寝覚では、期待要素が分散しており、選択率が5%以上の



図一 各観光地における属性と観光地評価の変化との関連性

左：妻籠（寄与率：1軸 56.8%，2軸 43.2%），中：寝覚（寄与率：1軸 65.0%，2軸 35.0%），右：赤沢（寄与率：1軸 59.4%，2軸 40.6%）



図二 各観光地の期待要素と観光地評価の変化との関連性

左：妻籠（寄与率：1軸 73.2%，2軸 26.7%），中：寝覚（寄与率：1軸 88.3%，2軸 11.7%），右：赤沢（寄与率：1軸 85.9%，2軸 14.1%）

要素が7項目あげられた。選択率が高い要素としては「奇岩・大岩」(24%)、「木曽川」(14%)、「特になし」(23%)であった。最後に、赤沢では選択率5%以上の期待要素が4項目あげられており、「赤沢森林鉄道」(40%)、「森林セラピー」(21%)、「森林」(18%)、「散策」(12%)など要素の内容が多様であった。

次に、要素評価¹³⁾について、妻籠では選択率74%の「宿場町の町並み」に対しては、「期待通り」が73%であったが、「期待以下」が16%と高かった。寝覚では「期待以下」の割合が「浦島太郎伝説」を除いて、すべての期待要素で低かった。赤沢では全ての期待要素で「期待以上」と評価される割合が20%以上を占め、赤沢のいずれの期待要素でも評価が高いことがわかる。しかし、「赤沢森林鉄道」などでは「期待以下」との回答もあり、単に「期待以上」のみが多いわけではなかった。

2) 期待要素から考える観光地像とその評価

期待要素の回答結果から、各対象地の観光地像とその評価を以下のように整理した。まず、妻籠では、「宿場町の町並み」が非常に多く選択されていた。アンケートでは、14項目の期待要素を挙げたにもかかわらず、このように1項目へ回答が偏ったのには、妻籠のプロモーション(パンフレットやウェブサイト)において、画一化した要素のみがあげられていることが要因だと考えられる。結果的には、事前評価では3対象地の中で最も高いが、「宿場町の町並み」が期待以下であるとの回答は少なくはなく、観光地の評価が「下がる」割合が高い傾向にあり、町並み以外の観光資源が十分に確立されていないことが推察された。

次に、寝覚では、突出した期待要素がなく、選択にばらつきが見られ、また、「特になし」との回答も多かった。これは、寝覚の観光資源への認知度が低いことが要因だと考えられる。そのため、事前評価は3対象地の中で最も低く、観光地の評価は「変化なし」の割合が高い傾向にあった。

最後に、赤沢では、寝覚と同様に、突出した期待要素はないが、寝覚とは異なり、「特になし」との回答は少なかった。つまり、赤沢では、観光資源への認知度は高く、また多様な資源が認知され

ていることが考えられる。そのため、事前評価は低いものの、どの要素評価でも「期待以上」の割合が高い点から、事後評価は最も高く、観光地の評価が「上がる」割合が高い傾向にあり、多様な観光資源が認知、確立されていることが推察された。

(5) 要素と評価の変化

各対象地の観光地評価の変化と関連のある要素を明らかにすることを目的として、表-1, 2で示した属性、表-4で示した期待要素と要素評価を用い、コレスポネンズ分析を行った。

1) 妻籠

属性と観光地評価の変化の関連は(図-1 左)、「(観光地の評価が)下がる」の近くに位置するのは、「60代以上」、「関東」であり、「上がる」の近くに位置するのは、「(グループ構成)3~5人」、「東海」であった。次に、旅行特性との関連を見ていくと、「下がる」の近くに位置するのは、「(観光前に他の観光地へ)行っていない」、「(観光後に)帰る」であり、旅行日程や観光前後の行動が関係していると考えられる。一方、「上がる」の近くに位置するのは、「(観光前に他の観光地へ)行った」、「副目的」であり、妻籠を主目的とせず、旅行の一環として訪れている来訪者で、評価が上がる傾向にあると考えられる。次に、期待要素との関連を見ると(図-2 左)、選択率約7割を占める「宿場町の町並み」は、「期待通り」、「(観光地評価が)変化なし」の近くに位置していた。また、観光地評価が「下がる」の近くに位置するのは、「期待以下」、「旧街道」、「その他」であった。妻籠では、要素評価と観光地の事後評価は対応している傾向が見られた。

2) 寝覚の床

まず属性との関連について(図-1 中)、「(観光地の評価が)下がる」の近くに位置するのは、「女性」、「県内」、「東海」、「友人」であった。「変化なし」の近くに位置するのは、「30代」、「50代」、「男性」、「(グループ構成)2人」などであった。旅行特性との関連を見ると、「上がる」の近くに位置するのは、「自分以外が決めた」である。つまり、旅行計画に携わっていない来訪者の評価が上がる傾向にあった。また、「帰省」、「日帰り」などの項目も「上

る」項目の近くに位置している。次に、期待要素との関連について(図-2中)、「変化なし」の近くに多くの期待要素が位置していた。「上がる」の近くに位置するのは、「寝覚の床美術公園」だが、選択率は5%と低い。また、「変化なし」の近くに位置するのは、「期待以下」、「特になし」であった。

3) 赤沢

まず属性との関連について(図-1右)、「(観光地の評価が)上がる」の近くに位置するのは、「女性」、「30代」、「50代」であった。「下がる」の近くに位置するのは、「40代」、「東海」であった。旅行特性との関連を見ると、「上がる」の近くに位置するのは、「個人旅行」、「家族」であった。一方で、「下がる」の近くに位置するのは、「(観光後に異なる観光地へ)行く」であった。バスツアー等の団体旅行や赤沢観光後に他の場所を訪れるといった時間の制限がある来訪者で評価が下がり、時間が制限されない「家族」、「個人旅行」で評価が上がることから、赤沢の観光地評価の変化には、滞在時間が関連すると推察される。次に期待要素との関連を見ると(図-2右)、多くの期待要素が「上がる」の近くに位置している。これは、「期待以上」が「上がる」に近く位置していること、赤沢の各要素評価はどれも高評価であったことから、期待要素に寄らず観光地の評価が上がる傾向があることがわかる。

4. 考察

本研究により、以下のことが明らかとなった。1. 要素評価と観光地評価の変化の関連性には、期待要素の認知と多様性が影響を及ぼしていると考えられた。妻籠は、期待要素が「宿場町の町並み」に偏って認知されていた。その要素評価が低いと、必然的に観光地評価が下がる割合が高くなり、結果的に事後評価は最も低かった。寝覚は、期待要素が「特になし」との回答が多く、観光資源が十分に認知されていないと考えられた。そのため、要素評価に寄らず、観光地の評価はあまり変化しなかった。赤沢では、期待要素が分散し、「特になし」との回答が少なく、多様な観光資源が認知されていると考えられた。そのため、要素評価が低くても、他の観光資源が評価されることで、観光地の評価が下がらず、観光地評価の変化は上がる割合が高く、事前評価は高くはないものの、事後評価は最も高くなっていった。2. 属性や旅行特性と観光地評価の変化の関連性には、期待要素の認知度と多様性、また、その観光体験の違いが、影響を及ぼしていると考えられた。妻籠は、妻籠を主目的としない来訪者の評価が上がる傾向にあった。妻籠の期待要素が画一的なため、観光体験も画一的であると考えられる。そのため、旅行の一環として妻籠に来訪するような短時間滞在の来訪者による評価が上がる傾向にあった。次に、寝覚は、属性や旅行特性による変化は見られない傾向にあった。寝覚では、観光資源の認知が低いため、全体的に観光地評価に変化がなかったためであると考えられる。最後に、赤沢は、個人旅行や家族旅行での来訪者の評価が上がった。赤沢では、期待要素が多く多様な体験が可能のため、ツアーのような時間制限のある旅行形態ではなく、個人旅行等の長期滞在が可能な旅行形態で評価が上がったと考えられた。

さらに、それぞれの対象地における整備やプロモーションの方策、また、木曽地域において各観光地をどう位置付けるかについて考察を行う。まず、妻籠では、期待要素が「宿場町の町並み」に偏り、その要素評価が低いと、観光地評価が下がっていた。したがって、「宿場町の町並み」以外の観光要素も確立し、プロモーションすべきだと考えられる。また、その位置付けは、対象地の中で最も来訪者数は多いが、現状では観光体験も画一的になると考えられ、長時間の滞在には適さないと考えられる。そこで、木曽観光をアピールする要素にしつつも、他の観光地との周遊性もプロモーションすべきだと考えられる。次に、寝覚では、観光資

源が十分に認知されておらず、そのため観光地評価があまり変化しなかった。したがって、観光資源に対する認知度を高めることが重要だと考えられる。また、その位置付けは、古くから木曽地域第一の景勝地として知られことや事後評価は低くはないことから、十分に観光資源をプロモーションすれば、観光地の評価が高まり、木曽地域全体の評価に寄与すると考えられる。最後に、赤沢では、事後評価は最も高いが、事前評価は低いことから、より魅力的な観光地像の発信が重要だと考えられる。また、その位置付けは、期待要素が多様なため、十分に時間がある中で観光した場合に観光地評価が上がる割合が高まると考えられるから、数多くの観光地を回ろうとする観光客よりも、個人旅行や宿泊を伴う場合など、時間に余裕がある観光客へアピールすることが有効であると考えられる。

本研究では、既往研究が行われていない自然観光地を含む様々なタイプの観光地を対象とした。町並み観光地を対象とした羽生らの研究¹⁰⁾では、観光地全体の評価は、要素評価と比較的一致することが指摘されている。本研究でも、妻籠、赤沢では、同様な結果が得られた。しかし、観光資源の認知度が低い寝覚では、観光地評価はあまり変化せず、要素評価が必ずしも観光地の評価と一致していなかった。つまり、上記の既往研究における指摘は、観光資源が十分に認知されている場合に限られると考えられる。

最後に本研究の課題を述べる。本研究では、観光前に抱えている観光地像に着目し、観光地評価との関連を明らかにしたが、要素評価がどの程度観光地評価に影響を与えるかまでは明らかになっていない。各要素の観光地評価への影響の大きさを明らかにし、より効果的な整備の方策を示すことが、今後の重要な課題である。

補注及び引用文献

- 1) 長野県観光部観光企画課：観光地利用者統計調査結果
- 2) A. Beerli, J.D. Martin (2004) : Tourists' characteristics and the perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis a case study of Lanzarote, Spain : *Tourism Management* 25(5), 623-636
- 3) C.B. Castro, E.M. Armario, D.M. Ruiz (2007) : The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination's image and tourists' future behavior : *Tourism Management* 28(1), 175-187
- 4) C.-F. Chen, D. Tsai (2008) : How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? : *Tourism Management* 28(4), 1115-1122
- 5) 観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課(2010) : 観光地の魅力向上に向けた評価手法調査事業 報告書, pp115
- 6) 須田 磨登, 廣田 篤彦(2005) : 大分のイメージと嗜好性に関する研究 : 日本建築学会研究報告 九州支部3, 計画系 (44), 569-572
- 7) 田村 良一, 森田 昌嗣(2006) : 地域ブランド構築のための地域イメージの構築に関する研究:熊本県阿蘇郡小国町をケーススタディとして : *デザイン学研究* 53(4), 13-22
- 8) 大津 正和(2010) : 地域イメージの規定因 : 和歌山県の地域イメージとその規定因に関する消費者調査結果をもとに : *観光学* 3, 1-9
- 9) 宮森 正樹(1995) : 観光イメージに影響を与える要因の研究 : 沖縄県のケースを中心に : *商経論集* 23(1), 125-147
- 10) 羽生 冬佳, 森田 義規, 小久保 恵三, 十代田 朗, 津々見 崇(2006) : 来訪者の観光地評価の構造に関する研究 : *ランドスケープ研究* 69(4), 301-306
- 11) 十代田 朗 編(2010) : 観光まちづくりのマーケティング : 学芸出版社, pp197
- 12) 観光地の評価の変化は、以下のように読み替えを行った。

観光地評価	観光後				
	非常に良い	比較的良好	どちらでもない	比較的悪い	非常に悪い
非常に良い	a	c	c	c	c
比較的良好	a	b	c	c	c
どちらでもない	a	a	b	c	c
比較的悪い	a	a	a	b	c
非常に悪い	a	a	a	a	b

a: 観光後に評価が上がった, b: 観光後も評価が変わらなかった, c: 観光後に評価が下がった

- 13) 期待要素の評価は4段階で行ったが、「期待ほどではない」「期待はずれ」は回答者が少なかったために、「期待以下」として1つの項目に統合し、分析を行った。