

空港アクセスと一体的な二次交通サービス改善が訪日・再訪意向へ及ぼす影響の

因果構造分析：関空への中国人観光客を対象として

申請代表者 流通科学大学 教授 西井 和夫
政策研究大学院大学 准教授 日比野直彦
東洋大学 准教授 栗原 剛
流通科学大学 特任教授 岸野 啓一

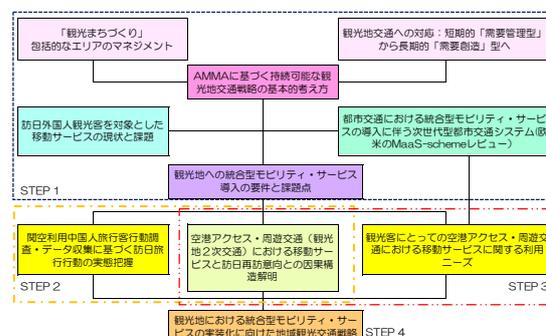
本研究では、まず MaaS 関連研究レビューから観光目的地への統合型移動サービスの導入要件を示す。次に、訪日中国人旅行客行動調査を実施し、空港アクセス・周遊交通のための移動サービス利用実態・ニーズに関する諸特性を把握する。次に、SEM（構造方程式モデリング）の構築を通じて、訪日再訪意向と提案の5つの統合型移動サービス構成項目との因果構造の仮説検証を行うとともに、SEM-Improved model を用いたインバウンド観光需要効果に関する定量的分析結果を踏まえて、観光地の需要創造に資する統合型移動サービス改善に向けた基本戦略（情報提供とパッケージ化サービスの統合化の重視）を整理する。（292 字）

キーワード：統合型モビリティ・サービス, MaaS, 因果構造分析, 訪日中国人観光需要

1. はじめに

本研究の目的は、関空利用訪日中国人観光客のうちで関西地域を主な観光目的地とする観光客をターゲットとし、彼等の訪日・再訪意向の規定要因としての空港アクセス及び圏域周遊交通に関する移動サービス水準改善とインバウンド需要創出との因果構造の把握を分析することにある。具体的には、空港アクセスと一体的な二次交通のための移動サービス改善が中国人観光客にとっての関空利用訪日・再訪意向にどのように影響を与えるかを共分散構造分析モデル(SEM)の構築を通じて検討する。また、これらの結果を踏まえ、観光地の需要創造に資する統合型移動サービス改善に向けた基本戦略を明らかにしていく。

図 1 は、本研究の全体的な流れとその手順を示している。以下では、紙面の都合から、STEP2 以降の訪日中国人旅行客行動調査の概要と基礎集計分析およびそれに基づく SEM 構築分析等について概要を示しながら、得られた知見と今後の課題等の整理結果をあきらかにしていきたい。



2. 訪日中国人旅行客行動の実態調査分析

2.1 関空訪日中国人旅行客行動調査の概要

本調査は、関空国際線出発ロビーにて出国待ちの訪日中国人旅行客を対象として、中国語翻訳版のアンケート調査票にもとづくインタビュー形式の調査を2日間(2019年9月28日(土)～29日(日))実施し、249人の有効サンプルを得た。本調査データのうちで「代表サンプル」(観光・レジャー目的で「大阪」を主な観光目的地(178サンプル))に着目し

た移動サービスの利用実態・利用満足度（意向）およびそれらと訪日再訪意向との関連性について基礎集計分析結果を行った。代表サンプルは、訪問先パターンに着目して、『大阪のみと大阪+関西圏内近距離圏内周遊型』(A)と、「大阪+東京・名古屋など関西圏外都市・地域を1箇所周遊型」などの『大阪+広域周遊型』(B)との2グループに分類しているが、これらの訪問先パターン別旅行手配方法の内訳を眺めると、大阪近距離圏内型(A)の団体旅行割合が17.6%であったのに対して、大阪+広域周遊型(B)では、54.0%の高い割合を示していることがわかった。

2.2 基礎集計分析結果

(1) 統合型モビリティ・サービスの利用実態

本研究では、都市交通分野におけるMaaSに関する諸検討を踏まえて、観光地へのMaaS-schemeに即した統合型モビリティ・サービスの導入要件として、表1に示すように5つの移動サービス構成項目、すなわち、「複数交通機関利用の組合せ等情報提供サービス」「移動サービスの予約手配サービス」「現金精算不要サービス」「ポストペイ方式電子決済サービス」「移動・観光活動サービスのパッケージ化」を設定している。

表1 移動サービスの構成項目の定義

移動サービスの構成項目	サービス内容	既存サービスの具体例
A 複数交通手段利用の組合せ等情報提供サービス	複数交通機関組合せや公共交通機関-端末サービスへの乗り換え・乗継ぎ方法に関するプランづくりと情報提供サービス	交通事業者各社HP・案内サイト、旅行会社HP等
B 移動サービスの予約手配サービス	インターネット等による事前の（or現地でも）移動サービスの予約手配サービス	交通・旅行事業者サイト（JR、私鉄各社、JTB）、Trip.com（携程旅行）
C 現金精算不要サービス	交通ICカードのように切符発券や現金精算不要なサービス	ICOCA、Suica、KANSAI THRU PASS、Kansai Area Pass、一日乗車券
D ポストペイ方式（一括口座）電子決済サービス	ポストペイ（後払い）方式で利用者支払口座での一括の電子決済サービス	PiTaPa、登録型割引/定額制サービス、Apple Pay、PayPay等スマホ決済サービス
E 移動・観光活動サービスのパッケージ化サービス	移動サービスと観光・レジャー施設利用サービスとをパッケージ化（入館料割引特典等）サービス	大阪周遊バス（Osaka Amazing Pass）

本調査では、これらの利用の有無および『利用しなかった』と回答した被験者に対して次回の訪日時における利用意向度（『利用しない』、『分からない』、『利用したい』の3択）を回答させた。表2は、これら5つの移動サービス構成項目の利用実態（利用割合と利用満足度の平均値）および次回利用意向の割合についてサンプルグループ（全サンプルと代表サンプル）別に集計したものである。その結果、サンプルグループによる差異は小さいと判断できるので、以下では代表サンプルのケースにおける特徴点をいくつか挙げておく

ことにする。

代表サンプルのケースで『利用した』と回答した割合が最も高い移動サービスの構成項目は、「複数交通手段利用の組合せ等情報提供サービス」(58.4%)、次いで「現金精算不要の交通パスサービス」(54.2%)、さらに「事前予約手配サービス」(40.4%)、「ポスト・ペイの電子決済サービス」(32.8%)、そして最後に「移動と観光レジャー等のパッケージサービス」(21.3%)と続く。これらのうち、下位の2つのモビリティ・サービス構成項目に関する利用率の低さが目立つ。

一方、移動サービスの利用満足度の7段階評価の観点からは、「ポスト・ペイの電子決済サービス」の平均値(5.74)は最も高い評価を得ているのに対して、「パッケージサービス」の平均値(4.84)は逆に最も低い評価である。

また、この「移動と観光レジャー等のパッケージサービス」に関しては、次回利用意向度（今回の利用はなかった被験者の中で次回訪日時に『利用したい』と回答した割合）は、20.7%と「現金精算不要の交通パスサービス」の21.7%に次いで高いことから、旅行手配方法と関連づけながらその認知度（普及率）を高めるとともに、サービス内容の改善（魅力化）等の工夫が課題と言える。

表2 今回の訪日旅行での移動サービスの利用実態（利用割合・利用満足度平均値）と次回利用意向度*（全サンプルと代表サンプルとの比較）

移動サービス構成項目	利用割合		平均満足度		次回利用意向度*	
	全サンプル	代表サンプル	全サンプル	代表サンプル	全サンプル	代表サンプル
A 複数交通手段利用に関する情報提供サービス	59.4%	58.4%	5.26	5.25	12.9%	12.2%
B 予約手配サービス	41.4%	40.4%	5.13	5.10	13.0%	15.1%
C 現金精算不要サービス（交通パスによる発券・支払サービス）	56.9%	54.2%	5.62	5.58	16.8%	21.0%
D ポストペイ型（一括口座）電子決済サービス	32.3%	32.8%	5.74	5.24	7.8%	10.1%
E 移動・観光活動サービスとのパッケージ化サービス	22.9%	21.3%	4.84	4.84	20.3%	20.7%

注(*)：ここでの「次回利用意向度」とは、今回の訪日旅行では利用しなかった被験者の中で、次回（再訪時）に『利用したい』と回答した割合。

これら移動サービス構成項目に関する利用実態あるいは次回利用意向と訪日再訪意向との独立性検定を、全サンプルと代表サンプルのそれぞれについて行った。このうち、各移動サービス項目の利用有無との関係を眺めた結果について紹介すると、代表サンプルデータでは、5つの移動項目のすべてが5%有意水準で帰無仮説は棄却できなかった。一方、全サンプルデータでは、「情報提供サービス」と「現金精算不要サービス」の2つのサービス項目は帰無仮説が5%有意水準で棄却でき、「ポストペイの電子決済サービス」を除いて、これらの利用の有無は訪日再訪意向とは無関

係とは言えないことがわかった。

(2) 訪日再訪意向の実態と移動サービス構成項目選好特性との関係

ここでは、空港アクセスおよび主な訪問先での二次交通における移動サービス項目に関する改善ケースが旅行者の訪日再訪意向に与える影響について、訪問先パターンと旅行手配方法とに着目したクロス集計分析結果を紹介する。表3は、本調査で取り上げた5ケース（ケース2～ケース6）の移動サービス改善パターンである。なお、ケース1とは、現状ケースで現時点の主な訪問先への訪日再訪意向度評価（7段階評価：1点；『絶対行きたくない』～7点；『絶対行きたい』）を指す。

表 3 移動サービス改善ケースの内容 (-: 現状, +: 改善あり)

移動サービス改善ケース	移動サービス構成項目				
	A: アクセス・周遊交通に関する情報提供サービス	B: 予約手配サービス	C: 現金不要精算サービス	D: 定額制等や割引／事前契約購入・一括決済サービス	E: 観光・レジャー活動とのパッケージサービス
G-0 ケース 1 (00000)	-	-	-	-	-
G-1 ケース 2 (00011)	-	-	-	+	+
G-2 ケース 3 (01100)	-	+	+	-	-
G-3 ケース 4 (01111)	-	+	+	+	+
G-4 ケース 5 (10101)	+	-	+	-	+
G-5 ケース 6 (10110)	+	-	+	+	-

表4は、訪問先パターン別(A/Bグループ)・旅行手配方法別(団体/個人)に、各ケースにおける訪日再訪意向度の変化に関する回答者ごとの回答結果から、各ケースの意向度評価値の平均値を算定したものである。これより、大阪近距離圏内(Aグループ)では、団体旅行者にとっては「観光レジャー活動施設利用とのパッケージサービス改善」が選好され、個人旅行者には、「情報提供サービス改善」が選好される傾向があると推察できる。一方、大阪+広域周遊型(Bグループ)に関しては、個人旅行者ではケース4とケース5との両者の再訪意向評価平均値の差はそれほど有意とは言えない。また、団体旅行者については、いずれのケースにおける評価平均値のばらつきが小さい。

表 4 5つの移動サービス改善ケースにおける訪日再訪意向度評価平均値(A/Bグループ別・団体/個人別)

訪問先パターン	旅行手配方法(サンプル数)	各改善ケースの計算平均値*					
		ケース1 (00000)	ケース2 (00011)	ケース3 (01100)	ケース4 (01111)	ケース5 (10101)	ケース6 (10110)
大阪近距離圏内(A)	団体旅行 (16)	4.81	5.63	5.13	5.88	5.44	5.38
	個人旅行 (75)	5.40	5.91	6.00	6.25	6.37	6.17
大阪広域周遊圏(B)	団体旅行 (45)	5.20	5.87	5.71	5.93	5.98	5.89
	個人旅行 (40)	4.93	5.45	5.50	5.98	5.93	5.63

注(*)：ケース2～ケース6の計算上の評価値は、ケース1における評価値(7点満点で回答)にそれぞれの増分を加算して計算され、それらをもとに各改善ケースの計算平均値を求めている。

これらの結果に関する原因は現時点で明確

ではない。その原因の一つには、回答者によるバイアスが考えられること、あるいはAグループに比べ移動サービスの利用実態のパラツキも大きく各移動サービス構成項目への認知度の問題などに起因することも推量される。

3. SEMモデル構築

3.1 Basic model の構築結果

本節では、前述の関空利用訪日中国人旅行者行動調査データを用いて、空港アクセス・周遊交通における移動サービス特性(利用実態や利用満足度)と訪日再訪意向との因果構造のモデル表現をSEM(Structural Equation Modeling: 構造方程式モデリング)構築を通じて行うこととする。

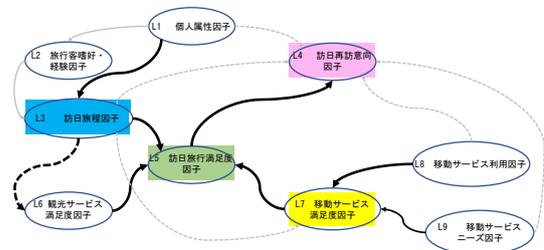


図 2 SEM-Basic modelにおける潜在因子構造(因果パス)に関する観測 (H1)~(H5)

図2に示すように、Basic modelの因果パス図では、「訪日再訪意向因子」(L4)を規定する全体で9つの潜在因子(L1~L9)を仮定し、これら潜在因子間の因果パスおよび各潜在因子を規定する観測変数(合計で31個)によって構成された構造方程式および測定方程式のパラメータ推定と、それらにもとづく潜在因子間の5つの仮説([H1]~[H5])の検証を行った。その結果は以下のようなものである。

- 仮説[H1]+仮説[H5]: 「訪日再訪意向因子」(L4)は、「訪日旅行満足度因子」(L5)によって有意に規定されるが、一方で他の潜在因子(「個人属性」(L1)や「訪日旅程因子」(L3)など)による有意な因果関係は認められなかった。
- 仮説[H2]: 「訪日旅行満足度因子」(L5)は、「訪日旅程因子」(L3)とともに、ツアーリストが訪日旅行中に利用した諸サービスに関する利用満足度因子(L6とL7)によって、有意に規定される。
- 仮説[H3]: 「移動サービス満足度因子」

(L7)は、実際の移動サービス利用の有無に関わる潜在因子(「移動サービス利用因子」(L8))によっては有意に規定されるが、移動サービスの非利用の場合の次回(再訪時)の利用ニーズに関わる潜在因子(「移動サービスニーズ因子」(L9))の規定力は強くないがわかった。

- 仮説[H4]:「訪日旅程因子」(L3)は、「訪日旅行満足度因子」(L5)への直接的な因果パスだけでなく、「観光サービス満足度因子」(L6)を介して間接的に「訪日旅行満足度因子」(L5)を有意に規定する。

ただし、Basic modelの全体的な適合度を示す統計量については、 χ^2 値=864.217、p値=0.000、GFI値=0.757、AGFI値=0.713、RMSEA=0.093となっており、モデル全体の適合度は十分高いと言えない。そのために、サンプル数と推定パラメータ数との関係からモデル構造をよりシンプルな形に改良することを含め、モデル全体適合度の改善に向けた今後の課題点を見つけ出しておくことが必要といえる。

3.2 Improved model の構築結果

Basic modelの全体的適合度の改善に向けて、Type1のモデル構造における観測変数の定義の見直し、潜在因子間の因果パスの変更等のいくつかのトライアルを行った。しかし、結果的にはモデル適合度の改善には至らず、基本的にサンプル数とパラメータ数とのバランスに起因する問題が内在することがわかった。

そこで、Improved model構築にあたっては、モデル構造のシンプル化(推定パラメータ数の削減(reduction)につながる潜在因子構造の見直し)とともに、サンプル数確保の観点から代表サンプル(n=176)から全サンプル(n=246)への適用を行うことにした。具体的には、**図 3**に示すように、潜在因子構造の見直しとして、潜在因子の集約化、2つの潜在因子の削除(訪日旅行満足度因子(L5)と移動サービスニーズ因子(L9))そして1つの新規追加(出入国時利用交通因子(L10))に伴う5つの追加的仮説([H6]~[H10])を設定した。

表 5は、全サンプルデータに対するImproved modelにおける標準化係数等のパラ

メータ推定結果を示す。

その結果、Improved modelの全体的適合度を示す指標は、 χ^2 値=576.928、p値=0.000、GFI値=0.848、AGFI値=0.814、RMSEA=0.074となっており、モデル全体の適合度は十分改善されている。また、観光サービス満足度因子(L6)→訪日再訪意向(L4)の因果パスのパラメータ値が唯一有意でない。それ以外については、訪日旅程因子(L3)→年齢層(A2)のパラメータ値が10%有意水準で、残りはすべて5%有意水準で統計的有意性が認められている。

Improved modelの因果パス構造の特徴をまとめると、以下のようである。

- 訪日再訪因子(L4)は、観光サービス満足度因子(L6)と移動サービス満足度因子(L7)によって説明されると仮定されている。推定結果は、L6→L4のパラメータ値0.405(有意でない)、L7→L4のパラメータ値0.961(5%有意水準棄却)となり、訪日再訪意向は、相対的には移動サービスに関する満足度に関わる諸因子(L7及びL8',L10そしてL3)に強く規定されるといえる。
- 移動サービス満足度因子(L7)は、それ自身に関する観測変数(空港アクセスや周遊交通に関する移動サービス利用満足度)(E1:0.787とE2:0.877)の外生的潜在変数としての因果パスを構成するとともに、4つの統合型移動サービス構成項目(F12-1~F52-1)の利用満足に関する潜在因子(移動サービス利用(満足)因子(L8'))(0.198)によって内生的に規定される。
- 移動サービス利用(満足)因子(L8')は、4つの統合型移動サービス構成項目(F12-1~F52-1)の観測変数のすべて(電子決済サービス(F42-1)を除く)(0.762~0.420)および出入国時利用交通因子(L10)(0.655)との統計的に有意は因果関係を認めることができる。

3.3 統合型モビリティ・サービス導入による需要創出効果

ここでは、Improved modelによる感度分析を通じて、統合型モビリティ・サービス導入による需要創出効果を明らかにし、この結果にもとづき、観光地における統合型モビリテ

ィ・サービスの効果的な導入（需要創出効果の観点から）のあり方に向けた基本的な戦略課題について言及していく。具体的には、「統合型移動サービス構成項目に関する利用満足度」水準の1単位増加がSEMの因果パスに沿った形でどの程度の「訪日再訪意向度」に及ぼす効果（現状との比較における需要創出効果(%)）をもたらすかを算定してみた。

その結果を表6に示す。これより、以下の点が明らかになった。

表 6 Improved model における統合型移動サービスに関する感度分析結果 (全サンプル数:246)

因果パス(Causal path)	標準化係数	算定式	需要創出効果
	Standardized	Eqn	Increased demand
F12-1: 情報提供サービス(満足度) ← L8' 移動サービス利用(満足)因子 (1)	0.762	=1/1)	1.312
L7: 移動サービス満足度因子 ← L8' 移動サービス利用(満足)因子 (2)	0.198	=1/1)*2)	0.269
L4: 訪日再訪意向因子 ← L7: 移動サービス満足度因子 (3)	0.961	=2)*3)	0.250
B8: 訪日再訪意向度 ← L4: 訪日再訪意向因子 (4)	0.272	=3)*4)	0.068
F12-1: 情報提供サービス(満足度)の訪日再訪意向度創出効果			6.79%
F22-1: 予約手配サービス(満足度) ← L8' 移動サービス利用(満足)因子 (1)	0.489	=1/1)	2.045
L7: 移動サービス満足度因子 ← L8' 移動サービス利用(満足)因子 (2)	0.198	=1/1)*2)	0.405
L4: 訪日再訪意向因子 ← L7: 移動サービス満足度因子 (3)	0.961	=2)*3)	0.389
B8: 訪日再訪意向度 ← L4: 訪日再訪意向因子 (4)	0.272	=3)*4)	0.106
F22-1: 予約手配サービス(満足度)の訪日再訪意向度創出効果			10.58%
F32-1: 交通ICバスサービス(満足度) ← L8' 移動サービス利用(満足)因子 (1)	0.705	=1/1)	1.418
L7: 移動サービス満足度因子 ← L8' 移動サービス利用(満足)因子 (2)	0.198	=1/1)*2)	0.281
L4: 訪日再訪意向因子 ← L7: 移動サービス満足度因子 (3)	0.961	=2)*3)	0.270
B8: 訪日再訪意向度 ← L4: 訪日再訪意向因子 (4)	0.272	=3)*4)	0.073
F32-1: 交通ICバスサービス(満足度)の訪日再訪意向度創出効果			7.34%
F52-1: パッケージサービス(満足度) ← L8' 移動サービス利用(満足)因子 (1)	0.420	=1/1)	2.381
L7: 移動サービス満足度因子 ← L8' 移動サービス利用(満足)因子 (2)	0.198	=1/1)*2)	0.471
L4: 訪日再訪意向因子 ← L7: 移動サービス満足度因子 (3)	0.961	=2)*3)	0.453
B8: 訪日再訪意向度 ← L4: 訪日再訪意向因子 (4)	0.272	=3)*4)	0.123
F52-1: パッケージサービス(満足度)の訪日再訪意向度創出効果			12.32%

統合型移動サービスの5つの構成項目のうち、「電子決済サービス(満足度)」(F42-1)以外の4つについては、いずれも「移動サービス利用(満足)因子」(L8')を介して、「移動サービス満足度因子」(L7)と「訪日再訪意向因子(L4)」を経由して「訪日再訪意向度」(B8)につながる因果パスを形成する。表6より、これら4つの統合型移動サービス構成項目の単位変化の及ぼす訪日再訪意向度への効果(需要創出効果)は、6.79%~12.32%の範囲であり、「情報提供サービス」(F12-1)を基準とした相対比較では、「パッケージサービス」(F52-1)の効果は約1.8倍のより敏感な効果が期待されている。

4. おわりに

ここでは、本研究成果報告の結びに代えてImproved modelによる感度分析結果を踏まえながら、今後の観光地への統合型モビリティ・サービスの導入のあり方、すなわち効果的な需要創出効果に資する地域交通戦略を策定に向けた課題等について触れていくことにする。

統合型移動サービスの構成項目は、基本的に、訪日旅程因子およびそれに関連する出入国時利用交通因子・観光サービス利用満足因子とともに訪日再訪意向度を大きく規定する。とくに、そのうち情報提供サービスやパッケージサービス等を組み合わせ、高い整備レベルの移動サービスの統合化は、インバンド需要の大きな創出効果が期待できる。

このような結論づけは、SEM構築の準備としての基礎集計分析結果とも整合している。また、本調査でのSP形式の設問(移動サービス構成項目の統合化パターンに関する選好意識)に関する集計結果からは、統合化パターンの選好意識は、組み合わせられる移動サービス構成項目だけでなく、訪問先パターンや旅行手配方法による差異が有意であることがわかった。

今後、効果的な需要創出効果が期待できる地域交通戦略を策定するためには、「移動サービスの統合化による需要創出効果に関する実証的検討」をテーマに据えた取り組みが必要と考えている。

謝辞

本研究の遂行において、とくに訪日中国人旅行客行動調査の実査及び分析にあたっては浙江大学 Sun Yilin 准教授および Chen Mengwei 助教に多大なご協力と有意義な意見交換をすることができたことに感謝します。

参考文献

- 1) Kamargianni, M., W. Li, M. Matyas, and A. Schafer: A critical review of new mobility services for urban transport, Transportation Research Procedia 14, pp3294-3303, 2016.
- 2) Nishii, K.: Preconditions of introducing integrated mobility services in tourism destinations in Japan: Toward more attractiveness in urban tourism, presented at the 15th International Nectar Conference in Helsinki, Finland, 2019.
- 3) 西井和夫・日比野直彦・栗原 剛・岸野啓一: 空港アクセス・観光地二次交通のための移動サービスと再訪意向との因果構造分析: 関空利用訪日中国人観光客を対象として, 土木計画学研究・講演集, No. 61, CD-ROM, pp1-10, 2020. (発表予定)

潜在因子	因果パス*
L1 個人属性因子	(L1→L2) (L1→L3) (L1→L4)
L2 旅行客嗜好・経験因子	(L2→L3)
L3 訪日旅程因子 (L1+L2を集約)	(L3→L5) L3→L6 (L3→L7) L3→L10
L4 訪日再訪意向因子	-
L5 訪日旅行満足度因子	(L5→L4)
L6 観光サービス満足度因子	(L6→L5) L6→L4
L7 移動サービス満足度因子	(L7→L5) L7→L4
L8' 移動サービス利用(満足)因子	L8'→L7
L9 移動サービスニーズ因子	(L9→L7)
L10 出国時利用交通因子	L10→L7

注(*)：太字：Improved modelでの因果パス。また()は、Basic modelで因果パスとして設定したことを示す。

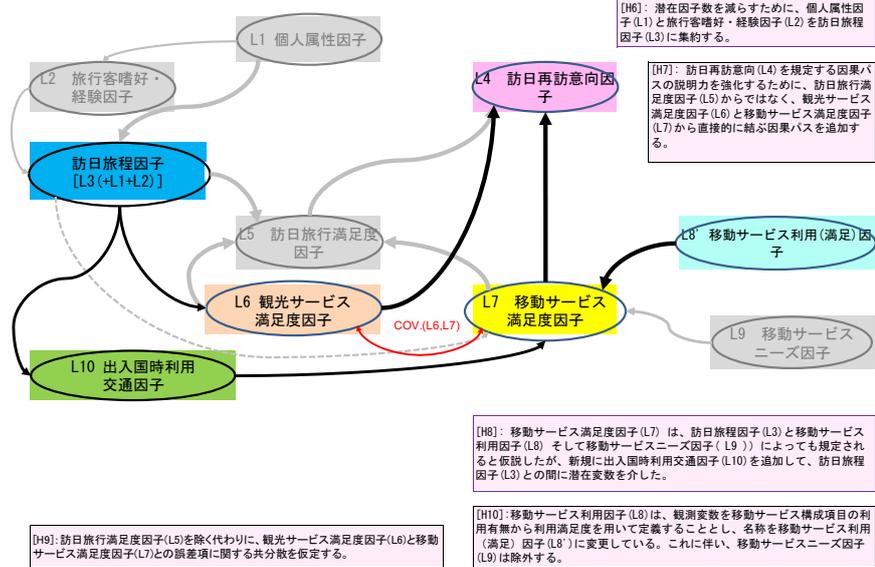


図 3 SEM-Improved modelにおける潜在因子構造(因果パス)に関する追加仮説([H6]~[H10])

表 5 SEM 改良 model のパラメータ推定結果(全サンプルデータ:246)

モデルの全体適合度						
χ ² (The value of Chi-square)		576.928				
p - value		.000				
GFI		0.848				
AGFI		0.814				
RMSEA		0.074				
因果パス (Causal path)	標準化係数	(調整済)推定値	標準誤差	検定統計量	確率	
	Standardized	Adj. estimates	S.E	t-statistic	p-value	
L10: 出国時利用交通因子	← L3: 訪日旅程因子	0.563	0.493	0.191	2.582	0.010
L8': 移動サービス利用(満足)因子	← L10: 出国時利用交通因子	0.655	16.552	4.152	3.986	0.000
L7: 移動サービス満足度因子	← L8': 移動サービス利用(満足)因子	0.198	0.070	0.022	3.139	0.002
L6: 観光サービス満足度	← L3: 訪日旅程因子	0.192	1.350	0.565	2.388	0.017
L4: 訪日意向因子	← L6: 観光サービス満足度因子	0.405	0.179	0.203	0.882	0.378
L4: 訪日意向因子	← L7: 移動サービス満足度因子	0.961	0.382	0.185	2.061	0.039
B8: 訪日再訪意向度	← L4: 訪日意向因子	0.272	1.000	-	-	-
A4: 訪日経験回数	← L3: 訪日旅程因子	0.302	1.530	0.556	2.749	0.006
A2: 年齢層	← L3: 訪日旅程因子	0.126	0.330	0.198	1.669	0.095
B1: 訪日宿泊日数	← L3: 訪日旅程因子	0.217	1.000	-	-	-
B2: 大阪宿泊日数	← L3: 訪日旅程因子	0.268	1.411	0.538	2.624	0.009
B3-2: 同行者(家族・親戚)	← L3: 訪日旅程因子	-0.269	-1.376	0.524	-2.628	0.009
B4: 訪日目的(観光・レジャー)	← L3: 訪日旅程因子	-0.308	-1.492	0.539	-2.766	0.006
B5: 旅行手配方法	← L3: 訪日旅程因子	-0.959	-4.671	1.417	-3.297	0.000
B6: 旅行申込先	← L3: 訪日旅程因子	0.735	3.703	1.127	3.286	0.001
C4: 入国時利用代表交通機関	← L10: 出国時利用交通因子	-0.916	-5.699	1.299	-4.388	0.000
C5: 入国時交通機関(複数利用)	← L10: 出国時利用交通因子	0.299	1.130	0.348	3.242	0.001
D4: 出国時利用代表交通機関	← L10: 出国時利用交通因子	-0.945	-5.843	1.331	-4.39	0.000
D5: 出国時交通機関(複数利用)	← L10: 出国時利用交通因子	0.288	1.000	-	-	-
E3: 宿泊施設サービス満足度	← L6: 観光サービス満足度因子	0.612	1.000	-	-	-
E4: 観光施設・資源サービス満足度	← L6: 観光サービス満足度因子	0.836	1.250	0.126	9.942	0.000
E5: 観光活動関連サービス満足度	← L6: 観光サービス満足度因子	0.798	1.274	0.132	9.668	0.000
E6: 訪問先ブランドイメージ満足度	← L6: 観光サービス満足度因子	0.764	1.200	0.128	9.398	0.000
E7: 訪問先安全安心満足度	← L6: 観光サービス満足度因子	0.571	0.854	0.113	7.560	0.000
E1: 空港アクセスサービス満足度	← L7: 移動サービス満足度因子	0.787	1.000	-	-	-
E2: 周遊移動サービス満足度	← L7: 移動サービス満足度因子	0.877	1.177	0.095	12.413	0.000
F12-1: 情報提供サービス(満足度)	← L8': 移動サービス利用(満足)因子	0.762	1.000	-	-	-
F22-1: 予約手配サービス(満足度)	← L8': 移動サービス利用(満足)因子	0.489	0.622	0.094	6.619	0.000
F32-1: 交通ICパスサービス(満足度)	← L8': 移動サービス利用(満足)因子	0.705	1.003	0.113	8.904	0.000
F52-1: パッケージサービス(満足度)	← L8': 移動サービス利用(満足)因子	0.420	0.444	0.078	5.725	0.000