

国立公園の 利用者意識に関する研究 ②

——山岳系国立公園利用がもたらす効用とは

公益財団法人日本交通公社 観光文化研究部 主任研究員

五木田 玲子

2012年(平成24年)10月に発行した機関誌『観光文化』第215号において、「国立公園の利用者意識

に関する研究」と題し、知床、奥日光、上高地、立山を訪れた観光客を対象としたアンケート調査結果を紹介した。今号では、同データを用い、国立公園利用が利用者にもたらす効用についての研究成果を紹介する。

研究の背景と目的

近年、観光は地域社会への経済的な効果に注目が集まることが多い。しかし、それは地域から見た視点であり、利用者の視点から見た効果に

ついては語られることが少ない。そこで、観光の持つ根源的な力を改めて見詰め直すことにした。

本研究は、国立公園利用がもたらす感動や効用といった心理的な効果に着目し、既存研究では明らかとなっていない山岳系国立公園を利用して得られる心理的効用の特徴、効用と活動との関係性、効用の関連概念との関係性について分析を行ったものである。各用語については、以下の通り(図1)。

○効用

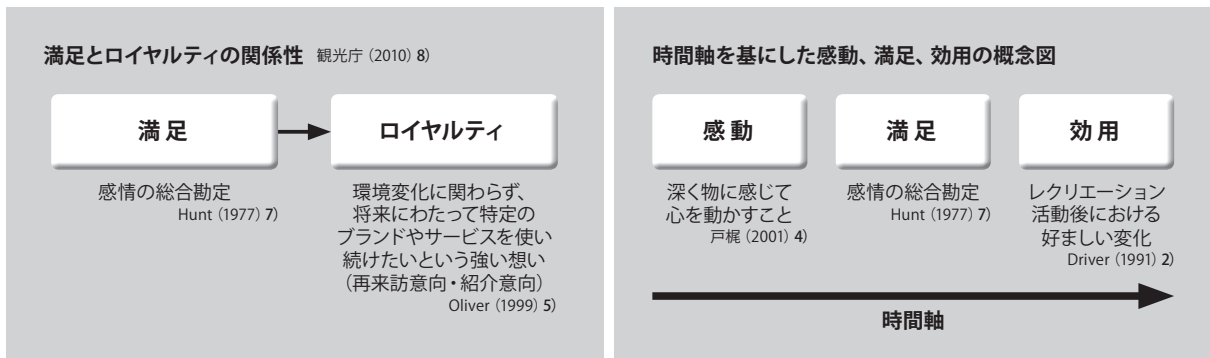
野外レクリエーションの効用に関する調査研究は、欧米を中心に進め

られてきた²⁾。アメリカのレクリエーション研究においては、野外レクリエーションにおける効用は、「レクリエーション活動後における好ましい変化」と定義されており²⁾、アウトドアレクリエーションから得られる具体的な効用が列挙されている³⁾。

○感動

感動は、「深く物に感じて心を動かすこと」と定義され⁴⁾、心理学の分野で研究が進められている。一方、欧米ではそもそも感動に相当する単語表現がほとんど見当たらないことから、研究がされてこなかった⁴⁾。

図1 満足とロイヤルティの関係性および感動、満足、効用の概念



○ロイヤルティ

ロイヤルティは、サービス産業分野において「環境変化に関わらず、将来にわたって特定のブランドやサービスを使い続けたいという強い想い」と定義されており⁵⁾、観光分野では、行動的ロイヤルティを「再訪意向」、態度的ロイヤルティを「紹介意向」として扱っている⁶⁾。

○満足

満足は、「感情の総合勘定」⁷⁾と定義されており、属性、期待、認知されたサービス品質、認知されたサービス価値が影響しており、さらにも高まるという因果関係が確認されている⁸⁾。

調査概要

(1) 効用の設定

アウトドアレクリエーションから得られる効用は、
 ・個人における効用
 ・社会的文化的効用
 ・経済的効用

・環境への効用

の4つに分類され、さらに、個人における効用は、
 ・心理・精神的効用
 ・健康面における効用
 の2つに分けて整理されている⁷⁾。
 本研究の対象は心理的効用であるため、主にこの分類内の効用に着目し、列挙された効用の中から、どの効用を本研究で取り上げるべきか検討を行うこととした。

検討の前提としては、山岳系国立公園利用が人々にもたらすさまざまな効用を包含する総合的な指標(総合効用)を「人生の豊かさへの貢献」と設定した。そして、列挙されている効用の中から、人生の豊かさを感じる上でより積極的に貢献すると考えられる「自己感謝・満足」を中心に、対象とする効用の抽出を行った。はじめに、複数の分類に重複して挙げられている「美に対するより深い理解」「創造力醸成」「情緒と感情のポジティブな変化」「環境への配慮」を、次に、自然に関する内容が含まれている「自然に対する理解力」「自然と個との一体感」を、さらに、

人生の豊かさとして親和性が高いと考えられる「自己実現感・充実感」「冒険心」「自信」「友情・恋愛・家族感情の醸成」を取り上げることとした。

(2) 調査方法

本研究では、公園利用者に対して、自己記入方式によるアンケート調査を実施した。調査概要は、表1の通り

表1 調査概要

調査対象地(調査地点)	<ul style="list-style-type: none"> ・知床国立公園知床地域(知床五湖高架木道出入口) ・日光国立公園奥日光地域(華厳の滝、赤沼駐車場(戦場ヶ原自然研究路入り口)、三本松駐車場(戦場ヶ原展望台)) ・中部山岳国立公園上高地地域(上高地バスターミナル) ・中部山岳国立公園立山地域(室堂ターミナル) <p>*調査対象地の選択にあたっては、利用者の属性・行動の多様性、調査対象地の資源の多様性、エリア設定の容易さを考慮。</p>
調査方法	調査員による調査票の手渡し配布、郵送による回収
調査項目	公園利用者の基本属性、旅行内容、利用者意識など(約30問)
調査期間	2011年7~8月、9~10月の2期
調査規模	18,800件、回収:6,006件、回収率:31.9%

りである。

調査項目は、性別、年代などの基本属性、同行者や滞在時間などの旅行内容に加え、総合効用、感動、満足について、それぞれ「今回の旅行は自分の人生を豊かにすると思いますか(総合効用)」「今回の滞在で感動はありましたか(感動)」「今回の滞在の満足度をお答えください(満足)」と尋ねた。

ロイヤルティについては、「家族や親しい知人に当該地域を紹介したいですか(家族や親しい知人への紹介意向)」「1年以内に、当該地域に来訪したいですか(当該地域への1年以内の再来訪意向)」「別の季節に、当該地域に来訪したいですか(当該地域への別の季節の再来訪意向)」「1年以内に、自然豊かな観光地に来訪したいですか(自然観光地への1年以内の来訪意向)」の4項目について把握した。

個別効用については、後述する12項目について「今回、本地区を訪れたことによって、ご自身にどのような変化があると思いますか」と尋ねた。効用、感動、満足、4項目のロイヤルティ

ヤルテイ、個別効用のいずれの項目においても、7段階の(1)~(7)全くそ
う思わない・全く感動しなかった・
大変不満、……、7)大変そう思う・
大変感動した・大変満足)を設定した。

結果

(1) 山岳系国立公園を利用して 得られる効用の特徴

既存研究より設定した12項目の
個別効用に対して公園を訪れたこ
とで得られた自身の変化の度合いを
7段階評価で取得した結果、平均値
が高い順から、「自然環境を大切に
するようになる」「心が豊かになる」
「自然が好きになる」となった(図2)。
これらは山岳系国立公園を利用して
得られる効用の特徴であると言える。
さらに、「人生が豊かになる」と設
定した総合効用についてもその平均
値が高いことから、山岳系国立公園
利用は豊かな人生を送ることに寄与
する、ということが示された。さらに、
12項目の効用を因子分析したところ、
山岳系国立公園利用の効用は、『生
きる力』と『自然への親しみ』の大き

図2 個別効用および総合効用の平均値

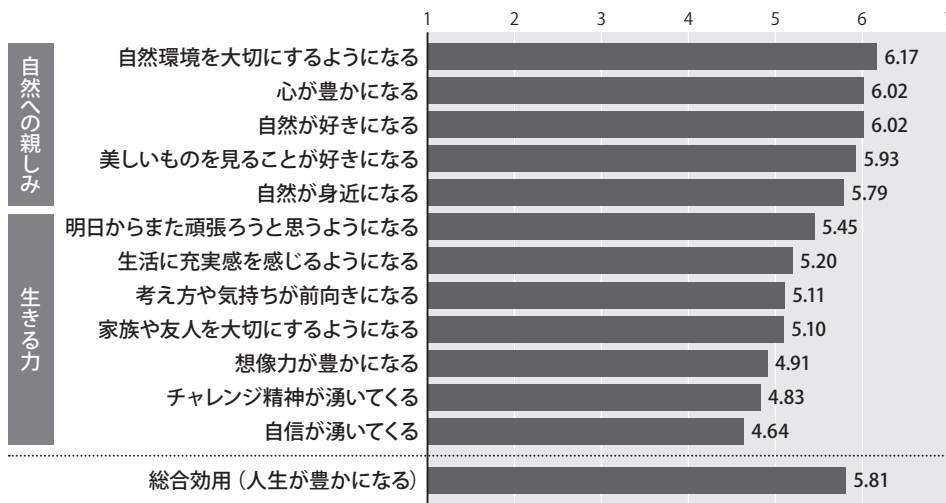
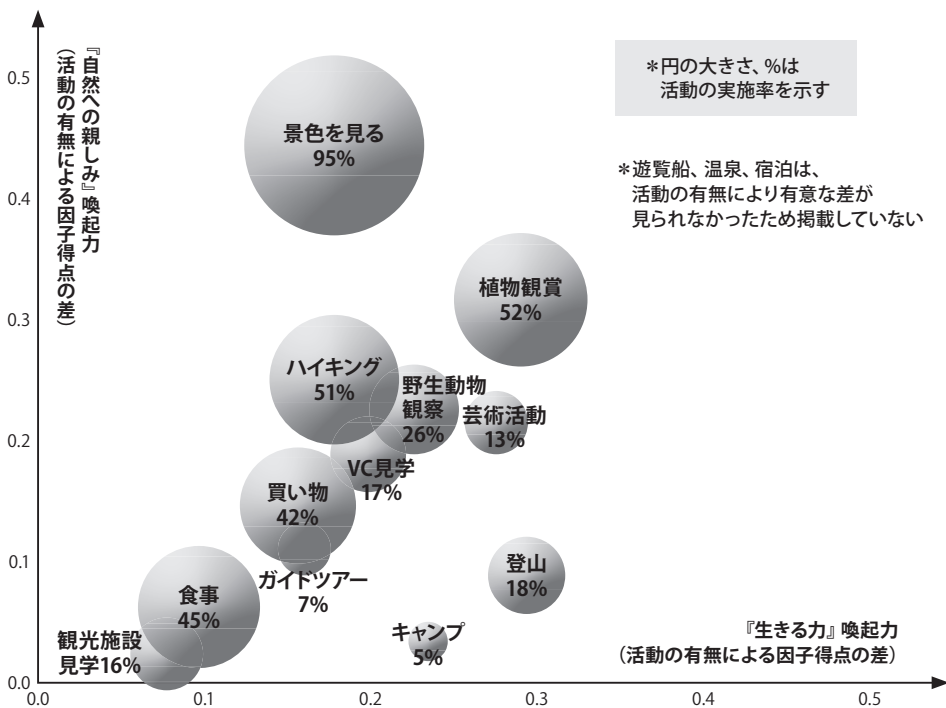


図3 効用喚起力×活動実施率

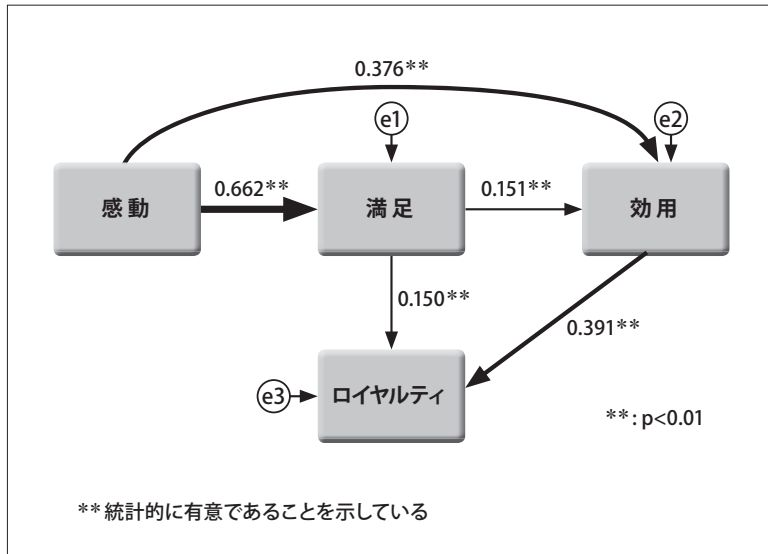


く2つに集約されることが分かった。
(2) 効用と活動との関係
活動の実施有無による効用の差を
確認したところ、山岳系国立公園で

どのような活動を行うかによっても
たらされる効用が異なることが示さ
れた。
「植物観賞」「野生動物観察」「ハ
イキング」「ビジターセンター見学」

「芸術活動」は『生きる力』および
『自然への親しみ』双方を喚起し、「登
山」「キャンプ」は『生きる力』を、「景
色を見る」は『自然への親しみ』を
喚起する(図3)。

図4 感動、満足、効用、ロイヤルティの構造モデル



さらに関係性の強さを表すパス係数が

視覚で捉える美しさやそこでしか感じられない圧倒的な雄大さなどは利用者の自然への親しみを強化するためには、そういった直感だけではなく、その背景にある世界を合わせ体感することが大切であり、山岳系国立公園でゆったりとした時間を過ごして写真撮影・描画などの芸術

活動や動植物観察にふけること、デジタルセンター見学などを通して自然の背景や見方を学ぶことにより、生きる力も含めたより強い効用がもたらされる。

(3) 感動、満足、効用、ロイヤルティの関係性

感動、満足、効用、ロイヤルティの関係性については、項目間の関係性を分析する手法であるパス解析によって検証を行い、「感動は満足に影響を与え、満足は人生を豊かにするような効用に影響を与える。感動は、効用にも直接影響を与える。さらに、満足、効用はそれぞれロイヤルティにも影響を与える。」というモデル構造が確認された(図4)。

らは、感動が満足に与える影響に対して満足が効用に与える影響は弱いこと、効用は満足よりも感動から直接受ける影響のほうが強いこと、ロイヤルティは満足よりも効用から受ける影響が強いことが示された。感動が高まると効用が高まり、効用が高まるとロイヤルティが高まる。つまり、感動を高めることは山岳系国立公園利用の促進に寄与する、と言える。

まとめ

国立公園利用者の人生の豊かさへの貢献のためには、公園管理において、感動をもたらし場面を設定することが重要である。

- 景色を見るだけでなく、写真撮影・描画などの芸術活動や動植物観察など国立公園内でゆったりとした時間を過ごすこと
- デジタルセンター見学などを通して自然の背景や見方を学ぶこと

などにより、生きる力も含めたより強い効用がもたらされる。これらの活動のさらなる促進が期待される。

● 本内容は、日本造園学会研究発表論文 五木田玲子・愛甲哲也「山岳系国立公園利用者の感動、満足、ロイヤルティ、心理的効用の関係性」(ランドスケープ研究78(5) 533-538 2015年)の要約である。

() きた れいこ

【参考文献】

- 1) 伊藤太一「日米比較による森林レクリエーション研究の検証」(日本林学会誌 85(1), 33-46 2003年)
- 2) Driver, B., Brown, P., and Peterson, G. (1991): Research on leisure benefits: an introduction to this volume. In: Driver, B. and others, eds., Benefits of Leisure. State College, PA: Venture Publishing, 3-11
- 3) Manning, R. (2010): Studies in Outdoor Recreation: Search and Research for Satisfaction. 3rd ed: Oregon State University Press, 468pp
- 4) 戸梶亜紀彦「『感動』喚起のメカニズムについて」(認知科学8(4), 360-368 2001年)
- 5) Oliver, R.L. (1999): Whence Consumer Loyalty? :Journal of Marketing, 63 (Special Issue), 33-44
- 6) 山田雄一・五木田玲子「旅行動機がロイヤルティに及ぼす影響」(日本観光研究学会機関誌 26(1), 3-8 2014年)
- 7) Hunt, H. K. (1977): "CS/D-Overview and Future Directions," Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H. Keith Hunt (Ed.): Marketing Science Institute, 490pp
- 8) 観光庁(財団法人日本交通公社)「観光地の魅力向上に向けた評価手法調査事業報告書」115pp (2010年)