■ 研究論文

知床観光経験者と観光事業者の考える 知床観光への期待と満足に関する研究

A Study of Expectation and Satisfaction with Shiretoko Tourism Among Shiretoko Tourists and Travel Trade

小菅 貴史* 古谷 勝則*

Takashi KOSUGE Katsunori FURUYA

Abstract : In Shiretoko, nature conservation measures are in progress, and on the other hand economic effects of the world heritage on the region are expected. It is important to implement proper measures for both nature conservation and tourism in order to prevent the problems of not only an increase in dissatisfaction among tourists but also a decrease in the number of tourists. This study was intended to clarify the gap between the ‘actual consciousness of tourists to Shiretoko’ and their ‘consciousness assumed by tourism operators in Shiretoko’ by first comprehending the former and then comparing it to the latter. The result showed that in terms of expectation tourists’ consciousness is not so high but that in terms of satisfaction their consciousness is higher than tourism operators imagine. Therefore, their satisfaction is considered to exceed their expectation. Consequently, it is deemed very important to continue to maintain the value of Shiretoko’s nature from now on. Furthermore, it is also important to determine a method for utilizing users’ evaluation for the purpose of preserving the value of attractive nature and eco-tour experience in Shiretoko for a long period in the future.

Keywords : *Shiretoko Tourists, Travel Trade, Expectation, Satisfaction*

キーワード : 知床観光者, 観光事業者, 期待, 満足

1. はじめに

知床半島は2005年に日本で3件目となる世界自然遺産に指定された。その年の観光客入込み客数は過去最高で、2,490,131人が訪れた。過去最高の2005年と比べると減少傾向にあるが、2011年度でも1,689,392人が訪れている。この数は、小笠原の約77倍、屋久島の約5倍であり、日本における他の世界自然地域と比べても多く、人気の観光地である。

しかし、主たる利用形態はマストツーリズムによる通過型の観光であることから、特定の自然景勝地に観光利用が集中し、交通渋滞、植生の踏み荒らし、ヒグマとの軋轢等の課題が生じている¹⁾。観光客が押し寄せる世界遺産地域などでは、主な観光地への立ち入り規制等の対策が進んでいる。知床でも、渋滞防止と環境保護のために、1999年から知床五湖～カムイワッカ間にシャトルバスを夏季に運行した。シャトルバス運行期間に、一般車両の通行を禁止してきた。さらに知床五湖では、2010年に利用調整地区制度に基づいた規制がはじまった^{2), 3)}。自然保護への対策が進められる一方で、世界遺産がもたらす地域への経済的効果が期待されている。観光客の不満が増えることも問題であるが、観光客数が減少することも問題である。そのため、保護と観光の両立が重要となってくる⁴⁾。

これまでの既往研究の中で小林(2006)⁵⁾は、知床国立公園での利用適正化に向けた計画策定内容及び手法上の課題や問題点を明らかにした。その中で知床国立公園での適正利用への取り組みは、地域性公園という制度上の特性を踏まえ、過剰利用や利用形態の多様化がもたらす問題に対処しつつ、適正利用への具体的見通しをつけている。また、地元行政や関係機関の参加による対応策の立案を通じ、実効性を高めるための先駆的試みとして評価している。一方で渡辺ら(2008)⁶⁾は、日本の3ヵ所の世界自然遺産を対象に、遺産登録前後の観光客数の変化を調べた。その結果、知床においては遺産登録後間もないが、集客効果は一時的な傾向にすぎないことを指摘した。さらには、中・長期的ビジョンの議

論が十分に行なわれずに遺産登録が行こなれた事も指摘している。

小林(2000)⁷⁾(2001)⁸⁾(2003)⁹⁾は、車両規制に対する利用者の受け止め方について1999年～2001年の3ヵ年にわたり知床及び大雪山国立公園を事例として調査した。その結果、1999年より車両規制が導入された知床国立公園(知床五湖地区)では、車両規制による入り込み抑制効果と大多数の利用者の車両規制への理解が示された¹⁰⁾。また車両規制されている知床カムイワッカでは混雑感は遭遇人数に左右されたが、期待や利用状況への不快感や車両規制への評価の影響が強いことが示された¹¹⁾。さらに1999年～2001年の3ヵ年にわたる車両規制に対し利用者の8割以上が支持をした事が示された¹²⁾。小林(2009)¹³⁾は、世界自然遺産登録前後で、知床国立公園の利用において量的変化が起きたこと指摘している。また2005年以降の車両規制の強化にも関わらず、車両規制に肯定的な利用者が増加したことを示している¹⁴⁾。さらに小林(2010)¹⁵⁾は、知床国立公園を事例とした利用者への車両規制に関する意識調査、利用動向の把握を目的としたアンケート調査を実施した。結果、車両規制に関する意識調査ではウェブサイトへのアクセスが増加したにもかかわらず、1999年時点の調査と同様に、3割近くの方が現地に到着するまで認知していないことが判明した。また利用動向の把握については、知床五湖のヒグマの出没状況によって立ち入り規制があることは半数以上の利用者が事前に知っていたが、利用マナーや安全性に対する情報として認知度が2割以下であった¹⁶⁾。片山(2009)¹⁷⁾は、世界自然遺産・知床の登録地内およびその周辺地域(斜里町ウトロ地域と羅臼町)における、住民の自然とのかかわり方、および居住地に対する誇りの意識を明らかにした。結果、両地域ともに知床に暮らすことを誇りに思う意識は高いことが分かった。特に両地域ともに共通して「希少価値の高い自然」が残っていることを誇りに挙げていた¹⁸⁾。

また自然公園における利用者の期待や満足度を扱った研究としては、富士山麓を対象地として、富士登山に対する期待や問題の認

*千葉大学大学院園芸学研究科

識が管理施策の支持に及ぼす影響の一端を明らかにしたものや¹⁹⁾、富士登山者が期待する公園の資源と利用イメージを把握し、公園に対するイメージによって、「環境配慮意識」や「富士山の問題」に対する認識、「管理施策への支持」が異なることを明らかにしたもの²⁰⁾がある。また大雪山国立公園での登山者²¹⁾、²²⁾や知床国立公園の利用者への事例調査²³⁾から混雑感や満足に関わる研究や日光国立公園の尾瀬ヶ原を対象に利用者の数や配置が自然景観に与える影響する研究²⁴⁾、利用状況の写真を現場と非現場で提示した時の混雑感評価の差異に関する研究²⁵⁾、ビデオ映像を用いて利用者の意識に与える影響を把握する研究²⁶⁾も進められている。

これらの研究では、主に観光客や島民の意識を個別に調査した物で有り、観光客と観光事業者の意識を比較した研究は少ない。そこで利用者が満足する自然の質を維持することを目標に、ステークホルダーの合意形成を図ることが重要と考えた。これまで日本では、ステークホルダーとして観光事業者や地域住民、NPO、行政関係者、学識経験者が中心的な役割を担ってきた。古谷ら(2005)²⁷⁾は草原利用者の意識調査を実施し、利用者と地権者や行政が交流し、価値観を共有することの大切さを指摘した。これらステークホルダーの合意形成に、利用者の継続的な評価を活用する方法が必要であると考えた。本研究では、「知床経験者の実際の意識」を把握したのちに、「知床観光事業者が想像している観光客の意識」を比較することにより、両者の意識のギャップを明らかにすることを目的とした。また、観光客の期待や満足に応える方策を、事業者の意識と観光経験者の意識との違いから考察した。

2. 研究の方法

(1) 研究方法の概要

観光経験者と観光事業者の意識を比較するために2つの意識調査を2012年11月に実施した。まず、知床観光の経験者(n=400)に、知床観光への期待と満足を調査した。次に、観光事業者(n=39)を対象に、観光事業者の考える観光客の期待と満足を調査した。また、補足的に現状調査を2012年11月1日～11月3日に実施した²⁸⁾。

(2) 対象地域の概要と選定の理由

知床半島は北海道の東北端に位置し、長さ約70km、幅は基部で約25kmの細長い半島で、斜里町(H22年度、人口13,045人)²⁹⁾と羅臼町(H22年度、人口6,120人)³⁰⁾にまたがっている。半島の中央部を最高峰の羅臼岳(標高1,661m)をはじめとする標高1,500mを超える山脈が縦走している³¹⁾。知床半島への交通手段は、鉄道はなく、定期バスも本数が少ないため、観光バスやレンタカー、バイクでの行動が求められる。また夏季の車両規制や冬季から春にかけて知床横断道路閉鎖と季節的な利用の制限を受ける。知床半島は原生的な豊かな自然を擁し、1964年に総面積38,636ha(H23)³²⁾が知床国立公園に設定された。特別保護地区の面積が23,526haと公園面積の約6割を占め、保護に重点を置いた国立公園である。2005年には日本で3番目となるユネスコの世界自然遺産(図-1)に登録された(71,100ha)³⁴⁾。知床半島では知床国立公園指定以降、様々な制度による保護管理が行われている。2004年には環境省のエコツーリズムモデル事業の指定を受け、斜里、羅臼両町も参加して知床エコツーリズム推進協議会を設け、将来の知床の観光の在り方を検討している。そのため、1999年にはカムイワッカ地区において夏季の混雑期に自動車利用適正化対策(マイカー規制)を実施し、快適な利用環境の保持や自然保護対策を講じてきた。知床五湖では2011年に利用調整区制度に基づいた規制も始まり、観光利用と自然保護を目指して取り組んでいる。そのため、知床半島を調査対象地に選定した理

図-1 知床の世界遺産の範囲

図-2 知床入り込み客数の推移

由は、①エコツーリズムが町の観光産業になっていること、②主な観光ルートがバイク、マイカーやレンタカーで行動が制限されていること、③観光事業者を把握しやすいことである。以上の理由から、観光事業者と知床観光経験者との意識を比較する上で、知床は国内で最適な地域の1つとして選定した。

(3) 知床観光経験者への意識調査と分析方法

知床観光経験者への意識調査では、回答者の属性と17項目についての期待と満足を質問した(表-3の質問項目)。質問項目については、観光関連に関する調査結果³⁵⁾、³⁷⁾を参考に設定した。調査は、属性(性別、年齢、職業等)と17項目の期待と満足を質問した。期待と満足に関する質問では、「観光客の皆様が考える知床で求める期待と満足度³⁸⁾」についてどのように思われているかを問いかけた。回答者の属性を表-1に示した。調査は、民間リサーチ専門データベース(登録者数140万人)に登録されたモニターから、インターネットを通じて回答してもらった。知床観光の経験者を条件として、調査対象者を選定し、アンケートを実施した。492名の回答が得られた。質問項目は、表-3の質問項目の17項目で、施設3項目と商品による体験8項目、旅行プラン6項目である。期待の質問では3段階の選択肢(期待する、普通、期待しない)で調査した。満足の質問では4段階の選択肢

(非常に満足, やや満足, やや不満, 非常に不満) で調査した。回答者または家族の中に旅行関係やマスコミ関係者がいる場合は回答者から除外した。分析では, 回答者の属性と質問項目 (17 項目) との間で χ^2 検定を行った。有意水準が 5 % 未満の場合に有意差ありとした³⁹⁾。 χ^2 検定では全体としての比率の違いは検出されるが, 個別の選択肢のどこに差があるかを示さない。そのため, 残差分析も行った。残差分析では, 標準得点の分布で両側 5 % の z の値 (1.96) を用いた。分析には, SPSS15.0 J for Windows を用いた。

(4) 知床観光経験者の最後に訪問した年の区分

知床観光経験者には, 過去に知床を訪問した経験から期待と満足は回答してもらった。複数回訪問した経験がある回答者には, 知床を最後に訪問した経験から回答してもらった。訪問年を, 3 つに分けて分析した。3 つの区分は, 2004 年以前, 2005-2006 年, 2007-2012 年である。2005 年と 2006 年は, 近年 10 年の平均入り込み客数と比較して 2005 年 (135%) と 2006 年 (131%) となっており, 観光客入り込み客数が多い (図-2)。2005 年に世界自然遺産地域に登録されたことが大きな要因と考えられる。そこで, 2005-2006 年を訪問年の区分とした。1999 年から実施されてきたマイカー規制は, 2005 年以降は夏期の一定期間, 自然環境の保全と快適な利用を図るため, 知床五湖～カムイワッカ湯の滝間のシャトルバス以外の車両は乗り入れが規制された。これにより夏期の利用が抑制され, 2007 年以降 2005-2006 年の観光客数は減少する要因の一つと考えられる。現在知床半島には年間約 170 万人 (2011)^{40), 41)} の利用者が訪れている。2005 年当初 (約 250 万人)⁴²⁾ と比べると減少したが, 他の世界自然遺産地域と比べてもまだ利用者数は非常に多い地域である⁴³⁾。中でも知床五湖, ホロベツ園地, カムイワッカ, 知床峠及び羅臼温泉は利用頻度が高い。現在知床五湖園地には 36 万 2 千人 (2011)⁴⁴⁾ が訪れる。また観光遊覧船⁴⁵⁾ や知床連山への登山利用, シーカヤックなど体験内容の多様化も進んでいる。

本研究では, 過去の経験⁴⁶⁾ から期待や満足を評価してもらっている。過去の経験を調査した既往研究^{48), 49)}を参考にしながら, 過去の経験を 3 つの時期に区分して評価することにした。観光事業者については, 観光事業者が経験を通して得ている観光客の意識を回答してもらった。

(5) 観光事業者への意識調査と分析方法

知床観光事業者への調査を 2012 年 11 月に実施した。知床の観

表-1 知床観光経験者の属性 (400 件)

属性: 選択肢	人数		%	
	男性	女性		
性別	200	200	50.0	50.0
	合計		400	100
年齢	10-29 歳	132	33.0	
	30-49 歳	134	33.5	
	50 歳以上	134	33.5	
	合計		400	100
職業	勤労者	214	53.5	
	主婦	69	17.3	
	学生・生徒	79	19.8	
	無職	38	9.5	
	合計		400	100
訪問回数	1 回	289	72.3	
	2 回以上	111	27.8	
	合計		400	100
最後に訪問された年	2004 年以前	198	49.5	
	2005-2006	57	14.3	
	2007-2012	145	36.3	
	合計		400	100
季節	5-6 月 (春)	43	10.8	
	7-9 月 (夏)	277	69.3	
	10 月 (秋)	55	13.8	
	11-4 月 (冬)	25	6.3	
	合計		400	100
旅行人数	1 人	30	7.5	
	2 人	132	33.0	
	3 人-4 人	151	37.8	
	5 人以上	87	21.8	
	合計		400	100

表-2 知床観光事業者の属性 (39 件)

属性: 選択肢	人数		%	
	男性	女性		
性別	32	7	82.1	17.9
	合計		39	100
年齢	10-29 歳	0	0.0	
	30-49 歳	11	28.2	
	50 歳以上	28	71.8	
	合計		39	100
事業数	1 つ	27	69.2	
	兼業 (2 つ以上)	12	30.8	
	合計		39	100
出身	斜里町	11	28.2	
	羅臼町	7	17.9	
	北海道	14	35.9	
	その他	7	17.9	
	合計		39	100.0
前職業	勤労者	28	71.8	
	主婦	2	5.1	
	学生	3	7.7	
	無職	1	2.6	
	その他	5	12.8	
	合計		39	100

備考: 職業の勤労者は会社員, 農林漁業者, 自営業者, 専門職・自由業者, 公務員などである。

光事業者に対して, 事業者の考える観光経験者の期待と満足を調査した。知床観光協会に所属する知床の観光事業を対象に調査した。調査票は郵便で送付し, 39 件回収した⁵⁰⁾。兼業している事業者については, 返送された用紙 1 部を使用した。質問項目は, 知床観光経験者への意識調査と同様とした。属性に, 事業者の出身や前職業を追加した。観光事業者への意識調査では, クロス集計した件数とパーセントを使用して考察した。また観光事業者の考える「観光客の意見や感想を知る方法」についても調査した。

(6) 両者の意識のギャップ調査と分析方法

「知床観光経験者の実際の意識」と「知床観光事業者が想像している観光客の意識」を比較するために, 分析に χ^2 検定を用いた。その後残差分析も行なった。

3. 結果と考察

(1) 回答者の属性

知床観光経験者の属性を, 表-1 に示した。回答者は性別, 年齢でほぼ同数であった。また, 勤労者は回答者の 53.5% であり, この比率は日本の労働人口比率の約 60% とほぼ同じ比率であった。

表-3 知床観光経験者の属性における期待と満足

分類		施設			商品による体験										旅行プラン						
種類	属性	質問項目	1. 宿泊施設	2. 施設整備	3. 観光・娯楽施設	4. のんびりした滞在	5. 魅力ある自然	6. 人との交流	7. 有名な立地環境	8. 環境への貢献	9. エコツアー体験	10. 歴史・文化体験	11. スポーツ・レジャー体験	12. 食事	13. お土産	14. 接客・サービス対応	15. 旅行費用	16. 旅行日数	17. 交通手段		
期待	性別	(n)	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	
		χ^2 値	1.58	0.367	6.449 *	3.057	2.269	4.173	3.616	1.643	1.713	2.02	0.505	1.803	0.514	2.748	0.311	3.779	1.399		
	年齢	(n)	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
		χ^2 値	13.29 *	7.458	8.889	4.928	15.19 **	5.821	1.824	7.143	9.852 *	12.93 *	16.96 **	3.882	20.86 **	9.404	13.33	17.04 **	16.26 **		
	職業	(n)	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
		χ^2 値	6.763	8.42	6.392	3.969	11.33	6.84	12.7 *	3.094	17.22 **	4.553	12.06	2.347	12.54	13.43 *	4.358	3.195	3.5		
	回数	(n)	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
		χ^2 値	2.269	1.336	4.986	2.528	0.811	0.114	2.194	1.562	4.071	6.187 *	1.199	2.574	3.845	1.846	3.321	0.083	1.963		
	時期	(n)	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
		χ^2 値	9.622 *	4.181	7.359	4.439	5.142	0.865	3.238	5.615	14.92	8.975	12.1 *	3.839	14.52 **	7.886	2.498	6.937	1.1		
	季節	(n)	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
		χ^2 値	8.436	2.636	4.314	9.538	30.24 **	12.76 *	1.893	3.185	9.334	10.38	10.9	7.972	4.572	14.53 *	17.75	10.21	10.55		
	人数	(n)	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400	N=400
		χ^2 値	15.43 *	1.825	7.845	6.232	12.55	9.443	17.59 **	11.31	16.22 *	6.116	7.952	16.39 *	23.19 **	3.18	7.861	6.804	5.873		
満足	性別	(n)	N=326	N=382	N=365	N=373	N=390	N=317	N=374 **	N=345	N=308	N=307	N=261	N=365	N=358	N=357	N=372	N=369	N=367	N=367	
		χ^2 値	1.774	1.237	1.822	0.73	1.221	10.06 **	9.426 *	2.687	2.199	3.519	1.55	1.835	1.209	3.626	3.733	9.501 **	2.127		
	年齢	(n)	N=326	N=382	N=365	N=373 **	N=390	N=317	N=374	N=345	N=308	N=307	N=261	N=365	N=358	N=357	N=372	N=369	N=367	N=367	
		χ^2 値	10.43 *	14.15 **	19.47 **	14.44 **	10.12 *	14.06 **	7.218	3.592	2.815	8.958	15.32 **	14.14 **	15.89 **	10.25 *	12.3 *	10.45 *	8.957		
	職業	(n)	N=326	N=382	N=365	N=373	N=390	N=317	N=374	N=345	N=308	N=307	N=261	N=365	N=358	N=357	N=372	N=369	N=367	N=367	
		χ^2 値	6.079	7.857	17.32 **	5.791	9.311	9.536	12.98 *	7.087	8.156	9.272	21.54 **	4.549	4.578	9.017	12.09	4.092	5.601		
	回数	(n)	N=326	N=382	N=365	N=373	N=390	N=317	N=374	N=345	N=308	N=307	N=261	N=365	N=358	N=357	N=372	N=369	N=367	N=367	
		χ^2 値	2.05	5.442	1.544	0.563	2.063	0.163	3.749	6.257 *	0.06	4.841	0.103	0.292	0.217	5.958	0.484	0.633	1.44		
	時期	(n)	N=326	N=382	N=365	N=373	N=390	N=317	N=374	N=345	N=308	N=307	N=261	N=365	N=358	N=357	N=372	N=369	N=367	N=367	
		χ^2 値	6.691	9.805 *	12.06 *	4.004	7.853	4.949	12.51 *	11.4 *	6.252	13.38 *	7.777	5.49	8.51	8.415	7.219	4.797	9.199		
	季節	(n)	N=326	N=382	N=365	N=373	N=390	N=317	N=374	N=345	N=308	N=307	N=261	N=365	N=358	N=357	N=372	N=369	N=367	N=367	
		χ^2 値	8.52	4.311	3.981	4.49	8.221	10.44	9.362	7.519	7.468	7.042	10.45	4.02	4.145	3.675	5.484	12.29	5.011		
	人数	(n)	N=326	N=382	N=365	N=373	N=390	N=317	N=374	N=345	N=308	N=307	N=261	N=365	N=358	N=357	N=372	N=369	N=367	N=367	
		χ^2 値	12.32	9.939	4.368	12.39	7.49	11	4.51	5.734	4.613	10.23	8.638	6.382	14.07 *	3.67	10.38	11.42	7.243		

* p<.05, ** p<.01, 満足: 5. 魅力ある自然の年齢と季節は, 期待しないが7人ほどしかない。7. 有名な立地環境の職業は, 期待しないが21人と少ない。

訪問回数では、1回が全体の72.3%であった。訪問回数2回以上のリピーターは27.8%であった。最後に訪問した時期では、2004年以前が49.5%で、2005-2006年が14.3%で、2007-2012年が36.3%であった。季節は、5-6月(春)10.8%、7-9月(夏)69.3%、10月(秋)13.8%、11-4月(冬)6.3%と夏の季節に利用が集中している。旅行人数では、2人が33.0%、3-4人が37.8%であり、少人数でのグループ訪問が全体の70.8%であった。

次に、知床観光事業者の属性を表-2に示した。知床半島の人口統計では、斜里町で13,045人(2010年)⁵¹⁾、羅臼町で5,902人(2012年10月末日)⁵²⁾であった。両町とも男性と女性で同様の割合であった。調査で得られた事業者の回答では男性が約8割を示していた。人口統計の年齢構成では、斜里町で29歳以下27%、30-59歳43%、60歳以上31%(2010年)⁵³⁾。羅臼町では29歳以下29%、30-59歳41%、60歳以上30%(2010年)⁵⁴⁾であった。回答を得た事業者についても全体の割合は30-49歳28.2%(11人)、50歳以上71.8%(28人)と中間層の年齢から50歳以上の方が多かった。また回答者の69.2%が1つの事業を本業とし、30.8%が兼業していた。出身地としては、地元出身者(46.1%)や北海道の別の地域(35.9%)からの事業者が多かった。

(2) 観光経験者の期待と満足

表-3に観光経験者を対象とした属性と質問項目の分析結果を示した。まず、表-3の上半分の期待を見てみると、施設「1. 宿泊施設」の質問項目では年齢と時期、人数で有意差がみられた。また施設「3. 観光・娯楽施設」の質問項目では性別に有意差がみられた。商品による体験では年齢で4項目に有意差がみられた。旅行プランでは、年齢と職業、時期、人数に有意差が見られた。全体的に期待では、主に年齢や人数、職業、時期に差がみられた。

次に、表-3の下半分の満足を見てみると、施設の質問項目では、年齢、職業、回数、時期で有意差がみられた。商品による体験では、年齢で4項目に有意差がみられた。旅行プランでは、年齢、性別、職業、人数、に有意差がみられた。全体的に満足では、主に年齢や時期に差がみられた。観光経験者の満足を高めるには、特に各年齢についての配慮が必要と思われる。

残差分析の結果を表-4に示した。まず、期待の年齢について見てみると、男性では、「3. 観光・娯楽施設」で「期待しない」が多かった。満足では、「16. 旅行日数」で「非常に満足した」が多かった。一方で「6. 人との交流」「7. 有名な立地環境」で「不満」が多かった。女性では、「6. 人との交流」「16. 旅行日数」で「満足」が多かった。旅行日数については男性と女性、両者ともに満足の評価が多かった。

次に、期待の年齢について見てみると、10-20代では、「期待する」が6項目で有意に多かった。10-20代の若者は、知床観光の商品による体験や旅行プランに期待が多かった。満足では、10-20代の施設「1. 宿泊施設」「2. 施設整備」「3. 観光・娯楽施設」の3項目、商品による体験の「4. 落ち着いたのんびりした滞在」「6. 人との交流」「11. スポーツ・レジャー体験」の3項目、旅行プランの「12. 食事」「13. お土産」「14. 接客・サービス対応」「15. 旅行費用」の4項目で「非常に満足」が多かった。一方で、「5. 魅力ある自然」については「不満」が多かった。30-40代の期待では、「1. 宿泊施設」「10. 歴史・文化体験」「13. お土産」「17. 交通手段」で「期待しない」が多かった。一方満足では、特に不満について有意な差がみられなかったことから、期待以上の観光が体験できたと考えられる。50歳以上の期待では、「5. 魅力ある自然」と「9. エコツアー体験」で「期待する」が多かった。満足では、「1. 宿泊施設」「3. 観光・娯楽施設」「4. 落ち着いたのんびりした滞在」で「満足した」が多かった。また、「11. スポーツ・レジャー体験」「12. 食事」「16. 旅行日数」で、不満が多かった。年齢間によって多少なり評価が異なるが、10-20代と50歳以上

表-4 知床観光経験者の属性における期待と満足の差異

		分類	施設			商品による体験											旅行プラン						
種類	属性		質問項目	1 宿泊施設	2 施設整備	3 観光・娯楽施設	4 在	5 落ち着いてのんびりした滞在	6 魅力ある自然	7 人との交流	8 有名な立地環境	9 環境への貢献	10 エコツアー体験	11 歴史・文化体験	12 スポーツ・レジャー体験	13 食事	14 お土産	15 接客・サービス対応	16 旅行費用	17 旅行日数	交通手段		
期待	性別	男性 女性			×																		
	年齢	10-20代 30-40代 50代以上		○ ×				△ ○					○ ×			○ ×		○ ○		×			
	職業	勤労者 主婦 学生 無職							△ ○			△ ○ ×					×						
	訪問回数	1回 2回以上											×										
	訪問時期	2004年以前 2005-06年 2007-12年			○											△ ○							
	季節	5-6月(春) 7-9月(夏) 10月(秋) 11-4月(冬)							○ ×									○ ×	○ △				
	旅行人数	1人 2人 3人-4人 5人以上		×					×			×				×	×	×					
満足	性別	男性 女性						×	×										◎ ○				
	年齢	10-20代 30-40代 50代以上	◎ ◎ ○	◎ ◎ ○	◎ ○	◎ ○	×	◎ ○					◎ ○	◎ ○	◎ ○	◎ ○	◎ ○	◎ ○					
	職業	勤労者 主婦 学生 無職			○ ◎					○				○ ◎									
	訪問回数	1回 2回以上									○ ◎			×									
	訪問時期	2004年以前 2005-06年 2007-12年			○					○ ◎	○ ◎		○ ◎										
	季節	5-6月(春) 7-9月(夏) 10月(秋) 11-4月(冬)																					
	旅行人数	1人 2人 3人-4人 5人以上															◎						

備考：表中の○や△などの記号は、残差分析の結果、それぞれのセルが有意に多い(p<.05)ことを示す。表の上半分の期待と下半分の満足の記号の対応は次の通りである。期待の場合：○が「期待する」、△が「普通」、×が「期待しない」である。満足の場合：◎が「非常に満足」、○が「やや満足」、△が「やや不満」、×が「非常に不満」又は「不満」である。例えば、訪問時期2007-2012に記載される一番左側にある◎印の場合、施設整備に非常に満足している回答が、有意に多いことを示す(p<.05)。

備考：知床観光経験者における「期待」「満足」「不満」の有効回答者に占めるパーセントを図に示した。「期待」は、選択肢の「期待する」のパーセントである。「満足」は、選択肢「非常に満足」と「やや満足」の合計をパーセントで示した。不満は、選択肢の「やや不満」と「非常に不満」の合計をパーセントで示した。数値の詳細は表-5参照。P<.05。

図-3 訪問時期における知床観光経験者の意識の違い

には施設に関する評価は高いと云える。しかし、世界自然遺産に指定を受けるほどの魅力ある自然があるにも関わらず、10-20代の「5. 魅力ある自然」や50歳以上の「11. スポーツ・レジャー体験」で不満が多いことをみると、観光経験者に知床の魅力ある自然の価値を伝えるには年齢層に合わせた配慮が必要と考える。

また表－3の期待と満足の見方観光経験者の回答者数をみると、17項目の質問で期待と満足ともにほとんどの観光経験者が回答していた。しかし、満足の「9. エコツアー体験」や「10. 歴史・文化体験」の体験者は全体の7割程度であった。さらに「11. スポーツ・レジャー体験」では全体の54% (N=216)、半数以上の観光経験者が体験していなかった。「5. 魅力ある自然」(N=390人)や「3. 観光・娯楽施設」(N=365人)を回答していることを考えると、知床では、魅力ある自然やその自然を見るために設けられた観光・娯楽施設はあるが、魅力ある自然をより身近に感じるための体験が少なく、また体験が行なわれているとしても、観光経験者はその情報をうまく得られていない可能性がある。ただ観光経験者はエコツアー体験等への期待があるので、今後は各年齢層に合わせた体験内容の充実と機会の場を増やすこと、さらには、その情報をうまく観光客に提供することが重要と考える。

次に、職業別に見てみると、学生の期待では、「9. エコツアー体験」で「期待しない」が多かった。満足では、「3. 観光・娯楽施設」で「非常に満足した」が多かった。主婦の期待では、「7. 有名な立地環境」「9. エコツアー体験」が「期待する」が多かった。満足では、「3. 観光・娯楽施設」「11. スポーツ・レジャー体験」「7. 有名な立地環境」で「満足する」が多かった。主婦は、エコ

図－4 観光客の意見や感想の調査方法

ツアー体験を志向していることが考えられる。

次に訪問回数について見てみると、1回目の観光体験者の満足では、「8. 環境への貢献」で「満足した」が多かった。また「11. スポーツ・レジャー体験」では「不満」が多かった。2回以上のリピーターの期待では、「10. 歴史・文化体験」で「期待しない」が多かった。満足では、「8. 環境への貢献」で「非常に満足した」が多かった。「8. 環境への貢献」については、知床で自然環境や動植物に配慮するために実際に実施されている車両や遊歩道の規制等を受けて反応だと考える。特に1回目よりも2回以上のリピーターで「非常に満足した」人が多かったのは、現場での体験を通して、理解と認識が向上したためと考えられる。

表－5 観光経験者と観光事業者が考える観光客の期待と満足

種類	質問項目		期待								期待の差		満足								満足の差					
			観光経験者				観光事業者				カイ2乗の結果 ①－②	観光経験者				観光事業者				カイ2乗の結果 ③－④						
			①期待する	②普通	③期待しない	④未回答	①期待する	②普通	③期待しない	④未回答		③非常に満足	④やや満足	⑤やや不満	⑥非常に不満	③非常に満足	④やや満足	⑤やや不満	⑥非常に不満							
施設	1. 宿泊施設	n %	124 31.0	230 57.5	46 11.5	19 48.7	18 46.2	0 0.0	2 5.1	①－② *	-17.7	n %	44 11.0	222 56.5	54 13.5	6 1.5	74 18.5	10.3 41.0	4 28.2	1 2.6	1 2.6	6 15.4	③－④ *	15.2 20.3		
	2. 施設整備	n %	103 25.8	239 59.8	58 14.5	34 87.2	3 7.7	0 0.0	2 5.1	①－② *	-61.4	n %	11.3 26.0	62.8 52.0	19.5 14.5	2.0 0.8	4.5 6.8	10.3 38.5	43.6 25.6	2.6 10.3	2.6 10.3	0 0.0	17.9 23.1	③－④ *	20.3 30.6	
	3. 観光・娯楽施設	n %	140 35.0	205 51.3	56 13.8	18 46.2	16 41.0	1 2.6	4 10.3	①－② *	-11.2	n %	11.8 26.0	59.8 52.0	18.0 14.5	1.8 0.8	8.8 6.8	2.6 5.1	38.5 28.2	25.6 10.3	10.3 10.3	4 0.0	0 0.0	23.1 17.9	③－④ *	30.6 34.4
商品による体験	4. 落ち着いてのんびりした滞在	n %	233 58.3	146 36.5	21 5.3	18 46.2	17 43.6	1 2.6	3 7.7	①－② 12.1		n %	209 52.3	158 39.5	20 5.0	3 0.8	6.8 2.5	5.1 4.7	38.5 17.9	28.2 7.7	10.3 7.7	0 0.0	17.9 17.9	③－④ *	34.4 35.4	
	5. 魅力ある自然	n %	320 80.0	73 18.3	7 1.8	24 61.5	13 33.3	0 0.0	2 5.1	①－② 18.5		n %	209 52.3	158 39.5	20 5.0	3 0.8	6.8 2.5	5.1 4.7	38.5 17.9	28.2 7.7	10.3 7.7	0 0.0	17.9 17.9	③－④ *	34.4 35.4	
	6. 人との交流	n %	44 11.0	242 60.5	114 28.5	32 82.1	4 10.3	0 0.0	3 7.7	①－② -71.1		n %	34 8.5	189 47.3	87 21.8	7 1.8	73 20.8	11 28.2	17 43.6	3 7.7	1 2.6	0 0.0	7 17.9	③－④ *	-16.0	
	7. 有名な立地環境	n %	207 51.8	171 42.8	22 5.5	15 38.5	19 48.7	2 5.1	3 7.7	①－② 13.3		n %	98 24.5	231 57.8	42 10.5	3 0.8	26 6.5	11 41.0	16 35.9	14 2.6	1 2.6	0 0.0	7 17.9	③－④ *	38.7	
	8. 環境への貢献	n %	139 34.8	233 58.3	28 7.0	16 41.0	18 46.2	1 2.6	4 10.3	①－② -6.2		n %	63 15.8	213 53.3	62 15.5	7 1.8	55 13.8	2 5.1	15 38.5	10 25.6	4 10.3	0 0.0	8 20.5	③－④ *	25.5	
	9. エコツアー体験	n %	142 35.5	206 51.5	52 13.0	14 35.9	16 41.0	5 12.8	4 10.3	①－② -0.4		n %	45 11.3	178 44.5	66 16.3	3 0.8	92 23.0	5 12.7	17 43.6	11 28.2	2 5.1	0 0.0	8 20.5	③－④ *	13.8	
	10. 歴史・文化体験	n %	92 23.0	234 58.5	74 18.5	27 69.2	6 15.4	1 2.6	10 12.8	①－② -46.2		n %	12 3.0	176 44.0	79 19.8	10 2.5	93 23.3	8 20.5	14 35.9	7 17.9	1 2.6	1 2.6	8 20.5	③－④ *	-1.9	
	11. スポーツ・レジャー体験	n %	39 9.8	205 51.3	156 39.0	16 41.0	18 46.2	1 2.6	4 10.3	①－② -31.2		n %	29 7.3	125 31.3	90 22.5	17 4.3	139 34.8	3 7.7	15 38.5	11 28.2	1 2.6	1 2.6	8 20.5	③－④ *	-7.6	
	旅行プラン	12. 食事	n %	208 52.0	161 40.3	31 7.8	24 61.5	11 28.2	0 0.0	4 10.3	①－② -9.5		n %	97 24.3	190 47.5	62 15.5	16 4.0	35 8.8	7 17.9	11 28.2	11 28.2	1 2.6	1 2.6	8 20.5	③－④ *	25.6
		13. お土産	n %	136 34.0	213 53.3	51 12.8	9 23.1	19 48.7	6 15.4	5 12.8	①－② 10.9		n %	55 13.8	208 52.0	81 20.3	14 3.5	42 10.5	11 2.6	14 43.6	19 48.7	3 7.7	4 10.3	8 20.5	③－④ *	53.0
14. 接客・サービス対応		n %	83 20.8	279 69.8	38 9.5	7 17.9	10 43.6	5 12.8	5 12.8	①－② 2.9		n %	45 11.3	234 58.5	69 17.3	9 2.3	43 10.8	11 2.6	15 38.5	6 15.4	6 15.4	3 7.7	9 23.1	③－④ *	51.9	
15. 旅行費用		n %	81 20.3	283 70.8	36 9.0	8 20.5	23 58.0	3 7.7	5 12.8	①－② -0.2		n %	41 10.3	203 50.8	20 27.0	20 5.0	28 7.0	0 0.0	15 35.9	6 14.7	14 7.9	7 2.6	11 28.2	③－④ *	45.7	
16. 旅行日数		n %	79 19.8	297 74.3	24 6.0	5 12.8	25 64.1	5 12.8	3 7.7	6 15.4	①－② 7.0		n %	41 10.3	215 53.8	97 24.3	16 4.0	31 7.8	11 2.6	3 7.7	16 41.0	7 17.9	11 2.6	11 28.2	③－④ *	53.8
旅行プラン	17. 交通手段	n %	91 22.8	225 56.3	84 21.0	17 43.6	10 25.6	8 20.5	4 10.3	①－② -20.8		n %	30 7.5	190 47.5	125 31.3	22 5.5	33 8.3	0 0.0	3 7.7	7 17.9	20 51.3	0 0.0	9 23.1	③－④ *	47.3	
	平均	n %	2261 33.3	3642 53.6	897 13.2	303 45.7	253 38.2	42 6.3	65 9.8	①－② -12.4		n %	1086 16.0	3430 50.4	1249 18.4	171 2.5	864 12.7	50 7.5	209 31.5	185 27.9	67 10.1	14 2.1	138 20.8	③－④ *	27.3	

備考：観光経験者と観光事業者の期待と満足を示した。期待と満足の値が50%以上70%未満の箇所を灰色で、70%以上を黒色で示した。期待の差は、観光経験者の「期待する」から観光事業者の「期待する」を引いた値である。満足の差は選択肢「非常に満足」と「やや満足」の合計の差である。期待の差と満足の差の絶対値が、30%以上の箇所を黒色、20%以上30%未満の箇所を灰色で示した。満足では、設問の中に体験しない項目があることを想定して、選択肢「該当しない」を

表－6 観光経験者と事業者ギャップの残差分析

属性/質問項目		施設			商品による体験							旅行プラン						
		1.宿泊施設	2.施設整備	3.観光・娯楽施設	4.落ち着いたのんびりした滞在	5.魅力ある自然	6.人との交流	7.有名な立地環境	8.環境への貢献	9.エコツアー体験	10.歴史・文化体験	11.スポーツ・レジャー体験	12.食事	13.お土産	14.接客・サービス対応	15.旅行費用	16.旅行日数	17.交通手段
期待	1.観光客 2.事業者	×	○	○			×	△	○	△	×		△		△	○		
満足	1.観光客 2.事業者	×	×	×	◎	×	○	×	○	×	×	×	×	×	×	×	×	×

備考：表中の○や△などの記号は、残差分析の結果、それぞれのセルが有意に多い(p<0.05)ことを示す。表の上半分の期待と下半分の満足の記号の対応は次の通りである。期待の場合：○が「期待する」、△が「普通」、×が「期待しない」である。満足の場合：◎が「非常に満足」、○が「やや満足」、△が「やや不満」、×が「非常に不満」又は「不満」である。

訪問時期では、期待の2004年以前に訪問した人を見てみると、「13.お土産」で「普通」が多かった（表-3）。満足では、「3.観光・娯楽施設」、「7.有名な立地環境」、「8.環境への貢献」、「10.歴史・文化体験」で「満足した」が多かった。次に期待の2007-2012年に訪問した人を見てみると、「1.宿泊施設」、「11.スポーツ・レジャー体験」、「13.お土産」で「期待する」が多かった。満足では、「2.施設整備」、「7.有名な立地環境」、「8.環境への貢献」、「10.歴史・文化体験」で「非常に満足」が多かった。一方で、「3.観光・娯楽施設」については「不満」が多かった。全体的に2004年以前に比べ、2007-2012年の方が知床観光において観光経験者が期待する項目が増えている。さらに満足においても2004年以前に比べ、2007-2012年の方が非常に満足した人が多く、地元の観光業における努力が観光客に受け入れられた可能性がある。しかし、2004年以前では「3.観光・娯楽施設」は満足した人が多かったのに対して、2007-2012年では不満の人が多く、周辺に観光・娯楽施設が少ないことが不満に繋がったのではないかと考える。

（3）訪問年別にみる知床島観光経験者の期待と満足の傾向

図-3に、訪問時期別（2004年以前、2005-2006年、2007-2012年）の回答割合を示した。期待の多いところでは、全体的に「5.魅力ある自然」で約8割が期待を示していた。次に「4.のんびりした滞在」で約6割が期待していた。期待の少ないところでは、「11.スポーツ・レジャー体験」がある。2004年以前の5%と比べ、2007-2012年では16%と期待は増えたが、全体的に期待は少ない。次に少ないのが「6.人との交流」である。2004年以前は11%、2007-2012年では10%とあまり変化が見られなかった。満足で多いところでは、全体的に「5.魅力ある自然」で

約8割が満足していた。次に「4.のんびりした滞在」で約7割が満足していた。不満で多いところでは、「15.旅行費用」や「16.旅行日数」、「17.交通手段」で約3割に不満があった。次に「11.スポーツ・レジャー体験」「10.歴史・文化的な体験」で約3割に不満があった。そのため知床では、魅力ある自然をのんびりした滞在を通して満足できる環境があることが考えられる。

また訪問年別にクラスカル・ウォリス検定を用いて分析した。その結果、期待では「1.宿泊施設」、「3.観光・娯楽施設」、「13.お土産」で有意な差がみられた。「1.宿泊施設」では2004年以前24%、2005-2006年33%、2007-2012年39%と期待が高まった。また「13.お土産」についても2004年以前25%、2005-2006年39%、2007-2012年44%と同様なことが考えられる。一方「3.観光・娯楽施設」では2004年以前29%、2005-2006年44%、で期待が高まったが、2007-2012年39%と減少した。満足と不満では、「7.有名な立地環境」で有意な差がみられた。満足では、2004年以前80%、2005-2006年82%、2007-2012年85%と満足した人が増えた。不満では、2004年以前11%、2005-2006年14%、2007-2012年10%と、2005-2006年の不満は他より高かった。そのため、2005-2006年は他の時期より利用者数が多かった時期である。

（4）知床観光経験者と事業者が考える観光客の期待と満足

知床における「観光経験者の実際の意識」と「観光事業者が想像している観光客の意識」について両者の意識のギャップを比較し、その結果を表-5と表-6に示した。まず、期待については17項目中7項目で「知床経験者の実際の意識」と「知床観光事業者が想像している観光客の意識」に有意差がみられた。また、満足では17項目中13項目に有意差がみられ、期待、満足ともに両者の意識にギャップがあることが考えられた。

図-5 訪問場所における混雑感の意識の違い³³⁾

次に、残差分析の結果を表－6に示した。期待では、観光経験者は、「1. 宿泊施設」「6. 人との交流」「7. 有名な立地環境」「9. エコツアー体験」「12. 食事」「14. 接客・サービス対応」について事業者が想像するよりも「期待しない」や「普通」が多い。事業者が想像しているより、観光経験者は北海道の東北端に位置する知床について立地環境や交通手段が厳しい環境下にあることを冷静に判断している人が多いことが考えられる。満足では、観光事業者が想像するよりも、観光経験者は知床観光の「1. 宿泊施設」「9. エコツアー体験」「10. 歴史・文化体験」「11. スポーツ・レジャー体験」「15. 旅行費用」「16. 旅行日数」「17. 交通手段」について「満足した」が多い。特に「4. 落ち着いてのんびりした滞在」で非常に満足したが多かった。全体的に観光経験者の期待の意識は低い、満足では観光事業者が想像しているより、観光経験者の実際の意識は高いことから、十分に満足した観光が知床では体験できると考えられる。課題としては、観光事業者が「観光経験者と観光事業者の意識のギャップ」が存在していることを認識することである。観光経験者の満足の意識は高いため、観光事業者はもう少し観光経験者が満足していることに自信を持って運営していく必要があるのではないかと考える⁵⁵⁾。

(5) 観光客の意見や感想の調査方法について

観光経験者と観光事業者の期待と満足の調査結果から、両者の意識に差が見られる項目があった。観光事業者が観光客の意見を調査する方法も検討する必要がある。そこで、観光事業者の考える「観光客の意見や感想を知る方法」について調査した結果が図－4である。有効回答数は39件である。観光事業者の考える有効な方法としては、「旅行者との話し合い」が26件で最も多い。ツアー体験時での旅行者との会話から率直な気持ちを把握することができ、今後のツアーに活かすことが可能と考える。次に「アンケート調査票」を利用するが18件と多かった。直接的には言いにくいことも、アンケート調査票を利用することによって自由に記入してもらうことができる。また、アンケートは、観光客の意識を改めて見直してみることが可能である。「旅行者の記入したノート」が13件であった。旅行者の自由な意見や感想を引き出すには、ノート（旅行日記）も重要である⁵⁶⁾。旅行者の満足を知ること、それに応える努力をすることで、顧客満足に繋がる対応となるはずである。

(6) 観光客の意見や感想の調査方法について

知床観光経験者には、訪問場所の混雑感⁵⁷⁾についても把握した（図－5）。訪問場所は既往研究⁵⁸⁾を参考にして次の7地域を設定した。「1. 知床連山地域、2. 知床国立公園ホロベツ園地、3. 知床五湖、4. カムイワッカの滝、5. 知床横断道路沿線、6. 羅臼湖、7. 知西別岳及びその周辺地域、8. ルサ～相泊間の道路沿線地域」とした。最後に訪問した地域に印をつけるようにした。混雑感の選択肢は、「(1) 非常に満足、(2) やや満足、(3) やや不満、(4) 非常に不満」4段階とした。カイ二乗検定した結果、属性に係わらず混雑度に不満を持つ人が少ないため、期待度数の基準を下回るセルが多くなった。特に、1. 知床連山地域、8. ルサ～相泊間の道路沿線地域を訪問した人が少ないこともあり、分析の結果を示すことはできなかった。その結果、今回の調査では混雑度に不満を持つ人が少ないことが云える。小林⁵⁹⁾の調査においても車両規制に対し利用者の8割以上が支持をした事が示されており、規制に関する理解から、不満を持つ人が少なかったのではないかと考えられる。より詳しい結果を知るためには別途調査が必要と考える。

4. おわりに

本研究では、「知床観光経験者の実際の意識」と「知床観光事業者が想像している観光客の意識」を比較することにより、両者

の意識のギャップを明らかにすることを目的とした。まず、「知床観光経験者の実際の意識」を把握したのちに、「知床観光事業者が想像している観光客の意識」と比較した。

本研究の成果は以下の2つに整理できる。1つ目は、知床観光経験者の実際の意識を各属性に分類し、把握したことであり、知床観光経験者の意識が明らかになった。分析の結果、満足では主に年齢や訪問時期で差がみられ、観光経験者の満足を高めるには、年齢別の配慮が必要と考えられた。年齢間によって多少なり評価が異なるが、10-20代と50歳以上には施設に関する評価は高いと云える。しかし、世界自然遺産に指定を受けるほどの魅力ある自然があるにも関わらず、10-20代の「5. 魅力ある自然」や50歳以上の「11. スポーツ・レジャー体験」で不満が多いことをみると、観光経験者に知床の魅力ある自然の価値を伝えるには年齢層に合わせた配慮が必要と考える。

また知床では、魅力ある自然やその自然を見るために設けられた観光・娯楽施設はあるが、魅力ある自然をより身近に感じるための体験が少なく、また体験が行なわれているとしても、観光経験者はその情報をうまく得られていない可能性がある。ただ観光経験者はエコツアー体験等への期待があるので、今後は各年齢層に合わせた体験内容の充実と機会の場を増やすこと、さらには、その情報をうまく観光客に提供することが重要と考える。

2つ目は「知床観光経験者の実際の意識」と「知床観光事業者が想像している観光客の意識」を比較することにより、両者の意識のギャップを明らかにしたことである。期待では、観光経験者は「1. 宿泊施設」「6. 人との交流」「7. 有名な立地環境」「9. エコツアー体験」「12. 食事」「14. 接客・サービス対応」について事業者が想像するよりも、普通・期待しないが多いことから、北海道の東北端に位置する知床について立地環境や交通手段が厳しい環境下にあることを冷静に判断している人が多いことが考えられる。

また満足では、観光事業者が想像するよりも、観光経験者は知床観光の「1. 宿泊施設」「9. エコツアー体験」「10. 歴史・文化体験」「11. スポーツ・レジャー体験」「15. 旅行費用」「16. 旅行日数」「17. 交通手段」について満足した人が多い結果となった。特に「4. 落ち着いてのんびりした滞在」で非常に満足した人が多かった。観光経験者の期待の意識は低い、満足では観光事業者が想像しているより、観光経験者の実際の意識は高いことから、期待を上回る満足が得られていることが伺える。そのため今後も知床が持つ自然という価値を維持し続けることが非常に重要と考える。

また古谷ら(2005)²⁷⁾の研究において、利用者や事業者が交流し、価値観を共有することは非常に重要な点として示唆されているように、今後、知床の魅力ある自然やエコツアー体験を将来にわたり、その価値の保全を図るためには、これらステークホルダーの合意形成に、利用者の評価を活用する方法も重要と考える。本研究で取り上げたような「知床観光経験者の実際の意識」と「知床観光事業者が想像している観光客の意識」を比較することも有効な手段ではないかと考え、今後活用を検討していくことが重要である。

「今回の調査では、2つの意識差を明らかにした。1つ目は、観光経験者の期待と満足との意識差（ギャップ）であり、2つ目は観光経験者と観光事業者との意識差（ギャップ）である。観光経験者の期待と満足とのギャップには、「期待＞満足」、「期待＜満足」があった。「期待＞満足」では改善の検討が示唆される。このように、残差分析を活用し、観光経験者の期待と満足との意識差を明らかにする事で、改善項目の洗い出しに有効と考えた。

次に、観光経験者と観光事業者とのギャップでは期待と満足それぞれに具体的な数字を得ることができた。期待では、観光事業者が力を入れるべき項目が検討できる。例えば、「観光経験者＞観光事業者」であれば、観光事業者がより期待をかけることも可能と考える。逆に、「観光経験者＜観光事業者」の場合、観光事

業者が考えるほど観光経験者は期待していないことになる。同様なギャップが満足でも明らかにできる。これらのギャップの結果は、観光戦略の今後の方針を作成する場合に有効な資料となると考えた。しかし、今回の調査では、意識差（ギャップ）が生まれる理由（要因）は明らかにできなかった。そのため、今後は複数調査地域の数値を比較することで意識差（ギャップ）の要因を明らかにしていくことが必要である。

補注及び引用文献

- 1) 林野庁（2012）：知床エコツーリズム戦略（案），1p
- 2) 読売新聞（2012）：eco，環境12版，2012.10.1
- 3) 1日の利用者は期間に応じ300～3,000人に規制される。
- 4) 小林昭裕（2006）：知床国立公園の利用適正化にむけた計画策定内容及び手法に関する一考察，ランドスケープ研究69(5)，635-640
- 5) 前掲4)
- 6) 渡辺徳二・海津ゆりえ・可知直毅・寺崎竜雄・野口 健・吉田正人（2008）：観光の視点からみた世界自然遺産：地球環境巻13，1，123-132
- 7) 小林昭裕（2000）：車両規制が導入された知床国立公園における利用者の態度，ランドスケープ研究63(5)，613-618
- 8) 小林昭裕（2001）：カムイワッカの利用状況とそこで利用者が示した混雑感や許容限界，対処行動，ランドスケープ研究64(5)，723-728
- 9) 小林昭裕（2003）：車両規制に対する利用者の受け止め方：知床及び大雪山国立公園を事例として，環境科学研究所報告10，1-12
- 10) 前掲7)
- 11) 前掲8)
- 12) 前掲9)
- 13) 小林昭裕（2009）：知床国立公園を事例とした自然公園における利用者意識の把握手法に関する一考察，ランドスケープ研究72(5)，565-570
- 14) 前掲13)
- 15) 小林昭裕（2010）：知床国立公園における情報に対する利用者の認知や要望および、これらに關与する要因，ランドスケープ研究73(5)，493-498
- 16) 前掲15)
- 17) 片山めぐみ（2009）：知床における住民の自然とのかかわりと居住地に対する誇りの意識の地域差，ランドスケープ研究（オンライン論文集）2(0)，21-27
- 18) 前掲17)
- 19) 山本清龍（2008）：富士山麓への来訪者の富士登山に対する期待と管理施策の支持との関係性：ランドスケープ研究71(5)，639-642
- 20) 山本清龍（2009）：富士登山者が期待する公園の資源と利用のイメージに関する研究：ランドスケープ研究72(5)，571-574
- 21) 小林昭裕（1993）：大雪山国立公園を事例とした登山者の満足度、動機および回答者の特性間の関連性：造園雑誌56(5)，175-180
- 22) 愛甲哲也・小林昭裕（1993）：大雪山国立公園における登山利用者からみたキャンプ場の混雑感評価と関わる要因：造園雑誌56(5)，169-174
- 23) 小林昭裕（1994）：知床国立公園を事例とした、利用者が抱く動機や欲求の充足度と、満足度との関連性：専修大学北海道短期大学紀要27，45-58
- 24) 下嶋聖・羽生田麻衣・栗田和弥・一場博幸・麻生 恵（2002）：尾瀬ヶ原における利用者の数や配置が自然景観に与える影響について，ランドスケープ研究65(5)，665-668
- 25) 一場博幸・田村裕希・栗原雅博・古谷勝則（2010）：尾瀬ヶ原の利用状況の写真を現場と非現場で提示した時の混雑感評価の差異ランドスケープ研究73(5)，523-526
- 26) 古谷勝則・栗原雅博・中津好徳・下嶋聖・一場博幸（2005）：尾瀬ヶ原におけるビデオ映像を用いた木道上の利用者の分布と混雑感評価の特性，ランドスケープ研究68(5)，727-732
- 27) 古谷勝則・小林達明・井内正直・栗原伸一（2005）：植生遷移と伝統的土地利用に配慮した二次草原景観の保全手法について，1-125
- 28) 知床の主要な観光地として有名な知床五湖，ホロベツ園地，知床横断道路を訪問し，実態を把握した。さらに羅臼ビジターセンターに訪問し，資料の閲覧やスタッフにヒアリングも行なった。
- 29) 斜里町役場ホームページ：< <http://www.town.shari.hokkaido.jp/03admini/50toukei/10bunyabetsu/population.html> >，2012.11.10 参照
- 30) 羅臼町ホームページ：< <http://www.rausu-town.jp/machi/01/toukei.php> >，2012.11.10 参照

- 31) 環境省・林野庁・文化庁・北海道（2009）：知床世界自然遺産地域管理計画，3p
- 32) 自然公園財団（2011）：知床国立公園パークガイド知床，第6版，p13
- 33) 北海道森林管理局（2004）知床森林生態系保護地域管理計画変更計画書を参照し，世界遺産の核心地域と緩衝地域をトレースした。
- 34) ユネスコ世界遺産センター：< <http://whc.unesco.org/en/list/1193> > 2012年11月10日参照。
- 35) 沖縄県 観光商工部（2009）：観光統計実態調査報告書，115pp
- 36) 経済産業省（2008）：観光集客地における顧客満足度（CS）の活用に関する調査研究報告書について，72pp
- 37) 日本エコツーリズム協会（2009）：エコツーリズムに関する消費者ニーズ調査，消費者ニーズを踏まえたエコツーリズムの可能性，50pp
- 38) 本論文では，満足度を満足と表記し，期待と対になるように表現した。
- 39) χ^2 検定では，期待度数5未満のセルが20%以上，または最小期待度数が1未満の場合，適切ではないとされている。満足の調査項目のうち14項目で， χ^2 検定が不適切の結果となった。そこで，“やや不満”，“非常に不満”を“不満”に統合して χ^2 検定を行った結果，適切な結果が得られた。
- 40) 第2回新たな世界自然遺産候補地の考え方に係る懇談会（2012）：知床世界自然遺産地域の平成23年度観光資源レクリエーション利用状況資料4，1-2p
- 41) 2011年度斜里町には全体の約7割の118万3千人，また羅臼町には約3割にあたる50万5千人が訪れている。
- 42) 前掲1)
- 43) 敷田麻実（2012）：知床世界自然遺産における適正利用と観光について，利用と保全の新たな関係の構築，資料4参考②，1pより自然公園法に基づく利用調整地区制度の導入により，ガイドの同行や事前レクチャーなどが必要とするようになったことが要因と考えられている。また「植生保護期」は1日3,000人で1人250円。「ヒグマ活動期」は1日300人で1人500円。
- 44) 前掲1)，7p
- 45) 2011年度ウトロ地区観光18万7千人，羅臼地区1万3千人が利用している。
- 46) 本研究では，過去の経験を評価してもらっている。観光経験から時間が経過すると，評価結果に記憶の減衰や良い思い出だけが強調されるといった影響が含まれている可能性があるが，Nickerson & Adams⁴⁷⁾の実験から，ふだん見慣れない非日常的な出来事の方が，予想可能で日常的なものより記憶されやすいことが示されている。そのため世界自然遺産に登録される知床はふだん見慣れない非日常的な出来事で，記憶が長く残ると考えた。また調査票は，指定した14項目の選択肢を活用した質問紙を使用することで回答者が過去の記憶を引き出せる配慮を行った。
- 47) Nickerson, R.S., & Adams, M.J.1982 Long-term memory for a common object. Cognitive Psychology, 11, 287-307
- 48) Kyung-Rock YE（1995）：児童の自然体験の変化と地域特性との関連：ランドスケープ研究：58(5)，245-248
- 49) 吉野美沙樹・古谷勝則・鈴木薫美子（2011）：大学生に聞いた児童期の外遊び・自然体験とその活動場所：ランドスケープ研究：74(5)，591-596
- 50) 観光事業者とは，観光施設や宿泊施設，お土産品店など主に観光客を対象に事業を行う方々と考え，観光事業者の多くが加入している知床斜里町観光協会及び知床民宿協会，羅臼観光協会の住所録を参考にし，調査票を送付した。調査票は，斜里町で宿泊施設32件，自然体験13件，観光船6件，飲食店60件，お土産店20件。羅臼町で宿泊施設20件，ガイド3件，観光船6件，飲食店18件の合計174件を送付した。回収率は，約22.4%（39件）である。また回収の内訳は，斜里町で宿泊施設9件，自然体験5件，観光船2件，飲食店10件，お土産3件。羅臼町で宿泊施設5件，観光船3件，食事2件となった。
- 51) 前掲29)
- 52) 前掲30)
- 53) 前掲29)
- 54) 前掲30)
- 55) 回収率は約23%とサンプル数が少なかったのであくまでも参考意見として記載した。
- 56) 「その他」を選択した回答では，インターネット上のブログやFacebook等の書き込みなどを参考にする意見もあった。
- 57) 設問は，歩道や車道，登山道の混雑感をどう感じましたか？と聞いた。
- 58) 環境省（2005）：知床国立公園知床半島先端部地区利用適正化基本計画，1-55
- 59) 前掲10)

（2013.1.23 受付，2014.1.12 受理）