都市居住者の農山漁村滞在型旅行における旅行動機と 旅行志向に関する研究

A study of Travel Motivations and Travel Preferences of Urban Residents for “Countryside Stay”

佐藤 彩生^{1*} 八木 浩平²

Saki SATOH^{1*} Kohei YAGI²

Abstract : To realize sustainable and business-oriented green tourism, it is necessary to clarify the needs of travelers for “countryside stays” considering the in-market trend. The purpose of this study is to analyze travel motivations and travel preferences of urban residents for countryside stays. First, from the factor analysis of travel motivations for such residents, six factors emerged : four push factors (adoration, challenge, interaction, and rest) and two pull factors (experience learning, pleasure trip). Second, by applying a non-hierarchical analysis, three types of travelers were classified based on these factors. The first is the “highly motivated type,” second is the “relaxed type,” and third is the “emergent interest type.” Third, to compare each type, different characteristics were clarified. The “highly motivated type” prefer agricultural experiences, farm-inns, interaction with local residents, and learning about the local community. The “relaxed type” prefer hot springs, natural sceneries, shopping, Japanese-hotels, and relaxing. Although the characteristics of the “emergent interest type” are not clear, the percentage of those who selected agricultural experiences was higher than that of the “relaxed type.”

These results imply that is important to provide services that are appropriate for each type. For example, diverse types of experiences are suitable for the “highly motivated type.” In contrast, services based on the concepts of scenery, beauty, food, health, and healing are suitable for the “relaxed type” and “emergent interest type” is not eligible to be invited.

Keywords : Green tourism, Countryside stay, Travel motivations, Travel preferences, Urban residents, Factor analysis, Non-hierarchical cluster analysis

キーワード : グリーン・ツーリズム, 農泊, 旅行動機, 旅行志向, 都市居住者, 因子分析, 非階層クラスター分析

1. 背景と課題設定

1.1 背景

農政にグリーン・ツーリズム（以下 GT）が導入されておおよそ 30 年が経過しているが、事業の採算性や受け入れ農家の高齢化の問題から GT の取組が継続困難な地域が全国的に増加している。このようななか、農林水産省は 2017 年度より農山漁村振興交付金の一環として「農泊」の推進を行い、農泊の採択地域に対して事業の支援を行っている。既に農泊採択地域は全国で 551 ヶ所選定され（2020 年 9 月時点）、各地域では協議会を中心に地域の多様な主体が連携し、地域資源を活用した体験やツアーの造成、宿泊施設等整備に取り組んでいる。

1.2 課題設定

まず、用語の整理を行いたい。2017 年度より推進される上述の農泊の定義について、農林水産省では「農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した

食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」¹⁾としている。また他の研究でも、「都市住民や外国人観光客らを対象に、農漁家や古民家等に宿泊して農作業などを通じた日々の暮らしを体験し、また農家レストランや料理体験等で地元料理を味わうなどの農漁村地域での滞在型旅行のこと」²⁾と定義している。本稿では、こうした旅行形態への参加動機を検証するが、農泊という言葉は狭義の農家民宿・農家民泊を連想する懸念があるため、上述の文献^{1), 2)}の定義を基に、「農山漁村滞在型旅行」に着目した分析を行う。なお、冒頭で提示した GT と農泊について、既存研究では「(農泊は) GT の定義に、農村地域で宿泊するという要素が加えられたものに過ぎず、行政的には、農泊は GT の一部」³⁾としており、農泊、ひいては農山漁村滞在型旅行は、より宿泊を意識した GT といえよう。こうした定義の下で、本稿では農山漁村滞在型旅行に関する分析を行う。

農林水産省は農泊採択地域の取組において持続性とビジネス性を兼ねることが目標としており、各地域では、

¹農林中金総合研究所 ²神戸大学

¹Norinchukin Research Institute Co., Ltd. ²Kobe University

Corresponding Author* : saki.c.est.la.vie@gmail.com

収益性向上のために大人の観光客を対象とした体験プログラムや宿泊施設を充実させる動きがみられている。しかし、農泊採択地域のほとんどは観光地ではなく、誘客に苦慮する地域が多数とみられる。誘客促進には、従来のプロダクト・アウト型のサービス提供ではなく、旅行者ニーズを把握した、マーケット・イン型への移行が欠かせない⁴⁾。

これまで、都市住民や地域を限定しない人を対象とした GT の旅行者ニーズに関するアンケート^{5), 6), 7), 8)}では、年齢や性別ごとの単純集計の結果が多く、旅行ニーズの多様化が進む昨今の状況を十分に捉えきれていない可能性が高い。旅行者ニーズの的確な把握には、なぜ GT のような旅行をしようと考えたのかといった、潜在意識としての「旅行動機」および旅行者の志向の把握が肝要となるだろう。GT に関する旅行動機の先行研究には大学生を対象とした研究⁹⁾および隠岐の旅行者を対象とした研究^{10), 11)}が、また都市居住者の農村への意識に関する研究^{12), 13), 14), 15)}があるが、対象となる属性や地域に限られていたり、年齢別の分析など、多様な旅行者ニーズに基づくマーケット・イン型の研究としては不十分である。

よって本稿では、旅行者の一大マーケットとなる三大都市圏の都市居住者を対象に、農山漁村滞在型旅行における旅行動機の整理と分類を行い、旅行者各タイプの旅行志向の把握を行うことを目的とする。これにより、旅行者各タイプの好む体験や宿泊施設等を理解することが可能となり、各タイプに対し、どのようなプロモーション活動を行うことが有効かを把握できる。またこの点で、今後個別の体験や宿泊施設など事例ごとのマーケティング戦略を研究する上で、本研究のタイプ分けが一つの指針として参考となり得ることも利点の一つである。なお、本稿の最後に、分析結果を基にした旅行者各タイプの農山漁村滞在型旅行のサービス提供における政策提言を行うこととする。

1.3 農山漁村滞在型旅行の条件

分析にあたり、農山漁村滞在型旅行は以下に挙げる 12 項目の体験内容のいずれか 1 つでも実施した旅行と定義¹⁶⁾した。項目は、①地域の学習、②ワイナリー・酒蔵巡り、③観光農園・牧場、④農業体験、⑤調理体験、⑥工芸品作り、⑦農家レストランで食事、⑧アウトドア、⑨地元住民との交流、⑩地元の郷土料理を食べる、⑪農家民泊・農家民宿、⑫農山漁村でなにもせずくつろぐとした。農山漁村で体験できるもののうち、温泉に入る、芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦、観光施設の訪問、自然景観を楽しむ、直売所・道の駅での地元産品の買い物の 5 項目を農山漁村滞在型旅行の必須条件

より除外しているが、JTBF 旅行実態調査で日本人の国内旅行で最も楽しみにしていたこと¹⁷⁾の上位にくる項目に該当するなど、従来型のマストツーリズムでも同様に体験し得る内容であることや、体験、ふれあい、交流¹⁸⁾といった GT の特徴が欠如していることから、農山漁村滞在型旅行として合致しないと判断した。

2. 分析方法

2.1 分析の枠組み

分析は、旅行動機を変数とする因子分析と非階層クラスター分析による旅行者タイプの特定（分析 1）、および差の検定による旅行者タイプ別の旅行志向の特徴整理（分析 2）の主に 2 つで構成されている。

分析 1 では、アンケートの旅行動機の設定をプッシュ要因とプル要因に分類し因子分析を行った。ここでのプッシュ要因とは、旅行者が旅行に出かけようと思う旅行動機であり、プル要因とは観光地が持つ各種資源といった旅行動機である¹⁹⁾。

こうした因子分析では、体系的な変数の選択が求められるため、プッシュ要因については、既存の旅行動機に係る研究を参照して Rural Tourism や Nature-Based Resort への旅行動機尺度を整理した研究^{20), 21)}を参照した。既存研究^{20), 21)}から事前に想定した潜在因子は、“Relaxation”(a), “Learning/Novelty”(b), “Socialization”(c), “Excitement”(d), “Family/friend togetherness”(e) であり、末尾の () 内のアルファベットは後述する **Table 1** の質問項目に記載のアルファベットに対応している。特に Rural Tourism の研究²⁰⁾は日本と同様に中山間地域における小規模農業の多い韓国で実施されており、**Table 1** で挙げた選択肢も日本の旅行者に当てはめて違和感がないことから参照可能と判断した。Nature-Based Resort の研究²¹⁾も、Rural Tourism の研究²⁰⁾と共通した潜在因子がみられることから、本研究での旅行動機の潜在因子の想定を補強する研究として追加した。ただし、棚田オーナーや農業ボランティアなど地域振興のために農山漁村滞在型旅行を行う層も存在するため、「田舎の活性化に貢献 (f)」を追加した。なお、地域振興のための旅行動機に係る項目として、**Table 1** で示していない「地域活性化に貢献したい」も観測変数として想定したものの、複数因子で高い因子負荷を有したことから削除し、再度因子分析を行って **Table 1** の結果を得た。

また、潜在因子の想定自体は上記 2 つの研究^{20), 21)}を参照したものの、**Table 1** の「のんびりと休養したい」、「従来の観光旅行（温泉、名所めぐり、リゾート観光等）に飽きた」、「ゆくゆくは田舎で暮らしたい」といった言

葉は日本の GT の動機を整理した研究⁹⁾を参考にした。

プル要因の変数は、管見の限り既存研究がなかったため、前述の農山漁村滞在型旅行に該当する体験項目等の背景にあると考えられる動機を列挙した。因子分析で用いた「農作業がしたい」は後掲の Table 5 の農業体験、「農村生活を体験したい」は農家民泊・農家民宿や農山漁村でなにもせずくつろぐ、「食育を学びたい」は調理体験、「調理体験や工芸品づくりといったモノづくりがしたい」は調理体験と工芸品作り、「地元住民たちと交流したい」は地元住民との交流、「景観を楽しみたい」は自然景観を楽しむ、「自然を楽しみたい」はアウトドアや自然景観を楽しむ、「新鮮な農産物を食べたい」は直売所・道の駅での地元産品の買い物や観光農園・牧場（果物狩り・乳絞り等）、「美味しい料理を楽しみたい」は農家レストランで食事やワイナリー・酒蔵巡り、「文化や歴史に触れたい」は地域の学習、芸術・音楽・スポーツなどの観劇・鑑賞・観戦を想定した。これらの因子分析より得られた旅行動機の因子得点を基に、非階層クラスター分析より旅行者タイプを特定した。

分析 2 では、分析 1 の旅行者タイプ別の旅行志向の違いを明らかにするため、旅行に関する設問（旅行目的、体験内容、宿泊した施設等）について、カイ二乗検定と残差分析検定、Fisher の正確検定、独立したサンプルの t 検定、および一元配置分散分析で統計的な有意差の有無を検証した。

以上の分析には、因子分析について統計解析ソフト R を、それ以外の分析では SPSS Statistics 26 の Base と SPSS Statistics 25 の Exact Test を用いた。

2.2 データ

本研究では、2020 年 1 月に株式会社ネオマーケティングを通じて行った Web アンケート調査のデータを用いた。Web アンケート調査は、同社の有する全国の約 639 万人のモニターのうち、三大都市圏の政令指定都市と特別区のモニター約 25 万人から住民を対象に都市別、性別、年代別の人口構成比で 20,000 名を対象とした。ただし、株式会社ネオマーケティングの 20 代のモニター数が少ないことから千葉市の 20 代男性 4 名と相模原市の 20 代男性 1 名の回収数が不足し^{注1)}、総サンプル数 19,995 名からスクリーニング調査を実施した。なお、Web 調査の仕様上、回答の機会の早いモニターが分析対象となっている点に留意が必要である。

このスクリーニング調査では、旅行頻度や農山漁村への宿泊経験と意向、体験内容と今後の体験意向、今後利用したい宿泊施設、デモグラフィック属性（農山漁村で育ったか否か、世帯構成、世帯員数、18 歳未満の世帯

員の有無、職業、勤務時間、世帯年収）といった、12 項目を質問した。

次に、総サンプル 19,995 名のなかから、過去 2 年間に先に定義した農山漁村滞在型旅行を行ったことがある都市居住者^{注2)} (2,079 名) より 800 名を無作為抽出して本調査を行った。ここで過去 2 年間としたのは、農山漁村への旅行の世論調査で過去 2 ～ 3 年間の体験を質問していることを参考に⁸⁾、そのうち記憶がある程度鮮明に残る期間として過去 2 年間を選択したためである。また別の世論調査⁷⁾で、最近 1 年間で「(農山漁村地域に) 農林漁業体験や農山漁村交流活動で滞在した」と回答する大都市圏居住者の割合が 3%であることを鑑み、対象期間を 2 年間に延長し、また 20,000 名にスクリーニング調査を行うことで、本調査のサンプル数を十分確保できると判断した^{注3)}。さらに本調査では、無作為抽出された 800 名のうち、旅行動機の設問において全て同じか 1 つを除き全て同じ番号を選択した対象者 49 名を外れ値として除外し、残りの 751 名の分析を行った。

本調査では、過去 2 年間の国内での宿泊旅行と農山漁村での宿泊旅行の回数や、農山漁村滞在型旅行の経験（同じ旅行先への再来訪の有無、利用した宿泊施設、旅行の目的、宿泊の理由、体験した内容への期待度と満足度、再来訪の意向、旅行動機、旅行前の情報収集源、旅行後の発信に用いたツール、旅行前・旅行中の不満、旅行先の地域産品の取り寄せなど旅行後の行動、旅行地域、同行者）など、17 項目を質問した。

3. 分析結果

3.1 旅行者タイプの特定（分析 1）

まず、農山漁村滞在型旅行に対する旅行動機（21 項目）の因子分析を行った。分析方法として、バリマックス回転と重みづけのない最小二乗法^{注4)}を、因子数の判断基準として BIC を用いた。結果よりプッシュ要因で 4 因子、プル要因では 2 因子が析出された（Table 1）。

因子負荷が最も高い設問に着目し、プッシュ要因の第 1 因子を「ゆくゆくは田舎で暮らしたい」より「憧憬」、第 2 因子を「色々な活動に挑戦したい」より「挑戦」、第 3 因子を「人とのつながりを大事にしたい」より「交流」、第 4 因子を「のんびりと休養したい」より「休養」とした。プル要因についても同様に、第 1 因子を「農作業をしたい」「農村生活を体験したい」「食育を学びたい」より「体験学習」、第 2 因子は「景観を楽しみたい」「自然を楽しみたい」「新鮮な農産物を食べたい」等より「物見遊山」とした。

次に、旅行者タイプの特定のため、上記の 6 因子の因

Table 1 農山漁村滞在型旅行の旅行動機の因子分析結果
Factor analysis of travel motivations for countryside stay

ブッシュ要因の質問項目		M	SD	F1	F2	F3	F4
憧憬	ゆくゆくは田舎で暮らしたい (f)	3.14	1.185	0.673	0.143	0.173	0.041
	自分探しをしたい (a)	2.94	1.107	0.587	0.302	0.234	0.023
	従来の観光旅行 (温泉, 名所めぐり, リゾート観光等) に飽きた (b)	2.78	1.102	0.468	0.223	0.137	-0.010
	都会での生活から離れたたい (a)	2.32	0.945	0.446	0.183	0.045	0.391
挑戦	色々な活動に挑戦したい (d)	2.60	0.992	0.368	0.735	0.187	0.135
	今までにない経験を得たい (b)	2.30	0.889	0.229	0.591	0.194	0.283
	思いっきり体を動かしたい (d)	2.71	0.993	0.397	0.573	0.230	0.098
交流	人とのつながりを大事にしたい (c)	2.47	0.925	0.374	0.284	0.773	0.163
	人の温かさに触れたい (c)	2.47	0.901	0.396	0.320	0.506	0.276
休養	のんびりと休養したい (a)	1.84	0.784	0.058	0.028	0.039	0.639
	家族や友人と楽しみたい (e)	1.98	0.867	-0.065	0.244	0.195	0.437
累積寄与率				16.9%	32.0%	42.2%	51.0%

ブル要因の質問項目		M	SD	F1	F2
体験学習	農作業がしたい	3.16	1.157	0.844	-0.051
	農村生活を体験したい	2.86	1.098	0.829	0.043
	食育を学びたい	2.82	1.011	0.756	0.137
	調理体験や工芸品づくりといったモノづくりがしたい	2.76	1.018	0.744	0.140
	地元住民たちと交流したい	2.75	1.022	0.706	0.165
物見遊山	景観を楽しみたい	1.78	0.738	0.000	0.769
	自然を楽しみたい	1.77	0.708	0.116	0.683
	新鮮な農産物を食べたい	1.83	0.805	0.132	0.670
	美味しい料理を楽しみたい	1.73	0.763	-0.011	0.625
	文化や歴史に触れたい	2.17	0.831	0.351	0.453
累積寄与率				31.8%	53.5%

注：各選択項目において、「とてもあてはまる」から「全くあてはまらない」の5件法で得た回答を用いた。ブッシュ要因の質問項目の末尾にある () 内のアルファベットは、事前に想定していた因子に対応している。(a)は“Relaxation”, (b)は“Learning/Novelty”, (c)は“Socialization”, (d)は“Excitement”, (e)は“Family/friend togetherness”, (f)は「田舎の活性化に貢献」である。また、旅行因子負荷量が0.4より大きい値を太字で示した。

子得点を基に非階層クラスター分析 (K-means 法, ユークリッド距離)^{注5)}を行った。クラスター数は、3クラスターのパターンと4クラスターのパターンの2パターンでクラスターを析出させ、両クラスターのクロス集計で得られる12グループ^{注6)}のうち、回答者数が多い3つのグループの計612名を農山漁村滞在型旅行における主な旅行者タイプのサンプルとして抽出した。各タイプの因子得点のレーダーチャートはFig. 1に示した。

第1グループは、他のグループよりも因子得点が高く、いずれの因子も強く働いている点に特徴がある。一方で第2グループは、「物見遊山」と「休養」の因子得点がやや高い点に、第3グループは、第1グループよりは低いものの「体験学習」「憧憬」「交流」がやや高い点に特徴がある。よって、第1グループを「意欲旺盛型」、第2グループを「心身解放型」、第3グループを「興味萌芽型」の3つの旅行者タイプとした。

「意欲旺盛型」は他の旅行者タイプに比べて全ての因子が強く働いていることから、興味や関心の幅が広く、様々なことに対する興味が強いとみられる。また、特に「体験学習」の因子得点が6つの因子のうち最も高いことから、農作業や農村生活などに強い関心があるものと考えられる。他方、「心身解放型」は「物見遊山」と「休養」の因子得点が高いことから、農村景観や自然を好み、農山漁村に癒しを求めているものとみられる。一方、「興

Fig. 1 旅行者タイプ
Radar chart of types of travelers

味萌芽型」は、「物見遊山」と「休養」の因子得点が低く、「意欲旺盛型」ほどではないものの「体験学習」「憧憬」「交流」の因子得点が比較的高いことから、農業や農村生活、田舎暮らしや人とのつながりにやや興味を示しているものと考察される。

3.2 旅行者タイプ別にみた旅行志向 (分析 2)

3.2.1 基本属性, 旅行頻度

分析 2 では、旅行者タイプ別の旅行志向の特徴を明ら

かにしていく。**Table 2**に旅行者タイプ別の基本属性を整理した。農山漁村滞在型旅行の旅行者のサンプルは60代男性が多いことから、いずれのタイプも60代男性の回答者が多いものの、意欲旺盛型では20代女性や30代・40代男性など比較的若い世代が、興味萌芽型では60代男性が多い。三大都市圏居住者と比較すると、サンプル対象は男性の割合が多く、心身解放型と興味萌芽型では50代・60代男性が突出して多い。また一人当たり所得では、三大都市圏の平均は約202.3万円(2019年)であり、サンプル対象は所得が比較的高い。家族の世帯構成では、一人暮らしが少ない一方で、夫婦や夫婦と子のみの世帯が多い特徴がみられた。出身地では、8割強～9割弱が都市の出身者であった。

旅行頻度(**Table 3**)では、意欲旺盛型が国内宿泊、国内日帰り、海外旅行の頻度でいずれも高く、心身解放

型で農山漁村滞在型旅行の回数が興味萌芽型よりも高かった。

3.2.2 旅行目的、体験内容および今後の体験意向

旅行者タイプ別の旅行志向の一つ目の特徴把握として、農山漁村滞在型旅行の旅行目的をみていくと、意欲旺盛型では農山漁村滞在型旅行(個人・団体)を旅行の主な目的とする選択割合が有意に高かった(**Table 4**)。他方、心身解放型では観光地や観光スポットをメインとした旅行の選択割合が有意に高く、また調整済み残差分析では温泉旅行で有意に高かった。

二つ目に、農山漁村滞在型旅行における体験内容と今後の体験意向について旅行者タイプ別の特徴をみていく(**Table 5**)。意欲旺盛型では、地域の学習や農業体験、調理体験、工芸品作り、地元住民との交流で体験した経験があり、また今後の体験意向も有していた層が有意に

Table 2 旅行者タイプ別の基本属性
Basic properties by types of travelers

		意欲 旺盛型	心身 解放型	興味 萌芽型	(参考)
男性	20代	4.5%	0.5%	3.2%	8.4%
	30代	10.6%	3.5%	7.4%	10.4%
	40代	20.7%	7.1%	14.8%	12.2%
	50代	17.2%	23.2%	22.7%	9.2%
	60代	14.1%	27.3%	29.6%	9.2%
女性	20代	4.0%	1.5%	0.9%	8.8%
	30代	7.6%	7.6%	5.6%	10.7%
	40代	7.1%	12.1%	8.3%	12.3%
	50代	8.1%	10.6%	5.1%	9.1%
	60代	6.1%	6.6%	2.3%	9.7%
一人当たり所得	200万円未満	3.0%	4.5%	5.1%	202.3万円
	200-400万円	38.4%	34.8%	41.2%	
	400-600万円	30.3%	35.9%	28.7%	
	600-800万円	21.2%	11.1%	14.4%	
	800万円以上	7.1%	13.6%	10.6%	
家族の世帯構成	一人暮らし	18.2%	17.7%	16.2%	28.3%
	夫婦	21.7%	29.3%	24.5%	17.5%
	夫婦と子のみ	47.0%	41.4%	45.8%	37.5%
	ひとり親と子	4.5%	4.5%	4.6%	8.7%
	三世帯	6.6%	2.5%	4.2%	4.2%
	上記以外	2.0%	4.5%	4.6%	3.8%
出身地	都市	86.4%	78.3%	80.1%	—
	農山漁村	13.6%	21.7%	19.9%	
サンプル数		198	198	216	

注1: 性別・年代別でFisherの正確検定を行った結果、5%水準で有意となった。一人当たり所得および家族の世帯構成、出身地でカイ二乗検定を行った結果、5%水準で有意とならなかった。各項目において、調整済み残差分析の結果、有意に大きい値は網掛け太字、小さい値は太字で示した。

注2: (参考)欄は、三大都市圏居住者の結果であり、性別・年齢および家族の世帯構成は総務省「平成27年国勢調査」を参照した。また、一人当たり所得は総務省を参照した。なお、一人当たり所得は平均を示しており、総務省「市町村税課税状況の調」から求めた都市ごとの所得割の納税義務者1人当たりの課税対象所得へ、総務省「家計調査」の都市ごとの1世帯当たり有業人員を乗じて世帯当たり年収を求め、それを各都市の世帯数分布で加重平均し、同じく加重平均した世帯人員で割って求めた値である。

注3: 出身地については、「あなたは子どもの頃にどのような地域で育ちましたか」という単一設問に対し、「都市地域」「どちらかという都市地域」の回答者を「都市」、「農山漁村地域」「どちらかという農山漁村地域」の回答者を「農山漁村」としている。

Table 3 旅行者タイプ別旅行頻度
Trip frequency by types of travelers

	I 旅行頻度			II 旅行回数		
	国内 宿泊 旅行	国内 日帰り 旅行	海外 旅行	国内 宿泊 旅行	農山漁 村での 宿泊 旅行	農山 漁村 滞在型 旅行
意欲旺盛型 (a)	5.33	5.52	3.42	5.31	2.07	2.07
心身解放型 (b)	4.91	5.01	2.40	4.87	2.51	2.24
興味萌芽型 (c)	4.80	4.94	2.72	4.15	2.35	1.80
検定	*	*	*	*		*
	ab,ac	ab,ac	ab,ac	ac,bc		bc

注1: 一元配置分散分析の結果、5%水準で有意であった項目には「*」を示した。

注2: Iは該当する旅行の頻度を訪ねた項目で、1=旅行には行かない、2=4～5年に1回程度、3=2～3年に1回程度、4=年に1回程度、5=年に2～3回程度、6=年に4～5回程度、7=年に6回以上の平均値を示している。

注3: IIの項目の値は過去2年間で該当する旅行に行った回数の平均値を示している。なお、10回以上は10回として分析を行った。

Table 4 旅行者タイプ別の主な旅行目的
Main purpose of trips by types of travelers

	農山漁村 滞在型 旅行 (個人)	農山漁村 滞在型 旅行 (団体)	温泉旅行	観光地や 観光ス ポット	趣味を目的とした 旅行
意欲旺盛型	62.6%	18.2%	48.5%	38.9%	1.0%
心身解放型	51.5%	3.5%	60.1%	49.0%	4.5%
興味萌芽型	49.5%	13.9%	52.8%	31.9%	1.9%
検定	*	*		*	

注: 複数回答の選択割合を示した。変数のうち、農山漁村滞在型旅行(個人)は「(前述の農山漁村滞在型旅行に該当する)体験がメインの旅行(旅程は自分で計画)」、農山漁村滞在型旅行(団体)は「(農山漁村滞在型旅行に該当する)体験がメインの旅行(団体旅行を利用)」、観光地や観光スポットは「観光地や観光スポットをメインとした旅行」、趣味を目的とした旅行は「マラソン・写真・アニメ等の趣味を目的とした旅行」として、それぞれあてはまる項目を質問した結果である。カイ二乗検定の結果、5%水準で有意であった項目は「*」を示した。また、調整済み残差分析の結果、有意に大きい値は網掛け太字、小さい値は太字で示した。趣味を目的とした旅行では、Fisherの正確検定を行った結果、5%水準で有意とならなかった。

多く、これらの体験でのリピーターとなることが期待できる。一方、地域の学習や芸術・音楽・スポーツ、ワイナリー・酒蔵巡り、観光施設、農家レストラン、地元住民との交流で、経験があるものの今後の体験意向はないと回答した層が有意に多く、費用面や体験内容から一度の経験で満足できるものであったり、定期開催ではなく、期間限定の企画であったことなどが考えられる。

心身解放型では、温泉、観光施設、自然景観、直売所・道の駅での買い物、地元の郷土料理、農山漁村でなにもせずくつろぐを体験した経験があり、また今後の体験意向も有していた層が有意に多かった。一方、体験した経験はあるが、今後の体験意向がないコンテンツは確認できなかった。

興味萌芽型は、農業体験について体験経験があり、今後の体験意向がないと回答した層が有意に多かったほか、複数のコンテンツで体験の経験と今後の体験意向の両方がないと回答した層が有意に多かった。なお、全ての旅

行者タイプに共通して温泉の選択割合が高かった。

ここで分析1の因子分析の結果との関連をみていくと、意欲旺盛型は全ての因子得点が高いことや「体験学習」の因子が最も高いことから、興味や関心の幅が広く、また様々なことへの興味が強く、特に農業や農村生活への関心が強いと考察されたが、こうした傾向は旅行目的で農山漁村滞在型旅行を選んでいることや、体験内容では農業や農村生活、交流を含んだ様々な体験を実施している（今後したい）と考えていることにも影響している。また、自然景観や癒しを求めているとされる心身解放型においても、温泉や自然景観、なにもせずくつろぐなどの選択割合の高さは旅行動機の因子が影響しているものとみられる。興味萌芽型では、因子得点の相対的な低さが全般的な選択割合の低さに表れているとみられ、また農業体験の選択割合では、心身解放型よりも高いことから、「体験学習」の因子が働いているものと推察される。

Table 5 旅行者タイプ別の体験内容および今後体験したい内容
Travelers' past and future experiences by types of travelers

	温泉に入る				地域の学習 (ガイド付き)(歴史文化等)				芸術・音楽・スポーツなどの 観劇・鑑賞・観戦				ワイナリー・酒蔵巡り			
体験内容	あり		なし		あり		なし		あり		なし		あり		なし	
今後の意向	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし
意欲旺盛型	60.6%	18.2%	3.5%	17.7%	19.2%	13.6%	7.1%	60.1%	13.1%	12.6%	5.1%	69.2%	23.7%	16.7%	10.1%	49.5%
心身解放型	78.3%	11.6%	1.5%	8.6%	10.6%	4.5%	2.5%	82.3%	7.1%	1.5%	1.5%	89.9%	22.7%	8.6%	11.6%	57.1%
興味萌芽型	54.2%	19.4%	3.2%	23.1%	12.5%	7.9%	4.6%	75.0%	10.2%	7.9%	4.6%	77.3%	17.1%	11.1%	7.9%	63.9%
検定	*				*				*				*			
	観光農園・牧場 (果物狩り、乳絞り等)				観光施設(水族館や テーマパークなど)の訪問				農業体験 (田植え、芋掘り等)				調理体験 (そば打ち、郷土料理、 チーズ作り等)			
体験内容	あり		なし		あり		なし		あり		なし		あり		なし	
今後の意向	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし
意欲旺盛型	31.3%	17.7%	11.1%	39.9%	25.3%	21.2%	3.5%	50.0%	15.2%	7.6%	18.7%	58.6%	21.7%	10.1%	22.7%	45.5%
心身解放型	31.3%	9.6%	7.6%	51.5%	34.3%	10.1%	3.5%	52.0%	1.5%	1.5%	6.6%	90.4%	9.1%	3.5%	18.2%	69.2%
興味萌芽型	18.1%	15.3%	9.7%	56.9%	19.0%	14.4%	4.6%	62.0%	6.9%	9.3%	5.6%	78.2%	9.3%	8.8%	11.1%	70.8%
検定	*				*				*				*			
	工芸品作り (わら細工、草木染め、 クラフト体験等)				農家レストランで食事				アウトドア (山登り、川下り、川遊び、 サイクリング、キャンプ等)				地元住民との交流			
体験内容	あり		なし		あり		なし		あり		なし		あり		なし	
今後の意向	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし
意欲旺盛型	14.1%	5.6%	15.2%	65.2%	20.7%	13.6%	16.2%	49.5%	30.3%	12.6%	14.1%	42.9%	17.7%	8.6%	11.6%	62.1%
心身解放型	4.0%	2.5%	11.6%	81.8%	18.2%	5.6%	17.2%	59.1%	33.3%	6.6%	10.1%	50.0%	6.6%	3.0%	5.1%	85.4%
興味萌芽型	2.8%	6.9%	8.8%	81.5%	17.6%	9.7%	6.5%	66.2%	26.4%	10.6%	7.4%	55.6%	6.0%	5.6%	6.5%	81.9%
検定	*				*				*				*			
	自然景観を楽しむ (棚田、紅葉、滝等)				直売所・道の駅での 地元産品の買い物				地元の郷土料理を食べる				農山漁村でなにもせずくつろぐ			
体験内容	あり		なし		あり		なし		あり		なし		あり		なし	
今後の意向	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし
意欲旺盛型	43.9%	9.6%	5.1%	41.4%	40.9%	11.1%	3.5%	44.4%	39.4%	12.6%	6.1%	41.9%	9.6%	4.5%	11.6%	74.2%
心身解放型	60.1%	12.1%	3.0%	24.7%	58.6%	9.6%	2.0%	29.8%	64.6%	11.6%	3.0%	20.7%	21.2%	3.5%	10.6%	64.6%
興味萌芽型	31.0%	13.0%	3.7%	52.3%	25.0%	10.6%	2.3%	62.0%	34.7%	12.0%	4.6%	48.6%	5.1%	3.7%	6.5%	84.7%
検定	*				*				*				*			

注：複数回答の選択割合を示した。カイ二乗検定の結果、5%水準で有意であった項目は「*」を示した。また、調整済み残差分析の結果、有意に大きい値は網掛け太字、小さい値は太字で示した。Table 7～Table 10 についても同様。

Table 6 旅行者タイプ別の利用した宿泊施設と今後宿泊したい施設
Accommodations which travelers have used and will use by travelers types

	ホテル				旅館				ゲストハウス・B&B				農家民宿・農家民泊			
宿泊経験	あり		なし		あり		なし		あり		なし		あり		なし	
今後の意向	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし
意欲旺盛型	28.8%	14.1%	21.7%	35.4%	41.4%	10.1%	27.3%	21.2%	6.1%	5.1%	23.7%	65.2%	14.6%	6.1%	40.9%	38.4%
心身解放型	42.4%	11.6%	18.2%	27.8%	54.0%	6.1%	27.8%	12.1%	0.5%	1.5%	14.6%	83.3%	3.0%	1.0%	22.7%	73.2%
興味萌芽型	28.2%	16.7%	20.4%	34.7%	37.0%	13.4%	28.2%	21.3%	2.3%	4.2%	13.0%	80.6%	9.3%	4.6%	25.0%	61.1%
検定					*				*				*			
	古民家				キャンプ				グランピング				廃校を活用した宿泊施設			
宿泊経験	あり		なし		あり		なし		あり		なし		あり		なし	
今後の意向	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし
意欲旺盛型	7.6%	3.5%	42.4%	46.5%	7.6%	6.1%	23.7%	62.6%	2.5%	2.0%	14.6%	80.8%	0.5%	1.5%	20.7%	77.3%
心身解放型	0.0%	0.0%	26.3%	73.7%	6.1%	2.0%	11.1%	80.8%	0.5%	0.0%	11.1%	88.4%	0.0%	0.0%	13.1%	86.9%
興味萌芽型	3.2%	7.4%	25.0%	64.4%	6.9%	4.2%	10.6%	78.2%	1.4%	1.9%	10.2%	86.6%	0.5%	1.9%	9.7%	88.0%
検定	*				*											
	オーベルジュ・ペンション				親類・知人の家				注：複数回答の選択割合を示した。カイ二乗検定の結果、5%水準で有意であった項目は「*」を示した。また、調整済み残渣分析の結果、有意に大きい値は網掛け太字、小さい値は太字で示した。なお、グランピング、廃校を活用した宿泊施設、オーベルジュ・ペンション、親類・知人の家にはFisherの正確検定を用いた。							
宿泊経験	あり		なし		あり		なし									
今後の意向	あり	なし	あり	なし	あり	なし	あり	なし								
意欲旺盛型	6.1%	3.0%	16.2%	74.7%	4.5%	4.5%	8.6%	82.3%								
心身解放型	1.5%	1.0%	21.7%	75.8%	2.0%	3.0%	4.0%	90.9%								
興味萌芽型	1.4%	2.3%	9.3%	87.0%	0.5%	3.7%	5.1%	90.7%								
検定	*				*											

注：複数回答の選択割合を示した。カイ二乗検定の結果、5%水準で有意であった項目は「*」を示した。また、調整済み残差分析の結果、有意に大きい値は網掛け太字、小さい値は太字で示した。なお、グランピング、廃校を活用した宿泊施設、オーベルジュ・ペンション、親類・知人の家には Fisher の正確検定を用いた。

Table 7 旅行者タイプ別の宿泊理由
Reasons of stay by types of travelers

	旅行先が遠く、日帰りができなかったから	宿泊したい施設だったから	ワインや地酒などを飲んだから	星やホテル、キャンプなど夜のアクティビティだったから	地引き網や日の出など朝のアクティビティだったから	観光スポットや体験したいことなどが沢山あったから	ゆっくりと過ごしたかったから	夕食を楽しみにしていたから	夜の語らいを楽しみにしていたから	温泉に入りたかったから
意欲旺盛型	39.9%	48.5%	23.7%	18.7%	12.6%	35.9%	52.0%	42.9%	15.7%	29.3%
心身解放型	43.9%	36.9%	14.6%	7.6%	2.5%	22.7%	83.8%	50.0%	10.1%	56.6%
興味萌芽型	38.9%	35.2%	14.4%	10.6%	7.4%	18.5%	50.0%	26.9%	7.4%	26.4%
検定		*	*	*	*	*	*	*	*	*

Table 8 旅行者タイプ別の旅行前の情報収集源
Sources of information gathering by types of travelers

	じゃらん・楽天など宿泊・旅行関連のウェブサイト	観光協会や自治体のウェブサイト・SNS	旅行先の施設のウェブサイト・SNS	家族・知人から（SNS 含む）	知らない人の発信した SNS の情報	ガイドブック	旅行会社の窓口	TV、ラジオ、新聞広告
意欲旺盛型	60.6%	52.5%	41.4%	36.4%	13.1%	28.3%	12.6%	10.1%
心身解放型		43.4%	41.4%	38.4%	17.2%	30.3%	7.6%	15.7%
興味萌芽型		51.9%	34.3%	32.9%	30.1%	10.2%	19.9%	10.6%
検定	*	*				*		

Table 9 旅行者タイプ別の旅行後の情報発信
Communication of information after trip by types of travelers

	Facebook	Twitter	Instagram	LINE	自身のホームページやブログ	家族・知人へ教えた	情報発信をしていない
意欲旺盛型	34.3%	34.8%	34.3%	35.4%	10.6%	30.8%	23.7%
心身解放型	11.1%	8.6%	8.1%	12.6%	4.5%	28.8%	50.0%
興味萌芽型	20.8%	20.8%	15.7%	25.0%	1.9%	15.7%	48.6%
検定	*	*	*	*	*	*	*

Table 10 旅行者タイプ別の旅行後の行動や意識の変化
Changes of actions and thoughts after trip by types of travelers

	旅行先で知り合った農家から農産物を直接購入するようになった	旅行先の地元住民との交流が続いた	旅行先の地域産品を取り寄せるようになった	旅行先の地域にふるさと納税をした	農山漁村に住みたいと感じるようになった	農業に関心を持つようになった	国産食材を多く買うようになった	意識や行動の変化はない
意欲旺盛型	23.2%	23.7%	36.4%	21.2%	18.7%	31.3%	32.8%	14.1%
心身解放型	3.0%	3.0%	13.6%	6.6%	4.5%	7.1%	18.7%	62.1%
興味萌芽型	12.0%	12.0%	18.5%	14.4%	9.7%	13.0%	13.0%	45.8%
検定	*	*	*	*	*	*	*	*

3.2.3 利用した宿泊施設と今後宿泊したい施設

旅行志向の三つ目として、農山漁村滞在型旅行で利用した宿泊施設と今後利用したい宿泊施設をみていく（**Table 6**）。意欲旺盛型では、ゲストハウス・B&B、農家民宿・農家民泊、古民家、オーベルジュ・ペンション、親類・知人の家で宿泊経験があり、また今後の宿泊意向を有していた層が有意に多く、他のグループと比較して再度これらの宿泊施設を利用する可能性が考えられる。そのうちゲストハウス・B&B、農家民宿・農家民泊、古民家、親類・知人の家では宿泊経験がないものの、今後の宿泊意向を有する層も有意に多く、潜在的な利用者と想定される。

心身解放型では、ホテル、旅館で宿泊経験があり、今後の宿泊意向を有する層が有意に多く、他のグループよりも再度これらの施設を利用する可能性が考えられる。興味萌芽型は、旅館と古民家で宿泊した経験はあるものの、今後の宿泊意向はないと回答した層が有意に多く、他のグループと比較してこれらを再度利用する可能性が低いと考えられる。

旅行志向の四つ目として宿泊した理由をみていくと、意欲旺盛型では宿泊したい施設、飲酒、朝や夜のアクティビティ、観光スポットや体験の多さ、夜の語らいなど、体験に関連する項目を挙げていた（**Table 7**）。他方、心身解放型では、ゆっくりと過ごしたかった、夕食を楽しみにしていた、温泉に入りたかったなど温泉旅館内で過ごす時間が想起される項目が挙げられた。興味萌芽型は、心身解放型で有意に高かった項目全てに加えて、意欲旺盛型で有意に高かった観光スポットや体験の多さ、夜の語らいなどの項目について有意に低かった。

これら宿泊施設や宿泊理由の結果においても、興味関心の幅広い意欲旺盛型の性格が農家民宿・農家民泊や古民家等のテーマ性の高い宿泊施設の選択割合の高さや、体験を目的とした宿泊理由が多い点に結びついているとみられる。また、心身解放型のゆっくりと過ごしたかったなどの有意に高い宿泊理由の項目は「休養」因子の強さが表れているとみられる。興味萌芽型は心身解放型に比べて古民家の選択割合が高く、「憧憬」や「体験学習」の因子の強さが影響したものと推察されるが、宿泊経験はあるものの今後の宿泊意向はないため留意する必要がある。

3.2.4 現地情報の収集手段と旅行情報の発信手段

旅行志向の五つ目として、旅行者タイプ別の旅行前の情報収集源と旅行後の情報発信方法について示した（**Table 8**, **Table 9**）。旅行前の情報収集について、意欲旺盛型では、観光協会や自治体のウェブサイト・SNSが、心身解放型ではじゃらん・楽天など宿泊旅行関連のウェブ

サイトの選択割合が有意に高く、他方、興味萌芽型では、それら2項目に加えてガイドブックで有意に低かった。一方、旅行後の情報発信ツールについては、意欲旺盛型ではSNSやブログ、家族・知人など様々な方法の選択割合が有意に高く、他の旅行者タイプに比べて積極的な情報発信を行っていることが確認された。

3.2.5 農山漁村滞在型旅行後の意識や行動の変化

旅行志向の六つ目に、農山漁村滞在型旅行後の意識や行動の変化についてみてみたところ（**Table 10**）、意欲旺盛型で行動や意識の変化の項目が有意に高い結果となり、「旅行先の地域産品を取り寄せるようになった」が最も高く、2割強が旅行先の農家や地元住民とのつながりに関する項目を回答していた。他方で心身解放型では「意識や行動の変化はない」の選択割合が有意に高かった。また、興味萌芽型では有意に高い項目はなかったものの、「国産食材を多く買うようになった」以外の意識や行動の変化で、心身解放型に比べて選択割合が高かった。

4. 考察

本稿では、「農泊」のマーケット・イン型への誘客を意図した農山漁村滞在型旅行の旅行者ニーズの把握のため、旅行動機に基づく旅行者タイプの分類、および旅行者タイプ別の旅行志向の特徴の整理を行った。分析結果より、旅行者タイプは、意欲旺盛型、心身解放型、興味萌芽型の3タイプが析出された。

意欲旺盛型は他の旅行者タイプに比べて全ての因子が強く、なかでも「体験学習」の因子が最も強かった。意欲旺盛型のこれらの因子の傾向は、農山漁村滞在型旅行の旅行目的、農業体験、地元住民との交流や地域の学習などを含む複数の項目の体験、テーマ性の強い宿泊施設の選択割合などに表れていた。つまり、意欲旺盛型は、様々なことに対する興味関心の幅が広く、とりわけ農業や農村の実生活に対して強い関心を持ち、学びや実際に手を動かすこと、地元住民との交流に喜びを感じる特徴があり、農山漁村滞在型旅行のコンセプトに合致した旅行者タイプといえる。また、旅行後において旅行先の農家や地域住民との交流や地域産品の取り寄せを行う傾向にあることから、旅行中だけでなく、旅行後においても旅行先の地域とのつながりを意識する傾向にあるため、リピーターとなり得る可能性が高い。

心身解放型は、「休養」や「物見遊山」の因子が強く、農村景観や自然、癒しを求める旅行者タイプとみられ、温泉、自然景観、なにもせずくつろぐといった体験内容や温泉に入りたい、ゆっくりと過ごしたいなどの宿泊理

由に影響しているとみられる。また、分析2の結果において、旅行目的として観光地や観光スポット、体験内容として直売所・道の駅での買い物、郷土料理、宿泊施設として旅館、宿泊理由として夕食を楽しんでいたといった項目、さらには旅行前の情報収集源として、じゃらん・楽天など宿泊・旅行会社のウェブサイトやTV、ラジオ、新聞広告の選択割合が高かった。ここから、旅館に宿泊し有名な観光地を巡る温泉旅行を好む層とみられ、農山漁村滞在型旅行の条件に該当する体験は旅行の付随的な位置付けにあると考えられる。

興味萌芽型は、分析2の旅行志向の各項目において明確な特徴がみられなかったことは分析1で他の旅行者タイプと比較して因子得点が低かったことに起因していると考えられる。また、農業体験や古民家利用の経験があるものの、今後の意向はないとする層が有意に多く、リピーターの形成には不向きと推察される。

5. 結論・提言

以上の考察より、農山漁村滞在型旅行におけるマーケット・イン型のサービス提供には、二つの視点が必要と考えられる。一つ目は、農山漁村滞在型旅行に対する興味の強さ、およびリピーターを考慮した体験提供である。農山漁村滞在型旅行を第一義の旅行目的とする意欲旺盛型の旅行者タイプがいる一方で、観光地が旅行目的である心身解放型は農山漁村滞在型旅行の体験をあくまで副次的な体験と捉えている。また、リピーター要素が強い意欲旺盛型とリピーター要素の乏しい興味萌芽型では、それぞれ農山漁村滞在型旅行の体験に求めることが大きく異なる。これらの観点から、ターゲットとする旅行者タイプごとに提供する体験や宿泊施設の種類の検討が必要がある。

二つ目は、温泉や旅館、観光スポットなど観光要素が強い資源との関係性の見直しである。分析2の結果からは、心身解放型では温泉、旅館、観光スポットなどの観光要素が農山漁村滞在型旅行の旅行動機に大きく寄与しているとみられた。よって、温泉地や観光地の近隣にある農泊地域は心身解放型の旅行者タイプを想定した体験提供が有効とみられる。さらには、温泉、旅館、ホテルの選択割合はいずれの旅行者タイプにおいても絶対的に高い結果となったことから、温泉などの資源を含めた面的なマネジメントが求められるだろう。例えば、体験プログラムの数や質は充実しているものの、宿泊施設が十分整備されていないような農泊採択地域では近隣の観光地や温泉地のある地域と連携し、旅館やホテルを有効利用し、宿泊や長期滞在につなげることが期待できる。

政策提言として旅行者タイプごとの誘客を検討すると、意欲旺盛型は様々な体験に興味を持つことや、他の旅行者タイプと比較して20代女性、30代・40代男性が多いことから、体験プログラム数の充実や若い世代の感覚に合った体験提供が望ましい。さらに、地域の学習、農業体験、調理体験、工芸品作り、地元住民との交流では、体験した経験がありなおかつ今後の体験意向も有していた層が意欲旺盛型で有意に多いことから、複数回訪れても楽しめるような体験の提供が望ましい。例えば、季節や旬を考慮した企画、また地域の歴史やものづくりなど、参加回数が増すごとに参加者のスキルや知識の専門性が高められる体験など、飽きのこない工夫が必要だろう。また、意欲旺盛型では情報源として観光協会や自治体のウェブサイトやSNSの選択割合が高いことから、これらの情報発信の内容や更新頻度を充実させることも効果的とみられる。

心身解放型は、温泉地や観光地、旅館、ホテルを好む傾向にあることから、宿泊施設と連携した体験提供が有効とみられる。例えば、景観スポットのガイドツアーや、美や食、健康、癒しをコンセプトとしたプログラム（森林浴、ヨガ、健康食）を宿の付帯サービスとして旅行者に提供することなどが挙げられる。

なお、興味萌芽型は農業体験や古民家などに興味があるもののスポット的な利用に留まるとみられ、リピーターの獲得にはつながらないことから、誘客のターゲットの優先度は低位とみてよいだろう。

6. 今後の課題

最後に残された課題としては、農泊採択地域の現場での旅行者の傾向、および運営主体側の誘客・体験提供の取組状況を本研究で得られた知見と比較することが挙げられる。若年層の多い意欲旺盛型では農山漁村滞在型旅行を主な旅行目的としていたが、果たして農泊採択地域の運営主体側もそうした旅行者タイプが多く来訪しているとみているのか、またプロモーション活動を行う上でどのような工夫を行っているのだろうか。さらに温泉地や観光地が近隣にある農泊採択地域では、温泉や旅館との連携が得策であるのか。

本研究は、あくまで農山漁村滞在型旅行を行う都市居住者の平均的な旅行者タイプを特定したものであり、今後のプロモーション活動へ役立てるには、各農泊採択地域の運営主体の事例と本研究の成果が整合的か否かを幅広く調査し、本研究の旅行者像の分類を参照しながら、各地の具体的なマーケティング戦略を整理していく必要がある。このように、各事例の具体的なマーケティング

戦略を分析する指針を提示できた点が、本研究の最大の成果といえる。

注釈

- 注1) 不足した5名は全体の0.25%と少なく、郵送調査法などによりサンプルが限定される手法を用いた研究も多くあるため、大きな問題はないと判断した。
- 注2) 居住地の都市地域と農山漁村地域の区分は、先行研究など^{7), 22)}から回答者自身の主観的な認識による区分を採用した。具体的には、都市地域と農山漁村地域の定義について「周辺に農地や森林が広がり、農林漁業が盛んな地域であり、都市地域はそれ以外の地域」と説明し、「都市地域」と「どちらかというと都市地域」を都市地域、「どちらかというと農山漁村地域」と「農山漁村地域」を農山漁村地域と区分した。なお、本研究で用いた農山漁村地域は全てこの定義を踏襲し、アンケート調査票で説明している。
- 注3) 世論調査⁷⁾で対象としていない、調理体験等の体験への参加者がいる点も勘案した。
- 注4) バリマックス回転と重みづけのない最小二乗法を用いたのは、他の方法と比較して利用可能な項目数が最も多い分析方法であり、想定した旅行動機の変数を十分に活用できると判断したためである。
- 注5) サンプル数の多いデータの分析においては、階層クラスター分析は不向きであるため、非階層クラスター分析を用いた。ただし、非階層クラスター分析はクラスター数を予め設定する必要があることやサンプルの並び順により析出されるクラスターが変わってしまうため、まずTwo-Stepクラスター分析で適当なグループ数の特定を行った。なお、Two-Stepクラスター分析においてもサンプルの並び順によって析出されるクラスター数にぶれが生じるため、ランダム変数を用いて50回にわたりサンプルの並び順を変えてTwo-Stepクラスター分析を行い、結果の平均値である2.56を参考に特定するグループ数を3つとした。ただし、非階層クラスター分析で3つに分類するだけでは、旅行者タイプの核となる回答者以外も含まれるため、旅行者タイプの精度を上げる作業が必要である。本稿では3クラスターと4クラスターでクロス分析を行い、析出された12グループから代表性の高い3つのグループを分析2の分析対象とし、残りの9グループは元の3グループの中心的な回答者ではないとして分析から除いた。4クラスターに設定した理由は、2クラスターとのクロス分析では旅行者タイプの精度が下がってしまう点、また5クラスター以上とのクロス分析では細分化されることで代表性のあるグループが特定しづらくなってしまう点にある。
- 注6) 農山漁村滞在型旅行における主な旅行者タイプと特定した3グループ(216名, 198名, 198名)と残りの9グループ(60名, 27名, 22名, 16名, 14名, 0名, 0名, 0名, 0名)の計12グループ。9グループの年代(男性, 女性)の内訳は、20代は2.9%(0.7%, 2.2%), 30代は12.2%(6.5%, 5.8%), 40代は21.6%(13.7%, 7.9%), 50代は30.9%(24.5%, 6.5%), 60代は32.4%(27.3%, 5.0%)となった。

引用文献

- 1) 農林水産省ウェブサイト: https://www.maff.go.jp/j/nousin/kouryu/nouhaku/nouhaku_top.html (参照2020年12月11日)。
- 2) 福田竜一(2018): 農泊に関する研究動向, 農林水産政策研究所レビュー, 84, 8-9。

- 3) 大學寛和・納口るり子(2019): 農泊の系譜と現状に関する一考察, 農村計画学会誌, 38巻論文特集号, 298-306。
- 4) 大江靖雄(2019): プロダクト・アウト型からマーケット・イン型農村ツーリズムへ, 食と緑の科学, 73, 8-9。
- 5) 加藤幸・谷口建・田村義夫(2004): 都市住民のグリーン・ツーリズムに対する意識調査, 農業土木学会誌, 72(11), 937-940。
- 6) 株式会社百戦錬磨: 「With コロナ時代における農泊ニーズ調査」, https://www.hyakuren.org/20200710_news01/ (参照2020年12月4日)。
- 7) 内閣府(2014): 農山漁村に関する世論調査, <https://survey.gov-online.go.jp/h26/h26-nousan/index.html> (参照2020年12月4日)。
- 8) 内閣府(2018): 食と農林漁業に関する世論調査, <https://survey.gov-online.go.jp/h30/h30-shoku/index.html> (参照2020年12月4日)。
- 9) 小口孝司・八城薫(2003): グリーン・ツーリズムへの参加を規定する社会心理的要因, 観光研究, 14(2), 27-36。
- 10) 赤沢克洋・古安理英子(2018): 島嶼地域における旅行の発動要因の充足への期待と満足に関する定量分析, 地域地理研究, 24(1), 1-17。
- 11) 古安理英子・赤沢克洋(2019): 隠岐におけるジオ資源の旅行者誘引効果に関する定量分析—潜在クラス分析による旅行者層の抽出とその特徴—, 島嶼研究, 20(1), 53-70。
- 12) 富樫穎・米原慶子(1997): 都市住民のグリーンツーリズム需要に関する研究—大阪府下都市近郊農山村に対するグリーンツーリズム需要—, 日本建築学会計画系論文集, 62(497), 117-122。
- 13) 前田真子・西村一朗(2001): 都市住民・地域住民の都市・農村交流活動への意識—奈良県明日香村「棚田オーナー制度」を事例として—, 農村計画学会誌, 20(3), 191-196。
- 14) 原直行(2005): 日本におけるグリーン・ツーリズムの現状, 香川大学経済学部研究年報, 45, 93-132。
- 15) 鈴村源太郎(2007): 都市農村交流の新たな取組みと参加者の意識: 長野県飯田市の農村型「ワーキングホリデー」を事例として, 農業問題研究, 61, 29-42。
- 16) Yagi, K., Satoh, S., and Hirakata, K. (2021): Determinants of Overall Satisfaction and Revisit Intention for Countryside Stays in Japan: Simultaneous Estimation with a Bivariate Ordered Probit Model. *Journal of Food System Research*, 27(4), 153-158。
- 17) 日本交通公社: 旅行年報2020, https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2020/10/nenpo2020_1-2.pdf (参照2021年4月20日)。
- 18) (財) 都市農山漁村交流活性化機構編(2002): 地域ぐるみグリーン・ツーリズム運営のてびき—都市と農山漁村の共生・対流—, 農山漁村文化協会。
- 19) 山田雄一(2010): 引き込むのか押し出すのか, 観光研究コラム, Vol.120, 日本交通公社, <https://www.jtb.or.jp/column-photo/column-pull-motivation-yamada/> (参照2020年11月28日)。
- 20) Park Duk-Byeong and Yoon Yoo-Shik (2009): Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management* (30), 99-108。
- 21) Meng, F., Tepanon, Y., and Uysal, M. (2008): Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing* 14(1), 41-56。
- 22) 佐々木宏樹(2016): 主観的幸福度アプローチによる都市と農村の比較分析, 新たな価値プロジェクト研究資料, 1, 8-43。

(2021.1.31 受理, 2021.6.7 採用)