観光動機と訪問先の意思決定過程の関係*

○岡本卓也・佐藤広英

(信州大学人文学部)

キーワード: 観光動機、訪問先、意思決定過程

Relations between tourism motives and decision making process to visit

Takuya OKAMOTO, Hirotsune SATO

(Faculty of Arts, Shinshu Univ.)

Key Words: Tourism motives, Destination to visit, Decision making process

目 的

本研究の目的は、観光動機と旅行訪問先の意思決定の過程の関係を明らかにすることである。

近年、観光に関する心理学的研究において、観光動機の構造や、観光動機と訪問先の関係に関する研究が蓄積されてきつつある(林・藤原(2008)など)。また、観光地のメディアイメージや、映画で作られる場所のイメージが観光行動の選択に与える影響などについても研究が行われている(Riley, Baker, & Van. Doren(1998)など)。これらの研究では、観光動機や接触メディアの違いによって、選ばれやすい旅行先がどのような場所なのかという点を明らかにすることとどまり、どのような意思決定過程を経て、訪問先を決定したのかという点については明らかにされていない。しかし、同じ場所を訪れた者でも、訪問先の決定の際に十分に情報収集を行い吟味した者と、そうではない者とは旅行先での行動パターンに違いがあることは容易に想像できる。またこれらの違いは、旅行先で求めるアクティビティの違いだけではなく、その後の満足度に対しても影響を与えることが考えられる。佐々木(2007)によれば、観光動機には push 要因と pull 要因があり、一般にまず push 要因が働き「旅行する」ことが決まり、その後 pull 要因が機能して「どこへ行くか」が選ばれる(佐々木, 2000)。意思決定過程はこの両者をつなぐ要素として考えられ、観光動機の研究において重要な意味を持つだろう。

以上のことを踏まえ、本研究では安曇野市への観光旅行者を対象に調査を行った。

方 法

■調査日時: 2013年8月23日(金)、25日(日)、9月1日(日)の3日間。

■調査の概要: 安曇野市穂高区内の大王わさび農場において、そこを訪れた観光客1,000名を対象に調査員(3名~5名)が調査票を配布し、郵送での回答を求めた。なお、返送メ切りは2013年10月30日であった。また、その場で回答して頂ける回答者の方には、その場で記入をしてもらい、調査員が回収を行った。

■調査対象者: 409票(男性161名、女性250名、回収率40.90%)平均年齢は52.46歳(SD=13.88)、最年少回答者は11歳、最高齢回答者は83歳であった。

■主な調査項目: 観光動機尺度(林・藤原, 2008)、意思決定の過程(次のA~Lの中から、旅行に出るまでに行ったものを順に選んでもらった。A 安曇野を訪れようと思う、B 知人から安曇野の話聞く、C テレビで安曇野について見聞きする、D 旅行パンフレットを見る、E 広告やポスターを見かける、F 旅行会社に相談する、G 雑誌の安曇野に関する記事を見る、H 旅行雑誌を見る、I インターネットで安曇野について調べる、J 知人に誘われる、K 切符や宿の手配、L その他)、旅先での重視 (「本物性」「消費性」「交通」「体験」)

結果と考察

図1は、意思決定までに行った行為、及び「A 安曇野を訪れようと思う(意思決定)」の直前の行為の構成割合である。

図1 意思決定過程に行った行為

全体としてはネット検索が多いが、TVの視聴や知人からの話が直接的な意思決定に影響を与えている。

また、意思決定過程に関して「A 安曇野を訪れようと思う(意思決定)」を基準に「1.意思決定なし(N=147)」「2.情報探索→意思決定(N=175)」「3.意思決定→情報探索(N=75)」の3つに分類を行い、これを意思決定タイプとし、意思決定タイプを独立変数、観光動機を従属変数とする分散分析を行った結果、6つの因子のうち、表1に掲げた2つの因子において有意な差が認められた。

表1 有意差の認められた観光動機の平均点と標準偏差

	緊張緩和		文化見聞	
	平均	(SD)	平均	(SD)
意思決定なし	3.93	(0.91)	3.09	(1.04)
情報探索→意思決定	4.20	(0.79)	3.40	(0.84)
意思決定→情報探索	4.22	(0.70)	3.20	(0.93)
F(2,379)	5.21*		4.51*	

また、旅行先で重視することを従属変数とする分散分析を行ったところ、4つの因子のうち、表2に掲げた2つの因子において有意な差が認められた。

表2 有意差の認められた旅先重視の平均点と標準偏差

	本物性		消費性	
	平均	(SD)	平均	(SD)
意思決定なし	2.23	(0.40)	1.86	(0.46)
情報探索→意思決定	2.35	(0.39)	1.96	(0.43)
意思決定→情報探索	2.27	(0.43)	1.86	(0.44)
F(2,397)	3.50*		2.51†	

意思決定が無いものは緊張緩和が高く、文化見聞が低い。また、情報探索をしてから意思決定が行われた者は文化見聞が高く、本物性や消費性を求める傾向があると言える。

引用文献

- ◆林幸史・藤原武弘 (2008). 訪問地域、旅行形態、年令別にみた日本人海外旅行者の観光動機 実社心究 48(1), 17-31. ◆Riley, R., Baker, D., & Van. Doren., (1992). Movies as tourism promotion: A push factor in a pull Location. *Tourism Management*, 13, 267-274. ◆佐々木土師二 (2007). 観光旅行の心理学 北大路書房

*本研究は安曇野市からの平成25年度受託研究「安曇野観光における情報資源に関する実態調査」の支援を受けて行われました。