

動機づけ要因によるアドベンチャーツーリストの類型化

～みなかみ町におけるラフティング参加者に着目して～

Adventure Tourists Segmentation Using Motivation

～Focusing on the Rafting Participants in MINAKAMI～

スポーツビジネス研究領域

5010A025-0 上政頼 昌弘

研究指導教員：原田 宗彦 教授

1. 背景

観光は、近年日本において注目を浴びている。例えば、2008年10月1日に国土交通省の外局として、「観光庁」が発足した。また観光立国推進本部（本部長：国土交通大臣）の「観光連携コンソーシアム」で「スポーツ観光」が採り上げられたことを受け、2010年5月にスポーツ・ツーリズム推進連絡会議が立ち上げられ、2011年6月にスポーツツーリズム推進基本方針が策定された。基本方針には、①「より豊かなニッポン観光の創造」②「スポーツとツーリズムの更なる融合」を目指すべき姿として掲げている（観光庁、2010）。2007年のレジャー白書によればこれまでになかった新たな旅行スタイルとして「体験型」「交流型」「個人型」が挙げられる。このことは従来のツーリズムの中心動的な動機である見学、休息に留まらず、より体験的で自己実現の欲求を満たすような活動を伴うツーリズムに対する需要が高まってきていると考えられる。また、Honey(1999)はスリルを伴った自然体験観光をアドベンチャーツーリズムとしている。人々はなぜ「合理的な報酬」を生まず、自ら危険な状況に追い込むような活動に惹かれるのか、またこのような活動を行うアドベンチャーツーリストはどのような人々なのか、という問いがあった。しかしながらわが国においては欧米のようなレジャー・レクリエーションやスポーツといった近接領域からツーリズムを扱った研究は殆どみられないのが現状である（工藤、2002）。そのためレジャー・レクリエーションの理論枠組みを用いて、アドベンチャーツーリストの特性を明らかにすることは重要であると考えられる。

2. 研究目的

本研究はアドベンチャーツーリズムに着目し、その中でも特にラフティング参加者を対象として、①アドベンチャーツーリストの動機づけ要因を明らかにすること、②動機づけ要因を用いて参加者を類型化することを目的とする。

3. 研究方法

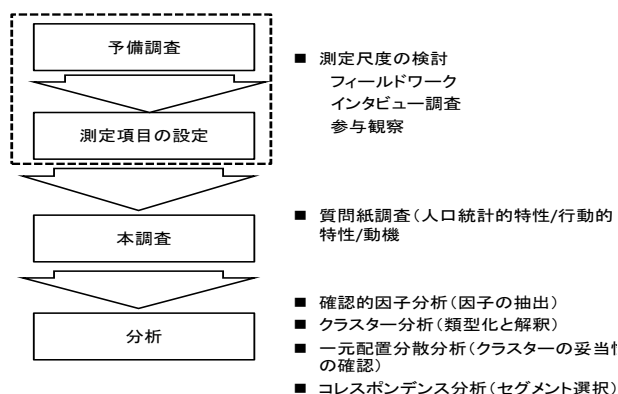


図1 本研究のフレームワーク

本研究は群馬県みなかみ町における有限会社カップクラブのラフティング参加者を対象にフィールドワークによる定性研究とラフティング参加者を類型化するための定量研究から構成した。定性分析による研究では、フィールドワークを行い、ラフティング参加者の動機づけ要因の抽出を行った。参与観察は2011年8月2日から10月8日までの間に、平日5日間、土曜日6日間、日曜日1日、祝日1日の計13日間、筆者は「観察者としての参加者」として準メンバーの役割を与えられ参与観察を行った。また筆者は現地で参与観察を行うと同時に、動機づけ尺度の測定項目を中心に半構造化インタビューを現地にて実施した。インタビューはラフティングツアー参加者5名を対象に1対1で面接を行い、自由な意見や生の声を聞くことで参加動機の深層心理の要因を抽出できた。定量分析による研究では、動機づけ尺度の概念を用いてアドベンチャー市場の細分化を行い、参加者の行動を分析した。調査は以下の手順で行われた。まずサンプル特性を把握するために人口統計的特性、行動統計的特性により、ラフティング参加者がどのような人たちで構成されているかを明らかにした。次に予備調査の定性分析で得られた動機づけ尺度を用いて確認的因子分析を行い動機づけ尺度の精選を行なった。そして類似した動機づけ要因を有する参加者を類型化するために、動機づけ尺度の因子得点を基準変数としたクラスター分析を行なった。そして各クラスターの特性を把握するため一元配置分散分析（ANOVA）を用いてプロファイリングを行なった。最後に各クラスターのポジショニングを行うためコレスポンデンス分析を行なった。

4. 結果と考察

まずサンプル特性を把握するために人口統計的特性、行動統計的特性により、ラフティング参加者がどのような人たちで構成されているかを明らかにした。参加者の特性として20～30代の比較的若い会社員や学生が多く、初参加者とリピーターの割合は50%程度でほぼ同じであった。また情報入手経路で最も多かったのが、友人・知人・家族の口コミで、60%程度であった。

次に予備調査の定性分析で得られた動機づけ尺度を用いて確認的因子分析を行い動機づけ尺度の精選を行なった。その結果、8因子20項目の動機づけ尺度を開発した。その後、開発された尺度の信頼性・妥当性の検証に関してはCronbachの α 係数の算出で信頼性が検証され、許容できる値を得ることが出来た。妥当性に関しても確認的因子分析のモデルの適合度は良好と言える値を得ることができ、本研究におけるラフティングの動機づけ尺度の信頼性及び妥当性は問題ないと判断した（表1）。確認的因子分析で得られた8因子はそれぞれ「自然因子」「能力因子」「リラックス因子」「学習因子」「仲

間因子」「ガイド因子」「リスクテイキング因子」「興奮因子」である（図2）。つまり、ラフティング参加者は日常生活を離れて自然の中で『非日常』を味わいリラックスしたり、激流に挑戦したり自然やラフティングに関する知識をつける『自己実現』、ガイドや仲間との『交流』などに動機づけられていると考えられる。

表1 モデル適合度

CMIN/DF	GFI	AGFI	CFI	RMSEA
2.241	0.877	0.819	0.908	0.076

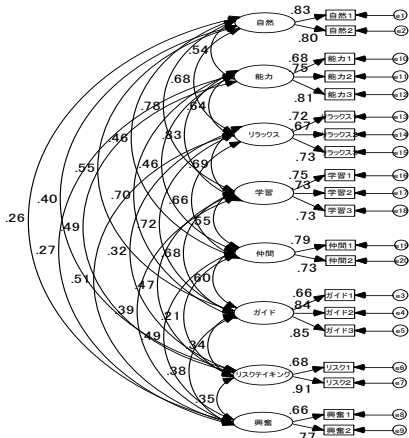


図2 アドベンチャーツールの動機づけ尺度の確認的因子分析

続いて類似した動機づけ要因を有する参加者を類型化するために、動機づけ尺度の因子得点を基準変数としたクラスター分析を行なった（表2）。階層的クラスター分析（ユークリッド距離・Ward法）を用いて探索的にクラスター数を検討し5つのクラスターを設定した。それぞれのクラスターの特性を把握するために一元配置分散分析（ANOVA）を行い、有意な関係がみられた項目と因子の特徴を総合的に判断し、各クラスターのプロファイリングを行った。以上のプロセスを経て、5つのクラスターが得られた。

表2 各クラスターの因子得点

	【Cluster1】 (n=47/21.7%)	【Cluster2】 (n=33/15.2%)	【Cluster3】 (n=47/21.7%)	【Cluster4】 (n=52/24.0%)	【Cluster5】 (n=38/17.5%)
①自然	5.06	2.55	4.28	3.42	2.28
②能力	3.98	1.86	3.12	2.84	1.60
③リラックス	5.54	3.88	5.43	4.08	3.11
④学習	4.62	2.26	3.88	3.21	2.03
⑤仲間	5.68	4.91	5.96	4.17	2.67
⑥ガイド	4.05	2.54	3.84	2.87	1.96
⑦リスクテイキング	4.02	1.34	2.11	3.17	1.52
⑧興奮	4.44	3.45	4.31	3.66	3.09

第1クラスターは、リピーター率が高くラフティングの魅力を理解しているため楽しむためなら多少の費用を惜しまず自分たちが体験したことを積極的に外部に発信していると考えられる「リピーター・アクティブタイプ」であった。第2クラスターも第1クラスター同様リピーター率が高くラフティングの魅力を理解しているが、仲間内で楽しむ傾向があり自分たちの体験を積極的に外部に発信することは少ないと考えられる「リピーター・パッシブタイプ」であった。第3クラスターは第1クラスター、第2クラスターよりもさらにコアなリピーターであり、ひとりで参加しても知り合いや顔なじみのガイドさんとグループを形成し交流を深めていると考えられる「リピーター・交流重視タイプ」であった。第4ク

ラスターは初参加者が多く、ラフティングのことをあまり知らないがラフティング体験に好奇心を抱いていると考えられる「単発・好奇心タイプ」であった。第5クラスターは初参加者が多くラフティングの魅力をまだ理解しておらず、今後ラフティングの魅力を知ることによりリピーターになる可能性があると考えられる「単発・潜在リピーター・タイプ」であった。

クラスター分析でラフティング参加者を5つのセグメントに分類し各クラスターの特徴を把握したうえで、各セグメントがラフティングに参加する際に重要視している項目について相関分析により明らかにした（図3）。第1クラスターはガイドと交流できるイベントや難易度の高いコースなどツアー内容の充実を重要視していると考えられる。また最初はレジャー感覚で始めたがラフティングが、リピーターになりラフティングの魅力を知ることによりレースラフティングに出るための技術を磨いたり、自然に関する知識を身に付けたりすることに動機づけられてきていると考えられる。そのため指導してくれるガイドやスクールなどの充実が重要になっている。第2クラスターは安心・安全な環境を重要視していると考えられる。ラフティングのリスクを認知しており危険なことはせず、安全に楽しむことに動機づけられていると考えられる。第3クラスターは第1クラスターと第2クラスターの間あたりにプロットされている。付近には「安全な環境」「コースの難易度」「ガイドの質」がプロットされており、難易度の高いコースでもガイドから指導を受けることで、安全に楽しめる環境を重要視していると考えられる。第4クラスター、第5クラスターは近距離にプロットされている。付近には「参加時期」「参加場所の観光地としての魅力」「参加場所のアクセスと利便性」「参加料の金額」がプロットされており、ラフティングそのものの魅力よりも観光地としての魅力や容易に参加出来るような外的な要因を重要視していると考えられる。

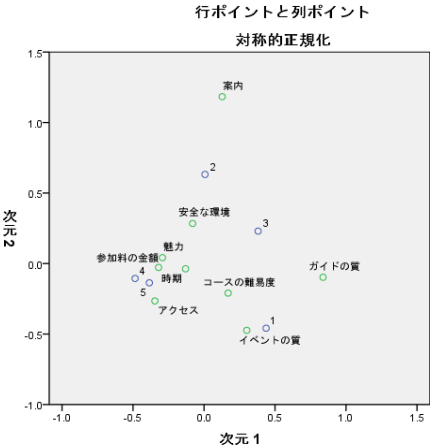


図3 コレスポンデンス分析の結果

5. 結論

本研究は定性分析と定量分析を用いてアドベンチャーツールの行動を説明しようとした。アドベンチャーツールにおいてはどのクラスターもガイドが重要な役割を担うことになり参加者との共同生産がラフティングの価値を高め『非日常』『自己実現』『交流』といった動機づけを促進させると考えられる。