
2012 年度 修士論文

参加型サイクルスポーツイベントにおける
参加動機、満足と将来意向の関係性
-瀬戸内海でのロングライドイベントを事例として-

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科

スポーツ科学専攻 スポーツクラブマネジメントコース

5012A322-3

湊 岳

研究指導教員： 間野 義之 教授

目次

第1章 緒言.....	4
1.1 研究の背景.....	4
1.2 先行研究	5
1.2.1 参加動機	5
1.2.2 満足	6
1.2.3 将来意向	7
1.2.4 参加動機、満足および将来意向の関係	7
1.3 研究の目的.....	8
第2章 研究方法.....	8
2.1 調査概要	8
2.2 調査対象者.....	8
2.3 調査項目	9
(1)人口統計学的変数に関する項目	9
(2)事前認知に関する項目	9
(3)参加動機に関する項目	9
(4)満足に関する項目	9
(5)将来意向に関する項目	9
(6)参加形態に関する項目	9
(7)自転車習熟度に関する項目	10
2.4 分析方法	10
2.4.1 確認的因子分析	10
2.4.2 「将来意向」の尺度構造の確認.....	10
2.4.3 共分散構造分析	10
第3章 結果.....	11
3.1 回答者プロフィール.....	11
3.2 記述統計量.....	11

3.3	確認的因子分析	14
3.3.1	「参加動機」の確認的因子分析	14
3.3.2	「満足」の確認的因子分析	15
3.4	「将来意向」の尺度構造の確認	15
3.5	共分散構造分析	16
3.5.1	「参加動機」が「将来意向」に与える影響の分析	16
3.5.2	「満足」が「将来意向」に与える影響の分析	18
第4章	考察	19
4.1	「参加動機」	19
4.2	「満足」	19
4.3	「将来意向」	20
4.4	「参加動機」と「将来意向」の関係	20
4.5	「満足」と「将来意向」の関係	21
第5章	結論	22
5.1	実践的示唆	22
5.2	研究課題	23
第6章	引用・参考文献	24

第1章 緒言

1.1 研究の背景

スポーツツーリズムは、世界的に成長著しい産業の一つである(Funk & Bruun, 2007)。Gibson (1998)は、スポーツツーリズムを「スポーツに参加したり、スポーツを観戦したり、スポーツに関連する施設を訪問するために、一時的に日常生活圏外に出る、レジャーをベースとした旅行」と定義している。この定義に基づき Gibson(1998)は、スポーツツーリストを以下の3つのカテゴリーに分類している: (1) スポーツ観戦者 (2) スポーツ関連施設訪問者 (3) スポーツ参加者(アクティブスポーツツーリスト)。スポーツに参加することを目的とする市場は、健康への関心の増大やオフィスワークの多いライフスタイルの増加に伴って成長してきた(Gibson, 1998)。

アクティブスポーツツーリストの行動的な観点からのアクティブスポーツツーリズムに関する研究は限定的である(Gibson, 1998)。アクティブスポーツツーリストの特徴や意思決定に影響する要因についてはこれまでの専攻研究では十分に明らかにされていない(Gibson, 2004)。ツーリズムとレジャー行動について理解するための重要な変数がモチベーションである(Bansal & Eiselt, 2004; Iso-Ahola, 1982)。サービス提供者が有効なポジショニングに基づいてツーリストのニーズを充足するサービスを設計し、効果的なコミュニケーションを行う上で、モチベーションに関する研究を通じてアクティブスポーツツーリストの心理学的な特性を理解することは重要である(Fodness, 1994; Ryan & Glendon, 1998)。

スポーツツーリズム研究では、基本的にスポーツツーリストのどのような行動特性が再訪意図の先行要因となるのかという点に焦点が向けられてきた。多くの旅行目的地では、新規顧客を獲得するよりも容易でコストもかからないという理由から、リピート顧客を維持しようとしている(Petrick et al., 2001)。スポーツ観戦やスポーツ施設訪問が目的のスポーツツーリストと異なり、参加型のアクティブスポーツツーリストは、スポーツイベントへ参加した結果によって旅行目的地への再訪を意思決定しており、非常に多くの変数がその決定に影響している(Gibson, 1998)。

本研究は、日本のアマチュアのサイクルスポーツ愛好者を対象としている。日本におけるサイクルスポーツ市場は近年急速に拡大し、スポーツ自転車の販売台数は2005年から2011年までに5倍以上に成長している。^a一方で、サイクルスポーツ愛好者の心理行動的な特徴や彼らの意思決定に影響する要因が何かはほとんど研究されていない。また、アマチュアのサイクルスポーツ愛好者の増大と対応して、彼らが参加可能なアマチュア

^a 財団法人自転車産業振興協会統計による。

向けのサイクルスポーツイベントも増加しているが、^b これらのイベントに関する学術的な研究はほとんどない。サイクルスポーツイベントは、工藤、野川(2002)が言うところの「自然観光資源そのものを舞台として実施されるスポーツイベント」であり、その発展が地域活性化に果たす役割も大きい。従って、日本におけるアマチュアサイクルスポーツイベントの参加者の参加動機と満足、再訪意図の関係を明らかにすることができれば、アマチュアサイクルスポーツイベントを通じた地域活性化、スポーツ人口の拡大に寄与することが期待され、学術的および実践的な意義がある。

1.2 先行研究

1.2.1 参加動機

Iso-Ahola (1982)は余暇活動とツーリズムに関わるモチベーションとして、探求と逃避という二つの力を挙げた。また、多くの研究においてモチベーションは発動要因(push)と誘引要因(pull)に分けて論じられてきた(Crompton & McKay, 1997)。発動要因は、興奮、学習、リラックス、楽しみや逃避などを求める内的で心理的な要因である(Yoon & Uysal, 2005)。誘引要因の多くは目的地の属性と関連する外的な要因であり、目的地の自然条件、景観、社会・文化的要素、雰囲気、施設、食事などを含む (Yoon & Uysal, 2005)。

観光旅行者のモチベーション研究では、これまでに主に観光動機の次元特性に焦点を当てた研究が行われてきた。Fodness (1994)は、観光動機の機能的次元を測定する尺度を作成し、「知識機能」「功利的機能:苦痛の最小化」「価値表出機能:自尊」「価値表出機能:自我高揚」「功利的機能:報酬の最大化」という5因子を抽出している。Ryan&Glendon(1998)がイギリスで実施した調査からは、同行者との関係維持や強化に関わる「社会性次元」、心身の回復にかかわる「リラックス次元」、好奇心や知識獲得に関わる「知性次元」、身体的能力や挑戦に関わる「能力・統制の次元」が抽出されている。佐々木(2000)は観光動機を、逃避やリラックスに関わる「緊張解消」、レクリエーションや楽しみに関わる「娯楽追求」、人間関係の拡大や強化に関わる「関係強化」、異文化への理解や知識に関わる「知識増進」、自尊心の向上や自己成長に関わる「自己拡大」という5次元特性に集約できることを指摘している。

参加型のアクティブスポーツツーリストを対象としたモチベーション研究では、Alexandrix et al.(2009)がギリシャでリゾートスキー客を対象に行った調査の結果として、その参加動機が「Escape」「Social Recognition」「Enjoying Nature」「Excitement/Risk」「Socialization」「Skill Development」「Achievement」の7因子構造となることを確認している。

余暇活動とツーリズム領域におけるこれまでのモチベーション研究が示していることは、モチベーションの測

^b Web サイト「スポーツエントリー」 URL: <http://www.sportsentry.ne.jp> 掲載イベント数より著者調べ。

定と概念化に関する研究の結果は一貫していないということである。異なった理論的背景に基づく研究が為されており、その結果として、開発されたモチベーションの測定尺度も多岐に亘る。Manfredo et al.(1996)は、1976年から1986年にかけて REP(Recreation Experience Preference)を用いた縦断的な研究を行い、その妥当性と信頼性を検証している。彼は、この尺度が対象とする心理的状态は非常に幅広いため、研究者がそれぞれの研究のコンテキストと目的に応じてモチベーションの測定尺度を選定すべきであるとしている。

本研究では、アクティブスポーツツーリストのモチベーション尺度として Alexandrix et al.(2009)の7因子構造を元に、調査対象であるサイクルスポーツイベントに応じた修正を加えて用いるものとする。

1.2.2 満足

消費者満足は、旅行への再訪意図を強化することが期待されるという理由で、スポーツツーリズム領域において重要な要素である。ツーリストの満足とは、余暇活動に参加することによって得られた肯定的な認知や感情であり、そのような経験からもたらされた喜びとして表現されるものである(Beard & Ragheb, 1980)。

ツーリズム研究において、満足は旅行後の行動を予測する重要な先行要因であるとされてきた(Baker & Crompton, 2000; Bigne et al., 2001)。満足は、サービス品質と将来行動を媒介するものであり(Lee et al., 2005)、また、旅行目的地へ抱いた印象と将来行動を媒介するものでもある(Bigne et al., 2001)。

一方でスポーツツーリズム研究の領域において、アクティブスポーツツーリストに関しては、参加したスポーツイベントへの満足が将来の行動意向の先行要因として有意ではないとする研究結果がある(Kaplanidou & Vogt, 2007)。イベント参加者はスポーツイベントと旅行目的地をそれぞれ別々に評価している。さらに、Bigne et al. (2001)の研究においても、満足は再訪意図の先行要因として有意ではないとする結果も出ており、満足と再訪意図の関係が不安定であることを示唆している。

しかしながら、過去のその他多くの研究成果によれば、満足は行動意向に肯定的な影響を及ぼしている(Bigne et al., 2001)。強く満足した消費者はイベントへの再訪に対して一層肯定的な態度になることが予測され、満足はリピート購買の重要な要因となる(Petrick et al., 2001)。

満足とは抽象的な概念であり、その度合いの実際的な表現は個人やサービスの種類によって多岐に亘る。また、他のサービスとの比較などの他の要素によっても影響を受ける(Bodet, 2006)。

満足の測定方法としては、典型的に以下の二つの方法が用いられている。最も一般的な方法は、プログラムやサービス品質やイベントなどについての複数の項目尺度を用いて測定する方法である(Lee, 2006)。多くの研究者に用いられているもう一つの方法は、総合的な満足度を一つだけ測定するものである(Whisman & Hollenhorst, 1998)。Hallmann et al.(2012)は、ドイツ、オーストリア、スイスの三国において実施したウインタース

スポーツ参加者の調査において、「Supporting factors」「Core resources and attractors」「Destination management」「Destination policy, planning and development」「Qualifying and amplifying determinants」の5次元で満足を測定している。

本研究では、アクティブスポーツツーリストのモチベーション尺度として、調査対象である日本のサイクルスポーツイベントの実情に合わせて、Hallmann et al.(2012)の尺度のうち、「Supporting factors」「Core resources and attractors」の二つの次元の下位尺度を参考に調査項目を設定する。

1.2.3 将来意向

再訪意向とは、旅行者が同じ旅行目的地を再度訪れる願望、計画のことである(Cole & Scott, 2004)。旅行目的地にとっては、新規顧客を獲得するよりもコストが安いという理由から、旅行者の再訪意向を重要視している(Um et al., 2006)。特にスポーツイベントのホストとなる旅行目的地では、長期的な経済効果と地域の発展につながるために、イベント参加者にはイベント開催期間中に滞在してもらおうと共に、旅行後はスポーツツーリズム以外で再訪してもらおうと努力をしている(Chalip & McGuirty, 2004)。

再訪意向に関するこれまでの研究では、一般的なレジャー旅行のコンテキストにおいて調査が為されてきた。そこから分かったことは、旅行前の動機の重要性である(Rittichainuwat et al., 2008)。また、過去の行動や旅行期間における満足、知覚された価値が、再訪意向を検討する上で重要である(Petrick et al., 2001; Um et al., 2006)。

旅行者の旅行後の行動には、旅行目的地への再訪の他に他者への推薦と好意的な口コミがあり、これらはいずれも消費者のロイヤルティの表れである。(Um et al., 2006)。観光地、観光活動、観光プログラムは商品と見なすことができ、旅行者による他者への推薦や好意的な口コミは、旅行サービス提供者の経営戦略を評価する助けとなる。それ故にこれらの変数はしばしば旅行者の将来行動とロイヤルティを示唆する指標として用いられてきた(Baker & Crompton, 2000; Bigne et al., 2001)。さらにロイヤルティの高い旅行者は再び同じ旅行目的地を再訪する可能性が高い。ツーリズム研究の分野では、旅行者の満足がその将来行動を規定する先行要因であるモデルでの研究が続けられてきた。これらの研究は、リゾート (Bigne et al., 2001)、川下りツアー (Lee, 2006)、森林ツアー (Lee, Graefe, & Burns, 2007)などの複数の異なる観光領域で行われている。

1.2.4 参加動機、満足および将来意向の関係

旅行者の満足は旅行動機に有意に影響されることが、様々な異なるツーリズム研究において実証的に検証されている (Ross & Iso-Ahola, 1991)。しかしながら、我が国における参加型アクティブスポーツイベントにおいて、参加動機、満足と将来意向の因果関係を実証的に検証した研究は少ない。

サービス、満足と将来意向の関係性を構造化したモデルは、自然をベースとしたツーリズムの研究者には広く受け入れられている(Cole et al., 2002)。これらの研究は、旅行者の満足は旅行者の将来意向に有意に影響していることを示唆している。

1.3 研究の目的

本研究では、日本のアマチュアサイクルスポーツイベントにおける「参加動機」「満足」「将来意向」の尺度構造を確認し、その結果を基に「参加動機」と「満足」がそれぞれ「将来意向」に及ぼす影響を明らかにすることを目的とする。

研究仮説(1) 将来意向は、参加動機に規定される。

研究仮説(2) 将来意向は、満足に規定される。

第2章 研究方法

2.1 調査概要

本研究のデータ収集は、2012年11月11日に広島県呉市で開催された「第3回安芸灘とびしま海道オレンジライド2012」において実施された。同イベントは、広島県呉市から愛媛県今治市にまたがる7つの島を自転車で巡るロングライドイベントである。コースは、110kmのフルコースと58kmのハーフコースの2つのコースが設定された。広島県呉市上蒲刈島の観光施設である県民の浜蒲刈に発着地点となる大会本部が設けられた。調査場所は、同大会本部内に設定した。参加したコースを走り終えた参加者が、ゴール後に完走証と記念品を受け取るために大会本部に立ち寄った際に調査票を手渡し、訪問留置法による回答者自記式質問紙調査を実施した。尚、当日の天候は雨のち曇り、イベントが開催された午前6時から午後3時までの平均気温は14.4℃であった。[°]

2.2 調査対象者

調査対象者は、同イベントに参加した814名のうち、最終的に完走してゴール後に大会本部で完走証と記念品を受け取りに来た人が対象となった。調査票の回収数は589件(72.4%)であった。

[°] 気象庁 HP URL: <http://www.jma.go.jp/jma/index.html> より

2.3 調査項目

調査項目は、人口統計学的変数、とびしま街道への事前認知に関する項目、参加動機に関する項目、満足に関する項目、将来意向に関する項目、イベントへの参加形態に関する項目、日頃の自転車習熟度に関する項目を設定した。尚、調査項目は、まず、スポーツマネジメントを専攻する修士課程及び博士課程の大学院生20名にトライアルを実施し、そのフィードバックを踏まえて調整を加え最終的に以下の項目とした。

(1) 人口統計学的変数に関する項目

性別、年齢、居住している都道府県

(2) 事前認知に関する項目

事前認知に関する項目は、過去の本イベントへの参加経験、とびしま海道への認知度などの質問項目を設定した。

(3) 参加動機に関する項目

参加動機に関する項目は、Alexandris et al.(2009)のリゾートスキーヤーを対象としたアクティブスポーツツーリズムへの参加動機に関する測定尺度7因子32項目を参考に17項目を設定した。「全くあてはまらない(1)」から「とてもあてはまる(7)」の7段階リッカート方式で測定した。

(4) 満足に関する項目

Hallmann et al.(2012)のドイツ等の三国において実施したウインタースポーツ参加者の調査を参考に18項目の尺度を作成した。「とても不満足(1)」から「とても満足(7)」の7段階リッカート方式で測定した。

(5) 将来意向に関する項目

Kaplanidou&Vogt(2010)のアメリカでのサイクルスポーツイベントを対象とした調査における将来意向尺度を参考に、5項目の尺度を作成した。「全くあてはまらない(1)」から「とてもあてはまる(7)」の7段階リッカート方式で測定した。

(6) 参加形態に関する項目

イベント参加者の行動的特性を測定するために、同行者、会場までの移動手段、宿泊の有無などの項目を設定した。

(7) 自転車習熟度に関する項目

スポーツ自転車歴、月間平均走行距離、年間イベント参加回数からなる自転車習熟度に関する質問項目を設定した。

2.4 分析方法

回収した589件のうち、分析に必要な項目に欠損なく回答した361件を分析対象とした。統計解析パッケージは、IBM SPSS Statistics 20 および IBM SPSS Amos 20 を使用し、有意確率5%未満を判断基準とした。

2.4.1 確認的因子分析

「参加動機」「満足」について、先行研究に基づく調査項目の妥当性を検証するため、確認的因子分析を行った。適合度指標として、GFI(基準値 $\geq .900$)、CFI(基準値 $\geq .900$)、RMSEA(基準値 $< .100$)を採用した。

2.4.2 「将来意向」の尺度構造の確認

「将来意向」について、その尺度構造を確認するためにパス解析を行った。適合度指標として、GFI(基準値 $\geq .900$)、CFI(基準値 $\geq .900$)、RMSEA(基準値 $< .100$)を採用した。

2.4.3 共分散構造分析

確認的因子分析の結果をもとに、「参加動機」の各因子および「将来意向」を潜在変数、それぞれの下位尺度を観測変数とするモデルを作成し、「参加動機」の各因子が「将来意向」に及ぼす影響を検証するために共分散構造分析を行った。モデルの適合度は、GFI(基準値 $\geq .900$)、CFI(基準値 $\geq .900$)、RMSEA(基準値 $< .100$)を指標に判断した。モデルの適合度が悪い場合は、理論的に解釈可能な範囲においてパスの加減によってモデルの改良を図った。

同様に、「満足」の各因子が「将来意向」に及ぼす影響を検証するために共分散構造分析を行った。適合度基準は上記の通りである。

第3章 結果

3.1 回答者プロフィール

分析対象者のプロフィールを表 1 に示す。性別は、男性が 91% (n=327)、女性が 9% (n=34)であった。平均年齢は 40.3 歳で、30 歳代 (34%, n=123) が最も多く、40 歳代 (34%, n=121) と合わせると 68% を占めた。最小は 9 歳、最高は 71 歳であった。地域別では中国地方からの参加者が 75% (n=272) と最も多く、広島県からの参加者が全体の 62% (n=225) を占めた。参加コースでは、75% (n=269) が 110km のフルコースに参加し、58km のハーフコースの参加者は 25% (n=92) であった。参加回数別では初参加が 61% (n=219)、2 回目が 24% (n=88)、3 回目が 15% (n=54) であった。イベントへの参加形態では、友人との参加が 43% (n=156)、一人での参加が 22% (n=81)、家族との参加が 14% (n=51)、クラブやチームでの参加が 12% (n=43) であった。

3.2 記述統計量

各調査項目の記述統計量を表 2 に示す。参加動機の M3 と M16、満足の S5、S8 と S9、将来意向の FI1 と FI3 の質問項目において、平均値と標準偏差の合計値が回答尺度の最大値である 7 を上回る、いわゆる天井効果を示している。しかし、これらの項目内容はいずれも分析上重要であるため、分析結果の解釈に慎重を期すこととしてそのまま分析に投入することとした。

表 1 回答者プロフィール

変数		度数	%
性別	男性	327	90.6
	女性	34	9.4
年齢 (平均値: 40.3才)	≤19	9	2.5
	20-29	41	11.4
	30-39	123	34.1
	40-49	121	33.5
	50-59	50	13.9
	60≤	17	4.7
居住地域	中国	272	75.3
	(うち広島)	(225)	(62.3)
	関西	40	11.1
	四国	16	4.4
	関東	13	3.6
	九州	10	2.8
	中部	9	2.5
	東北	1	.3
参加回数	初参加	219	60.7
	2回目	88	24.4
	3回目	54	15.0
参加コース	フルコース(110km)	269	74.5
	ハーフコース(58km)	92	25.5
宿泊有無	日帰り	240	66.5
	宿泊	109	30.2
参加形態 (平均参加人数: 3.3人)	一人で	81	22.4
	友人と	156	43.2
	家族と	51	14.1
	クラブ/チームで	43	11.9
	その他	16	4.4
スポーツ自転車歴	普段は乗っていない	19	5.3
	乗り始めて1年未満	54	15.0
	1年以上5年未満	175	48.4
	5年以上9年未満	63	17.4
	9年以上	50	13.8
月間平均走行距離	ほとんど乗っていない	63	17.5
	100km未満	65	18.0
	100km以上300km未満	125	34.7
	300km以上500km未満	58	16.0
	500km以上	50	13.9
年間イベント参加回数 (今回のイベントを除く)	0回	93	25.8
	1回	83	23.0
	2回	62	17.2
	3回	41	11.4
	4回	32	8.9
	5回	29	8.0
	6回以上	21	5.8

表 2 記述統計量

変数	平均値	標準偏差
参加動機		
M1_日頃の緊張やストレスから離れて、リラックスしたい	5.25	1.51
M2_いつもの日常に変化をもたらしたい	5.42	1.42
M3_身体を動かした後の爽快感を感じたい	6.17	.99 †
M4_自転車ブームだから	3.83	1.69
M5_自転車に乗っていることを他の人に示したい	3.30	1.70
M6_とびしま海道の島々の自然を満喫したい	5.70	1.11
M7_とびしま海道の島々の文化や歴史、街並みを感じたい	5.04	1.33
M8_この機会に観光や地元の食事を楽しみたい	5.13	1.32
M9_冒険的なことにチャレンジしてみたい	4.99	1.46
M10_興奮を味わいたい	5.02	1.49
M11_家族や友人と一緒に何かをして過ごしたい	5.27	1.60
M12_他の参加者との出会いや交流を楽しみたい	5.07	1.36
M13_地元の人との出会いや交流を楽しみたい	5.27	1.18
M14_自分のスキルや能力を高めたい	5.31	1.35
M15_自分の限界に挑戦したい	5.27	1.50
M16_達成感を感じたい	6.01	1.08 †
M17_自分に自信を持ちたい	5.29	1.45
満足		
S1_とびしま海道の島々の自然	5.69	1.16
S2_とびしま海道の島々の文化や歴史、街並み	5.39	1.16
S3_コースの難しさ	5.22	1.20
S4_今日の自分の走り	4.98	1.48
S5_スタッフやボランティア	6.19	.98 †
S6_他の参加者との出会いや交流	5.27	1.18
S7_地元の人との出会いや交流	5.57	1.14
S8_安全面でのサポート体制(順路誘導、交通整理など)	5.93	1.08 †
S9_エイドステーション	6.12	1.07 †
S10_大会のエントリー料金	4.83	1.41
S11_滞在先や移動途中での食事	5.00	1.25
S12_お土産など滞在先での買い物	4.66	1.12
S13_名所旧跡などの観光	4.49	1.08
S14_イベント以外での地元の人との交流	4.59	1.12
S15_滞在先までの移動	4.42	1.20
S16_滞在先での宿泊	4.42	1.06
S17_移動や滞在、食事等にかかった費用	4.48	1.17
S18_総合的な満足度	5.85	.97
将来意向		
FI1_またこのイベントに参加したい	6.13	.92 †
FI2_サイクリングイベント以外でもこの地域を訪れたい	5.67	1.06
FI3_このイベントは良かったと人に話したい	6.01	.91 †
FI4_他の人に、とびしま海道に行くことをすすめたい	5.92	.92
FI5_今回とは別のサイクリングイベントに参加してみたい	5.98	.99

†: 平均値と標準偏差の合計が最大値の7を超え、天井効果を示している項目

3.3 確認的因子分析

3.3.1 「参加動機」の確認的因子分析

尺度の因子構造は、既に Alexandris et al. (2009) の研究で確認されているため、本研究においては確認的因子分析によるモデルの適合から判断することとした。

まず、「参加動機」の17の調査項目が先行研究と同じ7因子構造となることを確かめるために確認的因子分析を行った。7つの因子からそれぞれ該当する項目が影響を受け、全ての因子間に共分散を仮定したモデルで分析を行ったところ、適合度指標は $\chi^2=339.45$, $df=98$, $p<.001$, GFI=.900, CFI=.921, RMSEA=.083 であった。また、全てのパスおよび共分散は有意であった。

さらにデータ適合度を高めるために分析結果の修正指標をもとに、理論的に解釈可能であると考えられる誤差 e3 と誤差 e16 間の共分散を加えて再度分析を行った。その結果を表 3 に示す。適合度指標は $\chi^2=298.00$, $df=97$, $p<.001$, GFI=.915, CFI=.934, RMSEA=.076 となり、いずれの指標においても適合度が向上した。

表 3 「参加動機」の確認的因子分析の結果

		気分 転換	社会的 評価	地域 満喫	リスク 選好	人的 交流	技能 向上	自己 実現
M1	日頃の緊張やストレスから離れて、リラックスしたい	.76						
M2	いつもの日常に変化をもたらしたい	.86						
M3	身体を動かした後の爽快感を感じたい	.55						
M4	自転車ブームだから		.68					
M5	自転車に乗っていることを他の人に示したい		.78					
M6	とびしま海道の島々の自然を満喫したい			.73				
M7	とびしま海道の島々の文化や歴史、街並みを感じたい			.83				
M8	この機会に観光や地元の食事を楽しみたい			.64				
M9	冒険的なことにチャレンジしてみたい				.87			
M10	興奮を味わいたい				.85			
M11	家族や友人と一緒に何かをして過ごしたい					.48		
M12	他の参加者との出会いや交流を楽しみたい					.87		
M13	地元の人との出会いや交流を楽しみたい					.91		
M14	自分のスキルや能力を高めたい						.85	
M15	自分の限界に挑戦したい						.90	
M16	達成感を感じたい							.72
M17	自分に自信を持ちたい							.82
因子間相関		気分 転換	社会的 評価	地域 満喫	リスク 選好	人的 交流	技能 向上	自己 実現
	気分転換	—	.38	.51	.39	.50	.40	.58
	社会的評価		—	.34	.39	.37	.37	.42
	地域満喫			—	.49	.58	.36	.47
	リスク選好				—	.54	.75	.66
	人的交流					—	.51	.58
	技能向上						—	.92
	自己実現							—

数値は標準化推定値である。

$\chi^2=298.00$, $df=97$, $p<.001$, GFI=.915, CFI=.934, RMSEA=.076

3.3.2 「満足」の確認的因子分析

「満足」の18の調査項目のうち、「S18_総合満足度」は因子構造を構成する項目としては不適切なので分析から除外した。また、S11、S12、S13、S14、S15、S16の観光に関する調査項目には、全参加者の62%を占める広島県内からの参加者から有意な回答が得られなかったため、これら6項目も分析から除外した。

分析には、上記の7項目を除外した11項目を投入し、確認的因子分析を行った。5つの因子からそれぞれ該当する項目が影響を受け、全ての因子間に共分散を仮定したモデルで分析を行った結果を表4に示す。適合度指標は $\chi^2=92.61$, $df=34$, $p<.001$, GFI=.957, CFI=.963, RMSEA=.069と、いずれの指標も基準値を十分満たした。

表4 「満足」の確認的因子分析の結果

		コース	走り	サポート	交流	コスト
S1	とびしま海道の島々の自然	.90				
S2	とびしま海道の島々の文化や歴史、街並み	.86				
S3	コースの難しさ		.77			
S4	今日の自分の走り		.54			
S5	スタッフやボランティア			.85		
S8	安全面でのサポート体制(順路誘導、交通整理など)			.69		
S9	エイドステーション			.67		
S6	他の参加者との出会いや交流				.78	
S7	地元の人との出会いや交流				.86	
S10	大会のエントリー料金					.75
S17	移動や滞在、食事等にかかった費用					.69
因子間相関		コース	走り	サポート	交流	コスト
	コース	—	.66	.53	.55	.49
	走り		—	.58	.57	.77
	サポート			—	.67	.58
	交流				—	.54
	コスト					—

数値は標準化推定値である。

$\chi^2=92.61$, $df=34$, $p<.001$, GFI=.957, CFI=.963, RMSEA=.069

3.4 「将来意向」の尺度構造の確認

「将来意向」の5項目の尺度の妥当性を検証するために、「将来意向」を潜在変数とし、5つの調査項目を観測変数とするパス図を作成しパス解析を行った。適合度指標は $\chi^2=87.34$, $df=5$, $p<.001$, GFI=.904, CFI=.913, RMSEA=.214であり、基準を満たすことができなかった。

そこで、さらにデータ適合度を高めるために、分析結果の修正指標をもとに、理論的に解釈可能と考えられる誤差2と誤差4間の共分散を加えて再度分析を行った。その結果を図1に示す。適合度指標は $\chi^2=10.37$, $df=4$, $p<.05$, GFI=.989, CFI=.993, RMSEA=.067となり、いずれの指標においても適合度が向上した。

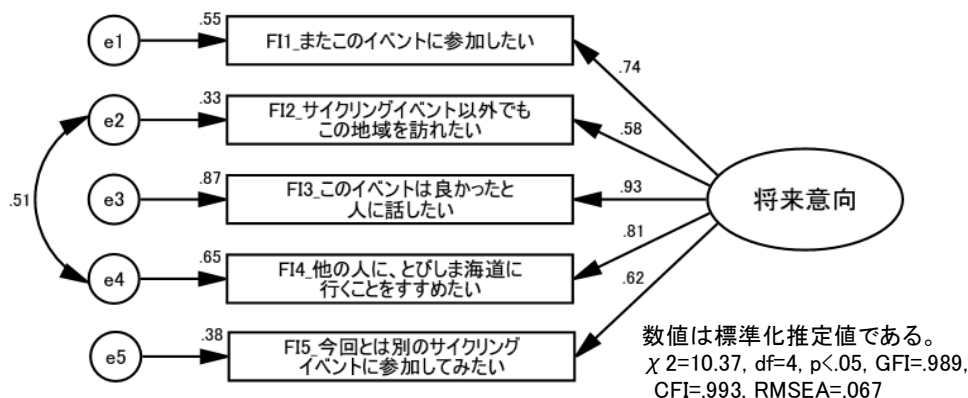


図 1 「将来意向」の尺度構造の分析結果

3.5 共分散構造分析

3.5.1 「参加動機」が「将来意向」に与える影響の分析

「参加動機」の 7 因子が「将来意向」に及ぼす影響を検討するために、共分散構造分析によるパス解析を行った。まず、7 つの因子全てが「将来意向」に影響を及ぼすことを仮定して分析を行った。その結果、「気分転換」、「社会的評価」、「人的交流」、「技能向上」、「自己実現」の 5 つから「将来意向」につながるパス係数がいずれも有意ではなかった。適合度指標は、 $\chi^2=453.65$, $df=179$, $p<.001$, $GFI=.900$, $CFI=.935$, $RMSEA=.065$ であった。

そこで、有意でなかった 5 つのパスを削除し再度分析を行ったところ、全てのパス係数が有意となった。適合度指標は、 $\chi^2=471.43$, $df=184$, $p<.001$, $GFI=.897$, $CFI=.932$, $RMSEA=.066$ と最初のモデルよりもやや低下した。修正後のモデルでは全てのパス係数が有意であり、適合度の低下も無視できる程度であることから本モデルを採択することとした。

図 2 に最終的なモデルを示す。「参加動機」の 7 つの因子のうち、「地域満喫」が「将来意向」に対して中程度の正の有意なパスを示しており、「リスク選好」は「将来意向」に対して低い値であるが有意な正のパスを示していた。

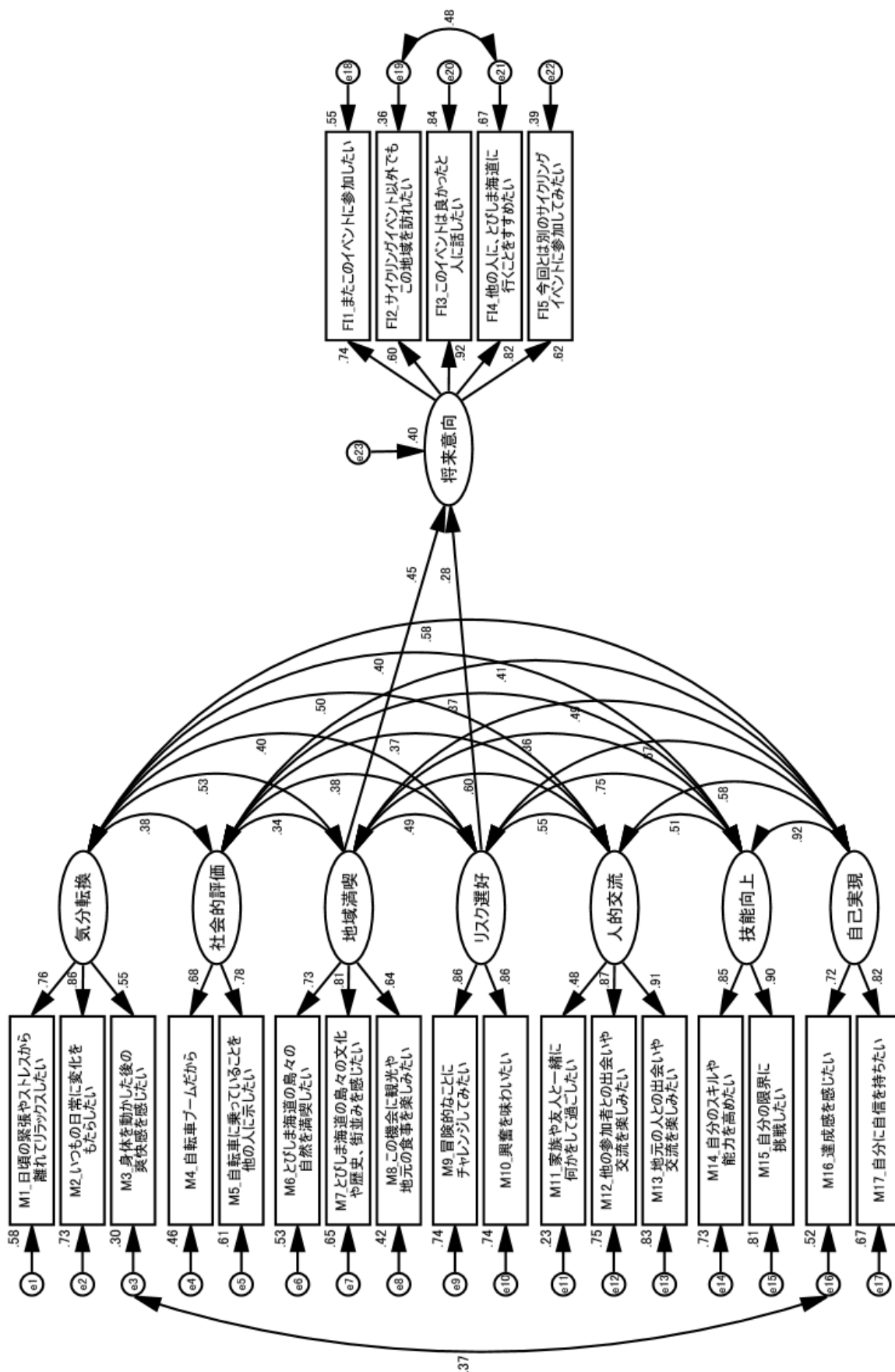


図2 「参加動機」と「将来意向」のパス解析の結果

3.5.2 「満足」が「将来意向」に与える影響の分析

「満足」の5因子が「将来意向」に及ぼす影響を検討するために、共分散構造分析によるパス解析を行った。まず、5つの因子全てが「将来意向」に影響を及ぼすことを仮定して分析を行った。その結果、「交流」と「コスト」から「将来意向」につながるパス係数が有意ではなかった。適合度指標は、 $\chi^2=205.23$, $df=88$, $p<.001$, $GFI=.935$, $CFI=.958$, $RMSEA=.061$ であった。

そこで、有意でなかった「交流」と「コスト」から「将来意向」につながるパスを削除し、再度分析を行ったところ、全てのパスが有意となった。適合度指標は、 $\chi^2=205.51$, $df=90$, $p<.001$, $GFI=.935$, $CFI=.959$, $RMSEA=.060$ となった。修正後のモデルでは全てのパス係数が有意であり、適合度指標はわずかながら上昇し、全ての指標が基準値を満たしていることから本モデルを採択することとした。

図3に最終的なモデルを示す。「満足」の5つの因子のうち、「サポート」が「将来意向」に対して中程度の正の有意なパスを示しており、「コース」と「走り」は「将来意向」に対して低い値であるが有意な正のパスを示していた。

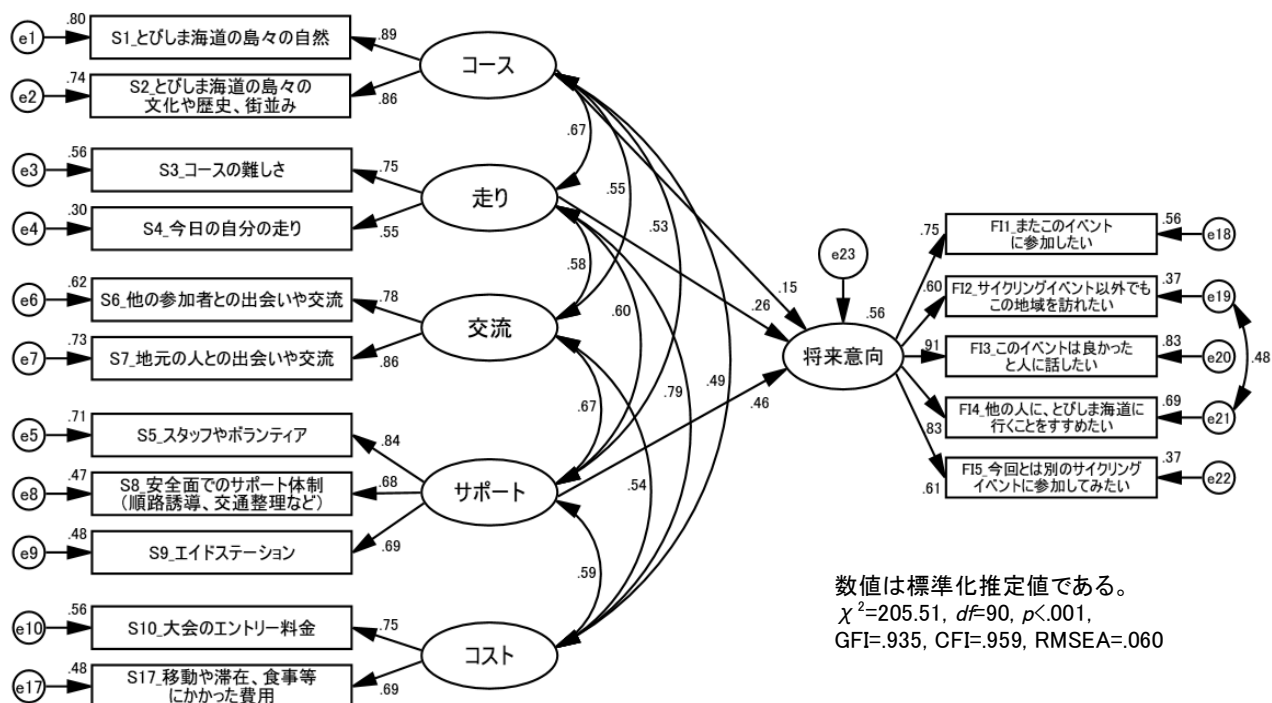


図3 「満足」と「将来意向」のパス解析の結果

第4章 考察

4.1 「参加動機」

「参加動機」について調査した 17 項目の確認的因子分析の結果は、参考にした Alexandris et al.(2009)の研究結果を概ね裏付けるものとなった。

因子間相関を見ると、「技能向上」と「自己実現」の間に.92と極めて高い正の相関が存在している。これは100kmを超える長距離を走破するためにスキルを高めて自分の限界に挑戦すること(技能向上)と、その結果として達成感や自己拡大の実感(自己実現)を味わうことが表裏一体となっていると解釈できる。また、相関係数が非常に高いことから、「技能向上」自体が「自己実現」に内包される概念であると解釈して、この二つの因子を広義の「自己実現」因子として統合し、全体を6因子構造とする解釈も成立する。更に、「技能向上」と「自己実現」は、それぞれ「リスク選好」との間にも、.75と.66と比較的高い相関を示しており、参加動機としてこの三つの因子間に強い相関があることを示唆している。

一方で、「社会的評価」因子は、他のどの因子との相関も低い。このことと記述統計量に表れている平均値の相対的な低さ(「M4_自転車ブームだから」(M=3.83)と「M5_自転車に乗っていることを他の人に示したい」(M=3.30))からは、「社会的評価」因子が本イベント参加者の参加動機として重要視されていないことを示唆している。その理由としては、Alexandris et al.(2009)の研究対象であるリゾートスキーの持つprestige性と比較して、1日で110kmを走破するサイクルスポーツイベントがそれほどのprestige性を内在していないという、競技特性の違いに因るものと考えられる。

4.2 「満足」

「満足」についての調査項目の確認的因子分析の結果のうち、因子間の相関をみると、「走り」と「コスト」の相関が.77と高いことが目につく。この2つの因子の相関の高さは、支払ったコストに見合った充実感、納得いく走りができただか、ということが表現されていると解釈ができる。

「サポート」と「交流」の相関も.67と高いが、これはエイドステーションなどで地元のボランティアや他の参加者とのコミュニケーションが発生し自ずと交流が生まれることに起因していると考えられる。

「コース」と「走り」の相関も.66と高いが、これもそれぞれの因子の意味を考えれば、相関の高さは当然と言える。

5つの因子間の最も低い相関係数は.53であり、際立って低い相関はない。このことは、満足の各因子は互い

に排他的に独立し合った概念ではなく、むしろ相互に影響しあっていることを示唆している。即ち、一つの因子に関わる満足度を高めれば全体的に満足度は肯定的に、逆に一つの因子に関わることで不満が生じれば全体的に満足度は否定的に転じる傾向があると考えられる。

4.3 「将来意向」

「将来意向」の尺度構造についてのパス解析より、「将来意向」から「FI3_このイベントは良かったと人に話したい」のパスが最も強く(.93)、次いで「FI4_他の人に、とびしま海道に行くことをすすめたい」(.81)のパスが強い。これらはいずれも他者とのコミュニケーションを意味する行動であり、満足した顧客が広告塔となってくれている証とも言える。

「将来意向」のうち再訪意図に相当するパスは、「FI1_またこのイベントに参加したい」が.74と、「FI2_サイクリングイベント以外でもこの地域を訪れたい」の.58よりも高くなっている。これは、イベントへの再訪意図のほうが、イベント以外での地域再訪意図を上回っていることを意味している。これには、当日の天候が雨で地域再訪意図につながると思われる、景観を十分に満喫する機会が少なかったことも影響していると考えられる。また別の考えとしては、参加したイベントへの印象が強く、イベントへの再訪意図がイベント以外での地域再訪意図を上回ることが多いのだとしたら、イベント以外での地域再訪をこうしたスポーツイベント開催の目的の一つとする場合には、イベント以外での地域再訪意図を向上させるための意図的な取り組みが必要となると考えられる。

もう一点注目すべきは、「将来意向」から「FI5_今回とは別のサイクリングイベントに参加してみたい」のパスが.62と中程度の強さを示している点である。これは、本イベントに参加したことによって、他のサイクリングイベントへの参加意欲を向上させたことを意味している。即ち、このイベントの開催は、日本中のサイクルスポーツイベント全体の参加人口増大に向けて一定の貢献をしていると考えられる。

4.4 「参加動機」と「将来意向」の関係

「参加動機」と「将来意向」のパス解析の結果からは、「参加動機」を構成する7つの因子のうち、「将来意向」に有意な影響を与えているのは「地域満喫」因子ただ一つであるということが分かる。

これまでの先行研究の多くでは、「満足」が「参加動機」と「将来意向」を媒介していることが明らかにされていたが、今回の調査では少なくとも「参加動機」のうち「地域満喫」因子に限っては、「満足」の度合いにかかわらず、「将来意向」に対して一定の影響力を持つことが分かった。

これは、裏を返せば、景観や文化、街並み、観光的な魅力で顧客を誘引すれば、相応の再訪行動が期待で

きることにつながる。従って、そうした観光目的地としての魅力を訴求するようなイベントプロモーションが有効であると言える。

逆に、「気分転換」「社会的評価」「人的交流」「技能向上」「自己実現」の「参加動機」因子は、「将来意向」に対して有意な影響を及ぼしていないということが分かった。この結果は、参加型のアクティブスポーツツーリストは、スポーツイベントへ参加した結果によって旅行目的地への再訪を意思決定している(Gibson, 1998)とする先行研究の結果と整合している。

4.5 「満足」と「将来意向」の関係

「満足」と「将来意向」のパス解析の結果からは、「満足」を構成する5つの因子のうち、「将来意向」に有意な影響を与えているのは「サポート」因子ただ一つであるということが分かる。当日の天候が雨であり、景観をあまり楽しめない中でのライドであったために、エイドステーションやそこにいるスタッフへの印象が相対的に強まったということが考えられる。また、路面が濡れて危険性も高まっていたために、安全面でのサポート体制についても相対的に考慮されたとみなせる。

「サポート」因子は、「S5_スタッフやボランティア」「S8_安全面でのサポート体制」「S9_エイドステーション」の3つの項目で構成されており、いずれもイベント主催者のコントロール可能な要素である。このことから、イベント主催者側は、この3要素に注力して顧客満足度を高めることで参加者の肯定的な将来意向を引き出すことができると考えられる。

残る4つの因子のうち、「コース」と「走り」からのパス係数は値が低く、「交流」と「コスト」からのパス係数は有意ではなかった。

以上の結果は、参加型のアクティブスポーツツーリストは、スポーツイベントへ参加した結果によって旅行目的地への再訪を意思決定している(Gibson, 1998)とする先行研究の結果を正確にトレースする形を示してはいない。すなわち、「参加動機」の項でみたように、本イベントへの参加動機として「自己実現」「技能向上」「リスク選好」因子が強く働いているとすれば、「走り」への満足が「将来意向」に有意に影響していると考えられるが、実際の結果には表れていない。これは、参加動機としては、自己拡大を意図しているが、実は結果は重要ではなく、挑戦する環境にどれだけホスピタリティがあったかが将来意向に影響を及ぼしていると解釈できる。むしろ、いい結果が出なかったからこそまたチャレンジしたいという心理の働きも予想できる。

第5章 結論

5.1 実践的示唆

本研究から得られた知見をまとめると以下の通りである。即ち、

- (1) サイクルスポートイベントの「参加動機」は、「気分転換」「社会的評価」「地域満喫」「リスク選好」「人的交流」「技能向上」「自己実現」の7因子で構成されている。「将来意向」は、「参加動機」の7因子のうち「地域満喫」因子に規定される。
- (2) サイクルスポートイベントの「満足」は、「コース」「走り」「サポート」「交流」「コスト」の5因子で構成されている。「将来意向」は、「満足」の5因子のうち「サポート」因子に規定される。

本研究を通じて明らかになった以上の二点を踏まえると、サイクルスポーツイベントの主催者にとっては、以下の考え方に基づく施策を採ることによって、顧客のリピータ化および新規顧客の獲得を有効に進めることができる可能性が高まると考えられる。

a. 「地域満喫」動機への訴求：最も将来意向に対して影響力が高いのが「地域満喫」動機であるため、「地域満喫」動機の強い顧客セグメントの参加を多く促すのがリピータ化にとっては効果的である。その為には、サイクルスポーツイベントとして挑戦や技能向上面を打ち出すだけでなく、「地域満喫」動機を充足するような、景観、文化、人的交流、食事などを訴求するようなイベントプロモーションが有効であると考えられる。プロモーションの掲載媒体も、自転車愛好家の読む自転車専門誌に限らず、旅行雑誌等への出稿も効果的と思われる。

b. 「サポート」への満足度向上の徹底：最も将来意向に対して影響力が高いのは「サポート」に対する満足であるため、イベント主催者は、イベント全体でのホスピタリティを高めて、景観や天候の影響以外のところで可能な限り満足度を高めることが重要である。サイクルスポーツイベントの増加に伴い、どのイベントのオペレーションも均質化が進んでいる中で、どれだけ「この土地(イベント)ならではの特別なホスピタリティ」を参加者に認知させることができるかが重要なカギを握る。特にスタッフやボランティアといった、テンポラリーな人材でイベントオペレーションを行う場合、彼らの一貫性のある行動がホスピタリティに対する印象形成を大きく左右することから、イベントを運営する上での人的資源管理能力がイベント主催者のコアコンピタンスとなろう。また、「サポート」と「交流」の相関が高いことを考えると、「交流」を創出するための仕掛けを講ずることも有効であると考えられる。

5.2 研究課題

本研究では、いくつかの調査項目で正規分布から外れる天井効果を示した項目があった。このことが分析結果に影響していることは否めない。今後の研究においては、質問項目の文言や回答の選択肢の工夫によって、できるだけ正規分布に近い結果が得られるよう尺度の改良が必要である。

また、本イベントの参加者の過半数以上が地元である広島県内からの参加者であったため、いわゆる観光行動についての正確なデータの収集ができず、「満足」における因子分析と、「満足」と「将来意向」のパス解析において、実態を正確に表す分析ができなかった可能性がある。今後の研究においては、地元外からの参加者が多数を占めるような参加者構成のイベントを対象にして、今回の分析結果との比較検証をすることが求められる。

「参加動機」「満足」「将来意向」のいずれも、イベントの属性と相関があることが先行研究で明らかになっているため、今後の研究においては様々な属性のイベントを対象とすることが必要である。

謝辞

本論文を執筆するに当たり、主査の間野義之先生には、個人的な関心を超えて学術的な意義と社会的な意義を踏まえた研究テーマを定める点において多大なるご指導をいただいた。自らの研究領域の先行研究を知ることで本論文のオリジナリティを検討すること、および研究や調査のデザインにおいて間野研究室の博士課程の舟橋弘晃氏からは常に親身になったアドバイスをいただいた。具体的な調査実務の進め方では間野研究室2年生修士課程在籍中の10名の若き研究者からのサポートに助けられた。最終稿を執筆する前には、木村和彦先生、松岡宏高先生、澤井和彦先生に査読いただき、示唆に富む貴重なご意見をいただいた。間野研究室社会人修士の同期10名の仲間のお陰で、相互に語り合い、励まし合いながら、目指すべき水準を高め合うことができた。以上の、研究生活を直接、間接に支援、指導いただいた皆様に厚く御礼申し上げたい。

本論文の研究データを得る機会をいただいた、第3回とびしま海道オレンジライド2012の実行委員会の皆様をはじめ、アンケートに快くご協力をいただいた参加者の方々にも深く感謝を述べたい。

最後に、仕事と研究に明け暮れる日々を見守ってくれた家族に最大の感謝を表したい。

第6章 引用・参考文献

- Alexandris, K., Kouthouris, C., Funk, D., & Giovani, C. (2009): Segmenting Winter Sport Tourists by Motivation: The Case of Recreational Skiers, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(5), 480-499
- Baker, D., & Crompton, J. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Bansal, H., & Eiselt, H. A. (2004). Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management*, 25, 387-396.
- Beard, J., & Ragheb, M. (1987). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15, 219-228.
- Bigne, E.J., Sanchez, I.M., & Sanjez, J. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behavior: inter-relationship. *Tourism Management*, 22, 607-616.
- Bodet, G. (2006). Investigating customer satisfaction in a health club context by an application of the tetraclass model. *European Sport Management Quarterly*, 6, 149-165.
- Chalip, L., & McGuirty, J. (2004). Bundling sport events with the host destination. *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 267-282.
- Chen, N. & Funk, D. C. (2010): Exploring Destination Image, Experience and Revisit Intention: A Comparison of Sport and Non-Sport Tourist Perceptions, *Journal of Sport & Tourism*, 15(3), 239-259
- Cole, S. T., & Scott, D. (2004). Examining the mediating role of experience quality in a model of tourist experiences. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 16, 79-90.
- Cole, S. T., Crompton, J. L., & Willson, V. L. (2002). An empirical investigation of the relationships between service quality, satisfaction and behavioral intentions among visitors to a wildlife refuge. *Journal of Leisure Research*, 34(1), 1-24.
- Crompton, J., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24, 425-439.
- Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*, 21, 555-581.
- Funk, D. C., & Bruun, T. (2007). The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: A cross-cultural perspective. *Tourism Management*, 28, 806-819.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1, 45-76.
- Gibson, H. J. (2004). Moving beyond the 'what is' and 'who' of sport tourism to understanding 'why'. *Journal of Sport Tourism*, 9, 247-265.
- Hallmann, K., Muller, S., & Feiler, S. (2012): Destination competitiveness of winter sport resorts in the Alps: how sport tourists perceive destinations, *Current Issues in Tourism*, DOI:10.1080/13683500.2012.720247
- 原田宗彦・木村和彦 (2009). スポーツ・ヘルスツーリズム、大修館書店
- 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、*The Japanese Journal of Experimental Social Psychology*. 2008, Vol.48(1), 17-31
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 12, 256-262.
- Kaplanidou, K., & Gibson, H. J. (2010). Predicting Behavioral Intentions of Active Event Sport Tourists: The Case of a Small-scale Recurring Sports Event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163-179.
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviors. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 183-206.

- 工藤康宏・野川春夫(2002) スポーツ・ツーリズムにおける研究枠組みに関する研究―”スポーツ”の捉え方に着目して―、
順天堂大学スポーツ健康科学研究、6:183-192
- Lee, C.-K., Lee, Y.-K., & Lee, B. (2005). Korea's destination image formed by the 2002 World Cup. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 839-858.
- Lee, J., Graefe, A. R., & Burns, R. C. (2007). Examining the antecedents of destination loyalty in a forest setting. *Leisure Sciences*, 29, 463-481.
- Lee, T. H. (2006). Assessing a river tracing behavioural model: A Taiwan example. *Anatolia*, 17(2), 322-328.
- Lee, T. H. (2009): A Structural Model to Examine How Destination Image, Attitude, and Motivation Affect the Future Behavior of Tourists, *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 31(3), 215-236
- Manfredo, M., Driver, B., & Tarrant, M. (1996). Measuring leisure motivation: A meta-analysis of the recreation experience preference scales. *Journal of Leisure Research*, 28, 188-213.
- Patrick, J.F., Morais, D.D., & Norman, W.C. (2001). An examination of the determinants of entertainment vacationers' intentions to revisit. *Journal of Travel Research*, 40, 41-48.
- Rittichainuwat, B.N., Hailin, Q., & Mongkhonvanit, C. (2008). Understanding the motivation of travellers on repeat visits to Thailand. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 5-21.
- Ross, E. L. D., & Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18(2), 226-237.
- Ryan, C., & Glendon, I. (1998). Application of leisure motivation scale to tourism. *Annals of Tourism Research*, 25, 169-184.
- 佐々木土師二 (2002) . 旅行者行動の心理学、関西大学出版部
- 佐藤晋太郎・原田宗彦・大西孝之 (2009) スポーツツーリストとスポーツエクスカーショニストの再訪意図：ニセコの来訪者の知覚価値に着目して―、*スポーツマネジメント研究* 1 (1)、19-31
- Um, S., Chon, K., & Ro, Y. (2006). Antecedents of revisit intention. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1141-1158.
- Whisman, S. A., & Hollenhorst, S. J. (1998). A path model of whitewater boating satisfaction on the Cheat River of West Virginia. *Environmental Management*, 22, 109-117.
- Yoon, Y., & Uysal, M., (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26, 45-56.