【土木計画学研究・講演集 No.14(1) 1991年11月】

リゾート・レクリエーションに関する意向実態調査に基づく行動モデルに関する基礎的研究*

A Studay on Development Behavioral Model Based on Research of Intention and Desire for Resort and Recreation Behavior

春名 攻**, 金城 昌幸***, 山田 孝弘****, 越名 健*****

By Mamoru Haruna, Masayuki Kaneshiro, Takahiro Yamada, Takeshi Koshina

In recent years, resort development projects have been highlighted aiming at promotion of regional economic development and activation of social activities. One of the key factors to obtain have success result of resort development is to grasp social needs for resort and recreation behavior in each district in Japan. To analyze subconscious needs for resort and recreation behavior the questionaire survey of the individual resort and recreation behavior was made.
In this papper authors destibe the result of analysis utilizing research of intention and desire for resort and recreation behavior, and aim to grasp subconscious needs for resort and recreation behavior from the view point of the following two behavioral stages in the model wants and choice at the resort behavior.

1. はじめに

近年わが国では、国民の所得水準の向上や自由時間の増大、さらには、生活価値観の多様化等に伴う余暇需要の増大を背景に、全国各地で地域振興の一手段としてのリゾート開発が脚光を浴び、ブームの様相を呈している。しかしながら、これらのリゾート開発計画の中には画一的な内容のものが多く、開発事業の実現性や市場性についてより詳細な検討がされていない計画も多数見受けられる。そこで、昨今のように、多様化する社会の中、より効果的なリゾート開発を行うためには、新規に需要を創造することや潜在的需要を顕在化していくような需要者サイドに重点を置いたアプローチが必要であり、この「需要創造」、「需要開発」の具体的な戦略を策定する際の一手段として、潜在的リゾートニーズの把握が重要であると考える。本研究では、以上のような認識に基づき、リゾート・レクリエーションにおける意向及び実態に関するアンケート調査を行った。

そして、リゾート欲求とリゾート地選択の2つの段階に着目することで、人々のリゾート行動メカニズムを把握するための分析および考察を行うこととした。

2. リゾート行動に関する意識分析

本研究においては、リゾートに関する需要を各個人のリゾート行動の集合から構成されると考え、前提条件としてリゾート客のリゾート行動の仮説を設

---

* キーワード：リゾート，レクリエーション 意向実態調査

** 正員 工博 立命館大学理工学部 教授 (〒603京都市北区等寺院北町56-1)

*** 正員 東洋技研コンサルタント㈱ (〒556大阪市淀川区新北野1-14-11)

**** 学生員 立命館大学大学院 理工学研究科

***** 学生員 立命館大学大学院 理工学研究科 (〒603京都市北区等寺院北町56-1)

定し、この仮説に沿って研究を進めていくこととした。（図－１にリゾート客のリゾート行動を概念的に図式化したものを示す。）この仮説に基づいて、アンケート調査の質問項目を設定し、各行動段階のにおけるリゾート行動メカニズムの解明のための分析を行った。

（１）リゾート行動仮説の概略的説明

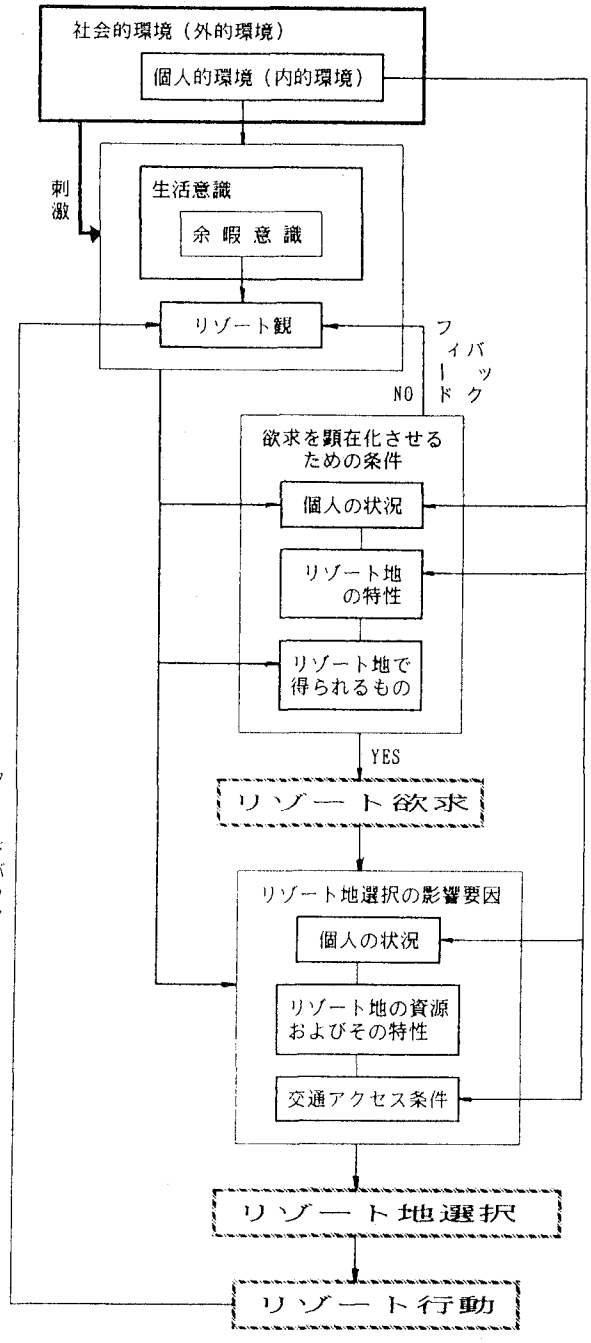
本研究では、人々のリゾート行動における仮説をを次のように設定した。

まず最初に、政治・経済・技術水準や歴史・文化生活様式などの様々な要因で構成されている社会的環境（外的環境）の中で、人は様々な刺激を受けながら、それぞれの個人的環境（内的環境）を形成しており、これがその人の価値観や行動様式に影響を与えているという仮説をたてた。

次に、個人的環境（内的環境）における生活意識が、社会的環境（外的環境）から情報などの刺激を受けながら存在して、思考やライフスタイルに影響を与えていると仮定した。また、これはリゾート行動や趣味などの余暇に対する意識をも含むものである。さらに、生活意識内の余暇意識が、リゾートに向けられたときに始めて、情報，あるいは過去の経験などに基づいて、リゾート観が形成されると考えた。ここまでは、リゾート行動に対する欲求は潜在化しており、自覚がないものと考える。

次に、欲求が顕在化するまでには、リゾート観や個人の状況を基に欲求を顕在化させるための条件を自分なりに設定し、それが満たされれば欲求が顕在化し、また満たされなければそれを個人の中の情報としてリゾート観にフィードバックされるとした。そしてリゾート欲求が顕在化すれば、具体的に求めるリゾート地を選択し、リゾート行動に移ると仮定した。そして最後に、具体的行動をすることによる満足度や不快度などの意識を自分なりにの処理・加工し、客観的な情報として、リゾート観にフィードバックするものとした。

このように、本研究では人々のリゾート行動を各種の欲求が集合した形で潜在的なリゾート欲求が生まれる段階と、自らの評価・判断によりいくつかの欲求を選択し、それが顕在化することにより具体的なリゾート地の選択へと移行していくという二段階プロセスを仮定した。そして、それぞれの段階ごとに影響する要因として、リゾート欲求



図－１　　リゾート行動の顕在化プロセス

段階では「個人の状況」，「リゾート地で得られるもの」，「リゾート地の特性」を、またリゾート地選択段階では「個人の状況」，「リゾート地までのアクセス条件」，「リゾート地の資源及びその特性」という条件群を仮説し、それらの段階ごとにリゾート行動のメカニズムを考えて行くこととした。

（２）アンケート調査

調査項目は、前述の行動仮説に沿って設計した。その内容は、個人属性、生活意識、リゾート観、リゾート欲求意識、そしてリゾート地を選択する際に考慮した事柄等々から構成した。

これらの調査を平成２年１２月から平成３年１月の期間に近畿圏の企業に勤務する２０歳以上の男女およびその家族を対象にして実施し、その結果有効サンプル数３５５部(回収率82.2%) を得た。

（３）調査結果

ａ)個人属性

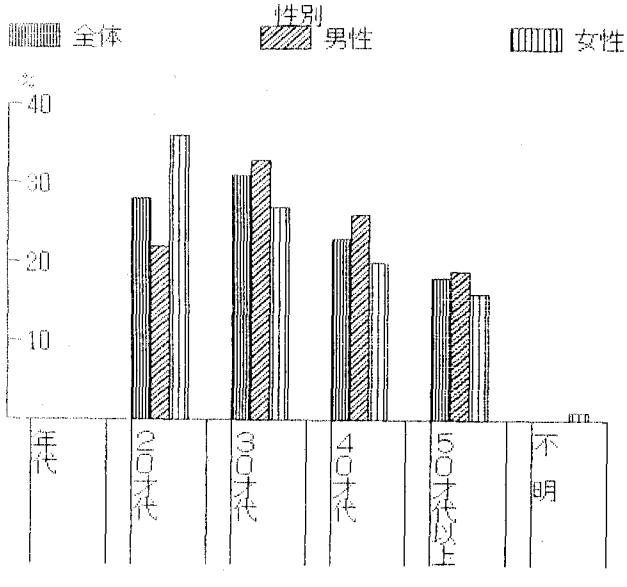
回答者の特徴としては、性別および年齢別にみると２０歳代を除くと女性の割合が若干少ないとはいえ、２０歳代、３０歳代、４０歳代、５０歳以上の各年代層の男女がほぼ平均的な割合で分布しており、それぞれの意見を反映した調査結果が期待できる。

職業については、男性のほとんどが会社員・団体職員であるのに対し、女性は２０１歳代においては会社員が60.1 %と大部分を占めているが、３０歳代、４０歳代、５０歳以上の女性についてはパートタイム・アルバイトおよび専業主婦が半数を占めており、定職を持っていないために、女性について、仕事および余暇活動に関する意識の違うデータの出ることが期待できる。休暇状況については、完全週休２日制が48 %、隔週２日制が37.9 %と週休２日制がかなりいきわたってきてはいるが、連続休暇に対しては23 %しか現状には満足しておらず、まだまだ休暇に対する不満は多いようである。

生活環境として、現住所については、アンケートの対象を近畿圏の企業に勤務する人およびその家族としたこともあり、大阪・京都・神戸の３都市とその周辺地域に集中しており、比較的に都会的な便利さをもった生活圏で生活するサンプルだということが推定できる。

ｂ)リゾート観およびリゾート行動意識

まず、最近流行のリゾート地を知っているかという設問に対し、「知っている」と解答した人が83.6 %と圧倒的に多く、リゾート地に対する情報はかなり広く行き渡っている事がわかる。また、過去にリゾート地に行った経験があるかについては、やはり大部分の83.6 %が「経験がある」と答えており、年代層の若いほど割合が多くなっている。



図－２年齢および性別構成

次にリゾート地に行くことに対する質問に対しては大部分の85.6%が「条件が整えば行ってみたい」と回答しており、また、近い将来（１・２年以内）のリゾート地に行く予定については、86.6%とほとんどが「予定がある」と解答している。従って、リゾート行動の制約条件を探索し、その条件を考慮したリゾート開発をおこなうことで、潜在的リゾートニーズを顕在化へと高めることができると考える。

３．リゾート欲求、リゾート地選択に関する分析

（１）分析の概要

ここでは、今回行ったリゾート・レクリエーションに関するアンケートによる意向実態調査から得られたデータに基づいて、潜在的ニーズを把握するための基礎的デー

タを取りまとめるべく、分析および考察を行った。具体的には、リゾート行動におけるリゾート欲求およびリゾート地選択の２段階に着目し、それぞれの段階に至るまでの行動をその影響要因の関連を中心に分析を行い、その構造をつかもうとした。さらに、影響要因の構造をより綿密に探索するため年代層の意識の違いに狙いを定めることにより、年代層を外的基準とした数量化理論第Ⅱ類による分析を行った。

（２）リゾート欲求に関する分析

今回の調査により、リゾート欲求が生まれるまでに影響すると考えられる項目についての質問をしたところ、「個人の状況」，「リゾート地で得られるもの」，「リゾート地の特性」の順に優先的に考慮することがわかった。ここでは、欲求の生ずるまでの行動を、この３要因の流れに沿って捉え分析していくこととした。

また、リゾート欲求に対する影響要因の構造を探索するため、年代層を外的基準として数量化理論第Ⅱ類を用いた分析結果による説明も同時に行っていくこととした。（尚、分析結果は表－１に示すとおりである。）

ａ）個人の状況

まず個人の状況では、「総費用」，「過去にリゾート地に訪れた思い出」，「連続休暇」，「同行者」の順で影響度が高かった。これは、経済面と時間面が欲求を顕在化させる絶対要因として規定でき、特に時間面では社会的に休暇日数が増加傾向にあるが、まだまだ不足感があると考えられる。

過去にリゾート地に訪れた思い出については、過去に訪れたリゾート地の中で最も印象に残ったリゾート地について、全体の４６％が「もう一度同じリゾート地に行きたい」と回答し、「雰囲気」，「目的の達成度」，「活動」「休養やリフレッシュ度」といった項目に満足度が高く、また、４５．８％が「別のリゾート地なら行ってみたい」と回答しており、「混雑度」，「交通の快適性・利便性」といった項目を不満足に感じているという結果が出た。このように、リゾート行動を１度することにより、それに対して潜在的な意識を持つようになり、満足度や良い思い出は欲求の度合を増す方向に、また不満や悪い思い出は欲求の度合を減らす方向に影響していることがわかった。同行者については、需要者が個人行動よりも団体行動を好むことが考えられる。

このように、欲求段階までの行動では、まずは、極めて個人的な条件や意識が優先的に影響して欲求が生まれてくると考えられる。

ここで数量化Ⅱ類の結果をみると、年代層ごとの家族構成の違いなどによりに年齢による「同行者が誰になるか」に対する意識が異なってくるが、「個人の状況」に関しては年代層にあまり関係なく、重要に感じていることがわかった。

ｂ）リゾート地の特性

次に、リゾート地の特性では、「静かさ」，「リゾート地までの距離」，「交通の利便性」の順で影響度が高かった。

まず最初に、「静かさ」の影響度が高かった理由としては、アンケート調査を都市部で行ったことや、後述する「リゾート地で得られるもの」で「精神性」、「日常生活からの遊離」に関係する項目の影響度が大きいことなどが考えられる。次に、「リゾート地までの交通の利便性」と「リゾート地までの距離」については、実際にリゾート地に行く際に限られた時間をリゾート地で有効に使うために、移動をできるだけ効率良くしたいという意識があることや、リゾート地そのものの魅力だけではなく距離との関わりで欲求の度合が変わってくるということが考えられる。

このように、「個人の状況」における個人的な条件や意識のみではなく、それらを考慮したうえで、より具体的な条件や意識の方向に進んでいくことがわかった。

ここで、数量化Ⅱ類の結果を見ると「その地域独特のもの」においては、年代による意識の違いがかなり出ている。若い世代には目新しい刺激として、高年齢層には昔を回顧できるものとしてリゾート欲求に影響を与えると考えられる。また「都会的センスやおしゃれな感覚」においては、若年層、特に２０歳代が重要視するが、高齢層はあまり考慮しないといった具合いに意識の違いが出ている。

ｃ）リゾート地で得られるもの

最後に、リゾート地で得られるものについては、「精神的ゆとりやくつろぎ」，「解放感」，「自然とのふれ合い」，「ストレスの発散」，「精神的豊かさや贅沢感」の順で影響度が高かった。ここで、

これらの結果について個人の行動の内的側面からの検討を行うため、個人の生活意識に関する結果をみることとした。日常生活の満足度については、「余暇・レジャー」，「経済面」，「住生活」「仕事・家事」の順に不満を感じ、日常生活におけるストレスの感じ方については、「仕事（家事）の内容についてのストレス」，「時間に追われてのストレス」といった項目について、特にストレスを感じているという結果が出た。

ここで数量化Ⅱ類の結果を見ると年代毎の意識の差の大きい順に、「解放感」，「ストレスの発散」「子供の教育」，「その地域の独特なもの」，「季

表－1．リゾート欲求段階における数量化Ⅱ類による分析結果

＜A．個人の状況について＞

アイテム	カテゴリー	度数	ウエイト	範囲（順位）	偏相関係数（順位）
過去の思い出があること	影響する	187	0.0890		
	どちらでもない	24	-0.2685	0.5322	0.113502
	影響しない	23	-0.4432	(2)	(2)
連続休暇が取れること	影響する	196	0.0336		
	どちらでもない	19	-0.1117	0.2685	0.050151
	影響しない	19	-0.2349	(3)	(3)
同行者が誰になるかということ	影響する	195	0.0216		
	どちらでもない	23	0.2954	0.9832	0.137457
	影響しない	16	-0.6878	(1)	(1)

＜B．リゾート地で得られるものについて＞

アイテム	カテゴリー	度数	ウエイト	範囲（順位）	偏相関係数（順位）
解放感が得られること	影響する	203	-0.1925		
	どちらでもない	16	0.1152	2.6747	0.258931
	影響しない	15	2.4822	(1)	(2)
ストレスの発散ができること	影響する	183	0.0985		
	どちらでもない	34	0.0106	1.1798	0.152783
	影響しない	17	-1.0813	(2)	(6)
精神的な豊かさや贅沢な気分に浸れること	影響する	172	0.0726		
	どちらでもない	46	0.0180	0.9052	0.124862
	影響しない	16	-0.8326	(6)	(7)
季節感が得られること、避暑・避寒ができること	影響する	128	-0.0451		
	どちらでもない	78	-0.2154	1.0216	0.201960
	影響しない	28	0.8082	(4)	(4)
知らない人との出会いがあること	影響する	54	0.2396		
	どちらでもない	100	0.2169	0.6725	0.196906
	影響しない	80	-0.4329	(7)	(5)
子供への教育に役立つこと	影響する	115	0.5745		
	どちらでもない	73	-0.5773	1.1518	0.384406
	影響しない	46	-0.5200	(3)	(1)
知識・教養が得られたり、学習活動に専念できること	影響する	84	-0.4504		
	どちらでもない	93	0.0979	0.9544	0.235233
	影響しない	57	0.5040	(5)	(3)

＜C．リゾート地の特性について＞

アイテム	カテゴリー	度数	ウエイト	範囲（順位）	偏相関係数（順位）
都会的なセンスやおしゃれな感覚があふれていること	影響する	74	-0.3265		
	どちらでもない	67	0.4975	0.8240	0.233954
	影響しない	93	-0.0987	(3)	(3)
伝統産業などのその地域独特のものがあること	影響する	127	-0.2657		
	どちらでもない	72	0.0453	1.1367	0.240088
	影響しない	35	0.8710	(1)	(1)
リゾート地までの交通の利便性	影響する	173	-0.0113		
	どちらでもない	40	-0.2588	0.8449	0.126091
	影響しない	21	0.5862	(2)	(2)
				重相関係数	0.623502

寄与率　43.45%　　相関比　0.6362

節感」などが順位として高かった。「解放感」や「ストレスの発散」については日常生活において、仕事（家事），時間的圧迫，対人関係などによるストレスを感じる度合が、年代層において異って影響していると考えられ、特に若い年代では仕事に対する緊張感、中年層では責任感が影響していると考えられる。また、子供の教育については、年代層と子供の年齢が関わっており、子供が幼少であったり思春期である年代層ほど影響が強いと考えられる。

d）リゾート欲求段階のまとめ

これらの分析から、年代等の層による意識の違いを考慮た上で、次のような事がいえる。リゾート欲求が生まれるまでの段階においては「個人の状況」における極めて個人的な条件が満たされ、次に「リゾート地の特性」における交通条件などの、より具体的な条件が満たされることで、日常生活における不満やストレス等から生じるリゾート行動に対する潜在的な意識が顕在化し、「リゾート地で得られるもの」において「静かさ」や「精神的ゆとりやくつろぎ」といった静的（保守的）な欲求から、「ストレスの発散」，「精神的豊かさや贅沢感」といった動的・活動的（攻撃的）な欲求へとステップアップしていくと考えられる。

（3）リゾート地選択段階の要因分析

次に、リゾート地選択をおこなう段階で、影響する要因について、「個人の状況」，「リゾート地資源及びその特性」，「リゾート地までのアクセス条件」の順に考慮するという結果が得られた。ここでは、この流れに沿って、リゾート地選択段階の行動を分析することとした。

また、リゾート欲求と同様に、リゾート地選択の直接要因に関する年齢を外的基準とした数量化II類による分析を行った。（尚、分析結果は表－2に示す。）

a）個人の状況

リゾート地の選択段階においても、まずは「個人の状況」を優先的に考えるという結果であり、リゾート行動を起こす絶対的要因である「時間面」と「金銭面」として「リゾート地での滞在日数」，「リゾート行動に使う全費用」という項目が挙げられ、リゾート地を選択する際にかなり重要な要因であることがわかった。そして、この絶対的条件が整うと同行者が誰になるかや人数などの条件、または、過去に訪れた経験によるリゾート地への印象などの潜在的意識などにより、リゾート地がある程度限定されると判断できる。

ここで、数量化II類による分析結果をみると、「リゾート行動に使う全費用」において年代別の差が出ているのは、年代別の費用に関する意識において若い層はレクリエーション等の活動費に、一方高齢層は宿泊費または交通費に比較的多く費用を割り当てるといった意識の違いからきていると判断できる。

b）リゾート地の資源及びその特性

次の段階における行動は、「個人の状況」において基本的に制約された条件に基づいて「リゾート地の資源及びその特性」についての考慮がなされる。

リゾート欲求段階においては、「静かさ」や「精神的ゆとりやくつろぎ」といった静的（保守的）な欲求から、「ストレスの発散」，「精神的豊かさや贅沢感」といった動的・活動的（攻撃的）な欲求というようにステップアップしたが、リゾート地選択の際ににおけるリゾート地の魅力においても、「自然資源の魅力」，「リゾート地の雰囲気」，「地理的位置の魅力」といった静的魅力をまず考えて、「スポーツやレクリエーション等のリゾート施設」のような活動的魅力へと移行していくことがわかる。さらに、具体的な魅力をみていくと、「自然資源の魅力」が影響すると回答したうちの44.6 %が「景観の美しさ」を、「リゾート地の雰囲気」が影響すると回答したうちの34.6 %が「清潔できれいな雰囲気」をあげている。リゾート地の特徴の魅力としては、「美しさ」，「清潔さ」，「きれいさ」といった精神的、感覚的な満足をかなり強く望んでいることがわかる。これは、都会での日常生活における不満に対比している。そして、感覚的なものが満たされるとより活動的な項目へと移っていることがわかる。活動的な魅力としてのレクリエーション施設であるが、その具体的な魅力として「用具や乗り物のレンタル」，「企画や催し」といった項目があげられた。欲求段階においても「その地域独特のもの」という項目が挙げられていたが、リゾート地のハード面だけでは画一的になりがちであり、リゾート地を選択するうえでサービス・企画等のソフト面は重要な意味をなすと考えられる。

ここで、数量化II類による分析結果により、年代の違いによる意識の違いの最も大きいものは「自然資源」であり、続いて「リゾート行動にかかる全費用」，「スポーツやレクリエーション等のリゾート施設」，「宿泊施設」，「リゾート地全体の雰囲気」の順となった。「自然資源」への意識の違いが大きいことは、その具体的な魅力について若い世代ほど「広大さ」，「神秘性」を魅力に感じ、高齢になるほど「景観の美しさ」，「緑の豊富さ」，「心身の疲れを癒せる」といったものの割合が大きくなっているなど自然資源に関する意識やその捉え方に、年齢による差が生じた。

表－2．リゾート地選択段階における数量化II類による分析結果

＜A．個人の状況について＞

アイテム	カテゴリー	度数	ウエイト	範囲（順位）	偏相関係数（順位）
滞在日数が何日とれるか	影響する	203	-0.0479	0.5340(3)	0.058075(3)
	どちらでもない	21	0.1618		
	影響しない	13	0.4861		
全費用がどのくらいになるか	影響する	203	0.0857	1.6553(1)	0.107083(1)
	どちらでもない	26	-0.1864		
	影響しない	8	-1.5695		
同行者の意見や好み	影響する	172	0.0167	0.6101(2)	0.065723(2)
	どちらでもない	47	0.1248		
	影響しない	18	-0.4854		

＜B．リゾート地の資源およびその特性について＞

アイテム	カテゴリー	度数	ウエイト	範囲（順位）	偏相関係数（順位）
地理的位置の魅力	影響する	175	0.0333	0.9235(5)	0.110019(5)
	どちらでもない	40	-0.4216		
	影響しない	22	0.5019		
自然資源の魅力	影響する	212	-0.0913	1.7287(1)	0.108954(7)
	どちらでもない	17	0.3679		
	影響しない	8	1.6374		
歴史的資源や文化資源	影響する	117	0.2120	0.7759(6)	0.127478(4)
	どちらでもない	91	-0.0929		
	影響しない	29	-0.5639		
スポーツやレクリエーション等のリゾート施設の充実性	影響する	130	-0.5919	1.6345(2)	0.316750(1)
	どちらでもない	79	0.6045		
	影響しない	28	1.0426		
リゾート地全体の雰囲気	影響する	195	0.1384	1.0083(4)	0.166056(2)
	どちらでもない	31	-0.8699		
	影響しない	11	-0.0012		
宿泊施設の魅力	影響する	185	0.0133	1.6189(3)	0.149689(3)
	どちらでもない	37	0.4197		
	影響しない	15	-1.1992		
生活に必要な施設やサービスが高水準で備わっていること	影響する	129	-0.1357	0.7069(7)	0.109758(6)
	どちらでもない	75	-0.0179		
	影響しない	33	0.5712		

＜C．リゾート地までのアクセス条件について＞

アイテム	カテゴリー	度数	ウエイト	範囲（順位）	偏相関係数（順位）
道路の整備状況	影響する	153	-0.0004	0.8602(2)	0.121682(2)
	どちらでもない	52	0.3284		
	影響しない	32	-0.5318		
道路の渋滞度	影響する	179	-0.1217	0.5347(3)	0.111465(3)
	どちらでもない	33	0.4129		
	影響しない	25	0.3266		
空港が整備されていること	影響する	101	0.3758	1.2397(1)	0.207549(1)
	どちらでもない	90	0.0199		
	影響しない	46	-0.8639		
					重相関係数　0.494972

寄与率　45.84%　相関比　0.3245

さらに、全費用による意識の違いに関しては、単純集計により、全体的に交通費と宿泊費を優先する傾向にあるものの、２０代の男女および３０代の男性ではリゾート地での活動費を、また３０代の男女および４０代男性では飲食費を最も優先するサンプルが出て来るという具合いに層ごとに意識の違いが現れている事がわかる。また、スポーツやレクリエーション等のリゾート施設および宿泊施設においても年代別による意識の違いが出ているが、これは年代別に利用目的および利用形態に意識の差が出てきていることがわかる。また、「リゾート地全体の雰囲気」においては、その具体的な魅力に対する意識の違いとして、「都会的でおしゃれな雰囲気」では比較的若い層が、「古風で落ち着いた雰囲気」および「田舎風で落ち着いた雰囲気」では年配層の方が魅力に感じることがわかった。

ｃ）リゾート地までのアクセス条件

リゾート地を選択する際に、最も具体的条件である「リゾート地までのアクセス条件」では、影響度の高い順に「交通費」，「道路の渋滞度」，「移動の快適性」が挙げられる。ここで、交通費はどうしても意識するものの、それと同レベルで道路の渋滞や乗り物内の混雑といった不快さを意識していることがわかった。

ここで、数量化Ⅱ類による分析結果を見ると、「空港が整備されていること」，「道路の整備状況（高速道路の整備も含む）」が、年齢による意識の違いの大きいと言う結果が出た。これは、航空機、高速道路といった交通費は比較的高価であるが時間的には短時間で移動できる交通手段に関する年代ごとの意識の差が出ており、職場での役職等の違いが関係していると考えられる。

ｄ）リゾート選択段階のまとめ

これまでの分析により、リゾート地選択段階においては、前の段階までに、リゾート欲求が生まれているので、「個人の状況」における条件が満たされると、具体的リゾート地の魅力である「リゾート地の資源及びその特性」を考慮し、欲求の種類および度合によってリゾート地の魅力の検討が為された後に欲するリゾート地の候補が選択される。そしてさらに、「交通アクセス条件」という具体的な条件によりリゾート地の絞り込みが行われ、具体的な行動としてリゾート地が決定されると考えられる。但し、年代別等の層による意識の違いを考慮にいれる必要があり、同じ要因においても年代によってその重要度が大きく異なると考えられる。

４．おわりに

本研究では、近年、地域振興策の一手段として全国各地で期待が高まりつつあるリゾート開発を捉え、リゾート開発をより効果的におこなうための方法として、需要者サイドからのアプローチによる潜在的リゾートニーズの把握が重要であると考えた。そこでこの問題を解決するための支援情報を探索するため、一般の人々を対象にリゾート・レクリエーションに関するアンケート調査を実施した。そして、その調査結果を基に人々のリゾートに対する意向実態を分析し、さらに、この分析結果に基づき、人々のリゾート欲求段階およびリゾート地選択段階のリゾート行動メカニズムを統計的推論として解明しようとした。そして、これらにより、リゾート開発策定のための有効な支援情報が得られたと考える。

今後は、本分析および研究の成果を踏まえ、さらに詳細な調査分析をおこなうことにより、リゾート行動メカニズムの解明のための研究を進めていく予定である。

《参考文献》

１）嶋口充輝；戦略的マーケティングの論理，誠文堂新光社，１９８４
２）吉田正昭；消費者行動の理論，丸善，１９６９
３）林知己夫；数量化の方法，東洋経済，１９７４．１２
４）小池洋一、足場洋保；観光学概論，ミネルヴァ書房，１９８８．６