

観光地における多様な主体の地域愛着に関する研究 ～ニセコ・倶知安地域を事例として～

今井 唯¹・谷口 綾子²・原 文宏³

¹正会員 東日本旅客鉄道株式会社 品川保線技術センター (〒108-0075 東京都港区港南2-1-29)
E-mail:yui-imai@jreast.co.jp

²正会員 筑波大学大学院 システム情報工学研究科 (〒305-8573 茨城県つくば市天王台1-1-1)
E-mail:taniguchi@sk.tsukuba.ac.jp

²正会員 (社)北海道開発技術センター (〒060-0051 札幌市中央区南1条東2丁目)
E-mail:hara@decnet.or.jp

観光がわが国の重要政策とされる中で、観光の効果について、地域経済等への量的効果のみならず、今後は地域愛着意識の向上といった質的効果についても検討していく必要がある。本研究では、ニセコ地域を事例として、地域の観光が観光客・地域住民の地域愛着意識に与える影響について検証を行った。その結果、来訪地域住民との交流の程度が観光客の地域愛着意識に大きな影響を与えることが示唆されたほか、地域住民の地域愛着意識は近隣住民との交流や地域活動への参加が多いほど高いことが示された。また、因子分析の結果から、地域住民の観光への態度は「景観・治安」「文化・伝統」「公共施設・サービス」「経済・商業活動」の4つの側面への評価から構成されており、観光への態度が肯定的であるほど、地域愛着(選好)は高まるが、地域愛着(持続願望)は低減する可能性が示された。

Key Words : *Place attachment, Tourism, residents' attitudes toward tourism*

1. はじめに

平成 15 年、小泉元総理大臣の第 156 回国会施政方針演説における観光振興への言及などを契機に、わが国でも「観光」が重要な政策の柱として掲げられ、観光政策の方針についても全面的に見直されてきた。⁽¹⁾平成 19 年に制定された観光立国推進基本法では、これまでの画一的で過度な開発に依存した観光ではなく、地域の特色を活かした観光地づくりが目指されており、その評価についても経済効果や交流人口の拡大といった量的な観点のみでなく、「観光」が人々の意識にもたらす質的な効果にも目が向けられている。観光立国推進基本計画では、その基本方針のひとつに「地域住民が地域に愛着と誇りを抱ける地域づくり」が掲げられており、観光を通じた地域に対する愛着意識の醸成が期待されている。

地域愛着意識の重要性については、地理学や環境心理学、社会心理学をはじめ、様々な分野で多く説かれており、近年では、都市計画分野でも地域づくりにおける地域愛着意識の重要性が検証されている⁽²⁾⁽³⁾。たとえば、谷口らは地域愛着が高い人ほど、地域づくりの政策に対する関心が高いことを報告している。また、鈴木らは、地域への愛着が高いほど町内会活動やまちづくり活動への参加意欲が高いことが示している。これらの既往

研究からも、地域愛着意識とまちづくりは強い関係性をもっていることが伺える。同様に、観光についても「観光まちづくり」と言われるように地域づくりと密接な関係があり、この点からも観光地における住民の地域愛着意識は重要であると考えられる。

さらに、地域愛着意識の醸成が期待されるのは、そこに住む住民だけに限らない。観光地を訪れる観光客もその地域に多大な影響を及ぼすものであり、まちづくりの重要な主体といえる。短期的な滞在者であっても「部外者の立場で一時的にその地域を消費する」という発想ではなく、居住者同様、その地域に愛着を持って行動することで、地域の尊厳を守り、その地域をよりよくしていくことにつながることを期待される。観光客と地域住民の双方が地域に愛着を持つことは、観光庁が目指す「住んでよし、訪れてよし」の観光地づくりに欠かせない要素であると考えられる。

しかし、これまで地域の観光が住民や観光客の地域愛着意識にどのような影響を及ぼしているのかについて明らかにした研究はほとんど見当たらない。

地域愛着意識の規定因については、既存研究で年齢、居住年数、性別、人種等の個人属性など多くの要素が指摘されている⁽²⁾⁽⁴⁾。また、Brown et al.は、落書きなど

のある住居や街路などの景観、地域内の物理的環境の荒廃や地域の悪化が住民の地域愛着を低下させること、ならびに、近隣住民との日常的な接触度が高いほど地域愛着意識が高いことを報告している。その他にも、景観や地域の歴史的風景、祭り等の地域イベントへの関心度などとの関係性も指摘されているところである。

このように地域愛着意識の規定因について多くの研究がなされているが、これらの既存研究は「観光地」に着目したのではなく、その対象者も住民に限られている。しかし、上述したように観光地を構成する主体は地域住民に限らず、来訪者、すなわち観光客も観光地を構成する重要な主体であると考えられる。そこで、本研究では、地域の観光が、観光客と地域住民の地域に対する愛着意識に与える影響とその影響要因を明らかにすることを目的とする。

2. 研究対象地の概要

本研究では、北海道南西部の後志管内に位置するニセコ地域と呼ばれる観光地域を対象とすることとした。以下にニセコ地域の概要について述べる。

ニセコ地域は、羊蹄山を中心とした周辺町村の総称として一般的に認識されている。ニセコ地域は洞爺支笏国定公園に指定されている羊蹄山やニセコ積丹小樽海岸国定公園に指定されているニセコ連山、さらには豊富な温泉資源など優れた自然資源を有している。また、これらの山々には複数のスキー場が開設されており、パウダースノーと言われる水分量が少なく、スノースポーツに非常に適した良質の雪が降ることから、古くからスキーのメッカとして知られてきた。そのため、宿泊施設やスキー場等のレジャー施設が集中している倶知安町の比羅夫地区が観光の中心地となっている。

1990年代後半に入ってから、ラフティング等の夏季に楽しめる体験型メニューが展開され始め、現在では夏季の入込客数も冬季と同レベルとなっている。

2000年代に入ると、上質な雪を求めてオーストラリアを中心とした外国人来訪客が急増した。その後、香港や台湾などのアジア圏からの来訪も増加している。

なお、上述したように、ニセコ地域は広範囲に渡っており、羊蹄山を中心とした周辺の複数の町村に跨った地域を指す。本研究では、その中でも観光資源が多く集まり、宿泊施設が集中する、ニセコ地域の中核を成すニセコ町と倶知安町の2町を調査対象地とした。

ニセコ町は面積 197.13 平方 km、人口約 4,700 人で、倶知安町は面積 261.24 平方 km、人口約 15 万人の町である。人口構成は全国平均より高齢化率がやや高い水準である一方で、両町とも転入者数・転出者数が多く、ここ 20 年ほどを見ても年間転出入者合計値は倶知安町で人口の

15%前後、ニセコ町で 10%強になる。このことから、居住者の入れ替わりが大きいという特徴を持っていることが伺える。

主要産業は、農業と観光業であるが、レジャー施設や宿泊施設等、観光関連施設は主に山側に集中しており、それ以外の市街地や農業地帯では観光客との接点が少ない住民も多い。また、観光客についても、北海道内からの来訪者とともに、道外からの来訪者も多いほか、オーストラリアや東南アジアなど多様な国籍の人々に調査を行うことが可能な地域である。このように、観光業に従事する住民とほとんど関係のない住民が混在していること、国内外の多様な観光客の来訪が見込めることから、本研究ではニセコ地域を調査対象地とすることとした。

3. 「地域愛着意識」と「地域」の定義

本章では、本研究における地域愛着意識と地域の範囲について定義を行う。

これまで「地域愛着 (Place attachment)」は、社会心理学や環境心理学の分野で主に扱われてきた。Hidalgo は、環境心理学における既存研究を概観した上で、一般的に Place attachment を「人間と場所との感情的なつながり」と定義している。その他の既存研究⁽²⁾⁽⁶⁾⁽⁷⁾でもこの定義に倣って、「地域愛着」を「人と地域との間の感情的 (情緒的) な絆やつながり」と定義している。

本研究でも同様に、「地域愛着」を「人と地域との間の感情的な絆やつながり」と定義する。上記の既存研究では、その対象は居住者に限られているが、本研究では、観光客のように一時的に滞在する主体についても、来訪地に対する地域愛着の存在を前提にしている。これは、観光客は何かしらの魅力を感じて、数ある地域の中からその地域を選択して訪れていること、また、滞在中は多少なりとも地域との交流を持つことになることから、住民の地域愛着と質がちがう可能性も考えられるものの、観光客もその土地に何らかの地域愛着を持つと考えられるからである。複数回来訪するリピーターがいるように、観光客の中にも「地域との感情的な絆やつながり」を感じている人が存在するとしても不思議ではない。実際、Payton の研究では、野生保護区という地区内において「その場所を共有する個人間の信頼」及びその場所への愛着の存在が、その地域を訪問する人の「市民的な行動 (Civic action)」を促す可能性を示唆している。このことから、観光客がその訪問地への地域愛着を持ち、それが来訪地での振舞いに影響する可能性があると考えられることは、論理的にあり得ることであると考えられる。



図1：ニセコ町・倶知安町位置図

また、地域愛着における「地域」の範囲について、既存研究ではコミュニティ活動や地区における活動の単位となる「居住地の小中学校の学区（校区）程度の広さ」⁽²⁾や「日常生活行動圏」⁽⁷⁾といった、住民の生活上で住民同士の交流が日常的に見られる範囲と定義されている。

さらに、「観光地域」の範囲については、住民の生活圏とは異なり、観光地としてひとつの名称の元、一般的に認識されている地域とした。その範囲規模は様々であり、ある局地的な範囲をさす場合もあれば、複数の市町村や時には都道府県をまたぐような広範囲を指す場合もあるが、本研究では、前章で述べたように、ニセコ地域は倶知安町・ニセコ町を中心とした複数の町村を跨った地域一体を対象とすることとした。

4. 調査について

本研究では、上述の目的を検証するため、ニセコ地域の住民と来訪中の観光客に対してアンケート調査を行った。以下に調査概要と調査項目について示す。

(1) 調査の概要

調査の概要を表1に示す。本調査の対象地は、ニセコ地域における主要な観光資源が集まり、来訪者の90%が宿泊地として選択する、ニセコ町・倶知安町とした。

観光客に対しては、空港とのアクセスバスの待合所や観光客が多く立ち寄り飲食店等でアンケート調査票を直接配布・回収した。なお、ニセコ地域は夏季と冬季で観光客の来訪目的が大きく異なるため、観光客については夏季と冬季でそれぞれ調査を行った。

地域住民に対しては、ニセコ町と倶知安町の世帯を無作為に抽出し、1世帯につき2部のアンケート調査票を配布し、郵送回収を行った。

(2) 調査項目

本調査で回答を要請した項目を表2に示す。

まず、地域愛着意識については、既往研究²⁾で用いら

れている選好・感情・持続願望の三つの指標について、計12尺度を本研究でも使用することとした(表3)。これらの地域愛着の指標は、大谷ら⁴⁾が作成した尺度を用いた。大谷らは環境からの情報の認知・感情の生起・評価といったプロセスを経て人間の内部に心理的環境が形成されると述べており、それを踏まえた質問項目を作成している。

さらに、萩原らはこれらの質問項目を用いた調査データを主成分分析を行い、地域愛着を3種類に分類している。地域愛着（選好）は、個人的な嗜好の観点から当該地域を肯定的に評価する程度を意味するもの、地域愛着（感情）はそうした嗜好を超えて、当該地域に対して“慣れ親しんだものに深くひかれ、離れがたく感じる”程度を意味するもの、地域愛着（持続願望）は思考や感情と言った現状の地域に対する認知的、情緒的な地域への心的関与のみを意味するのではなく、地域のあり方そのものに対して“願い”を抱くという地域愛着を意味するとしている。また、この3種類の地域愛着には、醸成期間に差があるとされている。このことは、前述した情報の認知から感情が生起するというプロセスにも当てはまるといえる。

次に、観光客の地域愛着意識の規定因と考えられるものとして「観光客の居住地」を設定した。これは、来訪地域との距離が離れているほど、心理的距離が離れるため、地域愛着が醸成されにくい可能性が考えられるためである。同様に観光客の地域愛着には「来訪回数」も規定因になりうると思われる。接触機会が多いほど、その対象物に好感を抱くことは単純接触効果と呼称されているが、地域愛着もその土地との接触回数が増えればより強くなる可能性が考えられる。

他に、地域愛着に影響すると考えられる個人属性としては性別が挙げられる。男性と女性では、旅行に対して求めるものや満足もしくは不快を感じる観点が異なるかもしれない。そのため、来訪地に対する愛着についても影響がある可能性がある。

また、来訪満足度が高い人は、地域に対する愛着も高いと考えられる。さらに、既存研究で住民同士の関係性が良好なほど地域愛着が高まることが示されているが⁴⁾、観光客においても、来訪地域の住民との関係性が深まることでその地域に対する愛着も高まる可能性が考えられる。

続いて、地域住民の地域愛着の規定因として、観光客同様、既存研究でも関係性が指摘されている個人属性（年齢、居住年数、性別）と、近隣住民との交流度を設定した。また、まちづくり活動への参加が地域愛着意識の醸成に影響があると示唆する研究結果の報告もあり²⁾、観光とまちづくりの関係性も報告されていることから、本調査では地域活動への参加度についても回答を要請す

ることとした。

なお、地域愛着意識と地域交流度については、5段階評定とし、尺度両端の定義「とてもそう思う」を5、「まったくそう思わない」を1として、複数の設問項目への評定の平均値を尺度として用いている。観光客と地域住民それぞれの尺度の平均値について表3に示す。尺度の信頼性については、表3に示した信頼性係数 α がいずれも0.7以上となっていることから、十分な信頼性が得られたと判断した。

表1：調査概要

調査対象	観光客	地域住民
調査方法	直接配布・回収	ポスティング配布・郵送回収
調査実施日	冬季: 2010/2/27・28 夏季: 2010/7/28・29	2101/10/4~25
配布数	冬季: 91部 夏季: 148部	俱知安町: 5,800部(2,900世帯) ニセコ町: 2,600部(1,300世帯)
回収数	冬季: 91部 夏季: 148部	俱知安町: 539部(486世帯) ニセコ町: 348部(322世帯) 回収率: 10.6%

表2：調査項目

個人属性	
観光客	年齢・居住地・性別・来訪回数
地域住民	年齢・居住年数・性別
地域愛着意識	
観光客	既存研究で作成された3種類の地域愛着意識に関する
地域住民	項目について、5段階で回答を要請
地域との交流度	
観光客	来訪地域の住民との交流の程度について、5段階で回答を要請
地域住民	地域の住民同士での交流の程度について、5段階で回答を要請
来訪満足度	
観光客	調査時の来訪に対する満足度について、5段階で回答を要請
地域活動の参加度	
地域住民	町内会活動・まちづくり活動・など地域で行われている地域活動への参加の積極性について、5段階で回答を要請

表3：尺度の構成と信頼係数

尺度	設問	平均値・ α 係数	
		観光客	地域住民
地域愛着(選好)	地域は住みやすいと思う 地域にお気に入りの場所がある 地域を歩くのは気持ちよい 地域ではリラックスできる 地域の雰囲気や土地柄が気に入っている 地域が好きだ	3.93 $\alpha=0.865$	3.92 $\alpha=0.913$
地域愛着(感情)	地域は大切だと思う 地域に愛着を感じている 地域に自分の居場所がある気がする 地域に住んでみたいと感じる/ずっと住み続けたい	3.53 $\alpha=0.769$	3.93 $\alpha=0.912$
地域愛着(持続願望)	地域にいつまでも変わってほしくないものがある 地域になくなってしまおうと悲しいものがある	4.04 $\alpha=0.743$	3.97 $\alpha=0.824$
地域住民との交流度	地域の人々と挨拶をする機会が多い 地域の人々と話をする機会が多い	0.949	0.928

5. 分析結果

5-1. 観光客の地域愛着意識

(1) 地域愛着意識の規定因の探索的検証

①個人属性別地域愛着の平均値の検定

前章で述べた地域愛着意識に影響を及ぼす規定因と考えられる個人属性別の、地域愛着の三要因の平均値の差の検定を行った結果を表4に示す。

まず、個人属性の影響について、国内からの来訪者よりも、海外からの来訪者の方が地域愛着(選好)が高いという結果が示された。一方で、地域愛着(持続願望)は国内来訪者の方が海外来訪者よりも高いことが示された。

また、いくつかの既存研究では、女性の方が地域への愛着が高いという報告されているが、本研究で得られた調査からは性別による差異はなかった(表5)。

②相関分析

次に、前章で示した、来訪に対する意識や来訪回数の地域愛着への影響を明らかにするため、尺度間の相関分析を行った結果を表6に示す。表6より、来訪満足度ならびに地域住民との交流度と、三つの地域愛着意識にはそれぞれ有意な相関関係が確認された。来訪満足度が高いことは、地域のことが「好きだ」という好意を表す、より表層的な初期段階の愛着意識が高まることはもちろん、地域愛着(選好)に比べて、地域に「自分の居場所がある」や「変わってほしくない」という、来訪地域を第三者的立場ではなくより身近に感じる気持ち、すなわちより深い地域愛着が高まることにつながっているものと考えられる。

表4：観光客の居住地による地域愛着のt検定結果

	日本			海外			t値
	n	M	SD	n	M	SD	
地域愛着(選好)	161	3.82	0.83	29	4.31	0.50	3.05 ***
地域愛着(感情)	161	3.44	0.86	29	3.61	0.72	1.02
地域愛着(持続願望)	161	4.1	0.96	29	3.59	0.71	-2.73 ***

n: サンプル数 M: 平均値 SD: 標準偏差 *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

表5：観光客の性別による地域愛着のt検定結果

	男性			女性			t値
	n	M	SD	n	M	SD	
地域愛着(選好)	88	3.99	0.74	80	3.86	0.77	1.09
地域愛着(感情)	90	3.57	0.79	81	3.48	0.77	0.79
地域愛着(持続願望)	86	4.07	0.78	80	4.01	0.98	0.42

n: サンプル数 M: 平均値 SD: 標準偏差 *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

表6：地域愛着と各変数の相関分析結果(観光客)

	地域愛着(選好)		地域愛着(感情)		地域愛着(持続願望)	
	n	相関係数	n	相関係数	n	相関係数
年齢	219	0.10 *	218	0.14 **	213	0.04
地域住民との交流度	219	0.39 ***	217	0.37 ***	213	0.14 **
来訪回数	199	0.06	200	0.18 ***	193	0.23 ***
来訪満足度	211	0.53 ***	208	0.32 ***	214	0.41 ***
地域愛着(選好)			212	0.71 ***	209	0.51 ***
地域愛着(感情)					207	0.51 ***

さらに、地域住民との交流が多ければ多いほど、来訪地域との心理的距離が縮まり、より深い地域の魅力を認識し、より深い段階の地域愛着(感情)と地域愛着(持続願望)が高まった可能性が考えられる。

また、来訪回数が多くなるほど、地域愛着(感情)と地域愛着(持続願望)が高まることが示された。来訪を重ねるほどに地域に対する深い段階の愛着意識が醸成されることが示唆された。

(2) 地域愛着意識の構造モデルの推定

次に、前節の分析結果を踏まえ、観光客の地域愛着意識の構造について図2に示す仮説を設定し、共分散構造分析によるモデル構造の推定を行った。

まず、地域愛着に影響を及ぼす要因として、前節の分析結果で有意差が認められなかった性別を除き、年齢、来訪回数、来訪満足度、地域住民との交流度を変数として設定した。

さらに、観光客の来訪目的によって、地域愛着の程度も異なる可能性が考えられる。これは、例えばスキーを目的とした来訪の場合、基本的にスキー場というひとつのレジャー施設内ですぐず時間が主となることが予想される。そのため、来訪「地域」に対する愛着の醸成には繋がりにくい可能性も考えられる。このように、来訪目的による地域に対する愛着意識の差異も検証するため、ニセコ地域の代表的な観光資源である、「景観」「温泉」「スキー」を変数として設定した。また、前節で示したように、地域住民との交流度は地域愛着の高さに影響があることが示唆されたことから、「地域の人とのふれあい」を目的とした来訪であるかについても来訪目的ダミー変数として加えた。

また、地域愛着の構造については、前述したように既存研究から、地域愛着(選好)から地域愛着(感情)と地域愛着(持続願望)へと段階的に進む可能性が示唆されている。そのため、本稿でも図2に示すように、地域愛着(選好)から地域愛着(感情)・地域愛着(持続願望)へのパスを仮定した。

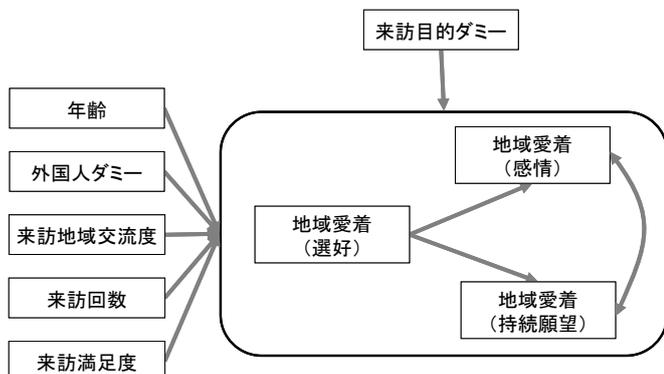


図2：観光客の地域愛着意識の構造モデル(仮説)

共分散構造分析(AMOS)の結果、10%水準で統計的に有意であった因果パスを図3に示す。まず、既存研究で述べられている通り、本研究でも地域愛着(選好)から地域愛着(感情)・地域愛着(持続願望)への正のパスが確認された。

年齢は地域愛着(感情)に対してのみ有意な正のパスが認められた。また、外国人は日本人に比べて、地域愛着(選好)は有意に高くなる反面、地域愛着(感情)と地域愛着(持続願望)は有意に低い(ネガティブなパスが示された)という結果となった。外国人は、日本人に比べて来訪地域に対して好ましいと感じる地域愛着(選好)が強い傾向があることが示唆された。一方で、ニセコ地域は日本に属する地域であるため、当該地域に対して「自分の居場所を感じる」といった所属意識や地域を「大切に感じる」という地域に対する感情で構成される地域愛着(感情)や、当該地域の持続的な存続に対しての願いを表す地域愛着(持続願望)は、外国人よりも日本人の方が高くなっていると考えられる。

次に、来訪地域住民との交流度は、地域愛着(選好)と地域愛着(感情)に対して有意な正のパスが認められた。このことから、地域住民との交流機会が増えると、地域愛着(選好)・地域愛着(感情)が高まることが示唆された。また、地域愛着(持続願望)に対する直接的なパスは有意とならなかったものの、地域愛着(選好)から地域愛着(持続願望)に対するパスが有意なため、来訪先の地域住民との交流によって地域愛着(選好)が高まることで、地域愛着(持続願望)の醸成へとつながる可能性が示されたと言える。さらに、来訪回数については、地域愛着(感情)と地域愛着(持続願望)に対する有意なパスが認められた。一方で、地域愛着(選好)では有意なパスはない。これらのことから、地域愛着(感情)と地域愛着(持続願望)は来訪を重ねるほどに高まる意識だが、地域愛着(選好)は初来訪の時点で、ある程度固定され、それ以降来訪を重ねても高まりにくい愛着意識である可能性が示されたと言える。これは、既存研究で報告されているように、地域愛着(感情)・地域愛着(持続願望)は、地域愛着(選好)に比べて、変化に長期間の時間を要することを支持する結果であると考えられる。

来訪満足度は、地域愛着(選好)と地域愛着(持続願望)に対して有意となった。この変数についても、地域愛着(感情)に対して有意な結果は得られなかったが、来訪回数同様、地域愛着(選好)から地域愛着(感情)に対してパスがあるため、間接的に地域愛着(感情)に正の影響を与えることが示唆された。

次に、来訪目的に関する分析結果について述べる。自然景観ダミーは、地域愛着(選好)に対して正のパスが認められた。このことから、ニセコ地域の自然景観に興

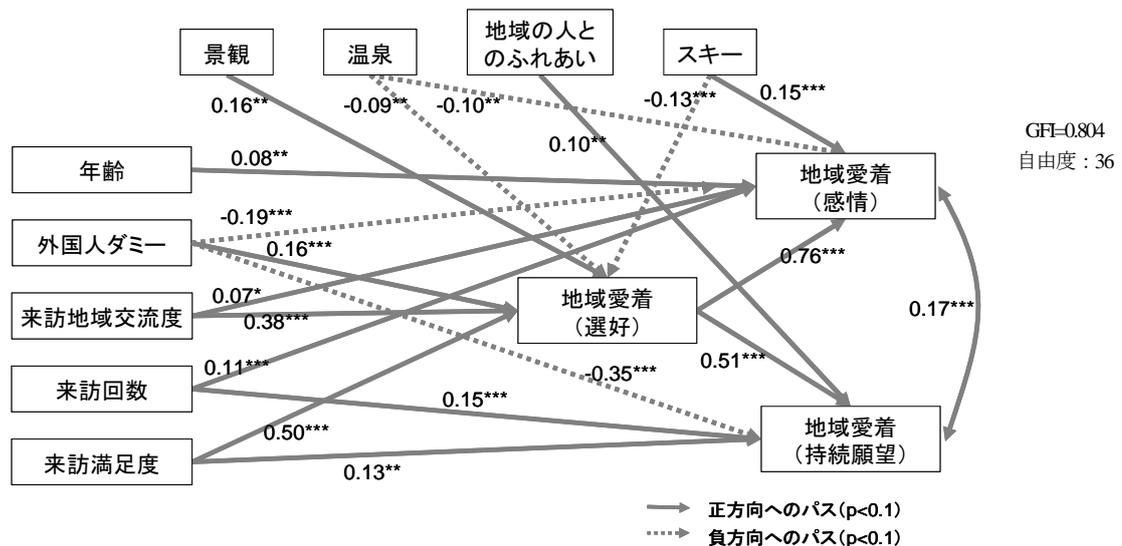


図3：観光客の地域愛着意識の構造モデル（結果）

味を持って来訪する観光客は、地域愛着（選好）が高く、間接的に将来的に地域愛着（選好）や地域愛着（持続願望）の醸成につながる可能性が示された。地域の人とのふれあいダミーは、地域愛着（持続願望）にのみ、有意な正のパスが確認された。来訪に際して地域住民との交流を目的として来訪する人は、地域愛着（持続願望）が高いことが示された。温泉ダミーでは、地域愛着（感情）・地域愛着（持続願望）に有意な負の影響が見られた。この理由について、本研究の調査分析からは断定することは困難であるが、考えられる要因として、例えば観光資源の地域独自性が挙げられる。温泉はニセコ地域の貴重な資源ではあるが、温泉施設そのものに対しては、自然景観や地域住民ほどその地域の独自性は薄いと考えられる。また、「温泉」は長年日本人の旅行目的の第一位であるが、温泉施設は日本国内に多数存在すること、ならびに、泉質も地域性というよりはその温泉独自のものであることが多いことなどから、その地域への愛着というよりは「温泉に入る」という行為への選好が強い可能性も考えられる。

旅行目的が「スキー」であることも地域愛着（選好）に対して負の影響が見られた。スキーも概ねひとつの施設内で行うものであり、雪質や施設の質などの違いはあるものの、いわゆる「地域性」との関係が比較的に淡いため、温泉同様、ニセコ地域そのものへの愛着の醸成にはつな

がりにくい可能性が考えられる。しかし、スキーについては、地域愛着（感情）に対して有意な正のパスが認められる。この要因については、本研究における調査分析から特定することは困難であり、今後、検討すべき点であると考えられる。

5-2. 地域住民の地域愛着意識と観光への態度

(1) 地域愛着意識とその規定因の相関分析

次に、観光客を受け入れる側の地域住民の地域愛着意識に影響を与える規定因について探索的に分析する。

地域住民の地域愛着に影響を及ぼす影響として、「年齢」「居住年数」「地域住民との交流度」「地域活動への参加度」の4変数について、相関分析を行った。その結果、表8に示すようにそれぞれ地域愛着との有意な相関関係が認められた。ただし、年齢と居住年数においてのみ地域愛着（持続願望）との関連性は見られなかった。

また、性別については観光客同様、地域愛着に性差は見られなかった（表7）。

表7：地域住民の性別による地域愛着のt検定結果

	男性			女性			t値
	n	M	SD	n	M	SD	
地域愛着(選好)	398	3.91	0.86	314	3.94	0.87	-0.57
地域愛着(感情)	397	3.94	0.94	330	3.92	0.91	0.2
地域愛着(持続願望)	406	4	0.98	325	3.97	1.01	0.4

n: サンプル数 M: 平均値 SD: 標準偏差 *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01

表8：地域愛着と各変数の相関分析結果（地域住民）

	地域愛着(選好)			地域愛着(感情)			地域愛着(持続願望)		
	n	相関係数		n	相関係数		n	相関係数	
年齢	764	0.09	***	778	0.24	***	786	0.02	
居住年数	731	0.09	***	744	0.32	***	752	0.00	
地域住民との交流度	760	0.40	***	773	0.42	***	780	0.28	***
地域活動参加度	681	0.31	***	690	0.38	***	700	0.25	***
地域愛着(選好)				753	0.82	***	757	0.62	***
地域愛着(感情)							768	0.57	***

(2) 「観光への態度」尺度の構成

続いて、地域住民の観光への態度が地域愛着に及ぼす影響について分析を行った。

まず、地域住民の観光に対する態度の尺度の構成の検討を行った。2章で述べたように、観光地住民の観光に対する態度については、これまで多くの既存研究で様々な指標による計測が試みられている。しかし、現状ではそれぞれの研究で異なる指標が使われており、統一した観光への態度を計測する指標はない。佐々木は、それらの既存研究をレビューし、心理指標を「経済」「環境」「文化」「生活」「行政」と5つの側面からの評価に分類できる述べている⁽⁸⁾。本研究では、膨大な既存指標の中で佐々木が提案した各分類から偏りがないように、30の指標を選択して(表9)調査を行うこととした。これらの指標を因子分析することにより「観光への態度」の尺度構成を試みた。

分析に用いる各指標間に関連性が全くないとは考えにくい。そのため、本研究では斜交回転(プロマックス法)を用いた。その結果、表9のように7成分が抽出された。ただし、分析に際して、指標の中で観光に対してポジティブな項目とネガティブな項目がある点については、全てポジティブ方向に揃うよう、ネガティブ方向の指標については評価を逆転させて分析を行っている。

表9に示すとおり、7つの因子が抽出されたが、それぞれについて信頼性分析を行った結果、第1因子から第4因子までの尺度で信頼係数0.65以上となり、十分な信頼性が得られたので、この4因子を「観光への態度」尺度の構成要素として用いることとした。

ここで、第1因子を構成する質問項目を見てみると、旅行者や移住者の流入により引起される自身の生活上への影響についての評価と解釈できる。上述したように、尺度は全て観光に対して肯定的な態度となるように、逆転済みのため、第1因子は「観光が景観、治安、交通状況に与える影響に対する好意的評価度」と名付ける。

次に、第2因子は、旅行者や移住者がその地域の文化や伝統に与える影響に関する項目であったため「観光が文化交流、歴史遺産等に与える影響に対する好意的評価度」と名付ける。第3因子はいずれも公共サービスについて述べられているので、「観光が公共施設・サービスに与える影響に対する好意的評価度」と名付ける。第4因子は、観光産業によって得られる経済効果に関する項目で構成されているため、「観光が経済、商業活動に与える影響に対する好意的評価度」と名付ける。

次節では、相関分析によって地域愛着との関連性が示唆された居住年数や地域住民との交流度等の変数と、因子分析により抽出した観光に対する地域住民の態度(4指標)が地域愛着に及ぼす影響について分析を行う。

(3) 共分散構造分析

(1)(2)の結果を踏まえ、観光客の地域愛着意識の構造の推定と同様、共分散構造分析を用いた地域住民の地域愛着の構造モデル推定を行う。

(1)での相関分析から、年齢、居住年数、地域住民との交流度、地域活動への参加度の4変数について、地域愛着意識との関連性が示唆された。それを踏まえて、居住年数、地域住民との交流度、地域活動への参加度を地域愛着意識への影響要因として設定する。なお、年齢については、地域に対する愛着意識は一般的に地域と関わった時間が長いほど高まると考えられ、相関係数を見ても年齢と居住年数は互いに相関が強いことが伺える。そのため、本分析では年齢ではなく、居住年数のみを規定因として設定した。

さらに、前節で構成した「観光への態度」の4尺度を用いて、観光地住民の観光への態度が地域愛着意識に対して与える影響を明らかにすることを試みた。また、ニセコ地域には観光客との接点が多い住民とほとんど接触する機会を持っていない住民が存在する。観光客との接触機会の程度は「観光への態度」に大きな影響を与えると考えられるため、「普段の生活の中で観光客と話す機会が多い」という項目に対して、「とてもそう思う」から「全くそう思わない」までの5段階で回答を要請し、観光への態度に対する影響要因と仮定した。以上の仮説をまとめると、図4のようになる。

共分散構造分析の結果、10%水準で統計的に有意であるとされた因果パスを図5に示す。図5より、観光客での結果同様、地域住民でも地域愛着(選好)から地域愛着(感情)、地域愛着(持続願望)への因果パスが確認され、既存研究における知見を追試することができた。次に、居住年数は地域愛着(感情)に対しては有意に正の影響を及ぼしているが、地域愛着(持続願望)に対しては、負の影響を及ぼしているという結果となった。しかし、地域愛着(持続願望)は地域愛着(選好)から0.64と比較的大きな正の影響を受けている。

また、(1)で行った相関分析の結果でも、地域愛着(持続願望)のみ、居住年数と有意な相関関係が見られなかったことも考慮すると、必ずしも居住年数が短いほど地域愛着(持続願望)が低くなるという結果を示しているとは言い難いと考えられる。ただし、他2種類の地域愛着には負の直接効果は見られないことから、地域愛着(持続願望)はそれ以外の地域愛着とは異なる特質を持つ可能性が示唆されたと言える。これについて、(1)で行った相関分析の結果を見ても居住年数と地域愛着(持続願望)間に有意な相関関係はなく、線形の関係が見られないことがわかる。

ここで、居住年数と地域愛着の関係をより詳細にみるため、居住年数を10年ごとに区切りクロス集計してみる

表9：「観光への態度」尺度の因子分析結果

因子	設問	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子	第6因子	第7因子	α係数
景観、治安、交通状況 に与える影響に対する 好意的評価度	旅行者の増加は、まちの景観を乱している この地域には旅行者によるごみがたくさんある 観光産業の発展は、地域での犯罪を増加させた 旅行者は、レストランやホテルで思慮のないふるまいをする 旅行者は、地域社会での交通問題を非常に増加させている 地域社会での旅行者の増加は、住民と旅行者の間の衝突を生み出すと思う この地域に来る旅行者は、全体として、地域の資源に対して思いやりがない この地域には、移住してきた人が多いため、私が帰りたい人 のように感じることもある 近年、この地域のハイキングコース・公園・レジャー施設等は 多くの旅行者によって非常に混雑が生じている	0.78 0.71 0.67 0.58 0.57 0.56 0.46 0.36 0.35	0.09 -0.04 0.05 0.03 -0.13 -0.01 0.11 0.13 -0.17	-0.01 0.01 0.10 0.11 -0.02 0.06 0.01 -0.11 -0.14	-0.02 0.09 0.01 -0.03 -0.05 -0.01 0.10 0.07 0.00	0.06 0.07 -0.05 0.06 -0.09 -0.12 0.16 -0.16 0.01	0.09 0.02 -0.07 -0.05 -0.03 0.01 0.05 0.05 -0.10	0.01 -0.21 0.00 0.02 0.18 0.23 -0.04 0.17 0.32	0.82
文化交流、歴史遺産等 に与える影響に対する 好意的評価度	観光産業の発展は、地域住民と旅行者の間の文化交流を生み出し、 世界についての理解を深めると思う 観光産業は、歴史的建造物や自然資源を復元する誘因をつくりだす 私は、多くの国から来る旅行者に、その文化を学ぶため、 できるだけ会いたいと思う 旅行者が来ることで、地域の文化活動(祭り、伝統工芸等)が活発となった この地域に多くの旅行者をひきつけるために計画的な拡張を することはいいことだと思う 行政による長期計画は、観光産業の環境へのネガティブな インパクトを抑制できる この地域が、意欲的な人々をここに住むようにひきつけるのは、よいことだ 新住民は、すでに、このコミュニティの貴重な部分になっている 観光があることで、道路やほかの公共施設が、高い水準で維持されている 観光産業のおかげで、公園やほかのレクリエーション施設が増えた この地域では、観光産業が発展することによって公共サービス の内容が改善された	-0.06 -0.02 0.04 -0.02 -0.08 0.07 0.21 0.21	0.86 0.74 0.72 0.45 0.40 0.38 0.35 0.27	-0.20 0.01 -0.09 0.17 0.03 0.13 0.04 0.26	0.05 0.05 -0.05 -0.04 -0.06 -0.02 -0.10 -0.07	0.05 -0.01 -0.02 0.02 0.21 -0.21 0.04 0.02	0.06 -0.10 0.07 0.17 -0.07 -0.13 0.03 0.05	-0.03 -0.11 -0.05 -0.16 0.39 -0.03 0.28 0.13	0.79
公共施設・サービス に与える影響に対する 好意的評価度	観光産業は、住民の仲の少数の人だけが経済的利益を得るだけだ 観光産業から得るお金のほとんどは、地域外の会社に行ってしまう 公共の旅行者用施設を浴することは、納税者のお金の無駄遣いだ この地域では、観光産業があまりにも商業化されている 開発をある程度犠牲にしても、自然環境を保護すべきである 観光による経済的収益は、環境の保護よりも重要である 旅行者の来訪を促進するよりも、環境を保護するために、行政の支出をもっと 増やすべきである 旅行者がもたらしてくれるお金と仕事は、彼らが引き起こす やっかいなことよりも重要である スキー施設がもっと増えても、この地域の環境が大きく 傷つけられることはない 旅行産業は、地域行政に大きな影響を与えている 旅行産業は、地域の経済に貢献している 観光産業の発展は、伝統的な文化を変化させる 旅行シーズンのピークには、イベント等のチケットが手に入りにくい 観光産業は、住民に多くの価値ある雇用機会を提供してくれる	0.01 0.00 0.01 0.14 0.01 -0.07 0.05 0.04 -0.06 -0.01 -0.07	-0.03 -0.05 0.17 0.10 -0.14 0.04 -0.19 0.06 0.19 -0.03 0.01	0.07 0.01 -0.01 -0.14 -0.07 0.07 0.19 0.01 0.08	0.79 0.77 0.38 0.36 0.02 0.02 0.06 0.07	-0.03 -0.04 -0.03 0.16 0.61 0.58 0.50 0.35 0.31 0.00 0.01	0.07 0.02 -0.04 -0.21 0.11 -0.02 -0.01 0.27 -0.03 -0.10 -0.84 0.50	0.01 -0.09 0.27 -0.05 -0.02 0.04 0.23	0.67
経済、商業活動に 影響に対する 好意的評価度									

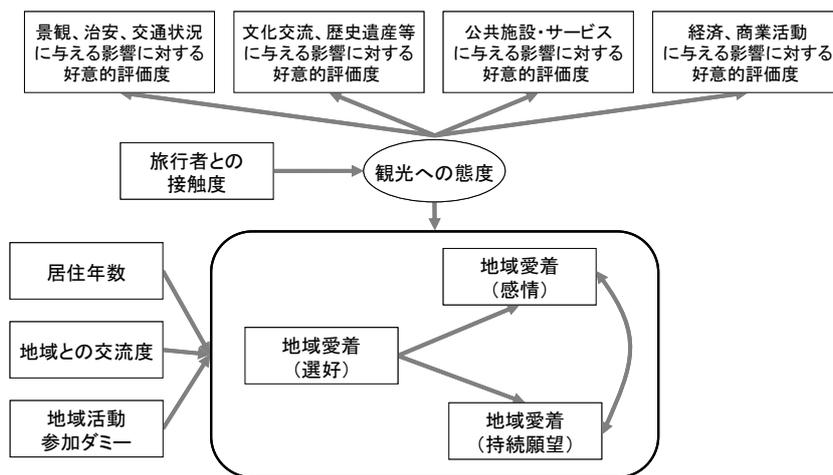


図4：地域住民の地域愛着意識の構造モデル（仮説）

と、居住年数が30年～40年の住民の地域愛着（持続願望）が最も低くなっていることがわかる（表10）。この居住年代は、地域愛着（選好）・地域愛着（感情）についても、他の年代に比べると低いことがわかる。この層は、1970～1980年の間にニセコに移住してきたということになる。1960年代～80年代のニセコ地域はスキリゾート地として発展を遂げていた時代で、地域の変動も大きかった。また、この時期は1980年代の初頭からのペンションブームの少し前の頃で、旧住民と移住者間の溝は大きかった⁽⁹⁾。

当該地域での居住年数が長い場合でも、その地域に対して否定的な感情を抱いている場合には、地域愛着が醸成されにくいことが既存研究で示されており⁽¹⁰⁾、本調査で収集したサンプルのみから断定は出来ないが、このような社会的背景が少なからず影響を及ぼしている可能性は否定できない。

また、地域活動参加の有無については、地域愛着（感情）・地域愛着（持続願望）に有意な結果が得られた。観光への態度は仮定したとおり、4因子へ全て正方向への有意なパスが確認された。その中でも、文化交流、歴史遺産等に与える影響に対する評価は係数が0.88と最も高く、観光への態度形成に最も大きな影響を与える可能性が示された。また、旅行者との接触度が観光への態度へ正の影響を与えているため、普段の生活の中で旅行者との交流機会が多いほど、観光に対する態度は肯定的なものになることが示唆された。

さらに、観光への態度が地域愛着（選好）に対しては正の影響を与えることが示された一方、地域愛着（持続願望）に対しては負の影響を与える有意傾向が示された。地域愛着（持続願望）は、言い換えると「地域が変化してほしくない」という願望であるともいえる。それに対して、観光は地域外からの旅行者が常に入れ替わり滞在したり、外部資本が流入するなど、地域の変化をより大きくする要素を多分に含んでいる。特に、近年のニセコ

地域は、外国人来訪者や海外資本による大規模開発が進んでいる最中であり、観光地としての大きな転換期を迎えている。そのため、観光に対する態度が肯定的なほど、地域の変化に対しての拒絶意識が低いという分析結果は論理的に整合するものと考えられる。ただし、これについても居住年数と同様、係数が-0.06と小さく、地域愛着（選好）から地域愛着（持続願望）に対する間接効果の方が大きいと、一概に観光への肯定的な態度が地域愛着（持続願望）に影響を及ぼすとは単純には言えないことに留意する必要がある。

6. おわりに

本研究では、①観光客の来訪地域に対する愛着意識のモデル構造、②観光地住民の観光への態度尺度の構成と地域愛着意識への影響、③観光地住民の地域愛着意識のモデル構造について、北海道ニセコ地域を対象として行った調査をもとに分析を行った。

その結果、以下の知見が得られた。まず、観光客と地域住民のどちらも想定した地域愛着（選好）から地域愛着（感情）・地域愛着（持続願望）への正の有意なパスが見られたことから、地域を好きだと思う地域愛着（選好）の醸成を通して、より深い段階の地域を大切に感じる地域愛着（感情）や「変わらないでほしい」という願いである地域愛着（持続願望）の醸成へつながることが示唆された。

表10：居住年数と地域愛着意識のクロス集計表

居住年数	地域愛着(選好)			地域愛着(感情)			地域愛着(持続願望)		
	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD
10年	244	3.91	0.92	241	3.64	1.00	244	3.95	1.06
20年	82	3.91	0.90	81	3.92	0.82	83	4.18	0.97
30年	83	3.74	0.94	83	3.80	1.00	84	4.04	0.96
40年	81	3.66	0.85	86	3.83	0.86	86	3.74	1.12
50年	79	3.96	0.85	86	4.11	0.87	86	3.98	1.10
60年	68	4.05	0.65	71	4.29	0.69	72	3.94	0.75
70年	51	4.13	0.78	52	4.39	0.72	54	3.95	0.95
80年	43	4.24	0.81	44	4.67	0.53	43	4.12	0.96

N: サンプル数 M: 平均値 SD: 標準偏差

次に、観光客の地域愛着には、年齢、国籍、来訪地域住民との交流度、来訪回数、来訪満足度が影響することがわかった。さらに、来訪目的による差異も見られ、自然景観や地域の人のふれあいを求めて来る観光客は、地域愛着が高いという結果となった。一方で、温泉を目的として来訪した人は、他の人に比べて地域愛着が低いという結果となった。これは温泉は一施設であり、地域の独自性がそれほど高くないことが影響している可能性が考えられる。この仮定に立つと、スキーも同様の結果となると予想されるが、スキー目的ダミーから地域愛着（選好）には負の影響が示されたものの、地域愛着（感情）には有意な正のパスが示された。このように来訪目的と地域愛着の関係については、本研究における調査分析からは不明な部分もあり、今後の課題である。

また、観光地住民の観光への態度については、「観光が景観、治安、交通状況に与える影響に対する好意的評価度」「観光が文化交流、歴史遺産等に与える影響に対する好意的評価度」「観光が公共施設・サービスへ与える影響に対する好意的評価度」「観光が経済、商業活動に与える影響に対する好意的評価度」の4つの観光に対する評価軸が影響しあって、観光への態度が構成されることが示唆された。

続いて、この尺度を用いて地域住民の地域愛着について共分散構造分析をした結果、居住年数と地域との交流度、地域活動への参加有無が地域愛着への有意な影響を与えることが示唆された。しかし、居住年数に関しては、地域愛着（持続願望）には負のパスが示されたことから、単純に居住年数が長ければ長いほど地域愛着が高くなるとは言えず、地域での経験の質が地域愛着の醸成により大きな影響を与える可能性を示しているとも言える。

このことは、地域との交流度や地域活動への参加度が地域愛着に正方向の因果関係が認められることから一定の妥当性を持つと推察される。

そして、観光への態度が地域愛着に与える影響であるが、地域の観光に対して肯定的であるほど、地域愛着（選好）は高いが、地域愛着（持続願望）は低くなるという結果となった。これは、観光に対して好意的であることは地域を好きだという初期段階の地域愛着は高くなるが、地域にそのままの姿でいてほしいという願いには負の影響を与えることが示唆された。これは、観光が地域に対してダイナミックな変化を与えるものであることを暗示しており、観光化を進める場合、それまで地域が培ってきた歴史や環境、コミュニティ等に配慮し、急速に進めると地域愛着が低下する要因になりえる可能性を示しているといえる。

今後の課題として、観光地は発展期や成熟期、停滞期、衰退期などその状況は多様である。そのため、観光地の特性によってどのような差異があるのか事例を蓄積し検討する必要がある。また、観光客も住民もその地域に愛着と敬意を持ったよりよい観光地をつくるための方策の一つとして、その地域の「物語」を発掘・共有する仕組みを模索していきたいと考えている。

謝辞：本研究で実施したインタビュー・アンケート調査は、シーニックバイウェイ北海道の中村幸治氏の全面的な協力を得て実施したものである。また、ニセコ町・倶知安町の皆さまにはインタビュー調査、アンケート調査に快くご協力いただいた。ここに記して謝意を表す。

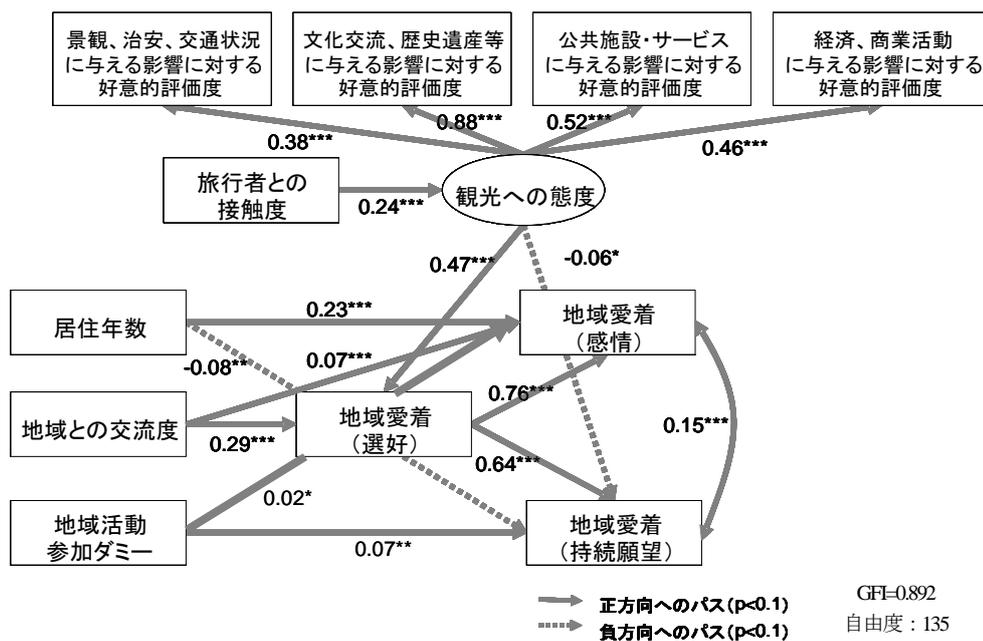


図5：地域住民の地域愛着意識の構造モデル（結果）

参考文献

- 1) 観光庁 (2009) 観光立国推進基本計画
- 2) 鈴木春菜・藤井聡 (2008) 地域愛着が地域への協力行動に及ぼす影響に関する研究 土木計画学研究・論文集, Vol.25-2, pp.357-362
- 3) 谷口守・松中亮治・芝池綾 (2008) ソーシャル・キャピタル形成とまちづくり意識の関連 土木計画学研究・論文集, Vol.25, pp.311-318
- 4) Brown, B., Perkins, D. and Brown, G. (2003) Place attachment in a revitalizing neighborhood: Individual and block levels of analysis, *Journal of Environmental Psychology*, Vol.23, pp.259-271
- 5) Payton, M., Fulton, D. and Anderson, D. : Influence of Place Attachment and Trust on civic action: A study at Sherburne National Wild Refuge, *Society & Natural Resources*, Vol.18, pp.511-528, 2005.
- 6) 萩原剛, 藤井聡 (2005) 交通行動が地域愛着に与える影響に関する分析, 土木計画学研究・講演集
- 7) 引地博之・青木俊明・大淵憲一 (2009) 地域に対する愛着の形成機構—物理的環境と社会的環境の影響— 土木学会論文集 D, Vol.65-2, pp.101-110
- 8) 佐々木士師二 (2006) ツーリズムのインパクトと地域住民の態度 : 観光心理学で取り残された課題に関する文献の概観, 関西大学社会学部紀要 37(3), 197-269, 2006-03-30
- 9) 国土交通省 (2007) 観光投資に関する調査・研究報告書
- 10) Twigger-Ross, C.L. and Uzzell, D.L. (1996) Place and Identity Processes, *Journal of Environmental Psychology*, Vol.16, pp.205-220
- 11) Hidalgo, M. and Hernandez, B. : Place attachment (2001) conceptual and empirical questions, *Journal of Environmental Psychology*, Vol.21, pp.273-281