

観光客の「地域愛着」「クルマ抑制への協力意向」と その規定因に関する研究 -青森奥入瀬を対象として-

韓旭¹・谷口 綾子²・木村慎二³石田東生⁴

¹非会員 筑波大学大学院 システム情報工学研究科リスク工学専攻
(〒305-8573 茨城県つくば市天王台 1-1-1)

E-mail:s1820598@s.tsukuba.ac.jp

²正会員 筑波大学大学院准教授 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@risk.tsukuba.ac.jp

³非会員 国土交通省東北地方整備局青森河川国道事務所
(〒030-0822 青森県青森市中央三丁目 20-38)

E-mail:kimura-s82ab@mlit.go.jp

⁴正会員 筑波大学大学院名誉教授 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:ishida@sk.tsukuba.ac.jp

観光地に対する観光客の地域愛着が高まることで、その地域を大事にする気持ちが生まれ、ごみのポイ捨てや地域消費といった問題を防ぎ、より良い観光地をつくることができると考えられている。本研究では地域愛着に着目し、日本人・外国人観光客の地域愛着の規定因を同定、比較することを目的とした。具体的には、青森県奥入瀬で 2019 年に実施された観光モビリティ・マネジメントでの観光客向けアンケートのデータを用いて、観光客の個人属性・観光実態が地域愛着へ与える影響を分析し、また、日本人・外国人観光客の地域愛着の規定因の差異を検証した。その結果、1) 観光客の地域愛着は来訪回数・宿泊数・観光への満足度によって異なること、2) 観光客の観光への満足度・来訪回数・風土との接触度は地域愛着の規定因になりうる可能性があること、3) 共分散構造分析により、観光実態・風土との接触度・地域愛着・観光 MM への態度には関連性があることが明らかになった。

Key Words: *Mobility management in tourism, Congestion measures, Internationalization, Place attachment*

1. 背景

近年、訪日外国人観光客は急激に増加している。日本全国では、2015 年に 1974 万人だった訪日外国人観光客は、2017 年に 2869 万人となり、2020 年には 4000 万人、2030 年には 6000 万人に達成する見込みである(図-1)。外国人延べ宿泊者数は 2010 年を 100%とすると、2017 年には全国で 275.9%まで伸びている。特に、青森県では 404.7%まで伸び、これは東北地方ではもっとも大きな伸び率である¹⁾。

一方で、JTBF2017 年度の調査によると、日本人観光客の旅行先での交通手段は自家用車 36.4%、レンタカー 13.7%であり、自家用車とレンタカーの利用は観光地の渋滞原因の一つとなっている²⁾。全国の主な渋滞箇所の

約 2 割は観光交通による渋滞であり、日本人観光客の約半数が「渋滞」「駐車場」「道案内」に不満を感じていることも明らかになっている³⁾。

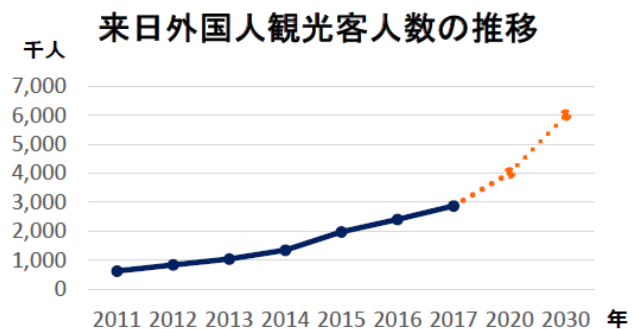


図-1 来日外国人観光客人数の推移 出典：日本観光庁

2016 年、安倍総理大臣は『明日の日本を支える観光ビジョン』—世界が訪れたい日本へ—という観光ビジョンを策定した。この中では「観光先進国」への「3 つの視点」と「10 の改革」を定めており、訪日外国人旅行消費額を 2020 年に 8 兆円、2030 年には 15 兆円に、日本人国内旅行消費額では 2020 年に 21 兆円、2030 年には 22 兆円に延ばす新たな目標を設定した⁴⁾。このような観光需要の増大が見込まれる中、観光渋滞対策の強化が必要と考えられる。

観光地を訪れた際、その観光地に対する地域愛着が高まれば、地域を大事にする気持ちが生まれ、ごみのポイ捨てによる地域消費といった問題を防ぎ、より良い観光地をつくることができると考える。

本研究では地域愛着に着目し、2019 年青森県奥入瀬溪流での観光 MM での観光客向けアンケートのデータを用いて、観光客の個人属性・観光実態が地域愛着へ与える影響を明らかにする。これにより、日本人・外国人観光客の地域愛着の規定因の差異を検証し、観光地来訪者の属性別に、自動車来訪抑制のための主要な要因を明らかにすることで、観光地の渋滞問題を緩和するとともに、観光地の満足度向上施策の一助とすることを目的とする。

2. 既往研究・本研究の位置づけ

本章では、本研究に関連する既往研究として、(1)「地域愛着」の定義、(2)「地域愛着」の規定因に関するもの、(3)観光 MM に関するもの、(4)にこれらを踏まえた本研究の位置づけを示す。

(1) 「地域愛着」の定義

地域愛着は近年では、主に社会心理学や環境心理学などの様々な分野で、研究が行われている。「地域愛着」に関する研究として谷口ら⁵⁾は、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。地域愛着（選好、感情、持続願望の説明とか必要な気がする。既往研究から。

(2) 「地域愛着」の規定因

地域愛着が地域への協力的行動に及ぼす影響に関する研究として鈴木ら⁶⁾は、自動車利用と公共交通利用に偏りのない地域、すなわち交通行動の選択余地が十分に存在する地域として静岡県浜松市・愛知県豊橋市を対象として「地域愛着」、「地域への意識・態度」、「移動中の地域風土との接触度」、「交通行動」に関するアンケート調査を実施している(n=193)。その結果、年齢が高く、居住年数が長いほど、地域愛着が高い傾向が示された。また、地域愛着が高い人ほど、町内会活動やまちづくり

活動などの地域への活動に熱心である傾向があり、また、行政を信頼する傾向も示されたと報告している。

交通行動が地域愛着に与える影響に関する研究として萩原ら⁷⁾は、静岡県浜松市・愛知県豊橋市で「地域愛着」、「交通行動」、「風土との関わり」に関するアンケート調査を実施した(n=322)。その結果、居住年数が長いほど、また風土との接触度が多いほど、地域愛着が高い傾向が示された。

観光地における多様な主体の地域愛着の規定因に関する研究として谷口ら⁸⁾は、ニセコ・倶知安地域での住民(n=887)と観光客(n=239)に「地域愛着」、「地域との交流度」、「来訪満足度」、「旅行者との接触」に関するアンケート調査を実施した。その結果、地域愛着(選好)は国内からの観光客より海外からの観光客の方が高く、一方で、地域愛着(持続願望)は国内からの観光客の方が高くなると報告している。また、来訪満足度と地域住民との交流度が高いほど地域愛着度が高く、また、来訪回数が多いほど、地域愛着(感情)と地域愛着(持続願望)が高いことを示唆している。

(3) 観光 MM に関する既往研究

近年、モータリゼーションの進展に伴い、過度な自家用車の利用に起因する観光地渋滞問題がある。マイカー観光を伴う環境負荷の影響もある。この問題を解決策の一つとし、観光 MM がある。日本の主要観光地として奈良と京都は平成 7 年の阪神・淡路大震災の影響で一時的に落ち込んだ観光客数が回復していると共に、マイカー観光による交通渋滞とそれに伴う環境負荷の影響がある。その問題を解決するため、宮川ら⁹⁾は京都と奈良で観光 MM を実施した。京都と奈良の観光 MM は出発地および到着地における観光客とのコミュニケーションより構成されている。出発地におけるコミュニケーションとして、地域情報紙、ラジオ番組、旅行雑誌を活用してマイカー以外での来訪を呼びかけるモビリティ・マネジメント技術を検討、実施した。また、到着地におけるコミュニケーションとして、宿泊施設ならびに駐車場における情報提供により、次の来訪時の行動変容を促した。その MM 実施結果を自動車からの転換者数、CO₂ 排出削減量、費用対効果の三つの角度から評価した。その結果は年間約千トンの CO₂ 排出削減効果が推計されたほか、費用対効果の観点からも高い事業効率性が確認された。

(4) 本研究の位置付け

上記の既往研究⁶⁾⁷⁾⁸⁾で「地域愛着」に関する研究の対象者は対象地域の居住者に限定されている。本研究では、観光客に着目し、観光地を訪問することによって生まれる地域愛着を前提とする。また以上より、これまでも地域愛着に関する研究は存在し、いずれにおいても一定の成果を収めていることが確認された。しかし、日本人

観光客と外国人観光客の地域愛着の規定因を比較する研究もすくない。

以上を踏まえて本研究では、日本人と外国人観光客の個人属性・観光実態・風土との接触度・観光MMへの態度と地域愛着の関連性を明らかにし、その差異を検証することを目的とする。



図-2 奥入瀬渓流位置図



図-3 交通自粛、交通規制の区域図

表-1 アンケート調査の調査項目と尺度

項目	尺度
属性 個人	性別/来訪回数/年齢/国籍・地域/居住地
観光客の 観光実態	同行者の有無/宿泊数/奥入瀬での滞在時間/旅行検討開始時期/青森県までの交通手段/青森県内の交通手段/来訪回数/奥入瀬への旅行の満足度(5件法)
観光MMへの 態度	観光MMプロジェクトへの認知状況(Yes/No) 観光MMプロジェクトへの協力意向(5件法) 再訪問意向(5件法) 再訪問時に楽しみ方法(徒歩/車) 将来、バイパスが開通後、奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識(5件法)
地域愛着の 尺度	選好 奥入瀬にお気に入りの場所がある 奥入瀬の雰囲気や土地柄が気に入っている 奥入瀬が好きだ
	感情 奥入瀬は大切だと思う 奥入瀬に愛着を感じている
	持続 願望 奥入瀬にいつまでも変わってほしくないものがある 奥入瀬なくなってしまうと悲しいものがある
風土との 接触 尺度	奥入瀬の人々と挨拶をする機会が多い 奥入瀬の人々と話をする機会が多い せせらぎや鳥など自然の音に触れる機会が多い

3. 実施した観光MMの概要

(1) 研究対象地

本研究の対象地である奥入瀬渓流は、青森県十和田市に位置する十和田湖・子ノ口から焼山までの約14kmの渓流である(図-2)。日本でも珍しい渓流で、歩ける景勝地として知られてきた。国指定の特別名勝として、銚子大滝、雲井の流れ、馬門岩などたくさん見所がある。秋の紅葉の名所としても知られ、シーズン時には特に、日本人の観光客だけではなく、外国人観光客も多く訪れている¹⁰⁾。平成29年に十和田湖と奥入瀬渓流の年間観光客の人数は118万人を超え、前年から9.1%の伸びとなり、外国人観光客の人数も年々増えている。

奥入瀬渓流は毎年10月、11月を中心に多くの観光客が訪れる。国道102号と並行して自然遊歩道(ネイチャートレイル)が整備されており、気軽に奥入瀬渓流の自然や景観に触れやすいことが魅力となっている。

しかし、観光シーズンには多くのマイカーや観光バス、貨物車等が観光客と錯綜し、路上駐車等に起因する交通渋滞も発生し、自然環境や来訪者の快適性が損なわれている。特に、車両通行による、環境負荷、走行音により自然音が損なわれており、奥入瀬渓流は観光地としての魅力が低下してきている¹¹⁾。

(2) 観光MMの概要

これを受け、青森県国土交通省と青森県及び十和田市は観光客にマイカーでの渓流区間(102国道)への進入の自粛を促す「奥入瀬せせらぎ体感プロジェクト」とマイカーでの渓流区間への進入を禁止する「奥入瀬エコロードフェスタ」を実施した(図-3)。多くの観光客がこれらのプロジェクトに参加することで、より安全でゆったりとした渓流散策を楽しむことができる。両プロジェクトはマイカーの削減、歩行者の増加への影響があった。

(3) アンケート調査の概要

青森県奥入瀬渓流で日本人・外国人観光客を対象とするアンケート調査を実施した。調査項目を表-1に示す。実施期間は2019年8月24日～8月26日である。調査対象者は、観光MMプロジェクト「奥入瀬せせらぎ体感プロジェクト」に参加した日本人観光客186人(青森県内50人、青森県外136人)であり、外国人観光客71人(台湾人54人、中国人14人、アメリカ人6人)である(表-2)。奥入瀬に初めて来た観光客の97.5%は青森県外に住んでいる人であり、4回目以上来ている観光客の65.5%は青森県内に住んでいる人である(表-3)。

(4) 地域愛着尺度の信頼性分析

日本人と外国人観光客それぞれの地域愛着尺度の平均値について表-4に示す。尺度の信頼性では、表-4に示した信頼性係数がいずれも0.7以上となっていることから、

表-2：日本人・外国人観光客性別と居住地のクロス集計

日本人	居住地				合計		
	青森県内	%	青森県外	%			
男性	24	25.5	70	74.5	94		
女性	26	28.3	66	71.7	92		
合計	50	26.9	136	73.1	186		
外国人	台湾	%	中国	%	米国	%	合計
男性	26	70.3	6	16.2	4	13.5	36
女性	25	71.4	8	22.9	2	5.7	35
合計	51	70.8	14	19.4	6	9.7	71

表-3：日本人・外国人観光客来訪回数と居住地のクロス集計

日本人	居住地				合計		
	青森県内	%	青森県外	%			
来訪回数							
初めて	2	2.5	78	97.5	80		
2回目	4	11.1	32	88.9	36		
3回目	8	53.3	7	46.7	15		
4回目以上	36	65.5	19	34.5	55		
合計	50	26.9	136	73.1	186		
外国人	台湾	%	中国	%	米国	%	合計
来訪回数							
初めて	46	74.2	13	21.0	2	4.8	61
2回目	3	60.0	1	20.0	1	20.0	5
3回目	0		0		0		0
4回目以上	2	40.0	0	0.0	3	60.0	5
合計	51	70.8	14	19.4	6	9.7	71

表-4 尺度の構成と信頼係数

尺度	設問	平均値・ α 係数	
		日本人観光客	外国人観光客
地域愛着の件法	奥入瀬にお気に入りの場所がある 奥入瀬の雰囲気や土地柄が気に入っている 奥入瀬が好きだ	4.46 $\alpha=0.967$	4.45 $\alpha=0.857$
	奥入瀬は大切だと思う 奥入瀬に愛着を感じている	4.36 $\alpha=0.858$	4.41 $\alpha=0.794$
	奥入瀬にいつまでも変わってほしくないものがある 奥入瀬になくなってしまうと悲しいものがある	4.41 $\alpha=0.933$	4.67 $\alpha=0.768$
風土との接触	奥入瀬の人々と挨拶をする機会が多い 奥入瀬の人々と話をする機会が多い せせらぎや鳥など自然の音に触れる機会が多い	3.34 $\alpha=0.748$	4.35 $\alpha=0.868$

信頼性が得られたと判断した。

4 アンケート調査の分析結果

本章では4章で実施したアンケート調査データを用い、日本人・外国人観光客の個人属性、観光実態による地域愛着の差異、次に、日本人と外国人観光客による、地域愛着の規定因の差異を探索的に分析した。最後に、地域愛着と観光MMに対する協力意向の関係性に関する分析を行った。

(1) 日本人・外国人観光客の個人属性・観光実態別の地域愛着

本節では、観光客の地域愛着は個人属性・観光実態によって異なることを明らかにする。地域愛着を構成する「地域愛着(選好)」「地域愛着(感情)」「地域愛着(持続願望)」の三つの尺度について、日本人・外国人観光客の「男女別」「年齢別」「居住地別」「同行者有無別」「来訪回数別」「宿泊日数別」「満足度別」による有意な差があるかをt検定と一元配置分散分析を用いて検証した。その中で「居住地別」「来訪回数別」「宿泊日数別」「満足度別」は地域愛着に差異がある結果が示された。

a)男女別の地域愛着

日本人・外国人観光客それぞれの「男女別」の地域愛着をt検定を用いて検証した。有意差は示されなかったため、表を示さない。

b)居住地別の地域愛着

日本人・外国人観光客それぞれの「居住地別」の地域愛着をt検定と一元配置分散分析を用いて検証した(表-5)。日本人において、青森県内に住んでいる人は県外の人より、「地域愛着(選好)」「地域愛着(感情)」「地域愛着(持続願望)」が有意に高くなることを示された(図-4)。長期間に渡って青森に住んでいること、県外の居住者に比べ地域愛着を醸成することに貢献する可能性が考えられる。一方で、外国人については、「台湾人」「中国人」「アメリカ人」の間に有意な差異は示されなかった。

c)年齢別の地域愛着

日本人・外国人観光客それぞれの「年齢別」の地域愛着を一元配置分散分析を用いて検証した。有意差は示されなかったため、表を示さない。

d)同行者有無別の地域愛着

日本人・外国人観光客「同行者有無別」の地域愛着をt検定を用いて検証した。有意差は示されなかったため、表を示さない。

e)来訪回数別の地域愛着

日本人・外国人観光客「来訪回数別」の地域愛着を一元配置分散分析を用いて検証した(表-6)。日本人については、奥入瀬への来訪回数が2回目と4回以上の観光客は、初めて来訪した人より地域愛着(選好、感情、持続願望)が高く、複数回に渡る来訪が、奥入瀬地域に対する愛着を醸成することに貢献している可能性があると考えられる。また、3回目と初めての間には、差異が示されなかった。その原因は来訪回数によってサンプル数の少ない群があり、統計的に安定しなかったためと考えられる。また、外国人についても、来訪回数による有意差が示されなかった。

表-5 居住地別の地域愛着 平均値と標準偏差,t検定と一元配置分散分析結果

	日本人										Turkeyの多重比較
	青森県内			青森県外			t	p			
	n	M	SD	n	M	SD					
地域愛着(選好)	50	4.69	0.54	136	4.37	0.79	2.66	0.00	***	県外>県内	
地域愛着(感情)	50	4.60	0.65	136	4.27	0.79	2.61	0.01	***	県外>県内	
地域愛着(持続願望)	50	4.57	0.69	136	4.36	0.83	1.63	0.02	**	県外>県内	

	外国人										Turkeyの多重比較	
	台湾			中国			アメリカ			F		p
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD			
地域愛着(選好)	51	4.37	0.69	14	4.74	0.72	6	4.48	0.79	1.52	0.23	
地域愛着(感情)	51	4.41	0.76	14	4.54	0.50	6	4.14	0.90	0.67	0.51	
地域愛着(持続願望)	51	4.65	0.57	14	4.86	0.36	6	4.50	0.87	1.11	0.34	

*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01

表-6 来訪回数別の地域愛着 平均値と標準偏差,一元配置分散分析結果

	日本人												F	p	Turkeyの多重比較	
	初めて			2回目			3回目			4回目以上						
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD				
地域愛着(選好)	80	4.18	0.84	36	4.64	0.70	15	4.42	0.67	55	4.75	0.47	7.81	0.00	***	4回目>初めて,2回目>初めて
地域愛着(感情)	80	4.06	0.82	36	4.47	0.78	15	4.33	0.72	55	4.73	0.49	9.57	0.00	***	4回目>初めて,2回目>初めて
地域愛着(持続願望)	80	4.13	0.87	36	4.54	0.76	15	4.50	0.73	55	4.73	0.55	7.43	0.00	***	4回目>初めて,2回目>初めて

	外国人												F	p	Turkeyの多重比較	
	初めて			2回目			3回目			4回目以上						
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD				
地域愛着(選好)	62	4.41	0.69	4	4.92	0.17	1	2.33		5	5.00	0.00	5.45	0.00	***	
地域愛着(感情)	62	4.36	0.76	4	4.63	0.48	1	4.00		5	4.90	0.22	1.07	0.37		
地域愛着(持続願望)	62	4.62	0.60	4	5.00	0.00	1	5.00		5	5.00	0.00	1.28	0.29		

*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01

表-7 宿泊日数別の地域愛着 平均値と標準偏差,一元配置分散分析結果

	日本人												F	P	Turkeyの多重比較	
	日帰り			一泊			二泊			三泊以上						
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD				
地域愛着(選好)	51	4.63	0.62	32	4.51	0.71	56	4.46	0.76	47	4.23	0.84	2.56	0.06	*	日帰り>3泊
地域愛着(感情)	51	4.53	0.74	32	4.47	0.68	56	4.35	0.76	47	4.12	0.82	2.67	0.05	**	日帰り>3泊
地域愛着(持続願望)	51	4.54	0.77	32	4.53	0.71	56	4.38	0.80	47	4.24	0.85	1.42	0.24		

	外国人												F	P	Turkeyの多重比較	
	日帰り			一泊			二泊			三泊以上						
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD				
地域愛着(選好)	16	4.44	0.70	36	4.30	0.77	14	4.86	0.28	6	4.45	0.89	2.19	0.10	*	2泊>1泊
地域愛着(感情)	16	4.31	0.79	36	4.40	0.80	14	4.57	0.51	6	4.33	0.61	0.34	0.80		
地域愛着(持続願望)	16	4.56	0.63	36	4.64	0.60	14	4.86	0.36	6	4.75	0.61	0.76	0.52		

*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01

表-8 満足度別の地域愛着 平均値と標準偏差,一元配置分散分析結果

	日本人												F	P	Turkeyの多重比較	
	不満			普通			満足			とても満足						
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD				
地域愛着(選好)	3	3.00	1.00	22	3.53	0.89	38	4.37	0.52	123	4.69	0.59	27.23	0.00	***	とても満足>満足>普通,とても満足>満足>不満,普通>不満
地域愛着(感情)	3	3.00	1.00	22	3.48	0.88	38	4.24	0.60	123	4.59	0.63	22.52	0.00	***	とても満足>満足>不満,普通>不満,とても満足>普通,とても満足>不満
地域愛着(持続願望)	3	3.00	1.00	22	3.45	0.86	38	4.33	0.73	123	4.65	0.62	23.96	0.00	***	満足>普通,満足>不満

	外国人										F	p	Turkeyの多重比較
	普通			満足			とても満足						
	n	M	SD	n	M	SD	n	M	SD				
地域愛着(選好)	9	3.63	1.14	12	4.45	0.52	51	4.59	0.56	8.50	0.00	***	とても満足>普通,満足>普通
地域愛着(感情)	9	3.94	1.18	12	4.25	0.50	51	4.53	0.64	2.97	0.06	*	とても満足>普通
地域愛着(持続願望)	9	4.22	0.71	12	4.79	0.33	51	4.73	0.56	3.52	0.03	*	とても満足>普通

*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01

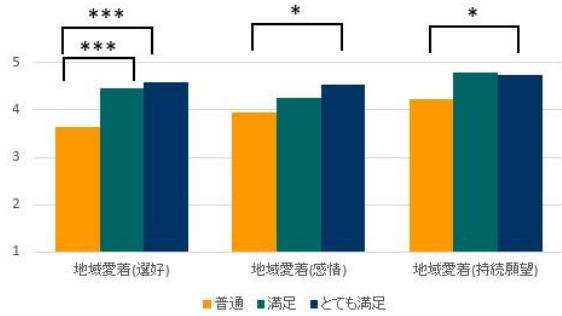


図-5 日本人来満足度別地域愛着度一元配置分散分析結果

f) 宿泊日数別の地域愛着

日本人・外国人観光客の「宿泊日数別」の地域愛着を一元配置分散分析を用いて検証した(表-7)。日本人については、日帰りする人は三泊以上の人より地域愛着(選好), 地域愛着(感情)が有意に高くなる結果が示された。青森県内に住んでいる観光客は日帰りする人数が多く(44人/50人), b)居住地別の地域愛着でも示したように, 青森県内の居住者は県外の人より, 地域愛着が高いことが示されている。また, 三泊の人は奥入瀬だけでなく, 他の観光地にも回った可能性が高く, 奥入瀬への地域愛着が低くなるが可能性があると考えられる。一方で, 外国人では, 二泊する人は一泊の人よりも地域愛着(選好)が有意に高い結果が示された。外国人においては, 二泊する人は一泊の人よりも, 地域愛着がより醸成できるものと考えられる。

g) 満足度別の地域愛着

日本人・外国人観光客の「来訪満足度別」の地域愛着を一元配置分散分析を用いて検証した(表-8)。日本人では, 満足度が高いほど, 地域愛着(選好, 感情, 持続願望)が有意に高くなる結果が示された(図-5)。外国人では, 観光に対して「とても満足」の人は, 「普通」と回答した人より, 地域愛着(感情, 持続願望)が有意傾向で高くなる結果が示された。多数の既往研究のように, 満足度が高いほど, 地域愛着が高い傾向が示されており, この結果との整合が確認できる。

(2) 日本人・外国人観光客の地域愛着の規定因

観光客の個人属性・観光実態と地域愛着の関連性を明らかにするために, 日本人・外国人観光客を対象として重回帰分析を実施した。従属変数は「地域愛着(選好)」「地域愛着(感情)」「地域愛着(持続願望)」のそれぞれを設定し, 独立変数には「性別」「年齢」「居住地」「来訪回数」「宿泊数」「満足度」を設定した。回帰モ

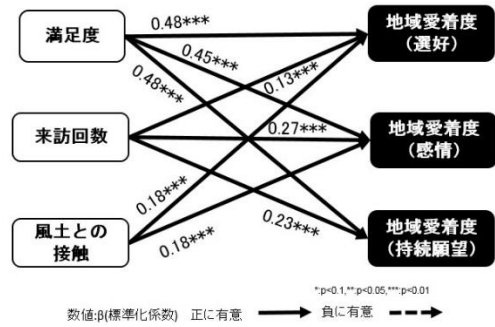


図-6 日本人地域愛着の規定因 重回帰分析結果まとめ

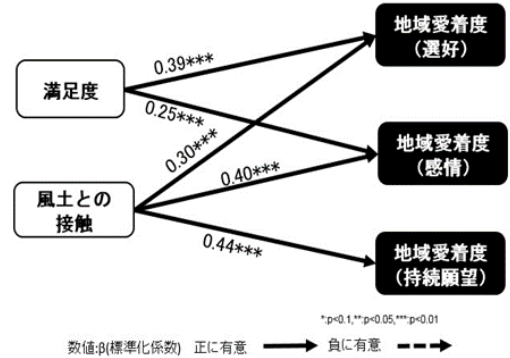


図-7 外国人地域愛着の規定因 重回帰分析結果まとめ

デル構築には, ステップワイズ法を用いた, 以下, 従属変数とした地域愛着ごとに結果を示す。

地域愛着の選好, 感情, 持続願望のそれぞれを従属変数として重回帰分析を行った結果を(表9)~(表14)で示す。日本人観光客では「満足度」「風土との接触」「来訪回数」が地域愛着とそれぞれ有意な正の関連を有していることが示された(図-6)。外国人観光客では「満足度」「風土との接触」が地域愛着とそれぞれ有意な正の関連を有していることが示された(図-7)。以上より, 観光客は観光に対する満足度, 観光しているときの「風土との接触」, 観光地への「来訪回数」は地域愛着の規定因となり得る可能性が示唆された。

(3) 日本人・外国人観光客地域愛着規定因の差異

本節では, 日本人・外国人観光客の個人属性・観光実態と地域愛着の関連に差異があることを明らかにする。日本人の地域愛着(選好)・地域愛着(感情)の規定因は「満足度」「風土との接触」「来訪回数」であり(図-8), 外国人では「満足度」「風土との接触」であった(図-9)。両者を比較すると, 日本人についてのみ「来訪回数」が有意となっている。これは, 日本人の複数来訪者は日本人全体の56%(102人/182人)を占める一方, 外国人では14%(10人/71人)しかいなかったことが原因であると考えられる。複数来訪の外国人の割合は日本人よりも低いため, 「来訪回数」は地域愛着(選好)・地域愛着(感情)の規定因で

表-9 日本人_地域愛着(選好)の規定因

日本人			
地域愛着(選好)	β	t 値	p
(定数)	1.40	4.60	0.00
満足度	0.48	8.26	0.00 ***
風土との接触	0.18	3.71	0.00 ***
来訪回数	0.13	3.68	0.00 ***
調整済みR二乗: 0.371			
*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01			

表-10 外国人_地域愛着(選好)の規定因

外国人			
地域愛着(選好)	β	t 値	p
(定数)		2.20	0.03
満足度	0.39	3.74	0.00 ***
風土との接触	0.30	2.86	0.01 ***
調整済みR二乗: 0.237			
*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01			

表-11 日本人_地域愛着(感情)の規定因

日本人			
地域愛着(感情)	β	t 値	p
(定数)		4.43	0.00
満足度	0.45	7.50	0.00 ***
風土との接触	0.18	3.02	0.00 ***
来訪回数	0.27	4.53	0.00 ***
調整済みR二乗: 0.350			
*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01			

表-12 外国人_地域愛着(感情)の規定因

外国人			
地域愛着(感情)	β	t 値	p
(定数)		2.30	0.02
満足度	0.25	2.35	0.02 ***
風土との接触	0.40	3.78	0.00 ***
調整済みR二乗: 0.215			
*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01			

表-13 日本人_地域愛着(持続願望)の規定因

日本人			
地域愛着(持続願望)	β	t 値	p
(定数)		6.40	0.00
満足度	0.48	7.64	0.00 ***
来訪回数	0.23	3.63	0.00 ***
調整済みR二乗: 0.308			
*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01			

表-14 外国人_地域愛着(持続願望)の規定因

外国人			
地域愛着(持続願望)	β	t 値	p
(定数)		8.53	0.00
風土との接触	0.44	4.12	0.00 ***
調整済みR二乗: 0.108			
*p<0.1,**p<0.05,***p<0.01			

はない可能性が考えられる。

また、地域愛着(持続願望)については、日本人では「満足度」「来訪回数」が(図-8)、外国人では「風土との接触」が、それぞれ規定因となり得る可能性が示唆された(図-9)。日本人は、旅行に対して満足するほど、また来訪回数が多いほど、観光地がなくなったら悲しいと感じることがわかった。一方で、外国人は奥入瀬の人々と挨拶や会話の機会が多く、せせらぎや鳥など自然の音に触れる機会が多いほど、観光地が無くなったら悲しいと感じるようである。このように日本人と外国人との地域愛着の規定因には差異が存在することが確認できた。

(4)地域愛着と観光MMへの態度の関係性

日本人・外国人観光客の地域愛着と観光MMへの態度に関連があることを明らかにするために、日本人・外国人観光客を対象とした重回帰分析を行った(図-8)(図-9)。

観光MMに対する協力意向、再訪問意向、将来の奥入瀬渓流区間の通行止めに対する賛否意識を従属変数とする3つのモデルを構築した。独立変数には何れのモデルについても、地域愛着(選好)、地域愛着(感情)、地域愛着(持続願望)の3つを投入し、強制投入法を用いて回帰モデルの推定を行った(表-15)~(表-20)。独立変数の選定においては、鈴木ら⁶⁾の研究により、地域愛着は町内会活動やまちづくり活動などの地域内での活動にポジティブな影響があると報告しており、観光MMへの態度にも影響を与える可能性があると考えたためである。なお、ステップワイズ法による重回帰分析法も行ったものの、いずれの独立変数も採用されなかったため、ここでは強制投入法を用いている。

以下にモデルごとの推定結果を示す。

a) 観光MMプロジェクトへの協力意向(5件法)

地域愛着(持続願望)が強い日本人ほど観光MMに対する協力意向が高くなる傾向が有意傾向として示された(表-15)。また、地域愛着(選好)が強い外国人ほど観光MMに対する協力意向が高くなる傾向が有意傾向として確認された(表-16)。

表-15 日本人_観光MMに対する協力意向の規定因

日本人			
地域愛着(選好)	β	t値	p
(定数)		-0.61	0.54
地域愛着(選好)	-0.07	-0.41	0.68
地域愛着(感情)	-0.11	-0.68	0.50
地域愛着(持続願望)	0.27	1.68	0.10
調整済み R 二乗: 0.034			
* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$			

表-16 外国人_観光 MM に対する協力意向の規定因

外国人			
地域愛着(選好)	β	t値	p
(定数)		1.71	0.09
地域愛着(選好)	0.28	1.84	0.07
地域愛着(感情)	-0.25	-1.57	0.12
地域愛着(持続願望)	0.23	1.51	0.14
調整済み R 二乗: 0.073			
* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$			

表-17 日本人_再訪問意向の規定因

日本人			
地域愛着(選好)	β	t値	p
(定数)		8.54	0.00
地域愛着(選好)	0.28	2.05	0.04
地域愛着(感情)	-0.31	-1.92	0.06
地域愛着(持続願望)	0.20	1.30	0.20
調整済み R 二乗: 0.037			
* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$			

表-18 外国人_再訪問意向の規定因

外国人			
地域愛着(選好)	β	t値	p
(定数)		1.07	0.29
地域愛着(選好)	0.39	2.70	0.01
地域愛着(感情)	0.08	0.55	0.58
地域愛着(持続願望)	0.04	0.29	0.77
調整済み R 二乗: 0.118			
* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$			

表-19 日本人_将来奥入瀬渓流区間の通行止めに対する賛否意識の規定因

日本人			
地域愛着(選好)	β	t値	p
(定数)		4.78	0.00
地域愛着(選好)	0.32	2.34	0.02
地域愛着(感情)	-0.39	-2.38	0.02
地域愛着(持続願望)	0.07	0.48	0.63
調整済み R 二乗: 0.025			
* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$			

表-20 外国人_将来奥入瀬渓流区間の通行止めに対する賛否意識の規定因

外国人			
地域愛着(選好)	β	t値	p
(定数)		2.93	0.00
地域愛着(選好)	0.37	2.36	0.02
地域愛着(感情)	-0.35	-2.15	0.04
地域愛着(持続願望)	0.02	0.13	0.89
調整済み R 二乗: 0.067			
* $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$			

b)再訪問意向 (5件法)

今回と同様の観光MMプロジェクトを実施した場合の再来訪意向については、日本人と外国人での重回帰分析の結果は似通っており、地域愛着(選好)が高い人ほど、再来訪意向が高い傾向が、日本人では有意に、外国人では有意傾向として確認された(表-17)(表-18)。一方で、日本人は地域愛着(感情)が高い人ほど、再来訪意向が低い傾向が有意傾向で示された(表-17)。

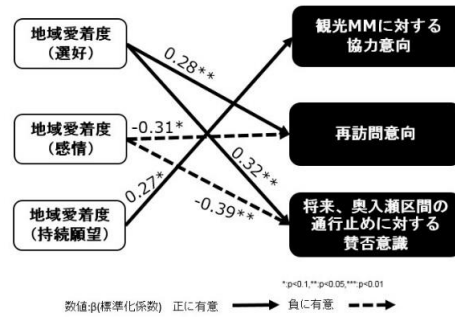


図-8 日本人観光 MM への態度 重回帰分析結果まとめ

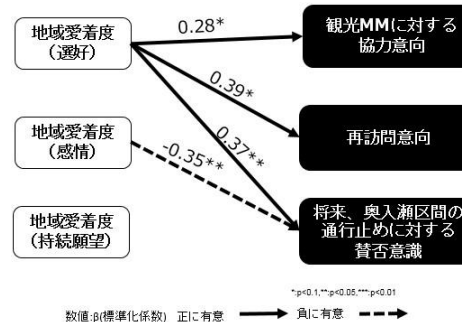


図-9 外国人観光 MM への態度 重回帰分析結果まとめ

c) 将来、バイパスが開通後、奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識(5件法)

日本人と外国人の結果に通っており、地域愛着(選好)が高いほど将来の奥入瀬区間の通行止めに賛成することが示された。一方で地域愛着(感情)が高いほど、将来の奥入瀬区間の通行止めに反対することが示された。

(5) 日本人と外国人観光客の観光実態と地域愛着・観光MMへの態度の構造モデルの推定

日本人・外国人観光客の観光実態と地域愛着と観光MMへの態度の関連性を明らかにするために、図10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。この結果を図-11、図-12に示す。その結果より、日本人観光客では満足度は、地域愛着(選好)(感情)(持続願望)に対して有意に正の影響があった。このことから、来訪満足度が高まると、地域愛着が醸成できると考えられる。来訪回数は地域愛着(選好)(感情)に対して有意に正の影響があり、地域愛着(感情)を介して間接的に地域愛着(持続願望)に正の影響があった。来訪回

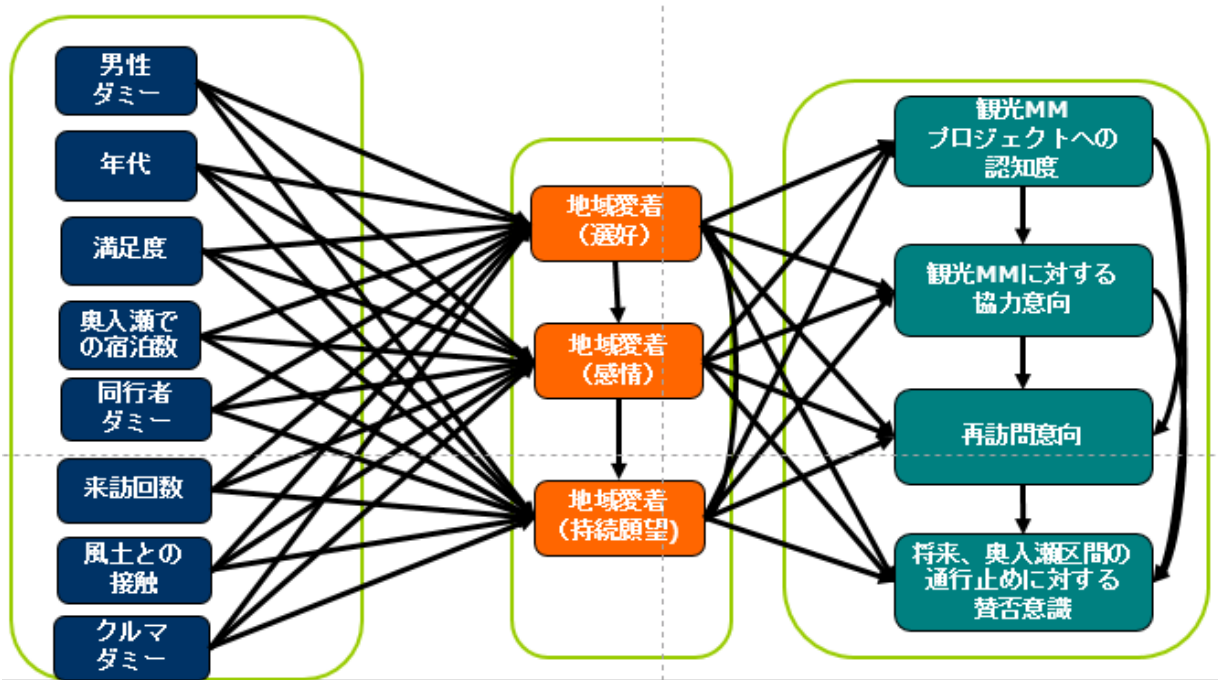


図-10 日本人観光客の観光実態と地域愛着と観光 MM への態度の仮説モデル

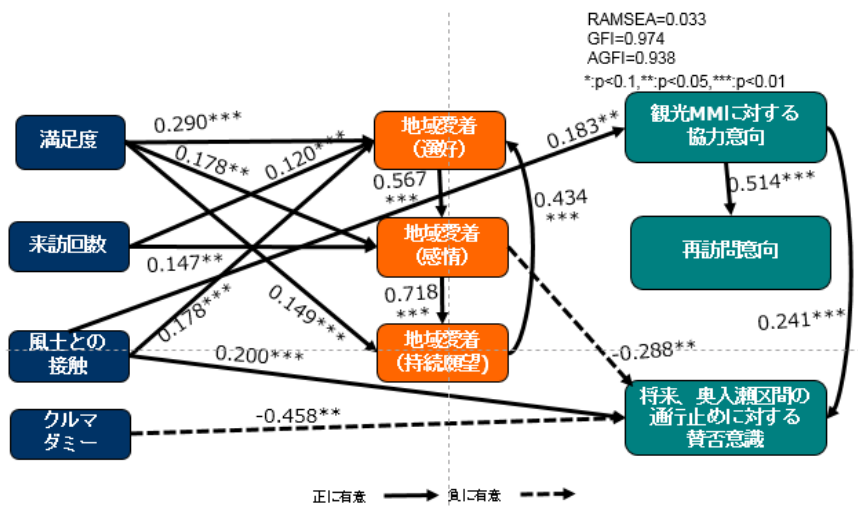


図-11 日本人観光客の観光実態と地域愛着と観光 MM への態度の構造モデル(結果)

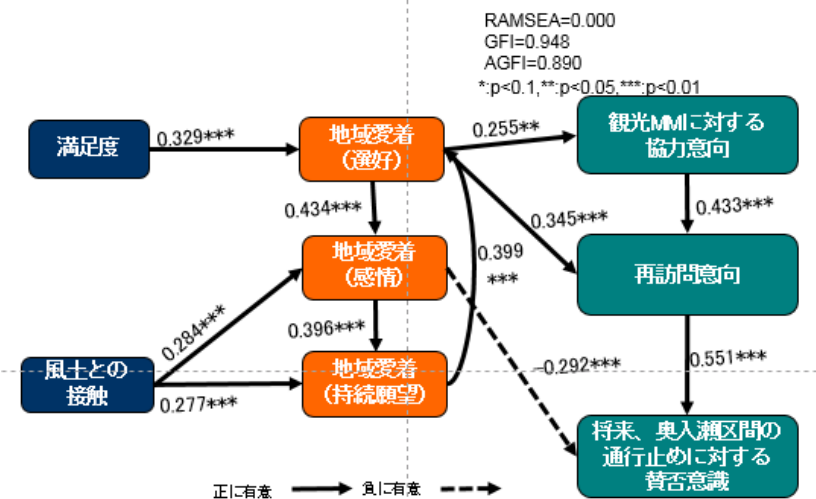


図-12 外国人観光客の観光実態と地域愛着と観光 MM への態度の構造モデル(結果)

との接触は地域愛着(選好)に対して有意に正の影響があった。「観光MMへの協力意向」を介して間接的に地域愛着(感情)(持続願望)に正の影響があった。風土との接触が増えると、地域愛着が醸成できると考えられる。また、風土との接触は「観光MMへの協力意向」と「将来、奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識」にも有意に正の影響があり、間接的に「再訪問意向」に正の影響があった。風土との接触が増えると、観光MMへの態度に賛成する傾向が明らかになった。一方で、地域愛着(感情)は「将来、奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識」に有意に負の影響があり、地域愛着(感情)が高いほど、将来の奥入瀬区間の通行止めに対しやすい傾向が見られた。反対する理由としては、将来の奥入瀬区間の通行止めについて、メリットとデメリットの観光客への説明が不足していることが考えられる。また、「観光MMに対する協力意向」は「再訪問意向」と「将来、奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識」に有意に正の影響があり、観光MMに賛成するほど、再訪問意向が高くなり、通行止めに賛成することが示唆された。

次に、外国人では、満足度は、地域愛着(選好)に対して有意に正の影響があり、間接的に地域愛着(感情)(持続願望)に正の影響があった。来訪満足度が増えると、地域愛着が醸成できると考えられる。風土との接触は、地域愛着(感情)に対して有意に正の影響があり、間接的に地域愛着(感情)(持続願望)に正の影響があった。風土との接触が増えると地域愛着(感情)(持続願望)が醸成できると考えられる。また、日本人と同じように、地域愛着(選好)から地域愛着(感情)、地域愛着(持続願望)への影響を示した。地域愛着(選好)は「観光MMに対する協力意向」と「再訪問意向」に対して有意に正の影響があり、「再訪問意向」を介して間接的に「将来の奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識」に正の影響がある。これらより、奥入瀬を好きであるほど、観光MMへの協力意向、再来訪意向が高く、通行止めに賛成しやすい傾向にあることが分かった。日本人と同じように地域愛着(感情)は「将来、奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識」に有意に負の影響があった。また、「観光MMに対する協力意向」から「再訪問意向」、「将来、奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識」への有意に正の影響があり、観光MMに賛成するほど、再訪問意向が高くなり、通行止めに賛成することが示唆された。

5 おわりに

(1) 本研究の成果

本研究では、日本人と外国人観光客を対象とした地域愛着の規定因を探索し、日本人と外国人の地域愛着の規

定因の差異、地域愛着と観光MMへの態度の関連性を明らかにすることを目的として、観光地における日本人と外国人観光客にアンケートを実施した。

その結果、

1) 観光客の地域愛着は来訪回数、宿泊数、観光への満足度によって異なることが確認された。

2) 観光客の観光への満足度、来訪回数、風土との接触といった個人属性・観光実態は地域愛着の規定因となり得る可能性が確認された。

3) 日本人観光客は、奥入瀬観光の満足度、来訪回数、風土との接触が、三つの地域愛着(選好、愛情、持続願望)の規定因となり得る可能性が示唆され、外国人観光客については、奥入瀬観光の満足度、風土との接触が三つの地域愛着(選好、愛情、持続願望)の規定因となり得る可能性が示唆された。加えて、日本人では、「風土との接触」よりも奥入瀬観光の満足度が地域愛着に強く関連し、外国人では、奥入瀬観光の満足度よりも「風土との接触」が地域愛着と強く関連していた。以上より、日本人と外国人の地域愛着の規定因には差異が示された。

(4) 日本人では、地域愛着(選好)は観光MMへの態度(再訪問意向、将来通行止め賛否意識)に正に関連していることが示された。また、地域愛着(感情)は観光MMへの態度(再訪問意向、将来の通行止めの賛否意識)に負に関連していることが示された。さらに、地域愛着(持続願望)は観光MMへの態度(協力意向)に正に関連していることが示された。外国人では、地域愛着(選好)は観光MMへの態度(観光MMに対する協力意向、再訪問意向、将来通行止め賛否意識)に正に関連していることが示された。また、地域愛着(感情)は観光MMへの態度(将来の通行止めの賛否意識)に負に関連していることが示された。

(5) 日本人と外国人観光客の観光実態と地域愛着と観光MMへの態度の関連について共分散構造分析を用いて分析を行った結果、日本人では来訪満足度、来訪回数、風土との接触は直接または間接的に地域愛着(選好)(感情)(持続願望)に正の影響があった。風土との接触は直接または間接的に観光MMへの態度に有意に正の影響があった。地域愛着(選好)から地域愛着(感情)、地域愛着(持続願望)への有意に正の影響を示した。一方で、外国人では満足度は、直接または間接的に地域愛着(選好)(感情)(持続願望)に正の影響があった。風土との接触は、直接または間接的に地域愛着(感情)(持続願望)に正の影響があった。また、地域愛着(選好)から地域愛着(感情)、地域愛着(持続願望)への影響を示した。地域愛着(選好)は「観光MMに対する協力意向」と「再訪問意向」に正の影響があった。間接的に「将来、奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識」に正の影響がある。また、「観光

MMに対する協力意向」から「再訪問意向」, 「将来, 奥入瀬区間の通行止めに対する賛否意識」への有意に正の影響を示した。

以上, 青森県奥入瀬溪流の観光客を対象として, 2019年度に実施したアンケート調査を分析することにより, 地域愛着の規定因となりうる変数を同定し, また, 地域愛着と観光実態の関連性や観光MMへの態度と地域愛着の関連性について日本人と外国人観光客の間で比較を実施できたことが本研究の成果である。

本研究の結果より, 日本人・外国人観光客では, 風土との接触は観光MMへの態度に直接または間接に正の影響があることが確認された。観光客は現地の人々と挨拶, 会話して, 自然の音に触れる機会が高まると, 観光MMへの態度がポジティブになることが期待できる。また, 観光地のスタッフや観光MM関係者として, 観光客に声をかけることが観光客の「風土との接触」を増加する方法と考える。スタッフと観光客の接触機会を増やすことで, 観光客は観光MMへの態度がポジティブになることが期待できる。

(2) 今後に向けて

本調査では, 青森市奥入瀬溪流という観光地に訪れる日本人と外国人を対象としたが, 外国人のサンプル数が72人であり, サンプル数が少ないと考えられる, また, 外国人観光客の中で台湾人観光客の割合は70%に達しており, サンプルの偏りを小さくし頑健性を高めるため, 今後も同様の調査を行っていく必要があると考える。また, 日本国内の他の観光地を訪れる観光客など, 今後は調査対象を拡張し, 本研究で得られた結果の妥当性を再び検証する必要があると考えられる。

また, 当然ながら, 地域愛着には, 来訪回数, 観光の満足度だけではなく, 消費行動・観光地のサービス水準などの他の要因が影響する可能性があり, これらの要因も再検討していく必要があると考えられる。

謝辞:

本研究を進めるにあたり, 国土交通省青森河川国道事務所の木村慎二様, 青森県庁の皆様には, アンケート調査の実施に際し, 多大なるご協力をいただきました。この場を借りて厚く御礼申し上げます。

指導教員である谷口綾子先生には熱心なご指導を頂きました。研究室のメンバーの皆様にも非常に多くのアドバイスを頂きました。本当にありがとうございます。

参考文献:

- 1) 国土交通省:東北各県における外国人延べ宿泊者数の推移(平成22年比),2017
http://www.tb.mlit.go.jp/tohoku/chikoushin/21chikoushin/ks-chikoushin21_shiryou4-1.pdf
- 2) JTBF:旅行者調査,2017
<https://www.jtb.or.jp/research/theme/statistics/statistics-tourist/>
- 3) 国土交通省:観光地における渋滞対策
<https://www.mlit.go.jp/common/001150187.pdf>
- 4) 国土交通省:「明日の日本を支える観光ビジョン」ー世界が訪れたい日本へー,2015
<http://www.mlit.go.jp/common/001126601.pdf>
- 5) 谷口綾子, 今井唯, 原文宏, 石田東生: 観光地における多様な主体の地域愛着の規定因に関する研究ーニセコ・倶知安地域を事例として, 土木計画学研究・論文集, 25(2), pp. 357-362, 2008.
- 6) 鈴木春菜, 藤井聡: 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, 25(2), pp. 357-362, 2008
- 7) 萩原剛, 藤井聡: 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, 2005,
- 8) 宮川 愛由, 藤井 聡: 観光モビリティ・マネジメントについての実践的研究技術開発: 京都・奈良での取組事例, 土木学会論文集 D3(土木計画学), Vol.67, No.5(土木計画学研究・論文集第28巻), I_499-I_507, 2011
- 9) 引地 博之, 青木 俊明: 地域に対する愛着形成の心理過程の検討, 景観・デザイン研究講演集 No.1, 2005
- 10) 十和田湖国立公園協会, 2019
<http://towadako.or.jp/towadako-oirase/>
- 11) 奥入瀬溪流利活用検討委員会: 奥入瀬ビジョンー世界に誇れる奥入瀬を目指してー, 2017
http://www.pref.aomori.lg.jp/soshiki/kendo/doro/files/oirase_vision.pdf

A study on the difference in determinants of place attachment between Japanese and foreign tourists
-Research on Aomori Oirase-

Xu HAN, Ayako TANIGUCHI, Shinji KIMURA, Haruo ISHIDA

By increasing the attachment of tourists to the tourist area, it is thought that the feeling of taking care of the area

will be born, and problems such as littering of the garbage and local consumption can be prevented, and a better tourist area can be created. This study focuses on place attachment, and identifies and compares the determinants of regional attachment for Japanese and foreign tourists. Using the questionnaire data for tourists in Tourism Mobility Management conducted in Oirase, Aomori Prefecture in 2019, we analyze the impact of tourist personal attributes and tourism on regional attachment. In addition, we examine the differences in the determinants of place attachment between Japanese and foreign tourists. As a result, 1) Tourists' attachment to the place varies depending on the number of visits, number of stays, and satisfaction with tourism. 3) Covariance structure analysis revealed the relationship between tourism reality, climate contact, place attachment, and attitude toward tourism MM