

第5章 旅行訪問地における活動・経験

旅行者による訪問地(目的地)での活動や経験の内容を分析するために、場所、時間、定常的行動パタンの関連をとらえるという視点から、文献展望をふまえて研究の方向づけを試みる。とくに訪問地内での活動・経験の実質的特徴を明らかにした種々の実証的研究の結果を集約する一つの体系を提案する。あわせて、旅行者による訪問地の環境認知にともなう認知地図や空間イメージの形成について考察し、旅行者(ゲスト)と地域居住者(ホスト、ガイド)の間の社会的関係の成立に関する分析枠組みを検討する。最後に、旅行者の訪問地内行動に関する図式的モデルを提示する。

キーワード：旅行者行動、訪問地内活動、認知地図、地域空間イメージ、都市のイメージ、地域居住者との社会的関係。

I 旅行者の訪問地内行動の分析視点

I-1 基本的側面：時間、場所、定常的行動パターン

旅行者が特定の目的地を訪れるのは、一般に、その地域内の特定の場所・施設をある時間的条件のもとで訪問すれば、自分の動機を満たしうる行動をしたり経験を持つことができると考えるからである。そのような「場所・施設」と「時間的条件」と「行動・経験」の関係が適切に成り立つことをあらかじめ期待している場合だけでなく、「何かあるのでは」というような気持ちで、いわば「探索」的あるいは「偶発」的に訪れることもある。そうした場合には、その場所・施設で、ある時間的条件のもとで、ある種の行動や経験が成り立つことを新たに学ぶことになる。このように、特定の時間に、特定の場所で、特定の(パターン化された)行動をするという「時間×場所×定常的行動パターン」の組み合わせは behavior setting (「定常的行動場面」と訳す。)と言われることがある。

[注] The behavior setting, that is the combination of a specific place, a specific time, and a standing pattern of behavior. (Russell & Ward, 1982. p.657.).

この behavior setting という概念は、環境心理学者によって提起されたもので、人が、系列をなしている一連の行動の定常的パタン（「プログラム」と呼んでいる。）を維持できるような時間的・空間的に限定された一つの場面（ロケーション）を指している（Fridgen, 1984. p.24）。言いかえれば、その場面の特有の機能が果たされるのは、その場面内での人々の行動プログラムが定まっているからである。たとえば、学校、病院、美術館、教会などは、それぞれ、特定の時間に訪れる人が特定の行動パタンをとることによって、その場面の独特の機能が遂行されるようになっている。その来訪者も、その場面で求められる行動パタンをあらかじめ知っており、その場面に「ふさわしい行動」をすることによって、その場面の機能が発揮できるようにする。学校で生徒は勉強し、病院では患者が診察を受け、美術館の訪問者は展示物を鑑賞し、教会では信者が祈りを捧げる、というように行動がパタン化されているとき、それぞれの場面の基本的な存在意義が認められる。レストラン、式場、劇場、会議場などもそうした施設である。もっと規模の小さい空間として、一般家庭の各部屋（居間、書斎、台所、寝室、浴室など）も behavior setting の一つであろう。（Fridgen, 1984. p.29）

Fridgen (1984) は、この behavior setting という概念を旅行者行動に適用し、旅行訪問地が多数の behavior setting から成り立っており、その多くが旅行者の満足形成に関連していると考えている。つまり、旅行者が特定の行動パタンを示す（見る、聞く、遊ぶ、休む、食べる、泊まる、等）ことによってその特徴や魅力を感じることができ場所・施設が、スポットやエリアとして存在することは、多くの人々から旅行目的地として認知されるための必要条件とも言えるのである。

たんに一カ所のスポット（点）としてでなく、来訪者の進行順路が定まっている連続的な施設や、数多くの見学場所の間に一定の道順が設けられている地域も、behavior setting の概念でとらえることができるだろう。組織化さ

れた団体旅行では、訪問の場所が定まっており、その順序も定型化していることが多く、多数の訪問者が類似の移行パターンを示すが、こうした場合には、その地域全体が一つの behavior setting としてとらえられるだろう。

本章では、このような behavior setting を構成する要素（場所、時間、定常的行動パターン）を考慮しつつ、旅行訪問地（目的地）における旅行者（訪問者）の行動を体系的に把握するための視点を探るとともに、そうした行動のいくつかの側面に焦点を当てて、その分析のための手がかりを求めることにする。

I-2 「定常的行動場面」の諸要素

I-2-1 定常的行動場面の要素間関係の検討

旅行訪問地における旅行者行動に関する分析視点として「定常的行動場面 (behavior setting)」の概念を導入するとき、その具体的アプローチのために「場所×時間×定常的行動パターン」という3要素間の関係を分解して、3タイプの2要素間関係（場所×時間、場所×行動、時間×行動）を検討するところから出発するのが理解しやすいのではないだろうか。

これらの3タイプの関係のうちで「場所×時間」の側面は、旅行者を誘引しその行動を喚起する刺激になるとともに、旅行者の行動に制約を与える条件にもなるが、いずれにしても「どこへ、いつ（どれだけ）、旅行するか」という形で旅行者が選択しうる、旅行状況を表すものである。また「定常的行動パターン」の側面は「場所」や「時間」と関連づけられたときに旅行者行動としての実質的な意味が生じるため、「場所×行動」「時間×行動」という2側面に目を向けるのが実際的である。

(1) 「場所×時間」の意味

旅行者の訪問地内行動 (on-site behavior) を見るためには、まず「場所×時間」の意味を考えることが必要であろう。

旅行者は、普通、その目的地の魅力がもっとも強く感じられる時期や時刻（つまり「時機」）に、その場所・施設を訪れようとする。旅行マーケティングでは、魅力ある目的地として旅行者に認知されるように特定の時機（時期、

時刻)をアピールして、その時機こそ、その場所・施設への訪問が他の場所ではできない経験をさせてくれることを強調することも多い。したがって、こうした「場所」や「時機」の条件によって旅行目的地内での訪問者の行動が異なることも多い。

訪問した場所・施設では、その魅力や特徴を感じるのに過不足ない時間として、そこでの滞在期間(旅行期間)が割り当てられようとする。この滞在期間は、1回の旅行に割り当てる生活時間の長さであるが、その長短だけでなく、特定の旅行期間を複数の訪問先の間で割り振る「時間配分」の問題に関係することが多い。

こうして、旅行者行動における時間的条件には「時機」「滞在期間」「時間配分」などがあるが、一時的滞在者である旅行者では、その場所に永続的に居住している人々の場合とは異なり、「その場所はいつ訪れるのがよいか」という形で、「場所の選択」の効果を高める目的で「時間の選択」が行われることが多い。しかし、他方で、特定の旅行時機や旅行期間が決まった後に、その時間的条件で訪問するのにふさわしい場所(目的地)が検討されることもあり、また、特定の期間のなかで訪問可能な場所が選ばれることもあって、「時間の選択」が先行することもある。

旅行者行動に関する「場所×時間」は、旅行者におけるさまざまな選択状況を示している。

(2) 「場所」の認知的要素

ところで、Canter (1977) [宮田・内田訳, 1982. p.251ff.] によれば、「場所(place)」は、「行動」「概念」および「物理的属性」の3要素の関連から生まれるものであって、「場所」を特定するには次の3点を知る必要がある：

- a. ある地点には、どのような行動が結びついており、また、どのような行動が予想されるか。
- b. その状況における物理的変数はなにか。
- c. その物理的環境におけるその行動について、人はどのような解釈をし、どのような概念を抱くか。

つまり「場所」には、それを構成する物理的条件のみならず、その空間における人間（来場者、来訪者）の行動的および認知的な側面も含まれている。

Pearce (1988) は、旅行者が「場所の魅力」を感じるためにはこれら3要素が結びつくことが必要であるとしている。個人が快・不快や満足・不満足を感じる「場所経験 (place experience)」の成立には、従来は、ややもすれば「物理的属性」だけが注目されていたが、それだけでなく、当該地点内での「活動」や「概念化」が非常に重要であることを強調し、その事例として、英国の歴史的遺跡としてよく知られているストーンヘンジ (Stonehenge) の保護啓蒙活動における1985年以後の展開に触れている (p.116ff.)。

つまり、1984年夏に行われたストーンヘンジ訪問者調査で、多くの訪問者がストーンヘンジを楽しい場所と考えていないことや、展示説明が欠けている点に不満があることが分かった。そこで、魅力ある場所として蘇るために、巨石モニュメントの「保存」だけでなく、訪問者がそこで「活動」したり、その場所を「概念化」できるような変革が施されたのである。その要点は、Canter (1977) によって指摘されている上記の3点に対応させて、物理的属性に関連する「セキュリティ (security)」の確保に加えて、行動面での「アクセス (access)」と概念化に関する「インフォメーション (information)」を改善することであった。具体的には、巨石モニュメントから約3/4マイル離れたところに半地下のビジターセンターを設置し、モニュメントに近づくための通路の壁面には来訪者の徒歩のペースに合わせた段階的な説明盤を取りつけ、近づくうちにストーンヘンジの全景観が視野に入ってくるようにするとともに、モニュメントの周辺に自由に立ち入ることができるエリアを設けてその景観を多角的に理解し解釈できるようにした。そのため、以前は、多数の人が遺跡の物理的形態を見るために「ただ往復する」だけであったが、時間をかけてゆっくり近づき、周辺の回り道にも入っているいろいろな方角からモニュメントを眺め、ビジターセンターへ帰る途中でふたたび説明盤を読むという行動が増えて、訪問客の満足感を高めることができるようになった。

(3) 「場所×行動」の把握を意図する「行動地図」

Canter (1977) によれば、場所の性格を把握するための直接的な方法の一

つに、その場所で生起する「行動」を観察することがある。

特定の場所で観察・記録された行動の頻度をしらべてパターン化して描き出したものは Ittleson, W.H. et al. (1970) によって「行動地図 (behavioural map)」と呼ばれている (Canter, 1977 [宮田・内田訳, 1982. p.82] による)。この行動地図からは、まず、個々の場所の利用のされ方が分かるが、それとともに、その空間内での来訪者の行動を理解するための基礎的な手続きになる。

Pearce (1988) は、一例として、オーストラリアのニュー・サウス・ウェールズ州にある歴史テーマパーク (1880年代の製材地域を再現したティンバータウン Timbertown) で、約500人の来場者にパーク内で立ち寄った場所を質問して、その行動地図を作成した (p.82.)。その結果から、パーク内の諸施設が利用密度によって4区分されることが分かり、設備の新設、通路の開設、案内標識の整備などに役立つ情報が得られたと報告している。

こうした行動地図づくり (behavioural mapping) は、その場所での来訪者の興味や魅力認知のパターンを把握するのに役立つこともできる。また、行動頻度を等高線で描くことによってある程度広い地域での行動の広がり方を知ることができる (Pearce, 1988. p.55.)。

他方、訪問先の場所・施設を個別に見るのでなく、その組み合わせパターンをとらえれば、個人レベルの目的地内行動の全体像により近づくことになる。一つの「点」でとらえるだけでなく、「点と点」の間で来訪者行動を比較したり関連づけることができる。

さらに「点から点への流れ」を見ることもできる。これは、訪問地内での場所・施設の間個人の移動 (movement) を「線」(「動線」と言われる。) としてとらえることであり、地域内での行動の時間的経過を描くものになる。Pearce (1988) は、そこに一つの定常的パターンを見出すことができれば、スクリプト (script) という認知心理学的概念を適用できると考え、それを「特定の場面に適した行動の系列的習慣」と説明している (p.42)。そして、Pearce (1988) は、美術館の展示場内での来訪者の歩行順路 (pathway) を調べているが、一つの展示物へのアプローチではタイプ分けができるにしても、展示

場内全体での歩行パターンはきわめて多岐にわたることを認めている (p.97 ff.)。

この「流れ (動線)」は、その場所・地域の空間的構造の特徴や歪みを明らかにするとともに、そのなかの魅力的要素の所在を物語り、来訪者の動機・関心・意図などを推し量る素材になる。

たとえば、購買行動分析では、店舗内の顧客行動を追跡して動線が描かれることがよくある。また、動線は、より広い地域内の行動についても、歩行順路を想起してもらうというような方法でとらえることができる。わが国でも、この種の研究は、以前からいろいろと行われているが、繁華街などでの来街者行動に着目した分析が少なくない (坂巻, 1981; 朝日新聞東京本社広告局, 1981; 杉本, 1984; 博報堂生活総合研究所, 1985)。

(4) 「時間配分」が表す「時間×行動」の内容

旅行者行動における「時間」の問題を、とくに訪問地内行動の視点で取り上げる場合の主たるテーマは、前述のように、訪問地での「滞在期間 (旅行期間)」、その一定期間のなかで特定の行動に費やした「時間の長さ (time length)」、さらに、その時間をいくつかの行動に割り振る「時間配分 (time budgeting)」などがある。

Pearce, D.G. (1988) は、「旅行者が、その訪問地内で実際に何をしているのか、その時間をどのように使っているのか」という問題は、従来、あまり関心を集めなかったと述べ、旅行者の活動パターン (tourist activity pattern) を分析することの意義を強調しているが、この分析のために行われる質問が「ある場所を訪問したか否か」(訪問場所調査)に限定されていることが多くて、それぞれの場所の重要度、そこで過ごした時間の長さ、複数の訪問場所の組み合わせや順序などについての情報は、ほとんど把握されていないと批判している。

そうした認識に立って、Pearce, D.G. は、時間配分研究 (time-budget study) が旅行者の活動パターンをより完全に把握するものであり、なかなか直接観察しにくい行動パターン (behaviour pattern) の記録をも可能にする場合があると考えている。

時間配分の調査は、個人の時間利用の仕方を一定期間にわたって体系的に記録したものであり、行動ごとの「時間の長さ」や「時機」の把握を前提として、通常1日～1週間という短期間における個人の活動の系列(sequence)、タイミング(timing)、継続時間(duration)などを記述することが多い。

こうした時間配分の分析は、訪問地での旅行者行動の研究ではほとんど採用されていない。しかし、そのようななかで先駆的研究としてよく知られているのが Gaviro, M. (1975) の調査で、それは、スペインの海浜リゾート地16カ所で3000人以上の滞在客の活動の継続時間を15分単位でしらべて百分比を求めたものである。その結果、睡眠時間を除く生活時間のなかで、海浜で過ごす時間は26%にとどまり、30%は宿泊施設の内部または周辺で、22%は街頭や途中の店で、14%は遊興場所で過ごしていたということを明らかにしている。〔Pearce, D.G., 1988. p.111.; Pearce, P. 1988. p.56.から引用。〕

また Pearce, D.G. (1988) は、1985年8月に南太平洋(メラネシア)のバヌアツ(Vanuatu)の訪問客300人に日記式質問紙を配布し、滞在期間中の最初の4日間について、午前8時から午後8時までを2時間ごとに区分した6時間帯のそれぞれで、主な活動とその場所を記録してもらうという方法で調査している。最終的に分析できた96人(回答は113人から得た。)のデータによると、「活動パタン」別に見た時間比では、飲食に29%、観光に20%、各種スポーツに20%、休養に9%、ショッピングに8%を費やしていることが分かった。4日間の行動を通して見ると、時刻ごとのリズムを示す現象も伺うことができ、午前中はポート・ヴィラ(Port Vila)でショッピングを楽しみ、午後早めにスポーツや観光を行い、その後には休養して、夕方に食事に出かけるというパタンが認められた。他方「活動場所」では、宿泊先のホテル内での活動が圧倒的に多く、それを補完するようにショッピング(ポート・ヴィラ)や観光に出かけることが認められたが、こうした外出や観光は第1日目よりも第2～3日目に増える傾向があり、気分転換を求める様子が伺われた(p.111)。

こうした結果を報告しながら、Pearce, D.G. (1988) は、時間配分調査に関

する多くの方法論的課題も検討している (p.112-119)。その検討は、記録する活動内容 (p.112)、時間区分と時間測定方法 (p.113)、調査技法 (p.114)、調査期間と回答方法 (p.114-5)、調査対象者の抽出 (p.116)、回答用紙の記入・回収方法 (p.117)、分析方法 (p.118) など多岐に及んでいる。

I-2-2 定常的行動パターンに関する問題意識

行動地図を描いたり時間配分を調査するためには、旅行者行動に関する分類カテゴリーがあらかじめ準備されていることが必要である。旅行者が訪問地のなかで表す定常的行動が類型化され、そのリストが用意されなければならない。そうした行動カテゴリーに関して、場所ごとの頻度が記録され、継続時間がとらえられるのである。

そこで、旅行者の訪問地内行動の定常的パターンを把握することが重要になる。そのためには、その定常的行動パターンをどのような視点で把握するかが問題になる。

直ちに考えられることは、旅行者の訪問地内行動の活動・経験内容を分類することであろう。その行動分類は、旅行者が計画を実行し、モチベーションを満たすために遂行する行動形態を体系的にとらえるものである。本章では、その試みとして、後述の「III. 訪問地内での活動・経験の内容」において、過去の実証的研究の整理・展望を行っている。

しかし、その試みのなかで取り扱われる旅行者の訪問地内行動は、包括的で、その行動を広範囲にカバーすることを意図し、網羅的にリストアップできるようなものであることが求められる。しかし、訪問地内での旅行者行動にはきわめて多様な形態の活動・経験が含まれることが明らかになり、このことは、その多様な活動・経験のそれぞれのなかにも定常的パターンを見出すことになるだろうということが想定される。

そのような個別的行動の特定側面として、本章では、訪問地内での旅行者の「空間認知 (II)」と「地域居住者との関係 (IV)」を取り上げている。その理由は、これらの側面が心理学的研究としての背景を異にしており、また、旅行者行動の領域ではあまり取り上げられない問題であると思われるからで

ある。したがって、旅行者行動研究のなかで実証的分析の蓄積がすくない問題だとも言えよう。しかし、旅行者の訪問地における活動・経験として必然的なものであり、その体系的理解が求められる問題であることは確かである。

II 旅行訪問地での空間認知

II-1 認知地図の成立

II-1-1 地域内移動行動を通しての学習

旅行者の目的地（訪問地）内での行動の基本的な特徴を「新しい場所についての学習」と見ることができる。

Ryan (1991) は、訪問地における旅行者の行動は総じて「学習と発見」のプロセスであるが、それは初期段階でもっとも顕著であり、その後は「適応」のプロセスに入り、最終段階には行動パターンが相当予見しやすくなるという見方から、その学習行動パターンに関する仮説を次のように挙げている (p.38):

- a. 旅行者の探索行動 (exploratory behavior) には一つのパターンがある。
- b. 適応のプロセスにはストレスが伴う。
- c. 旅行者が重要だと考えることについての環境学習は比較的迅速に行われる。
- d. 行動は部分的には楽しみ (enjoyment) を予期することによって決定される。

この仮説の当否について、Ryan (1991) は例証的に説明しているだけであるが、旅行訪問地での行動に「学習と発見」が含まれていることは否定できないだろう。

こうした学習は地図や案内図を見たり、その土地の人々から教えてもらうなどの形で行われるが、いかにも旅行者らしい学習は、その地域内の特定の場所・施設を訪れるための地域内移動行動を通して行われる学習であろう。そうした移動を徒歩で行うこともあれば交通機関を利用することもあるが、それを通して、地域内の場所・施設それ自体の特徴や差異を個別的あるいは

相互比較的に理解することはもとより、それらの間の距離や位置関係などを把握し、次第に当該地域の全体的な空間的・地勢的な構成についての認知を形成していくことになる。

こうした「空間認知」の基礎になる心理的現象の一つとして「距離認知」を挙げることができよう。距離認知とは、場所・施設など対象事物の間の距離（空間的隔たり）に関する認知である。

Russell & Ward (1982) は、パリをはじめて訪れた人や大学キャンパスにはじめて来た人に描いてもらった手書きマップ（スケッチ・マップ）を分析した Evans, Marrero & Butler (1981) の研究を引用して、地域内の距離認知の成立について、初めの頃のマップでは順序距離（ordinal distance）の知識があるだけのようなのだが、後になると間隔距離（interval distance）が成り立っていくという結果を紹介している。そして、これは、人々の空間認知が、対象事物の間の直接関係から成り立つ「相対空間（relative space）」から、それらの事物を全体的に位置づける一つの枠組みができる「絶対空間（absolute space）」へ発達していくことを示していると述べている（p.663）。

特定の地域に短期的にしか滞在しない旅行者（訪問者）にとっては、普通、当該地域に関する空間認知は、その範囲の広さや内容の詳しさにおいて限界がある。しかし、それでも、なんらかのレベルの空間認知を成り立たせることは、旅行者が訪問地で行う恐らく最初の行動であろう。人によっては、その地域の社会経済的状況や居住者生活についての第一印象を直感的に形成することがあるかも知れないが、多くの人は、評価や価値判断を含む印象形成に先立って（あるいは、同時に）、地域空間の実体的構造に関して認知するものと考えられる。

II-1-2 頭のなかの地域マップ：認知地図とスケッチ・マップ

旅行者は訪問地の地図を見たりいろいろな場所・施設を実際に訪れて、それらの間の空間的な位置関係を知り、また、それらをつなぎ合わせて地域全体の視覚的・空間的な認知像（イメージ）を形成する。このような「どこに、何があるか」を表すメンタル・マップ（mental map〈頭のなかの地図〉）は

「認知地図 (cognitive map)」とも言われている。この「認知地図」という概念は、学習心理学の領域における Tolman, E.C. (1948) のサイン・ゲシュタルト説で、動物の学習過程を目標へのルートを描く内的な地図を形成していく過程ととらえ、この「内的な地図」を意味するために用いられてきた。

しかし、環境心理学的な意味では、建築設計家の Kelvin Lynch (1960) が、都市環境の空間的・形態的な認知パターン (イメージ) を「頭のなかの地図」としてとらえたことによって一般化されたものである (Pearce, 1988. p.55; Walmsley & Jenkins, 1992. p.270)。

Lynch (1960) [丹下・富田訳, 1968] は、ある都市の物理的・空間的な形態について人々が共通に抱いているパブリック・イメージを「都市のイメージ」と呼び、そうした都市形態についての人々の認知像をとらえるために「スケッチ・マップ (sketch map)」を描いてもらう方法を用いたのである。その方法は、調査対象者に「はじめてこの市を訪れた人に、市内の主な特徴を全部含めて、しかも大急ぎで説明するような気持ちで、おおよっぱなスケッチを描いてほしい」という趣旨の依頼をするものである [丹下・富田訳, 1968. p.182]。

この方法で描かれたスケッチ (略図) と自由回答式インタビューでの口頭による描写内容との間にはかなりの相関関係があるが、Lynch は「スケッチの方がより高い識閾 (threshold) をもつ傾向が見られる、つまりインタビューで最低の頻度で登場するエレメント (後のII-2-1で述べる「都市イメージ」の構成要素) がスケッチの中には全く現れない例が多い。そしてどのエレメントの場合も、一般に口頭で述べられる頻度に比べればスケッチに描かれる頻度の方が低い」と述べて、口頭描写に比べてスケッチの方が断片的で歪んだものになる可能性を指摘している [丹下・富田訳, 1968. p.194]。

この指摘は、メンタル・マップは、それをとらえる操作によって異なる現れ方をすることを述べるものであり、当然、スケッチ・マップがメンタル・マップの一部分しか描き出すことができないことを示している。

この点について、心理学者の Pearce (1988) は「認知地図」と「スケッチ・マップ」を概念的に明確に区別している。つまり「スケッチ・マップ」は、

空間的情報について人々が手書きした結果で、具象的な略図(画像)である。他方、「認知地図」は、空間的情報に関する人々の心理的表象(mental representation)であり、その一部が「スケッチ・マップ」として具体的に描き出されるものであるとしている(p.54)。

他方で Pearce(1988)は、この種の方法を「認知地図法(cognitive mapping methodology)」と呼び、こうした方法で、視覚的・空間的情報を旅行者が得ていくプロセスを知れば、彼らの「土地感覚(sense of whereness)」を理解するのに有効であるとし、こうしたマップは、顕著な印象を受けたり心理的に重要な環境内特徴の記憶を表すものであるため、国・地域・都市・場所・施設などに対する旅行者のイメージや知識を評価する技法となり、他方、スケッチ・マップに表される歪みや欠落などが旅行者の認知地図の偏向を知る手がかりになると述べている(p.55)。

II-2 旅行者による「地域イメージ」の形成

II-2-1 Kelvin Lynch の「都市イメージ」分析とその応用

(1) Lynch による都市イメージの構成要素の抽出

Lynch(1960)は、都市のイメージの構成要素(エレメント)を5タイプに分類した。つまり、パス(path 道路)、エッジ(edge 縁)、ディストリクト(district 地域)、ノード(node 接合点、集中点)、ランドマーク(landmark 目印)の五つであり、それらは次のように説明されている(丹下・富田訳, 1968. p.56ff.):

- a. パス: 観察者が日頃または時々通る、あるいは通る可能性のある道筋。街路、散歩道、運送路、運河、鉄道などで、多くの人々にとっては、支配的なエレメントとしてイメージ形成が影響されている。人々はパスを移動しながら都市を観察しており、パスに沿って他のエレメントが配置され関連づけられている。
- b. エッジ: 観察者がパスとして用いない、あるいはパスとはみなさない線状のエレメント。海岸、鉄道線路の切り通し、開発地の縁、壁などで、地域と地域の間にある境界であり、連続状態を中断する線状のものである。エッジは、一つの地域を他から切り離している障壁であるかもしれないし、二つの地域を相互に関連させ結びつけている継ぎ目であるかもしれないが、漠然とした地域を一つにまとめる役割を果たして

いる。

- c. ディストリクト： 大ききの点で「中ないし大」の都市の部分にあたり、2次元的な広がりをもつ。観察者が心の中で「その内部に入る」ものであり、また、何か独自の特徴がその内部の各所に共通して見られるために認識されるものである。
- d. ノード： 都市内部にある主要な地点で、観察者がそのなかに入ることができる「点」であり、そこへ向かったり、そこから出発したりするような強い焦点となる地点である。ノードを構成するのは、まず「接合点」（交通が方向や調子を変える地点、道路の交差点、一つの構造が他の構造に移り変わる地点、など）であるが、「集中点」（街角の寄合い所、囲われた広場など、なんらかの用途または物理的な性格がそこに凝縮されているために重要性をもつところ）がなることもある。通常、パスが集中するところであり、ディストリクトの象徴の役割も果たし「コア（核）」と呼ばれることもある。
- e. ランドマーク： 観察者がその内部に入らず外部から見る「点」である。建物、看板、商店、山などであり、はるか遠くにあっていろいろな角度や距離から眺められるものであることもあれば、限られた場所で特定の方向からしか見えないものこともある。

これらのエレメントは、種々の都市で安定的に認められるものであるが、ばらばらに存在するのではなく、ディストリクトはノードで組み立てられ、エッジに囲まれ、パスに貫通され、ランドマークで彩られているというように、重なり合ったり関連し合っている (p.58ff.)。

(2) 旅行者行動分析への Lynch 説の応用

Walmsley & Jenkins (1992) によれば、旅行者が訪問地域に関して保持している認知地図を分析した研究は少ないが(p.271)、その最初の研究者の一人が Pearce, P.L.であると述べている。

その Pearce の初期の研究(1977)に、英国のオックスフォード市を初めて訪問した若者のスケッチ・マップを、2日間滞在者と6日間滞在者との間で比較したものがある。そこでは、Lynch (1980) が示した上記のエレメントに着目した分析を行っているが、ランドマークは7から9へ、パスは4から6へ、ディストリクトは2から3へ、それぞれ増えていた。しかし、その数の差は大きとは言えず、ここから、旅行者の「認知地図」は比較的短期間に速く形成されるのではないかと推察している。また、ディストリクト：パス：ランドマークの数の比が、滞在日数にかかわらず両者とも1：2：3という

一定比を示すので、滞在期間が長くても特定の要素が優勢になるのではなく、その地図が全体として複雑精緻になるのではないかと考えている (Pearce, 1982. p.119; Walmsley & Jenkins, 1992. p.272)。

Canter (1977) [宮田・内田訳, 1982] も、ロンドンについての知識をほとんど持たないアメリカ人に、ロンドンに入る前の空港で最初のスケッチ・マップを描いてもらい、それから1日後、1週間後、3週間後にも描いてもらって、マップに現れている「特定できる場所の数」と「特定できる場所を相互に結びつけるつながりの数」を比較したところ、その数が滞在初期のうちに増加して、徐々にある種の飽和状態に達するような収束を伺わせると述べている (p.115ff.)。

より組織的な事例分析が Walsmley & Jenkins (1992) によって行われている。

彼らは、オーストラリアのニュー・サウス・ウェールズ州にあるコフス・ハーバー市 (Coffs Harbour) で、1990年5月～12月に、モーター宿泊者やシティ・モール来街者 (短期訪問者が多い) の115人に面接して、21cm平方の白紙 (距離、方向性など一切の手がかりなし。) にコフス・ハーバーのマップを描いてもらった。また、旅行者と比較するために、永住者30人にも同じ調査を行った。描かれたスケッチ・マップは個人差が大きく、個々の内容分析はできなかったので、全回答者によるランドマーク (目印)、パス (道路)、ディストリクト (地域) の描出数について分析した。

その結果は次の通りである：

1. ランドマーク、パス、ディストリクトの3指標のすべてで、旅行者は永住者よりも有意に描出数が少なかった。しかし、平均4.4日しか滞在していない旅行者の描出数が、永住者の1/2から2/3であり、新しい環境の学習が急速に進むことを示唆していた。
2. 車を自分で運転するドライバーは非ドライバーよりも3指標のすべてで、また、免許証の保有者は非保有者よりもパスとディストリクトで、描出数が多かった。車を運転することが認知地図の発達を促進し、特にパスでそれが顕著に現れることが示された。
3. 大都市からの訪問者は、地方都市からの訪問者よりも、3指標すべてで描出数が多く、大規模で複雑な環境での生活経験は新しい環境への対処を円滑にさせるものと思

われた。大都市の居住者は認知地図をつくるスキルを発達させる必要があり、それが新しい環境にも適用されると考えることもできる。

4. 滞在期間との関係では、それぞれの指標が複雑な変化を見せているが、認知地図の発達的变化という観点から検討すると、次のように考えられる：

- ① 期間が数日の短期滞在の人ではパスやディストリクトよりもランドマークの描出数が多いが、さらに数日間を過ごした人ではパスとディストリクトの方が多くなる。その間の学習過程で、学習内容の評価が行われて、ある種の情報は放棄されるものと思われる。
- ② 到着後の数日間はランドマークが一番重要な要素であるが、パスもディストリクトも急速に増えていく。3日後くらいに「再評価期」を迎え、その新環境の解釈のためのランドマークとパスの優位性が減退し、ディストリクトが目立ってくる。ここで次の二つのプロセスが別個に働いているものと思われる。

一つは、旅行者では数日間の学習の蓄積があまりに急速に行われ、日々を過ごすのに不必要なものまで知ってしまう。到着直後に学習したもの（たとえば、ランドマーク）のなかには、市内の道案内には役立たないものも出てくる。パスも、ある程度滞在期間が過ぎると同じような性質を帯びてきて、旅行者には、経験から、混雑のない速くて短いルートが分かってくるので、パスの数が減っていく。要するに、訪問直後に獲得した地理的情報のなかに余分のものが出て、それが認知地図から除外されるのである。

他方で、滞在時間が長くなって旅行者が地域で提供されるものをより多く知るようになるにつれて、ディストリクトについての知識が深まる。ただ、この種の知識は、ランドマークやパスについての知識に比べて、役に立たないからといって放棄されることが少ないので、到着後4～7日頃に描かれるマップではディストリクトが優位になる。ところが1週間過ぎになると、ランドマークやパスの描出数がふたたび増えて、これらの優位が2週間過ぎまで続く。

- ③ こうした過程は、環境学習に関する「アンカー・ポイント理論 (anchor point theory)」が述べているよりも複雑であることを示唆していると考えられる。アンカー・ポイント理論では、人は、新しい環境で、最初にロケーション（＝ランドマーク）を学び、次に、ロケーション間のつながりやルート（＝パス）を学び、最後に、ロケーション群を取り囲む領域（＝ディストリクト）を学ぶ、という3段階を提示しているが、実際の学習過程はもっとダイナミックな経過をたどっている。

[注] Russell & Ward (1982. p.663) は、本節IIの冒頭で挙げた Evans, Marrero & Butler (1981) のスケッチ・マップの分析を引用し、最初に主要なランドマークが素早く学習され、後にパスとノードが徐々に加わっていくことが伺われる、と述べている。

II-2-2 旅行者における環境認知と行動の関連

旅行者は訪問地に関する認知地図や地域イメージをいかに形成していくか、その時間的変化にどのような特徴を見ることができるか、そのような形成・変化過程にどんな要因が影響しているか等々の問題は、「旅行者行動の心理学」の立場からだけでなく、環境心理学的問題としても興味を惹かれるところである。そして、これらの問題のほとんどは、比較的短期かつ集中的に行われる高関与的な環境認知の問題として、環境心理学の一般的体系のなかに位置づけられるように思われる。

ただ「旅行者行動の心理学」の立場から見て独自性の大きい問題は、こうした認知地図や地域イメージなどの環境認知像の成立にあたって、一時的滞在者（あるいは通過者）である旅行者は、普通、ごく限られた地域空間でしか行動しないし、またその行動も観光・買物・飲食・遊びなど限られた範囲のものであるので、その認知像が部分的で片寄りやすく、また、実体験でない情報に依存した認知像が成立しがちだということである。しかし、このことは、人々の一般的な空間認知の成立初期における特徴的な条件をそなえているとも考えられ、環境認知の一般的な心理学的体系のなかに位置づけることができるものと考えられる。

こうして、旅行者は、限られた「まだら模様の認知像」に大きく依存して行動することになるが、そうした行動の過程で認知像が修正されて変化しやすいということ、つまり、旅行者としての行動と環境認知像の形成の間の常態的なフィードバック過程が成立していると思われる。そうしたフィードバック過程が適切に機能していると、環境認知像（つまり、場面や状況）に適合した行動を素早く弾力的に選択することができるが、適切に機能しない場合には、事前の行動計画（旅行プラン）に固執するか、その場の思いつきで行動することになる。

さらに、旅行者の環境認知では、空間的・地勢的な構造の認知だけでなく、人間的要素が加味された地域状況についての印象・評価形成も重要である。賑わい、人混み、喧噪、騒音、慌ただしさ、静寂、落ち着き、開放感、明るさ、閉塞感、暗さ、清潔さ、荒廃、活気など、「雰囲気」や「訪問気分」にか

かわる側面を視野に入れることも必要である。

III 訪問地内での旅行者の活動・経験の内容

III-1 実証的研究

III-1-1 訪問地内行動の一般的分類

人々が旅行を通してその目的をどのように実現するかは、とくに重要な問題である。その中心的な部分は、旅行者が訪問地（目的地）のなかでどんな行動をするか、つまり訪問地内行動（on-site behavior）の活動・経験の形態や内容に注目する必要がある。

訪問地内行動は、当然のことながら、旅行者が訪問している地域に固有の諸条件に関連するところが大きいが、そうした特殊的・個別的な活動を通して認められる特徴を、普遍的・一般的なパターンに集約することも試みるべきである。

(1) 実態調査における行動カテゴリー

実証的な調査研究では旅行者の訪問地内行動をできるだけ忠実に把握することから始めなければならないが、そのため、質問や分析において具体的な行動カテゴリーを設けているのが通例である。

わが国の観光旅行者の実態を多面的にしらべている継続的調査である社団法人日本観光協会『国民の観光に関する動向調査』は、そうした行動カテゴリーの細目を設定している点では代表的なものであるが、平成10年度（第18回）調査では、次の3分類のもとに29カテゴリーを示している（p.322, 問30-6）：

見物する・鑑賞する：

1. 自然の風景をみる
2. 季節の花見
3. 名所・旧跡をみる
4. 祭や行事をみる
5. 神仏詣
6. 都会見物
7. 演劇・音楽・スポーツなどの鑑賞・見物
8. 動・植物園、水族館、博物館、美術館、郷土資料館見物
9. 博覧会を見物する

体験する：

- | | | |
|----------------------------|--------------------|--------|
| 10. 温泉浴 | 11. レジャーランド・テーマパーク | 12. つり |
| 13. 塩干狩、いちご、ぶどう、なし、みかん狩りなど | | |
| 14. 写生、写真、動・植物採集などの趣味・研究 | | |
| 15. 特産品などの買物・飲食 | 16. 民芸品作り | |

歩く・移動する・運動する：〔注〕

- | | | | |
|---|-----------|----------|---------------|
| 17. 登山・ハイキング | 18. ピクニック | 19. キャンプ | 20. オートキャンプ |
| 21. サイクリング | 22. ドライブ | 23. 海水浴 | 24. 水泳(湖・プール) |
| 25. ヨット、モーターボート、ダイビング、サーフィン、ウィンドサーフィンなど | | | |
| 26. スキー | 27. ゴルフ | 28. テニス | 29. その他のスポーツ |

〔注〕 社団法人日本観光協会の平成9年度（第14回）『大都市住民の観光レクリエーション（東京・大阪）』によれば、「歩く・移動する・運動する」を2分割し、17～22の6項目を「歩く・移動する」とし、23～28の6項目を「運動する」としている。（p.41）

また、この平成10年度『国民の観光に関する動向調査』では、国内観光レクリエーション旅行の目的も質問しているが、そこでは、旅行形態と訪問地内行動を混在させた次のカテゴリーを設定している（p.318, 問8）：

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1. 慰安旅行（日頃の労をねぎらう旅行） | 2. スポーツ・レクリエーション |
| 3. 自然・名所・スポーツなどの見物や行楽 | 4. 神仏詣 |
| 5. 趣味・研究 | 6. 温泉に入る・湯治 |
| 7. 避暑・避寒 | 8. 避暑・避寒以外の保養・休養 |
| 9. 新婚旅行 | 10. 旅先での出会いや交際 |
| 11. 博覧会 | 12. その他 |

言うまでもなく、旅行訪問地での滞在中の行動と旅行目的とは不可分の関係にある。訪問地内行動への意図や願望が「旅行者モチベーション」を成立させ、また、それを実現できる場所として認知し期待することが「目的地の魅力」につながっている。つまり、旅行者の訪問地内行動は、一般に、旅行に実際に出発する前から計画や予定として意識されており、その内容が、旅行者モチベーションや目的地の認知的魅力の特性になっている。

(2) 旅行者モチベーション研究に見られる訪問地内行動

本書でもすでに「旅行者モチベーション」（第2章）や「旅行目的地の魅力」

(第3章)で、それぞれの心理的・行動的特徴として、あるいは後述する「旅行者行動の類型論的問題」(第7章)として、訪問地内での旅行者の活動や経験の内容に触れている。

たとえば、第2章の「旅行者モチベーション」に関して引用した研究のなかでは、Krippendorf(1987)が休暇旅行の一般的理由を29項目で挙げたうえ、旅行の目的が8タイプの基本的特性に集約できるという文献整理の結果を示していたし(II-1参照)、Gitelson & Kerstetter(1990)は休暇旅行の理由を26項目にまとめ、その重要度評定の主成分分析から4成分を抽出していた(II-2-2参照)。また、Shoemaker(1989)による娯楽旅行の理由にもとづくクラスター分析では、抽出された三つのクラスターの識別に有意に関連する12項目が挙げられていた(II-3参照)。さらに、旅行者モチベーションの測定尺度の構成に関連するものとして、Lee & Crompton(1992)の旅行者新奇性尺度の4次元とその測定項目(21項目)のなかに(III-2-3参照)、あるいは、Fodness(1994)が見出した旅行の目的・動機に関する機能的な5次元とその測定項目(20項目)のなかに(IV-2-2参照)、それぞれ、訪問地内で行われる具体的行動が含まれているのを見ることができた。

加えて、第3章の「旅行目的地の魅力」に関して紹介している諸研究も、訪問地内行動のさまざまな種類にふれている。たとえば、Taylor(1986)は娯楽旅行に求める心理的効用の4セグメントや訪問地での活動に関する6セグメントの構成要素として取り上げていたし(I-2-2参照)、van Veen & Verhallen(1986)は実行したい休暇活動の種々のタイプを挙げていた(I-2-2参照)。同様に、Madrigal & Kahle(1994)はスカンディナヴィア訪問者が旅行中に重視する活動内容を取り扱い(I-3-2参照)、van Harsseel(1986)は人々が指向する旅行の概念的類型として整理するなど(II-2-2参照)、それぞれ訪問地内での行動に着目していた。

さらに、第3章でふれた旅行目的地の魅力を形成する要素でも、自然的・地勢的・社会的・経済的な諸条件とともに訪問地内行動が取り上げられることが多い。たとえば、Pearce(1982)が旅行目的地の選択理由のなかで(II-3-2参照)、Hu & Ritchie(1993)が目的地魅力の構成要素となる属性の

なかで (II-3-3 参照)、Calantone & Johar (1984) がマサチューセッツ州を旅行目的地に選んだ理由のなかで (II-3-3 参照)、Westvlaams Economisch Studiebureau (1986) が休暇目的地の選び方で区分した旅行者クラスターの特性として (II-3-4 参照)、Roehl & Fesenmaier (1992) が旅行で知覚するリスクにもとづくクラスターの特性に関連する旅行ベネフィットの項目として (II-3-4 参照)、Echtner & Ritchie (1993) が旅行目的地に関するイメージ研究で取り扱われる項目を総覧したなかで (III-2-1 参照)、それぞれ旅行訪問地での具体的な行動を数多く取り上げていた。

以上に挙げている諸研究において指摘されている訪問地内行動には、対象地域をある程度限定している場合もあるが、多くは「一般的な旅行」での行動をとらえようとしている。そのなかには、訪問地内での多様な行動の具体的な形態を数多く列挙するのではなく、それらを集約した行動カテゴリーで表している事例も少なくないが、その内容は、たとえば、Madrigal & Kahle (1994) の主成分分析による 4 カテゴリー (カルチャー、アウトドア、エクササイズ、ルーツ探訪) から van Harssel (1986) の概念的分類の 10 カテゴリー (自然、文化、社会、活動、レクリエーション、スポーツ、宗教、健康、民俗、特殊) まで、かなりの幅がある (第 3 章参照)。

そうしたなかで、Meyer (1977) は、休暇旅行活動に関する研究をレビューし、活動内容にもとづいて旅行者を次の 7 タイプに分けているが [van Raaij & Francken, 1984. p.108-9. から引用]、訪問地内行動を集約的にとらえるカテゴリーとして比較的妥当なものである。

- a. 冒険 (adventure) : 革新的で発見的なタイプ; 快適さはあまり重視しない。
- b. 経験 (experience) : ロマンチックな雰囲気; 新しい経験; 冒険はしない。
- c. 調和 (conformity) : 普段のような活動; 家庭とあまり違わないように。
- d. 教育 (education) : 訪問地の文化・建築・歴史・言語などに興味を持つ。
- e. 健康 (health) : 休息と快適; 激しい日常生活からの脱出。
- f. 接触 (contact) : 集団活動; 他人との接触。
- g. 地位 (status) : 権威; 同等または高い社会的地位の人々との交流。

この分類にもとづいて、Meyer (1977) は、休暇期間が長くなるにつれて人々はより意味のある活動内容を経験しようとし、身体的・認知的活動が増加する一方で、休息や回復が優勢でなくなると結論づけている。ここから、訪問地内行動として、休息や回復という基本的欲求が満たされると、社会的接触、新しい経験、自己充実などの高次の欲求が強くなるものと解釈できる。

III-1-2 特定訪問地での典型的行動

(1) 訪問場所に特有の行動

旅行訪問地には、それぞれ、そこへの旅行者によって行われる「典型的」あるいは「最頻的」な行動がある。そうした行動はその場所（施設、地域）に特有の魅力に結びついているため、どんな行動をしたか、どの程度したかを問うことは、単純な発想ではあるが基本的な関心事である。

多くの観光地では、地域内の場所・施設のリストを示して、旅行者が「行ったところ」や「行く予定のところ」を質問するなど、訪問場所調査（'place visited' survey）を実施している。この種の調査は、旅行者にとって興味のある場所や印象深い施設を明らかにするが、そうした「代表的な場所」や「人気のある施設」については、概して「〇〇をるところ」とか「××があるところ」というような、ある種の固定的イメージで見られることが多い。旅行者は、その固定的イメージに惹かれて訪問することが少なくなく、そうした場所・施設内ではそこにふさわしい定常的行動が行われることになる。

このように、訪問先が特定の地域であっても、また特定の施設であっても、「□□（場所・施設）では〇〇（行動）をする」というように、訪問場所にはそれぞれ特有の典型的行動があり、そうした行動を把握することは、旅行者を受け入れる立場では、とくに重要な問題になる。

ここで、特定地域での訪問者行動の分析している若干の事例を見ておきたい。

アメリカの歓楽都市を代表するラス・ヴェガス（Las Vegas）の訪問客はギャンブルとエンターテインメントを楽しむことを最大の目的にしていると思われるが、Dandurand & Ralenkotter（1985）が1981年の前半期にラス・

ヴェガスのホテル、モーテル、交通ターミナルなどで個人面接した2000人の訪問客のうち、滞在中にショーを一つでも見た人は70%で、残りの30%は全然見ていなかったと報告している。ショー見物回数やギャンブル費用は滞在期間と正の相関を示したが、ショーを一つでも見た人を娯楽指向客 (entertainment-prone visitor) と呼んで、そうでない人との比較を行っている。娯楽指向客には、若年齢層、西部地域以外からの旅行者、初めての訪問者、団体旅行者がより多く、また、滞在中の行動では、ギャンブルやエンターテインメントに費やす時間やお金が多いのは当然ながら、滞在期間が長く、滞在費も多く、ショッピングや見物により多くの時間を費やす一方で、スポーツやリラクスのための時間は短く、友人・知人を訪問することも少なかった。態度面では、ラス・ヴェガスの物価や環境条件についての評価のほか、生活意識やライフスタイルの比較も行っている。こうした社会経済的特性、滞在中の行動、ライフスタイル、ラス・ヴェガスへの評価などに関する47変数による正準判別分析も行っているが、21変数の係数が有意であり、65%の判別力があつたと報告している。

また、ハワイを訪れた日本人観光客のショッピング行動を調べた Keown (1989) の報告も、滞在地での特有の行動に関する事例分析の一つであろう。ホノルル国際空港で帰国途中の日本人旅行者490人を対象に1987年3月に質問紙面接を行い、購入商品別の日本との価格・品質比較、一番いい買物の内容、ハワイと日本との店のイメージ比較などについて質問している。また、滞在中のショッピング行動について、費やした時間、買い物地域、店舗間比較と店舗選択理由、店舗情報の入手方法などを調べた。こうしたデータから「旅行者が土産物を買う傾向」は「商品タイプ」「輸入税額」「本国との価格差」「販売戦略」の4要素の総和によるというモデルを描いている。

より多面的な活動をとらえて、Gitelson & Kerstetter (1990) は、米国ノース・カロライナ州へ休暇旅行に来た人々の滞在中の活動(魚釣り、ゴルフ、キャンプ、ハイキング、美術館訪問、アミューズメント・パーク訪問、歴史的場所訪問の7種類)と一般的な旅行モチベーションとの関連を分析していた(第2章II-2-2参照)。つまり、これらの活動の各々の有無と、旅行モチ

バージョンとしてのリラックス指向、探求指向、興奮指向、社会性指向など4特性の強さとの関連を検討しているが、魚釣りをした人はリラックス、興奮、社会性の3特性が強く、またハイキングをした人はリラックス、探求、社会性の3特性が強く、それぞれ広いモチベーションに関連していることが示唆される。他方、美術館、歴史的場所を訪問した人は探求指向だけが、またアミューズメント・パークを訪問した人は興奮指向だけが強く、動機的基盤が限られていることを見いだしている。

(2) 訪問地内行動の一般レベルと個別レベルの関連分析

他方、Littrell et al. (1994) は、旅行者の訪問地内行動として目につきやすい現象である「土産物購入 (souvenir buying)」と旅行に関する一般的行動スタイルとの関連を分析している。これは、訪問地内行動の一般レベルと個別レベルを関連づけたものと言える。

Littrell et al.は、まず、旅行者としての役割 (role) あるいは行動スタイルを「旅行活動スタイル (tourism style)」と呼び、その旅行活動スタイルの分類方法には、旅行活動 (travel activity) や訪問先コミュニティとの相互作用に着目した「行動的分類 (あるいは、相互作用的分類)」、旅行者の価値観、態度、モチベーションなどを強調した「認知的・心理的分類 (あるいは、ベネフィット・セグメンテーション的分類)」、これら二つを組み合わせた「行動的・心理的分類」という三つの方法があると述べている。そして、このうちの「行動的分類」によって共通に認められる旅行活動スタイルに、次の五つがあると整理している。

- a. 民俗旅行スタイル (ethnic tourism)：訪問地の居住者と相互作用すること (彼らの住居を訪問する、日常習慣を観察する、儀式的イベントに参加する、など) が可能な土地固有の状況を経験する。
- b. 文化旅行スタイル (culture tourism)：行事や祭事に現れる過去のライフスタイルに触れる。
- c. 歴史旅行スタイル (historic tourism)：歴史的に重要な建造物・博物館・遺跡などを訪れる。
- d. 環境旅行スタイル (enviornmental tourism)：遠隔の景観のよい地域で活動する。
- e. レクリエーション旅行スタイル (recreational tourism)：スポーツ活動に参加・観

戦する。

さらに、Littrell et al. (1994) は、アメリカ合衆国中西部の3州（アイオワ、ミネソタ、ネブラスカ）の旅行者の旅行活動スタイルを実証的に見出し、土産物購入行動との関連を検討するための質問紙調査を行っている。その調査は、これら3州の旅行案内所（tourism bureau）に旅行情報を請求した州内外の約2000人に対して郵送法で行われ、回答者（1370人）のうちで実際に3州のどれかを訪問した人々（740人）を対象に分析したものである。旅行活動スタイルは、「アメリカ合衆国内でよい旅行（successful trip）をするために重要だ」と思われる代表的な旅行活動を、過去の文献を参考にして35項目選び出し、その重要度評定（7段階）を求めたデータを主成分分析して、最適解として抽出した4成分で表されているものである。

4成分とそれぞれを構成する主要項目は次の通りである（項目の末尾のカッコ内は負荷量）：

第1成分「民俗、芸術、人間関係」（寄与率 26.23%）

- 1-1. 美術ギャラリー、美術館、美術スタジオを訪問する（.697）
- 1-2. 音楽会に行ったり観劇をする（.662）
- 1-3. 地域の居住者を訪問する（.633）
- 1-4. 民族的コミュニティを訪れる（.620）
- 1-5. 民俗的あるいは地域社会的な祭礼や集いに参加する（.544）
- 1-6. 自分とは違う興味深い人々に会う（.540）
- 1-7. 骨董品探しをする（.510）
- 1-8. 読書をする（.449）

第2成分「歴史、公園」（寄与率7.31%）

- 2-1. 昔の生活を再現したオールド・ヴィリッジへ行く（.737）
- 2-2. 歴史的な住まいや場所、歴史博物館へ行く（.653）
- 2-3. 写真を撮る（.639）
- 2-4. 州立公園、国立公園へ行く（.600）
- 2-5. 庭園や都市公園へ行く（.557）

第3成分「都会的楽しさ」（寄与率6.32%）

- 3-1. ショッピング（.650）
- 3-2. 旅行の土産物を持ち帰る（.615）
- 3-3. 都市を訪問する（.579）

- 3-4. レクリエーション向きのテーマパークへ行く (.569)
- 3-5. 完全なパッケージ・ツアーをする (.557)
- 3-6. 野球やフットボールのようなスポーツ・イベントに参加する (.501)
- 3-7. ダンスやナイトクラブなど夜の娯楽に参加する (.494)

第4成分「活動的アウトドア」 (寄与率5.13%)

- 4-1. キャンピング (.777)
- 4-2. ハイキング、バックパッキング、自然歩きをする (.718)
- 4-3. 水泳、テニス、ゴルフ、スキー、自転車、ボート、セーリングなど (.657)
- 4-4. フィッシング、ハンティング (.626)

そして、これら4成分のそれぞれで、個人ごとの主成分因子得点を求め、その得点によって旅行スタイルの各特性の程度をとらえている。また、この得点の高・中・低によって全対象者を3群に分け、デモグラフィック変数(性、年齢、学歴、所得、居住地など)や土産物購入に関する83変数(旅行中に買った品物、クラフト購入とその種類・材質・テーマ・情報源・選択基準、ショッピングの場所と印象、など)との関連分析を行っている。

こうした分析結果から、各スタイルの特徴を強く示す旅行者の行動を、次のように要約している。

1. 「民俗、芸術、人間関係」指向の人……旅行前から旅行後までの全期間にわたって、人間やその時代ごとの生活への関心が高い人である。旅行前には情報収集を十分に行い、目的地に着くと民俗的祭礼に参加し、博物館を訪れ、音楽会に行き、その土地の食べ物やクラフトを買い求める。旅行案内書もよく読んでおり、地域の地図や住所録を入手してクラフトショップを探し出し、クラフト製作者との個人的つながりも強めていく。
2. 「歴史、公園」指向の人……旅行経験を意義深くするために広範囲の観察や洞察を行う。地域の人々との交流はさほど重視せず、歴史や自然美を中心に考えて、写真撮影や図書購入などにより訪問地の記憶を保持しようとする。クラフト製品にも自然や土地柄を映し出すものを求め、旅行後も訪問地で経験した感覚的楽しさを維持しようとする。
3. 「都会的楽しさ」指向の人……都市部で経験する活動なら何でも行おうとする。とくに、他の旅行者と一緒にになって楽しむグループ活動やショッピングへの関心が高い。
4. 「活動的アウトドア」指向の人……戸外活動に熱心な人々で、ショッピングや土産物購入への関心は限られていて、自然素材のものや土地柄を表したものを好んでいる。

III-2 旅行者の訪問地内行動の類型化の一般モデルの試み

特定の訪問地内での旅行者の活動や経験をつぶさにしらべて事例分析的に整理・分類することは比較的成り立ちやすいが、いろいろな訪問地での旅行者行動が場所や時間の諸条件によって異なる多様な特徴を示すところから、それらを集約した一般的類型を提示することは、かなり困難であり、また、そうした類型の実際的妥当性についても安心できないところがあることは否定できない。

しかし、特定の目的地における活動や経験の特色を把握するためにも、それを他の目的地と比較・区別する根拠を提供する一般的な共通枠組みを作ることが必要である。そのために、本節で見てきた種々の実証的・概念的研究の結果にもとづいて、旅行者の訪問地内の活動・経験の特徴を分類・整理するための一般的枠組みを提案してみたい。

そうした一般的枠組みを構築するための手がかりは、まず、Fodness(1994)によって提示されている「旅行者モチベーションに関する機能的枠組み」に求められる(第2章IV-2参照)。Fodness(1994)は、1970~90年に発表された10件の研究で示されている旅行者モチベーションの内容(次元)を整理して、自我高揚(自我防衛)、知識、功利(報酬の最大化)、功利(苦痛回避)、価値表出、社会的適応という六つの機能的次元に集約できると述べていた。しかし、第2章の表2-4-4に示されている枠組みを見ると、同じ行動的特徴が二つの次元に関連づけられている場合があったり(たとえば「リラックス」の位置づけ)、次元間の差異が明確でないことにも気づく(「自我高揚(自我防衛)」と「価値表出」との違い)。

そこで、このFodness(1994)の分類体系の6次元を5次元に集約しなおして訪問地内の活動・経験の内容を表す体系を考えると、次のような行動タイプを想定することができる：

- ①緊張解消行動：(Fodnessの「功利(苦痛回避)」に対応するもの) 日常の仕事や生活から生じるプレッシャーや責任から一時的に逃避してリラックスする行動で、わず

らわしい人間関係から逃れたり、のんびり観光したり、休養・保養・健康回復などを意図する行動。

- ② 娯楽追求行動：(Fodnessの「功利(報酬の最大化)」に対応するもの) レクリエーションや楽しさを求める行動で、娯楽、ロマンス、スポーツ、芸術、趣味、小さな冒険・挑戦などが含まれる。
- ③ 関係強化行動：(Fodnessの「社会的適応」に対応するもの) 友人・知人を訪問する、家族や親戚縁者とのつながりを強める、祖先のルーツを探る、新しい人々と知己になるなど、社会的な人間関係を拡大したり強化する行動。
- ④ 知識増進行動：(Fodnessの「知識」に対応するもの) 歴史・自然・文化・宗教・経済・産業などの諸側面で訪問先の社会や人々の生活について、理解を深める行動や新しい知識を得るための行動。
- ⑤ 自己拡大行動：(Fodnessの「自我高揚」と「価値表出」の2次元を含むもの) 自己発見や自己評価につながる行動、自信や自尊の感情を生み出す行動、高い地位・威光・特権などを味わうための行動を指し、旅行後にその行動経験を誇示したり吹聴することも含む。

このように整理した①→⑤の5次元は、第2章IV-1で述べたマズロー(Maslow, A.)の欲求階層説に見る低次→高次の欲求との対応づけを試みたものであり、これらに関して「旅行者モチベーション」や「旅行目的地の魅

表5-3-1 5次元体系に集約する訪問地内の旅行者行動に関する諸知見

		緊張解消	娯楽追求	関係強化	知識増進	自己拡大
Fodness	(1994)	功利 (苦痛回避)	功利 (報酬の最大化)	社会的適応	知識	自我高揚 価値表出
Krippendorff	(1987)	回復と再生 逃避	幸福 自由と自己決定	補償と社会的統合	コミュニケーション	自己実現 精神的拡張
Gitelson & Kerstetter	(1990)	リラククス指向	興奮指向	社会性指向	探求指向	—
Lee & Crompton	(1992)	逃避 退屈緩和	日常性からの変化 スリル 興奮	—	驚き	—
Madrigal & Kahle	(1994)	—	アウトドア エクササイズ	ルーツ	カルチャー	—
van Harssel	(1986)	健康	活動 レクリエーション スポーツ	社会 民族	自然/文化 宗教/特殊	—
Meyer	(1997)	調和 健康	冒険 経験	接触	教育	地位
Littrell et al.	(1994)	—	都会的楽しさ 活動的アウトドア	—	民俗・芸術・人間関係 歴史・公園	—

力」に関連する過去の諸研究において示されていた訪問地内行動の次元や形態を位置づけたものが、表5-3-1である。

この表5-3-1で見ると、各研究で明らかにされている訪問地内行動にかなりの「幅」があることが分かるが、同時に、これまでの分析でとくに強い関心が寄せられていた訪問地内行動の側面が「緊張解消」「娯楽追求」「知識増進」などであることが理解できる。このことは、これらの行動次元が、訪問地内での旅行者行動の中心タイプであることを示唆するものであろう。

IV 旅行者と地域居住者の関係

IV-1 訪問地内人間関係に関する社会心理学的分析

IV-1-1 旅行者と居住者の社会的接触の諸側面：Pearce, P. L.による

旅行者（ゲスト guest）とその訪問地域の居住者（ホスト host）との社会的関係については、地域全体の文化・経済・社会レベルでとらえるマクロ的問題と、個人レベルでとらえる人間関係やコミュニケーションに関するミクロ的問題に分けて考えることができるが、Pearce (1982) は、後者の問題を旅行に関する社会心理学的課題として、その著書 **The Social Psychology of Tourist Behaviour** で、一つの章を当てて考察している。

そこで Pearce が取り扱っているテーマは「旅行者とホスト（地域居住者）の接触 (tourist-host contact; tourist-host encounter)」と、その結果でもある「旅行者とホストのそれぞれが相手に対して持つ認識」の二つであり、後者では「旅行者から見たホスト」と「ホストから見た旅行者」という二側面を検討している。

(1) 旅行者とホストの接触の問題

第1のテーマ「旅行者とホストの接触」については、まず、その接触状況 (contact situation) を分析し、次に、その接触に含まれている難点を改善する試みを論じている。

a. 接触状況の分析

Pearce (1982) は、旅行者とホストの接触状況についての過去の研究的知見を、およそ次のように整理している。

1. 旅行者とホストの接触に関する初期の研究として Sutton (1967) が強調している五つの特徴 [a. その個人的関係が一時的である ; b. 両者とも即時的な満足を求めている ; c. ホストの持つ知識と旅行者の持つお金や地位という点において不均衡がある ; d. その状況は訪問者にとって新奇なものである ; e. 参加者を隔てる重要な文化的距離 (cultural distance) があるのが通例である] を引用して、これらのなかに基本的な条件があることを指摘している。
2. 旅行者とホストの接触に関連する一般的な社会心理学的課題に「カルチャーショック (culture shock)」があるが、その程度や性質は種々の条件によって異なる。ホスト社会から旅行者までの文化的距離が「馴染みのない文化」への対処の問題を生み出す。その対処では、文化的距離が旅行者にとってどれほど突発的に生じるかが影響し、この「文化的変化の突発性 (abruptness of cultural change)」は、まったく異なる多数の社会を旅行者がごく短期間に訪問する場合に特に大きく、そうした場合には各訪問先のホスト文化へ適合する機会が減ってしまう。こうした文化的ギャップ (cultural gap) の程度は、旅行者がその文化的差異をどれほど意識するかによって異なってくるし、新文化をどれほど包括的に受けとめなければならないかによっても異なってくる。旅行者は、移住者と違って、新文化に定期的に適合することは少なく、また、適合のための緩衝役として旅行ガイド (tour guide) を伴うことができる。
3. 他文化への対処では、その接触状況を処理する認知的および行動的なストラテジーが問題になるが、旅行者では、訪問先社会の文化を避けることもできれば、自分が不快感を覚えるような接触を逃れるために旅行者仲間内での相互作用や旅行ガイドが提供する援助を利用することもできる。銘記すべきことは、旅行者が接触するのはホスト社会のほんの一部の人たちであり、その大多数が旅行者に対応したりサービスすることを仕事にしている人たちだということである。
4. 旅行者と地域居住者が接触する状況には旅行者自身の文化の出身者である他者が存在することがあり、そうした社会的状況では、旅行者は、旅行者集団の連合形成、内・外集団のラベリング、社会的比較過程などを伴いながら、知覚を成立させることがある。
5. 他方、地域居住者との間の文化的交換 (cultural exchange) を媒介する直接的で明白な役割を旅行ガイドが果たすこともある。ガイドは、自身の地域社会のなかでは境界人であることが多く、自分たちのホスト文化について偏向した見解を旅行者に示すことがあるという指摘もある。そうした文化媒介者 (cultural mediator) としてのガイドの必要条件を示す証拠は乏しいが、言語の学習能力、当該地域社会についての知識、他人に寛大であること、人格的に魅力あることなどが指摘されることがある。
6. 地域の旅行ガイドの機能について、次のような指摘がある :

- a. 情報提供的要素が大きく、依存的な子どもに対する親のような働きをする。
- b. 地域内で、何をみるか、どうして行くか、如何に振る舞うかなどの問題についての解決法をすぐに提示できる。
- c. 人気のある場所では、旅行者個人の自由意思を守ることとその環境への直接的インパクトをコントロールすることによって、その場所を保護する。
- d. 観光の教育的側面を強調し、旅行者が地域で行う相互作用から困難さや心配を取り去って、レジャー活動としての旅行を成立させる。
- e. ガイドの利点は環境によって異なる。内部の構造化が非常に高い状況では旅行者への説明とその状況の保護を行うガイドの機能がよく発揮される。この機能は伝統的な旅行目的地（例：博物館、歴史的場所など）では有効であるが、内部構造化がはっきりしていないところ（例：海浜、公園、市場、パザールなど）では高い機能が発揮できない。
- f. よいガイドは、旅行者に安全で確実な状況を提供し、旅行者が個人的な旅行モチベーションを満たしうる「本物の経験 (authentic experience)」が多くできるようにする。

b. 接触に含まれる難点の改善

また、旅行者と地域居住者の接触に含まれている難点を改善する問題について、Pearce (1982) は異文化の社会的スキルについての教育・訓練を重視している。

1. 旅行者が新文化に遭遇したとき、「郷に入っては郷に従う」のような一種の行動的同調 (behavioural conformity) をとることがあるし、また、その文化に即した新しい解釈をすることもある。(例えば、アジアや中東の文化では、ショッピングは、売り手と買い手の間の機械的な取引にとどまらず、一種の社会的な気晴らしや娯楽であり、ときには情緒的覚醒であることもある。言葉の使い方でも、「来週にしよう」という表現を、「そのことを考えよう」という意味で使う社会もあれば、「そのことは当分考えないようにしよう」の意味で使う社会もある。) こうした行動の特徴や認知的特徴を取り入れて異文化の理解と適合のための教育・訓練方法が作り出されている。
2. 異文化との接触では情緒的調子や感受性についても理解する必要があるが、その行動的表現に関連して非言語的行動 (non-verbal behaviour) の問題がある。ジェスチャーや情緒的表現には国際的に共通する形もあるが、文化間で小さな差異があり、それが旅行者と地域居住者の接触に重大な影響を与えることもある。訪問先社会でのジェスチャーのシンボリックな意味や空間利用の社会的意味などを知ることは、旅行者に役立つことが多い。
3. 旅行者のための異文化教育の最善のモデルは、具体的事象に関する特殊化された訓練ではなく、質の良い詳細な一般的情報を提供することである。失礼で不適切な行動

をちょっとすることだけでも旅行者とホストの間の摩擦を生み出すという事例を示すようなことが必要であろう。

4. 旅行者は、本来的に、新しい土地に行くこと、新しい言葉話すこと、新しい人々に出会うこと、また時には、荷物・交通・宿泊などについて必要な事柄をうまく処理することなどに、刺激や喜びを見出すものである。旅行者は文化的な新刺激を受けないことはないので、地域居住者との接触に含まれているネガティブな側面にこだわり過ぎるべきではなかろう。

(2) 旅行者と地域居住者（ホスト）のそれぞれが相手に対して持つ認識

第2のテーマの、旅行者とホストのそれぞれの相手に対する認識の問題は、二つに分けて考えられる。

a. ホストから見た旅行者

旅行者とホストとの接触を理解するためには、両者の経済的地位のバランスについて考慮することが必要であるという考えから、Pearce (1982) は次の諸点を取り上げている。

1. 旅行者とホストの経済的地位がほぼ均衡している場合の接触では、旅行者に対するホストの見方が極端になったり非常に悪化することは稀である。先進的では、旅行者とホストの関係は友好的な結果をもたらすことが多い。
2. ホスト社会が相対的に遅滞している場合には、旅行者に対するポジティブな態度が見られることもあるが、多くの状況では、旅行者に対するネガティブな認識や嫌悪が認められる。とくに、個人滞在者には好意的であっても、マス旅行を受け入れるようになると、ステレオタイプの負のイメージが形成され、価格やサービスで旅行者を差別することも起こりうる。盗み、だまし、暴行などは、ホスト社会の態度の悪化を反映している。旅行者の数が増えるにつれて、旅行者とホストの接触から気楽さや相互利益が消えていく。内集団と外集団の境界がはっきりして、旅行者はホスト社会の個人とは見られず、搾取的開発を目指す外集団の見本であるとみなされるようなこともある。
3. 旅行者に対するネガティブな認識は、旅行者とホストの接触の構造的要素と関係がある。その状況に、高頻度で一時的な接触、搾取的開発の機会、両者間の小さな相互作用を困難にするような文化的差異などが含まれているような場合、摩擦が生まれる可能性がある。

b. 旅行者から見たホスト

実証的なデータには、旅行後の態度をしらべる大規模調査と、人種的接触

の1形態としての旅行の特定事例に関する心理学的研究という2種類がある。

大規模調査では、ホスト社会（国）に対する訪問者の態度や評価をしらべるものが多く、一般に、訪問者は訪問先についてはっきりしたイメージを形成していることが分かる。

他方、小規模の社会心理学的研究では、旅行者の異文化経験にもとづく態度変容に関する研究があるが、それらを通覧した結果によれば、人々は旅行の結果としてホスト地域（国）に対するポジティブな態度を強めるということが示唆される。つまり、旅行経験は旅行前の態度に一致する傾向があり、旅行前態度が好意的であれば、よりポジティブな評価が得られるが、逆に旅行前の態度が僅かにネガティブであれば、その旅行前態度を確認したり強化する方向で、より非好意的な評価が生まれる結果になることが想定される。しかし、旅行者とホストの接触形態はきわめて多様なので、こうした一般化を行うのはいささか早計であるとも言える。

IV-1-2 「社会的状況」として分析する Pearce, P.の視点

(1) 社会的状況の要素と構造

旅行者は、訪問先の地域の人々と多様なコミュニケーションを行う。たんなる情報交換だけでなく、物品（土産物）購入に伴う説明や交渉、宿泊先でのホストとの会話や相談、地域のガイドから受ける説明や世話などは、ほとんどの旅行で見られるものである。旅行事業に関わっている人たちだけでなく、一般住民とのコミュニケーションが成り立つ場合も少なくない。そうした訪問地での行動や経験が、旅行についての評価や満足に強く関連している。

そこで、旅行者の訪問地内行動をとらえる視点の一つに、それを、旅行者（訪問者）とホスト（訪問地域居住者）との間の「出会い (encounter)」あるいは「相互作用状況 (interaction situation)」と見る立場が生まれる。

その立場から、Pearce(1984, 1988)は、旅行者が当面する社会的状況 (social situation) を包括的にとらえることが必要であるとし、そうした社会的状況の構造を把握する枠組みとして Argyle et al. (1981) によって提示されてい

る8要素が適用できると考えている。

Argyle et al. (1981) による社会的状況の各要素は、次のように説明されている (Pearce, 1984. p.132; 1988. p.38)。

- a. 目標 (goals) ……社会的行動を方向づける目的 (purposes) または結末 (ends)。
- b. 規則 (rules) ……行動を規制する共有された信念 (shared beliefs)。
- c. 役割 (roles) ……人々が占めている社会的立場に付帯している義務や責務。
- d. 行動要素の目録 (repertoire of elements) ……その状況に適切な行動の全体。
- e. 行動の系列 (sequences) ……行動の目録の順序づけで、非常に固定的なものも非常に流動的なものもある。
- f. 概念と認知的構造 (concepts and cognitive structures) ……社会的状況のなかで用いる必要がある共有された定義や理解。
- g. 環境的状况 (enviornmental setting) ……その状況に影響を与える支柱、空間、障壁、修飾物 (つまり、物理的単位とそれらの配列) から成り立っている。
- h. 言語と会話 (language and speech) ……この脈絡での言語や会話への関心は、事物の言い表し方、会話の記号体系、語彙、言語にある社会的差異などに集約される。

これらの要素の間には論理的な連鎖があり、その概念的なつながりは図5-4-1のように描かれる：

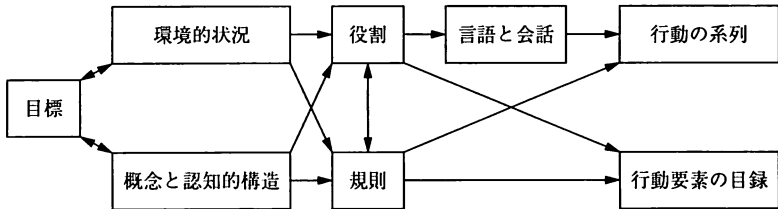


図5-4-1 Argyle et al. (1981) による社会的状況の8要素の論理的結びつき (Pearce, 1984; 1988 による)

この図5-4-1は、要素間の結びつきについて次のことを表している。

相互作用状況では、「目標」が、その状況に多くの特徴を与える大きな力になるが、その「目標」は「環境的状况」と参加者の「概念と認知的構造」に制約されている。これらの2要素が本来の「目標」を修正することがあるし、逆に、その2要素が「目標」によって形成されたり変更されることもある。さらに「目標」「環境的状况」「認知的構造」

という3要素の相互関係の結果として、その相互作用状況における「規則」や「役割」が形成される。相互作用状況が活発化するか否かは、その状況の「役割」の実行の仕方による。また、「コミュニケーション・プロセス [言語と会話]」「許容される行動 [行動要素の目録]」「行動の系列づくり」などは、「役割-規則」の諸条件に影響される。(Pearce, 1984. p.133; 1988. p.39.)

(2) 「社会的状況」の要素に着目した分析事例

この枠組みによって、Pearce (1984, 1988) は、ガイド付きツアーでの「旅行者とガイドの相互作用」や、農場生活の体験を目的とする滞在型旅行 (farm tourism) での「訪問滞在者とホストの関係」を分析している。

a. 旅行者とガイドで構成される社会的状況

Pearce (1984) は、旅行者とガイドの相互作用的關係に触れている過去の諸研究を検討して、Argyle et al. (1981) によって提起された枠組みからみれば、それぞれの研究の問題把握に片寄りを感じるとともに、それらの知見が拡張可能なことが分かることを強調している (p.135)。そして、具体的な事例として、6種類のガイド付きツアー (guided tour) を取り上げて、8要素のなかの2要素、つまり「環境的状況」とその状況に対する旅行者とガイドの「概念と認知的構造」に着目している。この2要素は、前掲の図5-4-1によれば、旅行者とガイドの相互作用の「目標」と相互関連し合っ、その後の相互作用の諸要素を形成する重要な働きをするものであるが、それらに関する訪問地内行動の実質的内容をとらえるというよりも、主に各要素の機能的側面に関する検討を行っている。

たとえば「環境的状況」については、次のような分析が行われている。

- a. 環境的状況は、目標、規則、潜在的役割、その場での社会的相互作用への期待などの諸要素の関連状態として解釈することができる。
- b. ツアーの形態は違っていても、その目標、規則、親密さのレベル、予期される相互作用系列などが適合するように、類似の物理的環境が整えられる。
- c. 環境的状況の一部として「状況内の人の数 (グループ・サイズ)」があり、それが各個人のガイドへの近づき方、状況の見方、物理的快適感などに影響する。
- d. 多くの物理的状況はあらかじめ意図された社会的相互作用を促進するように整えられているが、なかには集団内相互作用を制限するものもある。

- e. 集団の空間的配置の成立にとって自然障壁 (natural barrier) は重要な働きをし、そのために集団行動の持続・緊密さ・系列などが影響される。

Pearce (1984) は、こうした分析をふまえて、旅行者とガイドの相互作用を理解するうえで「環境的状况」という概念がきわめて重要であることを強調している (p.140)。

また「概念と認知的構造」については、ガイドや旅行者の実状に次のように触れている。

- a. 地域に関する概念構成の程度にガイドの間で差異があり、ガイド訓練のレベルにも違いがあるが、それがツアー情報の内容や説明方法に影響している。
- b. ガイド付きツアーでは聞き手の興味に合ったコミュニケーションをすることが必要であるが、状況の特徴を旅行者自身の経験や知識と結びつけることが、その状況についての旅行者の記憶や再生を促す必要条件になる。
- c. それぞれの状況内での行動の仕方について、旅行者が共通の認識や理解をもつことも重要である。
- d. ガイド付きツアーの結果として旅行者の概念がどのように変化したかを知ることが必要であるが、説明を受けた情報の細部はほとんど思い出せず、情緒的な影響が大きという結果が認められることがある。

b. 農場生活を体験する滞在型旅行

Pearce (1988) は、ニュージーランドで滞在型旅行者を受け入れている13農場に自らも滞在して、それぞれのホスト夫婦 (計26人) と自由に会話を交わす形の聞き取り調査で「社会的状況」の各要素に関連する質問をしたり、また、それらの農場に残されている訪問滞在客2,400人分の感想文 (コメント・ブック) の内容を「社会的状況」の8要素に即して分類して、農場生活体験旅行の構造を分析している (p.127ff.)。

各要素について分析内容が述べられているが、その要旨は次の通りである。

1. ホストとゲストの目標……ホストが動機について語るとき社会的望ましき (social desirability) を含んだ回答になりがちであるが、お金儲けは主目標でないということが強調されることが多い。しかし、滞在客を迎えることで経済的な利得があることは

全員が認めており、とくに運営規模が大きいホストではそれが明瞭である。他方、社会的動機も明白で、子どもがいないホスト夫婦では楽しい仲間を求める気持ちが強く、また子どもがあるホスト夫婦では、いろいろな地域の多様な文化（社会）からの訪問者を迎えることが子どもの為になると考えている場合が少なくない。自分たちが海外旅行をするときに訪問客から支援してもらおうことを期待している場合すらある。したがって、ホストと訪問者の間には、たんなるビジネス上の関係だけでなく、友好関係（friendship）が成り立っていることが稀でない。訪問者の動機は主に、地方の人々に会おうこと、カントリーサイドや美しい風景を見ること（農場そのものへの興味は強くない）、モーテルやホテルなど平凡な宿泊先は利用したくないこと、という三つに集約される。

2. 認知的構造……ホスト側は、訪問客は農場それ自体に興味を持つはずだと思っているが、興味を持たない客もいるために、そうした人の扱いが難しいと述べている。自分の自由意思で農場滞在をしても、そこでの生活プロセスに対する態度や理解が影響されるとは確言できない。ホスト側には、人柄の良さや熱意だけでなく、客へのコミュニケーションの方法を訓練することが求められる。
3. 環境的状况……戸外と屋内の二面がある。その農場が置かれている地域的・物理的状況が重要な要素で、社会的相互作用やコミュニケーションよりも、農場内の景色や周囲の景観の美しさが訪問者の満足に影響するところが大きい。すべてのホストが、農場の立地、通過客誘引の機会、農場内の散策や風景鑑賞の機会の提供などに関する自分たちの強みも弱みも認識している。屋内問題では、浴室やトイレなどの住居構造がプライバシーを守るようになっているか否かに関心が向けられている。
4. 社会的規範……異なる文化の人々を取り扱うのが難しいという考えが強い。ホストとゲストの両方が同意している社会的規範は「礼儀正しくすること」「正直なこと」「開放的で友好的であること」「誠実に付き合うこと」などであるが、こうした規範は微妙で、同じ文化に属する人々のなかでも問題が生じることがあるほどで、国による違いがしばしば表出することになる。小さな窃盗や過度の飲酒なども起こりうる。
5. 社会的役割……ホストと訪問者の間では、ビジネスライクな金銭の直接の受け渡しは行われず、友人間にあるような友好関係を保つことが期待されている。しかし、訪問客が对人的役割を果たすことを求められて心理的負担が増えることは好ましくない。訪問者はごく小さな経験をしたいただけなのに、楽しく会話をするように期待されたり、自分の国について豊富な知識を持っていることが求められたり、訪問先に熱中するように望まれたりして、認知ギャップが生じることがある。
6. 言語とコミュニケーション……ホストは、訪問客との会話は気楽にできて問題はないと思っているが、農場作業が始まると、そのように会話することができないのではないかと心配をしている人もいる。
7. 活動と行動的系列……よく準備された活動スケジュールが必要で、時間の流れに沿った活動プログラムがいろいろなタイプの訪問客のニーズに合わせて弾力的に構成されることが多い。農場にホームステイしても農場活動には参加しない訪問者もあり、ただ、田舎の雰囲気なかで平和や静寂を楽しむことだけを求めている人もいる。

IV—2 旅行者と地域居住者との社会心理的關係

Pearce, P.L. (1982, 1984, 1988) の一連の研究で取り上げられた範囲のなかで、旅行者（ゲスト）と地域居住者（ホスト、ガイド）との社会的關係に関する問題点と分析内容を通覧してきたが、ここで見た主に事例分析的な内容は、この問題へのアプローチの手がかりを得るためのものと理解することが必要だろう。

それは、この問題へのアプローチの関心事は、包括的にみれば、旅行者と地域居住者の社会的關係の形成～継続～終結の過程全体に関して、旅行者の当該地域滞在の期間中に起きる短期的事象だけでなく、その訪問前や滞在後に起きる長期的なことも含み、広い範囲に及ぶ可能性があるからである。

たとえば、初期における關係形成では、次のような問題を挙げるができるだろう：

- a. 旅行者と地域居住者との接触状況と接触形態
- b. 旅行者と地域居住者のそれぞれの役割（立場）とそれに関する自己認識
- c. 旅行者と地域居住者のそれぞれの相手に関する認識・期待とその変化過程

また、その關係の継続過程については、その維持・中断・変質などが問題になり、具体的には、

- d. 旅行者と地域居住者間のコミュニケーション行動の目的とその発達過程
- e. 旅行者と地域居住者間の協力または対抗關係とその具体的形態や変化過程
- f. 旅行者と地域居住者間の利害關係とその調和・解決のための行動

などがある。そして、両者の關係の終結段階に関しては、次のような問題が考えられる：

- g. 旅行者が訪問地を去る場合の地域居住者との關係についてのそれぞれの認識とその根拠

h. 滞在以後の関係のあり方についてのそれぞれの認識・期待とその根拠

ここでは問題を「社会心理的」関係に絞っているが、これらの問題点は、旅行者が訪問地に滞在している状況だけで見られるのではなくて、その前・後の期間でも認められることである。

さらに、こうした関係をとらえるとき、旅行者を一人に限定したとしても、一般に、その一個人と社会的関係を結ぶ地域居住者は複数である（通常、多数である）という点も、問題を複雑にする。個人と個人の間関係をとりあえるためにも多くの個人的条件を考慮しなければならないが、そうした個人間関係を越えた社会的状況が生じるわけであり、時には、地域居住者総体という社会レベルでの関係を視野に入れることが必要になることもあろう。後者の場合、地域居住者という「人」を意味するのではなくて、その地域の社会・文化などを含む、いわば「土地柄」や「風土」を論じることになるかも知れない。

旅行者と地域居住者の社会的関係のどの側面に着目するかが重要なことは言うまでもないが、その関係を成り立たせる行動主体をどの水準（いわば、ミクロ～マクロの水準）でとらえるかも検討する必要があるだろう。

V 理論的および実践的な課題について

(1) 旅行者の訪問地内行動のモデル化

目的地を訪れた旅行者がその地域内で行う行動について、旅行者による「活動・経験の内容」に関する種々の実証的分析結果をふまえた包括的な分類体系を提案するとともに、その地域内での「空間認知」と「地域居住者（ホスト、ガイド）との社会的関係」に関する知見を述べることによって、この問題意識の下での旅行者行動に関する研究についての概観を試みた。本稿で取り扱ったこれらの行動領域の関連は、図5-5-1のように描くことができるだろう。

この図5-5-1では、まず、旅行目的地の選択にかかわる段階として「(旅

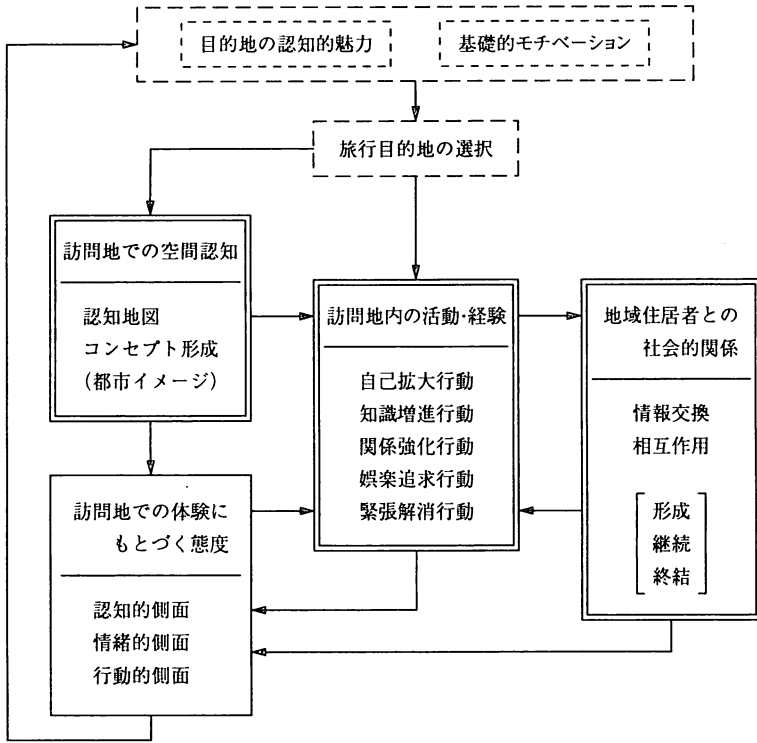


図5-5-1 訪問地内での旅行者行動の関連モデル

行者の「基礎的モチベーション」と「目的地の認知的魅力」の二つの心理的要因の相互作用によって「旅行目的地の選択」が成り立つことを示している。この点について、基礎的モチベーションが、多くの生活行動のなかで「旅行という行動」を発動させる機能をもつ push factor（発動要因）となり、具体的な目的地に関する認知的魅力要素が pull factor（誘引要因）となって、一般的に、push factor が先に働いて「旅行する」ことが決まり、その後で pull factor が機能して「どこへ行くか」が選ばれる、と考えている（第2章 I-1-2 参照）。その際の旅行目的地選択過程についてはさまざまな意思決定モデルが描かれているが、基本的な考えは、目的地選択肢の縮減過程をとらえようとするものである（第4章 II-2 参照）。

さらに図5-5-1では、そのようにして選択された旅行目的地のなかで

の旅行者行動について、本章で取り扱った三つの行動領域（「訪問地での空間認知」「訪問地内の活動・経験」および「地域居住者との社会的関係」）の関連を示している。

このモデルでは「旅行目的地の選択」が「訪問地内の活動・経験」に直接つながる場合もあれば、「訪問地での空間認知」を経て間接的につながる場合もあることを想定している。前者は、旅行者がその訪問地で何をすることがあらかじめ決まっている場合であり、後者は、目的地を訪問したうえで何をするかを決めるような場合である。また「訪問地内の活動・経験」と「地域居住者との社会的関係」との間の相互関連を示す矢印は、それぞれが他方に影響を与えうることを意味している。

そして、これら3領域の行動が統合的に働いて「訪問地での体験にもとづく（当該訪問地に対する）態度」が形成されると考えている。この「態度」は、評価や比較判断を意味する認知的側面、好き嫌いや快・不快に関する情緒的側面、滞在計画や再訪問意図につながる行動的側面などから構成されるものである。こうした態度の方向や強さによって「訪問地内の活動・経験」の内容や程度に変化が見られることになろう。また、この態度が「旅行目的地の認知的魅力」や「地域イメージ」に影響して、その後の「旅行目的地の選択」を左右することになる。

このモデルに描いている行動領域のそれぞれについて、その行動の形態や性質を検討することや、行動領域の相互関連についての実証的知見を豊かにすることは、今後に残された課題である。

(2) 旅行マーケティングの重要課題

旅行マーケティングの立場から見たとき、訪問地のなかで旅行者が何をするか、何ができるかということは、決定的に重要な問題である。旅行者を一つの地域に吸引する要素として、他の地域ではできない活動・経験を訪問者に可能にさせることがあり、それがその旅行目的地の個性化や差別化を意味しているからである。

そうした個性化や差別化の方法を検討するためにも、冒頭で述べた「場所×

時間×定常的行動パターン」という枠組みは基礎的な手がかりを提供してくれるだろう。その発想では、「場所×時間」で他地域にない特徴を発揮することができれば、それを活かすことが基本になる。しかし、これらの要素で有利な条件を備えていない場合には、「場所」や「時間」と組み合わせられる「行動」で独自性を出すことになる。その「行動」では「訪問地内での活動・経験」が主体になるので、地域内行動の範囲や内容の質的拡充を図ることが直接の手段になる。その上で「空間認知」や「旅行者と地域居住者との社会的関係」の領域に着目することもできよう。空間認知の領域では、地域整備や景観設計などを挙げることができる。また、旅行者と地域居住者との社会的関係では、ガイド（案内、説明、情報提供など）だけでなく、広範囲のパーソナル・サービス（接遇、援助、奉仕など）や友好関係（フレンドシップ）形成など「ホスピタリティ（hospitality）」の側面がある。

第6章 旅行経験についての評価と満足

旅行中の活動・経験についての旅行後の印象・評価・満足などに関して、多面的な経験内容に関する調査分析と因子分析的研究の事例を考察し、また、旅行における期待と満足の機能的関係に関する概念モデルを検討した。さらに「旅行の社会学」の領域で関心を集めている旅行経験の「本物性」に関する論議を概観して、その実証分析の試みを紹介した。今後の課題として、総括的印象の形成メカニズム、評価・満足次元の一般化の方法、「本物性」についてのアプローチの方向などが論じられた。

キーワード：旅行経験、総括的印象、評価と満足、期待と満足の機能的関係、旅行経験の本物性、演出された本物性。

I 旅行経験とその印象

(1) 個別的印象と総括的印象

旅行では、訪問地滞在中や行程途中での具体的な活動経験について、その都度いろいろと評価をしたり種々の感情を抱く。また、その旅行の全行程を終えて通常生活に帰った後にも、その旅行についての評価・印象や満足・不満足を感じるものである。

旅行者の評価や満足について、具体的な活動経験や特定の人物・事象などに関して成り立つ即物的な印象を「個別的印象」と呼び、そうした具体的経験を包括して形成される全体的な印象を「総括的印象」と呼ぶと、これら両タイプの印象は、旅行プロセスの「途中」でも「終了後」でも形成される。旅行者行動は、ある時間的経過のなかで成り立つものであるから、その時間を区切れば、それぞれの時間幅（期間）のなかで起きた具体的事象についての個別的印象もあれば、その時点までの総括的印象も持つことができる。

こうした旅行者印象の把握にあたり、旅行プロセスの「途中」での印象をとらえることは、それぞれの時点での経験内容とその評価や満足を、その前

後の時点での経験内容と相互に関連させやすく、旅行者の「経験の流れ」にアプローチできる可能性も大きくなり、また、その「流れ」に影響する種々の要因とより直接的に結びつけることもできるものと思われる。また、それは、評価や印象の記憶への依存度を減らすことができ、さらに、たとえば「終わり良ければすべて良し」というように、事後的に一貫性を保とうとする印象形成から多少なりとも離れることができる。そのため、旅行プロセスの「途上」での評価や満足は、その「終了後」に、いわば「回想」(Fridgen, 1984)として行われるものとは異なる性質になる。他方、こうした違いが生じる可能性を知りながら、「終了後」に、総括的印象だけでなく、多项目的に個別的印象を把握することもありうる。

したがって、旅行者の評価や満足を把握するには、個別的印象に可能な限り接近するような方法から総括的印象を全体的にとらえる方法まで、種々のレベルのアプローチを想定することができる。Maddox (1985) は、旅行者誘致のための地域行政に対する住民の満足度を測定する評定尺度を比較分析し、その代表的方法を多次元の指標 (detailed scales and indices) と包括的測度 (global measure) という二つに分けているが、おそらく、そうした2タイプがもっとも一般的なものであろう。

多次元の指標と包括的測度の関係については、前者の個別的印象の「集合」が後者の総括的印象の形成に関連していると考えられ、特に、旅行プロセスのなかで強いインパクトを受けた個別的印象のいくつかが全体的・総括的な評価・満足に大きく影響していると思われる。その形成メカニズムについては、たとえば「多属性態度モデル」(Fishbein, 1967. p.389ff.) の仕組みを導入することができるかも知れない。

こうして、「何についての印象形成か」という点から「個別の～総括的」という次元を設定することができるが、この次元は、把握される印象の内容や特性のメジャー (測度) にかかわるものであって、「旅行プロセスのどの時点での印象か」という問題とは一応独立している。端的に言えば、個別的印象は「その旅行で(あるいは、それまでに) 経験した具体的な事象が、良い～悪い、あるいは、満足～不満足」というような即物的・即時的なとらえ方をす

るのに対して、総括的印象は「その旅行（あるいは、それまでの行程）が全体的に、良い～悪い、あるいは、満足～不満足」という包括的なとらえ方をしたものである。

(2) 評価・満足をとらえる経験段階

旅行者行動は、上記のように「プロセス」として、つまり「時間的経過のなかで成立する種々の行動的段階の相互関連的な系列」としてとらえることができるので、そうした「旅行者行動の段階」に応じて、評価・満足など印象形成の様相を見ることができる。

この視点から、Crompton (1986) は、旅行者経験の満足・不満足の側面について、休暇旅行に行くか否かの決定に関する満足 (satisfaction with the decision) と、特定の旅行目的地の選定に関する満足 (satisfaction with the destination) という2段階があると述べている。しかし、他方で、Fridgen (1984) や van Raaij (1986) が提唱している旅行者意思決定過程の5段階モデルを例にとれば(第1章III-2-2参照)、その各段階での評価・満足の成り立ち方を考えることもできる。

ただ、旅行者行動に関する研究で、その多段階的経験についての評価・満足を多層的に描いているものは見られないようである。とくに「満足」については、Fridgen (1984) も van Raaij (1986) も、それぞれの意思決定過程の最終段階で「満足」に注目しているように、「旅行プロセス全体についての総括的印象」を表すものと考えられることが多いようである。

旅行者の評価・満足をどの段階でとらえるかという問題は、基本的には、旅行経験へのアプローチの違いにつながっていくものと思われる。

旅行経験へのアプローチに関しては、たとえば、Mannell & Iso-Ahola (1987) は、レジャーや旅行に関する経験現象についての心理学的アプローチを「概念規定論」「満足過程論」「直接経験論」という三つに分けることができるとし、これらは、レジャーや旅行に参加する人々の主観的側面をとらえようとする点では共通しているが、「主観 (subjectivity)」への接近の仕方が次のように異なると考えている (p.318ff.) :

- ① 概念規定論 (definitional approach) : どのような経験や実際行動を人々がレジャー (または、旅行) と認知したり命名するかを規定する要因 (とくに、認知的状況要因) を明らかにしようとする立場。たとえば、本章IIIで述べるような、旅行経験の「本物性 (authenticity)」を識別する次元や要因を明らかにする。
- ② 満足過程論 (post-hoc satisfaction approach) : レジャーや旅行の経験に結びつくモチベーション、実行結果、満足などの認知的側面に焦点を当てる立場。たとえば、人々のレジャー (旅行) の選択・参加の基底にある欲求・動機の性質や強さがそのレジャー (旅行) の経験や満足といかに関連するかを明らかにする。
- ③ 直接経験論 (immediate conscious experience approach) : レジャー (旅行) 活動にともなって成立する経験の意識現象の特徴を即時的に、ありのままにとらえる立場。たとえば、ある時点での幸福感・充実感や、変化する意識の流れ (stream of consciousness) の内容を明らかにする。

つまり、旅行プロセスの終了後での経験把握は「満足過程論」に、その途中での経験把握は「直接経験論」に、それぞれ結びつきやすいと言える。

このように、旅行者行動における評価・満足をとらえる視点は、

- a. 個別的印象か、総括的印象か、
- b. 旅行プロセスの「途中」か、「終了後」か、

という2側面の組合せのなかで考えることができよう。

本章では、旅行者における「旅行後の評価・満足」に焦点を当てることにしたい。その際、個別的印象も総括的印象も取り上げることにするが、旅行者の経験現象に関するアプローチに関する Mannell & Iso-Ahola (1987) の3タイプで見れば、「満足過程論」の枠内のものになっている。ただ、旅行経験における「本物性 (authenticity)」に関するIIIの論述では、Mannell & Iso-Ahola (1987) の言う「概念規定論」に近づいていると見ることができよう。

II 旅行者の評価・満足の分析

II-1 旅行者の評価・満足の特性

II-1-1 評価・満足の実証的分析

(1) 旅行滞在地での経験の多面的評価

特定の訪問地（目的地）での経験についての評価や満足をとらえることは、ごく一般的な実証的作業である。そうした旅行後の印象を多面的にとらえた一例として、Woodside & Jacobs (1985) が、1983年1月と5月にハワイを訪問したカナダ人、アメリカ（本土）人、日本人を対象に、ホノルル空港からそれぞれの帰路便の出発を待っている60パーティ、1,607人（カナダ人370人、アメリカ人936人、日本人301人）に行った質問紙調査のデータがある。この調査では、旅行者のデモグラフィック特性や計画中あるいは滞在中の行動に加えて、その旅行経験についての26項目に対する同意を5段階評定でとらえている。

Woodside & Jacobs (1985) は、各項目の平均評定値を3国間で比較して旅行者の国別特徴の分析に関心を寄せているが、その内容を見ると、大部分が「個別的印象」をとらえるものである。ただ「今後2年間にハワイを再訪問する可能性の推定」に関する質問に加えて、26項目中の次の6項目は「総括的印象」を聞いているものと考えられる：[()内の数字は項目番号を示す。]

- 自分がこの休暇旅行をするのは当たり前のことである (4)
- 私はこの休暇旅行を完全に楽しんだ (13)
- チャンスがあれば、同じようなハワイ旅行を再びしてみたい (16)
- 帰ったら、友人に休暇旅行の目的地としてハワイを奨めたい (22)
- この旅行は私にとってユニークな経験だった (24)
- この旅行は、かかった費用に見合う価値のあるものだった (26)

これら6項目を含め、25項目については3国の訪問者の間で平均評定値に

有意差が認められたが、その結果を Woodside & Jacobs (1985) は次のように集約している。

a. カナダ人が特に強調している項目は、次の通りであった：

- この旅行は充分休養できるものだった (1、15)
- この休暇旅行を終えて気分的にリフレッシュしたように感じた (18)
- この旅行では身体的にリフレッシュできたように感じた (6)
- この休暇旅行で一番良かったのは、日常生活の単調さから離れられたことである (10)
- この休暇旅行中は、過ごし方をあれこれ考えるよりも、成るがままにした (11)
- 私はこの休暇旅行を完全に楽しんだ (13)
- 自分がこの休暇旅行をするのは当たり前のことである (4)

b. アメリカ本土からの訪問者は、カナダ人と似たところもあるが(項目10、13)、次のようにユニークな点が多かった：

- この旅行中のいろいろな活動は、エキサイティングだが危険のないものだった (2)
- この休暇旅行は、学習的な経験だった (3)
- この休暇旅行では、いろいろな場所について知識を増やした (12)
- この休暇旅行には大きな文化的価値があった (5)
- この休暇旅行で一番良かったのは、日常生活の単調さから離れられたことである (10)
- 私は、この旅行を一つの冒険と見ている (20)
- 私はこの休暇旅行を完全に楽しんだ (13)
- チャンスがあれば、同じようなハワイ旅行を再びしてみたい (16)
- 帰ったら、友人に休暇旅行の目的地としてハワイを奨めたい (22)
- この旅行は私にとってユニークな経験だった (24)
- この旅行は、かかった費用に見合う価値のあるものだった (26)

c. 他方、日本人はカナダ人やアメリカ人と異なる特徴を示し、その旅行経験を次のように表していた：

- この旅行中は、家族と一緒に過ごす時間が、自分の家にいるときよりも多かった (19)
- この旅行中のいろいろな活動は、あまりエキサイティングではなかった (2)
- この休暇旅行は、あまり学習的な経験ではなかった (3)
- この旅行では身体的にリフレッシュできたように感じていない (6)
- この旅行で一番良かったのは、日常生活の単調さから離れたことではない (10)
- この旅行中、かなりのスキルを要する活動は行わなかった (14)
- この旅行のほとんどを友人や親戚の訪問に費やす、ということではなかった (23)
- チャンスがあれば、同じようなハワイ旅行を再びしてみたい (16)

この調査結果から、Woodside & Jacobs (1985) は、これら3国からの訪

問者がハワイ休暇旅行で経験したベネフィット（積極的評価内容）の差異に着目すると、カナダ人では「休息とリラクセス」、アメリカ人では「文化的経験」、日本人では「家族の一体性」がそれぞれの強調点になるという結論を導いている。

(2) 因子分析的アプローチ

こうした旅行後の評価・満足の多面的な内容を集約するために因子分析などの帰納的な方法が用いられるのは、旅行者モチベーション分析の場合と同様である（第2章II-2参照）。

たとえばDunn Ross & Iso-Ahola (1991) は、ワシントンDCの1日観光バスツアーを終えた旅行者グループ3組（255人）にツアー経験に関する30項目について5段階評定〔1＝強く不同意～5＝強く同意〕を求めるとともに、「その日のツアーについての全体的な満足」（総括的印象）の評定も行っている。そして、項目別評定データからは主成分分析で6成分を抽出し、これらを「満足次元」と呼んでいるが、各成分の高負荷項目と解釈結果は表6-2-1に示した通りである。

Dunn Ross & Iso-Ahola (1991) は、同じ旅行者グループにツアーバス乗車前に質問した20項目の分析から「動機次元」も抽出しているが、その結果の概略は、第2章III-2-1で、旅行者モチベーションの「希求」と「逃避」との関連で紹介している。次元の構造を見ると、バスツアー後の「満足」調査では、「動機」調査になかった10項目が追加されているのでまったく同じ項目が分析されたわけではないが、ほぼ同じ意味を表す次元として「知識 (knowledge)」（動機次元では「一般的知識 (general knowledge) ）」、「逃避 (escape)」、「社会的相互作用 (social interaction)」（満足次元の「社会的安心 (social security)」も関連が深い。）などが抽出されている。

動機次元と満足次元の構造の類似性について、Dunn Ross & Iso-Ahola (1991) は、個人的報酬（知識）や対人的報酬（社会的相互作用、社会的安心）を希求する次元と日常生活からの逃避を求める次元が、動機面でも満足面でも、重要な要素になることを意味するものと解釈している。他方、満足次元では、動機次元になかった「ツアー・ペース (tour pace)」や「実際の

表6-2-1 Dunn Ross & Iso-Ahola(1991)による1日観光バスツアーの満足次元

成分と高負荷項目	負荷量
1. 知識	
国の首府の歴史を学んだ……………	81
このツアーを友達にすすめる……………	68
このツアーをしてよかった……………	65
連邦政府について学んだ……………	61
予想通りに知ることができた……………	55
私が知らなかったことをツアーガイドから教わった……………	47
料金に見合う価値があった……………	42
今回の旅行でこのツアーは重要な部分だった……………	40
2. 逃避	
面倒なことや心配事を忘れることができた……………	63
料金に見合う価値があった……………	53
私が知らなかったことをツアーガイドから教わった……………	43
マイクやスピーカーの調子がよかった……………	62
3. ツアー・ペース	
快適な施設や店を利用する時間が充分あった……………	63
写真を撮る時間が充分あった……………	53
通り過ぎる景色が座席からよく見えた……………	49
ツアーのペースはちょうどよかった……………	47
4. 社会的相互作用	
同行者と話しあえて楽しかった……………	60
観光が楽しかった……………	42
5. 社会的安心	
一人よりも集団のほうが安心だった……………	86
一人よりも集団のほうが面白かった……………	60
6. 実際の側面	
バスが清潔だった……………	57
今回の旅行でこのツアーは重要な部分だった……………	49
仕事も他の責任も忘れることができた……………	43

(注) 負荷量の小数点は省略する。

側面 (practical aspects)」が抽出されているが、これらは、「希求」や「逃避」の次元での満足を成り立たせる基礎になるもので、ハーズバーグ (Herzberg, F., 1966 [北野利信訳, 1968]) の『動機づけは衛生理論』における「衛生要因 (hygiene factor)」を想起させると述べている。

こうした因子分析的研究では、次元ごとの因子スコアが算出されることが多いが、次元として集約された印象内容は、項目評定による個別的印象と全体的満足度による総括的印象との中間レベルの印象情報である。Dunn Ross & Iso-Ahola (1991) も、各次元で因子スコアを算出して、それぞれの満足

特性に関して異なる旅行者グループの間の比較をしている。

II-1-2 旅行満足のとらえ方

(1) 旅行満足の一般構造を探る方向

Woodside & Jacobs (1985) や Dunn Ross & Iso-Ahola (1991) による旅行経験の満足度測定は、個別的であれ総括的であれ、旅行の目的地・事象・行事・人物・活動内容などに関する特定の経験に関して行われており、事例分析的で限定的な性格のものである。こうした調査分析は、対象・時期・方法を変えて数多く行うことができ、それぞれの調査目的に照らして有効な情報を得ることができるが、問題は、こうして明らかにされた諸事実を関連づけることから「一般的知見」や「体系的知識」をどれだけ構成することができるかである。

その一般化の方向の一つは、Dunn Ross & Iso-Ahola (1991) が試みているような個別的印象分析を発展させた「旅行満足の内容の一般構造」の構築であろう。旅行満足の形成に強く関連する経験内容を明らかにし、それらの個別的経験内容を旅行満足に対する影響の程度に関して位置づけるのである。しかし、満足に関連する経験内容は、旅行者や目的地の具体的な特性・条件に応じて異なるため、その個性性にとらわれた経験内容では適用範囲が限られて、旅行満足の構造として一般性に欠けることになる。

特定の目的地や旅行形態に関する「満足次元」を抽出することにも意味があるが、そうした限定を越えて、より広範なタイプの旅行の「満足」をとらえるために、ある程度の幅のある「満足カテゴリー」として旅行経験内容を集約することも必要である。

そのような「中範囲の満足カテゴリーの体系」を構成している研究事例にはまだ接していないが、その体系をつくるためには、たとえば、第3章IVで述べた旅行目的地の魅力特性に関する「ありふれた～独特の」「演出的～本物的」「休養／リラックス～冒険／刺激的」という3次元体系や、第5章III-2で集約した旅行目的地での活動・経験を表す「緊張解消」「娯楽追求」「関係強化」「知識増進」「自己拡大」という5次元のような、かなり一般化された

経験内容に関する「満足」をカテゴライズすることが必要であろう。また、そうした旅行経験内容に関して、旅行者モチベーションが充足されることが満足成立の根拠になることを考えれば、その機能的分類を行っている Fodness (1994) の6次元(自我高揚、知識、功利<報酬の最大化>、功利<苦痛回避>)、価値表出、社会的適応)の体系も参考になろう(第2章IV-3参照)。

旅行満足への構造分析的アプローチによってその次元や特性を明らかにする方向のなかで、上記のような「一般構造」を構築する試みだけでなく、「特定の満足次元」の成立にかかわる旅行経験の内容を明らかにすることも、意義のある仕事になる。

たとえば、後に本章III~IVで検討する「本物性(authenticity)」の概念は、旅行者の評価や満足にかかわる施設・行事・活動などの特性を意味するものとして注目されるが、そうした「本物性」を旅行者に認知させる条件を明らかにし、また、その認知がいかにして「満足」に関連するかを追跡する分析も必要である。

(2) 旅行満足の包括的測度

Woodside & Jacobs (1985) や Dunn Ross & Iso-Ahola (1991) の研究では、ともに、旅行行程の終了直後に種々の側面についての個別的印象をとらえる方法をとる一方で、総括的印象とは別に、それらの個別的印象を合成してより包括的な満足度を表す指標を作ることも試みていた。他方で、Moscardo & Pearce (1986) は、オーストラリアの歴史テーマパークの一つで、1880年代の製材地域を再現して年間14万人の入場者があるティンバートウン(Timbartown)の入場者の満足度をとらえるのに、総括的内容と個別的内容を組み合わせて一つの指標を作るという方法をとっている。この調査では、入場時に入口で質問紙を手渡してパーク内での7種類の呼び物のそれぞれの「楽しさ」の3段階評定を求めるとともに、「将来またティンバートウンへ来ようと思うか」「自分の友達にティンバートウンを奨めようと思うか」という質問もして、7種類の「楽しさ」の3段階評定値と「友達への推奨」への回答という2要素を組み合わせて包括的満足度指標を作成している。

他方で Pearce(1980) は、モロッコとギリシャに旅行した各グループに「外

国訪問旅行についての満足度」(総括的印象)を直接測定する一つの評定尺度を用いている。その7段階評定〔1=非常に不満足～7=非常に満足〕の結果では、モロッコ旅行グループ(31人)の平均値は3.32で「3=どちらでもない(neutral)」に近く、ギリシャ旅行グループ(41人)の平均値は6.00で「かなり満足」という高いレベルであった。

このPearce(1980)の研究は、満足の分析それ自体を意図したものでなく、訪問国に対する「好意度(favorability)」の変化(訪問前と訪問後の差)がその旅行経験に関連することを態度変容パラダイムにもとづいて分析することを目的とし、媒介要因としての経験内容を包括的にとらえる指標として「満足」に着目したものである。[ちなみに、「好意度」の測定では、0～100のポイント尺度を用いて「0=非常に嫌い～100=非常に好き」という言葉を示したうえ、20ポイントごとに好意度を示す言語尺度を付記している。]

Pearce(1980)の分析結果は、それぞれの旅行グループで、訪問前よりも訪問後の好意度が有意に高くなったが、その差(好意上昇分)を従属変数とし、「訪問前の好意度」と「旅行満足度」の2要因を説明変数とする回帰式を構成して、決定係数がそれぞれ有意であることを示すとともに、それぞれの説明変数がかかなり高い偏回帰(β)係数を示すことを明らかにしている。さらに、それぞれの国への旅行が申込締切りに遅れたために参加できなかった人々(各25人)を統制群として、各旅行グループと同じ時間を隔てて当該国に対する好意度を2回測定したところ、変化がほとんど見られなかった。このことから、実際の旅行経験にもとづく満足が好意度変化に関係していることが確認できたとしている。

このPearce(1980)の分析は、「旅行満足」の機能面にふれるものである。しかし、この分析では、旅行満足度と好意度は旅行後に別々の手続きで測定されているが、旅行後の心理状態のなかでの両者の機能的関係は検討されていない。分析データによれば、旅行後満足度と訪問前好意度の相関はモロッコ旅行グループで0.13、ギリシャ旅行グループで0.22であったが、旅行後の満足度と好意度の相関は報告されていない。ただ、好意度変化量と満足度の相関はそれぞれ0.43、0.52とかなり高い値であるが、両者の間に因果関係を

想定するとき、Pearce (1980) が確認できたとしている仮説の「満足感が増したから、好意度が上昇した」という側面だけでなく、逆の「好意度が上昇したから、満足感が増した」という可能性もある。

旅行後にとらえられた「包括的な旅行満足」は、旅行プロセス中の評価を見たものと考えすることはできず、その総括的印象は、旅行後の感情・評価の一面をとらえるものと考えべきである。しかし、そうした包括的満足を形成する要因は旅行中のさまざまな具体的経験にあり、その個別的経験の包括的印象として旅行満足を合成することもできるし、そうした満足を規定する経験要因を分析することもできる。

たとえば、前述の Moscardo & Pearce (1986) がティンバートウン入場者の満足度調査で用いた方法は、より長期間の旅行者行動にも、より心理的な経験内容にも応用できるものである。

この Moscardo & Pearce (1986) の調査研究は、12ヶ月間の入場者から無作為に選んだ800人に入口で質問紙を手渡し、歴史テーマパークにおける本物性 (authenticity) の必要度に関する一般質問に加えて、ティンバートウンについて、本物性認知、パーク内の7種の呼び物の楽しさの評定、全体的満足感などを質問して、回答者502人のデータを分析したものである。そのなかで、全体的満足感(「友達へパークを推奨する程度」と「呼び物7種の楽しさ評定の総合値」の2要素で構成)を従属変数とした多変量回帰分析を行い、説明変数には、訪問者(回答者)の本物性認知、滞在時間、過去の訪問回数、旅行キャリア・レベル(第2章IV-1参照)、パーク内3地域の各々での入館建物数という7要因に、回答者の来場日の総入場者数を加えた8要因を採用している。この回帰式によって満足感の分散の37%が説明されたが、もっとも高い説明力を示した要因は「本物性認知」(31%)であり、次いで「滞在時間」(4%)、「過去の訪問回数」(1%)であった。

II-2 旅行者の期待と満足の関連

II-2-1 旅行満足の成立と「期待」

旅行者行動のモチベーションについて考えるとき「期待(expectation)」が

重要な機能を果たすものとされていたが（第2章Ⅰ－3－1；第4章Ⅲ－2－2参照）、それは「満足」の形成にも大きく関与する心理的機能である。

消費者行動研究では、消費者満足 of 成立にかかわる要因として、一般に「期待」と「実行 (performance)」が設定されているが (Howard & Sheth, 1969. p.145ff.; Engel, Blackwell & Miniard, 1995. p.273ff.; Berkman, Linquist & Sirgy, 1997. p.123ff.; Hoyer & MacInnis, 1997. p.276ff.など)、この枠組みは、旅行者満足 (tourist satisfaction) についても、当てはまると考えられている。たとえば、van Raaij (1986) は休暇旅行系列 (vacation sequence) の5段階モデルの最終段階を「満足・不満足」として、「満足感 is 旅行活動以前の期待と実際経験とのギャップに依存する」と説明し (第1章Ⅲ－2－2；第4章Ⅰ－2－1参照)、また Hudman & Hawkins (1989, p.56) は、旅行者満足を「旅行目的地での旅行者の経験とその目的地に関して旅行者が抱いていた期待との相互作用の結果」とした Pizam, Neumann & Reichel (1978) の定義を引用して自らの説明に代えている。

旅行者行動における「期待～経験～満足」の関連について、Pearce (1988, p.86) は、その満足・不満足がなぜ生じたかを旅行者自身が因果的に理解する帰属過程 (attribution process) を考慮することが必要だとして、その原因が旅行者自身の条件にあるとする内的帰属 (internal attribution) と環境的条件 (他人、設備など) にあるとする外的帰属 (external attribution) のどちらが働くかを加味した満足成立プロセスを考えており、それを図6-2-1のように表している。これら6ルート of なかで、②と③は「結果の予見」と「帰属過程」の違いが満足との結びつきを異にし、また、④と⑤は「帰属過程」の違いによって満足が異なってくることを示している。

こうした「期待～経験～満足」のプロセスを理解するためには、帰属過程のほかにもいろいろな認知的・情緒的機能を想定することができるし、より基本的には、旅行者の「経験」がどんな「実行行為」にもとづいているのか、その行為はどのような「モチベーション」や「価値観」から生まれているのか、ということも問わなければならないだろう。

そうした観点を含むものとして、Ryan (1991) は、図6-2-2に示した

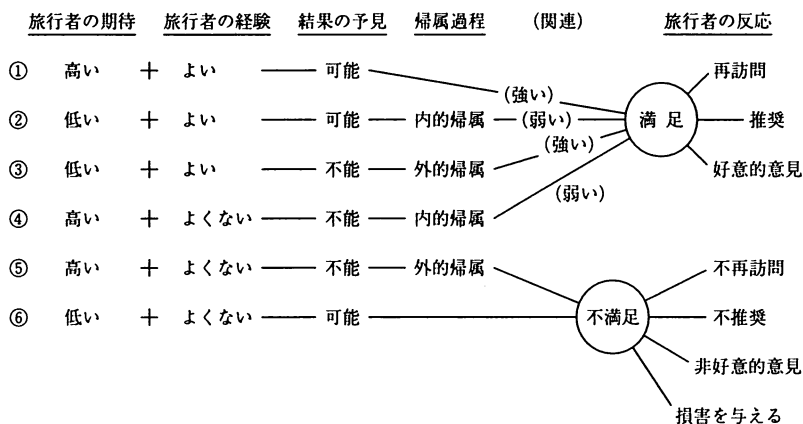


図 6-2-1 Pearce (1988) が描く旅行者満足への 6 ルート

モデルを描いている。これは、期待から満足までのプロセスに種々の心理的媒介変数を設定し、旅行目的地に関連する要因と旅行者の心理的要因との相互作用を重視した包括的なモデルである。

このモデルの内容について、Ryan (1991) は概略次のような説明を加えている (p.47ff)。

最初に「行動」に着目すれば、それは、旅行目的地への一連の意識的または無意識的な適応の仕方であり、「満足」を達成するために種々の形をとるが、その実際経験と元の期待との間に生じるギャップへの適応能力が、結果としての満足・不満足の見込要因になる。ただ、期待と現実とのギャップの性質や深刻さは、その問題状況の知覚と内的(心理的)適応過程に依存しており、その適応過程はある種の社会的・心理的なスキルを持っているか否かに依存する部分がある。そうした結果として、一連の行動が旅行満足をつくり出すのに寄与するのである。達成された満足レベルは、次の旅行のための知覚としてフィードバックする。

他方、旅行行為に先立って「期待」をつくり出す条件は、パーソナリティと過去経験や知識との相互作用である。パーソナリティはモチベーションや期待の成立にかかわり、過去経験や知識はマーケティング活動や目的地イメージの影響を受ける。旅行経験は、初めのうちは知覚の影響を大きく受けるが、次第に学習の成果が出るようになる。その旅行経験や目的地の性質をどう解釈するかによって、期待と現実とのギャップの認知が異なってくるし、他人との相互作用の形も変わってくる。しかし、ここでも、社会的・心理的なスキルが、本物性の知覚、疑問発生を抑止、積極的な社会的関係の形成などに影響することがあり、こうしたことが、旅行活動パタンの形成を通して、もともとの期

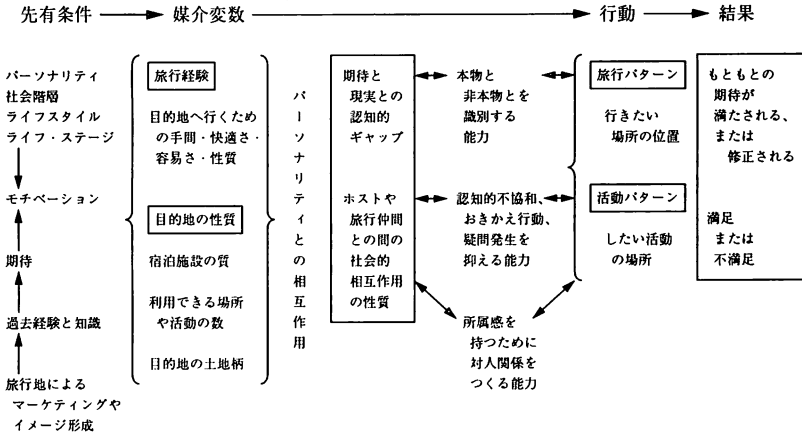


図 6-2-2 旅行者の期待と満足の関連を描く Ryan (1991) のプロセス・モデル

待や修正された期待を満たしたり、満足を生じる結果になる。こうして、旅行者は、受動的ではなく、社会的・心理的なスキルを用いて目標達成（満足創造）に向けて目的的に行動するのである。

Ryan (1991) は、期待と現実（経験）のギャップの処理のために、旅行者が、本物的か否かを見分ける能力、認知的不協和・おきかえ活動・疑問が生じないように抑止する能力、所屬感を得るために必要な人間関係をつくる能力などの社会的・心理的なスキルを持つことの重要性を強調しているが、「スキル」は、そのレベルがただ問題になるのではなく、それが役立つかどうかは遭遇する「状況のきびしさ（チャレンジ）」によって異なり、それにより旅行経験も違ってくると考えている。そのため、Ryan (1991, p.44) は、図 6-2-3 のような「スキル×チャレンジ」の 2次元の枠組みで、種々の旅行経験の心理的特徴を表している。

チャレンジ度がスキル度を上まわれれば「不安」が生じて不満に結びつくが、逆に、チャレンジ度がスキル度より低ければ「退屈」になる。他方、チャレンジ度とスキル度が均衡状態にある場合、ともに高ければ「うまく進んでいる（順調）」と感じ、ともに低ければ「関心を寄せるほどでない（無関心）」

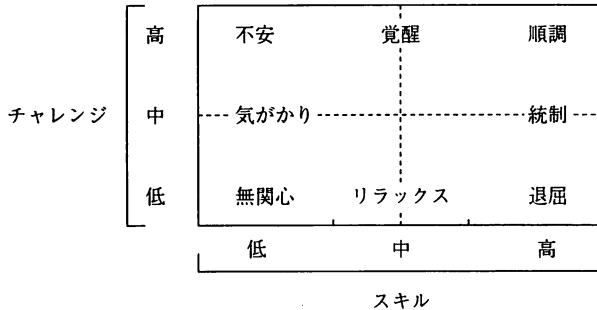


図6-2-3 スキルとチャレンジでみる Ryan (1991) の旅行経験の2次元モデル

という気持ちになる。このような対照的な旅行経験のほかに、チャレンジ度とスキル度の相対的關係から4種類の経験(覚醒、気がかり、リラックス、統制)が想定されており、Ryan (1991) は、この2次元モデルを「8チャンネル・モデル (eight-channel model)」とも呼んでいる (p.43)。

II-2-2 旅行経験の実質的内容をふまえた「満足」

旅行経験の評価・満足の実証分析に関して本章で引用できた事例が少ないこともあって、それらを集約して結論めいたことを言うことはできないが、この領域で行われている分析作業の若干の方向を示すことはできるように考えられる。

一つの方向は、評価・満足の多面的内容をとらえて、それを集約する特性や次元を明らかにするもので、「構造分析」と言える分野である。他の一つの方向は、「期待～経験～満足」という心理的現象の相互関連を考えるもので、旅行経験の「満足」を成り立たせる要因としての「期待」や「実際経験」の働き方を明らかにすることを中心とした「機能分析」の視点である。

しかし、それぞれの方向で、今後に残されている課題は多い。構造的なアプローチでは、特定の旅行についての満足の特性や次元を事例分析的に示すことができるとしても、その「一般構造」を提示するにはまだ不十分である。そのため、多くの事例の蓄積によって共通構造を探り出す試みとともに

に、旅行者のモチベーションや目的地認知の分野で構築されている知見を導入してその実質的内容の基本的次元を整理することが必要であろう。また、機能分析的なアプローチでは「期待～経験～満足」のリンクを具体的データによって確認するとともに、そのリンクに影響を及ぼす諸要因を解明することが課題になろう。そのなかで、「期待」の成立には、旅行者のモチベーションや目的地認知が大きくかかわっているし、「経験」がいかに認知・評価されるかについては、旅行中の種々の活動の内容や水準にも依存すると思われるので、それらの実質的内容をふまえた仮説検証的な分析が求められる。

こうして、両方のアプローチで、旅行中の活動や目的地での経験の内容をとらえて、その事例紹介的なレベルを越えた一般体系の構築が必要になろう。その場合には、そうした一般化を可能にするような実質的特性が「期待～経験～満足」を通して共通に設定されることが望まれるが、そのような特性として、たとえば「新奇性（あるいは、独自性）」や「自発性（あるいは、自主性、自立性）」などととも、「本物性（authenticity）」にも注目することができるだろう。

次の二つの節では、旅行者行動に関する「本物性」の理論的および実証的な問題を検討したい。

III 旅行経験の「本物性」に関する論議

III-1 旅行の意味と「本物性」

III-1-1 現代人の旅行経験の「本物性」と「疑似性」

旅行者の経験内容に関連して「本物性（authenticity）」が問題にされることが多い。第3章IVでも旅行目的地の魅力の3特性の一つとして引用しているし、また本章でも、Moscardo & Pearce (1986) がテーマパークのティンバータウンの満足感の規定要因として（II-1-2 参照）、あるいは、Ryan (1991) が期待・満足モデルでの心理的スキルを形成する能力次元の一つとして（II-2-1 参照）、それぞれ「本物性」に着目していた。その際に、こ

の概念は、旅行目的地内の対象物（施設、人物、風景、展示物、イベントなど）についての旅行者の認知的経験の内容と質（quality）の特性を意味するものとして用いられている。

Pearce (1988) は、旅行における「本物性」を「真正で、価値のある、自然に起こる経験 (the genuine, worthwhile and spontaneous experience)」(p.177) と言い、この経験は多くの旅行者によって希求され、また、これを経験することが旅行満足につながると考えている。

しかし、この概念の意味する内容が明瞭に規定されていることは少ない。Cohen, E. は、旅行経験の「本物性」に関する論述を非常に積極的に行っている社会学者であるが (1984, 1988a, 1988b, Dann & Cohen 1991)、Cohen (1988a) の次のような記述が、この概念を用いることの意義や問題性とともに、その意味内容をおおまかに説明している。

現代人は「本物性の探求 (quest for authenticity)」(後述する MacCannell, 1973 が提起した概念) を行っている。ところが、現代社会は非本物的 (inauthentic) なので、本物性を求める自己 (authenticity-seeking self) と非本物的社会との対立を克服するために、現代人はどこか別のところに「本物の生活 (authentic life)」を探し出そうとする。そこで「本物性の探求」が、現代の旅行における顕著な動機になっている。(p.373) しかし、この用語が説明されないままに用いられていることが旅行研究に混乱を生じている。その概念は未発達 (primitive) で、せいぜい例示されることはあっても、規定されないままである。ただ、それが何を意味するかは直感的に理解されているようである。それは、実在性 (reality) を感じさせる社会的仕組み (societal institution) と自己 (self) との間の一体性 (unity) を探求することである。現代的条件が充満した世界のなかで生活する人々は、その現代性によって疎外されるため、旅行者となって「本物性」を探求し、別の時代や場所に「素朴なもの (the pristine)」「根本的なもの (the primitive)」「自然なもの (the natural)」を見出すことを望んでいる。(p.374ff.)

旅行経験の「本物性」についての論議は、MacCannell (1973) が「演出された本物性 (staged authenticity)」という概念を提起して以来、主に社会的視点から検討されてきた。そして、この論議は、MacCannell 自身もかなりのスペースを割いて論評している Boorstin, D (1962) が、その著書 **The Image** (New York; Atheneum) [邦訳: 星野郁美・後藤和彦訳『幻影の時

代：マスコミが製造する事実』（東京・創元新社，1964）で、現代人の旅行経験を「疑似イベント（pseudo-event）についての経験」ととらえて「本物性」の欠落を批判的に指摘したことに端を発していると考えられる。

Boorstin (1962) については、第7章III-2で旅行者行動への類型論的アプローチを考察する際に詳しく述べることにしているが、現代のアメリカ社会での旅行(tourism)について、冒険的で能動的であった traveler は少なくなり、他から与えられる面白さや楽しさを求める受け身の tourist が増えたと述べている。つまり、tourist の旅行は「疑似イベント」で満たされ、旅行目的地の「本物の世界」から離れ、そこでの「本物の生活」に触れずに、巧妙に作り上げられた人為的アトラクションがもたらす間接的経験に満足しているだけだと論断したのである。

こうした論調は、その後、現代の旅行に関する多くの批判的見解を触発する契機になった。しかし Cohen (1988b) は「そうした批判は、Boorstin の説を積極的に参照するか否かにかかわらず、同じ考え方に立脚し、不幸なことに大抵は理論的厳密さや方法論的巧緻さを欠いた例証であり、Boorstin を越えるものではなかった」と述べる一方で、「Boorstin の短いエッセイが、『旅行の社会学 (the sociology of tourism)』におけるより学問的な論述のための重要な出発点として役立った」と評価し、旅行に関する真面目な社会学的研究の多くは「旅行者 (tourist) に関する Boorstin の性格づけに論争を挑む形で生まれてきたもので、彼が述べる前提や結論を疑いなく受け入れる形で生まれてきたものではない」と総括している (p.31)。

このように Boorstin (1962) に対して論争を挑む立場を代表する社会学者に MacCannell (1973) が挙げられ、また、Cohen (1988b) もその一人であった。

III-1-2 MacCannell や Cohen による Boorstin への批判的評価

MacCannell (1973) は、現代社会の旅行 (tourism) は、宗教の社会的機能を吸収している部分があると考えている。つまり、彼の旅行に関する基本的な視点は、われわれの社会ではあらゆるところで「経験の本物性の探求 (the

search for authenticity of experience)」が行われているが (p.589)、旅行 (tour) の背後にある動機も、宗教的巡礼の動機と同様に「本物の経験の探求 (quest for authentic experience)」であって、ただ、巡礼者が訪問する場所が宗教的に重要な事柄が実際に生起しているところであるのに対して、旅行者が身を置くのは社会的・歴史的・文化的に重要な場所である (p.593)、というものである。

したがって Cohen (1988b) によれば、旅行者は、Boorstin にとっては「現代性に含まれる非本物性を体現したもの」であるのに対して、MacCannell にとっては「現代生活の日常性のなかには見出し得ない本物性を追求するもの」であり、この追求は「聖なるもの」に対する人間の普遍的関心の現代版であって、旅行者は世俗的現代世界における巡礼とみなされる、と言うのである。このように、両者は、現代生活が「非本物性」に満ちていることを認める点では似ているが、旅行者に関するイメージでは対照的であると見られている。

MacCannell (1973) 自身は、Boorstin について概略次のようにコメントしている (p.600ff.)。

1. Boorstin は、旅行の仕組みに関して洞察に富んでいるが、「疑似イベント」の概念を十分に分析する前に個人レベルの動機の解釈に引きこもってしまい、遊覧旅行 (sight-seeing) や旅行者意識 (touristic consciousness) の構造の分析に発展したかも知れない事柄を問題から除いている (p.600)。
2. 旅行者自身が「疑似イベント」を作り出しているかのように Boorstin は主張しているが、自分の資料には、旅行者が表面的で人工的な経験を欲しているという彼の主張を支持するものは一つもない。むしろ、旅行者は、Boorstin も述べているような「本物性」を求めている。それにもかかわらず、Boorstin は、旅行者の態度は知識人の態度とは異質のものであることを主張する企てに固執している (p.600)。
3. traveling と sightseeing の違いに関連して、traveler は何かの仕事をしているが tourist は楽しみを追い求めているだけだとか、traveler は積極的で人間・冒険・経験の探求に努力しているが tourist は受け身ですべてが外から与えられるのを待っている、などと述べている。Boorstin が表している態度は旅行者や旅行作家のありふれた言説であり、確かに大衆旅行の問題点の一部ではあるが、それを分析的に深く考察したものではない (p.600)。
4. Boorstin のアプローチは、旅行者と知識人の階層区分とその社会的価値の単純な比

較をして、前時代的な郷愁を分析レベルにまで高めたものであるが、この古風な立場からは遊覧旅行 (sightseeing) の科学的分析は生み出されない (p.600)。彼の知識的アプローチは、産業化のもとで旅行者階層 (tourist class) が拡大している現状や、旅行者のための諸活動や社会的構造整備が国際的規模で発展している現状の分析に役立つものではない。Boorstin が表しているのは、昔からの旅行態度、旅行者に対する憎悪に近い嫌悪、「彼らは旅行者だが私はそうでない」という見方で人と人を対立させる態度、である。(p.601)

また Cohen (1988b) は、Boorstin は「現代的状況の鋭い観察からウイットに富んだ辛辣な結論を引き出しているが、現代の旅行者の錯覚的経験 (illusory experience) が深くても思いも寄らない人間的・文化的な意味を含んでいるかも知れないことを問いかけていない」と述べ、そのアプローチには次のような問題が認められるとしている (p.30-31)。

1. Boorstin は「公平な」分析者ではなく、意見と事実を自由に混ぜ合わせた皮肉な観察者であり、魅惑的だがまったく一面的な議論を展開している。
2. その結論はオリジナルだが、その意見はオリジナルでなく、現代の旅行の性格について広く保持されている偏見であって、研究者としての権威のある展望ではない。
3. Boorstin は、旅行者とはこういうものだという形で「定型的旅行者 (the tourist)」の一般的性格を述べており、実際の旅行者が異なる動機・行為・経験などを示すことは一切無視している。
4. その主張を支持するために述べている経験的例証は、興味深いものが多いが、現代の旅行を体系的にバランスよく描いたものではない。

そして Cohen (1988b) は、Boorstin (1962) は「旅行者」を画一的に論じて現代の旅行者がすべて「錯覚的な疑似イベント」に満足しているかのようには述べているが、その主張を見直す一つの視点として、そうした旅行者一般像を分解して「現実的旅行者」像を描くことが必要だと述べ、彼が先行研究 (Cohen,1972) で構成していた旅行者類型を再び示している。その類型は、人々が自分の本来の家庭環境で感じるのと同じような心安さのなかで旅行するか、家庭環境とは異なる新奇性に自分をさらす形で旅行するかという側面から、「規格化された旅行者」の2タイプとして「組織化されたマス旅行者」と「個人的なマス旅行者」を、また「規格化されない旅行者」の2タイプと

して「探索する人」と「放浪する人」を提示したものである（第7章IV—1—2参照）。Boorstin が区分していた tourist と traveler は、これら4タイプのなかの「組織化されたマス旅行者」と「放浪する人」の2タイプに対応するもので、Boorstin の主張が当てはまるとしても、その範囲は限られていると考えている（Cohen, 1988b. p.31-32）。また、Boorstin 説は、引用されることは多いが、それが特定の研究プロジェクトを生み出したり、理論的問題の形成に役立つことはほとんどないと指摘し、しかも、批判的に引用されることが多く、Boorstin が『旅行の社会学』に「はずみ」をつけたという点では注目されるが、彼が描いている現代の旅行者イメージの妥当性はもはや否定されていると述べている（Cohen, 1988b. p.32-33.）。

III—1—3 MacCannell が論じる旅行者経験状況と「演出された本物性」

(1) フロント・リージョンとバック・リージョン

MacCannell (1973) は、Erving Goffman (1959) が社会体系の構造をフロント・リージョン (front region) とバック・リージョン (back region) に分けている説をふまえて、この二区分と「本物性」を関連づける論議を展開した。

Goffman (1959) は、リージョン (region) を「知覚をさえぎる障壁によってある程度境界が設定されている場所」と定義し (p.106)、そのような境界に囲まれたリージョンに二つの種類があると考えている (p.134)。一つは、特定の行為 (パフォーマンス performance) が現に進行中である「フロント・リージョン」であり、もう一つは、その行為を見る人々 (観客 audience) が入ってこない隔離された場所である「バック・リージョン」である (p.113)。このバック・リージョンでは、フロント・リージョンで表現され演じられる定型的な行為の準備活動が行われるが、フロント・リージョンで果たすべき「所定の役柄」を離れた振る舞いをすることもできる。

この説を受けて、MacCannell (1973) は、例示的に、「フロント」は、ホストとゲスト、店員と顧客などが面談する表向きの場所であり、「バック」はそのホームチーム側 (ホスト、店員) のメンバーが行為 (パフォーマンス)

の間に休息や準備のために引きこもる裏側の場所であると述べている。このように「フロント」と「バック」は、物理的スペースの区分でもあるが、社会的意味を持つものとして、一つの場所で演じられる「社会的行為 (social performance)」やそこでの「社会的役割 (social role)」にもとづく区分と考えることもできる。

Goffman は、特定の行為 (パフォーマンス) との関連で、「行為する人」「行為される人」および「(行為する人でも行為される人でもない) アウトサイダー」という三つの役割を区分しているが (Goffman, 1959. p.134)、MacCannell は、社会的行為が実在性 (reality) を持つか否かは「フロント」と「バック」の区分をふまえた理解が必要だとしている。

バック・リージョンは、行為される人 (観客) もアウトサイダーも入ることができない閉ざされたところで、その行為の評価を曲げるような事柄が「フロント」に出ないように隠す場所でもあるので、「フロント」での社会的実在性を保つために、ある種の欺瞞 (ごまかし mystification) が行われ、そのため「見せかけの実在 (false reality)」がつくられる。そこで「どの程度真実か」という実在感 (a sense of “real” reality) が問題になってくる。社会構造が、原始的仕組みを離れて現代的仕組みになるなかで「フロント」と「バック」が分化すると、「バック」にある真実は、それ自体を直接知ることができるものではなく、伝達されたり暴露されたりするものになる。また、社会的な表れ方を操作するための「欺瞞」が意識的に行われることもある。(MacCannell, 1973. p. 590-1)

したがって、バック・リージョンがあるということだけで、直接知ることができる以上の何か (つまり、秘密) があると信じられ、たとえそうでなくても、バック・リージョンは「秘密がある場所」と考えられるようになる。つまり、バック・リージョンの存在は、それだけで、「真実と考えられるもの」と「見せ物と考えられるもの」が二極分化するように働くのである。社会的関係では、バック・リージョンには「親密さ」や「連帯性」があり、道徳的にすぐれたものと考えられている。仲間入りしたり他人と一緒にすることは、バック・リージョンを「他者」と共有することを意味し、その共有関係にもとづいて、他人の行為の裏を知ることができたり、本当の姿を覚悟したり受け入れることができるようになる。(p.592)

(2) 二極分化できない旅行者経験

旅行者の経験も、上述のような構造の制約を受けている。彼らは、実際にあるがままの真実の生活を見たいと欲し、訪問した土地の人々の仲間入りを

したいと望んでいるにもかかわらず、そうした目標をいつも達成できない人々だとされており、touristという言葉が、明らかに本物的でない経験に満足している人々を嘲笑するラベルとして使われたりしている。(MacCannell, 1973. p.592)

このように「見せかけのフロント」と「親密さにあふれた実在性」をはっきり区別した論評も見られるが、実際には「フロント」と「バック」を分離することは難しく、一方が他方に変換することもある。(本来ならば家の中でもっとも他人が入り込まない場所であるはずの厨房が、次第に人目につく場所になるように。あるいは、オーケストラのリハーサルを有料で聴きに行くように。) バックとフロントの間も、「真実の特徴の本物的表現」と「単なる出し物」という安易な区分はもはやできなくなっていることについて、MacCannell (1973) は次のように述べている。

旅行 (tour) の原型は宗教的巡礼にあり、旅行と巡礼の背後にある動機は「本物の経験の探求 (quests for authentic experiences)」という点で類似している。巡礼者は、宗教的に重要なイベントが実際に行われている場所を訪れようとするが、他方、旅行者は、社会的・歴史的・文化的に重要な場所に我が身を置こうとしている。ただ、すべての旅行者がバック・リージョンを社会的に重要な場所と考えているとは言えないということを、留意すべきである。場合によっては、バック・リージョンは、旅行者にとって押し付けがましく感じられることもあれば、特に意図せずに何気なく入り込んでしまうこともある。(p.593)

他方、社会的権威の高い建物や場所でガイド付きツアーに加わる場合のように、普段はアウトサイダーに閉ざされている場所に近づくこともある。そのような場合には、アウトサイダーでも重要な場所の内部の仕組みに接することができ、本物的経験を持たないように感じるかも知れない。しかし、そのようなツアーで旅行者が接した内容は「演出された (staged)」もので、「本物のバックステージ (institutional backstage)」ではない。つまり「演出されたバック・リージョン (staged back region)」である。(p.595-6)

ところで、今日の産業社会の構造発達のために、どんな場所も旅行者用スペース (touristic space) の様相を呈しつつある。しかし、このようなスペースにも、その展示や出来事が旅行者のためにどれだけ意図的に組み立てられているかによって、違いがある。証券取引所の取引場面を2階の観覧者用バルコニーで見ると、1階で行われている風景は旅行者のために仕組まれたものでない。この場合の取引所1階は tourist setting (旅行者経験状況) である。ところが、ディズニーランド (Disneyland in Anaheim, California) で見るバック・リージョンの展示は見物客用に完璧に作られているもので、

staged set (演出された装置場面) である。(p.597)

(set の特徴は、それを訪問する唯一の理由が「それを見ること」であり、その点で社会的場所としてユニークなものである。それは、重要な社会的活動に似た形をとり、そのなかで重要な社会的活動が模倣されている。それは、すくなくとも特定期間の間、アウトサイダーたちの訪問のために公開されている。)

(3) 現代社会で旅行者が経験する状況

現代人は、自分が安住している皮相で疎外的で非本物的な環境から遠ざかり、どこか別の時代・場所に本物性を求めて、その探索の旅に出る。旅行者意識は本物の経験を求める欲求で動機づけられており、旅行者はその方向に自分が動いているものと信じているが、その経験が実際に本物であるかどうかを確言することは非常に困難である。バック・リージョンだと思われるところが、実は、旅行者を招き寄せるためにあらかじめ完全にセットアップ(準備設定)されているフロント・リージョンであるということもありうる (Mac Cannell, 1973. p.597)。

そこで、現代社会での旅行者経験状況 (tourist setting) については、フロント・リージョンとバック・リージョンの二つがそのまま存在すると考えるのではなくて、それらを両極とした旅行経験の理念型を構成することができると見るべきだろう。つまり「フロント」から始まり「バック」で終わる連続体 (continuum) を想定し、その上にいくつかの旅行者経験状況を位置づけるのであるが、概念的には (明確な実証的指標を見出すことは困難だが)、次の6ステージに区分することができる (p.598)。

ステージ1: Goffman (1959) が言う明白なフロント・リージョン。旅行者がその裏を見透かしたいと思うような社会的空間。

ステージ2: 本質的にはフロント・リージョンだが、旅行者にはバック・リージョンに見えるように工夫されているもの。たとえば、魚のかかった網を壁に吊りかけているシーフード・レストランのように、バック・リージョンを思い起こさせるもの。

ステージ3: バック・リージョンに見えるように完全に組織・設計されているフロント・リージョン。たとえば、テレビ視聴者を月面歩行しているように感じさせるようなもの。

ステージ4: アウトサイダーにも公開されているバック・リージョン。たとえば、雑誌に報道された有名人の私的行為のようなもの。「公開される」ことが特徴。

ステージ5: 旅行者が一時的に立ち入ることがあるため、形を整えたり変形しているバック・リージョン。見られることを意識したバック・リージョン。

ステージ6: Goffman (1959) が言う明白なバック・リージョン。旅行者に真の動機

づけを起こさせるような社会的空間。

この6段階は理想的に設定されたものであって、現実の旅行者経験状況としてはステージ2～5があるだけで、それら4ステージでの経験内容が「演出された本物性 (staged authenticity)」に当たる (Pearce, 1988. p.177)。

III-2 旅行者経験状況の多面性

III-2-1 旅行者経験状況の見方

MacCannellの業績について、Cohen (1988b) は、社会学理論の本流のなかに旅行 (tourism) の研究の係留点をつくり (p.33)、旅行の社会学的研究に他の誰よりも強いインパクトを与えて、非常に多くの研究者によって引用され、特に、彼の「演出された本物性」や「旅行者スペース」の着想から刺激を受けたものは多数にのぼると述べ、「旅行研究の本当の伝統を生み出したもの」と高い評価を与えている (p.35)。

しかし同時に、Cohen (1988b) は、Boorstin 批判ほどではないが、データ収集方法などを批判するとともに、理論的にもっと発展させるべき点があるとして、特に、次の点を指摘している (p.35-6)。

a. 旅行者経験の性質

定型的旅行者 (the tourist) の特徴把握が、Boorstin の場合に似て、包括的で現実にはそぐわないので、もっと明確に条件を設定する必要があるとして、次のように述べている。

人々が自分自身の環境のなかで疎外され、別のどこかに「本物性」を求めて旅行者になるという MacCannell の着想に依拠するとしても、すべての現代人が同じように疎外されるわけではなく、また、同じ強さで本物性を求めるわけでもない。疎外度と本物性欲求との間には直接の関連があつて「受ける疎外が大きいほど、本物性の探求が強くなる」と仮説することができ、この仮説から「(欲せられる) 旅行者経験モード」に関する5タイプを設定することができる。これらのタイプは、旅行で希求する「精神的センター (spiritual center)」（人々の究極の精神的な拠り所となり、その行動や生活に最終的な意味や価値を賦与する象徴的な人物・場所）について、どの程度、どんな性質のもの

探求するかによって段階づけたもので(Cohen,1979a)、「レクリエーションを求める旅行者」「慰安を求める旅行者」「経験を求める旅行者」「実験を求める旅行者」および「実存的経験を求める旅行者」である。(詳しくは第7章IV-1-4参照のこと。)

b. 旅行者スペース

Cohen(1979b)は、「旅行者スペース (tourist space)」についても、MacCannellの一般的概念を発展させることができるとして、次のような分類枠組みを示している。

旅行者が置かれている状況(旅行者スペース)それ自体の性質が「本物的か、演出的か」という側面と、旅行者がその状況で感じる印象が「本物的か、演出的か」という側面を区分し、この2側面の組み合わせから表6-3-1に示した4タイプが設定できる [Pearce, 1982. p.19から引用]。環境状況が本物的である時、旅行者がそれを正しく認知すれば「本物性」が成り立つが(A)、旅行者がそれに疑いを抱くこともある(C)。状況が演出されている時でも、旅行者が「本物的」と誤認することもあれば(B)、間違いなく「人工的なもの」と認知することもある(D)。

こうした「旅行者スペース」への認知が旅行者の満足に結びつくには、その旅行者がどれほど「本物性」への欲求をもっているかに依存するとして、Cohen(1979b)は、表6-3-1の2×2分類モデルを「本物性欲求 (need for authenticity)」の強弱2レベルのそれぞれに分けている。演出的な環境状況が間違いなく認知された場合、本物性欲求が強い旅行者は「不満足」を感じるが、本物性欲求が弱い旅行者は「満足」を感じるだろう。表6-3-2

表6-3-1 Cohen(1979b)による「旅行者スペース」の分類

シーンの性質	シーンについての旅行者の印象	
	本物的	演出的
本物	A 本物が本物として認知される	C 演出されていると疑う。本物性への疑念
演出	B 旅行者スペースの人為的工夫を見抜けない	D 人為的に工夫された旅行者スペースを認知

は、そうした「本物性」に関する認知と満足との関連を示したものである [Pearce, 1982. p.101から引用]。

表 6-3-2 Cohen (1979b) による本物性欲求の強弱別の「旅行者スペース」の認知の差異

シーンの性質	シーンについての旅行者の印象	
	本物的	演出的
(1) 本物性欲求が強い旅行者の場合		
本物	本物が本物と認知される。 強い満足。	演出されていると疑う。 弱い満足。
演出	演出を見抜けない。 強い満足	非本物性が認知される。 強い満足。
(2) 本物性欲求が弱い旅行者の場合		
本物	本物が本物と認知される。 中程度に強い満足。	演出されていると疑う。 まあまあ満足。
演出	演出を見抜けない。 中程度に強い満足	非本物性が認知される。 強い満足。

III-2-2 「人物の本物性」についての Pearce (1988) の補充説

Cohen (1979b) が、MacCannell (1973) の「旅行者スペース」のステージ分類を発展させ、表 6-3-2 のように描いている「旅行者と環境の相互作用にもとづく本物性モデル (the authenticity model of tourist-environment interaction)」(Pearce, 1982. p.101の表現) に関して、Pearce (1988) は、経験する状況で「本物的か、演出的か」を認知する力を旅行者が持っていることを認めながら、その論議のなかで、そうした状況のなかにいる「人物」との関係を通して本物性経験を持つ可能性もあるという見方が欠けていると述べて、「環境」「人物」および「環境と人物の両方」に関する経験が「本物性」経験につながると主張している。そして、旅行者経験状況のなかの「人物 (行為者)」についても「フロント vs.バック」の区分を当てはめることができると考えている。この場合、フロントステージの人物とは、旅行者の関心を引く展示や場面に登場する人々であり、バックステージの人物とは、旅行者の注目を浴びない人々で、フロントステージの人物を支援したり、フロントステージがうまく作動するように働いたり、旅行には直接関係ない役割

を担っている人々である。

Pearce (1988) は、こうした「人物の本物性」を加味すれば、旅行者が置かれる状況は次の4タイプに分かれるとしている (p.180)。

- a. 本物的環境のなかの本物的人物 (バックステージにいるバックステージの人物)
- b. 非本物的環境のなかの本物的人物 (フロントステージにいるバックステージの人物)
- c. 非本物的環境のなかの非本物的人物 (フロントステージにいるフロントステージの人物)
- d. 本物的環境のなかの非本物的人物 (バックステージにいるフロントステージの人物)

さらに、人物と環境 (場所) の2要素のどちらが重要かについての人々の認知を加味すると、次の①～⑨のタイプの旅行者経験に細分できると考えている。

- ① フロントステージの場所にいるフロントステージの人物
- ② バックステージの場所にいるフロントステージの人物
- ③ フロントステージの人物は重要だが場所は重要でない
- ④ バックステージの人物は重要だが場所は重要でない
- ⑤ バックステージの場所にいるバックステージの人物
- ⑥ フロントステージの場所にいるバックステージの人物
- ⑦ バックステージの場所は重要だが人物は重要でない
- ⑧ フロントステージの場所は重要だが人物は重要でない
- ⑨ 場所でも人物でも「本物性」は重要でない

これらの区分は、旅行者経験が成立する状況を概念的に整理したものであって、その「場所」や「人物」の実質的特性は表現されていない。その内容は「フロント」や「バック」の具体的特徴によって規定されるために一般的に表現することは困難であり、個別的な旅行者経験状況の諸条件をふまえて記述される必要がある。

III-2-3 「本物性」の弾力的なとらえ方

旅行者経験における「本物性」の実質的内容は、具体的な旅行者経験状況

との関連でとらえる必要があるが、それを規定する基準は必ずしも明確ではない。たとえば「アフリカ芸術」という条件のもとでの「本物性」について、アフリカ芸術の専門家である McLeod, M. D. (1976) が行っている次の説明は、かなり厳格なものの一例として参考になるだろう [Cohen, 1988a. p.375 から引用。]：

真正な（つまり、本物的な）アフリカ芸術は、その土地の工芸家によって、伝統的な素材を用いて、最終的にはヨーロッパ人や他の外国人のために消費されるようになるかも知れないという考えは一切なく、その地域社会の成員が取得して使用するために、製作された作品（McLeod, 1976. p.31より）。

いわば、「本物性」は「伝統的な目的」「伝統的な作り手」「伝統的な形態の踏襲」などを要素として、「商品化の意図がないこと（absence of commoditization）」が決定的な条件になっている。とくに民俗学者や博物館研究員などの職業的専門家は厳格な基準をもっており、「本物性は、前近代的生活の質、現代的西洋文化の影響が浸透する以前に作られた文化的制作物の質であり、そのため、自然の素材から手作り（hand made）した文化的制作物」ということが強調されている。（Cohen, 1988a. p.375）

しかし Cohen 自身は、こうした厳しい基準でとらえる「本物性」に対して、現代の旅行現象をふまえて、弾力的な見方をする必要があると考えている（Cohen, 1988a）。

その見解は、次の3点に集約されるものと思われる。

a. 旅行者の「本物性」欲求の個人差

Cohen (1988a) は、現代社会での疎外感個人によって異なるので、旅行に「本物性」を求める程度も、旅行者個人によって異なる。上記のような専門家の厳格な基準が一律に適用されるのではなく、また旅行者大衆の基準にも相当の幅があるとして、旅行者経験モードの5タイプ（Cohen, 1979）にもとづいて説明している。（第7章IV-1-4参照）

実存的旅行者 (existential tourists) : 「自然に帰る」とか「世界観を変える」という旅行目的をもっているため「本物性」に対する欲求はもっとも強いが、ただ、旅行先で出会う文化的制作物を冷静に見る態度は専門的研究者ほど強くなく、また、品物やアトラクションの「本物性」の真偽を見分ける力も充分でないため、時には「演出された本物性」(MacCannell, 1973) の犠牲になることがある。

実験的旅行者 (experimental tourists) : 実存的旅行者とほぼ似た「本物性」の基準を持っている。

経験的旅行者 (experiential tourists) : 「本物性」の基準は少し緩やかになるが、旅行先の人々の「本物の生活」に参加したりその代理経験をしながら、実存的旅行者に近い基準を持っている。

レクリエーション的旅行者 (recreational tourists) : 心身回復のための楽しみを求めており、旅行中に会う文化的制作物にも「遊び心」で接し、「本物性」についても幅広い基準で対応する。制作物の「本物性の演出の仕方」が非常に巧妙とは言えなくても、それを「本物」として受け入れることもあるが、それを「本物」と確信する程度はあまり深いものではない。

慰安的旅行者 (diversionary tourists) : 「気休め」や「うさ晴らし」を求めて旅行するので、自分の経験の「本物性」を気にすることはない。

このように、旅行者は、経験モードの尺度で「実存的」から「慰安的」に移るにつれて、現代社会での疎外感が少なく、「本物性」を求める程度も弱くなり、専門家なら到底「本物的」とはしないような制作物でも「本物的」として受け入れやすくなる。(p.376-7)

b. 旅行者認知にもとづく「本物性」

専門家が「本物性」と評価するためには、いろいろな側面のすべてで「本物的」であることが必要だろうが、旅行者の場合、実存的旅行者や実験的旅行者を除く大多数はこのような「全面的本物性 (total authenticity)」を求めてはいない。そこで、旅行者が「本物的」と「非本物的」を識別する場合、どんな特性が「本物的」であればその制作物は「本物的」と判断されるのか、が問題になる。こうした特性の数や性質 (内容) は旅行者によって異なるだろう。旅行者によっては、「本物的」と信じられるわずかな形跡 (特性) があれば、本物的経験を持つための疑似ゲームを楽しむことができるし、伝統的作品の複製が商業化された土産物になっていても「本物的」として受け入れることもできる。(Cohen, 1988a. p.378-9)

c. 時の経過とともに「本物性」が現れる場合

旅行者の目から見て、時とともに「本物性」が表れてくる場合がある。ある時点では「非本物的」「人工的」と言われていたものが、後に「本物的」と評価されるようになるのである。ディズニーランドは、当初は、人為的工夫を施したポピュラー娯楽の典型例とされていたが、時代を経るにつれて、現代アメリカ文化の重要要素となり、将来は「本物のアメリカ的伝統」と言われるようになるのは間違いなからう(p.380)。このように、時とともに現れてきた「本物性」をCohen(1988a)は「発現的本物性(emergent authenticity)」と呼んでいる(p.379)。

III-2-4 旅行経験の一側面としての「本物性」

旅行者が経験する状況に「本物性(authenticity)」の概念を適用し、その実体的特徴や機能的価値を論じることは、旅行現象や旅行者行動をとらえる視点として興味深いものであり、また有力なものである。しかし、旅行の意義がすべて「本物性の探求」に収束させられ、その面からのみ旅行の価値や効用が論じられることには問題がある。

「本物性」を経験することは確かに「価値あること」であろうが、それは、旅行者が希求する多様な価値のなかの一つとして理解すべきだろう。旅行者が期待し、希求し、満足する経験には「どれも価値がある」という見方をすれば、「本物性」は、旅行者によって期待され満足される多面的な特性のなかの一つである。旅行者が期待し満足する特性には「全面的本物性」だけでなく、むしろそれは稀であって、「演出された本物性」や「完全に演出的なもの」があることも多い。現代の旅行は「発見」や「学習」のためだけでなく、「娯楽」「慰安」「逃避」「社交」などの目的で行われているからである。そうした旅行では、一つの旅行行程のなかで、時には一つの「旅行者スペース」のなかで、多様な特性と一緒に経験されることもあり、その多様な組み合わせで構成される旅行内容が「新しさ」「楽しさ」そして「満足」を経験させることも稀ではない。

Lew(1987)は、旅行目的地の魅力についての認知的視点にもとづく分類

で、「本物性」や「新奇性」を含む25特性を挙げているが（第3章Ⅲ—1—4参照）、現代の旅行者心理を理解するためには、そうした多面的価値を認め、その全体的枠組みのなかで「本物性」を相対化してとらえることが必要であろう。

IV 旅行経験の「本物性」に関する実証分析

IV—1 旅行経験の「本物性」の内容

IV—1—1 旅行経験の自由記述にみる「本物性」

旅行経験の「本物性」に関する論議では、前節Ⅲでその概略を見たように、その概念が意味する経験内容の実質的特性についてほとんど触れていない。前節Ⅲ—2—2に引用したPearce(1988)の4または9タイプの旅行者経験のカテゴリーも、旅行者経験の「本物性」の内容を示したものでなく、その経験を区分けする枠組みの性質を示したものである。しかし「本物性」に関する実証分析を試みるためには、どのような経験内容が「本物的」であるのか、「演出的」な経験とどの点で異なる特徴があるのかを検討する必要がある。そのために、経験内容の「本物性」を操作的に規定することが望ましいが、旅行者の経験がきわめて多面的で多様であることを考えるとき、それを特定の言語的表現で一般化することはきわめて困難であると思われる。

しかし、特定時期に特定場所へ旅行をした人の具体的な経験内容を理解するために「本物的 vs. 演出的」という視点から具体的内容を盛り込むことは可能である。Pearce(1988, p.181ff.)は、後述するPearce & Caltabiano(1983)の研究で収集した旅行者経験の内容(エピソード)から、前節Ⅲ—2—2で述べた9タイプの分類カテゴリーに対応する代表的事例を抽出している。その9事例のうちで「バックステージの(本物的な)経験」として記述されている3事例を引用すると、次のような内容のものである。

バックステージの「人物」についての経験(タイプ④)

[オーストラリアの若者が率直に報告した、コペンハーゲンで出会った女性との経験]

私は独身で気ままな生き方を楽しんでおり、旅行では他人、とくに女性とうまくやることを心がけている。私の最高の経験は、コペンハーゲンでのオランダ娘との出会いだ。彼女はそこで働いている地方出身者だった。私は金髪が好きで、彼女はすごい美人だった。ホテルのバーでおしゃべりして、もう一度彼女と会う算段をした。彼女が実際に現れたので、一緒に夕食をした後、私の部屋へ行った。それからのことは、ご想像におまかせします。本当によかったけれど、私は彼女と話をするのが好きだし、2ヶ月前に帰国してからも何通か手紙を出している。私は、休暇の中身は出会う人次第だと断言できる。

バックステージの「場所」についての経験(タイプ①)

[アメリカ人夫婦が報告した、バックステージに入り込み異常な状況に遭遇した経験]

カタロニア動乱の時、北部スペインにいたが、Leridaの住宅街の通りを歩いていると、突然、車のブレーキのきしむ音と銃を発砲する音が聞こえたので恐ろしくなった。私の夫は、スペイン風の庭園の低い塀の上を投げ込むようにして私に飛び越させ、銃声が静まるまでその庭のなかでじっとしていた。私は、それ以前にも、こうした庭園を写真で見たことはあったが、実際に入ったことはなかった。タイルが敷かれ、彫像や柑橘類の樹木があって、非常に美しく、もちろん安全だった。まさに、スペイン風生活を一見した機会だった。

バックステージの「場所」でのバックステージの「人物」についての経験(タイプ⑤)

[42歳のアメリカ人研究者が報告した、ギリシャのクレタ島での休暇旅行の経験]

14世紀のすばらしいフレスコ壁画があるので有名な山中の小さな教会を探し出した。一人のギリシャ人の老婆がその村の村長から鍵をもらって、わたし達の個人的訪問の案内をしてくれた。英語は一切話さなかったが、コミュニケーションすべきことは、彼女の誇りとわたし達の畏敬の念だけだった。

他方、これらの事例と対照的な「フロントステージの(本物的でない)経験」として紹介されている3事例は、次のようなものである(Pearce, 1988. p.181ff.)。

フロントステージの「人物」についての経験(タイプ③)

[旅行手配への関心が強いアメリカ人が報告した経験]

モントリオールのモーテルに金曜日の午後遅く到着すると、私たち(2組の夫婦)はすぐにモーテルが提供する市内観光バスについて尋ねてみた。すると、支配人は申し訳なさそうに、そのバスはすでに満席だと言った。しかし、私たちのために別の手配してくれた。土曜日の朝、市内ツアーのために運転手付きのキャデラック・リムジンをバス旅行と同じ料金で用意してくれた。言うまでもなく、私たちが経験したなかでもっとも満足すべきものだった。

フロントステージの「場所」についての経験(タイプ⑥)

[若い大学生が報告した休暇旅行の経験]

オランダの Scheveningen の海岸のこと。ホテルには非常に大きなロビーがあり、ピンク色の大理石のテラスにつながっており、その向こうに海岸と海が開けていた。陽当たりがよく、暖かく、ロビーにはものすごく美しい光が満ちていた。人々、陽光、ホテルという全体のシーンが気分を浮き立たせるものだった。私は、これほどの自由と幸せを感じたことはなかった。海岸はさほど混雑していなかったが、人々と子供たちがいっぱい、沢山の音楽と食べ物の香りがあった。

フロントステージの「場所」でのフロントステージの「人物」についての経験 (タイプ①)

[20歳のオーストラリア女性が報告した経験]

Old Sydney Town は魅力的で刺激的な歴史的場所だ。エンターテインメントは一級品で、鞭で打たれている囚人像を見ると昔のままのオーストラリアを鮮やかに感じさせる。建物、特にパブは、昔の姿として考えていた通りであって、私とボーイフレンドは当時の衣装を着た人々との会話を楽しんだ。

こうした形で旅行者経験の具体的な事例を比較すると、少なくとも Pearce (1988) が考えている「バックステージの(本物の)経験」の特徴に近づくことができる。その特徴を上述の諸事例から抽出して、「フロントステージの(本物でない)経験」と比較すると、次のような内容が浮かび上がってくる。

<u>「本物の経験」の特徴</u>	<u>「本物でない経験」の特徴</u>
1. [人物] 地元の(地方の)人による	旅行者サービスを仕事にしている人による
2. [人物] 個人的な親切や親密さ	職務的サービスとしての行き届いた配慮
3. [場所] 現実世界で起きているまま	人為的に設計された
4. [場所] 普通では近づきにくい	誰でも近づくことができる
5. [場所] 昔の歴史をそのまま残した	歴史を観光用に複製再現した

このように前述の事例の枠内で比較した「本物の経験」の特徴は、旅行者が経験しうる「本物性」のごく一部の特徴を描写しているに過ぎない。それを、網羅的に示すことはまず不可能であって、「本物性」の特徴は、時間と場所の限定のもとで成り立つ具体的な旅行者経験と結びつけて把握することが必要だと思われる。

特に実証的研究でとらえられる「本物性」の特徴は、それぞれの研究の限定的で個別的な条件との関連で把握されるものであろう。以下では、旅行経

験の「本物性」を把握するための操作的手続きに注意しつつ、関連する実証的研究を概観したい。

IV-1-2 旅行者のモチベーション・キャリアと経験内容の関連分析

旅行者モチベーションの一般的枠組みとして Maslow, A. (1954) の欲求階層説は広く引用されたり課題設定のために導入されている (例えば Pearce, 1982; Pearce & Caltabiano, 1983; Young & Crandall, 1984; Mills, 1985; Pearce & Moscardo, 1985a; Mannell & Iso-Ahola, 1987; Pearce, 1988; Hudman & Hawkins, 1989; Mill, 1990)。とくに Pearce, P.L. が、マスロー理論の導入にもっとも積極的な姿勢を示し、若干の実証分析も試みていた (第2章IV-1-3参照)。

Pearce (1982, p.58) は、過去の旅行者モチベーションの検討を通して抽出される「健康」「教育」「精神的 (宗教的) 価値」「自己の楽しみ」も、マスロー理論における階層的欲求と対応づけると、それぞれ「情緒的・身体的安定」「自尊」「自己実現」「生理的欲求、愛と所属の欲求の一部」に当たると述べているが、そうしたモチベーションにもとづいて行動する旅行者の経験内容にもマスローの5段階欲求体系に即した特徴を見ることができると考えた。

その実証分析は Pearce (1982)、Pearce & Caltabiano (1983)、Pearce & Moscardo (1985a) などによって行われている。

まず、Pearce & Caltabiano (1983) の研究では、旅行経験の豊富な旅行専門家・研究者 (主に米国人、カナダ人) と旅行経験が豊富でない大学生・一般社会人 (ほとんどがオーストラリア人) の2グループに対して、休暇旅行での「よい経験 (positive experience)」と「悪い経験 (negative experience)」のそれぞれについて具体的な内容を自由に記述することを求め、198人から得た約400の経験内容 (エピソード) を、マスロー理論が示す5段階欲求カテゴリー (生理的、安全・安定、所属と愛、自尊、自己実現) に分類している。

その結果は、旅行経験の評価が、その経験を通して満たす (あるいは、満

たせない) 欲求の性質に関連することを示唆している。旅行者が「よい経験」としているものには、安全欲求と自尊欲求に関連するものはほとんどなく、自己実現欲求、所属と愛の欲求、生理的欲求の3者に関連するものが多かった。他方、「悪い経験」には、自己実現欲求に関連するものはほとんどなく、安全欲求と生理的欲求に関連するものが多かった。つまり、典型的傾向は、「よい経験」は自己実現欲求を満たすことに関連し、「悪い経験」は安全欲求を満たせないことに関連する、ということになる。また、生理的欲求に関連すること(食事、天候、休養など)は、両方の経験に認められるものであった。

Pearce (1982) は、自己実現欲求は特別の機能を果たしていると考えている。その欲求が、他人やその場の状況によって直接にコントロールされたり影響されることがなく、自己決定的な要素が強いために、外部条件が理由となって生じる欲求不満である「悪い経験」とは結びつきにくいのである(p.129)。

また Pearce & Caltabiano (1983) は、過去の旅行経験の程度に関して対象者を低・中・高の3グループに区分し、経験内容(エピソード)を比較分析したところ、「よい経験」と生理的欲求との結びつきは低経験グループで強く、自己実現欲求との結びつきは中・高経験グループで強いことが分かった。また、それほど明瞭ではないが、中・高経験グループのほうが「悪い経験」と安全欲求との結びつきが強く、自尊欲求との結びつきでも同じ傾向が見られた。この分析から、特に「よい経験」に関する結果は、過去の旅行経験度の高い人は、低い人よりも、より高次の欲求の充足を求めると示唆すると考えられ、旅行における「モチベーション・キャリア(motivational career)」の概念を生み出した。

この知見をさらに一般化すれば、人々が旅行経験を積むにつれ、旅行で満たそうとする欲求は「生理的→安全→所属と愛→自尊→自己実現」というふうには上昇するのではないかと考えられる。つまり、旅行者の経験は、旅行欲求のレベルのどれかに対応すると考えられ、また、一般に、旅行経験の特定レベルに達する前に、それより低いレベルの経験を経ているという、積み上げの順序が考えられるのである。

IV-1-3 旅行キャリアと経験内容の「本物性」との関連分析

こうした段階的な旅行経験の序列を Pearce & Moscardo (1985) は「旅行キャリア (travel career)」と呼び、旅行キャリアのレベルが異なれば、求める経験内容のレベルも異なると予想して、旅行経験の「本物性」の実証的把握を試みる新しい着想を導入し、それを旅行者モチベーションの階層構造の高次レベルにある自己実現欲求と関連づけるために、「本物性」経験のとらえ方が異なる二つの研究を行っている。

Pearce & Moscardo (1985a) の第1研究では、上述の「よい経験」の内容(エピソード)を、マスローの5段階欲求をモデルにした旅行キャリア・レベル(つまり、充足しようとする欲求レベル)で分類するとともに、目的地の人物や環境が「本物的 (authentic)」(または「真正的 (genuine)」)か「演出的 (staged)」かという視点からも分類した。この二つの視点からそれぞれの経験内容を分類して、旅行キャリア・レベルと「本物性」経験との関連をとらえることを意図したのであるが、キャリアを積んだ旅行者は「本物性」に関心をもつと考えて、次の仮説を立てている：

1. 旅行キャリア・レベルが最低の旅行者は「本物性」に関連のない「よい経験」の内容を記述する。
2. 旅行キャリア・レベルが「人間関係性(所属と愛の欲求)」にある旅行者は「本物性」が重要で、特に「人物に関する本物性」に関連する「よい経験」を記述する。
3. 旅行キャリア・レベルが「自尊」や「自己実現」にある旅行者は、「本物性」が重要で、「人物と環境の両方の本物性」に関連する「よい経験」を記述する。

この研究では、対象者が自由記述した旅行経験内容を「本物性」に関して分類する点に新しい試みがある。Pearce & Moscardo (1985a) は、「本物性」の意味づけでは、MacCannell (1973) が旅行目的地の状況をとらえるために導入した Goffman (1959) の「バックステージ」と「フロントステージ」の概念に依拠し、バックステージは旅行者向けのセットアップ(仕組み)や演出が施されていないものであるために「本物的」であり、他方、フロントステージは旅行者の観覧や見物に供されるために工夫されたり演出されたもの

であるところから「本物的でない」とした。このような「ステージ」概念にもとづいて、旅行経験内容のなかの「場所」「人物」および「場所×人物」の3側面でそれぞれの経験内容（エピソード）の分類を行った。

この分類で最初に設定された「演出的～本物的」のカテゴリーは次の通りであった。

a. 場所の「本物性」の分類＝経験内容のなかで「本物性」が重要な場合、次の4カテゴリーで分類した。

- ① すべてフロントステージ（例：ディズニーランド）
- ② バックステージらしくしたフロントステージ（例：サファリパーク）
- ③ 外来者に開かれたバックステージ（例：坑道見学ツアー）
- ④ すべてバックステージ（例：野生地域）

b. 人物の「本物性」の分類＝同様に次の4カテゴリーで分類した。

- ① すべてフロントステージ（例：旅行者用従業員）
- ② バックステージ的役割を果たしているフロントステージの人物（例：旅行者向けのショーに出ている職人）
- ③ 外来者が見るバックステージの人物（例：訪問者向けツアーのある工場の現場で働く労働者）
- ④ すべてバックステージ（例：農夫）

c. 人物×場所の「本物性」の分類＝上記二つの分類システムを組み合わせ、て構成した9カテゴリーを用いた（前節III-2-2参照）。

- ① フロントステージの場所にいるフロントステージの人物
- ② バックステージの場所にいるフロントステージの人物
- ③ フロントステージの人物は重要だが場所は重要でない
- ④ バックステージの人物は重要だが場所は重要でない
- ⑤ バックステージの場所にいるバックステージの人物
- ⑥ フロントステージの場所にいるバックステージの人物
- ⑦ バックステージの場所は重要だが人物は重要でない
- ⑧ フロントステージの場所は重要だが人物は重要でない

⑨ 場所でも人物でも「本物性」は重要でない

こうしたカテゴリーで旅行経験内容が2人の研究助手によって独立に分類されたが、その判定の信頼性をみるために、50例をランダムに取り出し「本物性」レベルの評価値の相関係数を求めたところ、a. 場所では0.91、b. 人物では0.95、c. 人物×場所では0.78で、それぞれの分類判定の信頼性は高いと判断された。

他方、上記の分類カテゴリーの整理が行われた。各カテゴリーへの分類結果の頻度分布をみると、a. 場所、b. 人物のそれぞれの①～④のうち②と③が少数だったので、①+②、③+④にまとめて2カテゴリーとし、前者を「演出的」、後者を「本物的」と呼ぶことにした。また、c. 場所×人物の9カテゴリーには現実には起こり得ないもの（たとえば、⑥）もあるので、あらためて次の7カテゴリーに集約した：

- i. 演出的な人物（場所・環境は重要でない）
- ii. 本物的な人物（場所・環境は重要でない）
- iii. 演出的な人物と場所
- iv. 本物的な人物と場所
- v. 演出的な場所（人物は重要でない）
- vi. 本物的な場所（人物は重要でない）
- vii. 本物的か否かは重要でない。

Pearce & Moscardo (1985a. p.164) は、場所、人物で各2カテゴリー、場所×人物で7カテゴリーに分類される経験内容について、旅行キャリアのどのレベルに当たるかを分析し、また、回答者の外国旅行経験度（訪問国数）別でも分布を比較している。

彼らは、その分析結果から、経験内容にみられる旅行キャリアと「本物性」との間に弱いつながりがあると述べているが、Pearce & Moscardo (1985a) によって表示 (Table 2, 4) されている結果を再構成すると、次のように要約できる知見を得ることができる。

1. 経験内容のなかで「本物性に関係ない」と理解される記述の割合は、人物で60%、場所で52%、人物×場所で32%で、決して少なくないが、この割合を旅行キャリア・レベル別にみたとき、3側面に共通して、生理的欲求レベルでもっとも高率であった。つまり、低レベルの旅行キャリアの経験では「本物的 vs. 演出的」次元との関連が低いことが伺われた。
2. 「演出的」「本物的」のどちらかのカテゴリに該当する経験内容では、3側面に共通に、「本物的」な内容の割合は、旅行キャリアの自己実現欲求レベルでもっとも高率で、生理的欲求レベルでもっとも低率である。表6-4-1はPearce & Moscardo (1985a, p.163)の原表を作り変えたもので、とくに「場所×人物」に関しては、Pearce & Moscardo (1985)による上記の7カテゴリを再度まとめて、i + iii + vを「演出的」とし、他方、ii + iv + viを「本物的」として、2カテゴリで比較できるようにしている。

表6-4-1 旅行経験内容にみられる旅行キャリアと「本物性」の関連についてのPearce & Moscardo(1985)の集計結果の再分析(佐々木による)

旅行 キャリア	(a) 人物			(b) 場所			(c) 人物×場所		
	演出的	本物的	重要でない	演出的	本物的	重要でない	演出的	本物的	重要でない
自己実現	0	8	34	3	31	8	3	31	8
自尊	8	6	13	3	10	14	8	12	6
所属と愛	5	23	6	2	7	25	5	23	6
生理的	12	13	61	15	19	52	19	26	41
計	25	50	114	23	67	99	35	92	61

(注) 数字は経験内容(エピソード)の数を示す。

3. 他方、外国旅行経験度別回答者の経験内容についての同様の再分析結果では、旅行経験度の低い人の経験内容では「本物性に関係ない」と理解される記述の割合が大きかったが、経験度と「本物的 vs. 演出的」次元との関連は認められなかった。

IV-2 「本物性」の操作的記述にもとづく分析

IV-2-1 コンセプトで示した休暇旅行の「本物性」への印象評価

Pearce & Moscardo (1985a)の第1研究で分析されたデータは、旅行者(回答者)が自由記述した非構成的な内容であり、そこでは旅行キャリアや経験の「本物性」についての記述を求めるような条件が一切なかったのも、こうしたデータでは、両者の関連を明確にとらえにくいとも考えられる。

そこで、第2研究では、大学生と一般社会人を合わせた160人を対象に調査を行ったが、旅行キャリア・レベルは、第1研究と同様に、最近5年間に行っ

た旅行での「よい経験」の自由記述の内容を分類する方法でとらえ、「本物性」に関しては、その程度が異なる9タイプのコンセプト（人、環境、その両方が「本物的」か「演出的」か、の組み合わせによる。）をあらかじめ構成し、それぞれを代表する休暇旅行の内容を示して、それらに対する印象（「満足度」と「独自度」の2側面）を旅行キャリアと関連分析した。

各タイプのコンセプトと例示された休暇旅行の内容は次の通りである。

- ① 本物性に関係ない：熱帯の島で1週間を過ごす。主に水泳、日光浴、ヨット遊び、魚釣りなどをしたり、リラックスした時間を持つ。
- ② 人物が演出的：大都市の良いホテルで1週間を過ごす。そのホテルでは、良質のサービスの一つとして熟練した親切なガイドによる市内ツアーがある。そのホテルは、従業員が親切なことでよく知られている。
- ③ 人物が本物的：外国を列車で旅行し、その地方の家族と同じ列車に乗り合わせて親しくなる。その地方の暮らしを知るのにこの家族から非常に教えられた。
- ④ 人物も環境も演出的：再現された昔の金鉱の町で1日を過ごす。その町の住民はみな当時の衣装をつけている。鉱夫と一緒に砂金をとったり、昔の生活を見たりできる。
- ⑤ 人物も環境も本物的：景色がよくて車の往来がほとんどない田園地域を自分の車で1週間かけてゆっくり通り抜ける。出会う人々はその地方の生活に旅行者がとけ込めるように熱心に應對してくれる。
- ⑥ 環境が演出的：休暇を過ごす人のための現代的施設を多数揃えた大きなりゾート地域で1週間を過ごす。その景勝地のなかで娯楽や買い物に必要なものは全部手に入れることができる。
- ⑦ 環境が本物的：遠くの国立公園地域を訪れ1週間滞在する。そこでは、自然環境に直接ふれることができ、その土地の美しさを実感することができる。
- ⑧ 演出的環境と本物的人物：外国の有名な旅行地で1週間を過ごし、そこで、地方の人が同じように休暇を過ごしているのに出会う。その地方の人と接触することが、別のコミュニティの生活について多くのことを学ぶのに役立つ。
- ⑨ 本物的環境と演出的人物：壮大な田園地帯を7日間かけてバス旅行する。その旅行には、通過する地域を詳しく説明してくれるガイドが添乗してくれる。

そして「それぞれの休暇旅行をしていることを想像してください。一つずつ慎重に読んで、それぞれについて何を考えるか、どう感じるかを評価してください。」というインストラクションにしたがって、9項目のセマンティック・ディファレンシャル（SD）尺度が提示された。

このSD尺度は、Mehrabian & Russell (1974) が、因子分析を通して、

人々が環境評価や環境経験の仕方をとらえるものとして提案している3組の尺度から選び出した次の9対の形容詞で出来ている。

- a. 満足に関するもの：幸福な～不幸な、うれしい～困った、満足な～不満足な。
- b. 覚醒に関するもの：興奮した～おだやかな、覚醒した～覚醒しない、目がさえた～ねむくなる。
- c. 優越に関するもの：支配的～服従的、自立している～他人に導かれる、自己統制できる～世話を受ける。

これらの9対のSD尺度による評定データを主成分分析したところ、「満足」と「覚醒」に関する6尺度から成る第1成分と「優越」に関する3尺度から成る第2成分が抽出され、第1成分は「満足性」、第2成分は「独自性」と解釈された。

また、それぞれの休暇旅行コンセプトの「本物性」に関して「5＝真の経験が得られる～1＝演出されたものが経験できる」の5段階評定が行われたが、その平均評定値は休暇旅行コンセプトの「本物的」や「演出的」の設定が適切であることを裏付ける結果を示し、9タイプの類例が妥当であることが確認された。

さらに、これらのタイプの類例に対する満足性と独自性のスコア（ともに5段階評定値）をみると、「環境が本物的」「人物が本物的」「人物・環境ともに本物的」などの場合に満足度も独自度も高いと感じられたことが分かった。

また、旅行の「よい経験」の自由記述から判断された旅行キャリア・レベルとの関連では、満足度に関しては、旅行キャリア・レベルが高い人は、低い人に比べて、「環境が演出的」「人物が演出的」「人物・環境が演出的」などのコンセプトに対して満足感が弱く、独自性に関しても、旅行キャリア・レベルが高い人ほど「本物性」を含む休暇旅行を独自のであるとし、「演出的」な休暇旅行を独自のでないと考える傾向があった。こうして「本物的 vs. 演出的」の程度で差のある休暇旅行への反応と旅行キャリアとの関連には一貫したパターンがあることが明らかにされた。

IV-2-2 旅行経験の「本物性」の操作的把握

Pearce & Moscardo (1985a) は、旅行経験の「本物性」を測定するために「真の経験が得られる～演出されたものが経験できる」という5段階尺度を用いていた。

他方、Moscardo & Pearce (1986) の研究では、1980年代の金鉱の町を再現した歴史テーマパーク（ティンバートウン Timbertown）の「本物性」を来訪者がどう認知するかについて、その内部の4要素（①活動状況と展示物、②建物、③町で働いている人々、④施設全体）のそれぞれについて「1980年代の状況がどれほど表現されているか」という質問をし、3段階評定（あまり現れていない=1、すこし現れている=2、非常によく現れている=3）を求めている。「非常によく現れている」という回答は、4要素のなかの「町で働いている人々」でやや少なかったが（59%）、他の3要素については来訪者の多くが「本物性」[Moscardo & Pearce (1986. p.474) は「歴史的な正確さ」とも表現している。]を認めているという結果であった。後に、Pearce (1988) は、これら4要素についての3段階評定値を合計した「本物性の認知スコア」を構成し、旅行キャリア・レベル別に比較して、5段階のキャリアのなかの上位2レベルである「自己実現」と「自尊（自己発達）」の来訪者ではこのスコアが高いが、中間に当たる「人間関係」レベルのキャリアの来訪者でもっとも低く、両者の間には有意差があることを報告している。そして、この旅行キャリア・レベルの差は「満足度」でも同様であったところから、旅行経験における「本物性の認知」が「満足」に関連すると推測している。

このように見てくると、旅行経験の「本物性」への操作的アプローチでは、旅行経験の自由記述内容を解釈する方法（Pearce, 1988; Pearce & Moscardo, 1985a）、目的地内のいくつかの要素について「本物性」の尺度評定を求める方法（Moscardo & Pearce, 1986）、「本物性」に関してコンセプトの異なる仮想目的地に対して尺度評定を求める方法（Pearce & Moscardo, 1985）などが試みられているが、いずれも探索的レベルにある。

そこで、「本物性」の操作的把握方法の検討がまず第一に必要なことを

感じさせる。

これらの実証分析はいずれも Pearce, P. L.によって行われたものであるが、そこで想定されている「本物性」の意味は、「普通ではめったに経験できない」ことを共通項として

- ① 歴史的価値を経験させるもの
- ② 自然的価値を経験させるもの
- ③ ありのままの現実を経験させるもの

という三つの内容が含まれているように理解できる。つまり、これらの意味は「昔のまま」「人為的加工がない」「装飾的でない」「近づきやしくない」というような内容で、「演出的でない」という特徴に集約でき、この点では「本物的～演出的」という次元設定が可能なことを確認させるものである。

そこで、Pearce によって示唆されている「本物性」を操作的に規定するなら、その方法として「本物的～演出的」を基本次元とする対極の尺度を構成することがありうる。具体的には、たとえば、SD 尺度を作成することが考えられるが、その一般的フォーマットとして次のような形容詞対を想定することができる。

	本物的……………	演出的
1.	純粋な……………	不純な
2.	古い……………	新しい
3.	独創的な……………	模倣的な
4.	自立的な……………	依存的な
5.	親しみにくい……………	親しみやすい
6.	めずらしい……………	ありふれた
7.	不便な……………	便利な
8.	独特の……………	平凡な
9.	素朴な……………	飾った
10.	自然な……………	人工的な

この SD 尺度の作成では、Sagara et al. (1961)、柏木 (1963)、井上・小林 (1985) などの研究も参考にしているが、あくまでも試案であり、「本物的

～演出的」という包括的意味に適合するか否かが疑わしいところもあって、さらに検討する必要がある。また、特定の旅行目的地での経験に適用する場合には、その状況の具体的特徴をふまえた尺度を導入することも必要になるだろう。

しかし、基本的に考えなければならないことは、このSD尺度では「本物的=positive」であるのに対して「演出的=negative」という意味合いが強いことである。対照的な意味の形容詞を対にする尺度構成方法がこうした問題を生みだしているが、「演出的」であることが必ずしもnegativeであるとは言えないことを考えると、「本物的～演出的」というように同次元上の対極的關係を想定することの是非も検討する必要があるだろう。

V 旅行経験の「質」をめぐる検討課題

旅行経験についての評価や満足に関する心理学的研究への現段階の取り組みは、旅行者のモチベーションや目的地の認知的魅力についての取り組みに比べて遅れており、量的に少なく、内容的に片寄りがあると言わざるをえない。これからの多角的な研究の拡大と充実が望まれるところであるが、本章で取りあげた問題を中心に考えれば、当面する課題として次の諸点を指摘することができよう。

(1) 個別的印象と総括的印象の関連、とくに個別的印象の統合メカニズム

旅行における印象は、目的地の活動、人物、イベント、事象などに関する経験に加えて、その行程での同様の事柄についての経験に対しても形成されるが、きわめて多面的であり、しかも、それぞれの意味合いや重要度が異なっている。ただ、そうした多様な要素を集約・統合して総括的・全体的な印象が形成されることは確かである。そのような多様な個別的印象がどのようなメカニズムで総括的印象に統合化されるのか。情報処理、選択的認知、態度形成などに通じる基本的問題であるところから、それらの基礎心理学の研究成果を援用することができるものと思われる。

(2) 評価の特性（次元）の一般構造と操作的把握の方法

そうした多様な印象に伴ってなんらかの評価や感情が生起するが、それを、特殊で限定的な条件（旅行の目的地・期間・形態・費用・目的など）のもとで成り立つ個々の旅行でとらえるだけでなく、そうした差異を越えた一般的な共通構造としての評価・感情の特性を見出し、その測定方法を開発することが必要である。佐々木(1988)は、商品購買態度について、「合理性」と「情緒性」を基本的次元として、その測定尺度であるレック・スケール(REC scale)を構成し、各種商品の比較分析や消費者態度特性との関連分析を行っているが、旅行経験の評価に関しても同様の発想によるアプローチができるのではなかろうか。その際、旅行目的地内の活動・経験の内容を集約するものとして、第5章III-2で示している5次元（緊張解消、娯楽追求、関係強化、知識増進、自己拡大）や、Cohen(1974)がtouristの規定にあたって注目している旅行者動機の「新奇さや変化から得られる楽しみ」を手がかりにすることができるであろう。他方、そのように経験の「内容」をとらえるのとは別に、経験の「機能」の側面に着目し、「為になる」「視野が広がる」「新しい知識になる」というような認知的特性や、「面白い」「楽しい」「驚いた」というような情緒的特性にもとづいて、一般構造をつくることも可能であろう。

このように、評価の特性（次元）を多面的にとらえ、その一般構造を探ることは、「満足」についても多面的内容を想定することに通じる。一般に、特定の特性に関する評価の高低は、その特性に対する満足の強弱につながるものと考えられるが、そうした関係が多面的な特性に関して成立するとき、満足の構造もきわめて複雑にならざるをえない。その基本的枠組みになるような旅行満足の構造を探ることが必要になる。

(3) 満足の成立プロセス、とくに「期待」や「経験」との機能的関連

「評価→満足」の特性（次元）面だけでなく、その成立プロセスを検討することも重要な課題であるが、これについては、次の命題が妥当性をもつものと考えられる：

旅行者の「満足」の成立は、旅行前の「期待」が訪問地内や行程中での実際の「経験」としてどれほど実現されたかという「評価」に依存する。

そこで、まず問題になるのは、「期待」がどのような内容で、どれほどの強さなのかということであり、そうした「期待」が成立する条件を明らかにすることである。たとえ短期間の旅行であっても、それに対する旅行者の「期待」の内容は概して多面的であり、その「期待内容」にどのような側面が含まれるかは、旅行者の「基礎的モチベーション（旅行価値観）」や「（当該旅行に関する）特定のモチベーション」という発動要因（push factor）と目的地の「イメージ」や「認知的魅力」という誘引要因（pull factor）との相互作用によるものと思われる。同時に、そうした「期待内容」には、期待度が強い中心的側面や期待度が弱い副次的側面が混在しているのが普通で、その多面的構造は「内容×期待度」の組み合わせとして描くことになる。

旅行者の実際の「経験」では、期待度の強い中心的側面がどのように実現されたかについての「評価」が「満足」に大きく影響し、期待度の弱い副次的側面では、それが実現された「評価」されても、その「経験」が「満足」に及ぼす影響は小さいであろう。つまり「期待度×実現度評価」が「満足度」に関連することが考えられる。

そして、この関連は、主要な「期待内容」に関して成り立つところから、旅行の「総括的満足」は、「主要な期待内容に関して『期待度×実現度評価』を総和したもの」と操作的に規定することができるだろう。

（4）旅行満足の内容に関する多面的な見方

種々の期待内容に関して、期待度や実現度評価に違いがあれば、満足度の差異が生じるが、一般的な旅行経験は、満足度の高い内容や低い内容がミックスすることになる。そうしたミックス状態を総括するために一つの満足指標を構成することもできるが、実際の旅行満足を解明するためには、その内容を多面的に見たうえで、それを集約できる適当な範囲の代表的次元を抽出することを試みることになる。

旅行満足を多面的にとらえる立場は、旅行経験の「本物性」「演出性」をめ

ぐる実証的研究にも新しい視点を提供することになろう。従来、この二つの経験内容については、「本物的 vs. 演出的」という二律背反的關係を考えたり、「本物的～演出的」という連続的關係を想定したりしているが、いずれにしても、両者は同一次元上の対照的な性質であると考えられてきた。こうした見方が、旅行経験に関する「positive～negative」あるいは「満足～不満足」の次元と対応づけられる原因になっている。

「本物性」と「演出性」をこのような対極関係でとらえるのは、もはや不適當である。それぞれを別次元とした「2次元構造」を考えることができるのではないか。つまり「本物性」は「本物的～非本物的」の次元を、また「演出性」は「演出的～非演出的」の次元を構成すると考えるのである。ただ、こうした場合、従来考えられてきた「本物性～演出性」の1次元性が意味するものとは異なる内容になろう。

これまでの1次元構造では、旅行者が経験する対象が「人為的統制をどれほど受けているか」ということを表していたように思われる。しかし、2次元構造では、「本物的～非本物的」は経験対象の固有の価値としての獨創性・無類性・希少性・本質性などを意味する次元であり、他方、「演出的～非演出的」は経験対象の出現・提示の形式に関する人為性・加工性・裝飾性・操作性などを意味する次元になる。簡単に言えば、前者は「内容」に、後者は「表現」に関連する次元である。

したがって、これらは相互独立的であるので、その組み合わせで構成される典型として4タイプの旅行経験を想定することができる。

- A. 本物的×演出的 → 演出を施された本物を経験する：
 - (例) 歴史的な建造物・遺跡・芸術作品が、理解しやすい説明や高度な工夫を施して、一般旅行者が近づきやすいように開放されている場合。
- B. 本物的×非演出的 → 本物をそのままの形で経験する：
 - (例) 歴史的な建造物・遺跡・芸術作品が製作当時のままで残っていて、一般旅行者の便宜を図ることはしないが、人々の関心をひいている場合。
- C. 非本物的×演出的 → 演出を施された非本物を経験する：
 - (例) 歴史的な建造物・遺跡・芸術作品の複製再現物が、一般旅行者が行きやすい場所で、理解しやすい説明や高度な工夫を施して開放されている場合。

D. 非本物的×非演出的 → 非本物をそのままの形で経験する：

(例) 歴史的な建造物・遺跡・芸術作品の複製再現物が、製作されたままの状態で置かれている場合。

これらのタイプの旅行経験についての評価が「positive か、negative か」、あるいは、その印象から感じるのが「満足か、不満足か」ということは、タイプそのものとは独立しているはずである。