

研究ノート

海外旅行に関する大学生のモチベーションの実証分析

佐々木 土師 二

Empirical Studies of University Student's Motivation toward Travel to Foreign Countries.

Toshiji SASAKI

Abstract

This paper aims at offering some empirical findings on motivation of Japanese university students for travelling to foreign countries. These findings are based on five graduation theses which are written by undergraduate students at the Department of Industrial Psychology of Kansai University. The present writer examined their results of survey research and classified them into three fields of study: (1) the dimensions of tourist motivation; (2) the image and attractive features of travel destinations; (3) the application of Vroom's theory of instrumentality expectancy to tourist motivation.

Keywords: travel to foreign country, tourist motivation, image of travel destination, Vroom's theory of instrumentality expectancy.

抄 録

海外旅行に関する大学生のモチベーションについての実証分析結果を提示する。関西大学社会学部産業心理学専攻における1999～2002年の卒業研究のなかから、「旅行者行動の心理学的研究」に寄与しうるレベルにあると判断される調査研究を選び、その実証的データを①旅行者モチベーションの特性、②旅行目的地のイメージ・魅力の特性、③ヴルームの「道具性理論」による旅行者モチベーションの測定、という三つの課題領域に分けて述べ、それらを佐々木による「旅行者行動の心理学」の体系内に位置づける。

キーワード：海外旅行、旅行者モチベーション、旅行目的地のイメージ、旅行者モチベーションの測定、ヴルームの道具性理論

この研究ノートを構成する実証分析データは、1999～2002年に関西大学社会学部産業心理学専攻を卒業した一木朋子、森下仁佐恵、西馬敦子、小川景子、西村祐子がそれぞれ行った卒業研究論文から引用している。これらの原論文執筆者の努力を多とするとともに、「旅行者行動の心理学的研究」への取り組みが活発になることを願うものである。

Ⅰ はじめに：この研究ノートの目的

わが国では「観光旅行者」の行動に関する心理学的研究はまだ緒についたばかりである。佐々木（筆者）が『旅行者行動の心理学』（関西大学出版部、2000）を著した時、その執筆意図について、「わが国では、まだ、観光旅行者の行動に関する心理学的研究の成果を体系づけて整理し論述できるほどの蓄積がない」ところから、「先進的な国々で取り組まれている具体的な分析課題や得られている専門的知見を示すことによってわが国での研究的関心を喚起したい」と述べていた（「まえがき」p.i）。

しかし、その後の約2年の間に、「旅行者行動の心理学的研究」に関する実証分析を行っている研究者が増えつつある兆候を感じることができ、近い将来には、ある程度まとまった研究業績が発表されるであろうという期待も持つことができるようになった。

そうした動きのなかで、関西大学社会学部の筆者のゼミナールで学習している学部学生で、卒業研究のテーマとして「旅行者行動」を選び、その実証分析を行うものも現れてきた。それらの卒業研究はおおむね素朴な内容ではあるが、その実証的データを埋もれるままにしておくには惜しいと思うレベルのものもある。

そのため、この研究ノートでは、1999年～2002年の学部卒業生のなかで「海外旅行のモチベーション」を取り扱った次の5人の卒業研究のデータを紹介し、「旅行者行動」の研究に関心を寄せる方々の参考に供したいと思う。

一木 朋子「旅行者モチベーションにおけるグループ理論の適用」1999年卒業研究論文。

森下仁佐恵「旅行の種類別にみるモチベーションの特徴」2000年卒業研究論文。

西馬 敦子「観光旅行のモチベーションと目的地選択の関係」2001年卒業研究論文。

小川 景子「旅行者モチベーションの新奇性に関する分析」2002年卒業研究論文。

西村 祐子「旅行目的地のイメージの共通次元の分析」2002年卒業研究論文。

これらの卒業研究はいずれも学部学生がほとんど独力で企画・実施した調査で得たデータを分析したものである。そのために調査対象者も関西大学学生が主体になっており、分析技法も学部学習で修得した水準にとどまっている。それぞれの学生は、各自の分析結果についての考察を行い、残された課題も指摘しているが、それらを含む研究内容に対して厳しい評価や批判を加える余地があるのは言うまでもないことである。

しかし、この研究ノートでは、そうした問題点を指摘するのではなく、前記のように、

それぞれのテーマに関する実証的データの積極的な意味を認め、それを提示することを目的にしている。そのデータは「旅行者行動」に関する次の3分野に関連するものである：

- (1) 旅行者モチベーションの特性.
- (2) 旅行目的地のイメージ・魅力の特性.
- (3) ヴルーム (Vroom, V.H.) の「道具性理論」による旅行者モチベーションの測定.

II 因子分析による「海外旅行」のモチベーション次元の抽出

(1) 佐々木 (2000) による旅行者モチベーションの5次元体系

佐々木 (2000) は旅行者モチベーションの一般的特性を「緊張解消」「娯楽追求」「関係強化」「知識増進」「自己拡大」という5次元に集約し、これらが「旅行キャリア」の観点からみたととき、「緊張解消→自己拡大」の方向で「低次→高次」の階層的構造になっていることを仮説している (p. 77 ff.)。そして、これらのモチベーションに対応する旅行者行動について、次のように説明している (p. 187-8)：

- ① 緊張解消行動：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避難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。
- ② 娯楽追求行動：レクリエーションや楽しみを求める行動で、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：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：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そこに住む人々の生活について、理解を深めたり新しい知識を得るための行動。
- ⑤ 自己拡大行動：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などを指し、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。

そのうえ、佐々木 (2000) は、旅行者モチベーションや旅行目的地の魅力に関する種々の先行研究で見いだされている諸特性を、この5次元体系のなかで位置づけている (p. 188. 表5-3-1)。

わが国の大学生の「海外旅行」のモチベーションについても、どのような特性が見出だ

されるかという素朴な疑問だけでなく、この5次元体系で理解できるか否かが問題になる。

(2) 5次元体系をめぐる森下(2000)の実証分析

森下(2000)は、項目数は13項目と少数であるが、比較的広い範囲の行動項目を設定して(表2-1参照のこと)、「海外個人旅行」あるいは「海外パック旅行」をする際に「それぞれをどの程度重要だと思うか」(重要度)を質問し、5段階評定(非常に重要である[5]~全く重要でない[1])を求めた。この調査の対象者には大学生とその父母にあたる中高年世代が含まれており、「海外個人旅行」では大学生64名と中高年世代17名の合計81名、「海外パック旅行」では大学生60人と中高年世代26名の合計86人から、それぞれデータを得ている。

モチベーション次元を見出すために、「海外個人旅行」と「海外パック旅行」のそれぞれで、大学生と中高年世代を合わせた全体データにより、項目間相関行列を主因子法で因子

表2-1 森下(2000)による海外旅行のモチベーションの因子分析結果

仮説的次元	高負荷項目	海外個人旅行		海外パック旅行	
緊張解消	⑨日常の疲れをいやす ①リラックスする ⑥プレッシャーを忘れた時間を過ごす ②日常生活を忘れる	F 1 ⑨.544 (①.394) ⑥.753		F 1 ⑨.633 ①.707	F 4 ②.653
娯楽追求	⑩好きなスポーツをする ⑧とにかく楽しむ ④いろいろな娯楽をする	F 3 ⑩.514 ⑧.499 ④.440		⑩.642	F 3 ⑧.409 ④.809
関係強化	⑪職場/学校の友達と仲良くする ③知らない人と出会う ⑦家族と一緒に時間を過ごす	③-.613	F 4 ⑦-.608	③.597	⑪.475
知識増進	⑬新しい文化・生き方にふれる	⑬-.473		⑬.420	
自己拡大	⑫自己自身をふりかえる ⑤考えるための時間を持つ		F 2 ⑫.922 ⑤.519		F 2 ⑫.842 ⑤.494
高負荷因子なし		(海外個人旅行) ①リラックスする。 ②日常生活を忘れる。		(海外パック旅行) ⑥プレッシャーを忘れた時間を過ごす。 ⑦家族と一緒に時間を過ごす。	

分析して Varimax 解を求めた。その結果を、13 項目の内容とともに示したのが表 2-1 である。

森下（2000）の分析で用いられた 13 項目は、前述の佐々木（2000）の 5 次元体系に即して表 2-1 の左端に示すように、位置づけられる。こうして、各因子を「緊張解消」から「自己拡大」までの段階的構造を想定している 5 次元に対応づけた結果は、次のように整理することができる：

	海外個人旅行	海外パック旅行
A. 特定次元内で構成される因子	F 4、F 2	F 2
B. 隣接する 2 次元で構成される因子	F 3	F 1、F 3
C. 隣接次元を越えて広い範囲に及ぶ因子	F 1	F 4

この結果は僅か 13 項目から 4 次元を構成したものであるので、過大な解釈はつつまなければならぬが、この A～C の 3 分類による整理を見る限り、A（特定次元内で構成される因子）では旅行者モチベーション次元の独自性が示され、また、B（隣接する 2 次元で構成される因子）では階層的構造のなかでの次元間の遠近が反映されている、と意味づけることができるのではなかろうか。さらに、C（隣接次元を越えて広い範囲に及ぶ因子）からは旅行者モチベーションの一般因子の存在が示唆されるが、「海外個人旅行」の F 1 で、「緊張解消」関連項目（⑨⑥）が正の負荷量を示しているのに対して、「関係強化」関連の③と「知識増進」関連の⑩がともに負の負荷量を示している点は、階層的に遠い次元との関連が対極的に表されているとも解釈され、旅行者モチベーションの階層的構造を裏付ける意味を示唆するものとして、今後の検証課題になるように思う。

森下（2000）は、上記の表 2-1 で特に高い（0.600 以上の）負荷量を示した項目について、大学生と中高年世代の平均評定値の差の t 検定を行っているが、海外個人旅行では 5 項目中の⑦「家族と一緒に時間を過ごす」で中高年世代が大学生より、また海外パック旅行では 6 項目中の④「いろいろな娯楽をする」で大学生が中高年世代より、それぞれ 5%水準で有意に高い値を示した。

(3) 西馬（2001）による「娯楽追求」次元の細分

他方、西馬（2001）は、香川（1996. p. 243）が旅行目的地選択行動モデルで用いている「目的地でやってみたい事柄」の 20 項目のなかから選んだ 9 項目に関して、大学生 104 名

(男性29名、女性75名)に海外旅行での行動の「希望度」の4段階評定(ぜひやってみ
たい[4]~全然やりたくない[1])を求め、その項目間相関行列を主因子法によって因
子分析した。スクリーテストで最適数とされた3因子解(Promax解)で0.350以上の高
負荷量を示すものを取り出すと、次の通りであった:

第1因子

4. その土地の風物や街並みを楽しむ (.752)
1. 美しい自然に接する (.751)
2. 美術館や博物館を訪れる (.455)

第2因子

9. 音楽や舞踏などを楽しむ (.691)
6. 行事、スポーツなどを楽しむ (.597)
5. その土地の特産品や民芸品を買う (.373)
- [1. 美しい自然に接する (-.498)]

第3因子

10. ナイト・レジャーを楽しむ (.726)
3. 高級品を安く購入する (.493)

高負荷因子なし

7. その土地独特の食べ物や飲み物を味わう (第1因子の .315が最高.)

これら9項目は、旅行目的地での「楽しみ」や「買い物」に関連したものであるが、そ
れを3分類する各因子の高負荷項目によれば、第1因子は「地域を楽しむ」、第2因子は「文
化を楽しむ」、第3因子は「消費を楽しむ」と解釈できる。

そして、各因子の高負荷項目の評定値を合計して求めた特性値について、性 x 学年の2
要因配置の分散分析検定を行ったところ、第1因子(地域を楽しむ)では性差(女性>男
性)と性 x 学年の交互作用(男性では低学年が、女性では高学年が高い)が5%水準で有
意であった。

(4) 小川(2002)による海外旅行への一般的行動傾向の分析

小川(2002)は、大学生146名(男性58名、女性88名)を対象者にした質問紙調査を
行い、「海外旅行の目的」「海外旅行で重視する新奇性(旅行者新奇性)」「日常生活におけ
る刺激欲求」という3領域について、それぞれ5段階の評定尺度法でとらえた項目間相関

行列を因子分析して、次元の抽出を行っている。

このうち「海外旅行の目的」では、「海外旅行を計画する際、その旅行の目的や経験として、以下の項目は、どの程度当てはまりますか」という質問のもとに 20 項目を示し、「当てはまる [5]～当てはまらない [1]」の 5 段階評定を求めている。この設問には、海外旅行の理由や目的という意味での「モチベーション」を直接とらえるのではなく、海外旅行へのレディネスの特性（心構えの積極性～消極性）を意味するものが多く含まれている。それらの項目は、下記の因子分析結果のなかで記述するが、その結果は、項目間相関行列から主因子法によって抽出する因子の数をスクリーテストで「3」と定めて求めた因子解（Promax 解）で、0.400 以上の高負荷量を示す項目を取り出したものである。

第 1 因子

- 12. とにかく旅行がしたい、どこかへ行って、何かをしたい (.669)
- 20. 旅行中にできるだけ多くのことを試してみたい (.596)
- 13. 外国の文化を訪れるのが好きだ (.591)
- 16. 旅行をするとき、観光の日程や宿泊施設を自分で計画するのが好きだ (.552)
- 3. 旅行に結びつく計画をすることが非常に楽しい (.449)
- 4. 家に帰ってから、自分の旅行のことを誰にでも話す (.401)
- [1. 旅行へ行くときは、誰かと一緒の方が、自分一人で行くよりも面白い (-.463)]

第 2 因子

- 9. 旅行で訪れた場所や見たことの話ができるのが好きだ (.736)
- 2. 旅行での経験を思い出して、その話をするのが好きだ (.580)
- 7. 自分にはいつも行きたいと思っているところがある (.488)
- 8. 歴史的な場所は、自分の旅行プランにとって非常に重要だ (.415)
- 1. 旅行へ行くときは、誰かと一緒の方が、自分一人で行くよりも面白い (.403)

第 3 因子

- 10. 旅行地点を選ぶ時、よいレストランと美味しい食べ物があることが重要だ (.674)
- 14. 旅行では、どこかファッショナブルなところへ行くことが大事だ (.659)
- 5. 旅行の間は、贅沢して、美味しいものを食べ、快適な場所に滞在したい (.626)
- 19. 旅行をするときは、パッケージされたガイド付きの旅行がよい (.441)
- 18. 旅行でどんな施設を利用できるかは本当に重要なことだと思う (.417)

高負荷因子なし

- 6. 別の文化や違った生きかたを自分で経験することは重要だ (第 1 因子に .349)

11. 自分は、本当にいつも、新しい経験を求めていると思う（第3因子に .345）
15. 旅行では、その地で人々がしていることと同じことをしたい、
つまり「郷に入れば……」ということ（第1因子に .340）
17. 友達と旅行するのが好きだ、旅行を分かち合えることが重要だ（第2因子に .339）

第1因子はかなり多義的な内容であるが、旅行に積極的かつ自立的に取り組んで楽しむ姿勢が明瞭に表れているので「一般的積極性」と命名することができよう。第2因子には旅行の計画・実行の過程での経験内容を重視したり話題にする姿勢が伺われるので「経験内容指向」と解釈することができる。第3因子は旅行先や旅行過程での楽しみや快適さを求める姿勢を表しているので「快適性重視」と呼ぶことができる。

各因子の高負荷項目の評定値を合計した特性値について、性 x 海外旅行経験の2要因の分散分析検定を行ったところ、「一般的積極性」で性(女性>男性)および海外旅行経験(有>無)の各主効果が5%水準で有意であり、「快適性重視」で性(女性>男性)の主効果が有意であった。

(5) 旅行者新奇性に関する小川(2002)の分析

小川(2002)は、さらに「旅行者新奇性」に関する分析を行っている。

「旅行者新奇性」は「日常生活では経験できない、珍しく、刺激的な経験を求める性質」ということができるが、Lee & Crompton(1992)は、この新奇性を旅行者個人に特有のパーソナリティ特性と考え、その測定法として「スリル」「日常性からの変化」「退屈緩和」「驚き」の4次元から成り立つ「旅行者新奇性尺度」を構成した(佐々木、2000. p. 58.)。

因子分析による4次元の確認

小川(2002)は、このLee & Crompton(1992)による21項目構成の旅行者新奇性尺度を検討し、スリル次元の関連項目とされている「私は、春の水の多い時期に、自然の河川の真ん中で筏に乗りたいたいと思う」という項目を削除して20項目構成とし、また原尺度で多用されている「休暇」という言葉を「旅行」に置き換えて、各項目の海外旅行での「重要度」を5段階評定(非常に重要である[5]~非常に重要でない[1])で測定した。その項目間相関行列を主因子法により因子分析して求めた4因子解(Promax解)で0.400以上の負荷量を示した項目を因子別に整理して示すと、次の通りである：

第1因子 「日常性からの変化」

- 12. 私の旅行の一部には新しいことを発見する感じがあってほしい (.834)
- 16. 私は、旅行では、何か新しいことを経験させてくれるような環境変化を楽しむ (.728)
- 11. 私は、旅行では、新しい変わったことを経験したいと思う (.691)
- 20. 理想の旅行は、私がこれまで見たことのないものを見られることだ (.670)
- 14. 私は、旅行では、自分の環境にあるのとは違う風習や文化を経験したい (.614)
- 10. 旅行では、少々びっくりさせられるようなことが面白い (.482)
- 2. 私は新しいことを探索できるようなところに自分がいたいと思う (.415)

第2因子 「スリル」

- 19. 私は、旅行では、危険な感じを経験するのを楽しんでいる (.970)
- 15. 私は、旅行では、冒険を求める (.722)
- 7. 私は、スリルのある活動を楽しむ (.714)
- 1. 私は、旅行では、少々ぎょっとするようなことをしたいと思う (.650)
- 6. 私は、旅行では、挑戦的なことをするのを楽しんでいる (.540)
- 18. 私は、旅行では、未知のものを探索したいという強い衝動を感じる (.404)
- 17. 私は、予想できないような旅行が好きだ (.400)

第3因子 「驚き」

- 4. 私は、予期しないことが起きるように、旅行の細かい計画は立てない (.733)
- 13. 私は、事前の計画ルートを一切考えない旅行に出かけたいと思う (.634)
- 17. 私は、予想できないような旅行が好きだ (.490)

第4因子 「退屈緩和」

- 8. 私は、変化のない日常に退屈しているので、旅行をしたい (.642)
- 3. 私は、退屈感をなくするような旅行をしたい (.628)
- 9. 私は、冒険的なところへ旅行をしたい (.415)

高負荷因子なし

- 5. 私は、旅行では、型にはまらない時間を次々に過ごすようにしたい (第3因子に.316)

こうして小川 (2002) が見出した「旅行者新奇性」の4次元構造は、Lee & Crompton (1992) の原尺度の4次元構造ときわめて類似しており、太字で示した4項目で高負荷因子が異なるだけである。つまり、小川 (2002) の分析で「日常性からの変化」因子に高負荷を示す項目10は原尺度では「スリル」因子に、「スリル」因子に高負荷を示す項目18と「退屈緩和」因子に高負荷を示す項目9は原尺度では「日常性からの変化」因子に、「高負荷因子なし」の項目5は原尺度では「退屈緩和」因子に、それぞれ高負荷を示している。(佐々木、2000. p. 59 参照)

「日常生活における刺激欲求」の3次元との関連

また小川（2002）は、この「旅行者新奇性」と「日常生活における刺激欲求」の関連も検討している。「日常生活における刺激欲求」とらえるのに用いた古澤（1989）の「刺激欲求尺度・抽象表現項目版」の17項目の5段階評定値（当てはまる〔5〕～当てはまらない〔1〕）の項目間相関行列を主因子法で因子分析し、Promax解の3因子にもとづき、因子負荷量0.400以上を基準に項目選択をしたところ、8項目がこの基準に達しなかったが、残りの9項目から解釈される3次元は、古澤（1989）が設定している3次元と同じ意味を持つものであると考えられた。

つまり、大学生146名に関する小川（2002）の分析では、刺激欲求尺度の3因子の高負荷項目はそれぞれ次の通りであった：

第1因子 「スリルと危険を求める傾向（Thrill and Adventure: TAS）」

1. 少々危険でもスリルのあるスポーツをするのが好きだ（.623）
2. 少々危険でも活動的な仕事の方が好きだ（.813）
3. スリルのある活動や冒険的な行為は好きだ（.816）
4. 成功する見込みがあまり無くとも、あえて危険を冒す方だ（.578）

第2因子 「新奇な体験を求める傾向（Experience Seeking: ES）」

11. できれば様々な経験をしてみたい（.819）
12. 目新しく変化に富んだいろいろなことをしてみたい（.788）
13. 興奮したり、わくわくすることは好きだ（.755）

第3因子 「抑制からの解放を求める傾向（Disinhibition: Dis）」

7. スキャンダラスな話題が好きだ（.722）
9. 常にマスコミに対して、新しい情報を取り入れるのが好きだ（.578）

高負荷因子なし

5. スピード感のある乗り物が好きだ（第1因子 TAS に.239）
6. 流行に合わせて趣味を変えるのもたのしいものだ（第3因子 Dis に.381）
8. 騒がしいが、楽しい雰囲気の中で踊るのが好きだ（第2因子 ES に.229）
10. はらはらさせることがあっても飽きさせない人と付き合うのが楽しい（第2因子 ES に.277）
14. 特殊で変わった仕事をしてみたい（第1因子 TAS に.188）
15. 出来るだけ体験のできるアルバイトをしてみたい（第2因子 ES に.399）
16. たとえ人に迷惑がかかっても、思いきり行動したい（第1因子 TAS に.297）

17. 暇な時間があると、なにかやることを見つけようとする (第2因子 ES に .268)

(なお、古澤 (1989) の尺度化によれば、「高負荷因子なし」のうち、項目5はTAS、項目14、15はES、項目6、8、10はDisをそれぞれ構成するものである。しかし、項目16、17は、この分析結果と同様に、どの因子にも高負荷を示していない。)

こうして小川 (2002) は、旅行者新奇性の4因子 (日常性からの変化、スリル、驚き、退屈緩和) と刺激欲求の3因子 (TAS、ES、Dis) を確認し、また、各因子に高負荷を示す項目も明らかにすることができた。これらの因子によって表される心理的特性をとらえるためには、各因子の高負荷項目に対する評定反応値の合計を用いることができる。

そのような特性値の相関を、旅行者新奇性の4特性および刺激欲求の3特性の間で算出した結果が、表2-2に示したものである。

表2-2 小川 (2002) の分析による旅行者新奇性と刺激欲求の下位特性値間相関

	変化	スリル	驚き	退屈緩和	TAS	ES	Dis
日常性からの変化	1.000	.553	.220	.537	.213	.561	.229
スリル		1.000	.329	.563	.506	.422	.211
驚き			1.000	.345	.237	.127	-.006
退屈緩和				1.000	.305	.403	.298
TAS					1.000	.303	.092
ES						1.000	.351
Dis							1.000

(注) 古澤 (1989) による刺激欲求尺度の3特性値の間の相関係数は、TAS x ESで男性 .55、女性 .57、TAS x Disで男性 .38、女性 .55、ES x Disで男性 .38、女性 .36である。

旅行者新奇性の4特性では、「日常性からの変化」と「スリル」および「退屈緩和」の間、あるいは「スリル」と「退屈緩和」の間でそれぞれ0.500以上の高い相関があり、これら3特性が必ずしも相互独立的でないことを示している。他方で「驚き」は他の3特性との相関が相対的に低く、異なる心理的側面を表していることを示唆している。

また、刺激欲求の3特性に関しては、TAS (スリルと危険を求める傾向) と Dis (抑制からの解放を求める傾向) はほとんど独立の関係にあるが (相関係数 .092)、TAS と ES (新奇な体験を求める傾向) の間、あるいはES と Disの間には中程度の関連がある (相関係数 0.303、0.361)。ちなみに、大学生を対象者に行っている古澤 (1989) の分析での相関係数は、TAS と Disの間は男性 0.38、女性 0.55、TAS と ESの間では男性 0.55、女性 0.57、Dis と ESの間では男性 0.38、女性 0.36である。つまり、小川 (2002) の結果 (男女こみ) の方が特性間相関が低く、相互独立的であると言える。

さらに、表2-2によれば、旅行者新奇性の4特性と刺激欲求の3特性の間にも、かなり高い相関が見られる組み合わせがある。「日常性からの変化」とESの間、あるいは「スリル」とTASの間には0.500以上の相関があり、さらに、「スリル」および「退屈緩和」とESの間にも0.400以上の相関がある。

こうして、「日常生活における刺激欲求」と「旅行者新奇性」のそれぞれの下位的特性の間には、程度の違いはあるが、かなり強く関連している特性があることも示している。

III 旅行目的地の魅力特性の確認的分析

(1) 佐々木 (2000) による旅行目的地の魅力特性の基本的次元

旅行目的地の魅力特性に関して、佐々木 (2000) は「ありふれた～独特の」「演出的～本物的」および「休養/リラックス～冒険/刺激的」という3次元を基本とする枠組みを提示し、図3-1のように表している (p. 123)。

(2) 西村 (2002) の確認的分析

西村 (2002) は、この3次元体系が海外旅行の目的地としての外国の魅力特性に当てはまるか否かを、20ヶ国を対象とする予備調査を経て選び出した7ヶ国について比較分析し

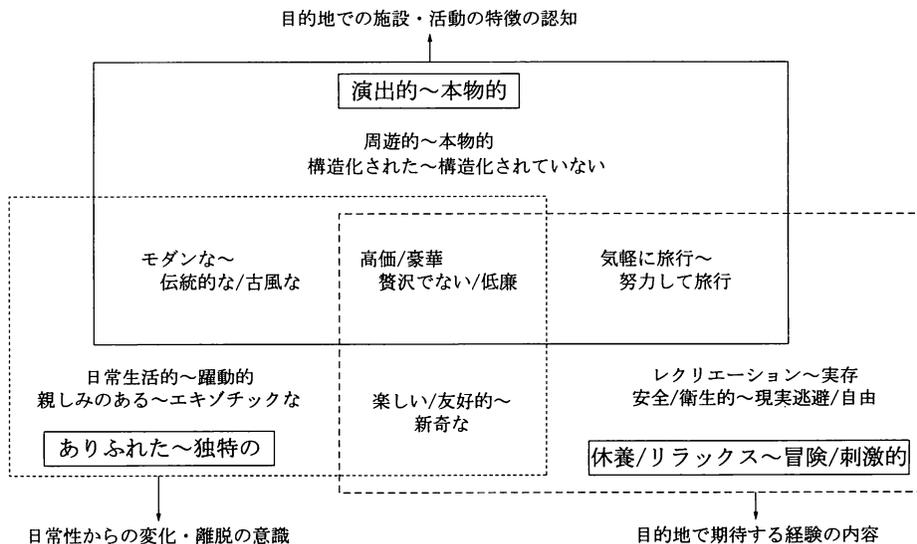


図3-1 旅行目的地の魅力特性の基本的次元に関する仮説的体系 (佐々木、2000)

た。

予備調査にもとづく「目的国」の選定

まず予備調査では、大学生 49 名から 20 ヶ国（アメリカ、トルコ、インドネシア、スイス、イギリス、カナダ、南アフリカ、中国、グアム、メキシコ、ロシア、タイ、スペイン、エジプト、オーストラリア、韓国、イタリア、カンボジア、ペルー、ドイツ）に関して「関心がある～無関心である」「知識が多い～少ない」「身近な～疎遠な」「好きな～嫌いな」「行きたい気持ちが強い～弱い」「刺激が強い～弱い」という 6 項目の SD 尺度による 7 段階評定を得た。各形容詞対の左側～右側を 7～1 と得点化して、6 項目のそれぞれで、国間の相関行列を主因子法で因子分析し、その Promax 解による 4～6 因子（つまり「国の集合」）を抽出した。そして、項目ごとに求めた各因子で高負荷を示す国を検討し、次の 7 ヶ国を選び出した：

- a. アメリカ、イギリス、オーストラリアは全項目で同一因子に高負荷を示し、同一集合に属するものと考えられるので、その代表として「オーストラリア」を選定する。
- b. 中国と韓国は「好きな～嫌いな」以外の項目で同一集合に属していたが、「好きな～嫌いな」で他の数カ国と類似性を示す「中国」を選定する。
- c. 項目によって高負荷因子が異なっているが、旅行目的地としての馴染みが比較的薄くイメージが沸きにくい国であるペルー、カンボジア、メキシコ、トルコなどの代表として「トルコ」を選定する。
- d. 項目によって高負荷因子が異なり、見方によって国イメージが異なるものと思われる「インドネシア、エジプト、グアム」を選定する。
- e. ヨーロッパの国々は同一集合に属する場合が多かったが、そのなかで独自性を示すことが比較的多い「スペイン」を選定する。

SD 評定項目

これらの 7 ヶ国について提示順序をコントロールし、大学生 116 名（男性 43 名、女性 73 名）とその父母に当たる 40～50 歳の中高年世代 83 名（男性 27 名、女性 56 名）から、SD 法によって次の 16 項目に関する 7 段階評定を得た：

「ありふれた～独特の」次元として：

- ④日常的な～非日常的な、⑫ありきたりな～特色のある、⑬身近な～疎遠な、
- ⑧現実的な～幻想的な。

「演出的～本物的」次元として：

- ⑪しゃれた～やぼったい、⑦知性的な～情熱的な、③近代的な～伝統的な、
- ⑮味わいがある～ない。

「休養/リラックス～冒険/刺激的」次元として：

- ②穏やかな～刺激的な、⑤のんびりした～ハラハラする、⑨落ち着いた～活発な、
- ⑭安全な～危険な。

予備調査項目から：

- ①関心がある～無関心な、⑥知識が多い～少ない、⑬行きたい気持ちが強い～弱い、
- ⑩好きな～嫌いな。

これら 16 項目はランダムに配列されたが、結果的に、上記の各項目の○内に付した番号順になった。質問紙への回答では 7 段階目盛りを用いたが、分析では、上記の各形容詞対の左側→右側を 7→1 と得点化した。

国ごとの因子分析

旅行目的地としての外国の魅力特性の基本的次元を見出すために、それぞれの国について、大学生と中高年世代を合わせたデータにもとづき、項目間相関行列から抽出すべき因子数を固有値とスクリーテストの結果を勘案して 4～5 因子に定めた。そして、主因子法による因子分析の Promax 解で因子負荷量 0.400 以上の項目を取り出した。その結果を整理したものが表 3-1 である。

この結果から、国ごとに抽出された各因子の高負荷項目を見ると、相当に高い共通性を認めることができる。

国別に抽出された因子の解釈

因子 A の列では、中国、スペイン、トルコの 3 国では「休養/リラックス～冒険/刺激的」次元に設定している 4 項目がすべて揃っている。ただ、オーストラリア、グアム、インドネシアではそこから「安全な～危険な」が欠けた 3 項目が含まれており、さらにエジプトでは「落ち着いた～活発な」も欠けた 2 項目になっているが、こうした系統的な変化はすべて「休養/リラックス～冒険/刺激的」次元の範囲内で生じているものである。このため、因子 A はこの「休養/リラックス～冒険/刺激的」の特性を意味していると解釈することができる。

因子 B の列は、オーストラリア以外の国で「ありふれた～独特の」次元の 4 項目のなかの 3～2 項目（グアム、インドネシア、エジプト、トルコでは 3 項目、中国とスペインで

表 3-1 西村 (2002) による旅行目的地としての外国の魅力特性の SD 評定の因子分析結果

	A	B	C	D1	D2	D3	E	F
Australia (4 因子)	穏やかな～刺激的な のんびりした～ハラハラする 落ち着いた～活発な 安全な～危険な		関心がある～無関心な 好き～嫌い 行きたい～行きたくない			日常的な～非日常的な 知識が多い～少ない 現実的な～幻想的な ありきたりな～特徴のある 身近な～疎遠な	近代的な～伝統的な しゃれた～やぼったい 味わいがある～味わいがない	
China (4 因子)	穏やかな～刺激的な のんびりした～ハラハラする 落ち着いた～活発な 安全な～危険な	近代的な～伝統的な 日常的な～非日常的な ありきたりな～特徴のある	関心がある～無関心な 好き～嫌い 行きたい～行きたくない 味わいがある～味わいがない	知識が多い～少ない 現実的な～幻想的な				
Spain (5 因子)	穏やかな～刺激的な のんびりした～ハラハラする 落ち着いた～活発な 安全な～危険な	近代的な～伝統的な 日常的な～非日常的な 現実的な～幻想的な	関心がある～無関心な 好き～嫌い 行きたい～行きたくない 味わいがある～味わいがない	知識が多い～少ない 現実的な～幻想的な				
Guam (5 因子)	穏やかな～刺激的な のんびりした～ハラハラする 落ち着いた～活発な	近代的な～伝統的な 日常的な～非日常的な 現実的な～幻想的な	関心がある～無関心な 好き～嫌い 行きたい～行きたくない 味わいがある～味わいがない	知識的な～情緒的な				ありきたりな～特徴のある 安全な～危険な
Indonesia (4 因子)	穏やかな～刺激的な のんびりした～ハラハラする 落ち着いた～活発な	近代的な～伝統的な 日常的な～非日常的な ありきたりな～特徴のある 現実的な～幻想的な	関心がある～無関心な 好き～嫌い 行きたい～行きたくない 味わいがある～味わいがない	知識が多い～少ない 現実的な～情緒的な				
Egypt (4 因子)	穏やかな～刺激的な のんびりした～ハラハラする	近代的な～伝統的な 日常的な～非日常的な 現実的な～幻想的な 安全な～危険な	関心がある～無関心な 好き～嫌い 行きたい～行きたくない	知識が多い～少ない 現実的な～情緒的な 落ち着いた～活発な				
Turky (4 因子)	穏やかな～刺激的な のんびりした～ハラハラする 落ち着いた～活発な 安全な～危険な	近代的な～伝統的な 日常的な～非日常的な ありきたりな～特徴のある 身近な～疎遠な	関心がある～無関心な 好き～嫌い 行きたい～行きたくない 味わいがある～味わいがない	知識的な～情緒的な 現実的な～幻想的な				
因子解釈	休養・リラクゼーション 冒険・刺激的	ありふれた～独得の 好感度 (高～低)	知的理解～情的印象	演出的～本物的	普通～特異			

は2項目)に、「近代的な～伝統的な」(「演出的～本物的」の下位項目の一つ)が加わるパターンである。図3-1に示しているように、「ありふれた～独特の」次元は「日常性からの変化・離脱の意識」を表すものと考えているが「近代的→日常的、伝統的→非日常的」と理解することもできるので、因子Bは「ありふれた～独特の」次元に対応するものと考えることができる。

因子Cの列は、「関心がある～無関心な」「好きな～嫌いな」「行きたい(=行きたい気持ち強い)～行きたくない(=行きたい気持ち弱い)」という「積極的評価～消極的評価」を意味する予備調査項目を中心に、「しゃれた～やぼったい」「味わいがある～ない」など「演出的～本物的」次元に関連するものとして設定した項目が加わっている。しかし、これらの項目は「演出的～本物的」次元の性質を適切に反映しているかについて疑問がないわけでもないので、因子Cは「好感度(高～低)」を意味するものと解釈しておきたい。

因子Dの列は、「知性的な～情熱的な」を共通項目としているが、その1項目だけで因子を形成しているグアムから、「ありふれた～独特の」次元の3項目をも含んだ6項目で因子を形成しているオーストラリアまでの幅があるので、D1～D3の3タイプに分けてとらえるのが適当だろう。D1は「知性的な～情熱的な」と「知識が多い～少ない」の2項目が主体になるもので、中国、スペイン、インドネシア、エジプトなどに見られる。D2はより単純に「知性的な～情熱的な」が主要素になるものでグアム、トルコに見られる。そして、D3はD1の性質と「ありふれた～独特の」次元が合体して因子が形成されているもので、オーストラリアだけで抽出されている。因子の解釈にあたっては、これら3タイプの因子を区別してそれぞれに独自の因子名を与えることは難しいので、とりあえず、中間的な意味をもっているD1に代表させて「知的理解～情的印象」を表すものと考えたい。

因子Eは、オーストラリアだけで見られるものであるが、「演出的～本物的」次元を意味するものと考えている3項目で因子が形成されている。

因子Fは、グアムだけで得られたものであるが「普通～特異」という特性を意味しているものと考えられる。

共通次元の確認

国別の因子分析の結果から「休養/リラックス～冒険/刺激的」(因子A)および「ありふれた～独特の」(因子B)の2次元はともに共通性の高い魅力特性であり、基本的次元とすることができるように思われる。しかし「演出的～本物的」(因子E)という特性はオーストラリアでは認められたが、これよりも、「好感度(高～低)」(因子C)という一般情緒的特性や「知性的な～情熱的な」を中核項目とした特性(因子D)の方が多くの国で見出さ

れている。

今後は、仮説している各次元の測定項目の内容を検討する必要があるが、各国共通の次元と国ごとに独自の次元を区分する方向で、魅力特性の体系を探ることが望ましいように思われる。

(3) 世代と旅行目的による国ごとの魅力評価の違い：西村（2002）による

西村（2002）の調査分析では、大学生（116名）と40～50歳の中老年世代（83名）を対象者に行っているため、この2群の間で各国に関するSD評定値の差を見ることができる。また、質問には、国ごとに「旅行をするとすれば、最大の目的は何か」という設問で、①自然景観、②遺跡・史跡などの文化財、③買い物・土産品、④料理、⑤休養・保養、⑥スポーツ・レジャーという6項目から一つを選択してもらっているため、この「旅行目的」による違いを検討することもできる。

そこで、西村（2002）は、2群がともに「遺跡・史跡などの文化財」という旅行目的に集中している3ヶ国（中国、エジプト、トルコ）を除き、その目的が2～3項目に分散している4ヶ国（オーストラリア、スペイン、グアム、インドネシア）について、それぞれのSD項目の評定値に対して、世代（2群）×目的（2～3タイプ）による2要因配置の分散分析検定を行った。各世代で10人以上が選択している旅行目的を取り上げたので、オーストラリアとグアムでは①⑤⑥の3目的、スペインでは①②④の3目的、インドネシアでは①②の2目的が該当することになった。

各項目についての4ヶ国での分散分析結果を示したのが表3-2である。その(A)では「世代（大学生 vs. 中老年）」の差、(B)では「旅行目的」による差、(C)では「世代×旅行目的」の交互作用で、それぞれ5%水準で有意性のあるものを取り出している。

世代間の差(A)では、概して大学生で評定値が高い場合が多く、特にグアムではその傾向が顕著である。旅行目的による差(B)では、オーストラリアではどの項目でも有意差が見られず、他の3ヶ国では、スペインで「自然>文化>料理」の方向で評定値の有意差が見られるケースが比較的多い。

他方、世代×旅行目的別グループの2要因の交互作用(C)が見られるのは、オーストラリアの1項目、グアムの2項目、スペインの5項目である。これらのうちグアムの結果がとくに明瞭である。つまり、「休養」目的で中老年世代がグアムへ行く場合には「ありきたりな」「安全な」という印象が強いが、大学生では「自然」や「レジャー」を目的としてグアムに行く場合にこの印象が強いのである。このような対照的な結果はスペインでは「好き

表3-2 (A-B) 西村 (2002) による4ヶ国に関するSD評定値の「世代」および「旅行目的」による有意差

	(A)「大学生 vs. 中高年」で評定値が有意に高い方		(B)「旅行目的」別グループ間で有意差があるもの	
	オーストラリア	スペイン	スベイン	インドネシア
a. 関心がある～無関心である	大学生	大学生	スベイン	インドネシア
b. 穏やかな～刺激的な	大学生	大学生	[自然]>[文化]>[料理]	[文化]>[自然]
c. 近代的な～伝統的な	大学生	大学生	{自然}>[文化]>料理	[休養/レジャー]>[自然]
d. 日常的な～非日常的な	中高年	大学生	{自然}>[文化]>料理	
e. のんびりした～ハラハラする	中高年	大学生	{自然}>[文化]>料理	
f. 知識が多い～知識が少ない	大学生	大学生	[料理]>[文化/自然]	
g. 知性的な～情熱的な	大学生	大学生		[自然]>[文化]
h. 現実的な～幻想的な	大学生	大学生		
i. 落ち着いた～活発な	大学生	大学生		
j. 好きな～嫌いな	大学生	大学生		
k. しゃれた～やぼったい	大学生	大学生		
l. ありきたりな～特色のある	大学生	大学生		
m. 行きたい気持ち強い～弱い	大学生	大学生		
n. 安全な～危険な	大学生	大学生		
o. 味わいがある～味わいがない	大学生	大学生		
p. 身近な～疎遠な	大学生	大学生		

(注) 各SD項目は7段階尺度で評定され、形容詞対の左側→右側の順に7→1の得点が与えられている。有意水準は5%である。
 (B)「旅行目的」別グループ間の有意差はオーストラリアでは見られなかった。また、その示し方は「」で区切った場合は相互に差があることを意味しており、{自然}>[文化]>料理のように示す場合は両端の「自然 vs. 料理」には差があるが、その両グループの中間値をとる「文化」はそのグループとも差がないことを意味する。

表3-2(C) 西村 (2002) による4ヶ国に関するSD評定値で「世代 x 旅行目的別グループ」の交互作用が有意なもの

SD項目：()内は評定値	目的国		有意な交互作用の内容
	スペイン	オーストラリア	
c. 近代的な(7)～伝統的な(1)	スペイン	オーストラリア	「文化」群では年代差がないが、「自然」「料理」両群では大学生が高い。 「料理」群では中高年が高いが、「自然」「文化」両群では逆に大学生が高い。
j. 好きな(7)～嫌いな(1)	オーストラリア	スペイン	「休養」群では大学生が高いが、「自然」「文化」両群では年代差なし。 「料理」群では中高年が高いが、「自然」「レジャー」両群では逆に大学生が高い。
l. ありきたりな(7)～特色のある(1)	スペイン	オーストラリア	「料理」群では中高年が高いが、「自然」「文化」両群では逆に大学生が高い。 「休養」群では中高年が高いが、「自然」「レジャー」両群では逆に大学生が高い。
m. 行きたい気持ち強い(7)～弱い(1)	スペイン	オーストラリア	「料理」群では中高年が高いが、「自然」「文化」両群では逆に大学生が高い。 「休養」群では中高年が高いが、「自然」「レジャー」両群では逆に大学生が高い。
n. 安全な(7)～危険な(1)	オーストラリア	スペイン	「料理」群では中高年が高いが、「自然」「文化」両群では年代差なし。 「休養」群では中高年が高いが、「自然」「レジャー」両群では逆に大学生が高い。
o. 味わいがある(7)～味わいがない(1)	スペイン	オーストラリア	「料理」群では中高年が高いが、「自然」「文化」両群では年代差なし。

(注) 有意水準は5%である。

な～嫌いな」と「行きたい気持が強い～弱い」に見られる。つまり、スペインへ「料理」目的で中高年世代が行く場合と「自然」・「文化」目的で大学生が行く場合に「好きな」の程度が強いが、同様の傾向は「行きたい気持が強い」でも認められる。また、中高年世代が「料理」目的でスペインへ行く場合には、「安全な」や「味わいがある」という印象がとくに強いという結果も出ている。

IV 海外旅行モチベーションへのヴルームの道具性理論の適用

(1) ヴルーム・モデルの枠組み

モチベーションの期待理論の枠組みで旅行目的地の選択行動を分析するために、香川 (1996) や前田 (1995) は Vroom, V.H. (1964) の「道具性理論」を援用している。その定式化では、「旅行でしてみたいこと(i)を、どの程度したいか」(V_j)という希望度あるいは重要度と、特定目的地(i)で「してみたいこと(i)が、どの程度実現できるか」(E_{ij})という期待度あるいは道具性を測定し、その積 [$V_j \times E_{ij} = m_{ij}$] を項目(i)ごとに算出して、それ (m_{ij}) をすべての項目 ($j=1\sim n$) について総和した値を、その旅行目的地(i)へのモチベーションの強さ (M_i) と考える。

この視点からの実証分析が、旅行目的地として海外諸国を想定して、西馬 (2001)、一木 (1999) によって行われている。

(2) 西馬 (2001) の分析

海外旅行のモチベーション次元の因子分析事例としてII-(3)で先述した西馬 (2001) は、その9項目でヴルーム・モデルによる8ヶ国へのモチベーション強度の比較分析を行った。表4-1には、各国について、そのモデルの要素値 (V_j 、 E_{ij} 、 m_{ij} 、 M_i) を示している。ちなみに、 V_j と E_{ij} は4段階評定 (V_j は「ぜひやってみよう [4]～全然やりたくない [1]」、 E_{ij} は「必ずできる [4]～全然できない [1]」) によるものである。

この西馬 (2001) の調査結果によれば、「海外旅行でやってみよう (V_j)」では「その土地独特の食べ物や飲み物を味わう (3.80)」や「美しい自然に接する (3.64)」が強く希望されているが、「高級品を安く購入する (2.84)」や「美術館や博物館を訪れる (2.90)」への希望度は相対的に弱い。

また、それぞれの国(i)でこれらの希望内容が「どの程度実現できるか (E_{ij})」という点では、韓国 (KO) を除く7ヶ国では「その土地の風物や街並みを楽しむ」の実現が強く期待

表4-1 西馬(2001)による海外旅行モチベーションへのヴルム・モデルの適用

項目(目的地でいたいこと)	V											E											m(=VxE)																																																																
	SW			AU			SI			IN			KO			CA			TA			CH			SW			AU			SI			IN			KO			CA			TA			CH																																									
1. 美しい自然に接する	3.64			3.99	3.22	2.79	3.26	2.22	3.77	3.08	3.06	3.06	14.54	14.53	10.16	11.88	8.09	13.72	11.22	11.14		14.54	14.53	10.16	11.88	8.09	13.72	11.22	11.14		14.54	14.53	10.16	11.88	8.09	13.72	11.22	11.14																																																	
2. 美術館や博物館を訪れる	2.90			3.38	3.22	2.87	2.73	2.43	2.64	2.59	2.81	2.81	9.79	9.35	8.31	7.92	7.05	7.66	7.50	8.14		9.79	9.35	8.31	7.92	7.05	7.66	7.50	8.14		9.79	9.35	8.31	7.92	7.05	7.66	7.50	8.14																																																	
3. 高級品を安く購入する	2.84			2.06	2.29	2.89	1.99	3.44	2.63	2.93	3.08	3.08	5.85	6.51	8.20	5.66	9.77	7.46	8.32	8.76		5.85	6.51	8.20	5.66	9.77	7.46	8.32	8.76		5.85	6.51	8.20	5.66	9.77	7.46	8.32	8.76																																																	
4. その土地の風物や街並みを楽しむ	3.71			3.79	3.70	3.33	3.69	3.15	3.41	3.46	3.32	3.32	14.07	13.74	12.37	13.68	11.70	12.66	12.82	12.32		14.07	13.74	12.37	13.68	11.70	12.66	12.82	12.32		14.07	13.74	12.37	13.68	11.70	12.66	12.82	12.32																																																	
5. その土地の特産物や民芸品を買う	3.20			3.48	3.34	3.08	3.52	3.15	3.21	3.52	3.34	3.34	11.12	10.68	9.85	11.25	10.09	10.26	11.26	10.70		11.12	10.68	9.85	11.25	10.09	10.26	11.26	10.70		11.12	10.68	9.85	11.25	10.09	10.26	11.26	10.70																																																	
6. 行事、スポーツなどを楽しむ	3.12			2.87	3.23	2.43	2.33	2.20	3.02	2.76	2.65	2.65	8.96	10.07	7.59	7.27	6.87	9.42	8.60	8.26		8.96	10.07	7.59	7.27	6.87	9.42	8.60	8.26		8.96	10.07	7.59	7.27	6.87	9.42	8.60	8.26																																																	
7. その土地独特の食べ物や飲み物を味わう	3.80			3.35	3.32	3.12	3.53	3.66	3.32	3.63	3.79	3.79	12.74	12.61	11.85	13.40	13.92	12.62	13.80	14.42		12.74	12.61	11.85	13.40	13.92	12.62	13.80	14.42		12.74	12.61	11.85	13.40	13.92	12.62	13.80	14.42																																																	
8. 音楽や舞踏などを楽しむ	2.99			3.09	2.74	2.69	3.09	2.49	2.68	3.13	2.76	2.76	9.24	8.20	8.05	9.24	7.46	8.02	9.36	8.26		9.24	8.20	8.05	9.24	7.46	8.02	9.36	8.26		9.24	8.20	8.05	9.24	7.46	8.02	9.36	8.26																																																	
9. ナイト・レジャーを楽しむ	3.09			2.24	2.84	2.79	1.99	2.75	2.93	2.94	2.73	2.73	6.92	8.77	8.62	6.16	8.51	9.04	9.10	8.44		6.92	8.77	8.62	6.16	8.51	9.04	9.10	8.44		6.92	8.77	8.62	6.16	8.51	9.04	9.10	8.44																																																	
M = Σm											M = Σm											M = Σm																																																																	
「行きたい」度 (4段階評定の平均値)											「行きたい」度 (4段階評定の平均値)											「行きたい」度 (4段階評定の平均値)																																																																	
3.41											3.46											2.78											2.61											2.61											3.30											2.83											2.71										

(注) 国名はアルファベット記号で示す: SW=スイス, AU=オーストラリア, SI=シンガポール, IN=インド, KO=韓国, CA=カナダ, TA=タイ, CH=中国。
また、各国への旅行モチベーションの総括値 (M) と「行きたい」度を示す評定値平均とのピアソン相関係数は0.79である。

されている。これを共通項として、スイス (SW)、オーストラリア (AU)、カナダ (CA) では「美しい自然に接する」への期待が強いのにに対して、シンガポール (SI) とインド (IN) では「その土地独特の食べ物や飲み物を味わう」が、また、タイ (TA) や中国 (CH) では「その土地の特産物や民芸品を買う」が、それぞれ期待されている。韓国 (KO) への期待では「その土地独特の食べ物や飲み物を味わう」と「高級品を安く購入する」が強い。

各国への旅行モチベーションの強さ

これらの V_j と E_{ij} の積 ($V_j \times E_{ij}$) で求められる項目別モチベーション (m_{ij}) では、8ヶ国すべてで「その土地の風物や街並みを楽しむ」が強いが、それに加えて「美しい自然に接する」が魅力になっているスイス (SW)、オーストラリア (AU)、カナダ (CA) と、「その土地独特の食べ物や飲み物を味わう」ことが吸引力になっているシンガポール (SI)、インド (IN)、韓国 (KO)、タイ (TA)、中国 (CH) とに2分される。そして、総合的にとらえた旅行モチベーション (M_i) では、西馬 (2001) の調査の対象者になった大学生では、オーストラリア (AU) とスイス (SW) へのモチベーションが強く、シンガポール (SI)、インド (IN)、韓国 (KO) へのモチベーションは相対的に弱い。

このようにグループ・モデルによって測定した海外旅行モチベーション (M_i) の強さと「その国へ行きたい」という希望をとらえる単純な「行きたい」度の4段階評定値との間のピアソン相関係数は0.79で、対応関係がかなり強いことが分かる。

(3) 一木 (1999) の分析

一木 (1999) は、大学生におけるスイス (SW)、オーストラリア (AU)、シンガポール (SI)、インド (IN)、イタリア (IT) の5ヶ国への旅行モチベーションの強さをグループ・モデルで測定し、それぞれの国の「行きたい」度別グループの間で比較した。

海外旅行モチベーションをとらえる項目は、表4-2に示した10項目であるが、大学生151人 (男性72人、女性79人) によれば、それらを「してみたい (V_j)」という希望度に関して5段階評定 (ぜひしたい [5] ~ 全然したくない [1]) を求めた結果で、希望度が特に高い項目は「その土地独特の食べ物や飲み物を味わう (4.61)」と「美しい自然に接する (4.52)」で、それに加えて「歴史的建造物などを見る (4.22)」や「リゾート地でゆっくり過ごす (4.11)」などがある。

期待度 (E_{ij}) については、国(i)による違いが比較的明瞭である。評定値が2位までの項目を見ると、スイス (SW) とオーストラリア (AU) ではともに「友人・家族とともに過ごす」が強く期待されているが、他に期待されている内容が、スイス (SW) では「その土

表4-2 一木(1999)による海外旅行モチベーションへのグループ・モデルの適用

	V	E				m(=VxE)					
		SW	AU	SI	IN	IT	SW	AU	SI	IN	IT
1. 博物館・美術館を訪れる	3.68	3.40	3.23	2.85	3.29	4.24	12.51	11.89	10.49	12.11	15.60
2. リゾート地でゆっくり過ごす	4.11	3.91	4.96	3.76	2.44	3.66	16.07	20.39	15.45	10.03	15.04
3. スポーツを楽しむ	3.32	3.10	3.94	2.82	1.99	2.95	10.29	13.08	9.36	6.61	9.79
4. 買い物(ショッピング)を楽しむ	3.93	3.31	3.74	4.15	2.72	4.12	13.01	14.70	16.31	10.69	16.19
5. その土地の風俗・習慣を知る	3.98	3.83	3.78	3.20	4.22	3.72	15.24	15.04	12.74	16.80	14.81
6. 友人・家族とともに過ごす	3.69	3.73	3.92	3.57	3.14	3.46	13.76	14.46	13.17	11.59	12.77
7. 美しい自然に接する	4.52	4.71	4.61	2.89	3.68	3.36	21.29	20.84	13.06	16.63	15.19
8. 地元の人との交流を楽しむ	3.91	3.77	3.87	2.95	3.75	3.50	14.74	15.13	11.53	14.66	13.69
9. 歴史的建造物などを見る	4.22	3.52	3.34	3.08	4.35	4.31	14.85	14.09	13.00	18.36	18.19
10. その土地独特の食べ物や飲み物を味わう	4.61	4.11	4.01	3.76	4.04	4.55	18.95	18.49	17.33	18.62	20.98
M=Σm							150.71	158.11	132.44	136.10	152.25
「行きたい」度(5段階評定の平均値)							3.79	3.99	3.12	3.23	4.22
「行きたい」度別グループのMの平均値						特に高位群	165.45	—	—	—	—
						高位群	154.74	174.42	146.73	155.83	171.53
						中位群	150.66	159.61	132.48	134.77	145.34
						低位群	126.29	146.20	116.18	121.41	137.17

(各国のグループ間の差は分散分析検定で1%レベルで有意。)

(注) 国名はアルファベット記号で示す: SW=スイス、AU=オーストラリア、SI=シンガポール、IN=インド、IT=イタリア。

地独特の食べ物や飲み物を味わう」であるのに比べて、オーストラリア (AU) では「リゾート地でゆっくり過ごす」である。他方、イタリア (IT) では「その土地独特の食べ物や飲み物を味わう」が特に強く期待されているが、「歴史的建造物などを見る」という点でも特徴を示している。この「歴史的建造物などを見る」ことへの期待は、「その土地の風俗・習慣を知る」という期待とともに、インド (IN) で強いものである。シンガポール (SI) には「買い物 (ショッピング) を楽しむ」ことが特に強く期待されている。

各国への旅行モチベーションと「行きたい」度別グループ間の比較

$V_j \times E_{ij}$ で構成される項目別モチベーション (m_{ij}) では、スイス (SW) とオーストラリア (AU) は E_{ij} で期待されていたのと同じ2項目が強く、イタリア (IT) でも E_{ij} と同じである。他方、インド (IN) では「歴史的建造物などを見る」に加えて、また、シンガポール (SI) では「買い物を楽しむ」に加えて、それぞれ「その土地の食べ物や飲み物を味わう」が強いモチベーションになっている。

このような項目別モチベーション (m_{ij}) を総和した旅行モチベーション (M_i) を5ヶ国の間で比較すると、オーストラリア (AU) を筆頭にイタリア (IT) やスイス (SW) へは強いモチベーションが認められるのに比べて、シンガポール (SI) やインド (IN) へのモチベーションは弱いと言わざるを得ない。この較差は、より単純な指標である「行きたい」度の5段階評定を求めた結果にも現れているが、この評定値ではイタリア (IT) がオーストラリア (AU) よりもやや高いという結果になっている。

一木 (1999) は、国ごとの「行きたい」度によって対象者を3~4グループに分け、それぞれの M_i を比較しているが、表4-2に示したように、各国で、その「行きたい」度の高いグループほど M_i 値が大きく、グループ間で有意な差があることを見出している。

V おわりに：調査研究データの位置づけ

佐々木 (2000) は、『旅行者行動の心理学』(関西大学出版部) で、その課題領域を全体的に示す図式モデルを描いているが (p. 376: 図9-1-1参照)、そのなかで「モチベーション」関連領域としては「一般的生活欲求」と「旅行者モチベーション」の2領域があり、さらに、前者は「基礎的欲求」と「新奇性(変化)欲求」の2タイプに、また後者は「旅行目的(発動要因)」と「目的地の認知(誘引要因)」の2タイプに、それぞれ区分されると考えている。この図式モデルでの「モチベーション」の領域設定に本ノートで紹介した実証的データを関連づけると、次のようになる：

一般的生活欲求

基礎的欲求 ①小川（2002）の「刺激欲求」の特性の確認的分析.

新奇性欲求 ②小川（2002）の「新奇性」の特性の確認的分析.

旅行者モチベーション

旅行目的 ③森下（2000）の5次元体系の確認的分析.

④西馬（2001）の「娯楽追求」次元の細分的特性の分析.

⑤小川（2002）の一般的行動傾向の特性の分析.

⑥西馬（2001）・一木（1999）のヴルーム・モデルによる測定での「V」の諸項目.

目的地の認知 ⑦西村（2002）の旅行目的地の魅力特性の確認的分析.

⑧西馬（2001）・一木（1999）のヴルーム・モデルによる測定での「E」の諸項目.

強さの測定 ⑨西馬（2001）・一木（1999）のヴルーム・モデルによる測定での「M」、
「行きたい」度.

これらのうちで先行研究の知見や仮説の確認を意図した①②小川（2002）、③森下（2000）、⑦西村（2002）などの分析の結果は、先行研究の内容を少なくとも部分的には裏付ける方向を示している。このことは、より体系的で精緻な調査研究によって蓄積を重ねれば、一定の共通体系にたどり着けることができるという期待を抱かせてくれる。

他方で、④西馬（2001）、⑤小川（2002）、⑥⑧⑨の西馬（2001）・一木（1999）などの分析データはアド・ホックな性質のもので探索的なものであるが、これからの研究のための参照価値があると考えられる。

この研究ノートでは、学部学生が卒業研究で得た実証的データを提示することを通して、「旅行者行動の心理学」への若干の研究的寄与を果たそうとした。この種の素朴でフレッシュなデータが数多く発表されることが、この研究領域の基盤を強化することになると考えている。そのために、この研究ノートがその一端を担うことを期待したいと思う。

参考文献

- 古澤照幸（1989）刺激欲求尺度・抽象表現項目版（Sensation Seeking Scale-Abstract Expression）作成の試み. 心理学研究, 60 (3). 180-184.
- 一木朋子（1999）旅行者モチベーションにおけるヴルーム理論の適用. 関西大学社会学部卒業研究論文.
- 香川 眞（1996）『現代観光研究』嵯峨野書院.
- Lee, T. & Crompton, J. (1992) Measuring novelty seeking in tourism. *Annals of Tourism Research*, 19. 732-754.
- 前田 勇（1995）『観光とサービスの心理学：観光行動学序説』学文社.
- 森下仁佐恵（2000）旅行の種類別にみるモチベーションの特徴. 関西大学社会学部卒業研究論文.
- 西村祐子（2002）旅行目的地のイメージの共通次元の分析. 関西大学社会学部卒業研究論文.
- 西馬敦子（2001）観光旅行のモチベーションと目的地選択の関係. 関西大学社会学部卒業研究論文.
- 小川景子（2002）旅行者モチベーションの新奇性に関する分析. 関西大学社会学部卒業研究論文.
- 佐々木土師二（2000）『旅行者行動の心理学』関西大学出版部.
- Vroom, V.H. (1964) *Work and Motivation*. New-York: Wiley.
- [坂下昭宣・榊原清則・小松陽一・城戸康彰訳（1982）『仕事とモチベーション』千倉書房]

—2002. 5. 6 受稿—