

旅行経験についての評価と満足 ——「旅行者行動の心理学」に向けて(7)——

佐々木 土師 二

Tourist Evaluation of and Satisfaction with Travel Experiences: Toward the Psychology of Tourist Behavior (7)

Toshiji SASAKI

Abstract

Some research surveys on tourists' evaluation of their on-site activities in travel destinations are reviewed and a few examples of factor analytical study of tourist satisfaction with their travel experiences are discussed. Conceptual models of the psychological relationships between expectation and satisfaction of tourists are considered. Because the problem of the authenticity of tourist experience has been one of the most discussed topics in the area of the sociology of tourism, a theoretical overview and empirical analysis of tourist's authentic experiences is presented.

Key words : tourist experience, tourist evaluation of travel activity, tourist satisfaction, psychological relationship of expectation and satisfaction, authenticity of tourist experience, staged authenticity.

抄 録

旅行プロセスでの活動・経験についての旅行後の総括的印象(評価, 満足)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が考察され, 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が検討された。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」に関する論議が概観され, その実証分析の試みが紹介された。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, 旅行後の評価と満足, 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

この論文は, 関西大学の平成9年度学部共同研究費にもとづく文献研究の一部をなすものです。その研究助成に対し深く感謝いたします。

はじめに

旅行者行動のプロセスを見るとき、その大筋を、旅行モチベーションの成立、目的地の魅力の認知、目的地の比較・選択、目的地での実際活動などの行動的現象を経て、そうした「旅行経験」を全体的に評価し満足・不満足感情をもつ段階に至る一つの流れとして描くことができる。

そのような立場で、佐々木（筆者）は、既発表の一連の論文（1996b, 1997a, 1998a, b）において、旅行者のモチベーション、目的地の認知的魅力、目的地の選択過程、目的地における活動・経験内容などに関する心理学的研究を展望してきたが、これらの問題意識の延長として「旅行経験についての評価・満足」をテーマにするのが自然な展開であるように感じられる。

そこで、本稿では、旅行後に感じる全体的・総括的印象としての評価・満足の特性とその成立プロセスの問題を考察する。とくに、心理学的視点からの実証分析で得られた若干の知見を整理し、あわせて、「旅行の社会学（the sociology of tourism）」において理論的な関心を集めている「authenticity（「本物性」と訳す）」に関する論議の展開の跡をたどり、関連する実証分析の試みを見ることにしたい。

1. 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、目的地滞在中や行程途中での具体的な活動経験について、その都度いろいろ評価をしたり感情を抱くが、他方で、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・印象とともに満足・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」と呼ぶことにするが、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成り立つからである。

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」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やすくなるものと思われる。また、それは、記憶に依存する部分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よし」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「途中」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が含まれている。他方、こうした違いがあることを知りながら、「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。それらの方法では、Maddox (1985) が、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的指標 (detailed scales and indices) と包括的測度 (global measure) の二つに分けているように、おそらく、そうした2タイプに区分するのがもっとも一般的なものであろう。

多次元的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ことは確かであると考えられ、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.) の考え方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「個別的～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するものである。

(2) その経験についての評価・満足をとらえる行動的段階

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」に依じて、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(佐々木, 1996a, p.52ff.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、その多段階的经验についての評価・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」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レジャー (または、旅行) として人々が知覚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、本稿3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) 活動に伴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。

(3) 本稿の立場

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。

本稿では、旅行者の意思決定過程の最終段階にみられる心理的現象にアプローチすることを意図し、その立場から「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ついての 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る。

2. 旅行者の評価・満足の分析

(1) 旅行滞在地での経験の多面的評価

特定の目的地での経験についての評価や満足をとらえる試みは、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項目に対する同意度を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」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)。

これらの項目を含め、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 (p.11)。

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)。
この旅行から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相当異なる特徴を示し、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)。
この旅行から身体的にリフレッシュできたようには感じていない(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き、カナダ人では「休息とリラックス」、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（佐々木，1996b 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段階の評定（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因子を抽出し、これらを「満足次元」と呼んでいるが、各因子の高負荷項目と解釈結果は表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、すでに佐々木(1996b)が、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（p.44-5）。因子の構造を見ると、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因子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していると解釈している。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、ハーズバーク (Herzberg, F. 1966) の『動機づけ=衛生理論』における「衛生要因 (hygiene factor)」を想起させるとい

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

因子と高負荷項目	因子負荷量
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
このツアーは今回の旅行の重要な部分だった……………	49
仕事も他の責任も忘れることができた……………	43

(注) 因子負荷量の小数点は省略する。

う解釈を示している。

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評定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。

（3）旅行満足の一般構造を探る方向

このような 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った。こうした調査分析は、対象や時期や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蓄積することによって「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) が行っ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、その個別性にとらわれた経験内容ではごく限られた適用性しか得られず、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、旅行目的地の魅力特性に関する「演出的～本物的」「ありふれた～独特の」「休養／リラックス～冒険／刺激的」という3次元(佐々木, 1997a, p.71) や、旅行目的地における活動・経験を表す「自己拡大」「娯楽追求」「知識増進」「緊張解消」「関係強化」という5次元(佐々木, 1998b, p.42ff.) 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、旅行者の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(佐々木, 1996b, p.58ff.)。

旅行満足への構造分析の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、後に本稿3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ているが、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。

(4) 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試みも行われていた。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Timbertown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る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Timbertownを訪れようと思うか」「自分の友達にTimbertown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要素を組み合わせた包括的満足度指標を作成している。

しかし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 (extremely dissatisfied) ~ 7=非常に満足 (extremely satisfied)]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「4=どちらでもない (neutral)」にかなり近く、ギリシャ旅行グループ(41人)の平均値は6.00で「6=かなり満足 (quite satisfied)」という高いレベルであった。

このPearce (1980)の研究は、満足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」という言語を示したうえ、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、旅行プロセス途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 Timbertown 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、Timbertown について、本物性認知、パーク内の7種々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 [本稿 4—(5)参照のこと]、滞在時間、過去の訪問回数、旅行キャリア・レベル（佐々木, 1996b, p.55ff.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要因を採用した。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。

(5) 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（佐々木, 1996b, p.34; 1998a, p.23ff. 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、消費者満足の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.; Engell, Blackwell & Miniard, 1995, p.273ff.; Berkman, Linquist & Sirgy, 1997, p.123ff.; Hoyer & MacInnis, 1997, p.276ff.）、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、「満足感とは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」と説明しており（佐々木, 1996a, p.53; 1998a, p.4 参照）、また Hudman & Hawkins (1989) 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 (p.56)。

旅行者行動における「期待～経験～満足」の関連について、Pearce (1988) 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1のように表している (p.86)。これら6ルートのなかで、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。

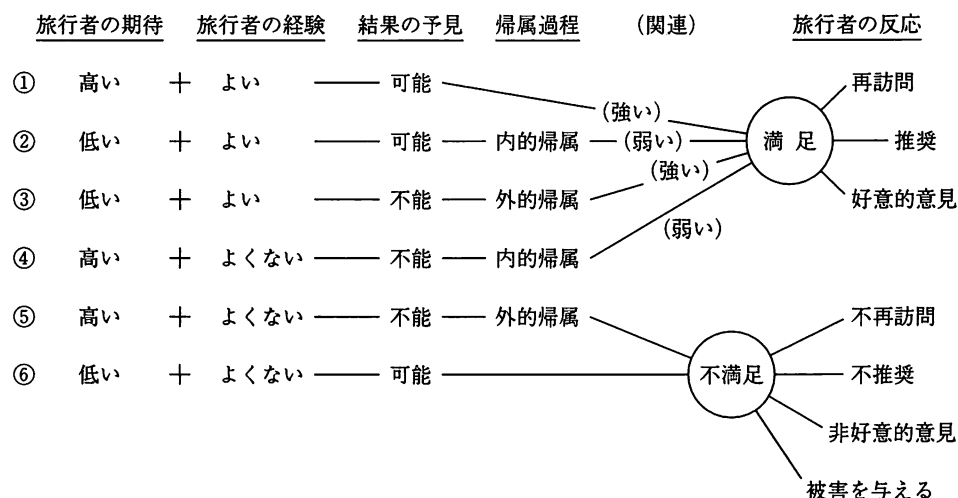


図1 Pearce (1988) が描く旅行者満足の6ルート

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2に示した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、その実際経験ともとの期待との間に生じるギャップに対する適応能力が、結果としての満足・不満足の決定要因になる。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)適応過程とに依存しており、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である。達成された満足レベルは、次の旅行のための知識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、疑問の抑止、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、もとの期待や修正された期待が満たされ、満足を生じる結果を生じる。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。

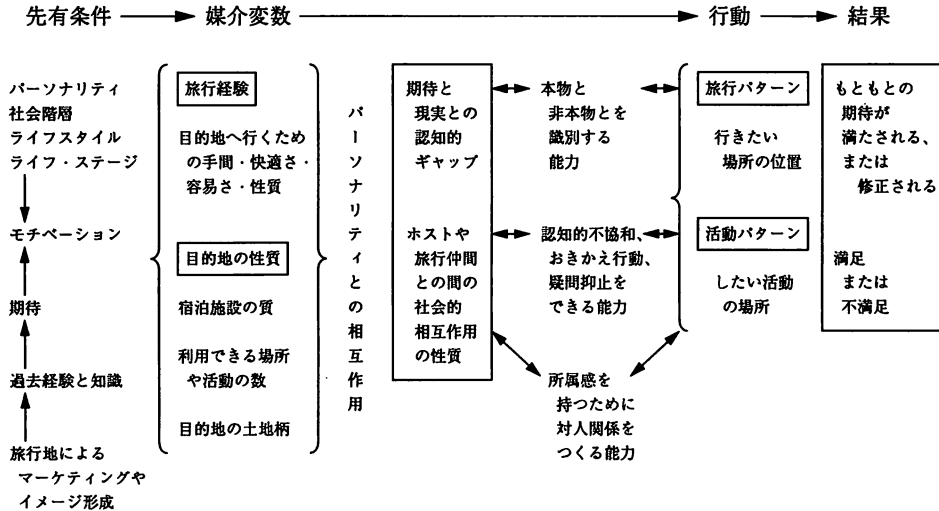


図 2 旅行者の期待と満足の関連を描く Ryan (1991) のプロセス・モデル

Ryan (1991) は、期待と現実（経験）と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、所属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思っている。そのため、Ryan(1991)は、図 3 のような「ス

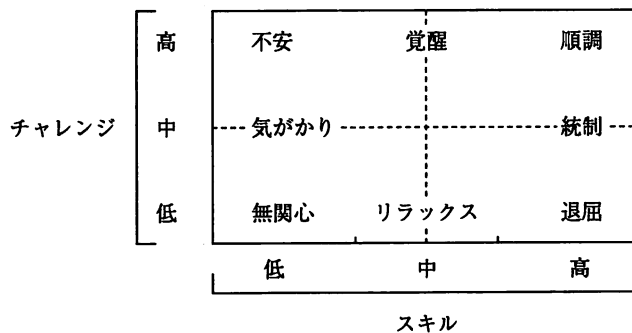


図 3 Ryan (1991) によるスキルとチャレンジでみる旅行経験の 2 次元モデル

キル×チャレンジ」の枠組みで、種々の旅行経験の心理的特徴を表している (p.44)。

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「順調 (円滑) に進んでいる」と感じ、ともに低ければ「関心を寄せるほどでない (無関心)」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)。

(6) 旅行経験の実質的内容をふまえた「満足」を探る

旅行経験の評価・満足の実証分析に関して本稿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、それらを集約する特性や次元を明らかにするもので、「構造分析」と言うことができる分野である。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。構造分析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距離がある。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、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」の関連を具体的データによって確認するとともに、その関連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)」などとともに、「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てみたい。

3. 旅行経験の「本物性」に関する社会学的論議

(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。本稿でも、佐々木(1997a)が集約した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、Moscardo & Pearce(1986)のTimbertownでの満足感の規定要因として、あるいは、Ryan(1991)の期待・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、それぞれ「本物性」の概念が出てきていた。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。E. Cohen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, b; 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、その意味内容をおおまかに説明しているように思われる。

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.)

この旅行経験の「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、主に社会学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) は、すでに佐々木 (1997b) も旅行者行動への類型論的アプローチを考察した際に紹介しているように (p.40ff.), 現代のアメリカ社会での旅行 (tourism) を論じて、冒険的で能動的であった traveller 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「Boorstin の旅行者 (tourist) に関する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。

(2) MacCannell や Cohen による Boorstin (1962) 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 (p.589)。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は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、ということになる。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言える (p.33)。

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、旅行の仕組みに関する豊かな洞察を示しているが、「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 (sightseeing) 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なる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)。彼の知識人的アプローチは、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) がなんらかの深い、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「旅行者総体 (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「旅行者総体」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て、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 (佐々木, 1997b, p.42ff. 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

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.)

(3) MacCannell (1973) の論じる旅行者経験状況と「演出された本物性」

a. フロント・リージョンとバック・リージョン

MacCannell (1973) は、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 Erving Goffman (1959) の説をふまえて、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 (barrier) 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) が誰も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・リージョンで表出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、社会的意味をもつものとして、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たが (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「見せかけの实在（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なり、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、他人の行う行為の裏を知ることができたり、本当の姿を知覚したり受け入れることができるようになる。（p.592）

b. 二極分化できない旅行者経験

旅行者（tourist）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でも、「真実の特徴の本物的表現」と「単なる出し物」というような手軽な区分がもはやできなくなっている。（p.593）

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は、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るし、特に意図せず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きたいということもある。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、本物的経験をもてた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ような場合、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。)

c. 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 (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架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を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段階は理論的に設定されたものであり、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)。

(4) 旅行者経験状況 (tourist setting) の多面的な見方

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が多いなどと述べ、「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について批判するとともに、理論的にもっと発展させるべき点があるとし、特に、次の点を指摘している (p.35-6)：

a. 旅行者経験の性質

旅行者総体 (the tourist) の特徴把握が、Boorstin の場合に似て、包括的で現実にとぐわないので、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 の着想にもとづくとしても、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の間には直接の関連があって「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」(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、どんな性質のものを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。(佐々木, 1997b, p.48-54 参照)

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

表 2 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

ら表 2 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、旅行者がそれが正しく認知すれば「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たかに依存するとして、Cohen (1979b) は、表 2 の 2 × 2 分類モデルを「本物性欲求 (need for authenticity)」の強弱 2 レベルの各々で考えている。演出的な環境状況が間違いなく認知された場合でも、本物性欲求が強いと「不満足」を感じるが、本物性欲求が弱いと「満足」を感じるだろう。表 3 は、そうした「本物性」に関す

表 3 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。

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]。

(5) 「人物の本物性」についての Pearce (1988) の補充説

MacCannell (1973) の「旅行者スペース」のステージ分類を発展させて Cohen (1979b) が表 3 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, 旅行者が経験する状況で「本物的か, 演出的か」を認知する力をもっていることを認めながら, その論議のなかで欠けているのが, 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」の経験をもつ可能性もあるという見方であると述べて, 「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ていると考えている。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) :

- i. 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)
- ii. 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)
- iii. 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)
- iv. 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)

そして, 人物と環境の 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 9 タイプの旅行者経験に細分できていると考えている。

- 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。ただ、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。

(6) 「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」についての、アフリカ芸術の専門家の McLeod, M. D. (1976) の次の説明は、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、つまり、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は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, 1979a；佐々木, 1997b 参照) にもとづいて説明している。

実存的旅行者（existential tourists）は「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。「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。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）は、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）の「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、その代理経験をしたがるので、実存的旅行者に近い基準を持っている。

レクリエーション旅行者（recreational tourists）は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）は「気休め」や「うき晴らし」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。（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」が現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「本物のアメリカの伝統」と言われるようになるのは間違いなからう。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）。

(7) 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、十分に想定される。現代の旅行は「発見」や「修養」のためだけでなく、「娯楽」「慰安」「逃避」「社交」などの目的をもって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、多様な特性が一緒に経験されることが多く、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」を経験させてい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 (佐々木, 1997b, p.65), 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。

4. 旅行経験の「本物性」に関する実証分析

(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3-(5)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 3—(5) 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何も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⑦）

〔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ターに金曜日の午後遅く到着すると、私たち（2組の夫婦）はすぐにモーター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をしてくれた。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 の海岸でのこと。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だろう。その特徴を上掲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。

「本物の経験」の特徴	「本物でない経験」の特徴
1. [人物] 地元の（地方の）人による	旅行者の応接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に	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。

(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, 1985; Mannell & Iso-Ahola, 1987; Pearce, 1988; Hudman & Hawkins, 1989; Mill, 1990)

とくに Pearce, P. L. は、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 (佐々木, 1996b, p.52ff. 参照)。

Pearce (1982) 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」を、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 (p.58), 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 (1985) 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。典型的なパターンは、「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、両方の経験で見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。この分析は、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ことを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、人々は旅行経験を積むにつれ、旅行で満たそうとする欲求が「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、旅行に関するキャリアのレベルのどれかに該当すると考えられ、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。

(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 (1985) の第 1 研究では、上述の「よい経験」の内容 (エピソード) を、マズローの 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」に関して分類するところに新しい試みがある。Pearce & Moscardo (1985) 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ところから「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って「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：旅行者用の仕事をする従業員）,
- 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で構成した9カテゴリーを用いた（前節3—(5)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 x 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①～④のうち②と③が少数だったので、それぞれで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 x 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 (1985) は、場所、人物で各 2 カテゴリー、場所 x 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 (p.164), Pearce & Moscardo (1985) 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%, 場所では 52%, 人物 x 場所では 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」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ー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4はPearce & Moscardo (1985, p.163) の原表を作り変えたもので、とくに「人物×場所」に関しては、Pearce & Moscardo (1985) による上記の7カテゴリーを再度まとめて、i + iii + vを「演出的」とし、他方、ii + iv + viを「本物的」として、2カテゴリーで比較できるようにしている。
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には「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、「本物的 vs.演出的」との関連は認められなかった。

表4 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。

(4) 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 (1985) 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もので、こうしたデータでは、両者の関連を明確にとらえにくいのではないかと考えられる。

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。

9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部とし

て熟練して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、昔の町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週間かけて通り抜ける。出会う人々はその地方の生活に旅行者をとけ込ませるために熱心に振る舞う。
- 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リゾート地域で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、その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組の尺度から選り出した次の9対の形容詞で出来ている。

1. 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。
2. 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、目がさめた～ねむくなる。
3. 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因子と「優越」に関する3尺度から成る第2因子が抽出され、第1因子は「満足性」、第2因子は「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「真の経験が得られる（5）～演出されたものが経験できる（1）」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、9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ていることが分かった。

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、独自度に関しても、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」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。

(5) 旅行経験の「本物性」の操作的把握

Pearce & Moscardo (1985) 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、1880年代の金鉱の町を再現した歴史テーマパーク (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「1880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（p.81）、旅行キャリア・レベル別に比較して、五つ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」に関連するものと推測している。

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, 1985)、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」に関して異なるコンセプトの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であることを感じさせる。

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」「近づきやすすくない」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的尺度を構成することが考えられる。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。

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」というように同一次元上の対極的関係を想定することも検討課題にする必要があるだろう。

5. おわりに

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段階にある。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、本稿で取りあげた問題を中心にして当面する課題に着目すると、次の諸点を指摘することができよう。

a. 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、目的地での活動、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な事実である。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的研究成果を援用することができるものと思われる。

b. 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、そうした個別性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」が基本的次元であるとして、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、佐々木(1998b, p.42)が示している5次元(自己拡大, 娯楽追求, 知識増進, 緊張解消, 関係強化)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。

c. 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」が目的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

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ろう。

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、期待度の弱いものでは、それが実現されたと「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、「期待度×実現度評価を主要な期待内容に関して総和したもの」と操作的に規定することができるだろう。

d. 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ろう。

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、両者は同次元上の対照的な性質であると考えてきた。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ものと思われる。

「本物性」と「演出性」をこのような対極関係でとらえるのは、もはや不適當であり、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られるのである。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、「演出性～非演出性」は経験対象の設定・提示の形式に関する人為性・

加工性・装飾性・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に残っていて、一般旅行者の便宜を図ることをしないが、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」ということや、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。

[文 献]

- Berkman, H. W., Linquist, J. D. & Sirgy, M. J. (1997) *Consumer Behavior*. NTC Business Books.
- Boorstin, D. J. (1962) *The Image: What Happend to the American Dream*. Atheneum Publisher's.
- [星野郁美・後藤和彦訳 (1964) *幻影の時代：マスコミが創造する事実*. 東京：創元新社]
- Cohen, E. (1972) Toward a sociology of international tourism.
Social Research: An international quarterly of the social sciences, 39(1). 164-182.
- Cohen, E. (1974) Who is a tourist?: A conceptual clarification. *Sociological Review*, 22. 527-555.
- Cohen, E. (1979a) A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13. 179-201.
- Cohen, E. (1979b) Rethinking the sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 6. 18-35.
- [Pearce (1984)から引用.]
- Cohen, E. (1984) The sociology of tourism: Approaches, issues, and findings.
Annual Review of Sociology, 10. 373-392.
- Cohen, E. (1988a) Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*, 15. 371-386.
- Cohen, E. (1988b) Traditions in the qualitative sociology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 15. 29-46.
- Crompton, J. L. (1986) The tourist experience: Satisfaction and dissatisfaction.
In Harssel, J. V. (ed.) *Tourism: An Exploration (2nd ed.)*. National Publishers. 163-166.

- Dann, G. & Cohen, E. (1991) Sociology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18. 155-169.
- Dunn Ross, E. L. & Iso-Ahola, S. E. (1991) Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Annals of Tourism Research*, 18. 226-237.
- Engell, J. F., Blackwell, R. D. & Miniard, P. W. (1995) *Consumer Behavior* (8th ed.). The Dryden Press.
- Fishbein, M. (1967) *Readings in Attitude Theory and Measurement*. John Wiley & Sons, Inc.
- Fodness, D. (1994) Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*, 21(3). 555-581.
- Fridgen, J. D. (1984) Environmental psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 11. 19-39.
- Goffman, E. (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday & Co. Inc.
- Herzberg, F. (1966) *Work and the Nature of Man*. World Press.
- [北野利信訳 (1968) *仕事と人間性*. 東洋経済新報社]
- 星野郁美・後藤和彦訳 (1964) [Boorstin, D.(1962) 著] *幻影の時代：マスコミが創造する事実*. 東京・創元新社
- Howard, J. A. & Sheth, J. N. (1969) *The Theory of Buyer Behavior*. Wiley.
- Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J. (1997) *Consumer Behavior*. Houghton Mifflin Co.
- Hudman, L. E. & Hawkins, K. E. (1989) *Tourism in Contemporary Society: An Introductory Text*. Prentice-Hall.
- 井上正明・小林利宣 (1985) 日本におけるSD法による研究分野とその形容詞対尺度構成の概観. *教育心理学研究*, 33(3). 253-260
- 柏木繁男 (1963) S-D法による意味構造の因子論的研究. *心理学研究*, 35(1). 27-31.
- Lew, A. A. (1987) A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourist Research*, 19. 553-575.
- MacCannell, D. (1973) Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3). 589-603.
- Maddox, R. N. (1985) Measuring satisfaction with tourism. *Journal of Tourism Research*, Winter. 2-5.
- Mannell, R. C. & Iso-Ahola, S. E. (1987) Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of Tourism Research*, 14. 314-331.
- Maslow, A. H. (1954) *Motivation and Personality*. Harper & Row.
- [小口忠彦訳 (1971) *人間性の心理学*. 産業能率短期大学出版部]
- McLeod, M.D. (1976) Limitations of the genuine. *African Art*, 9(3). 48-51. [Cohen(1988a)から引用.]
- Mehrabian, A. & Russell, J. (1974) *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press.
- [Pearce & Moscardo(1985)から引用]
- Mill, R. C. (1990) *Tourism: The International Business*. Prentice-Hall.
- Mills, A. S. (1985) Participation motivations for outdoor recreation: A test of Maslow's theory. *Journal of Leisure Research*, 17(3). 184-199.
- Moscardo, G. M. & Pearce, P. L. (1986) Historic theme parks: An Australian experience in authenticity. *Annals of Tourism Research*, 13. 467-479.
- Pearce, P. L. (1980) A favorability-satisfaction model of tourist's evaluation. *Journal of Travel Research*, Summer. 13-17.
- Pearce, P. L. (1982) *The Social Psychology of Tourist Behaviour*. Pergamon Press.
- Pearce, P. L. (1988) *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. Springer-Verlag.
- Pearce, P. L. & Caltabiano, M. L. (1983) Inferring travel motivation from travelers' experiences. *Journal of Travel Research*, 22(2). 16-20.
- Pearce, P. L. & Moscardo, G. M. (1985) The relationship between travellers' career levels and the concept of authenticity. *Australian Journal of Psychology*, 37(2). 157-174.

- Pizam, A., Neumann, Y. & Reichel, A. (1978) Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism Research*, 5(5). p.315. [Hudman & Hawkins (1989)から引用.]
- Ryan, C. (1991) *Recreational Tourism: A Social Science Perspective*. Routledge.
- Sagara, M., Yamamoto, K., Nishimura, H. & Akuto, H. (1961) A study on the semantic structure of Japanese language by the semantic differential method. *Japanese Psychological Research*, 3(3). 146-156.
- 佐々木土師二 (1988) 購買態度の構造分析. 関西大学出版部.
- 佐々木土師二 (1996a) 「旅行者行動の心理学」に向けて. 関西大学社会学部紀要, 27(3). 39-55.
- 佐々木土師二 (1996b) 旅行者モチベーション研究の展望: 「旅行者行動の心理学」に向けて(2). 関西大学社会学部紀要, 28(2). 27-66
- 佐々木土師二 (1997a) 旅行目的地の魅力に関する研究: 「旅行者行動の心理学」に向けて(3). 関西大学社会学部紀要, 28(3). 41-73
- 佐々木土師二 (1997b) 旅行者行動への類型論的アプローチ: 「旅行者行動の心理学」に向けて(4). 関西大学社会学部紀要, 29(2). 23-65
- 佐々木土師二 (1998a) 旅行目的地の選択過程に関する研究: 「旅行者行動の心理学」に向けて(5). 関西大学社会学部紀要, 29(3). 1-28
- 佐々木土師二 (1998b) 旅行目的地における活動・経験の分析: 「旅行者行動の心理学」に向けて(6). 関西大学社会学部紀要, 30(2). 23-55
- van Raaij, W. F. (1986) Consumer research on tourism: Mental and behavioral constructs. *Annals of Tourism Research*, 13. 1-9.
- Woodside, A. G. & Jacobs, L. W. (1985) Step two in benefit segmentation: Learning the benefits realized by major travel markets. *Journal of Travel Research*, Summer. 7-13.
- Young, R. A. & Crandall, R. (1984) Wilderness use and self-actualization. *Journal of Leisure Research*, 2nd quarter. 149-160.

——1999. 6. 1受稿——