

研究成果報告書

- ・機関及び学部、学科等名：富山福祉短期大学 国際観光学科
- ・所属ゼミ：国際観光学科
- ・指導教員：米田晶
- ・代表学生：宇波優梨恵
- ・参加学生：岩坂愛心、内生蔵美咲、宇波優梨恵、大野純、清水麻緒里、高澤明佳、高田愛里、高野和、長瀬智香、長森風沙、広岡綾、松村このは、村田のんの、村山春香、山根千弥

【研究題目】 富山県の観光地を訪れる観光客の価値構造の推定と検証

1. 課題解決策の要約

本研究では、立山黒部アルペンルートの中間地点である室堂で半日かけてフィールドワークを行った。午前8時に地鉄富山駅に集合し、約3時間かけて室堂ターミナルに到着した。昼食後、90分間で参与観察を行い、10分休憩後、90分間でアンケート調査を実施した。調査は5グループに分かれて実施した。

まず、観光客がどのような目的で室堂を訪れたのかを確認するため、項目を決めて参与観察を行った。観察した項目は、来訪者の性別、一行の人数、グループのタイプ（例：一人、友人同士、カップル、家族、親戚、学校行事など）、年齢、服装、持ち物、行動、感情（表情、聞こえてくる会話などから推測）、認知（感情や行動、聞こえてくる会話などから推測）、その他気づいた点の10項目である。観光客が観察されていることに気付いて気分を害さないように、スマートフォンのメモ機能を使って記録するなど配慮した。観察結果は、フィールドノートとしてまとめた。

午後からの半日で観光客に来訪目的を尋ねるアンケート調査を実施した。調査項目は、「来訪回数」、「来訪目的」、「来訪時の期待」、「室堂の良い点」、「来訪理由」、「現在の感情」、「実現できたこと」、「実現できたことの重要性」、「室堂の場所性」および回答者の属性（年齢、性別、同行者数、居住地）であった。アンケート調査は、参与観察で推測できた内容を補完することを目的に実施した。アンケート調査は新型コロナウイルス感染防止の観点からオンライン調査とし、Google フォームであらかじめ作成しておき、URLをQRコード化したものを印刷したものをスマートフォンで読み取り、Google フォームを開く形式で行った。

フィールドワーク終了後、フィールドノートの内容をもとに、その結果をもとにラダリング法を用いて価値構造を推定した。具体的には、フィールドノートの内容を「製品属性」、「機能価値」、「情緒価値」そして「価値観」の4階層の価値構造を推定した。

推定した価値構造を検証するため、Web アンケートを設計し、実施し、仮説の検証を行った。

2. 調査研究の目的

本研究の背景にあるのは、富山県には数多くの観光地があるが、それぞれの観光地には差があるようである。例えば、県内の観光地ランキングを見ると、立山黒部アルペンルート（雪の大谷）、黒部ダム、富岩運河環水公園、富山市ガラス美術館、雨晴海岸、黒部峡谷鉄道、相倉合掌造り集落、海王丸パークの順で紹介されている（みんなのランキング参照）。この観光地ランキングの違いはどこからくるのか、また来訪者は立山黒部アルペンルートの雪の大谷に何を期待しているのだろうか。

本研究では、立山黒部アルペンルートには、なぜ国内外から数多くの観光客が訪れるのか、また、彼らはどんな目的で、どんな価値をもとめて立山を訪れるのかを明らかにすることを目的とした。

3. 調査研究の内容

本研究では、立山（室堂）に訪れる観光客の目的を知り、観光客が考える立山（室堂）の価値構造を推定し、検証するため、次のプロセスで研究を行った。

- ① 立山（室堂）の雪の大谷に行き参与観察およびアンケート調査を行った。
- ② 調査結果から、ラダリング法を用いて立山（室堂）の価値構造を推定した。
- ③ 価値構造を検証するために、アンケート調査を設計し、実施した。

3-1. 立山（室堂）の雪の大谷で行った参与観察およびアンケート調査

立山黒部アルペンルートの中間地点である室堂で、午前11時30分から約半日をかけてフィールドワークを行った。立山黒部アルペンルートの室堂ターミナル付近の見どころは下図の通りである。

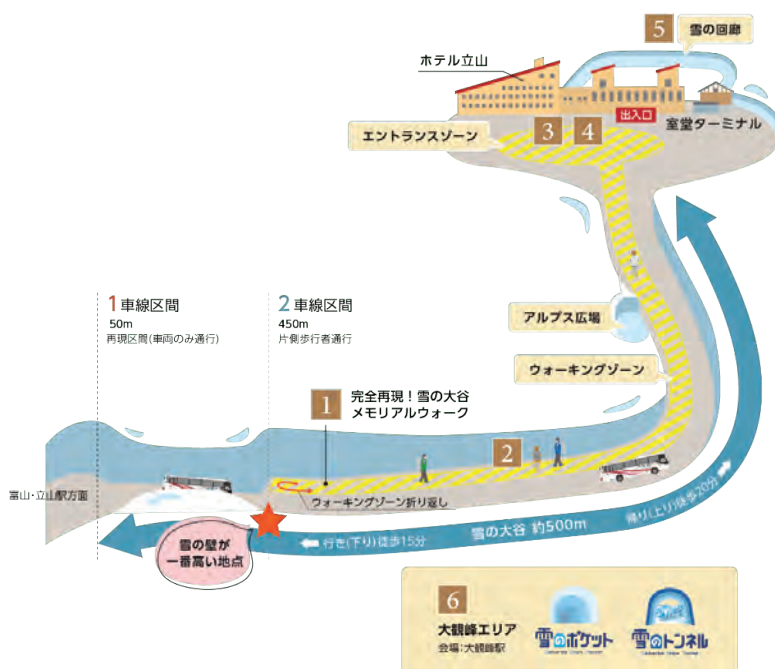


図1 室堂ターミナルイベント会場（出典：2021年立山黒部ガイド）

室堂ターミナルのエントランス方向に出ると、歩行者用のウォーキングゾーンが設けられており、積雪していたところを掘りこんだ「雪の大谷」が出現する。今年は、立山黒部アルペンルートの全線開業から50周年を記念し、50年前と同じ1車線での雪の大谷となっていた。

調査に先立って、立山黒部貫光株式会社に調査を実施する旨お伝えし、ご了承いただいていたが、来場者の邪魔にならないようターミナル内での調査は自粛した。また、立ち止まっても不自然ではない「雪の大谷メモリアルウォーク」エリア、およびみく

りが池方面に設けられた「雪の回廊」エリアを中心に各グループに分かれて 90 分間調査を実施した。各グループ 20~30 グループについての観察記録を取っていた。

10 分間の休憩の後、QR コード化したオンライン調査 URL を読み取ってもらうアンケート調査を実施した。当日は、霧も濃く、曇っていて、気温は 5 度前後と、あまりよくないコンディションでもあり、得られた回答数は 42 件であった。

3-2. 調査結果から立山（室堂）の価値構造を推定

フィールドワークの参与観察で得られた観察記録を中間テキスト（フィールドノート）としてまとめた。中間テキストとアンケート調査の結果から、ラダリング法を用いて立山（室堂）の価値構造を推定した。具体的には、「製品属性」、「機能価値」、「情緒価値」そして「価値観」の 4 階層の価値構造を推定した。

ラダリングの 4 階層は、KJ 法から推定する方法とデプスイントerviewの手法から推定する方法がある。KJ 法から推定する方法を試したものの、なかなかうまくグループ分けができなかった。そこで、デプスイントerviewの手法を試してみたところ、4 つの階層に分けることができた。

3-3. アンケート調査を実施し、価値構造を検証

アンケート調査の設計も学生たちが行った。

このチームは、「雷鳥を直接見ることが、立山（室堂）を訪れる観光客の潜在的価値であり、富山に対する愛着につながる」という仮説を立て、アンケート調査を実施した。主なアンケート項目は、「雷鳥は見られたか」、「雷鳥を見たときの感想」、「動物園の雷鳥との違いとその理由」、「雷鳥を確実に見るためにいくら払えるか」、「立山・室堂を誇りに思うか」、「立山はどんな場所か」、「推奨意向」、「来訪回数」、「再訪意向」、回答者属性（年齢、居住地、同行者、情報源、性別）であった。

アンケート調査の目標回答数が 200 であることは伝えていたが、このチームのアンケート調査で得られた回答数は 34 であった。得られた回答のうち、定量データに関しては、t 検定、カイ二乗検定、一元配置分散分析などの仮説検定を実施して分析を試みた。定性データに関しては、KH コーダーを用いたテキストマイニングの手法を用いて分析を試みた。

4. 調査研究の成果

本研究では、観光地がもつ価値構造を推定し、検証することを目的として研究を進めてきた。

室堂ターミナルで実施したフィールドワーク（参与観察）の結果をまとめた中間テキストの一例を表 1 に示す。このチームは 18 のグループについて記録を残していた。

表 1 中間テキストの一例（高野・村田・長森作成）

No.	月日	時間	性別	人数	タイプ	年齢	服装	持ち物	行動	感情（表情から推測）	認知（行動・感情から推測）
1	5月29日	11:36	女性	1人	外国人	30代	登山っぽい服装、カラフル	縦長の大きい登山用リュック	無表情でひたすら歩いていた。室堂ターミナルに戻っていた。	表情に変化がなく、ただ通っているだけ。	服装から、登山慣れしているような雰囲気。
2		11:38	男性	1人		4~50代	登山っぽい服装、大きいリュック、登山靴	発泡スチロールの箱、自撮り棒	雪の大谷で携帯電話で通話しながら笑っていた。景色や雪などをあまり見ていなかった。	笑っていて楽しそうだったが、周りをあまり見ておらず、通話相手との会話を楽しんでいた？	登山が目的のため、雪の大谷にはあまり興味がない？
3		11:40	女性	2人	友達	2~30代	普段着に近い服装	小さめのリュック	雪の大谷、2人で話しながら降りていった。5分後戻ってきた（登って行った）。	楽しそうに話していた。	仲を深めるため。

中間テキストから、デプスインタビューの手法を使って、ラダリング構造を推定した。図2に推定したラダリング構造の一例を示す。

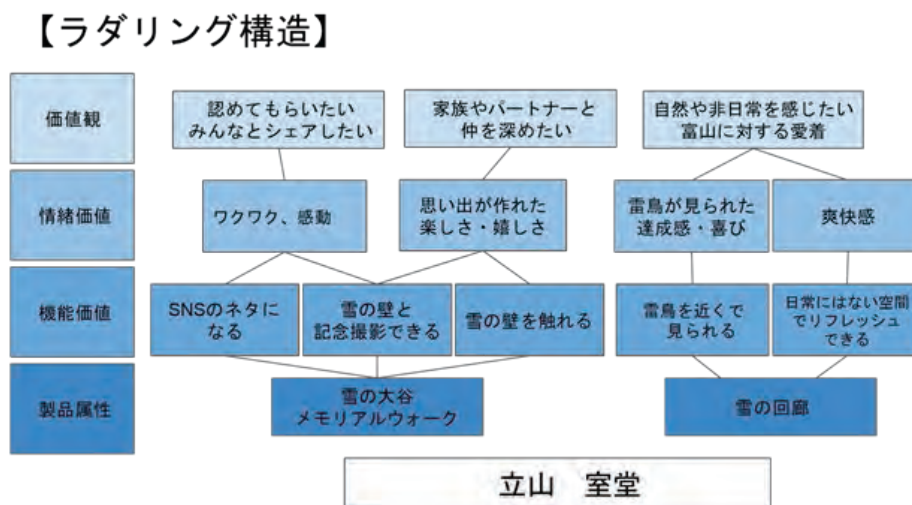


図2 ラダリング構造（高野・村田・長森作成）

このチームは、ラダリング構造のなかでも、特に「立山で雷鳥を直接見ることが、立山（室堂）を訪れる観光客の潜在的価値であり、富山に対する愛着につながる」という仮説を立ててアンケート調査を実施した。

アンケートの回答数は34と、残念ながら十分といえる回答数を集められなかったが、得られた回答で仮説検証を試みた。

- ・ 「ツアーへの支払い意向金額」について、雷鳥が見られた人と見られなかった人の回答に差はないとする帰無仮説 (H_0) と回答に差があるとする対立仮説 (H_1) を設定し、カイ二乗検定を行った。検定の結果、P値92.2%で帰無仮説 (H_0) は棄却されず、「雷鳥を直接見る」ことは「ツアーへの支払い意向金額」に影響を及ぼさないことが分かった。
- ・ 「推奨意向」についても同様に、雷鳥が見られた人と見られなかった人の回答に差はないとする帰無仮説 (H_0) と回答に差があるとする対立仮説 (H_1) を設定し、カイ二乗検定を行った。検定の結果、P値1.83%で帰無仮説 (H_0) は棄却され、「雷鳥を直接見る」ことは「推奨意向」に影響を及ぼすことが分かった。

5. 調査研究に基づく提言

本研究では、立山黒部アルペンルート の価値構造を推定し、検証することを目的に検討を進めてきた。今回の研究では、ラダリング構造のすべてを検証することはできなかったが、「雷鳥を直接見る」ことが「推奨意向」に影響を及ぼすことを明らかにすることができた。

一般的な顧客満足モデル（図3）から、推奨意向は顧客満足とロイヤルティの媒介変数として考えられている。「雷鳥を直接見る」ことが「推奨意向」に影響を及ぼすのであれば、「雷鳥を直接見る」ことは「顧客満足」や「ロイヤルティ」への影響もあるのではないかと推測される。

立山黒部アルペンルート の雪の大谷のシーズンには、室堂で「雷鳥を直接見ることができる」ことを魅力の一つとして示していくことが望まれる。

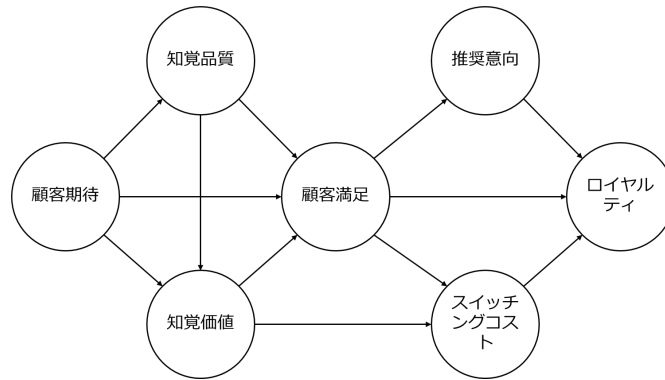


図3 顧客満足モデル (小野 2016)

6. 課題解決策の自己評価

本研究では、観光客にとっての立山黒部アルペンルートの価値を明らかにすることを目的として研究を進めてきた。立山黒部アルペンルートの雪の大谷は、県外および海外の観光客にとっては世界で類を見ない高い雪の回廊をもつキラコンテツと見られているが、富山県民はあまり行かない場所であると聞いたことがあった。本研究を通じて、将来の観光人材である学生の大半が初めて雪の大谷を訪れ、来訪する人々の行動や感情に触れることで、地域の魅力を発見できた点から成果があったと考える。

フィールドワークの結果からラダリング法を用いた価値構造の推定、アンケート調査の設計と実施など、一連の社会調査への取り組みは難易度が高かったが、本研究を足掛かりに、次年度以降も学生による研究を続けていきたい。