

離島地域の価値形成要因に関する分析

－長崎県新上五島町を対象として－

奥山忠裕¹
石原駿²

離島地域の観光客数の減少は離島地域における深刻な社会問題の一つと考えられる。この問題の背景の一つに観光地の価値の変化があり、本研究では、長崎県の新上五島町に対する観光活動のデータから観光地の価値形成について実証することを目的としている。調査項目は、満足度を観光地の価値の総体を表すものとし、観光資源等の価値の形成要因が観光地の価値に与える影響の分析、さらに、形成要因に影響を与える要素の分析が行われた。結果として、価値の形成要因は観光地の価値に正の影響を与えること、要素として観光目的／行動と整合性のある観光地づくりが重要となることが示唆された。

Key Words: islands, tourism activities, travelers' satisfactions,
value formulation

1. はじめに

離島地域は、その限定された地理的な特性のため、産業の育成が難しい地域の一つである。そのため、観光産業は、離島地域の経済を支える重要な基盤の一つである。しかしながら、都心部から遠い離島地域では、観光客数の減少が深刻な社会問題の一つとなっている。

¹ 博士（経済学）長崎県立大学経済学部地域政策学科（〒858-8580佐世保市川下町123）
E-mail: okuyama@sun.ac.jp

² 修士課程 長崎県立大学大学院経済学研究科（〒858-8580佐世保市川下町123）
E-mail: ml114001@sun.ac.jp

離島統計から2003年から2009年までの九州各県の離島観光客数の推移を図-1に示す。福岡県、佐賀県、熊本県、宮崎県の各県では年間の観光客数が20万人以下となっており、そもそもの絶対数が少ないことが課題である。九州の離島地域で観光客数の多い県は、長崎県と鹿児島県である。しかしながら、長崎県では、2003年に約171万であった観光客数が、2009年には約123万人となっており、約48万人も減少している。

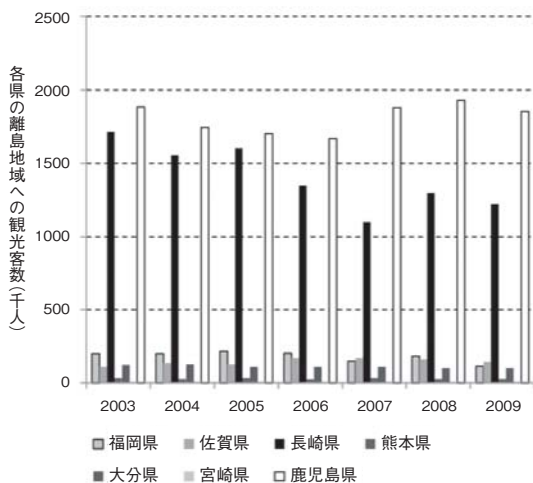


図-1 九州地域の離島の観光客数

この観光客の減少は、都心部から遠いという離島の地理的特性のみから発生しているのであろうか？鹿児島県の離島地域の観光客数をみると、2003年から2009年までの間に、毎年、約180万人の観光客が訪問している。このことから、長崎県における離島地域の観光客数の減少は、必ずしも地理的特性が原因ではない可能性がある。

離島地域の観光客が減少する原因の一つとして、観光客から見た観光地の“価値”の水準が変化した可能性が考えられる。たとえば、鹿児島県には、屋久島という世界遺産にも登録されている“普遍的な価値”を持つ観光資源がある。そのため、不況等の影響があったとしても、一定の観光客

数の水準を維持できる。他方、長崎県の離島地域の観光資源の価値は、現状では、屋久島のような普遍的な価値を持つまでの水準には至っておらず、観光地間の競争や経済等の外部環境の影響を受けやすい可能性がある。

このような現状から、本研究の目的は、離島地域における観光資源の価値の形成要因に関する分析を行い、離島地域の観光資源の価値形成に関する課題を検証することである。

観光地の価値の形成過程に関連した既存研究として、ある観光地に対する消費者の印象 (Image) に関する分析を行った Jenkins (1999)¹⁾, Baloglu and McCleary (1999)²⁾, Gallarza et al. (2002)³⁾, Echtner and Ritchie (2003)⁴⁾, Yang et al. (2012)⁵⁾などの研究がある。これらの研究の中では、ある観光地に対する消費者の印象は、観光客の訪問などの需要サイドおよび企業・観光地側の供給サイドから形成されるとしている。本研究の対象は、需要サイドの要因に関する分析である。

観光に関する需要サイドの実証分析は、Siderelis and Moore (1995)⁶⁾, Liston-Heyes and Heyes (1999)⁷⁾, Chakraborty and Keith (2000)⁸⁾, Shrestha et al. (2002)⁹⁾, von Haefen and Phaneuf (2003)¹⁰⁾, Moeltner (2003)¹¹⁾, Hellström (2006)¹²⁾, Shrestha et al. (2007)¹³⁾などで行われている需要分析が多い。観光地の価値 = 需要量 (訪問回数) と考えたならば、需要に影響する分析を行うことは、観光地の価値を高める要因を探る分析と同様の意味を持つ。他方、需要量は、市場価値を表すため、市場価値に顕示的に表れない観光地の価値の程度を検証することは困難である。たとえば、海外旅行などでは1回しかその観光地を訪問しなくとも、高い価値があると評価する消費者は多く存在する。そのため、単なる需要分析では、観光地の価値の形成要因を分析することは困難である。

そのため、本研究では、消費者の満足度を用いた観光地の価値形成の分析を行う。国外の研究では、Chadee and Mattsson (1996)¹⁴⁾, Devesa et al. (2010)¹⁵⁾などが満足度と観光行動との関連性を分析している。国内では、室谷 (1998)¹⁶⁾, 牧野ほか (2001)¹⁷⁾, 鎌田・山内 (2006)¹⁸⁾, 観光

序 (2011)¹⁹⁾ および中島ほか (2013)²⁰⁾ が、観光地の魅力 (満足度) の形成要因について分析を行っている。これらの研究は、離島などの遠隔地を対象としたものではなく、本研究にて行う次第である。

本研究の構成は次のとおりである。まず、2. において推計モデルの解説を行う。次に、3. において、調査項目と単純集計結果を解説する。次に、4. において、推計結果とその考察を行う。最後に、5. において、本研究の一連の知見をまとめる。

2. 分析過程と価値形成の質問項目

2.1 分析過程の解説

観光地の価値形成の分析を行うために、本調査では、観光地の価値の構造を図-2のように設計した。まず、観光地の全体的な価値は、観光活動を通じた「満足度」で表現されるとした。次に、満足度への影響の分析は、その満足度に直接影響を与える直接効果および形成要因を通じて影響を与える間接効果の検証を通じて行うこととした。図-2における太字の矢印は、満足度への直接効果を想定した変数群である。

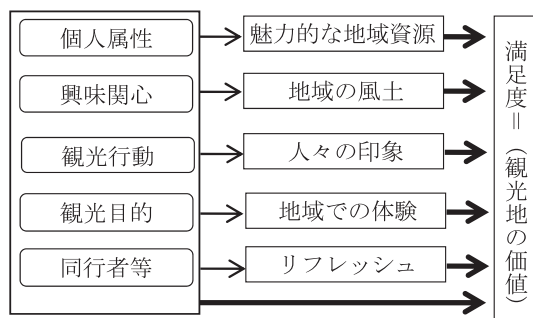


図-2 質問項目と分析過程

満足度に直接影響を与える変数の一群は、価値の形成要因である。本研究における価値の形成要因は、中島ほか (2013) を参考に「魅力的な地域

資源]、「地域の風土]、「人々の印象]「地域での体験]、「リフレッシュ]」を仮定した。次の一群は、「個人属性]、「(観光への)興味関心]、「(新上五島町を訪問した際の)観光行動]、「観光目的]「同行者等」の変数群である。これらの詳細については後述する。

次に、間接効果は、**図-2**の細字の矢印であり、5項目の形成要因に影響する要素(「個人属性]、「興味関心]、「観光行動]、「観光目的]「同行者等」)の分析を通して行われる。

本研究では、①満足度に直接影響する変数の検証、②5つの形成要因に影響することで間接的に満足度を高めうる変数の検証、を通じて価値形成過程の全体像に関する実証分析結果をまとめる。

2.2 満足度と形成要因に関する調査項目の解説

2.2.1 満足度に関する質問

本節では、前節で解説した満足度と形成要因に関する質問の設計について述べる。なお、個人属性等の要素に関する項目は、**3**の単純集計結果において解説する。

一般的な満足度調査は、5段階～10段階の満足度の水準が提示され、その中から1つを回答者が選択するという形式で行われる。この1段階多肢選択方式で行う場合、ある1つの選択肢に回答が偏る(たとえば、5段階評価で4に回答が集中するなど)といった結果が生じるため、他の変数との推計が困難になる場合がある。この問題を回避するため、本研究では、満足度および形成要因の質問では2段階3肢選択方式を採用することとした。

2段階3肢選択方式のプロセスを**図-3**に示す。まず、第1段階では、訪問の満足度について、「1. 満足だった]、「2. どちらともいえない]、「3. 不満足だった」のいずれかから回答を行ってもらう。その回答で、1もしくは3を回答したものは、次の第2段階で、**図-3**中のAもしくはBの質問を行い、(不)満足の程度を詳しく回答してもらおうという手順で

ある。推計では、「2. どちらともいえない」を4点とし、第2段階のAの回答結果に対して5～7点、Bの回答結果に対して1～3点を割り振った値を用いている。図-3中の括弧内に、選択肢に対する配点の値を示す。

2.2.2 形成要因に関する質問項目

満足度と同様に、形成要因に関する質問も2段階3肢選択方式で行った。質問内容と選択肢を表-1に示す。基本的な流れとして、各要因が満足度を高める要因としてあてはまるかを質問し、肯定的／否定的な回答に対して、その程度を質問している。注意点として、順序効果への対応があげられる。同様の質問を多く行った場合、最初の質問への回答は正確に行われるものの、後の質問への回答がよい加減になることがある。この順序効果の影響を緩和するため、本調査では、5項目の回答順序がランダムになるように調査票の設計を行った。

3. 調査概要と単純集計結果

3.1 調査概要

本調査は、2014年3月17日～24日の間、インターネット調査会社を通じて行われた。調査は、2段階で行われている。第1段階では、調査会社に登録している個々人（以下、モニターと称す）に対してメールが送付され、過去5年の間に新上五島町を訪問した経験があるか否かを質問した。その質問に対し、yesと回答したモニターに本調査（第2段階）への回答を行ってもらっている。結果として、744サンプルの回答を得ることができた。

3.2 個人属性等の単純集計結果

本節では、価値形成要因に影響を与える要素項目に関する項目と集計結果について述べる。まず、個人属性の一覧とその解説を表-2に示す。個人属性として、まず、「性別」、「年齢」、「所得」、「同居者数」の項目があ

表－2 個人属性に関する集計結果

項目	解説	平均値	標準偏差
性別	男性：1，女性：0	0.69624	0.46019
年齢	実年齢（歳）	44.50000	12.02689
所得	税込の世帯収入（10万円）	71.86828	37.93639
同居者数	世帯の人数（人）	2.85618	1.27171
居住地	居住地が福岡・佐賀・長崎：1，その他：0	0.36156	0.48078
大学	最終学歴が大学：1，その他：0	0.53226	0.49929
旅行業	旅行・宿泊業の従事者：1，その他：0	0.00269	0.05181
主婦／主夫	主婦／主夫：1，その他：0	0.09005	0.28645
学生	学生：1，その他：0	0.00403	0.06341
無職	無職：1，その他：0	0.05108	0.22030

表－3 興味・関心に関する集計結果

項目	解説	平均値	標準偏差
観光への興味	観光に興味関心があるに“はい”が：1，その他：0	0.93280	0.25054
観光への意欲	最低一回は観光に行くかに“はい”が：1，その他：0	0.87769	0.32787
国内観光への興味	海外よりも国内に興味があるかに“はい”が：1，その他：0	0.70968	0.45422
遠距離観光への興味	遠くの場所に行きたいかに“はい”が：1，その他：0	0.65323	0.47626
未経験地への興味	いったことのない場所に行きたいかに“はい”が：1，その他：0	0.82930	0.37650

る。次に、近隣の県の居住者は観光地の価値に影響する可能性があるため、福岡県、佐賀県、長崎県の居住者を「居住地」として取り上げた。次に、学歴として、最も回答の多かった「大学」を考慮した。次に、職業として、観光に関連のある旅行・宿泊業への従事者を「旅行業」、時間の使い方が

表－4 観光行動に関する集計結果

項目	解説	平均値	標準偏差
訪問回数	過去5年以内の訪問回数 (回)	3.07258	4.55179
宿泊日数	過去5年以内の平均宿泊日数 (日)	1.99866	1.63121
費用	平均的な交通費+宿泊費用の 合計(千円)	29.30067	47.27824
名勝	名勝について訪問した場所の 数	1.71774	2.18976
教会	教会について訪問した場所の 数	1.23387	3.40677
海水浴場・ キャンプ場	海水浴場・キャンプ場につい て訪問した場所の数	0.43952	0.78451
施設・ 体験場	施設・体験場について訪問し た場所の数	1.10887	1.34404
航空機	航空機を利用した：1， その他：0	0.30645	0.46133
新幹線	新幹線を利用した：1， その他：0	0.14785	0.35519
在来線	在来線を利用した：1， その他：0	0.05914	0.23604
自動車	自動車を利用した：1， その他：0	0.24194	0.42854
観光バス	観光バスを利用した：1， その他：0	0.04704	0.21187

就業者と異なる可能性があるため、「主夫／主婦」，「学生」，「無職」を要素として考慮することとした。

次に、興味関心の項目の一覧とその解説を表－3に示す。観光への興味・関心には様々な質問が考えられるが、本研究では、観光自体に興味があるか否かを示す「観光への興味」、年に1回は観光に行っているかを基準とした「観光への意欲」、本調査が基本的に国内観光を想定していることから「国内観光への興味」、また、離島という遠隔地であることから「遠距離観光への興味」、同様の項目として「未経験地への興味」をあげた。

表－5 観光目的・同行者に関する集計結果

項目	解説	平均値	標準偏差
歴史遺産	観光の目的が教会巡礼・歴史遺産：1，その他：0	0.08468	0.27859
レジャー	同レジャー（海水浴、釣り等）：1，その他：0	0.25941	0.43861
地域文化	同イベント・祭り・地域文化の見学：1，その他：0	0.10215	0.30305
リラックス	同食事・温泉・リラックス：1，その他：0	0.08468	0.27859
自然景勝地	同自然景勝地の訪問：1，その他：0	0.13844	0.34559
1人	同行者について，無：1，その他：0	0.11290	0.31669
配偶者・恋人	同配偶者・恋人：1，その他：0	0.15054	0.35784
家族（有）	同家族（未成年含む）：1，その他：0	0.08468	0.27859
家族（無）	同家族（未成年無し）：1，その他：0	0.03629	0.18714
友人	同友人：1，その他：0	0.07796	0.26828
職場の同僚	同職場の同僚：1，その他：0	0.04973	0.21754

次に、観光行動の項目の一覧とその解説を表－4に示す。まず、需要分析にある一般的な項目として、過去5年以内の「訪問回数」、その際の平均的な「宿泊日数」、その際の平均的な費用（交通費と宿泊費の合計）である。次に、地域内の観光地の訪問か所数が価値の形成要因に影響すると考え、付録にある地名で訪問した場所を回答してもらい、その集計結果を利用することとした。訪問場所は、「名勝」、「教会」、「海水浴場・キャンプ場」、「施設・体験場」に分けて集計を行った。最後に、遠隔地にあることから渋滞等の影響、つまり利用交通機関の影響があると考え、「航空機」、「新幹線」、「在来線」、「自動車」、「観光バス」の利用の有無を観光行動と

して取り上げた。

最後に、観光目的および同行者の項目の一覧とその解説を表-5に示す。過去5年以内の主な観光目的が、教会巡礼・歴史遺産であることを意味する「歴史遺産」、同様に、海水浴・釣りなどのレジャー関連であることを意味する「レジャー」、イベント・祭り・地域文化などを見に行くことを意味する「地域文化」、食事・温泉などリラクゼーションが目的であることを意味する「リラックス」、自然景勝地の訪問が目的であることを意味する「自然景勝地」である。

同行者について、訪問した際の主な同行者がいなかったことを意味する「1人で」、配偶者もしくは恋人と一緒に行くことが多かったことを意味する「配偶者・恋人」、未成年を伴う家族旅行で行くことが多かったことを意味する「家族（有）」、未成年を伴わなかった家族旅行で行くことが多かったことを意味する「家族（無）」、友人と行くことが多かったことを意味する「友人」、職場の同僚と行くことが多かったことを意味する「職場の同僚」をあげている。

3.3 満足度および形成要因に関する集計結果

2. で述べた2段階3肢選択方式に基づく満足度および形成要因の集計結果を表-6に示す。まず、満足度の平均値は約5.8点となった。次に、形成要因の中で最も点数の高いものはリフレッシュの約5.6点、次いで、

表-6 満足度および形成要因の集計結果

項目	平均値	標準偏差
満足度	5.84677	1.32708
魅力的な地域資源	5.10484	1.52495
地域の風土	5.26882	1.45374
人々の印象	5.27554	1.45942
地域での体験	5.09812	1.50809
リフレッシュ	5.64113	1.39658

地域の風土と人々の印象が約5.3点となっている。

ここで、この満足度および形成要因に関する質問を行う前に、本研究で提示した形成要因が観光地の形成に重要か否かを質問した。質問文は『訪問客にとって、ある観光地が魅力的にうつる要因として下記のものを考えます。これらの要因について、あなたが重要と考える順番をお答えください。なお、重要な要因ではないと考えるものについては、「重要な要因ではない」に回答してください。』である。選択肢は、まず、1番目に重要～5番目に重要があり、集計のため順に5点～1点の点数を割りつけた。また、「C：重要な要因ではない」と回答した場合は0点にすることとした。

その集計結果を表-7に示す。まず、重要ではないという回答は、すべての項目において約10%程度となり、多くの回答者はこれらの項目が（序列はあるにせよ）重要であると考えていることがわかった。次に、表-8の結果から、最も重要と考えられている項目は「魅力的な地域資源」であり、次いで、「地域の風土」、「リフレッシュ」となっている。表-6の結果と表-7の結果を比較すると、「魅力的な地域資源」に課題があるものの、「地域の風土」および「リフレッシュ」が双方ともにあげられており、これらの点が新上五島町の観光地としての魅力となっていると考えられる。

表-7 形成要因の重要度

項目	Cの回答率	平均値	標準偏差
魅力的な地域資源	9.81183%	3.40591	1.76607
地域の風土	9.27419%	2.92204	1.50793
人々の印象	10.34946%	2.54839	1.44726
地域での体験	9.94624%	2.54570	1.48589
リフレッシュ	8.06452%	2.85618	1.73772

4. 推計

4.1 直接効果の検証

まず、本研究の満足度に直接影響する変数の分析を行う。推計には、統計ソフト R ver3.0.2を用いた。満足度の変数の値が整数値のみとなっているため、Hellström (2006)⁷⁾などで用いられている負の二項回帰分析を

表－8 満足度と形成要因

変数	推定値
定数項	1.02457 ^a (0.04679)
<i>形成要因</i>	
魅力的な地域資源	0.01312 ^b (0.00649)
地域の風土	0.03266 ^a (0.00698)
人々の印象	0.01916 ^a (0.00653)
地域での体験	0.01084 ^c (0.00653)
リフレッシュ	0.05077 ^a (0.00653)
<i>要素</i>	
性別	-0.01952 ^d (0.01578)
居住地	0.02950 ^c (0.01599)
観光への興味	0.00490 ^d (0.03051)
遠距離観光への興味	0.01909 ^d (0.01628)
未経験地への興味	-0.02605 ^d (0.01987)
訪問回数	-0.00356 ^b (0.00162)
宿泊日数	0.01117 ^b (0.00454)
航空機	0.00594 ^d (0.01595)
歴史遺産	0.04546 ^d (0.02872)
レジャー	0.04114 ^b (0.01958)
地域文化	0.06885 ^a (0.02586)
リラックス	0.05847 ^b (0.02880)
自然景勝地	0.07533 ^a (0.02410)
配偶者・恋人	0.02779 ^d (0.02095)
Max.LL	-2110.07738
AIC	4260.15476
BIC	4352.39558

推計モデルで用いることとした。推計は、2つの段階で行った。第1段階では、5つの形成要因および表-3～表-6の項目ごとに推計を行った。次に、第2段階では、第1段階の結果の中で、p-値の値が5%未満となった変数のみを用いて推計を行った。

第2段階の結果を表-8に示す。表中の括弧内は標準誤差、スーパースクリプトは、a：p-値が1%未満、b：5%未満、c：10%未満、d：10%以上となっていることを意味している。Max. LLは最大対数尤度である。以降の表においてもこの表記に倣う。

p-値が5%未満の変数について統計的に有意な結果を持つと考え、推計結果について述べる。まず、形成要因として仮定した項目の中では、魅力的な地域資源、地域の風土、人々の印象、リフレッシュが価値の形成に正の影響を与える要因と考えられる。このことから、本研究で用いた2段階3肢選択法は、観光地の満足度の分析を行うための有効な手法の一つである可能性が高いことが確認された。

次に、係数の値をみると、「リフレッシュ」の値が最も高く、次いで、「地域の風土」、「人々の印象」となっていることから、単純集計の結果と整合性があることが確認される。

次に、要素の結果をみると、満足度に正の影響を及ぼす要因として、宿泊日数、レジャー、地域文化、リラックス、自然景勝地があげられる。他方、負の影響を与える変数は、訪問回数である。この理由として、訪問回数が多いほど、観光地の観光資源に慣れが生じるため、訪問回数の多い回答者ほど満足度が低くなるということが考えられる。

本節の分析の結果、形成要因以外で満足度に直接正の影響を及ぼす要素は、宿泊日数、歴史資産、レジャー、地域文化、リラックス、自然景勝地となった。そのため、次節において、形成要因に影響を与え、結果として、間接的に満足度に影響する要素について検証を行う。

4.2 間接効果の検証

本節では、間接効果の検証を行う。推計過程は直接効果の場合と同じである。第2段階の結果を表-9に示す。

推計結果から、 p -値が5%未満となった変数について述べる。まず、魅力的な地域資源に影響する要素として、正の影響を与える変数は、興味関心から観光への興味および遠距離観光への興味、観光行動から名勝および施設・体験場、観光目的から歴史遺産および地域文化となった。他方、負の影響を与える変数として、居住地となった。これは、居住地が近い回答者は、行く機会も多く、対象地域の観光資源に対し、慣れがあるため、資源の価値を低く見積もっている可能性が示唆される。

次に、地域の風土に影響する要素として、正の影響を与える変数は、興味関心から観光への興味、国内観光への興味および遠距離観光への興味、観光行動から観光バス、観光目的から歴史遺産、レジャー、地域文化、同行者から配偶者・恋人となった。負の影響を与える変数は観察されなかった。

次に、人々の印象に影響する要素として、正の影響を与える変数は、興味関心から観光への意欲、観光行動から宿泊日数、施設・体験場および航空機となった。負の影響を与える変数は性別である。

次に、地域での体験に影響する要素として、正の影響を与える変数は、興味関心から観光への興味、観光行動から名勝、海水浴場・キャンプ場および施設・体験場、観光目的から歴史遺産、レジャー、地域文化、リラックスおよび自然景勝地、同行者から配偶者・恋人となった。負の影響を与える要因として、観光行動から教会があげられた。

最後に、リフレッシュに影響する要素として、正の影響を与える変数は、興味関心から国内観光への興味および遠距離観光への興味、観光行動から名勝、教会および施設・体験場、観光目的から歴史遺産、レジャー、地域文化、リラックスおよび自然景勝地となった。負の影響を与える要因は学生のみである。

表一 9 間接効果の検証

変数	従属変数				
	魅力的な地域資源	地域の風土	人々の印象	地域での体験	リフレッシュ
定数項	1. 32674 ^a (0. 04979)	1. 40468 ^b (0. 04254)	1. 46123 ^a (0. 03988)	1. 31519 ^a (0. 04511)	1. 53388 ^a (0. 02752)
性別	-0. 03852 ^c (0. 02306)		-0. 04406 ^b (0. 02151)		
居住地	-0. 05825 ^b (0. 02302)	-0. 03545 ^c (0. 02133)	-0. 01124 ^d (0. 02246)	-0. 02013 ^d (0. 02277)	-0. 01750 ^d (0. 01950)
大学	0. 03495 ^c (0. 02103)				
学生					-0. 35392 ^b (0. 14075)
観光への興味	0. 18161 ^a (0. 04410)	0. 15711 ^a (0. 04230)		0. 14644 ^a (0. 04385)	
観光への意欲			0. 13169 ^a (0. 03135)		
国内観光への興味		0. 04738 ^b (0. 02210)			0. 05492 ^a (0. 01915)
遠距離観光への興味	0. 06995 ^a (0. 02298)	0. 04605 ^b (0. 02177)	0. 04069 ^a (0. 02179)	0. 04296 ^a (0. 02302)	0. 04148 ^b (0. 01881)
訪問回数					-0. 00254 ^d (0. 00202)
宿泊日数			0. 01775 ^c (0. 00612)		
名勝	0. 01321 ^b (0. 00547)			0. 01242 ^b (0. 00580)	0. 01785 ^c (0. 00491)
教会				-0. 01331 ^a (0. 00350)	-0. 00801 ^a (0. 00292)
海水浴場・キャンプ場				0. 02925 ^b (0. 01448)	
施設・体験場	0. 02823 ^a (0. 00851)		0. 02517 ^a (0. 00736)	0. 03715 ^a (0. 00886)	0. 01889 ^a (0. 00726)
航空機			0. 06109 ^a (0. 02296)		0. 01299 ^a (0. 01945)
新幹線			0. 01400 ^d (0. 02963)		
観光バス	0. 09214 ^c (0. 04866)	0. 11659 ^b (0. 04589)			
歴史遺産	0. 15194 ^a (0. 04077)	0. 09679 ^a (0. 03713)		0. 18818 ^a (0. 04219)	0. 14448 ^a (0. 03564)
レジャー	0. 04662 ^a (0. 02755)	0. 06392 ^a (0. 02449)		0. 11924 ^a (0. 02792)	0. 14681 ^a (0. 02327)
地域文化	0. 10428 ^a (0. 03752)	0. 07489 ^a (0. 03419)		0. 11716 ^a (0. 03748)	0. 07479 ^a (0. 03164)
リラックス	0. 02098 ^d (0. 04168)			0. 08574 ^a (0. 04145)	0. 13995 ^a (0. 03490)
自然景勝地	0. 05535 ^d (0. 03505)	0. 03067 ^d (0. 03087)		0. 10319 ^a (0. 03500)	0. 12886 ^a (0. 02979)
配偶者・恋人	0. 03999 ^d (0. 03025)	0. 08880 ^a (0. 02743)	0. 04105 ^d (0. 02798)	0. 06301 ^b (0. 02997)	0. 04351 ^c (0. 02545)
M ² xLL	-2020. 27690	-2044. 30695	-2045. 22942	-2019. 84824	-2089. 89735
AIC	4070. 55381	4110. 61390	4110. 45884	4067. 69647	4211. 79469
BIC	4139. 73443	4161. 34635	4156. 57925	4132. 26505	4285. 58735

全体的な傾向として、3つ以上の従属変数に影響を与えている変数を取り上げると、興味関心から遠距離観光への興味、観光行動から名勝、施設・体験場、観光目的から歴史遺産、レジャーおよび地域文化があげられる。これらの項目は、複数の形成要因に影響を与える重要な要素と考えられる。

4.3 推計結果の知見と考察

表-8および表-9からp-値の値が5%未満となった変数とその符号を表-10にまとめる。列項目は推計に用いられた独立変数、行項目は各推計に用いられた従属変数である。空欄は、p-値が5%以上もしくは推計に用いられていないことを意味する。

まず、直接効果のみを持つ形成要因から、“魅力的な地域資源”、“地域の風土”、“人々の印象”、“リフレッシュ”は、満足度に正の影響を直接与える要因となることが示唆された。次に、要素の変数群は、①間接効果および直接効果を有する要素、および、②間接効果のみを有する要素があることが確認された。①に関する代表的な要素として、3つ以上の形成要因に正の影響を与え、かつ満足度にも直接影響する観光目的の“地域文化”、“レジャー”および“リラックス”がある。次に、②に関する代表的な要素として、3つ以上の形成要因に影響する“観光への興味”、“遠距離観光への興味”、“名勝”、“施設・体験場”、“歴史遺産”がある。本研究の分析の結果、新上五島町の観光地の価値は、形成要因および①、②に代表される変数群の変化を通じて形成されることが示唆された。特に、①に属する要素は、直接効果および間接効果の双方を有することから、地域文化、レジャーおよびリラックスに関連するイベントや施設・アメニティの充実を継続していく必要があると考えられる。

次に、形成要因に正の影響を与える要素を項目別に集計すると、個人属性は0、興味・関心は11、観光行動は13、観光目的は15という結果になっている。このことから、興味関心に関する形成要因として興味・関心を十分に満たすことができたか否か、観光行動に関する形成要因として観光行

表-10 価値の形成要因および要素のまとめ

変数	直接効果	間接効果				
	満足度	魅力的な地域資源	地域の風土	人々の印象	地域での体験	リフレッシュ
魅力的な地域資源	+					
地域の風土	+					
人々の印象	+					
リフレッシュ	+					
<u>個人属性</u>						
性別				—		
居住地		—				
学生						—
<u>興味・関心</u>						
観光への興味		+	+		+	
観光への意欲				+		
国内観光への興味			+			+
遠距離観光への興味		+	+			+
<u>観光行動</u>						
訪問回数	—			+		
宿泊日数	+			+		
名勝		+			+	+
教会					—	+
海水浴場・キャンプ場					+	
施設・体験場		+		+	+	+
航空機				+		
観光バス			+			
<u>観光目的</u>						
歴史遺産		+	+		+	+
レジャー	+		+		+	+
地域文化	+	+	+		+	+
リラックス	+				+	+
自然景勝地	+				+	+
<u>同行者</u>						
配偶者・恋人			+		+	

動を十分に行えたか否か、観光目的に関する形成要因として観光目的が達成できたか否かを新たな形成要因として分析項目に加える必要があると考えられる。

最後に、価値形成上の課題について考察する。まず、観光行動関連の変数が満足度に直接影響していない点があげられる。これらの変数の影響は、

間接的な効果にとどまっているため、観光地内での訪問箇所数を増やすような政策を行ったとしても直接満足度を向上させるという結果に繋がらない可能性がある。また、一般的な需要分析では、新上五島町の価値形成過程の把握や政策分析が困難になる可能性が示唆される。そのため、周遊観光の充実や価格政策などを実施し、観光行動が満足度に直接影響する価値の形成過程を構築していく必要があると考えられる。

5. おわりに

離島地域は、その限定された地理的な特性のため、産業の育成が難しい地域の一つである。そのため、離島地域への観光は、地域経済を支える基盤となっている。そのため、近年の離島地域における観光客数の減少は離島地域における深刻な社会問題の一つと考えられる。

本研究の目的は、長崎県の新上五島町の観光資源を対象とし、観光地の価値の形成要因に関する分析を行い、観光地の価値の形成に正の影響を及ぼす要因を特定することである。

本研究では、観光地の全体的な価値を「満足度」とし、その満足度に直接的に影響を与える価値の形成要因として、「魅力的な地域資源」、「地域の風土」、「人々の印象」、「地域での体験」、「リフレッシュ」を設定した。次に、個人属性、観光への興味関心等のデータを収集し、満足度に直接および形成要因を通じた間接的な影響があるものと仮定し、実証分析を行った。推計では負の二項回帰モデルを利用している。

実証分析の結果として、まず、“魅力的な地域資源”、“地域の風土”、“人々の印象”、“リフレッシュ”が満足度に正の影響を与える形成要因となることが示唆された。次に、要素の変数群は、観光目的の“地域文化”、“レジャー”および“リラックス”などが間接効果および直接効果を有する要素として、“観光への興味”、“遠距離観光への興味”、“名勝”、“施設・体験場”、“歴史遺産”が間接効果のみを有する要素として示唆された。本研

究の分析の結果、新上五島町の観光地の価値は、形成要因およびこれらの要素に代表される変数群の変化を通じて形成されることが示唆された。

本研究の知見を如何にまとめる。まず、直接効果および間接効果の双方を有する地域文化、レジャーおよびリラクセスが価値形成に正の影響を及ぼすことから、関連するイベントや施設・アメニティの充実を継続していく必要があると考えられる。次に、形成要因に正の影響を与える要素を項目別に集計した結果、興味関心に関する形成要因、観光行動に関する形成要因、観光目的に関する形成要因を新たな形成要因として分析項目に加える必要があることが示唆された。最後に、価値形成の(分析上の)課題として、満足度に直接影響する観光行動関連の変数が少ない点があげられる。このため、一般的な需要分析では、新上五島町の観光地の価値形成過程の把握や政策分析が困難になる可能性が示唆される。この問題に対して、周遊観光の充実や価格政策などを実施し、観光行動が満足度に直接影響する価値の形成過程を構築していく必要があると考えられる。

謝辞

本研究は長崎県立大学学長裁量経費に基づき行われた。ここに記して感謝する。なお、本稿の誤りが筆者に記すことは言うまでもない。

参考文献

- 1) Jenkins, O.H. (1999) Understanding and Measuring Tourist Destination Images, *International Journal of Tourism Research*, Vol.1, pp.1-15.
- 2) Baloglu, S. and K. W. McCleary (1999) A model of destination image formation, *Annals of Tourism Research*, Vol.26, No.4, pp.868-897.
- 3) Gallarza, M.G., I. G. Saura, H. C. Garcia (2002) Destination image: Towards a conceptual framework, *Annals of Tourism Research*, Vol.29, No.1, pp.56-78.
- 4) Echtner, C.M. and Ritchie, J.R.B. (2003) The Meaning and Measurement of Destination Image, *Journal of Tourism Studies*, Vol.14, No.1, pp.39-48.
- 5) Yang, J., J. Hec, and Y. Gu (2012) The implicit measurement of destination image: The application of implicit association tests, *Tourism Management*, Vol.33, No.1, pp.50-52.

- 6) Siderelis, C. and R. L. Moore (1995) Outdoor recreation net benefits of rail-trails, *Journal of Leisure Research*, Vol.27, No.4, pp.344-359.
- 7) Liston-Heyes, C. and A. Heyes (1999) Recreational benefits from the Dartmoor National Park, *Journal of Environmental Management*, Vol.55, No.2, pp.69-80.
- 8) Chakraborty, K. and J. E. Keith (2000) Estimating the recreation demand and economic value of mountain biking in Moab, Utah: An application of count data models, *Journal of Environmental Planning and Management*, Vol.43, No.4, pp.461-469.
- 9) Shrestha, R. K., A. F. Seidl, and A. S. Moraes (2002) Value of recreational fishing in the Brazilian Pantanal: A travel cost analysis using count data models, *Ecological Economics*, Vol.42, pp.289-299.
- 10) von Haefen, R. H. and D. J. Phaneuf (2003) A Note on Estimating Nested Constant Elasticity of Substitution Preferences for Outdoor Recreation, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol.85, pp.406-413.
- 11) Moeltner, K. (2003) Addressing aggregation bias in zonal recreation models, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol.45, pp.128-144.
- 12) Hellström, J (2006) A bivariate count data model for household tourism demand, *Journal of Applied Econometrics*, Vol.21, Issue 2, pp.213-226.
- 13) Shrestha, R.K., T. V. Stein, and J. Clark (2007) Valuing nature-based recreation in public natural areas of the Apalachicola River region, Florida, *Journal of Environmental Management*, Vol.85, pp.977-985.
- 14) Chadee, D.D. and Mattsson, J. (1996) An Empirical Assessment of Customer Satisfaction in Tourism, *The Service Industries Journal*, Vol.16, No.3, pp.305-320.
- 15) Devesa, M. M.Laguna, and A. Palacios (2010) The role of motivation in visitor satisfaction: Empirical evidence in rural tourism, *Tourism Management*, Vol.31, No.4, pp.547-552.
- 16) 室谷正裕 (1998) 観光地の魅力度評価－魅力ある国内観光地の整備に向けて－, *運輸政策研究*, Vol. 1, No. 1, pp. 14-24.
- 17) 牧野博明, 加藤浩徳, 藤田哲男, 小久保恵三 (2001) 観光地特性を考慮した観光地魅力度の定量的評価に関する調査分析, *土木計画学研究・講演集*, Vol. 24, No. 2, pp. 509-512.
- 18) 鎌田裕美・山内弘 (2006) 観光需要に影響を及ぼす要因について。－「魅力度」計測への試み－, *国際交通安全学会誌*, Vol. 31, No. 3, pp. 186-194.
- 19) 観光庁 (2011) 「観光地の魅力向上に向けた評価手法調査事業報告書」, 国土交通省, URL: <https://www.mlit.go.jp/kankochou/shisaku/kankochi/manzokudochousa.html>, 閲覧日: 2014年3月10日
- 20) 中嶋一憲・坂本直樹・阪田和哉・奥山忠裕・野原克仁・生川雅紀・瀧本太郎・阿部雅浩・稲垣雅一・林山泰久 (2013) 観光による東北地方の価値認識構造に関する研究, *環境経済・政策学会2013年大会報告要旨集*, pp. 1 - 2.