

書評 (翻訳)

# TOURIST BEHAVIOUR

— Themes and Conceptual Schemes —

Philip L. Pearce

Professor of James Cook University (Australia) Channel View Publications (U. K) 2005

梶本邦夫

## はじめに

観光行動をサービス分野における消費者行動の一分野として捉え<sup>1)</sup>、新たな研究課題として取り組みを始め、本紀要の前号に「観光行動論序説 (1)」として発表した<sup>2)</sup>が、その過程で標記のピアース教授の最新の文献にめぐり合えた。オーストラリアは観光研究の中心地であるが、その中でもピアース教授の研究は注目に値するものといえる。

今回取り上げた「Tourist Behaviour」は、ピアース教授の最新作であると言えるがその内容は、研究書であるという側面を色濃く持ちながらいわば大学院クラスの学生が読めばその研究に大いに役立つのではないかと考えられる労作である。

すでに、読了された研究者も多くあると思うので単に翻訳に終始するのではなく、書評という側面を交え紹介することとした。但し、紙面の関係から1回で全てを記述できないので、できれば2回にわけ本論集の紙面を利用しご紹介したいと考えている。

## I. 本書の概要

本書は Channel View Publications 社の観光学シリーズの 27 編 (Aspects of Tourism 27) である。このシ

リーズ発行の趣旨については本書の最初に紹介されているが、C. Cooper 教授 (University of Queensland, Australia)、M. Hall 博士 (University of Otago, New Zealand)、D. Timothy 博士 (Arizona State University, USA) 等が中心になり、国際観光学の全分野にわたる数々の調査研究や研究論文、観光学の原論研究の成果をシリーズとしてまとめたもので革新的な専門書のシリーズだと述べられている。

本書はその 27 番目の著書で、全文 241 ページ構成と英書としては普通のボリュームの書籍であるが、内容はきわめて充実している。特に、200–241 ページの実に 40 ページ以上を参考文献・索引の紹介に当てられており、海外の文献検索に苦勞する我々にはありがたい記述である。

序文によると、著者のピアース教授には観光学研究の有能な仲間たちがおり (8 名の名が上げられているが日本人の Chiemi Yagi という女性研究者もその一人である)、特にジェームズ・クック大学の観光学研究グループの援助をえて本書を公刊することができたとしている。著者 Philip L. Pearce は、オックスフォード大学で博士号を取得し James Cook 大学で観光学の主任教授をしている。また国際観光学会 (International Academy for the Study of Tourism)<sup>2)</sup>の正会員 (original member) であるとともに「観光学研究論集」(Journal of Tourism Studies)<sup>3)</sup>の常連の執筆者のひとりでもあ

1) John Swarbrooke and Susan Horner *Consumer Behavior in Tourism* ELSVIER, 1999. を参照されたい。

2) *International Academy for the Study of Tourism* は現在、Hong Kong Polytechnic Univ. School of Hotel and Tourism (香港ポリテクニク大学 ホテル・観光学部) が本部になっている。2005 年に第 9 回総会が北京で開催された。会員数は 80 名弱 (会員名簿による)。創立は 1988 年で第 1 回大会は 6 月 21–24 日、スペインの Santander で開催された。

3) Philip L. Pearce 教授からのメッセージによると *The Journal of Tourism Studies* 誌は 2005 年 12 月で終刊となった。

る。本書の表題を直訳すると「旅行者行動論」(*Tourist Behaviour*)<sup>4)</sup>となるが別に R. March と A. G. Woodside の共著に「*Tourism Behaviour* (CABI Publishing 2004)」(「観光行動論」)という書名の著作がある。後者のマーチ等の研究内容については機会をみて紹介したいと考えているが、本書のピアースより具体的、実際的ではあるが実務的ではなく科学的、学問的なものである。いずれにしる筆者にはこの2冊の文献を通読してみ、表題の *Tourist* と *Tourism* の表現上の異同は理解できても、その概念的相違を具体的に指摘できないのが残念であり、筆者の能力上の課題だと考えているが、もちろん言うまでもなく *Tourist* より *Tourism* の概念が包括的だといえる。

本書の表題にある *Tourist Behaviour* は「観光者行動論」とも翻訳することができるが、巻末注1で説明したような事由により「旅行者行動論」と標記することにした。

次に、しばしば海外の文献を読んでいて不必要な事例を長々述べるといった記述に何を検証したいのかとイライラがつる経験をした方が多いと思うが、本書は、日本人研究者の多くが好む短い記述の中で煮詰まった表現に心がけられており、推敲が十分されているように思うが、時には欧米の研究者の前記の癖が見え隠れすることも事実である。

いずれにしる、人間の観光欲望と観光行動を、科学的なデータの収集と分析を通して解明しようとする点は我国の観光学研究に大きな示唆を与えるものと考えられる。

## II. 本書の構成

本書は次の8章編成になっている。

序

- 1章 旅行者行動研究
- 2章 社会規制と個人的特性
- 3章 動機付け—旅行経験者の特性分析
- 4章 目的地の受容と選択

- 5章 旅行者の社会的接触
  - 6章 旅行者の現地経験
  - 7章 旅行者の経験上の意見
  - 8章 研究成果と将来の課題
- 「参考文献」  
「索引」

以上の章構成に従い、各章ごとに特記すべき記述を紹介し、問題点や課題を考えてみたいと思う。第1章は次の9項目で構成されている。

### 第1章 旅行者行動研究

- 1) 個人的概念を超えて
- 2) 同性愛の罪
- 3) 専門的接近(非構造的、機能的視点)
- 4) 分野内での表現
- 5) 旅行者行動—誰に関わるのか—
- 6) 旅行者行動の研究—他分野の研究とのリンク—
- 7) 旅行者行動と消費者行動
- 8) 概念構成、理論と観光学研究
- 9) 情報の不安とロード・マップ

第1章の構成は上記のようになっている。特に2項の「同性愛の罪」は表現を直訳するとこのようになるが、著者は「旅行者は年齢も異なりまた動機も異なるので、同一視してはならない」、すなわち旅行者市場も細分化されており、標的に合わせた戦略の必要性をこのような表現で述べている。第5項の旅行者行動では①観光客の満足 ②地元の利益のための公共部門の運営への影響 ③事業経営に対する興味 など主にこの3点に深く関わっていると述べている<sup>5)</sup>。

第7項の「旅行者行動と消費者行動」については、両者の間にいくつかの相違があるとし、Clawson と Knetsch の考察を引用している。Clawson 等の示す5項目とは①期待と事前支出 ②観光地を細分化した旅行 ③現地経験 ④観光地への再訪 ⑤思い出や追憶の想起・拡大だが<sup>6)</sup>、続いて各項目について事例をあげなが

4) '*Tourist*' という用語には2通りの和訳が辞書等で記載されている。言うまでもなく「観光客」と「旅行者」であるが、筆者は本書を翻訳するに当たり「旅行者」と表示することにした。これは、*Tourism* の語彙が欧米では観光目的以外で移動する人(仕事などでの移動)も含めているためであるが、しかしその大半はいわゆる観光客であることには間違いない。分野は異なるが、商業集積周辺における「買物調査」などの調査項目の一つに、「来街目的」を聞く項目があり、買物目的、仕事目的、飲食目的、無目的(なんとなく)などが回答項目になっている。商業集積への来街だから当然80%以上が買物目的と回答するわけだから「買物調査」としても違和感はないが、筆者は「来街者調査」という表題で今まで数多くの調査を手がけてきた。筆者のこだわりは別として、この様な理由から「観光客」と和訳するよりも「旅行者」としたほうが多少なりとも観光目的以外の移動者も包含されているという筆者の意図や学術的表現として妥当ではないかと考える筆者の屁理屈である。この項目については、本誌前号の論文中に詳しく論及しているので参照されたい。

5) Pearce P. L (2005) "*Tourist Behavior Themes and Conceptual Schemes*" Channel View Publication, p. 7 Figure 1. 1.

6) *ibid.*, pp. 9–10.

ら説明を加えている。まず①について「多くの旅行者は、1ヶ月先とか1年先の旅行計画を夢見てわくわくするように、自動車の購入を予定している消費者も同様の状態になるだろう」と述べており、「旅行」というサービスの購入も自動車という「モノ」としての商品の購入も、事前の支出が伴うが、実際に消費するまでの夢や期待は同じであると説明している。

第2章 社会規制と個人的特性

第2章の項目構成は次のようになっている。

- 1) 旅行者の固定観念
- 2) 社会規制と旅行者
- 3) 部外者
- 4) **Thresholds and Liminality**
- 5) 年齢
- 6) 国籍
- 7) 性
- 8) 人口構成
- 9) 旅行様式
- 10) 旅行者と観光商品

第2章の構成は前記のようになっており、旅行者の特性と社会規制の問題を取り上げている。

旅行者は言うまでもなく均質ではなく、年齢、国籍、経済状況、旅行様式（仕方）、精神的なもの、あるいは家族のステイタスなど様々な違いがある。この章では、このような一般的な前提に立って旅行者とは何かを吟味している。しかし序で述べたように、不用な事例紹介が多く、それに気を取られ、最後には問題提議や何の議論であったか、その本質さえ見失うことがあるのは筆者の語学力のせいだけではないだろう。

さて著者は、旅行者には2通りの評価があるという。1つは「その地域の成長の原動力となる存在」だとする評価と他の1つは「文化の破壊者」という評価で

ある。時には大声を上げ無作法な旅行者もあれば一方で旅行者は、地域の理解と成長の原動力になる。このように旅行者に対する理解はステレオ・タイプとして捉えることが肝要であるという。

次に社会規制（ルール）と旅行者の関係について論述されている。表2.1は旅行者の遵守すべき責任について、一般的な原則論と実際の事例を追加事項として捉え述べられている。特に目新しいものはないが、我々が他の地域に出かけたときに常に留意しなければならない事項が要領よく述べられているといえる。

「神よ、私は旅行者を憎む...彼らはあらゆることを滅茶苦茶にする。  
これ以上の事実は他にない。  
彼らはそこに在ることを理解していない。彼らはあたりを動きまわり、  
カメラでカシャカシャ（clicking）大きな音をたてる。  
彼らのほとんどが「気が利かない（gawking）」という言葉が何であるか理解していない。

(p. 20)<sup>7)</sup>

この「詩」は、オーストラリアへのパッケージ・ツアーに参加した一人の旅行者の嘆きだと紹介されているが、しばしば我々が海外で出会う一部の旅行者の行動を想起される一文でもある。

この章の第3番目の課題は、部外者（outsider）としての旅行者の問題である。ここで言う部外者は地域住民以外の人ないしはグループを指しているわけで、中には本人が自覚していなくても地域住民に不快感や実際の被害を及ぼしていることもある。表2.1に示されている「旅行者の一般的責任」や、その後の「詩」にもあるような課題を「部外者問題」として著者は捉えている。著者によると、部外者問題を最初に取り上げたのは1906年にシメル（Simmel）で、シメルによると、部外

表2.1 旅行者の一般的責任

旅行者全体	実現のための方策（追加事項）
<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 地元の法律に従うこと</li> <li>2. 様々な非難活動、労働争議などに参加してはいけない</li> <li>3. 宗教的信条を傷つけてはならない</li> <li>4. 建物・施設などを壊してはならない</li> <li>5. 資源を乱用してはならない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 貧しい人達を訪たり、記録をとってはならない</li> <li>2. 訪問地の状況や言葉を学ぶ責任がある</li> <li>3. 現地の人々に出会い、友情を育てる</li> <li>4. 現地のスタッフに安い報酬を支払うことで、現地の経済をボイコットしてはならない</li> <li>5. 病気を広げることをしない</li> <li>6. 地元経済の発展に寄与する</li> </ul>

ibid. Table 2. 1, p. 23

7) ibid., p. 20、(Bail, 1980: 81からの引用と記されている)。

者とは、「部外者自身の持つ行動様式により異なる認識で行動する人」だと定義をしている<sup>8)</sup>。また、この部外者の定義の枠組みは、旅行者の枠組みと合致し、前記した「地域成長の原動力」または「文化の破壊者」という二面性を持つものだという。

次に第4番目の課題としてピアースは、「**Thresholds and Liminality**」と題し記述している。**Liminality**という用語は辞書にはなく、**Liminal**は「敷居の」「知覚できるかできないかの境」などの意味があるようで、ピアースは**Liminality**について「旅行者の本来の任務を理解することにより来訪頻度が増加する」という概念を指す用語（造語）だと説明している<sup>9)</sup>。

「またこれらの概念は、習慣的行為や移行期の領域にある初期の人類学の著述にリンクされたもので、3つの領域から構成されている。第1番目は、規則正しいまたは正常な状態を言い、しばしば人間の汚い面を含む個人の生活や家庭での経験などを言う。次は**liminoid**段階の存在で、文字通り戸口の段階だが、旅行者は変貌の状態にあり生活は正常ではない状態で、必ずしも理解できない困った状態にある。これは、しばしば生活の可能性や存在が拡大し、神聖ないしは霊的な状態のように見える。より特殊で特徴的な事柄は、**Liminoid**と**Liminal**との間の概念的体系の中で作られている。後者は結婚式のセレモニーのよう

に過渡期の段階の諸相が吹き込まれた精神的または宇宙的な意味にかかわらず、この**Liminoid**という表現は、より殺風景で移動時の人々の参加しようとする行為や行動を制限している。様々な議論や問題の連鎖を完了させるために**post-Liminoid**と呼ばれる第三の課題がある。それは通常の状態に帰ること、毎日あるいは世俗の状態への復帰をいう。グラバーン(**Graburn, 1989**)は、旅行者は日々の世界に返り、旅行者の任務に関する**post-liminoid**経験者として生活することを頭に描いている。」(p. 25)

上記の文章は筆者の直訳であるが、きわめて難解で意味不明の部分でもある。すなわち旅行者の心理状態はある特別な領域(**liminoid**: 旅行前・中・後の興奮状態による行動や心理状況の変化)にある。すなわち旅行経験は、旅行者が本来の旅行者としての課題(例えば表2.1のような)を十分理解すること、また旅行を終えた後は通常の生活に早く戻ることによって、再び旅行したいという気持ちを引き起こさせるものだと理解することができる。

次にピアースは「旅行者の類型に関する個別変数」と題して、表2.2にあるように、旅行客特性(購買客)変数、旅行様式に関する変数、旅行商品と行動の類型に関する変数の3つのパターンから説明している。この表は一般的ではあるが、よくまとめられており旅行者は

表 2.2 旅行者の類型に関する個別変数

旅行者特性 (購買者特性)	旅行様式の特質	旅行商品と行動の類型
1. 年齢 2. 性別 3. 国籍 4. 追加的旅行者要素 (1) 費用 (2) 職業 (3) 教育	1. 宿泊施設利用 2. 活発な参加 3. 目的地の類型化 4. 宿泊期間 5. 旅行目的 6. 旅行距離 7. 旅行参加者の構成 8. 季節/旅行時間 9. 旅行調整 ・ 個別 ・ パッケージ ・ 混合 10. 乗り物の種類	1. 文化志向旅行者 ・ 遺産旅行者 ・ エスニック旅行者 2. 自然志向旅行者 ・ 野生志向旅行者 ・ 自然保護観察旅行者 3. 冒険志向旅行者 4. 教育志向旅行者 ・ 科学志向旅行者 ・ ボランティア 5. 農業志向旅行者 ・ ワイン志向旅行者 ・ 農場志向旅行者 6. 性志向旅行者 ・ ロマンチック志向旅行者 ・ 交友志向旅行者 7. ビジネス旅行者 ・ 学会参加旅行者 ・ イベント参加旅行者

*ibid.* Table 2.2 Individual variables describing tourist groupings p. 27

8) *ibid.*, p. 24.

9) *ibid.*, p. 25.

この表のいずれかに該当するものと考えられる。

ピアースは同表の変数を一つ一つ取り上げて論述しているが、紙幅の関係で興味のある部分を紹介しておきたいと思う。

ピアースは、旅行者の特性（**demographic factors**：観光消費特性）を項目ごとに詳しく説明しているが前記したように紙幅の関係上注目される点のみ紹介したい。

**2-1 年齢特性 (Age)**

年齢特性に関しピアースは、年齢特性を伝統的な分類方法である 12 歳とそれより年下の子供たちに分類したメイケル (Meikle)<sup>10)</sup>の旅行調査を興味あるものとして紹介している。

メイケルの報告によると、日帰り旅行における観光客の呼び物 (**tourist attractions**) や家族休暇において、オーストラリアやシンガポールの子供たちは、見学先の決定に重要な貢献者になっている。大人の間ではしばしば動物園のアトラクションなのかテーマパークなのか、どこに出かけるかについても意見が分かれるが、子供達はすぐ友達同士で意見がまとまる。すなわち重要なことは、イベントやお土産、いろいろなアトラクションの商業的に子供たちも参加させることが、大人の意思決定にも重要な要素になる。

リッチ (Ritchie)<sup>11)</sup>はこの年代の旅行は、学校が主催する学習旅行がほとんどで、10 代の子供たちの旅行経験に関する研究には限界があるとしている。(pp. 28-32)

**2-2 国籍 (Nationality)**

国籍は広く観光研究における特定の人々の分類に利用されている。旅行の仕方や服装等の違いなど同じ年代の人たちでも国籍によってそれぞれの行動は異なることから、観光行動研究は広範囲に及ぶものと考えられる。

しかし、Dann (1993)<sup>12)</sup>は、観光研究における観光消費者分類<sup>13)</sup>においてしばしば国籍が重視されるが、2カ国の国籍を有している人も多くおり、国籍で旅行者の特性を分類することには問題があると反論している。(p. 32) すなわち、国籍で分類するのではなく、住居の

場所で判断すべきだというのが Dann の主張だといえる。チベットに住んでいる中国人と北京の中国人では観光消費の仕方や服装、考え方等には確かに相違があると考えられる。

インドネシア、マレーシア、インド、中国などは巨大な人口を有しており、多くの民族で構成されていることから、国籍で旅行行動を規定することは困難だといえる。

Chadee と Mattson (1996)、Kozak (2001) 等は、日本人とアメリカ人、イギリス人とドイツ人、朝鮮人とオーストラリア人、フランス人と英国系カナダ人などの比較研究のための調査をおこなった。これらの調査の中で、特に日本人の行動特性に注目し、表 2. 3「日本人の観光行動に影響を及ぼす諸項目」で記述している。

同表によると日本人はグループツアーを好み、義理人

表 2. 3 日本人の観光行動に影響を及ぼす諸項目

項目	概要
1. 属性	グループ旅行および相互の慰安を求める
2. 家族への配慮	身近な友人や家族、そして返礼のためのお土産への支出
3. 感情	他人の感情を気遣い、自分の本当の気持ちや相手にとってうれしくないことを押し付けない
4. 依存性	忠実である。安全と保護を変換することに忠実である。
5. 階層社会の容認	社会的身分に従って行動する
6. 安全への希求	安全を脅かす状況への救済と緊急事態に対する担保
7. 旅行者の写真撮影	旅行中の写真撮影を重要視する
8. 無関心	肉体的活動への参加を避ける
9. 危険を避ける	冒険的なレジャー活動を避ける
10. Omiyage (お土産) の概念	人間的つながりを深めるために“omiyage”を購入する
11. Akogare (憧れ) の概念	魅力的な西洋の商品や生活様式にあこがれる

Table 2. 3 Factors affecting Japanese tourist behaviour p. 34

10) Meikle S. (2003) *Who calls the shots? Travel decision making within families*, Unpublished Honours thesis, James Cook University, Townsville.  
 11) Ritchie B. W. with Carr N. and Cooper C. (2003) *Managing Educational Tourism*. Clevedon ; Channel View Publications.  
 12) Dann, G. M. S の最近の主な論文、著作には次のようなものがある。  
 1) 1977 *Anomie, ego-enhancement and tourism*. *Annals of Tourism Research* 4.  
 2) 1981 *Tourist motivation ; An appraisal*, *Annals of Tourism Research* 8.  
 3) 1996 *The Language of Tourism : A Sociolinguistic Perspective*.  
 4) 2002 *The Tourist as a Metaphor of the Social World*. Wallingford : CABI.  
 13) “demographic descriptor” は「購買者分類」と訳せるが、「観光消費者分類」と意識する。

情でおみ上げを購入し、いつも他人の感情を配慮し自分自身を主張せず、写真が好きで、旅行は写真撮影会のように思っている。危険な旅行を好まず冒険的なレジャー活動を避ける。欧米の商品や生活様式にあこがれる。まさしく日本人の行動は同表の分析どおりだといえる。若い人は宿泊施設の豪華さや豊かさよりもどれだけ安く旅行したかを話題にし、またどれだけ短い期間で多くの国々や地域を訪問したかを自慢する。

これら日本人の旅行に関する観光行動の分析は、日本人である我々には特に目新しい分析だとは思えない。写真撮影習慣が日本人固有の旅行様式として特徴付けられるかどうかは、カメラの普及率とカメラの所有率、また日本製カメラが世界的に最高のレベルにあることなどの諸要素との相関を立証し、その結果として日本人の写真撮影習慣が他の国と比較し特異な生活様式であるとする検証が必要である。(pp. 32-35)

### 2-3 ジェンダー (gender)<sup>14)</sup>

ジェンダーは、観光研究における様々な分野で議論される項目である。年代や国籍問題等と比べて直接観察したり、相対的に比較したりできるようなものではないが、性志向やセックス観光とジェンダー研究との間には違いが存在する。

社会的・文化的に意味づけられた男女の差異としてのジェンダーの役割 (gender role) は、現に男女が存在するという事実と相互に関連するという意味で社会的に予期されたもので、これらに影響された数々の機会と関連付けられるものである。そのような事実とは対照的に性志向は、旅行者行動として許容されようとされまいとにかかわらず、観光消費の一つとして存在する<sup>15)</sup>。それらは区別というものは些細な問題ではない。そして、それらは現存する様々な文学作品の中でも困惑と並置されるものである。例えばクリフト (Clift) はゲイ (gay: 同性愛者) の南東イングランドに置けるセックス旅行について論及している。しかしその事例はただゲイの公開されたイベントに参加した旅行者、あるいはゲイの出版物を予約した、といった程度のものである。このような考え方は性志向とセックス旅行を織り交ぜて取り上げた結果だといえる<sup>16)</sup>。

さて、「性志向」と「セックス旅行」との関連についてピアースはジェンダーという概念から論述を続けているが(紙幅の関係上最初の主要な部分のみ翻訳した)、この問題は我が国でも「セックス旅行」として東南アジア各国から多くの批判を受け、また数年前には中国当局によってそのような目的で企画された日本企業の社員が逮捕される等多くの問題が指摘される場所である。旅行者行動における「セックス旅行」の問題は、いずれ再考したいと考えている。(pp. 35-39)

### 2-4 追記すべき観光消費の諸項目

ピアースは、観光消費に関するその他の項目として「教育、職業、家族構成、所得等を含む幅広い観光消費関係する項目がありそれぞれに課題が存在する」とし「このような観光消費に関する考えは、しばしば観光マーケットにおける大規模な評価の際に採用される。この際これらの変数は、世帯収入や世帯の消費の評価とも関連する。そのような場合の変数の指標の構成ポイントは、現在と将来の消費の動向を「低い、普通、高い」の3段階で表示する」と指摘し、観光消費の測定に関する論述を短く説明している。(pp. 40-41)

### 2-5 旅行様式

個別消費変数は、観光に固有のものではないものと考えられる。行動科学や社会科学における調査でも基礎となる調査項目である。観光研究においてもいくつかの固有の変数があり、それらは旅行者行動にも適用される。これらの変数は、しばしば旅行規則や選考の記述の局面におけるトゥリップオグラフィクス (tripographics)<sup>17)</sup>レベルないしは同等のものだといえることができる。トゥリップオグラフィクスないしは旅行様式変数には、宿泊施設のタイプ、積極的な参加、複数ないしは単数の目的地、宿泊日数、支出のパターン、旅行目的(仕事、娯楽など)、移動手段、旅行方法(個人旅行かパッケージ旅行か、その組み合わせか)、旅行距離、旅行会ないしは季節旅行などがある。(pp. 41-42)

この後ピアースはそれらの変数の説明を続けているが、ピアースのこのような記述の目的は旅行様式を変数化し、その組み合わせから旅行に関する個別消費の計数

14) ジェンダー (gender)、は「社会的、文化的に意味づけられた男女の差異」と考えられる。

15) Balogle, S. and McCleary, K. W (1999) *A model of destination image formation*. *Annals of Tourism Research* 26 (4), pp. 868-897.

16) *ibid.*, pp. 35-37.

17) 'tripographic'は造語と思われる。trip (旅行) と graphics (図式) の複合されたものようであるが筆者には理解できない。但しその後の文章から旅行様式の分類基準を示す指標だと考えられる。

図表 2.4 旅行者分類と観光商品との関連

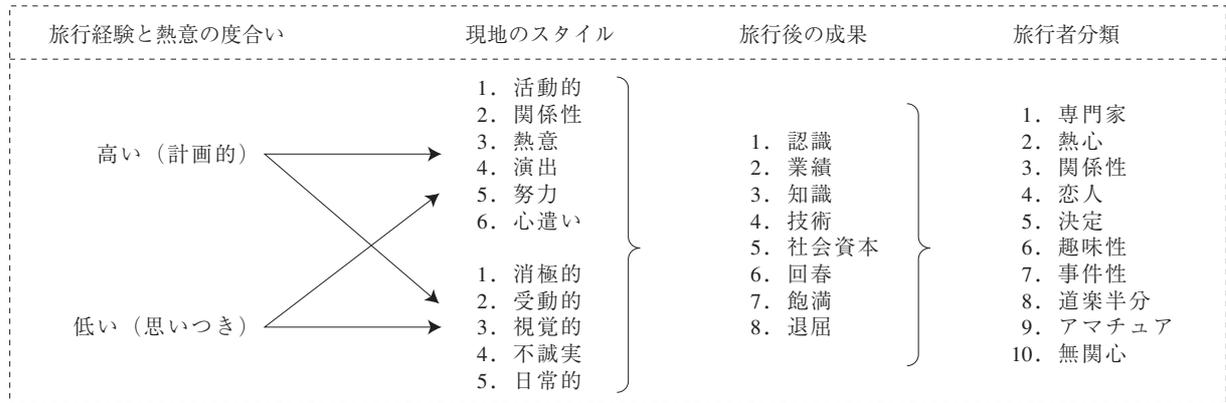


Figure 2.1 Classifying tourists involved in tourism products p. 46

化を試みようと考えているものと言える。

2-6 旅行者と観光商品

旅行者に関する多くの記述は、観光商品の選択やそれらの特性、あるいは観光商品と観光行動との関連を取り扱っている。旅行者の分類基準は下記のように考えることができる。

アッシュワース (Ashworth, 1992) は、様々な遺産と観光、都市と観光、農村と観光、など観光商品をうまく混ぜ合わせ調合する必要性を強調している。

例えば田園観光 (rural tourism) といったものの中には、農業観光、田園観光、農場観光などが含まれる。農場観光の中では、農家で農業インターンシップ等が考えられ、農家に寝泊りして馬の調教等を学ぶことも考えられる。興味のあるところに旅行や観光商品は存在し、それらをうまく調整することにより価値が生み出される。

遺産観光の中には文化観光や民俗観光 (ethnic tourism)、自然観光などが考えられ、自然観光の中には、エコ・ツーリズムや野生生活観光、クルーズ観光等も含まれる。

また、Beames (2003) が指摘するようにワイン観光、都市観光、教育観光 (科学観光、ボランティア観光を含む)、セックス観光 (ロマンス観光を含む)、テーマパーク観光のような分類も考えられる。

観光学において常に話題になる課題は、旅行者興味の数広がりや、サイズ、またその成長度合いであった。旅行者マーケットにおいて、最も早く現れるのが旅行者興味である。デイビス (Davis, 1997) とその仲間たちは、野生生活への興味が急激に今日増加しているが、このような傾向がベースになって観光需要は急激に増加し

たと主張している。

また、ピーンズ (Beames, 2003) は「ワイン観光産業が観光産業の先行指標になる」とも指摘する。

以上、43頁から44頁にかけてのピアースの記述の中でポイントとなる点を抜粋しながら翻訳・紹介したが、ピアースはこのように様々な研究者の主張をまとめながら、旅行商品の需要の先行指標が旅行者興味の推移と深い相関があることを突き止め、またその事例を紹介している。

また、ピアースは一連の論述のまとめとして、観光商品の特定の分類としての旅行者特性を規定する4つの考えを提唱している。これらをまとめると次のようになる。

1. マーケットの評価に関し考えられる気落ちするような記述を洗い出す。
2. 旅行商品相互の変化を特色ある旅行商品ですすでに実証されているものと一緒に記録する。
3. その時々提供された旅行者興味や分析を記録し、観光商品における主たるテーマを統合モデルとして構築する必要がある。
4. 統合モデルは、興味の構成要素から導き出された研究によって例示され、説明される。

ピアースの旅行者と旅行商品に関する記述はこの後も続くが、これらをまとめると次の図表 2.4 となる。

旅行者行動に関する記述は、この後も続き第3章の「モチベーション」は興味ある章でもあるが紙幅の関係上今回はこの辺で書評と翻訳を終え、次回にあらためて本書の紹介を続けたいと考えている。

