

南房総地域を訪れる旅行者の観光動機に関する一考察

岩本 英和 ・ 内山 達也
于 航 ・ 山本 剛

【要旨】

本研究の目的は、南房総地域を訪れる旅行者の観光動機を明らかにすることである。南房総地域での観光動向に関する資料は少なく、観光者の特性や動向調査においては研究を行う余地は大いにある。本研究の目的を明らかにするために2017年9月と10月、そして11月に木更津商工会議所、君津商工会議所、館山商工会議所の協力のもと海ほたるにてアンケート調査を実施した。居住地域において千葉県と解答した回答者は除外し、計60名の集計データを用いて分析する。アンケート調査では、回答者に対して観光動機を把握するためにpush/pull要因に関する質問項目と南房総地域へ旅行する際の重要項目について質問している。海ほたるでのアンケート調査の結果では、push要因においては回答者は心身を休めることを主目的にしている傾向がある。一方、pull要因においては回答者は非日常的な空間を味わうために自然景観などを重要視することが分かった。さらに南房総地域においては回答者は地域食材を食すことや自然・景観を楽しむことを重要視している。

キーワード：観光動機、push 要因（発動要因）、pull 要因（誘発要因）、アンケート調査、南房総地域

1. 研究の目的と背景

本研究の目的は、南房総地域を訪れる旅行者の観光動機を明らかにすることである。南房総地域での観光動向に関する資料は少なく、観光者の特性や動向調査においては研究を行う余地は大いにある。千葉県は、東葛飾地域、印旛地域、香取地域、海匝地域、山武地域、長生地域、君津地域、夷隅地域、安房地域に分けられる（千葉県ホームページ）。本報告では、南房総地域として、館山市、木更津市、鴨川市、君津市、富津市、袖ケ浦市、南房総市、鋸南町を対象地域とする。

図1は千葉県の過去15年（2002年～2016年）の観光入込客数（延べ人数）を示しており、2002年は約1億3,990万人の観光客が訪れているが、その後5年間の観光入込客数は低迷している。その後、2007年から2010年までは観光客が増加している。2011年は、東日本大震

災の影響で観光入込客数は減少しているが、翌年の 2012 年から 2016 年にかけて増加傾向である。

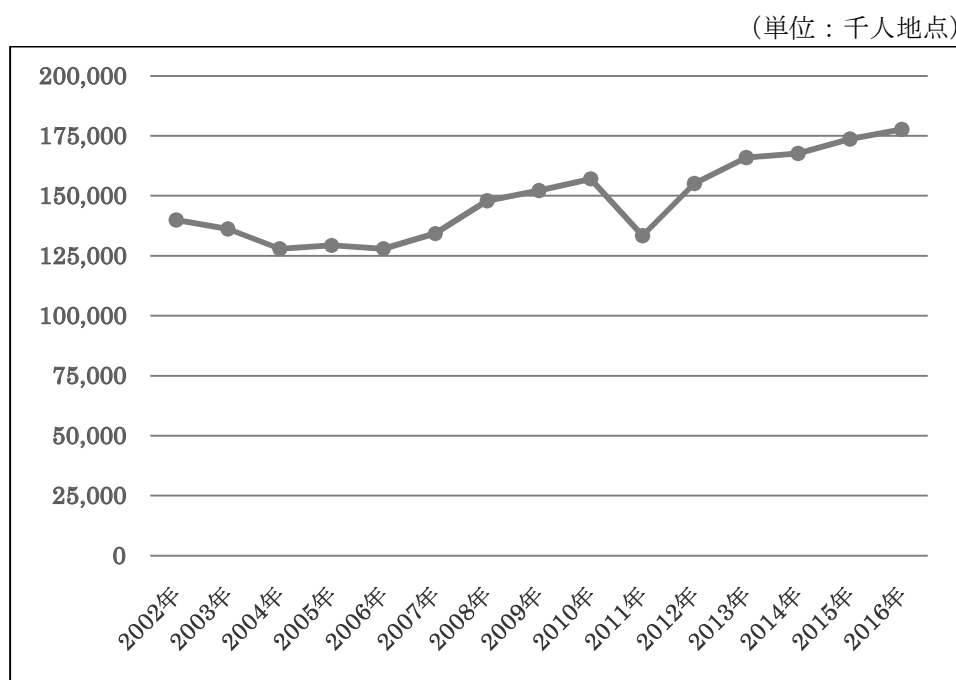


図 1 千葉県における観光入込客数（延べ人数）の推移

（出所）千葉県「千葉県観光入込調査報告書（平成 14 年～平成 28 年）」より筆者作成

また、表 1 は 2016 年の千葉県における地域別の観光入込客数（延べ人数）を示している。

表 1 千葉県における観光入込客数（延べ人数）の推移

(単位：千人地点)

	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	合計
2016 年	31,074	58,895	24,631	8,381	5,311	5,472	4,752	2,723	11,625	24,788	177,653

（出所）千葉県「平成 28 年 千葉県観光入込調査報告書」

本研究の対象地域である南房総地域（君津地域と安房地域）は、千葉県における 2016 年の観光入込客数の約 2 割を占めている。君津地域（袖ヶ浦市、木更津市、君津市、富津市）は約 2,479 万人、安房地域（鴨川市、鋸南町、南房総市、館山市）は約 1,163 万人であり、地域別の観光入込客数では全体の 3 番目と 5 番目に当たる。一方、東京都に近い東葛飾地域、そして県庁所在地のある千葉地域の観光入込客数は全体の約 5 割を占めている。そのため千葉県内の観光をより一層活性化させるためには、南房総地域での観光の活性化が望まれる。し

たがって、本研究の成果として、南房総地域の観光者の特性や動向調査を明らかにすることは、千葉県の観光入込客数の増加を検討する際の資料となりうる。

2. 観光動機に関する先行研究

佐々木（2007）は、観光動機を push 要因（発動要因）と pull 要因（誘因要因）に分けて、次のように観光行動の解説を行っている。

「観光旅行者にとっての発動要因とは、さまざまなタイプの生活行動や余暇活動があるなかで、とくに「観光旅行」という行動に駆り立てるはたらきをする心理的要因である。（中略）他方、誘因要因は観光旅行で具体的な目的地（訪問先の地域・施設）を選ばせるようにはたらく心理的要因であり、目的地の自然条件、社会・文化的要素、雰囲気、娯楽機会などについての知識・情報からつくられるイメージや魅力などの認知的要因が中心になっている」（p.52）。

小口・花井（2013）もまた旅行者の動機や欲求を理解する上でしばしば使われる概念である「push 要因」と「pull 要因」について説明している。小口・花井は、push 要因すなわち発動要因は、人に旅行という行動を引き起こす個人要因であり、pull 要因すなわち誘因要因は、人のある特定の場所に引き寄せる要因であると指摘している。そこで、本研究では、観光動機に関する先行研究を紹介し、本研究の位置づけを行う。

林・藤原（2008）は日本人海外旅行者の観光動機の構造を明らかにするために、訪問地域、旅行形態、年齢層による観光動機の違いについて考察し、観光動機の要因構造について 7 因子を主張している。また、年齢層の違いによる観光動機の違いについても触れている。岡本（2014）は、観光地を選択する手段と情報入手に焦点をおき、林・藤原が提唱する 7 つの観光動機尺度（刺激性、健康回復、文化見聞、自然体験、自己拡大、現地交流、意外性）を用いて長野県松本市・安曇野市における観光動向を調査している。その結果、文化見聞や意外性を重視する旅行者は、観光情報の入手において旅行雑誌は活用しないことを明らかにしている先行研究などがある（山本、2015）。他にも観光動機に関する論文は公表されており、例えば、大学生を対象にアンケート調査を実施し、近隣観光地への訪問以降に影響を与える要因を明らかにしている。その結果、「自然」「観光」「歴史」「グルメ」「温泉」等への関心度合いの平均値が訪問意向と最も高い相関を示すことを指摘している。

このように観光動機に関する研究は様々な視点から実施されており、観光動機を調査することは地域の観光資源を考察する上でも有効な手段であると言える。

3. 研究の方法

南房総地域を訪れる観光者特性を明らかにするために2017年9月と10月、そして11月に海ほたるにてアンケート調査を実施し、2017年12月現在70名の集計を終えている。本研究では南房総地域への観光者を対象としているため、居住地域において千葉県と解答した回答者は除外し、計60名の集計データを用いて分析する。アンケート調査は、3部構成である。第一部では、回答者の属性情報を質問項目としている。属性情報では、回答者に対して性別、年齢、職業、居住地域について質問をしている。第2部では、南房総地域を訪れる際の交通手段、旅行形態、南房総地域の訪問回数、同行者、観光情報の情報源を質問項目としている。第3部では、回答者に対して、まずpush/pull要因に関する重要項目について調査をし、次に南房総地域を旅行する際の重要項目について、5段階評価（「極めて重要」「重要」「どちらでもない」「重要でない」「全く重要でない」）で質問をしている。

4. 研究の結果

4.1 回答者の特性

表2では、性別の割合は女性が31名（52%）で男性が29名（48%）である。回答者の年齢層であるが、40代が最も多い15名（25%）であり、50代が13名（22%）、20代と60代がそれぞれ9名（15%）、30代が8名（13%）、70代以上が4名（7%）、10代が2名（3%）と続いている。回答者の職業では、およそ5割の回答者が会社員27名（45%）と答えている。また、公務員・団体職員が8名（13%）、主婦・主夫が7名（12%）、自営業と無職がそれぞれ5名（8%）、パート・アルバイトが4名（7%）、中・高校生が2名（3%）、その他が1名（2%）となっている。回答者の居住地域においては、神奈川県が19名（32%）、東京都が14名（23%）、埼玉県が12名（20%）、群馬県が4名（7%）、茨城県と静岡県がそれぞれ3名（5%）となっている。栃木県、長野県、岐阜県、香川県はそれぞれ1名（2%）であった。さらに台湾出身の回答者が1名（2%）であった。

表 2 回答者の特性

(N = 60)

	回答者数	割合 (%)
性別		
女性	31	52
男性	29	48
年齢		
10 代	2	3
20 代	9	15
30 代	8	13
40 代	15	25
50 代	13	22
60 代	9	15
70 代以上	4	7
職業		
会社員	27	45
公務員・団体職員	8	13
自営業	5	8
中・高校生	2	3
専門学校・大学生・大学院生	1	2
パート・アルバイト	4	7
主婦・主夫	7	12
無職	5	8
その他	1	2
居住地域		
東京都	14	23
埼玉県	12	20
神奈川県	19	32
茨城県	3	5
群馬県	4	7
栃木県	1	2
長野県	1	2
静岡県	3	5
岐阜県	1	2
香川県	1	2
海外	1	2

表3では、自家用車の使用が最も多く、全体の8割を占めている。また、貸し切りバスの回答者が7名（12%）、レンタカーの回答者が4名（7%）、路線バスの回答者が1名（2%）である。回答者の旅行形態であるが、日帰り観光客が39名（65%）で宿泊客が21名（35%）である。南房総地域への訪問回数であるが、5回以上が最も多く31名（52%）である。そして、2回目と答えた回答者が9名（15%）であり、初めてと3回目と答えた回答者がそれぞれ8（13%）である。最後に4回目と答えた回答者が4名（7%）である。

表3 回答者の南房総地域への訪問概要

	(N = 60)	
	回答者数	割合 (%)
交通手段		
自家用車	48	80
レンタカー	4	7
路線バス	1	2
貸し切りバス	7	12
旅行形態		
日帰り	39	65
宿泊	21	35
南房総地域への訪問回数		
初めて	8	13
2回	9	15
3回	8	13
4回	4	7
5回	31	52
回答者の同行者		
一人旅	5	8
恋人との旅行	4	7
夫婦二人での旅行	12	20
友人との旅行	9	15
小学校以下の子連れ家族旅行	14	23
中学生以上の子連れ家族旅行	1	2
親連れ家族旅行	7	12
その他の家族旅行	5	8
職場やサークルなど団体旅行	1	2
その他	2	3

表4は、回答者が旅行をする際の情報収集の結果を示しており、最も多かったのはインターネットの掲示板（25名、42%）である。次いで、旅行情報のウェブサイトと答えた回答者（20名、33%）である。3番目に多かった質問項目は、旅行情報誌・旅行ガイドであり、17名（28%）である。他に親族・友人・知人のクチコミ（11名、18%）、テレビ・ラジオ番組（9名、15%）、SNS（7名、12%）、旅行代理店のウェブサイト（3名、5%）、旅行会社の窓口（2名、3%）、ポスター、パンフレット（2名、3%）、新聞（1名、2%）であった。

表4 観光情報の収集源（複数回答）

	(N = 60)	
	回答者数	割合 (%)
新聞	1	2
旅行情報誌・旅行ガイド	17	28
テレビ・ラジオ番組	9	15
旅行情報のウェブサイト	20	33
旅行代理店のウェブサイト	3	5
親族・友人・知人のクチコミ	11	18
旅行会社の窓口	2	3
インターネットの掲示板	25	42
SNS	7	12
駅などのポスター、パンフレット	2	3

4.2 push/pull 要因に関する重要項目

表5では、push 要因に関する重要項目を示しており、最も平均値が高い項目は、「休憩とリラックスしたい」（ $M=4.48$ ）である。また、平均値が4.0以上の質問項目は、「日常生活から離れて身を癒やしたい」（ $M=4.33$ ）、「自分の興味を楽しみたい」（ $M=4.20$ ）、「海、自然、山を散策したい」（ $M=4.12$ ）である。一方で平均値が3.5以上の質問項目は、順に「同行者と親交を深めたい」（ $M=3.97$ ）、「目新しいことを探したい」（ $M=3.72$ ）、「目新しいことを学んで自分を高めたい」（ $M=3.58$ ）である。また「目新しいことを探したい」（ $SD=1.075$ ）が最も標準偏差が高い。平均値が3.5以下の質問項目は、「思い出の場所に行きたい」（ $M=3.40$ ）、「現地の人々と交流したい」（ $M=3.22$ ）、「もてなしを受けたい」（ $M=3.15$ ）である。最後に最も平均値が低い質問項目は、「社会貢献がしたい」（ $M=2.92$ ）である。

表 5 push 要因に関する重要項目

(N = 60)

質問項目	平均値 (M)	標準偏差 (SD)
1 海、自然、山を散策したい	4.12	0.846
2 休憩とリラックスしたい	4.48	0.725
3 日常生活から離れて身を癒やしたい	4.33	0.933
4 同行者と親交を深めたい	3.97	1.025
5 現地の人々と交流したい	3.22	0.993
6 思い出の場所に行きたい	3.40	1.061
7 自分の興味を楽しみたい	4.20	0.917
8 もてなしを受けたい	3.15	1.039
9 目新しいことを探したい	3.72	1.075
10 目新しいことを学んで自分を高めたい	3.58	1.046
11 社会貢献がしたい	2.92	1.030

表 6 では、pull 要因に関する重要項目を示しており、「気候が良い」「壮大な景色を楽しみたい」の平均値がそれぞれ 4.35 であり、11 項目中で最も高い。続いて「手頃な価格で旅が楽しめる」($M=4.23$) が 2 番目に高く、「アクセスが良い」($M=4.17$) が 3 番目となっている。その他の質問項目の平均値は、4.0 以下となっており、「安全でセキュリティがしっかりしている」($M=3.97$)、「宿泊施設が充実している」($M=3.85$)、「歴史的建造物がある」($M=3.83$)、「文化資源が豊富である」($M=3.70$)、「レクリエーション施設がある」($M=3.30$)、「ショッピング施設が充実している」($M=3.10$) と続く。「レクリエーション施設がある」($SD=1.253$) の標準偏差が最も高い。最も平均値が低かった質問項目は、「ボランティア活動に参加できる」の 2.43 である。

表 6 pull 要因に関する重要項目

(N = 60)

質問項目	平均値 (M)	標準偏差 (SD)
1 アクセスが良い	4.17	0.994
2 手頃な価格で旅が楽しめる	4.23	0.945
3 気候が良い	4.35	0.755
4 壮大な景色を楽しみたい	4.35	0.685
5 レクリエーション施設がある	3.30	1.253
6 ショッピング施設が充実している	3.10	1.130
7 歴史的建造物がある	3.83	0.977
8 文化資源が豊富である	3.70	0.997
9 宿泊施設が充実している	3.85	1.022
10 安全でセキュリティがしっかりしている	3.97	1.008
11 ボランティア活動に参加できる	2.43	0.998

表 7 では、南房総地域を旅行する際の重要項目について質問をしており、「おいしい食べ物を味わう」($M=4.48$) がすべての質問項目の中で最も平均値が高かった。次いで「自然・景観を楽しむ」($M=4.37$) が 2 番目に平均値が高い。他に平均値が 4.0 以上の質問項目は、「温泉を楽しむ」、「名所・旧跡を楽しむ」「ドライブ・ツーリングを楽しむ」がそれぞれ 4.10、4.07、4.00 となっている。また、平均値が 4.0 以下となっている質問項目は順に「特産物や土産物を購入する」($M=3.95$)、「話題のスポットへ行く」($M=3.70$)、「近代遺跡を訪れる」($M=3.48$)「アウトドアやスポーツなどを楽しむ」($M=3.45$)、「美術館・博物館などを訪れる」($M=3.37$) となっている。「美術館・博物館などを訪れる」($SD=1.221$) の標準偏差が最も高い。最も平均値が低いのは「祭り、コンサート、イベントに行く」($M=2.43$) となっている。

表 7 南房総地域を旅行する際の重要項目

(N = 60)		
質問項目	平均値 (M)	標準偏差 (SD)
1 話題にスポットへ行く	3.70	1.062
2 自然・景観を楽しむ	4.37	0.736
3 名所・旧跡を楽しむ	4.07	0.954
4 近代遺跡を訪れる	3.48	1.081
5 祭り、コンサート、イベントに行く	2.85	1.162
6 美術館・博物館などを訪れる	3.37	1.221
7 アウトドアやスポーツなどを楽しむ	3.45	1.126
8 温泉を楽しむ	4.10	0.969
9 おいしい食べ物を味わう	4.48	0.701
10 ドライブ・ツーリングを楽しむ	4.00	1.008
11 特産物や土産物を購入する	3.70	1.062

5. 考 察

本研究の調査結果では、回答者の 7 割以上が東京都、埼玉県、神奈川県からの訪問者であり、南房総地域に訪問する旅行者の多くは近隣の県からの訪問者である。交通手段の 8 割が自家用車を使用していることから東京都、埼玉県、神奈川県出身の回答者の多くは、自家用車で南房総地域に行く可能性が高い。近隣の県からの訪問者が多いにも関わらず、旅行形態においては宿泊をする回答者が 3 割に上ることから利便性が良いからといって日帰りを選択せず、宿泊を選択する回答者がいる。また、南房総地域への訪問回数においては、5 回以上の訪問している回答者が 5 割に上っているため、大半がリピーターであることが分かる。ま

た同行者においては、家族との旅行が全体の 5 割を占めているため、南房総地域への訪問において回答者の多くが家族旅行であることが分かった。さらに観光情報の収集源として、回答者の 8 割以上がインターネットから情報を入手している。そのため、インターネットの観光情報を充実させることが南房総地域への集客力を上げる可能性がある。

push 要因においては、回答者は「休憩とリラックスしたい」「日常生活から離れて身を癒やしたい」を重要視しており、心身を休めたいとの意向が強い。また、「自分の趣味を楽しみたい」「海、自然、山を散策したい」といった項目も重要度が高く、自分の時間を満喫したい、非日常を体験したいと言ったことが要因として考えられる。「目新しいことを探したい」「目新しいことを学んで自分を高めたい」においても自分の趣味や自然に関連している可能性もある。さらに「同行者と親交を深めたい」との平均値も他の項目に比べ高く、回答者が家族旅行などを行っていることに起因している可能性がある。一方で、「現地の人々と交流したい」との平均値が低い理由として、回答者は同行者と親交を深めることを重視していることが考えられる。「もてなしを受けたい」の平均値が低いため、もてなしを受けたいとの理由で目的地を訪問する可能性が低いことが挙げられる。「社会貢献がしたい」においては、最も平均値が低いのは、回答者の多くが心身を休めたいとの意向が強く、家族旅行が多いことが原因として考えられる。

pull 要因においては、回答者は「気候が良い」「壮大な景色を楽しみたい」との外出する条件が良いこと、そして非日常的な空間を重視することが分かった。そのため、回答者の多くは、歴史的建造物や文化資源よりも自然を楽しむ観光を望んでいる。回答者は、レクリエーション施設やショッピング施設を他の質問項目に比べ重要視していないため、観光地ならではの自然資源を体験することを望んでいると考えられる。また、回答者はアクセスが良いことも訪問理由の一つとして挙げている。回答者の多くが近隣の県からであるため、移動時間をかけたくないことが窺える。さらに回答者は、安全面への重要度も高いことが分かった。それは、自然地域への訪問を希望しているため、安全面を考慮している可能性がある。宿泊施設の充実さにおいても平均値が高く、宿泊施設の多様さを行うことで、宿泊旅行を選択する観光者が増える可能性がある。ボランティア活動への参加に関する質問項目の平均値が最も低く、回答者は社会貢献やボランティア活動としての訪問と言うより、心身を休めることを目的としている傾向が強いことが分かる。

最後に南房総地域を旅行する際の重要項目は、「おいしい食べ物を味わう」「自然・景観を楽しむ」との項目が最も高く、地域食材と景観を重視している。温泉などの天然資源においても重要度が高い。一方で、自然・景観の他に近代遺跡や名所・旧跡においても重要視しており、南房総地域の訪問理由として、名所巡りの人気が高いことが窺える。また、ドライブ・ツーリングの重要度も高く、南房総地域への訪問をドライブ・ツーリングを楽しむことを目的の一つとして考えている可能性もある。特産物や土産物の購入の平均値がおいしい食べ物を味わうとの項目に比べ平均値が低い理由には、流行ならではの体験をするために現地で食

材を楽しむことに価値を見いだしている傾向がある。他の項目に比べ、美術館・博物館、アウトドアやスポーツに関する項目が低いのは、他の場所でも体験できることが起因している可能性がある。最も平均値が低かった祭り、コンサート、イベントにおいても同様に他の地域では体験できないことを提供する必要がある。

6. 結 論

本研究は、push/pull 要因に関する質問項目を用いて回答者の観光動機を明らかにし、さらに南房総地域へ旅行する際の重要項目を考察している。海ほたるでのアンケート調査結果を考察したところ、push 要因においては回答者は心身を休めることを主目的にしている傾向が見られる。一方、pull 要因においては回答者は非日常的な空間を味わうために自然景観などを重要視することが分かった。さらに南房総地域を旅行する際の重要項目においては、回答者は地域食材を食すことや自然・景観を楽しむことを重要視している。しかし、本研究は現在調査進行中であり、回答者の集計が 60 名に留まっている点で、旅行者の観光動機を明らかにしているとは言えない。アンケート数を増やして継続的に調査を実施する必要がある。さらに観光動機を明らかにするためには、性別や年齢別の調査を行うことも今後の課題の一つとして挙げられる。

〈謝辞〉

本研究は、木更津商工会議所、君津商工会議所、館山商工会議所との連携事業の経過をまとめたものである。この連携事業の目的は木更津市、君津市、館山市における観光動向を把握することである。本研究は平成 29 年度学長所管研究奨励金（共同研究）の助成を受けたものである。

【注】

¹ 千葉県「平成 28 年 千葉県観光入込調査報告書」によると東葛飾地域が約 5,890 万人と観光入込客数が最も多く、2 番目に千葉地域（約 3,107 万人）が続いている。4 番目に多い地域は印旛地域（約 2,463 万）である。

【参考文献】

- 岡本卓也（2014）「観光動機の違いが観光情報収集と訪問地選択に与える影響：長野県松本市・安曇野市における観光者動向からの検討」『地域ブランド研究』, 9, 31-42.
- 小口孝司・花井友美（2013）「観光者の欲求・動機とパーソナリティ」橋本俊哉（編）『観光行動論』（pp.24-42）. 東京都：原書房
- 佐々木土師二（2007）『観光旅行の心理学』京都市：北大路書房
- 千葉県「千葉県観光入込調査報告書」（2017.12.5 閲覧）
<https://www.pref.chiba.lg.jp/kankou/toukeidata/kankoukyaku/documents/h28kanko-irikomi-houkokusyo.pdf>
- 林幸史・藤原武弘（2008）「訪問地域、旅行形態、年齢別にみた日本人海外旅行者の観光動機」『実験社会心理学研究』, 48(1), 17-31.
- 山本真嗣（2015）「近隣観光地への訪問意向に影響を与える要因の考察：大学生を対象としたアンケート調査の結果から」『金沢星稜大学論集』, 48(2), 63-67.

Travel motivation of tourists visiting Minami Boso Area in Chiba Prefecture

Hidekazu Iwamoto, Tatsuya Uchiyama
Hang Yu, Tsuyoshi Yamamoto

Abstract

The purpose of this study is to research travel motivation of tourists who visit Minami Boso Area. Research on travel motivation of tourists at Minami Boso Area is still limited. Thus to investigate such motivation, a questionnaire survey was conducted at Umi Hotaru in Chiba prefecture in September, October, and November 2017. In the questionnaire survey, respondents were presented with items based on push and pull factors with special items for the respondents visiting Minami Boso Area. Results show that respondents tend to emphasize the push factor of “rest and recuperation” while pull factors highlighted the effect of natural landscapes in offering extraordinary experiences.