

観光経験とライフスタイル移住意思決定に関する研究
－沖縄を事例として－

令和 2 年 6 月

和歌山大学大学院観光学研究科

小原 満春

Tourism Experience and Lifestyle Migration

Decision-making

— A Case of Okinawa, Japan —

June 2020

Graduate School of Tourism

Wakayama University

Mitsuharu Ohara

概 要

本研究の目的は、観光経験とライフスタイル移住意思決定の関係について明らかにすることである。ライフスタイル移住とは、自己実現や理想のライフスタイルを求めて行う自発的な移住であり、従来の経済的な理由による移住とは異なっているとみなされる。ライフスタイル移住に関わる先行研究を整理・検討したところ、このタイプの移住の意思決定においては、過去の観光経験の影響が大きく、観光者としての満足とその後の移住先選択との間に強固なつながりがあることが示されていた。しかし、こうした観光経験のうち何がどのようなプロセスを経てライフスタイル移住の意思決定に影響を及ぼすのかについては検証されていない。そこで本研究では、沖縄県を事例とし、(1)「観光経験がライフスタイル移住意思決定に与える影響」および「観光経験とライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因」の2点を明らかにした上で、(2)ライフスタイル移住意思決定プロセスモデルを構築することを課題とした。

上記の課題を追求するにあたり、本研究では、観光経験とライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因として関与に焦点を当てることにした。関与は、消費者行動研究で用いられ、その後、レジャー研究でも多く適用される概念である。こうした先行研究の蓄積をふまえ、観光地への関与を「観光地関与」とし、この概念を用いて観光経験から移住意思決定に至るまでのプロセスモデルを構築・検証した。このモデルの構築・検証は、以下の手順で行われた。まず、沖縄に在住するライフスタイル移住者への聞き取りを中心とする定性調査を実施し、M-GTA（修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ）に基づく分析により、観光経験からいかにしてライフスタイル移住意思決定に至ったのかについて、その要因を探った。次に、観光行動が移住の意思決定に与える影響について明らかにするために、沖縄への観光者を対象にアンケート調査を行った。この調査によって、関与概念の適用が可能であることが確認された。そして、先に実施した定性調査の結果に基づき構築された移住意思決定プロセスのモデルについて、沖縄へ観光経験のある移住希望者（潜在的移住者）へアンケート調査を行い、共分散構造分析によって検証した。その結果、観光経験がライフスタイル移住意思決定へ与える要因が特定され、プロセスモデルの妥当性も検証された。結論として、移住希望者は、沖縄に対して「魅力」と「同一化」で構成される「観光地関与」を形成している。観光経験について自己の成長を感じる「自己拡大」が、沖縄が自己のアイデンティティの一部を形成するとした概念である「同一化」に影響を与え、この同一化が、ライフスタイル移住意思決定に最も影響を与えることが明らかになった。

Abstract

This study elucidated the relation between tourism experiences and lifestyle migration decisions. Lifestyle migration refers to voluntary migration in search of an ideal lifestyle. We summarized and examined previous studies on lifestyle migration and observed that decision-making for such migration is strongly influenced by past tourism experiences; however, these studies have not verified specific tourism experiences and processes that lead to lifestyle migration decisions. Thus, this study, using Okinawa Prefecture as an example, elucidated two aspects: impact of tourism experiences on lifestyle migration decisions and factors that connect tourism experiences and lifestyle migration decisions. We then formulated a decision-making process model for lifestyle migration.

This study focused on “involvement” as a factor that links tourism experiences and lifestyle migration decisions. The concept of involvement is used in consumer behavior research and widely applied to leisure studies. On the basis of these previous studies, we defined involvement with tourism as “destination involvement,” and using this concept, we built and verified a model of the process leading from tourism experience to lifestyle migration decision. First, we conducted a qualitative survey based on interviews with lifestyle migrants in Okinawa and examined the causes of lifestyle migration decisions stemming from tourism experiences through an analysis based on the modified grounded theory approach. Further, we clarified the impact of tourism behaviors on migration decisions by conducting a questionnaire survey with tourists in Okinawa. We then conducted a questionnaire survey with people who wish to migrate to Okinawa after their tourism experiences (potential migrants) with respect to the migration decision process model built using the results of the earlier qualitative survey and tested our findings using a covariance structure analysis. In conclusion, participants who wish to migrate to Okinawa developed “destination involvement” comprising “attraction” and “identification.” “Self-expansion,” or the feeling of self-growth connected with tourism experiences, had an impact on “identification” or the notion that Okinawa is a part of one’s self-identity. Moreover, identification had the most impact on lifestyle migration decisions.

目次

第 1 章 序論	1
1. 1. 研究の背景と社会的意義	2
1. 2. 研究の学術的位置づけ	3
1. 3. 研究目的と課題	5
1. 4. 研究方法	7
1. 5. 調査対象	7
1. 6. 用語の定義	9
1. 7. 論文の構成	10
第 2 章 観光とライフスタイル移住の関係に関する先行研究の検討	12
2. 1. ライフスタイル移住研究の理論的枠組	13
2. 2. 観光とライフスタイル移住の関係	21
2. 3. まとめ	26
第 3 章 関与およびレジャー関与に関する先行研究の検討	28
3. 1. 観光経験とライフスタイル移住をつなぐ関与	29
3. 2. 関与に関する基本的な理解	29
3. 3. 関与のレジャー研究への適用	33
3. 4. 関与の観光研究への適用	40
3. 5. 本研究における関与適用の課題	44
3. 6. まとめ	46
第 4 章 観光経験がライフスタイル移住意思決定へ与える影響要因	47
4. 1. 調査の課題と目的	48
4. 2. 調査・分析方法	48
4. 3. 調査・分析結果	51
4. 4. 考察	58
4. 5. まとめ	63

第 5 章 観光地関与と観光行動の関係	65
5. 1. 調査の課題と目的.....	66
5. 2. 仮説の設定.....	67
5. 3. 調査・分析方法.....	68
5. 4. 調査結果および仮説検証.....	70
5. 5. 考察.....	75
5. 6. まとめ.....	78
第 6 章 観光経験からライフスタイル移住意思決定までのプロセスモデルの構築	79
6. 1. 調査の課題と目的.....	80
6. 2. 尺度の検討.....	80
6. 3. 調査方法.....	85
6. 4. 調査結果.....	86
6. 5. 仮説の検証.....	92
6. 6. 考察.....	94
6. 7. まとめ.....	97
第 7 章 結論	98
7. 1. 本研究のまとめ.....	99
7. 2. 本研究の学術的成果.....	100
7. 3. 実務的示唆.....	101
7. 4. 本研究の限界と今後の展望.....	102
注.....	105
引用文献.....	106
参考資料.....	123
謝辞.....	128

第 1 章 序論

1. 1. 研究の背景と社会的意義

「太陽がサンサンと輝く海岸で泳いだり、コアラと一緒に写真を撮ったり、安い宝石や毛皮、それにブランド商品を買って求める観光旅行の延長線上で、定住に思いを馳せる人が少なくないとしても、無理からぬ話である」（佐藤，1993，p. 7）。これは、佐藤（1993）が、オーストラリアへ移住する日本人を調査した成果をまとめた著書『新・海外定住時代』の冒頭に記した一文である。佐藤はこの著書で、海外定住者の大半は外国で骨を埋めることはなく、その移住の動機は日本社会の息苦しさから一時的に逃避することにあるとした。そして、このような精神的理由で移住する人々を「精神移民」と呼んだ。佐藤（1993）によれば、精神移民は、楽しめればよいという単純な理由で人生の一時期を海外で過ごし、飽きたら日本に戻る。よって、戻ることが前提ではあるものの、滞在先で仕事を持ち、ホテルよりも安くすむことから住宅を購入する。佐藤（1993）は、このような滞在を長めの旅行のようだとし、精神移民を多様な生き方を求めた新しいタイプの移住者としている。また、多田（2008）はその著書『沖縄イメージを旅する』の中で、「2000年代のブームが浸透する中で、観光から移住へ、沖縄ブームから沖縄スタイルへの浸透が進んだ。さらに言えば、より日常の沖縄、ディープな沖縄、わざとらしい観光イメージではないリアルな沖縄、生活感覚に近い沖縄が求められ、観光と移住、観光客と生活者、内と外、非日常と日常の境界線が脱・分化し、相互浸透が進んだ」（多田，2008，p.234）とし、観光と移住が中間形態をもちながら、なだらかにつながっているとしている。佐藤（1993）と多田（2008）の指摘で共通しているのは、観光と移住の境界がより曖昧になっているという点である。これは山下（2009）の言葉を借りるなら、「暮らすように旅する」あるいは「旅するように暮らす」（山下，2009，p.169）、あるいは佐藤（1993，p.7）の言う「観光の延長線上の移住」で表現されうるであろう。このような観光と移住の中間的な形態は、2018年に総務省が公刊した『これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書』において、「関係人口」という概念に含まれる。関係人口とは、交流人口と定住人口の間の形態であり、地域を行き来したり、過去に居住歴があるなど、何らかの関わりがあったり、地域内にルーツがある人を指す。したがって、地域との関わりが観光客よりは深いものの定住までには至らないという人々は、この概念で表される。関係人口の概念が注目される背景には、これまで地方の過疎対策として国や地方自治体が注力してきた定住者増加政策の成果が上がらず、一方で、都市住民による地方との多様な関わり合いが地域活性化に貢献しうる可能性が明らかになってきたからである（総務省，2018a）。国や地方自治体の

過疎対策において関係人口が言及される際には、主に地方出身の都市住民の出身地との関わりを強化することに主眼が置かれている。しかし、観光が活発化する中、観光を通じて出身地以外の地方と交流する機会が増えた都市住民もまた、潜在的関係人口として注目値する。本研究がテーマとするライフスタイル移住が、先ほど述べたような「観光の延長線上の移住」であるならば、この形態の移住における観光の影響を明らかにすることで、関係人口の拡大（ひいては過疎対策）に貢献しうるだろう。

このような社会的意義および後に論ずる学術的必要性に基づいてライフスタイル移住における観光の影響を探求するにあたり、本研究では沖縄県を事例としてとり挙げることにした。沖縄を対象とした理由については後に詳述することとし、ここでは、この事例を通じた本研究による観光・移住政策への貢献の可能性について述べておきたい。沖縄県は、自治体が観光をリーディング産業として位置づけ、官民で観光振興に取り組んだ結果、2019年現在では年間1000万人が訪れる日本の代表的な観光地の一つとなっている（沖縄県，2019a）。一方で、沖縄県は国内居住者の人気の移住先でもあるが（多田，2008）、移住に関しては十分に戦略的な政策がとられているとは言いがたい。移住対策に係る市町村の意識を調査したアンケート結果によると、求める移住者像に合った移住対策を図る意識・体制がなく、移住対策が場当たりの対応となつていない対応となつており、将来的には人口減少への対策が手遅れになる恐れがあるとしている（沖縄県，2014）。したがって、観光とライフスタイル移住のつながりについて検討することは、観光を活かしてより効果的に移住者の増加を促すような政策を立案する上で一つの有効な視座を与えうると考える。

1.2. 研究の学術的位置づけ

過去に移民といえば、就労機会を求める経済的な理由や政治的迫害から逃れることを目的とした移住者が多くを占めていた。例えば日本の事例をみると、1860年代に起こった日本人による南北アメリカ大陸やハワイ、オーストラリアを行き先とする移住は、主に経済的あるいは政治的動機によるものであり（Sissons, 1977; Moriyama, 1985; Nagata, 1996; Jones, 2002）、第二次世界大戦後にも、経済的な理由から多くの人々がブラジルやペルーなどの南米に向かった（Sims, 1972）。これら移住も、「移住せざる得ない理由から移住する」というような、生きていくために必要に迫られての行動であった（Gonzalez, 1961）。国内移住においても、1960年代の高度経済成長期に、集団就職や農村からの出稼ぎなど、

地方から大都市への移住が行われていた（松田， 1978）。これらもまた、経済的動機を基に行われた移住であった。

しかし、こうした移住とは異なり、冒頭で述べたような自己実現や理想のライフスタイルを追い求める「移住したいから移住する」という自発的移住が近年は増加している。先述の佐藤（1993）の研究で挙げられたような現実逃避的な移住だけではなく、例えば、語学や習い事などの趣味を優先するための移住（島村， 2007）、沖縄ブーム（沖縄の気候や文化などへの本土からの注目）にみられるようなリゾート地として知られる島への移住（須藤， 2010）、スローライフへのあこがれからくる農山村への移住（小田切・筒井， 2016）などがある。

このような理想のライフスタイルを求めた自発的な移住形態は学術的な注目を集めており、「経済的理由あるいは仕事や政治的な理由など伝統的に主流であった移住理由からではなく、より広範な意味での生活の質を重視して移住するもの」と定義され、ライフスタイル移住として概念化されている（Benson, 2009, p.123）。長友（2013）によれば、これらライフスタイル移住者の多くが中間層（いわゆる「中流」）に属しており、移住に際しては経済的理由以外の要素が大きな役割を果たしている。そのため、長友（2013）は、ライフスタイル移住について、移住者が中間層であることと経済的理由以外の動機で移住したことの2点を基軸にした概念だとしている。また、自発的な移住であるため、個人の生き方や生活の質に対する願望が移住の意思決定に大きく影響し、グローバル化が進んだ現代的な移住として捉えることができるとしている（長友， 2013）。

このライフスタイル移住の起源は、Benson and O'Reilly（2009）によれば、1960年代から欧米でみられた退職後に快適な生活環境を求めて移住を行う国際退職者移住（International Retirement Migration: IRM）¹⁾にある。IRMは、これまでの移住の中心であった労働のための生産主導型移住とは違い、労働を必要としない余暇志向の消費主導型移住である。この消費主導型移住の特徴の一つに、移住前に移住地を観光しており、その観光が移住の意思決定に大きな影響を与えているという指摘がある（Cuba, 1991）。ライフスタイル移住の研究においても、選択する移住地や移住地での活動形態が観光者に類似すると指摘されており（Rodriguez, 2001）、過去に観光経験のある場所に移住する傾向が強いという特徴が見出されてきた（Wiseman & Roseman, 1979; King et al., 1998）。こうしたIRMとそれに続くライフスタイル移住に関する研究では、観光経験が移住の意思決定に影響すると考えられ、その関わりの具体的な内容についても研究されてきた。し

かし、これらの既存の文献においては観光経験とライフスタイル移住意思決定の過程に焦点を当てた研究はほとんど見当たらない。長友（2013）はライフスタイル移住研究におけるテーマを分類し、移住動機、移住プロセス、移動パターンの3つを挙げている。その中で移住プロセスに関しては、観光経験が影響を与えているとしているものの、これがどのような経験で、移住の意思決定にどのように影響を与えているかについては深く言及していない。この点について Bowen and Schouten（2008）は、観光経験によってその場所に満足した結果、移住を決定するという報告をしている。ここでは、観光地で「満足」をえられた経験は、ライフスタイル移住の意思決定において重要な要因であるとされている。このような指摘にもかかわらず、その他のライフスタイル移住研究においては、観光経験の結果として得られた何らかの反応が移住と結びつくという視点からの議論は、ほとんど行われてこなかった。

1. 3. 研究目的と課題

前節で述べた通り、ある場所を観光で訪れ、その影響からどのようなプロセスを経てライフスタイル移住の意思決定が行われているのかについては明らかにされていない。そこで、本研究では、観光経験とライフスタイル移住意思決定との関連を明らかにすることを目的とし、以下の(1)～(3)の課題を設定した。

(1)観光経験がライフスタイル移住意思決定に与える影響

これまでの先行研究では、その多くがライフスタイル移住に焦点を当て、移住者に対する移住動機の調査から導き出された結論として観光経験が関係していることが確認された。しかし、観光経験そのものに焦点が当てられることはなかった。それゆえ、こうした研究では、具体的にどのような観光経験が移住に結びつくのかについては、ほとんど論じられていない。そこで、本研究では、観光経験がライフスタイル移住意思決定に与える影響について明らかにすることを第1の課題とした。

(2)観光経験とライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因

観光経験とライフスタイル移住の関係について、既往の研究の多くは、観光地の魅力であるプル要因に着目し、それらがライフスタイル移住意思決定の引き金になると指摘している。しかし、その魅力要因が直接的に移住意思決定につながったという実証的な報告は

国内外の文献をみてもほとんどない。つまり、ある観光地の魅力を認知して、すぐに移住意思決定をするとは考えにくい。例えば、先行研究において、スペインのマヨルカ島に移住したライフスタイル移住者は、観光経験によってマヨルカ島での経験に「満足」した結果、移住を決めた人が多いとの報告がある (Bowen & Schouten, 2008)。この場合、観光地での観光経験による「満足」がライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因の 1 つであると考えられる。そこで本研究ではこのつなぐ要因について探索し、実証することでその有用性について明らかにすることを第 2 の課題とした。

(3) ライフスタイル移住意思決定プロセスモデルの構築

日本および欧米の先行研究による移住プロセスの研究は、そのほとんどが質的な方法であるため、個別事例を列挙し、その要因について語りから明らかにしようとする方法を用いている。この方法は、「なぜ移住したか」という問いに対して、探索的にその要因を特定できるという点では優れている (鈴木, 2002)。心理学の研究では、ある現象について、その要因となることが想定できない場合は、質的調査を用いてその要因を探索的に調査し概念化した上で、概念間の関係について仮説を構築する。そして、その仮説を量的調査で検証するという研究方法が多く用いられている (南風原, 2001)。例えば、観光行動研究において、若者の海外旅行離れを研究した中村・西村・高井 (2014) は、文献調査と質的調査を用いて、中心的な概念を特定し、そこから概念間の因果関係を仮説として設定し、その因果関係を量的調査で検証した。このような一般化、モデル化の意義について、中村他 (2014) は次のように述べている。「複数の構成概念とそれらの間の関係性を表す構造として一般化して示すことによって、複雑にみえる現実に対する理解を深めようとする試みが重要であると認識しているからこそ、現実には起きている状況をより適切に反映したモデルの構築を望むものである。なぜならば、そうすることによって状況を変えるために有効な打開策、どのような段階においてどのような方法ではたらきかけるべきなのかの立案が可能になるからである。」 (中村他, 2014, p. 160)。

このように、モデル構築の必要性として有効な対応・政策立案に貢献しうることが指摘されているが、ライフスタイル移住研究における移住プロセスの研究については、質的研究の段階に留まっており、一般化やモデル化を目指した国内外の研究はほとんどない。そこで、本研究においては、先行研究に倣い定性的調査において移住意思決定のプロセスを図式化し、その図式化したプロセスについて定量的な検証を行うことで、ライフスタイル

移住意思決定モデルを構築することにした。このモデルの構築が本研究の最終的な課題である

1. 4. 研究方法

上記の研究目的とこれに伴う 3 つの研究課題に取り組むために、以下の順で研究を進めることにした。まず、ライフスタイル移住における先行研究から、観光とライフスタイル移住の関係について明らかになっている点を確認・整理する。次に、観光経験とライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因として「関与」に焦点を当て、これに関するレビューを行う。関与とは対象に対する思い入れの強さや重要性を示す概念である。本研究は、先行研究に基づき観光経験とライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因としての「関与」の適用可能性について検討する。この概念の本研究にとっての有用性については、第 3 章以降で詳しく述べていく。

観光経験からライフスタイル移住に至るプロセスについては、質的データから図式化を可能とする M-GTA（修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ）を採用した。この調査・分析方法に基づき、ライフスタイル移住者を対象としたインタビュー調査を実施し、移住意思決定のプロセスを図式化する。その上で、この図式化されたプロセスの一般性を確認するために、アンケート調査を行い、そのプロセスの妥当性を定量的に検証しモデル化する。以上のように、本研究は、定性的および定量的な調査方法を組み合わせた実証研究である。

1. 5. 調査対象

本研究では沖縄県を事例とし、「沖縄への観光者、ライフスタイル移住者および潜在的ライフスタイル移住者」を調査対象とする。沖縄県に焦点を当てた理由については以下の 3 点が挙げられる。

1 点目は、観光とのつながりを指摘した欧米におけるライフスタイル移住研究で、温暖なリゾート地が対象とされている (Cuba, 1991; Rodriguez, 2001; Bowen & Schouten, 2008) ことである。こうした既往の研究では、ライフスタイル移住者を誘引する要因として、ゆったりした生活リズム、生活環境、温暖な気候が挙げられている。日本国内において沖縄は、日本最南端に位置して温暖な環境にあり、沖縄への移住希望者によって、スローライフができる、自然環境が豊かな中で生活できるなどの印象を持たれているという調

査結果がある（沖縄振興開発金融公庫，2017）。ここに欧米の研究対象地と類似性が見出される。これにより、欧米のライフスタイル移住に関する調査結果が日本においても適用できるのかどうかを確認することが可能になるため、沖縄が妥当であると考えた。

2点目として挙げられるのは、沖縄が持つ観光地・移住地としての特徴である。観光経験とライフスタイル移住意思決定に関わるデータ収集およびモデル構築を行うためには、調査対象地は、観光者も多く訪れつつ、ライフスタイル移住者も存在し、さらに特定のセグメント層（例えば富裕層）だけではない多様な観光者、移住者の存在する観光地であることが望ましい。先に述べたように、沖縄は年間1000万人の観光者が訪れる日本を代表する観光地である（沖縄県，2019a）。また、移住者のみを集計した公式な統計はないものの、2000（平成12年）頃からの沖縄移住ブームの影響により転入超の社会増加になった（南西活性化センター，2018）。その後、八重山地域への離島移住ブームも起こり、八重山地方の人口は2019年現在においても転入超の社会増加している（沖縄県，2019b）。沖縄移住ブームによる一時期の急激な人口の社会増加については、現在は沈静化しているものの、離島地域では転入超の状態が続き、沖縄県自体の観光客数も増加している。このような現状を鑑みると、沖縄への一定数の移住者は今も存在すると考えられるため、沖縄を調査地として選択した。

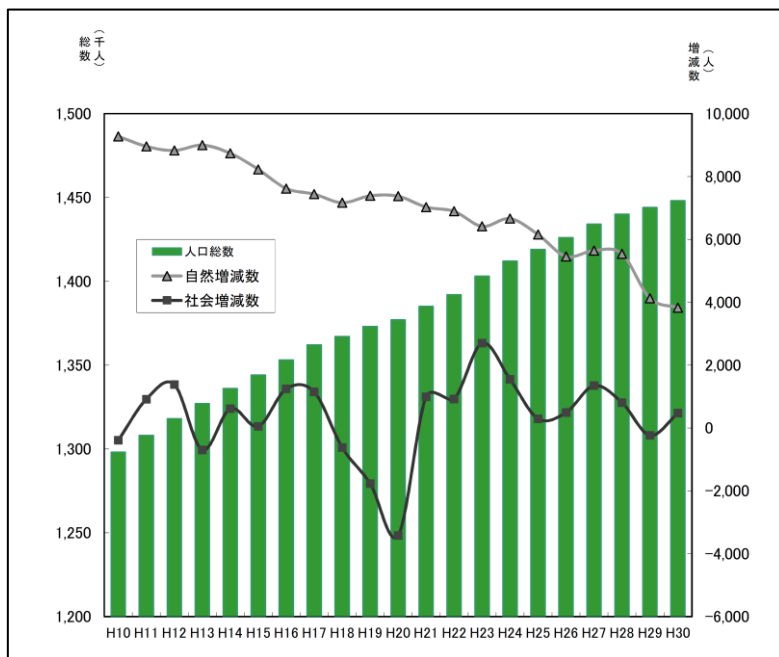


図1-2：沖縄県の人口増減の推移

引用：沖縄県（2019b）

3 点目は、沖縄の観光資源の多様さである。観光資源の乏しい地域においては、観光経験の種類も限られることになるが、観光資源が多様であれば、観光者の観光経験の幅も広がる。したがって、沖縄を調査地とすることで、多様な観光経験の中から、どのような経験がライフスタイル移住意思決定につながるのかを検証することが可能となる。沖縄は、海洋性リゾートとしてのイメージが強い。しかし、観光資源は海だけではない。原生林やマングローブなどの自然が豊かで、亜熱帯特有の農林水産物、それらを材料にした琉球料理、琉球王国の世界遺産がある。空手発祥の地であり、琉球音楽といった独自の伝統芸能がある。また、レジャーとしてはプロの大会が行われるゴルフ場、世界有数のダイビングスポットの存在、参加者が国内最大級のマラソン大会など、1 年中スポーツが行える環境にある。このような多種多様な観光資源によって観光者が多様な楽しみ方をしていることが、沖縄県による観光統計調査によっても明らかになっている（沖縄県，2019a）。

以上の 3 点により、本研究においては、沖縄が最適な研究対象地であると判断した。

1. 6. 用語の定義

本研究において用いられる用語については、以下のように定義する。

(1)観光

国連世界観光機関（UNWTO）は、観光を「レジャー目的、ビジネス目的およびその他の目的で、1 年を超えない期間において、自己の定住的圏以外の地域を訪れ、滞在し、訪問地で報酬を得る活動を行うことと関連しない諸活動」（UNWTO，1991;1996）と定義している。本研究も UNWTO の定義に従う。

(2)ライフスタイル移住

ライフスタイル移住は、Benson（2009，p. 123）が移住者の動機を基に「経済的理由あるいは仕事や政治的な理由など伝統的に主流であった移住理由からではなく、より広範な意味での生活の質を重視して移住するもの」と定義している。長友（2013）は、移住者の属性にも注目し、これらライフスタイル移住者の多くが中間層に属しており、移住に際しては経済的動機以外の要素が大きな役割を果たしているとし、ライフスタイル移住は中間層における経済的動機以外の移住という 2 点を基軸にした概念だとした。そこで、本研究においては、主に Benson の定義に依拠し、長友（2013）の言及する移住者の属性にも配慮しつつ、ライフスタイル移住を「経済的な理由以外で、生活の質の向上を目指すための

自発的な移住」とする。

(3)観光地関与 (Destination Involvement)

関与は社会心理学で用いられた概念で、後に消費者行動研究で盛んに研究されてきた仮説構成概念である。消費者行動研究においては、関与は、消費者が特定の製品や対象に抱く思い入れや重要性を表す概念である。この研究分野では、購買意思決定時における調整変数として用いられる概念として認められている (Park & Young, 1986)。そこで、本研究では対象を観光地に限定していることから「観光地関与」とし、和田 (2015) による関与の定義を援用して「観光地に対する、感情的ないし心理的な結びつきによって生じる、思い入れやこだわり」と定義する。なお詳しい説明は第 3 章にて行う。

1. 7. 論文構成

本論文は 7 章で構成されている。第 1 章 (本章) では、本研究の背景、目的・課題、調査方法などについて述べた。第 2 章と第 3 章では、先行研究をレビューする。第 2 章においては観光と移住の関係性について、第 3 章では観光とライフスタイル移住をつなぐ要因として「関与」に焦点を当てて、既存研究を探索する。第 4 章では、観光経験がライフスタイル移住意思決定に与える影響要因を探索するために行った定性的調査の結果と分析を提示する。調査対象は、沖縄を観光目的で訪問した後にライフスタイル移住をした人々である。これらの対象者にインタビュー調査を実施し、その調査結果をもとに、M-GTA 分析を用いて観光経験からライフスタイル移住に至るまでのプロセスを図式化した。第 5 章では、関与が移住意思決定への要因となりうるのかを確認するために、予備的な調査として関与と観光行動との関連についてデータを収集し分析した。第 6 章においては、第 3 章で図式化されたプロセスの定量的検証を行うため、沖縄への観光経験がある潜在的沖縄移住者 (沖縄への移住希望者) に対して、アンケート調査を行い、第 3 章で検討した関与尺度を修正した後、プロセスモデルへ適用し、共分散構造分析を用いて検証した。第 7 章では調査結果と考察から得られた知見をもとに、本研究の意義と限界について述べる。以上、図 1-3 によって、本研究において設定した課題 1 から 3 と、各研究に対応した論文の章を示した。

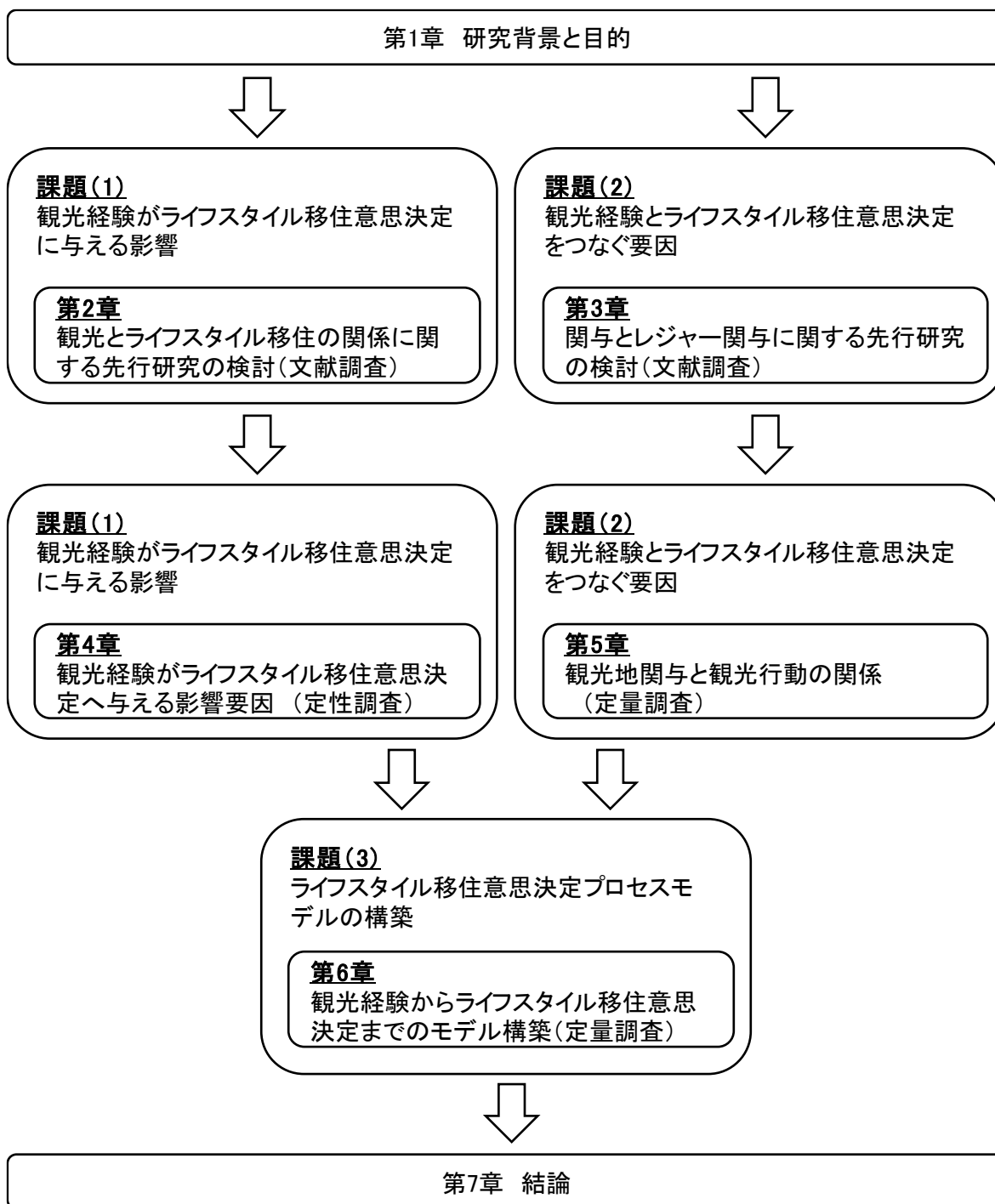


図 1-3 : 本論文の構成

第2章 観光とライフスタイル移住の関係に関する先行研究の検討

2. 1. ライフスタイル移住研究の理論的枠組

2. 1. 1. 国際退職者移住研究の歴史

本章の目的はライフスタイル移住に関するこれまでの研究成果を検討することである。そこで、この節では、ライフスタイル移住研究の出発点となる IRM に関する先行研究に焦点を当てる。前章で述べたように、退職者の国外移住は 1960 年代に現れた現象で、1970 年代後半には学術的な注目を浴びるようになった (Wiseman, 1980)。こうした移住は、ヨーロッパでは 1960 年代のマスツーリズムのブームから進展したと言われている (Williams, King, & Warnes, 1997)。マスツーリズムの主な行先は海浜リゾートで、とりわけ人気があった地中海沿岸地域では 1960 年代から 1970 年代にかけて観光者数が大幅に増加した。その当時に地中海沿岸地域を訪れた若者が退職後にかつての旅行先に移住したことから、退職者の移住は 1980 年代にはより活発になったとされる (King, Warnes, & Williams, 1998)。ヨーロッパでは、フランス内での国内移動に焦点を当てていた Cribier (1980) によって国際的な退職者移住の研究が開始された。Williams et al. (1997) および King et al. (1998)、Warnes, King, William and Patterson (1999) は、フランスにおける退職者による国内の移住を、北ヨーロッパおよび西ヨーロッパから南ヨーロッパの方向への国際的な退職者移住に共通する現象とみなした。しかし、当時増加しつつあった国際退職者移住に関しては、移住動機や移住者数など明らかになっていない部分も多く、さらなる研究の必要性が指摘された (Williams et al. 1997; King et al., 1998; Warnes, King, William, & Patterson, 1999)。その後、O'Reilly (1995) やその他の研究者による事例研究も行われた (O'Reilly, 1995; Casado-Diaz, 1999; Rodriguez, 2001; Salva-Tomas, 2002)。また、ヨーロッパと北米の退職者移住には多くの類似点があることが明らかとなり、ヨーロッパで進められた退職者移住の研究視点が、北米のケースを対象にした研究に援用された (Friedrich & Warnes, 2000)。

1980 年代に行われた Wiseman (1980) の研究では、退職者の移住は、快適な生活環境を求め、レジャーやレクリエーションを重視し、ライフスタイルを変えたいという願望から生起される行動であるとされた。この移住形態は、配偶者が亡くなったり、病気になったりすることで帰国が促される (King et al., 1998)。一時的な移住および季節的な移住を含み (O'reilly, 2003)、労働は基本的にしないため (Williams & Sofranko, 1979)、目的地選択の自由度が高い (Wiseman & Roseman, 1979) という特徴がある。

このような移住形態は、労働機会を求める従来の移住 (生産主導型移住) とは異なり、

快適な生活環境を求めることを主な動機とする消費主導型移住とみなすことができる。しかし、その滞在期間については、永住だけではなく数ヵ月単位の一時的な滞在形態なども存在するため、従来からある移住の定義では説明が困難であり、一般的な観光の定義に部分的に合致する。例えば移住は、移動先での滞在に永続性があるということが重要な要素とされる (Boyle, Halfacree, & Robinson, 1998)。したがって、一ヵ所に長期的に居住しない遊牧民や労働者、夏の間の山への一時的な滞在は除外される (Lee, 1966)。一方、UNWTOによると、観光とはレジャー目的およびビジネス目的、その他の目的で、1年を超えない期間において、自己の定住的圏以外の地域を訪れ、滞在し、訪問地で報酬を得る活動を行うことと関連しない諸活動である (UNWTO, 1991)。特に観光にとって重要な要素は、居住地に戻る意思があり、移動先での滞在に永続性はないという点である (Page & Hall, 1999)。このような既存の移住や観光の定義に照らすと、快適な生活を求めた永住から消費主導の一時的な滞在までも含む他所への移動は、移住と観光のどちらとみなしうるのか。IRM をめぐっては、こうした移住と観光の定義上の課題が提起されたのであった (Williams & Hall, 2000)。

2. 1. 2. 観光と移住の境界に関する問題とライフスタイル移住の概念の形成

従来の移住形態にはない IRM の重要な特徴の1つとして挙げられるのは、労働が行われないという点である。その結果、滞在期間も固定されない。O'Reilly (1995) によれば、移住先で永住する場合もあるが、特定の季節だけ滞在する季節滞行者や、比較的長く滞在するものの、住民登録をしないセカンドホーム (別荘) の所有者などもみられる。また、こうした一時的な滞在を含むという点から、退職者移住は定義上、観光とも移住ともいえず、それゆえ、このような移動形態を Williams and Hall (2000, p.20) は「グレーゾーン」と称した。こうした観光と移住の区分が困難な部分を持つグレーゾーンの移動形態については、「季節移住」や「一時的移住」などの用語が生み出された (McHugh, 1990; Skeldon, 1997; Boyle et al., 1998)。実証的な移住研究においても、移動形態・滞在形態の多様化およびその中で顕著となった観光と移住との連続性に目が向けられるようになった。例えば O'Reilly (2003) は、イギリス人によるスペインでの滞在を、1年を通じた滞在、夏季のみの滞在、冬季のみの滞在、2国間を常に往復する不規則な滞在の4パターンに分類し、空間的・時間的な側面からみて観光者と移住者を明確に区別することは不可能であるとした。Rodriguez (2001) もまた同様に、滞在地での行動についての調査結果から、一時的な滞

在者と観光者は訪問する場所や滞在中の活動などが類似しているため、両者を識別することは不可能であるとしている。また、セカンドホームに対して、母国の住居を意味するファーストホーム自体が移動するような、例えば遊牧民のように日常的に移動式住居を用いる場合、「ファーストホームという概念自体が不適切ではないか」という主張 (King et al., 1998, p.95) がある。さらには、永住や永続性には明確な定義自体が存在しないことから、そもそも「永住者と一時的な滞在者を区分することはできない」という主張 (Williams & Hall, 2000, p.6) まであり、観光と移住の境界をめぐる議論は混沌としていた。

このような議論の中で、観光と移住を明確に区分するのではなく連続体として理解しようとする主張も出てきた。Bell and Ward (2000) は、連続体としての観光と移住を、時間と空間の 2 軸が作る象限上で表現した (図 2-1)。空間的な軸は地域コミュニティから国家間の移動まで、時間的な軸は数時間単位から年単位までを表し、その交差する 2 軸上に時間・距離・行動の関連性を示した。例えば買い物や通勤など数分から数時間で行う移動は地域内または地方の範囲内となり、数週間から数ヶ月の時間を費やす場合には長距離の移動を伴うとしている。

Bell and Ward (2000) によれば、観光者と永住者との間には一時的な滞在者が存在するものの、観光と移住の研究は独立して発展してきているがゆえに、両分野でそれぞれに一時的な滞在者を表す概念が多く作られ、細分化されている。例えば、観光研究においてこの一時的な滞在を表したのが、セカンドホームツーリズムやレジデンシャルツーリズムという概念である。セカンドホームツーリズムは、いわゆる別荘へ滞在する観光形態であるが、明確な定義はなく、その滞在施設もコテージ、別荘、レジャーホーム、サマーハウスがある。これらの滞在施設に共通しているのは、主な用途がレジャーとレクリエーションであり、非商業用住居 (Hall, 2014) および短期休暇用の宿泊施設にも適用されているという点である (Bieger, Beritelli, & Weinert, 2007)。また、レジデンシャルツーリズムについては、正式な定義は存在しないが、居住地以外の場所に快適な生活環境を求め、主に観光地に一時滞在し労働も行う形態であるとしている (O'Reilly, 2007a)。しかし、レジデンシャルツーリストを観光者としていいのかという問題提起も同時になされている (O'Reilly, 2007b)。観光にとっての重要な要素とは、風景や生活様式の変化あるいは日常の逆転であるとされる (Urry, 1990/1995, 加太訳)。さらに、労働を行うことは観光の定義から外れるという考え方もある (UNWTO, 1991)。これに対して、レジデンシャルツーリストは観光地において一時的に就労し、その地で日常を過ごす (O'Reilly, 2007a)。ま

た、基本的に余暇指向でありながらも、比較的長期に滞在し、その地域では住民登録もしており、住宅を所有する人も存在する。このように観光とは矛盾する点もあったことから、レジデンシャルツーリズムという用語は、ヨーロッパの一部の研究者の間で用いられたものの、広く普及することはなかった (Aledo & Mazón, 2004; Casado-Díaz, 2004)。

時間	地域内	都市-地方	国内地域間	国家間	
年					12ヶ月
月					永住
					季節移住
週					遠方旅行
					バカンス
					長距離出張
日					調査
					健康管理 出張
					行楽
					訪問
時間					通勤
					買い物
	地域	地方	国	世界	空間

図 2-1 : 空間と時間における移動の形態

引用 : Bell and Ward (2000, p.90) を筆者訳

国際退職者移住、季節的移住、セカンドホームツーリズム、レジデンシャルツーリズムなどの一時的な滞在について、その滞在形態や滞在時間などの区分が議論の中心であったが、近年では Croucher (2015) が指摘するように、これを厳密に定義することはきわめて困難であるとされる。それでも、一時的な滞在に共通していることは、快適な生活環境を求めるという動機によって行われているという点である。そこで、この動機に着目してつくられた移住の概念が「ライフスタイル移住」である。この概念が示すのは、自己実現や、

よりよい人生を送るためなど、その目的に合った快適な生活環境を求めて滞在する形態であり、セカンドホームツーリズム、退職者移住、季節移住、一時的移住、余暇移住といった従来からあるカテゴリーが包含される (Benson & O'Reilly, 2009)。さらに、ライフスタイル移住は、住居の所有、住民登録、移動距離、滞在時間などの区分を超える概念である (Croucher, 2015)。

ライフスタイル移住という概念が移住研究で用いられるようになり、日本でも事例研究がみられるようになった。

2. 1. 3. 日本におけるライフスタイル移住の研究動向

日本におけるライフスタイル移住を対象とする研究においては、ライフスタイル移住という理論的枠組を用いて論じる研究と、対象はライフスタイル移住者であるものの、この言葉を用いない研究の双方が存在する。後者は、特に国内の農山村への移住研究にみられ、「田園回帰」の現象として理解されることが多い。他に、国内のリゾートでの生活にあこがれ、そこに移住するという現象も学術的関心を集めている。こうしたリゾートへの移住を対象とした研究についても、その一部 (伊東・前田, 2003; 内藤, 2004; 須藤, 2010; 2013) ではライフスタイル移住という言葉は用いられていないが、いずれにせよ、その移住動機はよりよい生活を求めることである。また、経済的理由ではなく、自発的に移住をしている点からも、「田園回帰」とされる移住も、リゾートにあこがれた移住もライフスタイル移住と言える形態である。以下では、田園回帰を中心テーマとする日本国内の農山村への移住を対象とする研究を概観した上で、海外移住を対象とするライフスタイル移住の研究、続いて国内のリゾートを行き先とする移住の研究についてみていく。

ライフスタイル移住に含まれるような農山村を行き先とする移住は、都市住民の退職者による地方への移住の増加をきっかけに 1980 年頃から注目されるようになった (小田切・筒井, 2016)。なお、日本国内の IRM の現状については、60 歳以上の人口移動データをもとに分析した研究 (石川, 2016) が上梓されている。

その後、地方の自治体が積極的な移住者誘致策をとったことにより、農山村への移住者への社会的・学術的関心が高まり、研究の蓄積が進んだ。筒井・佐久間・嵩 (2015) によれば、農山村移住についての研究は、2000 年代半ばで流れが変わっている。1990 年代から 2000 年代前半にかけては、移住者を「理解」すること目的とした移住希望者や移住者への意識調査と自治体の政策の分析が多い。2000 年代半ば以降は、移住動機に加え、働き

方や生活状況、地域づくりの担い手としての地域における移住者の役割を「検証」をすることにも関心が向いている。実際、農山村への移住者を対象とする 2000 年代半ば以降の研究（相川・會田・秋津・本城, 2006 ; 近江屋、齋藤、橋, 2010 ; 大橋・湯原・神永・高森, 2011 ; 松田, 2014）をみると、いずれも移住前の動機および移住後の暮らしが調査対象となっている。近年では、ライフスタイル移住の概念に基づき、農山村への移住を分析する動きも出ている。例えば、石川（2018）は、農山村への移住を国際的なライフスタイル移住と関わる理論枠組からとらえ直し、田園回帰の概念を再構築しようと試みた。また、谷垣（2017）は、農村政策の観点から、因子分析を用いて農村地域への移住動機・心理特性定量的に分析した。こうしたライフスタイル移住の概念を用いた研究も含め、農山村への移住を対象としたこれまでの研究は、移住の動機における重要な要素として、場所そのものやそこでの生活へのあこがれを挙げている。

次に、日本における「ライフスタイル移住」という言葉を使った研究をみると、日本人による海外へのライフスタイル移住を対象とする調査、とりわけオーストラリアへ向かった日本人移住者の研究によって牽引されてきたことがわかる。1980 年代後半から 1990 年代初頭にかけて、オーストラリアは日本人の間で移住先として人気があった。それは、当時の好景気のさなかにあった日本人にとって、オーストラリアの生活費は比較的到低く、多文化主義を標榜する国家として民族性にかかわらず移民を受容する寛容性を持ち、気候が温暖で生活環境が良好であるとみなされたからである。佐藤（1993）は、オーストラリアへ自発的に移住した日本人に対して、移住理由や、移住背景などを聞き取りしている。この研究をまとめた日本語の著書のタイトル『新・海外定住時代—オーストラリアの日本人』には、「ライフスタイル移住」という言葉は使われていない。しかし、内容を同じくする英語版の著書（Sato, 2001）のタイトルは「Lifestyle migrants」である。これにより 2000 年代初期には、ライフスタイル移住という用語が日本人の移住を対象とした研究において用いられるようになっていたことが確認できる。その後、オーストラリアへのライフスタイル移住研究では、例えば Mizukami（2006）や Nagatomo（2007; 2008）が調査研究を行っている。長友（2013）は、日本人のオーストラリアへの移住に関する一連の研究を著書にまとめ、移住前から移住後までのプロセスを包括的に分析している。そこには、オーストラリアへ移住する日本人の社会的背景、観光や一時的滞在経験と移住の関連性、移住後の定住化プロセス、そして移住先の日本人社会におけるコミュニティの現状が論じられている。オーストラリア以外を行き先とする海外移住についての研究としては、久保・

石川（2004）が、東南アジアや中国、スペイン、オーストラリアへの IRM を行う日本人を対象に、目的地選択における要因を調査している。ここでは、その要因は、気候と生活費や治安など 10 項目に分類され、それぞれの特徴が論じられている。他に、日本人の東南アジアへのロングステイについてライフスタイル移住と旅行の関係に焦点を当てた調査（Ono, 2008）、ニュージーランドのオークランドへのライフスタイル移住者の動機についての研究（Johnston & Kawai, 2011）、本当の自分のやりたいことをみつけるために海外へ移住する「自分探しの旅」の研究（加藤, 2009）、無目的で海外に移住し、移住先でも特にやることもなく閉じこもる「外こもり」の現象を紹介した著書（下川, 2007）がある。これらの研究は、移住の動機や行き先での状況に主眼がおかれているが、移住決定プロセスを詳細に論じたものではない。

一方、国内のリゾート地を行き先とするライフスタイル移住者については、ニセコ（伊東・前田, 2003）や種子島（内藤, 2004）、沖縄（須藤, 2010：2013）をフィールドとした調査があり、伊東他（2003）はアウトドア愛好者、内藤（2004）はサーファーを対象に、趣味活動と移住先との関係を論じている。これらの研究においても移住者の属性や移住の動機、移住後の生活や心理的变化などが探求されている。

以上みてきたライフスタイル移住者を対象とした日本の研究についてまとめると、ライフスタイル移住の理論的枠組を用いた研究は 2015 年以降から増加傾向にあり、関心は移住の動機から移住後の生活にまで広がっている。移住の動機については、理想の生活を求めていることや自己実現のためであることが明らかにされており、こうした知見は本研究における調査デザインや考察において参照される。しかし、いずれの研究においても観光と移住の関係そのものに焦点を当てておらず、また、移住までのプロセスにおける観光経験の影響を論じていないことから、これらは本研究で探求していく課題となった。

2.1.4. ライフスタイル移住者と観光者との境界

ライフスタイル移住という概念は、多様な滞在期間や移住先での活動を表すことを可能としたが、包括的であるがゆえにその移住者像が明確ではないという問題が残された。そこで、Huete and Mnatecon（2012）は、ライフスタイル移住者の分類を試みた。この研究では、スペイン沿岸の 20 地域および内陸部の 57 地域において、5 カ国から訪問・滞在している 800 人以上を調査し、統計的な手法を用いてライフスタイル移住者を分類した。

その結果、母国での住宅の所有（または賃貸）および移住地での住民登録の有無が分類の基準になるとし、その基準を用いて、ライフスタイル移住者を4つのタイプに分けている（表2-1）。

表2-1：ライフスタイル移住者の分類

分類	母国での住宅所有(賃貸)	移住先地域での住民登録	滞在期間
永住者	なし	あり	1年のほとんど
セカンドホーム オーナー	あり	なし	4～9ヶ月
一時滞在者	あり・なし	あり	6ヶ月以上 1年以内
観光者	あり	なし	3ヶ月前後

引用：Huete and Mantecón (2012, p.170) を筆者作成

この分類では、「永住者」は、出身国の家を売却し、その収入で永住のための資金を調達する。さらに、移住先において住民登録を行い、1年のほとんどを移住先で過ごすとしている。「セカンドホームオーナー」は、出身国に住宅を所有および住民登録をし、移住先では住民登録しないでセカンドホームを持つ移住者である。そして、「一時滞在者」は、出身国に住宅を所有している場合としていない場合があり、移住先で住民登録はしているものの、滞在期間は概ね6ヵ月以上1年以内であるとしている。そして、出身国に住宅を所有し、住民登録はしていない3ヶ月前後の滞在者は、移住者ではなく、「観光者」とされる。

上記の4カテゴリーの中から一時的な滞在者のさらなる分類を試みた研究として、Betty and Cahill (1996) の調査がある。彼らは、一時的滞在者としてレジデンシャルツーリストに焦点を当て、滞在先における住宅所有の有無と住民登録を基準に、「長期滞在者」・「未登録の居住者」・「アパートや別荘の賃貸者」に分類した。「長期滞在者」はアパートや別荘を所有して冬の間滞在し、住民登録はしていない。「未登録の居住者」は住民登録をしてはいないものの住宅を所有し、年間を通じて居住している。そして、「アパートや別荘の賃貸者」は出身国に住宅を維持する一時的な滞在者とされた。また、永住者と一時的な滞在者を分類するにあたり、出身国での住宅の所有の有無と、帰国の意思の有無を指標とする研究もある (Casado-Diaz, Kaiser, & Warnes, 2004; La Parra & Mateo, 2008)。以上のよ

うな滞在形態の分類について検討した研究では、永住者、一時的な滞在者、観光者の分類は、出身国での住宅の所有の有無、移住先での住宅の所有の有無、住民登録の有無、帰国の意思などが重視されている。結果的にこうした点が観光と移住を分ける1つの基準となると言える。そこで、本稿においても表2-1における Huete and Mnatecon (2012) の分類基準をベースに、観光とライフスタイル移住を位置づけ考察を進める。

2.2. 観光とライフスタイル移住の関係

2.2.1. 観光経験とライフスタイル移住意思決定の関係

観光経験とライフスタイル移住意思決定の関係について考察するにあたり、まずは退職移住者の移住プロセスに関する研究をみていく。この分野における代表的な研究成果としては Wiseman and Roseman (1979) による移住意思決定の2段階モデルがある。このモデルでは、移住の意思決定は移住の決定と移住先の決定の2段階からなる。まず、移住の決定については、ライフイベントが大きく影響するとしている。例えば子供が家を離れるとき、定年退職、配偶者の退職、配偶者の死亡、病気などにより移住が誘発される。一方、移住の動機について、居住している地域に対する不満によるプッシュ要因よりも、移住先の快適さによるプル要因の方が移住の意思決定に大きな影響を与えている。そして、移住の決定をした後に移住先の検索が始まり、その際に長年休暇を過ごしている場所や強い愛着を持っている場所など、過去の観光経験がプル要因として、大きく影響するとしている (Wiseman & Roseman, 1979)。観光経験と移住の関係についての実証研究では、例えば、スペインのアルガルヴェとコスタデルソルに住んでいるイギリスの定年退職者の90%以上が、移住前にその地域で休暇を取っているという報告がある (King et al., 1998)。しかしながら、退職者移住においては、過去の観光経験から移住先は決まっているため移住先を探すことはなく、退職移住者の意思決定プロセスは1段階であるという主張 (Gober & Zonn, 1983; Cuba, 1991) もみられる。あるいは、観光経験に基づいて移住地を決めた後に移住を決定する (Cuba, 1991) ともいわれる。

このような観光経験や滞在経験について Williams and Hall (2009, p.9) は、「海外での生活や仕事の経験は増え続けており、どちらも引退時のサーチスペースを広げ、海外での生活に慣れていないという障壁を取り除いている」とし、観光は海外での生活における知覚リスクを低減し、移住先を探す上での探索的な役割を果たすとしている (Williams & Hall, 2000)。すなわち、観光を通じて何度も訪れたことがあるがゆえに、その場所につい

て精通し (Cuba & Longino, 1991)、移住先のコミュニティにおける適切な個人的関係を築くための基礎ができており (Cuba, 1989)、移住に伴う不確実性を減らすことができる (Romsa & Blenman, 1989) のである。

また、他方で、滞在を快適にする適切な環境条件や観光の需要を生み出すのに十分な観光インフラストラクチャ (Barke & France, 1996)、居住地との適切な空間的近接性とアクセス可能性 (Buswell, 1996) によって、観光による訪問が促進され、結果的に移住先の候補になると考えられる。さらに、他国に住む親類を訪問 (観光) することで、ソーシャルキャピタル²⁾ が形成され、その国への移住が促進されるということも論じられている (Oigenblick & Kischenbaum, 2002)。

Bowen and Schouten (2008) によると、観光による滞在経験で得た対象地域に対する満足がその後の移住につながるとされる。Bowen et al (2008) が観光による訪問前の期待と、訪問後の成果 (パフォーマンス) のギャップを比較する期待不一致理論 (Expectation disconfirmation theory)³⁾ を用いて調査したところ、78%の移住者が観光による訪問では事前の期待より成果 (パフォーマンス) が上回り、移住者の多くが移住以前の観光経験に満足していた⁴⁾。このように、観光者の満足と移住先選択の間には強固なつながりがあることが示された。ここでいう満足とは、観光者が観光経験によって下す観光地に対する評価で、その議論は様々な形で行われている (Oh & Parks, 1997; Yuksel & Yuksel, 2001; Bowen & Clarke, 2002)。特に観光で訪れた場所への満足が再訪問意図を形成することは、実証研究 (Yoon & Uysal, 2005) によって明らかになっている。つまり、観光者の満足が再訪問意図を形成する先行要因となることが示されている。この観光研究の知見に従えば、上述した Bowen and Schouten (2008) の報告は、事前の期待よりも、観光経験によって得られた成果の方が上回ることによって得られる満足が、移住先を決定する 1つの重要な要因であると理解できる。

以上のように、1970年代後半に、過去の観光経験が移住の意思決定に影響を与えると指摘されて以降、観光経験とライフスタイル移住の意思決定の関係に関しては、動機 (プル要因)、精通度、知覚リスク低減、ソーシャルキャピタル、満足といった内在的要因と、適切な環境条件、インフラ、アクセスの良さといった外在的要因が影響するとみる傾向がある。

2.2.2. 先行研究に欠如した視点

前項では、Wiseman and Roseman (1979) が、移住意思決定を2段階モデルで提示したと述べた。Wiseman (1980) は、さらに、移住を促進ないし阻害する要因を内在的要因と外在的要因に分け、内在的要因を健康や収入などの個人的資源とし、外在的要因として住宅市場を挙げた。既存の研究において観光経験とライフスタイル移住の意思決定へ影響を与える要因をみると、内在的要因については動機に関する研究が多い。例えば Pickering et al. (2018) は、これまでの退職者移住に関する論文のスコopingレビュー⁵⁾において110の論文を分析した結果、退職移住者の移住動機は、(1)目的地(気候、自然および文化的環境、他)、(2)人々(ソーシャルネットワーク、言語、他)、(3)費用(海外での生活費、健康管理および住宅価格、他)、(4)移動(移動のしやすさ、ビザおよび居住要件、他)の4つに分類できるとした。この研究成果から言えるのは、退職移住者の動機に関しては、かなり焦点が絞られているということである。ちなみにここでの動機は、心理学における行動を起こそうとする意思という定義に基づいており、動因と誘因に分けられる(佐々木, 2007)。動因とは、プッシュ要因ともよばれ、行動を起こそうとする内的な要因によって形成される動機である。また、誘因はプル要因ともよばれ、行動を誘発するような外的な要因によって形成される動機である。先行研究で指摘されている通り、退職者移住については、移住先の快適な生活環境がプル要因となり、移住意思決定に大きな影響を与えると考えられる(Wiseman & Roseman, 1979; Wiseman, 1980)。

しかし、人々は動機だけで行動を起すわけではない。この点について、佐々木(2007)は、観光心理研究において、態度(attitude)の重要性について述べている。動機が行動を起こす推進力であり、態度は行動への準備状態であるとし、動機と態度の2つが形成されることで、実際に行動を起こすとしている。態度の一般的な定義として「社会的事象に関するポジティブまたはネガティブな情緒的感情、賛否の行動傾向の持続的体系」(Krech, Crutchfield, & Ballachey, 1962, p.35)とされている。例えば、佐々木(2007)によれば、観光旅行に行く際に、情報探索で得られた複数の候補地から、欲求が満たせそうな観光地に対してポジティブまたはネガティブな態度が形成され、結果的に最もポジティブな態度が形成された観光地に行くという決定がなされる。心理学において、態度は人の行動を予測するための有力な仮説構成概念であり、特に強い態度は行動の予測力が高いとされている(Krosnick, Boninger, Chuang, Berent, & Carnot, 1993)。前項で検討した観光経験による満足が移住の意思決定に影響を与えているとする研究(Bowen & Schouten, 2008)で

は、「満足」という観光地に対する肯定的な態度が、移住の意思決定に大きな影響を与える要因となることが示されている。

しかし、これまでの移住研究において、観光経験の結果として得られた何らかの反応が移住と結びつくという点が注目されることはなく、これについてはほとんど議論されてこなかった。多くの既存研究では、移住に研究の焦点をあて、移住者に対する移住動機の調査から導き出された結論として観光経験が関係していることが確認されたが、観光経験そのものに焦点は当てられてはいない。そのゆえ、こうした研究では、具体的にどのような観光経験が移住に結びつくのかについては、ほとんど論じられていない。

2. 2. 3. 観光経験による態度形成過程を中心としたアプローチの可能性

移住研究では、態度概念および態度形成過程を中心としたアプローチはあまり用いられていない。しかし、社会心理学をベースにした消費者行動研究や観光行動研究、特に態度と行動意図の関係についてのこれらの分野の知見を観光と移住の関係の分析に援用することは有益であると考えられる。以下その理由について述べる。

態度をより一般的な表現で説明すると、よいと悪い、好きと嫌い、賛成と反対といった認知的な反応であるとされている (Petty & Cacioppo, 1986)。また、態度には、対象への感情、対象に対する認知、そして、対象への行動傾向 (接近・回避) の3つの要素が含まれると考えられてきた。しかし、現在はこの3つの要素を切り離し、態度は感情のみを示し、それ以外の要素は別個の概念として取り扱われている (Rosenberg & Hovland, 1960)。そして、その態度と行動の関係について、消費者行動の側面からみた単次元モデルによる因果関係は、図2-3のように示されている (Lutz, 1991)。このモデルによって表されるのは、人々が自ら認知した知識の集合である信念 (認知) を基に、好きや嫌いなどの態度 (感情) を形成し、購買を決定するという意図があった上で (行動)、購買行動 (行動) に至るというプロセスである。

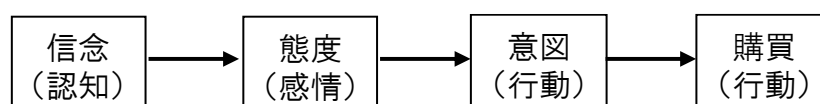


図2-3: 態度の単次元モデルによる因果関係

引用: (Lutz, 1991)

このモデルは、行動を予測するための有力なモデルとみなされていた。しかし、その後、態度と行動の不一致を示す研究が出され (Fishbein & Ajzen, 1972)、態度だけ行動を予測することには限界があるとされた。そこで、周囲の人の意見によって、意思決定が変わるという主張から、「主観的規範 (社会的からの期待)」を加えた合理的行動理論 (Theory of Reasoned Action : TRA) が提唱された (Fishbein & Ajzen, 1975)。さらに、行動を起こすことに自信があると、態度を行動に移す可能性がさらに高まるとして TRA に「知覚された行動制御感」を追加した計画的行動理論 (Theory of Planned Behavior : TPB) も提唱された (Ajzen, 1991)。このように、態度と行動の関係については、TRA や TPB の議論から拡張版 TPB が報告されるなど、多く研究が行われている (Bissonnette & Contento, 2001; Perugini & Bagozzi, 2001)。以上のように、心理学においては行動に大きな影響を与える要因として、態度は中心的な概念とみなされており、その重要性は現在でも変わってはいない (林, 2011)。したがって、態度は観光行動研究においても重要な概念として多く用いられている。例えば、「満足」と再訪問意図との因果関係を特定した研究 (Yoon & Uysal, 2006) や、楽しさとリスク要因を合わせた「関与」が満足と再訪問意図に影響を与えるとした研究 (Hu, 2003)、ハワイへのヘビーリピーターには住みたいと思うほど「思い入れ」のある人々が存在するとしている研究 (大方, 2017) がある。また観光による態度形成過程についての研究では、同じ地域への再訪問と地域への「愛着」の関係が論じられている。例えば、本田 (2018) は、アニメの聖地巡礼者が再訪問を行い、地域の人との交流を通してその地域に対して「愛着」を形成するという。岡野・倉田・直井 (2019) は、愛着形成について、京都と沖縄へ訪問している観光者を対象に定量的な実証研究を行い、「愛着」が形成される要因として、交流や飽きない魅力などを挙げている。これら研究から、観光経験を通して観光者は、満足、関与、思い入れ、愛着などの態度を形成するといえよう。

これらの研究による態度に関する議論に基づくと、観光経験を通して、ある場所に対して何らかの態度が形成され、移住意図へとつながり、最終的に移住を行うと考えられる (図 2-4)。つまり、観光で訪れた場所への態度が肯定的であることが、そこへ移住を実行する重要な根拠の 1 つとなる可能性が高い。したがって、これまでの研究でしばしば注目されてきた動機という側面に加えて、どのような観光経験が場所や地域への肯定的な態度形成につながり、さらには移住につながるかについて検討することが不可欠である。

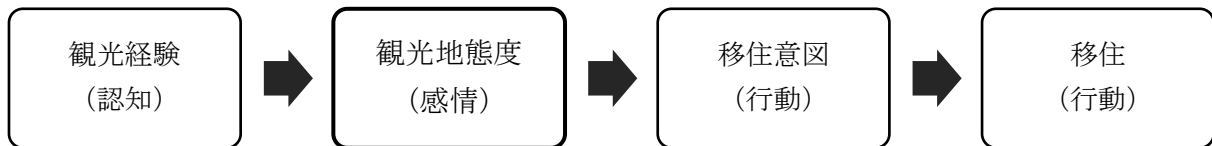


図 2-4：観光経験と移住意図における態度の役割に関する概念モデル

ライフスタイル移住に結びつく態度形成を促す観光経験を明らかにするには、先述した観光行動研究で得られた態度についての研究成果を応用することが、重要な一步となる。移住を主要なテーマにしている研究の場合、複数回の訪問につながる観光経験についての詳細な内容や訪問回数などは明示されていないものの、移住前にその地へのリピーターであったことが示唆されている。須藤（2013）は沖縄への観光客が移住者になるプロセスについて、沖縄へ移住した移住者へのインタビュー調査を基に、観光と移住のつながりについて考察している。インタビューの結果から、移住者は沖縄への魅力を強く感じ、リピーターとして何度も沖縄を訪れる観光者であった。そこで移住をするという選択をした経緯や背景には、沖縄での非日常生活を体験したくて移住したのではなく、観光と対置した「普通の日常生活」を送ることができる沖縄に魅力を感じて移住したとしている。特定地域への複数回の訪問とライフスタイル移住は密接に関わっていると考えられるため、観光行動研究で用いられている態度形成の議論も、ライフスタイル移住に関する研究において援用することは可能であろう。

以上のように、観光行動研究で用いられている態度概念である満足、関与、思い入れ、愛着が、どのような観光経験によって形成され、さらに移住の意思決定につながり、そして移住につながることを証明する必要がある。

2.3. まとめ

本稿では、従来の移住の概念では説明できないような移住の多様化とこれに関わる学術的な取り組みについて、ライフスタイル移住という形態を中心に議論した。特に、こうした議論の中で浮彫にされた観光経験によるライフスタイル移住の意思決定への影響に焦点を絞り考察を行った。

これまでのライフスタイル移住研究においては、「なぜ移住を行うのか」という動機が中心的な議題であった。そして、その動機はプッシュ要因とプル要因に分けられ、その分類に基づいて分析が進められつつある。本研究もこの分類を基に、プル要因に焦点を当て、

観光によってその場所とつながりができ、そのつながりから移住を意思決定するという、場所と人間の関わりという側面に着目した。そして、その関わりについては、観光行動研究で用いられている態度概念の援用が有益であると指摘した。

こうした先行研究の検討から、ライフスタイル移住の研究においては、この知見を定性的調査方法で実証していくことの重要性が明らかとなった。そこで示された課題は、移住先に対してどのような態度が形成され、形成された態度が移住の意思決定や、その場所へ移住することを決定するに至ったかを、移住先への観光経験を考慮しながら解明していくことである。すなわち、図 2-4 で提示した、観光経験から態度が形成され移住意図につながり移住するというプロセスの妥当性を検証することである。同時に、愛着や関与といったような、観光行動研究で用いられている態度概念に検証することも重要である。これまでの研究で明らかになっている態度概念が確認されるのか、それとも、移住者特有の場所への態度、すなわち新しい概念が存在するのかについても明らかにする必要がある。

また、移住の決定についての既存研究においては、**Wiseman and Roseman (1979)** の移住 2 段階モデルでみたように、移住の意思決定と移住地の意思決定は段階を踏んだ意思決定として扱われていることを示した。このことから、本研究においても、観光経験によって肯定的な態度が形成されることで、その肯定的な態度が、移住の意思決定に影響を与えるのか、それとも移住「地」の意思決定だけに影響を与えるのかについても検証する必要があるだろう。これによって、観光経験がライフスタイル移住の意思決定に影響を与えるプロセスについての理解を、さらに深化することが可能になると考えられる。そこで、次章では、図 2-4 で示された観光経験で形成される観光地態度について「関与」概念の適用可能性について検討するために、関与研究のレビューを行う。

第3章 関与およびレジジャー関与に関する先行研究の検討

3. 1. 観光経験とライフスタイル移住をつなぐ関与

本研究では、観光経験がライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因として関与を適用することにした。その背景として、前章において、観光経験による態度形成が移住意思決定につながる可能性があることを指摘した。態度が、観光経験と移住意思決定をつなぐ要因であり、その要因として既往の研究では満足が示されているということも指摘した。また、満足以外にも、移住行動との関わりが深いと考えられるリピーターに関する研究についても検討し、何度も同じ観光地に足を運ぶ要因として、その場所に対する関与、思い入れ、愛着があることを第2章で示した。いずれも、人と場所との関係を示す概念として取り扱われているが、本研究で関与を要因として検討することにした。理由は以下の通りである。

関与は1940年代に社会心理学から誕生した概念であり、その後、1960年代には「広告効果」という側面から消費者行動研究に援用された。そして、1980年代には、レジャー活動に援用され、1990年代から観光研究にも援用されてきた歴史がある。このような歴史の中で、多くの研究結果が報告されてきており、その有用性が示されてきている。関与は、思い入れや重要性を表す概念として一般的に認められており (Park & Young, 1986)、観光やレジャーといった人々の関心が高い活動とは親和性がある。そのため、観光研究においては、旅行の意思決定や、観光地の選択を関与の概念で説明する研究が蓄積されている。これにより人々の観光行動を予測する上で、有益であると考えられる。また、本研究においては、観光経験からライフスタイル移住意思決定に至るモデル構築も研究目的として掲げており、定量的な調査検証が不可欠となる。関与の測定に関する尺度は、これまで多くの研究者によって検証・改良されてきており、その点においても本研究に適用する上で有利な概念と言える。そこで、観光経験とライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因として関与の概念の適用可能性について検討することとした。

3. 2. 関与に関する基本的な理解

3. 2. 1. 関与の定義

関与は社会心理学で用いられ、後に消費者行動研究で盛んに研究されてきた仮説構成概念である。消費者行動研究で一般に認められている関与とは、消費者が特定の製品や対象に対して持つ思い入れや重要性を表し、購買意思決定時における調整変数として用いられる (Zaichkowsky, 1985 ; Park & Young, 1986; Ratchford, 1987)。関与という概念が初めて学術的に用いられたのは、社会心理学においてであった。Sherif and Cantril (1947) が

社会判断理論の分野で自我関与（Ego-Involvement）としてこの概念を導入した。自我関与とは、態度を形成する対象や事象が個人の自我領域（自己と結びついた中心的な価値領域）と関わりあっている程度を示した概念であり、高低で示される。関与を消費者行動に最初に応用したのは Krugman（1965）で、自我関与を用いて、テレビの広告効果を研究した。その後、関与研究は 1970 年代から 80 年代にかけて盛んに行われたが、関与はその適用範囲が広いがゆえに（Laaksonen, 1994）、研究者によって多くの定義が存在し、現在までに関与について一致した見解は存在しない。そのため、関与が表す意味を混乱させる結果になった（小野, 1989）。関与の定義として、青木（1989, p.125）は「対象や状況（ないし課題）といった諸要因によって活性化された個人内の目的志向的な状態であり、消費者個人の価値体系の支配を受け、当該対象や状況（ないし課題）に関わる情報処理や意思決定の水準およびその内容を規定する状態変数」であるとした。この定義は、これまでの日本の消費者行動研究において用いられてきた関与の様々な定義を含むことができるため、学術的に優れているとされる（和田, 2015）。近年では Peter and Olson（2010, p.80）が「ある対象（object）・事象（event）・活動（activity）に対して、消費者が知覚する重要性や関連性のこと」とし、Solomon は「関与とは、個人のある特定のニーズや価値、及び関心に基づくある対象に対する知覚された関連性であり、対象とはある製品（ブランド）、広告、購買状況などである」（Solomon, 2011, p.152）と述べている。金はこれら関与研究において用いられた定義から、関与の意味を強調する内容をまとめ、関与を「ある対象物や活動に関して個人的に知覚された価値の程度」と定義した（金, 2014, p.2）。また和田は、高関与者のさらに上の超高関与者を調査するにあたり、関与は対象に対して強い思い入れを示すとし、青木（1989）の定義を参考に「ある製品（ないしサービス）のカテゴリーもしくは特定ブランドに対する、感情的ないし心理的な結びつきによって生じる、思い入れやこだわり」（和田, 2015, p.29）であると説明した。これら近年の関与に対する解釈を概観すると、重要性、関心、価値、思い入れなどの概念を用いて関与を定義していることがわかる。

3. 2. 2. 関与水準の規定因

関与は知覚された価値の程度であると言える。そのため、その水準には高低があり、それが関与水準となる。関与水準は、製品・サービスによって異なるが、一般的に知覚リスクが高い製品・サービスほど、関与が高くなる（Assael, 2004）。知覚リスクとは、ある行

動の結果に対する消費者の不安を指す(Bauer, 1960)。悪い結果が発生する可能性が高い、あるいはよい結果が発生する可能性が低いことにより、知覚リスクは高まる。関与と知覚リスクの関係として、例えば製品に対して関与が高い場合、その製品を購入することの重要性が上がり、知覚リスクは高くなる。知覚リスクが高い場合、消費者の記憶に基づく内的な情報探索と、外部から収集する外部情報探索においてリスクを回避しようと動機づけられる(Dowling & Staelin, 1994)。逆に製品に対して関与が低い場合、さほど重要な購買ではないため、知覚リスクは低い。したがって、知覚リスクが低い製品を購入する場合、その結果も重要ではないためにリスクを回避する必要性も下がり、情報探索はほとんどされない。同様に、購買意思決定の際には、様々なタイプのリスクに直面する(Hoyer & MacInnis, 2004)。Hoyer and MacInnis (2004)によると、リスクは6タイプあり、これに含まれるのはパフォーマンスリスク(製品の品質や性能に関する不安)、経済的リスク(金銭的損失に関する不安)、身体的リスク(身体上の損害に関する不安)、社会的リスク(準拠集団の承認に関する不安)、心理的リスク(購買者の自尊心に関する不安)、時間的リスク(購入や使用、修理などの時間の損失に関する不安)である。これらリスク要因によって消費者の知覚リスクが上昇すると、関与水準が上昇する。その結果、例えば、リスクを低減するために、深く情報探索を行ったり、同じブランドを毎回購入することで、パフォーマンスリスクを低減したり、安い製品を購入したり、製品保障がされているものを選択したりする。以上のように関与と知覚リスク、そして情報探索は相互規定的な関係であり、知覚リスクが高い製品・サービスほど関与水準は高くなるとしている(金, 2014)。

3. 2. 3. 関与の構造

1970年代後半から、消費者行動研究の分野において、関与を測定する尺度が開発されてきた。その中でも信頼性と妥当性が確認されている代表的な関与測定尺度が2つある。その1つは関与を1次元としてとらえた Zaichkowsky(1985)のPII(Personal Involvement Inventory)、もう一つは関与を規定する先行要因を多次元的にとらえた Laurent and Kapferer (1985)のIP(Involvement Profile)である。

PIIは関与を表す20項目の質問に対して7段階のリッカートスケール法による回答から合計値を算出して関与を測定する関与測定尺度である。この尺度は関与を1次元としてとらえた尺度であるため、水準を比較することができ、水準の違いによる行動の変化について検討が可能である。また、20項目の質問事項を、重要であるまたは重要ではないという、

7段階のリッカートスケール法によって測定するため、言語に左右されることも少なく、比較的容易に関与水準を測定することができる。しかし1次元を想定して開発されたものの、因子分析をすると、2つの因子が抽出されることもあり、そもそも関与は1次元なのかという疑問が出された。例えば、Jain and Srinivasan (1990) のPIIを用いた研究では、関連性・重要性と快楽の2因子が抽出されている。しかし、この2因子という因子分析の結果だけでついで、基準関連妥当性に問題があるとはいえない (Carmines & Zeller, 1979) という主張もある。しかし、PIIが2次元になることに関しては、PIIを開発したZaichkowsky (1985) 自身も同様の認識を示していることから、関与は多次元であるとの主張が強化されることとなった。その多次元として仮定した代表的な関与尺度がIPである。この尺度は、1990年代に隆盛したレジャー関与の研究においても、最も多く援用された。IPはPIIと違い、関与の先行要因を多次的に表したもので、その要素は、消費者が知覚する「重要性 (importance)」、快楽的な価値や、情緒的な感情である「楽しさ (pleasure)」、象徴的、記号的な価値を表す「サイン (sign)」、購買により知覚される「リスク」があり、リスクの下位尺度として、そのリスクがどの程度の確率で起こるかと感じる程度の「リスク確率 (risk probability)」と、購買の結果もたらされる結果の重大性を表わす「リスク重要性 (risk importance)」の5項目からなる。PIIとは異なり、関与水準の比較や分類をすることはできないが、各製品のどのような要素から関与が形成されているかを検討できる点が優れている。

3.2.4. 関与の種類

消費者は、目標が定められるとその目標を達成するように動機づけられ、このように動機づけられた状態が「関与」である。動機づけられた状態が一時的なものか長期的なものかによって、関与は2種類に分けられる (Bloch & Richins, 1983)。一時的な関与を状況関与という。状況関与とは、一時的に関与が高まる状態であり、その関与水準は変化する。例えば、自動車を購入しようとする時には、一時的に自動車に対して関与が高まり情報収集などを積極的に行うが、いったん購入してしまえば関与水準は低下する。これは、自動車そのものに関与しているというより、自動車を購入する状況に関与している状態である。一方、永続関与とは、ある製品に長期に渡って関心を寄せるものである。例えば、自動車を購入する予定はないが、日ごろから自動車に関しての情報を収集して楽しんでいるような消費者、いわゆる自動車好きは、購入するかしないかという状況とはまったく無関係に

自動車自体に関与している状態であるため、永続関与という。この状況関与と永続関与は、消費者行動研究においては、前者が購買時にのみ関与が上がることから購買関与（≒状況関与）と言われ、後者は購買時以外にも製品に関与している状態を製品関与（≒永続関与）とも言われる

以上示した関与の基本的な特徴をふまえ、次節では、レジャーや観光分野に適用された関与概念について探っていく。

3.3. 関与のレジャー研究への適用

3.3.1. 関与とレジャー

社会心理学の自我関与概念を基に、消費者行動において研究されてきた関与は、消費者と製品との関係を前提にしている。その消費者と製品との関係を援用する形で、観光やレジャーといった「活動」に焦点を当てた関与研究も盛んに行われてきた。レジャーと関与の関係性を、最初に調査したのは Csikszentmihalyi (1975) である。Csikszentmihalyi (1975) は、チェスに深くかかわっている人は、チェスの雑誌をよく読み、特定の戦略をよく勉強するという特徴を持ち、そのときにその記事の著者の経験を追体験している感覚になると指摘した。しかしここでは、それが関与であると明確に定義されたわけではなかった。Bryan (1977) は、人々がレクリエーションを行う時の重要な感情的なシステムを、コミットメントや関与として説明した。その後、その概念は、調査によってスキル、選択、活動の経験などの水準によって測定可能であるとされた (Bryan, 1979)。これ以降、レジャーに対する関与に焦点を当てた研究が多くなされてきた。以下では、これらの研究におけるレジャーに対する関与、すなわち「レジャー関与」について検討していく。

3.3.2. レジャー関与の尺度開発

レジャー関与の領域では、Laurent and Kapferer (1985) の IP (Involvement Profile) をベースにした研究が多くを占める。IP は特定の製品の関与を測定する尺度であるが、これを用いてスキーやキャンプといったレジャーに対する関与を測定する尺度も開発された。そして、IP を援用したレジャー関与研究において、これまで多く引用されたのが、McIntyre (1989) である。McIntyre (1989) は、レジャー参加者の個人内要因としてコミットメント、中心性、情緒、愛着、関与といった類似している概念が存在し、これらに一貫した尺度がないという問題点を指摘した。そこで IP をベースにオリジナルのレジャー関与尺度

を開発し、レジヤの参加要因を、関与の面から明らかにしようとした。そこで対象とされたのはオーストラリアのサウスクイーンズランド、グレート・サンディ国立公園のキャンプ場を訪れているキャンパーであった。IPを援用したオリジナルのレジヤ関与尺度として、楽しみ（Enjoy）、重要性（Importance）、自己表現（Self-expression）、中心性（Centrality）の4つの要因で調査された。そして、この4つの要因を因子分析した結果、楽しみと重要性が同一因子として抽出されており、レジヤには特有の因子が存在することが明らかにされた。このレジヤ関与特有の楽しみと重要性を合わせた因子は「魅力（Attraction）」と命名された（McIntyre, 1989）。そして、この因子分析の結果を用いて、キャンプ場に隣接するタイプが違うビーチを基準に判別分析を行ったところ、参加しているキャンパーのそれぞれの関与の構成要素の水準が違ってくるのが明らかになった。このように、McIntyre（1989）は、レジヤ特有の因子である魅力と、関与の構成要素によって同じレジヤ活動でも、関与の構成要素における水準の違いによって、選択される場所が異なることを明らかにしている。

表 3-1 : McIntyre（1989）によるレジヤ関与尺度

尺度	項目
楽しみ	人生で重圧がかかる時、キャンプで私はリラックスできます。
	キャンプは、私がする最も満足な事のうちの1つです。
	キャンプは、私がする最も楽しいことの1つです。
重要性	友達とキャンプについて話し合うのは楽しいです。
	私は、キャンプにほとんど関心がありません。
	キャンプは、私にとって非常に重要です。
自己表現	知人とはキャンプをしている時に会いたい。
	キャンプについて他の人に多く話すことができる。
	キャンプは多くのことを私が誰であるか語ってくれます。
中心性	私の生活はキャンプを中心として計画されています。
	友人の多くは、キャンプと何らかの関係があります。

引用：McIntyre（1989）を筆者訳

その後、Dimanche, Havitz and Howard（1991）が、McIntyre（1989）と同じく IP を

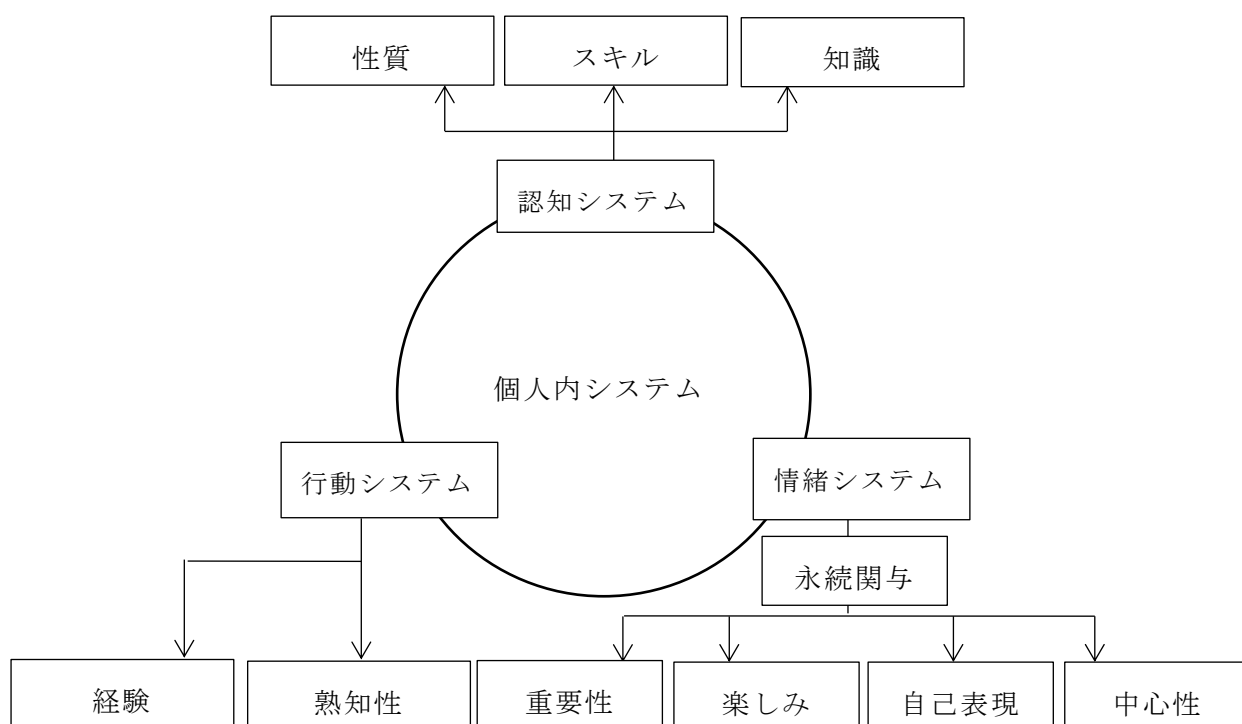
用いて、レジャーと観光に焦点を当てた尺度の妥当性を検証している。この研究は、IP による測定において、製品では 3 番目の構成要素にあたる自己表現が、観光やレジャーにおいては 1 番目の構成要素として抽出され、McIntyre (1989) と同じく、楽しみと重要性が同一因子として抽出されたと報告している。つまり、製品と比較し、レジャーに対する関与は、自己とのつながりが最も強い影響を与えるということを示している。レジャー関与は 1990 年代に主に欧米において研究されていたが、当時の日本においても少数ながら研究が行われた。しかし、フランス語で開発された IP 尺度を日本語で忠実に再現しようとしたために、調査ではレジャー関与特有の 3 因子が抽出されず、内的整合性の基準を満たさないなどの問題が起きた (坂口・菊池, 2001 ; 2002)。その後、坂口らの研究では、ゴルフ練習における関与測定で、レジャー関与特有の 3 因子と内的整合性の基準をクリアした結果が出された (坂口・菊池, 2004)。しかし、これはゴルフ練習という限定されたレジャーにおける研究結果であるため、他のレジャーでの適用可能性についてはさらなる調査が必要とされた。この研究以降、しばらく日本において IP を用いたレジャー関与の測定を試みる研究はほとんど行われていなかったが、近年スポーツの観戦に対する関与 (スポーツ観戦関与) とスポンサーへの態度や継続的な観戦などとの関連性について報告されている (井上・松岡・吉田・蔵柵, 2018)。

これらの研究から、レジャー関与は多次元性を有し、その構成要素は、消費者と商品との関係とは異なる次元を有しているものだと考えられる。また、レジャー関与の特徴として、McIntyre (1989) や Dimanche et al. (1991)、坂口・菊池 (2004) が抽出した魅力 (楽しみ・重要性) 因子が共通となっていることが挙げられる。

3. 3. 3. レジャー関与に関係する要因についての研究

McIntyre and Pigram (1992) は、関与だけではレクリエーション参加の個人内要因を説明できないとして、レクリエーション参加に特化した個人内構成要素をループという形で提示した。その中で、レクリエーションへの参加要因の基本的な構成要素として、認知システム、情緒システム、行動システムが相互に関係していることをループ状の図で示した (図 3-1)。認知システムは、性質、スキル、知識の 3 要因で構成され、行動システムは、前の経験、熟知性の 2 要因、そして情緒システムは、それ自体が永続的関与であり、構成要素は IP を基にした 4 要因で構成されるとしている。その構成要素の一である情緒システム (永続的関与) に関して、レクリエーションに特化した関与尺度で調査を行い、

ベースキャンプに参加する約700名の参加者の関与の構成要素を分析している。その結果、McIntyre (1989) の調査結果と同様に、楽しさと重要性が同一因子で抽出された (McIntyre & Pigram, 1992)。また、情緒システムと行動システムを合わせてクラスター分析をしたところ、4つのクラスターに分けられた。その4つのクラスターのうち経験と熟知性が高いクラスターが、魅力、自己表現、中心性の水準が高いという結果となり、認知システムと情緒システム（関与度）に関連性があることが明らかにされた（図3-1）。



引用：McIntyre and Pigram (1992) を筆者訳

図3-1：個人内システムループ

McIntyre and Pigram (1992) の行った関与によるセグメンテーションについて、Dimanche et al. (1991) は、IPを用いて、国立公園、外食、ダウンヒルスキー、遊園地、ゴルフを訪れる参加者を関与によってセグメンテーションが可能かどうかを検討した。活動別のスコアを集計すると、国立公園、外食、ダウンヒルスキーについては、魅力が最も高い水準を示したが、遊園地とゴルフについてはリスク結果が最も高い水準を示した。また、国立公園については、4つの構成要素のうち、平均値を超えているのが魅力のみであるのに対し、外食については魅力とリスク結果がほぼ同水準であった。これにより、国立公園への関与を高めるのは魅力が大きく影響しているのに対し、外食は、魅力およびリス

クを回避することにより関与が高まるということが明らかとなった。そして、外食については、関与の構成要素を基準にクラスター分析を行っている。この分析では、3つのクラスターに分類され、クラスター1は4つの構成要素が平均的なタイプ、クラスター2は記号性が特化されたタイプ、クラスター3は魅力が特化したタイプとなった。これらの結果から、外食については、関与を基準とした3つのセグメンテーションが可能であるとし、外食を平均的に楽しむタイプ、外食に個性を重視するタイプ、そして、外食を積極的に楽しむタイプと特徴づけられた。

その後、Havitz, Dimanche and Bogle (1994) は、エアロビックダンサーとそのトレーナーを対象に関与によるセグメンテーションをさらに進化させている。その内容は、従来のIPによる関与の構成要素である魅力、記号性、リスク可能性、リスク確率に、行動的な要因として参加年数、スキルレベル、所有機材を加えたもので、さらにデモグラフィック要因として年齢、性別、学歴、婚姻暦、年収の3要因を組み合わせ、クラスター分析を行った。その結果、6つのクラスターに分類された。そのクラスターごとに関与の構成要素、行動要因、デモグラフィック要因について分散分析を行った結果、有意差があったため、関与（魅力、記号性、リスク可能性、リスク確率）、デモグラフィック要因（年齢、性別、学歴、婚姻暦、年収）、行動要因（参加年数、スキルレベル、所有機材）によってセグメンテーションが可能であると結論付けている。また、Park (1996) は、関与と態度の関係についてフィットネスプログラム参加者を対象に調査を実施している。態度とは、価格が高い・安いなどの認知的成分、好き・嫌いなどの感情的成分、行ってみたいなどの行動的成分からなる製品や対象に対する消費者の心構えのことをいう。Park (1996) の研究では、その態度と関与には強力な相関関係があることが明らかになった。特にIPの構成要素である重要性、自己表現、リスク重要性の高い人は、情緒性、労力投下性、規範性の態度がいずれも高くなる結果を示している。すなわち、関与水準が高い参加者は、フィットネスが自らの生活の中で重要な位置を占めており、自己を表現するような活動であるがゆえに失敗したくないと考えている。そのような関与水準が高い人は、フィットネスに対して好意的な態度を持ち、多少の苦勞はいとわず規範的な態度を示すとしている。

そして、2000年代に入り、新たな研究手法として共分散構造分析（SEM: Structural Equation Modeling）がレジャー関与研究にも取り入れられ、因果関係が分析されるようになった。例えば、Kyle, Graefe, Manning and Bacon (2003) は、トレイルのハイカーを対象にアクティビティ関与と場所への愛着の関係についてSEMを使った研究を行って

いる（図 3-2）。関与の構成要素は McIntyre（1989）が用いた魅力、自己表現、中心性の構成要素を適用し、場所への愛着については、Vaske and Kobrin（2001）の場所への愛着尺度である場所同一性、場所依存性の 2 要因を用いてモデルを検証した。ここでは、場所同一性とは、その場所との一体感を示し、場所依存性とは、その場所が個人にとってなくてはならない場所を示しているとされた。また、ハイカーを日帰りハイカー、宿泊を伴うハイカー、行程の一部だけ参加するハイカー、すべての行程こなすハイカーの 4 つに分類し、それぞれの関係性について検証した。その結果、どのハイカータイプでも、魅力から場所同一性と、自己表現から場所依存性への関係が強いことが明らかになった（図 3-2 の太線）。つまり、アクティビティの関与はそのアクティビティを実施する場所に対しての愛着につながるということが示された。

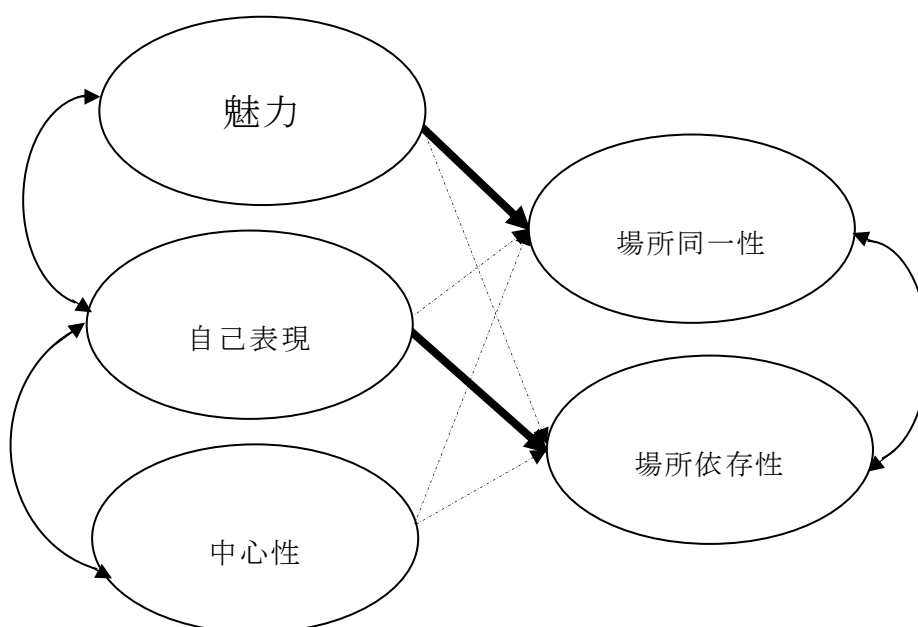


図 3-2：アクティビティ関与と場所への愛着の関係性仮説モデル

引用：Kyle et al.（2003）を筆者訳

この結果をふまえ Kyle et al.（2003）は、このモデルに知覚混雑と社会的絆という要因を付け加えた新たなモデルを構築し検証している。知覚混雑とは、混雑度を主観的に感じる度合いであり、社会的絆とは、個人と個人との関係がある人々をこの活動を通して結びつける度合いである。新たな要因を追加した後も、モデルの適合度は基準をクリアし、知覚混雑は、場所同一性には正の影響を与え、場所依存性には負の影響を与えることが明らかになっている。しかし、Kyle et al.（2003）による当初の予想、すなわちアクティビテ

ィに対しての関与が高ければ混雑に対して敏感になるといったアクティビティ関与と知覚混雑の関係はみられなかった。レジャー関与と知識との関係について SEM を用いた研究も行われた。Gursoy and Gavcar (2003) は、IP の構成要素である魅力、リスク確率、リスク重要性と知識の関係を SEM で検証しており、知識に最も影響を与えるのが魅力であり、関与が高いと、知識を必要とするため積極的に情報収集を行い、関与が低いと、知識を必要としないため情報収集に積極性がないという結論に達した。これは、Petty and Cacioppo (1986) が関与水準を用いて広告メッセージに対する消費者の態度を説明する「精緻化見込みモデル (中心ルートと周辺ルート)」と同様の購買意思決定における情報探索の水準が、レジャー関与にもみられたということである。

3. 3. 4. レジャー関与測定に関する課題

このように関与がレジャー分野に援用されていく中、Havitz and Howard (1995) は、レジャーにおける製品関与 (永続関与) の適用に疑問を呈した。その疑問は、レジャーの持つシーズン性に関わっている。消費者行動研究においては、継続的に関与するという定義づけであるがゆえに、時期による関与水準の変化はないという前提に立っていた。しかし、レジャーの種類によっては、オンシーズンとオフシーズンがあるため、厳密な製品関与をレジャーに適用するには、その点に配慮しなければならない。そこで、Havitz and Howard (1995) はゴルフ、ウィンドサーフィン、ダウンヒルスキーの 3 つのレジャーを取り上げ、レジャー関与とそのレジャーで使用する製品に対する関与を分けて、IP に基づいて調査した。その結果、魅力とリスク確率については、シーズンが変化しても安定していたが、記号性とリスク可能性については、シーズンによって関与水準に違いがあった。しかし、レジャーで使用する製品についての関与水準はシーズンによって変化することはなかった。また、レジャーに参加する年数による関与水準の変化について検討したところ、魅力については、参加する年数が長くなるほど上昇することが確認された。同じくリスク確率についても参加年数によって水準が上昇することが確認されている。これらの結果から、年数が長くなるほど魅力水準は上昇するが、同時にリスク水準も上昇する。つまり、年数が長くなると、リスクに対して慎重になるということである。一方で、記号性やリスク結果については年数による変化はみられなかった。以上のことから、レジャー関与は、ゴルフ、ウィンドサーフィン、ダウンヒルスキーでは、記号性とリスク可能性がシーズンによって変化が起きること、しかしレジャーで使用する製品に対する関与については変化

がないとことが明らかになった。この後、Havitz and Mannell (2005) も、レジャー関与研究において、暗黙で了解されていた製品関与（永続関与）の適用に疑問を呈し、レジャー関与研究においても、購買関与（状況関与）を用いて研究を行うべきだとし、状況関与の尺度開発を試みた。しかし、結果的には、永続関与の尺度である IP を用いて状況関与を測定しており、状況関与の尺度開発は行われなかった。

以上のようにレジャー関与の研究は、1980 年代に最も活性化した消費者行動分野における関与研究の波及を受け、1990 年代にピークを迎えた。しかし、消費者行動による関与研究のほうは 1990 年代に衰退し、時間差でこれを追うかのように 2000 年代前半にレジャー関与研究も衰退していった。衰退の要因としては、関与の定義が乱発され、研究者によってその定義が異なり、あいまいなまま研究が行われてきたこと（青木, 1989）や、関与概念の諸仮説が論理的に曖昧であったり、相互に矛盾していたりする（小野, 1998）ことが挙げられる。しかし、関与の概念のそのものに価値がなくなったわけではない。次節では、観光研究における関与概念について議論を進め、その後この概念の本研究への適用可能性について論じることとする

3. 4. 関与の観光研究への適用

3. 4. 1. 関与と観光行動の関係

関与を観光研究において用いた研究として、PII を援用した研究と IP を援用した研究がある。まず、PII を用いた研究として Clements and Josiam (1995) は関与水準の影響による旅行意思決定への影響について調査している。その際 2 つの仮説を設定しており、1 つは、旅行に対して高関与の学生は低関与の学生と比べて旅行しているという仮説と、年齢・性別・学年などのデモグラフィック要因よりも、関与水準の方が旅行目的地を予測する因子となるという仮説である。アメリカ在住の約 3,000 人の大学生に対して、春休みの旅行実施の有無と旅行目的地、そして短縮版 PII (15 項目) による関与水準を測定し、同時に年齢、性別、学年といったデモグラフィック要因についても調査している。PII の尺度の妥当性の確認のために因子分析を行ったところ、本来 PII は 1 次元構造を前提とした尺度であるものの、2 次元構造になっていた。しかし全分散のうち第 1 因子に 60%、第 2 因子に 10%であったため、ほぼ 1 次元構造となった。また、信頼度係数のクロンバック α についても .96 と十分な信頼性が確認されたため、尺度の妥当性と信頼性は確認された。そして、仮説の検証においては、高関与者の 79%は米国内を旅行しており、91%は海外旅

行をしていた。また、低関与者で米国内を旅行した学生は 1%で、海外旅行をした学生はいなかった。つまり、1 つめの仮説として挙げた低関与者より高関与者は旅行しているということが立証された。そして、旅行決定を従属変数とし、関与、学年、性別、年齢を独立変数とする重回帰分析を行った結果、関与の偏回帰係数が最も高く .413 を示したため、旅行決定と関与の因果関係があるようにみえたが、回帰決定係数が .17 と低い数値であったため、予測には役に立たないと結論づけている。つまり、関与水準の方が、デモグラフィック要因よりも旅行決定に強い影響を与える要因とは言えるものの、その影響は軽微であるため、仮説 2 は立証されなかったと言える。この実証研究から関与水準と旅行決定には一定の関係があることを示された。また同様に PII を用いた研究として、旅行中の買い物客の関与水準による購買行動の違いを調査したのが Josiam, Kinley and Kim (2004) である。Josiam et al. (2004) は、レジャー活動として、ショッピングを楽しむ旅行者の存在に着目し、ショッピング動機であるプッシュ要因とプル要因および関与水準の違いによる結果変数の違いに着目し、心理的なセグメンテーションの可能性について検証している。また、PII の短縮版 (10 項目) を用いて、関与水準を低・中・高に分類して分析し、デモグラフィック要因については、女性のショッピングに対する関与が高いという点において有意差がでている。プッシュ要因については、因子分析の結果、6 つのタイプが抽出された。退屈しのぎでショッピングモールに行くタイプ、ショッピングを楽しむためのタイプ、付き合い社交のために行くタイプ、土産品購入のために行くタイプ、高級店で買い物する比較的裕福な買い物好きタイプ、単に機能的な買い物、忘れ物購入などのために行くタイプが存在するとしている。一方、プル要因としては抽出されたのは 3 タイプで、雰囲気、高品質な魅力的な商品、幅広い品ぞろえに魅力を感じるタイプ、エンターテイメント的、ナイトスポット、ユニークな建築に魅力を感じるタイプ、モールの基本要素安全で、アクセスよく簡単に行けることに魅力を感じるタイプであった。このプッシュ・プル要因は、関与水準が異なることで、全体的な満足感、再訪意向、ショッピングによる支出、ショッピングに要する時間のすべてが異なり、高関与であれば、これらの結果要因すべてが高い数値を示し統計的に有意差があることを示している。また、旅先でのショッピングのために旅行前に貯蓄をしていた高関与群と、旅行前に貯蓄をしていなかった低関与群も有意差がある結果となった。これらの結果要因と満足度、再訪問意図を従属変数とする重回帰分析を行った結果、商品や雰囲気に影響される要因として、全体的な満足感と再訪問意図、エンターテイメント性は再訪問意図のみ有意、モールの基本的な要因についても再訪

問意図のみ有意、土産買い物については、全体的な満足感に有意に影響することが明らかになった。これらをまとめると、関与水準によって、全体的な満足感、再訪問意図のいずれかに有意に関連していることが実証されている。この PII に関する一連の研究から、関与水準によって旅行行動や消費行動に違いが生じるために、関与水準によるセグメンテーションが可能であることが示唆された。

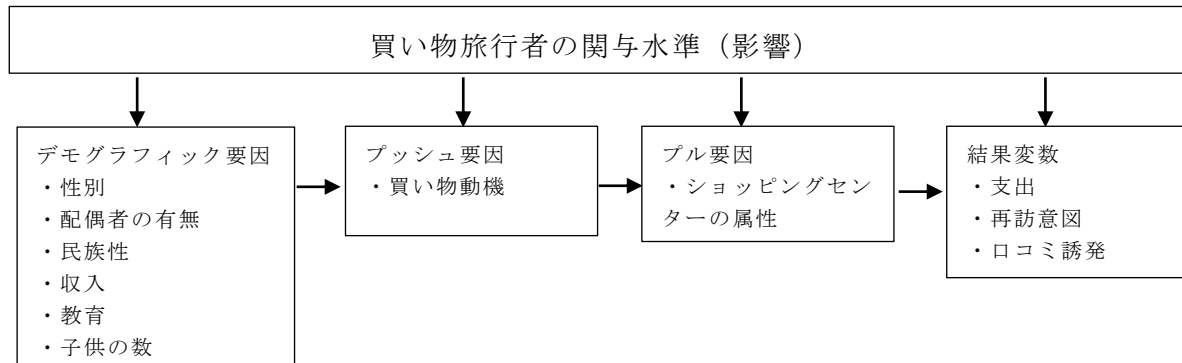


図 3-3：買い物旅行者の関与水準とその影響要因に関する調査モデル

引用：Josiam et al. (2004) を筆者加筆修正

3.4.2. 観光地への関与

IP を援用し、関与を目的地 (Destination) に適用したのが Hu (2009) である。Hu (2009) は、目的地での経験が次の訪問にどのような影響を与えるのかについて、目的地に対する関与が重要な予測要因になるという仮説を構築した。そしてその関与を、心理的関与と行動的関与に分類し、目的地関与 (Destination Involvement) と名づけ、目的地関与と目的地満足との関係および目的地満足から再訪問意図との関係について、SEM を用いて検証した。Hu (2009) はレジャー関与研究の流れから様々な関与構成要素を検討した結果、最終的に目的地関与の構成要素を、魅力、パフォーマンスリスク、ファイナンシャルリスクとしている。レジャー関与研究同様に、魅力の構成要素は重要性と楽しみとされるが、パフォーマンスリスクは、その目的地が自分の期待通りの働きをしてくれるかの不安とされている。このパフォーマンスリスクは、知覚リスクに該当するものである。知覚リスクが高ければ、そのリスクを回避するために情報探索などを多く行うように動機付けられる。すると、情報探索や選択に時間をかけることになり、情報探索に時間をかけるほど、その目的地が重要であることを示している。つまり、重要度が高い、よって関与水準が高いことと同義となるとしている。同様にファイナンシャルリスクは、休暇や観光に対する費用

対効果への不安であり、これも同様に不安が大きくなること、すなわち知覚リスクに該当する。その目的地関与と目的地満足との関係および目的地満足から再訪問意図に因果関係があるのかを検証したところ、目的地関与と満足との間には正の関係が確認されている。しかし逆に再訪問意図とでは負の関係となっている。これは、直接効果として目的地関与の水準が高ければ再訪問意図が低くなるということを示している。しかし、間接効果として、目的地関与から目的地満足を介した再訪問意図については、強い正の関係性が示されているため、目的地関与は満足という媒介要因があることで、再訪問をする意図が形成されるということが示された（図 3-4）。以上の結果をふまえ、さらに目的地関与の水準を基にクラスター分析を行い、関与水準が高いクラスターと関与水準が低いクラスターを比較したところ、関与水準が高いクラスターは再訪問する意図がより強く、さらに目的地での滞在時間も長いことが明らかになった。このことは、ある目的地に対して関与が高ければ、繰り返し訪問するリピーターになる可能性が高く、さらには滞在期間も長くなる傾向があるということが示唆されている。このようなリピート訪問と滞在日数の関係について、Santos, Ramos and Maquieira (2014) がブラジルへの観光者を調査し、リピーターは滞在日数が長くなる傾向があることを示した。同様に Oppermann (1994) もリピーターは滞在期間が長くなり、さらに目的地を選ぶ際に、比較検討される目的地の数が少なくなる傾向にあるとしている。このことは、リピーターは特定の目的地だけを選択肢に入れる、広い拒否域（他の目的地は選択肢に入れない）を持つということであり、この広い拒否域は、高関与意思決定の 1 つの特徴でもある (Laaksonen, 1998)。よって、関与と目的地の意思決定については、深いつながりがあると考えられる。

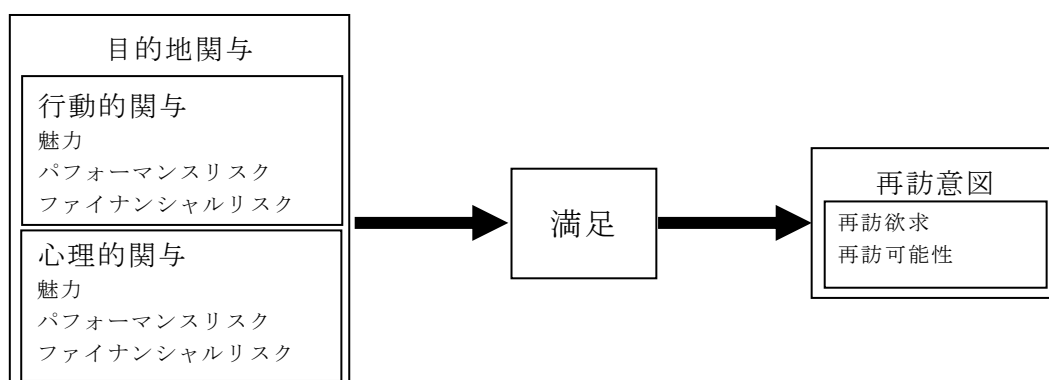


図 3-4：目的地関与モデル

引用：Hu (2009) を筆者加筆修正および訳

3. 5. 本研究における関与適用の課題

3. 5. 1. 関与対象に関する課題

前の2つの節では、レジャーと観光のそれぞれを対象とした先行研究に基づき、関与を構成する要因の違いによりその行動が相違しているなど、セグメンテーションに用いる研究が多く行われてきたことを示した。つまり、関与の高低によって行動に違いがあるということである。本研究の中心課題と関わる観光と移住については、互いに異なる行動であるものの、第2章で述べた通り、そのつながりの深さが明らかになっている。そこで、目的地（Destination）に関与の概念を適用して分析を進めることで、観光から移住行動へつなげる要因としての適用が可能であると考えた。そこで本節では、関与概念を本研究への適用する上での課題について検討していくこととする。

目的地への関与概念の適用を考えた場合、まず注意しなければならないのは、関与の対象が何かという点である。関与対象が目的地に対してなのか、それとも、その場所で行う活動（レジャーやアクティビティ）そのものに対してなのかを区別する必要がある。例えば、目的地のプル動機がライフスタイル移住動機となる場合には目的地に関与している可能性が高いが、ダイビング、スキー、ゴルフなどレジャーやアクティビティに対して高く関与をしている人が、移住に際してその活動に最も適した場所を目的地として選択する場合、目的地そのものに対しては関与していない場合も考えられる。つまり、特定の活動に対して関与が高い参加者は、目的地への関与が低くても、その活動ができる場所に対して愛着を持ちうるということである。例えば、Kyle et al. (2003) の研究では、場所への愛着とレジャー活動への関与には関連性があると報告されている。また Iwasaki and Havits (1998) は、その場所で行うことができる活動に対する関与の高さが、場所への愛着形成の先行要因となるとしている。このことから、その場所での特定の活動に関与し、結果的に場所への関与が高まるということも想定できる。これらは目的地への関与なのか、それともその目的地で行う活動に対する関与なのかについては分けて考える必要があり、それをふまえた上で目的地関与の尺度について吟味する必要性が出てくる。

3. 5. 2. 観光地の範囲についての問題

レジャーやアクティビティには明確な関与対象が存在するが、目的地に関与するといった場合、関与対象が比較的曖昧になる。例えば、目的地を観光地として想定した場合、観光地の定義として長谷（1996）は、観光者が活動を行う場所であり、観光地形成上の関連

が強く認められる地区、地域であり、宿泊施設 1 軒でも、町全体でも観光地となりうるとしている。ここでは、地理的・物質的に境界が示される空間ではなく、観光者が認知する一定の範囲が観光地として定義されている。また、Philips (1997) は島など物質的な境界、政治的境界、ツアーオペレーターによって作られた市場的な境界などが観光地として認知されるとしている。Kozak (2002) および McIntosh and Goeldner (1990)、Yoon and Uysal (2005) は、観光地に対してブランド理論を適用し、そのブランドネームが及ぼす地理的な範囲を定義しており、Buhalis (2000) は、国や県などの政治的に決められた地理的な要因と観光者がすでに認知している目的地としての地域を複合的にみるべきとしている。このことから、目的地 (Destination) の関与を測定する場合、その目的地の適用範囲を明確に定義しなければ、関与対象が非常にあいまいなままの測定になりうる。

3. 5. 3. 永続関与と状況関与の問題

本稿では、消費者行動研究における製品に対する永続的な関与 (永続関与) を前提に、関与概念の解釈についての議論を進めてきた。しかし、先述した通り、関与概念の区分には、購買の状況への関与 (状況関与) もあり、これもまた関与研究においては重要な概念の 1 つと認識されている (Bloch & Richins, 1983)。Havitz and Howard (1995) は同一人物でもオンシーズンとオフシーズンでは関与水準の変化が起こると報告し、レジャー関与においても状況によって関与水準が変化することを示した。Havitz and Mannell (2005) もまた、製品関与 (永続関与) をレジャー関与として用いることに疑問を持ったが、結局は製品関与の尺度である IP を用いて購買関与を測定した。このように、状況を考慮せずに製品関与の尺度を用いているという点に、レジャー関与測定の限界が示されている。このことは、目的地への関与測定においても、同一の観光者において、観光前、観光中、観光後によって関与水準が変化した場合、製品関与ではなく、購買関与としてとらえるべきことを示唆している。本来、製品関与で想定されているのは、常にその製品に関与している状態である。そのため製品関与を適用する際には、観光前・中・後でも関与水準は変化しない、つまり状況に左右されないということを前提とする。では目的地への関与概念の適用において、非日常である観光や活動に状況的要因を完全に排除することは現実的に可能なのであろうかという疑問が生じる。また、たとえ状況要因を加味した関与測定が可能だとしても、現状は購買関与を測定する信頼性と妥当性がある尺度がほとんど開発されておらず、研究蓄積がない。また、どのように尺度開発を行うべきかの議論も行われていな

い。つまり、これまでのレジャー関与研究では、製品関与の適用で一定の成果を出し有効であることが証明されているため、この問題が解決に向けて検討されてきていないことの一因であると考えられる。

3.6. まとめ

以上、本章では、観光経験とライフスタイル移住意思決定の関係に関与概念の適用を検討するために、主に観光研究に隣接するレジャー研究における先行研究をレビューし、その適用可能性および先行研究より浮かび上がった課題を提示した。

レジャー関与研究では 1980 年代後半より 2000 年代までに尺度の開発や、関与と行動などの関係性について検討されてきており、その研究蓄積がなされていることが明らかになった。そして、レジャー関与研究を参考に観光研究において、1990 年代には関与と意思決定、関与と観光行動そして、2000 年代には、関与を目的地に適用する研究も行われている。

これらの研究蓄積から、観光者と移住者の関与の水準や構成要素の違いによって、観光と移住の行動の違いが説明できるものだと考え、本稿の研究課題である観光経験からライフスタイル移住意思決定に至る要因としての適用可能性は十分にあると考えた。適用に際しては、関与の対象における活動と目的地の区別、観光地の範囲の確定、さらには状況による変化を関与のレベルでどのようにとられるかという問題が残されている。状況関与の適用の問題については、いまだ解決をみないものの、永続関与の適用であっても、レジャー関与研究によって多くの成果が出され、目的地に適用した Hu (2009) の研究においても、その有用性は実証されている。そのため、観光と移住をつなぐ要因として検討する上で、関与は十分に有益な概念であると考えられる。したがって、次章は、ここで述べてきた関与の適用における課題に配慮しつつ観光地に対して関与を適用し、第 5 章において、関与適用に関する予備的な実証研究として、関与水準による観光行動の違いを検討し、その有用性を確認する。

第4章 観光経験がライフスタイル移住意思決定へ与える影響要因

4. 1. 調査の課題と目的

第1章で提示した本研究の第1の課題「観光経験がライフスタイル移住意思決定に与える影響」について探求するため、まず観光経験から移住の意思決定までのプロセスを図式化し、そして観光経験が移住意思決定に与える要因を特定することにした。観光経験から移住の意思決定までのプロセスの図式化とは、移住に至るまでの段階とそれぞれの段階に影響する要素を図として示すことである。

第2章では、上記の課題に関わる先行研究として、観光とライフスタイル移住の関係に焦点を当てた文献をレビューした。そこでとり挙げた移住プロセスに関する研究は、そのほとんどが質的な調査方法を採用し、個別事例を列挙し、移住の要因を当事者の語りから明らかにしようとするものであった。この方法は、「なぜ移住したか」という問いに対して、個別事例を通してその要因を深く探求できるという点では優れている。しかし、個別事例だけでは、ライフスタイル移住についての移住までプロセスや移住者の意思決定に影響を与える要因や要因間の関係を解明しそれを一般化するには限界がある。そこで本研究では、観光経験があり、ライフスタイル移住者に該当する人々を対象とする調査を実施し、個別事例に依拠しつつ、定量調査につながるような移住プロセスの図式化および移住者の意思決定に影響を与える要因の特定をめざした。調査の対象地・対象者・データの収集法については、以下で詳しく説明していく。

4. 2. 調査・分析方法

4. 2. 1. 調査対象とデータ収集方法

本研究では、第1章において示した通り、調査対象地を沖縄とした。また、その範囲を、本島および離島を含めた行政区分としての沖縄県とした。よって、調査対象者への聞き取り調査については、沖縄県という用語を使用して調査を行った。対象者は、沖縄県に在住する県外からの日本人移住者とした。また、ライフスタイル移住に定義に合わせ、仕事や学業を移住理由とせず、また自発的に移住した人を対象とした。調査は2018年4月～5月の期間に行い、スノーボールサンプリングを通じて得られた該当者13名に面接調査を実施した（表4-1）。面接調査の方法として半構造化インタビューを採用した。この調査では、観光経験から移住に至るプロセスについて解明することを目的としていたため、観光経験から沖縄への移住に至るまでの内容を柱に質問した。具体的には、沖縄へ観光で訪れた際の印象、沖縄での印象に残った経験、沖縄に移住しようと思った理由、移住に向けて

具体的に行動した直接的な理由を尋ねた。そして、沖縄という場所への感情を聞き取るために、移住前と現在において、「あなたにとって沖縄とはどういう場所か」と質問した。このような項目に基づきながらも、質問の順序は、対象者の話の流れに合わせることであった。そして、語られた内容はすべて対象者の了解を得て録音された。後日この録音データを文章化しテキストデータとして分析した。1人当たりの面談時間は平均で58分であった。また、語られた内容は私生活に関わるものであったため、倫理的な配慮を心がけた。具体的には、面談に際し、対象者が答えたくない質問には答えなくてよいこと、調査中止の要請があれば中止することを伝えた。また、対象者から記載内容の変更や修正の要請があった場合は応じるようにした。匿名性を守るため、語られた内容によって個人が特定される恐れがある場合は、研究に支障がない範囲で修正を加えるようにした。さらに、録音や文章化したデータについては、情報漏洩がないように管理を徹底した。

表 4-1：調査対象者

No	性別	移住時 年齢	出身地	居住地	居住年数	移住前 訪問回数	職業
A	男性	28	東北	中部	3	4	会社員
B	男性	23	関西	南部	4	3	会社員
C	男性	39	中部	北部	5	10以上	団体職員
D	女性	35	九州	北部	11	3	団体職員
E	男性	39	関東	南部	6	1	会社員
F	女性	28	東北	南部	12	20以上	会社員
G	男性	20	九州	南部	2	1	会社員
H	男性	37	関東	離島	5	10以上	会社員
I	女性	48	関東	南部	4	6	自営業
J	男性	32	関東	中部	13	20以上	団体職員
K	男性	26	関東	南部	7	1	自営業
L	女性	34	関東	中部	14	1	アルバイト
M	女性	28	北陸	離島	1.5	4	アルバイト

4.2.2. 分析方法

データの分析では、M-GTA（修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ）を採用した。M-GTAとは、データに密着した分析から独自の理論生成を可能とする質的研究法であり、研究対象となる現象が、プロセス的性格を持っているものに対して適用される（木下，1999）。

本研究は、移住者の移住までのライフヒストリーにおいて観光経験による移住意思決定の影響要因を探索し、その要因と意思決定との関連性を明らかにするという点でプロセス性を有している。また、M-GTA分析の特徴として、インタビューデータから概念を生成し、複数の概念間の関係を解釈的にまとめ、最終的には説明図が分析結果として提示するという特徴がある（木下，2007）。したがって、この分析から得られた説明図をベースにモデル構築を行うことができるという点において本研究の目的に合致すると考え、この分析方法を採用した。分析においては分析ワークシートを用いた（表4-1）。

表4-1：分析ワークシートの具体例

概念	住民との交流
定義	沖縄の住民と交流を深める。
具体例	<ul style="list-style-type: none"> ・海がきれいなものとっても魅力的だったんですけども、その後は現地の人たちの人間味とでもいいますか。結構地元の人たちと触れ合うことが多くて。そんな方々に会いたくて来ていた部分もありますね。 ・人間味みたいなのが、そのそれを（海）をだいぶ上回って ・どっちかって言うと、その島って言うよりは、その島の人たちだったり、民宿だったり、こう何だろっ県民性というか、その沖縄の人たちの人情味というか。 ・そのゲストハウスのその出入りされてたり、働いてたりする人もそうですけど、そこに来ているお客さんですとか、その近くにその住んでいる方とも、そのゲストハウス自体とも交流があって、そのまま夜になると、このなんかどこからともなく人が集まってきて、なんかこう飲み会が始まったり、後そこで、こう何回かそういう席を一緒にしていると、近くに住んでいるお家の方に、今度こっちに飲みにおいでよ、みたいな感じで近所のお家飲みに行かしてもらったりとか結構その人との触れ合いがその濃いつて言うか、あのそうですねそういう出会いですね。 ・やっぱそのやっぱ村の地元の人と交流もできてね。なんかキリバスみたいだなーっていう感じはありましたね。交流したのは〇〇島の人ですね。移住してきた人とはほとんど会ってないかな、全然会ってないわけじゃないですけど、交流あんまりしてなかった、しなかったですね。 ・友人のおばあちゃんの家泊めてもらったりしていますし。
理論メモ	<ul style="list-style-type: none"> ・旅を繰り返すうちに、人との関わりが深くなっていく。 ・人との交流により、その土地に愛着が芽生えてくるのは、愛着理論でも実証されている。 ・観光により、人と知り合い、その人たちとの交流を通して、愛着が芽生え、移住意思決定に至るのではないか。

まず、調査時に録音した音声データを文章化し、この文章化したデータから、調査デー

マに関連した個所を抽出し、いくつかの類似する具体例から概念を生成し分析ワークシートに記載した。分析ワークシートの作成に当たっては、概念間のつながりや関係性、類似性について、木下（2003）が述べるように概念の対局例を考察し、解釈が恣意的になることを防いだ。そして、個々の概念について他の概念との関係を検討し、カテゴリーを生成した。そして、そのカテゴリー相互の関係を検討しながら説明図を構築した。M-GTAは、調査と分析を同時進行させながら、概念生成やカテゴリーを検討していく。そして、調査件数を増やしても新しい概念が生成されなくなった時点で、理論飽和が起こったと判断する。本調査においては、12名で理論飽和が確認された。そこで、追加で1名を調査したところ、新しい概念が生成されなかったため、データ収集を終了し、説明図を完成させた。

4.3. 調査・分析結果

聞き取り調査により得たデータに基づいて、表4-1の分析ワークシートを使用し、概念の生成およびカテゴリー化を行った結果、7つのカテゴリーと24の概念が生成された（表4-2）。

表4-2：M-GTA分析におけるカテゴリー・概念・定義

カテゴリー	概念	定義
Ca1. 観光による認知	Co1.非日常・異国情緒の認知	観光による訪問で、沖縄の非日常的・異国情緒を認知する。
	Co2.自然環境の認知	観光による訪問で、沖縄の自然環境を認知する。
	Co3.都会的環境の認知	観光による訪問で、沖縄が事前のイメージとは違い都会的な発展を遂げていると認知する。
	Co4.余暇活動に最適な環境の認知	観光による訪問で、沖縄が自らの余暇活動に適している場所として認知する。
Ca2. 観光による体験	Co5.住民との交流	沖縄の住民と交流を深める。
	Co6.業者との交流	沖縄の観光サービス関係の業者と交流する。
	Co7.余暇活動の体験	沖縄で余暇活動を体験する。
Ca3. 肯定的経験評価	Co8.非日常・異国情緒への感動	観光による訪問で、沖縄の非日常的・異国情緒に感動する。

	Co9.自然環境への感動	観光による訪問で、沖縄の自然環境に感動する。
	Co10.都会的環境への感動	観光による訪問で、沖縄が事前のイメージとは違い都会的な発展を遂げていると感心する。
	Co11.余暇活動に最適な環境への感動	観光による訪問で、沖縄が自らの余暇活動に適している場所として感動する。
	Co12.住民との交流による満足	沖縄の住民と交流することにより満足する。
	Co13.業者との交流による満足	沖縄の観光サービス関係の業者との交流に満足する。
	Co14.余暇活動の体験による満足	沖縄で余暇活動を体験することにより満足する。
Ca4. 日常生活の不満	Co15.仕事の不満	居住地での仕事上の不満や問題。
	Co16.生活の不満	居住地での生活上の不満や問題。
	Co17.ライフスタイルに対する不満	現状の生き方そのものに疑問を持ち、自分の理想のライフスタイルとは違うと感じる不満。
Ca5. 移住意図	Co18.移住したい気持ち	観光による訪問で、移住を具体的に意識し始めること。
	Co19.移住先候補の比較	沖縄へ移住を決める前に、他の移住先の候補と比較検討を行う。
Ca6. 移住阻害要因	Co20.家族の反対	家族による移住の反対。
	Co21.仕事・収入の不安	移住後の就職先があるか、希望の収入が得られるか、収入はあるかの不安。
	Co22.人間関係の不安	移住後の就職先や、近所づきあいの人間関係の不安。
Ca7. 移住の決断	Co23.就職先の決定	移住先での仕事が決まること。
	Co24.受入先の決定	移住先での受入先が決まること。

以下では、表 4-2 に基づき、具体例を例示しながら、カテゴリー別に観光経験から移住意思決定までのプロセスを記述していく。なお、分析結果については、カテゴリーを Ca と

し【 】で示し、概念を Co とし〔 〕で示す。

Ca1. 【観光による認知】

移住者が観光者として初めて沖縄を訪問した理由は、友人の訪問、社員旅行、1人旅、友人との旅行、恋人との旅行、ダイビング、魚釣りであった。このように理由は多様であるが、初訪問時の【観光による認知】は4つの概念にまとめられた。

まず、〔Co1.非日常・異国情緒の認知〕について、沖縄の雰囲気に対する語りとして、例えば「もう本当になんですかね、もう非日常ですかねほんとうに。(F)」、「国内もあちこち行っていたんですけど、ちょっと雰囲気が違うというか、独特の日本なんだけどちょっとやっぱり違う雰囲気。(D)」に表されている。次に〔Co2.自然環境の認知〕がみられた。

これを表す代表的な語りは、「なんて美しいのだろう、別の国みたい、別の世界が。こんな世界が知らなかったんだなーって思いましたね。海の色と太陽の光と植物。(I)」である。

〔Co3.都会的な環境の認知〕は、沖縄の雰囲気、自然、街並みについて認知で、「思ったのは、すごい、まあ最初那覇着いた時に、那覇はだいぶ都会だったのにびっくりしましたね。思ったより、沖縄ってね、どうしてもこう、石垣の壁とか、ああいう古民家のイメージなんですけども、普通にビルに立ってて、まー本土の地方の小さな県庁所在地より、全然発展してるんですよ。本土の地方都市よりも発展しているし、割と外国人の人も多くて、グローバルな感じで、国際的で意外と悪くないなみたいな。(E)」という言葉に表されている。〔Co4.余暇活動に最適な環境の認知〕は、ダイビングを目的に沖縄を訪問したHさんによる語り、「沖縄に通うようになったきっかけの1つですね。ダイビングするようになって離島に行き始めたんですね。目的はダイビングです。(H)」に表れている。Hさんは、最初の訪問後、沖縄の海の環境がダイビングに適しているということから、繰り返し訪れるようになったという

Ca2. 【観光による体験】

観光目的の訪問によって、沖縄がどのような場所かを認知するが、同時に【観光による体験】も行っている。この体験は3つの概念にまとめられた。

まず〔Co5.住民との交流〕については、「最初は海が目的で訪問していたのですが、後々には、沖縄の人たちの人間味とでもいいますか、結構地元の人たちと触れ合うことが多くて。そんな方々に会いたくて来ていた部分もありますね。(F)」、「ゲストハウスで働いてた

りする人もそうですけど、そこに来ているお客さんですとか、その近くに住んでいる方も交流があって、夜になると、このなんかどこからともなく人が集まってきて、なんかこう飲み会が始まったりして、結構人との触れ合いがその濃いつて言うか、その出会いですね。(D)」といった語りにもみることができる。ここから読み取れるのは、沖縄への訪問目的が住民との交流に変化し、その触れ合いを求めているということである。また、その触れ合いの対象は、必ずしも住民とは限らない。[Co6.業者との交流]、すなわち観光者と従業員においても人間関係を構築している。これは、「初めて現地の方とお会いしたダイビングのガイドさんがとても親切にさせていただいて、やっぱり印象がよかったので、2回目に行くきっかけになりました。(D)」という言述に典型的に表われている。また、[Co.7.余暇活動の体験]は、ダイビングなどの明確な目的を持っている場合に顕著にみられる。以上のように、調査対象者は、観光による訪問によって住民や業者との交流による人間関係の構築や、余暇活動を体験していた。

Ca3. 【肯定的経験評価】

観光を目的とする訪問を通じた沖縄の自然環境の認知や、住民との交流などを経験し、これについて肯定的に評価している。以下、表 4-2 にまとめた肯定的評価とこれが基づく言述の例を挙げていく。

- ・[Co8.非日常・異国情緒への感動]:「やっぱりなんて美しいところなんだろう、別の国みたい、別の世界が。こんな世界が知らなかったんだなーって思いましたね。(D)」
- ・[Co9.自然環境への感動]:「海でも泳げましたし、海が綺麗だなと思ったし。とにかくポジティブな印象でしたね。(H)」
- ・[Co10.都会的環境への感動]:「本島内を回ってみると、那覇は割と都会だけど、郊外に行けば青い海がの自然があつてね、自然豊かで、食べ物もやっぱりもちろん沖縄の食べ物もいっぱい楽しめるし。那覇に行けば、まー普通の日本食や、外国の料理屋さんもあるので、住みやすそーだなんて思いましたね。(E)」
- ・[Co11.余暇活動に最適な環境への感動]:「とにかくダイビングする場所としては最高ですよ。(A)」
- ・[Co12.住民との交流による満足]:「その村の地元の人と交流もできてね。なんかキリバスみたいだなーっていう感じはありましたね。(F)」

- ・〔Co12.業者との交流による満足〕：「ゲストハウスの、その出入りされてたり、働いてたりする人もそうですけど、そこに来ているお客さんですとか、その近くにその住んでいる方とも、そのゲストハウス自体とも交流があって、結構その人との触れ合いがその濃いつて言うか出会いをきっかけに訪問するようになりましたね。(D)」。
- ・〔Co14.余暇活動に最適な環境への満足〕：「八重山諸島っていうのがあるのが分かって、で結構色々八重山諸島を行ってみましたね。それから〇〇島行ったり、あと〇〇島で行ったりしているうちに行き着いたのが〇〇島なんですね。ダイビング目的です。(H)」

ここで提示したような肯定的な評価が、後に沖縄へのリピート訪問につながっている。

Ca4. 【日常生活の不満】

リピーターとして沖縄へ訪問するものの、日常生活に戻ると不満が出てくる。これらの不満とそれに関わる語りを以下に記していく。

- ・〔Co15.仕事の不満〕：「仕事が激務で、いわゆるブラック企業なんです。もう朝 7 時から夜 10 時まで毎日勤務で。もうこんな生活から抜け出したいと考えていました。(A)」
- ・〔Co16.生活の不満〕：「住んでいたアパートがもう古かったんで、その立ち退きになって、引越さなきゃいけなくなって。(D)」
- ・〔Co17.ライフスタイルに対する不満〕：「なんかそのサラリーマンになった時って、お金をいっぱい稼いで、車買って、ゆくゆくは家を買って、みたいだね。日本人はそういう価値観ですよ。なんか別にそういうことしなくて、全然お金とか、お金とかじゃなくて、人は幸せになれるんだなーと思って。(H)」

このように、移住者は、移住前の生活において何らかの不満を抱えていたことが示された。

Ca5. 【移住意図】

移住者は、移住前に沖縄を肯定的に評価する一方で、日常生活で何らかの不満を抱えていた。この状態の中で沖縄への訪問を繰り返すことで、徐々に移住したい気持ちが形成される。こうした〔Co18.移住したい気持ち〕の芽生えは、例えば「年に 2 回か 3 回かは来

ていて、徐々に住んじゃった方がいいんじゃないかと思いはじめようになりました。(F)」や、「まあ最初旅行で〇〇島に行って、また沖縄行った時点で移住したいなーっていう漠然としたね、沖縄に行く人誰しもが思ってると思うんですけど、漠然とした移住願望っていうのあったんですけどね。(H)」にみることができる。そして、移住を意識すると、他にも移住に適した場所があるのではないかという考えを巡らせるということが、次の語りから明らかになった。

- ・「その時私はやっぱり海が好きだったんで、あのグアムが好きで何回かグアムにも旅行も何回か行って、そのグアムもう1回行きたいなと思ってたんで。(D)」
- ・「最初は四国と九州も実はちょっと考えていたんですね。九州は花粉が多く、うちの主人がめちゃくちゃ花粉症なんです。それは多分生きていけないだろうなーっていう話になって。(I)」

しかし、このように沖縄を肯定的に評価し、リピート訪問したとしても、いくつかの移住候補地を考えるようになる。これが、[Co19.他地域との比較]である。移住者の語りからは、この移住先候補比較の段階で、過去の観光経験が影響を与えていることがうかがえる。例えば、都会的な環境を認知し感動したFさんは、沖縄に決定した理由として「那覇だと割と都会なんで安定した収入が得られるかと思って」と述べており、ダイビング目的のAさんは「沖縄は南の島だけど、ハワイと違って、国内で治安がいいし、生活スタイルも変えずにできる。」ことを理由としている。これらの言述から、観光による経験が、移住意思決定および移住先候補の比較の際に、影響を与えていることが推察される。

Ca6. 【移住阻害要因】

移住したい気持ちが芽生え、移住を実行に移そうとする段階で、阻害要因も知覚するようになる。知覚された阻害要因のうちの外的なものの1つに、[Co20.家族からの反対]がある。これは、移住者によって次のように説明された。

- ・「沖縄に移住するという話は、当初家族から猛反対を受けていて。家族を説得したりしないといけなくて。(F)」
- ・「(移住を希望する夫に対して) そんな田舎暮らしをして、どうやってお金を稼ぐんです

か。っていう話で、ずっと何年も保留にしていたんですけど。沖縄で生活するのは大変だったというのはなんとなくわかっていたので。(I)」

その他の外的要因として、[Co21.仕事や収入の不安]が挙げられる。これは、例えば「お金とか結構仕事とかも不安だったんですけど。(C)」といった語りに表されている。

内的阻害要因は、移住後にその地になじめるのかという[Co22.人間関係の不安]などがある。これは、例えば「やっぱり内地って、つまり本土から大和んちゅで、ないちゃーって聞いたことありますか。ないちゃーって、どちらかというとかバカにした言い方なんです。ね。あんた、ないちゃーねーって言われると、あんた本土から来たんでしょ。っという感じで。(I)」という語りにみられた。

Ca7.【移住の決断】

調査対象者は、移住したい気持ちはあったものの、移住の阻害要因を知覚していた。そして、最終的に移住を決断しそれを実行した。その決断要因として、[Co23.就職先の決定]がある。これについては、次のような語りがあった。

- ・「(決断した理由は) やっぱり仕事ですね、仕事が決まってない状態で行くのはちょっとリスクーだなって。(F)」
- ・「実際に職安に行ったら結構仕事がある。しかも大手通信会社で条件もいい。なので、その仕事が決まったので、移住しよう決めました。(A)」

これらから、就職先の決定が移住決断の直接的な要因となっていることがわかる。

また、[Co24.受入先の決定]も移住決断の大きな要因となっている。例えば、Bさんは、「ギター演奏をみせるために、1度沖縄に行き、劇団の方の演奏を披露したら、思いの他高評価をもらい、一緒にこっちで演奏しないかと言われ、移住を決意しました。(B)」と述べている。Hさんは「〇〇島に行った時に、交流した人の中に農家さんがいたんですよ。なんかその農家さんとこで働くことでできるのかなみたいなことを聞いてみて、そしたらなんか別にいいよって、軽い感じで言われて。あーそういうなんか繋がりもあるんだなーって。それで決意したところも大きいですね。(H)」と語っており、これは仕事の決定ではあるが、就職先というより、自分自身を受け入れてくれる人がいることの重要性を示し

ている。

4.4. 考察

4.4.1. 観光経験からライフスタイル移住意思決定までのプロセス

以上提示した調査結果に基づき、観光経験から移住意思決定までのプロセスの図式化を試みる。まず、初訪問において、観光による認知と体験を通して、今回の調査対象者全員が肯定的経験評価を行っていた。このような、ポジティブな感情が、沖縄を複数回訪問するプル要因となり、移住したいという願望の形成に寄与している。そして、沖縄を複数回訪問し、同時に日常生活での不満（プッシュ要因）が増幅することで、移住したい気持ちが芽生える。移住願望の芽生えとともに、他地域の情報を得つつ、沖縄と他地域を比較し始める。この段階になると、移住が単なる願望ではなく、真剣に実行しようとする移住意図となる。この移住意図の段階では、現実問題として移住の阻害要因を知覚する。しかし、沖縄への肯定的経験評価によって形成された移住のプル要因によって、阻害要因を克服しようとすることが確認された。しかし、移住意図の段階では、移住の実行にはまだ踏み切らない。移住決断に直接的な影響を与えるのは、沖縄での就職先の決定や、受け入れてくれる住民がいることで、移住を決断し、実行する。この一連のプロセスを図式化したのが、図4-1である。

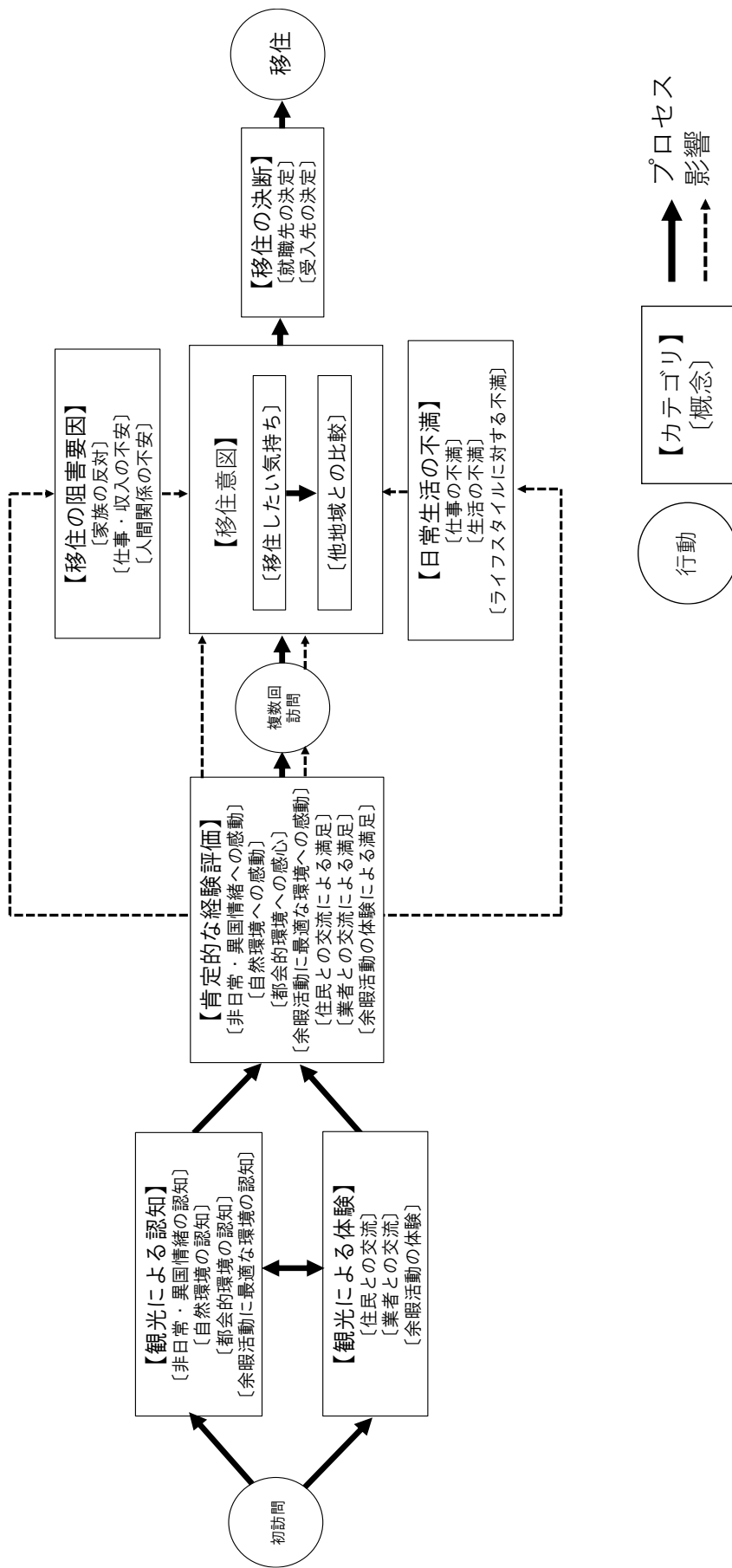


図 4-1：観光経験からライフスタイル移住意思決定までのプロセス

4. 4. 2. 観光経験による移住意図形成

次に、図 4-1 で示した移住に至るプロセスを用いて、観光経験が移住意思決定に影響を与えた要因についてさらに検討する。本研究においては、調査対象者全員が沖縄への観光については肯定的経験評価をしており、その要因が認知と体験による感動や満足であることが明らかとなった。特に「最初は海が目的で訪問していたのですが、後々には、沖縄の人たちの人間味とでもいいですか。結構地元の人たちと触れ合うことが多くて。そんな方々に会いたくて来ていた部分もありますね。(F)」という語りから、自然環境などの感動よりも、住民との交流による人間関係の形成がライフスタイル移住のプル要因となり、移住意思決定に影響を与えていたことがわかった。すなわち、自然環境については、複数回訪問すると徐々に感動は薄れていくと考えられるが、地元住民との人間関係は接触回数が多くなるほどに密になり、結果的に「徐々に住んじゃった方がいいんじゃないかと思いはじめようになりました。(F)」という移住意図につながっていると考えられる。つまり先行研究で指摘されていた、移住のプル要因として人間関係 (Oigenblick and Kirschenbaum, 2002; Casado-Díaz, Casado-Díaz & Casado-Díaz, 2014) の影響力の高さこの調査においても確認された。

この移住意図を形成する要因を、再訪問と移住の関係という視点からも考察する。今回、調査対象者の多くが、複数回の訪問の結果移住を決断しており、訪問前に移住を決めている例はなかった。このことは、先行研究でも同様の指摘はあるものの (Johnston & Kawai, 2011)、訪問回数が増加すると移住意図が形成されるという指摘はされてない。特定の地域を再訪問する理由として、大方・五十嵐 (2015) は、定量的調査の結果を基に、旅行先へのリピーターをファン型、変化型、習慣型、無関心型の 4 つに類型化した。この中で、ファン型は地域のファンを表しており、これに分類されるリピーターは地域に対する信頼、愛着、関心などの思いが強いとされている。この知見から、移住意図が形成されるリピーターはファン型であると推察され、その地域への強い思いの源泉は、構築された人間関係によって形成された地域への愛着であったり、ダイビングなどの関心が高い余暇活動であったりすると考えられる。

また、移住意図はプル要因だけでは形成されない。提示したプロセスの結果から指摘できるのは、日常生活の不満である。再訪問すると、先述した地域への思いが強くなり、移住したい気持ちが徐々に形成されると考えられ、この地域への思いが移住のプル要因となる。しかし、実際に移住行動を起こすには、プル要因と同時にプッシュ要因も影響してお

り、そのプッシュ要因となるのが、日常生活の不満である。さらに、そこに複数回その地へ訪問するという行動が加わることで、移住動機が増幅していくと考えられる。このような、プッシュとプルの相互作用による移住動機の形成については、日本人のオーストラリアへの移住における研究でも指摘されているものの（長友, 2013）、本研究においては、国内移住でも同様の心理構造になっていることが明らかになり、さらに複数回の訪問による経験も、移住意図に影響を与えることを示した。

以上をまとめると、移住するまでに、人々は観光経験による肯定的経験評価というプル要因によって、複数回訪問するファン型のリピーターとなり、日常生活における不満というプッシュ要因が加わることで、移住意図が形成されるというプロセスを経ると考えられる。このことから、複数回訪問と移住意図形成には強い正の関係があることが予想される。

4. 4. 3. 移住の阻害要因

移住の阻害要因についても、補足的に考察しておきたい。移住の阻害要因に関する先行研究としては、国や移住支援団体が I ターン促進のために都会の潜在的移住者を対象に実施した調査がある（総務省, 2018b; 一般社団法人移住・交流推進機構, 2015 など）。これらの既存文献においては、阻害要因そのものは提示されているが、どの阻害要因が移住プロセスのどの段階で知覚されるのかを示す調査はほとんど見当たらなかった。本研究では、具体的な移住の阻害要因として、仕事や収入の不安、コミュニティとの付き合いによる人間関係の不安、そして家族の反対があることを明らかにした。これらの要因については、総務省などによる潜在的移住者の調査とほぼ同様の結果がでている（総務省, 2018b; 一般社団法人移住・交流推進機構, 2015）。さらに、本研究では、阻害要因を知覚する段階について、移住意図の段階、すなわち移住に対しての願望から、実現へ向けて現実を意識した時であることを示した。以下では、この移住意図、阻害要因および他地域との比較について詳細に検討する。

まず、図 4-1 で示したプロセスについて、人々は移住意図の段階において阻害要因を知覚している。このことは示すのは、移住者は、沖縄という場所への移住を即断したわけではなく、沖縄移住の阻害要因を知覚しながら、他の地域と沖縄の比較を行い、最終的に沖縄への移住を決断していたということである。複数回の訪問によって移住願望が芽生えたにも関わらず、他地域と沖縄を比較している。この阻害要因の知覚と他地域との比較から考えられる関係は、移住は高リスクの行動という側面から説明できる。ライフスタイル

移住は自発的な移住であり、仕事などの経済的理由による移住とは異なり、自らの理想のライフスタイルを求める自己実現的な移住である。そのため、必要性が高い移住ではない。しかし、いずれの移住においても、移住そのものは、観光と比較すると時間的・経済的・社会的に高リスク行動である。そのため、ライフスタイル移住を希望する人々の場合、このような移住リスクを回避する最も有効な手立ては、「移住をしない」こととなる。それにもかかわらず、観光経験によって増幅された移住動機によって移住を実行しようとするものの、リスクがあることは変わらない。したがって、そのリスクを低減、回避するため、他地域との比較を行い、沖縄が最もよい移住地であると、自分を納得させて決断するというプロセスが内在していると考えられる。そして、今回の調査では、阻害要因を知覚しながらも最終的に移住を決断し、実行した人が対象となっている。しかし、その背景には移住を断念した人も多く存在するはずである。レジジャーの阻害要因について研究した **Crawford and Godbey (1987)** によると、レジジャーに参加する阻害要因は3つに分類できる。1つに個人内部の心理状態である不安やストレスといった、「個人内阻害要因」、2つめが友人や家族など他者との関係から生じる「対人的阻害要因」、そして3つめは、外的な阻害要因とみなされるお金や時間などの「構造的阻害要因」である。今回の調査結果が示す移住の阻害要因は、家族の反対（対人的阻害要因）、仕事・収入（構造的阻害要因）、移住先での人間関係に関する不安（個人的阻害要因）であり、**Crawford and Godbey (1987)** が提示する3類型がライフスタイル移住の阻害要因にも当てはまると考えられる。では、阻害要因を知覚しているにもかかわらず、移住を実行する人とならない人の違いは何であろうか。さらにレジジャー研究の知見を援用すると、**Hubbard and Mannel (2001)** はレジジャー活動について、レジジャーに参加しようとする動機と、レジジャー参加の阻害要因との間には、阻害要因を克服し、参加しようとする概念が存在し、その概念を“**Negotiation**”としている。これを中村・西村・高井（2014）は日本語で「すり合わせ」と表現しており、**Hubbard and Mannel (2001)** は、すり合わせの努力をする動機の強さは、レジジャーに参加しようとする動機の強さに依拠するとしている。すなわち、この知見を援用すると、移住への動機が強くなるほど、阻害要因を克服しようとするすり合わせの努力をするということである。例えば、家族の反対が阻害要因となっている場合「家族を説得したりしないといけなくて。(F)」というような語りから、家族を説得しようとする動機の強さは、移住を実行する動機の強さに依拠するということと考えられる。

4.4.4. 観光経験と移住をつなぐ要因と移住意思決定プロセスモデルの再検討

観光経験によって何らかの要因が関係し、結果的に移住を行うというプロセスが存在することは第2章で述べた。そこで図4-1においては、観光経験と移住の間をつなぐ要因を「肯定的経験評価」とした。この肯定的経験評価は「満足」や「感動」といった感情をベースとしている。聞き取り調査の結果から明らかになったのは、移住者は肯定的経験評価によって沖縄への訪問を繰り返し、そこで構築された人間関係や、ダイビングなどのレジャー活動を通して沖縄への愛着や強い思いが形成されるということであった。つまり、その場所（沖縄）に対する感情的なつながりが形成されていたのである。観光による満足や感動と、観光地（沖縄）に対する思い入れや感情的なつながりは異なる心情を示す概念と言える。そのため、このような感情的なつながりを示す概念として、満足や感動という肯定的評価より、思い入れを示す概念が適切であると考えた。そこで、この思い入れを示す概念として、第3章で検討を重ねた「関与（Involvement）」を適用することにした。さらに、移住者にとって移住前の沖縄は観光対象であったことから、観光地としての沖縄に対する思い入れや重要性（関与）を表すため、「観光地関与（Destination Involvement）」とよぶことにする。

そこで、観光経験からライフスタイル移住に至るプロセスとして構築した図4-1については、観光地関与を組み込み、さらに定量的な検証を行うために単純化したモデルを作成した（図4-2）。この図の定量的な検証を行うにあたっては、観光地関与の有用性について確認を行う必要がある。これについては、第5章の課題とし、観光地関与の有用性が確認できた後に、第6章において図4-2の定量的な検証を行う。

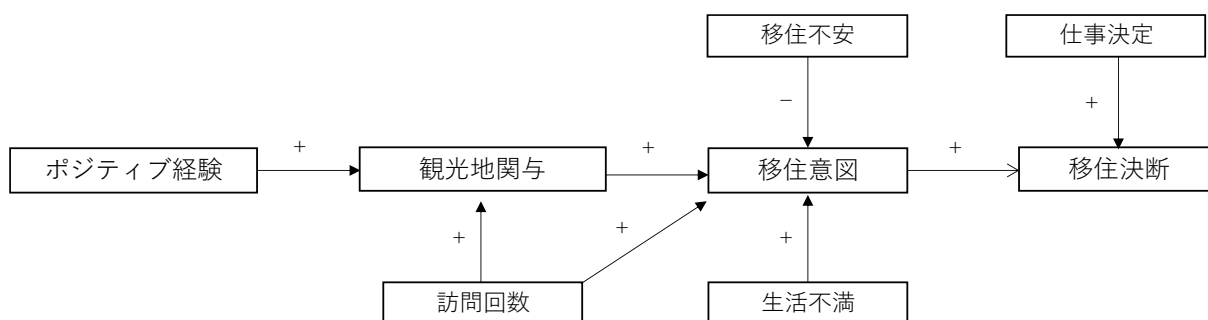


図4-2：観光経験からライフスタイル移住意思決定までのプロセスモデル

4.5. まとめ

以上説明してきた聞き取り調査の結果と分析をふまえ、その学術的意義をここでまとめ

ておきたい。重要な成果として第 1 に挙げられるのは、観光から移住へのプロセスを図式化したことである。分析方法として、これまで観光研究や移住研究ではほとんど用いられていない M-GTA 分析を用い、質的データを概念やカテゴリーとしてまとめ、それらの関係を検討し、プロセスとして提示することができた。2 つめに、複数回訪問と移住意図の間に正の関係がある可能性を示すことができた。これまで、リピーターなどの観光行動研究とライフスタイル移住研究は別の研究領域として認識されがちであり、特に国内における研究では、発表されている論文の傾向から、このような認識が確認できる。しかし、本研究では移住意図という概念を用いて、再訪問という観光行動が移住に結びつくという可能性を示した。3 つめに、阻害要因の知覚プロセスを明らかにした。移住願望が芽生え始めた段階で、阻害要因を知覚し、他地域との比較を行う。これまでの研究では、この他地域との比較という要因は明らかになっていなかった。そして 4 つめに、移住の阻害要因を克服しようとする行動が確認された。レジャー参加の阻害要因研究の知見を援用すると、移住した人は、阻害要因を克服しようとしており、それは、すり合わせという概念で表されうる。そして、そのすり合わせの努力をする動機の強さは、移住動機の強さに依拠されうることを示した。このことは、移住した人と移住を断念した人の違いを、明確にできる可能性があることを意味する。

本章で提示した調査結果・分析は、以上述べてきたような学術的意義をもつ一方で、課題も残されている。今回の調査対象者は、ほとんどが単身者²で、移住に対して家族を理由とする抵抗感が少なかった。調査対象者の多くが独身者となったのは、スノーボールサンプリングを用いたことによるサンプル抽出上の問題なのか、またはライフスタイル移住者において独身者が占める割合が高いのか、本研究では判断ができなかった。さらに第 2 章で示した欧米における研究では、その多くが退職者移住の研究も含まれていることから、本章で提示した定性的調査の対象者よりも年齢層が高い。また、第 5・6 章で扱う定量的調査の対象者についても退職者移住の対象者とは年齢等の属性が異なる傾向にあることから、本研究における結果と欧米の研究結果を単純に比較はできない点も認識しておく必要がある。

このように、欧米の退職者移住者を含むライフスタイル移住者の先行研究の結果と比較するにあたっての限界はあるものの、本研究の聞き取り調査および M-GTA 分析に基づき構築した観光経験から移住意思決定までのプロセスモデルの有効性を検証する上で妨げになるものではない。次章以降では、移住意思決定のプロセスモデルを定量的に検証する。

第5章 観光地関与と観光行動の関係

5. 1. 調査の課題と目的

第2章で述べた通り、本研究は、観光経験とライフスタイル移住意思決定の関係を明らかにする上で、「観光経験とライフスタイル移住の意思決定をつなぐ要因」の解明を第2の課題とした。そして第4章において、つなぐ要因として「関与」をプロセスモデルに組み込み、その概念名を「観光地関与」とした。本章では、この観光地関与の有用性を検証することを目的とする。

上述の課題は、観光者の観光行動に影響を与える要因についての先行研究に基づいて設定された。こうした研究においては、観光者の内面を示す「内的要因」と観光地の特徴などを示す「外的要因」に分けられることが多い。例えば内的要因として、動機、欲求 (Schmoll, 1977)、ライフスタイル、性格、価値観 (Moutinho, 1987)、ライフサイクル、過去の旅行経験 (Woodside & Lysonski, 1989) があり、また外的要因としては、時間、費用上の制約、リスク (Schmoll, 1977)、目的地における観光資源、特徴 (Matheson & Wall, 1982)、広告、パンフレット、準拠集団 (Middleton, 1994; Pearce, 2005) などがある。これらの内的要因と外的要因がそれぞれ影響し合い、目的地が決定される。しかしこれまでに、内的要因として、観光者による観光地への「関心」に焦点を当てた研究はほとんどなかった。現代ではインターネットの普及により、観光地の詳細な情報は容易に取得できる。さらに交通網の発達および交通費の低廉化により、そこを訪問したり再訪問したりすることが容易であると考えられる。つまり、訪問に関わる外的な障壁がかなり低くなったことにより、特定の観光地への関心が、その場所を目的地として決定する重要な要因となる可能性があるということである。また、関心の高低が観光行動にも影響を与えると考えられる。例えば、ある特定の観光地に対して、より関心が高い観光者はその観光地を選択する可能性が高くなり、その結果、同じ観光地に複数回訪問することも考えられる。そして、第4章において示した通り、特定の観光地への複数回訪問がライフスタイル移住意思決定につながるプロセスを経ることも十分に考えられる。

そこで、特定の観光地へのこうした関心について探求するため、主に消費者行動研究で用いられる概念である関与に着目した。第3章では、レジャー研究および観光研究において、意思決定や行動に影響を与える内的要因として関与の研究蓄積がなされていることを示した。本章はその成果もふまえ、観光地に対する関与が観光行動にどのような影響を与えるのかを明らかにするための実証研究を行う。そして、その結果に基づき関与水準の違いによる観光行動の特徴について検討することを目的とする。

5. 2. 仮説の設定

第 1 章の用語の定義で示した通り、本研究では観光地（Destination）に対する関与（Involvement）を観光地関与（Destination Involvement）とし、和田（2015）の定義を援用し「観光地に対する、感情的ないし心理的な結びつきによって生じる、思い入れやこだわり」とした。

この定義に基づき、観光行動研究における関与を援用した先行研究から仮説を構築する。先行研究では、ある特定の観光地への訪問回数が多い観光者は滞在日数も長くなる傾向があることが示されており（Oppermann, 1997; Santos et al. 2014）、Hu（2009）の研究は、訪問回数と滞在日数への影響に関与水準が深くかかわっていることを示唆している。そこで、以下の仮説を設定する。

仮説 1：観光地関与の高いグループは低いグループよりも、訪問回数が多い。

仮説 2：観光地関与の高いグループは低いグループよりも、滞在日数が長い。

Hu（2009）は観光地関与が、観光地における満足に影響を与えるとしている。このことから、以下の仮説を設定した。

仮説 3：観光地関与の高いグループは低いグループよりも、観光地満足度が高い。

関与は、消費者の製品に対する重要性の感じ方である（Assael, 2004）。そのため、関与が高い対象に対しては、リスクを避けようと動機づけられ、より深く情報探索するとされている（Dowling & Staelin, 1994）。佐々木（2007）によると、観光は、経済的、身体的、時間的に高コストであるため、リスクが高い行動としている。よって、Mäser and Weiermair（1998）は、目的地に対しての知覚リスクの水準は、情報探索に大きな影響を与えている⁷⁾。これらのことから、ある観光地への関与が高ければ、リスクを避けるために、旅行計画には時間をかけることが考えられる。そこで、以下の仮説を設定する。

仮説 4：観光地関与の高いグループは低いグループよりも、旅行計画期間が長い。

Bowen and Schouten（2008）は、スペインのマヨルカ島へ移住した多くの移住者は、

移住以前の観光によって訪問し満足した経験が、移住を決定する要因になっているとしている。また、須藤（2013）は、沖縄へ移住した移住者へのインタビューから、再訪問により、沖縄での生活に強い魅力を感じるようになり、移住すると報告している。同様に、本研究で調査対象とした沖縄移住者についても、第4章で示したように、訪問を繰り返すごとに沖縄への思いが強くなり移住したい気持ちが形成されていた（小原，2019）。これらことから、観光地に対する思い入れという感情から移住願望が形成されると考えられる。そこで、以下の仮説を設定する。

仮説5：観光地関与の高いグループは低いグループよりも、移住意向が強い。

5.3. 調査・分析方法

5.3.1. 調査の手順と内容

調査の手順は以下の通りである。まず、沖縄への観光者の関与水準を測定し、その関与水準と観光行動の関係について検討する。関与の測定には本調査において Zaichkowsky（1985）の PII（Personal Involvement Inventory）を用いることとした。第3章において、代表的な関与尺度は PII と Laurent and Kapferer（1985）の IP（Involvement Profile）があることを示した。そこで、観光研究においては PII 尺度を援用した研究もあることから、本調査でも、観光地関与における水準の測定に有効であるか検討するために PII を用いることにした。調査の手順としては、PII で測定した関与水準を用いて観光者を高群低群に分類する。そして高群低群の違いを比較するために、先行研究から関与水準によって違いのある心理的、行動的要因を仮説として設定し、その検証を行う。観光行動の内容については、前節で5つの仮説を設定した。

アンケートの質問項目は、基本的属性として①性別、②年齢、③居住地、④職業について尋ねた。また、沖縄への訪問経験として仮説1に対応するために⑤訪問回数と、仮説2に対応するために⑥これまでの最長滞在日数について、⑤・⑥双方は実数を尋ねた。また、仮説3に対応して⑦沖縄旅行の計画期間を質問項目としたが、その回答方法は10段階に区分（10. 1年以上前～1. 前日）して回答を得た。また、仮説4に対応して⑧沖縄観光に対する満足度は、7段階（7. 大変満足～1. 大変不満）で、仮説5に対応して移住意向についても7段階（7. 沖縄への移住を真剣に考えたことがある～1. まったく考えたことがない）に区分して回答を得た。

5. 3. 2. 調査対象とデータ収集法

調査の対象者については、インターネットクラウドソーシングサービス「ランサーズ」において調査協力者を募集し、申し出た協力者に対してアンケートを実施した。募集内容については、訪問回数による影響の大きさも考慮するために、過去5年以内などの訪問時期については限定せず、沖縄県へ観光旅行の経験があるすべてを対象とした。その際、沖縄県への訪問目的が観光以外や、沖縄県民または沖縄県出身者であった場合には対象から除外した。以上の募集を2017年8月1日から行ったところ8月6日の時点で281名の協力の申し出があり、それ以降協力者は現れなかったため、8月7日で募集を終了した。協力者281名に対してアンケートへの回答を依頼し、未回答が多く分析できなかったのが1件、多数の入力ミスがあり、分析できなかったのが1件あったため、2件を分析対象から除外し、279名を分析対象とした。沖縄への年間の観光客数は約1,000万人(沖縄県, 2019a)であることから、分析対象が279名でサンプル数はやや少ない。しかし、統計的には、本サンプル数で信頼度95%、誤差10%以内に抑えられており、社会調査においては誤差10%以内であれば、比較分析が可能であるとしている(大谷他, 2013)。よって、本章では観光経験とライフスタイル移住意思決定の要因において、関与を適用することに関する予備的な調査としての位置づけから、サンプル数に問題はないと判断した。

5. 3. 3. 関与水準の測定方法

関与水準の測定尺度については、Zaichkowsky (1985) が開発した、PII の尺度を参考に、以下のように設定した(図5-1)。PII は、特定の製品についての重要性、有益性、魅力などの項目を7段階のリッカートスケール法で回答する形式である。このPIIの特徴は、関与を短い言葉で測定できるため、あらゆる言語への適用性に優れており、また関与を1次元と仮定しているため、他との比較も容易にできるとしている。また、PII は関与の水準を測定することを目的に開発され、あらゆる言語にも適用できることから優れているという評価もなされている(Clements & Josiam, 1995)。懸念されるのは、本来PIIは特定の製品に対する関与を測定する目的で開発されたため、製品以外の測定を想定していないという点である。しかし、先行研究において、旅行という活動の関与水準を10項目の短縮版PIIを用いて測定し、関与と旅行の関係性が実証されており、この尺度の有益性について検証はされている(Clements & Josiam, 1995)。よって、この研究や、旅行中の活動に対する関与測定(Josiam et al., 2004)における研究の結果もふまえると、製品以外の関

与を測定する尺度としての妥当性はあると考えられる。これらのことから、本章においても、観光地という場所に関与を適用することとした。そこで、場所の測定にふさわしくない項目を除外し10項目の短縮版で関与水準を測定することとした。項目の設定においては、分析の際の内的整合性をチェックするため10項目のうち5項目(1・3・4・6・9)を逆転項目とした。以上、図5-1の尺度を用いて、沖縄県へ訪れた経験のある観光者を対象に、観光地としての沖縄の関与水準を測定した。

『沖縄は私にとって』									
※1. 重要な場所	1	2	3	4	5	6	7	重要ではない場所	
2. 無用な場所	1	2	3	4	5	6	7	有用な場所	
※3. 貴重な場所	1	2	3	4	5	6	7	価値のない場所	
※4. 有益な場所	1	2	3	4	5	6	7	有益ではない場所	
5. 無関心な場所	1	2	3	4	5	6	7	関心がある場所	
※6. 不可欠な場所	1	2	3	4	5	6	7	余分な場所	
7. 退屈な場所	1	2	3	4	5	6	7	興味がある場所	
8. ありきたりの場所	1	2	3	4	5	6	7	刺激的な場所	
※9. 魅力的な場所	1	2	3	4	5	6	7	魅力がない場所	
10. 平凡な場所	1	2	3	4	5	6	7	おもしろい場所	
※=逆転項目(調査では記載なし)									

図5-1：沖縄に対する関与水準の測定尺度

引用：Zaichkowsky (1985) を参考に筆者作成

5. 4. 調査結果および仮説検証

5. 4. 1. 調査対象者の属性

調査対象者について基本属性を集計したところ、性別で見ると、男性92名(33.0%)、女性187名(67.0%)となり、平均年齢は34.7歳であった。年代別比率では、20歳~40歳で全体の91.2%となり、このことから分析対象は、女性が多く、ほとんどが若年層から中年層となった。職業別では、会社員が最多の118名(42.3%)、次に主婦が90名(32.3%)となった。居住地では関東が最も多く108名(38.7%)、次いで近畿50名(17.9%)となり、航空路線の便数が多い大都市圏が多い結果となった。そして、沖縄への観光経験については、訪問回数1回のみが118名(42.3%)、リピーターが161名(57.7%)となり、リピーターのうち、2~5回のライトリピーターが139名(リピーター内の比率で86%)となった。滞在日数では、1日~5日程度の短期滞在が230名(82%)であった。以上のことから、今回の調査対象者について要約すると、関東や近畿の大都市圏の居住者で、中年層

の会社員や主婦が多く、沖縄への訪問が数回程度のライトリピーターで、1回の訪問につき3～5日程度滞在するという観光形態をとる。この形態は、沖縄県によって調査された主な観光者像の観光形態とほぼ一致するため（沖縄県, 2019a）、本調査における回答者は、その属性も併せて一般的な沖縄県への観光者と言える。

表 5-1：調査対象者の属性

属性		n	割合	属性		n	割合
1性別	1男性	92	33.0%	3職業	1会社員	118	42.3%
	2女性	187	67.3%		2会社役員	2	0.7%
2年代	20歳以下	91	32.6%		3自営業	33	11.8%
	30歳代	112	40.1%		4団体職員	7	2.5%
	40歳代	52	18.6%		5公務員	0	0.0%
	50歳代	17	6.1%		6主婦	90	32.3%
	60歳代	7	2.5%		7学生	11	3.9%
	70歳以上	0	0.0%		8無職	18	6.5%
4訪問回数	1回	118	44.0%	5滞在日数	1日	2	0.7%
	2回	69	25.7%		2日	14	5.2%
	3回	41	15.3%		3日	95	35.4%
	4回	13	4.9%		4日	72	26.9%
	5回	16	6.0%		5日	47	17.5%
	6回	3	1.1%		6日	11	4.1%
	7回	1	0.4%		7日	23	8.6%
	8回	7	2.6%		8日	4	1.5%
	9回	1	0.4%		9日	0	0.0%
	10回	4	1.5%		10日	3	1.1%
	11回以上	6	2.2%		11日以上	8	3.0%

5. 4. 2. 関与尺度の妥当性と信頼性

調査対象者全員の関与水準を集計した。先述した通り、本章では、Zaichkowsky (1985) の PII を援用し、7段階のリッカートスケール法による10項目によって、関与水準を測定したため、その最高値は70、その際の平均値は7.0ということになる。今回の調査対象者については、平均値が5.84、中央値6、最頻値7となっており（表5-2）、内的整合性を示すクロンバック α 係数は0.86となった。一般的にクロンバック α 係数は0.59～0.8程度あれば内的整合性がとれているとされる（小塩, 2008）。したがって、今回の測定結果についても許容範囲であると言える。

表 5-2：対象者の関与水準

平均値(MEAN)	5.84
標準偏差(SD)	1.00
中央値(MEDIAN)	6
最頻値(MODE)	7
信頼度(Cronbach α)	0.86

次に、PII の構成概念妥当性について検討した。第 3 章でも論述したように、Clements and Josiam (1995) は、PII について探索的因子分析を行うと、「重要性」と「楽しさ」の 2 次元で構成されることを明らかにし、第 1 因子の重要性で分散の 60%以上を占め、第 2 因子の楽しさは 10%程度しかないため、PII を 1 次元で扱うことに問題はないとしている。PII が 2 次元になることに関しては、他の研究者も同様の見解を示した(Zaichkowsky, 1985; Jain and Srinivasan, 1990)。

以上をふまえると、本調査で用いている PII 尺度の妥当性を確認する必要があるため、確認的因子分析を行った(表 5-3)。その結果、「重要性」と「楽しさ」の因子間相関は.64 であり、強い相関関係がみられた。そこで「重要性」と「楽しさ」を 1 次潜在変数、「関与」を 2 次潜在変数とした 2 次因子モデルを構築し、当てはまりを確認した。その結果、適合度は、 $\chi^2/df=2.12$ 、CFI=.975、RMSEA=.063 となり、 χ^2 値と自由度(df)で除した値(χ^2/df)が基準値 ($\chi^2/df \leq 3.00$) を満たし、CFI (comparative fit index) の基準値 (CFI $\geq .90$) (Hu & Bentler, 1999)、RMAEA (root mean square error of approximation) の基準値 (RMSEA $\leq .080$) (Hu & Bentler, 1999) などの指標のすべてを満たしたため、比較的当てはまりのよい結果となった。以上、確認的因子分析の結果から、「関与」の構成概念の妥当性は確認できた(表 5-3)。

次に尺度の妥当性の確認に関しては、AVE (Average Variance Extracted : 平均分散抽出) を用いて収束的妥当性を検証した。その結果、「重要性」および「楽しさ」のどちらも先行研究が定める基準値 (AVE $\geq .50$) (Fornell & Larler, 1981) を上回る結果となった。そして尺度の信頼性については CR (composite reliability : 合成信頼性) を求めた。その結果、先行研究が定める基準値.60 (Bagozzi & Yi, 1988) 以上をすべて上回った。また、弁別的妥当性については、1 次因子間の相関係数の 2 乗が AVE より低い値 (.42) を示した。以上のことから本章で用いた関与尺度の妥当性と信頼性は確認された。

表 5-3：確認的因子分析（2次因子モデル）の結果

項目	平均	標準偏差	因子負荷量
第1因子 重要性 (AVE .50 CR .83)			
1.重要な場所	4.8	1.8	.540
2.有用な場所	6.1	1.4	.706
3.貴重な場所	5.6	1.6	.794
4.有益な場所	5.3	1.6	.812
6.不可欠な場所	5.2	1.3	.660
第2因子 楽しさ (AVE .52 CR .84)			
5.関心がある場所	5.2	1.0	.622
7.興味がある場所	6.1	1.2	.794
8.刺激的な場所	5.9	1.1	.797
9.魅力的な場所	5.9	1.2	.602
10.おもしろい場所	6	1.1	.750
2次因子 関与			
楽しさ			.917
重要性			.705
適合度： $\chi^2/df=2.120$ CFI=.975 RMSEA=.063			

5. 4. 3. 関与水準による調査対象者の分類

次に調査対象者を分類するために、クラスター分析を行った。クラスター分析とは類似度や近接度を基準にして変数をグループ化したり、ケースをまとめてグループ化したりする方法である。今回は、図 5-1 の関与 10 項目を変数としてクラスター分析を行った。また、クラスター分析は、階層法と非階層法があり、階層法はクラスターを系統的に積み重ねていく方法であり、非階層法はクラスター同士寄せ集めていく方法である。本分析では 2 段階に分けて分析を行った。まず、大まかなクラスター数を推定するために、非階層法（K-means 法）を用いてクラスター数を推定し、推定されたクラスター数で、階層法の ward 法によるユークリッド平方距離によるクラスター分析を行い、調査対象者のクラスター化を行った。その結果、非階層法によって、3 つのクラスターが推定されたため、階層法によって調査対象者を 3 つのクラスターに分類した。その結果、3 つのクラスターが確認された。関与水準が最も低いクラスター1 が 81 名、中間クラスター2 が 134 名、最も高いクラスター3 が 64 名となった。

5. 4. 4. 関与水準による観光行動の比較検証

クラスター化されたデータについて「低、中、高関与群によって各要因に違いはない」という帰無仮説を設定して比較した（表 5-5）。データ分布の正規性を確認したところ、

訪問回数、滞在日数、移住意向には正規性が確認できなかったため、この3つの要因は3群間以上のノンパラメトリック検定である Kruskal-Wallis 検定 (H) を行い、旅行計画期間と満足度の2つの要因については正規性が確認できたため一元配置の分散分析 (F) を行った。

要因別に分析結果を確認すると (表 5-5)、「訪問回数」については、 $H=7.459$, $p<.01$ となることから、「関与水準によって訪問回数に違いがある」という対立仮説が採択される。「滞在日数」については、 $H=2.467$, $p>.05$ のため、帰無仮説は棄却されず、関与水準によって違いはない。そして、「移住意向」は、 $H=21.780$, $p<.001$ のため、「関与水準によって移住意向に違いがある」となった。「旅行計画期間」については $F(2,276) = 2.973$, $p<.01$ のため「関与水準によって旅行計画期間に違いがある」となった。「満足度」は $F(2,276) = 29.955$, $p<.001$ のため、「関与水準によって満足度に違いがある」となり、訪問回数も含め、滞在日数、旅行計画期間、満足度それぞれ対立仮説が採択された。

表 5-4：関与群の比較

項目	クラスター	最低値	最高値	平均	中央値	標準偏差	H
訪問回数	1(低関与)	1	10	2.01	2	1.51	7.459 *
	2(中関与)	1	20	2.63	2	2.81	
	3(高関与)	1	30	3.80	2	5.24	
滞在日数	1(低関与)	1	21	4.27	4	2.37	2.467
	2(中関与)	2	20	4.55	4	2.70	
	3(高関与)	3	14	4.58	4	1.97	
移住意向	1(低関与)	1	7	2.42	1	2.00	21.780 ***
	2(中関与)	1	7	3.07	3	1.90	
	3(高関与)	1	7	3.94	4	1.90	
項目	クラスター	最低値	最高値	平均	中央値	標準偏差	F
旅行計画期間	1(低関与)	4	10	7.20	7	1.13	2.973
	2(中関与)	4	10	7.08	7	0.98	
	3(高関与)	5	10	7.47	8	1.05	
満足度	1(低関与)	1	7	5.04	5	1.60	29.955 ***
	2(中関与)	2	7	6.13	6	1.09	
	3(高関与)	1	7	6.59	7	1.19	

各クラスター度数 1(N=81)2(N=134)3(N=64)

注 *** $p<.001$ ** $p<.01$ * $p<.05$

これらの結果をふまえ、仮説 1 から 5 を検証するために、関与群と要因の組み合わせに有意差があるのかについて、多重比較 (Tukey HSD および Steel-Dwass 法) を行った (表

5-6)。まず仮説 1 の訪問回数の関係について、低関与群と高関与群の関係では有意差がみられたが、中関与群はいずれも有意差はみられなかったため、仮説の一部が支持された。仮説 2 の滞在日数の関係については、どの関与群も非有意なため、仮説は支持されなかった。仮説 3 の満足度については、いずれの関与群についても有意差がみられたため、仮説は支持された。仮説 4 の旅行計画期間については、中関与群と高関与群に有意差がみられたが、低関与群には有意差がみられなかったため、仮説の一部が支持された。仮説 5 の移住意向については、すべての関与群において有意差がみられたため、仮説は支持された。

表 5-5：関与群の多重比較

	クラスター	1(低関与)	2(中関与)	3(高関与)	仮説
訪問回数	1(低関与)	-			
	2(中関与)	<i>n.s.</i>	-		一部支持された
	3(高関与)	3>1*	<i>n.s.</i>	-	
滞在日数	1(低関与)	-			
	2(中関与)	<i>n.s.</i>	-		支持されなかった
	3(高関与)	<i>n.s.</i>	<i>n.s.</i>	-	
移住意向	1(低関与)	-			
	2(中関与)	2>1*	-		支持された
	3(高関与)	3>1**	3>2**	-	
計画期間	1(低関与)	-			
	2(中関与)	<i>n.s.</i>	-		一部支持された
	3(高関与)	<i>n.s.</i>	3>2*	-	
満足度	1(低関与)	-			
	2(中関与)	2>1**	-		支持された
	3(高関与)	3>1**	3>2**	-	

** $p < .01$ * $p < .05$

以上の結果から、満足度、移住意向にはすべての関与群において有意差があったため、仮説は支持された。訪問回数は低関与群と高関与群で有意差、旅行計画期間は中関与群と高関与群で有意差があったため、仮説の一部は支持された。

5. 5. 考察

仮説 1 から仮説 5 までの分析と検証の結果を基に関与水準と観光行動の関係について考察を行う。まず、仮説 1 「観光地関与の水準が高いと、訪問回数が多くなる。」は、高関与群と低関与群のみ有意であった。しかし、中関与群との関係のみ非有意であるため、結果

としては、低関与は訪問回数が少なく、高関与は訪問回数が多いという解釈をしても問題はない。したがって、一部支持とした。Hu (2009) による研究では、関与水準は再訪問意図に影響を与えるという結果を示している。つまり、関与水準が高ければ、訪問回数が多いという示唆を与えるものであったが、今回の検証から、関与水準が高いことは訪問回数が増加するというを示す結果となった。また、先行研究では、旅行に対して関与水準が高い人の方が、旅行そのものに行くということが確認されている (Clements & Josiam, 1995)。よって、本研究の結果は、関与水準が高いと、再訪問意図が形成され (Hu, 2009)、旅行に行くことを決定する (Clements & Josiam, 1995) という先行研究を支持する結果となった。

仮説 2「観光地関与の水準が高いと、滞在日数は長くなる。」は、非有意であった。つまり、関与水準と滞在日数には関係がないということを示している。Santos et al. (2014) や、Oppermann (1997) の研究では、訪問回数が増加すると、滞在日数も増加する傾向にあることを指摘していることから、訪問回数と滞在日数には相関関係が確認できるということである。この関係をふまえると、仮説 1 では、関与と訪問回数の関係は確認できたが、今回の仮説 2 の結果では関与と滞在日数は関係がないということから、関与を媒介すると、訪問回数と滞在日数は相関関係ではなくなるということが示唆された。

仮説 3「観光地関与の水準が高いと、観光地に対する満足度は上がる。」は、すべての関与群で有意となった。つまり、関与水準が高くなるほど、沖縄に対して満足を感じているということである。先行研究において Hu (2009) も関与が満足に影響していることを指摘しているものの、関与の水準によって、満足の水準が異なるという明確な指摘はなされていない。よって本研究において、沖縄 (観光地) への関与水準が高いほど、沖縄 (観光地) での経験に対して強く満足を感じるという結果を示すことができた。また、満足に関して Hu (2009) および Yoon and Uysal (2005) は、それが「再訪問意図」につながることを報告している。したがって、関与水準は再訪問意図や、訪問回数にも関係があることが示唆される。

仮説 4「観光地関与の水準が高いと、旅行計画期間は長くなる。」は、中関与群と高関与群で有意となったため、仮説は一部支持された。先行研究において、関与が高い対象に対しては、リスクを避けようと動機づけられ (Dowling & Staelin, 1994)、知覚リスクが高くなることで、より深く情報探索を行う (Mäser & Weiermair, 1998)。つまりこの知見から、沖縄に対して関与が高い観光者は、リスクを避けるために、より深く情報探索をし

ていると考えられる。この知覚リスクについて、より詳細をみていくと、観光における知覚リスクの1つに金銭的リスクがある (Adam, 2015; Fuchs & Reichel, 2011)。金銭的リスクとは、支払った金額に見合った価値が得られるかどうかのリスクである。近年はLCC (low-cost carrier: 格安航空会社) の就航も増加し、航空券は半年前から購入が可能になっており、早く予約することで、安価な航空券を購入する機会も増えている。逆に出発予定の日付が近づくほど、価格は上昇する傾向にある。つまり、早期の購入により、金銭的リスクを回避できる可能性が高いことを示している。LCCのようにオンラインにおいて航空券を購入する観光者は、金銭的リスクを知覚しているという研究や (Kim, Kim, & Leong, 2005)、金銭的リスクが購買意図に影響を与えるという指摘 (Kim, Qu, & Kim, 2009) もなされている。これらの議論から、観光者はより安価な航空券を購入するために、早い段階で情報探索を行い、予約購入をすることで金銭的リスクを回避する傾向にあると推察される。そして、このように購入時期が早まるがゆえに、旅行計画期間が長くなるものと考えられる。

仮説5「観光地関与の水準が高いと、移住意向は強くなる。」は、すべての関与群で有意となった。つまり、関与が高い観光者ほど、沖縄へ移住する意向が強くなるということである。Bowen and Schouten (2008) は、観光地 (マヨルカ島) で満足した経験が、その地への移住を促進することを報告しており、観光地での満足した経験が再訪問意図を形成する先行要因になることは Yoon and Uysal (2005) の研究でよく知られるようになっていく。その研究をベースに Hu (2009) も関与と再訪問意図の仮説を構築し検証し、再訪問意図は満足によって形成され、満足は関与によって形成されるという因果関係を実証している。本研究では、この関与と再訪問意図の考えをベースに、関与水準と移住意向の関係について仮説を提示したところ、そうした関係があることを示唆する結果になった。

以上、仮説1から5の結果をふまえ、それぞれの関与群の特徴を表5-6にまとめた。

表5-6: 関与水準の違いによる観光行動の違い

関与群	訪問回数	滞在日数	移住意向	計画期間	満足度
高	多い	—	強い	長い	高い
中	—	—	中間	短い	中間
低	少ない	—	弱い	—	低い

引用: 筆者による

※「—」は他の関与群と有意差なし

5. 6. まとめ

本章では、消費者行動研究における関与の概念を援用し、観光者の観光地への関与水準の違いが観光行動にどのような影響を与えるかについて検討することであった。関与水準の測定には Zaichkowsky (1985) の PII を援用し、沖縄へ観光経験がある観光者を対象として、沖縄への関与を測定し、観光者行動の違いについて検討した。その結果以下の 4 点が明らかになった。

- ・観光者の観光地に対する関与水準の違いにより、訪問回数、移住意向、旅行計画期間、満足度が異なった。
- ・高関与群は訪問回数、移住意向、旅行計画期間、満足度において、高い傾向を示した。
- ・低関与群は訪問回数、移住意向、満足度において、低い傾向を示した。
- ・中関与群は移住意向と満足度は他の群と比較し、中間の傾向を、旅行計画期間は高群よりは短い傾向を示した。

この調査では、先行研究に基づいて構築した仮説の検証を通し、関与水準の違いによる観光行動の違いを明らかにしてきた。最後に、本調査の限界および次章につながる課題について述今回のべる。まず、本章で提示した調査結果では、ほとんどの調査対象者について沖縄に対する高関与が示された。沖縄が高関与を示しやすい観光地であったのか、それとも関与尺度そのものに原因があるのか定かではない。したがって、関与尺度について検討を重ねる必要が出てきた。また PII は基本的に 1 次元を想定している尺度であるとしたが、本研究において、先行研究に基づき確認的因子分析を行った結果、2 次元において妥当性があるという結果となった。McQuarrie and Munson (1987) や PII を開発した Zaichkowsky (1987) も後に、関与は多次元である方が望ましいとしている。今回、観光地に対する関与測定について PII の適用は有用であったことが確認できた。しかし、次の章では、観光地関与を多次元としてとらえなおし、今回適用した PII をはじめ、Laurent and Kapferer (1985) が開発した IP (Involvement Profile) を基に多次元性を前提とした観光地関与を構成する尺度開発を行うこととする。なおレジャー研究においては、関与を多次元としてとらえた尺度開発も多い (McIntyre, 1989; Dimanche, Havitz, & Howard, 1991)。次章では、これらの尺度を援用し検討を重ね、第 4 章で構築したモデルに適用して関与の有効性を検証することとする。

第6章 ライフスタイル移住意思決定までのモデルの構築

6.1. 調査の課題と目的

本章では、この論文の第3の課題である「ライフスタイル移住意思決定プロセスモデルの構築」に焦点を当てる。このモデル構築に必要な移住の意思決定に関わる要因を探るため、仕事以外の理由で自発的に沖縄へ移住した移住者13名に面接調査を実施し、M-GTA分析を行った（第4章参照）。この分析に基づいて作られたのが、図6-1に示したモデルである。沖縄へ観光によって訪れた観光者は、①美しいと感じる自然に触れることや、住民との交流といった「ポジティブ経験」をし、さらに②「再訪問」（訪問回数）を繰り返すと、③沖縄に対しての思い入れや重要性の概念である「観光地関与」を形成する。そして、同時期に自らの生活に大きな変化や、内面の変化などによって④「生活不満」が生じることで、沖縄への移住を現実的なものとして考え始め、⑥移住意図が形成される。それと同時に、実際に沖縄で生活が成り立つのかという移住後の生計に考えが及ぶにつれて⑤移住不安になるものの、就職先や受け入れ先が決まることで、最終的に移住を決断する。このモデルは、移住者への質的調査によって構築された仮説的モデルである。しかし、観光の経験を通して、実際に移住には至らないものの、移住の意図は持っている層も存在するものだと考える。より一般性を求めるモデル構築において、このような「潜在的ライフスタイル移住者」（以後潜在的移住者とする）においても、モデルの適用可能性が求められる。そこで、本章では、潜在的移住者に対してポジティブ経験から移住意図形成までを検証することを目的とする。またモデルの統計的な妥当性を検証するため定量的調査法を用いる。

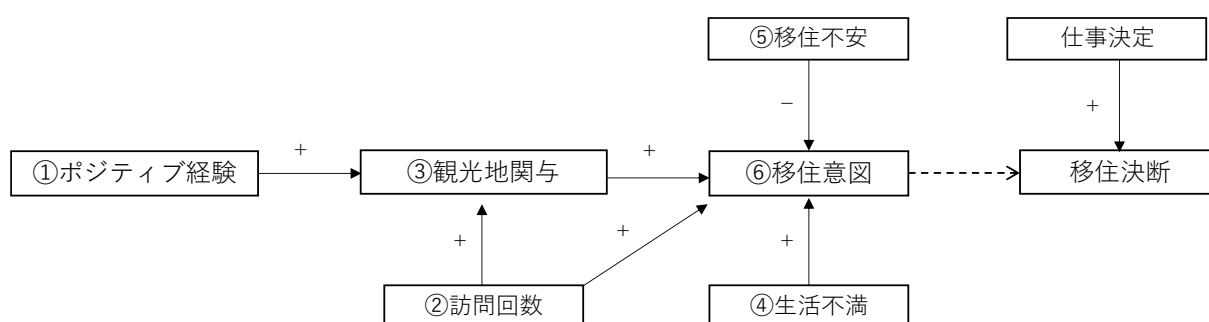


図6-1：観光経験からライフスタイル移住意思決定までのプロセスモデル

6.2. 尺度の検討

図6-1のモデルについて、定量的な検証を行うにあたり、各要因について尺度を設定する必要がある。そこで、本研究における調査（第3章参照）および先行研究を基に尺度

を検討した。

(1) ポジティブ経験

第4章で述べたように、移住前の移住者の①ポジティブ経験については、認知したことが4項目、体験したことが3項目で合計7項目が挙げられる。認知に含まれる項目は、沖縄という場所を対象とするもので、文化的特徴としての「非日常・異国情緒」、「自然環境」、訪問前のイメージと違い都会だという気づきを表す「都会的環境」、そして「余暇活動に最適な環境」の4つである。次に体験については「住民との交流」、ダイビング業者といった観光業者との交流を体験した「業者との交流」、そしてダイビングなどの「余暇活動の体験」の3つである。それぞれの認知と体験については、すべてがポジティブな認知および体験として経験されており、ネガティブな経として認知されることはなかった。以下では、これら認知と体験を含めた観光経験についての尺度について検討する。

林・藤原（2012）は観光地での経験評価が満足に及ぼす影響について研究した。その中で観光地での経験評価を「機能的評価」と「情緒的評価」に分類している。機能的評価とは、旅行先での「新しい知識を得た」、「気分転換ができた」、「視野が広がった」といったように実施した旅行の価値や効用を認知的な側面からとらえた内容である。そして、情緒的評価とは、「楽しかった」、「リラックスできた」、「ドキドキした」というように観光地での気分や感情などの情緒体験をもとに旅行の価値や効用をとらえた内容である（林・藤原，2012）。

図6-1のモデルにおける観光経験については、そもそもすべてポジティブ経験となっているため、林・藤原（2012）の分類における情緒的評価についての尺度化は不必要であると考えた。次に機能的評価については、自己の成長を示す「自己拡大」、自然との接触を示す「自然満喫」、心身の疲労回復を示す「健康回復」、旅行先の歴史や文化の学習を示す「知識獲得」、旅行先での出会った人との関係形成を示す「現地交流」、変化や刺激を経験したことを示す「新奇体験」、同行者との絆の強化を示す「関係強化」の7因子を調査分析から明らかにしており、これらを機能的評価尺度として開発している。このように尺度化された7因子を本研究の検証モデルにおけるポジティブ経験への適用を検討した結果、「非日常・異国情緒」は「新奇体験」、「自然環境」は「自然満喫」、「余暇活動に最適な環境」は「健康回復」、「余暇活動の体験」は「自己拡大」、「住民との交流」および「業者との交流」は「現地交流」、「知識獲得」は「都会的環境」にそれぞれ置き換え可能であると考え

た。しかし、「関係強化」については、図 6-1 のモデルにおいて適用できる要因はなかった。その理由は、第 4 章において図 6-1 の図式を作成のする際に、調査対象者のほとんどが単身による移住であったため、関係強化を目的とした移住者が存在しなかったためである。よって、本章で扱う調査の目的は図 6-1 のモデルの定量的検証であり、関係強化はそのモデルにない要因になるため、検証モデルに組み込まないこととした。最終的に①のポジティブ経験については、林・藤原（2012）の機能的経験評価の 6 要因を尺度として適用した（表-1）。

表 6-1：ポジティブ経験の尺度の適用

ポジティブ経験	機能的経験評価
非日常・異国情緒	新奇体験
自然環境	自然満喫
余暇活動に最適な環境	健康回復
余暇活動の体験	自己拡大
住民・業者との交流	現地交流
都会的環境	知識獲得
—	関係強化
小原(2019)	林・藤原(2012)

(2) 訪問回数

図 6-1 のモデルで示した②の訪問回数については、観光地と関わった時間が移住意図形成に影響を与えるとしている（小原, 2019; 須藤, 2013）。そこで、この尺度については、実数を用いることとした。

(3) 観光地関与

③の観光地関与の尺度化については、特に念入りな検討を要した。第 5 章でも示した通り、PII による観光地関与の有用性については実証されたが、1次元を想定している PII が因子分析の結果 2次元であったため、観光地関与については多次元を想定して尺度を開発する必要がある。多次元を想定した製品関与の代表的な尺度が Laurent and Kapferer（1985）の IP（Involvement Profile）である。IP は特定の製品の関与を測定する尺度であるが、これをベースに、レジャー関与の尺度が開発された（Dimanche, Havitz, & Howard, 1991; McIntyre, 1989）。Dimanche et al（1991）は、レジャー関与尺度をレジャーそのも

のの快楽を示す「楽しさ」、自分自身にとってそのレジャーの重要さを示す「重要性」、記号的な価値を示す「サイン」、レジャー実施後に後悔する可能性を示す「リスク可能性」、その後悔がどの程度の確率で起こるかを示す「リスク確率」とした。McIntyre (1989) は、Dimanche et al. (1991) と同様に、「楽しさ」と「重要性」をレジャー関与尺度としたが、その他に、自己のライフスタイルへの影響度合いを示す「中心性」、そのレジャーが自己のアイデンティティをどの程度構成するかを示す「自己表現性」を尺度としている。また、第2章でも述べたように、坂口・菊池 (2001) および坂口・菊池 (2002) は日本語によるIPをベースとしたレジャー関与尺度開発に関して、リスク関連の設問には課題が多いとしている (坂口・菊池, 2001; 坂口・菊池, 2002)。よって、本研究では、McIntyre (1989) のレジャー関与尺度である4次元をベースに尺度化を検討した。その結果が表6-2である。この4次元について、McIntyre (1989) は、「楽しさ」と「重要性」の次元は、レジャー活動において、因子分析すると同一因子となると報告している。本研究においては、外山・西尾 (2019) の分析手順に従って、次元構造についてはデータ収集後に探索的因子分析によって確認し、因子構造の信頼性および妥当性については、確認的因子分析を行うことで検証する。

表 6-2 : 観光地関与尺度

尺度	項目
楽しみ (Enjoyment)	EJ1 私にとって沖縄は、最もリラックスできる場所である。 EJ2 私にとって沖縄は、最も楽しい場所である。 EJ3 私にとって沖縄へ行くことは、なによりも待ち遠しく感じる。
重要性 (Importance)	IP1 私にとって沖縄は、最も関心のある場所である。 IP2 私にとって沖縄は、最も興味深い場所である。 IP3 私にとって沖縄は、最も重要な場所である。
自己表現 (Self-expression)	SE1 沖縄について、多くのことを他者に話すことができる。 SE2 沖縄へ行くことで、あなたがどのような人間であるかという印象を他者に与えている。 SE3 沖縄へ行くことは、自分の個性を示すことである。
中心性 (Centrality)	CN1 私の人生において、沖縄は多くのことを教えてくれた。 CN2 沖縄は私の生活において、中心的な役割を果たしている。 CN3 私の生活は、沖縄へ行くことを中心に予定が組まれている。

(4) 現状不満

④の現状不満とは、ライフスタイル移住のプッシュ動機として、現状の生活に対する不

満のことである（長友，2013）。第4章で提示した調査結果においては「生活の不満」、「仕事の不満」、「ライフスタイルの不満」が挙げられている。よってこのような日常生活の不満をまとめて「現状不満」とし、近藤・鎌田（1998）の現状満足感尺度を援用し、これを逆転項目として用いた。

（5）移住不安

⑤の移住不安については、第4章で示したように、移住に対する「家族の反対」と移住先での「仕事・収入」・「人間関係」が挙げられている。移住先での「人間関係」については、新たに良好な人間関係の構築ができるかどうかの不安である。他に、「買い物の利便性」や「医療・福祉」についても移住の不安要因となることが、移住希望者への調査結果からも報告されている（沖縄振興開発金融公庫，2017）。そこで、上に挙げた5項目をそのまま質問項目として設定し、移住不安の尺度とした。

（6）移住意図

人がある行動を行うときに、その行動を遂行するかどうかを決める意識的な決定を「行動意図」という（Fishbein & Ajzen, 1975）。つまり⑥の移住意図とは、移住を行う前段階の心理状態であり、意識的に移住を行うとする意思の強度である。第4章における沖縄への移住者を対象とした調査の結果では、観光経験による肯定的経験評価がプル動機となって沖縄へ複数回訪問するリピーターとなり、日常生活における不満というプッシュ動機が加わることで移住意図が形成されることが明らかになった。この移住に対する意思の強度について、Mchugh（1984）は数ヵ月以内の近い将来、移住をすると決めている移住予定者の追跡調査を行い、その後、実際に移住する可能性が高いことを示した。つまり、近い将来の移住計画であれば、移住する可能性が高くなると考えられる。よってこの知見およびMchugh（1984）のMigration intentionの尺度を参考に、近い将来に移住を行うかどうかを問う質問項目を設定し、移住意図を測定する尺度とした。

以上のように図6-1のモデルについて尺度を検討した結果は表6-3の通りである。この尺度を用いて調査を行った。

表 6-3：尺度一覧

尺度	次元	引用元
①ポジティブ経験	自己拡大 自然満喫 健康回復 知識獲得 現地交流 新奇体験	林・藤原(2014)
②訪問回数	実数	実数
③観光地関与	楽しみ 重要性 中心性 自己表現	Laurent,G. & Kapferer,J.N.(1985) McIntyre, N. (1989)
④生活不満	現状満足感(※逆転項目)	近藤・鎌田 (1998)
⑤移住不安	家族の反対 就職収入 人間関係 買い物利便性 医療福祉	沖縄振興開発金融公庫(2017) 小原(2019a)
⑥移住意図	移住意図	McHugh(1984)

6.3. 調査方法

調査はインターネット調査会社アスマークのパネルに対して、20歳以上79歳以下で、沖縄県出身ではなく、沖縄へ過去5年以内に観光経験があり、移住希望もあり、移住希望の理由が仕事や進学⁸⁾ではないという5段階のスクリーニングを行った(図6-2)。そのスクリーニングを経て抽出された400名に対して2019年8月27日~29日にインターネットを通してアンケートを実施した。過去5年に観光経験を限定したのは、本調査では観光と移住のつながりについて検証するためである。調査項目は基本属性として、①性別、②年齢、③年収については、200万円から2000万円および無回答を含めた9段階で尋ねた。そして、沖縄への観光経験として、④沖縄への訪問回数および⑤沖縄での最長の滞在日数について尋ね、それぞれ実数について回答を求めた。表6-3で示した先行研究の尺度に基づいた質問項目については、7段階のリッカートスケール法(7.とてもそう思う~1.まったくそう思わない)によって回答を得た。

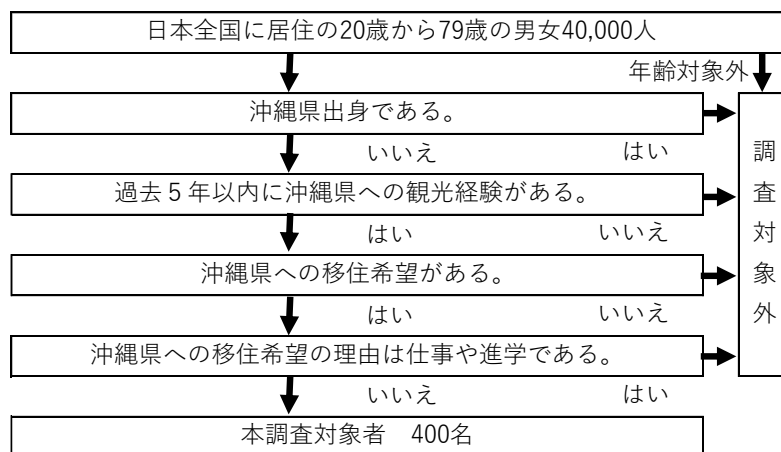


図 6-2：調査対象者スクリーニング方法

6. 4. 調査結果

6. 4. 1. 基本的属性の集計結果

本調査対象者の内訳として、男性 261 名 (65.3%)、女性 139 名 (34.8%) となった。年代は 40 代 (31.5%) が最も多く、次に 50 代 (22.8%)、30 代 (20.8%) と続いた。また、5 年以内の訪問経験については、1 回が 198 名 (49.5%) で、残り 202 名 (50.5%) が 2 回以上訪れているリピーターであり、その大部分が 2~3 回 (35.3%) の訪問であった。また、滞在日数は 2~4 日が 264 名 (66.0%) であり、5~9 日が 121 名 (30.3%) で 2~9 日の滞在期間で 9 割以上を占めた。年収については、600 万円~800 万円が最も多く (21.0%)、続いて 400 万円~600 万円 (19.0%) そして、1000 万円~1500 万円 (18.0%) となった (表 6-4)。

表 6-4：調査対象者の基本属性

性別	人数	割合	訪問経験	人数	割合	年収	人数	割合
男	261	65.3%	1回	198	49.5%	200万円未満	12	3.0%
女	139	34.8%	2~3回	141	35.3%	200~400万円	41	10.3%
年代	人数	割合	4~9回	47	11.8%	400~600万円	76	19.0%
20代	23	5.8%	10回以上	14	3.5%	600~800万円	84	21.0%
30代	83	20.8%	滞在日数	人数	割合	800~1000万円	63	15.8%
40代	126	31.5%	1日	2	5.0%	1000~1500万円	72	18.0%
50代	91	22.8%	2~4日	264	66.0%	1500~2000万円	13	3.3%
60代	59	14.8%	5~9日	121	30.3%	2000万円以上	14	3.5%
70代	18	4.5%	10日以上	13	3.3%	無回答	25	6.3%

6. 4. 2. 各尺度の集計結果

集計結果については、各次元平均に注目し概観する (表 6-5)。まず、観光経験については、健康回復が最も高くなっており (5.75)、次に自然満喫 (5.69)、そして新奇体験 (5.40) となっている。質問項目において最も高い数値であったのが健康回復の「Q3-18 気分的にリフレッシュすることができた (5.93)」となっていることから、移住希望者の最もポジティブな観光経験は休養やリフレッシュであると言える。同時に、自然満喫や新奇体験も高い数値であったことから、身体的な活動面においてもポジティブな経験がなされていることが示される結果となった。次に観光経験から形成されると考えられる観光地関与については、楽しみが最も高く (5.46)、次に重要性 (5.28)、そして自己表現 (4.87)、最後に中心性 (4.62) という結果になった。質問項目別にみると「Q4-1 私にとって沖縄は、最もリ

ラックスできる場所である」と「Q4-3 私にとって沖縄へ行くことは、なによりも待ち遠しく感じる」が最も高くなっている（5.47）。観光経験と同様に、移住希望者にとって沖縄は休養の場としての認識されていることが示された。そして、移住不安については、「Q5-2 沖縄での就職や収入が不安である」（5.04）のみ平均値が 5 を超えており最も高い。逆に家族や友人の反対は最も低く、唯一平均値が 3.65 と 4 を切っている。つまり、移住の阻害要因として、家族や周りの反対は、あまり影響がないということが示されている。現状不満に関わる質問については、今回の調査対象者においては、概ね現状の生活に満足しているとの結果が示された。最後に移住意図については、「Q7-1 沖縄へ強く移住したい」（4.18）と高くなっているものの、具体的な移住計画についての質問「Q7-2 今後 2 年以内に、沖縄へ移住する可能性がある」（3.10）、「Q7-3 近い将来、沖縄へ移住する計画がある」（3.67）と移住希望と移住計画との間には隔たりがあるという結果となった。

以上が各尺度について平均値からみた傾向である。これらのデータを用いて、さらに分析を進める。なお、各質問項目において、平均と標準偏差の差が 1 以下や和が 7 以上を示す天井効果および床効果はみられず、正規分布が確認できたため、統計的な分析に問題はないと判断した。なお統計分析については、IBM 社の SPSS ver25 および AMOS ver25 を用いた。

表 6-5 各尺度の集計結果

尺度	次元	項目	M	SD	次元M
観光経験	自然満喫	Q3-1. 大自然を満喫することができた	5.64	1.24	5.69
		Q3-2. きれいな空気や水を体いっぱい吸収できた	5.74	1.15	
		Q3-3. 自然を身近に感じることができた	5.70	1.16	
	知識獲得	Q3-4. 訪問先の文化について理解を深めることができた	5.32	1.17	5.28
		Q3-5. 本物の文化を肌で感じることができた	5.34	1.19	
		Q3-6. 訪問先の歴史について学ぶことができた	5.17	1.27	
	現地交流	Q3-7. 現地の人たちと仲良くなることができた	4.66	1.50	4.80
		Q3-8. さまざまな人たちと出会うことができた	4.83	1.41	
		Q3-9. 普段の生活では出会えない人と交流ができた	4.91	1.47	
	新奇体験	Q3-10. その場所でしかできない経験ができた	5.60	1.17	5.40
		Q3-11. 新しいことに挑戦することができた	5.03	1.34	
		Q3-12. 単調な生活から抜け出すことができた	5.58	1.17	
	自己拡大	Q3-13. 自分自身を見つめなおすことができた	4.89	1.36	4.88
		Q3-14. 自分の生活や生き方について考えることができた	4.97	1.32	
		Q3-15. 精神的に成長することができた	4.79	1.31	
健康回復	Q3-16. 日頃の疲れを癒すことができた	5.67	1.19	5.75	
	Q3-17. 十分に休養することができた	5.64	1.23		
	Q3-18. 気分的にリフレッシュすることができた	5.93	1.16		
観光地関与	楽しみ	Q4-1. 私にとって沖縄は、最もリラックスできる場所である	5.47	1.19	5.46
		Q4-2. 私にとって沖縄は、最も楽しい場所である	5.45	1.21	
		Q4-3. 私にとって沖縄へ行くことは、なによりも待ち遠しく感じる	5.47	1.26	
	重要性	Q4-4. 私にとって沖縄は、最も関心のある場所である	5.33	1.28	5.28
		Q4-5. 私にとって沖縄は、最も興味深い場所である	5.35	1.26	
		Q4-6. 私にとって沖縄は、最も重要な場所である	5.18	1.31	
	自己表現	Q4-7. 沖縄について、多くのことを他者に話すことができる	5.13	1.29	4.87
		Q4-8. 沖縄へ行くことで、あなたがどのような人間であるかという印象を他者に与えている	4.70	1.36	
		Q4-9. 沖縄へ行くことは、自分の個性を示すことである	4.78	1.43	
	中心性	Q4-10. 私の人生において、沖縄は多くのことを教えてくれた	5.09	1.33	4.62
		Q4-11. 沖縄は私の生活において、中心的な役割を果たしている	4.42	1.55	
		Q4-12. 私の生活は、沖縄へ行くことを中心に予定が組まれている	4.35	1.66	
移住不安	Q5-1. 家族や友人が沖縄への移住に反対である	3.65	1.63	4.42	
	Q5-2. 沖縄での就職や収入が不安である	5.04	1.61		
	Q5-3. 沖縄の移住先で良好な人間関係を築けるか不安である	4.45	1.53		
	Q5-4. 沖縄での買い物などの日常生活での利便性が不安である	4.38	1.56		
	Q5-5. 沖縄での医療や福祉が不安である	4.56	1.48		
現状不満	Q6-1. ※今の生活には満足感がある	4.65	1.41	4.68	
	Q6-2. ※毎日が平和で楽しいと感じている	4.66	1.42		
	Q6-3. ※今幸せを感じている	4.74	1.42		
移住意図	Q7-1. 沖縄へ強く移住したい	4.18	1.41	3.65	
	Q7-2. 今後2年以内に、沖縄へ移住する可能性がある	3.10	1.55		
	Q7-3. 近い将来、沖縄へ移住する計画がある	3.67	1.60		

※逆転項目

6. 4. 3. 探索的因子分析による因子構造の検討

本調査の中心的概念となる観光地関与の構造を確認するために、探索的因子分析（最尤法・プロマックス回転）を行った（表 6-6）。まず、因子分析の適切性を判断するために KMO の標本妥当性（Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy）を算出した結果 .938 基準値（ $KMO \geq .050$ ）（Kaiser & Rise, 1974）よりも高い値を示したため、因子分析の適用は適切であったと判断した。また因子負荷量および共通性が基準となる .40 以下を示した項目がなかったため（Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1992; Nunnally & Bernstein, 1978）、すべての項目を尺度として採用し、因子数については固有値 1 以上を基準にした。

表 6-6：観光地関与の探索的因子分析

項目	第1因子	第2因子	共通性
第1因子：魅力 ($\alpha = .949$)			
(楽しみ). 私にとって沖縄へ行くことは、なによりも待ち遠しく感じる	.962	-.097	.805
(楽しみ). 私にとって沖縄は、最も楽しい場所である	.941	-.075	.793
(楽しみ). 私にとって沖縄は、最もリラックスできる場所である	.877	-.058	.702
(重要). 私にとって沖縄は、最も関心のある場所である	.783	.155	.805
(重要). 私にとって沖縄は、最も興味深い場所である	.756	.143	.743
(重要). 私にとって沖縄は、最も重要な場所である	.628	.324	.782
第2因子：同一化 ($\alpha = .931$)			
(中心). 沖縄は私の生活において、中心的な役割を果たしている	-.081	.961	.822
(中心). 私の生活は、沖縄へ行くことを中心に予定が組まれている	-.078	.929	.768
(自己). 沖縄へ行くことで、あなたがどのような人間であるかという印象を他者に与えている	-.050	.912	.772
(自己). 沖縄へ行くことは、自分の個性を示すことである	.100	.790	.772
(中心). 私の人生において、沖縄は多くのことを教えてくれた	.207	.589	.558
(自己). 沖縄について、多くのことを他者に話すことができる	.276	.551	.590
	因子間相関	因子1	.693
		因子2	.693

最尤法 プロマックス回転 $\chi^2 = 4834.999$ $df = 66$ $p < .001$

その結果、2 因子が抽出された。第 1 因子として、楽しみと重要性が同一因子として抽出された。この結果は、レジャー関与研究でも確認され (McIntyre, 1989)、この因子は「魅力」と命名されている。このことから本研究においても魅力因子とした。第 2 因子については、中心性と自己表現が同一因子として抽出された。中心性と自己表現の質問項目として共通している点は、自己概念の一部と沖縄の関わり合いについて質問しているという点である。このような関わり合いについて、心理学では「同一化」という概念を用いている。同一化とは、その対象において自分らしさを認識し、自分自身の必要な要素の一つとなっていることを意味している (遠藤, 2005)。移住希望者の自己概念の一部に沖縄が関わっている状況を示していると推察したため、「同一化」因子とした。これら 2 因子のクロンバッ

ク α 係数を算出した結果、第 1 因子は.949、第 2 因子は.931 となり十分な信頼性を確認できた (Nunnally & Bernstein, 1978)。よって、観光地関与は 2 次元で構成される概念という結果を用いて分析を進めた。

6. 4. 4. 確認的因子分析による構成概念の検討

前項の探索的因子分析で明らかになった観光地関与の構成概念の妥当性、収束的妥当性、弁別的妥当性を検証するために、確認的因子分析を行った (表 6-7)。その結果、モデルの適合度は、 $\chi^2/df=2.82$ 、CFI=.987、RMSEA=.068 となり、 χ^2 値と自由度 (df) で除した値 (χ^2/df) が基準値 ($\chi^2/df \leq 3.00$) を満たし、CFI (comparative fit index) の基準値 (CFI $\geq .90$) (Hu & Bentler, 1999)、RMAEA (root mean square error of approximation) の基準値 (RMSEA $\leq .080$) (Hu & Bentler, 1999) などの指標のすべてを満たしたため、比較的当てはまりのよい結果となった。よって、本研究で用いる尺度の構成概念には妥当性があると判断した。次に尺度の信頼性を検証するために、CR (composite reliability : 合成信頼性) を求めた。その結果、先行研究が定める基準値 (CR $\geq .60$) (Bagozzi & Yi, 1988) 以上をすべての因子において上回った。また、尺度の妥当性の確認に関しては、AVE (Average Variance Extracted : 平均分散抽出) を用いて収束的妥当性を検証した。その結果、すべての因子において先行研究が定める基準値 (AVE $\geq .50$) (Fornell & Larcker, 1981) を上回る結果となった。また、弁別的妥当性については、すべての 1 次因子間の相関係数の 2 乗が AVE より低い値を示した。以上のことから観光地関与の妥当性と信頼性は確認された (表 6-7)。

表 6-7：観光地関与の確認的因子分析

項目	平均	標準偏差	因子負荷量
第1因子 魅力 (AVE .57 CR .92)			
1.私にとって沖縄は、最もリラックスできる場所である	5.47	1.19	.760
2.私にとって沖縄は、最も楽しい場所である	5.45	1.21	.808
3.私にとって沖縄へ行くことは、なによりも待ち遠しく感じる	5.47	1.26	.771
4.私にとって沖縄は、最も関心のある場所である	5.33	1.28	.908
5.私にとって沖縄は、最も興味深い場所である	5.35	1.26	.882
6.私にとって沖縄は、最も重要な場所である	5.18	1.31	.940
第2因子 同一化 (AVE .53 CR .90)			
7.沖縄へついて、多くのことを他者に話すことができる	5.13	1.29	.809
8.沖縄へ行くことで、あなたがどのような人間であるかという印象を他者に与えている	4.70	1.36	.779
9.沖縄へ行くことは、自分の個性を示すことである	4.78	1.43	.854
10.私の人生において、沖縄は多くのことを教えてくれた	5.09	1.33	.775
11.沖縄は私の生活において、中心的な役割を果たしている	4.42	1.55	.794
12. 私の生活は、沖縄へ行くことを中心に予定が組まれている	4.35	1.66	.777
適合度： $\chi^2/df=2.822$ CFI=.987 RMSEA=.068			

次に魅力と同一化と観光地関与の関係を検証するために、観光地関与を高次因子とした高次因子分析を行った。その結果モデルの適合度は $\chi^2/df=2.813$ 、CFI=.988、RMSEA=.067 となり、 χ^2/df 、CR および AVE とともに基準値を満たしていたため、観光地関与の概念は 2次元で構成される概念であるという妥当性と信頼性が確認できた（表 6-8）。

表 6-8：観光地関与の高次因子分析

次元	CR	AVE	λ
2次因子 観光地関与			
魅力	.720	.850	.943
同一化			.901
適合度： $\chi^2/df=2.813$ CFI=.988 RMSEA=.067			

また、本調査では、因果モデルの検証を前提としているため、因子間相関の結果をみながら、11の因子間の関連性について検証した（表 6-9）。まず、因子間相関に多重共線性に問題がないかを確認した。その結果、VIF（Variance Inflation Factor）が各因子間で 5 を超えていなかったことから、多重共線性に問題がないと判断した（米村，2003）。次に、従属変数である移住意図に対して相関を概観すると、移住不安（ $r=-.071$ ）は負の相関となっており、それ以外については正の相関となっていた。最も相関が高かったのは、同一化（ $r=.473$ ）であった。

表 6-9：因子間相関

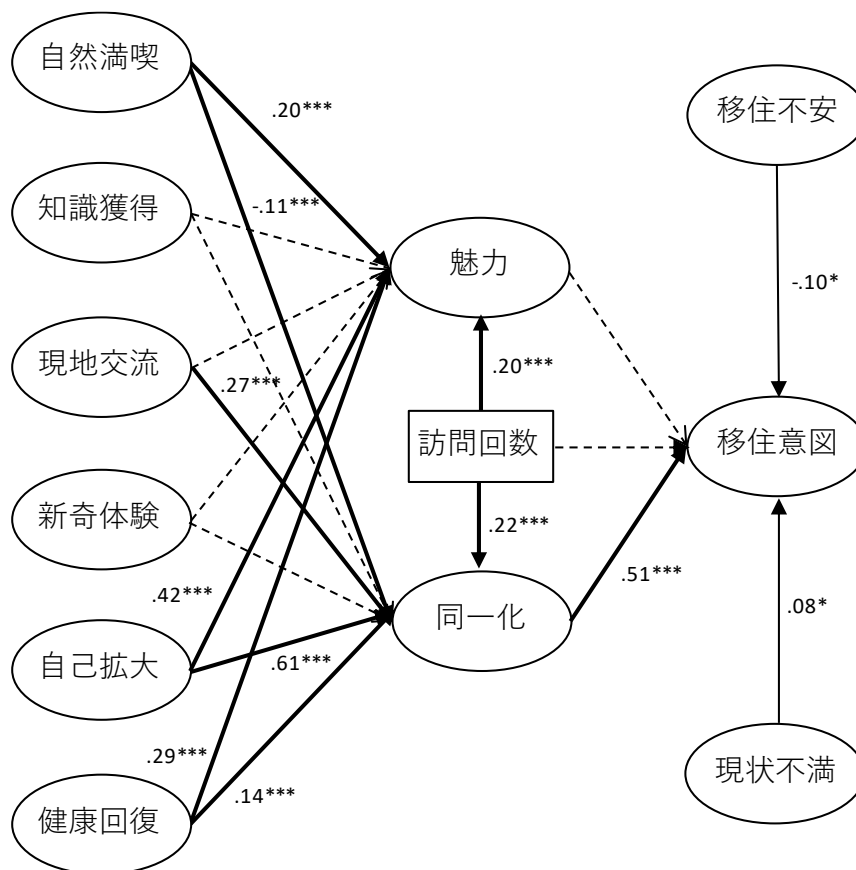
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.自然満喫	—										
2.知識獲得	.604	—									
3.現地交流	.421	.613	—								
4.新奇体験	.768	.678	.621	—							
5.自己拡大	.479	.651	.747	.714	—						
6.健康回復	.684	.604	.394	.734	.529	—					
7.魅力	.523	.472	.392	.578	.535	.565	—				
8.同一化	.293	.436	.587	.474	.681	.347	.747	—			
9.移住不安	.082	-.025	.023	.103	.002	-.015	-.023	-.010	—		
10.現状不満	.227	.187	.111	.259	.173	.218	.200	.173	.037	—	
11.移住意図	.018	.187	.372	.142	.372	.039	.311	.473	-.071	.019	—

6.5. 仮説の検証

表 6-2 で設定した尺度の妥当性および信頼性が確認できたことから、図 6-1 のモデルについて、共分散構造分析 (structural equation modeling) を用いて分析した。共分散構造分析とは、観測データの裏にある様々な要因の関係を分析できる手法であり、その結果を図で示すことができることが特徴として挙げられる (豊田, 2007)。本研究では、図 6-1 のモデルのプロセス、つまり因果関係について検証することが目的であるため、この分析手法が最も適していると考えたため分析に用いた。

分析の結果、知識獲得意欲および新奇体験については、魅力および同一化の両方ともに非有意となり、観光地関与に影響を与える経験ではないという結果になった。また、現地交流については、魅力に対して非有意となった。そのため、非有意のパスを削除し、再度分析を行った結果が、図 6-3 である。モデルの適合度を確認したところ $\chi^2/df=3.302$ 、 $p<.000$ 、CFI=.902、RMSEA=.076 であった。モデルの適合度を確認したところ $\chi^2/df=3.302$ 、 $p<.000$ 、CFI=.902、RMSEA=.076 であった。共分散構造分析における帰無仮説は、「モデルは正しい」である。よって今回の χ^2 検定では帰無仮説が棄却され、モデルは正しくないことになる。しかし、共分散構造分析において、サンプル数の多い標本では、 χ^2 検定で帰無仮説が棄却されることがあるものの、その他の適合指数が良好であれば採択してもよいとされている (豊田, 2003)。よって、CFI および RMSEA は基準値内であるため、モデルは適合していると判断した。また、各要因から伸びるパスについては、太線は p 値が .001 以下で有意、細線は .05 以下で有意、破線は .05 以上により非有意なパスであり、今回の分析対象から削除している。そこで、有意なパスについて確認する。観

光地関与に最も大きな影響を与えている観光経験が自己拡大であり、魅力 ($\beta=.42, p<.001$) および同一化 ($\beta=.61, p<.001$) となった。次に、健康回復から魅力 ($\beta=.29, p<.001$)、現地交流から同一化 ($\beta=.27, p<.001$)、自然満喫から魅力 ($\beta=.20, p<.001$)、健康回復から同一化 ($\beta=.14, p<.001$) の順となった。自然満喫から同一化に対しては、負の影響も確認された ($\beta=-.11, p<.001$)。次に観光地関与から移住意図への影響要因を確認すると、魅力から移住意図へのパスは非有意となった。しかし、同一化から移住意図については比較的強い影響が確認できた ($\beta=.51, p<.001$)。また、移住不安は移住意図に負に有意 ($\beta=-.10, p<.05$) で、現状不満からは移住意図は、係数は低いものの有意 ($\beta=.08, p<.05$) であった。また、訪問回数は、魅力 ($\beta=.20, p<.001$) および同一化 ($\beta=.22, p<.001$) に対して有意に影響を与えている。以上の結果から、図 6-1 のモデルは潜在的移住者を対象とした定量的な分析においても、妥当性のあるモデルであることが検証できた。



※破線は非有意

適合度: $\chi^2/df=3.302$ CFI=.902 RMSEA=.076 有意水準: *** $p<.001$ ** $p<.005$ * $p<.05$

図 6-3 : モデルの検証結果

6. 6. 考察

6. 6. 1. 同一化の形成要因

観光経験が移住意図形成にどのような影響を与えるかについて検討するため、図 6-1 のモデルを定量的に検証する。これについて、まずは、移住意図形成に最も影響を与える観光地関与における同一化に焦点を当て考察を進める。また、同一化については、先述した通り、沖縄が自己概念の一部を形成している状態であるとした。このような自己と場所との関連性を示す概念は既往の研究でも多くみられ、その代表的な概念として「Place attachment（場所への愛着）」がある。Vaske and Kobrin（2001）は場所への愛着の構成要素として「場所同一性」と「場所依存性」の 2 要因であるとしている。場所同一性とは、その場所との一体感を示し、場所依存性とは、その場所が個人にとってなくてはならない場所を示している。つまり、本研究における同一化と、Vaske and Kobrin（2001）の場所同一性は類似する概念だと考えられる。また、Low and Altman（1992）が場所への愛着を「場所と人々との絆」と定義していることもふまえると、本研究における「同一化」と「場所愛着」は近接する概念であると考えられる。よって、考察においては、「場所への愛着」に関する先行研究を含めて議論を進めていく。同一化形成に正の影響を与える観光経験は、現地交流、自己拡大、健康回復であり、負の影響を与えるのが自然満喫であった。まず、これらの観光経験について分析する。

(1) 現地交流

移住研究においては、地域住民との交流が移住を促すという調査結果が多くみられる。このような研究では、地元との人との関わりによって地域に愛着を形成する（谷口・今井・原・石田, 2012）、集団に対する肯定的な態度が地域への愛着を高める（引地・青木, 2005）といった指摘がなされている。これらは地域への愛着という概念で示された研究ではあるが、すでに住民となっている人々の地域への愛着を取り扱ったものである。一方、本調査では、観光による訪問において現地交流を行うことでも、地域への同一化形成に影響を与えるという結果が得られた。つまり、住民でなく、観光による交流によっても場所への同一化が形成されることが示されたことから、新たな知見が得られた。

(2) 自己拡大

ライフスタイル移住は自己のライフスタイルや生活の質の向上を目指して行う移住であ

る (Benson & O'Reilly, 2009)。本調査で得られた自己拡大が最も同一化形成に影響を与えるという結果は、ライフスタイル移住の定義に沿っている。また、日本国内のリゾートへのライフスタイル移住を調査した研究(伊東・前田, 2003; 内藤, 2004; 須藤, 2010)においても、自己拡大に適した場所へ移住するという傾向が認められる。このような自己拡大のための移住において、本研究の結果で示した場所への同一化が、移住を促進する心理的概念の一つとして関係していると考えられる。

(3) 健康回復

健康回復に関わる調査結果も、同一化の形成に影響を与えることを示している。沖縄への移住動機の研究において、療養目的の移住動機が示され(前村・加藤・藤原, 2015)、移住希望者への調査においても、沖縄では心身ともに健康な生活ができるという期待があることが明らかにされている(沖縄振興開発金融公庫, 2017)。つまり、これらのことから、健康的な生活を行いたい移住希望者が、観光経験によって健康的な生活が送れる場所だと認知すると、その場所に対する同一化が形成されることが考えられる。

(4) 自然満喫

自然満喫は同一化に負の影響を与えるという結果になった。つまり、自然満喫をしない方が、同一化形成には有効となるのである。観光経験とデスティネーションに対する同一化を扱った先行研究においても、あらゆる観光経験が同一化に負の影響を与えるという報告はなされていない(Kumar & Kaushik, 2018)。そのため、このように先行研究とは異なる結果が出たことについて、現在のところ、これを説明するだけの十分な根拠は揃っていない。そのため、第4章の面接調査に基づいた推察ではあるが潜在的移住者の全員が、必ずしも沖縄に対して「自然」を求めているのではないと考える。例えば、県庁所在地の那覇市は、人口が30万人以上で、市内にはモノレールやバスといった公共交通機関も充実し、東南アジアとも距離的に近いため、航空便も多く就航している。つまり南国の都市としての顔を持つ。このような南国都市での生活をイメージしている潜在的な移住者にとっては、都市生活は乖離がある、沖縄の場合、自然満喫は必ずしも正の影響を与えるものではないと考える。

(5) 訪問回数

移住者の多くは、移住前に複数回訪問していることがこれまでの研究によって報告され

ており（須藤, 2013）、第4章でも指摘した。また、第5章において関与水準と訪問回数および移住意向に関連があることも指摘した。これまで、この訪問回数と移住との関連性に焦点を当て、実証した研究はこれまでになかった。今回の結果では、訪問回数が直接移住意向へ与える影響は非有意であったものの、同一化に対して有意に影響を与えているため、間接的に移住意向へ影響を与えていることが示された。このことにより、リピーターと移住意向との関連がより明確に示すことができたと考える。

6.6.2. 移住意向に影響を与えるその他要因

移住意向形成に対して最も影響を与える要因が同一化であるものの、その他に図6-1のモデルにおける2つの要因も移住意向形成に有意に影響を与えることが明らかになった。そこで、その要因についても考察する。

(1) 移住不安

沖縄県の移住に関する調査において、移住を阻害する要因は仕事や住居、移住先の生活環境などが挙げられている（沖縄振興開発金融公庫, 2017）。図6-1のモデルの定量的検証においても、実際に移住意向に負の影響を与えているということを実証する結果となった。より深く考察すると不安とは知覚リスクのことであるとされている（Bauer, 1960）。一方、知覚リスクと関与水準は関連があるとされている（金, 2014）。その関連とは、知覚リスクを強く感じる状態というのは、関与水準も高い状態ということである（金, 2014）。しかし、表6-9による因子間相関では、移住不安と魅力($r=-.023$)および同一化($r=-.010$)ともに負の相関となっている。このことから、これまでの先行研究による知覚リスクと関与との正の相関関係は、移住不安と観光地関与の場合負の相関となっており、先行研究とは異なる結果となった。つまり、沖縄への関与水準が上がると、移住に対する不安が低下するのである。その理由として考えられるのは、場所に対する「慣れ」である。関与水準が高い観光者は、訪問回数が多く、訪問回数が増えるにつれて、いわゆる「慣れ」が生じ移住に対する不安である「知覚リスク」が低減していくと推察される。このように移住候補地への観光による複数回の訪問を通じてその場所に対する理解が進み、移住が促進される現象は、先行研究においても指摘されている（Cuba, 1989; Romsa & Blenman, 1989; Cuba & Longino, 1991）。

(2) 生活不満

ライフスタイル移住は生活の質の向上を目指して行う移住である。したがって、移住希望者は、現在の生活スタイルに何らかの不満要因があり、それがライフスタイル移住のプッシュ要因になるとされてきた（長友, 2013; Johnston & Kawai, 2011）。本調査においても、移住意図の形成に現在の生活不満が正の影響を与えるという結果になったことから、これまでの研究報告を支持する結果となった。つまり、今回の沖縄の事例においても、生活不満は移住に対してプッシュ要因となりうることが示唆されることとなった。

6.7. まとめ

本章の目的は、第4章の定性的調査に基づいて構築した図6-1のモデルについて潜在的移住者に対して定量的な方法を用い、観光経験とライフスタイル移住意図の関係を明らかにすることであった。その結果は、以下の(1)~(7)にまとめられる。

- (1) 移住希望者は、沖縄に対して「魅力」と「同一化」で構成される「観光地関与」を形成している。
- (2) 「観光地関与」の形成は「自然満喫」「現地交流」「自己拡大」「健康回復」の経験が影響している。
- (3) 「移住意図」形成に影響を与えるのは「同一化」のみである。
- (4) 「同一化」に最も影響を与える経験は「自己拡大」である。
- (5) 「訪問回数」は「観光地関与」に影響を与える。
- (6) 「現状不満」は「移住意図」に影響を与える。
- (7) 「移住不安」は「移住意図」に負の影響を与える。

以上の調査・分析結果をふまえ、次章では本研究を総括し、結論を述べる。

第 7 章 結論

7. 1. 本研究のまとめ

本研究では、観光経験によるライフスタイル移住意思決定の関係を明らかにするために、文献調査、定性的調査、定量的調査を通して、移住意思決定プロセスモデルを構築・検証した。

第1章では、上記の課題を提示するとともに、その研究背景と意義を論じ研究方法の概要を示した。

第2章では、観光とライフスタイルの移住に関する先行研究を検討し、本研究の方向性を明らかにした。まず、ライフスタイル移住という概念が作られた社会的・学術的背景を探り、次いでこれらの研究で指摘された過去の観光経験がライフスタイル移住の意思決定に影響を与えるという点に注目する意義を論じた。ライフスタイル移住の源流はヨーロッパと北米において、退職後に快適な生活を求めて移住をする国際退職者移住にあり、こうした退職者の移住地選択は、過去の観光経験に影響されている。しかしながら、これらに類する既存文献を吟味すると、観光経験による移住を促進する要因や、動機についての研究蓄積はあるものの、観光経験が移住の意思決定に対してどのような影響を与えるのかについては、ほとんど研究されていなかった。本研究は、この点をふまえて課題を設定した。

第3章では、消費者行動研究で用いられている関与の概念について、主にレジャー研究および観光研究の文献をレビューした。この概念は、観光とライフスタイル移住意思決定をつなぐ心理的媒介概念として有効であると考えたためである。関与の概念については、レジャー研究では、尺度開発やレジャー活動への影響に焦点を当てた実証研究が多く、観光研究においても観光者の行動を分析する研究で用いられ、再訪問意図へ影響を与える結果が報告されている。このようなことから、観光経験とライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因として適用することが有用であるとの結論を得た。

第4章では、2018年に実施した沖縄県への移住者を対象とした半構造化インタビューの調査について報告した。この調査は、観光からライフスタイル移住意思決定に至るプロセスの図式化を目的として行われた。そこで得られたデータをM-GTA分析を通じて分析した結果、移住者は移住前の観光経験によって、感動や満足をおぼえており、この経験が、移住へのプル要因となり、日常生活での不満がプッシュ要因となることが明らかになった。また、複数回の訪問により移住願望が形成されると同時に阻害要因も知覚するが、最終的な移住の決断は、仕事の決定が最も大きな影響を与えていることが明らかになった。この分析結果に基づき、観光経験におけるライフスタイル移住意思決定に影響を与える要因に

については、次のように言うことができる。まず、ライフスタイル移住につながる観光経験については「非日常・異国情緒」、「自然環境」、「都会的環境」、「余暇活動に最適な環境」という環境的な要因と、「住民との交流」、「業者との交流」、「余暇活動の体験」という体験的な要因が影響していることが示された。そして、その環境や体験が、その観光地に対する「肯定的経験評価」がプル要因になり、移住前の居住地での「仕事の不満」、「生活の不満」、「ライフスタイルの不満」という「現状不満」が移住へのプッシュ要因となる。一方、「家族の反対」、「仕事・収入の不安」、「人間関係の不安」などの移住先での「移住不安」が移住を阻害する要因であることが明らかになった。

第5章では、観光地に対する「関与」が観光者へ与える影響要因を探るために、2017年に沖縄観光の経験者を対象に実施した調査について報告した。この調査では、沖縄へ観光した観光者を対象とし、沖縄に対する関与水準を測定して、観光行動に与える影響の違いについて検討した。その結果、高関与群は、訪問回数が多く、移住意向を示し、訪問すれば満足度は高く、その訪問の予定は早くから立てている層であることが確認された。高関与群は移住意向が最も高いため、ライフスタイル移住を行う可能性が最も高い観光者は、沖縄に対して高関与の観光者であることが明らかになった。

第6章では、観光経験からライフスタイル移住の意図が形成されるまでのプロセスのモデルを、沖縄への移住希望者を対象とする定量的調査を通じて検証した。その結果、「自然満喫」、「現地交流」、「自己拡大」、「健康回復」という観光経験が、自己と沖縄との「同一化」に影響を与え、その同一化が移住意図形成へ最も強い影響を与えることが明らかになった。一方、沖縄に対しての楽しさや重要性を示す「魅力」については、移住意図の形成には影響を与えないという点も確かめられた。

7.2. 本研究の学術的成果

先行研究の多くは、観光とライフスタイル移住の関連性を指摘しながらも、観光がライフスタイル移住意思決定へ与える影響要因について検討してこなかった。これをふまえ、本研究は、3つの課題として、(1)ライフスタイル移住の意思決定における観光経験の影響の解明、(2)観光経験とライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因、(3)移住プロセスモデルの構築をめざした。これらの研究課題への取り組みから得られた学術的な成果として、3点を挙げておく。

1 つめは、ライフスタイル移住の意思決定における観光経験の影響を具体的に示した点

である。第4章において、ライフスタイル移住者への定性的な調査を通して、どのような観光経験が最もライフスタイル移住を意思決定に影響を与えたのかについても提示することができた。欧米におけるライフスタイル移住研究においては、その移住意思決定に環境などの外的な要因が最も影響を与えるとされてきたが、本研究では、観光経験における自己の成長を感じる「自己拡大」が移住意思決定に最も大きく影響を与えるということを明らかにした。欧米の研究では退職者が多く、本研究では中年層が中心であるという年齢層の違いはあるものの、本研究と欧米における研究報告と大きく相違している点であり、その違いを明確にしたことにより、大きな学術的な貢献ができたと考える。

2つめは、観光経験とライフスタイル移住意思決定をつなぐ要因についての成果である。第2章では本研究において、つなぐ要因を関与とした理由を述べ、先行研究レビューを通して関与の適用の妥当性について検討した。そして、第5章では適用可能性を確認するために予備的な定量調査を行った。さらに第6章のモデル検証によって、その有用性を明らかにした。このような手続きを経た研究を通して、観光者は観光地に対して、観光地関与を形成し、移住者になることが確認された。つまり観光経験と移住意思決定の間には観光地関与がその1つの要因であることを示した。

3つめは、観光とライフスタイル移住意思決定の関連を、モデルによって明らかにした点である。観光経験から移住意思決定までを、ライフスタイル移住者への定性的な調査によって図式化し、その図式化したプロセスを定量的な調査によって検証した。その結果、観光地での経験が、観光地関与に影響を与え、それが移住意思形成に影響を与えることが確かめられた。この点を定量的に検証した研究はこれまでにないため、本研究における一連のモデル構築とその検証結果は、観光経験からライフスタイル移住意思決定に至るプロセスに関する研究に重要な貢献をしたと考える。

7.3. 実務的示唆

本研究は、学術的分野にとどまらず、実務的分野にも有益な知見を提供できると考えられる。現在、人口減少が著しい自治体にとっては、人口増加は喫緊の課題である。そして、近年では、観光者を交流人口とみなし、移住を通じて定住人口とする政策が立案されている。しかしながら、現実には、多くの自治体では、観光者と移住者を取り扱う部署が異なり連携しているとは限らない。つまり、観光者と移住者は別の存在とみなされ、別のアプローチが必要であると考えられている。しかし、本研究によって、観光とライフスタイル

移住にはつながりがあり、観光者が潜在的移住者であることが確認された。そこで、改めて実務的示唆として、第 6 章で検証したモデルによると知見から、以下の 3 点を挙げる。

1 つめは、観光経験には、移住につながりやすいものとそうでないものが存在するということである。観光地関与の構成要素である「魅力」と「同一化」で魅力の方は移住意図に結びつかなかった。そして、この魅力形成にのみ影響を与えるのが「自然満喫」である。また「健康回復」に関しても同一化より、魅力に強く影響を与える。つまり、移住意図形成につながらない、もしくは影響が弱い観光経験が、「自然満喫」と「健康回復」である。すなわち、これを政策的側面からみると、この 2 つの観光経験に関連する取り組みを行っても、移住行動にはつながらない、またはつながりにくいということである。

2 つめは観光の魅力と移住の魅力は必ずしも一致しないということである。プロセスモデルの結果から、同一化にのみ影響を与える観光経験が「現地交流」である。つまり、本研究の事例に即していえば、沖縄の住民（いわゆる「地元の人」）と交流することで、沖縄という場所そのものに同一化するということである。よって、同一化形成を促す観光経験が「沖縄移住の魅力」とするなら、例えば沖縄の地元の人と交流することが、「沖縄移住の魅力」ということである。一方、(1)でも述べた「自然満喫」は沖縄の楽しさやリラックス、興味など観光地関与の構成要素の 1 つである「魅力」につながる。つまり「沖縄観光の魅力」である。しかしこの魅力は移住意図にはつながらないため、「沖縄移住の魅力」にはならない。また、沖縄の文化や歴史について知ることである「知識獲得」と沖縄でしか経験できないことを体験する「新奇体験」は、魅力にも同一化にもつながらなかった。この両者の観光経験は、「沖縄観光の魅力」と「沖縄移住の魅力」のいずれにもつながらなかった。つまりこの 2 つの経験に強く興味関心を持つ観光者は、リピーターになる可能性も低く、かつ移住者になる可能性も低いということである。

3 つめは、移住政策を行うには「自己拡大」・「現地交流」を促す取り組みが効果的であるということである。これまで述べたように、同一化に最も影響を与える観光経験が「自己拡大」であり、次に「現地交流」である。したがって、観光者自身が成長できたと思うような経験を通して沖縄との同一化を促すか、沖縄の地元の人との交流を通して沖縄との同一化を促すような移住政策を行うことが、移住者希望者を増加させる上で効果的である。

7. 4. 本研究の限界と今後の展望

本研究を通じて、さらなる調査・分析が必要な点もみえてきた。本研究で扱いきれな

った課題として、以下の3つがある。1つめは、移住意思決定プロセスとは厳密には2段階プロセスを経ると考えられる(Cuba, 1991)という点に対応しきれていないことである。2段階のプロセスは、移住そのものを行うという移住決定と、移住地の決定で構成される。今回の研究は、ライフスタイル移住意思決定プロセスとして、観光経験がライフスタイル移住意思決定に与える影響を中心に議論してきた。その中で、移住決定に焦点が当たり、移住決定が移住地決定と連動している形のプロセスモデルとなった。しかしながら、この決定が前後したり、時間的に離れたりする可能性がある。例えば、移住地は決定したものの、移住自体の決定に至らない場合や、移住することを決めたものの移住地が決まらない場合がこれに当たる。したがって、このような意思決定プロセスも想定したライフスタイル移住意思決定プロセスを今後は検討していく必要がある。

2つめは、地理的条件の違いが調査デザインおよび分析において反映されていないという点である。本研究で構築・検証したモデルを一般化するには、複数の具体的な観光地での検討を重ねていく必要がある。沖縄を事例として選択するにあたっては、ライフスタイル移住に関する既存研究の多くが主に海洋性のリゾート地を対象としていたことが考慮された。これにより、既存研究の結果との比較に有利であると考えられたからである。また、観光資源の多様性とライフスタイル移住者が多く存在している点からも、事例として適切な条件を備えていると判断した。このような条件を満たした沖縄を事例にしたモデルの検証によって多くの有益な知見が得られたが、モデルの一般化にあたっては、さらなる事例研究の積み重ねが不可欠である自然・社会的環境や位置の違いが生じることで、プロセスモデルがどのように変化するのか、または、類似性などがみられるのかといった点について比較検討を重ねていくことで、より精度の高いモデルが構築されたいと考える。

地理的条件の違いが考慮されていないという点は、本研究の事例研究としての分析の限界にもつながっている。本研究では、沖縄県内の地域差は分析に反映されていないが、中心都市那覇から離れた島も多く、自然環境、人口規模、産業、文化、観光資源の違いは大きい。したがって、同一県にあっても、観光経験が移住の意思決定に及ぼす影響が異なる可能性があるため、こうした点は今後さらに突き詰めていかなければならないだろう。

3つめは、移住を実行するまでのプロセスの定量的な検証ができていない点である。本研究は、ライフスタイル移住者への聞き取りから構築された仮説モデルを潜在的移住者への定量的調査によって検証し、妥当性のあるモデルだということを証明した。仮説モデルの段階では、移住者から聞き取りを通じて得られたデータを基に行っているものの、定量

的調査では移住意図まで検証に留まっている。先行研究において意図と行動のつながりはあるとは言われているものの、実際の移住の決断は、第4章においても述べたように、仕事の決定によって強い影響を受ける。つまり、仕事の決定⇨ライフスタイル移住意思決定とも言えるほど強固な関連性が確認されている。しかし、これらに年齢や職業を考慮すると、仕事⇨移住意思決定とも言えなくなる。例えば、40代夫婦と子供という家庭と退職後の60代夫婦を比較すると、40代夫婦の家庭の方は、仕事の決定が最も強い影響を与えると考えられるが、退職後の60代の夫婦の場合、仕事の決定と移住意思決定に強固な関係があるとは考えにくい。また、働き手がインターネットを用いて遠隔地で仕事が行える職業を持っている40代夫婦の家庭と、いったん居住地での仕事を退職して、移住先で仕事を探す必要がある40代夫婦の家庭もまた、仕事と移住意思決定の関係は異なってくる事が想像できる。つまり、年齢や職業といった人口学的要因によっても、ライフスタイル移住の決定は異なる様相を呈すると考えられる。さらに、本研究では欧米のライフスタイル移住研究を参考に研究を進めてきたが、欧米のライフスタイル移住研究のそのほとんどがIRMである。一方本研究の対象者は中年層が多く、年齢の違いや家族構成の違いによって生じる様々な要因も加味すると、欧米の研究結果とは単純に比較検討できなかったことも、改めて本研究の限界として示しておく。

以上のように、この論文で提示したライフスタイル移住意思決定モデルについては、課題も多く存在する。しかし、本研究は、これまで焦点の当たらなかった、観光とライフスタイル移住意思決定プロセスの関係の解明に取り組み、先に挙げたような実務的有用性を含む学術的成果を出した。したがって、これらの限界や残された課題が本研究の学術的な意義を損なうものではないと考える。むしろ、観光および地方への移住が政策的に推進され、地域の活性化の方策として期待されている現在、本研究で示した移住意思決定プロセスは重要性を増し、今後の観光および移住研究の発展に大きく寄与しうると考えられる。

注

- 1) 本稿における IRM の定義は、King 他の研究 (King, Warnes, & Williams, 1998) に依拠している。
- 2) Putnam (1993/2001, 河田訳, p.206-207) は「調整された諸活動を活発にすることで社会の効率性を改善できる、信頼、規範、ネットワークといった社会組織の特徴」だと定義している。
- 3) Oliver (1980) によって提唱された、消費者の商品やサービスへの満足がどのように形成されるかを示したモデル。消費者の満足は、商品やサービスを購入する前に形成される期待水準と購入後の知覚水準の一致によって決まるとしている。すなわち、期待水準より知覚水準が上回れば、消費者は満足する。逆に期待水準よりも知覚水準が上回らなければ、消費者は怒りや失望を感じるとしている。このモデルを、観光者と観光地に援用したのが、Bowen and Schouten (2008) である。
- 4) 78%が肯定的または非常に肯定的な評価であり、否定的な評価はなかったとしている。
- 5) 一連の文献がまだ包括的にレビューされていないため、正確なシステマティックレビューには適さない分野において行う、探索的な文献レビューの手法 (Grant & Booth, 2009) をさす。Pickering et al. (2018) の行った具体的な手順は、退職者移住論文のタイトルや、論文要約から、退職者移住に関係するキーワードを抽出し、3つのカテゴリに分類した。そして3つに分類されたキーワードの組み合わせを16の学術データベースおよび Google Scholar で検索し、検索された論文のうち、退職者移住動機にかかわる論文、査読済み論文、英語論文に絞った結果、110の論文がレビュー対象となり、それら論文から退職者移住動機についてまとめ分類している。
- 6) 表 4-1 の調査対象者 C、I、K が夫婦での移住、他は単身での移住である。
- 7) こうした知覚リスクと情報探索の研究について、例えば関与水準によって内部情報探索と外部情報探索に違いがあるという研究 (Gursoy & McCleary, 2004)、初訪問者と再訪問者には知覚リスクに違いが生じるという研究 (Fuchs & Reichel, 2011)、事前の観光地に対する知識量によって知覚リスクが異なるという研究 (Sharifpour, Walters, Ritchie, & Winter, 2014) がなされている。
- 8) 仕事は経済的理由であり、進学は進学先が沖縄にあるという理由である。よって、ライフスタイル移住の定義には当てはまらないため除外した。

引用文献

- Adam, I. (2015). Backpackers' risk perceptions and risk reduction strategies in Ghana. *Tourism Management, 49*, 99–108.
- 相川良彦・會田陽久・秋津ミチ子・本城昇 (2006) 『農村をめざす人々——ライフスタイルの転換と田舎暮らし』筑波書房
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50* (2) , 179-211.
- Aledo, A., & Mazón, T. (2004) . Impact of residential tourism and the destination life cycle theory. *WIT Transactions on Ecology and the Environment, 76*, 25-36.
- Altman, I., & Low, S. M. (1992) . Place attachment: A conceptual inquiry. In S. M. Low & I. Altman (Eds.) , *Place attachment* (pp.1-12) . Boston, MA: Springer US.
- Assael, H. (2004) . *Consumer behavior: A strategic approach*. Boston, US: Hunghton Mifflin Company.
- 青木幸弘 (1989) 「消費者関与の概念的整理——階層性と多様性の問題を中心として」『商学論究 (関西学院大学商学研究会)』 37, 119-138.
- Bagozzi, R.P., & Yi, Y. (1988) . On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science, 16* (1) , 74-94.
- Barke, M., & France, L. A. (1996). The Costa del Sol. *Tourism in Spain: Critical Issues, 267*, 265-308.
- Bauer, R.A. (1960) . Consumer behavior as risk taking. In Cox, D. F. (Ed.) , *Risk taking and information handling in consumer behavior* (pp.23-33) . Boston: Harvard University Press.
- Bell, M., & Ward, G. (2000) . Comparing temporary mobility with permanent migration. *Tourism Geographies, 2* (1) , 87-107.
- Benson, M., & O'Reilly, K. (2009) . Migration and the search for a better way of life: A critical exploration of lifestyle migration, *Sociological Review, 57* (4) , 608-625.
- Benson, M. (2009). A desire for difference: British lifestyle migration to Southwest France. In Benson, M. & O'Reilly, K. (Eds.) , *Lifestyle migration: Expectations, aspirations*

- and experiences* (pp.121-136) . Aldershot: Ashgate.
- Betty, C., & Cahill, M. (1996) . Social and health problems of older British expatriates on the Costa del Sol. *Convergence or Diversity? Social policy in Europe. Social Policy Association Conference, 20*.
- Bieger, T., Beritelli, P., & Weinert, R. (2007) . Understanding second homeowners who do not rent: Insights on the proprietors of self-catered accommodation. *International Journal of Hospitality Management, 26* (2) , 263-276.
- Bissonnette, M. M., & Contento, I. R. (2001) . Adolescents' perspectives and food choice behaviors in terms of the environmental impacts of food production practices: application of a psychosocial model. *Journal of Nutrition Education, 33* (2) , 72-82.
- Bloch, P. H., Richins, M. L. (1983) . A theoretical model for the study of product importance perceptions. *The Journal of Marketing, 47*, 69-81.
- Bowen, D., & Clarke, J. (2002) . Reflection on tourism satisfaction research: Past, present and future. *Journal of Vacation Marketing, 8* (4) , 297-308.
- Bowen, D., & Schouten, A. F. (2008) . Tourist satisfaction and beyond: Tourist migrants in Mallorca. *International Journal of Tourism Research, 10* (2) , 141-153.
- Boyle, P. J., Halfacree, K. H., & Robinson, V. (1998) . *Exploring contemporary migration*. London, UK: Routledge.
- Bryan, H. (1977) . Leisure value system and recreational specialization: The case of trout fishermen. *Journal of Leisure Research, 9*, 174-187.
- Buhalis, D. (2000) . Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management, 21*, 97-116.
- Buswell, R. (1996) . Tourism in the Balearic Islands. In M. Barke, J. Towner, & M. Newton (Eds.) , *Tourism in Spain: Critical issues* (pp.309-339) . Wallingford: CAB International.
- Carmines, E G., & Ze11er, R. A. (1979) . *Reliability and validity assessment Beverly Hills, CA: Sage*. [水野欽司・野嶋栄一郎訳 (1983) 『テストの信頼性と妥当性』朝倉書店]
- Casado - Diaz, M. A. (1999) . Socio-demographic impacts of residential tourism: A

- case study of Torre Vieja, Spain. *International Journal of Tourism Research*, 1 (4) , 223-237.
- (2004) . Second homes in Spain. In C.M. Hall, & D.K. Müller (Eds.) , *Tourism, mobility and second homes, between elite landscape and common ground* (pp. 215-232) . Clevedon: Channel View.
- Casado-Díaz, M. A., Kaiser, C., & Warnes, A. M. (2004) . Northern European retired residents in nine Southern European areas: Characteristics, motivations and adjustment. *Ageing & Society*, 24 (3) , 353-381.
- Clements, C. J., & Josiam, B. (1995) . Role of involvement in the travel decision. *Journal of Vacation Marketing*, 1 (4) , 337-348.
- Cribier, F. (1980) . A European assessment of aged migration. *Research on Aging*, 2 (2) , 255-270.
- Croucher, S. (2015) . The future of lifestyle migration: Challenges and opportunities. *Journal of Latin American Geography*, 14 (1) , 161-172.
- Csikszentmihalyi, M. (1975) . *Beyond boredom and anxiety*. San Francisco, Josey-Bass.
- Cuba, L. (1989) . From visitor to resident: Retiring to vacationland. *Generations*, 13 (2) , 63-67.
- (1991) . Models of migration decision making reexamined: The destination search of older migrants to Cape Cod. *The Gerontologist*, 31 (2) , 204-209.
- Cuba, L., & Longino Jr, C. F. (1991) . Regional retirement migration: The case of Cape Cod. *Journal of Gerontology*, 46 (1) , 33-42.
- Dimanche, F., Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1991) . Testing the involvement profile (IP) scale in the context of selected recreational and touristic activities. *Journal of Leisure Research*, 23 (1) , 51-66.
- Dowling, G. R., & Staelin, R. (1994) . A model of perceived risk and intended risk-handling activity. *Journal of Consumer Research*, 21, 119-134.
- 遠藤由美 (2005) 「自己」 唐沢かおり編『社会心理学』(pp.51-66) 朝倉書店
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975) . *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Boston: Addison-Wesley.

- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981) . Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1) , 39-50.
- Friedrich, K., & Warnes, A. M. (2000) . Understanding contrasts in later life migration patterns: Germany, Britain and the United States. *Erdkunde*, 54 (2) , 108-120.
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2011) . An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32 (2) , 266-276.
- Gober, P., & Zonn, L. E. (1983) . Kin and elderly amenity migration. *The Gerontologist*, 23 (3) , 288-294.
- Gonzalez, N. L. (1961) . Family organization in five types of migratory wage labors. *American Anthropologist*, 63, 1264-1280.
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009) . A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26 (2) , 91-108.
- Gursoy, D., & McCleary, K. (2004) . An integrative model of tourists' information search behavior. *Annals of Tourism Research*, 31 (2) , 353-373.
- Gursoy, D., & Gavcar, E. (2003) . International leisure tourists involvement profile. *Annals of Tourism Research*, 30 (4) , 906-926.
- 南風原朝和・市川伸一・下山晴彦・澤田英三・南博文・秋田喜代美 (2001) 『心理学研究法入門——調査・実験から実践まで』 東京大学出版会
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1992) . Multivariate data analysis with readings. New York: Macmillan.
- Hall, C. M. (2014) . Second home tourism: An international review. *Tourism Review International*, 18 (3) , 115-135.
- 長谷政弘 (1996) 『観光マーケティング』 同文館
- Havitz, M. E., Dimanche, F., & Bogle, T. (1994) . Segmenting the adult fitness market using involvement profiles. *Journal of Park and Recreation Administration*, 12 (3) , 38-56.
- Havitz, M. E., & Howard, D. R. (1995) . How enduring is enduring involvement? A

- seasonal examination of three recreational activities. *Journal of Consumer Psychology*, 4, 255-276.
- Havitz, M.E., & Mannell, R.C. (2005). Enduring involvement, situational involvement and flow in leisure and non-leisure activities. *Journal of Leisure Research*, 37 (2), 152-177
- 林幹也 (2011)「社会心理学における現在の態度研究とその展望」『明星大学心理学年報』 29, 65-72.
- 林幸史・藤原武弘 (2012)「観光地での経験評価が旅行満足に与える影響—観光動機と旅行経験の観点から」『関西学院大学社会学部紀要』 114, 199-212.
- Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A. (1997). *The service profit chain*. New York, US: Free Press. [島田陽介訳 (1998)『カスタマー・ロイヤルティの経営』日本経済新聞社]
- 本田真裕子 (2018)「アニメ聖地巡礼を通じた旅行者の地域愛着—岩手県九戸郡軽米町を事例として」『お茶の水地理』 57, 30-39.
- Hoyer, W. D., & Deborah J. M. (2004). *Consumer behavior 3rd edition*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Hu, B. (2003). The impact of destination involvement on travelers' revisit intentions. *PhD Thesis, Purdue University*.
- Hu, B. (2009). *Destination involvement and travelers' revisit intentions concepts, theories, and models*. Saarbrücken, Germany: VDM Verlag Dr. Müller.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6 (1), 1-55.
- Hubbard, J., & Mannell, R. C. (2001). Testing competing models of the leisure constraint negotiation process in a corporate employee recreation setting. *Leisure sciences*, 23 (3), 145-163.
- Huete, R., & Mantecón, A. (2012). Residential tourism or lifestyle migration: Social problems linked to the non-definition of the situation. In O. Moufakkir, & P. M. Burns (Eds.), *Controversies in tourism* (pp.160-173). Wallingford: CAB International.

- 井上尊寛・松岡宏高・吉田政幸・蔵柵利恵子（2018）「スタジアムにおけるスポーツ観戦関与」『スポーツマネジメント研究』 10（1）, 41-58.
- 一般者社団法人移住・交流推進機構（2015）「移住に際して気になること」
最終閲覧日 2020年8月10日
<https://www.iju-join.jp/material/files/group/1/report4.pdf>
- 石川菜央（2018）「ライフスタイル移住の観点から見た日本の田園回帰」『広島大学総合博物館研究報告』 10, 1-11.
- 石川義孝（2016）「日本の国内引退移動再考」『京都大学文学部研究紀要』 55, 135-166.
- 伊東宏修・前田和司（2003）「リゾート地における移住者に関する実証的研究——北海道ニセコエリアのアウトドア体験業者を中心に」『北海道教育大学紀要人文科学・社会科学編』 54（1）, 141-153.
- Iwasaki, Y., & Havitz, M. E.（1998）. A path analytic model of relationships between involvement, psychological commitment, and loyalty. *Journal of Leisure Research, 30*, 256-280.
- 引地博之・青木俊明（2005）「地域に対する愛着形成の心理過程の検討」『景観・デザイン研究講演集』 1, 232-235.
- Jain, K., & Srinivasan, N.（1990）. An empirical assessment of multiple operationalizations of involvement. *Advances in Consumer Research, 17*（5）, 594-602.
- Johnston, C., & Kawai, J.（2011）. Why did I come here?: Migration motives of Raifusutairu Ijusha living in Auckland, New Zealand. *The Journal of The Japan Society for New Zealand Studies, 18*, 5-19.
- Jones, N.（2002）. *Number 2 home: A story of Japanese pioneers in Australia*. North Fremantle: Arts Centre Press.
- Josiam, B. M., Kinley, T. R., & Kim, Y. K.（2004）. Involvement and the tourist shopper: Using the involvement construct to segment the American tourist shopper at the mall. *Journal of Vacation Marketing, 11*（2）, 135-154.
- Kaiser, H.F., & Rise, J.（1974）. Little Jiffy Mark IV. *Educational and Psychological Measurement, 34*, 111-117.
- 加藤恵津子（2009）『「自分探し」の移民たち——カナダ・バンクーバー、さまよう日本の

若者』彩流社

- Kim, L. H., Kim, D. J., & Leong, J. K. (2005). The effect of perceived risk on purchase intention in purchasing airline tickets online. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing, 13* (2), 33-53.
- Kim, L. H., Qu, H., & Kim, D. J. (2009). A study of perceived risk and risk reduction of purchasing air-tickets online. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 26* (3), 203-224.
- 金成洙 (2014) 「消費者行動研究における関与研究について」『専修大学社会科学研究所月報』616, 1-12.
- King, R., Warnes, A. M., & Williams, A. M. (1998). International retirement migration in Europe. *International Journal of Population Geography, 4* (2), 91-111.
- 木下康仁 (1999) 『グラウンデッド・セオリー・アプローチ——質的実証研究の再生』弘文堂
- 木下康仁 (2007) 「修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ (M-GTA) の分析技法」富山大学看護学会『富山大学看護学会誌』6 (2), 1-10.
- 小塩真司 (2008) 『研究事例で学ぶ——SPSSとAMOSによる心理調査データ解析』東京図書
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (1996). *Marketing for hospitality & tourism*. Prentice-Hall [ホスピタリティ・ビジネス研究会訳 (1997) 『ホスピタリティと観光のマーケティング』東海大学出版]
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management, 23*, 221-232.
- 近藤勉・鎌田次郎 (1998) 「現代大学生の生きがい感とスケール作成」『健康心理学研究』, 11 (1), 73-82.
- Krech, D., Crutchfield, R. S., & Ballachey, E. L. (1962). *Individual in society: A textbook of social psychology*. New York, US: McGraw-Hill.
- Krosnick, J. A., Boninger, D. S., Chuang, Y. C., Berent, M. K., & Carnot, C. G. (1993). Attitude strength: One construct or many related constructs? *Journal of Personality and Social Psychology, 65* (6), 1132-1151.
- Krugman, H. E. (1965). The impact of television advertising: Learning without

- involvement. *Public Opinion Quarterly*, 26 (Fall) , 349-365.
- 久保智祥・石川義孝 (2004) 「「楽園」を求めて——日本人の国際引退移動」『人文地理』, 56 (3) , 296-309.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R., & Bacon, J. (2003) . An examination of the relationship between leisure activity involvement and place attachment among hikers along the Appalachian trail. *Journal of Leisure Research*, 35 (3) , 249-273.
- La Parra, D., & Mateo, M. Á. (2008) . Health status and access to health care of British nationals living on the Costa Blanca, Spain. *Ageing & Society*, 28 (1) , 85-102.
- Laaksonen, P. (1998) . *Consumer involvement: Concept and research*. London: Routledge. [池尾恭一・青木幸弘監訳 (1998) 『消費者関与——概念と調査』千倉書房]
- Laurent, G. & Kapferer, J.N. (1985) . Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research*, 22 (1) , 41-53.
- Lee, E. S. (1966) . A theory of migration. *Demography*, 3 (1) , 47-57.
- Lutz, R. J. (1991) . The role of attitude theory in marketing. In H. Kassarijian, & T. Robertson. (Eds.), *Perspectives in consumer behavior* (pp.371-390). *Englewood Cliffs*. NJ: Prentice Hall.
- 前村奈央佳・加藤潤三・藤原武弘 (2015) 「移動を希求する心理——ライフスタイル移民についての社会心理学的考察」『関西学院大学社会学部紀要』 120, 133-146.
- Mäser B., & Weiermair, K. (1998) . Travel decision-making: From the vantage point of perceived risk and information preferences. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7 (4) , 107-121.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982) . *Tourism, economic, physical and social impacts*. New York, US: Longman.
- 松田松男 (1978) 「「伝統型」農民出稼ぎ「産業予備軍型」農民出稼ぎの出身基盤の変化について——秋田県山内村の場合」『人文地理』 30 (3) , 71-83.
- 松田智子 (2014) 「I ターンという生き方——美山への移住者を事例として」『社会学部論集』 58, 149-162.
- McHugh, K. E. (1984) . Explaining migration intentions and destination selection.

- Professional Geographer*, 36 (3) , 315-325.
- McHugh, K. E. (1990) . Seasonal migration as a substitute for, or precursor to, permanent migration. *Research on Aging*, 12 (2) , 229-245.
- McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1990) . *Tourism: Principles, practices, philosophies*. New York, US: Wiley.
- McIntyre, N. (1989) . The personal meaning of participation: Enduring involvement. *Journal of Leisure Research*, 21 (2) , 167-179.
- McIntyre, N., & Pigram, J. J. (1992) . Recreation specialization reexamined: The case of vehicle - based campers. *Leisure Sciences*, 14 (1) , 3-15.
- McQuarrie, E. F., & Munson, J. M. (1987) . The Zaichkowsky personal involvement inventory: Modification and extension. *Advances in Consumer Research*, 14, 36-40.
- Middleton, V. T. C. (1994) . *Marketing in travel and tourism (2nd ed.)* . Boston, US: Butterworth-Heinemann Ltd.
- Mizukami, T. (2006) . Leisurely life in a 'Wide Brown Land': Japanese views upon Australia. *The Journal of Applied Sociology*, 48, 19-35.
- Moriyama, T. A. (1985) . *Imingaisha: Japanese emigration companies and Hawaii 1984-1908*. Honolulu, US: University of Hawaii Press.
- Moutinho, L. (1987) . Consumer behaviour in tourism. *European Journal of Marketing*, 21 (10) , 5-44.
- Nagata, Y. (1996) . *Unwanted aliens: Japanese internment in Australia*. Brisbane, AU: University of Queensland Press.
- Nagatomo, J. (2007) . Japanese lifestyle migration to Australia: New migrants in the era of transnationalism. *九州人類学会報*, 34, 1-22.
- (2008) . From tourist to migrant: The interaction between work-oriented lifestyle, tourism experience, and migration decision among Japanese lifestyle migrants to Australia. *17th Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia*, Melbourne
- 長友淳 (2013) 『日本社会を「逃れる」——オーストラリアへのライフスタイル移住』彩流社.

- 内藤考至（2004）「種子島のサーファー移住——自然の発見と新たな人間的結合の創出」
『鹿児島大学経済学論集』 61, 25-47.
- 中村哲・西村幸子・高井典子（2014）『「若者の海外旅行離れ」を読み解く——観光行動論からのアプローチ』法律文化社
- 中塚雅也（2008）「属性と経験による地域コミットメントの相違に関する実証分析——篠山市K地区を事例として」『農林業問題研究』 44（1）, 135-139.
- 南西地域産業活性化センター（2018）「沖縄県の人口動態について」『沖縄経済レビュー』
5, 1-14
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H.（1978）. *Psychometric theory*. New York, US: McGraw-Hill.
- 青木幸弘（1989）「消費者関与の概念的整理——階層性と多様性の問題を中心として」『商学論究』 37（1）, 119-138.
- 小田切徳美・筒井一伸編著（2016）『田園回帰の過去・現在・未来——移住者と創る新しい農山村』農山漁村文化協会
- Oh, H., & Parks, S. C.（1996）. Customer satisfaction and service quality: A critical review of the literature and research implications for the hospitality industry. *Hospitality Research Journal*, 20（3）, 35-64.
- Oigenblick, L., & Kirschenbaum, A.（2002）. Tourism and immigration: Comparing alternative approaches. *Annals of Tourism Research*, 29（4）, 1086-1100.
- Ono, M.（2008）. Long-stay tourism and international retirement migration: Japanese retirees in Malaysia. *Senri Ethnological Reports*, 77, 151-162.
- 岡野雄気・倉田陽平・直井岳人（2019）「観光地への愛着に影響を与える滞在中の経験」『観光研究』 30（1）, 5-18.
- 沖縄県（2014）『移住対策（促進・受入等）に係る県内市町村の意識等アンケート結果報告書』沖縄県
- 沖縄県（2019a）『平成30年度観光統計実態調査』沖縄県
- 沖縄県（2019b）『沖縄県平成30年人口移動報告年報』沖縄県
- 沖縄振興開発金融公庫（2017）『沖縄県への移住意向に関する調査』

最終閲覧日 2020年8月19日

http://www.okinawakouko.go.jp/userfiles/files/autoupload/20170324_02.pdf

- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17 (4), 460-469.
- 小野晃典 (1989) 「消費者関与——多属性アプローチによる再吟味」『三田商学研究』41(6). 15-46.
- 大橋幸子・湯原麻子・神永希・高森秀司 (2011) 「地方部への移住者の価値観の特徴に関する研究」『土木学会論文集』67(4), 47-56.
- 大方優子 (2017) 「旅行先にハマる人々——ヘビーリピーターの態度形成に関する考察」『商経論叢』58(1), 31-45.
- 大方優子・五十嵐正毅 (2015) 「旅行先へのリピーターの行動特性に関する研究——リピーターの類型化」『産業経営研究所報』47, 15-25.
- 大谷信介・木下栄二・後藤範章・小松洋・永野武編著 (2013) 『新・社会調査へのアプローチ論理と方法』ミネルヴァ書房
- 近江屋一朗・齋藤雪彦・橋本早苗 (2010) 「移住背景別に見た農村移住者の余暇活動に関する研究」『環境情報科学論文集』24, 369-374.
- Oppermann, M. (1997). First-time and repeat visitors to New Zealand. *Tourism Management*, 18 (3), 177-181.
- O'Reilly, K. (1995). A new trend in European migration: Contemporary British migration to Fuengirola, Costa del Sol. *Geographical Viewpoint*, 23 (1), 25-36.
- (2003). When is a tourist? The articulation of tourism and migration in Spain's Costa del sol. *Tourist Studies*, 3, 301-317.
- (2007a). Emerging tourism Futures: Residential tourism and its implications. In C. Geoffroy & R. Sibley (Eds.), *Going abroad: Travel, tourism and migration. Crosscultural perspectives on mobility* (pp.144-157). Newcastle, UK: Cambridge Scholars Publishing.
- (2007b). Intra-European migration and the mobility: Enclosure dialectic. *Sociology*, 41 (2), 277-293.
- Page, S. J., & Hall, C. M. (1999). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. London, UK: Routledge.
- Park, S. H. (1996). Relationships between involvement and attitudinal loyalty

- constructs in adult fitness programs. *Journal of Leisure Research*, 28, 233-250.
- Park, C. S., & Young, S. M. (1986) . Consumer response to television commercials: The impact of involvement and background music on brand attitude formation. *Journal of Marketing Research*, 23 (1) , 11-24.
- Pearce, P. (2005) . *Tourist behaviour: Themes and conceptual schemas*. Clevedon, UK: Channel View.
- Perugini, M., & Bagozzi, R. P. (2001) . The role of desires and anticipated emotions in goal-directed behaviours: Broadening and deepening the theory of planned behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 40 (1) , 79-98.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2010) . *Consumer behavior and marketing strategy* (9th ed.) . New York, US: MacGraw-Hill.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986) . The Elaboration Likelihood Model of persuasion. In R. E. Petty & J. T. Cacioppo (Eds.) , *Communication and persuasion. Springer series in social psychology* (pp. 1-24) . New York, US: Springer
- Pickering, J., Crooks, V. A., Snyder, J., & Morgan, J. (2018) . What is known about the factors motivating short-term international retirement migration?: A scoping review. *Journal of Population Ageing*, 12 (3) 379-395
- Putnam, R. D. (1993) . *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, US: Princeton University Press. [河田潤一訳 (2001) 『哲学する民主主義 ——伝統と改革の市民的構造』 NTT出版]
- Ratchford, R. T. (1987) . New insights about the FCB grid. *Journal of Advertising Research*, 27 (4) , 24-38.
- Rodriguez, V. (2001) . Tourism as a recruiting post for retirement migration. *Tourism Geographies*, 3 (1) , 51-63.
- Romsa, G., & Blenman, M. (1989) . Vacation patterns of the elderly German. *Annals of Tourism Research*, 16 (2) , 178-188.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. L. (1960) . Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. In C. I. Hovland & M. J. Rosenberg (Eds.) , *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components* (pp. 1-14) . New Haven, CT: Yale University Press.

- 坂口俊哉・菊池秀夫（2001）「スポーツ活動における関与測定尺度の開発——日本語版 Involvement Profile の作成と検討」『スポーツ産業学研究』 11（2）, 11-22.
- 坂口俊哉・菊池秀夫（2002）「日本語版 IP（Involvement Profile）の検討——レジャーフイッシングへの適用」『スポーツ産業学研究』 12（2）, 47-61.
- 坂口俊哉・菊池秀夫（2004）「日本語版 IP（Involvement Profile）の実用化に関する検討——ゴルフ練習場利用者の細分化への適用」『スポーツ産業学研究』 14（1）, 23-35.
- Salvà-Tomás, P. A.（2002）. Tourist development and foreign immigration in Balearic Islands. *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 18（1）, 87-101.
- Santos, G. E. O., Ramos, V., & Rey-Maqueieira, J.（2015）. Length of stay at multiple destinations of tourism trips in Brazil. *Journal of Travel Research*, 54（6）, 788-800.
- 佐々木土師二（2007）『観光旅行の心理学』北大路書房
- 佐藤真知子（1993）『新・海外定住時代——オーストラリアの日本人』新潮社
- Sato, M.（2001）. *Farewell to Nippon: Japanese lifestyle migrants in Australia*. Trans Pacific Press.
- Schmoll, G. A.（1977）. *Tourism promotion*. London, UK: Tourism International.
- Sharifpour, M., Walters G., Ritchie B. W., & Winter, C.（2014）. Investigating the role of prior knowledge in tourist decision making: A structural equation model of risk perceptions and information search. *Journal of Travel Research*, 53（3）, 307-322.
- Sherif, M., & Cantril, H.（1947）. *The psychology of ego-involvement*. New York, US: Wiley.
- 柴崎浩平・中塚雅也（2017）「地域おこし協力隊員の地域コミットメントの特性」『農業問題研究』 53（4）, 227-234.
- 島村麻里（2007）「アジアへ向かう女たち——日本からの観光（特集 現代日本をめぐる国際移動） --（ニッポンを出る人々）」『アジア遊学』 104, 92-99.
- 下川裕治（2007）『日本を降りる若者たち』講談社
- Sims, H. D.（1972）. Japanese postwar migration to Brazil: An analysis of data presently available. *The International Migration Review*, 6（3）, 246-265.

- Sissons, D. C. S. (1977) . *Karayuki-san: Japanese prostitutes in Australia 1887-1916 -I. Historical Studies, 17, 323-341.*
- Skeldon, R. (1997) . *Migration and development: A global perspective.* London, UK: Routledge.
- Solomon, M. R. (2011) . *Consumer behavior: Buying, having, and being, Global Edition (9th ed)* , New Jersey, US: Prentice Hall.
- 総務省 (2018a) 「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書——「関係人口」の創出に向けて」最終閲覧日 2020 年 8 月 10 日
http://www.soumu.go.jp/main_content/000529409.pdf
- 総務省 (2018b) 「「田園回帰」に関する調査研究報告書」最終閲覧日 2020 年 8 月 10 日
http://www.soumu.go.jp/main_content/000538258.pdf
- 須藤直子 (2010) 「新しい「移住」のかたち——1990 年代以降の沖縄への移住を事例として」『早稲田大学大学院文学研究科紀要』1 (56) , 63-80.
- 須藤直子 (2013) 「「沖縄移住」再考——観光客はいかにして「移住者」になるのか (特集「占領の継続」を問う——講和、復帰、基地)」『琉球・沖縄研究』4, 138-161.
- 杉本徹雄編著 (2012) 『新・消費者理解のための心理学』福村出版
- 鈴木淳子 (2002) 『調査的面接の技法』ナカニシヤ出版
- 多田治 (2008) 『沖縄イメージを旅する——柳田国男から移住ブームまで』中央公論新社
- 高木浩人 (2003) 『組織の心理的側面——組織コミットメントの探求』白桃書房
- 谷垣雅之 (2017) 「農村地域への移住動機・心理特性に関する考察」『農村計画学会誌』36 (1) , 86-94.
- 谷口綾子・今井 唯・原文宏・石田東生 (2012) 「観光地における多様な主体の地域愛着の規定因に関する研究——ニセコ・倶知安地域を事例として」『土木学会 論文集 D3 (土木計画学)』68 (5) , 551-562
- 外山昌樹・西尾チズル (2019) 「観光地ロイヤルティ形成における愛着とスイッチング・コストの影響——箱根を事例として」『観光研究』30 (2) , 27-37
- 豊田秀樹 (2003) 「分析のよさを評価する」豊田秀樹編『共分散構造分析 [疑問編]』(pp. 120 - 121) 朝倉書店
- 豊田秀樹 (2007) 『共分散構造分析[Amos 編]』東京図書
- Truly, D. (2002) . *International retirement migration and tourism along the Lake*

- Chapala Riviera: Developing a matrix of retirement migration behavior, *Tourism Geographies*, 4 (3) , 261-281.
- 筒井一伸・佐久間康富・嵩和雄 (2015) 「都市から農山村への移住と地域再生」『農村計画学会誌』 34 (1) , 45-50.
- United Nation's World Tourism Organization (UNWTO) . (1991) . *Resolutions of International Conference on Travel and Tourism*. Ottawa, CA: United Nation's World Tourism Organization. Madrid.
- (1996) . *International tourism statistics*. World Tourism Organization. Madrid.
- Urry, J. (1990) . *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. Los Angeles, US: Sage. [加太宏邦訳 (1995) 『観光のまなざし——現代社会におけるレジャーと旅行』法政大学出版社]
- Vaske, J. J., & Kobrin, K. C. (2001) . Place attachment and environmentally responsible behavior. *Journal of Environmental Education*, 32, 16-21.
- 和田充夫 (2015) 『宝塚ファンから読み解く超高関与消費者へのマーケティング』有斐閣
- Warnes, A. M., King, R., Williams, A. M., & Patterson, G. (1999) . The well-being of British expatriate retirees in southern Europe. *Ageing & Society*, 19 (6) , 717-740.
- Williams, A. M., King, R., & Warnes, T. (1997) . A place in the sun: International retirement migration from northern to southern Europe. *European Urban and Regional Studies*, 4 (2) , 115-134.
- Williams, A., & Hall, M. (2000) . Tourism and migration: New relationships between production and consumption. *Tourism Geographies*, 2 (1) , 5-27.
- Williams, J. D., & Sofranko, A. J. (1979) . Motivations for the immigration component of population turnaround in nonmetropolitan areas. *Demography*, 16 (2) , 239-255.
- Wiseman, R. F. (1980) . Why older people move: Theoretical issues. *Research on Aging*, 2 (2) , 141-154.
- Wiseman, R. F., & Roseman, C. C. (1979) . A typology of elderly migration based on the decision making process. *Economic Geography*, 55 (4) , 324-337.
- Woodside, A. G., & Lysonski, S. (1989) . A general model of traveler destination choice.

Journal of Travel Research, 27 (4) , 8-14.

山下晋司 (2009) 『観光人類学の挑戦——「新しい地球」の生き方』講談社

米村大介 (2003) 「多重共線性への対処」豊田秀樹編『共分散構造分析 [疑問編]』(pp.70-71) 朝倉書店

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005) . An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26 (1) , 45-56.

Yuksel, A., & Yuksel, F. (2001) . Measurement and management issues in customer satisfaction research: Review, critique and research agenda: Part two. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10 (4) , 81-111.

Zaichkowsky, J. L. (1985) . Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12 (3) , 341-352.

Zaichkowsky, J. L. (1987) . The emotional aspect of product involvement. *Advances in Consumer Research*, 14 (1) , 32-35

主論文

□小原満春 (2019) 「観光経験がライフスタイル移住の意思決定に与える影響—沖縄への移住者を対象とした M-GTA 分析に基づく一考察」『日本国際観光学会論文集』26, 99-107. (2019年3月)

□小原満春 (2019) 「ライフスタイル移住の意思決定に関する研究 —観光経験による態度形成過程を中心としたアプローチに向けて」『観光学評論』7 (2) , 111-122. (2019年9月)

□小原満春 (2020) 「観光地関与が与える影響要因に関する研究—沖縄への観光者における事例—」『観光学』22, 51-59. (2020年3月)

□小原満春 (2020) 「観光経験と観光地関与がライフスタイル移住意図へ及ぼす影響」『観光研究』32 (2) , 1-14. (2020年9月)

学会発表

□小原満春 (2018) 「観光経験がライフスタイル移住意思決定に与える影響—沖縄への移住者を対象とした分析に基づく一考察」『観光学術学会第7回発表要旨集』, 38-39. (2018年7月掲載) 観光学術学会第7回全国大会 日時：2018年7月8日(日) 場所：二松学舎大学

□小原満春 (2019) 「観光地への関与と観光行動の関係に関する探索的研究—沖縄への観光者における事例—」『観光学術学会第8回大会発表要旨集』, 118-119. (2019年7月掲載) 観光学術学会第8回全国大会 日時：2019年7月7日(日) 場所：立命館アジア太平洋大学

□小原満春 (2019) 「観光経験がライフスタイル移住意図へ及ぼす影響—沖縄への移住希望者を対象とする調査を通して—」『日本観光研究学会』, 149-152. (2019年12月掲載) 第34回日本観光研究学会全国大会 日時：2019年12月14日(土) 場所：名桜大学

参考資料

(1) 第5章調査票

調査票

1. 性別 1 男性 2 女性
 2. あなたの居住地の都道府県を教えてください。()
 3. あなたの職業を教えてください。()
 4. あなたの年齢を教えてください。() 才
 5. 沖縄への訪問回数を教えてください。() 回
 6. 沖縄での過去最高の滞在日数を教えてください。() 日
 7. あなたの沖縄への訪問頻度を教えてください。()
 8. あなたの感情に最も近い位置を直感で、1～7段階のいずれかで回答をお願いします。
 - ①あなたにとって沖縄は 無用な場所 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 有用な場所
 - ②あなたにとって沖縄は 無関心の場所 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 関心がある場所
 - ③あなたにとって沖縄は 退屈な場所 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 興味がある場所
 - ④あなたにとって沖縄は ありきたりの場所 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 刺激的な場所
 - ⑤あなたにとって沖縄は 平凡な場所 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 おもしろい場所
 - ⑥あなたにとって沖縄は 重要な場所である 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 重要な場所ではない
 - ⑦あなたにとって沖縄は 貴重な場所である 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 価値の無い場所である。
 - ⑧あなたにとって沖縄は、有益な場所 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 有益ではない場所
 - ⑨あなたにとって沖縄は 不可欠な場所 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 余分な場所
 - ⑩あなたにとって沖縄は 魅力的な場所 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 魅力の無い場所
 9. 沖縄へ移住を考えたことはありますか？
 - 1 真剣に考えたことがある 2 3 4 5 6 7 8 9 10 まったく考えたことは無い
 10. 直近の沖縄旅行をする際に、どの程度前から計画を立てましたか？
 - 1 1年以上前 2 1年前 3 半年前 4 2～3ヶ月前 5 1ヶ月前
 - 6 2～3週間前 7 1週間前 8 2～3日前 9 前日 10 当日
- あなたの直近の沖縄旅行の満足度 1 大変満足 2 3 4 5 6 7 8 9 10 とても不満

(2) 第6章調査票

沖縄移住希望者への調査票

調査対象者スクリーニング条件

- 条件 1. 沖縄への移住願望がある沖縄県出身者以外の人。
- 条件 2. 過去5年以内に沖縄へ観光による訪問経験がある。
- 条件 3. 移住理由が「転勤」や「出張」、「進学」は除く。

○基本属性

- 1. 性別 2. 年齢 3. 職業 4. 婚姻 5. 子供の人数 6. 居住地

○沖縄への観光経験

- 1. 訪問回数 2. 過去最大の滞在日数

I. 沖縄での観光経験について、お聞かせください。

①沖縄への観光目的で最も頻繁に訪れた場所はどこにありますか？

- 1. 那覇市 2 本島南部（那覇市を除く） 3 本島中部 4 本島北部
- 5. 本島近辺の離島 6. 宮古島および近辺の離島 7. 石垣島および近辺の離島

②沖縄への観光で最も印象に残った場所はどこにありますか？

- 1. 那覇市 2 本島南部（那覇市を除く） 3 本島中部 4 本島北部
- 5. 本島近辺の離島 6. 宮古島および近辺の離島 7. 石垣島および近辺の離島

以下（7段階尺度）まったくあてはまらない・・・非常にあてはまる

自然満喫

EN1 大自然を満喫することができた。

EN2 きれいな空気や水を体いっぱい吸収できた。

EN3 自然を身近に感じる事ができた。

知識獲得

EA4 訪問先の文化について理解を深めることができた。

EA5 本物の文化を肌で感じる事ができた。

EA6 訪問先の歴史について学ぶことができた。

現地交流

ES7 現地の人たちと仲良くなる事ができた。

ES8 さまざまな人たちと出会う事ができた。

ES9 普段の生活では出会えない人と交流ができた。

新奇体験

ER10 その場所でしかできない経験ができた。

ER11 新しいことに挑戦することができた。

ER12 単調な生活から抜け出すことができた。

自己拡大

SE13 自分自身を見つめなおすことができた。

SE14 自分の生活や生き方について考える事ができた。

SE15 精神的に成長することができた。

健康回復

HR16 日頃の疲れを癒すことができた。

HR17 十分に休養することができた。

HR18 気分的にリフレッシュすることができた。

観光満足

ST19 沖縄の旅行は期待以上のものだった。

ST20 沖縄の旅行を心から楽しむことができた。

ST21 沖縄の旅行は自分にとって価値のある経験だった。

Ⅱ. あなた自身にとっての沖縄という場所の意味をお聞かせください。

(7段階尺度) まったくあてはまらない・・・非常にあてはまる

楽しみ

EJ22 私にとって沖縄は、最もリラックスできる場所である。

EJ23 私にとって沖縄は、最も楽しい場所である。

EJ24 私にとって沖縄へ行くことは、なによりも待ち遠しく感じる。

重要性

IP25 私にとって沖縄は、最も関心のある場所である。

IP26 私にとって沖縄は、最も興味深い場所である。

IP27 私にとって沖縄は、最も重要な場所である。

自己表現

SE28 沖縄について、多くのことを他者に話すことができる。

SE29 沖縄へ行くことで、あなたがどのような人間であるかという印象を他者に与えている。

SE30 沖縄へ行くことは、自分の個性を示すことである。

中心性

CN31 私の人生において、沖縄は多くのことを教えてくれた。

CN32 沖縄は私の生活において、中心的な役割を果たしている。

CN33 私の生活は、沖縄へ行くことを中心に予定が組まれている。

Ⅲ. 沖縄への移住についてお聞かせください。

(7段階尺度) まったくあてはまらない・・・非常にあてはまる

①移住を阻害している要因はなんですか。

CO34 家族や友人が沖縄への移住に反対である。

CO35 沖縄での就職や収入が不安である。

CO36 沖縄の移住先で良好な人間関係を築けるか不安である。

CO37 沖縄での買い物などの日常生活での利便性が不安である。

CO38 沖縄での医療や福祉が不安である。

②現在の生活状況についてお伺いします。

LS39 現在の仕事には満足している。

LS40 現在の居住地の生活環境には満足している。

LS41 現在のライフスタイル（日々の生活）には満足している。

③移住計画についてお伺いします。

MI42 沖縄へ強く移住したい。

MI43 近い将来、沖縄へ移住する計画がある。

MI44 今から2年以内に沖縄へ移住する可能性がある。

④沖縄へ移住するのなら、どの地域を最も希望しますか。

1. 那覇市 2 本島南部（那覇市を除く） 3 本島中部 4 本島北部

5. 本島近辺の離島 6. 宮古島および近辺の離島 7. 石垣島および近辺の離島

以上でアンケートは終了です。御協力ありがとうございました。

謝辞

本論文を仕上げるにあたり、まずは本研究の面接調査とアンケート調査にご協力いただいた方々に、深くお礼を申し上げます。また、論文作成の過程では、多くの方から学術的なご助言・ご協力をいただきました。主指導の吉田道代教授には、この論文のみならず、学会での口頭発表や学術誌への投稿に際して丁寧なご指導をいただきました。また、私の社会人学生という立場をご考慮いただき、時には休日にも指導の時間をとって下さるなど、便宜を図っていただきことにも感謝しております。副指導教員の八島雄士教授には、いつも温かい言葉をかけていただき、研究について、多角的な視点からアドバイスをいただきました。また学会への投稿論文について悩んでいた際にも、アドバイスをいただきました。副指導教員の藤田武弘教授からは、農村移住の観点から有益なご助言をいただき、見落としていた分野に目配りすることができました。準指導教員としてご指導下さった佐々木壮太郎教授には、格別にお世話になりました。私の思い付きのアイディアに、その都度ご助言を下さり、そのアドバイスのおかげで研究の方向性がみえてきたことが多々ありました。佐々木先生のアドバイスがなければ、研究は別の方向に向かい行き詰っていたかもしれません。和歌山大学の伊藤央二准教授は、研究のフレームワークを設定する際に、有益な論文があることを教えていただき、その論文のおかげで行き詰まりをみせていた研究の視界が急速に開けました。先生からのアドバイスで本当に助けられました。その他にも、和歌山大学や学術学会での発表のたびに多くの先生方や院生からアドバイスをいただきました。ここでお一人ずつお名前を挙げることはできませんが、改めて感謝申し上げます。

最後に、私事になりますが、家族への礼の気持ちを述べさせていただきます。妻の美保子には、居住地の沖縄から和歌山という離れた場所にある大学院博士後期課程への進学を悩んでいるときに、背中を押してもらいました。なおかつ自らもフルタイムの仕事があるなか、家事・育児を引き受け、私の研究生生活を温かく見守ってくれました。妻の協力なしでは、到底この論文は完成どころか、スタートすらできていませんでした。また長男の満輝、長女の萌々華は、父である私と土日に一緒に遊ぶ時間を我慢して論文執筆に協力してくれました。このように研究に専念することを理解し、支えてくれた家族に心からの感謝の意を記し、この謝辞を締めさせていただきます。

2020年6月吉日

小原 満春