



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	中国の自然災害地における「負の遺産観光」に対する観光客満足度に関する研究：四川省「北川震災跡区」を事例として
Author(s)	王, 金偉
Citation	国際広報メディア・観光学ジャーナル, 20, 73-94
Issue Date	2015-03
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/59353
Type	departmental bulletin paper
File Information	05.Wang jinwei.pdf



中国の自然災害地における 「負の遺産観光」に対する 観光客満足度に関する研究 —四川省「北川震災跡区」を事例として—

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院博士後期課程

王 金偉

Tourist Satisfaction in Negative Heritage
Tourism in a Disaster-affected Area: The
Case of the Beichuan Earthquake Site
Area in Sichuan Province, China

WANG Jinwei

abstract

Tourist satisfaction is important for successful destination marketing because it is a determinant of destination loyalty. Tourist satisfaction has attracted considerable attention among both tourism academia and practitioners. Negative heritage, as one type of tourism attraction, always attracts many travelers. Tourist satisfaction is also important in the case of negative heritage. However, very little research has been conducted on this aspect. Therefore, in this study, the case of the Beichuan Earthquake Site Area in China was examined. Based on a review of relevant literature, 26 factors affecting tourist satisfaction were confirmed. Using importance-performance analysis, a widely used analytical technique for evaluating customer satisfaction, tourist satisfaction was investigated. Finally, based on the results, this paper offers some suggestions for the development of negative heritage tourism in the Beichuan Earthquake Site Area.

王
金
偉
WANG Jinwei

1 はじめに

近年、世界では地震、津波、火山噴火、戦争、テロ攻撃などの自然災害や人的災害が頻繁に起こっている。これらは人々に甚大な損害をもたらす一方で、数多くの遺構、廃墟、遺物、墓地、記念碑など「負の遺産」を生み出した。ここでいう「負の遺産」とは、社会や人類の発展を妨げるか、あるいは不幸をもたらすような事件や出来事の結果として残されたモノやコトを指す。

植村（2009）とPezzullo（2009）によれば、「負の遺産」は学術上、歴史上、あるいは、防災教育上の価値を有する。それ故に、「負の遺産」は常に観光資源として活用される（Stone, 2005；植村 2009）。実際に世界各地の「負の遺産」を擁する地域（以下、「負の遺産地」）は多くの観光客を呼び込み、観光地化が進む例も少なくない。その最たる例はイタリアのポンペイ遺跡である。夏の観光シーズンには、毎日約1万人が訪れ、年間でその数は230万人にも上る（Sheldon, 2013）。アメリカの「9・11メモリアル博物館」も2011年9月12日に開館して以来、一年間で450万人を超える観光客を集め、ニューヨークの観光名所の一つとなっている（9/11 Memorial Staff, 2012）。

自然遺産や文化遺産といった従来のカテゴリーの資源を訪れる観光形態と同様、「負の遺産観光」においても観光客は非常に重要な要素であり、彼らの満足度が「負の遺産観光」の展開に大きな影響を及ぼす（Stone, 2010；Farmaki, 2013；Song et al., 2012）。

観光客の満足度は、当然ながら観光マネジメントやサービスを評価するバロメータとなるが、地域の観光開発業者と資源管理者は、その評価に基づいて開発・マネジメントを調整・改善することができるとされる（Yuksel & Yuksel, 2001）。また観光客満足度は、観光客の訪れた観光地に対するロイヤルティ（忠誠心）、すなわちリピート意識と「口コミ」による宣伝に強い影響力を持つことがわかっている。Sun, Chi, & Xu（2013）とChi & Qu（2008）によれば、満足した観光客は再び当該地を訪れ、周囲にこの地を積極的に紹介しようとする意向が強いという。こうしたことから、「負の遺産地」の開発やマネジメントにおいても、観光客満足度の分析が重要かつ必要不可欠であるといえる。

近年、実際に「負の遺産観光」が展開されてきたことにより、「負の遺産」の保護や観光活用に関する研究も蓄積されてきている（Stone, 2005, 2013；Sharpley & Stone, 2009；申・喩 2009）。それらの先行研究には、「負の遺産」の保護、展示、マネジメント、「負の遺産観光」と社会・文化との関連などに関するものが多くみられるが、一方でそこを訪れる観光客を直接対象とした研究はまだ少なく（Stone, 2010）、観光客満足度の研究に至ってはまだ緒についたばかりといつてよい。

そこで本稿では、2008年のマグニチュード8.0の四川大震災で甚大な被害をこうむった北川羌（チャン）族自治県（以下、北川県）の「北川震災跡区」

を「負の遺産観光」の事例として取り上げ、当該地でのアンケート調査を実施し、その結果を観光客の満足度測定に広く使用されている重視度－パフォーマンス分析＝Importance-Performance Analysis（以下、IPA）の手法で読み解こうと試みた。さらに、それを踏まえて、今後の満足度向上を図るための課題を明らかにすることも今回の視野に入れている。

この研究手法が「負の遺産観光」の研究の一助となり、同時に当該地域の観光産業発展の足掛かりとなるものと考ええる。

2 先行研究

2.1 観光客満足度について

観光分野における観光客満足度は、一般にマーケティング分野の顧客満足度（Customer Satisfaction）の考え方に基づいている（Yuksel & Yuksel, 2001）。Kotler（2003, p.36）は、「顧客満足度とは個人が商品あるいはサービスの実質（performance or outcome）を自分の期待と比較し、その結果生じた喜びあるいは失望（pleasure or disappointment）の気持ちのことである」と述べている。同様に、顧客満足度の一つとしての観光客満足度は「観光客の観光地に対する期待と実体験を比べて得た結果であるということが理解できる。実際の観光体験が期待より良いと、観光客は満足するであろうし、逆だと不満を抱く」とされる（Pizam, Neumann, & Reichel, 1978, p.315）。

観光客の観光地に対する満足度評価は、彼らが観光地で見聞・体験するあらゆるモノやコトに及ぶと考えられている（Orel & Kara, 2014；Song et al., 2012; Yuksel & Yuksel, 2001）。具体的には、Pizam, Neumann, & Reichel（1978）によれば、観光客の満足度評価はレクリエーション機会（観光施設、利用空間、衛生状況等）、コスト・パフォーマンス、ホスピタリティ、飲食施設、宿泊施設、環境（自然環境、環境品質等）、商業化レベル（extent of commercialization）などの要因と関係するとされている。

Yuksel & Yuksel（2001, p.53）は「観光客の満足度の判断基準は、(1) 観光地の特徴（destination characteristics）、例えば、気候、文化、自然環境など、(2) 機能的要因（functional elements）、例えば、価格、観光資源、宿泊、飲食施設など、(3) 心理的要因（psychological elements）、例えば、地元住民のホスピタリティ、安心感、雰囲気などである」という。このことから、観光地に対する観光客満足度は施設、風景、自然環境のような有形の要因だけではなく、文化、雰囲気のような無形の要因とも関連していることがわかる。

先述のように、「負の遺産観光」においても、観光客満足度の分析が重要であることが先行研究において示されているが、従来の「負の遺産観光」における観光客についての研究は、主にそのモチベーションや観光体験などに集中しており（Podoshen, 2013；Biran, Poria, & Oren, 2011；Dunkley, Morgan, & Westwood, 2011）、満足度に関する研究は見当たらない。その理由の一つと

して、「負の遺産地」が天災や人災に見舞われた人間の悲惨な境涯であり、少なくとも肯定的な世界の提示ではないにも拘らず、そこを「観光」の対象とし、そこでの体験を満足度という肯定的な用語で測定することへの倫理的な障壁が存在するように思われる。つまり、上記のような観光客の観光地満足度の評価項目や評価基準をそのまま当てはめることの妥当性に疑いがあり得るのである。しかし、筆者は「負の遺産観光」も観光形態の一種であり、観光客の「満足」の意味合いを少し広げ、それを「負の遺産観光」においては「提示された物事への応答と査定」と考え、またその評価項目や基準を実態に即して慎重に設定すれば、一般的な観光地と同じような分析手法が適用しうると考えた。

本研究は、従来のこの面における研究の不足を補うものである。

2.2 観光客満足度の測定のためのIPA

現在、観光客満足度の研究理論においては、主に期待-不確認モデル(expectation-disconfirmation model)、エクィティ論(equity theory)、基準論(norm theory)、知覚成果モデル(perceived performance model)など4つの枠組みがある(Neal & Gursoy, 2008)。ただし、エクィティ論と基準論は基本的に期待-不確認モデルと同様の枠組みをもち、実体験と来訪前の期待との比較に論拠をおくのに対し、知覚成果モデルは観光客の実体験のみに論拠をおく(Neal & Gursoy, 2008)ため、観光分野においては、期待-不確認モデルと知覚成果モデルが代表的なものと捉えて良い。この期待-不確認モデルはすでに観光分野に広く応用されており、観光客満足度分析の主流をなすものである(大橋 2009)。

IPAは顧客満足度の測定のために、Martilla & James (1977) が作ったアプローチである。このアプローチは、後の期待-不確認モデルに通じる考えで支えられている。このIPAを用いて、観光客が来訪前に抱いた観光地への期待の程度だけではなく、当該地での実体験の効果(performance)をも測定・分析した先行研究も既に存在する。なお、IPAを適用する際、常に、観光地への期待度は「重視度」(importance)として現れ、実体験の効果は「満足度」と見做される(Hudson & Shephard, 1998; Oh, 2001) 点に留意する必要がある。また、このアプローチによって、観光地における観光資源や施設が多数の評価項目に分類され、その項目に対応して詳細に分析できる点に利点が見いだせる。つまり、観光地開発業者や関係機関が今後の観光開発やマネジメントの課題を把握することができる(Hansen & Bush, 1999; Albayrak & Caber, 2015) 点において非常に効果的であり、それは、現にIPAが観光地における観光客満足度を測定する際によく用いられていることからわかる。

先行研究によれば、IPAアプローチの手順は以下のように整理できる(Martilla & James, 1977; Hudson & Shephard, 1998; Oh, 2001; Albayrak & Caber, 2015)。

- (1) 観光地の実際の状況に応じて「重視度」と「満足度」の評価項目(調査項目)を選択・限定する。

- (2) 観光客を対象にして、アンケート調査により評価項目別の「重視度」と「満足度」を測定する。なお、通常は5段階のリッカート・スケール（1が最低、3が普通、5が最高）を用いて回答を得る。
- (3) アンケート調査データに基づき、総合的かつ評価項目別の「重視度」と「満足度」の平均値を計算する。
- (4) 「重視度」を縦軸、「満足度」を横軸にとり、2次元グラフを作成し、各評価項目をプロットする。そして、評価項目全体の「重視度」平均値と「満足度」平均値との交点（C点）から十字線（水平線と垂直線）を引き、2次元グラフを4つの象限（quadrant）に分ける（図1参照）。

こうして作成した4つの象限に含まれる評価項目は、「満足度」の改善を目的とする施策の対象としてまず抽出され（Martilla & James, 1977；Chu & Choi, 2000；Albayrak & Caber, 2015）、その後、政策判断に必要な指標による評価を加えることによって、優先順位を与えられると考えられる。ここで、あらゆる項目について観光客の「満足度」は大きいほど好ましいものの、資金や人材などの経営資源は有限であることから、各項目の「満足度」を無限に大きくすることは現実的ではない。「満足度」と「重視度」の差の大きな項

■図1 IPAグラフ



注：C点は評価項目全体の「重視度」平均値と「満足度」平均値との交点である。

出所：Chu & Choi (2000, p.361) 筆者一部改

- ①第I象限は「現状維持」(Keep up the Good Work)のエリアである。この象限における評価項目の「重視度」の平均値は高く、「満足度」の平均値も高い。このエリアに含まれる評価項目は、現在の状況を維持し続ける必要性がある。
- ②第II象限は「要改善」(Concentrate Here)のエリアである。この象限における評価項目の「重視度」の平均値は高く、「満足度」の平均値は低い。このエリアに含まれる評価項目は改善の必要性が高く、優先的に改善されるべきである。
- ③第III象限は「改善先送り」(Low Priority)のエリアである。この象限における評価項目は「重視度」の平均値も「満足度」の平均値も比較的低い。このことは、このエリアに含まれる評価項目に対する改善施策の優先度が比較的低いことを示し、他の象限（特に第II象限）における評価項目を改善した後に検討すべきである。
- ④第IV象限は「要投入削減」(Possible Overkill)のエリアである。この象限内の評価項目の「重視度」の平均値は低く、「満足度」の平均値は高い。現在では、このエリアに含まれる項目は資金や人材の投入が多すぎる可能性があるため、将来的には、多すぎる投資や支出を切り詰めるべきであり、さらなる新規投入の必要性は低いといえる。

目にまずは力を注ぐことが肝要であるが、整備全体の方向性（施策方針）との整合性や費用対効果を十分に考慮し、全体の中で整備すべき項目の選択とその項目ごとの「満足度」と「重視度」のバランスをとることが重要である。つまり、観光客の期待と施策方針に応じて、観光地の資金や人材を有効に配分、配置することが必要となる。

先述の先行研究分析では、IPAアプローチが一般的の観光地における観光客満足度の向上と観光地マネジメントの改善課題を導き出すことに有効であることが示されており、また「負の遺産観光」は観光形態の一種であることから、これに対しても同様な有効性が期待できると考えられる。これまでIPAアプローチを「負の遺産観光」に適用した先行研究はないため、本研究は当該分野において研究推進の一助となるものとする。

3 研究対象地域

北川県は中国四川省に属し、四川盆地の北西部にある。県内は山地や丘陵地が広く分布し、自然生態、自然景観に優れている。北川県は少数民族の居住地で、中国で唯一の羌族自治县である。当該地には羌族の伝統的建築物、刺繍工芸、羌笛などの文化遺産があり、豊かな自然とこれら固有の伝統文化による観光業が長きにわたって北川県の主要産業の一つであった。

しかし、2008年5月12日に、「四川大震災」（「5・12汶川特大地震」ともいう）が発生し、この地の観光業も含めた社会経済に大きな損失をもたらすと同時に、北川県では、数多くの遺構、廃墟、堰止湖、犠牲者の遺物など「負の遺産」を残した。震災直後、中国政府は地震によって廃墟となった旧县城（震災前の県役所所在地）の震災跡、および震災による最大の堰止湖（「唐家山堰止湖」）に対して全面的保護策を取った。

あわせて、旧县城震災跡に近接して「5・12汶川特大地震記念館」（以下、地震記念館）を建設し、犠牲者の遺物、震災救援活動時の関連物を保存することになった。また、政府は旧县城震災跡、唐家山堰止湖、地震記念館を中心とする「北川震災跡区」を全面的な保護区に設定した（図2）。

震災によるこうした被災地の復興策により、北川県の観光業も迅速に回復している（賈 2009）。そうした中で、「北川震災跡区」の遺構、記念物、記念行事に対する「負の遺産観光」は、震災後の観光業の中で最も注目を集めることになった。「北川震災跡区」の統計データによると、2013年の年間観光客は100万人を超え、2014年の清明節⁽¹⁾ 連休時（4月5日～7日）には、この期間だけで約5万人が来訪した。

▶ (1) 清明節は、毎年4月5日頃に先祖や友人の墓参りをする日で、日本におけるお盆に当たる年中行事である。また、春を迎えて郊外を散策する日でもある。

■図2 「北川震災跡区」の位置図



出所：綿陽市唐家山堰塞湖治理暨北川老县城保護工作指揮部・上海同済大学城市規劃設計研究院・同済大学建築設計研究所（集団）有限公司（2009,p.24）をもとに筆者作成

4 研究方法

4.1 アンケート設計と評価の数値化

本研究は上述の「先行研究」の関連成果を踏まえ、2013年8月に北川県の被災地で行った事前調査（現地調査）で明らかになった実際の状況を照合しつつ、調査項目（指標）を選定・細分化し、使用する文言の吟味を経て、アンケートの設問文や選択肢を設計した。アンケート内容は、大きく以下の4つの部分からなる。

第1部分は観光客の期待度（IPA分析における「重視度」に相当）に関する内容である。主に「負の遺産と関連景観」、「観光施設・アクセス・観光活動」、「自然・文化的環境」、「マネジメントとサービスの水準」、「土産品」という5つのカテゴリで26項目を設定した（表2参照）。この部分は5段階のリッカート・スケールを用いて回答を求める。具体的には、1＝重視しない、2＝あまり重視しない、3＝普通、4＝やや重視する、5＝重視する、と度数を設定した。

第2部分は観光客の「満足度」に関する内容、すなわち上述の26項目に対する満足度である。この部分も同じく5段階のリッカート・スケールを用いて回答を求める。具体的には、1＝不満、2＝やや不満、3＝普通、4＝満足、5＝大変満足、と度数を設定した。

第3部分は観光客の「総合満足度」と「ロイヤルティ」に関する内容である。なお、「ロイヤルティ」には「再訪の意向」と「紹介の意向」という2つの項目を設定した。この部分も同じく5段階のリッカート・スケールを用いて回答を求める。具体的には、1=不満／全く思わない、2=やや不満／あまり思わない、3=普通、4=満足／やや思う、5=大変満足／大いに思うと度数を設定した。

第4部分は「調査対象者の基本属性」に関する内容である。主に年齢、性別、学歴、職業、居住地などを設定した。なお、居住地は記入式で、その他の項目は選択式（択一）である。

4.2 アンケート調査の実施

2014年5月、「北川震災跡区」でアンケートの予備調査を実施した。その結果を踏まえて、アンケート方法や設問の文言修正を行った後、「北川震災跡区」の観光客が多く集まる場所（バス乗り場・休憩所・地震記念館の出口）で、観光客を対象にアンケート調査を行った。

今回の調査票の配布数は550部で、回収数520部、回収率は94.5%である。そのうち、有効回答数は470部、有効回答率は90.4%である。

なお、「北川震災跡区」を訪れる観光客の国別割合は調査期間中に目視する限りでは、ほぼ全てが中国人によって占められていた。本研究のアンケート調査の対象者は全て中国人である。

5 分析

5.1 調査対象者の基本属性

調査対象者の基本属性は表1のとおりであり、性別がやや男性に偏っているものの、他の項目についてはほぼ均等にサンプルが採集されていることがわかる。また、約8割が四川省内からの訪問であり、残りの2割についても、周辺の省からがほとんどであった。

5.2 「重視度」について

分析の結果、全体的に観光客は「北川震災跡区」に対して高い期待を持っている（表2参照）ことがわかったが、それには以下の要因が考えられる。まず、四川大震災の後、マス・メディアは北川県を含む被災地に関する大々的な報道を展開した。それにより、一般大衆は地震被災地に対する興味、関心や好奇心を大いにそそられ、「北川震災跡区」に「行ってみよう」と期待したからである（李・延 2014）。また、「北川震災跡区」は、単に地元住民へのシンパシーだけでなく、国民全体に広く災害の記憶を呼び覚まさせ、災害救援の同胞愛精神を共有させる効果を持つからである（四川省旅遊規劃設計研究院 2011）。さらに、政府が「北川震災跡区」を世界トップレベルの公益的

■表1 調査対象者の基本属性 (N=470)

属性		人数	比率(%)	属性		人数	比率(%)
性別	男性	270	57.4	職業	学生	32	6.8
	女性	200	42.6		公務員	31	6.6
年齢	≤19歳	21	4.5		会社員	81	17.2
	20～29歳	122	26.0		教師と研究者	28	6.0
	30～39歳	127	27.0		自営者	64	13.6
	40～49歳	122	26.0		農民	48	10.2
	50～59歳	42	8.9		自由業	87	18.5
	≥60歳	36	7.7		退職	28	6.0
学歴	中学校以下	121	25.7		無職	9	1.9
	中等専門学校	53	11.3	居住地	四川省	374	79.6
	高等学校	97	20.6		その他	96	20.4
	高等専門学校	93	19.8				
	大学以上	106	22.6				

な地震記念公園へ発展させる青写真を描くと同時に、大々的かつ効果的な宣伝を行ったことにもよる（綿陽市唐家山堰塞湖治理暨北川老县城保護工作指揮部など 2009；北川地震遺跡区政務網 2012）。こうして、観光客は「北川震災跡区」に大きな期待を抱くに至ったのである。

各評価項目からみると、観光客は「負の遺産」の保存状況、信憑性・信頼性、価値等に関する項目や環境の衛生度、厳粛な雰囲気、安全性と秩序といった項目など遺産そのものの質とそれを享受するための環境の質に対する期待度（「重視度」）が高いことがわかる。これに対して、土産品の内容や価格、観光活動の充実、遺産の規模、地元住民のホスピタリティ、周辺の自然景観の美しさといった、一般的な観光地に求めるような項目などについては観光客の期待度が比較的低い（詳細については、附属資料参照）。これらから以下のことが指摘できる。

第一に、観光客は「北川震災跡区」の傷跡や遺物、記念物などが「負の遺産」として、すでに現地の中心的観光資源になっていることを認識しており、これらの本質的価値をできるだけ理解したいと感じている。そして、このことが、観光客の主な旅行動機となっていることを示している。

第二に、「北川震災跡区」は単なる見物場所ではなく、震災とそれによる犠牲者を記念するメモリアルとしての場所であるという点が重要である。このため、観光客はその「自然・文化的環境」、特に環境の衛生度、厳粛な雰囲気などにより注目している。これは、邵ら（2010）が「死者を追悼し記念する場所は厳粛で静かな環境であり、その環境が非常に重要」と指摘する一般的な中国人の倫理観と一致するものといえる。

第三に、「土産品」についてである。一部の観光客にとっては「土産品」が金儲けを想起させることが、「北川震災跡区」の災害と死というテーマおよび記念と追悼の機能との間に論理的な矛盾を生じさせている（孫 2009）。また中国では、基本的に土産品がこれまでも観光客から多く批判を浴びてき

た経緯がある。特に、旅行中に入手した偽物や詐欺被害などの理由で、多くの観光客は「土産品」に対する不信感をもっている（謝 2013；胡・程 2014）。おそらくはこうしたことが理由となり、本調査でも「北川震災跡区」を訪れる観光客は土産品の販売活動が大規模に発展することを望んでおらず、当該地の土産品を購入することへの期待が強いという結果となったと推測される。

第四に、観光客は「地元住民のホスピタリティ」に大きな期待をしていないという点である。これは多くの研究者の指摘と異なる。Ross（1993）と馬（2010）によると、一般の観光地では、地元住民の親切さや歓迎度が観光客にとって非常に重要である。しかし本研究の結果は異なった。これは「北川震災跡区」の観光客の「何のためにここへ来たか」についての自己アイデンティティが理由と考えられる。通常の観光地においては大部分の観光客の観光動機が娯楽やリラクゼーションである（Qu & Ping, 1999；Rid, Ezeuduji, & Pröbstl-Haider, 2014）のに対し、「北川震災跡区」においては、観光客は「関心を持つ者」や「支援者」として来訪している（陳ら 2014）。したがって、彼らはサービスの提供を求めるのではなく、地元住民の生活を気遣い、被災者に積極的な関心や共感を持っていると考えることができる。

5.3 「満足度」について

全体的に観光客は「北川震災跡区」に高い満足度を示している（表2参照）。これは四川大震災後、政府が莫大な人力と財力を投入し、遺構や遺物などの「負の遺産」を保護し、一定の成果を挙げたことと無関係ではないだろう。また、前述したように「北川震災跡区」は震災を記念し、犠牲者を慰霊し、また防災教育を実施する公益のための場所であり、経済的利益を求める一般的な商業的観光地とは異なる。加えて前述したように、多くの観光客は物見遊山としてではなく、被災地への関心や追悼の気持ちを抱いて当該地を訪れている。そのため彼らには常に、「不満なところ」に対する容認と寛容の精神があるものと考えられる。これは筆者の現地考察の際にも観察された。

項目別にみると、「負の遺産」の信憑性・信頼性、保存状況、価値が高いのは「重視度」と同様の傾向であるが、規模、震災記念施設の充実度などにも「満足度」が高いことがわかる。また土産品の内容と価格、観光活動の充実度は「重視度」と同様に低い傾向を示すが、さらに交通の利便性、解説員による解説の適切度、地元住民のホスピタリティといった、「負の遺産」を享受するための周辺サービスの項目については比較的低い（詳細については、附属資料参照）。これらから以下のことが指摘できる。

まず、観光客の「土産品」に対する満足度は低い。これは前述のように、観光客が商業化に嫌悪感を持っていること、また現地の観光商品市場秩序がまだ混乱状態にあることによる。また販売業者の中には、観光客に詐欺を働く者すらいる。「北川震災跡区」周辺には不法な行商人が多く、彼らの存在が観光客の「北川震災跡区」に対する印象に悪影響を及ぼしているとの指摘もある（賈 2009）。筆者は現地調査の際に、「北川震災跡区」周辺で観光土産品を売る店はあるものの、販売されている商品の品質は劣り、かつ多くの

▶ (2) 旧県城震災跡が2010年5月に、「地震記念館」が2013年5月に開放された。また、唐家山堰止湖が整備・修復されている。

商品は地元の特産品ではないことを確認した。

また、観光客の交通利便性への満足度も低い。その主要因としては以下のことが考えられる。まず、四川大震災の後、北川県では道路施設が復旧し、多くの道路が建設された（四川省交通運輸庁 2011）が、北川県の多くは山地で道路はカーブとトンネルが多く、しばしば土石流、洪水などの自然災害によって再び道路が破壊されている（人民網 2011；阮・楊 2014）。また、「北川震災跡区」においては、観光客は区内の有料バス（シャトルバス）や観光専用車輛（電動車）を利用するか、もしくは徒歩で移動しなければならない。しかし、バスと観光専用車輛の輸送力には限界があり、観光客は長時間待たされることもある。またインターネット記事や新聞報道によると、一部観光客は、区内の有料バスや観光専用車輛の運行はビジネス行為であるとして、それらが「災害に便乗した金儲け」、「死者への冒瀆」、「非道徳的」であると考えている（胡 2011）。

さらに、「マネジメントとサービスの水準」に対する満足度も低い。それは「北川震災跡区」が保護区として設定されてからまだ日が浅く⁽²⁾、この方面の経験不足が否めないためであると考えられる（呉 2012）。また、同様に多くの従業員も経験に乏しく、彼らの多くは地元住民（農民）であり、専門知識が十分ではないことが挙げられる（賈 2009；黄 2013）。

最後に、「地元住民のホスピタリティ」についての満足度も低い。筆者が現地調査した時に発見したことだが、一部の観光客は「北川震災跡区」を見学後すぐに現地を離れるため、地元住民と接触する機会に乏しい。一方の地元住民も、観光客と容易に接触できる「北川震災跡区」の出入口付近に多くは居住していない。その結果、観光客が接触できる地元の人々といえ、北川震災跡区における地元住民の従業員か土産品の販売業者に限られる。その中には前述の悪徳業者も含まれ（賈 2009）、観光客の地元住民に対する印象はあまり良いとはいえない。

5.4 「重視度」と「満足度」の比較について

当然のことながら、「重視度」と「満足度」との隔たりは、何らかの対処を要するものであることを示している。表2に示すように大多数の項目において、観光客の「満足度」の平均値は「重視度」より低い。特に、アクセス、マネジメントとサービスの水準、「負の遺産」の保存状態、信憑性・信頼性、および自然・文化の環境などの項目では、「重視度」と「満足度」の差が比較的大きい。これは、観光客の多数の項目に対する高い期待度（例えば、負の遺産の信憑性・信頼性 $[m_i=4.62]$ 、負の遺産の保存状態 $[m_i=4.55]$ ）に対して、実際の観光開発やマネジメントなど多くの面が不十分なことが原因となっており、観光客が満足していない（例えば、区内交通の利便性 $[m_p=3.93]$ 、解説員による解説の適切度 $[m_p=3.94]$ ）ためであると考えられる。このことから、特に観光客の「重視度」を踏まえて、観光活用やマネジメントの質的向上を図ることが必要であることがわかる。しかし、この数値だけで特定の項目が他の項目に比して、どれ程に質的向上の必要性があるかを把握することまではできないという点に留意すべきである。

■表2 「重視度」と「満足度」の比較 (N=470)

カテゴリー	項目	m_i	m_p	d	Paired-samples t-test		
					t	df	p
負の遺産と 関連景観	1. 負の遺産の保存状態	4.55	4.35	-0.20	5.567	469	0.000**
	2. 負の遺産の信憑性・信頼性	4.62	4.36	-0.26	7.279	469	0.000**
	3. 負の遺産の価値	4.51	4.33	-0.18	4.989	469	0.000**
	4. 負の遺産の箇所数(災害跡や遺構)	4.21	4.17	-0.04	1.163	469	0.245
	5. 負の遺産の規模(面積・大きさ)	4.12	4.23	0.11	-2.700	469	0.007**
	6. 震災記念施設の充実度	4.34	4.29	-0.05	1.457	469	0.146
	7. 周辺の自然景観の美しさ	4.15	4.19	0.04	-0.885	469	0.377
	8. 景観の整備	4.27	4.20	-0.07	1.897	469	0.058
観光施設・ アクセス・ 観光活動	9. 公共サービス施設の充実	4.24	4.14	-0.10	2.334	469	0.020*
	10. 観光施設の整備	4.23	4.17	-0.06	1.411	469	0.159
	11. 案内板の充実	4.34	4.10	-0.24	5.728	469	0.000**
	12. 区内交通の利便性	4.31	3.93	-0.38	8.338	469	0.000**
	13. 周辺交通の利便性	4.29	3.96	-0.33	7.620	469	0.000**
	14. 観光ルートの合理性	4.19	3.98	-0.21	5.444	469	0.000**
	15. 観光活動の充実	4.06	3.91	-0.15	3.561	469	0.000**
自然・文化 的環境	16. 環境の衛生度	4.40	4.21	-0.19	5.131	469	0.000**
	17. 地元住民のホスピタリティ	4.14	3.94	-0.20	5.118	469	0.000**
	18. 厳粛な雰囲気	4.39	4.12	-0.27	6.655	469	0.000**
	19. 安全性と秩序	4.44	4.22	-0.22	6.242	469	0.000**
マネジメン とサービ スの水準	20. 区内の観光客数	4.22	4.17	-0.05	1.289	469	0.198
	21. 観光開発とマネジメントの水準	4.26	3.99	-0.27	6.883	469	0.000**
	22. 職員の態度とその効率性	4.32	4.03	-0.29	7.449	469	0.000**
	23. 職員の専門性	4.28	3.98	-0.30	7.653	469	0.000**
	24. 解説員による解説の適切度	4.27	3.94	-0.33	7.556	469	0.000**
土産品	25. 土産品の種類とその特徴	3.85	3.85	0.00	0.048	469	0.962
	26. 土産品の価格の合理性	3.98	3.74	-0.24	5.167	469	0.000**

注：(1) m_i は「重視度」の平均値、 m_p は「満足度」の平均値を示す。d は m_p と m_i の差を示す。

すなわち、 $d = m_p - m_i$

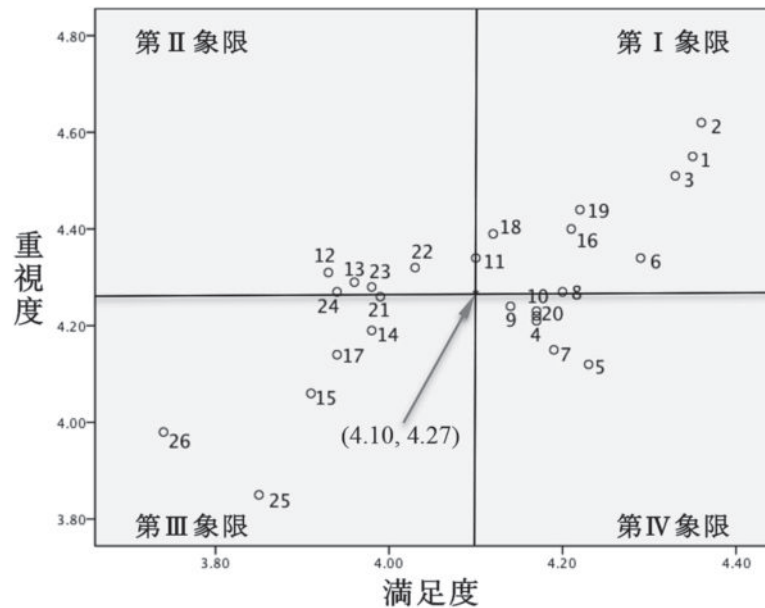
(2) *0.05 水準で有意 (両側) **0.01 水準で有意 (両側)

ところで、IPAアプローチは、分析結果をグラフ化することにより、「満足度」改善のための施策と、評価項目ごとに対策の必要性を把握することができるという利点がある (図1、図3参照)。本研究では、26項目という多岐にわたる項目を分析対象としたため、IPAアプローチの意味合いをより精細に検討できたと考えられる。さらにそこで指摘され、必要とされた改善項目を踏まえながら、観光客の期待や地元の実状に即した検討を重ねることで、現実により適合した方策や発展戦略へと道を拓くことができると思われる。

本研究では、第Ⅰ象限の大多数の項目の「満足度」の平均値は「重視度」の平均値を下回った。このことは、ただ現状を維持するだけでは「重視度」と「満足度」のバランスは得られないこと、つまり観光客の期待に十分に答えていないことを示している。つまり、IPAグラフにおいて、第Ⅰ象限の「現状維持」という意味合いは、慎重に考えられるべきであることを示している。

また、第Ⅳ象限では、多くの項目の「満足度」と「重視度」平均値の差は小さい。さらには、土産品の種類とその特徴のような項目の「満足度」と「重視度」の平均値は同じである。このことから、それらの項目の「満足度」と「重視度」のバランスは比較的良好とれていることがわかる。しかしながら、第Ⅳ象限の全ての項目について資金や人材の投入過剰が認められるわけではないため、現在の投資や支出を必ずしも切りつめる必要のない項目もある。こ

■図3 「重視度」と「満足度」の散布図（IPAグラフ）



注：(1) 1～26の項目内容と表2に示された項目内容が一致している。
(2) 横軸と縦軸の交点の座標は(4.10, 4.27)である。

こでも、「要投入削減」の項目については、慎重にその意味合いを考えねばならない。

一方、第Ⅱ象限における項目の「重視度」の平均値は比較的高いが、「満足度」の平均値は低いことから、これらの項目は改善の対象となる。また、第Ⅲ象限における項目の「満足度」と「重視度」の平均値は比較的低いが、「重視度」の平均値は「満足度」の平均値より高い。このことはそれらの項目での改善の必要性を示している。

なお、第Ⅰ象限と第Ⅱ象限における項目の「重視度」の平均値は第Ⅲ象限における項目の「重視度」の平均値より高い。すなわち、観光客は第Ⅰ象限と第Ⅱ象限における項目に対してより期待しているため、今後は第Ⅱ象限と第Ⅰ象限における項目を優先的に改善し、その後、第Ⅲ象限の項目の改善にも取り組んでいく必要がある。

5.5 「総合満足度」とロイヤルティについて

観光客の「北川震災跡区」に対する「総合満足度」の平均値は高い（表3参照）。また、「総合満足度」と26項目の「満足度」との間には、明確な正の相関関係がある（表4参照）。すなわち、「総合満足度」は各項目の「満足度」と深い相互関係を持っており、「総合満足度」が高いほど各項目の「満足度」も高くなる傾向が読み取れる。さらに、各項目の「満足度」が、どれだけ「総合満足度」に影響を及ぼすかを明らかにすることができれば、改善策の選定に有用な指針となると考えられるが、これについては分析手法の研究を含めて、今後の課題としたい。

また、観光客の「北川震災跡区」に対するロイヤルティも高い（表3参照）。そして、ロイヤルティと各項目の「満足度」および「総合満足度」との間には、

■表3 観光客の「総合満足度」とロイヤルティ (N=470)

	不満／ 全く思 わない	やや不満 ／あまり 思わない	普通	満足／ やや思 う	大変満足 ／大いに 思う	平均値	標準 偏差
総合満足度	0.4%	0.2%	13.2%	57.9%	28.3%	4.13	0.667
ロイヤルティ							
再訪の意向	0.6%	0.6%	10.2%	57.0%	31.5%	4.18	0.684
紹介の意向	0.6%	1.3%	8.1%	54.7%	35.3%	4.23	0.701

注：平均値と標準偏差は以下のとおり、度数を設定した。1＝不満／全く思わない、2＝やや不満／あまり思わない、3＝普通、4＝満足／やや思う、5＝大変満足／大いに思う

■表4 「満足度」と「総合満足度」とロイヤルティとの相関関係 (Pearson)

カテゴリー	項目	総合満 足度	再訪の 意向	紹介の 意向
負の遺産と 関連景観	1. 負の遺産の保存状態	0.445**	0.339**	0.328**
	2. 負の遺産の信憑性・信頼性	0.371**	0.357**	0.306**
	3. 負の遺産の価値	0.372**	0.413**	0.380**
	4. 負の遺産の箇所数(災害跡や遺構)	0.377**	0.310**	0.295**
	5. 負の遺産の規模(面積・大きさ)	0.409**	0.297**	0.243**
	6. 震災記念施設の充実度	0.388**	0.348**	0.333**
	7. 周辺の自然景観の美しさ	0.445**	0.356**	0.306**
	8. 景観の整備	0.398**	0.282**	0.354**
観光施設・ アクセス・ 観光活動	9. 公共サービス施設の充実	0.372**	0.361**	0.339**
	10. 観光施設の整備	0.434**	0.350**	0.377**
	11. 案内板の充実	0.431**	0.345**	0.369**
	12. 区内交通の利便性	0.391**	0.298**	0.270**
	13. 周辺交通の利便性	0.411**	0.273**	0.254**
	14. 観光ルートの合理性	0.434**	0.295**	0.281**
	15. 観光活動の充実	0.386**	0.293**	0.243**
自然・文化 的環境	16. 環境の衛生度	0.391**	0.370**	0.354**
	17. 地元住民のホスピタリティ	0.388**	0.351**	0.324**
	18. 厳粛な雰囲気	0.364**	0.277**	0.257**
	19. 安全性と秩序	0.445**	0.357**	0.354**
	20. 区内の観光客数	0.386**	0.333**	0.317**
マネジメン トとサービ スの水準	21. 観光開発とマネジメントの水準	0.510**	0.397**	0.380**
	22. 職員の態度とその効率性	0.423**	0.357**	0.326**
	23. 職員の専門性	0.480**	0.380**	0.365**
	24. 解説員による解説の適切度	0.450**	0.328**	0.306**
土産品	25. 土産品の種類とその特徴	0.439**	0.334**	0.302**
	26. 土産品の価格の合理性	0.451**	0.366**	0.317**

注：**0.01水準で有意（両側）

有意な正の相関関係がある（表4、表5参照）。つまり、各項目の「満足度」と「総合満足度」が高いほど、観光客の「再訪の意向」と「紹介の意向」が強くなる。

■表5 「総合満足度」とロイヤルティとの相関関係 (Pearson)

		再訪の意向	紹介の意向
総合満足度	Pearsonの相関係数	0.573**	0.527**
	有意確率（両側）	0.000	0.000
	度数	470	470

注：** 0.01 水準で有意（両側）

6 おわりに

以上、本稿では「北川震災跡区」を事例に取り上げ、観光客の期待度と満足度の分析をとおして、「満足度」向上を図るための課題を考察してきた。結果は、以下のとおりである。

- (1) 観光客の期待度は全体的に高い。それは四川大震災後のマス・メディアによる被災地の大々的な報道の展開、災害救援の同胞愛精神の共有、政府による公益的な震災記念公園の造成などにより、観光客が「北川震災跡区」に大きな期待を抱くに至ったためと考えられる。
- (2) 観光客の満足度も全体的に高い。これは当該地が政府による莫大な人力と財力の投入による「負の遺産」の保護・活用、震災の記念、犠牲者の慰霊、防災教育の実施などの公益の場となっていること、また一般の観光地と異なり観光客が被災地への関心・追悼の気持ちを持って当該地を訪れていることから容認と寛容の精神が強いこと、などによるものと考えられる。
- (3) 期待度と満足度を比較してみると、満足度は期待度より低い。このことは、「北川震災跡区」における観光が観光客の期待に十分に答えられていないことを示している。
- (4) 「負の遺産地」で改善策を実施する場合には、観光客の期待の内容や現地の実情、整備施策の方向性等に十分留意した上で施策を立てなければならないことは言うまでもない。しかし、施策立案の初期段階において、IPAアプローチで示される「現状維持」、「要改善」、「改善先送り」、「要投入削減」などの仕分けは、「北川震災跡区」のような「負の遺産地」においても十分有効に機能しうると期待できる。
- (5) 満足度とロイヤルティは相互に影響を及ぼす。すなわち、満足度が高ければ高いほどロイヤルティも高くなる。

これらのことから、「北川震災跡区」のマネジメントに関する今後の課題は、観光客の満足度とロイヤルティを高めるために、観光客の期待やニーズを考へることであると指摘できる。まず、「負の遺産」とその関連景観を保全・保護する、地震記念施設を拡張・増設する、自然的・文化的環境を改善するこ

となどが必要である。次いで、業者の専門性を高め、サービスの質的向上を図ることである。さらに、「北川震災跡区」内の交通、および周辺からの交通アクセスを改善する必要が挙げられる。最後に、前述の3点を優先的に改善した後、土産品、観光開発とマネジメントの水準、公共サービス施設の改善に着手することである。

以上より、本研究により得られた知見は、中国の自然災害被災地における観光客満足度の研究に貢献しうるとともに、観光客満足度の向上にも応用可能であるといえよう。しかし、ここで示された改善策は、必ずしもその優先順位を一意的に定めているわけではない。現実的な改善策の決定にあつては、それ以前に全体の枠組み、すなわち何を目的とする改善であるのか、その意図を明確にした戦略的な検討が必要といえるからである。これらを今後の研究課題としつつ、本稿の提案する改善施策の動向について、再度、同様の調査を行い、その成果を検証してみたい。

参考文献

- 9/11 Memorial Staff (2012). *Memorial marks first year of operation, museum construction is moving forward*. Online: <http://www.911memorial.org/blog/memorial-marks-first-year-operation-museum-construction-moving-forward> (Accessed February 16, 2014)
- Albayrak, T., & Caber, M. (2015). Prioritisation of the hotel attributes according to their influence on satisfaction: A comparison of two techniques. *Tourism Management*, 46, 43-50.
- Biran, A., Poria, Y., & Oren, G. (2011). Sought experiences at (dark) heritage sites. *Annals of Tourism Research*, 38 (3), 820-841.
- 北川地震遺跡区政務網 (2012)『北川県遺跡区概況』〈<http://www.my.gov.cn/bmwz/957020418374369280/20121123/673181.html>〉(2014/10/3アクセス)
- Chi, C. G. Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29 (4), 624-636.
- Chu, R. K., & Choi, T. (2000). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: a comparison of business and leisure travellers. *Tourism management*, 21 (4), 363-377.
- 陳星・張捷・蘆韶婧・張宏磊・顏丙金・年四鋒 (2014)「自然災害遺跡型黒色旅遊地參觀者動機研究—以汶川地震北川遺跡公園為例」『地理科学進展』33 (7), 971-981.
- Dunkley, R., Morgan, N., & Westwood, S. (2011). Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism. *Tourism Management*, 32 (4), 860-868.
- Farmaki, A. (2013). Dark tourism revisited: a supply/demand conceptualisation. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7 (3), 281-292.
- Hansen, E., & Bush, R. J. (1999). Understanding customer quality requirements: Model and application. *Industrial Marketing Management*, 28 (2), 119-130.
- 胡晨歡・程迪「景区千百個，特產竟“大同”」『人民日報』2014年10月7日，2.
- 胡印斌「北川地震遺址該不該收費」『中國青年報』2011年10月26日，2.
- 黃志強「留不住的解說員」『東方早報』2013年5月10日，A22.
- Hudson, S., & Shephard, G. W. (1998). Measuring service quality at tourist destinations: An application of importance-performance analysis to an alpine ski resort. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 7 (3), 61-77.
- 賈銀忠 (2009)「北川“地震遺址旅遊”建立的民衆訴求—北川震後的調查報告分析」『西南民族大学学报：人文社会科学版』(11)，139-142.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th ed.). New York: Prentice Hall, p.36.

- 李向農・延軍平 (2014) 「汶川地震對區域旅遊業的影響研究」『資源科學』36 (8), 1652-1659.
- 馬紅麗 (2010) 『中國旅遊熱點城市入境遊客居民好客度感知研究』(修士學位論文) 西安：陝西師範大學。
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *The Journal of Marketing*, 41 (1), 77-79.
- 綿陽市唐家山堰塞湖治理暨北川老縣城保護工作指揮部・上海同濟大學城市規劃設計研究院・同濟大學建築設計研究所 (集團) 有限公司 (2009) 『北川地震紀念館區與地震遺跡保護地總體規劃』
- Neal, J. D., & Gursoy, D. (2008). A multifaceted analysis of tourism satisfaction. *Journal of Travel Research*, 47 (1), 53-62.
- Oh, H. (2001). Revisiting importance-performance analysis. *Tourism Management*, 22 (6), 617-627.
- 大橋昭一 (2009) 「最近における観光客満足理論の諸類型：観光経営理論の基本概念の考察」『関西大学商學論集』54 (1), 47-66.
- Orel, F. D., & Kara, A. (2014). Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction, and loyalty: Empirical evidence from an emerging market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21 (2), 118-129.
- Pezzullo, P. C. (2009). "This is the only tour that sells" : tourism, disaster, and national identity in New Orleans. *Journal of Tourism and Cultural Change*. 7 (2), 99-114.
- Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1978). Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of tourism Research*, 5 (3), 314-322.
- Podoshen, J. S. (2013). Dark tourism motivations: Simulation, emotional contagion and topographic comparison. *Tourism Management*, 35, 263-271.
- Qu, H., & Ping, E. W. Y. (1999). A service performance model of Hong Kong cruise travelers' motivation factors and satisfaction. *Tourism Management*, 20 (2), 237-244.
- Rid, W., Ezeuduji, I. O., & Pröbstl-Haider, U. (2014). Segmentation by motivation for rural tourism activities in the Gambia. *Tourism Management*, 40, 102-116.
- 阮群・楊玫 (2014) 『北川縣交通運輸局加強道路搶通保通工作』〈<http://jtj.my.gov.cn/bmwz/939572272648159232/20140709/1081636.html>〉(2014/10/3アクセス)
- 人民網 (2011) 『暴雨突襲綿陽山區北川平武多處道路塌方中斷』〈<http://news2.0898.net/2011/07/04/683002.html>〉(2014/9/5アクセス)
- Ross, G. F. (1993). Ideal and actual images of backpacker visitors to Northern Australia. *Journal of travel Research*, 32 (2), 54-57.
- Sharpley, R. & Stone, P. R. (eds) (2009). *The Darker Side of Travel: The Theory and Practice of Dark Tourism*. Bristol: Channel View Publications.
- Sheldon, K. (2013). Presenting Pompeii: Reconciling relationships between configuration and conversation. *Spectrum*, 3, 68-78.
- 申健健・喻學才 (2009) 「國外黑色旅遊研究綜述」『旅遊學刊』24 (4), 92-96.
- 四川省旅遊規劃設計研究院 (2011) 『四川省“三基地一窗口”紅色旅遊規劃 (2011-2020) (征求意见稿)』
- 四川省交通運輸廳 (2011) 『綿陽交通：苦幹三年跨越二十年』〈<http://www.scjt.gov.cn/10000/10586/10635/10638/10042496.shtml>〉(2014/8/12アクセス)
- 孫武 「地震所致傷痛未撫平，又成災區部分攤販賣點一售賣地震，北川人喪國難財？」『僑報』2009年4月7日，B3.
- Song, H., van der Veen, R., Li, G., & Chen, J. L. (2012). The Hong Kong tourist satisfaction index. *Annals of Tourism Research*, 39 (1), 459-479.
- Stone, P. R. (2005). Consuming dark tourism: A call for research. *eReview of Tourism Research*, 3 (5), 109-117.
- Stone, P. R. (2010). *Death, Dying and Dark Tourism in Contemporary Society: A Theoretical and Empirical Analysis*. Doctoral dissertation, University of Central Lancashire.

- Stone, P. R. (2013). Dark tourism scholarship: a critical review. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 7 (3), 307-318.
- Sun, X. X., Chi, C. G. Q., & Xu H. G. (2013). Developing destination loyalty: the case of Hainan Island. *Annals of Tourism Research*, 43, 547-577.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of tourism research*, 29 (1), 231-253.
- 植村貴裕 (2009) 「『負の遺産』と観光」『立正大学文学部論叢』(128), 53-73.
- 吳曉蕾 (2012) 『北川黒色旅遊協同發展研究』(修士學位論文) 北京: 北京交通大學.
- 謝素芳 (2013) 「立法選旅遊市場一片清淨」『中國人大』(9), 13-16.
- Yuksel, A., & Yuksel, F. (2001). Measurement and management issues in customer satisfaction research: Review, critique and research agenda: Part one. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 10 (4), 47-80.

附属資料

ここでは、データ分析に関連する各項目の詳細について補足する。

1 調査対象者の基本属性

調査対象者の基本属性は表1のとおり、性別構成からみると、男性が多く、57.4%を占め、女性は42.6%である。年齢構成からみると、20～49歳が中心を占める(78.9%)。19歳以下と50歳以上は21.1%である。学歴からみると、高等専門学校以上が一番多く、42.3%。次いで、高校と中等専門学校(31.9%)。中学校以下は一番少なく、25.7%である。職業構成からみると、一番多いのは自由業と会社員で、それぞれ18.5%と17.2%を占める。無職が一番少なく、1.9%である。居住地別では、四川省が一番多く、79.6%、それ以外は、20.4%である。

2 「重視度」について

アンケート調査の回答では、表2に示すように諸項目(26項目)の「重視度」の平均値の範囲は3.85～4.62で、しかもその中の14項目の平均値(m_i)は「重視度」の全26項目の総合平均値($M_i=4.27$)を上回っている。Tosun(2002)が述べるように、5段階のリッカート・スケールにおいては、「平均値」が1.0～2.4の範囲は消極的意識(negative perception)、2.5～3.4の範囲は中立意識(neutral)、3.5～5.0の範囲は積極的意識(positive perception)とされている(以降、「5段階のリッカート・スケール標準」と称す)。このことから、観光客は26項目全てを「積極的意識」のレベルで促えていることがわかる。

項目別にみると、「負の遺産の信憑性・信頼性」、「負の遺産の保存状態」、「負の遺産の価値」、「安全性と秩序」、「環境の衛生度」、「厳粛な雰囲気」などが高い一方、「土産品の種類とその特徴」、「土産品の価格の合理性」、「観光活動の充実」、「負の遺産の規模」、「地元住民のホスピタリティ」、「周辺の自然景観の美しさ」などは比較的低い。

3 「満足度」について

「満足度」については表2に示すように、諸項目（26項目）の「満足度」の平均値（ m_p ）の範囲は3.74～4.36であり、しかもその中の15項目の平均値は「満足度」の全項目（26項目）の総合平均値（ $M_p=4.10$ ）を上回っている。「5段階のリッカート・スケール標準」によれば、観光客の回答は26項目の全てで「積極的意識」のレベルにある。

項目別の「満足度」をみると、「負の遺産の信憑性・信頼性」、「負の遺産の保存状態」、「負の遺産の価値」、「震災記念施設の充実度」、「負の遺産の規模」、「安全性と秩序」が相対的に高く、一方、「土産品の種類とその特徴」、「土産品の価格の合理性」、「観光活動の充実」、「区内交通の利便性」、「解説員による解説の適切度」、「地元住民のホスピタリティ」、「周辺交通の利便性」などは低い。

4 「満足度」と「重視度」の比較

それぞれの評価項目の「満足度」と「重視度」の平均値を比較し、それらの平均値の差が偶然的な誤差の範囲にあるものかどうかを判定するために、それらの平均値の差（ d ）を計算したうえで、その差のt検定（paired-samples t-test）を行った（表2参照）。その結果、ほぼ全項目の「重視度」と「満足度」の間に、統計学的に有意な差が認められた（ $p<0.05$ または $p<0.01$ ）。

具体的にみると、「満足度」と「重視度」の差異が最も顕著なのは、「区内交通の利便性」（ $d=-0.38$ 、 $p<0.01$ ）、「周辺交通の利便性」（ $d=-0.33$ 、 $p<0.01$ ）、「解説員による解説の適切度」（ $d=-0.33$ 、 $p<0.01$ ）、「職員の専門性」（ $d=-0.30$ 、 $p<0.01$ ）などである。次には、「職員の態度とその効率性」（ $d=-0.29$ 、 $p<0.01$ ）、「厳粛な雰囲気」（ $d=-0.27$ 、 $p<0.01$ ）、「観光開発とマネジメントの水準」（ $d=-0.27$ 、 $p<0.01$ ）、「負の遺産の信憑性・信頼性」（ $d=-0.26$ 、 $p<0.01$ ）などである。これらから、アクセス（交通）、マネジメントとサービスの水準、「負の遺産」の保護、観光環境（特に、厳粛な雰囲気）などについて、観光客の期待度と満足度との開きが大きいことがわかった。

すなわち、観光客はハードとソフトの両面に対して期待外れの感を抱いているということがわかる。

5 IPAの適用

ここでは各評価項目をIPAグラフにプロットし分析を行った（図3参照）。

(1) 第Ⅰ象限

「重視度」の平均値も「満足度」の平均値も高い第Ⅰ象限に含まれている項目は、「負の遺産の信憑性・信頼性」、「負の遺産の保存状態」、「負の遺産の価値」、「震災記念施設の充実度」、「景観の整備」、「案内板の充実」、「環境の衛生度」、「厳粛な雰囲気」、「安全性と秩序」などである。

前項で分析したように、これらの項目の「満足度」の平均値と「重視度」の平均値との差はほぼ負数ということがわかる。また、これらの項目のうち、震災記念施設の充実度 ($p>0.05$) と景観の整備 ($p>0.05$) を除き、ほかの項目の「満足度」と「重視度」の平均値間の差異は有意 ($p<0.01$) である。すなわち、観光客の期待を示す「重視度」に応えていないといえる。

上記のとおり、「満足度」、「重視度」ともに高い平均値にあるが、「重視度」に対する「満足度」が十分でないことから、第Ⅰ象限に含まれる関係項目については、現在の良好な状態を維持しながら、より質の高い「負の遺産」の保護や景観の保全、地震記念施設の増設、区内の自然・文化的環境の改善などに一層取り組み、観光客の満足度を向上する必要があることが指摘できる。

(2) 第Ⅱ象限

「重視度」の平均値が高いが「満足度」の平均値が低い第Ⅱ象限に含まれている項目は、「区内交通の利便性」、「周辺交通の利便性」、「職員の態度とその効率性」、「職員の専門性」、「解説員による解説の適切度」などである。

前項での分析から、これらの項目の「満足度」の平均値と「重視度」の平均値の差 ($-0.38\leq d\leq -0.29$) は大きく、そしてそれらの差は有意であることがわかる。観光客はおそらく従業員のサービスや交通を当然のものとして期待したにもかかわらず、実際に享受した内容が期待を下回ったことを物語っている。

このことは言うまでもなく、「北川震災跡区」のマネジメントにおいては、従業員の専門性とサービスの質の向上と交通事情の改善に優先的に取り組むべきことを示している。

(3) 第Ⅲ象限

「重視度」の平均値も「満足度」の平均値も低い第Ⅲ象限に含まれている項目は、「観光開発とマネジメントの水準」、「観光ルートの合理性」、「観光活

動の充実」、「地元住民のホスピタリティ」、「土産品の種類とその特徴」、「土産品の価格の合理性」などである。

表2に示すように、これらの項目の平均値の範囲は3.85～4.26である。「5段階のリッカート・スケール標準」からみると、これら項目の「重視度」に対しては積極的評価が与えられ、すなわち観光客がこれらの項目に注目していることを示している。

また、項目25 ($d=0$, $p>0.05$) を除き、ほかの項目の「満足度」と「重視度」の平均値間の差は負数 ($-0.27\leq d\leq -0.15$) であり、有意 ($p<0.01$) であることがわかる (表2参照)。すなわち、観光客の期待度 (「重視度」) に応えられていない。

このことは、上記各項目の改善の必要性を示している。具体的には、観光開発手法の改善、経営管理の向上、観光ルートの整備、観光活動の充実、土産品の市場整備などが挙げられ、また地元住民に対しては、地元のホスピタリティの発揚を促す必要がある。

(4) 第Ⅳ象限

「重視度」の平均値が低く「満足度」の平均値が高い第Ⅳ象限に含まれている項目は、「負の遺産の箇所数」、「負の遺産の規模」、「周辺の自然景観の美しさ」、「公共サービス施設の充実」、「観光施設の整備」、「区内の観光客数」などである。

5.2の分析では、これらの項目の「重視度」の平均値は4.12～4.24の範囲にあり、「5段階のリッカート・スケール標準」では、これらの項目の「重視度」は「積極的意識」として評価される。すなわち、観光客はこれらの項目に期待している。

また5.5の分析結果は、これらの項目の「満足度」平均値と「重視度」平均値の差が比較的小さいことを示している ($-0.10\leq d\leq 0.11$)。そして、負の遺産の規模 ($d=0.11$, $p<0.01$) と公共サービス施設の充実 ($d=-0.10$, $p<0.05$) を除き、ほかの項目では「満足度」と「重視度」の間に有意差は認められない。よって、有意差の認められない4項目については、観光客の期待に比較的応えていると判断できる。

したがってこれらの項目に対しては、敢えて現有の投資とマネジメントを縮小する必要はなく、大きく投資する必要もないが、満足度が比較的低い項目、例えば項目9の公共サービス施設の充実については改善が必要といえる。

6 「総合満足度」とロイヤルティ

観光客の「負の遺産地」全体に対する「総合満足度」は、「大変満足」と「満足」が86.2%にのぼり、「不満」と「やや不満」は0.6%のみである (表3参照)。これは、「北川震災跡区」の総合満足度が極めて高いものであることを示し

ている。

また、ロイヤルティについては、まず、再訪の意向をみると、「大いに思う」と「やや思う」が88.5%であり、否定的な選択肢を選んだのは僅か1.2%である。また、紹介の意向をみると、「大いに思う」が35.3%で、「やや思う」が54.7%で、あわせて約9割の観光客が当地を他者に紹介したいと回答している（表3）。これらから、観光客は「北川震災跡区」に対してのロイヤルティが非常に高いことがわかる。

表4は26項目の「満足度」と「総合満足度」およびロイヤルティとの相関関係を示している。それらをPearsonの積率相関係数でみると、顕著な正の相関関係（ $p<0.01$ ）にあることがわかる。すなわち、「満足度」は「総合満足度」およびロイヤルティに直接的な影響をもっているといえる。

また、「総合満足度」とロイヤルティの間の関係を検討するために、相関分析も行い、その結果が表5に示されている。「総合満足度」と「再訪の意向」および「紹介の意向」との間に有意な正の相関関係がみられる。すなわち、「総合満足度」とロイヤルティは相互に影響を及ぼし合っており、「総合満足度」が高いほど、ロイヤルティも高くなる傾向が読み取れる。

（平成26年10月17日受理、平成27年1月13日採択）