

農泊オプショナル・ツアー探索モデルの試行 ～加茂農泊推進協議会のアンケート調査を題材に～

観光経営学部 教授 藪下 保弘
観光経営学部 講師 落合 純
観光経営学部 教授 出口 高靖
観光経営学部 3年 安達 友理

はじめに

2. 関連研究

3. 方法

3-1 調査参加者と調査手続きおよび調査時期

3-2 アンケート項目

4. 評価アンケートの解析

4-1 分析の前提条件抽出

4-2 相関関係

4-2 因果関係の検討

むすびにかえて

Appendix-1、Appendix-2

Abstract

Kamo Farm Stay Promotion Committee is engaged in creating contents for farm stays. The committee implemented a trial package tour in order to evaluate the contents. At the time, the committee surveyed participants' satisfaction level, degree of comprehension, and level of interest. Relationships by cross tabulation of demographics did not show statistical significance. Furthermore, correlation analysis between variables indicated correlation between the three variables. The purpose of this research is to derive a practical model for tourism product development from questionnaire evaluation. (安達)

はじめに

首相官邸の政策会議「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」（2015年11月、2016年3月、2回開催）と「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議ワーキンググループ」（第1回2015年12月～第11回2018年8月開催）を踏まえて、2016年3月に策定された「明日の日本を支える観光ビジョン」で、「滞在型農山漁村の確立・形成」を施策のひとつとして「農泊」が位置付けられた。

さらに、滞在を伴うインバウンド需要を農山漁村に呼び込み、日本ならではの伝統的な生活体験や農山漁村地域の人々との交流を楽しむ農山漁村滞在型旅行を「農泊」と定義づけた（農林水産省、2018）。それまで、都市農村交流、グリーン・ツーリズムなどは、農山漁村民宿での宿泊に限定されていた。しかし、農林水産省は、「農泊」を、旅館・ホテル等あらゆる施設に滞在して、農林水産産業を体験する旅行の総称とした。

都市農村交流、グリーン・ツーリズムなどの期待効果は、「農家の所得向上」と「雇用機会の創出」と限定されるものであった。一方、「農泊」は、期待する効果として前二者はもとより、インバウンドの増加、地域の所得の向上、遊休資源の利活用、移住者の増加、観光客の増加を掲げている。

農泊には連携する組織・団体は交通業、宿泊業、金融業、情報通信業、サービス業、農林水産業、飲食業、小売業、旅行業の他、地域の企業・団体など多様なプレーヤーが関わる。昨今は、地域一丸で取り組むツーリズムの形態として大きく広がりを見せ始めている。

2017年6月に、地域のコミュニティを形成するメンバーの「かやもり農園」、「加茂市」、「(株)ニューズライン」および「新潟経営大学」が連携して、「農泊」を実践する組織「加茂農泊推進協議会」を発足させた。協議会は農泊のプログラムとして、かやもり農園の本物の農業体験と古民家での宿泊体験（民泊新法による営業許可取得）を主軸に、新潟県・県央エリアでの体験型コンテンツを組み合わせた。そのプログラムの評価を得るために、モニターツアーを催行して、アンケートを集計して分析した。本研究は、今後のコンテンツづくりに資するフレーム・ワーク開発の試行である。

(出口)

2. 関連研究

「ニューツーリズム」という言葉が使われて久しい。ニューツーリズムとは、「従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しい形態の旅行」のことである（国土交通省，2010）。テーマとしては、産業観光、酒蔵ツーリズム、グリーン・ツーリズム、ヘルスツーリズムなど多岐にわたり、旅行者の多様化するニーズに対応できたり、旅行商品化の際に地域の特性を活かしやすく、地方活性化策として活用できたりするといった特徴から、国が積極的に推し進めてきた。たとえば、観光庁（2018）は、平成19年度から21年度にかけて「ニューツーリズム促進事業」、平成22年度には「モニターツアーの造成によるニューツーリズムの推進に関する調査事業」、平成25年度には「ニューツーリズム普及促進モデル事業」など多くの調査や事業に取り組んできている。このような状況を受け、現在では各地方自治体において、官民ひいては個人で地域イベントや地方観光の企画が行われている。

ニューツーリズムは、その用語が示す通り、これまでにない新しい形態の旅行であるため、まずは旅行者にとってどのようなニーズがあるのかを把握し、改良を続ける必要がある。一般に、モニターツアーなどが企画された際には、ツアー参加者に対しヒアリングやアンケートなどの社会調査手法が用いられる。実際の旅行場面で得られたデータを単にツアーの改良に役立てるだけでなく、さらに解析を進めることで、旅行者の意識や特性を把握しようとする調査研究も多い。たとえば、一場・安類・古谷（2008）は、尾瀬ヶ原における望ましい日帰りの自然ガイドツアーを実施するにはどうすればよいのかを提案するため、モニターツアーを実施し、参加者の意見を収集している。この調査では、ツアー参加者54名を、1グループ5人から20人になるように分け、全体の満足感やガイド内容の評価、参加人数の評価、ガイド料金（¥2,500）の支払い意志額、参加人数とガイド料金の組み合わせで参加意欲度が変わるかどうか（たとえば、参加人数が20人でガイド料金¥3,000の場合、参加したいかどうか）を尋ねた。分析の結果、ツアー参加者は、半数以上が参加人数を重

要視しており、参加人数が少ないとガイド内容の評価もよく、ガイド料金が多少値上がりしても支払う意思はあり、参加意欲度も高いという結果が得られた。一場らは、最終的に「参加人数を8人程度と少なめにし、ガイド料金を¥3,000程度と高めにする」という設定が望ましいとの結論を示した。

また、盧・山口（2012）は、東京のホテルに滞在している訪日中国人64名に対し質問紙調査を行い、再来訪を促す要因について検討している。質問紙の解析の結果、満足度を高め、再度来日してもらうためには、1）日本に滞在している間、自由時間を十分に取れること、2）日本人のおもてなしをさらに向上させること、3）料理の味と価格を満足させること、4）観光施設および宿泊施設サービスをよくすることの4点が重要であることが示された。

弓田・原田（2015）や神野・福島（2018）は、ニューツーリズムの中でも、スポーツイベント（例、市民マラソンなど）と観光のつながりをテーマとした、スポーツツーリズムに焦点を当て、実際のスポーツイベント場面において調査を実施している。弓田・原田（2018）は、スポーツイベント開催地域（デスティネーション）のイメージがどのように持たれるのか、再来訪意図や口コミ意図のような行動意図にどのような影響を与えるのかを、複数の「アルティメット¹⁾」の大会で、参加者に対しアンケート調査を行った。その結果、デスティネーションイメージは、「感覚」「風土」「アクティビティ」「アクセス」の4因子で構成されていることが分かった。また、このデスティネーションイメージは、滞在に対する総体的評価や総体的満足度、さらには再参加意図や口コミ意図といった行動的意図に正の影響を及ぼすことが示された。加えて、デスティネーションイメージは、行動意図に直接的に影響を与えるだけでなく、滞在中の総体的評価や総体的満足度を介して正の影響を及ぼすことも明らかになった。すなわち、デスティネーションイメージの向上は、滞在中の評価や満足度を向上させるだけでなく、「またこのまちでの大会に参加したい」「このまちでの大会への参加を誰かに勧めたい」という行動意図へも影響を及ぼす可能性を示している。

一方、神野・福島（2018）は、大会終了後に、富山マラソンへの参加者を対象に、郵送法による質問紙調査を実施し、大規模市民マラソンへの継続的な参加を規定する要因について検討している。分析の結果、富山マラソンに対する参加者の総合的満足度は高いことが判明した。また、「総合満足度」および「再参加意欲」には「大会基準（参加人数や大会のレベル、申し込み方法や参加費など）への満足度」が正の影響を及ぼすことが示された。スタッフ・ボランティアの対応や沿道の応援といった「ホスピタリティへの満足度」が、「総合満足度」に正の影響を及ぼすことも明らかになった。さらに分析を進めたところ、県内参加者と県外参加者の間で、「再参加意欲」を規定する要因に違いがあることが分かった。県内参加者は、「総合満足度」が直接的に「再参加意欲」に影響を及ぼすと同時に、「開催地域への愛着」を介しても影響を与えることが示された。一方で、県外参加者の「再参加意欲」を向上させるには、「総合満足度」が「開催地域への愛着」を介し、影響を及ぼす流れしかみられないことも示された。

以上のように、旅行商品の改善だけでなく、その旅行に対する旅行者の意識をアンケート調査によって探る試みは数多く行われている。これにより、多様なテーマを持つツアーに参加する人々

の特性が1つ1つ明らかになりつつある。

新潟県のほぼ中央に位置する加茂市では、2017年に、加茂市と地元の大学や農家、出版社などが集まり、加茂市ひいては県央地区を“農泊”で活性化させようとする「加茂農泊推進協議会」が発足した。当初は、“農泊”がどのようなものかを地域内外に広く発信すべく、農家での体験イベントを開催していた。その後、“農泊”で泊まった場所を起点に、周辺地域を巡ることで宿泊者（旅行者）に地域の魅力を感じてもらおうとする流れに至り、“農泊”を活用したモニターツアーが企画され、2017年12月に実施されている。グリーン・ツーリズムやエコツーリズムを扱った研究においては、アンケート分析の結果を報告する研究はいくつか見られるが、いずれも参加者の属性やアンケートの単純集計に留まっており、さらに解析を進めることで、参加者の意識がどのように関連し合っているのかまで探った研究はあまり多くない。

そこで、本研究では、「加茂農泊推進協議会」に協力を仰ぎ、実施されたモニターツアーで用いられた評価アンケートの解析をおこなうことで、ツアー参加者の特性や参加者がどのような意識を抱いたのか、それらはどのような関係を示したのかを探る。本研究結果は、現在の多種多様なニューツーリズム（テーマ別観光）において、ひとつの貴重な基礎的知見となるであろう。（落合）

3. 方法

3-1 調査参加者と調査手続きおよび調査時期

ツアー参加者は、男性18名、女性36名、性別不明1名の計55名であった。参加者の年齢については、年代で回答してもらったため、具体的な年齢は提示できないが、20歳代から80歳代と幅広い世代が参加した。アンケートの回収率は94.5%であった。

ツアーは、2017年12月2日（土）に開催された。2班に分かれ、それぞれTable3-1のとおり行程を取った。ツアーの最後にアンケート記入を依頼し、参加者に回答してもらった。

Table3-1 ツアーの行程表

A班	加茂市役所 → 加茂川漁協 → マスカガミ → 大湊文吉商店 → かやもり農園 → 渡辺果樹園 → 玉川堂 → 加茂市役所
B班	加茂市役所 → 加茂川漁協 → 大湊文吉商店 → マスカガミ → かやもり農園 → 玉川堂 → 渡辺果樹園 → 加茂市役所

3-2 アンケート項目

評価アンケートを作成するに当たり、ウェブ上で公開されているモニターツアーのアンケートの項目（たとえば、観光庁、2011；環境省、2012）を参考に作成した。項目は以下のとおりである。

基本属性 性別、年齢、職業といった基本的な属性について尋ねた。

満足度 ツアーで巡ったそれぞれのスポットについて、どの程度満足したかを尋ねた。評価は、a. 非常に満足か、b. 満足、c. ふつう、d. 不満、e. 非常に不満の5件法であった。加えて、ツアーの総合的な満足度についても、①非常に満足から⑤非常に不満までの5件法で回答してもらった。

目的理解度 今回のツアーの目的について、どの程度理解できたのかを、①よく理解できた、②理解できた、③あまり理解できなかった、④理解できなかった、の4件法で尋ねた。

農泊への関心度 ツアーを通して農泊に興味関心を持ったかどうかについて、①持った、②少し持った、③あまり持たなかった、④持たなかった、の4件法で尋ねた。

ツアーへの参加希望 ツアーにまた参加したいかどうかを、①参加したい、②参加したくないの強制選択法で尋ねた。

その他質問項目 その他の質問項目として、今回のツアーの参加費として適当な金額や、このツアーに誰を連れてきたいか、ツアーを知ったきっかけなどを尋ねた。いずれも7～10の選択肢の中から適当なものを1つ選ぶというものであった。その他、意見として自由記述欄を設けた。実際に利用したアンケートについては、Appendix-1にまとめた。(落合)

4. 評価アンケートの解析

4-1 分析の前提条件抽出

Table4-1のとおり、評価アンケートのサンプルをクリーニング処理した後に得られた母数 ($N=52$) の年代項目の平均値 (M)、標準偏差 (SD)、最小値 (Min)、最大値 (Max) を算出し、得点分布を確認した。Table4-2で確認するように、60代、70代に有意な人数比率の偏りが見られる ($\chi^2=52.77$, $df=5$, $p>.000$)。この特性を考慮し、本解析においては60代と70代 ($N=40$) に対象を絞り解析をすすめる²⁾。

Table4-1 記述統計 (年代)

<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
52	59.62	11.37	20	80

Table4-2 年齢別分布

20代	40代	50代	60代	70代	80代
2	2	7	25	15	1

解析に際し、評価アンケート中のリッカート尺度で問うた9項目の最大値、最小値、平均値、標準偏差を算出し、得点分布を確認した³⁾。Table4-3を観察するに、総じて平均値と標準偏差の関係から推察して天井効果が生じている可能性を否定できず、いくつかの項目に偏りがみられる⁴⁾。

しかし、いずれの項目も評価アンケートの状況を把握するうえで重要な内容が含まれていると判断し、9項目すべてを分析の対象とした。

Table4-3 アンケート中のリッカート尺度で問うた9項目の記述統計量

	<i>N</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
漁協	40	3	5	3.93	0.66
酒蔵	39	2	5	3.51	0.83
地場産業	39	3	5	4.05	0.69
ツアー主催農園	40	2	5	4.33	0.80
果樹園	35	2	5	3.89	0.72
伝統産業	36	3	5	4.03	0.77
総合満足度	38	1	5	4.05	1.09
理解度	40	2	4	3.38	0.67
関心度	38	2	4	3.32	0.70

つづいて、評価アンケート9項目に対して因子分析により共通因子を抽出したところ、固有値の変化(4.79、4.46、0.81、0.53、0.41、0.33……)と、因子解釈可能性を考慮すると固有値が1.0以上の因子が2つ析出されたため2因子構造が妥当と考えられた。

そこで、再度2因子を仮定して最尤法・Promax回転により因子分析をすすめた。この結果、十分な因子負荷量を示さない項目が見当たらないため、最終的にPromax回転後の因子パターンと因子間相関はTable4-4のとおりとなった。なお、回転前の2因子で9項目の全分散を説明する累積割合は69.52%であった。

第1因子は6項目で構成されており、これらは視察スポットの満足度に関する設問である。このため、「スポット」因子と命名する。

また、第2因子は3項目で構成されており、「今回のツアーで農泊について興味・関心を持ったか(関心度)」、「今回のツアーに参加して、ツアーの目的を理解できたか(理解度)」、「ツアーを総合的に見た内容はいかがか(総合満足度)」を問うているため、「インタレスト」因子と命名する。

Table4-4 評価アンケートの因子分析結果(Promax回転因子のパターン)

	I	II
第1因子：スポット		
漁協	0.91	-0.28
果樹園	0.79	-0.05
酒蔵	0.76	0.10
伝統産業	0.65	0.13
地場産業	0.63	-0.07
ツアー主催農園	0.55	0.36
第2因子：インタレスト		
関心度	-0.34	0.96
理解度	0.13	0.76
総合満足度	0.40	0.60
因子間相関	I	II
I	—	.56
II		—

なお、内的整合性を検討するために、2因子の下位尺度のCronbachのアルファ(α 係数)を求めたところ、Table4-5のとおりスポット $\alpha = .87$ 、インタレスト $\alpha = .77$ を算出し、十分な信頼性統計量が得られた。

Table4-5 信頼性統計量 (Cronbachのアルファ)

	α	項目の数
スポット	.87	6
インタレスト	.77	3

本章においては、ツアーの満足度、理解度ならびに農泊への関心度についてこれら関連性を明らかにするため、第2因子の下位尺度3項目の関係に着目して解析を進める。

4-2 相関関係

総合満足度、理解度、関心度の関連性について相関分析を用いて3尺度の相互関係を検討する。遡りTable4-3から、関心度 ($M=3.32$, $SD=0.70$)、理解度 ($M=3.38$, $SD=0.67$)、総合満足度 ($M=4.05$, $SD=1.09$) について t 検定により男女差を検討したところ、3尺度すべてに有意な差はみられなかった。

つづけて、男女込みの相関関係をTable4-6に、男女別の相関関係をTable4-7に示す。

Table4-6から、男女込みでは、総合満足度と理解度 ($r=.68$)、総合満足度と関心度 ($r=.51$)、理解度と関心度 ($r=.51$) と、3者間すべてに中程度の正の有意な相関関係がみられた。

Table4-6 関心度、理解度、総合満足度の相関関係 (男女込み)

	総合満足度	理解度	関心度
男女 ($n=37$)			
総合満足度	—	.68**	.51**
理解度		—	.51**
関心度			—

有意確率 (両側) ** $p < .01$ 欠損値: リストごとに除外

Table4-7 関心度、理解度、総合満足度の相関関係 (男女別)

	総合満足度	理解度	関心度
女性 ($n=27$)			
総合満足度	—	.63**	.44*
理解度		—	.34
関心度			—
男性 ($n=10$)			
総合満足度	—	.74*	.63
理解度		—	.77**
関心度			—

有意確率 (両側) * $p < .05$ ** $p < .01$ 欠損値: リストごとに除外

かたや、Table4-6から男女別の相関をみると、男女間で相関のパターンは異なり、総合満足度と理解度の間に男性 ($r=.74$) では強い正の相関、女性 ($r=.63$) では中程度の正の相関が有意にみられる。また、総合満足度と関心度の間には男性には有意な相関がみられないが、女性には中程度の正の有意な相関がみられる。さらに、男女では理解度と関心度の間に顕著な相違がみられる。男

性 ($r=.77$) には強い有意な相関が見られるが、女性 ($r=.34$) には有意な相関はみられない。

4-3 因果関係の検討

(1)総合満足度、(2)理解度および(3)関心度の3項目が互いに与える影響について、3項目各々を目的変数と説明変数として男女別で重回帰分析により検討した。この結果を、Table4-8 (総合満足度)、Table4-9 (理解度)、Table4-10 (関心度) に示す。

(1) 総合満足度

Table4-8 重回帰分析の標準偏回帰係数 (β) (目的変数：総合満足度)

	女性	男性
説明変数		
理解度	0.54*	0.63
関心度	0.25	0.15
決定係数 R^2	.45**	.56
VIF (女性) =1.24 VIF (男性) =1.66		
有意確率 (両側) ** $p < .01$, * $p < .05$ 欠損値：リストごとに除外		

女性では理解度から総合満足度に対する標準偏回帰係数 (β) は有意であるが、関心度から総合満足度に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。同じく男性では、理解度と関心度が総合満足度に対する標準偏回帰係数は有意を示さなかった。

(2) 理解度

Table4-9 重回帰分析の標準偏回帰係数 (β) (目的変数：理解度)

	女性	男性
説明変数		
総合満足度	0.59*	0.42
関心度	0.09	0.51
決定係数 R^2	.35**	.07*
VIF (女性) =1.14 VIF (男性) =2.48		
有意確率 (両側) ** $p < .01$, * $p < .05$ 欠損値：リストごとに除外		

女性では総合満足度から理解度に対する標準偏回帰係数は有意であるが、関心度から理解度に対する標準偏回帰係数は有意を示さなかった。同じく男性では、総合満足度と関心度が理解度に対する標準偏回帰係数は有意を示さなかった。

(3) 関心度

Table4-10 重回帰分析の標準偏回帰係数 (β) (目的変数：関心度)

	女性	男性
説明変数		
総合満足度	0.37	0.13
理解度	0.12	0.68
決定係数 R^2	.20	.60
VIF (女性) =1.65 VIF (男性) =2.21		
有意確率 (両側) ** $p < .01$, * $p < .05$ 欠損値：リストごとに除外		

男性と女性ともに、総合満足度と理解度から関心度に対する標準偏回帰係数は有意ではなかった。
(藪下)

むすびにかえて

評価アンケートのうち、農泊に関する興味関心を示す因子の下位尺度3項目の「総合満足度」、「理解度」および「関心度」に着目して、これらの相関関係と因果関係を男女別に解析を試みた。この結果、男女を混合した分析では3項目間に有意な相関がみられるものの、男女別の分析では有意でない現象があらわれることから、相互作用効果が発生している可能性は否定できない。

また、サンプルが60代と70代に偏りがあるため、クリーニング処理において当該年代のみを解析対象に絞り抽出したために、天井効果を助長した可能性も検討すべきである。このことは、CCRC (Continuing Care Retirement Community) 世代をターゲットとしたツーリズムの企画・立案に資する手法の糸口を探る試みに期待したためである。こうした点をかえりみて、今後はより広い年代層からサンプルを収集する工夫が課題として残る。

よって、本論考においては二の句を継げない形式的な論法で考察する労は無用としたい。プラグマティックな解析と検討において、虚礼虚文な論理の構築はアドホックな仮説に終始する愚を招くおそれがある。しばしば、実証的論考においては有意差の検定が途絶えた時点で考察を仕切り直す場面に遭遇する。

もとより、本論考をもって完全無比のヒントを導く期待はできない。ここに、本研究を農泊のオプション・ツアーの開発に限らず、観光のマーケティング・ミックスを考えるフレーム・ワークを構築する試行として意義のあるプロセスになりうる期待をもって擱筆しよう。

なお、本リサーチでは満足な結果を得るにいたらなかったが、Appendix-2に学生たちがPBL型のインターンシップをとおして得られた成果報告を所収した。そこでは、全項目の相関関係をみた結果、目的理解度と関心度に中程度の正の相関がある点にフォーカスして、「関心度を高めるためには理解度の向上策が必要」との仮説を立てた⁵⁾。重回帰式分析によりこの仮説を検証したところ、関心度に対して標準化係数=0.58の割合で有意に影響を与えると仮説が立証された。それでは、さらに理解度に影響を与える要因として、総合満足度=0.37、関心度=0.43の割合で説明変数として有意に機能しているとの結果を得ている。さらには、共分散構造分析により三者の関係を解析したところ、総合満足度が目的理解度に、理解度が関心度に影響を与える構造が有意である指摘を報告している。こうした結果は、コンテンツ作りに評価アンケートのデザインのみならず、調査手法に改善をはかる必要があれば、実用に耐えうる簡便な意思決定ツールになる可能性が示唆されたものとしてポジティブにとらえたい。
(藪下、落合、安達)

謝辞

本報告に際し、評価アンケートの解析にご理解とご協力をいただきました加茂農泊推進協議会のみなさまに衷心より感謝申し上げます。萱森教之会長には、COC+事業（受託：新潟大学）の一

環で開催された、「～学生のチャレンジ2017～インターシップ・地域活動フォーラム」（於：インターシップ・フォーラム長岡）における学生発表にあたり、ビデオレターによるコメント評価をいただきました。ありがたく厚く御礼申し上げます。

同じく、学生発表に熱心なサポートを頂戴しました就職指導課の宮崎俊係長、（同）樋口恵さんに感謝申し上げます。

また、「平成最後」の年度に発行される「地域活性化ジャーナル」への投稿機会をいただきました地域活性化研究所の運営委員各位に感謝申し上げます。

註

- 1) フライングディスクの競技種目の一種。
- 2) 解析ソフトにSPSS 25を使用した。
- 3) 理解度、関心度は4件法、その他は5件法による。
- 4) 得点は数値が大きくなるほどポジティブの回答となるように逆転項目として調整した。
- 5) 収集サンプルの全データを対象に解析を進めた。よって、クリーニング処理をして年代層を絞った本リサーチとは観察の観点が異なる。

引用文献・参考資料

- 一場博幸, 安類智仁, & 古谷勝則 (2008) 「尾瀬ヶ原における望ましい日帰りの自然ガイドツアー実施方策に関する考察.」『ランドスケープ研究』71 (5), pp.837-842.
- 神野賢治, & 福島洋樹 (2018) 「大規模市民マラソンへの継続的な参加要因の検討：スポーツツーリズムの推進を視座に」『富山大学人間発達科学部紀要』12 (2), pp.63-74.
- 環境省 (2012) 『平成23年度 東北海岸トレイル構想検討業務 報告書 資料編』 URL:<https://www.env.go.jp/nature/report/h24-01/index.html>. (2019年2月4日アクセス)
- 観光庁 (2018) 『ニューツーリズムの振興』 URL:http://www.mlit.go.jp/kankocho/page05_000044.html. (2019年2月4日)
- 観光庁 観光地域振興課 (2011) 『東北地域の太平洋沿岸エリア等における交流拡大事業』の冬期モニターツアー募集について』 URL:http://www.mlit.go.jp/kankocho/topics01_000170.html. (2019年2月4日アクセス)
- 国土交通省 (2010) 『ニューツーリズムの概念』 URL:<http://www.mlit.go.jp/common/000116863.pdf>
- 農林水産省 (2018) 『農山漁村振興交付金公募要領 農泊推進対策 (広域ネットワーク推進事業「国内一般消費者向け農泊プロモーション」)』 URL:<http://www.maff.go.jp/j/supply/hozyo/nousin/attach/pdf/181114-4.pdf>
- 小塩真司 (2012) 『事例研究で学ぶSPSSとAmosによる心理・調査データ解析 [第2版]』東京図書
- 盧剛, & 山口一美 (2012) 「訪日中国人観光者の再来訪を促す要因の研究.」『生活科学研究』34, pp.187-197.
- 弓田恵里香, & 原田宗彦 (2015) 「スポーツイベント参加者のデスティネーションイメージが評価、満足度行動意図に及ぼす影響」『観光研究』27 (1), pp.101-113.

Appendix-1

評価アンケート設問（一部抜粋）

評価アンケートで得られたデータ（一部抜粋）

評価アンケート設問（一部抜粋）

県央まるごと食べ・呑み&遊びツアー参加者アンケート（ご協力お願い）

2017年12月2日（土）

加茂農泊推進協議会

0. あなた自身のことについて、記入または当てはまる番号に○を付けてください）

性別：1. 男 2. 女 年齢： 歳代

職業区分：1. 会社員 2. 農業関係者 3. 自営業者 4. 主婦 5. その他

下記の項目について記入、もしくは選択肢がある場合は当てはまるもの1つに○をつけてください。

1. 今回のツアーの体験について、ご意見をお聞かせください。

(1) 次の体験内容で、一番印象に残ったものは何ですか。（複数回答可）

- ① 鮭の水揚げ見学 ② マスカガミ酒蔵見学 ③ 大湊文吉商店見学 ④ 餅つき・試食
⑤ かやもり農園見学 ⑥ 渡辺果樹園見学・試食 ⑦ 玉川堂工場見学

(2) 次の各施設について、体験内容はいかがでしたか。

A 漁協 鮭捕獲場所

- a. 非常に満足 b. 満足 c. ふつう d. 不満 e. 非常に不満

B 酒蔵

- a. 非常に満足 b. 満足 c. ふつう d. 不満 e. 非常に不満

C 地場産業

- a. 非常に満足 b. 満足 c. ふつう d. 不満 e. 非常に不満

D 農園

- a. 非常に満足 b. 満足 c. ふつう d. 不満 e. 非常に不満

E 果樹園

- a. 非常に満足 b. 満足 c. ふつう d. 不満 e. 非常に不満

F 伝統工芸

- a. 非常に満足 b. 満足 c. ふつう d. 不満 e. 非常に不満

(3) 今回のツアーを総合的に見て、内容はいかがでしたか。

- ① 非常に満足 ② 満足 ③ ふつう ④ 不満 ⑤ 非常に不満

（③不満、④非常不満と答えた方は(4)その理由（場所）へお進みください。）

(4) ③不満、④大変不満と答えた方にお伺いします。不満を感じた場所はどこですか。

当てはまるもの全てに○をつけてください。また、その理由は何ですか。

- ①鮭の水揚げ見学 ②マスカガミ酒蔵見学 ③大湊文吉商店見学 ④餅つき・試食
⑤かやもり農園見学 ⑥渡辺果樹園見学・試食 ⑦玉川堂工場見学
⑧それ以外 ()

2. 今回のツアーにご参加頂き、ツアーの目的を理解できましたか。

- ①良く理解できた ②理解できた ③あまり理解できなかった ④理解できなかった
⑤理解できない

内容 (具体的に:)

3. 今回のツアーで農泊について興味・関心を持ちましたか。

- ①持った ②少し持った ③あまり持たなかった ④持たなかった

4. 今回のツアーに参加する場合、適当であると思う参加費はいくらですか。

- ①¥1,000～¥1,999 ②¥2,000～¥2,999 ③¥3,000～¥3,999 ④¥4,000～¥4,999
⑤¥5,000～¥5,999 ⑥¥6,000～¥6,999 ⑦¥7,000～¥7,999 ⑧¥8,000～¥8,999
⑨¥9,000～¥9,999 ⑩その他 (¥)

5. このツアーにまた来るなら誰を連れてきたいですか。

- ①家族 (夫婦) ②家族 (子ども) ③友人 ④恋人 ⑤同僚 ⑥上司 ⑦独りで

6. このツアーを何で知りましたか。

- ①広報誌 (加茂市) ②こまちWeb ③ポスター・ちらし ④友人・知人からの紹介
⑤SNS (Facebook等) ⑥ホームページ ⑦雑誌 ⑧テレビ ⑨ラジオ
⑩その他 ()

7. このツアーにまた参加したいと思われましたか。

- (1) ① 参加したい ②参加したくない

(2) どんなツアーがあれば、参加したいですか。下記に具体的に内容をご記入願います。

評価アンケートで得られたデータ（一部抜粋）

No.	性別	年齢	職業分類	漁協	酒蔵	地域産業	農園	果樹園	伝統工芸	総合満足度	理解度	関心度
1	1	50	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4
2	1	20	1	5	5	5	5	5	5	5	4	3
3	2	60	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3
4	2	20	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4
5	1	50	1	5	3	5	3	5	4	5	4	4
6	1	60	1	4	3	3	4	4	4	4	2	2
8	2	60	2	4	3		4	4	3	4	3	4
10	1	40	5	3	3	4	3	4	4	4	2	2
12	1	60	1	4	4	5	5	4	4	5	4	4
13	1	60	2	4	3	4	5	4	5	4	4	4
14	2	60	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
15	1	60	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
16	1	60	1	4	3	3	4	4	3	2	2	3
17	1	50	3	4	3	4	4	3	4	5	3	3
18	1	60	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
19	2	60	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
20	2	70	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3
21	1	70	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
22	2	70	3	4	3	4	5			4	4	2
23	2	60	5	4	2	3	4	3	4	4	3	3
24	2	70	4	4	4	4	4			4	3	3
25	2	60	3	5	4	3	5	4	4	5	4	3
26	2	60	4	3	3	4	2	2	4	2	3	3
27	2	60	4	5	5	5	5	5	5	5	3	2
28	2	60	4	3	2	4	4	4	4	2	3	3
29	2	50	4	4	3	4	4	4		4	3	3
30	2	60	4	5	5	5	5			5	4	4
31	2	70	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
32	1	60	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3
33	2	60	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4
34	2	50	1		3	3	5	4	4	1	4	3
35	2	60	4	3	3	4	2	3	3	1	2	2
36	1	50	5	5	3	4	2	4	4	1	3	3
37	2	40	4	5	3	4	5			4	3	4
38	2	70	4	4	4	4	5	4	4		3	
39	2	60	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
40	2	60	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
41	2	70	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4
42	2	60	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
43	2	80	4	3	3	4	4	3	3	2		
44	2	70	4	4	4	5	5		5	5	4	4
45	1	70	5	4	2	4	3	4	3	1	2	2
46	2	70	4	4	3	4	5	4	3	4	4	3
47	2	60	4	5	4	5	5	4	5	4	3	3
48	2	50	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
49	1	70	5	4	3	4	4			4	3	3
50	2	70	4	4	3	3	5	3	4	4	3	4
51	2	70	4	3		5	5	4	3	5	3	4
52	2	70	4	3	3	4	5	3	3	4	3	3
53	2	70	4	4	4	4	4	4	4		4	3
54	2	60	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
55	2	60	4	4	3	3	4	3	5	4	3	3

Appendix-2

学生の調査・研究・発表

「農泊推進プロジェクトに参加して」

地(知)の拠点大学による地方創生推進事業 (COC+)

インターンシップ・地域活動フォーラム

2018年2月21日 於：アオーレ長岡

安達倫也 高橋伶児 田中李奈 馬場由子 安田桃子



本報告では、農泊について簡単に説明した後に、ゼミ活動の様子として「農泊推進プロジェクト」への参加を通して学んだ地域の魅力とポテンシャルを紹介し、私たちの中に芽生えた学びの気づきを発表します。

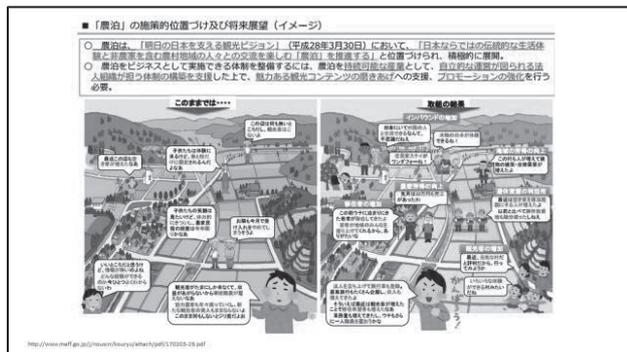
また、当然に活動を続けるうちに、いくつかの疑問や課題に直面します。

このうち、アンケート調査の解析から見えてきた事実と問題の解決策をプロジェクトに提案し、議論した活動の内容を報告します。



ご存知のとおり、地方創生の大命題は、首都圏の人口一極集中の是正です。

この条件を満たすには、地方が元気になる必要があります。



現在、農林水産省は滞在型旅行（農泊）を、農山漁村の所得向上を実現する上での重要な柱として位置づけています。

しかし、単純に農泊の受け入れ農家を増やすだけではこの目的は果たせません。

理解をより深めるために、宿泊産業の業界構造に視点を改めて議論を整理します。



スライドは、私たちがブレインストーミングで出し合った意見を「ファイブ・フォース」にまとめたものです。

時間の関係上、詳細は割愛しますが、総じて業界全体は「大資本投下型」、「大企業優位」で「規制に保護される完成された業界」であると捉えられます。ゆえに新たなイノベーションが起きなければ、業界の成長は断定的だと考えます。



ところで、業界を取り巻く外部環境に目を向ければ、2020年には「東京オリンピック・パラリンピック」が開催され、事実上「世界のグローバルスタンダード」が日本に集結します。また、政府は平2016(平成28)年に「観光を地方創生の切り札」として掲げています。





第1回モニターツアー
2017.9.7

当日は、多くの業界団体、新聞社やテレビ局などの関係者でにぎわい、大盛況でした。



資源調査
2017.10.18/2017.11.22

10月と11月には、加茂市内の資源調査を行いました。

一般に、歴史が資源と思われがちな加茂市ですが、「古き良き昭和の雰囲気を守り続ける飲食店の歴史」、「古民家を改装して昔ながらの趣をサービスとする不動産屋さんの歴史」、「伝統工芸の技を連綿と受け継ぐ職人さんの歴史」など、歴史にも種類があります。姿形として現存する資源のみならず、この町の歴史を大切にする人の「思い」に感銘を受けました。



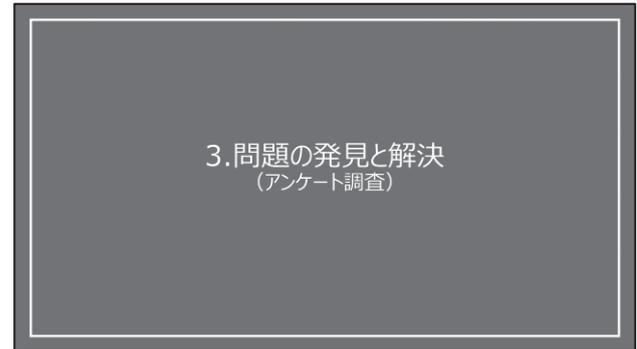
第2回モニターツアー
2017.12.2

日頃は通学のみで通過してしまう加茂市内には、まだまだ歴史が息づいているという可能性を強く

感じたことは、私たちにとって刺激のある発見でした。

続いて12月には、第2回モニターツアーを開催しました。市内外の一般参加者を募り、当日は50名ほどの参加者が加茂市内の企業・団体を視察して回りました。

ツアーの際に実施したアンケートを解析し、課題を発見して協議会に報告しました。次に、この成果について発表します。



このインターンシップに限らず、「観光の学部に入学したから」という理由で「学生目線で……新たな発想で……」といわれて「まちづくりの提案をしてほしい」「ツアーを企画してもらいたい」などの依頼を受けることがしばしばあります。



学生の悩み……

実際は、大学で少しばかりかじった知識よりも、絶対的な情報量と引き出しの数を持つ地元の方の方がたくさんモノゴトを知っているのです。

問題の発見や議論のスタートとなるエビデンスを私たちに与えられないまま、期待だけが課せられるという悩みを抱えているのが実態でした。

学部の先生方も同じ問題意識を抱いており、こ

の苦悩を和らげる提案をいただきました。



それは、統計から得られたエビデンスにもとづき仮説を立て、それを検証するというものです。その成果を、協議会の調査報告会にて発表しました。

以下、報告の一部を抜粋して発表します。

総合満足度、理解度においても同様の相関

	マスカガ 三酒蔵	大湊文吉 商店	かやもり 農園	渡辺果樹 園	玉川堂	総合的満足	目的理解度	農泊関心度
加茂川漁協	.550**	.452**	.370*	.537**	.510**	0.321	0.315	-0.040
マスカガ三酒蔵		.644**	.567**	.649**	.692**	.612**	.418	0.250
大湊文吉商店			.365	.662**	.631**	.406**	.388	0.211
かやもり農園				.542**	.516**	.668**	.523**	0.225
渡辺果樹園					.605**	.446**	.345	0.177
玉川堂						.509**	.388	0.211
総合的満足							.597**	.251**
目的理解度								.581**

農泊の啓蒙につとめるには、関心度をいかに向上させるか？

問題は、関心度に相関がないこと

実際にはいろいろな手順がありますが、本報告では相関分析から進めます。

スライドで見るように、ツアーで視察して回った企業・団体間の関係は総じて有意を示しており、かつ相関の度合いも比較的大きな数値を示しています。ところが、農泊関心度に関しては、不思議なことに相関関係がないといえるほど強い相関係数を示していません。

ここが、本報告の最大のポイントです。

問題は、関心度に相関がないことです。

農泊関心度と目的理解度の関係に目を向ければ、中程度の相関係数を有意に示しています。

以上の作業から、「関心度を高めるためには、理解度の向上策が必要だ」という仮説にたどり着きました。

仮 説

農泊関心度を高めるためには、
目的理解度の向上策が必要だ！

農泊関心度を高める分析計算をした結果、仮説と一致するモデル式が得られました。

留意すべきところは、コンテンツ、すなわち各訪問先の変数がモデル式の説明変数に含まれていない点です。

検 証

農泊関心度に対して目的理解度が
影響をおよぼしている。
仮説は正しい！

農泊関心度 = 0.576 × 目的理解度 + 定数

モデル	非標準化係数 B	標準誤差	標準化係数 ベータ	t 値	有意確率
(定数)	1.822	0.639		2.849	0.008
目的理解度	0.576	0.145	0.581	3.977	0.000

ということは、今はオプション・ツアーなどプログラムの完成度を高めることに注力しているけれども、実はそうではなくて、目的の理解を促す策を講じることが優先されるわけです。

それでは
目的理解度を高めるには…

モデル式
農泊理解度
= 0.366総合満足度
+ 0.428農泊関心度 + 定数

モデル	非標準化係数 B	標準誤差	標準化係数 ベータ	t 値	有意確率
(定数)	0.969	0.620		1.562	0.129
総合的満足	0.366	0.111	0.449	3.301	0.002
農泊関心度	0.428	0.137	0.424	3.118	0.004

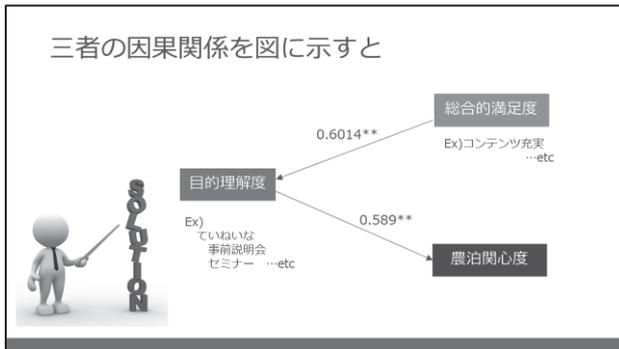
それでは、さらに目的理解度に影響を与える要因は何かを解析しました。

この結果、農泊理解度に影響を与えるのは総合満足度と農泊関心度だということがわかりました。

整理しましょう。まず目的理解度が中心の要素

になります。

先の検証では、総合的満足度が目的理解度に影響をあたえる要素でした。農泊関心度は、目的理解度の影響を受けます。



この図を戦略の糸口にするならば、「総合満足度」が「農泊関心度」に直接影響を与えるのではなく、これらの中に「目的理解度」が介在している点に着目し、まずはツアーの理解度向上につとめるべきではないでしょうか。

この報告をしたところ、さすがに抵抗感があるためか、一部の常任メンバーには受け入れが容易ではなかったようです。

もちろん、このアンケート調査ですべてを説明できないことは承知しています。

しかし、私たちの立場だけで申し上げるなら、この調査はとても有意義だったと思えます。

「学校で習う勉強は社会に出たら役には立たない」といわれます。おそらく、多くの場合はそのとおりだと思いますが、このインターンシップを通して、決してそうではない事実を体感できました。

何よりも、地域に根ざした活動を通して私たちに気づきを与えてもらったことは、大切な財産です。

むしろ、生半可な暗記に終始するテストの成績に一喜一憂するよりも、社会で使える学問を積極的に学ぼうとする私たちがここにいます。

最後までお聞きくださいましてありがとうございました。



ゼミを代表して大舞台上で口頭発表
安田桃子と田中李奈

指導教員

藪下 保弘 (観光経営学部 教授)
落合 純 (観光経営学部 講師)

助言教員

出口 高靖 (観光経営学部 教授)
Ivan Tselichtchev (経営情報学部 学部長 教授)
小畑 博正 (観光経営学部 教授)
近藤 政幸 (観光経営学部 教授)
里村 孝一 (観光経営学部 教授)
滝沢 憲一 (観光経営学部 准教授)
Southwick Brian (観光経営学部 准教授)
井上 信恵 (観光経営学部 講師)
Barolli Blendi (観光経営学部 講師)