

安曇野のアフォーダンスに関する研究

平成24年2月 瀬古 彩加

要旨

〈目的〉

それぞれの地域にはそれぞれの特色や魅力がある。その魅力をきちんと把握して伸ばしていくことが、観光産業にとっても、その地域の住民のさらなる地域への愛着のためにも重要である。ギブソンのアフォーダンス理論を用いたアンケート調査を観光客に行い、安曇野の持つ良さを客観的に把握することを目的とした。

〈方法〉

平成23年度の観光利用者数が長野県内で唯一増えている安曇野を調査対象地域とし、安曇野を訪れた観光客にアンケート調査を行った。アンケート内容はアフォーダンスに関する質問、個人属性、個人特性、観光に関する質問である。それらの結果をテキストマイニングや数量化理論などを用いて分析・把握した。

〈結論〉

安曇野の持つ1番の良さは「自然」であり、アンケート回答者の77%もの人が答えている。その自然の中で「サイクリング」をしたいという意見が最も多かった。「自然」は様々な行動も誘発し、繰り返し安曇野を訪れたいくなる理由ともなっているため、自然を生かしたアクティビティの充実で、利用者数の更なる増加が見込まれる。しかし安曇野の「食べ物」や「おひさま（NHKドラマ）のロケ地」には、1回食べてみたいや1回見てみたいなどの単発の集客効果はあるが、繰り返し安曇野を訪れてもらえるほどの力がないことも分かった。豊かな自然を生かした食べ物の充実やアピールが必要である。

安曇野でしたいことの「サイクリング」「創作活動」などの多くは、それを行っている人やそれが出来る場所をみて、したいと思っていた。したいと思った人がすぐ出来る状況の整備や、事前予約が必要となるものは宿泊施設予約時にアクティビティの情報を与えること、観光地を回るだけでなくアクティビティも入れたツアー旅行を進めることが満足度をより高め、印象に残る旅になると考えられる。

安曇野の良いところやしたいことの回答は対応分析の結果、年齢や居住地、交通手段などによって違いがあることも分かった。観光の多様なニーズに対応していくためにも、ターゲットを絞り、そのターゲットごとに好まれやすい安曇野の良さや安曇野での行動をアピールしたり、ツアーなどに組み込んだりしていくことが顧客満足度の向上に繋がると考えられる。

指導教員 藤居 良夫 准教授