

大阪商業大学学術情報リポジトリ

観光開発における住民行動の課題に関する一考察

メタデータ	言語: ja 出版者: 大阪商業大学アミューズメント産業研究所 公開日: 2018-10-29 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 宮城, 博文, Miyagi, hirofumi メールアドレス: 所属:
URL	https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/633

This work is licensed under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0
International License.



観光開発における住民行動の課題に関する一考察

宮 城 博 文

1. はじめに

近年の未曾有の不況、グローバル社会の進展、並びに他地域との競争激化の中で、多くの地域で観光振興が注目されている。しかし、観光振興を行う上で、様々な課題（e.g. 訪問客のニーズの多様化、訪問客受入に対する地域住民の理解不足、地域住民の理解と訪問客満足の間連性の分析の不足 他）が地域に存在する。このような状況下において、政策立案者や地域住民等から持続可能な観光地（Tourist Destination）を実現するための分析枠組の構築が期待されている。観光地を分析するためには、様々なアクター（訪問客、観光商品・サービス提供者、ホスト地域の政府、ホスト・コミュニティ）を導入した分析（Goeldner & Ritchie, 2009）、様々な学問分野を包括した学際的アプローチ（Jafari & Ritchie, 1981）、観光がもたらす地域へのインパクトの分析（Cooper & Hall, 2008）等、包括的に観光地を分析する必要がある。

このように、複雑な観光地を分析する際、持続可能な観光地を実現する上で、他地域との差別化の要因を明らかにすることが大きなテーマであるが、その要因の1つとして、訪問客と地域住民のインタラクションが指摘されている（Díaz-Armas & Gutierrez-Taño, 2010）。そのため、地域住民視点から観光開発への行動プロセスを研究することによって、観光マネジメントの包括的な枠組の提示が可能となると考えられる。しかし、観光開発のインパクトと住民行動プロセスに焦点を当てた研究が、1970年代後半から研究対象として取り上げられるようになってきたが、統一的な概念フレームワークの提示には至っていない。

そこで本研究では、観光地を考察する際に重要となる、観光開発に対する地域住民の肯定的な態度や行動に繋がる要因、並びに統一的な概念フレームワークの構築に必要な理論の整理を行う。具体的には、Deery, Jago, & Fredline (2012)、Nunkoo, Smith, & Ramkissoon (2013)、Sharpley (2014) が行った地域住民視点の観光研究に関する学説研究で主に議論さ

れていた「社会的交換理論」、「観光を通じたインパクト・アプローチ」、社会交換理論とインパクト・アプローチを修正し、包括的な概念フレームワークの構築を試みている「ホリスティック・モデル」、これら既存研究の整理を行う。そして、これらの考察を通じて、観光マネジメント研究の貢献と課題を述べ、今後の研究における方向性を示唆することを本研究の目的とする。

2. サービス・マネジメント視点の観光研究：訪問客満足のアプローチ¹⁾

地域を観光学の視点から考察すると、地域における経済的影響のみならず、環境保全の見地、地域住民に与える社会的影響等、様々な要素が存在しており、包括的な視点が繰り込まれる傾向が強い。IRTS 2008 (International Recommendations for Tourism Statistics 2008) のツーリズムの定義²⁾を考察しても、「訪問客」と「移動」が前提となっているように、観光現象を考察する際に、訪問客の存在は所与のものとして捉えられている。

観光研究における訪問客視点の接近について考察する場合、サービスの特性を考慮する必要がある (Kotler, Bowen, & Makens, 2006; Serra, 2011)。その特性について、Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1985) は先行研究レビューを通じて、「無形性」「不可分性」「異質性」「消滅性」という有形の製品とは異なる四つの特性に言及している。これらの特性の中で、Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1985) は、サービスの特性として共通している点は「無形性」であるとし、その理由として、サービスはパフォーマンスであり、サービスは有形の製品と同じように見たり、感じたり、味わったり、触ったりすることができないからであると述べている (Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1985, p.33)。このような無形性から派生した特性により、サービス提供の際、有形の製品を提供する企業とは異なる問題が発生する。例えば、顧客とサービス提供者は切り離すことができず、サービスが提供されると同時に消費されるために品質を一定に保てなくなり、また、サービスが無形であるために、サービスが消滅し、後に残らないのである。このように、サービス提供企業はサービスを提供する際、無形性から派生したサービスの特性により、サービス品質が安定しない「ばらつき」という問題が発生する。仮に、サービスを提供する観光関連業や観光地が従来のモノ製品に適用されたマーケティングに頼れば、品質をコントロールできず、顧客は否定的なサービス体験を受けるであろう。

このように、観光関連業は、サービスの特性によって派生するサービス提供の課題を抱えているが、その課題を解決するために、企業は自社が提供するサービスがどのように顧客に想像・評価されているかを知る必要があり、これらを計り、次回からのサービス戦略の立案に繋げる必要がある。この点に関して、サービス・マネジメント、マーケティング分野の中で最も研究された内容がサービス品質研究である (Fisk, Brown, & Bitner, 1993)。サービス品質研究では、顧客満足に起因するサービス品質の要因、サービス提供のばらつきの解決に力点が置かれている。多くの既存研究の中でも、「SERVQUAL」は「ばらつき」の大きな原因である「無形性」が重要視された構成要素 (i.e. 信頼性、応答性、保証性、共感性、物的要素) を提示し、当モデルは、サービス関連業への潜在的な適用可能性を有しているとされている (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)。

しかし、SERVQUAL は多くの研究者から批判を受けている。例えば、サービスは、不可分性という特徴を有しているため、無形性の要素のみならず、サービス生産を考察する上で「顧客参加」を捉える必要があるが、SERVQUAL モデルにはそれらの視点が不足している。さらに、Cronin & Taylor (1992) はサービスの品質次元が業種によって異なる「構成要素の妥当性・汎用性」という課題を指摘しており、多くの論者が構成要素に別の要素を加え、分析している。その中で、Knutson et al. (1990) は、SERVQUAL を修正し、宿泊施設に特化したサービス品質の測定モデルとして「LODGSERV」、Tribe & Snaith (1998) は「HOLSAT」という観光、レジャーでの訪問客満足測定に焦点を当てた概念を提案した。これらのモデルは、SERVQUAL モデルが抱える業種や特徴によって異なる「構成要素の妥当性・汎用性」という課題を解決し、観光関連施設や観光地が抱える課題や特徴に合わせた品質モデルを提案した。

以上、サービス・マネジメント視点の観光研究、特に知覚品質と訪問客満足のアプローチについて概観し、当該アプローチの貢献について述べた。しかし、観光研究における訪問客視点のアプローチには、二点限界がある。一つは、「訪問客参加」という視点の不足である。訪問客のリピーター化が進展している地域において、観光施設、宿泊施設やアトラクション等の施設は、価格でしか差別化できない「コモディティ化」しており、訪問客は観光地で経験する「プロセス」の質が他地域との差別化の要因になっていると推測できる。そのため、観光経験を提供する観光関連業や観光地は、企業・訪問客間のインタラクションをマネジメントする上で、「訪問客参加」を促すフレームワークを提示する必要がある。しかし、このような「訪問客視点」のアプローチには、観光分野を考察する上で重要となる「訪問客参加の視点」が不足して

いる。

「訪問客視点」のアプローチにおけるもう一つの限界は、「地域住民」という視点の不足である。訪問客の観光経験への評価は、観光地内の観光関連業が提供するサービスのみならず、地域住民の訪問客への「関与」「気遣い」といったインタラクションによっても行われる。さらに、訪問客と地域住民間のインタラクションは、訪問客のみならず、後述する通り、地域住民にとっても社会的インパクトをもたらす。つまり、訪問客が異なる文化に触れ、地域住民と交流するというインタラクションは、地域住民にとっても、地域への満足に繋がるという「サティスファクション・ミラー³⁾」を形成すると考えられる。そのため、観光を考察する場合、訪問客満足・ロイヤルティに繋がる要因の解明と同時に、訪問客と地域住民におけるインタラクションのプロセスを探ることが不可欠である。しかし、「訪問客視点」のアプローチには、観光の大きな要素である「地域住民」の視点が不足している。

3. 観光開発に対する住民行動のアプローチ

前章では、観光研究における知覚品質、並びに訪問客満足のアプローチの特徴について概説し、近年の観光研究へのサービス品質や訪問客満足の適用という研究上の貢献について指摘した。そして同時に、「訪問客視点」のアプローチには、観光分野を考察する上で重要となる「訪問客参加」「地域住民」という視点の不足という課題について言及した。そこで、本章では、観光地を考察する際に、重要となる観光開発に対する態度や行動に関して「地域住民」の視点から概観する。特に本章以降では、Deery, Jago, & Fredline (2012)、Nunkoo, Smith, & Ramkissoon (2013)、Sharpley (2014)が行った地域住民視点の観光研究に関する学説研究で主に議論されていた「社会的交換理論」、「観光を通じたインパクト・アプローチ」、社会交換理論とインパクト・アプローチを修正し、包括的な概念フレームワークの構築を試みている「ホリスティック・モデル」、これらの特徴と課題を指摘する。

(1) 社会的交換理論

観光開発を成功させるためには、訪問客や観光サービス提供者、地域住民間のバランスが不可欠である。実際には、観光地における地域住民は「開発のジレンマ」を抱えているものの、観光地が発展していくためには、地域住民の善意によるところが大きいと指摘されている。こ

のような状況下において、観光開発と地域住民の関係性というテーマが、1970年代後半から観光関連の学会誌（Tourism Management、Annals of Tourism Research、Journal of Travel Research）に取り上げられているように、当該分野の研究は観光分野の大きなテーマの一つとされている（Sharpley, 2014）。

1990年代に入ると、地域住民と観光開発に関する関係性の研究において、「社会的交換理論（Social Exchange Theory：以下SET）」が中心的な議論となった。SETは、交換関係にある当事者が交換を行う場合、それによって得られる報酬に価値がある場合、報酬を生み出す可能性が高い場合、そして知覚コストが交換から生じた利益を超えなければ交換を行うということが前提となっている（Homans, 1967; 橋本, 2005; Nunkoo & Gursoy, 2012）。交換を行う当事者に利益をもたらさない場合、交換関係のアンバランスを回復するように努めるが、それでも回復しない場合、その交換関係を中断したり、その関係から離脱する（佐々木, 2007）。Ap（1992）は、観光地における地域住民と訪問客の「交換」を行う際に生じる社会現象を考察するために、SETを適用させた（図1参照）。

まず、はじめに「ニーズ、満足（Need Satisfaction）」であるが、ニーズに対する満足とは、交換を開始する前提となる要素である。地域住民が交換を行う場合、経済的・社会的なニーズのみならず、他地域の住民や文化を通じた地元住民の教育、文化財の復元、動植物の保護等の「ニーズ、満足」がある。そしてニーズがある場合、「ニーズ、満足」と「交換関係（Exchange Relation）」がリンクされるが（フロー1. 交換の開始 [Exchange Initiation]）、上記のニーズは地域住民によって内発的に動機づけられた場合もあれば、外部から課されて発生したニーズの場合もある（Ap, 1992, p.672）。

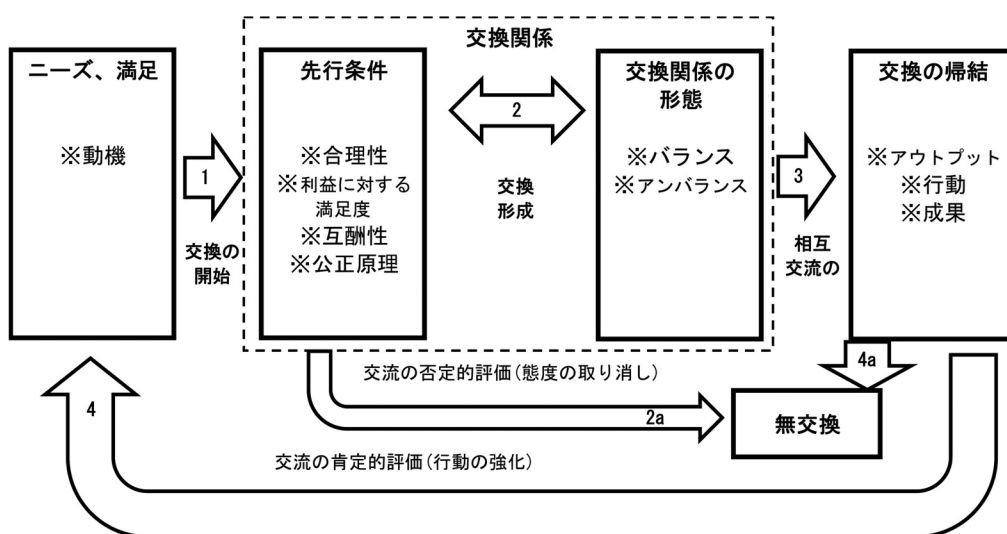
次に「交換関係」については、交換関係は「先行条件（Antecedents）」「交換関係の形態（Form of Exchange Relation）」によって構成されている。先行条件とは、交換関係の機会や状況のことであり、主に四つ存在する（「合理性」「利益に対する満足度」「互惠性」「公正原理」）。地域住民は、訪問客と交換を形成する前に、これらの先行条件を認知している。そして、先行条件によって、地域住民と訪問客といったアクター間に相互作用が生まれ（フロー2. 交換形成 [Exchange Formation]）、「交換関係の形態」へと移行する。交換関係の形態では、アクター間の力・依存関係が測定され、そして地域住民が観光に対して肯定的、もしくは否定的に知覚する理由が説明される。つまり、訪問客と地域住民間との相互作用によって、互いの力・依存関係に不利益だと感じた場合、地域住民は観光に対して否定的に捉え、他方で、利益を得ていると感じた場合、肯定的に捉える（Ap, 1992, p.678）。

「交換関係」が行われたのち、交換関係の評価を行うために（フロー 3. 相互交流の評価 [Transaction Evaluation]）、「交換の帰結（Consequences of Exchange）」へ移る。交換の帰結は、「アウトプット」「行動」「成果」によって構成されている。「アウトプット」とは、地域住民にとって有益である物的、社会的な出来事である。「行動」とは、地域住民が行う表立った行動である。「成果」とは訪問客との交流によって得られた心理状態のことである。このように、交換の帰結によって地域住民が交流を肯定的に評価するのか（フロー 4. 交流の肯定的評価（行動の強化） [Positive Evaluation of Consequences（Withdrawal of Behavior）]）、否定的に評価する（フロー 4a. 交流の否定的評価（態度の取り消し） [Negative Evaluation of Consequences（Reinforcement of Behavior）]）かが決定される。もしくは、フロー 3 にシフトする前に、「交換関係」の段階で、地域住民が観光行動に不利益を感じた場合、否定的に評価することもある（フロー 2a）。

以上、概説してきたように、これら 3 つのフローを経て、観光における社会的交換が形成される。Ap が提示した SET は、多くの研究者が、地域住民の観光に対する態度を分析する際に、理論的フレームワークとして適用させており（e.g. Yoon, Gursoy, & Chen, 1999; Bestard & Nadal, 2007; Nunkoo & Gursoy, 2012）、観光研究分野で注目を集めた理論である（Sharpley, 2014）。そして、観光の視点から SET を導入する際、地域住民にとって観光関連業が価値をもたらす場合、もしくは地域住民に生じるコストが利益を超えない場合、必然的に観光関連業をサポートするということを前提とした（Ap, 1992）。ただし、SET は大きく三点の限界が指摘されている。

第一に「分析対象の前提条件」である。SET は地域住民と訪問客が交流する過程を考察することが必須条件である。しかし、多くの SET を用いた研究は、地域住民のみに焦点が当てられている。また、地域の商店街やショッピングモール、アトラクション施設等、訪問客が利用する場所に地域住民が訪れる場合、訪問客と交流しない、もしくは会話しない場合もある（Sharpley, 2014, p.39）。そのため、地域住民と訪問客の交流が前提となっている SET では、観光開発に対する住民の態度や行動を分析する上で課題が残る。

第二に「交換される財の認識」である。訪問客との交流自体はどの地域住民にとっても同質であるが、観光が利益をもたらすと認識している住民と、否定的な見解を示す住民では評価が異なってくる（Ribeiro et al., 2017）。例えば、地域が観光を推進した際、観光で生計を立てている住民と、そうでない住民によって、観光を通じたインパクトの捉え方が異なってくる。そのため、地域住民と観光開発に関する関係性を考察する上で、SET では限界がある。



出所：Ap (1992) p.670.

① Matheson & Wall による経済的・社会的・環境へのインパクトの提示

Ap (1992) は、訪問客と地域住民との交換関係について、特に地域住民の視点から社会的交換理論を用いて分析した。そして、当該理論は、多くの研究者が地域住民の観光に対する態度を分析する際に、観光研究分野で注目を集めた理論であるが、分析の際の「分析対象の前提条件」「交換される財の認識」、並びに「人間観」という課題が存在していると前述した。

一方で、SET の課題を解決し、経済人としての個人の報酬のみならず、社会へのメリットを含めた地域へのインパクトの分析が研究されている。長い期間、観光は地域にとってポジティブな影響をもたらすと考えられていた。しかし、1960年代後半から70年代前半にかけた新たなジェット機の到来、そして急激な国際観光の成長により、観光は、潜在的な経済への影響と同様に、地域へ否定的な影響をもたらすと見られるようになり、観光開発における肯定的、否定的なインパクトを分析することは、近年の観光研究の大きなテーマの1つとなっている (Cooper & Hall, 2008, p.161)。観光開発に関するインパクトに関して、Matheson & Wall (1982) は、地域に訪問客や観光関連施設、並びにサービスが集中すると、様々なインパクトが発生すると指摘している (Matheson & Wall, 1982, pp.23-24; 邦訳, p.33)。そして、これらのインパクトとして、「経済的なインパクト (Economic Impacts)」「社会的なインパクト (Social Impacts)」「環境へのインパクト (Environmental Impacts)⁴⁾」、これら三つのインパクトがあるとした。

まず初めに経済的なインパクトには、観光開発を通じて得た経済的便益が含まれる。例えば、地域は観光を通じて税収効果や雇用創出効果、地域での消費の増加、海外や他地域からの当該地域への投資を期待している。また、このような直接効果のみならず、地域が訪問客を受け入れることにより、観光関連業以外の他産業への間接効果をもたらされる。ただし、観光を通じた経済のインパクトは、肯定的なインパクトだけではない。例えば、地域に多くの訪問客が訪れることにより、地域の不動産や地域住民が利用していたサービスの価格が上昇したり (i.e. 地域でのインフレや価格の上昇)、地域にあるアトラクションが訪問客向けであるため、地域住民には高すぎて、そこを利用することができない (貧富の差の拡大)、といった否定的なインパクトも、観光は地域にもたらす場合がある。

次に、社会的なインパクトについてであるが、観光の生産は訪問客の存在が不可欠であるため⁵⁾、訪問客との交流を通じて、経済面のみならず、社会的なインパクトが地域にもたらされる。例えば、地域の生活用水を訪問客に説明することによって当該地域の水のきれいさを知る (観光による地域への誇りの強化)、あるいは祭りの担い手である若手の減少により、祭りの運営ができない地域で、訪問客に参加してもらうことにより祭りが復活する (文化の商品化による文化の継承と保存) ことがあるように、観光が地域の再認識・文化の継承の機会となる。さらに、イスラム圏の訪問客を受け入れることにより、「ハラール」を知る機会を得るように、「グローバリゼーションを通じた新たな文化を知る機会の増加」へと繋がる。ただし、訪問客を狙った詐欺や売春の増加 (治安の悪化や犯罪の増加)、元々地域住民向けの商店街が訪問客

向けとなり、扱っている商品が変化する（コミュニティの変化）等、社会への否定的なインパクトが生ずる。このように、地域への社会的なインパクトは、訪問客受入を通じて生じたライフスタイルの変化に現れる（Matheson & Wall, 1982, p.24: 邦訳, p.33）。

三つ目の環境へのインパクトであるが、自然環境（水、大気、土壌）と同時に環境への変化も含まれる。例えば、海・川・山で楽しむことのできるエコツーリズムの開発や、訪問客誘致を意識した景観条例の制定等、観光を通じて、地域への肯定的なインパクトがもたらされる。一方、観光関連施設の開発の際に発生した土砂が、大雨の後に陸地から海域へ流出したり（i.e. 環境破壊や汚染）、訪問客がホテル滞在時に、必要以上に水を利用したり（i.e. 環境収容力の超過）等、観光開発によって、環境への否定的なインパクトが地域にもたらされる。

このように、Matheson & Wall（1982）は観光を通じた地域へのインパクトを三つに分類したが、それぞれの関連性は非常に密接であるため、インパクトの測定やプランニングは複雑である⁶⁾。しかし、観光の否定的なインパクトを緩和することと同時、肯定的なインパクトを高める上で必要となる測定基準を Matheson & Wall が提示したことは、実務的な貢献のみならず、様々な研究者によって観光を通じた地域への肯定的・否定的インパクトが論じられているように（Davis, Allen, & Cosenza, 1988; King, Pizam, & Milman, 1993; Lankford & Howard,

表１．観光を通じた地域へのインパクト

観光がもたらす インパクト	肯定的なインパクト	否定的なインパクト
経済的な インパクト	●消費の増加 ●雇用創出効果 ●労働機会の増加 ●不動産価値や生活水準の向上 ●サービスやインフラへの投資の増進 ●フリートレードや海外からの投資の増加 ●税収の増加 他	●地域でのインフレや価格の上昇 ●地域外からの労働者の流入 ●季節的失業の増大 ●貧富の差の拡大 ●不動産投機的大幅な増大 ●無秩序な地域の開発や観光サービスへの投資 ●ローカルオーナシップの損失 ●公共投資への支出増加 他
社会的な インパクト	●文化の商品化による文化の継承と保存 ●観光による地域への誇りの強化 ●コミュニティの再活性化 ●グローバリゼーションを通じた新たな文化を知る機会の増加 他	●治安の悪化や犯罪の増加 ●社会の環境収容力の超過 ●コミュニティの変化 ●地域の風習や伝統の衰退 ●真正性の衰退 他
環境への インパクト	●環境への価値の理解 ●自然の保護 ●歴史的建造物の保全 ●自然を利用したレクリエーションの推進 他	●環境破壊や汚染 ●歴史的建造物の破壊 ●習慣やエコシステムの破壊 ●環境収容力の超過 他

出所：Matheson & Wall (1982), Davis, Allen, & Cosenza (1988), King, Pizam, & Milman (1993), Lankford & Howard (1994), Cooper & Hall (2008), Fletcher et al. (2013) 参照、筆者作成。

1994; Cooper & Hall, 2008; Fletcher et al., 2013)、当該研究以降の観光研究を発展させたという意味において、大きな貢献であるといえる（表1 参照）。

② TIAS の貢献と限界

Matheson & Wall（1982）は、社会へのメリットを含めた地域へのインパクト（経済的・社会的・環境）を通じて観光地を分析し、これらの研究がその後、様々な研究者によって論じられるようになったと前述した。Matheson & Wall（1982）の研究以降、観光現象が地域にもたらすインパクトを測定するための尺度開発が進められたが、観光に対する地域住民の知覚を経済的・社会的・環境を考慮したインパクトの測定モデルがLankford & Howard（1994）によって提案された「地域住民態度の観光に対するインパクト指標（Tourism Impact Attitude Scale：以下 TIAS）」である。

観光への地域住民の知覚や態度、もしくは行動に関する研究は様々な角度から研究されているが、当該研究に関する統一的な見解は示されていないと指摘されている（Sharpley, 2014）。Lankford & Howard（1994）は、観光地と住民の関係性に関する研究のほとんどは単一的な尺度しか用いていないという尺度の少なさの課題、ある一定の法則を用いることなく尺度開発が行われているという尺度開発の手順の課題、観光に対する住民の態度を測定する際の心理測定法に関する情報の欠如、これらを指摘し、当該分野に関する研究を批判した（Lankford & Howard, 1994, p.123）。そして、これらの課題を解決し、観光に関する地域住民の態度を測定する独自の尺度として TIAS を開発した。

TIAS は、「地域の観光開発に関する懸念（Concern for Local Tourism Development）」「個人やコミュニティのベネフィット（Personal and Community Benefits）」の二因子で構成されている、観光を通じた地域へのインパクトが考慮されたモデルである。また、当モデルは、前述した SET とは異なり、経済人としての個人の報酬のみならず、社会へのメリットを含めた地域へのインパクトの分析が可能である。そして、地域住民と訪問客が交流する過程を考察することが必須条件であるという SET の課題を解決し、分析対象も訪問客と交流する地域住民のみならず、TIAS では様々な地域住民が分析対象となっている。さらに、TIAS は、同研究は様々な国・地域での比較研究が行われているが、その中で、小口・大橋（1997）は、TIAS を応用させ、因子に若干の修正を加え（観光推進、観光悪影響、観光による副次効果）、神奈川県箱根町で分析を行った。

このように、TIAS は、様々な地域での比較研究を行ったこと、観光におけるインパクトを測定したこと等、観光分野において大きく貢献した。しかし、TIAS には、課題が二点存

在する。第一に、「分析枠組」である。観光地を分析する際、「地域の観光開発に関する懸念」「個人やコミュニティのベネフィット」のみならず、様々な分析の可能性を模索する必要がある。TIASは、前述した観光に必要な四つのアクターを部分的に取り入れているものの、具体的には2因子でしか分析されていないという分析上の限界が存在する。さらに、TIASを応用させ、三因子で地域住民と観光開発の関係性を分析している小口・大橋(1997)のモデルに関しても、さらなる検討の余地が残されている(佐々木, 2007)。

第二の課題は「プロセス」である。TIASをはじめとしたインパクトに焦点を当てたモデルは、SETとは異なり、個人としての報酬のみならず、社会へのメリットを含めた地域へのインパクトの分析が可能である。そして、TIASは、地域住民と訪問客が交流する過程を考察することが必須条件であるというSETの課題を解決し、分析対象も訪問客と交流する地域住民のみならず、様々な地域住民が分析対象となっていると前述した。しかし、TIASは観光開発に対する地域へのインパクトが強調されており、地域住民が観光開発に対して抱く「態度」「行動」に繋がる「プロセス」という視点が不足している。

(3) 近年の研究の動向とホリスティック・モデル

前節では、観光に対する地域住民の知覚を経済的・社会的・環境を考慮したインパクトの測定モデルがLankford & Howard (1982)によって提案されたTIASの貢献と課題に関して概説した。そして、近年の観光開発に対する態度や行動の研究において、前述したSETで用いられている尺度をTIASに追加し、より包括的に分析を行うための「ホリスティック・モデル」が議論されている。当モデルであるが、主に用いられている因子として、「プレイス・アタッチメント(Place Attachment)」「観光に対する肯定的・否定的なインパクト(経済的・社会的・環境)」「個人の経済的ベネフィット」「地域住民の観光に対する態度・行動」等が挙げられる(Carmichael, 2000; Vargas-Sánchez et al., 2015; Martínez, Parra, & Buhalis, 2017; Ribeiro et al., 2017)。

まず「プレイス・アタッチメント」であるが、プレイス・アタッチメントは「場所への信頼性(Place Dependence)」と「場所への同一性(Place Identity)」から構成されている(西本, 2013, p.66)。「場所への信頼性」とは、「当該地域より、より良い場所は他にはない」というように、場所への機能的な愛着を捉える概念であり、個人の特定の目的や活動を支援する特徴や条件をその場所が備えている。他方で、「場所への同一性」とは、「私は地域の一員であると感じている」というように、地域への感情的な愛着を捉える概念である。これら2つの概念

が強いほど、地域の自然資源に対して配慮行動をすると指摘されているが（Vaske & Kobrin, 2001）、この点を観光現象でみると、「プレイス・アタッチメント」は満足度やロイヤリティにいい影響を与えるという研究報告がある（Martínez, Parra, & Buhalis, 2017）。

次に「観光に対する肯定的・否定的なインパクト（経済的・社会的・環境）」については、観光開発は、前述した通り、地域に大きな影響を与える。肯定的なインパクトに関して、訪問客の増加により経済が潤い、そのことにより地域での雇用の増加や地域収入の増加によるインフラの整備に繋がるような経済的なインパクトがある（Yoon, Gursoy, & Chen, 2001; Lepp, 2007）。また、訪問客が増加することにより、地域への愛着や地域文化へのプライドの創出といった社会的なインパクト（Andereck et al., 2005）、地域の街並み保全の推進や自然資源の保護といった環境へのインパクト（Andereck & Nyaupane, 2011）がもたらされる。

他方で、観光開発が進むことにより、地域の生計費の上昇（Liu & Var, 1986）、地域経済における観光収入への過度の依存（Matheson & Wall, 1982）、観光リーケージ⁷⁾の増加（Pratt, 2015）等、これらの否定的な経済のインパクトが発生する。さらに、地域の伝統芸能の急速な変化をもたらすといった社会的なインパクト（Akis, Peristianis, & Warner, 1996）、訪問客が増加することにより、交通渋滞の発生や公園等の施設の利用の制限といった環境への否定的なインパクトが生じる（King, Pizam, & Milman, 1993; Johnson, Snepenger, & Akis, 1994）。これら観光に対する肯定的・否定的なインパクトが、地域住民の観光に対する行動に影響していく（Lepp, 2007; Ribeiro et al., 2017）。

「地域住民の観光に対する態度・行動」であるが、この点に関して Sharpley（2014）は、地域住民が調査で答えたことを実際行動しているわけではないと「価値行動のギャップ」があると当該分野の研究を批判している（Sharpley, 2014, pp.46-47）。そして、Sharpley（2014）は Carmichael（2000）の研究に、上記ギャップの課題解決の方策を指摘している。Carmichael（2000）は、先行研究のレビューの中で、観光を通じた地域への「総合的なインパクトへの知覚」、総合的な知覚を基に観光施設、施設のアクティビティ、観光開発業者に対する「態度」、最後に肯定的、もしくは否定的に「行動」といった関係性に対して問題提起をしている。Carmichael（2000）は、地理学の研究分野で用いられる Abler et al.（1975）のマトリックスを、地域住民の観光に対する態度・行動を分析するために応用し、「態度・行動による地域住民分類のマトリックス」として提示した（図2参照）。このマトリックスは、肯定的・否定的な「態度」と能動的・受動的な「行動」の軸で構成されている。そして、「能動的・肯定的（興味対象に対して積極的に推し進める）」「能動的・否定的（反感に感じていること

に対して積極的に反対する)」「受動的 - 肯定的 (興味対象に対して黙認する)」「受動的 - 否定的 (反感に感じていることに対してあきらめて受け入れる)」の四つに地域住民を分類し、それら四つの地域住民の「態度」「行動」の関係性がリンクしていると言及している (Carmichael, 2000, p.604)。このマトリックスに関して、Sharpley (2014) が、『知覚』と『態度』は『行動意図』と同義語として捉えることができない (Sharpley, 2014, p.47)」と指摘しているように、観光開発に対する態度や行動を分析する際に、「態度」や「行動」を別の概念と捉え、それらの関係性を分析する必要がある。

最後に「個人の経済的ベネフィット」については、地域が経済不況の際、観光は個人の経済的ベネフィットを得る機会と考えられているため、観光を通じたインパクトと有意な関係性が指摘されている (Ribeiro et al., 2017)。特に、観光を通じて経済的に恩恵を受けている地域住民は、ほとんど恩恵を受けていない住民より、観光を通じた地域へのインパクトを好意的に捉え、観光開発を支持し、好意的な態度を示す傾向が強い (Vargas-Sánchez et al., 2015; Nunkoo & So, 2016)。他方で、「個人の経済的ベネフィット」と「観光に対する態度や行動」に関係性が見られないという報告もある。例えば、Reisinger, Kozak, & Visser (2013) のトルコのリゾートを対象とした研究では、地元のホテリエはロシア人訪問客に好意的な態度を示していないが、ビジネスを遂行するために地元住民と海外からの訪問客の文化的不一致を理解していると指摘されている。この傾向は、観光業に勤めている地域住民がビジネスライクで訪問客と接していることを意味するが (Sharpley, 2014, p.39)、前述した「地域住民の観光に対する態度・行動」と関係しているように、「個人の経済的ベネフィット」と「観光に対する態度や行動」に有意な関係性が見られないことを示している。ただし、Reisinger, Kozak, & Visser (2013) の研究対象となったトルコにおける国家の歴史的背景や地域が置かれているマクロ環境⁸⁾等を考察する必要があるように、観光開発に対する態度や行動の研究のさらなる精緻化が試みられている。

以上、ホリスティック・モデルは、「地域への愛着・依存」「観光に対する肯定的・否定的なインパクト(経済的・社会的・環境)」「個人やコミュニティのベネフィット」「地域住民の観光に対する態度・行動」を用いて、観光開発に対する態度や行動を分析している。そして、SET、TIAS、双方の課題を解決したホリスティック・モデルは、観光開発に対する態度や行動を分析する際に、最も包括的なモデルであると言える。

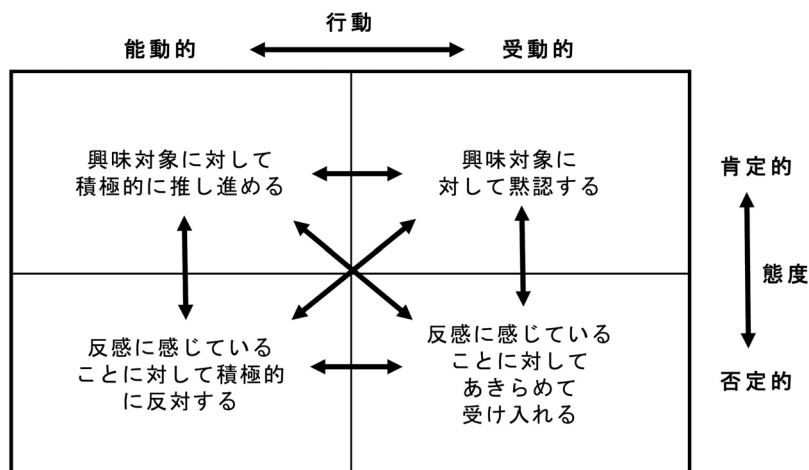


図2. 態度・行動による地域住民分類のマトリックス

出所：Carmichael (2000) p.604.

4. 再考：観光開発に対する住民行動

前章まで、観光開発に対する住民の態度や観光開発への積極的な行動に繋がる要因、並びに観光を通じた地域へのインパクトのメカニズムを解明するために必要な理論の整理を行った。具体的には、観光を通じた地域住民の態度や行動をメインとした SET、観光開発がもたらす地域への経済的・社会的・環境へのインパクトにフォーカスされた TIAS、これらの概要と限界について述べた。さらに、SET で用いられている尺度を TIAS に追加した「ホリスティック・モデル」について概観し、その貢献と課題について指摘した（表2参照）。

ここで、観光開発に対する態度や行動の研究を精緻化し、より包括的なフレームワークの構築を実現するために、これまで考察してきた議論を再考したい。当該分野の研究を整理する上で重要な点として「統一的な概念フレームワークの提示」、並びに「過程品質の視点」、これら二点が存在する。まず始めに、「統一的な概念フレームワークの提示」であるが、Ap (1990) は、既存研究のレビューを行い、理論志向に基づいた当該研究が示されていないと批判した。そして、これらの特徴は、新たな研究分野における典型的な探索的調査であるとし、前章で述べた SET を提示した (Ap, 1992)。その後20年以上が経って、Sharpley (2014) は地域住民の観光への知覚に関する研究を、1980年から2012年までに発行された62論文を基に学

表 2．観光開発に対する態度や行動の研究

方法論	筆者(例)	主な因子	方法論の特徴と課題
社会的 交換理論 (Social Exchange Theory:SET)	Ap(1992) Yoon, Gursoy, Chen (1999) Bestard & Nadal (2007) Lee et al. (2010) Nunkoo & Gursoy (2012) 他	●地域住民のニーズ(経済的、地元住民の教育、文化財の復元、動植物の保護 他) ●観光客との交流を通じた肯定的・否定的な評価 ●地域の滞在期間 ●地域住民の観光に対する行動 他	●分析対象：SET は地域住民と訪問客が交流する過程を考察することが必須条件である。 ●交換される財の認識：訪問客との交流自体はどの地域住民にとっても同質であるが、観光が利益をもたらすと認識している住民と、否定的な見解を示す住民では評価が異なってくる。
地域住民態度の 観光に対する インパクト指標 (Tourism Impact Attitude Scale: TIAS)	Matheson & Wall (1982) Davis, Allen, & Cosenza (1988) King, Pizam, & Milman (1993) Lankford & Howard (1994) Cooper & Hall (2008) 他	●地域の観光開発に関する懸念 ●個人の経済的ベネフィット ●観光に対する肯定的・否定的なインパクト(経済的・社会的・環境) 他	●分析枠組：特に TIAS は二因子でしか分析されていないという分析上の限界が存在する。 ●プロセス：TIAS は観光開発に対する地域へのインパクトが協調されており、地域住民が観光開発に対して抱く「態度」「行動」に繋がる「プロセス」という視点が不足している。
ホリスティック ・モデル (Holistic Model)	Carmichael (2000) Vargas-Sánchez et al. (2015) Martínez, Parra, & Buhalis (2017) Ribeiro et al. (2017) 他	●プレイス・アタッチメント ●観光に対する肯定的・否定的なインパクト(経済的・社会的・環境) ●個人の経済的ベネフィット ●地域住民の観光に対する態度・行動 他	●地域住民と観光開発との関係性の研究は、様々な要因を考慮する必要があるが、当該分析フレームワークは、SET と TIAS、双方の利点を取り入れつつ、それぞれの課題を解決した枠組みとなっている。

出所：Sharpley (2014)、宮城 (2017) 参照、筆者作成。

説研究を行った。これらの研究の中で観光開発に対する態度や行動について、概念フレームワークを用いて分析が行われた研究は17論文である。その内、最も用いられた概念フレームワークはSETを用いた7論文であったように(Sharpley, 2014, pp.40-41)、20年以上経っても、当該分野の研究に関する統一的な見解は示されていない。

「統一的な概念フレームワークの提示」に関する他の課題として、概念フレームワークを構成する因子や因子間の関係性が挙げられる。例えば「プレイス・アタッチメント」は、観光に

対する行動を理解するため重要であるが、これらの関係性に関する統一的な見解は示されていないと指摘されている (Vargas-Sánchez et al., 2015)。また、「個人の経済的ベネフィット」は、前述した通り、観光を通じたインパクトと有意な関係性が指摘されているが、他方で、Reisinger, Kozak, & Visser (2013) のトルコのリゾートを対象とした研究のように、「個人の経済的ベネフィット」と「観光に対する態度や行動」に関係性が見られないという研究も発表されている。同様に、宮城 (2017) の沖縄県在住の学生を対象とした研究においても、「個人の経済的ベネフィット」「観光に対する態度や行動」の間に有意な関係性は見られなかった。このような既存研究と異なる結果は、学生における観光関連への就職の状況、ホスピタリティ業界への就職先としてのイメージや就職後の労働環境・定着率という業界の課題が関連していると思われる (宮城, 2017, p.80)。このような「統一的な概念フレームワークの提示」に関する課題について、これまでの多く先行研究の知見を取り入れ、前章で指摘したように、SET と TIAS、双方の課題解決を試みたホリスティック・モデルを用いた実証研究の機会を増やしていくことにより、より包括的な概念フレームワークの構築に繋がるであろう。

観光開発に対する態度や行動の研究を整理する上でもう一つ重要な点である「過程品質の視点」に関して、観光地で提供される経験には、顧客がサービスに対して望む「必要条件水準 (Adequate Level)」と「希望水準 (Desired Level)」が存在するが (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991)、結果品質 (Output Quality) は必要条件水準が高いため標準なサービスでは満足を得ることは難しい。一方、過程品質 (Process Quality) の場合、必要条件水準、希望水準ともに顧客からの期待度が過程品質と低いため、過程品質の方が訪問客への顧客満足を訴求しやすい⁹⁾。この点に関して、Prebensen, Vittersø & Dahl (2013) は、観光における「自然」は重要であるが、経験に必ずしも影響を与えないとは言えないと指摘している (Prebensen, Vittersø & Dahl, 2013, pp.254-255)。つまり、自然は訪問客にとって当然のことであるために、経験に影響しないが、もし自然に失望したら、訪問客の経験は否定的に作用する可能性がある。そのため、Prebensen, Vittersø & Dahl (2013) の研究は、「自然」といった結果品質のみでは訪問客の満足を獲得することができず、訪問客自身が地域の伝統を知るための参加型のプログラムや地域住民との交流といった過程品質の必要性を示唆した。ただし、これらの過程品質を通じて、訪問客満足、並びにロイヤルティを獲得するためには、地域住民の積極的な参加、もしくは観光に対する理解が不可欠である。つまり、Andriotis & Vaughan (2003) が観光を通じたコストとベネフィットのバランスは、訪問客満足の大きな要因であると指摘しているように (Andriotis & Vaughan, 2003, p.172)、訪問客満足を達成

することにより観光地として成功し、その後の持続的な観光地を形成できるかどうかは地域住民の善意によるところが大きい (Pérez & Nadal, 2005)。

ここまで、観光開発に対する態度や行動における既存研究の整理とこれらの貢献と課題について概観した。そして、当該分野の概念フレームワークを構築する上で、「統一的な概念フレームワークの提示」、並びに「過程品質の視点」、双方の視点の必要性を指摘した。観光開発に対する態度や行動に関する統一的な概念フレームワークを構築し、持続可能な観光地を達成する上でのマネジメントの方法、並びに測定を行う上で、包括的な視点が不可欠であると考えられる。その際、ホリスティック・モデルは SET と TIAS、双方の課題解決が試みられている包括的な概念フレームワークであると言えよう。

ただし、ホリスティック・モデルは、観光開発を通じて知覚したインパクトや訪問客に対する態度や行動にフォーカスされた概念フレームワークであるため、訪問客視点の過程品質、訪問客との交流を通じて創造する価値共創の視点が不足している。訪問客受入により、地域住民が肯定的な「社会的インパクト」を得ることができれば、地域住民は、訪問客が満足してもらえるように地域に受け入れる。そして、訪問客が満足することにより、観光地で消費したり、訪問後に口コミ等によって地域をアピールしたりする「経済的インパクト」をもたらす。このように、当該地域への訪問客の受け入れは、経済的、社会的、環境的インパクトをもたらすと前述したが、訪問客、地域住民、双方が経済的・社会的インパクトをもたらすことができれば、観光地に「正の循環」が達成されると考えられる。そのため、観光地における価値共創を適用させる上で、訪問客、地域住民、双方の分析視座からどのように観光地での価値生産に関わっているのかという「相乗効果」を考察し、分析することにより、地域が抱える課題解決の示唆が可能であると言えよう。

5. おわりに

本研究では、観光地を考察する際に、重要となる観光開発に対する肯定的な態度や行動に繋がる要因、並びに当該分野の統一的な概念フレームワークの構築に必要な理論の整理を行った。具体的には、Deery, Jago, & Fredline (2012)、Nunkoo, Smith, & Ramkissoon (2013)、Sharpley (2014) が行った地域住民視点の観光研究に関する学説研究で主に議論されていた「社会的交換理論」、「観光を通じたインパクト・アプローチ」、社会交換理論とイン

パクト・アプローチを修正し、包括的な概念フレームワークの構築を試みている「ホリスティック・モデル」、これら既存研究の整理を行った。

これらの考察を通じて、概念フレームワークを構築する上で、「統一的な概念フレームワークの提示」、並びに「過程品質の視点」、双方の視点の必要性を指摘した。さらに、観光開発に対する態度や行動に関する統一的な概念フレームワークを構築し、持続可能な観光地を達成する上でのマネジメントの方法、並びに測定を行う上でのホリスティック・モデルの可能性を言及したが、当該モデルは、観光開発を通じて知覚したインパクトや訪問客に対する態度や行動にフォーカスされた概念フレームワークであるため、訪問客視点の過程品質や訪問客と地域住民双方で創り出す価値共創の視点が不足している。そのため、ホリスティック・モデルに「価値共創」の視点を加味することにより、より包括的で、地域住民・訪問客、双方から分析可能なフレームワークを観光マネジメントに提示することができよう。

近年の航空機や鉄道、高速道路等交通インフラの発展に伴い、観光地へのアクセスが国内外ともに容易になりつつあること、さらに、地域への交流人口の増加をきっかけに、自治体の中には、観光開発に力点を置き、訪問客の獲得を目指すところも出てくるであろう。今後、多くの観光地が価格競争の脅威にさらされることが予想される中で、訪問客満足の要因となる観光サービス提供のプロセスを訪問客の視点で管理することと同時に、持続可能な観光地形成のための地域住民の役割を明らかにすることが今後重要になると考えられる。しかし、これまでの観光地における研究に関して、海外では活発に当該領域の研究が行われているが、特に日本国内ではほとんど海外の研究が紹介されていないという課題が存在する。その上で、本研究が、日本における観光研究への貢献、及び地域住民と訪問客、双方の視点を加味した統一的な概念フレームワーク構築の可能性を示した点は本研究の一つの貢献であると考ええる。

本研究では、地域住民の態度・行動に関する観光研究を取り上げ、それぞれの貢献、及び課題を明らかにすることができた。しかし、今回の研究では、実際の観光地における地域住民が抱えている多様なニーズへの対応や地域における訪問客と地域住民との価値共創の重要性という点に関して実証的に明らかになっていない。さらに、近年、観光開発に対する態度や行動を分析する際、当該分野の研究の国家・地域間の比較研究が行われるようになっているが (Vargas-Sánchez et al., 2015; Martínez, Parra, & Buhalis, 2017)、このような研究の手法を通じて、観光開発に対する態度や行動の概念フレームワークへの批判的検討が必要であろう。

本研究は、平成27～28年度大阪商業大学アミューズメント産業研究所研究費を受けて行ったものである。

〔注〕

- 1) 観光学における知覚品質、並びに訪問客満足の研究の議論に関しては、宮城（2014）で詳細にまとめられている。
- 2) IRTS 2008では、Tourismを「継続して1年を超えない範囲で、レジャーやビジネス、あるいはその他の目的で、日常生活圏外に旅行したり、滞在する人々の活動を指し、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（Statistics Division, Department of Economic and Social Affairs, 2010, p.101）」と定義しているように、「移動」にフォーカスしている。
- 3) Heskett, Sasser and Schlesinger（1997）は、従業員が企業・職務に満足することによって顧客に「ミラー効果」をもたらし顧客満足が高まる現象を「サティスファクション・ミラー」と呼び、従業員満足と顧客満足は関連させて考えられるべきであると述べている（Heskett, Sasser and Schlesinger, 1997, pp.99-101）。
- 4) Matheson & Wall（1982）では、環境へのインパクトを「自然へのインパクト（Physical Impacts）」として説明していたが、2006年の研究（Wall & Mathieson, 2006）では、「環境への重大性（Environmental Consequences）」に用語を変更している。
- 5) このような特性を、前述した通り、サービス・マネジメントでは「不可分性」と言うが（Zeithaml, Parasuraman, & Berry, 1985）、このような特性は特に「対人サービス」で発生するため、すべてのサービス産業で、消費者が必ず必要であるとは限らない。しかし、観光は訪問客が地域へ訪れて初めて生産されるという特性を有しているため、観光生産に訪問客の存在が不可欠である（Cooper et al., 2005, p.225）。
- 6) この点について、Matheson & Wall（1982）は「ある観光行動が住民にとって新たな職場や所得を創出するかもしれないが、労働時間は、家庭生活、社会的行動およびレクリエーションとは反対の方向に作用するかもしれない。観光開発は、環境的には害を与えるかもしれないが、かなりの収益をもたらすので、やがてはそれを汚染の改善のために利用することができる」と観光を通じたインパクトの複雑性を指摘している（Matheson & Wall, 1982, p.24; 邦訳, p.33）。
- 7) リークエージ（漏出：Leakages）とは、地域外での商品やサービスの消費、もしくは貯蓄により、地域の収入が地域外に漏出してしまうことである（Fletcher et al., 2013, p.626）。観光リークエージに関して、国際連合環境計画（UNEP:United Nations Environment Programme）によると、海外資本の旅行オペレーター、航空機、ホテル、輸入された食品や商品により、インドでは40%、タイでは70%、カリブ諸国では80%に達していると報告されている（UNWTO, 2014, p.11）。
- 8) マーケティングの環境は、大きく「マクロ環境」と「ミクロ環境」に区分される。前者の特徴は、デモグラフィック環境、経済環境、社会－文化的環境、自然環境、技術的環境、政治－法的環境等、「制御不可能な環境」である。一方、後者については、企業、供給業者、マーケティング仲介業者、顧客、競合他社、消費者等、観察して対応しなければならない環境である（Kotler, Bowen, & Makens, 2006）。
- 9) 「結果品質（Output Quality）」とは、サービス組織や提供者とのインタラクションで顧客が得る品質であり、サービス提供者と買い手とのインタラクションが終了したときに、顧客に残された「もの（What）」であり、Grönroosはそのようなサービスを「技術的品质」と呼んでいる。しかし、顧客は「サービスの探索、サービスの知覚、サービスへの評価」というサービスを受ける一連の活動の中で、サービス提供者との様々なインタラクションが存在しているため、サービスの全体的な品質の中には「結果品質」という側面と同時に、「どのようにサービスが提供されたのか（HOW）」という「過程品質（Process Quality）」の側面が存在している。Grönroosはそのようなサービスを受けるデリバリー・プロセスにかかわる品質を「機能的品質」と述べている（Grönroos, 2007, p.73）。

〔参考文献〕

Akis, Sevgin, Peristianis, Nicos, & Warner, Jonathan, "Residents' attitudes to tourism development: the case

- of Cyprus," *Tourism Management*, Vol.17, No.7, 1996, pp. 481-494.
- Andereck, Kathleen L., & Nyaupane, Gyan P., "Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents," *Journal of Travel Research*, Vol.50, No.3, 2011, pp. 248-260.
- Andereck, Kathleen L., Valentine, Karin M., Knopf, Richard C., & Vogt, Christine A., "Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts," *Annals of Tourism Research*, Vol.32, No.4, 2005, pp. 1056-1076.
- Andriotis, Konstantinos, & Vaughan, Roger D., "Urban Residents' Attitudes toward Tourism Development: The Case of Crete," *Journal of Travel Research*, Vol.42, No.2, 2003, pp. 172-185.
- Ap, John, "Residents' perceptions research on the social impacts of tourism," *Annals of Tourism Research*, Vol.17, No.4, 1990, pp. 610-616.
- Ap, John, "Residents' perceptions on tourism impacts," *Annals of Tourism Research*, Vol.19, No.4, 1992, pp. 665-690.
- Bestard, Angel Bujosa, & Nadal, Jaume Rossell?, "Modelling environmental attitudes toward tourism," *Tourism Management*, Vol.28, No.3, 2007, pp. 688-695.
- Carmichael, Barbara A., "A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area," *Tourism Management*, Vol.21, No.6, 2000, pp. 601-611.
- Cooper, Chris, Fletcher, John, Fyall, Alan, Gilbert, David, & Wanhill, Stephen, *Tourism: Principles and Practice, 3rd ed.*, Pearson Education, 2005.
- Cooper, Chris, & Hall, Colin Michael, *Contemporary Tourism: an International Approach*, Routledge, 2008.
- Cronin, J. Joseph, Jr., & Taylor, Steven A., "Measuring Service Quality - a Reexamination and Extension," *Journal of Marketing*, Vol.56, No.3, 1992, pp. 55-68.
- Davis, Duane, Allen, Jeff, & Cosenza, Robert M., "Segmenting Local Residents By Their Attitudes, Interests, and Opinions Toward Tourism," *Journal of Travel Research*, Vol.27, No.2, 1988, pp. 2-8.
- Deery, Margaret, Jago, Leo, & Fredline, Liz, "Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda," *Tourism Management*, Vol.33, No.1, 2012, pp. 64-73.
- Díaz - Armas, Ricardo, & Gutierrez - Taño, Desiderio, "La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia," *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol.8, No.4, 2010, pp. 431- 444.
- Fisk, Raymond P., Brown, Stephen W., & Bitner, Mary Jo, "Tracking the Evolution of the Services Marketing Literature," *Journal of Retailing*, Vol.69, No.1, 1993, pp. 61-103.
- Fletcher, John and Fyall, Alan and Gilbert, David and Wanhill, Stephen, *Tourism : Principles and Practice, 5th ed.*, Pearson, 2013.
- Goeldner, Charles R. and Ritchie, J. R. Brent, *Tourism : Principles, Practices, Philosophies, 11th ed.*, John Wiley & Sons, 2009.
- Grönroos, Christian, *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition, 3rd ed.*, John Wiley & Sons Inc, 2007.
- 橋本茂, 『交換の社会学』, 世界思想社, 2005年。
- Heskett, James L., Sasser Jr., W. Earl., & Schlesinger, Leonard A., *The Service Profit Chain*, Free Press, 1997.
- Homans, George Caspar, *The Nature of Social Science*, Harcourt, Brace & World, 1967 (ホーマンズ , G.C. 『社会科学の性質』 (橋本茂 [訳] 誠信書房 , 1981 年) .
- Jafari, Jafar, & Ritchie, J. R. Brent, "Toward a Framework for Tourism Education," *Annals of Tourism Research*, Vol.8, No.1, 1981, pp. 13-34.
- Johnson, Jerry D., Snepenger, David J., & Akis, Sevgin, "Residents' perceptions of tourism development," *Annals of Tourism Research*, Vol.21, No.3, 1994, pp. 629-642.
- King, Brian, Pizam, Abraham, & Milman, Ady, "Social impacts of tourism: Host perceptions," *Annals of Tourism Research*, Vol.20, No.4, 1993, pp. 650-665.
- Knutson, Bonnie, Stevens, Pete, Wullaert, Colleen, Patton, Mark, & Yokoyama, Fumito, "LODGSERV: A Service Quality Index for the Lodging Industry," *Hospitality Research Journal*, Vol.14, No.2, 1990, pp.277-284.

- Kotler, Philip, Bowen, John T., & Makens, James C., *Marketing for Hospitality and Tourism*, 4th ed., Pearson Education, 2006.
- Lankford, Samuel V., & Howard, Dennis R., "Developing a tourism impact attitude scale," *Annals of Tourism Research*, Vol.21, No.1, 1994, pp.121-139.
- Lepp, Andrew, "Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda," *Tourism Management*, Vol.28, No.3, 2007, pp.876-885.
- Liu, Juanita C., & Var, Turgur, "Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii," *Annals of Tourism Research*, Vol.13, No.2, 1986, pp.193-214.
- Martínez González, José Alberto, Parra-Lopez, Eduardo, & Buhalis, Dimitrios, "The loyalty of young residents in an island destination: An integrated model," *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol.6, No.4, 2017, pp.444-455.
- Mathieson, Alistair and Wall, Geoffrey *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Longman, 1982 (マシーソン, アリスター、ウォール, ジョフリー, 『観光のクロス・インパクト—経済・環境・社会への影響』(佐藤俊雄[訳]) 大明堂, 1990年).
- 宮城博文, 「デスティネーションにおける品質管理の課題に関する一考察—サービス提供過程の役割を通じて—」
『大阪商業大学論集』 第9巻, 2014年, pp.1-20.
- 宮城博文, 「島嶼地域における観光開発に対する住民行動の探索的研究: 沖縄県を中心に」 『日本観光研究学会全国大会学術論文集』 第32号, 2017年, pp.77-80.
- 西本章宏, 「プレイス・アタッチメント概念による地域ブランド・マネジメントの可能性(2)「小樽」観光マーケティングにおける地域ブランド価値の役割」『商學討究』 第63巻, 第4号, 2013年, pp.65-82.
- Nunkoo, Robin, & Gursoy, Dogan, "Residents' Support for Tourism: An Identity Perspective," *Annals of Tourism Research*, Vol.39, No.1, 2012, pp.243-268.
- Nunkoo, Robin, Smith, Stephen L. J., & Ramkissoon, Haywantee, "Residents' attitudes to tourism: a longitudinal study of 140 articles from 1984 to 2010," *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.21, No.1, 2013, pp.5-25.
- Nunkoo, Robin, & So, Kevin Kam Fung, "Residents' Support for Tourism: Testing Alternative Structural Models," *Journal of Travel Research*, Vol.55, No.7, 2016, pp.847-861.
- 小口孝司, 大橋泰二, 「「面食い」は「推進派」?—観光事業への態度を規定する社会心理学的個人差に関する研究」『日本観光研究学会第12回大会論文集』 1997年, pp.1-6.
- 岡本健, 「観光客と地域住民の社会的相互作用に関する研究: 交換理論の適用可能性の検討」『北海道大学観光創造フォーラム「ネオツーリズムの創造に向けて」報告要旨集』 2008年, pp.127-130.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L., & Zeithaml, Valerie A., "Understanding Customer Expectations of Service," *Sloan Management Review*, Vol.32, No.3, 1991, pp.39-48.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A., & Berry, Leonard L., "Servqual - a Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol.64, No.1, 1988, pp.12-40.
- Pérez, Eugeni Aguiló, & Nadal, Jaume Rosselló, "Host community perceptions a cluster analysis," *Annals of Tourism Research*, Vol.32, No.4, 2005, pp.925-941.
- Pratt, Stephen, "The economic impact of tourism in SIDS," *Annals of Tourism Research*, Vol.52, 2015, pp.148-160.
- Prebensen, Nina K., Vittersø, Joar, & Dahl, Tove L., "Value Co-Creation Significance of Tourist Resources," *Annals of Tourism Research*, Vol.42, 2013, pp.240-261.
- Reisinger, Yvette, Kozak, Metin, & Esmé, Visser, "Turkish host gaze at Russian tourists: a cultural perspective," in: O. Moufakkir, & Y. Reisinger (Eds.) *The host gaze in global tourism*, CABI, 2013, pp.47-66.
- Ribeiro, Manuel Alector, Pinto, Patricia, Silva, João Albino, & Woosnam, Kyle M., "Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries," *Tourism Management*, Vol.61, 2017, pp.523-537.
- Serra, Antoni Cantallops, *Marketing Turístico*, 2ª ed., Pirámide, D. L., 2011.
- Sharpley, Richard, "Host perceptions of tourism: A review of the research," *Tourism Management*, Vol.42,

- 2014, pp.37–49.
- Statistics Division, Department of Economic and Social Affairs, *International Recommendations for Tourism Statistics 2008, Series M No. 83/Rev.1*, United Nations, 2010.
- Tribe, John, & Snaith, Tim, "From SERVQUAL to HOLSAT: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba," *Tourism Management*, Vol.19, No.1, 1998, pp.25–34.
- Vargas-Sánchez, Alfonso, Oom do Valle, Patricia, da Costa Mendes, Júlio, & Silva, João Albino, "Residents' Attitude and Level of Destination Development: An INTERNATIONAL Comparison," *Tourism Management*, Vol.48, 2015, pp.199–210.
- Vaske, Jerry J., & Kobrin, Katherine C., "Place Attachment and Environmentally Responsible Behavior," *The Journal of Environmental Education*, Vol.32, No.4, 2001, pp.16–21.
- Wall, Geoffrey, & Mathieson, Alister *Tourism: Change, Impacts, and Opportunities*, Pearson Prentice Hall, 2006.
- World Tourism Organization, *Global Report on Adventure Tourism*, UNWTO, 2014.
- Yoon, Yooshik, Gursoy, Dogan, & Chen, Joseph S., "An Investigation of the Relationship Between Tourism Impacts and Host Communities' Characteristics," *Anatolia*, Vol.10, No.1, 1999, pp.29–44.
- Yoon, Yooshik, Gursoy, Dogan, & Chen, Joseph S., "Validating a tourism development theory with structural equation modeling," *Tourism Management*, Vol.22, No.4, 2001, pp.363–372.
- Zeithaml, Valerie A., Parasuraman, A., & Berry, Leonard L., "Problems and Strategies in Services Marketing," *Journal of Marketing*, Vol.49, No.2, 1985, pp.33–46.