

観光地における再来訪を促す要因の検討

— 長野県小布施町に焦点を当てて —

A study of the factors about repeat visitors in tourist area

— A case study of Obuse town in Nagano prefecture —

山口 一 美*

Kazumi YAMAGUCHI

キーワード：観光者満足、再来訪、観光資源

要旨：本論文は、観光地を訪れる観光者がどのような要因に満足を感じ、再度その地を訪れたいと考えるのか、その要因を明らかにすることを目的とした。その際に観光地として、長野県小布施町をとりあげた。質問紙調査の結果から、観光施設、観光資源においては、観光者を楽しませる工夫がしてあることが観光者満足につながり、再来訪と関わりがあることが明らかになった。とりわけ、観光施設では見たいとおもう観光資源が多くあり、また工夫されていること、さらには従事者が親しみやすく、感じのよい対応であることが再来訪につながっていることが明らかになった。また、景観資源では、景観から迎える心を感じ、草木を見ることで癒しを感じ、それらのことが再来訪につながっていることが示された。

1. はじめに

日本において2006年に「観光立国推進基本法」が成立し、国内外に、国をあげて観光立国に取り組む姿勢を示して早や6年がたつ。2010年には観光庁が訪日外国人3000万人のロードマップを発表し、そこでは2013年に訪日外国人を1500万人、2019年には2500万人の訪日外国人を受け入れるという目標を立てている。これらの目標を達成するために、政府は地域が主体的に取り組む観光地づくりに対する支援などさまざまな観光施策を展開している。

観光立国推進基本法の中では4つの基本的施策を掲げており、中でも「国際競争力の高い魅力ある観光地の形成」は観光立国を推進していくためにとりわけ重要であると思われる。それは、第一に観光者が訪れたいと思う魅力的な観光地が必要であり、第二に観光地が魅力的であれば観光者は何度もその地を訪れたいと思い、リピーターになる可能性が高いと思われるからである。

* やまぐち かずみ 文教大学国際学部

リピーターは安定的な交流人口確保に繋がり、各地域の観光振興を持続的なものにしていくに当たって、最も重要なターゲットとなっていると言われている（日本観光協会，2010）。リピーターが多い観光地は、何度訪れても飽きない魅力をもっている観光地である。このように観光者が何度訪れてもあきない魅力とはどのような要因を含んでいるのだろうか。これらの要因を明らかにすることは、観光者の再訪を促進し、リピーターを増やすために重要なことと思われる。

リピーターは複合的な満足度を観光地に求めており、その地ならではの生活文化や景観などを重視しているといわれている（cf. 日本観光協会，2010）。したがって、その地の生活に根ざした文化に触れたり、美しい景観に身を置いてもらうことはリピーターを増やすために必要なことであるといえよう。また、観光施設が提供するサービスも観光者の満足度を高めるために重要な要因である。それは観光者がその観光施設で文化に触れたいと思って訪れたときに、それが満たされなければ満足感を得ることができないからである。加えて、観光施設や宿泊施設をはじめとする観光ビジネスに従事する従事者の観光者に対する対応も重要である。観光業に従事する人は観光者への明るい挨拶ができるなどのコミュニケーション能力が重要であることが明らかにされている（山口，2006）。

そこで本論文では、観光地を訪れる観光者がどのような要因に満足を感じ、再度その地を訪れたいと考えるのかその要因を明らかにすることとする。本論文では観光地として、長野県小布施町¹⁾をとりあげる。小布施町は、「歴史と文化と栗の町～潤いあるまちづくり」として年間120万人の観光者が訪れるまちとして、「地域いきいき観光まちづくり100」の1つとして選ばれている（観光庁，2012）。また、県内の他の地域（上高地、美ヶ原温泉など）と比較して、観光者のリピーター率が最も高い数値となっていることが明らかにされている（SCOP，2009）。これらのことから、小布施町を訪れる観光者に焦点を当て検討することは、再来訪を促進する要因を明らかにするには適していると思われる。

2. 目 的

（1）観光者満足と自然環境

満足感とは、個人のある状態への主観的な評価の結果生じるポジティブな感情的な反応（近藤，1997）と言われている。この定義からは、観光者満足は観光者が観光地で経験し、知覚した対応やサービスの評価をした結果生じる驚きや喜びという肯定的、感情的反応であり、それは心に残る感動であるといえよう。観光者がある期待をもって観光地を訪れたときに、その期待が充足され、あるいは期待以上のものが提供され、観光者自身にそのことが知覚されたときに、観光者は満足感を得ると言える。その満足感が十分なものであれば、観光者自らの再来訪を促し、リピーターになる可能性が高いといえよう。

自然環境が観光者に好感をもたれることは多くの研究から明らかにされている。たとえば、泊・吉田（1999）は静かな場所（山や森林など）は緊張解消、海は情緒の開放や自己内省、風景のきれいな場所は緊張解消と気分転換などの機能を持つことを明らかにしている。自然環境場面は「お気に入りの場所」として選択されることが多く（Korpela, Hartig, Kaiser & Fuhrer, 2001）、癒しの風景としては緑や山、花、水などの自然要素があげられている。このように自然環境は人々に好感をもたれているのである。したがって、観光者が観光地において美しい自然環

境を見た時に、感激し、満足感を持つことが推測できよう。

加えて緑はそれを眺めることによって精神的なストレスを回復させる効果があるといわれている (Ulrich, Simons, Losito, Fiorito, Miles & Zelson, 1991)。また、自然の中で過ごし、木々から発散される揮発性物質が細菌作用をもっているため、それらが含まれた空気を身体に浴びると健康に良いことも明らかにされている (トーキン・神山, 1980)。緑あふれる環境は観光者のストレスを回復させ、癒しとなり、癒された観光者はその地を訪れたことで満足することが推測できよう。

(2) 観光者満足と観光施設、再来訪との関わり

観光施設における観光者満足度と再来訪との関わりに関する研究は見当たらない。しかし、Lee, Graefe & Bums (2004) が国立公園を訪れた観光者の満足ならびに再来訪との関わりを検討を行っている。Lee et al. (2004) は、森林公園を訪れた観光者に対して、質問紙調査を行い、レインジアーの親しみやすさや適切な情報提供などの接遇行動、トイレやゴミ箱の清潔さなど環境に合った危険性のない設備などをとりあげ、それらの評価と観光者満足、観光者の再来訪との関わりを検討している。その結果、レインジアーの親しみやすい行動や正確な情報提供などの接遇行動に対する評価の高いことは観光者の満足感を向上させ、それらの満足感が観光者の再来訪に影響を及ぼすことが明らかにされている。

観光者満足と宿泊施設、再来訪との関わりに関する検討を、Olorunniwo, Hsu & Udo (2006) が行っている。Olorunniwo *et al.* (2006) は、宿泊施設の従事者の礼儀正しさや観光者の要求に応じてくれるなどの接遇行動、業務知識、従事者が不適切なサービスに対して補償できるエンパワメントを持っている、そしてホテルの清潔さや外観の美しさなどの設備が、観光者満足と関わりがあり、それらの観光者満足が観光者が「他の人にその宿泊施設を勧める」あるいは「再度訪れる」などの行動に影響を及ぼすことを明らかにしている。礼儀正しいだけでなく、必要な業務知識を持ち、顧客の要求に責任を持って対応する権限を持つ従事者がいること、そして宿泊施設が清潔で美しいことが、再来訪に影響を及ぼしているのである。とりわけホテルなどの宿泊施設では、サービスの質に対する評価がフロントスタッフの業務の良しあしの影響を受けることが明らかにされている (Hartline, Wooldridge & Jones, 2003)。

レストランにおける観光者満足と再来訪との関わりに関する検討は Andaleeb & Conway (2006) が行っている。Andaleeb & Conway (2006) は、レストランの従事者の対応を含むサービスの評価と観光者満足との関わりを検討した。その結果、丁寧で思いやりがある、助けてくれる、機敏である、観光者のニーズを理解している、礼儀正しい、などの従事者の行動が観光者満足に影響を及ぼすことを明らかにした。レストランの照明や清潔さなどは観光者満足と関わりがみられなかった。この結果からは、レストランなどでは、そこでの設備や清潔さよりも従事者の対応が重要だと観光者が考えていることが示唆されている。このことは、宿泊施設とレストランでは観光者が満足を感じる要因が異なることが示されている。

以上のことから、観光施設ならびに宿泊施設の従業員の対応の良しあしが観光者満足に影響を及ぼし、再度その地を訪れたいという行動に影響を及ぼしていることが明らかになった。また観光施設や宿泊施設では、施設の清潔さや整備の良さが観光者満足を向上させるために重要であり、再来訪に影響を及ぼすことも示されている。

(3) 観光者満足とリピーター

観光者満足とリピーターとの関わり方の検討は、日本観光協会が調査を行っている(2010)。その調査からは、リピーターは訪問地域に対して全体的に満足度が高く、特に「海、山、川などの自然景観」に対する満足度が高いという結果が明らかにされている。つまり、何度もその地を訪れる観光者はその地域全体に満足し、とりわけ美しい自然に身を置いて楽しむ、いやされるなどの目的が充分に行えることで満足し、その地に再度訪れているのである。来訪を促進するために自然景観が重要な要因であることが示唆されている。また、都市景観・田舎景観などの町並みや村の景観に満足している観光者が、再度その地を訪問していることも明らかにされている。美しく整えられた景観が観光者に感動を与え、その地域ならではの固有の生活文化に触れることで自分の生き方を振り返るなど内省の時間を持つことができる、あるいは地域の人々との交流を行うことができることから、観光者は再度訪れたいと考えるのであろう。加えて、上記に述べたように、リピーターを増やすことは定住人口の確保にもつながる。リピート回数を積んでいくことで、滞在時間がのび、その地域での生活に溶け込んでいくうちに定住へと繋がる可能性が期待できるのであろう。リピーターが増えるということは、地域の人々との交流や地域経済の発展を促進するのである。

以上のことから、本論文では、観光地を訪れる観光者が観光施設や景観などにおけるどのような要因に満足を感じ、再度その地を訪れたいと考えるのか、その要因を明らかにすることを目的とする。

3. 方法

調査対象者：長野県小布施町のユースホステルに宿泊した観光者に質問紙に回答を求めた。有効回答者数は83名(男性47名、女性36名)であった。

質問紙の構成：

本研究で用いた質問項目は以下のとおりである。

(1) 小布施を知った情報源について

友人・知人から聞いて、インターネットを見て、など7項目から、該当するものを一つ選択するよう求めた。該当しない場合は“その他”にその情報源について記載してもらった。

(2) 小布施を訪れる回数について回答を求めた。

(3) 小布施への同伴者について回答を求めた。

(4) 小布施の観光資源や観光施設に対する満足度について、次の項目に回答を求めた。

美術館などから歴史・文化を知ることができる、各施設の接客は良い、地元の名産である土産物品が多くある、など10項目に回答を求めた。

(5) 小布施町の以下の各観光施設や景観資源について、その満足度に回答を求めた。

観光施設については北斎館²⁾、おぶせミュージアム・中島千波館³⁾、日本のあかり博物館⁴⁾、高井鴻山記念館⁵⁾を、景観資源については小布施堂界限⁶⁾、オープンガーデン⁷⁾をとりあげ、それぞれについて、訪問の有無を尋ね、訪問した観光者に以下の項目に回答を求めた。観光施設については、①施設の展示物から歴史や文化を知ることができた(展示物)、②食事をする場所が充分にある(食事の場所)、③施設内の接客は良い(接客)、④数日滞在して

みるほど観光資源がある（観光資源）、⑤地元の名産である土産品が多くある（地元名産）、⑥様々な所に観光者を楽しませるような工夫が見られる（工夫）、⑦施設に関わる人々は親しみやすい（親しみ）など、7項目に加えて、⑧この施設を再度訪れてみたい（再度）、⑨この施設を友達や家族に勧めたい（推薦）、など再来訪について尋ねる項目を加えた。景観資源については、たとえば小布施堂境界では、①境界の道や庭がきれいに手入れされていた（手入れ）、②草木を見ることで癒された（癒し）、③統一された景観から迎える心が感じられた（景観）、など3項目に加えて、④この境界を再度訪れてみたい（再度）、⑤この境界を友達や家族に勧めたい（推薦）、など再来訪について尋ねる項目を加えた。

上記(4)(5)の回答方式は、“非常に当てはまる(5)”～“全く当てはまらない(1)”までの5件法とした。

なお、観光施設について、おぶせミュージアム・中島千波館、日本のあかり博物館を訪問した観光者が少なかったため、分析対象から除いた。観光施設の項目8、9の各項目間、景観資源の項目4、5の各項目間でそれぞれ相関が高かったので（ $r = .966 \sim .994$ ）、各項目の合計点を“北斎館再来訪”“高井鴻山再来訪”“境界再来訪”“ガーデン再来訪”とした。

(6) 調査対象者の個人的属性

性別、住まい、旅行回数、配偶者、子どもの有りなし、職業について回答を求めた。

4. 結果と考察

(1) 小布施町の観光施設や観光資源に対する満足度について

小布施町の観光施設や観光資源に対する満足度について因子分析（主因子解、バリマックス回転）したところ、4つの因子が抽出された（表1）。構成されている項目内容から第1因子は観光名所や名産が充分にあるなどの内容であったため“観光・名産因子”、第2因子は観光資源が多いなど観光者を楽しませる工夫がみられる内容を表していたため“多資源因子”、第3因子は施設の接客が良いなどの内容を表していたため“接客因子”、第4因子は施設数が多い等の内容を表していたため“施設数因子”とそれぞれ名付けた。

これらの因子間の関りを見るため、各因子の得点間の相関係数を算出した（表2）。その結果、観光・名産因子は多資源因子、接客因子とに、多資源因子は観光・名産因子、接客因子とに、それぞれ有意な正の相関があった。観光名所や名産品が多いと考えている観光者ほど、その施設の従事者の対応が良いという結果であった。施設数因子はどの因子とも関りは見られなかった。

小布施町を訪れる観光者の訪問理由の主なものとして、特産物などの買物が多くあげられているという先行研究の結果（SCOP, 2009）からは、特産物を購入する際にそこでの従事者の対応の良いたことが観光者満足度を向上させるために重要だということが推測できる。施設数因子がどの因子とも関わりがみられなかったのは、小布施町の施設数、とりわけ宿泊施設が少ないことから関わりがみられなかったのであろう。

表1 小布施町観光施設と観光資源の満足度の因子分析結果

項目番号・項目	因子負荷量				h ²
	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	
第1因子					
7	.87	.29	-.10	-.09	.75
6	.80	.02	.11	-.04	.73
3	.76	-.07	.25	.15	.66
第2因子					
8	.20	.85	-.16	.00	.80
10	.05	.77	.38	.10	.70
9	.00	.73	.27	-.01	.65
第3因子					
4	.05	.06	.89	.08	.86
5	.21	.28	.76	-.01	.78
第4因子					
1	-.07	.03	.06	.86	.61
2	.07	.03	.01	.85	.75
説明分散	2.07	2.01	1.71	1.52	
累積寄与率 (%)	20.69	40.80	57.88	73.03	

因子抽出法: 主成分分析

回転法: Kaiser の正規化を伴わないバリマックス法

5回の反復で回転が収束しました。

表2 小布施町の観光施設と観光資源の満足度との相関係数

	観光・名産	多資源	接客	施設数
観光・名産	1	.27*	.31**	.05
多資源	.27***	1	.38***	.10
接客	.31**	.38***	1	.13
施設数	.05	.10	.13	1

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

(2) 再来訪者について

① 再来訪者の小布施町の観光施設と観光資源の満足度について

2回以上小布施町を訪れている観光者を再来訪者とし、再来訪者のみを対象として検討した。小布施町の観光施設と観光資源の満足度について、因子間の関りを見るため、各因子の得点間の相関係数を算出した(表3)。その結果、観光・名産因子、多資源因子は接客因子とそれぞれ有意な正の相関がみられた。小布施町を訪れた全調査対象者の結果においても観光・名産因子、多資源因子は接客因子と相関がみられた。このことから、観光名所や名産品が多く、観光資源も多いと考えている観光者ほど、それらの施設での従事者の対応が良いと考えており、観光施設などの従事者の対応が観光者の満足度にとって重要な要因であり、対応が良いことから再度その地を訪れていることが示唆されている。この結果は先行研究(Olorunniw, et al., 2006; Andaleeb & Conway, 2006; Lee, et al., 2004)を支持する結果であった。

表3 再来訪者の小布施町観光施設と観光資源の満足度との相関係数

	観光・名産	多資源	接客	施設数
観光・名産	1	.31	.47**	.30
多資源	.31	1	.51***	.21
接客	.47**	.51***	1	.03
施設数	.30	.21	.03	1

*** $p < .001$, ** $p < .01$

② 再来訪者における小布施町の観光施設、観光資源の満足度と各観光施設や景観資源の再来訪との関わり

再来訪者の小布施町の観光施設、観光資源の満足度と各観光施設や景観資源への再来訪との関わりを見るために、それらの相関係数を求めた(表4)。多資源因子は北斎館再来訪、界限再来訪とに、接客因子は界限再来訪、ガーデン再来訪とにそれぞれ有意な正の相関がみられた。この結果から、観光資源が多く、観光者を楽しませる工夫がみられることに満足している観光者ほど、北斎館や小布施堂界限に再度来たいと考えていることが明らかになった。北斎館には葛飾北斎の肉筆画が多く展示されており、また小布施堂界限は、歴史や文化を五感で感じながら散策できることから、それらに満足した観光者が再度訪れたいと考えていることが示されている。従事者の対応が良いと考えている観光者ほど小布施堂界限やオープン・ガーデンに再度訪れたいと評価していることが明らかになった。小布施堂界限では「味わい空間」と呼ばれる場所に数施設があり、そこでの従事者や関係者の対応が観光者に印象に残ったのであろう。また、オープン・ガーデンでも住民が丹精込めて整えた庭をみることでそこから観光者がおもてなしの心を感じたり、そこで住民との触れ合いがあったため、再度来訪したいという評価となったと思われる。

表4 再来訪者の小布施町観光施設、観光資源の満足度との各施設への再来訪との相関係数

	観光・名産	多資源	接客	施設数
北斎館再来訪	.25	.44*	.19	.35
高井鴻山再来訪	.15	.30	.20	.47
界限再来訪	.17	.48**	.49**	-.06
ガーデン再来訪	.14	.34	.72**	.09

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

③ 各観光施設と景観資源の各項目におけるリピーターの満足度と再来訪との関わりについて

③-1 観光施設

1) 北斎館における満足度と再来訪との関わり

「地元名産」を除くすべての項目が、北斎館再来訪とに有意な正の相関がみられた(表5)。このことから北斎館が歴史や文化を知ることができる展示物があり、その展示物は観光者を楽しませる工夫がなされており、施設内での接客が良いということが北斎館に再度訪れたいと評価されていることが明らかになった。北斎館は県内でも有数の葛飾北斎の肉筆画を有し

ており、その展示も肉筆画が出来るまでの過程を分かりやすく展示するなど工夫がなされていることから、観光者には期待以上の満足感を与え、それが再来訪につながっているであろう。

2) 高井鴻山記念館における満足度と再来訪との関わり

「接客」、「観光資源」、「工夫」、「親しみ」が、高井鴻山再来訪とに有意な正の相関がみられた(表5)。記念館における従業員の対応や親しみやすさ、葛飾北斎のアトリア、鴻山の書斎兼サロンなどの建造物や書・絵画などの展示室が点在しておりバラエティに富んだ記念館であることから、それらが再来訪の評価に結び付いたのであろう。

表5 観光施設(北斎館、高井鴻山記念館)における再来訪者の満足度と再来訪との関わり

	展示物	食事の場所	接客	観光資源	地元名産	工夫	親しみ
北斎館再来訪	.41*	.44*	.70***	.54**	.21	.47*	.54**
高井鴻山再来訪	.03	.08	.59*	.74**	.17	.83***	.56****

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

③-2 景観資源

1) 小布施堂界隈における満足度と再来訪との関わり

「景観」は界隈再来訪とに有意な正の相関が、「癒し」が界隈再来訪とに傾向差がみられた(表6)。小布施堂界隈は「小布施町並み修景事業」によって美しく町並みが修景され、その景観を楽しみながら散策ができる。美しい町並みを見たいと思って来訪した観光者にとって、見たいものが充分に見ることができ、また町並みを散策することを通して癒しを感じ満足したため、再度来訪したいという評価と関わりがみられたのであろう。SCOP(2009)の調査結果から、小布施町を訪れた主な目的として、「町並み散策」があげられていることからそれがわかる。

2) オープン・ガーデンにおける満足度と再来訪との関わり

「癒し」はガーデン再来訪とに有意な正の相関が、「景観」がガーデン再来訪とに傾向差がみられた(表6)。この結果から、オープンガーデンを訪れた観光者が日常生活に花を取り入れた豊かな生活空間に触れることで、そこから癒しを感じ、また美しい庭から迎える心を感じたことから、再度訪れたいと考えたことが推測できよう。

表6 景観資源(小布施堂界隈、オープン・ガーデン)における再来訪者の満足度と再来訪との関わり

	手入れ	癒し	景観
界隈再来訪	.04	.33 [†]	.49**
ガーデン再来訪	.37	.86***	.41 [†]

*** $p < .001$, ** $p < .01$, [†] $p < .10$

5. 総合考察

観光地における再来訪を促す要因を明らかにするために、長野県小布施町をとりあげ、そこを訪れる観光者が小布施町の観光施設、観光資源についてどのような要因に満足を感じ、再来訪を促進するのかを検討した。

その結果、観光施設、観光資源と観光者満足の検討からは、観光名所や名産が多く、楽しませる工夫がしてあると評価している観光者ほど、従事者の対応に満足しており、それらの施設における従事者の対応の良しあしが観光者満足に影響を及ぼしていることが明らかになった。また、再来訪者における観光施設、観光資源の観光者満足と再来訪との関わりを検討からは、観光者を楽しませる工夫がしてあることが北斎館と小布施堂界隈への再来訪と関わりがあった。このことは、北斎館や小布施堂界隈などにおいて観光者がその施設においてもっとも見たいと期待しているものが見えること、また飽きさせない工夫がしてあることが再度訪れたいと考える要因であることが示されている。また、小布施堂界隈ではそこにある施設の従事者や散策しているときに出会った住民などとの関わりが、オープン・ガーデンでは丹精こめた庭から感じる歓迎の気持ちやその庭の所有者である住民との交流などから、再度来訪したいと考える要因であることが明らかにされた。リピーターは「会いたい人や仲間など地域での交流」などに満足を感じているという先行研究（日本観光協会，2010）の結果を支持する結果であった。これらのことから観光施設と景観資源では、観光者が満足を感じ、再度訪れたいと考える要因が異なることが示唆された。

再来訪者を対象とした各観光施設や景観資源における満足度と再来訪との関わりを検討からは、観光施設の北斎館や高井鴻山記念館などでは見たいとおもう観光資源が多くあり、また工夫されていること、さらには従事者が親しみやすく、感じのよい対応であることが再来訪につながっていることが明らかになった。また、景観資源である小布施堂界隈やオープン・ガーデンでは、景観から迎える心を感じ、草木を見ることで癒しを感じ、それらのことが再来訪につながっていることが示唆されている。草木を眺めることで、ストレスが解消されるあるいはそこに身を置くことによって癒しを感じる効果があるという先行研究を支持する結果であった。

以上のように本研究から明らかになったことは多い。しかし、課題も多く残されている。第一に、異なる宿泊施設あるいは観光施設を訪れる観光者を対象として調査を行う必要がある。本研究では、ある特定の宿泊施設を利用した観光者を対象に調査を行った。したがって異なる種類の施設における観光者の満足と再来訪の要因との関わりを検討し、同様の結果が得られるかどうか検証する必要がある。第二に、再来訪者あるいはリピーター（5回以上その地を訪れている者）（日本観光協会，2010）は、再来訪した際にどこに立ち寄り、何に興味を持ち、何を求めて来訪するのかなど詳細な調査をする必要がある。「小布施町における観光効果の実際」の調査（SCOP，2009）からは、訪問回数が増えるほど立ち寄り地点が減るという結果がでていることから、再来訪する観光者はどこを訪問し、なぜリピーターとなっているのであろうか、これらについてのさらなる検討が必要であろう。

国際競争力の高い魅力ある観光地の形成は観光立国を推進していくために重要であり、そのために地域がもつ固有の魅力は何かを明らかにすることは、今後も検討していくべき課題であると思われる。

引用文献

- Andaleeb, S. S. & Conway, C. (2006) *Customer satisfaction in the restaurant industry: an Examination of the transaction-specific model*, 20, 3-11.
- Hartline, M. D., Wooldridge, B. R., & Jones, K. C. (2003) Guest perceptions of hotel quality; determining which employee groups count most. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43-52. Wooldridge & Jones, 2003
- Iacobucci, D., Grayson, K. A. and Ostrom, A. L. (1994) The Calculus of Service Quality and Customer Satisfaction. Swartz, T. A., Bowen, D. E. and Brown, S. W. *Advances in Services Marketing and Management* Vol.3, JAI Press, pp9-15.
- 近藤隆雄 (1997)「顧客満足(CS)経営再考」『RIRI』流通産業研究所
- Korpela, K., Hartig, T., Kaiser, F., & Fuhrer, U. (2001) Restorative experience and self-regulation in favorite places. *Environment and Behavior*, 33 (4), 572-589.
- Lee, J., Graefe, A. R., & Burns, R. C. (2004) *Service quality, satisfaction, and behavioral intention among forest visitors*, 17, 73-82.
- 日本観光協会 (2010)「平成 21 年度版観光の実態と志向」『第 28 回国民の観光に関する動向調査 リポートする観光地の条件とは』日本観光協会
- Olorunniwo, F., Hsu, M. K., & Udo, G. F. (2006) Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory. *Journal of Services Marketing*, 20, 59-71.
- 泊 真児・吉田富二雄 (1999)「プライベート空間の機能と感情及び利用場所との関係」『社会心理学研究』15(2), 77-89.
- SCOP (特定非営利活動法人) (2009)「小布施町における観光効果の実際：平成 20 年度小布施町における観光客実数とその経済効果について～小布施町観光経済波及効果測定調査結果報告～」
- トーキン, B. P.・神山恵三 (1980)『植物の不思議な力—フィトンチッド』講談社
- Ulrich, R. S., Simons, R. F., Losito, B. D., Fiorito, E., Miles, M. A., & Zelson, M. (1991) Stress recovery during exposure to natural and urban environments. *Journal of Environmental Psychology*, 11, 201-230.

注

- 1) 小布施町は長野県北部の長野盆地に位置し、周囲を千曲川など3つの川と雁田山に囲まれた自然の豊かな総面積 19.07 平方 km の平坦な農村地帯である。人口は約 12000 人の住民同士が互いに顔を知りあえる相親圏が形成されている。
小布施町 <http://www.town.obuser.nagano.jp/syukai/machigaiyou/machigaiyou.html> (閲覧：2012 年 1 月 10 日)
- 2) 葛飾北斎が 80 代半ばになって、小布施の豪商であった高井鴻山の庇護のもとに描いた天井絵をおく祭屋台と北斎の肉筆画が展示されている美術館。1976 年 11 月に開館し、開館十五周年を期に、1991 年に大増築、三十周年記念事業としてさらに増改修を行った。5つの展示室をもつ。
北斎館 <http://www.hokusai-kan.com/treasure01.htm> (閲覧：2012 年 1 月 10 日)
- 3) 人と地域と共存する小布施町の新しい文化拠点として、1992 年に開館した町立美術館である。「潤いのあるまちづくり」を勧める小布施町が、日常生活に安らぎを与え、自己向上のための自発的な行動を地域文化として大切にしていくことを一つの目的としている。小布施出身日本画家の中島千波の作品を展示する「中島千波館」と小布施の祭屋台を展示する「屋台蔵」、年間を通じて様々な展覧会を企画する企画展示室がある。
おぶせミュージアム・中島千波館 http://www.town.obuse.nagano.jp/bijutsu/obusemuseum/obusemuseum_kannai.html (閲覧：2012 年 1 月 10 日)
- 4) 「北信濃およびその周辺地域の灯火具—金箱正美灯火具コレクション」963 点が 1980 年に国の重要有形民俗文化財に指定されたことをうけ、1982 年にこれを常時公開するために開館された日本初の灯火具専門館。展示室は、明治時代末に建てられた米蔵 2 棟と、昭和初期の倉庫 1 棟をあかりの道具を展示する場所とし

て改装したものがあある。

日本のあかり博物館 http://www.nihonnoakari.or.jp/new_page_12htm (閲覧：2012年1月10日)

- 5) 高井鴻山(1806年～1883年)は江戸の浮世絵師葛飾北斎など多くの文人墨客を招き、小布施を文化の香り高い地に育み、飢餓には窮民を救い、維新では教育立県を強調し、東京や長野に私塾を開いて教育活動に専念した。その書齋兼サロンであるゆうぜん楼、葛飾北斎のために鴻山が新築したアトリエがある。それらに加えて、鴻山が書庫として使っていた蔵など3つの展示室には鴻山及びそれに関わる人たちの書・絵画などが展示してある記念館。

高井鴻山記念館 http://www.town.obuse.nagano.jp/bijutsu/takaikouzan/takaikouzan_kouzan.html

(閲覧：2012年1月10日)

- 6) 1980年～1987年に行われた事業「小布施町並み修景事業」によって、北斎館周辺である小布施堂境界はそこで暮らす人の視点に立って、町並みが美しく修景、整備された。行政、個人、法人という立場を違える地権者が、対等な立場で話し合いを重ね、土地の交換あるいは賃貸により、双方に利のある配置変えを果たして造り上げたものである。国からの補助金などに頼ることなく、住む人主体で新旧建築物の調和する美しい町並みをつくる新しいやり方は「小布施方式」と呼ばれ、現在に至るまで全国から注目されている。北斎館から栗の木の間伐材を敷き詰めた「栗の小径」を通して、高井鴻山記念館へ、栗菓子を販売している小布施堂本店へと続く、美しい景観を楽しみながら散策できる境界を指す。

小布施堂境界 <http://www.obusedo.com/ajiwai/detail/komichi.html> (閲覧：2012年1月10日)

- 7) “外はみんなのもの、内は自分のもの”という概念から、住民と行政の役割を明確にし、庭園所有者の好意と善意にもとづくボランティアによって行われている、来訪者に公開されている個人の庭園。案内版が表示されている家庭の庭園には来訪者は入って、その庭の樹木や花を観賞することができる。