

オートキャンプ・ツーリストの参加動機からスポーツツーリズムの現状を探る

保木 洋太 (競技スポーツ学科 スポーツビジネスコース)

指導教員 吉倉 秀和

キーワード： 参加動機、オートキャンプ、スポーツツーリズム

1. 緒言

オートキャンプ人口は、年間約 720 万人となっている。(2010 現在)

マーケティングにおいて、消費者心理や消費者行動が必要とされる一方で、オートキャンプの参加者の消費者行動に着目した研究が不足している。オートキャンプの参加者が何を求めてオートキャンプに参加しているのかという疑問に答える研究が求められる。

そこで、本研究では、オートキャンプに参加する上での動機をあきらかにすること、キャンプ活動にはどういった魅力があるのか、また周辺環境は影響しているのかをあきらかにすることを目的とする。

2. 研究方法

2012年8月中旬～9月中旬にかけて、滋賀県Sキャンプ場を利用している、オートキャンプ参加者を対象にアンケート調査を実施し、調査票を 110 票収集した。調査項目は基本属性(年齢、性別等)、先行研究から参加動機に関する項目を(Brent A. Beggs, 2010)を援用した。分析は SPSS を用いて単純集計を行い、参加動機に関する項目については分散分析を行った。

3. 結果と考察

ここでは、年代別に比較、分析したもののみを紹介する。表 1 は多変量分散分析によって、年代の 3 つのグループの因子別の平均値を比較し、たところ、社会性因子のみ平均値に有意な差がみられた。

次に分散分析を各要因ごとに行ったところ、若年層と高年層の間で有意な差がみられた。このこと

から、若年層の人ほど、家族や友人と来られることが多いため、一緒に来ている人との関係が深いため、高い数値が出たと考えられる。逆に高年層の人は夫婦などとリラックスやくつろぎを求めて参加している方が多いと考える。

		若年層	中年層	高年層	F値	多重比較
相対作用	平均	3.11	3.15	3.14	0.03	若<中 中>高 若<高
	(SD)	0.78	0.67	0.67		
社会性	平均	3.58	3.25	3.03	6.01	若>中 中>高 若>高*
	(SD)	0.75	0.67	0.52		
技術・向上	平均	2.45	2.43	2.58	0.42	若>中 若<高 中<高
	(SD)	0.84	0.50	0.52		
刺激・回避	平均	3.96	4.04	3.76	1.75	若<中 中>高 若>高
	(SD)	0.60	0.54	0.66		

注: Wilksのラムダ=.813, F(200)=2.73, P<.01
*p<.01

4. 結論

本研究の調査結果より、オートキャンプ参加動機を性別、年代別、オートキャンプ実施回数で比較したところ、年代別では差が見られたが、性別、実施回数では差異はみられなかった。このことから、性別や実施回数では参加動機に差がないことが明らかとなった。また、今回の研究では若い年代の方、またオートキャンプを今まであまり行っていなかった方が多いという結果がでたことから、今後のオートキャンプはよりいっそう発展するとともに、オートキャンプ人口も増加すると予想できる。

5. 参考文献

Brent A. B. and Daniel J. E. (2010). The Influence of Leisure Motivation on Leisure Satisfaction. 公益財団法人日本生産性本部(2012) レジャー白書

