

観光学博士 学位論文

観光目的地活性化のための
文化観光資源解説の影響度評価
－ 慶州地域を中心に －

慶州大学校 大学院

観 光 学 科

徐 沆 廷

2008年 12月

観光目的地活性化のための
文化観光資源解説の影響度評価
－ 慶州地域を中心に －

指導教授 趙 顯 鎬

この 論文を 博士学位論文に 提出する

2008年 12月

慶州大学校 大学院

観 光 学 科

徐 沅 廷

徐沈廷の 博士学位論文を 認准する

審査委員長

下保正



審査委員

劉崇峻



審査委員

盧正哲



審査委員

宋在一



審査委員

趙顯鎬



慶州大学校 大学院

2008年 12月

Counsel To Girls

Gather ye rosebuds while ye may,
Old Time is still a-flying:
And this same flower that smiles to-day
To-morrow will be dying.

The glorious lamp of heaven, the sun,
The higher he's a-getting,
The sooner will his race be run,
And nearer he's to setting.

That age is best which is the first,
When youth and blood are warmer;
But being spent, the worse, and worst
Times still succeed the former.

Then be not coy, but use your time,
And while ye may, go marry:
For having lost but once your prime,
You may for ever tarry.

—Robert Herrick

관광목적지 활성화를 위한 문화관광 자원해설 영향도 평가

서 윤 정

경주대학교 대학원

관광학과

지도 교수 조 현 호

관광객의 교육수준이 높아지고 관광욕구가 진화되어 감에 따라 관광현상 역시 변화하고 있다. 그러므로 이러한 관광현상의 변화를 파악하고 그 변화에 따른 관련 개념들의 역할을 재정립할 필요가 있다.

오늘날 문화관광지는 관광객에게 재미와 오락적인 요소만을 제공하는 장소가 아닌 직접적인 체험활동을 통한 지식습득을 위한 교육적인 장소로 부각되고 있다. 또한 관광자원해설은 관광매력물에 대한 정확하고 유익한 정보를 제공하여 관광자의 지각 수준을 강화시키고, 이를 통해 관광객의 관광경험의 질을 높여 최대한의 만족을 얻게 하는 매개역할로 그 중요성이 높이 인식되고 있다.

따라서 본 연구에서는 관광자원해설이 관광객 만족도에 미치는 영향을 측정할 수 있는 척도로 문화관광자원에 적용시켜 문화관광 자원해설이 관광만족도에 어떠한 영향을 주는지 분석하고자 한다. 그리고 문화관광 자원해설의 중요성을 파악하여 관광동기에 따른 관광객의 관광만족을 검증함으로써 관광현상의 변화에 따른 개념간의 영향관계를 알아보고자 하였다.

이러한 연구목적 달성을 위하여 문화관광 자원해설과 문화관광 동기, 문화관광 만족에 대한 이론적 연구를 거쳐 실증분석을 위한 측정척도를 도출하였다. 이론적 연구를 통하여 도출된 측정척도의 신뢰성과 타당성 검증을 위하여 경주지역의 문화관광지를 방문하는 관광객을 대상으로 설문조사를 실시하고 이를 유효표본으로 하여 실증분석을 실시하였다. 실증분석 결과, 각 개념을 측정하기 위한 척도로서 신뢰도와 타당도가 검증되어 본조사를 실시하였다.

본 연구를 통해 도출된 주요한 분석결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 문화관광 동기와 문화관광 자원해설과의 영향관계에서는 각각의 동기 요인 중 ‘학습/지식습득’ 요인은 자원해설 요인 중 ‘교육성’, ‘흥미성’, ‘이해용이성’, ‘정보성’ 요인에 높은 영향을 미치며, ‘자기계발’ 요인은 ‘교육성’ 요인을 제외한 ‘흥미성’, ‘이해용이성’, ‘정보성’ 요인에 높은 영향을 미치는 것으로 나타났다. ‘기분전환’ 요인은 ‘이해용이성’, ‘정보성’ 요인에 높은 영향을 미치며, 상대적으로 ‘교육성’, ‘흥미성’ 요인에는 영향을 미치지 않는 것으로 조사되었다. 또한 ‘가족친화/친목도모’ 요인은 ‘교육성’ 요인을 제외한 ‘흥미성’, ‘이해용이성’, ‘정보성’ 요인에 높은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 같은 분석결과, 전반적으로 문화관광 동기와 문화관광 자원해설과의 영향관계의 검증 결과 관광객의 동기에 따라 자원해설의 내용을 교육적이고, 이해하기 쉽도록 초점을 맞추어 접근한다면 문화관광에 대한 관광객의 만족은 보다 높아질 것으로 사료된다.

둘째, 문화관광 동기와 문화관광 만족과의 영향관계 검증 결과, 만족변수 중 전반적 만족에 있어서는 ‘학습/지식습득’ 요인이 영향력을 나타냈다. 재방문에 있어서는 ‘학습/지식습득’, ‘자기계발’, ‘가족친화/친목도모’ 요인 등이, 추천의도에 있어서는 ‘학습/지식습득’, ‘자기계발’, ‘기분전환’, ‘가족

친화/친목도모' 요인 모두가 영향관계를 보였다. 이 같은 조사결과 자기계발과 학습이나 지식습득의 관광동기로 관광지를 찾은 관광객은 전반적으로 관광활동에 만족하는 것으로 나타났다.

셋째, 문화관광 자원해설과 문화관광 만족과의 영향관계 검증결과, 전반적 만족과 재방문, 추천의도에서 '정보성' 요인은 영향을 보이지 않았다. 이 같은 결과로 볼 때 흥미 있는 이야기를 담고 있으며, 학습과 교육에도 도움을 줄 수 있는 자원해설에 만족하고 있는 것을 알 수 있다. 따라서 관광객의 만족과 재방문, 추천의도를 높이기 위해서는 학습과 교육에 도움을 줄 수 있는 흥미 있는 이야기 형식의 자원해설은 물론 해설내용을 이해하기 쉽도록 해야 할 것으로 판단된다. 물론 관광목적지 뿐만 아니라 주변 관광지에 관한 정보를 제공해 주는 해설을 통해 관광객의 만족을 높일 수 있도록 '정보성' 요인에 대한 주의 깊은 접근도 고려되어야 할 것이다.

이와 같은 연구결과를 통해 관광자의 만족을 제고시킬 수 있는 수단으로서 문화관광 자원해설도입의 중요성을 제기할 수 있다. 이는 관광활동에 있어 문화관광 자원해설은 관광객의 흥미를 유발시키면서 관광객의 지각수준을 발달시키고 있다고 판단할 수 있으며, 향후 관광객의 재방문을 유도할 수 있는 유인요소로서 강조될 수 있다. 이와 더불어 기존에 몇몇 관광지에만 제한되었던 문화관광 자원해설 서비스를 확대하여 관광객에게 다양한 경험을 제공하며, 관광객의 만족을 제고시킬 수 있는 제도적 노력이 필요하겠다.

< 目 次 >

第1章 序論	1
第1節 研究の目的	1
第2節 研究の範囲と構成	5
第2章 理論的背景	10
第1節 文化観光資源解説の考察	10
1. 文化観光資源の意義	10
2. 文化観光資源解説の意義	22
第2節 文化観光資源解説の影響度評価要因	35
1. 文化観光動機の要因	35
2. 文化観光満足の要因	43
第3節 観光目的地の意思決定	51
1. 観光目的地の意義	51
2. 観光目的地の意思決定過程	53

第3章 研究設計	59
第1節 研究模型及び研究仮説	59
1. 研究模型	59
2. 研究仮説	60
第2節 調査対象地の開館	63
1. 調査対象地の選定背景	63
2. 調査対象地の開館	65
第3節 調査方法	70
1. 研究手続き	70
2. アンケートの構成及び内容	72
3. 資料の分析方法	73
第4章 分析及び結果解釈	74
第1節 標本の特性	74
1. 標本の特性	74
2. 評価変数の重要度測定	77

第2節 文化観光資源解説評価変数の構成妥当度及び信頼度	79
1. 評価変数の構成妥当度検証	79
2. 文化観光動機要因の妥当度及び信頼度	81
3. 文化観光資源解説要因の妥当度及び信頼度	84
第3節 文化観光資源解説の影響度評価	87
1. 文化観光動機と文化観光資源解説との影響関係	87
2. 文化観光動機と文化観光満足との影響関係	92
3. 文化観光資源解説と文化観光満足との影響関係	95
 第5章 結論	 98
第1節 研究の要約	98
第2節 観光目的地活性化方案及び時事点	101
第3節 研究の限界点と今後の課題	106
参 考 文 献	108
設 問 調 査	123
ABSTRACT	128

< 表 の 目 次 >

<表 1> 文化観光の定義	15
<表 2> 文化観光の変化過程	16
<表 3> 文化観光の類型	17
<表 4> 文化観光資源の定義	21
<表 5> 文化観光資源解説の定義	26
<表 6> 文化観光資源解説の測定項目	34
<表 7> 文化観光資源解説の構成要素	34
<表 8> Glüsmannの観光の原因	36
<表 9> 文化観光動機の測定項目	42
<表 10> 文化観光動機の構成要素	43
<表 11> 文化観光満足の定義	47
<表 12> 文化観光満足の測定項目	50
<表 13> 文化観光満足の構成要素	51
<表 14> アンケートの構成	73
<表 15> 標本の特性	76
<表 16> 評価変数の重要度	78
<表 17> 文化観光動機の妥当度及び信頼度	83

<表 18> 文化観光資源解説の妥当度及び信頼度 -----	86
<表 19> 文化観光動機が文化観光資源解説に及ぶ影響 -----	91
<表 20> 文化観光動機が文化観光満足に及ぶ影響 -----	94
<表 21> 文化観光資源解説が文化観光満足に及ぶ影響 -----	97

[図 の 目 次]

[図 1] 設問調査対象地 -----	6
[図 2] 研究の流れ図 -----	7
[図 3] 観光動機の追求(seeking)と脱出(escaping)模型 -----	38
[図 4] 研究模型図 -----	60

第1章 序論

第1節 研究の目的

労働のための余暇ではなく、余暇のための労働へ、生の価値観が変化しながら、今日「生活の質」を追い求めようとする人間の質的向上に対する欲求は文化の享有に対する欲求につながった。こうした欲求は、観光においても物質的・量的観光より精神的・心理的・文化的欲求を追い求める観光へ変化している。

観光は、本質的に文化行動 (cultural behavior) と文化接触 (cultural contact) である (Son, 1994)。観光は、現代社会で一番中心的な文化形態創出の一つの要因であり、戦争による軍隊派遣や暮らしを目的にした労働力の移動よりも、手広く大規模で世界人口を移動させている (Moon, 2000)。今は、観光が文化と消費を新たに生み出す役目を果たしている。

文化の生み出しによって、質的観光に対する認識が高まり、観光は歴史文化を中心とした文化的な消費行為として、重要な役目を果たすようになった。観光に対する欲求の多様化により、観光と文化の概念が合わさった、文化観光という新しい潮流を形成するようになった (Nuryhanti, 1996)。これは観光客が過去の景観及び施設中心の観光よりは、多様な文化及び歴史を中心とした、観光に対する欲求が増加したからである (Byun, 2004)。すなわち文化観光は、既存の観光形態とは異なる生の質的向上を追い求める魅力的な文化体験としてとらえている。

文化的であり、生の質的向上を追い求めるこうした傾向は、観光客

の内面的な欲求だけではなく、各国の観光政策とも係わって重要視されている。文化観光開発は、各国の重要な経済的手段として、地域社会開発と地方文化を後援することだけではなく、観光の季節的、地理的な脆弱性を減らすのに役立つ（Greg、1996）。ヨーロッパでは既に文化観光地の成長を通じて、多くの収入を上げている。また、文化観光は、伝統的製造産業の代わりをする潜在性を持っていて、ヨーロッパのアイデンティティを捜すことができる観光開発の鍵になる重要な手段としてとらえている。

こうした側面から見ると、慶州は新羅千年の古都であり、国家指定文化財の場合、全国の7.4%、慶尚北道の38.2%を保有している。以外にも各種の文化財と数多くの歴史的遺物及び世界文化遺産を主軸とする8ヶ地区の国立公園がある。これと共に慶州世界文化エキスポをはじめとした多様なイベント及びホテル、コンドなど基盤施設を取り揃えている所である。

このように慶州の多様性は観光目的地として、開発の潜在力を高めてくれる主な要因になっている。また、韓国を代表する文化観光都市として、毎年900万人以上の国内外の観光客が、慶州を訪れている（慶州市、2004）。慶州は、韓国観光の主な収容地域とすることができる。さらに、2006年から本格的に施行された歴史文化都市造成事業と古都保存法の施行で、2007年まで特別保存地区と歴史文化環境地区の指定、古都保存計画の樹立及び2011年慶州高速鉄道の開通により、慶州地域の観光産業は新しい転機を迎えている。

しかし、現在、新羅千年の歴史を持つ国内最大の文化観光都市であり、毎年900万人以上の国内外観光客が訪れる慶州は、歴史都

市と観光都市そして定住空間としてのアイデンティティと機能を失っていく、という指摘が絶えないのが実情である (Kim、2000)。慶州は仮想空間での貧弱であり、不足な観光情報の提供などによって、UNESCO に登録された仏国寺、石窟庵のような世界的な文化遺産があるにもかかわらず、多くの観光客を誘致することができなく、最近ではインバウンド観光客の訪問率が減少する趨勢を見せている (Lee 他、2001)。このように、慶州地域は世界的な文化遺産と豊かな基盤施設を取り揃えているにもかかわらず、観光が活性化することができず、かえって退歩している理由は、観光資源の分散による周辺観光地とのつながりの弱化 (観光振興研究院、1999) と観光客を誘引することができる観光ルートの不在 (Kang・Kim、1999) 及び差別化された観光商品の不足で (Park、2000) その原因を捜すことができる。その外にも、観光インフラの不備、観光サービスの不在、外国人に対する市民意識の欠如などを挙げることができる。

文化を踏まえた変化が、社会変化の原理に現われるというパラダイムが、観光にも適用されている (Lee・Jeon、1999) 現在、慶州は歴史性と文化性が優れているため、文化観光の振興という観点から接近するのが望ましい。そのためには供給者の側面で、慶州が他の地域と比較して見る際、文化観光地としてどれほどの価値を持っているか、についての研究が必要である。文化観光は、資源だけでは観光客を誘引することは容易ではないことが事実である。にもかかわらず、文化観光の特性は、表に現われるものより、それ自体に与えてもらう感動がもっと強い。案内及び資源解説の役目によって、観光客の行為を変化させるようになる。特に、文化観光において資源解説は、観光客に文化観

光地の魅力を正確に知覚させ、観光経験の質と共に高い満足度を提供するからである。

観光地も観光客に楽しさと娯楽的な要素のみを提供する場所ではなく、観光地の内在した意味と価値を感じ、魅力的な文化的体験のための場として、浮き彫りにしている。文化観光地での資源解説は、観光資源に対する情報を提供することで、観光資源に対する付加価値を高める役目をしている。さらに、資源解説は観光客に文化観光地に対する好奇心の充足まで提供する。すなわち、文化観光地に対する関心を高め、観光資源に対する認識と観光資源の魅力を持続的に維持させ、鼓舞させる。

上記の問題提起を踏まえ、文化観光地を訪れる観光客を対象にして、観光資源について、正確で有益な情報を提供している資源解説に対する影響度評価の研究を遂行しようとする。さらに、需要者の側面での研究が併行されねばならないであろう。資源解説は、いかに資源価値が高いといえども、資源の特性に相応しい解説が成り立たなければ、観光客の満足が満たされない。従って、資源解説を分析しそれを通じて、資源解説に影響を与える要因について研究しようとする。また、資源解説の構成要素を分類して、観光客の側面で動機と満足度の評価を通じて、資源解説の問題点を把握し、それに対する改善策を提示しようとする。そして、どうした動機で慶州を訪れるのか、把握するのも非常に重要である。それは、今後、観光客の欲求を満たして、慶州地域を文化観光の目的地として、活性化させることができる時事点を提供するためである。

そのための具体的な研究目的は次の通りである。

第一、文化観光地の観光客に提供されている資源解説に対する実証分析及び先行研究を通じて、資源解説の構成要素を究明しようとする。

第二、現在、提供している資源解説の構成要素を通じて、観光客の動機を把握し、動機の構成要素による資源解説に対する効果を検証して、満足にどういった影響を及ぼすかを究明しようとする。

第三、資源解説の影響度評価に関する研究を踏まえ、資源解説が観光満足度の決定要因の中、全般的満足、再訪問、推薦意図に及ぶ影響水準を把握し、各要因の間の影響関係を明らかにしようとする。

第四、資源解説の影響度評価を踏まえ、実質的な資源解説プログラムの開発及び活用方を提示しようとする。

第2節 研究の範囲と構成

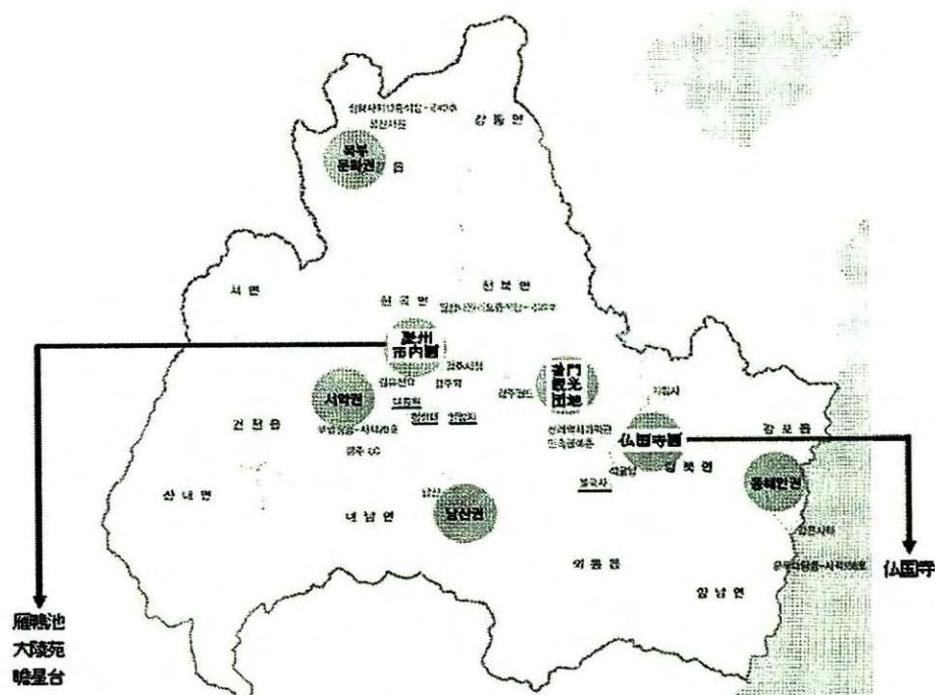
本研究は、文化観光資源解説に関する研究のため、あらゆる観光資源を研究対象として選定するよりは、文化観光資源解説を円滑に供給しているとか、多様な解説媒体を通して、体系的な解説が成り立っている調査対象地を選定し、研究の時間的、空間的、内容的範囲で区分して設定した。

第一、時間的範囲では、休みと休暇による観光客数が一番多い2008年7月と8月を対象にしようとする。

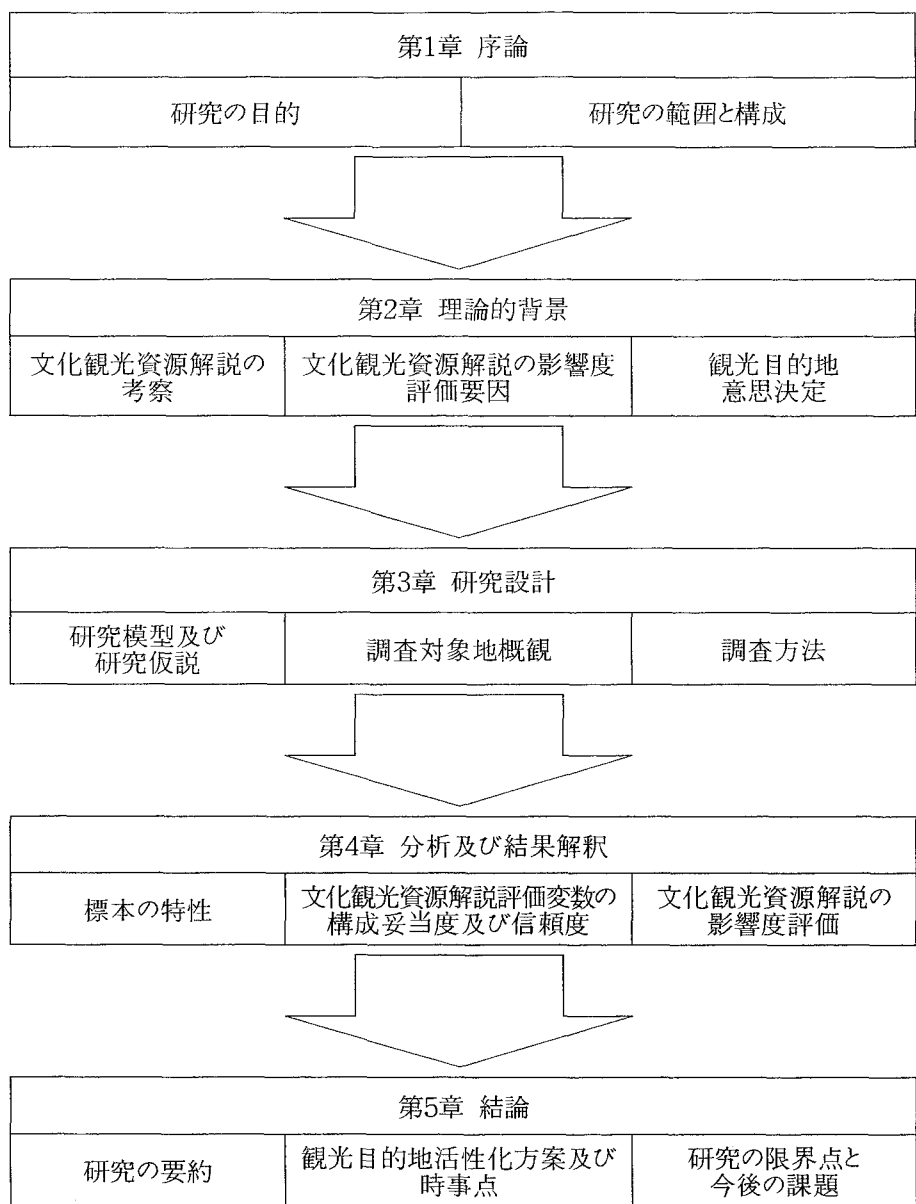
第二、空間的範囲では、[図1]のように慶尚北道慶州市所在の文化観光地の中、ユネスコ文化遺産に登録された慶州市内圏の雁鴨池と大陵苑、瞻星台など3ヶ所と仏国寺圏の仏国寺に限定して、研究を進めようとする。これは、まず、我が国の伝統と歴史、文化、芸術的価値が認められた代表的な文化遺産観光地であるからである。さら

に、体系的な文化遺産資源解説が成り立っているところであり、高い認知度及び多様な属性を持っているところであり、ひいては世界的な観光地として、生まれ変わることができる潜在力も十分であって、これに対する深層的研究の必要と価値があると判断するからである。

第三、内容的範囲では、文化観光地の観光客を調査対象者に選定して、本研究の標本にした。概略的な内容は [図2]の通りである。



[図 1] 設問調査対象地



[図 2] 研究の流れ図

前で提示した研究の目的を果たすための研究の構成は次の通りである。

まず、学制的接近方法による文献研究を通じて、観光学と隣接学問で研究された文化観光資源解説と観光動機、マーケティング分野の消費者満足に関する既存の文献を幅広く調べてみることで、それと係わる理論的考察を進める。また、既存の研究で取り上げてない、観光資源解説の懸案を調べてみることで、文献研究を通じてその間近付きにくかった、問題点を把握する。こうした問題点と研究概念及び概念間の関連性を把握して、研究仮説を導き出し研究設計を基礎とした、実証分析を通じて仮説を検証し出そうとする。

第二、導き出された仮説の検証のために、アンケート調査を通じて収集された資料分析のため、SPSS14.0統計パッケージプログラムを活用する。その具体的な分析方法は、標本の構成と一般的特性を分析するために、技術統計分析を実施する。また、概念に対する信頼性を検証するために、信頼度分析、特に、多くの測定項目で構成された尺度の場合、信頼度の分析方法であるクロンバハアルファ係数 (Cronbach's α) を測定して、内的一貫性による信頼性を検証し、測定道具の妥当性を検証するために、要因分析 (Factors Analysis) を実施する。さらに、仮説化された研究変数の間の影響関係を判断するために、回帰分析を実施する。

これによって、本研究は、関連文献を体系的に考察する理論的考察とアンケート調査を通じる実証調査で大きく5章で構成されている。

第1章は、前書きとして、研究目的、研究範囲と研究構成などを叙述している。

第2章は、本研究の理論的背景を探索する章で、文献研究を通じ

て文化観光資源解説の考察、文化観光資源解説の影響度評価のための文化観光動機、文化観光満足に関する関連研究動向の考察、観光目的地の意思決定に対する内容で構成されている。

第3章は、研究設計、アンケート構成、調査方法について叙述する章で、前で検討された理論的研究を踏まえた、研究模型によって研究仮説設定、資料分析方法の内容を取り扱った。

第4章は、実証調査分析と結果解釈で、アンケート調査資料の技術的分析と尺度の信頼度及び妥当度検証、研究仮説検証及び解釈を取り扱った。

第5章は、結論で研究の内容を要約し、実証分析結果による理論的・実務的の時事点を提示する一方、本研究で取り扱っていない、ことに対する研究の限界及び今後の研究課題を提示している。

第2章 理論的背景

第1節 文化観光資源解説の考察

1. 文化観光資源の意義

1) 文化観光の概念と類型

現代社会において観光の一つの類型として分類される文化観光は、文化と観光という二つの要素で成り立っている。「文化」という概念自体が、多様な意味を持っているため、その概念と範囲は、学者によって非常に異なる定義をしている。

文化という用語の辞書の意味は、生活方式の変化、そして人間生活能力の向上から起因し、一定地域内に現われる人間社会の特徴として定義する。文化は個人の生の質を高める同時に、社会に活力を与え生産力を増加させる源泉になるはずであり、文化的満足度のない生活は、活気が消え創意力と意欲を喪失させて、窮極的に社会の生産力を低下させるようになるであろう（Shon、2000）。すなわち、文化は単純に類型的な事物を考察すること以外にも、特定地域や国に住んでいる人々の意識や思考を感じることも含んでいるし、文化その自体が歴史を反芻する広報媒体であることを提示している（Park、2004）。

観光における文化は、その国を訪れるあらゆる観光客に、関心の対象になるとか直 間接的に観光という異文化的体験を通して、その国の政治、社会、文化、芸術などの社会全般に関する幅広い識見を持つようにする。そして、観光の最大の社会的価値である梵文化的交流（Gunn、1988）を通して、地域の住民と観光客、両者に国際的理解

と視野を広げてくれる手段になることができる（Yokoyama, 1991）。

観光とは、比較的自由に選択した活動であり、文化体験として観光客に人類の知識、信念、行為の総体である文化商品を、販売する感覚的な文化産業である。また、観光客が、人種、言語、慣習、制度、景観の違う他の国を訪れ、新しい事実を見つけ経験する過程であり、観光客の知識を拡大するようにすることで観光客の知的欲求を満たしてくれる健全たる生活様式である（Hong, 2003）。従って、観光は、他人の文化を理解し自分の文化的変化を追い求める行為としての接近が必要である。観光自体は、どれも象徴であり、観光の本質は文化行動であり、観光産業は人間の交遊であり、文化の交流産業である（Shon, 1992）。

文化観光の辞書の意味は、遺跡、遺物、伝統工芸、芸術などが保存されるとか染みている、地域あるいは人の豊かであった過去に焦点を置き、観光する行為と定義されている（An, 1998）。ルネサンス時代のヨーロッパで、巡礼の代わりに歴史的 物理的 科学的真理を追い求めようと生じた観光活動で、文化観光は歴史遺跡や博物館を訪問する歴史観光、他の民族の文化を鑑賞する民族観光（ethnic tourism）、都市化以前の日常生活を鑑賞する民俗観光、模型文化を鑑賞するテーマパーク観光などを含む（Park・Kim, 2001）。WTOは、文化観光とは、自然の歴史、人為的遺産、芸術と哲学そして他の地方・国の慣習、制度に没入することであると定義している（No, 1995, pp.72-75, 再引用）。

文化観光は、歴史的建物と場所、博物館、アートギャラリーなどの訪問を含み、同時代の絵や彫刻を見たり、芸術公演などを観覧したりすることである（Howard, 1996）。さらに、観光客が観光地の住民の

生、または思想に対する方式、あるいはその国の遺産と歴史を学ぶことと係った旅行の総体である（McIntosh & Goledner、1996）。そして、史跡、遺跡、歴史的建造物、工芸及び博物館、美術館などの時間芸術、舞台芸術を見たり経験するための旅行で、旅行の目的の中、旅行地の文化、史跡と歴史的建造物、博物館、美術館などが文化観光の基本になる。なお、文化観光とは、地方色や絵のような美しさ、人間の記憶に残っている生活様式、跡などを観光対象にした観光形態である（Smith、1989）。観光客が、異国的な文化環境あるいは雰囲気、すなわち文化を対象として、それを直接体験することを目的にする観光形態である（Wood、1984）。

最近、発表された韓国文化観光研究院の文化観光の概念は、非常に包括的に定義付けていながらも、その概念と性格を文化観光の対象による定義と文化観光の方法による定義に細分している。言い替えれば、文化観光とは、「文化の観光（tourism of culture）」と「文化的観光（cultural tourism）」という二つの側面で定義されることができるのに、文化の観光とは、「文化を観光する」という意味として、文化の対象を範疇化しねばならない（韓国文化観光研究院、2008）。それは第一に、人間の生と一団となった自然環境。第二、普遍的な人間完成の状態や過程追求の産物といえる宗教、信仰。第三、知的、芸術的活動の産物である学術と芸術。第四、特定地域と集団に固有した生活様式と民俗。第五、社会秩序と価値体系の形成に寄与して来た政治、軍事的遺物。最後に、地域の独特の産業、経済的産物である。文化的観光とは、「観光を文化的にする」という意味として、観光の方法による定義である（韓国文化観光研究院、2008）。

一方、国内学者の文化観光に対する定義を調べてみると、文化観光を他の地方の文化に対する知識を習得し、同時にその地元の文物の真意を吟味するのに目的を置いて、旅行するであろうと言って、各種展示会、文化行事、名勝史跡地、そして考古学的発掘などに参加する目的として、旅行する人々もここに属すると言った（Kim、1995）。文化観光といえば、観光を通じて観光客が追い求める文化的欲求の充足形式である。文化観光の動機は、特定国家または特定地域の独特の文化を体験し、先祖が残しておいた文化遺産、すなわち名勝史跡、お寺、無形文化財などに対する保護及び保存しようとする欲求はもとより、芸術全般にわたって、関心を表す行為の原因としての欲求と言うことができる（Yun、2002）。しかし、ただ文化的動機を持つとか文化資源を素材にした、観光であるとだけ言うことができなく、活動の内容面でも「文化性」を持たねばならないし、既存の「見る観光」の次元より一歩進んで、積極的な接触と交流を通して「文化を体験する観光」が真正なる文化観光であるとした（Lee、2000）。同時に、文化の再発見であり、歴史的・伝統的遺産に対する文化的体験であり、持続的に変化する人類社会を結び付ける、観光文化の新しい断面でもある（Park・Kim、2001）。

また、文化観光を観光客が訪れる資源の形態を記述するのに、焦点を置く対象論的な観点から伝統文化に焦点を置いた、お寺や博物館など主に伝統文化遺跡と過去を素材にした観光であると定義した（Shon、2000）。結局、狭義の文化観光は、研究旅行、芸術文化旅行、祭り及びその他文化行事の参加、遺跡地及び記念碑訪問、自然・民俗・芸術の研究旅行、聖地巡礼など、本質的に文化的動

機による人間の移動であり、広義の文化観光は、個人の文化水準を向上させ、新しい知識・経験・出会いを増加させるなど、人間の多様な欲求を満たすという観点で、文化観光は他の国や他の地域の生活様式や伝統的な生活様式に接して体験する観光活動である（Lee、1994）。従って、文化観光は、過去の遺物や遺跡のような有形的観光資源のみならず、人間の精神世界と社会世界などを含む概念として把握して、他国や他地域の生活様式と伝統的風習などを体験する観光として、見ねばならない（Lee、1998）。

こうした研究者の文化観光に対する多様な定義は、二つに整理することができる。第一に、観光客の文化に対する学習、体験の文化的動機を強調する場合である。すなわち単純に文化的対象物を観光することを超えて、文化的学習と体験の欲求を持って、文化的対象物を観光することを文化観光と、称する場合である。一般観光客ではない文化観光客の特殊性を明らかにしたり、文化観光客を念頭に置いた代案の観光を模索する場合、文化的学習と体験にモチベーションになる文化観光の概念に即して、分析するようになる。第二に、文化的資源を訪問する観光形態を文化観光である、という現実的な対象を中心に文化観光を定義する場合である。博物館、文化遺産、芸術公演、お祭りのような具体的な文化対象物に移動することを文化観光である、という文化的観光資源を訪問する観光は文化観光になるであろう。前者の定義から見ると、後者の文化観光は、文化的学習と体験の欲求にモチベーションにはならない場合、文化観光と判断することができなくなる（Lee、2005）。文化観光客が訪問する資源の形態、すなわち文化商品の消費に焦点を合わせた遺跡と記念物の接近法と文化観光に参

加する理由と方法に、焦点を合わせた概念的接近法の文化観光に対する二つの接近法（Bonink、1992）が、文化観光に対する研究者の定義を現わすと言いうことができる。

<表 1> 文化観光の定義

研究者	内容
Yun, B. M(2002)	観光を通じて、観光客が追い求める文化的欲求充足の形式
Park, S. J · Kim, T. H(2001)	文化の再発見であり、歴史的・伝統的遺産に対する文化的体験
Shon, I. H (2000)	伝統文化に焦点を置いたお寺や博物館など主に伝統文化遺跡と過去を素材にした観光
Lee, J. G(2000)	積極的な接触と交流を通じる文化を体験する観光
Lee, S. H(1998)	人間の精神世界と社会世界などを含み、他国や他地域の生活様式と伝統的風習の体験
Kim, S. M(1995)	他の地方の文化に対する知識を習得して同時にその地元の文物の真意を吟味するのに目的を置いて旅行すること
Lee, G. J(1994)	狭義の観光は文化的動機による人間の移動であり、広義の観光は個人の文化水準を向上させて人間の多様な欲求を満たすこと
Howard(1996)	同時代の絵や彫刻を見たり、芸術公演などを観覧したりすること
Wood(1996)	文化により形成されて文化が観光客の経験を誘導する状況によって究明されること
McIntosh & Goledner (1996)	その国の遺産と歴史を学ぶことと係った旅行の総体
Smith(1989)	人間の記憶に残っている生活様式、跡などを観光対象にした観光形態

注) 研究者再構成

しかし、あらゆる観光客の欲求が、一致することはできない。観光客の動機が外部に現われない場合もあるため、文化観光の定義は上記の二つを考慮せねばならないが、後者の定義により近く「文化的観光対象に対する文化的観光欲求の充足を目的にする観光活動」と定義するのが現実的であろう。こうした文化観光を通じて、観光客は自分が経験した文化と他人が持っていた文化を比較することで、世の中に文化的多様性が存在するということが分かるようになり、一層他人の世界を理解し、新しい文化を新たに生み出すであろう。

以上の内容を整理すると、＜表1＞の通りである。

現代の観光において文化観光としてのパラダイムの転換は、1980年代の新観光（new tourism）と旧観光（old tourism）の時代的の入れ替えが起きてから始まった（Poon、1994）。旧観光（old tourism）の主な機能は、休養、消費、体験であった。観光インフラの側面では、交通体系、グルメ及び宿泊施設など、観光のハードウェアがアップグレードされる特徴を帯びた。新観光（new tourism）は、ソフト観光、文化観光、交流観光など、観光の内容上の変化が多くの特徴を現わしている。こうした観光の変化を文化観光を中心に整理すると、＜表2＞の通りである。

＜表 2＞ 文化観光の変化過程

旧観光(old tourism)	区分	新観光(new tourism)
大量的	規模	個人的
パッケージ型	形態	個別観光
非事実的	特徴	事実的
無責任的	態度	責任的
休養、娯楽的、優越的、支配的視覚	観光客の行動	冒険的、理解的視覚

注) Mowforth, M., & Munt, I.(1999). *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. London and New York.

それを踏まえ、本研究では知識を得、異色体験ができる文化観光に対する関心が高くなるによって、体験の質と多様性、変化などを追求める観光客に合わせて、文化観光を次のように定義しようとする。文化観光とは、文化的接触を通じて文化的体験をすることで、新しい知識を習得して観光客の文化的水準を高め、認識を広げることである。また、一つの単純な類型という側面よりは、人間の精神と物質世界全

般を含む総体的な概念である。

文化観光の類型を学習観光、芸術活動、文化旅行、お祭りとその他文化的な行事に参加するための旅行、遺跡と記念建造物の訪問、自然、民族あるいは芸術学習旅行、巡礼旅行のような文化的動機による旅行で区分した（Karpodini-Dimitriadi、1999）。

韓国観光公社は、「見る観光」より「体験観光」への変化を強調しながら、文化観光を遺跡観光、芸術観光、教育観光、種族生活体験観光の4つで分類した。これは文化観光を観光目的によって区分したことで、＜表3＞の通りである。

＜表 3＞ 文化観光の類型

区分	内容
遺跡観光	過去に対する郷愁と文化的環境を体験しようとする欲求を踏まえた有形と無形の遺跡を素材にした観光
芸術観光	美術、彫刻、演劇、その他人間の表現と努力の創造的形態を経験しようとする旅行
教育観光	特定分野に対する学びの目的を充足させることができる経験を中心にした旅行
種族生活体験観光	現存する文化と人間との実際の接触を通じて、異民族の生活文化を生々しく体験する旅行

注) 韓国観光公社(2005)、観光情報。

観光を文化的観光、保養的観光、社交的観光、スポーツ観光、経済的観光、政治的観光など、観光活動によって分類したが、ここで文化的観光は教養観光とすることができる。種類には見学、修学旅行、宗教旅行などが挙げられると言った（観光産業研究会、2002）。

文化をある社会や集団が所有した物質的遺産、その物質的遺産を所有した社会の生活様式、その物質的遺産と生活様式に影響を与えるあるいは土台を提供する精神世界に見ると、そのあらゆる範囲を包括することができる文化観光の類型を区分するのは容易ではない。また、

この三つの次元は過去と現代、未来で分けられる。従って、この三つの次元に充実であれば、文化観光は基本的に歴史的・現代的遺産観光、歴史的・現代的文化体験観光、精神世界観光で区分し、詳細な類型の分類を捜さねばならないであろう。

2) 文化観光資源の概念と類型

資源は人間に有用であり、技術的、経済的、社会的、環境・生態的な与件で、使用可能な自然資源と体系であり、範囲を広げ物質、エネルギー、空間、多様性などを含む概念である（Watt、1973）。従って、資源とは、自然より与えられたものであり、技術の発達、時間の流れ、所得の増加などにより、変化する。量的・質的・技術的な側面で経済性を持ちつつあり、人間の欲求、要求を満たすことができるものとして、環境と生態系を破壊しない範囲で、利用されねばならないものであると概念を規定することができる（Park、2000）。

こうした資源の概念を踏まえ、文化観光資源の概念を調べてみると、文化観光資源とは、1920年代以来、用いられてきたが、それは観光客の活動根源となる諸現象を意味する（東南レジャー産業研究所、2008）。また、観光の主体である観光客が、その観光動機あるいは観光意欲の目的物にする文化的観光対象である（津田昇、1969）。

文化的観光対象は、観光行動成立の条件において、人々の観光行動の発動要因と対応させ、観光対象を位置づける場合、人々に「ある地域」を訪問しようと思う意欲を起こしたり、満足を付与する対象になることの中、「人間の力によって作られた人為的なことの一体」を意味する。それ故、一般的な意味においては、観光資源的に人文系

資源に属するものと言うことができる。ただ、都市景観、郷土景観、歴史景観とともに自然資源と人文資源が一つの観光対象になる場合、複合系資源で分類され、これも文化的観光対象に含ませることができる（Lee、1999）。

文化観光の対象、すなわち文化観光資源に対する概念は観点によって、見解の違いがあり、学者に従って多様に提示されている。文化観光資源は文化観光の対象として、観光客の文化的欲求を満たすことを可能にさせることである（Han・Kim、2007）。また、民族文化遺産として、国民の保存するに価値があり、観光客の欲求を満たすことができる観光魅力を持つ資源である（Park、1999）。こうした文化観光資源は、観光客より文化的特性と芸術的創造性を比較、感謝、批判を受ける対象になることで、観光の価値である芸術性、学術性、宗教性、有用性などを認められるようになる（Lee、1992）。

一方、観光資源の分類体系の中、「文化的魅力物（cultural attraction）」を「文化的観光資源」あるいは「文化観光資源」と言う（Kim、1995）。文化的観光資源の構成要素に考古学的遺跡、歴史遺跡、博物館、現代文化、政治・教育機関、宗教などを含ませた（Peters、1979）。また、観光資源に対して「かご概念（basket concept）」を適用して、その内容物はかごに盛られた製品、すなわち観光施設と交通と言う。かご自体は観光目的地の誘引対象である「観光背景要素（background tourism elements）」と言い、自然的背景要素、社会・文化的背景要素、人工的背景要素で分けた。社会・文化的背景要素には、独特なお祭りと行事、特定地域の歴史 伝統 政治 芸術を含むあらゆる環境と活動を、そして人工的背景要素には、

歴史的建物、記念物、宗教寺院、伝統的あるいは現代的建築物を挙げている（Jafari、1974）。

ECTARC（European Center for Traditional and Regional Cultures）では、文化観光客を誘致することができる遺産や資源の典型的な形態を考古学的遺産と遺物、建築物（旧跡、有名な建物、都市全体）、芸術、彫刻、工芸品、美術、お祭り、イベント、音楽と踊り、ドラマ（映画、演劇）、言語と文献研究、宗教的のお祭り、聖地参拝、完全（民俗的または原始的）文化と下位文化に提示した（ECTARC、1989）。

国内学者の文化観光資源に対する定義を調べてみると、観光客の観光動機を満たしてあげることができる生態系内の有 無形の諸資源として保存、保護しなければ、価値を喪失したり、減少する性質を内包している（Lee、1998）。観光客の観光動機や観光行動を誘発するように魅力と誘引性を持っている（Kim、1997）。観光活動を円滑にするために、必要な要素として保全、保護が必要し、観光資源の持つ価値は観光客と時代によって変化し、非消耗性と非移動性を持っている（Park、2000）。すなわち、文化観光資源は開発することで、観光の対象になることができる素材として保存、保護しなければ、毀損され減少されることである（An、1998）。

以上のような定義から見ると、文化観光資源は他国や他地域の生活様式や伝統的な行動様式に係わる一連の人間による産出物である、と定義することができる。文化観光資源に対する概念は観点によって、多少の見解の違いがあり得るものの、本研究では文化観光資源に対する分類体系によって定義しようとする。すなわち、文化観光資源は観光客の観光欲求と動機を満たしてあげることができる人間の非営利的

な活動の結果物で現われた、各種の物体あるいは施設物などを通じて、その特性が感知されることができる類型的諸般の現象である物的要因である。または、無形的諸般の現象で構成された人的要因として、魅力と誘引性を持っているつつ、観光客と時代によって、変化する文化的観光資源である。各研究者の文化観光資源に対する定義を整理すると、＜表4＞の通りである。

＜表 4＞ 文化観光資源の定義

研究者	内容
Han, B. S · Kim, H. Y(2007)	文化観光の対象として、観光客の文化的欲求を満たすこと
Park, S. H(2000)	観光活動を円滑にするために必要な諸般要素
Park, S. S(1999)	観光客の欲求を満たすことができる観光魅力を持つ資源
An, J. Y(1998)	開発することで観光の対象になることができる素材として保存、保護しなければ毀損されて減少されること
Lee, J. C(1998)	人間の観光動機を満たしてあげることができる生態系内の有形・無形の諸資源として保存、保護しなければ価値を喪失するとか減少する性質を内包している資源
Kim, H. W(1997)	魅力性を持っているし、柔軟性を持っているのに、開発を通じて観光対象になるという点と観光資源は自然と人間の相互作用の結果であり、範囲が自然資源と人文資源、有形資源と無形資源などとても多様で、社会構造や時代によって価値が違って保存、保護が必要
津田昇(1969)	観光の主体である観光客がその観光動機または観光意欲の目的物にする観光対象

注) 研究者再構成

文化観光の対象になる資源を、無形文化資源と有形文化資源を含むより包括的であり、具体的に分類し無形文化資源には、無形文化財、文学作品、歴史的な人物、事件、民俗、郷土のお祭り、芸術人などを含んだ。有形文化資源には、歴史遺跡地、お寺、公演場、展示場、博物館、建築物、宗教、産業、教育、市場、民俗食べ物、墓地、先史遺跡、天然記念物、特産物などを含んだ (McIntosh & Goelden, 1996)。考古学的遺跡地、彫刻と美術などの芸術作品、

工芸品、画廊、お祭り、イベント、歴史的建物、原始的文化、教会などを文化観光資源に含ませて定義付けている（Mckercher & Du Cros, 2002）。

文化観光資源は、地域と国家によって、お互いに違う特徴を持っている歳時風俗、民俗、音楽、舞踊、宗教、言語、生活様式など、無形的諸般様式で構成された人的要因による資源と人間の非営利的な活動の結果物で現われた有形的諸般現象である物的要因、すなわち各種遺跡、史跡地、遊園地、公園、博物館、美術館などの構造物や施設物より食べ物、衣装などで区分した。

一方、ソウル市政開発研究院では、文化観光資源を歴史文化観光資源と現代文化観光資源で区分した。歴史文化観光資源は、有形的歴史文化観光資源（文化財、博物館）、無形的歴史文化観光資源（伝統文化行事、常設伝統文化プログラム、無形文化財）で区分した。現代文化観光資源は、テーマ公園、公演場、現代文化行事、消費文化空間（特化の通り）、夜間観光で区分した（ソウル市政開発研究院、2002）。

観光資源を自然資源、文化資源、混合型観光資源で分類し、文化資源を考古学的遺跡、博物館、歴史遺跡地と幽霊都市、最初の事件発生地、特殊の人種的文化、聖域地、観光牧場、伝説由来地域で分類している（Park, 2006）。

2. 文化観光資源解説の意義

1) 文化観光資源解説の概念

文化観光資源解説とは、一般的に観光客に観光対象と資源を分

かりやすく、魅力的な要因として説明してくれる一連の教育的な活動であり、観光客が訪れる観光地及び資源に対する理解力、認識能力、鑑賞能力、知識習得能力などを増大させてくれる主な活動であるということができる。

解説（interpretation）の辞書の意味を調べてみると、「意味を説明する」ということである。すなわち、単純な説明ではなく資源が持っている意味を研究して、それを易しく解いて明らかにするという意味が強い。こうした意味の「interpretation」を国語で正確に表現するのが容易ではないものの、解説と訳すことができる。「解説」のにするが、前に各地域の文化遺産や観光資源などに「資源」という言葉を付けて「資源解説」と言うことで、「資源の意味を解釈して分かるように解いて明らかにする」という意味を表す（Park、1999）。また、資源解説は観光客に資源の意味を好きに伝達させる意味伝達であり、観光資源保全に対する必要性を悟らせてくれる技術であり、同時に保全伝達過程であるということができる。

資源解説の起源は、宗教、哲学、自然科学、教育、文化そして芸術などの分野で残した記録の中、捜してみることができる。哲学者は真理を探究し概念を形成するため、質問する方法を発展させ、統合と実践に関する理論を開発した。ローマ時代の人々は体験学習（first-hand learning）と学習において感覚的体験を強調することで、学習欲求の必要性を認識させた。また、自然と科学教育において、感覚経験と感覚知覚を活用して理解を容易にし、教育において感覚知覚を指折った。これは、見て理解したところを明らかに表現しつつ、事物間の関連性に対して考えを形成させていくようにすることである（Weaver、1976）。

多様な分野において形成され発展してきた、資源解説は最初の職業案内者であると同時に、自然案内のお父さんであるMillsによって、原則と案内指針そして技法などが開発された。また、好奇心を催して心を開くようにすることで十分であり、ただ、花火だけきらめくようにしなさい、という観光資源解説に関する哲学の先駆者であり、現代的公園解説のお父さんに認識されているTilden（1977）によって、良質の資源解説のために必要な原則と目標が立てられた。

資源解説に対する多くの研究者の定義は、次のごとしである。

リアルな情報（factual information）を取り交わすのではなく、珍品を見せてくれるとか、直接経験するようにするとか、あるいは適切な媒体を使って現象に内在した意味と関連性を表して見せようとする教育的活動である（Tilden、1977）。または、環境が持っている美しさ、複雑な微妙さ、多様性そして相互関連性に対する奥深さ、驚異さ、あるいは知りたさなど、解説者が感じることを観光客も感じるように、手伝ってくれる活動であると言いながら、観光客が処した不慣れな環境においても気楽にしてくれる同時に、観光客の知覚発達を助けるべきである（William、1980）。

資源解説を情報サービス、案内サービス、教育サービス、余興サービス、宣伝サービス、そしてインスピレーションサービス等、6種が適切に組み合わせたものとして、解説を通して、資源を利用する観光客に新しい理解、新しい洞察力、新しい熱狂、新しい興味を催すことができる（Edwards、1976）。そして、資源解説は公園や山林などの休養地において、訪問先の自然資源と文化に対して、もっと知りたいと希望する訪問者を対象として、成り立つサービスであると定義される（Sharpe、1982）。

観光客に本人がいる所を説明してくれて、観光客自身が資源との相互関連性の重要性を認識させる技術であると言って、解説を通して資源保全に対する当為性を悟らせてくれた（Juvenille、1978）。そして、資源解説に対して場所中心的なレジャー環境の下、施行される休養と同時に、成り立つ学習あるいは形式にこだわらない教育であると言って環境教育の一分野で解説を認識したりした。

訪問地域に対して直接的な影響を与えることで、資源解説は多くの観光客が訪問地域に対する模糊感を持ったまま旅行をするようになるのに、旅先の利用可能な観光魅力物、娯楽、小売店が利益を得るようになるためには、観光客がそれに対する学習を受けねばならないと言った（Guy、1990）。資源解説が歴史遺跡地の観光開発処理方式で、実質的に中心的なことであるものの、解説に対してだけ唯一に関心を持つことは過ちであると指摘したりした（Wood、1996）。

国内では資源解説を観光客に、本人がいる所を説明してくれる技術であり、観光客に環境の相互関連性の重要性に対する認識を育ててくれることと同時に、環境保全に対する必要性を悟らせてくれる技術であると言って、資源解説がすなわち資源保全の良い技術なのであると指摘した（Park、1999）。そして、訪問者に該当の観光資源の特徴と意味を説明することで、訪問者の関心と理解、楽しさを増進させ、持続可能な観光地の管理に寄与することができる行為である（Um、1999）。

資源解説は観光客に対する教育的活動であり、知覚発達を図る活動であり、新しい理解、洞察力、熱狂、興味を催す活動であるだけでなく、資源保全に寄与することができる説明技術である（Park、1999）。

また、資源解説は文化遺産をリアルで説明するに止まらず、文化遺産が持っている意味と価値を研究して、観光客が易しく理解するようにする過程であり、文化観光活動に参加している観光客に対する教育的な活動であり、観光地に対する認識を広げてくれる活動であり、観光地の利用者に新しい理解と洞察力、熱意、興味を催す活動である（Um, 2001）。文化観光資源解説に関する概念の定義は、資源解説に関する哲学の不在で、様々な困難を経験しているが、多くの研究者の定義を通じて定立されて行っている。文化観光資源解説に関する多くの研究者の定義を整理してみると<表5>の通りである。

<表 5> 文化観光資源解説の定義

研究者	内容
Um, S. H (2001)	観光客に対する教育的活動、観光地に対する認識を広げてくれる活動、観光地利用者に新しい理解と洞察力、熱意、興味を催す活動
Um, S. H (1999)	訪問者に該当観光資源の特徴と意味を説明することで訪問者の関心と理解、楽しさを増進させて持続可能な観光地管理に寄与することができる行為
Park, S. H (1999)	観光客に対する教育的活動、遅刻発達企図の活動、新しい理解、洞察力、熱狂、興味を催す活動、資源保全に寄与することができる説明技術
Wood(1996)	歴史遺跡地の観光開発処理方式において実質的に中心的なこと
Guy(1990)	訪問地域に対して直接的な影響を与えること
Sharpe (1982)	公園や山林などの休養地で訪問先の自然資源と文化に対してもっと分かるのを希望する訪問者を対象で成り立つサービス
William(1980)	観光客が処した不慣れな環境においても気楽にしてくれる活動
Juvenville (1978)	訪問者に自分がいる所を説明してくれて、資源との相互関連性に対する重要性を認識させる技術
Tilden (1977)	リアル情報よりは実際の目的物、直接経験と適切な媒体を通じて現地の意味と関連性を表現させようと思う教育的活動
Edwards (1976)	情報、案内、教育、余興、宣伝、おインスピレーションサービスなど6種が適切に組合されたこととして観光客に新しい理解、洞察力、熱狂、興味を催すことができる活動

注) 研究者再構成

資源解説と類似の概念として、環境解説を挙げることができるのに、環境解説とは、屋外で直接観光客を対象として成り立つ環境教育

であり、観光客に対する教育的活動であり、環境に対する認識を広げてくれる活動であり、環境を利用する人々に新しい理解と洞察力、熱意、興味を催す活動であり、環境保全に対する必要性を悟らせてくれる技術である（Lee、1993）。

従って、文化観光資源解説を環境解説という類似概念と比較してみると、環境解説と文化観光資源解説は殆ど同一な概念であることが分かる。差があったら、解説をする対象と解説をする窮極的な目的程度で見つけることができる。こうした差は、Tilden（1977）が主張した Interpretation をどの学問分野で近付いたのかによって、発生しただけでその根本的な意味自体は同じであると見ることができる。ただ、環境解説の場合、その解説対象物が自然資源に偏るという点と観光客の認識と興味鼓吹は、その窮極的な目的である資源の保全のための手段として見る反面、資源解説の場合、その解説対象物が野外慰楽環境資源を含んだ、あらゆる観光資源を対象として観光客の認識と興味鼓吹は、資源の保全のための手段ではなく、資源とともに窮極的な目的に見るという点が異なる（Tilden、1977）。

以上のような内容を踏まえて要約してみると、文化観光資源解説とは、第一、観光客にとって訪問対象に対する学習を誘発させ、それに対する理解力を誘導することで、観光客の知識水準を高める教育的活動である。第二、観光地の環境に対する知覚水準を発展させることができるように、誘導する活動である。第三、観光客に新しい対象を理解させ、新しい洞察力を持つようにし、それに対する新しい熱望と興味を向上させる活動である。第四、資源の保全的活動として、環境の相互関連性を観光客に認識させ、環境保存に寄与する活動である。すな

わち、対象観光地の特徴と相互関連性を描くとか説明することで、その所に対する観光客の関心と楽しさと理解を増進させる行為であると言えることができる。

従って、本研究においては文化観光資源解説を文化財、観光資源、文化資源を訪れる観光客にとって、興味と関心だけではなく、満足を増進させるようにして、持続可能な観光に寄与することができる核心中の一つとして定義しようとする。

2) 文化観光資源解説の構成要素

観光資源は異文化の体験を通じる社会、文化、芸術などの社会全般に関する幅広い識見と相互理解の土台を構築することである。だから、正しい資源解説が与えられなければ観光資源に対する無理解で観光客に失望を与える。ことだけではなく、住民にも彼らの文化を間違って認識して収容するようにする奇形的教育効果を生むようになる可能性がある。

資源解説に関する研究は、Tilden（1977）などの研究から体系化され始め、最近、大きく資源解説者の重要性、資源解説の評価基準、差別化された解説方法の必要性に関する分野を中心に研究が成り立っている。資源解説と係わる論議は観光や環境あるいは山林資源分野で成り立っているし、研究者ごとに多様な視覚を持って近付いている。国内と国外の研究も、その研究対象地や研究目的が大きい差を見せているのに、特に、国内研究においては解説に関する実証的研究は国外とは異なり、皆無なのが実情である。また、国内においては、未だに文化観光資源解説に関する多くの研究が成り立たない実情であり、観光資源魅力の知覚水準の強化手段として、そして観光満足

度を増大させることができる手段としての研究よりは、環境解説を通じて資源を保護することができる教育性側面の研究が主をなしている（You・Choi、2003）。

秘苑訪問者を対象にした研究では秘苑の訪問者の知覚水準が低い、という仮説を検証し、彼らにより良い経験を与えるためには、訪問者の知覚水準を向上させねばならない、そのために秘苑の解説方法上の問題点を改善しねばならないと言った。特に、ガイドの資源解説及び観光客管理技術向上とオーディオ装置を利用した自動案内施設、案内所、資源解説上映施設などの案内施設導入を強調した（Park、1994）。そして、観光地主要施設に対する知覚水準を研究しながら資源解説活動の重要性を提起した（Park・Heo、1993）。観光資源魅力の知覚、資源解説方法、資源解説内容などに関する資源解説体系樹立に関する研究と資源解説プログラム評価のために評価用チェックリストを提示して評価基準設定のための分析を試みた（Park、1994）。

一方、イギリスの遺跡地で行われる歴史再現解説プログラムを対象にした参加観察研究を通じて歴史再現解説の重要性を強調したが、遺跡の解説とは、描くよりは自分回想的で、躍動的な活動の一つと主張して、鮮やかな歴史の再現という解説技法は遺跡解説者が解説をするのにあって必ず試みねばならない部分の一つと言った（Crang、1996）。

資源解説者が、観光地内の自然及び文化景観に対する知識が豊富なほど観光客の観光経験はもっと楽しいことがある。従って、観光地の魅力に対して観光客に情報を提供して教育させるためには多様な媒体を利用しねばならないし、観光客の個人的な特性によって資源解説方法を差別化させる必要がある。観光地で提供する多様な解説方法

は観光客の関心を誘導して、学習を増進させて、興味を誘発させるのに効果的で、資源解説の提供によって観光客は新しい情報を処理する過程で認知状態は高くなって、学習は向上して満足度は大きくなる (Moscardo、1996)。

観光客が解説を通じて学習をする位とこうした学習に影響を及ぼす要因に関する研究で博物館の多様な解説媒体を通じる学習効果を訪問の前の反応という過程的側面と訪問の後の記憶という結果的側面にかけて測定した。反応は注目、情緒、知識的側面で測定したが、この中で知識と情緒的反応が一番優勢したことが研究結果現われた (Prentice、1993)。また、電子柔道装置による博物館観光客の態度変化に対する研究を通じて、観光客は電子柔道装置の導入以後、博物館の滞在時間が増えて逸脱行為は減ったが、観光客の間の相互交流や楽しさもむしろ減って、全般的に見て観光満足に解説器機の導入は、悪い影響を及ぼしたと主張した (Walter、1996)。その後、博物館管理者であるClewsは電子柔道装置が導入した以後、むしろ観光客がもっと多い対話を持ってもっと満足したという反駁の主張をした (Clews、1996)。

史跡地で主に使われられる三種類解説媒体 (解説版、展示物、電子音声器機) を興味と注目度側面で比較評価した。評価結果、解説に対する興味と注目において媒体によって差が見えたし、こうした差は解説媒体と訪問者という二つの要因の特性に起因したことである。結論的に解説の有効性はメディアの特性にだけあるというよりは観光客と解説媒体の相互作用による結果にあることを強調した (Light、1995)。Stewartは既存の解説の効果に関する研究が情報による学習の程度を評価することばかりかたよったことを知的、しながら資源解説が観光客の

場所知覚に及ぼす影響位を把握した（Stewart、1998）。

一方、Dark Tourismという死、残悪行為、ホロコーストなどのような事件、事故を対象にする観光においては、解説が相当な関心と興味をそそることができるが、こうした関心と興味は、教育的側面よりはむしろ野蛮性に対する興味をそそる可能性が高いと主張しながら、解説による被害を指摘したりした（Lennon、1999）。

国内では、史跡地の解説現況と観光客の解説利用実体を調査した。研究結果、史跡地解説活動が導入・改善・強化されねばならないし、特に、タッチスクリーンのような若者が好む解説媒体の導入が必要であると言った（Kim・An、1997）。または、さまざまな解説媒体の中で解説版に対する教育的効果を光陵樹木原の観光客を対象として測定した（Kim・Hwang、1997）。研究結果、解説版を経験した集団はそうではない集団に比べて、より親環境的な行動を持つようになったことが証明されたし、こうした結果を通じて解説版の設置が資源の管理に役に立つという時事点を提示した。

内蔵山国立公園の解説版を対象で解説版の解説能力に影響を及ぼす要因を究明しようとした。特に、解説版を利用する人々の利用時間を観察して解説版の有効利用率を推量し出した（Jeon、1999）。研究結果、解説版はその類型よりは設置条件が相対的に解説機能にもっと大きく影響を及ぼしたが、解説機能に影響を及ぼす要因には位置、管理状態、使用色相数、周辺特殊施設物の存在可否、可視距離、絵割合、大きさ、文字数などがある。

北漢山国立公園利用客を対象として、解説プログラム開発のための利用客の特性を分析した。こうした分析結果によって、対象地の相

応しい解説プログラムを製作した。そして、内蔵山国立公園を対象として、解説と係わった探訪客特性に関する研究をした（Kim・Hong、2000）。これらの研究で現われた共通された結果は、利用客の資源に対する知識水準は低かったが、自然及び歴史遺跡資源に対する学習の必要性和知的好奇心は高く現われたことと同時に、解説プログラムに対する認知度は低い一方に解説プログラムの実施に対する呼応度と参加意思は非常に高いことで現われた。

観光地環境は歴史的事実を保有しながら、環境及び観光客と関連ある主題を保有しねばならないし、資源を視覚的に直接見られない場合、観光客の関心が低くなるようになるので、内容と場所の近接が必要である（Sharpe、1982）。また、観光地環境に対する観光客の経験を蓄積してくれる教育的な側面と環境に対する情報伝達性、伝達した情報の意味を解釈して、理解を増進する理解容易性、提示された内容の特性によって、多様に芸術的関連性を保有しねばならない芸術性、環境地事実の部分よりは全体的内容を含む全体性、解説対象別で他の次元の処理方式が必要である（Tilden、1977）。そして、新奇性、衝突、驚くことが、内在していて主題がある内容を開発して観光者を統制して、相互交流することができる解説内容が含まれた際、興味が誘発されて教育的動機が達成されて観光満足度が高くなると言った（Moscardo、1996）。

資源解説は観光客に単純に観光地に対する情報をたくさん知らせてくれるのではない。観光客に一連の好奇心を刺激して彼らの周りを換気させてくれることで彼らが接している文化財や自然景観などの文化観光環境に対して、正しい認識と教育的価値を付与して、楽しい文化観光

経験になることができるように、手伝ってくれるあらゆる活動である。従って、文化観光において効果的な資源解説は、ただ、良い公共の話術よりもっとたくさん寄与する。これは資源解説が文化観光資源の意味と観光客の関心間での連関関係を容易にさせて知的、感情的の連関性を持った訪問者から文化観光資源の意味と重要性に関心を持った観光客にまで機会を提供してくれるからである。

また、具体的な解説を通して、貴重な文化資源の価値に対する意味を刻んでくれるだけでなく、観光客にとって文化と資源の大事さを感じらせて、矜持を持つようにして教育的効果を期待することができる。資源が持った歴史と知られない話などを詳しく説明することで、文化観光資源の重要性をもう一度悟るようにするのである。

資源解説を通じて観光客に直・間接的な便益を期待することができる。まずは、観光客の経験を豊かにさせる。また、資源解説を通じて観光客に有益な情報を提供してくれることで自然資源、人文資源の管理と係わる意思決定をより賢明にできる。自然、人文資源に対する関心を高めることで資源の保全、保護に効果的である。

国内の研究では環境解説内容と方法に沿って、知識習得水準に影響を及ぼして、文化観光資源解説内容では接近方法の多様性、情報の有益性、理解の容易性、相互コミュニケーション参加性、興味誘発程度によって、対象活動、地域、集団によって内容を細分化して、差別的な多様な解説プログラムの必要性及び伝達内容の正確性と信頼性を確保しねばならないと言った (Park、1999)。

それによって、解説内容に対する測定項目として多様性、理解容易性、興味性 (Lee、1998) を、そして興味性、教育性、リード性、

テーマ性、適合性、信頼性（Park、1999）ほどが提示されている。資源解説内容の測定項目に対する学者の研究を整理してみると＜表6＞の通りである。

＜表 6＞ 文化観光資源解説の測定項目

研究者	内容
Park, S. H(1999)	正確性、信頼性、明瞭性、テーマ性
Park, M. H(1999)	興味性、教育性、リード性、テーマ性、適合性、信頼性
Lee, M. J(1998)	多様性、理解容易性、興味性
Moscardo(1996)	新奇性、テーマ性
Sharpe(1982)	理解容易性、情報性、教育性、テーマ性、信頼性、近接性
Tilden(1977)	教育性、情報性、理解容易性、興味性、全体性、多様性、テーマ性

注) 研究者再構成

または、以上のような、先行研究を踏まえ本研究においては資源解説内容の構成要素を＜表7＞の通りに構成した。

＜表 7＞ 文化観光資源解説内容の構成要素

構成要素	内容	研究者
理解容易性	その時代の生活ぶりを理解 その時代の伝統衣服文化を理解 その時代の宗教を理解	Lee, M. J(1998) Sharpe(1982) Tilden(1977)
教育性	文化資源の価値を認識 観光目的地の文化資源保護の重要性 ご先祖の知恵と感覚を理解 その時代の歴史を理解 その時代の建築様式を理解 解説内容は新しく不思議	Park, M. H(1999) Sharpe(1982) Tilden(1977)
興味性	観光目的地の魅力 観光目的地での滞在時間 伝統生活に対する好奇心	Park, M. H(1999) Lee, M. J(1998) Tilden(1977)
情報性	独特の風俗と慣習を経験 観光目的地周辺に対する情報	Sharpe(1982) Tilden(1977)

注) 研究者構成

第2節 文化観光資源解説の影響度評価要因

1. 文化観光動機の要因

1) 文化観光動機の内容

動機は個人や集団行動を適切に配分して、連続的に各意思決定に対する有効な表現として、他の人々に話すことができる内的心理状態である（Prentice、1993）。動機は、あらゆる行動の後に隠されて現われるため、動機を理解するのが、観光目的地を選択する過程を理解するのに、有用な資料になることができる（Crompton、1997）。

動機に関して、説明しようとする最初の試みはギリシア哲学者によって成り立った。人間は苦痛を避け、喜び（pleasure）を追い求めるために、動機化されると言った。一般的に動機はラテン語の「動く」という意味を持った「movere」より派生されたことであり、哲学的には移動を意味することで、人を動かして行動をするようにする衝動、感情、欲望あるいは或る出来事や行動を起こすようにするきっかけを言う（Kim、2004）。

動機は、行動を誘発する個人内部の推進力あるいは身体のエネルギーを活性化し、外部環境に存在する目標を果たすように指示する内的状態を言う。推進力とエネルギーを活性化させる力とは、緊張状態によって発生されたことであり、そうした緊張は、再び未充足された欲求によって、惹起される。人間は緊張を解消するための行動をしようとするのに、そこで動機とは、すぐ欲求が惹起させた緊張状態であり、緊張は個人にとって欲求を満たすことと同時に、緊張を減少させる行動を強要する力である（Lee、2000）。それによって、動機はどうした行動の原

因を説明するための、一つの推論的な概念で行動の方向、力、強度、スタート、ストップ、持続性などと係わっている極めて個人的であり、内的な概念であると説明した（Ha、2005）。

また、動機は、観光行動の理由を説明することができる根源になる。観光客の意思決定行動が、動機と不可分の関係を結んで意思決定者の欲求充足と直 間接的に繋がれているという点で、動機理論は観光行動に対する分析の中、一番根本的な接近の一つとして見なされている（Kim、1994）。こうした動機の主要構成概念は、すなわち、欲求なのに、動機過程は刺激を通じる欲求認識あるいは欲求の活性化と共に始める。

従って、観光において動機は観光行動を起こすようにする重要な要因として、人間が旅行を通じて満足を得るとか、享有しようとする際、起きて観光行動に主な役目をすると言うことができる。このような、動機は、観念的動機、物質的動機に仕分けされて<表8>の通りに観光の原因で構成される。

<表 8> Glüsmannの観光の原因

人間 (旅行者側)	観念的基盤	心的	疾病、不安、自然力、自然と人間、形而上学
		精神的	職業上の準備、教育、実践
	物質的基盤	肉体的	疾病予防、反応
		経済的	常用旅行

注) 鈴木忠義（1974）、『現代観光論』、東京：有斐閣。

観光客の意思決定過程において、一番中心的な役目をする観光動機分野は、最近観光学分野で単一部分では一番多くの研究が成り立った分野の中の一つに認識されている（Ko 外、2000； Kim、2002）。観光動機は観光という特定目的を果たすための、内的欲望と衝

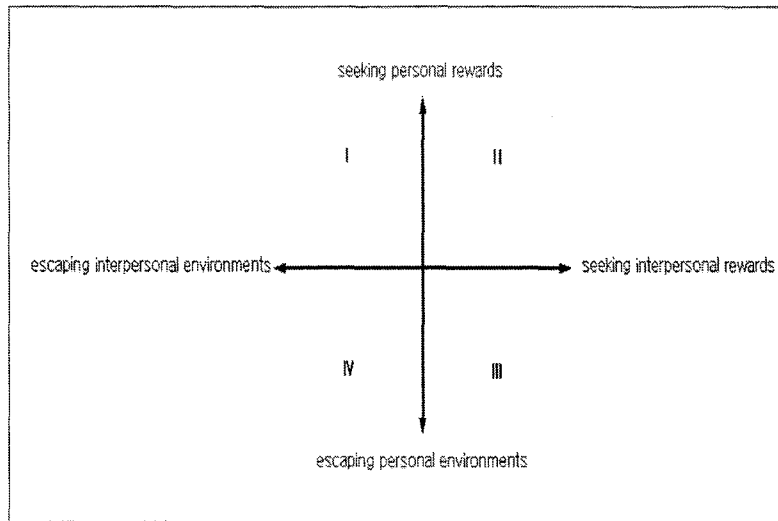
動を意味する（Min、2001）。

観光動機を日常生活圏よりの離脱から社会的交流までを心理的距離と見て、これを観光客自身の内的同人により、推進されて観光地属性によって誘引されるという動機の両側面で近付いた。すなわち、推進要因（push factor）と新奇性要因と教育要因を観光より得る誘引要因（pull factor）に分類し、インタビューを通して得た、分析結果推進要因への心理的動機が、誘引要因の心理的動機より重要であるという事実が明かされた。これによって社会心理的動機は推進要因であり、文化的動機は誘引要因である（Crompton、1997）。

人々は自分の内的な力によって推進され、観光目的地の属性という外的な力によって誘引されて旅行する（Pyo、Mihalik & Uysal、1989）。その時、推進要因は旅行欲求に動機を付与するとか、欲求を起こす源と係わることで、観光客と彼らの環境の社会・心理的な構造になるため、個人が旅行する方向に作用して旅行欲求を説明するのに、手助けをする。推進要因は、経済的変数、人口統計的変数、AIO（Attitude、Interest Opinion）変数を全部内包して、可視的であり、非可視的資源と目的地に対する意思決定者の認識と期待を含む。そして、誘引要因は目的地の誘引力の結果として現われることで、最終目的地の選択に決定的な要因になり、また動機による誘引要因との結合で現われるようになる（Bello & Etzel、1985）。

また、観光によって動機を二つの次元に提示される。一つは、日常的な環境脱出動機であり、もう一つは、心理的・内在的な補償を追い求める動機である（Iso-Ahola、1984）。あらゆる個人動機は、Iso-Aholaの追求と脱出資源モデルに統合されることができると、その

モデルによれば[図3]の通りに観光客は与えられた時間と条件の下で、四つの面中の一つに位置されることができる。



注) Iso-Ahola(1982). "Toward a social psychological theory of tourism motivation: a rejoinder," *Annals of Tourism Research* 25, no.3.

[図 3] 観光動機の追求(seeking)と脱出(escaping)模型

I：観光動機は対人関係環境（家族あるいは集団状況）を脱出しようとする動機と個人的な補償（休息と休養）を追い求めようとする動機

II：観光動機は個人的な補償を追い求める動機と対人関係補償を追い求める動機である。

III：観光動機は個人的な環境より脱出しようとする動機と対人関係補償（文化あるいは集団活動）を得ようとする動機である。

Ⅳ：観光動機は対人関係環境より脱出しようとする動機と個人的な環境を脱出しようとする動機である。

こうした観光動機は、大衆観光が普遍化され、交通の画期的発達によって時間的、心理的距離の概念が短くなりながら、より多様になる観光動機を説明するには難しくなった。最近、学者のいくらかは、観光動機が二つの側面、人間に共通的に内在した内的観光動機と、具体的な特定観光地と連関された状況的次元での観光動機を一緒に扱わねばならないと主張している。

すなわち、これは経験的な側面で、観光客の経験的な過程を重視することであると言うことができるのに、観光動機が人間の根本的な欲求（need）より始まるが、場所及び活動と連関された状況的、認知的動機が観光において、重要であることを強調することで、観光動機を多次的に理解しようとすることで見られる。こうした観点は、観光動機を観光客と観光類型の相互関連の下で把握するため、現実的適用が可能であり、観光類型別に観光動機を分析することで、特定観光の観光動機を予測するのに、活用されることができる（Min、2001）。

2) 文化観光動機の影響要因

観光客の観光動機に対する始めは、観光客が実際（reality）は経験することができなかつたまま、偽物事件（pseudo-event）だけ見れば、悲喜を感じる間抜け（an idiot）と主張するBoorstin（1964）の著書『イメージ：アメリカにおいて偽物イベントに対する紹介』（The Image: A Guide to Pseudo-Events in America）から出発する（Kim、2007）。

既存の研究は、観光客の心理に共通的に内在している根本的な観光動機を、究明しようとする研究が主類を成してきた一方、最近には特定観光名所と連関された、状況的次元での観光動機を明らかにしようとする研究が進行されている（You・Choi、2003）。

文化観光の観光動機価値を分析するために、文化観光客が獲得する便益を認知過程、感情が童謡される過程、熟考する過程、非思考的な部門に区分して分析している（McIntosh、1999）。文化、環境、社会、国家に対して多くの発見をしようとする欲求と全体的に新奇性を満たそうとする欲求と係わっていると明らかにしながら、興味を感じさせることは、民俗、宗教、芸術、食べ物、ライフスタイルなどに関して、特別に知りたいという欲求から発生すると説明し、「休息」、「気分転換」、「ストレス」、「緊張緩和」などの測定項目を利用した（McIntosh & Goeldner、1996）。

イギリスの南部ウェールズ地域のある遺跡地で、特別な行事がある日とない日に分けて、観光客の訪問目的を調査した（Light、1995）。「文化遺跡地訪問」、「文化/芸術を理解」、「行事参加」、「新しいことに対する好奇心」、「新経験」、「日常生活から脱皮」、「娯楽及び余興」、「家族とともににするために」、「所属感」などの、観光動機要因で研究した結果、行事がない日の観光客は遺跡地に関する特別な関心のため、遺跡地を訪問した一方、行事がある日の観光客は行事に参加するたためが、一番多く現われ、その次は遺跡地に対する特別な関心で現われた。それを通して、文化観光客は特別なイベントがあれば、そのイベントを見るために、遺跡地を訪れる傾向が大きいというのを見せてくれている。

文化遺跡地を訪問する観光客に対する旅行動機研究で、訪問目的地によって多少の差異を見せている（Prentice、1993）。すなわち、風景遺跡地を好む人々は「観望の楽しみ」、「休息」、「運動のため」来る傾向が多い、建築物、遺跡地を好む人々の主な動機は「観望の楽しみ」、「教育/知識習得」、「情報」、「子供達を連れて来よう」と言うのが多くの部分を占めていた。

一方、国内では拡張されたMaslowの動機理論を適用して、それぞれ「休息/逃避」、「活動」、「所属」、「挑戦」、「成就/地位」、「自我実現」、「知的/美的追求」の7つ要因を使用し、観光客の観光動機を調査した（Kang、1999）。生態観光者を対象にした研究では、「自然学習と鑑賞」、「休息と脱出」、「冒険と新しさの追求」、「自我実現」、「親睦企図/野外活動」、「家族和合」の6つ要因を使用した（Lee、2000）。意思決定に関する研究では、「自然の中の休養」、「生態教育及び体験」、「親交」の3つ要因を使用し観光動機を調査した（Kim、2001）。

そして、大衆観光客比較を通じる生態観光客の動機 体験・満足の研究では、「自然環境」、「冒険及び施設」、「紐帯関係」、「教育」、「現地文化」、「休息及び逃避」などの6つ要因を（Jeong、2000）、「自然名勝及び風景観覧」、「異色体験」、「教育」、「山登り」、「休息」、「遊興」などの6つ要因で、観光動機を測定した（Kang、2001）。「自然体験活動」、「自尊/教育」、「経験」、「社交」、「健康/活力」、「休養」などの6つ要因を（O、2005）、「学習及び自然交感」、「気分転換」、「新経験」、「自己啓発」、「親交」などの5つ要因を使った（Park・Yang、2006）。

文化観光の観光動機に関する研究は〈表9〉の通りである。〈表9〉で提示されている文化観光地に対する観光動機を調べてみると、観光客が文化観光地の観光行動を促進させる要因や行動を誘発する根本的な原因になるということが分かる。

以上のように、文化観光客の観光動機は多様な動機が複合的に現われているし、観光目的地が持っている魅力の特性によっても、動機が異なるように現われている。しかし、共通的に一番著しく現われる観光動機は日常生活からの脱皮、新しい経験と新しいことに対する好奇心、休息及び休養、知識習得などで現われている。

〈表 9〉 文化観光動機の測定項目

研究者	内容
Park, H. Y · Yang, H. J(2006)	学習及び自然交感、気分転換、新経験、自己啓発、親交
O, M. J(2005)	自然体験活動、自尊/教育、経験、社交、健康/活力、休養
Kang, I. W(2001)	自然名勝及び風景観覧、異色体験、教育、山登り、休息、遊興
Kim, S. C(2001)	自然の中の休養、生態教育及び体験、親交
Jeong, C(2000)	自然環境、冒険及び施設、紐帯関係、教育、現地文化、休息及び逃避
Lee, K. O(2000)	自然学習と鑑賞、休息と脱出、冒険と新しき追求、自我実現、親睦企画/野外活動、家族和合
Kang, M. H(1999)	休息/逃避、活動、所属、挑戦、成就/地位、自我実現、知的/美的追求
Prentice(1998)	教育/知識習得、豊かな生、休養/休息/健康、日常生活から脱皮、娯楽及び余興、家族と一緒に
Light(1996)	文化遺跡地訪問、文化/芸術理解、新しいものへの好奇心、新経験、日常生活から脱皮、娯楽及び余興、家族と一緒に、所属感、友達や同僚との付き合い
McIntosh & Goelden(1996)	新奇性、興味性、休息、気分転換、ストレス、緊張緩和

注) 研究者再構成

従って、本研究において文化観光動機は、観光の目的地と観光活動を選択する過程のあらゆる行動の後ろに隠されて、現われる推進要

因を言い、Maslow 動機理論と先行研究 (Park・Yang, 2006; O, 2005; Kang, 2001; Kim, 2001; Lee, 2000; Jeong, 2000) を基盤として、文化観光動機の要因の名を本研究に合わせて修正して、次のように構成した (<表10> 参照)。

<表 10> 文化観光動機の構成要素

構成要素	内容	研究者
気分転換	日常生活を脱する ストレス解消する 野外活動する 楽しさ/娯楽	Park, H. Y・Yang, H. J(2006) Lee, K. O(2000) Kang, M. H(1999) Prentice(1998)、Light(1996) McIntosh & Goelden(1991)
自己啓発	知的好奇心の充足 自己啓発 自信感を得る	Park, H. Y・Yang, H. J(2006) O, M. J(2005)、Kang, I. W(2001) Kim, S. C(2001) Jeong, C(2000) Prentice(1998)
学習 /知識の習得	観光資源学習 新しいこと見、聞き 文化観光 (遺跡) 地の訪問 観光地の文化理解 観光資源の歴史的価値理解	Park, H. Y・Yang, H. J(2006) Kang, Y. W(2001)、Jeong, C(2000) Light(1996)、Glasson(1994) Philip(1993)
家族親和 /親睦企図	家族との時間 友達及び同僚との親睦企図 集団の所属感	Park, H. Y・Yang, H. J(2006) O, M. J(2005) Kim, S. C(2001) Jeong, C(2000)、Lee, K. O(2000) Kang, M. H(1999) Prentice(1998)、Light(1996)

注) 研究者構成

2. 文化観光満足の原因

1) 文化観光満足の概念

満足 (satisfaction) という単語は、ラテン語の「satis (enough)」と「facere (to do or make)」より由来された。この語源で見ると、満足は、満たすこと (filling) あるいは充足 (fulfilment) を意味する (Olive r, 1993)。満足/不満足に対する定義が、多様であるという事実は満

足という概念が、それほど抽象的であるというのが分かる。満足に対する多様な定義の存在する理由は、おそらく消費者、企業、産業、社会などのように、多様な観点から満足を考察することができるからであろう（Shin、2005）。

一般的に満足は大きく二つの定義に大別される。第一は、消費経験から得られた結果であり、第二は、評価過程の過程である（Lee、1993）。前者の観点では、消費者が支払った対価に対して適切にあるいは不適切に補償された、と感じる消費者の認知的状態と言い（Jang、2002）、事前期待と消費経験の不一致を通じて、事前に持っていた感情が複合的に結合して、発生された総合的な心理状態と言った（Oliver、1981）。後者の観点では、選択された代案がその代案に対する事前の信念と一致した、という主観的な評価と言った（Engel & Blackwell、1982）。消費者が消費経験の前、最小限期待したより良かったと評価されることであると言った（Hunt、1991）。また、事前期待と消費後知覚された成果の間の差に対する消費者の反応として定義した（Tse & Wilton、1988）。

消費者の満足とは、消費者が商品やサービスを購買・使用 評価する過程として、経験する好意的、あるいは非好意的な感情及び態度を意味する（Kim、1993）。すなわち、満足は相対的な概念であり、標準に対する評価であると判断される。

満足を測定するためには、消費の主体を明確に究明しねばならないし、測定道具は認知的反応と情緒的反応を全て測定しねばならないであろう。既存の満足と係わる研究は認知的側面を強調しているのに、我が国の消費者は反応がもっと強く現われるくらいがあるため、認知的

な側面のみを強調するということは問題がある（Jang、2001）。このように、未だに満足に対する定義と測定方法及びその水準に対しては学者の間に意見が一致していることができないが、認知的な観点でも感情的な内容を含んでいるし、情緒的な観点でも認知的内容を含んでいることが分かる（Hong、2003）。

観光満足に対する研究は、Pizam、Neumann 及び Reichel（1978）から始まったが、彼らは消費者満足理論を利用して、観光満足に適用して観光満足の構造を操作化した。1980年代中盤以後から観光満足水準の測定方法に関する研究が徐々に増え始めた（Maddox、1985）。1990年代以後には観光満足に影響を及ぼす変数と満足水準との関係を研究する傾向が優勢であった（Reisinger & Turner、1997；Chon、1991；Fick & Brent Ritchie、1991）。

観光満足の概念は、動機、選好度、心理的結果、そして経験の期待のような多様な用語と係わって扱われて来た。こうした接近法は、観光に対する要求と動機、経験の類型などに対する認知を観光満足で仮定している（Mannell & Iso-Ahola、1987）。こうした観光満足は、観光体験に対する評価であり、主に経験の機能的側面を志向している（Iso-Ahola、1982）。

また、観光満足は観光マーケティングと直接連関されることができ、満足した観光客は観光目的地に対して、一層、再訪問したがっていく潜在観光客をたくさん発生させると言った（Fridgen、1991）。そして、観光満足は観光目的地に対する期待と経験だけではなく、観光客の主観的な価値観と目的地のイメージと関係があると言った（Chon、1991）。従って、観光客の満足を測定するためには、先に満足と係

わった多様な次元を把握して、測定しねばならない、各次元の重要度を決めねばならない。

一方、消費者満足と同じく観光客満足も、二つに近付くことができる。一つは、観光消費経験からの結果としての接近（Lounsbury & Polik, 1992； Pizam et al., 1978； Dann, 1977）であり、もう一つは、評価過程に焦点を置いた接近（Tse & Wilton, 1988； Raaij & Francken, 1984）である。観光満足は、個人が選択した余暇活動に参加した後、形成される肯定的な感情や認知のほどであると定義して（Beard & Ragheb, 1980）、観光体験からの結果として、見る側面において観光満足とは、観光客が観光体験全体に対して、事後にそのイメージを評価することとして、全体経験に対する一種の態度（Lounsbury & Polik, 1992）、観光客が観光地に対して、持っていた期待と実際経験間相互作用の結果（Moutinho, 1988； Pizam et al., 1978）、あるいは期待不一致を経験した場合に現われる感情と観光体験に対して、観光客が予め保有した感情のため、複合的に惹起されることができる全体的な心理的状态などで説明している（Dann, 1977）。こうした観点は、観光満足を説明するのにあって、事前期待が重要な役目をするということのため、批判を受けている。実質的に大部分の満足な体験は、前もって期待されないからである（Arnould & Price, 1993）。

国内では観光満足は観光活動参加の窮極的目的であると言うほどに重要な概念と言うことができる。満足の概念は、観光体験の後続段階を代表する心理的構成概念である（Ko, 1998）。観光関連文献では、満足の概念を多様な方法に概念化して定義したが、観光満足に対する一般概念は、満足が動機ととても密接に関連があったように見え

る要求に基礎した定義である。こうした概念を強調した満足概念は、相応する要求と動機の合致から得られる結果に知覚されることで、要求満足は推進力、動機、あるいは要求に対する充足結果として、現われることに概念化したことである（Yun、2000）。

しかし、評価過程に見る側面は、欲求や期待に対する満足より観光満足を形成する知覚的、評価的、心理的過程皆を検討することと同じ、多くの利点を持っている。観光満足は欲求の完全な遂行というよりは、もっと複雑な構成概念で幅広く受け入れられたから観光満足の研究において、評価過程の志向的な観点がたくさん採択されている（Kim、2004）。

<表 11> 文化観光満足の定義

研究者	内容
Kim, D. H(2004)	遅刻的、評価的、心理的過程皆を検討
Yun, D. K(2000)	推進力、動機、要求に対する充足結果
Ko, D. W(1998)	観光体験の後続段階を代表する心理的構成
Lounsbury & Polik(1992)	観光客が自分が観光体験に対する総体に対する死後イメージを評価することで観光体験総体に対する一種の態度
Chon(1991)	観光客の自我イメージと観光目的地イメージとの一致位
Tse & Wilton(1988)	最小限で期待したよりは経験が良かったという評価
Iso-Ahola(1982)	参加者としての行為の本質的な補償に対する心理的あるいは主観的状态
Beard & Ragheb(1980)	個人が選択した余暇活動に参加した後形成される肯定的感情や認知の程度
Pizam, Neumann & Reichel(1978)	観光目的地に対して持った事前期待と実際経験との相互作用による結果
Dann(1977)	期待不一致を経験した場合に現われる感情と観光体験に対して観光客があらかじめ保有した感情のため複合的に惹起されることができる全体的な心理的状态

注) 研究者再構成

以上のように、観光満足は多様な観点によって、概念化されること

ができ、個別的なサービス要素に対する満足より、観光目的に対する全般的な満足に焦点を合わせる際、もっと複合的に概念化されることができる（＜表11＞参照）。これは、観光目的に対する全般的な満足は観光地で、提供を受けるサービスと施設などを含んだ、多様な要素を内包しねばならないであろう。

従って、本研究での観光満足は、文化観光資源に対して持っている期待と実際の経験との相互作用の結果として、観光客が観光体験の評価を通じて、感じるようになる文化観光資源解説（現場で提供を受けるサービス）に対する全般的な満足に焦点を置こうとする。

2) 文化観光満足の影響要因

観光満足の要因は観光地、観光施設、資源、気候、土地利用などによって、異なるようになるため、様々な状況から多くの次元を考慮して、満足要因を究明して対処しねばならない（Pizam et al., 1978）。また、観光客が現場で得ることができる経験と価値を考慮しねばならない。特に、文化観光は文化的動機による移動を通じて、文化観光資源を訪れることで、形成され文化観光を通して新しい知識と他の文化を接することで、観光客の多様な欲求が充足される。こうした点を文化観光を通して、観光満足の測定に必ず含ませねばならないでしょう。

文化観光の領域で扱われた観光満足は、自然名勝観光地の観光満足と類似の要因に構成されている。観光満足は、全般的な観光体験の評価を通じる観光後結果であるため、観光の類型に構わず、等しい測定尺度を代入することができる。しかし、窮極的に観光の類型による詳細的な満足の程度を把握するためには、それぞれの類型と研究者

の研究焦点によって、異なる測定尺度を構成することもできる。

観光満足に関する先行研究も各研究の焦点によって、研究対象地によって、異なる測定尺度を構成し、1個～3個位の要因で構成している。文化観光領域での観光満足の構成要素も、比較的多様に列挙されているが、大きく全般的満足と消費満足、観光活動満足、比較満足などで区分することができる。

一番一般的な観光満足要因は、観光体験や観光経験の後行要因として、全般的満足を考慮している。全般的な満足は、観光対象と観光活動、観光客の価値などを包括的に含んでいる (Kwon・Lee、2005； Park・Jea、2005； Shin、2005； Kim・An、2004； Hong、2003； Ko、1998； Bigne、Andreu & Gnoth、2005； Yoon & Uysal、2005； Baker & Crompton、2000)。

消費満足は、マーケティング的な側面を考慮した、観光満足要因で文化観光活動のために、出費された費用の効用あるいは価値に対する観光客の主観的な評価である (Kim・An、2004； Hong、2003； Kim・O、2001； Yoon & Uysal、2005)。消費満足は、経済的満足、価格、時間と努力投資の価値などに説明されている。

観光活動満足は、観光対象の体験に対する純粹満足を意味して、体験の対象や体験内容に対する観光客の主観的な評価である (Kwon・Lee、2005； Shin、2005； Kim・An、2004； Hong、2003； Kim・O、2001； Shon、2000； Ko、1998； Bigne、Andreu & Gnoth、2005； Yoon & Uysal、2005； Baker & Crompton、2000)。観光活動満足は、観光地のイメージ満足、楽しみ、思い出、上機嫌、訪問に対する肯定的な認知、期待一成果などに説明されている。

比較満足は消費満足と同じくマーケティング的な側面を考慮した観光満足要因で、他の観光目的地や他の種類の観光経験との比較優位を意味する（Park・Jea、2005； Kim・O、2001； Yoon & Uysal、2005）。比較満足は、他の観光目的地あるいは他の形態の観光活動との比較を通じる相対的な評価が成り立つため、非常に有用である。

<表 12> 文化観光満足の測定項目

研究者	内容
Kwon, M. H・Lee, J. O(2005)	行事の楽しみ、全般的満足、行事の有意性、韓国のお酒と餅に対する肯定的考え
Park, D. J・Jea, G. D(2005)	全般的満足、期待水準に備えた満足水準、他の祭りに備えた相対的満足
Shin, J. I(2005)	賢明な選択、全般的な満足、観光目的地の環境満足、観光目的地のイメージ満足
Kim, G. S・An, Y. J(2004)	認知(知識欲求充足性、伝統文化保有性、文化的魅力性、訪問価値性、発展可能性)、情緒(思い出、ロマンチック空間、楽しくて上機嫌になる空間、安全・快適した空間)、効用(時間満足、接近容易性、費用満足、サービス満足)
Hung, S. H(2003)	観光地満足、全般的満足、職員サービス満足、経済的満足、接近性満足
Kim, Y. I・O, J. H(2001)	投資時間・費用の価値性可否、他の公園と比べてこちらの選択が良い選択だったのか可否、全般的な満足
Sohn, I. H(2000)	文化満足(文化に対する理解、学問の章、歴史的な知識獲得)、便宜満足(記念品魅力性、便利性、他の文化圏との付き合い)
Ko, D. W(1998)	全般的満足、イメージ満足
Bigne, Andreu & Gnoth(2005)	私が訪問して見た最高のテーマパークの中で一つだ こちらを訪問したのが嬉しい こちらを訪問する事にしたことは良い考えだった こちらで本当に楽しかった こちらを訪問したことに後悔しない
Yoon & Uysal(2005)	期待-成果、時間と努力投資の価値、全般的満足、訪問した他の所との比較
Baker & Crompton(2000)	全般的な満足、楽しみ、訪問に対する好意、訪問に対する肯定

注) 研究者再構成

大部分の先行研究が、観光体験を通して、主観的に評価した観

光地イメージの観点として、観光満足を説明している一方、観光体験の後、現われる一種の態度という観点から、認知的満足、情緒的満足、効用満足など3次元に構成した（Kim・An、2004）。

以上のような先行研究の考察結果（＜表12＞参照）、文化観光に対する観光満足は全般的満足と消費満足、観光活動満足、比較満足などを考慮して、構成するのが妥当なようである。しかし、観光満足を構成する変数が、多ければ観光客の最終的ながらも、全般的な満足度をまともに把握することができない。

従って、本研究においては文化観光領域の観光満足の構成要素を理解し、文化観光の資源解説を通じる観光満足を構成しようと、観光満足の構成要素を単純ながらも含み的な意味を盛る通りで＜表13＞の通りに、全般的な満足要素で構成した。

＜表 13＞ 文化観光満足の構成要素

構成要素	内容	研究者
全般的満足	全般的満足 再訪問 推薦意図	Park, D. J・Jea, G. D(2005) Shin, J. I(2005) Hung, S. H(2003) Ko, D. W(1998) Toon & Uysal(2005) Baker & Crompton(2000)

注) 研究者構成

第3節 観光目的地の意思決定

1. 観光目的地の意義

観光客が観光目的地を訪れる理由は非常に多様であり、観光目

的地は観光客の欲求を満たすための、多角的な戦略用意と魅力創出を通じる新しい活用価値を発揮しようと努力している。観光のパラダイムによる変化をはかる観光目的地は、観光客を誘引するための熾烈な競争と相まって、新しい観光市場として浮び上がっている実情である（Metin、2004）。

英語で「tourism destination」用語の意味は、観光地や観光目的地に解釈されて用いられて来た。辞書のハングルの解釈は観光目的地に近くて、日本語解説では観光地であると言っている。英語辞書では「観光客が訪問するようになる地理的な単位として、独立されたセンター、村、地元、都市、地域、島あるいは国家」であることがあって、共に「一つの場所、旅行目的型の多機能場所あるいは動くクルーズまでもここに該当」すると言った（Jafari、1974）。

観光資源、主一客そして具備条件の次元で、概念を考察すると次の通りである。観光資源の性格で調べてみると、源あるいは居住地を離れた、観光客の観光動機を満たすことができる景観的条件を具備した、観光空間である。観光資源の価値、観光客の便宜施設具備、観光目的地で繋がる交通と交通路の接近性などが、相互作用しながら形成された観光活動空間を意味する。従って、観光空間、すなわち観光目的地は場所、地区あるいは領域、地域を皆含む空間的概念であり、この空間内に位置する観光立地の基本要件を取り揃えた、地域として説明している。

観光現象を主一客関係で見ると、観光目的地はこうした主一客関係が起きる所であり、地域住民と観光客との出会いの場所である。同時に、観光客を引き入れる決まった、境界点以上の吸引力、すなわち

規模の誘引力と観光事業者の商品化価値を保有した空間であるが、観光目的地内で行いながら、働いて学ばねばならない地域住民には作業空間であり、同時に生活空間である。

観光目的地は観光資源具備条件によって、定義したりした。観光資源は自然観光資源、文化的観光資源、人的資源で構成されて、特別な経済的活動に活用されることができる価値と条件を取り揃えている。そして、観光客が日常生活圏を離れて、自分の観光欲求を満たしながら、一定の時間の間滞在する地域である同時に、地域自体が外部から訪問動機を誘発させることができる十分な魅力と、これらを収容することができる観光環境と、関連プログラムを取り揃えていて一般地域に比べて、外来訪問者が圧倒的に多い地域などで、概念を定義している (Seo, 2005)。

従って、観光目的地は観光客の欲求と動機を満たすように、需要創出が成り立つ有・無形の観光サービスが提供される魅力の空間としてだけでなく、経済的な便益まで追い求める地域で、定義することができる。そして、その範囲において、小規模の観光施設から一つの大陸に至るまで、多様な水準で存在しているものの、お互いに密接な関連を持つ (Song, 2003)。

本研究においては地域生活空間と同時に、観光客が訪れる観光目的地の意味として解釈して、需要創出が成り立つ多様な観光地で、構成されている大きい空間概念である観光目的地という用語を使う事にする。

2. 文化観光目的地の意思決定過程

一般的に意思決定の類型は、関与水準 (Involvement Level) に

よって、高関与（high Involvement）決定があって、購買尺度により、本格的な意思決定、制限的な意思決定、日常的な意思決定に区分している。

しかし、観光客の購買意思決定の過程で、こうした意思決定の類型が混合して適用される特性を見せている。一方では、観光客の購買意思決定は、観光目的地に対する知覚された危険を減少しようとする意思決定の類型を取ると見ることができる。

一方、日常的な意思決定の類型を持った、観光客は観光目的地に対する意思決定を早くするため、意思決定の努力と時間の短い特徴がある。しかし、本格的あるいは制限的な意思決定の類型を持った、観光客は旅行決定において、多くの時間と努力を傾けて、情報探索や代案の選択に臨むようになる。

観光目的地意思決定とは、上記の日常的な意思決定の類型に現われて、旅行目的を満たそうとする目標志向的行動（goal oriented behavior）として、観光の欲求が生じて、その欲求を満たすために、代案を探索、評価して最終的な観光意思決定を下した後、観光活動に参加し、戻っては全体観光を評価する過程であると言えることができる。最後の観光満足度の評価段階に、観光客は観光の際、移動と滞在過程をあるいは観光を終えた後、観光経験を評価するようになるのに、こうした評価結果は今後の意思決定に影響を及ぼす。

1) 刺激と認知段階

観光客は、自分が処した現在の状況と自分が考える理想的な状態との乖離を感知することにより、こうした乖離を観光を通じて、減らそうとす

る欲求を感じる際、問題を認知するようになる。こうした問題の認知は、観光客が日常生活をする過程で、自ら認知することもでき、場合によっては他人が問題を悟らせてくれる場合もある。例えば、観光をした家族や知り合いを通じて、問題を認知したり、または自分自身の内面の動機によって、問題を認識することもできる。

文化観光地の認知段階で、観光客は単純に一つの目的のみを持って観光するよりは、様々な目的を持って観光するのを望む。こうした動機は、観光をするうちに観光目的地の過去や現在の文化を感じることを望む。これは事業上の目的や特別な教育的目的を持つ観光客も同じであると言えることができる（Anderson、1997）。

2) 探索段階

観光客は問題認知、すなわち、ある欲求を感じると、観光客は、いつ、どこへ、どの方法で、どれくらい留まるかに対する問題に直面するようになる。この際、観光客は情報を通して、特定の欲求を満たしてくれる多くの商品とサービスの類型などを学習することで、当面の問題を解決する方法を模索するようになる。

観光客は、観光地の情報探索のため、多くの公式的・非公式的な情報源泉を利用する。公式的な情報源泉は、印刷媒体（新聞、雑誌）広告媒体（TV、ラジオ）、観光会社、そして旅行会社などであり、非公式的な情報源泉は、個人性向、友達や知り合い、他人との話など、多様である（Rao、1992）。

意思決定の過程に影響を与える情報源泉媒体に関する研究を調べてみると、観光客は観光地の選択行動の初期段階では、商業的な情

報源泉、すなわち販売社員、広告、パンフレットに寄り掛かり、決定の段階では忠告的な情報の源、すなわち観光情報センター、旅行会社より情報を収集することに現われた。また、社会的な情報源泉である知り合い、家族からは観光目的地の選択行動のあらゆる段階で影響を受けることと調査された（Francken、1979）。観光客は、特に、家族、友達、隣り、そしてその外の知人より観光商品と観光サービスに関する情報を得ると指摘し、社会的情報源泉の中で、家族、知り合い、友達の順に影響力をたくさん持ち、旅行会社は意思決定に大きな役割を果たしていないと指摘していた（Jackin、1978）。

デンマークの展示会を観覧した訪問者に関する研究では、観光客がデンマークの展示会が分かるようになった情報源泉に対して、新聞広告、新聞論評、都市内に附着しているポスター、直接郵便、人々の推薦、お祭りのパンフレット、観光情報センター、作品を通じて、行事場所で、デンマークに住んでいる人より、画廊の案内文、アートクラブ、印刷物、雑誌、インターネットなどで分けている。この中で人々の推薦、お祭りのパンフレット、新聞広告そして論評に多い影響を受けたことに現われた。また、コンピューターの普及により、インターネットの利用が増えているものの、少数に過ぎないことに現われた（Anderson、1997）。

3) 態度の決定段階

内部的あるいは外部的に問題を解決するための、知識と情報を探索してから、観光客はそうした知識と情報を主観的に解説し、総合して、各代案を比較・評価するようになり、態度を決めるようになる。

心理的過程の結果であると言えることができる態度は、窮極的に人間の欲求とこうした欲求を満たしてくれる対象に付与する価値から発展する（Loudon、1984）。こうして欲求を認識するようにする源泉と欲求を満たしてくれる対象に対して、個人の態度が発展して行く過程に、社会・心理的要因が影響を及ぼすようになるのに、特に観光客の代案評価で評価基準は多くの場合、観光客の内面的な観光動機を反映している。

4) 体験段階

選択代案に対する評価を通して、態度を形成してから観光客は選択をするようになるのに、他の制約がなければ、一番高い態度の点数の代案を選択するものの、一般的に案外の与件が購買行動を変化させたり、意思決定を一から始め直すようにすることもできる。

文化観光の体験段階では、観光客の訪問回数、滞在期間、宿泊形態、交通などを含む観光体験、すなわち伝統民俗文化観光、宗教文化観光、生活文化観光、歴史・教育文化観光をすることで、経験が蓄積される。

5) 評価段階

観光客の選択の結果は、満足、不満足の次元に現われるようになる。観光体験以後に観光客の知覚する成果が、体験以前の期待水準と同じかもっと大きい場合、自分が選択した観光商品に対して満足するであろう。ところが、そうではない場合は、不満足であろう。観光客のこうした観光体験の評価は、記憶の中に保存され、未来の観光意思決定の過程で有用な知識と情報で活用されて再訪問に影響を与える。

のみならず、他の人々に観光体験について、口伝で伝えるコミュニケーションが生じるようになる。すなわち、観光客の観光体験は満足、再訪問、推薦可否そして観光地のイメージ形成として現われる。

6) イメージの形成段階

イメージは、任意の品物や場所に対して、個人あるいは集団が持っている客観的な知識、印象、想像力、感情など、あらゆるものの表出とすることができる。それ故、観光地イメージとは、手短かに表現しようとする、観光地に対して観光客の価値判断が加えられた印象を言うことである (Lawson、1977)。

観光客のイメージ形成過程を察してみると、観光客は新聞記事、雑誌記事、あるいは他の非観光専門情報人に対する露出の結果に形成される有機的イメージ (organic image) によって旅行の同人を持つようになる。旅行に対する同人を持つようになった観光客は、個別的に情報を探索するのに、この過程で観光客は既存のイメージ (organic image) に観光組織の直接的な情報提供によって誘導イメージ (induced image) を保有するようになる。その際、収集した情報によって、観光客は代案観光地を比較・評価して、最終的に観光地を選択するようになる。そして、観光地の訪問後、観光客は自分の経験によってより複雑なイメージを形成するようになるであろう (Paul、1991)。

第3章 研究設計

第1節 研究模型及び研究仮説

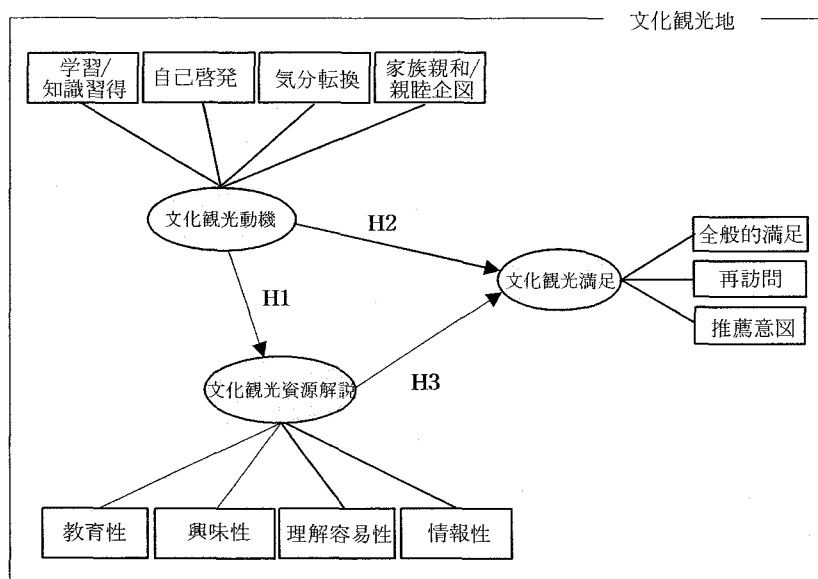
1. 研究模型

資源解説の特性は、リアルな情報と好奇心を踏まえ、直接経験と解説媒体を通じて、観光客に精神的豊饒を提供する教育活動である。Tilden (1977)、Sharpe (1982)、Um (1999) など、多くの学者が提示した資源解説の目的と便益を基礎にして、資源解説技法と解説媒体に対する幅広い考察を通じて、資源解説の特性を提示している。また、資源解説プログラムの詳細内容のマニュアルで、提示された資源解説の手段設定に影響を及ぼす要因と、Moscarro (1996) の観光地内の資源解説模型を踏まえ、理論的な研究模型を設計した。

従って、本研究においては、文献研究による理論的考察に基礎して、資源解説の特性を技法－解説者の資源解説、状況的要因の二つに区分した。観光客の人口統計学的な要因と解説内容、そして状況的な要因で観光動機による観光満足度に及ぶ影響に関する実証分析のための理論的模型を提示する。ただ、状況的な要因で、観光客の観光動機のみを考慮し、資源解説の際、環境に対する要因（天気、気候、観光地の管理状態など）を統制することができない変数で、判断して研究模型の設計から除いた。

本研究は、観光満足度の形成過程をより明確であり、包括的に説明し、ひいては資源解説満足度の寄与度を評価するために、資源解説の特性による各決定変数が持つ影響力を、実証的に把握するのにあ

る。または、文化観光資源解説の特性による満足度を分析するために資源解説の特性の中で「技法－解説者の資源解説」、「資源解説状況的要因－観光客の動機」、「観光満足度」との関係を調べてみる。研究模型は[図4]の通りである。



[図 4] 研究模型図

2. 研究仮説

本研究においては、文化観光資源を利用する観光客の中で、資源解説を利用した観光客を中心に、資源解説の特性による観光満足度、観光動機と満足度には、どうした相互関係があるかどうかを通じ、全体満足度に及ぶ要因が、何かを調べるために、次の通りで仮説を樹立して、これを検証することで、研究目的に提示している内容を立証

しようとする。

資源解説の特性による要因は、理論的考察で調べてみたように、既存の資源解説と係わる模型を通じて、資源解説に重要な影響を及ぼす主要変数を抽出した。

1) 文化観光動機が文化観光資源解説に及ぶ影響

一般的に観光目的地で観光客の観光活動、すなわち観光動機は資源解説に影響を与える場合があるし、観光動機と資源解説は、観光満足に影響を与える場合もいえるである。従って、先に観光客の観光動機によって観光目的地の資源解説に及ぶ影響がどんなに現われるはずか、において研究仮説を設定してこれを検定する必要がある。従って、次のような研究仮説を設定してこれに対する下位仮説を研究分析結果で扱うことにする。

<研究仮説 I>

文化観光動機は文化観光資源解説に有意した影響を及ぼすであろう。

I 1: 動機は資源解説-教育性に有意した影響を及ぼすであろう。

I 2: 動機は資源解説-興味性に有意した影響を及ぼすであろう。

I 3: 動機は資源解説-理解容易性に有意した影響を及ぼすであろう。

I 4: 動機は資源解説-情報性に有意した影響を及ぼすであろう。

2) 文化観光動機が文化観光満足に及ぶ影響

観光目的地は観光動機と係わって観光客が観光満足に影響を及ぼすことによって活性化方案を樹立することができる。また、動機によって満足度にも相当な影響を及ぼすと見られる。このような大切さに即して観光満足変数において観光客の動機によってどんな影響があるかどうかを突き止める必要がある。従って、次のような研究仮説を設定してこれに対する下位仮説を研究分析結果で扱うことにする。

<研究仮説 II>

文化観光動機は文化観光満足に有意した影響を及ぼすであろう。

II 1: 動機は全般的満足に有意した影響を及ぼすであろう。

II 2: 動機は再訪問に有意した影響を及ぼすであろう。

II 3: 動機は推薦意図に有意した影響を及ぼすであろう。

3) 文化観光資源解説が文化観光満足に及ぶ影響

文化観光資源解説によって観光満足度は違うように現われるでしょう。従って、資源解説によって違うように現われる満足の程度を検定するために、次のような研究仮説を設定してこれに対する下位仮説を研究分析結果で扱うことにする。

<研究仮説 Ⅲ>

文化観光資源解説は文化観光満足に有意した影響を及ぼすであろう。

Ⅲ1: 資源解説は全般的満足に有意した影響を及ぼすであろう。

Ⅲ2: 資源解説は再訪問に有意した影響を及ぼすであろう。

Ⅲ3: 資源解説は推薦意図に有意した影響を及ぼすであろう。

第2節 調査対象地の開館

1. 調査対象地の選定の背景

新羅千年の古都である慶州には、390点余りの各種文化財がある。数多くの歴史的遺物と世界文化遺産を主軸にして、8ヶ地区の国立公園がある。国立公園8ヶ地区は、武烈王陵がある西楽地区、金庾信の墓がある花郎地区、花郎の修練場であった断石山地区、小金剛だと呼ばれる金剛地区、南山と数多くの史跡を保存している南山地区、仏国寺と石窟庵がある吐含山地区、海岸の水中の文武大王陵がある台本地区、そして、亀尾山地区である（慶州市、2004）。

主要観光資源としては、ユネスコの世界文化遺産に指定された仏国寺と石窟庵、そして仏教美術の宝庫である南山地区、千年王朝の宮闕の敷地である月城地区、新羅王陵を含めた古墳群の分布地域である大陵苑地区、新羅の仏教の精髓である黄竜寺地区、王京防御施設の核心である山城地区であり、計5ヶ地区に分けられた、慶州歴史遺跡地区がある（文化観光部、2006）。

また、慶州市内には、新羅千年の魂が盛られた大陵苑、瞻星台などがあり、その外にも数多くの国宝と宝物、そして鮑石亭、雁鴨池、黄竜寺、半月城、明活山城、仙桃山城、南山城などがあって、韓国文化観光のメッカとして劣らない。

しかし、慶州地域は、天恵の生態自然観光資源と悠久たる歴史文化観光資源を保有しているにもかかわらず、急変する観光市場に相應しい差別化された戦略不在で、観光客が漸進的に減少する沈滞した観光目的地に転落している。変化する観光市場に、能動的に対処することができない場合、慶州地域は相当期間、観光目的地としての本来の機能を発揮することができない可能性がある。特に、最近、観光目的地が慶州地域より済州島や東南アジアなど、競争地域へ急激に移動されながら、過去に比べ漸進的に観光魅力性が喪失されている。そのため、観光産業が全般的に沈んでいく実情である（Kang・Ko、2005）。また、その間、歴史文化遺跡地あるいは修学旅行地という固定されたイメージによって、単純に静寂な観光地として固着していて、興味と楽しさがある動的、体験観光目的地という魅力的な誘引要因が不足な観光目的地という認識が広まっている（Jeong、2006）。慶州の観光は、主に仏国寺と石窟庵のような世界文化遺産を単純に見る観光に焦点が合わせている（Ha、2003）。こうした慶州地域の観光が抱えている問題を解決するためには、単純に見る観光のパターンから脱して、正確であり科学的な市場細分化戦略を通じて、新しい観光マーケティング戦略の樹立が絶対的に必要である（Ko、2005； Kim 他、2004； Jang et al、2002； Plog、1991）。こうした観点より、本研究は慶州地域を調査対象地に選定した。

2. 調査対象地の開館

文化観光資源の解説活動が、観光客満足に及ぶ影響に関することで、あらゆる文化観光資源を研究対象として選定するよりは、文化観光資源解説が円滑に供給されているし、体系的な解説が成り立っている調査対象地を選定することで、文化観光資源解説が観光満足度に及ぶ影響を把握しようとした。

メックカネル（MacCannel）の5段階¹⁾の全部では、「話」が付け加えられることで、些細なことも観光魅力物になることができると言いながら、こうした効果を「リンドハイム-家庭機能（Lindheimer home Function）」と言っているし、これはすなわち解説者の話が観光資源化過程で、重視されていることが分かる。これと関連して本研究は、文化資源の優秀性や価値を既に世界的に認められている慶州地域の文化観光地を調査対象地として選定した。

1) 仏国寺

慶州から16キロほど離れている吐含山の、今日、韓国のどの寺院よりも訪れる人が多い寺院である。李朝時代の記録であるこの寺院に関する伝説を信ずるとすれば、仏国寺は、韓国寺院の中でもっとも古い歴史を持つ寺院のうちのひとつである。

1) MacCannel(1989)は、見物は眺がめの神聖化過程を通じて神聖と貴い魅力に転換されと言いながら、その過程を命名(naming)→組み合わせ・展示すること(framing and elevation)→おさめ(enshrine)→機械的再生(mechanical reproduction)→社会的再生(social reproduction)など5段階で仕分け提示しながら話の役目を無視したし、ただ、社会的再生関係でばかり言うのが係わると思った。

西暦535年ごろ、第23代法興王の時代、華嚴法興寺という小規模の寺院が建てられた。法興王は彼の妃のためにこの寺を建てたのであり、王妃はここで国王の平和と繁栄を祈願した。この最初の寺院は、20年後、第35代景德王の時、金大城が造営した寺院に比べればはるかに規模の小さいものである。金大城まつわる伝説はいろいろとおり、また、興味深いものも多い。彼は幼くして父を失い母とともに暮した。彼は頭でっかちで平べったい額を持っている醜い子どもであった。それで彼は、大きい城（頭）を意味する大城という名でからかわれた。彼の家はたいへん貧乏ではあったが、彼は正直であり、仏教に対する信心があつかった。この少年は、死後、時の宰相の子として再生した。

この少年の再生は、天の神秘なお告げによって予告されたのであり、宰相の夫人がこの少年を順産した際、人々は彼の掌に大城という金文字が書かれているのを目にした。この少年は成長するに及んで、心性は星雲に感化され、彼の第二の生の父母である宰相とその夫人のために、この大いなる記念物仏国寺を創建するようになったのである。この寺院の裏手にある石窟庵は、彼が第一の生の父母を追慕するためにつくったものである。

新羅の精神が集約されいる石窟庵の優雅な彫刻は、西暦751年につくられた金大城の伝説を思い起こすとき、微笑を誘うかもしれないが、韓国の特記すべきこの作品の前の立てば、おのずと畏敬の念をおぼえるのも事実である。仏国寺と石窟庵は新羅の建築芸術の精華である。

新羅の芸術家たちが成し遂げた数々の業績に思いをいたすとき、われわれは、彼らが繊細な審美的趣向の持ち主であったと認めざるをえない。先練された古典美は、うたがうことなく韓国芸術発展の特性であ

る。建築設計からして仏国寺の全体的効果は、威厳と平和の調和をよくあらわしているところにある。

どんな接合剤も使用してないのびやかな文様の石壇は、1200年のあいだ地震と戦争に耐えて来た。1973年に完成された。この寺院は23回にわたって再建された。李朝時代の最終改築は、西暦1649年、孝宗の時であった。現在の仏国寺は新羅時代に比べれば10分の1の規模にすぎない。歴史的記録のすべてに言及されているような、仏国寺は、新羅時代にはそれほど重要な寺院ではなかった。われわれは皇竜寺のようないくつかの重要な寺院の規模を想像することができる。ただ、われわれは、壁、橋、株、石塔などの均衡と対称にとて、過ぎし日の栄光をしのぶだけである。

新羅が極東ではもっとも美しく古典的な芸術作品を残したというのは決して誇張されたものではない。新羅の文化は、華麗であり時には銜つてもいるように見える中国のそれや、感傷的であり文様だらけである日本のそれとも異なっている。この寺院は、古代極東のもっとも特異な成果として残っている。仏国寺においてわれわれは、6種類の国宝と一つの二流クラス宝物を目にすることができる。そこには2脚の石橋、2基の青銅仏像、2基の石塔、一の舍利浮屠が含まれている。

2) 雁鴨池

雁鴨池にはこれといった史跡は少ないが、観光客にとっては楽しい観光地となっている。雁鴨池は、新羅のもっとも偉大な国王とあがめられた弟30代文武王の世、674年2月にはじめて築造された。その父王武烈王や名高い将軍金庾信は、三国統一の偉業を成し遂げた主役であ

る。西暦660年百済が遂に破れ、その後8年めに高句麗も滅亡した。

天下の至るところから樹木や植物が運びこまれただけでなく、珍貴な鳥や野獣も住みついて風変りな秘境をしのばせた。湖水と小山は、中国のもっともうるわしい名山とうたわれた巫山の12の峰をかどって築造された。雁鴨池の園は東洋の名勝地となった。というのは、唐の使節はこの絶境の中で豪華なもてなしを受けながら、いろいろな水鳥がのどかに湖面に浮ぶ風景を楽しんだからである。

臨海殿は、雁鴨池のほとりに建てられた最大規模の離宮で、記録によれば千余人の客を収容しうるほどの広さであったといわれる。現在の建物は、日帝時（1929年）に建てられたもので、ありし日の臨海殿の4分の1の規模にすぎない。

数多くの国事がこの園で決められただけに、雁鴨池は新羅の外交センターとなった。西暦936年新羅が高麗に降ったのも、雁鴨池のこの園、もしくは臨海殿であった。

3) 大陵苑

慶尚北道慶州市黄南洞にある新羅時代の古墳群で大陵苑と呼ぶ。大陵苑と言うのは、「味鄒王を大陵（竹長陵）に葬った」と言う<三国史記>の記録で別なのだ。

すべて面積は12万5400坪で、新羅時代の王 王妃 貴族などの墓23基が集まっている。古墳は皆平地に位置づいている新羅時代だけの独特の墓群で、大きく7個の地域で分けられる。①新羅末鄒王陵（史跡175号）②慶州皇南里古墳群（史跡40号）③慶州路西里古墳群（史跡39号）④新羅五陵（史跡172号）⑤慶州東部史跡地帯

(史跡161号) ⑥慶州路東里古墳群 (史跡38号) ⑦財買井 (史跡246号) 等だ。

墓を発掘、調査する時新羅文化の精髓を見せてくれる金冠、天馬図、ガラスコップ及び各種土器など当時の生活ぶりをうかがうことができる貴重な遺物が出土された文化財の報告である。

4) 瞻星台

慶尚北道慶州市仁旺洞に素材している瞻星台は、東洋に現存する最古の天文観測台であり。韓国のシンボルのように言われているこの瞻星台は、文字どおりに訳せば「星座いより近し」という意味であるが、観光ポスターや観光案内書はいうまでもなく、韓国の銅貨にさえその姿がきざみ込まれている。

国宝第31号に指定されている瞻星台は、約5－6メートル平方の土台の上に築されている。その形は円筒形でカラスびんの上半分の形に通っている。南側の中間あたり四角の窓が見られる。石の上に磨滅された跡があることからしてその入口まで登るにはハシゴが使われたようである。

瞻星台の築造に用いられた花崗巖の数はちょうど365個、暦年の日数とまったく等しいわけである。12個の長方形の礎石が4つの方向に三つずつ置かれていて、1年の12カ月と4つの季節を現している。さらに窓の敷居石までには12層の石段が積み上げられ、窓の上部のへりからさらに12層の石段が積み上げられた巧妙な組立て方である。窓は3つの層をなして、合計27の層から成り立っている。善徳女王は新羅第27代の王で、この瞻星台は西紀634年在位3年めの年に建てられた。瞻星台の窓の上下がそれぞれ12層の石段となっているのは、黄道帯のシ

ンボルとも解される一方、1年の月数を現しているともいえよう。

第3節 調査方法

1. 研究手続き

アンケート内容の構成の妥当性と調査の現実性を判断して見るために下調べを実施した。調査は2008年7月26日（土）から7月27日（日）2日間、仏国寺と雁鴨池を訪れた観光客を対象にして、アンケート調査を実施し100個の標本を統計処理のために用いた。

下調べを通じて、本研究が意図している内容が、応答者に十分に伝達しているかどうかと、回答項目の抜け落ち可否、用語の適合性、用語の回避可能性などがあるのか、そして下調べに参加した応答者が母集団を代表することができるのか、などに関する調査と分析を実施した。

文化観光動機を構成している15個項目、全体に対する信頼度の分析を実施した結果、Cronbach's α 値が0.847に高く現われた。固有値(eigenvalue)が1以上の最終要因は、4つが抽出され、これら要因を「学習/知識習得」、「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」などで名付けた。4つ要因を構成する変数の要因積載量と共通性、項目一全体相関係数、要因内のCronbach's α 値などが、有意するように現われ、観光動機を測定するための測定尺度として相応しいことに検証された。

文化観光資源解説を構成している14個項目、全体に対する信頼度分析を実施した結果、Cronbach's α 値が0.618に現われた。固有値(eigenvalue)が1以上の最終要因は、4つが抽出され、これら要因を

「教育性」、「興味性」、「理解容易性」、「情報性」などで名付けた。4つ要因を構成する変数の要因積載量と共通性、項目一全体相関係数、要因内の Cronbach's α 値などが、有意するように現われ、資源解説を測定するための測定尺度として相応しいことに検証された。下調べの分析結果を踏まえ、アンケート対象者が理解しにくい文句の修正を除き、下調べで用いたアンケートの構成と内容をそのまま使用し、本調査を実施した。

本調査は、2008年8月2日（土）から8月24日（日）まで、3週間調査対象地で実施する。アンケート調査の際、発生することができる間違いは減らすため、または正確なアンケート調査と資料収集になることができるように応答者にアンケート調査目的と趣旨を十分に説明して協助を得て資料を収集した。配ばられて回収したアンケートは、総450部の中の430部で、抜け落ちされた項目の多いアンケートは除き、有効な標本395部のみを分析に使った。

本調査では、文化観光動機を構成している15個項目において、固有値（eigenvalue）が1以上の最終要因は、4つが抽出され、4つ要因が説明する総分散説明力は73.679%に現われた。これらの要因を「学習/知識習得」、「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」などで名付けた。

文化観光資源解説を構成している14個項目において、固有値（eigenvalue）が1以上の最終要因は、4つが抽出され、4つ要因が説明する総分散説明力は71.740%に現われた。これらの要因を「教育性」、「興味性」、「理解容易性」、「情報性」などで名付けた。

2. アンケートの構成及び内容

本研究調査に用いられた、アンケート用紙作成のために、次のような過程を経た。まず、既存文献を踏まえて、資源解説に対する満足、観光動機による観光満足度及び観光動機による資源解説の影響度測定の際、考慮される変数を抽出して1次アンケート用紙を作成した。

第二、2008年7月26日、27日に、仏国寺と雁鴨池を訪れた、観光客を対象にして下調べを実施した。下調べを実施した結果、知覚要因の項目が妥当か、論理的に問題がないのか、調査応答者が回答するのに無理がないのか、などに対して検討した。

本研究に用いられた、アンケートの質問項目は<表14>の通りで、4つの領域に構成されているし、文化観光動機、文化観光資源解説、文化観光満足は5点リカット尺度で構成し、人口統計学的特性は名目尺度で構成した。

一番目は、文化観光動機に関する領域で、計15個の質問項目で構成したが、「学習/知識習得」、「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」に関する質問項目で構成した。

二番目は、文化観光資源解説に関する領域で、計14個の質問項目で構成したが、「教育性」、「興味性」、「理解容易性」、「情報性」に関する質問項目で構成した。

三番目は、文化観光満足に関する領域で、全般的満足に関する3個質問項目で構成した。

四番目は、観光客の人口統計学的特性と係わった領域で、性別、年齢、学歴、職業、訪問回数、訪問時期、同行人数、観光地情報、居

住地、解説を利用した観光地など、計10個の質問項目で構成した。

<表 14> アンケートの構成

領域	構成内容	質問項目数	尺度類型
Ⅰ. 文化観光 動機	気分転換	5	5点リカット尺度
	自己啓発	3	
	学習/知識習得	4	
	家族親和/親睦企図	3	
Ⅱ. 文化観光 資源解説	理解容易性	3	5点リカット尺度
	興味性	3	
	教育性	6	
	情報性	2	
Ⅲ. 文化観光 満足	満足	1	5点リカット尺度
	再訪問	1	
	推薦意図	1	
Ⅳ. 人口統計学 特性	性別	1	名目尺度
	年齢	1	
	学歴	1	
	職業	1	
	訪問回数	1	
	訪問時期	1	
	同行人	1	
	観光地情報	1	
	居住地	1	
	解説を利用した観光地	1	

注) 研究者構成

3. 資料の分析方法

本研究で、期待する望ましい結果を導出するために、変数の数、分析の性格、尺度の種類など、標本の全般的な性格を考慮して、ここに符合する方法を適用した。用いられた資料の分析は、SPSS14.0を利用して標本の一般的な特性を把握するために、頻度及び平均の確認が可能な技術統計分析を利用した。信頼度を検証するためには、内的一貫性を考慮するためのCronbach's α 相関係数を利用し、妥当性検証はKMOとBartlettの検定を通じて、要因分析を実施し、仮説の検証のために、回帰分析を実施した。

第4章 分析及び結果解釈

第1節 標本の特性

1. 標本の特性

各項目別の関係を分析するのに、先立って抽出された標本である人口統計学的特性による構成比は、性別、年齢別、学歴別、職業別、訪問回数、訪問時期、同行者、情報経験、情報源泉、居住地など10項目で構成し、分析資料に利用された395部に対する応答者の人口統計学的特性は〈表15〉に現われた通りところである。

性別分布では、男205人（51.9%）、女190人（48.1%）であり、男が女より少し多かった、年齢層では30代130人（32.9%）であり、一番多いことに現われた。次に、19歳以下90人（22.8%）、40代75人（19.0%）、20代65人（16.5%）、50歳以上35人（8.9%）に現われた。観光の主な年齢層とすることができる30-40代を含めて、50代でも適正な分布を見させている。

学歴別分布では、大学卒215人（54.4%）であり、一番多かった。高卒以下110人（27.8%）、大学在学45人（11.4%）、大学院以上25人（6.3%）順序に現われて、比較的大学卒の学歴が優勢なことに現われた。職業類型別では、学生140人（35.4%）であり、一番多かった。会社員65人（16.5%）、主婦60人（15.2%）、専門職55人（13.9%）、自営業45人（11.4%）、その他20人（5.1%）、公務員10人（2.5%）順序に現われて、学生が多いパーセントを占めているが、比較的職業分布は選んだ分布を見せることに現われた。

1年に文化観光地を訪問する回数に対する項目では、5-6回190人（48.1%）であり一番多かった。7回以上75人（19.0%）、1-2回70人（17.7%）、3-4回60人（15.2%）の順序に現われた。

訪問時期は、週末/公休日275人（69.6%）であり一番多かった。次は、平日70人（17.7%）、休暇/休み50人（12.7%）の順序に現われた。週末や休みを利用して、観光を楽しむ観光客対比平日にも観光をする観光客が少なくないことと調査された。

訪問する際、同行人は、家族/親知250人（63.3%）であり一番多かった。友達/同僚75人（19.0%）、一人35人（8.9%）、恋人30人（7.6%）、その他5人（1.3%）順序に現われた。調査結果、大部分家族と親知、友達連れの観光客が多いことが分かる。

訪問の前観光地に対する情報を聞いた、経験に対する質問では、経験のある観光客が330人（83.5%）であり大部分を占めていた。また、全体の65人（16.5%）がいないと答えた。大部分の観光客は、観光をする前、観光目的地に対する情報経験があることと調査された。また、情報を聞いた経験がある観光客を対象にして、情報源泉に対する特性調査では、PC/インターネット170人（43.0%）であり一番多かった。旅行社及び観光関連業社90人（22.8%）、友達/知人35人（8.9%）、新聞/雑誌20人（5.1%）、その他10人（2.5%）、TV/ラジオ5人（1.3%）の順序に調査された。調査結果、現在の観光客はコンピューターの普及によって、この前とは違うように放送や印刷媒体よりは、PC/インターネットを通して情報を得ていることが分かる。また、観光が多くなりつつ、観光関連業社の広報物の利用も多いということが分かる。観光客の居住地域を問った項目では、慶州地域120人

(30.4%)、慶州外地域275人(69.6%)に現われた。調査結果、慶州地域の観光客より慶州外地域で慶州を訪れた観光客が多いことと調査された。

<表 15> 標本の特性

	構成項目	頻度(名)	比率(%)
性別	男	205	51.9
	女	190	48.1
年齢	19歳 以下	90	22.8
	20-29歳	65	16.5
	30-39歳	130	32.9
	40-49歳	75	19.0
	50歳 以上	35	8.9
学歴	高卒 以下	110	27.8
	大学在学	45	11.4
	大学卒業	215	54.4
	大学院 以上	25	6.3
職業	学生	140	35.4
	公務員	10	2.5
	会社員	65	16.5
	自営業	45	11.4
	専門職	55	13.9
	主婦	60	15.2
	その他	20	5.1
訪問回数	1-2回	70	17.7
	3-4回	60	15.2
	5-6回	190	48.1
	7回 以上	75	19.0
訪問時期	平日	70	17.7
	週末/公休日	275	69.6
	休暇/休み	50	12.7
連れ形態	一人	35	8.9
	友達/同僚	75	19.0
	家族/親知	250	63.3
	恋人	30	7.6
	その他	5	1.3
事前情報	有	330	83.5
	無	65	16.5

情報源泉	友達/知人	35	8.9
	TV/ラジオ	5	1.3
	新聞/雑誌	20	5.1
	旅行社及び観光関連業体	90	22.8
	PC/インターネット	170	43.0
	その他	10	2.5
居住地	慶州	120	30.4
	慶州外地域	275	69.6
計		395	100.0

2. 評価変数の重要度測定

本研究において取り扱っている研究概念は、文化観光動機と文化観光資源解説、文化観光満足である。慶州地域の文化観光地を訪れた観光客を対象にして、実施した実証調査結果〈表16〉の通りで測定変数に対する技術統計分析結果が現われた。文化観光動機と文化観光資源解説、文化観光満足を5点尺度で測定した結果、文化観光動機の項目の中で、集団の所属感を感じるためを除いた、あらゆる中央値である3.0以上の平均値を見せていて、肯定的な回答をしていることに現われた。

文化観光動機に関する項目においては、まず、「観光資源の歴史的な価値を知るため（4.16）」が一番高い値を現わしている。次に、「観光地の文化を接するため（4.00）」と「文化観光（遺跡）地を訪問するため（3.88）」、「観光資源を学習するため（3.79）」と調査された。上位項目に対する調査結果、今の観光客の主な観光動機は、学習として歴史、文化を体験し、教育的な観光活動、すなわち学習概念が含まれている観光活動に、魅力を感じているということが分かった。一方、「集団の所属感を感じるため（2.89）」は低調な答を見

せ、体系的な接近が必要であると考えられる。

文化観光資源解説に関する項目においては、「その時代の歴史を理解（4.31）」が一番高い平均値を現わしている。次に、「解説内容は新しくて不思議（4.29）」、「文化資源の価値を認識（4.26）」、「先祖の知恵と感覚が知りたい（4.25）」の順に調査された。調査結果、興味と理解しやすい資源解説を通して、観光客は単に見るだけの観光にとどまるのではなく、資源に絡んだその時代の歴史を理解し、先祖の知恵と感覚、文化資源の価値までも認識するようになるということが分かった。一方、「観光目的地での滞在時間（3.40）」、「その時代の伝統衣服文化を理解（3.40）」などは、平均程度の答えが出た。従って、これに対する項目に対しては、興味をそそる解説を通して、体系的であり持続的な接近が必要であると考えられる。

<表 16> 評価変数の重要度

概念	測定変数	平均	標準偏差
文化観光動機	観光資源の歴史的な価値を知りたいため	4.16	1.06
	観光地の文化を接するため	4.00	1.15
	文化観光(遺跡)地を訪問するため	3.88	1.06
	観光資源を学習するため	3.79	1.13
	家族と時間を過ごすため	3.77	1.18
	新しいことを見て、聞いて、感じるため	3.72	1.14
	日常生活から離れて気分転換のため	3.64	1.31
	野外活動のため	3.55	1.18
	ストレスを解消するため	3.34	1.39
	知的好奇心を満たすため	3.16	1.13
	楽しさと娯楽のため	3.13	1.23
	自己啓発のため	3.11	1.12
	自信感を得るため	3.10	1.16

	友達及び同僚との親睦企画のため	3.05	1.29
	集団の所属感を感じるため	2.89	1.28
文化観光資源解説	その時代の歴史を理解	4.31	0.75
	解説内容は新しく不思議	4.29	0.71
	文化資源の価値を認識	4.26	0.83
	先祖の知恵と感覚が知りたい	4.25	0.72
	文化資源保護の重要性の認識	4.22	0.82
	観光目的地の魅力を感じ	4.20	0.77
	建築様式を理解	4.13	0.93
	その時代の生活ぶりを理解	4.00	0.94
	その時代の宗教について理解	3.84	0.95
	その時代の伝統生活に対する好奇心充足	3.81	1.02
	観光目的地周辺に対する情報	3.68	1.28
	その時代の独特の風俗と慣習を経験	3.67	1.02
	その時代の伝統衣服文化を理解	3.40	1.32
	観光目的地での滞在時間	3.40	1.27
文化観光満足	全般的満足	4.35	0.61
	推薦意図	4.29	0.78
	再訪問	4.15	0.90

第2節 文化観光資源解説の評価変数の構成妥当度及び信頼度

1. 評価変数の構成妥当度検証

信頼性（reliability）は、測定した多変量変数の間の一貫された、程度を意味する。同一な概念に対して、反復的に測定した際、現われる測定値の分散を意味するものである。すなわち、信頼度には測定の安全性、一貫性、予測可能性、正確性などの概念が含まれている（Kim、2004）。

信頼性の程度である信頼度を測定する方法には、繰り返し測定信

信頼度 (test-retest reliability)、半分信頼度 (split-reliability)、項目一全体相関性 (item-total correlation)、クロンバハ α 係数 (Cronbach's α)、同等尺度信頼度 (alternative form reliability)、評価者間信頼度 (inter-rater reliability) などがある。多くの測定項目で構成された尺度の場合、Cronbach's α が一番多く用いられる信頼性検証方法のため (peter, 1979)、本研究においては Cronbach's α を測定して、内的一貫性による信頼性を検証した。

一方、妥当性 (validity) は、測定しようとする概念や属性を正確に測定したのかを現わす概念である。概念や属性を測定するために、開発された測定道具が、何を測定しているのか、する問題であると同時に、評価しようとする問題を正確に測定するのに係わることである (Kang, 1999)。

妥当度には三種類があるのに、第一、内容妥当度 (content validity) は、測定道具を構成している項目が、測定しようとする概念を代表している程度を意味する。これは専門家や研究者の主観的判断によって成り立つ。第二、予測妥当度 (predictive validity) は、一属性や概念に対する測定値が、他の属性の変化を予測する程度によって、評価される妥当度を意味する。第三、構成妥当度 (construct validity) は、測定道具が研究しようとする概念、すなわち構成を測定したのか、を検証する方法である。構成妥当度を評価する方法には、多属性測定法 (MTMM: multitrait-multimethod matrix) と要因分析 (factor analysis) などがある。

要因分析は、研究分析の目的によって、探索的要因分析と確認的要因分析に仕分けされる。探索的要因分析 (EFA: exploratory factor

analysis) は、理論上に体系化されとか、定立されない研究で、研究の方向を把握するための、探索的な目的を持った分析方法を意味する。一方、確認的要因分析 (CFA: confirmatory factor analysis) は、既存の理論や経験的な研究の結果より、分析対象になる変数に関する事前知識や理論的結果を持って、その内容を仮説形式にモデル化するための方法である。

本研究においては、研究概念を構成している測定尺度の信頼度を検証するために、Cronbach's α を利用し測定尺度の妥当度を検証する 目的として探索的要因分析を利用した。

2. 文化観光動機の妥当度及び信頼度

文化観光動機の測定項目に対する妥当度と信頼度を検証するために、全体15個項目に対して、要因分析及び信頼度分析を実施した結果は、〈表17〉の通りで現われた。

要因分析において、要因積載値は、一般的な基準が0.3なら、有意すると見ているが、本研究においては、0.5以上の場合を適用して、非常に高い積載量に対する有意性を現わしている。変数の間の係わり合いが違ふ変数によって、説明される程度を現わすKMO (Kaiser-Meyer-Olkin) の値は、0.699に現われて、要因分析のための変数選定が望ましいことが分かる。また、要因分析モデルの適合性可否を現わすバーツレット (Bartlett) の球形性検定値が、3618.032であり、有意確率が、0.000なので、共通要因が存在すると見られる。

固有値 (eigenvalue) が、1以上の最終要因は、計4個が抽出され、4つ要因が説明する総分散説明力は73.679%に現われた。これら

の要因を「学習/知識習得」、「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」などで名付けた。

第一、要因1である「学習/知識習得」の要因は、観光地の文化を接するため、観光資源の歴史的な価値を知るため、文化観光地（遺跡地）を訪問するため、観光資源を学習するため、新しいことを見て、聞いて、感じるため、などで高い要因積載量を見せてくれていて、これらの項目が「学習/知識習得」の要因と相互影響があることと考えることができる。固有値が、5.075であり、全体に対する要因の説明力は、25.434%に現われた。「学習/知識習得」を構成している5個項目の要因積載量は、0.9以上1個項目、0.8以上2個項目、0.7以上1個項目、0.6以上1個項目であり、共通値は、0.8以上3個項目、0.7以上2個項目に現われ、要因内のCronbach's α 値は0.906に高く現われた。

第二、要因2である「自己啓発」要因は自己啓発のため、知的好奇心を満たすため、自信感を得るため、などで高い要因積載量を見せてくれていて、これらの項目が「自己啓発」要因と相互影響があることと考えることができる。また、「自己啓発」は固有値が、2.702であり、全体に対する要因の説明力は、18.137%に現われた。「自己啓発」を構成している3個項目の要因積載量は、0.7以上が2個項目、0.5以上が1個項目であり、共通値は、0.7以上が2個項目、0.6以上が1個項目に現われ、要因内のCronbach's α 値は0.711で高く現われた。

第三、要因3である「気分転換」要因は、楽しさと娯楽のため、野外活動のため、日常生活から離れて気分転換のため、ストレスを解消するため、などで高い要因積載量を見せてくれていて、これらの項目が「気分転換」要因と相互影響があることと考えることができる。

また、「気分転換」は固有値が、1.405であり、全体に対する要因の説明力は、17.811%に現われた。「気分転換」を構成している4個項目の要因積載量は、0.8以上が2個項目、0.6以上が2個項目であり、共通値は、0.7以上が4個項目に現われ、要因内のCronbach's α 値は0.807で高く現われた。

<表 17> 文化観光動機の妥当度及び信頼度

測定項目		要因1	要因2	要因3	要因4	共通性	Alpha 値
X11	観光地の文化を接するため	.913	-.024	.158	.075	.864	.906
X12	観光資源の歴史的な価値を知るため	.848	.053	-.027	.224	.772	
X10	文化観光(遺跡)地を訪問するため	.848	.288	.058	-.075	.810	
X8	観光資源を学習するため	.759	.491	.020	-.082	.824	
X9	新しいことを見て聞いて感じるため	.618	.589	.131	-.207	.788	
X6	自己啓発 のため	.236	.769	.071	.277	.728	.711
X5	知的好奇心を満たすため	.316	.749	.154	.130	.702	
X7	自信感を得るため	-.216	.562	.315	.455	.668	
X4	楽しさと娯楽のため	-.126	.059	.849	.080	.747	.807
X3	野外活動のため	.249	.103	.802	-.072	.720	
X1	日常生活から離れて気分転換のため	.175	.156	.696	.433	.726	
X2	ストレス解消のため	.049	.577	.641	-.031	.747	
X14	友達及び同僚との親睦企図のため	-.079	.157	.233	.839	.787	.668
X13	家族と時間を過ごすため	.123	.057	-.079	.638	.532	
固有値		5.075	2.702	1.405	1.133		
分散説明力(%)		25.434	18.137	17.811	12.298		
総分散説明力(%)		25.434	43.571	61.382	73.679		
KMO		.699					
球形性検定値		3618.032					
有意確率		.000					

第四、要因4である「家族親和/親睦企図」要因は、友達及び同僚との親睦企図のため、家族と時間を過ごすため、などで高い要因積載量を見せてくれていて、「家族親和と親睦企図」要因と相互影響があることと考えることができる。また、「家族親和/親睦企図」は固有値

が、1.133であり、全体に対する要因の説明力は、12.298%に現われた。「家族親和/親睦企図」を構成している2個項目の要因積載量は、0.8以上が1個項目、0.6以上が1個項目であり、共通値は、0.7以上が1個項目、0.5以上が1個項目に現われ、要因内のCronbach's α 値は0.668に現われた。

従って、探索的要因分析と信頼度分析結果要因積載量が低くてとり除いた15番項目を除いた14個の測定項目は文化観光動機を測定するための測定尺度として妥当度と信頼度が検証された。

3. 文化観光資源解説の妥当度及び信頼度

資源解説の測定項目に対する妥当度と信頼度を検証するために、全体12個項目に対して要因分析及び信頼度分析を実施した、結果は<表18>の通りで現われた。

変数の間の係わり合いが違ふ変数によって説明される位を現わすKMO (Kaiser-Meyer-Olkin) の値は、0.717で現われて要因分析のための変数選定が望ましさを分かる。また、要因分析模型の適合性可否を現わすバーツレット (Bartlett) の球形性検定値が、3306.105であり、有意確率が、0.000なので共通要因が存在すると見られる。

固有値 (eigenvalue) が1以上の最終要因は皆4個が抽出されたし、4個要因が説明する総分散説明力は、71.740%に現われた。これらの要因を「教育性」、「興味性」、「理解容易性」、「情報性」などで名付けた。

第一、要因1である「教育性」要因は、文化資源の価値を認識、観光目的地の文化資源保護の重要性、その時代の歴史を理

解、先祖の知恵と感覚を理解、解説内容は新しくて不思議、その時代の建築様式を理解、などで高い要因積載量を見せてくれている。これらの項目が「教育性」要因と相互影響があることと考えることができる。また、「教育性」は固有値が、4.970であり、全体に対する要因の説明力は、27.419%に現われた。「教育性」を構成している6個項目の要因積載量は、0.8以上が2個項目、0.7以上が1個項目、0.6以上が1個項目、0.5以上が2個項目であり、共通値は、0.8以上が1個項目、0.7以上が2個項目、0.6以上が2個項目、0.5以上が1個項目に現われ、要因内のCronbach's α 値は0.867で高く現われた。

第二、要因2である「興味性」要因は、観光目的地の魅力、観光目的地での滞在時間、伝統生活に対する好奇心、などで高い要因積載量を見せてくれている。これらの項目が「興味性」要因と相互影響があることと考えることができる。また、「興味性」は固有値が、2.576であり、全体に対する要因の説明力は、16.028%に現われた。

「興味性」を構成している3個項目の要因積載量は、0.7以上が2個項目、0.6以上が1個項目であり、共通値は、0.7以上が1個項目、0.6以上が1個項目、0.5以上が1個項目に現われ、要因内のCronbach's α 値は0.642に現われた。

第三、要因3である「理解容易性」要因は、その時代の生活ぶりを理解、その時代の伝統衣服文化を理解、その時代の宗教を理解、などで高い要因積載量を見せてくれている。これらの項目が「理解容易性」要因と相互影響があることと考えることができる。また、「理解容易性」は固有値が、1.412であり、全体に対する要因の説明力は、14.814%に現われた。「理解容易性」を構成している3個項目の要因

積載量は、0.8以上が1個項目、0.6以上が1個項目、0.5以上が1個項目であり、共通値は、0.8以上が1個項目、0.7以上が2個項目に現われ、要因内のCronbach's α 値は0.706に現われた。

<表 18> 文化観光資源解説の妥当度及び信頼度

測定項目		要因1	要因2	要因3	要因4	共通性	Alpha 値
Y13	文化資源の価値を認識	.883	.155	.233	.016	.859	.867
Y12	文化資源保護の重要性認識	.878	.082	.028	.030	.780	
Y5	その時代の歴史を理解	.748	.342	.071	.082	.688	
Y11	先祖の知恵と感覚を理解	.687	.166	-.318	.142	.621	
Y6	解説内容は新しくて不思議	.547	.456	.064	.082	.518	
Y4	建築様式を理解	.527	.410	.520	-.053	.719	
Y9	観光目的地の魅力を感じ	.271	.795	-.085	.161	.739	.642
Y8	観光目的地での滞在時間	-.045	.771	.086	-.175	.634	
Y7	伝統生活に対する好奇心充足	.337	.661	.041	.019	.552	
Y1	その時代の生活ぶりを理解	.093	.089	.843	.160	.754	.706
Y2	その時代の伝統衣服文化を理解	-.276	-.042	.697	.512	.827	
Y3	その時代の宗教について理解	.570	-.112	.579	.252	.735	
Y10	独特の風俗と慣習を経験	.283	.065	.065	.876	.857	.746
Y14	観光目的地周辺に対する情報	-.014	-.058	.293	.820	.762	
固有値		4.970	2.576	1.412	1.086		
分散説明力(%)		27.419	16.028	14.814	13.479		
総分散説明力(%)		27.419	43.448	58.262	71.740		
KMO		.717					
球形性検定値		3306.105					
有意確率		.000					

第四、要因4である「情報性」要因は、独特の風俗と慣習を経験、観光目的地周辺に対する情報、などで高い要因積載量を見せてくれている、これらの項目が「情報性」要因と相互影響があることと考えることができる。また、「情報性」は固有値が、1.086であり、全体に対する要因の説明力は、13.479%に現われた。「情報性」を構成している2個項目の要因積載量は、0.8以上が2個項目であり、共通

値は、0.8以上が1個項目、0.7以上が1個項目に現われ、要因内の Cronbach's α 値は0.746に現われた。

従って、探索的要因分析と信頼度分析結果、14個の測定項目は資源解説を測定するための、測定尺度として妥当度と信頼度が検証された。

第3節 文化観光資源解説の影響度評価

本研究の仮説検証のために、多重回帰分析を利用した。回帰分析は、構成された回帰式を通じて、回帰モデルの適合度を評価することができる。回帰式は変数間の関係性を現わすので、関係性が良い予測モデルなのかを判断するものになる。説明力を現わす R^2 値が、統計的に有意すれば、回帰モデルが相応しいことで評価する。

多重回帰分析は、独立変数の相対的寄与度を確認することができる。多くの独立変数が回帰式に投入されるため、これら独立変数の相対的な寄与度、すなわちどうした独立変数が従属変数 Y を一番よく予測するののかの問題を解決することができる。普通回帰分析から独立変数は予測変数（predictor）である、と言って従属変数は準拠変数（criterion）であると言う。多重回帰式は、一般的に $Y = \beta_0 x_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_i x_i$ に表現される。

1. 文化観光動機と文化観光資源解説との影響関係

仮説1を検証するために、文化観光動機と文化観光資源解説内容の測定項目に対する要因分析を通じて、それぞれ4つの要因を抽出

した。抽出された要因の間の影響関係を把握することで、仮説1を検証しようとした。多重回帰分析による仮説1の検証結果は<表19>の通りで現われた。

第一、文化観光動機が文化観光資源解説に有意的な影響を及ぼすであろう、という研究仮説の検証結果、文化観光資源解説の「教育性」要因にいて、文化観光動機の「学習/知識習得」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.311、 t 値6.487で有意した影響を及ぼすことに現われた。このような分析結果を踏まえ、次のような結論を下すことができる。観光客が観光目的地を選ぶことにおいて、観光目的地の文化観光資源解説に対して満足させるためには、観光客の体験的な観光性向に合わせるように、観光資源に対する知識を習得することで、学習し教育的な観光活動を中心にする文化観光資源解説が必要であることと考えられる。このような結果は、観光客の学習/知識習得の動機を満たし、観光客の教育的な観光活動に選べられるためには、単純な楽しさ、娯楽の観光活動よりは学習、教育的な観光活動の要因に慮った資源解説内容の重要性を指摘することができる。勿論、「家族親和/親睦企図」の要因に対する注意深い接近も考慮されねばならないであろう。

第二、文化観光動機が、文化観光資源解説に有意的な影響を及ぼすであろう、という研究仮説の検証結果、文化観光資源解説の「興味性」要因にいて、文化観光動機の「学習/知識習得」、「自己啓発」、「家族親和/親睦企図」3つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。影響力を持った要因の中で、「学習/知識習得」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.357、 t 値7.910で統計的に

有意した影響を及ぼして、「家族親和/親睦企図」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.236、 t 値5.237で有意した影響を及ぼして、「自己啓発」要因が、有意水準0.01内で β 係数0.157、 t 値3.473で有意した影響を及ぼすことに現われた。このような分析結果を踏まえ、次のような結論を下すことができる。知的好奇心を満たし、自己啓発のため、家族や友達との親睦企図の動機を持っている観光客には、観光目的地での滞在時間が長い、観光目的地にも魅力を感じることができるようにする文化観光資源解説が必要であると考えられる。このような結果は、観光客の好奇心充足の動機とも合致する観光活動要因に慮った資源解説内容の重要性を指摘することができる。勿論、「気分転換」要因に対する注意深い接近も考慮されねばならないであろう。

第三、文化観光動機が、文化観光資源解説に有意的な影響を及ぼすであろう、という研究仮説の検証結果、文化観光資源解説の「理解容易性」要因にいて、文化観光動機の「学習/知識習得」、「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」の4つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。影響力を持った要因の中で、「学習/知識習得」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.226、 t 値5.096で統計的に有意した影響を及ぼして、「自己啓発」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.303、 t 値6.843で有意した影響を及ぼして、「気分転換」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.216、 t 値4.873で有意した影響を及ぼして、「家族親和/親睦企図」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.214、 t 値4.828で有意した影響を及ぼすことに現われた。このような分析結果を踏まえ、次のような結論を下すことができる。学習活動を通じる自己啓発動機として、観光目的

地を訪れた観光客と気分転換や家族親和の動機を持っている観光客は、その時代の生活ふりとその時代の宗教、伝統文化などを理解しやすい資源解説が必要であると考えられる。このような結果は、観光客の多様な動機とも合致する観光活動要因に慮った資源解説内容の重要性を指摘することができる。

第四、文化観光動機が、文化観光資源解説に有意的な影響を及ぼすであろう、という研究仮説の検証結果、文化観光資源解説の「情報性」要因にいて、文化観光動機の「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」3つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。影響力を持った要因の中で、「自己啓発」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.366、 t 値8.194で統計的に有意した影響を及ぼして、「気分転換」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.265、 t 値5.929で有意した影響を及ぼして、「家族親和/親睦企図」要因が、有意水準0.5内で β 係数0.111、 t 値2.486で有意した影響を及ぼすことに現われた。このような分析結果を踏まえ、次のような結論を下すことができる。自己啓発と気分転換の動機として、観光目的地を訪れた観光客は独特の風俗と慣習を経験することができるようにするだけでなく、観光目的地の周辺に対する情報を提供することができる資源解説が必要であると考えられる。このような結果は、観光客の多様な動機とも合致する観光活動要因に慮った資源解説内容の重要性を指摘することができる。勿論、「学習/知識習得」の要因に対する注意深い接近も考慮されねばならないであろう。

総合的な側面から文化観光動機と文化観光資源解説との影響関係を調べてみると、いくつかの特徴をあげることができる。それぞれの文

化観光動機要因の中、「学習/知識習得」要因は、文化観光資源解説要因の中、「教育性」、「興味性」、「理解容易性」要因に高い影響を及ぼした。「自己啓発」要因は、「教育性」要因を除いた「興味性」、「理解容易性」、「情報性」要因に高い影響を及ぼした。「気分転換」要因は、「理解容易性」と「情報性」要因に高い影響を及ぼし、相対的に「教育性」要因と「興味性」要因には影響を及ぼさないことと調査された。また、「家族親和/親睦企図」要因は「教育性」要因を除いた「興味性要因」、「理解容易性要因」、「情報性」要因に高い影響を及ぼすことで現われた。

<表 19> 文化観光動機が文化観光資源解説に及ぶ影響

従属変数	独立変数	β	t	P
教育性	学習/知識習得	.311	6.487	.000***
	自己啓発	.018	.382	.703
	気分転換	.034	.716	.474
	家族親和/親睦企図	.073	1.531	.121
	$R^2=0.104$ 修正された $R^2=0.094$ F=11.271 P=0.000			
興味性	学習/知識習得	.357	7.910	.000***
	自己啓発	.157	3.473	.001**
	気分転換	-.011	-.240	.810
	家族親和/親睦企図	.236	5.237	.000***
	$R^2=0.208$ 修正された $R^2=0.199$ F=25.531 P=0.000			
理解容易性	学習/知識習得	.226	5.096	.000***
	自己啓発	.303	6.843	.000***
	気分転換	.216	4.873	.000***
	家族親和/親睦企図	.214	4.828	.000***
	$R^2=0.235$ 修正された $R^2=0.227$ F=29.964 P=0.000			
情報性	学習/知識習得	-.060	-1.342	.180
	自己啓発	.366	8.194	.000***
	気分転換	.265	5.929	.000***
	家族親和/親睦企図	.111	2.486	.013*
	$R^2=0.220$ 修正された $R^2=0.212$ F=27.567 P=0.000			

注) * $P<0.5$ 、** $P<0.01$ 、*** $P<0.001$

全般的に文化観光動機と文化観光資源解説との影響関係の検証結果、観光客の動機によって、資源解説の内容を教育的に理解しやすいように焦点を合わせて、近付いたら文化観光に対する観光客の満足はより高まるであろうと思量し、これは文化観光動機要因が、文化観光資源解説要因に対して、影響妥当度を現わすという研究者の主張を裏付けることで評価することができる。

2. 文化観光動機と文化観光満足との影響関係

多重回帰分析による文化観光動機と文化観光満足との影響関係の仮説2の検証結果は、＜表20＞の通りで現われた。

第一、文化観光満足変数の中、全般的満足においては、文化観光動機要因の「学習/知識習得」、「自己啓発」2つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。影響力を持った要因の中で「学習/知識習得」要因は、有意水準0.001内で β 係数0.335、 t 値7.110で有意した影響を及ぼして、「自己啓発」要因は、有意水準0.01内で β 係数0.132、 t 値2.796で有意した影響を及ぼすことに現われた。影響を及ぼす要因の中で、結果的に全般的な満足度を高めることは、「学習/知識習得」要因（観光地の文化を接するため、観光資源の歴史的な価値を知るため、文化観光地（遺跡地）を訪問するため、観光資源を学習するため、新しいことを見て、聞いて、感じるため、という変数）が重要視されているとすることができる。

第二、文化観光満足変数の中、再訪問においては、文化観光動機要因の中、「学習/知識習得」、「自己啓発」、「家族親和/親睦企図」3つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。影響

力を持った要因の中で、「学習/知識習得」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.554、 t 値13.523で統計的に有意した影響を及ぼして、「家族親和/親睦企図」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.155、 t 値3.788で有意した影響を及ぼして、「自己啓発」要因が、有意水準0.01内で β 係数0.123、 t 値3.016で有意した影響を及ぼすことに現われた。影響を及ぼす要因の中で、結果的に再訪問の意図を高めることは、「学習/知識習得」要因（観光地の文化を接するため、観光資源の歴史的な価値を知るため、文化観光地（遺跡地）を訪問するため、観光資源を学習するため、新しいことを見て、聞いて、感じるため、という変数）と「家族親和/親睦企図」の要因（友達及び同僚との親睦企図のため、家族と時間を過ごすため、という変数）が相対的に重要視されているとすることができる。

第三、文化観光満足変数の中、推薦意図においては、文化観光動機要因の中、「学習/知識習得」、「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」4つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。影響力を持った要因の中で、「学習/知識習得」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.507、 t 値12.188で統計的に有意した影響を及ぼして、「自己啓発」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.165、 t 値3.957で有意した影響を及ぼして、「気分転換」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.170、 t 値4.078で有意した影響を及ぼして、「家族親和/親睦企図」要因が、有意水準0.01内で β 係数0.109、 t 値2.614で有意した影響を及ぼすことに現われた。影響を及ぼす要因の中で、結果的に推薦意図を高めることは、「学習/知識習得」要因（観光地の文化を接するため、観光資源の歴史的な価値を知るた

め、文化観光地（遺跡地）を訪問するため、観光資源を学習するため、新しいことを見て、聞いて、感じるため、という変数）と「家族親和/親睦企図」要因（友達及び同僚との親睦企図のため、家族と時間を過ごすため、という変数）、「自己啓発」要因（自己啓発のため、知的好奇心を満たすため、自信感を得るため、という変数）が相対的に重要視されているとすることができる。

全般的にこのような調査結果、自己啓発と学習や知識習得の観光動機で、観光地を訪れた観光客は、全般的に観光活動に満足していることが分かる。また、観光に満足した観光客は再訪問はもとより、他人への推薦意図にも肯定的な回答を見せていることに現われた。

<表 20> 文化観光動機が文化観光満足に及ぶ影響

従属変数	独立変数	β	t	P
全般的満足	学習/知識習得	.335	7.110	.000***
	自己啓発	.132	2.796	.005**
	気分転換	-.058	-1.225	.221
	家族親和/親睦企図	.038	.815	.416
	$R^2=0.134$ 修正された $R^2=0.125$ F=15.135 P=0.000			
再訪問	学習/知識習得	.554	13.523	.000***
	自己啓発	.123	3.016	.003**
	気分転換	.023	.566	.572
	家族親和/親睦企図	.155	3.788	.000***
	$R^2=0.346$ 修正された $R^2=0.340$ F=51.658 P=0.000			
推薦意図	学習/知識習得	.507	12.188	.000***
	自己啓発	.165	3.957	.000***
	気分転換	.170	4.078	.000***
	家族親和/親睦企図	.109	2.614	.009**
	$R^2=0.325$ 修正された $R^2=0.318$ F=49.916 P=0.000			

注) * $P<0.5$ 、** $P<0.01$ 、*** $P<0.001$

3. 文化観光資源解説と文化観光満足との影響関係

多重回帰分析による文化観光資源解説と文化観光満足との影響関係にいて仮説3の検証結果は、＜表21＞の通りで現われた。

第一、文化観光満足変数の中、全般的満足においては、文化観光資源解説要因の中、「教育性」、「興味性」2つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。影響力を持った要因の中で「教育性」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.304、 t 値6.864で有意した影響を及ぼして、「興味性」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.374、 t 値8.436で有意した影響を及ぼすことに現われた。影響を及ぼす要因の中、「教育性」要因（文化資源の価値を認識、観光目的地の文化資源保護重要性、その時代の歴史を理解、先祖の知恵と感覚を理解、解説内容は新しく不思議、その時代の建築様式を理解、という変数）と「興味性」要因（観光目的地の魅力、観光目的地での滞在時間、伝統生活に対する好奇心、という変数）全てが全般的満足を高めるのにおいて、重要視されていると言えることができる。

第二、文化観光満足変数の中、再訪問においては、文化観光資源解説要因の中、「教育性」、「興味性」、「理解容易性」3つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。影響力を持った要因の中で「教育性」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.522、 t 値13.998で統計的に有意した影響を及ぼして、「興味性」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.380、 t 値10.194で有意した影響を及ぼして、「理解容易性」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.200、 t 値5.351で有意した影響を及ぼすことに現われた。影響を及ぼす要因の中で、

結果的に再訪問を高めることは、「教育性」要因（文化資源の価値を認識、観光目的地の文化資源保護の重要性、その時代の歴史を理解、先祖の知恵と感覚を理解、解説内容は新しくて不思議、その時代の建築様式を理解、という変数）と「興味性」要因（観光目的地の魅力、観光目的地での滞在時間、伝統生活に対する好奇心、という変数）、「理解容易性」要因（その時代の生活ぶりを理解、その時代の伝統衣服文化を理解、その時代の宗教を理解、という変数）全てが再訪問を高めるのにおいて、重要視されているとすることができる。

第三、文化観光満足変数の中、推薦意図においては、文化観光資源解説要因の中、「教育性」、「興味性」、「理解容易性」3つ要因が有意した影響を及ぼすことに現われた。影響力を持った要因の中で、「教育性」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.253、t値6.124で統計的に有意した影響を及ぼして、「興味性」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.468、t値11.343で有意した影響を及ぼして、「理解容易性」要因が、有意水準0.001内で β 係数0.215、t値5.212で有意した影響を及ぼすことに現われた。影響を及ぼす要因の中で、結果的に推薦意図を高めることは、「教育性」要因（文化資源の価値を認識、観光目的地の文化資源保護の重要性、その時代の歴史を理解、先祖の知恵と感覚を理解、解説内容は新しくて不思議、その時代の建築様式を理解、という変数）と「興味性」要因（観光目的地の魅力、観光目的地での滞在時間、伝統生活に対する好奇心、という変数）、「理解容易性」要因（その時代の生活ぶりを理解、その時代の伝統衣服文化を理解、その時代の宗教を理解、という変

数) 全てが再訪問を高めるのにおいて、重要視されているとすることができる。

全般的に、このような調査結果、興味ある話を盛り込んでいる、学習と教育にもお手助けになることができる資源解説に満足していることが分かる。従って、観光客の観光満足と再訪問、他人への推薦意図を高めるためには、観光客に興味ある話を盛り込んでいる、学習と教育にもお手助けになることができる資源解説はもとより、解説内容を理解しやすいようにして、観光目的地だけではなく、周辺観光地に関する情報を提供してくれる解説を通じて、観光客の満足を高めるように「情報性」要因に対する注意深い接近も考慮されねばならないであろう。

<表 21> 文化観光資源解説が文化観光満足に及ぶ影響

従属変数	独立変数	β	t	P
全般的満足	教育性	.304	6.864	.000***
	興味性	.374	8.436	.000***
	理解容易性	-.029	-.657	.511
	情報性	-.008	-.186	.853
	$R^2=0.233$ 修正された $R^2=0.226$		$F=29.687$	$P=0.000$
再訪問	教育性	.522	13.998	.000***
	興味性	.380	10.194	.000***
	理解容易性	.200	5.351	.000***
	情報性	-.028	-.746	.456
	$R^2=0.458$ 修正された $R^2=0.452$		$F=82.265$	$P=0.000$
推薦意図	教育性	.253	6.124	.000***
	興味性	.468	11.343	.000***
	理解容易性	.215	5.212	.000***
	情報性	-.072	-1.742	.082
	$R^2=0.335$ 修正された $R^2=0.328$		$F=49.094$	$P=0.000$

注) * $P<0.5$ 、** $P<0.01$ 、*** $P<0.001$

第5章 結論

第1節 研究の要約

時代の流れによって、観光現象が変化しているため、観光現象の変化を把握し、その変化による関連概念の役目を再確立しねばならない。この前の観光客が日常生活より離れて見て楽しむ単純な観光の姿を見せたら、今日の観光客は、観光動機と観光目的において、過去とは異なり多様になって細分化された。

変化する観光客の観光活動によって、本研究においては先行研究で学者が提示した、文化観光の文化観光動機と文化観光資源解説が、文化観光満足度に及ぶ影響を測定することができる尺度として、文化観光資源に適用させ文化観光資源解説の文化観光満足度にどうした影響を与えるのか、分析しようとする。また、文化観光資源解説の重要性を把握して、文化観光動機による観光客の文化観光満足を検証することで、観光現象の変化による概念の間の影響関係を調べようとした。

こうした研究目的を果たすため、文化観光動機と文化観光資源解説、文化観光満足に対する理論的研究を経て、実証分析のための測定尺度を導き出した。観光動機は「学習/知識習得」、「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」など4つ要因、15個項目で構成した。文化観光資源解説は、「教育性」、「興味性」、「理解容易性」、「情報性」など4つ要因、14個項目で構成した。観光満足は、全般的満足、再訪問、推薦意図、それぞれ1個項目で構成した。

理論的研究を通じて導き出された、測定尺度の信頼度と妥当度の検証のため、慶州地域の文化観光地を訪れる観光客を対象にして、アンケート調査を実施し、それを有効標本にして実証分析を実施した。実証分析結果、各概念を測定するための尺度として、信頼度と妥当度が検証されて本調査を実施した。

実証分析において、文化観光動機と文化観光資源解説との影響関係、文化観光動機と文化観光満足との影響関係、文化観光資源解説と文化観光満足との影響関係など、先行研究の考察を通じて、これらの概念の間には、有意した影響関係が存在する、ということを確認し、本研究においても、こうした影響関係が存在するのか、仮説を設定しこれを検証した。その結果、概念の間には、統計的に有意した影響関係が存在していることを確認し、こうした結果は先行研究の結果と一致することで現われた。

本研究を通じて導き出された、主な分析結果を調べてみると、次の通りである。

第一、文化観光動機と文化観光資源解説との影響関係においては、文化観光資源解説の「教育性」要因において、文化観光動機の「学習/知識習得」要因が、有意した影響を及ぼすことで現われた。また、文化観光資源解説の「興味性」要因においては、文化観光動機の「学習/知識習得」、「自己啓発」、「家族親和/親睦企図」の3つ要因が、有意した影響を及ぼすことで現われた。文化観光資源解説の「理解容易性」要因においては、文化観光動機の「学習/知識習得」、「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」の4つ要因全てが、有意した影響を及ぼすことで現われ

た。文化観光資源解説の「情報性」要因においては文化観光動機の「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」の3つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。従って、観光客の動機によって資源解説の内容を教育的であり、理解しやすいように焦点を合わせて近付いたら、文化観光に対する観光客の満足はより高まるであろうと思量する次第である。

第二、文化観光動機と文化観光満足との影響関係においては、全般的満足において、文化観光動機の「学習/知識習得」、「自己啓発」の2つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。また、再訪問においては、文化観光動機の「学習/知識習得」、「自己啓発」、「家族親和/親睦企図」の3つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。推薦意図においては、文化観光動機の「学習/知識習得」、「自己啓発」、「気分転換」、「家族親和/親睦企図」の4つ要因全てが、有意した影響を及ぼすことに現われた。調査結果、自己啓発と学習や知識習得の観光動機で、観光地を訪れた観光客は全般的に観光活動に満足していることが分かる。さらに、観光に満足した観光客は、再訪問はもとより、他人への推薦意図にも肯定的な回答を見せていることに現われた。

第三、文化観光資源解説と文化観光満足との影響関係においては、全般的満足において、文化観光資源解説の「教育性」、「興味性」の2つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。再訪問においては、文化観光資源解説の「教育性」、「興味性」、「理解容易性」の3つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。推薦意図においては、文化観光資源解説の「教育性」、「興味

性」、「理解容易性」の3つ要因が、有意した影響を及ぼすことに現われた。調査結果、興味ある話を盛り込んでいるし、学習と教育にも役に立つことができる観光資源解説に、満足していることが分かる。従って、観光客の観光満足と再訪問、他人への推薦意図を高めるためには、観光客に興味ある話を盛り込んでいるし、学習と教育にも役に立つことができる資源解説はもとより、解説内容を理解しやすいようにして、観光目的地だけではなく、周辺観光地に関する情報を提供してくれる解説を通じて観光客の満足を高めるようにせねばならないであろう。

第2節 観光目的地活性化方案及び時事点

現代の観光産業は、単一産業として世界最大の産業である。同時に、世界最高の雇用産業として評価されている。2010年まで、全世界GDPの11.6%にのぼるほど世界経済に莫大な影響を及ぼす産業として成長していった、世界総雇用の9%が観光関連産業で携わるであろうという見通し（文化観光部、2006）と共に、今後も成長が持続する有望産業として、評価を受けている（Ha 他、2006； 韓国観光公社、2003）。それは21世紀に入って、世界的に余暇活動時間が増加することによって（Cho、2003； Hanink & Stutts、2002； Kim、2002； 韓国観光公社、2002； Jo、2001）、現代人の余暇活動が多様になって、それに対応した観光需要も階層別に、最適の差別化された観光産業の拡散を要求しているからである（March & Woodside、2005）。こうした時代的観光現状の変異に対処し、多様な観光需要による観光産業の構造的な問題を解決するための優先的な課題は、新しい観点での観光目的地の活性化とすることができる（Ferrari et al.、2006； Lee et

al., 2005)。さらに、沈滞した観光目的地の場合、観光市場の欲求を徹底的に分析して、それに合わせ効率的な観光マーケティング戦略が必要である（文化観光部、2006； Davis & Shipilov, 2002）。それは観光産業の活性化とも直結されるためである。

研究の対象として選んだ慶州地域は、1973年出土された天馬塚の国宝級の文化財をはじめ、仏国寺、石窟庵、瞻星台などのように、世界的によく知られた文化財がたくさんある。特に、慶州地域に散在している国家指定の文化財の場合、全国対比7.4%、慶尚北道対比約40%を占めているほどの多くの文化資源を保有している（慶州市、2004）。しかし、慶州地域は天恵の生態自然観光資源と悠久な歴史文化観光資源を保有しているにもかかわらず、前述したごとく、急変する観光市場に備えて、差別化された戦略不在で、観光客が漸進的に減少する沈滞した観光目的地に転落している。慶州地域が変化する観光市場に能動的に対処することができずに、観光市場の欲求に効率的に対応することができない場合、相当の観光目的地としての本来の機能を発揮することができない可能性も存在している（Kang・Ko, 2005）。今までの慶州観光は、主に仏国寺と石窟庵のような世界文化遺産に登録されている観光資源を単に見るだけの観光に焦点が合わせていて（Ha, 2003）、実際に観光客の多様な欲求を満たすには不足な実情である。また、観光資源の価値を生み出していない。文化観光資源の価値は、「知っているほど感じる」と言うように、文化観光はだいたい見回してはその意味と楽しさを感じることは非常に難しい。によって件だんのごとし、慶州地域は有 無形の歴史文化観光資源を持っていて、他の地域より案内と資源解説が重要である。ところが、観光資源の案内

体系が非常に充分でない実情である。従って、こうした慶州観光に内在している構造的な問題を解決するためには、断片的な観光パターンから脱して、多様化した観光客の要求に合致することができる文化観光目的地として、慶州地域が他の地域に対して、比較優位に立つことができる対応策として、差別化された文化観光資源解説を選んだ。

観光目的地は、標的化された便益を通して、遠距離にある観光客を誘引せねばならないのに、その要素としては、独特性と特殊性、魅力的速成をあげることができる（Park、1999）。こうした観光目的地の魅力速成にある刺激が加えられて、観光客は満足と再訪問が誘発されて、観光活動が起きる。その時の刺激を本研究では、文化観光資源解説で定義し、観光の基本要素である観光対象の観光目的地に資源解説が加えられれば、観光客の反応と満足、そして再訪問には、どのような影響関係があるかを調べてみた。

資源解説は、観光目的地の環境に対する学習を通して、観光客の経験を蓄積する教育的活動である。全体の環境に対する情報の伝達とその意味を解釈して、理解の増進と刺激を追い求める役目を担当している。そこで、刺激の付与とは、観光目的地の生態系を含んだ全体の環境に対する関心と興味性の向上を通じて起きる学習欲求の促進を意味する。資源解説の範囲は、観光目的地の自然生態系はもとより、人文資源の価値及び伝説をはじめ、観光客を誘引することができるあらゆる観光対象を含んでいる。資源解説は、基本的に観光目的地に対する理解水準と観光客の欲求水準を結合する形態で、解説の内容は参加階層の学習水準による細分化と差別化が成り立って、提供されねばならない。従って、解説プログラムは観光客の理解水準を

向上するため、様々な学習方法を動員せねばならない。それによって、慶州は文化観光資源に限られた資源解説だけではなく、伝統文化芸術や慶州地域の文化行事、慶州と係わった説話と伝説に沿った解説プログラムを、開発して活性化させて観光目的地の魅力を倍加させることができるようにしねばならないでしょう。

または、慶州地域は、近隣に朝鮮時代の儒教文化を保存している安東地域と代表的な産業都市である蔚山、浦項、釜山と地理的に近接した距離に位置していて、周辺の観光資源との連携が容易であり、地域別、文化別、時代別の比較が可能である。慶州地域周辺の文化観光資源としては、第一、儒教文化資源として、嶺南儒林の地元であり、朝鮮時代の学問と風流を楽しんだ儒学者の生活ぶりと韓国の儒教文化を代表する所として、安東地域を挙げることができる。観光資源の類型は、書院と郷校、お寺などの文化遺産と河回村の「河回仮面舞」が、無形文化財を代表する。観光商品化の方案としては、慶州地域の文化遺産である仏国寺と石窟庵、大陵苑、雁鴨池、瞻星台などの仏教観光資源と安東の道山書院と屏山書院、安東郷校、河回村、安東の宗家の祭礼儀式などをパッケージ商品化して、新羅時代と朝鮮時代の歴史的、文化的、宗教的な背景を比較してみることができる観光商品を企てることができる。第二、伝統村との連携方案は、慶州の朝鮮時代の伝統村である良洞村、崔金持ちの家と安東の河回村を観光コースで開発して、韓国伝統家屋と住居文化を経験することができる観光商品化することである。

本研究の目的を果たして方案を提示することで、次のような時事点を導き出すことができる。

第一、観光資源解説は、観光資源はもとより、観光目的地に対する学習を通じて観光客の経験を蓄積する教育的活動である。観光目的地に対する情報の伝達とその意味を解釈することで、理解の増進と刺激を追い求める役目を担当している。観光客が観光資源を含んだ、観光目的地全体に対する関心と興味性の向上を通じて起きる学習欲求の促進を意味しているので、資源解説は代案観光の一つの軸として、その機能を担当しながら、教育観光の中心的な役目を遂行する必要性があるとする。

第二、観光活動において、資源解説は観光客の知覚を発達させながら、一方では大衆の理解を促進するのにあるとすることができる。観光客の知覚水準の発達とは、観光目的地に対して認識して鑑賞することで、対象地域に対する理解能力を向上させることを言っている。また、観光客が適正な行動を取ることで、観光目的地に相応しい活動を選択するように促進することである。ひいては観光資源解説を通じる伝達内容の正確性と信頼性を確保することで、誤解と偏見を防止し、観光目的地のイメージを向上させることなので、観光分野においては持続可能な観光に、一番相応しい形態の観光活動を誘導する方法であると言することができるであろう。

第三、観光資源は観光客にとって、観光動機や欲求を満たして、観光行動のモチベーションを提供してくれて、観光産業においては経済的価値を持っているし、観光の目的と形態によって多様である。今日、観光客の観光欲求が多様に現われるによって、観光資源も多様なプログラムに供給されねばならない。観光資源解説は、こうした観光資源開発に無限なアイディアを提供することができる方案で

あると言いうことができるであろう。

最後に、資源解説は階層によって、多様に開発されねばならない。性別、年齢、学歴、職業そしてパートナー類型、動機によっても差別的な内容で取り扱わねばならない。これは、観光資源解説が観光客に与える影響が多様に現われているためである。

第3節 研究の限界点と今後の課題

本研究は、次のような幾つかの限界点を抱いている。

第一、本研究は、多くの文献研究と実証的分析を通じて、測定尺度の信頼性と妥当性を検証した。とはいえ、資源解説の構成要因と詳細項目を選定するのにあって、制約があることを排除することができない。

第二、あらゆる文化観光地の観光資源を対象にして、調査してなかったという点と多くの観光地の特性を考慮してなかったという点において、客観性に対する問題を排除することができない。

第三、観光資源解説が、提供された際と提供されなかった場合を比較して、観光客の満足度を調査することができなかった。

以上の主要な結果を踏まえ、今後の課題を幾つか提示しようとする。

第一、本研究においては、解説媒体において文化観光解説者の観光資源解説のみを対象として、調査しただけであり、他の解説媒体を考慮してなかった。今後の研究では、観光満足度を極大化するために、解説媒体別の満足度を調べる研究が必要である。

第二、観光資源解説の際、解説内容の注目の程度による深層的な分析が必要である。本研究においては、人口統計学的要因と観光動機を中心に調べてみたが、観光行動及び環境的要因による多角

的な分析が要求される。

第三、観光の基本要素である観光対象と観光資源に対する意味と関連性を明らかにし、こうした資源情報を構成して、観光客の個性や経験と関連性を結ぶ主題と場所を連結させることができる観光資源解説に対する研究が必要である。

最後に、既に観光資源解説を専門的な分野へ拡大していきながら、深層的な研究が続いている観光先進国の例を見ても、これから我が国でも観光資源解説の機能と文化観光解説者に対する研究が持続的に成り立たねばならないし、適切な活用方案も模索されねばならない。

参 考 文 献

1. 国内文献

- An, J. Y(1998). 『観光学概論』、ソウル: 法文社.
- Byun, W. H(2004). 慶北高速鉄道駅中心圏開発による地域観光活性化戦略. 『高速電鉄開通による大邱、慶北観光活性化学術シンポジウム資料集』.
- Ha, J. W(2005). 農村観光動機・態度が観光意図に及ぶ影響. 啓明大学校大学院博士学位論文.
- Ha, D. H・Byun, W. H・Jo, M. S(2006). 『観光学原論』、ソウル: ハンオル出版社.
- Ha, Y. S(2003). 地域活性化のための地方自治体文化行事に関する研究: 慶州世界文化エキスポを中心に. 大韓政治学会. 『大韓政治学会報』、11(2).
- Han, B. S・Kim, H. Y(2007). 文化観光資源としてテーマ街の発掘に関する研究. 『京畿観光研究』、10.
- Hong, S. H(2003). 文化観光地サービス品質、観光客満足及び反応の関係研究. 東亜大学交大学院博士学位論文.
- Jang, H. S(2001). 移動通信サービス品質と顧客満足に関する研究. 京畿大学校大学院博士学位論文.
- Jang, W. J(2002). 公共サービス品質が顧客満足に及ぶ影響に関する研究: 地積測量サービスを中心に. 尚志大学校大学院博士学位論文.
- Jeon, K. S(1999). 環境解説版の解説能力に影響を及ぼす要因: 内蔵山国立公園を中心に. 『山林休養研究』、3(1).

- Jeong, C(2000). 大衆観光客との比較を通じる生態観光客の動機・体験・満足. 『韓国公園休養学会誌』、3.
- Jeong, K. S(2006). 歴史文化都市慶州のスポーツ観光産業育成方案. 『韓国スポーツリサーチ』、17(3).
- Jo, H. H(2001). 『余暇論』、ソウル: 大旺社.
- Kang, I. W(2001). 生態観光開発に関する研究. 『地域社会開発研究』、26(2).
- Kang, I. W・Ko, H. S(2005). 文化観光祝祭参加業社のサービス特性比較分析: 慶州“韓国のお酒と餅の祭り”と珍島“靈登祝祭”を中心に. 『観光研究』、19(1).
- Kang, M. H(1999). 生態観光客の観光動機及び態度. ソウル大学校大学院博士学位論文.
- Kang, S. G・Kim, H. J(1999). 観光活性化のためのソフト競争力強化方案-慶州地域を中心に. 『三星経済研究所』.
- Kim, D. H(2004). 観光地属性が遅刻された観光価値、観光満足及び再訪問意図に及ぶ影響に関する研究. 済州大学校大学院博士学位論文.
- Kim, H. W(1997). 『観光資源論』、ソウル: 一新社.
- Kim, I. H(1993). 観光者の満足/不満足及び再訪問の評価合致的接近. 光云大学校大学院博士学位論文.
- Kim, I. H・An, D. M(1997). 我が国の史跡地環境解説プログラムに関する研究: 内蔵山国立公園を中心に. 『環境教育』、10(2).
- Kim, I. R(2000). 慶州観光活性化のための隣接観光地と連携商品開発戦略. 『慶州観光活性化戦略シンポジウム資料集』.
- Kim, J. I(2002). シルバーネット運動本部. 『情報科学会誌』、20(1).
- Kim, J. S(2002). 固有性概念を利用した蘇萊浦口の観光体験戦略. 『観光

- 経営学研究』、6(2).
- Kim、J. S・Hung、S. Y(2000). 国立公園環境解説プログラムに関する研究: 内蔵山国立公園を中心に. 『韓国公園休養学会誌』、2(2).
- Kim、K. S(2005). インターネットコミュニティサービスとe-価値創出戦略: 構造方程式モデル分析-個人型ホームページサービスを中心に. 『経営学研究』、34(4).
- Kim、K. S・An、Y. J(2004). 文化観光資源の魅力属性、資源解説、観光満足間の影響関係. 『観光研究』、19(1).
- Kim、S. C(2001). 意思決定のための探索情報強化効果に関する研究: 製品別、没入水準別消費者意思決定モデルを中心に. 慶熙大学大学院博士学位論文.
- Kim、S. H(2007). 『国際観光論: 国際観光現状の社会文化論的解釈』、ソウル: 白山.
- Kim、S. I・Hwang、Y. H(1997). 自ら調べる案内解説版の教育的効果. 『環境教育』.
- Kim、S. M(1995). 『観光事業論』、啓明大学校出版部.
- Kim、S. S・Choi、S. S・Jeon、H. J(2004). 関与度概念を利用した地方祭り参加者市場細分化に関する研究. 『韓国観光レジャー学会誌』、16(2).
- Kim、W. I(1994). 観光地選好に関する実証的研究. 『観光学研究』、18(1).
- Kim、Y. W(2004). 観光動機及び危険遅刻が観光類型選択と観光後行動に及ぶ影響. 世宗大学校大学院博士学位論文.
- Kim、Y. I・O、J. H(2001). 主題公園利用者の感情反応に関する研究. 『観光学研究』、24(3).

- Ko, D. W(1998). 観光の心理的体験と満足感の関係. 高麗大学校大学院
博士学位論文.
- Ko, H. S(2005). 地域文化祭り観光客の選択認識が再訪問意思に及ぶ影響: 慶
州新羅文化財を中心に. 『文化観光研究』、7(1).
- Ko, S. I · Yun, Y. K · Jeong, S. H · Park, E. A(2000). 祭り訪問動機
細分化による遅刻された成果と満足分析-’98済州島文化祭りを事例
で-. 『観光学研究』、23(2).
- Kwon, M. H · Lee, J. O(2005). 文化観光祝祭の観光魅力属性が観光客
満足及び再訪問意図に及ぶ影響-慶州韓国のお酒と餅の祭り2004を
中心に-. 『観光学研究』、24.
- Lee, H. K(1999). 『観光学序説』、ソウル: 白山.
- Lee, J. C(1998). 『観光資源論』、ソウル: 大旺社.
- Lee, J. H(1993). 我が国の国立公園で効率的な環境解説プログラムの適用
に対する考察. 『農業科学研究論文集』、Vol.7. No.-.
- Lee, J. K(2000). 文化観光客の購買行動特性に関する研究. 世宗大学校大学院博
士学位論文.
- Lee, K. J(1994). 韓国伝統民俗祭りの観光活性化に関する研究. 漢陽大
学校大学院博士学位論文.
- Lee, K. O(2000). 生態観光者の個人特性による観光活動参加と満足に関
する研究. 大邱大学校大学院博士学位論文.
- Lee, M. J(1998). 観光資源教育性の測定尺度開発及び観光者満足との関
連性分析. 京畿大学校大学院博士学位論文.
- Lee, S. H(1998). 文化観光の価値測定に関する研究. 『旅行学研究』、8.
- Lee, S. H · Jeon, J. H(1999). 文化観光の価値測定に関する研究(2). 『文

- 化観光研究』、第1冊第2号(通巻2号).
- Lee、S. Y(2005). 地域文化観光商品化過程の文化媒介集団役目に対する研究. ソウル大学校大学院博士学位論文.
- Lee、T. J. et al(2001). 知能型仮想観光情報システム開発に関する研究. 『地方政府研究』、4(2).
- Lee、Y. J(1993). 顧客満足と関与度に対する研究. 『ソウル大学校経営論集』、27(1).
- Min、C. K(2001). 海洋観光地訪問者の観光動機分析. 『観光学研究』、24(3).
- Moon、O. P(2000). 観光を通じる文化の生産と消費. 『韓国文化人類学』、33(2).
- No、I. B(1995). 観光産業の中で文化観光の占める比重はどの位だか. 『文化芸術』、189号.
- O、M. J(2005). モンゴル人の環境認識が生態観光動機に及ぶ影響研究. 『ホテル経営学研究』、14(4).
- Park、D. J・Jee、G. D(2005). 修正された ACSIを通じる文化観光祝祭訪問者の満足過程の理解: 安東国際タルチュム(仮面舞)フェスティバルを対象で. 『観光学研究』、28(4).
- Park、H. J(2000). 伝統武技観光資源化のためのマーケティング戦略. 『観光ホテル学研究』、2(1).
- Park、H. Y・Yang、H. J(2006). 生態観光市場細分化に関する研究. 『観光経営学研究』、10(1).
- Park、J. H(2006). 韓日文化観光比較研究. 京畿大学校大学院博士学位論文.
- Park、M. H(1999). 観光資源の解説が観光者満足に及ぶ影響. 大邱大学校大学院博士学位論文.

- _____ (1999). 文化観光資源の解説満足度評価に関する研究. 『観光レジャー研究』、11(2).
- Park, S. H(1994). 秘苑の観光資源解説体系に関する研究. 『観光学研究』、18(1).
- _____ (1999). 『私も観光資源解説者になることができる』、ソウル: 白山.
- _____ (2000). 『新観光資源論』、ソウル: 一新社.
- Park, S. H・Hoe, J(1993). 観光者の遅刻水準測定に関する研究. 『京畿大学校論文集』、32集.
- Park, S. J(2004). 韓・独文化観光街国際比較-観光資源・文化行事及祭り・運営システム・観光政策を中心に-. 京畿大学校大学院博士学位論文.
- Park, S. J・Kim, T. H(2001). 文化観光開発のためのドイツのイベント経営戦略に関する研究-ミュンヘンOctober-Festの事例を中心に. 『観光政策学研究』、7(2).
- Park, S. S(1999). 文化観光資源の開発方案に関する研究. 『観光学研究』、3.
- Seo, Y. K(2005). 済州特別自治島とサービスツーリズム戦略. 『済州観光学会夏季定期学術大会』.
- Shin, J. I(2005). 観光目的地の物理的環境cue、イメージ、満足、再購買意図との関係. 慶尚大学校大学院博士学位論文.
- Son, D. H(1992). 『韓国文化の魅力と観光の理解』、ソウル: 一新社.
- _____ (1994). 余暇観光産業のビジョンと観光開発の方向. 『観光学研究』、18(1).
- Son, I. H(2000). 国籍別文化観光体験と観光地属性が満足と選択に及ぶ影響に関する研究. 東亜大学校大学院博士学位論文.
- Song, J. H(2003). 島観光地管理構造モデルの開発と適用. 『済州観光学

- 会冬季定期学術大会』.
- Um、S. H(1999). 観光地解説者認証制度施行に関する研究. 京畿大学校.
『観光総合研究所』、13.
- _____ (2001). 京畿道文化遺産解説社: 文化遺産解説社の意味と易学.
- You、D. K・Choi、S. D(2003). 博物館訪問動機類型と解説媒体有効性
との関係. 『観光学研究』、27(2).
- Yun、B. M(2002). 文化観光マーケティングミックス要因が顧客満足と行動反
応に及ぶ影響に関する研究. 慶南大学校大学院博士学位論文.
- Yun、D. K(2000). 観光客満足構造模型の開発に関する研究. 京畿大学校
大学院博士学位論文.
- 慶州市(2004). 2020 慶州都市基本計画.
- 観光産業研究会(2002). 『観光産業経営論』、ソウル: 学文社.
- 観光振興研究員(1999). 慶州普門観光団地活性化方案.
- 東南レジャー産業研究所(2008). 『観光学の理解-2版』、ソウル: 技文社.
- 文化観光部(2006). 観光動向に関する年次報告書.
- ソウル市政開発研究院(2002). ソウル市文化観光商品マーケティング方案.
- 韓国観光公社(2002). 『2002 訪韓外来客推移分析』.
- _____ (2003). 『韓国観光統計年譜』.
- _____ (2005). 観光情報.
- 韓国文化観光研究院(2008). 韓国観光動向に関する年次報告書.

2. 国外文献

- Anderson, V.(1997). Imagery of Denmark among Visitors to Danish fine art exhibitions in Scotland. *Tourism Management*, 18(7).
- Arnould, E. J., & Price, L. L.(1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L.(2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3).
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G.(1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12(1).
- Bello, D. C., & Etzel, M. J.(1985). The role of novelty in the pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4).
- Bigné, J. E., Andreu, L., & Gnoth, J.(2005). The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6).
- Bonink, C.(1992). Cultural Tourism Development and Government Policy, MA Dissertation. *Rijksuniversiteit Utrecht*.
- Cho, V.(2003). A comparison of three different approaches to tourist forecasting. *Tourism Management*, 24(3).
- Chon, K.(1991). Understanding recreational travelers' motivation, attitude and satisfaction. *The Tourist Review*, 44(1).
- Clews, S.(1996). "From museum to mental massage: a response to Tony Walter". *Tourism Management*.

- Crang, M.(1996). Magic kingdom or a quixotic quest for authenticity?.
Annals of Tourism research.
- Crompton, J. L., & McKay, S.(1997). Motives of visitors attending
festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2).
- Dann, G. M. S.(1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals
of Tourism Research*, 4(2).
- Davis, W. M., & Shipilov, A. V.(2005). A Comparison of Entrepreneurship
Development in Two Post-Communist Countries: The Cases of
Hungary and Ukraine. *Journal of Development Entrepreneurship*,
7(1).
- ECTARC(1989). *Contribution to the Drafting of a Charter for Cultural
Tourism*, European Center for Traditional and Regional
Cultures. Llangollen. Wales.
- Edwards, Y.(1976). Interpretation-What Should it Be. *Journal of
Interpretation*, 1(1).
- Engel, J. F., & Blackwell, R. D.(1982). *Consumer Behavior*. New
York: Holt, Rinehart, and Winston, 501.
- Ferrari, S., & Adamo, G. E.(2006). Event Marketing and Destination
Image: Residents' Perceptions. *Lsa Publication*, 92.
- Fick, G. R., & Brent Ritchie, J. R.(1991). Measuring service quality
in the travel and tourism industry. *Journal of Travel Research*
h, 30(1).
- Francken, D. A.(1979). A Longitudinal Study of Vacationers Information
Acquisition Behavior, *Papers on Economic Psychology*, No.2.

Rotterdam: Erasmus University.

Fridgen, J. D.(1991). Environmental psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 11(1).

Greg, Richards.(1996). Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2).

Gunn, C. A.(1988). *Tourism Planning*, 2nd ed, New York, Talor & Francis Ltd, 4.

Guy, B. et al.(1990). "Environmental Learning of First-Time Travelers". *Annals for Tourism Research*, 17.

Hanink, D. M., & Stutts, M.(2002). Spatial demand for national battlefield Park. *Annals of Tourism Research*, 29(3).

Howard, L. H.(1996). Redefining Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(3), July.

Hunt, H. K.(1991). Consumer satisfaction, dissatisfaction, and complaining behavior. *Journal of Social Issues*, 47(1).

Iso-Ahola, S. E.(1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation. *Annals of Tourism Research*, 9(2).

Jafari, J.(1974). The Tourism Market of Goods and Services. *Annals of Tourism Research*, 1(3).

Jackin, R.L(1978). Family Vacation Decision-Marketing. *Journal of Travel Research*.

Jang, S. C., Morrison, A. M. & O'Leary, J. T.(2002). Benefit Segmentation of Japanese Pleasure Travelers to The USA and Canada: Selecting Target Markets based on the Profitability and risk of

- individual market segments. *Tourism Management*, 23(4).
- Juvenville, A.(1978). *Outdoor recreation Management*, W. B. Saunders Co.
- Karpodini-Dimitriadi, E.(1999). Developing Cultural Tourism in Freece. *Tourism and Cultural Conflicts. CABI Publishing*.
- Lawson, F.(1977). *Tourism and Recreation Development*, London: Architectural Press.
- Lee, C. K., Lee, Y. K., & Lee, B.(2005). Korea's destination image formed by the 2002 world cup. *Annals of Tourism Research*, 32(4).
- Lennon, J., & Joley, M.(1999). "Interpretation of the Unimaginable: The U.S. Holocaust Memorial Museum, Washington D.C. and 'Dark tourism' ". *Journal of Travel Research*.
- Light, D.(1995). Visitor's use of interpretive media at heritage sites. *Leisure Studies*, 14.
- Loudon, D. L.(1984). *Consumer Behavior*, (2nd ed). New York: McGraw-Hill Book Co.
- Lounsbury, J. W., & Polik, J. R.(1992). Leisure needs and vacation satisfaction. *Leisure Sciences*, 14.
- MacCannell, D.(1989). Introduction to the 1989 Edition. *In The Tourist*, (2nd ed). New York. Schocken.
- Maddox, R. N.(1985). Measuring satisfaction with tourism. *Journal of Travel Research*, 23(3).
- Mannell, R. C., & Iso-Ahola, S. E.(1987). Psychological nature of leisure and tourism experience. *Annals of tourism Research*,

14(3).

March, R., & Woodside, A. G.(2005). Testing theory of planned versus realized tourism behavior. *Annals of Tourism Research*, 32(4).

Medina, L. K.(2003). Commoditizing Culture: Tourism and Maya Identity. *Annals of Tourism Research*, 30(2).

McIntosh, A. J.(1999). Into the Tourist's Mind: Understanding the Value of the Heritage Experience. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 8(1).

McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B.(1996). Tourism: Principles, practices, philosophies.(6th ed.), U.S.A. Wiley.

Mckercher, B., & Du Cros, H.(2002). Cultural Tourism. *The Haworth Hospitality Press*.

Moscardo, G.(1996). "Mindful visitors-Heritage and Tourism -". *Annals of Tourism Research*.

Moutinho, L.(1988). Amusement park visitor behaviour-Scottish attitudes. *Tourism Management*, 9(4).

Mowforth, M., & Munt, I.(1999). Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World. *London and New York*.

Nuryganti, W.(1996). Heritage and Postmodern Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2).

Oliver, R. L.(1981). Measurement and evaluation of satisfaction process in retail settings. *Journal of Retailing*, 57(3).

_____ (1993). A conceptual model of service quality and service

- satisfaction: compatible goals, different concepts. *Advances in Service Marketing and Management*, 2.
- Paul, C. F., & John, L. C.(1991). Image Differences between prospective, First-Time, Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Vally. *Journal of Travel Research*, Fall.
- Peters, M.(1979). *International Tourism*, London: Hutchinson.
- Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A.(1978). Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of Tourism research*, 5(3).
- Plog, S.(1991). Golden ages & lost horizons. In S. Plog.(ED.). *Leisure travel: Making it a growth market again*. New York, NY: John Willey S Sons, Inc.
- Poon, A.(1994). The new tourism revolution. *Tourism management*, 15.
- Prentice, R. C.(1993). Morivation of the Heritage Consumer in the Leisure Market An Application of the Manning-Hass Demand Hierarchy. *Leisure Science*, Vol.15.
- Prentice, R. C., Witt, S. F., & Claire, H.(1998). Tourism as experience: The case of Heritage Parks. *Annals of Tourism Research*, 25(1).
- Pyo, S., Mihalik, B. J., & Uysal, M.(1989). Attraction attributes and motivations: A canonical correlation analysis. *Annals of Tourism Research*, 16(2).
- Raaij, W. F., & Francken, D. A.(1984). Vacation decisions, activities, and satisfactions. *Annals of Tourism Research*, 11(1).

- Rao, S. R.(1992). Activity Preferences and Trip-planning Behavior of the U. S. Outbound Pleasure Travel Market. *Journal of Travel Research*, Winter.
- Reisinger, Y., & Turner, L.(1997). Cross-cultural differences in tourism: Indonesian tourists in australia. *Tourism Management*, 18(3).
- Sharpe, G. W.(1982). *Interpretation the environment*, New York: John Wiley & Sons.
- Smith, V. L.(1989). *Introduction*(in Smith).
- Stewart, E. J. et al.(1998). "The 'place' of interpretation: a new approach to of interpretation". *Tourism Management*, 19(3).
- Tilden, F.(1977). *Interpreting Our Heritage*, Chapel hill(3rd ed), Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Tse, D. K., & Wilton, P. C.(1988). Models of consumer satisfaction formation: An extension. *Journal of Marketing Research*, 25(2).
- Walter, T.(1996). "From museum to morgue? Electronic guides in Roman Bath". *Tourism Management*, 17(4).
- Watt, K. E. F.(1973). *Principles of Environmental Science*, New York: McGraw-Hill book Co.
- William, J.(1980). *Interpreting for Park Visitors*, Eastern Acorn Press.
- Weaver, H. E.(1976). "Origins of Interpretation". Sharpe, Grant W. e d., *Interpreting the Environment*, John Wiley & Sons.
- Wood.(1996). *Cultural Tourism: The partnership between and cultural heritage Management*.

- WTO(1988). "Quality Control of Tourism Products and Services",
Sofia, 6.
- Yokoyama, F.(1991). Causal Modeling of Tourism Satisfaction:
Application to Michigan's Northwestern Coastal Tourism Region,
dissertation, Michigan state University, ph, D, 3.
- Yoon, Y., & Uysal, M.(2005). An examination of the effects of
motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural
model. *Tourism Management*, 26(1).
- 鈴木忠義(1974). 『現代観光論』 . 有斐閣.
- 津田昇(1969). 『国際観光論』 . 東洋経済新聞.

設 問 調 査

こんにちは。

お忙しいところ、本アンケートに御協力いただきありがとうございます。

このアンケートは、文化観光地の観光客を対象にして、「観光目的地の活性化のための文化観光資源解説の影響度評価」に関するご意見を収集しようとする実証的研究のためのものです。

みなさんの感じられるままにご記入ください。このアンケートは、学位論文に必要なデータ収集のために作成したものであり、研究目的以外の目的には一切使用しませんので、ご安心ください。

貴重な時間を割いていただきまして、誠にありがとうございます。

みなさんの家庭にご健康とお幸せをお祈り申し上げます。

2008年 7月

指導教授：慶州大学校 大学院 観光学科 教授

観光学 博士 趙顯鎬

研 究 者：慶州大学校 大学院 観光学科

博士課程 徐沅廷

I. 次は貴方の観光において観光目的及び観光動機に関して調べようとしています。

当てはまるところに「✓」してください。

質問項目	全く そうでない	⇔	まあまあで ある	⇔	非常に そうである
	1	2	3	4	5
1. 日常生活から離れて、気分転換のため	1	2	3	4	5
2. ストレスを解消するため	1	2	3	4	5
3. 野外活動をするため	1	2	3	4	5
4. 楽しさと娯楽のため	1	2	3	4	5
5. 知的好奇心を満たすため	1	2	3	4	5
6. 自己啓発のため	1	2	3	4	5
7. 自信感を得るため	1	2	3	4	5
8. 観光資源を学習するため	1	2	3	4	5
9. 新しいことを見て、聞いて、感じるため	1	2	3	4	5
10. 文化観光地（遺跡地）を訪問するため	1	2	3	4	5
11. 観光地の文化を接するため	1	2	3	4	5
12. 観光資源の歴史的な価値を知るため	1	2	3	4	5
13. 家族と時間を過ごすため	1	2	3	4	5
14. 友達及び同僚との親睦企画のため	1	2	3	4	5
15. 集団の所属感を感じるため	1	2	3	4	5

Ⅱ. 次は貴方の観光目的地の資源解説に関する評価項目です。

当てはまるところに「✓」してください。

質問項目	全く そうでない	⇐	まあまあ ある	⇒	非常に そうである
	1	2	3	4	5
1. 解説内容はその時代の生活ぶりを理解するのに役に立った。	1	2	3	4	5
2. 解説内容はその時代の伝統衣服文化を理解するのに役に立った。	1	2	3	4	5
3. 解説内容はその時代の宗教について理解するのに役に立った。	1	2	3	4	5
4. 解説内容はその時代の建築様式を理解するのに役に立った。	1	2	3	4	5
5. 解説内容はその時代の歴史を理解するのに役に立った。	1	2	3	4	5
6. 観光目的地の資源に対する解説内容は新しく不思議だった。	1	2	3	4	5
7. 解説内容により、その時代の伝統生活に対する好奇心を満たした。	1	2	3	4	5
8. 解説内容により、観光目的地での滞在時間が長くなった。	1	2	3	4	5
9. 解説内容により、観光目的地の魅力を感じることができた。	1	2	3	4	5
10. 解説内容により、その時代の独特な風俗と慣習を経験することができた。	1	2	3	4	5
11. 解説内容により、先祖の知恵と感覚が分かった。	1	2	3	4	5
12. 解説内容により、観光目的地の文化資源保護の重要性を認識するようになった。	1	2	3	4	5
13. 解説内容により、文化資源の価値を認識するようになった。	1	2	3	4	5
14. 解説内容により、観光目的地の周辺に対する情報を得ることができた。	1	2	3	4	5

III。次は貴方の観光目的地の観光満足に関する項目です。

当てはまるところに「✓」してください。

質問項目	全く そでない	↔	まあまあ ある	↔	非常に そうである
	1	2	3	4	5
1. こちらの観光に対して全般的に満足した。	1	2	3	4	5
2. こちらの観光を他人にも勧めたい。	1	2	3	4	5
3. こちらを再び訪問する意思がある。	1	2	3	4	5

IV. 一般的な事項

1. 貴方の性別は。

A 男 B 女

2. 貴方の年齢は。

A 19歳以下 B 20 29歳 C 30 39歳 D 40 49歳 E 50歳以上

3. 貴方の学歴は。

A 高卒以下 B 大学在学 C 大学卒業 D 大学院以上

4. 貴方の職業は。

A 学生 B 公務員 C 会社員 D 自営業
E 専門職 F 主婦 G その他

5. 貴方の1年に文化観光地を訪問する回数は。

- A 1 2回 B 3 4回 C 5 6回 D 7回以上

6. 訪問の時期は。

- A 平日 B 週末/祝日 C 休暇/休み

7. 訪問する際、同行人は。

- A ひとり B 友達/同僚 C 家族/親知 D 恋人 Fその他

8. 訪問の前、観光地に対する情報を聞いたことはありますか。

- A ある B ない

8 1. 情報を聞いたことがあったら、どこで聞いたんですか。

- A 友達/知人 B TV/ラジオ C 新聞/雑誌
D 旅行社及び観光関連業社 E PC/インターネット F その他

9. 貴方の居住地は。

- A 慶州 B 慶州外地域

10. 貴方が資源解説を聞いた観光地は。(該当するところに全て表記しなさい)

- A 仏国寺() B 雁鴨池() C 大陵苑() D 瞻星台()

アンケートに御協力いただきましてありがとうございます。

A Study on the Impact Evaluation on Culture Tourism Resource Interpretation for Tourism Destination Activation

- focusing on the Gyeong-ju Area-

Seo, Yun Jung

Department of Tourism
The Graduate School
Gyeongju University

(Supervised by Professor Jo, Hyun Ho)

According to the rise of educational level and the evolution of tourists' needs, tourism phenomenon has been changing recently. Therefore, we need to figure out and recognize the change which happens in tourism industry nowadays and then to reestablish the role of the concept relating to.

Today, the cultural tourism destination is being emerged as not only the learning place by direct experience-activities, but also the

supplying place of entertainment and amusement for tourists.

Also, the tourism resource interpretation provides accurate and useful information on the tourism attractions so that the recognition level of tourists is reinforced; the importance of the interpretation has been highly estimated by supporting to the quality of the tourist experience and allowing to the tourist to get satisfaction.

In this paper, the researcher tried to analyse how the culture tourism resource interpretation influences to the tourist satisfaction, applying to the culture tourism resource.

In order to accomplish the aim of the research, the measuring standard was drawn by the empirical study on culture tourism resource interpretation, tourism motivation and satisfaction.

To guarantee the reliability and validity from this theoretical research, the questionnaire survey is conducted by tourists who visited the culture tourism site in Gyeong-ju.

To estimate each concept, the reliability and validity survey was taken. The results of empirical analysis are as follows :

First of all, the impact in the relationship between the culture tourism motivation and the culture tourism resource interpretation represents to be positive. Through the analysis, the result shows that if the contents of tourism resource interpretation is more educational and more approachable to the tourists, the interest about the culture tourism can be increased and the satisfaction on the culture tourism also be advanced.

Secondly, in the relationship between the culture tourism motivation and satisfaction, the factors of knowledge and learning are positive to the culture tourism satisfaction. It shows that the rest of the factors are related to the intension to revisit. This research demonstrates that the tourists who are motivated with a self-developing desire or the acquiring knowledge are easily satisfied in tourism activities.

However, the information factor did not show any relationship to any factor. It means that tourist were not widely informed relating to other tourist destinations during their visiting. This is a certain question that tourist destinations should be aware.

Based on these results, this study suggests that culture tourism resource interpretation be regarded as a way of important method to promote satisfaction of tourists.

It can be said that Culture tourism resource interpretation induces tourists to have interest in tourist destinations and impacts on developing the tourists' self-recognition. Moreover, it can be an important factor to cause tourists to revisit.

Consequently, culture tourism resource interpretation which has been limited on specific sites needs to be expanded into all of the heritage tourism attractions, it will be helpful providing various tourist experience and promoting the satisfaction of tourists. To accomplish this purpose, systematic supports are needed.