

目的地に対する事前知識が
目的地評価と目的地ロイヤルティに及ぼす影響
- インバウンドスポーツツーリストを対象とした性別による比較 -

山下玲¹⁾, 高田紘佑²⁾

¹⁾早稲田大学スポーツ科学学術院

²⁾ケルン体育大学大学院

キーワード: 目的地に対する事前知識, 目的地評価, 目的地ロイヤルティ,
インバウンドスポーツツーリスト

Key words: destination prior knowledge, destination reputation, destination loyalty,
international sport tourists

【抄録】

スポーツツーリズムは、自然資源を生かした地域経済を活性化させる起爆剤の一つとして位置付けられ、豊富な自然資源が地方に眠る我が国でも同様である。事前の効率的な知識や情報の取得は、旅行者が抱く目的地への評価を高めることが学術的に明らかにされているが、現実として、旅行者に対する情報提供に苦慮する自治体も存在する。本研究では、インバウンドスポーツツーリストに着目し、どのような事前知識が目的地評価及び目的地ロイヤルティに影響をするのかを性別に検証することとした。2020年2月に北海道ニセコエリアにあるスキー・スノーボードゲレンデを訪れたインバウンドスポーツツーリストを対象に質問紙調査を行い、298の有効回答を得た。確認的因子分析及び共分散構造分析を用い、仮説モデルの検証を行なった結果、親密性に関する事前知識から目的地評価を除く全てのパスが有意であり、全体の47%の説明力を有した。さらに、多母集団同時分析を用いた結果、女性の方が男性と比較して詳細性に関する事前知識から目的地評価が有意に高いことが明らかとなった。

スポーツ科学研究, 18, 10-26, 2021年, 受付日:2020年12月3日, 受理日:2021年2月24日

連絡先: 山下 玲 202-0021 西東京市東伏見 2-7-5 早稲田大学 75-2 体育教室棟 303

rei-yamashita@aoni.waseda.jp