

沖縄におけるマリンスポーツインストラクターの特性と 消費者行動についての研究

Research on marine sports instructors and consumers behavior in Okinawa

脇本 忍* 張 苗苗** 葉 蕙婧***

聖泉大学人間学部* 滋賀大学大学院経済学研究科** 聖泉大学人間学部***

Wakimoto shinobu* Zhang Miaomiao** Ye Huijing***

Seisen University* Shiga University** Seisen University***

要 約

沖縄のマリンスポーツインストラクターの特性と行動について、関西圏の3大学で大学生144名を対象とした質問紙調査を実施した。その結果、雰囲気因子・技術因子・外見因子得点・指導力因子・安全性因子の5因子が抽出された。男女ともに、雰囲気因子得点と技術因子得点が高く、外見因子得点・指導力因子得点・安全性因子得点よりも有意に高い結果が得られた。マリンスポーツ経験と各因子得点との相関分析の結果、経験回数と技術因子とで、男性はプラスの相関、女性はマイナスの相関分析結果が得られた。女性は、過去のパフォーマンスにポジティブイメージを持つことにより、達成動機や目標指向性の向上よりも方略的な快樂主義を優先し、男性は、より高い目標指向性を設定することと学んだことを喪失しないための方策として熟達回避目標が女性よりも高く設定されていると推察された。

Key Words : 消費者行動 沖縄 マリンスポーツインストラクター

1. 問題

1.1 はじめに

沖縄は、多面的なさまざまな要素を抱える地域である。絶景の海洋資源・米軍基地・シャーマニズム・鷹揚でよくよしないテゲー精神など、物理的にも文化的にも独自性には事欠かないのが沖縄である。脇本(2014)は、沖縄本島および沖縄地域にある14の離島のイメージ調査を検討し、沖縄には4つ(美ら海主成分・スリル主成分・レジャー主成分・琉球文化主成分)の主成分があることを明らかにしている。なかでも、美ら海主成分とレジャ

一主成分と関連するのが、沖縄の海とマリンスポーツである。沖縄は、観光立県として多くの観光客を迎えてマリンスポーツを楽しむ観光客は数多い。マリンスポーツは非日常体験ができる痛快さがあるが、専門的な技術が必要であり生命に関わる事故につながるスポーツである。そのため、インストラクターの役割は多岐におよぶと考えられる。また、旅行者にとってインストラクターの特性や行動が、旅行の思い出の重要な決め手になることも推察される。本研究では、マリンインストラクターに求めることがらについて検討を試みる。

1.2 ホスピタリティ

まず、マリンスポーツインストラクターのホスピタリティが考えられる。岸田(2017)は、ホスピタリティの概念を構成する要因として3つの要因を指摘している。第一に、精神重視要因であり、こころ・感動・共感などがあげられる。精神重視要因からみると、ホスピタリティとは「共にこころを共感し合い、お互いの気持ちを大切にし、思いやりをもつところ」ということを意味している。第二は、行為重視要因であり、ホスピタリティとは行為と行動によって表現できるものだと述べている。第三は、関係性重視要因であり、社会システムや人間関係に重点を置くことで、共生関係を成立させるための制度や社会関係を重視し、社会システムの中で信頼関係を成立させることの重要性をあげている。

服部(1994)は、ホスピタリティが主人と客人の両者の意味を含み、主人と客人が同一の立場にある態度を保ち対等の関係であることを示唆している。この背景には、外国人を歓待し共同体となる両者が優位に働く相互性の原理が存在している。主人が客人に対してホスピタリティを提供することは損得勘定ではなく、相互に喜びや感動をもたらす動機が自然に発生するといった相乗効果が生まれる。しかし、一度体験した喜びや感動は、二度三度繰り返すと感動が薄れ次第に当たり前になってしまい、ホスピタリティの実現においては主人と客人の間で、常に喜びや感動を共に創出する取り組みが必要となり、その創造性が基盤となってくる。主人と客人の間で相乗効果を大きく働かせ、ある意味で無限に近い発達を成し遂げる可能性を持つものが、ホスピタリティであると考えられる。また、服部(2004)は、ホスピタリティビジネスについて、ホスピタリティ精神によってサービスを提供する産業とする見解から、人的要素が顧客満足の評価に大きな影響を及ぼすビジネスと解釈するべきだと述べている。

さらに服部(2008)は、ホスピタリティのフレームワークを構成要素と価値要素の2つ

の視点から説明している。構成要素は、機能的要素・物的要素・人的要素・創造的要素・最適共進要素の5要素で構成され、価値要素は、等価値・付加価値・人間価値・相互人間価値・多角的共創人間価値の5要素で構成されていると述べている。本研究で注目したい人的要素について、児玉(2016)は、「人的資源を他の生産要素と同様に資源のひとつとみなし、提供する人の感じ良さなどを表す態度の適切さや人格的なものを表す情緒的・精神的な満足を生み出す要素である」と定義している。これは、人間本来の価値であり人によって異なるものであり、サービスの領域はホスピタリティの領域に内包されるものであることが推察できる。児玉の「サービスは等価値であり、ホスピタリティは付加価値である」という主張は、ホスピタリティの本質を簡易に表現しているといえるだろう。さらに児玉は、「ホスピタリティとサービスは、文化的な背景や語源からアプローチした場合、概念的には異なるものであるが、経営的視点では、ホスピタリティはサービスの上位概念であるといえる。つまり、顧客に対して役割を果たしてはじめて付加価値が存在することを意味している」と指摘している。

徳江(2013)によると、サービスはラテン語の *servos* が語源であり、この言葉は奴隷や戦利品として獲得した外国人といった意味を持っている。このことから、サービスは奴隷的な奉仕であるという主張を目にすることがあると述べていることからサービスは行為的側面であり、ホスピタリティこそが関係的側面を示していると推察できる。様々な不確実性が存在している状況において、いかに他の主体との関係性をマネジメントして、可能であれば新しい価値を生じさせることができるかがホスピタリティの本質であろう。

1.3 おもてなし

つぎに、2020年東京オリンピック招致活動で一躍脚光を浴び世界共通用語になった「おもてなし」という言葉に注目してみる。小林(2016)は、おもてなしサービスのプロセスには、サービス計画・サービス交渉・サービス改善の3ステップがあり、サービス交渉における付加価値サービスプロセスとして、おもてなしサービスは、顧客とサービス担当者が様々なコミュニケーションをとりながら共同でサービスを実行する共創のプロセスであると述べている。このプロセスに従い、サービスは、サービス交渉ステップでサービス担当者と顧客がサービス仕様と実行条件に合意し、サービス提供ステップで担当者が約束した条件で着実にサービスを実行し、顧客が約束した対価を支払う。ところが、おもてなしサービスにおいては標準サービスプロセスを忠実に実行するだけでは不十分であり、それ以

上のパフォーマンスが求められ、サービス交渉ステップにおいて、顧客の隠れたる意図を発見し解決することにより、標準サービスに付加価値をつける必要がある。小林は、おもてなしは、「顧客が抱える問題を発見し解決するという問題解決を行なうこと」と定義している。とりわけ、顧客との会話方法について、「顧客の意図は顧客自身にしかわからないものである。それぞれの顧客が当該サービスに対して異なる期待をもっているかもしれないし、顧客の期待とサービス担当者の責務が乖離している可能性もある。従って、顧客の意図を理解するためには、会話を主体としたコミュニケーションが不可欠であろう。人が同じ言葉の話しても、その人の生まれや育ちによってその意味付けは大きく異なる。従って、会話においては、人の話を先入観なしに傾聴することが不可欠であるとともに、相手の身になって言葉の意味を理解する共感が必要となる」と主張している。

1.4 感情労働

感情労働という概念がある。知的労働、肉体労働に次ぐ第三の労働といわれるものである。サービスの経済化に伴い対人サービス労働の重要性が増大し、顧客と直接接点をもつ接客担当者は、顧客満足に努めるために本来の感情とは矛盾した態度をとらなければならないこともある。顧客に対し適切な感情に見えるような表情やしぐさをする表層演技と、そう感じるように自らの感情を誘発する深層演技を行うことがあるだろう。つまり、職業上適切な感情状態を保つための感情コントロールが職務の内容の一部になっているのである。Hochschild(1983)は、これを感情労働と呼び客室乗務員を典型的な事例に挙げて検討を行った。どんなに不愉快な客に対しても親切に対応しなくてはならない、どんなにシフトがきつくて疲れていても常に笑顔を表さなければならないなど、本来の感情をコントロールすることでストレスが引き起こることを示している。つまり、対人サービスに携わることは並大抵ではないことがここから示唆されている。

現在では、CS(Customer Satisfaction)と呼ばれる顧客満足を指すキーワードが、あらゆる業種において企業経営の根幹と見なされるようになり、消費者や顧客は企業から提供される商品だけではなくサービスまで評価するようになってきた。この現状は、企業にとって企業が雇用する従業員の魅力が問われ、消費者や顧客に選ばれなければ淘汰されている。レジャー産業とはいえ対人援助的側面のあるマリンスポーツインストラクターは、肉体労働と感情労働を兼ね備えたスキルが求められる職種だと考えられるだろう。

1.5 マリンスポーツインストラクター

国土交通省(2014)が実施した海洋観光の実態と今後に関するアンケート調査によると、海洋観光という言葉からイメージする観光内容結果は、「クルーズ・マリンスポーツ・海洋生物と触れ合う」という項目が上位を占めた。

マリンスポーツの代表的な種目としては、ヨット・ウィンドサーフィン・SUP・ダイビング・シュノーケリング・カヤックなどがあげられる。マリンスポーツを「だれでも・いつでも・どこでも」を合言葉としてマリンスポーツを親しみ、参加出来る機会を創出し、各地域の水辺を最大限に活用できるよう 2012 年にはマリンスポーツ財団が立ち上げられている。周辺をサンゴが育つ美しい海に囲まれた沖縄の沖縄県文化観光スポーツ部の調査では、沖縄県全体・八重山地域・宮古島地域・久米島のいずれの地域でも、マリンレジャーは沖縄に来訪した目的として高い支持を受けている。杉谷(2012)は、沖縄観光の振興とスポーツツーリズムの振興戦略として、市場特性に対応した誘客活動の展開・離島観光の推進・沖縄観光ブランド力の強化・観光客の受け入れ態勢の整備を提示している。さらに、繁忙期と閑散期の格差を縮小させ、雇用創出効果を期待できることを指摘している。それらを実現し拡大していくためにも、珊瑚礁に囲まれたすばらしい海洋環境を活用するならば、マリンスポーツインストラクターと観光客との人間環境をいっそう充実させることが必要だと考えられる。

インストラクターに類似したスポーツのコーチに関する研究で、Moore(1970)はパーソナリティという言葉は個人をほかの人から区別する特徴的な性質や特性であると定義している。それぞれの特性はその人の行動の中に十分に確立され、はっきり表面にあらわれるものと考えられている。コーチが自分のイメージを確立することは非常に大切なことであり、自分自身の能力・弱点・動機・欲望・衝動などをはっきりさせ自分の生き方を決めるべきであることを意味し、パーソナリティは静的ではなく動的なものであると述べている。

2. 方法

2.1 回答者と実施方法

関西圏の3大学にて2017年6月～9月に、心理学に関連する講義を受講している学生を対象とした質問紙調査を実施した。実施時には、調査協力者の匿名性を保たれた上でデータは統計処理されることを説明した。質問紙の回答者は168名であったが、回答に不備のあったものを除外して、男性77名、女性70名の合計144名(平均年齢20.95歳；

$SD=1.78$)を分析の対象とした。

2.2 調査内容

回答者には、性別・年齢についてのデモグラフィック要因とマリンスポーツの経験回数を尋ねた。つぎに、マリンスポーツインストラクターに関する以下の20項目について、「全くそうではない=1」から「非常にそうだ=5」の5件法で回答を求めた。質問項目は、事前にマリンスポーツ経験者11人に対してマリンスポーツインストラクターについて求める事柄の聞き取り調査を参考にして作成された。

- Q1 インストラクターは高い専門知識が必要だ
- Q2 インストラクターは笑顔でいてほしい
- Q3 インストラクターは海での安全に気遣ってほしい
- Q4 インストラクターはカッコいい人がいい
- Q5 インストラクターは話し上手な人がいい
- Q6 インストラクターには高度な技術が必要だ
- Q7 インストラクターは楽しい雰囲気づくりをするべきだ
- Q8 インストラクターはライフジャケットを拒否する人にも強引に着用させるべきだ
- Q9 インストラクターは服装やファッションセンスがある人がいい
- Q10 インストラクターは技術を示すこと以上に、わかりやすい説明力が必要だ
- Q11 インストラクターは日々技術の向上をめざすべきだ
- Q12 インストラクターから技術以外の楽しい話もしてほしい
- Q13 インストラクターは楽しさを犠牲にしても安全第一であるべきだ
- Q14 インストラクターがカッコよければ指導方法には問題ない
- Q15 インストラクターには理論的な指導力がなにより大切だ
- Q16 インストラクターは研究会などに参加し、知識の共有や研鑽が必要だ
- Q17 インストラクターには、いろんな気配りや心配りが必要だ
- Q18 インストラクターは冒険心をそそるメニューよりも安全を優先すべきだ
- Q19 インストラクターは外見がステキな人がいい
- Q20 インストラクターは知識豊富で知的な話し方をする人がいい

3. 結果

質問項目全体の構造を確認するために、全20項目の因子分析を実施した(最小二乗法・

Promax 回転)(表 1)。

固有値 1.0 以上を基準に、因子寄与、スクリープロットなどから 5 因子を抽出した。第 1 因子は「インストラクターは楽しい雰囲気づくりをするべきだ」「インストラクターは話し上手な人がいい」など 5 項目で構成されており「雰囲気因子」と命名した。第 2 因子は「インストラクターは高い専門知識が必要だ」「インストラクターには高度な技術が必要だ」など 4 項目で構成されており「技術因子」と命名した。第 3 因子は「インストラクターはカッコいい人がいい」「インストラクターは外見がステキな人がいい」など 3 項目で構成されており「外見因子」と命名した。第 4 因子は「インストラクターは知識豊富で知的な話し方をする人がいい」「インストラクターには理論的な指導力がなにより大切だ」など 3 項目で構成されており「指導力因子」と命名した。第 5 因子は「インストラクターは楽しさを犠牲にしても安全第一であるべきだ」「インストラクターは冒険心をそそるメニューよりも安全を優先すべきだ」など 2 項目で構成されており「安全性因子」と命名した。

表 1. マリンスポーツインストラクターの特性と行動に関する因子分析結果

項目	雰囲気因子	技術因子	外見因子	指導力因子	安全因子	h ²
Q7 インストラクターは楽しい雰囲気づくりをするべきだ	.82	-.12	.02	-.03	.01	.66
Q5 インストラクターは話し上手な人がいい	.71	.02	.17	.12	-.06	.64
Q2 インストラクターは笑顔でいてほしい	.70	-.09	.04	.01	-.04	.49
Q17 インストラクターには、いろんな気配りや心配りが必要だ	.56	.07	-.02	.09	.13	.41
Q12 インストラクターから技術以外の楽しい話もしてほしい	.49	.02	.00	.02	-.04	.24
Q1 インストラクターは高い専門知識が必要だ	.09	.81	-.00	-.04	-.06	.58
Q6 インストラクターには高度な技術が必要だ	.02	.74	-.11	.05	-.12	.55
Q11 インストラクターは日々技術の向上をめざすべきだ	-.00	.47	.10	-.12	.06	.31
Q8 インストラクターはライフジャケットを拒否する人にも強引に着用させるべきだ	-.12	.43	-.09	.03	.10	.23
Q4 インストラクターはカッコいい人がいい	-.01	.16	.91	-.08	-.06	.80
Q19 インストラクターは外見がステキな人がいい	.09	-.03	.81	.03	.00	.73
Q9 インストラクターは服装やファッションセンスがある人がいい	.11	-.06	.55	-.09	.08	.34
Q20 インストラクターは知識豊富で知的な話し方をする人がいい	.30	-.01	-.16	.66	-.08	.45
Q15 インストラクターには理論的な指導力がなにより大切だ	-.13	.04	.00	.61	.19	.50
Q16 インストラクターは研究会などに参加し、知識の共有や研鑽が必要だ	.06	.34	-.00	.53	.02	.57
Q13 インストラクターは楽しさを犠牲にしても安全第一であるべきだ	.01	.04	.02	-.04	.77	.61
Q18 インストラクターは冒険心をそそるメニューよりも安全を優先すべきだ	-.02	-.05	-.01	.09	.73	.56
因子寄与	3.01	2.65	2.36	1.92	1.82	

つぎに、男女ごとに各因子項目得点平均値に関して、一要因分散分析と多重比較を行って検討した(表 2)。

表 2. 各因子得点の平均値と標準偏差および分散分析結果

	男(<i>n</i> =77)	女(<i>n</i> =70)
雰囲気因子 (A)	4.26(0.60)	4.28(0.54)
技術因子 (B)	4.32(0.57)	4.16(0.60)
外見因子 (C)	2.97(1.03)	2.99(0.90)
指導力因子 (D)	3.57(0.70)	3.23(0.78)
安全性因子 (E)	3.72(0.98)	3.74(0.94)
多重比較	(A)(B)>(C)(D)(E), <i>p</i> <.05 (A)・(B), <i>n.s.</i> (D)・(E), <i>n.s.</i>	(A)(B)>(C)(D)(E), <i>p</i> <.05 (A)・(B), <i>n.s.</i> (C)・(D), <i>n.s.</i>

男女ともに、雰囲気因子得点と技術因子得点が高く、外見因子得点・指導力因子得点・安全性因子得点よりも有意(*p*<.05)に高い結果が得られた。

つぎに、マリンスポーツの経験回数と各因子得点との相関分析を実施した(表 3)。

表 3. 各因子得点と経験の相関分析の結果

因子	雰囲気因子	技術因子	外見因子	指導力因子	安全性因子
男性(<i>n</i> =77)	.15	.18†	.23*	.10	-.06
女性(<i>n</i> =70)	.27**	-.37***	.34***	-.13	-.39***

経験回数と技術因子とで、男性は $r=.18(p<.1)$ 、女性は $r=-.37(p<.01)$ 、という結果が得られた。男性は経験があるほど技術を重視する傾向があり、女性は経験があるほど技術を重視しないと推察された。また、経験回数と外見因子では、男女とも経験と高い相関を得た(男性: $r=.23(p<.05)$ 、女性: $r=.34(p<.01)$)。経験があるほど外見を重視することも推測できた。

4. 考察

本研究は体験型マリンスポーツを観光資源に活用している沖縄県のマリンスポーツインストラクターに注目した。

質問紙調査結果から、女性は経験があるほど技術を重視しないという結果が得られた。一般的に男性は論理的で女性は感情的というジェンダーステレオタイプがある。佐藤(2016)は、脳科学の立場から女性のほうが感情の喚起や認識では優位であることが、実証研究においてある程度支持されていると述べている。また、女性のほうが男性よりも過去

のパフォーマンスにポジティブイメージを持つことにより、達成動機や目標指向性の向上よりも方略的な快樂主義を優先しているとも推察された。男性は、より高い目標指向性を設定することと、学んだことを喪失しないための方策として熟達回避目標が女性よりも高く設定されていると考えられた。

つぎに、マリンインストラクターのリーダーシップからも、観光客への満足感に関与することが考えられた。伝統的な男女のリーダーシップからみれば、女性のリーダーシップは人間関係 (interpersonally oriented) を重視し、男性はタスク (task-oriented) を重視することである。Loden(1985)は男性的リーダーシップの方法は競争力 (competitiveness)、階層的権威 (hierarchical authority)、リーダーの権力集中、無感性 (unemotional)、問題解決となることを示唆している。女性は協調性 (cooperativeness)、リーダーと部下の友好的、リーダーのエンパワーメントおよび直感 (intuition)、共感移情 (empathy) と理性の組み合わせが重視していることを示唆している。

技術向上を個人の特定の能力向上と考えるならば、雄性競争力の強化と同様かもしれない。男性役割としては、職業上の成功と達成・肉体的精神的強さと独立心が考えられ、ジェンダーの視点からも問題解決能力は重要であろう。マリンスポーツ経験の回数が増加して達成意欲も増加し、習うことよりも独自に活動をする意欲がますます深まることも考えられる。すなわちインストラクターから「魚をもらう」ではなく、「釣り方を教わるほうがよい」ということに変化していくと推察される。

旅行は、人生を凝縮した時間であるといわれるように、予定どおりにいかないハプニングに遭遇しながらも帰路につくときは一抹の寂しさが残るものであろう。とりわけ、出会った人の影響は大きいだろう。短期間の観光旅行であっても出会った人の印象でその土地の印象が左右され、本研究で注目したインストラクターとの出会いが、訪問した地域そのものの印象となることも推察できた。印象を支配する要因としてホスピタリティがあげられた。サービスとホスピタリティの違いは、サービスは等価値でありホスピタリティは付加価値であることや、対等関係や相互主義を尊重することの重要さがうかがえた。徳江(2013)の指摘する、関係性にこそ重点が置かれるべきであり、可能であれば新しい価値を生じさせることができるかがホスピタリティの本質であることも示唆された。

今後の課題として、現在実施している沖縄県のマリンスポーツインストラクターへの聞き取り調査を継続し、マリンスポーツインストラクターの視点からの見解を加えた検討を実施する。

5. 引用文献・参考文献

- 服部勝人(1994).新概念としてのホスピタリティ・マネジメント 学術選書.
- 服部勝人(2004).ホスピタリティ・マネジメント入門 丸善.
- 服部勝人(2008).ホスピタリティ学のすすめ 丸善.
- 芳賀繁(1999).不安全行動のメカニズム.(38), 29-34, 一般社団法人電子情報通信学会
- Hochschild,A.(1983).The Managed Heart.Commercialization of Human Feeling.University of California Press.
- 石川准・室伏亜希(訳)(2000).管理される心,感情が商品になる時 世界思想社.
- 岸田(2017).ホスピタリティ特性と認知度-大学生を被験者として- 甲南女子大学研究紀要, 第 53 号.
- 小林隆(2016).おもてなしサービスのプロセスデザインにおける課題 情報科学研究所所報 No87.
- 楠見孝(1994).不確実事象の認知と決定における個人差 心理学評論, 37 (3).
- Loden,M.(1985)Feminine leadership or how to succeed in business without being one of the boys. New York : Times Books
- Maslow,A.H.著,小口忠彦訳(1987).人間性の心理学—モチベーションとパーソナリティ 産能大出版部.
- Moore,J.W.(1970).松田岩男監訳.The Psychology of Athletic Coaching 大修館書店.
- 澤田玲子・佐藤弥(2016).男脳 vs 女脳?:感情処理における行動と脳の性差.心理学ワールド (75),9-12, 日本心理学会.
- 沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課資料, <http://www.pref.okinawa.jp/site/bunka-sports/kankoseisaku/index.html>
- 杉谷正次(2012).沖縄観光におけるスポーツ・ツーリズムの現状と課題 東邦学誌,41.
- 徳江順一郎・ソーシャル・ホスピタリティ研究グループ(2013).ソーシャル・ホスピタリティ 産業能率大学出版部.
- 脇本忍(2014).沖縄離島イメージについての心理学的研究-島尻郡渡名喜島の視点から- 兵庫大学論集,19.