

論文

韓国における国外ゴルフツアーの選択属性の構造的関係 －知覚的価値および満足度との関係を中心として－

楊 光 洙*
金 英 圭†

<要 旨>

本研究では、韓国における国外ゴルフツアー利用客の選択属性を外的要因としてゴルフコースと付帯施設、内的要因としてサービスと斬新性 (Novelty Seeking) に分けて知覚的価値や満足度にどのような影響を与えるかについてアンケート調査を基に分析した。調査分析の結果、回答者のほとんどはレベルの高いゴルフ競技ではなく、手頃な価格でなるべく多くのラウンドを回り、ゴルフの楽しさを最大化することが主な目的であることが分かった。一方、国外ゴルフツアーのゴルフコース、付帯施設、サービス、斬新性などの変数間の構造的関係について、斬新性を除いた3つの要因は利用客の期待値にはるかに及ばないことが明らかになった。付帯施設要因と斬新性要因が満足度に対して有意な影響を与えることについては、新たな自然景観と国内に異なる環境への好奇心などから起因するものと把握された。知覚的価値と満足度との間の有意な影響関係は、新たな環境に接しながら体験する国外ゴルフツアーのために、日常的なストレスから解放され、仲間たちとの楽しい時間の過ごし方が肯定的に作用した結果であることが分かった。

* キーワード：国外ゴルフツアー、選択属性、知覚的価値、満足度

* 長崎県立大学実践経済学科教授, yangks@sun.ac.jp

† 啓明大学(韓国)観光経営学科教授, 交信著者, ykkim@kmu.ac.kr

I. はじめに

最近、韓国におけるゴルフはレジャーとして楽しむこともできるアウトドアスポーツとして急速に普及し、一つの観光産業となりつつある（ソ・チョンボム、2001）。また、ゴルフは身体を鍛えるためのスポーツとして、年齢、性別、職業に関係なく、関心が高まっている（イ・ジョンフン、2010）。しかし、韓国においては増加するゴルフ人口に比べてゴルフ場は、絶対的に不足している状況である。韓国は四季によってゴルフ場利用上の時期に制限があり、特に盛んなシーズンと週末のゴルフ場予約の困難は、需要に比べて供給があまりにも不足している状況をあらわしている（キム・ヒョン、2015）。利用可能なゴルフ場を探す時間的・経済的な負担のために、ゴルフの欲求を十分に満足させないのが実情である。これらの不満要因を解消するために、国外のゴルフツアー利用客は年々増加している傾向にある（チョ・テス、2013）。国外ゴルフツアー利用客の増加により、外貨支出が増えていくことも深刻な問題ではあるが、増加した余暇の時間と個人の生活の質が何よりも重要になった現在、ゴルフ競技を目的として国外に出る利用客（観光客）の増加はこれからも続くと予想される（イ・ジョンハク他、2011）。

本研究の目的は、韓国における国外ゴルフツアーに参加した経験のある人を対象に、国外ゴルフツアーの選択属性（外的要因としてゴルフコースと付帯施設、内的要因としてサービスと斬新性）が利用客の知覚的価値と満足度に与える影響や変数間の構造的関係を究明することである。まず、第2節では、ゴルフツアーの選択属性と基本的な概念などの研究の理論的背景に関する先行研究の検討を基に、本研究での概念定義を明確にする。第3節では、本研究の分析モデル、仮説の設定、データ収集および分析手法、調査方法などの分析方法の全般について述べる。第4節では、変数の探索的因子分析と信頼性分析を基に仮説を検証する。最後に、分析結果の意味と今後の課題について論じることとする。

II. 研究の理論的背景

1. ゴルフツアーの選択属性

韓国におけるゴルフツアーはスポーツ観光の一形態として、非常に魅力的な促進剤の役割をしている。ゴルフツアーの選択属性は、利用客の意思決定に大きな影響を与える要因として利用客のニーズ及び必要に応じて選択プロセスに重大な影響を与えている（ノ・ドンヨン、ハン・コンサン、2011）。ゴルフツアーの利用客は、

様々な選択のプロパティを比較評価して選択する過程を経ることになる（ハン・ユンサン、キム・ヨンヒョン、2014）。ゴルフ場の物質的な属性に関する研究においては、キム・ヒョン（2015）、イ・ジョンハク他（2011）、イ・ジョンフン（2010）、チェチュ・ウォン（2012）など多数の研究が行われている。本研究では、ゴルフツアーの選択属性について、イ・ジュヒョン、イ・ジェソプ、イ・ジェゴン（2006）の研究を基に内的属性と外的属性に分けて研究を進める。ゴルフツアーの選択属性の内容は、〈表1〉のとおりである。

〈表1〉ゴルフツアーの選択属性

選択属性		内 容
	利便性	移動の利便性、予約の利便性、快適な場所
	付帯施設	ゴルフ場施設のクラブハウス、サウナ、休憩室、食堂、陰家、練習グリーンなどのアメニティ
内的属性	ゴルフコース	正規の18ホールのゴルフコース、フェアウェイ、グリーン難易度、コースの難易度、フェアウェイの状態、グリーンの状態、障害、造園など
	観光地	ゴルフ場周辺の自然景観、食品、宿泊先、文化的体験
	経済性	費用、時間、労力などの観光情報のグリーンフィー、キャディーフィー、宿泊、飲食などの価格の価値に対する満足度
	娯楽性	ゴルフ仲間との共感された同伴スポーツ、娯楽、レクリエーション
外的属性	利便性	移動の利便性、予約の利便性、快適な場所
	付帯施設	ゴルフ場施設のクラブハウス、サウナ、休憩室、食堂、陰家、練習グリーンなどのアメニティ
	ゴルフコース	正規の18ホールのゴルフコース、フェアウェイ、グリーン難易度、コースの難易度、フェアウェイの状態、グリーンの状態、障害、造園など
	観光地	ゴルフ場周辺の自然景観、食品、宿泊先、文化的体験
	経済性	費用、時間、労力などの観光情報のグリーンフィー、キャディーフィー、宿泊、飲食などの価格の価値に対する満足度

2. 知覚的価値

人間行動の意思決定において概念として分類される価値（イ・ジンホ、2012）は、いくつかの行為や物事の相対的な重要性と信念を表す尺度として相対的な比較によって示され、広範囲かつ多角的な性質を持っている（イ・ミヘ、2009年）。また、

価値は、企業における顧客の後援や奨励のための動機を誘発させることで、顧客の満足度を決定する重要な要素として見ている（イム・ソンテク、2014）。ユン・ソルミンとイ・チュンギ（2012）は、観光サービスのために支払った金銭的または非金銭的対価に対比される相対的な便益の違いを知覚的価値として定義し、知覚的価値は観光地を選択する際に重要であり、観光行動を判断する基準になると主張した。ユン・ヒョンファイとイ・ジンホ（2013）は、農村観光村の知覚的価値に関する研究で、知覚的価値とは農村観光村を訪問しようとする価値と、そこで消費した時間と費用から得られた便益であると定義づけた。

3. 満足度

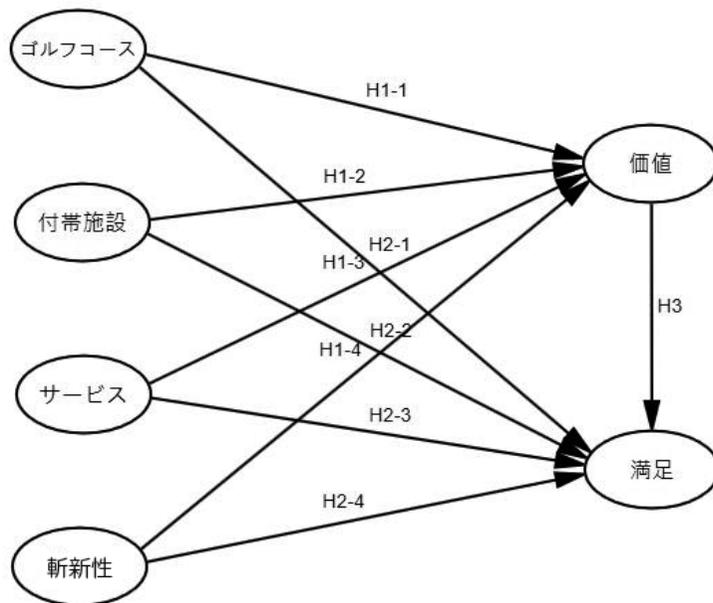
満足度という概念は、学者たちによって多様に規定されているが、ほとんどの場合は正の自己尊重の程度、適切な生活能力、生活の質、福祉、幸福などの概念と関連して使われている（イ・フィジョン、2004）。Havighurst（1968）は、満足度とは、個人が自分の現在の地位と活動に対する満足感であると定義づけている。Medley（1976）も満足度とは、個人の期待とその対応によって決まるもので、個人の期待は他の人との相互作用を介して形成され、他の人との比較によって自分自身を評価する根拠となり、これは連続的なプロセスの結果として個人によって違いが出るとした。

人々は、自分自身が設定した基準によって、自分の人生を全体的にどの程度満足してかどうかに応じて、満足度を決定する。個人の生活の質は満足、幸せ、肯定的な感情、士気などの概念が内包された主観的な良好な状態（well-being）で、良好な状態は全体的な評価や情緒を含む精神的変数で構成されている総体的な属性を持っている（Burckhardt、1985）。ここで説明したように、満足度は、現在の状況でどのように満足しながら生活するかという安心感および幸せを感じる程度、現在と未来に対する達成感と期待感などの総合的な心理、感情、認知的な安定と満足の状態であると言える（バク・ヨンスク、2005）。

Ⅲ. 分析方法

1. 分析モデル

本研究では、国外ゴルフツアーの選択属性（ゴルフコース、付帯施設、サービス、斬新性）が知覚的価値（価値）と満足度（満足）に与える影響を分析するために、次のような分析モデルを設定した（図1参照）。



<図1> 分析モデル

2. 仮説の設定

本研究では、国外ゴルフツアーの意思決定に影響を与える選択属性を、ゴルフコース、付帯施設、サービス、斬新性などの4つの要因に区分して、ゴルフコースと付帯施設については、内的属性と外的属性に細分して分析するとする。ここで知覚的価値（価値）は、国外のゴルフツアーに参加するために投入された費用、労力、時間などに応じて提供された観光サービスの品質と定義する。満足度（満足）は、国外のゴルフツアーを終了した後、自分が感じる幸福感と定義する。また、知覚的価値と満足度との関係は、価値が大きいほど満足度も大きくなると仮定する。本研究では、この選択属性に関する4つの要因と、価値及び満足との間の構造的関係を分析するために、次のような仮説を設定する。

仮説1（H1）：海外ゴルフツアーの選択属性は、知覚的価値に正（+）の影響を与える。

H 1-1 ゴルフコースは、知覚的価値に正（+）の影響を与える。

H 1-2 付帯施設は、知覚的価値に正（+）の影響を与える。

H 1-3 サービスは、知覚的価値に正（+）の影響を与える。

H 1-4 斬新性は、知覚的価値に正（+）の影響を与える。

仮説2（H2）：海外ゴルフツアーの選択属性とは、人生の満足度に正（+）の影響を与える。

H 2-1 ゴルフコースは、人生の満足度に正（+）の影響を与える。

H 2-2 付帯施設は、満足度に正（+）の影響を与える。

H 2-3 サービスは、満足度に正（+）の影響を与える。

H 2-4 斬新性は、満足度に正（+）の影響を与える。

仮説3（H3）：知覚的価値は、満足度に正（+）の影響を与える。

3. アンケートの構成

アンケートは国外ゴルフツアーの選択属性（ゴルフコース、付帯施設、サービス、斬新性）の4つの要因について16の質問で構成し、知覚的価値は単一の要因として6つの質問、人生の満足度は単一の要因として4つの質問で構成した。標本の一般的な特性については、利用客数、旅行代理店の訪問経路、利用回数などの7つの質問で構成した。

4. データの収集と分析手法

分析に必要なデータの収集は、国外ゴルフツアーの経験のある利用客として、韓国のソウルと京畿地域に所在するゴルフ練習場の会員を対象に母集団を構成した。予備調査は、2016年9月1日から9月7日までの7日間とし、京畿地域のゴルフ練習場2カ所において合計40部のアンケート調査を実施した。この予備調査を受けてアンケートの質問事項を修正・補完した。

本調査は、ソウルと京畿地域のゴルフ練習場10カ所（各25部、合計250部）を選定し、2016年10月1日から10月15日までの15日間実施した。調査方法（Self-Administered Questionnaire Survey Method）は、自己記入式で、配布した250部のうち230部が回収され、その中から応答が不誠実または欠如しているアンケートの20部を除いた210部を分析対象のデータとして採用した。データの分析手法では、SPSS AMOS 20.0を利用し、頻度分析、探索的因子分析、信頼性分析など変数間の影響関係を検証した。

IV. 分析結果

1. 回答者の一般的特性

回答者の一般的特徴は次のとおりである。性別分布は、男性と女性がそれぞれ50人（23.8%）、160人（76.2%）で、女性が高い割合を占めており、年齢は、40代が20人（9.5%）、50代が190人（90.5%）であった。ゴルフのレベルは80-88打以下が90人（42.9%）で最も多く、90-99打が70人（33.3%）、100打以上が40人（19.0%）、79打以下が10人（4.8%）であった。ゴルフのキャリアは10年以上が90人（42.9%）で最も高く、3～5年が50人（23.8%）、6～9年が40人（19.0%）、2年以下が30人（14.3%）であった。

国外ゴルフツアー利用回数については、年1回程度が120人（57.1%）、年2回程度が70人（33.3%）、年3回程度が20人（9.5%）であった。国外ゴルフツアーの仲間に関する質問については、グループおよびビジネス関係者が130人（61.9%）で最も多く、友人が60人（28.6%）、夫婦（家族）が10人（4.8%）であった。

2. 変数の探索的因子分析と信頼性分析

測定項目の信頼性と妥当度の調査のために、ゴルフツアーの選択属性の4つの要因（ゴルフコース、付帯施設、サービス、斬新性）、価値（知覚的価値）、満足（満足度）に対する探索的因子分析と信頼性分析の結果は、次のとおりである。固有値と要因積載値の一般的な選択基準は、固有値（eigenvalue）は、1.0以上、要因積載値は、0.6以上を目安にした（Nunnally, 1978）。

＜表2＞からわかるように、固有値が1よりも大きな要因は、ゴルフツアーの選択属性の4つの要因、知覚的価値の1つの要因、満足度1つの要因など合計6つの要因である。各変数の累積された説明力（総分散抽出指数）は、ゴルフツアーの選択属性が73.09%、価値が68.94%、満足が88.81%など総分散の60%以上で適してい

＜表2＞変数の探索的因子分析と信頼性分析の結果

要 因		固有値	説明力	Cronbach's α
外的要因	ゴルフコース	5.32	39.51	.899
	付 帯 施 設	3.34	20.39	.968
内的要因	サ ー ビ ス	2.27	8.53	.894
	斬 新 性	1.38	4.66	.891
知覚的価値		3.92	68.94	.948
満 足 度		3.21	88.81	.964

ると言える。

3. 仮説の検証

(1) 仮説1の検証

ゴルフツアーの選択属性（4つの要因：ゴルフコース、付帯施設、サービス、斬新性）と知覚的価値との関係を分析した結果は次のとおりである。まず、仮説 H 1-1「ゴルフコースは、知覚的価値に正 (+) の影響を与えるだろう」という研究仮説を検証した結果、経路係数値は-.03、t 値は-.395として $p=.01$ レベルで有意な影響を与えないと計測され、仮説 H 1-1は棄却された。

仮説 H 1-2「付帯施設は、知覚的価値に正 (+) の影響を与えるだろう」という研究仮説を検証した結果、経路係数値は-.28、t 値は-1.405として $p=.01$ レベルで有意な影響を与えないと計測され、仮説 H 1-2は棄却された。

仮説 H 1-3「サービスは知覚的価値に正 (+) の影響を与えるだろう」という研究仮説を検証した結果、経路係数値は-.161、t 値は-1.766として $p=.01$ レベルで有意な影響を与えないと計測され、仮説 H 1-3は棄却された。

仮説 H 1-4「斬新性は、知覚的価値に正 (+) の影響を与えるだろう」という研究仮説を検証した結果、経路係数値は.338、t 値は3.115で有意な影響を与えると計測され、仮説 H 1-4は採択された。

(2) 仮説2の検証

ゴルフツアーの選択属性（4つの要因：ゴルフコース、付帯施設、サービス、斬新性）と満足度との関係を分析した結果は次のとおりである。まず、仮説 H 2-1「ゴルフコースは、人生の満足度に正 (+) の影響を与えるだろう」という研究仮説 H 2-1を検証した結果、経路係数値は-.119、t 値は-1.535として $p=.01$ レベルで有意な影響を与えないと計測され、仮説 H 2-1は棄却された。

仮説 H 2-2「付帯施設は、満足度に正 (+) の影響を与えるだろう」という研究仮説を検証した結果、経路係数値は.907、t 値は2.726として $p=.01$ レベルで有意な影響を与えると計測され、仮説 H 2-2は採択された。

仮説 H 2-3「サービスは、満足度に正 (+) の影響を与えるだろう」という研究仮説を検証した結果、経路係数値は-.008、t 値は-.093として $p=.01$ レベルで有意な影響を与えないと計測され、仮説 H 2-3は棄却された。

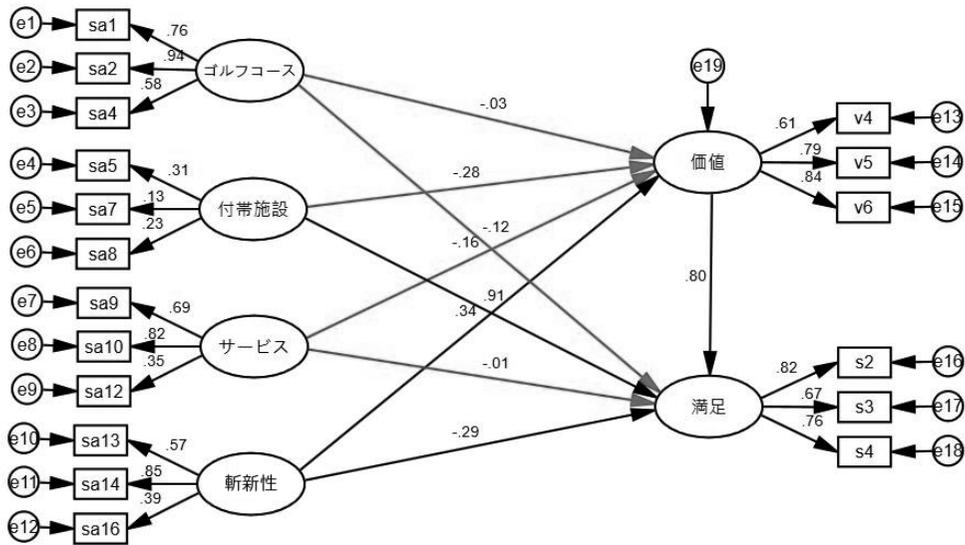
仮説 H 2-4「斬新性は、満足度に正 (+) の影響を与えるだろう」という研究仮説を検証した結果、経路係数値は-.292、t 値は-2.409として $p=.01$ レベルで有意な影

響を与えるると計測され、仮説 H 2-4は採択された。

(3) 仮説3の検証

ゴルフツアーの知覚的価値と満足度との関係を分析した結果は次の通り。仮説 H 3「知覚的価値は、満足度に正 (+) の影響を与えるだろう」という研究仮説を検証した結果、経路係数値は.798、t 値は3.745として p=.01レベルで有意な影響を与えるると計測され、仮説 H 3は採択された。

研究仮説の検証結果を総合的にあらわすと、次の<図2>のとおりである。



<図2>分析モデルの仮説検証の結果

V. おわりに

本研究では、国外のゴルフツアーに参加した経験のある人を対象に、利用客の選択属性を外的要因であるゴルフコースと付帯施設、内的要因であるサービスと斬新性に分けて知覚的価値と満足度にどのような影響を与えるかについて、アンケート調査を基に分析した。この調査に参加した人の統計的な特性をみると、ゴルフというスポーツに最も没頭することができるゴルフ水準である80打から99打程度が回答者の77%を占めた。これは、洗練された高い水準のゴルフ競技ではなく、なるべく何度もラウンディングを行い、ゴルフの楽しさを最大化することが主な目的であると把握された。すなわち、手頃な価格で多くラウンディングすることができる国外

ゴルフツアーは、非常に魅力的であると推論される。

一般的に、国外ゴルフツアーは、価格競争力を優先するという一般的な傾向から見た場合、本研究の調査に参加した回答者の結果もほぼ同じ選択属性を見せたと言える。すなわち、国外ゴルフツアーの外的要因であるゴルフコースと付帯施設、内的要因であるサービスと斬新性において、斬新性を除いた3つの要因は、利用客の期待値がはるかに及ばないと計測された。これはコース管理、コースレイアウト、全体的な運用システムなどに対して、他の国に比べて優れたクラブハウスを運営する国内のゴルフコースに慣れているゴルファーにとっては、国外のゴルフコースの付帯施設に対して非常に失望的であったということが言える。

研究の仮説 H 1-4である斬新性要因が唯一採択された結果は、チュ・ウォン(2012年)の研究結果と反することで、国外ゴルフツアーの仲間の構成比率の差に応じて結果が異なると推測される。すなわち、国外ゴルフツアーに参加した経験の少ない回答者の構成割合によりも国外ゴルフツアーの逸脱性に対する期待感が高かったためであると推論される。研究仮説 2の付帯施設要因と斬新性要因が満足度との関係で有意な影響を与えるという結果については、新たな自然景観と国内と他の環境への好奇心などから起因したと見られる。

また、達成感の場合、国内ゴルフ場で許可されていない無制限ラウンドのような様々な練習による実力向上が満足に肯定的な影響を与えたと見られる。研究仮説3の知覚的価値と満足度との間の有意な影響関係については、新たな環境に接しながら経験する国外ゴルフツアーのことで日常生活からのストレスが解消され、仲間たちとの楽しい時間を過ごしたことが肯定的に作用した結果であると推論される。今後の研究課題としては、ゴルフツアーのプログラム、価格、国、日程などのゴルフツアー・パッケージのコンテンツとゴルフツアー利用客との関係に関する研究があげられる。

参 考 文 献

- イ・ジュヒョン、イ・ジェソプ、イ・ジェゴン（2006）『観光とスポーツ』大王社。
- イ・ジョンハク、イ・ジヘ・シン・ジュンハン、パク・ヨンミン（2011）「国外ゴルフツアーの選択属性とサービス品質が国外ゴルフ満足度及び再観光意図に及ぼす影響」『韓国社会体育学会誌』第45巻第1号、韓国体育学会、pp.341-352。
- イ・ジョンフン（2010）「国内ゴルフツアー利用客の動機と目的地の選択属性に関する研究」修士論文、世宗大学大学院。
- イ・ミヘ（2009）「ファミリーレストランイベントに対する顧客価値、顧客満足、関係継続の間の影響研究」『観光研究ジャーナル』第24巻第2号、観光経営学会、pp.21-44。
- イ・フィジョン（2004）「大人の女性の余暇教育参加が満足度に及ぼす影響」修士論文、韓南大

学大学院。

- イム・ソンテク (2014) 「観光ストーリーテリング特性が顧客の知覚的価値を介して観光地ブランド価値に及ぼす影響に関する研究：観光地のストーリーテリングを中心として」『観光研究ジャーナル』第28巻第2号、観光経営学会、pp.139-150。
- キム・ヒヨン (2015) 「ゴルフツアーの満足研究：観光動機の調整効果を中心として」修士論文、慶熙大学大学院。
- ソ・チョンボム (2001) 『レジャー白書』韓国レジャー産業研究所。
- チョ・テス (2013) 「国外ゴルフの参加動機が選択満足及び参加行動に及ぼす影響」『韓国社会体育学会誌』第52巻第1号、韓国体育学会、pp.47-61。
- チェ・ジウウォン (2012) 「国外旅行の物理的・心理的選択属性と満足及び購入後の行動意図の間の構造的関係研究：国外ゴルフツアー利用客を中心として」博士論文、啓明大学大学院。
- ノ・ドンヨン、ハン・コンサン (2011) 「ゴルフ練習場ブランド資産が顧客満足及び顧客忠誠度に与える影響」『韓国体育学会誌』第20巻第1号、韓国体育学会、pp.491-502。
- ハン・ユンサン、キム・ヨンヒョン (2014) 「ゴルフ場の選択属性が顧客満足度と顧客忠誠度に与える影響」『応用統計研究』第27巻第2号、韓国統計学会、pp.197-209。
- ユン・ソルミン、イ・チュンギ (2012) 「清溪川のイメージ、知覚的価値、満足度と行動意図の間の構造関係分析」『観光研究ジャーナル』第26巻第1号、観光経営学会、pp.41-57。
- ユン・ヒョンフィ・イ・ジンホ (2013) 「農村観光村の知覚的価値が場所愛着と親環境行動意図に及ぼす影響」『農漁村観光研究』第20巻第1号、韓国農漁村観光協会、pp.53-71。
- Burckhardt, C. S.(1985), "The Impact of Arthritis on Quality of Life", *Nursing Research*, Vol. 34, No.1, pp. 11-16.
- Havighurst, R. J.(1968), "A Social-psychological Perspective on Aging", *The Gerontologist*, Vol. 8, No. 1, Part 2, pp. 20-23.
- Medley, M. L.(1976), "Satisfaction with Life among Persons Sixty-five Years and Older: A Causal Model", *Journal of Gerontology*, Vol. 31, No. 4, pp. 448-455.