

## 自然体験施設における顧客満足からみた新規顧客の利用増進および地域課題解決への波及

Effects of Customer Satisfaction on Nature-experience-type facility, Promotion to Attract New Customers and Regional Problem-solving by Users

小松 亜紀子\* 市村 恒士\*\* 金岡 省吾\*\*\*

Akiko KOMATSU Koji ICHIMURA Shogo KANAOKA

**Abstract:** The purposes of this study were to test, using a quantitative model, the hypotheses that customer satisfaction of a nature-experience-type facility has effects on the facility, and to examine a new style of facility management. We conducted a questionnaire survey of users of the Nature Center “Forest Kozan” in Noboribetsu City in 2014, and constructed a model of user evaluation by covariance structure analysis. The model developed showed two effects of customer satisfaction on the nature-experience-type facility: increase in the level of intention of new customers to use the facility through word-of-mouth communication of users and increase in the level of motivation of users to solve regional problems.

**Keywords:** use promotion, regional problem-solving, regional revitalization, facility management

キーワード：利用増進，地域課題解決，地域再生，施設マネジメント

### 1. 背景および目的

近年，都市公園等において，利用者，管理者，施設等の各要素を効果的に利活用し，PDCAを繰り返しながら継続的に提供サービスを改善するパークマネジメントが重要視<sup>1)</sup>されているが，従来から，造園分野に関わる公共施設の「施設マネジメント」においては，企業経営においても実施されるマーケティングの基礎理論である消費者行動研究に基づく，利用者評価や，経営行動の目標管理の基本的な指標である「顧客満足度」に着目した施設マネジメントに関わる研究も進んできた<sup>2)~11)</sup>。

造園分野における顧客満足研究を概観すると，1970年代後半から関連研究がみられるが<sup>12)</sup>，3つの主要なテーマに整理することができる。1つ目は，主に国立公園を対象として，自然環境への影響と利用体験の質の両立に焦点を当てた「利用と質」に関する研究である<sup>12)13)</sup>。2つ目が，新公共経営の考え方に基づく「顧客満足度を導入した公園経営によるサービス水準の適正化」，すなわち「経営コスト」に関する研究である<sup>14)</sup>。3つ目が，近年みられるようになってきた，都市公園などを活用しながら「地域課題解決」を図ろうとする，「ソーシャル・マーケティング」に関する研究である<sup>10)</sup>。

他方で，造園分野が参考にすべきマーケティング分野での「顧客満足度」に関わる研究が進展しており，特に顧客満足度指数「JCSI (Japan Customer Satisfaction Index)」における「顧客満足モデル」への対応が必要である。小野<sup>15)</sup>によると，このJCSIを用いた「顧客満足モデル」は，先行要因（：顧客期待，知覚品質及び知覚価値等の原因）が顧客満足にどのように影響を与えるかについて（以下，「原因系」とする。）と，顧客満足が，ロイヤルティ（：再利用・再来訪等），クチコミ等の「結果要因」へどのように影響を与えるかについて（以下，「結果系」とする。）を説明することが特徴であり（表-1<sup>16)</sup>，これにより，提供サービスの改善に向けたオペレーションやマーケティングへの戦略的示唆

を導くことが可能である。すなわち，「原因系」から「結果系」に至る顧客満足モデルを設定し，その一連の因果連鎖を解明し，それに基づき企業経営，提供サービスの改善等を行うことを重要視している。

ここで，造園分野に関わる施設マネジメントにおける「結果要因」にあたる「施設管理運営目標」について考えてみると，前述した，国立公園を対象とした「利用と質」に関する研究では，自然環境への影響と利用体験の質を両立させることを目標設定としている。また，新公共経営の考え方に基づく「経営コスト」に関する研究では，ロイヤルティや，クチコミ等の「利用増進」に関わる目標設定が考えられる（表-1の推奨意向，ロイヤルティ）。さらに，近年のパークマネジメントで議論されている「新しい公園像・施設像」を創出するような創造的な目標設定<sup>17)</sup>も考えられる。近年，施設マネジメントによる「地域づくり担い手人材育成<sup>10)18)</sup>」や「ソーシャルキャピタルの蓄積<sup>19)20)</sup>」等への寄与が示唆されている。平成27年に閣議決定された新たな「国土形成計画<sup>21)</sup>」においては，人口減少時代の地域再生に向け「共助社会づくり」「小さな拠点形成」を掲げる中，地方自治体が支援しつつ地域住民等が自らの手で，ボランティア活動，さらには事業化可能なものは収益性のある事業・活動（ソーシャル（コミュニティ）ビジネス）として地域課題解決を図るため，そのための担い手育成

表-1 JCSIの6つの指標

| 指標の区分              | 指標の内容  |
|--------------------|--|
| 原因系<br>(満足/不満足の原因) | ・顧客期待: サービスを利用する際に、利用者が事前に持っている企業・ブランドの印象や期待・予想<br>・知覚品質: 実際にサービスを利用した際に感じる、品質への評価<br>・知覚価値: 受けたサービスの品質と価格とを対比して、利用者が感じる納得感、コストパフォーマンス |
| 顧客満足               | 利用して感じた満足の度合い  |
| 結果系<br>(満足/不満足の結果) | ・推奨意向: 利用したサービスの内容について、肯定的に人に伝えるかどうか<br>・ロイヤルティ: 今後もそのサービスを使い続けたいか、もっと頻繁に使いたいかなどの再利用意向   |

\*大阪経済大学人間科学部 \*\*室蘭工業大学大学院工学研究科 \*\*\*富山大学地域連携推進機構地域連携戦略室

とともに、地域の愛着醸成を図り弱体化した地域コミュニティの再生を行うことの重要性を指摘している。このように今後の地域再生においては、上述したような「地域づくりの担い手育成」「ソーシャルキャピタルの蓄積」が特に重要と考えられ、JCSI が対象としている一般のサービス企業とは異なる公的なパークマネジメント独自の課題として、これらのような「地域課題解決」の担い手育成に関わる目標設定も重要といえ、これらについては、前述した「ソーシャル・マーケティング」に関する研究での議論に該当する。

上記を踏まえ、造園分野における消費者行動の観点からの顧客満足、すなわち、利用者評価に関する既往研究について、「原因系」及び「結果系」からみた顧客満足モデルの設定、「結果要因」の設定、及び「解析手法」の観点から改めて整理する。

まず、顧客満足モデルの設定の観点からみると、主に「原因系」、すなわち、「満足度」の維持・向上に着目した研究は多くみられるが、近年では、「原因系」に注目しつつ時間経過による「利用者層の変化」や利用者の成熟による「利用者評価構造の経時変化」を明らかにした研究<sup>29)</sup>等がみられる。他方で、主に「結果系」に着目した研究としては、国立公園を対象に、前述した「利用と質」に関わる研究に加え、「経営コスト」に関わるロイヤリティ等に関する研究もみられる<sup>11)</sup>。

また、これらの研究の解析手法をみると、近年では、「原因系」に着目しつつ「利用者評価構造」について分析した小松ら<sup>2)</sup>の研究、主に「結果系」に着目した五木田ら<sup>11)</sup>の研究等においては、「共分散構造分析」を用いて因果連鎖の解明等を図ろうとしているが、これらは、原因系から結果系の「一連」の因果連鎖を解明するには至っていないと考えられる。

一方で、「原因系」及び「結果系」の一連の顧客満足モデルを意識した研究<sup>3) 4) 6) 7) 8) 9)</sup>もみられるが、これらの多くの研究では、因子分析や相関分析等を用いており、必ずしも一連の因果連鎖を一体的に解明できていない。また、これらの研究における「結果要因」、すなわち「施設管理運営目標」としては、多くがリピート維持の「利用増進」<sup>3) 4) 6) 7) 8) 9)</sup>等の「経営コスト」に関わる目標設定であり、「地域課題解決」に関わる目標設定については、ボランティアの社会貢献意識の向上に関する研究<sup>10)</sup>等があるが、このような「ソーシャル・マーケティング」に関わる研究は少ない。

このような中、今後、造園分野における「顧客満足度」に着目した施設マネジメントに関わる研究においては、特に、原因系から結果系に至る顧客満足モデルの設定と共分散構造分析を用いた

一連の因果連鎖の解明、「結果要因（：施設管理運営目標）」として主に着目されてきた「利用増進」に加え近年期待される「地域課題解決」の双方に関わる目標設定を考慮した「ソーシャル・マーケティング」に関わる研究の展開が求められていると考える。

そこで本研究では、自然体験施設の利用者を調査対象とした調査データをもとに、「原因系」から利用者の「新規顧客の利用増進（：クチコミ意向）」及び「地域課題解決の意欲向上」を「結果要因」として「結果系」に至る顧客満足<sup>22)</sup>モデルを想定し、共分散構造分析によりその一連の因果連鎖を解明することで利用者の評価構造モデルを構築し、それに基づき利用による「満足度の評価構造」の解明、「満足度」から「利用増進」及び「地域課題解決」の双方への波及の可能性、これらの双方を施設管理目標とした施設マネジメントのあり方について検討することを目的とする。

## 2. 方法

### (1) 調査対象施設の概要

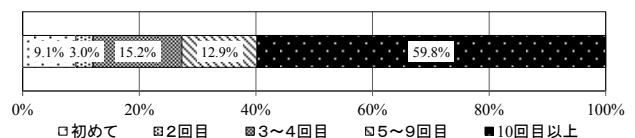
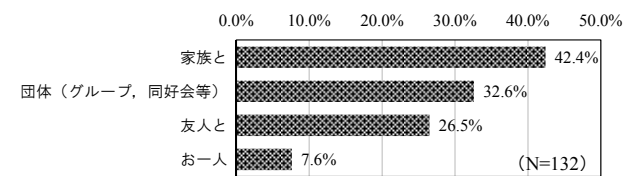
調査対象施設として、「人と自然のふれあいを通じて市民の自然に対する意識の高揚を図るとともに、自然環境学習や野外体験学習等を推進し、子どもたちの豊かな心や生きる力を育むために設置」<sup>23)</sup>された、登別市ネイチャーセンター「ふおれすと鉱山」を選定した。調査対象施設は、北海道登別市鉱山町にあり、JR 室蘭本線の幌別駅から約 15km に位置し、2002 年 4 月に登別市によって、グラウンド、野外炊事場等の屋外施設、調理室、木工室、図書室、宿泊棟等の屋内施設が整備された。2007 年 4 月からは、指定管理者制度により NPO 法人「登別自然活動支援組織モンガくらぶ」（2005 年設立、会員 223 名、常勤職員 6 名、非常勤職員 13 名（2015 年 6 月 12 日現在）<sup>24)</sup>が管理・運営を行っている。

調査対象施設には年間約 2 万 5 千人の利用者が来訪しており、施設及びその周辺の自然を活用した自然体験事業に加え、環境保全に向けた事業（里山づくり等）、利用者参加型の施設整備（ログハウスづくり等）、人材育成事業、地域づくりに関わる事業（子育て支援活動）等の幅広い取り組みを行っている。なお、入館料は無料であるが、利用者は施設・備品の利用料等、活動のために必要な実費を支払う。

地域の造園分野に関わる施設が、直接的に自然を活用した、いわゆる自然体験活動の促進や環境教育等を実施する中、調査対象施設は、鉱山町の産業衰退による人口減少に伴って発生した廃校小学校、いわゆる遊休施設を活用し、自然体験を介在させた「コミュニティ形成」や、体験等による自己実現・スキルアップを基盤とした「ボランティア等の人材育成」、また、有償の子育て支援サービスといった「ソーシャル（コミュニティ）ビジネス」を実施している。このように当該施設は、前述した「共助社会づくり」「小さな拠点形成」に向けた「地域課題解決」に資する希有な施設マネジメント<sup>23)24)</sup>を、スタッフが中心になり育成したボランティアと一体となって実施している自然体験施設であることから、

表-2 調査項目の概要

| 区分               | 設問項目   |
|------------------|--|
| 利用者属性            | <ul style="list-style-type: none"> <li>■フェイスシート項目<br/>性別/年齢/居住地/主な交通手段/来訪グループ/職業/来訪回数/初めての来訪時期/利用頻度</li> <li>■利用の経緯<br/>はじめて知った情報等/はじめて利用したきっかけ</li> <li>■利用時の行動<br/>主に行う行動/主に利用する場所・施設/活動に期待すること</li> </ul>   |
| 「ふおれすと鉱山」に対する満足度 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■個別満足度<br/>周辺の自然環境(山林, 川)/まなびの森・野鳥の森/グラウンド・築山/モンキーパーク・きりロード/ログハウス・ツリーハウス等・ピザ釜小屋/敷地内遊歩道(散策路)/じゃぶじゃぶ池/野外炊事場/休憩・食堂室/ネイチャーホール/展示スペース・木のおもちゃひろば/クラフトルーム(木工室)・図書館/クライミングボード/宿泊棟/スタッフの充実度/スタッフとの連絡・連携/利用者の意見の取り入れシステム/自己実現・スキルアップの場/自然・環境に関する情報提供/イベント・各種プログラムの充実度/対外的な情報提供(広報・PR)/施設内の安全性・バリアフリー/施設内の衛生面/雰囲気や居心地の良さ/開館日・時間/売店機能/アクセス/利用コスト</li> <li>■総合満足度<br/>「ふおれすと鉱山」全体としての総合的な評価</li> </ul> |
| リピート意向           | <ul style="list-style-type: none"> <li>■再訪(リピート)意向<br/>継続意向</li> <li>■クチコミ意向<br/>他者に利用をすすめたいと思う程度</li> </ul>   |
| 地域課題解決意欲の向上      | 地域への愛着の向上/当該施設でのボランティア意欲の向上/身近な地域での社会貢献意欲の向上   |



本研究の目的を達成する上で望ましい調査対象施設と考えられる。

## (2) 観測変数の設定

本研究では、共分散構造分析を行って利用者における評価構造モデルを構築し、それに基づき利用による「満足度」から「利用増進」及び「地域課題解決」の双方への波及の可能性等を定量的に明らかにする。そこで、質問紙調査では、対象施設の利用による「満足度」、施設運営に対する波及に関しては「新規顧客の利用増進」に係る変数としての「クチコミ意向」、「地域課題解決」への波及に係る変数としての「地域課題解決意欲の向上」についてのデータを計測することにした。

調査対象施設の利用による「満足度」の部分では、当該施設の利用と満足に関する既往の分析結果<sup>2)</sup>を参考にし、個別満足度については個別の施設・サービス等の名称(表-2の個別満足度に記載)と、総合満足度については「『ふおれすと鉱山』全体としての総合的な評価」との項目を列記し、それぞれの満足度について5件法の選択肢(「満足」「やや満足」「どちらともいえない」「やや不満」「不満」)を示し、単項選択により、個別満足度および総合満足度を計測することにした。

「クチコミ意向」については、他者に調査対象施設の利用を進めたいと思う程度を5件法の選択肢(「すすめたい」「ややすすめたい」「どちらともいえない」「ややすすめたくない」「すすめない」)を示し、単項選択により計測した。

「地域課題解決意欲の向上」については、調査対象施設の利用を通じて、「当該施設でのボランティア意欲」「地域への愛着」「身近な地域での社会貢献意欲」の向上があったかどうかを、それぞれ5件法の選択肢(「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「ややあてはまらない」「あてはまらない」)を示し、単項選択により計測した。

## (3) 調査の実施概要

質問紙調査は、調査対象施設の利用者を調査対象として2014年1月10日～3月9日に実施した。なお、質問紙調査の調査時期は、当該施設の立地上、冬期の利活用促進が課題となっていること、過年度調査との継続性を考慮し、冬季とした。調査票は、調査対象施設に来訪した利用者へ調査員が施設内で直接質問紙調査への協力を依頼し、その場で回収した。配布数163票、20歳

以上を分析対象としたため有効回答数132票、有効回答率81.0%であった。

(2) であげたモデルでの使用を想定した観測変数を含む、質問紙における調査項目の概要は、表-2に示した。

## 3. 結果及び考察

### (1) 回答者の概要

回答者の概要について、性別は、男性19.7%、女性77.3%で、女性が過半数を占めた。年齢は、20～29才5.3%、30～39才49.2%、40～49才28.8%、50～59才8.3%、60～69才6.8%、70才～1.5%で、30代以下が過半数を占めた。職業は、専業主婦55.3%、有職主婦(パート・アルバイト等)15.2%、会社員7.6%、公務員7.6%が上位で、主婦が多くの割合を占めた。居住地は、室蘭市51.5%、登別市34.8%、その他道内6.1%が上位であった。主な交通手段は、自家用車91.7%が最上位で多数を占めた。来訪グループ(複数回答)は、家族と42.4%、団体(グループ、同好会等)32.6%、友人と26.5%が上位であった(図-1)。これまでの来訪回数、10回目以上59.8%、3～4回目15.2%、5～9回目12.9%、初めて9.1%、2回目3.0%で、複数回の利用者が約9割であった(図-2)。来訪頻度は、1ヶ月間に1～3回程度43.2%、1年間に回数以下25.0%、2～3ヶ月に1回程度21.2%が上位で、1週間に1回程度は2.5%のみであった。利用者が調査対象施設での活動で期待すること(複数回答)は、自然とのふれあい77.3%、知人・友人との交流45.5%、子供等に自然・環境に関する知識を身に付けさせる46.2%、心身のリフレッシュ・休息41.7%が上位であった(図-3)。主な利用場所(複数回答)は、食堂71.2%、近隣の山林56.1%、調理室43.2%、木のおもちゃひろば40.9%が上位であった。主な活動内容(複数回答)は、雪遊び45.5%、自然散策・観察43.9%、川遊び41.7%、プログラム・イベントに参加者として参加37.9%が上位であった(図-4)。

以上をまとめると、回答者すなわち調査対象施設の中心的な利用者像は、子供を連れた30～40代の主婦で、家族あるいはグループの単位で自家用車を使って来訪し、自然とのふれあい・自然教育や知人・友人との交流を目的として、数ヶ月に1回程度の頻度で利用するリピーターであるといえる。

表-3 個別満足度の因子分析(プロマックス回転後)

|                      | 因子1    | 因子2    | 因子3    | 満足度平均値 |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|
| 1 施設周辺の自然環境(山林・川)    | 0.323  | 0.054  | 0.232  | 4.6    |
| 2 まなびの森・野鳥の森         | 0.797  | -0.225 | 0.214  | 3.9    |
| 3 グラウンド・薬山           | 0.701  | -0.027 | 0.081  | 4.1    |
| 4 モンキーパーク・きりロード      | 0.761  | -0.192 | 0.203  | 3.9    |
| 5 ログハウス・ツリハウス等・ゼザ釜小屋 | 0.732  | -0.139 | 0.145  | 4.1    |
| 6 敷地内遊歩道(散策路)        | 0.638  | 0.116  | -0.044 | 4.3    |
| 7 じゃぶじゃぶ池            | 0.807  | -0.080 | -0.035 | 3.9    |
| 8 野外炊事場              | 0.676  | 0.278  | -0.121 | 4.0    |
| 9 休憩・食堂室             | 0.602  | 0.278  | -0.237 | 4.5    |
| 10 ネイチャーホール          | 0.711  | 0.151  | -0.055 | 4.2    |
| 11 展示スペース・木のおもちゃひろば  | 0.632  | 0.205  | -0.180 | 4.3    |
| 12 クラフトルーム(木工室)・図書館  | 0.798  | 0.076  | -0.006 | 3.9    |
| 13 クライミングボード         | 0.588  | -0.086 | 0.243  | 3.6    |
| 14 宿泊棟               | 0.492  | 0.144  | -0.049 | 4.0    |
| 15 スタッフの充実度          | -0.145 | 0.580  | 0.304  | 4.6    |
| 16 スタッフとの連絡・連携       | -0.129 | 0.522  | 0.336  | 4.5    |
| 17 利用者の意見の取り入れシステム   | -0.064 | 0.157  | 0.741  | 4.1    |
| 18 自己実現・スキルアップの場     | 0.211  | -0.111 | 0.764  | 3.9    |
| 19 自然・環境に関する情報提供     | 0.001  | 0.168  | 0.694  | 4.2    |
| 20 イベント・各種プログラムの充実度  | 0.031  | 0.211  | 0.632  | 4.3    |
| 21 対外的な情報提供(広報・PR)   | -0.071 | 0.238  | 0.668  | 4.1    |
| 22 施設内の安全性・バリアフリー    | -0.008 | 0.614  | 0.173  | 4.3    |
| 23 施設内の衛生面           | 0.083  | 0.724  | -0.082 | 4.3    |
| 24 雰囲気や居心地の良さ        | 0.025  | 0.847  | -0.103 | 4.6    |
| 25 開館日・時間            | 0.123  | 0.646  | 0.097  | 4.4    |
| 26 売店機能              | 0.096  | 0.556  | 0.104  | 3.9    |
| 27 アクセス              | 0.045  | 0.518  | 0.170  | 3.7    |
| 28 利用コスト             | 0.059  | 0.469  | 0.263  | 4.2    |
| 回転後の負荷量平方和           | 9.495  | 8.173  | 7.675  |        |
| 因子間相関                | 因子1    | 0.517  | 0.527  |        |
|                      | 因子2    |        | 0.570  |        |

注:太枠内は、ある1つの因子で因子負荷量0.500以上、かつその他因子で因子負荷量0.400以下の場合

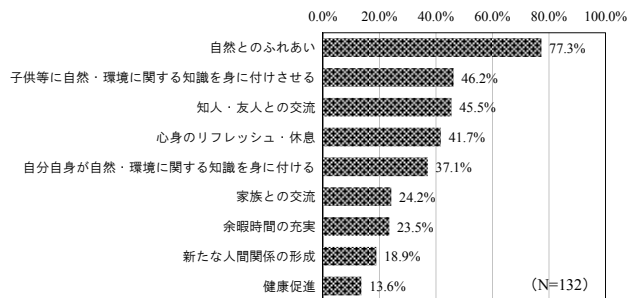


図-3 活動への期待(複数回答。上位を抜粋)

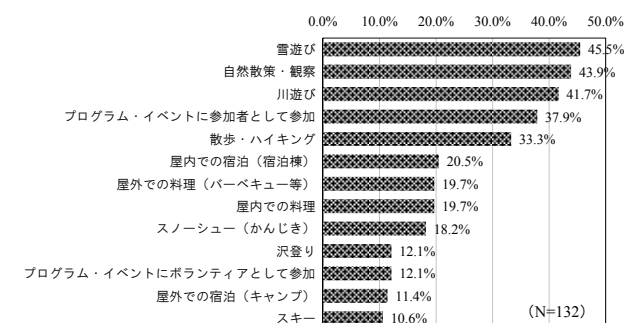


図-4 活動内容(複数回答。上位を抜粋)

## (2) 潜在変数の設定

評価構造モデルの構築に際しては、総合満足度に対する下位尺度の存在が既往研究<sup>2)</sup>で確認されていることを踏まえ、探索的因子分析を行って潜在変数を設定することとした。具体的には、対象施設の個別満足度に関する全 28 項目の評価結果について因子分析(最小二乗法, プロマックス回転)を実施し、スクリー基準およびガットマン基準の観点から検討し、以下の3因子を抽出した(表-3)<sup>25)</sup>。

因子1は、野外活動や工作等の自然とふれあうための活動で利用する自然や屋内外の施設についての個別満足度を含んでおり、「自然体験基盤」と名付けた。

因子2は、施設の個別機能ではなく、ハードとソフトを包括した居心地の良さや安全性に関する「快適性」に関わる個別満足度と、売店機能やアクセスなどの施設利用の「前提条件」となっている個別満足度という、2つの要素を包含しているため、「快適性・前提条件」と名付けた。

因子3は、スタッフが企画・実行している自然体験プログラム、利用者やボランティアを増やすための施策についての個別満足度を含んでおり、「企画・運営体制」と名付けた。

そして、上記の3因子について、ある1つの因子で因子負荷量.500以上、かつその他因子で因子負荷量.400以下であることを基準として、共分散構造分析において各潜在変数を構成する項目を抽出した(表-3の太枠内の項目)。この3つの潜在変数を構成する項目群のクロンバックの $\alpha$ 係数<sup>26)</sup>は、順に0.93, 0.88, 0.90で、いずれも信頼性が高いとされる基準を上回っていることから、それぞれの潜在変数が内的整合性を有していると判断した。

また、「地域課題解決意欲の向上」については、調査対象施設の利用を通じた、「当該施設でのボランティア意欲の向上(平均値3.7)」「地域への愛着の向上(同4.0)」「身近な地域での社会貢献意欲の向上(同3.6)」の3つの項目によって構成される潜在変数とした。この潜在変数を構成する項目群のクロンバックの $\alpha$ 係数は0.81で、信頼性が高いとされる基準を上回っていることから、この潜在変数が内的整合性を有していると判断した。

## (3) 評価構造モデル

調査対象施設の利用による満足から「新規顧客への利用増進」、および「地域課題解決」双方への波及について検証するため、共分散構造分析を行った。分析には統計分析ソフトウェアAmos22.0を用いた。モデルの適合度とパス係数の優位性を検討した上で採択した因果モデルは、図-5である。図-5において、パス係数は標準解で、パス係数の大きさは相対的な関係の強さを示している。また、採択した連関モデルは、カイ2乗値<sup>27)</sup>(自由度)=743.394(371),  $p=0.000$ ,  $GFI^{28)}=.724$ ,  $AGFI^{29)}=.676$ ,  $CFI^{30)}=.843$ ,  $RMSEA^{31)}=.088$ であった。モデルの採択は、適合度指標の数値だけにこだわらず実質科学的な観点を踏まえて判断すべきであると指摘されている<sup>32) 33) 34)</sup>。本モデルの適合度をみると、RMSEAは採択の許容範囲内である。共分散構造分析では、観測変数が多い場合にはモデルとデータの適合度が悪くなることが知られており、RMSEAで基準を上回ることを条件にモデルを採択している<sup>33)</sup>。また、適合度の基準は分野によっても異なることから、造園領域において同程度の観測変数の数、サンプル数の既往論文を参照したところ、GFIおよびAGFIがほぼ同程度の適合度のモデルを採択している例があった<sup>35)</sup>。以上により、本研究で構築したモデルは、適合度については、採択が許容される一定の水準にある。また、満足度の評価構造の部分については共通の内容を示す共分散構造分析による既往モデル<sup>2)</sup>も存在することから、図-5のモデルの適合度は容認できると判断した。

以下では、図-5のモデルを3つの部分に分け、それぞれの構造について詳述する。

## 1) 満足度の評価構造

総合満足度(平均値4.5)に有意に影響するのは、「快適性・前提条件(0.74,  $p<.001$ )。前者が標準化係数、後者が有意確率。以下、同様)である。有意な因果関係はそのほかに、「企画・運営体制」から「快適性・前提条件(0.76,  $p<.001$ )」および「企画・運営体制」から「自然体験基盤(0.42,  $p<.01$ )」である。この分析結果によると、調査対象施設の総合満足度では、活動への期待として回答者の77.3%があげていた「自然とのふれあい」(図-3)という自然体験活動の本質に関わる要因(「自然体験基盤」, 「企画・運営体制」)ではなく、付帯的な要因(「快適性・前提条件」)の寄与による割合が多くを占めた。一方で、「自然体験基盤」および「企画・運営体制」は、直接には総合満足度に有意な寄与をしておらず(-0.07, n.s.)、企画・運営体制は快適性・前提条件の向上を通じて総合満足度に間接的に寄与している。

調査対象施設における既往研究<sup>2)</sup>では、個別満足度を4つの潜在変数によって説明するモデルを用いているが、本研究では因子分析の結果を踏まえて3つの潜在変数で構築している(既往研究では別々の因子として取り扱われている「快適性」と「前提条件」の2つが、本研究では統合された形となった)という違いがあるものの、各潜在変数(個別満足度)を構成する項目の内容は概ね一致している。また、既往研究における2010年データについてのモデルと総合満足度に関する個別満足度の寄与の構造(総合満足度に寄与する要因が快適性のみであること、「企画・運営体制」が「前提条件」および「快適性」を通して間接的に総合満足度に寄与すること、「企画・運営体制」が「自然体験基盤」に寄与すること)が共通している。このことから、本研究のモデルを構成する満足度の評価構造は2015年度のデータを説明するアドホックなものではなく一定の安定性を有しており、本モデルを元に顧客満足からの波及効果について論じることの有効性を確認することができた。

## 2) 「新規顧客の利用増進」への波及

本研究の目的は、自然体験施設の利用自体に対する評価に留まるのではなく、利用による満足からの波及の可能性(結果系)について明らかにすることであり、その1つが調査対象施設における新規顧客における利用増進に対する波及である。既述のように、回答者に占めるリピート利用は約9割であるが(図-2)、子供の幼少期にリピート利用を行う子育て世代の利用者の割合が多いと考えられることから、適齢の幼少児をもつ新規利用者の獲得を継続的に図ることが課題として考えられる。そして、調査対象施設においては、設置目的である「自然環境学習や野外体験学習等を推進」<sup>23)</sup>するための拠点を維持するための利用者の維持・確保という面、あるいは「市民の自然に対する意識の高揚を図る」<sup>23)</sup>ための施設として新規利用者の獲得による普及・啓発もその使命として含まれているといえる。そこで、利用者の満足から新規顧客への利用増進への波及の可能性を明らかにするために、クチコミ意向(平均値4.7)の変数への寄与について分析したところ、総合満足度からの有意な寄与がみられた(0.51,  $p<.001$ )。このことは、対象施設の総合満足度を高めることは、他者に対象施設の利用をすすめるクチコミを増やす効果があることを示唆している。アンケート回答者が初めて対象施設を知った情報等において、友人・知人の紹介38.6%と幼稚園・学校の紹介15.9%で過半数を占めたことも、クチコミの重要性を示している。クチコミ意向を高める総合満足度の向上には「快適性・前提条件」の寄与が大きいことから、調査対象施設の設置目的にとっては付帯的な位置づけにある「快適性・前提条件」に留意して、この潜在変数を構成している「雰囲気や居心地の良さ」「施設内の衛生面」を始めとする個別満足度が向上するように利用者本位のきめ細かな運営をすることが、新たな利用者を獲得するという利用増進という目的にと

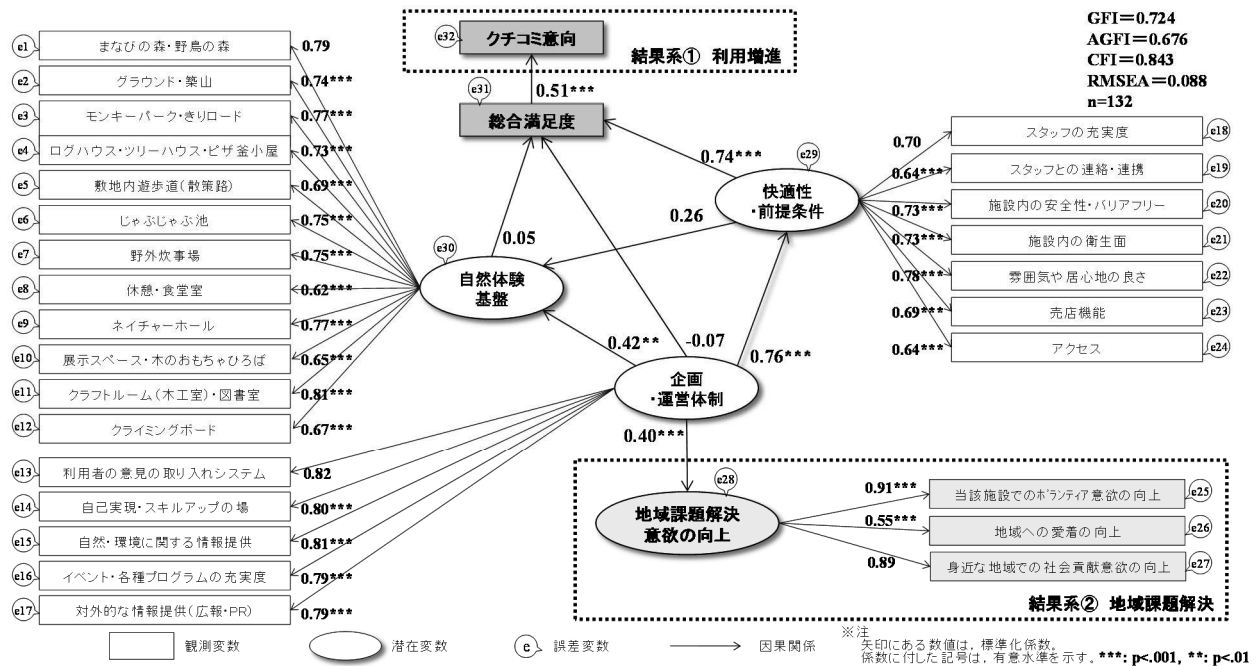


図5 満足度と波及効果に関する評価構造モデル

っては必要であることを示したものと見える。

### 3) 「地域課題解決」への波及

本研究が着目した、もう1つの利用による満足からの波及の可能性は、「地域課題解決」に対する波及である。これは、調査対象施設における自然体験プログラムによる活動経験が利用者における市民活動意欲を喚起し(換言すると、地域におけるソーシャル・キャピタルの形成につながり)、自然体験という枠を超えて、能動的に地域の課題解決に取り組んでいくという、地域社会<sup>36)</sup>への波及が起こっているのかという点である。ソーシャル・キャピタルとは、パットナムによる定義では、「人々の協調行動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる、信頼、規範、ネットワークといった社会組織の特徴」<sup>37)</sup>のことであり、地域課題解決を始めとする社会発展の基礎として重視されているものである。「利用者参加型の施設運営」を行っている調査対象施設では、活動経験がソーシャル・キャピタルの形成へのつながりを予想することができる。そこで、利用者の自然体験施設の利用による満足から地域の課題解決に対する波及の可能性を明らかにするため、調査対象施設の利用による地域の課題解決意欲の向上に関する潜在変数への寄与について、満足度に係る潜在変数や観測変数からの影響を試行した上で、有意な寄与が確認できた「企画・運営体制」からの影響(0.40, p<.001)のみを採用し、それによってモデルの適合度も向上した。このことは、「企画・運営体制」と関わりのある各潜在変数(「利用者の意見の取り入れシステム」「自然・環境に関する情報提供」「自己実現・スキルアップの場」)から推測すると、調査対象施設が提供する自然体験プログラムや利用者参加システムを通じた経験やそれによる自己実現・スキルアップ等が、自然体験のみならず、地域再生のために能動的に活動する意欲に結びつくことを示唆している。

以上のように、本研究の共分散構造分析で構築したモデルによって、調査対象施設の顧客満足は、当該施設のリピーター利用の確保に加え、総合満足度からクチコミによる新規顧客への利用増進、個別満足度の「企画・運営体制」から地域課題解決意欲の向上による地域課題解決の素地形成の2つの波及効果をもたらしているという、自然体験施設の利用による満足からの波及効果の存在を示唆することができたと考える。

### (4) 「利用増進」及び「地域課題解決」の双方を施設管理目標と

### した施設マネジメントのあり方

これまでの結果より、「原因系」として(3)1)「満足度の評価構造」の解明を行うとともに、結果系として「満足度」から(3)2)「利用増進」及び(3)3)「地域課題解決」の双方への波及の可能性を明らかにした。以上の結果を踏まえ、主に造園分野に関する施設において、今後期待される新たな施設管理運営目標となりうる「地域課題解決(への波及)」に着目しつつ、その施設マネジメントのあり方について特に目標の管理指標の観点から検討する。

新規顧客の獲得(：クチコミ意向)に関しては、既往研究でも関係性が明らかとなっている「リピーター(再来訪者)獲得」にも寄与する「総合満足度」を介しており、総合満足度を管理指標として提供サービスの改善を行い続けることが重要であることが本研究においても確認された。したがって、調査対象地においては、リピーター確保のみならず、新規顧客獲得を含めた「利用増進」を施設管理運営目標とした場合、特に総合満足度への寄与の大きい「快適性・前提条件」に留意することが重要となる。

一方、「地域課題解決」に関しては、総合満足度を介することなく、総合満足度への直接的関与の弱い「企画・運営体制」の満足度が「地域課題解決」への影響が大きいことが明らかとなった。したがって、造園分野に関わる施設において「地域課題解決」という施設管理運営目標を設定した場合、一般的な施設マネジメントとして意図しやすい、あるいは、「利用増進」の際の管理指標となる「施設の満足度(総合満足度)」の維持・向上とは異なった施設マネジメントが必要であることが示唆された。

したがって、調査対象施設では、「地域課題解決」に向けた人材育成を企図した施設マネジメントを試行する中、「新規顧客獲得」に関しては、従来と同様に総合満足度を一つの管理指標とした施設マネジメントを実施することが有用となるが、「利用増進」を企図した施設マネジメントでは、必ずしも「地域課題解決」に関しての目標達成に寄与しないこと、また、「地域課題解決」を施設管理運営目標とした施設マネジメントにおいては、「総合満足度」を管理指標とすることが必ずしも有用でないことが本研究の結果より明らかになった。今後、「地域課題解決」を施設管理運営目標とした施設マネジメントを実施するにあたっては、「総合満足度」とは異なる管理指標の設定が必要になることも考えられ、今後、こ

のような施設マネジメントにおけるいわゆる、アウトカム指標、やKPI（重要業績評価指標）についての議論が必要であると考えらる。

#### 4. おわりに

最後に、今後の研究上の課題をあげる。今回、前述したとおり「共助社会づくり」に向けた「地域課題解決」に資する希少な施設マネジメントを実施している点を最優先に、調査対象施設を選定し調査・分析を実施したが、施設の立地、周辺環境、調査時期等の影響も受けた結果と考えられる。例えば、今回、共分散構造分析を行ったモデル（図-5）は、冬期の一時点の質問紙調査の結果に基づくものである。そのため、このモデルで扱った波及はいずれも回答者の調査時点でのあくまでも意向であり、回答者が実際にクチコミを行うのか、また実際に地域課題解決のための活動を回答者が実践するのにかについては、不確実性を含んでいる。この点については、時間経過を考慮したモデルによって因果関係をさらに具体的かつ確実に捉える手法に基づく調査を実施して確認を行うべき内容が残されていると考える。さらに、今回の対象施設で構築した共分散構造分析のモデル（図-5）が、自然体験施設一般に関してどれだけ普遍性をもつのかを明らかにするためには、本研究で対象としたような地域課題解決に資するマネジメントを実施する異なる立地や周辺環境にある施設や、あるいは異なる調査時期等においても同様の研究を行い、結果を分析・比較すべきであると考え。本研究のモデルが示した構造について今後も関連研究を蓄積することによって、自然体験施設における利用による満足からの波及に関する説明の精度をさらに高めていく必要があると考える。

謝辞 本研究における質問紙調査の実施にあたっては、NPO 法人登別自然活動支援組織モモンガくらぶ、特に事務局長吉元美德氏に多岐にわたるご協力を頂いた。また、分析データの作成にあたっては、室蘭工業大学・今井涼氏にご協力をいただいた。ここに厚く感謝する次第である。

#### 補注及び引用文献

- 1) 田代順孝 (2004) : パークマネージメントの最先端 : ベース設計資料 : No.120 土木編 : 建設工業調査会, 48-51
- 2) 小松亜紀子・市村恒士・金岡省吾 (2013) : 自然体験施設における利用者の評価構造の経年変化と施設マネジメントに関する研究 : ランドスケープ研究 76(5), 685-690
- 3) 岩谷祐子, 市村恒士, 金岡省吾, 黒澤和隆 (2009) 自然体験サービス提供施設としての国営公園におけるパークマネージメントに関する研究 : ランドスケープ研究 72(5), 579-584
- 4) 金岡省吾・市村恒士・富田将義・黒澤和隆 (2004) : 自然体験型余暇活動におけるリピーター意向と満足度に関する要因分析—北海道黒松内町の来訪者についての事例調査— : 環境情報科学論文集 18, 207-212
- 5) 金岡省吾・市村恒士・小谷幸司 (2005) : 自然体験型余暇活動における消費者行動研究の可能性に関する一考察—過疎地域と都市の交流関係に向けた新たな着眼点 : 環境情報科学論文集 19, 139-144
- 6) 岩谷祐子・市村恒士・金岡省吾・黒澤和隆 (2006) : 消費者行動研究の観点からみた国営公園における自然体験サービスの可能性 : 環境情報科学論文集 20, 147-152
- 7) 岩谷祐子, 金岡省吾, 市村恒士, 島田正文, 黒澤和隆 (2008) : 自然体験サービス提供施設としての国営木曾三川公園に対する利用者評価に関する研究 : ランドスケープ研究論文集 71(5), 623-628
- 8) 小松亜紀子・金岡省吾・岩谷祐子・吉元美德・市村恒士 (2008) : 来訪者の満足度評価の観点からの地方中小都市の自然体験施設における提供サービスの評価に関する調査・研究—登別市ネイチャーセンター「ふおれすと鉱山」における事例調査— : 環境情報科学論文集 22, 145-150
- 9) Koji ICHIMURA, Shogo KANAOKA and Akiko KOMATSU (2012) : A Study on Methods of Evaluating Services to Promote Utilization of National Government Park : A Case Study of the Takino Suzuran Hillside National Government Park in Sapporo City, Hokkaido Prefecture : Journal of Environmental Information Science 40(5), 167-172

- 10) 市村恒士・小松亜紀子・金岡省吾 (2014) : 自然体験施設のボランティア活動による意識変化の社会的顕微鏡的活動意欲への影響 : ランドスケープ研究 77(5), 659-662
- 11) 五木田玲子・愛甲哲也 (2015) : 山岳系国立公園利用者の感動, 満足, ロイヤルティ, 心理的効用の関係性 : ランドスケープ研究 78(5), 533-538
- 12) 小林昭裕 (2003) : 利用体験の保全を基本とする計画概念を国内の自然公園計画に導入する上での課題 : ランドスケープ研究 66(5), 699-704
- 13) 小林昭裕 (2004) : 自然公園での利用体験の質を把握するための概念及び手法上の問題点に関する一考察 : ランドスケープ研究 67(5), 591-596
- 14) 一般社団法人公園緑地協会国際委員会調査部会 (2007) : パークマネージメントプランに関する研究—パークス・ピクトリアを事例として— : 平成 19 年度公園緑地研究所調査研究報告, 129-132
- 15) 小野賢司 (2010) : JCSI による顧客満足モデルの構築 : マーケティングジャーナル 30(1), 20-34
- 16) 表-1 は次の文献を参考に作成した。サービス産業生性協議会 (2015) : 2015 年度 JCSI (日本版顧客満足度指数) 第 4 回調査結果発表 : 参考資料 1, 14 (<http://activity.jpc-net.jp/detail/srv/activity001452/attached.pdf>), 2015.12.6 参照
- 17) 金子忠一 (2006) : 総合化・複合化する公園管理とランドスケープ・マネージメント技術 : ランドスケープ研究 69(4), 266-269
- 18) 藤本真理・赤澤宏樹・鳴海邦顕・中瀬勲 (2008) : 兵庫県立有馬富士公園における住民グループの主体的活動とその継続の要因に関する研究 : ランドスケープ研究 71(6), 811-816
- 19) 藤崎亜矢子・斎藤馨 (2008) : ソーシャル・キャピタルからみた八王子市長房緑地における参加型緑地管理活動の分析 : ランドスケープ研究 71(5), 807-810
- 20) 赤澤宏樹・藤本真理・中瀬勲 (2010) : 国営石海峽公園神戸地区におけるアクションリサーチを通じたソーシャルキャピタル形成 : ランドスケープ研究 73(5), 701-706
- 21) 国土交通省 (2015) : 国土形成計画 (全国計画) <<http://www.mlit.go.jp/common/001100233.pdf>>2015.8.14 更新, 2015.12.3 参照
- 22) 顧客満足とは、購買後評価の一つである (田中洋 (2008) : 消費者行動論体系 : 中央経済社)。したがって、一般に顧客満足度調査の対象は商品・サービスの購買者全体であり、例えば日本版顧客満足度指数 (Japanese Customer Satisfaction Index) の顧客満足モデルでも同様である。本研究もこれらの考え方を踏襲し、対象施設の利用回数にかかわらず、全利用者を対象とした顧客満足モデルを構築した。
- 23) 登別市 (2006) : ふおれすと鉱山流 : 里山づくり構想 <[http://www.noboribetsu.ed.jp/~iinkai/no\\_01\\_education\\_of\\_noboribetsu\\_city/forest\\_kouzuan\\_satoyama/forest\\_kouzuan\\_satoyama.pdf](http://www.noboribetsu.ed.jp/~iinkai/no_01_education_of_noboribetsu_city/forest_kouzuan_satoyama/forest_kouzuan_satoyama.pdf)>, 2013.2.28 更新, 2015.8.27 参照
- 24) NPO 法人登別自然活動支援組織モモンガくらぶ (2015) : NPO 法人登別自然活動支援組織モモンガくらぶのウェブサイト : 法人概要 <<http://about.npo-momonga.org/about.html>>, 2015.6.12 更新, 2015.8.27 参照
- 25) 初期段階の固有値および寄与率 : 因子 1 は 11.921 および 42.8%, 因子 2 は 2.988 および 10.7%, 因子 3 は 1.573 および 5.6% である。
- 26) クロンバックの  $\alpha$  係数のことで、尺度に含まれる項目が一致した傾向を測定しているかを確認するための指標である。心理測定尺度の場合、.8 以上では信頼性が高く、.7 以上では中程度の信頼性、.7 未満では信頼性が低いと解釈されるのが一般的である。ただし、この判断基準は絶対的なものではなく、尺度に含まれる項目数が少なくなると値が小さくなる。
- 27) 帰無仮説を「モデルが正しい」としてカイ 2 乗検定を行い、仮説が採択されればモデルが正しい可能性があると判断する。
- 28) GFI (Goodness of Fit Index) は、0 から 1 までの値をとる。1 に近いほど適合度が高く、.9 以上であることが適合がよいと判断する一つの目安とされている。観測変数が増えると値が小さくなる傾向がある。
- 29) AGFI (Adjusted GFI) は、GFI で生じる自由度の影響を排除した指標であり、適合度の目安は GFI と同様である。
- 30) CFI (Comparative of Fit Index) は、GFI で生じる自由度の影響を排除した指標で、適合度の目安は GFI と同様である。
- 31) RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) は、0 に近いほどモデルの適合度が高く、.05 より小さい場合はよい適合とされ、.1 より大きい場合は悪い適合とされる。
- 32) 室瀬久人 (2007) : 付録 A 適合度指標 : 共分散構造分析 Amos 編 : 東京図書株式会社, 236-245
- 33) 豊田秀樹 (2002) : 「理論共分散構造分析」の特集にあたって : 行動計量学 29(2), 135-137
- 34) 室瀬久人 (2003) : No.5-9 モデルの改善 : 共分散構造分析 疑問編—構造方程式モデリング : 朝倉書店, 134
- 35) 恵谷浩子・松村真・麻生恵 (2007) 農村地域における景観形成に関わる住民の認識と行動の構造化 : ランドスケープ研究 70(5), 575-578
- 36) ここでいう地域社会とは、前述した「小さな拠点形成」で位置づけられた人口百人程度〜数千人程度の人口規模の地域を想定している。
- 37) Robert Putnam (1993) : Making Democracy Work : Civic Traditions in Modern Italy : Princeton University Press