

ボランティア・ツーリストの参加および継続動機についての考察 ～「小樽雪あかりの路」日中韓ボランティア団を比較して～

Research on the Motivations of Volunteer Tourists: Comparison of the Japanese, Chinese, and Korean Volunteers at the Otaru Snow Light Festival

依田真美*

YODA, Mami

ボランティアを目的とする観光であるボランティア・ツーリズムは、地域と来訪者双方にメリットを与えると期待される一方で、来訪者の短期関与による「活動の非効率性や質の低さ」などの課題も抱える。来訪者の継続参加が課題解決には重要と考えられるが、この点に着目した研究は少ない。そこで、本研究では「小樽雪あかりの路」に継続参加している団体を取り上げ、参加及び継続動機を明らかにし、参加者間の関係性の重要性を新たに指摘した。

キーワード： ボランティア・ツーリズム、動機、小樽雪あかりの路

1. 研究の背景と目的

「ボランティア・ツーリズム」とは、ボランティアを目的とした旅行であるが、研究者に広く共有された定義はまだない。本論文では、ボランティア三原則「強制されず、無償で、他者を助ける活動 (Kendall & Knapp 1996)」と UNWTO によるツーリズムの定義「継続して1年を超えない範囲で、日常生活圏の外に旅行し、訪問地で報酬を得る活動を行うことと関連しない諸活動」を合わせ、ボランティア・ツーリズムを「継続して1年を超えない範囲で、日常生活圏の外で行う、強制されない、無償の、他者を助ける活動を含む行為」と定義する。

同ツーリズムについては、大量輸送大量消費型の観光による地域資源の過剰消費や、地域を消費対象としてだけ見る「地域の商品化」に変化を起こす観光形態としての可能性を示唆する研究が多数ある (依田 2012)。それは、同ツーリズムが利他的行為であるボランティア活動を含み、活動を通して地域の人びとと「密度の濃い」「相互作用」(Wearing 2001、Sin 2009)を生じるためである (Wearing 2001、Callanan & Thomas 2005、McGehee 2012)。

一方で、同ツーリズムが地域に与えるマイナスの影響についても指摘されている (Guttentag 2009)。それらの内で、「活動の非効率性」や「質の低さ」などは、「地域外からの来訪者が期間限定的」にボランティア活動に従事することに起因すると考えられる。そのマイナスを補うためには、ボランティア・ツーリズムを継続的なプロジェクトとして運営し、活動に必要な技術や知識を継承することが有効だと考えられる。しかし、ボランティア・ツーリズムの具体的なマネジメント方法やボランティア・ツアーのリピーターに関する研究は、非常に限られている (McGehee 2012)。そこで、本研究では、10年以上の合宿型ボランティア・ツーリストの受け入

*相模女子大学 学芸学部 英語文化コミュニケーション学科

れ実績を持つ北海道小樽市の「小樽雪あかりの路」を取り上げ、ボランティア・ツーリストの当初の参加動機とリピーターの継続動機の調査から経験的仮説を立て、それを実践へ応用することを目的とする。

2. 研究方法と事例の選定

本研究は仮説構築型であるため、参与観察やインタビュー、アンケート調査を中心とした質的アプローチを採用する。その際、具体的な事例として、「小樽雪あかりの路（以後、雪あかりの路）」に参加している韓国、中国、日本の大学生を中心とした合宿型ボランティア団体を取り上げる。これらの団体は雪あかりの路の支援を目的に設立された、各々独立したボランティア団体である。韓国のボランティア団 Otaru Snow Light Festival Korean Volunteers (略称 OKOVO;オコボ) は 2003 年に、中国ボランティア団 eVol(Enjoy Volunteer Otaru Life;エボル)は 2008 年に、日本ボランティア団「橙（だいたい）」は 2013 年に設立された。中でも、OKOVO と eVol は 10 年以上にわたり、同イベントに参加し、オブジェ作りなど中心的業務を担当してきた実績がある。このように海外のボランティア・ツーリスト団体が日本で実施されるイベントを長期間にわたって支援してきた事例は珍しく、継続参加の動機を探るのにふさわしいと判断した。「橙」の実績は 5 年と短く、小樽在住者を一部含むが、①文化背景や②活動場所と居住地の距離が異なる参加団体との比較として有益と判断し、小樽在住者以外の参加者を調査対象として加えた。

3. ボランティア・ツーリズムに対する期待と課題、動機と継続性

ボランティア・ツーリズムが地域と観光者の関係性を変えると期待される背景としては、①観光者が地域で労力を提供する利他的行為が含まれていること、②協働行為を通し、これまでの観光に比べ長期間の直接的な関係性が観光者と地域の人びとに生まれること (Wearing 2001, Sin 2009)、③観光者による観光サービスの購入だけでなく、観光者が労力を提供し、地域が受け取る双方向の関係が成立していること、などが挙げられる。しかし、同ツーリズムの中でも参加期間が短く¹⁾ 観光要素の強い「浅い」ボランティア・ツーリズム (Callanan & Thomas 2005) は、先述した観光研究者らが当初に持った期待、すなわち、「観光者が地域を単に消費の対象としてみる関係性を変える」のは難しいことが指摘されるようになった (Wearing & Ponting 2009)。

ボランティア・ツーリズムが地域に与えるマイナスの影響については、Guttentag (2009) が網羅的に整理している。中でも、外部支援者が地域の意向を反映せずに活動内容を決めてしまう「活動内容への地域の意志の反映の欠如」や、「活動の非効率性と完成度の低さ」は、観光者という「地域外」からの訪問者が、「地域のため」の活動に「期間限定的に」に従事するボランティア・ツーリズム独自の特性が引き起こしている課題だと考えられる。

ボランティア・ツーリズムへの期待の背景に利他的行為が含まれていることもあり、「利他的」な動機が地域にメリットのある同ツーリズムを実現するためには欠かせないという前提に基づく「利他性」対「自己の関心」による動機という二項対立的な議論もなされてきたが (例えば、Coghlan & Fennell 2009, Callanan & Thomas 2005)、最近では、例えば Tomazos & Butler 2010 のような複数動機を持つと考える見方が支持を得てきている (Wearing & McGehee 2013: 123)。

一方で、「地域外の人による期間限定的参加」が引き起こす課題の解決を目指した、ボランティア・ツーリズムの現場での仕組み作りについての研究はほとんど進んでいない（Benson 2011:248, Wearing & McGehee 2013:124）。また、このような課題への対応としては、継続するプロジェクトのマネジメントとしての視点が欠かせないと考えられるが、プロジェクトの継続が多様なステークホルダーへ与える影響についての研究もほとんどない（Benson 2011:247）。

数少ない関連する先行研究としては、Blackman & Benson (2010)が、心理的契約²⁾の持つ「取引的側面」「キャリアの側面」「関係性の側面」の3つの側面では、「関係性の側面」のみが再訪者を生み出すのに効果的であることを明らかにし、ボランティア活動終了後のコミュニケーションの継続の重要性を指摘した。しかし、ツーリストと地域の人々との滞在中の関係性構築については、期間が限られているため困難であると述べるに留まっている。本研究は、これらの研究と問題意識を共有しつつ、ボランティア・ツーリズムが継続するプロジェクトとして展開されている事例に注目し、その文脈での参加者の継続動機を明らかにする点において、独自性を有する。

4. 小樽雪あかりの路の概要

4-1. 小樽雪あかりの路の成り立ちとボランティアの位置付け

小樽雪あかりの路は、「小樽ブーム」後の観光を考えるために設立された官民共同組織「小樽観光誘致促進協議会³⁾」の提案に基づき、1999年に始まった毎年2月に10日間ほど催されるコミュニティ活性化及び観光促進を目的としたイベントである。会期中は午後5時から9時まで市内各所の会場で、雪のオブジェや硝子玉にろうそくが設置され、一つ一つ灯が点される。そのため、実施には多くの人手を必要とする。ここ数年の来場者数は50万人ほどである。

同イベントを主催する「小樽雪あかりの路実行委員会」は、小樽市、商工会議所、小樽観光協会（観光事業者）、まちづくり市民運動家により構成される非営利任意団体であり、事務局は小樽市経済部観光課が担当している。開催にあたって、活動に対する国や道からの補助はなかったため、無償ボランティアを活用した運営方法を取ることとなった。事務局は市役所が担当しているが、それ以外のスタッフは、実行委員会メンバーも含め、全てボランティアである。

4-2. ボランティア数の動向

雪あかりの路メイン会場のボランティア延べ人数の推移は、以下の通りである（図-1）。2000年代を通して徐々に増加したが、2010年をピークに2011年と2012年は減少した。2011年に「運河B」会場を休止した影響が考えられる。

その後、2013年からは高校生の積極的な勧誘や合宿型日本人ボランティアの導入などに取り組み、2013年は2010年を凌ぐ水準まで回復したが、その後は毎年減少を続けている。その背景には、会期前の報道の減少や、ボランティアの高齢化があると実行委員会では考えている。このような状況を受けて、合宿型ボランティアや学校単位の参加など、組織的なボランティアの重要性が一層高まっている。ここ数年のボランティア数は10日間で延べ2400~2900人、実数では630~930人であるが（2013~2016年）、そのうちの40~50人をOKOVOが、15人ほどをeVolが、20人前後を橙が占める。

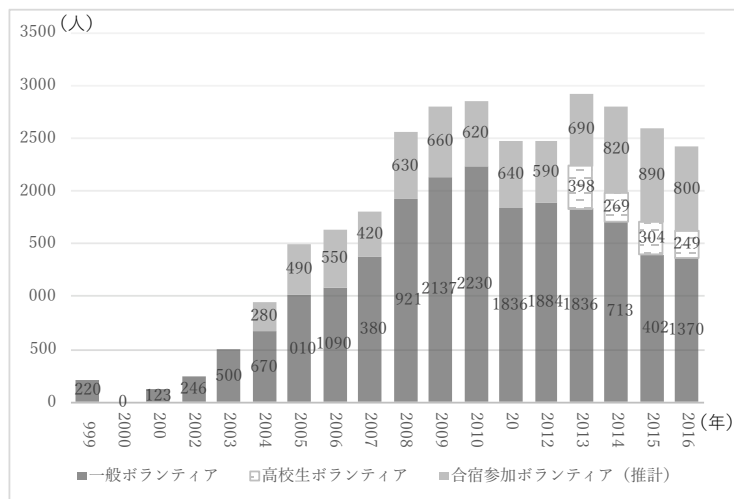


図-1 メーン会場ボランティア延べ人数推移

出所：『小樽雪あかりの路実行委員会事業報告書』を元に筆者作成

注) 2000年は、延べ人数が不明であるが、実数は4人である。合宿参加延べ人数は、合宿参加者実数x10日間年で推計している。高校ボランティアは2013年以降に新たに作られた分類である。

4-3. 主なボランティア団体

2017年2月時点で「オブジェ」作成を担当する小樽市民を中心とした団体としては、「杜のつどい」、「おたる緑のまちづくりの会」、「小樽おもてなしボランティアの会」「小樽青年会議所」「北海道建築士会小樽支部」「小樽潮まつり実行委員会」などがある。それ以外に、市内企業や任意団体が幅2メートル程度の小規模な自由テーマのオブジェを作成している。

市民以外で「オブジェ」作成を担当するのは、韓国の大学生を中心とした「OKOVO」、中国の大学生を中心とした「eVol (エボル)」、日本の大学生を中心とした「橙 (だいだい)」の合宿型団体である。これら3団体は、ボランティア活動を小樽滞在の目的としているため、日常業務と兼務している地元の「通い」ボランティアよりも1日の活動時間は長く、実働時間での貢献は、人数の割合が示唆するよりも、さらに大きいと推定される。3団体の概要は表-1の通りである。

表-1 合宿型ボランティア団体概要

団体名	設立年	居住国	参加者数 (人)		参加者のプロフィール*					
			2017年	内 リピーター	男性 (人)	女性 (人)	平均 年齢 (歳)	最年少 (歳)	最高齢 (歳)	学生 比率
OKOVO	2003	韓国	45	11	18	25	24.3	20	34	66.7%
eVol	2008	中国	13	5	6	7	23.8	20	30	69.2%
橙**	2012	日本	24	11	8	16	21.8	18	25	100.0%

出典：アンケートに基づき、筆者作成

*年齢は、会期前の事前アンケート回答者データから算出した（橙の後半からの参加者は、到着時回答）。同アンケート回答者はOKOVO41人、eVol13人、橙22人である。

**橙の参加者の9人は小樽在住で、うち6人はリピーターである。

5. ボランティア・ツーリストの初参加動機と継続動機

5-1. アンケート調査及びインタビューの実施概要

調査に際しては、「事前アンケート」を用意し、全参加者に対し初参加動機を、リピーターには、それに加えて継続動機を、2017年2月「雪あかりの路」会期直前に尋ねた。アンケート項目は、ボランティア動機分野における「複数動機アプローチ」の代表的なモデルである「VFIモデル」の要因（Clary et al. 1998, Clary & Snyder 1991）を元に、予備調査やそれまでの参与観察の結果を参考に、訪問先やイベントの魅力などの観光的要素を加えて設定した。

更に、OKOVO については2013年2月と2017年2月～4月に、eVol と橙については2017年2月～4月に、複数回参加者を対象に初参加動機と継続動機について30分から1時間の半構造化インタビューを行った。インタビューは理論的飽和（フリック 2011:145-146）に達するまでサンプルを追加した。インタビューとアンケートの実施状況は表-2 及び表-3 の通りである。

表-2 アンケート実施概要

団体	事前アンケート				事後アンケート			
	実施日*	対象者	回収数	回収率	実施日	対象者	回収数	回収率
OKOVO	2017/1/30	45	41	91%	2017/2/13	45	36	80%
eVol	2017/2/1	13	13	100%	2017/2/13	13	13	100%
橙（小樽在住者以外）	2017/2/1~ 2017/2/6	15	13	87%	2017/2/13	15	12	80%

注) 橙は「全参加」と「後半のみ」の2つの参加期間オプションがある。

表-3 インタビュー対象者一覧

所属団体	調査年月	名前	職業	年齢	参加回数	所属団体	調査年月	名前	職業	年齢	参加回数
OKOVO	2013年2月	A	学生	24	3	eVol	2017年2月	H	社会人	27	5
OKOVO	2013年2月	B	社会人	25	3	eVol	2017年2月	I	学生	26	4
OKOVO	2013年2月	C	学生	22	3	eVol	2017年2月	J	学生	24	2
OKOVO	2017年2月	D	社会人	24	4	eVol	2017年2月	K	社会人	30	5
OKOVO	2017年2月	E	社会人	27	5	橙（小樽在住者以外）	2017年2月	L	学生	22	2
OKOVO	2013年2月、20 年4月	F	社会人	33	12	橙（小樽在住者以外）	2017年2月	M	学生	21	2
OKOVO	2017年4月	G	社会人	26	4	橙（小樽在住者以外）	2017年4月	N	学生	25	2

注) 年齢はインタビュー当時（複数回インタビューの場合は、直近）。参加回数は、公式参加と非公式な一部参加を含む。

5-2. アンケートに基づくボランティア・ツーリストの参加動機

初めに、2017年2月会期直前に実施したアンケートから、初参加動機と継続動機の概要を理解する。初参加時の動機についての結果は図-2の通りである。

初参加動機の中で、各団体共通で特に重要性が高かったのは、「日常とは違う環境に行きたかった」と「なかなかできない体験だから」であった（表-4）。ボランティア・ツーリズムの参加動機には、観光的要素とボランティア的要素の双方があると考えられるが、これらの項目は、非日常性を求める観光的要素の高い項目だと考えられる。

次に、OKOVO と eVol については、「“小樽雪あかりの路”が魅力的だったから」の重要性が上位に来ており、同イベントの魅力がボランティア・ツーリストを惹きつけていることが伺える。また、「日本に行ってみたかった」「北海道へ行ってみたかった」「小樽へ行ってみたかった」

などの訪問先の重要性も総じて高く、日本や北海道、小樽市への関心も重要な動機となっていた。行き先は、小樽以外からの橙参加者にとっても上位項目となっていた。

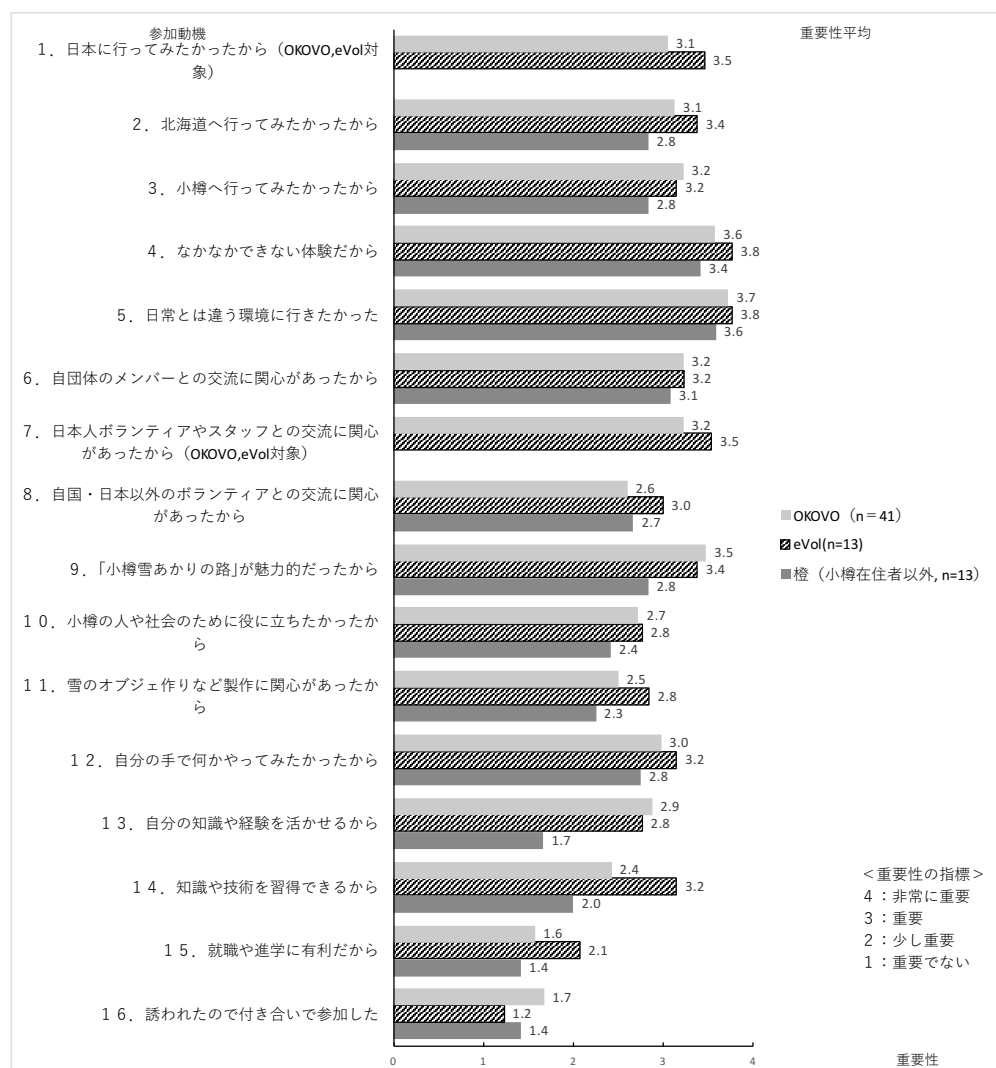


図-2 初参加動機

表-4 初参加動機と継続動機の比較 (上位3項目と重要性指標参加者平均)

初参加動機	継続動機
OKOVO 1. 日常とは違う環境に行きたかった 3.7 1. なかなかできない体験だから 3.7 3. 「小樽雪あかりの路」が魅力的だから 3.5	OKOVO 1. 日常とは違う環境に行きたかった 4.0 1. 自団体メンバーとの交流に関心があったから 4.0 3. 小樽へ行ってみたかったから 3.8 3. 自団体のメンバーのために役に立ちたかったから 3.8
eVol 1. なかなかできない体験だから 3.8 1. 日常とは違う環境に行きたかった 3.8 3. 日本に行ってみたかったから 3.5 3. 日本人ボランティアやスタッフとの交流に関心があったから 3.5	eVol 1. なかなかできない体験だから 3.8 1. 日常とは違う環境に行きたかった 3.8 1. 自団体のメンバーのために役に立ちたかったから 3.8
橙 (小樽在住者以外) 1. 日常とは違う環境に行きたかった 3.6 2. なかなかできない体験だから 3.4 3. 自団体のメンバーとの交流に関心があったから 3.1	橙 (小樽在住者以外) 1. 自国・日本以外のボランティアとの交流に関心があったから 4.0 2. 自団体のメンバーとの交流に関心があったから 3.8 3. 日常とは違う環境に行きたかった 3.2

加えて、「自団体のメンバーとの交流」や「日本人ボランティアやスタッフ（OKOVO や eVol の場合）との交流」の重要性が高くなっている。それ以外の団体との交流については、これら2項目に比べるとやや低い。一方、各団体ごとに程度の差はあるものの、総じて重要性が低かったのは、「就職や進学に有利だから」と「誘われて付き合いで参加した」であった。

5-3. アンケートに基づくリピーターの継続動機

リピーターを対象に実施した継続動機についてのアンケート結果は図-3の通りである。リピーターは、「OB」や「OG」と呼ばれ、リーダー役を果たすことが多いため、初参加動機で挙げた項目に、「自団体のメンバーのために役立ちたかったから」という項目を足した。

まず、継続に際して重要性の高い項目を見ると、「日常とは違う環境に行きたかった」が、初参加時同様に各団体において上位に挙げた（表-4）。また、新たに加えた「自団体のメンバーのために役立ちたかった」も、OKOVO と eVol では上位3位以内に、橙では上位ではないものの、3.0(重要)の水準となり⁴⁾、所属団体への貢献が重要な継続動機となっていることがわかった。

次に、初参加動機との比較では、「オブジェ作り」に関する動機が3団体とも0.5ポイント以上上昇しており（表-5）、リピーターがオブジェ作り自体を楽しみにしていることがわかる。海外の2団体については、就職に関する動機の重要度が上昇したことで、行き先としての北海道の重要性が低下したことが共通の特徴である。これは、小樽というより特定の地域への関心が高まったためと考えられる。また、OKOVO と橙では、「自団体メンバーとの交流に関心があったか

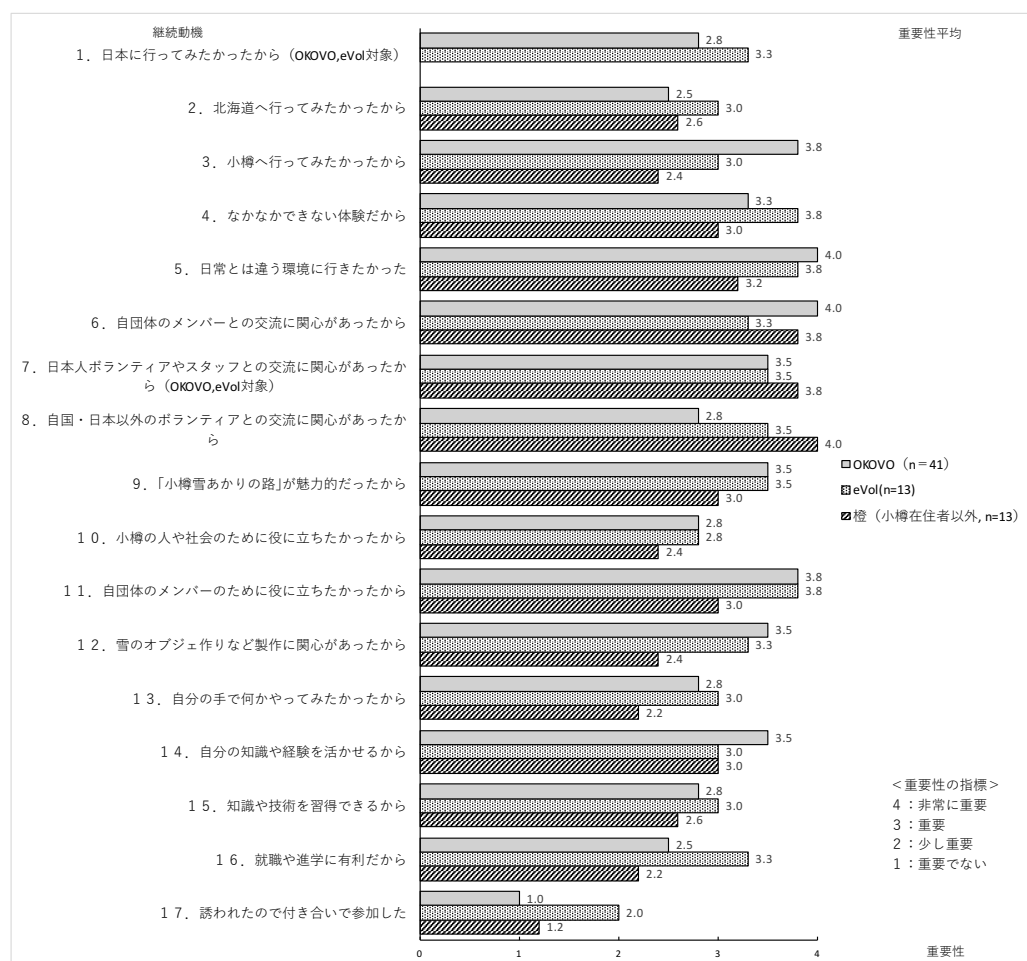


図-3 継続参加動機

表-5 初参加動機と継続動機の比較（継続動機の重要度-初参加の重要度）

	1. 日本に行ってみなかったから (OKOVO, eVol対象)	2. 北海道へ行ってみなかったから	3. 小樽へ行ってみなかったから	4. なかなかできない体験だから	5. 日常とは違う環境に行きかけた	6. 自団体のメンバーとの交流に関心があったから	7. 日本人ボランティアやスタッフとの交流に関心があったから (OKOVO, eVol対象)	8. 自国・日本以外のボランティアとの交流に関心があったから	9. 「小樽雪あかりの路」が魅力的だったから
OKOVO	-0.3	-0.6	0.6	-0.3	0.3	0.8	0.3	0.2	0.0
eVol	-0.2	-0.4	-0.2	0.0	0.0	0.1	0.0	0.5	0.1
橙 (小樽以外)	N.A.	0.2	0.2	0.3	0.3	0.6	N.A.	0.6	0.6
	10. 小樽の人や社会のために役に立ちたかったから	11. 自団体のメンバーのために役に立ちたかったから	12. 雪のオブジェ作りなど製作に関心があったから	13. 自分の手で何かやってみて良かったから	14. 自分の知識や経験を活かせるから	15. 知識や技術を習得できるから	16. 就職や進学に有利だから	17. 誘われたので付き合っていたから	
OKOVO	0.1	N.A.	1.0	-0.2	0.6	0.4	0.9	-0.7	
eVol	0.0	N.A.	0.5	-0.2	0.2	-0.2	1.2	0.8	
橙 (小樽以外)	0.5	N.A.	0.8	0.3	0.4	0.9	0.0	0.3	

ら」の重要性が、eVolと橙では「自国・日本以外のメンバーとの交流」の重要性が、それぞれ0.5ポイント以上高まった。このことから、「参加者間の交流」は初参加時よりも更に重要な動機となっていることがうかがえる。

5-4. インタビュー結果に基づく初参加動機と継続動機

次に、インタビューに基づき、初参加動機と継続動機を整理した。初参加動機については、訪問先や自分の関心を重視する「観光的動機」(A,B,C,D,G,H,I,L,M,N)と、「友達に誘われて」(E,F,H,J,K)が全ての団体で多かった(表-6)。この内容は、アンケート調査とも一致する。

表-6 インタビューに基づく初参加動機と継続動機

回答者	初期参加動機	継続動機
OKOVO A	小樽に行きたかった。	自団体、他団体メンバーとの交流。この活動を後輩に伝えたい。
OKOVO B	北海道に行きたかった。	OKOVOと小樽の人への感謝。
OKOVO C	日本に興味があって、日本にただ行きたかった。	OKOVOは毎年違う。人生の友達ができる。
OKOVO D	他の用事で小樽に来て、楽しそうだった。	小樽の魅力、OKOVOや日本人、中国人との交流。
OKOVO E	友達に誘われて。	自分に対するチャレンジ。非日常性。
OKOVO F	友達に誘われて。	初めはただ楽しかったから。小樽が好き。若い人に伝えたい。
OKOVO G	小樽に関心があった。	自団体、他団体との交流。小樽に貢献したい。若い人に伝えたい。
eVol H	友達に誘われて。日本の文化に関心があった。	日中韓メンバーとの交流。共通の目的を達成する。
eVol I	日本のアニメに関心があった。	他団体との交流。日本に関する情報を得るため。
eVol J	友達に誘われて。	良い思い出があるから。若い人に伝えたい。
eVol K	知人に誘われて。	なぜか毎年行きたい。交流が楽しい。
橙 (小樽以外) L	環境の違うところでボランティアがしたかった。	他団体との交流。一つの目標を達成する。橙のために何かしたい。
橙 (小樽以外) M	北海道で、ボランティアがしたかった。	自団体、他団体との交流。自立。語学の活用。
橙 (小樽以外) N	北海道に行きたかった。	「懐かしい」ので。

継続動機については、「自団体や他団体、小樽の人々との交流」を重要な要因として挙げた回答者が多かった(A,C,D,G,H,I,K,L,M)。交流の内容については、①自団体での家族のような交流、②合宿所での他団体参加者とおしゃべりや料理会などを通じた交流、③他団体と共に共通の目的を持って作業をすることによって生まれる交流、④小樽の人々との交流、などが挙げられた。③は、ボランティア・ツーリズム特有の交流の形だと考えられる。

それに加え、オリエンテーション以外では会ったことのない「ほぼ初対面」の参加者同士による共同生活や、日中韓の参加者及び小樽の他団体ボランティアとの交流を通して、「人々の価値観の多様性」や「他者に対する優しさ」「小樽の街を愛する熱心さ」などに触れ、自分の生き方や考え方が変化したことと言及し、「活動を後輩や若い人に伝えたい」「団体のために何かしたい」という活動継続への使命感を表明する回答者も多かった(A,F,G,J,L)。このような意識の変化と使命感の発現が、アンケート調査での「自団体のメンバーのために役に立ちたかったから」の重要性の高さの背景にあると考えられる。

加えて、海外団体の回答者からは、小樽の街の景観や雪景色、小樽の人々の優しさ、小樽の人々が街を愛する姿などに代表される「小樽の魅力」や「小樽への感謝」「小樽への愛着」が継続動機の一つとなっているという発言があった(B,D,F,G,J)。また、インタビューでは、11名の海外団体回答者の内3名が雪あかりの路関係者以外の小樽の一般市民から親切にされた体験(例:街で会った人がお菓子をくれた;合宿所に差し入れをしてくれた;飲食店がサービスをしてくれた;街で応援の声を掛けられた)を最も印象深いエピソードの一つとして挙げていた。このことから、アンケート項目にはなかった「関係者以外の小樽の一般市民との交流」も、小樽への特別な思いを構成する重要な要素となっていると考えられる。

6. 考察

6-1. 初参加動機と継続動機の特徴

前章までの調査結果を踏まえ、ボランティア・ツーリストの初参加動機と継続動機について考察を加える。初めに、初参加動機については、アンケートとインタビュー双方において、北海道や小樽などの訪問先の魅力や、非日常的体験を求める観光要素の強い動機が上位を占めた。この結果は、「利他的な動機」か「自己の関心に基づく動機」かという二項対立的な動機の捉え方ではなく、「自己の関心」に基づく動機も含めた複数動機をボランティア・ツーリストが持つという複数動機説を支持する先行研究の方向性(Wearing & McGehee 2013: 123)と一致する。

関連して、このような「自己の関心」に基づく動機は、Callanan & Thomas(2005)の分類では、「浅い」ボランティア・ツーリストの特徴とされているが、団体としてのOKOVO、eVol、橙は、雪あかりの路の主要団体の一つであり、責任の重さは地域の参加団体と同等かそれ以上であることが注目される。つまり、当初は「浅い」とされたボランティア・ツーリストが、団体の活動を通して「深い」ボランティア・ツーリストに相当する重要な役割を担っているという点である。その理由としては、「継続するプロジェクト」として運営することで、「知識や運営ノウハウを継承する仕組み」が実現していたことが揚げられる。すなわち、一部のリピーターが継続参加する一方で、主に観光的動機に基づき参加する新メンバーを毎年加え、運営ノウハウを新メンバーに伝承することで、期間限定的な参加による仕事の質の低下を防いでいるということである。

また、リピーター自身が初参加時とは異なる動機を持っていることも、仕事の質の低下を防いでいると考えられる。具体的には、継続動機としての「自団体への貢献」の重要性の高さや、初参加動機との比較で見られた「オブジェ作り」の重要性の高まり等である。単にノウハウが伝承されるだけでなく、リピーターは初参加時よりも良い運営や良い作品作りをしたいという意識を持って参加していると考えられる。

このように、リピーターの存在は、ノウハウ伝承の上でも、高い意識を持つボランティア・ツーリストの確保という意味においても重要である。今回の調査結果からは、このようなリピーターの確保の鍵は、観光的要素の強い関心に基づき参加したボランティア・ツーリストが、ボランティア・ツアー体験を通じて、継続への使命感や団体への貢献意識を持つように「変化する」ことだと考えられる。このようなボランティア・ツーリストの体験を通じた変化が継続の鍵だと仮定するのであれば、その変化が起こる現場運営の方法や、継続動機として重要度が高い「参加者間」の関係性について、更なる考察を進めることが必要である。

6-2. 継続参加を支える現場での要因

前項での考察を受け、本項では、ボランティア・ツアー滞在期間中の現場での運営や参加者間の関係性に着目して、継続参加を支える現場における要因を検討する。

(1) 双方向性の高い、対等なコミュニケーション

Blackman & Benson (2010) は、リピーターの獲得のための参加後のコミュニケーションの重要性を指摘していたが、それは受け入れ地域や団体が参加者宛に一方に情報発信をする提案だった。また、先述の通り、ツアー期間中の関係性構築については困難との見方を示していた。

一方、本事例では、継続動機として、事務局や自他団体のメンバーとの交流の重要性が増していることが特徴となっている。その背景には、本事例では、実行委員会も含め、関係者全てがボランティアであり、小樽の関係者と3団体の参加者間の非公式の交流が盛んであったことがあると考えられる。それは、小樽在住者が一方的に小樽のことや活動について紹介する一方のコミュニケーションではなく、「おしゃべりや料理」を通し、各団体が情報提供の主体となる双方向のコミュニケーションである。それに加え、「他団体と共に共通の目的を持って作業をする」関係であるため、雪あかりの路を成功させるための対等な参加者としてのコミュニケーションが成立している。ホストである地域の参加者と、ゲストである合宿型団体が、双方向に対等なコミュニケーションをインフォーマルな場で持っていることが、同イベントの魅力となり、継続参加を促す要因の一つとなっていると考えられる。

(2) 小樽と「小樽雪あかりの路」の魅力

小樽と「雪あかりの路」の魅力も、継続参加を支える要因として、多くのリピーターが指摘している。その魅力の構成要素の一つとして、小樽の街並みや雪景色などのイメージがある。これは、ボランティア・ツーリズムにおいても、視覚は重要な観光体験であること(Urry 1992)を示唆し、ボランティア・ツーリズムの参加者が複数動機を持つという見方を支持する。

さらに、インタビューでの「一番印象深かった」エピソードに基づけば、参加者にとっての「小樽と雪あかりの路の魅力」には、雪あかりの路実行委員会関係者や、他のボランティア団体との交流だけではなく、一般市民も含めた「歓待」も含まれると考えられる。参加者にとって、それは想定外の「歓待」であったが、そのような想定外の出来事が「感動」を生み、一部の参加者はその結果として価値観の変化⁵⁾を体験し、そのことが活動継続への使命感を生み出す一因となっている。

6-3. 実践への示唆

6-1 と 6-2 の考察では、ボランティア・ツーリストの継続参加の鍵は、ツアー体験を通して継続への使命感を持つように「変化する」ことだという経験的仮説を構築した。また、継続参加に際しては、受け入れ地域・団体とボランティア・ツーリストに加え、「参加者間」の関係性や、利他的動機だけではなく観光的要素の高い動機も重要であることを指摘した。以下では、これらの考察に基づき、実践現場への提言を試みたい。

第一には、ツアーにおいて、多くの交流が生まれるような場や進め方を取り入れることである。また、その内容が、形式的な交流や一方の交流ではなく、地域の人もツーリストも対等な立場で情報の受発信ができる、双方向な交流の場であることが重要である。具体的には、自国料

理や文化紹介によるもてなし合いなどが考えられるだろう。また、参加者同士が十分な交流を持てるような時間的配慮も重要である。

第二には、イメージを有効に活用することの重要性である。具体的には、ツアー体験での感動を思い起こせるように、写真やビデオなどの映像情報を有効活用することが考えられよう。

最後に、地域の一般住民も含めた歓待を生み出すためには、地域住民へ積極的にボランティア・ツーリストに関する情報発信をし、理解を深めることが重要であると考えられる。そのためには、SNS や自団体のホームページなどに加え、地元メディアを活用することが大切だろう。

7. 結語

本論文では、小樽雪あかりの路で重要な役割を果たす3団体の参加者の初期動機は、観光的な要素が強いが、小樽での体験を通して、継続への使命感や交流の深さが生まれ、小樽の魅力と共に、継続参加動機を構成していることが明らかになった。また、これらの考察に基づき、継続参加の鍵は、参加者のツアー体験による変化であるという経験的仮説を構築し、実践応用への提言を試みた。

本論文は、ボランティア・ツーリストの継続動機に着目し、経験的仮説を構築するという点では、ボランティア・ツーリズム研究に新たな貢献ができたと思われるが、一事例に基づくという点では、仮説構築はその一步を踏み出したに過ぎない。更に多くの事例に基づく検証が必要だと考えられる。また、本研究はツーリスト個人の動機研究を扱うに留まり、組織としての団体運営やプロジェクト運営については論じることができなかった。これらについては、稿を改め論じたい。

【謝辞】本研究を実施するにあたり、小樽雪あかりの路実行委員会、OKOVO、eVol、橙の各団体に多大なる協力をいただいた。ここに感謝を記したい。

【注】

1) 先行研究では、長期休暇やギャップイヤーの取得が社会的に受け入れられている欧米豪州を発地とした研究が主流であり、ここでの「短い参加期間」とは、4週間以下を指す(Callanan & Thomas 2005:197)。それに対し、日本での東日本大震災支援を除くボランティア・ツアーの平均参加日数はリピート参加で1日、単発参加で3日である(依田 2012)。こうした現状を踏まえると、日本においても、期間限定的な参加による弊害が重要な課題となると考えられる。

2) 心理的契約とは一般に「個人と組織との間における相互的な義務についての個人側の信念であり、その義務は約束の知覚を基礎としており、必ずしも組織側の代理人による認識を必要しない」(桜井 2007)。Blackman & Benson (2010)は、ボランティア・ツーリズムでは仕事が重要なコンテンツとなっていることに着目し、受入組織とツーリストを準雇用関係にあると捉え、心理的契約を援用して、調査プロジェクトのボランティア・ツーリストの参加動機を整理した。

3) 小樽観光誘致促進協議会は2007年3月に小樽観光協会と統合し、一般社団法人小樽観光協会となった。

4) 橙には小樽在住参加者がおり、彼らが地元在住者としてプロジェクトの運営に大きな役割を果たしていることが影響している可能性が考えられる。

5) OKOVO と eVol のリピーターへのインタビューでは、日本人に対してマイナスのイメージを以前は持っていたが、「日本人も自分たちと同じ人間であること」や小樽の人の優しさに感動したとする発言が見られた。このような発言は、両団体が、かつて日本と戦争を経験した韓国と中国の団体であることが影響していると考えられる。

【参考文献】

- ウヴェ・フリック(2011) 『質的研究入門』 春秋社
- 桜井正成(2007) 『ボランティアマネジメント自発的行為の組織化戦略』、ミネルヴァ書房
- 依田真美 (2012) 「首都圏住民のボランティアツーリズムの参加と意識にかんする調査 (2012年)」 『観光創造研究』 第8号 1-48.
- Benson, A.M. (2011), Volunteer tourism: structuring the research agenda, Angela Benson ed., *Volunteer Tourism: Theory Framework to Practical Applications*, Routledge, 240-251.
- Blackman, D.A. and Benson, A.M. (2010), The role of psychological contract in managing research volunteer tourism, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, (27), 221-235.
- Callanan, M. and Thomas, S. (2005), Volunteer Tourism, Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment, Marina Novelli ed., *Niche Tourism, contemporary issues, trends and cases*, Elsevier, 183-200.
- Clary, E. Gil; Snyder, Mark; Ridge, Robert D.; Copeland, John; Stukas, Arthur A.; Haugen, Julie; and Miene, Peter (1998), Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach, *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(6), Jun 1998, 1516-1530.
- Clary, E. G. and Snyder, M. (1991), A functional analysis of altruism and prosocial behavior: the case of volunteerism, Clark, M. S. (eds), *Review of Personality and Social Psychology*, Sage Publications, Inc, 119-148.
- Coghlan, A. and Fennell, D. (2011), Myth or substance: An examination of altruism as the basis of volunteer tourism, *Annals of Leisure Research*, Vol.12(2009), 377-402
- Guttentag, D. A. (2009), The Possible Negative Impacts of Volunteer Tourism, *International Journal of Tourism Research*, 11(2009), 37-538.
- Kendall, J. and Knapp, M. (1996), *The Voluntary Sector in the United Kingdom*, Manchester University Press, 15-18
- McGehee, N. G. (2012) Oppression, emancipation, and volunteer tourism: Research Propositions, *Annals of Tourism Research*, 39(1), 84-107.
- McGehee, N. (2012), Oppression, Emancipation, and Volunteer Tourism: Research Propositions, *Annals of Tourism Research*, 39(1), 84-107
- Sin, H. L. (2009), Volunteer Tourism--"Involve me and I will learn"?, *Annals of Tourism Research*, 36(3), 480-501.
- Tomazos, K. and Butler, R. (2010), The volunteer tourist as 'hero', *Current Issues in Tourism*, 13(4), 363-380.
- Urry, J. (1992), *The Tourist Gaze "Revisited"*, *American Behavioral Scientist*, 36(2), 172-186
- Wearing, S. (2001), *Volunteer Tourism Experiences That Make A Difference*, CABI Publishing.
- Waring, S., & McGehee, N. (2013), Volunteer tourism: a review, *Tourism Management*, Vol.38(2013), 120-130.
- Wearing, S., & Ponting, J. (2009), Breaking down the System: How Volunteer Tourism Contributes to New Ways of Viewing Commodified Tourism, *The SAGE Handbook of Tourism Studies*, SAGE Publications Ltd.

(査読論文 2017年4月30日受理)