

# 旅行の自伝的記憶が次の旅行意向に与える影響

東洋大学 経営学部 准教授

石田 実

明星大学 経営学部 教授

片野 浩一

## 要約

旅行体験が自己観を形成する自伝的記憶となる事を明らかにする。また、旅行者が何を最も重視するかによって、旅行行動を目的行為優位型・旅行先優位型・同行者優位型に3分類し、アンケート調査を用いて、旅行の自伝的記憶からそれぞれの旅行行動意向に至る経路を実証する。自己拡張の概念を踏まえた仮説モデル提示し、構造方程式モデリングを用いて検証する。調査データから、高齢になっても20歳代の旅行が最も思い出に残る旅行と回答した者が多く、旅行体験が自伝的記憶となり得るとわかった。また、仮説モデルの検証により、自伝的記憶を起点とする3つの旅行行動に至る経路を明らかにした。旅行と自己拡張の概念を関連させる研究は少なく、旅行が自己拡張を促す実際的な手段であると示せた事が本研究の貢献である。

## キーワード

観光, 自伝的記憶, 自己拡張, 場所愛着

## I. はじめに

旅行に出かける際、私たちは何を重視して旅行計画を立てるだろうか。この問いに対する答えは、人それぞれで異なる。例えば、大学生が卒業旅行を計画する際、彼らは大学時代の友情が卒業後も続くことを願い、誰と一緒に行くかを慎重に選ぶだろう。また、富士山に登る人は、他の山々ではなく富士山を選ぶだろう。さらに、好きな映画やアニメの聖地を巡礼する人は、物語を追体験する経験そのものを大切にしよう。このような異なる旅行行動を、自己観を形成する自伝的記憶と関連づけることが、本研究の目的である。具体的には、旅行において何を重視するかに基づいて旅行行動を3つの区分に分け、それぞれの区分に対応する自伝的記憶からの経路を、構造方程式モデリングを用いて実証する。旅行の思い出は、人生に深く刻まれる自伝的記憶となり得る。そのため、旅行の体験が自己観の一部となり、旅行意向が長期間継続すると期待される。

## II. 先行研究

### 1. 観光心理学研究

観光地の選択に影響を与える要因については、観光者の内的な要因のほか、外的要因、またエコツーリズムに代表さ

れる環境要因などがある。そのなかで観光者の内的要因については観光心理学で研究されてきた。観光心理学は旅行者の心理・行動について「旅行の実施前（欲求、動機、意思決定）、実施中（旅行の経験）、実施後（経験評価）」というプロセスで経験を捉える（佐々木、2000）。経験は消費者が出会う様々な場面で発生し、その対象物に対して感情的・感情的・認知的・行動的・関係的価値を提供する（Schmitt, 1999）。観光心理学の研究でPearce (1988)と佐々木 (2000) は、旅行動機を5つに集約して類型化している。(a) 緊張解消：日常の仕事や生活から生じるプレッシャーや責任から一時的に逃避してリラックスする行動であり、わずらわしい人間関係から逃れたり、ゆったり観光したり、休養・保養・健康回復を意図する行動である。(b) 娯楽追求：レクリエーションや楽しみを求める行動であり、娯楽、ロマンス、スポーツ、芸術、趣味、小さな冒険、挑戦などを含む。(c) 関係強化行動：友人・知人を訪問する、家族や親戚縁者とのつながりを強める、祖先のルーツを探る、新しい人々と知りあいになるなど社会的な人間関係を拡大するような行動である。(d) 知識増進：歴史・自然・文化・宗教・経済・産業などの諸側面で訪問先の社会や人々の生活について理解を深めたり、新しい知識を得るための行動である。(e) 自己拡大：自己発見や自己評価につながる行動であり、自信や自尊の感情を生み出す行動、高い地位・意向・特

権などを享受するための行動を指し、旅行後にその行動経験を他人に誇示したり喧伝する行動を含む。これらの旅行経験は、自伝的記憶として蓄積される可能性があり、かつ将来の観光地旅行者の行動にも影響を与えると考えられる。

## 2. 自伝的記憶

自伝的記憶 (autobiographical memory) とは個人の過去の経験や出来事に基づく記憶を指し (Conway, 2005), これらの記憶が観光地の選択や旅行の意思決定に大きな影響を与えることが示されている。まず、自伝的記憶の構成概念に関する研究として、TALE 尺度と呼ばれる3つの機能がある (Bluck 2003, 佐藤 2008)。(a) 自己機能: 自己の連続性や一貫性を維持する役割を果たし、過去の出来事を思い出すことで現在の自分がどのように形成されたかを理解する助けになる機能である。このなかには、経験した過去の出来事と現在の自己のあり方を結びつけて解釈する自己の省察的な過程 (=自伝的推論: autobiographical reasoning) が含まれ、自分が何者であるか認識して人生の意味を見出す機能がある (佐藤 2014)。(b) 社会機能: 自伝的記憶には対人関係を形成し促進する役割もあり、例えば友人や家族との会話で過去の出来事を共有することで絆が深まる。(c) 指示機能: 過去の経験を参照して現在の判断や行動を方向づける役割である。過去の成功や失敗から学び、今後の行動に反映させる機能であるが、そのなかに例えば過去に訪れた場所でのポジティブな経験が、その場所を再訪したいという気持ちを強めることがある。反対にネガティブな経験はその場所を避ける理由になることもある。これは自伝的記憶に感情の役割が大きく関与していることを意味しており、ポジティブな出来事は鮮明に記憶されやすく、ネガティブな出来事は詳細が忘れられやすい傾向がある。自伝的記憶を説明する構成概念 (因子) を探索的に見つける研究には上述の TALE 尺度の3因子のほか、自伝的推論5因子 (自己、リハーサル、転機、重要性、教訓) があるが、本研究では観光地を選択する旅行行動に影響して方向づける自伝的記憶の構成概念を再検討することにしたい。

## 3. 自己拡張と場所愛着

Belk (1988) は、消費者が大切な物を所有する事で自分を表現し、大切な物を自己の一部として取り込み自己を拡張するという拡張概念 (extended self) を示した。Aron, Aron, and Norman (2003) は、人は基本原則として自

己の潜在的な効力を拡大する動機を持っていて、他者のリソースや視点を無意識に自己に取り込む拡張自己 (self-expansion) の概念を示した。物と人と同様に、人は場所に対しても自己と一体感を持つ。この場所愛着 (place attachment) の概念は、観光や建築学 (住宅・都市設計) で用いられている (Williams & Vaske, 2003)。

## III. 方法

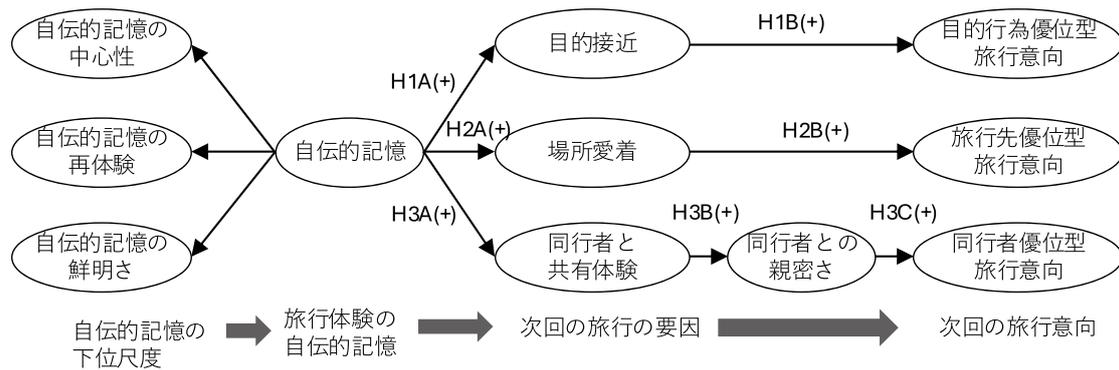
### 1. 仮説

仮説モデルを図1に示す。旅行の体験が人生の大切な物語として自伝的記憶になり、次回の旅行の要因となる仕組みを仮説とする。表1の旅行者の3分類に対応し、自伝的記憶から次回の旅行意向へ至る3つの経路を考える。この3分類は、旅行の選択において最も重視する要因に着目した分類であり、前田 (1995) が提示した3タイプの旅行優位型を同行者優位型に置き換えたものである。旅行優位型は、旅行を行うか否かの選択そのものを重視するタイプなので、具体的な旅行体験の要因の対応が無いため除いた。一方、プレテストの自由記述で、新婚旅行や家族旅行など同行者に言及する記述が多い事に留意して同行者優位型を追加した。また、同行者の有無や能力が旅行の満足に影響を与えると指摘する Oguchi et al. (2005) や、旅行はパートナーとの親密さを深める自己拡張体験となり、その後の関係を良くするという Coffey et al. (2024) の指摘、および VFR (visiting friends and relatives) 研究 (Gitelson & Crompton, 1984) を踏まえた。図1の仮説モデル中の H1A と H1B は、「旅行目的に近づく体験が自伝的記憶となり、再びその目的に近づく旅行意向を高める」経路の仮説である。H2A と H2B は、「場所愛着が自伝的記憶となり、再び同じ場所に旅行する意向を高める」経路の仮説である。H3A と H3B と H3C は、「同行者との共有体験が自伝的記憶となり、同行者との親密性を高め、再び同じ同行者と旅行する意向が高まる」経路の仮説である。旅行体験が自己の物語を形成する自伝的記憶となることで、長期の行動に影響を与える効果が期待できる。

### 2. 調査方法

構造方程式モデリングを用いて仮説モデルを検証する。調査対象は、性別と年代で均等割り付けした日本居住者とする。事前に旅行経験のある人をスクリーニングし、その該当者に Web アンケート調査を行う。アンケート構成として、

図一 仮説モデル



出典：筆者作成

表一 観光行動の3タイプ区分

タイプ	内容	動機
目的行為優位型	旅行先でどのような行動をするか、したいかを重視する。例：秘湯めぐり、聖地巡礼	趣味や信条などの自己観
旅行先優位型	どこへ行くかの選択を重視する。例：富士山登山	場所愛着 (place attachment)
同行者優位型	誰と行くかの選択を重視する。例：家族旅行	自己拡張 (self-expansion)

出典：前田 (2015) p.70 の3区分を参考に筆者作成

最初に「あなたの最も思い出に残っている旅行体験」の旅行先と旅行の思い出を自由記述する設問を設ける。続いて、その旅行をした年代と同行者の有無を尋ね、表2の通り仮説の因子を構成する設問への回答を促す。同行者がいる場合のみ、同行者に関する質問を表示する。自伝的記憶の因子構成は、堤・清水 (2020) が示す32項目をプレテストし、その因子分析結果を踏まえて作成する。プレテストは2024年7月10日に行い、本調査と同様に男女と年代で均等割り付けをした500サンプルを収集した。複数の自伝的記憶因子を下位概念 (2次因子) とする一つの自伝的記憶因子を1次因子として構成して観測変数を選択した。

### 3. データの概要

旅行体験がある対象者をスクリーニングした後に、20歳から69歳の日本居住者を対象としてWebアンケート調査を行った。調査日は2024年8月1日で、性別と年代で均等割り付けして900サンプルを収集した。不適切な回答者として、同じ選択肢を繰り返すストレート回答149サンプルと、外れ値として選択肢の分散の値が上位1%の14サンプルのいずれかに該当するサンプルを除いた739サンプルを有効回答とした。最も思い出に残る旅行を体験した年代は、比率の高い順に20歳代が45%、30歳代が20%、10歳代が15%と続き、20歳前後の旅行体験の思い出が選ばれる傾

向があった。同行者のいない一人旅を選択したのは150サンプルであった。一人旅の年齢別の構成比は、20歳代と30歳代がそれぞれ23%と27%に対し、50歳代と60歳代は17%と15%と年齢を経るにつれて減少した。

回答者が選択した旅行場所と思い出の自由記述回答のテキストを形態素解析し、頻出した語彙を表すワードクラウドを図2に示す。旅行先では、北海道、沖縄、ハワイ、その思い出では、絶景、海外旅行、新婚旅行がそれぞれ挙げられた。

## IV. 分析結果

### 1. 因子の評価

同行者がいる旅行を回答した589サンプルを対象に確認的因子分析を行い、因子の信頼性と妥当性を評価する。分析結果は表3の通り。全ての因子でCronbachの $\alpha$ 信頼性係数は0.7以上、Composite Reliability (CR) が0.6以上となり因子構成に信頼性があるといえる (Bagozzi & Yi,1988)。また、Average Variance Extracted (AVE) が0.5以上で収束妥当性があるといえる (Fornell & Larcker,1981; Bagozzi and Yi,1988)。弁別妥当性について、AVEの値が因子間の相関の平方より大きくなり収束妥当性があるといえる (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2021)。また、確認的因子分析の適合度は、CFIが0.967、

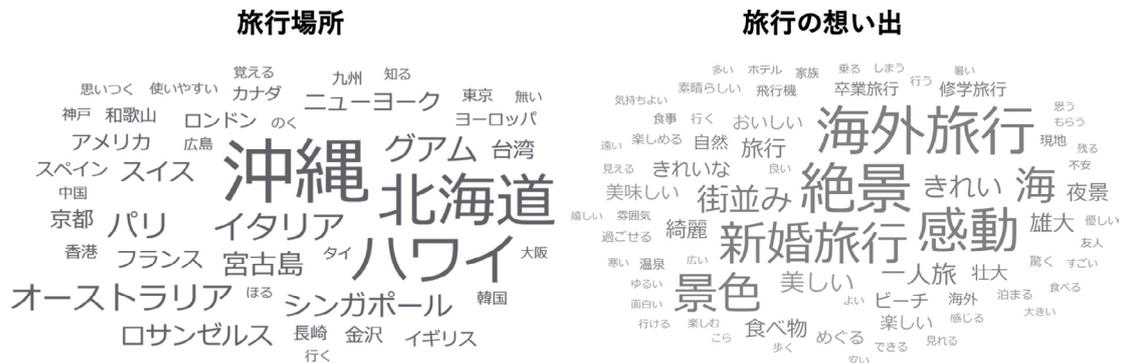
RMSEA が0.048, GFIが0.923, AGFIが0.985と良好であった(朝野・他, 2005)。次に、一人旅を含めた739サンプルを対象とする確認的因子分析を、同行者に関する因子

を除いて行った。因子の信頼性と妥当性評価の指標は、同行者がいる場合と同水準となり、因子構成の信頼性と妥当性を確認した。

表—2 質問項目

因子	No	質問文	参考とする先行研究
自伝的記憶の中心性	1	自分の人生を物語に例えると、この旅行体験はその中の中心的部分になってくる	Berntsen and Rubin (2006), 佐藤 (2008), 堤・清水 (2020)
	2	この旅行体験は私に影響を及ぼした	
	3	この旅行体験と今の自分との間につながりを感じられる	
自伝的記憶の再体験	4	この旅行体験を思い出すと、再び経験しているような気持ちになる	
	5	この旅行体験を思い出すと、そのときの感情を再び体験している気がする	
	6	この旅行体験を思い出すと、そのときに引き戻される感じがする	
自伝的記憶の鮮明さ	7	自伝的記憶の鮮明さ	
	8	この旅行体験の記憶は、はっきりしている	
	9	この旅行体験を思い出すのは簡単だ	
目的接近	10	その旅行目的の大切さを実感できた	筆者作成
	11	その旅行目的について、より知ることができた	
	12	その旅行目的に近づく体験ができた	
目的行為優位型旅行意向	13	同じ目的で、再び旅行に行きたいと思った	
	14	同じ目的で、繰り返して旅行する価値があると思った	
場所愛着	15	その旅行先に、とても愛着がある	Raymond et al. (2010)
	16	その旅行先のあり様に、強く共感している	
	17	その旅行先は、私の一部であるように感じている	
	18	その旅行先は、私に最も適した場所です	
旅行先優位型旅行意向	19	その旅行先に、再び訪れたいと思った	
	20	その旅行先は、繰り返して訪れる価値がある場所と思った	
同行者との共有体験	21	同伴者と一緒に、今までしたことのない活動に参加した	Coffey et al. (2024)
	22	同伴者と一緒に、新しいことに取り組む経験をした	
	23	同伴者と一緒に、少し大胆な事をした	
同行者との親密さ	24	その旅行を通して、同伴者とより親しくなった	
	25	その旅行を通して、同伴者をより知ることができた	
同行者優位型旅行意向	26	この同伴者と一緒であれば、他の旅行でも満足できると思った	筆者作成
	27	この同伴者と一緒であれば、旅行先にこだわらず再び旅行したいと思った	

図—2 旅行場所と思い出の自由記述のワードクラウド



出典：筆者作成

表—3 因子の信頼性・妥当性評価

	Cronbachの $\alpha$ 信頼性係数	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)	相関係数の 2乗の最大値
自伝的記憶の中心性	0.87	0.87	0.69	0.62
自伝的記憶の再体験	0.90	0.90	0.75	0.55
自伝的記憶の鮮明さ	0.89	0.89	0.74	0.46
目的接近	0.86	0.86	0.67	0.54
目的行為優位型旅行意向	0.89	0.89	0.80	0.45
場所愛着	0.88	0.88	0.64	0.62
旅行先優位型旅行意向	0.86	0.86	0.75	0.60
同行者との共有体験	0.78	0.79	0.55	0.37
同行者との親密さ	0.87	0.87	0.77	0.53
同行者優位型旅行意向	0.90	0.90	0.82	0.53

出典：参考作成

## 2. 仮説の検証結果

### (1) 同行者がいる場合

構造方程式モデリングを用いて仮説を検証する。最初に、同行者がいる旅行を回答した場合について分析し、次に一人旅を含めた場合について分析する。図3に、同行者がいる場合の検証結果を示す。図1の仮説モデルの修正点として、場所愛着因子と目的接近因子からの2つの旅行意向因子と同行者の親密さ因子への影響を確認できたので、このパスを追加した。また、同行者と共有体験因子から同行者優位型旅行意向に至る経路について、同行者との親密さを媒介として直接効果がない完全媒介型の経路であることを確認した。図3のモデルの適合度はCFIが0.958、RMSEAが0.051、GFIが0.906、AGFIが0.884と良好であり、このモデルを採択した（朝野・他、2005）。仮説のH1A～H3Cの7個のパスの係数は0.1%水準で有意となった。個人属性が因果に与える影響を確認するため、性別と年齢でグループを設けた多母集団分析を行い、仮説の係数が同様に有意である事を確認した。以上の分析から、3つの仮説の経路、「旅行目的に近づく体験が自伝的記憶となり、再びその目的に近づく旅行意向を高める」、「場所愛着が自伝的記憶となり、再び同じ場所に旅行する意向を高める」、「同行者との共有体験が自伝的記憶となり、同行者との親密性を高め、再び同じ人を同行者として旅行する意向が高まる」が支持された。これらの経路の起点が自伝的記憶となることで、長期にわたり旅行意向が継続すると期待できる。

### (2) 一人旅を含める場合

次に、一人旅の回答者を追加して、同行者の有無による差異を確認する分析を行う。用いるモデルは、図3のモデルから同行者に関する因子を除いたモデルとする。図4に分析結果を示す。適合度はCFIが0.962、RMSEAが0.058、GFIが0.924、AGFIが0.901と良好なので、このモデルを採択する（朝野・他、2005）。仮説のH1A～H2Bの4個のパスの係数は0.1%水準で有意となり、目的行為優位型と旅行先優位型の旅行意向に至る2つの経路の仮説が支持された。同行者がいる場合のモデルと標準化係数の値が同水準となり、一人旅の有無の影響は同行者に関する因子以外に大きな影響を与えていない事がわかった。

## V. 議論

### 1. まとめ

旅行体験が、自己観を形作る自伝的記憶となり、次回の旅行意向を高める効果を示した。自伝的記憶は長期にわたり鮮明に想起される特性がある。よって、旅行意向の効果が長期間継続すると期待できる。実際に、20歳代の旅行体験が最も思い出に残っていると回答した人が多かった。旅行する要因として、旅行を通して近づきたい趣味や信条などの目的と、場所に対する愛着と、同行者との親密さの3項目に着目した。これらは、自分との一体化によって、自己拡張として自己観に取り込み得る項目である。それぞれ、目的行為優位型と旅行先優位型と同行者優位型に対応させて、次の旅行意向へ至る3つの経路がある事を示した。

2. 研究の貢献と今後の課題

本研究の学術的貢献は、旅行体験が自伝的記憶として人の長期にわたる行動に影響を及ぼし得ると実証した事である。Coffey et al. (2024) はパートナーとの旅行が親密さを深める効果を検証し、「これは旅行後の人間関係を調べる観光研究において、自己拡張モデルを採用した最初の研究である」と述べている。Belk (2014) は、自己拡張概念として人・モノ・場所を統合すべきと主張している。本研究は、旅行体験を通して人と自己観に沿った目的と場所を拡張概念として議論するモデルを提示した。本研究の実務的貢献として、観光客のセグメントやプロモーション作成に資する旅行意向の3経路を示せた点がある。具体的には、観光地の宿泊施設や自治体を顧客としてビジネスする場合、大学生の卒業旅行や家族の正月旅行を提案する場合と、アニメの聖地巡礼をプロモーションする場合では、それぞれ

に適した自己拡張を促し、自伝的記憶となる体験を企画する事の適切さを示せた。本研究では旅行意向に沿って次の旅行に行く是非を扱わなかった。次の旅行をした時期やリピート数については、今後の研究課題としたい。

引用文献

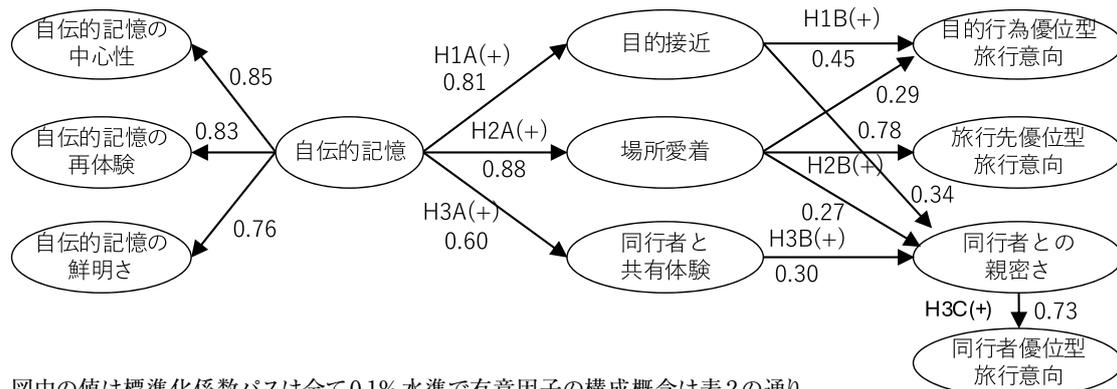
Aron, A., Aron, E. N., & Norman, C. (2003). Self-expansion model of motivation and cognition in close relationships and beyond. *Blackwell handbook of social psychology: Interpersonal processes*, 478-501.

Bagozzi, R. P., and Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74-94.

Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of consumer research*, 15(2), 139-168.

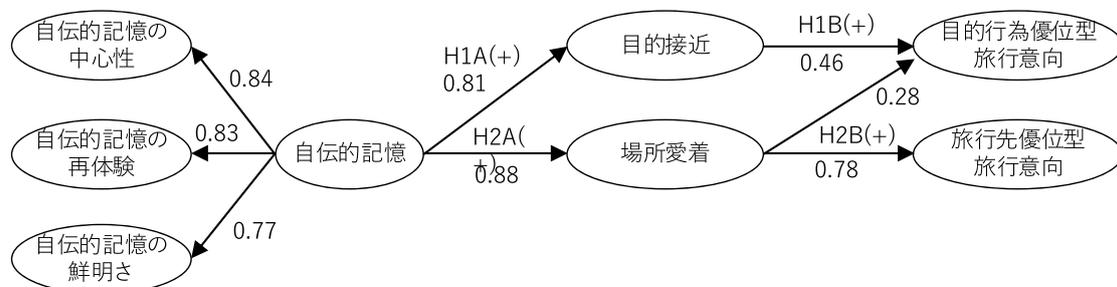
Belk, R. W. (2014). Alternative Conceptualizations of the Extended Self. *Advances in Consumer Research*, 42.

図—3 同行者がいる場合の検証結果



図中の値は標準化係数パスは全て0.1%水準で有意因子の構成概念は表2の通り適合度  
 N=589, カイ2乗 781.7, 自由度 308, p 値 0.1% 未満, CFI0.958, RMSEA0.051, GFI0.906, AGFI0.884  
 出典：筆者作成

図—4 一人旅を含めた場合の検証結果



図中の値は標準化係数パスは全て0.1%水準で有意因子の構成概念は表2の通り適合度  
 N=789, カイ2乗 562.1, 自由度 161, p 値 0.1% 未満, CFI0.962, RMSEA0.058, GFI0.924, AGFI0.901  
 出典：筆者作成

- Berntsen, D., & Rubin, D. C. (2006). The centrality of event scale: A measure of integrating a trauma into one's identity and its relation to post-traumatic stress disorder symptoms. *Behaviour research and therapy*, 44(2), 219-231.
- Bluck, S. (2003). Autobiographical memory: Exploring its functions in everyday life. *Memory*, 11(2), 113-123.
- Coffey, J. K., Shahvali, M., Kerstetter, D., & Aron, A. (2024). Couples vacations and romantic passion and intimacy. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5(1), 100121.
- Conway, M. A. (2005). Memory and the self. *Journal of memory and language*, 53, 594-628.
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382-388.
- Gitelson, R. J., & Crompton, J. L. (1984). Insights into the repeat vacation phenomenon. *Annals of tourism Research*, 11(2), 199-217.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications.
- Lewicka, M. (2011). Place attachment: How far have we come in the last 40 years?. *Journal of environmental psychology*, 31(3), 207-230.
- Pearce, P. L. (1988). *The Ulysses factor: Evaluating visitors in tourist settings*. Springer-Verlag.
- Oguchi, T., Ando, K., Yamaguchi, K., & Hanai, T. (2005). The companion effect and group polarization in group travel. In *Proceedings of the Asia Pacific Tourism Association 11th Annual Conference, Goyang*, 902-907.
- Raymond, C. M., Brown, G., & Weber, D. (2010). The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections. *Journal of environmental psychology*, 30(4), 422-434.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of marketing management*, 15(1-3), 53-67.
- 朝野熙彦・鈴木督久・小島隆矢 (2005). 『入門 共分散構造分析の実際』講談社.
- 佐藤浩一 (2007). 「自伝的記憶の機能と想起特性」『群馬大学教育学部紀要, 人文・社会科学編』, 56, 333-357.
- 佐藤浩一 (2008). 『自伝的記憶の構造と機能』風間書房.
- 佐藤浩一 (2014). 「自伝的推論—概念並びに評価方法の整理と包括的な枠組みの提案—」『群馬大学教育学部紀要, 人文・社会科学編』, 63, 129-148.
- 佐々木土師二 (2000). 『旅行者行動の心理学』関西大学出版部.
- 堤聖月・清水寛之 (2020). 「伝的記憶における想起された出来事の特徴と忘却への懸念との関係」『心理学研究』, 91(5), 332-338.
- 前田勇 (2015). 『観光とサービスの心理学<第2版>—観光行動学序説—』学文社.