

韓国人のクルーズ旅行のイメージと 制約要因に関する研究

姜淑瑛*
sky7212@hanmail.net

＜目次＞

- | | |
|------------|-------------|
| 1. はじめに | 4. 分析結果 |
| 2. 先行研究の考察 | 5. 結論および示唆点 |
| 3. 研究の手続き | |

主題語: クルーズソースマーケット(Cruise Source Market)、クルーズ旅行のイメージ(Image of Cruise ship travel)、クルーズ旅行の制約要因(Constraints of Cruise ship travel)、クルーズ旅行の知識(Knowledge of Cruise ship travel)、韓国人大学生(a Korean University Students)

1. はじめに

世界のクルーズ観光客は、2009年1,780万人から、2017年現在2,670万人に成長しており、US\$40billionの売り上げを上げている(CLIA、2017)。この内、アジア地域は、去る5年間約39.2%という急成長を記録し(Blamey、2018)、新しく浮かび上がるクルーズ観光市場として、かつ、世界クルーズ産業の成長を牽引する市場として注目を集めている。

アジアにおけるクルーズ旅行人口、すなわち、ソースマーケットは、2017年現在405万人であり、77万人であった2012年に比べると、約40%という目覚ましい成長を成し遂げている。国別には、中国が240万人で最も多く、2012年に比べると約61.7%成長している。その次が台湾であり、約37万人の台湾人がクルーズ旅行を楽しんでおり、アジア2位のソースマーケットを形成している。シンガポールは、21万人規模の市場を形成しているが、全体人口の内クルーズ旅行をする人の割合(penetration)である普及率の視点からみると、シンガポール国民の約4.75%がクルーズ旅行をおこなっており、世界で最も高い普及率を示す国である。また、日本(26万人)および香港(23万人)もソースマーケットの成長が目立っている

* 京畿大学校 観光文化大学 観光経営学科 助教授

(Blamey,2018)。

一方、韓国のクルーズソースマーケットは、2017年4万人であり、1.4万人であった2012年に比べると22.9%成長しているものの、クルーズ人口の普及率は0.08%に過ぎない。韓国のクルーズ旅行人口は非常に小規模であり、他のアジアの国に比べても低調しているといえる。しかし、2017年韓国人のアウトバウンド観光客の規模(2,650万人)を考えると、韓国のクルーズソースマーケットは成長潜在力が高い市場である。

韓国海洋水産部(2016)が発表した政策によると、クルーズ産業を振興させるためにはソースマーケットの育成が重要であり、2020年までに20万人のソースマーケットを育成させるという政策目標を立てている。そして、2016年からは一般国民を対象とした、クルーズ旅行を無料で体験できる‘クルーズ体験団’プログラムを運営しており、年に最大2回にかけて一般募集している。

しかし、クルーズソースマーケットの規模でも取り上げたように、韓国人のクルーズ旅行需要は相変らず低迷な状況である。これには韓国人のクルーズ旅行への不慣れ、あるいは、誤ったイメージなどのような様々な制約要因が影響を及ぼしていると考えられる。2,650万人という多くの人が海外旅行をする韓国人にとって、ユニックな海外旅行の一種であるクルーズ旅行が選択肢として考えられるのは決して不自然ではないからである。

本研究は、韓国人のクルーズ旅行を妨げる要因は何かを、クルーズ旅行のイメージ、知識、制約要因から考察することを目的としている。クルーズ旅行の制約要因に関する先行研究は、Kerstetter&Yen&Yarnal(2005)、リ(2009)、Hung&Petrick(2010)、Hur&Adler(2013)、ベク(2014)、Zou&Petrick(2017)などによって行われている。このうち、リ(2009)、Hur&Adler(2013)、ベク(2014)などは、韓国人のクルーズ旅行の制約要因を扱っている研究であり、具体的には、クルーズの制約要因と動機および意図との関係(リ、2009)、制約要因と態度との関係(ベク、2014)、あるいは制約要因と動機がクルーズ旅行に対する態度や行動意図に及ぼす影響(チョン、2015)を明らかにしている。しかし、クルーズ旅行のイメージをはじめ、知識の有無と制約要因とのかかわりについては明らかにした研究は限られている。

本研究は、韓国人のクルーズ旅行を制約する要因としてクルーズ旅行のイメージと制約要因を調べた上で、クルーズ旅行に対する事前知識の有無により制約要因に差があるかを明らかにすることを目的としている。

2. 先行研究の考察

2.1 クルーズ旅行における制約要因

余暇制約は余暇活動を制限する力であり(ユン外、2009)、一般的には余暇参加と余暇満足度を妨げたり、抑制したりする、全てのものを称する概念である(Searle&Jackson、1985)。また、ファン&ハン(2012)は、余暇制約とは、観光者が余暇活動に参加する際に必ず伴う困難、あるいは、妨害要因として定義している。

余暇制約を構成する次元は、内的要因と外的要因に大別されたり(Jackson、1993)、内的要因(intrapersonal)、対人的要因(Interpersonal)、構造的要因(social)と3つの構成次元に分けられたりする(Crawford&Godbey、1987)。内的制約とはストレスや憂鬱感、葛藤、宗教、家族関係、余暇に対する個人的見解および能力などを含む概念であり、対人的制約は人間関係または個人的特性などを含む概念である。構造的制約は、財政や、家族の年齢、勤務時間、機会、余暇活動への参加に対する準拠集団の態度などを含む外的な制約を指す。

一方、クルーズ旅行に関する制約要因は研究者ごとにさまざまな説明が行われているが、大別してみると、内的制約、対人的制約、構造的制約に分類することができる。また、Kerstetterなど(2005)、Zou&Petrick(2017)は‘選択肢にない(Not an option)’次元を取り上げ、クルーズ旅行に限った制約要因であると説明しているが、この次元はクルーズ旅行に関する低い認知度や関心にかかわる要因を意味している。

クルーズ旅行の制約要因をより具体的に説明すると、内的要因には、‘船酔いをする’、‘クルーズの安全性が心配である’、‘海や水が怖い’、‘健康状態がよくない’などである。対人的要因は、‘一緒にクルーズ旅行する人がいない’、‘家族や知人がクルーズ旅行をしない’、‘見知らぬ人との夕食を好まない’、‘クルーズの中でさびしさを感じるだろう’などであり、構造的な制約要因は‘クルーズポートまでのアクセスが難しい’、‘クルーズ旅行をする時間がない’、‘クルーズ旅行は高い’、‘面倒みないといけない家族がいる’などである(Hung&Petrick、2010; Zou&Petrick、2017; リ、2009; Hur&Adler、2013; ベク、2014)。最後に、‘選択肢にない’次元は、‘クルーズ船は混雑すぎる’、‘クルーズ旅行は退屈である’、‘クルーズ旅行は一回で十分である’などである(Kerstetter et al.、2005; Zou&Petrick、2017)。

クルーズ旅行の制約要因に関する研究はさまざまな研究者によって行われてきた。チョン(2015)は、韓国人を対象とした研究で、クルーズ旅行の内的制約要因が旅行の参加動機

と態度に負(一)の影響を及ぼすことを明らかにした。Zou&Petrick(2017)は、中国人のクルーズ観光客を対象とした研究で、すべての次元のクルーズ旅行制約要因(内的、対人的、構造的、選択肢にない)は否定的な認知的イメージに強い正(+)の影響を及ぼすものの、観光客の行動意図には影響を及ぼさないことを明らかにした。一方、リ(2009)は、交渉理論を適用した研究で、クルーズ旅行に対する構造的制約は交渉過程を経ることによって、旅行への参加動機や意図には正(+)の影響を及ぼすことができることを明らかにした。

すなわち、クルーズの制約要因は、観光者の行動を予測できる重要な変数であるといえる。本研究では、韓国人のクルーズ旅行に関する制約要因を明らかにし、かつ、事前知識の有無とのかかわりも考察する。

2.2 クルーズ旅行のイメージ

イメージとは、ある観光地に対して観光者が持っている信念、アイデア、あるいは、印象の総体であり(Crompton、1979)、観光者によって選択された、いくつかの印象に基づいて形成される情緒的な構成物である(Reynolds、1985)。

観光目的地のイメージは、認知的イメージと情緒的イメージに大別することができる。認知的イメージとは観光地に対する観光者の信頼や知識であり、観光地の景観、気候、施設や設備などという機能的側面が評価される理性的な解釈を意味するものである(キム,2012;Baloglu&McCleary、1999)。情緒的イメージとは、観光地に対する観光客の個人的な考えや感じであり、ある対象が人に与える全体的な経験と考え、感じに対する個人の選好/非選好として表現される感情を意味する(パク&コ,2002;Beerli&Martin、2004)。観光地のイメージを概念化するためには、この二つの次元を総体的に考えなければならないし、これを通して観光地イメージに関する有意義な結果を導くことができる(Chen&Uysal、2002;Kim&Richardson、2003;Pike&Ryan,2004)。

イメージそのものは、ある対象に対して個々人が抱いている主観的な精神作用の産物であり、なおかつ、感じに過ぎない。しかし、観光者行動からみると、観光目的地の選択において多くの役割を果たす主な変数であると認識されている。これには、イメージが観光者の行動を予測できる重要な概念であり、観光目的地においても競争優位を占めるために活用できる有用な戦略的マーケティング道具として有意義であるからである(Rezende—Parker、Morrison&Ismail、2003;Gartner、1993)。

一方、Zou & Petrick(2017)は、クルーズ旅行の制約において、内的要因の影響力が大きい

にもかかわらず、観光客がクルーズに対して抱いているイメージ要因は見過ごされてきたことを指摘しており、クルーズ旅行のイメージと制約要因とのかわりおよび行動意図を明らかにする必要があることを研究課題として取り上げたことがある。

クルーズソースマーケットの拡大を通じてクルーズ観光を活性化させようとする韓国政府にとって、韓国人のクルーズ旅行に対するイメージを理解することは、クルーズ観光の活性化および政策樹立などの重要な手掛かりであるといえる。

3. 研究の手続き

3.1 研究問題

本研究は、韓国人のクルーズ旅行を妨げる要因を理解するために次ような三つの研究問題を設定している。

- Q1. クルーズ旅行について、韓国人の持っているイメージとは何か?
- Q2. 韓国人のクルーズ旅行を妨害する制約要因は何か?
- Q3. クルーズ旅行に関する知識の有無により、クルーズ旅行制約認識に差があるのか?

3.2 アンケートの構成

アンケートの項目は、クルーズ旅行のイメージ、クルーズ旅行の制約要因、人口統計的な質問から構成されている。クルーズ旅行のイメージに関する質問はHur&Adler(2013)、Zou&Petrick(2017)の研究を参考にしており、クルーズ旅行制約要因はKerstetter et al.(2005)、Hung&Petrick(2010)、Zou&Petrick(2017)、リ(2009)、Hur&Adler(2013)、ベク(2014)の研究から構成した。人口統計的な質問を除いた項目は、Likert scaleを使っており、1は「まったくそうでない」、5は「まったくそうである」を示すである。アンケートは韓国語で作成された。

3.3 サンプリングおよび分析

アンケートは、4年制の大学生を対象としている。本研究は、クルーズ旅行をしたこと

のない潜在的な需要のうち、イメージの形成に影響を及ぼす事前知識の影響を把握できる対象をサンプリングすることが求められる。クルーズ観光に関する講義を受けた集団とそうでない集団として分けられる大学生は本研究の趣旨に合うサンプルであると判断される。

調査は、ソウルおよび釜山に所在する大学の学生を対象とし、2018年9月10日から9月21日の間に実施した。グーグルアンケートサービス(https://www.google.com/intl/ko_kr/forms/about/)を活用し、アンケートの作成および配布を行った。215部のアンケートを回収し、そのうち不誠実な回答と外国人回答者による23部を除いた合計192部を実証分析に用いた。統計処理は、SPSS 21.0を活用しており、度数分析、t検定を行った。

4. 分析結果

4.1 回答者の概要

分析に用いた192部の回答者の概要は<表1>のとおりである。回答者の内128名(66.7%)が女性であり、クルーズ旅行に関する知識を持っている人が99名(51.6%)である。多くの回答者が海外旅行を経験しており、クルーズ旅行はすべて経験していない。家計の月収入は300万ウォン～399万ウォンが最も多い。

<表1> 回答者の概要

変 数	説 明	N	割合(%)
性別	女性	128	66.7
	男性	64	33.3
クルーズ旅行に関する知識	あり	93	48.4
	なし	99	51.6
海外旅行経験	1 回	70	36.5
	2回	42	21.9
	3回以上	80	41.7
クルーズ旅行経験	なし	192	100.0

月収入	～W999,999	31	16.1
	W1,000,000～W1,999,999	14	7.3
	W2,000,000～W2,999,999	14	7.3
	W3,000,000～W3,999,999	36	18.8
	W4,000,000～W4,999,999	28	14.6
	W5,000,000～W5,999,999	28	14.6
	W6,000,000～W6,999,999	14	7.3
	W7,000,000～W7,999,999	12	6.3
	W8,000,000以上～	15	7.8

4.2 クルーズ旅行に関するイメージ

<表2>は韓国人大学生のクルーズ旅行に関するイメージを示したものである。イメージのうち、‘クルーズ旅行中に知人や家族と多くの時間を過ごすことができる’、‘クルーズ旅行はすばらしいサービスを提供する’、‘クルーズは魅力的な寄港地(観光地)旅行ができる’、‘さまざまな料理が食べられる’、‘新しいことや活動が経験できる’などに対して高いイメージを持っている。一方、‘クルーズ旅行は退屈である’あるいは、‘クルーズ旅行は安全でない’などのような否定的イメージに対してはそれほど同意していないことが明らかになった。

<表2> クルーズ旅行に対するイメージ

クルーズ旅行のイメージ	M	S.D.
クルーズ旅行中に知人・家族と多くの時間を過ごすことができる	4.30	.679
クルーズ旅行はすばらしいサービスを提供する	4.15	.788
クルーズは魅力的な寄港地(観光地)旅行ができる	4.09	.677
さまざまな料理が食べられる	4.00	.716
クルーズ乗務員は顧客のニーズに対応する	3.98	.709
新しいことや活動が経験できる	3.93	.844
クルーズ旅行中に新しい友達を作ることができる	3.90	.763
クルーズ船はオープンスペースが多い	3.80	.878
クルーズ旅行は手間がかからない	3.50	.932
クルーズ船は快適な宿泊施設を提供する	3.26	.815
クルーズの客室は広い	3.14	.854
クルーズ旅行は安全ではない	2.80	.754
クルーズ旅行は退屈である	2.48	.818
クルーズには少ない乗客がいる	2.31	.985

4.3 クルーズ旅行の制約要因

<表3>は、韓国人大学生のクルーズ旅行を妨げる要因を示したものである。回答者は、価格が高い点を最も大きな制約要因としてあげている。その次に回答者が制約要因としてあげているのは、クルーズ旅行に対する情報不足や、クルーズ旅行を出発する港までの距離が遠いことである。取り上げている3つの要因はともに構造的な制約要因であり、韓国人大学生は構造的な要因をクルーズ制約要因として強く認識していることがわかる。一方、安全性や船酔いのような内的制約要因は、制約要因として低い認識を持っていることがわかる。

<表4> クルーズ旅行の制約要因

クルーズ旅行の制約	M	S.D.
クルーズ旅行は高い	4.36	.673
情報がない	3.97	.792
自分の家からクルーズ出発ポートが遠い	3.60	.981
時間がない	3.57	.924
クルーズ旅行以外にほかの選択肢が多い	3.33	.876
クルーズ船の安全が心配	3.08	1.189
クルーズ船は閉鎖しすぎる	3.05	.953
私は船酔いをする	3.05	1.164
クルーズ旅行は私の家族のライフスタイルではない	2.92	1.030
私は海や水が怖い	2.73	1.210
クルーズ旅行は一度も考えたことがない	2.70	.922
面倒みないといけない家族が多い	2.68	1.106
家族・知人がクルーズ旅行をしない	2.67	.852
夕食の仲間が気に入らないかもしれない	2.59	1.113
一緒にクルーズ旅行をする人がいない	2.54	.981
クルーズ旅行は退屈である	2.35	.722
私は健康状態がよくない	2.04	.858

4.4 事前知識と制約要因との差異分析

<表5>は、クルーズ旅行に関する事前知識の有無と制約要因とのかかわりをt検定した結

果である。分析の結果、クルーズ旅行の講義を受けたことのない集団であるほどクルーズ旅行が退屈だと認識しており、海や水が怖く、クルーズ旅行に対する安全性が心配だと認識していることが分かる。また、クルーズ旅行以外にも他の代案が多いと認識しており、陸上旅行を含めた多様な選択肢を多く検討する可能性があることが分かる。一方、価格については、クルーズ旅行の講義を受けたことのあるグループであるほどクルーズ旅行の価格が高いと認識している傾向がある。アジアで販売しているクルーズ旅行商品の多くはキャジュアルクルーズであり、わりと安値の商品が多いにも関わらず、近年激安化していく陸上を中心としたパッケージ旅行商品の価格に比べて、相対的に高く感じるのではないかと考えられる。

<表5> クルーズ旅行に関する事前知識による制約要因との差の分析

クルーズ旅行の制約		N	M	SD	t(df)	P
クルーズ旅行は退屈である	あり	93	2.19	.595	-2.974 (190)	.003**
	なし	99	2.49	.800		
クルーズ船は閉鎖しすぎる	あり	93	3.00	.921	-1.733 (190)	.464
	なし	99	3.10	.985		
クルーズ旅行以外にほかの 選択肢が多い	あり	93	3.16	.888	-2.679 (190)	.008**
	なし	99	3.49	.838		
クルーズ旅行は一度も考 えたことがない	あり	93	2.77	.910	1.111 (190)	.268
	なし	99	2.63	.932		
時間がない	あり	93	3.48	.880	-1.220 (190)	.224
	なし	99	3.65	.962		
クルーズ旅行は高い	あり	93	4.52	.502	3.132 (190)	.002**
	なし	99	4.22	.777		
情報がない	あり	93	4.03	.786	1.077 (190)	.283
	なし	99	3.91	.797		
自分の家からクルーズ出 発ポートが遠い	あり	93	3.68	1.002	1.003 (190)	.317
	なし	99	3.54	.962		
私は船酔いをする	あり	93	3.00	1.113	-1.540 (190)	.590
	なし	99	3.09	1.213		
私は海や水が怖い	あり	93	2.48	1.080	-2.832 (190)	.005**
	なし	99	2.97	1.281		

クルーズ船の安全が心配	あり	93	2.77	1.190	-3.536 (190)	.001***
	なし	99	3.36	1.120		
一緒にクルーズ旅行をする人がいない	あり	93	2.45	.879	-1.870 (190)	.246
	なし	99	2.62	1.066		
家族・知人がクルーズ旅行をしない	あり	93	2.81	.863	2.223 (190)	.027*
	なし	99	2.54	.825		
夕食の仲間が気に入らないかもしれない	あり	93	2.58	1.219	-.095 (190)	.925
	なし	99	2.60	1.009		

* $p<0.1$ 、** $p<0.01$ 、*** $p<0.00$

5. 結論および示唆点

本研究は、韓国人のクルーズ旅行に関するイメージと旅行の制約要因を調べた上で、クルーズ旅行に対する事前知識と制約要因とのかかわりを検証することを目的とする。

研究の目的を達するため、本研究では、先行研究の考察とアンケートによる実証分析を行った。アンケート調査表はクルーズ旅行のイメージ、クルーズ旅行の制約要因、回答者の人口統計的変数からなる項目で構成し、ソウルと釜山に所在する大学生を対象として調査をおこなった。統計分析は、回収された215部のうち、外国人学生と不誠実な回答を除いた192部を分析に用いており、SPSS21.0を利用して度数分析とt検定をおこなった。

分析の結果、韓国人大学生はクルーズ旅行を、‘家族や友人と多くの時間を過ごすことのできる旅行’であり、‘立派なサービスを提供’し、‘魅力的な寄港地観光のできる旅行’であるという肯定的なイメージを持っていることがわかった。一方、‘退屈である’、‘安全でない旅行’という否定的なイメージはわりと低い認識をもっている。2014年セウォル号沈没事故により、一時期韓国社会には船旅の安全性を問う不信感が広がったこともあるが、本調査を通してクルーズ旅行への否定的な認識が次第に解消されつつあり、クルーズ船を海に漂うリゾートであり、エンターテインメントそのものとして認知し始めていることがわかる。

クルーズ旅行ができない制約要因については、韓国人大学生は高い旅行価格と、情報および時間の不足、自宅から遠いクルーズ港などを主にあげている。このような価格を含め

て制約要因として強く認識された多くの要因は構造的制約要因であり、回答者が自分で統制しにくい外部環境とかかわる制約であることがわかる。これらの制約要因を解消するためには市場での自律的な活用とともに、政府などによる体系的なシステムづくりが必要である。たとえば、価格による制約の場合、クルーズ旅行の価格構造は、一般的なパッケージ旅行とは異なり、かつ、複雑である。しかし、多くの韓国人はクルーズ旅行の価格構造に慣れておらず、国内の大手旅行会社によってチャーターされた韓国人向けのクルーズ旅行は比較的に高価のゆえ、高いという先入観もある。しかし、最近アジア地域を運航するクルーズは、Auskaクルーズのような一部のクルーズ船を除いては、大半のクルーズ船が大衆的なマーケットをターゲットにするCasual Cruiseであるのが現状である。したがって、アジアを運行する多様なクルーズ商品に関する情報の提供できるプラットフォームづくりを支援するとか、中小規模の旅行会社でもクルーズ旅行商品を企画し、販売し、手ごろのクルーズ旅行商品が普及できるように、クルーズ旅行コーディネーターやクルーズ旅行ガイドの育成を支援するなどのシステムづくりが求められる。

クルーズ旅行に対する事前知識の有無とクルーズ旅行の制約要因との差を分析した結果では、クルーズ旅行の講義を受けたことのない集団であるほど、クルーズ旅行が退屈だと認識し、海や水が恐ろしく、クルーズ旅行に対する安全性が心配だという否定的認識が高いことが明らかになった。すなわち、クルーズ旅行に関する情報不足がクルーズ旅行を妨げる有意な要因であり、クルーズ旅行に関する情報のアクセスを強化することが必要であることを示唆している。

最後に、本研究は、韓国人のクルーズ旅行に対するイメージと制約要因を分析することによって、韓国人のクルーズ旅行に関する認識を理解し、クルーズソースマーケットを拡大するための政策作りに役立つ基礎的なデータを提供していることに意義がある。一方、本研究は、大学生という限られたグループを研究対象にしており、今後の研究では、より幅広く、多様な韓国人グループを対象とした研究が求められる。

【参考文献】

- 김난영(2012)「관광지의 인지적, 정서적, 전반적 이미지에 관한 연구: 아산시를 중심으로」『관광연구논총』 24(1), pp.23-47
- 박석희·고동우(2002)「관광지의 정서적 이미지 척도 개발-순정서적 이미지와 준정서적 이미지」『관광학연구』 25(4), pp.13-32

- 백안젤라(2014)「크루즈여행의 제약요인이 크루즈여행에 대한 태도에 미치는 영향」『호텔리조트연구』13(3), pp.113-129
- 윤설민·장윤정·김홍렬(2009)「문화적 여가활동에 따른 여가동기, 제약 및 만족에 관한 연구」『호텔경영학 연구』18(2), pp.259-275
- 이현주(2009)「크루즈 여행 동기와 제약이 협상 및 참여의도에 미치는 영향 연구」경기대학교대학원, 박사학위 논문
- 천덕희(2015)「크루즈 여행 참가 모델 연구 - 크루즈 여행 참가동기와 제약요인을 중심으로」『관광연구』30(3), pp.305-324
- 해양수산부(2016)『제1차 크루즈산업 육성 기본계획』
- 황선환·한승진(2012)「여가스포츠활동 유형별 여가제약 분석」『한국콘텐츠학회논문지』12(9), pp.422-433
- Baloglu, S. & McCleary, K. W.(1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*,26(4), pp.868-897
- Beerli, A. & Martin, J.(2004). Factors influencing destination image. *Annals of Tourism Research*,31(3), pp.657-681
- Blamey, T.(2018). Current Trends and Future Prospects for Asia Cruise Tourism, Preceeding of the 2018 Asia Cruise Forum Jeju,Jeju, Korea,
- Chen, J. & Uysal, M.(2002). Market positioning analysis: A hybrid approach. *Annals of Tourism Research*, 29(4), pp.987-1003
- CLIA(2017). Cruise Industry News : 2018-2019 Annual Report
- Crawford, D. W. & Godbey, G.(1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*,9(2), pp.119-127
- Crompton, J. L.(1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*,6(4), pp. 408-424
- Gartner, W. C.(1993). Image formation process: communication and channel system in tourism marketing.New York: Haworth Press
- Hung, K. & Petrick, J. F.(2010). Developing a measurement scale for constraints to cruising, *Annals of Tourism Research*, 37(1), pp.206-228
- Hung, K. & Petrick, J. F.(2010). Why do you cruise? Exploring the motivations for taking cruise holidays and the construction of a cruising motivation scale. *Tourism Management*,32(2), pp.386-393
- Hur, Y. & Adler, H.(2013). An exploratory study of the propensity for South Koreans to take cruises: Investigating Koreans' perceptions of cruise ship travel. *International Journal of Tourism Research*,15, pp.171-183
- Jackson, E.L.(1993). Recognizing patterns of leisure constraints: Results from alternative analyses. *Journal of Leisure Research*, 25(2), pp.129-149
- Kerstetter, D. L. & Yen, I. Y. & Yamal, C. M.(2005). Plowing uncharted waters: A study of perceived constraints to cruise travel. *Tourism Analysis*, 10(2), pp.137-150
- Kim, H. & Richardson, S.(2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), pp.216-237
- Park, S.H. & Ko, D.W.(2002). Scales Development for the Affectional Images on a Destination Pure - affectional Image and Semi - affectional Image, *Journal of Tourism Science*, 25(4), pp.13-32
- Pike, S. & Ryan, C.(2004). Destination positioning analysis through a comparison of cognitive, affective, and conative perceptions. *Journal of Travel Research*,42(4), pp.333-342
- Rezende-Parker, A. & Morrison, A. & Ismail, J.(2003). Dazed and confused? An exploratory study of the image of Brazil as a travel destination. *Journal of Vacation Marketing*,9(3), pp.243-259
- Searle, M. S. & Jackson, E. L.(1985). Recreation non-participation and barriers to participation: Considerations for the management of recreation delivery systems. *Journal of Park and Recreation*

Administration,3(2), pp.23-35

Zou, S. & Petrick, J.F.(2017). Tapping the chinese market : An examination of chinese tourists' image and constraints towards crusing, Tourism Review International,21, pp.347-364

논문투고일 : 2018년 12월 31일
심사개시일 : 2019년 01월 17일
1차 수정일 : 2019년 02월 04일
2차 수정일 : 2019년 02월 14일
게재확정일 : 2019년 02월 15일

 <要旨>

韓国人のクルーズ旅行のイメージと制約要因に関する研究

姜淑瑛

本研究は、韓国のクルーズソースマーケットの育成とクルーズ産業の活性化のための基礎資料を提供するための研究として、韓国人のクルーズ旅行に関するイメージとクルーズ旅行の制約要因を調べた上で、クルーズ旅行に対する事前知識と制約要因とのかわりを検証することを目的とする。

このために、本研究は、先行研究の考察とアンケートによる実証分析を実施した。クルーズ旅行のイメージ、制約要因、人口統計学的変数でアンケートを構成し、ソウルと釜山に所在する大学の学生を対象にアンケート調査を実施した。回収された215部のうち、外国人学生と不誠実な回答を除いた192部を分析に用いており、SPSS 21.0を利用して度数分析とt検定をおこなった。

分析の結果、韓国人大学生のクルーズ旅行のイメージと旅行の制約要因が明らかになり、事前知識の有無によってクルーズ旅行に対する制約要因の認知が異なることが明らかになった。研究結果を基に韓国のクルーズソースマーケット拡大のための政策的示唆点が提示された。

A Study of Korean Tourists' Image and constraints toward Cruising

Kang, Sook-Young

This study is to provide the baseline data to develop the source market for cruising and promote the cruise industry in Korea, and its objective is to examine the cruise image of Koreans and constraint factors of cruising, and verify whether there is a difference in constraint factors depending on whether there is prior knowledge about cruising.

To this end, this study conducted a literature review and empirical analysis through a survey. A questionnaire was formed with cruise image, constraint factors and demographic variables, and the survey was conducted on students of universities located in Seoul and Busan. Among the 215 copies collected, 192 were used in statistical analysis excluding responses from international students or insincere responses. SPSS 21.0 was used for frequency analysis and t-test.

As a result of the analysis, it was revealed Korean college student's image of cruise travel and its constraint factors. And it was found that presence of prior knowledge of cruise travel may vary the perception of constraint factor on cruise travel. Based on the result of the study, policy implications for the proliferation of cruise source market of Korea were suggested.