

農村住宅での住民との生活文化交流によるインバウンド観光コンテンツ造成技術

緑環境景観マネジメント研究科 平田 富士男



キーワード

地方創生、インバウンド観光、異文化交流、経済効果、農村観光

研究概要

地方創生のツールとして期待されるインバウンド観光の対象が「ものの消費」から「この消費」へ移行するなかで、「日本らしい文化の体験」への期待が高まっている。「旅行商品」は、「コンテンツ」+「輸送・宿泊」から構成されるが、「体験プログラム」は、これまでの「既存資源を見るだけの観光」とは異なり、核となる「コンテンツ」を開発、造成し、そのコストおよび訪日観光客の支払い意思額を明確にして旅行商品化に取り組む必要がある。

この技術は、一般的な観光地ではない農村部に潜在する住民により継承される日本らしい生活文化を「観光コンテンツ」として仕上げる実践から得たその造成技術であり、その実践過程で得た外国人モニターによる支払い意思額把握方法に関する技術である。



開発した交流プログラムのようす(左上から「お手玉を作って遊ぶ」「団子を作って食べる」「三味線を習う」「習字を習う」)

アピールポイント

これまでの観光は、「見るだけ」の観光であり、コンテンツ部分である「見る対象」にはほとんどコストはかからなかった。したがって、旅行商品のコストの大部分は輸送・宿泊にかかる部分であった。しかし、今後「体験する観光」(この消費)にインバウンド観光の比重がシフトしていくなかでは、従来の見る場所に連れて行くだけの観光への需要は減少する。そのなかで、コンテンツ部分に特化した新たな技術である。

応用分野

農村部へのインバウンド観光導入を考えようとしている地方行政、あるいは、観光産業において、新たな観光施設をつくるのではなく、地域の既存文化資源としての住民の生活文化を観光コンテンツとして活用し、地域活性化に結びつけることが期待できます。