

一般農家で日本文化を体験し交流する インバウンド観光プログラムの開発

～「おもてなし」ではなく「嗜み（たしなみ）」が外国人を引きつける～

緑環境景観マネジメント研究科

ひらたふじお
○教授 平田富士男

キーワード

インバウンド観光, 農村活性化, 国際交流, 文化体験, ツーリズム

研究概要

少子高齢化の進行が著しい農村部の活性化のツールの一つとして「ツーリズム」に期待がかけられ、農業体験をプログラムの中心とした「グリーンツーリズム」「農泊」などが各地で展開されてきている。しかし、農村部には農作業だけではなく、日本の伝統的生活文化が数多く日常のくらしのなかで継承されている。このような農村部での生活文化体験は、すでに都会での観光を経験したリピーターやツアー参加に飽きて個人旅行を楽しもうとするインバウンド観光客にとって絶好の観光資源である。そこで、それらの伝統的生活文化体験がツアー商品としてどれくらいの価値を有するものか、実際に外国人を対象にツアープログラムを組んで試行を行った。その結果、参加者の支払い意思額として約 6,000 円/人が確認された。また、この内訳はプログラム自体への支払い意思額が約 3,500 円、移動コストへの支払い意思額が約 2,500 円と想定された。



アピールポイント

現在コロナ禍でほぼ中断しているとはいえ、日本へのインバウンド観光は、すでに「リピーター」「団体旅行ではなく個人旅行」「既存の観光施設ではなく、自分で探し出す観光」に移行している。このようなインバウンド観光客のニーズに応えるには、これまでの「輸送・観覧中心」の観光プログラムとは異なり、「真の日本を体験するコンテンツ中心」の観光への転換が必要である。そのコンテンツキーワードは、「おもてなし」ではなく「日本人の嗜み」である。

平田富士男・井上裕美子・田中基文 (2021) 農村部個人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とその評価、造園技術報告集 11、88-93.

