

## 東南アジアに学ぶ外国人対象のグリーン・ツーリズムに関する研究

筒井一伸（鳥取大学地域学部地域政策学科講師）

本研究では日本国内における外国人を対象としたグリーン・ツーリズム（以下、GT）の実態と今後の展開方向について、東南アジアの先進事例も参考にしつつ、マーケティングの観点から分析を行った。

GTは平成6年に関連法が施行されたことを契機に日本各地で数多く試みられてきたが、期待していた効果が得られたとは言いがたい。その問題点として次の2点があげられよう。第1に、土屋俊幸が「グリーンツーリズムのジレンマ」と称する現象であり、GTの多くが特徴のない「ありふれた」施策が全国で展開されてしまっており、結果として多くの農山村が集客の壁にぶつかる必然性である。第2の問題点は、顧客ターゲットつまり対象市場が暗黙的に「国内の都市住民」に設定されてしまっている点である。ほとんどの農山村が同じように都市居住者をターゲットとしており、同じ市場で横並びの競争を展開している。このように、同一市場内において、「ありふれた」施策で集客をはかる多くの農山村が横並びの競争を行っているがために、「グリーンツーリズムのジレンマ」がますます助長される、という構造が確認できる。

本研究では以上のような現状認識に基づき「市場需要の創造・拡大と開拓」について多くの研究が蓄積されているマーケティングの知見を援用しながら、グローバル化が急速に進む昨今において増加傾向にある訪日外国人を対象としたGTの発展可能性について検討を行った。

まず訪日外国人の潜在的なニーズを探るため、JNTOの各種調査の分析を行った。その結果、再訪日を希望するいわゆるリピーター層の再訪日理由の第2位に自然・景勝地（34.2%）、第3位に伝統文化・歴史的施設（34.1%）、第4位に日本人とその生活（25.9%）が入るなどGTの資源としても想定されるものが上位に入っており、潜在的な需要はあることが想定される。

次に国内の事例として富山県中新川郡立山町と青森県十和田市を取り上げ、現地調査を実施した。立山町では近接する立山黒部アルペンルートへの外国人観光客の取り込みを狙った「一般旅行者型」であるのに対して、十和田市では修学旅行にターゲットを絞った「特殊旅行者型」として展開を行っている。提供されているGTメニューは農業体験や民泊など通常のGTメニューと大きく異なるものではなく、地域資源の活用で十分に需要に対応できることがわかった。しかしながら、地域住民の外国人への障壁は高く、特に言語の問題が大きい。この点、立山町ではALT（外国語補助教員）の活用によって、十和田市では地元大学の留学生の協力によってクリアしようと試みられている。

さらに外国人を対象としたGTの先進地であるベトナム・トゥアティエンフエ省における調査を行った。もともとは「エコツーリズム」として、特に自然環境を資源として展開されてきたが、近年では「工芸ツーリズム」など社会・文化環境を資源に取り込むことにより、より幅広い展開がなされている。ベトナムでは言語の問題の解決は旅行者側に委ねており、地域側ですべての問題を解決する必要は必ずしもないという知見を得た。

今後はこれらの調査結果を基に、セグメンテーションを鍵概念に今後はSWOTマトリックスを用いた内部環境と外部環境の整理を行いさらなる検討を行う予定である。

