

# ペット・ツーリズムにおける新規層獲得のための施策

## ——受け入れ環境整備の比較分析を通じて——

氏名 坪川葉奈

本研究は、ペットを家族として捉える価値観の広がりとともに需要が高まる〈ペット・ツーリズム〉に着目し、これまでペット同伴旅行をしてこなかった新規層をどのように獲得できるかを明らかにすることを目的とした。特に、宿泊施設の増加だけでは新規層の行動変容につながらないという問題意識から、アクセスの良さや価格など地域全体の受け入れ環境整備の重要性を仮説として設定した。

第1章では、日本における犬猫の飼育数が子どもの人口を上回る現状を示し、ペットが生活に深く根づいている社会背景を整理した。また、ペット・ツーリズムが持つ心理的・社会的効用（ストレス解消、思い出づくり、飼い主同士の交流、適正飼養の促進など）を確認し、需要拡大の根拠を示した。第2章では、軽井沢町・那須町・八ヶ岳地域の3地域を比較し、地域全体での情報発信、マナー啓発、受け入れガイドライン整備など、統一的な取り組みが旅行者の安心感につながることを明らかにした。第3章では、アウトレットモール3施設の比較調査を行い、ピクトグラムによる入店ルールの一表示やドッグラン等の設備整備が、旅行者の不安軽減に寄与することを示した。また、飲食店の受け入れが全体的に進んでいない点は共通の課題であることが明らかとなった。第4章では、現在犬を飼っている人を対象にアンケートを行った。調査の結果、新規層はアクセス・価格・情報不足を不安要因として旅行を控えている一方で、旅行意欲自体は高いことが判明した。リピーター層は宿泊施設の選択肢を重視しており、経験の有無によって求める条件が異なることが示された。

以上の分析を踏まえ、本研究は、新規層の旅行行動を促すには宿泊施設の数よりも、アクセスの良さ、価格など地域全体の受け入れ体制の整備が不可欠であると結論づけた。地域全体での統一的なルール整備と情報発信は、ペット同伴旅行のハードルを下げ、新たな観光需要の創出につながると考えられる。