

観光農園設置による経済効果の向上策

[研究のねらい]

観光農園の経済効果は当該農園だけにとどまるのではなく、広く周辺地域にまで波及していると考えられます。「みさとチューリップ園」を事例として紀美野町(旧美里町)内での来園者の立ち寄り先、支出金額、土産品の選定基準等を明らかにし、観光農園による経済効果の向上策を明らかにします。

[研究の成果]

- ①来園者は単に入園料を支払うだけではなく、観光農園内で飲食や土産品に対して支出しています。観光農園の収益向上には、消費者からの希望が多い地域内で開発・製造した特産品や新鮮な農産物の園内販売をより充実することが大切です(表1、図1)。
- ②来園者は観光農園外でも支出しています。来園者の立ち寄り先である町内の施設・業者と連携しながら観光農園を運営することが、経済効果を高める方策です。
- ③そのためには、消費者への施設・業者の情報提供(町内の立ち寄り先マップや案内資料の配布、誘導案内板の設置)、イベントの同時開催などが有効です。

[成果の活用面・留意点]

- ①本成果は、観光農園や特産品開発をすすめ、活性化を目指す行政機関やその関係組織で活用できます。

表1 来園者1人当たりの美里町内での平均支出金額

支出先	支出金額 (円)	構成比 (%)	支払グループ 比率(%)
チューリップ園内	1,335	73	100
入園料	472	26	100
飲食費	436	24	82
土産品購入額	341	19	60
駐車場料金	86	5	89
チューリップ園外	494	27	40
K荘	262	14	21
食堂、喫茶店	29	2	2
商店	25	1	4
D温泉	25	1	3
農産物直売所	4	0	2
天文台	4	0	1
ガソリンスタンド ⁴⁾	2	0	1
その他	143	8	15
合計	1,829	100	

注:1)みさとチューリップ園来園者アンケート(2000年4月実施)。
 2)各支出先に対するグループ全体の支出金額をたずね、人数で割って、1人当たり支出金額を算出しました。
 3)支払グループ比率は、支出のみられたグループの比率を示しています。
 4)回答数は126グループです。



写真 みさとチューリップ園

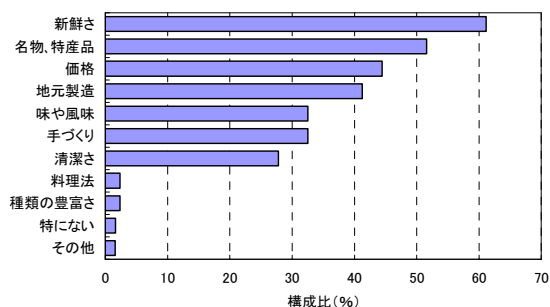


図1 来園者の土産品(食品)選定基準

注:1)土産品(食品)を購入する際、重視する項目を三つ選択しました。
 2)回答数126。

実施期間：平成11～13年度

担当者：光定伸晃、辻 和良