

要 旨

ベトナムにおける農村観光の現状と可能性 —タイバック州ソンラ市を事例として—

ゲンティ アインリン

近年、工業化・近代化の進展に伴い、地球温暖化や環境汚染などが世界的に深刻な問題として広がっている。筆者の母国はベトナムであり、現在のベトナムも工業化・近代化を通して、急速な経済成長期に入っている。その結果、よりスマートや便利な社会になっている反面、他の新興国と同様に地球温暖化・環境汚染・都市部と農村部の貧富格差の拡大等の問題に直面している。(Anら2017; Rasmi 2018; Gyanaranjanら2022)

これらの社会問題の緩和、もしくは解決のための効果的な対策・政策が必要であるが、農村観光はその一つの有効な方策として先進国・途上国の双方で注目を浴びている(Nhanら2009; 栗栖2011; Chat2016)。研究ではベトナム農村地域における事例分析を通して、都市部と農村部の貧富の格差を減らし、持続可能な経済発展・地域活性化に資する農村観光の進み方を見つけ出すことを試みた。

第1章では研究の背景と方法について整理した。まず、農村観光に関するテーマのベトナム語、日本語、英語の先行研究を整理し、先行研究のほとんどは提供側と消費者側のどちらか片方だけの調査しか行われず、両方の現状・ニーズ・課題・対策を関連させる研究が欠けていることを明らかにした。そこで、両方の現状・ニーズ・課題を関連付けることによって、個別事例の適切な対策の提案ができるのみならず農村観光全体の発展に資する議論が可能になると仮定し、具体的に3つの課題を設定した。なお、提供側の農村地域としては、少数民族地域のタイバック州ソンラ市ボー村を対象とした。

課題1：提供側の現状と可能性を明らかにすること

課題2：消費者側のニーズ・要求を明らかにすること

課題3：提供側と消費者側をマッチングし、適切な提案を図ること

課題1に取り組む為に、ボー村現地におけるアンケート調査・インタビュー調査を行い、調査から得た結果を地元タイバック大学の研究者と共有し、提供側であるボー村の現状・可能性・課題を把握した。2023年2月の予備調査では、小規模・少人数の自発的で旅行体験等のサービスを提供している農家が若干存在することが明らかになった。この現状を踏まえ、2023年8月に村に一週間滞在し、農村観光の参与観察を行うとともに、108名の住民に対するアンケート、地元行政機関の責任者・観光体験提供者・食材提供者など12名に対するインタビューを用いて本調査を実施した。

課題2については、ベトナム国内にある企業・組織・行政機関だけでなく、国外の組織が行った6つの調査結果や統計データを活用し、消費者側のニーズ・消費動向・消費構成をまとめた。

課題3に対しては、提供者側を所有している財・可能性を消費者側のニーズ・要求とマッチングし、限られている資源での範囲内でも、適切な発展の在り方を検討してみた。

第2章では調査や考察から得た内容をまとめた。村における農村観光活動に参加している人の比率がいまだに低く(17.6%)、「関わりたくない」という世帯もいた(2.8%)。多くの村民は資本金

(70.4%)・経験(64.8%)・知識(57.4%)の不足等など、多くの面を心配していることもわかった。更に、ボー村村民の最終学歴は中学校卒(45.4%)や高等学校卒(24.1%)である為、知識やスキルは共に欠けていると考えられる。住民の認識においても、筆者の参与観察においても、ボー村で最も目立つ問題はインフラ整備の問題である。

一方、ボー村が所有している財や可能性も少なくない。村民の主な収入源は農業であり、農村観光を実施する過程に多くの利点を持っている。かつ、少数民族の村として独特のアイデンティティを持つほか、特産品や素敵な景観が多く、生物多様性に支えられた緑豊かな村落である。更に、広い農地で果樹を含む多くの作物を栽培している為、食材の提供だけでなく、農業体験のサービスも少なからず提供できる。季節ごとの農産物がある為、年間を通じて体験が可能であり、シーズンが限定されない。現在携わっている人は多くはないが、農村観光活動に関わりたいと思っている村民の比率は圧倒的に高い(97.2%)。つまり、多くの心配事や問題を認識しつつも、関わりたいと考えている村民が多いことが明らかになった。

消費者側(観光客)のニーズは主に3つあり、「多様な食文化の体験や美しい自然景観との出会い」、「リラックスして探求できる旅」、「低価格で楽しめること」である。

支出額や構成は観光客のタイプによって大まかに2つのタイプとに分かれ、それらは、現地に数日間滞在し(数日間)体験するタイプと、日帰りのタイプである。ベトナム観光局の調査結果(2014年、13,980回答)によると、支出額割合のトップ3は2つのタイプにより多少異なっており、滞在型観光客の場合、宿泊施設の費用(33.14%)、食事代(23.74%)、物品・お土産の購入(18.3%)の順である。一方、日帰りの場合は物品・お土産(31.18%)、食事代(27.36%)、交通費(17.45%)の順となった。

消費者のニーズ・要求・消費傾向について、観光諮問委員会と民間経済(部門IV)及びVNEXPRESS電子新聞(2021年、10,717回答)の調査は以下の点を明らかにしている。全体の45%は短期滞在(2-3日)である。全体の75%は家族又は友人との旅行である。また、TGM RESEACH(2023年、8,100回答)の調査結果から、ベトナムでは農村観光や自然探検といった旅行形式は39%になり、人気二番目の観光形式となった。文化体験や地元の特産品の購入は、観光に行く際に欠かせない行動となっている。

以上の情報をもとに、第3章では提供者側と消費者側のマッチングを行った。ボー村では自然資源・美しい景観・特別な文化価値・多くの特産品・穏やかな雰囲気がある。その上、都市部より物価は比較的に低いところである。これらの全ては観光客の主な3つのニーズを満たしている。かつ、観光客の消費傾向のうち、「より低価格の宿泊施設の使用」、「ツアーではなく、個人や少人数の旅行の傾向の増加」、「家族・友人の集団での旅行」が実現できる環境が整っている。

つまり、ボー村は農村観光を実施する過程に重要となる財を持ち、村民の意欲も強く、所有している財も観光客の多くのニーズに適合している。かつ、地域住民の参画意志が強いだけでなく、外部からのサポート(国家の政策・行政機関の責任者・専門家)もある為、農村観光振興の可能性が高いと考えられる。

最終章では、ボー村に対するいくつかの提案を行った。それらは、「資本金の問題」と「インフラ整備の問題」に対して、ベトナム政府の低金利政策や援助制度をうまく活用すること、「人材育成の問題」を解決するには地方行政機関の責任者と地元大学の研究者と協働し、農村観光に関する知識やスキルを学ぶ場を設けること、「知名度の問題」を改善するためには、マーケティング戦略や宣伝・広告計画を立て、ボー村の存在や魅力を知らせるようにSNSを有効に活用することといった3点である。最後に、行政機関・大学研究者・村民とのミーティングの頻度を増やし、村長のと

ころに情報を集中しすぎることを避け、役割分担を明確にすることも提案した。

以上のことを関係者が検討し、実行に移すことによって、ポー村における農村観光振興が促進されるとともに、ベトナムにおける今後の農村観光振興のあり方の改善につながることを期待したい。

キーワード：農村観光の振興、持続可能な経済発展、地域活性化、都市部と農村部の貧富の格差、生活クオリティ向上