

農村観光の満足度を高める方策に 関する研究

—— 観光客を対象としたアンケート調査を中心に ——

馬 嫻
大 島 一 二

1. はじめに

農村観光は、近年の中国政府の農村政策において重要視されている分野である。つまり、最初に2015年の「中央一号文件」において、この問題が取り上げられてから、さまざまな新しい政策が打ち出されている。とくに2017年、2018年の「中央一号文件」では、農村観光資源の開発を通じて、第1次産業に傾斜した農村の産業構造の改善を推進し、第1次産業～第3次産業を網羅した産業を構築することで、経営の多角化を目指すことが主要テーマとして取り上げられている。

このように農村観光は、農村振興の重要な産業分野としての役割を担っていると考えられるが、近年、農村観光市場全体としては、新規参入地域の増加により競争が激化しており、今後は、観光地組織と観光地を繰り返し訪問する観光客との長期的な関係性の構築が必要となっていると考えられる。いわゆるリピーターの獲得が今後の農村観光発展のための重要な条件となっているのである。

一般にリピーターの獲得のためには、農村観光の満足度の向上が誘客戦略の重要な課題となろう。岡本直久（2011）では、これまでの観光が量的な追求として観光客を呼び寄せてきたのにたいして、現代ではすでにそうした常

キーワード：農村観光，アンケート調査，満足度，広西チワン族自治区

識は通用せず、観光地の魅力自身を追求すべき時代が到来していることを指摘している。とくに2020年からの新型コロナウイルスの世界的流行により、観光客が激減した農村観光においては、当該観光地の魅力の向上を通じた観光客の維持・拡大、さらには、新規観光客への該当観光地の紹介活動等を通じた集客強化などの重要性が改めて認識されることとなった。

こうした点をふまえて、本稿では、観光客を対象としたアンケート結果を用いて、農村観光に対する観光客の認識を把握した上で、IPA分析法を通じて、観光消費行為が行われる以前の重要度と、観光消費後の満足度の相違を分析して、重要であると考えられる要素の明確化により、総合的な観点から農村観光の振興に資する要因を分析することを目的とする。この分析により、観光地の魅力向上、観光客の維持・拡大、新顧客の誘致に関する示唆を明確にしていきたい。

2. 先行研究

(1) 田園総合体に関する先行研究

2012年11月、陳劍平(2012)は農民日報において、「農業総合体：地域現代農業発展的新载体」との論文を発表し、初めて「農業総合体」の概念を提案した。ここで「農業総合体」とは、都市総合体の概念を応用して、現代農業発展の新たな担い手として提起したものである。この陳劍平(2012)の論文を援用して、2017年2月の「中央一号文件」では、初めて「田園総合体」の概念を提起した。ここで「田園総合体」とは、農業を中心として、生産、生活、生態の機能を融合し、文化、観光と農村振興・農村建設との一体化を目指した農村の新しい発展ビジネスモデルである。つまり、「田園総合体」は、未来の農業産業チェーンの統合、農村における第1次～第3次産業の深いレベルでの融合を推進し、さらには、「三農問題」¹⁾の解決に資する重要な方途となっているのである。

1) 「三農問題」とは農業・農村・農民問題を指し、中国社会において農業・農村・農民が経済的に相対的に発展から取り残されている問題を指す。

このように、この「田園総合体」構想は、近年、中国において急速に関心を集めており、「田園総合体」に関する先行研究も少なくない。龍春英(2018)は、農村振興という観点から「田園総合体」の発展戦略の分析を実施した。龍は「田園総合体」は、政府主導の下で、農民が主体となり、投資企業が具体的な経済運営を担当するべきであると論じている。

さらに、王敬尧・段雪珊(2018)では、日本の「田園総合体」を事例として、理論と事例分析に基づいて、周辺地域の農業再生に向け、新たに複合経営や第1次産業～第3次産業の融合（いわゆる「六次産業化」）に向けて、農業の学習機能、農作物の加工機能、さらには市民と農民の交流の場所としての機能などを発揮し、高い収益性を有した新しい農業ビジネスモデルであると論じている。

これらの既存の研究では、「田園総合体」の定義、分類、経営管理体制、経済社会面での効果等の議論が中心である。しかし、「田園総合体」を訪れる観光客の満足度に関する調査研究は多くない。そこで本稿では、この観光客の満足度に関する研究の必要性に着目し、「田園総合体」を訪問した経験のある観光客を対象に、観光客が「田園総合体」観光地を選択する際に、どのような特性を重視しているのかについて、IPA分析法を通じて、観光地の魅力向上、観光客の維持・拡大、新顧客の誘致に関する示唆を明らかにしようとするものである。これにより、農村観光地の活性化のための戦略を提示することが可能となるものと考えられる。

(2) 重要度・満足度に関する先行研究

1990年代以後、顧客の満足を獲得し、顧客とよりよい関係を構築しようとする顧客満足度を高める考え方が重視され、こうした顧客の満足の追求は多くの企業で理解され浸透している。その結果、今日多くの企業で顧客満足度を高めるさまざまな取り組みが積極的になされている。こうした点を踏まえて、農村観光の分野においても、観光客の農村観光地に対する満足度に関するデータを調査・入手し、それを分析、評価する研究活動は不可欠であると

考えられる。

IPA分析法は顧客満足度の測定のために、1977年Martilla・Jamesによって、重要度—満足度分析法が開発された後、さまざまな分野で応用されている。IPA分析法は重要度と満足度という2つの次元において、まず消費行為が行われる以前の重要度を分析し、さらに消費後の満足度を分析することで、各属性の間の相対的な重要度と満足度を比較分析する（Hammitなど、1996）。

まず横軸に満足度を取り、縦軸に重要度を設定し、2次元グラフを作成し、各評価項目をプロットして、それぞれの属性に対する重要度平均値と満足度の平均値が交点する4つの象限に分けて、IPAGridを構築する（図1参照）。このIPA分析法を用いて、需要者の直接的な評価に基づいて、マーケティング戦略や政策策定における改善について、その優先順位を識別するのに役立つ分析方法であると評価されている（Hansen and Bush, 1999, Deng, 2007）。

この図1に示したように、第1象限は需要者が感じている重要度が高く、高い満足度を獲得できている。この象限に含まれる評価項目は、現在の状況を維持し続ける必要があろう。

これにたいして第2象限は、需要者が感じている重要度は高いが、満足度は低い。つまり、速やかに改善されるべき項目である。

さらに第3象限は、重要度も満足度も比較的低い。つまり、この分野への投資は浪費に帰結する可能性が高い。他の象限の項目を改善した後に検討すべき項目であると考えられる。

さいごに第4象限は、重要度が低く、高い満足度を獲得できている。つまり、顧客は現地を訪問したのちに、当初あまり想定していなかった体験を得ることができ、その結果、比較的高い満足を得たという項目である。この項目はさらに強化する必要があるといえるだろう。

このように、この分析法は、需要者の視点を把握し、需要者の立場から今後の改善点を検討できる方法といえる。

図1 IPA分析におけるIPAGrid



資料:筆者作成。

3. 調査結果

3. 1. 調査地域の概要

本稿で事例として取り上げる「美麗南方田園綜合体」（以下、「美麗南方農業園」と略す）は、広西チワン族自治区南寧市中心部から西南へ約27 kmに位置し、総面積約70 平方kmである。「美麗南方農業園」は自然景観区と多くの人文景観区から構成され、青煉、白壁、灰瓦、斜壁面を主な特徴とする嶺南建築スタイルの建築物が点在し、生態農業観光、娯楽、飲食、宿泊、会議研修、新農村建設、農業先進科学技術の普及などの機能を一体化した5 A級²⁾の農村観光地である。美しい自然の風光だけではなく、著名な小説『美麗南方物語』の舞台となった地域で、深い歴史と人文遺産を有している。

「美麗南方農業園」は、2005年に建設された南寧市の国家級農業示範区

2) 観光地の等級は、中華人民共和国国家観光局が制定している。これは単に観光地の重要性だけを示すものではなく、安全性、清潔面、交通の利便性等を総合的に判断して、観光地の質を高める目的ももっている。5 Aは最高のものである。

が基礎となっている。その後、2007年に広西チワン族自治区政府から「広西農業旅行示範点」に指定され、さらに2015年2月には、同じく広西チワン族自治区政府によって「広西現代特色農業示範区」に指定され、さらに2015年11月に国家農業部によって「中国最美麗休閒村」に認定された。こうした指定を背景に、2017年には「国家級田園綜合体建設モデル」として計画立案され、建設が進められた。この「国家級田園綜合体建設モデル」の認定により、地域の自信と誇りを醸成するとともに、農林水産物のブランド化や観光客の誘致と農村振興の取り組みの活発化が期待されている。また、2021年には「広西民族の特色ある村落」という特徴も評価されている。こうした一連の中央政府、地方政府による農業観光のモデル地域の指定により、各級政府から支持されてきた。

「美麗南方農業園」は、約16年間の建設と努力により、2020年には、年間約57.2万人の観光客が訪れ、とくに2020年10月前後の連休には約1.38万人（前年比13.5%増）の観光客が訪れ、農業園の総収入額は54万元（前年比10.6%増）に達した³⁾。

「美麗南方農業園」の発展計画は、「一軸二翼三帶八区の発展計画」の方針のもとに進められ建設が進展した。この計画は、「一軸」はすなわち、県道道路に沿っての農業園の交通と発展の主軸を發展させることを指す。

次に、「二翼」はすなわち、県道を中心として、南北両翼に分け、南翼には創意農業、農業体験、農業見学関係施設の發展に重点を置き、北翼には最新農業技術、エコツーリズムなどに重点を置くというものである。

さらに「三帶」はすなわち、高品質、高効率の最新の農業技術の体験帶、南方の美しい田園と農村風景を特徴とする生態農業体験帶、自然山水を特徴とする自然風景体験帶から構成されることを指す。

さいごに「八区」はすなわち、創意農業体験区、スマート農業展示区、高効率農業集中区、特色養殖集積区、加工製品物流集散区、循環農業モデル

3) 農業園経営収益のデータは、美麗南方農業園が公表したものである。

区、伝統村落保護区、ウエルネスツーリズム区から構成される。

このように、「美麗南方農業園」は、自然環境保全、景観形成、伝統村落保護など多岐にわたる総合的機能を有しており、その利益は広く国民全体が享受している。また、「八区」の内容からもわかるように、「美麗南方農業園」は、とくに持続可能な産業を総合して農村振興を推進するという特徴を有している。

3. 2. 調査結果

3. 2. 1. 調査方法

本アンケート調査は、観光シーズンの最盛期であった、2021年8月21日、9月19日、10月1～3日の連休等を利用して、「美麗南方農業園」において実施した。すでに述べたような問題意識に基づきアンケート用紙を作成し、筆者から来園者にアンケートを配付後、来園者が自ら記入する方式で実施した。回収されたアンケートは330件、うち有効回答数は316件であった。

今回のアンケートにおいて、重要度と満足度を示す項目は、先行研究における研究成果の方法と項目を援用し、「美麗南方農業園」の農業観光地域の特徴を勘案して、計47項目の項目を立案した。その内訳は、農業園の設計に関する項目10項目、農業園の交通アクセスに関する項目6項目、観光消費と金額に関する項目7項目、購買体験に関する項目9項目、食体験に関する項目5項目、農業園の環境に関する項目5項目、その他の項目5項目である。

この47項目は、重要度と満足度いずれも「1大変満足～7大変不満」などの7段階評価法で回答を求めた。47項目は表1に示す通りである。

表1 質問項目

分野	細部項目
農業園の設計に関する項目	資源の多様性 (V1) 観賞性 (V2) 参与性 (V3) 特色性 (V4) マスタープラン (V5) 生態性 (V6) 見学性 (V7) 総合性 (V8) 地域性 (V9) 文化性 (V10)
農業園の交通アクセスに関する項目	農業園の交通便利性 (V11) レンタカー (V12) レンタサイクル (V13) 駐車場の数量 (V14) 道路標識の完備 (V15) 道路標識 (V16)
観光消費と金額に関する項目	入場券 (V17) 交通費 (V18) 食事代 (V19) 宿泊費 (V20) 購買費 (V21) 駐車場費 (V22) レジャーランドの料金 (V23)
購買体験に関する項目	ブランドイメージ (V24) 土産品を探すための時間コスト (V25) 商品種類 (V26) 品質 (V27) 商品の地域性 (V28) 接客態度 (V29) 商品陳列 (V30) アフターサービス (V31) 店舗イメージ (V32)
食体験に関する項目	価格水準 (V33) 接客態度 (V34) 食品の安全性 (V35) 飲食店の環境 (V36) 地元の特色ある料理であるか (V37)
農業園の環境に関する項目	環境の美しさ (V38) 公共施設 (V39) 交通環境 (V40) 洗面所の完備 (V41) 民宿 (V42)
その他の項目	農民の参与度 (V43) 住民態度 (V44) 予期効果 (V45) 楽しめる (V46) 歴史文化 (V47)

資料:筆者作成。

3. 2. 2. 回答者のフェイスシート

回答者のフェイスシートは表2に示した。この表によれば、性別は、男性123人(38.9%)、女性193人(61.1%)である。次に、年齢階層は、26～60歳の年齢層が全体の65.1%を占め、一番多い年齢階層は26～40歳であった。職業を見ると、もっとも多いのは学生(25.3%)で、続いて退職者23.1%、会社員16.1%、公務員13.3%、非正規雇用7.3%などであった。

3. 3. 訪問の目的と情報源

来訪目的は、「農村の風土・民俗文化などの観光」(96.2%)、「特色ある農民宿、農家レストラン」(89.6%)、「農業知識の学習」(21.8%)、「会議場」(3.5%)、「農産物の購入」(2.8%)、「村落歴史景観の観光」(1.9%)、その他(0.9%)となった。また、多くの回答者が複数のカテゴリーを選択しており、複数の訪問目的をもって観光していることが明らかになった(表3参照)。

表2 回答者のフェイスシート

	属性	回答数	構成比%
性別	男	123	38.9
	女	193	61.1
年齢	18歳以下	23	7.3
	18～25歳	87	27.5
	26～40歳	109	34.5
	41～60歳	97	30.7
職業	学生	80	25.3
	退職者	73	23.1
	会社員	51	16.1
	公務員	42	13.3
	非正規雇用	23	7.3
	教師	17	5.4
	農民	14	4.4
	その他	14	4.4
	研究機関職員	2	0.6

資料:アンケート調査結果に基づいて筆者作成。

表3 来訪目的(複数回答)

来訪目的	回答数	構成比 (%)
農村の風土・民俗文化などの観光	304	96.2
特色ある農家民宿、農家レストラン	283	89.6
農業知識の学習	69	21.8
会議場	11	3.5
農産物の購入	9	2.8
村落歴史景観の観光	6	1.9
その他	3	0.9

資料:アンケート調査結果に基づいて筆者作成。

さらに、今回の訪問のきっかけとなった情報源を、表4に示した。この表のように、旅行の情報源に関して、「インターネットで知った」(91.5%)、「知人のSNSなどからの情報」(59.2%)が多く見られた。特に現在では、個人が自らメディア媒体となり自由に情報発信ができる。本調査の結果を見ると、「知人のSNSからの情報」の参考度は、従来の雑誌、新聞、テレビ番組、PRなどに比べると高い結果であった。友人、知人の紹介は認知や好感度の向上に大きな影響力をもつことがわかる。こうして、現在の消費行動と切り

離せないインターネットでの発信情報は農村観光の集客に大きな影響を与えることとなることが分かった。

表4 旅行の情報源(重複選択可)

	インター ネット	友人の話、 知人の紹介	ツアー参加、 旅行会社の 紹介	宣伝(雑誌、 新聞、TV など)	P R (パンフレット、 キャンペーン など)
回答数	289	187	50	34	16
構成比(%)	91.5%	59.2%	15.8%	10.8%	5.1%

資料:アンケート調査結果に基づいて筆者作成。

3. 4. 日程と交通手段

表5に示したように、滞在日数は「日帰り」(34.5%)がもっとも多く、続いて「半日帰り」(29.7%)、「1泊2日」(10.4%)、「2泊3日」(7.0%)であった。この結果から、現地の豊かな自然観光資源および歴史的資源は十分に活用されておらず、平均滞在時間はかなり短いことがわかる。また、滞在型観光メニューの充実も求められていると考えられる。

表5 交通手段と滞在予定日数

	回答者の属性	人	構成比(%)
来訪者の交通手段	自動車	193	61.1
	観光バス	68	21.5
	タクシー	43	13.6
	徒歩	12	3.8
来訪者の滞在予定	日帰り	109	34.5
	半日帰り	94	29.7
	1泊2日	33	10.4
	2泊3日	22	7.0

資料:アンケート調査結果に基づいて筆者作成。

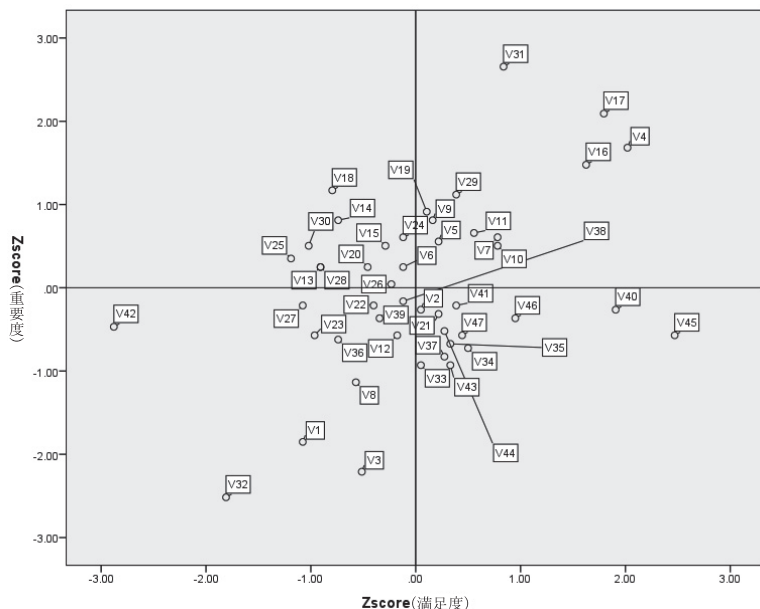
主要な交通手段は、「自動車」(61.1%)、「観光バス」(21.5%)が多数を占めている。調査の結果を見ると、現地への交通手段としては「観光バス」、

現地における移動手段は「徒歩」が主なものであった。しかし、徒歩での移動は相当の時間を要するためやや不便である。そこで、レンタサイクルの利用が「美麗南方農業園」の美しい景観の見学などには優れており、有効な交通手段として機能しているといえる。こうしたことから、レンタカー、レンタサイクルの整備が必要であろう。

3. 5. アンケート結果

さて、次に、重要度と満足度に関するアンケート結果をみてみよう。図2はアンケート結果の各項目を図上にプロットしたものである。2次元のファドランドに表記されている各項目は各項目の番号である。また計47の各細部項目に対するIPA分析結果は<表6>のとおりである。

図2 各項目についてのIPA分析結果



資料：アンケート調査結果に基づいて筆者作成。

表6 各細部項目に対するIPA分析結果

セグメント 重点改善分野	セグメント 重点維持・改善分野
1. 生態性 (V 6) 2. レンタサイクル (V 13) 3. 駐車場の数量 (V 14) 4. 道路標識の完備 (V 15) 5. 交通費 (V 18) 6. 宿泊費 (V 20) 7. ブランドイメージ (V 24) 8. 土産品を探すための時間コスト (V 25) 9. 商品種類 (V 26) 10. 商品の地域性 (V 28) 11. 商品陳列 (V 30)	1. 特色性 (V 4) 2. マスタープラン (V 5) 3. 見学性 (V 7) 4. 地域性 (V 9) 5. 文化性 (V 10) 6. 農業園の交通便利性 (V 11) 7. 道路標識 (V 16) 8. 入場券 (V 17) 9. 食事代 (V 19) 10. 接客態度 (V 29) 11. アフターサービス (V 31)
セグメント 改善分野	セグメント 維持・改善分野
1. 資源の多様性 (V 1) 2. 参与性 (V 3) 3. 総合性 (V 8) 4. レンタカー (V 12) 5. 駐車場費 (V 22) 6. レジャーランドの料金 (V 23) 7. 品質 (V 27) 8. 店舗イメージ (V 32) 9. 飲食店の環境 (V 36) 10. 環境の美しさ (V 38) 11. 公共施設 (V 39) 12. 民宿 (V 42)	1. 観賞性 (V 2) 2. 購買費 (V 21) 3. 価格水準 (V 33) 4. 接客態度 (V 34) 5. 食品の安全性 (V 35) 6. 地元の特色ある料理であるか (V 37) 7. 交通環境 (V 40) 8. 洗面所の完備 (V 41) 9. 農民の参与度 (V 43) 10. 住民態度 (V 44) 11. 予期効果 (V 45) 12. 楽しめる (V 46) 13. 歴史文化 (V 47)

出所:筆者作成。

この結果からは、以下の点が明らかになった。

高い重要度と満足度を示す第1象限に存在する、維持していくべきと評価された項目としては、「特色性」、「マスタープラン」、「見学性」、「地域性」、「文化性」、「農業園の交通便利性」、「道路標識」、「入場券」、「食事代」、「接客態度」、「アフターサービス」の計11項目であった。

重点的に改善するべきと評価される第2象限に位置した項目は、重要度にくらべて低い満足度を示した項目である。つまり、優先的に改善すべき項目である。「生態性」、「レンタサイクル」、「駐車場の数量」、「道路標識の完備」、「交通費」、「宿泊費」、「ブランドイメージ」、「土産品を探すための時間コス

ト」、「商品種類」、「商品の地域性」、「商品陳列」の計 11 項目が属している。

第 3 象限は改善すべき分野に配置された項目である。重要度と満足度のいずれも低い項目である。つまり、持続的な努力を投入しても得るものも少ない項目といえる。この第 3 象限には「資源の多様性」、「参与性」、「総合性」、「レンタカー」、「駐車場費」、「レジャーランドの料金」、「品質」、「店舗イメージ」、「飲食店の環境」、「環境の美しさ」、「公共施設」、「民宿」の計 12 項目が位置している。

第 4 象限に位置する項目は、重要度が低いが、満足度が高い項目である。つまり、改善の努力は続けるべきであろう。この象限に属している項目は「観賞性」、「購買費」、「価格水準」、「接客態度」、「食品の安全性」、「地元の特色ある料理であるか」、「交通環境」、「洗面所の完備」、「農民の参与度」、「住民態度」、「予期効果」、「楽しめる」、「歴史文化」の計 13 項目である。

4. まとめにかえて

本稿では、広西チワン族自治区南寧市近郊の「美麗南方農業園」を訪問した観光客を対象としたアンケート調査を実施し、観光客の認識を把握した上で、IPA分析法を用いた分析を実施した。明らかになったのは以下の点である。

IPA分析法による分析結果を見ると、アクセスと購買体験の改善が非常に必要であることが示唆されている。とくに、「美麗南方農業園」の面積は広大で、徒歩では園内の回遊が難しいと考えられる。調査からは、主要な観光施設周辺への観光はなされているが、主要な駅から各観光地などへは相当の距離と標高の高低差があり、農業園内での徒歩での移動は相当の時間が必要となる。その点において、農業園内の交通手段の制約は大きな課題といえる。この課題への対応として、主要道路から外れた観光地へ回遊する手段としてのレンタサイクルの活用が、農業園内での効率的な観光に資するものと考えられる。特に、「美麗南方農業園」は生態観光資源が多く、レンタサイクルは地球環境に優れた移動手段としてふさわしいと考えられる。観光客と農業園内の住民も含め、多くの利用者で共有できるレンタサイクルの整備が

今後の農業園には求められると考えられる。

一方、農業園の交通案内標識が訪問観光者に対して分かりやすいものではないとの結果が得られている。この課題への対応として、現在位置の正確な確認、交差点、分岐点でのドライバーの判断が必要な箇所などの正確な確認が行えるようにすることが重要となることが示唆されている。そこで、農業園の取り組みとして、観光地への案内、標識の改善を推進していくことが重要であろう。

現在、新型コロナウイルス感染拡大以降の、農村振興の有効な手段として、特産品や土産品の開発に向け中国各地で取り組みが行われている。しかし、調査結果からは、「美麗南方農業園」の土産品の多くは、その現地の特産物等との関係が薄弱であるものが多いことが明らかになった。つまり、農業園内の土産品の多くは、現地の原材料、意匠、歴史、伝承などの特徴があまり加味されていない問題があるといえる。現在の観光客向けの土産品には、希少性、地元特有の特徴を有した商品であること、デザイン性などが求められているのである。

また、回答者の回答から明らかになった不満として、土産品を探す時間的なコストが過大であることが明らかになった。つまり、商店や施設の集積により、より効率的に土産品を探すことが可能であれば、時間的なコストの節約が可能となるのに対して、農業園内の実情としては、広大な面積の中で孤立店が散在しており、観光客には不便をもたらしているといえよう。

最後に、本稿ではIPA分析法を用いて検討してきたが、いまだいくつかの限界や残された課題が存在することも明らかである。まず、IPA分析法が持っている限界性が存在するため、今後いくつかの修正を加える必要がある。今回の調査課題を踏まえ、サンプルの数と各属性のデータを追加し、必要があれば項目の追加、削除についても検討しなければならない。また、比較のために、他の田園総合体での類似の調査も必要となると考えられる。今後は本稿で得られた知見を活かしながら、これらの課題を解決していくことができれば、さらにこの研究を深めていくことができると考えられる。

<付記>

本稿の研究は、玉林師範学院 2018 年度校級課題「桂東南零售業店舗形象
対顧客感知価値的影響研究 2018 YJKY 08」、「桂東南農産品地域品牌建设研
究 2018 YJKY 10」、「广西高校人文社会科学重点研究項目 2020 YJJD 00010」
による研究結果の一部である。

<日本語文献>

- 岡本直久・佐藤友理子（2011）「観光リピーター醸成の要因にもとづく観光地マーケ
ティング戦略に関する研究」『土木学会論文集』第 67 巻 5 号，455-464 ページ，土
木計画学・研究・論文集。
- 柳永珍（2018）「若者の北九州市に対する重要度・満足度分析」『地域戦略研究所紀
要』第 3 号，67-82 ページ，北九州市立大学地域戦略研究所。
- 岡本哲弥・林美玉（2016）「重要度—満足度マトリクスにおける境界の基準化と有意
性の適用」『彦根論叢』，第 408 号，4-19 ページ，滋賀大学経済学会。

<英語文献>

- Hammit, W. E., Bixler, D. N., Francis, P. (1996) 「Going Beyond Important Performance
Analysis to Analyze the Observance-Influence of Park Impact」『Journal of Park
and Recreation Administration』14(1), pp 45-62
- Hansen, E. & Bush, R. J. (1999). Understanding customer quality requirements: Model
and application. Industrial Marketing Management, 28(2), 119-130.

<中国語文献>

- 陳劍平（2012）「農業綜合体：地域現代農業發展の新載体」『農業日報』2012. 11. 03。
- 龍春英・陳曦・陳志軍（2018）「鄉村振興背景下田園綜合体發展策略探究—以江西南
昌馬黃馬鄉鳳凰溝為例」682-686 ページ。
- 王敬尧・段雪珊（2018）「鄉村振興：日本田園綜合体建設理路考察」『江漢經濟』133-
135 ページ。

（ま・まん／大学院経済学研究科博士後期課程）

（おおしま・かずつぐ／経済学部教授／2022 年 6 月 7 日受理）

A Study on Measures to Increase Satisfaction with Rural Tourism

— A Questionnaire Survey of Tourists in Rural Areas —

MA Man

OSHIMA Kazutsugu

In China, rural tourism plays an important role as an industry for rural development. However, the overall rural tourism market is becoming increasingly competitive due to the increase in the number of regions entering the market, and building long-term relationships with tourists who repeatedly visit tourist destinations is an important issue.

In light of these circumstances, this paper aims to understand tourists' perceptions of rural tourism using the results of a questionnaire targeting tourists, and then, through the IPA analysis method, analyze the difference between the level of importance before the act of tourism consumption takes place and the level of satisfaction after consumption, in order to understand the factors considered important and the level of satisfaction with them from an overall perspective. The purpose of this study is to understand the importance of tourism from a comprehensive perspective.

Through this analysis, suggestions regarding the improvement of the attractiveness of tourist attractions, the maintenance and expansion of the number of tourists, and the attraction of new customers will be clarified.