城西国際大学紀要　第32巻　第５号　2024年３月　19-39

〈研究論文〉

ペット・ツーリズムにおける「旅ナカ」課題と観光地サイドの受容に関する考察
―千葉県内における「犬旅」のアンケート調査から―

山　本　　剛

【要旨】

ニューツーリズムのうちの１つとして、ここ10年で徐々に市民権を得てきた「ペット・ツーリズム」は、愛犬家による「愛犬連れの旅」のシェアが大きい。

本研究では「犬旅」において、ペットを飼育した経験が無い観光関係者がペット同伴旅行者の本質的なニーズを理解することを目的として、来訪客のほぼすべてが犬連れである小谷流の里ドギーズアイランドでアンケート調査を行った。その結果、犬を連れた観光者は多くの障壁を抱えていることが明らかになった。特に旅行中での休憩や、昼食場所の確保に苦慮していた。例えば休憩（立ち寄り観光）場所を選ぶ場面においては、回答者の61.3％が車内にペットを残したくないので、犬を連れて入れる場所かどうかを重視しており、ペットを『同行する家族』として各観光施設や店舗に受容してほしいというニーズが大きいと考えられた。

キーワード：ペット・ツーリズム、旅行、愛犬家、犬旅、ペット連れ、コンパニオンアニマル、旅ナカ

１．はじめに～旅を「しない」理由の１つは、「ペットがいること」

観光研究とは、実際に旅をする観光者の需要やそれに伴い発生する社会課題に対してアプローチをするケースが多い。しかし「旅をしない・できない理由」を抱える人々も一定数存在する。ここ数年は新型コロナウィルス（COVID-19）蔓延を理由に、人々が社会風潮的に「旅をしない」選択を迫られる時期が発生し、周知のとおり観光業界あるいは観光を大きな柱としていた地域経済は、約２年以上に及ぶかつてない冬の時代（旅行需要枯渇による経済的なダメージ）を迎えるに至ってしまった。

このことから筆者は、「旅をしない・できない理由」について、解決に至る何らかの研究アプローチが必要であるとコロナ禍において業界出身の研究者として考えるに至った。

つまり「旅をしない・できない理由」を社会的に解決し、より観光行動がしやすい環境を整備することにより、今後何らかの観光需要が減退するような事態が起きたとしても、観光業界

や観光需要による地域経済への大きな経済的ダメージを回避あるいは小さくできるのではないだろうか。

じゃらんリサーチセンター（㈱リクルート）が毎年発表している最新の「じゃらん宿泊旅行調査2023」（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）によると、全国旅行支援などの観光復興政策が実施された2022年度（2022年4月～2023年3月）の調査における「旅行に行けなかった理由」の上位は以下の通りとなっている。

1位「新型コロナ感染症の影響で行かなかった」33.6％（前年比▲25.0％／2018年は選択肢として存在しなかった）

2位「何となく旅行をしないまま過ぎた」25.9％（前年比＋7.0％／2018年度比▲5.7％）

3位「旅行に興味がなかった」23.6％（前年比＋5.5％／2018年度比＋5.3％）

4位「家計の制約で旅行にお金がかけられなかった」13.5％（前年比＋5.0％／2018年度比▲5.4％）

5位「ペットがいた」8.1％（前年比＋1.4％／2018年度比▲0.1％）

6位「休みが取れなかった」7.2％（前年比＋2.9％／2018年度比▲6.4％）

7位「将来が心配で支出を抑えたかった」6.4％（前年比＋2.2％／2018年度比▲0.5％）

8位「混雑するシーズンに旅行をしたくなかった」6.3％（前年比＋1.1％／2018年度比＋1.4％）

9位「自分の健康上の理由（治療などの必要があった）」5.0％（前年比▲1.8％／2018年度比▲0.5％）

10位「一緒に行く人がいなかった」4.9％（前年比＋1.3％／2018年度比▲1.3％）

（2023年7月20日に開催された「観光振興セミナー2023」資料より抜粋）

以上の上位10項目より、筆者は私生活の実体験から、あるいは観光業界や地域の工夫と努力により変動させることができる可能性を見出せる項目として、「旅行に行けなかった理由」の第5位となった「ペットがいた」8.1％（前年比＋1.4％／2018年度比▲0.1％）に注目をするに至った。

２．国内におけるペットの世帯飼育率とペット・ツーリズム実施率と課題

最新のデータによると、「犬の新規飼育頭数は過去10年間で最多の426千頭と増加しており、猫の新規飼育頭数は432千頭と前年より減少、犬・猫の飼育頭数・飼育率はほぼ昨年から横ばい」との調査結果が業界団体より発表されている[1]。

全国の推計飼育頭数は、犬が705万3千頭、猫が883万7千頭であり、犬の全体の頭数、世帯飼育率も9.69％とほぼ前年の横這い、猫の全体の頭数、世帯飼育率も8.63％と犬と同様ほぼ横ばいであったとの調査結果であった（一般社団法人ペットフード協会調べ）。

つまり、世帯飼育率自体や飼育種（犬か猫か）に大きな変化は無いことが分かった。

では、犬と猫では「旅に連れていく」点について特性的に違いはあるのであろうか。

読売新聞オンライン「大手小町」（「飼い猫を家に残して3日間旅行に…ペットを長時間留守番させて大丈夫？」2022年11月1日より引用）記事中の苅谷動物病院グループ江東総合病院（東京都江東区）の総院長・白井活光氏によると、「猫が『家につく』のに対し、犬は『人につく』とよく言われ…（中略）…犬は、環境が変わることよりも飼い主に会えないことにストレスを感じるそうです」とあり、経験的にこの特徴を知っている愛犬家たちは、「愛犬を連れて旅をする」か「旅をしない」の2択になっている可能性が高いと考えた。

また国内OTA（オンライントラベルエージェント）の「ペットと泊まれる宿」特集ページなどは、愛犬家を想定したペット同伴プランやPRが多く（図1）、現状の観光業界の実例としても愛犬家を対象としていると見受けられる。

図1　国内大手OTA「ペットと泊まれる宿特集」トップページ

（じゃらん2024年1月3日検索）

さらに2007年の「旅の販促研究所」調査によると、「ペットを連れての旅行経験」は全2,642

件の回答に対して、「日帰り旅行の経験あり」は犬オーナー37.8％に対し猫オーナーは10.6％（▲27.2％）、「1泊以上の国内旅行の経験あり」は犬オーナー40.8％に対し猫オーナーは13.0％（▲27.8％）とデータ数値から見ても大きく開いている[2]。

以上2点より、ペット・ツーリズム[3]を本論にて考察するにあたり、愛猫家よりも愛犬家にターゲットを据えるほうが合理性と需要があると考え、愛犬家を対象として進めていくこととする。

一方、前述の先行研究によると、ニューツーリズムのひとつである「ペット・ツーリズム（犬旅）」について宿泊施設や交通手段および手配方法については論述されているが、旅ナカの観光行動、あるいは目的地までの往復の間の「立寄」については触れていない。

ここでリサーチクエスチョンとして浮かんだのは、『「自宅からチェックインまで」「チェックアウト後から自宅まで」の旅ナカの観光行動はどのような傾向と意向であるか？』であった。おもにマイカー移動が主要手段として予想されるペット・ツーリズム実施者が、旅ナカの観光行動や、目的地までの立寄についてどのような意向を持っているのかを調査し、既存観光施設や地域観光のヒントや一助になることを目的に、実際にペット連れで旅をしている観光客への調査をもとに本論では明らかにしていく。

３．研究の方法

調査実施にあたり、①ほぼ愛犬家で、かつ観光客比率ができるだけ高いこと②フロントで愛犬を預かるなどの「限定的」なサービスではなく「愛犬とできるだけ長く滞在できる」観光施設であること、を当研究調査における観光者アンケートを取る場所の要件としたいと筆者は考えた。

そこで、2022年8月より1年間計75日におよぶ現地基礎調査と取材を行い、現地を訪れる観光客属性の見極めと関係者との関係構築の末、研究アンケート取得に際し最適と思われる場所とタイミングの相談などを経て、当該施設関係者より2023年8月に観光施設を訪れる愛犬家を対象にアンケートを取る許可を得ることができた。

＜具体的な調査方法＞

アンケート実施場所／小谷流の里ドギーズアイランド（愛犬とともに「泊まる、遊べる」をセールスポイントしているテーマパーク、千葉県八街市）の、イベント会場内

アンケート対象／同施設の宿泊客および日帰り客（①ペット連れかつ②観光客の2条件を満たす者）

アンケート実施日／2023年8月の金曜・土曜・日曜の合計12日間

アンケート実施時間帯／16時～18時（宿泊客はチェックインがほぼ済んでおり、日帰り客は帰宅が多い時間帯）

実施方法／会場にて観光者にアンケート協力を依頼し、調査員の提示するQRコードを回答者が読み取り、Googleformアンケート（巻末に添付）に入力

＜設置したアンケート項目＞

『ワンちゃん連れの旅行の際の「休憩（立ち寄り観光）場面」において、重要視することはなんですか？』という質問に対し、複数の選択肢を提示し、「最も重要視すること」「1番（最も）ではないが、重要視していること」を別の回答項目とした。

さらに『ワンちゃん連れの旅行の際の「休憩（立ち寄り観光）場面」において、「残念な思い」をした経験をお持ちでしたら、ぜひ教えてください』の回答欄を設け、観光客の経験値をヒントに観光施設側の改善余地を探るための自由記述欄を設けた。

なお、使用したアンケートは巻末に付している。

４．アンケートの結果

＜回答数（回収件数）と属性＞

合計の回答者数は315件であった。うち日帰り客136件（43.2％）と最も高く、次いで1泊2日の宿泊客130件（41.3％）、2泊以上の宿泊客38件（12.1％）と3属性で304件（96.6％）の回答比率であったことから、ペット連れで、かつ観光者であることの2つの属性要件をクリアした回答群とすることができたと判断する（図2）。

また夏休み期間中の8月の週末（金曜・土曜・日曜）にアンケートを実施したことから、全体の36.2％（114件）が「ご家族連れ（3名・4名）」となった点に加え、「2名のご夫婦またはご家族」の回答比率が最多の45.6％（141件）となった。

同時期のテーマパークなどの観光地の客層比率に比べて、当地は子供無しのご夫婦又は子供を同伴しない夫婦の比率が大きいと考えられる。また筆者自身によるアンケート現場での客層観察を通じてもそのような感触があり、子供連れが少ないことが犬旅需要の特筆すべきポイントである可能性がある（図3）。

また同行する犬種（図4）および頭数（図5）については、以下の通りであった。

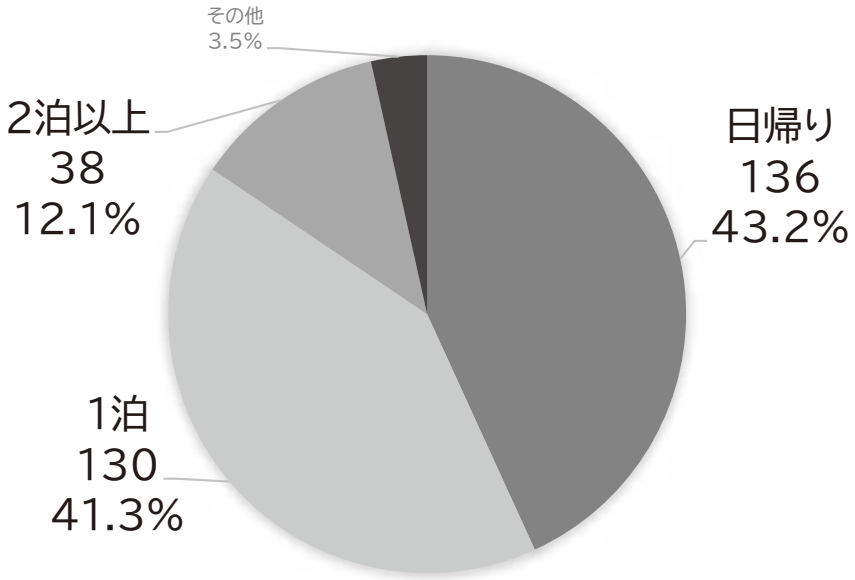

図 2　アンケート回答者の属性（日帰り／1 泊／2 泊以上）

（アンケート結果をもとに筆者作成）

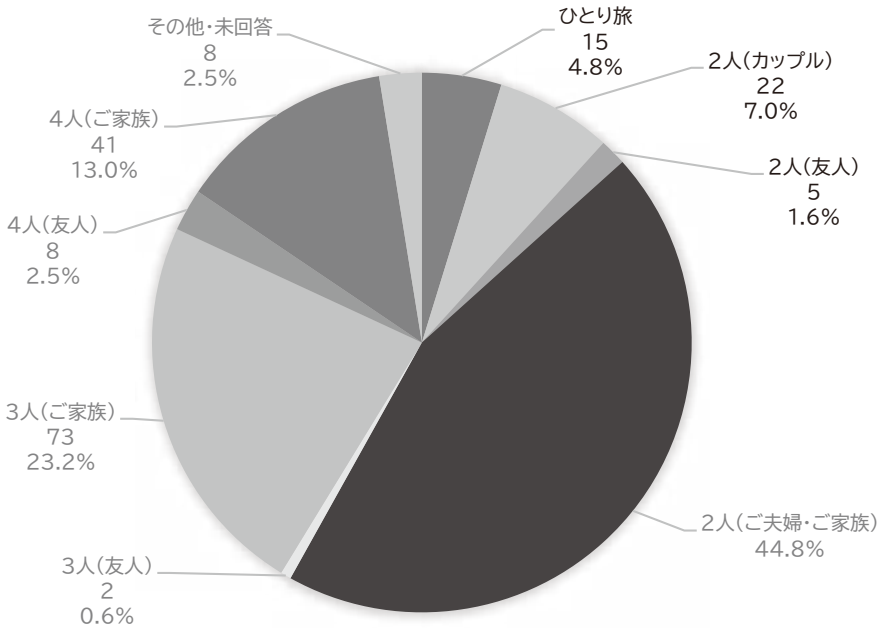

図 3　アンケート回答者の属性（同行者人数と関係性）

（アンケート結果をもとに筆者作成）

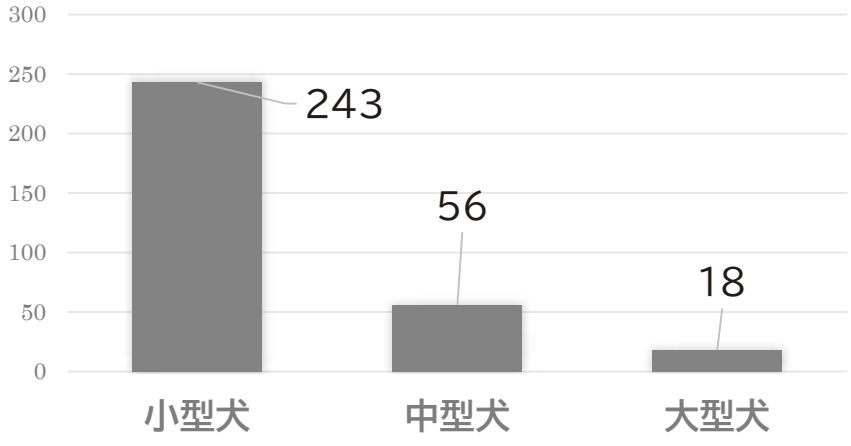

図 4　旅に同行している犬種（小型犬／中型犬／大型犬）

（アンケート結果をもとに筆者作成）　※複数回答

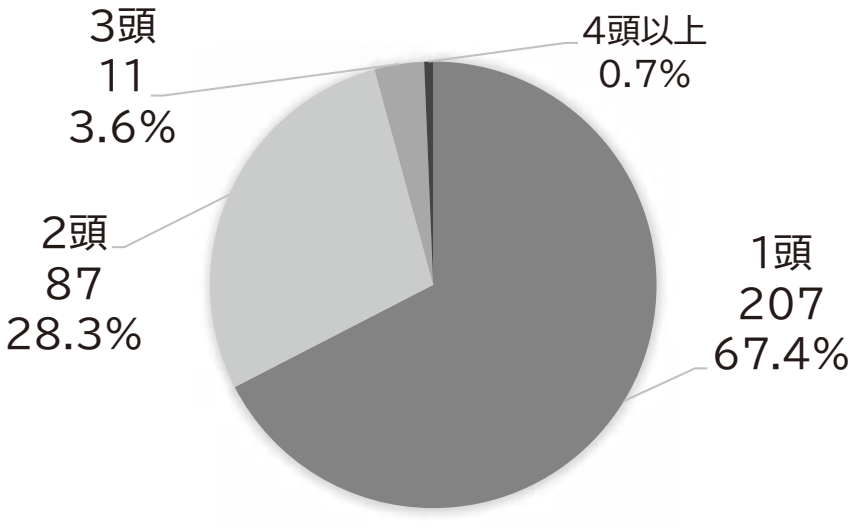

図 5　旅に同行している頭数

（アンケート結果をもとに筆者作成）

（1）愛犬家の休憩（立ち寄り観光）場面における意向

本アンケートでは、Q1.「ワンちゃん連れの旅行の際の「休憩（立ち寄り観光）場面」において、「最も」重要視することはなんですか？」とQ2.「ワンちゃん連れの旅行の際の「休憩（立ち寄り観光）場面」において、1番（最も）ではないが、重要視していることはなんですか？※複数回答可」の2つの設問を設けた。

Q1の「最も重視する点」は、他の選択肢を大きく引き離して「クルマにペットだけを残したくないので、ペットを連れて入れる場所かどうか」であった（193件、61.3％）。

猛暑の時期のアンケートであったことも影響していると考えられるが、ペットOKを謳う立寄観光施設を選択することが、愛犬家にとっては大原則となることがうかがえる。（図 6）

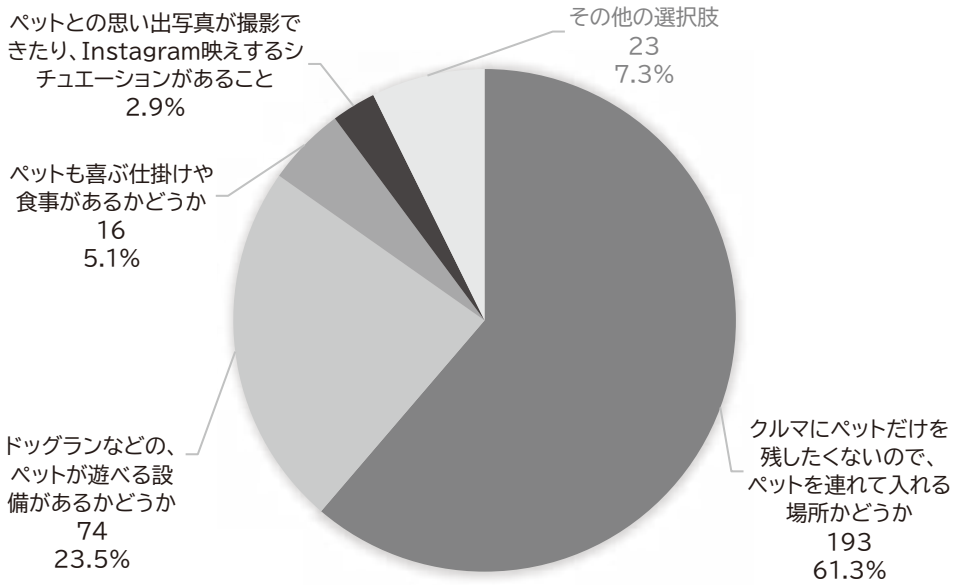

図 6　愛犬家の休憩（立ち寄り観光）場面における意向（最重要視ポイント）

（アンケート結果をもとに筆者作成）　※回答選択式

（2）アンケート記述回答箇所によるペット・ツーリズム実施者のネガティブ体験

上記に関連するように、当アンケートのQ4 に設けた『ワンちゃん連れの旅行の際の「休憩（立ち寄り観光）場面」において、「残念な思い」をした経験をお持ちでしたら、ぜひ教えてください（自由記述）』には以下のような回答が寄せられた。

◆入店や入場の制限・制約に関する回答（抜粋）◆

・全面ペット禁止なところ（20代女性／2 人（カップル）／中型犬）
・ペット不可が多過ぎる（30代女性／ひとり旅／小型犬）
・ペットを置いていかなくてはいけない（40代男性／3 人（ご家族）／小型犬）
・車で待たせるしかないとき（40代女性／4 人以上（ご家族）／小型犬）
・車に犬を置いていくので休憩がとれない（30代女性／2 人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・犬が一緒に入れないから交互に行くしかないこと（30代女性／2 人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・お土産屋さんで一緒に買い物ができなかったこと（50代女性／3 人（ご家族）／小型犬）
・パーキングのトイレで、ペット連れ不可（50代女性／4 人以上（友人同士）／小型犬）
・人間がトイレに行くのに困った（一人の場合）（30代女性／2 人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・カートじゃないと入れないお店や施設（30代女性／3 人（ご家族）／小型犬）

・カートに入れていたのに、ワンちゃん連れの入店を拒否されてしまった（50代男性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・狂犬病の証明書を忘れてしまい入れなかった（20代女性／4人以上（ご家族）／中型犬）
・レストランに入れない（50代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・食事ができない（40代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・屋外でしかご飯が食べられないこと（30代男性／3人（ご家族）／小型犬）
・犬も同席可能なテラス席がいっぱいで入れなかったとき（30代男性／2人（ご夫婦・ご家族）／中型犬）
・一緒にご飯を食べられない（50代男性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）

これらの回答から、かなり多くのペット連れ観光者が入店や入場の制限や制約の経験をしたことがあると考えられる。

旅行業界の用語である3大手配ポイント「あご（食事）」「あし（移動手段）」「まくら（宿泊施設）」のうち、ペット連れ旅行においては「まくら（宿泊施設）」が注目されがちであるが、当アンケートの記述回答によると特にランチ場所の確保など「あご（食事）」面での解決すべき課題が大きいことが判明した。

観光マーケットにとって、需要創出の観点からも要所である食事場面、飲食店選択に関して、現状では観光者が苦労しており、改善の余地が大きいことを示すことができた点は、当研究における新しい発見であった。

また当アンケートを猛暑のさなかである8月に実施したことも影響したと考えられるが、以下の通りペット連れの観光者にとって、飼い主（観光者）がペットとともに暑さを回避できる場所が少ないという課題は、飼い主（観光者）とペットの命と安全を守る上で共通する切実な問題であることが浮き彫りとなった。

・特に夏場食事をする場所探しに困る（40代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・暑い日でも外の席しかない（60代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・真夏でも犬連れはテラスしか入れないとき（40代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・日陰もなく店内可でもないところ（20代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／中型犬）
・暑い日にワンちゃんを涼しい場所に置いて食事できなかった（70代女性／3人（ご家族）／小型犬）

以上は寄せられた回答を抜粋したものであるが、「行きたいお店や施設だったが叶わなかった（入店や入場の制限）」という趣旨の回答が、比較的回答率の少ない自由記述欄であったにもかかわらず47件（対全回答件数のうち14.9％、自由記述回答のうち50.5％）もあった。なお

全回答315件のうち自由記述のQ4への記述は93件（29.5％）であった。

記入欄は1行程度であったため、複数の意見を寄せた回答者はいなかったことも補足しておきたい。

またペット同伴OKを謳っている施設においても、Q4.の質問項目にはこの他に大別して「衛生面」、「環境面」、「情報提供」、「サービス品質や営業側面」の4つの課題に関する意見が寄せられた。

◆「衛生面」に関する回答（抜粋）◆

・糞尿で衛生的によくなかったこと（20代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・併設されているドッグランなど、糞尿で汚れている事があった（50代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・SAのドッグランで臭いが強かった（40代男性／3人（ご家族）／小型犬）
・ワンちゃんがオシッコできるような広場がない（50代男性／4人（ご家族）／中型犬）
・おしっこさせる場所がない（40代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）

◆「環境面」に関する回答（抜粋）◆

・ドッグラン近くに大きな音のするものがあった（40代男性／4人（ご家族）／中型犬）
・ドッグランが大型犬と小型犬で一緒なとき（30代男性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・人が多く犬が歩きづらい（20代女性／3人（ご家族）／小型犬）
・駐車場が離れたところにあった（50代女性／ひとり旅／中型犬）
・他のワンちゃんに吠えられた（50代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／中型犬）
・犬嫌いな人と居合わせてしまったとき（50代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・犬が苦手な人が多くいる場所にいき、迷惑をかけてしまったこと（20代女性／3人（ご家族）／大型犬）

◆「情報提供」に関する回答（抜粋）◆

・犬OKのお店を見つけられなくて、昼ご飯抜きになったことがある（50代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・ペット連れがOKかぱっと見でわからないこと（50代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・テラスOKと聞いていたので行ったら、今日は開けてないと言われた（40代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・カフェが閉店していた事（40代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）

◆「サービス品質や営業側面」に関する回答（抜粋）◆

・犬用の食事がない（30代男性／2人（カップル）／小型犬）
・アレルギーの食事しかなかった（30代男性／2人（ご夫婦・ご家族）／中型犬）
・芝生がない（30代女性／3人（ご家族）／小型犬）
・ドッグランが予約でいっぱいだった（20代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／中型犬）
・ドッグランがつまらなかった（50代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・犬と遊べる施設が少なかったこと（20代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）
・閉まる時間が早い（20代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／中型犬）
・平日お休みの所が多い（50代女性／2人（ご夫婦・ご家族）／小型犬）

近年の旅行需要多様化の流れから、大手旅行会社の各社もペット・ツーリズムに新規参入および体制強化しはじめている現状[4]があり、同サービスは供給も需要も今後伸びていくと筆者は推察している。

そのような市場環境の中で、ペットに関するリテラシーが浅い者や、ペット・ツーリズム（ペットとの旅）未経験者が、新規の観光需要と売上を獲得することを目的に、既存観光施設や既存店舗をペット同伴対応可能な施設に改修する機会や、新規のペット同伴可能施設や店舗の企画・設計・運営をすることが考えられる。その際に、観光地および観光施設サイドの受容（今までペット可否を明確に決めていなかったが、自施設をペット受入可能施設として対外的に情報提供する）局面や、変容（ペット不可方針であった施設がペット受入可能施設へ切り替える）局面が予想される。

そのような中で、本研究のアンケート結果は実際に観光行動をしているペット・ツーリズム実施者のリアルな声であり、本論文で紹介したような生の声に応えてゆくことがペット・ツーリズムの振興には欠かせないと考える。

５．アンケート結果に対する考察～ペットを「同行する家族」として受容できるか

当論文の修正作業をしていた2024年1月2日（火）、新千歳空港発の日本航空JAL516便が羽田空港着陸時に炎上する事故が起きた。幸いにも乗客・乗員379名は全員避難に成功し「奇跡」と称賛された一方、貨物室に預けられていたペット2匹が死亡した事案がWEB上や各紙で論争を巻き起こしている。この論争は当論文の論題と共通する課題であり、旅行業界の用語である3大手配ポイント「あご（食事）」「あし（移動手段）」「まくら（宿泊施設）」のうちの「あし（移動手段）」箇所で起きた「ペット同伴搭乗」に対する議論である。ペット・ツーリズムを振興するためには、今後も3大手配ポイントにおけるペットの取り扱いについて検討が必要であることが示されているといえるだろう。

さて、第4章（1）の「アンケート結果」図6の円グラフ「愛犬家の休憩（立ち寄り観光）

場面における意向（最重要視ポイント）」にて60％以上の旅する愛犬家が「クルマにペットを残したくないので、ペットを連れて入れる場所かどうか」を重視しているという回答、および（2）アンケート記述回答箇所によるペット・ツーリズム実施者のネガティブ体験に抜粋した自由回答から読み取れるのは、「ペットを『同行する家族』として各観光施設や店舗に受容してほしい」というニーズが大きいことであった。これは特に猛暑や極寒の環境下においては、飼い主の安全と健康を守ることにも繋がるであろう。

また図3の「アンケート回答者の属性（同行者人数と関係性）」の結果と筆者自身によるアンケート現場での客層観察を通じて、当地は同時期のテーマパークなどに比べて子供無しの夫婦又は子供を同伴しない夫婦の比率が大きいと考えられる。これまでは「お子様ファースト」とも呼べるサービスや接客を前面に出していた観光施設が多かったが、少子化や夫婦の選択の多様化などの時代背景を理解した上でのサービス提供や接客対応が犬旅需要の特筆すべきポイントとなる可能性がある。

そういったニーズに対し、既存や新設する観光施設や店舗が、店舗設計やコンセプトや方針の策定、実店舗オペレーション計画の中で、営業判断および営業基準としてどこまで受容や工夫をしていくか、に繋がると筆者は考える。

６．まとめ～ペット・ツーリズムは、観光による地域振興の起爆剤になりうるか

じゃらんリサーチセンター（㈱リクルート）が毎年発表している最新の「じゃらん宿泊旅行調査2023」（リクルートじゃらんリサーチセンター調べ）によると、千葉県内のエリア別宿泊先調査である「県内での宿泊先（エリア別）」データは以下の通りである。

1位「舞浜・浦安・船橋・幕張」55.8％
2位「館山・南房総」11.0％
3位「勝浦・鴨川」9.9％
4位「木更津・君津・富浦」5.8％
5位「千葉・市原」4.8％
6位「九十九里・銚子」3.9％
7位「松戸・柏・野田」2.5％
8位「成田」2.4％
9位「佐倉・八街」0.6％
「エリアは覚えていない」1.7％
「その他のエリア」1.6％

東京ディズニーリゾートや大規模イベント会場を擁するベイエリア「舞浜・浦安・船橋・幕

張」が県内宿泊先シェアの圧倒的1位であることは、誰もが予想しうる点であるが、その比率と県内他エリアとの差がここまで開いている点は興味深い。

宿泊者が多いということは、宿泊費だけでなく飲食などの付随する観光行動として地域に経済的な潤いをもたらすわけであるが、今回研究対象とした小谷流の里ドギーズアイランドは行政区画としては八街市であり、『9位「佐倉・八街」0.6％』と県内シェア1％にも満たないエリアに立地している。

「佐倉・八街」エリアは、舞浜地区の大型テーマパークや、幕張地区の大型イベント会場へは千葉県内だが距離があるエリアである。大きな観光目的地となる海にも面していない。集客力の大きい既存の有名観光地があるわけでもなく、前泊後泊需要を満たす成田空港に隣接・至近の距離にあるわけでもない。

そんな観光空白エリアにペット・ツーリズムに特化した日本最大級のドッグリゾートとして小谷流の里ドギーズアイランドが開業したのは2018年4月20日である。開業から5年間、地域産品の消費・販売の拡大、人材雇用など多くのプラス効果を生んできた。

今後、ペット・ツーリズムを通じて同エリアの観光経済を発達させ、さらに千葉県内にプラス効果をもたらすには、同施設を拠点とする県内エリアへの周遊観光パターンの開発、が重要になるであろう。

ニーズの多様化とSNSによる情報の個人発信化の時代において、一部の有名観光地を除いて、かつてのような万人受けする観光地、観光ルートの誕生や維持は、もはや期待できない。

一方、昨今のグランピングブームのように、成長マーケットとして見るやいなや、全国各地で競合施設が次々と営業開始するなどしてきた。

さらに類似サービスや簡易版あるいは劣化版サービスも誕生する。

よってペット・ツーリズムにおいても今後同じような流れが、相当のスピード感をもって起こることを筆者は予想している。

ニッチで新しいマーケットであるペット・ツーリズムだからこそ、該当観光者の需要と意向をマーケットイン[5]の視点で捉えることで、新たな顧客を獲得できる可能性がある。また、既存の観光需要に乏しい地域ほど、ペット・ツーリズム関連資源の集積を図ることで、認知度が上がり、ペットと旅行をするならこの地域、というエリアブランディングを確立できる可能性もある。ペットブームの現在、特に観光空白地帯においてペット・ツーリズムは観光による地域振興の起爆剤となると期待できる。

今後、観光分野の研究者としてペット・ツーリズム市場や地域へ効果について着目を続けたい。

【謝辞】

文末となりましたが今回の調査に際し、今回アンケート調査において315名ものペットを愛する観光者の皆様にご回答いただいたこと、また調査場所をご提供くださった皆様・ご担当者

様に心から感謝申し上げます。
株式会社ユニマットドギーズアイランド（小谷流の里ドギーズアイランド）様
城西国際大学 観光学部 山本ゼミ 所属学生のみなさま

【注】

1 「2022年（令和4年）全国犬猫飼育実態調査 結果」一般社団法人 ペットフード協会（2022年12月26日発表資料より）

2 「犬旅元年 ペットツーリズムの実態と展望」旅の販促研究所著（教育評論社2007）P18図表より引用

3 「imidas」WEB版 時事用語辞典によると、ペット・ツーリズム［pet tourism］とは、
「飼い主が犬や猫などのペットとともに旅行をすることだが、それに伴う旅行業、観光事業などの環境を包括した概念を指す言葉。移動、宿泊、食事、観光などがペットとともにできるような環境整備を推進することにより利用者の利便性向上とビジネスの発展、飼い主のマナーやモラルの啓発などを目的とする。観光自治体や観光施設、観光業界、動物愛護団体、メーカーなどが連携して、全国ペット・ツーリズム連絡協議会（事務局・日本愛玩動物協会）を2013年7月に設立、ペット・ツーリズムの実態調査やガイドライン作りを進めている。飼い主の適正飼養における意識改革は災害時の円滑な同行避難にもつながるとし、人とペットとが共生できる社会を目指すことが大きな目的」と記述されている。
https://imidas.jp/genre/detail/L-122-0124.html　（2024年1月3日閲覧）

4 「【ペットツーリズム】KNT-CT ホールディングス（株）と戦略的なパートナーシップを締結」（2023年12月25日PRTIMES発信記事より）
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000025.000078706.html

5 マーケティング用語で「消費者の要望・ニーズを理解して商品を開発し、消費者が求めているものを求めているだけ市場に出すこと、顧客ありきの販売戦略」。対義語は「商品開発や生産、販売活動を行う上で、買い手（顧客）のニーズよりも企業側の理論を優先させる」プロダクトアウト。

【アンケートの質問項目詳細】

アンケート調査票は、以下Googleformリンクを利用し、掲示したQRコードを観光者自らがスマートフォン等のデバイスで読み込み、回答入力いただく形で行った。

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSft5bu1zzg5md2R01U76UcaA4qiZyPzjitoKQc-XChC-Fj4Qg/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0

【2023年度 実施】観光動向調査「愛犬家観光客の立寄地に関する調査」@小谷流の里 ドギーズアイランド(千葉県八街市)

～ようこそ、千葉県へ～
「ペット連れ観光が、もっと楽しく＆便利になるには？」を研究テーマに、
ペット連れ(愛犬家)の観光客のお客様が、どのようなご意向をお持ちで、
どのような観光行動をとられているかを調査するアンケートを実施しております。
せっかくのご旅行中に恐れ入りますが、みなさまのご協力をお願い申し上げます。

＜企画・実施＞
　城西国際大学 観光学部 助教 山本 剛
＜自己紹介＞
元・旅行会社の国内ツアー企画者、現在は実務家教員４４歳、愛犬はミニチュアダックスの「びばり」さん。
愛犬家歴は１３年。キッカケは妻の実家のワンちゃんが随分懐いたことから。
びばりさんとの旅は、いつもトラブルだらけ…。
富士山麓で湧水を飲んだらお腹を壊して…車の中で粗相をされたことも。(それもいい思い出なんですけどね)
観光のプロとして、「観光」×「愛犬」＝「ペットツーリズム」の研究に着手しようと考えています。

＜アンケート実施日＞
2023/8/4(金)～8/6(日)・8/11(金/祝)～8/13(日)・ 8/18(金)～8/20(日)

・ 8/25(金)～8/27(日)
＜協力＞株式会社ユニマットドギーズアイランド(小谷流の里 ドギーズアイランド)

～本日は「小谷流の里 ドギーズアイランド」へ、千葉県へようこそ おいでくださいました！～
※観光に関する質問は、６問です※

Ｑ１．ワンちゃん連れの旅行の際の「休憩(立ち寄り観光)場面」において、「最も」重要視することはなんですか？ *

- ◯ クルマにペットだけを残したくないので、ペットを連れて入れる場所かどうか
- ◯ クルマにペットだけを残したくないので、ドライブスルーまたはテイクアウトがあるかどうか
- ◯ クルマにペットだけを残すので、短時間で済ませることができるかどうか
- ◯ ドッグランなどの、ペットが遊べる設備があるかどうか
- ◯ ペットも喜ぶ仕掛けや食事があるかどうか
- ◯ ペットを一時的に(数時間程度)預かる施設があるかどうか
- ◯ ペットとの思い出写真が撮影できたり、Instagram映えするシチュエーションがあること
- ◯ 愛犬家コミュニティの中での口コミやレビュー、評判がよいところかどうか
- ◯ 立ち寄り観光(休憩)を一切しないよう、目的地や宿泊地から直行直帰にしている
- ◯ 特に気にしていない
- ◯ その他: _____

Ｑ２．ワンちゃん連れの旅行の際の「休憩(立ち寄り観光)場面」において、１番(最 *
も)ではないが、重要視していることはなんですか？※複数回答可

- ☐ クルマにペットだけを残したくないので、ペットを連れて入れる場所かどうか
- ☐ クルマにペットだけを残したくないので、ドライブスルーまたはテイクアウトがあるかどうか
- ☐ クルマにペットだけを残すので、短時間で済ませることができるかどうか
- ☐ ドッグランなどの、ペットが遊べる設備があるかどうか
- ☐ ペットも喜ぶ仕掛けや食事があるかどうか
- ☐ ペットを一時的に(数時間程度)預かる施設があるかどうか
- ☐ ペットとの思い出写真が撮影できたり、Instagram映えするシチュエーションがあること
- ☐ 愛犬家コミュニティの中での口コミやレビュー、評判がよいところかどうか
- ☐ 立ち寄り観光(休憩)を一切しないよう、目的地や宿泊地から直行直帰にしている
- ☐ 特に気にしていない
- ☐ その他: _____

Ｑ３-１．「千葉県内」で、ワンちゃん連れの旅行の「休憩(立ち寄り観光)地」としておススメスポットはありますか？

回答を入力

Ｑ３-2. 上記を選ばれた理由は、なんですか？

回答を入力

Ｑ４．ワンちゃん連れの旅行の際の「休憩(立ち寄り観光)場面」において、「残念な思い」をした経験をお持ちでしたら、ぜひ教えてください。

回答を入力

Ｑ５．愛犬連れの「日帰り」の旅で、よく行く旅行先はどこですか？ ※複数回答可 *

- ☐ 那須(栃木県)
- ☐ 秩父(埼玉県)
- ☐ 南房総(千葉県)
- ☐ 箱根(神奈川県)
- ☐ 三浦半島(神奈川県)
- ☐ 伊豆(静岡県)
- ☐ 富士五湖(山梨県)
- ☐ 軽井沢(長野県)
- ☐ 日帰りでは、旅に行かない
- ☐ その他:

Ｑ６．愛犬連れの「宿泊」の旅で、よく行く旅行先はどこですか？ ※複数回答可 *

- ☐ 那須(栃木県)
- ☐ 秩父(埼玉県)
- ☐ 南房総(千葉県)
- ☐ 箱根(神奈川県)
- ☐ 三浦半島(神奈川県)
- ☐ 伊豆(静岡県)
- ☐ 富士五湖(山梨県)
- ☐ 軽井沢(長野県)
- ☐ 宿泊では、旅に行かない
- ☐ その他:

お客様属性　※本日のインタビューデータを分析する際にのみ利用いたします※

ただいまのお客様は、次のうちのどれですか？ *

- ◯ 日帰りの「旅行中」
- ◯ １泊２日の「旅行中」
- ◯ ２泊以上の「旅行中」
- ◯ その他: _____

お客様の性別 *

- ◯ 男性
- ◯ 女性
- ◯ その他

お客様の年齢 *

- ◯ １０代（小学生）
- ◯ １０代（中学生）
- ◯ １０代（高校生）
- ◯ １０代（専門学生・大学生）
- ◯ １０代（その他）
- ◯ ２０代
- ◯ ３０代
- ◯ ４０代
- ◯ ５０代
- ◯ ６０代
- ◯ ７０代
- ◯ ８０代～
- ◯ その他: _____

本日の同行者人数と関係性

- ○ ひとり旅
- ○ 2人（カップル）
- ○ 2人（友人）
- ○ 2人（ご夫婦・ご家族）
- ○ 3人（友人同士）
- ○ 3人（ご家族）
- ○ 4人以上（友人同士）
- ○ 4人以上（ご家族）
- ○ その他: _____

本日同行しているワンちゃんは、

- ☐ 小型犬
- ☐ 中型犬
- ☐ 大型犬
- ☐ その他: _____

本日同行しているワンちゃんの頭数は、

- ○ 1頭
- ○ 2頭
- ○ 3頭
- ○ 4頭以上
- ○ その他: _____

お住まい（生活エリア） *
<回答例①> 東京都世田谷区
<回答例②> 千葉県柏市

回答を入力

ご回答・ご協力、誠にありがとうございました！お帰りの道中もお気をつけてお帰りくださいませ！（また千葉県に遊びに来てくださいね！）
城西国際大学 観光学部 助教 山本剛

送信　　フォームをクリア

A Study on “Tabinaka: during the trip” Issues in Pet Tourism and Its Acceptance by Tourist Attractions:
A Questionnaire Survey of “Dog Travel” in Chiba Prefecture Pet Tourism Demand

Tsuyoshi Yamamoto

Abstract

Pet tourism, one of the new tourism trends that has gradually gained citizenship over the past decade, is dominated by a large share of “travel with dogs” by dog owners.

In this study, a questionnaire survey was conducted at Koyaru no Sato Doggie’s Island, where almost all visitors are accompanied by dogs, with the aim of understanding the essential needs of travelers with pets by tourism professionals who have no experience of keeping pets in “dog travel”. The results revealed that tourists with dogs face many barriers. In particular, they struggled to take breaks during the trip and to find a place to have lunch. For example, when choosing a place to take a break (stopover), 61.3% of respondents did not want to leave their pets in the car, so they placed importance on whether the place was dog-friendly, suggesting that there is a great need for each tourist facility and store to accept pets as ‘accompanying family members’.

Keywords: Pet Tourism, Travel, dog lover, travel with dogs, Bringing pets, Companion animal, During the trip