

観光文化

Tourism Culture

241

April
2019

1. 特産品ブランドを活用した
外国人旅行者の誘客 公財日本交通公社
柿島あかね

2. 自治体アンテナショップの
インバウンドにおける役割
一般財団法人地域活性化センター 畠田千鶴

特産品を

活用した

3. クルーズ客による
特産品の
購買促進に
向けて 公財日本交通公社
外山昌樹

特集

インバウンドの

経済効果

向上

5. 特産品の

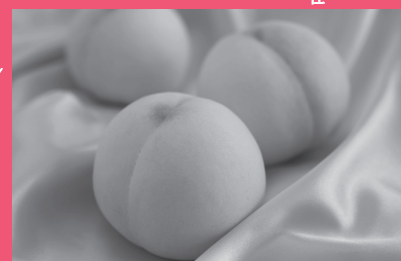
リピート購買促進に向けた

越境ECの活用事例 公財日本交通公社 武智玖海人

視座

先進事例から見えてきた特産品活用のポイント 外山昌樹

4. 訪日外国人による
越境ECでの観光土産の
リピート購買(連鎖消費)の
可能性について 桃山学院大学 辻本法子



巻頭言 食を絡めた
インバウンドによる
地域経済活性化
農林水産省 新井ゆたか
【連載】
観光を学ぶということ②
立教大学 舩谷ゼミ
立教大学 舩谷鋭



「旅の図書館」だより
Historical Archive on Tourism &
Thomas Cook Archivesを訪問
【連載】わたしの1冊 第14回
「余の尊敬する人物」矢内原忠雄著
公財高速道路調査会 杉山武彦
「ラムロンドン」とパリの古書店と
旅行案内書 関西学院大学 荒山正彦
新刊紹介 東京大学 水内佑輔 旅の図書館大隅一志
特集関連の蔵書リスト 大隅一志

訪日外国人旅行者の地方訪問が増えつつある中、各地域では、インバウンドによる経済効果を高めるための様々な取り組みが行われている。

こうした取り組みを進めるにあたっては、域内調達率（地域内から原材料や雇用者を調達する率）を上げる観点から、各種地域資源を活用することが重要となる。

中でも、「特産品」の活用は、旅行者がお土産として購入することで消費単価の向上につながるだけでなく、特産品自体が誘客の源泉となることで旅行者数の増加につながる等、様々な角度から経済効果を高めることが期待される。

そこで本特集では、特産品がインバウンドによる経済効果の向上に果たす多様な役割について検討する。

