

北海道における外国人ドライブ観光を支援する情報提供について*

- シンガポール・香港からのレンタカー旅行に関する実証実験 -

Information Provision for Foreign Drive Tourists in Hokkaido

松田泰明**・松島哲郎**・松山雄馬**・畑山朗***・大谷琢磨***

By Yasuaki MATSUDA**・Tetsuro MATSUSHIMA**・Yuma MATSUYAMA**・Akira HATAKEYAMA****・Ohtani Takuma****・

1. はじめに

政府は、観光立国行動計画に基づく各種の施策を推進しており、2007年1月施行の「観光立国推進法」では、国や自治体に対して外国人観光客の増加に繋がる施策を講ずることとされた。また、北海道では恵まれた資源を活かした「観光」を重点施策と位置づけ、外国人観光客の誘致に取り組んでいる。

このように国際観光の重要性が増す中、北海道ではアジアを中心に急増する外国人観光客(図1)にも、車窓からの美しい沿道景観などを楽しみながら周遊するドライブ観光のニーズの高いことが、和泉ら¹⁾²⁾の調査で明らかとなっている。さらに今後、来道外国人の半数以上を占める台湾人観光客への国際免許の発行が見込まれるなど、外国人ドライブ観光の急激な増加が予想される。

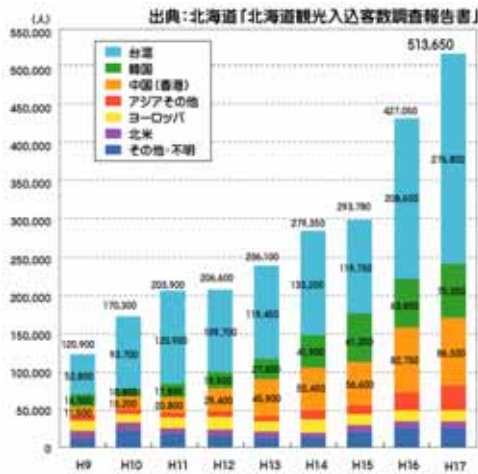


図1 近年の訪日外国人来道数

*キーワード：観光・余暇、ITS、交通行動分析、意識調査分析

**正員，(独)土木研究所寒地土木研究所
(札幌市豊平区平岸1条3丁目1-34，
TEL:011-841-1746，FAX:011-841-9747)

***正員，国土交通省北海道開発局
(札幌市北7条西2丁目，TEL:011-709-2311，
FAX:011-757-3270)

そこで、国際競争力があり今後増大が見込まれる北海道における外国人ドライブ観光について、その魅力向上のため関係機関が連携して外国人観光客を対象に実証実験を行った。本報告では、これらの結果のうち外国人ドライブ観光を支援する情報提供について考察する。

2. 北海道におけるドライブ観光の現状

(1) 来道邦人観光客のレンタカー観光の現状

ここ数年、来道観光客数が増えないなか³⁾、近年の個人型観光への転換から、レンタカー観光が大幅に伸びている。これは北海道内の二次交通の利便性の低さだけでなく、レンタカー観光では沿道に広がる美しい景観や地域特有の豊かな食材、多くの温泉地など、多彩な北海道の観光資源を個人のニーズに合わせて広域的且つ自由に巡ることが可能であり、今後さらに増加が予想される。

(2) 外国人ドライブ観光の現状

外国人観光においても個人型の観光割合が高く⁴⁾、この傾向は定期便の増加などにより更に進むと予想される。また、他のアジア諸国とは異なる気候や自然、文化、景観など魅力ある北海道の固有資源を体験するには、個人が自由に移動できるレンタカー観光が最も適しており、高所得者を中心にレンタカーを利用した個人のドライブ観光に対する潜在ニーズがあるといえる。

事実、外国人のレンタカー利用客は近年急増している(図2:2006年は10月までの台数)。さらに来道外国人の半数以上を占める台湾観光客について、今後、国際免許取得の可能性があることや、今後のアジアの発展など、外国人レンタカー観光が大きく増加する可能性がある。



図2 千歳空港の外国人レンタカー利用台数

3. 外国人ドライブ観光の実証実験

(1) 実証実験の概要

外国人レンタカー観光が増加する中、道路地図や標識、道の駅等での外国語表記やピクトグラムの採用、カーナビゲーション（以下：カーナビ）の外国語対応など、外国人にとって車を使って旅行する環境（以下：ツーリング環境）の整備は十分でなく、ドライブ観光を支えるツーリング環境の改善が急務となっている。そこで、これらに関する課題等を把握するため、官民の関係機関が協働して、国土交通省の「まちなみナビプロジェクト事業」として「北海道における地域協働型外国人ドライブ観光推進調査」を行った。

- ・ 実験実施機関：外国人ドライブ観光推進協議会（有限責任中間法人シーニックバイウェイ支援センターを中心に海外旅行会社、レンタカー会社、携帯電話会社、カーナビゲーションソフト開発会社、航空会社、大学、北海道開発局、北海道運輸局、北海道、寒地土木研究所などで構成）
- ・ 実験対象：シンガポールからのモニターツアー客とシンガポール・香港からの個人レンタカー利用客。
- ・ モニターツアーの概要：モニターツアーは、シンガポールの旅行会社 PRIME TRAVEL&TOUR の協力を得て2006年6月～11月まで8回行い、第1弾が8泊9日、その他は6泊7日で合計282名が参加した。ツアーコースは、千歳空港を起点に道内を周遊する個人型の観光（航空便、宿泊先などの行程が同一のツアー）で、宿泊先には添乗スタッフが同行した（図3）。
- ・ 提供した主なドライブツール・資料：英語または日本語音声のカーナビ付きレンタカー、関係連絡先や情報提供サイトを登録したGPS携帯電話、カーナビと連動した位置情報コードや観光・景観情報が載った英語版ドライブマップ（写真1）。他に札幌と現地に外国語対応の旅行会社のコールセンターを設置。

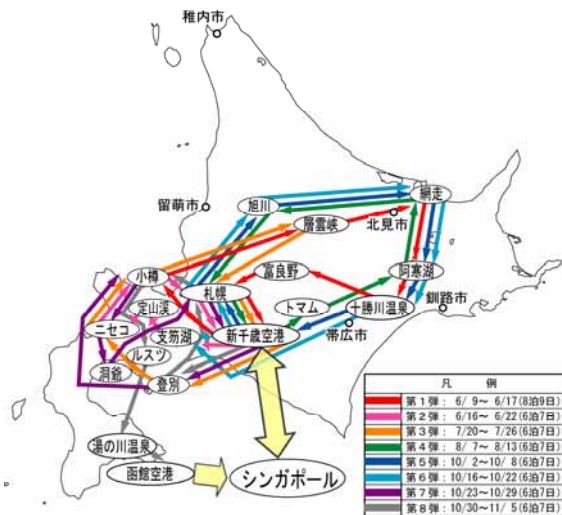


図3 モニターツアーの周遊ルート

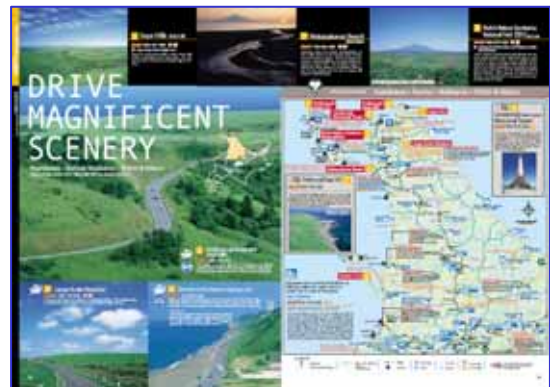


写真1 ツアー客に配布した英語版ドライブマップ

(2) 調査内容

調査方法は、ツアー客にアンケート用紙を配布し、旅行終了時に回収した。他にGPS携帯電話の位置情報データや利用実態の把握も行った。

- ・ 各経路案内方法：日本語カーナビを外国人でも利用できる位置情報コードを掲載した英語版ドライブマップと英語音声機能搭載カーナビの有効性の確認
- ・ GPS携帯電話の活用：旅行者の位置情報の把握と適切な誘導及び情報配信の有効性、位置情報を基にシーニックバイウェイ活動団体からの地域情報の配信
- ・ コールセンター機能の把握：固定地型と現地対応型のコールセンターによる旅行支援
- ・ ドライブ観光に関するニーズ・課題調査：ドライブ旅行の環境や魅力に関する全般的な調査

4. 実証実験の結果⁵⁾

ここでは、主にモニターツアーの調査結果を報告する。

(1) アンケート回答者の主な属性

今回の参加者はいずれも富裕層が多く、各レンタカー毎の代表回答者は、30～40代の年齢を中心に20～60代まで幅広い。また、87%が既に訪日経験があり複数回来日している人も多いが、北海道への訪問経験は86%が初めてである（図4）。なお、ほぼ全員が隣国マレーシア以外へも海外旅行経験がある。次に、3/4の回答者が海外でのレンタカードライブの経験があり（図5）、その訪問地域は、約9割が豪州で北米44%、欧州35%と続く。よって、回答者は海外旅行だけでなく、海外でのレンタカードライブの経験豊富なユーザーといえる。

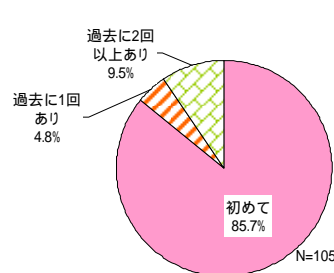


図4 来道の経験

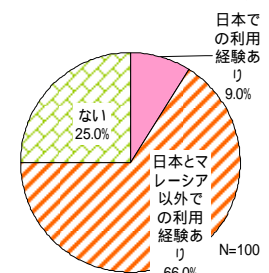


図5 海外でのドライブ経験

(2) 旅行目的と不安事項 (旅行前)

今回の旅行目的は、「自然や農村などの景観」が95%以上とほぼ全員が回答。次いで「食」「温泉」、さらには「涼しい気候」を求めるニーズも約半数あった。また、「ドライブそのもの」との回答も約40%あり、「美しい沿道景観を楽しみながらの快適な走行環境でのドライブ」への期待が高いと推測され、今後の北海道観光におけるドライブ観光の可能性を表している(図6)。

旅行前に不安に感じていたことは、「観光地への経路」や「標識・案内」「交通法規」が3~4割程度であり、「観光地までの誘導」や「日本の交通ルール」にある不安を感じていることが分かる(図7)。

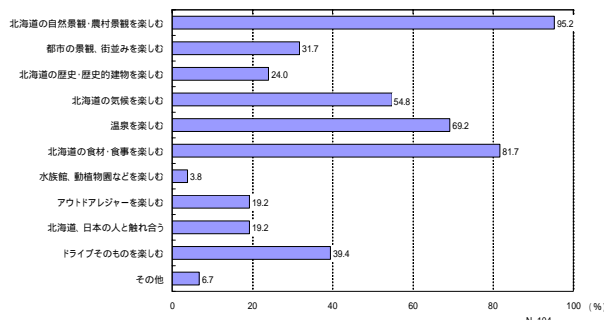


図6 今回の旅行の主な目的

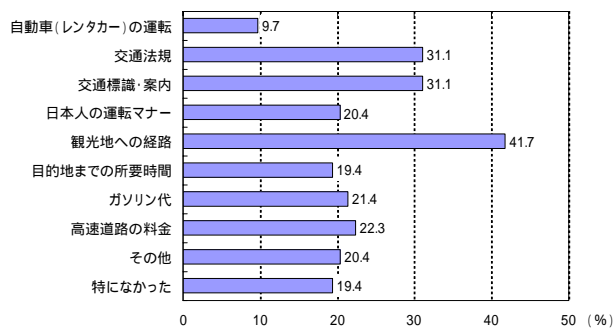


図7 旅行前「不安」に感じていた事項

(3) 情報入手手段と必要なドライブツール・資料

旅行前の情報入手手段と役立度は、旅行前の情報源としては「インターネット」「旅行代理店」が6割強と多いが、「知人等からの情報」も5割を超える(図8)。これは、シンガポールにおける北海道の旅行雑誌の発行が少ないことも影響していると考えられる。今後は、利用度の高いインターネット情報の充実と旅行代理店への情報提供が重要と言える。

次に、ドライブ観光に必要なツールとして「事前にあったら良かったドライブツール・資料」について旅行後に質問したところ、今回のモニターツアー用に配布した「英語版のドライブマップ」と「カーナビ」がいずれも約8割と必須のツールであった。次いで、「日本の交通法規」が続き、他に「道路危険箇所の情報」「観光地や都市内での駐車場情報」「道路・路線上の景観・みどころ情報」となった(図9)。

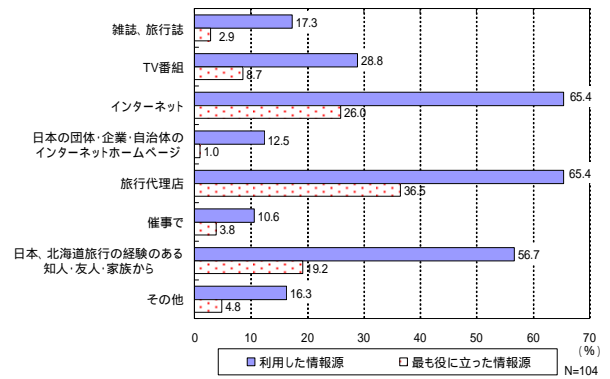


図8 旅行前の情報入手手段と役立ち度

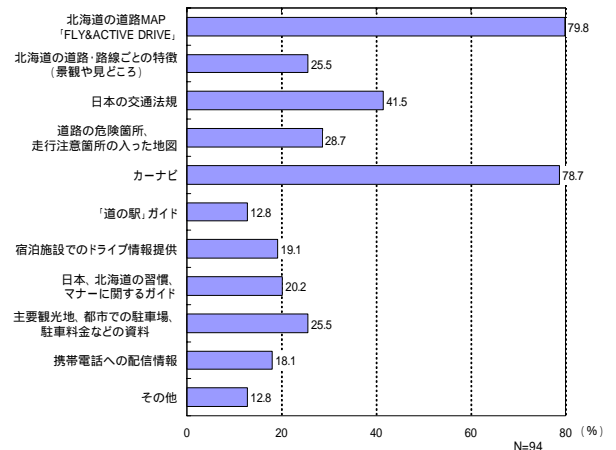


図9 旅行前に必要だったドライブツール

(4) カーナビゲーションの有効性

使用したカーナビは、約1/4が英語音声(地図は日本語)で、この英語音声版の利用者の回答では、「音声で英語で安心した」との回答が6割を超えたものの、「地図が日本語で分かり難かった」が5割あり、日本の漢字をある程度理解する地域の方でも、音声と共に地図情報の英語表記が必要と言える(図10)。

次にカーナビの位置情報コードの有効性(図11, 12)では、約9割が「位置情報コード」を利用し、8割以上がとても便利と回答し、利便性の高さを示した。従って、言葉のバリアーがある外国人ドライブ観光では、言語に影響されないこのようなシステムが有効と言える。

なお、当初懸念していた案内標識については、英語表記を望む回答がある程度あったものの、標識の数は十分であると評価され、漢字がある程度理解できることもあり、むしろ分かりやすいとの評価も多かった。

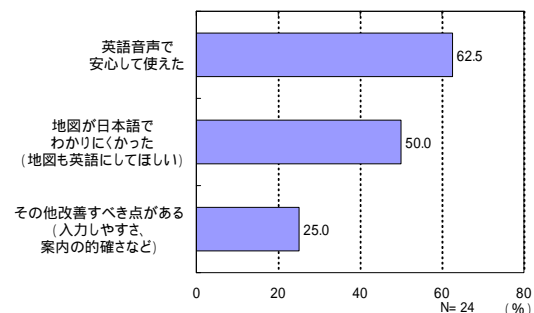


図10 英語音声版のカーナビを使用した感想

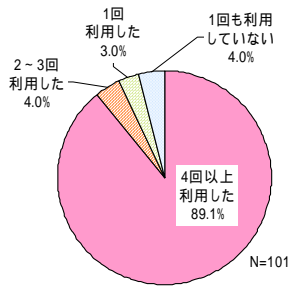


図 11 位置情報コードの利用回数(全体)

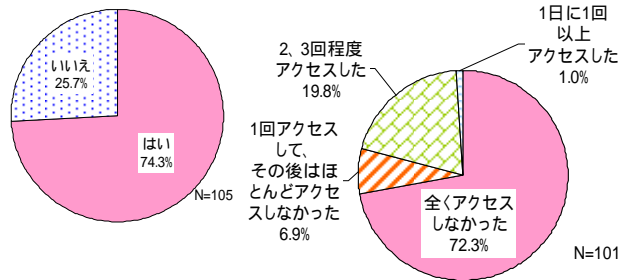


図 15 配信メールの確認状況 図 16 webサイトの閲覧状況

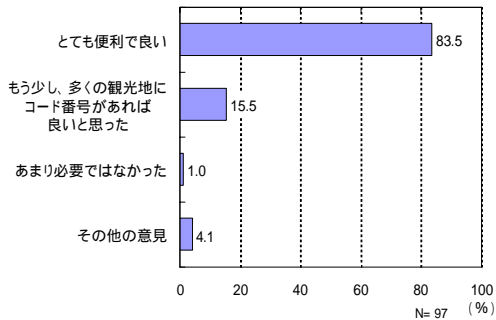


図 12 位置情報コードの利用評価(利用者のみ)

(5) GPS機能付き携帯電話の有効性(図13, 14)

9割以上が携帯電話を利用し、その多くがコールセンターなど母国語や英語が通じる「ツアー関係者への連絡」に利便性を感じている。また、携帯電話が必要な状況との問いには、9割以上が「道に迷ったとき」、7割以上が「事故などの緊急時」と回答し、緊急時の安心感向上に役立っているが、実際に連絡するのは言葉の通じるツアー関係者となっている。

配信メールの受信状況については、位置情報に基づき各携帯電話に配信されたメールを読んだ人は7割強で、配信の頻度やタイミングについて適切との回答が約8割となった(図15)。

しかし、webサイトについては、7割以上の方が閲覧していない(図16)。なお、役に立ったwebの情報は、付近のレストランと沿道の景観ポイントであった。

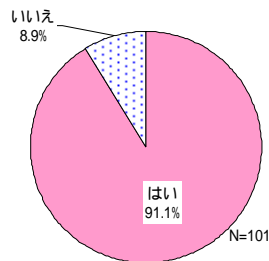


図 13 携帯電話の利用状況

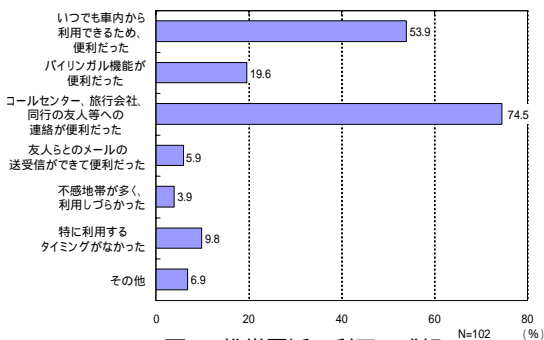


図 14 携帯電話の利用の感想

次に、図示していないがGPS機能を活用した行動軌跡調査の結果では、立ち寄り割合が高い観光地や滞在時間の多い憩施設などドライブ行動の把握が容易であり、特にモニターツアー以外のフリーの個人観光客の行動の把握には有効であった。また、ドライブ観光の支援においても、道に迷ったときの問い合わせの対応だけでなく、ドライブルート間違っていると思われる状況を判断し、ドライバーを適切に誘導するなどの効果があった。

5. まとめ

- ・ 北海道では、沿道景観を楽しみながらの外国人ドライブ観光が今後大きく増大すると予想される。
 - ・ 交通法規や高速道路・駐車場の利用方法、経路案内など、共通のドライブ関連情報は、各関係機関が外国語での積極的な情報提供が必要、その際には旅行前に容易に入手出来るインターネットが効果的。
 - ・ 標識の外国語表記も整備も重要であるが、それ以上に位置情報コードと連動した外国語対応のカーナビの整備や外国語のドライブマップの整備が有効
 - ・ GPS携帯電話と外国語対応のコールセンターは、緊急時の支援に極めて有効で、訪日外国人のレンタカー観光における安心感の向上にも大きく寄与する。
- また、実験を通じて得られた知見として、ドライブ観光で訪れる外国人観光客は富裕層が多く、休憩施設や立ち寄りポイントの整備に当たっては、彼らが満足するグレードの高い施設やサービスも必要であると感じた。

6. おわりに

本実験協議会に参加している他の機関の方々や、アンケート調査にご協力頂いた皆様に感謝の意を表したい。

参考文献

- 1)和泉、田村、松田、原：北海道におけるドライブ観光の可能性と課題，第33回土木計画学研究発表会，2006年6月。
- 2)松田、松島、大谷：北海道における外国人ドライブ観光のニーズと課題，北海道開発局技術研究発表会，2007年2月。
- 3)北海道観光入込客数調査報告書，北海道経済部観光のくづくり推進局，2006年7月。
- 4)訪日外国人旅行調査(2003-2004)，国際観光振興機構，2004。
- 5)北海道における地域協働型外国人ドライブ観光推進調査報告書，外国人ドライブ観光推進協議会，2007年1月。