

台湾人観光客のドライブ観光に関する意識調査*

Results of Surveys about Taiwanese Tourists' Awareness of Driving Tourism *

原文宏**・斉藤大***・高見友子****佐藤友祐*****

By Fumihito HARA**・Dai SAITO***・Tomoko TAKAMI****・Yusuke SATOU*****

1. はじめに

アジアから北海道を訪れる観光客は、平成 18 年度には年間 50 万人を超えており、その半分以上にあたる 27 万人が台湾からの観光客である。¹⁾

全体の半数以上を占める台湾人観光客であるが、レンタカー利用は極端に少ない。その理由は、我が国の道路交通法では台湾の免許で運転することが許可されていないためである。

しかし、2007 年 9 月に道路交通法が改正され、台湾からの観光客も日本国内で自動車を運転することが可能になった。ただし、許可された時期が北海道におけるレンタカー利用の最盛期を過ぎていたことと、団体旅行が主流の台湾においてレンタカーを利用した個人旅行はまだ認知度が低いため、現在までの所、レンタカー利用者は少ない。

今後は、旅慣れた層を中心に台湾人観光客にもレンタカーブームが起こることは、シンガポールや香港の事例²⁾を見ても容易に予想されることから、有限責任中間法人シーニックバイウェイ支援センターでは「東南アジアから北海道へのドライブ観光ニーズ調査団」を派遣し、台湾の旅行代理店へのヒアリングとドライブ観光に関するアンケート調査を実施した。

本論文では、アンケート調査結果を中心に報告する。なお、同様のアンケート調査はシンガポールでも実施しており、台湾人観光客のドライブ観光に対する意識やニーズを明確にするために両方の調査結果をを比較して分析する。

2. ドライブ観光に関するアンケート調査

(1) 調査概要

質問紙を台湾およびシンガポールで配布、回収する方法で実施した。調査項目を以下に示す。

- ・海外旅行の形態、目的など
- ・北海道のドライブ観光で「不安」に思うこと
- ・北海道の情報入手手段と役立ち度
- ・北海道のドライブ観光をする上で事前にほしい資料・ツール

回答者の属性を表 1 に示す。性別では、台湾はほぼ同数であるが、シンガポールは男性の割合が高い。年齢別では、20代、30代および40代である。

日本への旅行経験については、台湾の方が圧倒的に多く、半数以上が2回以上の訪問経験があるのに対して、シンガポールの半数は訪問経験が無い。

日本の訪問先を図 1 に示す。訪問先としては、東京、大阪に次いで北海道が3位である。シンガポールだけをみると北海道は2位であり、訪問先としての北海道の人気の高い。

表 1 回答者の属性

| 属性 | 台湾 | シンガポール |
|-----|----|--------|
| 男性 | 45 | 42 |
| 女性 | 47 | 28 |
| 10代 | 3 | 3 |
| 20代 | 22 | 21 |
| 30代 | 46 | 35 |
| 40代 | 15 | 8 |
| 50代 | 3 | 3 |
| 60代 | 2 | 0 |
| 不明 | 1 | 0 |
| 合計 | 92 | 70 |

表 2 日本への旅行経験

| 年齢 | 台湾 (N=92) | シンガポール (N=70) |
|------|--------------|------------------|
| なし | 19.6% | 48.6% |
| 1回 | 29.3% | 25.7% |
| 2回 | 17.4% | 5.7% |
| 3回 | 14.1% | 5.7% |
| 4回 | 6.5% | 2.9% |
| 5回以上 | 13.0% | 4.3% |
| 不明 | 0.0% | 7.1% |
| 合計 | 100.0% | 100.0% |

*キーワード：観光・余暇、ドライブ環境
**正会員，博士（工学），有限責任中間法人シーニックバイウェイ支援センター理事，（社）北海道開発技術センター地域政策研究室長
（札幌市中央区南1条東2丁目11番地 南1条タカハタビル TEL011-271-3022、FAX011-271-5366）
***正会員，釧路商工会議所
****非会員，有限責任中間法人シーニックバイウェイ支援センター
*****正会員，国土交通省北海道開発局

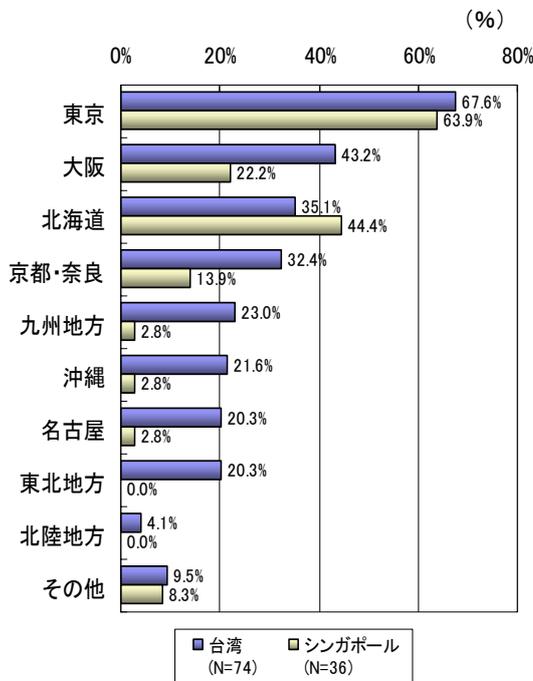


図1 日本での訪問場所（経験）

また、シンガポール人の日本訪問が少ないことで海外旅行経験が少ない訳ではない。豪州や欧米などを頻繁に訪問しており、海外旅行の経験は豊富である。また、海外でのレンタカー利用経験もシンガポールの場合は約25%が経験しているが、台湾は6%程度に留まっている。

海外旅行時の同伴者は、両者ともに「友人」が最も多く、次いで「夫婦」「家族」の順であるが、台湾に比べるとシンガポールの方が家族の割合が高く、やや異なる傾向を示した。

(2) 日本への訪問希望（再訪を含む）

日本への訪問及び再訪の希望については、両国ともに過半数以上が積極的な日本への訪問希望を持っており、日本への訪問経験の少ないシンガポールの方が、その傾向は強い。

日本の中での訪問先としては、両国ともに北海道が第1位となっている。台湾人観光客の場合は、再訪のケースが多いことから、東京、大阪、名古屋等の主要都市を選択する割合はシンガポールに比べて低い。しかし、北海道については、再訪を含めて訪問希望が高い結果となった。

表3 日本への訪問希望

| 訪問希望 | 台湾 (N=92) | シンガポール (N=70) |
|-----------|-----------|---------------|
| 大いに行きたい | 50.0% | 64.3% |
| まあ行きたい | 39.1% | 28.6% |
| どちらとも言えない | 8.7% | 4.3% |
| あまり行きたくない | 2.2% | 1.4% |
| 全く行きたくない | 0.0% | 1.4% |
| 合計 | 100.0% | 100.0% |

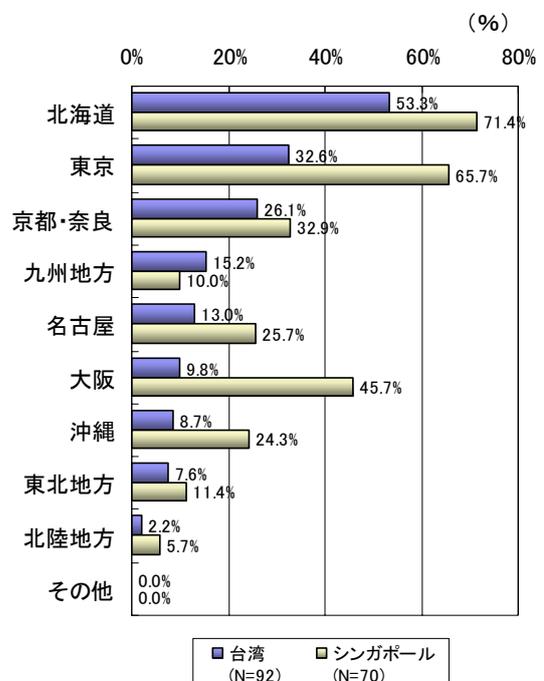


図2 日本で訪問したい場所

(3) 海外旅行の目的

台湾人観光客の海外旅行の主目的は「自然景観・農村景観を楽しむ」「都市の景観・街並みを楽しむ」「外国の歴史・歴史建造物を楽しむ」がそれぞれ70%を超える高い割合となっている。次に「家族や友人との時間を楽しむ」47%、「外国の食材・食事を楽しむ」40%の順であった。

シンガポールの場合は、最も多いのが「自然景

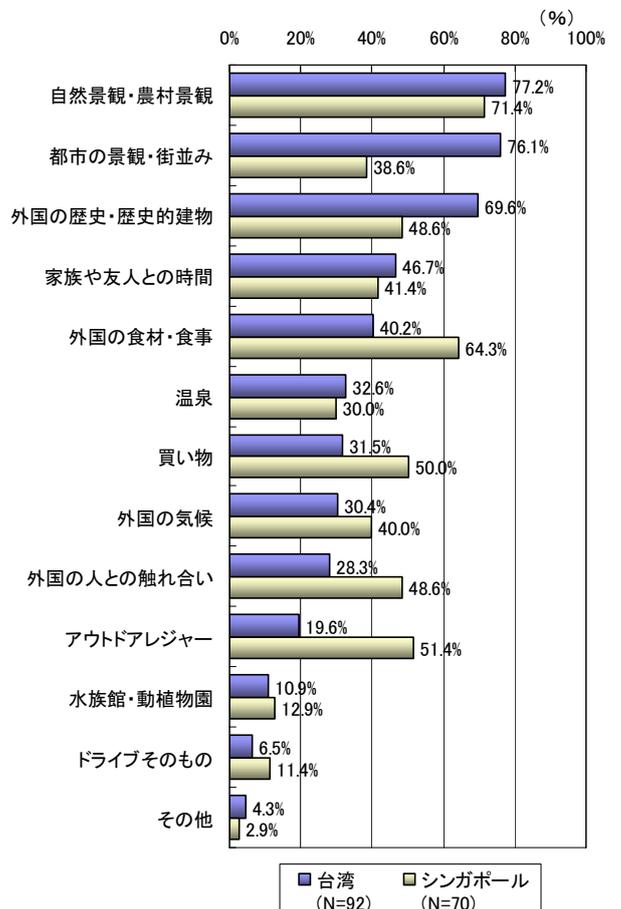


図3 海外旅行の目的

観・農村景観を楽しむ」71%で台湾と同じだが、次に「外国の食材・食事」64%「アウトドアレジャー」51%、「買い物」50%、「外国の人とのふれ合い」49%の順であり、台湾とは異なる傾向を示した。

このように国によって旅行ニーズが異なることから、それぞれのニーズにあった対応が北海道には求められる。

(4) 北海道のドライブ旅行に関する不安要素

北海道をドライブ観光するとした場合の「不安」に思う要因として、台湾は「運転マナー」「交通法規」等に関する割合が高くなっている。道路に関しては「交通標識・案内」「道路状況」「観光地への経路」の割合が30%~40%程度あった。

シンガポールの場合、最も多いのが「交通法規」57%で、次に「交通標識・案内」40%、「道路状況」39%、「目的地までの所要時間」34%が続く。運転マナーには関心が低く、所用時間に関心が高いのは、外国でのレンタカー利用経験が台湾に比べて多いことが影響していると考えられる。土地感の無い場所でのドライブ旅行では、目的地までの所要時間を間違えやすいことを知っている割合が高いことが推測される。

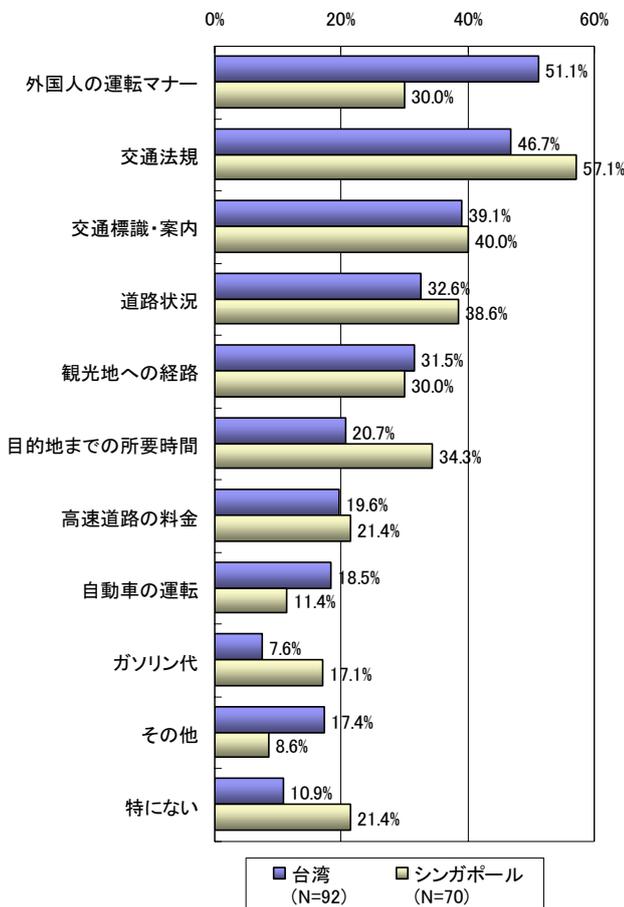


図4 北海道のドライブ観光に関する不安要素

(5) 北海道の情報入手手段と役立ち度

情報入手手段の内、最も役に立つと思うものを1つ聞いた所、台湾では「雑誌・旅行誌」21%、「インターネット」19%、「旅行代理店」16%、「外国旅行の経験のある知人・友人・家族」14%、「TV番組」12%の順で、使用する手段と役立ち度はほぼ同様の傾向となっている。一方、シンガポールでは「インターネット」が54%と圧倒的に高い。

表4 北海道の最も役立つ情報入手手段

| 役に立つ情報 | 台湾 (N=92) | シンガポール (N=70) |
|-----------------|-----------|---------------|
| 雑誌・旅行誌 | 20.7% | 5.7% |
| TV番組 | 12.0% | 2.9% |
| インターネット | 18.5% | 54.3% |
| 日本の団体・企業・自治体のHP | 1.1% | 1.4% |
| 旅行代理店 | 16.3% | 12.9% |
| 催事(NATAS等) | 0.0% | 4.3% |
| 知人・友人・家族 | 14.1% | 11.4% |
| 不明 | 17.4% | 7.1% |
| 合計 | 100.0% | 100.0% |

(6) 北海道のドライブ観光で事前にほしい資料・ツール

台湾の場合は「道路MAP」が69%と圧倒的に多く、次に「道路・路線ごとの特徴」「主要観光地、都市での駐車場、駐車料金などの資料」「宿泊施設でのドライブ情報提供」等が高い。ドライブ観光の不安要素では、マナーや交通法規に関する割合が高かったが、事前にほしい資料では道路・駐車場などの基本情報のニーズが高い。

一方、シンガポールも「道路MAP」「道路・路線ごとの特徴」の割合が高いが、台湾に比べて「主要観光地、都市での駐車場、駐車料金などの資料」「宿泊施設でのドライブ情報提供」の割合は低く、「お土産やショッピング情報」も比較的高いのが特徴である。

表5 北海道観光で事前にほしい資料・ツール

| 必要な事前情報 | 台湾 (N=89) | シンガポール |
|----------------|-----------|--------|
| 道路MAP | 68.5% | 62.7% |
| 道路・路線ごとの特徴 | 55.1% | 59.7% |
| 主要観光地での駐車場情報 | 50.6% | 29.9% |
| 宿泊施設でのドライブ情報提供 | 49.4% | 23.9% |
| 交通法規 | 48.3% | 37.3% |
| 道路の危険箇所等の地図 | 34.8% | 25.4% |
| 習慣、マナーに関するガイド | 34.8% | 41.8% |
| カーナビの使い方 | 29.2% | 17.9% |
| 道路周辺の休憩施設 | 29.2% | 17.9% |
| お土産やショッピング情報 | 29.2% | 37.3% |
| 携帯電話の配信情報 | 3.4% | 10.4% |
| その他 | 13.5% | 6.0% |
| 合計 | 446.1% | 370.1% |

(7) 北海道のドライブ観光で利用したいサービス

以下のようなサービスが英語や中国語で実用化された場合の利用意向について聞いた。

- ・電話コンシェルジュ機能（コールセンター）
- ・携帯電話メールでの周辺情報提供サービス
- ・携帯電話による観光情報検索や予約手配サービス

台湾では利用に対して肯定的な割合が「コールセンター機能」63%、「携帯による検索、予約」51%、「携帯メールによる配信」43%の順に高い。

一方、シンガポールは「携帯による検索、予約」62%、「コールセンター機能」55%、「携帯メールによる配信」46%の順である。

両者の比較では、台湾はコールセンターの利用ニーズが高く、シンガポールは携帯電話による情報検索や予約システムの利用ニーズが高い。

いずれも「どちらともいえない」とする割合が高いのは、サービス内容が具体的にイメージできないことに起因していると考えられる。

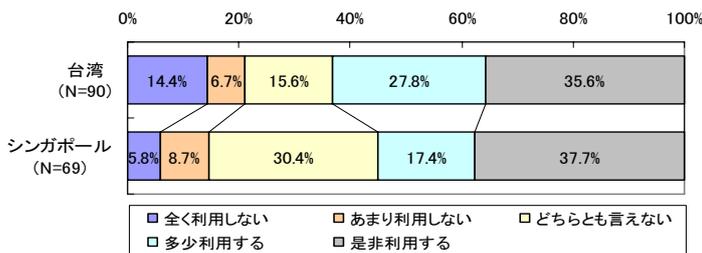


図5 電話コンシェルジュ機能（コールセンター）

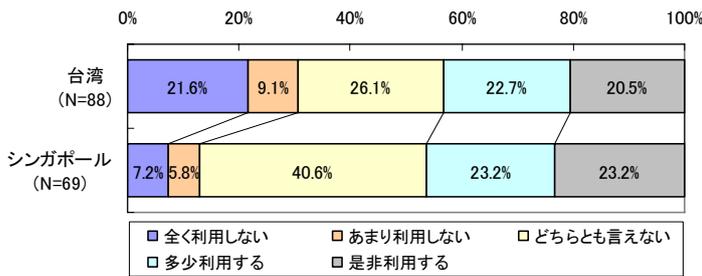


図6 携帯メールによる周辺情報の配信

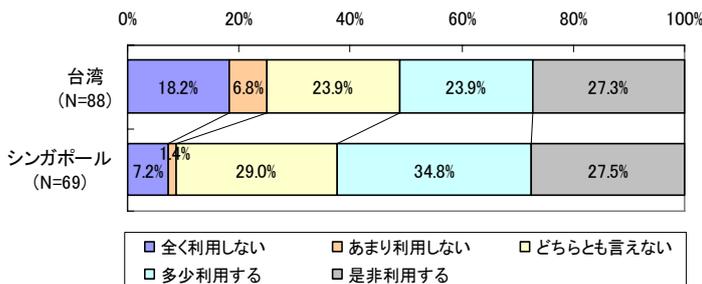


図7 携帯電話による情報検索・予約等

3. まとめと考察

調査結果を以下にまとめるとともに北海道のドライブ観光の課題や戦略について考察する。

- ・台湾に比べるとシンガポールの日本訪問経験者は少なく、今後も伸びる可能性の高いマーケットである。
- ・旅行の同伴者は、両者ともに「友人」「夫婦」「家族」の順であるが、シンガポールの方が家族指向が強いことに配慮する必要がある。
- ・北海道は旅行目的地として、両国から圧倒的に高い支持を得ている。ただし台湾は、再訪のケースが多くなることから、飽きられない工夫が必要である。
- ・旅行目的は、両国で違いが顕著に表れた。台湾は風景や街並みの散策に関心が高いが、シンガポールは食事、買い物、アウトドア、地域とのふれ合い等、とてもアクティブで消費意欲も高い。両者の違いに合わせた受け入れ体制の整備が求められている。
- ・ドライブ観光の不安要因として「運転マナー」「交通法規」、道路の「交通標識・案内」「道路状況」「観光地への経路」の割合が高い。基本的には言葉の問題であり、多言語での情報提供が一層、重要になる。
- ・北海道情報の提供手段として、台湾は「雑誌・旅行誌」「インターネット」「旅行代理店」「TV番組」等をバランス良く利用する。シンガポールでは「インターネット」に集中した提供が効果的と考えられる。
- ・事前にほしいツールとしては、両国ともに「道路MAP」「道路・路線ごとの特徴」が高いことから、英語や中国語の資料整備が望まれる。
- ・ドライブ観光の支援サービスについて、利用に肯定的な割合が高いが、具体的にイメージできない状況が見られることから、来道観光客に対するモニター調査等でより詳細なニーズ把握が必要である。

参考文献

- 1) 北海道観光入込客数調査報告書，北海道経済部観光のくにつくり推進局，2008年1月。
- 2) 外国人ドライブ観光推進協議会：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，平成18年度まちづくりナビプロジェクト，平成19年1月