

国際的な視点から見たツーリング環境の 利用者評価と課題について

高田 尚人¹・松田 泰明²

¹非会員 独立行政法人土木研究所寒地土木研究所地域景観ユニット（〒062-8602北海道札幌市豊平区平岸1条3丁目1番34号）

E-mail:n-takada@ceri.go.jp

²正会員 独立行政法人土木研究所寒地土木研究所地域景観ユニット（〒062-8602北海道札幌市豊平区平岸1条3丁目1番34号）

E-mail:y-matsuda@ceri.go.jp

観光は北海道で最も重要な産業の一つとなっており、「新たな北海道総合開発計画」においても「国際競争力の高い魅力ある観光地づくり」が謳われ観光による地域振興策が重要となっている。そのような中、北海道では近年外国人レンタカー観光が急増しており、今後東アジアの発展を考えると更なる増加が見込まれる。そのため、国際的競争力の向上の視点からツーリング環境を整備していくことが重要であり、これは邦人の観光にとっても有益な整備となる。

本報告では、これまでの知見を基に外国人ドライブ観光客のツーリング環境に対する評価や課題について調査を行い、把握したので報告する。

Key Words : road tourism, tourist promotion, regional revitalization, International Tourist, Rent-a-car

1. はじめに

北海道では、観光は農水産業と並んで最も重要な産業となっている。そのため、「新たな北海道総合開発計画」（2008年7月）では、「国際競争力の高い魅力ある観光地づくりに向けた観光の振興」が謳われている。

北海道では、近年来道観光客数が伸び悩む中、外国人観光客が増加している。またその旅行スタイルも団体旅行から個人型に移行し、特にレンタカーを利用したドライブ観光が急増している（図-1）。このことは東アジアの経済発展やさらなる個人型観光への移行に伴い、今後増加が見込まれる。

したがって、政府の新成長戦略においても国際観光の振興による地域の活性化を目指す中、これに貢献するためにもドライブを行うときに大きな困難が予想される外国人ドライブ観光客に対して、ドライブ計画の支援、案内誘導、走行環境、沿道での休憩や立ち寄り施設での快適性や利用しやすさなどを含む自動車を使つての移動環境全般（以下、ツーリング環境とする。）の環境整備は重要といえる。また、このような対策を行うことは、邦人のドライブ観光客にとっても有益な対策になると考えられる。

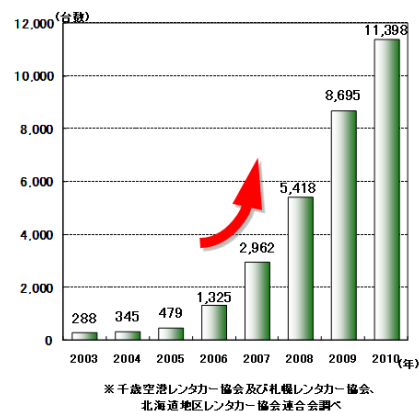


図-1 千歳空港及び道内の外国人へのレンタカー貸出台数



写真-1 シンガポール観光客へのレンタカー貸出状況

しかし、これまでは外国人ドライブ観光客のツーリング環境に関して十分な配慮がされているとは言い難い。そこで寒地土木研究所では、これまでに外国人ドライブ観光客のツーリング環境に関するニーズや課題を把握するため、アジアからの外国人モニターツアー客を対象とした調査などを行ってきた¹²⁾。

本報告では、まず寒地土木研究所による既往の報告¹²⁾で確認すべき事項について再度整理を行った。次に、整理した事項に基づき、外国人ドライブ観光客のニーズや現状の課題について、より詳細な調査を行ったのでその結果を報告する。

2. 既往報告の整理

寒地土木研究所の既往の報告¹²⁾では、外国人観光客による実証実験及び海外事例調査を行い、その結果を報告している。以下にその概要を示す。

(1) 外国人観光客による実証実験

外国人におけるドライブ観光の課題やニーズを把握するために、シンガポールからのモニターツアー客及び香港からの個人レンタカー利用客に対しアンケート調査を行っている。その結果、**図-2**に示すとおりドライブ観光の目的は「自然や農村などの沿道景観」との回答が最も多かったことや、**図-3**のとおり「観光地への経路」「交通法規」「交通標識・案内」などのドライブ支援情報を必要としており、その情報入手にはインターネットなどが役立っていることなどが報告されている。以下にその他の調査結果もふまえ、考察されている取り組みべき今後の方針を示す。

- ①沿道景観を楽しみながらの外国人ドライブ観光が増加することを予測
なお、①の既往報告（2007年）後の、2008年から2010年の間も外国人レンタカー客は増加している。
- ②ドライブ関連情報は有効とされ、各関係機関が協力し、外国語で一元化と積極性をもって提供することが必要（特にインターネット）
- ③標識以上に外国語対応カーナビ、外国語ドライブマップの整備が重要
- ④案内標識は量よりも質的整備が重要、観光資源の沿道景観の魅力を下下させない配慮が必要
- ⑤主要ルート上の「道の駅」では外国語の広報と対応が今後必要
- ⑥事故などの緊急な場合の外国語などでの対応

(2) 海外事例調査

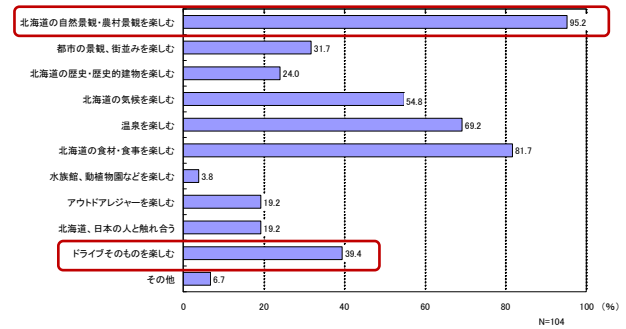


図-2 今回の旅行の主な目的

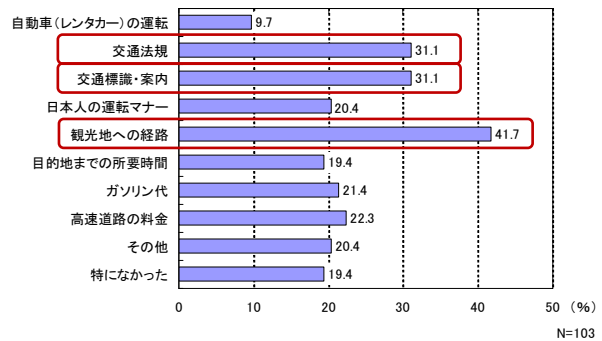


図-3 当初「不安」に思っていたこと

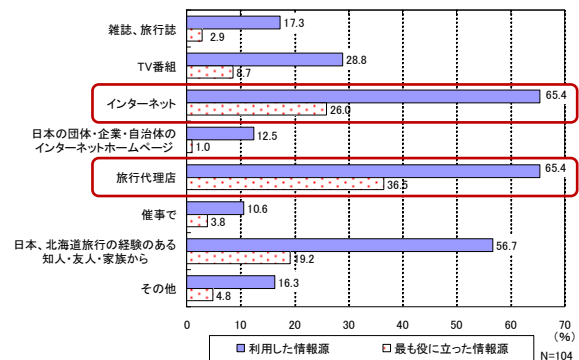


図-4 来道前の情報源と最も役に立った情報源

ツーリング環境の整備において、先進的な取り組みを行っている欧米など8カ国(ドイツ、フランス、イギリス、中国、オーストラリア、ニュージーランド、米国、カナダ)を対象にドライブ観光の様々な事例調査を行っている。

その結果、例えば英国では、ツーリング環境の魅力を伝え、より多くの観光客を取り込むことを目的に、英国政府観光庁がドライブコースを選定し、ホームページの開設やガイドブックを作成し広くPRを行うなどの取り組みを行っていることなどが把握された(図-5、写真-2)。調査した多くの国でみられた特徴的な取り組みについて整理したものを、以下に示す。

- ①官民が協働した街道プログラムやドライブ観光施策の構築
- ②魅力あるルートについて観光客の母国語によるプロモーション活動と旅行計画支援



図-5 イギリスの主なルート

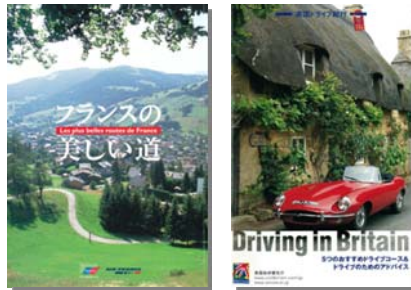


写真-2 フランスと英国のガイドブックの表紙

- ③ドライブ観光に関する旅行スタイルの戦略的かつ具体的提案
- ④観光客の母国語による交通ルール・マナーや走り方などの運転支援

これらの既往報告¹²⁾から、外国人のツーリング環境を向上させ国際競争力のあるロードツーリズムの実現のため、特に必要な項目として、①「旅行前及び旅行中における母国語による適切で魅力的な旅行計画支援情報の提供：情報提供」、②「旅行前及び旅行中における不安を解消する運転支援や現地でのわかりやすく適切な案内誘導：運転支援」、③「沿道景観の魅力向上：沿道景観」があげられる。

そこで、具体的なツーリング環境の向上に向けた整備を行うためには、外国人観光客全般に対し、「沿道景観」「運転支援」「情報提供」の内容について、より詳細な調査が必要と考え実施した。

3. 外国人ドライブ観光客の評価把握調査

(1) 調査概要

重要な観光目的（＝観光資源）である「沿道景観」、ドライブをする際の案内誘導や運転支援、交通安全に関することである「運転支援」、これらを発信する「情報提供」の3つの項目について詳細な調査が必要と考え、重要なこれらの項目に関する利用者のニーズや課題を確認及び把握することを目的に、外国人観光客全般を対象にWebを用いたアンケート調査や対面によるアンケート調査を行った。調査概要を表-1にまとめる。

表-1 調査の概要一覧

Webアンケート調査	ドライブ観光に関する多言語アンケート調査（以下、調査A）	期間：平成19年2月9日～平成19年11月21日 回答数：92サンプル 国籍：中国(香港)57.6%、米国4.3%、台湾4.3%、シンガポール3.3%、豪州3.3%、ほか
外国人におけるWebアンケート調査（以下、調査B）	外国人におけるWebアンケート調査（以下、調査B）	期間：平成22年5月～平成22年10月 回答数：218サンプル 国籍：香港57.0%、韓国8.0%、シンガポール5.0%、台湾21.0%、その他8.0%、ほか ※北海道でのドライブを経験する前と後ではツーリング環境に対する印象が異なると考え、経験者だけでなく未経験者に対しても調査を行った。
外国人ドライブ観光客に対する対面アンケート調査（以下、調査C）	外国人ドライブ観光客に対する対面アンケート調査（以下、調査C）	期間：平成20年8月1日～平成21年2月末日 回答数：379サンプル 国籍：香港72.8%、韓国7.7%、シンガポール4.2%、台湾2.9%、その他11.9%、ほか

(2) 沿道景観に対する評価とその考察

寒地土木研究所の既往報告¹⁾では「沿道景観」は重要項目とされたが、道内では電線・電柱類や景観阻害となったり、撮影スポットで近くに駐車場がないところでは観光客が路上駐車を行うなど、交通安全にも支障をきたしている。

このことから、具体的な景観改善対策として効果的と考えられる項目の重要度を聞いたところ、「ビューポイントパーキングの設置」が最も重要度が高かった(図-6)。未経験者は、「電柱、電線等の移動や撤去」「屋外広告物の移動や撤去」が重要と回答している(図-6)。つまり、この項目に関する適切な対策を行えば、沿道の魅力は向上し高く評価される可能性があると考えられ、今後の対策が重要となる。

次に、経験者は未経験者よりも「道路付属物の改善」

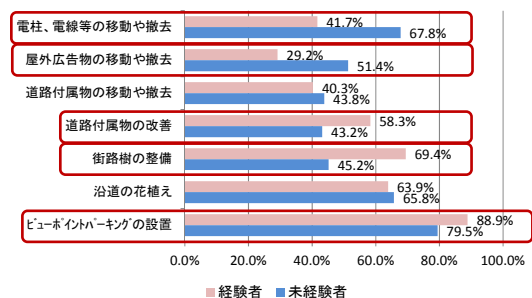


図-6 沿道景観改善対策の効果（「大変重要+やや重要」の割合）(調査B)

「街路樹の整備」は重要と回答している(図-6)。これは、道路付属物が景観阻害となっているが必要な施設であるため、「改善」を選択したと考えられる。同様に実際にドライブした結果、来道観光客には街路樹が少ないと感じていると考えられる..

(3) 運動支援に対する評価とその考察

北海道の道路について外国人ドライブ観光客は、95%以上の方が「とても運転しやすい」「運転しやすい」と回答している。交通標識についても、90%以上の方が「とてもわかりやすい」「わかりやすい」と回答している(図-7, 8)。

しかしその一方で、ドライブ観光に対する不安材料として、図-9, 10, 11, 12に示すとおり「日本の運転マナー・ルール」や「冬道の運転」, 「案内標識の意味が理解できない」などの回答は少なくない。それは、外国人ドライバーの事故率が高いことや標識柱や道路付属施設への衝突事故などの原因の一つと考えられる。

外国人ドライバーにもわかりやすい道路案内標識の対策としては、「ピクトグラムを利用」や「路線番号を付加」などが効果があると回答され、「ローマ字の併記」は「全く効果はない」「あまり効果はない」との回答が他の項目よりも多かった(図-13)。これは、北海道に来る外国人ドライバーの多くが香港や台湾、韓国など、漢字

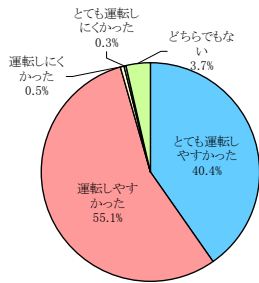


図-7 北海道の道路の運転しやすさ(調査C)

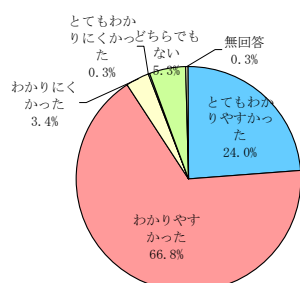


図-8 日本の交通標識のわかりやすさ(調査C)

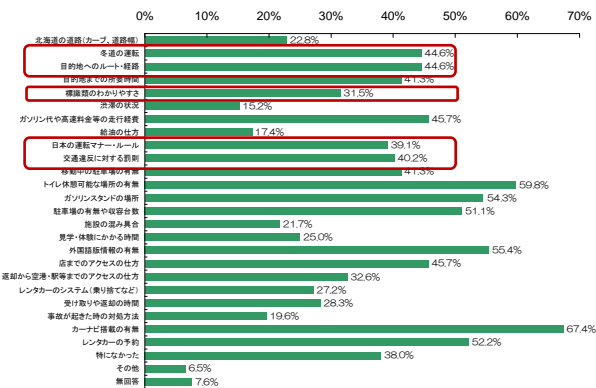


図-9 旅行計画時に「不安」に感じたこと (n=92; 複数回答可) (調査A)

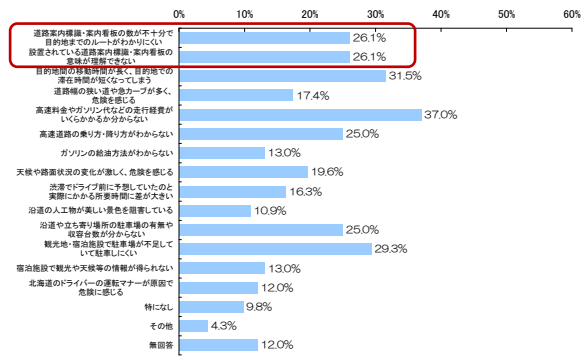


図-10 旅行中「抵抗・不満・改善点」に感じたこと (調査A)

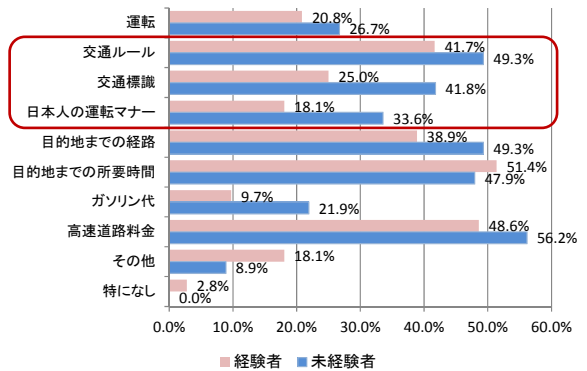


図-11 北海道でのドライブで不安に感じること(調査B)

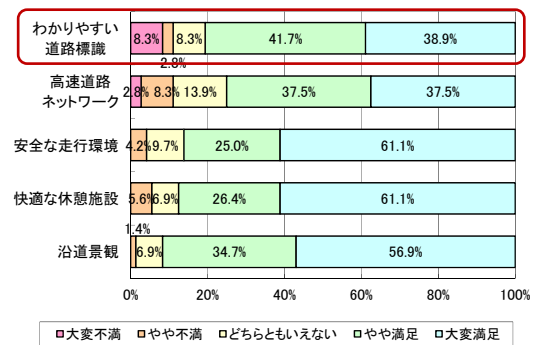


図-12 走行環境に対する満足度 (経験者) (調査B)

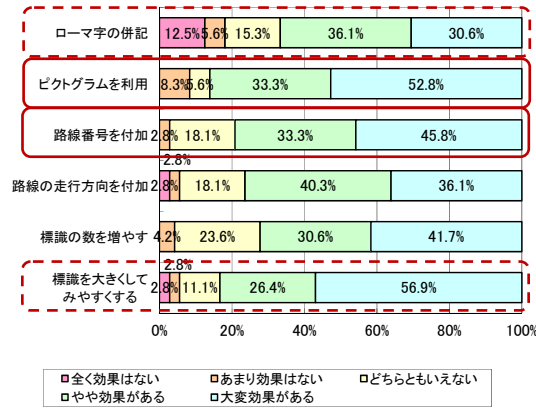


図-13 外国人にもわかりやすい道路標識対策の効果 (経験者) (調査B)

を理解できる国から来ているためと考えられる。

「標識を大きくしてみやすくする」については、「大変効果がある」と「全く効果が無い」に回答が分かれた。効果があると回答した方は、ローマ字表記の文字が漢字に比べ小さいことから、標識自体を大きくすることは求めていると考えられる。また、効果が無いと回答した方は、漢字を理解するドライバーにとって標識は十分な大きさであるためと考えられる。

(4) 情報提供に対する評価とその考察

外国人ドライブ観光客は、旅行前に観光施設や景色の美しいところなどの「観光情報」とともに、気象や目的地までのルートなどの「道路・天候情報」が必要とされた(図-14)。入手方法については「インターネット」や「雑誌」, 「ロードマップ」が有効とされた(図-15)。しかし、実際に収集した方法では「地図」や「パンフレット」の割合が少ない(図-16)。これは種類が少ないなど充実しておらず入手できないものと考えられ、既存の結果と同様のものであり知見が確認できた。

一方、旅行途中でも旅行前と同様に「観光情報」や「道路・天候情報」が必要とされおり(図-18), 入手方法は「雑誌」の他に「カーナビ」や「観光案内所」が重要とされた(図-19, 20)。しかし、情報内容の満足度は旅行前、旅行中ともに高くなく、特に「交通ルールやマナー」「道路案内標識の見方」「目的地までの所要時間」「休憩施設の場所」は「大変不満」との回答が他に比べて多い(図-17, 21)。さらに、旅行中のカーナビの満足度が「大変満足」との回答がある一方「大変不満」との回答も他の項目と比べて多い(図-24)。これは、カーナビの評価は「わかりやすく」「(とても)役立つ」(図-22, 23)一方で、情報の更新や外国語対応が十分でない場合があると考えられる。

情報提供の対策としては、旅行前では知見と同様に観光情報や道路・天候情報に関係する様々な関係機関の情報の一元化と、インターネットでの広報が効果的と考えられる。また、旅行中ではカーナビのこまめな情報更新や外国語対応の整備、観光案内所など情報拠点の整備が

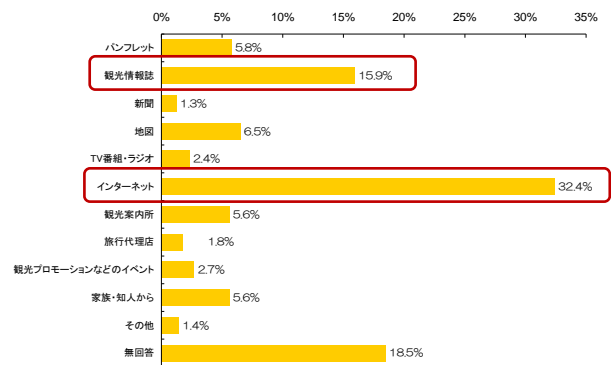


図-15 旅行前の情報の集め方(調査A)

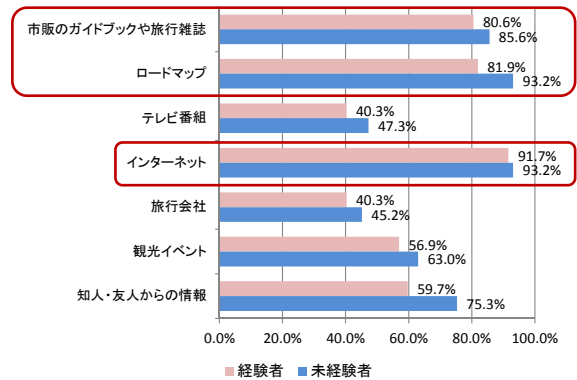


図-16 旅行前の情報提供手段重要度(「大変重要+やや重要」の割合)(調査B)

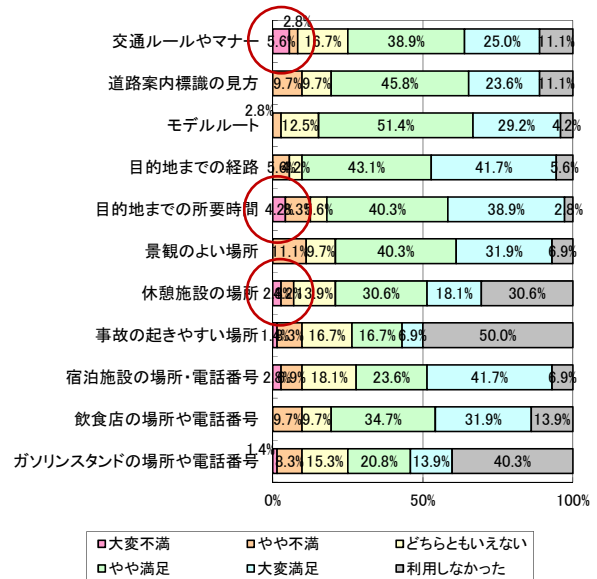


図-17 旅行前の情報内容に対する満足度(経験者)(調査B)

考えられる。

一方、今回の調査では旅行中のスマートフォンなど情報端末の重要度は高くなかったが(図-20)、今後スマートフォンの普及に伴い重要度が高くなると考えられるため、これらへの対応も必要になる。

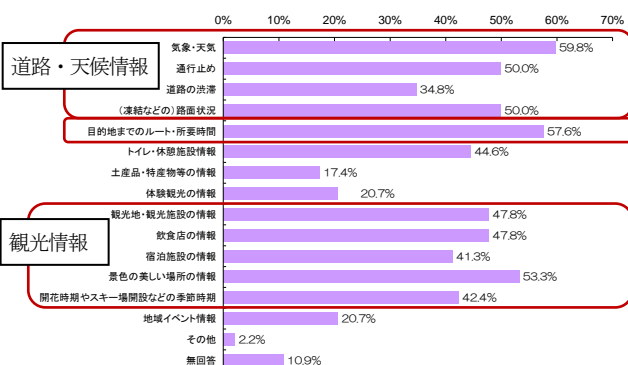


図-14 旅行前に入手したい情報(n=92)(調査A)

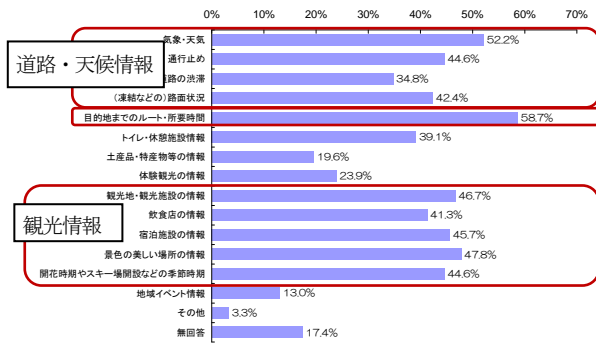


図-18 旅行中に入手したい情報 (n=92; 複数回答可) (調査A)

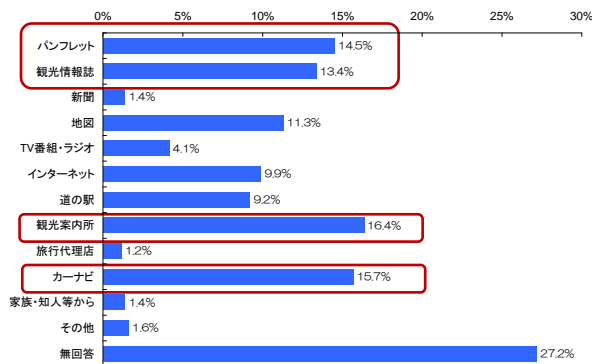


図-19 旅行中の情報の集め方 (n=92) (調査A)

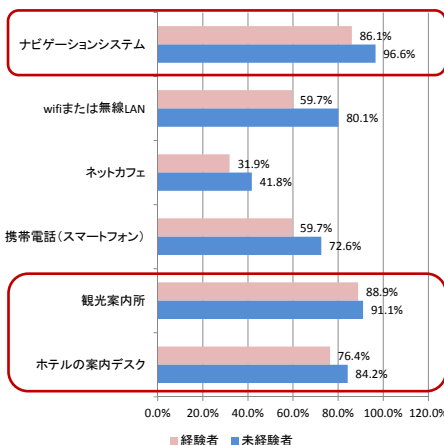


図-20 旅行中の情報提供手段の重要度 (「大変重要+やや重要」の割合) (調査B)

4. 参考となる海外の取り組み事例

ツーリングルートの魅力向上に寄与する取り組みのうち、「沿道景観」「交通安全」「情報提供」の3項目に関して海外の事例を調査した。その結果を以下に示す。

(1) 沿道景観の改善対策について

米国では沿道景観の向上を図っていくために、地域の特性に応じた柔軟な道路設計を進めている³⁾。また景観改善にあたっては地域住民との連携が不可欠であるとい

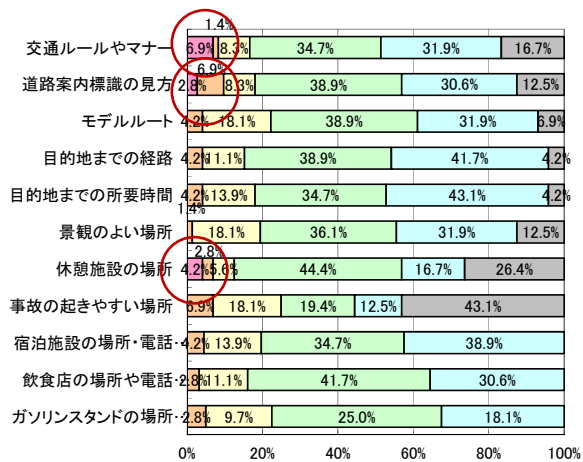


図-21 旅行中の情報内容に対する満足度 (経験者) (調査B)

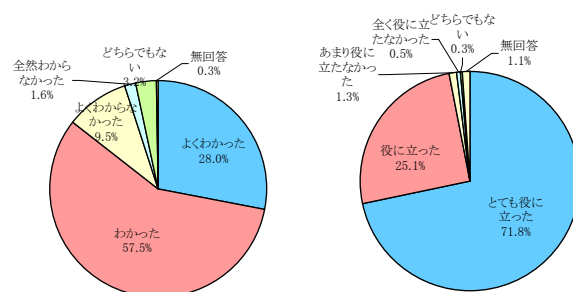


図-22 カーナビのわかりやすさ (調査C)

図-23 カーナビの役立ち度 (調査C)

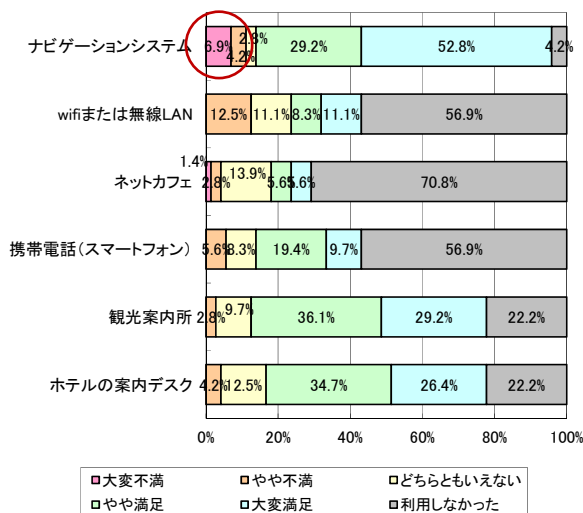


図-24 旅行中の情報収集手段に対する満足度 (経験者) (調査B)

う視点から、行政と地域住民との連携による景観形成の取り組みを積極的に進めている(シーニックバイウェイ⁴⁾) (図-25)。

また、景観の形成には長い時間が必要とされ、地域住民等が主体となった持続的な景観改善の取り組みが不可



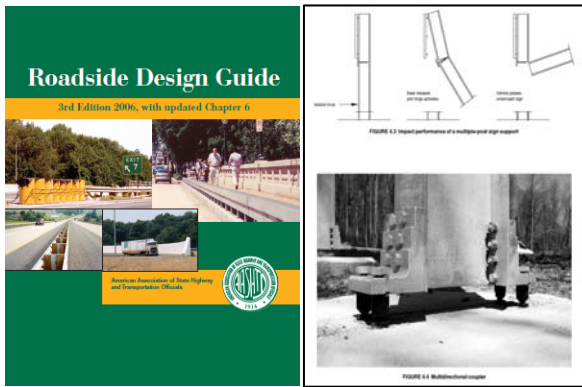
左上：道路景観形成における柔軟な設計について³⁾
 右上：シーニックバイウェイ沿道景観改善ガイドブック⁴⁾
 左下：地域環境に配慮した道路空間ベストプラクティス集 2006⁵⁾

図-25 米国での取り組み事例

欠である。そのためには景観形成意識の醸成を図っていく必要があるとし、その対策として、ベストプラクティス表彰制度を活用した意識向上を図っている⁵⁾(図-25)。

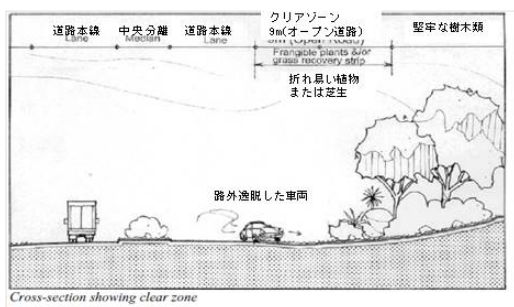
(2) 運転支援の改善対策について

欧米やオーストラリア各国では、交通安全のための取り組みのひとつとして車両衝突時の道路附属物の安全性向上に積極的に取り組んでいる⁶⁾。具体的には衝突時の衝撃を軽減するための工夫がほとんどであるが、北海道



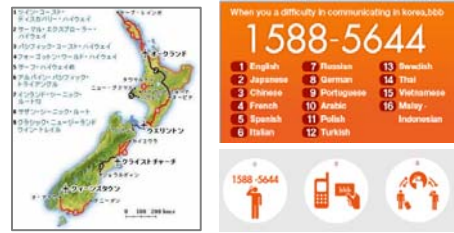
道路付属物設計ガイド (Roads Desin Guide)⁶⁾

図-26 米国での取り組み事例



沿道景観ガイドライン (緩衝地帯の設置)⁷⁾

図-27 米国での取り組み事例



左：日本語のホームページで説明されているルート⁸⁾
 右：外国人観光客を16カ国語で24時間サポート⁹⁾

図-28 ニュージーランド(左)と韓国(右)の取り組み事例

でも交通事故防止とともに、路外逸脱時の運転者への衝撃緩和対策を進めていく事が考えられる(図-26)。

一方、欧米では路外逸脱時の緩衝地帯(クリアゾーン)が多く設置されている(図-27)。クリアゾーンは路外逸脱を前提としているため、防護柵設置の必要性もなく、また他の道路附属物や緑化用樹木も走行路面からセットバックして設置できるので、衝突事故などの可能性は低くなる。また走行時の見通しがよくなるため、景観形成上も効果があるものと考えられる⁷⁾。

(3) 情報提供の改善対策について

米国のシーニックバイウェイを始め、豪州、ニュージーランド、ヨーロッパ、韓国等でもドライブルートを整備し、ドライブ観光を対象としたマーケティング(情報提供)に力を入れている⁸⁾(図-28)。外国人観光客にとって北海道の地理情報の認知度は低いと考えられるため、旅行ニーズをある程度想定した上でのドライブルートを整備し、情報提供していく事が考えられる。

5. 考察

ツーリング環境の向上に重要と考えられる「沿道景観」「運転支援」「情報提供」について、調査結果を基に考察を行った。

沿道景観については、ビューポイントパーキング設置や電線・電柱の撤去、屋外広告物の移動や撤去が、沿道景観の改善対策として効果があるとの回答が多かった。これらのことから、道路から見える風景が魅力的と評価されていると考えられ、よって、大切な観光資源である「沿道景観」を守り、より魅力的にしていく必要がある。運転支援は、交通ルールなどの運転支援情報への不安や現地での分かりやすい案内誘導への不満が多く回答された。このことから、旅行計画を行う段階での母国語でのわかりやすい情報提供や現地での運転支援を行うことが必要であると考えられる。

情報提供は、旅行前や旅行中において観光情報ととも

に道路・天気情報が求められ、情報入手方法はパソコンやカーナビ、雑誌などが重要とされた。このことから、様々な情報提供機関が関係する道路・天候情報と観光情報の一元化を行い、インターネットや雑誌での提供を行っていくことや、カーナビ及びスマートフォンなどの外国人対応を行う事が有効となっていくと考えられる。

6. まとめ

本報告をまとめると以下のとおりとなる。

- 1) 既往の報告内容をツーリング環境の向上に関し重要と思われる「沿道景観」「運転支援」「情報提供」の3項目に整理した。
- 2) 「沿道景観」「運転支援」「情報提供」について、外国人旅行者全般に対し詳細な調査と参考となる海外の取り組み事例調査を行った。
- 3) 調査結果をふまえ、「沿道景観」「運転支援」「情報提供」における、必要なツーリング環境向上の取り組みについて考察を行った。

7. おわりに

本研究の成果が、国際競争力のある北海道のツーリング環境の向上につながることを期待する。

謝辞：様々なアンケートや実験に協力いただいた外国人及び関係機関の皆様に深く感謝の意を表したい。

参考文献

- 1) 松田，松島，松山，畑山，大谷：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，第35回土木計画学研究発表会春大会，2007.6.
- 2) 松田，松山，加治屋，緒方：諸外国における“みち”をテーマとした観光・地域振興，第37回土木計画学研究発表会春大会，2008.6.
- 3) 道路景観形成における柔軟な設計について(米国)：Flexibility in Highway Design.
- 4) シーニックバイウェイ沿道景観改善ガイドブック(米国)：Scenic Byways A Design Guide for Roadside Improvements.
- 5) 地域環境に配慮した道路空間ベストプラクティス集2006(米国)：Best Practices in Context Sensitive Solutions 2006
http://environment.transportation.org/pdf/css_brochure906_v9B.pdf.
- 6) 道路付属物設計ガイド(米国)：Roadside Design Guide.
- 7) 沿道景観ガイドライン(米国)：Guidelines for Highway Landscaping.
- 8) ニュージーランドにおけるドライブルート(ニュージーランド)：Theme Drive Route in New Zealand.
- 9) 携帯電話を通じた言語文化ボランティア(韓国)：before babel brigade.

(2011.8.5 受付)