

外国人から見た北海道のドライブ環境に関する評価と課題

Evaluation of the touring environment with from the foreign tourist drivers in Hokkaido

(独) 土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット ○正 員 高田尚人(Naoto Takada)
 (独) 土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット 正 員 松田泰明(Yasuaki Matsuda)

1. はじめに

北海道では、観光産業は農林水産業とともに最も重要な産業となっており、近年の公共事業の減少に伴い、その重要性は更に高くなっている。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。

近年、邦人の来道観光入込客数が伸び悩み中、香港や台湾などの東アジアや豪州からの観光客が増加している。また旅行形態も団体旅行から個人旅行に転換し、特にレンタカーを利用するドライブ観光が急増している(図-1)。旅行形態の変化や東アジアの経済発展なども考えると外国人ドライブ観光は今後も増加が見込まれる。

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しており、そのため、これに貢献する事を目的に、様々なバリアが予想される外国人ドライブ観光客を対象に、自動車を利用する移動環境全般(以下、ドライブ環境)の環境整備は重要と言える。また、外国人ドライブ観光客への対策は邦人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。

そこで寒地土木研究所では、モニターツアー客を対象とした外国人ドライブ観光客のドライブ環境に関する全般的な調査などを行ってきた。

本報告では、これまでの調査結果を基に、主な課題に対応する対策などについて検討する調査を行ったので、これまでの調査結果と併せて報告する。

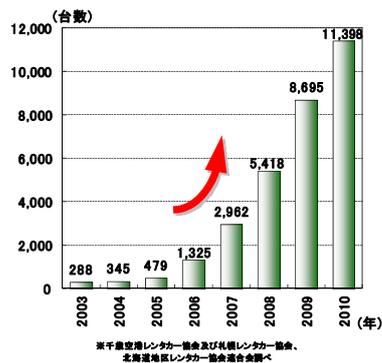


図-1 道内における外国人へのレンタカー貸出台数

2. 調査の概要

調査概要を表-1にまとめる。平成18年から外国人ドライブ観光推進協議会(当研究所参加)と北海道開発局及び当研究所において、外国人ドライブ観光客の目的やニーズについて全般的に把握するためにシンガポール人を対象としたモニターツアー調査を行った¹⁾。

次に、モニターツアー調査の結果を基に、北海道でのドライブ観光経験者の評価を、他の国も含めて一般的に把握するWebアンケート調査、海外(東アジア)旅行会社社員などの有識者評価を把握する有識者調査²⁾を行った。さらに、社会資本整備につながる詳細な項目を把握するため、北海道をドライブし終えた外国人観光客の評価を把握する来道者対面アンケート調査、ドライブ経験の有無による比較調査を行った。

表-1 調査概要

モニターツアー調査(調査A)	期間:平成18年6月~11月 対象:シンガポール観光客 対象数:282名 実施:外国人ドライブ観光推進協議会(当研究所参加)
Webアンケート調査(調査B)	期間:平成19年2月~11月 対象:一般ドライブ観光経験者 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 実施:当研究所
有識者調査(調査C)	期間:平成20年9月~12月 対象:旅行会社社員、雑誌社社員 国籍:韓国、台湾、シンガポール 実施:北海道開発局(当研究所協力)
来道者対面アンケート調査(調査D)	期間:平成20年8月~平成21年2月 対象:直接来道されたドライブ観光客 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 実施:北海道開発局(当研究所協力)
Webアンケート比較調査(調査E)	期間:平成22年5月~10月 対象:一般の外国人観光客全般 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 実施:当研究所

3. 調査結果(外国人ドライブ観光客の評価と課題)

第2章で述べた調査から、北海道のドライブ環境に関する様々な項目のうち、特に重要と考えられる項目を以下のように整理した。本報告では調査結果などをこの項目を中心に述べる。

①現地での運転支援

レンタカーでの移動中に重要な道路標識やカーナビなどでの案内誘導や交通安全に関する項目

②情報提供

ドライブ計画時や移動中の交通法規や高速道路などの利用方法、経路案内などのドライブ情報など

の提供に関する項目

③沿道景観と休憩施設

北海道の重要な観光資源であり外国人ドライブ観光の目的の一つである沿道景観及びドライブ途中の立ち寄り施設としてニーズの高い休憩施設

3.1 運転支援に対する利用者の評価

モニターツアー調査(A)では、標識の外国語標記とそれ以上に外国語対応のカーナビの整備や外国語ドライブマップの整備が有効とされた。

有識者調査(C)では、北海道の標識は大方分かりやすいが、左側通行や一時停止など国際標識と異なる交通標識があり、これらは理解されにくいと評価された。

来道者調査(D) (図-2、3) では、北海道の道路に対し、外国人ドライブ観光客の95%以上の方が「とても運転しやすい」「運転しやすい」と回答しており、交通

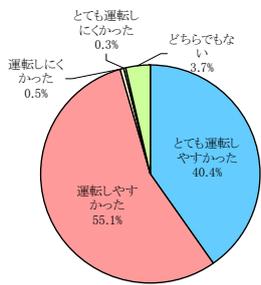


図-2 北海道の道路の運転しやすさ (調査D)

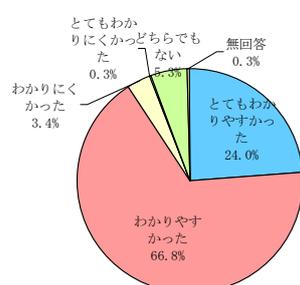


図-3 日本の交通標識のわかりやすさ (調査D)

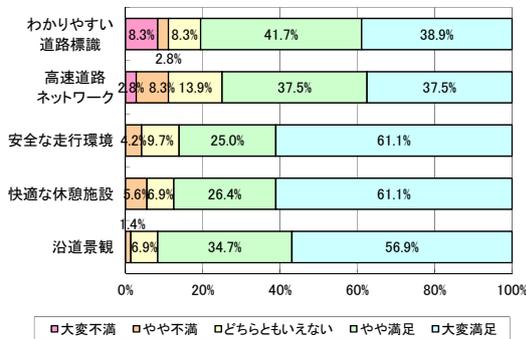


図-4 走行環境に対する満足度 (経験者) (調査E)

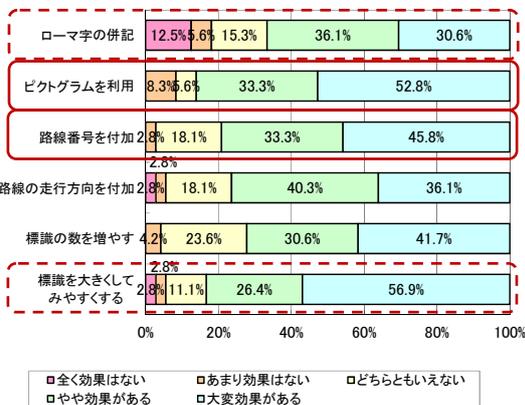


図-5 外国人にも分かりやすい道路標識対策の効果 (経験者) (調査E)

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。

経験比較調査(E) (図-4) から、走行環境に対する満足度において、「わかりやすい道路標識」については、「大変満足」との回答が約40%と他の項目に比べ少なく、「大変不満」との回答が約10%と他よりも多い。

これらのことから、標識に関して外国人の理解はあるものの、今後対策が必要な項目と言える。

外国人ドライブ観光客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」などについて効果があると回答された (図-5)。しかし、「ローマ字の併記」は「全く効果はない」「あまり効果はない」との回答が約20%となり、他の項目と比較するとやや多い結果となった。

次に「標識の数を増やす」対策は「大変効果がある」との回答は約40%と他の項目と比較すると少なく、「どちらともいえない」が約24%と比較的多い。さらに、「標識を大きくしてみやすくする」対策は、約57%が「大変効果がある」とした一方、「全く効果がない」との回答が約3%あった。

これらのことから、道路標識に対し適切な対策を行えば、ドライブ環境の更なる満足度向上につながると考えられる。

具体的な対策については、北海道に来る外国人ドライバーの多くは香港や台湾、韓国など、漢字を理解できる東アジアを中心とした観光客であり、「ローマ字の併記」よりも「ピクトグラム」や「路線番号」の方が効果的と判断されたと考えられる。

また、標識を大型化するという対策を、効果があると回答した方は、表記されているローマ字が漢字に比べ小さいため、標識自体の大型化は求めていないと考えられる。また、効果が無いという回答は、漢字を理解するドライバーにとって、漢字が十分に理解でき、標識を大きくする必要がないと判断されていると考えられる。

これらを踏まえると、道路標識の対策としては数量増加や大型化などは求めておらず、表示内容などのわかりやすさの向上が求められていると考えられる。

次にカーナビについて、Webアンケート調査(B)から、旅行計画時の不安として「カーナビ搭載の有無」の回答が多く、旅行中の「カーナビによる情報収集」へのニーズも高かった。しかし、カーナビ利用の満足度は「満足」も多いが「不満足」との回答も他の項目に比べ多い結果となった。また、対面アンケート調査(D)からは、「カーナビの役立ち度」及び「カーナビの利用方法の分かりやすさ」の満足度が高く、利用者はカーナビに対し大きな期待をしていると考えられる。日本製カーナビの性能の良さは高評価であるが、期待の高さから高いレベルでの要求がされていると考えられる。

3.2 情報提供に対する利用者の評価

モニターツアー調査(A)では、交通法規や高速道路・駐車場の利用方法などのドライブ関連情報を、外国語で積極的に情報提供を行うことが必要とされ、その際には旅行前でのインターネットが効果的とされた。

有識者調査(C)において、事前に交通ルールなどの運転情報や観光に必要な立ち寄り場所の情報の提供が大変重要とされ、インターネット発信が有効とされた。

Webアンケート調査(B)(図-6)から、外国人ドライブ観光客は、旅行前に「景色の美しい場所」「観光地・観光施設」などの「観光情報」とともに、「気象・天気」「通行止め」や「目的地までのルート・所要時間」などの「道路・天候情報」が入手したい情報とされた。

次に満足度をみてみると、比較調査(E)(図-7)から、

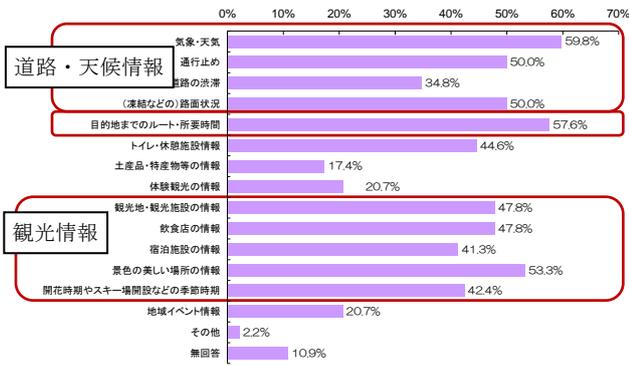


図-6 旅行前に入手したい情報 (調査B)

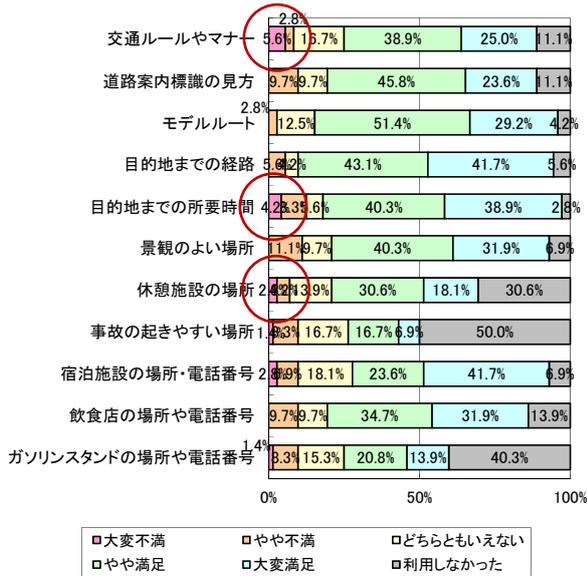


図-7 旅行前の情報内容に対する満足度 (経験者) (調査E)

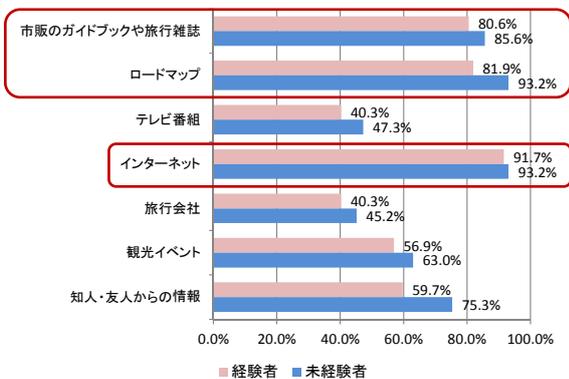


図-8 旅行前の情報提供手段重要度 (「大変重要+やや重要」の割合) (調査E)

提供された情報内容に対して「大変満足」が約25%と比較的少なく、特に「交通ルールやマナー」「目的地までの所要時間」「休憩施設の場所」は「大変不満」との回答が他の項目に比べると多かった。

また、情報提供手段の重要度は、経験者未経験者とも「インターネット」が90%以上と高く、次いで「市販のガイドブックや旅行雑誌」「ロードマップ」との回答が得られた(図-8)。

これらのことから、情報提供の対策は、モニターツアー調査(A)の結果と同様に、旅行前に観光情報や道路・天候情報に関する様々な関係機関の情報を一元化して提供することが重要で、提供方法についてはインターネットでの広報が最も効果的と考えられる。更に近年のスマートフォンなどの高機能携帯電話やモバイルパソコンの進化など、情報受信環境が急激に変化しているため、旅行前や旅行中における情報提供方法も今後は検討する必要がある。

他に、旅行前に入手したい情報として「トイレ・休憩施設情報」が約45%あるが、「休憩施設の場所」の情報提供に対する満足度は高くない。しかし「快適な休憩施設」の利用満足度は高い。

更に旅行前の情報内容に対する満足度では「道路案内標識の見方」よりも「交通ルール・マナー」の方が、評価が低い。一方、旅行中に入手したい情報は「天候、道路情報」と「観光情報」が同程度のニーズがあるが、旅行中に入手困難な情報は「天候、道路情報」の方が多い。

これらのことから、休憩施設に関する適切な情報提供や、道路標識の漢字を理解できる方が多いことから標識自体の情報提供よりも国によって異なる交通ルールや地域によって異なる交通マナーの適切な情報提供がドライブ環境の満足度向上につながると考えられる。また、旅行中は観光情報とともに「天候、道路情報」を入手しやすくする必要がある。

3.3 沿道景観と休憩施設に対する利用者の評価

モニターツアー調査(A)では、沿道景観を楽しむながらドライブ観光を行うこと自体も、北海道観光の目的の一つとされた。

有識者調査(C)では、インパクトのある自然景観やダイナミックな農村景観など北海道の沿道景観は特に素晴らしいと評価された。

Webアンケート調査(B)(図-9)から、北海道観光の目的は「自然・農村・歴史景観」や「運転そのもの」の回答が多く、モニターツアー調査や有識者調査の結果が裏付けられた。

比較調査(E)(図-10)から、沿道景観の魅力を高める場合にどのような対策が効果的かを質問した結果、経験者未経験者ともに「ビューポイントパーキングの設置」の回答が最も多かった。また未経験者は、「電柱、電線等の移動や撤去」「屋外広告物の移動や撤去」が効果的と回答しており、この項目は注目点の一つであるため、適切な対策を行っていく必要があると考えられる。次に、経験者は「道路付属物の改善」「街路樹の整備」が効果的と回答している。

これは実際にドライブした結果、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、「撤去」ではなく「改善」を選択したと考えられる。同様に来道観光客は沿道に街路樹などの緑が少ないと感じていて、こちらも対策を行えばさらに効果的であると考えられる。

次に休憩施設について比較調査(E)から、「走行環境要素の重要度」の中で、「快適な休憩施設」の重要度が未経験者は約80%、経験者では90%以上となり、経験者の方が高かった。これは、北海道の移動距離は長いと感じ、休憩施設への重要度が増したと考えられる。

We bアンケート調査(B)から、外国人ドライブ観光客の約70%がドライブ途中の重要な休憩施設の一つである道の駅を利用しているが、外国語での情報提供について「抵抗・不安」を感じている。このため、情報拠点でもある道の駅の国際対応が求められている。

更に比較調査(E)から、休憩施設の諸機能の重要性については、「場所のわかりやすさ」「トイレ」など全般に重要度が高い。「休憩スペース」の重要度は経験者の方が高い。経験者は北海道の移動距離の長さなどを実感しより「休憩スペース」に重要性を感じていると考えられる。

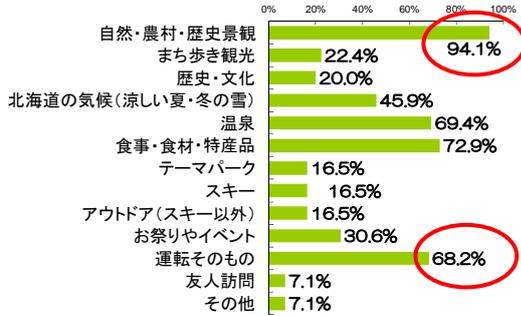


図-9 過去の北海道観光の目的(調査B)

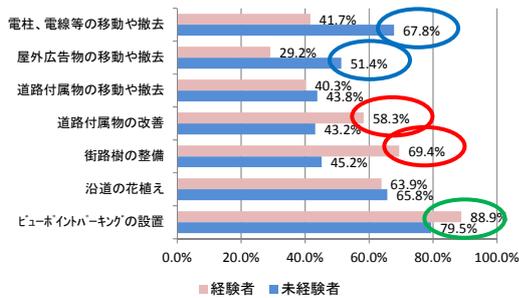


図-10 沿道景観改善対策の効果(「大変効果がある+やや効果がある」の割合)(調査E)

3.4 その他の項目に対する利用者の評価

運転支援、情報提供、沿道景観と休憩施設以外の項目についても、各調査から利用者評価などを把握し、以下のとおり考察を行った。

①交通ルールについて

交通ルールや運転マナーは、モニターツアー調査(A)で20~30%、We bアンケート調査(B)で約40%、比較調査(E)で20~40%の方々が不安と回答している。

具体的には、対面アンケート調査(D)から、日本の交

通ルールの中で、「特に注意した交通ルール」と「分かりにくかった交通ルール」は何かとの問いに対し、「制限速度」「駐車禁止区域」が共にあげられており、これらについて十分な情報提供が必要と考えられる。また、「一方通行」と「進入禁止」が分かりにくいルールとしてあげられており、これは事故にも直結するため、事前に情報提供を行うことが重要である。

更に比較調査(E)から、ドライブ観光時の不安は何かとの問いに対し、未経験者は「交通標識」及び「日本人の運転マナー」に不安を感じていた。しかし、経験者ではその割合は大きく減少しており、「目的地までの経路・所要時間」の方に不安を感じている。

このことから、実際に北海道をドライブされた方は標識が理解でき、運転マナーにも対応し満足されるが、移動距離や時間に対しては不安が増すと考えられる。

②高速道路のネットワークについて

比較調査(E)から、「走行環境要素の重要度」の中で、「高速道路のネットワーク」の重要度は未経験者より経験者の方が約10%高かった(約80%から90%以上に)。これは、北海道でのドライブを経験して、北海道の広さや所要時間などに不十分さを感じ、移動手段として高速道路の重要性が高まったと考えられる。

4. まとめ

本報告では以下の事を報告した。

- ①北海道における観光産業について、特に外国人ドライブ観光の重要性について述べ、ドライブ環境創出には「運転支援」「情報提供」「沿道景観と休憩施設」を特に重要な項目として整理した。
- ②関係機関とともに外国人ドライブ観光客全般に対しWe bアンケート調査や対面アンケート調査などを行い、「運転支援」「情報提供」「沿道景観と休憩施設」などについて、ドライブ環境の魅力を向上させる社会資本整備の参考となる利用者評価や有効な対策などを把握した。

5. おわりに

本研究成果が、北海道において国際競争力のあるドライブ環境の創出につながることを期待する。

また、様々なアンケート調査や実験などに協力頂いた外国人並びに関係機関の皆様には深く感謝の意を表したい。

参考文献

- 1) 松田、和泉、加納、原、松山、加治屋：北海道における外国人レンタカードライブ観光のニーズと課題、第36回土木計画学研究発表会秋大会、2007.11.
- 2) 高田、松田、榎尾：国際競争力の高いロードツーリズムの振興に向けて、第53回北海道開発技術研究発表会、2010.2.