北海道における外国人ドライブ観光の推進(2/2)

The tourism using rent-a-car for traveler from Asia in Hokkaido.

原　文宏
有限責任中間法人
シーニックバイウェイ
支援センター
業務執行理事

前号では、国土交通省の「まちめぐりナビプロジェクト」として実施した外国人が北海道内をレンタカーを利用して周遊するための情報提供、案内における環境整備のあり方についての調査検討の背景とその調査項目等について述べた。

今号では、シンガポールからの団体型ドライブプランの参加者282名への調査結果を中心に、一部香港からの個人型ドライブプラン参加者と比較しつつ、詳述する。

1 外国人ドライブ観光での経路案内方法の検討

外国人ドライブ観光客の行動をGPS携帯電話でリアルタイムに把握し、訪問地、移動経路の把握とともに、道に迷ったり、ホテルの到着が遅れた場合の誘導等に活用した。

位置情報の把握は、午前８時から午後８時までの12時間に10分間隔（１日72回）で行った。

⑴移動経路

ＧＰＳ携帯電話による行動軌跡結果では、シンガポールからの団体型ドライブプラン参加者（以下「シンガポール観光客」）は、約１週間と期間が長く、旅行会社のケアもあることから、道央圏から道東、知床方面までの長距離移動を行っているとともに、立ち寄り先も多岐にわたっている。一方、香港からの個人型ドライブプラン参加者（以下「香港観光客」）は、道央圏を中心に富良野、ニセコ周辺への訪問が多い傾向にある。

⑵訪問地及び滞在時間

シンガポール観光客について10分以上同位置にいる箇所と住所、施設名を照合し、滞在時間が長い場所を抽出した。

その結果、ショッピングセンター・モール、道の駅、著名観光地（昭和新山、京極ふきだし公園等）での滞在時間が長い傾向にあった。

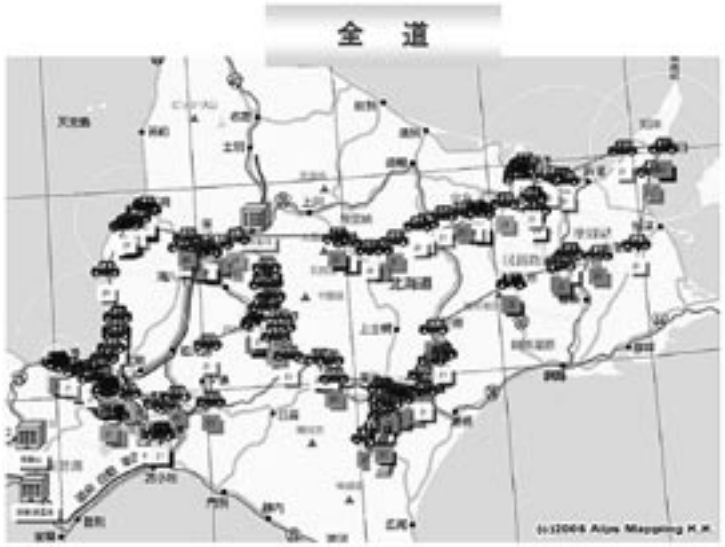

図１　シンガポール10日間ドライブツアーの移動経路
（ある台の10日間の移動履歴）

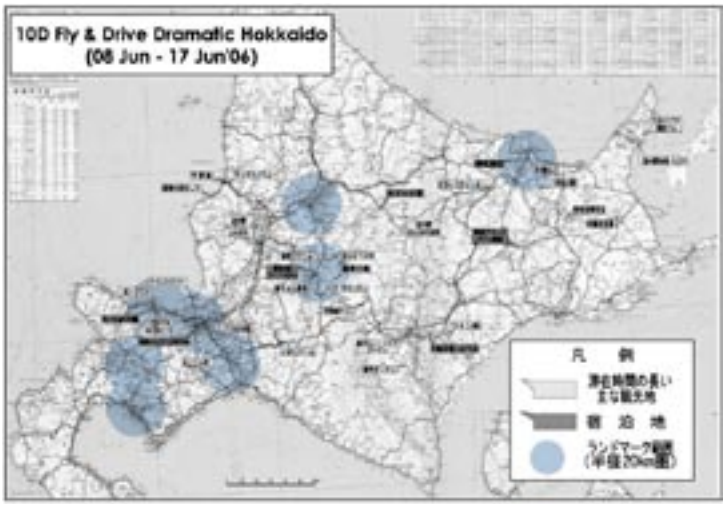

図２　シンガポール10日間ドライブツアーの訪問地

2　GPS携帯電話の活用

⑴地域情報の収集方法及び内容

外国人がドライブ観光を行う際に不便と感じることは、外国人向けの多言語化された地域情報の不足が挙げられる。

本項目では、事前にシーニックバイウェイ北海道参加活動団体等地域の協力を得て、お薦めのレストラン等地域情報の収集・取材を行い、飲食店には英語版のメニューを用意し、受け入れ先の英語による環境を整備した。

地域情報収集から配信までの流れは、以下の通りである。

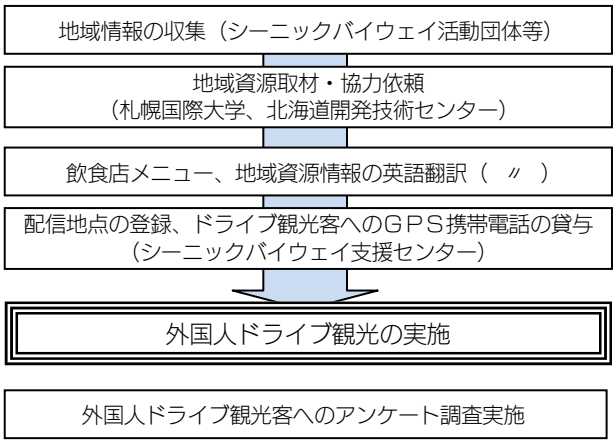

図３　地域情報収集・配信の流れ

収集・取材された英語の情報は、ＧＰＳ携帯電話の位置情報に基づき、配信エリア中心点20kmの範囲内への移動が確認された時（ゾーン監視）に該当エリア情報を掲載したＵＲＬがメールにて配信（ゾーン監視メール）された。観光客はＧＰＳ携帯電話により、そのＵＲＬへアクセスすることにより各エリアのレストラン情報、景観ポイント、天気予報等の情報を英語により閲覧することが可能とした。

⑵情報配信結果

ゾーン監視によるメールの配信は、ツアー期間が長く、広範囲に移動したツアーでは１台平均５件、範囲がせまくなると当然小さくなる傾向にある。

携帯電話に配信されたメールの活用状況については、アンケート結果によると、読んだ人は７割強（74％）で、比較的多くの人が配信メールをチェックした。

送付のタイミングは、適切と感じた人が約８割（81％）であったことから、おおむね適切であったととらえられる。情報の内容については､「役に立った」と「どちらでもない」がそれぞれ約５割であったことから、今後はさらに外国人観光客にとって有効性の高い情報を提供することが望まれる。役に立った情報の種類としては、レストラン（68％）と景観ポイント（46％）を挙げた人が多い。

携帯電話については､約９割（91％）が利用した。利用した感想は、問い合わせ先や友人への連絡（75％）、いつでも車内で利用可能（54％）な点について、便利であったと感じている人が多い。一方、利用しなかった感想としては、特に利用する機会がなかったということを挙げた人が多い。

携帯電話が必要な状況としては､「道に迷った時」（91％）､「緊急時」（71％）など、困った状況に置かれた場合に必要性を感じる人が多い。

「各種情報を調べる時」は36％と比較的少ないが、この理由としては、北海道でドライブ観光を行う外国人観光客にとっては、通話相手が日本語で対応するケースが多いことから、利用価値が低いととらえられていると考えられる。

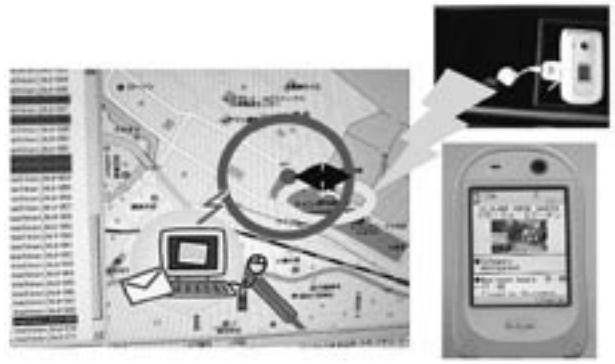

図４　ＧＰＳ携帯電話による位置情報把握システム（イメージ）

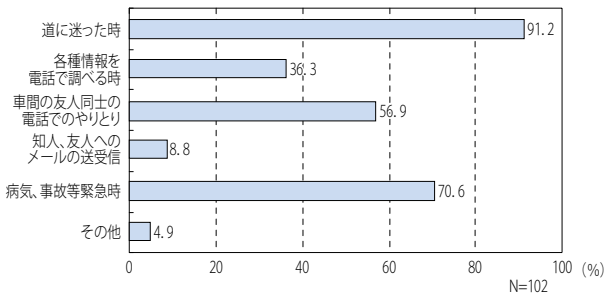

図５　携帯電話が必要な状況

3　外国人ドライブ観光向けコールセンター機能の把握

外国人のレンタカーによるドライブ観光において、一層の安心感や満足度の向上を目的として、総合的な相談窓口（コールセンター）のあり方及び必要性の検討を行った。

外国人が北海道内を安心して、満足度の高いドライブ観光を行うためには、緊急時及び迷った場合等における問い合わせ先が重要となる。

道に迷った場合、見所ポイント、交通法規などの各種問い合わせについて、ドライブ観光中に気軽に連絡をとれる先は、現状では北海道内では数少ない。

従来のガイド付き貸し切りバスとは異なり、添乗員やガイドが存在しない外国人ドライブ観光の利用における差を踏まえた上で、

① 団体型に近い形で宿泊地間に乗用車で移動可能なコールセンター兼添乗員を配置し、携帯電話で対応することを基本とする「移動型コールセンター」の検討

② 問い合わせ先をシーニックバイウェイ支援センターとし、英語、中国語による対応を行う「固定型コールセンター」の検討

を行った。なお、いずれの場合においてもＧＰＳ機能付携帯電話を活用した位置情報を把握し、問い合わせがあった旅行者の位置を把握し、誘導することを可能としている。

⑴移動型コールセンターの検討（シンガポール観光客のみ）

シンガポール観光客には、シンガポールの旅行会社PRIME TRAVEL&TOURのスタッフに随行してもらい、出発前のカーナビ等の説明や、参加者への携帯電話及びコールセンター(スタッフの携帯電話)の問い合わせ先の周知などを行った。

参加者からコールセンターへは、昼食場所、経路、地域のお薦めポイント、お土産、駐車場、ガソリンスタンドなど多岐にわたる問い合わせが寄せられた。また、マップコードの入力ミス等による迷子などでの問い合わせ、接触事故などの当初想定したシーンでの問い合わせもあり、移動型コールセンターの安心感は高く評価された。

シーニックバイウェイ支援センター

コールセンターでのエフミール（位置情報表示システム）確認状況

⑵固定型コールセンター

移動型コールセンターは、個別のツアーへ同行しなければならないなどコスト的、人材的な課題が多い。このため、英語及び中国語で対応可能な総合的な窓口としてシーニックバイウェイ支援センター内に固定型のコールセンターを設置し、スタッフを配置した。今回の固定型コールセンターは主に個人型ドライブプランで訪れる香港観光客に対象を想定した。

固定型コールセンターへの問い合わせは、香港からのドライブ観光客の対象者数が少なかったこともあり、結果的には問い合わせはなく、香港観光客への携帯電話の貸し出し時の説明等に不十分さがあったと思われ、十分な結果が得られなかった。

しかし、香港観光客が「携帯電話が必要な状況」として「緊急時」(95％）を挙げた人が多い。緊急時や困った時の連絡先として、日本の警察や救急車を挙げた人が７割強（73％）と多い。

この理由としては、回答者の多くが、日本を何度か訪問し､日本に慣れていることが挙げられるよう。

4　外国人ドライブ観光とシーニックバイウェイ活動団体との「地域情報配信」における連携可能性の検討

観光地においてガイド等が同行しないドライブ観光客に対して、シーニックバイウェイ北海道に参加する活動団体等と連携したきめ細かな地域情報の提供の可能性について検討を行った。

特に地域に住む人たちから日々の様々な情報（daily imformation）の提供を受け、シーニックバイウェイ支援センターが、英語翻訳を行い、旅行中の外国人観光客の携帯電話にメールで配信した。

配信される情報には、各シーニックバイウェイルートから事前に情報提供を受けた固定的な情報

（１ヵ月単位程度変わらない情報）も併せて配信した。

これらの情報発信がお土産、食事など観光消費額が非常に高い外国人ドライブ観光客に対して的確に行われれば、地域への立ち寄り、消費が促進され、地域経済の活性化につながることが期待できる。

⑴情報配信結果

リアルタイム情報の配信は、地域からの旬な情報収集体制、配信タイミング、利用者への活用方法の説明等に課題を残したものの、英語版ガイドブック等地域情報へのニーズは高いため、今後、シーニックバイウェイ活動団体のみではなく、地域の観光協会や行政発行の観光パンフレット、旅行雑誌などとの連携を図りながら、情報が不足がちな外国人ドライブ観光客に対してのビジネスモデルとして発展性が見込まれる。

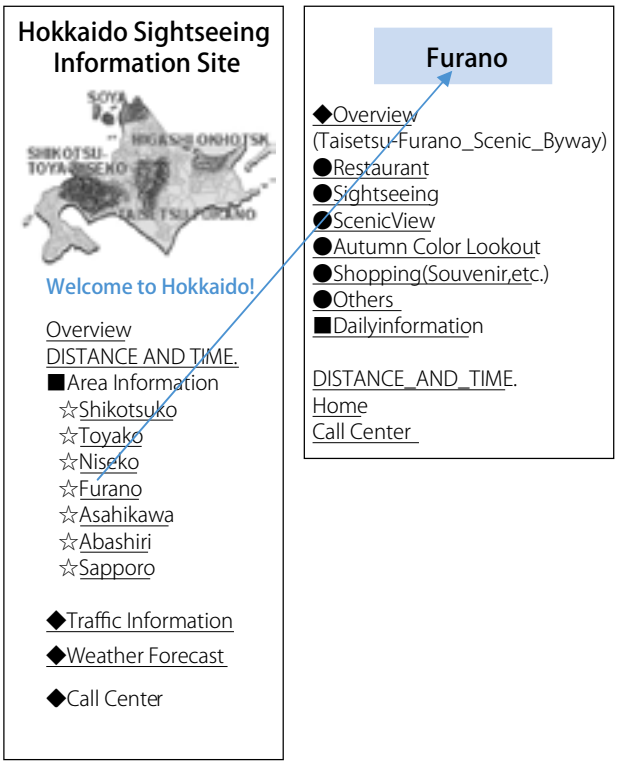

図６　ＧＰＳ携帯電話に配信された情報（トップページ）

固定情報で提供された地域の情報内容は、以下のとおりである。

・シーニックバイウェイルートの概要（Overview）

シーニックバイウェイルートの概要、特徴などを紹介。

・レストラン情報（Restourant）

シーニックバイウェイ北海道活動団体が推薦する地域のお薦めレストランのうち、取材により作成した英語メニューを置いてもらえる店舗の情報を提供。

・観光地情報（Sightseeing）

周辺著名観光地の情報を提供。

・景観ポイント（Scenic View）

シーニックバイウェイ活動団体が提供するマップ、北海道道路情報総合サイト「北の道ナビ」上で提供されている景観ポイント情報を提供。

・紅葉ポイント（Autumn Color Lookout）※10月のみ

・買い物（お土産など）（Shoppinng（Souvenir））

・日々の情報（Dailyinformation）

日々配信される活動団体からのリアルタイムな地域情報のストックページ。

・時間距離検索（DISTANCE AND TIME）

「北の道ナビ」の携帯電話（英語）版

⑵外国人ドライブ観光向け地域情報の収集提供における課題

今回、シーニックバイウェイ北海道に参加する活動団体の協力による携帯電話への地域情報の配信を行ったが、固定情報においてはお薦め場所の推薦から取材、情報提供の一連の流れの中で一定の準備をすることができた。特に地域でのレストラン情報や景観ポイントの情報は観光客にとって有用であったことから、今後、これらデータベースの多言語による構築が必要であろう。また、配信される目的地での案内やメニューの多言語化を合わせて行うことが、外国人観光客にとって安心かつ楽しく回れる要因になると考えられる。特にレンタカーにより少人数で訪問可能となる小さな食堂や商店などでの多言語での対応が、今後増大する外国人観光客の訪問により地域経済を活性化させるポイントになるであろう。

一方、ほぼ毎日のリアルタイム情報の提供では、各シーニックバイウェイルートで地域情報を作成し、シーニックバイウェイ支援センターに配信する担当者を決めて約１ヵ月間実施したが、ルート全体の情報収集の労力とノウハウ、ルートの情報提供体制の未確立、観光客のニーズと情報内容のマッチングなどにおいて今後対応しなければならない多くの課題を残した。今後、シーニックバイウェイ活動の

充実や観光協会、商工会等経済団体との連携の中で地域情報の発信力の強化が必要であろう。

5　ドライブ観光に関するニーズ、課題調査（アンケート調査結果）

外国人ドライブ観光客に対して行ったアンケート結果の一部を以下に紹介する。

北海道でのドライブ観光全般については、半数（50%）が「大いに魅力的」と感じており、「まあ魅力的」を加えると、魅力的と感じている人は95%であることから、外国人観光客にとって北海道のドライブ観光は魅力度が高いととらえられる。

具体的な理由としては、

・道路が走りやすい

・景色が良い

ことについて挙げた人が多い。

一方で、道路整備水準に照らした場合、諸外国と比較して制限速度が遅いことが、魅力を低下させているという意見もあった。

北海道のドライブは全般的に満足度の高いものであることがアンケート全般から読み取れるが、その具体的な内容については、図７に見られるような期待感と満足度の関係を見るとよくわかる。

非常に期待感の高いものに対しては満足度が低く出る傾向があるものの、満足度は高い値で推移している。一方、当初期待していなかった「地元の人とのふれあい」などにおいては満足度の方が高くなっている。

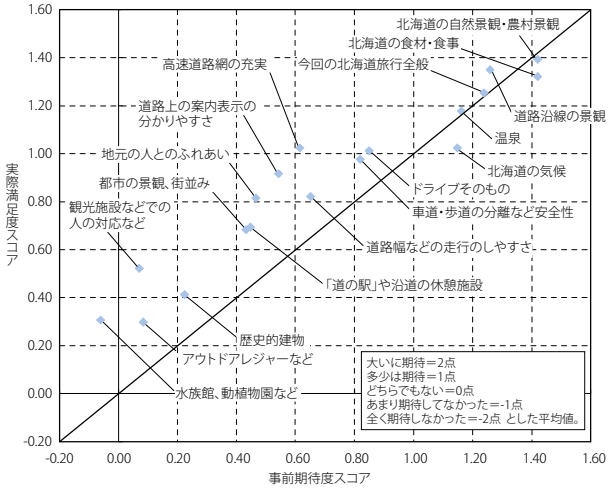

図７　来道前の期待感と実際の満足度の比較
（「旅行全般」及び「個別要素」）

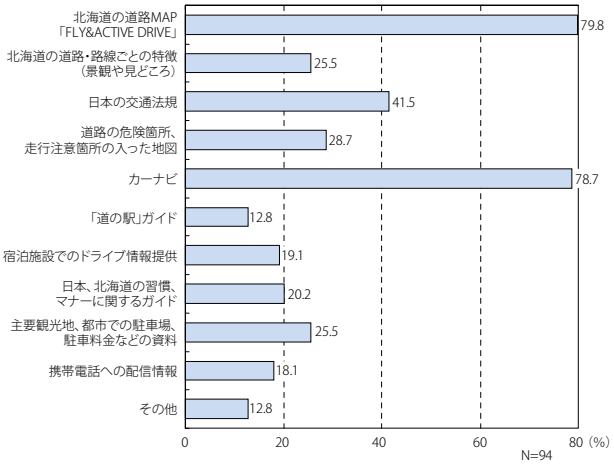

図８　ドライブ観光にあたって必要な資料・ツール

ドライブ観光にあたって必要な資料・ツールとしては、英語版ドライブマップ「FLY&ACTIVE DRIVE」（北海道開発局作成）、「カーナビ」を挙げる人が多い（それぞれ約８割）ほか、約４割（42%）が「日本の交通法規」に関する資料の必要性を感じている。それら３種類の収集・提供が、ドライブ観光の基本ツールになると考えられる。

また、ドライブ観光をより充実させるためには、「道路の危険箇所、走行注意箇所の入った地図」、「北海道の道路・路線ごとの特徴」、「駐車場の場所・料金」等の情報が必要との意見も比較的多い。

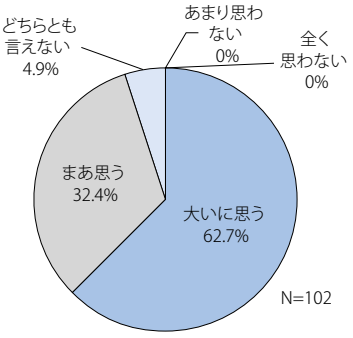

図９　北海道へのドライブ観光の再訪意向
（シンガポール観光客）

北海道へのドライブ観光に対して、シンガポール観光客、香港観光客ともに回答者の多く（96%）が再訪意向を有している。

具体的な理由としては、道路、景色、気候、食べ物などドライブ観光を構成する主要因について、良い評価が挙げ

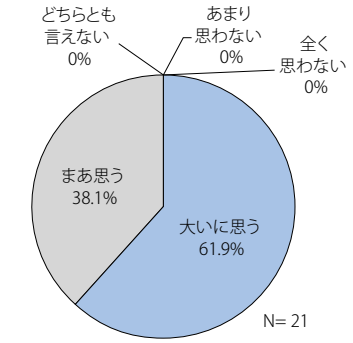

図10　北海道へのドライブ観光の再訪意向
（香港観光客）

られた。

シンガポール観光客の消費額は、１人１日食事代、お土産代、ガソリン代、入場料等のみで平均7,400円と、ドライブ観光客が非常に高い消費行動を行っていることがわかる。航空運賃、宿泊代、レンタカー代金は含まれていないことから、ドライブ中の飲食店や観光施設、ガソリンスタンド等地域で消費されている。

シンガポール観光客と香港観光客との差は、食事代にあることから、宿泊場所での夕食の有無の差などと想定される。

表　旅行中の概算消費額
（１人１日当たり、推計値）

シンガポール　（単位：円／人・泊）

		食事代	お土産代	ガソリン代	その他	合　計
実数	第１弾	3,155	2,277	922	530	6,884
	第２弾	3,114	2,042	549	2,042	7,746
	第３弾	1,616	882	769	1,235	4,502
	第４弾	4,188	4,584	2,463	1,774	13,010
	第５弾	2,071	1,949	645	684	5,349
	第７弾および第８弾	1,543	261	278	2,658	4,739
	平　均	2,992	2,258	977	1,165	7,393
構成比		40.5%	30.5%	13.2%	15.8%	100.0%

（注）同行者が親族：消費額／人数／滞在宿泊数。同行者が友人：消費額／滞在宿泊数

香　港　（単位：円／人・泊）

	食事代	お土産代	ガソリン代	その他	合　計
実　数	4,428	1,423	444	3,273	9,567
構成比	46.3%	14.9%	4.6%	34.2%	100.0%

（注）同行者が親族：消費額／人数／滞在宿泊数。同行者が友人：消費額／滞在宿泊数

6　おわりに

外国人観光客が北海道内をドライブするために必要な地域情報の収集から提供、目的地到達までのナビゲーションの中で、現在の技術及び汎用性が認められる範囲内で実現可能なＧＰＳ機能付携帯電話、英語音声付カーナビゲーションを活用し、その活用可能性について検証を行ってきたが、今回の調査結果から以下のような点が把握された。

①北海道でのアジア圏からのドライブ観光の潜在的ニーズは高く、実際のツアーでも満足度が非常に高かったことから、今後の北海道観光の活性化において重点的に対応していくべき分野である。

②個人型のドライブ観光客は食事やお土産などに自由度が高く、消費額も多いことから、北海道産の食材等を生かした食事、お土産などの地場産業の活性化につながる可能性が高い。

③レンタカーの利用により、食事場所など大規模な施設が必要がないことから、地方の市街地の商店などにおいても情報発信方法によってはアジア圏の観光客が地域経済に大きな効果をもたらすチャンスが生まれる。

④マップコードを活用できるカーナビゲーションの評判は非常に高いが、シンガポール、香港、韓国等のドライブプランが次々に企画され、さらに今後、台湾からの観光客も日本国内で運転可能となれば、早急な多言語化（英語、中国語、韓国語）されたカーナビゲーションの早期の開発が求められる。

⑤2007年４月からＧＰＳ機能付加が義務化された携帯電話の活用は、外国人が個人でドライブ観光する際に非常に有効なツールとなる。そのためには、携帯電話からの多言語による問い合わせに対応できるコールセンターの設置、ＧＰＳで位置情報を確認しながら誘導できるサービスの提供、地域情報を携帯電話等へ配信するサービスの実施など、北海道内の受け入れ体制の整備が官民協働で行われる必要がある。

⑥シーニックバイウェイ北海道の活動を通して、一層の地域情報の発信体制の強化が必要である。

今後、北海道が「アジアの宝」として、ドライブ観光という分野でアジア圏各国からの観光客を受け入れ、北海道の活性化につなげるためには、引き続ききめ細かなニーズ調査や課題解決のための各種取り組みが重要である。

profile

原　文宏　はら ふみひろ

1955年北海道赤平市生まれ。'75年北海学園大学工学部卒業後、社団法人北海道開発技術センター勤務。博士（工学）。土木、交通工学、利雪活雪など幅広い研究をテーマに活動。大学の非常勤講師や、各種シンポジウム・フォーラムなどを企画運営。'96年、シーニックバイウェイ北海道の構想段階から参画し、モデルルートの指定、活動団体募集の実務を行うほか、活動団体のコミュニケーション活動や支援体制の試行に従事。2005年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業務執行理事として、北海道全体のシーニックバイウェイのプロモーション、広報、教育などを支援。北海道における外国人ドライブ観光推進協議会会長を務める。