

外国人レンタカードライブ観光のニーズと課題

国土交通省 北海道開発局 建設部 道路計画課 ○加 納 民 雄
 有限責任中間法人 シーニックバイウェイ支援センター 原 文 宏
 (独)土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット 松 田 泰 明

1. はじめに

近年、北海道ではレンタカーによるドライブ観光が増加しているが、国際観光の重要性が増す中、アジアを中心に急増する外国人観光客にも、車窓からの美しい自然や沿道景観を楽しみながらのドライブ観光ニーズの高いことが、和泉らの調査¹⁾で明らかとなっている。事実、外国人のレンタカー利用は近年急増し(図1)、さらに、来道外国人で最も多い台湾観光客への国際免許発行が見込まれるなど、その市場が今後大きく増加する可能性がある。そこで、道路の有効活用から地域に新たな富と活力を生み出し、国際競争力もある北海道での外国人ドライブ観光について、その魅力向上のため、官民の関係機関が連携してシンガポールと香港からのドライブ観光客を対象に実証実験²⁾を行った。本稿ではシンガポールからのモニターツアー客を対象とした調査結果³⁾から、そのニーズと課題について考察する。

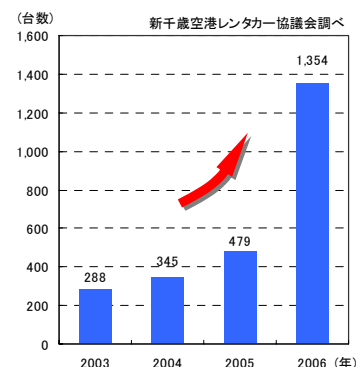


図1 新千歳空港の外国人
レンタカー利用台数

2. 実証実験の概要

外国人のレンタカー観光に関する可能性や課題を把握するため、官民の関係機関が協働し、国土交通省の「まちめぐりナビプロジェクト」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」を実施した。主な調査項目と内容は以下の通りである。

- 経路案内方法の検証(位置情報コード掲載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)
- 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地域情報などの配信の有効性)
- 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効果)
- ドライブ観光に関するニーズ・課題調査(ドライブ観光の魅力や提供したサービス等、全般的な調査)

なお、モニターツアーは、2006年6月から11月まで計8回行い、第1弾の8泊9日を除きすべて6泊7日で、合計282名が参加。貸し出し台数は、レンタカー91台、携帯電話105台であった。

3. 実証実験の結果

モニターツアーを対象に北海道でのドライブ観光に関してアンケート調査を行い、105名から回答を得た。

3.1 北海道におけるドライブ観光の魅力とニーズ

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」であった。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」への期待が高く、北海道観光における外国人レンタカー観光の可能性を表している。また、旅行前には、「観光地までの誘導」や「日本の交通ルール」に不安を感じていた。したがって、現地の道路路線や観光地への詳しい経路や所要時間と共に、現地での交通案内・誘導の状況やカーナビの有効性などを事前にインターネット等で情報提供することにより、旅行前の不安を少なくする必要がある。

3.2 ドライブ観光への期待度と満足度

図2に、旅行前の期待度と実際の満足度を表す。今回の旅行の主な目的とされた「自然・農村・沿道景観」

「食」「温泉」については、いずれも高い期待度に対し満足度も高い評価となったが、「景観」については最も期待が高く、ドライブ観光の振興には沿道景観の向上の取り組みが最重要である。また、旅行前の期待度が低かった「道路上の案内表示」や「道路の走行のしやすさ」等は、満足度が期待度を大きく上回った。また、夏のツアー期間は、高温の日が続いたものの、シンガポールのような暑い国からは「北海道の(涼しい)気候」にも期待が高く、残雪や紅葉の景観にも魅力を感じており、夏だけでなく春・秋のドライブ観光にも期待できる。なお、ドライブ観光への再訪意向は約95%と高かった。

3.3 ドライブ観光の課題と改善項目

図3より、「英語版のドライブ・ガイドマップの豊富さ」「高速道路料金」について満足度が低かった。原因は、シンガポールでは台湾・香港に比べ旅行前に入手できるドライブ関連情報が少ないことが考えられる。また、ドライブ観光に必要なツールとして、言語の問題がある外国人の場合「英語版のドライブマップ」と「カーナビ」がいずれも約8割と高く、観光地の位置情報コードと連動したカーナビが大変有効なドライブツールでもあった。次に「日本の交通法規」が続き、他に「走行注意箇所の情報」「観光地や都市内での駐車場情報」「沿道の景観・みどころ情報」であった。したがって、計画段階での外国人向けドライブ関連情報のWebサイトや紙媒体の充実が必要であり、到着後は情報更新のされた外国語対応カーナビが有効である。また、外国人旅行者が容易に高速料金割引を受けられることも必要である。懸念された案内標識は、自由意見では量的整備よりも英字表記や景観配慮など質的改善を望む意見があったが、全般的に良い評価を得た。高速道路整備区間が主なツアーコースとなっていたためその利用も多く、ルート自体の評価は高くなった。

4. おわりに

時間や立ち寄り場所、荷物の量に自由度が高いドライブ観光は、地域での消費額も大きいと期待される。外国人にとっての魅力あるツーリング環境の実現には、ドライブ観光の利便性の向上はもちろんだが、それ以上に自由回答に多くあった沿道景観の素晴らしさなど、北海道の地域資源の魅力を向上させることが最も大切である。したがって、シーニックバイウェイ北海道のような地域の魅力向上の取り組みが重要である。最後に本実験協議会の参加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)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, 2007年1月. 3) 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, 第50回北海道開発局技術研究発表会 2007年2月.

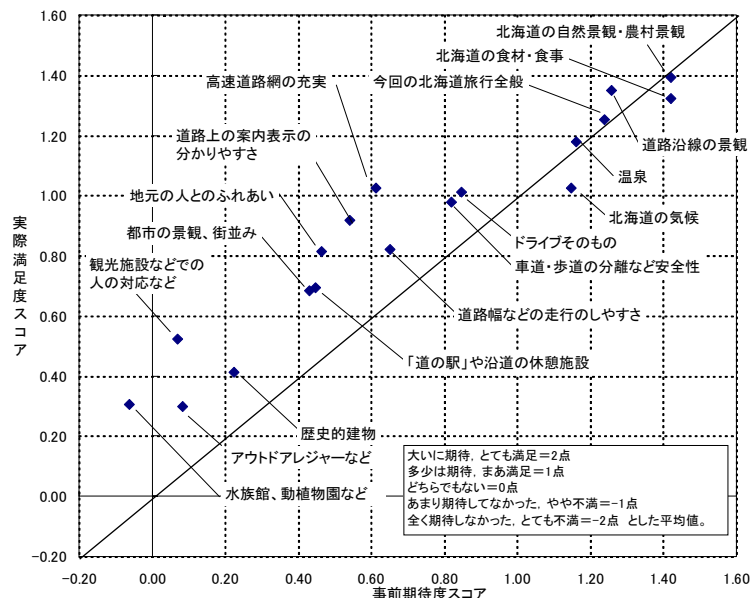


図2 ドライブ観光の各項目についての旅行前の期待度と実際の満足度

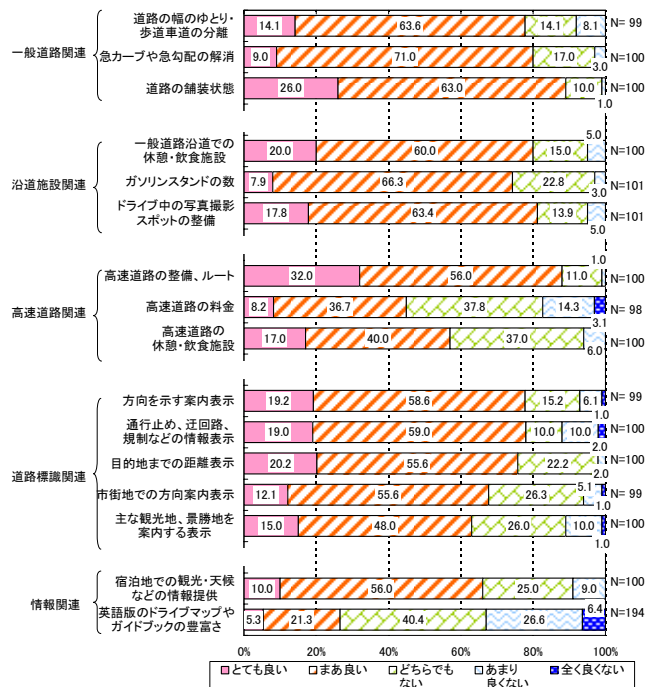


図3 ツーリング環境の各項目についての満足度