

諸外国における“みち”をテーマとした観光・地域振興*

Tourism and Regional Promotion in Foreign Countries with the Focus on “Roads”*

松田泰明**・松山雄馬**・加治屋安彦***・緒方聡****

By Yasuaki MATSUDA**・Yuma MATSUYAMA**・Yasuhiko KAJIYA***・Satoshi OGATA ****

1. はじめに

近年、国際観光の重要性が増す中、道路においても観光振興への貢献が重要となっており、2007年1月に施行された観光立国推進基本法でも国や自治体の貢献が責務とされている。そのような背景の中、2004年から本格的に始まった「シーニックバイウェイ北海道」をはじめ、「日本風景街道」など、道路資産を有効活用し、地域に新たな活力と富をもたらす“みち”をテーマとした観光・地域振興の取り組みが進められている。

北海道では、外国人観光客の急増し、邦人同様、団体から個人型旅行へ移行しつつある。また、シーニックバイウェイ北海道のような活動も契機となり、アジアからの観光客（写真-1）にも車窓からの美しい沿道景観（写真-2）を楽しみながらのドライブ観光の人气が急上昇している（図-1）。一方、諸外国でも“みち”をテーマとした特徴ある様々な“街道プログラム”が展開されている。

本稿では、これら諸外国での主な取り組み事例を紹介すると共に、今後成長が期待される北海道における外国人ドライブ観光に関する取り組みについて考察する。



写真-1 外国人レンタカー観光客と美しい沿道景観

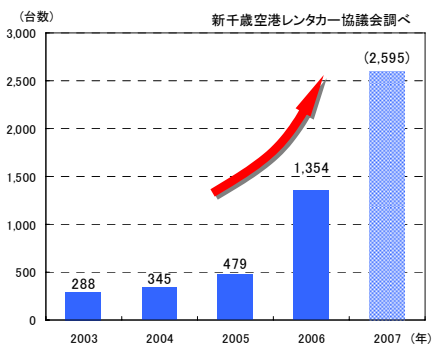


図-1 新千歳空港の外国人レンタカー貸出数

*キーワード：ドライブ観光、景観、地域計画、自動車
 正員, *正員工博, ****非会員, (独)土木研究所寒地土木研究所（札幌市豊平区平岸1条3丁目1-34,

TEL:011-841-1746, FAX:011-841-9747)

2. 諸外国における取り組み事例

2.1 主な街道プログラムの概要

先進諸国及び中国を対象に資料・文献を中心に事例調査を行い、取り組み内容や特徴を整理した（表-1）。

・ドイツ観光街道（独）

【目的】1927年にドイツ・アルペン街道が設けられた後、戦後の経済復興を目的に1950年に約40ルートを設定。

【特徴】街道の指定や認定に規制は設けておらず、現在はドイツ政府観光局や自治体によって独自に選定。「個人の休暇を楽しむための観点」で企画運営され、各地域の住民活動も盛ん（図-2）。また、Webサイトやガイドブックでの広報・PRの効果は大きく、多くの日本人観光客が訪れるようになったと報告されている¹⁾。



図-2 ドイツの主なルート²⁾

・フランスの美しい道（仏）

【目的】従来の人気ルートから一歩奥にある「地域がもつ未知の魅力」を紹介し、新しい需要を掘り起こす。

【特徴】政府観光局が航空会社と共同で展開したキャンペーンであり（写真-2）、フランス全土から選りすぐりの10エリアが政府観光局により独自に選定されている（図-3）。また、それぞれの道には個性的なテーマが設定され、沿線には観光地や地方独特の郷土料理等、地方独自の楽しみ方やアクティビティが充実、2泊3日で楽しめることが可能な行程で「美しい道」を設定している。

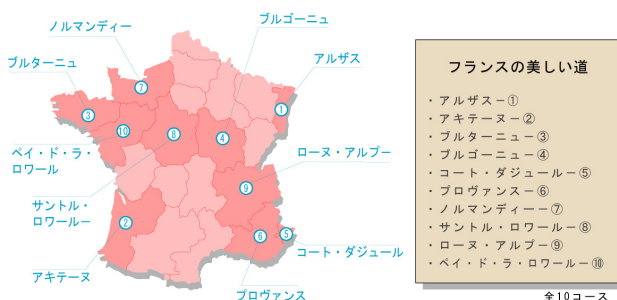


図-3 フランスの主なルート³⁾

表-1 諸外国の取り組み概要一覧

国名	プログラム等	主体	取り組みの性格	開始時期	指定の性格	ルート数	情報発信元	広報・PR手法	広報内容	Webの使用言語 (語数/フォント)
ドイツ	ドイツ観光街道 (休暇街道)	ドイツ政府観光局 自治体等	・内発的取り組み ・関連組織による 一部日本に向けた 強力なプロモーション	1927年 (1950年に本格化)	主体が独自に選定	150以上 (地域や自治体 レベルで選定す るものもあるため 正確な数は不明)	政府観光局	Webサイト ガイドブック (8つの観光街道が対象 /ロマンチック街道は別 途詳細有)	・ドライブルート ・観光案内 ・詳細マップ ・ドライブルート ・観光案内 ・詳細マップ	26カ国に対応 (日本語有り)
フランス	フランスの美しい道	フランス政府観光局 エールフランス	・関連組織による 日本向けプロモーション	2005年 (2年間のキャン ペーン)	主体が独自に選定	10	政府観光局	Webサイト ガイドブック	・簡易的な観光案内 ・簡易的なドライブ ルート ・充実した観光案内	37カ国に対応 (日本語有り)
イギリス	ドライビング・イン・ブリテン	英国政府観光庁	・関連組織による 日本向けプロモーション	2005年	主体が独自に選定	5	政府観光庁	Webサイト ガイドブック	・簡易的な観光案内 ・ドライブルート ・観光案内	42カ国に対応 (日本語有り)
中国	観光道路 (高規格道路) 国家景観道	青海省交通局 青海省通信局	・関連組織によるプロ モーション・誘致 ・基盤整備	2000年	主体が独自に選定	5	---	---	---	---
オーストラリア	遺産街道とツーリン グルート	タスマニア州観光・ 芸術・環境省	・内発的取り組み ・関連組織によるプロ モーション ・関連組織による 研究	2003年	主体が研究をふ まえて選定	11	州観光局	Webサイト ---	・簡単なドライブル ート ・簡単な観光案内	9カ国に対応 (日本語有り)
ニュージーランド	ニュージーランド 8街道	政府観光局 陸運輸送庁	・関連組織による 日本向けプロモーション	2000年 (約7年間のキャン ペーン で2006年に終了)	主体が独自に選定	8	政府観光局	Webサイト ---	・ドライブルート ・簡単な観光案内	9カ国に対応 (日本語有り)
アメリカ	シーニック・バイ ウェイ・プログラム	連邦道路庁 USDOT	・内発的取り組み ・関連組織によるプロ モーション	1989年(取り組み) 1996年(指定)	地元等の取り組 みを主体が評価 して認定	126 (連邦指定)	連邦交通省	Webサイト ガイドブック	・ドライブルート ・観光案内 ・詳細マップ ・ドライブルート ・観光案内 ・取り組み概要	日本語対応無 し
カナダ	観光街道	オンタリオ州観光局	・関連組織による 一部日本に向けた 強力なプロモーション	1990年代	主体が独自に選定	18 (オンタリオ州 のTourist Routes)	政府観光局 州観光局	Webサイト ---	・ドライブルート (メープル街道のみ) ・観光案内	10カ国に対応 (日本語有り)

・ドライビング・イン・ブリテン (英)

【目的】英国の魅力を伝え、より多くの観光客を取り込むことが目的。

【特徴】英国政府観光庁が2005年から、数あるドライブコースの中から5つを独自に選定し、おすすめのドライブコースとして広くPRするための取り組み(写真-2)。ドライブ観光客向けに1泊2日~2泊3日のコースが中心となっている。またプロモーションに伴い、英国政府観光庁はHPの他、「5つのおすすめドライブコース&ドライブのためのアドバイス」(写真-2)というガイドブックを作成。ドライブコース案内とともに観光案内が充実したものとなっており、英国での運転アドバイスが一通り分かるよう紹介されている。

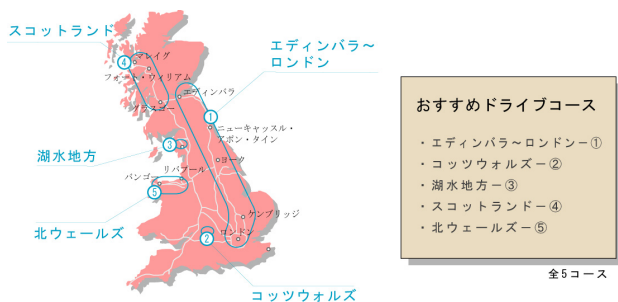


図-4 イギリスの主なルート⁴⁾



写真-2 フランスと英国のガイドブックの表紙³⁾⁴⁾

・観光道路(中・青海省)及び国家景観道(中)

【目的】中国青海省内の観光資源の有効活用及び観光資源としての価値向上、地域の経済発展が目的。

【特徴】5路線を観光道路に指定し、地域の主要産業であるチンハイ・チベット高原の観光ツアーを促進している。チンハイ湖を周遊するルートでは、国際的な自転車レースが開催されるなど、知名度向上ならびに観光・経済の発展が実現化に向かっている。

【国家景観道】~他に中国政府は、2007年、国際的な知名度を上げる狙いで、長江の三峡地域の120kmを中国初の国家景観道として整備する計画を発表。

・遺産街道とツーリングルート（豪・タスマニア）

【目的】既存の遺産道路を軸として地域内の観光移動を活性化させることが目的。

【特徴】2003年に州観光・芸術・環境省がツアールート の計画を策定（図-4）。通過観光の問題を解決するため、観光資源や街の特性からエリア別にSWOT分析・把握を行い、各エリアでのツアールート設定の戦略を構築し、住民との協働によるワークショップを通じて各エリアのアクションプランを策定している。タスマニア観光局では、11ルートをHP日本語などで紹介している。



図-4 オーストラリアの主なルート⁵⁾

・ニュージーランド8街道（新）

【目的】政府観光局が古くからの日本の「街道」になら い、旅行者や観光客にニュージーランドの各地域を簡 単に理解してもらうことが目的（図-5）。

【特徴】マーケティングの為のもので、実際には現地に 「街道」の標識などはないが、同観光局が提供している パンフレットなどはすべて「8街道」のコンセプトに基 づく。この取り組みは2000年～2006年まで行われてき たが、政府観光局のHP上では現在も8街道及びその他 のルートが紹介されている。



図-5 ニュージーランドの主なルート⁶⁾

・シーニックバイウェイプログラム（米、米各州）

【目的】道路自体が観光資源になり得ることに着目。沿 道の景観や歴史、自然、文化などに意義のある道路を公 的に認定し、その資源価値を向上させることが目的。

【特徴】日本のシーニックバイウェイが参考としたプロ グラム。1989年の「シーニックバイウェイ法」制定後、 本格的に活動。ルートにグレード設定があり、いずれも

指定条件を満足する地域の資源や活動内容が条件（図-6）。

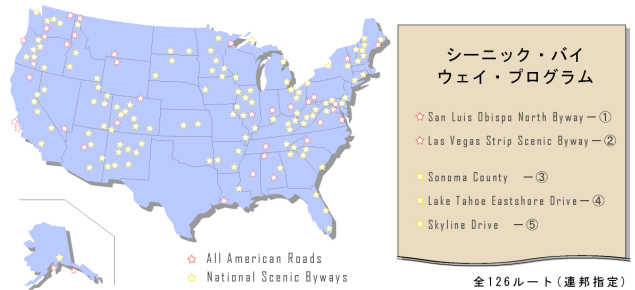


図-6 アメリカの主なルート⁷⁾

・観光街道（加・オンタリオ州）

【特徴】1990年代に観光振興を目的に、州高速道路や郡 道、地域道、市町村道を活用して、自然景観に優れた地 区や文化的・歴史的遺産、街並を結ぶ観光ルート（図-7）。 各街道には街道区間を示す目的でシンボル（Trail icon： トレイル・アイコンと呼ばれている）が設置されている。 カナダ政府観光局はHP上で、有名な遺産街道（通称メ ープル街道）の専用サイトを日本人観光客向けに立ち上 げ、観光促進を積極的に進めている。観光案内のガイド ブックを独自に発行しているが、運転支援に関する情報 提供は特に行っていない。



図-7 カナダの主なルート⁸⁾

2.2 外国人観光客のための安全で快適な運転支援の取り 組み事例

外国人のドライブ観光増加によって、交通事故の増加 が考えられるため、地理や交通ルールに不案内な外国人 に安全で快適な運転支援も重要となる。

・ニュージーランドの事例～年間60万人の外国人がレ ンタカーで移動する同国では、陸上交通安全局が大学と 共同でこれらに関する調査研究を進めている。この研究 では、外国人ドライバーに対しての安全運転の啓発や交 通ルールの周知、交通事故対策が重要とし、道路交通事 情が異なるアジアなどの非英語圏からの観光客に対し、 情報を適切に提供していくことが、観光客の安全な移動 に繋がると指摘している⁹⁾。特に、計画・準備段階にお いて、国内の交通法やルールなどの適切な内容を効果的 な手段で提供していくことを薦めている。写真-3、日本 語による同国のドライブインフォメーションである。



写真-3 ニュージーランドの日本語によるドライブ情報¹⁰⁾

3. まとめ

3.1 参考となる諸外国の取り組み内容の整理

①街道プログラム・システムの構築

- ・国全体のプログラム推進の重要性と共に、地域資源や環境に応じた地域独自の観光プログラムの構築。

②プロモーション活動と外国語による旅行計画支援

- ・外国人観光客の特性やニーズの把握とそれに合わせた広報・PR戦略。
- ・道路・交通・観光など、各関係機関が連携した計画準備段階における外国人向けの積極的な情報発信によるドライブ支援。
- ・交通事故の増加が懸念されるため、外国人ドライバーに対する安全運転支援。

③旅行スタイルの戦略的提案かつ具体的提案など

- ・ドライブ観光を前提とした、地域固有のテーマ設定や街道エリアでの様々なアクティビティーの提案。
- ・ドライブ観光にあわせた日程（1泊2日～2泊3日）で楽しめるエリアやルートを設定し、複数のルートを組み合わせた旅行計画が出来る工夫や旅の提案。

これら諸外国の“街道プログラム”はいずれも美しい沿道景観や個性ある固有の文化遺産を多く有しているが、地域の人々の内発的な取り組みや、関連組織による積極的な広報・PR活動、印象的なアクティビティーの充実や旅行スタイルの戦略的提案等が行われていることが、現在に繋がっていると考える。

北海道においても、これら諸外国の取り組みを参考とすることが必要と考える。

3.2 北海道における今後の取り組み提案

本稿で紹介した諸外国の事例や、北海道での外国人ドライブの実証実験の結果¹³⁾などから、北海道における今後必要と考えられる取り組みについて、以下に示す。

- ・富裕層も満足する質の高いサービスと外国語による積極的な広報、特に計画段階からのドライブ観光の情報提供と利便性向上。(例:「北の道ナビ」による4カ国語(中国(繁・簡体)、韓国、英)での道路関連情報を2005年6月から提供、年々アクセス数が増大)
- ・官民が協力してエリアやルートなど、地域固有の資

源そのもの(沿道景観・食・温泉など)の魅力向上(例:「シーニックバイウェイ北海道」の展開、2004年4月から実施)

- ・訪れた外国人等、利用者による評価が施策や地域の魅力向上、利便性向上に反映されるシステムの構築。
- ・当面、来道外国人観光客数の半数を占め、2007年9月から日本での運転が可能となった台湾人観光客のレンタカー運転への自国語でのドライブ支援情報や、冬期に豪州などから訪れるスキーヤーへの情報提供。

4. おわりに

既存の研究⁹⁾からは、個人でレンタカードライブ観光をする外国人は高い所得と教育を受けている人が多いとされ、北海道を訪れるドライブ観光の外国人も同様に海外旅行経験が豊富な富裕層が多かった¹¹⁾。また、荷物の制約が少なく、アクセス性にも優れ、小規模な施設への集客も可能になるなど、地域への経済波及効果や地域の国際化にも寄与する個人型の自動車観光は、一方で道路交通や環境への負荷が大きく、ドライブ観光の振興と共に観光MMなど、負の側面への賢い対応も必要となる。

北海道では、「北海道外国人観光客ドライブ観光促進連絡協議会」が設立され、官民一体となった取り組みが始まったところである。今後、行政・関係機関と連携し、北海道における快適なドライブ環境の創出に向けた調査研究を進めていきたい。

参考文献

- 1) 財団法人日本交通公社:「ドイツの観光街道と日本市場」観光文化、1996.
- 2) 財団法人北海道地域総合振興機構:「広域・複合連携による観光と交流街道づくり」、2000年.
- 3) Maison de la France: Les plus belles routes de France, 2005 [仏政府観光局:「フランスの美しい道」、2005].
- 4) Visit Britain Japan: Driving in Britain, 2005 [在日本英国政府観光庁:英国ドライブ紀行].
- 5) Tourism Tasmania Australia: <http://www.discovertasmania.com.au/home/index.cfm/>
- 6) Tourism New Zealand: <http://www.newzealand.com/travel/ja/trade/training-tools/select-a-module/modules/htsnz---japan/section-three/eight-kaido-heritage-&-pacific.cfm>
- 7) US . Department of transportation federal highway administration: <http://www.byways.org/>
- 8) Canadian Tourism Commission: <http://www.canada.or.jp/>
- 9) Land Transport Safety Authority NZ: Tourist Road Safety in Otago and Southland 2004. <http://www.ltsa.govt.nz/research/overseas-tourists/index.html>
- 10) ニュージーランド政府観光局:ドライブインフォメーション、2007.
- 11) 松田他: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、2007.