

北海道における外国人レンタカードライブ観光に関する実証実験 ～国際競争力のあるドライブ観光の実現～

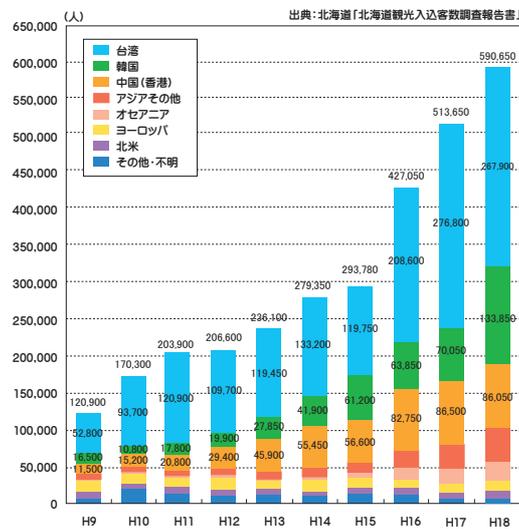
背景 (最近の観光に関する動向)

日本政府

『国際観光の振興による観光立国実現が 21世紀の我が国の発展に不可欠』

- ・観光立国行動計画に基づく「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の推進 (2010年に訪日外国人旅行者数1000万人を目標とする)
- ・観光立国推進基本法 (2007年1月施行 国や自治体に対して外国人観光客の増加に繋がる施策を講ずることとされた。)
- ・日本風景街道 (シーニックバイウェイ・ジャパン) の推進

来道外国人観光客数推移



北海道

『観光は最重要施策の一つ』

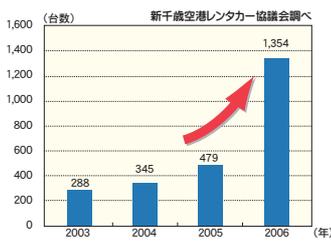
- ・北海道の魅力を再発見し地域経済の活性化や観光振興を目指した「観光のくにづくり」の推進
- ・「シーニックバイウェイ北海道」を全国に先駆けて本格展開
- ・来道外国人の半数を占める台湾人観光客の自動車運転が可能に (2007年9月施行)

北海道におけるレンタカー観光の現状と可能性

DATA



▲ 新千歳空港でのレンタカー貸出し数



▲ 新千歳空港の外国人レンタカー貸出し数



▲ 空港周辺の大規模なレンタカー営業所



▲ 北海道のレンタカードライブ

考察

- 来道観光客数は伸びていないなか、レンタカー利用者は毎年増加!
- 北海道の多彩な観光資源を個人のニーズに合わせて自由に巡ることが可能なため、**外国人観光にもレンタカー観光が急増!**



▲ レンタカー営業所に到着したシンガポールからのツアー客



調査の課題と目的

急増が予想される外国人ドライブ観光に対して、これを支えるツーリング環境は十分でなく、その改善が重要かつ急務であり、外国人のレンタカー観光の現状と可能性・課題を把握。

実施

- 官民協働でシンガポールからのモニタツアーによる実証実験にて調査を実施
※ 国土交通省の「まちめぐりナビプロジェクト」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

● 実験調査実施機関:外国人ドライブ観光推進協議会

(有限責任中間法人シーニックバイウェイ支援センターを中心にシンガポールの旅行会社、レンタカー会社、携帯電話会社、カーナビゲーションソフト開発会社、航空会社、大学、北海道開発局、北海道運輸局、北海道、寒地土木研究所などで構成)

実験概要と調査内容

実験対象：主にシンガポールからのモニターツアー客

主な調査内容

I 経路案内方法の有効性

- 1 英語版ドライブマップ(カーナビに連動した位置コードや観光情報を記載)
- 2 英語音声機能搭載のカーナビゲーション(一部は日本語音声)

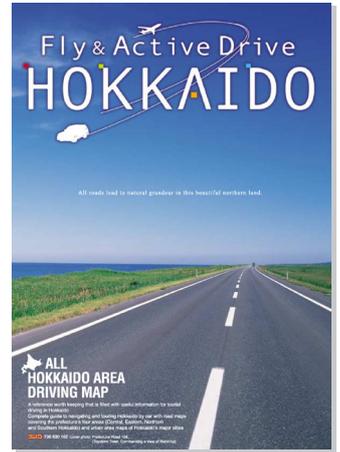
II 位置情報に基づくドライブ観光行動の把握/地域情報の配信の有効性

- 1 GPS携帯電話の活用(関連の連絡先や情報提供サイトを登録)

III コールセンター機能の把握

- 1 コールセンターの設置(札幌と現地に外国語対応のツアー会社社員配置)

IV ドライブ観光に関するニーズ/課題などの全般調査(アンケート調査)

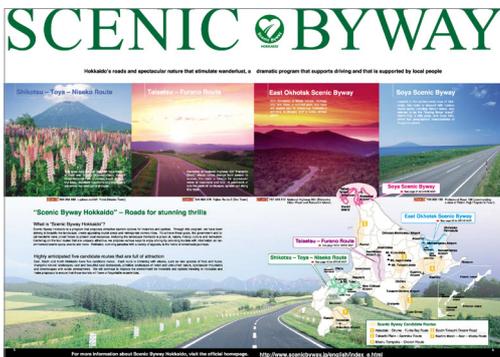


▲ 英語版ドライブマップの表紙(今回ツアー用に作成)

I 経路案内方法の有効性

1 英語版ドライブマップ

MAP



▲ 英語版ドライブマップの内容(主な観光情報と位置コード等が記載)

I 経路案内方法の有効性

2 英語音声機能搭載のカーナビゲーション

CAR NAVIGATION

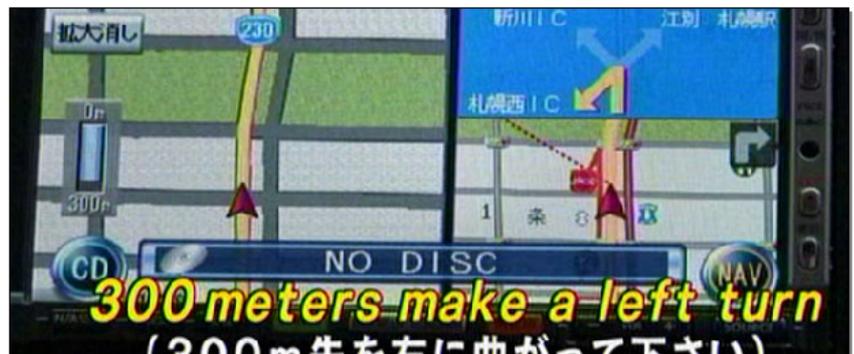


▲ 英語音声の選択画面



▲ 「位置コード」の使用方法をドライブマップに記載

『英語』音声を
選択すると...



▲ 英語音声案内時の画面表示

II 位置情報に基づくドライブ観光行動の把握

1 GPS携帯電話の活用

GPS



位置情報把握方法

位置情報を把握するサーバー及びソフトをコールセンターに設置しPC上で把握。

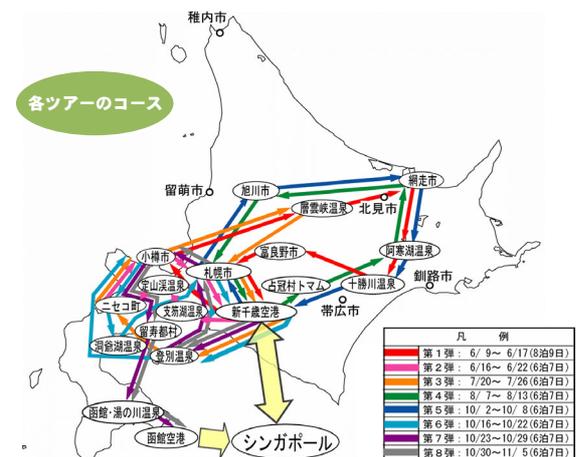
時間：午前8時から午後8時までの12時間
頻度：10分間に1回(1日72回)



▲ GPS携帯電話によるレンタカー位置確認状況

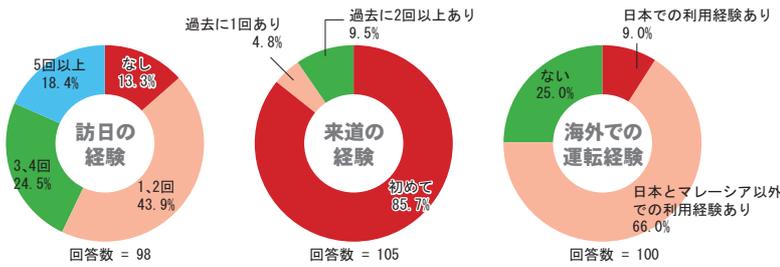
◆モニターツアーの概要

ツアー形態:航空便と宿泊先の行程のみが同一の「個人型の団体ツアー」



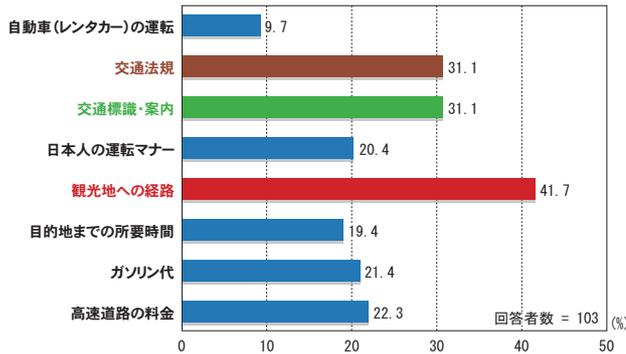
アンケート調査結果と考察 (1)

●回答者の主なプロフィール



- ツアー参加者は、30～40歳台を中心に20～60歳代まで幅広い。
- 87%が訪日経験あり → 旅行経験が豊富で日本に興味。
- しかし、86%が初めての来道 → 土地勘はなく地理に不案内。
- 海外での運転経験は75% → 海外(豪州、北米、欧州)でのドライブ経験が豊富。

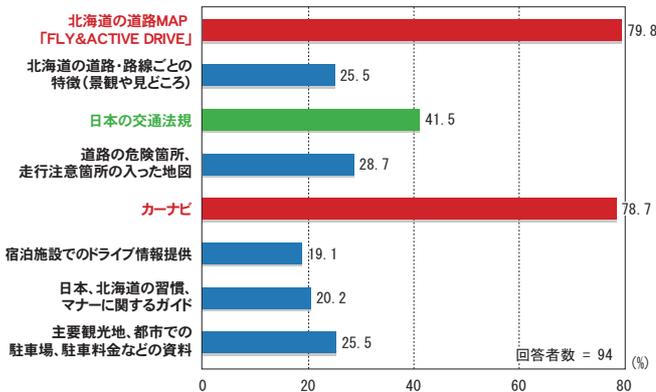
●旅行前に「不安」に感じていた主な事項



- 「観光地への経路」が42%でトップ、「交通法規」「交通標識・案内」が31%
- 標識については、英文やピクトグラム標記がなされているか、理解できるか不安。
- すなわち、目的地の観光地へ分かりやすく辿り着けるかどうか不安に感じている。

考察 ● 従って、現地の道路網や観光地への経路と距離・時間、交通案内の状況を事前に知らせ、不安を解消する必要がある。

●ドライブ観光に必要な主な資料、ツール

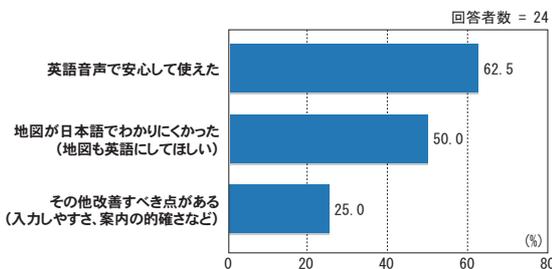


- 「英語版のドライブマップ」と「カーナビ」が8割近くでかなり必要度が高く、次いで「日本の交通法規」が高かった。

考察 ● 経路案内や距離などの移動支援が重要。

- また「危険箇所、走行注意箇所の入った地図」「道路・路線ごとの特徴(沿道の景観やみどころ)」「駐車場の情報」が必要との意見も多かった。

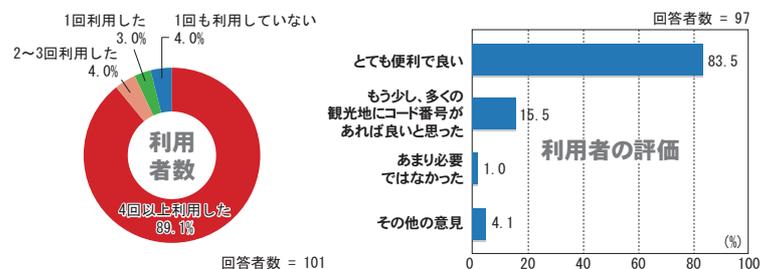
●英語音声版のカーナビを使用した感想



- 「音声は英語で安心した」が6割以上だが、「地図も英語版が必要」が半数。

考察 ● 使い勝手はほぼ問題がなく、今後は音声・地図とも英語版のカーナビの普及が有効かつ急務。

●カーナビの位置情報コードの利用回数と利用評価

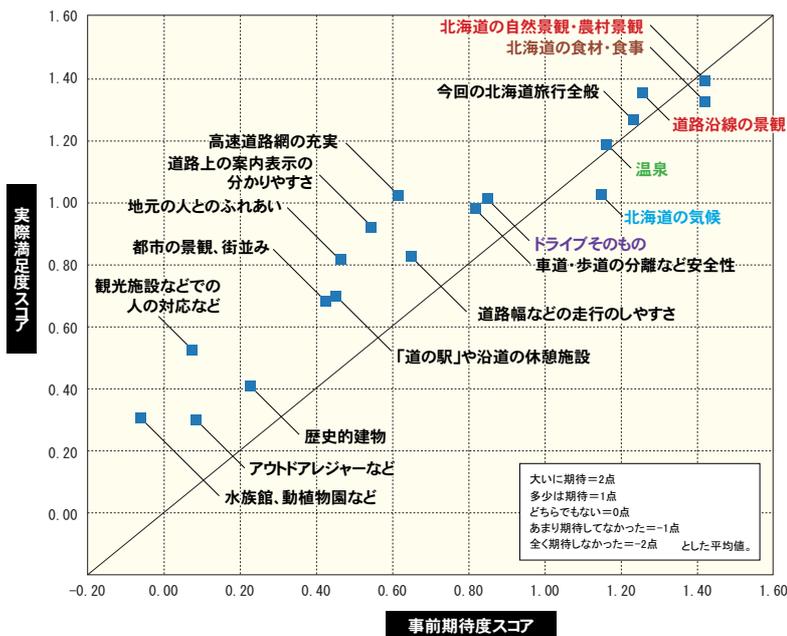


- 約9割が「位置情報コード」を利用。
- 「とても便利で良い」が8割以上、多くのコード対応箇所を望む声も評価している証拠で、ほぼ全員がその利便性を評価。

考察 ● 言語にバリアのある外国人など、地理に不案内な旅行者のドライブ支援には特に有効なシステム。

アンケート調査結果と考察(2)

●旅行前の期待度と実際の満足度



期待度

- 旅行前の期待度が高い「**景観**」「**食**」「**温泉**」「**気候**」「涼しく爽やかな気候」「**ドライブそのもの**」は、今回の旅行の目的とも一致した。

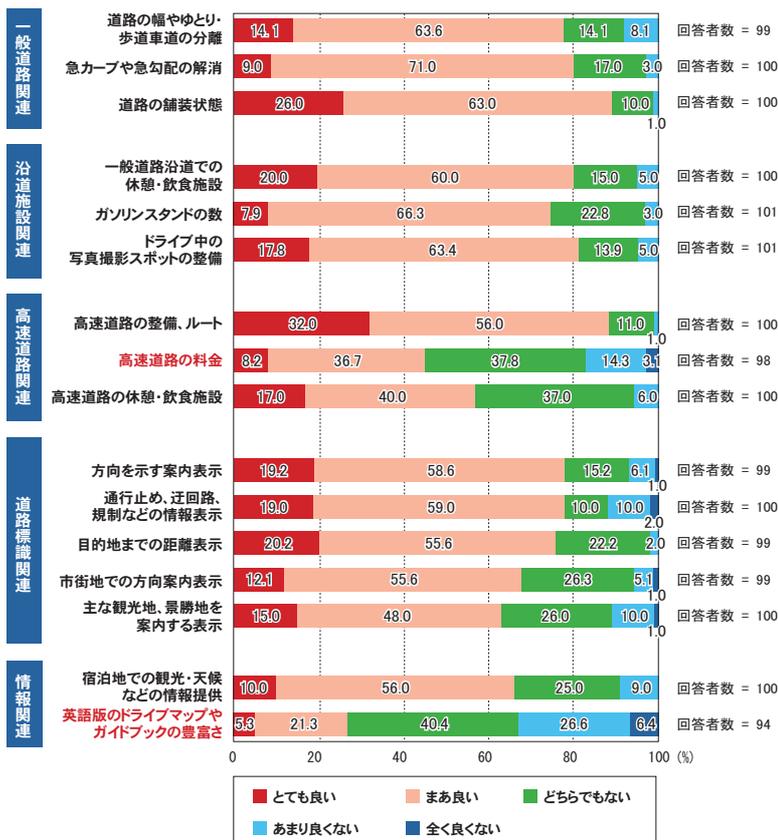
考察

- 景観の保全／向上など、資源を磨き魅力を向上させることが重要である。

満足度

- 「**景観**」と「**食**」が極めて高く、続いて「**温泉**」が、高い期待度に対して満足度も高かった。
- 漢字が理解できるツアー客が多かったため「**道路上の案内表示**」の評価は低くなかった。
- 「**地元のひととのふれあい・対応**」は期待度を上回り再訪が期待できる。
- なお、「**気候**」は真夏のツアーが猛暑であったため、期待度には満足度が少し下がっている。
- 高速道路整備済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、高速道路自体の評価は高くなった。

●ツーリング環境の各項目についての満足度



- 多くの項目で満足度が高い。
- 「**英語版のドライブマップやガイドブックの豊富さ**」と「**高速道路の料金**」に対する満足度が低い。
- 原因:英語版のドライブマップやガイドブックについて、外国人向けのドライブ観光用のガイドブックがないことや、シンガポールでは、台湾や香港に比べて北海道の情報誌が少ないため。また、高速道路の料金は、ETC割引が受けられないことやツーリストパスがないこと。

考察

- 外国人ツーリスト向けの高速道路料金割引制度や外国語のドライブマップや情報誌の整備とあわせ、インターネットで情報を一元的に提供することが必要。

●その他(自由回答など)

- 緊急時の支援:GPS携帯電話と外国語対応のコールセンターは、緊急時の支援や旅行者の適切な誘導に極めて有効で、訪日外国人のレンタカー観光における安心感の向上にも大きく寄与する。
- 北海道の「初夏の残雪」や「秋の紅葉」への魅力に対する回答も多く、暑い国からは、邦人観光客の比較的少ない初夏や秋の時期の入りが期待できる。特に「移動中の自然景観」は高い魅力と評価されていた。
- 道の駅について、外国語での広報と併せて、今後は外国語対応機能の向上が必要となる。