

3まとめ

3.1 参考となる諸外国の取り組み内容

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、同時に「地域の人々の自主的な取り組み」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。

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、地域の資源や環境に応じた地域独自のプログラムを構築によるルートの魅力向上とルートの品質の確保。

②プロモーション活動と外国語による旅行計画の支援

- 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、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。
- 交通事故対策や旅行前の不安緩和のため、外国人ドライバーに対する安全運転支援の情報提供。

③旅行スタイルの戦略的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楽しみ方やアクティビティー充実とその具体的提案。
- 観光ニーズに合わせた日程(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。

3.2 北海道における今後の取り組みの提案

個人型のドライブ観光は世界的な市場にある中、既存の研究³⁾からは、レンタカーでドライブ観光をする外国人観光客は高い所得と教育を受けている人が多く、北海道観光に訪れる外国人ドライバーも海外旅行経験が豊富な富裕層が多かった⁴⁾。

北海道においても、「シニックバイウェイ北海道」などの独自の取り組みを進めているが、諸外国の事例や、北海道における外国人ドライブの実証実験の結果⁴⁾などから、以下のような取り組みの必要性を提案したい。



写真-5 実証実験で作成・配布した外国人向け北海道ドライブマップ

- 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(「北の道ナビ」による4カ国語での道路関連情報の提供:2005年6月～)
- 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。(「シニックバイウェイ北海道」の展開:2004年4月～)
- 訪れた外国人旅行者等、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
- 北海道においては当面、①来道観光客数の半数近くを占め、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や②冬期に豪州などから訪れるスキーヤーのレンタカー運転への自国語によるドライブ支援情報の提供

参考文献

- 1) 「ドイツの観光街道と日本市場」観光文化 1996.3 財団法人日本交通公社
- 2) Land Transport Safety Authority 「Tourist Road Safety in Otago and Southland」2004 <http://www.ltsa.govt.nz/research/overseas-tourists/index.html>
- 3) A report commissioned by the Land Transport Safety Authority:Tourist Road Safety in Otago and Southland.
- 4) 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、外国人ドライブ観光推進協議会、2007年1月
- 5) 出典:<http://wadaphoto.jp/kikou/can0.htm>
- 6) 出典:http://www.rta.nsw.gov.au/licensing/downloads/getitestsdriveduca_dl1.html?plid=3

諸外国における“みち”をテーマとした観光・地域振興の取り組み

道 路における観光振興への取り組みについて、諸外国での主な取り組み事例を紹介し、今後成長が期待される北海道の外国人ドライブ観光について考察します。

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。(観光立国推進基本法:2007年1月)

道路資産を活用し、地域に新たな活力と富をもたらす“みち”をテーマに地域振興を推進。
(シニックバイウェイ北海道:2004年4月、日本風景街道:2007年9月)

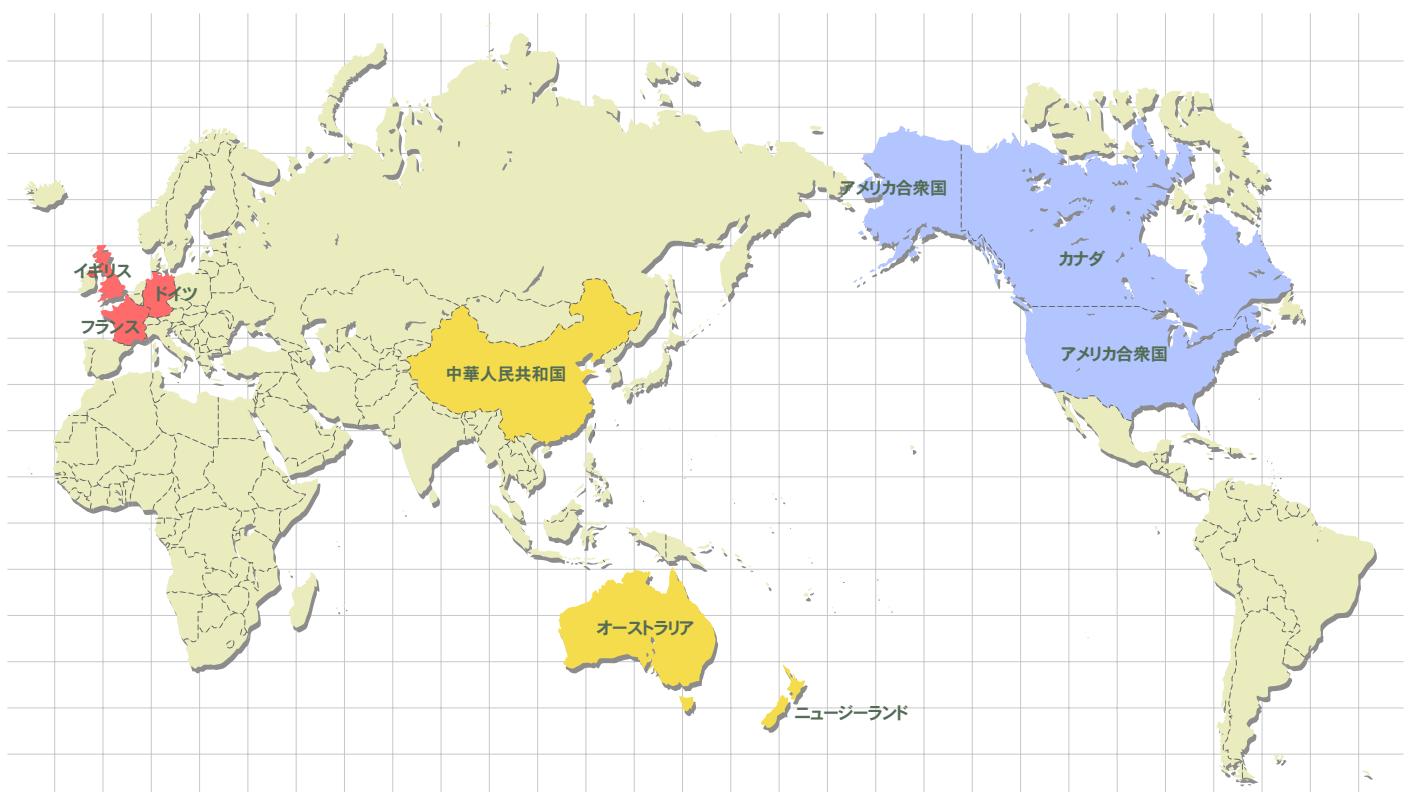
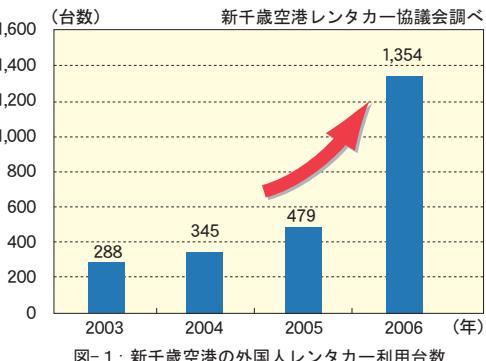
北海道では、アジアからの外国人などによるドライブ観光の人気が急上昇(図-1)。

- 一方、諸外国においても、“みち”をテーマとした特徴ある様々な“街道プログラム”を展開。

本稿では、諸外国での主な取り組み事例を紹介し、今後成長が期待される北海道の外国人ドライブ観光について考察する。



写真-1 背景に美しい景観を有する北海道の道路



2 諸外国における“みち”をテーマとした観光・地域振興の取り組み事例

2.1 主な街道プログラムの概要

日本人等の観光客が多く訪れる先進諸国や中国を対象とし、既存資料・文献を中心に事例調査を行った。各国の取り組み内容、及び広報・PR活動の概要を簡単に整理した(表-1)。

ドイツ観光街道(休暇街道)(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則は設けておらず、「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)。

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⁾。

日本で知名度の高い「ロマンチック街道」は、外国人向けに企画・PR。

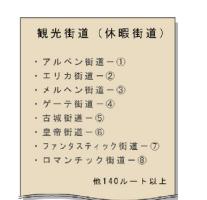


図-2 ドイツ観光街道(休暇街道)の主なルート

ドライビング イン ブリテン(英)

【目的】

英国の魅力を伝え、より多くの観光客の取り込みが目的。

【特徴】

ドライブ観光者向けに1泊2日～2泊3日のコースが中心。

プロモーションに伴い、政府観光局はHP上で「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」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も充実、英国での運転アドバイスが一通り分かるよう紹介。



図-3 イギリスの主なルート

フランスの美しい道(仏)

【目的】

従来の人気ルートから一步奥にある、「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ことが目的。

【特徴】

エリアの個性を味わえるよう、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。



図-4 フランスの美しい道のルート

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】

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分析を行い、各エリアでのツアールート設定の戦略を構築。

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。

タスマニア観光局では、遺産街道ならびに遺産街道とリンクしたルート等、11ルートを日本語HPなどで紹介。



図-5 オーストラリアの主なルート

ニュージーランド8街道(新)

【目的】

古くからの日本の「街道」にならない、旅行業者や観光客に各地域を簡単に理解してもらうことが目的。

【特徴】

マーケティングの為のもので、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2006年に終了したが、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の案内として、ルート毎の見所や、アトラクションを紹介している。



図-6 ニュージーランドの主なルート

シニック バイウェイ プログラム(米、米州)

【目的】

道路自体が観光資源になり得ることに着目し、沿道の景観や歴史、自然、文化、レクリエーション、考古学的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】

日本のシニックバイウェイが参考としたプログラム。

1989年に制定された連邦道路法の「シニックバイウェイ法」では、ルートにグレードを設定。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となっている(図-8)。

州政府のプログラムは、地域の環境や特徴に応じて独自の内容。



図-8 アメリカの主なルート

観光街道(加・オンタリオ州)

【特徴】

観光振興を目的に、州高速道路や地方道を活用して、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)。

各街道の沿道には街道区間を示すシンボル。(Trail icon: トレイル・アイコンと呼ばれている)を設置。

政府観光局はHP上で、有名な遺産街道(通称メープル街道(写真-3))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推進。



写真-2
カナダ観光局メープル街道のHP



写真-3 メープル街道⁵⁾



図-7 カナダの主なルート

観光道路(中・青海省)、及び国家景観道(中)

【目的】

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、地域の主要産業としてチベット高原の観光ツアーを促進。

チベット高原を周遊するルートが整備され、国際的な自転車レースも開催(写真-4)。

【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ため、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。



写真-4 チンハイ湖周遊高速道路における国際自転車レース

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

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や交通事故対策も重要。

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している同国では、陸上交通安全局が大学と共に調査研究を進めている。

研究²⁾では、外国人ドライバーに対しての安全運転啓発や交通ルールの周知、交通事故対策が重要としている。

特に道路・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。

また、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の提供を薦めている。

オーストラリアの事例

ニューサウスウェールズ州では、自国に住む外国人向けに11カ国語にて「道路利用者のハンドブック」(図-9)を作成している。

132頁におよぶハンドブックでは、道路に関する実用的な情報、運転ルール、交通違反の罰金等を紹介。

また、このハンドブックはWebサイトからダウンロードでき、旅行計画に活用できる。

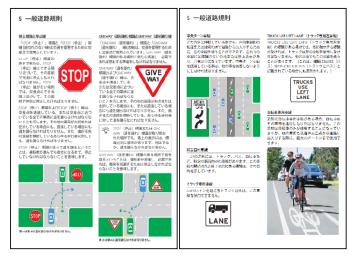


図-9 「道路利用者のハンドブック」内容例⁶⁾

表-1 諸外国における“みち”をテーマとした取り組み概要一覧

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(国数カウント)
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	・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)
イギリス	ドライビング イン ブリテン	英国政府観光局	・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	政府観光局	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)
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	・内発的取り組み ・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 ・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)
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	・内発的取り組み ・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)
カナダ	観光街道	オンタリオ州観光局	・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	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)
アメリカ	シニック バイウェイ プログラム	連邦道路局 US.DOT	・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
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	・内発的取り組み ・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	---	---	---	---