

# 道の駅を拠点とした広域連携による 観光地域づくりの取組

## —世界水準の観光地形成に向けた 外国人ドライブ観光客の周遊促進—

開発監理部 開発連携推進課 ○戸谷 嘉文  
開発監理部 開発連携推進課 萩野 博紹  
開発監理部 開発連携推進課 門間 俊也

北海道における世界水準の観光地形成に向けて外国人旅行者の受入環境整備が重要である。道の駅は、外国人旅行者を地域内の観光地等へ誘客するゲートウェイとなり、情報発信等の拠点となるポテンシャルがある。平成30年度、弟子屈町等14市町村の行政や観光協会、シーニックバイウェイ等の広域連携で、道の駅を情報発信拠点に、外国人ドライブ観光客への地域ならではの情報の発信に取り組み、その結果を検証するものである。

キーワード：観光、インバウンド、ドライブ、道の駅

### はじめに

平成28年3月に閣議決定された北海道総合開発計画では、主要施策として「世界水準の観光地の形成」を掲げる中で、課題として外国人観光客の地域的、季節的な偏在などが挙げられているところである。

平成29年度に行った外国人ドライブ観光客の動向に関する調査では、地域間・季節間の旅行需要の偏在緩和に向け、主にドライブをする外国人観光客を北海道の地方部へ誘導する社会実験を実施したところである。この社会実験の結果、ドライブ観光は地域偏在の緩和に有効であること、外国人観光客に対して、来日後でも適切な情報を提供することにより観光地や施設への立寄りを促す可能性があること等を把握した。また、外国人観光客は、地方部においては有名な主要観光地を訪れているものの、近隣市町村への周遊は少ないことから、地方部における外国人観光客の滞在を地域全体で更に増加させる仕組みづくりが必要等の課題も分かったところである。さらに、現状では「道の駅」への滞在は少ない一方、「道の駅」が提供する地域の特産品やローカルフード、ローカルな観光情報の提供などは外国人に高く評価されることも判明したことから、「道の駅」には、立ち寄りや地域の情報発信の拠点となる可能性があることが分かった。

本稿では、全国に先駆けて平成30年度に行った、広域的な連携による道の駅「摩周温泉」を拠点とした外国人旅行者に対する一元的な情報発信の試行について、その結果を分析し考察を述べる。

なお、令和元年11月に国土交通省道路局の諮問機関である「新「道の駅」のあり方検討会」が提言「「道の駅」第3ステージ」をとりまとめ、道の駅同士の連携や風景街道等の多様な主体との連携を進めることで、「多くの外国人が新たなインバウンド拠点になった「道の駅」を目指し日本へ」来ることを2025年に目指す姿としている。

本調査は、平成30年7月から開始しており、まさに複数の道の駅の連携やシーニックバイウェイ北海道との連携を進め、道の駅のインバウンド拠点としての機能強化を試行する先行的な取組と考えられる。

### 1. 北海道における外国人観光客の状況

近年の訪日外国人観光客の増加に伴い、北海道を訪れる外国人観光客も年々増加しており、2018年度（平成30年度）の外国人来道者数は312万人（図-1）となり、北海道においても2020年度の外国人来道者500万人を目指して、さらなる観光振興に取り組んでいるところである。

北海道を訪れる外国人観光客が増加する一方で、季節的な偏在、道央圏へ集中するという地域的な偏在という課題が生じている（図-2,3）。

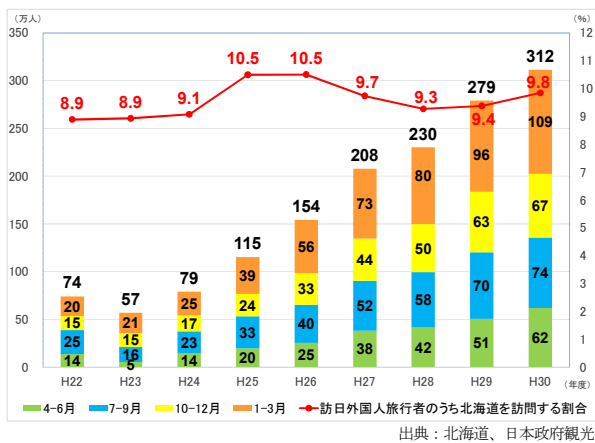


図-1 外国人来道者の推移



図-2 来道外国人月別延べ宿泊者数の推移

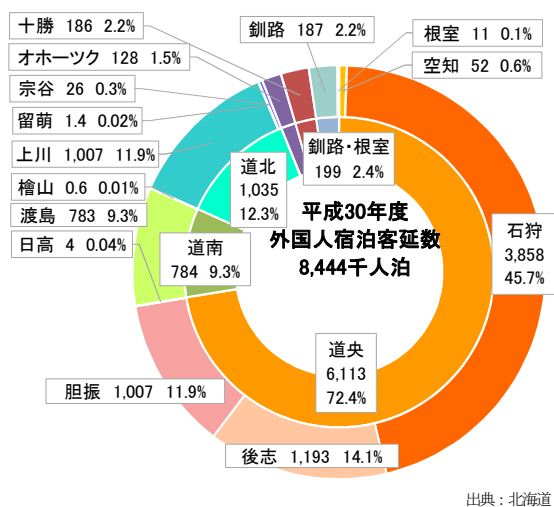


図-3 地域別来道外国人宿泊客延数

## 2. 道の駅「摩周温泉」を拠点としたストレスフリーな観光地域づくり地域協議会

本取組の実施にあたっては、平成29年度調査等で明らかにされた問題意識や本調査に先立って開催されたワークショップ形式による意見交換により把握した弟子屈町及び周辺市町村からの以下のようなニーズを踏まえて実施した。

### ○問題意識

- ・外国人観光客の訪問が道央に集中し、地域間偏在が顕著となっている。
- ・地方部の魅力的な観光メニューの充実に加え、多言語対応や移動時の利便性向上等によるストレスフリーな観光地域づくりが求められている。
- ・外国人ドライブ観光客は広域に移動しているものの、移動途中の滞在は少ないため、移動ルートに沿った観光資源を磨き上げ、情報発信を強化することが必要。
- ・現状は道の駅への滞在は少ない一方、道の駅の地域特産品、旬の観光情報等を外国人は高く評価。道の駅は立寄りや地域の情報発信の拠点となる可能性があるにも関わらず、外国人への認知度が低い。

### ○14市町村のニーズ及び重要と思われる視点

- ・新しく、信頼できる情報を発信し続けること
- ・行政区分にとられない広域的な情報発信
- ・地域の連携強化による情報の集約と一元的な発信 (案内所が調べる手間が減る、観光客が選びやすい)
- ・集約した情報の共有化 (集約した情報を対象地域にフィードバック)
- ・外国人ニーズがあるFace to Faceによるアナログ対応
- ・多様な目的で来訪する道の駅等交通結節点での発信

このような視点を踏まえ、本取組で目指すべき方向性は、「道の駅への誘導による道の駅の認知度の向上と長距離移動のストレスの軽減」及び「広域的な連携による道の駅の一元的な情報発信機能の強化による周辺地域への周遊の促進」とした。そして、「行政区分にとられない広域的な」「新しく、信頼できる情報」を発信し続けるため、弟子屈町等14市町村の行政、観光関係団体、シーニックバイウェイ北海道等の関係する38の機関による地域協議会を設置した。

なお、地域協議会構成員の役割は、次のとおりである。

北海道開発局は、地域協議会事務局を担うほか、周辺観光情報を提供している道の駅「摩周温泉」への外国人観光客の誘導を行う。

道の駅「摩周温泉」は、周辺14市町村及び参加機関から提供された周辺地域の観光情報等の一元的発信による周辺地域への外国人観光客の誘導を行う。

周辺14市町村及び参加機関は、各地域ならではの観光情報等を道の駅「摩周温泉」へ提供。観光情報等を提供した観光施設等での外国人観光客の受入れを行う。

また、本地域協議会は、合計3回開催し、試行内容等の確認から、その効果検証まで議論を行った。

## 3. 外国人旅行者の道の駅への誘導

外国人ドライブ観光客に対して、道の駅において周辺の観光情報の一元的な発信を行うことにより、周辺地域への周遊を促進するために、まずは、外国人ドライブ観光客に道の駅「摩周温泉」に立ち寄ってもらうことが肝要である。そのため、北海道開発局が連携協定を締結し

ている株式会社ナビタイムジャパンが運営するスマートフォン用アプリケーション「Drive Hokkaido!」等を活用し、アプリ内の観光資源紹介のページの最も閲覧し易い箇所として道の駅「摩周温泉」の機能等を紹介するとともに、オススメスポットページとして、特集記事「道の駅摩周温泉から始めよう」を発信した。また、平成30年10月～11月の期間においては、道の駅「摩周温泉」から半径30km圏内のアプリ利用者に対して、エリアプッシュ配信を行い、道の駅「摩周温泉」への立寄りの促進を実施した。

また、WEB及びFacebookの「Drive Hokkaido!」も活用し、道の駅「摩周温泉」及び周辺地域の魅力ある観光資源情報や後述する地域協議会の構成員から収集した旬・コアな情報を発信し、道の駅への立寄りや周辺地域への周遊の促進に努めた（図4）。

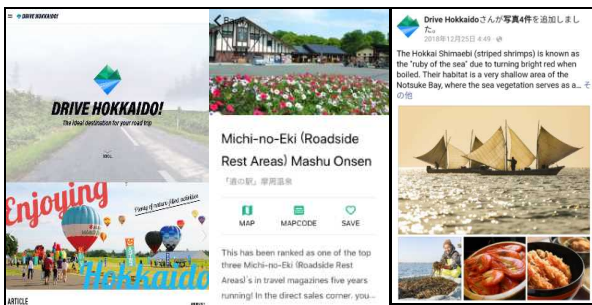


図4 道の駅、観光資源の紹介状況

#### 4. 道の駅「摩周温泉」での一元的な情報発信

##### (1) 持続可能性に配慮した情報発信のフォーマット

行政区分にとらわれず、広域で、新しく、信頼できる情報を発信し続けるため、地域協議会の構成員から、地域ならではの観光情報を収集することとした。また、多言語による対応が望ましいところではあるが、継続的な取組となるために、地域の関係者の過度の負担とならないよう留意する必要もあることから、必要最小限の英語を活用することとし、外国人観光客に興味を持って立ち止まってもらえるように写真の選定を重視した。

##### (2) 地域ならではの旬・コア情報の重視

外国人ドライブ観光客の移動途中の滞在を促すためには、移動ルートに沿った観光資源を磨き上げ、情報発信を強化することが必要であり、既に外国人観光客に対して情報発信されているような有名な観光資源に加えて、これまでに外国語で十分に発信されていない観光資源を含めた当該地域が有する自然、体験、食等の多様な資源を発掘し、情報発信することが重要である。また、外国人観光客の旅行形態が団体旅行から個人旅行に移行していく中、旅行者のニーズも多様化しており、各地域ならではのコアな観光情報が従前以上に求められているものと考えられる。さらに、旬な情報をタイムリーに発信することは、ガイドブック等では発信が難しいことから、地域の関係機関による取組だからこそ可能な価値ある情

報発信になると考えられる。そのため、情報発信する内容は、旬な情報をタイムリーに、また、これまで外国語では十分に発信されていない地域ならではのコアな観光資源を収集して発信することを重点的に取り組んだ。

その結果、当該調査期間においては、10市町村の計43資源の情報について情報発信した。発信情報の内訳は、体験に関する資源が18資源、自然景観に関する資源が13資源、食に関する資源が12資源であった（図5）。



図5 発信情報の例

##### (3) 集約した観光情報の広域的な共有

集約した観光情報については、各市町村の観光案内所における外国人旅行者への案内の参考として活用できるよう、関係機関で共有することにより、周辺市町村においても周遊を促す情報提供が可能なものとし、参加機関における外国人観光客への情報発信機能の強化を行った。

##### (4) 目に付きやすい情報発信

情報の発信にあたっては、道の駅「摩周温泉」に入館した外国人観光客が、目につきやすく、興味を持って観光情報を閲覧してもらうため、歩行導線上に、A4判サイズの旬・コア情報を掲示した情報掲示板を3箇所を設置した。また、観光資源の位置と現在地の関係が理解しやすい地図を用意するとともに、地域協議会での意見を踏まえて、情報掲示板上部には外国人旅行者向けの情報提供であることがわかるよう「Welcome to Hokkaido」「Recommend」等と表示した（図6）。

さらに、道の駅が営業していない時間においても情報を取得できるように配慮すべきという地域協議会における意見も踏まえ、名刺サイズのポケット版「旬・コア情報」を作成し本館及び24時間トイレに設置した。これにより、興味を持った観光資源の情報を手軽に持ち帰ることが可能になった（図7）。



図6 情報の掲示状況



図-7 名刺サイズの旬・コア情報と掲示状況

### (5) 外国人旅行者による閲覧状況

掲示板の設置スペースの観点から、3つの掲示板を分散して設置することとなったが、全ての掲示板を閲覧して回る方や、掲示板で発信されている観光資源の情報をスマートフォンで検索する姿も確認された(図-8)。後者に対して、聞き取りを行ったところ、アジアからの旅行者であり、今回の旅行における詳細な訪問地を決めていなかったことから、本取組で得た情報を参考にするとのことであった。



図-8 外国人旅行者による閲覧状況

### (6) シーニックバイウェイ北海道との連携

本取組においては、地域の発案に基づき、地域住民と行政が連携し、「美しい景観づくり」、「個性的で活力ある地域づくり」、「魅力ある観光空間づくり」に日々取り組むシーニックバイウェイ北海道との連携を重視しており、本取組の対象地域で活動している釧路湿原・阿寒・摩周シーニックバイウェイ及び東オホーツクシーニックバイウェイが地域協議会に参加していただき、地域ならではの観光情報の提供を行っていただいたほか、釧路湿原・阿寒・摩周シーニックバイウェイが道の駅「摩周温泉」に設置している情報提供スペースを活用し、外国人観光客に向けた一元的な情報発信を実施した(図-9)。



図-9 シーニックバイウェイ情報提供スペース

## 5. 移動経路データ等の分析

道の駅を利用した外国人旅行者の周遊促進等の効果検証を行うため、移動経路データの分析、外国人旅行者・周辺施設・道の駅へのヒアリング等の調査を実施した。

移動経路データの分析では、スマートフォン用アプリケーション「Drive Hokkaido!」により取得した外国人旅行者の立寄り地等を把握することにより、道の駅利用者の周辺地域の周遊状況等を調査した。

その結果、外国人旅行者が、道の駅「摩周温泉」に滞在した後、掲示板上で紹介した観光情報である「Shiretoko Horobetsu Trails」や「美幌峠」に滞在している事例を確認することができた(図-10)。

また、Facebookにより発信した観光資源も多く外国人に閲覧されており、好意的なコメントも寄せられていることを確認することができた。



図-10 美幌峠周辺及び知床自然センター周辺の移動経路データ

## 6. 外国人旅行者へのヒアリング

当該調査で行った情報発信が外国人旅行者へどのように受け止められたかを検証するため、道の駅「摩周温泉」などでヒアリングを行った。

その結果、回答者の約9割が掲示板を「見た」と回答し、「興味を持った情報があった」との回答は回答者の約95%となった。さらに、「掲示板の中で紹介されている観光資源・施設の中で実際に行ってみたいと思うところはありましたか」との質問に対して、回答者のうち約4割が「美幌峠」、約3割が「メルヘンの丘」、「氷上わかさぎ釣り」、「天空ガーデンスパ」に「行ってみたい」と回答するなど多くの観光資源・施設について「行ってみたい」という外国人旅行者がいたことを把握できた。このことにより、道の駅における情報板での情報発信により、外国人旅行者に対して、今回の立寄り又は今後の訪問の可能性を働きかけることができるといえる。

また、本取組は旅行者にとって便利であるかとの質問には、約8割が「便利である」と回答し、その理由は、「知らない情報を得られる」、「地図で把握できるから」が挙げられた。限定的な英語と日本語のみでの情報発信を試行したが、約8割の方に「理解できる」、「概ね理解できる」との回答を得たが、一方、英語を母国語としていない方には、「英語がわからない」などの理由により、「理解できない」という回答もあった。

北海道ドライブ観光における「長距離移動の負担」に

については、約4割が「負担に感じる」と回答し、そのうち8割が「長距離移動で疲れてしまう」と回答した。一方、「移動中の景色が単調でつまらない」と回答したのは、ごく少数であり、ドライブ景観を楽しんでいるものの、観光資源間の距離が負担であると、推察される。

道の駅利用者は、「休憩（トイレ含む）」、「買物（商品購入・飲食）」及び「情報収集」といった幅広い目的で立ち寄っていることを把握した。道の駅では観光・飲食店情報のニーズが大きい、交通情報へのニーズも存在しているため、長距離移動等の北海道ドライブ観光の特性や安全性も考慮した情報発信の検討が必要である。

## 7. 道の駅「摩周温泉」へのヒアリング

一元的な情報発信を実施した道の駅「摩周温泉」へヒアリングを行ったところ、本調査で活用した情報掲示板については、「外国人のみならず、日本人も立ち止まって情報を見ている」、「（道の駅の役割として実施した提供された観光情報等の）情報掲示板への掲示は今ほど負担を感じない」、「広域な観光情報を労せずして得られ、また観光案内所職員の見聞を広めることもできるので（道の駅としても）メリットに感じている」、「本取組を他のエリアでも行うことで、大きな効果が得られると思われ、（情報発信拠点とする道の駅は）少なくとも各管内（釧路・根室・オホーツク）に1箇所はあった方が良い」という意見であった。

## 8. 検証結果と地域協議会における評価

### (1) 検証結果

本取組の要素ごとに把握された効果を以下に記載する。

#### a) 地域による道の駅の広域情報拠点としての活用

本調査における外国人旅行者へのヒアリングにおいて、「興味を持った情報があった」という回答が約9割、「周辺の観光情報が得られるのは便利」という回答が約7割を占めており、「実際に行ってみたい観光資源」として、美幌峠やメルヘンの丘などが挙げられるなど、外国人旅行者の周遊促進に一定の効果があることが把握できた。このことから、道の駅を拠点とし、広域的な観光情報を集約し、一元的に情報発信することは外国人旅行者の周遊促進に有効と考えられる。

#### b) 地域ならではの観光情報の発信強化

本調査では、情報発信する観光情報の対象を、旬とコアな観光情報とした。具体的には、これまで外国語であまり発信されていない観光資源に係る情報等を道の駅に集約・情報発信することによって、レンタカーで移動する外国人旅行者のニーズに応えることで、新たな立ち寄りや消費行動の需要を喚起することを企図した。この結果、現状では、外国語で十分に発信されていない地域な

らではの観光情報であっても、道の駅での情報発信を閲覧して、前述の通り「実際に行ってみたい」観光資源があるという意見があり、また、SNS等での発信についても多くの外国人に閲覧されていることを確認された。地域ならではの観光資源の情報発信の強化を行うことにより地域の観光地としての魅力の向上が可能といえる。

#### c) 集約情報を活用した観光案内機能の強化

本調査で収集した観光情報等については、道の駅「摩周温泉」での掲示のみならず、道の駅の交換案内所の手持ち資料としても活用した。観光案内所における旅行者からの問合せは、当該案内所がある市町村内の情報だけに止まらないことから、道の駅での一元的な情報発信と合わせて、周辺地域を含めて集約した情報を案内のための手持ち資料として備え付けておくことの有効性も確認でき、観光案内所の案内機能の強化に繋がることを確認できた。

### (2) 地域協議会における評価

2019年2月に開催した第3回の地域協議会においても、参加機関から

- ・地域の情報を発信するのに良い取組であり、参加させていただき良かった。ポケット版での情報提供は、窓口が開いていない時間にも情報が見られるので、方向性として良い。今後も取組を継続していけば、各地域の発信したい情報、発信し損ねている情報がまだまだあるので、それらを収集して発信すると、周遊日数・時間、消費額などの増加が期待できる。
  - ・道の駅「摩周温泉」で各地区の情報を出して情報の幅が広がった。今後も道の駅「摩周温泉」だけではなく他の地域からもいろいろな地域の情報を出すことで、釧路、オホーツクが相互につながって連携が進んでいく。情報発信によって道東が一つになるきっかけになるので、さらに充実させたい。
  - ・これまでの旅行雑誌等でのランキングで、道の駅「摩周温泉」は、ゆったりしていることや足湯があることで評価が高く、情報発信面が不足していたが、本取組で情報発信の充実度が満たされたのでよかった。
  - ・SNS等を活用したことで、反応が良くなっていった点が良かった。一元的な情報発信を継続し、道東はエリアが広いので、情報発信する拠点を細かく増やしていった方がいい。方向性は間違っていない。
  - ・多くの市町村が参加しており、道の駅を広域な情報拠点として、外国人旅行者が移動途中に立ち寄れる場所や休憩できる場所の情報を発信して、周遊を促すと旅行者の負担軽減にも繋がり、もっとよくなる。
- 等の意見があり、これらの検証結果を基に、令和元年度においては、外国人ドライブ観光客の一層の周遊促進を図るため、情報発信拠点となる道の駅を増やし、複数の情報発信拠点において、観光情報等の情報発信を行うこととなった。

## 9. 令和元年度の取組

令和元年度は、北海道における外国人ドライブ観光がますます増加している中、ドライブ観光における長距離移動のストレスを克服する観点からも道の駅の外国人旅行者の利用増加が期待されることから、道の駅の利用の機会を捉えて周辺地域のより一層の周遊促進を図るため、道の駅「摩周温泉」におけるモデル的な取組を他の道の駅に展開していくことが課題であり、道の駅のネットワークを活かして情報発信拠点とする道の駅を拡充し、連携を強化することとした。

具体的には、2019年7月に道の駅を拠点としたドライブ観光協議会を設置し、拠点とする道の駅を10箇所（図-11）に、対象地域を20市町村に拡大して、ポケット版を広く展開しながら試行を実施しつつ、持続的な取組方策の検討を行っている。



図-11 情報発信拠点とする道の駅10箇所

### おわりに

道の駅は、広域な移動が必要となる北海道のドライブ観光において、休憩機能による安全安心なドライブ環境、地域特産品の購入機会、道路情報や観光情報等の多様な機能を提供している。そのため、国内外の旅行者が多様な目的で立ち寄る機会があり、当該地域を訪れている旅行者に対して確実に情報を届けることができる。また、道の駅は、利用した外国人の評価も高く、旅行中の外国人に対する周遊促進のための情報発信拠点として重要である。

外国人観光客の地方部への誘客のためには、その地域を訪れたいくなるよう、市町村界を越えて各地に存在する魅力的な観光資源をまとめて地域そのものの観光地としての魅力をPRすることが重要であることから、地域の観光に取り組む主体が広域的に連携して情報発信に取り組むことが必要である。また、道の駅等で情報入手しようとする外国人観光客は、当該道の駅が立地する市町村内の観光情報のみならず、その周辺や移動ルート上の

立ち寄り施設等に係るニーズを有していることから、道の駅における情報発信においても広域的な観光情報を一元的に発信することが重要となる。さらに、道の駅等の観光案内所では、外国人観光客から当該市町村以外の観光資源に係る問合せが見受けられる実態があるものの、自らの市町村以外の観光情報等を独自に収集して適切に対応することは一つの市町村では容易ではない。こうした国内外の旅行者の問合せに適切なサービスを提供することにより、地域内の周遊を促進するとともに、地域における旅行者のサービス水準の高い体験の創出のためにも、広域的な情報を集約する仕組みの構築が有効である。外国人観光客の地方部への誘客のためには、魅力ある観光地であることを地域としてPRすることが重要であることから、既に外国人観光客に対して情報発信されているような有名な観光資源に係る情報に加えて、これまでに外国語で十分に発信されていない観光資源を含めた当該地域が有する自然、体験、食等の多様な資源を発掘し、発信することが重要である。また、外国人観光客の旅行形態が団体旅行から個人旅行に移行していく中、旅行者のニーズも多様化しており、各地域ならではのコアな観光情報が従前以上に求められているものと考えられる。さらに、旬な情報をタイムリーに発信することは、ガイドブック等では発信が難しいことから、地域の関係機関による取組だからこそ可能な価値ある情報発信となると考えられる。こうしたことから、地域ならではの旬・コアな観光資源を発掘し、既に有名な観光資源と合わせて情報発信することが重要である。このように、外国人観光客のニーズを踏まえて体験、食等の地域の観光資源への誘客を図ることにより、有名な観光資源のみを観光して通過されるのではなく、地域経済の活性化に資する周遊観光を促進することが重要である。