

国際競争力の高いロードツーリズムの振興に向けて

(独) 土木研究所 寒地土木研究所 地域景観ユニット ○高田 尚人
 同上 地域景観ユニット 松田 泰明
 北海道開発局 開発監理部 開発調査課 樫尾 大

観光が主な産業である北海道では、特にアジアを中心とした外国人観光客の誘致が重要となっている。また、近年の来道外国人も個人観光へ転換し、レンタカーによるドライブ観光が急増している。そのため、外国人が快適に北海道内をドライブする環境が求められ、これにより、北海道の国際的ロードツーリズムの競争力の向上に資することとなる。そこで、これまでに来道外国人のドライブ観光調査を行ってきたが、今回、海外の旅行業界の有識者による現地でのルート調査を行い、その結果を既存の調査研究で得られた知見と併せて考察を行った。その結果、改めて計画段階の適切な情報提供と沿道景観などの移動空間の魅力向上の重要性が確認された。

キーワード：ドライブ観光、観光・景観、地域交流・連携、地域活性化

1. はじめに

北海道では、観光は農水産業と並んで最も重要な産業となっており、「新たな北海道総合開発計画」（2008年7月）では、「国際競争力の高い魅力ある観光地づくりに向けた観光の振興」が謳われている。

また、今後世界の観光人口、特に中国などの東アジアの国際観光人口が急増し、中国の海外旅行者は2020年に1億人に達すると予測され、アジアにおける観光ビッグバンが起こるといわれている¹⁾。このため、北海道の魅力ある地域資源を外国人の方々に満足するかたちで提供することが重要である。

北海道への来道観光客数が伸び悩む中、外国人観光客数は2009年の世界的な経済不況や円高により僅かに減少したものの、ここ数年は大幅に増加し（図-1）、世界的なトレンドからも今後大きく伸びると予想されている。このため、政府の成長戦略の一つとなっている。



図-1 北海道の観光入込客数²⁾

また、外国人観光客は、その旅行形態の個人化によりレンタカーを利用したドライブ観光が急増し（図-2）、今後さらなる増加が見込まれる。そのため、外国人ドライブ観光客に対する環境整備は重要といえる。また、欧米の観光先進地域では、外国人のドライブ観光の環境整備やPRを積極的に行っている例も多い³⁾。

そのため、これまで国内外の外国人観光客を対象にドライブ環境の向上に資する調査検討を行ってきたが、最もバリアのある来道外国人の対応を検討することは、同時に他の邦人観光客の受け入れや一般の交通ニーズにも大いに参考となる。

今回、外国人がドライブ観光を楽しむために必要な環境整備や受入体制について、北海道開発局が中心となって、新たに外国人の旅行関係者によるルート調査などを行った。本報では、北海道における国際的なロードツーリズムの競争力向上を目的に、今回の調査結果について、これまでの知見と比較しながら考察した。

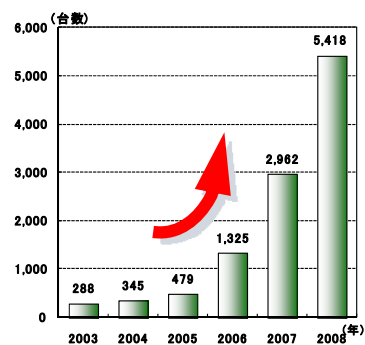


図-2 新千歳空港周辺の外国人レンタカー貸出台数
 ※千歳空港レンタカー協会及び札幌レンタカー協会調べ

2. これまでの知見

平成16年度より、実際にドライブ観光で来道した香港や韓国、シンガポールなどの観光客を対象に、主にモニターツアーでのアンケート調査、Webでのアンケート調査などを行い、以下の知見が得られている⁴⁾。

a) 北海道旅行の目的

- ・「食材・食事」とともに「自然・農村景観の鑑賞」「沿道景観の鑑賞」「ドライブそのもの」など、沿道景観を楽しみながらのドライブ観光のニーズが高い。

b) 旅行計画時・準備時

- ・旅行計画段階に必要な情報が入手出来ることが一番重要とされている。
- ・計画時に必要な情報は、第一に交通ルールや観光地までの距離や時間などのドライブ関連情報である。
- ・情報提供に当たっては、多岐にわたる関係機関の情報を一元化且つ積極的に提供することが必要であり、その方法は、アクセスが容易なインターネットが極めて効果的である。

c) ドライブ中の満足度

- ・「走行中の快適性や安全性」「一般道路のネットワークの充実」「沿道景観」などの道路整備環境に関する項目が上位であった。
- ・「制限速度の低さ」と「高速料金の高さ」が特に評価が低かった。

d) 走行中の案内誘導

- ・カーナビによる案内誘導が最も効果的で、特に理解可能な言語でのカーナビの音声案内はさらに効果的。次いで理解可能な言語でのドライブマップ。
- ・しかし、カーナビに頼るため、情報の更新が重要。
- ・そのため、外国語対応のカーナビの整備や外国語対応のドライブマップの整備が優先事項となる。
- ・道路標識について、「量」よりもサイン化や外国語表記などの「質」の整備が求められ、景観の魅力低下にならないように配慮することも必要とされた。

e) 沿道の休憩施設

- ・道の駅は外国人にとっても重要な施設。しかし、十分に知られていないため、外国語での広報が必要。
- ・同時に、主な観光ルートの方の道では、外国人の対応機能の向上が必要。
- ・沿道の休憩施設の数や快適性が向上すると、ドライブの満足度が向上する。

e) ドライブルートにおける重要な要素

- ・「目的地までの所要時間」とともに「道路からの景観」が最も高い。
- ・更に「沿道の休憩場の快適性」は、重要度が高いが、不満足な項目にもあげられており改善が必要。

3. 調査の目的及び概要

本調査は、平成20年度に北海道開発局が中心となって行ったが、主にこの調査成果を参考に外国人ドライブ観光の環境整備の一つとして、「北海道ドライブまるわかりハンドブック」(図-3)を5カ国語(日本語、英語、韓国語、中国語の繁体字版/簡体字版)で作成した。なお、このハンドブックの作成に当たっては、北海道運輸局、北海道、社団法人北海道観光振興機構、北海道地区レンタカー協会連合会、各地域の観光関係機関、独立行政法人土木研究所寒地土木研究所などの各関係機関の知見を反映させた。

以下、調査の概要を示す。

a) 個人客へのアンケート及びヒアリング調査

実際に個人で手配し、北海道でドライブ観光を行った各国の外国人観光客を対象に、アンケート調査及びヒアリング調査を行ない、ドライブ観光におけるニーズや課題を確認した。

b) 台湾人を対象としたヒアリング調査

これまで調査実績が少ない台湾人(一般及び旅行関係者)を対象に台湾でヒアリング調査を行い、北海道でのドライブ観光に対するニーズ及び課題を調査した。

c) 外国人有識者等による現地ルート調査

北海道への旅行手配を多く扱っている韓国、シンガポール、台湾の旅行会社社員などの有識者と現地で外国人を受け入れている旅行関係者が一緒に、外国人ドライブ観光客の視点でモデルルートの現地調査を行い、実際のルートを通じて問題点や課題などを抽出した。

本報では、この調査うち、c)の「外国人有識者等による現地ルート調査」を中心に報告する。



図-3 北海道ドライブまるわかりハンドブック
(英語版、韓国語版、中国語繁体字・簡体字版)

表-1 外国人有識者と邦人関係者による現地ルート調査の概要

ルート	富良野・旭川ルート（夏）	富良野・旭川ルート（冬）	洞爺・ニセコルート	網走・羅臼ルート
日程	9月21日（日） ～9月24日（水）	12月21日（日） ～12月25日（木）	10月1日（水） ～10月4日（土）	10月27日（月） ～10月31日（金）
調査員（有識者）	東豪旅行社有限公司（台湾旅行会社） A氏 男性 56歳 日本を専門とした20年に及ぶ添乗員の経歴を活かし、北海道を雪祭りからラベンダーを主体とした夏の商品化に成功した。	東南旅行社（台湾旅行会社） B氏 女性 35歳 東南旅行社では台湾人VIP向けの日本ツアーを造成した。FITを視野に入れた商品造成も計画している。	ハナツアー（韓国旅行会社） C氏 男性 32歳 ハナツアーは韓国最大手の旅行会社で、札幌に出先機関がある。C氏は日本事業部に所属している。	The Singapore's Women Weekly（シガポール雑誌社） D氏 女性 47歳 The Singapore's Women Weekly誌は女性向け雑誌で、旅行の特集をよく組んでいる。D氏は日本をよく理解しようとしている編集者である。
随行者※	現地観光関連会社 E氏	現地観光関連会社 E氏	現地アウトドア会社 F氏	現地観光協会 G氏

※ドライブ観光の現状や上記国・地域の観光市場に精通した者

調査項目	モニター視点の調査	①レンタカー会社の機能 ②運転の安全確保（走行関係全般） ③カーナビの利便性 ④道路交通情報の提供 ⑤観光資源（沿道景観や沿道施設などを含む）
	モニターと受入側との両方の視点の調査	⑥受入体制（対応力） ⑦観光情報の提供拠点

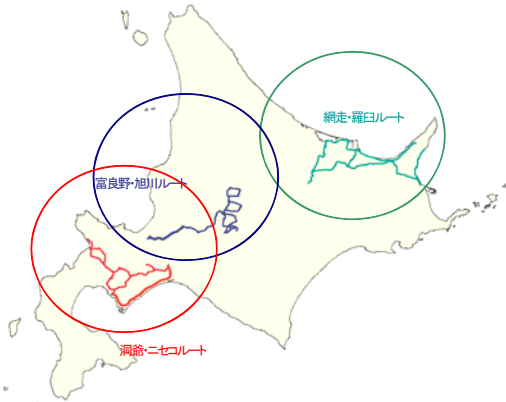


図-4 現地ルート調査の対象エリア

4. 外国人有識者等による現地ルート調査

(1) 調査の方法

調査方法は、台湾・韓国・シンガポールの旅行会社社員などの有識者が、外国人ドライブ観光客の視点で、観光協会など各ルートに精通している地元日本人の随行者とともに現地ルートを回り、課題の抽出や評価などを行った。現地ルート調査の対象エリアを図-4に、調査概要を表-1に示す。

(2) 調査の結果

各調査員が調査した結果を、各項目及び各ルートごとにまとめたものを表-2に示す。

なお、本報では、各調査員が調査した項目のうち、主に道路整備や管理運営、走行環境等に関する項目等について、主な内容を総合的にとらえると、以下の通りとなる。

a) レンタカー会社の機能

- ・ドライブする上で必要な交通ルールなどの説明が、店

頭で行われると効果的であり、冬期には雪道走行の詳細な説明もあると安心できる。

b) 交通ルールや運転に関するもの

- ・日本の他地域より、北海道の道路は広く路面もきれいで走りやすい。
- ・写真撮影スポットの駐車場情報を十分に提供して欲しい。
- ・国によって違いのある交通標識や、通行帯が左右で異なっていることについては、必ず事前に説明が必要。
- ・特に、「止まれ」「徐行」「駐車禁止」の標識は、重要であるが、国際標識と異なっているため誤解される。（特に一時停止の誤解は事故につながる危険がある。）
- ・日本と海外では、交差点における信号機の設置位置が異なっており戸惑う。
- ・冬期に関しては、ブラックアイスバーンの知識が無く、矢羽根の意味も理解されなかった。
- ・中央線が積雪で見えづらいと危険を感じる。

c) カーナビの利便性

- ・母国語での案内が理想であるが、日本語版であってもリルート機能や音声案内（言葉がわからなくても注意を引くことが可能）などで、わかりやすく使いやすい。
- ・目的地検索で複数箇所が検索されたり、案内が目的地付近で早めに終了するなど、性能の限界があるため、このことを周知する必要がある。

d) 道路交通情報の提供

- ・交通ルールなどの情報発信は、出国前に提供することが重要。
- ・目的地までの距離感や所要時間がわからない。
- ・道路上の電光掲示板の注意表示は、注意喚起に効果的である。
- ・道の駅の情報端末が、多言語化されているため、外国

表-2 外国人有識者等による現地ルート調査の主な結果

	台湾人調査員による評価及び課題	台湾人調査員による評価及び課題	韓国人調査員による評価及び課題	シンガポール人調査員による評価及び課題
	富良野・旭川ルート(夏)	富良野・旭川ルート(冬)	洞爺・ニセコルート	網走・羅臼ルート
a) レンタカー会社の機能	<ul style="list-style-type: none"> 交通ルールの店頭説明が効果的 英語の説明は台湾人には理解が困難 	<ul style="list-style-type: none"> お金に関するところは、繁体字版の説明が欲しい 雪道走行の基本的な注意事項の説明が欲しい 	<ul style="list-style-type: none"> 交通ルールの店頭説明が効果的 若い年代は英語が理解できるが、年配者は難しい 	<ul style="list-style-type: none"> 交通ルールの店頭説明が効果的 片言の英語と日本語で問題ないが、詳細なことなどには対応困難だった
b) 運転の安全確保	<ul style="list-style-type: none"> 北海道の道路はすべて台湾より走りやすい 国による通行帯や標識の違いを、効果的に周知する必要がある よくある事故ケースなど、整理して出国前に提供できるかが鍵 信号機の下で矢印信号は台湾に無く戸惑う 慣れない環境での運転は前だけに集中するので、看板を見落としがちになる 交差点道路に入る際、右側の木立が視界を妨げているところがあった 写真撮影のため路上駐車等が考えられ、駐車可能場所を示すことが必要 道路交通情報がすべて日本語だと外国人の理解は困難、台湾人は漢字を理解できる可能性はある。多言語化が困難だと思うので、視覚的に「この先に何かがある」と思わせる配慮が必要 橋脚など下の交差点では、複雑なため、普段は気をつけている通行レーンの左右の違いを間違いない 	<ul style="list-style-type: none"> 国による通行帯や標識の違いを、効果的に周知する必要がある 道幅の目印が紅白の矢印(矢羽根)と気付かなかった 中央線が積雪で見えなく、道路幅がつかみづらい 一面真っ白で道路がやや見にくい箇所があった アイスバーンというのがあり、滑るということがわからなかった 	<ul style="list-style-type: none"> 交通標識などは韓国とさほど変わらず理解可能 国による通行帯や標識の違いを、効果的に周知する必要がある 「止まれ」「徐行」「駐車禁止」の標識は意味がわかりにくい 矢羽根が珍しい、他の通常の標識はすべて理解できる、追い越し禁止車線も日本と同じ 日本の他の地域よりも、北海道の道路は広く走りやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 道幅が広々としていてストレスを感じない、道路自体が素晴らしく運転しやすい 国による通行帯や標識の違いを、効果的に周知する必要がある 交通標識は「止まれ」を除き、理解可能、路面標識の「横断歩道が近い」は意味がわからなかった 横断歩道と信号機の位置が自国と違い戸惑う 路面がきれいなので平坦のため安心して走行できる
c) カーナビの利便性	<ul style="list-style-type: none"> わかりやすく使いやすい 検索で複数の候補が示されると間違えやすい 操作方法もその場ですべての説明は困難なので、出国前の情報提供やポイントを絞った説明が重要 	<ul style="list-style-type: none"> 目的地をほぼ正しく表示し、ルート案内も正しい 案内の終了がやや早かった 	<ul style="list-style-type: none"> わかりやすく使いやすい 小規模施設がピンポイント案内されないで、性能の限界を周知する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> わかりやすく使いやすい ピンポイント案内が難しい場合があるので、地図との併用を周知すべき 電話番号で目的地設定ができるとわかっていたら、自国でインターネットや雑誌等で情報収集を行う
d) 道路交通情報の提供	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅の情報端末は多言語化で使いやすい、ただしルート検索は最後には日本語になってしまう 道の駅の情報端末をいかに周知するかが課題 情報のすべてを多言語化できなくても、必要最小限の情報を多言語化で発信していく必要がある 渡されたロードマップに、交通ルールは載っているが、注意ポイントが明確ではなくわかりにくい、これらの情報の発信は、出国前にできるかがポイントとなる 	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅の情報端末は多言語化で使いやすい 細かな情報まではわからなかった 「富良野」や「旭川」のキーワードを選ぶだけで情報が得られると良い 「天候不順(視界不良など)」「スリップなどによる移動不能」「冬期通行止め」などに対する対処法を周知する必要がある 	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅の情報端末は多言語化されていて使いやすい 「道路の混雑情報」「工事情報」が得られるとよりよい 	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅の情報端末は多言語化で使い易い、図や写真から情報が探せて便利、特に道路のライブ映像が見られることが素晴らしい、目立たない場所に設置してある箇所があった 道路上の道の駅への案内誘導看板や施設の雰囲気から、休憩施設とわかり外国人も入りやすい 同じ風景が続くと、距離感が非常にわかりにくい 天気や道路状況が現地でもわかるのが便利、英語版の「通行止め」の詳細情報がない 情報内容は素晴らしいが、外国人が自分を通る道の問題かどうかを理解できるかわからない 標識がない場合の制限速度の情報周知が必要 目的地までの距離感や所要時間が不明なのでその情報があると良い 電光掲示板の注意表示はとても良い、「対向車注意」「路面凍結」など漢字で理解できる、理解できなくても注意喚起に効果的
e) 観光資源	<ul style="list-style-type: none"> 北海道のダイナミックな自然の中の沿道景観は魅力的 ニンジンやトウキビ畑などの大規模農場が沿道に続く景観はアジア人にとって魅力的なドライブルート 「特別」ではなく地元住民に人気の飲食店が魅力的 ドライブ観光客にとって、観光資源とは視覚的にインパクトのある景観が中心となる 	<ul style="list-style-type: none"> 雪と触れ合うプログラムは大変魅力的 地元の名店は、とても興味がある 	<ul style="list-style-type: none"> 農村や自然などの景観が素晴らしい、漁村は新鮮でよい 飽きさせない景観、季節ごとの風景が楽しめる道路がドライブにはよい 支笏湖畔スカイロードは美しく開放感がある道路で走っていて気持ちが良い 道路を走っているときの風景の素晴らしさは、旅行会社としてアピールできる 	<ul style="list-style-type: none"> ダイナミックな農村や自然などの景観が魅力的ですばらしい オホーツク側の道は自然風景が素晴らしい 地元の人とのコミュニケーションは旅の大きな魅力 現地にしかないものを食べたりする雰囲気が良い 自国は常夏なので、冬服(マフラーなど)を着ること自体楽しみとなる
f) 受入体制	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店では写真入りメニューだけでも対応することが大事 レギュラーなどのカタカナが読めない 	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店では写真入りメニューだけでも対応することが大事 パンフレットなど中国語対応が少なかった 	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店では写真入りメニューだけでも対応することが大事 レギュラーなどのカタカナが読めない 言語対応は、必要な情報のみでもよい 	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店では写真入りメニューだけでも対応することが大事 レギュラーなどのカタカナが読めない 英語ができなくてもコミュニケーションを図る姿勢に感動した
g) 観光情報の提供拠点	<ul style="list-style-type: none"> 体験などは外国人観光客の利用も多い 	<ul style="list-style-type: none"> PCや無線LANが整備していると、便利 設置されているPCが中国語入力できなかった 	<ul style="list-style-type: none"> PCや無線LANが整備していると、便利 韓国人はネットを多用する傾向があり、拠点のネット環境整備は重要 	<ul style="list-style-type: none"> 観光情報は事前に雑誌、ネットなどから入手している旅行者が多い

人観光客に有用であることから広く周知をする必要がある。

- ・しかし、「通行止め」「混雑状況」「道路工事」などの緊急的な情報が多言語化されていないので、必要最小限の情報の多言語化が重要。
- ・折角有用なのに、そもそも目立たない場所に設置されているので存在が分からない。
- ・ドライバーは、「天候不順(視界不良など)」「スリップなどによる移動不能」「冬期通行止め」「事故」「故障」などの緊急時の対処方法を事前に検討しておく必要がある。
- ・外国語のドライブマップとパンフレットなどによって、安全運転に関する注意はほとんど理解できる。推奨ルートと所要日数や時間の地図は更に充実した方がよい。

e) 観光資源

- ・ダイナミックな農村風景(収穫されたタマネギが入ったコンテナが積んであるところなど)や、湖や山、海などの様々な自然の景観は、北海道の重要な観光資源であり、特に素晴らしいとの評価を受けた。
- ・ドライブ観光にとって、インパクトのある景観は重要であり、北海道の沿道景観は旅行会社としてアピールできる項目。



写真-1 ジェットコースターの道(菊地晴夫氏撮影)

f) 現地施設におけるおもてなし

- ・飲食店などでは、写真入りメニューだけでも外国人観光客にとって理解しやすく、値段もわかりやすく表示するとよい。
- ・更に、会話ができなくても、一生懸命説明してくれる日本人の姿勢がとても好感が持てるとの評価であった。

g) 観光情報の提供拠点

- ・観光情報の拠点である道の駅などに、パソコンや無線



写真-2 実地調査状況(観光資源調査: 濤沸湖)

LANなど、インターネット整備がされていると大変便利である。(ただし、外国語での情報が必要)

- ・特に韓国人は、旅行中の情報入手など、インターネットを多用する傾向があり、情報拠点などにおけるネット環境の整備は重要。
- ・シンガポール人は、事前にインターネットや雑誌などで情報を入手することが重要で、現地での情報提供に多くは期待していない。
- ・食べ物や花の写真は、他の資料にもあるので、ドライブ資料にたくさんは必要がない、との意見もあった。

5. 有効且つ必要と考えられる方策

これまでの調査研究成果に加え、外国人有識者等による今回の調査結果から、北海道における国際ロードツーリズムの競争力の向上に資する有効な方策を以下に示す。

(1) 沿道景観について

今回の調査でも沿道景観については、自然や農村などの景観を中心に特に素晴らしいとの評価を受け、このことが旅行目的の一つにもなっている。そのため、ドライブの利便性の向上以上に道路景観の向上に努めることや、沿道から眺望できる自然や地域の景観を守り、向上させていくことが最重要課題である。

また、印象的な沿道景観を眺望できる沿道の駐車場や良好な環境の撮影スポットの情報が重要とされており、現在行われている「ビューポイントパーキング(とるば)」などの取り組みを外国人の利用も想定する必要がある。

(2) 事前の情報提供について

既存の知見と同様に、「旅行計画時・準備時」に運転や観光に必要な情報を提供することは大変重要とされた。また、その提供方法もインターネットが有効とされ、「北の道ナビ」のような道路関連情報に特化した外国語サイトは必須である。

以下の項目が特に必要とされる。

- ・交通ルール：特に自国とは違うものや、日本特有の内容は特に丁寧な説明が必要。
- ・ドライブ計画：目的地までの所要時間や距離、立ち寄

り場所（道の駅やビューポイントパーキングを含む）、次に沿道の景観や観光情報。

・安全情報：よくある事故ケースやその対応、次に危険箇所などの情報。

したがって、関係する各機関の情報を一元化して提供することや、「北の道ナビ」の外国語サイト及び「距離時間検索」システムなどをいかに外国人観光客にも周知していくかが重要となる。

(3) 道の駅について

道の駅は、外国人にとっても有用な施設と評価されたが、一方、このようなシステムは海外にはないため、まず事前及び道路上での道の駅という施設の情報提供が必要である。

多言語化された道の駅の情報端末は使いやすいとして、とても評価されていた。この情報端末についても、その存在や機能についてほとんど知られておらず、更に知ってもらう必要がある。しかし、その前にまずわかりにくい場所に設置されているとの指摘もあり（事実これまでの調査でもわかりにくい場所にあった。）、設置場所の改善や知ってもらうための広報を更に行う必要がある。

情報端末やインターネットでの道路情報の提供に当たっては、「通行止め」「混雑状況」「道路工事」などの緊急的な情報の多言語化の対応が最小限必要とされる。

(4) 交通標識や交通ルールについて

これまで、現在の表示で「わかりやすい」と理解がなされていたが、今回の有識者の調査でも大方分かりやすいと評価された。

しかし、その中で注意が必要なものとして、左側通行や一時停止など存在しない表示や自国と異なるものなど、国際標識と異なるものについては理解しにくい。

そのため、表示の違いを整理して情報を提供していく必要がある。その際は、特に事前のインターネット情報とレンタカー事務所での情報提供が効果的となる。

例えば、「一時停止」の標識は図-5に示す通り、六角形が国際標準規格であり（香港も例外規格）、逆三角形は日本特有の形状（米国の一部で使用）となっているが、表示内容の性格から重大事故につながる恐れがある。

また、交差点における信号機の設置位置なども日本では奥側なのに対し、シンガポールなど多くの国では図-6のように手前に設置され、ドライバーは信号機付近で停止すると認識があるので、このことも周知が必要である。

7. おわりに

我が国は本格的な人口減少時代に入り、北海道はその先行地域である。また、公共事業の減少や財政不足など、



図-5 「一時停止」標識の各国比較

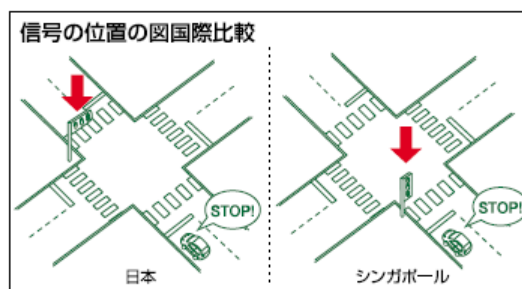


図-6 日本とシンガポールの信号機設置位置

地域を取り巻く社会構造は大きく変わって来ている。これらに伴い、道内の地方都市では経済規模が縮小しており、今後もその傾向は続くと考えられる。

そこで、地域での交流人口の増加などが必要となるが、このとき経済発展の著しいアジアの繁栄を上手く享受することも今後大きな活路となる。

したがって、地域資源を上手く磨き／活用し、地域の魅力を高めていく必要がある。

本来、地域の財産としての社会資本は、地域の豊かさの創出に貢献しなければならない。そのためには、社会資本の質の向上や利活用されやすいものとなることが重要となる。

その意味で、地域資源を活かした道路空間やその利用の魅力向上による北海道観光への貢献は重要である。

今後は、今回の調査も含めてこれまでの調査研究成果をとりまとめ、国際競争力のあるロードツーリズムの振興に寄与するガイドライン等の作成を予定している。このことは、邦人のドライブ観光の奨励にもつながる。

謝辞

アンケート調査にご協力頂いた外国人ドライブ観光客の皆様と関係各機関の皆様に深く感謝いたします。

参考文献

- 1) 石森秀三：観光立国時代における観光創造、大交流時代における観光創造、P1-20、2008
- 2) 北海道の観光の現況：北海道庁HP
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/gyouseizyouhou.htm>
- 3) 松山雄馬、松田泰明、加治屋安彦：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、寒地土木研究所月報No.660、P30-36、2008
- 4) 松島哲朗、松田泰明、加治屋安彦、緒方聡：北海道の外国人ドライブ観光における情報ニーズとその課題について、寒地土木研究所月報No.671、P20-30、2009