

# 国際競争力の高いロードツーリズムの 実現に向けて —来道外国人ドライバーから見たドライブ環境の評価と考察—

(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 松田 泰明

「国際競争力の高い魅力ある観光地づくり」が国の主要施策の一つとされる中、北海道ではレンタカーによる外国人ドライブ観光が急増し、地域への経済波及効果も大きい。そのため、国際的な視点から国際競争力の高いロードツーリズムを実現することが重要となっている。

これまでの調査結果から、来道外国人にとって魅力的なドライブ環境の創出のために必要なものとして、沿道景観や事前の情報提供などの項目を整理してきた。

今回、整理した項目について新たに調査を実施し、外国人ドライブ観光客などの評価や課題について把握／考察を行ったので、過年度成果も含めて報告する。

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、農林水産業と並び観光が最も重要な産業の一つとなっている。そのため、「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」が主要施策の一つに謳われ、社会資本整備における観光への貢献が強く求められている。

一方、近年の邦人の来道観光入込客数が伸び悩む中、香港や韓国などの東アジアやオーストラリアからの外国人観光客が増加している(図-1)。また、旅行形態が団体から個人へ移行してきており<sup>2)</sup>、特にレンタカーを利用するドライブ観光が急増している(図-2)。今後の東アジアの経済発展を考えると外国人ドライブ観光は更に増加すると見込まれる。

政府の「新成長戦略」においても、「国際観光の振興による地域活性化」を目指しており、これに貢献する外国人ドライブ観光客を対象とした、自動車を利用する移

動環境(以下、ドライブ環境)の向上は重要と言える。また、外国人ドライブ観光客にとっては様々なバリエーションが予想されるが、その対策は邦人ドライブ観光客にとっても有益な対策と考えられる。

例えば、北海道同様、自然が観光資源であるニュージーランドでは外国人ドライブ観光を通じた地域振興を推進しており<sup>3)</sup>、年間約250万人の外国人観光客のうち約24%の約60万人がレンタカードライブ観光客であった<sup>4)</sup>。

一方、北海道では年間約74万人の外国人観光客<sup>1)</sup>のうち約4.6%の約3.4万人がレンタカードライブ観光客と推計される(平成22年度)。これらを比較すると今後北海道のレンタカードライブ観光は成長する余地が大きいと考えられる。また、ニュージーランドの調査研究<sup>3)</sup>では「外国人ドライブ観光客は富裕層が多く、経済波及効果も大きい。」とされ、北海道庁の経済効果調査<sup>5)</sup>においても外国人観光客全般の観光消費額が高いという同様の傾向が得られている。このことから、地域への経済効

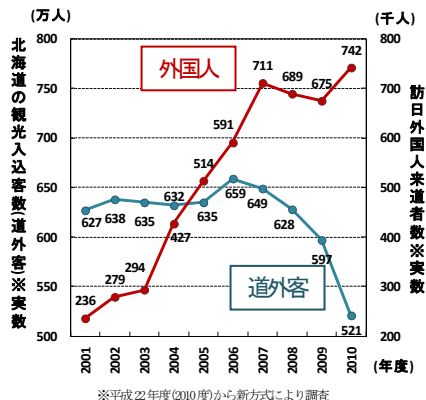


図-1 北海道の観光入り込み客数の推移<sup>1)</sup>

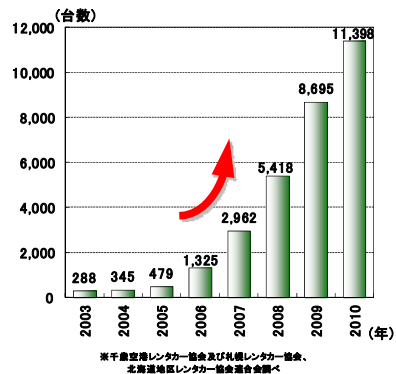


図-2 来道外国人へのレンタカー貸出台数

果が期待できる。

既往報告<sup>67)</sup>では、調査研究を基にドライブ環境の向上に必要な項目や海外の参考事例について考察してきた。

本報告は、既往調査研究<sup>67)</sup>において整理したこれら必要項目について、有効な向上策を把握する目的で新たに調査を行った。本文では前提となる既往報告内容<sup>67)</sup>も含めて、今回の調査結果について考察を述べるものとする。

## 2. 外国人ドライブ観光客の評価に関する調査概要

### (1) 既往調査の概要

以下に既往調査の主な概要を示す。

- ・モニターツアー調査（平成18年6月～11月）<sup>6)</sup>  
対象：主にシンガポールからのレンタカー観光客  
目的：外国人ドライブ観光客のドライブ環境に対する大枠の評価の把握
- ・有識者調査（平成20年9月～12月）<sup>8)</sup>  
対象：韓国、シンガポール、台湾の有識者（旅行会社社員や雑誌社社員）  
目的：現地を実走し、実際のドライブ環境に対する問題点及び課題などの抽出

### (2) 調査概要

調査概要を表-1にまとめる。前述の既往調査などの結果<sup>67)</sup>が対象者や対象国が限られたものであるため、シ

表-1 アンケート調査概要

Web調査 (調査①)	<p>期間：平成19年2月～11月 対象：一般ドライブ観光経験者 回答数：92サンプル 国籍：中国(香港)57.6%、米国4.3%、台湾4.3%、シンガポール3.3%、豪州3.3%、ほか 実施主体：当研究所 調査内容：既往調査において限られていた対象者や対象国を来道外国人の一般的な出身国に広げてニーズや課題を確認した</p>
来道者 対面調査 (調査②)	<p>期間：平成20年8月～平成21年2月 対象：直接来道されたドライブ観光客 回答数：379サンプル 国籍：香港72.8%、韓国7.7%、シンガポール4.2%、台湾2.9%、その他11.9%、ほか 実施主体：北海道開発局（当研究所協力） 調査内容：調査①で確認した調査結果を基に、実際の現場における取り組みの参考となる、具体的なニーズや評価を把握した（主に観光地や情報提供について）</p>
Web 比較調査 (調査③)	<p>期間：平成22年5月～10月 対象：一般の外国人観光客全般 回答数：218サンプル 国籍：香港57.0%、韓国8.0%、シンガポール5.0%、台湾21.0%、その他8.0%、ほか 実施主体：当研究所 調査内容：調査①及び②の調査結果を基に、実際の現場における取り組みの参考となる、具体的な質問を、北海道でのドライブ経験の有無で違いがあるかどうかを確認した</p>

ンガポール以外の国を含めた来道外国人ドライブ観光客全般を対象としたWebアンケート調査（調査①）を行った。次に、ドライブ環境の向上につながる具体的な項目を把握する目的で、北海道をドライブし終えた外国人観光客を対象とする来道者対面アンケート調査（調査②）及び北海道でのドライブ経験の有無により比較するWebアンケート比較調査（調査③）を行った。

## 3. 外国人ドライブ観光客の評価に関する調査結果

これまでの調査研究<sup>67)</sup>を基に、外国人ドライブ観光客から見たドライブ環境に関する様々な項目のうち、重要と考えられる主な項目を以下のように整理した。本報告では調査結果についてこの項目を中心に述べる。

- ・現地での運転支援  
レンタカー走行時に必要性の高い道路標識やカーナビなどでの案内誘導や走行中の交通安全に関する項目
- ・情報提供  
主にドライブ計画時における交通法規や高速道路の利用方法、経路案内などのドライブ情報及び天候情報、観光情報の提供に関する項目
- ・沿道景観や休憩施設  
重要な観光資源であり外国人ドライブ観光の目的の一つである沿道景観及びドライブ途中の立ち寄り施設としてニーズの高い休憩施設に関する項目

### (1) 現地での運転支援に関する評価

#### a) これまでに把握している主な事項<sup>67)</sup>

- ・標識について大方分かりやすいと評価されている。
- ・案内誘導の対策を行う場合、標識の外国語標記も必要だが、それ以上に外国語対応のカーナビ及びドライブマップの整備が有効とされた。
- ・左側通行など自国と異なるルールや、一時停止などの国際標識と異なる表示は理解されにくく、危険。

#### b) 今回の主な調査結果

北海道のドライブ環境全体の評価として調査②より、「北海道の道路の運転しやすさ」に対し、外国人ドライブ観光客の95%以上が「(とても)運転しやすい」と回答した(図-3)。更に、案内誘導を行う上で重要と考えられる「日本の交通標識のわかりやすさ」に対し、90%以上が「(とても)わかりやすい」と回答した(図-4)。

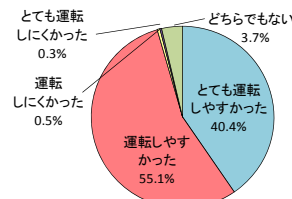


図-3 北海道の道路の運転しやすさ (調査②)

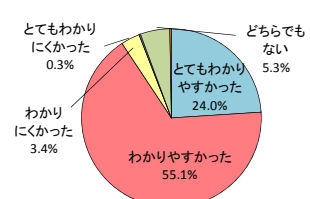


図-4 日本の交通標識のわかりやすさ (調査②)

次に、調査③より道路標識に対する満足度を、走行環境に対する満足度の中で、他の走行環境の項目と比較した(図-5)。

その結果「わかりやすい道路標識」に約40%が「大変満足」と評価したが、他の項目と比較しその割合は少なく、逆に約10%が「大変不満」と回答し、他の項目よりも割合が多かった。

次に、調査③より北海道でのドライブ経験者における道路標識の具体的な対策に関する評価を把握した。その結果、外国人ドライブ観光客にもわかりやすい道路案内標識の効果的な対策(図-6)は、「ピクトグラムを利用」「路線番号を付加」とされた。しかし、「ローマ字の併記」は「全く効果はない」「あまり効果はない」との回答が約20%と、他の項目と比較しやや多かった。

「標識の数を増やす」対策は「大変効果がある」との回答が約40%と他の項目と比較すると少なく、「どちらともいえない」が約24%と比較的多かった。さらに、「標識を大きくしてみやすくする」対策は、約57%が「大変効果がある」とした一方、他の項目ではあまり見られない「全く効果がない」が約3%あった。

次に、本報告では図示していないが、道路標識とともに案内誘導に重要なカーナビに関し、調査①では旅行計画時の不安事項として「カーナビ搭載の有無」が最も多く、旅行中の「カーナビによる情報収集」へのニーズも高かった。しかし、カーナビ利用の満足度について、外国人ドライブ観光客の評価は「満足」も多いが「不満

足」も他の項目と比較すると多かった。また、利用しやすさについて調査②より「カーナビの役立ち度」「カーナビの利用方法の分かりやすさ」の満足度は高かった。

### c) 調査結果の考察

走行環境について全般的に不満は高くないが、標識のわかりやすさに対し「大変不満」が若干みられることから、今後も改善が必要な項目であり、適切な対策はドライブ環境の更なる満足度向上につながると考えられる。

その、道路標識の具体的な対策としては、「ローマ字の併記」よりも「ピクトグラムを利用」「路線番号を付加」が効果的と評価された。これは北海道に来る外国人ドライバーの多くは香港や台湾などの漢字を理解できる東アジアの観光客であるためと考えられる。また、「標識を大きくしてみやすくする」が効果的と評価されたが、これは、英語を主言語とする方などは、現状のローマ字表記が漢字に比べ小さいため、ローマ字表記の大型化を指していると考えられ、標識自体の大型化は求めていないと考えられる。逆に大型化は効果が無いと評価した理由は、漢字が十分に理解できるため標識の大型化は必要ないと判断されたと考えられる。

これらを踏まえると、道路標識の対策は数量の増加や大型化ではなく、表示内容などの改善によるわかりやすさの向上が求められていると考えられる。

次に、利用者はカーナビによる運転支援を大きく期待しており、主にカーナビを利用し標識を補助的に使用していると考えられる。それは、カーナビに対するニーズが特に高いことや、既往調査時の自由回答において標識に関する改善意見はほとんど無く、カーナビに関する強い改善要望が多数あげられたからである。そのため、カーナビの機能向上などの対策は重要となる。

また、カーナビの対策実施の重要性は、以下のようなことから高いと考えられる。

- ・すでに道路標識に対して理解度と満足度が高いこと。
- ・既往調査<sup>6)</sup>の自由意見でカーナビの情報更新/外国語対応などのシステムの更新ニーズが高いこと。
- ・標識改善のためには、公共投資が必要となること。

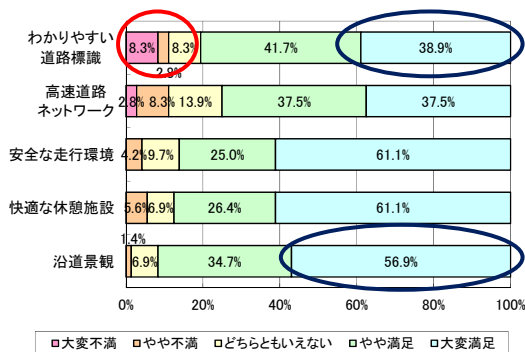


図-5 走行環境に対する満足度(経験者)(調査③)

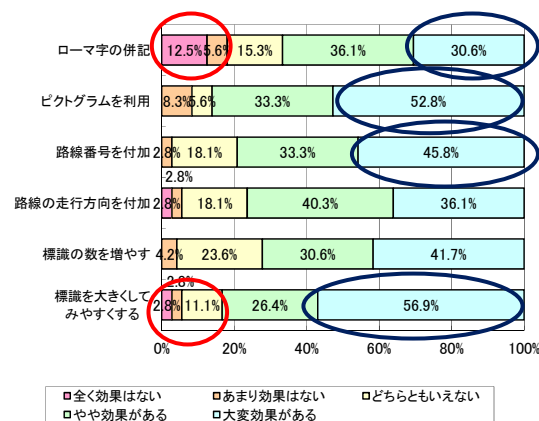


図-6 外国人にも分かりやすい道路標識対策の効果(経験者)(調査③)

### (2) 情報提供に関する評価

#### a) これまでに把握している主な事項<sup>(6)(7)(8)</sup>

- ・旅行計画段階に必要な情報が入手できることが一番重要とされている。その情報は、交通ルールや観光地までの距離や時間などのドライブ情報である。
- ・事前に交通ルールや高速道路の利用方法などのドライブ関連情報や、観光に必要な休憩などの立ち寄り場所の情報の外国語での積極的な提供が重要。
- ・情報の提供手段はインターネットでの発信が効果的。

#### b) 今回の主な調査結果

調査①より情報提供に関する全体的なニーズとして、外国人ドライブ観光客が「旅行前に入手したい情報」(図-7)は、「景色の美しい場所」「観光地・観光施

設などの「観光情報」と同様に、「気象・天気」「通行止め」「目的地までのルート・所要時間」などの「道路・天候情報」とされた。また、調査②より情報を入手する際の「情報提供手段の重要度」は、北海道でのドライブ経験者未経験者ともに90%以上が「インターネット」と回答し、次いで「市販のガイドブックや旅行雑誌」「ロードマップ」が多かった(図-8)。

次に、調査③より提供される具体的な情報内容の満足度は、「交通ルールやマナー」をはじめ「大変満足」と

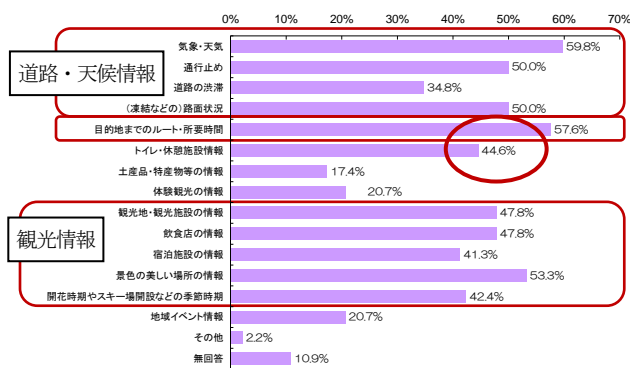


図-7 旅行前に入手したい情報 (調査①)

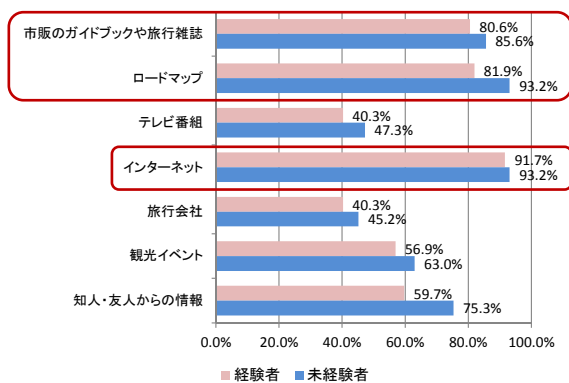


図-8 旅行前の情報提供手段重要度 (「大変重要+やや重要」の割合) (調査③)

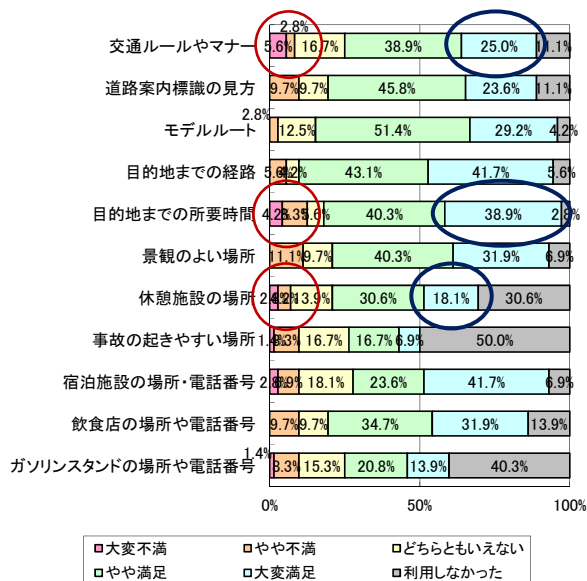


図-9 旅行前の情報内容に対する満足度 (経験者) (調査③)

の評価が全体的に少ない。「大変不満」との評価は「交通ルールやマナー」「目的地までの所要時間」「休憩施設の場所」の項目で他と比較して多かった(図-9)。

また、調査①より入手したい情報としてドライブ途中の立ち寄り場所の情報である「トイレ・休憩施設情報」が約45%ある(図-7)。しかし、調査③より「休憩施設の場所」の情報提供に対する満足度は高くない(図-8)。

その他の調査結果として、旅行前の情報内容に対する満足度は「交通ルール・マナー」が「道路案内標識の見方」よりも低く評価された(図-9)。次に、調査①より旅行中に入手したい情報ニーズは「道路・天候情報」と「観光情報」が同程度あるが(図-7)、図示はしていないが実際に入手困難な情報と評価されたのは「道路・天候情報」の方がやや多かった。

### c) 調査結果の考察

情報の提供方法についてインターネットが効果的であるが、近年スマートフォンなどの高機能携帯電話やパソコンの小型化など、情報受信環境が急激に変化してきており、環境の変化に対応した情報提供方法を検討する必要があると考えられる。

また、以下の項目がドライブ環境の満足度を向上させることにつながると考えられる。

- ・トイレや休憩施設の情報ニーズを満たすものとして、公共施設であり無料で利用できる道の駅があげられる。しかし、道の駅は日本特有の施設であり外国人に対し認知度が低いことから、道の駅に関する情報提供を適切に行うことが効果的であり重要。
- ・漢字を理解する方が多いため標識自体の情報よりも国により異なる交通ルール・マナーの情報提供を積極的に行うこと。

- ・旅行中の情報提供は「観光情報」だけではなく、「道路・天候情報」を入手しやすく提供すること。

これらについて有効な提供手法としては、観光案内やルート案内に併せて、一緒にルート上の様々な情報(天候/道路/地域情報など)が得られる仕組みが考えられる。例えば、北の道ナビ<sup>9)</sup>における「距離と時間検索」システムはこのシステムを試行しており、アクセス数も増加していることから効果的と考えられる。

### (3) 沿道景観と休憩施設に関する評価

#### a) これまでに把握している主な事項<sup>(67)(8)</sup>

- ・沿道景観を楽しみながらドライブ観光を行うこと自体が、北海道観光の目的の一つ。
- ・東南アジアの有識者から「自然景観や農村景観など北海道の沿道景観は特に素晴らしい」と評価されており、沿道景観の保全と更なる活用が重要。
- ・沿道景観はドライブ観光全体の満足度に最も影響が大きい(旅行満足度に最も相関度が高い)。

#### b) 今回の主な調査結果

調査①より北海道観光の目的は様々な項目のうち「自

然・農村・歴史景観」や「運転そのもの」との回答が多かった（図-10）。

調査③より観光目的として最も多かった「自然・農村・歴史景観」などの沿道景観の魅力を高める場合、効果的な対策として（図-11）、北海道ドライブの経験者未経験者ともに「ビューポイントパーキングの設置」が最も多かった。また、未経験者は「電柱・電線などの移動や撤去」「屋外広告物の移動や撤去」が効果的と回答した。経験者は「道路付属物の改善」「街路樹の整備」が効果的と回答した。

次に、調査①よりドライブ途中の重要な休憩施設である道の駅に関して、外国人ドライブ観光客の約70%が利用しているが、外国語での情報提供については「抵抗・不安」を感じるとされた。そこで、調査③において情報提供以外に関する休憩施設に備わる諸機能の重要性について調査した結果、「場所のわかりやすさ」「トイレ」などは全般的に重要度が高く、経験者にとって沿道の「休憩施設」の重要性は未経験者よりも高かった。

### c) 調査結果の考察

沿道景観について、観光目的の一つとされ、高い評価もされていることから、沿道景観を保全及び向上することが大変重要と言える。特に「ビューポイントパーキングの設置」は沿道景観の魅力を高める対策として効果が高いとされ、適切な対策を行うことが必要と考えられる。

次に沿道景観改善対策について、未経験者は一般的に景観を阻害するとされる「電線・電柱等/屋外広告物の撤去や移動」を効果があると評価した。しかし、実際に北海道をドライブした事のある経験者は、「電線電柱等/屋外広告物」よりも「道路付属物」の方が景観を阻害していると感じたと考えられる。これは、積雪寒冷地特

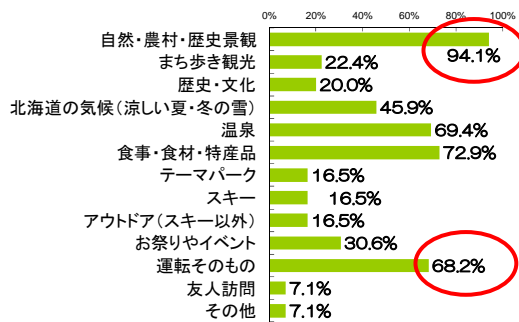


図-10 過去の北海道観光の目的 (調査①)

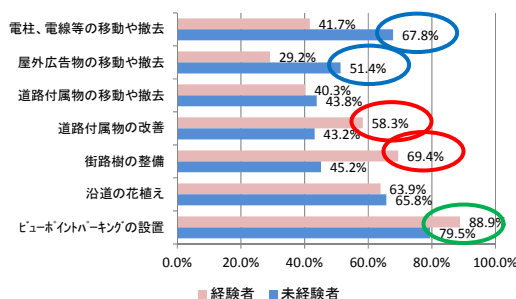


図-11 沿道景観改善対策の効果  
(「大変効果がある+やや効果がある」の割合) (調査③)

有の道路付属物も多いことが考えられるが<sup>10)</sup>、これらの適正箇所での設置や不要箇所での撤去などを検討する必要があるのではないかと。更に、思っていたよりも街中に緑が少ないと感じ「街路樹の整備」を選択したと考えられる。このため街路樹整備を行うと沿道の魅力向上に効果的と考えられる。

次に休憩施設に関して、経験者の「快適な休憩施設」及び「休憩スペース」の重要度が高くなったのは、実際のドライブ経験の中で北海道の移動距離は長いと感じたからと考えられる。これに対応するため、休憩施設として整備されている道の駅の快適性を向上させることが重要と考えられる。また、不安解消のため、道の駅など情報拠点における外国語の対応が今後必要と考えられる。

### (4) 交通ルール・マナーに関する利用者の評価

図示していないが、これまでの研究の成果及び今回の調査結果から、交通安全に関わる交通ルール・マナーについても考察を行った。

既往の調査結果<sup>6)7)</sup>では、旅行前の不安として「交通ルール・マナー」との回答が少なくなかった。今回の調査(調査①)でも、約40%が不安と回答した。

次に、どのようなルール・マナーに不安を感じているのか、具体的に調査(調査②、③)を行った。その結果調査②では、日本の交通ルールの中で「特に注意した交通ルール」と「分かりにくかった交通ルール」として、「制限速度」「駐車禁止区域」が共にあげられた。また、「分かりにくかった交通ルール」として「一方通行」「進入禁止」があげられた。更に、調査③ではドライブ経験の有無での違いを比較すると、ドライブ観光時の不安として、未経験者は「交通標識」「日本人の運転マナー」があげられた。しかし、経験者ではその項目の割合は未経験者よりも少なく、「目的地までの所要時間」が未経験者よりも大きかった。

これらのことから、外国人ドライブ観光客の不安解消のため、「制限速度」「駐車禁止区域」などの交通ルール・マナーに関する十分な情報提供を行い周知することが必要と考えられる。更に既往調査<sup>9)</sup>の自由意見では「郊外部での規制速度の低さ」に対する不満の意見が多くみられたことから、安全に配慮した上で速度規制の緩和を行うことも一つの対策になると考えられる。一方、事故などに直結する「一方通行」「進入禁止」については、特に十分な情報を提供し周知することが重要となる。しかし、香港やシンガポールなどの主な来道外国人の出身国と標識の表示が一致又は似ていることから、標識の表示内容自体への理解は高いと考えられ、見やすさや設置場所などその他の項目について改善や情報提供を行うことが効果的と考えられる。また、情報提供時期は旅行計画時の不安が大きいことから、事前の提供が効果的と考えられる。

## 4. 海外の参考事例

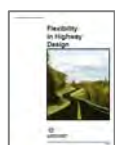
前章までを踏まえ、海外のドライブ観光振興の先進地域における参考取り組み事例を調査した。その調査結果のうち、代表的なもののみを示す。

### ・沿道景観について（写真-1）

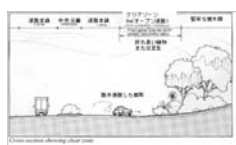
米国では沿道景観向上のため、地域の特性に応じた柔軟な道路設計や、行政と地域住民が連携して景観形成の取り組みを行っている。

### ・沿道景観と運転支援の両立（図-12）

ニュージーランドでは路外逸脱を前提とした安全対策として緩衝帯が設置されている。これは、衝突事故の減少とともに景観形成にも効果があるとされている。



道路景観形成における柔軟な設計ガイドライン<sup>11)</sup>  
写真-1 米国での取り組み事例



沿道景観ガイドライン（緩衝地帯の設置）<sup>12)</sup>  
図-12 ニュージーランドでの取り組み事例

## 5. 全体考察

これまで、運転支援、情報提供、沿道景観と休憩施設、交通ルール・マナーの項目について考察を行ってきたが、全体を通じて以下のように考察した。

### 【経済波及効果の高さを共有認識に】

外国人ドライブ観光客は、経済波及効果が大きく地域振興へも寄与し重要性が高い。このことを行政や民間の関係機関が十分に認識することが必要となる。

### 【ドライブ環境の観光資源としての魅力向上】

#### ・魅力向上対策の整理と優先度

ドライブ環境の魅力向上対策は、大きく2つに整理できる。一つ目は不安解消などのドライブ環境の利便性向上で、二つ目は観光資源としてのドライブ環境自体の魅力向上である。一例として、前者は天候／道路／観光情報の提供や道路標識の整備などであり、後者は沿道景観の向上や道の駅等の休憩施設の快適性向上などである。

これらドライブ環境の利便性向上と魅力向上の二つを考えたとき、標識の多言語化などの利便性向上対策が話題となるが、後者の魅力向上の方がより重要と考えられる。

その理由としてまず、一つ目の対策である現状の走行環境及び情報の提供内容などについて、外国人ドライブ観光客の不満が多くないこと。次に、一つ目の利便性が十分で二つ目の観光資源であるドライブ環境自体の魅力が無いと考えた場合、外国人ドライブ観光客が来ること

は考えにくく、逆に利便性が多少悪くても魅力的な観光資源には来訪すると考えられるからである。

#### ・ルート毎の効果的な向上対策の検討の必要性

その魅力向上にあたっては、外国人ドライブ観光客のニーズが多様なことや、それぞれのルートにより状況が異なることから、ルート毎に魅力を向上させる対策も異なってくると考えられる。そのため、ルート毎で効果的な魅力向上対策を検討することが必要となる。

### 【ユーザー評価が向上対策に反映されるシステムの構築】

効果的な向上対策を検討するためには、外国人ドライブ観光客のドライブ環境に対する評価が向上対策に反映されるシステムが有効と考えられる。

### 【関係機関の連携と一元的なサービスの提供】

前述のシステムを構築するためには、国（開発局など）／地方自治体（道や市町村）／地域の活動団体など（観光協会など）の連携が必要となる。それは、外国人ドライブ観光客のニーズが多様となっているためでもある。例えば、ニーズの高い天候／道路／観光情報の提供を行う場合、外国人ドライブ観光客の母国語で、一つのホームページから提供することが効果的と考えられる。

謝辞：アンケート調査などにご協力いただいた外国人観光客の皆様や、自治体などの関係各機関の皆様に深く感謝いたします。

## 参考文献

- 1) 北海道観光入込客数調査：北海道経済部観光局
- 2) 北海道観光の現況：平成23年12月 北海道経済部観光局
- 3) Land Transport Safety Authority 「Tourist Road Safety in Otago and Southland」：2004.  
<http://www.Itsa.govt.nz/research/overseas-tourists/index.html>
- 4) 各国・地域情報：外務省ホームページ  
<http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/nz/data.html>
- 5) 北海道観光産業経済効果調査：北海道庁ホームページ  
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/keizaikoukatyousa.htm>
- 6) 松田、松島、大谷：北海道における外国人ドライブ観光のニーズと課題、北海道開発技術研究発表会、2007年2月
- 7) 松山、松田、加治屋：国際競争力のあるロードツーリズムの実現に向けて、北海道開発技術研究発表会、2008年2月
- 8) 高田、松田、樫尾：国際競争力の高いロードツーリズムの振興に向けて、北海道開発技術研究発表会、2010年2月
- 9) 北の道ナビ：北海道道路情報化研究会監修、寒地土木研究所運営  
<http://northern-road.jp/navi/>
- 10) 三好、松田、加治屋：北海道における道路付属施設と景観向上策、寒地土木研究所月報No.675、P42-52、2009.8
- 11) 道路景観形成における柔軟な設計について（米国）：Flexibility in Highway Design.
- 12) 沿道景観ガイドライン（ニュージーランド）：Guidelines for Highway Landscaping .