

2013年11月30日於：釧路公立大学
SCAN2014 報告

ノードとリンクからみる北海道地 域観光市場の掘り起こし

札幌大学経営学部 中山ゼミナール

大場百合子

張ブン、何 超児、吳昊天
蔡曉欣、深野嗣、坂本裕太

本研究の問題意識

私達は3つの問題意識から研究しました。

- 東京オリンピック2020年開催に向けて日本観光への関心は高まる。東京も重要だが、北海道観光の魅力向上に努め、北海道観光の需要増に貢献したい。
- 北海道観光の現状を把握し、北海道観光需要の増加に向けて何が必要なのか、北海道観光の主たる外国人旅行客の実態に迫り、新たな提言をおこなう。
- さらなる観光需要増を見込むためにはツアー客対応の工夫だけでなく、様々な旅行形態による観光需要の創造が必要であり、そのための情報データベースと発信が必要なのではと考える。

研究の視点

- 北海道観光の主たる顧客(外国人)は香港、台湾、上海からの中華圏人、また韓国人。
- 特に台湾人や香港人ではすでに北海道観光のリピーターは多く、多様な旅行形態で北海道観光を楽しんでいるが、本当に十分なのか。
- 旅行形態の多様化促進は、ツアー客需要との相乗効果を得て、新規需要と継続需要の開拓につながり、北海道観光の魅力アップにつながると考える。
- 北海道からの働きかけ、外国人旅行客自身の情報収集環境を整備することでその契機はつくれる。
- 問題は北海道に住む私達が海外にどのような情報を発信できるかにあるのでは？

オリジナルツアーの現状

(株)北海道藍天旅遊社によるオーダーメイドツアーの企画

中国および中国圏向けの顧客に対して在中の日本人、北海道在住の中国人がツアー企画をサポート

(すでに一部は始まっている)

- しかし、基本はオプションツアーとバスツアーのセット
- 観光客自身が独自に企画できるオリジナルツアーとはいえない。
- 観光客自身にはまだまだ情報が足りない。
- 北海道在住の人がもっと地元の観光スポットの魅力を情報発信することが必要。

台湾人の旅行観光形態

黄浩烈(2011年札幌大学院経営学研究科修了)の修士論文研究より抜粋

- 1)実態としては、北海道への旅行経験の7割が団体ツアー、航空チケットとホテルがセットになった「パック旅行」、フリープランによる旅行形態は3割。
 - 2)しかし、多くの旅行者がフリープランによる旅行形態を望んでいる。
夏はフリープランによる旅行形態が多く、冬は団体旅行が多い。
 - 3)北海道に関する情報入手経路:1位はマスコミ。2位は親友からの口コミ、3位はインターネットサイト
 - 4)近年はFaceBookによる情報利用も多い。アカウントメンバー数は1097万人。
- ・・・まだ実態としては旅行形態の多様化はそれほど進展していないものの、フリープランを望むニーズはあり、むしろ北海道からの情報発信力が欠けている。

ノードとリンクの重要性

- ノードとリンクはネットワーク論の中で論じられることが多いが、ネットワーク論の大家、西口敏宏氏の著書『遠距離交際と近所づきあい・成功する組織ネットワーク戦略』でも指摘されているように、「個々のノードを結び付けるリンクの仕方、関係性の在り方によって、さらにパフォーマンスの違いが生まれる」という特徴がある。
- つまりある起点から出発して移動可能な距離範囲での魅力の再発見を追求することで、多様なリンクが生まれる。ノードとリンクを考える基本的枠組みを考えてみよう。

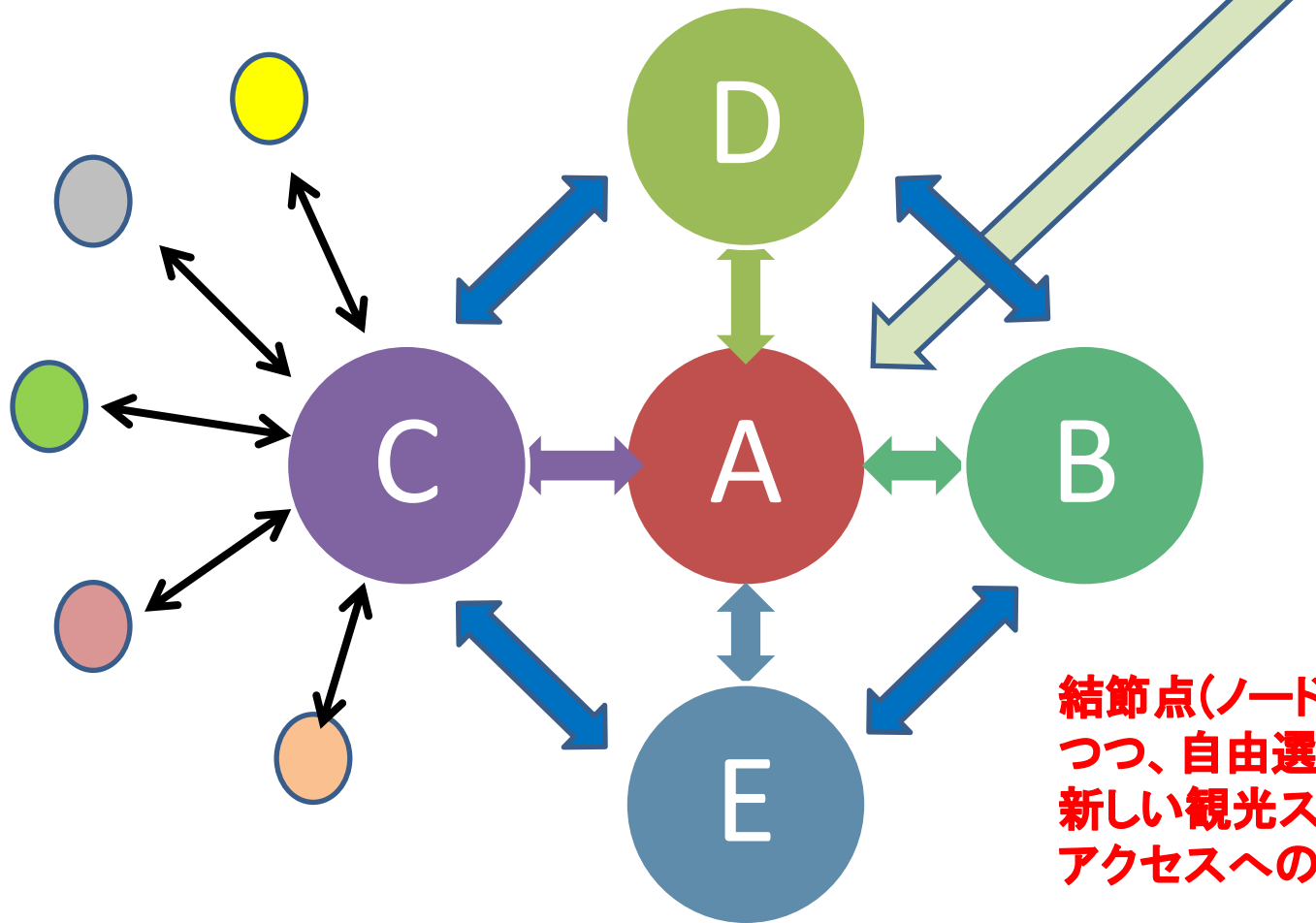
北海道観光の特徴(イメージ)



実態は広大な大地と地域の魅力分散により、ノードとリンクの関係性になっていないのでは？

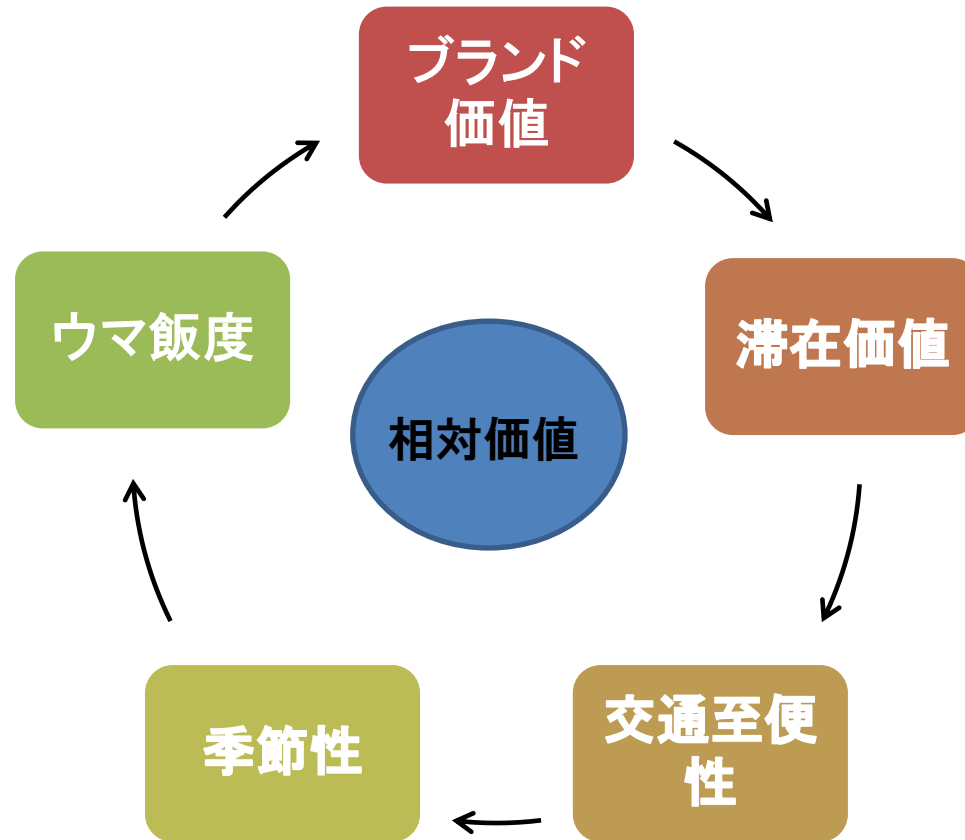
ノードとリンクのイメージ

海外や国内から



結節点(ノード)を中心としつつ、自由選択の広がる新しい観光スポットへのアクセスへの実現

ノードとリンクをどう考えるか？



私達は5つのファクターを重視し、ノードとリンクの在り方を考える。

5つのファクターと評価点

ブランド価値				
5	4	3	2	1
天然記念物	日本人なら誰でも知っている	北海道の人ならわかる	地元で有名	地元の人もよく知らない
世界遺産	かなり有名	道外者は知らない	地元の人ならわかる	俺しか知らない
国宝級		ガイドブックには一応、載ってる		

交通利便性				
5	4	3	2	1
徒歩圏10分内	徒歩圏15分	徒歩圏30分	徒歩圏40分以上	徒歩圏外
鉄道、バス、地下鉄、飛行機、自動車の選択ができる。	自動車・バス・地下鉄等の選択ができる。	自動車使える	自動車使えない	交通手段の選択ができない。
繁茂期にも耐えられる駐車スペースがある。	十分な駐車スペースがある	駐車スペースが限定されている	臨時の駐車場がある	駐車スペースはない
十分な交通手段の組合せと連続性がある	交通手段の組合せは十分あるが、連続性はよくない	交通手段の組合せはあるが、限定され連続性はない	交通手段の選択ができる	交通手段の選択ができない。

滞在価値

5	4	3	2	1
1日じゃ足りない	1日で十分	半日あれば十分	数時間楽しめる	30分あれば十分
何度でも	数回来たい	できればもう1回	機会があれば	1度見れば十分

季節性

5	4	3	2	1
季節に限定されない	期間限定で見れない場合がある。	季節限定性がある	旬の季節がある	条件によっては期待を裏切られる。

うまい飯度

5	4	3	2	1
めっちゃうまい。	けっこううまい	うまい	食べられる	まずい
外国人の評判も良い	外国人にもお勧め	選択の余地あり	それしか選択できない	お勧めできない

参考までに一般的評価は？

(財)日本交通公社による観光資源評価

ランク	基準内容	代表資源名
特A級	我が国を代表する資源で、かつ世界にも誇示しうるもの。我が国のイメージ構成の基調になりうるもの。	富士山、摩周湖、法隆寺、姫路城、祇園祭
A級	特A級に準じ、その誘致力は全国的で、観光重点地域の原動力として、重要な役割をもつもの	芦ノ湖、清水寺、妻籠宿
B級	地方スケールの誘致力をもち、地方のイメージ構成の基調となるもの	浜名湖、高山朝市
C級	主として県民および周辺地域住民の観光利用に供するもの	広島城跡、身延山
D級	地域住民利用	

・・・意図はわかるが、イメージしにくい面と地域住民ならではの隠れスポットが観光スポットにならない。観光スポットの発掘にならない。

私たちの評価表で再評価

北海道の魅力観光スポット 網走のケース

観光スポット	観光の魅力	評価点
網走監獄博物館	明治時代から実際に網走刑務所で使用されてきた建物を保存公開している歴史野外博物館。	知名度 2.5点 立地利便性 2.2点 季節性 5点 滞在価値 1.7点 うまい飯度 3点 平均評価点 2.7点
オシンコシンの滝	チャラセナイ川の河口付近にある滝。「日本の滝100選」にも選ばれた。	知名度 2.2点 立地利便性 2.2点 季節性 5点 滞在価値 1点 うまい飯度 3点 平均評価点 2.7点

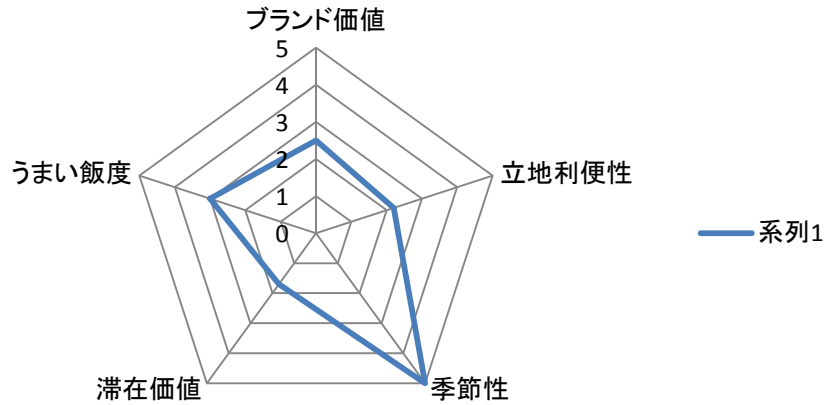
北海道の魅力観光スポット

根室編

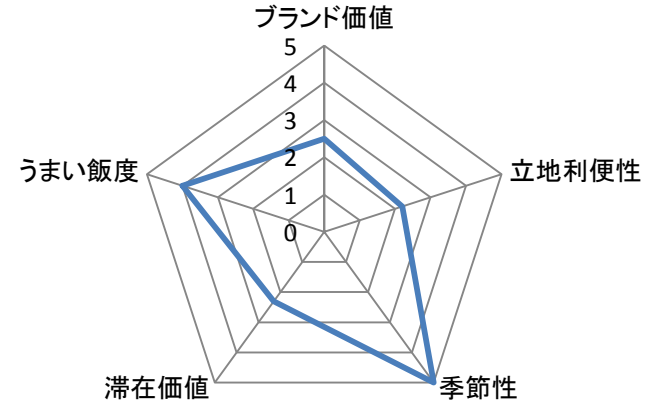
観光スポット	観光の魅力	評価点	
納沙布岬	北方領土の存在を目の当たりにできる本土最東端の岬。	知名度	3点
		立地利便性	3点
		季節性	5点
		滞在価値	3点
		平均評価点	3.5点
北方野生花園	自然豊かなところ。	知名度	3点
		立地利便性	3点
		季節性	5点
		滞在価値	3点
		平均評価点	3.5点

例) 網走・根室エリア

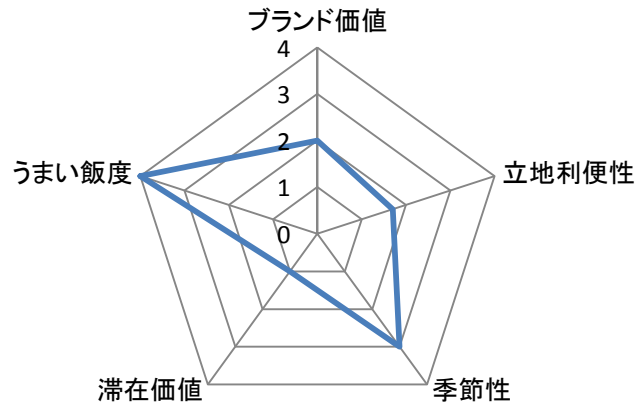
網走監獄博物館



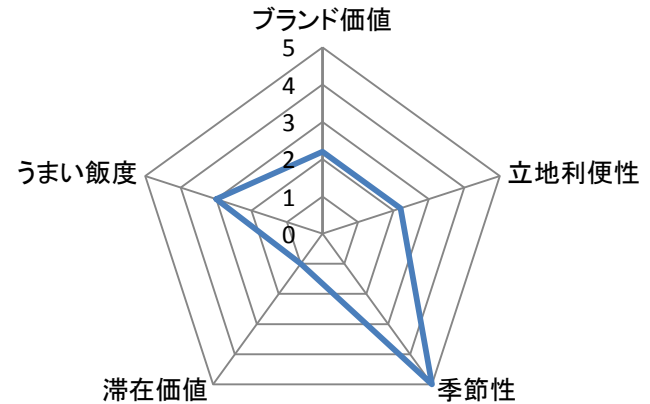
納沙布岬



北方野生花園



オシンコシンの滝



北海道の魅力観光スポット 帯広のケース

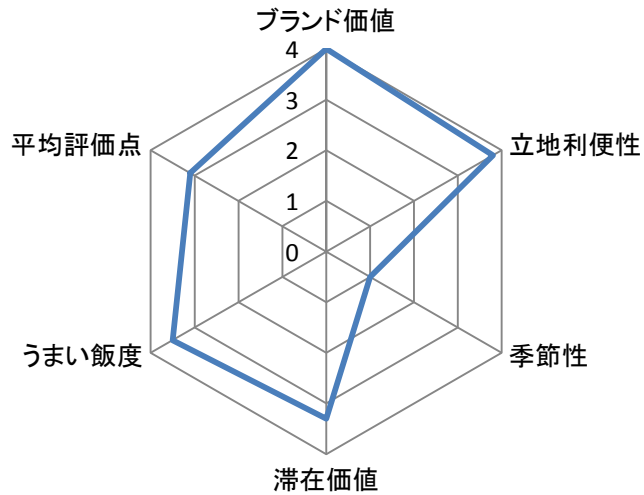
観光スポット	観光の魅力	評価点	
とちち勝毎花火大会	全国上位レベルの花火大会。打ち上げ総数は20000発で全国からたくさんの方が訪れる。	ブランド価値	4点
		立地利便性	3.8点
		季節性	1点
		滞在価値	3.3点
		うまい飯度	3.5点
		平均評価点	3.1点
幸福駅	名前の縁起の良さから大ブームになった駅。「恋人の聖地」とも呼ばれて、カップルに人気。	ブランド価値	2点
		立地利便性	3点
		季節性	5点
		滞在価値	1.8点
		うまい飯度	3.5点
		平均評価点	3.1点

北海道の観光スポット 富良野のケース

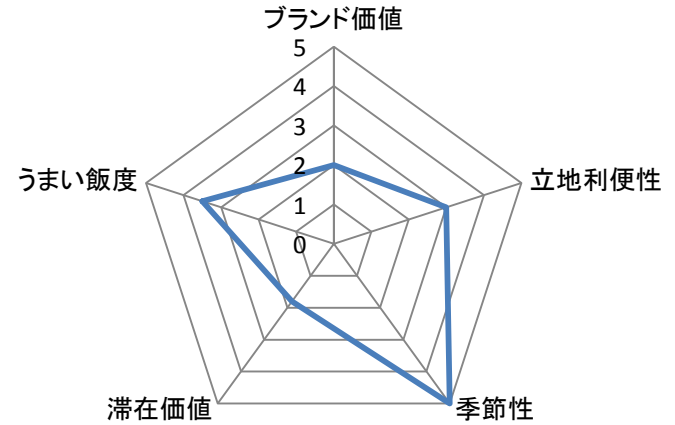
観光スポット	観光の魅力	評価点	
北西の丘展望公園	広さ5ヘクタールの展望公園。園内にはラベンダーやひまわりなどが咲く。	ブランド価値	3.4点
		立地利便性	2.8点
		季節性	3点
		滞在価値	2点
		うまい飯度	3.5点
		平均評価点	2.9点
「北の国から」資料館	ドラマ「北の国から」のドラマ制作グッズが並ぶ。	ブランド価値	1.7点
		立地利便性	2.8点
		季節性	5点
		滞在価値	2.2点
		うまい飯度	3.5点
		平均評価点	3点

例) 帯広・富良野エリア

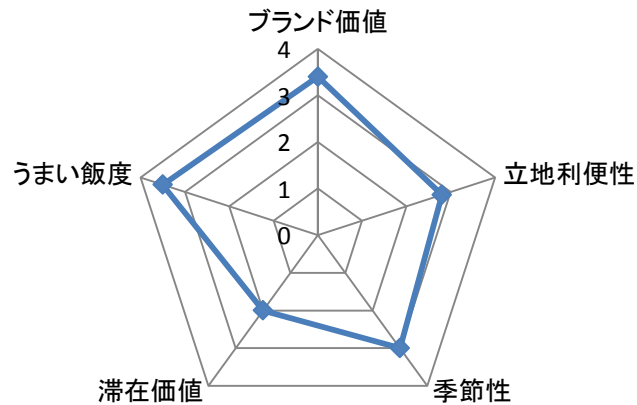
とち勝毎花火大会



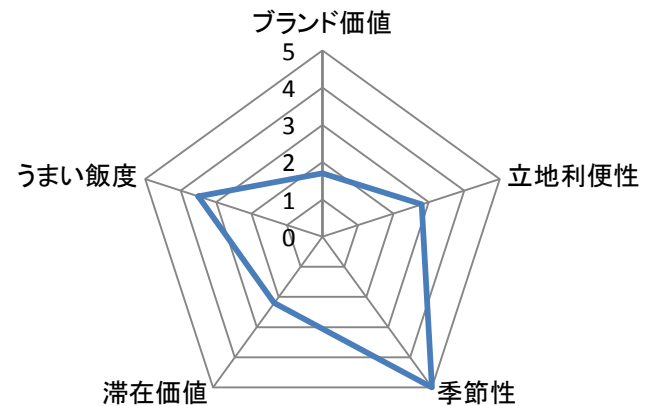
幸福駅



北西の丘展望公園



「北の国から」資料館



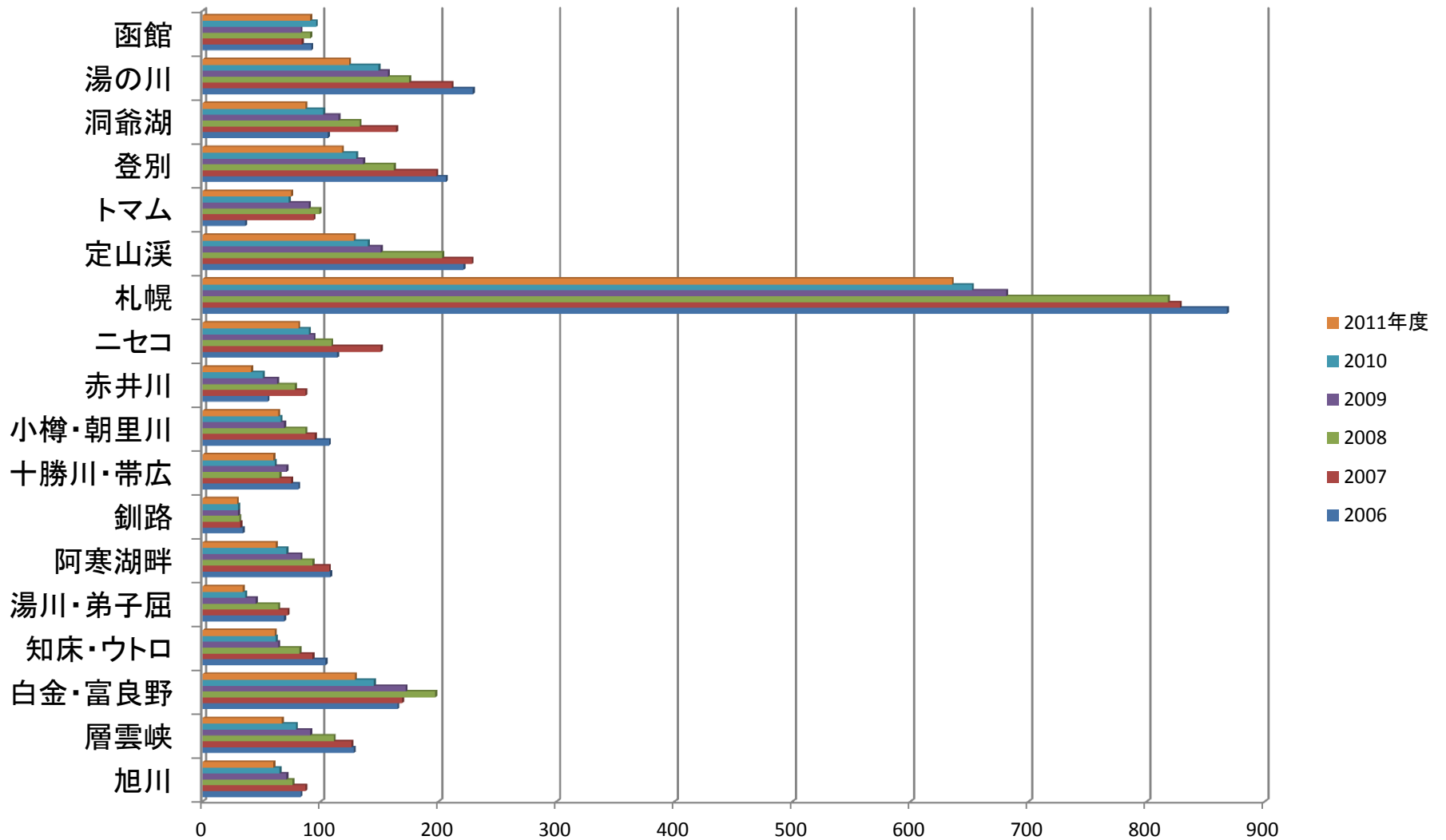
改めて北海道観光の現状を探る

- 北海道観光の主要地はどこなのか？
- 外国人旅行客の依存構成
- 外国人旅行客の実態
- 北海道観光メリット&デメリット
- 北海道観光に対する評価(観光意欲度)
- 北海道庁の取り組み
- 道内観光地における観光客誘致の現状

【北海道主要観光地 宿泊人数】

	2006	2007	2008	2009	2010	2011年度	前年増減	前年比(%)
	旭川	83	87	76	71	65	60	▲5
層雲峡	128	126	111	91	79	67	▲13	▲16.2
白金・富良野	165	169	197	172	145	129	▲16	▲11.0
知床・ウトロ	104	93	82	64	62	61	▲1	▲1.3
湯川・弟子屈	69	72	64	45	36	34	▲2	▲5.5
阿寒湖畔	108	107	93	83	71	62	▲9	▲12.3
釧路	34	32	31	30	30	29	▲0	▲1.1
十勝川・帯広	81	75	65	71	61	60	▲1	▲1.5
小樽・朝里川	107	95	87	69	66	64	▲2	▲2.7
赤井川	55	87	78	63	51	41	▲10	▲19.8
ニセコ	114	151	109	94	90	81	▲9	▲9.7
札幌	868	828	818	681	652	635	▲17	▲2.5
定山溪	221	228	203	151	140	128	▲12	▲8.7
トマム	36	94	99	90	73	75	↑3	↑3.5
登別	206	198	162	136	130	118	▲12	▲9.0
洞爺湖	106	164	133	115	102	87	▲15	▲14.6
湯の川	229	211	175	157	149	124	▲25	▲16.7
函館	92	84	91	83	96	91	▲5	▲4.8

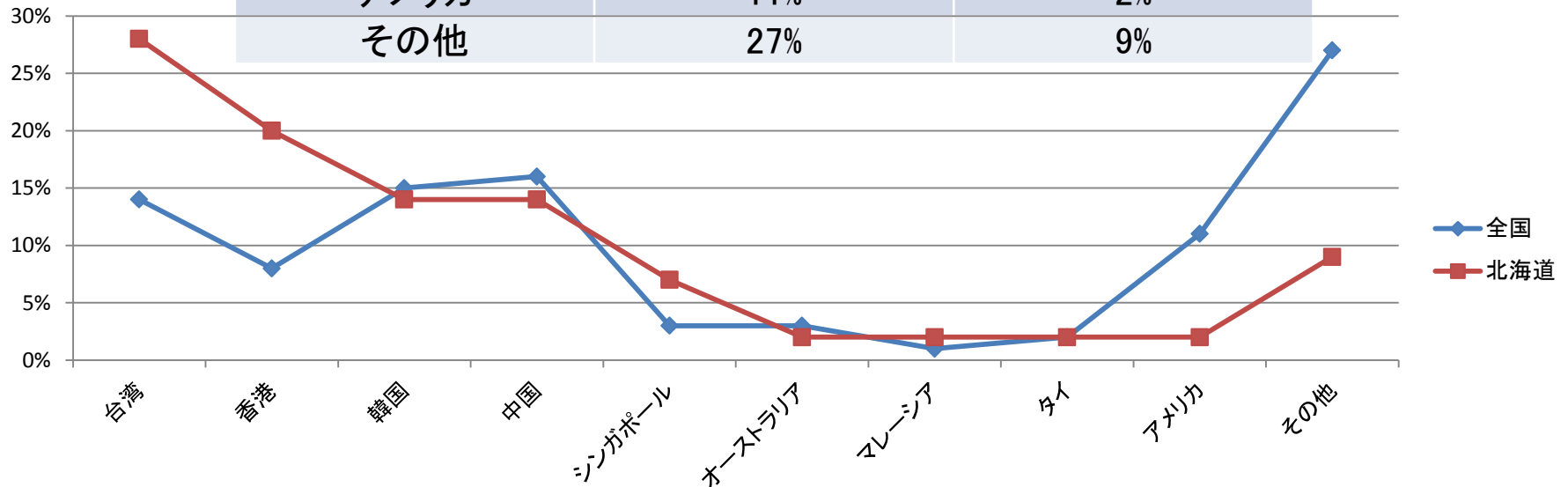
2006年～2011年まで毎年札幌の宿泊人数が一番多く、一番下回ったのが釧路である。



2006年～2011年まで毎年札幌の宿泊人数が一番多く、一番下回ったのが釧路である。

【外国人観光客の割合】

	全国	北海道
台湾	14%	28%
香港	8%	20%
韓国	15%	14%
中国	16%	14%
シンガポール	3%	7%
オーストラリア	3%	2%
マレーシア	1%	2%
タイ	2%	2%
アメリカ	11%	2%
その他	27%	9%



北海道観光の「強み」「弱み」「機会」「脅威」

北海道観光の強み	北海道観光の弱み
アイヌの歴史、伝統文化、貴重な文化財 広大な大地と盛んな農業	観光客の時期的・場所的な集中 雪溶けによる自然災害・道路事情の不便さ
中心部札幌の発達とアクセスの利便性 数々の温泉観光名所	厳しい寒さによる暖房設備の必須 他県へのアクセスに時間・費用が多くかかる
雪国ならではのスポーツの発展	中心部以外の不足気味な観光案内基盤
北海道観光の今後の機会	北海道観光の今後の脅威
東アジア成長市場誘客推進事業	日中関係による中国人観光客の減少
2010年上海国際博覧会での情報発信	世界的な景気後退や新型インフルエンザの影響
北海道観光ブランド開発促進事業	東日本大震災による海外からの観光客減少
北海道観光映像発信事業	東京オリンピック2020年による他県との競争激化
北海道観光誘致促進事業	

【今後の課題改善】

●日本人観光客に対して

- ・不景気のため、あまりお金がない
 - 格安で泊まれる宿泊施設⇒農家へホームステイ
- ・何度も来ている為、飽きてしまった
 - 地元の人しか知らない新たなスポット開拓

●外国人観光客に対して

- ・言葉が通じない
 - バイリンガルなスタッフ育成、配置ないし
翻訳機械の導入、配置
- ・宗教文化の違い(お祈りをどこですればいいかわからない)
 - 公共施設などに礼拝ルームの設置

観光意欲度ランキング

順位	都道府県名	点
1位	北海道	78.1
2位	沖縄県	65.2
3位	京都府	64.0
4位	東京都	53.6
5位	奈良県	52.4
6位	大阪府	47.1
7位	長崎県	46.1
8位	福岡県	44.3
9位	長野県	43.6
10位	宮崎県	43.1

ランキング表は、都道府県ごとの観光意欲度、すなわち「観光に行きたい」という意欲が高い順のものである。
(全国3万2124人から調査 2009年7月)

<調査概要>

- ・調査方法 インターネット調査
- ・回答者 20代～60代の消費者を男女別、各年代別、地域別にほぼ同数ずつ回収し、日本の縮図になるように、年齢や地域人口の分布にあわせて再集計した
- ・有効回収数 32,124人(一人の回答者は20の市区町村について回答。したがって自治体ごとの回答者数は平均で606人)
- ・調査対象 全国1000の市区町村(全783市+東京23区+194町村)と47都道府県
- ・調査時期 2009年7月3日～7月9日
- ・調査項目 認知、魅力、情報接触、観光意欲、居留意欲、情報接触経路(「旅やグルメに関する番組」など15項目)、訪問経験(「観光のため」など11項目および訪問率)、地域資源評価(「街並みや魅力的な建造物がある」など15項目)、まちのイメージ(「歴史・文化のまち」など13項目およびイメージ想起率)、製品購入意欲(食品、非食品で自由記述)・・・計63項目

〈観光入込客数(延べ人数)の圏域別構成〉

平成15年度

圏域	観光入込客数	前年度比		構成比
道央	7.588万人	99.7%		53.8%
道南	2.282万人	99.3%		16.2%
道北	1.393万人	95.6%		9.9%
オホーツク	225万人	94.8%		7.6%
十勝	809万人	96.6%		5.7%
釧路・根室	974万人	97.0%		6.9%
合計	14.117万人	104.4%		100.0%

平成24年度

圏域	観光入込客数	前年度比	前々年度比	構成比
道央	6.970万人	103.8%	98.4%	54.7%
道南	1.083万人	107.0%	102.3%	8.5%
道北	2.116万人	103.4%	95.7%	16.6%
オホーツク	832万人	104.1%	97%	6.5%
十勝	963万人	105.4%	106.6%	7.6%
釧路・根室	788万人万人	109.1%	103.0%	6.2%
合計	12.752万人	104.4%	99.0%	100.0%

北海道庁の観光支援(2010年時点)

①国内からの誘客

重点目標は、
北海道観光のブランド化

- 1)観光マネージャーの育成
- 2)「食」「環境」をテーマとした観光メニューの開発
- 3)地域と旅行代理店のリンクを支援
- 4)旅行商品開発の経費負担補助
- 5)モニターツアーの実施とメディアを通じた情報発信
- 6)北海道観光の映像発信
- 7)季節キャンペーン、地域集中キャンペーンの実施

②海外からの誘客

重点目標は、東アジアの顧客を重点(とくに中国人観光客)

- 1)上海国際博覧会で情報発信
- 2)旅行会社の新商品企画の広告宣伝費の補助
- 3)現地の協力大学、協力企業の支援を受けてツアー企画、モニターツアーの実施
- 4)銀聯カードの利用場所拡大説明会
- 5)観光客受け入れサポートの強化(中国語のわかる人材の配置)等

道内観光地における観光客誘致の現状

日本経済新聞からの過去5年間記事のまとめ

- 観光名所の立ち入り区域の制限解除
- テーマやコンテンツの開拓により観光ルートの開拓
- 中国映画のロケ地を宣伝
- 地域間の連携等々

→観光客の旅行形態の変化や進化を促すような政策や取り組みは乏しいのが現状

本研究のまとめ

- 台湾や香港の旅行客にみられるような旅行形態の変化や進化がなぜみられたのかをベースに旅行形態の変化や進化を促す取り組みが必要。
- 地元の人が良く知る隠された観光スポットを抽出し、簡易的な指標のもと、北海道の地域資源の発掘が必要。
- 上記の観点から、北海道に住む人が国内外の観光客に対して自らが観光ルートをアレンジできるような、あるいは選択できるような情報データベースの構築が必要。