

北海道を訪れる外国人個人観光客が持つ北海道に対する認識

北海道大学大学院 環境科学院
環境起学専攻 実践環境科学コース
談小璇

地域のマーケティング方針はその地域が受けた印象によって策定される(Xu, Hui and Chan,2015)ため、観光客の観光地に対する認識を明らかにすることで、観光地の魅力づくりと競争力の増加につながり(Sonmez & Sirakaya, 2002)、コスト効率の優れた観光政策の創出や政策の成功へ導いていく(Di Marino, 2008)。そのため、観光地の認識を明らかにすることは重要である。北海道では、平成27年度の訪日外国人来道者数は208万人となり、過去最高を更新した(北海道観光入込客数調査報告書 平成27年度)。これまで北海道庁と札幌市観光文化局は、外国人観光客に対して観光調査を行い、彼らの旅行形態と行動を明らかにしたが、北海道に対する認識は明らかにされていない。本研究は、自ら考え行動している外国人個人観光客を対象に、彼らがどのような目的を持って北海道を訪れ、北海道で滞在する間にどのような感情を抱き、北海道全体に対する認識を明らかにすることが狙いである。

北海道全体の認識を把握するため、外国人個人観光客の属性を配慮し調査地を選択した。2015年12月～2016年8月の間に、札幌ゲストハウスwaya、十勝岳温泉凌雲閣、大雪山国立公園で、経費を抑えて旅に出るバックパッカーなどの若い個人客、レンタカーを利用し自由に移動できるお金にゆとりのある人(東・東南アジアからの訪問者)、アウトドア活動が好きな人(欧米からの日本在住者等)など、異なる属性の138人に聞き取り調査を実施した。聞き取り調査は、対象者の基本的情報、来訪目的から始め、彼らの好きな話の流れに沿って、記憶に深く残った出来事や人との出会い、過去の経歴に基づいて考えた北海道の魅力などを聞き出した(非構造化もしくは半構造化インタビュー形式)。それらより、異なる人の様々なストーリーを積み重ねることにより、北海道に対する認識をまとめた。また、異なる属性の観光客を対象とした聞き取り調査の結果を確かめために、2016年11月11日～12月27日の間、旭川市内の14箇所では北海道に対する認識を把握するアンケートを実施し、有効アンケート241枚を回収した。

アンケート結果から、北海道の自然風景、雪、食べ物などが彼らが考えている北海道の魅力であること、さらに、認識に関する聞き取り調査から、北海道の雪と自然風景こそ人々を引き寄せる決定的要素ということが分かった。雪を挙げた人は、北海道の雪がその人に感情的変化をもたらしたためである。彼らは雪もしくは雪に関するものが単に好きなのではなく、過去の経験と記憶と結びついた様々な背景から象徴的に雪を捉えている。また、彼らが好きな北海道の自然風景は、特定の観光地より、移動中の車窓の左右に流れていく景色や、身の周りにある環境のような不特定のものである。

これまでの調査・研究でも雪と自然風景というキーワードは見つかっていたが、それらが挙げられた理由は分かっていた。本研究は、それらが、単純かつ一般的な意味ではなく、訪問者が北海道での様々な体験に基づいた認識を象徴的に表すものとして用いられていることを明らかにした。