

## 台湾における北海道の知名度とイメージについて

日本観光協会台湾事務所

池田 弘宣

私は、台湾に来て1年半が経とうとしていますが、台湾における北海道の知名度は相当高く、イメージも非常に良いと感じています。この1年半の間、初対面の台湾人に自己紹介する際『日本の北海道から来ている』と言うと、『それはどこ?』という顔をする人は1人もいませんでした。さらには、10人中8人程度が『いいねえ、行ってみたい』もしくは『行ったことがある』と答えてくれます。

今回は、台湾における北海道の知名度とイメージについて、日常業務に関連のある観光面と日常生活の視点からレポートいたします。

### 1. 旅行地として人気の北海道

訪日旅行の目的地としても北海道は人気で、2009年度の来道台湾人は180,850人となっており、過去最高の2007年度277,400人よりは減少傾向にあるものの、依然外国人来道者数としては第1位です。一方、最近注目を集めている来道中国人は、2009年度でもその半分程度92,700人であるのが現実です(北海道経済部観光局『平成21年度北海道観光入込客数調査報告書』より)。台湾の人口はわずか2300万人、片や中国は約13億人です。人口の比率から考えてもいかに台湾人の北海道訪問率が高いかどうか、お分かり頂けると思います。

また、訪日台湾人のうち13.2%が北海道を訪れています。東京、大阪、京都、千葉、神奈川について全国第6位の訪問率となっています(『JNTO 訪日外客訪問地調査2009』より)。

1996年ごろから当時の日本アジア航空、台湾の大手旅行会社、そして日本観光協会台湾事務所が北海道のPRを仕掛けました。当時はハウステンボスをはじめとしたテーマパークブームで九州旅行が流行していましたが、それ以外の九州の魅力をうまくPRできなかったため、長続きはしませんでした。そのような状況下で、「冬の雪景色」「夏のラベンダーに代表される花畑」「広大な牧場風景」という台湾にはないものを日本のどこよりも早く前面に押し出すことで北海道のイメージが定着しました。冷静に考えてみますと、冬の雪景色など日本全国北のほうに行けばどこでも見られる景色です。広大な牧場も他の地方にもあるでしょう。しかし、北海道がどこよりも早くPRを手掛けたことで、台湾においては「雪と言えば北海道」というイメージが出来上がったのです。

そのようなPRが成果をあげ、台湾における北海道旅行ブームは1997年ごろより始まったと言われていています。それ以来、北海道へのチャーター航空便が

増加、エバー航空は新千歳空港への航空便を2000年から定期チャーター便、そして2003年から定期便として運航開始しました。また、中華航空も2006年より新千歳空港への定期便を運航開始しました。

## 2. 乳製品のブランド名にも北海道

台湾では「北海道」と名前の付く食料品をよく見かけます。牛乳、麦フレーク、ミルク系のパンなど乳製品が多いです。もちろん、北海道産と誤解を与えるかもしれませんが、「産地偽装だ、けしからん」という意見があるのはもっともですが、裏を返せば北海道の乳製品の品質の良さが台湾で広く根付いている証拠だともいえます。

良いイメージがある地名でなければ、わざわざその名前を製品に付けることはないでしょう。

また、台湾では鍋料理屋が人気ですが、そこでも良く「北海道昆布鍋」という名前を見かけます。これも、北海道産の昆布の品質の良さが知られている証拠と言えるでしょう。

以上のように北海道の農産物、海産物の品質は高い、というのは台湾では周知の事実になっていると考えられます。日本各地の地名がブランド名になっているのは北海道と松坂くらいかと思います。それだけ北海道のブランド力は高いと言えます。ちなみに、松坂は「松坂牛＝高級」ということで、高級な豚肉が「松坂豚」と称して提供されています。

## 3. 台湾のラーメン

親日家が多い台湾では、和食店はたくさんあります。カレー、ハンバーガー、居酒屋などの日本チェーン店も進出しています。ラーメン屋も数多くあり、北海道からはさんぱちラーメンが出店しています。

さて、そのラーメン屋なのですが、台湾人の好みに合わせてあるところがほとんどです。「味は薄め、甘め、麺はやわらかめ」と言ったところです。私に言わせると「味が物足りない、麺が伸びている」ですが、当地の人に言わせると、北海道の代表ともいえる味噌ラーメンは味が濃すぎるようです。こればかりは味覚の違いなので、どうしようもありません。ちなみに、前述のさんぱちラーメンでは食材は日本から取り寄せており、スープの味も北海道で食べるのに近いものがあります。

訪日する台湾人から最も支持されているのはラーメンです。（『JNTO 訪日外客訪問地調査2009』より。訪日外国人全体で見ると1番人気は寿司、2位でラーメン）。北海道においても、多くの台湾人がラーメン屋を訪れていると聞きます。それに合わせて基本の味を変える必要はまったくありませんが、「味の濃さの調節ができます」と中国語で一言貼っておいてあげると喜ばれるかもしれません。

#### 4. 北海道産品の販売状況

台湾にはそごう、高島屋、三越と言った日系のデパートが多くあります。その食料品売り場に行くと、必ず北海道産の農産物や魚介類を目にします。農産物でいえば十勝の長いも、そして魚介類だと鮭、魚卵などをよく目にします。

また、台湾で日常食べられている米は東南アジアに多い長粒のインディカ種ではなく、ジャポニカ種に似た蓬莱米と言われる米です。そのため、日本米は受け入れられやすく、むしろ高級品ととらえられ人気も値段も高い状況です。北海道で言えば、沼田町の雪の中で保存された『雪中米』も台湾へ輸出され、販売されています。

#### 5. 今後の台湾における北海道観光プロモーション

以上のように台湾で北海道という名前の知名度は相当高く、イメージも良いです。これは、日本の他の地区に比べても相当有利な点であると言えます。

前述の雪、花畑と言ったイメージはすでに定着しています。現在台湾に求められている北海道はそれ以上のものです。雪、花、温泉、海の幸などと言った当たり前の要素だけしか入っていない北海道旅行にはだんだんと飽きが出てきますので、台湾人の足が北海道から遠のく可能性はあります。このままではかつての九州の二の舞になってしまうかもしれません。そのためにも新しい北海道の魅力は何なのか、もう一度考える必要があります。知られていない名所、風景、食など観光要素はたくさんあるはずです。それさえ提示できれば、北海道での台湾人気はまだまだ継続できると考えます。日本の他の地区に比べると、何ととっても知名度という「土台」がしっかりしているのが強みでしょう。

最近の北海道の観光PRは新規需要開拓として中国、タイ、シンガポールに重点が移されているような感じを受けます。しかし、引き続き台湾におけるプロモーションも重視し、各地域個別ではなく必ず連合を組んで、今までとは違う北海道をPRすることで台湾での北海道人気の維持を図ることが、北海道の観光業にとって何よりも「手堅い」外客誘致手段であると考えています。