

## 台湾からの北海道観光客の動向について

日本観光協会台湾事務所 池田弘宣

皆様、はじめまして。日本観光協会台湾事務所の池田弘宣と申します。2002年に北海道旅客鉄道に入社、函館運輸所車掌科、旅行センター函館支店、本営業部海外旅行企画グループ、インバウンドグループを経て2009年3月より日本観光協会に出向し、台湾事務所に勤務しております。

日本観光協会台湾事務所は、台湾における日本政府観光局（JNTO）海外事務所と同様の役割を担っており、台湾人に対する日本観光のPRの拠点となっています。2010年は「VISIT JAPAN YEAR」として訪日外国人1,000万人を目指す年となりますが、当事務所では2009年11月よりインターネットコミュニティサイトを活用したサイトを立ち上げ、日本観光を促進させる冬キャンペーンを行っております。

### 1 最近の台湾からの訪日旅事情

2008年9月以来の世界的経済不況により、台湾からの訪日人数は減少し続けています。2009年は1月から11月まで総計945,500人、対前年-28.3%（出典：日本政府観光局）となっております。

台湾の株価は一時期4,000ポイント台まで落ち込みましたが、最近では7,600ポイント前後で推移しています。また、失業率も2009年8月には過去最悪の6.12%を記録しましたが、そこから改善傾向にあり、11月は5.86%にまで回復してきています。ただし、依然として円高傾向は続き、1台湾ドル2.8円前後となっております。（昨年8月以前は1台湾ドル3.5円前後でした）。

そのような状況で旅行商品の価格で行き先を決める旅行者層（おもに団体旅行の客層）が日本よりも相対的に価格の安い韓国やタイ、インドネシアなどの東南アジアに流れている傾向があります。実際10月、11月と訪日人数は相変わらず対前年マイナスですが、韓国、東南アジア諸国へは伸びており、出国者数総数は対前年プラスとなっております。訪日団体旅行が減少し、訪日人数のマイナスにも大きく影響をしています。ただし、各旅行会社によると個人旅行は堅調に推移しているとのこと。

### 2 最近の台湾からの北海道観光事情

相変わらず台湾における北海道人気は東京、大阪という大都市に次いで強いものです。北海道経済部観光局の調査によると2008年度227,600人が北海道を訪れています。その名前がブランド名になっており、北海道産ではない牛乳や洋菓子が北海道という名前を冠して売られているほどです。しかし、旅行先

としては、その人気に陰りが出てきていることも否めません。

というのも、2008年日本政府観光局『訪日外客訪問地調査2007/2008』によると、台湾からの訪日旅行者のうち77.2%がリピーターで、5回以上の訪日経験者だけでも41.1%となっています。また、訪問都道府県として北海道は東京、大阪、京都に次いで4番目に多く、訪日台湾人のうち14.8%が訪問しています。そのような状況ですので、北海道にすでに数回行ったことがある人が増えてきたからです。

北海道は日本のどこよりも先に大々的に台湾でPRを行い、雪は日本全国各地で見られるものの、「雪と言えば北海道」というイメージを確固たるものにししました。そのイメージが広く根付いているがため、特に冬の旅行先として人気があるのですが、最近の東北は山形県の樹氷というインパクトのある写真を前面に押し出してPRを実施、だんだんとイメージが定着してきましたし、韓国も雪のイメージを前面に押し出して盛んにPRしています。

### 3 個人旅行対策が急務

リピーターが多い中で、最近では団体旅行よりも個人旅行にシフトする傾向があります。日本人の海外旅行も始まった当初は団体旅行が多かったのですが、最近では個人旅行がほとんどであり流れは一緒です。前出の日本政府観光局調査によると、2008年の時点で訪日台湾人のうち47%が個人旅行となっているので、最近はおそらく半数以上が個人旅行になっていると思われます。

ただし、個人旅行は今のところ大都市中心です。その第一の原因が情報提供不足です。大都市であれば、公共交通機関の利便性も高く、自由に回れますが、北海道ではそれが困難です。それをカバーできるような情報提供が必要です。

北海道を個人で回ろうとするとなかなか困難です。いまだに団体旅行がほとんどだと思われます。JR北海道には北海道レールパスという外国人専用の乗車券がありますが、駅から先の観光地や宿泊地に向かうまでの二次交通の問題があります。同じ中華圏でも、香港人はとりあえず現地へ行ってみようという考え方をするので、個人旅行がすでに普及していますが、台湾人は意外と慎重で事前に情報を入手し、検討したうえでないとなかなか前に踏み出さない性格です。ですので、二次交通の情報が事前に入らない限り個人旅行をしたくても出来ない状況です。なお、レンタカー利用に関しても、台湾と日本で通行する方向が逆、日本語の道路標識が分かりにくいといった障害に加えて、以上のような慎重な性格があるためそう簡単には広まっていけないと考えられます。

情報提供としては中国語繁体字のホームページが一番有用だと思われます。個人旅行をする層はインターネット利用率が相当高いので事前の情報収集にもそれを使用します。ですので、各自治体と交通事業者、観光施設が連携のうえ、情報提供の繁体字ホームページを整備していく必要があります。また、各拠点に中国語の話せる人が常駐する案内所を設置したり、中国語のコールセン

ターを設置したりするなど、「旅行中に何かあったらいつでも相談を」というPRが出来れば、なお効果的です。

いずれにせよ、個人旅行対策に取り組んでいる自治体はまだまだ少ないので、もし北海道が一番早く整備ができれば、個人旅行でも北海道ブームを作り出すことができる可能性が高いと考えます。

#### 4 新しい観光素材のPR

個人旅行対策と一緒に進めていかななくてはならないのが、新しい観光素材の発掘とPRです。今までの有名な観光地を巡る旅行にはすでに飽きが来ています。北海道を再訪してもらうためには常に新しいものを紹介していかなくてはなりません。

冬で考えると、台湾では本格的なスキーを行う人はまだまだ少ないです。ですので、雪に簡単に触れ合えるプログラムを提供してあげることが考えられます。たとえば、スノーシューツアーなどが挙げられます。雪を見られるだけでも大喜びする人々なので、手軽に雪に触れ合えるとなればさらに喜びます。今までのツアーでは、雪は「見る」だけで「体験する」というプログラムはほとんど見られません。

夏でもカヌー、ラフティングといった北海道各地にある自然体験プログラムを積極的に売り込んでいくことが必要かと思われます。体験モノという言葉が通じなくても身振り手振りで説明を受けることができますし、台湾人の性格からしても、「参加する」のが好きなのでこれから流行していくと考えられます。

#### 5 引き続き台湾でのPRを

昨今の北海道の観光関連報道を台湾から見ている限りでは、中国映画『非誠勿擾』のヒットの影響で中国に、また新規のタイ、シンガポールに北海道のPR重点が移されているような感じを受けますが、台湾は2004年度から2008年度まで毎年20万人以上の来道があった唯一の地域です。北海道にもまだまだ知られていない部分が多く、これまで記してきたような対策を講じていただければ、まだまだこの人数を維持できると考えています。親日派が多く、北海道のイメージもすでに根付いている台湾において、引き続き積極的なPR活動をお願いしたいと思っております。