

札幌市広聴リポーター制度

札幌市長提言書

研究テーマ

札幌市民が気づかない札幌の魅力

札幌国際大学観光学部横田ゼミ

2014年2月24日

1 はじめに

(1) 先行研究

JTB の調べでは、由布院における地域住民と由布院温泉を訪れる観光客との間には温泉やお土産など由布院に対するイメージや認識に差異があることが指摘されている。[JTB 総合研究所]

例えば、温泉では観光客、地域住民ともに高い満足度や観光資源としての高い認識度を示しているものの、お土産では観光客の高い満足度に対して地域住民のイメージやお土産に抱く満足度は低いという結果などである。

(2) 研究の目的

このような調査結果を受け、札幌国際大学観光学部横田ゼミでは、札幌市も由布院同様に札幌市民と札幌を訪れる観光客との間で札幌市の景観やお土産、観光地に関するイメージや認識に差異があるのではないかと考えた。そして、もし差異があるのなら、「札幌市民が気づかない札幌の魅力」を知るきっかけとなり、私達札幌市民が改めて札幌の魅力を認識する機会となるのではないかと考えた。

(3) 研究調査対象

このような研究の目的を達成するために、次の2つの観点から調査を進めることにした。

調査1 「札幌市民の気づかない札幌市の魅力を見つける」ために

- ①札幌に昔から住んでいる大学生
- ②高校まで札幌市以外に住み、現在札幌に居住している大学生
- ③外国人留学生

以上の3者による「札幌の魅力」についてKJ法をもちいてカード型に意識を表明し、これらのマッピングを行うことで、それぞれの札幌の魅力を明らかにする。



調査2 「来札する観光客から札幌市の魅力を見つける」ために

日頃、観光客をビジネスの対象としているガイドタクシー乗務員から、観光客の動向についてヒアリングを行う。

ガイドタクシーの乗務員は「札幌市民」と「観光客」の中間的な存在として、位置していると考え、「タクシー乗務員は札幌市民の一人ではあるが、常に観光客から情報を得ている存在」として市民と観光客の札幌に関する観光のイメージや認識の差異について検証できると考えた。

なお、団体観光客では移動手段は主にバスであると思うが、本調査の目的と考え方から「札幌の魅力」を知るためには個人の観光客の発する言葉が重要であると考え、個人の観光客が望ましいと考えた。そのため、調査地点を札幌駅南口タクシー乗り場を利用する観光客に的を絞り、団体観光客ではなく、「ビジネス観光客」「親戚・友人訪問観光客」など交通機関を事前に用意していない個人の観光客を主なターゲットとした。



(4) 調査2の概要

調査日時	平成25年11月23日(土)13時から16時
調査場所	札幌駅南口タクシー乗場
調査対象者	北海道観光おもてなしタクシー乗務員100台100人
回答者数	有効回答数72
調査方法	運転席窓越しからのヒアリング調査

札幌市広聴リポーター制度 調査票

札幌国際大学チーム

[札幌市民が気づかない観光地などの魅力]

私たちは、札幌市の広聴リポーターとして活動している札幌国際大学観光学部の学生です。

現在、札幌市の観光に関わる観光客（道内・道外）の調査をしています。

お客様を待つ間、少しの時間ですので調査にご協力ください。

質問 1 観光客のお客様から「●●に行きたい」とよく行先を示される観光地（場所）はどこですか？

* 複数答えていただき、統計に役立てる。

質問 2 観光客の方は、「上記質問 1」には「どのような目的」で行きたいと話されていましたか？

* 質問1の中で、行先と目的が不明確なものについて質問する。

* ビール園などは「ビールとジンギスカン」が目的と思われるため、追加で質問しない。

質問 3 「上記 1」以外に、観光客のお客様から教わった「意外な場所（店）や変わった場所（ポイント）」はとほどのようなところですか？

* 「ない」とは言わせない。必ず、答えを引き出す。

質問 4 観光客のお客様を乗せている途中、意外な場所で「感動されたり、感心されたり」した道や、場所がありますか？

質問 5 「質問 4」の回答で、観光客の方は「どうして、感動したり、感心されたり」したのでしょうか？

* 食べ物の味や形、道の景観、など実にさまざまな事が考えられるので、「●●でしょ？」と先入観をもたずに新鮮な気持ちで聴く

質問 6 これまで、観光客から「教えていただいた意外な観光地（場所）」の中で、札幌市民を連れて行きたい（市民も行った方がよい）と思う場所はどこですか？

[札幌市民が気づかない食・お土産などの魅力]

質問 7 観光客の方がよく「●●が食べたい」と運転手の皆様に質問されるものはなんですか？

* 「ない」という返答は言わせない。必ず、答えを複数引き出す。

質問 8 「質問 7」その中で意外だったものはなんですか？

質問 9 観光客の方が札幌でお土産を買いにお連れする店はどこですか？

* 「ない」という返答は言わせない。必ず、答えを複数引き出す。

質問 10 その店で購入されている意外な商品とは どのようなものですか？

購入した商品で運転手さんが驚いたり、感動したりしたもの、お客様が特に感動していたお土産などがありましたら教えてください

2 北海道観光おもてなしタクシー乗務員とは(概要)

今回の調査にあたり、北海道観光振興機構のご協力をいただいた。
北海道観光振興機構では観光知識や接客マナーに関する専門的な研修を受け、試験に合格したタクシー乗務員に対し、「観光おもてなしタクシー乗務員」の認定を与える観光タクシー制度を実施している。

平成 11 年 4 月 1 日から始まったこの制度は、現在 363 名の乗務員が登録されており、振興機構はタクシー観光を希望する観光客に随時紹介（お客様にタクシー乗務員を紹介）している。この認定試験に合格すると、札幌駅南口タクシー乗り場に入構することができるため、毎年多くの受験者（一般のタクシー乗務員）がおり、試験自体は人気がある。

現在のところ、この資格をもたない乗務員は原則として札幌駅南口タクシー乗り場に入ることができないため、事実上、今回の調査は札幌駅南口からタクシーを利用する観光客の動向はこの認定乗務員からヒアリング調査することで入手できると判断した。

そこで、横田ゼミでは、おもてなしに関するスキルをもつ認定タクシー乗務員が日頃、観光客と「どのような情報交換」（行きたい場所、食べたいもの、その他）を行っているのかを調査することで、乗務員との「何気ない会話」の中からどのような札幌の魅力が発せられたかについて検証し、「新しい（気づかない）札幌の魅力」を掘り起こせるのではないかと仮説を立てた。



ヒアリング調査風景

3 【調査1】札幌市民の気づかない札幌市の魅力を見つける

どうして「あの場所に行きたい」「この観光地に行きたい」と思うのだろう。ある文献によると、観光地を選ぶ時に重要なことは「観光に対する認知」(k.chon)であり、観光地に対するイメージは主観的で、個人的性格が極めて強い(johnston)とされている。

このことを踏まえ、札幌に対する魅力やイメージを具体的に発見するために

- ①札幌市民（昔から札幌に居住）
- ②札幌市民以外（元地方居住）
- ③外国人（ロシア人留学生、中国人留学生）の3つのグループを用いて札幌市の魅力についてそれぞれが主観的に思う事を明らかにした。

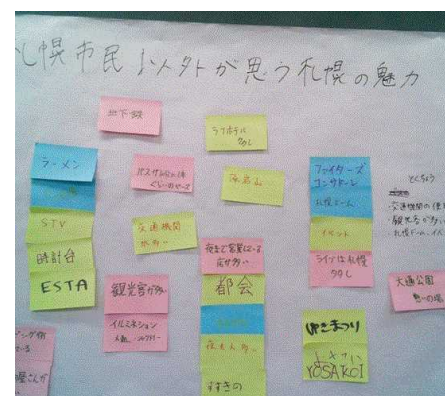
①札幌市民

札幌市民の思う札幌の魅力は主に **札幌市の中央区**、**スープカレー**、**ラーメン**などの食べ物が挙げられた。



②札幌市以外

札幌市以外に居住していた人の思う札幌の魅力は主に **交通機関の便利さ**、**観光客が多い**、**イベントごとがある**などの魅力が挙げられた。



③外国人

外国人が思う札幌の魅力は主に **街がキレイ**、**道が広い**、**自然が綺麗**、**人が優しい**などの魅力が挙げられた。



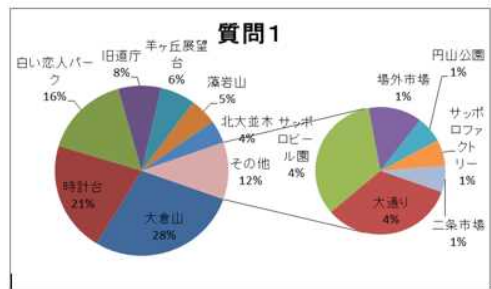
【結論】

札幌市の魅力について2つのグループから、「ラーメン」や「イベントごとがある」などの札幌らしい魅力が見つかったが、昔から札幌に住んでいる人たちは気付いていなかった。また、交通機関の便利さや、街が綺麗、道が広いなどと、札幌市に昔から住んでいる人たちにはまったく気づいていなかった新たな魅力が見つかった。

4 【調査2】北海道観光おもてなしタクシー乗務員から得られたヒアリングデータ

質問1 観光客のお客様から「～に行きたい」とよく行先を示される観光地（場所）は？

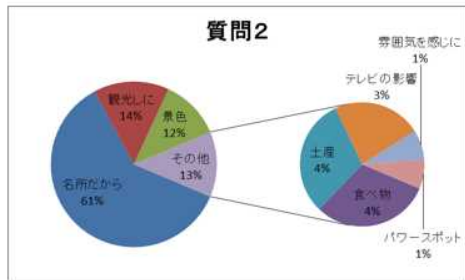
質問1	数
大倉山	39
時計台	29
白い恋人パーク	22
旧道庁	11
羊ヶ丘展望台	9
藻岩山	7
北大並木	6
大通り	5
サッポロビール園	5
場外市場	2
円山公園	1
サッポロファクトリー	1
二条市場	1



やはり知名度の高い場所に足が向く傾向が強く、パンフレットや地方の情報誌で紹介されているものも多い。どちらかというと都心より自然の景観を楽しみに訪れ、北海道の四季の境目ははっきりしているので、春夏秋冬折々の楽しみがあるという意見もあった。

質問2 上記質問1について、観光客の方はどのような目的で行きたいと話されていましたか？

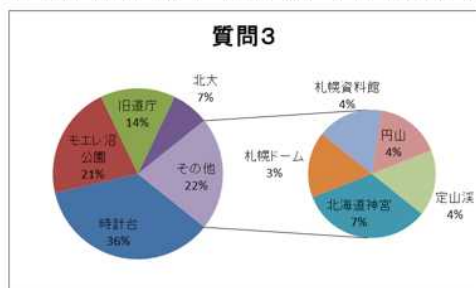
質問2	数
名所だから	62
観光しに	15
景色	12
食べ物	4
土産	4
テレビの影響	3
雰囲気を感じに	1
パワースポット	1



問1から知名度の高い観光名所が多いので、一位・二位の結果はうなずける。景色を目的にしているところから、やはり北海道特有の大自然につつまれ、綺麗な空気の中でリラックスできるというイメージから来ているのだろう。四位の食べ物については、北海道は食料自給率がダントツの第一位である為、食料が豊富で育ちやすく、おいしい食べ物が多いところに惹かれていると思われる。テレビの影響については、番組で北海道の景観を背景として使われ、主に羊が丘展望台など、開放感あふれる映像を見ると北海道に旅行しにくる意欲があがるという。

質問3 上記質問1以外で、観光客のお客様から教わった「意外な場所・店」や「意外な場所・ポイント」はどのようなところですか？

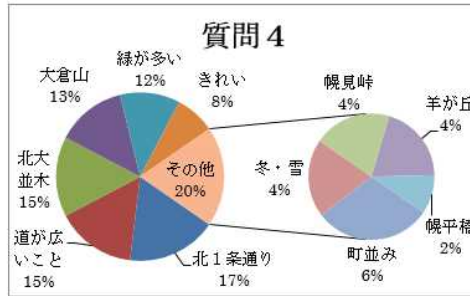
質問3	数
時計台	10
モエレ沼公園	6
旧道庁	4
北大	2
北海道神宮	2
札幌ドーム	1
札幌資料館	1
円山	1
定山溪	1



全体的に拮抗した調査結果が浮かび上がり、一位が4票同着という結果だが、モエレ沼公園は北海道らしさが感じられる場所ではないかと思う。特に動画位からの観光客が求めるものとして緑や広大な自然をもとめてくる観光客が多いと思われる。

質問4 観光客のお客様を乗せている途中、意外な場所で「感動した、感心した」と言われる道や場所はありますか？

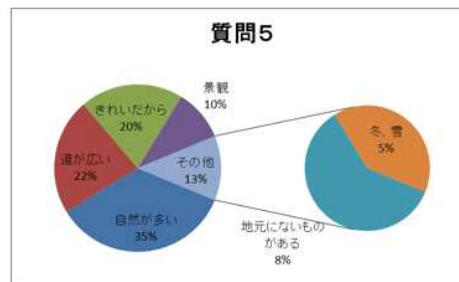
質問4	数
北1条通り	9
道が広いこと	8
北大並木	8
大倉山	7
緑が多い	6
きれいな	4
町並み	3
冬・雪	2
幌見峠	2
羊が丘	2
幌平橋	1



北海道特有のものが結果に反映されている。また、調査の中で、外国人に同じ質問をしたところ、この1~3位が多かった。大倉山と回答するドライバーも多く、夜景も素晴らしいという意見もあった。また、紅葉、景色、街並みが綺麗などといった回答も多く、景観の面では高い評価を得ているという結果が現れた。

質問5 「質問4」の回答で、なぜ観光客の方は「感動した、感心した」と言われたのだとおもいますか？

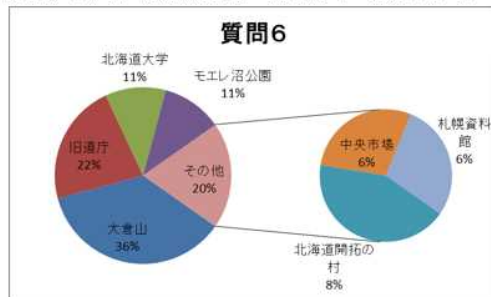
質問5	数
自然が多い	14
道が広い	9
きれいだから	8
景観	4
地元にはないものがある	3
冬、雪	2



旅行が趣味の顧客以外にも、都心などに住んでいて、日常でパソコンや人との多すぎるコミュニケーションで窮屈さやストレスを抱えている顧客が多く、北海道らしさ（大自然、空氣がきれい、開放感）というイメージに惹かれて訪れるため、無意識に広い道路や街のきれいに感動、関心を示すと思われる。

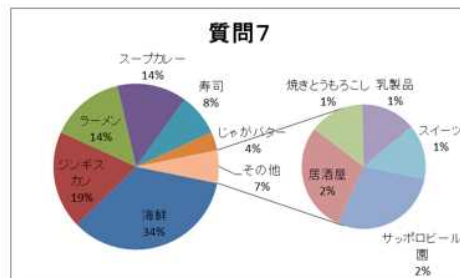
質問6 これまで、観光客の方を乗せていった「意外な観光地」の中で、「札幌市民を連れて行きたい」「札幌市民にも知ってほしい」と思う場所は？

質問6	数
大倉山	13
旧道庁	8
北海道大学	4
モエレ沼公園	4
北海道開拓の村	3
中央市場	2
札幌資料館	2



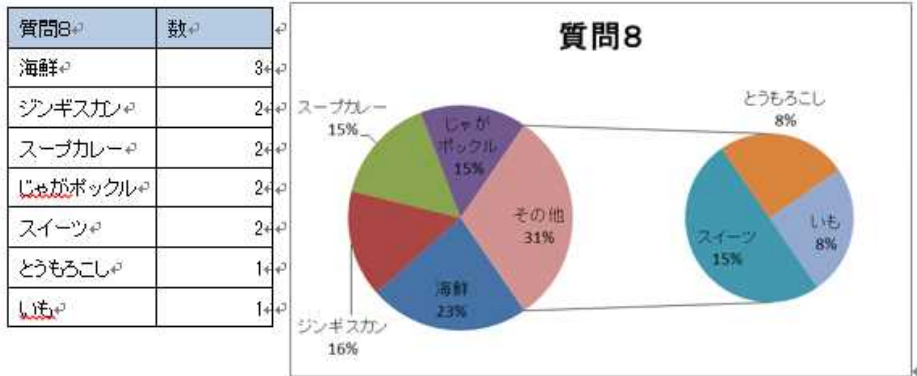
質問7 観光客の方は何を食たいと言いますか？ ○R. どの飲食店に連れて行ってほしいと言われますか？

質問7	数
海鮮	38
ジンギスカン	21
ラーメン	16
スープカレー	15
寿司	9
じゃがバター	4
サッポロビール園	2
居酒屋	2
焼きとうもろこし	1
乳製品	1
スイーツ	1



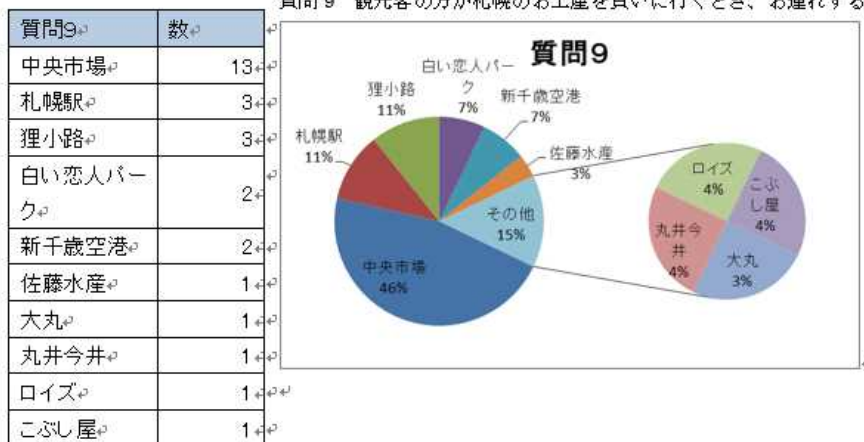
上位については北海道の名物として知名度が高いものが続いていて、観光客の方はパンフレットに載っている・テレビで紹介されたところに主に足が向いている傾向がある。続いて大通公園の焼きとうもろこしやじゃがバターなど北海道の名産となるものがある。

質問8 「質問7」から、その中で意外だったものは何ですか？ ○R 意外だった場所はどこですか？

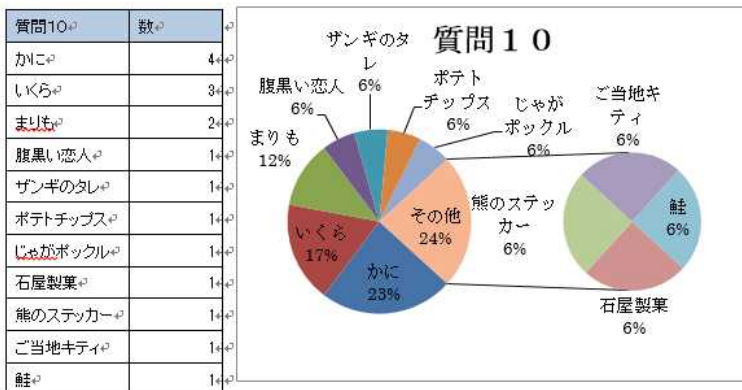


北海道民として日常で食べ慣れているものばかりが挙がったので、意外なのであったのだろう。

質問9 観光客の方が札幌のお土産を買いに行くとき、お連れする場所はどこですか？



質問10 観光客の方が購入したお土産で、運転手さんが驚いたり、感動したりしたものや、お客様が特に感動していたお土産はありますか？



5 まとめ タクシーを利用する観光客及び留学生などが抱く札幌の魅力とは

- 1 札幌に対するイメージは「北海道」そのものであり、それは、「自然の雄大さ」だけでなく「道路・公園の広さ、清潔さ」が感動的との回答が多い。

北一条通や札幌駅前通などに代表される札幌の道路は広さ、景観、清潔さなど観光客を感動させるほどの潜在能力をもつまぎれもない「観光資源」「観光地」である。これからの「まちづくり」にもこのような素晴らしい景観（札幌市民が気づかないポイント）を大切にしてほしい。

- 2 札幌市内の限られた時間で、「いかに北海道らしさ」を紹介できるかが重要である。

タクシー利用の観光客は「ビジネス」「親戚・友人訪問」など個人的で観光初級者である。短時間で「札幌市＝北海道」→「北海道らしさ」を堪能することを望んでいる。

- 3 近隣自治体との観光の差別化が必要なのは観光中級者（道内観光客やリピーター）向けで、今回の観光客は観光初級者のため逆に混乱を招くのではないか？

	札幌市民	道内観光客	タクシー利用客
来訪頻度	毎日・日常的	←→	初心者・初めて
札幌のイメージ・認知度	具体的・緻密		抽象的・あいまい
近隣自治体との差別化	差別化は必要		違いを理解できない

図 私たちが考えた観光客と札幌市民のイメージの差異

上記は、今回の提言の中で私達が話し合った札幌市民と観光客の認識やイメージの差を図式化したものである。道内観光客には近隣市町村との観光の差別化（景観や名所、お土産など）は必要かもしれない。また、リピーターなど何度も札幌を訪れる観光中級者にも重要だと考えられる。

しかし、今回の調査でタクシーを利用する観光客の多くは、「観光初級者」でかつ交通機関をタクシーに頼る個人観光客である。彼らの観光への期待は上記まとめ1. 2であり、近隣町村との差別化はむしろ混乱を招くのではないか。と考えた。

- 4 オリンピック開催も念頭に個人の観光初級者「初めて」が満足するまちづくりを

ソチオリンピックの開催を機に、札幌市にもオリンピック開催の機運がみられる。今回調査した観光客は観光初級者であり「札幌市＝北海道」である。今後、国際的な観光客を迎え入れる場合、今後も北海道の魅力を札幌市内で味わえるまちづくりが重要である。