

## 来道経験のない外国人にとっての「北海道らしい」風景とは？

～ 韓国人を事例とした風景イメージスケッチ手法からの接近 ～

How Do Foreigners Who Have Never Been to Hokkaido Perceive "Hokkaido-Like" Scenery?:

An Application of Landscape Image Sketching Technique to Koreans

池谷航<sup>\*1</sup> 日田アトム<sup>\*1</sup> 宋柱昌<sup>\*2</sup>

澤内大輔<sup>\*1,\*\*</sup> 伊藤寛幸<sup>\*3</sup> 山本康貴<sup>\*1</sup>

IKEGAYA, Wataru NITTA, Atomu SONG, Juchang

SAWAUCHI, Daisuke ITO, Hiroyuki YAMAMOTO, Yasutaka

本論文の課題は、来道経験のない外国人が「北海道らしい」風景をどのようにイメージしているのかを解明することである。韓国人を対象とした分析の結果、来道経験のない回答者は、来道経験のある回答者に比べ、「北海道らしい」風景のイメージを回答できない割合が高かった。このことから、来道経験が無いと「北海道らしさ」について明確なイメージを持ち難い可能性が示唆された。

キーワード：北海道、風景イメージ、韓国

### 1. 背景と課題

今日、農業・農村の持つ多面的機能が注目されており、多面的機能には良好な景観の形成も含まれる。多面的機能の維持・発揮のためには、農村の活性化が不可欠であろう。農林水産業・地域の活力創造プランによれば、人口減少社会における農山漁村の活性化の方策の一つとして、農山漁村に賦存する資源を活用した観光コンテンツの創出等によって、今後増加が見込まれる訪日外国人旅行者の受入れも含めた農山漁村への来訪者拡大を図ることが挙げられる（農林水産業・地域の活力創造本部，2018）。経済波及効果の大きい観光には、急速に成長するアジアをはじめとする世界の観光需要を取り込むことにより、地域活性化、雇用機会の増大などの効果が期待される（観光庁，2016）。日本国内でも、特に北海道は、豊かな自然と広大な土地を活かした観光スポットが形成され、またグリーンツーリズムへの取り組みも盛んであるため（渡久地，2011）、本論文では北海道の景観に着目する。

北海道は外国人観光客から人気が高く、外国人の北海道への来訪者（以下、外国人来道者）数は、2018年度においては日本全体の訪日外国人旅行者数（3,163万人）の約1割を占めた（北海道経済部観光局，2019）。新型コロナウイルス感染症の世界的流行等の影響を受けた2019年度においても、外国人来道者数は、日本全体の外国人観光客数の約9%を占めている（北海道経済部観光局，2020）。

<sup>\*1</sup> 北海道大学 <sup>\*2</sup> 全羅北道庁 <sup>\*3</sup> 北海商科大学

<sup>\*\*</sup> Corresponding author; dsawa@agecon.agr.hokudai.ac.jp

外国人来道者に対する調査結果によると、北海道旅行の内容として「自然・景勝地観光、四季の体感」を挙げた回答者割合（55%）が「北海道の食を楽しむ」（62%）に次いで第2位である（北海道観光振興機構，2020）。また、観光・旅行地として北海道を選択した理由としては「自然・風景」が68%と最大となっている（北海道観光振興機構，2020）。このように、北海道の景観は外国人による北海道への観光促進を左右する重要な観光資源の一つであると言える。

外国人来道者を増加させるためには、来道経験のない外国人を新たに呼び込むことが重要になる。外国人来道者のうち全体の66%が来道経験のない新規観光客であり（北海道観光振興機構，2020）、外国人来道者のリピーター率が3分の1に満たない（31%）ことに鑑みれば、来道経験のない外国人誘致は欠かせない。さらに、「景観」について、外国人来道者が旅行前に期待していた割合（「とても期待していた・期待していた・まあ期待していた」の合計）は92%にも達していた（北海道観光振興機構，2020）。しかしながら、来道経験がない外国人が北海道の景観やその「北海道らしさ」をどのようにイメージしているかを解明した研究は、著者らの知る限り皆無であった。上田・吉田（2012）では、台湾人を対象に本論文と類似の分析を行っているものの、北海道旅行を終えた帰国直前の台湾人が分析対象であり、来道経験がない外国人は対象となっていない。

そこで本論文の課題を、来道経験のない外国人が「北海道らしい」風景をどのようにイメージしているのかを解明することに設定した。本論文では、特に外国人来道者の多くを占めている韓国人を対象とする。2018年度調査によれば、外国人来道者のうち韓国人は73万人と国籍別最多である（北海道経済部観光局，2019）。2019年度調査では、日韓における国際情勢の影響や新型コロナウイルス感染症の世界的な流行拡大に伴って減少したものの、中国および台湾に続く第3位である（北海道経済部観光局，2020）。

## 2. 分析方法とデータ

分析は、風景イメージスケッチ手法（Landscape Image Sketching Technique）に倣って行う。風景イメージスケッチ手法は、風景イメージの空間的特徴と意味構造とを一枚のシーンスケッチとして描きながら言葉で説明してもらい、回答者の主観的な環境のとらえ方を分析する手法である（上田，2009）（注1）。また、今回の目的に鑑み、「来道経験の回数」も尋ね、来道経験の有無を区別した。本論文では、この質問項目で来道経験が無いと回答した回答者と、1回以上の来道経験があると回答した回答者とを比較し、来道経験のない外国人が持つ「北海道らしい」風景イメージを解明する。

以下、アンケートの調査項目とその分析方法について説明する。はじめに、風景イメージスケッチ手法に関する質問では、「北海道らしい」風景を思い浮かべてもらい、その風景イメージをスケッチしてもらった。次に、その風景イメージの主な構成要素を最大3つ回答してもらった。この構成要素を、上田・吉田（2012）に倣って分類した。この分類結果をもとに、来道経験がある韓国人と来道経験がない韓国人の間で、スケッチの構成要素に差があるか否かを統計的に検定する（注2）（注3）。

これに加え、回答者が思い浮かべた風景の「北海道らしさ」を一言で回答してもらった。回答された「北海道らしさ」についても、上田・吉田（2012）に倣って分類し、来道経験がある韓国人

表1 回答者属性 (単位:人)

		来道経験なし	来道経験あり
合計		137	20
性別	男性	73	14
	女性	64	6
年齢	10歳代	0	0
	20歳代	4	0
	30歳代	40	7
	40歳代	38	3
	50歳代	33	6
	60歳代	21	3
	70歳代	1	1

と来道経験がない韓国人の間で、スケッチの構成要素に差があるか否かを統計的に検定する(注4)。

調査は2019年7月、2019年8月、2020年1月に、韓国・全羅北道庁にて実施された農業・食品に関する研修の会場で実施した。研修参加者に対して、アンケート調査への協力を依頼し、承諾を得た上でアンケート用紙を配布、説明した。アンケート用紙は、回答者自身による回答記入後その場で回収した(注5)。

アンケート配布数は214、アンケート回収数は202であり、アンケート回収率は94%である。この中から、北海道に関する知識や、北海道の風景イメージの有無にかかわらず回答できる質問に対して無回答であった回答者を、抵抗回答として分析対象から除外した。具体的には「あなたはアンケートの前から北海道という地名を知っていましたか」「あなたの性別を教えてください」「あなたの年齢を教えてください」の3問のうち、いずれかについて無回答であった回答者は分析対象から除外した。その結果、アンケート回収数202のうち157の有効回答を得た(有効回答率78%)。

表1に、回答者の個人属性を示した。来道経験がない韓国人(以下、来道経験なし)は137名、来道経験がある韓国人(以下、来道経験あり)は20名であった。性別に関しては、男性の方が女性よりもやや多かった。年齢に関しては、30歳代-50歳代が約8割(81%)を占めていた。また、対象は韓国・全羅北道庁の研修の参加者であり、主に農業関係者(農家、農協関係)であった(注6)。

### 3. 分析結果と考察

図1に、回答者が思い浮かべた風景の「北海道らしさ」を一言で回答してもらう質問の集計結果を示した。回答割合について、来道経験がない韓国人(以下、来道経験なし、とする)と来道経験がある韓国人(以下、来道経験あり、とする)との2群の間で「2群の間で回答の分布には差がない」との帰無仮説について、Fisherの正確確率検定を行った。その結果、来道経験なしと来道経験ありとで、「北海道らしさ」に関する回答の分布は5%水準で有意に異なることが示された。以下では、個別の項目について比較し、来道経験のない韓国人が思い浮かべる北海道の風景の「北海道らしさ」の特徴の解明を試みる。

来道経験なしでは「無回答」の割合は31%(=43人/137人)で最多となった。一方、来道経験ありで「無回答」であったのは5%(=1人/20人)であった。来道経験ありと来道経験なしの2群間で、「無回答」との回答者割合を統計的に検定したところ、5%水準で統計的に有意な差が確認された。来道経験なしの方が「無回答」の割合が高いのは、来道経験がない韓国人は北海道に対する知識がなく、北海道らしい風景がすぐには思い浮かばないためと推察される(注7)。

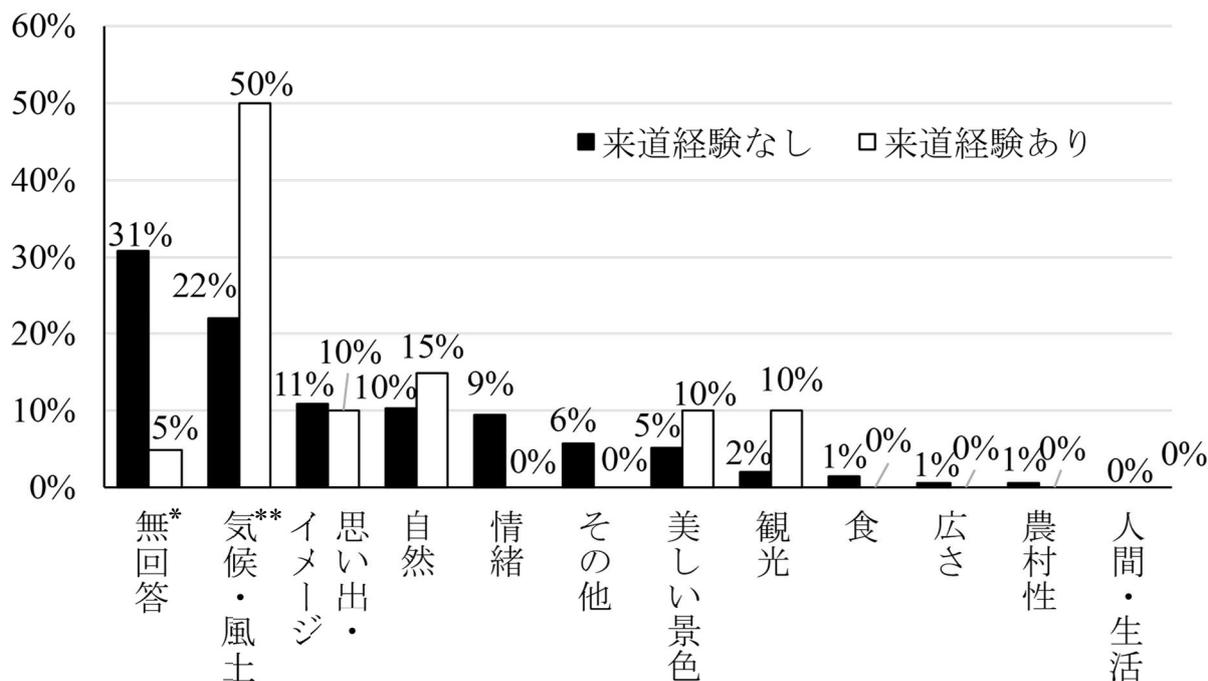


図1 「北海道らしい」風景に対する回答割合

- 注1) サンプルサイズは、来道経験なしで137人、来道経験ありで20人。
- 注2) \*\*, \*は当該項目で2群間にそれぞれ、1%、5%水準で有意差があることを示す。
- 注3) 図中の数値は、各群の合計人数に対する割合。
- 注4) 図中の各群の数値の合計が100%にならないのは、四捨五入のため。

来道経験ありで最も多かった回答は、「気候・風土」であり、全回答の50%を占めていた。来道経験なしでは「気候・風土」の回答割合(22%)が、「無回答」に次いで2番目に多かった。「気候・風土」の具体的な回答内容は「冬」「寒い」「氷」「涼しい」などである。来道経験の有無にかかわらず韓国人にとっての北海道の風景イメージとして「気候・風土」が印象付けられているものとする。上田・吉田(2012)の結果においても、「気候・風土」との回答は、道外に在住の日本人では3番目に、台湾人観光客では、2番目に多い回答であった(注8)。国内外にかかわらず、北海道外に在住している人は「気候・風土」を北海道らしい風景の特徴としてとらえていることが示唆される。

来道経験ありと来道経験なしの2群間で、「気候・風土」との回答割合を統計的に検定したところ、1%水準で統計的に有意な差が確認された。「気候・風土」との回答割合は、来道経験の有無にかかわらず高かったが、来道経験により北海道の「気候・風土」がより鮮明なイメージとなったものとする。

このほか、「観光」との回答割合について、来道経験あり(2/20=10%)と来道経験なし(3/137=2%)の2群間で、10%水準で統計的に有意な差が確認された。その他の項目については、来道経験ありと来道経験なしの2群間で統計的に有意な差は確認されなかった。来道経験ありの方が、北海道の風景イメージとして「観光」と回答する割合が高いのは、来道することで、北海道が観光地であることが強く印象付けられたためと考えられる。逆に、来道経験のない韓国人にとっては、観光地として北海道が十分に認識されていないことも示唆される。

表2に、回答者に記述してもらった「北海道らしい」風景イメージスケッチの構成要素に関する

表2 構成要素に関する回答(単位:%)

	来道経験なし	来道経験あり
無回答**	28	15
雪・流水	18	15
その他	12	17
山	8	12
海・海岸*	6	0
木	4	3
人工物**	3	10
空・太陽	3	3
人間	2	0
家・街	2	3
温泉	2	3
緑・自然*	2	5
花・花畑	1	2
湖・川***	1	7
大地	1	0
農業	1	3
動物	1	2
平原	1	0

注1) カイ二乗検定の結果、「\*\*\*」は1%水準、「\*\*」は5%水準、「\*」は10%水準で両群の比率に有意差が認められた項目。

注2) 2群間の Fisher の正確確率検定による p 値は 0.037。

注3) 表中の数値は、各群の回答者が挙げた構成要素数の合計数に対する割合。

注4) 表中の各群の数値の合計が100%にならないのは、四捨五入のため。

る回答の分類結果を示した。来道経験ありと来道経験なしの2群間に対して、「2群の間で回答の分布には差がない」との帰無仮説について、Fisher の正確確率検定を行った。その結果、来道経験なしと来道経験ありとで、「北海道らしい」風景イメージスケッチの構成要素に関する回答の分布は5%水準で有意に異なることが示された。以下では、個別の項目について比較し、来道経験のない韓国人が思い浮かべスケッチした「北海道らしい」風景の特徴の解明を試みる。

来道経験なしでは「無回答」が28% (=115/411) で最多であった。来道経験ありにおいて、「無回答」となったのは15% (=9/60) であった。来道経験ありと来道経験なしの2群間で、「無回答」との回答者割合を統計的に検定したところ、5%水準で統計的に有意な差が確認された。これらの結果は、前述した回答者が思い浮かべた風景の「北海道らしさ」の回答と同じ傾向である。すなわち、来道経験なしの方が「無回答」の割合が高い

のは、北海道に対する知識がなく、北海道らしい風景がすぐには思い浮かばないことをより強く示唆する結果と考える。

「無回答」以外で、来道経験ありと来道経験なしの2群間で回答割合に5%水準で統計的に有意な差が見られた項目は、「海・海岸」「人工物」「緑・自然」「湖・川」の4項目であった。このうち、「人工物」「緑・自然」「湖・川」の3項目については来道経験ありの方が回答割合が高かった(注9)。以上の結果は、来道経験により、北海道の豊かな自然や、北海道内を移動したり都市部を訪れたりした際に見た人工物など具体的な風景のイメージを思い浮かべることができるようになったためと考える。一方、「海・海岸」との回答は来道経験なしの方が多かった。

#### 4. 結論

本論文の課題は、来道経験のない外国人が「北海道らしい」風景をどのようにイメージしているのかを解明することであった。韓国人を対象とした分析の結果、以下の点が明らかとなった。

第1に、思い浮かべた「北海道らしい」風景の「北海道らしさ」が無回答となった割合、および風景イメージが無回答となった割合は、来道経験のない回答者の方が来道経験のある回答者よりいずれも有意に高かった。すなわち、来道経験のない外国人は、来道経験のある外国人に比べ、「北海道らしい」イメージを回答できない割合が高いとの結果である。このことから、来道経験が無いと「北海道らしさ」について明確なイメージを持ち難い、もしくは、何らかのイメージがあったとしても風景の「北海道らしさ」を明確に答えられるほどまでのイメージには至っていない可能性が示唆された。

第2に、「北海道らしさ」として「気候・風土」との回答割合は、来道経験のある回答者の方が、来道経験のない回答者より有意に高かった。これは、来道経験があれば、来道経験がない場合に比べ、「北海道らしさ」として「気候・風土」をより一層イメージしやすくなる可能性を示唆すると考える。

第3に、「北海道らしい」風景イメージのスケッチでは、来道経験のある外国人は、来道経験のない外国人と比較し、「人工物」「緑・自然」「湖・川」を含む風景を描いた割合が有意に高かった。これは、来道時に目にした「人工物」「緑・自然」「湖・川」が印象に残りやすいことを示唆するものと考えられる。

以上の結果は、来道経験の有無によって、思い浮かべる「北海道らしい」風景イメージが異なること、また来道経験がないと「北海道らしい」風景の明確なイメージを持ち難いことを示唆している。来道経験のある外国人にとっては、北海道の「人工物」「緑・自然」「湖・川」が印象に残りやすい風景となっていることも示唆されている。情報発信の際に、これらの印象に残りやすい風景イメージをアピールすることで、来道経験のない外国人にとっても、「北海道らしい」風景イメージを持ってもらえ、ひいては外国人来道者数の増加につながりうるのではないかと考えた。

最後に今後の課題として、回答者が持つ「北海道らしい」風景イメージの形成過程の解明を挙げたい。この点は、上田・吉田(2012)などの既存研究でも指摘されていたが、本論文でも、回答者が持つ「北海道らしい」風景のイメージがどのように生まれたのか、という点を解明することはできなかった。来道経験のない外国人の誘致を拡大するためのより実践的な政策的インプリケーションを得るために、この点について更なる検討が必要と考える。

【謝辞】本論文を執筆するにあたり、多くの方々にご協力いただいた。高野正光氏、松原侑奈氏、永野枝里花氏には、調査の主旨をご理解いただき、データの処理、集計、分析などにおいてご協力いただいた。北海道大学観光学高等研究センターの上田裕文先生には分析手法についてのご助言をいただいた。以上の方々に、深く感謝の意を表したい。本稿は、JSPS 科研費 20K06261 の助成を受けた研究成果の一部である。

注

注1) 本調査は韓国・全羅北道庁における研修参加者を対象に、研修後の時間等を利用して実施し

た。調査時間の制約により、各回答者に風景イメージの言葉での説明を口頭で説明してもらうことができなかった。そのため、風景イメージの説明は回答者自身にスケッチ内において文字として書き足してもらうことで対応した。

注2) 本研究では、回答者が思い浮かべた風景イメージについて、回答者の記述したキーワードに基づいて分析した。上田・吉田(2012)などの既存研究で実施されているスケッチの構造などに基づいた風景イメージの分析は今後の課題である。また、分類の区分は、既存研究の結果との比較のため、上田・吉田(2012)と同じ分類を用いた。今回の分析結果に基づき、新たに分類を検討・作成し、その分類方法を提示することも今後の課題として挙げられる。

注3) 風景イメージスケッチの構成要素について、上田・吉田(2012)に倣い、「山」「空・太陽」「緑・自然」「大地」「木」「花・花畑」「畑」「平原」「雪・流氷」「海・海岸」「丘」「動物」「人工物」「湖・川」「家・街」「牧場」「道路」「森林」「人間」「温泉」、回答がない「無回答」、またこれらのいずれにも分類できない「その他」に分類した。

注4) 「北海道らしさ」については、上田・吉田(2012)に倣い、「広さ」「自然」「気候・風土」「農村性」「食」「情緒」「人間・生活」「観光」「思い出、イメージ」「美しい景色」、回答がない「無回答」、またこれらのいずれにも分類できない「その他」に分類した。

注5) 同じ回答者による複数回の回答を防ぐため、以前同じアンケートに回答したことがあるかどうかをアンケート配布前に聞き、過去にすでに回答済みの参加者は回答しないように説明し、加えて該当者にはアンケートを配布しないようにした。

注6) 農業従事者に加えて、近い将来農業を始めることを考えている者も含まれる。

注7) 来道経験なしの回答者は、北海道に関する知識が乏しく、北海道の風景イメージがわからないとの点について、その程度を定量的に示した点が、本研究の新規性の一つと考える。

注8) 上田・吉田(2012)での台湾人の回答において「美しい景色」(回答割合は38%)、「気候・風土」(回答割合は27%)、「思い出、イメージ」(回答割合は14%)、「観光」(回答割合は10%)の4項目で回答割合が10%以上となっていた。この点について、上田・吉田(2012)では台湾人の回答について、観光体験との結びつきが強い回答が行われていると解釈していた。本論文での来道経験ありにおいても、これら4項目の回答割合は10%以上となっていた。来道経験のある韓国人も観光体験との結びつきが強い回答をしている傾向があることが示唆される。

注9) 「人工物」に分類された回答例として「船」「道路」「汽車」「線路」などが挙げられる。

#### 【引用文献】

北海道観光振興機構(2020)「令和元年度 北海道来訪者数満足度調査」[https://www.visit-hokkaido.jp/assets/file/document/2020/05/data1\\_file\\_90.pdf](https://www.visit-hokkaido.jp/assets/file/document/2020/05/data1_file_90.pdf) (2020年9月9日参照).

北海道経済部観光局(2019)「北海道観光入込客数調査報告書」<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/file.jsp?id=1230092> (2020年9月9日参照).

北海道経済部観光局(2020)「北海道観光入込客数調査報告書」[http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kk\\_doukei/R1\\_irikomi\\_honbun.pdf](http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kk_doukei/R1_irikomi_honbun.pdf) (2020年9月9日参照).

観光庁(2016)「観光立国推進基本法」<https://www.mlit.go.jp/kankocho/kankorikkoku/index.html> (202

1年1月29日参照).

農林水産業・地域の活力創造本部 (2018) 「農林水産業・地域の活力創造プラン」 [https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/pdf/180601plan\\_honbun.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nousui/pdf/180601plan_honbun.pdf) (2020年9月15日参照).

渡久地朝央 (2011) 「農村景観の評価に関する実証分析：北海道の農村を事例に」『北海道大学大学院農学研究院邦文紀要』32(1)、pp.7-59.

上田裕文 (2009) 「風景イメージスケッチ手法の構築に関する研究」『都市計画論文』44(3)、pp.37-42.

上田裕文・吉田恵介 (2012) 「観光のまなざしによりつくられる北海道の風景イメージの研究」『ランドスケープ研究』75(5)、pp.529-532.

(2021年3月25日受理)