

女性が興味を引くデザインと具体的な情報を

WEBで発信してほしい



アマнда・ハーロウ (Amanda Harlow)

英会話学校「今人 (イマジン)」主宰

イギリス・ロンドン出身。ケント大学卒業。マンチェスター大学にて教育学・英語教授法修士。イギリスの新聞社に10年間勤務した後、1992年から日本で英語教師。現在、札幌の英会話学校「今人 (イマジン)」主宰。NHK文化教室英語講師。『Fodor's Japan,』17・18版北海道地区執筆担当、2008年から英語旅行案内サイトTrip Advisorのディステーションエキスパート。2008、15年に英語版の北海道ガイドブックを共著で発行。

WEBのコミュニケーションが世界と北海道を結ぶ

2008年からトリップアドバイザーの「Hokkaido フォーラム」というWEB上のコミュニティでボランティアをしています。京都、東京フォーラムと同じぐらい人気があり、朝起きると寄せられた質問に答えることが日課になっています。当初は、欧米の旅行者からの質問が主でしたが、2016年からシンガポール、タイ、マレーシア、インドネシアの家族旅行を考えている人からの質問が増えてきました。

旅のプランナーは女性

北海道に来たいと考えているビジターからの質問のパターンは2つあります。1つ目は、若い女性から、あまりお金をかけずに安全な旅をしたいというもの。2つ目は、三世代家族（8～12人）での滞在。子供や孫（やはり女性）が祖父母も楽しめる旅の計画を立てるケースです。ここでお伝えしたいことは「旅のプランナーは女性」であるということ。女性にアピールするHPのデザインが必要です。女性を引き付ける写真、見やすい、わかりやすいメニュー（システム）になっているのでしょうか？

さて、北海道に来たい旅行者の目的は何でしょう？ キーワードは、自然、健康、花、動物、温泉、エステ、特別な体験（農家で野菜を収穫、動物とのふれあい）、簡単なアウトドアアクティビティです。さらに、グループで旅行する人たちは、リラックスできる空間を大切にします。移動時間も知り合いだけの空間でおしゃべ

りしながら、北海道の美味しいお菓子や乳製品を食べながら過ごしたいのです。それを実現できる移動方法としては、レンタカー、ミニバス、ジャンボタクシーが考えられます。全員が一緒に乗りたいという希望が多いのですが、現状ではジャンボタクシー、ミニバスが少ないようです。路線バスでの移動が苦にならないのも外国人旅行者の特徴の一つ。そこで、主要なバスターミナルのバス停やバス会社のWEBで、すぐに改善してほしいことがあります。外国人が行きたい有名観光地の停留所名をローマ字表記に、そして、目的地まで何分かかかるか、バス代はいくらかを明記してほしいのです。全部の停留所名の必要はありません。すぐに取り組んでいただきたいです。

体験プログラムの細分化と決済可能なシステム

体験プログラムのバラエティ不足も北海道の観光の課題の一つかもしれません。例えば、世界的にも高い価値がある大雪山のお花畑にトレッキングに行きたいとき、10歳未満の子供たちが楽しめるプログラムはあるのか、足が不自由な祖父母が車いすでもお花畑を見るためには、どこに申し込めばよいのかといった情報にたどり着けません。季節ごと、テーマごとに体験プログラムについて英語での説明があると、大勢の人たちがそこに足を運ぶことになるでしょう。そして、紹介するだけではなく、申し込みが出来るシステムが必要です。