

## 観光振興に係る市町村アンケートの実施結果について

令和2年(2020年)10月  
経済部観光局観光企画

## 1 アンケート目的

現在、道が策定を進めている次期「北海道観光のくにづくり行動計画」に当たり、地域ニーズを的確に把握することで今後の観光施策に反映していくことを目的とする。

## 2 調査期間等

令和2年(2020年)8月7日(金)から8月20日(木)まで

## 3 回答率等

各市町村における回答数は、全道で138となり、回答率は、77.1%となった。

なお、圏域別では、道央圏が84.3%、道南圏が61.1%、道北圏が70.7%、道東圏が78.0%となっている。

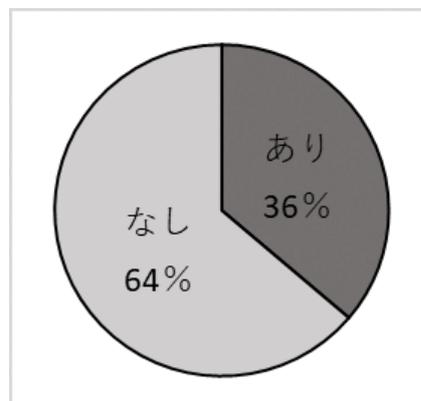
区分	結果
市町村数	179
回答数	138
回答率	77.1%

## 4 観光振興に係る計画の策定状況

各市町村の観光振興計画の策定状況については、全体の36%に相当する50市町村が策定している。また、計画期間は10年間で最も多く、次いで5年となっている。

## Q1. 貴市町村における観光振興計画がありますか。

区分	あり	なし
観光振興計画	50カ所	88カ所

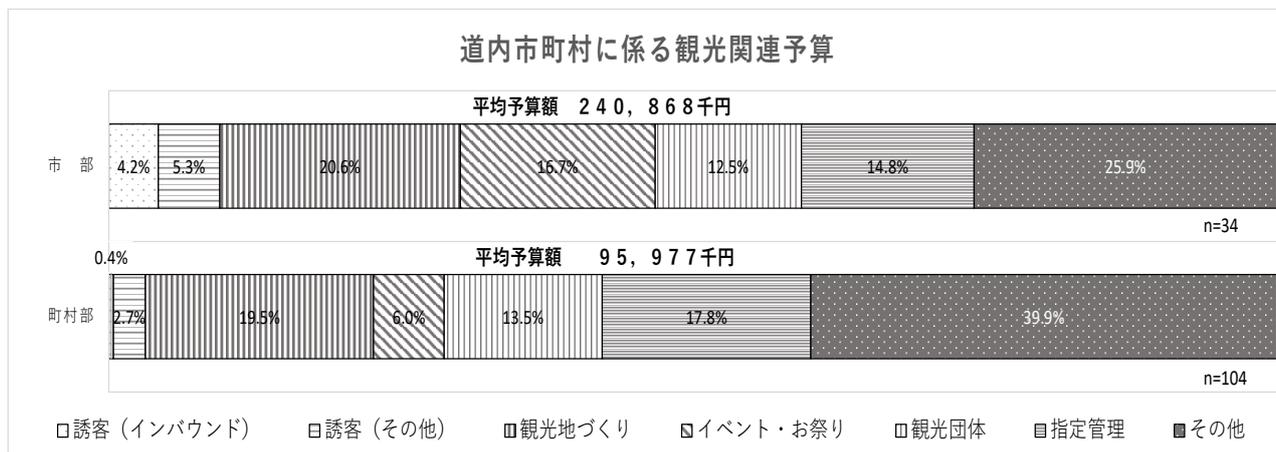


## ありの場合 → 策定年及び計画期間

策定年	回答数	計画期間	回答数
H23以前	4カ所	4年以下	1カ所
H24～H26	5カ所	5年～7年	20カ所
H27～H29	17カ所	8年～10年	25カ所
H30～R2	23カ所	11年以上	3カ所
無回答	1カ所	無回答	1カ所

## 5 観光関連予算について

市町村における観光関連予算には、ばらつきも多く、地域的な傾向はあまり見られないが、市部と町村部では財政規模も異なるため、これらを分けて平均予算額を参考までに示す。

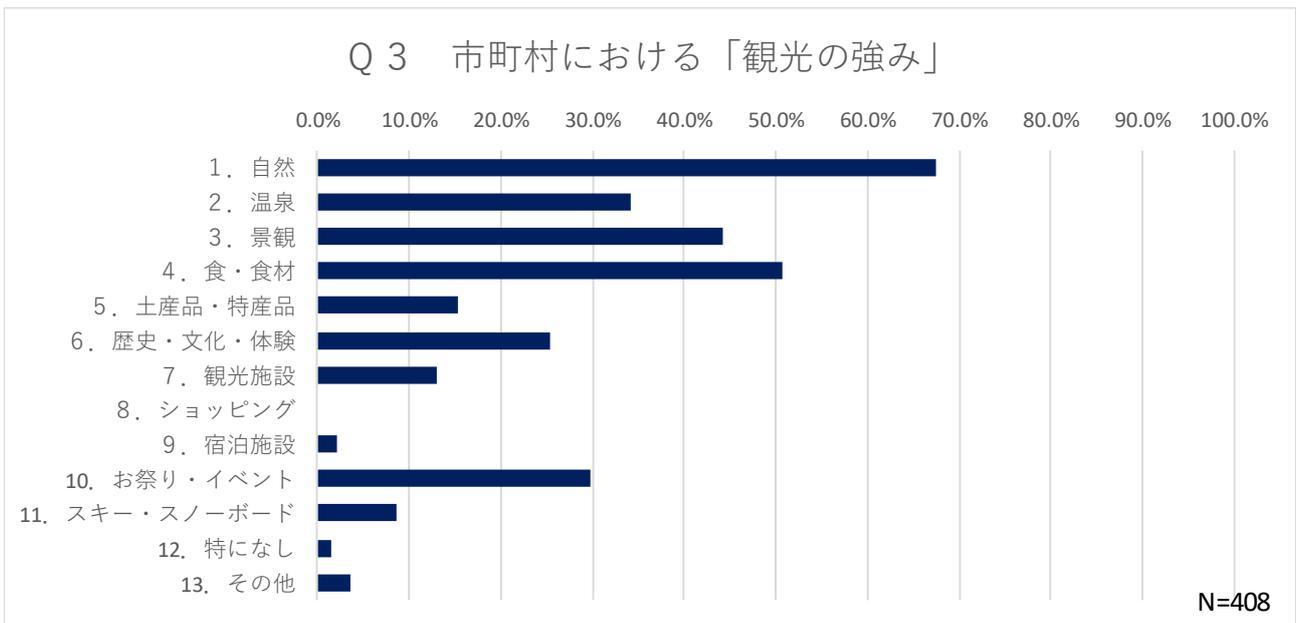


6 市町村における「観光の強み」

「自然」と回答した市町村が全体の67%に上り、続いて「食・食材」が約50%、景観が約45%と続いている。また、地域別に見ると、道東圏では82%が「自然」と回答したのに対し、道南圏では「景観」と答える市町村が72.7%と最も多かった。

Q3. 貴市町村における観光の強み（複数回答可）（三つまで）

- |              |                |           |         |            |
|--------------|----------------|-----------|---------|------------|
| 1. 自然        | 2. 温泉          | 3. 景観     | 4. 食・食材 | 5. 土産品・特産品 |
| 6. 歴史・文化・体験  | 7. 観光施設        | 8. ショッピング | 9. 宿泊施設 |            |
| 10. お祭り・イベント | 11. スキー・スノーボード | 12. 特になし  |         |            |
| 13. その他（     |                |           |         | ）          |



13. その他（自由記載欄）の回答

○カーリング、○キャンプ場・わかさぎ釣り、○優れた交通アクセス、○道の駅 など

道央圏		道南圏		道北圏		道東圏	
1. 自然	67.8%	3. 景観	72.7%	1. 自然	58.6%	1. 自然	82.1%
4. 食・食材	50.8%	4. 食・食材	45.5%	4. 食・食材	58.6%	3. 景観	53.8%
2. 温泉	33.9%	1. 自然	36.4%	3. 景観	44.8%	4. 食・食材	46.2%
3. 景観	32.2%	2. 温泉	36.4%	2. 温泉	34.5%	2. 温泉	33.3%
10. お祭り	30.5%	6. 歴史・文化・体験	36.4%	10. お祭り	31.0%	6. 歴史・文化・体験	28.2%

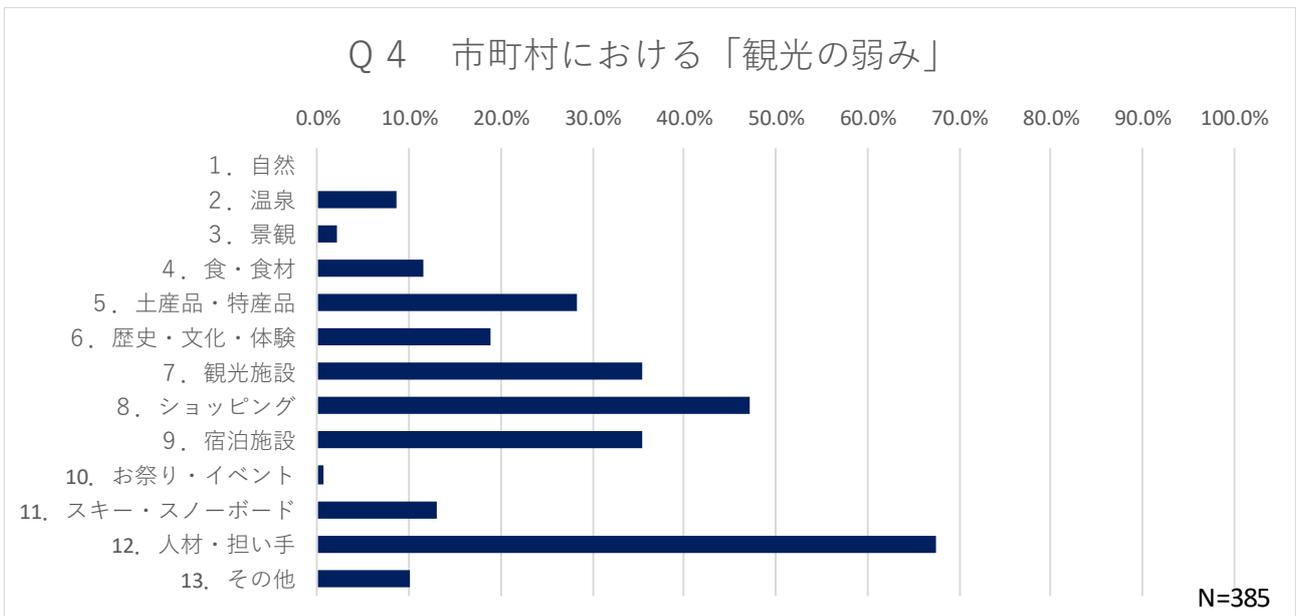
## 7 市町村における「観光の弱み」

「人材・担い手」との回答が最も高く、全体の67.4%が回答したほか、「ショッピング」(47.1%)、「観光施設」、「宿泊施設」(同率35.5%)がそれに続く結果となった。

また、地域別においても「人材・担い手」と「ショッピング」は1位、2位を占める結果となった。

### Q4. 貴市町村における観光の弱み（複数回答可）（三つまで）

- |              |                |            |         |            |
|--------------|----------------|------------|---------|------------|
| 1. 自然        | 2. 温泉          | 3. 景観      | 4. 食・食材 | 5. 土産品・特産品 |
| 6. 歴史・文化・体験  | 7. 観光施設        | 8. ショッピング  | 9. 宿泊施設 |            |
| 10. お祭り・イベント | 11. スキー・スノーボード | 12. 人材・担い手 |         |            |
| 13. その他（     |                |            |         | ）          |



### 13. その他（自由記載欄）の回答

○認知度、PR不足、○宿泊施設の伸び悩み、○交通アクセスの悪さ、○冬季アクティビティや文化体験・観光資源不足、○夏以外、ラベンダー以外の観光、○体験コンテンツ、ガイド不足、○地場産品を提供する飲食店が少ない など

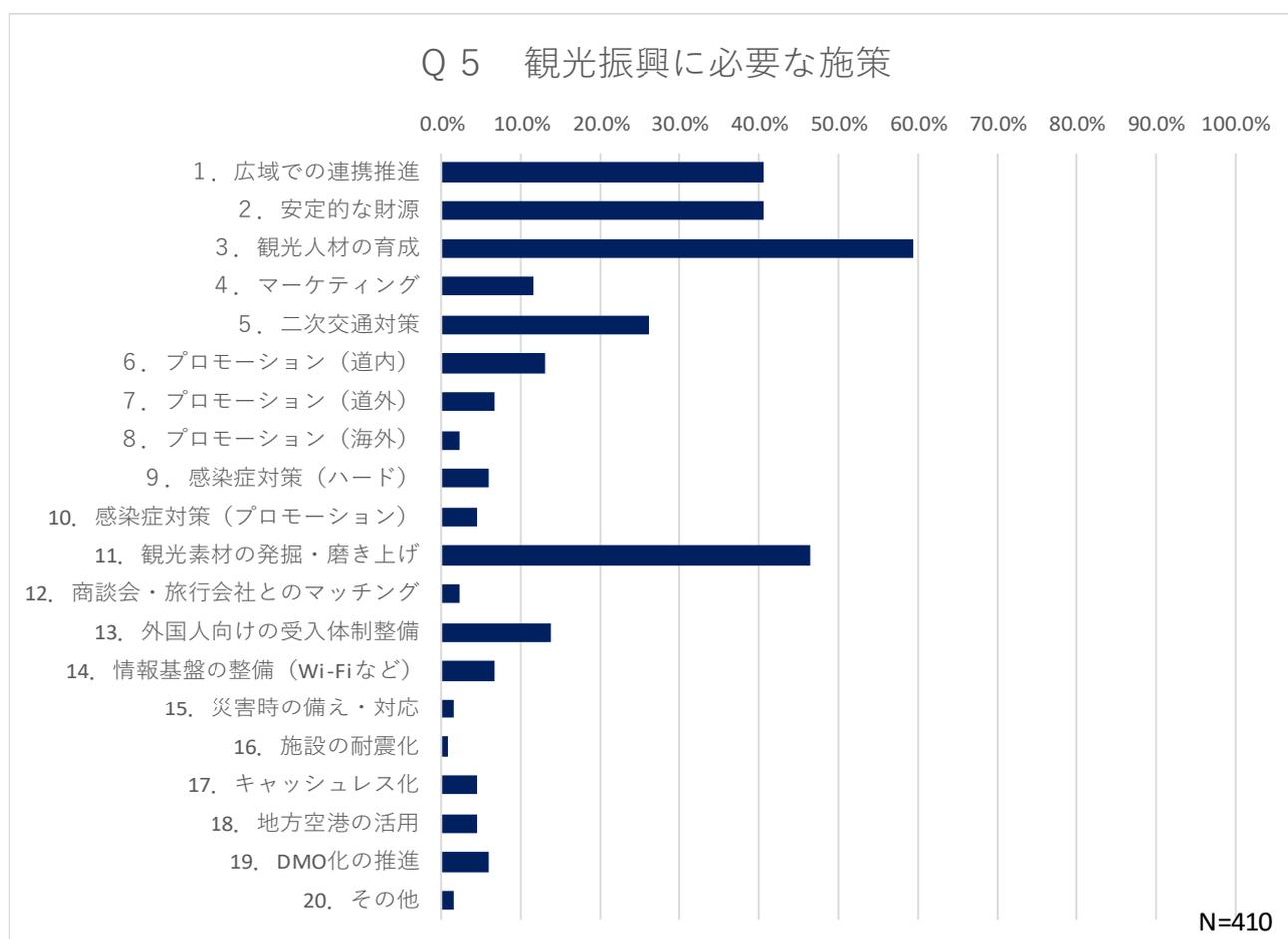
道央圏	道南圏	道北圏	道東圏
12. 人材・担い手 : 54.2%	12. 人材・担い手 : 90.9%	12. 人材・担い手 : 79.3%	12. 人材・担い手 : 71.8%
8. ショッピング : 47.5%	8. ショッピング : 36.4%	8. ショッピング : 44.8%	8. ショッピング : 51.3%
7. 観光施設 : 42.4%	7. 観光施設 : 27.3%	7. 観光施設 : 34.5%	9. 宿泊施設 : 43.6%
9. 宿泊施設 : 37.3%	9. 宿泊施設 : 27.3%	6. 歴史・文化・体験 : 27.6%	5. 土産品・特産品 : 28.2%
5. 土産品・特産品 : 32.2%	11. スキー・スノーボ : 27.3%	5. 土産品・特産品 : 24.1%	7. 観光施設 : 28.2%

## 8 必要な施策

今後、観光振興に必要な施策は、「観光人材の育成」が59.4%で最も高く、次いで「観光素材の発掘・磨き上げ」(46.4%)、「広域での連携推進」、「安定的な財源」(同率40.6%)と続く。

Q5. 今後の観光振興を進める上で必要なものは何ですか(複数回答可)(三つまで)

1. 広域での連携推進    2. 安定的な財源    3. 観光人材の育成  
 4. マーケティング    5. 二次交通対策    6. プロモーション(道内)  
 7. プロモーション(道外)    8. プロモーション(海外)    9. 感染症対策(ハード)  
 10. 感染症対策(プロモーション)    11. 観光素材の発掘・磨き上げ  
 12. 商談会・旅行会社とのマッチング    13. 外国人向けの受入体制整備  
 14. 情報基盤の整備(Wi-Fiなど)    15. 災害時の備え・対応    16. 施設の耐震化  
 17. キャッシュレス対応    18. 地方空港の活用    19. DMO化の推進  
 20. その他( )



### 20. その他

○稼ぐ力の醸成、○特産品の開発(土産品の充実)

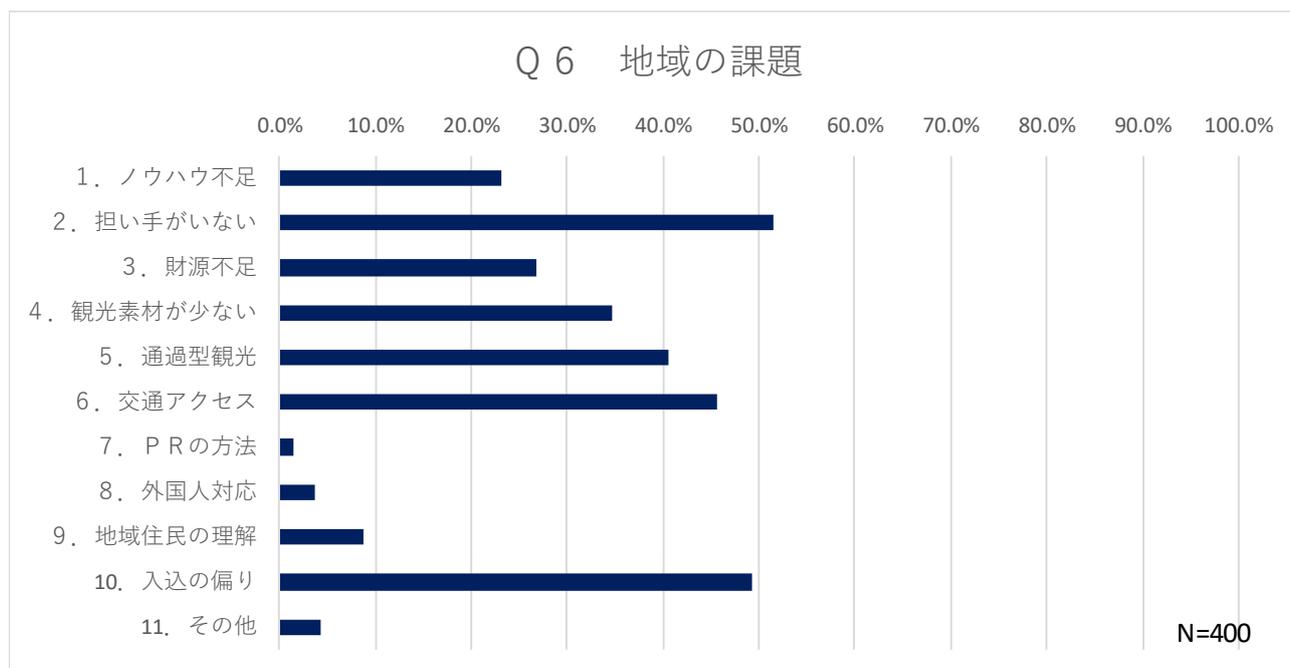
道央圏	道南圏	道北圏	道東圏
3. 観光人材の育成 : 49.2%	3. 観光人材の育成 : 54.5%	3. 観光人材の育成 : 62.1%	3. 観光人材の育成 : 74.4%
2. 安定的な財源 : 47.5%	5. 二次交通対策 : 45.5%	11. 観光素材の発掘 : 51.7%	11. 観光素材の発掘 : 46.2%
11. 観光素材の発掘 : 47.5%	1. 広域での連携推進 : 36.4%	1. 広域での連携推進 : 48.3%	1. 広域での連携推進 : 38.5%
1. 広域での連携推進 : 39.0%	2. 安定的な財源 : 36.4%	2. 安定的な財源 : 37.9%	2. 安定的な財源 : 33.3%
5. 二次交通対策 : 27.1%	11. 観光素材の発掘 : 27.3%	4. マーケティング : 24.1%	5. 二次交通対策 : 28.2%

## 9 地域の課題

観光施策を進める上での課題は、「地域に観光振興の担い手がない」が全体の51.4%と最も高く、次いで「季節・場所によって観光客の入込に偏りがある」(49.3%)、「二次交通などの交通アクセスが悪い」(45.7%)が続いている。

Q6. 観光振興を進める上での課題は何ですか（複数回答可）（三つまで）

1. 地域に観光振興に関するノウハウが不足している。
2. 地域に観光振興の担い手がない。
3. 観光振興の財源が不足している。
4. 地域に観光施設（観光素材）が少ない。
5. 宿泊施設が小さい（ない）ため、通過型観光になっている。
6. 二次交通などの交通アクセスが悪い。
7. 観光PRの方法がわからない。
8. 外国人対応に苦慮している。
9. 地域住民などに観光に対する理解がない。
10. 季節・場所によって観光客の入込に偏りがある。
11. その他（ ）



### 11. その他

- 感染拡大による交流人口の低下
- Withコロナに対応した安心安全な観光コンテンツの整備及びそのPR
- 入込が一極集中しており、まちなか回遊促進の手段に乏しい
- インバウンドは好調だが、国内客離れ（コロナ感染拡大前）、特に修学旅行や団体旅行で滞在時間が短くなっており（通過型）、滞在期間を延ばす取組み
- 広域連携化に向けた地域間の合意形成
- 地域には素晴らしい景観や、自然を生かした体験ができるものの、そこに案内・体験させる人材・業者がない
- 通過型観光に留まっており滞在型観光への誘客がうまくいっていない

道 央 圏	道 南 圏	道 北 圏	道 東 圏
6. 交通アクセス : 45.8%	6. 交通アクセス : 63.6%	10. 季節・場所の偏在 : 62.1%	2. 観光振興の担い手 : 59.0%
2. 観光振興の担い手 : 42.4%	2. 観光振興の担い手 : 54.5%	2. 観光振興の担い手 : 58.6%	10. 季節・場所の偏在 : 56.4%
5. 通過型観光 : 42.4%	10. 季節・場所の偏在 : 45.5%	4. 観光施設の少なさ : 41.4%	5. 通過型観光 : 53.8%
4. 観光施設の少なさ : 40.7%	3. 財源不足 : 36.4%	6. 交通アクセス : 37.9%	6. 交通アクセス : 46.2%
10. 季節・場所の偏在 : 39.9%	1. ノウハウ不足 : 27.3%	3. 財源不足 : 24.1%	1. ノウハウ不足 : 25.6%

## 10 まとめ

今回のアンケート調査における各市町村の「強み」と考える素材は、「自然」や「景観」、「食・食材」が上位を占めている。

また、一方で、近年の人口減少による人手不足を背景として、観光人材の育成、担い手不足は深刻化しており特に観光産業に携わる人づくりに重点を置いた施策の展開が必要である。

今後とも、地域偏在・季節偏在の解消や2次交通を含めた交通アクセスの問題、通過型観光からの脱却などなど以前からの課題も多く今後とも取組を進めていく必要がある。