



北海道

## 第5期 北海道観光のくにつくり行動計画

～ 「観光立国北海道」の再構築 ～

令和3年（2021年）11月

北海道

**HOKKAIDO**  
**LOVE!**

## はじめに

観光は、関連する産業としての裾野が広く、交流人口の増大や新たな雇用の創出など、幅広い経済効果をもたらすことが期待され、本道経済の活性化を図る上で、極めて重要な役割を担っています。

本道の観光産業は、豊かな自然環境を背景とした風光明媚な景観や新鮮な食、多彩な温泉、様々な体験メニュー等が楽しめるアウトドアなど豊富な観光資源を活かしながら、これまで道内のリーディング産業としての地位を確立してきました。

また、近年では、旅行形態の変化や旅行者ニーズの多様化に加え、本格的な人口減少社会到来による国内旅行市場の縮小の懸念や、海外からの観光需要を積極的に獲得していく必要があるとの考えのもと「観光で稼ぐ」をキーワードに、これまで旺盛なインバウンド需要を取り込みながら観光振興に取り組んできました。

しかしながら、この度の新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、インバウンド需要はほぼ消失し、国内需要も減少している中で、観光関連事業者はこれまで経験したことのない極めて危機的な状況に置かれております。

現在、感染症の状況が見通せない中、徹底した感染拡大防止策と社会経済への影響の最小化を図りながら、広大な自然環境を活かしたクリーンな北海道を目指し、新しい旅行スタイルの推進など、中長期的な視点に立って次に進んでいかなければならないものと考えています。

本計画がスタートする2021年度は、「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界遺産登録、世界中が注目する「東京2020オリンピック」の札幌開催、アジア初の世界中のアドベンチャートラベル関係者による国際イベントである「アドベンチャートラベル・ワールドサミット・バーチャル北海道／日本」の開催があります。

こうした大きなイベント開催の機会を契機として、感染症に強い北海道を内外に示しながら、ウィズコロナ・ポストコロナを見据え「観光立国北海道」の再構築に向けて取組を進めてまいります。

# 目次

第 1 計画の基本的な考え方 .....	- 4 -
1 計画の位置づけ .....	- 4 -
2 計画期間.....	- 5 -
3 計画の点検・見直し .....	- 5 -
4 計画推進の考え方 .....	- 5 -
5 その他.....	- 5 -
第 2 北海道観光を取り巻く環境 .....	- 6 -
1 国際観光市場 .....	- 6 -
2 国内観光市場 .....	- 7 -
3 道内観光市場 .....	- 9 -
第 3 北海道観光の現状と課題 .....	- 11 -
1 第 4 期の達成状況 .....	- 11 -
2 課題 .....	- 23 -
第 4 北海道観光が将来的にめざす姿 .....	- 25 -
1 北海道観光の分析 .....	- 25 -
2 北海道観光が将来的にめざす姿 .....	- 28 -
第 5 計画期間内の基本的な考え方 .....	- 29 -
1 目標 .....	- 29 -
2 道の基本的な施策 .....	- 29 -
3 誘客活動方針 .....	- 30 -
4 観光地づくり・受入体制整備方針 .....	- 30 -
第 6 施策展開の方向性及び各施策 .....	- 31 -
1 クリーン×セーフティ北海道 .....	- 32 -
2 量×質の追求 .....	- 34 -
3 旅行者比率のリバランス .....	- 37 -
4 新しい旅行スタイルの推進 .....	- 38 -

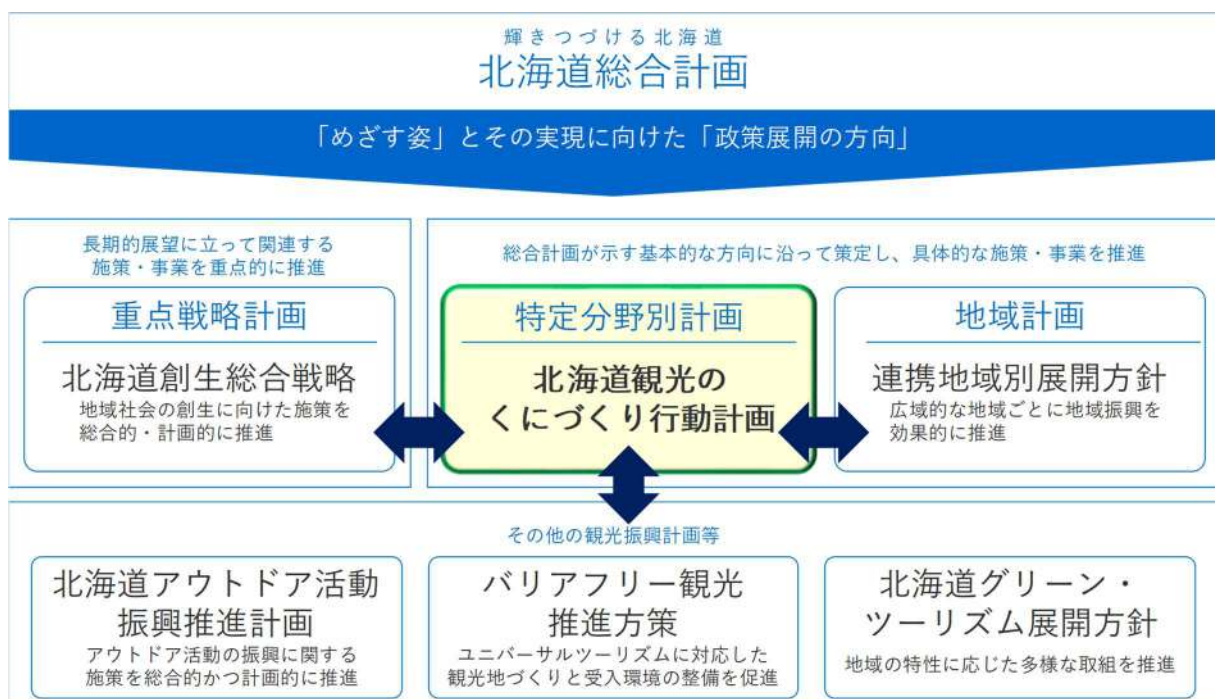
5 観光インフラの強靱化.....	- 40 -
6 推進体制の強化 .....	- 41 -
7 その他『「観光立国北海道」の再構築』に資する施策.....	- 42 -
第7 目標指標 .....	- 43 -
1 目標指標.....	- 43 -
2 施策別成果指標 .....	- 44 -
3 目標指標達成に関する考え方 .....	- 45 -
第8 観光振興に向けた行動指針と役割 .....	- 52 -
1 道民 .....	- 52 -
2 観光事業者、観光関係団体等 .....	- 52 -
第9 付属資料 .....	- 54 -
1 北海道観光のくにつくり条例 .....	- 54 -
2 これまでの計画による取組の概略 .....	- 59 -
3 出所・参考資料一覧 .....	- 62 -

# 第1 計画の基本的な考え方

## 1 計画の位置づけ

この計画は、北海道観光の振興に関する基本理念や道の施策の基本となる事項などを定めた「北海道観光のくにつくり条例」に基づき、観光事業者や観光関係団体、道民、道をはじめとする行政機関など、観光にかかわるすべての関係者が連携・協働して観光振興に関する施策を総合的、計画的に推進するための基本的な計画です。

この計画は、「北海道総合計画」が示す政策の基本的方向に沿って策定、推進する「特定分野別計画」として位置づけられています。道において策定する観光振興に関する個別の計画は、この計画との整合を図ります。



また、2019年10月に北海道倶知安町で「持続可能な開発目標（SDGs<sup>1</sup>）に対する観光の貢献の最大化」をテーマにG20北海道倶知安観光大臣会合が開催され、北海道倶知安宣言が採択されました。本計画記載の各施策もSDGsの達成に資するものとして推進していきます。



<sup>1</sup> 持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals：SDGs）：2015年9月に国連で採択された、先進国を含む2030年までの国際社会全体の開発目標。17のゴール（目標）とその下位目標である169のターゲットから構成。

## 第1 計画の基本的な考え方

### 2 計画期間

「北海道総合計画」の終了年度が2025年度であることを踏まえ、この計画の計画期間は、2021年度から2025年度までの5年間とします。

#### ■ 計画期間内の主な出来事※①

2021年度	2021年7月 北海道・北東北の縄文遺跡群 世界文化遺産登録決定 	2021年7～8月 東京2020オリンピック 札幌開催 	2021年9月 アドベンチャートラベル・ ワールドサミット・ バーチャル北海道/日本開催 
2022年度～ 2025年度	2023年3月 北海道ポールパーク Fビレッジおよび新球場 エスコンフィールド HOKKAIDO 開業  <(c)H.N.F.>	2025年2月 赤レンガ庁舎改修完了 	2025年4～10月 大阪・関西万博開催 

### 3 計画の点検・見直し

社会経済情勢の変化に適切に対応していくため、本計画の推進に当たっては、毎年度、目標指標や各施策の進捗管理を実施し、結果をホームページ上で公表するなど周知に努めるとともに、北海道観光審議会での議論を踏まえ、必要に応じて見直すこととします。

### 4 計画推進の考え方

この計画を着実に推進していくためには、道をはじめとする行政機関や北海道観光振興機構はもとより、道民や観光事業者、観光関係団体、さらには大学など、観光に携わるすべての人が「北海道観光のくにづくり条例」に基づくそれぞれの役割を認識し、資源を互いに活用するなど、これら産官学民が連携・協働して観光振興を推進していくことが必要です。

このため、道では、この計画の目標達成に向け、全庁横断的に施策を推進し、国や市町村、観光関連事業者、地域の観光協会、大学など観光振興に携わるすべての方々と連携・協力しながら、交流人口の拡大や観光消費の増加による地域経済の活性化に向け、この計画を推進していきます。

### 5 その他

2017年2月に策定した「北海道インバウンド加速化プロジェクト」はこの計画に取り込みます。

## 第2 北海道観光を取り巻く環境

### 1 国際観光市場

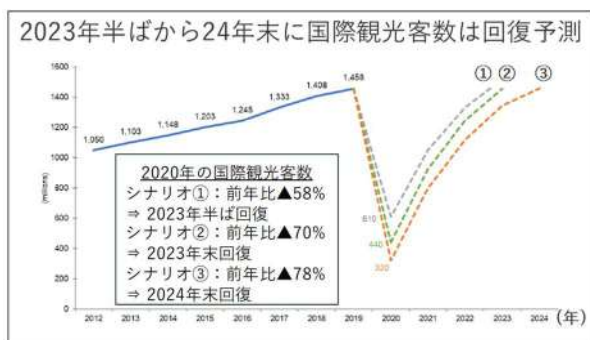
UNWTO(国連世界観光機関)の「International Tourism Highlights 2020 Edition」によると、世界全体の国際観光客到着数は、2009年のリーマンショックによる世界的な景気後退の影響を受け減少しましたが、それ以降は10年連続で増加しており、2019年には、14億6,000万人となっています。

また、地域別では、欧州が7億4,400万人でシェアが51.0%と過半数を占めており、アジア太平洋が3億6,160万人でシェアが24.8%、北米が2億1,930万人でシェアが15.0%となっています。

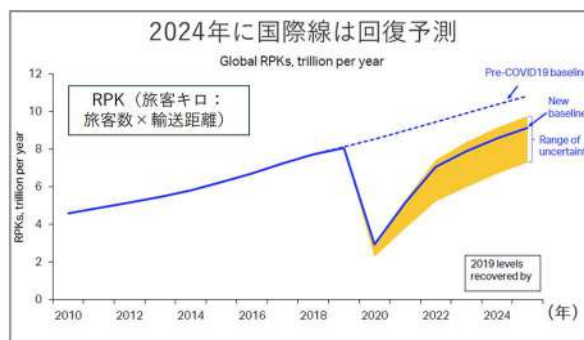
こうした中、2019年12月、中国の湖北省武漢市で最初に確認された新型コロナウイルス感染症<sup>2</sup>が瞬く間に世界中に拡大した結果、2020年の国際観光客到着数は、前年比74%減となる約10億人の減少、観光による収入は、1.3兆ドルもの損失が予測されています。また、こうした市場の縮小により、観光に従事する1億2,000万人の雇用が危険にさらされるとされています。

今後の国際観光客数の見通しについてUNWTO、IATA(国際航空運送協会)の需要予測では、全世界の観光需要がコロナ禍以前まで回復するのは、2023年半ばから2024年頃と予測されています。

#### ■ UNWTO の予測<sup>※②</sup>



#### ■ IATA の予測<sup>※③</sup>



<sup>2</sup> 新型コロナウイルス感染症：病原体がベータコロナウイルス属のコロナウイルスで、令和2年1月に、中華人民共和国から世界保健機関に対して、人に伝染する能力を有することが新たに報告された。（新型インフルエンザ等対策特別措置法（平成24年法律第31号）附則第1条の2第1項）

## 2 国内観光市場

国では、2016年に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、2020年に訪日外国人旅行者数4,000万人、訪日外国人旅行消費額を8兆円、さらに2030年には、それぞれ6,000万人、15兆円の目標を掲げ取組を進めてきており、2019年の訪日外国人旅行者数は3,188万人となるなど順調に推移してきました。

こうした中、2020年1月15日に国内で最初の新型コロナウイルスによる感染者が確認され、同月31日には、WHO（世界保健機関）が「緊急事態」を宣言したことから、国は段階的に海外からの入国の制限等の措置を講じました。

その後、感染症の全国的かつ急速なまん延により国民生活に甚大な影響を及ぼす恐れがあることから、国は4月7日、7都府県に対し「緊急事態宣言」を発出、同月16日には区域を全国に広げました。同宣言下では、外出自粛や不要不急の帰省・旅行など、都道府県境をまたぐ人の移動を避けるよう要請されたことから、旅行者数が激減し、2020年5月の日本国内の延べ宿泊者数は、前年同月比84.9%の減、訪日外国人旅行者数は99.9%の減となり、単月としては、調査開始以来最低を記録しました。

一方で、落ち込んだ観光需要を回復するための取組も進められ、国は5月7日には感染防止策を日常に取り入れた「新しい生活様式」を、都道府県境をまたぐ移動の制限が解除された6月19日には「新しい旅のエチケット」を公表し、感染拡大防止に配慮しながら旅行を行う取組が進められました。その後、国は感染症拡大の影響により甚大な影響を受けた旅行業、宿泊業、貸切バス、飲食業、物販販売業など観光地全体の消費を取り戻すため、7月22日から「GoTo トラベル事業<sup>3</sup>」を開始しました。

こうした国の需要喚起策により、一時は延べ宿泊者数が前年比7割程度まで回復しましたが、10月末以降、国内の新規感染者が再び増加傾向に転じました。11月には「Go To トラベル事業」における札幌市、大阪市発着の旅行が一時停止となり、12月には首都圏を中心に新規感染者数が過去最多となったことから、同月14日、国は年末年始の「GoTo トラベル事業」の一時停止を決定しました。

2021年1月7日には1都3県に再び緊急事態宣言を発出し、「GoTo トラベル事業」の一時停止も合わせて延長されることとなり、同月13日には7府県が緊急事態宣言の対象地域に追加されました。その後、一部の都府県から徐々に対象地域から外れていき、3月21日には全国で緊急事態宣言が解除されましたが、「GoTo トラベル事業」の一時停止は延長することとなりました。

---

<sup>3</sup> Go To トラベル事業：宿泊または日帰りの国内旅行の代金総額の1/2相当額を国が支援する事業。給付額の内、30%は旅行先で使える地域共通クーポンとして付与される。



■ 新型コロナウイルス感染症に関連する主な出来事

日付	主な出来事
2019年 12月31日	中国湖北省武漢市で原因不明の集団肺炎が報告される
2020年 1月15日	日本国内で初の感染が確認される（武漢からの帰国者）
31日	WHOが「緊急事態宣言」を発出
2月1日	新型コロナウイルスを「指定感染症」に指定
5日	横浜港に停泊中の「ダイヤモンド・プリンセス」で集団感染が判明
13日	日本国内で初の死者
29日	緊急会見にて今後2週間が感染拡大に重要な期間になると総理が表明
3月11日	WHOが「パンデミック宣言」を発出
24日	東京オリンピック・パラリンピックの延期を発表
27日	観光庁が更新登録に関する旅行業法の弾力的な適用を決定
4月7日	東京都等の7都府県を対象に特措法に基づく「緊急事態宣言」を発出
16日	「緊急事態宣言」の対象を全国に拡大
5月7日	「新しい生活様式」が公表
14日	39県で緊急事態宣言が解除（道を含む8都道府県は継続）
25日	全国で緊急事態宣言が解除
6月19日	都道府県境をまたぐ移動の制限を解除 「新しい旅のエチケット」が公表
7月22日	Go To トラベル事業が開始（東京発着のツアーは当面の間、支援対象外）
9月18日	東京都発着等のツアーのGo To トラベル事業対象商品の予約販売が開始
10月1日	Go To トラベル事業の対象に東京都発着等のツアーを追加 日本への入国制限が全世界を対象に段階的に緩和
16日	Go To トラベル事業の地域別の給付枠を撤廃
29日	Go To トラベル事業の対象から、観光を主たる目的としない旅行等が除外
30日	Go To トラベル事業の対象から、8泊目以降の旅行が除外となることが決定
11月24日	Go To トラベル事業の対象から札幌市、大阪市を目的地とする旅行を一時停止
27日	Go To トラベル事業の対象から札幌市、大阪市に居住する旅行者を一時停止
12月3日	東京都居住者の旅行等について、Go To トラベル事業の利用自粛を要請
14日	年末年始（12月28日から1月11日まで）の旅行について、Go To トラベル事業の支援を全国的に一時停止することを決定
2021年 1月7日	東京都等の1都3県を対象に、2月7日まで緊急事態宣言を再発出及びGo To トラベル事業の一時停止を同期間まで延長
13日	大阪府等7府県が緊急事態宣言の対象地域に追加
2月2日	栃木県を除く10都府県への緊急事態宣言を3月7日までに延長決定
3月1日	東京都等の4都府県への緊急事態宣言を3月21日まで延長決定
21日	全国で緊急事態宣言が解除

■ 国内延べ宿泊者数の前年比推移(2020年)<sup>※④</sup>



### 3 道内観光市場

本道においては、2020年1月28日、道内で初の新型コロナウイルス感染症の感染者が確認され、他地域に先行して感染が広がる中、2月28日には道独自の緊急事態を宣言し、感染拡大防止の取組を進めてきました。その後、国内で感染が急速に拡大する中、道内においても第2波となる感染の波が襲来したことから、4月16日、国は緊急事態宣言の対象区域を全都道府県に拡大し、北海道を「特定警戒都道府県」に指定しました。

こうした国内外における感染拡大により観光需要は大きく減少し、道の2020年4月から6月までの観光入込客数は前年同期比47.6%減の828万人、訪日外国人来道者数は、前年同月比100%減の0万人<sup>※⑤</sup>となりました。

この間、道では事業者が行う感染症予防のための衛生関連機器の導入支援を行ったほか、ホテル・旅館業の宴会部門の感染拡大防止に向け、具体的な取組を示したガイドラインの策定や普及を進める取組を支援することで、観光客が安心して道内旅行を楽しめる環境整備を進めています。

また、感染拡大防止を図るため、国が公表した「新しい生活様式」を可視化した「新北海道スタイル<sup>4</sup>」や「北海道コロナ通知システム」など独自の取組を進めたほか、感染症の拡大により宿泊業をはじめ、旅行、交通など幅広い分野で甚大な影響を受けた観光関連産業を支援するため、「新北海道スタイル安心宣言」を実践している観光事業者に対し、道民による観光需要の喚起することを目的に、7月1日から「どうみん割<sup>5</sup>」を開始し、同月27日には貸切バス及び宿泊施設での感染リスク低減に配慮して実施する道内での教育旅行の支援を開始しました。

こうした取組により一時は延べ宿泊者数が前年度比7割程度まで回復しましたが、10月末には新規感染者数が再び増加傾向となったため、道では、独自の警戒ステージを引き上げました。その後、11月24日に札幌市が「Go to トラベル事業」の対象から一時停止になったことに合わせ、同月28日には「どうみん割」の対象から札幌市を目的地とする旅行などを除外したほか、12月28日には「どうみん割」を全道で停止しました。

2021年になっても東京都等の一部の都府県では、緊急事態宣言の対象地域として延長されていましたが、3月21日には全国で緊急事態宣言が解除されたことから、同月26日、利用者・事業者双方に徹底した感染拡大防止策を講じ、その普及・定着を図るため、道民の圏域内における宿泊旅行商品を造成・販売する「新しい旅のスタイル」モデル事業を開始しました。

---

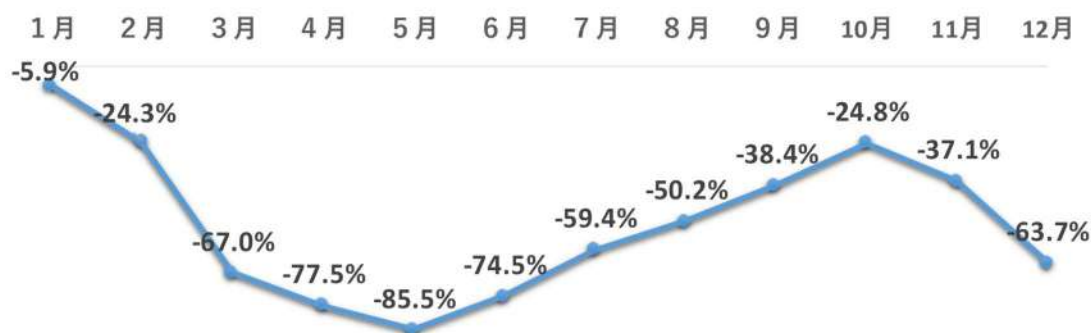
<sup>4</sup> 新北海道スタイル：感染リスク低減に必要な新しい生活様式を実践していくため、道民のライフスタイルと、事業者のビジネススタイルの変容を促進し、事業者の感染拡大防止の取組を可視化・浸透することで、道民・事業者が連携して進める取組。

<sup>5</sup> どうみん割：新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ旅行需要の早期回復を目的に、道内での宿泊旅行商品などを販売する旅行会社など観光関連事業者に、北海道が予算の範囲内でその代金を割引く制度。「新北海道スタイル」を実施している事業者の商品が対象。

■ 新型コロナウイルス感染症に関する主な道内での出来事

日付	主な道内での出来事
2020年	
1月28日	道内初の感染者を確認
2月26日	知事から市町村長に対し、学校の臨時休業を要請
28日	「新型コロナウイルス緊急事態宣言」を決定
3月18日	3月19日での緊急事態宣言の終了と新たなステージへの移行を決定
25日	緊急対策（第1弾）に関する補正予算案の議決（予算額277億円）
4月7日	国の緊急事態宣言を受け、5月6日まで「新型コロナウイルス感染症集中対策期間」とすることを決定
17日	宿泊療養に係る自衛隊への災害派遣要請、特措法に基づき「北海道」における緊急事態措置を決定（20日に休業要請の措置などを追加する改訂）
28日	感染拡大防止ガイドライン策定普及モデル事業（予算額4億450万円）、他2事業を含む、緊急対策（第2弾）に関する補正予算案の議決（予算額784億円）
5月4日	休業要請を5月15日まで延長することを決定
6日	緊急事態措置を5月31日まで延長することを決定
13日	「新北海道スタイル」公表
15日	石狩振興局管内を除く地域について休業要請の一部解除を決定
29日	「北海道コロナ通知システム」の運用開始
6月1日	全ての施設の休業要請を解除、外出自粛、イベント開催制限を段階的に緩和
16日	観光誘客促進道民割引事業（どうみん割）（予算額24億9,237万円）を含む、緊急対策（第3弾）に関する補正予算案の議決（予算額300億円）
17日	北海道エアポート（株）、道、（公社）北海道観光振興機構の3者による「HOKKAIDO LOVE!」プロジェクトの発表
7月3日	教育旅行支援事業（予算額11億8,669万円）を含む、緊急対策（第4弾）に関する補正予算案の議決（予算額3,677億円）
10月2日	観光誘客促進道民割引事業（どうみん割ぷらす）（予算額30億円）を含む、緊急対策（第5弾）に関する補正予算案の議決（予算額2,946億円）
28日	道独自の警戒ステージを1から2に引き上げ
11月7日	道独自の警戒ステージを2から3に引き上げ
17日	札幌市を対象に道独自の警戒ステージを3から4に引き上げ
28日	すすきの地区の一部の飲食店等を対象に時短営業を要請 「どうみん割」の対象から札幌市を目的地とする旅行等を一時除外
12月11日	教育旅行支援事業（予算額4億円）を含む、緊急対策（第6弾）に関する補正予算案の議決（予算額813億円）
28日	「どうみん割」を一時停止
2021年	
2月28日	札幌市内全域の飲食店等に対する営業時間短縮の協力要請が終了
3月24日	コロナ禍特別対策事業を含む観光関連事業予算（予算額76億4,804万円）を含む、令和3年度一般会計予算案の議決（予算額3兆2,530億円）
26日	「新しい旅のスタイル」モデル事業の開始を決定
27日	札幌市内における道の警戒ステージ4相当の協力を要請

■ 道内延べ宿泊者数の前年比推移(2020年)<sup>※④</sup>



## 第3 北海道観光の現状と課題

### 1 第4期の達成状況

第4期の計画期間は2018年度から2020年度の3カ年を対象として取組を進めました。

期間中は2018年度に訪日外国人来道者が過去最高の312万人に達するなど順調に推移してきましたが、2020年1月以降、新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外の観光客が激減し、北海道の観光産業は甚大な影響を受けました。

第4期計画の目標と実績及び達成状況は次のとおりです。

(2020年度はコロナにより大きく数値が変動したため、本計画上は参考値扱い)

指標	単位	分類	2020年度		2019年度		(参考) 2020年度	
			目標	実績	実績	達成状況	実績	達成状況
観光入込客数	万人	合計	6,000	5,277	(88.0%)	3,338	(55.6%)	
		道内客	4,880	4,441	(91.0%)	3,123	(64.0%)	
		道外客	620	592	(95.5%)	215	(34.7%)	
		外国人	500	244	(48.8%)	0	(0%)	
宿泊客延べ数	万人泊	国内客	3,000	2,866	(95.5%)	1,830	(61.0%)	
		外国人	1,700	754	(44.4%)	6	(0.4%)	
宿泊数の割合	%	道外客(5泊以上)	19.0	13.5	(71.1%)	18.4	(96.8%)	
		外国人(7泊以上)	19.0	28.6	(150.5%)	-	-	
観光消費額単価	円/人回	道内客	14,000	13,432	(95.9%)	9,439	(67.4%)	
		道外客	76,000	70,773	(93.1%)	67,733	(89.1%)	
		外国人	200,000	138,778	(69.4%)	-	-	
観光総消費額	億円	合計	21,544	15,159	(70.4%)	4,354	(20.2%)	
		道内客	6,832	6,540	(95.7%)	2,925	(42.8%)	
		道外客	4,712	4,296	(91.2%)	1,429	(30.3%)	
		外国人	10,000	4,323	(43.2%)	-	-	
満足度 (「とても満足した」と回答する割合)	%	道内客	47.0	31.6	(67.2%)	32.3	(68.7%)	
		道外客	57.0	44.3	(77.7%)	37.1	(65.1%)	
		外国人	64.0	51.3	(80.2%)	-	-	
リピーター割合	%	道外客(5回以上)	50.0	39.5	(79.0%)	50.2	(100.4%)	
		外国人(2回以上)	34.0	32.2	(94.7%)	-	-	

## (1) 観光入込客数

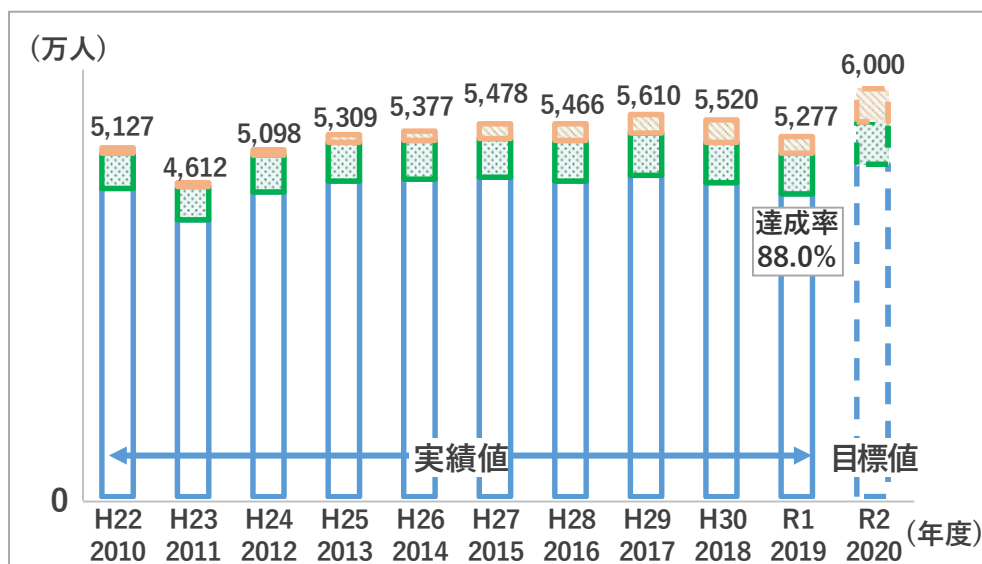
「北海道観光入込客数調査」によると、本道の観光入込客数の総数は、東日本大震災が発生した2011年3月以降、急速に回復し、2017年度には過去最高となる5,610万人を記録するなど順調に推移してきましたが、第4期計画がスタートした2018年度は、9月に発生した胆振東部地震の影響により一時的に減少し、その後実施した「ふっこう割」などの取組の効果により、観光入込客数は前年比1.6%減となる5,520万人となりました。

また、その翌年となる2019年度は、春のゴールデンウィーク10連休の集客効果や夏の定番観光施設の集客が順調に推移しましたが、10月に発生した台風19号の影響に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大による旅行需要の減少が響き、前年比4.4%の減となる5,277万人と目標の6,000万人に対し、達成率は88.0%となりました。

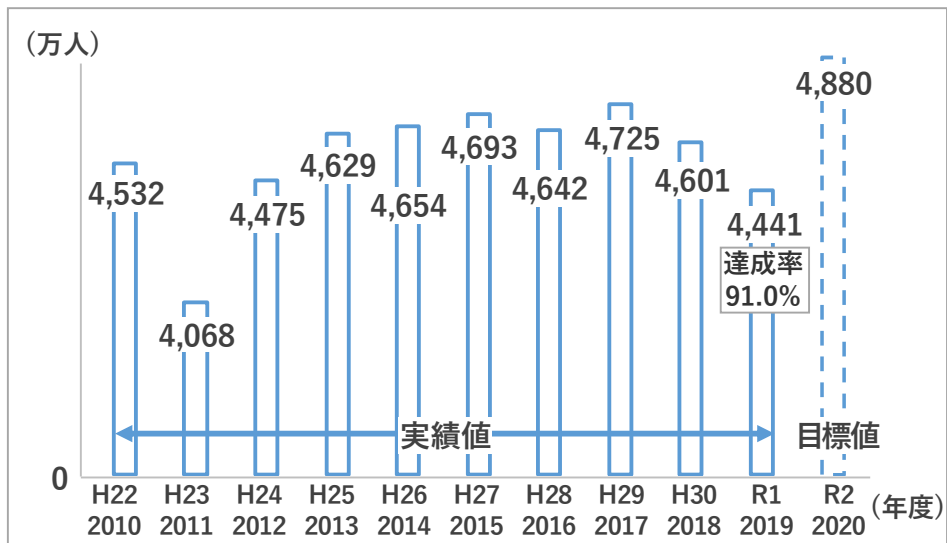
一方、訪日外国人来道者数については、東日本大震災の発生した2011年度は前年を下回ったものの、その後7年連続で過去最高を更新するなど順調に推移し、2018年度は、中国や韓国などアジア圏の北海道人気や国際線の新規就航・増便なども追い風となり、前年比11.6%の増となる312万人を記録しました。

また、2019年度は、倶知安町でG20観光大臣会合の開催やラグビーワールドカップの開催効果などプラスの効果があったものの、日韓の国際情勢の変化の影響や新型コロナウイルス感染症の拡大などにより前年比21.6%の減となる244万人と目標の500万人に対し、達成率は48.8%となりました。

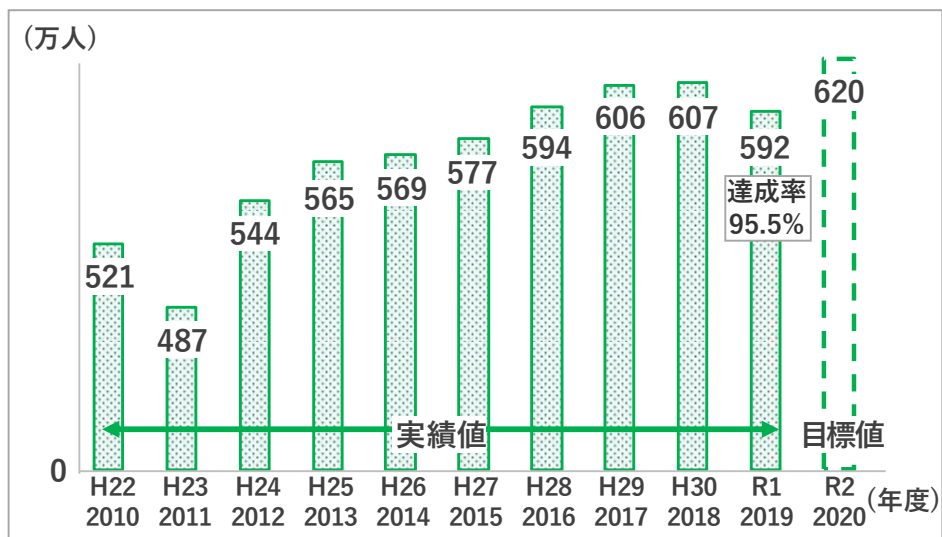
### ア 入込客数の総数<sup>※⑤</sup>



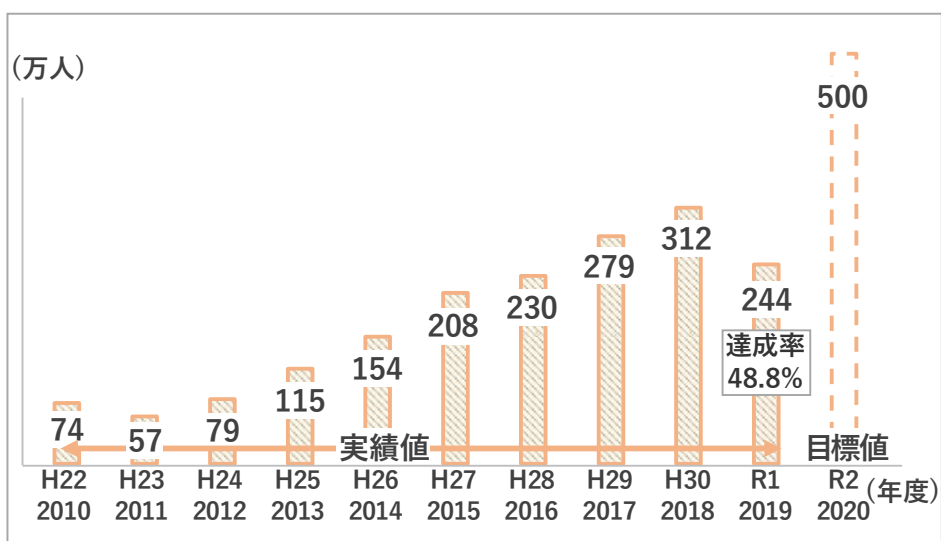
イ 道内客<sup>※⑤</sup>



ウ 道外客<sup>※⑤</sup>



エ 訪日外国人来道者<sup>※⑤</sup>



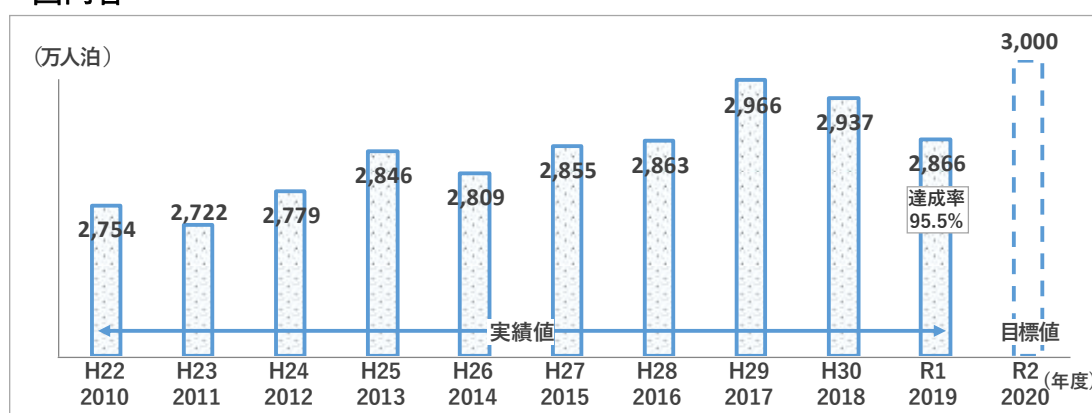
## (2) 宿泊客延べ数

「北海道観光入込客数調査」によると、宿泊客延べ数は、2018年度は国内客が2,937万人泊と前年同期比1.0%の減となる一方、外国人は、844万人泊と前年同期比11.5%の増となり、全体では、前年同期比1.5%の増となる3,781万人泊となりました。

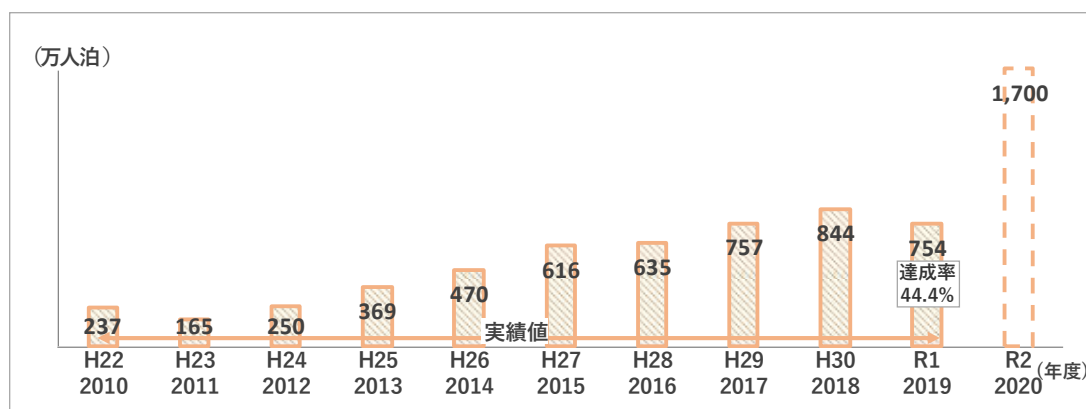
また、2019年度は、国内客はゴールデンウィークの10連休の効果もあり、2,866万人泊と目標の3,000万人泊に対し、達成率は95.5%となりました。

一方で、訪日外国人来道者は、日韓の国際情勢の変化や新型コロナウイルス感染症の影響により旅行需要の大幅な減少が響き、754万人泊と目標の1,700万人泊に対し、達成率は44.4%となりました。

### ア 国内客※⑤



### イ 訪日外国人来道者※⑤

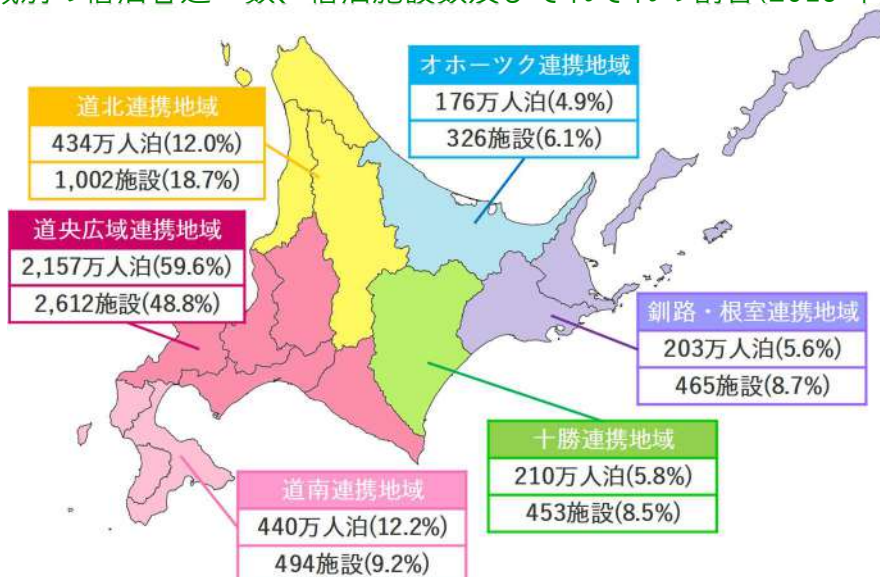


### ○ 圏域別の状況

2019年度の連携地域別の宿泊客延べ数では、「道央広域」が2,157万人泊と全道の59.6%と半数以上が集中しており、地域偏在が大きい状態となっています。

また、道内のホテル、旅館等の宿泊施設数においても、道央が最も多く、道外客、外国人ともにほとんどが宿泊を伴う旅行であることから、宿泊施設が多い地域に観光客が集中しており、このことも道央に集中する一因と考えられます。

■ 圏域別の宿泊客延べ数、宿泊施設数及びそれぞれの割合(2019年度)<sup>※⑤、⑥</sup>



○ 交通機関別の状況

「令和元年度来道者輸送実績」によると、来道者の86.8%が航空機を利用しており、来道者の着地空港別の割合では、「新千歳空港」が80.2%となっています。そのため、道外客の大半が道央から北海道に入ってきていることがわかります。

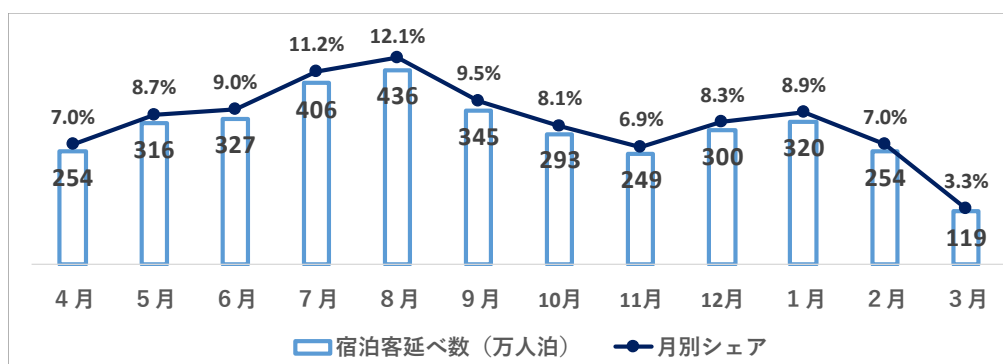
■ 来道者輸送実績(2019年度)<sup>※⑦</sup>

	航空機	JR	フェリー	合計
来道者数	1,151 万人	82 万人	94 万人	1,327 万人
割合	86.8%	6.2%	7.1%	100%

○ 月別の状況

2019年度の月別の宿泊客延べ数を見ると、8月が436万人泊で最も高く、次いで7月が406万人泊、9月が345万人泊となっています。一方、3月は新型コロナウイルス感染症の影響もあり119万人泊で最も低く、次いで11月が249万人泊、4月が254万人泊の順となっており、依然として繁忙期と閑散期の差である季節偏在が大きい状況となっています。

■ 月別の宿泊客延べ数と割合(2019年度)<sup>※⑤</sup>

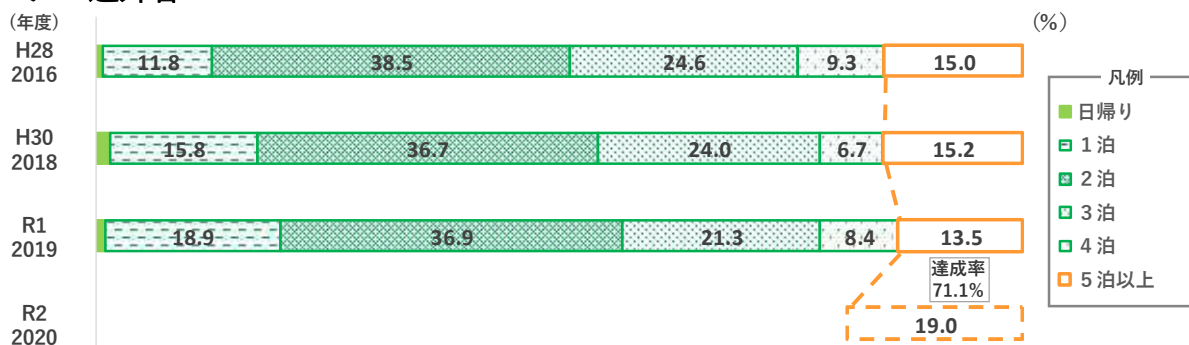




### (3) 宿泊数の割合

「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、宿泊数の割合は、道外客は1泊2日、2泊3日の割合が増加した結果、5泊以上の割合は13.5%と目標の19.0%に対し、達成率は71.1%となりました。

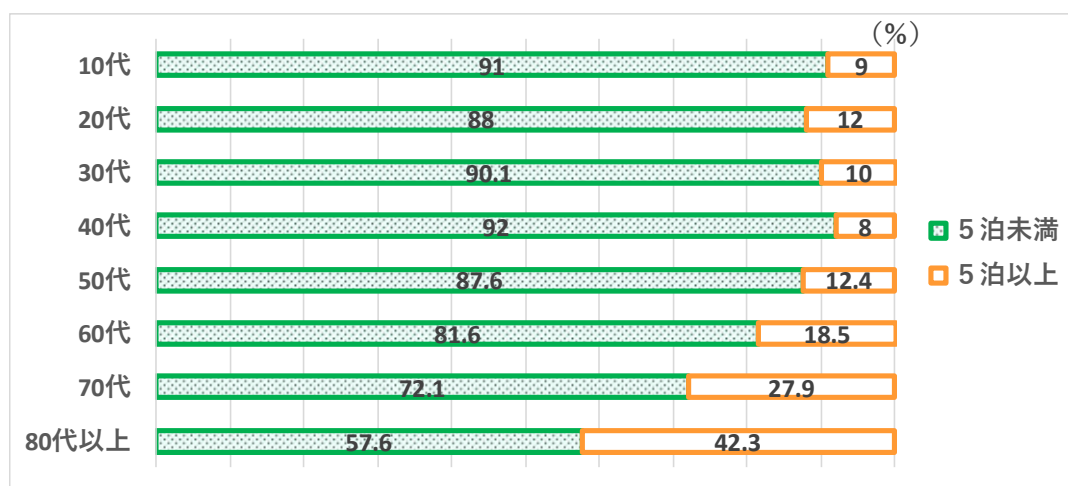
#### ア 道外客※⑧、⑨、⑩



#### ○ 年代別の状況

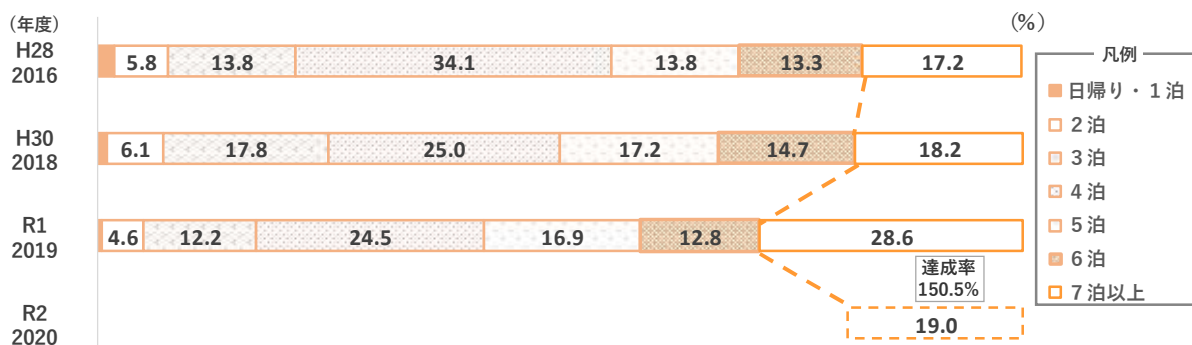
2019年度の宿泊数の割合を年代別で見ると、40代以下で5泊以上の長期滞在者の比率が概ね10%前後と低く、それ以降年代が増すごとに割合が増えはじめ、50代では12.4%、60代では18.5%、70代では27.9%、80代以上では42.3%となっています。

#### ■ 年代別宿泊数（5泊未満・以上）の割合(2019年度)※⑧



一方、訪日外国人来道者は「ラグビーワールドカップ2019」の開催効果などにより長期滞在の傾向が強い欧米豪の観光客が増加した一方で、日韓の国際情勢の変化により短期滞在の傾向が強い韓国人観光客が減少したことなどから、相対的に長期滞在者の比率が増加した結果、7泊以上の割合は28.6%と目標の19.0%に対し、達成率は150.5%となりました。

イ 訪日外国人来道者<sup>※⑧、⑨、⑩</sup>



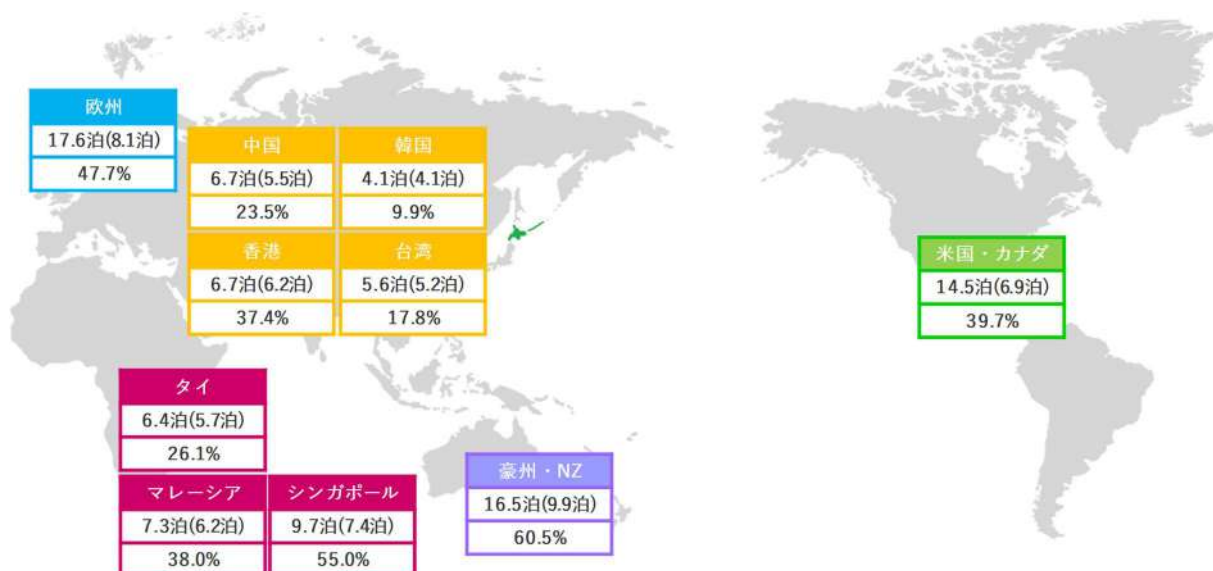
○ 国・地域別の状況

2019年度の訪日外国人来道者の日本国内での平均宿泊数は7.7泊であり、うち、道内での宿泊数は5.9泊となっています。国・地域別においては、東アジアでは「中国」が6.7泊の訪日旅行日程のうち道内宿泊が5.5泊、「台湾」は5.6泊のうち5.2泊、東南アジアでは「タイ」が6.4泊のうち5.7泊、シンガポールが9.7泊のうち7.4泊となっています。

豪州や欧米では、「豪州・ニュージーランド」が16.5泊のうち9.9泊、「米国・カナダ」が14.5泊のうち6.9泊、「欧州」が17.6泊のうち8.1泊となっています。

また、国・地域別で、道内の宿泊が7泊以上の長期滞在者が多いのは、「豪州・ニュージーランド」が60.5%と最も高く、次いで「シンガポール」が55.0%、「欧州」が47.7%となっています。

■ 上段は国・地域別の日本国内での平均宿泊数(カッコ内は道内平均宿泊数)、下段は道内で7泊以上した割合(2019年度)<sup>※⑧</sup>



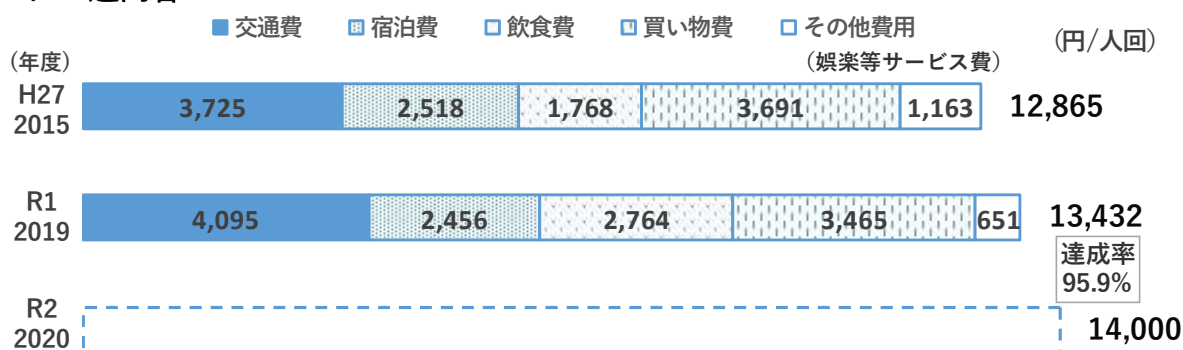
#### (4) 観光消費額単価

「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、観光消費額単価は、道内客、道外客ともに、前回調査と比べ買い物費が減少した一方、交通費や飲食費が増加したため、道内客は13,432円と目標の14,000円に対し、達成率は95.9%となり、道外客は70,773円と目標の76,000円に対し、達成率は93.1%となりました。

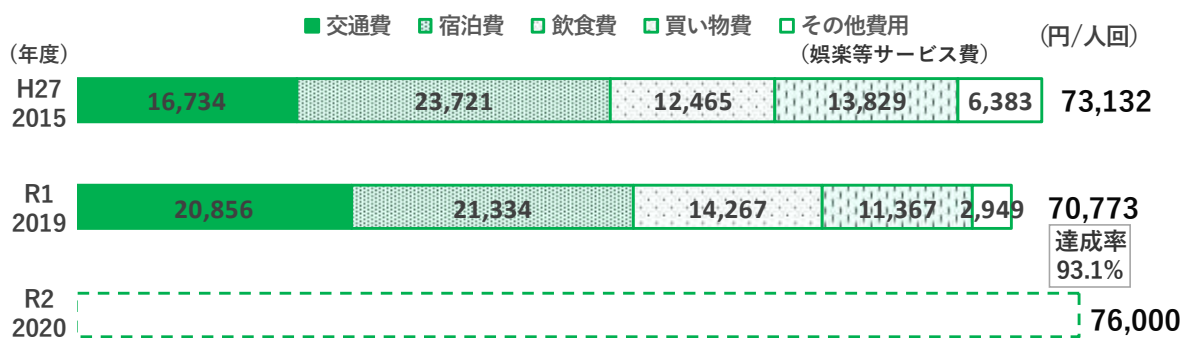
また、訪日外国人来道者は、宿泊費や飲食費が増加する一方、中国人観光客のいわゆる「爆買い」が一段落し、買い物費が減少した結果、138,778円と目標の200,000円に対し、達成率は69.4%となりました。

観光消費額単価のうち、道内客、道外客、訪日外国人来道者ともに、交通費、宿泊費、飲食費、買い物費が大部分を占め、体験への消費である「コト消費」が含まれる「その他費用（娯楽等サービス費）」は低い水準にとどまっています。

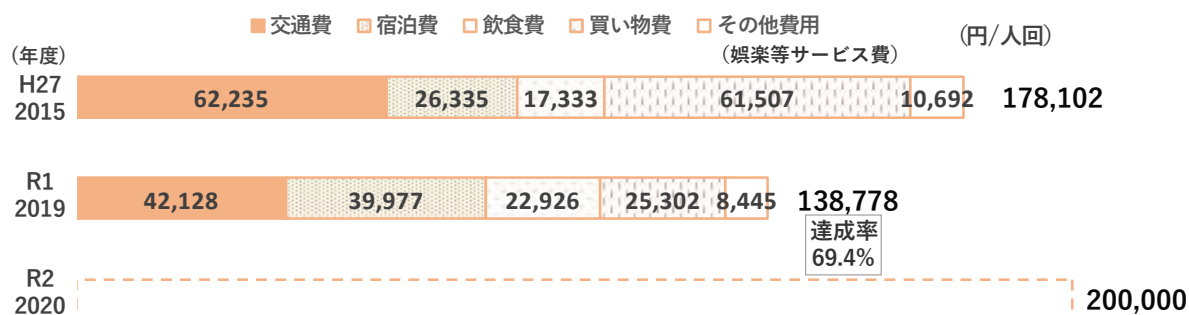
##### ア 道内客※⑧、⑩



##### イ 道外客※⑧、⑩



##### ウ 訪日外国人来道者※⑧、⑩



## (5) 観光総消費額

「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、観光総消費額は、道内客は6,540億円と目標の6,832億円に対し、達成率は95.7%となり、道外客は4,296億円と目標の4,712億円に対し、達成率は91.2%となりました。

また、訪日外国人来道者は、4,323億円と過去最高を記録したものの、目標の1兆円に対し達成率は43.2%となりました。その結果、合計は1兆5,159億円と目標の2兆1,544億円に対し、達成率は70.4%となりました。

### ■ 観光総消費額の状況<sup>※⑧</sup>

		観光総消費額（億円）		
		2020年度 目標	2019年度 実績	達成率
道内客	日帰り客	-	2,947	-
	宿泊客	-	3,168	-
	その他	-	425	-
小計		6,832	6,540	95.7%
道外客		4,712	4,296	91.2%
外国人		10,000	4,323	43.2%
合計		21,544	15,159	70.4%

### ○ 観光がもたらす経済波及効果の分析

「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、2019年度の観光総消費額1兆5,159億円を基に、観光消費がもたらす経済波及効果等を分析した結果、次の効果が推計されています。

### ■ 観光による経済波及効果等(2019年度)<sup>※⑧</sup>

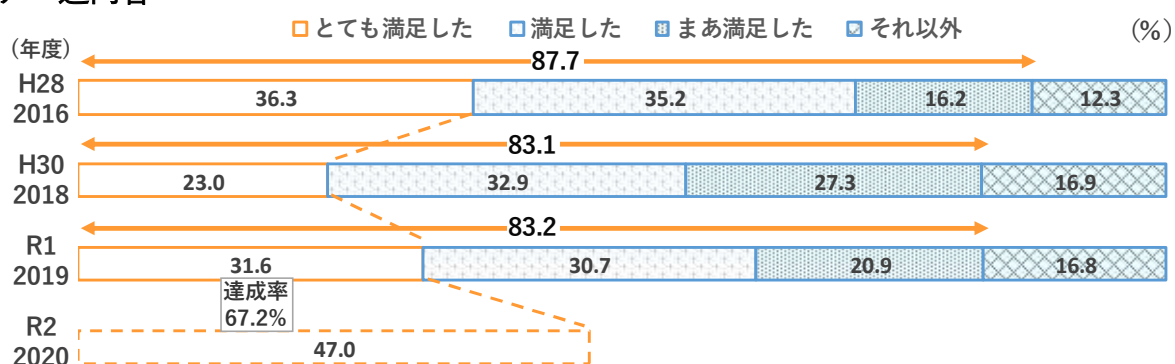
区分	効果
○ 経済波及効果（生産誘発額）	2兆1,910億円
○ 観光GDP	7,814億円
○ 雇用誘発効果	21万111人

## (6) 満足度

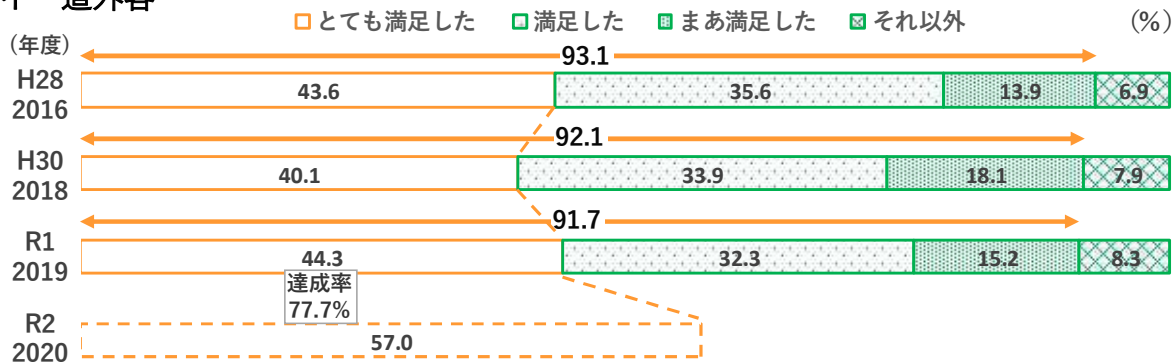
「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、観光・旅行全体で「とても満足した」と回答した割合は、Wi-Fi整備環境、宿泊施設、おみやげ品など個別の項目では満足度の向上が見られたものの、道内客は31.6%と目標の47%に対し達成率は67.2%となり、道外客は44.3%と目標の57%に対し、達成率は77.7%、訪日外国人来道者は51.3%と目標の64%に対し、達成率は80.2%となりました。

一方、観光・旅行全体に対する「とても満足した」、「満足した」、「まあ満足した」と回答した割合の合計は、道内客では83.2%、道外客は91.7%、訪日外国人来道者は98.7%となりました。

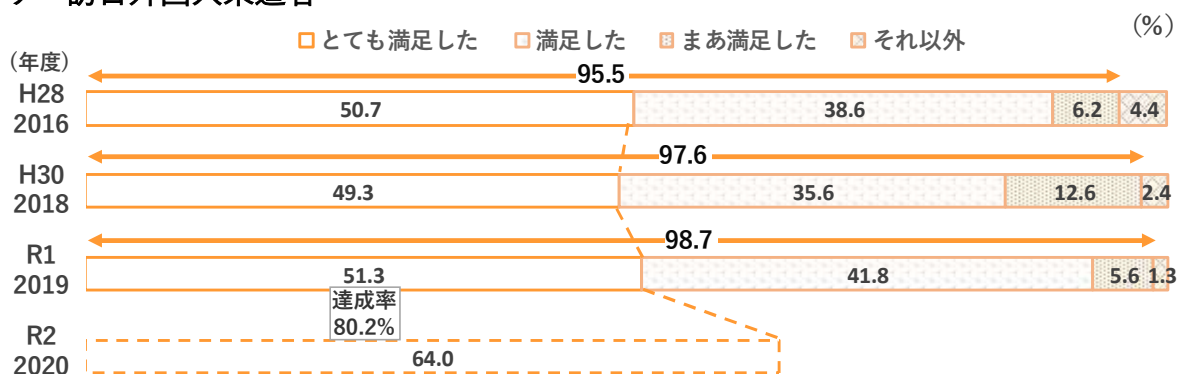
### ア 道内客※⑧、⑨、⑩



### イ 道外客※⑧、⑨、⑩



### ウ 訪日外国人来道者※⑧、⑨、⑩



## ○ 項目別の満足度及び期待度

項目別においては、2016年度の調査では道内客の「おみやげ品」、「宿泊施設」、「交通機関」、「Wi-Fi 設備環境」の4項目が事前期待度、満足度ともに2割以下となっていました。2019年度の調査では「交通機関」と「Wi-Fi 設備環境」の2項目に減少した一方、5割を超える満足度を得ている項目については、2016年度、2019年度ともに訪日外国人来道者の「観光・旅行全体」と「景観」の2項目と変化はありませんでした。

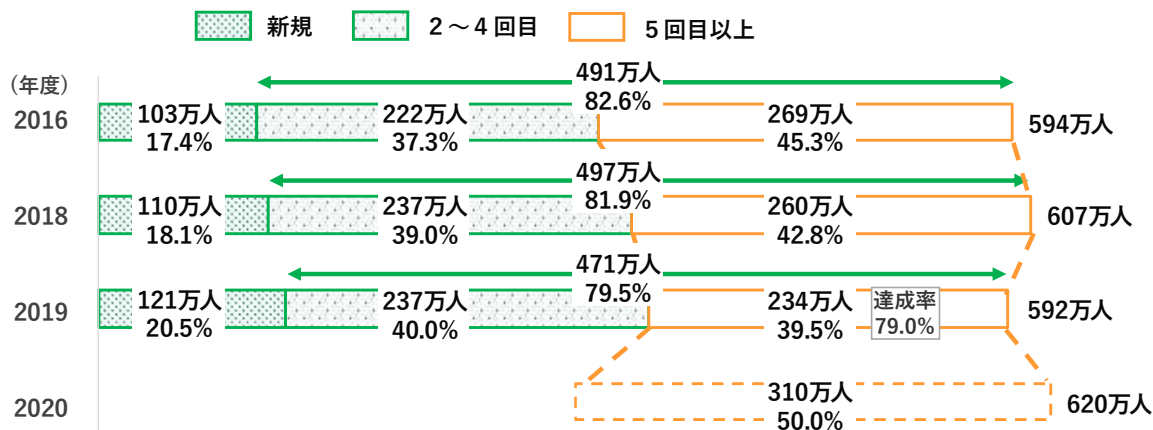
## ■ 質問項目別「とても満足した」と「とても期待していた」と回答した割合※⑧、⑩

質問項目	分類	とても満足したと回答した割合(%)			とても期待していたと回答した割合(%)		
		2016年度	2019年度	差分	2016年度	2019年度	差分
観光・旅行全体について	道内客	36.3	31.6	▲4.7	31.1	27.2	▲3.9
	道外客	43.6	44.3	0.7	37.8	43.0	5.2
	外国人	<b>50.7</b>	<b>51.3</b>	0.6	44.2	46.8	2.6
各観光地での食事について	道内客	30.4	31.7	1.3	30.2	28.6	▲1.6
	道外客	37.0	44.1	7.1	34.8	43.9	9.1
	外国人	46.9	49.9	3.0	41.2	47.1	5.9
おみやげ品について	道内客	<b>18.2</b>	27.1	8.9	<b>15.4</b>	22.6	7.2
	道外客	26.8	36.1	9.3	21.0	34.0	13.0
	外国人	35.5	40.8	5.3	31.4	36.5	5.1
宿泊施設について	道内客	<b>19.7</b>	27.3	7.6	<b>19.1</b>	25.2	6.1
	道外客	27.1	35.2	8.1	<b>19.4</b>	31.0	11.6
	外国人	38.1	44.8	6.7	30.9	38.5	7.6
観光施設について	道内客	22.3	23.2	0.9	<b>19.2</b>	20.5	1.3
	道外客	27.7	35.0	7.3	21.6	31.2	9.6
	外国人	42.2	46.5	4.3	35.7	42.4	6.7
交通機関について	道内客	<b>15.4</b>	<b>18.5</b>	3.1	<b>14.1</b>	<b>16.2</b>	2.1
	道外客	<b>19.3</b>	30.0	10.7	<b>12.7</b>	25.8	13.1
	外国人	43.4	42.7	▲0.7	35.3	36.8	1.5
Wi-Fi 設備環境について	道内客	<b>9.4</b>	<b>17.6</b>	8.2	<b>9.6</b>	<b>17.2</b>	7.6
	道外客	<b>11.2</b>	26.9	15.7	<b>8.4</b>	23.1	14.7
	外国人	27.2	37.5	10.3	27.1	34.6	7.5
景観について	道内客	36.3	31.9	▲4.4	37.6	28.9	▲8.1
	道外客	44.2	43.9	▲0.3	40.6	42.1	1.5
	外国人	<b>59.0</b>	<b>55.5</b>	▲3.5	<b>54.4</b>	<b>52.6</b>	▲1.8

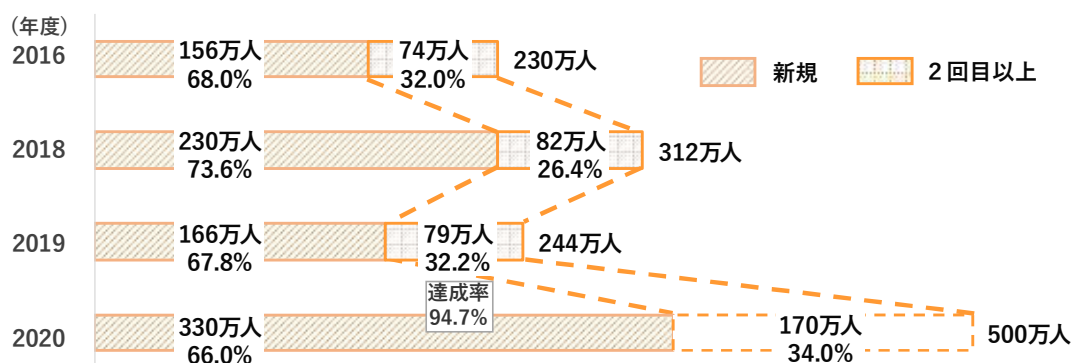
## (7) リピーター割合

「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、リピーター割合は、道外客は新規訪問の割合が多い10代、20代の割合が増加したこともあり、5回目以上の訪問の割合は39.5%と目標の50%に対し、達成率は79.0%となりました。また、訪日外国人来道者は、新規とリピーターの割合が2016年度とほぼ変わらなかったため、2回目以上の訪問の割合は32.2%と目標の34%に対し、達成率は94.7%となりました。

### ア 道外客※⑧、⑨、⑩



### イ 訪日外国人来道者※⑧、⑨、⑩

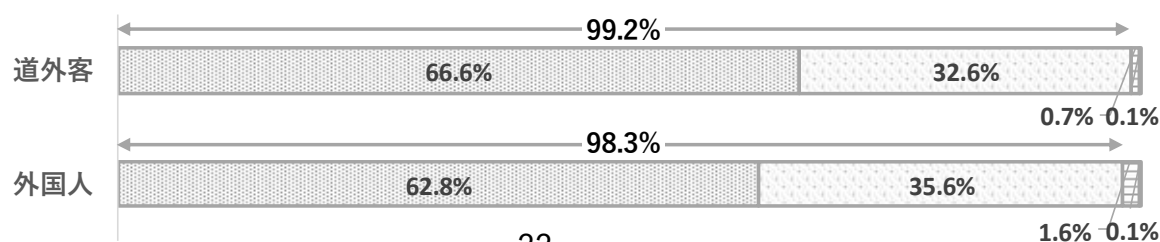


### ○ 再来訪（リピート）意欲

北海道への再来訪意欲については、道外客では、「また必ず来たい」が66.6%、「機会があればまた来たい」が32.6%であり、合わせて99.2%となっています。また、訪日外国人来道者も、「また必ず来たい」が62.8%、「機会があればまた来たい」が35.6%であり、合計で98.3%と北海道への再来訪意欲は非常に高い比率を示しています。

#### ■ 北海道への再来訪意欲(2019年度)※⑧

■ また必ず来たい □ 機会があればまた来たい ▨ 来ないかもしれない □ 絶対にこない



## 2 課題

### (1) 安定した観光入込客数の増加には、災害や感染症、国際情勢などによる影響の縮小化が必要

本道では、2018年9月に北海道胆振東部地震が発生し、胆振地域を中心に甚大な被害が発生したほか、直後に全道でブラックアウト<sup>6</sup>が発生し、道民生活をはじめ、多くの観光客が影響を受けました。

また、2019年には日韓の国際情勢の変化や台湾の航空会社によるストライキ、香港のデモ本格化により、訪日外国人来道者が減少したほか、2020年には、新型コロナウイルス感染症の影響により、道内の観光需要、特にインバウンド需要は大きく減少し、観光関連産業には甚大な影響が生じています。

こうしたことから、将来的に安定して観光入込客数を増加させるには、訪日外国人来道者の国・地域を分散化させるなど災害や感染症、国際情勢などによる影響を縮小化していくことが必要です。

### (2) 観光消費額単価向上には、モノ消費からコト消費への流れへの対応が必要

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、日本人、訪日外国人共に、旅行中の支出のうち、コト消費（娯楽等サービス費・その他）の割合が増加傾向にあります。

#### ■ 旅行中の支出に占める「娯楽等サービス費・その他」の割合<sup>※②</sup>

分類		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
日本人	宿泊	4.8%	4.8%	5.1%	6.7%	6.5%
	日帰り	9.1%	9.9%	10.3%	12.0%	13.4%
外国人		3.0%	3.0%	3.3%	3.9%	4.0%

積極的な量の追求が難しいコロナ禍において、観光総消費額を増加させていくためには、観光客のニーズの変化を捉え、観光コンテンツの磨き上げを行い、コト消費の増加を図るなど、観光消費額単価を向上させていくことが必要です。

<sup>6</sup> ブラックアウト：電力会社の管轄する地域のすべてで停電が起こる現象。



**(3) ウィズコロナ・ポストコロナ時代を見据えた新たな旅行スタイルを定着させていくことが必要**

(公財)日本交通公社の「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その4)」によると、コロナ収束後においても4割以上が旅行先として、「公衆衛生が徹底されていない地域」、「人が密集している地域」を避けたいと回答しています。

また、3割以上が「収束後の旅行先」や「旅行先での行動」が変化すると回答し、変化の内容として「三密回避」が最も多くなっています。一方で、行ってみたい旅行タイプの1位は「自然観光」と、コロナ禍以前と比較して引き続き高い人気を維持しています。

このようにコロナを契機として観光客の「変わる価値観」、「変わらない価値観」を適時・適切に捉えるとともに、広大な自然、密になりにくいアウトドア環境など本道の優位性を活かした新たな旅行スタイルを定着させていくことが必要です。

## 第4 北海道観光が将来的にめざす姿

### 1 北海道観光の分析

この計画策定の前提として、強み、弱み、機会、脅威を分析しました。

#### ■ 北海道観光の強み・弱み・機会・脅威

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 明瞭な四季・恵まれた自然環境</li> <li>・ 良質な食材</li> <li>・ 多様で豊かな歴史・文化（縄文・アイヌなど）</li> <li>・ 豊富な体験メニュー</li> <li>・ 空港民間委託、北海道新幹線（新函館北斗）</li> <li>・ 新北海道スタイル</li> <li>・ 住民による愛着度2年連続 No.1<sup>※⑬</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 道内観光地間の移動時間・距離</li> <li>・ 脆弱な二次交通</li> <li>・ 欧米からのアクセス</li> <li>・ 季節偏在、地域偏在</li> <li>・ オーバーツーリズム<sup>7</sup></li> <li>・ ガイド等専門人材の不足</li> </ul>
機会	脅威
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ インバウンド需要の拡大（アジア圏）</li> <li>・ オリンピック、ATWS 北海道／日本<sup>8</sup></li> <li>・ 「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界文化遺産登録</li> <li>・ ICT や AI などの技術革新、DX<sup>9</sup></li> <li>・ 最も魅力的な都道府県12年連続 No.1<sup>※⑭</sup></li> <li>・ コロナ終息後に訪日したい地域第2位<sup>※⑮</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自然災害・感染症</li> <li>・ 国際政治リスク</li> <li>・ 為替変動リスク</li> <li>・ 気候変動リスク</li> <li>・ 国内旅行市場の成熟</li> <li>・ 労働人口の減少</li> </ul>

<sup>7</sup> オーバーツーリズム：特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらし、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような状況。

<sup>8</sup> ATWS 北海道／日本：アドベンチャートラベル・ワールドサミット・バーチャル北海道／日本の略。アドベンチャートラベルトレードアソシエーション（ATTA）が毎年1回開催する、アドベンチャートラベル関連での世界最大のイベント/商談会であり、2021年9月の北海道での開催はアジア初で、かつ初のバーチャル開催となる。

<sup>9</sup> DX：デジタル・トランスフォーメーション（Digital Transformation）の略。英語では“trans-”を“X”と省略することがあるため、“DX”となる。将来の成長、競争力強化のために、新たなデジタル技術を活用して新たなビジネスモデルを創出・柔軟に改変すること。

## (1) 強み

本道は明瞭な四季や全国一となる6カ所の国立公園と6カ所の国定公園を有しており、知床世界自然遺産やラムサール条約湿地をはじめ豊かで恵まれた自然環境があります。道内各地域では、この豊かで恵まれた自然環境を保全するとともに、ツーリズムや教育などに活用する取組が展開されており、5地域が「日本ジオパーク」に認定され、そのうち2地域が「ユネスコ世界ジオパーク」にも認定されているなど、全国的、世界的に高い評価を受けています。

また、縄文文化、恐竜・化石、北海道遺産・日本遺産などの歴史・文化があり、2020年7月にはアイヌの人たちの独自の歴史や文化に関する理解を深める拠点として、アイヌ文化の復興等に関するナショナルセンターである民族共生象徴空間（愛称：ウポポイ）がオープンし、2021年7月には「北海道・北東北の縄文遺跡群」が世界文化遺産に登録されるなど、北海道の豊かな自然・歴史・文化などを活用した多様な体験メニューにも恵まれています。

更に、2016年3月の新青森・新函館北斗間で北海道新幹線が開業したのに続き、2030年度末には新函館北斗から札幌までの区間の完成・開業が予定されているほか、航空関係では、道内の7空港（新千歳、稚内、釧路、函館、旭川、帯広、女満別）の一体的運営を通じて空港の機能及び道内航空ネットワークの充実強化が図られるよう、2020年度から一括民間委託による運営が開始されています。

一方、株式会社ブランド総合研究所が発表した「都道府県SDGs調査」及び「地域ブランド調査」によると、住民による愛着度で北海道は2年連続で第1位を獲得したほか、全国で最も魅力的な都道府県として12年連続で第1位を獲得しています。

## (2) 弱み

本道は全国の都道府県で最大の83,424km<sup>2</sup>の面積を誇り、非常に広大であるが故に、観光地間の距離が長く移動に長い時間を要するほか、空港や鉄道の駅などの交通拠点と観光地との間を結ぶ二次交通が脆弱であることが指摘されています。

一方、観光客の動態としては、本道観光は6月から9月までの夏季に約4割が集中し、閑散期との比較では2倍近い差があるなど、夏季に集中するといった傾向が見られます。

また、本道を訪れる観光客の半数以上が札幌を中心とした道央圏に集中しており、一部の地域では、近年外国人観光客の急増による混雑やマナー違反などのオーバーツーリズムが課題になり始めています。更に、本道を訪れる外国人観光客は、東アジアの中国、韓国、台湾、香港に集中しており、欧米からの来訪については、これらに比べると少ない状況です。

観光人材においては、本道が優位性を発揮できるアウトドア活動については、誰もが安全で快適に楽しめるよう質の高いガイドが必要とされていますが、ガイド等の専門人材が不足しています。

### (3) 機会

今後も経済成長を続けるアジア圏の需要拡大を見据えるとともに、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」の開催や2021年9月にアジアで初の開催となる「ATWS 北海道／日本」などインバウンド<sup>10</sup>を含む観光客の増加が期待できるチャンスを迎えるほか、「北海道・北東北の縄文遺跡群」の北海道初となる世界文化遺産登録を契機とした取組が進められています。

また、ICT技術の進展により、デジタル技術と観光資源を融合させ、オンライン等を活用した観光ツアーの開発など、これまでの旅行の態様に捉われない新たなコンテンツも創出されつつあります。

更に、日本政策投資銀行が公表した「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 北海道観光に関する訪日外国人旅行者の意向調査」によると、コロナ終息後に訪日したい地域として北海道は東京に次いで第2位となっています。

### (4) 脅威

新型コロナウイルス感染症の拡大により私達の生活様式は一変し、感染拡大防止のため人や企業に行動変容を促し、密閉空間、密集場所、密接場面のいわゆる「3密」の回避や社会的距離の確保を意味する「ソーシャルディスタンス」などの実践が求められます。

また、近年発生している台風や胆振東部地震などの自然災害のほか、2009年の新型インフルエンザ(A/H1N1)、2012年の中東呼吸器症候群(MERS)、そして2019年の新型コロナウイルス(COVID-19)等の感染症の発生、国家間の情勢変化により訪日旅行を控える動きが発生するなどの国際政治リスクや、為替相場の変動により急激な円高になると、訪日旅行の割高感が増す為替変動リスク等、様々な要因により観光入込客数は大きな影響を受けます。

更に、気候変動による自然環境の変化は、開花や紅葉、降雪など各地の観光コンテンツについて、鑑賞時期や質の変化などをもたらすおそれがあります。

日本全体において、人口減少・少子高齢化が急速に進む中で、旅行市場の縮小が懸念されているほか、人口減少に伴う生産年齢人口の減少も相まって観光関連業界は慢性的な人手不足に陥っており、観光人材の確保が難しくなっています。

---

<sup>10</sup> インバウンド：訪日外国人旅行（客）のこと。

## 2 北海道観光が将来的にめざす姿

こうした分析を踏まえ、長期的な発展の視点から、北海道観光が将来的にめざす姿を次のように定めます。

また、本道の恵まれた自然環境や多様で豊かな歴史・文化から大きな恩恵を受けている観光産業が率先して、社会経済活動と自然環境・文化が共生する「持続的な観光」の構築を目指します。

### ■ 北海道観光が将来的にめざす姿

#### オンリーワン！自然・食・文化を活かした観光地

- ◆ 道民・国民・そして世界からも愛される北海道
- ◆ 道民が誇りをもって観光地づくりに関与（HOKKAIDO LOVE！<sup>11</sup>）
- ◆ アジアに加え、「ATWS 北海道／日本」を契機に欧米からの高い認知度
- ◆ 「ビジネス＋観光」でも快適な滞在型の観光地

#### いつでも！どこでも！何度でも！

- ◆ 繁閑差（季節・平日休日等）・地域偏在（道央集中）の解消
- ◆ 旅マエ・旅ナカ・旅アト消費の拡大
- ◆ 何度来ても満足できる観光地
- ◆ 質や満足度の高いサービスの提供に向けてのホスピタリティ向上

#### 誰もが安全・安心・快適に滞在

- ◆ 道内客・道外客・外国人が共に楽しめる観光地
- ◆ 国籍・年齢を問わないインフラの整備
- ◆ ハードとソフト両面における安全・安心の確保
- ◆ 道内観光地間を快適に移動できる二次交通
- ◆ 多言語・多様な媒体での迅速かつ正確な情報発信

#### 持続的な観光関連産業の発展

- ◆ 道民の貴重な財産である自然環境や文化を守り育てながら次の世代につなぐ
- ◆ 四季を彩る雄大な自然との共生
- ◆ 高い観光推進機能（マーケティング、プロモーション等）
- ◆ 観光公害への対応と地域住民による観光産業への理解
- ◆ 国内外の人が働きたいと思う職場環境
- ◆ 新たな感染症や災害など不測の事態への強い対応力

<sup>11</sup> HOKKAIDO LOVE！：新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い打撃を受けた北海道内各地の観光産業を支援し、観光需要の回復を目的として、北海道エアポート（株）、北海道及び（公社）北海道観光振興機構との連携プロジェクト。「#hokkaidolove」を用いた SNS でのプロモーション等様々な取組を実施。

## 第5 計画期間内の基本的な考え方

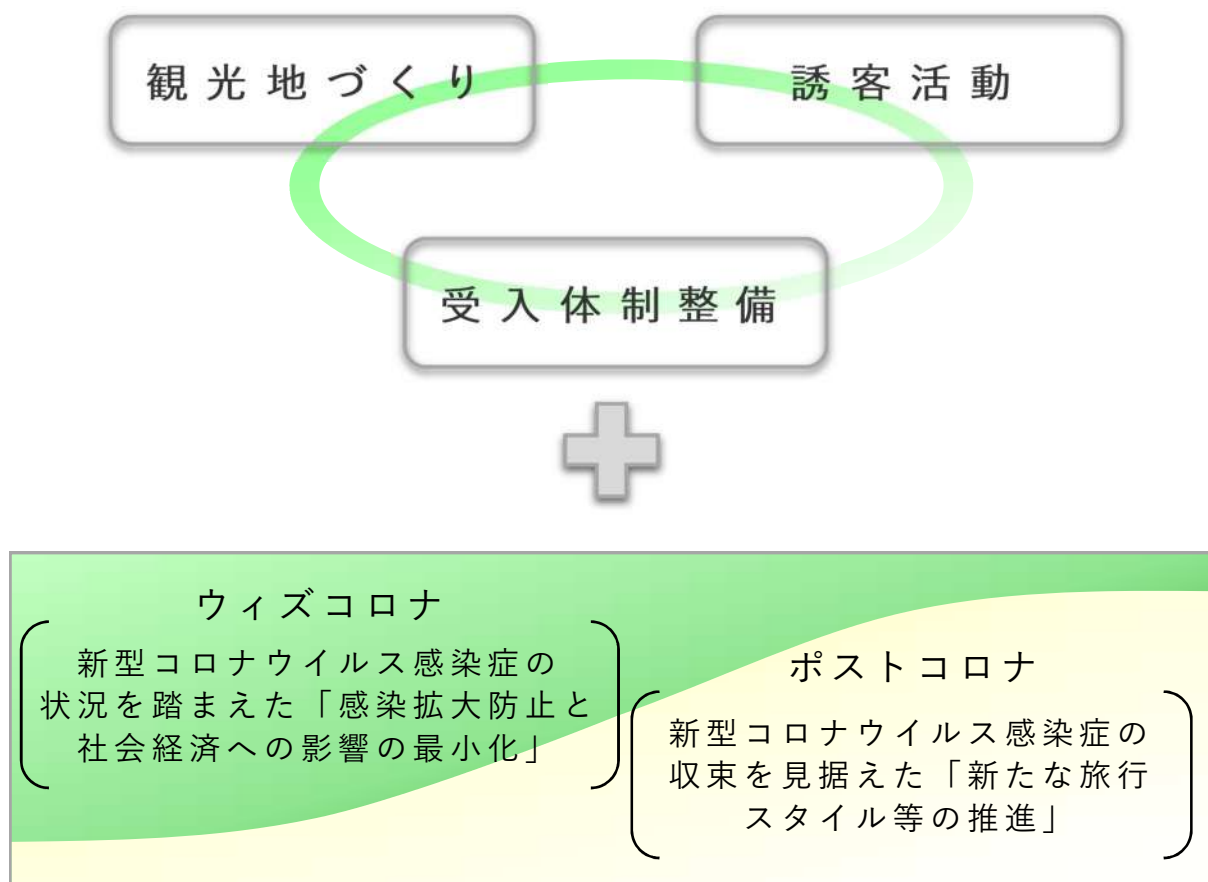
### 1 目標

新型コロナウイルス感染症により、道内の観光産業は長期間にわたり甚大な影響を受け、危機的な状況に置かれていることから、まずは、観光需要回復を目指すとともに、将来的な発展に向けた準備、新たな需要の獲得に向けた取組を進め、「観光立国北海道」の再構築に向けた取組を進めていきます。

### 「観光立国北海道」の再構築

### 2 道の基本的な施策

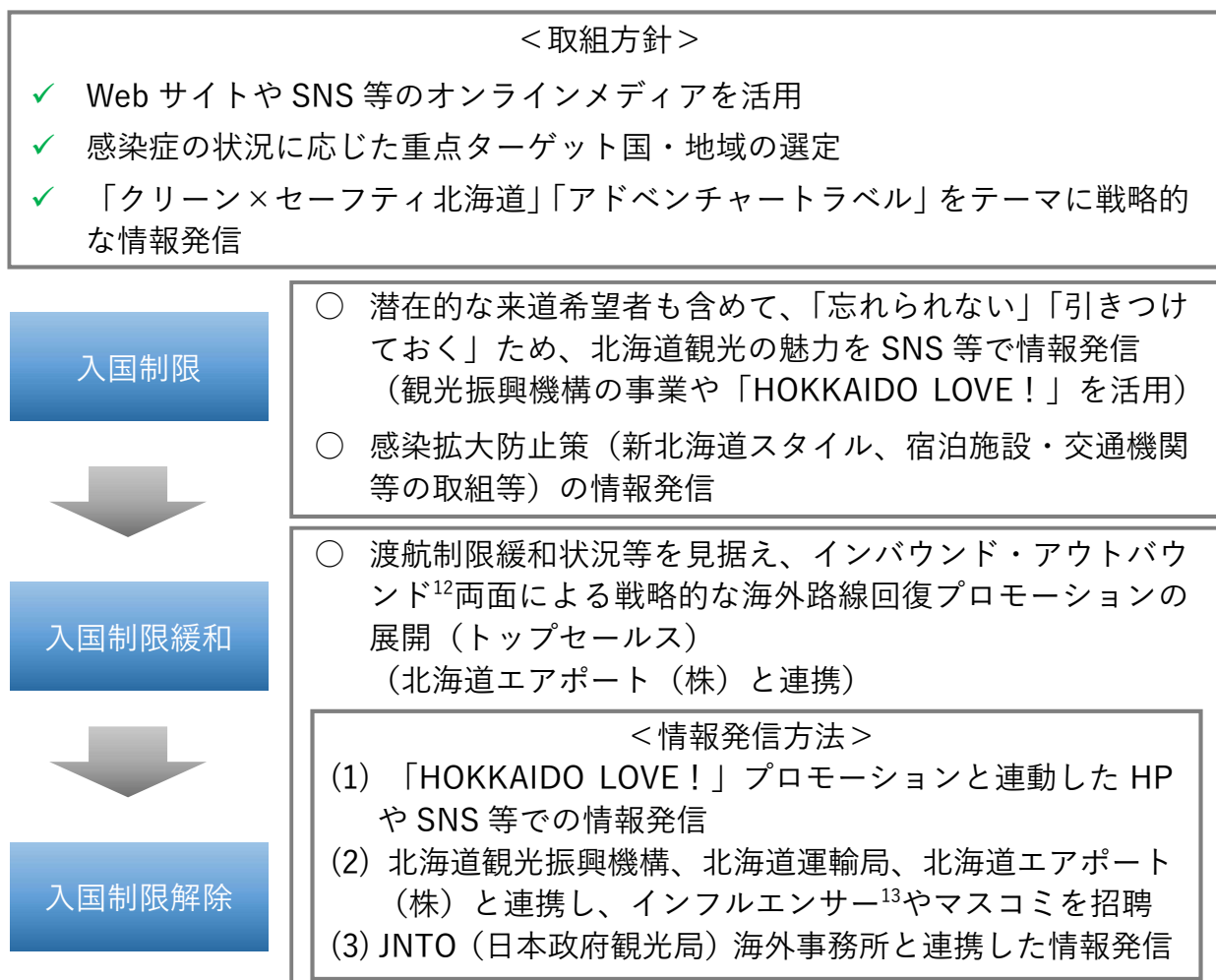
道がこれまで取組を進めてきた「観光地づくり」、「誘客活動」、「受入体制整備」の基本的施策に加え、新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せない中、将来的に北海道観光がめざす姿に向かって、感染症の状況に応じたウィズコロナ・ポストコロナの施策を展開していきます。



### 3 誘客活動方針

感染症の状況に応じ、道内から国内、海外へと段階的な観光需要の回復を目指した取組を進めていくとともに、海外については、渡航制限緩和状況に応じた戦略的な誘客プロモーションを展開していきます。

#### ■ 海外のプロモーション方針



### 4 観光地づくり・受入体制整備方針

広大で密になりにくい本道の優位性や、自然や食・文化など本道の魅力を活かし、「安全・安心」で選ばれる観光地づくりを進めるほか、本道の観光産業を支える人材の確保や育成を進めていきます。

<sup>12</sup> アウトバウンド：日本人外国旅行（客）のこと。

<sup>13</sup> インフルエンサー： SNS 等による情報発信により購買の意思決定に大きな影響を与える人のこと。

## 第6 施策展開の方向性及び各施策

この計画期間内では次の施策展開の方向性に特に注力していきます。

### ■ 特に注力していく施策展開の方向性

#### クリーン×セーフティ北海道

- 北海道スタイル、業種別感染症対策ガイドラインの徹底などによる安全・安心の提供
- 広大な自然、密になりにくいアウトドア環境など本道の価値・優位性を再評価
- 積極的な情報発信
- 環境と共生する観光の推進

#### 量×質の追求

- 人口減少社会における道内観光の高付加価値化
- 地元（道民）からも愛される観光地づくり
- 自然環境・食など本道の観光資源のブランド力強化による新規誘客・リピーターの獲得
- 富裕層向け商品・サービスの充実による質の向上
- AI、IoT等先端技術導入による観光産業の収益構造の改善

#### 旅行者比率のリバランス

- 道民の道内再発見、国内旅行の需要喚起
- 渡航制限解除等を見据えた海外需要の獲得
- 欧米等新規市場の開拓による市場拡大

#### 新しい旅行スタイルの推進

- 本道の自然等を活かしたワーケーションの創造などによる滞在型観光の推進
- 「ATWS 北海道／日本」を契機に本道の自然・文化等の特性を活かしたアドベンチャー・トラベルの造成・発信
- MICE・IRなど新たなインバウンド等の取込方策の検討

#### 観光インフラの強靱化

- 広域観光の拠点としての道内空港等の利活用
- 観光産業を支える人材の確保・育成
- 災害時等に観光客の安全・安心に資する基盤の強化

#### 推進体制の強化

- 観光関係団体等との連携推進
- 観光振興に係る安定的な財源の確保



## 1 クリーン×セーフティ北海道

「クリーン×セーフティ北海道」は、「北海道スタイル」の徹底などによる安全・安心の提供や広大な自然や密になりにくいアウトドア環境など本道の価値や優位性を再評価し、環境と共生する観光を推進するとともに、積極的な情報発信を行うことにより、『「安全・安心」で選ばれる観光地づくり』を目指していきます。

### (1) 北海道スタイルなどの感染拡大防止策の徹底による安全・安心の提供

感染リスクを低減する行動やビジネススタイルを実践する「北海道スタイル」の浸透・定着に向けた取組を促進します。また、「北海道スタイル」に対応した宿泊を伴う教育旅行の支援や、道内客を対象とした旅行商品の割引支援、利用者・事業者双方に徹底した感染拡大防止策を講じていただく「新しい旅のスタイル」の構築や、感染症の状況に応じた圏域内の旅行や非接触移動などの新たな感染防止策も促しながら、感染拡大防止と社会経済活動の影響の最小化に取り組んでいきます。

(主な施策)

- 北海道スタイルに対応した教育旅行の実施促進
- 道内客を対象とした旅行商品の割引支援
- 北海道スタイルの浸透・定着の促進

### (2) 広大な自然、密になりにくいアウトドア環境など本道の価値・優位性を再評価

本道の優れた自然環境を保全しながら、快適な利用環境を整備するとともに、新たな資源を発掘しその魅力を伝えることで、自然公園等におけるアウトドア体験の質を高めていきます。

また、誰もが安全・安心にアウトドア活動を楽しむことができる体制を整備するとともに、体験型観光を推進するため、アウトドア資格制度の運営などに取り組むことにより、アウトドア活動を推進していきます。

(主な施策)

- アウトドア活動の受入体制整備
- 自然公園など優れた自然環境の保全及び適正利用の促進と自然公園施設の整備・維持管理

### (3) 積極的な情報発信

多様化する観光客ニーズに対応するため、観光地のきめ細かな情報をインターネットやSNS等の訴求力の高い媒体を活用し、迅速かつ幅広く提供するとともに、新型コロナウイルス感染症の発生状況や道が実施する感染防止対策の取組など「安全・安心」で選ばれる積極的な情報発信をしていきます。

また、旅行中に必要な情報を入手できるよう、国内外の旅行者に利用しやすい観光案内拠点の整備・充実に取り組みます。

(主な施策)

- 国内外に向けたメディア・WEB・SNS等を活用した情報発信
- 観光案内拠点の整備・充実

### (4) 環境と共生する観光の推進

北海道の貴重な財産である自然環境を損なうことなく守りながら、道民のみならず、北海道を訪れるすべての人々がその豊かさを享受できるように、公共交通機関を利用した観光の推進やEV<sup>14</sup>やFCV<sup>15</sup>を利用した環境負荷の少ないドライブ観光の促進、「ゼロカーボン北海道<sup>16</sup>」など環境に負荷をかけない行動の実現に向けた取組を推進し、環境と共生する観光振興に努めていきます。

(主な施策)

- 観光事業者による脱炭素型ビジネススタイルの取組を促進
- 観光客等に対し、温室効果ガスの排出抑制の協力について啓発活動を推進
- 自然公園など優れた自然環境の保全及び適正利用の促進と自然公園施設の整備・維持管理（再掲）

---

<sup>14</sup> EV(Electric Vehicle)：電気自動車

<sup>15</sup> FCV(Fuel Cell Vehicle)：燃料電池自動車

<sup>16</sup> ゼロカーボン北海道：道内のCO<sub>2</sub>をはじめとする温室効果ガスの排出量と森林等による吸収量のバランスが取れ、環境と経済・社会が調和しながら成長を続ける脱炭素社会のこと。道では2050年までの実現を目指している。

## 2 量×質の追求

「量×質の追求」は、人口減少による旅行市場縮小懸念や感染拡大防止のための「三密」回避など量の拡大が難しい状況下において、道内観光の高付加価値化を目指すとともに、観光入込客数の8割を超える道内客からも愛される観光地づくりや、自然環境、食など本道の観光資源のブランド力強化による新規誘客・リピーターの獲得、富裕層向け商品・サービスの充実による質の向上、AI、IoTといった先端技術の導入による低コスト化を実現することにより、観光客の様々なニーズに対応できる施策を展開し、「満足度向上と連動した消費単価の向上」を目指していきます。

### (1) 人口減少社会における道内観光の高付加価値化

人口減少による道内観光市場の縮小が懸念される中、市場を維持・拡大するため、未だ知られていない地域や季節の魅力を持続可能な形で活用した商品造成の支援やロケ地訪問につながる作品の誘致支援に取り組むとともに、道内観光の付加価値を高め、メディアや国内外のイベント、催事等を活用し北海道ブランドを発信していきます。

また、道内観光に求められるニーズの多様化を受け、高齢者や障がいのある方々へのバリアフリー観光の推進を含め、ムスリム・ベジタリアンなど誰もが安全・安心に楽しめる旅行である「ユニバーサルツーリズム」の推進や、サイクリング周遊拠点の整備等により「サイクルツーリズム」を推進するとともに、農山漁村地域における、自然や文化、人々との交流を楽しむ「グリーン・ツーリズム」など多様なツーリズムを推進していきます。

(主な施策)

- メディアやイベントなどを活用した北海道ブランドの発信
- 北海道へのロケーションの誘致促進
- 高齢者や障がいのある方に配慮したバリアフリー観光の推進
- ムスリム・ベジタリアン等にも対応した食のユニバーサル対応
- サイクルツーリズムの推進
- グリーン・ツーリズムの推進

## (2) 地元（道民）からも愛される観光地づくり

道外からの観光客を受け入れる前に、まずは地元（道民）の人が誇りと愛着を持って自然環境や多様で豊かな文化を大切に守りながら、地元を楽しめる観光地づくりを進めていきます。

また、特徴的な文化や歴史を保全し、「民族共生象徴空間」などでのアイヌ文化の発信や「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界遺産登録を契機とした取組の推進、ジオパークや恐竜・化石、北海道遺産・日本遺産等の魅力的な地域資源を活かした地域づくりの推進など、その意義や価値を広く発信し、本道ならではの観光資源として活用する取組を進めていきます。

更に、「赤れんが庁舎」や「北海道博物館」、「北海道開拓の村」をはじめとする道立施設などの施設の整備や良好な景観・環境形成を図るためのハード面の取組と、若手アーティストの支援などソフト面の両面の取組により、観光資源としても魅力を高め、道外からの誘客促進にもつながる道民からも愛される観光地づくりを進めていきます。

（主な施策）

- 世界文化遺産「北海道・北東北の縄文遺跡群」をはじめとする「北海道の縄文」文化の観光への活用
- アイヌ文化の振興とウポポイ等の文化関連施設を活用した観光振興
- ジオパーク、恐竜・化石、北海道遺産・日本遺産など地域資源の魅力発信
- 文化振興施策の推進
- 道民からも愛される施設・自然環境の整備
- 良好な都市景観・環境形成の促進

## (3) 自然環境・食など本道の観光資源のブランド力強化による新規誘客・リピーターの獲得

世界に誇れる知床世界自然遺産をはじめ、国立公園・国定公園など優れた自然環境の保全と自然とのふれあいの場や快適な利用環境を整備するとともに、その魅力を国内外に発信していきます。

また、北海道が優位性を持つ豊かな食の魅力を生かし、観光客の満足度の向上や誘客促進につなげるため、食の安全・安心に関する取組を推進するほか、地元食材の提供、道産小麦を使ったパンやスイーツ、道産ワイン、エゾシカ肉など道産品の高付加価値化の取組や、北海道物産展など食のイベントと連携した食の観光情報の発信などを実施していきます。

（主な施策）

- 自然公園など優れた自然環境の保全及び適正利用の促進と自然公園施設の整備・維持管理（再掲）
- 食の安全・安心に対する取組推進と食の魅力発信
- 地元食材の普及促進とブランド化の促進
- 地場産品を活用した料理・特産品の開発
- 北海道物産展など食のイベントと連携した食の観光情報の発信

#### (4) 富裕層向け商品・サービスの充実による質の向上

アドベンチャートラベルを嗜好する欧米豪の富裕層をはじめとした、北海道の観光資源に魅力を感じ、来道の可能性のある富裕層に対するマーケティング調査・分析を行い、「高い快適性」や「本物の体験」など富裕旅行者の志向を的確に捉え、戦略的な市場開拓及び観光地づくりを推進していきます。

(主な施策)

- 富裕旅行市場の開拓



#### (5) AI、IoT 等先端技術導入による観光産業の収益構造の改善

観光振興施策を検討する上で、重要な基礎となる観光入込客数や消費額、観光客動態調査などの観光統計データを、先端技術も活用しながら広く調査・収集し、迅速かつ効果的に分析していくとともに、デジタル技術を活用し、DX（デジタルトランスフォーメーション）推進等により地域を活性化し、高い国際競争力を持った観光地づくりを推進していきます。

(主な施策)

- マーケットデータの収集・分析と戦略づくり
- スマートリゾートの推進
- MaaS<sup>17</sup>等シームレス交通の全道展開

<sup>17</sup> MaaS (Mobility as a Service) : 「マース」と読み、地域住民や旅行者一人一人の旅行単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスであり、観光や医療等の目的地における交通以外のサービス等との連携により、移動の利便性向上や地域の課題解決にも資する重要な手段となるもの。

### 3 旅行者比率のリバランス

「旅行者比率のリバランス」では、道内観光を支える道民による道内旅行需要を改めて見直すとともに、道外観光客の旅行需要を喚起しつつ、地域偏在や季節偏在などの課題解決につながる取組を進めます。また、訪日外国人来道者については、渡航制限解除等を見据えた海外需要の獲得を目指し、欧米や東南アジアなど東アジア以外からの観光客をより増加させるなど、「感染症の状況に応じた誘客対象の最適化」を目指していきます。

#### (1) 道民の道内再発見、国内旅行の需要喚起

北海道の観光入込客数の8割以上を占める道民が道内の魅力を再発見し、共有する仕組みづくりと、更なる道内旅行を促進するために、観光地づくりやプロモーション活動、道の駅や高速道路を活用した観光の推進などに取り組みます。

道外客については、新規誘客とリピーターを拡大させるため、多様化するニーズに対応した観光メニューの提供や、地域の特性を生かした観光資源の発掘・磨き上げなどの観光地づくり、顧客満足度を高める受入体制の整備、メディアやSNS等様々な媒体を通じ、本道を何度も訪れている「北海道ファン」に対しても、地域偏在解消にも資する各地域の情報を提供するなど情報発信に取り組みます。また、イベントなどを活用したプロモーションに取り組むとともに、将来的にリピーターとなり得る児童や生徒などの教育旅行の誘致促進に取り組んでいきます。

(主な施策)

- HOKKAIDO LOVE!プロジェクトの推進
- 地域の魅力を活かした観光地づくりの推進
- 戦略的な国内プロモーションの展開
- 教育旅行の誘致促進

#### (2) 渡航制限解除等を見据えた海外需要の獲得

ウィズコロナ期の入国制限時には、潜在的な来道希望者も含めて「忘れられない」、「引きつけておく」ため、北海道観光の魅力をSNSや海外事務所などの各現地事務所から情報発信を行うとともに、渡航制限解除後を見据えた観光地づくりや受入体制整備を進めます。

また、ポストコロナ期の入国制限緩和から解除に向けては、海外路線の就航再開・新規路線誘致に向けたインバウンド・アウトバウンド両面による海外路線の誘致等に取り組むとともに、北海道観光振興機構、北海道運輸局、北海道エアポート社等と連携したプロモーションに取り組みます。

(主な施策)

- 外国人観光客にとって魅力ある観光地づくりの推進
- 海外現地での情報発信・相互交流の強化
- 入国制限解除状況に応じた段階的な海外プロモーションの展開
- インバウンド・アウトバウンド両面による戦略的な海外路線の誘致

### (3) 欧米等新規市場の開拓による市場拡大

欧米市場の開拓を進めるため、アドベンチャートラベルを推進するとともに、魅力的な観光地づくりと受入体制整備を進めていきます。また、宿泊施設が十分でなかった地域において民泊を活用した滞在型観光を促進するとともに、持続的な北海道観光の市場拡大のため、マーケットデータを分析し、新たな市場獲得に向けた施策検討に取り組みます。

(主な施策)

- アドベンチャートラベルの推進をはじめとした欧米市場の開拓
- 新たな滞在型観光の促進
- 新規市場開拓に向けた分析と施策検討

## 4 新しい旅行スタイルの推進

「新しい旅行スタイルの推進」では、本道の豊かで優れた自然環境等を活かしたワーケーションの推進や、「ATWS 北海道／日本」を契機に本道の自然・文化等の特性を活かしたアドベンチャートラベルの造成・発信のほか、新たなインバウンドをはじめとする道外からの旅行客の取込方策の検討を進めるなど、長期滞在が促進され、繁忙期、閑散期の差の解消、及び観光総消費額を増加させる「新たな北海道観光価値の創出」を目指していきます。

### (1) 本道の自然等を活かしたワーケーションの創造などによる滞在型観光の推進

コロナ禍により顕在化したワーケーション<sup>18</sup>需要を取り込むため、地域におけるワーケーション滞在中の余暇を満喫できる観光コンテンツの造成、磨き上げやプロモーションの支援をするなど、本道の豊かで優れた自然環境等を活かしたワーケーション等の滞在型観光を推進することで、平日観光の促進や「ビジネス+観光市場」の取り込みを目指します。

(主な施策)

- ワーケーションの推進
- スポーツ合宿の誘致



<sup>18</sup> ワーケーション：Work（仕事）と Vacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

## (2) 「ATWS 北海道／日本」を契機に本道の自然・文化等の特性を活かしたアドベンチャートラベルの造成・発信

「ATWS 北海道／日本」の開催を契機として、本道ならではの自然、文化及び歴史を体験できるコンテンツで構成される、高品質で収益性の高い旅行商品の造成支援を進める一方、ガイド能力の向上、道内外の関係者とのネットワークの構築及び欧米豪へのプロモーションを積極的に行うことにより、本道がアドベンチャートラベルの適地として認識されるよう取り組みます。

(主な施策)

- アドベンチャートラベル商品の造成及びプロモーション
- 各種アウトドアガイド等能力の向上

## (3) MICE・IRなど新たなインバウンド等の取込方策の検討

ポストコロナを見据えた、新たなインバウンドをはじめとする道外からの旅行者を獲得するため、北海道観光が将来的にめざす姿の実現に向けた課題の解決に資する、新たなインバウンド等の取込方策を検討し、関連する施策を展開していきます。

MICE<sup>19</sup>は、国内外から多くの参加者が集い、社会経済活動への波及など幅広い効果が期待されることから、多様化する主催者ニーズに応じた受入環境の充実や地域資源を活かした北海道ならではのMICEの提案などに取り組むとともに、地域の取組と連携しながら、本道の価値や優位性を活かした戦略的な誘致の活動に取り組みます。

IR<sup>20</sup>は、交流人口や観光消費の増加はもとより、民間投資や域内需要の拡大など、全道各地に幅広い効果を創出するプロジェクトであり、本道の持続的な発展に寄与する可能性が期待されることから、感染症対策や施設機能、効果、懸念される社会的影響への対策等を示した「北海道らしいIRコンセプト」を構築するなど、計画的に取り組みます。

(主な施策)

- 新たなインバウンド等の取込方策の検討
- 本道各地域の特色を活かしたMICE誘致の推進
- 北海道らしいIRコンセプトの構築

---

<sup>19</sup> MICE：「マイルス」と読み、企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

<sup>20</sup> IR（Integrated Resort、特定複合観光施設）：カジノ施設及び会議場施設、レクリエーション施設、展示施設、宿泊施設その他の観光の振興に寄与すると認められる施設が一体となっている施設であって、民間事業者が設置及び運営するもの。（特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律（平成30年法律第80号）第2条第1項）



## 5 観光インフラの強靱化

「観光インフラの強靱化」では、広域観光の拠点としての道内空港等の利活用や観光産業を支える人材の確保や育成、災害時等に観光客の安全・安心に資する基盤の強化などで地域における観光インフラの充実を目指していきます。

### (1) 広域観光の拠点としての道内空港等の利活用

航空路線の新規就航・拡大、クルーズ船の寄港促進、フェリー、北海道新幹線の利用促進など、陸海空路からの道へのアクセス充実及び各拠点の整備を図るとともに、MaaS等シームレス交通の推進や交通事業者の連携強化、高規格幹線道路網の形成、鉄道の輸送機能等の充実など二次交通の利便性向上に取り組むことにより、来道者の増加と道内周遊促進を目指します。

また、道内7空港の一括民間委託を契機に、空港を核とした広域観光の振興を促進していきます。

(主な施策)

- 航空ネットワークの充実・強化
- クルーズ船の道内港への寄港促進
- 北海道新幹線の利用促進及び青函共用走行区間等の高速化や札幌開業に向けた取組
- MaaS等シームレス交通の全道展開
- 広域連携・周遊観光の促進

### (2) 観光産業を支える人材の確保・育成

北海道観光を支える人材を確保するため、新規学卒者や観光産業への転職希望者と観光事業者とのマッチング支援や、就職希望者への訓練等を実施するほか、観光関連の従事者に対しては、外国人対応も含めたおもてなし力や専門性を高めるためのセミナー・研修等を開催することにより、道の観光人材の底上げを図るとともに、アドベンチャートラベルを推進していく上で必要不可欠な「アウトドアガイド」、「ツアーオペレーター」、「スルーガイド」等の関連事業者の育成を進めていきます。

また、子どもや学生を対象としたおもてなし体験等の啓発活動を実施することにより、道民ひとりひとりの機運醸成と、観光振興に寄与する将来の担い手の創出を図ります。

(主な施策)

- 観光人材のマッチング支援
- 観光人材のスキル向上
- 外国人観光客対応者の技術向上支援
- AT関連事業者の育成
- 将来の担い手の創出と道民意識の醸成

### (3) 災害時等に観光客の安全・安心に資する基盤の強化

防災・減災のための観光関連施設の整備や医療機関による外国語対応の支援を図るとともに、災害等の発生時に帰宅・帰国が困難な観光客のために、多言語での情報発信や避難場所等の提供などの緊急的な支援を実施するための整備を進めていきます。

(主な施策)

- 観光関連施設の基盤強化
- 外国人患者受入れ体制の整備
- 観光客緊急サポートステーションの整備と適時・適切な情報発信

## 6 推進体制の強化

施策を推進する体制強化のため、観光関係団体との連携や安定的な財源の確保に向けた検討が必要です。

### (1) 観光関係団体等との連携推進

各市町村、観光協会、DMO等による観光地づくりや観光地経営の視点に立った観光振興を支援するとともに、地域産業を支える多様な関係者が一体となって、観光地づくりを進めていきます。

(主な施策)

- 国、市町村、観光協会、DMO等の観光関係団体等との連携の強化
- 観光地経営能力の向上支援
- 地域の魅力を活かした観光づくりの推進

### (2) 観光振興に係る安定的な財源の確保

北海道がより安全で魅力ある観光地を目指すため、将来にわたる安定した観光財源の確保に向けて、新税の導入について慎重に検討を進めます。

## 7 その他『「観光立国北海道」の再構築』に資する施策

### (1) 持続可能な観光への取組

UNWTO では、持続可能な観光を「訪問客、産業、環境、受け入れ地域の需要に適合しつつ、現在と未来の経済、社会、環境への影響に配慮した観光」と定義しています。本計画の施策の推進に当たっては、2020年6月に観光庁及びUNWTO 駐日事務所より公表された、持続可能な観光地マネジメントの促進を目的として、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）等が活用するための観光指標「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」の考え方に沿って、マネジメント、社会経済、文化、環境の四つの分野に配慮した取組を進めます。

なお、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」はSDGsの全17の目標に対応するよう開発されていることから、本取組そのものがSDGs達成への貢献にもつながります。



### (2) 観光関連施設の充実

多様な宿泊ニーズに応えるため安全・安心な民泊の推進や、観光関連施設の新増設や観光客の受入体制の整備を行う中小企業者への必要な資金の融資、国外からの投資促進をすることで、観光関連施設等の整備を促進していきます。

(主な施策)

- 安全・安心な民泊の推進
- 海外からの投資促進
- 融資制度の活用による観光関連施設等の整備促進

## 第7 目標指標

### 1 目標指標

本計画期間内では次の目標指標を設定します。

指標	分類	基準 (2019年度)	目標 (2025年度)
観光消費額 単価	道内客(円)	13,432	15,000
	コト消費割合(%)	4.8	10
	道内宿泊者数(万人)	934	1,074
	道外客(円)	70,773	79,000
	コト消費割合(%)	4.2	10
	長期滞在者 <sup>21</sup> の数(万人)	80	112
	外国人 <sup>22</sup> (円)	138,778	-
観光入込 客数	国内客(万人)	5,033	5,580
	宿泊客延数(万人泊)	2,866	3,500
	道内客(万人)	4,441	4,880
	道外客(万人)	592	700
	リピーター数(万人)	471	570
	外国人(万人)	244	-
関連指標	繁忙・閑散期の比率 <sup>23</sup> (%)	57.1	60
	道央圏以外の宿泊者数 <sup>24</sup> (万人泊)	1,261	1,540
	地方空港利用来道率 <sup>25</sup> (%)	19.8	22
満足度 <sup>26</sup>	道内客(%)	31.6	40
	コロナ対応の評価(点)	(2020年度)4.4	5
	アウトドア関連人材指標 <sup>27</sup>	-	-
	道外客(%)	44.3	50
	コロナ対応の評価(点)	(2020年度)4.5	5
	アウトドア関連人材指標	-	-

<sup>21</sup> 長期滞在者：目標指標上は5泊以上と定義。

<sup>22</sup> 外国人：国の次期「観光立国推進基本計画」公表後に検討し、設定予定。

<sup>23</sup> 繁忙・閑散期の比率：宿泊客延数が最も少ない月 ÷ 最も多い月にて算出。

<sup>24</sup> 道央圏以外の宿泊者数：道央圏以外の圏域の宿泊延数の合計。

<sup>25</sup> 地方空港利用来道率：新千歳・丘珠以外の空港の来道者数の合計 ÷ 全空港の来道者数にて算出。

<sup>26</sup> 満足度：「とても満足した」と回答した割合。

<sup>27</sup> アウトドア関連人材指標：令和3年度末策定予定の「北海道アウトドア活動振興推進計画」が決定次第、設定予定。

## 2 施策別成果指標

また、目標指標は各施策の達成度合いを測定するための成果指標としても活用します。

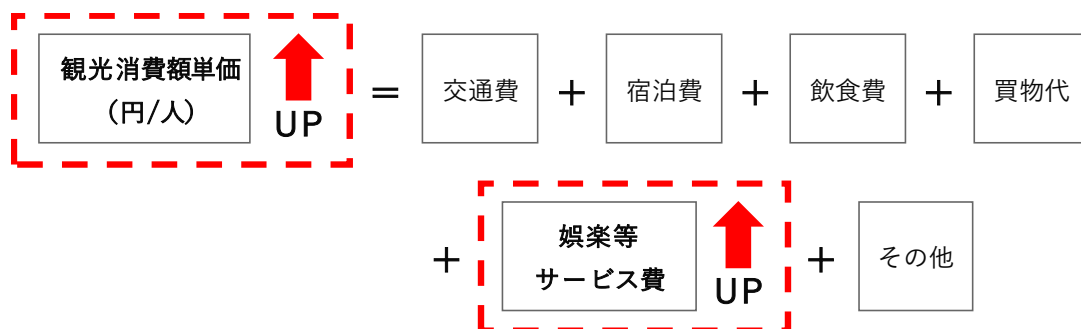
施策展開の方向	指標	分類	基準 (2019年度)	目標 (2025年度)
クリーン×セーフティ 北海道	コロナ対応の評価(点)	道内客	(2020年度)4.4	5
		道外客	(2020年度)4.5	5
量×質の追求	満足度(%)	道内客	31.6	40
		道外客	44.3	50
	観光消費額単価(円)	道内客	13,432	15,000
		道外客	70,773	79,000
		外国人	138,778	-
旅行者比率の リバランス	観光入込客数(万人)	道内客	4,441	4,880
		道外客	592	700
		外国人	244	-
	リピーター数(万人)	道外客	471	570
	道内宿泊者数(万人)	道内客	934	1,074
	繁忙・閑散期の比率(%)	宿泊延数比	57.1	60
	道央圏以外の宿泊者数(万人泊)	宿泊客延数	1,261	1,540
新しい旅行 スタイルの 推進	観光消費額単価に占める コト消費の割合(%)	道内客	4.8	10
		道外客	4.2	10
	宿泊客延数(万人泊)	国内客	2,866	3,500
	長期滞在者の数(万人)	道外客	80	112
観光インフラの 強靱化	地方空港利用来道率(%)	新千歳・丘珠以外	19.8	22
	アウトドア関連人材指標	-	-	-

### 3 目標指標達成に関する考え方

#### (1) 観光消費額単価向上策

##### ア 娯楽等サービス費の向上

観光消費額単価は「交通費」、「宿泊費」、「飲食費」、「買物代」、「娯楽等サービス費」、「その他」の6項目で構成されますが、「娯楽等サービス費」、いわゆる「コト消費」の項目がまだ低い状況です。北海道には、アウトドアアクティビティが豊富にあるため、「ATWS 北海道／日本」を契機とした、アドベンチャートラベル市場の拡大やその他の体験型観光の推進等による、「娯楽等サービス費」の向上により、観光消費額単価の向上を目指します。



#### ■ (再掲) 旅行中の支出に占める「娯楽等サービス費・その他」の割合<sup>※⑫</sup>

分類		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
日本人	宿泊	4.8%	4.8%	5.1%	6.7%	6.5%
	日帰り	9.1%	9.9%	10.3%	12.0%	13.4%
外国人		3.0%	3.0%	3.3%	3.9%	4.0%

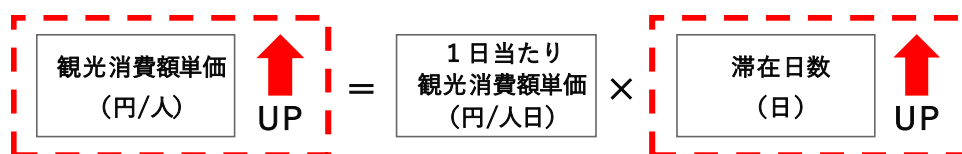
#### ■ 各国を訪問する外国人旅行者の旅行消費額の内訳(2019年)<sup>※⑬</sup>



出典) 日本: 訪日外国人消費動向調査(観光庁) 米国: Market Profile of Overseas Visitors(NTTO)  
 豪州: THE INTERNATIONAL VISITOR SURVEY ESTIMATES(TRA) (「宿泊費・飲食費」は区分されていない) 資料作成

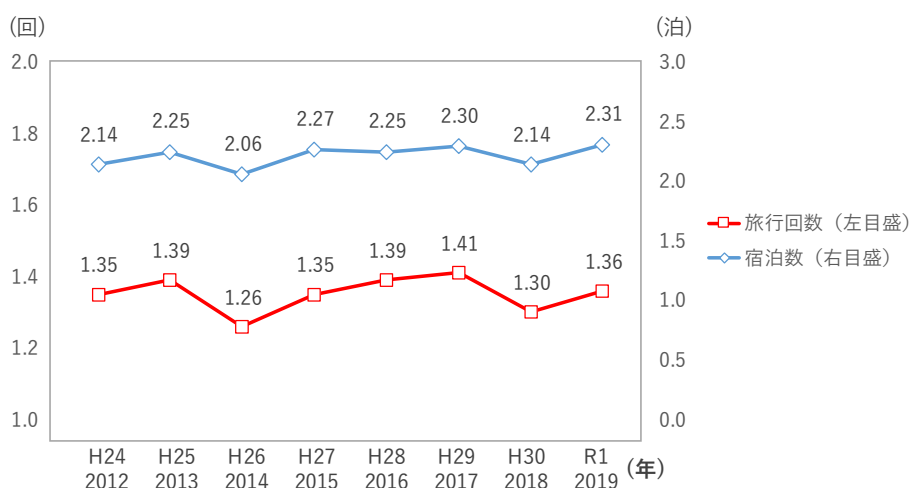
## イ 滞在日数の長期化

観光消費額単価は、「1日当たり観光消費額単価」×「滞在日数」にも分解でき、滞在日数の長期化により観光消費額単価を向上させることができます。



しかし、日本人の1回の旅行当たりの宿泊数はここ数年変化していないことから、平日の滞在日数の増加が期待できるワーケーションやアドベンチャートラベルなどの新しい旅行スタイルを推進し、滞在日数を長期化させることにより、観光消費額単価の向上を目指します。

### ■ 日本人1人当たり国内宿泊旅行の回数と宿泊数※⑩



また、訪日外国人来道者についても、滞在日数が長い欧米豪からの誘客を促進することにより、滞在日数の増加を目指します。

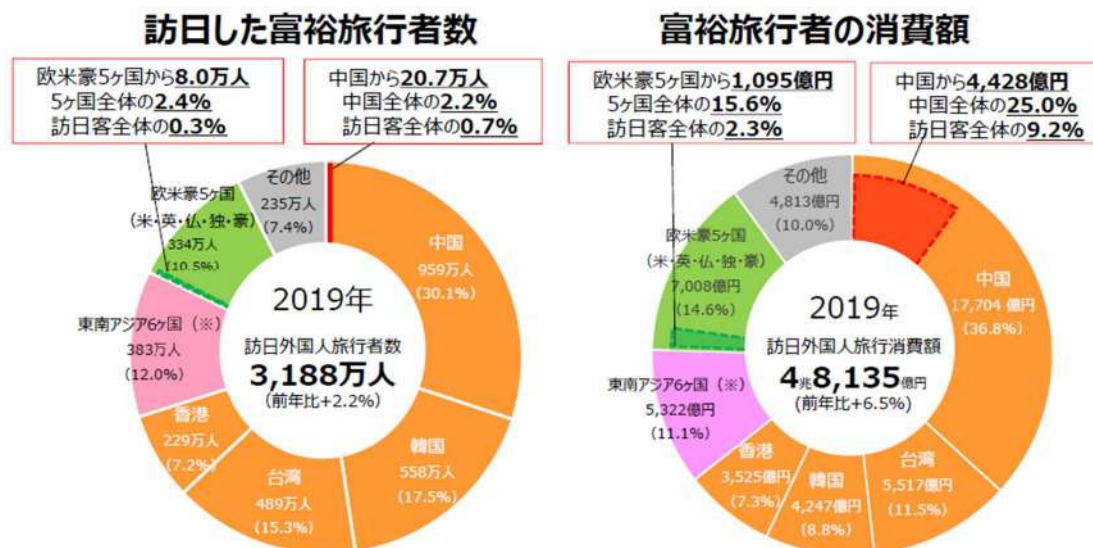
### ■ 国・地域別来道者の割合と道内宿泊数※⑧

分類	国・地域	来道者の割合 (2019年度)	道内宿泊数
東アジア	中国	24.3%	5.5泊
	台湾	20.0%	5.2泊
	韓国	17.9%	4.1泊
	香港	7.3%	6.2泊
東南アジア	シンガポール	2.9%	7.4泊
	マレーシア	4.4%	6.2泊
	タイ	8.6%	5.7泊
オセアニア	オーストラリア・NZ	2.2%	9.9泊
欧米	米国・カナダ	5.1%	6.9泊
	欧州	1.9%	8.1泊

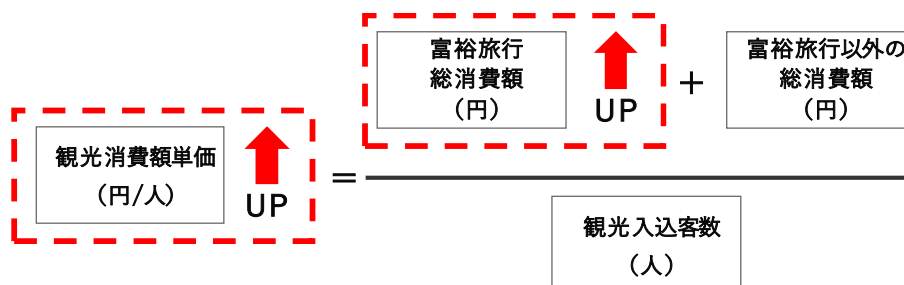
### ウ 富裕旅行<sup>28</sup>の獲得

2019年の欧米豪の5ヶ国と中国からの訪日富裕旅行者数は全体の1.0%に過ぎませんが、旅行消費額全体の11.5%を占めています。

#### ■ 訪日富裕旅行者とその消費額<sup>※⑧</sup>



富裕層は消費額が大きいだけでなく、富裕層に認められたブランド、トレンドは、大衆の憧れとなり、多くの人に影響・波及する可能性があること、また、対価に見合ったサービスの提供も求めることから、これに応えることにより、道内の観光サービス全体の質の向上が図られることも期待できることから、日本人及び外国人の富裕旅行の獲得をすることにより、観光消費額単価の向上を目指します。



#### ■ 純金融資産保有額の階層別にみた保有資産規模と世帯数<sup>※⑨</sup>



<sup>28</sup> 富裕旅行：1人1回当たり着地消費100万円以上の旅行。



## (2) 観光入込客数増加策

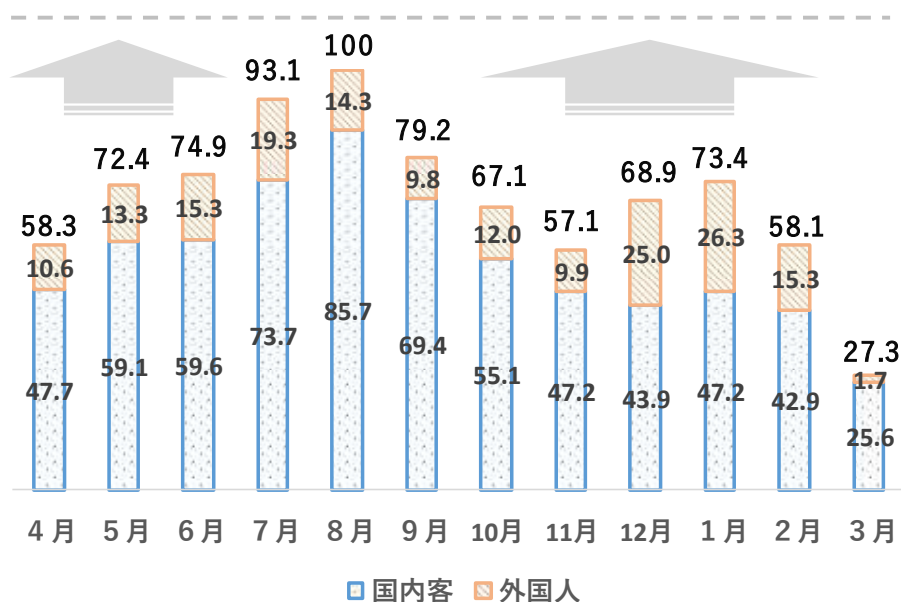
### ア 閑散期における地域資源を活かした魅力向上

北海道観光は夏季に集中していますが、ウィズコロナの時代には、「三密」を避ける必要があることから、季節の分散化を図ることが必要であると考えられます。

閑散期には観光入込客数が大きく減少し、特に4月と11月の観光入込客数の減少幅が大きいことから、休止する観光施設も多く、このことが観光人材の通年雇用化の妨げの要因にもなっています。

新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点及び観光人材の雇用確保による「持続可能な北海道観光の発展」の観点からも、各地域における閑散期の魅力を食などの地域資源を活用し、向上させることにより、4月と11月をはじめとした閑散期の月別宿泊客延数の増加を目指します。

■ 2019年度月別宿泊客延数(8月を100とした場合)<sup>※⑤</sup>



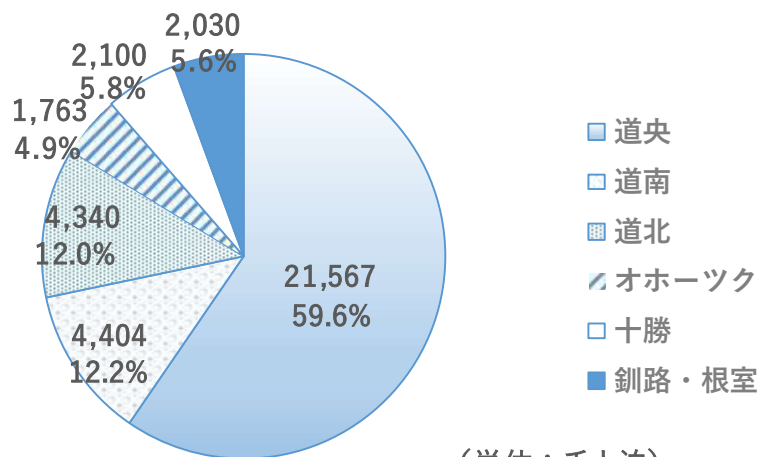
■ 年度別・月別宿泊客延数(8月を100とした場合)<sup>※⑤</sup>

年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2019	58.3	72.4	74.9	93.1	100	79.2	67.1	57.1	68.9	73.4	58.1	27.3
2018	52.0	65.6	73.1	90.8	100	60.5	65.5	56.4	73.5	73.1	70.6	64.8
2017	48.9	65.0	69.9	91.2	100	75.9	67.5	53.0	64.5	65.7	67.6	62.4
2016	48.6	64.2	70.0	90.3	100	79.3	66.5	48.4	58.8	63.4	63.6	57.7
2015	44.6	62.7	67.4	87.4	100	78.7	65.7	49.0	58.4	62.6	64.8	56.6
2014	42.1	60.5	66.9	86.0	100	78.3	67.8	50.6	57.8	59.0	64.5	58.6
2013	40.9	57.5	64.3	80.6	100	74.5	61.8	45.2	51.4	53.7	54.8	51.7
2012	41.4	58.5	65.3	80.2	100	76.5	63.3	45.4	51.9	51.6	54.3	51.1

### イ 各空港を核とした地域の魅力を高める滞在型観光地づくり

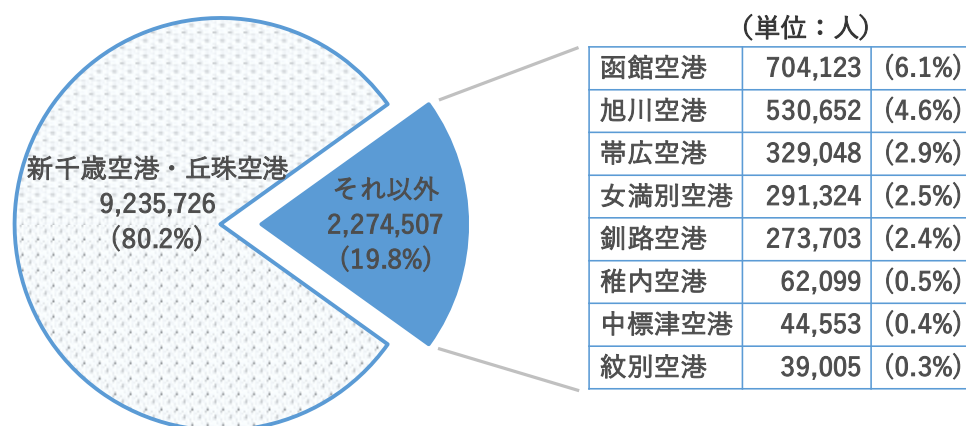
北海道の観光客は道央圏に集中し、特に道外観光客については、新千歳空港・丘珠空港の利用が集中していることから、各地方空港を核とした地域の魅力を高める滞在型観光地づくりを促進し、道外から各地方空港へのアクセス数増加を目指します。

#### ■ 地域別宿泊客延べ数と割合(2019年度)<sup>※⑤</sup>



(単位：千人泊)

#### ■ 道内空港別来道者数と割合(2019年度)<sup>※⑦</sup>



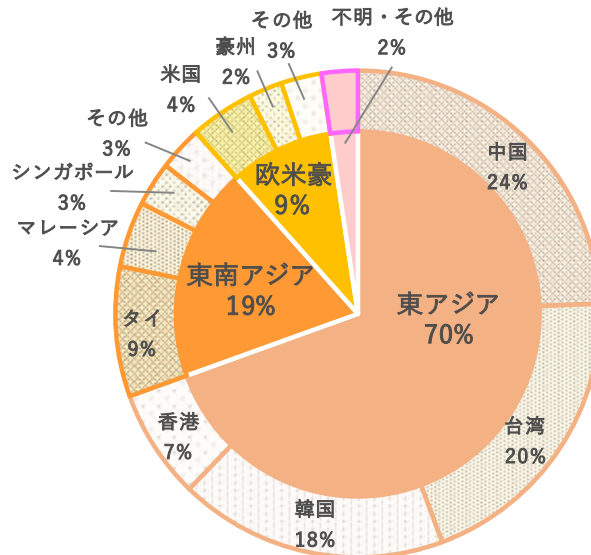
### ウ 東南アジアや欧米豪からの誘客の強化

訪日外国人来道者はここ数年順調に増加してきた結果、北海道観光市場への影響も大きくなってきており、国内人口の減少、高齢化の影響により、その影響はますます大きなものになると予想されます。観光客は東アジアに集中しており、2019年には日韓関係の悪化により、韓国人観光客が大きく減少しました。東アジアの国・地域と日本は距離が近いことから、様々な交流が行われてきましたが、その分国際政治リスクも多く抱えています。

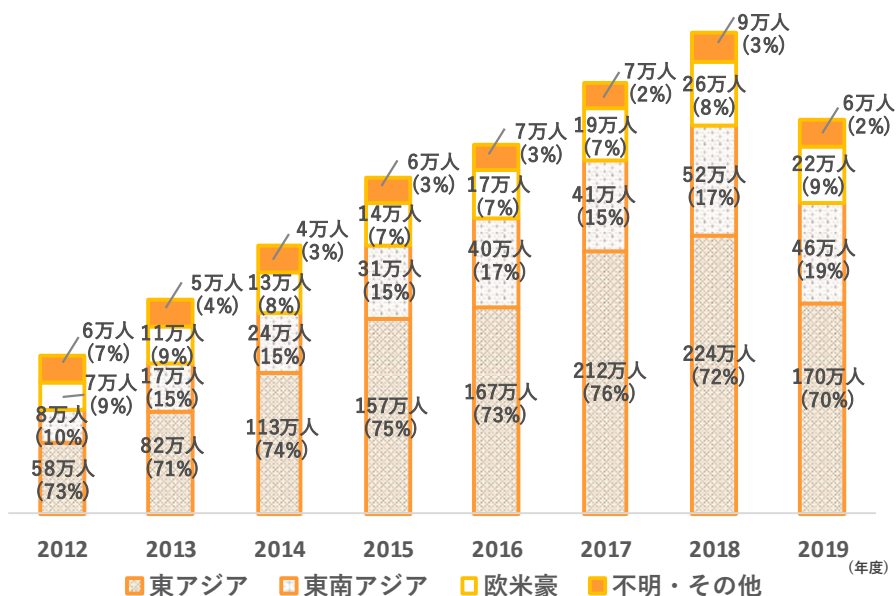
第7 目標指標 / 3 目標指標達成に関する考え方

ウィズコロナ・ポストコロナ時代において、再び外国人観光客が戻ってきたときには、国際政治リスク発生による道内観光産業へのダメージを最小限に抑える観点からも、東アジアからの観光客数増加に加え、東南アジアや欧米豪からの外国人観光客数の増加を目指します。

■ 国・地域別訪日外国人来道者の割合(2019年度)<sup>※⑤</sup>



■ 地域別訪日外国人来道者数の推移・割合<sup>※⑤</sup>

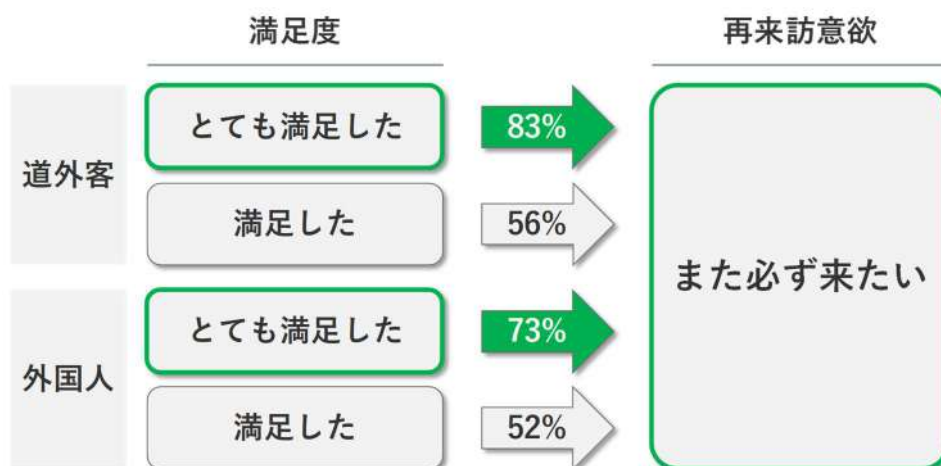


### (3) 満足度向上策

観光入込客数を継続的に増加させていくには、リピーターの獲得が不可欠です。「令和元年度北海道来訪者満足度調査」によると、旅行の満足度により再来訪意欲は異なるため、満足度の向上を目指していく必要があります。

また、近年の満足度調査では「不満等」と回答する割合が高くなってきているため、「不満等」とした原因の分析を行い、次の施策につなげていくことが必要です。

#### ■ 道外客・訪日外国人来道者の満足度別の再来訪意欲(2019年度)<sup>※⑧</sup>



ウィズコロナの時代においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止策の徹底と、アウトドア関連人材の育成を進めてサービスの向上を図ることにより、旅行全体の更なる満足度向上を目指します。

項目	とても満足したと回答した割合(%)
観光・旅行全体について	↑ UP
各観光地での食事について	
おみやげ品について	
宿泊施設について	
観光施設について	
交通機関について	
Wi-Fi設備環境について	
景観について	
温泉（入浴施設）について	
全般的な接遇（おもてなし）	

+

コロナ対応について	↑ UP
アウトドアアクティビティについて	

## 第8 観光振興に向けた行動指針と役割

この計画の目標の達成及び「北海道観光が将来的にめざす姿」に向けて、北海道観光のくにつくり条例で定められている基本理念及び役割に基づき、道民、観光事業者及び観光関係団体等の行動の指針及び役割を次のように設定しました。

なお、道民、観光事業者及び観光関係団体等は、ウィズコロナ期では感染症拡大防止が重要であることから、「新北海道スタイル」の徹底などの新型コロナウイルス感染症の拡大防止に努めるものとします。

### 1 道民

- 身近な北海道の魅力を再確認し、道外・海外出身を問わず全ての道民が、自らも楽しめる観光地づくりを進めつつ、それぞれの目線で、本道の良さや魅力を国内外に向けて広く発信する
- 体験型観光などの道内観光を通じ、北海道の観光産業を応援する
- 積極的に観光客とふれあい交流の輪を広げ、心が通うおもてなしをする
- 地域の自然、歴史、生活・文化などを大切に思い、守り育て、それらと共生する観光の振興に努める

### 2 観光事業者、観光関係団体等

経済的利益や観光客、コミュニティ、文化、環境それぞれに対する利益の最大化と悪影響の最小化を図り、持続可能な北海道観光の実現に寄与するものとします。

#### (1) 観光事業者

- ウィズコロナ・ポストコロナにおける観光スタイルの変化やDXなどの社会の流れを敏感に捉えるとともに、長期的視点に立って対応する
- 北海道観光の持続的な発展に向け、地域との共存に努める
- 観光客のニーズに応えられる質の高いサービスの提供や交通ネットワークの利便性向上など、旅行形態の変化や観光ニーズの多様化に配慮する
- 一次産業をはじめ、地域産業の連携による地元食材の提供や特産品開発といった、観光にかかわる地産地消の推進に取り組む

#### (2) 観光関係団体

- 観光振興の主体として、観光客の誘致や観光情報の発信、地域の資源を生かした多様な観光商品づくり、ホスピタリティの向上や人材育成に取り組む
- 地域における様々な産業の参画や連携・協力が円滑に進むよう、調整に努める

### (3) 北海道観光振興機構

- 広域連携DMOとして観光庁のガイドラインに沿った運営を進めるほか、道内市町村や地域のDMO、観光事業者では実施することが難しい事業や機構が実施する方が効率的でかつ効果的な事業を実施する
- 専門性の高い人材を有し、政策の実行に当たっての具体的な戦略の検討を含む「マーケティング思考に基づく事業（打ち手）の企画、実行、検証」と「広域連携DMOとしての道内観光マネジメントの推進」を実施する
- 推進体制の強化に向け、広域連携DMOとして持続可能な組織の在り方の検討とDMOの形成・確立計画への反映や、専門性の維持・向上が継続的に図られる組織としていくための「人材育成・育成プログラム」の策定など、人材面での強化を図るための取組を進めるほか、広域連携DMOとして「持続可能な組織の在り方の検討」を踏まえた安定的な財政運営基盤の確立と安定的な財政運営に資する自主財源確保など財源面での強化を図る取組を進めていく

### (4) 行政

- 観光振興に資する調査データを収集・分析し、観光関係団体や観光事業者等の取組を支援するとともに、本計画の進捗状況などから関係者で課題を共有し必要な対応を検討する。
- 交通、環境、まちづくり、文化・教育をはじめとした関係部門が一体となって本計画を推進し、事業者など関係団体との連携調整に努める
- 地域の資源や特性からテーマ性を見だし、戦略的なプランのもとに観光地づくりや誘客促進を進める

### (5) 大学等

- 本道の観光振興に求められる人材の育成に努める
- 観光に関する研究やその成果を社会に還元するなど、観光の振興につなげる

## 第9 付属資料

### 1 北海道観光のくにづくり条例

(平成13年10月19日 条例第56号)

今、私たちは、自然との共生という考え方、心のゆとりや潤いを求める意識の変化や生活様式の多様性を背景に、互いに支え合い、尊重し合いながら、精神的な豊かさを大切に生きていく時代を迎えている。

観光は、日常生活を離れ、異なる文化や価値観の交流を通して、人々が相互の理解を深め、訪れる人は安らぎや明日への活力を得、迎える人は地域のすばらしさに目覚め、新たな魅力づくりに努める営みであり、心豊かなゆとりある生活を求める私たちにとって、生活の大切な一部となっており、地域にとっても、地域を訪れる人々との交流を通じて経済の活性化につながっているものである。

四季を彩る雄大な自然、新鮮な山海の恵み、人々の暮らしとともに形成された景観やおおらかな気風が漂う、恵み豊かな北の大地は、人々の心を潤し、活力や感動を与えてくれる憧（あこが）れの地として、国内外から高い評価を得るようになった。

こうした優位性や地域の個性を生かしつつ、北海道を誰もが安心して快適に滞在することができる国際的にも通用する観光地とするよう取り組み、観光にかかわる産業を北海道経済のリーディング産業とすることは、自主的かつ自律的な北海道の形成につながるものである。

先人から受け継いだ北海道の豊かで優れた環境を大切に守りながら、道民のみならず、北海道を訪れるすべての人がその豊かさを享受できるように観光の振興に努めることは、私たちの重要な役割であり、それぞれの地域が観光の意義と可能性を認識し、地域を愛するすべての者が協働し、知恵を出し合いながら観光のくにづくりを進めていくことが必要である。

このような考え方に立って、道民の総意として観光の振興に取り組むため、この条例を制定する。

#### 第1章 総則

(目的)

##### 第1条

この条例は、観光の振興に関し、基本理念を定め、並びに道の責務並びに道民、観光事業者及び観光関係団体の役割を明らかにするとともに、道の施策の基本となる事項を定めることにより、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって豊かで活力ある地域社会の実現及び北海道経済の発展に資することを目的とする。

(基本理念)

##### 第2条

観光の振興は、道民、観光事業者、観光関係団体及び行政機関が協働し、次に掲げる事項を基本として、道民及び観光客が共に楽しめる地域の特性を生かした個性豊かな観光地を形成するとともに、観光にかかわる産業を地域経済を牽引する産業とすることを旨として、推進されなければならない。

## 第9 付属資料 / 1 北海道観光のくにづくり条例

- (1) 自然、景観等の環境の保全に配慮しながら、それらの魅力を十分に活用すること。
- (2) 豊かな自然にはぐくまれた食材及び食文化の魅力（以下「食の魅力」という。）を生かすこと。
- (3) 高齢者、障害者、外国人等すべての人々が安心して快適に観光ができるよう配慮すること。

### （道の責務）

#### 第3条

道は、前条に定める基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、観光の振興に関する総合的かつ計画的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 道は、観光の振興を図る上で市町村が果たす役割の重要性にかんがみ、市町村が参画する広域的な観光振興に関し総合調整を行うとともに、市町村相互の連携が図られるよう努めるものとする。

### （道民の役割）

#### 第4条

道民は、基本理念にのっとり、観光客を温かく迎えるよう努めるとともに、地域の観光資源を活用した観光地づくりに参画するよう努めるものとする。

### （観光事業者の役割）

#### 第5条

観光事業者は、基本理念にのっとり、その事業活動を行うよう努めるものとする。

- 2 観光事業者は、その事業活動を行うに当たっては、地域の他産業との連携に配慮するものとする。

### （観光関係団体の役割）

#### 第6条

観光関係団体は、基本理念にのっとり、その事業活動を行うよう努めるものとする。

- 2 観光関係団体は、ホスピタリティ（観光客を温かく迎える接遇をいう。）の向上、観光客の誘致等に積極的に取り組む等観光の振興に貢献するよう努めるものとする。

## 第2章 観光の振興に関する基本的施策

### （施策の基本方針）

#### 第7条

道は、次に掲げる基本方針に基づき、観光の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するものとする。

- (1) 道民、観光事業者、観光関係団体及び行政機関が協働して行う取組を促進すること。
- (2) 環境を保全し活用する取組を促進すること。
- (3) 食の魅力を生かした取組を促進すること。
- (4) 観光客が安心して快適に観光を行うことができる環境づくりを促進すること。



## 第9 付属資料 / 1 北海道観光のくにづくり条例

- (5) 観光にかかわる産業の発展のための取組を促進すること。
- (6) 国内及び海外からの観光客の誘致を促進すること。
- (7) 観光に関する普及啓発及び学習機会の確保を図ること。
- (8) 観光に関する基礎的データの収集及び調査を実施すること。

(観光の振興に関する基本的な計画)

### 第8条

知事は、観光の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、観光の振興に関する基本的な計画（以下「計画」という。）を定めなければならない。

- 2 計画は、観光の振興に関する道の施策並びに道民、観光事業者及び観光関係団体の行動の指針について定めるものとする。
- 3 計画は、観光の振興に関する適切な目標について定めるものとする。
- 4 知事は、計画を定めるに当たっては、あらかじめ、道民の意見を反映することができるよう必要な措置を講じなければならない。
- 5 知事は、計画を定めるに当たっては、あらかじめ、北海道観光審議会の意見を聴かななければならない。
- 6 知事は、計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。
- 7 前3項の規定は、計画の変更について準用する。

(財政上の措置)

### 第9条

道は、観光の振興に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

## 第3章 北海道観光審議会

(設置)

### 第10条

北海道における観光の振興を図るため、知事の附属機関として、北海道観光審議会（以下「審議会」という。）を置く。

(所掌事項)

### 第11条

審議会の所掌事項は、次のとおりとする。

- (1) 知事の諮問に応じ、観光の振興に関する重要事項を調査審議すること。
  - (2) 前号に掲げるもののほか、この条例の規定によりその権限に属させられた事務
- 2 審議会は、観光の振興に関し必要と認める事項を知事に建議することができる。

(組織)

### 第12条

審議会は、委員15人以内で組織する。

- 2 審議会に、特別の事項を調査審議させるため必要があるときは、特別委員を置くことができる。

(委員及び特別委員)

第13条

委員及び特別委員は、学識経験を有する者及び関係行政機関の職員のうちから、知事が任命する。

- 2 委員の任期は、2年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 3 委員は、再任されることができる。
- 4 特別委員は、当該特別の事項に関する調査審議が終了したときは、解任されるものとする。

(会長及び副会長)

第14条

審議会に会長及び副会長を置く。

- 2 会長及び副会長は、委員が互選する。
- 3 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第15条

審議会の会議は、会長が招集する。

- 2 審議会は、委員の2分の1以上が出席しなければ、会議を開くことができない。
- 3 会議の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(部会)

第16条

審議会は、必要に応じ、部会を置くことができる。

- 2 部会は、審議会から付託された事項について調査審議するものとする。
- 3 部会に部会長を置き、会長が指名する委員がこれに当たる。
- 4 部会に属すべき委員及び特別委員は、会長が指名する。

(会長への委任)

第17条

この章に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が審議会に諮って定める。

附 則

- 1 この条例は、公布の日から施行する。
- 2 北海道観光審議会条例（昭和36年北海道条例第42号）は、廃止する。

第9 付属資料 / 1 北海道観光のくにづくり条例

- 3 この条例の施行の際現に前項の規定による廃止前の北海道観光審議会条例第3条第2項の規定により北海道観光審議会の委員又は特別委員に任命されている者は、第13条第1項の規定により委員又は特別委員に任命された者とみなし、その任期は、委員にあつては同条第2項の規定にかかわらず平成14年12月14日までとし、特別委員にあつては同条第4項の規定にかかわらず同年3月31日までとする。
- 4 知事は、平成21年4月1日から起算して5年を経過するごとに、社会経済情勢の変化等を勘案し、この条例の施行の状況等について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

## 2 これまでの計画による取組の概略

第1期：2002年度から2007年度までの6年間

第2期：2008年度から2012年度までの5年間

第3期：2013年度から2017年度までの5年間

第4期：2018年度から2020年度までの3年間

### (1) 第1期 北海道観光のくにつくり行動計画

平成13年(2001年)10月に公布・施行された「北海道観光のくにつくり条例」に基づく、観光振興に関する基本的な計画として策定された第1期の計画においては、

- 誰もが満足できる質の高い観光地をつくり、国内外の多くの方に何度でも本道を訪れていただく。
- 観光振興により本道経済の活性化を図る。

を目標とし、観光に関わる主体が目標の達成に向けて取組を進めてきました。

温泉観光地の活性化に向けた取組や広域連携イベント開催への支援、環境や食を生かした観光地づくりを進めるとともに、知床の世界自然遺産登録や旭山動物園の人気などを追い風に、ターゲットを絞った効果的な宣伝誘致活動を推進しました。

計画期間においては、「知床」効果や旭山動物園人気など明るい動きがある一方、感染症（SARS<sup>29</sup>）の世界的流行や十勝沖地震、大型台風などの影響がありました。

また、北海道の豊かな自然や雪、温泉などが人気を呼び、東アジア地域やオーストラリアなどからの外国人来道者数が急増しました。

<sup>29</sup> SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) : 「サーズ」と読み、重症急性呼吸器症候群のこと。2003年初頭から、香港などを中心に流行した病気。

## (2) 第2期 北海道観光のくにづくり行動計画

第2期の北海道観光のくにづくり行動計画においては、

- 環境と共生する観光
- 地域の資源を生かした観光振興
- 観光振興による地域の経済の活性化

を目標とし、観光にかかわる主体が目標の達成に向けて取組を進めてきました。

地域の様々な産業、団体、行政などが連携し、北海道洞爺湖サミットの開催を契機に、自然環境と共生する観光を推進するとともに、「食」をはじめとする多様な地域資源を生かした観光地づくりの取組や国内外への積極的な宣伝誘致活動を推進しました。

計画期間においては、急成長するアジア経済を背景に、外国人来道者数が増加するなど明るい動きがありましたが、計画スタート直後のリーマンショックや急激な円高、新型インフルエンザの感染拡大の影響、道内においては航空路線の減少や機材の小型化などのマイナス要因に加え、平成23年3月11日に発生した東日本大震災による深刻な影響を受けました。

## (3) 第3期 北海道観光のくにづくり行動計画

第3期の北海道観光のくにづくり行動計画においては、

- 自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり
- 国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大
- 観光振興による地域と経済の活性化

を目標とし、観光にかかわる主体が目標の達成に向けて取組を進めてきました。

地域の様々な産業、団体、行政などが連携し、自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくりを行うとともに、国内外への積極的な宣伝誘致活動を推進しました。

計画期間においては、査証要件の緩和や新千歳空港の発着枠制限の緩和などの要因により、外国人来道者数が急増したほか、北海道新幹線の開業など明るい動きがあり、観光入込客数は堅調に推移しました。

#### (4) 第4期 北海道観光のくにづくり行動計画

第4期の北海道観光のくにづくり行動計画においては、

- 国際的に質や満足度の高い観光地づくり
- 戦略的な誘客活動による旅行市場の拡大
- 観光振興による地域と経済の活性化

を目標とし、観光にかかわる主体が目標の達成に向けて取組を進めてきました。

庁内各部や振興局はもとより、北海道観光振興機構や国をはじめ市町村、地域の観光協会など、観光振興に携わるすべての方々と連携・協力しながら、交流人口の拡大や観光消費の増加による地域経済の活性化や、観光産業の北海道のリーディング産業化に向け、取組を推進しました。

計画期間においては、2018年に訪日外国人来道者が過去最高の312万人に達しましたが、2018年9月には北海道胆振東部地震、2020年1月以降は新型コロナウイルス感染症など北海道の観光産業は甚大な影響を受けました。

### 3 出所・参考資料一覧

- ① 各写真の出所
  - ・ 2023年3月  
北海道ボールパーク F ビレッジおよび新球場エスコンフィールド HOKKAIDO 開業  
(株)ファイターズスポーツ&エンターテイメント提供
  - ・ 2025年4～10月  
大阪・関西万博開催  
2025年日本国際博覧会協会提供
  - ・ 上記以外  
道保有素材
- ② UNWTO, 「World Tourism Barometer Volume 18 ・ Issue 5 ・ August/September 2020」
- ③ IATA, 「COVID-19 June data and revised air travel outlook」
- ④ 観光庁, 「宿泊旅行統計調査」,
- ⑤ 道観光局, 「北海道観光入込客数調査報告書」
- ⑥ 道保健福祉部, 「北海道保健統計年報」  
(宿泊施設には住宅宿泊事業法の民泊施設は含まれていない)
- ⑦ (公社)北海道観光振興機構, 「来道者輸送実績」
- ⑧ (公社)北海道観光振興機構, 「令和元年度 北海道来訪者満足度調査」  
(宿泊数の割合、満足度、リピーター割合については、「無回答」を除いて算出)
- ⑨ (公社)北海道観光振興機構, 「平成30年度 北海道来訪者満足度調査」  
(宿泊数の割合、満足度、リピーター割合については、無回答を除いて算出)
- ⑩ 道観光局, 「観光客動態・満足度調査報告書 平成28年度」
- ⑪ 道観光局, 「第6回北海道観光産業経済効果調査」
- ⑫ 観光庁, 「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」
- ⑬ (株)ブランド総合研究所, 「都道府県 SDGs 調査2020」
- ⑭ (株)ブランド総合研究所, 「地域ブランド調査2020」
- ⑮ 日本政策投資銀行, 「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 北海道観光に関する訪日外国人旅行者の意向調査」
- ⑯ 観光戦略実行推進会議(内閣官房), 第40回会議資料「資料1 観光の現状と観光庁の取組について(観光庁)」
- ⑰ 観光庁, 「令和元年度 観光の状況 令和2年度 観光施策(要旨)」
- ⑱ 観光戦略実行推進会議(内閣官房), 第38回会議資料「資料1 旅行消費の増加及び休暇分散に向けた取組について(観光庁)」
- ⑲ (株)野村総合研究所, 「2020年12月21日 NEWS RELEASE 野村総合研究所、日本の富裕層は133万世帯、純金融資産総額は333兆円と推計」

第5期 北海道観光のくにつくり行動計画

令和3年(2021年)11月

発行 北海道

編集 北海道経済部観光局観光振興課

TEL 011-231-4111 (内線 26-564)

URL <https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/index.html>