

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（平成28年版）

～発地別のニーズ、旅行形態の変化に対応した、地域としての戦略的な取り組みが重要～

【概要】

- 北海道の訪日外国人数は、東日本大震災の影響が一服した2012年度の79万人以降アジア圏からの旅行者を中心に大幅な増加傾向が続き、2015年度は過去最高となる208万人を記録した。訪日外国人来道者の内訳は台湾・中国を中心とするアジア圏が9割弱を占めており、欧米豪圏からの来道者の割合は低位にある（北海道経済部観光局統計）。
- （株）日本政策投資銀行および（公財）日本交通公社は、これまで「アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査」を公表してきたが、本年においては、旅行消費単価の高い欧米豪圏の旅行者の意向も把握すべく、アジア8地域※にアメリカ、オーストラリア、イギリス、フランスの4地域を加えた12地域の海外旅行経験者を対象としたインターネットによるアンケート調査を実施した。本レポートは、その調査結果から「北海道」及び道内の観光地に関して分析し取りまとめたものである。

※アジア8地域は中国、台湾、香港、韓国、タイ、インドネシア、マレーシア、シンガポール

【要旨】

- アジアにおいて「北海道」への訪問実績、認知度及び訪問意欲は、引き続きゴールデンルートに次いでトップクラス。「札幌」とそれ以外の道内観光地に対する認知度・訪問意欲には依然として格差があるが、リピーターの増加等により「札幌」以外の道内観光地への認知度・訪問意欲も徐々に高まっている。一方、欧米豪における「北海道」への訪問実績、認知度及び訪問意欲はアジアと比較して低位にある。
- 訪日外国人旅行者の旅行形態は個人旅行化が進展しており、滞在希望日数はアジア圏からの旅行者で7日前後、欧米豪圏からの旅行者で10日以上となっている。
- 北海道観光に期待することは、アジアでは引き続き自然・風景見物や雪景色鑑賞が上位を占めているが、欧米豪ではアジアと比較してエコツーリズムや歴史的建築物の見物などが上位となっている。
- 北海道訪問経験者の満足項目では、日本料理や温泉などの満足度は引き続き高かったが、現地の人が普段利用する食事等に対する満足度が高まっており、個人旅行の増加による価値観の多様化が窺える。一方、不満項目では、言語の通用しやすさが引き続き上位にある。

【結び】

- 北海道は、引き続きアジア圏ではトップレベルのブランド力を有するが、今後増加が期待される道央圏以外の地域を訪問する個人旅行客への対応やリピーター増加に向けた取り組みが必要。
- 今後の誘客増を目指すべき欧米豪圏については、アジアと異なる観光ニーズに対応したマーケティング、長い滞在期間に亘り満足させるコンテンツの充実や滞在型観光地としての環境整備が必要。
- 発地別に異なる旅行者のニーズ、旅行形態の変化に対応するには、日本版DMO（Destination Management/Marketing Organization）の機能活用等により、多様な関係者の連携の下、地域単位で戦略的マーケティングや観光資源の磨き上げに継続的に取り組んで行く必要がある。

調査概要

- 調査方法：インターネットによる調査
- 実施時期：2016年6月23日～2016年7月8日
- 調査地域：中国、台湾、香港、韓国、タイ、インドネシア、マレーシア、シンガポール、イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリアの12地域
 ※中国は北京及び上海在住者のみ
 ※イギリス、アメリカ、フランス、オーストラリアの4地域は今回調査から加わった。
- 調査対象者：20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者
 ※中国-香港-マカオ間、マレーシア-シンガポール間、タイ-マレーシア間、アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム間、オーストラリア-ニュージーランド間、イギリス・フランス-欧州各国間の旅行については、海外旅行経験から除く。
- 有効回答者数：上記各地域に居住する住民計6,198人
 ※中国は北京および上海在住者のみ（割合は北京50%：上海50%）
- 協力実査会社：楽天リサーチ株式会社

◆有効回答者数

(単位:人)

項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
		韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
男性	2,951	1,949	254	240	254	208	246	247	251	249	1,002	222	265	264	251
女性	3,247	2,128	258	267	247	289	270	262	268	267	1,119	305	263	272	279
総計	6,198	4,077	512	507	501	497	516	509	519	516	2,121	527	528	536	530

◆訪日経験別回答者数

(単位:人)

項目	全体	アジア全体									欧米豪全体				
		韓国	中国	台湾	香港	タイ	シンガポール	マレーシア	インドネシア	アメリカ	オーストラリア	イギリス	フランス		
訪日経験なし	3,653	1,836	201	149	121	109	206	288	388	374	1,817	451	417	479	470
訪日経験者 (1回)	1,125	954	123	212	117	89	155	89	85	84	171	39	64	35	33
訪日経験者 (2回以上)	1,420	1,287	188	146	263	299	155	132	46	58	133	37	47	22	27
総計	6,198	4,077	512	507	501	497	516	509	519	516	2,121	527	528	536	530

- 日本の観光地における選択肢は以下のとおり。

※囲みの選択肢は北海道内の観光地を示す

東京 富士山 箱根 日光 松本/白馬 軽井沢 北海道 札幌 函館 帯広/十勝 ニセコ 知床/阿寒 東北
 秋田/角館 山形/蔵王 岩手/平泉 仙台/松島 福島 新潟 佐渡 北陸 金沢 立山/黒部 富山 飛騨/
 名古屋 伊勢/志摩 関西 京都 奈良 大阪 神戸 岡山 広島 山口 鳥取 松江/出雲 四国 高松 直島
 なみ海道/せとうち 松山/道後 徳島 高知 九州 福岡/博多 佐賀/唐津長崎 別府/湯布院 熊本/阿蘇
 鹿児島 沖縄

計 5 4 箇所

意向調査結果

1. 「これまでの訪日旅行でどの地域を訪問しましたか？」

< 訪日経験者 >

- 訪日経験者が「北海道」を訪問した比率は、12地域全体で25%（順位5位）、アジア全体で27%（順位5位）と多くの対象調査地域でゴールデンルート（東京～大阪間を周遊する観光ルート）に次ぐトップレベルにある。一方で、欧米豪全体では9%（順位11位）とアジアに比べて低い水準にとどまっている。
- アジア全体では、北海道に訪問経験がある比率は調査開始以来30%前後で推移している（2012年：25%→2013年：30%→2014年：30%→2015年：27%→2016年：27%）。
- 道内の各観光地の中では、訪問実績は「北海道」に次いで「札幌」が高いが、アジア全体では、3番手は「函館」であり、欧米豪全体では「ニセコ」となっている。

【図表1】これまでの日本旅行における訪問地域（複数回答）

サンプル数	12地域全体		アジア全体																	
	比率	順位	中国		台湾		香港		韓国		タイ		インドネシア		マレーシア		シンガポール			
	2545		2241		358		380		388		311		310		142		131		221	
北海道	25%	⑤	27%	⑤	29%	⑤	36%	④	34%	⑤	10%	⑫	24%	⑤	24%	⑤	25%	⑤	28%	⑤
札幌	18%	⑦	19%	⑥	9%	⑫	27%	⑤	29%	⑥	11%	⑧	19%	⑥	16%	⑦	18%	⑦	19%	⑥
函館	9%	⑯	10%	⑮	4%		22%	⑧	17%	⑮	2%		4%		1%		7%	⑭	11%	⑩
帯広／十勝	2%		2%		2%		5%		3%		0%		2%		1%		2%		0%	
ニセコ	2%		2%		4%		0%		1%		1%		1%		1%		1%		4%	
知床／阿寒	2%		2%		3%		3%		4%		1%		1%		1%		2%		1%	
東京	62%	①	61%	①	61%	①	61%	①	64%	①	48%	①	57%	①	71%	①	61%	①	71%	①
大阪	42%	②	43%	②	39%	③	46%	②	58%	②	41%	②	34%	④	37%	④	39%	②	38%	④
京都	38%	③	38%	③	37%	④	42%	③	45%	③	27%	③	35%	③	39%	②	31%	④	41%	②
富士山	32%	④	33%	④	44%	②	19%	⑩	37%	④	11%	⑪	44%	②	38%	③	37%	③	40%	③
九州	12%	⑬	14%	⑫	8%	⑭	16%	⑬	26%	⑧	15%	⑤	9%	⑭	8%	⑭	7%	⑯	9%	⑫
沖縄	14%	⑩	14%	⑩	13%	⑨	24%	⑦	20%	⑬	8%	⑮	10%	⑫	15%	⑧	10%	⑪	6%	⑯

サンプル数	欧米豪全体									
	イギリス		アメリカ		フランス		オーストラリア			
	304		57		76		60		111	
北海道	9%	⑪	9%	⑩	5%	⑪	10%	⑩	10%	⑪
札幌	7%	⑬	2%		7%	⑩	5%	⑮	12%	⑨
函館	2%		0%		1%		2%		4%	
帯広／十勝	1%		0%		3%	⑰	2%		0%	
ニセコ	3%	⑱	0%		3%	⑱	0%		6%	⑭
知床／阿寒	1%		0%		0%		2%		3%	
東京	71%	①	84%	①	74%	①	72%	①	62%	①
大阪	35%	③	21%	④	26%	④	40%	③	44%	③
京都	40%	②	30%	②	33%	②	45%	②	48%	②
富士山	31%	④	26%	③	26%	③	33%	④	35%	④
九州	3%	⑱	2%		3%		3%		5%	
沖縄	11%	⑧	9%	⑫	14%	⑤	18%	⑦	6%	⑮

※順位は20位まで表示

2. 「これらの観光地を知っていますか？」 <全員>

- 「北海道」の認知度は、12地域全体で50%（順位5位）、アジア全体で65%（順位4位）と非常に高く、こちらもゴールデンルートに次いでトップレベルにある。一方で、欧米豪全体では認知度は20%（順位11位）と、こちらもアジアに比べて低い水準になっている。
- アジア全体では、「北海道」の認知度は調査開始以来65%前後で推移している（2012年：66%→2013年：66%→2014年：65%→2015年：63%→2016年：65%）。
- 道内の各観光地の中では、認知度は「北海道」に次いで「札幌」が高く、3番手は「函館」となっている。道内の各観光地の認知度は、「北海道」の認知度との差が大きいが、台湾・香港では「帯広／十勝」、「知床／阿寒」の認知度が比較的高い。

【図表2】日本の観光地の認知度（複数回答）

サンプル数	12地域全体		アジア全体																	
			中国		台湾		香港		韓国		タイ		インドネシア		マレーシア		シンガポール			
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位		
6198	4077		507		501		497		512		516		516		519		509			
北海道	50%	⑤	65%	④	73%	②	82%	②	75%	③	61%	⑤	62%	⑤	44%	⑤	60%	④	64%	③
札幌	40%	⑨	50%	⑧	46%	⑪	70%	⑦	68%	⑦	60%	⑥	47%	⑥	34%	⑩	32%	⑩	41%	⑦
函館	15%		21%		16%		57%	⑰	43%	⑳	11%		11%		6%		8%		16%	
帯広／十勝	5%		7%		7%		16%		19%		3%		4%		2%		2%		2%	
ニセコ	4%		4%		10%		3%		5%		2%		4%		2%		3%		5%	
知床／阿寒	5%		6%		10%		11%		19%		2%		3%		1%		3%		3%	

東京	71%	①	74%	①	72%	③	83%	①	78%	①	72%	①	72%	②	69%	①	69%	②	74%	①
大阪	58%	③	67%	③	68%	④	81%	③	77%	②	71%	②	63%	③	54%	③	61%	③	61%	④
京都	54%	④	61%	⑤	65%	⑤	79%	⑤	69%	⑥	65%	④	63%	④	49%	④	46%	⑤	51%	⑤
富士山	68%	②	71%	②	74%	①	80%	④	72%	⑤	67%	③	73%	①	64%	②	70%	①	72%	②
九州	31%	⑬	42%	⑪	46%	⑫	69%	⑩	66%	⑧	54%	⑧	40%	⑫	15%	⑮	20%	⑭	26%	⑪
沖縄	47%	⑥	55%	⑥	64%	⑥	79%	⑥	72%	④	58%	⑦	43%	⑨	38%	⑧	42%	⑦	45%	⑥

サンプル数	欧米豪全体									
			イギリス		アメリカ		フランス		オーストラリア	
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位
2121	536		527		530		528			
北海道	20%	⑪	18%	⑪	15%	⑫	18%	⑪	28%	⑩
札幌	21%	⑩	19%	⑩	23%	⑩	15%	⑬	28%	⑪
函館	3%		2%		4%		2%		4%	
帯広／十勝	1%		1%		2%		1%		1%	
ニセコ	3%		2%		2%		1%		4%	
知床／阿寒	1%		1%		2%		1%		2%	

東京	65%	①	70%	①	69%	①	52%	①	67%	①
大阪	41%	⑤	40%	⑤	39%	⑥	38%	④	48%	③
京都	42%	④	40%	④	42%	⑤	41%	③	47%	⑤
富士山	62%	②	68%	②	69%	②	45%	②	67%	②
九州	9%	⑮	7%	⑮	7%	⑮	9%	⑭	12%	⑮
沖縄	32%	⑦	31%	⑦	46%	④	24%	⑩	28%	⑨

※順位は20位まで表示

3. 「日本のどこに行きたいですか？」 <全員>

- 「北海道」への訪問意欲は、12地域全体で34%（順位4位）、アジア全体で45%（順位3位）となっており、こちらもゴールデンルートに次いでトップレベルにある。特に、中国・台湾・香港では「北海道」への訪問意欲が1位となっている。一方、欧米豪全体では9%（順位9位）と、こちらもアジアに比べて低い水準となっている。
- アジア全体では、「北海道」の訪問意欲は調査開始以来45%前後で推移している（2012年：45%→2013年：45%→2014年：43%→2015年：44%→2016年：45%）。
- 道内の各観光地の中では、訪問意欲は認知度同様に、「北海道」に次いで「札幌」が高く、3番手は「函館」となっている。特に、台湾、香港では、「函館」への訪問意欲が他国よりも高い。

【図表3】日本の観光地への訪問意欲（複数回答）

サンプル数	12地域全体		アジア全体																	
			中国		台湾		香港		韓国		タイ		インドネシア		マレーシア		シンガポール			
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位		
5590	34%	④	45%	③	55%	①	58%	①	51%	①	30%	⑥	45%	③	24%	⑤	45%	③	52%	③
3884	19%	⑦	24%	⑦	15%	⑩	34%	⑧	30%	⑦	30%	⑤	27%	⑥	18%	⑥	14%	⑧	20%	⑥
504	7%	⑱	9%	⑱	4%		28%	⑫	20%	⑮	4%		4%		2%		3%	⑲	7%	⑬
492	2%		2%		1%		5%		6%		1%		2%		1%		1%		1%	
489	1%		2%		4%		1%		1%		1%		2%		1%		1%		2%	
485	2%		2%		3%		3%		5%		0%		1%		1%		1%		1%	

東京	52%	①	48%	①	51%	③	49%	④	37%	③	38%	①	49%	②	58%	①	52%	①	54%	①
大阪	35%	③	40%	④	40%	⑤	54%	②	40%	②	37%	②	40%	④	35%	③	39%	④	38%	④
京都	33%	⑤	36%	⑤	43%	④	53%	③	31%	⑥	33%	③	38%	⑤	28%	④	26%	⑤	30%	⑤
富士山	51%	②	47%	②	54%	②	46%	⑤	34%	⑤	29%	⑦	54%	①	54%	②	52%	②	53%	②
九州	11%	⑫	14%	⑪	11%	⑬	24%	⑮	27%	⑧	16%	⑨	15%	⑧	5%	⑬	6%	⑫	11%	⑨
沖縄	23%	⑥	27%	⑥	31%	⑥	42%	⑥	35%	④	31%	④	20%	⑦	16%	⑦	21%	⑥	18%	⑦

サンプル数	欧米豪全体									
			イギリス		アメリカ		フランス		オーストラリア	
	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位	比率	順位
1706	9%	⑨	7%	⑩	5%	⑪	11%	⑧	14%	⑥
455	8%	⑩	7%	⑪	9%	⑧	5%	⑭	13%	⑦
441	1%		1%		2%	⑳	2%			
360	0%		0%		1%		1%		0%	
450	1%		1%		1%		1%		2%	
	1%		0%		1%		0%		1%	

東京	61%	①	62%	①	63%	①	58%	①	59%	②
大阪	24%	④	19%	⑤	20%	⑥	27%	④	31%	④
京都	27%	③	19%	④	25%	③	33%	③	32%	③
富士山	60%	②	61%	②	62%	②	56%	②	60%	①
九州	4%	⑮	2%	⑮	3%	⑮	5%	⑮	5%	⑮
沖縄	14%	⑥	11%	⑧	21%	⑤	12%	⑦	13%	⑨

※ p. 4の質問において「知っている観光地」の中で「実際に行ってみたい観光地」を尋ねたもの。
 ※順位は20位まで表示

4. 前回調査（2015年）との比較 ～訪問経験・認知度・訪問意欲～

- アジア全体における「北海道」および「札幌」とそれ以外の道内観光地に対する認知度・訪問意欲には依然として格差がみられるも、リピーターの増加等に伴い、「札幌」以外の道内観光地に対する認知度・訪問意欲も徐々に高まっている。

【図表4】前回調査との比較

【訪問経験】

単位：%

	アジア全体																	
			中国		台湾		香港		韓国		タイ		インドネシア		マレーシア		シンガポール	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
北海道	27.1	27.1	36.4	29.3	34.4	35.8	32.2	34.0	9.7	10.0	24.4	23.9	21.7	23.9	21.3	25.2	27.6	28.1
札幌	16.1	19.1	7.2	8.7	23.2	26.8	24.5	29.4	11.2	11.3	12.4	18.7	13.8	16.2	14.2	17.6	17.1	19.5
函館	7.8	9.5	2.7	3.6	19.7	21.8	13.4	16.8	1.5	1.9	2.1	3.9	1.4	0.7	3.1	6.9	7.9	10.9
帯広/十勝	2.0	2.2	3.0	2.0	4.1	5.0	2.1	3.4	0.3	0.3	1.2	1.6	2.2	1.4	0.8	1.5	0.9	0.5
二セコ	1.0	1.6	1.5	3.6	0.5	0.3	0.5	1.0	0.0	0.6	1.7	1.3	1.4	1.4	0.8	0.8	2.2	3.6
知床/阿寒	2.0	2.1	2.7	2.5	3.8	3.2	2.3	4.1	0.3	1.0	0.8	0.6	2.2	0.7	0.8	2.3	1.8	0.9

【認知度】

単位：%

	アジア全体																	
			中国		台湾		香港		韓国		タイ		インドネシア		マレーシア		シンガポール	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
北海道	62.8	65.1	68.5	72.8	80.6	82.4	76.0	75.5	54.7	61.3	57.4	61.8	46.5	43.8	56.7	60.1	62.3	64.0
札幌	48.6	49.8	43.4	46.4	69.2	70.5	72.3	68.0	58.9	60.0	41.8	47.5	33.3	34.5	26.4	31.8	43.1	40.9
函館	19.5	20.9	15.0	16.4	51.8	57.5	42.2	43.5	12.5	10.7	10.0	11.4	3.0	5.8	6.8	8.1	15.1	15.5
帯広/十勝	6.2	6.7	7.0	7.1	13.5	15.6	15.7	18.7	2.8	2.5	4.6	4.5	1.8	1.7	1.9	2.1	1.9	2.2
二セコ	3.8	4.2	12.3	10.1	2.4	2.8	3.5	5.2	1.5	2.1	4.8	3.9	1.2	2.1	1.4	2.9	3.5	4.5
知床/阿寒	5.6	6.3	9.5	10.5	10.8	10.6	13.3	18.7	2.1	2.3	2.0	2.5	2.4	1.2	1.9	2.5	2.9	2.6

【訪問意欲】

単位：%

	アジア全体																	
			中国		台湾		香港		韓国		タイ		インドネシア		マレーシア		シンガポール	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
北海道	44.2	45.2	50.9	54.8	62.2	58.3	55.3	50.7	26.6	29.9	39.0	45.3	23.3	24.0	41.5	45.1	52.8	52.2
札幌	23.2	23.5	16.1	14.9	33.2	33.9	28.3	30.3	31.0	30.1	22.3	27.4	18.0	17.7	14.0	13.6	21.2	19.8
函館	7.5	9.0	4.7	3.8	22.8	27.6	15.2	19.8	2.4	3.5	3.1	4.2	0.9	2.1	2.4	3.4	7.4	7.1
帯広/十勝	1.8	2.0	1.2	1.2	4.8	4.9	3.9	5.5	0.8	0.8	1.5	1.8	0.7	0.6	0.9	0.6	0.4	0.6
二セコ	1.1	1.5	3.5	4.2	0.8	0.8	0.6	1.0	0.2	0.6	1.0	1.8	0.0	1.3	0.9	1.0	1.7	1.5
知床/阿寒	1.9	1.9	1.8	3.4	4.2	2.8	3.5	5.1	1.0	0.0	0.6	1.4	0.4	0.9	1.1	0.8	1.9	0.9

※ ■ は前回調査より3ポイント以上の上昇、■ は3ポイント未満の上昇、■ は前回調査と同等

5. 「これらの観光地を知っていますか？」（訪日経験回数別）

<全員>

- 訪日回数別（なし、1回、2回以上）に観光地の認知度をみると、基本的には訪日経験が増すにつれて認知度が上昇する傾向にあるが、訪日経験が増しても認知度がさほど上昇しない観光地もみられる。
- 同様に訪問意欲についてみると、認知度の高まり程には訪問意欲が上昇しない観光地がみられる。

【図表5】訪日回数別の認知度

訪日経験→	12地域全体			アジア全体																										
	なし	1回	2回以上	中国			台湾			香港			韓国			タイ			インドネシア			マレーシア			シンガポール					
				なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上						
サンプル数→	3653	1125	1420	1836	954	1287	149	212	146	121	117	263	109	89	299	201	123	188	206	155	155	374	84	58	388	85	46	288	89	132
北海道	35%	66%	74%	55%	70%	76%	66%	78%	73%	72%	85%	86%	61%	74%	81%	58%	62%	65%	55%	65%	68%	38%	61%	57%	57%	61%	80%	55%	70%	80%
札幌	26%	51%	66%	35%	53%	68%	34%	50%	54%	55%	68%	79%	48%	66%	76%	56%	57%	66%	37%	48%	61%	29%	44%	57%	26%	42%	59%	28%	47%	64%
函館	5%	15%	40%	8%	17%	43%	7%	13%	30%	37%	54%	68%	19%	22%	59%	3%	3%	23%	2%	7%	28%	4%	10%	10%	5%	14%	26%	5%	15%	39%
帯広/十勝	2%	4%	14%	2%	4%	15%	1%	5%	16%	4%	8%	24%	9%	8%	25%	1%	2%	4%	2%	3%	9%	1%	2%	3%	2%	1%	9%	1%	2%	5%
ニセコ	2%	4%	9%	2%	3%	8%	4%	6%	22%	2%	0%	5%	3%	4%	6%	1%	1%	4%	0%	3%	9%	2%	2%	3%	2%	4%	9%	1%	2%	13%
知床/阿寒	1%	4%	14%	2%	4%	15%	4%	7%	22%	2%	3%	18%	4%	7%	28%	0%	2%	4%	2%	1%	5%	1%	2%	0%	1%	4%	11%	1%	0%	7%

訪日経験→	欧米豪全体			アジア全体											
	なし	1回	2回以上	イギリス			アメリカ			フランス			オーストラリア		
				なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数→	1817	171	133	479	35	22	451	39	37	470	33	27	417	64	47
北海道	15%	41%	52%	13%	57%	59%	11%	38%	43%	16%	24%	41%	22%	42%	62%
札幌	17%	43%	50%	15%	54%	59%	19%	44%	49%	14%	18%	26%	21%	50%	62%
函館	1%	9%	14%	1%	9%	23%	2%	8%	14%	1%	0%	11%	2%	14%	13%
帯広/十勝	1%	2%	5%	1%	3%	5%	1%	5%	1%	0%	11%	1%	0%	0%	0%
ニセコ	2%	8%	10%	2%	0%	14%	1%	8%	11%	1%	0%	11%	2%	16%	6%
知床/阿寒	1%	5%	4%	0%	3%	5%	1%	10%	5%	1%	0%	4%	1%	6%	2%

※認知度20%以上を赤■、橙■または黄色■で表示。

【図表6】訪日回数別の訪問意欲

訪日経験→	12地域全体			アジア全体																										
	なし	1回	2回以上	中国			台湾			香港			韓国			タイ			インドネシア			マレーシア			シンガポール					
				なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上						
サンプル数→	3052	1122	1416	1649	951	1284	146	212	146	113	117	262	101	89	299	175	122	188	195	155	153	329	83	58	346	85	46	244	88	132
北海道	23%	43%	51%	37%	48%	53%	50%	57%	57%	43%	63%	63%	41%	48%	55%	30%	24%	34%	37%	50%	51%	20%	41%	24%	45%	38%	63%	44%	53%	67%
札幌	11%	22%	35%	15%	23%	36%	9%	13%	23%	19%	26%	44%	16%	29%	35%	27%	25%	36%	18%	30%	37%	12%	31%	28%	10%	13%	39%	12%	23%	33%
函館	1%	6%	19%	2%	6%	20%	1%	2%	9%	9%	25%	37%	7%	8%	28%	1%	1%	8%	1%	2%	11%	2%	2%	3%	1%	7%	13%	2%	6%	18%
帯広/十勝	0%	1%	5%	0%	1%	5%	0%	0%	4%	0%	3%	8%	1%	1%	8%	1%	1%	1%	2%	1%	3%	0%	2%	0%	1%	0%	2%	0%	1%	2%
ニセコ	1%	2%	3%	1%	1%	3%	1%	2%	10%	1%	0%	1%	1%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	5%	1%	1%	3%	1%	2%	0%	1%	1%	3%
知床/阿寒	0%	2%	4%	1%	1%	4%	3%	2%	5%	0%	1%	5%	0%	3%	7%	0%	0%	0%	1%	1%	3%	1%	2%	0%	1%	0%	4%	0%	0%	3%

訪日経験→	欧米豪全体			アジア全体											
	なし	1回	2回以上	イギリス			アメリカ			フランス			オーストラリア		
				なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上	なし	1回	2回以上
サンプル数→	1403	171	132	398	35	22	365	39	37	300	33	27	340	64	46
北海道	6%	19%	31%	5%	17%	32%	3%	10%	22%	8%	21%	33%	9%	23%	37%
札幌	6%	18%	25%	5%	17%	23%	6%	21%	27%	4%	3%	15%	9%	25%	30%
函館	1%	3%	6%	0%	3%	5%	0%	5%	3%	1%	0%	11%	1%	3%	7%
帯広/十勝	0%	1%	2%	0%	3%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	11%	0%	0%	0%
ニセコ	1%	2%	5%	1%	0%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	11%	1%	6%	2%
知床/阿寒	0%	4%	2%	0%	3%	0%	0%	8%	3%	0%	0%	4%	0%	3%	0%

※訪問意欲15%以上を赤■、橙■または黄色■で表示。

6. 旅行形態

< 訪日経験者 >

< 北海道訪問経験者 >

- 北海道訪問経験者（複数回答で、他地域にも訪問経験のある回答者を含む）に旅行の形態について尋ねた。「ガイド付きパック旅行（自由行動日なし）」及び「ガイド付きパック旅行（自由行動日あり）」を団体旅行、「ガイドなしパック旅行」及び「個別手配」を個人旅行と区分する。
- アジア全体では団体旅行の割合は引き続き高いものの、前回調査と比較すると、団体旅行の割合は56.0%から46.4%に低下し、個人旅行の割合が44.0%から53.6%に上昇している。また、訪日経験者全体においても同様の傾向がみられる。

【図表7】旅行形態の変化（前回調査と比較）

前回調査	北海道 経験者	訪日 経験者	今回調査	北海道 経験者	訪日 経験者
回答数→	559	1981	回答数→	586	2095
団体旅行			団体旅行		
ガイド付きパック旅行 (自由行動日なし)	56.0%	52.3%	ガイド付きパック旅行 (自由行動日なし)	46.4%	45.5%
37.6%			31.7%		
ガイド付きパック旅行 (自由行動日あり)			ガイド付きパック旅行 (自由行動日あり)		
18.4%			14.7%		
個人旅行			個人旅行		
航空券と宿泊施設のみがセット になったパック旅行	44.0%	47.7%	航空券と宿泊施設のみがセットに なったパック旅行	53.6%	54.5%
15.2%			17.9%		
航空券と宿泊施設を個別に手配			33.6%		
26.3%			2.1%		
航空券のみを出発前に手配(宿 泊先は現地で手配)			航空券のみを出発前に手配(宿泊先 は現地で手配)		
2.5%			2.1%		

※アジア全体のみ。ビジネス・国際会議、研修・インセンティブ、留学は除く。

7. 滞在希望日数

< 日本旅行希望者 >

- 日本旅行希望者が希望する滞在日数は、アジア全体では6-7日の割合が最も高く、欧米豪全体では10日以上との割合が最も高い。特にフランスでは、10日以上を希望する割合が約9割となっている。
- 北海道訪問希望者についてはアジア全体で平均値は7.73日、欧米豪全体で14.39日であった。
- 北海道の滞在希望日数は、日本全国と比較して同等程度である。

【図表8】日本旅行希望者の滞在希望日数

	12地域 全体	アジア全体									欧米豪全体				
		中国	台湾	香港	韓国	タイ	インド ネシア	マレー シア	シンガ ポール	イギリス	アメリカ	フランス	オース トラリア		
サンプル数→	3164	2320	309	358	338	179	286	269	292	289	844	228	195	197	224
平均滞在日数	9.1日	7.7日	7.8日	6.4日	7.9日	5.0日	7.4日	8.2日	9.4日	9.1日	13.0日	13.2日	10.4日	15.3日	13.0日
1-3日	3%	3%	2%	1%	1%	25%	5%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
4-5日	23%	29%	26%	48%	30%	54%	34%	21%	12%	11%	5%	3%	12%	2%	3%
6-7日	30%	36%	40%	39%	44%	17%	35%	43%	30%	30%	15%	11%	26%	7%	16%
8-9日	6%	7%	9%	6%	7%	0%	5%	3%	14%	13%	3%	3%	6%	2%	3%
10日以上	38%	24%	24%	6%	19%	4%	22%	31%	45%	45%	77%	83%	55%	89%	79%

※カースケールを用いて色分けを実施している。(最小値) ← → (最大値)

【図表9】北海道訪問希望者の滞在希望日数

	12地域 全体	アジア全体	欧米豪全体
サンプル数→	1293	1189	104
平均値	8.27日	7.73日	14.39日

8. 「北海道観光に何を期待しますか？」（アジア全体）

< 北海道訪問希望者 >

- 北海道訪問希望者に対し、「何を期待して行ってみたいと思うか」と尋ねたところ、アジア全体では前回調査同様、「自然や風景の見物」「雪景色観賞」がほぼ同水準で上位となった。
- 全国と比較すると、北海道では、「雪景色鑑賞」「エコツーリズムに参加」「ウィンタースポーツ」「農作物や果実の採取」への期待が高くなっている。

【図表10】北海道観光への期待（複数回答）アジア全体

		アジア全体								
			中国	台湾	香港	韓国	タイ	インドネシア	マレーシア	シンガポール
順位	サンプル数→	2024	308	310	280	218	265	155	239	249
1(1)	↑ 自然や風景の見物	69%	60%	76%	75%	55%	66%	66%	77%	76%
2(2)	↑ 雪景色観賞	68%	51%	78%	82%	61%	65%	63%	71%	75%
3(3)	↓ 伝統的日本料理を食べる	59%	45%	58%	65%	46%	60%	63%	68%	69%
4(4)	↑ 温泉への入浴	56%	46%	62%	65%	46%	53%	52%	62%	63%
5(5)	↑ 現地の人が普段利用している安価な食事	53%	36%	53%	58%	38%	54%	61%	65%	66%
6(6)	↓ 日本旅館での宿泊	46%	32%	40%	43%	38%	50%	52%	56%	63%
7(7)	↓ リーズナブルで清潔な施設での宿泊	45%	29%	40%	52%	34%	54%	48%	57%	55%
8(8)	↑ 日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	42%	34%	39%	50%	35%	43%	48%	50%	40%
9(11)	↑ エコツーリズムに参加	42%	29%	33%	38%	31%	47%	51%	52%	61%
10(14)	↑ 日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	40%	34%	39%	34%	32%	42%	37%	51%	49%
11(9)	↓ 桜の観賞	39%	31%	29%	35%	17%	45%	49%	62%	50%
12(13)	↓ スイーツを食べる	39%	25%	38%	43%	27%	46%	42%	51%	41%
13(10)	↑ 紅葉の観賞	38%	25%	29%	37%	23%	45%	48%	53%	55%
14(17)	→ イベント・祭りの見物	38%	26%	26%	44%	35%	42%	49%	45%	44%
15(16)	↓ 世界遺産の見物	37%	25%	29%	35%	27%	43%	52%	50%	46%
...										
18(22)	↑ ウィンタースポーツ	36%	33%	38%	41%	35%	33%	33%	34%	37%
...										
20(18)	↑ 農作物や果実の採取(いちご狩り等)	34%	20%	23%	46%	15%	38%	35%	45%	50%

※順位欄の（ ）内は、前回調査時の順位。 ※項目欄の矢印は全国との順位比較。

【図表11】日本旅行への期待（複数回答）アジア全体

		アジア全体								
			中国	台湾	香港	韓国	タイ	インドネシア	マレーシア	シンガポール
順位	サンプル数→	10573	1564	1833	1504	1157	1363	1018	1085	1049
1	伝統的日本料理を食べる	56%	42%	60%	63%	47%	54%	59%	61%	65%
2	自然や風景の見物	52%	41%	52%	58%	42%	53%	57%	57%	61%
3	現地の人が普段利用している安価な食事	50%	31%	53%	57%	38%	50%	56%	57%	63%
4	リーズナブルで清潔な施設での宿泊	44%	27%	42%	49%	37%	50%	48%	52%	54%
5	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	42%	34%	42%	44%	31%	44%	50%	50%	48%
6	桜の観賞	41%	31%	34%	43%	28%	46%	53%	53%	54%
7	温泉への入浴	41%	31%	39%	46%	34%	41%	44%	48%	51%
8	日本旅館での宿泊	41%	30%	39%	38%	33%	43%	46%	49%	55%
9	スイーツを食べる	40%	26%	40%	44%	30%	45%	44%	50%	44%
10	世界遺産の見物	39%	28%	34%	40%	28%	41%	50%	49%	50%
11	食品や飲料のショッピング	39%	26%	37%	45%	28%	40%	40%	48%	51%
12	日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	38%	29%	36%	43%	30%	38%	47%	45%	40%
13	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	38%	30%	38%	36%	31%	38%	39%	46%	47%
14	イベント・祭りの見物	37%	24%	33%	37%	32%	40%	48%	47%	47%
15	紅葉の観賞	37%	25%	31%	40%	22%	42%	49%	49%	52%
...										
19	エコツーリズムに参加	33%	21%	26%	32%	24%	39%	39%	45%	51%
...										
31	農作物や果実の採取(いちご狩り等)	27%	18%	18%	33%	14%	32%	33%	36%	40%
...										
45	ウィンタースポーツ	19%	17%	12%	15%	15%	24%	28%	29%	23%

8-2. 「北海道観光に何を期待しますか？」（欧米豪全体）

< 北海道訪問希望者 >

- 北海道観光に期待することについて、欧米豪全体では、アジアと比較して「エコツーリズムに参加」「世界遺産の見物」「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」といった項目への期待が高くなっている。
- 全国と比較すると、「雪景色鑑賞」「温泉への入浴」「紅葉の鑑賞」「スイーツを食べる」への期待が高い。

【図表12】北海道観光への期待（複数回答）欧米豪全体

順位	サンプル数→	欧米豪全体				
		265	イギリス 52	アメリカ 57	フランス 57	オーストラリア 99
1	↑ 自然や風景の見物	65%	54%	72%	67%	65%
2	↓ 伝統的・日本料理を食べる	57%	48%	58%	67%	57%
3	→ 現地の人が普段利用している安価な食事	48%	40%	44%	54%	49%
4	↑ リーズナブルで清潔な施設での宿泊	45%	37%	51%	44%	47%
5	↑ エコツーリズムに参加	45%	48%	54%	39%	40%
6	↓ 有名な史跡や歴史的な建築物の見物	44%	38%	51%	49%	39%
7	↑ 雪景色鑑賞	43%	37%	40%	47%	44%
8	↑ 桜の観賞	42%	40%	39%	56%	36%
9	↓ 世界遺産の見物	42%	33%	51%	54%	34%
10	↑ 日本旅館での宿泊	41%	42%	40%	46%	37%
11	↑ 温泉への入浴	40%	33%	47%	40%	39%
12	↓ 日本文化の体験（寿司握り、そば打ち等）	38%	42%	51%	30%	34%
13	↓ 日本の酒（日本酒・焼酎）を飲む	38%	50%	33%	30%	39%
14	↑ 紅葉の観賞	35%	25%	39%	47%	30%
15	↑ スイーツを食べる	33%	27%	32%	49%	28%

※項目欄の矢印は全国との順位比較。

【図表13】日本旅行への期待（複数回答）欧米豪全体

順位	サンプル数→	欧米豪全体				
		3057	イギリス 693	アメリカ 786	フランス 655	オーストラリア 923
1	伝統的・日本料理を食べる	65%	67%	68%	70%	59%
2	有名な史跡や歴史的な建築物の見物	55%	56%	58%	59%	48%
3	現地の人が普段利用している安価な食事	54%	54%	57%	55%	51%
4	自然や風景の見物	52%	48%	53%	54%	54%
5	繁華街の街歩き	49%	49%	50%	52%	48%
6	リーズナブルで清潔な施設での宿泊	47%	45%	55%	47%	43%
7	世界遺産の見物	47%	48%	46%	57%	41%
8	日本文化の体験（寿司握り、そば打ち等）	44%	48%	52%	41%	37%
9	エコツーリズムに参加	44%	47%	48%	38%	43%
10	桜の観賞	43%	38%	43%	51%	43%
11	日本旅館での宿泊	41%	40%	43%	47%	36%
12	日本の酒（日本酒・焼酎）を飲む	41%	44%	42%	39%	39%
13	イベント・祭りの見物	40%	34%	45%	48%	35%
14	美術品や文化財、博物館の鑑賞	40%	41%	48%	40%	32%
15	伝統工芸品の購入	37%	37%	40%	47%	27%

8-3. 「北海道観光に何を期待しますか？」（訪問経験者との比較）

- 北海道観光への期待について、12地域全体の北海道訪問希望者のうち、北海道に訪問経験のある旅行者に絞って見たところ、上位項目に大きな変動はなかったが、「スイーツを食べる」の順位が12位から8位へ、「食品や飲料のショッピング」が18位から11位へと上昇するなど、北海道を訪問した後にスイーツや食品・飲料（お土産）に対する評価が高まっている。

【図表14】北海道観光への期待（北海道訪問経験者と比較）

北海道訪問希望者		12地域全体	北海道訪問希望者 (うち北海道訪問経験あり)		12地域全体
順位	サンプル数→		順位	サンプル数→	
1	自然や風景の見物	69%	1	自然や風景の見物	68%
2	雪景色観賞	65%	2	雪景色観賞	66%
3	伝統的・日本料理を食べる	59%	3	伝統的・日本料理を食べる	58%
4	温泉への入浴	54%	4	温泉への入浴	57%
5	現地の人が普段利用している安価な食事	53%	5	現地の人が普段利用している安価な食事	51%
6	リーズナブルで清潔な施設での宿泊	45%	6	リーズナブルで清潔な施設での宿泊	46%
7	日本旅館での宿泊	45%	7	日本旅館での宿泊	46%
8	エコツーリズムに参加	42%	8	スイーツを食べる	40%
9	日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	41%	9	紅葉の観賞	39%
10	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	40%	10	エコツーリズムに参加	39%
11	桜の観賞	39%	11	食品や飲料のショッピング	38%
12	スイーツを食べる	38%	12	日本の酒(日本酒・焼酎)を飲む	37%
13	紅葉の観賞	38%	13	桜の観賞	37%
14	世界遺産の見物	38%	14	日本の伝統的な住宅を利用した宿への宿泊	37%
15	イベント・祭りの見物	37%	15	イベント・祭りの見物	36%
⋮					
18	食品や飲料のショッピング	36%			

※上位20位まで表示。

9. 日本旅行する場合の宿泊施設／日本の宿泊施設に求めること

< 日本旅行希望者 >

- 日本旅行希望者の希望する宿泊施設は、アジア全体、欧米豪全体とも「日本旅館」の人气が高く、12地域全体では7割以上が日本旅館への宿泊を希望している。
- また、宿泊施設に求めることの上位は、アジア全体では「通信環境の整備」「観光施設へのアクセス」、欧米豪全体では「英語対応」となっている。

【図表15】日本旅行する場合に希望する宿泊施設（複数回答）

サンプル数→	12地域全体	アジア全体									欧米豪全体				
		中国	台湾	香港	韓国	タイ	インドネシア	マレーシア	シンガポール	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア		
3164	2320	179	309	358	338	286	289	292	269	844	195	224	228	197	
日本旅館	73%	75%	66%	83%	75%	64%	77%	80%	79%	76%	68%	70%	65%	63%	73%
豪華で快適な高級ホテル(西洋式)	39%	36%	31%	59%	47%	48%	18%	34%	20%	22%	47%	43%	52%	50%	44%
安価で基本的な設備のみが備わっているホテル(西洋式)	39%	38%	44%	18%	28%	32%	49%	49%	48%	39%	42%	52%	39%	40%	37%
ユースホステル・ゲストハウス	17%	18%	25%	11%	12%	11%	13%	15%	27%	35%	14%	13%	8%	10%	25%
現地の人から借りる家・アパート	22%	22%	19%	17%	16%	19%	20%	22%	33%	33%	23%	21%	21%	18%	31%
その他	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%

※カラースケールを用いて色分けを実施している。（最小値）←→（最大値）

【図表16】日本の宿泊施設に求めること（複数回答）

サンプル数→	12地域全体	アジア全体									欧米豪全体				
		中国	台湾	香港	韓国	タイ	インドネシア	マレーシア	シンガポール	イギリス	アメリカ	フランス	オーストラリア		
3164	2320	179	309	358	338	286	289	292	269	844	195	224	228	197	
通信環境の整備(インターネット、Wi-Fi等)	39%	42%	42%	38%	46%	41%	48%	47%	43%	33%	31%	38%	29%	28%	28%
観光施設へのアクセス	33%	36%	32%	31%	37%	42%	39%	27%	33%	45%	25%	21%	30%	23%	27%
低価格	30%	30%	26%	10%	18%	26%	40%	39%	38%	49%	31%	36%	32%	27%	28%
英語対応	30%	26%	15%	16%	16%	30%	24%	41%	37%	32%	38%	51%	31%	33%	39%
日本文化の体験(浴衣・着物着用、餅つき、伝統的な遊び体験等)	26%	26%	17%	26%	23%	19%	24%	27%	38%	33%	26%	28%	25%	29%	23%
日本料理、地元の酒などの充実	20%	20%	26%	28%	32%	20%	14%	12%	13%	12%	20%	14%	18%	18%	28%
部屋からの眺望	19%	18%	19%	20%	20%	14%	19%	19%	13%	16%	23%	17%	20%	30%	22%
ショッピング施設へのアクセス	18%	21%	11%	24%	21%	36%	7%	28%	18%	17%	11%	6%	15%	11%	11%
宿泊施設外で夕食を食べることを選べる	18%	14%	22%	15%	10%	11%	13%	19%	18%	9%	27%	29%	24%	26%	31%
広い温浴施設(露天風呂等)	16%	19%	37%	30%	12%	14%	22%	12%	15%	20%	9%	6%	9%	7%	13%
母国語対応	14%	13%	17%	22%	24%	5%	18%	6%	7%	6%	16%	17%	15%	16%	15%
高価格でも高水準のサービスや施設	10%	10%	6%	19%	13%	12%	10%	6%	7%	6%	11%	11%	12%	14%	5%
スパやエステの充実	5%	5%	8%	7%	4%	3%	6%	4%	5%	4%	5%	4%	2%	5%	8%
宗教や信条への配慮	4%	4%	2%	4%	2%	2%	4%	4%	8%	6%	3%	3%	3%	3%	2%
その他	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	3%	0%

※カラースケールを用いて色分けを実施している。（最小値）←→（最大値）

10. 「最も満足した点は何ですか？」

< 北海道訪問経験1回 >

- 北海道訪問経験1回の旅行者に「日本旅行の際最も満足したもの」について尋ねたところ、「伝統的日本料理」「温泉への入浴」「自然や風景の見物」の満足度が高くなった。
- 満足度の上位項目は過去の調査と比較してもほぼ変動がないが、その中で、「現地の人が普段利用している安価な食事」は14.1%（11位）→17.7%（8位）→19.1%（5位）と満足度が上昇している。

【図表17】満足項目（5つまで選択）

順位	サンプル数→	北海道訪問経験者		訪日経験者(全国)	
		12地域全体	アジア全体	12地域全体	アジア全体
1	↑	185	173	1125	954
1	→	44%	44%	41%	40%
2	↑	40%	42%	27%	30%
3	↓	38%	38%	30%	32%
4	↑	30%	29%	20%	21%
5	↓	19%	19%	25%	24%
6	↑	19%	19%	15%	15%
7	↑	17%	18%	10%	10%
8	↑	17%	17%	15%	17%
9	↓	17%	18%	21%	24%
10	↓	16%	15%	18%	16%
11	↑	15%	15%	13%	14%
12	↑	14%	14%	11%	12%
13	↓	14%	14%	16%	16%
14	↓	13%	12%	12%	11%
15	↑	13%	13%	9%	10%

11. 「最も不満だった点は何ですか？」

< 北海道訪問経験1回 >

- 北海道訪問経験1回の旅行者に「日本旅行の際最も不満であったもの」について尋ねたところ、「母国語の通用しやすさ」「英語の通用しやすさ」といった言語の不満度が高くなった。

【図表18】不満項目（5つまで選択）

順位	サンプル数→	北海道訪問経験者		訪日経験者(全国)	
		12地域全体	アジア全体	12地域全体	アジア全体
1	↑	112	106	671	579
1	→	22%	24%	14%	15%
2	↓	19%	20%	18%	19%
3	↑	13%	13%	9%	9%
4	↑	11%	9%	8%	8%
5	↑	10%	9%	7%	6%
6	↑	10%	9%	4%	4%
7	↑	10%	9%	6%	6%
8	↑	9%	8%	6%	6%
9	↑	9%	8%	6%	6%
10	↓	9%	8%	7%	7%
11	↓	9%	9%	7%	7%
12	↓	9%	8%	12%	11%
13	↓	9%	8%	8%	7%
14	↑	8%	8%	6%	6%
15	↓	8%	8%	6%	6%

※満足項目・不満項目については、欧米豪全体の回答数が29以下でありサンプル数として有意ではないため、分析の対象としない。

※順位は上位15位まで表示。項目欄の矢印は全国との順位比較。

※訪日経験1回かつ北海道訪問経験者の回答は、北海道を訪問する外国人旅行者の意向を反映する度合いが高いと考えられる。

・まとめ～北海道インバウンド観光の課題と方向性～

今回の調査結果をもとに、北海道インバウンド観光の課題と方向性について整理した。

1. 北海道インバウンド観光の課題

(1) ターゲットの拡充

- ・ 今回調査では、アジア圏においては引き続き北海道のブランド価値はゴールデンルートに次いで高く、一方、欧米豪圏においては訪問実績・認知度・訪問意欲の何れもアジア圏に比べて低水準となっていることが分かった。【図表1～3】
- ・ 現在、北海道の訪日外国人旅行者の9割弱はアジア圏からの旅行者で占められているが、今後は、滞在期間が長く、旅行消費単価が高い欧米豪圏からの旅行者も重要なターゲット層として誘客を強化していく必要がある。道内観光地の認知度が低い欧米豪市場に対するブランド構築・発信、欧米豪圏からの旅行者のニーズに合った観光資源の発掘・磨き上げが課題となる。
- ・ 欧米豪圏からの旅行者は、アジア圏からの旅行者と比較して「エコツーリズム」や「世界遺産の見物」、「史跡や歴史的な建築物の見物」といった知的欲求を満足させるような観光資源を求める傾向があるため、知床世界自然遺産、アイヌ文化、幕末・開拓期の歴史的建築物といった、北海道ならではの観光資源を戦略的に活用する工夫が求められる。【図表12,13】

(2) 旅行形態の変化への対応

- ・ 訪日外国人旅行者の旅行形態は、かつて多かった団体旅行から個人旅行への移行が進んでいる。それに伴い、札幌以外の道内観光地への認知度や訪問意欲は徐々に高まっているが、そうした地方観光地においては、個人旅行者の利便性を高めるための外国語ツールの充実や公共交通、宿泊・飲食・商業施設における外国語対応の体制づくり、Wi-Fi等通信環境の整備が課題となる。【図表4～7,15,16】
- ・ また、個人旅行者やリピーターの増加に伴い、従来から人気の高い「日本料理」や「温泉」に加えて、「現地の人が普段利用している安価な食事」に対する満足度が向上するなど、宿泊や食事に対する旅行者の価値観が多様化していることが窺える。今後さらに旅行者の成熟化が進めば、ニーズの中心は製品・サービスを消費する「モノ消費」から体験型の「コト消費」に移行すると考えられる。このような価値観の多様化やコト消費のニーズ拡大に対応するには、ターゲット毎にきめ細やかにマーケティングを行い、ニーズに合った商品の提供や多様な関係者によるコンテンツの作り込みを行っていく必要がある。【図表17,18】
- ・ 北海道の滞在希望日数は全国と比較して同等程度であり、かつ相応の期間であるため、訪日外国人旅行者による道内の広域観光や滞在型観光は十分に実現可能といえる。広域観光客や長期滞在客の取り込みを図るには、広域移動にかかるアクセス利便性の向上や、長い滞在期間に亘って旅行者を満足させるコンテンツの充実が課題となる。【図表8,9】

(3)北海道ならではのニーズへの対応

- ・ 全国と比較すると、北海道観光への期待は自然を満喫するコンテンツや「ウィンタースポーツ」、また「農作物や果実の採取」などが高くなっている。「ウィンタースポーツ」については、近時道内スキー場に足を運ぶ外国人旅行者が増加しているが、平昌（2018年）・北京（2022年）での冬季五輪開催により、アジア圏の冬季スポーツ人口は大きく増加することが見込まれており、今後有望な体験型のコンテンツと考えられる。また、北海道訪問経験者についてはスイーツや食品・飲料（土産物）への期待が高くなっていることが分かった。今後、リピーターの増加や観光消費単価の向上を図るには、こうした北海道ならではの「自然」「食」といった観光資源・コンテンツの強化を戦略的に行っていく必要がある。【図表10,11,14】

2. 北海道インバウンド観光の今後の方向性

- ・ 北海道の訪日外国人旅行者数は、東日本大震災の影響が一服した2012年度の79万人以降アジア圏からの旅行者を中心に大幅な増加傾向が続き、2015年度には過去最高となる208万人を記録している。
- ・ こうした中、訪日外国人の大宗を占めるアジア圏からの旅行者によって北海道（特に道央圏）は観光地として一定の評価がなされており、今後は個人旅行者やリピーターが増加するに伴い、道央圏以外の地方観光地への訪問が期待される。かかるアジア圏からの旅行者をさらなる再訪に繋げていくには、リピーターも魅了する商品・体験型プログラムの提供や、地方観光地における訪日外国人旅行者の受入体制を整備すること等により、観光地としての北海道ブランドを維持し、磨きをかけていく必要がある。
- ・ 一方、欧米豪圏からの旅行者を増やしていくことは、観光消費単価の向上のみならず、インバウンド発地の多様化を図ることによって為替水準や政治・経済状況の悪化に左右されない観光収入の安定化、リスク分散といった効果も期待される。しかしながら、欧米豪市場における北海道に対する認知度や訪問意欲はアジア市場よりも低いのが現状であり、今後の誘客を図るには、欧米豪市場のニーズを適切に汲み取った戦略的マーケティングにより北海道ブランドを構築することが必要となる。また、長期滞在を希望する欧米豪圏からの旅行者を受け入れる観光地域は、着地型観光商品の充実や長期滞在に適した宿泊施設・宿泊メニューの整備など、滞在型観光地としての環境を整える必要がある。
- ・ 北海道観光に求められるものは、旅行者の発地や旅行形態により大きく異なっており、一律の取り組みでは訪日外国人の集客や満足度向上には繋がらないと考えられる。しかしながら、発地毎のきめ細やかなニーズの汲み取りや海外向けのプロモーションは自治体・観光協会や事業者単独での実施は困難であり、地域単位での連携した取り組みが求められる。また、旅行者ニーズのコト消費への移行に対応するには、従来の観光関連事業者のみならず、農林漁業など地域における多様な関係者との連携が必要となる。日本版DMO（Destination Management/Marketing Organization：観光地をエリア単位で戦略的にマネジメントする組織）の機能活用等により、観光地域毎に特徴を活かした戦略的マーケティングや、観光資源の磨き上げに継続的に取り組んでいく必要がある。

以上



©Development Bank of Japan Inc.2016

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要です。当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

(お問い合わせ先)

株式会社日本政策投資銀行 北海道支店 企画調査課

〒060-0003

札幌市中央区北3条西4丁目1 日本生命札幌ビル4F

Tel : 011-241-4117

E-mail : hkinfo@dbj.jp

HP : <http://www.dbj.jp/co/info/branchnews/hokkaido/>