

**【北海道地方版】DBJ・JTBF アジア・欧米豪
訪日外国人旅行者の意向調査（2022年度版）**

2023年3月

(株)日本政策投資銀行 北海道支店

【概要】

(株)日本政策投資銀行（DBJ）地域調査部および(公財)日本交通公社（JTBF）は、共同で「DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年度版」（調査期間：2022年6月21日～7月4日）を実施した。

同調査は、DBJ地域調査部が2012年より継続的にアジア・欧米豪12地域（欧米豪は2016年より調査対象に追加）の海外旅行経験者を対象にインターネットによるアンケート調査を実施し、2015年からはJTBFと共同で調査を行い、以降、毎年、調査及び調査結果のリリースを行っているものである。

本レポートは、同調査のデータより、北海道地方訪問希望者のデータを抽出し、集計・分析したものである。全体の結果については、「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査 2022年度版」（2022年10月）をご参照いただきたい。

なお、同調査は、日本の水際対策の緩和措置が実施される前に行われたものであるため、留意が必要である。

【概念図】



「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査2022年度版」の調査結果から、北海道地方訪問希望者のデータを抽出・分析

【北海道地方版】
DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査
(2022年度版)
(本レポート)

要旨

I. 新型コロナにおける世界および日本のインバウンド観光の動向

- 新型コロナウイルス感染症（新型コロナ）のワクチン接種普及等に伴い、欧米諸国では先行して水際対策の緩和措置が取られており、欧州地域を中心に**インバウンド観光市場は新型コロナ前に戻りつつある**。
- 日本および北海道においても、2022年10月に実施された水際対策の大幅緩和、新千歳空港の国際便の運航再開等により、**足元インバウンド旅行者数は回復傾向**にあり、観光事業者は、機動的なインバウンド旅行者の誘致・対応が求められている。

II. 訪日外国人旅行者の動向（DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査より）

1. 次の海外旅行の意向

- 次に海外旅行したい国・地域で**日本の人気は、アジアでは引き続きトップ、欧米豪はアメリカに次ぐ2位**（前回調査では1位）と、依然として高い人気を有しているが、一部の国・地域では順位の低下が見られた。水際対策の影響もあって、日本を現実的な海外旅行先として捉えていなかった可能性がある。
- 訪日旅行経験者の殆どは、**日本の地方へ訪問意欲がある**一方、地方観光の課題として、「**多言語表示の少なさ**」、「**現地のツアーやアクティビティの情報の少なさ**」が挙げられた。

2. 北海道への訪問意向

- 日本の観光地のうち、**北海道への訪問意欲は**、前回調査から引き続き**東京、富士山に次ぐ高い水準**にある。地域別では、**アジアは東京に続く2位**と高い人気を伺える一方、**欧米豪では9位**とアジアと比較すると低い水準であり、地域によって人気に差が見られた。
- 滞在日数、予算について、前回調査までは長期化・増額傾向が続いていたが、**同調査では鈍化の兆し**がみられ、海外旅行が再開されつつある中で一服したと思われる。
- 希望する宿泊施設について、新型コロナ前に比べて、**西洋式の高級ホテルの選択率の高まり**がみられた。**温泉のある日本旅館の選択率**は微減したものの、**アジアでは7割以上が希望**し、依然として人気は高い。

3. 北海道訪問希望者におけるサステナブル、アウトドアアクティビティへの関心

- 訪問先等の**サステナブルな取組を重視する割合**は全体的に高く、かつ**北海道訪問希望者の方が回答者全体よりも重視する割合は高かった**。旅行者自身も環境配慮、地産地消、地域交流等を通じてサステナブルな取組を実施したい意向が見られ、社会的に**サステナブルに対する高い意識が確かめられた**。
- 体験したいアクティビティでは、国籍や年代によって嗜好に違いが見られるが、特にアジア地域では、**自国では体験できない地域独自の自然や食文化、暮らしに触れられるアクティビティの人気が高く**、北海道訪問希望者はウィンタースポーツやフルーツ狩り、ファームステイ等に関心が高いと考えられる。

4. サステナブル、アウトドアアクティビティのフィールドとなり得る国立公園へのニーズ

- 国立公園について、**殆どの旅行者が入場料支払いを許容し、収入層が上がるほど支払い許容額も高くなる**傾向にあり、国立公園の保全にかかる旅行者負担を是とする**旅行者のサステナブル意識の高さ**が見られた。中長期的には、入場料等を原資に北海道訪問希望者からのニーズの高い遊歩道やビューポイントの整備、施設・ツアーの拡充を行うことで、**利用と保全の好循環が生まれる可能性**が考えられる。

結び

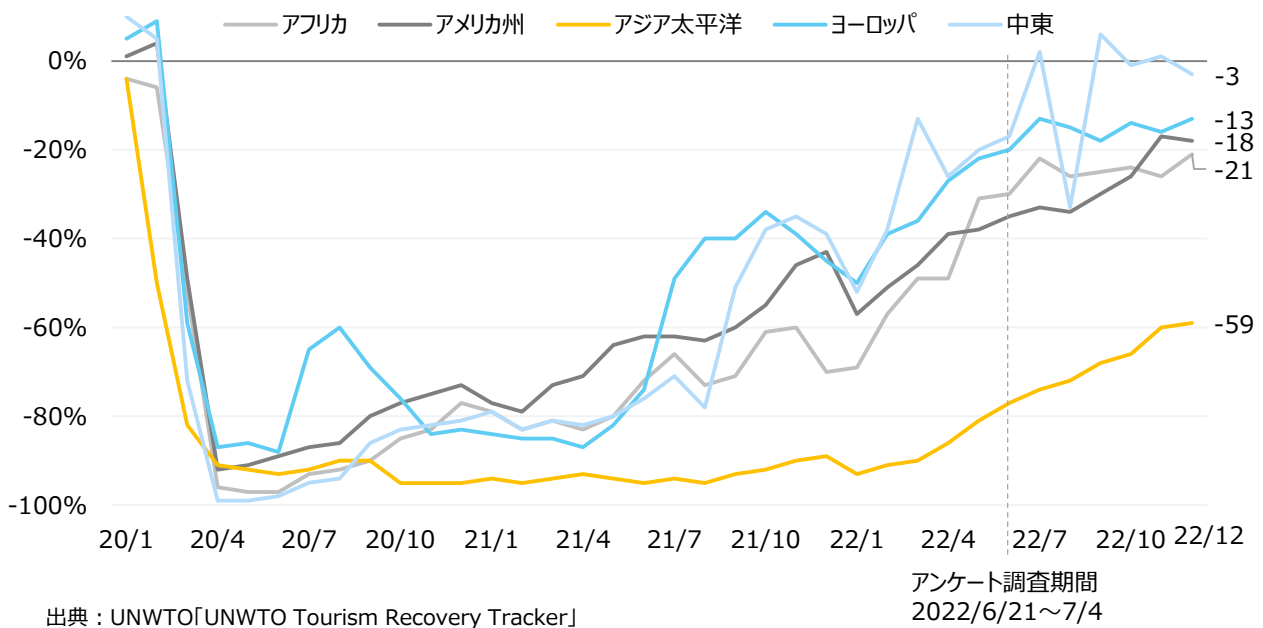
- 同調査から、日本および北海道の訪問意欲が依然として高い水準であることが確かめられた。
- 海外旅行の再開が進む中で、北海道の訪問需要を着実に取り込むためには、地方観光全体の課題でもある**多言語対応の充実**に加え、地域や年代に応じて嗜好の違いが見られた同調査の内容も踏まえつつ、**効果的なプロモーション・コンテンツ強化・他地域との差別化**が求められる。
- 北海道が進めるコンテンツ強化・他地域との差別化の一つの方向性として、北海道訪問希望者のニーズも高い**サステナブルな観光地づくりを土台としたアクティビティの拡充、そのフィールドとしての道内国立公園の観光地としての魅力づけ**が挙げられる。
- 北海道には他地域には見られない特有の自然・文化等といった資源がある中で、それらを**観光と共存する形で持続的に守り続ける仕組みを構築**し、旅行者のニーズに即した**北海道ならではのアクティビティ体験、国立公園の整備等を図る**ことで、更なる北海道観光の活性化が期待できる。
- 北海道ではアドベンチャートラベルといった新たな旅行形態が推進されている観点でも、これらの方策の機動的な取組推進が求められる。

I. 新型コロナにおける世界および日本のインバウンド観光の動向

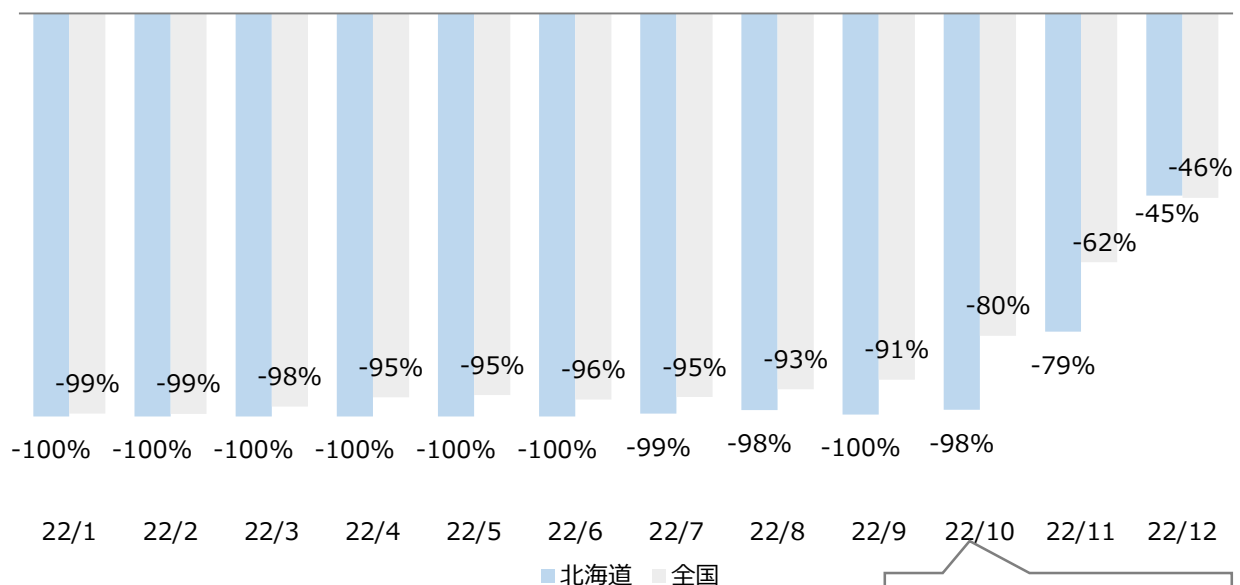
観光客数の推移

- 新型コロナにおける世界のインバウンド観光の動向について、ワクチン接種の普及や政策的な判断のもと、欧州地域らでは、日本含むアジア諸国に先行して水際対策の緩和措置が行われ、インバウンド観光需要は新型コロナ前に戻つつある。
- 日本においても、2022年10月より、入国者総数の上限撤廃がなされ、足元、インバウンド観光は回復傾向にあり、観光事業者は、機動的なインバウンド旅行者の誘致・対応が求められている。

国際観光客到着数の2019年同月比推移



北海道および全国における訪日外国人の2019年同月比推移



※北海道は、直接北海道に入国した外国人数を指す

出典：北海道「来道者輸送実績」、日本政府観光局「訪日外客統計」

新千歳空港の国際線運航状況

- 新千歳空港の国際線運航状況について、2022年10月の水際対策の大幅緩和以降、東アジア・東南アジア地域を中心に徐々に再開されつつある。
- 今後、更なる国際線の再開によって、北海道のインバウンド需要の回復が期待される。

国際線定期便路線状況（2023年1月25日現在）

※灰色塗りつぶしは運航が再開されていない便を指す。

| 国 | 路線 都市 | 航空会社 会社名 | 往復/週(新型コロナ前差) |
|-----------|---------------|-------------------|-----------------|
| 韓国 | ソウル | 大韓航空 | 7(±0) |
| | | アジアナ航空 | 4(▲3) |
| | | ジンエアー | 7(+7) |
| | | ティーウェイ航空 | 7(+2) |
| | 釜山 | ティーウェイ航空 | 7(+7) |
| | | チェジュ航空 | 7(±0) |
| | | エアプサン | 7(+7) |
| 大邱 | ジンエアー | 7(+4) | |
| 中国 | 北京 | ティーウェイ航空 | 2~3(+2~3) |
| | 上海 | 中国国際航空 | 0(▲7) |
| | | 中国東方航空 | 0(▲9) |
| | | 春秋航空 | 0(▲14) |
| | | 上海吉祥航空 | 0(▲14) |
| | 天津 | 天津航空 | 0(▲4) |
| | | 奥凱航空 | 0(▲2) |
| | 杭州 | 海南航空 | 0(▲2) |
| | 南京 | 中国東方航空 | 0(▲3) |
| | 大連 | 中国南方航空 | 0(▲3) |
| | 無錫 | 深セン航空 | 0(▲7) |
| | 青島 | 山東航空 | 0(▲3) |
| | 福州 | 厦門航空 | 0(▲2) |
| 成都 | 四川航空 | 0(▲1) | |
| 香港 | 香港 | キャセイパシフィック航空 | 7(▲7) |
| | | 香港航空 | 3(▲6) |
| 台湾 | 台北 | チャイナエアライン | 7(▲3) |
| | | エバー航空 | 7(▲7) |
| | | タイガーエア台湾 | 7(+7) |
| | | スターラックス航空 | 7(+7) |
| | 高雄 | ピーチアビエーション | 0(▲7) |
| チャイナエアライン | 0(▲5) | | |
| ロシア | ユジノサハリンスク | オーロラ航空 | 0(▲5) |
| | ウラジオストク | ウラル航空 | 0(▲3) |
| アメリカ | ホノルル | ハワイアン航空 | 0(▲3) |
| タイ | バンコク | タイ国際航空 | 7(±0) |
| | | タイ・エアアジアX | 5(▲6) |
| | | ジャクスクート | 0(▲4) |
| マレーシア | クアラルンプール | エアアジアX | 月1回(コロナ前は4往復/週) |
| | | マリンドエア | 3(+3) |
| シンガポール | シンガポール | スクート ※火木土は台湾経由 | 6(±0) |
| フィリピン | マニラ | フィリピン航空 | 0(▲3) |
| ハンガリー | ヘルシンキ | フィンエアー | 0(▲2) |
| オーストラリア | シドニー | カンタス航空 | 0(▲3) |
| | 計 | 17社 | 121往復/週 |
| | (参考) 新型コロナ前・計 | 38社 | 217往復/週 |

出典：新千歳空港ターミナルビル「今月の時刻表」,国土交通省「国際線就航状況(2019年)」,各種報道

II. 訪日外国人観光客の動向（DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査より）

2022年調査の調査概要

- 調査方法：インターネットによる調査
- 実施時期：2022年6月21日～7月4日
- 調査地域：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（12ヶ国・地域）
- 調査対象者：20歳～59歳の男女、かつ、海外旅行経験者
- 中国は、北京および上海在住者のみ（割合は北京50%：上海50%）
- 有効回答者数：上記各地域に居住する住民計6,307人
- 協力実査会社：楽天インサイト・グローバル株式会社

- 2019年6月25日～7月8日に実施された調査を「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2019年度版）」（以下、2019年調査）とする。
- 2020年6月2日～6月12日に実施された調査を「第1回新型コロナ影響度特別調査」（以下、2020年6月調査）とする。
- 2020年12月1日～12月12日に実施された調査を「第2回新型コロナ影響度特別調査」（以下、2020年12月調査）とする。
- 2021年10月5日～10月19日に実施された調査を「第3回新型コロナ影響度特別調査」（以下、2021年10月調査）とする。
- 2022年6月21日～7月4日に実施された調査を「DBJ・JTBFアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査（2022年度版）」（以下、2022年6月調査）とする。

◆有効回答者数 (人)

| 項目 | 全体 | アジア | | | | | | | | | 欧米豪 | | | | |
|-----|-------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|-------|--------|------|---------|------|------|-----|-----|
| | | 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 | 3,147 | 2,089 | 254 | 271 | 253 | 263 | 258 | 258 | 264 | 268 | 1,058 | 260 | 268 | 267 | 263 |
| 女性 | 3,145 | 2,105 | 262 | 272 | 259 | 264 | 254 | 263 | 263 | 268 | 1,040 | 260 | 257 | 261 | 262 |
| その他 | 15 | 7 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 8 | 4 | 1 | 1 | 2 |
| 総計 | 6,307 | 4,201 | 517 | 543 | 512 | 527 | 518 | 521 | 527 | 536 | 2,106 | 524 | 526 | 529 | 527 |

◆訪日経験別回答者数 (人)

| 項目 | 全体 | アジア | | | | | | | | | 欧米豪 | | | | |
|-------------|-------|-------|-----|-----|-----|-----|--------|-------|--------|------|---------|------|------|-----|-----|
| | | 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 | | |
| 訪日経験あり | 2,764 | 2,443 | 352 | 394 | 415 | 443 | 282 | 248 | 141 | 168 | 321 | 100 | 94 | 60 | 67 |
| 訪日経験者（1回） | 1,026 | 853 | 116 | 176 | 91 | 75 | 130 | 87 | 78 | 100 | 173 | 39 | 51 | 36 | 47 |
| 訪日経験者（2回以上） | 1,738 | 1,590 | 236 | 218 | 324 | 368 | 152 | 161 | 63 | 68 | 148 | 61 | 43 | 24 | 20 |
| 訪日経験なし | 3,543 | 1,758 | 165 | 149 | 97 | 84 | 236 | 273 | 386 | 368 | 1,785 | 424 | 432 | 469 | 460 |
| 総計 | 6,307 | 4,201 | 517 | 543 | 512 | 527 | 518 | 521 | 527 | 536 | 2,106 | 524 | 526 | 529 | 527 |

- 収入者層の区分は、国・地域の回答者数を世帯年収順に三分の一ずつ区分し、上位層を高収入者層、中位層を中収入者層、低位層を低収入者層としている。

◆収入者層別回答者数 (人)

| 項目 | 全体 | アジア | | | | 東南アジア | | | | 欧米豪 | | | | | | |
|-------|-------|-----|-----|-----|-----|-------|--------|-------|--------|------|---------|------|------|-----|-----|-----|
| | | 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 | | | |
| 低収入者層 | 2,006 | 635 | 164 | 129 | 158 | 184 | 675 | 180 | 157 | 173 | 165 | 696 | 161 | 181 | 181 | 173 |
| 中収入者層 | 2,216 | 743 | 193 | 222 | 179 | 149 | 707 | 167 | 170 | 174 | 196 | 766 | 187 | 206 | 177 | 196 |
| 高収入者層 | 2,085 | 721 | 160 | 192 | 175 | 194 | 720 | 171 | 194 | 180 | 175 | 644 | 176 | 139 | 171 | 158 |

◆収入者層区分基準額（目安、2023年1月23日時点） (千円)

| | 韓国 | 中国 | 台湾 | 香港 | シンガポール | タイ | 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 |
|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|--------|---------|-------|-------|
| 低収入者層 | < | < | < | < | < | < | < | < | < | < | < | < |
| 中収入者層 | 4,236 | 3,836 | 3,438 | 6,650 | 4,937 | 1,586 | 1,519 | 688 | 6,512 | 6,357 | 4,844 | 3,547 |
| 高収入者層 | 7,413 | 7,671 | 5,372 | 9,974 | 9,875 | 3,173 | 3,037 | 1,548 | 13,024 | 11,353 | 8,074 | 6,384 |

1. 次の海外旅行の意向

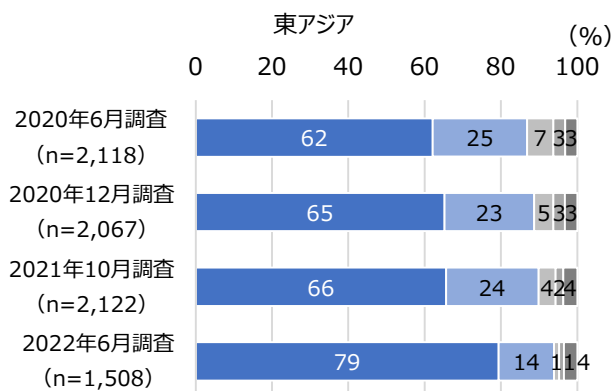
次の海外旅行の意向

全体

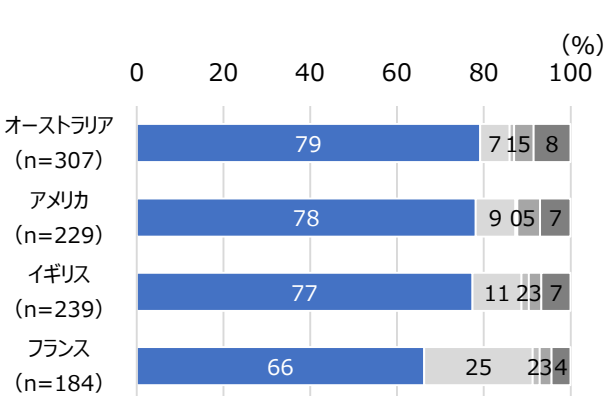
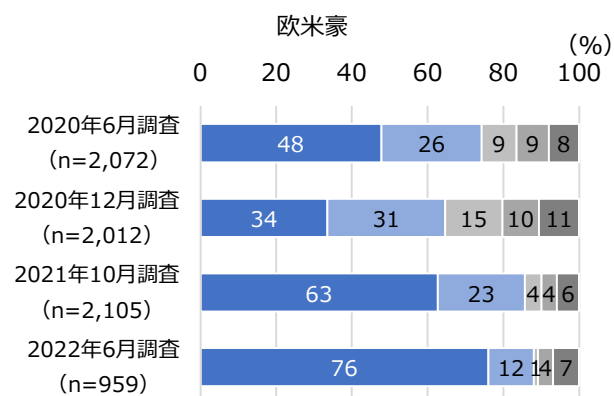
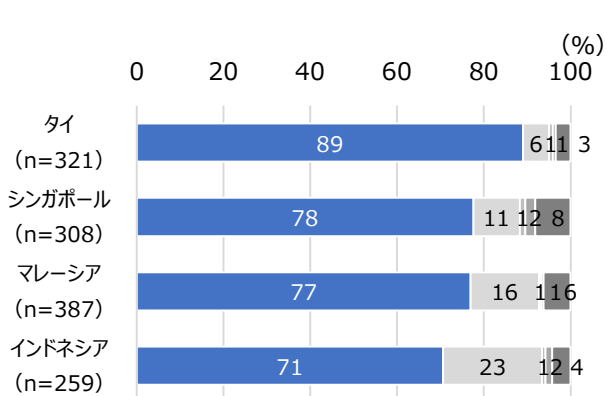
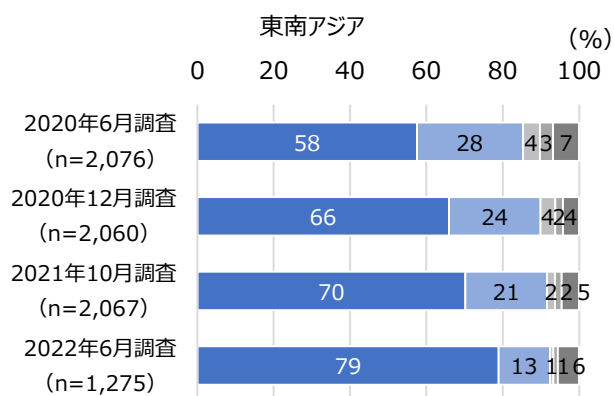
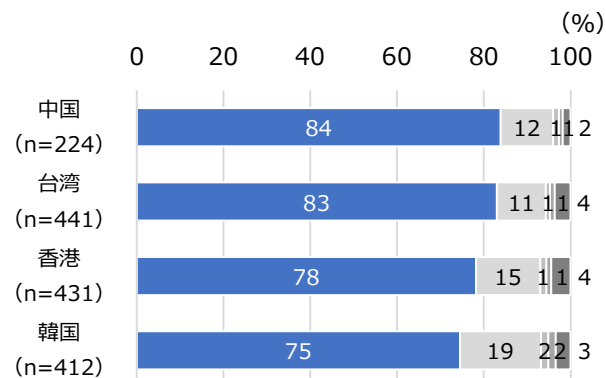
● いずれの地域においても2021年10月調査よりも新型コロナ収束後の海外旅行への意向は高くなっている。

新型コロナ収束後海外旅行をしたいか

時系列推移



居住地別 (2022年6月調査)



■ 思う ■ どちらかといえば思う ■ どちらかといえば思わない ■ 思わない ■ まだわからない

2020年6月調査、2020年12月調査、2021年10月調査の対象者は全員、
2022年6月調査は2021年7月から2022年6月の間に海外旅行を実施していない人
回答はひとつ

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2020年6月調査、2020年12月調査、2021年10月調査、2022年6月調査より作成

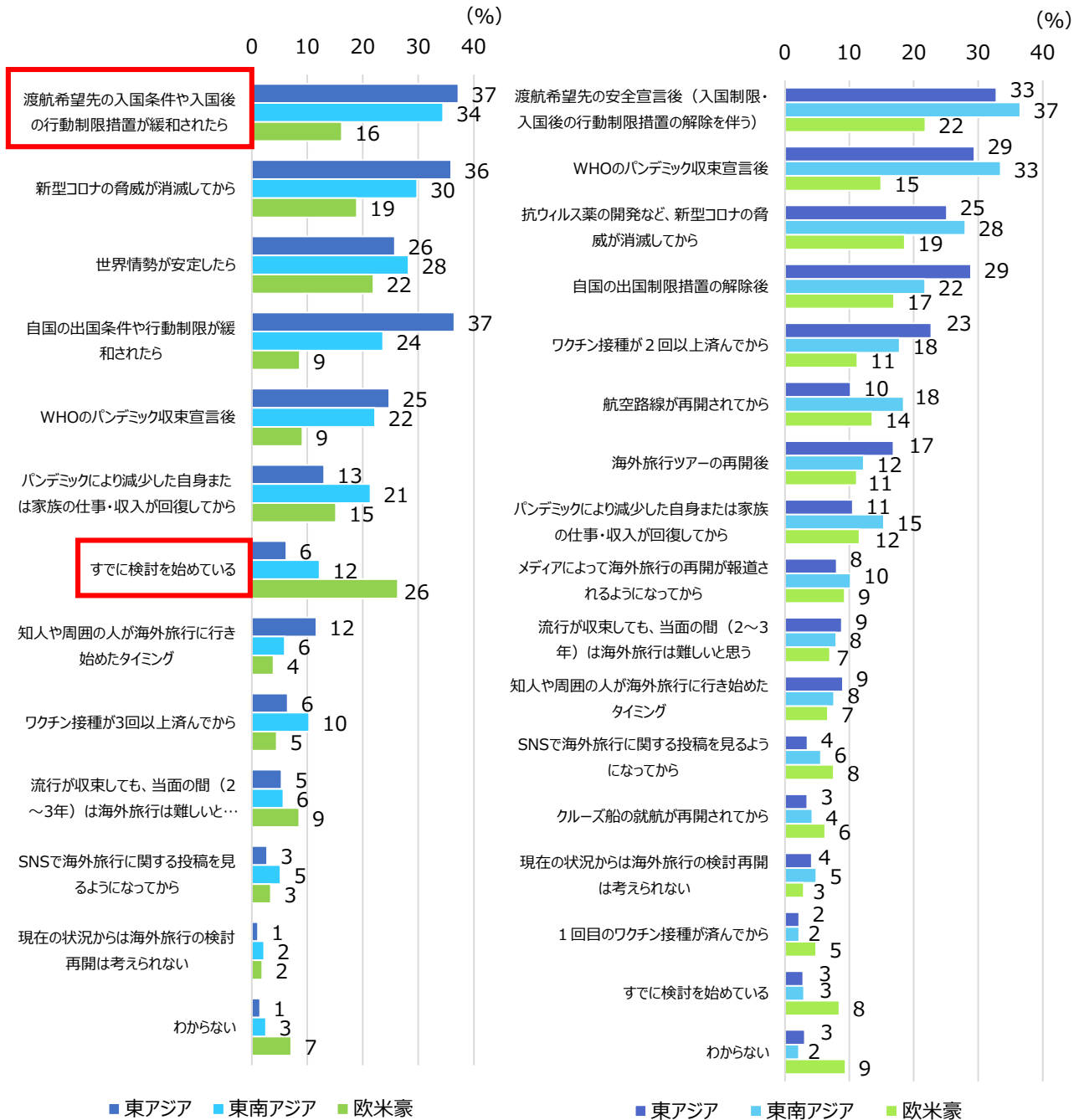
海外旅行検討再開タイミング

全体

- 海外旅行の検討を再開するタイミングは、アジアでは「渡航希望先の入国条件や入国後の行動措置が緩和されたら」が最も多い。一方、アジアに先行して海外旅行が再開している欧米豪では「すでに検討を始めている」が最も多く、アジアと欧米豪でステージの差がみられる。

2022年6月調査

(参考) 2021年10月調査



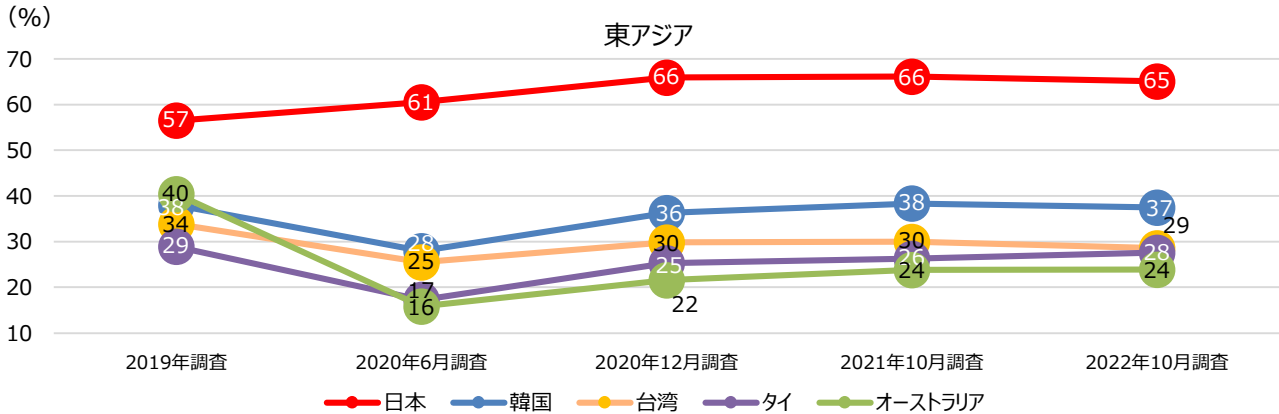
※2021年7月から2022年6月の間に海外旅行を実施しておらず、かつ、今後の海外旅行実施意向がある人のみ回答
 回答はあてはまるもの最大3つ
 東アジア (n=1,416) 東南アジア (n=1,178)
 欧米豪 (n=844)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査
 2022年6月調査より作成

回答はあてはまるもの最大3つ
 東アジア (n=2,122) 東南アジア (n=2,067)
 欧米豪 (n=2,105)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査
 2021年10月調査より作成

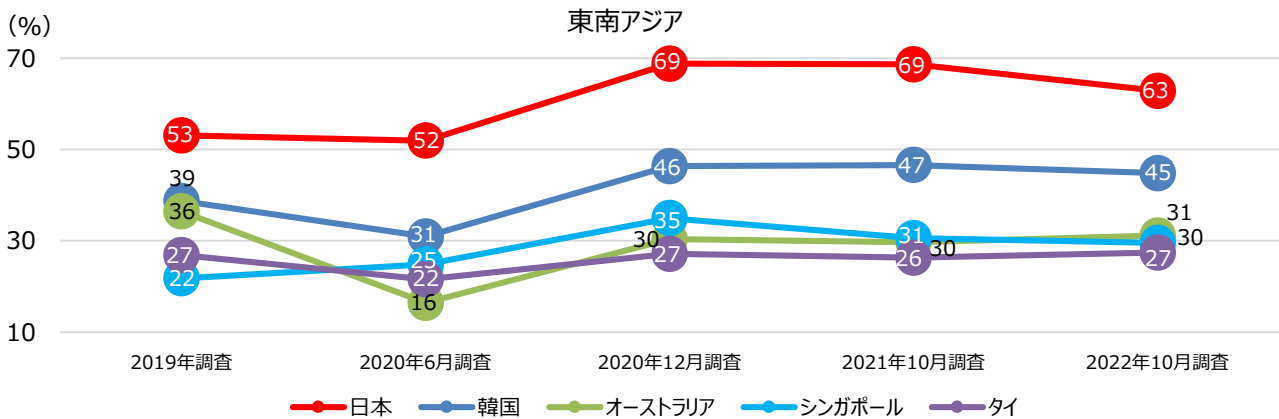
次に海外旅行したい国・地域

- 東アジアと東南アジアでは次に旅行したい国・地域として日本が1位であった。一方、欧米豪ではアメリカに次いで2位であった。（前回調査では1位）

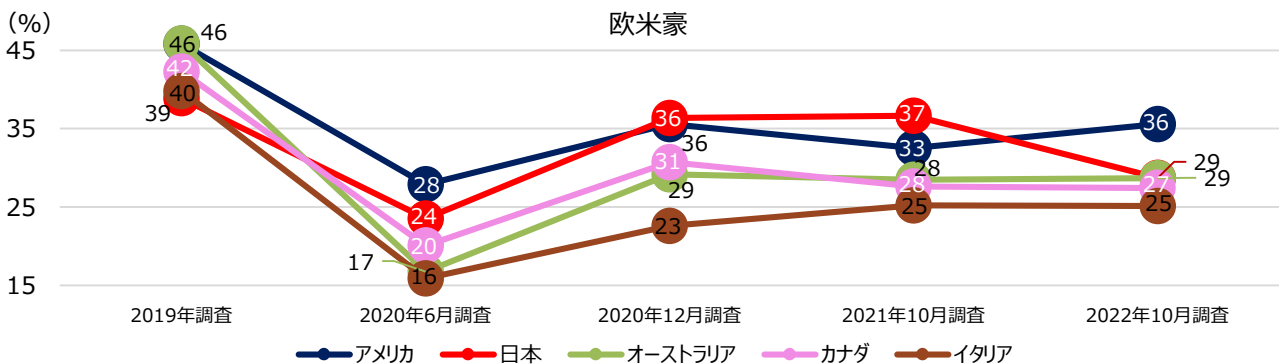
海外旅行したい国・地域



回答はあてはまるもの最大5つ
 2019年調査 (n=2,050) 2020年6月調査 (n=1,940) 2020年12月調査 (n=1,900) 2021年10月調査 (n=1,998) 2022年10月調査 (n=2,099)



回答はあてはまるもの最大5つ
 2019年調査 (n=2,084) 2020年6月調査 (n=1,882) 2020年12月調査 (n=1,939) 2021年10月調査 (n=1,936) 2022年10月調査 (n=2,102)



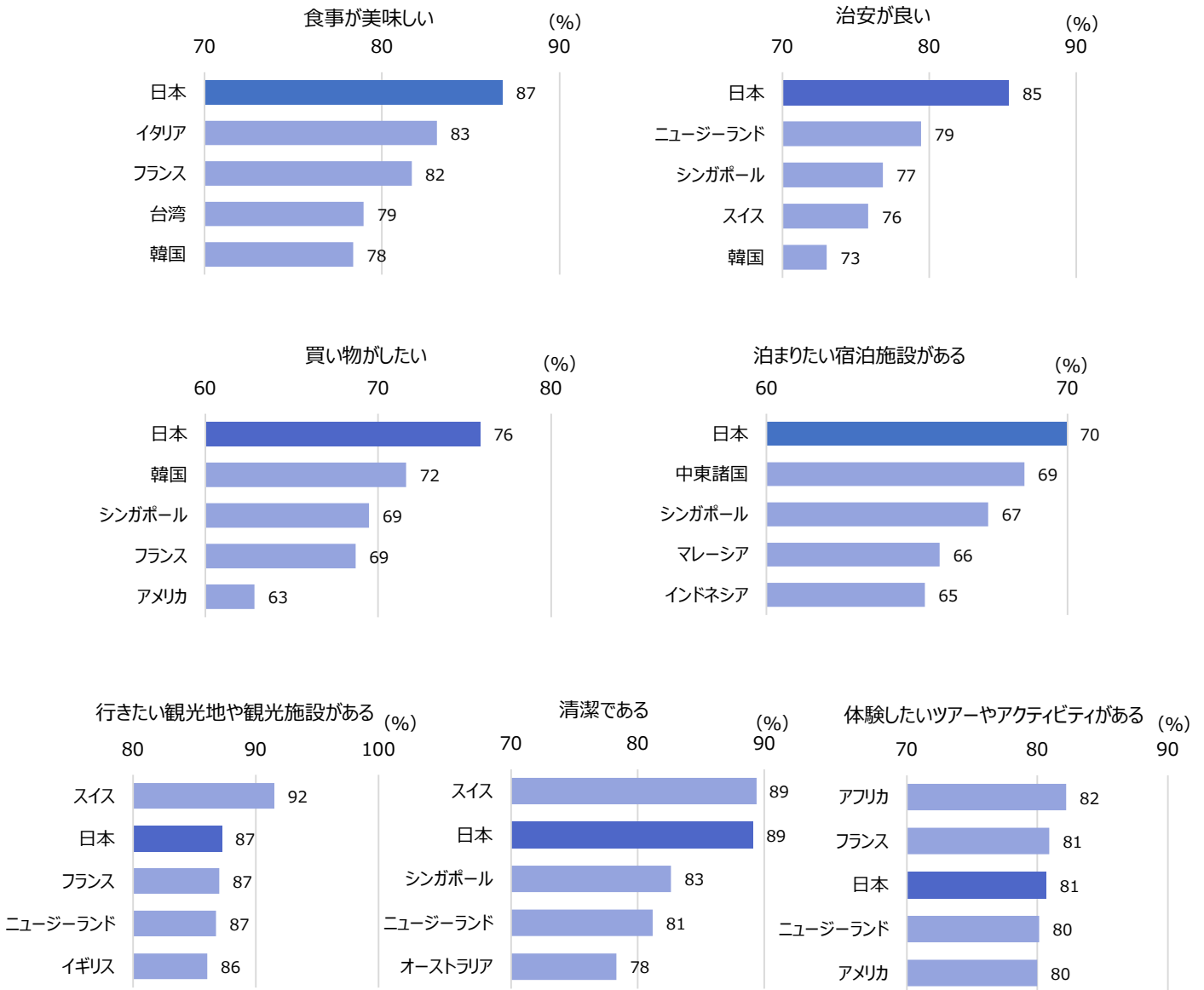
回答はあてはまるもの最大5つ
 2019年調査 (n=2,142) 2020年6月調査 (n=1,840) 2020年12月調査 (n=1,853) 2021年10月調査 (n=1,967) 2022年10月調査 (n=2,106)

※2019年調査と2022年10月調査の回答対象者は全員、2020年6月調査、2020年12月調査、2021年10月調査の回答対象者は新型コロナウイルス収束後の海外旅行について「(したい) 思わない」を選択した対象者及び次に海外旅行の検討を再開するタイミングについて「現在の状況からは海外旅行の検討再開は考えられない」と回答した対象者を除く全員
 ※2022年10月調査及び2020年6月調査、2020年12月調査、2021年10月調査については、「次に観光旅行したい国・地域」の選択肢から、回答者の国・地域及び近隣の国・地域（中国-香港-マカオ、マレーシア-シンガポール、タイ-マレーシア、アメリカ-カナダ・メキシコ・ハワイ・グアム、オーストラリア-ニュージーランド、イギリス・フランス-欧州各国）を除いている。割合の算出において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」及び「回答者の近隣国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答者数をサンプル数（分母）から除いている。
 ※2019年度調査については、「次に観光旅行したい国・地域」の選択肢から、回答者の国・地域を除いている。割合の算出において、「旅行したい国・地域」と「回答者の国・地域」が同じ場合、当該国・地域の回答者数をサンプル数（分母）から除いている。

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2019年調査、2020年6月調査、2020年12月調査、2021年10月調査、2022年6月調査より作成

その国・地域を訪問したい理由（日本の競争力）

- 最も訪問したい国・地域の「訪問したい理由」を項目毎にみると、日本は「食事の美味しさ」「治安の良さ」「買い物」「宿泊施設」の評価が、31の国・地域の中で最も高い※。また、「行きたい観光地や観光施設があるから」「清潔だから」「体験したいアクティビティがあるから」でも日本はベスト3に入り、選択率も80%以上と高く評価されている。



※「次に海外旅行をしたい国・地域」で選択した国・地域のうち「一番訪問したいと思う国・地域」を尋ね、「その国・地域を訪問したい理由」として20の項目について、項目毎に「非常にそう思う」「そう思う」「どちらでもない」「そう思わない」「まったくそう思わない」の5段階の中から単一回答方式で回答を得た。本ページでは、20の項目のうち、7つの項目を取り上げ、最も訪問したい国・地域別に選択率を降順で示している。（例：最も訪問したい国・地域として「日本」と回答した人のうち、その理由として「食事が美味しい」について、「非常にそう思う」または「そう思う」と回答した割合が87%、同様に最も訪問したい国・地域として「イタリア」と回答した人のうち、「食事が美味しい」について「非常にそう思う」「そう思う」と回答した割合が83%…となっている。）

回答は当てはまるもの1つ

台湾(n=430)、日本(n=1,605)、インドネシア(n=95)、マレーシア(n=73)、シンガポール(n=190)、オーストラリア(n=323)、ニュージーランド(n=287)、アメリカ(n=350)、イギリス(n=172)、イタリア(n=142)、フランス(n=131)、スイス(n=236)、中東諸国(ドバイなど)(n=140)、アフリカ諸国(n=45)

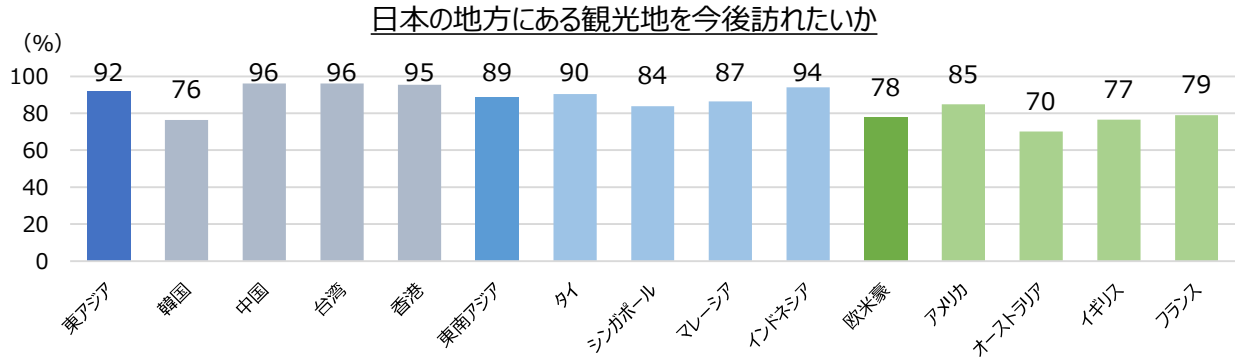
出典：DBJ・JTBフアアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

地方訪問意向

訪日旅行
経験者

全体

- 訪日旅行経験者の地方訪問意向は東アジアで92%、東南アジアで89%、欧米豪で78%である。国・地域別では中国が最も高く、次いで台湾、香港と東アジアの国が続く。



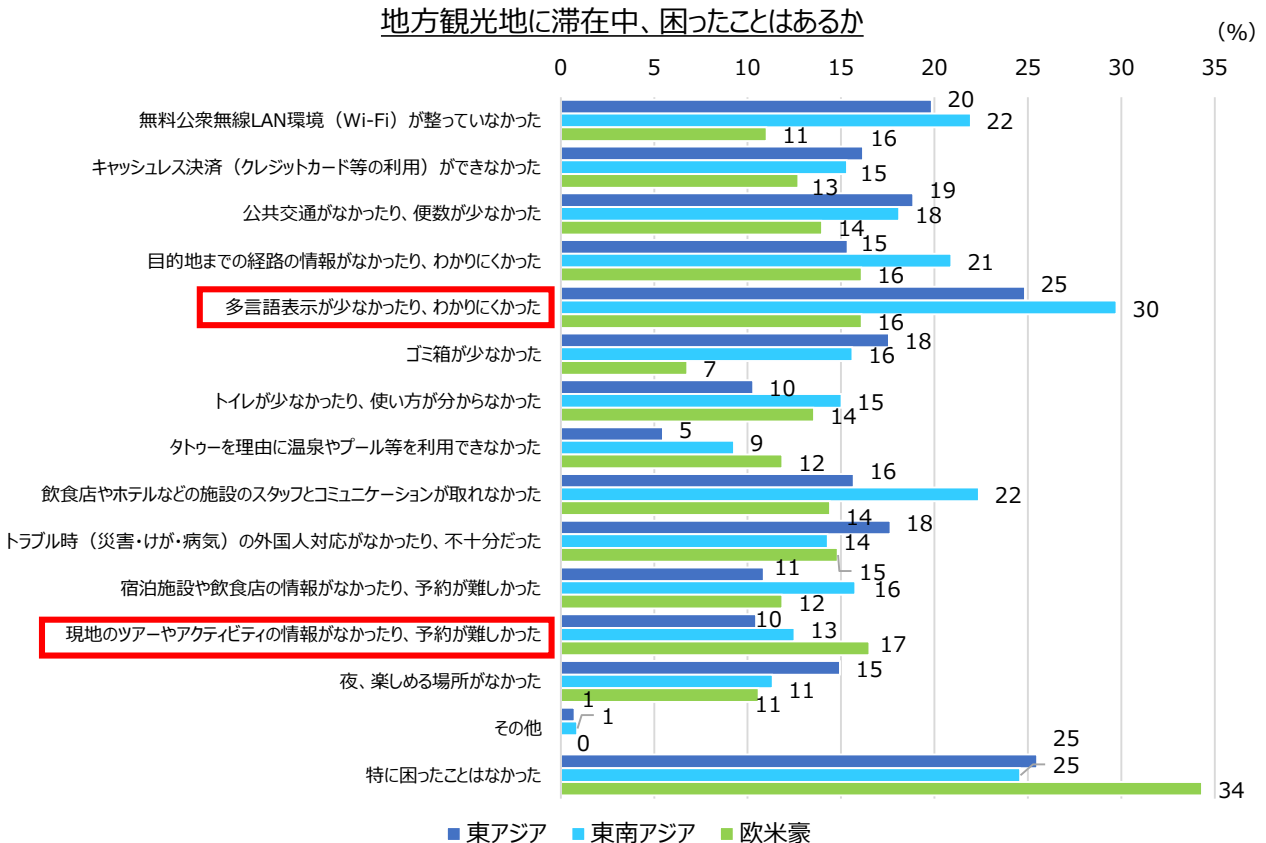
「ぜひ旅行したい」または「機会があれば旅行したい」と回答した割合、回答はひとつ
 東アジア (n=1,604) 韓国 (n=352) 中国 (n=394) 台湾 (n=415) 香港 (n=443)
 東南アジア (n=839) タイ (n=282) シンガポール (n=248) マレーシア (n=141) インドネシア (n=168)
 欧米豪 (n=321) アメリカ (n=100) オーストラリア (n=94) イギリス (n=60) フランス (n=67)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

地方で困ったこと

訪日旅行経験者
かつ
地方訪問経験者

全体

- 地方で困ったこととして、東アジアと東南アジアでは「多言語表示の少なさ」、欧米豪では「現地のツアーやアクティビティの情報の少なさ」の選択率が最も高くなっている。



2015年以降に日本の地方観光地を訪れたことがある人のみ回答
 回答はあてはまるものすべて
 東アジア (n=1,224) 東南アジア (n=679) 欧米豪 (n=236)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

2. 北海道への訪問意向

日本の観光地の認知度「これらの観光地をご存じですか」

全体

- 「北海道」の認知度は、12地域全体で44%(順位5位)、アジアで59%(順位4位)と、2021年10月調査と同水準となっており、ゴールデンルート*に次ぐレベルである。一方、欧米豪全体では認知度は14%(順位12位)と、アジアに比べて低位にとどまっている。
- 道内各観光地の中では、アジア・欧米豪ともに、認知度は「北海道」に次いで「札幌」が高い。また、アジアでは「函館」「旭川／富良野」の認知度も高く、2桁の比率となっている。
- 台湾・香港では、道内の各観光地の認知度が全体的に他国よりも高い水準にあり、「ニセコ」を除く地域で2桁の比率となっている。

*ゴールデンルート・・・東京、箱根、富士山、名古屋、京都、大阪

| 回答者数(人)→ | 全体 | | アジア | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|--------|----|-------|----|--------|----|-----|---|
| | | | 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 | | | |
| | 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 | | |
| | 6,307 | | 4,201 | | 517 | | 543 | | 512 | | 527 | | 518 | | 521 | | 527 | | 536 | |
| 北海道 | 44 | ⑤ | 59 | ④ | 57 | ⑤ | 55 | ② | 81 | ① | 73 | ③ | 54 | ⑤ | 59 | ① | 54 | ④ | 42 | ⑤ |
| 札幌 | 35 | ⑦ | 46 | ⑦ | 58 | ④ | 28 | ⑩ | 72 | ⑦ | 64 | ⑧ | 47 | ⑥ | 41 | ⑥ | 30 | ⑧ | 30 | ⑩ |
| 函館 | 15 | | 22 | | 15 | | 11 | | 58 | ⑩ | 46 | ⑩ | 14 | | 17 | ⑨ | 6 | | 7 | |
| 旭川／富良野 | 10 | | 13 | | 4 | | 10 | | 37 | | 31 | | 5 | | 8 | | 5 | | 6 | |
| 帯広／十勝 | 6 | | 8 | | 2 | | 6 | | 20 | | 23 | | 4 | | 3 | | 2 | | 4 | |
| ニセコ | 5 | | 6 | | 3 | | 9 | | 8 | | 5 | | 6 | | 8 | | 3 | | 4 | |
| 知床／阿寒 | 5 | | 7 | | 3 | | 8 | | 16 | | 15 | | 3 | | 5 | | 3 | | 4 | |
| 東京 | 58 | ① | 64 | ① | 69 | ② | 52 | ④ | 78 | ④ | 73 | ② | 61 | ② | 58 | ③ | 59 | ② | 60 | ① |
| 富士山 | 55 | ② | 62 | ③ | 53 | ⑥ | 62 | ① | 76 | ⑥ | 71 | ⑤ | 62 | ① | 59 | ① | 59 | ① | 58 | ② |
| 大阪 | 51 | ③ | 63 | ② | 70 | ① | 54 | ③ | 80 | ② | 76 | ① | 59 | ③ | 58 | ④ | 56 | ③ | 50 | ③ |
| 京都 | 47 | ④ | 58 | ⑤ | 63 | ③ | 51 | ⑤ | 78 | ③ | 71 | ④ | 58 | ④ | 50 | ⑤ | 46 | ⑤ | 44 | ④ |
| 沖縄 | 38 | ⑥ | 48 | ⑥ | 50 | ⑧ | 42 | ⑧ | 77 | ⑤ | 68 | ⑥ | 37 | ⑩ | 39 | ⑦ | 38 | ⑥ | 30 | ⑨ |
| 九州 | 27 | ⑬ | 38 | ⑫ | 47 | ⑨ | 39 | ⑩ | 68 | ⑪ | 59 | ⑫ | 31 | ⑬ | 25 | ⑬ | 20 | ⑭ | 13 | ⑮ |

| 回答者数(人)→ | 欧米豪 | | | | | | | | | |
|----------|-------|----|-------|----|---------|----|-------|----|-------|----|
| | | | アメリカ | | オーストラリア | | イギリス | | フランス | |
| | 比率(%) | 順位 | 比率(%) | 順位 | 比率(%) | 順位 | 比率(%) | 順位 | 比率(%) | 順位 |
| | 2,106 | | 524 | | 526 | | 529 | | 527 | |
| 北海道 | 14 | ⑫ | 11 | ⑬ | 21 | ⑧ | 12 | ⑬ | 10 | ⑫ |
| 札幌 | 14 | ⑬ | 15 | ⑪ | 17 | ⑫ | 14 | ⑪ | 9 | ⑭ |
| 函館 | 3 | | 4 | | 4 | | 2 | | 2 | |
| 旭川／富良野 | 3 | | 4 | | 2 | | 2 | | 2 | |
| 帯広／十勝 | 2 | | 5 | | 2 | | 2 | | 1 | |
| ニセコ | 4 | | 4 | | 5 | | 3 | | 3 | |
| 知床／阿寒 | 2 | | 3 | | 3 | | 2 | | 1 | |
| 東京 | 47 | ① | 44 | ① | 48 | ① | 52 | ① | 43 | ① |
| 富士山 | 39 | ② | 37 | ② | 42 | ② | 43 | ② | 35 | ② |
| 大阪 | 28 | ④ | 27 | ③ | 34 | ③ | 26 | ⑤ | 24 | ⑦ |
| 京都 | 27 | ⑤ | 23 | ⑥ | 30 | ⑤ | 28 | ④ | 26 | ③ |
| 沖縄 | 19 | ⑧ | 24 | ⑤ | 20 | ⑨ | 16 | ⑨ | 14 | ⑩ |
| 九州 | 6 | ⑯ | 7 | ⑱ | 7 | ⑳ | 5 | | 5 | ⑰ |

※順位は20位まで表示

回答はあてはまるもの全て

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

日本の観光地への訪問意欲「日本のどこに行きたいですか」

- 「北海道」への訪問意欲は、12地域全体で30%(順位3位)、アジアで40%(順位2位)と2021年10月調査と同水準となっており、ゴールデンルートに次ぐレベルである。台湾・香港では2012年調査開始より11年連続で「北海道」への訪問意欲が1位となっている。一方、欧米豪では7%(順位9位)と2021年10月調査と同水準となっており、アジアと比較すると低い水準となっている。

| 回答者数(人)→ | 全体 | | アジア | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|--------|----|-------|----|--------|----|-----|---|
| | | | 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 | | | |
| | 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 | | |
| | 5,768 | | 4,017 | | 491 | | 541 | | 509 | | 522 | | 509 | | 476 | | 479 | | 490 | |
| 北海道 | 30 | ③ | 40 | ② | 27 | ④ | 36 | ② | 57 | ① | 50 | ① | 40 | ③ | 46 | ① | 37 | ③ | 24 | ⑤ |
| 札幌 | 18 | ⑦ | 23 | ⑦ | 30 | ③ | 8 | ⑯ | 37 | ⑦ | 29 | ⑦ | 28 | ⑥ | 22 | ⑦ | 15 | ⑦ | 16 | ⑦ |
| 函館 | 7 | ⑱ | 10 | ⑰ | 4 | ⑳ | 4 | | 29 | ⑫ | 20 | ⑮ | 6 | ⑲ | 7 | ⑰ | 3 | | 3 | |
| 旭川/富良野 | 4 | | 5 | | 1 | | 2 | | 13 | | 12 | | 2 | | 4 | | 1 | | 2 | |
| 帯広/十勝 | 2 | | 3 | | 0 | | 3 | | 9 | | 8 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | |
| 二セコ | 2 | | 2 | | 1 | | 4 | | 3 | | 2 | | 2 | | 4 | | 1 | | 1 | |
| 知床/阿寒 | 2 | | 3 | | 1 | | 2 | | 5 | | 6 | | 1 | | 2 | | 2 | | 1 | |
| 東京 | 39 | ① | 40 | ① | 34 | ① | 34 | ③ | 47 | ④ | 40 | ② | 44 | ① | 35 | ④ | 39 | ② | 49 | ① |
| 富士山 | 35 | ② | 39 | ③ | 18 | ⑦ | 44 | ① | 46 | ⑤ | 35 | ⑤ | 44 | ① | 37 | ② | 41 | ① | 44 | ② |
| 大阪 | 29 | ④ | 36 | ④ | 33 | ② | 28 | ⑤ | 50 | ③ | 40 | ③ | 38 | ④ | 36 | ③ | 30 | ④ | 32 | ③ |
| 京都 | 27 | ⑤ | 32 | ⑤ | 25 | ⑤ | 31 | ④ | 50 | ② | 36 | ④ | 37 | ⑤ | 30 | ⑤ | 23 | ⑤ | 26 | ④ |
| 沖縄 | 19 | ⑥ | 24 | ⑥ | 22 | ⑥ | 15 | ⑨ | 45 | ⑥ | 35 | ⑤ | 20 | ⑦ | 22 | ⑥ | 20 | ⑥ | 14 | ⑩ |
| 九州 | 11 | ⑲ | 14 | ⑱ | 13 | ⑨ | 13 | ⑩ | 28 | ⑭ | 21 | ⑬ | 13 | ⑬ | 13 | ⑨ | 8 | ⑫ | 6 | ⑮ |

| 回答者数(人)→ | 欧米豪 | | | | | | | | | |
|----------|-------|----|-------|----|---------|----|-------|----|-------|----|
| | | | アメリカ | | オーストラリア | | イギリス | | フランス | |
| | 比率(%) | 順位 | 比率(%) | 順位 | 比率(%) | 順位 | 比率(%) | 順位 | 比率(%) | 順位 |
| | 1,751 | | 444 | | 463 | | 455 | | 389 | |
| 北海道 | 7 | ⑨ | 5 | ⑬ | 12 | ⑥ | 7 | ⑦ | 5 | ⑩ |
| 札幌 | 6 | ⑫ | 6 | ⑩ | 9 | ⑨ | 6 | ⑧ | 3 | ⑮ |
| 函館 | 1 | | 1 | | 1 | | 0 | | 1 | |
| 旭川/富良野 | 1 | | 1 | | 1 | | 0 | | 1 | |
| 帯広/十勝 | 1 | | 2 | | 0 | | 1 | | 0 | |
| 二セコ | 1 | | 1 | | 2 | | 1 | | 2 | |
| 知床/阿寒 | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | | 1 | |
| 東京 | 35 | ① | 36 | ① | 34 | ① | 35 | ① | 37 | ① |
| 富士山 | 25 | ② | 24 | ② | 26 | ② | 25 | ② | 26 | ② |
| 大阪 | 14 | ⑤ | 14 | ③ | 21 | ③ | 10 | ⑥ | 10 | ⑤ |
| 京都 | 16 | ③ | 14 | ④ | 20 | ④ | 14 | ④ | 16 | ③ |
| 沖縄 | 8 | ⑦ | 11 | ⑥ | 9 | ⑧ | 4 | ⑬ | 8 | ⑦ |
| 九州 | 2 | ⑳ | 3 | ⑳ | 3 | ⑳ | 1 | | 2 | |

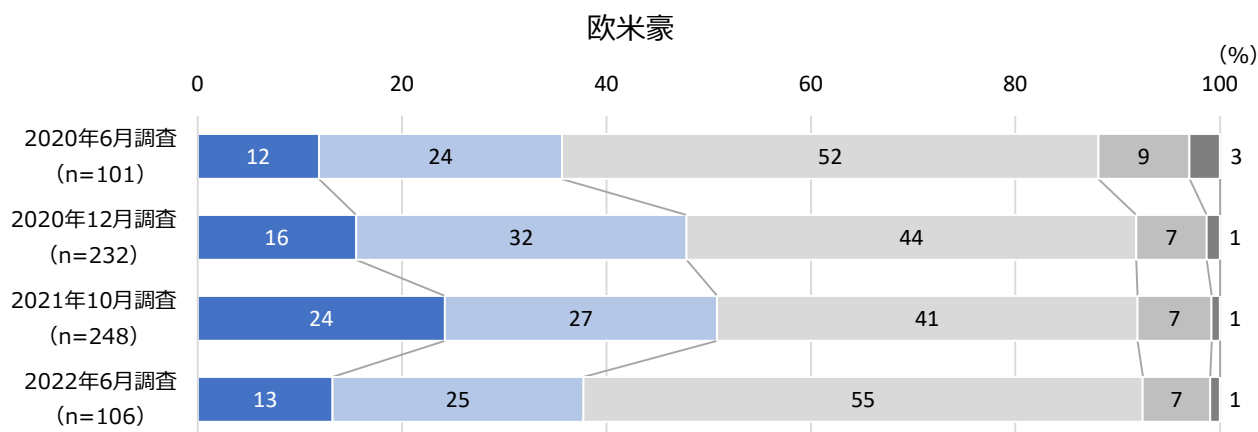
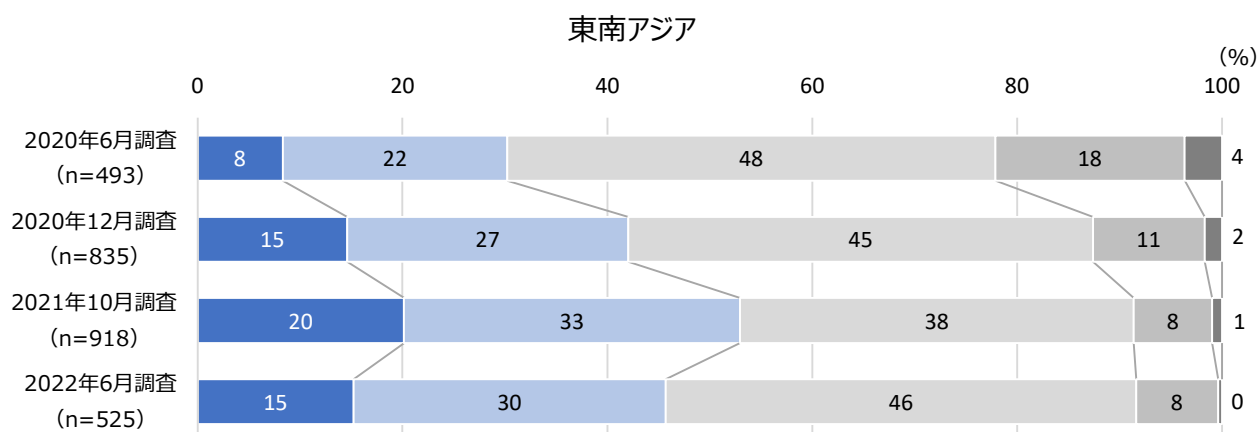
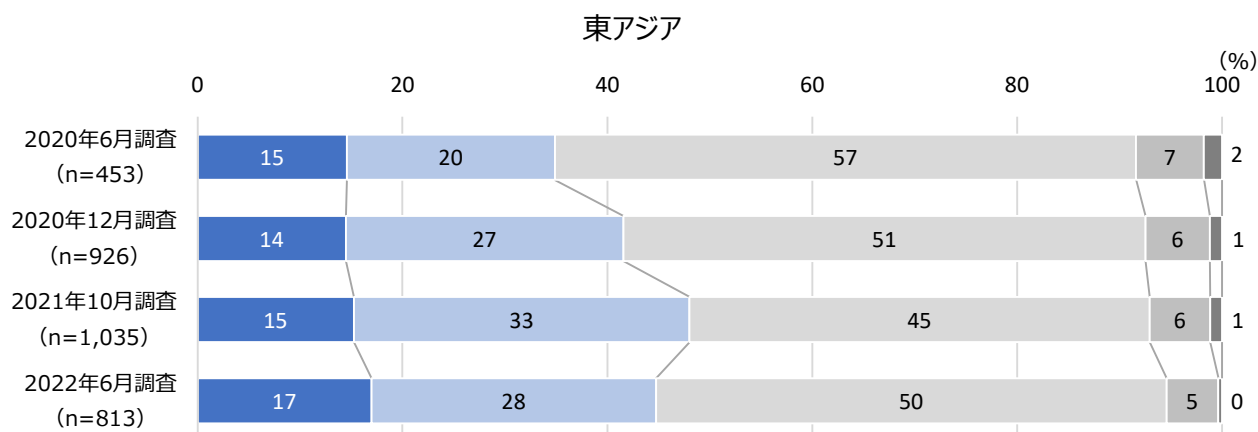
※前頁の質問において「知っている観光地」の中で「実際に行ってみたい観光地」を尋ねたもの
※順位は20位まで表示

回答はあてはまるもの全て

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

次の海外旅行で希望する滞在日数

- 1回あたりの滞在日数については、2020年6月調査から2021年10月調査までいずれの地域においても長期化の傾向があったが、2022年6月調査では「長くなる」「どちらかといえば長くなる」の割合が低下し、長期化の意向に変化がみられる。



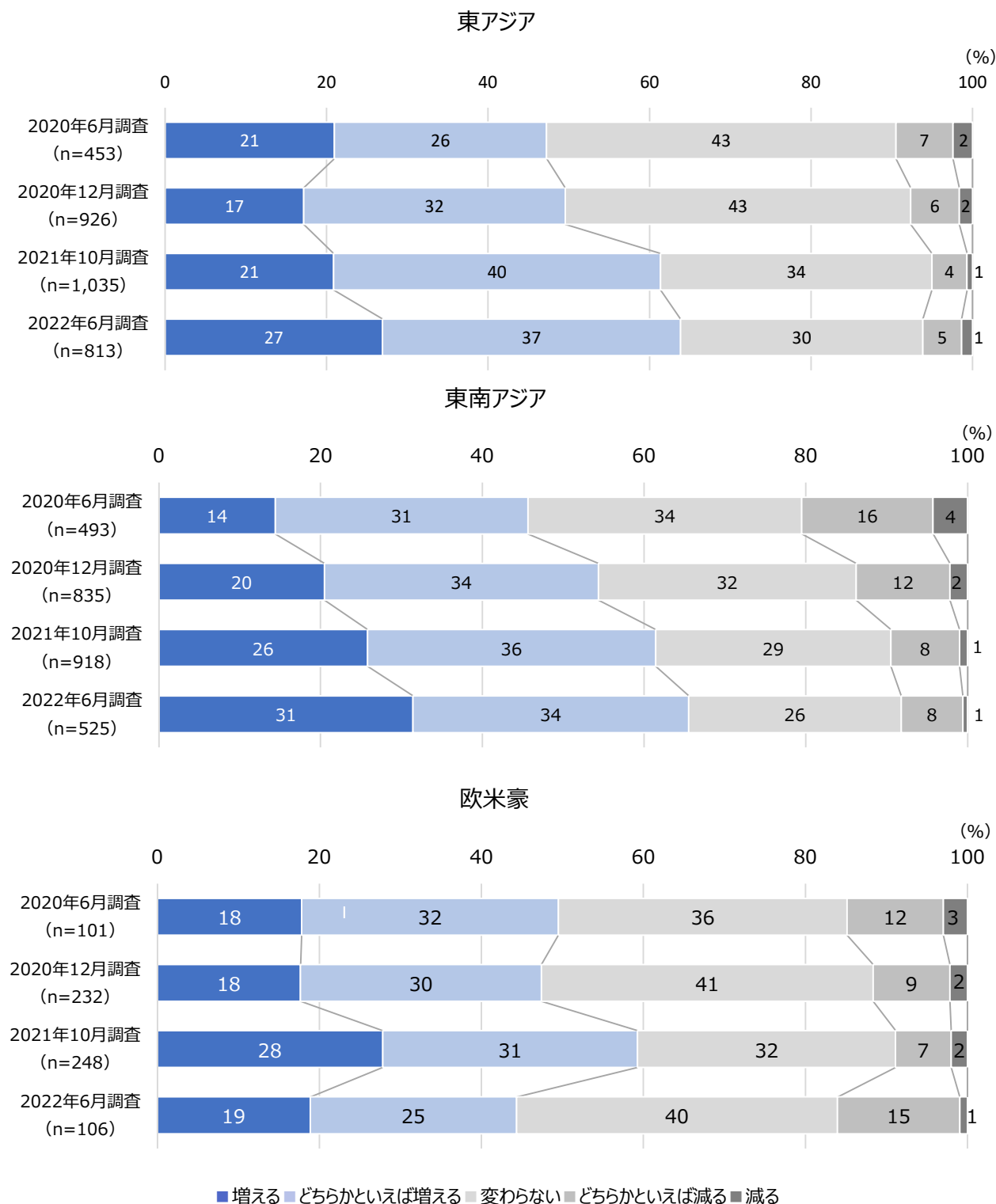
■ 長くなる ■ どちらかといえば長くなる ■ 変わらない ■ どちらかといえば短くなる ■ 短くなる

2020年6月調査、2020年12月調査、2021年10月調査は海外旅行をしたいと思わない人を除く全員、2022年6月調査は2021年7月から2022年6月の間に海外旅行を実施しておらず、かつ、今後の海外旅行を実施意向がある人回答はひとつ

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2020年6月調査、2020年12月調査、2021年10月調査、2022年6月調査より作成

次の海外旅行の予算

- 北海道訪問希望者において、次の海外旅行の予算は東アジアと東南アジアでは引き続き増加の意向が高くなっている。しかし、欧米豪では「増える」「どちらかといえば増える」の割合は減少し5割以下となっている。

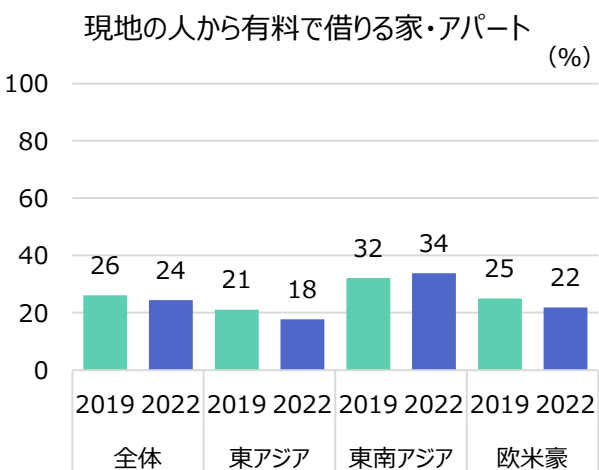
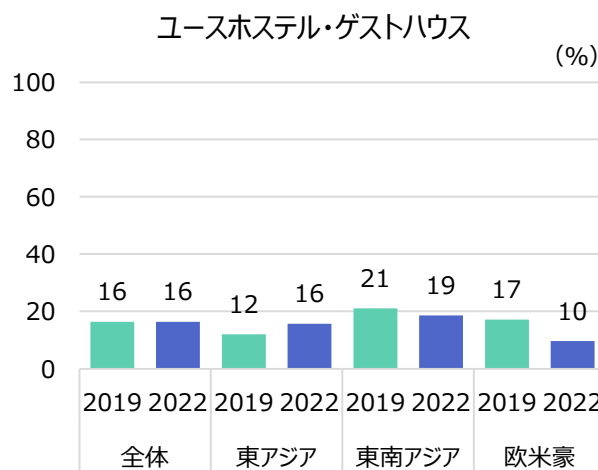
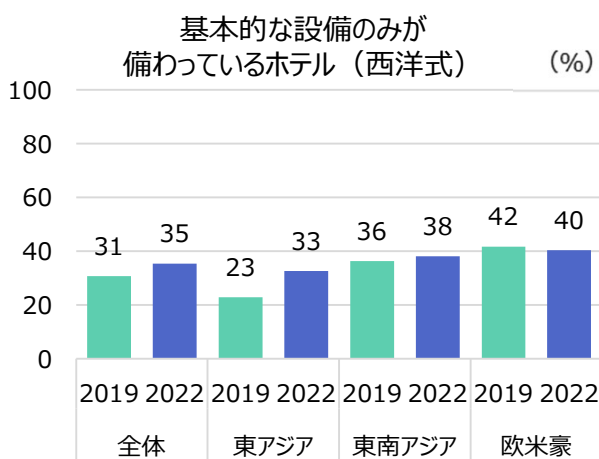
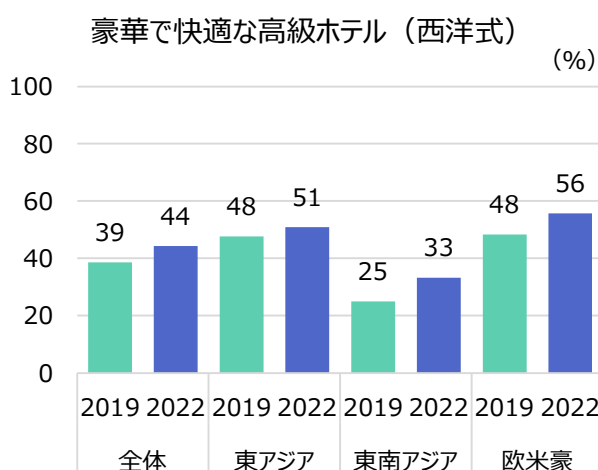
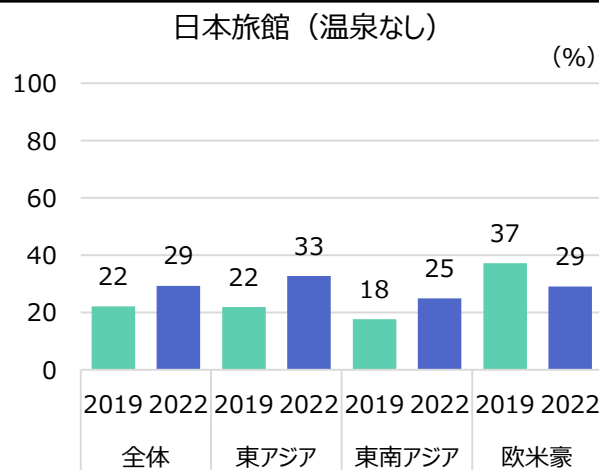
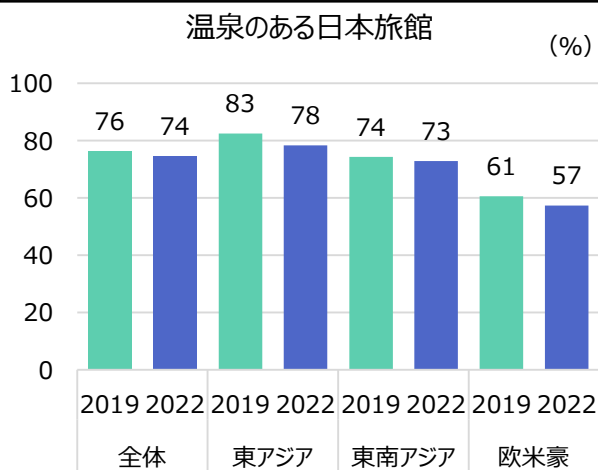


2020年6月調査、2020年12月調査、2021年10月調査は海外旅行をしたいと思わない人を除く全員、
2022年6月調査は2021年7月から2022年6月の間に海外旅行を実施しておらず、かつ、今後の海外旅行を実施意向がある人
回答はひとつ

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2020年6月調査、2020年12月調査、2021年10月調査、2022年6月調査より作成

希望する宿泊施設（新型コロナ前後で比較）

- 希望する宿泊施設を新型コロナ前後（2019年調査・2022年6月調査）で比較すると、「豪華で快適な高級ホテル（西洋式）」は全ての地域で新型コロナ後の選択率の方が高い。一方、「温泉のある日本旅館」の新型コロナ後の選択率は全ての地域において低下しているものの、アジアを中心に人気が高く、選択率は7割を超えている。

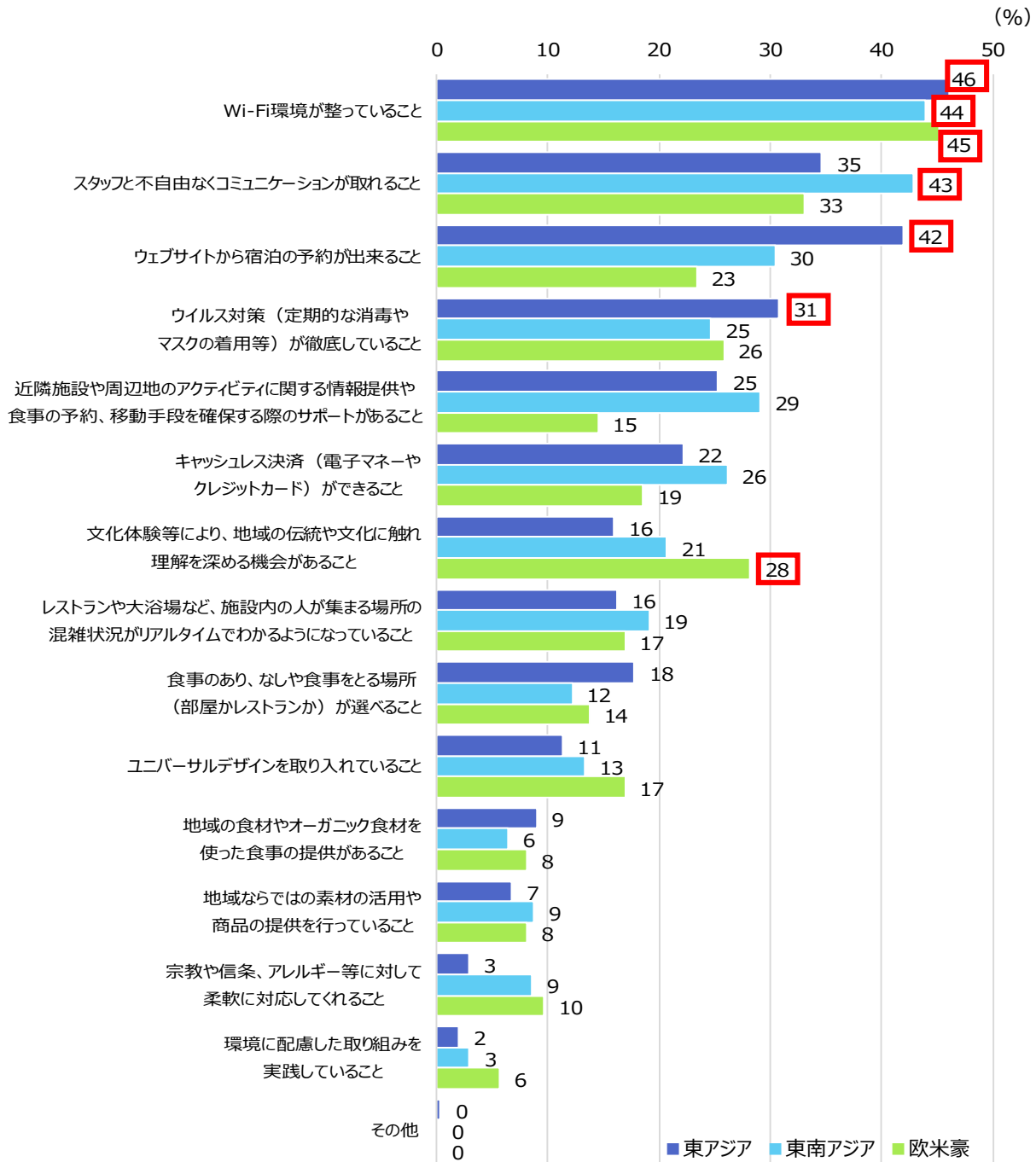


回答はあてはまるもの全て
 2019年調査 全体 (n=1,376) 東アジア (n=640) 東南アジア (n=556) 欧米豪 (n=180)
 2022年6月調査 全体 (n=1,534) 東アジア (n=802) 東南アジア (n=608) 欧米豪 (n=124)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2019年調査、2022年6月調査より作成

宿泊施設を決める際に重視すること

- 全ての地域で「Wi-Fi環境が整っていること」の選択率が最も高い。地域別では、東アジアでは「ウェブサイトからの宿泊の予約が出来ること」「ウイルス対策」の選択率が高い。東南アジアでは「スタッフと不自由なくコミュニケーションが取れること」の選択率が高い。欧米豪では「日本の文化体験の提供」の選択率が東アジアと東南アジアに比べて高いのが特徴的である。

宿泊施設を決める際に重視すること



回答はあてはまるもの最大3つ

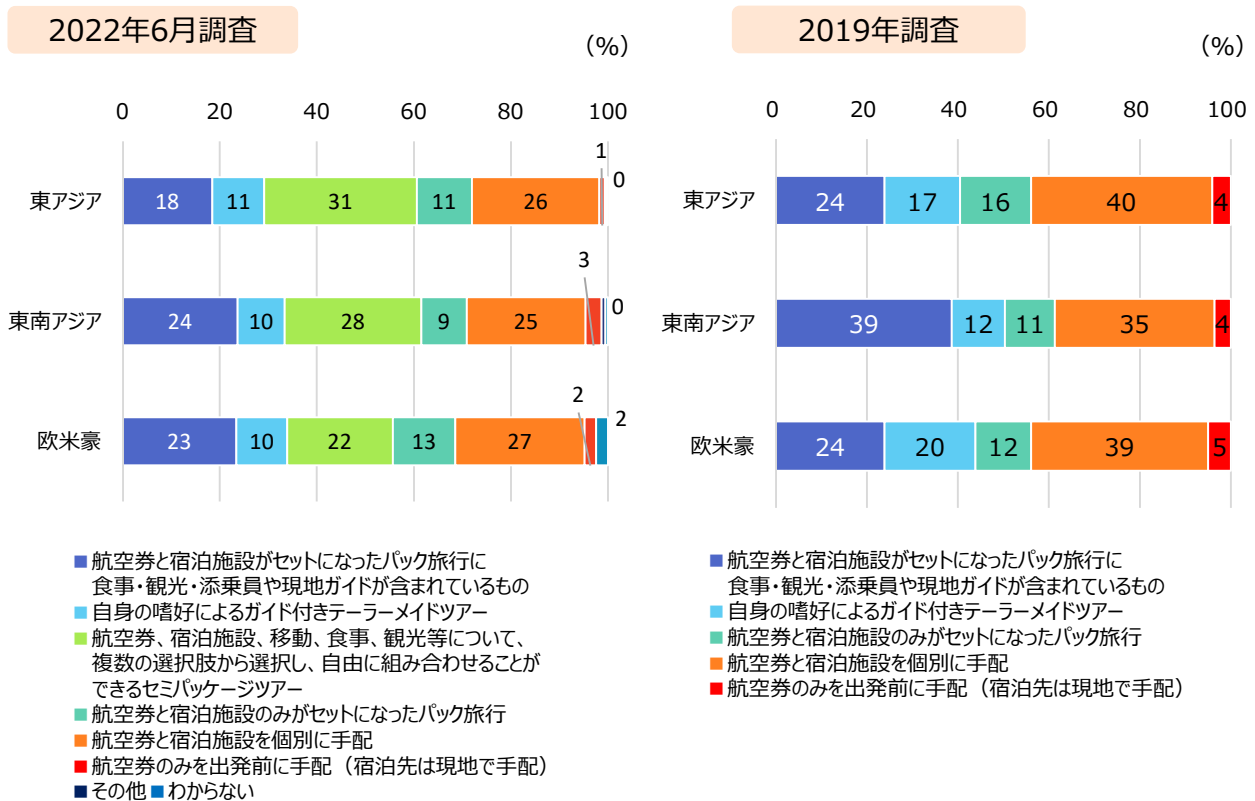
東アジア (n=802) 東南アジア (n=608) 欧米豪 (n=124)

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

希望する旅行形態

- 2022年6月調査では東アジア、東南アジアともに「セミパッケージツアー」の選択率が最も高く、欧米豪では「航空券と宿泊施設を個別に手配」の選択率が最も高い。
- 新型コロナ前後（2019年調査・2022年6月調査）と比較すると、全ての地域で「航空券と宿泊施設がセットになったパック旅行に食事・観光・添乗員や現地ガイドが含まれているもの」の選択率が低下しているが、特に東南アジアでは大きく低下した。

希望する旅行形態



回答はひとつ

2022年6月調査 東アジア (n=802) 東南アジア (n=608) 欧米豪 (n=124)

2019年調査 東アジア (n=640) 東南アジア (n=556) 欧米豪 (n=180)

2022年6月調査と2019年調査では選択肢が異なるため、単純比較はできない

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2019年調査、2022年6月調査より作成

訪日旅行で体験したいこと

- 全ての地域で「自然や風景の見物」「桜の観賞」「伝統的日本料理」が上位にある。
- 東アジア、東南アジアでは「温泉への入浴」の選択率が欧米豪に比べて高く、欧米豪では「有名な史跡や歴史的な建築物の見物」「日本庭園の見物」「世界遺産の見物」「繁華街の街歩き」の選択率が東アジア、東南アジアに比べて高いのが特徴的である。
- 東南アジアでは「雪景色観賞」「紅葉の観賞」の選択率が高い。

(%)

| | 東アジア | 東南アジア | 欧米豪 |
|--|------|-------|-----|
| | 802 | 608 | 124 |
| 回答者数(人) → | | | |
| 「見る項目」 | | | |
| 自然や風景の見物 | 62 | 67 | 57 |
| 雪景色観賞 | 46 | 55 | 35 |
| 桜の観賞 | 58 | 67 | 56 |
| 紅葉の観賞 | 38 | 52 | 43 |
| 有名な史跡や歴史的な建築物の見物（説明の充実度含む） | 49 | 50 | 55 |
| 日本庭園の見物（説明の充実度含む） | 33 | 43 | 56 |
| 近代的／先進的な建築物の見物（説明の充実度含む） | 23 | 33 | 41 |
| ドラマや映画のロケ地・アニメの舞台の見物 | 19 | 22 | 19 |
| 世界遺産の見物（説明の充実度含む） | 38 | 47 | 56 |
| イベント・祭りの見物 | 36 | 37 | 37 |
| スポーツ観戦 | 8 | 8 | 18 |
| 美術館や博物館の鑑賞（説明の充実度含む） | 21 | 27 | 34 |
| 伝統芸能鑑賞（歌舞伎や能） | 17 | 21 | 31 |
| 「楽しむ／体験する」項目 | | | |
| 伝統工芸品の工房見学・体験 | 22 | 27 | 31 |
| 遊園地やテーマパーク | 47 | 36 | 21 |
| 繁華街の街歩き | 38 | 43 | 51 |
| スノーアクティビティ（スキー、スノーボード等）を楽しむこと | 24 | 30 | 15 |
| マリアクティビティを楽しむこと | 14 | 13 | 15 |
| その他のアウトドアアクティビティ（サイクリング、フィッシング等）を楽しむこと | 13 | 16 | 18 |
| ナイトライフ（バーやクラブ、芸者遊び等）体験 | 20 | 23 | 27 |
| 温泉への入浴 | 58 | 54 | 46 |
| フルーツ狩り | 22 | 27 | 13 |
| 日本文化の体験（茶道、華道、着物試着など） | 37 | 42 | 41 |
| 伝統工芸品の制作や購入 | 18 | 23 | 26 |
| 自然や資源を損なうことのないよう配慮されている観光地・観光ツアー | 23 | 40 | 43 |
| 「食べる」項目 | | | |
| 伝統的日本料理 | 55 | 59 | 56 |
| 現地の人が普段利用しているカジュアルな食事 | 35 | 48 | 40 |
| 日本の酒（日本酒・焼酎） | 28 | 28 | 35 |
| スイーツ | 32 | 29 | 26 |
| 「買う」項目 | | | |
| ブランド品や宝飾品のショッピング | 13 | 18 | 11 |
| 洋服やファッション雑貨のショッピング | 29 | 34 | 19 |
| 電化製品のショッピング | 21 | 15 | 13 |
| 化粧品や医薬品の購入 | 36 | 24 | 14 |
| 食品や飲料のショッピング | 41 | 37 | 31 |
| その他 | 0 | 0 | 0 |

回答はあてはまるもの全て

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

3. 北海道訪問希望者におけるサステナブル、アウトドアアクティビティへの関心

イントロダクション：アドベンチャートラベルの高まり

● アドベンチャートラベルとは

- アドベンチャートラベル（以下、AT）は、Adventure Travel Trade Association（ATTA）によると、「アクティビティ、自然、異文化体験の3要素のうち、2つ以上を含む旅行形態」と定義されている。ATは純粋にアクティビティを満喫する観光とは異なり、アクティビティや異文化体験を通じて地域住民との交流を行い、その背後にある歴史・文化のストーリーを知ることによって、**旅行者自身の内面が変わっていくことを本質**としている（AT≠アクティビティ観光）。
- また、その土地の自然や文化を体験価値の源泉としていることから、**サステナビリティや地域経済への貢献**といった考えが根底にある旅行形態と言えるだろう（図1）。

● ATの特徴 ～市場規模・消費単価～

- ATは、**欧米豪の富裕層を中心に年々拡大**しており、AT市場を牽引する世界最大の業界団体たるATTAによると、市場規模は70兆円を超えるといわれている。
- また、AT旅行者は、体験を通じて地域を深く理解しようとすることから、**長く滞在し、その分の体験に見合った対価を支払う**傾向にある。そのため、ATTAによると、AT旅行者の平均顧客単価は約35万円、平均滞在日数は約3週間といわれ、旅行者あたりの地域に与える経済効果は他旅行形態に比して大きい。

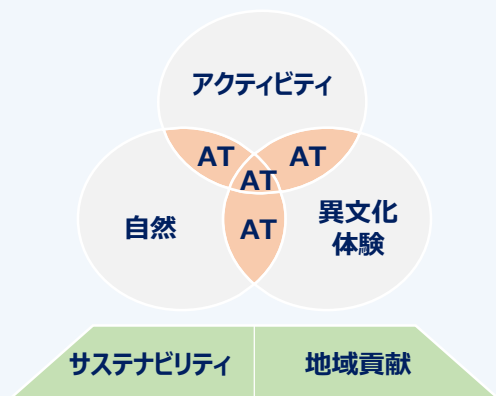
● アドベンチャートラベル・ワールドサミット2023の北海道開催

- 世界最大のATイベントとして、アドベンチャートラベル・ワールドサミット（ATWS）が毎年開催される。
- ATWSでは、観光関連事業者やメディア等が参加し、4～5日間に渡って商談会や事業者のネットワーキング、体験ツアー等が実施される。
- 北海道では、ATWSの誘致を長年にわたって進めており、その結果、2021年に北海道開催が決定したが、新型コロナの影響によりバーチャル開催となった。しかしながら、再び**2023年9月に北海道リアル開催が決定**されたことで、**ATの目的地として北海道の認知向上**や、AT旅行者を顧客に持つ海外旅行会社と道内観光事業者の**ネットワーク形成が期待**される（図2）。

● ATを機とした北海道観光の更なる発展に向けて

- ATを北海道で推進することは、欧米豪の富裕層を主としたAT旅行者誘致に繋がるとともに、**北海道ならではの自然・文化資源、サステナブルな観光、地域還元**といった観点を強化する機会にもなる。
- これら観点の強化は、**ATに限らず北海道観光を活性化させる上で重要**であり、後述するアンケート結果からも、サステナブルな取組やアウトドアアクティビティのニーズの高さが見られた中で、これら観点を強化することで、多くの外国人観光客にとっても、更に魅力的な観光地になり得よう。

図1：ATを構成する3要素と根底概念



出典：DBJ作成

図2：ATWS2023北海道の概要

| | |
|-------|---|
| 日程 | 2023/9/11～14 |
| 主会場 | 札幌市内（札幌コンベンションセンター） |
| 主催者 | ATTA |
| 参加者 | 各国の旅行会社、メディア、政府観光局等のAT関係者 ※2019年は約60か国800人が参加 |
| 過去開催地 | 2016 アンカレッジ（アメリカ） 2017 サルタ（アルゼンチン） 2018 トスカーナ（イタリア） 2019 ヨーテボリ（スウェーデン） 2020 アデレード（オーストラリア）※中止 2021 北海道※バーチャル開催 2022 ルガーノ（スイス） 2023 北海道 |

出典：北海道「AT、ATWSについて」

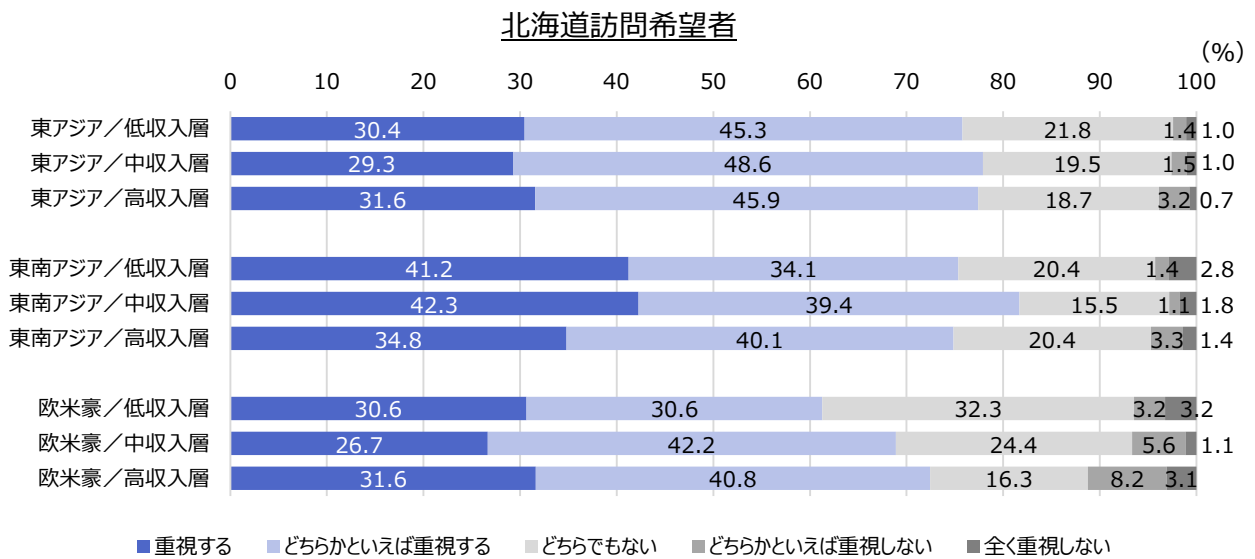
サステナブルな取組への考え方

全体

北海道訪問希望者

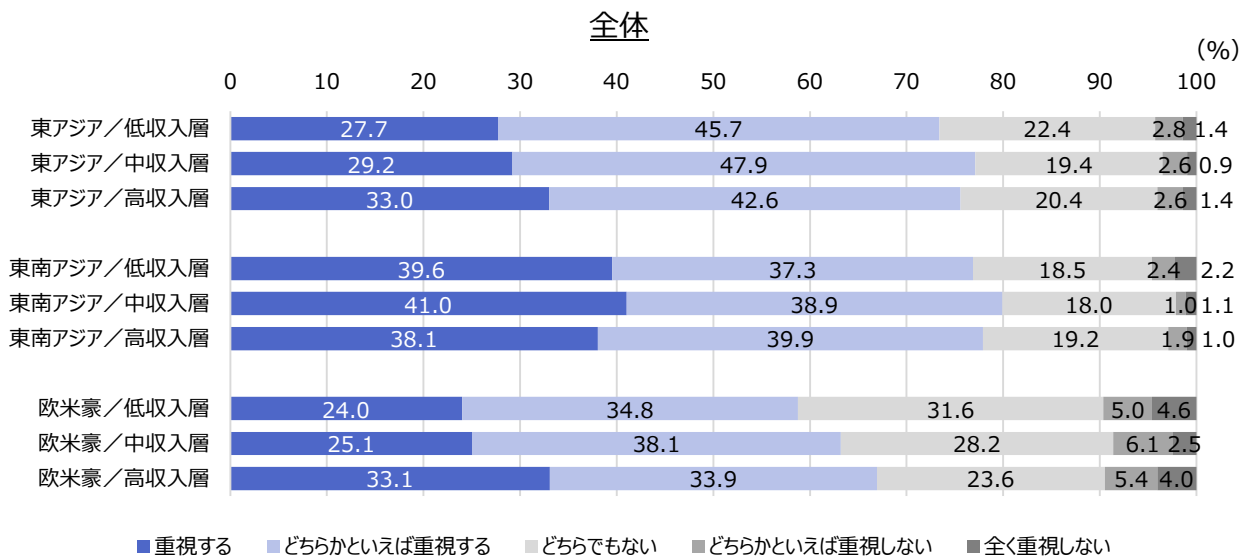
- 東アジア及び欧米豪ではいずれの収入層においても、回答者全体よりも北海道訪問希望者の方がサステナブルな取組を「重視する」、「どちらかといえば重視する」と答えた割合が高い。
- 欧米豪では北海道訪問希望者、回答者全体いずれにおいても、高収入層の「重視する」の割合が中収入層、低収入層に比べて高い。

※収入層の区分は、各国・地域の回答者を世帯収入順に3分の1ずつに分け、上位層を「高収入層」、中位層を「中収入層」、低位層を「低収入層」と区分したものである
 ※「サステナブルな取組」とは、地域の「自然や生物多様性の保全等」、「伝統・文化の保存・継承」、「地域経済の活性化や地域づくり」の保護と貢献への取組とする



回答はひとつ

東アジア/低収入層 (n=289)、東アジア/中収入層 (n=389)、東アジア/高収入層 (n=412)、
 東南アジア/低収入層 (n=211)、東南アジア/中収入層 (n=284)、東南アジア/高収入層 (n=362)、
 欧米豪/低収入層 (n=62)、欧米豪/中収入層 (n=90)、欧米豪/高収入層 (n=98)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成



回答はひとつ

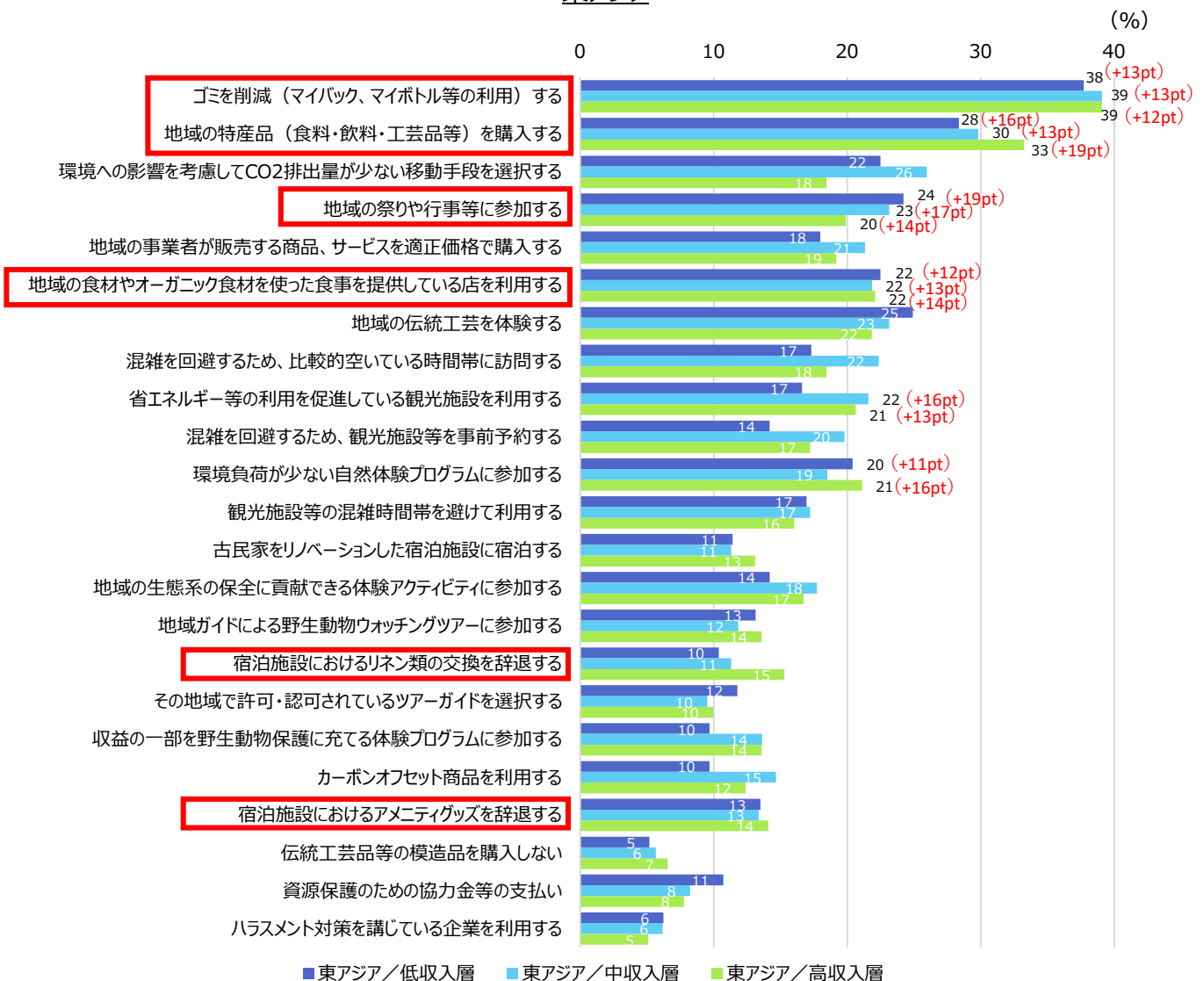
東アジア/低収入層 (n=635) 東アジア/中収入層 (n=743) 東アジア/高収入層 (n=721)
 東南アジア/低収入層 (n=675) 東南アジア/中収入層 (n=707) 東南アジア/高収入層 (n=720)
 欧米豪/低収入層 (n=696) 欧米豪/中収入層 (n=766) 欧米豪/高収入層 (n=644)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

旅行で実施したいサステナブルな取組

- 北海道訪問希望者は回答者全体よりも、地域や収入層にかかわらず「ゴミを削減する」、「地域の特産品の購入」の選択率が高くなっており、手軽に取り組みやすい項目を支持する回答者が多い。
- 回答者全体と北海道訪問希望者を比べた場合、北海道訪問希望者の方が「地域の祭りや行事等に参加する」「地域の食材やオーガニック食材を使った食事を提供している店を利用する」の割合が高くなっていった。
- 一方、「宿泊施設におけるリネン類の交換を辞退する」、「宿泊施設におけるアメニティグッズを辞退する」といった宿泊施設のサービスを断る選択肢は、北海道訪問希望者における選択率が回答者全体より低くなっている。

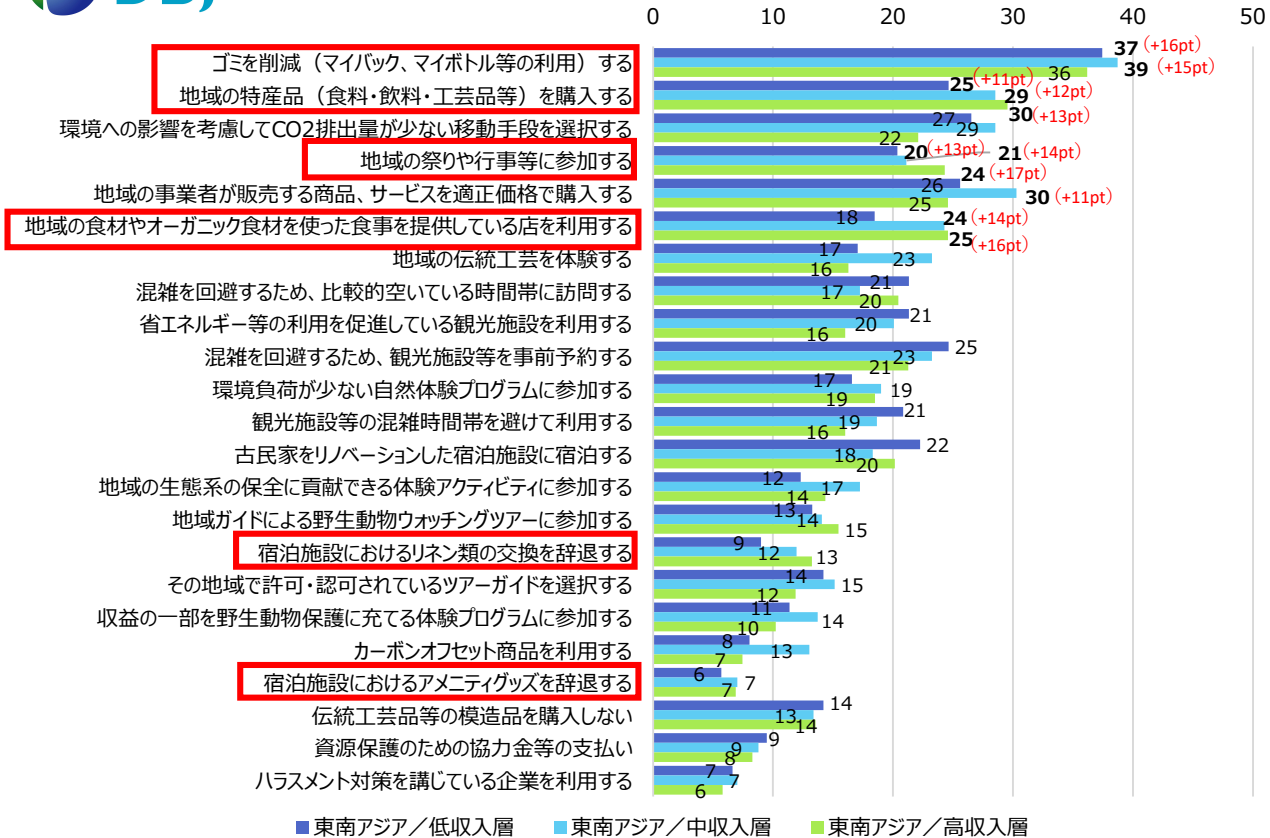
※収入層の区分は、各国・地域の回答者を世帯収入順に3分の1ずつに分け、上位層を「高収入層」、中位層を「中収入層」、低位層を「低収入層」と区分したものである
 ※「サステナブルな取組」とは、地域の「自然や生物多様性の保全等」、「伝統・文化の保存・継承」、「地域経済の活性化や地域づくり」の保護と貢献への取組とする

東アジア



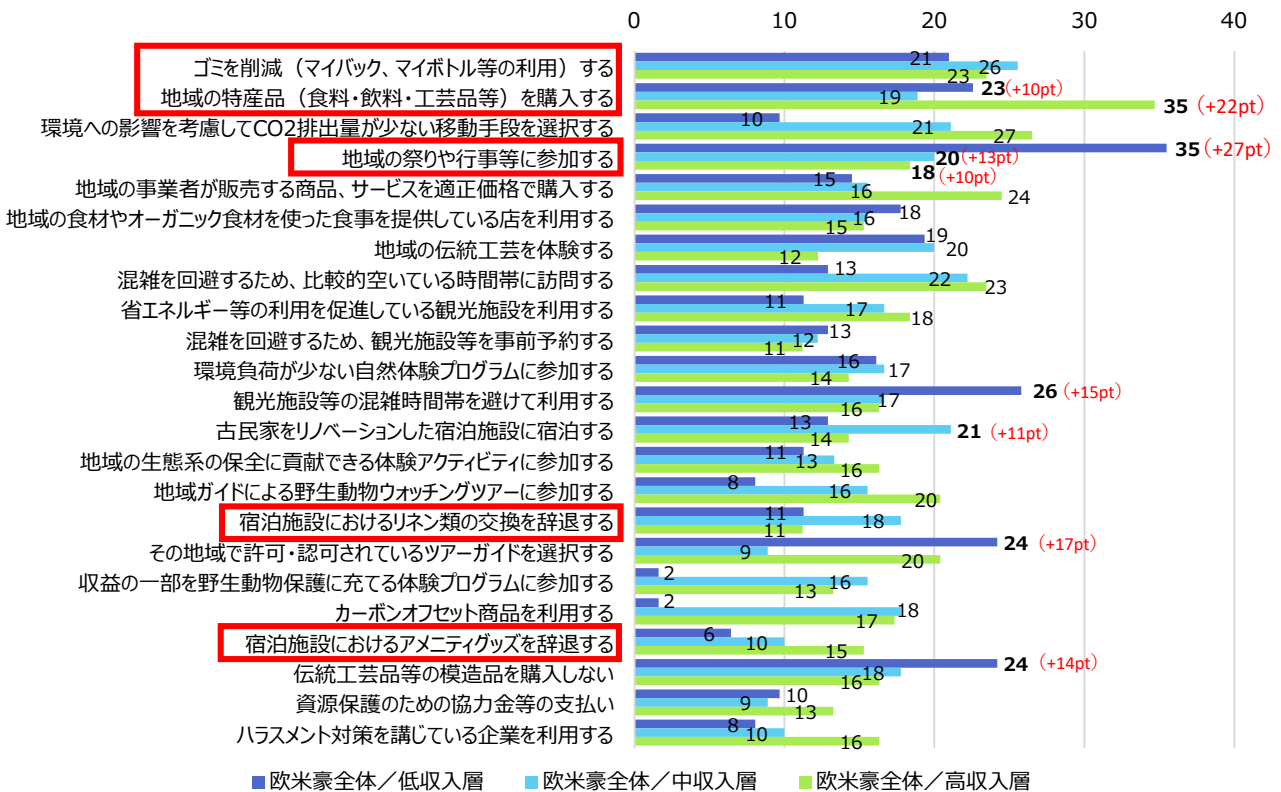
5つまで選択、()内は北海道訪問希望者の実施希望割合が回答者全体の実施希望割合より10ポイント以上高い項目について差分を示す。
 なお、回答者全体の結果はP29を参照

東アジア/低収入層 (n=289) 東アジア/中収入層 (n=389) 東アジア/高収入層 (n=412)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成



5つまで選択、() 内は、回答者全体の実施希望割合より10ポイント以上高い項目について差分を示す。
 なお、回答者全体の結果はP29を参照
 東南アジア/低収入層 (n=211) 東南アジア/中収入層 (n=284) 東南アジア/高収入層 (n=362)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

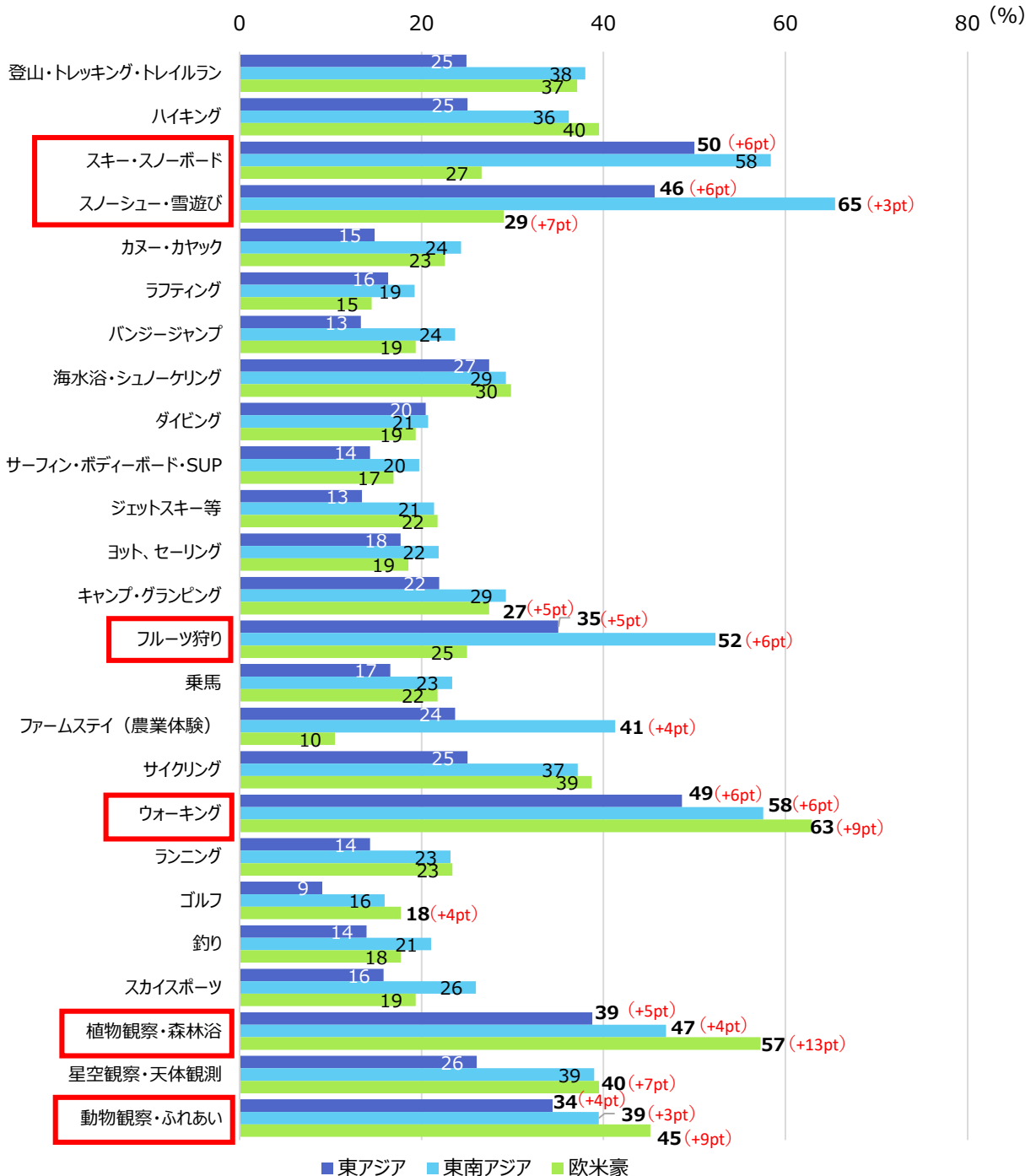
欧米豪



5つまで選択、() 内は、回答者全体の実施希望割合より10ポイント以上高い項目について差分を示す。
 なお、回答者全体の結果はP30を参照
 欧米豪/低収入層 (n=62) 欧米豪/中収入層 (n=90) 欧米豪/高収入層 (n=98)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

日本で体験したいアウトドアアクティビティ

- 「スキー・スノーボード」、「スノーシュー・雪遊び」は東アジア・東南アジアの体験ニーズが高く、温暖な国・地域における雪への憧れが推察される。
- 「フルーツ狩り」、「ファームステイ（農業体験）」は東南アジアの体験ニーズが高い。北海道の農作物へ高い関心を持たれている可能性がある。



あてはまるもの全て、()内は訪日旅行希望者の実施希望割合との差分。

なお、訪日旅行希望者の結果はP31を参照

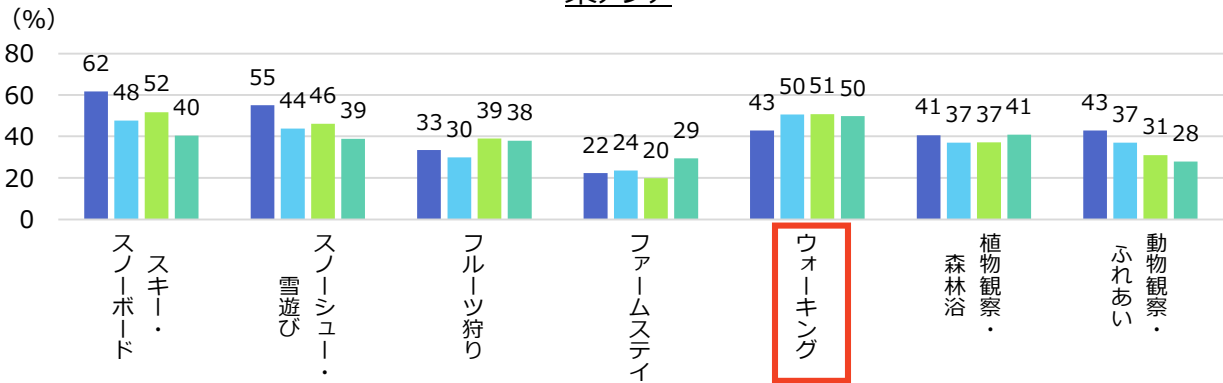
東アジア (n=802) 東南アジア (n=608) 欧米豪 (n=124)

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

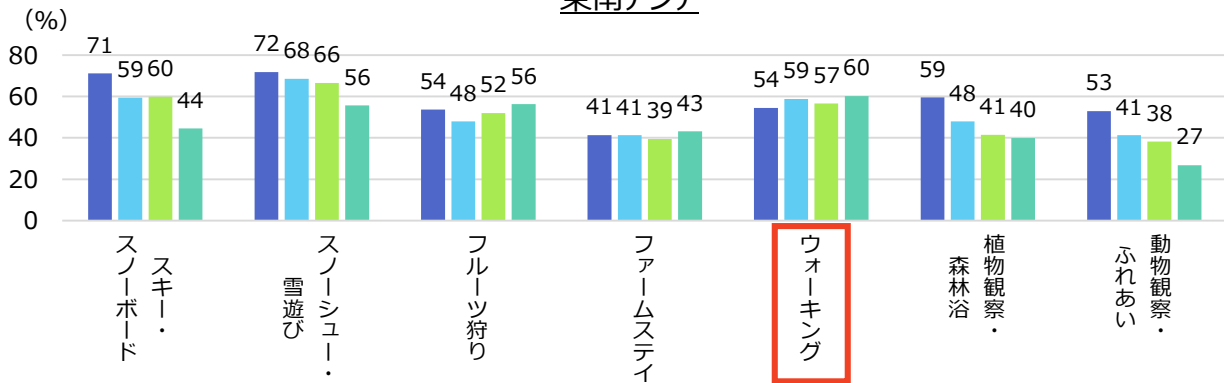
日本で体験したいアウトドアアクティビティ（年齢別）

- 40代、50代の選択率より20代、30代の選択率の方が高いアクティビティが多く、若年層の方がアウトドアアクティビティへの関心が高い傾向がある。
- 一方で、ウォーキングは年齢層問わずどの地域においても人気が高く、特に欧米豪では、50代以降の選択率が7割と高い。

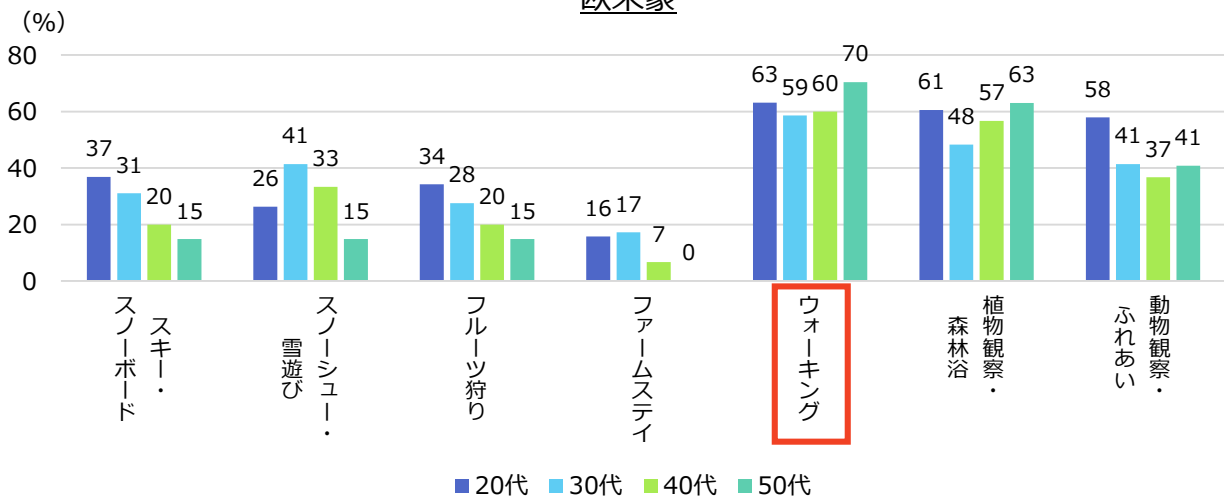
東アジア



東南アジア



欧米豪



■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代

あてはまるもの全て

東アジア/20代 (n=180) 東アジア/30代 (n=208) 東アジア/40代 (n=213) 東アジア/50代 (n=201)
 東南アジア/20代 (n=138) 東南アジア/30代 (n=165) 東南アジア/40代 (n=152) 東南アジア/50代 (n=153)
 欧米豪/20代 (n=38) 欧米豪/30代 (n=29、参考値) 欧米豪/40代 (n=30) 欧米豪/50代 (n=27、参考値)
 出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

4. サステナブル、アウトドアアクティビティのフィールドとなり得る国立公園のニーズ

イントロダクション：国立公園の更なる観光活性化

● 北海道における国立公園

- 独自の生態系や景観を有する北海道は、国立公園が6つと、国内でも有数の国立公園が集まる地域であり、**北海道観光にとって国立公園は重要な観光地の一つ**に位置付けられている。
- 一方で、北海道観光客数推移の伸びに対して、**国立公園利用者数には停滞傾向**が見られており、今後更なる北海道観光の活性化を図る上で、国立公園の魅力化を推進することは、一つの起爆剤になると考えられる（図1）。
- 一部国立公園では、全国地域に比して**訪日外国人の利用割合が高い傾向**が見られる中で、北海道を訪れる訪日外国人にとって、**道内国立公園の潜在的な観光ニーズは高い**ことが予想される。斯かる中で、訪日外国人は国立公園の利用拡大を図る上で重要なターゲットであり、**訪日外国人が求めるニーズに即した魅力化を行うことが重要**である（図2）。

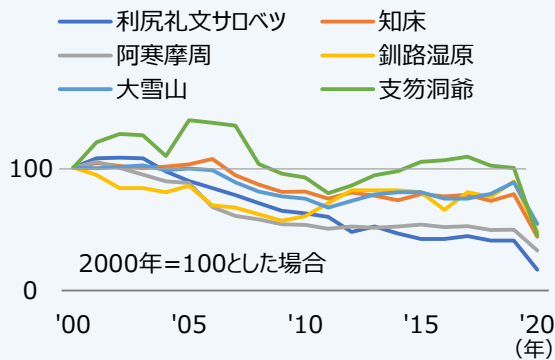
● 国立公園に関する国の施策動向

- 国立公園を管轄する環境省では、国立公園の保護と利用の好循環を生み出すべく、観光の切り口（国立公園満喫プロジェクト）や脱炭素の切り口（ゼロカーボンパーク）で、**国立公園の活性化を推進する施策を推進**している。そのような国の動きとも連携して国立公園の魅力化を推進していくことが重要である。

● 公園利用の有料化導入による財源確保・収益力向上

- 国立公園の自然保護および更なる魅力化を図る上で、財源確保は重要な観点である。
- 本調査においても、殆どの訪日外国人旅行者が国立公園の入場料の支払いを許容するとの結果も見られた中で、**財源確保策として利用者負担の仕組みづくり**が考えられ、一部国立公園では、そのような取組が推進されている（図3）。
- 入場料の收受のみならず、ツアー料金への上乗せ、施設利用料の收受、飲食物等の売上の一部還元等が利用者負担として考えられ、これらを導入することで、**利用が国立公園の保護・収益力向上に繋がる好循環の形成**が期待される。

図1：道内国立公園利用者数推移



出典：環境省「自然公園等利用者数調査」

図2：2019年における道内国立公園利用者数（万人）

| 公園名 | 総利用者数 | 訪日外国人利用者数 | 訪日外国人比率(%) |
|----------|--------|-----------|------------|
| 利尻礼文サロベツ | 57 | 0.9 | 1.6 |
| 知床 | 177 | 1.4 | 0.8 |
| 阿寒摩周 | 342 | 5.1 | 1.5 |
| 釧路湿原 | 50 | 3.4 | 6.9 |
| 大雪山 | 548 | 8.3 | 1.5 |
| 支笏洞爺 | 1,051 | 95.9 | 9.1 |
| 参考:全国計 | 36,915 | 722.8 | 2.0 |

出典：環境省「自然公園等利用者数調査」

図3：公園利用に伴う利用者負担事例

| 種別 | 概要・事例 | 導入事例 |
|--------|------------------------------------|-------------------------------|
| 利用料金 | 一部地区の立入り・施設・サービス利用の対価として、支払いを求めるもの | 知床・知床五胡入場料 吉野熊野・西大台地区立入料 |
| 協力金 | 公園利用に伴う対価を任意で支払いを求めるもの | 大山隠岐・入山協力金、 十和田八幡平・環境保全協力金 |
| 法定外目的税 | 公園利用に伴う対価を税金として徴収するもの | 富士箱根伊豆・河口湖遊漁税 中部山岳・乗鞍環境保全税 |

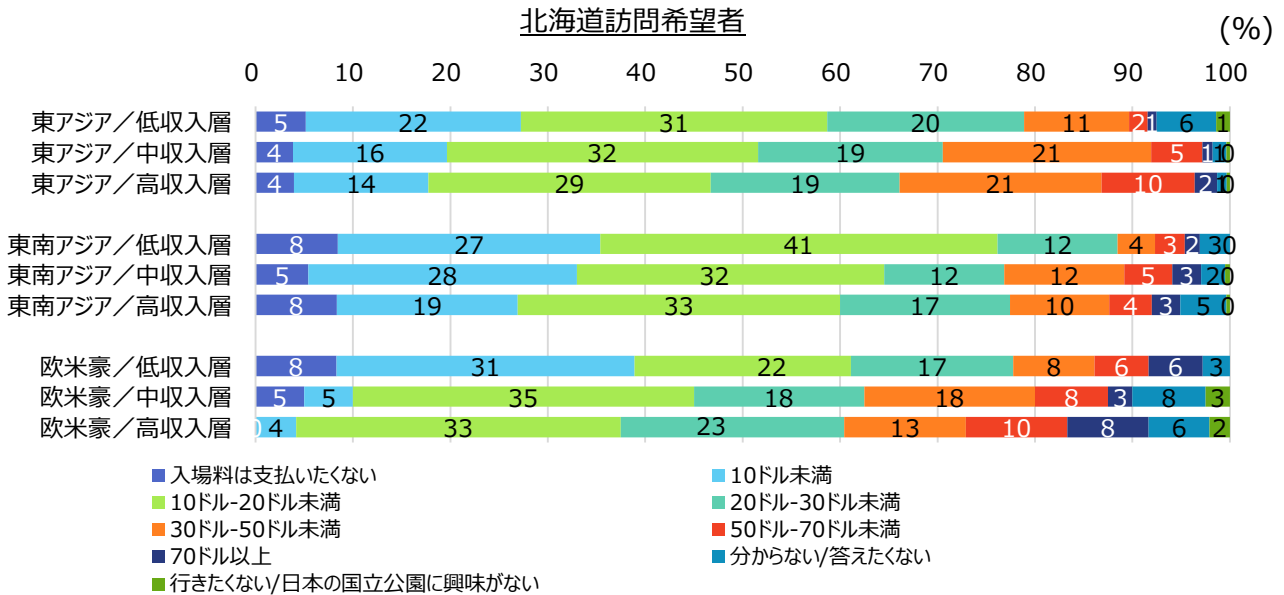
出典：DBJ作成

国立公園の入場料として支払ってもよい金額

訪日旅行
希望者

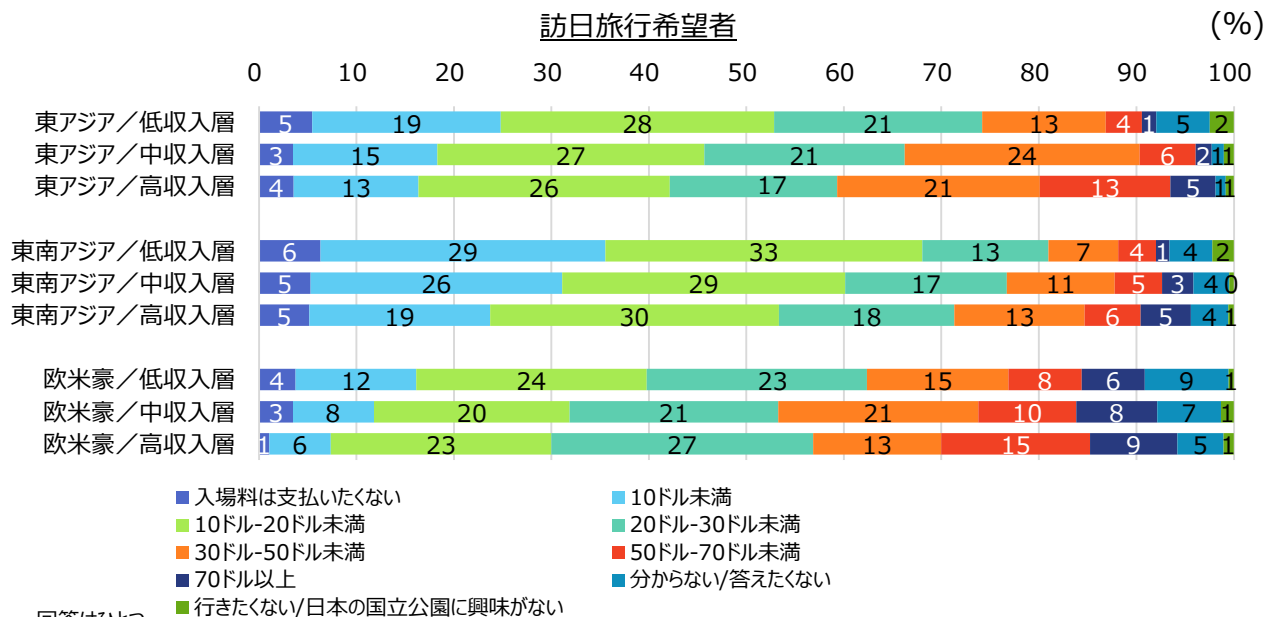
北海道訪問
希望者

- 北海道訪問希望者は、訪日旅行希望者全体よりも低い金額の選択率が高くなっており、国立公園入場料の支払許容額が低い傾向にある。
- 収入層が上がるほど、支払いを許容する入場料は高くなっている。
- 地域別では、東南アジアの許容額が東アジア・欧米豪に比べて低くなっている。
- 10ドル～20ドル未満であれば、どの収入層も過半数は支払いを許容している。



回答はひとつ、%

東アジア/低収入層 (n=213) 東アジア/中収入層 (n=285) 東アジア/高収入層 (n=304)
 東南アジア/低収入層 (n=130) 東南アジア/中収入層 (n=203) 東南アジア/高収入層 (n=275)
 欧米豪/低収入層 (n=36) 欧米豪/中収入層 (n=40) 欧米豪/高収入層 (n=48)



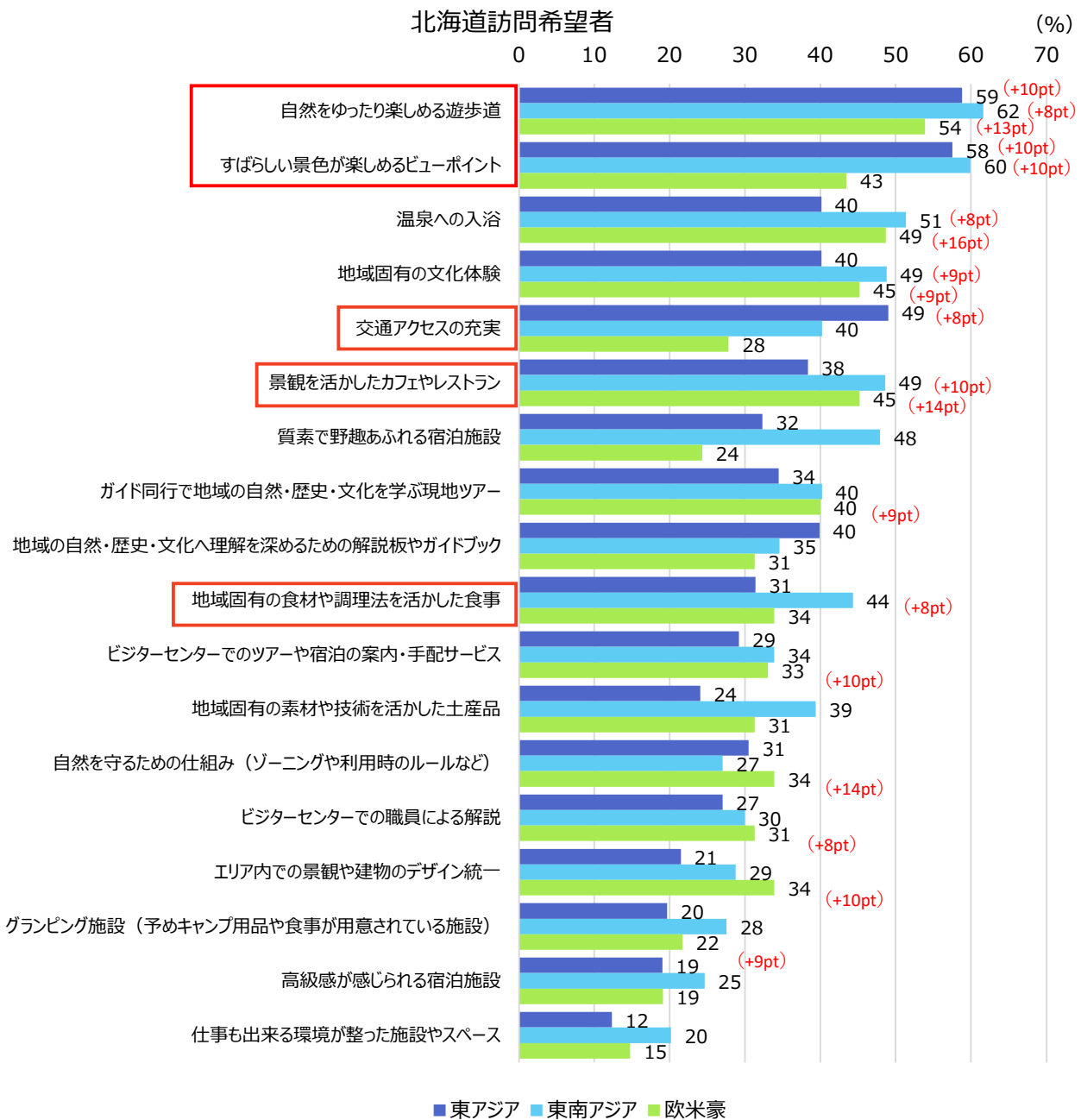
回答はひとつ

東アジア/低収入層 (n=403) 東アジア/中収入層 (n=486) 東アジア/高収入層 (n=477)
 東南アジア/低収入層 (n=363) 東南アジア/中収入層 (n=434) 東南アジア/高収入層 (n=523)
 欧米豪/低収入層 (n=186) 欧米豪/中収入層 (n=229) 欧米豪/高収入層 (n=190)

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

日本の国立公園に求めるもの

- ほぼ全ての項目において、北海道訪問希望者の方が訪日旅行希望者よりも希望割合が高い。
- 遊歩道やビューポイントといった、自然景観そのものを楽しむ項目が上位に入っている。
- 「交通アクセスの充実」を求める回答者は、北海道訪問経験者が多い東アジアに多い。回答者が以前来道した際に、交通面で不便を感じていた可能性がある。
- 「景観を活かしたカフェやレストラン」及び「地域固有の食材や調理法を活かした食事」は東南アジアの選択率が高い。東南アジアはムスリムが多い地域でもあるので、ハラール対応食の充実も望まれる。



あてはまるもの全て、() 内は訪日旅行希望者の実施希望割合との差分。

なお、訪日旅行者の結果はP32を参照

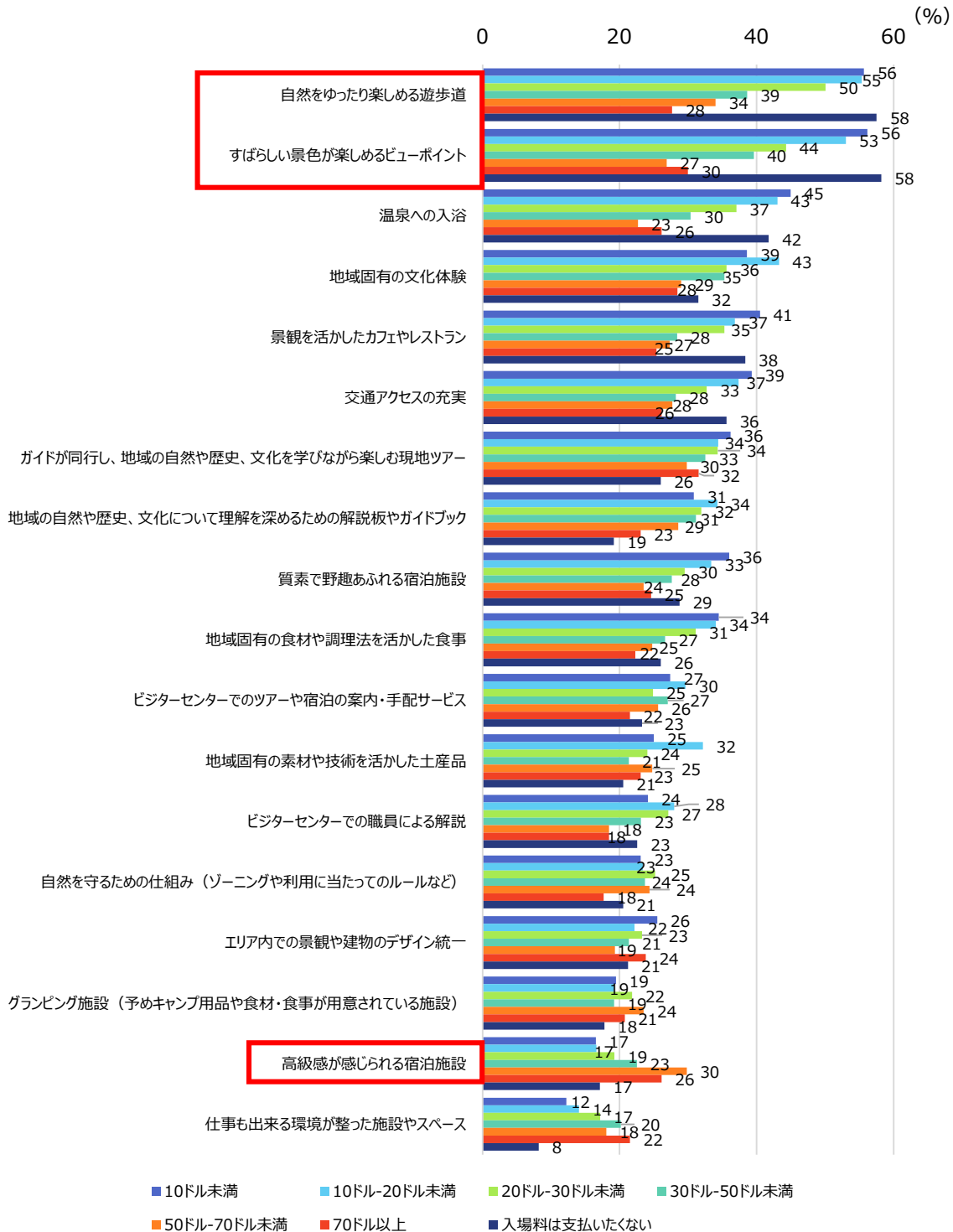
東アジア (n=777) 東南アジア (n=584) 欧米豪 (n=115)

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

日本の国立公園に求めるもの（入場料許容額別）

北海道訪問
希望者

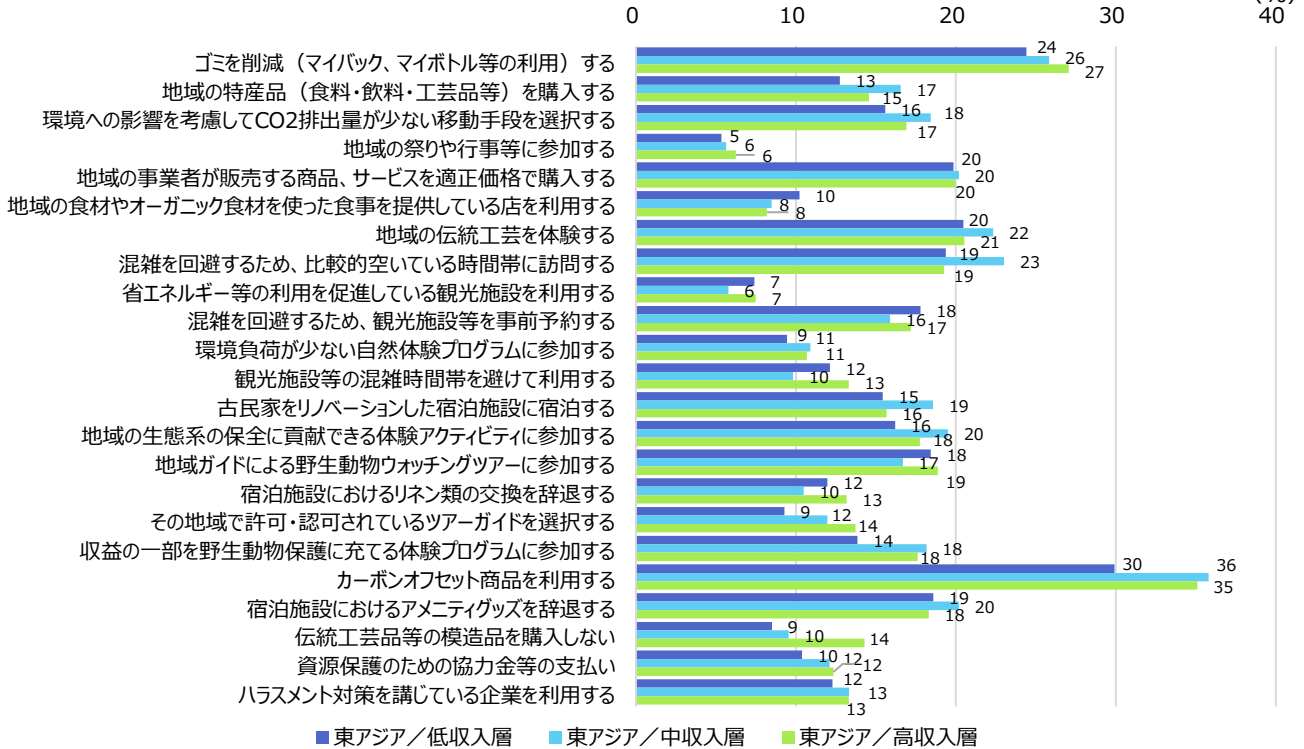
- 「日本の国立公園に求めるもの」を支払ってもよい入場料の金額別に分析したところ、「入場料は払いたくない」や入場料の許容額が低い回答者の方が、許容額が高い回答者より、一般的に無料で利用できるもの（遊歩道、ビューポイント）を求める傾向にある。
- 「高級感を感じられる宿泊施設」は、入場料の許容額が高い回答者の選択率が大きい。



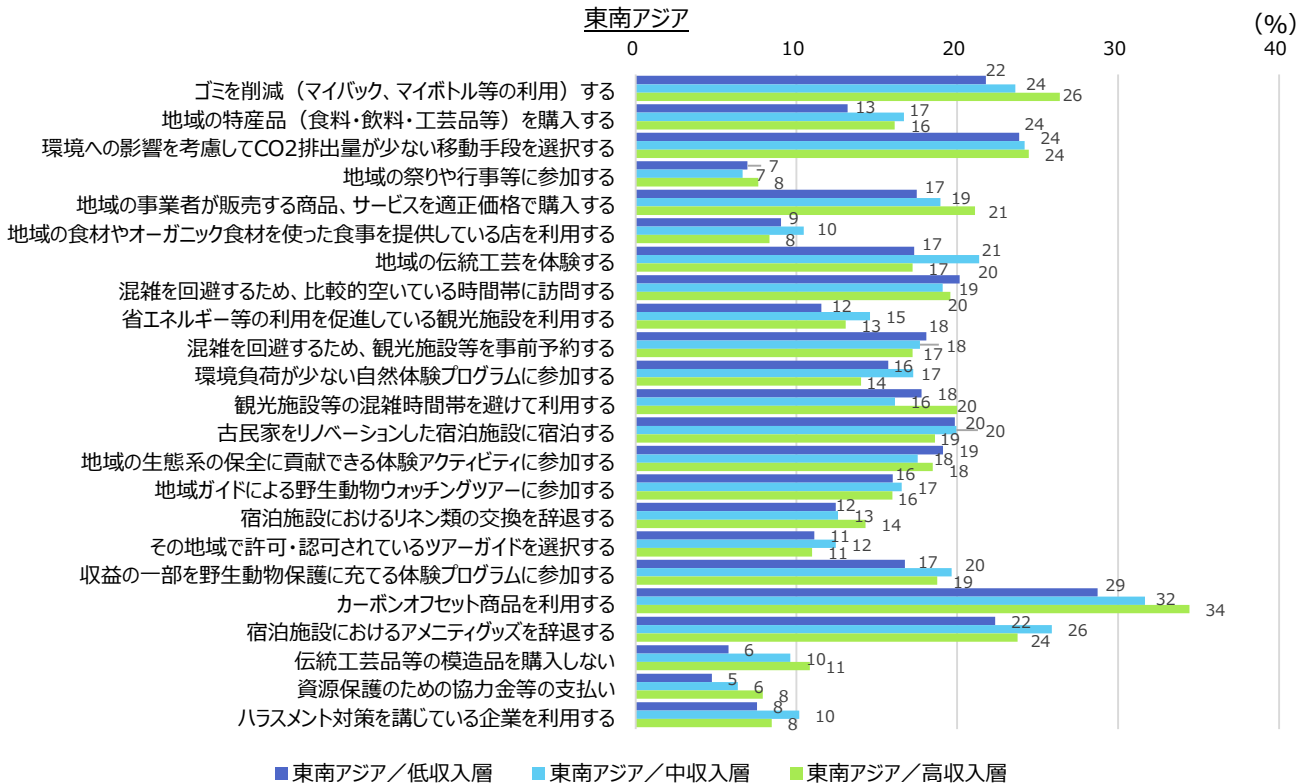
あてはまるもの全て、10ドル未満（n=580）10ドル-20ドル未満（n=901）20ドル-30ドル未満（n=623）30ドル-50ドル未満（n=510）50ドル-70ドル未満（n=238）70ドル以上（n=130）入場料は支払いたくない（n=146）
出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

(参考)旅行先で実施したいサステナブルな取り組み

東アジア



東南アジア



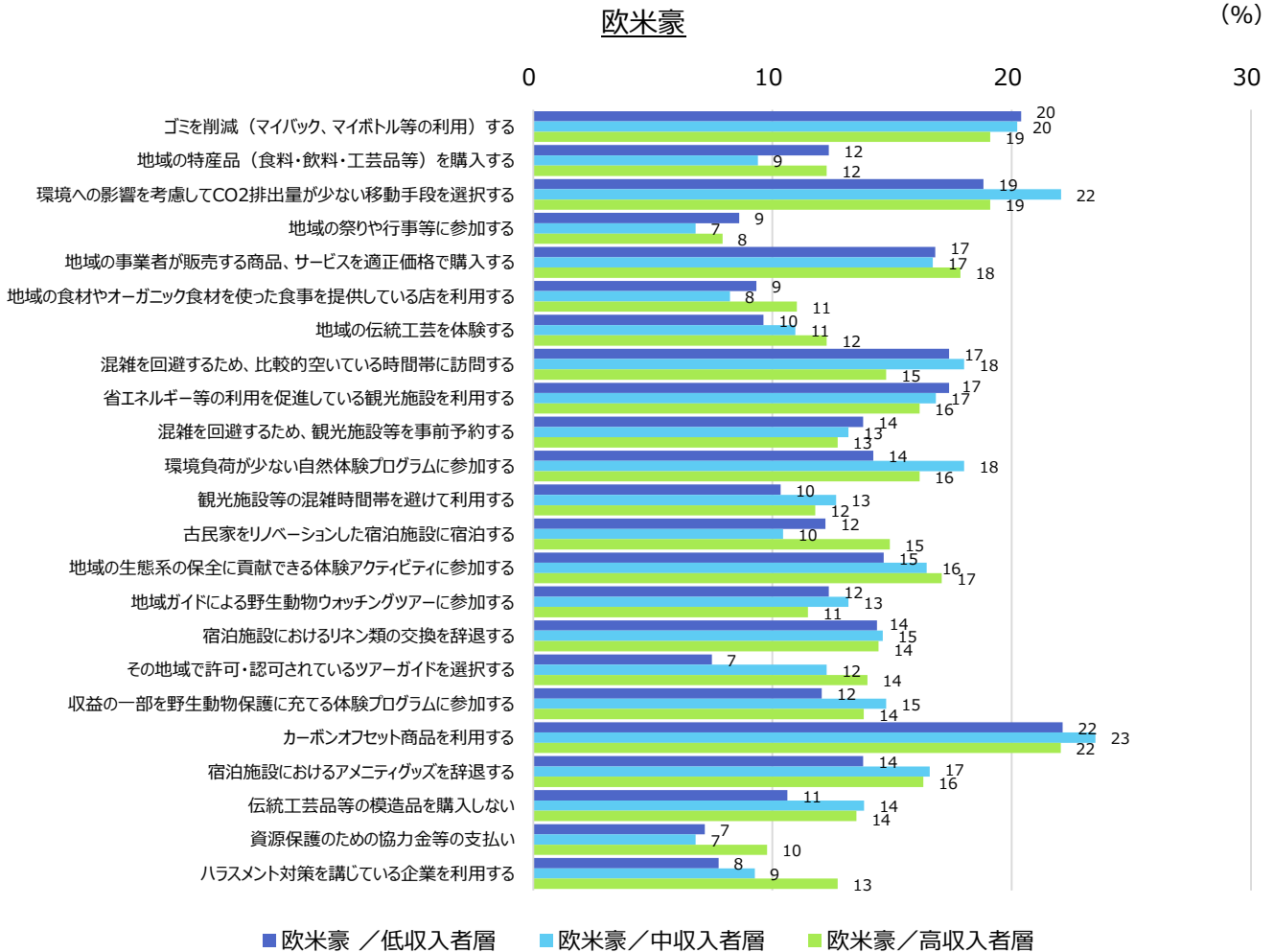
5つまで選択

東アジア/低収入層 (n=635) 東アジア/中収入層 (n=743) 東アジア/高収入層 (n=721)

東南アジア/低収入層 (n=675)、東南アジア/中収入層 (n=707)、東南アジア/高収入層 (n=720)

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

(参考)旅行先で実施したいサステナブルな取り組み

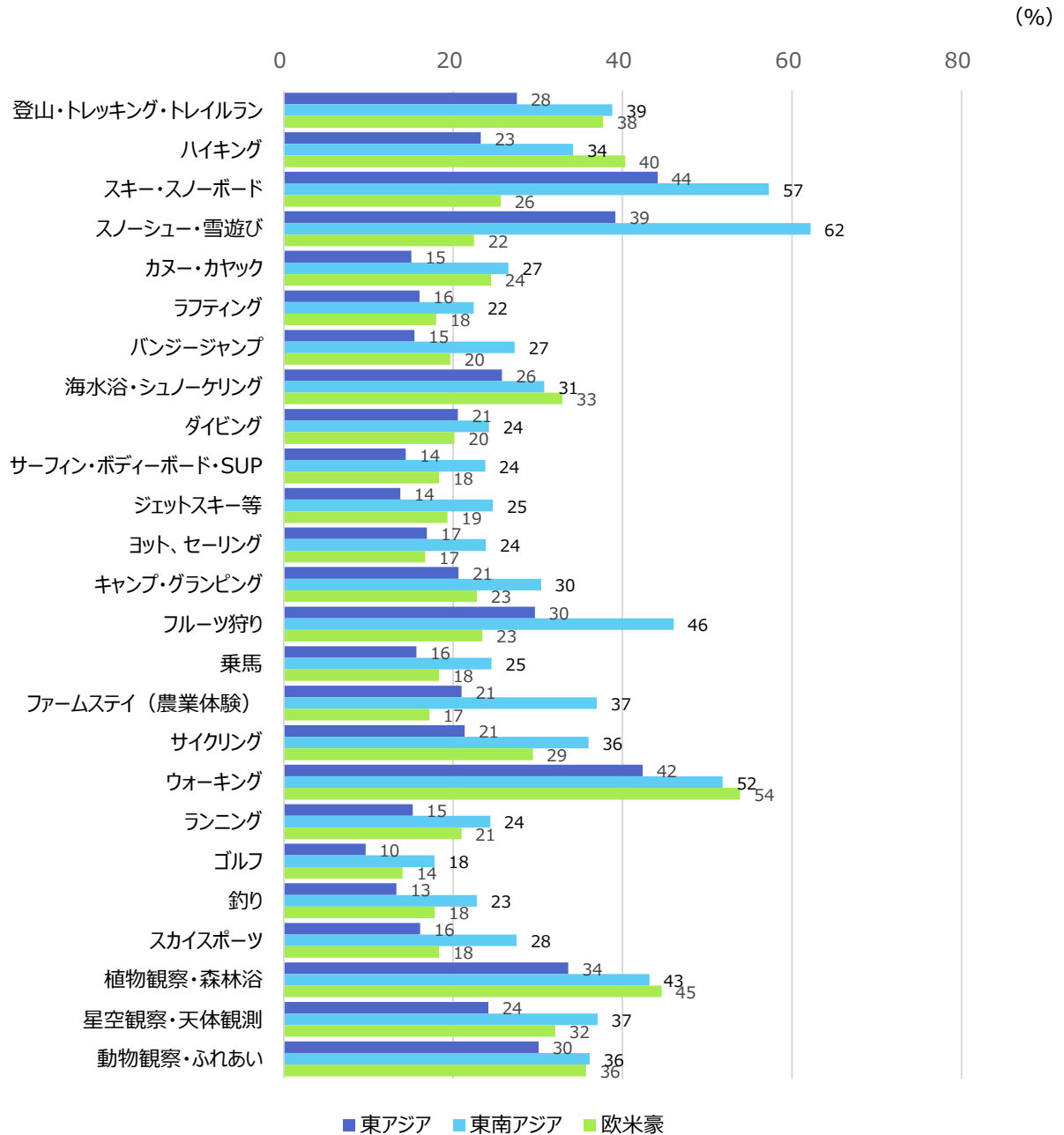


5つまで選択

欧米豪/低収入層 (n=696) 欧米豪/中収入層 (n=766) 欧米豪/高収入層 (n=644)

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

(参考) 日本で体験したいアウトドアアクティビティ



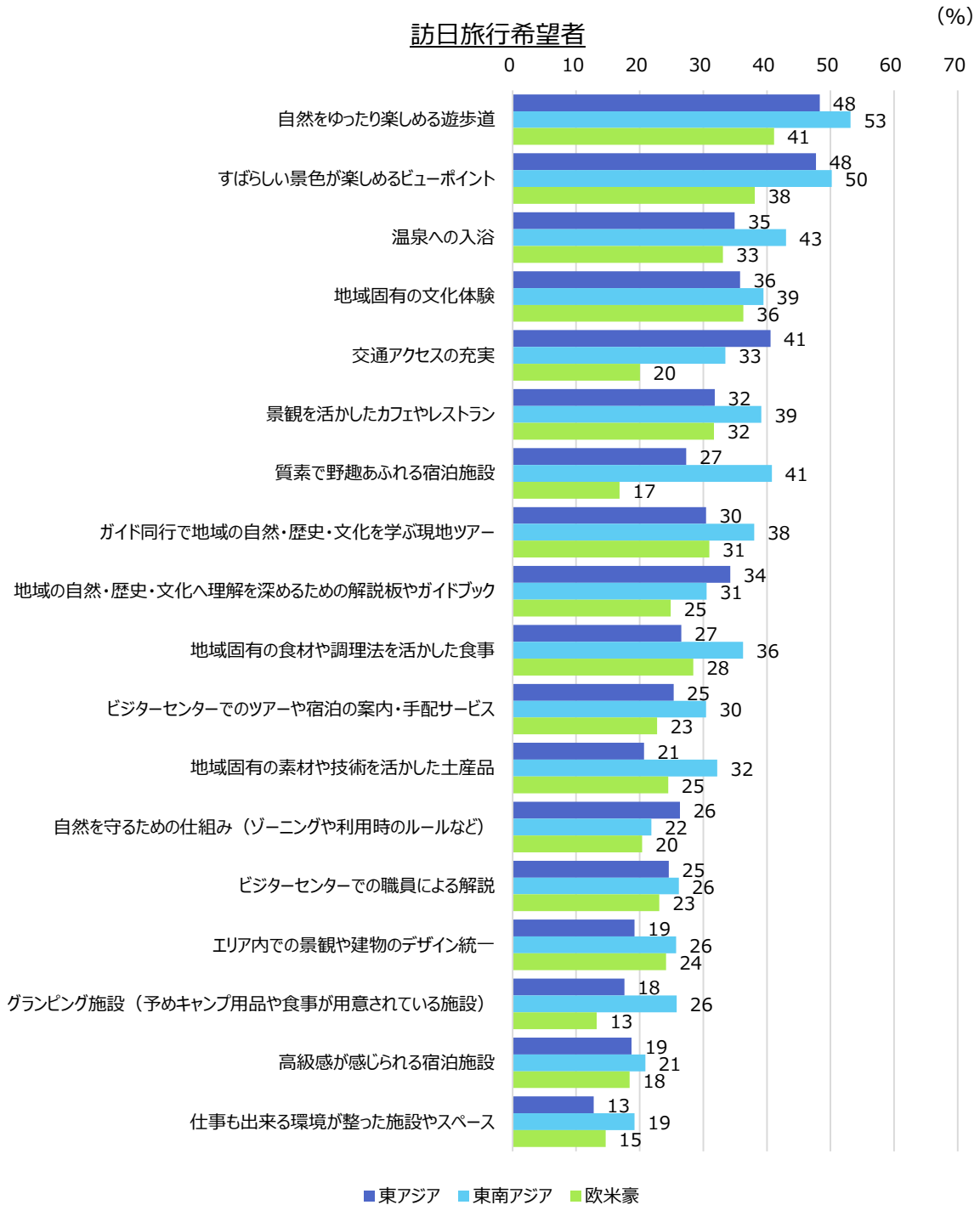
あてはまるもの全て

東アジア (n=1,366) 東南アジア (n=1,320) 欧米豪 (n=605)

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成

(参考) 日本の国立公園に求めるもの

訪日旅行
希望者



あてはまるもの全て

東アジア (n=1,314) 東南アジア (n=1,255) 欧米豪 (n=559)

出典：DBJ・JTBFアジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年6月調査より作成



©Development Bank of Japan Inc.2023

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/>