



北海道観光のくにづくり行動計画（第五期）

北海道経済部観光局観光振興課

はじめに

北海道では「北海道観光のくにづくり条例^{*1}」に基づき、令和3年度から令和7年度までの第5期となる「北海道観光のくにづくり行動計画」を策定しました。

この計画は、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あるとともに、道政の基本方向を総合的に示す「北海道総合計画」の特定分野別計画として位置づけられているものです。

第1 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8.9億人に減少しましたが、それ以降は10年連続で増加しており、2019年には、14.6億人となっています。

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となりました。

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たこともあり、2020年の訪日外国人旅行者数は412万人となりました。

^{*1} 北海道観光のくにづくり条例
平成13年10月19日施行。

第2 北海道観光の現状と課題

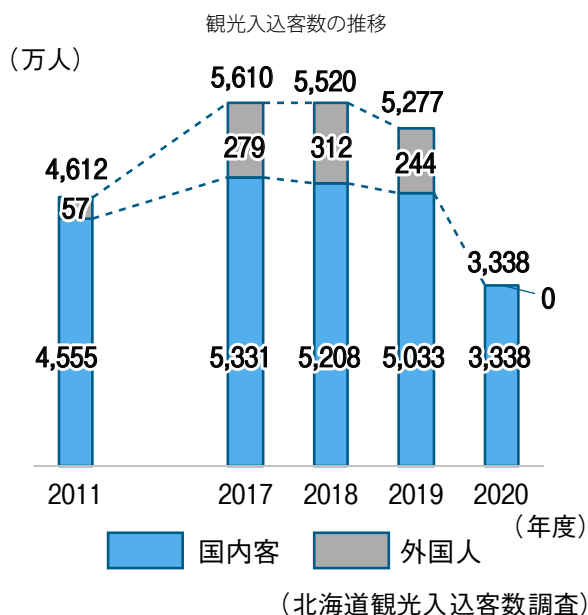
1 北海道観光の現状

(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5,277万人となり、更に2020年度は、前年比36.7%の減となる3,338万人となりました。

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244万人となり、更に2020年度の訪日外国人来道者数は0万人となりました。

(2) 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円となり、道外客は70,773円となりました。

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。

観光消費額単価の推移と内訳

○ 2015年度

	道内客	道外客	外国人
観光消費額単価	12,865	73,132	178,102
内訳			
交通費	3,725	16,734	62,235
宿泊費	2,518	23,721	26,335
飲食費	1,768	12,465	17,333
買い物費	3,691	13,829	61,507
娯楽等サービス費	1,163	6,383	10,692

(第6回北海道観光産業経済効果調査)

○ 2019年度

	道内客	道外客	外国人
観光消費額単価	13,432↑	70,773↓	138,778↓
内訳			
交通費	4,095↑	20,856↑	42,128↓
宿泊費	2,456↓	21,334↓	39,977↑
飲食費	2,764↑	14,267↑	22,926↑
買い物費	3,465↓	11,367↓	25,302↓
娯楽等サービス費	651↓	2,949↓	8,445↓

(北海道来訪者満足度調査（(公社)北海道観光振興機構）)

(3) 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。

一方、「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%、道外客は44.3%、訪日外国人来道者は51.3%となりました。

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

第4期の計画期間である2018年度から2020年度は、災害や感染症、国際情勢などにより、観光関連産業は大きな影響を受けたことから、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・地域の分散化などにより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

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。

(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

民間の調査によると、コロナを契機として旅行先での「三密回避」の傾向が強まる一方、自然観光が引き続き高い人気を維持しています。このように、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。

*2 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3 北海道観光が将来的にめざす姿

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した。

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。

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
- ◆道民の誇りをもって観光地づくりに関与（HOKKAIDO LOVE!）^{*2}
- ◆アジアに加え、「ATWS北海道／日本^{*3}」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

*3 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った。

第4 計画期間内の基本的な考え方

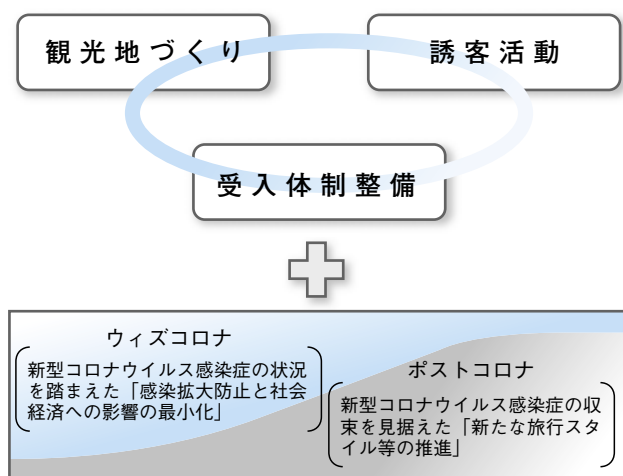
1 目標

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。



第5 施策展開の方向性及び各施策

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、「新北海道スタイル^{*4}」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。

*4 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。

(施策の柱)

- (1) 新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
- (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
- (3) 積極的な情報発信
- (4) 環境と共生する観光の推進

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。

(施策の柱)

- (1) 人口減少社会における道内観光の高付加価値化
- (2) 地元（道民）からも愛される観光地づくり
- (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
- (4) 富裕層向け商品・サービスの充実による質の向上
- (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

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。

*5 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。

（施策の柱）

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

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^{*5}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。

（施策の柱）

- (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
- (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
- (3) MICE^{*6}・IR^{*7}など新たなインバウンド等の取込方策の検討

5 観光インフラの強靱化^{きょうじん}

「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。

（施策の柱）

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

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。

*6 MICE

「マイス」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。

（施策の柱）

- (1) 観光関係団体等との連携推進
- (2) 観光振興に係る安定的な財源の確保

第6 目標指標

本計画期間内では施策別に次の目標指標を設定しました。なお、インバウンド関連の目標指標については、国の次期「観光立国推進基本計画」公表後に検討し、設定予定です。

1 クリーン×セーフティ北海道

- コロナ対応の評価(5点満点)
道内客：5点 道外客：5点

2 量×質の追求

- 満足度(とても満足したと回答した割合)
道内客：40% 道外客：50%
- 観光消費額単価
道内客：15,000円 道外客：79,000円

3 旅行者比率のリバランス

- 観光入込客数
道内客：4,880万人 道外客：700万人
- リピーター数(2回以上の来訪) 道外客：570万人
- 道内入込客数の内、宿泊者数 1,074万人
- 繁忙・閑散期の宿泊延数比率 60%
- 道央圏以外の宿泊者数 1,540万人泊

4 新しい旅行スタイルの推進

- 観光消費額単価の内、コト消費の割合
道内客：10% 道外客：10%
- 宿泊客延数 国内客：3,500万人泊
- 長期滞在者数(5泊以上) 道外客：112万人

5 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) 22%
- アウトドア関連人材指標
北海道アウトドア活動振興推進計画決定後に設定

*7 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）

第7 観光振興に向けた行動指針と役割

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、北海道観光のくにづ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。

1 道民

身近な北海道の魅力を確認し、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、等。

2 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、等。

3 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、等。

4 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、等。

5 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、等。

6 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、等。

おわりに

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あることから、道では全庁横断的に施策を推進し、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。

第5期「北海道観光のくにづくり行動計画」の詳細は、HPをご参照ください。

https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/252-kodo_keikaku/koudoukeikaku.html