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

- 新北海道スタイル、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、「新北海道スタイル」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) 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

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「新北海道スタイル」の浸透・定着に向けた取組を促進します。また、「新北海道スタイル」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）
- ○ 新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
- ○ 新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[14]や FCV[15]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[16]」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）

---

[14] EV(Electric Vehicle)：電気自動車

[15] FCV(Fuel Cell Vehicle)：燃料電池自動車

[16] ゼロカーボン北海道：道内の CO_2 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

アドベンチャー・トラベル（ＡＴ）とは

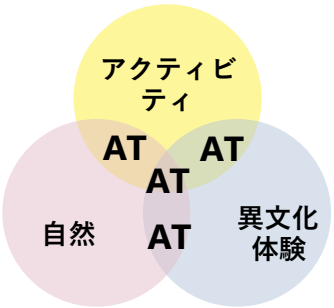
【定義】

- 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

【AT市場の状況】

- 市場規模：70兆円以上（ATTAによる）
- 欧米豪の富裕層を中心に年々拡大
- AT旅行者の観光消費額は、通常旅行者の約２倍

ATの概念図



(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[17]等シームレス交通の全道展開

[17] 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・発進のほか、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[18]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

[18] 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客を獲得するため、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[19]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[20]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

---

[19] 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。

[20] 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
- ○ 観光客も利用しやすい医療体制の整備
- ○ 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「日本版持続的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、「日本版持続的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[21]の数(万人)	80	112
	外国人[22](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[23]（%)	57.1	60
	道央圏以外の宿泊者数[24](万人泊)	1,261	1,540
	地方空港利用来道率[25](%)	19.8	22
満足度[26]	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[27]	-	-
	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	-	-

[21] 長期滞在者：目標指標上は５泊以上と定義。

[22] 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。

[23] 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。

[24] 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。

[25] 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。

[26] 満足度：「とても満足した」と回答した割合。

[27] 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。

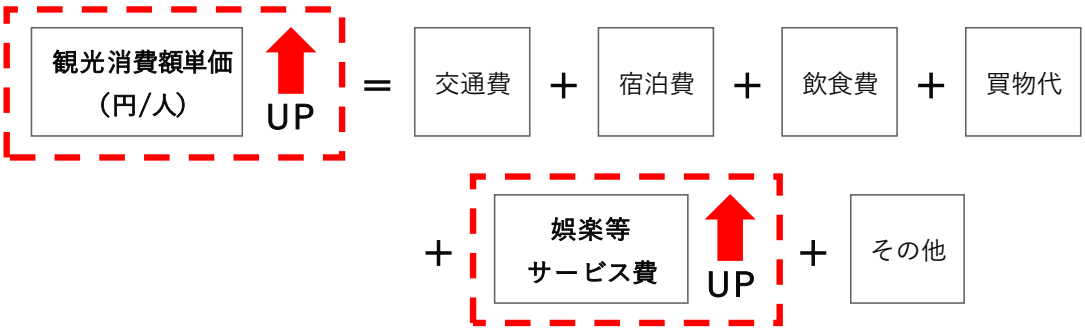
施策展開の方向	指標	分類	基準（2019 年度）	目標（2025 年度）
クリーン×セーフティ北海道	コロナ対応の評価(点)	道内客	(2020 年度)4.4	5
		道外客	(2020 年度)4.5	5
量×質の追求	満足度(%)	道内客	31.6	40
		道外客	44.3	50
	観光消費額単価(円)	道内客	13,432	15,000
		道外客	70,773	79,000
		外国人	138,778	-
旅行者比率のリバランス	観光入込客数(万人)	道内客	4,441	4,880
		道外客	592	700
		外国人	244	-
	リピーター数(万人)	道外客	471	570
	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

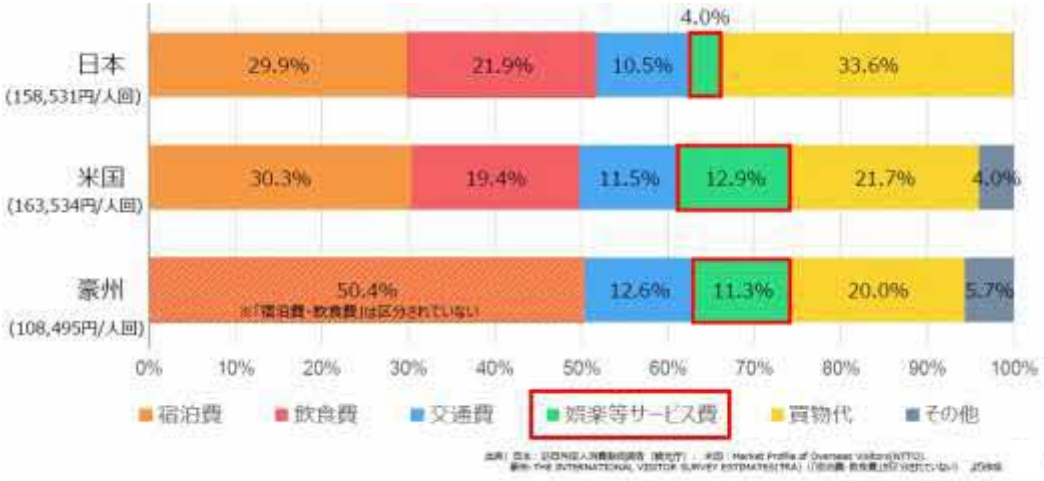
観光消費額単価は「交通費」、「宿泊費」、「飲食費」、「買物代」、「娯楽等サービス費」、「その他」の６項目で構成されますが、「娯楽等サービス費」、いわゆる「コト消費」の項目がまだ低い状況です。北海道には、アウトドアアクティビティが豊富にあるため、「ATWS 北海道／日本」を契機とした、アドベンチャートラベル市場の拡大やその他の体験型観光の推進等による、「娯楽等サービス費」の向上により、観光消費額単価の向上を目指します。



■　（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※⑫

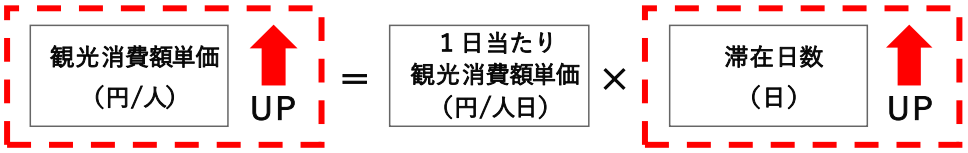
分類		2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
日本人	宿泊	4.8%	4.8%	5.1%	6.7%	6.5%
	日帰り	9.1%	9.9%	10.3%	12.0%	13.4%
外国人		3.0%	3.0%	3.3%	3.9%	4.0%

■ 各国を訪問する外国人旅行者の旅行消費額の内訳(2019 年)※⑯



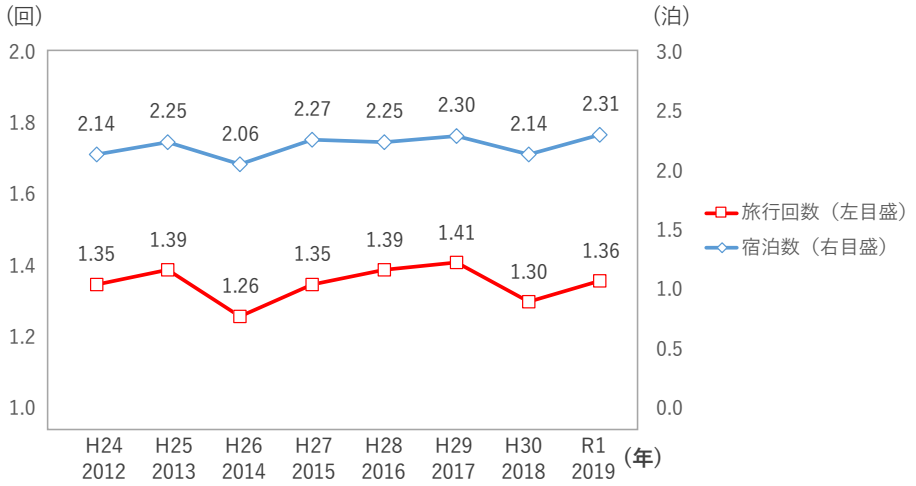
イ　滞在日数の長期化

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※⑰



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。

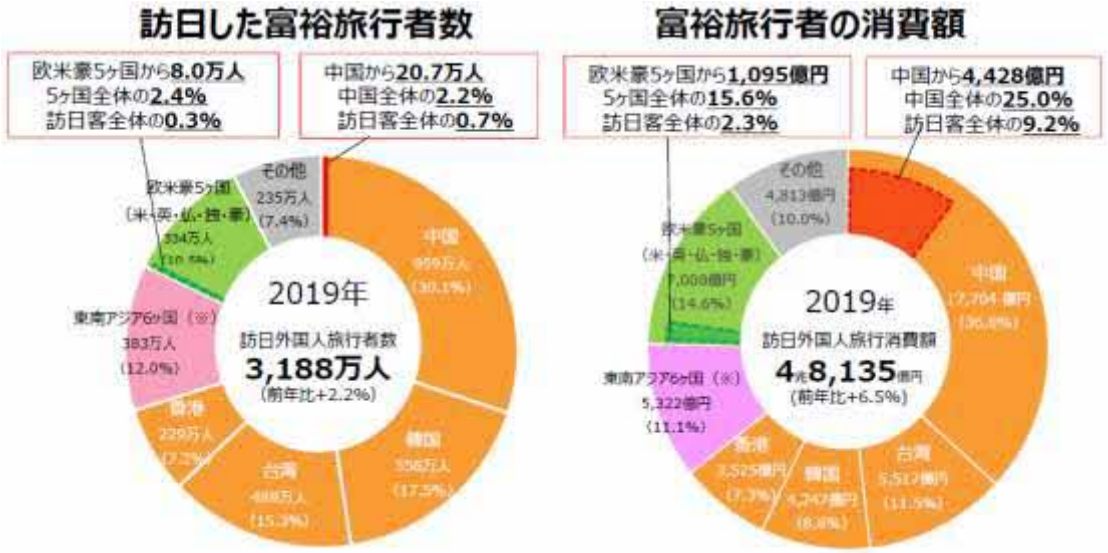
■ 国・地域別来道者の割合と道内宿泊数※⑧

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

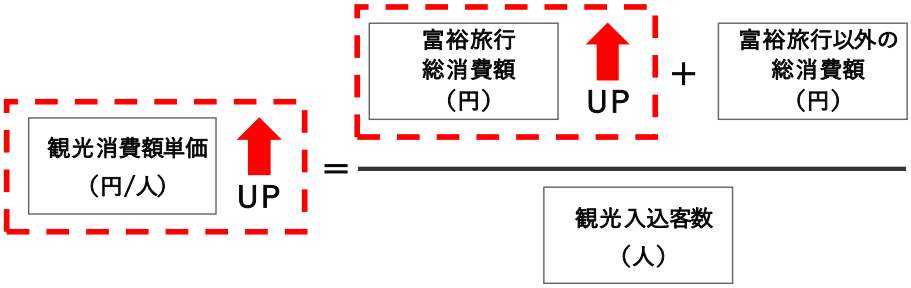
ウ　富裕旅行[28]の獲得

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※⑱



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※⑲

28 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

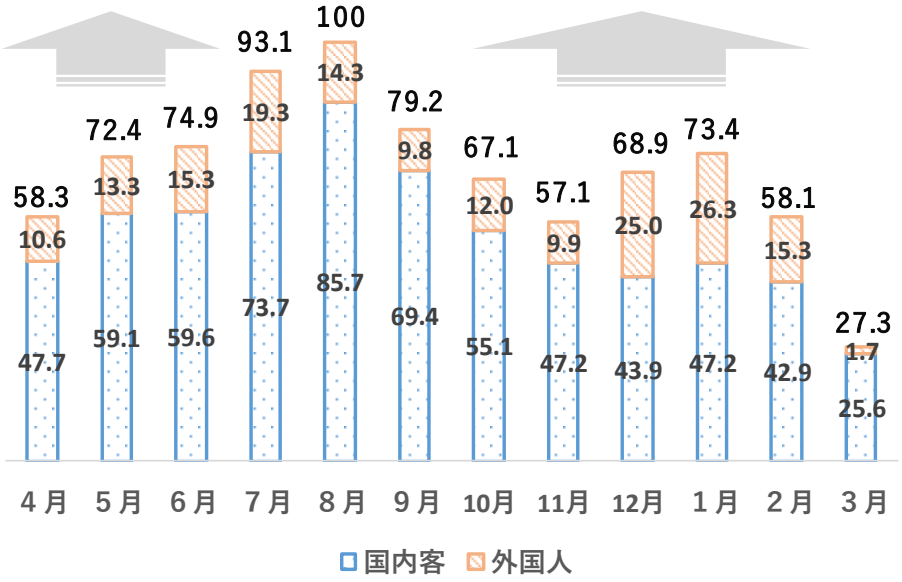
ア　閑散期における地域資源を活かした魅力向上

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。

新型コロナウィ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)※⑤



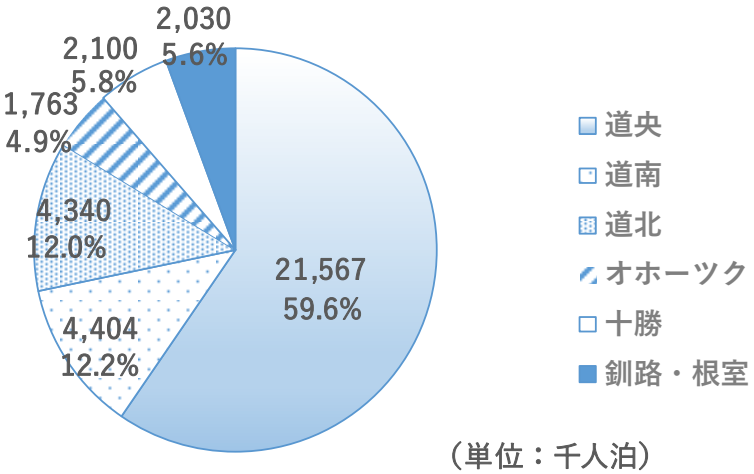
■ 年度別・月別宿泊客延数(８月を 100 とした場合)※⑤

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

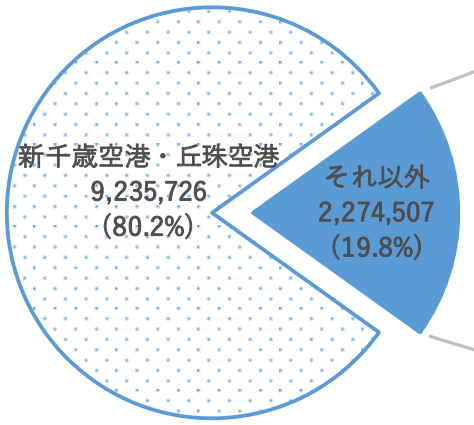
北海道の観光客は道央圏に集中し、特に道外観光客については、新千歳空港・丘珠空港の利用が集中していることから、各地方空港を核とした地域の魅力を高める滞在型観光地づくりを促進し、道外から各地方空港へのアクセス数増加を目指します。

■ 地域別宿泊客延べ数と割合(2019 年度)※⑤



（単位：千人泊）

■ 道内空港別来道者数と割合(2019 年度)※⑦



（単位：人）

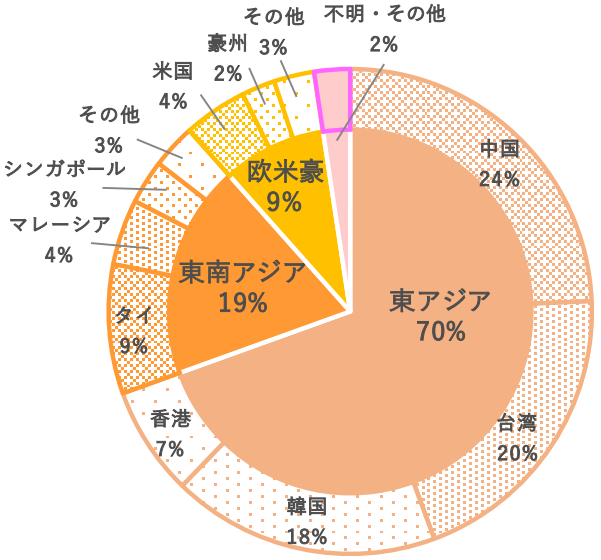
函館空港	704,123	(6.1%)
旭川空港	530,652	(4.6%)
帯広空港	329,048	(2.9%)
女満別空港	291,324	(2.5%)
釧路空港	273,703	(2.4%)
稚内空港	62,099	(0.5%)
中標津空港	44,553	(0.4%)
紋別空港	39,005	(0.3%)

ウ　東南アジアや欧米豪からの誘客の強化

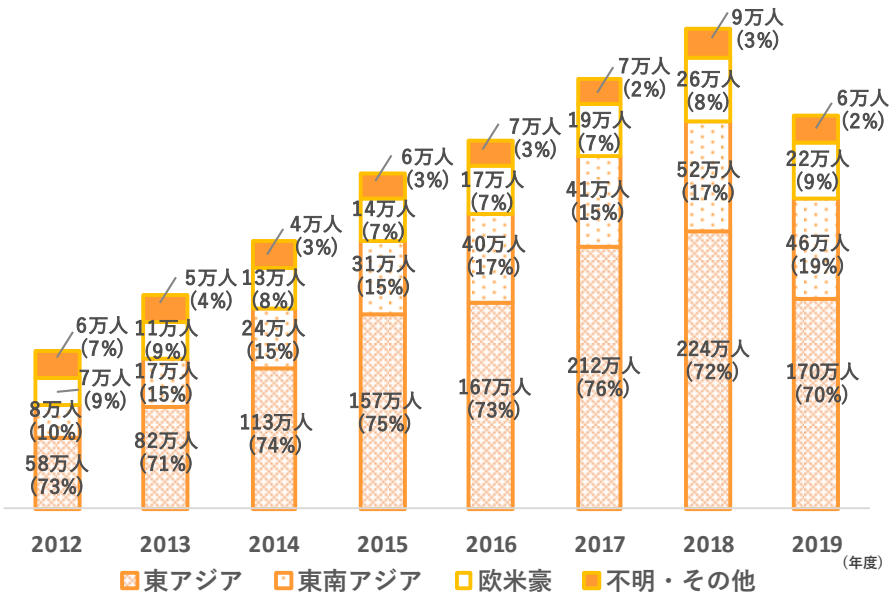
訪日外国人来道者はここ数年順調に増加してきた結果、北海道観光市場への影響も大きくなってきており、国内人口の減少、高齢化の影響により、その影響はますます大きなものになってくると予想されます。観光客は東アジアに集中しており、2019 年には日韓関係の悪化により、韓国人観光客が大きく減少しました。東アジアの国・地域と日本は距離が近いことから、様々な交流が行われてきましたが、その分国際政治リスクも多く抱えています。

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)※⑤



■ 地域別訪日外国人来道者数の推移・割合※⑤

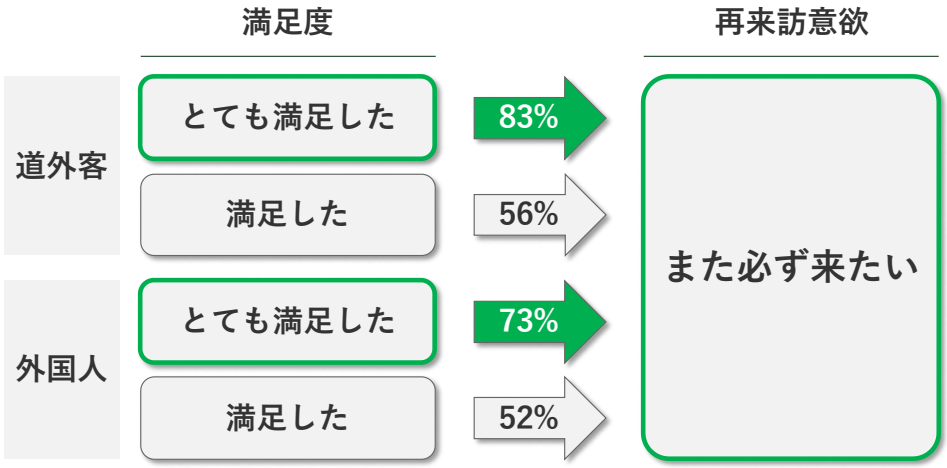


(3) 満足度向上策

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)※⑧



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。

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いだし、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いるとともに、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。

(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。

(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。

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、委員にあっては同条第２項の規定にかかわらず平成14年12月14日までとし、特別委員にあっては同条第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 北海道観光のくにづくり行動計画

平成 13 年(2001 年)10 月に公布･施行された「北海道観光のくにづくり条例」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[29]）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。

[29] 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 北海道観光のくにづくり行動計画（案）

令和 3 年(2021 年) 9 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