北海道

# 北海道観光のくにづくり行動計画

## （平成３０年度～平成３２年度）

～観光産業を北海道のリーディング産業へ～

平成 30 年

北　海　道

# はじめに

旅行とは、「ほかの土地で非日常的な生活を送り迎えること」とありますように、人が旅をする場合には、年齢や性別、趣味、嗜好などによって違いはあるものの、日常生活からの解放や異文化の体験、新たな知識の探求、訪れた先での地元の人との交流などによって、心身のリフレッシュを得ることも大事な要素になっています。

北海道には、四季を彩る雄大な自然や温泉、豊富な食、さらには、アウトドアスポーツなどの様々な体験メニューなど、多彩な観光資源があり、これまでも国内外を問わず多くの観光客が訪れています。

また、観光客がもたらす消費は、宿泊業・運輸業・旅行業など観光に直接関わる産業だけにとどまらず、商工業・製造業・農林水産業をはじめ地域の様々な産業へ幅広く波及し、観光が地域経済を牽引する総合産業として、本道経済の活性化に大きく貢献することが期待されます。

一方で、本格的な人口減少社会の到来による国内旅行市場の縮小の懸念や、外国人観光客の一層の拡大、観光客の特定の時期や地域への偏り、観光資源の発掘・磨き上げ、受入体制の整備といった課題があります。また、国内外からの観光客を増加させるためには、道外や海外からの来訪促進はもとより、地域間交流を通じて、交流人口の拡大を目指すことも重要になります。

こうした課題の克服には、道民一人一人が観光の担い手であることを自覚し、産業の枠を越えて地域の様々な関係者の参画を得ながら、地域をあげて観光振興に取り組んでいくことが必要です。

今後、２０２０東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催や北海道新幹線の札幌への延伸など、国内外からの観光客のさらなる増加が期待されます。また、アイヌ文化の歴史・文化等に関する理解を深めるための拠点として「民族共生象徴空間」の開設も予定されています。

北海道では、こうした好機を逃すことなく、世界の方々から「目的地」として選ばれ、「何度でも訪れたい、いつまでも滞在したい」と思っていただける魅力ある観光地域づくりをオール北海道で推進し、世界が憧れる観光地・北海道の実現に向け、取り組んでまいります。

平成３０年３月

目　　次

Ⅰ　計画の基本的な考え方 …… 1
1　計画の位置づけ
2　計画期間
3　計画の点検・見直し

Ⅱ　北海道観光を取り巻く現状と課題 …… 2
1　社会・経済環境の変化
2　国の動向
3　北海道観光を取り巻く環境
4　北海道観光の現状と課題

Ⅲ　観光のリーディング産業化へ向けて…… １３

Ⅳ　計画の目標 …… １４

Ⅴ　観光振興に向けた行動指針 …… １６

Ⅵ　観光振興に関する道の施策 …… １７
1　国際的に質や満足度の高い観光地づくり
2　戦略的な誘客活動による旅行市場の拡大
3　世界水準の受入体制の整備・充実

Ⅶ　計画の推進 …… ３０
1　計画推進の考え方

附属資料
1 用語解説…… ３３
2 北海道観光のくにづくり条例…… ３７
3 これまでの計画による取組の概略…… ４１

## Ⅰ　計画の基本的な考え方

１　計画の位置づけ

この計画は、北海道観光の振興に関する基本理念や道の施策の基本となる事項などを定めた「北海道観光のくにづくり条例」に基づき、観光事業者や観光関係団体、道民、道をはじめとする行政機関など、観光にかかわるすべての関係者が連携・協働して観光振興に関する施策を総合的、計画的に推進するための基本的な計画であり、平成２５年度に策定した条例施行後第３期の「北海道観光のくにづくり行動計画」に次ぐ、平成３０年度からの第４期の計画として策定するものです。

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

国では、平成２７年に国際社会全体の目標として「持続可能な開発目標」が定められたことを受けて、平成２８年に実施指針を決定し、その達成に向けて取組を進めることとしており、道においても、総合計画などにおいて、国の指針と方向性を同じくする施策に取り組んできたところであり、なお、本計画は、「持続可能な開発目標（SDGs)」の達成に資するものです。

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

２　計画期間

国が策定した「観光立国推進基本計画」の計画期間が平成２９年度から平成３２年度までであることや、「北海道総合計画（平成２８年度～平成３７年度)」の中間年が平成３２年度であること、また、平成２９年２月に策定した「北海道インバウンド加速化プロジェクト」の目標として平成３２年度に訪日外国人来道者数５００万人を掲げていることを踏まえ、この計画の計画期間は、平成３０年度から平成３２年度までの３年間とします。

これまでの本計画の計画期間
北海道観光のくにづくり行動計画（第１期）　平成１４年３月策定
計画期間：平成１４年度から平成１９年度までの６年間
北海道観光のくにづくり行動計画（第２期）　平成２０年３月策定
計画期間：平成２０年度から平成２４年度までの５年間
北海道観光のくにづくり行動計画（第３期）　平成２５年３月策定
計画期間：平成２５年度から平成２９年度までの５年間

（参考）北海道観光のくにづくり条例（平成１３年１０月１９日公布・施行）

３　計画の点検・見直し

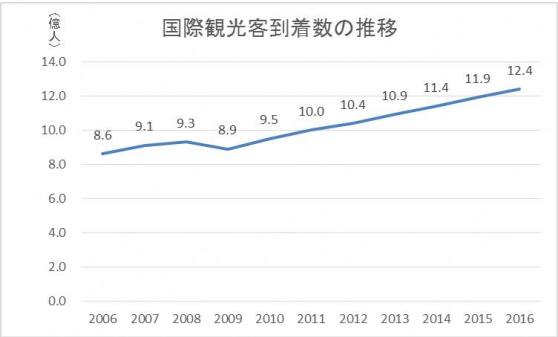
社会経済情勢の変化に適切に対応していくため、この計画の進捗状況を随時点検するとともに、必要に応じて見直すこととします。

## Ⅱ　北海道観光を取り巻く現状と課題

| 現　状 | 課　題 |
| --- | --- |
| ○人口減少社会の到来<br>○急増する外国人来道者<br>○外国人来道者増加による観光消費の拡大<br>○本道観光への高い期待度と下回る満足度<br>○観光客の特定時期、地域への集中<br>○観光分野の人手不足、高い離職率 | ○観光客増加による交流人口の拡大<br>○「観光で稼ぐ」意識の醸成と地域経済の活性化<br>○質の高いサービスの提供による満足度の向上<br>○多言語対応や安全な受入体制の整備<br>○魅力の発信、地域連携による広域周遊観光の促進<br>○観光分野における人材の確保 |

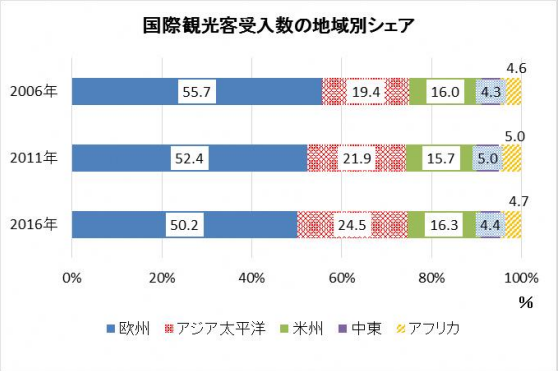
### １　社会・経済環境の変化

国連世界観光機関（ＵＮＷＴＯ）発表の世界観光動向によると、世界全体の国際観光客到着数は２００９年（平成２１年）のリーマンショック※による世界的景気後退の影響を受け減少しましたが、それ以降は７年連続で増加しています。２０１６年（平成２８年）は前年より４，６００万人増加し、約１２億４千万人となっており、２０４０年（平成５２年）には１８億人まで拡大することが予想されています。



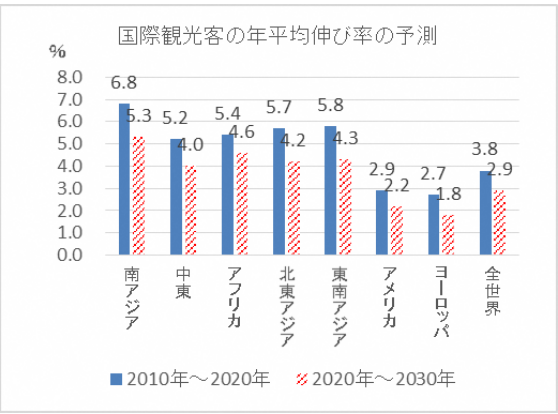

［ＵＮＷＴＯ資料より作成］

国際観光客受入数の地域別シェアを見ると、欧州がこれまで過半数のシェアを占めてきていますが、過去１０年で５．５ポイント減少しているのに対して、アジア太平洋は５．１ポイント増加し、シェアが２４．５％まで拡大しており、特に著しい伸びを見せています。




［ＵＮＷＴＯ資料より作成］

今後の世界の国際観光客数の動向予測としては、年平均伸び率の予測で２０１０年（平成２２年）から２０２０年（平成３２年）の間では、南アジアが６．８％、北東アジア、東南アジアが５％台後半の伸び率を見込んでおり、２０２０年（平成３２年）から２０３０年（平成４２年）の間でも４～５％の高い伸び率が予測され、アジア地域は欧米など他の地域と比較して、今後も高い伸び率が予測されています。

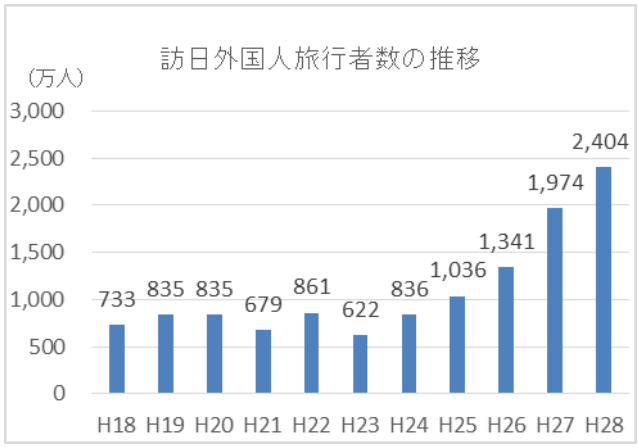



［ＵＮＷＴＯ資料より作成］

## ２　国の動向

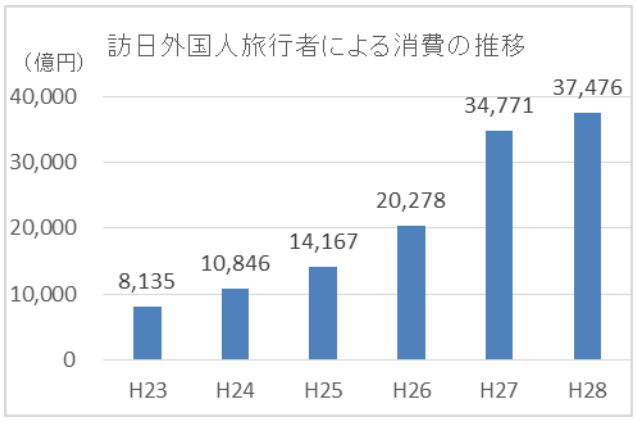
人口減少・少子高齢化が急速に進む我が国において、観光は交流人口の拡大により地域経済の維持・発展が期待できることから、国では、成長戦略と地方創生の大きな柱として位置づけ、自然・文化・食などの豊富で多様な観光資源の磨き上げにより、観光を基幹産業へ成長させ、「観光先進国」を目指すこととしています。

また、観光産業の裾野は広く、大きな経済波及効果を持った総合産業と言うことができ、その潜在能力は限りなく大きいと考えられます。




【日本政府観光局（ＪＮＴＯ）資料より作成】

近年、訪日外国人旅行者数は好調に増加しています。平成２３年は東日本大震災の影響により、前年より３割近く減少し大きな落ち込みを見せましたが、その後は順調に増加を続け、平成２８年には平成２４年の８３６万人から３倍近くまで増加し、２，４０４万人に拡大しました。これに伴い、訪日外国人旅行者による日本国内での消費額も急速に拡大し、平成２８年の訪日外国人旅行消費額は、平成２４年の１兆８４６億円から約３．５倍の３兆７，４７６億円となりました。




【観光庁資料より作成】

こうした観光をめぐる情勢変化を踏まえ、国は、平成２８年３月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、平成３２年に訪日外国人旅行者数を４，０００万人、訪日外国人旅行消費額を８兆円、さらに平成４２年にそれぞれ６，０００万人、１５兆円とする目標を掲げるとともに、平成２４年３月に策定した「観光立国推進基本計画」を見直し、平成２９年３月に新たに「観光立国推進基本計画～『世界が訪れたくなる日本』を目指して～」を策定し、①国民経済の発展、②国民相互理解の増進、③国民生活の安定向上、④災害、事故等のリスクへの備えを基本的な方針として、国際・国内観光の拡大や観光の質の向上を図るなど、政府を挙げて観光立国実現に向けた政策を推進していくこととしています。

また、訪日外国人旅行者が急増する中、多様化する宿泊ニーズに対応して普及が進む民泊サービス※については、その適正な運営を図るため、事業を実施する場合のルールを定めた「住宅宿泊事業法（民泊新法）」が平成２９年に成立し、平成３０年６月から施行されることとなっています。

国では、平成２７年９月に国連サミットで採択された「持続可能な開発のための２０３０アジェンダ」において、国際社会全体の目標として「持続可能な開発目標」が定められたことを受けて、平成２８年１２月に「持続可能な開発目標」実施指針を決定し、「あらゆる人々の活躍の推進」、「成長市場の創出、地域活性化、科学技術イノベーション」などといった８つの優先課題を設定し、その達成に向けて取組を進めることとしており、観光分野につい

ては、「あらゆる人々の活躍の推進」の中で「一億総活躍社会の実現」として施策を進めております。

## ３　北海道観光を取り巻く環境

北海道は、世界自然遺産の知床をはじめとする豊かな自然環境、四季折々の彩り鮮やかな景観、心を癒す温泉や新鮮な食、地域の風土や歴史が育んだ生活・文化などが大きな魅力となって、国内外から多くの観光客が訪れています。

北海道の観光入込客数は、平成２３年度は東日本大震災の影響などにより落ち込みましたが、平成２４年度以降は回復基調に転じ、さらに平成２５年度以降は景気の回復などを要因に堅調に推移し、平成２７年度には過去最高となる５，４７７万人となりました。

本格的な人口減少社会を迎え、国内旅行市場が縮小傾向となる中で、観光客の拡大を図っていくためには、観光客の多様なニーズに対応しながら、地域のブランド力※の向上を図っていくことや、「観光地経営」の視点に立って、観光に直接携わる方だけでなく、農林水産業や商工業など地域の産業を支える多様な関係者が一体となり観光地域づくりを進め、観光消費の拡大による地域経済の活性化を図っていくことが求められていることから、道内においても、そうした舵取り役を担う日本版ＤＭＯ※法人として北海道観光振興機構をはじめ６団体が、日本版ＤＭＯ候補法人として３団体が、それぞれ観光庁より登録を受けています。

また、道では、北海道観光振興機構と連名で、Ｗｉ－Ｆｉ環境整備の促進を目的とした通信会社との連携協定、広域観光の振興や本道の観光入込の地域及び季節偏在の解消に向けた情報発信を目的としたメディア※との連携協定、ＤＭＯの形成・確立などにより地域の「稼ぐ力」を引き出すことを目的とした金融機関との連携協定をそれぞれ締結し、本道観光の振興に向けた取組を推進しています。

訪日外国人来道者数は、国内客と同様に東日本大震災の影響により平成２３年度に一時的に落ち込みましたが、平成２４年度以降は増加に転じ、旅行需要に影響を及ぼす為替レートが円安傾向で推移していることや、本道と海外の国や地域を結ぶ直行便の新規就航や増便などにより順調に増加を続け、平成２８年度には約２３０万人となり過去最高を更新しました。

こうした外国人観光客による交流人口の拡大や雇用の創出などによる地域経済の活性化を図っていくためには、観光客の増加をビジネスチャンスとして捉え、海外需要を獲得していくことが重要であることから、道では、オール北海道での取組の考え方や方向性等を示した「北海道インバウンド加速化プロジェクト」を平成２９年２月に策定し、外国人観光客５００万人という目標を掲げ、広く「稼ぐ観光」という意識の醸成を図るとともに、国際的に質や満足度の高い観光地づくりに取り組んでいます。また、観光庁の認定を受けた「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」と「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」の２つの広域観光周遊ルートの形成などに取り組みながら、世界の方々から「目的地」として選ばれる「世界が憧れる観光地・北海道」の実現を目指していくこととしています。

また、平成２８年３月の新青森・新函館北斗間で北海道新幹線が開業したのに続き、平成４２年度末には新函館北斗から札幌までの区間の完成・開業が予定されていることや、北海道内の７空港（新千歳、稚内、釧路、函館、女満別、旭川、帯広空港）では、一体的運営を通じて空港の機能及び道内航空ネットワークの充実強化が図られるよう、平成３２年度から一括民間委託の実現に向けた手続きが進められています。

さらに、平成３２年度には白老町で建設が進められている民族共生象徴空間の開設、

２０２０東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催といった国内外からの観光客の拡大が期待できる大きなチャンスを迎えます。

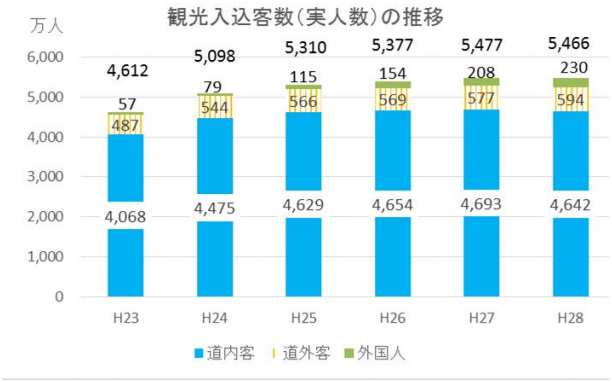
特に、急増する外国人観光客や加速する高齢化社会といった本道観光をめぐる環境変化を踏まえ、受入体制整備や満足度の高い観光地づくりに向け、広く関係者と協議を行い、観光振興に係る新たな財源の確保に向けた検討を進める必要があります。

## ４　北海道観光の現状と課題

### (1)　国内・海外全般

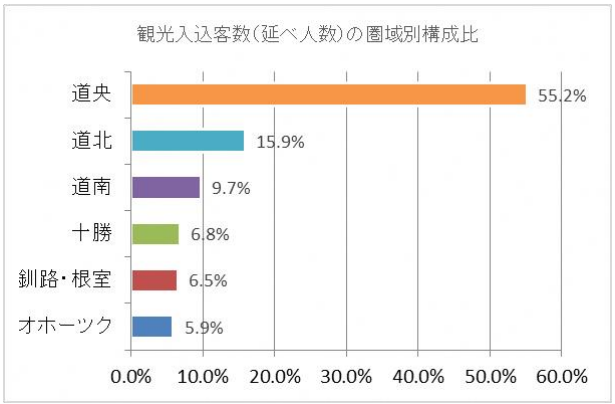
＜現状＞

「北海道観光入込客数調査」において、観光入込客数は、平成２５年度以降の景気回復に伴い、国内外の観光需要が堅調に推移したほか、高規格幹線道路の延伸や航空路線の新規就航などによる交通アクセスの向上もあり、毎年微増ではありますが堅調に推移してきています。平成２７年度には過去最高となりましたが、平成２８年度は北海道新幹線の開業などにより旅行需要の伸びがみられたものの、台風等により主要な鉄道路線の運休や幹線道路の通行止めが長く続いたことなどから、前年度からは微減して５，４６６万人となりました。また、外国人来道者は、為替レートが円安傾向で推移していることや、国際定期便の新規就航や増便、ＬＣＣ※の就航、査証要件の緩和、免税制度の拡充、さらには新千歳空港の発着枠制限の緩和などから増加を続け、平成２８年度には２３０万人に達しました。



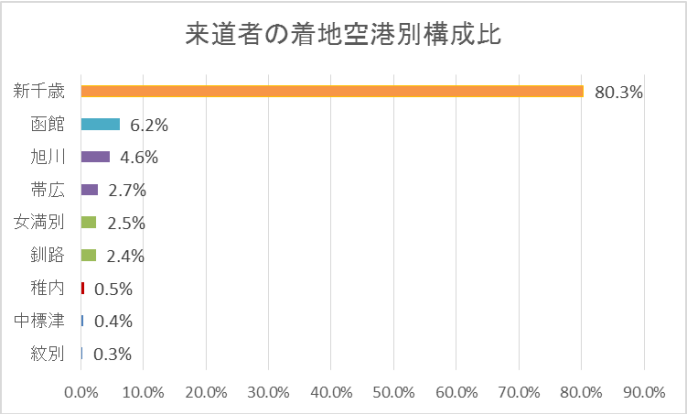

［北海道経済部　北海道観光入込客数調査］

観光入込客数（延べ人数）の圏域別構成をみると、「道央圏」が５５．２％、「道北圏」が１５．９％、「道南圏」が９．７％、「十勝圏」が６．８％、「釧路・根室圏」が６．５％、「オホーツク圏」が５．９％となっています。観光入込客数のうち、半数以上が道央圏に集中しており、地域偏在が大きい状態になっています。




［北海道経済部　平成 28 年度北海道観光入込客数調査］

「平成２８年度来道者輸送実績」においては、来道者のうち８割以上が航空機を利用しており、来道者の着地空港別の割合では、「新千歳空港」が８０．３％となっていることから、道外客の大半が「道央圏」から北海道へ入っていることがわかります。




［（公社）北海道観光振興機構　平成 28 年度来道者輸送実績］

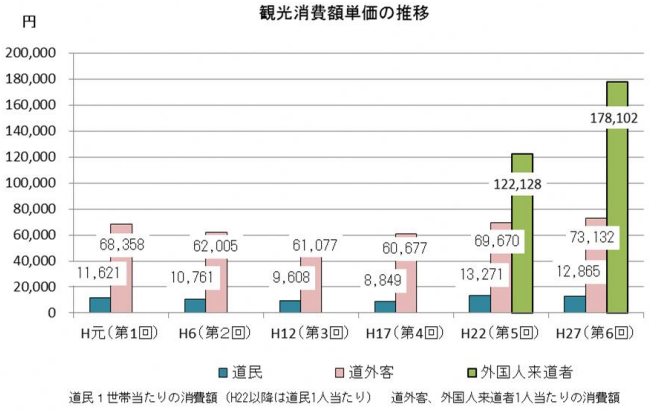
また、道内のホテル・旅館の施設数及び客室数では、「道央圏」が最も多く、ついで「道北圏」、「道南圏」となっています。道外客、外国人観光客ともにほとんどが宿泊を伴う旅行であることから、宿泊施設が多い地域に観光客が集中しており、このことも地域偏在の一因になっていると考えられます。

○道内のホテル・旅館の施設数及び客室数

| | ホテル | | 旅館 | | 合計 | | 全道に対する構成比 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 施設数 | 客室数 | 施設数 | 客室数 | 施設数 | 客室数 | |
| 道央圏 | 337 | 36,375 | 811 | 16,525 | 1,148 | 52,900 | 48.4% |
| 道南圏 | 106 | 7,299 | 299 | 5,690 | 405 | 12,989 | 11.9% |
| 道北圏 | 90 | 8,523 | 578 | 9,835 | 668 | 18,358 | 16.8% |
| オホーツク圏 | 52 | 3,323 | 216 | 4,862 | 268 | 8,185 | 7.5% |
| 十勝圏 | 62 | 3,900 | 219 | 3,738 | 281 | 7,638 | 7.0% |
| 釧路・根室圏 | 42 | 4,254 | 268 | 5,041 | 310 | 9,295 | 8.5% |
| 合計 | 689 | 63,674 | 2,391 | 45,691 | 3,080 | 109,365 | 100.0% |

［北海道保健福祉部　平成 26 年北海道保健統計年報］

「北海道観光産業経済効果調査」において、観光消費額の推移をみると、平成１７年（第４回）調査までは減少を続けましたが、平成２２年（第５回）調査時に大きく上昇しています。平成２７年（第６回）調査（平成２９年５月取りまとめ）では、道民を除き増加しており、道民一人当たりは 12,865 円、道外客では 73,132 円、外国人来道者では 178,102 円となっています。特に外国人来道者が大きく伸びていますが、これは土産・買い物代が大幅に増加していることによるものと考えられます。




［北海道経済部　北海道観光産業経済効果調査］

※外国人来道者の観光消費額は、H17 以前は未調査。

平成２７年の第６回調査における費目別消費額単価をみると、道民では「交通費」と「土産・買い物代」の比率が高く、道外客では「宿泊費」と「交通費」の比率が高くなっていま

す。外国人来道者の消費の特徴としては、「交通費」及び「土産・買い物代」の比率が高く、特に「土産・買い物代」の支出は61,507　円となり、これは道民の約１７倍、道外客の４倍以上に相当します。

○費目別消費額単価　　（単位：円）

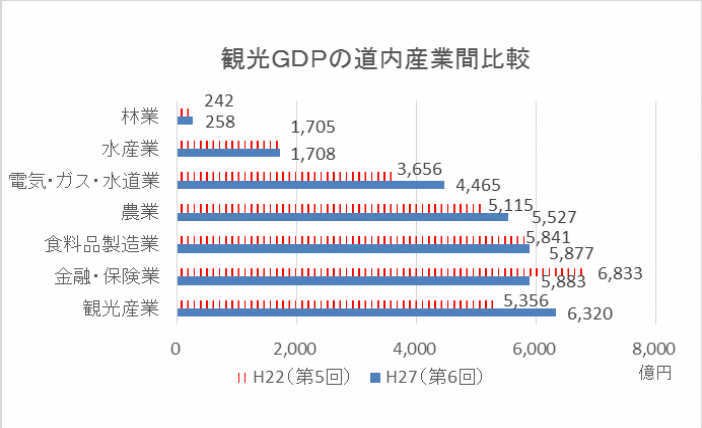
| 区分 | 交通費 | 宿泊費 | 飲食費 | 土産・買い物代 | その他 | 計 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 道民 | 3,725 | 2,518 | 1,768 | 3,691 | 1,163 | 12,865 |
| 道外客 | 16,734 | 23,721 | 12,465 | 13,829 | 6,383 | 73,132 |
| 外国人来道者 | 62,235 | 26,335 | 17,333 | 61,507 | 10,692 | 178,102 |

［北海道経済部　第６回北海道観光産業経済効果調査］

第６回調査においては、道民、道外客、外国人来道者による総観光消費額は、年間約１兆４千億円にのぼります。観光消費による生産波及効果※はサービス業、運輸・通信業、製造業をはじめとする様々な産業に及び、約２兆１千億円にのぼると推計されます。

［北海道経済部　北海道観光産業経済効果調査］

また、観光産業を道内の他産業と比較した結果、観光産業のＧＤＰは前回調査時（平成２２年度５，３５６億円）よりも大きく増加しており、観光が道内産業のトップランナーとして本道経済の活性化に大きく貢献しているものと認められます。




［北海道経済部　北海道観光産業経済効果調査］

平均宿泊数

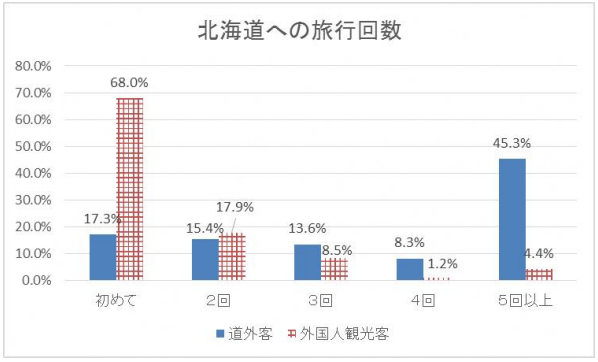
| | 道民 | 道外客 | 外国人来道者 |
|---|---|---|---|
| H22（第５回） | | ２．２泊 | ５．４泊 |
| H27（第６回） | １．６泊 | ２．７泊 | ５．４泊 |

［北海道経済部　北海道観光産業経済効果調査］

第６回調査では、平均宿泊数は「道民」が１．６泊、「道外客」が２．７泊となっています。

道外客は前回調査時（平成２２年度２．２泊）より増加しており、滞在時間の長期化が図られていると言えますが、「外国人来道者」の平均宿泊数は５．４泊となっており、前回調査時（平成２２年度）から変動がない状態ですが、国内客との比較では滞在時間が長期化しています。

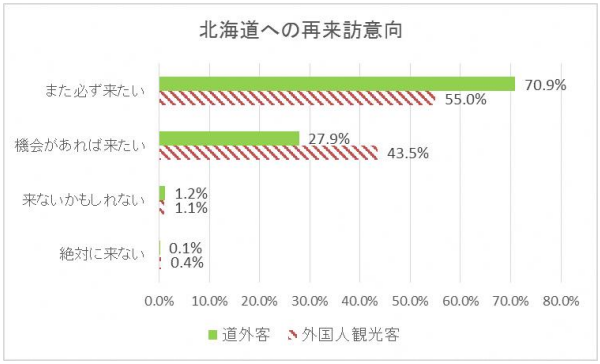
また、「平成２８年度観光客動態・満足度調査」においては、北海道への旅行回数は、「道外客」では「５回以上」が４５．３％で最も多く、次いで、「初めて」が１７．３％となりました。「外国人観光客」では、「初めて」が６８．０％と最も多く、次いで「２回」が１７．９％となりました。




［北海道経済部　平成 28 年度観光客動態・満足度調査］

前回調査時（平成２３年度）と比較すると、旅行回数が「２回以上」の割合は、「道外客」（８２．０%→８２．７%）、「外国人観光客」（３０．４%→３２．０%）ともに増加しており、リピーター※が着実に増加しています。

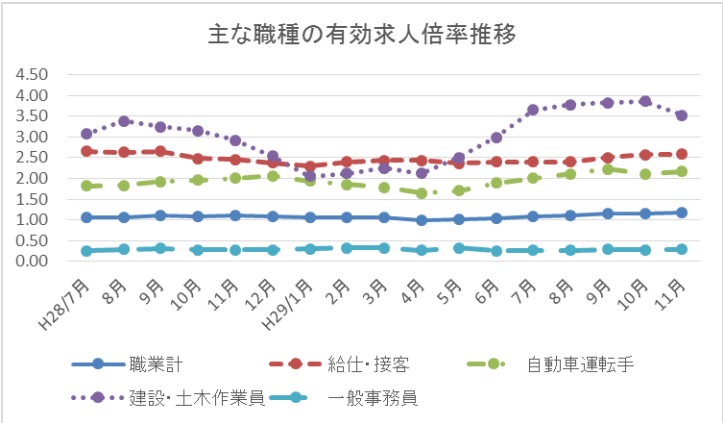
北海道への再来訪意向については、「道外客」では、「また必ず来たい」が７０．９%、「機会があれば来たい」が２７．９%となっています。「外国人観光客」の場合も、「また必ず来たい」が５５．０%、「機会があれば来たい」が４３．５%となっており、北海道への再来訪意向がある方は、「道外客」、「外国人観光客」ともに約９９%と非常に高い比率を示しています。




［北海道経済部　平成 28 年度観光客動態・満足度調査］

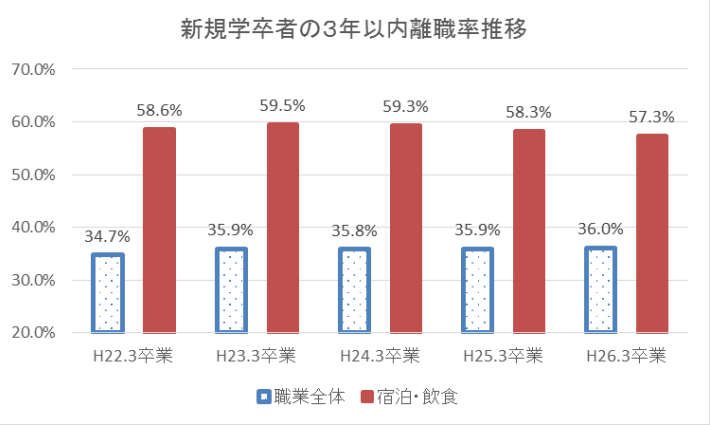
前回調査時（平成２３年度）から比較しても、「道外客」（９８．６%→９８．８%）、「外国人観光客」（９７．５%→９８．５%）ともに引き続き北海道への再来訪意向は非常に高いことがわかります。

本道を訪れる観光客の多様なニーズに対応するとともに、受入体制の充実を図るためには、多くの観光人材の確保が必要となりますが、北海道労働局の「職種別、求人・求職・賃金状況」によると、「給仕・接客」や「自動車運転手」は高い求人倍率で推移しており、観光関連産業での人手不足が続いています。




［北海道労働局資料より作成］

また、厚生労働省の調査をもとにとりまとめた結果では、平成２２年３月から平成２６年３月までの新規学卒者が卒業３年以内に離職した割合は、職業全体が約３５％～３６％で推移しているのに対して、「宿泊・飲食業」は約６０％と高い割合で推移しており、職場への定着が進んでいない状況にあります。




［厚生労働省資料より作成］

＜課題＞

本道の観光産業のＧＤＰは６，３２０億円となり、他産業と比較すると、金融・保険業（５，８８３億円）や農業（５，５２７億円）をしのぐ規模となり、観光消費に伴う経済波及効果は、観光関連の事業者だけではなく、農林水産業や製造業など幅広い産業に及ぶなど裾野が広いことから、道内経済を活性化していくためには、今後も観光客の増加や滞在時間の長期化などにより観光需要を拡大していくことが重要です。

一方で、今後の人口減少の進展による国内観光市場の縮小や、観光客の動態が特定の時期や地域に偏る傾向があるといった課題を克服しながら、観光客の一層の拡大を図っていくためには、本道ならではの自然環境や文化・歴史の保全に努めることはもとより、観光事業者のみならず地域の様々な関係者が一体となり本道の魅力ある観光資源を活用した観光地づくりや、安全・安心に配慮した受入体制を整備し、国内外のマーケットに対する戦略的な誘客活動を展開していくことが重要です。

また、特に急増する外国人来道者に対応するための多言語に対応できる人材など観光業を支える人材の確保・定着が課題となっていますが、観光業は、勤務地や勤務シフトなど労働環境や労働条件の面などから、求人をしても求職者の応募が少ないといったことや、新規学卒者の卒業後３年以内の離職率が高いことなど、人材確保や職場への定着率の向上に向けた課題の克服が重要です。

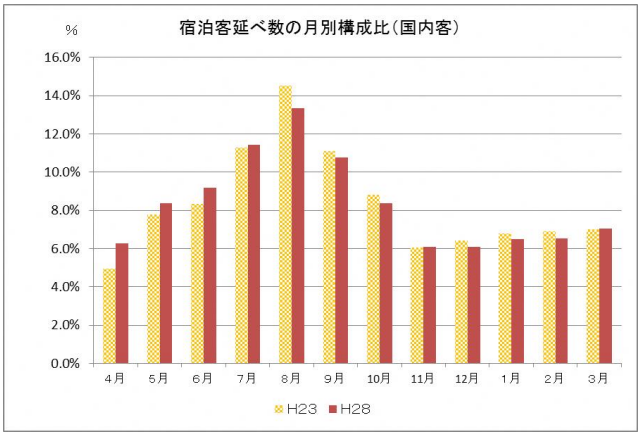
さらに、観光客による観光消費を地域経済の活性化につなげていくためには、観光事業者のみならず農林水産業や商工業など、地域の多様な関係者の参画により、地域資源を生かした魅力ある観光地づくりや、新たなビジネスの創出に向けた取組を推進していくことが必要ですが、それには観光客の拡大を地域のビジネスチャンスとしてとらえ、「観光で稼ぐ」という意識を幅広く浸透させることが重要です。

### (2)　国内観光客

＜現状＞

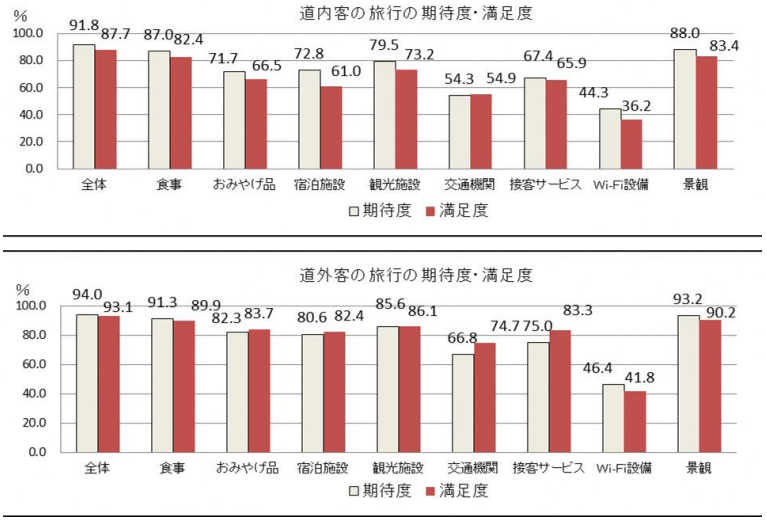
国内観光客の宿泊客延べ数の月別構成では、平成２３年度と平成２８年度ともに、夏季（６月から９月）に４５％前後となっており、観光客が集中しています。

夏季に全体の半分近くが集中している一方、秋から春にかけては６～７％にとどまっており、繁忙期と閑散期の差が色濃く出ています。




［北海道経済部　北海道観光入込客数調査］

「平成２８年度観光客動態・満足度調査」において、道内客の「旅行全体」に対する満足度は、旅行前の期待度が９１．８％に対し、旅行後の満足度は８７．７％、次に期待度の高かった「景観」は、期待度８８．０％に対し、満足度は８３．４％、「食事」については期待度８７．０％に対し、満足度は８２．４％となっています。




［北海道経済部　平成 28 年度観光客動態・満足度調査］

また、道外客の「旅行全体」に対する満足度は、旅行前の期待度が９４．０％に対し、旅行後の満足度は９３．１％、次に期待度の高かった「景観」は、期待度９３．２％に対し、満足度９０．２％となったほか、全体的に道内客に比べ満足度は高くなっています。

＜課題＞

道民や道外客による本道への観光入込は、横ばいもしくは微増で推移しています。国内旅行市場は人口減少による縮小が懸念されており、本道観光の発展のためには、観光入込客の９割以上を占めている国内からの誘客をこれまで以上に促進していくことが重要です。

道央圏に集中しがちな観光客を道東や道北をはじめ全道各地域に誘導するなど地域的な偏在を解消することや、夏季に集中し秋や冬に少ない状況となっている観光客を年間通じて安定的に誘客していくことが重要です。

そのためには、地域ならではの観光資源の発掘・磨き上げや地域の様々な関係者を巻き込んだ一体的な観光地づくりを進めるほか、滞在型観光の促進のための広域観光ルートの開発促進や、道央圏から他の圏域への誘客促進に向けた空港や鉄道の駅などの交通拠点と観光地との間を結びつける二次交通※の整備などを進めていく必要があります。

特に、平成２８年３月に開業した北海道新幹線を活用して、これまで以上に北関東や東北からの誘客を促進していくことが重要です。

また、高齢化の進展により、今後、旅行需要の増加が見込まれる高齢者や、障がいのある方々に安心して快適に旅行を楽しんでいただくためには、バリアフリー※観光に取り組んで行くことが必要ですが、観光関連施設のバリアフリー対応の促進や介助する人材の育成のほか、情報案内機能の充実や受入側のホスピタリティ※の向上が課題となっています。

### (3)　外国人観光客

＜現状＞

外国人来道者数は、アジアの国や地域の経済成長に加え、円安基調による訪日旅行商品の割安感や査証要件の緩和、免税制度の拡充、国際定期便・チャーター便の増便などの要因により、平成２５年度にはじめて１００万人を突破し、その後も増加が続き、平成２８年度には約２３０万人となりました。これは日本全体の訪日外国人旅行者数（２，４８２万人）の９．３％となっています。

平成２８年度の構成比をみると、中国が２３．８％、台湾が２３．０％、韓国が１８．４％、香港が７．４％、タイが７．３％、マレーシアが５．５％となっており、約８８％をアジア地域で占めています。平成２５年度との比較では、とくに中国、韓国、マレーシアの伸び率が大きくなっています。

外国人来道者数（実人数）の推移

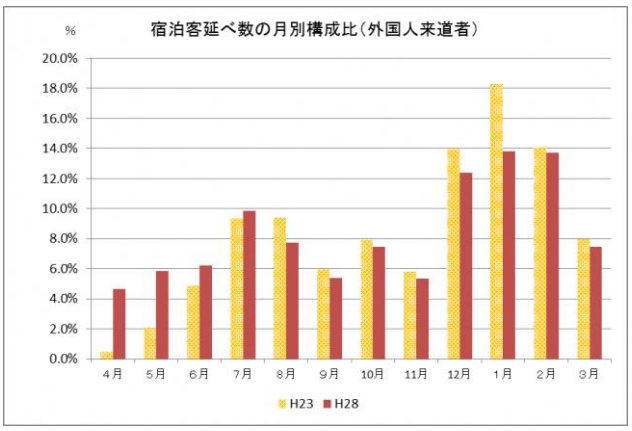
上段：人数（人）、下段：前年度対比（%）

| 年度 | 合計 | 中国 | 韓国 | 台湾 | 香港 | シンガポール | マレーシア | タイ | ロシア | 米国 | カナダ | オーストラリア | その他 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 平成23年度 | 569,700 | 101,400 | 89,700 | 191,200 | 56,200 | 17,700 | 12,400 | 9,700 | 7,400 | 16,300 | 6,600 | 20,500 | 40,600 |
| （2011年度） | 76.8% | 74.8% | 60.2% | 104.1% | 64.5% | 61.5% | 57.1% | 52.7% | 65.5% | 76.9% | 71.0% | 80.1% | 80.9% |
| 平成24年度 | 794,000 | 102,200 | 123,600 | 280,800 | 72,600 | 23,500 | 22,000 | 37,000 | 11,100 | 23,700 | 9,400 | 29,400 | 55,100 |
| （2012年度） | 138.7% | 100.8% | 137.8% | 146.9% | 129.2% | 132.8% | 177.4% | 381.4% | 150.0% | 145.4% | 142.4% | 143.4% | 135.7% |
| 平成25年度 | 1,153,100 | 158,300 | 141,600 | 415,600 | 107,300 | 35,600 | 36,400 | 98,800 | 13,100 | 33,500 | 10,700 | 35,400 | 66,800 |
| （2013年度） | 145.9% | 154.9% | 114.6% | 148.0% | 147.8% | 151.5% | 165.5% | 267.0% | 118.0% | 141.4% | 113.8% | 120.4% | 121.2% |
| 平成26年度 | 1,541,300 | 340,000 | 201,100 | 472,700 | 120,200 | 40,900 | 49,300 | 128,300 | 12,800 | 41,800 | 13,700 | 38,700 | 81,800 |
| （2014年度） | 133.7% | 214.8% | 142.0% | 113.7% | 112.0% | 114.9% | 135.4% | 129.9% | 97.7% | 124.8% | 128.0% | 109.8% | 122.5% |
| 平成27年度 | 2,080,000 | 554,300 | 299,500 | 547,800 | 165,100 | 49,800 | 76,300 | 155,200 | 10,200 | 52,700 | 16,100 | 46,500 | 106,500 |
| （2015年度） | 135.0% | 163.0% | 148.9% | 115.9% | 137.4% | 121.8% | 154.8% | 121.0% | 89.7% | 126.1% | 117.5% | 120.2% | 130.2% |
| 平成28年度 | 2,301,200 | 546,600 | 424,300 | 529,600 | 170,800 | 60,700 | 125,800 | 168,700 | 10,300 | 65,100 | 20,100 | 48,200 | 131,000 |
| （2016年度） | 110.6% | 98.6% | 141.7% | 96.7% | 103.5% | 121.9% | 164.9% | 108.7% | 101.0% | 123.5% | 124.8% | 103.7% | 123.0% |

［北海道経済部　北海道観光入込客数調査］

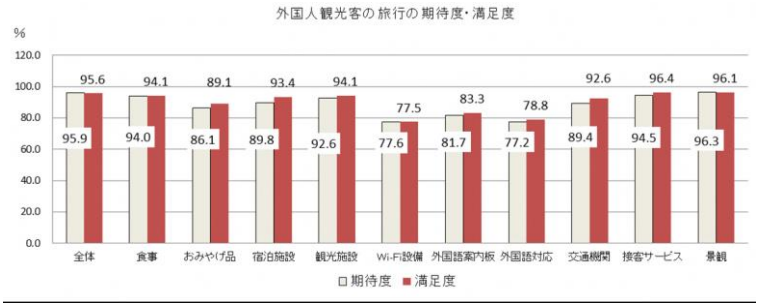
平成２８年度の宿泊客延べ数の外国人観光客の月別構成では、１２～３月の冬季に大きなピークがあり４７．４％集中しているほか、７～８月、１０月にも若干のピークがあります。一方でそれ以外の月では５～６％で推移しています。

平成２３年度の推移と比較するとピークとなっている月に変化はありませんが、４～６月の割合が増加していることによって、全体の変動がなだらかになっており、季節変動が緩和されつつあります。




［北海道経済部　平成 28 年度北海道観光入込客数調査］

「平成２８年度観光客動態･満足度調査」において、外国人観光客の「旅行全体」に対する満足度は、旅行前の期待度が９５．９％に対し、旅行後の満足度は９５．６％、最も期待度の高かった「景観」は、期待度９６．３％に対し、満足度９６．１％となりました。




［北海道経済部　平成 28 年度観光客動態・満足度調査］

＜課題＞

本格的な人口減少社会が到来する中、交流人口の拡大や雇用の創出などによる地域経済の活性化を図っていくためには、成長著しいアジア地域などの海外需要を獲得していくことが重要です。

現在、外国人観光客は道央圏に集中していることや、夏と冬が多く、春と秋が少ない状況となっていますが、今後、周遊観光の促進など道内全域への観光客の誘導や年間を通じた安定的な誘客を図っていくことが課題となっています。

また、ＦＩＴ※やリピーターを確保していく上で必要となる宿泊施設の充実や交通の利便性の向上、観光案内機能や多言語対応などハード・ソフト両面で外国人観光客が安心して快適に旅行することができる受入体制の整備、さらには観光関連産業の従事者の雇用の確保・安定などが課題となっています。

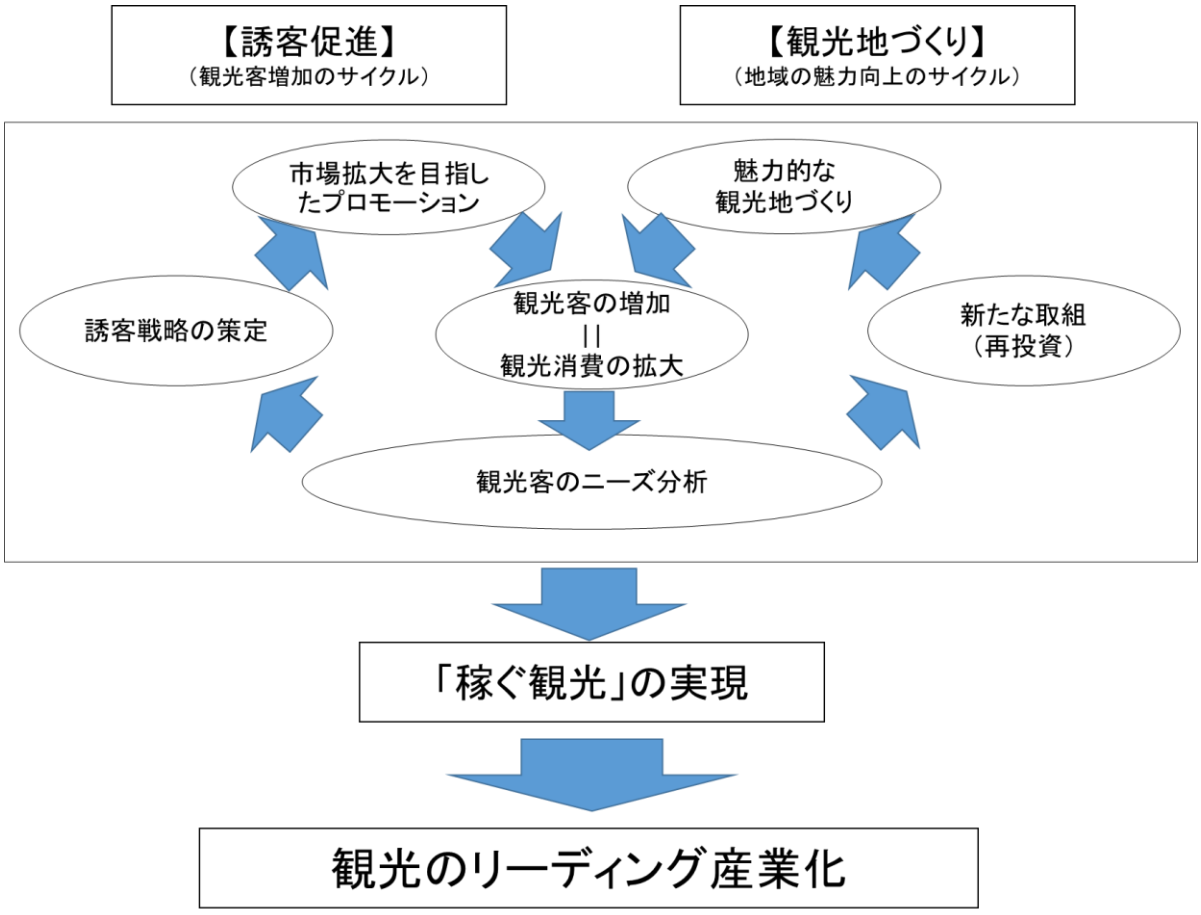
加えて、現在、国においてＩＲ（統合型リゾート）の導入に向けた検討が進められており、道内では釧路市、苫小牧市、留寿都村が誘致を表明しています。ＩＲは、インバウンドの加速化に大きく寄与することが期待されますが、ギャンブル等依存症などの社会的影響も懸念されることから、国の動向を注視するとともに、適切に対応していく必要があります。

## Ⅲ　観光のリーディング産業化へ向けて

地域の活性化を図るためには、「観光客の人数」を追い求めるだけでなく、道内・国内の観光客や、さらに急増している外国人観光客による交流人口の拡大を地域のビジネスチャンスとしてとらえ、「観光で稼ぐ」という意識を幅広く浸透させ、観光事業者のみならず農林水産業や商工業など、観光を軸とした地域の多様な関係者の参画を図り、地域の資源を生かした魅力ある観光地づくりや、長期滞在型観光の促進、新たなビジネスの創出に向けた取組を推進していくことが重要です。

このため、観光客のニーズ分析を踏まえ、ターゲットの特定や情報発信手法なども含んだ誘客戦略を策定し、それに基づいたプロモーション※を展開することにより「誘客促進」を図ることや、地域の多様な関係者の参画により「観光客の増加」を「観光消費の拡大」につなげ、その消費を地域で循環させ、さらに新たな取組へとつなげ、魅力ある「観光地づくり」を進めることが重要です。

このため、地域における「誘客戦略の策定」、「観光客の増加」、「観光消費の拡大」、「魅力づくりのための再投資」という地域経済の発展のサイクルによる取組を促進し、地域での「稼ぐ観光」の実現による地域創生や観光のリーディング産業化を目指していきます。

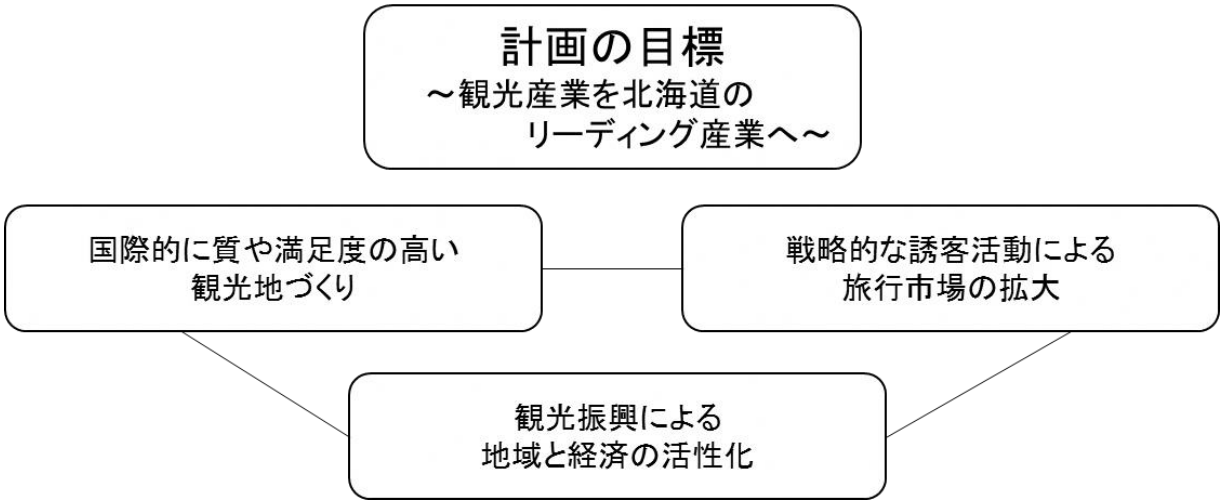


## Ⅳ　計画の目標

北海道観光を取り巻く環境は、国内経済が好調に推移していることや、海外の旅行市場が拡大基調にあるなど、明るい兆しを見せています。

本道においても、人口減少、少子高齢化が進む中、観光客の増加は地域の交流人口の拡大に貢献し、新たな消費や雇用の場の増加といった面で、観光のみならず様々な産業にも波及効果をもたらし、地域経済の活性化に資することから、その重要性が高まっています。

このような中、季節を問わず長くゆったりとした時間を過ごすことのできる魅力ある滞在型の観光地づくりや受入体制づくり、マーケティング※分析に基づく戦略的な誘客活動による国内外からの観光客の誘致に地域が一体となって取り組み、引き続き観光産業のリーディング産業化を進めていくことが重要であることから、この計画では次の目標を定め、その着実な推進を図っていきます。




### １　国際的に質や満足度の高い観光地づくり

外国人観光客の急激な増加などを背景に本道の観光需要が堅調に推移する中、今後、観光による経済効果をさらに高めていく観点からも、本道での滞在日数、各観光地における滞在時間を伸ばしていくことや、全道各地へ観光客を誘導していくことが重要となっています。

知床世界自然遺産をはじめ、北海道が世界に誇る自然や環境を守りながら、温泉や食をはじめ、地域の歴史やアイヌ文化などの豊かな資源を最大限に活用するとともに、繰り返し訪れたくなるような、安心してゆっくりと滞在できる国際的に質や満足度の高い観光地づくりを進めていきます。

### ２　戦略的な誘客活動による旅行市場の拡大

人口の減少が進んでいる本道において、観光による交流人口の増加がもたらすにぎわいや消費の獲得が今後も大変重要です。このため、道民の道内旅行を活性化していくことはもとより、首都圏など大都市圏や東北・北関東などからの誘客の促進に加え、アジアや欧米など、海外に向けた戦略的な誘客活動を積極的に展開し、国内外に本道の魅力を広く発信して旅行市場の拡大を進めていきます。

## ３　観光振興による地域と経済の活性化

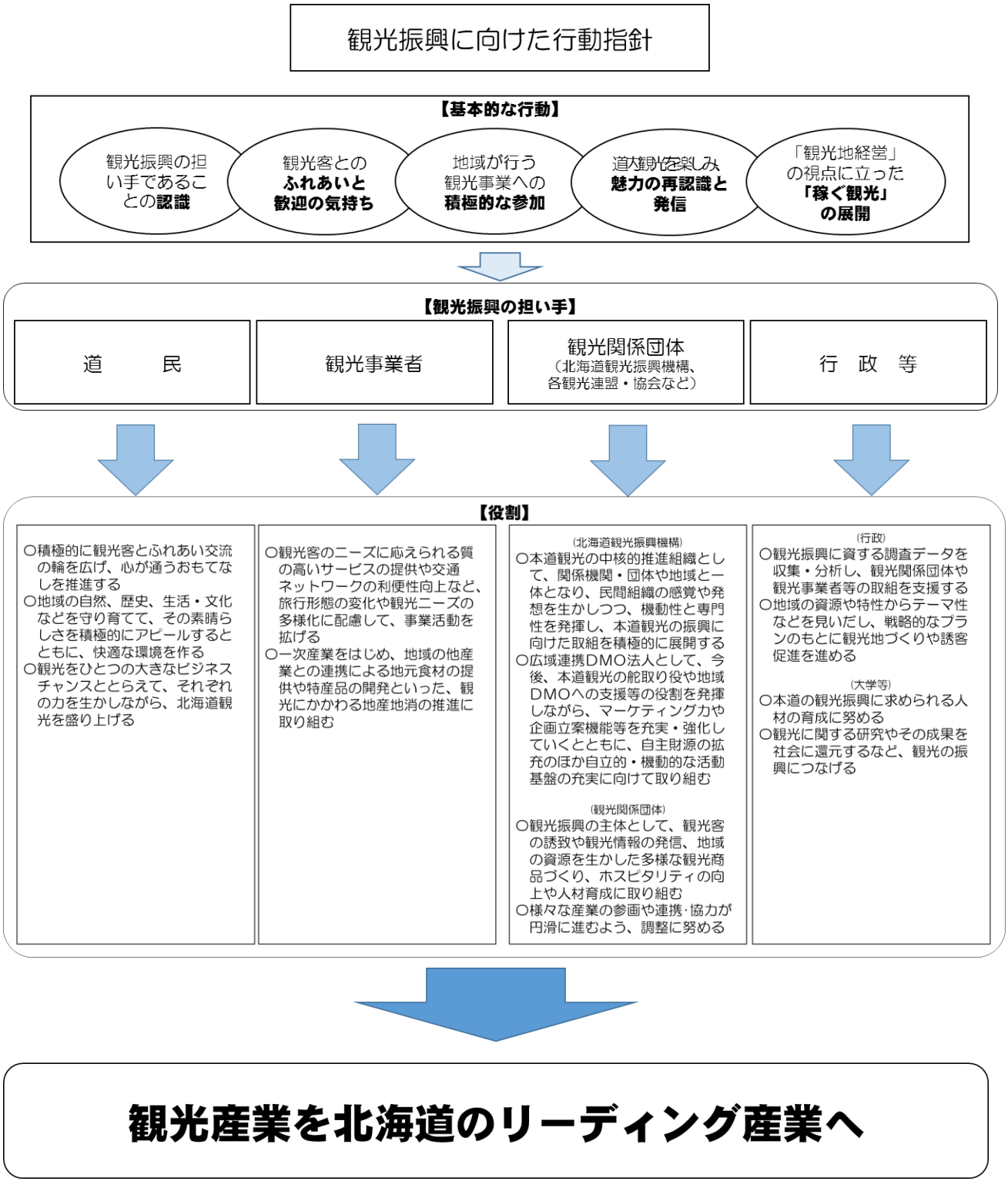
本道観光を大きく発展させるためには、まず、道民一人ひとりが自分たちの暮らす地域はもとより道内各地域の自然や食、生活・文化・スポーツといった魅力を体感し、さらにその魅力を守り、育てるとともに、その素晴らしさを国内外の多くの人々に伝える活動の輪を広げることや居心地の良い環境を作っていくことが重要です。そして、道民を含め、国内外の多くの観光客がもたらす消費の拡大を図り、観光産業を地域のリーディング産業として大きく発展させていくことにより、地域と経済の活性化につなげていくことを目指します。

### ○　目標に係る指標

| | 現　状 | 目　標 |
|---|---|---|
| 観光入込客数（実人数） | (H28) ５，４６６万人→ | (H32) ６，０００万人 |
| うち道内観光客 | ４，６４２万人→ | ４，８８０万人 |
| うち道外観光客 | ５９４万人→ | ６２０万人 |
| うち外国人観光客 | ２３０万人→ | ５００万人 |
| | （北海道観光入込客数調査） | |
| 宿泊客延数 | | |
| 国内客 | (H28) ２，８６３万人泊 | →(H32) ３，０００万人泊 |
| 外国人 | (H28) ６３５万人泊 | →(H32) １，７００万人泊 |
| | （北海道観光入込客数調査） | |
| 宿泊数の割合 | | |
| 道外客（5 泊以上） | (H28) １５．０％ | →(H32) １９％ |
| 外国人（7 泊以上） | (H28) １７．２％ | →(H32) １９％ |
| | （観光客動態・満足度調査） | |
| 観光消費額 | | |
| 道内客１人当たり | (H27) １２，８６５円 | →(H32) １４，０００円 |
| 道外客１人当たり | (H27) ７３，１３２円 | →(H32) ７６，０００円 |
| 外国人１人当たり | (H27) １７８，１０２円 | →(H32) ２００，０００円 |
| | （北海道観光産業経済効果調査） | |
| 観光総消費額 | (H27) １兆４，２９８億円 | →(H32) ２兆１，５４４億円 |
| うち道内客 | (H27) ６，３７４億円 | →(H32) ６，８３２億円 |
| うち道外客 | (H27) ４，２２０億円 | →(H32) ４，７１２億円 |
| うち外国人 | (H27) ３，７０５億円 | →(H32) １兆円 |
| | （北海道観光産業経済効果調査） | |
| 観光・旅行全体に対して「とても満足した」とする割合 | | |
| 道内客 | (H28) ３６．３％ | →(H32) ４７％ |
| 道外客 | (H28) ４３．６％ | →(H32) ５７％ |
| 外国人 | (H28) ５０．７％ | →(H32) ６４％ |
| | （観光客動態・満足度調査） | |
| リピーターの割合 | | |
| 道外客（5 回以上来道） | (H28) ４５．３％ | →(H32) ５０％ |
| 外国人（2 回以上来道） | (H28) ３２．０％ | →(H32) ３４％ |
| | （観光客動態・満足度調査） | |

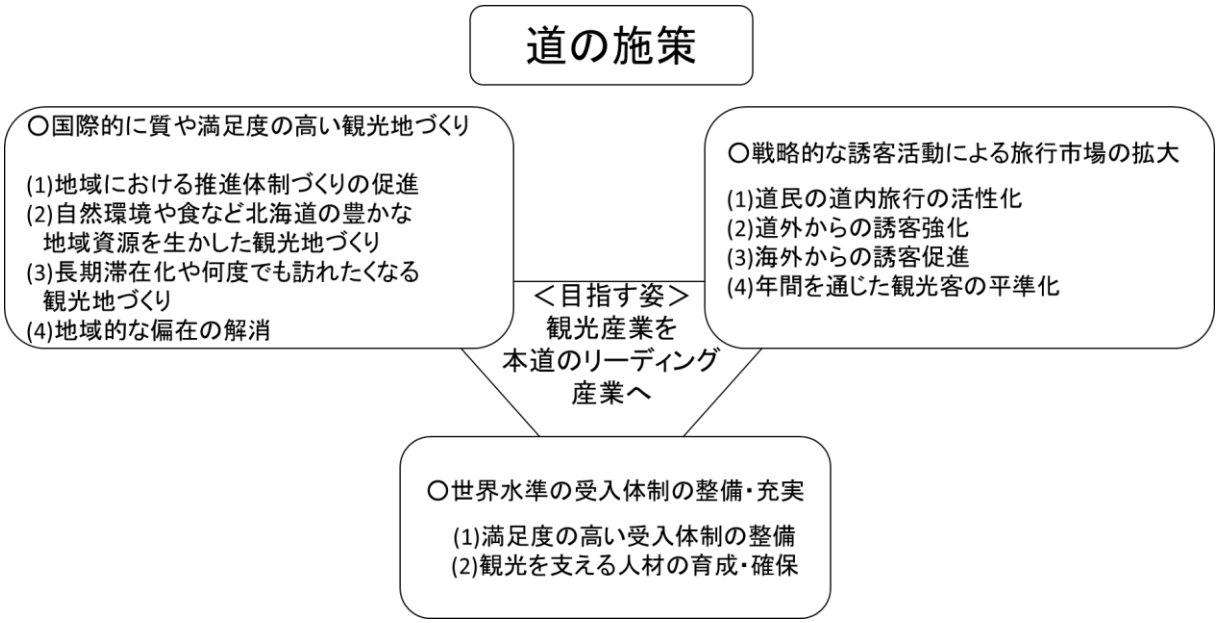
## Ⅴ　観光振興に向けた行動指針

この計画の目標の達成に向けて、観光にかかわる事業者をはじめ道民や企業の皆様が連携、協働しながら取組を進めて行くための行動指針を次のとおり定めます。道民や北海道観光振興機構をはじめとする観光関係団体、観光事業者それぞれが、この指針をもとに積極的に取り組み、観光のくにづくりに向け行動することが何より大切です。



## Ⅵ　観光振興に関する道の施策

道は、北海道観光を巡る現状と課題を踏まえ、計画期間中に予定されている「民族共生象徴空間」の公開や２０２０東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催などによる効果を生かしていくとともに、さまざまな変化に的確に対応しながら、次の施策を推進していきます。




（施策展開の方向）

### １　国際的に質や満足度の高い観光地づくり

（施策の柱）

#### (1) 地域における推進体制づくりの促進

観光消費の拡大等によって地域経済の活性化を図っていくためには、観光に直接携わる方だけでなく、地域産業を支える多様な関係者が一体となり、観光地づくりを進めていくことが求められているため、日本版ＤＭＯをはじめとする地域での推進体制づくりなどを促進していきます。

（小柱）

**①　ＤＭＯの形成・確立に向けた支援**

観光産業が地域のリーディング産業として発展していくことができるように、観光地域づくりの舵取り役として期待される日本版ＤＭＯの形成・確立のため、北海道観光振興機構や金融機関などと連携し、マネジメント※能力の向上、地域の魅力を生かしたブランディング※や、マーケティングなど観光地経営の能力を備えた人材の育成などの受入体制整備、地域の観光ビジネスの創出、観光市場のニーズに対応した戦略的なプロモーションなどを支援するとともに、道内の各地域で「稼ぐ観光」を目指した観光地域づくりを推進し、交流人口の拡大や地域経済の活性化につなげていけるよう支

援していきます。

（主な施策）

・観光地経営を担う人材の育成支援などによる地域のＤＭＯの形成促進
・観光事業者に留まらない業種を越えた幅広い事業者の参画促進
・広域的な観光地づくりのための連携体制づくり
・観光資源の掘り起こし、磨き上げによる観光商品づくり

（施策の柱）

## (2) 自然環境や食など北海道の豊かな地域資源を生かした観光地づくり

人口減少社会の到来や外国人観光客の急増、観光地間の誘致競争の激化など、観光を巡る環境が変化する中で、交流人口の拡大による観光消費の増加と地域経済の活性化を図っていくためには、自然、食、温泉といった北海道の持つ優位性や、歴史、生活・文化、産業などの地域の特性を活用して他の地域にはない魅力を発掘・磨き上げるとともに、観光地のブランディングを推進し、競争力を有した満足度の高い観光地づくりを進めていく必要があります。

（小柱）

### ①　自然環境との共生

本道の豊かで優れた自然環境等を保全するため、自然公園等の巡視など、利用者の安全・安心の確保を行い、訪れる人々がその豊かさに感動し、堪能できる観光地づくりを進めていきます。また、自然公園等で近年増加しているインバウンドの受入環境整備のため、安全性や利便性の向上、多言語対応などを進めていきます。

観光訪問先の広域化と滞在日数の長期化を進めるため、質の高いアウトドアガイドを育成するとともに、北海道の豊かな自然・歴史・文化などを活用した体験型観光※の魅力発信やメニューの充実により、観光行動の多様化を促進します。

良好な都市景観・環境形成を図るため、都市計画街路の整備を推進するほか、のどかな農村風景など、北海道らしい美しい景観の観光資源として活用していく取組を進めていきます。

（主な施策）

・自然公園など優れた自然環境の保全と自然公園施設の整備
・アウトドア資格制度※によるアウトドアガイドなどの育成
・アウトドア、まち歩きなど自然・文化・歴史とふれあう体験型観光の推進
・自然環境を生かした観光メニューの充実
・アドベンチャートラベル※の推進
・地域の特色を生かした景観の形成促進
・街路の整備などによる都市環境の向上

### ②　文化・歴史の保全と活用

北海道が持っている特徴的な文化や歴史を保全するだけでなく、「北海道・北東北の

縄文遺跡群」の世界遺産登録に向けた取組の推進や、平成３２年に公開が予定される「民族共生象徴空間」などを通じたアイヌ文化の発信など、その意義や価値を広く発信し、地域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。

また、赤れんが庁舎や北海道開拓の村をはじめとする道立施設を歴史・文化などの発信拠点として活用するとともに、関係機関との連携・協働により、施設の魅力を高めながら、ＭＩＣＥ※のユニークベニュー※としての開発・利用など、誘客の促進に取り組んでいきます。

（主な施策）

・文化・歴史的遺産や日本遺産、北海道遺産※などの観光資源としての活用促進
・「民族共生象徴空間」や道内各地のアイヌ文化の活用促進
・アドベンチャートラベルの推進（再掲）
・道立施設の観光資源としての活用促進
・ＭＩＣＥの誘致促進

### ③　食の魅力の活用

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、道産ワインなど道産品の高付加価値化による取組や、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通じて、観光客の満足度を向上させていきます。

（主な施策）

・地場産品を活用した料理・特産品の開発
・食の安全・安心に対する取組推進と食の魅力発信
・道産品のブランド化など高付加価値化の促進
・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
・食の魅力を生かした観光商品開発や観光地づくりの促進

（施策の柱）

## (3) 長期滞在化や何度でも訪れたくなる観光地づくり

観光客に滞在日数（時間）を伸ばしてもらうことや、リピーターとなって何度も来訪してもらうためには、新たなツーリズム※の創出や地域の資源を活用したイベントの促進などの取組を進めることが重要です。そのためには、長期滞在型の観光地づくりをはじめ、将来のリピーター化が期待される教育旅行の受入に適した観光地づくりなどを進めます。

（小柱）

### ①　滞在の長期化に向けた取組の促進

観光客の滞在期間を伸ばすためには、地域の観光資源の発掘・磨き上げによる新たな魅力ある観光商品づくりはもとより、グリーン・ツーリズム※や産業・アート・アド

ベンチャー・サイクリングをはじめとする新たなツーリズムなど、本道の自然や四季の特長を生かした観光商品や、各地で開催されるイベントの参加、ＭＩＣＥの開催など、一年を通じて地域に滞在しながら楽しむことができる観光メニューづくりを進めていきます。

（主な施策）

・滞在時間の長期化に向けた新たな観光商品の開発促進
・農林漁業体験などのグリーン・ツーリズムに加え、農山漁村の多様な主体が地域ぐるみで連携する農村ツーリズムの促進
・産業・アート・健康などを目的とした商品開発など、新しいツーリズムの促進
・アドベンチャートラベルの推進（再掲）
・サイクルツーリズムをはじめとするスポーツツーリズム※の推進による誘客促進
・各地に寄港したクルーズ客向けの観光商品の開発促進
・道内各地の個性を生かした各種イベントの促進
・四季毎の特長を生かした観光メニューの開発促進
・ＭＩＣＥの誘致促進（再掲）

### ②　リピーターの拡大に向けた取組の推進

観光客がリピーターとなり、本道を何度も訪れていただくためには、多様化するニーズに対応した観光メニューの提供や、これまで知られていない閑散期の観光情報や魅力の発信、「おもてなし力」の向上などにより質の高いサービスを提供することで、観光客の満足度を高めていくことが重要であることから、観光資源の発掘・磨き上げなどにより、地域の特性を生かした観光地づくりや情報発信、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などの取組を進めていきます。

（主な施策）

・観光資源の掘り起こし、磨き上げによる観光商品づくり（再掲）
・四季毎の特長を生かした観光メニューの開発促進（再掲）
・「おもてなし力」の向上など観光ホスピタリティ運動の推進

### ③　教育旅行など若年者の受入環境の整備

本道への教育旅行の定着を促すため、若者をひきつけるアウトドアや文化、産業などの本道の魅力ある観光資源を生かした若年者の受入環境整備を進め、教育旅行で来道する児童や生徒などのリピーター化を目指します。特に、北海道新幹線開業により、道内への教育旅行需要が見込まれる東北・北関東や地方航空路線発地地域を対象に、積極的な教育旅行誘致を促進していきます。

（主な施策）

・将来的にリピーターとなり得る児童や生徒など、道外・海外からの教育旅行の誘致促進
・アウトドア、まち歩きなど自然・歴史・文化とふれあう体験型観光の推進（再掲）
・農林漁業体験などのグリーン・ツーリズムに加え、農山漁村の多様な主体が地域ぐるみで連携する農村ツーリズムの促進（再掲）
・産業・アート・健康などを目的とした商品開発など、新しいツーリズムの促進（再

掲）
・「民族共生象徴空間」や道内各地のアイヌ文化の活用促進（再掲）

（施策の柱）

## (4) 地域的な偏在の解消

道央圏に集中している観光客を全道各地域へ誘導していくために、道内各地域の観光資源の発掘・磨き上げにより、地域ならではの魅力を高めるほか、地域連携による広域観光の促進や、航空路線や新幹線をはじめとする本道へのアクセスを充実・向上させるなどの取組を進めます。

（小柱）

### ① 地域ならではの観光メニューづくり

観光客の方々を道央圏以外の地域にも誘導していくために、道内各地域の豊かな自然や安全・安心な食など、様々な観光資源の発掘・磨き上げに加えて、魅力ある観光メニュー開発などの取組を支援するほか、地域が主体となった美しい景観づくりなどにより、北海道の雄大な景観の中での移動そのものを楽しむドライブ観光やサイクルツーリズム等の振興を図ります。

（主な施策）

・観光資源の掘り起こし、磨き上げによる観光商品づくり（再掲）
・道内各地の個性を生かした各種イベントの促進（再掲）
・サイクルツーリズムをはじめとするスポーツツーリズムの推進による誘客促進（再掲）
・道内地方空港を活用した旅行商品づくり

### ② 地域連携による広域観光周遊ルートの充実

国内外からより多くの観光客に全道各地を訪れてもらうために、地域が持つ観光資源などを生かしながら、各地域が広域的に連携することによって相乗効果を高め、より魅力的な観光地づくりやJR、バス、道内航空路線等、多様な交通手段を活用した観光ルートづくりを促進します。

（主な施策）

・地域連携による広域観光周遊ルートの形成促進
・鉄道やバスなどを利用した広域周遊観光の促進

### ③ 観光客の来道アクセスのさらなる向上

新千歳空港の国際拠点空港化や定期航空路線の新規就航・増便などをはじめ、北海道新幹線の札幌までの延伸など本道へのアクセス充実を図り、道外・外国人観光客が来道しやすい環境づくりを進めるとともに、外国人観光客の利便性向上を図るため、国に対してＣＩＱ体制※の整備・充実、ビザ発給条件の緩和を働きかけていくほか、空

港の受入機能強化のためのグランドハンドリングに関する人材教育支援制度など、受入体制の充実を図っていきます。

**（主な施策）**

・定期航空路線の新規就航・増便など道内外航空路線網の拡充
・［新千歳空港］世界に開かれた国際的な拠点空港としての機能の拡充
・［他の道内空港］国際航空便の受入機能強化など国際化の推進
・ビザ発給条件緩和と数次ビザ※導入に向けた国への要請
・新函館北斗・札幌間の早期完成に向けた北海道新幹線の整備促進
・道内地方空港を活用した旅行商品づくり（再掲）

（施策展開の方向）

## ２　戦略的な誘客活動による旅行市場の拡大

（施策の柱）

### (1) 道民の道内旅行の活性化

人口減少・高齢化が進み、道内各地域の人口減少が懸念される中、北海道の観光入込客数の８割以上を占める道民の道内観光を活性化するため、地域の観光資源の発掘・磨き上げによる観光メニューづくりを促進するとともに、様々なメディアを活用し地域の観光情報や魅力の発信を強化し、観光需要の底上げを図ります。

（主な施策）

・メディアでのＰＲ等による道民の道内旅行の促進
・道内各地の個性を生かした各種イベントの促進（再掲）
・ＳＮＳ※等を活用した効果的な情報発信

（施策の柱）

### (2) 道外からの誘客強化

国内旅行市場の縮小が懸念されている中、観光による交流人口の増加によって、地域のにぎわいだけでなく観光消費による経済効果も大きく期待されています。そのため、観光消費が高い道外からの誘客を促進・強化していくため、メディアや集客力のあるイベントなどを活用した積極的なプロモーション、北海道新幹線を生かした首都圏や東北・北関東との連携などにより、道外からのさらなる誘客促進を図ります。

（小柱）

#### ①　メディアを活用した情報発信

個人旅行化が進み、観光客の情報入手手段が多様化している中で、道外からの誘客を拡大していくためには、首都圏を中心としたメディア等の発信力と拡散力を活用することが重要であることから、多彩な媒体を活用した積極的な情報発信を図っていきます。

（主な施策）

・メディアなどを活用した全国的なＰＲ活動の展開
・北海道へのロケーション※の誘致促進
・ＳＮＳ等を活用した効果的な情報発信（再掲）

#### ②　キャンペーン等によるＰＲ活動の展開

道外からの誘客拡大と全道各地域への誘客を促進していくためには、地域や交通事業者等と連携したキャンペーンの実施やイベントへの出展等、効果的かつ効率的なＰＲ活動を展開できるよう、地域と一体となったプロモーション活動を積極的に実施していきます。

（主な施策）

・交通事業者等と連携した宣伝誘致キャンペーンなどの充実
・地域が行う宣伝誘致への支援

### ③　北海道新幹線等を活用した道外からの誘客戦略の強化

交通事業者等と連携し、北海道新幹線や道内地方空港を活用した商品造成に向けた取組など、誘客施策を実施し、新たな観光需要を掘り起こします。

また、道内各地域の特性を生かした地域密着の情報提供や課題に基づいた商品造成、プロモーションを展開します。

（主な施策）

・東北エリアとの連携等による北海道新幹線の利用促進
・道内地方空港を活用した旅行商品づくり（再掲）
・交通事業者等と連携した宣伝誘致キャンペーンなどの充実（再掲）
・メディアなどを活用した全国的なＰＲ活動の展開（再掲）
・北海道へのロケーションの誘致促進（再掲）
・地域が行う宣伝誘致への支援（再掲）

（施策の柱）

## (3) 海外からの誘客促進

海外からの誘客促進を図っていくためには、外国人来道者数の９割弱を占める韓国、台湾、中国をはじめとするアジアの国や地域はもとより、今後、市場開拓を進めていく欧米など、国・地域ごとに市場の熟度や特徴に応じたターゲットの絞り込みやそれに対応したプロモーション活動など行い、新たな観光客の獲得やリピーターの確保・拡大により、外国人観光客の増加を図っていきます。また、バードウォッチングや本道の歴史・文化に触れる特定目的をもつツアーや、クルーズ客船の寄港などにより誘客促進を図るほか、北海道ＭＩＣＥ誘致推進協議会が策定した「北海道におけるＭＩＣＥ戦略（戦略的方向性）」に基づきＭＩＣＥの誘致を進め、誘客を促進していきます。

（小柱）

### ①　対象国・地域の市場ニーズに応じた戦略的な誘客の推進

台湾・韓国・香港・シンガポール・オーストラリアなどの既に来道者が多い「成熟市場」に対しては、リピーターやＦＩＴのニーズを踏まえ、地域ならではの魅力ある商品造成や効果的な情報発信により、来道者のさらなる拡大を進めます。また、経済発展を契機に来道者が増加し、今後の拡大が期待できる中国・タイ・マレーシアなどの「成長市場」に対しては、対象地域の熟度や特徴に応じた情報発信を行うとともに、その他のアジア諸国に対しても他県に先駆けたプロモーションを展開し、観光客の一層の来道を促進します。さらに、潜在的な市場として有望視される「欧米市場」に対しては、メディアなどを通じて北海道の認知度を向上させるため、北海道の魅力を効果的に発信し、観光客の拡大を図ります。

（主な施策）

・アジアをはじめ欧米に対する戦略的な宣伝誘致活動の展開
・旅行エージェントや海外のメディアなどの招へい事業の推進
・地域が行う宣伝誘致への支援（再掲）

### ②　特定分野にターゲットを定めたプロモーションの推進

旅行形態の個人旅行化により、バードウォッチングなど特定の目的のためのツアーに対する需要が見込まれることから、メディア等へのプロモーションを展開し、継続的・安定的な誘客を図ります。特に、平成３２年に公開が予定される「民族共生象徴空間」などを通じたアイヌ文化の発信を海外のマーケットに対して幅広く行います。

また、コンベンション等の開催は国内外からの多くの来道者が見込まれ、宿泊や交通等の直接的な経済効果があるだけでなく、その誘致や開催を通じて本道の魅力を発信し、さらなる誘客促進に有効であることから、ＭＩＣＥ誘致を推進します。

（主な施策）

・バードウォッチングなどの特定目的にターゲットを絞ったＰＲ
・「民族共生象徴空間」の公開に向けたアイヌ文化の情報発信
・ＭＩＣＥの誘致促進（再掲）

### ③　国際定期航空路線等の誘致促進

外国人観光客の誘客促進を図っていくためには、海外と本道を結ぶ航空路線の充実が重要です。このため、新千歳空港の国際拠点空港化や、道内外を結ぶ航空ネットワークの維持・拡充を図る必要があります。海外からの誘客の基盤となる路線拡充などに向けて、経済界と連携してプレゼンテーション※などを実施するとともに、道外拠点空港とのアクセスの向上を図っていきます。

（主な施策）

・国際定期航空路線の拡充や道内の空港と道外拠点空港とのアクセスの向上に向けた誘致活動の強化

### ④　クルーズ船※の誘致促進

クルーズ船の寄港による外国人観光客の誘客促進を図っていくためには、フライ＆クルーズの促進などターゲットを明確にした戦略的な誘致活動等に取り組むことが重要です。このため、国や各港湾管理者と連携して、クルーズ船の本道への寄港促進に向けたプロモーション活動を展開するほか、クルーズ船の大型化に対応した港湾施設の機能を強化するとともに、寄港地から観光地などへのアクセス交通の確保や、案内板の多言語表記、無料公衆無線ＬＡＮの環境整備及びＣＩＱ体制の強化など受入体制の整備・充実などに取り組みます。

（主な施策）

・クルーズ船の誘致促進

（施策の柱）

## (4) 年間を通じた観光客の平準化

北海道観光の課題となっている季節による観光客の大きな変動を解消していくためには、道内の魅力ある観光資源の発掘・磨き上げや、地域の魅力をきめ細やかに、かつ効果的に情報発信することにより、年間を通じた新しい旅行需要を喚起し、閑散期の旅行需要の喚起を図ります。

（小柱）

### ① 四季折々の魅力の発信による国内外からの誘客促進

年間を通じた安定的な誘客を促進していくためには、道内各地の四季折々の魅力ある観光資源をＰＲすることはもとより、ＭＩＣＥ開催やラグビーワールドカップ２０１９や２０２０東京オリンピック・パラリンピック競技大会などの国際大会を契機とした合宿誘致や冷涼な気候を生かしたスポーツツーリズム※などの新たな魅力による誘客を促進し、新しい旅行需要を喚起するほか、道外へのＰＲ・プロモーションの強化により国内教育旅行の誘致を促進するとともに、海外からの教育旅行受入に向けた環境整備を図っていきます。

（主な施策）

- 国内客に対する冬季観光の推進など通年化に向けた宣伝誘致活動の展開
- 将来的にリピーターとなり得る児童や生徒など、道外・海外からの教育旅行の誘致促進（再掲）
- 各種スポーツ大会やイベントなどを通じた文化・スポーツ交流促進
- サイクルツーリズムをはじめとするスポーツツーリズムの推進による誘客促進（再掲）
- ＭＩＣＥの誘致促進（再掲）
- 四季毎の特長を生かした観光メニューの開発促進（再掲）

### ② インターネットなどによる効果的な情報発信

個人旅行化の増加により、多様化している観光客ニーズに対応するために、観光地のきめ細や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することにより、幅広くかつ迅速に提供するとともに、北海道旅行への需要喚起やリピーターの増加に向け、北海道ブランドの浸透などを図ります。

（主な施策）

- ＳＮＳ等を活用した効果的な観光情報の発信（再掲）
- 個人旅行者に対するパンフレット等の情報提供ツールの充実
- 北海道観光のファンの獲得

（施策展開の方向）

## ３　世界水準の受入体制の整備・充実

（施策の柱）

### (1) 満足度の高い受入体制の整備

国内外から多くの観光客を迎え入れるとともに再訪を促していくためには、多様化する観光客ニーズに的確に対応していくことが必要であり、外国人や高齢者、障がいのある方など誰もが安心して快適に旅行することができる受入環境づくりや、観光情報案内機能の充実、二次交通の整備など受入体制整備を促進していきます。

（小柱）

#### ①　安心・安全で快適な受入環境整備

自然災害や事故が発生した場合に多言語で迅速かつ正確な情報を提供するなど、観光客を守る体制づくりを進めるとともに、今後の旅行需要の増加が見込まれる高齢者や障がいのある方々が、安心して快適に旅行できるよう、ユニバーサルデザインの街づくりや、バリアフリー観光に向けた受入環境づくりを進めるほか、外国人観光客のＦＩＴ化に伴うレンタカー利用の増加への対応や、外国語対応した医療機関の情報発信など、外国人観光客に配慮した環境整備等を促進していきます。

（主な施策）

・防災・減災に向けた体制づくりの推進
・誰もが利用しやすい公共施設や公共交通機関などの整備
・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
・外国人観光客の安全なレンタカー利用の促進
・外国語対応が可能な医療機関情報の発信

#### ②　観光情報案内機能の充実

急増する外国人観光客や多様化する観光客ニーズに対応するために、個人旅行者や外国人旅行者にとっても利用しやすい観光案内板や観光案内拠点の整備・充実などに取り組みます。

（主な施策）

・「食と観光の情報館」、「どさんこ旅サロン」など観光情報案内機能の充実
・関係機関との協力による外国語表記やピクトグラム※を使用した統一的な観光案内板等の整備推進
・外国人観光客にも対応できる新千歳空港国際観光案内所をはじめとした観光案内拠点の整備促進
・外国人観光客向けに国が開発した外国語会話アプリケーションの活用促進
・個人旅行者に対するパンフレット等の情報提供ツールの充実（再掲）

#### ③　宿泊施設など観光関連施設の充実

観光客を受け入れる基盤の強化のためには、観光関連施設の充実や受入体制整備が

必要であり、宿泊施設等の整備に向けた国内外からの投資促進や、道内において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に対して、融資制度の活用により必要な資金を融資することで、観光関連施設等の整備を促進していきます。

（主な施策）

・宿泊施設など観光関連施設の整備・充実に向けた国内外からの投資の促進
・融資制度の活用による観光関連施設等の整備促進

### ④　インターネット利用環境の向上

外国人観光客が安心して本道観光を楽しむためには、観光に必要な情報を手軽に入手し、また、地域の魅力をＳＮＳ等で手軽に発信できる環境が必要であり、そのため民間企業との連携協定により、インターネット利用環境の向上などに取り組んでいきます。

（主な施策）

・無料公衆無線ＬＡＮ環境の整備促進

### ⑤　幹線交通ネットワーク及び二次交通の整備促進

本道では観光地が広域に分散しており、快適に旅行ができる環境整備を図るためには、主要観光地を結ぶ幹線交通ネットワークや空港・鉄道駅と主要観光地との間を結ぶ二次交通の整備、交通機関相互の円滑な接続など、連携強化に向けた取組を進めていきます。

（主な施策）

・交通機関の接続の円滑化（乗継）や二次交通の整備など旅行者に配慮した取組の推進
・高規格幹線道路及びアクセス道路の整備推進
・冬期間の安全で円滑な交通を確保する道路交通環境の整備

### ⑥　マーケットデータ※の収集・分析による戦略づくり

国内外の観光客の誘致促進や満足度の高い観光地づくりなどの観光振興施策を検討する上で、基礎となる観光統計の整備・充実が重要であることから、観光入込客数や消費額、観光動態など、観光振興に資するデータを広く調査・収集し、迅速・効果的に分析していきます。また、近年、旅行形態が団体から個人へとシフトし、旅行目的も多様化する中、国内外の観光客に北海道を「目的地」として選択してもらい、リピーターを獲得していくため、観光客の嗜好やニーズなどを把握・分析し、観光客の多様なニーズに的確に対応するよう努めます。

（主な施策）

・観光客の動態や消費の動向、関連産業の実態などの把握
・国内外からの観光客誘致のための観光客の嗜好やニーズなどの把握

（施策の柱）

## (2)観光を支える人材の育成・確保

外国人観光客の急増に対応し、観光産業を持続的に発展させていくためには、地域の観光を支える人材の育成・確保は重要な課題となっており、関連する業界や大学などと緊密に連携して、観光人材の育成・確保に積極的かつ長期的に取り組んでいく必要があります。

（小柱）

### ①　観光人材の育成

観光産業を持続的に発展させていくためには、経営層を含めて、地域の観光の中核を担う人づくりが重要であり、大学などと連携して、観光産業や観光地経営を支える人材の育成に取り組みます。また、観光産業の従事者や観光ボランティアガイドのスキルアップを促進し、満足度の高いサービスを提供する受入体制の整備を図っていきます。

（主な施策）

・研修等による観光産業や観光地経営を支える人材育成の促進
・観光産業従事者等の外国語対応や接遇研修の促進
・アウトドア資格制度によるアウトドアガイドなどの育成（再掲）

### ②　観光人材の確保

外国人観光客の急増に伴い、宿泊施設や観光貸切バスなどの需要が増加しているものの、人手不足や職場への定着が課題となっており、関係団体などと連携して、就業環境の改善を図り、若年層を中心とした人材の確保を促進していきます。

（主な施策）

・セミナーや研修会等による宿泊業や観光貸切バス業など観光産業従事者の確保

### ③　観光客を温かく迎える道民意識の醸成

北海道が国際的に質の高い観光地となるためには、観光振興の基盤強化として、観光関係者だけではなく、広く道民の理解を得られるよう意識醸成を図る必要があり、北海道観光のくにづくり条例やこの計画に掲げる行動指針の普及・啓発を進めていくとともに、観光に関するセミナーなどを通じて、観光の役割や重要性を学ぶ機会を促進していきます。

（主な施策）

・観光の重要性や観光振興に関する道民の役割などの啓発
・観光振興に尽力した人や団体等を対象とした表彰の実施
・研修会やセミナーなど観光に関する学習機会の確保

## Ⅶ　計画の推進

1　計画推進の考え方

この計画を着実に推進していくためには、道をはじめとする行政機関や北海道観光振興機構はもとより、道民や観光事業者、観光関係団体、さらには大学など、観光に携わるすべての者が「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、人脈や情報、ノウハウなどお互いに活用するなど、これら産官民学が連携・協働して観光振興を推進していくことが必要です。

このため、道では、この計画の推進に向け、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、この計画を推進していきます。

# 附　属　資　料

# 用語解説

## ア行

○　アウトドア資格制度

誰もが安全で快適にアウトドア活動を楽しめるよう、専門的な知識や技術を有し、安全で質の高いガイドサービスを担う人材や事業者の育成を目的として、平成14年に創設した北海道独自の資格制度。

○　アドベンチャートラベル

ＡＴＴＡ（Adventure Travel Trade Association）が提唱する旅行スタイルのこと。自然との関連性、異文化体験、身体的活動（アクティビティ）の３つの要素のうち、少なくとも２つを伴うものと定義されている。

○　ＳＮＳ

（Social Networking Service の略称）個人間のコミュニケーションを促進し、社会的なネットワークの構築を支援する、インターネットを利用したサービスのこと。

○　ＦＩＴ

（Foreign Independent Tour の略称）個人の手配の海外旅行。パッケージツアーに対して、個人や少人数で、コースや日程・宿泊施設などを自由に決めて行う旅行。

○　ＬＣＣ

（ローコストキャリア Low Cost Carrier の略称)効率的な運営により低価格の運賃で運航サービスを提供する航空会社を指す。

## カ行

○　グリーン・ツーリズム

ファームイン（農家が経営する民宿）や農村体験など、農山漁村地域に滞在し、農山漁村の自然・文化・人々との交流などを楽しむ滞在型の余暇活動。

○　クルーズ船

船による周遊旅行を提供するための旅客船。宿泊用の客室やレストラン・ラウンジ・プールなどを備え、長期間の旅行が可能。

## サ行

○　ＳＡＲＳ（サーズ）

病気 病名　(Severe Acute Respiratory Syndrome)。重症急性呼吸器症候群。 2003年初頭から、香港などを中心に流行した病気。

○　ＣＩＱ体制

税関(Customs　出入国する旅客の携帯品などの検査)、出入国管理(Immigration　外国人の出入国審査、日本人の出帰国確認)、検疫(Quarantine　外国からの検疫伝染病侵入防止のための検査)のこと。

○　数次ビザ

数次査証　(Multiple-EntryVisa)。ビザ（査証）の有効期間内はその国に何度でも出入りできるビザ。

○　スポーツツーリズム

スポーツを「見る」「する」ための旅行およびそれに伴う周辺観光や、スポーツを支える人々との交流など、スポーツによる「豊かな旅行スタイルの創造」を目指すこと。

○　生産波及効果

－「第６回北海道観光産業経済効果調査」報告書から抜粋－

観光する際に支払ったお金は、支払先だけではなく、支払先の取引を通じて他の産業にも影響を及ぼす。例えば、旅行者が北海道土産として買ったお菓子の売り上げは、お菓子を売っていた会社やその会社にお菓子を卸した会社だけではなく、お菓子を製造した会社、さらにはその会社に牛乳や小麦粉、砂糖等の原材料を納入している会社やその会社の従業員が給与を使って買い物した店にまで影響を及ぼしている。

このうち、産業間のやりとりを踏まえた効果を「生産誘発効果」といい、関連する産業に働く人の給与を通じて誘発される効果（上記の例でいうと、会社の従業員が給与で買い物した店に与える効果）を「家計迂回効果」という。

「生産誘発効果」と「家計迂回効果」を合わせたものが「生産波及効果」である。

## タ行

○　体験型観光

自然、アウトドアスポーツ、産業や文化などに旅行者自身が直接触れたり、参加したりすることを目的とした観光。

○　ツーリズム

観光事業。観光旅行。旅行業。

○　ＤＭＯ

(Destination Marketing/Management Organization の略称) 観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域づくりを行う法人。

※日本版ＤＭＯ：地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

## ナ行

○　二次交通

　複数の交通機関等を乗り継いで目的に行く際に、空港や鉄道の駅から観光地などの最終目的地に移動するための交通手段のこと。

## ハ行

○　バリアフリー

　高齢者や障がい者、外国人などが、社会生活をしていく上で障壁（バリア）となるものを除去（フリー）することであり、物理的、社会的、制度的、心理的な障壁、情報面での障壁などすべての障壁を除去するという考え方。

○　ピクトグラム

　絵や図を用いた記号のこと。言葉のバリアを取り除く目的で開発され、海外からの旅行者や細かい文字の見えにくい高齢者などに、一目で直感的に内容が伝わることから、コミュニケーションの手段として非常に有効である。

○　ブランディング

　顧客や消費者にとって価値のあるブランドを構築するための活動。

○　ブランド力

　そのブランドが持つ魅力。消費者に「このブランドだけは特別」と思い込ませる力。

○　プレゼンテーション

　聴衆に対して情報を提示し、理解・納得を得る行為。

○　プロモーション

　販売促進のための宣伝。観光における誘客促進活動。

○　ホスピタリティ

　厚遇，歓待，心のこもったサービス。ここでは観光客が安心して快適に観光できるように、地域の人々がおもてなしの心で接し、観光客をあたたかく迎えること。

○　北海道遺産

　次の世代へ引き継ぎたい北海道の豊かな自然、人々の歴史や文化、生活、産業など、有形・無形の財産の中から、北海道民全体の宝物として選定されたもの。平成１３年１０月２２日に第１回選定分２５件が、平成１６年１０月２２日に第２回選定分２７件が決定・公表されている。

## マ行

○　ＭＩＣＥ【Meeting,Incentive,Convention/　Congress,Event/Exhibition】

　国際会議、インセンティブ旅行、国際文化・スポーツイベント、国際展示会・見本市等のこと。国際貢献、地域の国際化や活性化、訪日外国人旅行者の拡大、経済効果などの面でその効果が期待されている。

○　マーケティング

　商品が大量かつ効率的に売れるように、市場調査・製造・輸送・保管・販売・宣伝など全過程にわたって行う企業活動の総称。

○　マーケットデータ

　市場調査による情報、資料。

○　マネジメント

　経営、管理。 目標、目的を達成するために必要な要素を分析し、成功するために手を打つこと。

○　民泊サービス

　住宅（戸建住宅、共同住宅等）の全部又は一部を活用して宿泊サービスを提供すること。

○　メディア

　媒体。手段。特に、新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの媒体をいう。

## ヤ行

○　ユニークベニュー

　歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場のこと。

## ラ行

○　リピーター

　買い物・食事・宿泊・旅行などで、同じ店やホテル、観光地を何度も利用したり訪れたりする人のこと。

○　リーマンショック

　2008 年 9 月 15 日に、アメリカ合衆国の投資銀行であるリーマン・ブラザーズが破綻した出来事を、これが世界的金融危機（世界同時不況）の引き金となったことに照らして呼ぶ表現。

○　ロケーション

　「位置」や「立地」などの意味を持つ英語であるが、ここでは、映画・テレビなどで、撮影所または放送局の外へ出て自然の景色や町並みを背景に撮影すること。

# 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。

## これまでの計画による取組の概略

### 北海道観光のくにづくり行動計画（第１期）

平成１３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平成１４年３月に策定された第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※）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。

### 北海道観光のくにづくり行動計画（第２期）

平成２０年３月に策定した第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。

**北海道観光のくにづくり行動計画（第３期）**

平成２５年３月に策定した第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。

北海道観光のくにづくり行動計画
平成３０年３月

発行　北海道
編集　北海道経済部観光局
TEL　０１１－２３１－４１１１（内線２６－５６２）
　　０１１－２０４－５３０２（直通）
URL　http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/index.htm