

# 北海道内離島の観光の振興に向けた実証事業 報告書（概要版）

## ○事業目的

北海道の離島は多様な魅力を有しているが、いずれも道央圏から遠く、移動手段も限られているために往来が難しい。また、多言語対応等の受入準備がまだ十分に成されていない場合もあるほか、島内の宿泊施設の規模が大きくなり、繁忙期には予約が取りづらい等の状況があり、さらに飲食店やお土産店等でもインバウンド向けの受入環境が整っていない。これらの理由から、新型コロナウイルス感染症の感染拡大（以下「コロナ禍」という。）前、まだインバウンド需要を十分に掘り起こせていない状況であった。

そこで、コロナ禍前においてインバウンドの受入実績があり、かつ島の規模としても一定数の観光客の受入が可能な奥尻島・利尻島・礼文島（以下「本事業対象3島」という。）を主な対象として、アウトドアアクティビティを活用した、外国人観光客の誘致・北海道全体としての広域周遊観光の一層の促進のための方策を検証した。

## ○実施概要・結果

### 1. プレ事業

- (1)事業名称 Hokkaido Islands Camper PROMOTION CAMPAIGN  
(2)内 容 キャンピングカーをレンタルして奥尻島・利尻島・礼文島のいずれかに行くと往復のフェリー代を無料とした  
(3)展開時期 ①受付期間 令和5年7月14日（金）～8月9日（水）  
②実施期間 令和5年8月～令和5年9月  
(4)実施結果 ①利用者数 13組▷50人  
②利用概況  
【居住地】7割が道内在住 【利用車種】8割がキャブコンタイプ  
【行先】半数が利尻島で奥尻島が次ぐ・利尻島～礼文島周遊の例も

### 2. 本事業

- (1)事業名称 Hokkaido Islands Camper  
キャンピングカーで北の離島を満喫！キャンペーン  
(2)内 容 以下の条件を全て満たす方を対象に特典を付与  
・対象レンタカー会社で、キャンピングカーを2泊3日以上レンタルする方  
・レンタルしたキャンピングカーをフェリーで航送して、奥尻島、利尻島、礼文島のいずれか1島以上で1泊以上の訪問をする方  
(3)展開時期 ①受付期間 令和5年8月7日（月）～  
②実施期間 令和5年8月10日（木）～令和5年11月15日（水）  
(4)実施結果 ①利用者数 10組▷26人  
②利用概況  
【居住地】9割が道内在住・台湾からの参加者も  
【利用車種】7割がキャブコンタイプ、車中泊対応仕様の1ボックスカーも2割  
【行先】2/3が利尻島で礼文島が次ぐ

※あわせて国内外を対象としたインターネット調査を実施

## ○事業を通じて得られた成果と課題

### (1)当事業の成果について

- キャンペーンを契機として「離島への関心」を行動に変える効果があり、島内での消費喚起にも一定の規模の効果があることが確認できた。北海道における「キャンピングカーレンタル」利用増、離島フェリーの利用創出効果も確認できた。

### (2)課題について

#### ①キャンペーン展開に関して

- a) **タイミング**：今後の期待は「初夏:6～7月中旬・夏:7月中旬～8月」が中心であるが、レンタカー繁忙期を考慮すれば、夏季観光が本格化する前の「初夏の実施」が有望と考えられる。  
b) **告知**：今後、同種事業においては、早期から、幅広く徹底した告知強化が必要と考えられる。（特に、道外・インバウンド対策）また、旅行会社（道内のランドオペレーター含む）を通じた告知も重要と考えられる。  
c) **離島への訪問を喚起するインセンティブ**：付帯調査を参考に、特に相対的に負担感が大きい「キャンピングカー・レンタル費」補助拡充など、インセンティブの構成については再検討が必要と考えられた。

#### ②受入体制に関する課題

- a) **オートキャンプ対応**：一定数のニーズが確認できたことから、今後は「キャンピングカー等」での来島に備えた受入体制についても検討してもよいのではないかと。  
b) **島内での準備**：本年度事業は土産品店などの数、準備期間が限られていたため、「島内での買い物券」使用範囲の設定が限定的にならざるを得なかった。今後の同種のキャンペーン等においては、十分な時間的余裕をもって島内の商業・飲食施設への波及を検討すべき。

#### ③事業者（キャンピングカー&フェリー会社）の取組みについて

- a) **キャンピングカー業界**：半数が「2人」の客であることもふまえ、車種の豊富化と利用料金の弾力化を検討することで利用しやすさに繋がった可能性がある。  
b) **フェリー会社**：本事業で実証されたキャンピングカー等を用いた離島観光の潜在的ニーズが確認されていることをふまえ、今後の「利用活性化策」の検討・実施に繋がられるのではないかと。

## ○今後の離島観光誘客拡大に向けての取組み提案

①**インバウンド**：海外調査をふまえ、台湾・香港・韓国などが主軸。新千歳、函館、旭川空港経由の「キャンピングカー離島キャンプ」組み込みのツアー等の商品造成などが必要となる。

②**国内客**：最大のターゲットは道内客（相対的に利用客の負担感が低減でき、障壁が低い）。増加しつつある「自分のクルマで来道する者」（小樽港、苫小牧港、函館港、室蘭港起点）への対応や、新千歳、函館、旭川空港経由の「キャンピングカー離島キャンプ」組み込みのツアー商品の造成などが必要である。

### ③共通事項

1) **モデルコースの提案**：モデルコースの提案により所要時間・日数・費用・島内アクティビティなどをイメージしやすくすることが重要である。

2) **利用キャンプ（観光）に係るプロモーション**：国内、国外客とも観光関係の情報元が「インターネット、SNS」に重心がおかれていることを踏まえたメディア戦略が必要。特に、インバウンド客に関しては「Instagram、TikTok」など動画型SNSや、インフルエンサーの活用を重視すべき。国内客においては、旅行会社ともタイアップし「一般観光+離島キャンプ」の組合せなど、旅行スタイルの多様な商品販売も有効。