

北海道における外国人観光旅客の
来訪の促進に関する方針

令和5年6月23日
北海道インバウンド観光連絡調整会議

北海道における外国人観光旅客の来訪の促進に関する方針

1. 本方針について	1
2. 北海道における訪日旅行の状況	1
(1) 北海道観光の基礎データ	1
(2) 北海道の目標数値と達成状況.....	3
(3) 外国人の観光動向	5
(4) 近年の変化	6
①観光関連産業従事者の流出	6
②訪日外国人旅行者の回復による観光客のマナー違反等による問題の再発.....	7
③持続可能な観光への関心の高まり	8
3. 「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」における基本的な方針.....	10
(1) 持続可能な観光の推進	10
①安心安全な観光の推進	10
②地域住民及び地域産業への貢献	11
③環境に貢献する観光の推進	11
④観光客の満足度向上.....	13
(2) 消費額の向上施策の推進.....	14
①単価の高い商品の創出	15
②滞在日数の増加.....	16
③消費する時間帯の拡大	16
④地方への消費拡大.....	18
⑤自給率の向上施策の推進.....	20
⑥観光産業の生産性の向上.....	23

北海道における外国人観光旅客の来訪の促進に関する方針

平成30年 3月14日

一部改正 令和 5年 6月23日

1. 本方針について

本方針は、平成30年6月25日付け観観振第26号「訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金交付要綱」及び平成30年6月25日付け観観振第27号「訪日外国人旅行者周遊促進事業実施要領」に規定する、地域方針とする。

2. 北海道における訪日旅行の状況

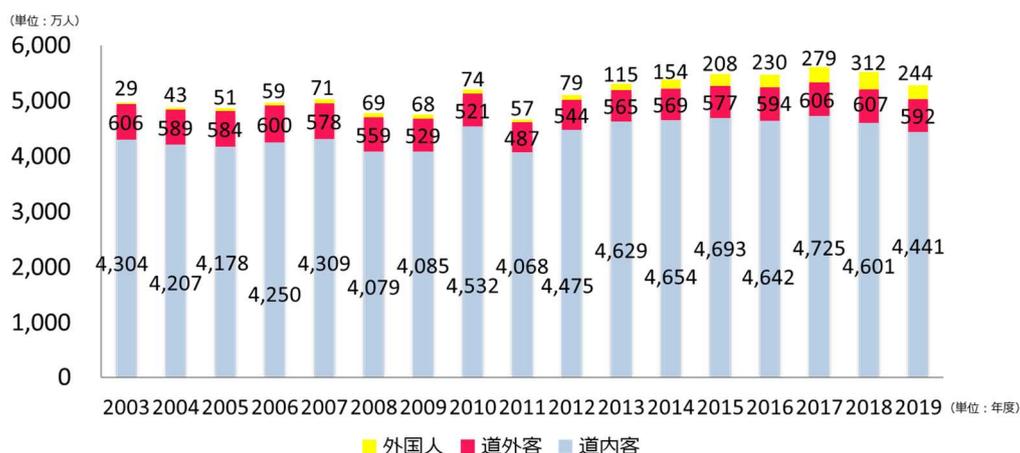
訪日外国人旅行者数は、2018年までは、ビザの戦略的緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充等の国をあげた改革とともに、多言語表記をはじめとする受入環境整備、魅力的なコンテンツ造成、海外プロモーション等の施策により、7年度連続で過去最高を更新していた。

そのような中、2020年に全国に先駆けて北海道内で新型コロナウイルス感染症が拡大し、2020年2月28日には、北海道独自の緊急事態宣言が出され、訪日外国人旅行者数は大きく減少することとなった。

そのため、2020年度以降、比較検証が可能な数値が取得できていないことから、2019年度までの北海道観光に関連する基礎データを用いて状況を整理する。

(1) 北海道観光の基礎データ

■ 図表1 北海道観光入込客数（実人数）の推移

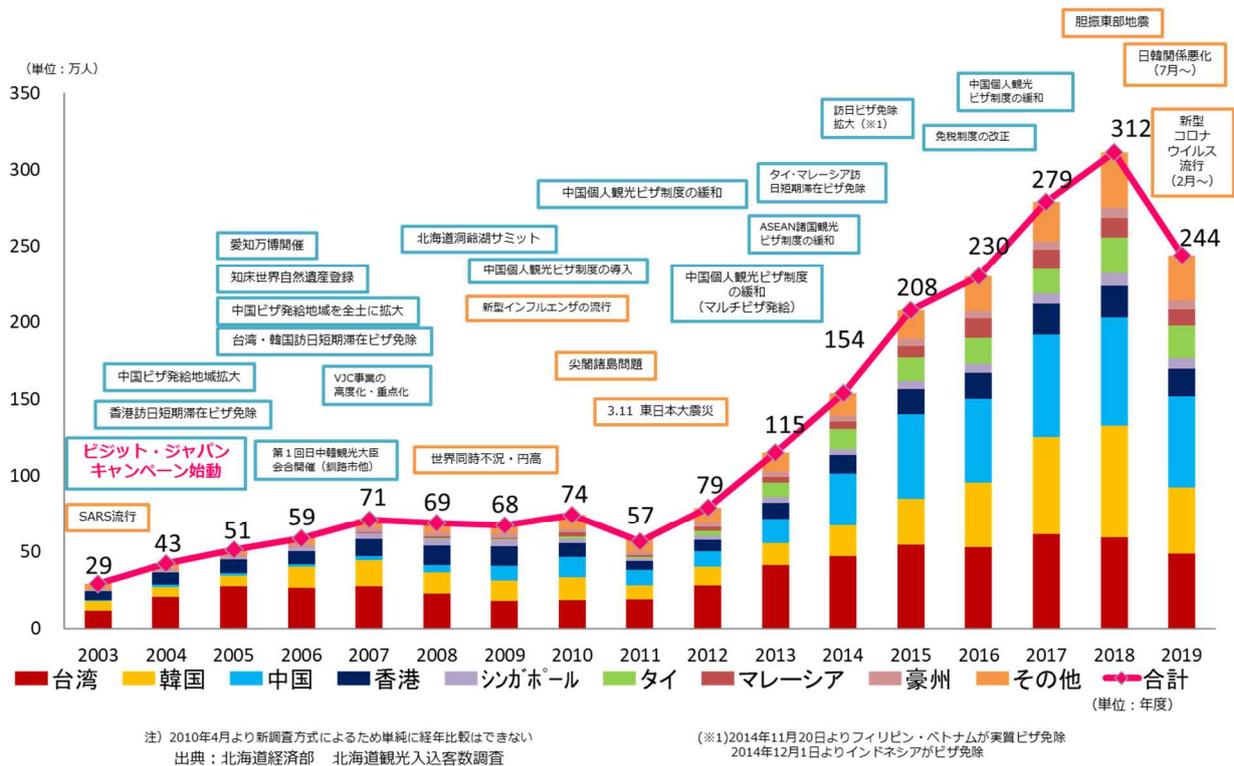


	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	全体における割合(2019)
道内客	4,304	4,207	4,178	4,250	4,309	4,079	4,085	4,532	4,068	4,475	4,629	4,654	4,693	4,642	4,725	4,601	4,441	84.2%
道外客	606	589	584	600	578	559	529	521	487	544	565	569	577	594	606	607	592	11.2%
外国人	29	43	51	59	71	69	68	74	57	79	115	154	208	230	279	312	244	4.6%
合計	4,939	4,839	4,813	4,909	4,958	4,707	4,682	5,127	4,612	5,098	5,310	5,377	5,477	5,466	5,610	5,520	5,277	100%

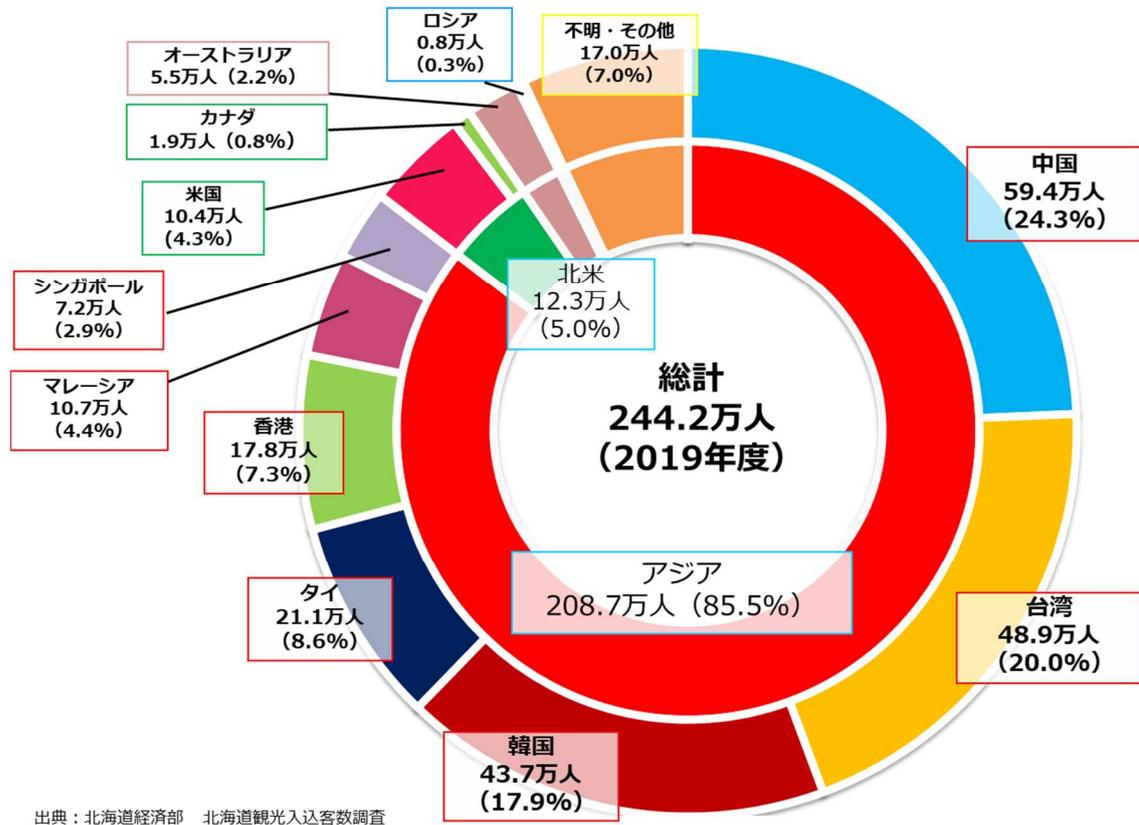
注) 2010年4月より新調査方式によるため単純に経年比較はできない
 出典：北海道経済部 北海道観光入込客数調査

(単位：万人)

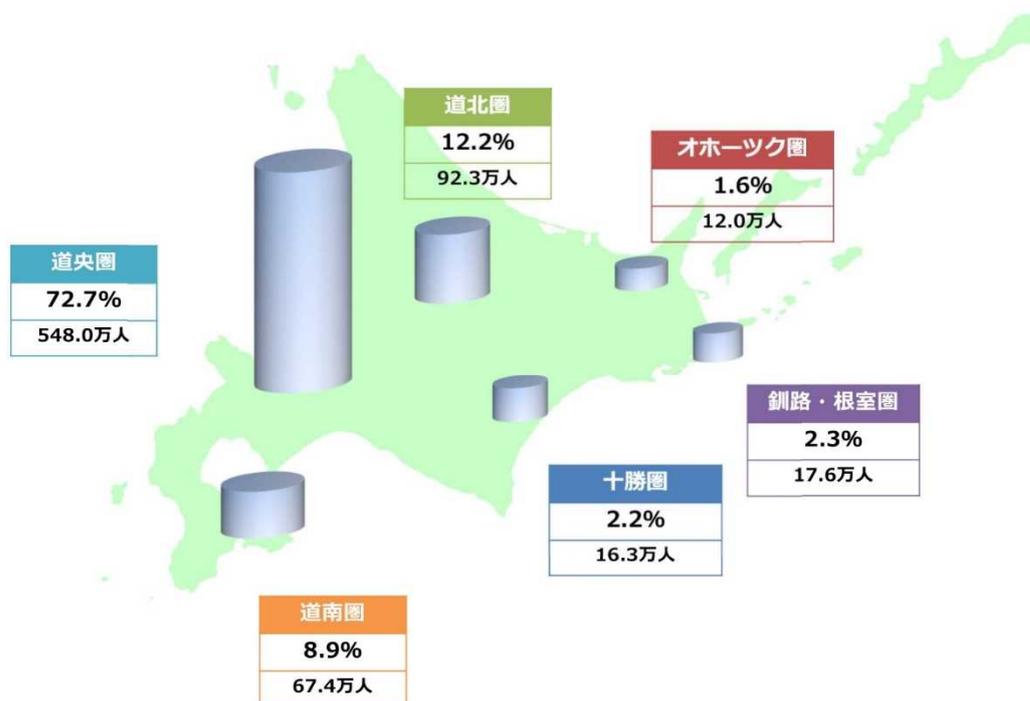
■図表2 訪日外国人来道者数（実人数）の推移



■図表3 2019年度 訪日外国人来道者の国・地域別の割合



■図表 4 2019 年度 圏域別訪日外国人宿泊延べ数



出典：北海道経済部 北海道観光入込客数調査（2019年度）

特徴としては、国・地域別の割合を見ると、中国及び台湾を中心とした東アジアからの来道者が 69.5%、東南アジアを含めたアジアからの来道者が 85.5%と高い割合を占めている。

また、北海道内の圏域別の宿泊延べ数を見ると、道央圏の宿泊者数が 72.7%を占めており、来道地域の偏りが顕著となっている。

(2) 北海道の目標数値と達成状況

北海道庁では、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「北海道観光のくにつくり条例」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、「北海道観光のくにつくり行動計画（以下、行動計画）」を策定している。

「行動計画」については、令和 3 年 11 月に、計画期間を 2021 年度から 2025 年度までの 5 年間とする「第 5 期行動計画」を策定しているが、「第 4 期行動計画」の目標と実績及び達成状況は以下のとおりとなっている。

■図表5 「第4期行動計画」の目標と実績及び達成状況

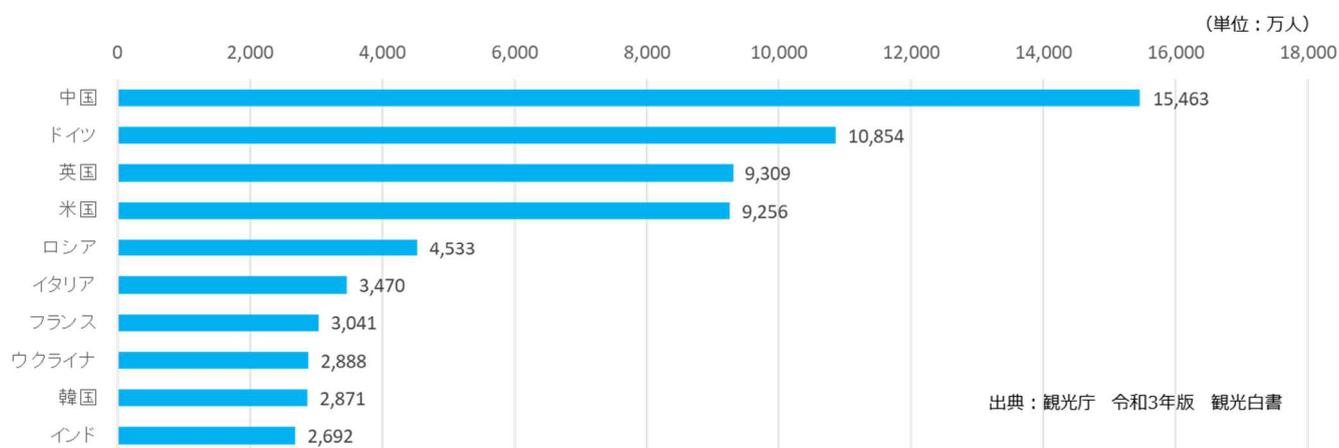
指標	単位	分類	2020年度 目標	2019年度 実績と達成状況	
				実績	達成率
観光入込客数	万人	合計	6,000	5,277	(88.9%)
		道内客	4,880	4,441	(91.0%)
		道外客	620	592	(95.5%)
		外国人	500	244	(48.8%)
宿泊客延べ数	万人泊	国内客	3,000	2,866	(95.5%)
		外国人	1,700	754	(44.4%)
宿泊数の割合	%	道外客(5泊以上)	19.0	13.5	(71.1%)
		外国人(7泊以上)	19.0	28.6	(150.5%)
観光消費額単価	円/人回	道内客	14,000	13,432	(95.9%)
		道外客	76,000	70,773	(93.1%)
		外国人	200,000	138,778	(69.4%)
観光総消費額	億円	合計	21,544	15,159	(70.4%)
		道内客	6,832	6,540	(95.7%)
		道外客	4,712	4,296	(91.2%)
		外国人	10,000	4,323	(43.2%)
満足度 (「とても満足し た」と回答する割 合)	%	道内客	47.0	31.6	(67.2%)
		道外客	57.0	44.3	(77.7%)
		外国人	64.0	51.3	(80.2%)
リピーター割合	%	道外客(5回以上)	50.0	39.5	(79.0%)
		外国人(2回以上)	34.0	32.2	(94.7%)

出典：第5期 北海道観光のくにつくり行動計画

(3) 外国人の観光動向

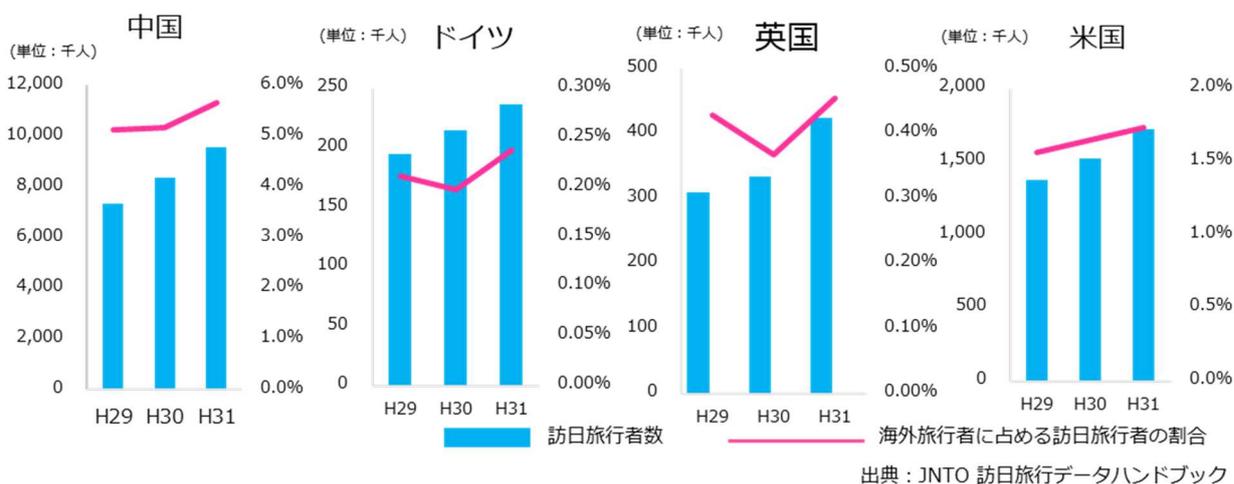
国別の海外への旅行者数を見ると、人口の多い中国が1位となっているが、上記10か国のうち、欧米諸国が多くを占めている。

■図表6 2019年 世界の海外旅行者数ランキング上位10か国



海外旅行者数が多い国上位4か国における訪日旅行者数の割合を見ると、欧米諸国の訪日旅行者数の割合が非常に少ない。

■図表7 海外旅行者数ランキング上位4か国における訪日旅行者数と海外旅行者に占める割合



訪日旅行における消費額を見ると、アジアの国・地域と比較して、欧米諸国の消費額が多くなっている。

■図表 8 2019年 国籍・地域別訪日旅行における1人当たり旅行支出（観光目的）



出典：2019年 観光庁 訪日外国人消費動向調査

訪日外国人旅行者の消費額の推移と見ると、訪日外国人旅行者数の増加に伴い、総消費額については、増加している一方で、1人当たりの旅行支出については、あまり増加していない。

■図表 9 訪日外国人旅行者の旅行支出の推移



出典：2019年 観光庁 訪日外国人消費動向調査

（4）近年の変化

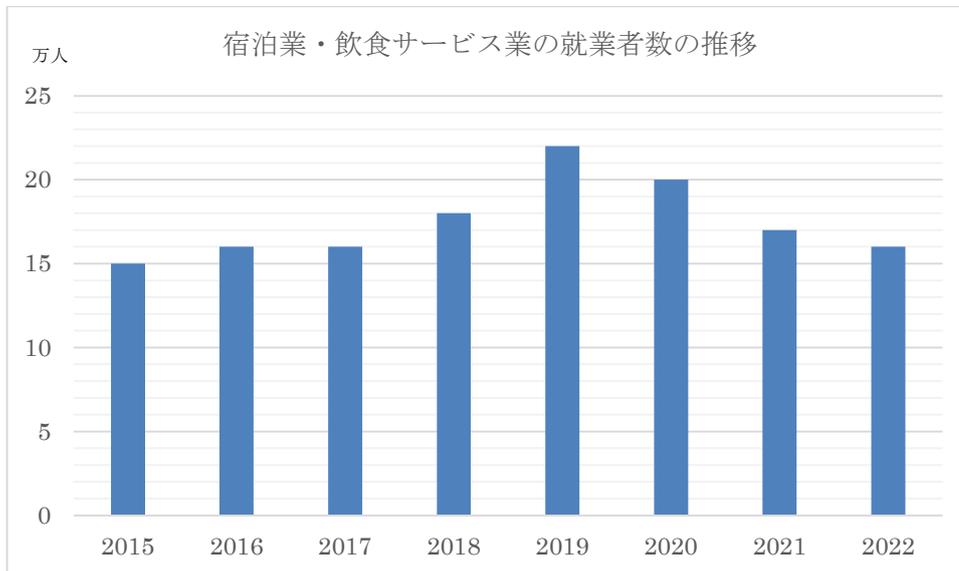
① 観光関連産業従事者の流出

総務省労働力調査によると、主要な観光関連産業である宿泊業・飲食サービス業の就業者数が令和元年には約22万人であったが、コロナ禍を経て令和4年には約16万人と、訪日外国人来道者数が200万人台であった2016年、2017年と同水準にまで減少している。

また、令和4年11月から令和5年1月にかけて、北海道内の登録DMOへヒアリングを行ったところ、複数の地域で、「人手不足で宿泊施設の稼働率を上げられない」「コ

コロナ禍で団体の受入ができる飲食店が営業をやめてしまった」「宿泊、飲食業界だけではなく、交通事業者やDMO自体の人材不足も深刻」等の課題が上げられた。

■図表 10



資料：総務省「労働力調査」の数値から北海道運輸局が作成

② 訪日外国人旅行者の回復による観光客のマナー違反等による問題の再発

観光庁が作成した「令和4年版観光白書」には、2018年度に実施された持続可能な観光に関する調査における地方公共団体が認識している主な課題として以下のグラフが掲載されている。

(令和4年版観光白書より掲載)

図表II-64 地方公共団体が認識している主な課題



資料：観光庁・国土交通政策研究所「持続可能な観光推進本部『持続可能な観光先進国に向けて』」に基づき観光庁作成

注1：主要観光地を抱える計214の地方公共団体を対象に、持続可能な観光に関しては初となるウェブ等一斉アンケート調査を実施。アンケート実施期間は2018年(平成30年)10月31日から11月30日の1か月間。うち46か所については、国土交通政策研究所が2018年度(平成30年度)に別途実施したアンケート調査による回答。

注2：元の表から回答割合の高かった項目(15%以上が認識している項目)を抜粋した。

注3：リーケージとは、「漏出」の意味。「観光収益の漏出(リーケージ)」は観光収入が地元地域に落ちず、他地域に漏出してしまふことを意味する。

令和4年10月の入国規制緩和後の状況を把握するため、前述した登録DMOヒアリングでは、一部の地域で、写真撮影を目的とした私有地への立ち入りや車道上の滞留、トイレットペーパーを流さない等の習慣の違いによるマナー違反、訪日外国人旅行者のタクシー利用により住民がタクシーを使えない等、コロナ禍前に訪日外国人旅行者の増加を一因として起こっていた問題が、令和4年10月の入国規制の緩和以降、再び発生している状況であった。

また、訪日外国人ドライバーが引き起こす標識の見落としによる交通事故や飲酒運転についても、たびたび報道されている。

今後、訪日外国人観光客のさらなる回復によって、上記のような問題が他地域でも複数起こると考えられる。

③ 持続可能な観光への関心の高まり

国際観光市場が、2018年まで、旅行者数、消費額ともに9年連続で成長を続ける中、2019年10月に北海道倶知安町にて開催されたG20観光大臣会合においても、北海道倶知安宣言（「観光による持続可能な開発目標（SDGs）への貢献の推進」）が採択され、「観光客と地域社会に貢献する観光のマネジメント」等の達成に向けた取組について合意がなされる等、適切な観光地マネジメントのあり方が、世界共通の課題として注目されるようになってきている。

また、観光庁においては、2018年6月に観光庁長官を本部長とする全庁的な「持続可能な観光推進本部」が設置され、2019年度には、持続可能な観光地マネジメントを行うための支援ツールとして、国際基準に準拠した持続可能な観光指標「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を開発している。

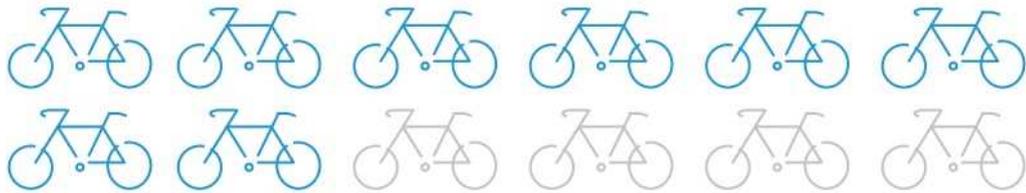
また、観光客目線で見ると、観光庁が作成した「令和4年版観光白書」には、世界的な持続可能な観光への意識として、以下のことが記載されている。

（以下、令和4年版観光白書 抜粋）

新型コロナウイルス感染拡大は、持続可能な観光への意識を更に高めている。世界30か国を対象に行われた調査では、「パンデミックの影響で今よりサステイナブルに旅行したいと思うようになった」と回答した世界の旅行者は61%に上っている（図表II-61）。取組の具体的な例としては、リサイクル、食料廃棄の削減、公共交通機関の利用、プラスチック利用の自粛等がある。旅行者の持続可能性への意識は、環境への影響のみに制限されるものではなく、地域コミュニティへの社会・経済的影響も含まれている。

図表II-61 パンデミックの影響による世界の旅行者の持続可能な観光に対する意識の高まり

61% of travelers state that the pandemic has made them want to travel more sustainably in the future.



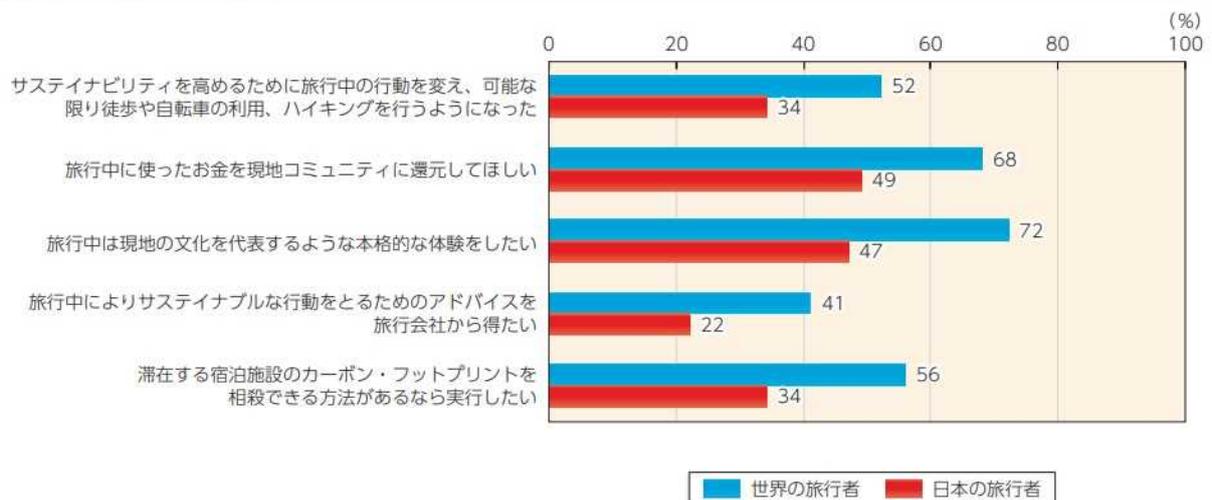
資料：Booking.com“Sustainable Travel Report 2021”資料

注1：30の国と地域の18歳以上の29,349人に対し2021年（令和3年）3月にオンラインで実施。

※Booking.com “Sustainable Travel Report 2022” では71%に上昇している

旅先の過ごし方についても、持続可能な観光への意識が高まっている傾向がみられる。サステナビリティを意識した旅先の過ごし方について尋ねた調査では、回答者の約7割が「現地の文化を代表するような本格的な体験」や「旅行中に使ったお金を現地コミュニティに還元」に意欲を示していた（図表II-62）。

図表II-62 旅先での過ごし方



資料：Booking.com「サステナブル・トラベル」に関する調査結果（2019年）資料に基づき観光庁作成

注1：世界18の市場（ブラジル、カナダ、中国、フランス、ドイツ、インド、インドネシア、イタリア、日本、メキシコ、オランダ、韓国、スペイン、台湾、米国、英国、からそれぞれ1,000名以上、イスラエルから883名）の18,077人を対象に2019年（令和元年）2月から3月に実施。

注2：表内は「はい」と答えた回答者の割合を示している。

以上

新型コロナウイルス感染症の影響により、各地域の観光関連産業が大変厳しい局面に

立たされている中、各国の出入国規制の緩和等により、上記（４）②に記載したような訪日外国人旅行者数の回復を一因とする、混雑やマナー違反、交通事故等の課題も出てきており、観光客に向けた観光地の受入環境整備とあわせて、「感染症対策や災害に備えた危機管理」、「地域の自然環境や文化遺産の保護」、「観光を地域の経済や社会の発展につなげ地域住民が観光による恩恵を実感できること」、「先人たちが守ってきた地域の価値を次世代に確実に受け継いでいくこと」などが求められている。

3. 「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」における基本的な方針

上記の基礎データや近年の変化を踏まえて、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」においては、以下の取組を重点的に推進することとする。

(1) 持続可能な観光の推進

上記2.（４）①②に記載したとおり、雇用の不安定さや地域住民への悪影響等、観光振興施策を展開していく上で、数多くの課題が存在している。

国連世界観光機関（UNWTO）は、「持続可能な観光」を以下のとおり定義している。

【持続可能な観光の定義】

「訪問客」「産業」「環境」「受入地域」の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光

つまり、観光客のおもてなしをするだけでなく、地域の生業や関連する産業にとっても、環境にとっても、受入地域の住民にとっても望ましい形態でなければ、持続可能ではないということを示している。

人口減少等によって起こる社会問題の解決策の一つであった観光振興施策が、地域住民や地域の生業、環境に悪影響を与えることは、本来の目指すべき姿ではない。

また、上記2（４）③に記載したとおり、持続可能な観光に対する観光客のニーズも高まってきていることから、より一層これらの視点を重視し、持続可能な観光を推進する必要がある。

本事業においても、以下の①～④の施策を重点的に実施することで、持続可能な観光を推進する。

① 安心安全な観光の推進

平成18年観光立国推進基本法が制定され、様々な観光振興施策が展開されてきた一方で、「軽井沢スキーバス転落事故」や「知床遊覧船沈没事故」等、旅行者を含む多数

の人々に影響を与える事故等も発生している。

地域課題の解決や地域経済の活性化等を目的として展開される観光振興施策が、このような事故を誘発し、被害者を生み出すようなことは二度とあってはならない。

また、このような事故が一瞬にして地域のブランド力を著しく低下させたり、風評被害を生み出してしまうことも忘れてはならない。

本事業においても、安心安全な観光の推進を一番重要なものと位置づけ、提供サービスの品質を保証する制度の導入や、自然災害や事故、急患、急病といったトラブル発生時の旅行者に対する対応マニュアルの作成等、安全性確保に関する事業を重点的に推進する。

② 地域住民及び地域産業への貢献

一般財団法人運輸総合研究所、国連世界観光機構（UNWTO）駐日事務所、観光庁が連携して作成した「観光を活用した持続可能な地域経営の手引き」では、「地域経営」に取り組む最終的な目的は、将来にわたって住み続けられる地域や住民の QOL（「Quality of Life」生活の質）を維持・向上させることと明記されている。

上記 2.（4）①②に記載したように観光客の減少によって多大な影響を受け雇用が安定しないことや、観光客の流入によって地域住民や地域の産業に悪影響を及ぼす状態が改善されなければ、最終的な目的は達成できないものと考えられる。

さらには、観光客の流入が、経済、社会、文化、環境面における地域課題の解決に寄与することで、最終的な目的が達成できるものと考えられる。

また、上記 2.（4）③に記載したように世界的な旅行者の持続可能な観光への意識は、自然環境への影響のみに制限されるものではなく、地域コミュニティへの社会・経済的影響も含まれており、旅先での過ごし方として「現地の文化を代表するような本格的な体験」や「旅行中に使ったお金を現地コミュニティに還元」に意欲を示している。

そのため、本事業においても、地域に根ざした産業の活性化、雇用の拡大、生活環境の改善、文化の継承等につながるコンテンツ開発、調査、受入環境整備等を重点的に推進する。

③ 環境に貢献する観光の推進

国土交通省総合政策局が平成 30 年度に実施した「環境と観光の両立のための持続可能な観光客受入手法に関する調査業務」の報告書では、観光資源の毀損・生活環境の悪化の構造は、「観光客が直接の原因となる場合」と「観光事業者等観光地における対応が原因となる場合」の 2 つに整理されると記載されている。

2 つのパターンで起こる典型的なケースは以下のようなものがある。

I. 観光客が直接の原因となる場合

大勢の観光客が一時期に特定の地域に集中することにより、観光資源や生活環境に影響が出ることが考えられる。

■典型例

- ・希少生物や植物への侵入による生態系の破壊
- ・観光客の移動に伴う温室効果ガスの排出量の増加
- ・交通渋滞やゴミの増加、生活圏域や立ち入り禁止区域への侵入による生活環境の悪化
- ・いたずら、落書き等による歴史的な建造物等の毀損

II. 観光事業者等の観光地における対応が原因となる場合

観光事業者の開発行為等が、観光資源や生活環境に影響を及ぼすことが考えられる。

■典型例

- ・大規模なホテルや商業施設等の開発による資源環境への影響
- ・観光地としてのブランドが高まり、マンション等の投資的物件の増加による地域住民の流出
- ・住民向けの日用品を扱う小売店が閉店し、観光客相手の土産物店の増加

また、2015年12月に採択されたパリ協定に基づき、世界各国で温室効果ガスの排出削減目標を達成するための施策が展開され、観光業界に限らず様々な業界においても、温室効果ガス削減の取組が進められている。

本事業は、体験プログラムの造成や人材育成、旅行商品の販路開拓等を支援することにより、広域周遊観光を促進することで地域課題を解決することを目的としているが、「造成する体験プログラムが環境にどのような影響があるかという視点を持つこと」や、「都市部以外への観光客の分散化を図ること」、「観光事業者への環境への意識啓発につながる取組を行うこと」等、すべての施策において、環境への問題解決に貢献するという意識が重要となる。

さらに、観光客側の視点に立ってみると、前述したとおり、サステイナブルな観光に対する意識が向上しており、観光客が現地コミュニティへの還元や温室効果ガスの低減につながる取組に参加するというニーズが高まっている。

このことは、観光客の訪問が、その地域の環境をより良くすることに貢献できるとい

うことも表している。

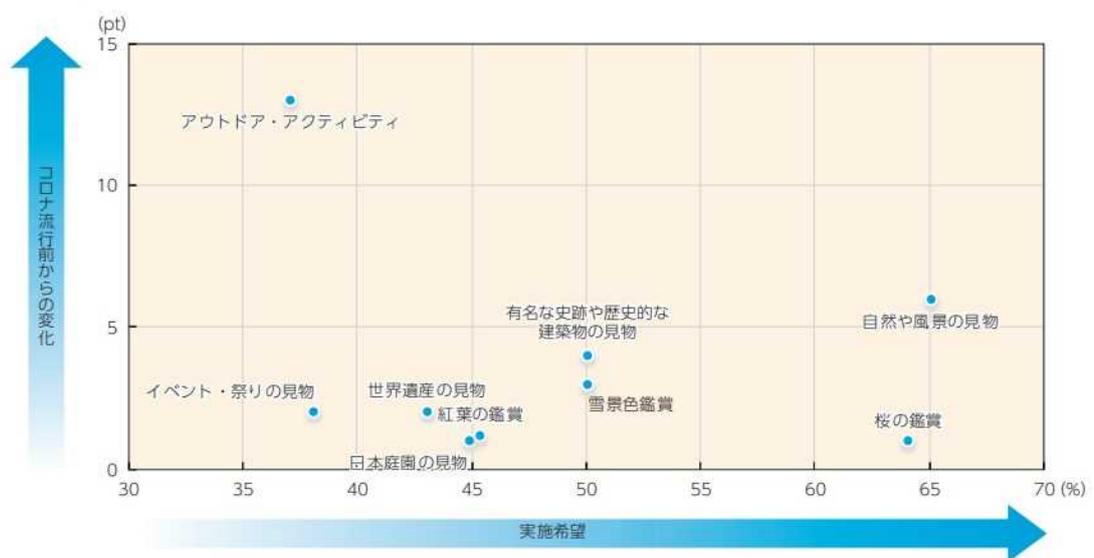
以上のことから、本事業におけるすべての施策について、環境への配慮の視点があるかを重視するとともに、環境保全そのものをコンテンツ化する取組や、カーボンオフセットができるコンテンツの造成等を重点的に支援する。

④ 観光客の満足度向上

前述したとおり、持続可能な観光振興には、観光客の需要にも適合したものを提供していく必要があり、サステイナブルな観光に対する意識向上については、記載したとおりであるが、コロナ禍を経てその他にも需要の変化が見られる。

例えば、以下のグラフのように日本旅行で体験したいこととして、「アウトドア・アクティビティ」や「自然や風景の見物」の実施を希望する人の増加が見られる。

■図表 11 日本旅行で体験したいこと×新型コロナウイルス感染拡大前からの変化



資料：DBJ・JTBF「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第3回 新型コロナ影響度 特別調査）」資料に基づき観光庁作成

注1：第3回調査全体の割合と2019年度（令和元年度）調査の全体の割合の差を「コロナ流行前からの変化」とし、第3回調査の全体の割合を実施希望とした。

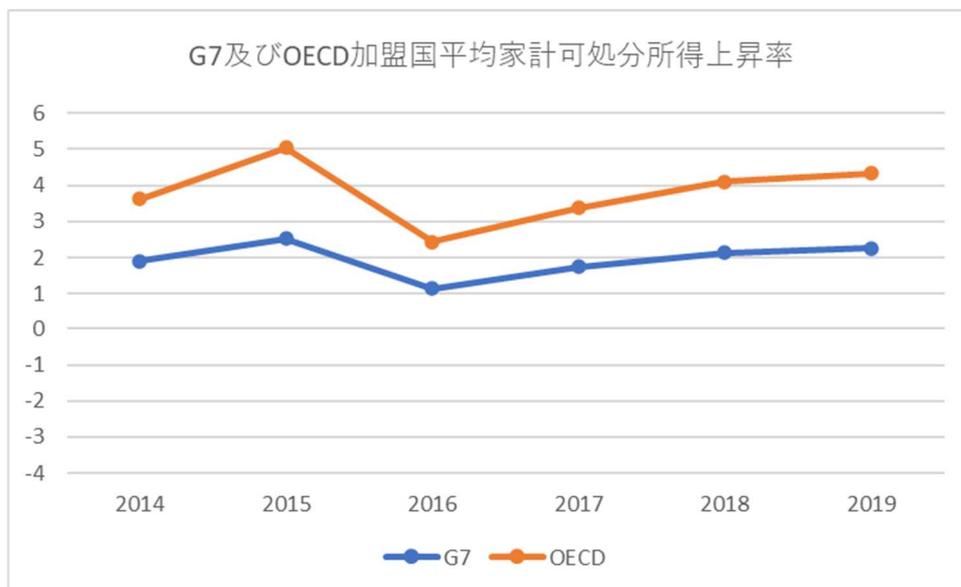
注2：実施希望の上位15位のうち、「コロナ流行前からの変化」でプラスの変化があったものを掲載。

この他、同行者の変化や訪問地の変化等も考えられるが、各施策のターゲットに応じて、マーケティング調査等をもとに変化を捉え、需要に適合した施策を重点的に推進する。

(2) 消費額の向上施策の推進

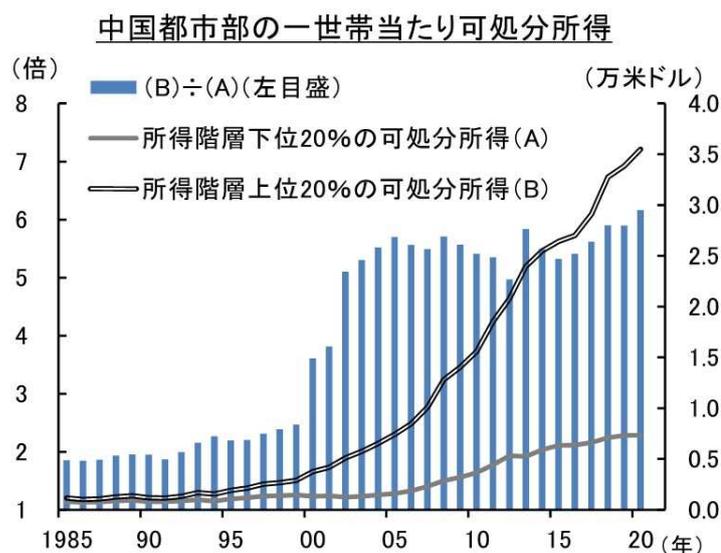
観光振興が地域にもたらす大きなメリットの一つに地域経済の活性化がある。その効果を示す重要な指標となるのが、観光客の消費額であるが、上記2.(1)(3)で記載したデータ及び下記の中国、G7、OECDの可処分所得の変動を見ると、各国の可処分所得は上昇しているが、訪日時の1人当たりの消費額は平成26年の水準からほとんど変動していない。

■図表 12



資料：OECD 統計に基づき北海道運輸局作成

■図表 13



(資料)CEICを基に日本総研作成

(注)一人当たりの可処分所得にそれぞれの平均世帯人員を乗じている。

前述したとおり、コロナ禍を経て、観光関連産業からの人材流出も起こっており、受入体制が整わないことやオーバーツーリズムの観点から考えても、訪日外国人旅行者を増加させる施策と並行し、観光消費額を向上させる施策をより一層推進していく必要があると考えられる。

以上のことから、旅行者1人当たりの観光消費額を増加させることを目的として、以下の①～⑥の施策を重点的に推進する。

① 単価の高い商品の創出

旅行者1人当たりの観光消費額を増加させる方法の一つとして、単価の高い商品の創出を推進するということが考えられる。

2017年に、世界的な富裕層トラベル・コンソーシアム”TRAVELLER MADE”においてアジア圏で初めて「Supplier Knowledge 部門」でアワードを受賞し、FORBES (USA版)にて“世界のラグジュアリートラベルに影響を与える12名”の1人に選ばれた「沼能 功」氏は、令和4年度に北海道運輸局が実施した「高付加価値旅行の担い手育成研修」において、ラグジュアリー・トラベラーについて、以下のように話している。

ラグジュアリー・トラベラーとは、資産的に裕福かどうかではなく経験や知識レベルが高い「文化人」のことです。

ラグジュアリー・トラベラーが求めているのは、作られたものではなく「本物の体験」です。五感で感じる体験や道を究める人や現地の人との交流（飾らないライフスタイルの体験）等、それぞれの旅行者にとって特別感のあるものを提供することが重要です。

また、観光庁の「世界水準のDMO形成促進事業」「広域周遊観光促進のための専門家派遣事業」における外部専門人材や、東京都観光まちづくりアドバイザーを務める「アレクサンダー・スタンコフ」氏は、公益社団法人日本観光振興協会が発行する「観光とまちづくり」のインタビューで以下のような事例を紹介している。

岐阜県の有名なコンテンツとして長良川の鵜飼があります。観覧船に乗って鵜飼を見るだけであれば、料金は3,500円程度です。

この長良川の鵜飼は1300年以上の歴史がある伝統漁法で、地元には鵜匠が住んでいます。そこで、鵜匠の家を訪ねて鵜飼の歴史や伝統、暮らしぶりを聞いてから鵜飼を見るコンテンツを造成しました。

鵜匠との交流によって鵜飼を深く理解できるツアーは、3万3,000円の商品になりました。これが付加価値化です。

消費額を増加させるためには、自分にとって価値があると感じるものにはお金を惜しまない旅行者に対して、地域住民にとっての日常を「本物の体験」として提供することが重要であると考えられる。

本事業においては、上記のような「本物の体験」ができるコンテンツの造成や販路開拓等を重点的に推進する。

② 滞在日数の増加

旅行者1人当たりの観光消費額を増加させる方法の一つとして、滞在日数を増加させるということが考えられる。

上記1.(1)(3)及び以下の国・地域別来道者の割合と道内宿泊数を見ると、欧米豪の旅行者の方が、滞在日数が長く、1人当たりの消費額が高いが、来道者の割合が低いことが分かる。

■図表 14 国・地域別来道者の割合と道内宿泊者数

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

出典：第5期北海道観光くにつくり行動計画

これらのことから、欧米豪からの旅行者の増加を図ることが効果的と考えられるため、メインターゲットを欧米豪とする取組を重点的に推進する。

③ 消費する時間帯の拡大

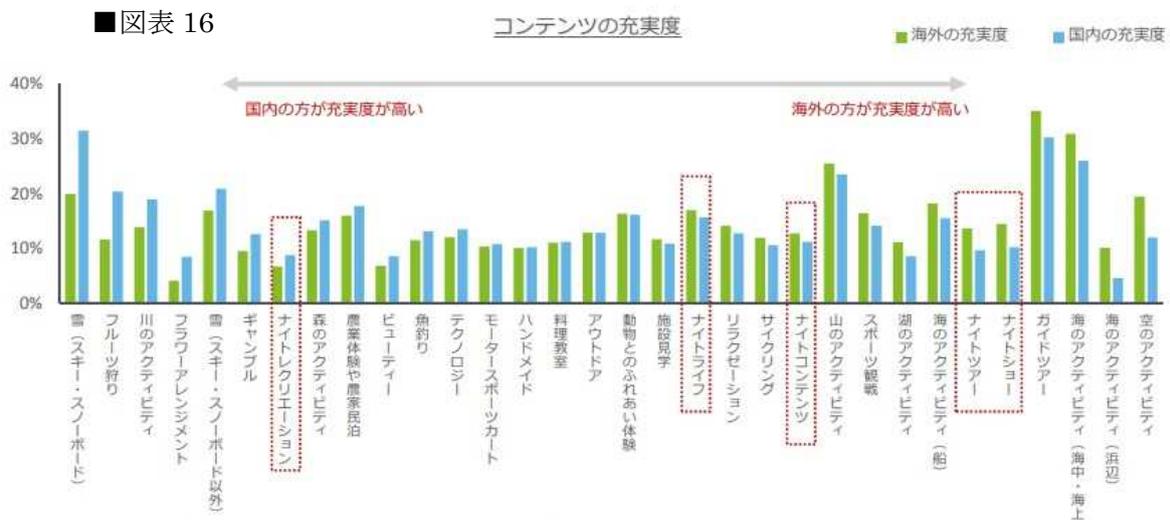
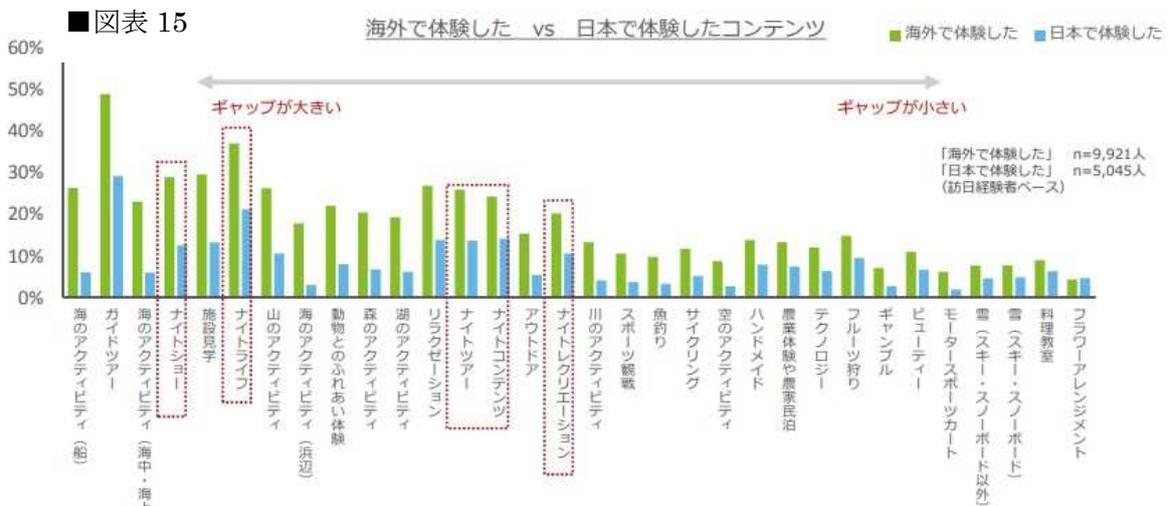
1人当たりの観光消費額を増加させる方法の一つとして、消費を促す時間帯を増加させるということが考えられる。

観光庁が平成31年3月に作成した「ナイトタイムエコノミー推進に向けたナレッジ集」では、18時から翌日朝6時までの活動を指す「ナイトタイムエコノミー」の取組を推進することにより、滞在時間や消費拡大を促進できる可能性が高いことが記載されている。

以下のグラフは、外国人旅行者が日本と日本以外の国で体験したコンテンツの種類や、コンテンツの充実度を比較したグラフであるが、訪日旅行の際のナイトタイムコンテンツ体験者の割合は、海外での体験者の割合より低くなっている。

また、ナイトタイムコンテンツの満足度においても、日本での体験が日本以外の国よりも低い結果となっている。

日本以外の国では行っているナイトタイムの消費行動が、日本では行われていないということであり、ナイトタイムに楽しめるコンテンツを拡充する等により、消費額を向上させることができる可能性を表しているとも言える。



それぞれのコンテンツを体験した人が、該当コンテンツを「最も楽しかった」体験として選んだ割合を充実度とする。
※アクティビティによって体験者数(サンプル数)が異なる。海外の充実度は海外で各体験をした人ベース、国内の充実度は国内で体験した人ベース。

出所：WEBアンケート実施結果(観光庁 2018年度最先端観光コンテンツ インキュベーター事業において実施)

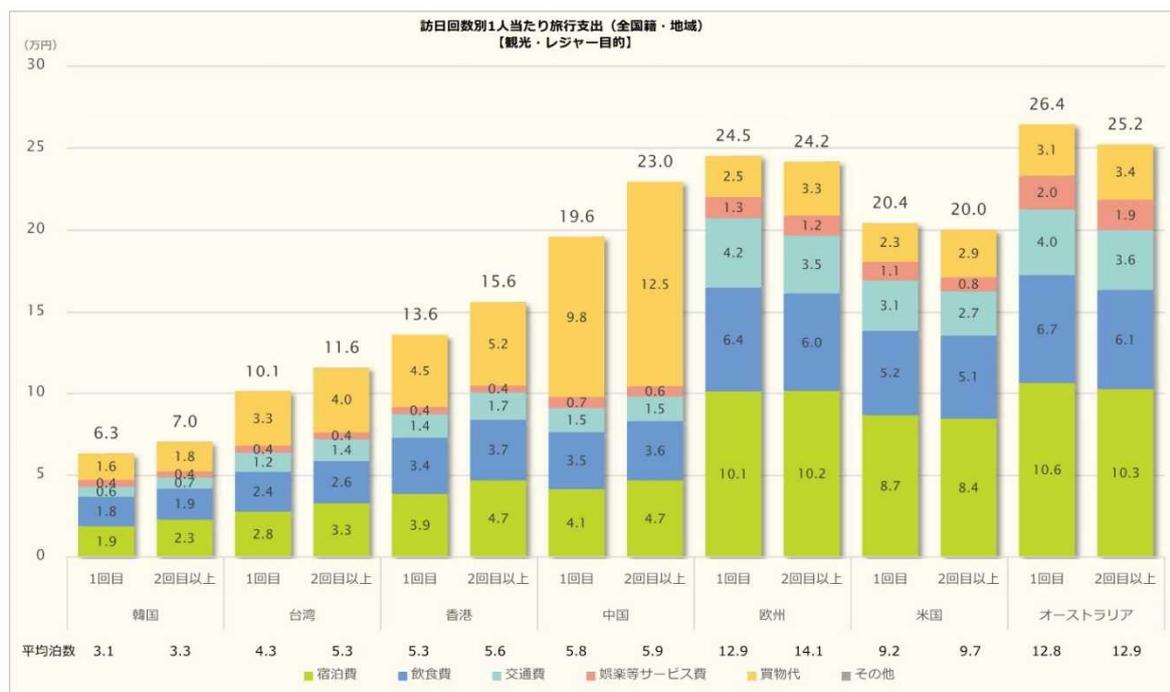
これらのことから、18時から翌日朝6時までの活動を促すコンテンツ造成等を重点的に推進する。

④ 地方への消費拡大

前述の旅行者1人当たりの観光消費額の向上施策とともに、その消費効果を地方へ拡大させる施策を推進することも重要であると考えられる。

令和元年に、観光庁が実施した訪日外国人消費動向調査のトピックス分析「訪日外国人旅行者（観光・レジャー目的）の訪日回数と消費動向の関係について」の結果を見ると、東アジアの国・地域では、訪日回数1回目と比較して訪日回数2回以上のリピーターの消費額が高くなっており、訪問回数が増えるほど消費額が高くなるのが分かる。一方で、欧米豪では、訪日回数による大きな変化は見られない。

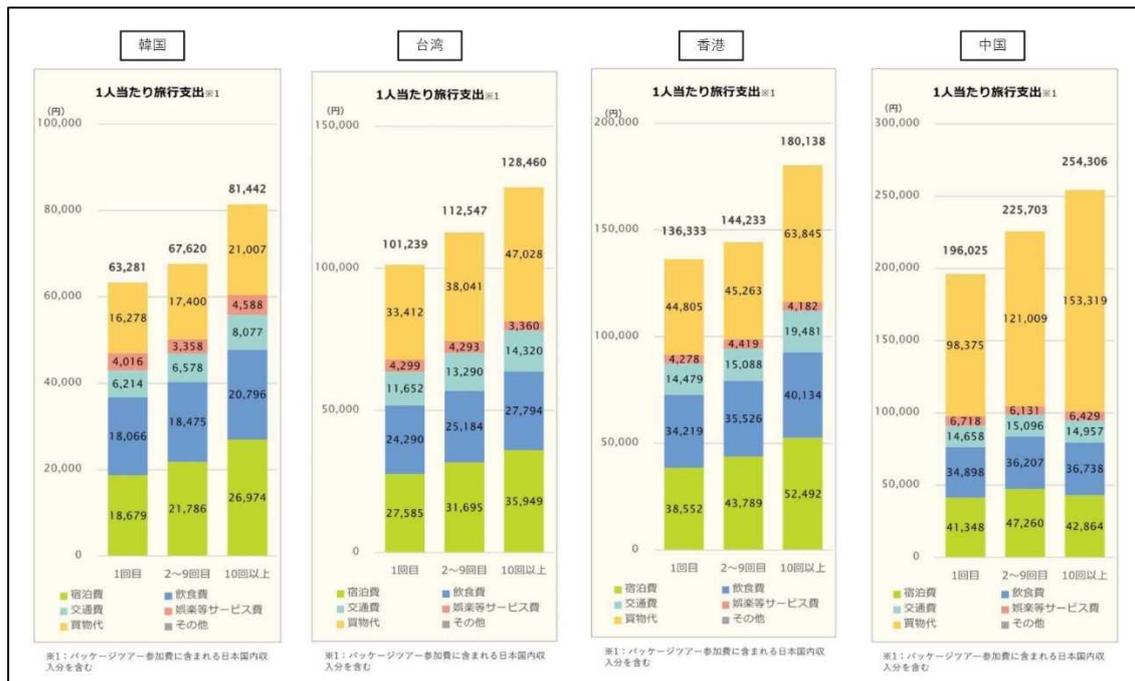
■ 図表 17 訪日回数別1人当たり旅行支出



※本ページに記載している数値は2019年に実施した調査サンプルを対象とし、訪日外客数（クルーズ客を除く）による国別・地域別および四半期別ウェイトバック処理を実施した上で、観光・レジャー目的の分析を行ったものである。
 ※「全国種・地域」は韓国、台湾、香港、中国、タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インド、英国、ドイツ、フランス、イタリア、スペイン、ロシア、米国、カナダ、オーストラリア、その他を含む。

出典：観光庁の令和元年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】

■図表 18 東アジアの国・地域の訪日回数別 1人当たり旅行支出（観光・レジャー目的）



出典：観光庁の令和元年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】

また、東アジアの国・地域のリピーターの訪問地を見てみると、中国以外の国・地域では、訪日回数が増えるほど、地方部への訪問率が高くなっている。

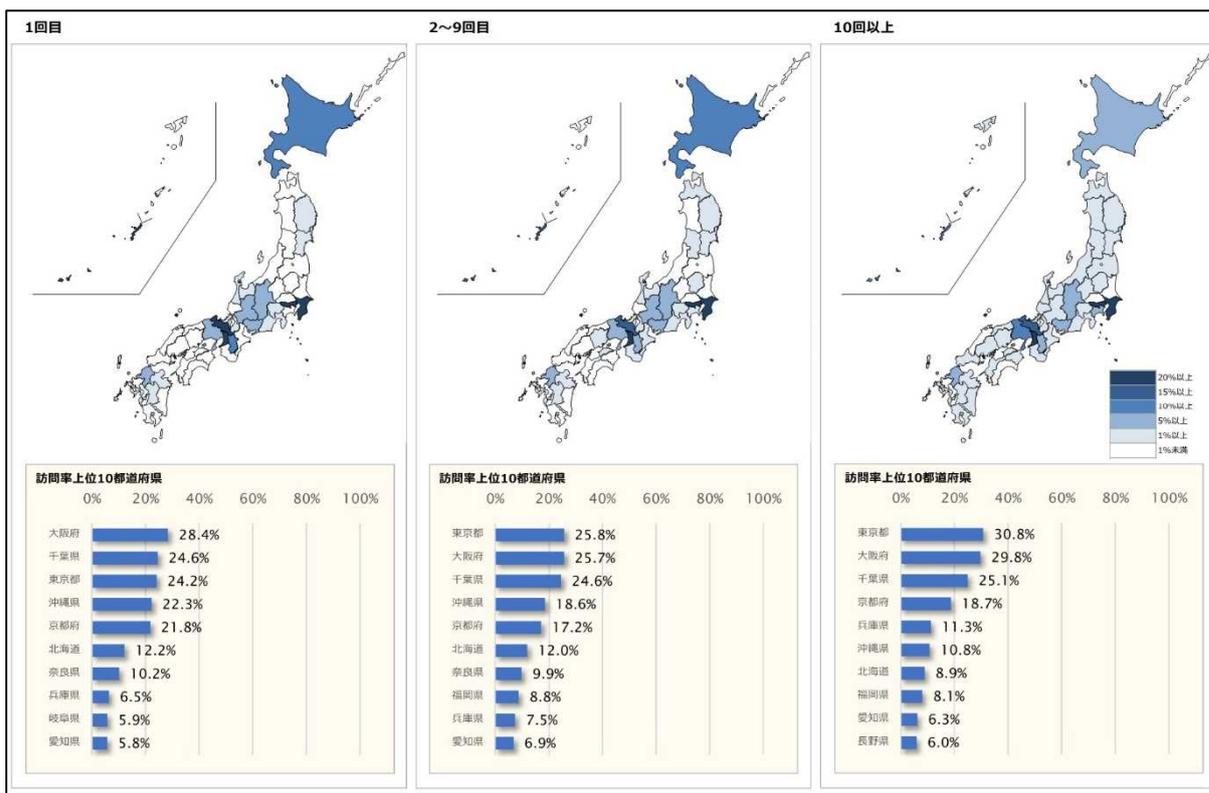
■図表 19 訪問回数別訪問地の構成比（観光・レジャー目的）



出典：観光庁の令和元年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】

さらに、コロナ禍前に中国の次に訪日来道者数が多かった台湾について、訪日回数と訪問地の詳細を見てみると、訪問回数が増えるほど、訪問地が多様化していることが分かる。

■図表 20 台湾の訪問回数別訪問地（観光・レジャー目的）



出典：観光庁の令和元年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】

上記2.（1）北海道の観光基礎データに記載したとおり、北海道では東アジアを中心としたアジア圏からの来道者の割合が非常に高く、そのほとんどが札幌市に宿泊している。（2019年度「北海道観光入込数調査報告」では、アジア圏の訪日外国人宿泊客延数は、1位の札幌市が約260万人泊、2位の函館市が約54万人泊と1位と2位以下に大きな差がある）

前述のとおり、東アジアの国・地域の訪日外国人旅行者は、訪日回数が増えれば増えるほど、多様な地域への訪問を求め、消費額が高くなることから、集中している札幌市以外の地域へ行く目的を創出することで、消費額を拡大させることができる可能性が高いと考えられる。

以上により、東アジアを中心としたアジア圏をメインターゲットとし、訪日回数増加に向けたリピーターの獲得を促進する地方部での取組を重点的に推進する。

⑤ 自給率（域内調達率）の向上施策の推進

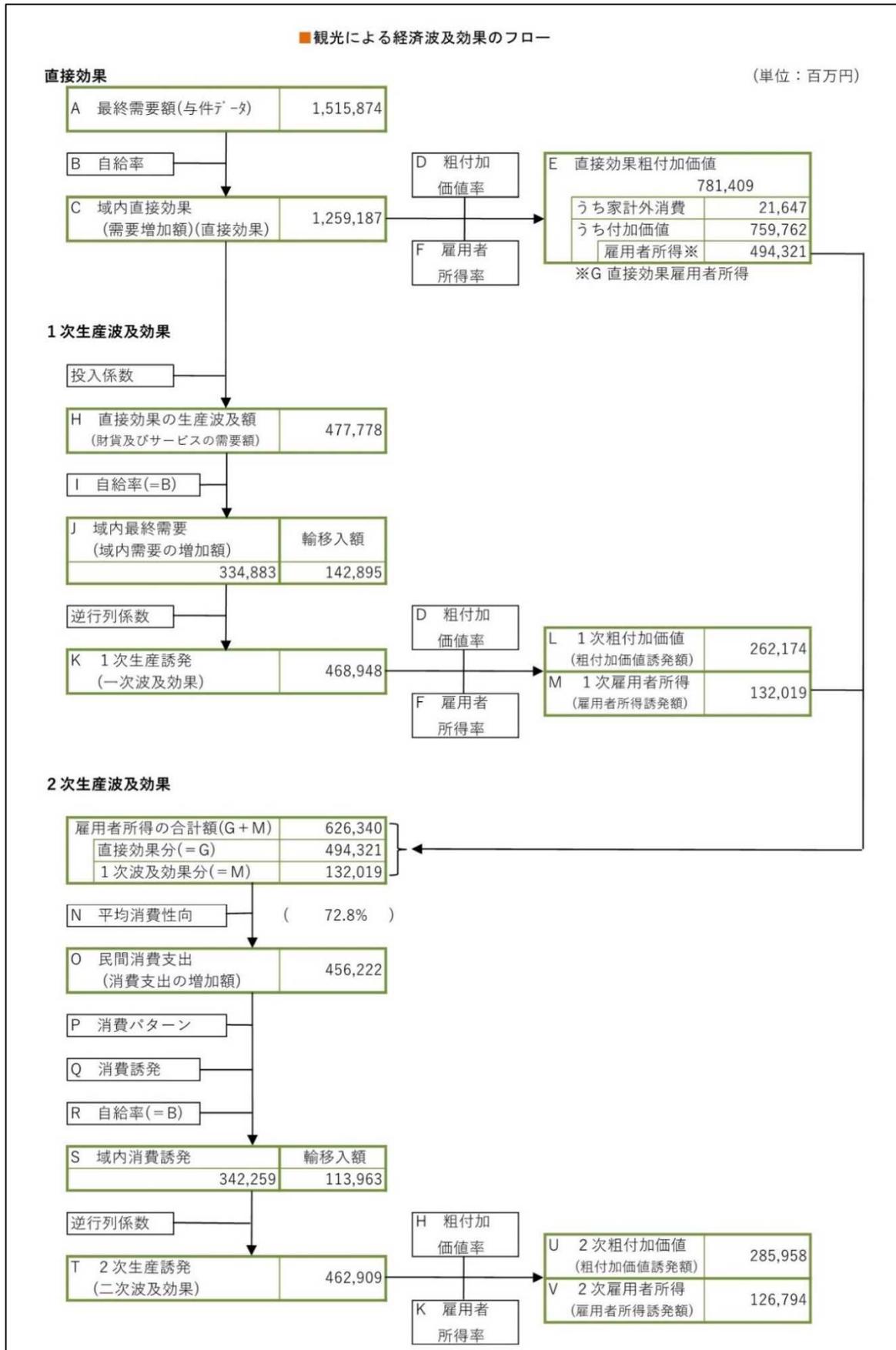
1人当たりの観光消費額の向上施策とともに、消費の効果を高める施策を推進するこ

とで、地域経済の活性化を図ることができると考えられる。

消費の効果を高める施策として考えられるのは、自給率の向上を図る施策である。

自給率を向上させることで、その地域に還元されるお金が増えることは容易に想像がつくが、以下に経済波及効果を可視化したフロー図を掲載する。

■ 図表 21



出典：(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 北海道観光経済波及効果分析報告書

直接効果、波及効果ともに、自給率を向上させることで、雇用者所得や付加価値額が向上することが分かる。

北海道内での観光消費の効果をさらに向上させるために、地域資源を活用した名産品開発や地域のガイドの活躍の機会を増加させるコンテンツ造成等を重点的に推進する。

⑥ 観光産業の生産性の向上

消費の効果を高める施策として、もう一つ考えられるのは生産性の向上である。

主要観光産業である宿泊業を例に見てみると、下記のグラフのとおり他産業と比較して労働生産性が低く、コロナ禍によって付加価値額の低下、従業員数の減少が起こっていることが分かる。

■ 図表 22 労働生産性の推移



資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成
注1：労働生産性は付加価値額÷従業員数より算出。

■ 図表 23 宿泊業の付加価値額、従業員数の推移

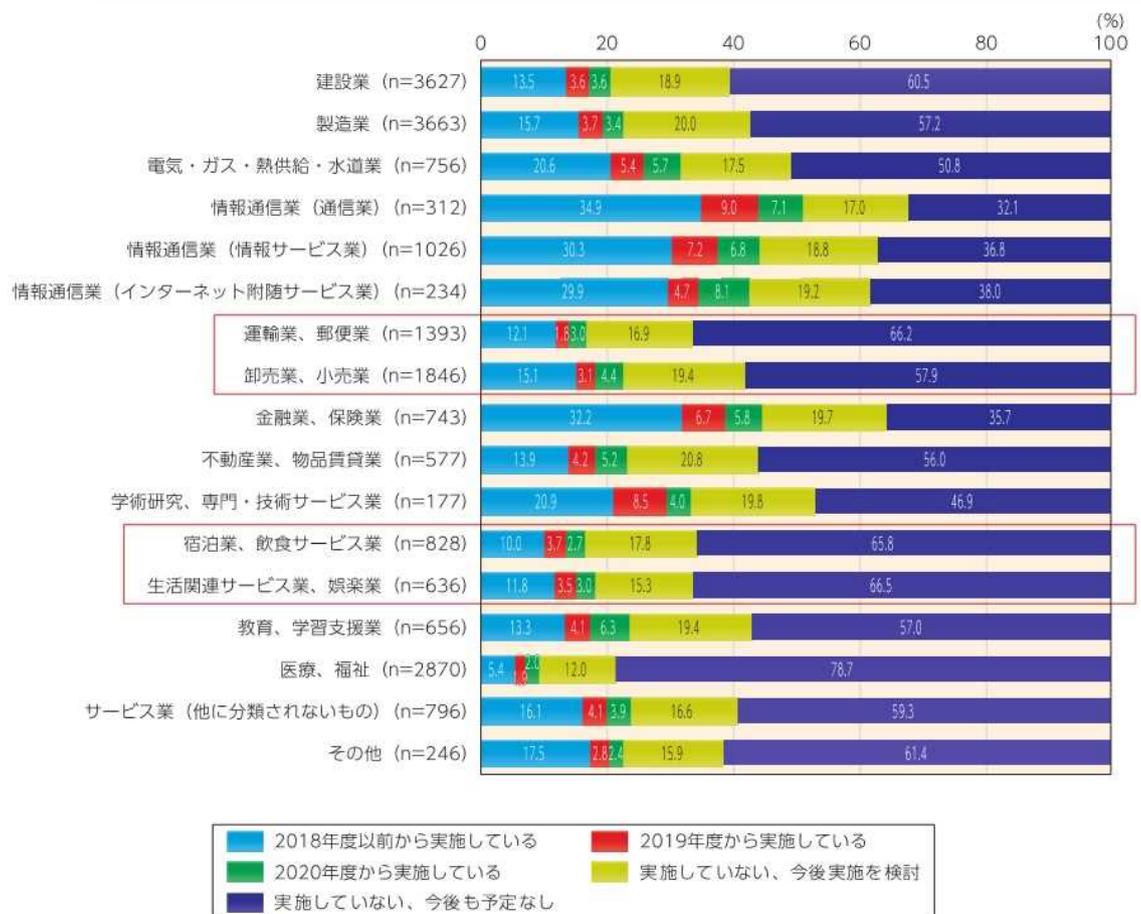


資料：財務省「法人企業統計調査」に基づき観光庁作成
注1：付加価値額は人件費(=従業員給与、従業員賞与、役員給与、役員賞与、福利厚生費の合計)、支払利息等、動産・不動産賃借料、租税公課、営業純益の合計。

北海道においても、前述したとおり観光産業からの人材流出が起こっており、宿泊業に限らず人材不足の問題が深刻となっている。

一方で、観光関連産業におけるデジタル技術の導入状況を見てみると、他の業界と比較して、遅れが見られる。

■ 図表 24 DXの取組状況(業種別)



資料：総務省「令和3年 情報通信白書」に基づき観光庁作成

今後は、観光消費額の向上をもとにした、従業員の待遇改善とともに、デジタル化による既存作業の効率化等を図ることで、これらの問題に対処していく必要があると考えられるが、前述のとおりコロナ禍によって利益の獲得機会の損失等の影響があった観光事業者単独の取組による課題解決は難しいことが予想されるため、登録DMOと連携し地域一体となって実施するITツールを活用した顧客管理やデータの活用を行う等により、地域課題を解決する施策を重点的に推進する。