



北海道外国人観光客来訪促進計画  
(平成25年度～平成29年度)

平成25年  
北海道

〔平成28年4月  
改訂〕

## 目 次

I 計画の基本的な考え方	
1 はじめに	1
2 この計画の位置付け	1
3 計画の期間	2
4 計画の点検・見直し	2
II 国際観光の動向	
1 我が国の国際観光の動向	3
(1)世界的動向	
(2)訪日外国人旅行者の動向	
(3)国の取組	
2 北海道の国際観光の動向と今後の課題	4
(1)外国人来道者数の動向	
(2)北海道観光を取り巻く動向と今後の課題	
III 計画の目標	6
IV 計画の対象地域等	
1 計画の対象地域及びテーマ	9
2 観光経路（観光ルート）	9
3 宿泊拠点地区等	14
V 国際観光の振興方策	
1 国際競争力を有する質の高い観光地づくり	16
(1)国際競争力の高い魅力ある観光地の形成	
(2)地域独自の魅力を活かした旅行商品開発の促進	
(3)外国人観光客が安心して快適に観光できる環境づくり	
(4)情報案内機能の充実	
(5)交通ネットワークの充実	
2 戦略的な宣伝誘致活動の推進	21
(1)対象国・地域の市場ニーズに応じた戦略的な宣伝誘致活動の推進	
(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	
(3)国際定期航空路線等の誘致促進	
3 観光に関する基礎的データの収集及び調査の実施	30
VI 計画の推進	
1 推進の考え方	30
2 推進体制（役割分担）	31

## I 計画の基本的な考え方

### 1 はじめに

本道を訪れる外国人観光客は、リーマンショックなどの影響による一時的な減少はあったものの、平成22年度までは増加傾向で推移してきました。平成23年3月に発生した東日本大震災の影響により、訪日外国人来道者数は大幅な減少となりましたが、台湾をはじめとする各国・地域へのプロモーションや国のビジット・ジャパン事業の効果もあり、その後回復基調となり、現在は急激な増加となっています。

国は、平成20年に観光庁を設置し、外国人観光客の誘致促進に向け積極的に取り組んでいるほか、新たな「観光立国推進基本計画」（平成24年3月策定）において、急速に経済成長するアジアの観光需要を取り込むなど、国際観光の更なる拡大を重要な施策として位置づけ、観光立国実現に向けたアクション・プログラムなどを策定し取組を進めています。

道では、国際観光の振興を図るため、平成25年に策定した「北海道外国人観光客来訪促進計画」及び「北海道観光のくにづくり行動計画」に基づき、戦略的な宣伝誘致活動の推進、国際競争力を有する質の高い観光地づくりを積極的に進めてきましたが、道内客・道外客の観光入込客数が伸び悩む中、訪日外国人来道者数がこれまでの予測を大幅に上回るスピードで増加し、当初計画の目標値120万人を超えたことから、更なる誘客促進により地域や経済の活性化を図っていくため、2020年を目途とした外国人観光客300万人の達成を目指し、現計画を見直すこととしました。

また、本道を訪れる観光客が特定の時期や地域に偏る傾向があることや、今後の人口減少の進展による国内観光市場の縮小、為替変動による影響などが懸念されており、これらを克服し、北海道観光の着実な発展を図っていくため、本道が持つ魅力を広く発信することはもとより、外国人観光客のニーズを踏まえながら、地域の観光資源の発掘・磨き上げや受入体制の充実に努め、世界の方々から「目的地」として選ばれる質の高い観光地づくりの促進により、世界が憧れる観光立国北海道を目指していく必要があります。

### 2 この計画の位置づけ

この計画は、「外国人観光旅客の旅行の容易化等の促進による国際観光の振興に関する法律」（平成9年制定。以下「外客旅行容易化法」という。）第4条及び同基本方針の定めや、「北海道観光のくにづくり条例」（平成13年制定。以下「条例」という。）及び「北海道観光のくにづくり行動計画」（平成25年改定。以下「行動計画」という。）の趣旨等を踏まえ、国際観光の推進に関する個別事項の展開方向を示す計画として位置づけるもので、道や市町村、観光事業者、観光関係団体などがそれぞれの役割に従い、国際観光を総合的、計画的に推進していくための方策を明らかにするとともに、計画期間中において道が取り組む振興施策や目標などを示すものです。

なお、この計画は、国際観光を取り巻く情勢の変化を踏まえ、計画の目標を含めて見直したものです。

### 3 計画の期間

この計画の期間は、平成25年度から平成29年度までの5年間とします。

### 4 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毎年点検するとともに、必要に応じ見直しを行うこととします。

## II 国際観光の動向

### 1 我が国の国際観光の動向

#### (1) 世界的動向

国連世界観光機関（UNWTO）によると、2014年（平成26年）の世界の国際観光客到着数は、約11億4千万人となっており、前年比4.7%の増となり、2009年の経済危機以降5年連続で増加となりました。

地域別では、欧州が過半を占めていますが、これに対し、アジア太平洋のシェアは23%にまで拡大しており、特に著しい成長を見せています。

国連世界観光機関では、「今後も世界の国際観光客数は増加傾向であると見られ、アジア太平洋は近年急激な伸びを見せていますが、今後についても、北東アジア・東南アジアは、世界の中でも高い伸びが予想される。」としています。

#### (2) 訪日外国人旅行者の動向

ビジット・ジャパン・キャンペーンを開始した平成15年以降、訪日外国人旅行者は着実に増加し、平成19年には835万人に達しましたが、平成20年のリーマンショックに端を発した世界的な経済低迷、平成21年の新型インフルエンザの流行などにより、平成21年には679万人に落ち込みました。

平成22年には経済の回復により、過去最高の861万人を記録したものの、平成23年3月の東日本大震災の影響から、再び大きく落ち込みました。

平成24年からは増加に転じ、平成25年には1,036万人と初めて1,000万人を超え、さらにアジア等の経済成長や円安などを背景に訪日外国人旅行者数は増加を続け平成26年には1,341万人となり、今後もさらに増加が見込まれています。

#### (3) 国の取組

国は、平成18年に観光立国推進基本法を制定するとともに、平成20年10月には観光庁を設置し、魅力ある観光地づくりと国際・国内観光の振興を推進することにより、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を実現する施策を総合的、計画的に推進する取組を行っています。

国際観光については、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在に関する法律」（平成20年法律第39号）に基づく観光圏の整備、羽田・成田・関西の各空港の滑走路の整備、訪日プロモーションの推進、国際会議等の誘致・開催、中国人個人観光ビザの発給要件の緩和などの取組を進めてきました。

このような中、平成23年3月に発生した東日本大震災は、被災地を含む全国の観光地に深刻な影響を与えましたが、この危機を克服すべく、日本の安全・安心に関する正確な情報発信などの訪日外国人観光客の誘致促進に取り組み、平成24年3月には、震災からの復興、観光振興による国民経済の発展、国際相互理解の増進などを基本方針とし、平成28年までに訪日外国人旅行者数を1800万人とすることを目標とした新たな「観光立国推進基本計画」が策定されました。

また、平成25年に史上初めて達成した訪日外国人旅行者数1,000万人の勢いを継続すべく、東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指すとの意欲的な目標を決定しました。

この目標の達成のため、「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」(平成27年6月)により取組を進めるとともに、訪日外国人旅行者数2000万人の受入に向けた北海道ブロック連絡会を設置し、検討を進めています。

## 2 北海道の国際観光の動向と今後の課題

### (1) 外国人来道者数の動向

道が実施している「観光入込客数調査」によれば、東日本大震災の影響により平成23年度の上半期が大幅に落ち込んだ影響で平成23年度は一時的に落ち込んだものの、平成24年度以降は増加に転じています。

また、平成24年度末から円安傾向で推移していることに加え、平成26年6月に東南アジア諸国に対する査証要件が緩和されたことや、新千歳空港-バンコク間への新規路線開設など、道内各空港と海外を結ぶ国際航空路線が相次いで開設されたこと等が要因となり、増加傾向が続いています。

この結果、平成26年度の外国人来道者数は、154万1千人となりました。構成比では、台湾が30.7%、中国が22.1%、韓国が13.0%、タイが8.3%、香港が7.8%となっており、この5地域で約82%を占めています。

東日本大震災前の平成22年度と比較して、総数では107.8%の増加となっています。国・地域別で見ると、台湾が約29万人、157.3%の増、中国が約20万人、150.9%の増、タイが約11万人、597.3%の増、韓国が5万人、35.1%の増となっています。

### (2) 北海道観光を取り巻く動向と今後の課題

今後、外国人来道者の多様な国や地域からの増加傾向を確かなものとし、2020年(平成32年)を目途に外国人来道者数300万人を目指して行くためには、更なる外国人来道者の誘致とともに、FIT(個人旅行者)の多様なニーズへの的確な対応やリピーターの確保・拡大に向け取り組む必要があります。

このため、これまで長い期間にわたって来道している国や地域といった成熟市場や、ここ数年、来道者が増加している国や地域、今後新たに来道が期待される国や地域といった成長市場などに対し、それぞれのニーズや旅行形態の特徴を踏まえた効果的・効率的なプロモーション活動を実施するとともに、国際会議やインセンティブ旅行などのMICE(=Meeting Incentive Convention Exhibition/Event)の誘致、訪日教育旅行、特定のスポーツや趣味に対応した特定目的のツアー、富裕層向けツアーなどターゲットを絞った宣伝誘致活動を推進する必要があります。

一方で、外国人来道者の急増に伴い、外国人来道者が道内を安心して快適に旅行することができる受入体制を整備する必要性が高まっており、特にFITやリピーターを確保していく上で、観光案内機能などの旅行者の移動の容易化、多言語対応などの

接遇の向上、利便性の増進等の対応に加え、外国人来道者に対し、日本の慣習を伝え、日本のマナーを周知することも重要となっています。

さらに、外国人来道者が、夏季、冬季に集中するといった季節的な偏在の平準化や、外国人来道者の拡大による効果を地域や経済の活性化につなげていくため、道央圏に集中しがちな外国人来道者を道内各地域に誘導し地域的な偏在の解消に取り組むとともに、こうした取組を通じて観光産業従事者の雇用の安定を図るなど、観光を本道のリーディング産業とするための取組が重要となってきています。

### Ⅲ 計画の目標

北海道は、雄大な自然、豊かな山海の恵み、厳しい開拓の歴史の中で形成されてきた生活風土など、独特の魅力を有する北の大地であり、世界的にも評価の高い優れた自然環境や良質な食など魅力的な観光資源を有する観光地として、国内だけでなく台湾、中国、韓国、オーストラリア、ASEAN諸国などから高い評価を得ています。

条例では、こうした優位性を生かし、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こと」などを目指して、観光の振興に積極的に取り組むこととしています。この計画では、次の目標を掲げ、その達成に向けて、条例の「目指す姿」と十分な整合性を図りながら、外国人観光客が一人でも安心して快適に観光を楽しむことができるよう、魅力ある観光地づくりにより、世界が憧れる観光立国北海道を目指し、受入体制の整備・充実、さらには諸外国に対して、それぞれの国や地域の特性やニーズに合致した的確な宣伝誘致活動などの取組を進めます。

#### 【目標】

外国人観光客が安心して快適に観光を楽しむことができる、国際的な質の高い観光地づくりを進め、海外から多くの方に何度でも訪れていただける観光地・北海道を実現する

また、この目標を達成するため、次のとおり計画期間における目標数値等を定め、その実現に向けて、必要な施策を推進します。

#### 【来道外国人観光客の拡大】

外国人の来道者数(実人数)	平成29年度240万人以上
訪日外国人客数における来道外国人客数のシェア	平成29年度10%以上

訪日外国人観光客が訪れる国内の観光地は、訪日旅行ゴールデンルートと言われるく東京～京都～大阪>のルートが主となっていますが、北海道観光の国際的な知名度の向上を図り、訪日を予定する外国人観光客から旅行先として選好される地域として、来道外国人観光客の拡大を図ります。

なお、国は、力強い日本経済を立て直すための成長戦略の柱として、世界に誇る魅力あふれる観光立国の実現に向けて強力に施策を推進すべく、観光立国推進閣僚会議を立ち上げ、東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催される2020年に向けて、訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指すことを目標としていることを踏まえ、平成32年度を目途に外国人来道者数300万人を目標とすることとし、これを前提として当計画の目標年度である平成29年度においては、240万人を目標とします。

全国の延べ宿泊者数における北海道のシェア	平成29年度10%
----------------------	-----------



平成19年から始まった国の宿泊旅行統計調査によると、平成26年の外国人の延べ宿泊者数は、全国が4,482万人泊、北海道が389万人泊、北海道シェアは約8.7%となっており、来道外国人観光客の北海道シェアよりも低くなっていることから、延べ宿泊者数の北海道のシェアについて、10%まで高めていくことを目標とします。

#### 【来道外国人観光客の旅行満足度の向上】

観光・旅行に対して「とても満足した」と思う観光客の割合	平成29年度50%
-----------------------------	-----------

平成23年度の「観光客動態・満足度調査」では、「今回の観光・旅行」に対して、「とても満足した」と外国人観光客が回答した割合は、37.2%となっています。

外国人観光客に質の高い観光地と評価されるためには、旅行満足度の向上を図っていく必要があることから、「とても満足した」と思う観光客の割合を50%にまで高めることを目標とします。

北海道に「また必ず来たい」と思う旅行者の割合	平成29年度60%
------------------------	-----------

道が平成23年度に実施した「観光客動態・満足度調査」では、北海道に「また必ず来たい」と答えた外国人来道者は、平成24年度目標の50%に対し、44%となりました。(平成18年度同調査：37.4%)

観光関係者の努力により、この割合は高まっており、今後ともその努力を継続し、60%を目標とします。

外国人来道者の道内観光消費額（1人あたり）	平成29年度15万5千円
-----------------------	--------------

外国人来道者の満足度を高めるためには、移動の容易化、接遇の向上、街中環境の改善など受入体制の更なる充実が不可欠であり、このためには、国際観光の振興が地域経済にもたらす効果を正しく認識しながら、国・道・市町村・民間が連携し、地域を挙げて必要な整備に取り組んでいく必要があります。

平成22年度に実施した「北海道観光産業経済効果調査」では、外国人来道者一人当たりの観光消費額は、12万2千円となっていますが、目標年次における来道者数や各国・地域のGDPの伸び等を勘案し、これを15万5千円まで高めていくことを目標とするとともに、これをもとに、道内における経済波及効果を算定します。また、滞在日数の長期化や消費単価の高い旅行者の誘致につなげていく施策の指標としても今後、活用を進めていきます。

【参考：外国人来道者数の動き】

外国人観光客の来道者数は、平成23年に発生した東日本大震災の影響により一時的に低迷したものの、平成24年度には79万人を記録し、平成25年度には115万人と初めて100万人を超え、平成26年度には154万人と過去最高を記録し、その後においても増加傾向が続いています。

観光統計の方式が変更となった平成22年度以降の状況を見ると、平成26年度はほとんどの国や地域が過去最高の実績となっており、平成22年度と比較で、台湾が47万3千人で2.6倍、中国が34万人で2.5倍、韓国が20万人で1.4倍、タイが13万人で7倍、香港が12万人で1.4倍、総数では、154万人で2.1倍に増加しました。

また、外国人来道者の約88%は、次の表にあるアジアの7つの国や地域が占めています。これらの国や地域では、北海道に対する関心が高く、シンガポール、タイ、マレーシアは訪日旅行者のほぼ6人に1人以上、台湾は訪日旅行者のほぼ7人に1人以上、中国、香港はほぼ9人に1人以上は北海道を選択しています。

区分	国・地域		来道者数	対H22年度比	全国シェア
成熟市場	韓国	㉒	148,900人	135.1%	6.1%
		㉓	201,100人		6.7%
	台湾	㉒	183,700人	257.3%	15.1%
		㉓	472,700人		15.7%
	香港	㉒	87,100人	138.0%	17.9%
		㉓	120,200人		11.5%
	シンガポール	㉒	28,800人	142.0%	16.2%
		㉓	40,900人		16.9%
	オーストラリア	㉒	25,600人	151.2%	11.6%
		㉓	38,700人		11.9%
成長市場	中国	㉒	135,500人	250.9%	10.1%
		㉓	340,000人		11.9%
	タイ	㉒	18,400人	697.3%	9.0%
		㉓	128,300人		18.2%
	マレーシア	㉒	21,700人	227.2%	19.5%
		㉓	49,300人		19.1%
その他	その他全体	㉒	50,200人	162.9%	4.0%
		㉓	81,800人		4.0%
	うち米国	㉒	21,200人	197.2%	3.0%
		㉓	41,800人		4.6%
	うちロシア	㉒	11,300人	113.3%	22.7%
		㉓	12,800人		20.6%
	合計	㉒	741,700人	207.8%	8.9%
		㉓	1,541,300人		10.5%

■各国・地域別の区分について

- ① 成熟市場 → 韓国、台湾、香港、シンガポール、オーストラリア  
海外旅行が一般化し、安定的な送客が期待できる地域
- ② 成長市場 → 中国、タイ、マレーシア  
所得の上昇に伴い市場の拡大しつつある地域
- ③ その他地域 → 欧米、その他のアジア地域  
次期計画などを見据え、重点的な誘客対象化を検討する地域

## IV 計画の対象地域等

### 1 計画の対象地域及びテーマ

この計画の対象地域は北海道全域とし、計画を推進していく上でのテーマを次のとおり設定し、魅力ある観光地づくりや受入体制の整備、効果的な宣伝誘致活動を促進します。

対象地域 (外客来訪促進地域)	「北海道全域」とする	
テ ー マ	日本語	四季・感動・北海道
	英 語	Seasons, Sights & Something New - Hokkaido
	中国語	四季, 感动, 北海道 (簡字体)
		四季, 感動, 北海道 (繁体)
韓国語	사계절의, 감동, 홋카이도	

### 2 観光経路（観光ルート）

外国人観光客の選択やニーズに応じて、道内各地の観光地を効率的に周遊する魅力ある旅行商品を提案できるようにするため、景勝地などの観光資源や自然公園、北海道遺産、アイヌ文化などの文化歴史施設など（※詳細は別表1「主な観光資源」を参照）の観光地や出入国の際の交通拠点、交通アクセスの手段と利便性、ルートの周遊性、宿泊施設の集積度等を考慮しながら、6つのゾーンの観光経路（観光ルート）を次のとおり設定します。

加えて、訪日外国人の周遊の促進による地域の活性化を図ることを目的に、テーマ性・ストーリー性を有する魅力ある観光地域をネットワーク化し、訪日外国人の滞在日数に合わせた広域観光周遊ルートを設定します。

#### (1) 道南ルート

テ ー マ：「食」や歴史的遺産・伝統文化などを活用した観光

交通手段：新幹線(平成28年3月26日開業)、鉄道、バス、レンタカー、フェリー、飛行機

概 要：北海道新幹線の開業により新たな時代を迎える地域であり、個性的で優れた農水産物を生かした「食」の魅力、縄文などの文化遺産、松前藩や戊辰戦争などの歴史、江差追分などの伝統芸能が楽しめる。

#### (2) 道北ルート

テ ー マ：山岳・湿原など自然環境の保全・活用、離島の魅力などを生かした滞在・体験型観光

交通手段：鉄道、バス、レンタカー、フェリー

概 要：大雪山系の雄大な自然やラムサール条約湿地、離島などの豊かな自然環境や地域の優れた農水産物による「食」を生かした体験・滞在型観光が楽しめる。

### (3) オホーツクルート

テ ー マ：知床など特色ある自然を生かした環境と調和する観光

交通手段：鉄道、バス、レンタカー

概 要：世界自然遺産の知床をはじめ、流氷、ラムサール条約湿地などの豊かで優れた自然環境を生かした体験・滞在型観光が楽しめるほか、花の名所や多彩なオホーツクの海産物や畑作物を生かした食が楽しめる。

### (4) 十勝ルート

テ ー マ：グリーン・ツーリズムなど地域の産業と連携した体験・滞在型観光

交通手段：鉄道、バス、レンタカー

概 要：自然環境や農林水産業などを生かした、ホーストレッキング、ラフティングなどのアウトドア体験、ファームインなどでの滞在、花・ガーデンの散策や、地場の食材を生かした食が楽しめる。

### (5) 釧路・根室ルート

テ ー マ：知床や湿原など豊かな自然資源と地域の食材を生かした観光

交通手段：鉄道、バス、レンタカー

概 要：世界自然遺産の知床、釧路湿原などのラムサール条約湿地など豊かな自然を生かした自然を探访するツアー、農山漁村やアイヌ文化など地域の風土・文化等を訪ねるツアーや体験型観光が楽しめる。

### (6) 道央ルート

テ ー マ：景観や温泉、リゾートなどの多様な観光資源を生かした体験や滞在交流型観光

交通手段：鉄道、バス、レンタカー

概 要：優れた景観を誇る温泉やリゾート地、かつて国内の産業を支えた炭鉱遺産、サラブレッドなどの競争馬、世界に誇れる優れた雪質のスキー場などの豊富な観光資源を生かした体験や滞在交流型観光が楽しめる。

### (7) 広域観光周遊ルート（富良野地区、十勝川温泉地区、知床地区、釧路地区等）

名 称：アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道

交通手段：鉄道、バス、レンタカー

概 要：道東・道北の四季折々の大自然、景観、食等を活用し、富裕層をターゲットとした誘客を図る。世界自然遺産の知床、大雪山・阿寒・釧路湿原などの国立公園、豊富でバラエティーに富んだ食が楽しめる。

図1 観光経路（観光ルート）

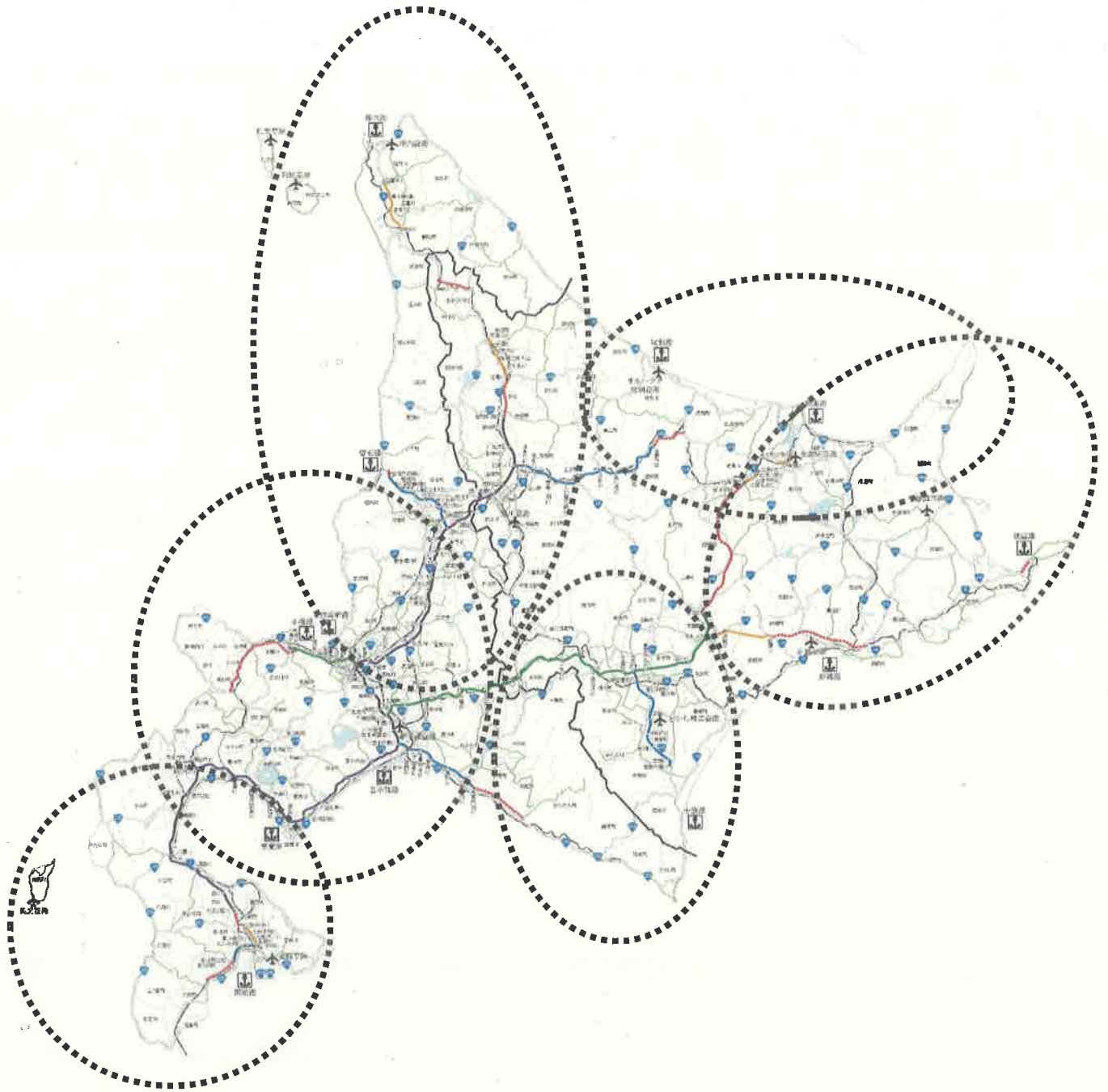




図3 交通網図



### 3 宿泊拠点地区等

観光ルートを経路上にあって、外国人観光客に対して宿泊その他の重要なサービスを提供する拠点として、次のとおり宿泊拠点地区及び促進地区を定めます。

#### (1) 宿泊拠点地区

国際観光ホテル整備法に基づく登録ホテル・旅館が相当数（中核都市以上は5軒以上又は客室数300室以上、その他市町村は3軒以上又は客室数200室以上）あることなどの要件を満たしている札幌市など14市10町1村（25市町村）を宿泊拠点地区とします。

#### (2) 促進地区

宿泊拠点地区を補完し観光ルートの周遊性を高める地区として、観光資源を備え外国人観光客の受入・誘致に特に積極的に取り組む10市29町4村（43市町村）を促進地区とします。これらの地区は、観光にかかわる道内の幅広い組織や団体が結集して、北海道の観光振興の中核的な役割担う(公社)北海道観光振興機構と連携して、外国人観光客の受入体制の整備や誘致促進に係る事業に積極的に取り組んでいます。

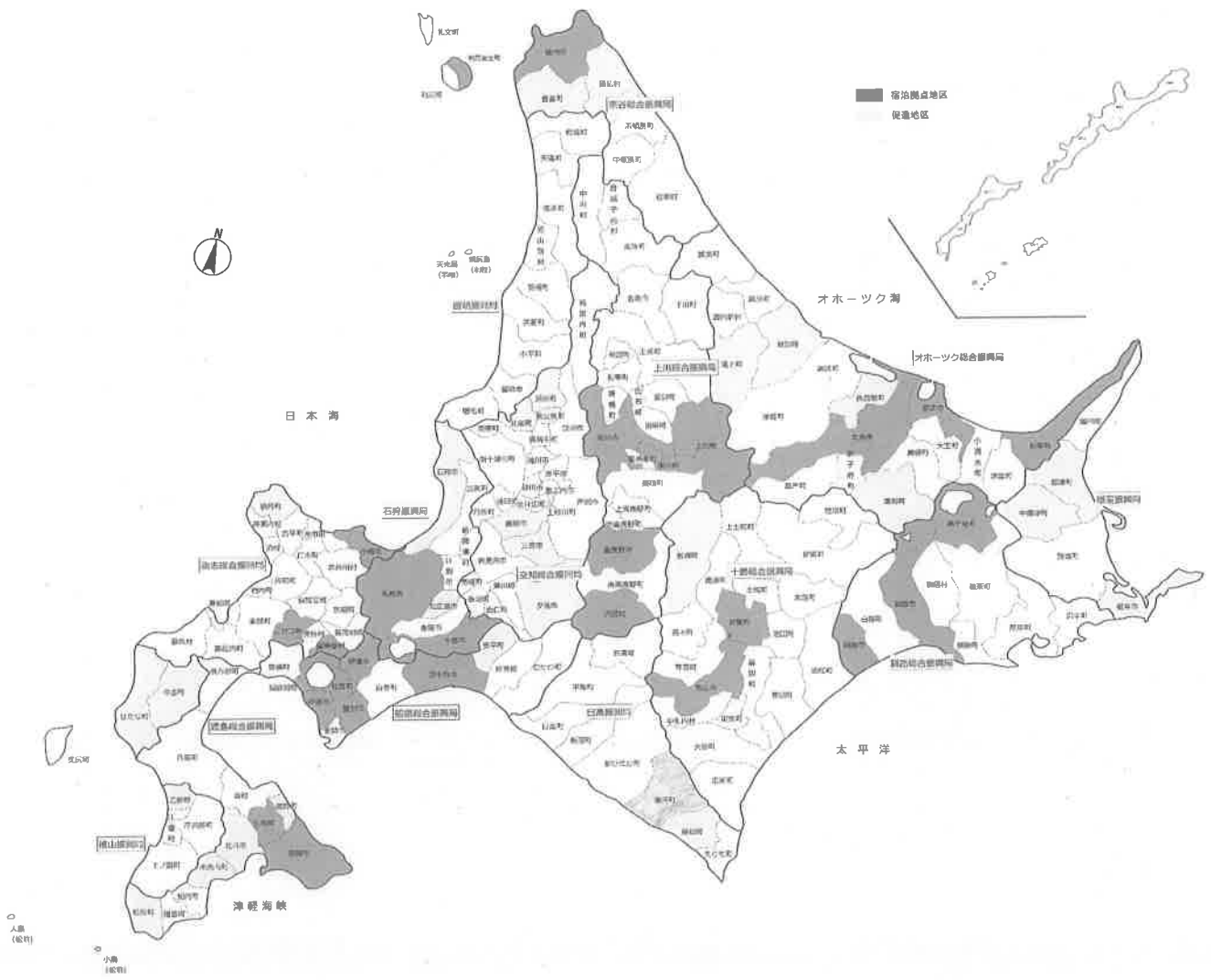
#### ○宿泊拠点地区と促進地区

振興局名	市町村名
石狩振興局	札幌市 千歳市 北広島市 石狩市
渡島総合振興局	函館市 北斗市 松前町 木古内町 七飯町 鹿部町
檜山振興局	乙部町 奥尻町 今金町 せたな町
後志総合振興局	小樽市 二セコ町 真狩村 留寿都村 倶知安町 積丹町 余市町 赤井川村
空知総合振興局	夕張市 美唄市 三笠市 上砂川町 秩父別町 北竜町 沼田町
上川総合振興局	旭川市 士別市 名寄市 富良野市 上川町 東川町 占冠村
留萌振興局	羽幌町
宗谷総合振興局	稚内市 猿払村 豊富町 礼文町 利尻町 利尻富士町
林-岬総合振興局	北見市 網走市 紋別市 津別町 斜里町 置戸町 佐呂間町 遠軽町 滝上町
胆振総合振興局	苫小牧市 登別市 伊達市 壮瞥町 洞爺湖町 安平町
日高振興局	浦河町 様似町
十勝総合振興局	帯広市 音更町 鹿追町 新得町
釧路総合振興局	釧路市 弟子屈町
根室振興局	根室市 中標津町 標津町

※ □ で囲んだ市町村は、宿泊拠点地区



図4 宿泊拠点地区



## V 国際観光の振興方策

北海道は、気候や風土が異なる様々な地域があり、美しい自然景観や暮らし、歴史や文化など、多様な外国人観光客のニーズを受け入れる観光資源が豊富で観光のポテンシャルが極めて高い地域です。

近年、観光地が国内外の観光地間の国際的な旅行者獲得競争にさらされる中、リピーターを確保しながら、新たな観光客を獲得していくためには、このポテンシャルを十分に生かしながら、受入体制の整備・充実や新たな魅力ある観光地づくりを促進し、外国人観光客から選好される質の高い観光地づくりを進めていく必要がありますが、こうした取組は、関連する幅広い産業への生産波及効果が期待されるほか、道内産業全体の振興・競争力拡大への波及も期待されます。

また、東日本大震災の影響により一時的に落ち込んだ外国人来道者は、平成23年度後半には回復基調となり、平成24年度以降は、円安やビザ要件の緩和等を背景に増加基調が続いていますが、こういった状況を一過性のものとすることなく、今後もさらに外国人旅行者数を拡大させていくためには、効果的なプロモーションをはじめ、無料公衆無線LANなどの情報環境の整備や多言語対応などの受入体制の充実、外国人が何度も訪れたいくなるような新たな魅力ある観光地づくりなどに努めていく必要があります。

この計画では、北海道観光の最大の魅力である自然環境や、地域の歴史や優れた食などの観光資源を「四季・感動・北海道」のテーマのもとに結びつけ、国際競争力を有する質の高い観光地づくりを進め、世界が憧れる観光立国北海道を目指すとともに、こうした活動を通じて本道の地域や経済の活性化につなげていくため、外客旅行容易化法の定めのほか、条例に定められた基本理念や役割分担に基づき、次のとおり推進方策を定めます。

### 1 国際競争力を有する質の高い観光地づくり

北海道は、世界自然遺産の知床やラムサール条約湿地などの国際的にも重要な自然資源をはじめ、四季の変化がもたらす美しい景観や豊かな自然に育まれた豊富な味覚などの資源や魅力に満ちています。

また、雄大な自然を背景に、世界に誇れる優れた雪質のスキー場やゴルフ場などのレジャー施設が充実しているほか、長期滞在型・通年型のリゾート形成も進められているなど、国際的な観光地として発展しつつあります。

観光は、これらの優れた自然景観や農山漁村の風景といった様々な観光資源の活用のほか、街並み整備等による地域の魅力の向上、国際航空路線の開設・拡大や北海道新幹線の開業といった交通ネットワークの利便性の向上による道内各地域の観光地としての魅力向上など、多様な関係者による取組によって支えられています。

国際競争力を有する質の高い観光地づくりのためには、地域の観光事業者のみならず、食などに係る生産者や商工業者、住民など地域の多様な関係者が緊密に連携・協働し創意工夫を図りながら取組を進めていくことが求められています。

また、国においては、統合型リゾート（IR）の推進に向け法律を制定する動きが見られ、道内においても、IRの誘致を目指す自治体があります。IRについては、観光

振興、地域振興、産業振興等に資することが期待されますが、その前提となる犯罪防止、治安維持、青少年の健全育成、依存症防止等の観点から問題が生じることがないように制度上の措置の検討状況など国の動向を踏まえ検討を進めます。

#### (1) 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成

北海道は、多様な外国人観光客のニーズを受け入れる観光資源が豊富で、観光のポテンシャルが極めて高い地域です。このポテンシャルを活かして、海外から旅行の「目的地」として選ばれる観光地づくりを進めるためには、地域の幅広い関係者が連携・協働し、地域の観光資源の強みや特徴を十分に理解し、本道の文化の特色であるアイヌ文化など地域の素晴らしさをアピールし、外国人観光客が訪れたいと思える観光地づくりを戦略的に進めることが重要です。

また、その取組にあたっては、北海道観光の最大の魅力である自然環境の保全に配慮するとともに、外国人観光客の利便性を高めるための受入体制の整備を進める必要があります。

道では、魅力ある観光地づくりに向けた地域の意欲的な取組を支援していくとともに、公共施設や公共交通機関などのバリアフリー化や、無料公衆無線LANなど情報通信環境の充実、多言語に対応できる人材の育成、免税店の拡大、宿泊施設等観光関連施設の充実など、受入体制の整備・充実に地域や事業者と連携しながら取り組んでいきます。

##### (主な施策)

- ・ 本道の文化の特色であるアイヌ文化など、文化・歴史的遺産や北海道遺産などの観光資源としての活用促進
- ・ 自然公園など豊かで優れた自然の保全と自然公園施設の整備
- ・ 宿泊滞在施設や免税店など買い物環境の充実、人材の育成など、外国人観光客に配慮した環境整備の促進
- ・ バリアフリー化のための融資制度の活用促進
- ・ 防災・減災に向けた体制づくりの推進
- ・ 無料公衆無線LANをはじめとした情報通信環境の整備促進
- ・ 宿泊施設等観光関連施設の整備・充実に向けた海外・道外からの投資の促進
- ・ 外国人来道者による観光消費額の向上に向けた免税店の拡大の促進

#### (2) 地域独自の魅力を活かした旅行商品開発の促進

外国人来道者の旅行形態が、団体旅行から、個人、家族、小グループなど多様化してきていることから、こうした旅行者のニーズに対応できる地域の個性や資源を生かした多様な旅行商品の開発を進め、滞在交流型観光を推進していくことが重要です。

また、外国人来道者が、道央地域に集中しがちであることから道内各地域へ誘導するための地域の魅力を体感できるプログラムや商品の開発、夏季や雪祭りの開催時期に集中しがちな外国人来道者を年間を通して安定的に来道してもらうため、春や秋ならではの魅力をアピールできる商品づくりの取り組みが重要です。

さらに、近年の航空路線へのLCCの参入により、旅行消費額に占める交通費の低減

が期待されることから、LCCを活用した旅行商品づくりにも取り組んでいくことが必要です。

道では、観光関係団体等と連携し、リピーターの増加や多様化する旅行ニーズへの対応のほか、地域的偏在、季節的偏在といった本道観光の課題に対応するため、魅力ある観光資源の発掘・磨き上げ、北海道ならではの新たな魅力ある観光地づくりなど、これらの活動を通じた旅行商品の開発を促進していきます。

(主な施策)

- ・ 海外の旅行会社との連携によるツアーの開発の促進
- ・ 道立施設の観光資源としての活用推進
- ・ 長期滞在に向けた新たな観光商品の開発促進
- ・ 外国人来道者の地域への誘導を図るために地域が連携した広域周遊ルートの促進
- ・ ラフティング、バードウォッチングなど自然とふれあう環境整備と体験型観光の推進
- ・ 健康やスポーツ、産業、アート、ショッピング、ウェディングなどをテーマにした新しいツーリズムの促進
- ・ 農業体験などグリーン・ツーリズムの推進
- ・ LCCの活用など、航空路線の動きに対応した新たな観光商品づくり促進

(3) 外国人観光客が安心して快適に観光できる環境づくり

① 観光ホスピタリティの向上

ホスピタリティあふれる質の高い観光地を作っていくためには、観光に携わる関係者や地域が協働して、外国人観光客をあたたかく迎え、コミュニケーションに関する問題などの障害を少しでも緩和するよう、ハード・ソフト両面での対応力を向上させていくことや、マレーシア、インドネシアなどからの観光客が増加していることからムスリムに対応した受入体制の整備などが必要です。

道では、通訳案内士など観光に関わる人材が、その能力を十分に発揮する環境の整備に努めるほか、観光関係団体と連携した観光ホスピタリティ運動の推進、観光関連産業従事者への外国人の多言語対応や接遇の向上に向けた研修、観光ボランティアの育成などを進めていきます。

② 通訳ガイド等の質の充実・育成

外国人観光客のニーズの多様化に的確に対応するためには、通訳案内士や地域限定通訳案内士などの通訳ガイドが、引き続き、その能力を十分に発揮する環境の整備に努めるほか、接遇研修や歴史や文化など専門性の高い通訳ガイドの育成など、通訳ガイドの質の充実を図ることが必要です。

また、外国人観光客の増加に対応していくため、通訳案内士などの通訳ガイドを目指す人材の育成や、バス・タクシー等で多言語対応できる人材の質の充実や育成を図ることが必要です。

### ③ 国際観光通訳ボランティアの育成

外国人観光客を温かく迎え、ホスピタリティあふれる対応のためには、外国語によるコミュニケーションはとても大切です。

道内でも、ボランティア通訳団体が、外国語により観光案内を行うことで外国人観光客の旅行をサポートしていることから、国際観光通訳ボランティアを、研修の実施などを通じて育成することが必要です。

### ④ 国際交流イベント等

道内の多くの自治体は、世界の国・地域の都市と姉妹友好提携を締結しており、様々な交流イベントが行われています。こうした国際交流事業は、外国人に日本文化や習慣を理解していただく上で非常に有益であることから、こうした取組の一層の充実を図るとともに、外国人観光客も気軽に参加できるような配慮が必要です。

### ⑤ 医療体制の整備

道では、英語、台湾語、韓国語などの外国語で受診できる病院・診療所の情報を北海道救急医療・広域災害情報システム及び北海道医療機能情報システムホームページで提供するとともに、観光協会やホテル協会などに広く周知しています。

外国人観光客が安心して道内を旅行するためには、緊急の場合に外国人観光客にも対応できる医療体制が整備されていることが望ましいことから、外国語での対応可能な医療機関等に関する情報の一層の周知に努めます。

#### (主な施策)

- ・通訳案内士などの通訳ガイドの能力を十分に発揮できる環境の整備
- ・通訳ガイドの育成や観光関連産業従事者への外国人接客研修の促進
- ・外国人観光客への対応マニュアルや会話ツール等の活用促進
- ・観光ホスピタリティ運動の推進
- ・国際観光通訳ボランティアの育成
- ・外国語で受診できる医療機関情報の周知促進

### (4) 情報案内機能の充実

外国人観光客が急増する中、外国人旅行者の利便性を高め、安心して快適に旅行することができる環境を整備していくことが重要です。

また、こうした環境の整備により地域のホスピタリティの向上や観光地としての魅力を高め、FITやリピーターを拡大していくことも重要です。

このため、テレビやホームページ、SNSなどの活用による情報発信の充実を図り、外国人が自国において有効な情報を入手できるよう取り組みを進めるとともに、観光案内所の多言語対応や無料公衆無線LAN環境などの整備を促進し、外国人が道内において必要な情報を容易に入手できるよう観光案内機能の充実を図っていくことが必要です。

### ① 観光案内所

道内には、日本政府観光局が認定する外国人観光案内所は、カテゴリ－1が26カ所、カテゴリ－2が11カ所、パートナー施設が2カ所、全体で39カ所の観光案内所が設置されています。また、その他にも外国語対応が可能な観光案内所もあり、今後、日本政府観光局の認定に向け積極的な働きかけを行います。急増する外国人観光客に対応するためには、対応できる言語の拡大や接客の方法など、今後も観光案内所機能の整備・充実とともに、国際交流団体や国際観光通訳ボランティアとの連携を図ることなども必要です。

### ② 情報通信技術などを活用した的確な観光情報の提供

外国人旅行者が本道を旅行する際の利便性や満足度を高めるため、インターネットやSNS、パンフレットを通じて、外国人旅行者が旅行の際に必要な実用的な観光関連情報を提供していくことが重要です。

このため、外国語ウェブサイトやSNSにより情報発信する内容の充実や対応する言語の拡大、また、スマートフォンなどICT技術の進展に伴う無料公衆無線LANなどの情報通信環境への対応について普及啓発を図り、外国人旅行者に対する情報案内機能を充実し、海外に向けた情報発信の強化を図っていきます。

また、道内の宿泊施設においては、外国人観光客が旅行中においても、母国や世界情勢に関する情報をより容易に入手できるよう、情報環境の整備を進めることが重要です。

### ③ 案内表示

道内を旅行する外国人観光客の利便性を向上させるため、外国語が併記された観光案内板、道路案内板等が道内に多数設置されています。

観光案内板等の整備に当たっては、道の「観光情報案内機能の整備に係るガイドライン」に準拠し、周囲の環境との調和にも配慮しながら、国や市町村などの関係機関と協力して、観光案内標識等や外国語標記の案内板の整備促進を図っていきます。

また、冬道での安全運転に向けた啓発活動の推進など、外国人観光客が安心してドライブ観光を楽しめるような環境整備にも取り組む必要があります。

#### (主な施策)

- ・外国人観光客に対応できる観光案内拠点の整備促進
- ・インターネットなどによる誰もが利用しやすい外国語による観光情報の提供
- ・ドライブ観光などを目的とした個人旅行者に対する情報提供ツールの充実や安全運転に向けた啓発
- ・宿泊施設の情報環境の整備促進
- ・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標識等の整備促進

## (5) 交通ネットワークの充実

外国人観光客が安心して快適に道内観光地を周遊するためには、交通アクセスの一層の充実を図っていく必要があります。

特に空港の整備は、国際観光の推進に不可欠であり、国では、羽田、成田、関西国際空港など拠点空港における国際ネットワークの強化、国内フィーダー路線の拡充、LCCの受入体制の強化等に向け、空港施設の整備を図るとともに、出入国手続き時の審査待ち時間を短縮するため、手続の迅速化・円滑化に取り組んでいます。

道では、外国人観光客が旅行しやすい交通ネットワークの形成を促進するため、国際航空路線の開設や拡充について、今後とも関係機関に対し積極的に働きかけていくとともに、外国人観光客を安全かつ円滑に道内各地域に誘導していくため、高規格幹線道路の早期開通や未着手区間の早期の整備について、国や関係者等との連携の下に、旅行者がスムーズに交通機関を乗り継げるための取組の促進など空港や駅などの交通拠点から観光地間の交通ネットワークの充実に努めていきます。

さらに、外国人観光客の出入国手続きの円滑化を図るため、国に対してCIQ体制の整備・拡充を働きかけるとともに、道内各地域への外国人観光客の誘客を図るため、道内の関係出先機関や空港所在の市町村などとの連携も強めながら、新千歳空港をはじめとした、道内各空港への国際航空定期便の就航・増便、チャーター便の誘致や空港ターミナルビルの拡充・整備、グランドハンドリングの機能強化といった受入体制の整備などによる空港の国際化・活性化に向けた取組を促進する必要があります。

また、平成28年3月26日に予定されている北海道新幹線の開業により新函館北斗駅と東京駅とは最速4時間2分で結ばれることから、新幹線を利用して本道を訪れる外国人旅行者の拡大に向け、東北や北関東地域、首都圏などと観光やビジネスといった分野での連携・交流を図るとともに、新幹線開業の効果を全道に波及するため道南を訪れた外国人観光客を、道内各地域へ誘導していくための二次交通の整備も重要です。

### (主な施策)

- ・ 国際航空路線網の拡充
- ・ 交通機関の接続の円滑化（乗継）など外国人観光客の利用に配慮した取組の促進
- ・ (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) 国際化の推進
- ・ 道内各空港の受入体制の充実に向けた国等への働きかけ
- ・ ビザ発給条件緩和と数次ビザ導入に向けた国への働きかけ
- ・ 高規格幹線道路及びアクセス道路の整備促進
- ・ 外国人旅行者による北海道新幹線の利用促進
- ・ 北海道新幹線新駅（新函館北斗駅、木古内駅）からの二次交通の整備促進

## 2 戦略的な宣伝誘致活動の推進

### (1) 対象国・地域の市場ニーズに応じた戦略的な宣伝誘致活動の推進

外国人観光客の拡大に向けては、ミッション派遣や現地エージェント・マスコミの招

へい事業、各国で開催される旅行博への出展など、長年にわたるプロモーション活動を積み重ねてきたが、目標とする外国人観光客300万人の達成を目指していくためには、休暇の取得時期、旅行の内容や目的、個人旅行の比率など、各国・地域別の市場の動向を十分に踏まえながら対象市場の旅行者ニーズや旅行形態について分析し、過去の枠組みや手法にとらわれない機動的で効果的なプロモーションを戦略的に実施して行くことが必要です。

これまで長い期間にわたって来道している韓国、台湾、香港、シンガポール、オーストラリアといった成熟市場に対してはFIT（個人旅行者）やリピーター向けに、これまでの概念にとらわれない新たな北海道の魅力発信や観光地における楽しみ方の提案が必要だ。

また、来道者が増加している中国、タイ、マレーシア、さらにはその他のASEAN諸国といったいわゆる成長市場に対しては、他の国や都府県に遅れることなく、効果的・効率的にプロモーションに取り組んで行く必要があります。

特に、今後來道が期待される欧米からは、スキーなどのスポーツやバードウォッチングなど、本道ならではの豊かで優れた自然環境の中で趣味を楽しむ目的で訪れる傾向があることから、こういった特定目的に対応できるツアーの商品化や提案が必要だ。

加えて、魅力ある旅行商品の提案により外国人観光客の滞在時間の増加を図り、消費額の増加を目指していくことや、ラグジュアリー層と言われる消費額の高い外国人観光客を誘致していくことも重要だ。

これらの取組を進めるに当たっては、インターネットやテレビ、SNSといったクロスメディアによる効果的な地域情報の発信や、外国人来道者が、夏季、冬季に集中するといった季節的な偏在や、道央圏に集中しがちな外国人来道者を道内各地域に誘導し地域的な偏在を解消するといった視点も考慮しながら、効果的な宣伝誘致を進めていく必要があります。

#### (主な施策)

- ・ 対象国・地域の旅行市場や旅行形態に応じた戦略的な宣伝誘致活動の推進
- ・ 成長が期待される新たな市場に対する効果的な宣伝誘致活動の検討・実施
- ・ リピーターや観光消費額の高い旅行者に向けた効果的な宣伝誘致活動の促進
- ・ 地域が行う宣伝誘致への支援
- ・ 東アジア地域等における観光情報提供機能の整備
- ・ 旅行エージェントや海外のマスコミ等の招へい事業の推進
- ・ 魅力ある観光地づくりの促進
- ・ 受入体制の整備・充実

#### ① 関係各国・地域の観光市場と今後の取組の方向性

本道を訪れる外国人観光客は、ここ数年大幅な伸びを示しており、台湾、中国、韓国で本道を訪れる観光客数全体の2/3を占める状況となっています。

一方で、対象国・地域の政治・経済・社会環境の変化や自然災害、感染症の発症などによって生じるいわゆるカントリーリスクが、外国人観光客の誘客にとって大きな



影響を及ぼすことが懸念されています。

外国人観光客の安定的な誘客を図るためには、このようなリスクの存在を視野に入れつつ、中長期的な観光市場の見通しを踏まえ、特定の国や地域に偏ることなく多様な国や地域からの観光客の誘客や、観光のみならずビジネスを目的とした外国人の来道の促進を図ることが重要です。このため、道内各地域における観光地づくりの取組を進め、外国人観光客の多様なニーズに対応した魅力ある観光メニューの創出により本道を訪れる動機付けや、こういった取組の成果などの効果的な宣伝・提案による外国人観光客の拡大、MICEの誘致、国内外での情報発信機能の強化、さらに国内に多数訪れている外国人観光客の新幹線や国内航空便の利用による来道の促進などに取り組むことが必要です。

また、北海道が好きでこれからも何度も訪れてみたいと思ってくれる「北海道ファン」を着実に増加させ、リピーターや個人旅行客の拡大を図ることが重要です。

## ア 訪日観光成熟市場

### (ア) 韓国

韓国は、人口5,042万人、1人当たりのGDPは約2万8千ドル、平成26年の韓国人出国者数は1,600万人になっています。訪日旅行の状況としては、276万人が日本を訪れており、東日本大震災前の平成22年との比較でも大幅な増加となっています。また、約8割が個人旅行であり、リピーターの割合も64%となっています。

韓国からの来道者数は、平成26年度で20万1千人であり、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は、6.7%でここ数年6%前後で推移しており、来道者の6割が、第2四半期と第4四半期に訪れています。

本道における宿泊延べ数については、平成26年度に43万人泊となっており、圏域別では、札幌市が大幅な伸びとなったことから道央が道内全体の約9割を占めています。平成22年度との比較では、道央、道北は増加となっているものの、その他の圏域は減少しており、特に道南は大きな減少となっています。

韓国の旅行者は、「温泉・保養」、「四季・自然の魅力」などを目的に本道を訪れる傾向がありますが、訪日旅行形態としては、個人旅行の割合が高く、リピート率も高いことから、既存の旅行行程やメニューにとらわれない新たな観光メニューの提案により、道内への旅行者の拡大、さらには道央以外の地域における旅行者の拡大を図って行くことが必要です。このため、韓国で人気のあるトレッキング・ゴルフなど旅行者のニーズへの対応や、食や地域資源の発掘・磨き上げや地域の人々との交流などといった新たな観光メニューづくりに取り組み、旅行者に提案していくことが重要です。

韓国ではインターネットでの旅行商品の販売が発達しており、韓国人旅行者は、道内の観光関係団体のホームページ等から情報入手することが一般化していることから、ホームページなどによる宣伝の強化が必要です。現地旅行会社の集客の手法は、パンフレットよりも新聞やTVをはじめ、ネット広告が中心となっていることからマスコミや旅行会社の関係者の招聘や、現地における観光情報の提供など引き続き実施する必要があります。

#### (イ) 台湾

台湾は、人口2,343万人、1人当たりのGDPは約2万3千ドル、平成26年の台湾人出国者数は、1,184万人になっています。訪日旅行の状況としては、283万人が日本を訪れており、大幅な増加となっています。旅行形態としては団体旅行の割合が44%となっており、リピーターの割合は75%となっています。

台湾からの来道者数は、平成26年度で47万3千人であり、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は、15.7%でここ数年15~18%前後で推移しており、四半期別のシェアとしては、第1四半期が入り込みが少ないものの残りの期間については、ほぼ同じ入込数となっており、これは道内空港への国際航空便の就航の増加も要因と考えられます。

本道における宿泊延べ数については、平成26年度で152万人泊となっており、圏域別では、道央が道内全体の約6割を占め、道南、道北がそれぞれ15%前後となっています。平成22年度との比較では、多くの圏域で2.5倍を超える増加となっているものの、十勝はそれ程大幅な増加が見られない状況です。

台湾の旅行者は、「四季・自然の魅力」、「食べ歩き・グルメ」、「ショッピング」などを目的に本道を訪れる傾向があります。訪日旅行形態としては、個人旅行の割合が56%程度となっていますが、リピート率も高いことから今後は個人旅行の割合が増加していくものと考えられます。さらに、レンタカー利用者も増加傾向にあることなどから、旅行者のニーズにマッチした観光商品の提案や情報提供により、季節を問わず道内各地域への旅行者の拡大が期待できます。このため、旅行者のニーズへの対応や、食や地域資源の発掘・磨き上げや地域の人々との交流などといった新たな観光メニューづくりに取り組み、旅行者に提案していくことが重要です。

台湾ではインターネットでの旅行商品の販売が普及してきており、台湾人旅行者は、道内の観光関係団体のホームページ等から情報入手することが一般化していることから、ホームページなどによる宣伝の強化が必要です。また、現地のマスコミや旅行会社等の招聘や台湾における観光情報の提供など引き続き実施し、道内の様々な地域の魅力をPRする必要があります。

#### (ウ) 香港、シンガポール

香港は、人口726万人、1人当たりのGDPは約4万ドル、平成26年度の香港人出国者数は年間923万人になっています。訪日旅行の状況としては、年間93万人が日本を訪れており、東日本大震災前の平成22年との比較でも大幅な増加となっています。また、75%が個人旅行であり、リピーターの割合も80%以上となっています。

香港からの来道者数は、平成26年度で12万人であり、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は、11.5%で、ここ数年減少傾向となっています。季節的な状況では、第1四半期が入り込みが少ないものの残りの期間については、ほぼ同じ入込数となっていますが、いずれも国内の入り込みに対するシェアが低下しており、特に第4四半期が大きく低下している状況となっています。

本道における宿泊延べ数については、平成26年度で56万人泊となっており、圏

域別では、道央が道内全体の約77%を占め、その他では道北が増加となっています。

シンガポールは、人口547万人、1人当たりのGDPは約5万6千ドル、平成26年度のシンガポール人出国者数は年間890万人になっています。訪日旅行の状況としては、年間23万人が日本を訪れており、東日本大震災前の平成22年との比較でも大幅な増加となっています。また、約79%が個人旅行であり、リピーターの割合は60%以上となっています。

シンガポールからの来道者数は、平成26年度で4万人であり、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は、16.9%で、ここ数年同程度で推移しています。季節的な状況では、第2四半期、第3四半期で全体の3分の2の入り込みがある一方で、第4四半期の入り込みが少ないといった状況になっています。

本道における宿泊延べ数については、平成26年度で25万人泊となっており、圏域別では、道央が道内全体の約73%を占めています。

香港、シンガポールは、所得の高いいわゆるラグジュアリー層による夫婦や家族による旅行が多く行われており、レンタカー利用も多いことから、旅行者のニーズにマッチした観光商品の提案や情報提供により、季節を問わず道内各地域への旅行者の拡大が期待できます。このため、旅行者のニーズへの対応や新たな観光メニュー、特に訪日旅行者に対する割合が低い冬季のメニューづくりや、道央圏以外の地域における観光地づくりの取り組みを進め、旅行者に提案していくことが重要です。

また、道央にとどまらず道内各地に現地のマスコミや旅行会社等を招聘するなど、道内の様々な地域の魅力をPRする必要があります。

## (エ) オーストラリア

オーストラリアは、人口2,359万人、1人当たりのGDPは約6万1千ドル、平成26年度のオーストラリア人出国者数は年間911万人になっています。訪日旅行の状況としては、年間30万人が日本を訪れており、東日本大震災前の平成22年との比較でも増加となっています。また、約90%が個人旅行であり、リピーターの割合は36%程度となっています。

オーストラリアからの来道者数は、平成26年度が4万人であり、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は、11.9%で、ここ数年同程度で推移しています。季節的な状況では、第4四半期が70%の入り込みとなっています。

本道における宿泊延べ数については、平成26年度で22万人泊となっており、圏域別では、道央が道内全体の約85%を占めており、倶知安町、ニセコ町で道央圏全体の75%を占めています。

オーストラリア人事業者のニセコ地区への進出をきっかけに、多数のオーストラリア人がウィンタースポーツを楽しむためにニセコ地区を訪れるようになっています。このため、現状ではこの季節のニセコ地区以外に広がりを見せていない状況です。オーストラリア人の滞在日数は7日以上が87%と長期間であることが特徴であり、ニセコ地区を起点とした道内各地域への観光によりさらなる滞在日数の拡大が期待されます。

また、冬季以外にも国内には多くのオーストラリア人が訪れていることから、旅行

者のニーズへの対応や新たな観光メニュー、道内地域における観光地づくりの取り組みを進め、北海道の魅力や道内各地域の観光メニューの提案やPRを行うことが重要です。

## イ 訪日観光成長市場

### (ア) 中国

中国は、人口13億6,782万人、1人当たりのGDPは約7千6百ドル、平成26年度の中国人出国者数は年間9,819万人になっています。訪日旅行の状況としては、年間241万人が日本を訪れており、東日本大震災前の平成22年との比較でも大幅な増加となっています。また、約61%が団体旅行であり、リピーターの割合は28%程度となっています。

中国からの来道者数は、平成26年度で34万人であり、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は、11.9%で、ここ数年同程度で推移しています。季節的な状況では、第4四半期が急激に増加し50%の入り込みとなっています。

本道における宿泊延べ数については、平成26年度で90万人泊となっており、圏域別では、道央が道内全体の約78%を占めており、次に道北、道南の順となっていますが、平成22年度との比較では、道南が約5倍、道央、道北が約3倍、オホーツクが約2倍となっており道全体でも約3倍となっています。

中国については、訪日旅行者が大幅に増加しているものの、韓国やタイ、台湾には訪日旅行者数を上回る旅行者が訪問しており、こうした国と比較して魅力ある観光メニューを提供することによって観光客の拡大の可能性がある状況です。現在の旅行形態は約61%が団体旅行であり、日本を初めて訪れる観光客は約72%という状況になっています。また、現在の日本での訪問先はゴールデンルートと呼ばれる東京、大阪、京都であり、道内における観光客を拡大するためには、こういった地域とは異なった魅力を持つ道内の観光資源をPRする必要があります。

また、旅行者のニーズへの対応として、安全安心や美味しさの面で評価の高い食や地域資源の発掘・磨き上げによる新たな観光メニューづくりに取り組み、ショッピングに関心が高い旅行者向けの免税店拡大などに取り組むことが必要です。

### (イ) タイ、マレーシア

タイは、人口6,866万人、1人当たりのGDPは約5千4百ドル、平成26年度のタイ人出国者数は年間597万人になっています。訪日旅行の状況としては、年間66万人が日本を訪れており、東日本大震災前の平成22年との比較でも大幅な増加となっています。また、66%が個人旅行であり、リピーターの割合も54%となっています。

タイからの来道者数は、平成26年度で13万人であり、平成22年度との比較では7倍の入込数となっています。訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は、18.2%で、ここ数年で急激に高まっています。季節的な状況では、第4四半期に約40%、第2四半期に約30%となっており、全体としては第3四半期が低調となっています。

本道における宿泊延べ数については、平成26年度で30万人泊となっており、圏

域別では、道央が道内全体の約80%を占め、その他では道北が約12%となっています。

マレーシアは、人口3,026万人、1人当たりのGDPは約1万ドル、平成26年度のマレーシア人出国者数は年間4,522万人になっています。訪日旅行の状況としては、年間25万人が日本を訪れており、東日本大震災前の平成22年との比較でも増加となっています。また、約72%が個人旅行であり、リピーターの割合は40%以上となっています。

マレーシアからの来道者数は、平成26年度で5万人であり、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は、19.1%で、ここ数年同程度で推移しています。季節的な状況では、第1四半期のシェアが他の国と比較して高くなっています。一方で、第3四半期の日本には多くの観光客が訪れているにも関わらず、北海道への入り込みが少ないといった状況になっています。

本道における宿泊延べ数については、平成26年度で12万人泊となっており、圏域別では、道央が道内全体の約77%を占めています。

タイ、マレーシアの旅行者は、レンタカー利用も多いことから、旅行者のニーズにマッチした観光商品の提案や情報提供により、季節を問わず道内各地域への旅行者の拡大が期待できます。また、長期休暇のパターンが、タイの場合3～5月と10月、マレーシアは11～12月に集中しているものの、いずれの国においても第3四半期の本道への入り込みが低調であることから、旅行者のニーズへの対応や新たな観光メニューづくり、道央圏以外の地域における観光地づくりの取り組みを進め、旅行者に提案していくことが必要です。

また、タイやマレーシアは、宗教的に多様な地域でありムスリム対応など受入体制の整備・充実とともに、日本人にとっても人気の観光地であることから航空路線の相互活用など双方向の交流を進め、両国政府や関係機関及び航空会社等との協力関係を築きながら、誘客促進を図っていくことも重要です。

## ウ その他の地域（欧米、その他アジア地域）

### (ア) 欧米

北米、欧州地域からの来道者数は、東日本大震災前の平成22年度と比較して3割程度増加しています。

平成26年度のアメリカからの来道者数は、4万2千人で平成22年度に比較して約2倍になっているものの、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は4.6%と低水準で推移しています。季節的な状況では、第4四半期に訪日旅行者数の10.3%と年々高まってきています。

また、本道における宿泊延べ数については、平成26年度1万7千人泊となっており、圏域別では道央が道内全体の約80%を占めています。

カナダからの来道者数は、1万4千人で平成22年度に比較して約1.5倍になっているものの、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は7%と低水準で推移しています。季節的な状況では、第4四半期に訪日旅行者数の10.5%と年々高まってきており、アメリカと同様の傾向となっています。

また、本道における宿泊延べ数については、平成26年度8万9千人泊となっており、圏域別では道央が道内全体の約80%を占めています。

今後、北米からの来道数を増加させていくためには、増加傾向にある冬季の魅力を重点的にPRすることで旅行者の増加を図るとともに旅行者のニーズへの対応や新たな観光メニューづくり、道央圏以外の地域における観光地づくりの取り組みを進め、旅行者に提案していくことが必要です。

また、日本のゴールデンルートを目的に観光に訪れている北米や欧州からの旅行者が増加傾向にあることから、北海道新幹線の活用や国内便の利用による北海道観光についてPRすることや、北海道に優位性があり、欧米の観光客にアピールできる観光メニューを発掘・磨き上げ、特定目的を実現することを目的としたツアーをPRし、観光市場の開拓を図っていくことが重要です。

#### (イ) ロシア

ロシアは、人口1億4,370万人、1人当たりのGDPは約1万3千ドル、ロシア人出国者数が年間4,589万人になっています。訪日旅行の状況としては、年間6万4千人が日本を訪れています。

また、本道における宿泊延べ数については、平成26年度2万3千人泊となっており、圏域別では道央が道内全体の約80%を占めています。

ロシアからの訪日外国人来道者数は、平成26年度で1万3千人であり、訪日旅行者数のうち本道を訪れる割合は、20.6%になっています。

本道との距離の近いロシア極東地域との間では、「北海道とロシア連邦極東地域との経済協力発展プログラム」を策定しており、関係者の交流促進や観光PRの展開、誘客の促進にお互い協力することで、経済分野における交流拡大と関係強化を進めています。

旅行者の拡大に向けては、旅行者のニーズへの対応や新たな観光メニューづくり、観光地づくりの取り組みを進め、旅行者に提案していくことが必要です。

#### (ウ) その他のアジア地域

今後の経済成長により所得が増加することにより、観光市場として拡大が期待される地域として、インドネシア、フィリピン、ベトナム、インドなどが挙げられます。平成26年度の1人あたりのGDPで見ると、インドネシアが3千5百ドル、フィリピンが2千9百ドル、ベトナムが2千ドル、インドが1千6百ドルなど、他の市場と比較するとまだ低いものの、人口規模が大きいことや海外旅行を楽しむことのできる富裕層等の存在により今後の誘客が期待されます。

これらの市場における北海道の認知度は低いことから、先行して北海道に観光に訪れているタイやマレーシアの例も参考にしながら明瞭な四季や食、文化といった北海道の魅力をPRするとともに旅行者のニーズへの対応や新たな観光メニューづくり、観光地づくりの取り組みを進め、旅行者に提案していくことが必要です。

## (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

今後、海外からの一層の誘客の促進を図るためには、明瞭な四季・雄大な自然、安全安心な食など、外国人観光客に対し訴求力の高い観光メニューのPRを強化するとともに、新たな魅力の発掘・磨き上げにも取り組んでいく必要があります。

海外旅行が一般化してきた地域においては、新たな驚きと感動を与えることのできる満足度の高い、特別な旅行を求めるニーズが高まることが予想されることから、ファッション、歴史・文化、スポーツ、産業・科学技術、映画・ドラマ、リゾートウェディング、バードウォッチングなど北海道が有する潜在的な魅力を発掘し、それを観光商品化し、旅行消費額の大きいラグジュアリー層向け旅行、訪日教育旅行、クルーズ、特定目的の観光ツアーなど多様な観光ニーズに対応していくことが重要です。

特に、観光分野だけではなくビジネス分野で見れば、MICEは、その経済波及効果から、近年注目を集めています。MICEの誘致や開催は、国はもとより、道及び道内の自治体やコンベンションビューロー、さらには大学や民間企業等の誘致関係者の連携強化が不可欠であり、これら関係者の連携の下、ターゲットを明確にした誘致活動を進めていく必要があります。

また、MICEの誘致・開催競争に大きな影響を及ぼす国際会議場や展示会場などMICE施設に加え、アフターコンベンション機能の充実を図るIRを導入しようとする国の動きを踏まえ、道内においても、会議後の観光メニューの多様化などアフターコンベンションの充実に取り組んでいく必要があります。

### (主な施策)

- ・ 特定テーマの観光ツアーなど誘客対象の層を絞ったプロモーションの推進
- ・ 訪日教育旅行の誘致促進
- ・ 国際会議等（MICE）の誘致促進
- ・ 北海道へのロケーションの誘致促進
- ・ 各種スポーツ大会やイベントなどを通じた海外との文化・スポーツ交流推進

## (3) 国際定期航空路線等の誘致促進

東アジアにおける旅行市場の拡大や継続した航空路線の誘致活動の結果、平成27年7月の状況では、新千歳空港が12路線、週約100便、函館空港が3路線、週14便、旭川空港が4路線、週19便の国際航空定期便が就航しています。

また、道内の空港と成田空港などの道外の空港を結ぶ路線へのLCCの参入は、外国人旅行者の交通アクセスにも好影響が期待されます。

このため、航空会社へ新規路線の開設や既存路線の拡充、さらには、チャーター便の就航についても積極的に働きかけるとともに、道民の海外旅行促進に取り組むことにより国際航空路線の双方向の利用促進を進めつつ、海外の空港や道外拠点空港とのアクセスの向上、道内空港の受入体制の整備・充実により、外国人来道者数の増加につなげていきます。

なお、新千歳空港など、特定の空港に偏ることなく道内各空港へ国際航空定期便、チャーター便を誘致することにより、道央圏以外の各地域への外国人観光客の誘客を図っ

て行く必要があります。

(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
- ・国際航空路線の拡充と道内空港の機能強化に向けた調査

### 3 観光に関する基礎的データの収集及び調査の実施

海外宣伝誘致や外国人観光客の満足度向上に向けた受入体制の整備や新たな魅力ある観光地づくりを効果的に推進していくためには、外国人観光客の人数、動態、観光消費額などの各種データを収集し、分析することや、旅行客の満足度や対象国・地域別のニーズ調査などの結果を活用することが必要であり、また、そのデータや調査分析の結果を可能な限り早期に、かつ利用しやすい形で公開していくことが必要です。

宿泊日数や個別分野の満足度及びリピート率などのデータや関係機関等の調査結果については、本計画の目標を支える指標として、定期的にその実績を把握するとともに、ビッグデータなどを活用し、各国・地域の市場や観光客の特性に関する的確な把握に努め、マーケティングやサービスの向上などの政策立案に当たっての基礎となる資料として活用し、施策の効果を高めていく必要があります。

道では、こうした観光に関連する量的・質的データの整備、充実について必要な検討を行うとともに、観光関係団体や事業者などの協力の下、体系的かつ継続的に必要な調査が行われるよう、関係者間の連携を深めていきます。

(主な施策)

- ・外国人観光客誘致のための市場の実態などの把握
- ・外国人観光客の動態や関連産業の実態などの把握
- ・外国人観光客の総合的な満足度や観光消費の実態などの把握

## VI 計画の推進

### 1 推進の考え方

この計画を着実に推進し、2020年を目途とする外国人観光客300万人を達成していくためには、観光事業者や観光団体、道民、道をはじめとした行政機関、さらに大学など、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、人脈やノウハウなどお互いに活用するなど、連携・協働して国際観光を振興していくことが必要です。

また、本計画の円滑な実施にあたっては、国との連携が不可欠であることから、今後も国が進める訪日旅行促進事業（デジタル・ジャパン事業）や観光立国実現に向けたアクション・プログラムなど観光関連施策との連携や活用を推進するとともに、クールジ



ヤパン戦略や地域資源を生かした産業の活性化、訪日外国人旅行者数2000万人の受入に向けた北海道ブロック連絡会による受入体制の整備・充実に向けた取組など、連携や活用が可能な施策にも積極的に取り組んでいくことが重要です。

## 2 推進体制（役割分担）

○ 地域における取組としては、観光事業者や関係団体のみならず、他産業、市町村や住民が一体となって、地域特性を生かした国際的な観光地づくりを進めていくことが大切です。こうした取組は、市町村や振興局といった従来の枠組みにとらわれることなく、外国人観光客の動態や観光資源の特徴などから、共通のテーマ性をもったエリアにおいて、それぞれの関係者が協働して進めていくとともに、課題に対して柔軟に連携しながら、広域的な観点で取組を進めるなど、地域の推進体制を強化していくことが必要です。

○ 全道的な観点での取組としては、平成20年4月に発足した（公社）北海道観光振興機構は、本道観光施策の中核的推進組織であり、民間組織としての感覚や発想を生かしつつ、機動性と専門性を持った組織として、関係機関や地域と一体となって、情報発信、宣伝誘致プロモーション、外国人観光客の受入体制の整備・充実など、国際観光の振興に向けた取組を推進していく必要があります。

また、これらの取組を通じて、（公社）北海道観光振興機構は、関係機関との人脈やノウハウ・情報の蓄積に努め、より一層効果のあるプロモーションの実施はもとより、今後の取組の核となる観光人材の育成など、これまで以上に、本道の国際観光を先導する役割を担っていく必要があります。

○ 道は、「外客旅行容易化法」や「北海道観光のくにづくり条例」に定める基本理念や道の責務に照らして、この計画の実施に当たるほか、計画に掲げた諸施策について、主体となって取り組む市町村や観光事業者及び観光関係団体に対し、必要な支援を行っていきます。また、この計画を効果的かつ機動的に推進するため、訪日外国人旅行者数2000万人の受入に向けた北海道ブロック連絡会などを通じて国と十分な連携を図るとともに、庁内関係各部署で構成する外国人観光客300万人達成に向けたプロジェクトチームを設置し戦略的な取組を進めることとしています。

また、道や道内企業等の海外事務所の有効活用や（公社）北海道観光振興機構、市町村、観光関係団体などと連携・協力を進めるほか、道庁内各部署の施策を効果的に活用して、地域の魅力ある観光地づくりを支援するなど、オール北海道体制で国際観光の推進を図ります。

さらに、誘致対象国・地域の地方政府、関係機関との連携など、計画推進ネットワークの輪を道内外に広げるとともに、これら推進体制を有効に活用しながら、この計画の進捗状況を毎年点検し、施策の総合的、計画的な推進に努めていきます。

## 用語解説

### ア行

- ICT (Information&Communications Technology)  
情報通信技術
- SNS (Social Networking Service (Site))  
インターネット上で友人を紹介しあって、個人間の交流を支援するサービス (サイト)
- LCC (Low Cost Carrier)  
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。

### カ行

- 会話ツール  
「コミュニケーションボード」など、自身が外国語を理解することや話すことができなくても、外国人と意思疎通を図ることのできる道具。
- グリーン・ツーリズム  
農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動。欧州では、農村に滞在し、パカンスを過ごすという余暇の過ごし方が普及している。
- コンベンション  
国際的または全国的な規模で開催される学会、総会、会議、見本市、展示会など。コンベンションビューローはコンベンションを誘致し、開催支援する公的機関。

### サ行

- CIQ  
税関 (Custom, 出国する旅客の携帯品などの検査)、出国管理 (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進入防止のための検査) のこと。
- 数次ビザ  
数次査証 (Multiple-Entry Visa)。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。

### 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。
- 地域限定通訳案内士  
一つの都道府県の区域においてのみ、報酬を得て通訳案内 (外国人に付き添い、外国語を用いて、旅行に関する案内をすること) の業務ができる資格者。

### 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。
- ビジット・ジャパン事業  
訪日外国人旅行者数の増加を目指し、官民一体で推進する外国人旅行者を我が国に誘致するための取組。

### ヒ行

- 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。
- フィーダー路線  
交通機関の支線のこと。
- 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。
- 訪日教育旅行  
引率者と児童・生徒で構成される団体旅行で、学校等を訪問するもの。若年層の外国人訪日旅行形態の一つ。
- ホスピタリティ  
厚遇、歓待、心のかもったサービス。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  
次の時代へ引き継いだ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。

### 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。
- ムスリム  
イスラム教徒

### リ行

- 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。
- 旅行エージェント  
移動や宿泊の手配をする旅行会社。
- ロケーションの誘致  
映画、テレビドラマ、CMなどロケーション撮影を誘致し、実際のロケをスムーズに進めるための様々な支援を行うこと。映画やドラマ等の舞台として活用することは、ロケ隊の滞在による直接的な効果のほか、知名度のアップや、観光客の増加 (フィルム・ツーリズムの振興) などが見込まれることから、全国的に誘致に取り組む自治体などが多い

### フ行

- Wi-Fi  
無線LAN環境を利用したインターネットへの接続を提供するサービスのこと。このサービスを受けられる場所は、Wi-Fiスポットなどと呼ばれている。

北海道外国人観光客来訪促進計画 平成25年6月  
(平成 年 月改訂)

発行 北海道

編集 北海道経済部観光局

電話 011-204-5305

FAX 011-232-4120

ホームページ <http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd>