

観光ビジョン推進北海道ブロック戦略会議で
掲げた課題に係る数値目標の設定(案)

平成31年3月4日

観光地域づくりWG
交通WG
航空・港湾WG

■ 指標設定の考え方

みんなで稼げる北海道観光の実現

めざす
北海道観光

北海道経済の活性化のため、「みんな」で「稼げる」北海道観光をめざす。
具体的には、観光の高付加価値化（アドベンチャートラベル等）や域内調達率の向上等の取り組みにより、安定的な雇用を確保するとともに、観光による経済効果を全道に波及させる。

北海道全体で観光客数を増やす

観光業全体で消費単価を上げる

北海道観光の現状

■ 道央圏に集中している。

- ・ 宿泊延数の7割以上が道央圏。日本人は半数程度。
- ・ 道内の宿泊施設数の4割、客室数の半数、国際観光ホテルの4割は道央。
- ・ 免税店は全道の約8割が道央圏に集中。
- ・ 道のホームページに掲載されているファームインの半数は道央。次に多いのは道北や十勝。
- ・ クルーズ船の寄港が多いのは道南、道央。十勝は寄港なし。
- ・ レンタカー事業者の約4割は道央。レンタカー車両の約6割は道央。

■ 新千歳空港に集中している。

- ・ 出入国者数の9割以上は新千歳空港を利用。
- ・ 新千歳空港以外の道内空港の出入国者数は近年減少傾向。
- ・ 国際線定期便の利用が増え続けているのは新千歳空港のみ。
- ・ 国際線のチャーター便はその他の空港で増加。

■ 個人で宿泊、移動するスタイルが増えている。

- ・ レンタカーをはじめ、鉄道や路線バスの利用者は増加の傾向。
- ・ ユースホステル・ゲストハウスや民泊の利用者は増加の傾向。

■ 繁忙期と閑散期で差が大きい。

- ・ 全国平均では最多月は4月だが、北海道は4月が最も少ない。
- ・ 最少と最高の月の差は、全国(1.3倍)に比べて北海道は大きい(2.7倍)。
- ・ 日本人よりも、繁閑の差が大きい。
- ・ 日本人の繁忙期は夏だが、外国人観光客は冬。
- ・ 国ごとにみると、繁忙と閑散の月やその差の大きさに違いが見られる。
- ・ クルーズ船の寄港時期は、冬以外の季節に限られている。

■ コト消費への意欲は高い。

- ・ 北海道を訪れる外国人観光客は、全国平均よりも収入が高め。1人あたりの旅行消費額は、関東に次いで高い。
- ・ 1人あたりの旅行消費単価は、「買物代」の減少が要因で減少傾向。
- ・ 娯楽サービス費は「買物代」の1割未満だが、その差は徐々に縮まっている。
- ・ アジアは「食事」、欧米豪は「観光・レジャー」にお金をかけたい。
- ・ アジアは「雪景色と温泉」、欧米豪は「エコツーリズムと日本文化の体験」に期待。
- ・ アジアでも、エコツーリズムや有名な歴史や建築物の見学などへの期待は上昇傾向にある。

■ アジア圏からの観光客が多く、増加傾向。

- ・ 宿泊延数の割合は中国、台湾が突出し、韓国、香港が続く。
- ・ 「アジア」と「欧米豪」で比較すると、アジアの割合は高まっている。
- ・ 1人あたり旅行消費単価は、欧米豪の方が高い。

「みんなで稼げる北海道観光の実現」に向けて取り組むべきこと

北海道全体で観光客数を増やす

外国人観光客数が増えているにも関わらず、新千歳空港以外の空港を利用する外国人観光客は減少しており、新千歳空港への集中が進んでいる。
北海道全体で観光客を増やすためには、新千歳空港の利用者を更に増やすとともに、道内各地の空港の連携等により、新千歳空港以外の空港の利用者を増やすことが必要。

貸切バスで移動する団体旅行から、レンタカーや二次交通を利用して移動する個人旅行が増えているが、宿泊先は道央圏に集中している。
限られた旅行期間に、より広域に旅行してもらうには、二次交通の利用者がもっと増えるようにしていくことが必要。

全国的には、4月は繁忙期にあたるが、北海道では最も少なく、繁閑の差も大きい。
繁閑の差が大きいまでは、受入環境の拡大にはつながりにくく、雇用の安定につながらない。
入込の少ない時期の観光客数を増やしていくことは、全体の観光客数を増やしていくうえでも必要。

いわゆるアジアの“爆買い”により、旅行消費額は全国に並ぶ高い金額を続けていたが、近年、爆買いの落ち着きとともに、旅行消費額も減少傾向にある。
一方、北海道観光で、“コト消費”に期待する外国人観光客は増えている。
エコツーリズムや歴史見学など観光・レジャーを楽しむ外国人観光客が増えることで、コト消費を担う観光業の経営安定、事業拡大が期待できる。

アジアからの外国人観光客が多い状況は続いており、その割合は更に高まろうとしている。
一方、欧米豪からの観光客の割合は少ないものの、1人あたりの旅行消費単価がアジアより高めなことや、コト消費への期待が高いという観点からも、これから伸ばしていきたいマーケットといえる。

観光業全体で消費単価を上げる

指標設定の考え方

新千歳空港の利用者が増えることをめざす指標

新千歳空港以外の道内空港の利用者が増えることをめざす指標

二次交通の利用者が増えることをめざす指標

繁忙期と閑散期の観光客数の差が縮まることをめざす指標

観光・レジャーへの消費が高まることをめざす指標

欧米豪からの観光客が増えることをめざす指標

期待される効果

- ・ 個人旅行者の訪問範囲拡大
- ・ 利便性の向上による満足度アップ
- ▼
- ・ リピーター化の促進
- ▼
- ・ 全道で観光客の増加

- ・ ピーク時の混雑緩和
- ・ 宿泊料金の安定化
- ・ 通年雇用の促進
- ▼
- ・ 観光事業の安定
- ・ サービスの向上
- ▼
- ・ 観光客の増加

- ・ 通過型観光から滞在型観光への転換
- ▼
- ・ 平均旅行消費額・滞在日数の増加
- ・ 新たな富裕層マーケットの獲得
- ・ 新たな雇用の拡大
- ▼
- ・ 北海道の国際観光地としてのグレードアップ

指標設定案

- 指標 1 - 1 新千歳空港の利用者を増やす。
- 指標 1 - 2 新千歳空港以外の道内空港の利用者を増やす。
- 指標 2 二次交通の利用を促進して広域拡散化を図る。
- 指標 3 繁忙期と閑散期の観光客数の差を縮める。
- 指標 4 観光・レジャーへの消費を高める。
- 指標 5 欧米豪からの観光客数を増やす。

指標 1-1

新千歳空港の利用者を増やす。

▶新千歳空港における外国人出入国者数を増やす。

数値目標

「出入国管理統計」における、新千歳空港の外国人出入国者数

2018年：337万人 ⇒ 2020年：430万人 ⇒ 2023年：空港民営化を踏まえ設定

1. 指標設定の考え方

北海道を訪れる外国人観光客の多くは飛行機を利用して訪れることから、外国人観光客の増加を促進するうえで空港の役割は大きく、新千歳空港を利用する外国人観光客は、東アジア等の路線の拡大とともに急増している。

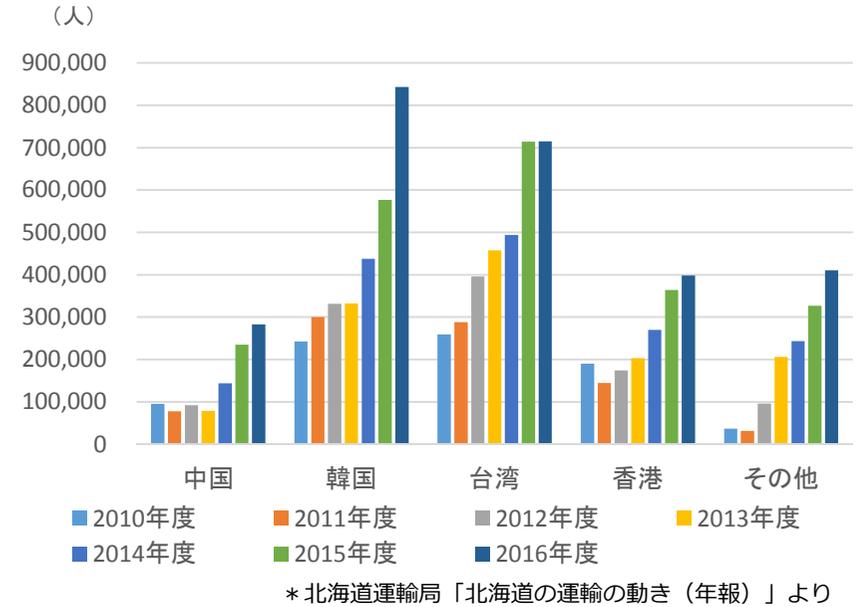
海外LCCをはじめとした航空需要は一層高まる見込みであること。また、2020年からは北海道内7空港の一括民間委託が実現し、航空ネットワークの充実強化等が図られることから、新千歳空港の持つポテンシャル、利用者拡大に向けた期待は高い。

北海道「全体」で「稼ぐ」観光をめざすには、道内各地の空港利用者が増えることが重要であるが、北海道への外国人観光客を牽引する新千歳空港の利用者を更に増やしていくことが不可欠と考える。

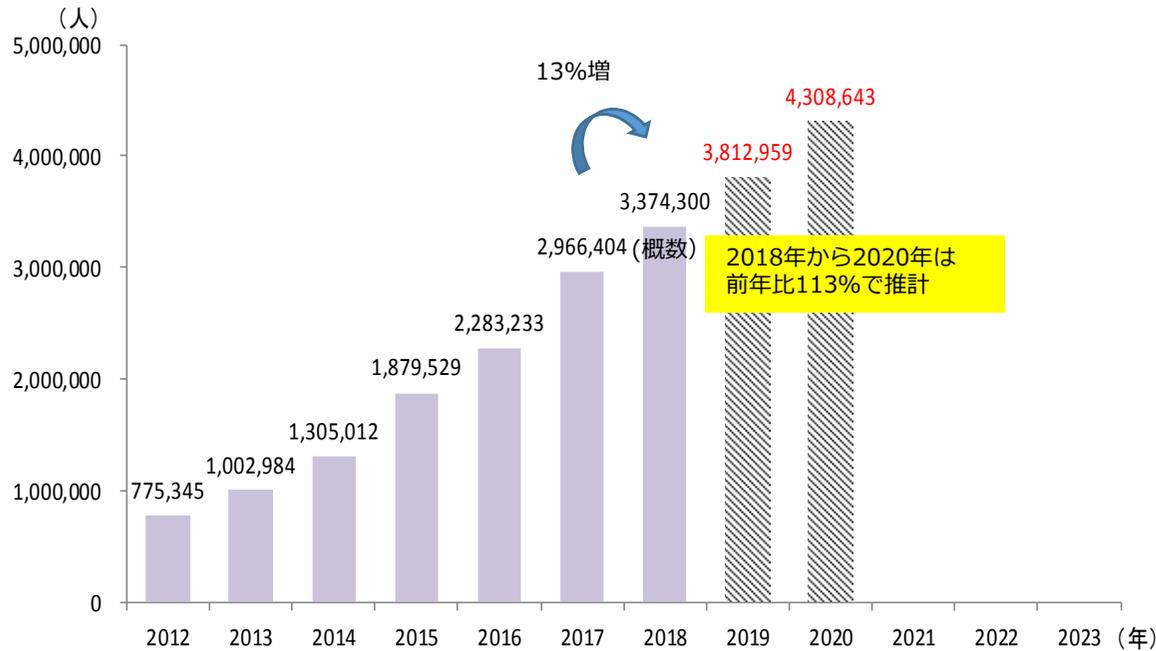
このようなことから、**<新千歳空港における外国人出入国者数を増やす>**ことを目標と掲げ、新千歳空港における外国人出入国者数を、目標数値（KPI）として設定する。

（参照「北海道観光（客）の特徴」P.5 ②国際線の利用者数、P.7～P.8 ③国際線の便数）

【図1】 新千歳空港における国際線（定期便）路線別輸送人員の推移



【図2】 新千歳空港における外国人出入国者数の推移



* 法務省「出入国管理統計・港別出入国者」より

2. 目標実現に向けた必要と思われる取り組み例

- ・道内7空港の一括民間委託を通じた航空ネットワークの充実・強化
- ・発着枠の拡大
- ・C I Q体制の整備、案内表示の多言語化
- ・24時間運用の推進
- ・空港及び空港周辺沿道等の景観整備
- ・空港従事者不足の解消に向けた雇用環境の向上
- ・駐車場容量不足への対応
- ・二次交通や宿泊施設など利用者増加に向けた取組への連携・支援
- ・LCCの受入体制強化
- ・自然災害による大量欠航発生における利用者への的確な情報提供
- ・大型荷物対策と手ぶら観光の推進

指標1-1

新千歳空港の利用者を増やす。

▶ 新千歳空港における外国人出入国者数を増やす。

実施主体	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
東京航空局	新千歳空港国際線ターミナルビルの機能向上（CIQ施設）について引き続き整備を行う。（平成31年度未完了予定）	1-①	航空・港湾
東京航空局	<ul style="list-style-type: none"> 道内7空港の一括民営委託における優先交渉権者選定手続きを行い、地域と連携した広域観光の振興を含めた地域経済の活性化に資する者を総合的に判断のうえ優先交渉権者を選定する。 新千歳空港の1日30枠の本格運用が開始された深夜・早朝時間帯（夜10時～翌朝7時）の発着枠については、引き続き利用促進に努める。 	1-③	航空・港湾
東京航空局	空港施設の容量不足があるため、新千歳空港の国際ターミナルビル拡張整備を行う。	1-④	航空・港湾
東京航空局	グランドハンドリング体制の充実に向けて、新規採用者の促進に努める。	1-⑤	航空・港湾
東京航空局	<ul style="list-style-type: none"> 需要動向等を見極めつつ、需要規模に見合うアクセス本数の確保、バス乗降場・待機場及び駐車場などの拡張、増設を検討する。 新千歳空港における深夜・早朝時間帯（夜10時～翌朝7時）の活用を促進し、2次交通の充実や利用者の利便性を向上させるための新たな取組みを検討する。 	1-⑦	航空・港湾
東京航空局	輻輳を生じる走行導線の解消に向けて、南側誘導路の整備を行い完了させる。	1-⑧	航空・港湾
東京航空局	<p>災害発生時における旅客対応を次のとおり継続する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 散布体制強化や大雪警報発表前からの除雪作業の早期着手により、今冬は運行時間帯におけるAB滑走路の同時閉鎖は回避された。（平成29年度） メーリングリストの活用によって、関係者間での情報共有がなされ、滞留者発生の予測・把握などが早期にそし、的確に行うことができた。（平成29年度） 凍結防止剤散布用車両（大型）1台導入（平成30年11月） 多言語（特に中国語・韓国語）案内要員の確保 多言語案内の充実 JNTO（日本政府観光局）のツーリスト・インフォメーションセンター等の周知徹底 携帯電話等充電用機器の増配備 携帯電話等充電可能場所の見える化徹底 	1-⑩	航空・港湾

指標 1-2

新千歳空港以外の道内空港の利用者を増やす。

▶新千歳空港以外の道内空港の外国人利用者数を増やす。

数値目標

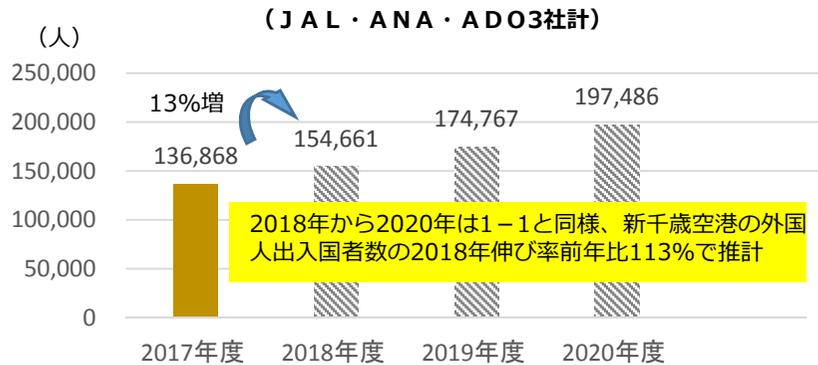
新千歳空港以外の国内線訪日外国人搭乗者数（JAL・ANA・ADO3社計）

2017年度：136,868人 ⇒ 2020年度：197,000人 ⇒ 2023年度：空港民営化を踏まえ設定

1. 指標設定の考え方

近年、道内空港を利用する外国人観光客は増加しているが、新千歳空港への一極集中が進んでいる。その背景には、往復地方空港発着の場合行程が限定されることや、二次交通が不十分で空港と観光地を結ぶアクセス性が悪い等の状況がある。2020年からは北海道内7空港の一括民間委託が実現し、地方空港相互の連携はより強化されることとなるため、新千歳空港以外の空港利用者の増加が期待される。北海道「全体」で「稼ぐ」観光をめざすには、道内各地の空港利用者が増えることが重要であり、新千歳空港以外の空港においてもより一層、利用者が増えることが重要である。このようなことから、**<新千歳空港以外の空港の利用者数を増やす>**ことを目標と掲げ、新千歳空港以外の空港の利用者数を増やすことを目標数値（KPI）として設定する。（参照「北海道観光（客）の特徴」P.5 ②国際線の利用者数, P.7~P.8 ③国際線の便数）

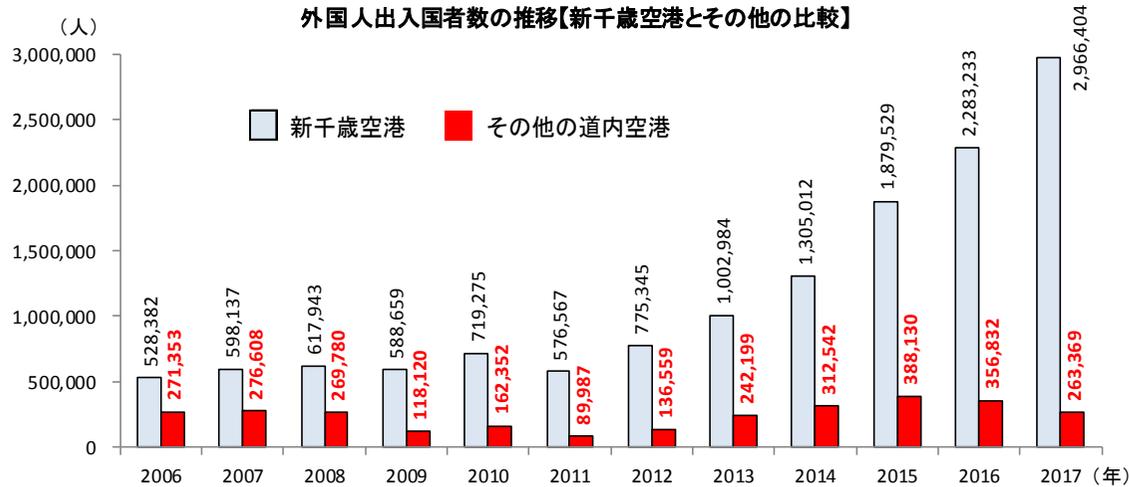
【図1】 新千歳空港以外の道内空港の国内線訪日外国人搭乗者数



注：搭乗者数に含まれるもの

- ①「Japan Explorer Pass」(JAL) 「Experience JAPAN Fare」(ANA) 「Welcome to HOKKAIDO Fare」(ADO) 実績
- ②海外発券の国内乗り継ぎ便

【図2】 外国人出入国者数の推移【新千歳空港とその他の比較】



* 法務省「出入国管理統計・港別出入国者」より

2. 目標実現に向け必要と思われる取り組み例

- ・道内7空港の一括民間委託を通じた航空ネットワークの充実・強化
- ・道内空港の受入体制整備、容量不足の解消、CIQ体制の強化
- ・発地・着地双方向による利用促進
- ・グランドハンドリング体制の充実
- ・国際航空路線網の充実（道内空港の国際化推進）
- ・LCCを含めた国際路線誘致、インバウンド・アウトバウンドの需要拡大
- ・航空需要創出に向けた「稼ぐ地域協働モデル」の構築
- ・空港着陸料の軽減
- ・LCCやチャーター便などの積極的な誘致
- ・安定運航を支える人材の確保
- ・東アジア路線を中心とした道内地方空港の利用促進
- ・空港間連携等による広域的な観光周遊ルートへの促進 ……

指標1-2

新千歳空港以外の空港利用者を増やす。

▶ 新千歳空港以外の道内空港の外国人利用者を増やす。

実施主体	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
東京航空局	道内7空港の一括民営委託における優先交渉権者選定手続きを行い、地域と連携した広域観光の振興を含めた地域経済の活性化に資する者を総合的に判断のうえ優先交渉権者を選定する。	1-③	航空・港湾
東京航空局	〔函館空港〕保安検査場の混雑解消に向けたレイアウト変更を計画する。 〔帯広空港〕国に対しCIQ体制の充実を要請する。 〔地方管理空港〕広大な地域に空港が分散する北海道全体での受入体制を強化するため、国に対し、CIQ体制の充実を要請する。	1-④	航空・港湾
東京航空局	〔訪日誘客支援空港（稚内、釧路、函館、女満別、帯広、旭川）〕 新規就航・増便の支援、空港受入環境の整備等を支援する。	1-④	航空・港湾
東京航空局	〔旭川空港〕 グランドハンドリング事業者の国際航空旅客便受入体制の安定化のための支援を実施する。 〔訪日誘客支援空港（稚内、釧路、函館、女満別、帯広、旭川）〕 新規就航・増便の支援、空港受入環境の整備等を支援する。	1-⑤	航空・港湾
北海道開発局	観光地への交通アクセス改善を図るため、高速交通体系の整備を推進し、国際競争力の高い魅力ある観光の振興を目指す。	12-①	観光地域づくり
北海道運輸局	北海道内地方空港を活用するプロモーション事業を実施する。【平成31年度訪日プロモーション地方連携事業】		観光地域づくり
北海道運輸局	道北・道東に所在する空港をゲートウェイとして設定し、空港が所在する各地域において、各地域の通年を通じた旅行商品を造成、充実させる。また、旅行商品及び観光地の魅力を発信することにより誘客促進を図る。 【平成31年度広域周遊観光促進のための観光地域支援事業（広域連携DMO：公益社団法人 北海道観光振興機構）】		観光地域づくり

指標 2

二次交通の利用を促進して広域拡散化を図る。

▶旅行中の一人あたりの交通消費額を増やす。

数値目標

観光庁「訪日外国人消費動向調査」における、交通費の購入者単価

2018年：データ収集中 ⇒ 2020年：今後設定 ⇒ 2023年：今後設定

1. 指標設定の考え方

北海道を訪れる外国人にあって、公共交通機関やレンタカーを利用して移動する個人旅行者は増加傾向にある。北海道を訪れる外国人観光客は、全国平均に比べて「個人手配」の割合は低いものの、近年の増加率は全国平均に比べて高く、今後も増加すると予測される。

個人旅行者が増加すると、二次交通の「利用者数」は増加するが、北海道「全体」で「稼ぐ」観光をめざすには、個人旅行者が道内を広域に移動することが重要である。

したがって、**<旅行中の一人あたりの交通消費額を増やす>**ことを目標と掲げ、観光庁「訪日外国人消費動向調査」における、交通費の購入者単価を活用し数値目標（KPI）を設定する。（参照「北海道観光（客）の特徴」P.9～P.10 ①2次交通の利用状況）

【図1】

旅行中の訪日外国人の旅行手配方法（全国と北海道の比較）

	2015年		2016年		2017年		2015年から2017年の増減	
	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国
団体ツアーに参加	48.6%	25.6%	39.4%	20.7%	37.0%	19.5%	-11.6%	-6.1%
個人旅行向けパッケージ商品を利用	10.0%	12.3%	10.8%	12.0%	6.0%	9.2%	-4.0%	-3.1%
個別手配	41.4%	62.1%	49.8%	67.3%	57.0%	71.4%	15.6%	9.3%

*観光庁「訪日外国人消費動向調査」より

※2018年から観光庁「訪日外国人消費動向調査」において、訪問地別（都道府県別）交通費の購入者単価の集計が開始されたことから、2018年の集計結果が公表されたのちに数値目標を設定する。なお、2015～2017年においては訪問地別の数値は公表されていない。

※数値目標策定（案）

2018年の観光庁「訪日外国人消費動向調査」における、訪日外国人一人当たり旅行支出額が確定後、2020年の目標値200,000円達成のための伸び率を計算し、2018年の訪問地別交通費の購入者単価に乗ずるなどが考えられる。

2. 目標実現に向け必要と思われる取り組み例

- ・地域が取り組むインバウンド向け観光ルートづくり支援
- ・空港や駅から国立公園、ジオパークといった観光地や歴史・文化施設などへのほか、交通拠点間をスムーズに移動できる交通ネットワークの整備を進めるとともに、交通情報の提供機能の充実を図る。
- ・鉄道等を活用した旅行商品開発、駅舎を活用した魅力づくり
- ・外国人観光客のニーズに対応する観光コンテンツ・周遊コースの開発
- ・二次交通の運行実証事業等によるストレスの無い交通インフラの整備推進
- ・主要駅・空港での観光案内機能の充実
- ・外国人ドライブ観光の推進

戦略会議 担当部局	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
北海道運輸局	バス事業者が中心となって実施した外国人向け周遊パスの販売を踏まえて、今後の利用可能エリアを全道においても展開が出来ないか、側面で支援する。	2-①	交通
北海道運輸局	<ul style="list-style-type: none"> 札幌市内乗合事業者（中央バス一部路線、じょうてつ全路線）に31年度末までバスロケを導入予定。 上記システム導入に当たっては、札幌市と連携し事業進捗状況等管理等行い支援を継続する。 バスロケの普及拡大に向けたため、関係機関と連携しながら、取り組みを継続していく。 	2-②	交通
北海道運輸局	共通ロゴマークの承認基準を満たす手ぶら観光のカウンター設置数の更なる増加をめざし、手ぶら観光の普及促進を図る。また、道内のホテル等宿泊施設における国際手ぶら観光サービスの更なる推進・普及を図る。	2-③	交通
北海道運輸局	訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金交通にて引き続き支援を行う。また公共交通事業者については交通サービスインバウンド対応支援事業にてICカード、QRコード決済などの導入補助を行う。	9-②	観光地域づくり
北海道開発局	道路管理者である北海道開発局及び北海道が設置する新規道の駅に「道の駅SPOT」（無料公衆無線LAN）を整備	4-①	観光地域づくり
北海道開発局	<p>北海道開発局が施策を推進する関係機関と連携し、「道の駅」の外国人向けリーフレット配布、市町村に対してインバウンド対応の必要性や補助制度に関する説明を実施することで、外国人観光案内所や免税店の普及や旅行商品の案内など効果的活用を促進する。</p> <p>【主要取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> 道の駅パンフレット（4カ国語）の作成を行い外国人に直接配布 全道「道の駅」会議、担当者会議にてインバウンド対応の制度や補助制度を都度説明 直轄一体型道の駅をJNTO認定観光案内所として登録促進 道の駅にQRコード決済導入を促進 道の駅の24hトイレ洋式化を促進 	6-③	観光地域づくり
北海道開発局	<ul style="list-style-type: none"> 観光先進国や地方創生の実現に向け、「観光地に隣接する」または「観光地へのアクセス道路入口となる」交差点の交差点名標識の観光地名表示により、訪日外国人をはじめ、すべての旅行者にわかりやすい道案内を推進する。 交差点名標識について、引き続き地域要望を踏まえ取り組みを継続する。 訪日外国人をはじめ、すべての旅行者にわかりやすい道案内の実現を進めるため、各道路管理者において、引き続き高速道路ナンバリングを整備する。 ICT機器(無線標識)を観光地にアクセスする道路の主要交差点等に設置し、ドライブ観光促進のため各種情報を発信し、効果検証、改善を図りながら引き続き実施する。 外国人観光客に対して、道路情報や注意喚起を分かりやすく発信するため、英語による情報発信を継続実施する。 	11-①	観光地域づくり

指標 2

二次交通の利用を促進して広域拡散化を図る。

▶ 旅行中の一人あたりの交通消費額を増やす。

戦略会議 担当部局	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
北海道開発局	<ul style="list-style-type: none"> 観光地への交通アクセス改善を図るため、高速交通体系の整備を推進し、国際競争力の高い魅力ある観光の振興を目指す。 	12-①	観光地域づくり
北海道開発局	<ul style="list-style-type: none"> 経路誘導、渋滞情報の提供、臨時駐車場などの駐車場容量の効率的な運用、既存の道路幅での臨時的な車線運用など、観光需要の偏在に対応する渋滞対策を関係機関と連携し過年度の課題改善を図りつつ実施する。 	12-②	観光地域づくり
北海道開発局	<p>シーニックバイウェイ北海道の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> 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テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力あるネットワーク化などにより広域的な観光周遊ルートの形成を促進する。(15ルート約400団体) 地域毎の取組の有機的な連携や地域間の周遊観光を促す情報発信等 シーニックバイウェイ道内各15ルートにおいて広域的な連携の取組を継続して実施していく。 <p>⇒キャンドルナイトの連携、花植・道路美化など外国人観光客をお迎えする一斉活動、各種イベント等の継続実施 ⇒外国人レンタカー観光客誘致と連携した受け入れの対応(各種催し)等の継続実施 ⇒選定された「秀逸な道」の区間の継続的な景観改善を実施し、試行の評価及び制度設計・検討を実施</p>	12-③	観光地域づくり
北海道開発局	<ul style="list-style-type: none"> 道路に自転車通行位置を示す路面表示を行い、自転車及び自動車ドライバーの双方に対し、注意喚起することで安全で快適な自転車利用環境を創出する。 北海道におけるサイクルツーリズムを推進するために、試行結果を踏まえた提言に基づいて、世界水準のサイクリング環境構築に向けた取組を開始する。 地域の活動団体からの申請に基づき、審査を経た上で、要件を満たしたルートを指定する。 指定ルートにおいて、地域や道路管理者等が連携し、受入環境の充実や走行環境の改善、情報発信等の取組を実施する。 	12-⑤	観光地域づくり
北海道開発局	<p>特定道路における段差解消や点字ブロック等のバリアフリー化を促進し、身障者も含む外国人観光客への優しい歩行環境を創出する。</p>	12-⑦	観光地域づくり
北海道開発局	<ul style="list-style-type: none"> 道の駅を路線バス、デマンドバスの乗り継ぎ拠点として活用する。 道の駅設置者と連携・調整を行い交通結節点化の検討を実施するとともに、成果の水平展開を図る。 	12-⑨	観光地域づくり
北海道、北海道観光振興機構	<p>新千歳空港内の外国人観光案内所により全道の観光情報を提供する。</p>	6-①	観光地域づくり
北海道	<p>地域が行うウェブサイトや観光パンフレット等の多言語化への取組を支援する予定。</p>	6-②	観光地域づくり
			10

戦略会議 担当部局	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
北海道観光振興 機構	平成31年度も今年度の洞爺湖周辺冬季周遊バス決済おもてなし事業（特定区間のバス乗り放題チケットの販売）におけるバスの利用状況や、地元産業との連携（商品開発）等を鑑み、路線バスの通年運行（自走化）を目指し支援を検討する。	13-⑥	観光地域 づくり
JR北海道	①荷物置場：需要を精査しながら、追加設置車両等を検討。 ②車両の増結：ご利用実績や地域の状況等を踏まえ繁忙期間を中心に可能な範囲内で、増結等の対応を検討。 ③エレベーター：バリアフリー法基準等に基づき、関係省庁・自治体と連携をはかりながら対応。（南小樽駅、あいの里公園駅、南千歳駅H31年度中設置予定） ④コインロッカー：大型化や個数等の検討等、各駅の需要動向を精査しながら対応。	2-③	交通
JR北海道	IC対応エリアに関する告知を継続する。	2-④	交通
JR北海道	①ホームページ：レールパス、指定席予約システムに関する各種情報を発信する。必要の都度、列車運行に関わる各種情報を多言語で掲載する。 ②案内表記：日・英・中・韓による乗車口案内モニターを設置（白老駅H31年度中設置予定）。需要を精査の上、案内表記の必要箇所について情報を収集する。 ③案内放送：i-Padアプリを使用した外国語放送を必要の都度実施する。	6-②	交通
バス協会	道央圏の外国人向け周遊バス「HOKKAIDO INTER CITY BUS PASS」の販売を継続する。エリア拡大について検討した結果、予約制都市間バスを含めた「HOKKAIDO BUDGET BUS PASS」を2月より販売した。引き続き、周遊バスの拡大に向けて取り組む。	2-①	交通
バス協会	北海道運輸局と連携しながら、「バスロケ等情報提供高度化事業に関する検討会」を開催し、情報提供高度化に向けて取り組む。	2-②	交通
バス協会	外国人観光客とコミュニケーションを図るためのツールの作成について、検討する。	7-③	交通
ハイヤー協会	タクシー乗り場の多言語標記について引き続き検討を進める。	6-②	交通
ハイヤー協会	ドライバーの外国語コミュニケーション能力研修、補助制度等を利用しての多言語タブレットツールの導入等ソフト・ハード合わせての多言語対策を進める。	7-③	交通
北海道運輸局	外国人旅行者が道内の公共交通機関をストレスなく、有効に二次交通を利用した周遊ができる環境を目指し、「シームレスなネットワークの構築」、「交通結節点の環境整備」、「キャッシュレス化」、「次世代の輸送システムの導入」等の検討を実施し、可能な施策から順次展開する。 【平成31年度地域公共交通確保維持改善事業】		交通

指標3

繁忙期と閑散期の観光客数の差を縮める。

▶ 宿泊延数の最少月と最多月の差を日本人並みに近づける。

数値目標

「宿泊旅行統計調査」における、宿泊延数の最小月と最多月の差
2017年度：2.7倍 ⇒ 2020年度：2.4倍 ⇒ 2023年度：2.0倍

1. 指標設定の考え方

北海道を訪れる外国人の宿泊延数を月別にみると、最も少ない月と最も多い月の差は2.7倍（2017年度）で、日本人（1.9倍）よりも大きい。同じく外国人宿泊延数の最も少ない月と最も多い月の差を、全国平均と比較すると、全国平均は1.3倍であり、全国的には平準化が進んでおり、北海道は繁忙期の差が大きいことが分かる。

繁忙期差が大きい状況のままでは、宿泊料金の安定化が難しく、通年雇用の拡大にもつながらない。入込の少ない時期の観光客数を増やしていくことは、全体の観光客数の増加を図る上での大きなポイントであり、特に最も経済効果が期待できる宿泊延数を伸ばすことは、非常に重要と考えられる。

このようなことから「**宿泊延数の最小月と最多月の差を日本人並みに近づける**」ことを目標と掲げ、「宿泊旅行統計調査」における、宿泊延数の最小月と最多月の差を日本人並みに近づけるため、目標数値（KPI）として設定する。（参照「北海道観光（客）の特徴」P.13 ②道外との比較, P.14 ③圏域別の比較, P.15 ④国ごとの比較, P.17 ⑤外国籍クルーズ船の動向, ⑥国際線の動向, P.18～P.19 ⑦宿泊施設の稼働率）

【図2】 外国人宿泊延数の最少月と最多月の差（全国との比較）【2012年度～2023年度の推移】



* 観光庁「宿泊旅行統計調査」より

【図3】 主要な国・地域の訪日外国人宿泊延数の月別割合（全国との比較）【2017年度】

	中国		韓国		台湾		香港		シンガポール		マレーシア		タイ		インドネシア		イギリス		アメリカ		オーストラリア		合計	
	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国	北海道	全国		
4月	3.6	7.2	4.9	7.6	5.3	9.7	4.4	9.3	3.7	8.8	5.7	10.8	10.5	14.3	5.2	13.4	5.2	15.2	5.0	11.8	3.7	13.0	4.8	9.8
5月	4.4	6.4	5.9	7.5	7.5	8.9	6.4	8.0	8.5	8.4	9.7	8.2	6.9	9.2	7.6	7.4	4.3	9.7	7.1	9.5	1.6	7.7	6.2	8.0
6月	5.1	7.4	6.9	7.5	7.3	8.8	6.2	8.3	9.9	9.6	9.0	7.7	3.9	5.4	8.4	11.5	3.3	6.3	7.4	9.9	1.4	5.8	6.3	7.8
7月	9.1	10.7	11.7	8.5	10.6	10.2	10.9	10.3	6.5	5.5	7.3	5.7	8.8	5.9	4.5	8.0	5.8	7.4	10.7	9.5	2.1	5.8	9.6	9.2
8月	8.6	10.2	13.3	8.3	7.5	7.8	8.5	9.0	3.3	3.7	4.3	4.2	3.8	3.5	1.1	3.3	5.4	7.1	5.5	6.7	1.1	3.8	7.9	8.2
9月	5.0	7.8	7.3	7.2	6.9	7.0	5.7	7.1	3.4	5.2	3.9	5.3	2.6	4.3	1.5	5.2	4.1	8.6	5.5	7.5	1.4	8.2	5.5	7.3
10月	6.5	8.7	7.5	9.0	9.5	9.1	7.1	8.1	6.0	7.7	6.8	8.0	7.5	9.3	3.2	6.7	4.7	12.2	7.5	9.2	1.5	8.8	7.3	9.1
11月	5.2	7.2	6.4	7.9	7.1	7.7	5.4	7.6	4.6	10.2	6.3	9.2	3.3	9.0	3.9	7.1	2.4	8.1	3.3	7.9	1.0	7.0	5.5	7.8
12月	11.1	7.8	8.8	8.9	9.1	6.6	13.3	9.3	32.0	22.3	22.1	17.8	11.4	11.4	30.1	15.4	10.6	5.4	8.0	6.8	8.4	8.8	12.1	8.3
1月	13.8	7.9	11.5	10.8	9.5	7.0	10.6	7.3	6.5	5.6	8.6	6.3	12.1	8.6	18.9	9.5	14.9	4.7	11.6	5.7	42.1	14.4	12.5	7.7
2月	20.7	11.0	8.9	8.8	10.8	9.3	13.6	8.0	7.6	5.4	8.4	7.7	14.8	8.0	8.4	4.7	28.3	5.5	20.5	5.4	24.2	7.9	14.1	8.5
3月	6.9	7.6	6.9	8.0	9.0	7.9	7.7	7.8	8.1	7.7	8.0	9.0	14.5	11.2	7.1	7.9	11.0	9.7	7.8	10.2	11.4	8.8	8.3	8.4

（同じ月で北海道と全国を比較した際、■は2%以上北海道が低い月、■は2%以上北海道が高い月）

* 全国は観光庁「宿泊旅行統計調査」（従業員数10人以上の施設）、北海道は北海道経済部観光局「観光入込客数調査報告書」よりそれぞれ算出

【図1】 北海道における月ごとの宿泊延数（外国人と日本人の比較）【2017年度】

	北海道全体	外国人	日本人
2017年4月	2,120,350	397,320	1,723,030
5月	2,795,280	506,760	2,288,520
6月	3,022,820	532,740	2,490,080
7月	3,660,520	799,760	2,860,760
8月	3,976,140	668,530	3,307,610
9月	3,278,760	458,280	2,820,480
10月	3,081,160	601,800	2,479,360
11月	2,334,600	425,080	1,909,520
12月	2,790,820	912,590	1,878,230
2018年1月	2,988,550	914,540	2,074,010
2月	3,062,410	1,055,040	2,007,370
3月	2,788,360	636,040	2,152,320
最多月と最少月の差	1.9倍	2.7倍	1.9倍

（■は最多月、■は最少月）

* 観光庁「宿泊旅行統計調査」より

2. 目標実現に向け必要と思われる取り組み例

- 年間を通じた観光客の平準化（四季毎の特長を生かした観光メニューの開発促進）
- 滞在交流型メニューの普及による滞在時間の長期化・リピート機会の拡大・季節的偏在の平準化・地域的偏在の解消
- 観光ハイシーズン以外の観光メニューの創出
- 冬季以外の観光メニューの開発・商品化
- 新たな観光資源の開発、旅行商品造成、販売等による閑散時期の誘客促進
- 誘客時期に捉われないマーケットへのプロモーション（MICE等）
- 受入に余裕がある時期に照準を合わせたMICE誘致
- 誘客時期に捉われない観光コンテンツの発信
- 端境期（特に春秋）の需要創出 → インフラ利活用による観光資源の魅力アップ

指標 3

繁忙期と閑散期の観光客数の差を縮める。

▶ 宿泊延数の最少月と最多月の差を日本人並みに近づける。

実施主体	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
北海道運輸局	<ul style="list-style-type: none"> 平成31年度に実施するプロモーション事業については、提案内容をJNTOからアドバイスやデジタルマーケティング分析を活用してブラッシュアップすることにより、地域の魅力ある観光資源を戦略的かつ効果的に発信することで、観光入込の平準化・広域分散化を目指す。 訪日外国人旅行者等による広域的な周遊観光を促進するため、DMOが取り組む各種事業を支援することで、地方部におけるインバウンドの拡大を目指す。 	3-①	観光地域づくり
北海道運輸局	各日本版DMO間のネットワーク促進を行い、成功事例等を共有し各地域の改善に向けた取組に反映していく。	13-②	観光地域づくり
北海道	プロモーションに係る発信ツールの整備について、農山漁村振興交付金の紹介やアドバイスなどを実施。（例：雑誌メディア、海外の発信力のあるタレントを起用したプロモーションビデオによるSNS発信や海外エージェント、ブロガーを対象としたモニターツアーの実施など農林水産省の取組を情報提供）	16-②	観光地域づくり
北海道観光振興機構	<ul style="list-style-type: none"> 春・秋の閑散期や道央以外の地域の魅力を情報提供 1 台湾や韓国などの観光成熟市場 2 中国やタイなどの観光成長市場 3 欧米など一層誘客拡大が期待できる市場 4 アグリツーリズム、フォト、バード、ドライブ、ウエディングなどの特定目的市場 5 スキー、マラソン、サイクリングなどのスポーツを核としたツーリズム 6 G20観光大臣会合に合わせた道内観光プロモーション及びラグビーワールドカップ滞在観戦者への道内観光プロモーション <p>などにおいて、対象国での旅行博の出展や独自イベントの開催、WEBプロモーション、メディア等の招へいなど、継続的に市場別・特定目的別の熟度・ニーズに応じた観光プロモーションを実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外アンケートやデジタルマーケティング、各種調査結果等を活用しながら、継続的に地域の受入体制の整備を図る。 	3-①	観光地域づくり
北海道観光振興機構	<ul style="list-style-type: none"> ウェブサイトおよびパンフレットによる多言語での継続的発信。 市場ニーズを把握するためにOTAサイト・旅行情報サイトと連携し、デジタルマーケティングを実施。結果を基に、情報発信や他事業（海外向け映像制作やSNSクロスメディア発信等）との連携を強めていく。 	6-②	観光地域づくり
北海道運輸局	外国人観光客が減少するオフピーク期（3～6月期、9～11月期）の潜在的需要を喚起する事業を実施する。 【平成31年度訪日プロモーション地方連携事業】		観光地域づくり

指標 4

観光・レジャーへの消費を高める。

▶旅行中の一人当たりの娯楽サービス費消費額を高める。

数値目標

観光庁「訪日外国人消費動向調査」における、娯楽等サービス費の購入者単価

2018年：データ取集中 ⇒ 2020年：今後設定 ⇒ 2023年：今後設定

1. 指標設定の考え方

いわゆる中国を中心とした“爆買い”効果により、旅行消費額は全国に並ぶ高い金額を続けていたが、近年、爆買いの落ち着きとともに、旅行消費単価は減少傾向にある。一方、北海道観光で、“コト消費”に期待する外国人観光客は増えてきてはいるが、娯楽・サービスに関する支出額は土産・買い物代に比べ低い状況が続いている。

エコツーリズムなどの体験型観光や夜間エンターテインメントなど新しい観光・レジャーを楽しみたいという層はFIT化が進むに従い確実に増えてきている。これらのニーズをとらえることで、コト消費を担う観光業の経営安定化、雇用拡大が期待できる。

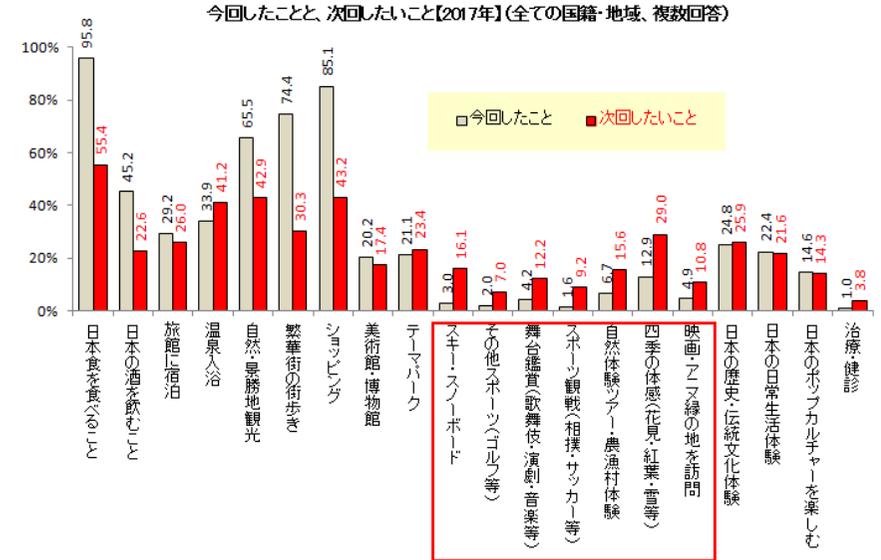
このようなことから、**<旅行中の一人当たりの娯楽サービス費消費額を高める>**ことを目標と掲げ、観光庁「訪日外国人消費動向調査」における、娯楽等サービス費の購入者単価を活用し目標数値（KPI）として設定する。（参照「北海道観光（客）の特徴」P.20 ②旅行の費用, P.22 ④北海道旅行に期待すること, P.23 ⑤【参考】日本旅行で使いたいお金の使い道（全国））

※2018年から観光庁「訪日外国人消費動向調査」において、訪問地別（都道府県別）娯楽等サービス費の購入者単価の集計が開始されたことから、2018年の集計結果が公表されたのちに数値目標を設定する。なお、2015～2017年においては訪問地別の数値は公表されていない。

※数値目標策定（案）

2018年の観光庁「訪日外国人消費動向調査」における、訪日外国人一人当たり旅行支出額が確定後、2020年の目標値200,000円達成のための伸び率を計算し、2018年の訪問地別娯楽等サービス費の購入者単価に乗ずるなどが考えられる。

【図1】



*観光庁「訪日外国人消費動向調査」より

2. 目標実現に向け必要と思われる取り組み例

- ・滞在時間の長期化に向けた新たな観光商品の開発促進
- ・北海道が優位性を持っているアウトドア体験メニューの開発支援
- ・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
- ・道立施設、公園、博物館などの観光資源としての活用
- ・文化財の観光資源としての活用と環境整備
- ・農林漁業体験などのグリーン・ツーリズム、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
- ・ニューツーリズム（サイクル・スポーツ・ウエディングなど）の開発
- ・アドベンチャートラベルの推進

指標 4

観光・レジャーへの消費を高める。

▶ 旅行中の一人あたりの娯楽サービス費消費額を高める。

実施主体	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
北海道運輸局	訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金及び訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業にて、滞在コンテンツの充実等を行って行く。	9-③	観光地域づくり
北海道開発局	・観光地への交通アクセス改善を図るため、高速交通体系の整備を推進し、国際競争力の高い魅力ある観光の振興を目指す。	12-①	観光地域づくり
北海道開発局	<p>シーニックバイウェイ北海道の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力あるネットワーク化などにより広域的な観光周遊ルートの形成を促進する。(15ルート約400団体) ・地域毎の取組の有機的な連携や地域間の周遊観光を促す情報発信 等 ・シーニックバイウェイ道内各15ルートにおいて広域的な連携の取組を継続して実施していく。 <p>⇒キャンドルナイトの連携、花植・道路美化など外国人観光客をお迎えする一斉活動、各種イベント等の継続実施 ⇒外国人レンタカー観光客誘致と連携した受け入れの対応(各種催し)等の継続実施 ⇒選定された「秀逸な道」の区間の継続的な景観改善を実施し、試行の評価及び制度設計・検討を実施</p>	12-③	観光地域づくり
北海道開発局	<ul style="list-style-type: none"> ・道路に自転車通行位置を示す路面表示を行い、自転車及び自動車ドライバーの双方に対し、注意喚起することで安全で快適な自転車利用環境を創出する。 ・北海道におけるサイクリズムを推進するために、試行結果を踏まえた提言に基づいて、世界水準のサイクリング環境構築に向けた取組を開始する。 ・地域の活動団体からの申請に基づき、審査を経た上で、要件を満たしたルートを指定する。 ・指定ルートにおいて、地域や道路管理者等が連携し、受入環境の充実や走行環境の改善、情報発信等の取組を実施する。 	12-⑤	観光地域づくり
北海道開発局	・札幌大通地区の6商店街の総合調整役である札幌大通まちづくり株式会社は国道では全国初となる『特例道路占用制度』を活用し、食事購買施設『すわろうテラス』を開設し、外国人向けの宅配サービスやおしゃれなカフェ・バーなどの魅力的な空間を創出。	12-⑧	観光地域づくり
北海道経済産業局	中小企業地域資源活用促進法や農商工等連携促進法に基づき、中小企業者等が実施する観光コンテンツ・観光メニュー開発の取組を支援予定。	9-③	観光地域づくり
北海道経済産業局	地域と連携して魅力的な商業・サービス業の環境整備等を行い、新たな需要を効果的に取り込む商店街の取組を支援予定。	13-⑥	観光地域づくり
北海道経済産業局	地域未来投資促進法に基づき、地域中核企業等が実施する観光コンテンツ・観光メニュー開発の取組を支援予定。	13-⑥	観光地域づくり

指標 4

観光・レジャーへの消費を高める。

▶ 旅行中の一人あたりの娯楽サービス費消費額を高める。

実施主体	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
北海道経済産業局	商工会・商工会議所等が地域の小規模事業者と連携して行う特産品開発・販路開拓や感応集客の取組等、複数の事業者の売上増大につながる取組を支援する予定。	13-⑥	観光地域づくり
北海道経済産業局	「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進事業」及び「ものづくり・商業・サービス高度連携促進事業」を活用し、経営力向上に資する革新的サービス開発・試作品開発・生産プロセスの改善を行う事業者を支援予定。	13-⑥	観光地域づくり
北海道経済産業局	スポーツ・オープンイノベーションを実現するためのプラットフォームを中心に、スポーツと周辺産業が融合したプロジェクト組成を通じて、新たなビジネスやサービスの創出を支援予定。	13-⑥	観光地域づくり
北海道運輸局 【北海道アドベンチャートラベル協議会（HATA）】	アドベンチャートラベルガイドの育成を継続実施し、Adventure Travel World Summitに参加し情報を発信するとともに、海外のAT関係者とのネットワーク構築・拡大を図り、2021Adventure Travel World Summitの北海道誘致を進めることで、ブランド化を推進する。	15-①	観光地域づくり
北海道地方環境事務所、釧路自然環境事務所	国立公園満喫プロジェクトを中心に、インバウンド増加のための事業を進めていく。	15-①	観光地域づくり
北海道運輸局	「Powder Snow」「Adventure Travel」「Food Tourism」の北海道3大ブランドを核とした、地域の魅力ある観光資源を戦略的かつ効果的に発信する。 【平成31年度訪日プロモーション地方連携事業】		観光地域づくり
北海道運輸局	・北海道におけるアドベンチャートラベルの優位性の認知を上げ、受入に係る機運醸成を図るとともに、外国人に対応できるガイドの育成など、アドベンチャートラベルを目的とした外国人観光客を受け入れる体制を整備する。 【平成31年度広域周遊観光促進のための観光地域支援事業（広域連携DMO：公益社団法人 北海道観光振興機構）】 ・欧州、北米、南米において約49兆円ものマーケットがあるといわれ、高学歴かつ高所得者が多く、旅行先での消費額が一般の旅行者の1.7～2.5倍といわれるアドベンチャートラベラーを北海道に呼び込み北海道での旅行消費額を高める。 【平成31年度訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業】		観光地域づくり
			17

指標 5

欧米豪からの観光客数を増やす。

▶ 欧米豪からの観光客数を増やす。

数値目標

「観光入込客数調査報告書」における、欧米豪からの外国人宿泊延数

2017年度：50.4万人泊 ⇒ 2020年度：69万人泊 ⇒ 2023年度：94万人泊

1. 指標設定の考え方

北海道を訪れる外国人観光客の多くはアジアからが多く、2017年度はおおよそ9割を占める。一方、欧米豪からの宿泊延数の割合は全国平均（15.6%）の半分弱にとどまっている。

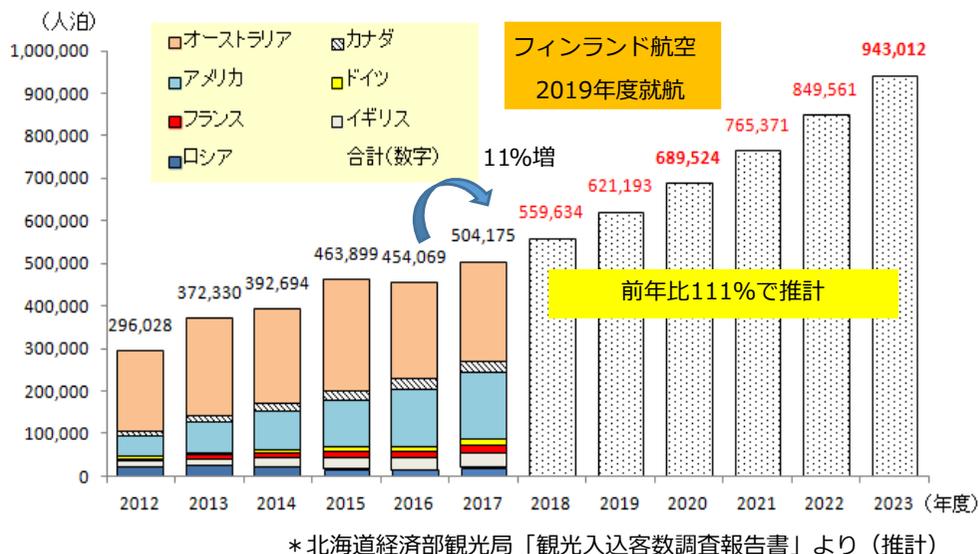
しかしながら、欧米豪からの観光客は、1人あたりの滞在日数が長く、旅行消費単価もアジアより高めなことや、コト消費への期待が高いという観点などから、より一層伸ばしたいマーケットである。

北海道観光の強みである「アドベンチャートラベル」「パウダースノー」「食」などは、欧米豪からも高い支持を受けており、伸びしろは多くあると考えられる。

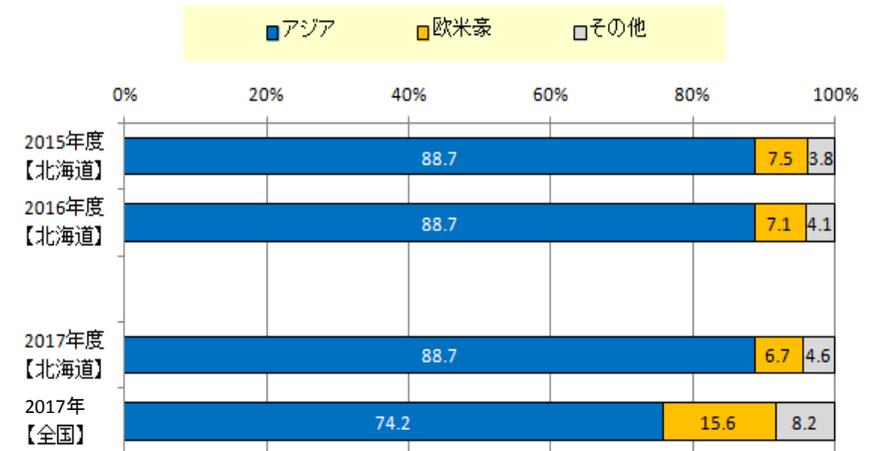
2019年には新たにフィンランド航空が新千歳空港に就航し、G20観光大臣会合やラグビーワールドカップ、2020年にはオリンピック・パラリンピック東京大会というメガイベントが開催されるため、欧米豪から大きな注目が集まる絶好の機会となる。

このようなことから、**<欧米豪からの観光客数を増やす>**ことを目標と掲げ、「観光入込客数調査報告書」における、欧米豪からの外国人宿泊延数を目標数値（KPI）として設定する。（参照「北海道観光（客）の特徴」P.25 ①北海道来訪者の国籍、P.26 ②欧米豪の全国比較、P.28 ①外国人観光客の平均滞在日数）

【図2】北海道における欧米豪からの外国人宿泊延数（2017年度までは推移、2018年度以降は推計）



【図1】外国人宿泊延数（アジア、欧米豪、その他の割合【2015年～2017年の推移】）



* 北海道は北海道経済部観光局「観光入込客数調査報告書」より

* 全国は観光庁「宿泊旅行統計調査」より

2. 目標実現に向け必要と思われる取り組み例

- 北海道が誇る自然や食等の「北海道ブランド」をターゲット毎（一般、アドベンチャートラベル層等）に分類した情報発信
- 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）
- 特定分野にターゲットを定めたプロモーションの推進（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）
- 本州を訪れている欧米豪観光客へのPR・誘致
- 宿泊施設等、観光施設の質の向上のための投資促進
- 国際航空路線及び海外クルーズ客船の誘致拡大
- フィンランド航空就航を契機とした欧州からの観光客取り込み強化と、アウトバウンド利用促進による路線の維持拡大

指標 5

欧米豪からの観光客数を増やす。

▶ 欧米豪からの観光客数を増やす。

実施主体	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
北海道運輸局 【北海道アドベンチャートラベル協議会 (HATA)】	アドベンチャートラベルガイドの育成を継続実施し、Adventure Travel World Summitに参加し情報を発信するとともに、海外のAT関係者とのネットワーク構築・拡大を図り、2021Adventure Travel World Summitの北海道誘致を進めることで、ブランド化を推進する。	15-①	観光地域づくり
北海道開発局	<ul style="list-style-type: none"> 観光先進国や地方創生の実現に向け、「観光地に隣接する」または「観光地へのアクセス道路入口となる」交差点の交差点名標識の観光地名表示により、訪日外国人をはじめ、すべての旅行者にわかりやすい道案内を推進する。 交差点名標識について、引き続き地域要望を踏まえ取り組みを継続する。 訪日外国人をはじめ、すべての旅行者にわかりやすい道案内の実現を進めるため、各道路管理者において、引き続き高速道路ナンバリングを整備する。 ICT機器(無線標識)を観光地にアクセスする道路の主要交差点等に設置し、ドライブ観光促進のため各種情報を発信し、効果検証、改善を図りながら引き続き実施する。 外国人観光客に対して、道路情報や注意喚起を分かりやすく発信するため、英語による情報発信を継続実施する。 	11-①	観光地域づくり
北海道開発局	<ul style="list-style-type: none"> 道路に自転車通行位置を示す路面表示を行い、自転車及び自動車ドライバーの双方に対し、注意喚起することで安全で快適な自転車利用環境を創出する。 北海道におけるサイクルツーリズムを推進するために、試行結果を踏まえた提言に基づいて、世界水準のサイクリング環境構築に向けた取組を開始する。 地域の活動団体からの申請に基づき、審査を経た上で、要件を満たしたルートを指定する。 指定ルートにおいて、地域や道路管理者等が連携し、受入環境の充実や走行環境の改善、情報発信等の取組を実施する。 	12-⑤	観光地域づくり
北海道観光振興機構	<ul style="list-style-type: none"> 春・秋の閑散期や道央以外の地域の魅力を情報提供 1 欧米など一層誘客拡大が期待できる市場 2 アグリツーリズム、フォト、バード、ドライブ、ウエディングなどの特定目的市場 3 スキー、マラソン、サイクリングなどのスポーツを核としたツーリズム 4 G20観光大臣会合に合わせた道内観光プロモーション及びラグビーワールドカップ滞在観戦者への道内観光プロモーション <p>などにおいて、対象国での旅行博の出展や独自イベントの開催、WEBプロモーション、メディア等の招へいなど、継続的に市場別・特定目的別の熟度・ニーズに応じた観光プロモーションを実施する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外アンケートやデジタルマーケティング、各種調査結果等を活用しながら、継続的に地域の受入体制の整備を図る。 	3-①	観光地域づくり
			19

指標 5

欧米豪からの観光客数を増やす。

▶ 欧米豪からの観光客数を増やす。

実施主体	2019年度以降の対応方針	課題 No	WG
北海道経済産業局	今までの取組で得られたAdventure Travel Trade Associationとのネットワークを生かしながら、道内関係者との連携を深めつつ、2021年のAdventure Travel World Summitの北海道開催を進めるなど、アドベンチャーツーリズム市場獲得に向けた取組を支援予定。	13-⑥	観光地域づくり
北海道地方環境事務所、釧路自然環境事務所	国立公園満喫プロジェクトを中心に、インバウンド増加のための事業を進めていく。	15-①	地域観光づくり
北海道運輸局	2019年に開催されるラグビーワールドカップ、G20観光大臣会合、2020年に開催されるオリンピック・パラリンピック東京大会の関係者・観戦客に向けた北海道観光のPR、開催後の北海道への副次的な誘客効果を狙ったプロモーションを行う。 【平成31年度訪日プロモーション地方連携事業】		観光地域づくり
北海道運輸局	広範な関係者とベクトルを合わせて、アドベンチャートラベルのコンテンツを造成・磨き上げ、旅行商品化して誘客を促進し、ノウハウを地域に還元し、持続可能な観光形態として定着させる。 【平成31年度訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業】		観光地域づくり
北海道運輸局	JNTO「Enjoy My Japan グローバルキャンペーン」に活用できる欧米豪向けの新たな滞在型コンテンツを造成する。 【平成31年度訪日グローバルキャンペーンに対応したコンテンツ造成事業】		観光地域づくり
			20