

1
2
3
4
5
6
7

第6 施策展開の方向性及び各施策

この計画期間内では次の施策展開の方向性に特に注力していきます。

■ 特に注力していく施策展開の方向性

クリーン北海道

- 北海道スタイル、業種別感染症対策ガイドラインの徹底などによる安全・安心の提供
- 広大な自然、密になりにくいアウトドア環境など本道の価値・優位性を再評価
- 積極的な情報発信

量×質の追求

- 人口減少社会における道内観光の高付加価値化
- 地元（道民）からも愛される観光地づくり
- 自然環境・食など本道の観光資源のブランド力強化による新規誘客・リピーターの獲得
- 富裕層向け商品・サービスの充実による質の向上
- AI、IoT等先端技術導入による観光産業の収益構造の改善

旅行者比率のリバランス

- 道民の道内再発見、国内旅行の需要喚起
- 渡航制限解除等を見据えた海外需要の獲得
- 欧米等新規市場の開拓による市場拡大

新しい旅行スタイルの推進

- 本道の自然等を活かしたワーケーションの創造などによる滞在型観光の推進
- ATWSを契機に本道の自然・文化等の特性を活かしたアドベンチャートラベルの造成・発信
- MICE・IRなど新たなインバウンド等の取込方策の検討

観光インフラの強靱化

- 広域観光の拠点としての道内空港の利活用
- 観光産業を支える人材の確保・育成
- 災害時等に観光客の安全・安心に資する基盤の強化

推進体制の強化

- 観光関係団体等との連携推進
- 観光振興に係る安定的な財源の確保

1 クリーン北海道

「クリーン北海道」は、「北海道スタイル」の徹底などによる安全・安心の提供や広大な自然や密になりにくいアウトドア環境など本道の価値や優位性を再評価し、積極的な情報発信を行うことにより、『「安全・安心」で選ばれる観光地づくり』を目指していきます。

(1) 北海道スタイルなどの感染拡大防止策の徹底による安全・安心の提供

感染リスクを低減する行動やビジネススタイルを実践する「北海道スタイル」の浸透・定着に向けた取組を促進します。また、「北海道スタイル」に対応した宿泊を伴う教育旅行の支援や、道内容を対象とした旅行商品の割引支援、利用者・事業者双方に徹底した感染拡大防止策を講じていただく「新しい旅のスタイル」の構築など、感染拡大防止と社会経済活動の両立を促進可能な取組を推進していきます。

(主な施策)

- 北海道スタイルに対応した教育旅行の実施促進
- 道内容を対象とした旅行商品の割引支援
- 北海道スタイルの浸透・定着の促進

(2) 広大な自然、密になりにくいアウトドア環境など本道の価値・優位性を再評価

本道の自然公園が持つ優れた自然環境を保全しながら、快適な利用環境を整備するとともに、新たな資源を発掘しその魅力を伝えることで、自然公園における体験の質を高めていきます。

また、誰もが安全・安心にアウトドア活動を楽しむことができる体制を整備するとともに、体験型観光を推進するため、アウトドア資格制度の運営などに取り組むことにより、アウトドア活動を推進していきます。

(主な施策)

- アウトドア活動の受入体制整備
- 自然公園など優れた自然環境の保全及び適正利用の促進と自然公園施設の整備・維持管理

30

1 (3) 積極的な情報発信

2 多様化する観光客ニーズに対応するため、観光地のきめ細やかな情報をイン
3 ターネットやSNS等の訴求力の高い媒体を活用し、迅速かつ幅広くに提供す
4 るとともに、新型コロナウイルス感染症の発生状況や道が実施する感染防止対
5 策の取組など「安全・安心」で選ばれる積極的な情報発信をしていきます。

6 また、旅行中に必要な情報を入手できるよう、国内外の旅行者に利用しやす
7 い観光案内拠点の整備・充実に取り組みます。

8 (主な施策)

- 9 ○ 国内外に向けたメディア・WEB・SNS等を活用した情報発信
- 10 ○ 観光案内拠点の整備・充実

11 2 量×質の追求

12 「量×質の追求」は、人口減少や感染拡大防止のための「三密」回避のため量の
13 拡大が難しい状況下において、道内観光の高付加価値化を目指すとともに、観光入
14 込客数の8割を超える道内客からも愛される観光地づくりや、自然環境、食など本
15 道の観光資源のブランド力強化による新規誘客・リピーターの獲得、富裕層向け商
16 品・サービスの充実による質の向上、AI、IoTといった先端技術の導入による低コ
17 スト化を実現することにより、観光客のさまざまなニーズに対応できる施策を展開
18 し、「満足度向上と連動した消費単価の向上」を目指していきます。

19 (1) 人口減少社会における道内観光の高付加価値化

20 人口減少による道内観光市場の縮小が懸念される中において、市場を維持・
21 拡大するため、未だ知られていない地域や季節の魅力を活用した商品造成支援
22 やロケ地訪問につながる作品の誘致支援などを取り組むとともに、道内観光の
23 付加価値を高め、メディアや国内外のイベント、催事等を活用し北海道ブラン
24 ドを発信していきます。

25 また、道内観光に求められるニーズの多様化を受け、高齢者や障がいのある
26 方々へのバリアフリー観光の推進を含め、ムスリム・ベジタリアンなど誰もが
27 安全・安心に楽しめる旅行である「ユニバーサルツーリズム」の推進や、サイク
28 リング周遊拠点の整備等により「サイクルツーリズム」を推進するとともに、農
29 山漁村地域における、自然や文化、人々との交流を楽しむ「グリーン・ツーリズ
30 ム」など多様なツーリズムを推進していきます。

31 (主な施策)

- 32 ○ メディアやイベントなどを活用した北海道ブランドの発信
- 33 ○ 北海道へのロケーションの誘致促進
- 34 ○ 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
- 35 ○ ムスリム・ベジタリアン等にも対応した食のユニバーサル対応
- 36 ○ サイクルツーリズムの推進
- 37 ○ グリーン・ツーリズムの推進

1 (2) 地元（道民）からも愛される観光地づくり

2 道外からの観光客を受け入れる前に、まずは地元（道民）の人が地元を楽しめ
3 る観光地づくりを進めていきます。

4 北海道が持っている特徴的な文化や歴史を保全し、「民族共生象徴空間」など
5 を通じたアイヌ文化の発信や「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界遺産登録に
6 向けた取組の推進など、その意義や価値を広く発信し、本道ならではの観光資
7 源として活用する取組を進めていきます。

8 また、赤れんが庁舎や北海道博物館、北海道開拓の村をはじめとする道立施
9 設などの施設の整備や良好な景観・環境形成を図るためのハード面の取組と、
10 若手アーティストの支援などソフト面の両面の取組により、観光資源としても
11 魅力を高め、道外からの誘客促進にもつながる道民からも愛される観光地づく
12 りを進めていきます。

13 (主な施策)

- 14 ○ 「北海道の縄文」文化の観光への活用
- 15 ○ アイヌ文化の振興とウポポイ等の文化関連施設を活用した観光振興
- 16 ○ 文化振興施策の推進
- 17 ○ 道民からも愛される施設・自然環境の整備
- 18 ○ 良好な都市景観・環境形成の促進

19 (3) 自然環境・食など本道の観光資源のブランド力強化による新規誘
20 客・リピーターの獲得

21 世界に誇れる知床世界自然遺産をはじめ、国立公園・国定公園など優れた自
22 然環境の保全と自然とのふれあいの場や快適な利用環境を整備するとともに、
23 その魅力を国内外に発信していきます。

24 また、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
25 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
26 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、エゾシカなど道
27 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
28 食の観光情報の発信などを実施していきます。

29 (主な施策)

- 30 ○ 自然公園など優れた自然環境の保全及び適正利用の促進と自然公園施設
31 の整備・維持管理（再掲）
- 32 ○ 食の安全・安心に対する取組推進と食の魅力発信
- 33 ○ 地元食材の普及促進とブランド化の促進
- 34 ○ 地場産品を活用した料理・特産品の開発
- 35 ○ 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

36

1 (4) 富裕層向け商品・サービスの充実による質の向上

2 アドベンチャー・トラベルを嗜好する欧米豪の富裕層をはじめとした、北海道
3 の観光資源に魅力を感じ、来道の可能性のある富裕層に対するマーケティング
4 調査・分析を行い、戦略的な市場開拓及び観光地づくりを推進していきます。

5 (主な施策)

- 6 ○ 富裕旅行市場の開拓



8 (5) AI、IoT 等先端技術導入による観光産業の収益構造の改善

9 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
10 ことから、観光入込客数や消費額、観光客動態調査など、観光振興に資するデ
11 ータを先端技術も活用しながら、広く調査・収集し、迅速かつ効果的に分析して
12 いくとともに、デジタル技術を活用し、地域の生産性や持続性を高め、高い国際
13 競争力を持った観光地づくりを推進していきます。

14 (主な施策)

- 15 ○ マーケットデータの収集・分析と戦略づくり
- 16 ○ スマートリゾートの推進
- 17 ○ MaaS¹⁴等シームレス交通の全道展開

18

¹⁴ MaaS (Mobility as a Service) : 「マース」と読み、地域住民や旅行者一人一人の旅行単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスであり、観光や医療等の目的地における交通以外のサービス等との連携により、移動の利便性向上や地域の課題解決にも資する重要な手段となるもの。

3 旅行者比率のリバランス

「旅行者比率のリバランス」では、道内観光を支える道民による道内旅行需要を改めて見直すとともに、道外観光客の旅行需要を喚起しつつ、地域偏在や季節偏在などの課題解決につながる取組を進めます。また、訪日外国人来道者については、渡航制限解除等を見据えた海外需要の獲得を目指し、欧米など東アジア以外からの観光客をより増加させるなど、「感染症の状況に応じた誘客対象の最適化」を目指していきます。

(1) 道民の道内再発見、国内旅行の需要喚起

北海道の観光入込客数の8割以上を占める道民が道内の魅力を再発見し、共有する仕組みづくりと、更なる道内旅行を促進するための観光地づくりやプロモーション活動に取り組めます。

道外客については、新規誘客とリピーターを拡大させるため、多様化するニーズに対応した観光メニューの提供や、地域の特性を生かした観光資源の発掘・磨き上げなどの観光地づくり、顧客満足度を高める受入体制の整備、メディアやSNS等さまざまな媒体を通じた情報発信に取り組めます。また、イベントなどを活用したプロモーションに取り組むとともに、将来的にリピーターとなり得る児童や生徒などの教育旅行の誘致促進に取り組んでいきます。

(主な施策)

- HOKKAIDO LOVE!プロジェクトの推進
- 地域の魅力を活かした観光づくりの推進
- 戦略的な国内プロモーションの展開
- 教育旅行の誘致促進

(2) 渡航制限解除等を見据えた海外需要の獲得

ウィズコロナ期の入国制限時には、潜在的な来道希望者も含めて「忘れられない」「引きつけておく」ため、北海道観光の魅力をSNSや海外事務所などの各現地事務所からの情報発信を継続するとともに、渡航制限解除後を見据えた観光地づくりや受入体制整備を進めます。

また、ポストコロナ期の入国制限緩和から解除に向けては、海外路線の就航再開・新規路線誘致に向けたインバウンド・アウトバウンド両面による海外路線の誘致等に取り組むとともに、北海道観光振興機構、北海道運輸局、北海道エアポート社等と連携したプロモーションに取り組めます。

(主な施策)

- 外国人観光客にとって魅力ある観光づくりの推進
- 海外現地での情報発信・相互交流の強化
- 入国制限解除状況に応じた段階的な海外プロモーションの展開
- インバウンド・アウトバウンド両面による戦略的な海外路線の誘致

1 (3) 欧米等新規市場の開拓による市場拡大

2 欧米市場の開拓を進めるため、アドベンチャートラベルを推進するとともに、
3 魅力的な観光地づくりと受入体制整備を進めていきます。また、地域の特色あ
4 る観光資源と民泊事業者をマッチングし、地域の新たな滞在型観光の需要創出
5 を図るとともに、持続的な北海道観光の市場拡大のため、マーケットデータを
6 分析し、新たな市場獲得に向けた施策検討に取り組みます。

7 (主な施策)

- 8 ○ アドベンチャートラベルの推進をはじめとした欧米市場の開拓
- 9 ○ 新たな滞在型観光の促進
- 10 ○ 新規市場開拓に向けた分析と施策検討

11 4 新しい旅行スタイルの推進

12 「新しい旅行スタイルの推進」では、本道の豊かで優れた自然環境等を活かした
13 ワークেশョンの推進や、ATWS を契機に本道の自然・文化等の特性を活かしたア
14 ドベンチャートラベルの造成・発進のほか、新たなインバウンドをはじめとする道
15 外からの旅行客の取込方策の検討を進めるなど、長期滞在が促進され、繁忙期、閑
16 散期の差の解消ができ、観光総消費額を増加させる「新たな北海道観光価値の創出」
17 を目指していきます。

18 (1) 本道の自然等を活かしたワークেশョンの創造などによる滞在型
19 観光の推進

20 コロナ禍により顕在化したワークেশョン¹⁵需要を取り込むため、地域におけ
21 るワークেশョン滞在中の余暇を満喫できる観光コンテンツの造成、磨き上げ
22 やプロモーションの支援をする等、本道の豊かで優れた自然環境等を活かした
23 ワークেশョン等の滞在型観光を推進することで、平日観光の促進やビジネス
24 +観光市場の取り込みを目指します。

25 (主な施策)

- 26 ○ ワークেশョンの推進
- 27 ○ スポーツ合宿の誘致

28



¹⁵ ワークেশョン：Work（仕事）と Vacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し、リゾート地や温泉地、国立公園等、普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

1 (2) ATWS を契機に本道の自然・文化等の特性を活かしたアドベンチャー
2 トラベルの造成・発信

3 「アドベンチャートラベル・ワールドサミット(ATWS)2021 北海道」の開催
4 を契機として、本道ならではの自然、文化及び歴史を体験できるコンテンツで
5 構成される、高品質で収益性の高い旅行商品の造成支援を進める一方、ガイド
6 能力の向上、道内外の関係者とのネットワークの構築及び欧米豪へのプロモー
7 ションを積極的に行うことにより、本道がアドベンチャートラベルの適地とし
8 て認識されるよう取り組みます。

9 (主な施策)

- 10 ○ アドベンチャートラベル商品の造成及びプロモーション
- 11 ○ 各種アウトドアガイド等能力の向上

12 (3) M I C E ・ I R など新たなインバウンド等の取込方策の検討

13 ポストコロナを見据えた、新たなインバウンドをはじめとする道外からの旅
14 行客を獲得するため、北海道観光が将来的にめざす姿の実現に向けた課題の解
15 決に資する、新たなインバウンド等の取込方策を検討し、関連する施策を展開
16 していきます。

17 M I C E¹⁶は、国内外から多くの参加者が集い、社会経済活動への波及など幅
18 広い効果が期待されることから、多様化する主催者ニーズに応じた受入環境の
19 充実や地域資源を活かした北海道ならではのM I C E の提案などに取り組むと
20 ともに、地域の取組と連携しながら、本道の価値や優位性を活かした戦略的な
21 誘致の活動に取り組めます。

22 I R¹⁷は、交流人口や観光消費の増加はもとより、民間投資や域内需要の拡大
23 など、全道各地に幅広い効果を創出するプロジェクトであり、本道の持続的な
24 発展に寄与する可能性が期待されることから、感染症対策や施設機能、効果、懸
25 念される社会的影響への対策等を示した「北海道らしいI R コンセプト」を構
26 築するなど、計画的に取り組めます。

27 (主な施策)

- 28 ○ 新たなインバウンド等の取込方策の検討
- 29 ○ 本道各地域の特色を活かしたM I C E 誘致の推進
- 30 ○ 北海道らしいI R コンセプトの構築

¹⁶ MICE：「マイス」と読み、企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

¹⁷ I R（Integrated Resort、特定複合観光施設）：カジノ施設及び会議場施設、レクリエーション施設、展示施設、宿泊施設その他の観光の振興に寄与すると認められる施設が一体となっている施設であって、民間事業者が設置及び運営するもの。（特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律（平成30年法律第80号）第2条第1項）

1 5 観光インフラの強靱化

2 「観光インフラの強靱化」では、広域観光の拠点としての道内空港の利活用や観
3 光産業を支える人材の確保や育成、災害時等に観光客の安全・安心に資する基盤の
4 強化などで地域における観光インフラの充実を目指していきます。

5 (1) 広域観光の拠点としての道内空港の利活用

6 航空路線の新規就航・拡大、クルーズ船の寄港促進、フェリー、新幹線の利用
7 促進など、陸海空路からの道へのアクセス充実及び各拠点の整備を図るととも
8 に、MaaS等シームレス交通の推進による二次交通の利便性向上により、来道
9 者の増加と道内周遊促進を目指します。

10 また、道内7空港一括民間委託を契機とした、道内の各空港を核とした地域
11 の魅力づくりの促進と、各空港エリア間の連携を促進することにより、広域周
12 遊観光を促進していきます。

13 (主な施策)

- 14 ○ 航空ネットワークの充実・強化
- 15 ○ クルーズ船の道内港への寄港促進
- 16 ○ 北海道新幹線の利用促進及び青函共用走行区間等の高速化や札幌開業に
17 に向けた取組
- 18 ○ MaaS等シームレス交通の全道展開
- 19 ○ 広域連携・周遊観光の促進

20 (2) 観光産業を支える人材の確保・育成

21 北海道観光を支える人材を確保するため、新規学卒者や観光産業への転職希
22 望者と観光事業者とのマッチング支援や、就職希望者への訓練等を実施するほ
23 か、観光関連の従事者に対しては、外国人対応も含めたおもてなし力や専門性
24 を高めるためのセミナー・研修等を開催することにより、道の観光人材の底上
25 げを図るとともに、アドベンチャータラベルを推進していく上で必要不可欠な
26 アウトドアガイド、ツアーオペレーター、スルーガイド等の関連事業者の育成
27 を進めていきます。

28 また、子どもや学生を対象としたおもてなし体験等の啓発活動を実施するこ
29 とにより、道民ひとりひとりの機運醸成と、観光振興に寄与する将来の担い手
30 の創出を図ります。

31 (主な施策)

- 32 ○ 観光人材のマッチング支援
- 33 ○ 観光人材のスキル向上
- 34 ○ 外国人観光客対応者の技術向上支援
- 35 ○ AT関連事業者の育成
- 36 ○ 将来の担い手の創出と道民意識の醸成

1 (3) 災害時等に観光客の安全・安心に資する基盤の強化

2 防災・減災のための観光関連施設の整備や医療機関による外国語対応の支援
3 を図るとともに、災害等の発生時に帰宅・帰国が困難な観光客のために、多言語
4 での情報発信や避難場所等の提供などの緊急的な支援を実施するための整備を
5 進めていきます。

6 (主な施策)

- 7 ○ 観光関連施設の基盤強化
- 8 ○ 観光客も利用しやすい医療体制の整備
- 9 ○ 観光客緊急サポートステーションの整備と適時・適切な情報発信

10 6 推進体制の強化

11 施策を推進する体制強化のため、観光関係団体との連携や安定的な財源の確保に
12 向けた検討が必要です。

13 (1) 観光関係団体等との連携推進

14 各市町村、観光協会、DMO 等による観光地づくりや観光地経営の視点に立っ
15 た観光振興を支援するとともに、地域産業を支える多様な関係者が一体となっ
16 て、観光地づくりを進めていきます。

17 (主な施策)

- 18 ○ 市町村、観光協会、DMO 等の観光関係団体等との連携の強化
- 19 ○ 観光地経営能力の向上支援
- 20 ○ 地域の魅力を活かした観光づくりの推進

21 (2) 観光振興に係る安定的な財源の確保

22 北海道がより安全で魅力ある観光地を目指すため、将来にわたる安定した観
23 光財源の確保に向けて、新税の導入について慎重に検討を進めます。

24 7 その他『観光立国北海道』の再構築』に資する施策

25 (1) 持続可能な観光への取組

26 北海道観光の長期的な発展の観点から、「日本版持続可能なガイドライン
27 (JSTS-D)」を参考に持続可能な観光への取組を進めます。

28 (2) 観光関連施設の充実

29 多様な宿泊ニーズに応える民泊の整備や、観光関連施設の新増設や観光客の
30 受入体制の整備を行う中小企業者への必要な資金の融資、国外からの投資促進
31 をすることで、観光関連施設等の整備を促進していきます。

32 (主な施策)

- 33 ○ 民泊の整備
- 34 ○ 海外からの投資促進
- 35 ○ 融資制度の活用による観光関連施設等の整備促進

第7 目標指標

1 目標指標

「北海道観光が将来的にめざす姿」に向け、この計画期間内では次の目標指標を設定します。

指標	分類	R1 実績	R2 実績	R7 目標
観光消費額 単価	道内客(円)	13,432	9,080	15,000
	コト消費割合(%)	4.8	6.7	10
	道内宿泊客の割合(%)	21.0	13.6	22
	道外客(円)	70,773	67,733	79,000
	コト消費割合(%)	4.2	6.5	10
	長期滞在者 ¹⁸ の割合(%)	13.5	-	19
観光入込 客数	国内客(万人)	5,033	3,164	5,580
	宿泊客延数(万人泊)	2,866	-	3,500
	道内客(万人)	4,441	2,945	4,880
	道外客(万人)	592	219	700
	リピーター数(万人)	471	186	570
関連指標	繁忙・閑散期の比率 ¹⁹ (%)	57.1	-	68
	道央圏以外の宿泊比率 ²⁰ (%)	40.4	-	50
	地方空港利用来道率 ²¹ (%)	19.8	-	22
満足度 ²²	道内客(%)	31.6	32.3	47
	コロナ対応の評価(点)	-	4.4	5
	アウトドア関連人材指標 ²³	-	-	-
	道外客(%)	44.3	37.1	57
	コロナ対応の評価(点)	-	4.5	5
	アウトドア関連人材指標	-	-	-

¹⁸ 長期滞在者：目標指標上は5泊以上と設定。

¹⁹ 繁忙・閑散期の比率：最も宿泊客延数が少ない月 ÷ 最も多い月にて算出。

²⁰ 道央圏以外の宿泊比率：道央圏以外の圏域の宿泊延数の合計 ÷ 全道の宿泊客延数の合計にて算出。

²¹ 地方空港利用来道率：新千歳・丘珠以外の空港の来道者数の合計 ÷ 全空港の来道者数にて算出。

²² 満足度：「とても満足した」と回答した割合。

²³ アウトドア関連人材指標：令和3年度末策定予定の「北海道アウトドア活動振興推進計画」が決定次第、設定予定

1 2 施策別成果指標

2 また、目標指標は各施策の達成度合いを測定するための成果指標としても活用し
3 ます。

施策展開の方向	指標	分類	R1実績	R2実績	R7目標
クリーン北海道	コロナ対応の評価(点)	道内客	-	4.4	5
		道外客	-	4.5	5
量×質の追求	満足度(%)	道内客	31.6	32.3	47
		道外客	44.3	37.1	57
	観光消費額単価(円)	道内客	13,432	9,080	15,000
		道外客	70,773	67,733	79,000
旅行者比率のリバランス	観光入込客数(万人)	道内客	4,441	2,945	4,880
		道外客	592	219	700
	リピーター数(万人)	道外客	471	186	570
	道内宿泊客の割合(%)	道内客	21.0	13.6	22
	繁忙・閑散期の比率(%)	宿泊延数比	57.1	-	68
新しい旅行スタイルの推進	観光消費額単価に占めるコト消費の割合(%)	道内客	4.2	6.5	10
		道外客	4.8	6.7	10
	宿泊客延数(万人泊)	国内客	2,866	-	3,500
	長期滞在者の割合(%)	道外客	13.5	-	19
観光インフラの強靱化	地方空港利用来道率(%)	新千歳・丘珠以外	19.8	22.8	22
	アウトドア関連人材指標	-	-	-	-

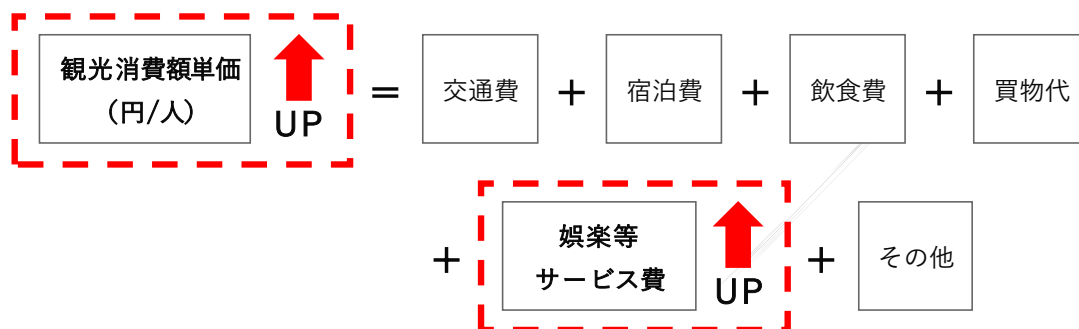
4

3 目標指標達成に関する考え方

(1) 観光消費額単価向上策

ア 娯楽等サービス費の向上

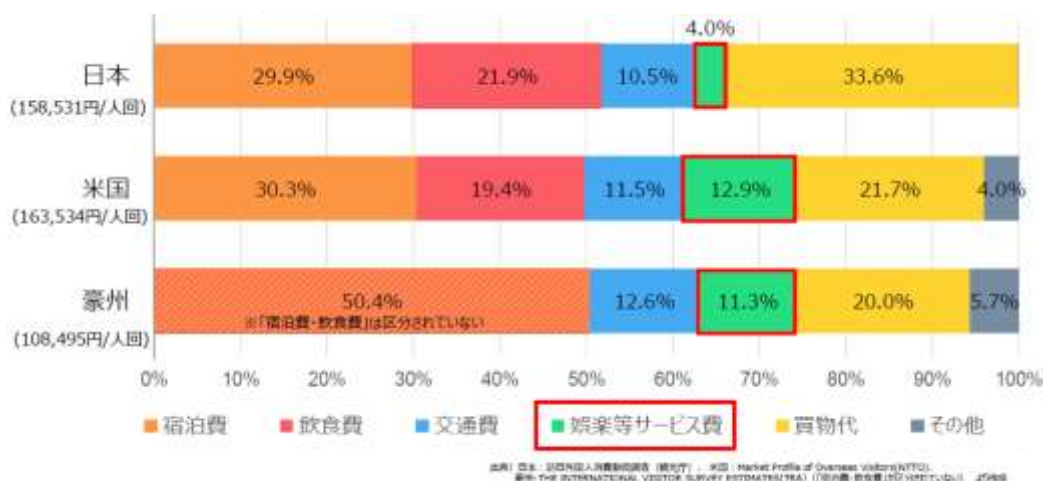
観光消費額単価は「交通費」、「宿泊費」、「飲食費」、「買物代」、「娯楽等サービス費」、「その他」の6項目で構成されますが、「娯楽等サービス費」、いわゆる「コト消費」の項目がまだ低い状況です。北海道には、アウトドアアクティビティが豊富にあるため、アドベンチャートラベル・ワールドサミットを契機とした、アドベンチャートラベル市場の拡大やその他の体験型観光の推進等による、「娯楽等サービス費」の向上により、観光消費額単価の向上を目指します。



■ (再掲) 旅行中の支出に占める「娯楽等サービス費・その他」の割合^{※○}

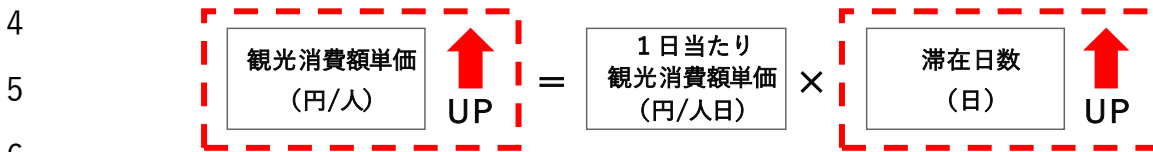
分類		2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
日本人	宿泊	4.8%	4.8%	5.1%	6.7%	6.5%
	日帰り	9.1%	9.9%	10.3%	12.0%	13.4%
外国人		3.0%	3.0%	3.3%	3.9%	4.0%

■ 各国を訪問する外国人旅行者の旅行消費額の内訳(2019)^{※○}



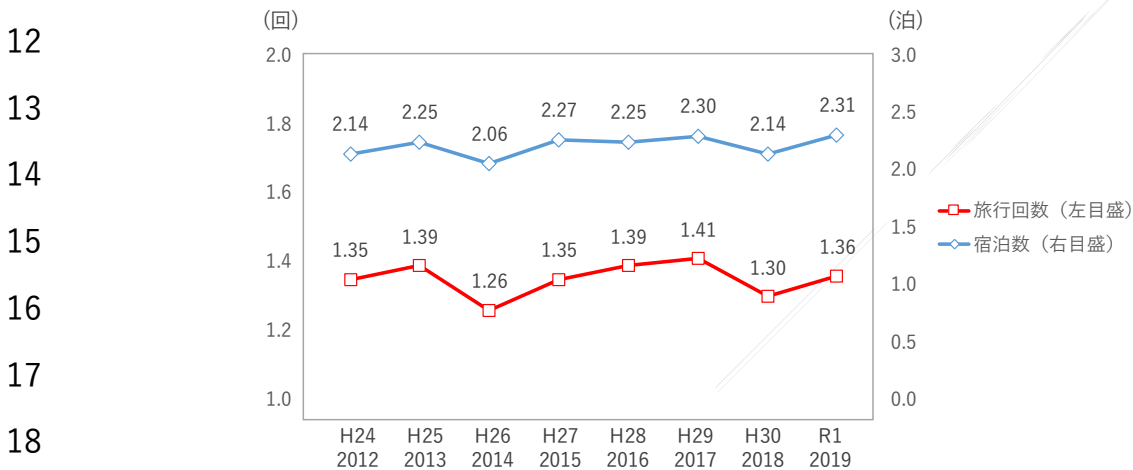
1 イ 滞在日数の長期化

2 観光消費額単価は、「1日当たり観光消費額単価」×「滞在日数」にも分解
3 でき、滞在日数の長期化により観光消費額単価を向上させることができます。



7 しかし、日本人の1回の旅行当たりの宿泊数はここ数年変化していないこ
8 とから、平日の滞在日数の増加が期待できるワーケーションやアドベンチャー
9 トラベルなどの新しい旅行スタイルを推進し、滞在日数を長期化させるこ
10 とにより、観光消費額単価の向上を目指します。

11 ■ 日本人1人当たり国内宿泊旅行の回数と宿泊数



19 また、訪日外国人来道者についても、滞在日数が長い欧米豪からの誘客を
20 促進することにより、滞在日数の増加を目指します。

21 ■ 国・地域別来道者の割合と道内宿泊数

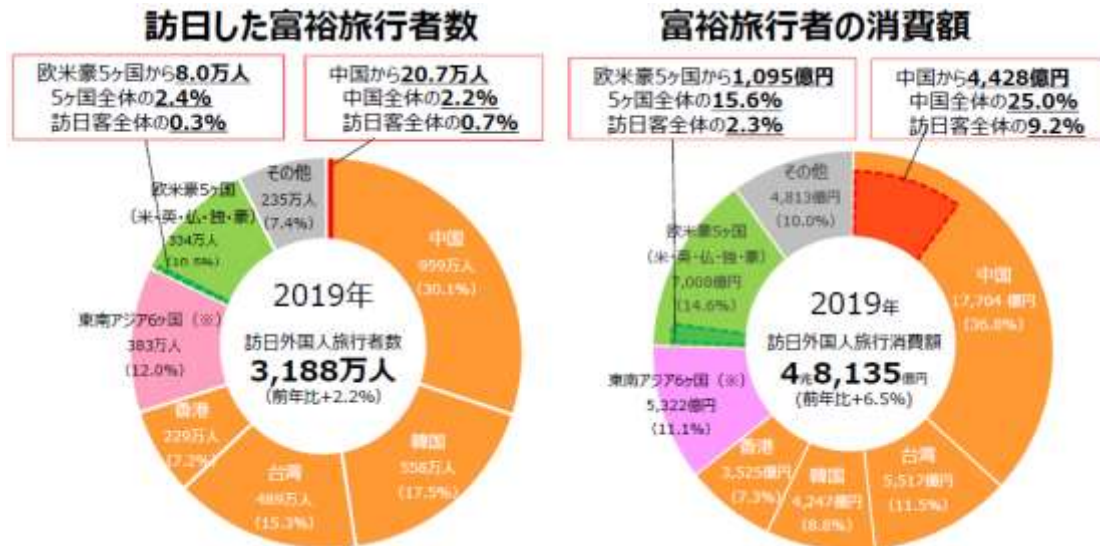
22

分類	国・地域	来道者の割合 (令和元年度)	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

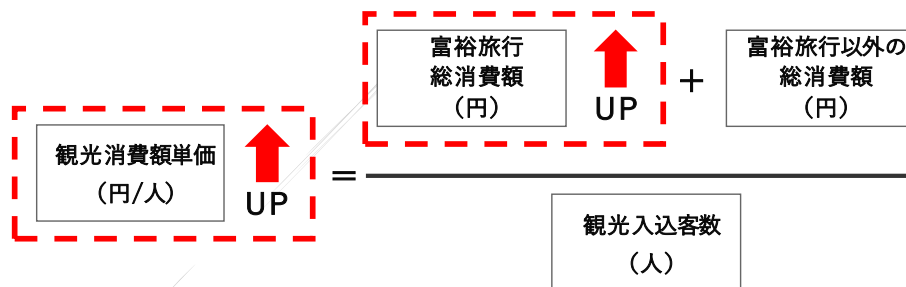
ウ 富裕旅行²⁴の獲得

2019年の欧米豪の5ヶ国と中国からの訪日富裕旅行者数は全体の1.0%に過ぎませんが、旅行消費額全体の11.5%を占めています。

■ 訪日富裕旅行者とその消費額^{※○}



富裕層は消費額が大きいだけでなく、富裕層に認められたブランド、トレンドは、大衆の憧れとなり、多くの人に影響・波及する可能性があること、また、対価に見合ったサービスの提供も求めることから、これに応えることにより、道内の観光サービス全体の質の向上が図られることも期待できることから、日本人及び外国人の富裕旅行の獲得をすることにより、観光消費額単価の向上を目指します。



■ 純金融資産保有額の階層別にみた保有資産規模と世帯数^{※○}



²⁴ 富裕旅行：1人1回当たり着地消費100万円以上の旅行。

1 (2) 観光入込客数増加策

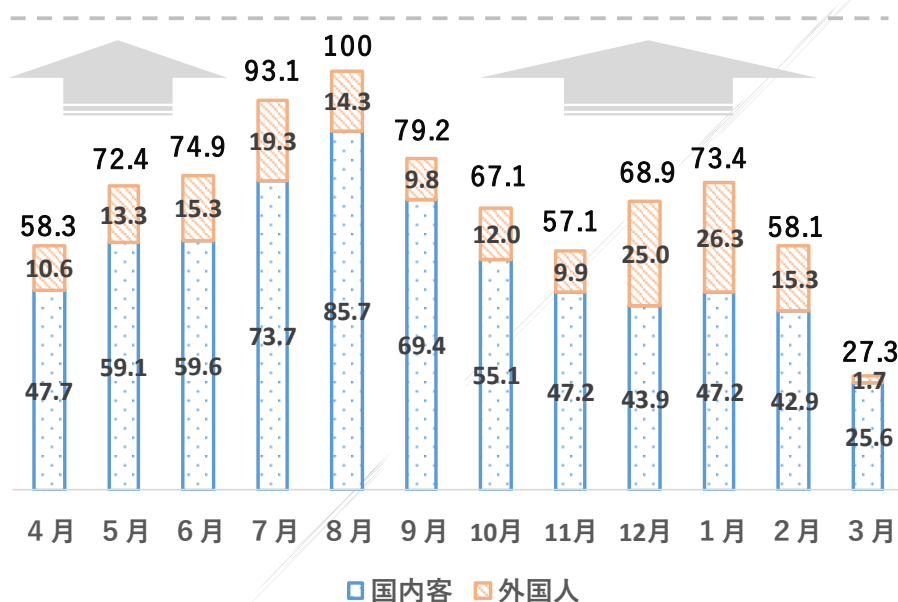
2 ア 閑散期における地域資源を活かした魅力向上

3 北海道観光は夏季に集中していますが、ウィズコロナの時代には、「三密」
4 を避ける必要があることから、季節の分散化を図ることが必要であると考
5 られます。

6 閑散期には観光入込客数が大きく減少し、特に4月と11月の観光入込客数
7 の減少幅が大きいことから、休止する観光施設も多く、このことが観光人材
8 の通年雇用化の妨げの要因にもなっています。

9 新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点及び観光人材の雇用確保による
10 「持続可能な北海道観光の発展」の観点からも、各地域における閑散期の魅
11 力を食などの地域資源を活用し、向上させることにより、4月と11月をはじ
12 めとした閑散期の月別宿泊客延数の増加を目指します。

13 ■ 2019年度月別宿泊客延数(8月を100とした場合)



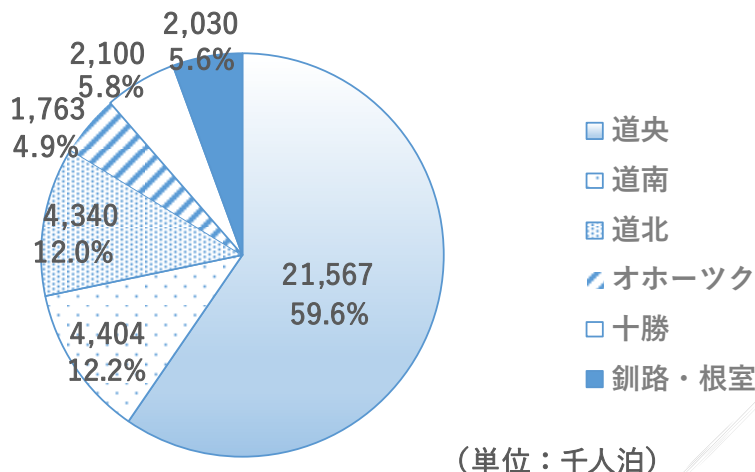
23 ■ 年度別・月別宿泊客延数(8月を100とした場合)

年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
2019	58.3	72.4	74.9	93.1	100	79.2	67.1	57.1	68.9	73.4	58.1	27.3
2018	52.0	65.6	73.1	90.8	100	60.5	65.5	56.4	73.5	73.1	70.6	64.8
2017	48.9	65.0	69.9	91.2	100	75.9	67.5	53.0	64.5	65.7	67.6	62.4
2016	48.6	64.2	70.0	90.3	100	79.3	66.5	48.4	58.8	63.4	63.6	57.7
2015	44.6	62.7	67.4	87.4	100	78.7	65.7	49.0	58.4	62.6	64.8	56.6
2014	42.1	60.5	66.9	86.0	100	78.3	67.8	50.6	57.8	59.0	64.5	58.6
2013	40.9	57.5	64.3	80.6	100	74.5	61.8	45.2	51.4	53.7	54.8	51.7
2012	41.4	58.5	65.3	80.2	100	76.5	63.3	45.4	51.9	51.6	54.3	51.1

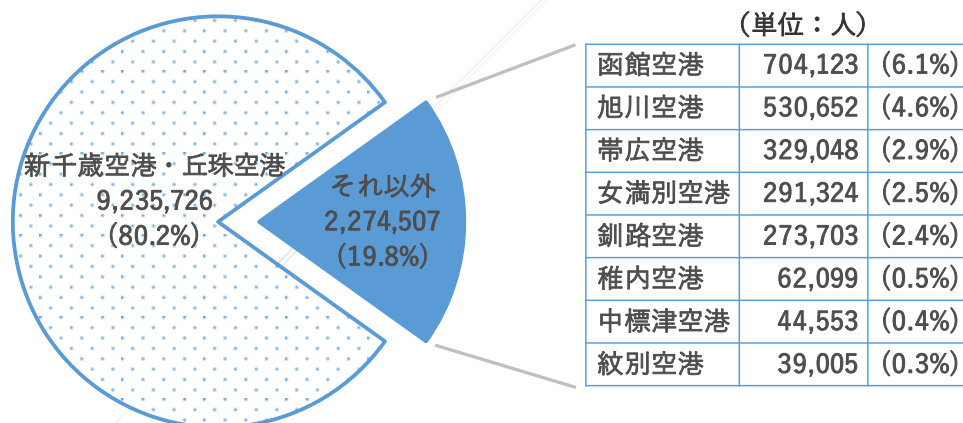
1 イ 各空港を核とした地域の魅力を高める滞在型観光地づくり

2 北海道の観光客は道央圏に集中し、特に道外観光客については、新千歳空
 3 港・丘珠空港の利用が集中していることから、北海道エアポート株式会社と
 4 も協力し、各地方空港を核とした地域の魅力を高める滞在型観光地づくりを
 5 促進し、道外から各地方空港へのアクセス数増加を目指します。

6 ■ 地域別宿泊客延べ数と割合(2019年度)*○



15 ■ 道内空港別来道者数と割合(2019年度)*○



21 ウ 東南アジアや欧米豪からの誘客の強化

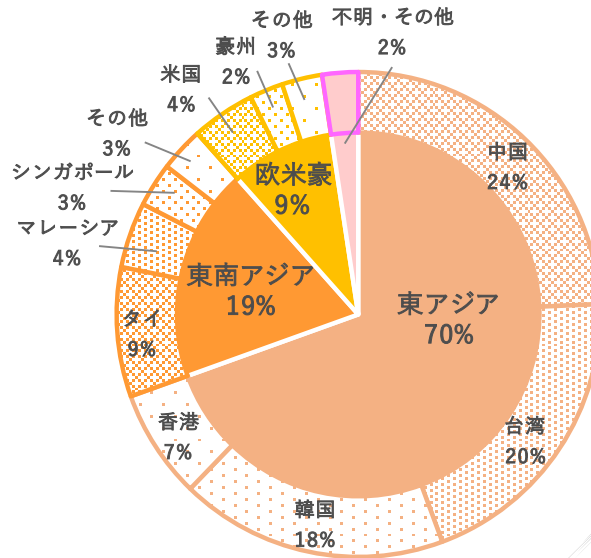
22 訪日外国人来道者はここ数年順調に増加してきた結果、北海道観光市場へ
 23 の影響も大きくなってきており、国内人口の減少、高齢化の影響により、その
 24 影響はますます大きなものになると予想されます。観光客は東アジア
 25 に集中しており、2019年には日韓関係の悪化により、韓国人観光客が大きく
 26 減少しました。東アジアの国・地域と日本は距離が近いことから、様々な交流
 27 が行われてきましたが、その分国際政治リスクも多く抱えています。

28

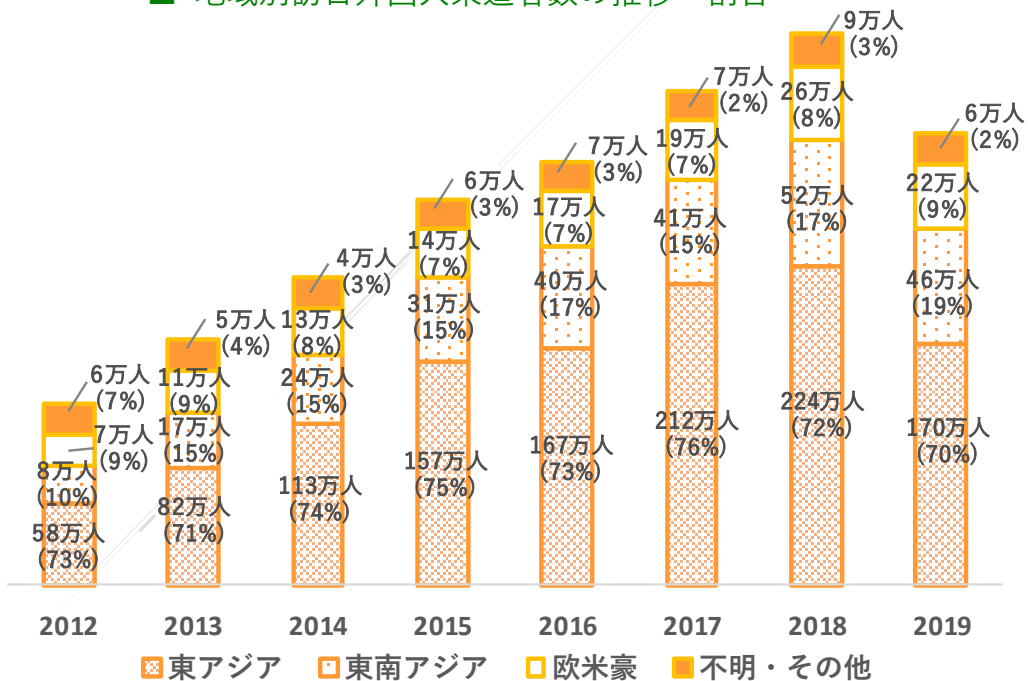
第7 目標指標 / 3 目標指標達成に関する考え方

1 ウィズコロナ・ポストコロナ時代において、再び外国人観光客が戻ってきた
 2 ときには、国際政治リスク発生による道内観光産業へのダメージを最小限
 3 に抑える観点からも、東アジアからの観光客数増加に加え、東南アジアや欧
 4 米豪からの外国人観光客数の増加を目指します。

5 ■ 国・地域別訪日外国人来道者の割合(2019年度)^{※○}



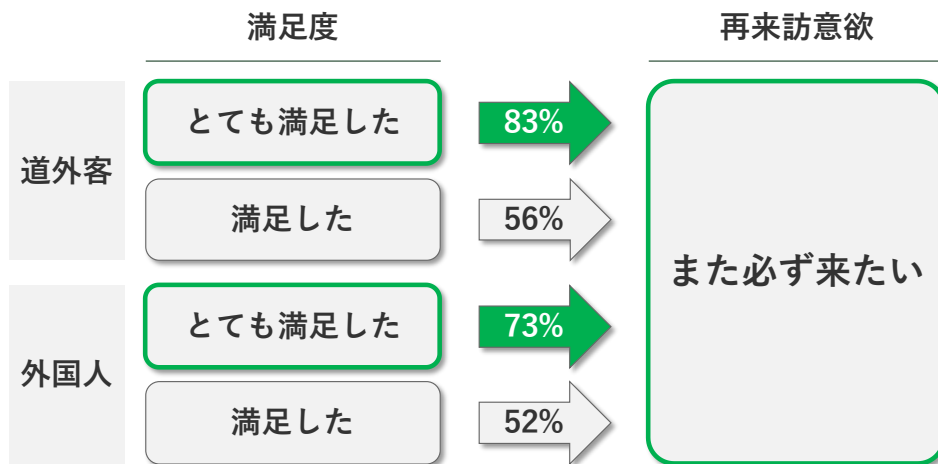
12 ■ 地域別訪日外国人来道者数の推移・割合^{※○}



1 (3) 満足度向上策

2 観光入込客数を継続的に増加させていくには、リピーターの獲得が不可欠で
 3 す。「令和元年度北海道来訪者満足度調査」によると、旅行の満足度により再来
 4 訪意欲は異なるため、満足度の向上が不可欠です。

5 ■ 道外客・訪日外国人来道者の満足度別の再来訪意欲^{※○}



14 ウィズコロナの時代においては、新型コロナウイルス感染症拡大防止策の徹
 15 底と、アウトドア関連人材の育成を進めてサービスの向上を図ることにより、
 16 旅行全体の更なる満足度向上を目指します。

項目	とても満足したと回答した割合(%)
観光・旅行全体について	↑ UP
各観光地での食事について	
おみやげ品について	
宿泊施設について	
観光施設について	
交通機関について	
Wi-Fi設備環境について	
景観について	
温泉（入浴施設）について	
一般的な接遇（おもてなし）	

+

コロナ対応について	↑ UP
アウトドアアクティビティについて	

第8 観光振興に向けた行動指針と役割

この計画の目標の達成及び「北海道観光が将来的にめざす姿」に向けて、北海道観光のくにつくり条例にて定められている基本理念及び役割に基づき、道民、観光事業者及び観光関係団体等の行動の指針及び役割を次のように設定しました。

なお、道民、観光事業者及び観光関係団体等は、ウィズコロナ期においては、「北海道スタイル」の徹底などの新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止に努めるものとしします。

1 道民

- 身近な北海道の魅力を再確認し、その魅力を広く発信する
- 体験型観光などの道内観光を通じ、北海道の観光産業を応援する

2 観光事業者、観光関係団体等

経済的利益や観光客、コミュニティ、文化、環境それぞれに対する利益の最大化と悪影響の最小化を図り、持続可能な北海道観光の実現に寄与するものとしします。

(1) 観光事業者

- ウィズコロナ・ポストコロナにおける観光スタイルの変化やDXなどの社会の流れを敏感に捉えるとともに、長期的視点に立って対応する
- 北海道観光の持続的な発展に向け、地域との共存に努める

(2) 観光関係団体

- 観光振興の主体として、観光客の誘致や観光情報の発信、地域の資源を生かした多様な観光商品づくり、ホスピタリティの向上や人材育成に取り組む
- 地域における様々な産業の参画や連携・協力が円滑に進むよう、調整に努める

1 (3) 北海道観光振興機構

- 2 ○ 広域連携DMOとして観光庁のガイドラインに沿った運営を進めるほか、道
3 内市町村や地域のDMO、観光事業者では実施することが難しい事業や機構
4 が実施する方が効率的でかつ効果的な事業を実施する
- 5 ○ 専門性の高い人材を有し、政策の実行に当たっての具体的な戦略の検討を含
6 む「マーケティング思考に基づく事業（打ち手）の企画、実行、検証」と「広
7 域連携DMOとしての道内観光マネジメントの推進」を実施する
- 8 ○ 推進体制の強化に向け、広域連携DMOとして持続可能な組織の在り方の検
9 討とDMOの形成・確立計画への反映や、専門性の維持・向上が継続的に図
10 られる組織としていくための「人材育成・育成プログラム」の策定など、人
11 材面での強化を図るための取組を進めるほか、広域連携DMOとして「持続
12 可能な組織の在り方の検討」を踏まえた安定的な財政運営基盤の確立と安定
13 的な財政運営に資する自主財源確保など財源面での強化を図る取組を進め
14 ていく

15 (4) 行政

- 16 ○ 観光振興に資する調査データを収集・分析し、観光関係団体や観光事業者等
17 の取組を支援する
- 18 ○ 地域の資源や特性からテーマ性を見だし、戦略的なプランのもとに観光地
19 づくりや誘客促進を進める

20 (5) 大学等

- 21 ○ 本道の観光振興に求められる人材の育成に努める
- 22 ○ 観光に関する研究やその成果を社会に還元するなど、観光の振興につなげる

第9 付属資料

1 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おり、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 (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
- 3 (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。）
- 4 を生かすこと。
- 5 (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
- 6 すること。

7
8 (道の責務)

9 第3条

10 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

11 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。
12 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
13 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
14 られるよう努めるものとする。

15
16 (道民の役割)

17 第4条

18 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
19 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。

20
21 (観光事業者の役割)

22 第5条

23 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。
24 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
25 するものとする。

26
27 (観光関係団体の役割)

28 第6条

29 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。
30 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、
31 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し
32 る。

33
34 第2章 観光の振興に関する基本的施策

35 (施策の基本方針)

36 第7条

37 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
38 に推進するものとする。

- 39 (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
40 と。
- 41 (2) 環境を保全し活用する取組を促進すること。
- 42 (3) 食の魅力を生かした取組を促進すること。
- 43 (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。

第9 付属資料 / 1 北海道観光のくにづくり条例

- 1 (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。
- 2 (6) 国内及び海外からの観光客の誘致を促進すること。
- 3 (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。
- 4 (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。

5

6 (観光の振興に関する基本的な計画)

7 第8条

8 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
9 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。

10 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
11 の行動の指針について定めるものとする。

12 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。

13 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
14 できるよう必要な措置を講じなければならない。

15 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
16 かななければならない。

17 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。

18 7 前3項の規定は、計画の変更について準用する。

19

20 (財政上の措置)

21 第9条

22 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
23 努めるものとする。

24

25 第3章 北海道観光審議会

26 (設置)

27 第10条

28 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
29 (以下「審議会」という。)を置く。

30

31 (所掌事項)

32 第11条

33 審議会の所掌事項は、次のとおりとする。

34 (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。

35 (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

36 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。

37

38 (組織)

39 第12条

40 審議会は、委員15人以内で組織する。

41 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
42 ことができる。

43

1 (委員及び特別委員)

2 第13条

3 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
4 事が任命する。

5 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
6 期は、前任者の残任期間とする。

7 3 委員は、再任されることができる。

8 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
9 のとする。

10

11 (会長及び副会長)

12 第14条

13 審議会に会長及び副会長を置く。

14 2 会長及び副会長は、委員が互選する。

15 3 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。

16 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。

17

18 (会議)

19 第15条

20 審議会の会議は、会長が招集する。

21 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。

22 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
23 ところによる。

24

25 (部会)

26 第16条

27 審議会は、必要に応じ、部会を置くことができる。

28 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。

29 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。

30 4 部会に属すべき委員及び特別委員は、会長が指名する。

31

32 (会長への委任)

33 第17条

34 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
35 って定める。

36

37 附 則

38 1 この条例は、公布の日から施行する。

39 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。

第9 付属資料 / 1 北海道観光のくにづくり条例

- 1 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
2 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
3 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
4 任期は、委員にあつては同条第2項の規定にかかわらず平成14年12月14日まで
5 とし、特別委員にあつては同条第4項の規定にかかわらず同年3月31日までとす
6 る。
- 7 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
8 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
9 いて必要な措置を講ずるものとする。

10

2 これまでの計画による取組の概略

第1期：2002年度から2007年度までの6年間

第2期：2008年度から2012年度までの5年間

第3期：2013年度から2017年度までの5年間

第4期：2018年度から2020年度までの3年間

(1) 第1期 北海道観光のくにつくり行動計画

平成13年(2001年)10月に公布・施行された「北海道観光のくにつくり条例」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（SARS²⁵）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。

²⁵ SARS (Severe Acute Respiratory Syndrome) : 「サーズ」と読み、重症急性呼吸器症候群のこと。2003年初頭から、香港などを中心に流行した病気。

1 (2) 第2期 北海道観光のくにつくり行動計画

2 第2期の北海道観光のくにつくり行動計画においては、

- 3
- 4 • 環境と共生する観光
 - 5 • 地域の資源を生かした観光振興
 - 6 • 観光振興による地域の経済の活性化

7 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。

8 地域のような産業、団体、行政などが連携し、北海道洞爺湖サミットの開催を
9 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
10 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。

11 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
12 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
13 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
14 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
15 生した東日本大震災による深刻な影響を受けました。

16 (3) 第3期 北海道観光のくにつくり行動計画

17 第3期の北海道観光のくにつくり行動計画においては、

- 18
- 19 • 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
 - 20 • 国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大
 - 21 • 観光振興による地域と経済の活性化

22 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。

23 地域のような産業、団体、行政などが連携し、自然環境など地域の資源を生か
24 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。

25 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
26 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
27 い動きがあり、観光入込客数は堅調に推移しました。

28

1 (4) 第4期 北海道観光のくにつくり行動計画

2 第4期の北海道観光のくにつくり行動計画においては、

- 3
- 4 • 国際的に質や満足度の高い観光地づくり
 - 5 • 戦略的な誘客活動による旅行市場の拡大
 - 6 • 観光振興による地域と経済の活性化

7 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。

8 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
9 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
10 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、取組を推進しました。

11 計画期間においては、2018年に訪日外国人来道者が過去最高の312万人に達
12 しましたが、2018年9月には北海道胆振東部地震、2020年1月以降は新型コ
13 ロナウイルス感染症など北海道の観光産業は甚大な影響を受けました。

1 3 出所・参考資料一覧

2 ① 各写真の出所

3 ・ 2023 年

4 北海道ボールパーク F ビレッジおよび新球場エスコンフィールド
5 HOKKAIDO 開業

6 (株)ファイターズスポーツ&エンターテイメント提供

7 ・ 2025 年

8 大阪・関西万博開催

9 2025 年日本国際博覧会協会提供

10 ・ 上記以外

11 道観光局保有素材

12 ② (株)ブランド総合研究所, 「都道府県 SDGs 調査 2020」

13 ③ (株)ブランド総合研究所, 「地域ブランド調査 2020」

14

15

16

17

18

19

20

21

作業中

22

23

24

資料上の「※○」の参照先を整理

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18

第5期 北海道観光のくにつくり行動計画（素案・イメージ）

令和3年(2021年)6月

発行 北海道

編集 北海道経済部観光局

TEL 011-231-4111（内線 26-564）

URL <http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/index.htm>