



# 第5期 北海道観光のくにつくり行動計画

(案)

～ 「観光立国北海道」の再構築 ～

令和3年（2021年）8月

北海道

**HOKKAIDO**  
**LOVE!**

## はじめに

観光は、関連する産業としての裾野が広く、交流人口の増大や新たな雇用の創出など、幅広い経済効果をもたらすことが期待され、本道経済の活性化を図る上で、極めて重要な役割を担っています。

本道の観光産業は、豊かな自然環境を背景とした風光明媚な景観や新鮮な食、多彩な温泉、様々な体験メニュー等が楽しめるアウトドアなど豊富な観光資源を活かしながら、これまで道内のリーディング産業としての地位を確立してきました。

また、近年では、旅行形態の変化や旅行者ニーズの多様化に加え、本格的な人口減少社会到来による国内旅行市場の縮小の懸念や、海外からの観光需要を積極的に獲得していく必要があるとの考えのもと「観光で稼ぐ」をキーワードに、これまで旺盛なインバウンド需要を取り込みながら観光振興に取り組んできました。

しかしながら、この度の新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、インバウンド需要はほぼ消失し、国内需要も減少している中で、観光関連事業者はこれまで経験したことのない極めて危機的な状況に置かれております。

現在、感染症の状況が見通せない中、徹底した感染拡大防止策と社会経済への影響の最小化を図りながら、広大な自然環境を活かしたクリーンな北海道を目指し、新しい旅行スタイルの推進など、中長期的な視点に立って次に進んでいかなければならないものと考えています。

本計画がスタートする 2021 年度は、「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界遺産登録、世界中が注目する「東京 2020 オリンピック」の札幌開催、アジア初の世界中のアドベンチャートラベル関係者による国際イベントである「アドベンチャートラベル・ワールドサミット・バーチャル北海道／日本」の開催があります。

こうした大きなイベント開催の機会を契機として、感染症に強い北海道を内外に示しながら、ウィズコロナ・ポストコロナを見据え「観光立国北海道」の再構築に向けて取組を進めてまいります。

# 目次

第 1 計画の基本的な考え方 .....	- 4 -
1 計画の位置づけ .....	- 4 -
2 計画期間.....	- 5 -
3 計画の点検・見直し .....	- 5 -
4 計画推進の考え方 .....	- 5 -
5 その他.....	- 5 -
第 2 北海道観光を取り巻く環境 .....	- 6 -
1 国際観光市場 .....	- 6 -
2 国内観光市場 .....	- 7 -
3 道内観光市場 .....	- 9 -
第 3 北海道観光の現状と課題 .....	- 11 -
1 第 4 期の達成状況 .....	- 11 -
2 課題 .....	- 23 -
第 4 北海道観光が将来的にめざす姿 .....	- 25 -
1 北海道観光の分析 .....	- 25 -
2 北海道観光が将来的にめざす姿 .....	- 28 -
第 5 計画期間内の基本的な考え方 .....	- 29 -
1 目標 .....	- 29 -
2 道の基本的な施策 .....	- 29 -
3 誘客活動方針 .....	- 30 -
4 観光地づくり・受入体制整備方針 .....	- 30 -
第 6 施策展開の方向性及び各施策 .....	- 31 -
1 クリーン×セーフティ北海道 .....	- 32 -
2 量×質の追求 .....	- 34 -
3 旅行者比率のリバランス .....	- 37 -
4 新しい旅行スタイルの推進 .....	- 38 -

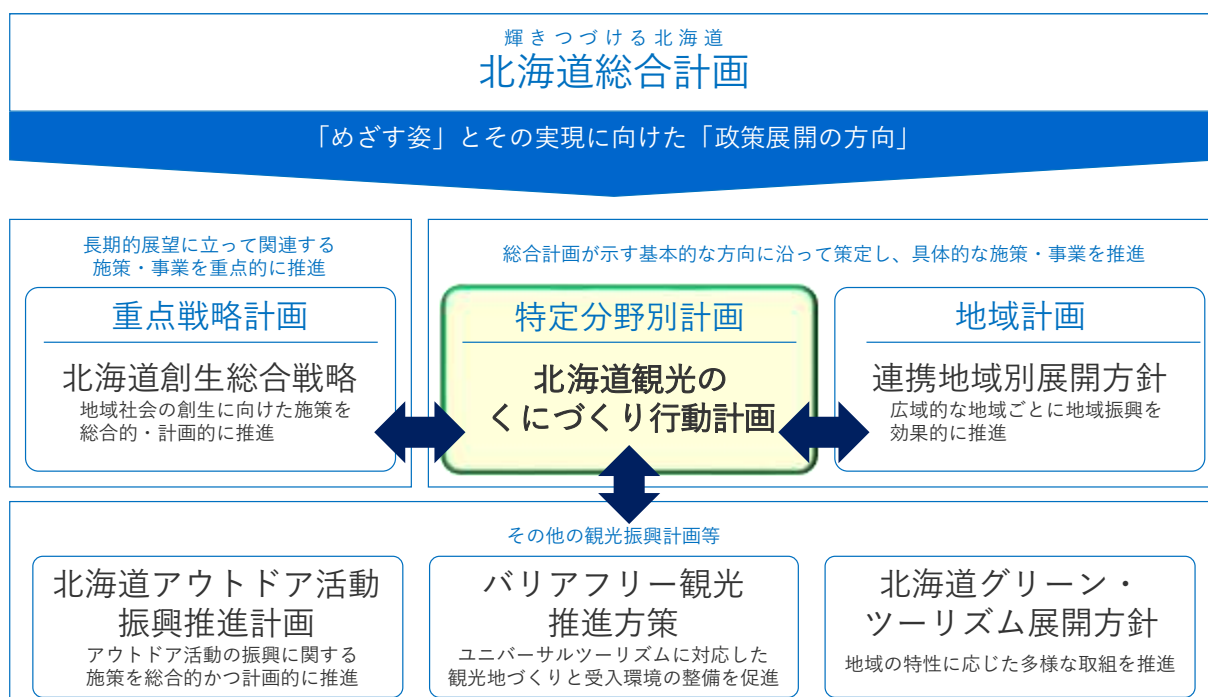
5 観光インフラの強靱化.....	- 40 -
6 推進体制の強化 .....	- 41 -
7 その他『「観光立国北海道」の再構築』に資する施策.....	- 42 -
第7 目標指標 .....	- 43 -
1 目標指標.....	- 43 -
2 施策別成果指標 .....	- 44 -
3 目標指標達成に関する考え方 .....	- 45 -
第8 観光振興に向けた行動指針と役割 .....	- 52 -
1 道民 .....	- 52 -
2 観光事業者、観光関係団体等 .....	- 52 -
第9 付属資料 .....	- 54 -
1 北海道観光のくにつくり条例 .....	- 54 -
2 これまでの計画による取組の概略 .....	- 59 -
3 出所・参考資料一覧 .....	- 62 -

# 第1 計画の基本的な考え方

## 1 計画の位置づけ

この計画は、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の基本的な計画です。

この計画は、「北海道総合計画」が示す政策の基本的方向に沿って策定、推進する「特定分野別計画」として位置づけられています。道において策定する観光振興に関する個別の計画は、この計画との整合を図ります。



また、2019年10月に北海道倶知安町で「持続可能な開発目標（SDGs<sup>1</sup>）に対する観光の貢献の最大化」をテーマに G20 北海道倶知安観光大臣会合が開催され、北海道倶知安宣言が採択されました。本計画記載の各施策も SDGs の達成に資するものとして推進していきます。



<sup>1</sup> 持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals：SDGs）：2015年9月に国連で採択された、先進国を含む2030年までの国際社会全体の開発目標。17のゴール（目標）とその下位目標である169のターゲットから構成。

## 第1 計画の基本的な考え方

### 2 計画期間

「北海道総合計画」の終了年度が2025年度であることを踏まえ、この計画の計画期間は、2021年度から2025年度までの5年間とします。

#### ■ 計画期間内の主な出来事※①

2021年度	2021年7月 北海道・北東北の縄文遺跡群 世界文化遺産登録決定 	2021年7～8月 東京2020オリンピック 札幌開催 	2021年9月 アドベンチャートラベル・ ワールドサミット・ バーチャル北海道／日本開催 
2022年度～ 2025年度	2023年3月 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 HOKKAIDO 開業  <(c)H.N.F.>	2025年2月 赤レンガ庁舎改修完了 	2025年4～10月 大阪・関西万博開催 

### 3 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、本計画の推進に当たっては、毎年度、目標指標や各施策の進捗管理を実施し、結果をホームページ上で公表するなど周知に努めるとともに、北海道観光審議会での議論を踏まえ、必要に応じて見直すこととします。

### 4 計画推進の考え方

この計画を着実に推進していくためには、道をはじめとする行政機関や北海道観光振興機構はもとより、道民や観光事業者、観光関係団体、さらには大学など、観光に携わるすべての人が「北海道観光のくにつくり条例」に基づくそれぞれの役割を認識し、資源を互いに活用するなど、これら産官学民が連携・協働して観光振興を推進していくことが必要です。

このため、道では、この計画の目標達成に向け、全庁横断的に施策を推進し、国や市町村、観光関連事業者、地域の観光協会、大学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、交流人口の拡大や観光消費の増加による地域経済の活性化に向け、この計画を推進していきます。

### 5 その他

2017年2月に策定した「北海道インバウンド加速化プロジェクト」はこの計画に取り込みます。

## 第2 北海道観光を取り巻く環境

### 1 国際観光市場

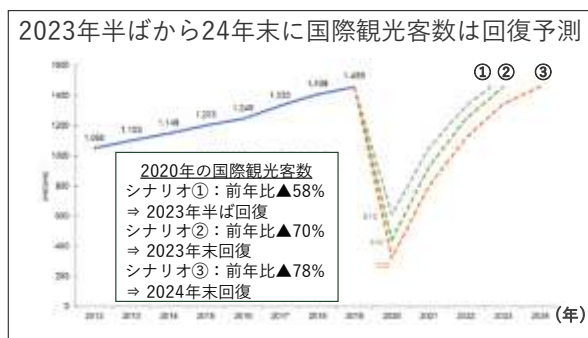
UNWTO(国連世界観光機関)の「International Tourism Highlights 2020 Edition」によると、世界全体の国際観光客到着数は、2009年のリーマンショックによる世界的な景気後退の影響を受け減少しましたが、それ以降は10年連続で増加しており、2019年には、14億6,000万人となっています。

また、地域別では、欧州が7億4,400万人でシェアが51.0%と過半数を占めており、アジア太平洋が3億6,160万人でシェアが24.8%、北米が2億1,930万人でシェアが15.0%となっています。

こうした中、2019年12月、中国の湖北省武漢市で最初に確認された新型コロナウイルス感染症<sup>2</sup>が瞬く間に世界中に拡大した結果、2020年の国際観光客到着数は、前年比74%減となる約10億人の減少、観光による収入は、1.3兆ドルもの損失が予測されています。また、こうした市場の縮小により、観光に従事する1億2,000万人の雇用が危険にさらされるとされています。

今後の国際観光客数の見通しについてUNWTO、IATA(国際航空運送協会)の需要予測では、全世界の観光需要がコロナ禍以前まで回復するのは、2023年半ばから2024年頃と予測されています。

#### ■ UNWTOの予測<sup>※②</sup>



#### ■ IATAの予測<sup>※③</sup>



<sup>2</sup> 新型コロナウイルス感染症：病原体がベータコロナウイルス属のコロナウイルスで、令和2年1月に、中華人民共和国から世界保健機関に対して、人に伝染する能力を有することが新たに報告された。(新型インフルエンザ等対策特別措置法(平成24年法律第31号)附則第1条の2第1項)

## 2 国内観光市場

国では、2016年に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、2020年に訪日外国人旅行者数4,000万人、訪日外国人旅行消費額を8兆円、さらに2030年には、それぞれ6,000万人、15兆円の目標を掲げ取組を進めてきており、2019年の訪日外国人旅行者数は3,188万人となるなど順調に推移してきました。

こうした中、2020年1月16日に国内で最初の新型コロナウイルスによる感染者が確認され、同月31日には、WHO（世界保健機構）が「緊急事態」を宣言したことから、国は段階的に海外からの入国の制限等の措置を講じました。

その後、感染症の全国的かつ急速なまん延により国民生活に甚大な影響を及ぼす恐れがあることから、国は4月7日、7都府県に対し「緊急事態宣言」を発出、同月16日には区域を全国に広げました。同宣言下では、外出自粛や不要不急の帰省・旅行など、都道府県境をまたぐ人の移動を避けるよう要請されたことから、旅行者数が激減し、2020年5月の日本国内の延べ宿泊者数は、前年同月比84.9%の減、訪日外国人旅行者数は99.9%の減となり、単月としては、調査開始以来最低を記録しました。

一方で、落ち込んだ観光需要を回復するための取組も進められ、国は5月7日には感染防止策を日常に取り入れた「新しい生活様式」を、都道府県境をまたぐ移動の制限が解除された6月19日には「新しい旅のエチケット」を公表し、感染拡大防止に配慮しながら旅行を行う取組が進められました。その後、国は感染症拡大の影響により甚大な影響を受けた旅行業、宿泊業、貸切バス、飲食業、物販販売業など観光地全体の消費を取り戻すため、7月22日から「GoTo トラベル事業<sup>3</sup>」を開始しました。

こうした国の需要喚起策により、一時は延べ宿泊者数が前年比7割程度まで回復しましたが、10月末以降、国内の新規感染者が再び増加傾向に転じました。11月には「Go To トラベル事業」における札幌市、大阪市発着の旅行が一時停止となり、12月には首都圏を中心に新規感染者数が過去最多となったことから、同月14日、国は年末年始の「GoTo トラベル事業」の一時停止を決定しました。

2021年1月7日には1都3県に再び緊急事態宣言を発出し、「GoTo トラベル事業」の一時停止も合わせて延長されることとなり、同月13日には7府県が緊急事態宣言の対象地域に追加されました。その後、一部の都府県から徐々に対象地域から外れていき、3月21日には全国で緊急事態宣言が解除されましたが、「GoTo トラベル事業」の一時停止は延長することとなりました。

---

<sup>3</sup> Go To トラベル事業：宿泊または日帰りの国内旅行の代金総額の1/2相当額を国が支援する事業。給付額の内、30%は旅行先で使える地域共通クーポンとして付与される。



■ 新型コロナウイルス感染症に関連する主な出来事

日付	主な出来事
2019年 12月31日	中国湖北省武漢市で原因不明の集団肺炎が報告される
2020年 1月16日	日本国内で初の感染が確認される（武漢からの帰国者）
31日	WHOが「緊急事態宣言」を発出
2月1日	新型コロナウイルスを「指定感染症」に指定
5日	横浜港に停泊中の「ダイヤモンド・プリンセス」で集団感染が判明
13日	日本国内で初の死者
29日	緊急会見にて今後2週間が感染拡大に重要な期間になると総理が表明
3月11日	WHOが「パンデミック宣言」を発出
24日	東京オリンピック・パラリンピックの延期を発表
27日	観光庁が更新登録に関する旅行業法の弾力的な適用を決定
4月7日	東京都等の7都府県を対象に特措法に基づく「緊急事態宣言」を発出
16日	「緊急事態宣言」の対象を全国に拡大
5月7日	「新しい生活様式」が公表
14日	39県で緊急事態宣言が解除（道を含む8都道府県は継続）
25日	全国で緊急事態宣言が解除
6月19日	都道府県境をまたぐ移動の制限を解除 「新しい旅のエチケット」が公表
7月22日	Go To トラベル事業が開始（東京発着のツアーは当面の間、支援対象外）
9月18日	東京都発着等のツアーのGo To トラベル事業対象商品の予約販売が開始
10月1日	Go To トラベル事業の対象に東京都発着等のツアーを追加 日本への入国制限が全世界を対象に段階的に緩和
16日	Go To トラベル事業の地域別の給付枠を撤廃
29日	Go To トラベル事業の対象から、観光を主たる目的としない旅行等が除外
30日	Go To トラベル事業の対象から、8泊目以降の旅行が除外となることが決定
11月24日	Go To トラベル事業の対象から札幌市、大阪市を目的地とする旅行を一時停止
27日	Go To トラベル事業の対象から札幌市、大阪市に居住する旅行者を一時停止
12月3日	東京都居住者の旅行等について、Go To トラベル事業の利用自粛を要請
14日	年末年始（12月28日から1月11日まで）の旅行について、Go To トラベル事業の支援を全国的に一時停止することを決定
2021年 1月7日	東京都等の1都3県を対象に、2月7日まで緊急事態宣言を再発出及びGo To トラベル事業の一時停止を同期間まで延長
13日	大阪府等7府県が緊急事態宣言の対象地域に追加
2月2日	栃木県を除く10都府県への緊急事態宣言を3月7日までに延長決定
3月1日	東京都等の4都府県への緊急事態宣言を3月21日まで延長決定
21日	全国で緊急事態宣言が解除

■ 国内延べ宿泊者数の前年比推移(2020年)<sup>※④</sup>



### 3 道内観光市場

本道においては、2020年1月28日、道内で初の新型コロナウイルス感染症の感染者が確認され、他地域に先行して感染が広がる中、2月28日には道独自の緊急事態を宣言し、感染拡大防止の取組を進めてきました。その後、国内で感染が急速に拡大する中、道内においても第2波となる感染の波が襲来したことから、4月16日、国は緊急事態宣言の対象区域を全都道府県に拡大し、北海道を「特定警戒都道府県」に指定しました。

こうした国内外における感染拡大により観光需要は大きく減少し、道の2020年4月から6月までの観光入込客数は前年同期比47.6%減の828万人、訪日外国人来道者数は、前年同月比100%減の0万人<sup>※⑤</sup>となりました。

この間、道では事業者が行う感染症予防のための衛生関連機器の導入支援を行ったほか、ホテル・旅館業の宴会部門の感染拡大防止に向け、具体的な取組を示したガイドラインの策定や普及を進める取組を支援することで、観光客が安心して道内旅行を楽しめる環境整備を進めています。

また、感染拡大防止を図るため、国が公表した「新しい生活様式」を可視化した「新北海道スタイル<sup>4</sup>」や「北海道コロナ通知システム」など独自の取組を進めたほか、感染症の拡大により宿泊業をはじめ、旅行、交通など幅広い分野で甚大な影響を受けた観光関連産業を支援するため、「新北海道スタイル安心宣言」を実践している観光事業者に対し、道民による観光需要の喚起することを目的に、7月1日から「どうみん割<sup>5</sup>」を開始し、同月27日には貸切バス及び宿泊施設での感染リスク低減に配慮して実施する道内での教育旅行の支援を開始しました。

こうした取組により一時は延べ宿泊者数が前年度比7割程度まで回復しましたが、10月末には新規感染者数が再び増加傾向となったため、道では、独自の警戒ステージを引き上げました。その後、11月24日に札幌市が「Go to トラベル事業」の対象から一時停止になったことに合わせ、同月28日には「どうみん割」の対象から札幌市を目的地とする旅行などを除外したほか、12月28日には「どうみん割」を全道で停止しました。

2021年になっても東京都等の一部の都府県では、緊急事態宣言の対象地域として延長されていましたが、3月21日には全国で緊急事態宣言が解除されたことから、同月26日、利用者・事業者双方に徹底した感染拡大防止策を講じ、その普及・定着を図るため、道民の圏域内における宿泊旅行商品を造成・販売する「新しい旅のスタイル」モデル事業を開始しました。

---

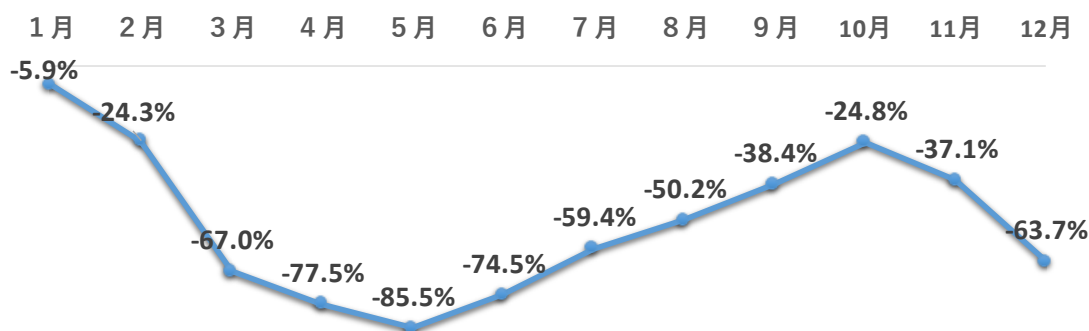
<sup>4</sup> 新北海道スタイル：感染リスク低減に必要な新しい生活様式を実践していくため、道民のライフスタイルと、事業者のビジネススタイルの変容を促進し、事業者の感染拡大防止の取組を可視化・浸透することで、道民・事業者が連携して進める取組。

<sup>5</sup> どうみん割：新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ旅行需要の早期回復を目的に、道内での宿泊旅行商品などを販売する旅行会社など観光関連事業者に、北海道が予算の範囲内でその代金を割引く制度。「新北海道スタイル」を実施している事業者の商品が対象。

■ 新型コロナウイルス感染症に関する主な道内での出来事

日付	主な道内での出来事
2020年	
1月28日	道内初の感染者を確認
2月26日	知事から市町村長に対し、学校の臨時休業を要請
28日	「新型コロナウイルス緊急事態宣言」を決定
3月18日	3月19日での緊急事態宣言の終了と新たなステージへの移行を決定
25日	緊急対策（第1弾）に関する補正予算案の議決（予算額277億円）
4月7日	国の緊急事態宣言を受け、5月6日まで「新型コロナウイルス感染症集中対策期間」とすることを決定
17日	宿泊療養に係る自衛隊への災害派遣要請、特措法に基づき「北海道」における緊急事態措置を決定（20日に休業要請の措置などを追加する改訂）
28日	感染拡大防止ガイドライン策定普及モデル事業（予算額4億450万円）、他2事業を含む、緊急対策（第2弾）に関する補正予算案の議決（予算額784億円）
5月4日	休業要請を5月15日まで延長することを決定
6日	緊急事態措置を5月31日まで延長することを決定
13日	「新北海道スタイル」公表
15日	石狩振興局管内を除く地域について休業要請の一部解除を決定
29日	「北海道コロナ通知システム」の運用開始
6月1日	全ての施設の休業要請を解除、外出自粛、イベント開催制限を段階的に緩和
16日	観光誘客促進道民割引事業（どうみん割）（予算額24億9,237万円）を含む、緊急対策（第3弾）に関する補正予算案の議決（予算額300億円）
17日	北海道エアポート（株）、道、（公社）北海道観光振興機構の3者による「HOKKAIDO LOVE!」プロジェクトの発表
7月3日	教育旅行支援事業（予算額11億8,669万円）を含む、緊急対策（第4弾）に関する補正予算案の議決（予算額3,677億円）
10月2日	観光誘客促進道民割引事業（どうみん割）（予算額30億円）を含む、緊急対策（第5弾）に関する補正予算案の議決（予算額2,946億円）
28日	道独自の警戒ステージを1から2に引き上げ
11月7日	道独自の警戒ステージを2から3に引き上げ
17日	札幌市を対象に道独自の警戒ステージを3から4に引き上げ
28日	すすきの地区の一部の飲食店等を対象に時短営業を要請 「どうみん割」の対象から札幌市を目的地とする旅行等を一時除外
12月11日	教育旅行支援事業（予算額4億円）を含む、緊急対策（第6弾）に関する補正予算案の議決（予算額813億円）
28日	「どうみん割」を一時停止
2021年	
2月28日	札幌市内全域の飲食店等に対する営業時間短縮の協力要請が終了
3月24日	コロナ禍特別対策事業を含む観光関連事業予算（予算額76億4,804万円）を含む、令和3年度一般会計予算案の議決（予算額3兆2,530億円）
26日	「新しい旅のスタイル」モデル事業の開始を決定
27日	札幌市内における道の警戒ステージ4相当の協力を要請

■ 道内延べ宿泊者数の前年比推移(2020年)※④



## 第3 北海道観光の現状と課題

### 1 第4期の達成状況

第4期の計画期間は2018年度から2020年度の3カ年を対象として取組を進めました。

期間中は2018年度に訪日外国人来道者が過去最高の312万人に達するなど順調に推移してきましたが、2020年1月以降、新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外の観光客が激減し、北海道の観光産業は甚大な影響を受けました。

この計画の策定基準となる2019年度の実績及び達成状況は次のとおりです。

指標	単位	分類	2020年度 目標	2019年度 実績	達成率
観光入込客数	万人	合計	6,000	5,277	88.0%
		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%

## (1) 観光入込客数

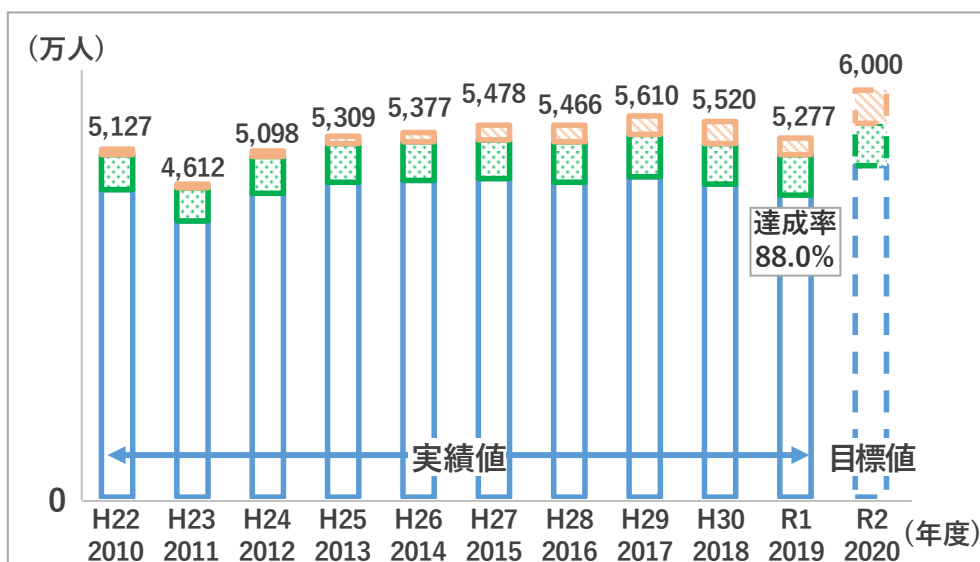
「北海道観光入込客数調査」によると、本道の観光入込客数の総数は、東日本大震災が発生した2011年3月以降、急速に回復し、2017年度には過去最高となる5,610万人を記録するなど順調に推移してきましたが、第4期計画がスタートした2018年度は、9月に発生した胆振東部地震の影響により一時的に減少し、その後実施した「ふっこう割」などの取組の効果により、観光入込客数は前年比1.6%減となる5,520万人となりました。

また、その翌年となる2019年度は、春のゴールデンウィーク10連休の集客効果や夏の定番観光施設の集客が順調に推移しましたが、10月に発生した台風19号の影響に加え、新型コロナウイルス感染症の拡大による旅行需要の減少が響き、前年比4.4%の減となる5,277万人と目標の6,000万人に対し、達成率は88.0%となりました。

一方、訪日外国人来道者数については、東日本大震災の発生した2011年度は前年を下回ったものの、その後7年連続で過去最高を更新するなど順調に推移し、2018年度は、中国や韓国などアジア圏の北海道人気や国際線の新規就航・増便なども追い風となり、前年比11.6%の増となる312万人を記録しました。

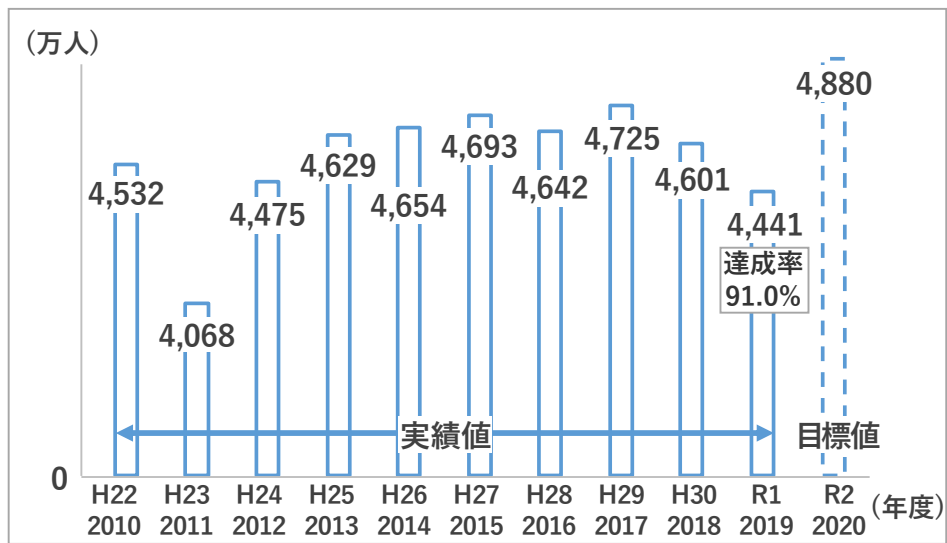
また、2019年度は、倶知安町でG20観光大臣会合の開催やラグビーワールドカップの開催効果などプラスの効果があったものの、日韓の国際情勢の変化の影響や新型コロナウイルス感染症の拡大などにより前年比21.6%の減となる244万人と目標の500万人に対し、達成率は48.8%となりました。

### ア 入込客数の総数※⑤

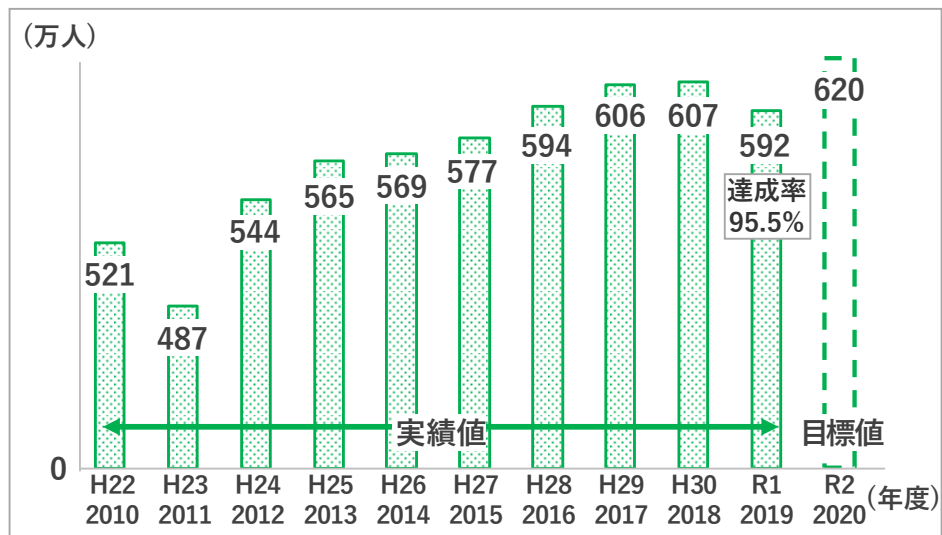


第3 北海道観光の現状と課題 / 1 第4期の達成状況 / (1) 観光入込客数

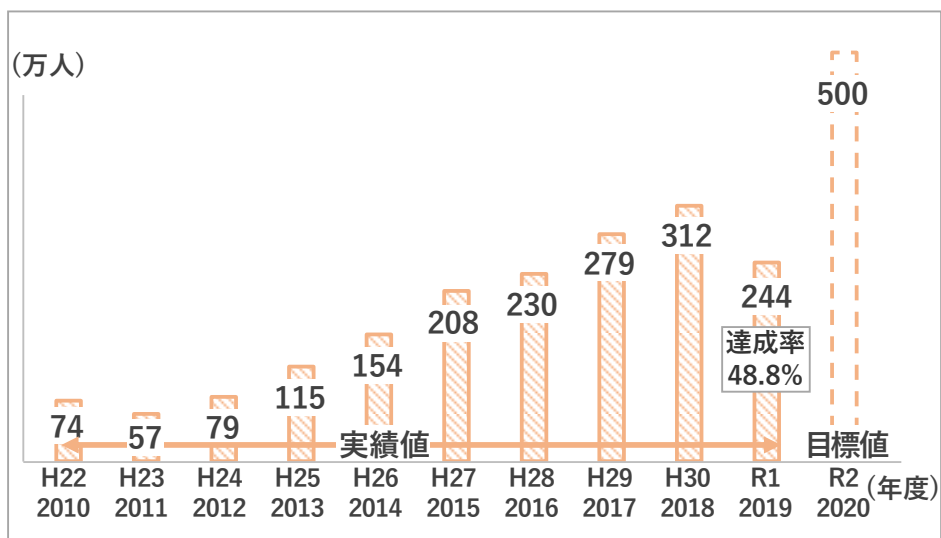
イ 道内客<sup>※⑤</sup>



ウ 道外客<sup>※⑤</sup>



エ 訪日外国人来道者<sup>※⑤</sup>



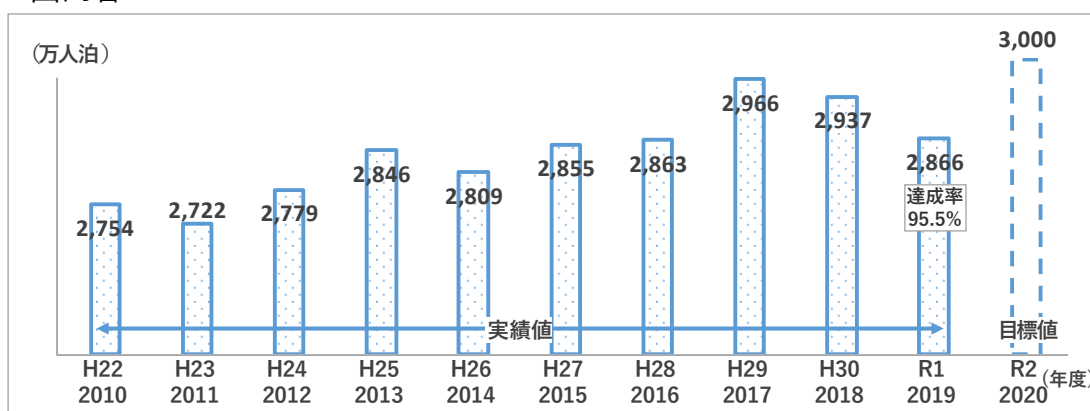
## (2) 宿泊客延べ数

「北海道観光入込客数調査」によると、宿泊客延べ数は、2018年度は国内客が2,937万人泊と前年同期比1.0%の減となる一方、外国人は、844万人泊と前年同期比11.5%の増となり、全体では、前年同期比1.5%の増となる3,781万人泊となりました。

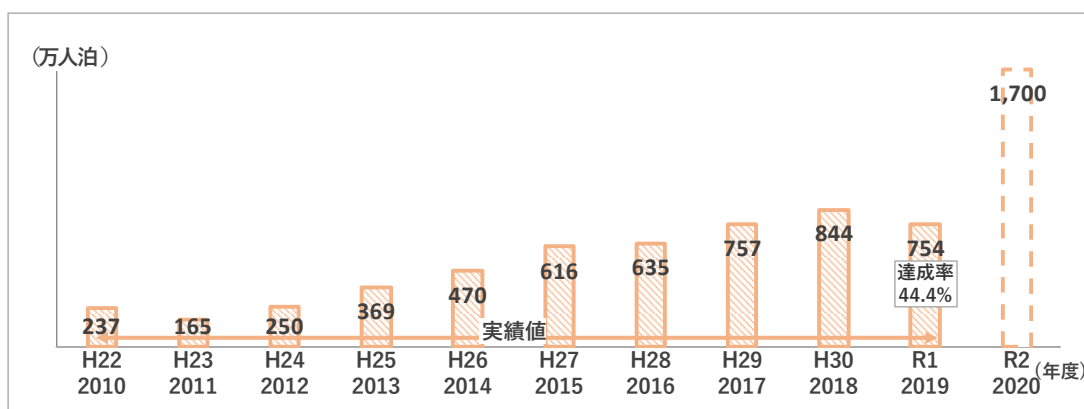
また、2019年度は、国内客はゴールデンウィークの10連休の効果もあり、2,866万人泊と目標の3,000万人泊に対し、達成率は95.5%となりました。

一方で、訪日外国人来道者は、日韓の国際情勢の変化や新型コロナウイルス感染症の影響により旅行需要の大幅な減少が響き、754万人泊と目標の1,700万人泊に対し、達成率は44.4%となりました。

### ア 国内客※⑤



### イ 訪日外国人来道者※⑤

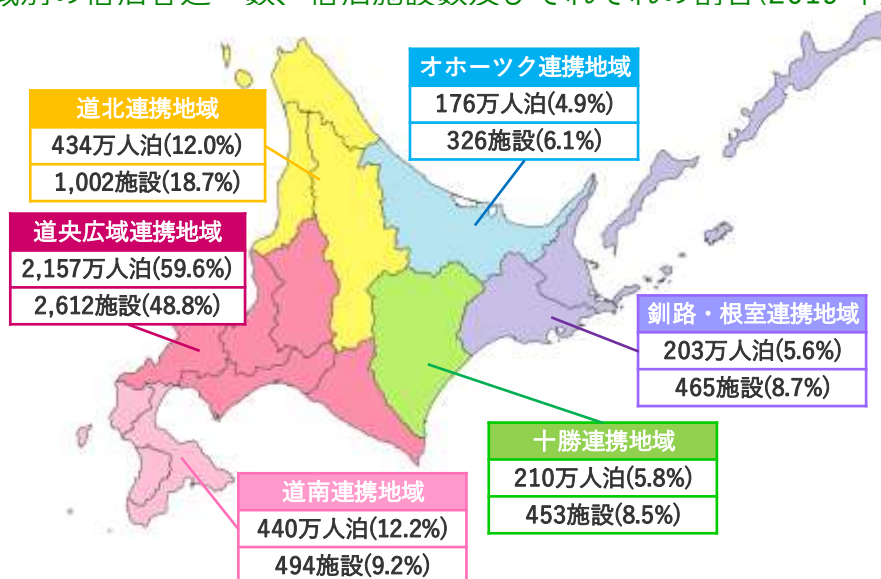


### ○ 圏域別の状況

2019年度の連携地域別の宿泊客延べ数では、「道央広域」が2,157万人泊と全道の59.6%と半数以上が集中しており、地域偏在が大きい状態となっています。

また、道内のホテル、旅館等の宿泊施設数においても、道央が最も多く、道外客、外国人ともにほとんどが宿泊を伴う旅行であることから、宿泊施設が多い地域に観光客が集中しており、このことも道央に集中する一因と考えられます。

■ 圏域別の宿泊客延べ数、宿泊施設数及びそれぞれの割合(2019年度)<sup>※⑤、⑥</sup>



○ 交通機関別の状況

「令和元年度来道者輸送実績」によると、来道者の86.8%が航空機を利用しており、来道者の着地空港別の割合では、「新千歳空港」が80.2%となっています。そのため、道外客の大半が道央から北海道に入ってきていることがわかります。

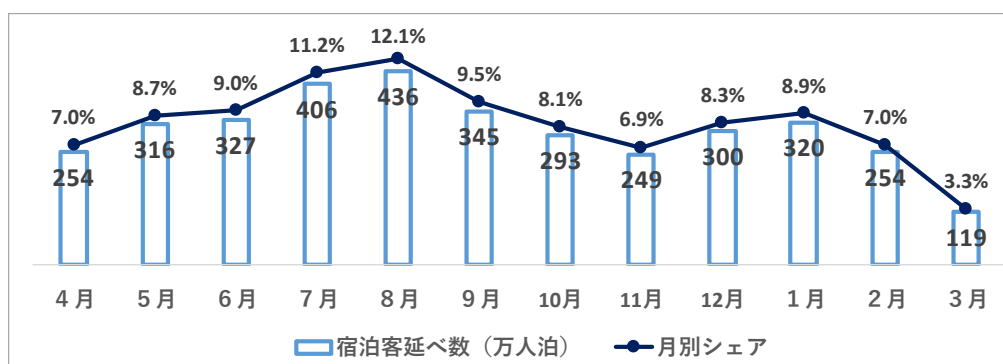
■ 来道者輸送実績(2019年度)<sup>※⑦</sup>

	航空機	JR	フェリー	合計
来道者数	1,151 万人	82 万人	94 万人	1,327 万人
割合	86.8%	6.2%	7.1%	100%

○ 月別の状況

2019年度の月別の宿泊客延べ数を見ると、8月が436万人泊で最も高く、次いで7月が406万人泊、9月が345万人泊となっています。一方、3月は新型コロナウイルス感染症の影響もあり119万人泊で最も低く、次いで11月が249万人泊、4月が254万人泊の順となっており、依然として繁忙期と閑散期の差である季節偏在が大きい状況となっています。

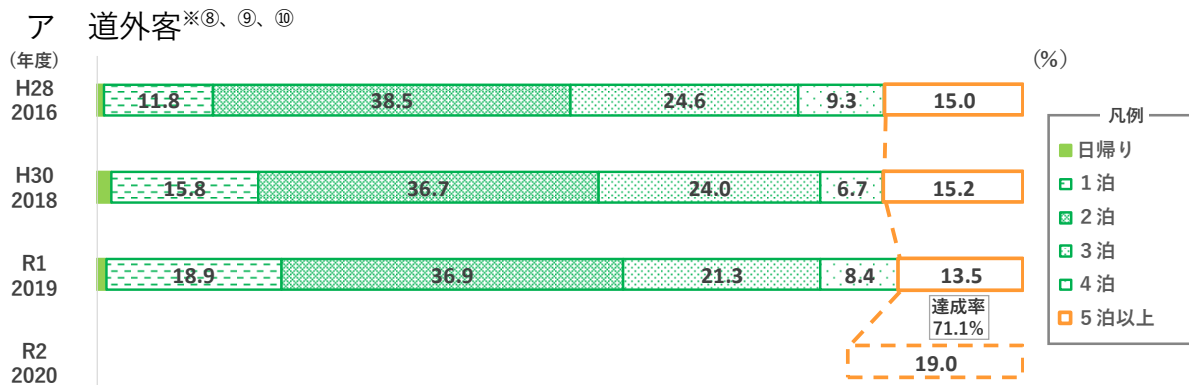
■ 月別の宿泊客延べ数と割合(2019年度)<sup>※⑤</sup>





### (3) 宿泊数の割合

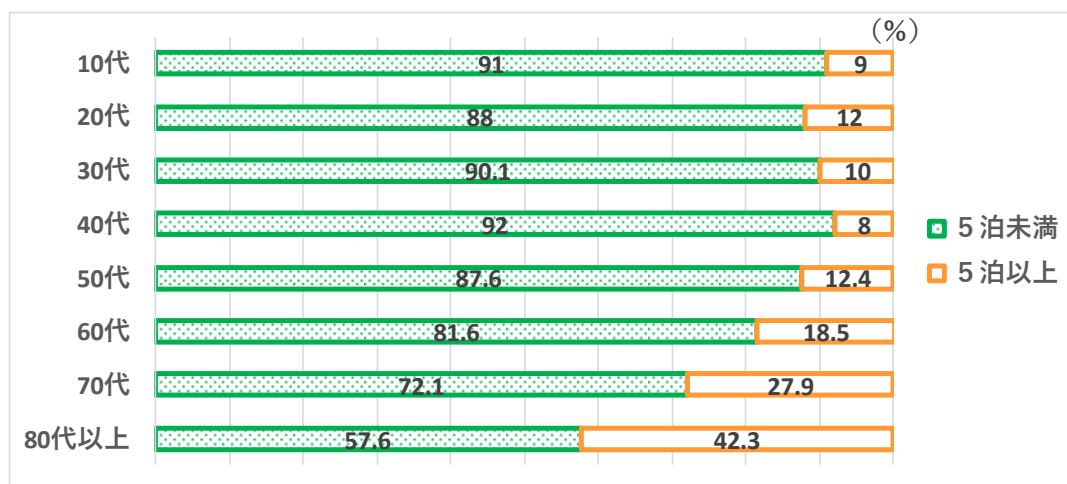
「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、宿泊数の割合は、道外客は1泊2日、2泊3日の割合が増加した結果、5泊以上の割合は13.5%と目標の19.0%に対し、達成率は71.1%となりました。



○ 年代別の状況

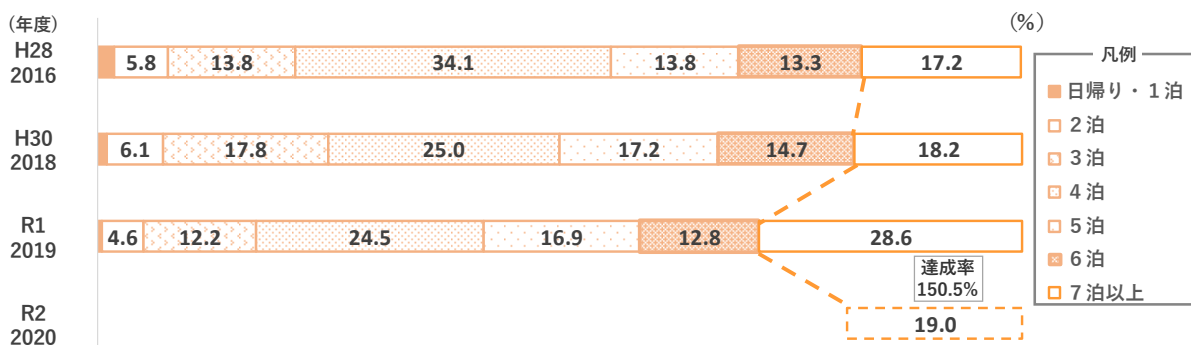
2019年度の宿泊数の割合を年代別で見ると、40代以下で5泊以上の長期滞在者の比率が概ね10%前後と低く、それ以降年代が増すごとに割合が増えはじめ、50代では12.4%、60代では18.5%、70代では27.9%、80代以上では42.3%となっています。

■ 年代別宿泊数（5泊未満・以上）の割合(2019年度)<sup>※⑧</sup>



一方、訪日外国人来道者は「ラグビーワールドカップ2019」の開催効果などにより長期滞在の傾向が強い欧米豪の観光客が増加した一方で、日韓の国際情勢の変化により短期滞在の傾向が強い韓国人観光客が減少したことなどから、相対的に長期滞在者の比率が増加した結果、7泊以上の割合は28.6%と目標の19.0%に対し、達成率は150.5%となりました。

イ 訪日外国人来道者<sup>※⑧、⑨、⑩</sup>



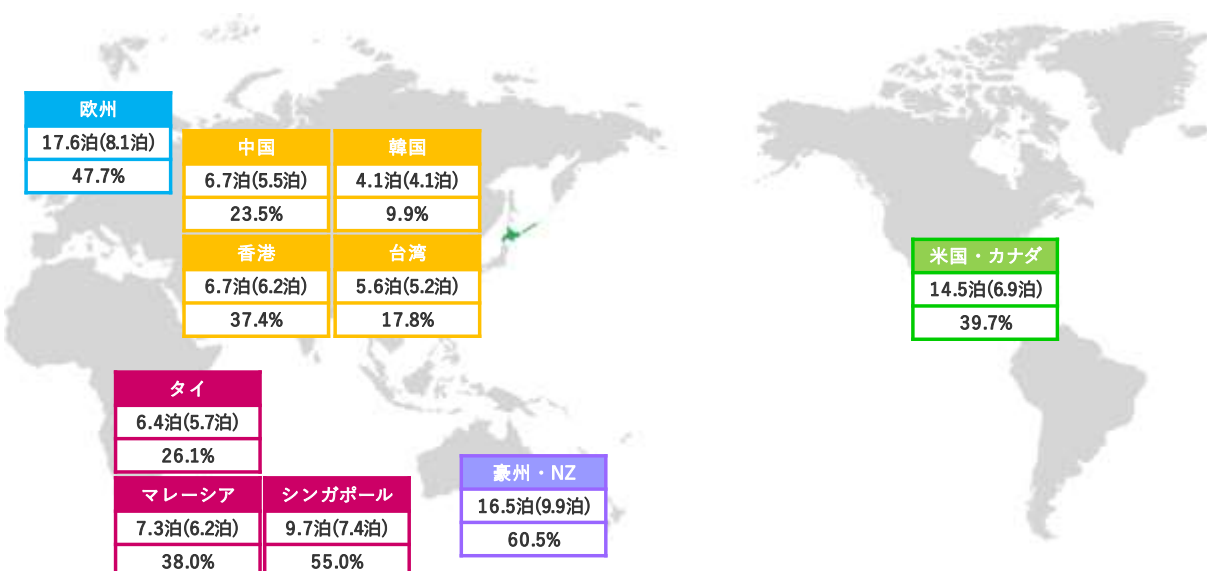
○ 国・地域別の状況

2019年度の訪日外国人来道者の日本国内での平均宿泊数は7.7泊であり、うち、道内での宿泊数は5.9泊となっています。国・地域別においては、東アジアでは「中国」が6.7泊の訪日旅行日程のうち道内宿泊が5.5泊、「台湾」は5.6泊のうち5.2泊、東南アジアでは「タイ」が6.4泊のうち5.7泊、シンガポールが9.7泊のうち7.4泊となっています。

豪州や欧米では、「豪州・ニュージーランド」が16.5泊のうち9.9泊、「米国・カナダ」が14.5泊のうち6.9泊、「欧州」が17.6泊のうち8.1泊となっています。

また、国・地域別で、道内の宿泊が7泊以上の長期滞在者が多いのは、「豪州・ニュージーランド」が60.5%と最も高く、次いで「シンガポール」が55.0%、「欧州」が47.7%となっています。

■ 上段は国・地域別の日本国内での平均宿泊数(カッコ内は道内平均宿泊数)、下段は道内で7泊以上した割合(2019年度)<sup>※⑧</sup>



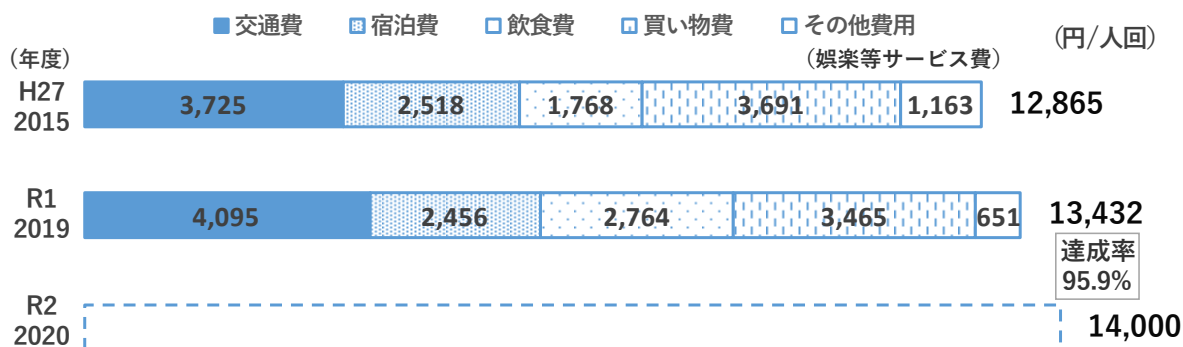
#### (4) 観光消費額単価

「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、観光消費額単価は、道内客、道外客ともに、前回調査と比べ買い物費が減少した一方、交通費や飲食費が増加したため、道内客は13,432円と目標の14,000円に対し、達成率は95.9%となり、道外客は70,773円と目標の76,000円に対し、達成率は93.1%となりました。

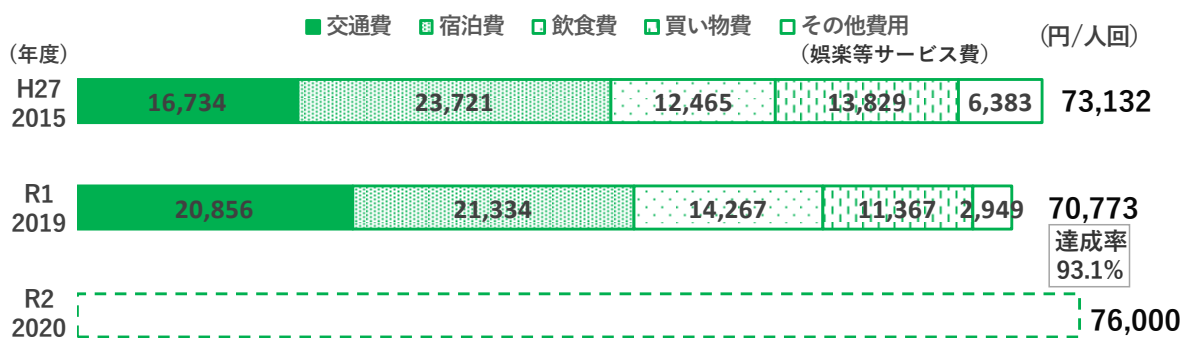
また、訪日外国人来道者は、宿泊費や飲食費が増加する一方、中国人観光客のいわゆる「爆買い」が一段落し、買い物費が減少した結果、138,778円と目標の200,000円に対し、達成率は69.4%となりました。

観光消費額単価のうち、道内客、道外客、訪日外国人来道者ともに、交通費、宿泊費、飲食費、買い物費が大部分を占め、体験への消費である「コト消費」が含まれる「その他費用（娯楽等サービス費）」は低い水準にとどまっています。

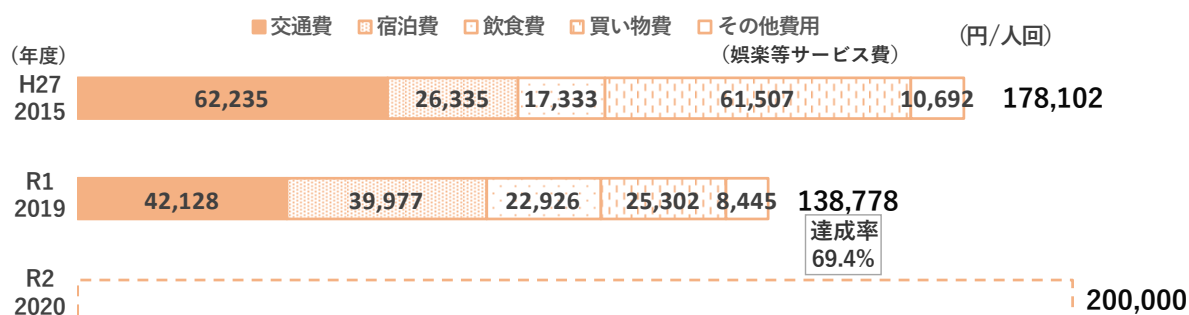
##### ア 道内客※⑧、⑩



##### イ 道外客※⑧、⑩



##### ウ 訪日外国人来道者※⑧、⑩



### (5) 観光総消費額

「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、観光総消費額は、道内客は6,540億円と目標の6,832億円に対し、達成率は95.7%となり、道外客は4,296億円と目標の4,712億円に対し、達成率は91.2%となりました。

また、訪日外国人来道者は、4,323億円と過去最高を記録したものの、目標の1兆円に対し達成率は43.2%となりました。その結果、合計は1兆5,159億円と目標の2兆1,544億円に対し、達成率は70.4%となりました。

#### ■ 観光総消費額の状況※⑧

		観光総消費額（億円）		
		2020年度 目標	2019年度 実績	達成率
道内客	日帰り客	-	2,947	-
	宿泊客	-	3,168	-
	その他	-	425	-
小計		6,832	6,540	95.7%
道外客		4,712	4,296	91.2%
外国人		10,000	4,323	43.2%
合計		21,544	15,159	70.4%

#### ○ 観光がもたらす経済波及効果の分析

「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、2019年度の観光総消費額1兆5,159億円を基に、観光消費がもたらす経済波及効果等を分析した結果、次の効果が推計されています。

#### ■ 観光による経済波及効果等(2019年度)※⑧

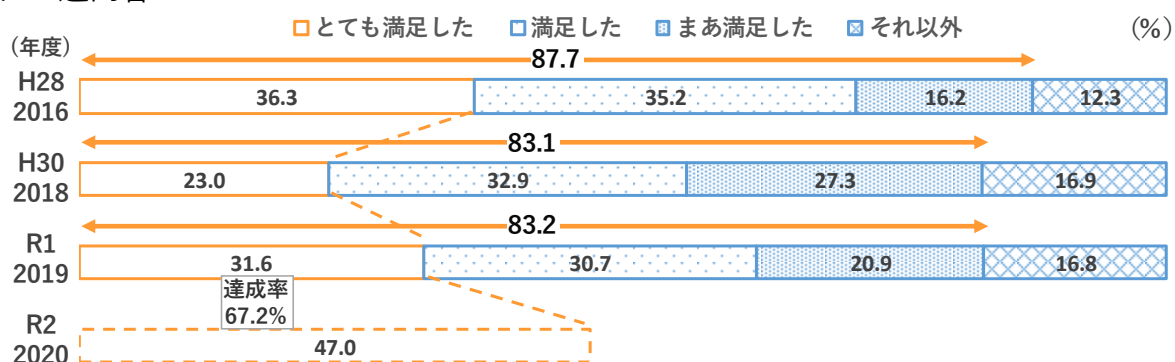
区分	効果
○ 経済波及効果（生産誘発額）	2兆1,910億円
○ 観光GDP	7,814億円
○ 雇用誘発効果	21万111人

## (6) 満足度

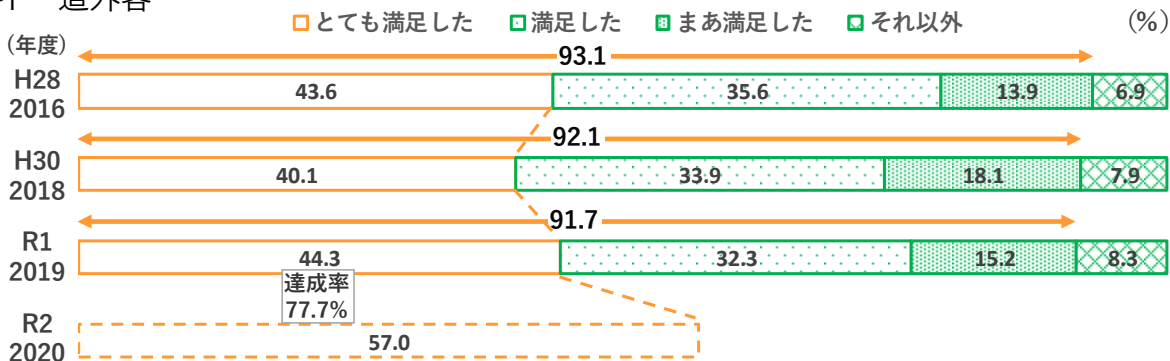
「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、観光・旅行全体で「とても満足した」と回答した割合は、Wi-Fi整備環境、宿泊施設、おみやげ品など個別の項目では満足度の向上が見られたものの、道内客は31.6%と目標の47%に対し達成率は67.2%となり、道外客は44.3%と目標の57%に対し、達成率は77.7%、訪日外国人来道者は51.3%と目標の64%に対し、達成率は80.2%となりました。

一方、観光・旅行全体に対する「とても満足した」、「満足した」、「まあ満足した」と回答した割合の合計は、道内客では83.2%、道外客は91.7%、訪日外国人来道者は98.7%となりました。

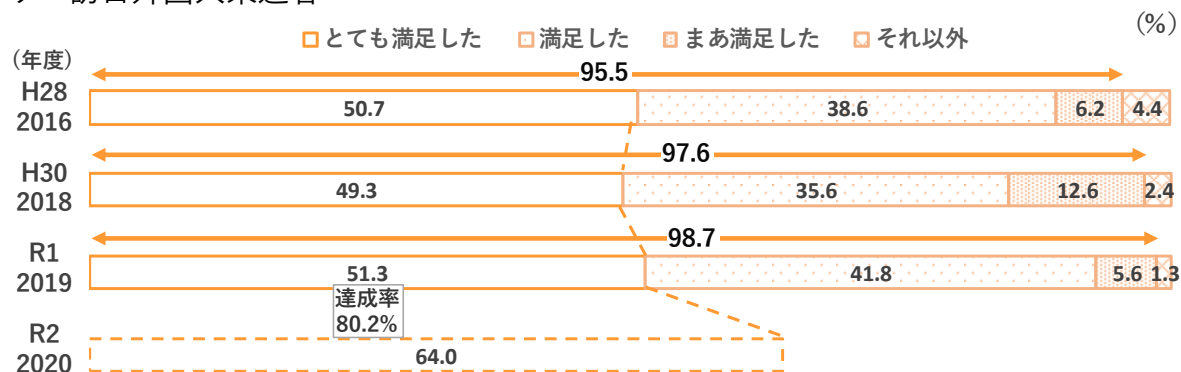
### ア 道内客※⑧、⑨、⑩



### イ 道外客※⑧、⑨、⑩



### ウ 訪日外国人来道者※⑧、⑨、⑩



○ 項目別の満足度及び期待度

項目別においては、2016年度の調査では道内客の「おみやげ品」、「宿泊施設」、「交通機関」、「Wi-Fi 設備環境」の4項目が事前期待度、満足度ともに2割以下となっていました。2019年度の調査では「交通機関」と「Wi-Fi 設備環境」の2項目に減少した一方、5割を超える満足度を得ている項目については、2016年度、2019年度ともに訪日外国人来道者の「観光・旅行全体」と「景観」の2項目と変化はありませんでした。

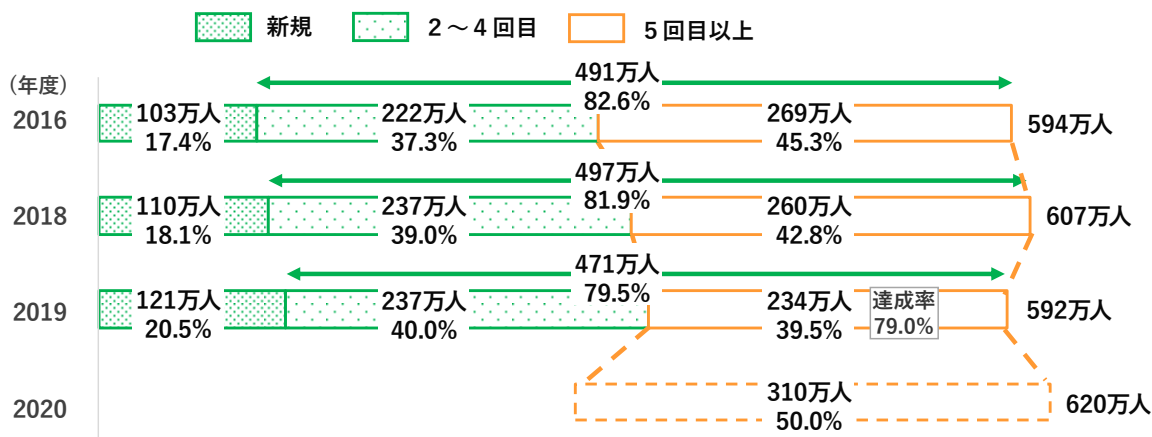
■ 質問項目別「とても満足した」と「とても期待していた」と回答した割合※⑧、⑩

質問項目	分類	とても満足したと回答した割合(%)			とても期待していたと回答した割合(%)		
		2016年度	2019年度	差分	2016年度	2019年度	差分
観光・旅行全体について	道内客	36.3	31.6	▲4.7	31.1	27.2	▲3.9
	道外客	43.6	44.3	0.7	37.8	43.0	5.2
	外国人	50.7	51.3	0.6	44.2	46.8	2.6
各観光地での食事について	道内客	30.4	31.7	1.3	30.2	28.6	▲1.6
	道外客	37.0	44.1	7.1	34.8	43.9	9.1
	外国人	46.9	49.9	3.0	41.2	47.1	5.9
おみやげ品について	道内客	18.2	27.1	8.9	15.4	22.6	7.2
	道外客	26.8	36.1	9.3	21.0	34.0	13.0
	外国人	35.5	40.8	5.3	31.4	36.5	5.1
宿泊施設について	道内客	19.7	27.3	7.6	19.1	25.2	6.1
	道外客	27.1	35.2	8.1	19.4	31.0	11.6
	外国人	38.1	44.8	6.7	30.9	38.5	7.6
観光施設について	道内客	22.3	23.2	0.9	19.2	20.5	1.3
	道外客	27.7	35.0	7.3	21.6	31.2	9.6
	外国人	42.2	46.5	4.3	35.7	42.4	6.7
交通機関について	道内客	15.4	18.5	3.1	14.1	16.2	2.1
	道外客	19.3	30.0	10.7	12.7	25.8	13.1
	外国人	43.4	42.7	▲0.7	35.3	36.8	1.5
Wi-Fi 設備環境について	道内客	9.4	17.6	8.2	9.6	17.2	7.6
	道外客	11.2	26.9	15.7	8.4	23.1	14.7
	外国人	27.2	37.5	10.3	27.1	34.6	7.5
景観について	道内客	36.3	31.9	▲4.4	37.6	28.9	▲8.1
	道外客	44.2	43.9	▲0.3	40.6	42.1	1.5
	外国人	59.0	55.5	▲3.5	54.4	52.6	▲1.8

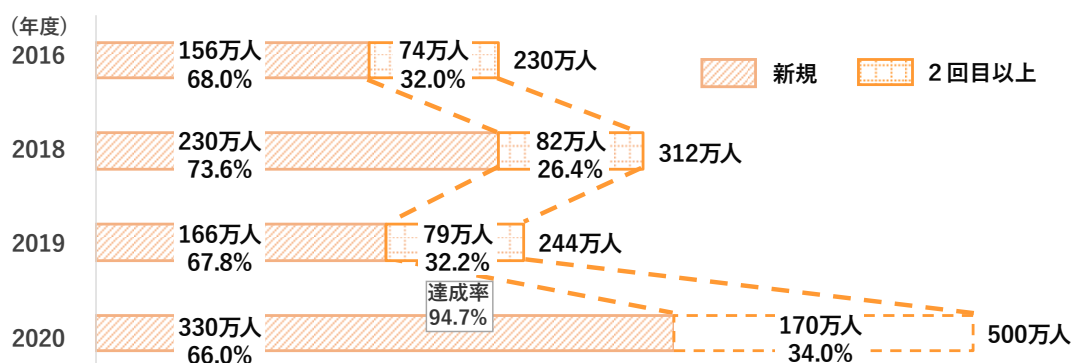
### (7) リピーター割合

「令和元年度（2019年度）北海道来訪者満足度調査」によると、リピーター割合は、道外客は新規訪問の割合が多い10代、20代の割合が増加したこともあり、5回目以上の訪問の割合は39.5%と目標の50%に対し、達成率は79.0%となりました。また、訪日外国人来道者は、新規とリピーターの割合が2016年度とほぼ変わらなかったため、2回目以上の訪問の割合は32.2%と目標の34%に対し、達成率は94.7%となりました。

#### ア 道外客※⑧、⑨、⑩



#### イ 訪日外国人来道者※⑧、⑨、⑩

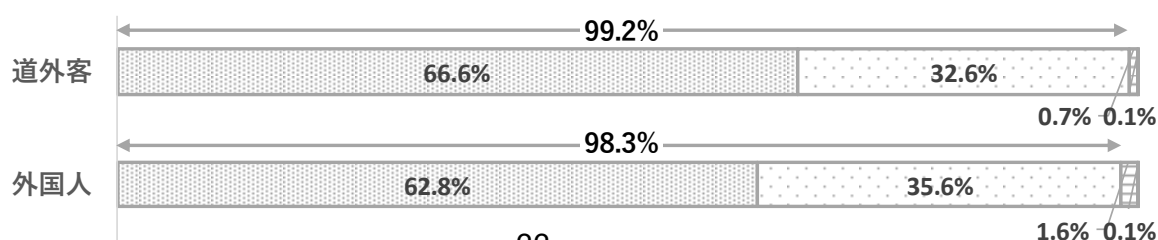


#### ○ 再来訪（リピート）意欲

北海道への再来訪意欲については、道外客では、「また必ず来たい」が66.6%、「機会があればまた来たい」が32.6%であり、合わせて99.2%となっています。また、訪日外国人来道者も、「また必ず来たい」が62.8%、「機会があればまた来たい」が35.6%であり、合計で98.3%と北海道への再来訪意欲は非常に高い比率を示しています。

#### ■ 北海道への再来訪意欲(2019年度)※⑧

■ また必ず来たい □ 機会があればまた来たい ▨ 来ないかもしれない □ 絶対にこない



## 2 課題

### (1) 安定した観光入込客数の増加には、災害や感染症、国際情勢などによる影響の縮小化が必要

本道では、2018年9月に北海道胆振東部地震が発生し、胆振地域を中心に甚大な被害が発生したほか、直後に全道でブラックアウト<sup>6</sup>が発生し、道民生活をはじめ、多くの観光客が影響を受けました。

また、2019年には日韓の国際情勢の変化や台湾の航空会社によるストライキ、香港のデモ本格化により、訪日外国人来道者が減少したほか、2020年には、新型コロナウイルス感染症の影響により、道内の観光需要、特にインバウンド需要は大きく減少し、観光関連産業には甚大な影響が生じています。

こうしたことから、将来的に安定して観光入込客数を増加させるには、訪日外国人来道者の国・地域を分散化させるなど災害や感染症、国際情勢などによる影響を最小化していくことが必要です。

### (2) 観光消費額単価向上には、モノ消費からコト消費への流れへの対応が必要

観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によると、日本人、訪日外国人共に、旅行中の支出のうち、コト消費（娯楽等サービス費・その他）の割合が増加傾向にあります。

#### ■ 旅行中の支出に占める「娯楽等サービス費・その他」の割合<sup>※②</sup>

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%

積極的な量の追求が難しいコロナ禍において、観光総消費額を増加させていくためには、観光客のニーズの変化を捉え、観光コンテンツの磨き上げを行い、コト消費の増加を図るなど、観光消費額単価を向上させていくことが必要です。

<sup>6</sup> ブラックアウト：電力会社の管轄する地域のすべてで停電が起こる現象。



(3) ウィズコロナ・ポストコロナ時代を見据えた新たな旅行スタイルを定着させていくことが必要

(公財)日本交通公社の「新型コロナウイルス感染症流行下の日本人旅行者の動向(その4)」によると、コロナ収束後においても4割以上が旅行先として、「公衆衛生が徹底されていない地域」、「人が密集している地域」を避けたいと回答しています。

また、3割以上が「収束後の旅行先」や「旅行先での行動」が変化すると回答し、変化の内容として「三密回避」が最も多くなっています。一方で、行ってみたい旅行タイプの1位は「自然観光」と、コロナ禍以前と比較して引き続き高い人気を維持しています。

このようにコロナを契機として観光客の「変わる価値観」、「変わらない価値観」を適時・適切に捉えるとともに、広大な自然、密になりにくいアウトドア環境など本道の優位性を活かした新たな旅行スタイルを定着させていくことが必要です。

## 第4 北海道観光が将来的にめざす姿

### 1 北海道観光の分析

この計画策定の前提として、強み、弱み、機会、脅威を分析しました。

#### ■ 北海道観光の強み・弱み・機会・脅威

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 明瞭な四季・恵まれた自然環境</li> <li>・ 良質な食材</li> <li>・ 多様で豊かな歴史・文化（縄文・アイヌなど）</li> <li>・ 豊富な体験メニュー</li> <li>・ 空港民間委託、北海道新幹線（新函館北斗）</li> <li>・ 新北海道スタイル</li> <li>・ 住民による愛着度2年連続 No.1<sup>※13</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 道内観光地間の移動時間・距離</li> <li>・ 脆弱な二次交通</li> <li>・ 欧米からのアクセス</li> <li>・ 季節偏在、地域偏在</li> <li>・ オーバーツーリズム<sup>7</sup></li> <li>・ ガイド等専門人材の不足</li> </ul>
機会	脅威
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ インバウンド需要の拡大（アジア圏）</li> <li>・ オリンピック、ATWS 北海道／日本<sup>8</sup></li> <li>・ 「北海道・北東北の縄文遺跡群」の世界文化遺産登録</li> <li>・ ICT や AI などの技術革新、DX<sup>9</sup></li> <li>・ 最も魅力的な都道府県12年連続 No.1<sup>※14</sup></li> <li>・ コロナ終息後に訪日したい地域第2位<sup>※15</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自然災害・感染症</li> <li>・ 国際政治リスク</li> <li>・ 為替変動リスク</li> <li>・ 気候変動リスク</li> <li>・ 国内旅行市場の成熟</li> <li>・ 労働人口の減少</li> </ul>

<sup>7</sup> オーバーツーリズム：特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、市民生活や自然環境、景観等に対する負の影響を受忍できない程度にもたらし、旅行者にとっても満足度を大幅に低下させたりするような状況。

<sup>8</sup> ATWS 北海道／日本：アドベンチャートラベル・ワールドサミット・バーチャル北海道／日本の略。アドベンチャートラベルトレードアソシエーション（ATTA）が毎年1回開催する、アドベンチャートラベル関連での世界最大のイベント/商談会であり、2021年9月の北海道での開催はアジア初で、かつ初のバーチャル開催となる。

<sup>9</sup> DX：デジタル・トランスフォーメーション（Digital Transformation）の略。英語では“trans-”を“X”と省略することがあるため、“DX”となる。将来の成長、競争力強化のために、新たなデジタル技術を活用して新たなビジネスモデルを創出・柔軟に改変すること。

## (1) 強み

本道は明瞭な四季や全国一となる6カ所の国立公園と6カ所の国定公園を有しており、知床世界自然遺産やラムサール条約湿地をはじめ豊かで恵まれた自然環境があります。道内各地域では、この豊かで恵まれた自然環境を保全するとともに、ツーリズムや教育などに活用する取組が展開されており、5地域が「日本ジオパーク」に認定され、そのうち2地域が「ユネスコ世界ジオパーク」にも認定されているなど、全国的、世界的に高い評価を受けています。

また、縄文文化、恐竜・化石、北海道遺産・日本遺産などの歴史・文化があり、2020年7月にはアイヌの人たちの独自の歴史や文化に関する理解を深める拠点として、アイヌ文化の復興等に関するナショナルセンターである民族共生象徴空間（愛称：ウポポイ）がオープンし、2021年7月には「北海道・北東北の縄文遺跡群」が世界文化遺産に登録されるなど、北海道の豊かな自然・歴史・文化などを活用した多様な体験メニューにも恵まれています。

更に、2016年3月の新青森・新函館北斗間で北海道新幹線が開業したのに続き、2030年度末には新函館北斗から札幌までの区間の完成・開業が予定されているほか、航空関係では、道内の7空港（新千歳、稚内、釧路、函館、旭川、帯広、女満別）の一体的運営を通じて空港の機能及び道内航空ネットワークの充実強化が図られるよう、2020年度から一括民間委託による運営が開始されています。

一方、株式会社ブランド総合研究所が発表した「都道府県SDGs調査」及び「地域ブランド調査」によると、住民による愛着度で北海道は2年連続で第1位を獲得したほか、全国で最も魅力的な都道府県として12年連続で第1位を獲得しています。

## (2) 弱み

本道は全国の都道府県で最大の83,424 km<sup>2</sup>の面積を誇り、非常に広大であるが故に、観光地間の距離が長く移動に長い時間を要するほか、空港や鉄道の駅などの交通拠点と観光地との間を結ぶ二次交通が脆弱であることが指摘されています。

一方、観光客の動態としては、本道観光は6月から9月までの夏季に約4割が集中し、閑散期との比較では2倍近い差があるなど、夏季に集中するといった傾向が見られます。

また、本道を訪れる観光客の半数以上が札幌を中心とした道央圏に集中しており、一部の地域では、近年外国人観光客の急増による混雑やマナー違反などのオーバーツーリズムが課題になり始めています。更に、本道を訪れる外国人観光客は、東アジアの中国、韓国、台湾、香港に集中しており、欧米からの来訪については、これらに比べると少ない状況です。

観光人材においては、本道が優位性を発揮できるアウトドア活動については、誰もが安全で快適に楽しめるよう質の高いガイドが必要とされていますが、ガイド等の専門人材が不足しています。

### (3) 機会

今後も経済成長を続けるアジア圏の需要拡大を見据えるとともに、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」の開催や2021年9月にアジアで初の開催となる「ATWS 北海道／日本」などインバウンド<sup>10</sup>を含む観光客の増加が期待できるチャンスを迎えるほか、「北海道・北東北の縄文遺跡群」の北海道初となる世界文化遺産登録を契機とした取組が進められています。

また、ICT技術の進展により、デジタル技術と観光資源を融合させ、オンライン等を活用した観光ツアーの開発など、これまでの旅行の態様に捉われない新たなコンテンツも創出されつつあります。

更に、日本政策投資銀行が公表した「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 北海道観光に関する訪日外国人旅行者の意向調査」によると、コロナ終息後に訪日したい地域として北海道は東京に次いで第2位となっています。

### (4) 脅威

新型コロナウイルス感染症の拡大により私達の生活様式は一変し、感染拡大防止のため人や企業に行動変容を促し、密閉空間、密集場所、密接場面のいわゆる「3密」の回避や社会的距離の確保を意味する「ソーシャルディスタンス」などの実践が求められます。

また、近年発生している台風や胆振東部地震などの自然災害のほか、2009年の新型インフルエンザ(A/H1N1)、2012年の中東呼吸器症候群(MERS)、そして2019年の新型コロナウイルス(COVID-19)等の感染症の発生、国家間の情勢変化により訪日旅行を控える動きが発生するなどの国際政治リスクや、為替相場の変動により急激な円高になると、訪日旅行の割高感が増す為替変動リスク等、様々な要因により観光入込客数は大きな影響を受けます。

更に、気候変動による自然環境の変化は、開花や紅葉、降雪など各地の観光コンテンツについて、鑑賞時期や質の変化などをもたらすおそれがあります。

日本全体において、人口減少・少子高齢化が急速に進む中で、旅行市場の縮小が懸念されているほか、人口減少に伴う生産年齢人口の減少も相まって観光関連業界は慢性的な人手不足に陥っており、観光人材の確保が難しくなっています。

---

<sup>10</sup> インバウンド：訪日外国人旅行（客）のこと。

## 2 北海道観光が将来的にめざす姿

こうした分析を踏まえ、長期的な発展の視点から、北海道観光が将来的にめざす姿を次のように定めます。

また、本道の恵まれた自然環境や多様で豊かな歴史・文化から大きな恩恵を受けている観光産業が率先して、社会経済活動と自然環境・文化が共生する「持続的な観光」の構築を目指します。

### ■ 北海道観光が将来的にめざす姿

#### オンリーワン！自然・食・文化を活かした観光地

- ◆ 道民・国民・そして世界からも愛される北海道
- ◆ 道民が誇りをもって観光地づくりに関与（HOKKAIDO LOVE！<sup>11</sup>）
- ◆ アジアに加え、「ATWS 北海道／日本」を契機に欧米からの高い認知度
- ◆ 「ビジネス＋観光」でも快適な滞在型の観光地

#### いつでも！どこでも！何度でも！

- ◆ 繁閑差（季節・平日休日等）・地域偏在（道央集中）の解消
- ◆ 旅マエ・旅ナカ・旅アト消費の拡大
- ◆ 何度来ても満足できる観光地
- ◆ 質や満足度の高いサービスの提供に向けてのホスピタリティ向上

#### 誰もが安全・安心・快適に滞在

- ◆ 道内客・道外客・外国人が共に楽しめる観光地
- ◆ 国籍・年齢を問わないインフラの整備
- ◆ ハードとソフト両面における安全・安心の確保
- ◆ 道内観光地間を快適に移動できる二次交通
- ◆ 多言語・多様な媒体での迅速かつ正確な情報発信

#### 持続的な観光関連産業の発展

- ◆ 道民の貴重な財産である自然環境や文化を守り育てながら次の世代につなぐ
- ◆ 四季を彩る雄大な自然との共生
- ◆ 高い観光推進機能（マーケティング、プロモーション等）
- ◆ 観光公害への対応と地域住民による観光産業への理解
- ◆ 国内外の人が働きたいと思う職場環境
- ◆ 新たな感染症や災害など不測の事態への強い対応力

<sup>11</sup> HOKKAIDO LOVE！：新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い打撃を受けた北海道内各地の観光産業を支援し、観光需要の回復を目的として、北海道エアポート（株）、北海道及び（公社）北海道観光振興機構との連携プロジェクト。「#hokkaidolove!」を用いたSNSでのプロモーション等様々な取組を実施。

## 第5 計画期間内の基本的な考え方

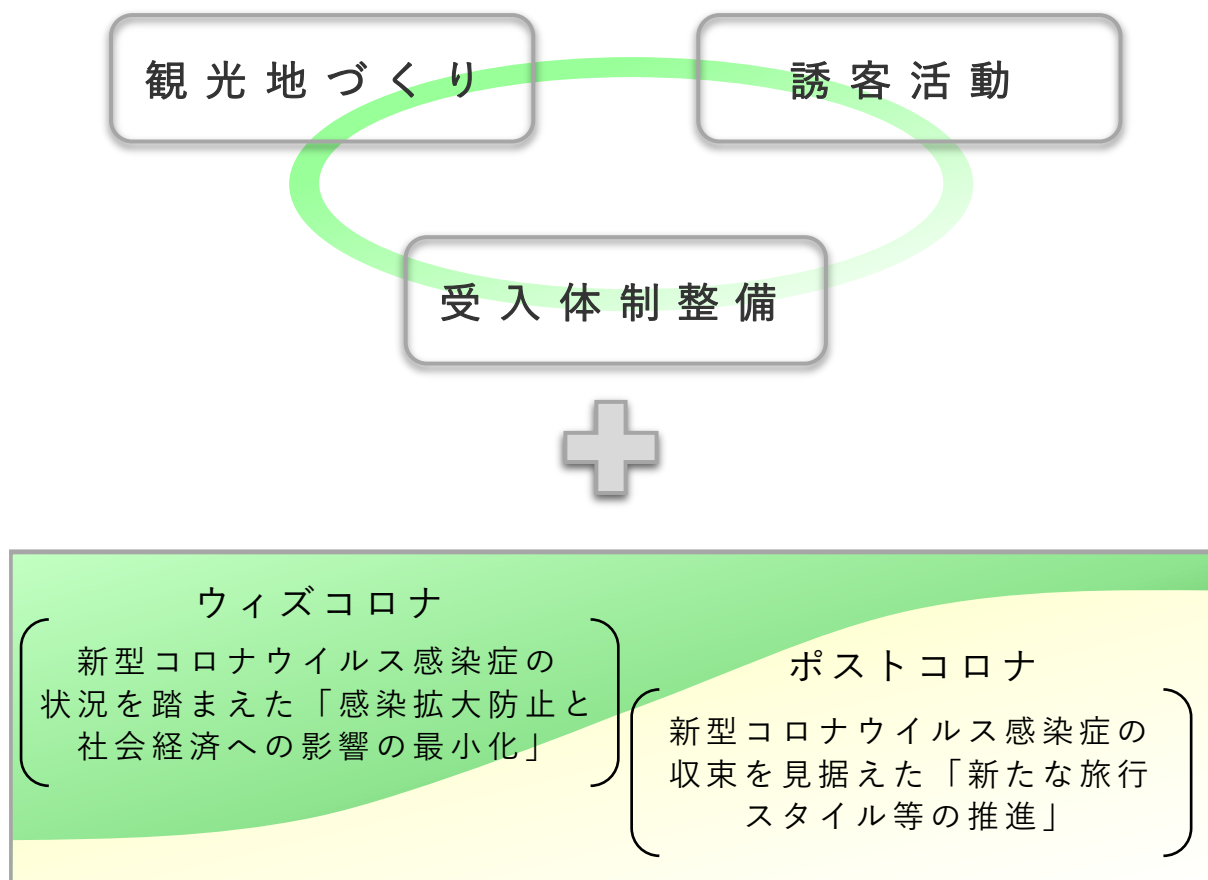
### 1 目標

新型コロナウイルス感染症により、道内の観光産業は長期間にわたり甚大な影響を受け、危機的な状況に置かれていることから、まずは、観光需要回復を目指すとともに、将来的な発展に向けた準備、新たな需要の獲得に向けた取組を進め、「観光立国北海道」の再構築に向けた取組を進めていきます。

### 「観光立国北海道」の再構築

### 2 道の基本的な施策

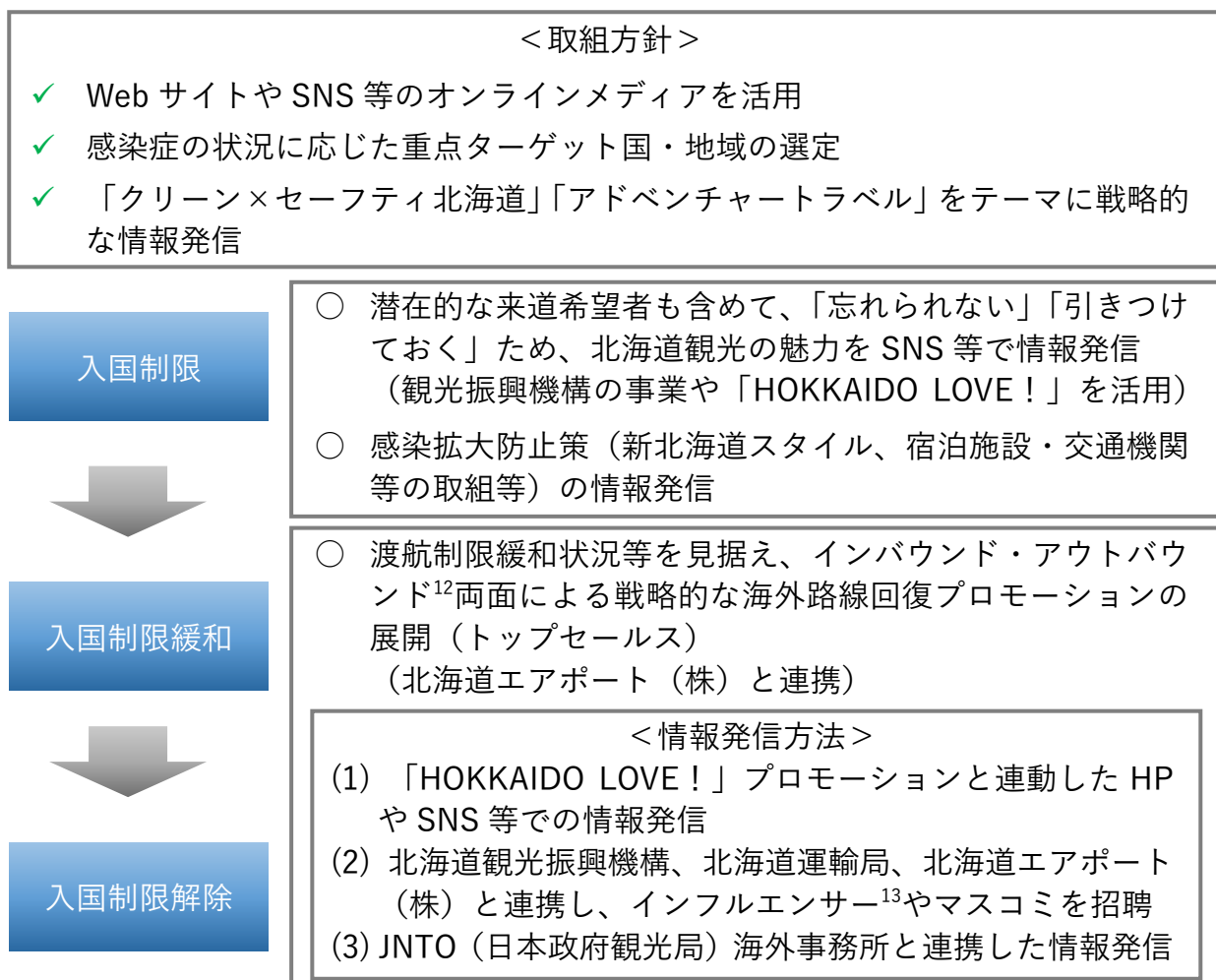
道がこれまで取組を進めてきた「観光地づくり」、「誘客活動」、「受入体制整備」の基本的施策に加え、新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せない中、将来的に北海道観光がめざす姿に向かって、感染症の状況に応じたウィズコロナ・ポストコロナの施策を展開していきます。



### 3 誘客活動方針

感染症の状況に応じ、道内から国内、海外へと段階的な観光需要の回復を目指した取組を進めていくとともに、海外については、渡航制限緩和状況に応じた戦略的な誘客プロモーションを展開していきます。

#### ■ 海外のプロモーション方針



### 4 観光地づくり・受入体制整備方針

広大で密になりにくい本道の優位性や、自然や食・文化など本道の魅力を活かし、「安全・安心」で選ばれる観光地づくりを進めるほか、本道の観光産業を支える人材の確保や育成を進めていきます。

<sup>12</sup> アウトバウンド：日本人外国旅行（客）のこと。

<sup>13</sup> インフルエンサー： SNS 等による情報発信により購買の意思決定に大きな影響を与える人のこと。