令和４年度アドベンチャートラベル市場調査事業

報　告　書

2023（令和５）年２月28日

公益社団法人　北海道観光振興機構

INDEX

Ⅰ　本年度調査の実施について　2

Ⅱ　アジアにおける来道意向調査

1　アジア市場での来道意向調査編　調査実施概要　5

2　アジア市場での来道意向調査編　結果概要

（1）来道観光旅行意向　6

（2）北海道旅行の想定　7

アジア圏における来道意向等調査　個別結果内容

1　回答者プロフィール

（1）基本属性　10

（2）来日・来道経験　12

（3）北海道旅行の予定・意向　13

2　海外旅行の傾向

（1）通常時の海外旅行の頻度　14

（2）通常時の海外旅行の泊数　15

（3）通常時の海外旅行の１人あたり予算　16

（4）通常時の海外旅行の同伴パターン　17

（5）通常時の海外旅行先選択ポイント　18

（6）北海道以外で検討している地域　19

3　来道意向者の傾向

（1）来道観光の希望時期　20

（2）来道観光の想定泊数　21

（3）来道観光の同伴パターン　22

（4）来道時に観光したい地域　23

4　北海道旅行の楽しみ方

（1）新しい観光への関心度　25

（2）来道時に主に楽しみたいこと　28

（3）来道時の情報活用　32

（4）来道時に宿泊したい施設　36

（5）来道時の旅行手配方法　38

5　北海道旅行の予算

（1）パッケージ利用時の想定額　39

（2）１人あたり予算額　40

（3）分野別の予算額　41

（4）道内消費額総計　47

（5）コロナ禍での旅行重視点　49

Ⅲ　欧米豪5か国におけるAT意識調査

1　欧米豪5か国におけるAT意識調査編　調査実施概要　51

欧米豪5か国におけるAT意識調査　個別結果内容

1　回答者プロフィール　53

2　海外旅行の動向　57

3　ＡＴニーズ　69

4　北海道のＡＴについて　74

5　来道意向と旅の想定　86

Ⅳ　ATモデルコースの造成

1　欧米豪におけるAT意識調査からのターゲット分析　97

2　ATモデルコース検討のための整理

（1）ATモデルプランの「軸となるテーマ」検討　105

（2）各テーマに基づくATモデルプランの骨格　106

3　テストマーケティングによる検証

（1）テストマーケティング実施概要　108

（2）テストマーケティングに付したモデルプラン　109

（3）「旅のテーマ」に関する反応　115

（4）「Ⅰ　もう１つのストーリー」各プランへの反応　116

（5）「Ⅱ　もう１つのジャパングルメ」各プランへの反応　118

（6）「Ⅲ　もう１つのNature」各プランへの反応　120

4　テストマーケティングをふまえた最終モデルプラン造成

（1）テストマーケティング結果の要約と改善方針　126

（2）最終モデルプラン造成の考え方　129

（3）個別モデルプラン　130

Ⅴ　アウトプット・アウトカム

1　アウトプット・アウトカムについて　136

附　使用調査票（AT市場調査・海外意向調査）　138

Ⅰ　本年度調査の実施について

（1）新型コロナウィルス感染症の状況

- 2020年1月に道内初の新型コロナウィルス感染症感染者発生以後、2022年度においても収束していない。
- 2023年に入り、国は海外からの入国規制などの緩和を発表し、1～2月にかけて道内各地の冬のイベントは「リアル開催」が再開された。
- しかし、今年度の大半で外国人観光客への入国規制が行われており、本道と海外を結ぶ拠点である新千歳空港をはじめ、道内各空港では国際航空便の休止が継続した。

（2）コロナ禍における今年度調査の対応

- 年度の大半がコロナ禍の継続であったため、今年度調査においては、「ポストコロナ」のインバウンド観光について、下記の業務を実施した。

①主要市場であるアジア各国でのポスト・コロナでの来道観光意向の把握

対象国は来道外国人の87％*を占める中国・韓国・台湾・香港・シンガポール・タイ・マレーシア・インドネシアの８か国・地域とした。

＊コロナ禍の影響がない令和元年度外国人宿泊客数（北海道観光局調べ）

②本道への需要拡大を目指すAT（アドベンチャー・トラベル）分野に関する主要市場（欧米豪）での意識・ニーズの把握

対象国はAT分野の中心的市場と考えられる米国、欧州（英国、フランス、ドイツ）、豪州の５か国とした。

③上記②の調査をふまえ、本道の特性を活かす「ATモデルプラン」の造成

手順は《上記②調査の分析》→《モデルプラン（仮案）作成》→《テストマーケティング実施（欧米豪でのＷＥＢ調査・道内ランドオペレーターヒアリング》→《モデルプランの提案》

- なお、②～③においては、道内のＡＴ分野専門家・有識者による「専門家会議」を開催し、随時検討、助言をいただいた。

	方　法	開催日	検討内容	備　考
第１回	集合開催	令和4年9月26日 美瑛町	• 事業の取組み方針、日程の検討	• 実施方針案提出
第２回	持ち回り	令和4年10月中旬	• 欧米豪AT基礎調査の実施方針	• 調査票案提出
第３回	オンライン開催	令和4年12月中旬	• 欧米豪AT基礎調査結果の検討 • モデルプラン（基礎案）検討	• 分析資料提出

■専門委員

	お名前（敬称略）	所属・役職など	備　考
1	荒井　一洋	大雪山自然学校代表理事 北海道アドベンチャートラベル協議会会長	☆
2	南　亜太良	Son & Heir 株式会社　代表取締役	
3	花岡　俊吾	アウトドアライター／取材記者/エディター	
4	久松　伸一	株式会社イー・シー　代表取締役	
5	岩田　昌之	北海道観光振興機構　AT推進部統括部長	

6*	蛯子（えびこ）　佳晃	近畿日本ツーリスト(株) 札幌法人旅行支店次長／地域誘客・MICE担当	当コンソーシアムの協力社（ATモデルルート造成に協力いただきます）
事務局	小黒　朋廣	（株）ピーアールセンター 営業局第２グループ　部長	事務局窓口
	伊勢田　和幸	（株）北日本調査社　代表取締役	調査事業担当

6*　オブザーバー　　☆　座長

Ⅱ　アジアにおける来道意向調査

1　アジア市場での来道意向調査編　調査実施概要

①調査地域

中国・韓国・台湾・香港・シンガポール・タイ・マレーシア・インドネシアの８か国・地域。

②調査対象

令和4年度内に訪日又は来道観光を予定していた者、コロナ収束後2年以内に訪日又は来道観光の意向を持つ者。

③調査方法

インターネット調査（調査機関が保有する調査モニター対象）

④調査時期

令和4年12月10日～20日

⑤調査規模

８か国・地域合計 1,500件（集計対象数1,578件）

■国・地域別サンプル数

国・地域	設定数	回収数
中国	250	**270**
韓国	250	**259**
台湾	250	**264**
香港	150	**154**
シンガポール	150	**163**
タイ	150	**162**
マレーシア	150	**154**
インドネシア	150	**152**
全体	1,500	**1,578**

⑤調査内容

- 基本属性（性・年代・居住地域）
- 訪日、来道観光経験
- 訪日、来道観光意向
- （訪日意向はあるが来道を含まない者→）北海道以外の観光予定地域
- 来道時の観光イメージ（宿泊数・同行者・観光予定地域・観光内容）
- 旅行と情報（事前の参考情報源）
- 旅行予算、道内での消費想定額
- （来道経験者→）直近の来道年、満足度
- 新しい観光・楽しみ方への関心度（AT＝アドベンチャートラベルや他の新観光資源等）
- 新型コロナウィルス感染症と旅行（感染対策での重視ポイント）

2　アジア市場での来道意向調査編　結果概要

（1）来道観光旅行意向

- 22年度中に「北海道観光を予定していた（結果は断念）」者は8か国平均で25％で、「コロナ収束後に北海道旅行したい」が75％。
  （今年度は、この２つの該当者のみを調査対象としている）
- これらのうち、来道経験者は40％で、香港（61％）が最高。

	昨年度（令和３年度）調査	今年度（令和４年度）調査
①調査地域	□ ８か国・地域（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）	□ ８か国・地域（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）
②性別・年代	□ 男性（51%）・女性（49%） □ 20代（13%）、30代（19%）、40代（24%）、50代（28%）、60代以上（17%）	□ 男性（50%）・女性（50%） □ 20代（13%）、30代（20%）、40代（24%）、50代（26%）、60代以上（16%）
③職　業	□ 会社員・団体職員・公務員（50%） □ 自営・自由業（17%） □ 会社役員・医師等の「士」業（8%） □ 学生（2%）	□ 会社員・団体職員・公務員（54%） □ 自営・自由業（16%） □ 会社役員・医師等の「士」業（6%） □ 学生（2%）
④訪日、来道経験	□ 来日観光経験率（71%）…香港、台湾は90%以上 □ 来道観光経験率（46%） …香港が68%で最高、台湾、中国が50%以上。 シンガポールも47%と高い	□ 来日観光経験率（72%）…香港、台湾は90%前後 □ 来道観光経験率（40%） …香港が61%で最高、台湾、中国、シンガポールが50%前後
⑤21年度内の旅行予定（令和3年度） 22年度内の旅行予定（令和4年度）	□ 21年4月～22年3月の間に「北海道旅行を予定していた」（9%）　前回調査と変わらず…中国（17%）が最多 □ 21年4月～22年3月の間に「日本へ旅行（道外）を予定していた」（3%）…各国・地域とも4%未満 □ コロナ収束後に北海道旅行をしたい（53%） 前回調査より7ポイント増加…シンガポール、タイでは50%近く □ コロナ収束後に日本へ旅行（道外）をしたい（36%） …マレーシア、インドネシアでは50%近く	□ 22年4月～23年3月の間に「北海道旅行を予定していた」（25%）　…香港（34%）、韓国（32%）、シンガポール（31%）が多い □ コロナ収束後に北海道旅行をしたい（75%） …マレーシア（83%）、インドネシア（82%）、台湾（80%）、中国（79%）などが8割前後と高い。
⑥道外で旅行したい地域	□ 東京圏（51%） □ 大阪・神戸（46%） □ 富士山（36%） □ 京都・奈良（38%） □ 沖縄（29%）	□ 東京圏（51%） □ 大阪・神戸（47%） □ 富士山（43%） □ 京都・奈良（40%） □ 沖縄（35%）

2　アジア市場での来道意向調査編　結果概要

（2）北海道旅行の想定

- 〈コロナ収束後に仮に北海道旅行をするとした場合〉との前提で北海道旅行のイメージを描いた。同伴パターンは昨年とほとんど変わらず。40％が「3人以上の家族連れ」で来道。
- 季節は春（32％）・冬（26％）・紅葉期（27％）が中心となり、旅程は4割が3～4泊で、平均4.4泊と昨年調査と変わっていない。
- 道内では「札幌・小樽」（63％）、「洞爺湖、登別温泉」（47％）、「函館、大沼公園」（41％）、「釧路・根室等」（30％）に出向きたい。
- 旅行手配パターンは宿泊、移動交通を含んだパッケージ（32％）が最多だが、航空券、宿泊、他の移動交通、食事等も全部個人（ﾌﾘｰで）手配（18％）も2割ある。

	昨年度（令和３年度）調査	今年度（令和４年度）調査
①想定同伴者	□ 3人以上の家族連れ（40%） □ 友人・仲間同士（13%） □ 家族・親戚等（8%） □ 夫婦・恋人と（32%） □ 自分だけで（7%）	□ 3人以上の家族連れ（40%） □ 友人・仲間同士（13%） □ 家族・親戚等（9%） □ 夫婦・恋人と（31%） □ 自分だけで（7%）
②想定旅行時期	□ 春（3～5月）　（27%） □ 冬（12～2月）（25%） □ 紅葉期（10～11月）（24%） □ 初夏（6～7月）　（17%） □ 行けるならいつでも（19%）	□ 春（3～5月）　（32%） □ 冬（12～2月）（26%） □ 紅葉期（10～11月）（27%） □ 初夏（6～7月）　（16%） □ 行けるならいつでも（14%）
③想定道内宿泊数	□ 3～4泊（43%）　□5～6泊（25%） □ 1～2泊（16%） □ 平均泊数は4.4泊 …シンガポール、香港は5～6泊程度、韓国は3泊程度	□ 3～4泊（41%）　□ 5～6泊（29%） □ 1～2泊（15%） □ 平均泊数は4.4泊 …シンガポール、インドネシア、香港は5～6泊程度。韓国は3泊程度で最少
④訪問を想定観光地	□ 札幌・小樽（67%） □ 洞爺湖、登別温泉（45%） □ 函館、大沼公園（44%） □ 釧路・根室等　（30%） ※「白老（ウポポイ：国立アイヌ民族博物館など）」（21%）…中国、韓国、シンガポールでやや多い	□ 札幌・小樽（63%） □ 洞爺湖、登別温泉（47%） □ 函館、大沼公園（41%） □ 釧路・根室等　（35%） ※「白老（ウポポイ：国立アイヌ民族博物館など）」（21%）…インドネシア、中国、シンガポールでやや多い
⑤想定する旅行手配方法	□ 旅行代理店で申込み（ルートの決まったパッケージツアーなど）（41%） □ 旅行代理店で申込み（フリープラン、ビジネスパック、レンタカープランなど）（31%） □ 個人手配（28%） …香港は47%、シンガポールが39%、マレーシアは31%と多い	□ 宿泊、移動交通を含んだパッケージ（32%） □ 航空券、宿泊、他の移動交通、食事等も全部個人（ﾌﾘｰで）手配（18%） □ 宿泊、移動交通を含んだガイドなしパッケージ（17%） □ 宿泊、移動交通を含んだガイド付きオーダーメイドパッケージ（17%） □ 部分的旅行プラン（航空券・宿泊のみセットで、他はフリープランなど）（16%）

2　アジア市場での来道意向調査編　結果概要

- 旅行総予算は1/4が「20万円超」（23%）で、別途質問した分野別の道内消費予定額の平均は20.3万円で、昨年（16.5万円）を大きく上回っている。
- 北海道観光で《関心があり体験したい》割合は「北海道の食文化体験」（82%）が最大で、「世界遺産：縄文の歴史」（62%）、「アイヌ民族の歴史・文化」（52%）が次ぐ。「ワインツーリズム、酒蔵ツーリズム」（43%）も4割に上る。
- アウトドア系では「スキーシュー、スノーシュー」（37%）、「キャンプ、キャンピングカーの旅」（35%）、「ハイキング・ﾄﾚｯｷﾝｸﾞ・山登り」（32%）、「バックカントリー」（32%）などが高い。

	昨年度（令和３年度）調査	今年度（令和４年度）調査
⑥想定する予算	□ 20万円超（33%）　※昨年度は実数回答方式 □ 20万円以下（11%） □ 15万円以下（12%） □ 10万円以下（13%） □ 平均188,191円…台湾（22.0万円）、香港（20.6万円）、シンガポール（20.3万円）、中国（20.2万円）、タイ（19.9万円）で多く、韓国（16.6万円）は少ない	□ 20万円超（23%）　今年度は回答選択方式 □ 15～20万円未満（18%） □ 10～15万円未満（20%） □ 10万円未満（21%）
※道内での消費予定額	□ 道内消費額の想定　平均16.5万円…香港、タイ、シンガポールが20万円前後 台湾が19万円弱、中国が18万円弱 □ 内訳は交通費（2.6万円）・宿泊費（4.8万円）・飲食費（3.4万円）・買物代（3.1万円）・娯楽サービス（1.8万円）・その他（0.8万円） …中国とタイは買物代、韓国・香港は飲食費割合が多い。	□ 個別消費想定額の総計　平均202,952円…シンガポール（27.3万円）、香港（26.2万円）、中国（22.9万円）、インドネシア（22.8万円）、マレーシア（19.5万円）、台湾（17.9万円）、タイ（16.2万円）と次ぐ。韓国（13.6万円）は最小。 □ 内訳は交通費（3.2万円）・宿泊費（5.7万円）・飲食費（4.0万円）・買物代（3.9万円）・娯楽サービス（2.4万円）・その他（1.1万円） …宿泊費はシンガポールと香港が高額。香港と中国は買物代、香港、シンガポール、中国は飲食費が多い。
⑦新しい観光・楽しみかたへの関心	□ 世界遺産：縄文の歴史（53%）、アイヌ民族の歴史・文化（49%）は半数が関心を持つ □ 美術館などアートに触れる旅（39%） □ スキーシュー、スノーシュー（30%）、キャンプ、キャンピングカーの旅（27%）などの体験型アウトドアも2～3割の関心を集める。	※昨年と設問方法がが異なっている 下記の数字「大いに関心があり・ぜひ体験したい」＋「大いに関心がありできれば体験したい」の合計割合 □ 北海道の食文化体験（82%） □ 世界遺産：縄文の歴史（62%） □ アイヌ民族の歴史・文化（52%） □ ワインツーリズム、酒蔵ツーリズム（43%） □ アウトドア系ではスキーシュー、スノーシュー（37%）、キャンプ、キャンピングカーの旅（35%）、ハイキング・ﾄﾚｯｷﾝｸﾞ・山登り（32%）、バックカントリー（32%）
⑧コロナ禍で重視する点	□ 従業員のマスク等の着用、手指消毒（70%－－昨年調査76%）が最大 □ 備品の消毒、食器の安全対策など（62%－同62%） □ 外国人に対する感染時の対応（57%－同57%） □ 換気の徹底（57%－同54%）	□ 従業員のマスク等の着用、手指消毒（61%）が最大 □ 備品の消毒、食器の安全対策など（52%） □ 外国人に対する感染時の対応（46%） □ 換気の徹底（52%）

アジア圏における来道意向等調査　個別結果内容

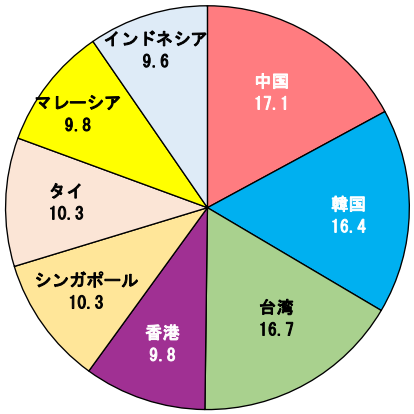
1　回答者プロフィール

（1）基本属性

①国別構成　※香港、台湾などは「地域」と称されるが、ここでは「国」と表記している

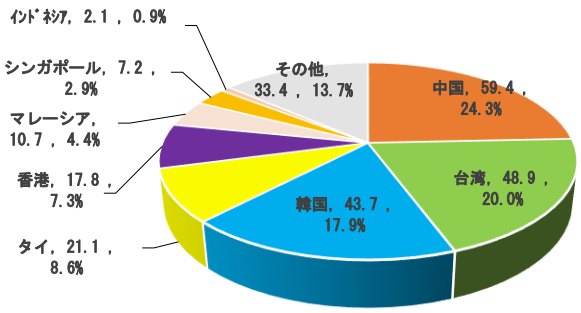
- サンプル構成は来道外国人の国・地域別構成を参考に割付けを行っている。回収サンプルの構成は「中国」（17.1%）、「台湾」（16.7%）、「韓国」（16.4%）、「シンガポール」「タイ」（共に10.3%）の順となっている。
- なお、タイ、マレーシア、インドネシアなどは来道者構成よりも多くしている。

■国別構成（人、%）



参考：2019年度来道外国人（実人数）の国別構成

（実人数：万人、構成比%）



2019年度訪日外国人来道者実人数（北海道経済部観光局）

■国別の地域構成

（件、%）	サンプル数	広州市	上海市	北京市	天津市	廈門市	成都市	杭州市	瀋陽市	その他
中国	270	17.0	14.4	15.6	5.9	3.0	10.0	7.0	4.1	23.0

（件、%）	サンプル数	ソウル特別市	釜山及び蔚山広域市	大邱広域市	仁川広域市	光州広域市	大田広域市・世宗特別自治市	京畿道・江原道	忠清北道・忠清南道	慶尚北道・慶尚南道	全羅北道・全羅南道	濟州特別自治道	その他
韓国	259	34.7	6.9	6.2	6.9	1.5	2.3	27.0	1.9	8.5	2.7	0.4	0.8

（件、%）	サンプル数	台北市	新北市	桃園市	基隆市	新竹市・新竹縣・苗栗縣	台中市	彰化縣・雲林縣	嘉義市・嘉義縣・南投縣	台南市	高雄市	屏東縣	台東縣・花蓮縣・宜蘭縣
台湾	264	19.3	28.8	6.4	3.0	3.8	12.1	1.9	2.3	6.4	12.1	2.3	1.5

（件、%）	サンプル数	新界	九龍	香港島
香港	154	44.8	33.1	22.1

（件、%）	サンプル数	区分なし
シンガポール	163	100.0

（件、%）	サンプル数	バンコク及びノンタブリー	チェンマイ	その他
タイ	162	61.7	9.9	28.4

（件、%）	サンプル数	クアラルンプール	セランゴール州	ジョホール州	その他
マレーシア	154	24.7	39.0	11.7	24.7

（件、%）	サンプル数	ジャカルタ	他のジャワ島	スマトラ島	その他
インドネシア	152	29.6	53.3	9.9	7.2

1　回答者プロフィール

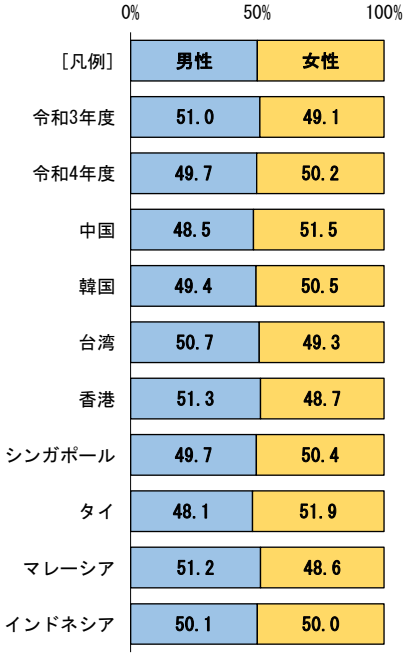
②性別・年代別構成　※性、年代は概ねの目安で割付を行っている

- 8か国全体では「男性」（49.7%）、「女性」（50.2%）である。
- 年代は8か国全体では「50代」（25.8%）が最多で、「40代」（23.8%）、「30代」（19.9%）、「60代以上」（16.2%）が続く。前回令和3年度調査同様、いずれの国でも「60代以上」が15%を超えている。

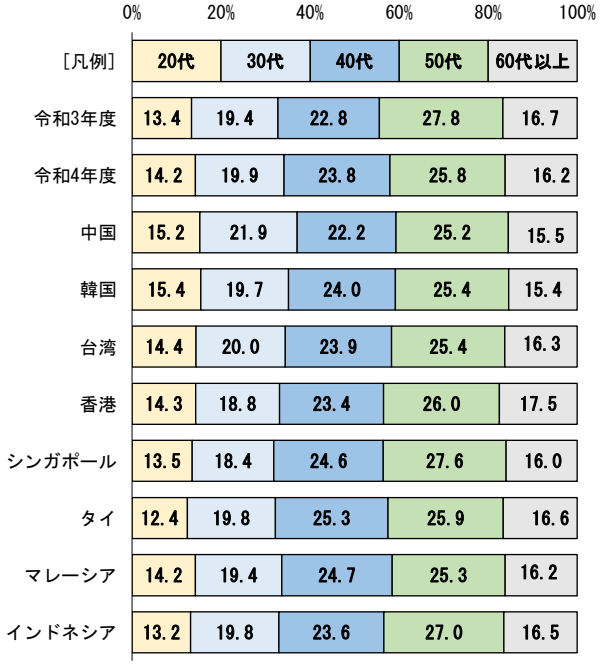
③職業構成

- 8か国全体では半数以上が「会社員・団体職員」（53.7%）で占められている。その他では「自営・自由業」（15.8%）、「他の有識者」（7.5%）、「主婦」（7.1%）が次ぐ。
- インドネシアで「自営・自由業」（36.8%）が突出して多く、タイ（25.3%）でも4人に1人が該当する。シンガポールでは「会社役員・医師・弁護士など」（12.9%）の富裕層が多かった。

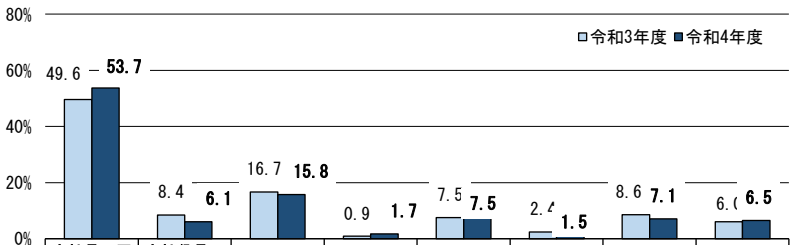
■性別構成



■年代別構成



■職業構成



	会社員・団体職員・公務員	会社役員・医師・弁護士など	自営・自由業	農林漁業	他の有職者	学生	主婦（専業）	その他
令和3年度	49.6	8.4	16.7	0.9	7.5	2.4	8.6	6.0
令和4年度	53.7	6.1	15.8	1.7	7.5	1.5	7.1	6.5

(%)		サンプル数	会社員・公務員・団体職	会社役員・医師・弁護士など	自営・自由業	農林漁業	他の有職者	学生	主婦（専業）	その他
全体		1,578	53.7	6.1	15.8	1.7	7.5	1.5	7.1	6.5
国・地域	中国	270	45.6	8.9	18.1	6.3	4.1	1.1	7.4	8.5
	韓国	259	57.5	5.0	8.9	0.4	6.9	3.9	9.3	8.1
	台湾	264	59.8	3.4	9.8	0.0	14.4	1.1	8.3	3.0
	香港	154	63.6	6.5	8.4	0.0	13.6	0.0	1.9	5.8
	シンガポール	163	66.9	12.9	8.6	0.6	3.7	0.6	2.5	4.3
	タイ	162	45.1	3.1	25.3	2.5	5.6	2.5	6.2	9.9
	マレーシア	154	52.6	6.5	18.2	0.0	5.8	0.6	9.7	6.5
	インドネシア	152	36.8	3.3	36.8	2.6	4.6	0.7	9.2	5.9

1　回答者プロフィール

（2）来日・来道経験　来日経験者は72%ー香港、台湾は90%以上。来道経験率は40%ー香港は61%

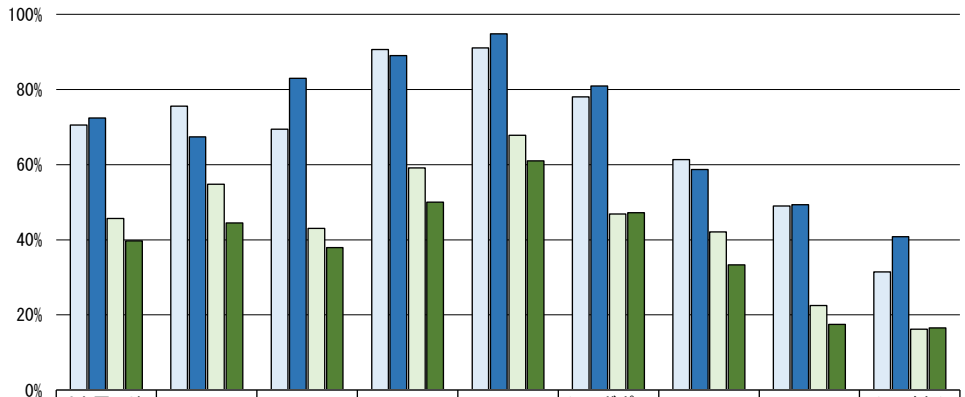
①来日経験率

- 香港（94.8%）が最高で、台湾（89.0%）、韓国（83.0%）などで高い。
- ASEANのインドネシア（40.8%）、マレーシア（49.3%）は共に50%未満と低い。

②来道経験率

- 最高は香港（61.0%）で、台湾（50.0%）が半数で次いでいる。
- その他、シンガポール（47.2%）、中国（44.5%）が4割を超えているが、ここでもインドネシア（16.5%）、マレーシア（17.5%）は少ない。

■来日・来道経験率



	8カ国・地域全体	中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア
□来日観光あり　令和3年度	70.5	75.6	69.4	90.6	91.1	78.0	61.3	49.0	31.4
■来日観光あり　令和4年度	72.4	67.4	83.0	89.0	94.8	80.9	58.7	49.3	40.8
□来道観光あり　令和3年度	45.7	54.8	43.0	59.1	67.8	46.9	42.1	22.5	16.2
■来道観光あり　令和4年度	39.7	44.5	37.9	50.0	61.0	47.2	33.3	17.5	16.5

■属性別の来日・来道経験率

(%)		サンプル数	ない	1回ある	2～3回ある	4回以上ある	ない	1回ある	2～3回ある	4回以上ある
令和3年度		3,036	29.5	27.3	24.0	19.2	54.2	32.9	9.6	3.2
令和4年度		1,578	27.6	28.9	25.8	17.7	60.3	29.1	8.3	2.3
国・地域	中国	270	32.6	37.4	27.8	2.2	55.6	37.4	6.7	0.4
	韓国	259	17.0	32.0	31.7	19.3	62.2	29.0	8.1	0.8
	台湾	264	11.0	23.1	29.5	36.4	50.0	33.0	12.5	4.5
	香港	154	5.2	17.5	26.0	51.3	39.0	38.3	13.0	9.7
	シンガポール	163	19.0	28.2	37.4	15.3	52.8	34.4	11.0	1.8
	タイ	162	41.4	28.4	20.4	9.9	66.7	22.8	9.3	1.2
	マレーシア	154	50.6	31.8	14.9	2.6	82.5	14.3	3.2	0.0
	インドネシア	152	59.2	28.3	9.9	2.6	83.6	14.5	0.7	1.3

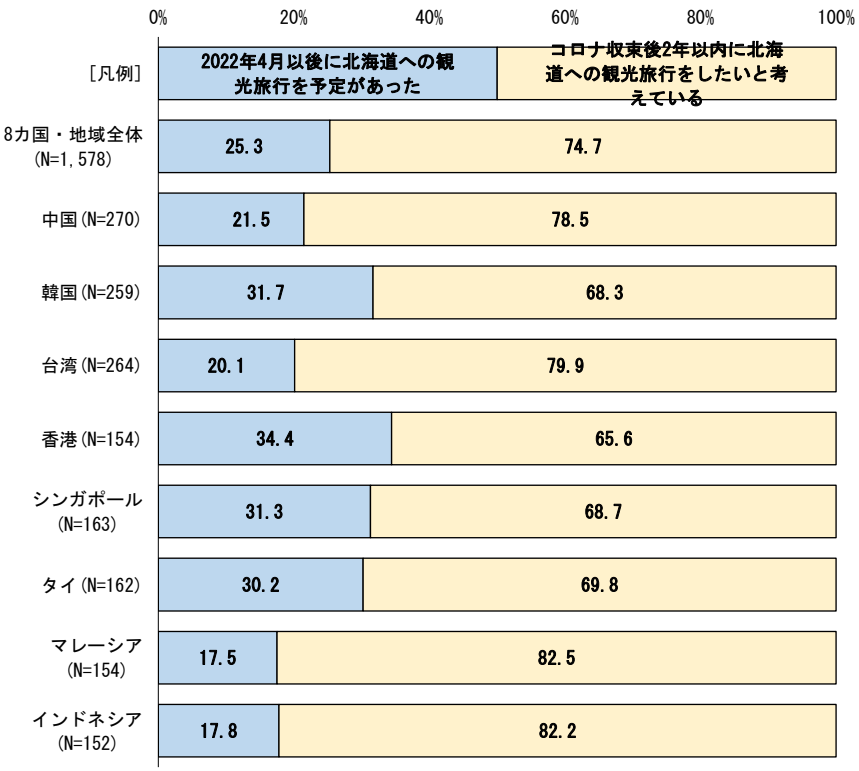
1　回答者プロフィール

この調査は下記の条件に該当する者に対して実施した

（3）北海道旅行の予定・意向　　22年度内の来道予定断念者は8か国平均で25%

- 調査回答者の構成は、「2022年4月以後に北海道への観光旅行を予定があった」（25.3%）と、「コロナ収束後2年以内に（日本の）北海道への旅行旅行をしたいと考えている」（74.7%）となり、結果的に25%程度が北海道観光旅行を中断している。
- 「2022年4月以後に北海道への観光旅行を予定があった」割合は、香港（34.4%）、韓国（31.7%）、シンガポール（31.3%）、タイ（30.2%）で３割を超える。
- 「コロナ収束後2年以内に（日本の）北海道への旅行旅行をしたいと考えている」の割合は、「マレーシア」（82.5%）、「インドネシア」（82.2%）で８割を超える。

■来日・来道旅行予定・意向率



■属性別の来日・来道旅行予定・意向率

(%)			サンプル数	2022年4月以後に北海道への観光旅行を予定があった	コロナ収束後2年以内に北海道への観光旅行をしたいと考えている
全体			1,578	25.3	74.7
国・地域	中国		270	21.5	78.5
	韓国		259	31.7	68.3
	台湾		264	20.1	79.9
	香港		154	34.4	65.6
	シンガポール		163	31.3	68.7
	タイ		162	30.2	69.8
	マレーシア		154	17.5	82.5
	インドネシア		152	17.8	82.2
国別来道経験	中国	あり	120	32.5	67.5
		なし	150	12.7	87.3
	韓国	あり	98	48.0	52.0
		なし	161	21.7	78.3
	台湾	あり	132	28.0	72.0
		なし	132	12.1	87.9
	香港	あり	94	45.7	54.3
		なし	60	16.7	83.3
	シンガポール	あり	77	40.3	59.7
		なし	86	23.3	76.7
	タイ	あり	54	66.7	33.3
		なし	108	12.0	88.0
	マレーシア	あり	27	44.4	55.6
		なし	127	11.8	88.2
	インドネシア	あり	25	44.0	56.0
		なし	127	12.6	87.4

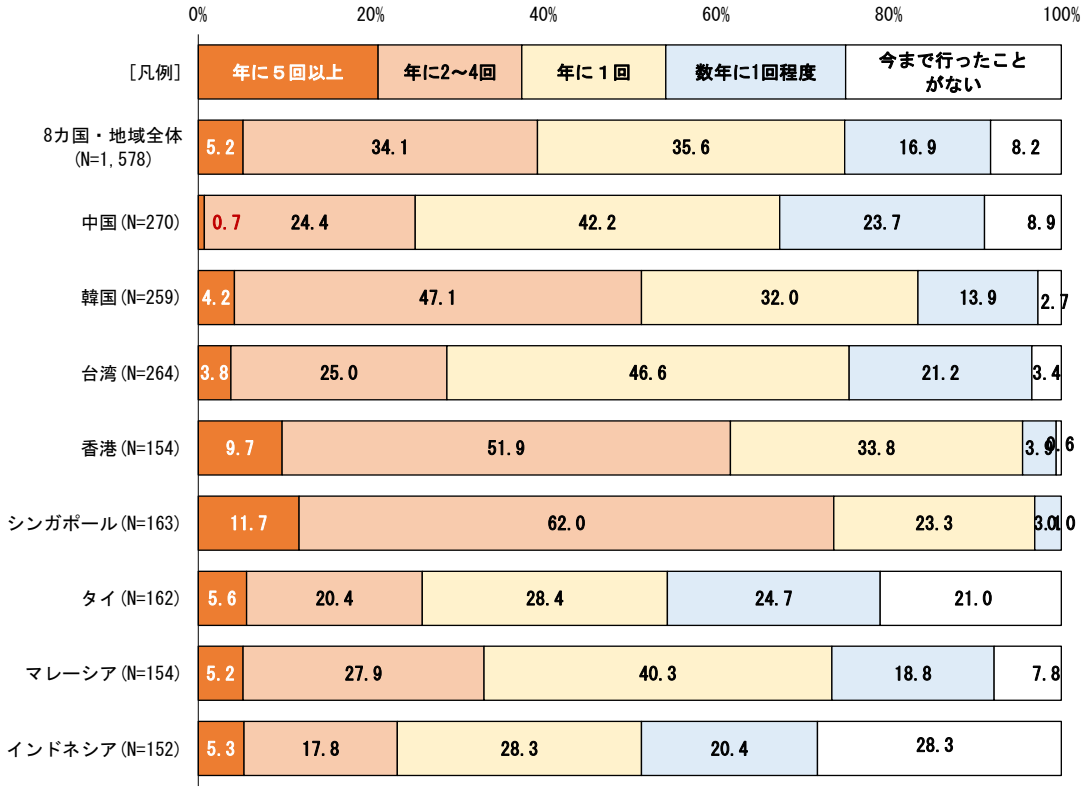
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の傾向

（1）通常時の海外旅行の頻度　「年に1回」(36%)と「年に2～4回」(34%)が拮抗-香港、シンガポールが突出して多い

- コロナ禍がない平常時の海外旅行に出かける頻度は、「年に1回」（35.6%）が最も多く、「年に2～4回」（34.1%）が拮抗して次ぐ。
- 「年に5回以上」の割合はシンガポール（11.7%）、香港（9.7%）で約１割と大きく、「年に2～4回」もシンガポール（62.0%）、香港（51.3%）で多い「年に2回以上」の割合は、香港では６割を、シンガポールでは７割を超える。
- 「今まで行ったことがない」は、インドネシア（28.3%）、タイ（21.0%）で２割を超える。
- その他、「年に2～4回」の割合は韓国（47.1%）で半数に及ぶ。

■海外旅行の頻度



■属性別の海外旅行の頻度

(%)			サンプル数	年に5回以上	年に2～4回	年に1回	数年に1回程度	今まで行ったことがない
全体			1,578	5.2	34.1	35.6	16.9	8.2
国・地域	中国		270	0.7	24.4	42.2	23.7	8.9
	韓国		259	4.2	47.1	32.0	13.9	2.7
	台湾		264	3.8	25.0	46.6	21.2	3.4
	香港		154	9.7	51.9	33.8	3.9	0.6
	シンガポール		163	11.7	62.0	23.3	3.1	0.0
	タイ		162	5.6	20.4	28.4	24.7	21.0
	マレーシア		154	5.2	27.9	40.3	18.8	7.8
	インドネシア		152	5.3	17.8	28.3	20.4	28.3
国別来道経験	中国	あり	120	1.7	36.7	51.7	10.0	0.0
		なし	150	0.0	14.7	34.7	34.7	16.0
	韓国	あり	98	7.1	59.2	28.6	5.1	0.0
		なし	161	2.5	39.8	34.2	19.3	4.3
	台湾	あり	132	6.8	31.8	47.0	14.4	0.0
		なし	132	0.8	18.2	46.2	28.0	6.8
	香港	あり	94	11.7	54.3	30.9	2.1	1.1
		なし	60	6.7	48.3	38.3	6.7	0.0
	シンガポール	あり	77	10.4	71.4	15.6	2.6	0.0
		なし	86	12.8	53.5	30.2	3.5	0.0
	タイ	あり	54	9.3	38.9	27.8	24.1	0.0
		なし	108	3.7	11.1	28.7	25.0	31.5
	マレーシア	あり	27	14.8	44.4	33.3	7.4	0.0
		なし	127	3.1	24.4	41.7	21.3	9.4
	インドネシア	あり	25	16.0	48.0	32.0	4.0	0.0
		なし	127	3.1	11.8	27.6	23.6	33.9

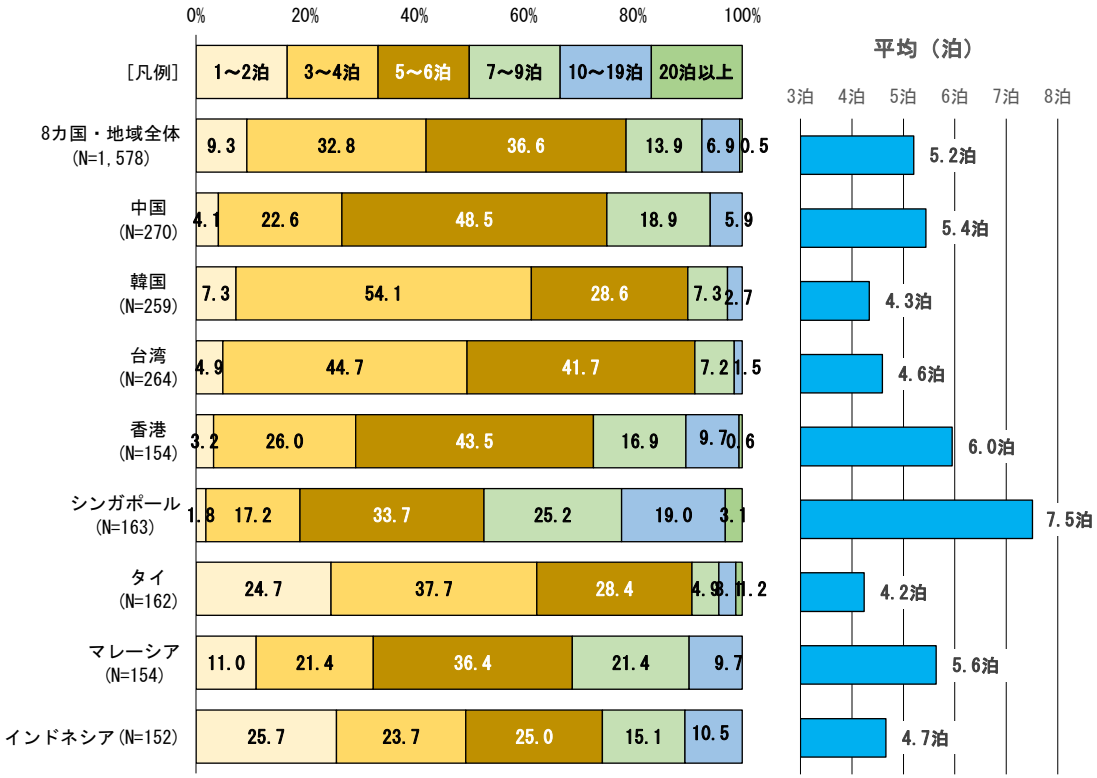
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の傾向

（2）通常時の海外旅行の泊数　　平均5.2泊。シンガポールが平均7.5泊と突出して長い

- 海外旅行の宿泊数は、8か国全体では「5～6泊」（36.6%）が最も多く、「3～4泊」（32.8%）、「7～9泊」（13.9%）の順で次ぐ。その他は10%以下と僅少な結果となった。8か国全体の平均は5.2泊。
- 「5～6泊」は中国（48.5%）でほぼ半数と多く、香港（43.5%）、台湾（41.7%）で４割を超える。
- 「10～19泊」はシンガポール（19.0%）で突出して多く、２割に上る。「20泊以上」も3.1%と、他の地域より多い。
- 平均宿泊日数もシンガポールが7.5泊と最も多く、香港の6.0泊が次ぐ。韓国、台湾、タイは4泊台とやや短い。

■海外旅行の泊数



■属性別の海外旅行の泊数

			サンプル数	1～2泊	3～4泊	5～6泊	7～9泊	10～19泊	20泊以上	平均（泊）
		(%)								
全体			1,578	9.3	32.8	36.6	13.9	6.9	0.5	5.2
国・地域	中国		270	4.1	22.6	48.5	18.9	5.9	0.0	5.4
	韓国		259	7.3	54.1	28.6	7.3	2.7	0.0	4.3
	台湾		264	4.9	44.7	41.7	7.2	1.5	0.0	4.6
	香港		154	3.2	26.0	43.5	16.9	9.7	0.6	6.0
	シンガポール		163	1.8	17.2	33.7	25.2	19.0	3.1	7.5
	タイ		162	24.7	37.7	28.4	4.9	3.1	1.2	4.2
	マレーシア		154	11.0	21.4	36.4	21.4	9.7	0.0	5.6
	インドネシア		152	25.7	23.7	25.0	15.1	10.5	0.0	4.7
国別来道経験	中国	あり	120	0.0	24.2	57.5	15.8	2.5	0.0	5.2
		なし	150	7.3	21.3	41.3	21.3	8.7	0.0	5.6
	韓国	あり	98	5.1	54.1	30.6	7.1	3.1	0.0	4.5
		なし	161	8.7	54.0	27.3	7.5	2.5	0.0	4.2
	台湾	あり	132	6.8	40.9	43.2	7.6	1.5	0.0	4.6
		なし	132	3.0	48.5	40.2	6.8	1.5	0.0	4.5
	香港	あり	94	4.3	22.3	45.7	18.1	9.6	0.0	5.7
		なし	60	1.7	31.7	40.0	15.0	10.0	1.7	6.4
	シンガポール	あり	77	1.3	15.6	31.2	29.9	19.5	2.6	7.6
		なし	86	2.3	18.6	36.0	20.9	18.6	3.5	7.5
	タイ	あり	54	11.1	31.5	44.4	7.4	3.7	1.9	5.2
		なし	108	31.5	40.7	20.4	3.7	2.8	0.9	3.8
	マレーシア	あり	27	3.7	22.2	37.0	33.3	3.7	0.0	5.7
		なし	127	12.6	21.3	36.2	18.9	11.0	0.0	5.6
	インドネシア	あり	25	12.0	20.0	32.0	12.0	24.0	0.0	6.1
		なし	127	28.3	24.4	23.6	15.7	7.9	0.0	4.4

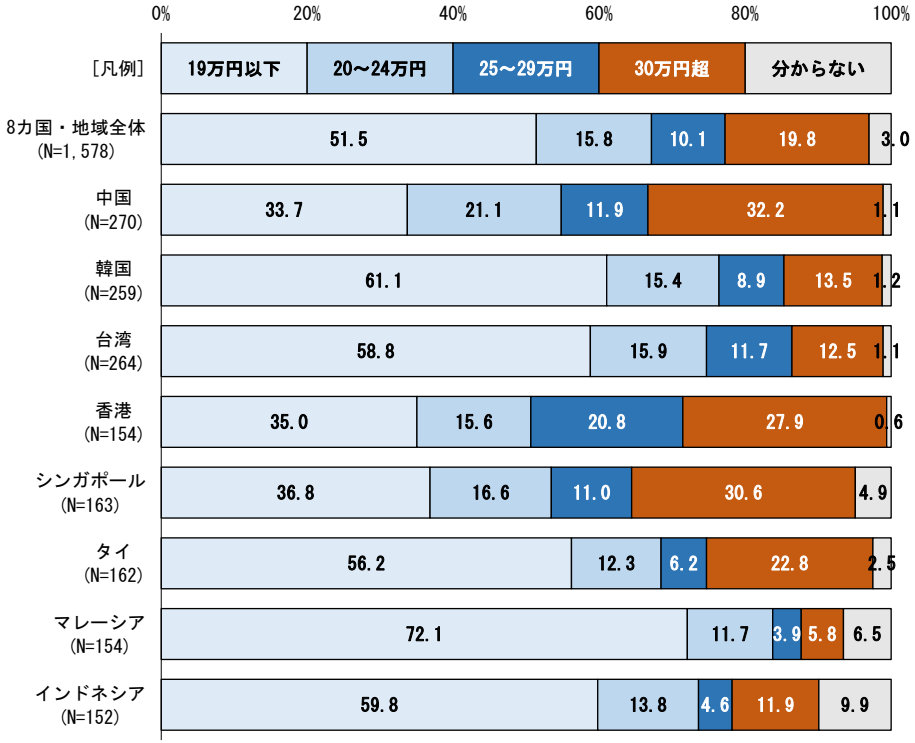
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の傾向

（3）通常時の海外旅行の１人あたり予算　「19万円以下」が52%で半数を超える。「30万円超」も2割に上る。

- 通常時の海外旅行の1人当たりの予算は、「19万円以下」（51.5%）が半数を占め、「30万円超」（19.8%）、「20～24万円」（15.8%）が次ぐ。
- 「19万円以下」はマレーシア（72.1%）、韓国（61.1%）、インドネシア（59.8%）、「台湾」（58.8%）、タイ（56.2%）の5カ国で５割を超える。
- 「30万円超」は中国（32.2%）とシンガポール（30.6%）で３割を超える。これに香港（27.9%）が次ぐ。
- 「40万円以上」の高額帯も、シンガポール（15.3%）や中国（13.3%）、香港（12.3%）で１割を超える。

■通常時の海外旅行予算（※右表をまとめている）



■属性別の通常時の海外旅行予算

			サンプル数	5万円未満	5～9万円	10～14万円	15～19万円	20～24万円	25～29万円	30～34万円	35～40万円	40万円以上	分からない
(%)													
全体			1,578	2.9	12.0	18.3	18.3	15.8	10.1	6.7	4.5	8.6	3.0
国・地域	中国		270	0.7	10.0	11.5	11.5	21.1	11.9	11.9	7.0	13.3	1.1
	韓国		259	1.2	12.4	22.4	25.1	15.4	8.9	7.3	2.3	3.9	1.2
	台湾		264	0.4	8.0	25.0	25.4	15.9	11.7	3.4	1.5	7.6	1.1
	香港		154	0.0	3.9	12.3	18.8	15.6	20.8	6.5	9.1	12.3	0.6
	シンガポール		163	0.6	3.1	15.3	17.8	16.6	11.0	11.0	4.3	15.3	4.9
	タイ		162	6.2	16.0	17.3	16.7	12.3	6.2	6.8	8.6	7.4	2.5
	マレーシア		154	9.1	27.3	26.0	9.7	11.7	3.9	2.6	1.3	1.9	6.5
	インドネシア		152	9.2	19.7	13.8	17.1	13.8	4.6	2.0	3.3	6.6	9.9
国別来道経験	中国	あり	120	0.0	13.3	18.3	11.7	15.0	10.0	11.7	6.7	12.5	0.8
		なし	150	1.3	7.3	6.0	11.3	26.0	13.3	12.0	7.3	14.0	1.3
	韓国	あり	98	0.0	12.2	9.2	24.5	21.4	14.3	10.2	1.0	6.1	1.0
		なし	161	1.9	12.4	30.4	25.5	11.8	5.6	5.6	3.1	2.5	1.2
	台湾	あり	132	0.8	5.3	21.2	23.5	18.9	11.4	4.5	3.0	10.6	0.8
		なし	132	0.0	10.6	28.8	27.3	12.9	12.1	2.3	0.0	4.5	1.5
	香港	あり	94	0.0	2.1	7.4	18.1	16.0	19.1	9.6	9.6	17.0	1.1
		なし	60	0.0	6.7	20.0	20.0	15.0	23.3	1.7	8.3	5.0	0.0
	シンガポール	あり	77	0.0	3.9	11.7	13.0	18.2	15.6	11.7	5.2	18.2	2.6
		なし	86	1.2	2.3	18.6	22.1	15.1	7.0	10.5	3.5	12.8	7.0
	タイ	あり	54	0.0	7.4	25.9	14.8	13.0	9.3	7.4	13.0	9.3	0.0
		なし	108	9.3	20.4	13.0	17.6	12.0	4.6	6.5	6.5	6.5	3.7
	マレーシア	あり	27	0.0	22.2	18.5	14.8	25.9	7.4	0.0	0.0	7.4	3.7
		なし	127	11.0	28.3	27.6	8.7	8.7	3.1	3.1	1.6	0.8	7.1
	インドネシア	あり	25	4.0	12.0	20.0	16.0	32.0	0.0	4.0	4.0	8.0	0.0
		なし	127	10.2	21.3	12.6	17.3	10.2	5.5	1.6	3.1	6.3	11.8

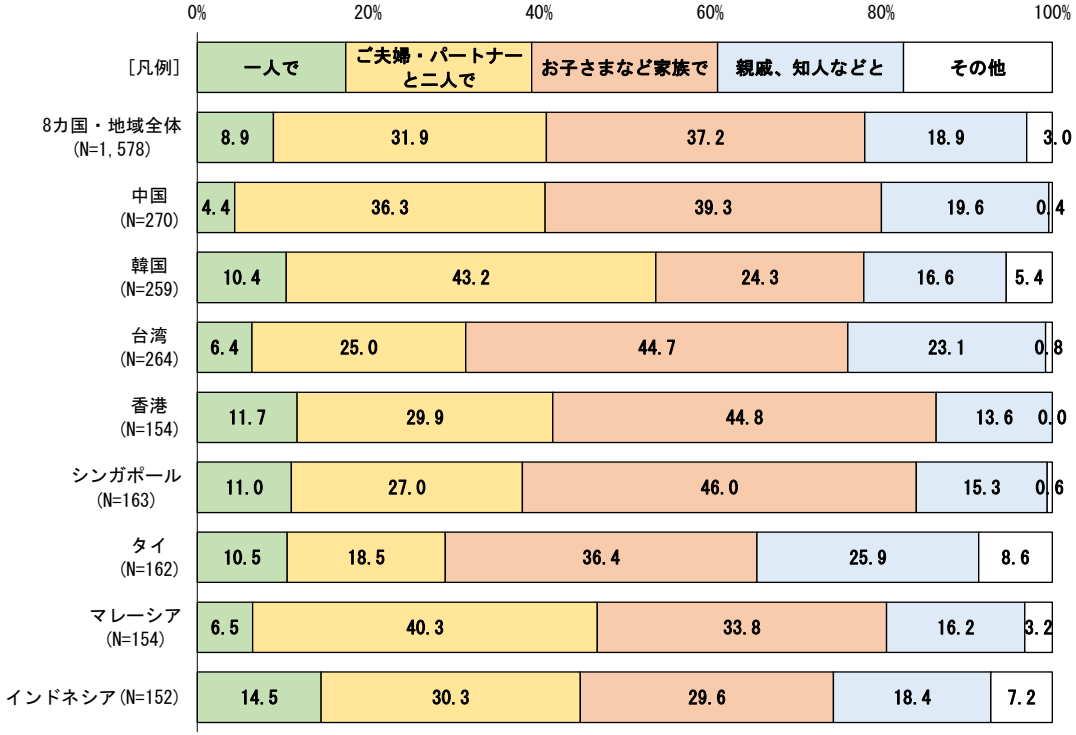
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の傾向

（4）通常時の海外旅行の同伴パターン　「お子さまなど家族で」がおよそ4割、「ご夫婦・パートナーと二人で」が3割を占める

- 「お子さまなど家族で」（37.2%）が最も多く、「ご夫婦・パートナーと二人で」（31.9%）、「親戚、知人などと」（18.9%）が次ぐ。「一人で」（8.9%）は１割に満たない。
- 「お子さまなど家族で」は「シンガポール」（46.0%）、「香港」（44.8%）、台湾（44.7%）で４割を超える。「ご夫婦・パートナーと二人で」は韓国（43.2%）、マレーシア（40.3%）で同じく４割を超えている。
- 「親戚、知人などと」はタイ（25.9%）や台湾（23.1%）で、「一人で」はインドネシア（14.5%）で相対的に大きくなっている。

■通常時の海外旅行の同伴パターン



■属性別の通常時の海外旅行の同伴パターン

(%)			サンプル数	一人で	ご夫婦・パートナーと二人で	お子さまなど家族で	親戚、知人などと	その他
全体			1,578	8.9	31.9	37.2	18.9	3.0
国・地域	中国		270	4.4	36.3	39.3	19.6	0.4
	韓国		259	10.4	43.2	24.3	16.6	5.4
	台湾		264	6.4	25.0	44.7	23.1	0.8
	香港		154	11.7	29.9	44.8	13.6	0.0
	シンガポール		163	11.0	27.0	46.0	15.3	0.6
	タイ		162	10.5	18.5	36.4	25.9	8.6
	マレーシア		154	6.5	40.3	33.8	16.2	3.2
	インドネシア		152	14.5	30.3	29.6	18.4	7.2
国別来道経験	中国	あり	120	3.3	33.3	47.5	15.8	0.0
		なし	150	5.3	38.7	32.7	22.7	0.7
	韓国	あり	98	11.2	44.9	23.5	17.3	3.1
		なし	161	9.9	42.2	24.8	16.1	6.8
	台湾	あり	132	5.3	28.0	47.0	19.7	0.0
		なし	132	7.6	22.0	42.4	26.5	1.5
	香港	あり	94	9.6	27.7	51.1	11.7	0.0
		なし	60	15.0	33.3	35.0	16.7	0.0
	シンガポール	あり	77	11.7	35.1	39.0	14.3	0.0
		なし	86	10.5	19.8	52.3	16.3	1.2
	タイ	あり	54	3.7	20.4	44.4	31.5	0.0
		なし	108	13.9	17.6	32.4	23.1	13.0
	マレーシア	あり	27	3.7	48.1	25.9	18.5	3.7
		なし	127	7.1	38.6	35.4	15.7	3.1
	インドネシア	あり	25	4.0	24.0	56.0	16.0	0.0
		なし	127	16.5	31.5	24.4	18.9	8.7

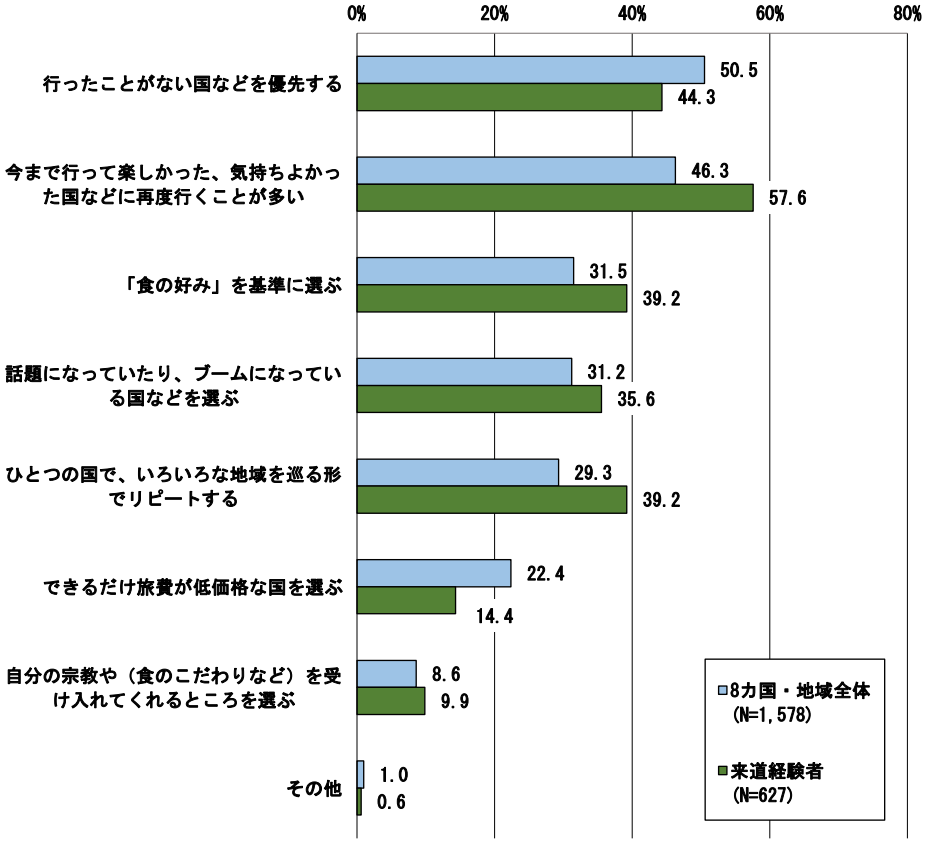
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の傾向

（5）通常時の海外旅行先選択ポイント　「行ったことがない国」と「行って楽しかった国」で大きく二分。来道経験者は「行って楽しかった国」が6割

- 海外旅行先選択ポイントは「行ったことがない国などを優先する」（50.5%）が最大で、「今まで行って楽しかった、気持ちよかった国などに再度行くことが多い」（46.3%）が次ぐ。「行ったことがない国」と「行って楽しかった国」で大きく二分される結果となった。
- これに次いで「『食の好み』を基準に選ぶ」（31.5%）、「話題になっていたり、ブームになっている国などを選ぶ」（31.2%）が３割を超える。
- 「行ったことがない国などを優先する」はインドネシア（64.5%）、シンガポール（63.2%）、マレーシア（62.3%）で６割を超えて大きくなっている。
- 「今まで行って楽しかった、気持ちよかった国などに再度行くことが多い」は香港（59.1%）で大きく、台湾（51.1%）も５割を超える。なお、来道経験者（57.6%）でも６割に上る。

■通常時の海外旅行先選択ポイント（※全体の大きい順に並び替え）



■属性別の通常時の海外旅行先選択ポイント

(%)			サンプル数	行ったことがない国などを優先する	今まで行って楽しかった、気持ちよかった国などに再度行くことが多い	ひとつの国で、いろいろな地域を巡る形でリピートする	話題になっていたり、ブームになっている国などを選ぶ	「食の好み」を基準に選ぶ	自分の宗教や（食のこだわりなど）を受け入れてくれるところを選ぶ	できるだけ旅費が低価格な国を選ぶ	その他
全体			1,578	50.5	46.3	29.3	31.2	31.5	8.6	22.4	1.0
国・地域	中国		270	50.7	46.7	14.1	30.0	42.6	7.8	14.4	0.4
	韓国		259	32.4	48.3	23.9	31.3	29.7	4.2	15.8	0.8
	台湾		264	51.1	51.1	33.7	33.0	26.1	6.4	13.6	2.3
	香港		154	42.9	59.1	45.5	25.3	42.2	8.4	14.9	0.0
	シンガポール		163	63.2	41.7	46.6	34.4	28.2	3.7	22.7	0.6
	タイ		162	48.1	50.6	27.8	31.5	34.6	13.0	41.4	0.0
	マレーシア		154	62.3	34.4	31.2	37.0	26.6	17.5	42.9	1.9
	インドネシア		152	64.5	32.9	22.4	26.3	18.4	12.5	28.9	2.0
来道	来道経験あり		627	44.3	57.6	39.2	35.6	39.2	9.9	14.4	0.6
	来道経験なし		951	54.6	38.8	22.7	28.3	26.4	7.7	27.7	1.3
国別来道経験	中国	あり	120	47.5	52.5	20.8	39.2	50.8	10.0	9.2	0.0
		なし	150	53.3	42.0	8.7	22.7	36.0	6.0	18.7	0.7
	韓国	あり	98	33.7	56.1	32.7	30.6	32.7	6.1	16.3	1.0
		なし	161	31.7	43.5	18.6	31.7	28.0	3.1	15.5	0.6
	台湾	あり	132	43.9	56.1	38.6	35.6	31.8	7.6	9.1	0.8
		なし	132	58.3	46.2	28.8	30.3	20.5	5.3	18.2	3.8
	香港	あり	94	35.1	62.8	50.0	29.8	48.9	11.7	11.7	0.0
		なし	60	55.0	53.3	38.3	18.3	31.7	3.3	20.0	0.0
	シンガポール	あり	77	54.5	53.2	51.9	42.9	31.2	5.2	16.9	0.0
		なし	86	70.9	31.4	41.9	26.7	25.6	2.3	27.9	1.2
	タイ	あり	54	40.7	70.4	44.4	37.0	46.3	16.7	27.8	0.0
		なし	108	51.9	40.7	19.4	28.7	28.7	11.1	48.1	0.0
	マレーシア	あり	27	66.7	51.9	63.0	33.3	40.7	29.6	29.6	7.4
		なし	127	61.4	30.7	24.4	37.8	23.6	15.0	45.7	0.8
	インドネシア	あり	25	60.0	68.0	40.0	36.0	20.0	8.0	16.0	0.0
		なし	127	65.4	26.0	18.9	24.4	18.1	13.4	31.5	2.4

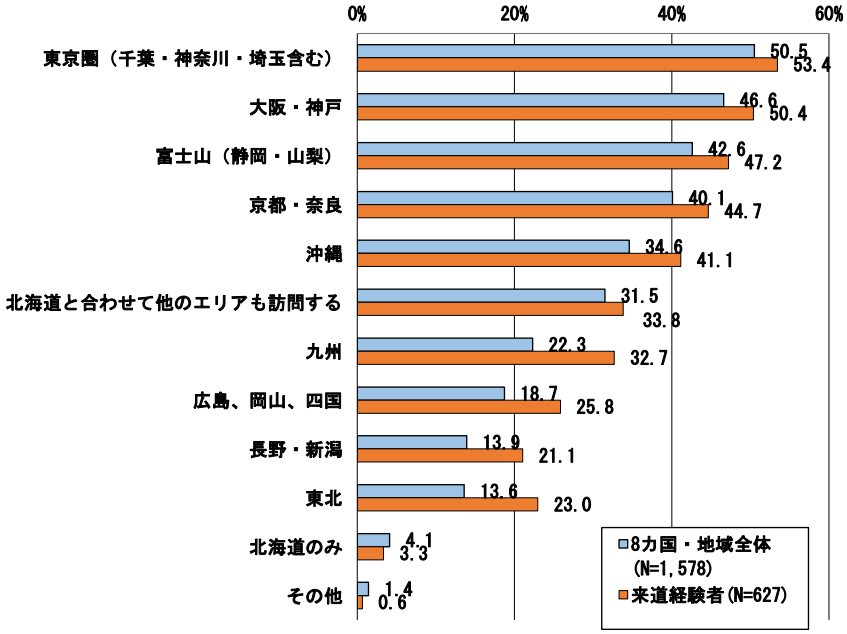
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の傾向

（6）北海道以外で検討している地域　　「東京圏」、「大阪・神戸」、「富士山」、「京都・奈良」が上位。「北海道と合わせてほかのエリアも」は3割に留まる

- 「東京圏（千葉・神奈川・埼玉含む）」（50.5%）が最も多く、半数を超える。これに「大阪・神戸」（46.6%）、「富士山（静岡・山梨）」（42.6%）、「京都・奈良」（40.1%）が４割を超えて続く。「北海道と合わせてほかのエリアも訪問する」（31.5%）は３割程度に留まった。
- 来道経験者に限って見てもこの順位に変わりはなく、いずれの地域も検討割合が高くなっている。
- 「東京圏（千葉・神奈川・埼玉含む）」はマレーシア（74.0%）で突出して高く、来道経験の有無による差異もない。
- 同じくマレーシアでは、来道経験者の4人に1人が「北海道のみ」（25.9%）としている。

■北海道以外で検討している地域



(%)	東京圏（千葉・神奈川・埼玉含む）	東北	長野・新潟	富士山（静岡・山梨）	大阪・神戸	京都・奈良	広島、岡山、四国	九州	沖縄	北海道と合わせて他のエリアも訪問	北海道のみ	その他
前回（21年度）北海道以外の観光旅行の予定地域	50.9	10.5	10.3	35.6	46.2	37.8	17.5	14.3	29.1			0.7
今回（22年度）北海道以外で訪問を検討している地域	50.5	13.6	13.9	42.6	46.6	40.1	18.7	22.3	34.6	31.5	4.1	1.4
増減	−0.4	3.1	3.6	7.0	0.4	2.3	1.2	8.0	5.5	31.5	4.1	0.7

■属性別の北海道以外で検討している地域

(%)			サンプル数	東京圏（千葉・神奈川・埼玉含む）	東北	長野・新潟	富士山（静岡・山梨）	大阪・神戸	京都・奈良	広島、岡山、四国	九州	沖縄	北海道と合わせて他のエリアも訪問する	北海道のみ	その他
全体			1,578	50.5	13.6	13.9	42.6	46.6	40.1	18.7	22.3	34.6	31.5	4.1	1.4
国・地域	中国		270	46.3	13.3	11.1	53.7	40.0	32.2	15.9	20.0	33.0	28.1	3.7	0.7
	韓国		259	44.0	5.4	6.6	17.0	45.2	34.0	6.2	20.5	40.5	20.8	5.8	1.5
	台湾		264	47.7	27.3	16.7	41.3	53.8	54.5	28.0	33.0	38.6	34.1	1.9	0.0
	香港		154	48.7	21.4	27.3	55.2	57.1	53.2	31.8	40.9	47.4	24.0	1.3	1.3
	シンガポール		163	55.2	10.4	16.0	41.1	47.9	36.2	14.7	20.2	35.6	32.5	6.7	0.6
	タイ		162	43.2	7.4	13.0	54.9	46.3	41.4	18.5	16.0	27.2	48.1	0.6	4.3
	マレーシア		154	74.0	13.6	14.3	48.1	49.4	37.7	21.4	15.6	29.2	40.9	9.7	3.2
	インドネシア		152	54.6	6.6	11.2	38.8	34.2	30.9	17.1	7.9	19.7	30.3	3.9	0.7
来道	来道経験あり		627	53.4	23.0	21.1	47.2	50.4	44.7	25.8	32.7	41.1	33.8	3.3	0.6
	来道経験なし		951	48.6	7.5	9.1	39.5	44.2	37.0	14.0	15.5	30.3	30.0	4.6	1.9
国別来道経験	中国	あり	120	55.0	22.5	22.5	52.5	42.5	29.2	18.3	33.3	43.3	32.5	1.7	0.8
		なし	150	39.3	6.0	2.0	54.7	38.0	34.7	14.0	9.3	24.7	24.7	5.3	0.7
	韓国	あり	98	45.9	8.2	11.2	24.5	48.0	37.8	9.2	27.6	41.8	23.5	5.1	1.0
		なし	161	42.9	3.7	3.7	12.4	43.5	31.7	4.3	16.1	39.8	19.3	6.2	1.9
	台湾	あり	132	47.7	37.1	18.2	47.7	52.3	53.0	34.1	39.4	36.4	34.1	1.5	0.0
		なし	132	47.7	17.4	15.2	34.8	55.3	56.1	22.0	26.5	40.9	34.1	2.3	0.0
	香港	あり	94	55.3	26.6	29.8	56.4	54.3	53.2	35.1	38.3	46.8	25.5	0.0	1.1
		なし	60	38.3	13.3	23.3	53.3	61.7	53.3	26.7	45.0	48.3	21.7	3.3	1.7
	シンガポール	あり	77	54.5	14.3	16.9	39.0	46.8	40.3	18.2	23.4	41.6	36.4	5.2	0.0
		なし	86	55.8	7.0	15.1	43.0	48.8	32.6	11.6	17.4	30.2	29.1	8.1	1.2
	タイ	あり	54	59.3	18.5	22.2	64.8	61.1	61.1	33.3	29.6	37.0	57.4	0.0	0.0
		なし	108	35.2	1.9	8.3	50.0	38.9	31.5	11.1	9.3	22.2	43.5	0.9	6.5
	マレーシア	あり	27	74.1	29.6	29.6	59.3	63.0	48.1	48.1	33.3	48.1	59.3	25.9	3.7
		なし	127	74.0	10.2	11.0	45.7	46.5	35.4	15.7	11.8	25.2	37.0	6.3	3.1
	インドネシア	あり	25	60.0	24.0	36.0	48.0	48.0	44.0	32.0	28.0	32.0	24.0	4.0	0.0
		なし	127	53.5	3.1	6.3	37.0	31.5	28.3	14.2	3.9	17.3	31.5	3.9	0.8

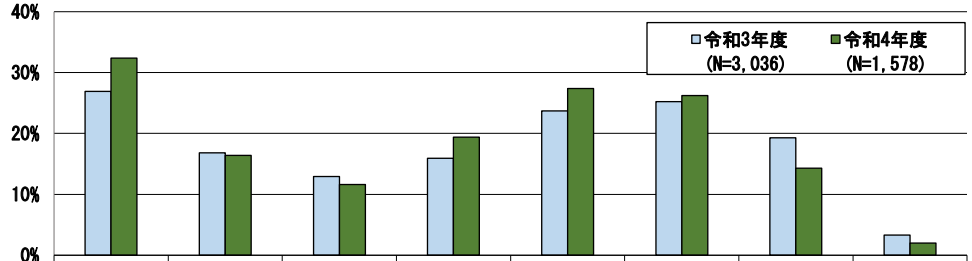
全体水準より５ポイント以上大きい

3　来道意向者の傾向

（1）来道観光の希望時期　「春(3～5月)」が最多で、「紅葉期(10～11月)」と「冬(12～2月)」が続く

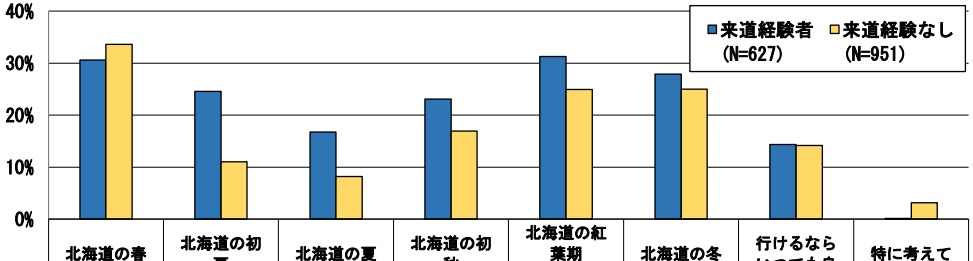
- 「北海道の春（3～5月）」（32.4%）が最も多く、「北海道の紅葉期（10～11月）」（27.4%）、「北海道の冬（12～2月）」（26.2%）が次ぐ。「北海道の夏」（11.6%）や「行けるならいつでも良い」（14.3%）は、比較的少ない。
- 昨年度調査でも「北海道の春（3～5月）」（昨年度26.9%→今年度32.4%）が最多であったが、その割合は大きく増加している。同じく、「北海道の紅葉時期（10～11月）」（昨年度23.7%→今年度27.4%）も増加している。
- 「北海道の春（3～5月）」はマレーシア（61.0%）やインドネシア（50.7%）で半数を超える。「北海道の紅葉期（10～11月）」はシンガポール（38.7%）、台湾（36.0%）、タイ（32.1%）が目立つ。「北海道の冬（12～2月）」は韓国（37.8%）、タイ（32.1%）で３割を超える。

■来道観光の希望時期



	北海道の春（3～5月）	北海道の初夏（6～7月）	北海道の夏（8月）	北海道の初秋（9月）	北海道の紅葉期（10～11月）	北海道の冬（12～2月）	行けるならいつでも良い	特に考えていない
令和3年度 (N=3,036)	26.9	16.8	12.9	15.9	23.7	25.2	19.3	3.3
令和4年度 (N=1,578)	32.4	16.4	11.6	19.4	27.4	26.2	14.3	2.0

■来道観光の希望時期　来道経験有無別



	北海道の春（3～5月）	北海道の初夏（6～7月）	北海道の夏（8月）	北海道の初秋（9月）	北海道の紅葉期（10～11月）	北海道の冬（12～2月）	行けるならいつでも良い	特に考えていない
来道経験者 (N=627)	30.6	24.6	16.7	23.1	31.3	27.9	14.4	0.2
来道経験なし (N=951)	33.6	11.0	8.2	16.9	24.9	25.0	14.2	3.2

■属性別の来道観光の希望時期

(%)		サンプル数	北海道の春（3～5月）	北海道の初夏（6～7月）	北海道の夏（8月）	北海道の初秋（9月）	北海道の紅葉期（10～11月）	北海道の冬（12～2月）	行けるならいつでも良い	特に考えていない
令和３年度		3,036	26.9	16.8	12.9	15.9	23.7	25.2	19.3	3.3
令和４年度		1,578	32.4	16.4	11.6	19.4	27.4	26.2	14.3	2.0
国・地域	中国	270	17.8	23.3	23.7	29.6	24.8	16.3	14.1	1.1
	韓国	259	27.8	15.1	7.7	10.8	18.9	37.8	13.1	0.4
	台湾	264	27.3	16.3	9.8	20.5	36.0	27.3	20.8	2.3
	香港	154	13.6	22.7	14.9	24.0	29.2	27.9	15.6	0.6
	シンガポール	163	33.7	20.9	11.7	24.5	38.7	26.4	8.0	2.5
	タイ	162	45.1	8.6	6.8	13.6	35.8	32.1	17.3	3.7
	マレーシア	154	61.0	8.4	3.9	12.3	19.5	20.8	12.3	5.2
	インドネシア	152	50.7	11.8	9.2	17.1	17.1	19.1	9.2	1.3
来道	来道経験あり	627	30.6	24.6	16.7	23.1	31.3	27.9	14.4	0.2
	来道経験なし	951	33.6	11.0	8.2	16.9	24.9	25.0	14.2	3.2
国別来道経験	中国・あり	120	18.3	29.2	25.0	35.8	21.7	16.7	21.7	0.0
	中国・なし	150	17.3	18.7	22.7	24.7	27.3	16.0	8.0	2.0
	韓国・あり	98	37.8	21.4	10.2	16.3	21.4	35.7	8.2	0.0
	韓国・なし	161	21.7	11.2	6.2	7.5	17.4	39.1	16.1	0.6
	台湾・あり	132	29.5	23.5	13.6	14.4	34.1	29.5	19.7	0.8
	台湾・なし	132	25.0	9.1	6.1	26.5	37.9	25.0	22.0	3.8
	香港・あり	94	14.9	25.5	19.1	24.5	33.0	25.5	14.9	0.0
	香港・なし	60	11.7	18.3	8.3	23.3	23.3	31.7	16.7	1.7
	シンガポール・あり	77	32.5	31.2	16.9	31.2	42.9	24.7	5.2	0.0
	シンガポール・なし	86	34.9	11.6	7.0	18.6	34.9	27.9	10.5	4.7
	タイ・あり	54	51.9	14.8	18.5	20.4	42.6	42.6	11.1	0.0
	タイ・なし	108	41.7	5.6	0.9	10.2	32.4	26.9	20.4	5.6
	マレーシア・あり	27	59.3	22.2	11.1	22.2	33.3	29.6	11.1	0.0
	マレーシア・なし	127	61.4	5.5	2.4	10.2	16.5	18.9	12.6	6.3
	インドネシア・あり	25	44.0	20.0	12.0	12.0	32.0	28.0	12.0	0.0
	インドネシア・なし	127	52.0	10.2	8.7	18.1	14.2	17.3	8.7	1.6

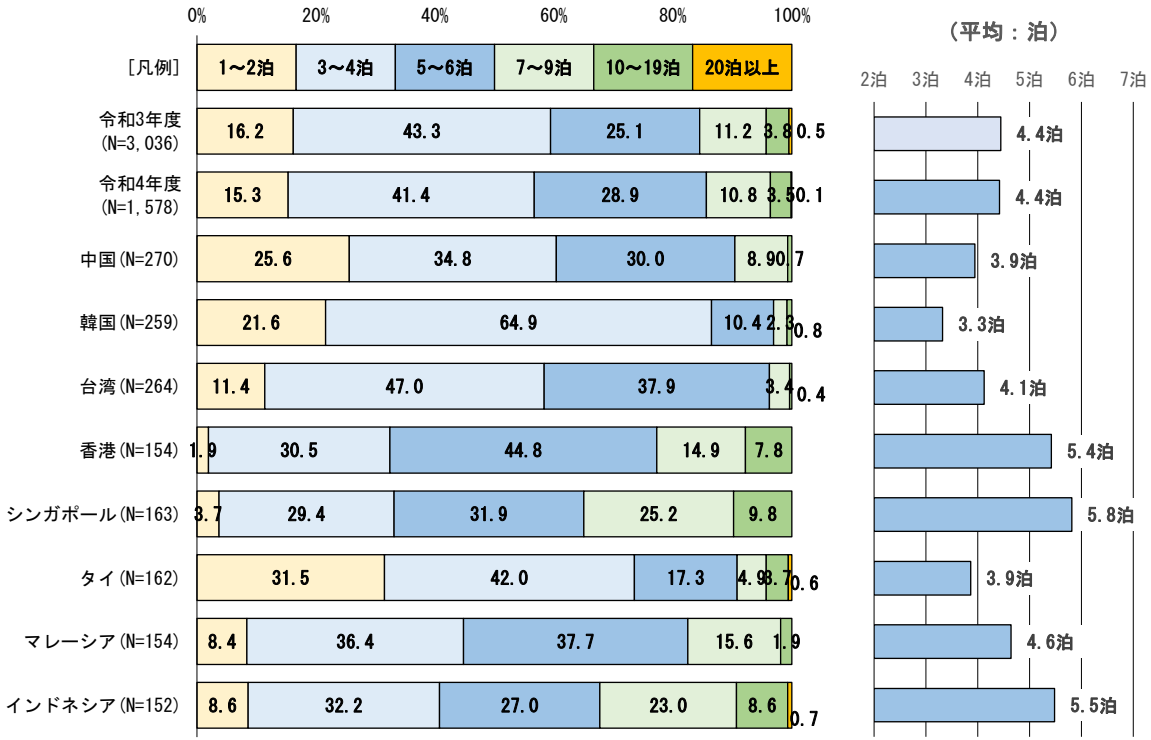
全体水準より５ポイント以上大きい

3　来道意向者の傾向

（2）来道観光の想定泊数　　平均4.4泊で昨年と同じ。香港、シンガポール、インドネシアなどが長期滞在傾向にある

- 来道観光の想定泊数は、「3～4泊」（41.4%）が最多で、「5～6泊」（28.9%）、「1～2泊」（15.2%）、「7～9泊」（10.8%）の順で続く。「10泊以上」（計3.6%）は僅少な結果となった。
- 平均4.4泊で、昨年度調査と比較しても大きな差異はなく、平均泊数も変わらない（共に4.4泊）。
- 「3～4泊」は韓国（64.9%）が突出して多く、これに台湾（47.0%）やタイ（42.0%）が続く。
- 「5～6泊」は香港（44.8%）が大きく、平均5.4泊になり、さらにシンガポールでは4人に1人が「7～9泊」（25.2%）とし、平均5.8泊に上る。
- なお、「1～2泊」はタイ（31.5%）や比較的近い中国（25.6%）、韓国（21.6%）で多く、平均宿泊数も3泊台に留まる。

■来道観光の想定泊数



■属性別の来道観光の想定泊数

(%)			サンプル数	1～2泊	3～4泊	5～6泊	7～9泊	10～19泊	20泊以上	平均（泊）
令和３年度			3,036	16.2	43.3	25.1	11.2	3.8	0.5	4.4
令和４年度			1,578	15.3	41.4	28.9	10.8	3.5	0.1	4.4
国・地域	中国		270	25.6	34.8	30.0	8.9	0.7	0.0	3.9
	韓国		259	21.6	64.9	10.4	2.3	0.8	0.0	3.3
	台湾		264	11.4	47.0	37.9	3.4	0.4	0.0	4.1
	香港		154	1.9	30.5	44.8	14.9	7.8	0.0	5.4
	シンガポール		163	3.7	29.4	31.9	25.2	9.8	0.0	5.8
	タイ		162	31.5	42.0	17.3	4.9	3.7	0.6	3.9
	マレーシア		154	8.4	36.4	37.7	15.6	1.9	0.0	4.6
	インドネシア		152	8.6	32.2	27.0	23.0	8.6	0.7	5.5
来道	来道経験あり		627	16.4	37.5	33.2	9.6	3.3	0.0	4.5
	来道経験なし		951	14.5	44.1	26.1	11.6	3.6	0.2	4.4
国別来道経験	中国	あり	120	33.3	21.7	35.8	8.3	0.8	0.0	4.0
		なし	150	19.3	45.3	25.3	9.3	0.7	0.0	3.9
	韓国	あり	98	16.3	66.3	16.3	1.0	0.0	0.0	3.5
		なし	161	24.8	64.0	6.8	3.1	1.2	0.0	3.2
	台湾	あり	132	10.6	46.2	41.7	0.8	0.8	0.0	4.1
		なし	132	12.1	47.7	34.1	6.1	0.0	0.0	4.1
	香港	あり	94	3.2	30.9	44.7	16.0	5.3	0.0	5.3
		なし	60	0.0	30.0	45.0	13.3	11.7	0.0	5.7
	シンガポール	あり	77	3.9	27.3	29.9	27.3	11.7	0.0	6.1
		なし	86	3.5	31.4	33.7	23.3	8.1	0.0	5.6
	タイ	あり	54	37.0	35.2	22.2	3.7	1.9	0.0	3.6
		なし	108	28.7	45.4	14.8	5.6	4.6	0.9	4.0
	マレーシア	あり	27	14.8	29.6	37.0	18.5	0.0	0.0	4.5
		なし	127	7.1	37.8	37.8	15.0	2.4	0.0	4.7
	インドネシア	あり	25	12.0	24.0	28.0	20.0	16.0	0.0	6.1
		なし	127	7.9	33.9	26.8	23.6	7.1	0.8	5.4

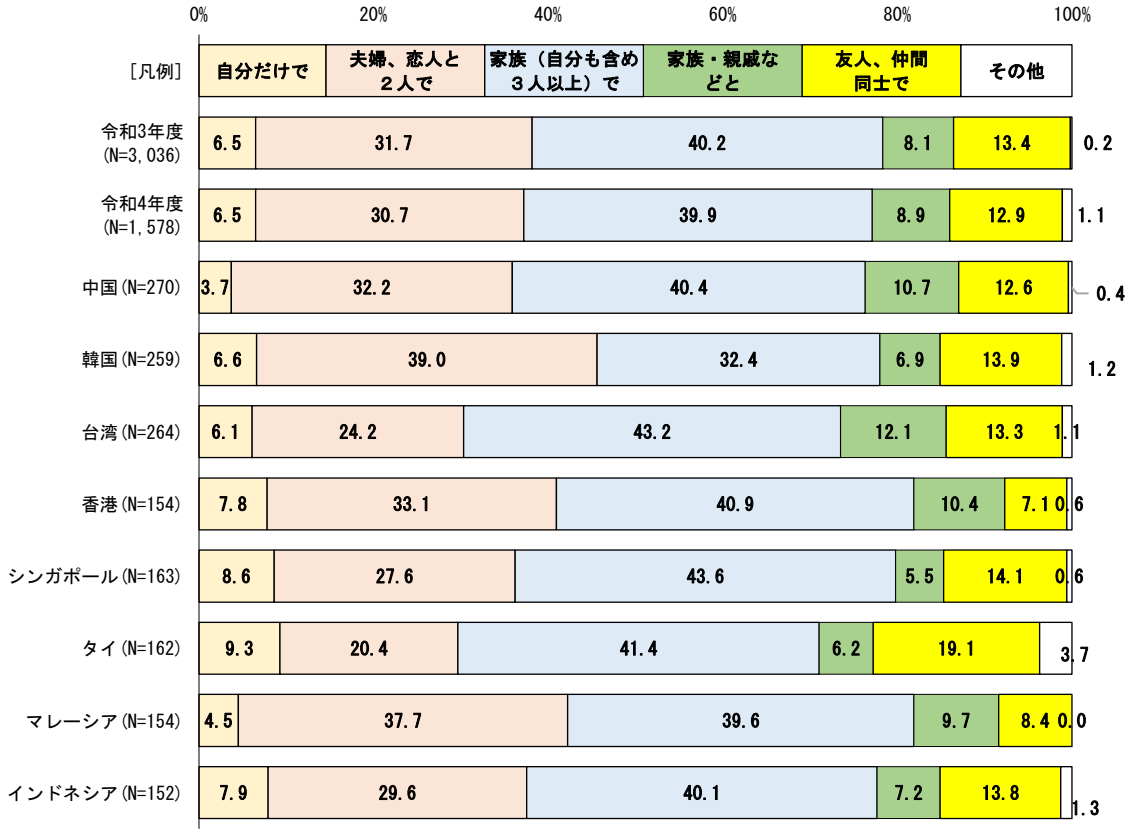
全体水準より５ポイント以上大きい

3　来道意向者の傾向

（3）来道観光の同伴パターン　「家族(自分も含め3人以上で)」が4割、「夫婦、恋人と2人で」が3割。昨年との差異はない

- 「家族（自分も含め3人以上で）」（39.9%）が最も多く、「夫婦、恋人と2人で」（30.7%）、「友人、仲間同士で」（12.9%）の順で続く。「友人、仲間同士で」（8.1%）や「自分だけで」（6.5%）は１割に満たない。
- 「家族（自分も含め3人以上で）」の割合は韓国（32.4%）でやや少ないが、その他の7か国では40%前後と、ほぼ同水準となっている。「夫婦、恋人と2人で」は韓国（39.0%）で多い。「友人、仲間同士で」はタイ（19.1%）で２割と多く、「家族・親戚などと」は台湾（12.1%）がやや多い。
- 「自分だけで」の割合は、8か国いずれでも１割以下となっている。
- 昨年度調査と比較しても、大きな差異はない。

■来道観光の同伴パターン



■属性別の来道観光の同伴パターン

(%)			サンプル数	自分だけで	夫婦、恋人と２人で	家族（自分も含め３人以上）で	家族・親戚などと	友人、仲間同士で	その他
令和３年度			3,036	6.5	31.7	40.2	8.1	13.4	0.2
令和４年度			1,578	6.5	30.7	39.9	8.9	12.9	1.1
国・地域	中国		270	3.7	32.2	40.4	10.7	12.6	0.4
	韓国		259	6.6	39.0	32.4	6.9	13.9	1.2
	台湾		264	6.1	24.2	43.2	12.1	13.3	1.1
	香港		154	7.8	33.1	40.9	10.4	7.1	0.6
	シンガポール		163	8.6	27.6	43.6	5.5	14.1	0.6
	タイ		162	9.3	20.4	41.4	6.2	19.1	3.7
	マレーシア		154	4.5	37.7	39.6	9.7	8.4	0.0
	インドネシア		152	7.9	29.6	40.1	7.2	13.8	1.3
来道	来道経験あり		627	6.4	30.3	42.6	7.8	12.4	0.5
	来道経験なし		951	6.6	30.9	38.2	9.6	13.2	1.5
国別来道経験	中国	あり	120	3.3	26.7	46.7	8.3	15.0	0.0
		なし	150	4.0	36.7	35.3	12.7	10.7	0.7
	韓国	あり	98	7.1	40.8	31.6	5.1	13.3	2.0
		なし	161	6.2	37.9	32.9	8.1	14.3	0.6
	台湾	あり	132	6.1	26.5	44.7	12.9	9.8	0.0
		なし	132	6.1	22.0	41.7	11.4	16.7	2.3
	香港	あり	94	8.5	30.9	46.8	8.5	5.3	0.0
		なし	60	6.7	36.7	31.7	13.3	10.0	1.7
	シンガポール	あり	77	10.4	32.5	39.0	5.2	13.0	0.0
		なし	86	7.0	23.3	47.7	5.8	15.1	1.2
	タイ	あり	54	5.6	20.4	48.1	1.9	22.2	1.9
		なし	108	11.1	20.4	38.0	8.3	17.6	4.6
	マレーシア	あり	27	3.7	51.9	22.2	11.1	11.1	0.0
		なし	127	4.7	34.6	43.3	9.4	7.9	0.0
	インドネシア	あり	25	4.0	16.0	60.0	4.0	16.0	0.0
		なし	127	8.7	32.3	36.2	7.9	13.4	1.6

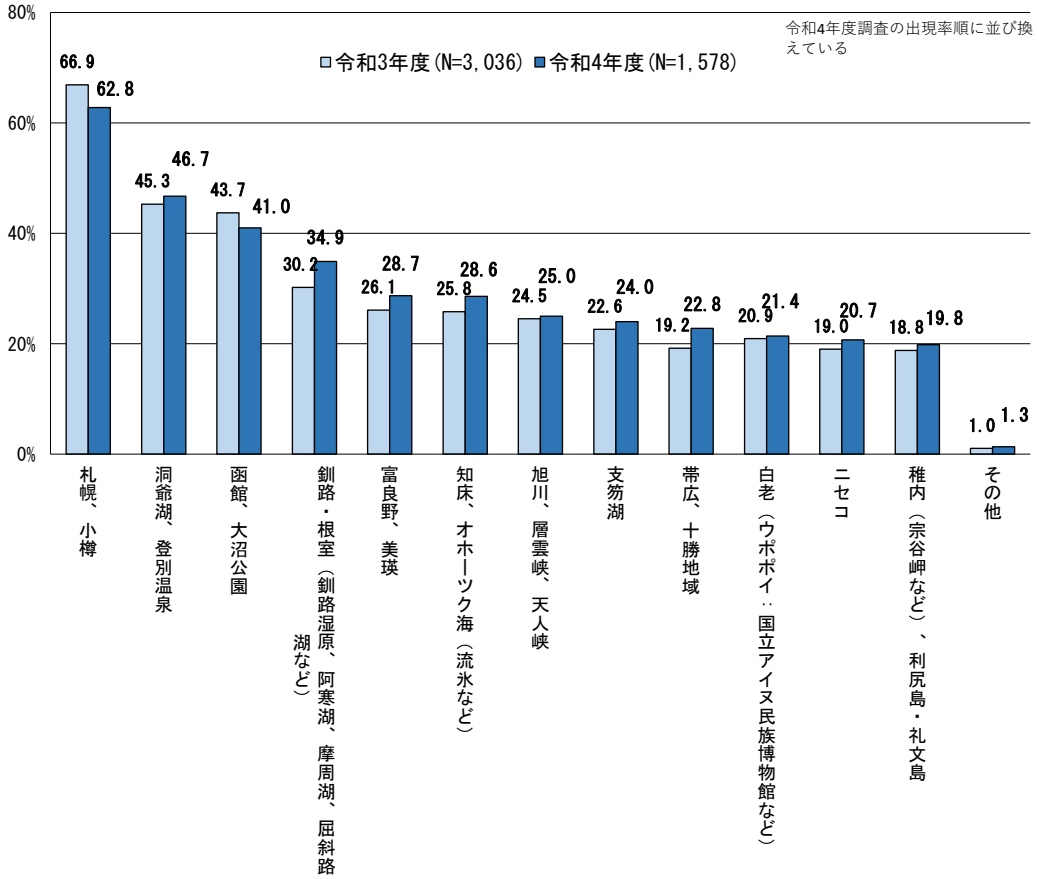
全体水準より５ポイント以上大きい

3　来道意向者の傾向

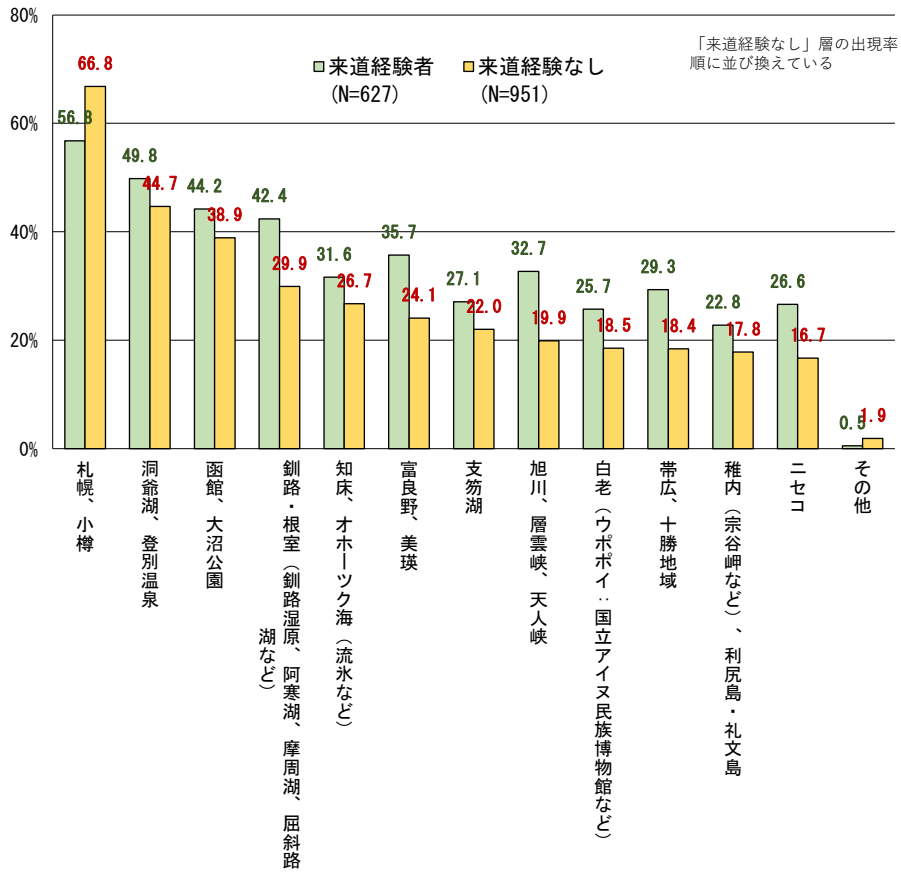
（4）来道時に観光したい地域　　来道経験なしでは「札幌、小樽」が突出。来道経験ありでは「釧路、根室」「富良野、美瑛」「旭川」などが人気

- 「札幌、小樽」（62.8%）が最も多く、「洞爺湖、登別温泉」（46.7%）、「函館、大沼公園」（41.0%）が40%を超えて次ぐ。この順位は、昨年度調査からほぼ変わらない。
- 来道経験の有無別にみると、「札幌、小樽」は来道経験なし（66.8%）と突出して高い。一方、来道経験者では「釧路、根室」（42.4%）や「富良野、美瑛」（35.7%）、「旭川、層雲峡、天人峡」（32.7%）などで来道経験なしの回答を大きく上回る。
- 「札幌、小樽」は韓国（77.6%）、台湾（72.3%）、香港（73.4%）で７割を超えて最多となるが、中国では５割を切り、「洞爺湖、登別温泉」（57.4%）が最多となる。インドネシアでも「札幌、小樽」（49.3%）が５割を下回る。
- その他、香港は「富良野、美瑛」（63.6%）が他の７か国より突出して大きい。

■来道時に観光したい地域の推移



■来道時に観光したい地域　来道経験有無別



3　来道意向者の傾向

■属性別の来道時に観光したい地域

(%)			サンプル数	札幌、小樽	函館、大沼公園	ニセコ	洞爺湖、登別温泉	白老（ウポポイ：国立アイヌ民族博物館など）	支笏湖	旭川、層雲峡、天人峡	富良野、美瑛	帯広、十勝地域	釧路・根室（釧路湿原、阿寒湖、摩周湖、屈斜路湖など）	知床、オホーツク海（流氷など）	稚内（宗谷岬など）、利尻島・礼文島	その他
令和３年度			3,036	66.9	43.7	19.0	45.3	20.9	22.6	24.5	26.1	19.2	30.2	25.8	18.8	1.0
令和４年度			1,578	62.8	41.0	20.7	46.7	21.4	24.0	25.0	28.7	22.8	34.9	28.6	19.8	1.3
国・地域	中国		270	44.8	37.4	34.4	57.4	25.6	15.6	28.1	21.5	30.7	37.0	23.3	15.6	0.4
	韓国		259	77.6	22.0	8.1	38.6	20.8	8.9	12.4	17.4	9.7	18.5	18.9	10.8	0.4
	台湾		264	72.3	53.4	20.1	44.3	15.5	23.5	37.9	49.2	25.0	43.9	38.6	20.8	1.5
	香港		154	73.4	53.9	31.2	44.2	16.2	18.8	27.3	63.6	30.5	26.0	22.7	14.9	0.0
	シンガポール		163	61.3	48.5	20.2	50.3	25.2	33.7	28.8	23.3	26.4	41.7	25.2	23.9	1.8
	タイ		162	59.3	29.6	9.9	51.2	16.7	37.0	16.7	14.8	18.5	35.2	35.8	25.9	0.6
	マレーシア		154	61.0	51.3	23.4	40.9	24.0	36.4	20.8	22.7	24.7	38.3	33.8	26.6	3.2
	インドネシア		152	49.3	38.8	17.1	45.4	28.3	34.2	25.0	16.4	17.8	40.8	34.2	27.6	3.9
来道	来道経験あり		627	56.8	44.2	26.6	49.8	25.7	27.1	32.7	35.7	29.3	42.4	31.6	22.8	0.5
	来道経験なし		951	66.8	38.9	16.7	44.7	18.5	22.0	19.9	24.1	18.4	29.9	26.7	17.8	1.9
国別来道経験	中国	あり	120	33.3	35.8	41.7	55.8	32.5	21.7	28.3	20.8	34.2	50.8	26.7	19.2	0.0
		なし	150	54.0	38.7	28.7	58.7	20.0	10.7	28.0	22.0	28.0	26.0	20.7	12.7	0.7
	韓国	あり	98	64.3	28.6	12.2	36.7	30.6	13.3	22.4	25.5	13.3	28.6	21.4	13.3	0.0
		なし	161	85.7	18.0	5.6	39.8	14.9	6.2	6.2	12.4	7.5	12.4	17.4	9.3	0.6
	台湾	あり	132	63.6	51.5	25.8	51.5	21.2	30.3	47.7	47.7	31.8	53.0	45.5	25.8	1.5
		なし	132	81.1	55.3	14.4	37.1	9.8	16.7	28.0	50.8	18.2	34.8	31.8	15.9	1.5
	香港	あり	94	68.1	55.3	30.9	47.9	13.8	22.3	29.8	58.5	30.9	27.7	22.3	14.9	0.0
		なし	60	81.7	51.7	31.7	38.3	20.0	13.3	23.3	71.7	30.0	23.3	23.3	15.0	0.0
	シンガポール	あり	77	53.2	45.5	16.9	44.2	28.6	29.9	33.8	26.0	27.3	37.7	24.7	28.6	1.3
		なし	86	68.6	51.2	23.3	55.8	22.1	37.2	24.4	20.9	25.6	45.3	25.6	19.8	2.3
	タイ	あり	54	64.8	42.6	16.7	68.5	22.2	46.3	27.8	25.9	33.3	48.1	40.7	35.2	0.0
		なし	108	56.5	23.1	6.5	42.6	13.9	32.4	11.1	9.3	11.1	28.7	33.3	21.3	0.9
	マレーシア	あり	27	55.6	51.9	33.3	33.3	25.9	33.3	22.2	37.0	33.3	37.0	44.4	37.0	0.0
		なし	127	62.2	51.2	21.3	42.5	23.6	37.0	20.5	19.7	22.8	38.6	31.5	24.4	3.9
	インドネシア	あり	25	56.0	56.0	44.0	64.0	40.0	52.0	44.0	48.0	44.0	64.0	44.0	32.0	0.0
		なし	127	48.0	35.4	11.8	41.7	26.0	30.7	21.3	10.2	12.6	36.2	32.3	26.8	4.7

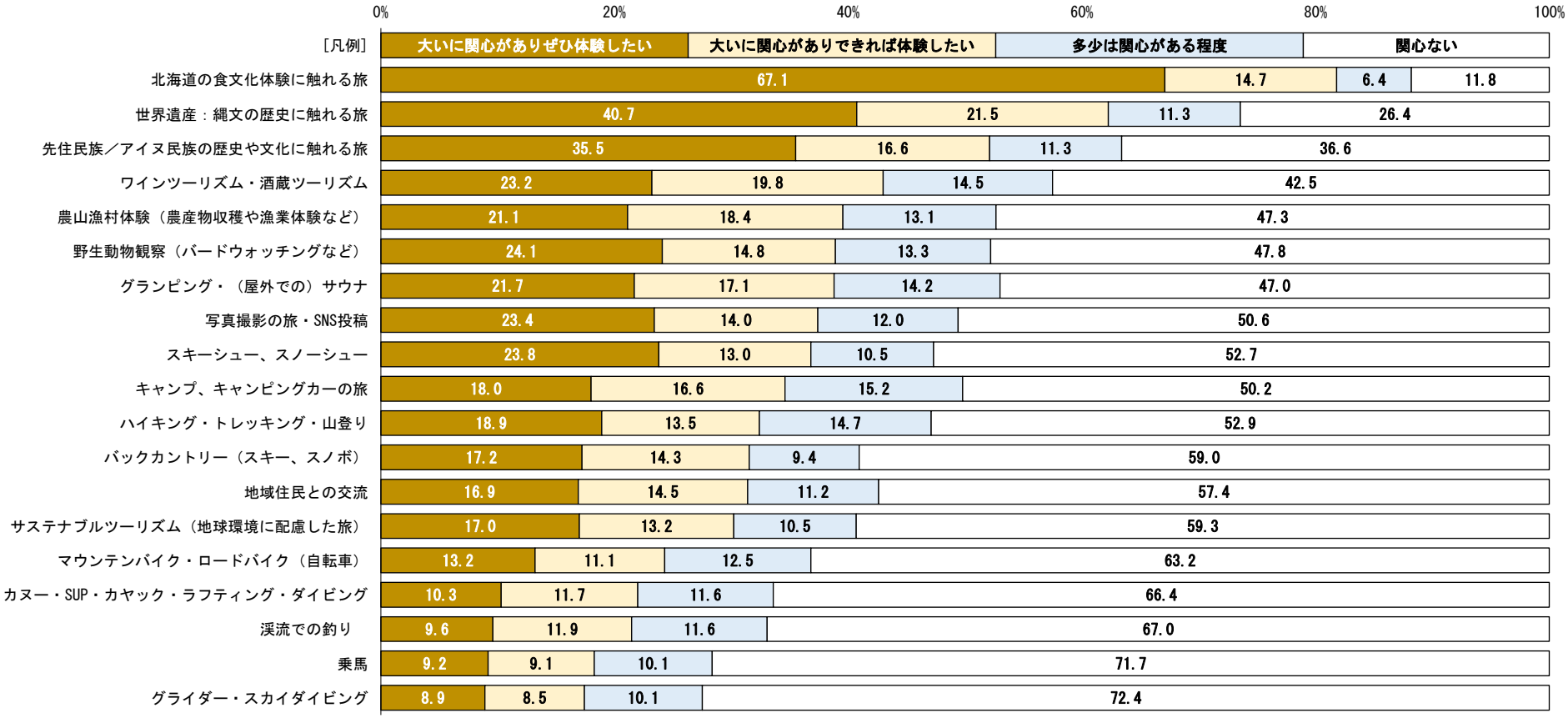
全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道旅行の楽しみ方

（1）新しい観光への関心度　「北海道の食文化」が最大。「世界遺産：縄文の歴史」が次ぐ

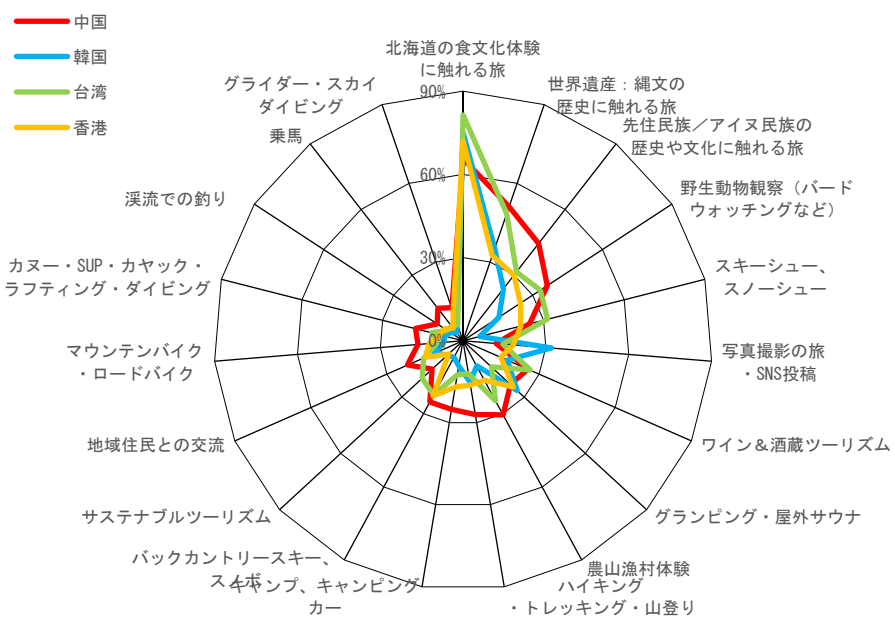
- 「大いに関心がありぜひ体験したい」と「大いに関心があり出来れば体験したい」を合わせた関心割合は、「北海道の食文化体験に触れる旅」（計81.8%）が最大で、「世界遺産：縄文の歴史に触れる旅」（計62.2%）、「先住民族/アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅」（計50.1%）が次ぐ。
- 一方、「グライダー、スカイダイビング」や「乗馬」は「関心ない」の割合が７割を超える。
- 《ぜひ体験したい》の割合で見ると、「北海道の食文化体験に触れる旅」は台湾（81.4%）が最も多く、韓国（74.9%）、シンガポール（73.6%）、香港（72.1.%）でも７割を超える。マレーシア（40.9%）では４割に留まり、マレーシアは「先住民族/アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅」（46.8%）が最大となる。

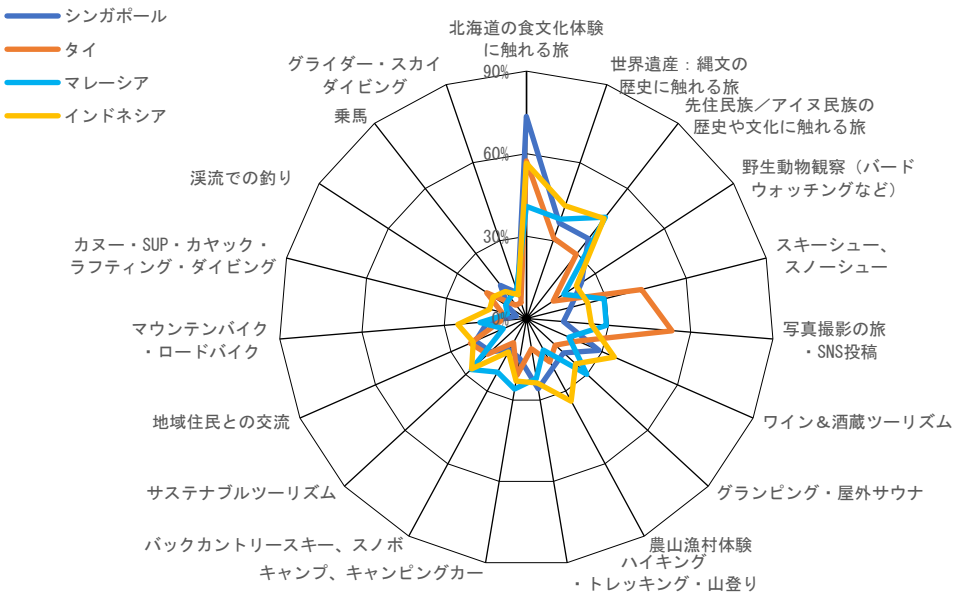
■新しい観光への関心度



4　北海道旅行の楽しみ方

■国・地域別の「大いに関心があり　ぜひ体験してみたい」割合比較　※全体の出現値が大きい順に並べ替えている





■国・地域別の「大いに関心があり　ぜひ体験してみたい」割合比較　※全体の出現値が大きい順に並べ替えている

(%)	❶北海道の食文化体験に触れる旅	❷世界遺産：縄文の歴史に触れる旅	❸先住民族／アイヌの歴史や文化に触れる旅	❹野生動物観察（バードウォッチングなど）	❺スキーシュー、スノーシュー	❻写真撮影の旅・SNS投稿	❼ワインツーリズム・酒蔵ツーリズム	❽グランピング・サウナ（屋外での）	❾農山漁村体験（農産物収穫や漁業体験など）	❿ハイキング・トレッキング・山登り	⓫キャンプ、キャンピングカーの旅	⓬バックカントリースキー、スノボ	⓭サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	⓮地域住民との交流	⓯マウンテンバイク・ロードバイク（自転車）	⓰カヌー・SUP・カヤック・ラフティング・ダイビング	⓱渓流での釣り	⓲乗馬	⓳グライダー・スカイダイビング
全体	67.1	40.7	35.5	24.1	23.8	23.4	23.2	21.7	21.1	18.9	18.0	17.2	17.0	16.9	13.2	10.3	9.6	9.2	8.9
中国	65.6	51.1	44.4	36.3	24.8	11.9	25.6	23.3	30.4	27.0	25.2	25.2	15.2	21.9	16.3	17.8	11.1	14.8	12.6
韓国	74.9	35.1	23.6	15.4	6.2	32.0	17.4	26.6	10.4	15.1	9.3	6.9	7.7	11.2	6.9	6.9	5.4	3.5	6.6
台湾	81.4	48.5	31.4	33.3	31.4	14.4	26.5	14.0	24.6	12.1	12.5	22.3	20.1	15.5	9.5	11.7	6.8	6.8	6.1
香港	72.1	32.5	29.9	24.7	21.4	18.2	14.9	24.7	16.2	16.2	16.9	22.7	7.1	14.9	12.3	8.4	7.8	5.8	11.0
シンガポール	73.6	36.8	36.8	23.9	16.6	13.5	28.8	18.4	20.2	25.8	14.7	12.9	17.8	20.2	14.1	3.7	8.0	15.3	9.8
タイ	57.4	30.9	29.6	11.7	43.2	53.1	20.4	14.2	17.9	11.1	21.0	9.9	19.1	22.2	9.3	9.3	17.3	6.2	6.2
マレーシア	40.9	38.3	46.8	16.2	29.2	29.2	16.9	29.9	13.0	22.1	26.0	22.1	27.3	9.1	16.9	7.1	9.1	9.7	11.0
インドネシア	56.6	43.4	46.1	21.7	23.0	23.7	34.9	24.3	34.2	23.7	23.0	13.8	27.0	21.1	25.0	13.8	14.5	12.5	9.2

全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道旅行の楽しみ方

(%)	全体（N=1578）				中国（N=270）				韓国（N=259）				台湾（N=264）				香港（N=154）				シンガポール（N=163）				タイ（N=162）				マレーシア（N=154）				インドネシア（N=152）			
	大いに関心ありぜひ体験したい	大いに関心ありできれば体験したい	多少は関心あり	関心なし	大いに関心ありぜひ体験したい	大いに関心ありできれば体験したい	多少は関心あり	関心なし	大いに関心ありぜひ体験したい	大いに関心ありできれば体験したい	多少は関心あり	関心なし	大いに関心ありぜひ体験したい	大いに関心ありできれば体験したい	多少は関心あり	関心なし	大いに関心ありぜひ体験したい	大いに関心ありできれば体験したい	多少は関心あり	関心なし	大いに関心ありぜひ体験したい	大いに関心ありできれば体験したい	多少は関心あり	関心なし	大いに関心ありぜひ体験したい	大いに関心ありできれば体験したい	多少は関心あり	関心なし	大いに関心ありぜひ体験したい	大いに関心ありできれば体験したい	多少は関心あり	関心なし	大いに関心ありぜひ体験したい	大いに関心ありできれば体験したい	多少は関心あり	関心なし
先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅	35.5	16.6	11.3	36.6	44.4	18.5	10.4	26.7	23.6	14.3	10.8	51.3	31.4	17.8	14.0	36.8	29.9	20.1	13.6	36.4	36.8	11.7	7.4	44.1	29.6	19.8	15.4	35.2	46.8	12.3	7.8	33.1	46.1	17.8	9.9	26.2
世界遺産：縄文の歴史に触れる旅	40.7	21.5	11.3	26.5	51.1	20.4	10.0	18.5	35.1	23.2	6.6	35.1	48.5	20.5	11.4	19.6	32.5	23.4	18.2	25.9	36.8	16.0	14.1	33.1	30.9	23.5	15.4	30.2	38.3	22.1	11.0	28.6	43.4	24.3	7.9	24.4
北海道の食文化体験に触れる旅	67.1	14.7	6.4	11.8	65.6	17.4	7.4	9.6	74.9	12.7	5.8	6.6	81.4	9.5	2.7	6.4	72.1	11.0	4.5	12.4	73.6	11.7	4.3	10.4	57.4	19.8	8.0	14.8	40.9	23.4	10.4	25.3	56.6	15.1	10.5	17.8
ワインツーリズム・酒蔵ツーリズム	23.2	19.8	14.5	42.5	25.6	28.5	13.0	32.9	17.4	26.3	16.6	39.7	26.5	18.2	12.1	43.2	14.9	16.9	14.9	53.3	28.8	19.0	12.9	39.3	20.4	12.3	21.0	46.3	16.9	13.6	14.9	54.6	34.9	13.8	11.8	39.5
キャンプ、キャンピングカーの旅	18.0	16.6	15.2	50.2	25.2	18.5	17.0	39.3	9.3	14.3	18.5	57.9	12.5	14.8	14.4	58.3	16.9	16.2	14.3	52.6	14.7	17.2	18.4	49.7	21.0	16.7	13.0	49.3	26.0	18.2	10.4	45.4	23.0	18.4	12.5	46.1
グランピング・（屋外での）サウナ	21.7	17.1	14.2	47.0	23.3	23.0	16.3	37.4	26.6	15.1	15.8	42.5	14.0	18.6	13.6	53.8	24.7	18.8	11.7	44.8	18.4	19.6	9.2	52.8	14.2	9.9	15.4	60.5	29.9	11.7	15.6	42.8	24.3	16.4	13.8	45.5
ハイキング・トレッキング・山登り	18.9	13.5	14.7	52.9	27.0	14.1	18.5	40.4	15.1	14.3	17.8	52.8	12.1	12.5	13.3	62.1	16.2	14.3	12.3	57.2	25.8	17.2	9.8	47.2	11.1	11.1	17.3	60.5	22.1	13.0	8.4	56.5	23.7	11.2	16.4	48.7
マウンテンバイク・ロードバイク（自転車）	13.2	11.1	12.5	63.2	16.3	14.8	16.7	52.2	6.9	10.0	12.7	70.4	9.5	8.7	8.7	73.1	12.3	14.9	14.3	58.5	14.1	9.8	14.7	61.4	9.3	7.4	11.1	72.2	16.9	10.4	10.4	62.3	25.0	12.5	11.2	51.3
グライダー・スカイダイビング	8.9	8.5	10.1	72.5	12.6	13.3	8.9	65.2	6.6	7.7	10.8	74.9	6.1	10.2	6.8	76.9	11.0	5.2	10.4	73.4	9.8	5.5	11.7	73.0	6.2	6.2	12.3	75.3	11.0	6.5	11.0	71.5	9.2	9.2	11.8	69.8
カヌー・SUP・カヤック・ラフティング・ダイビング	10.3	11.7	11.6	66.4	17.8	15.6	15.2	51.4	6.9	9.3	8.9	74.9	11.7	10.6	9.8	67.9	8.4	11.7	9.7	70.2	3.7	16.0	11.7	68.6	9.3	8.6	14.2	67.9	7.1	11.0	10.4	71.5	13.8	9.9	13.2	63.1
渓流での釣り	9.6	11.9	11.6	66.9	11.1	14.1	15.6	59.2	5.4	5.8	10.8	78.0	6.8	11.0	9.8	72.4	7.8	10.4	14.3	67.5	8.0	15.3	10.4	66.3	17.3	16.0	11.1	55.6	9.1	6.5	8.4	76.0	14.5	18.4	11.2	55.9
スキーシュー、スノーシュー	23.8	13.0	10.5	52.7	24.8	10.0	10.4	54.8	6.2	8.1	10.0	75.7	31.4	18.2	12.9	37.5	21.4	17.5	13.0	48.1	16.6	16.0	13.5	53.9	43.2	11.1	6.2	39.5	29.2	13.6	6.5	50.7	23.0	11.2	9.9	55.9
バックカントリー（スキー、スノボ）	17.2	14.3	9.4	59.1	25.2	16.3	10.0	48.5	6.9	3.1	5.8	84.2	22.3	16.3	11.4	50.0	22.7	16.9	7.1	53.3	12.9	17.8	10.4	58.9	9.9	18.5	12.3	59.3	22.1	13.6	7.8	56.5	13.8	16.4	11.2	58.6
乗馬	9.2	9.1	10.1	71.6	14.8	13.3	14.4	57.5	3.5	3.1	5.8	87.6	6.8	12.9	9.8	70.5	5.8	9.7	13.6	70.9	15.3	8.6	11.7	64.4	6.2	3.7	4.9	85.2	9.7	9.1	8.4	72.8	12.5	10.5	11.8	65.2
野生動物観察（バードウォッチングなど）	24.1	14.8	13.3	47.8	36.3	16.3	15.2	32.2	15.4	12.4	13.1	59.1	33.3	16.3	13.3	37.1	24.7	22.1	15.6	37.6	23.9	15.3	8.6	52.2	11.7	11.7	18.5	58.1	16.2	11.7	10.4	61.7	21.7	12.5	10.5	55.3
写真撮影の旅・SNS投稿	23.4	14.0	12.0	50.6	11.9	17.8	16.3	54.0	32.0	13.9	12.7	41.4	14.4	13.3	11.7	60.6	18.2	13.6	13.0	55.2	13.5	11.7	9.8	65.0	53.1	17.3	8.0	21.6	29.2	11.7	7.1	52.0	23.7	10.5	13.8	52.0
農山漁村体験（農産物収穫や漁業体験など）	21.1	18.4	13.1	47.4	30.4	29.6	15.6	24.4	10.4	10.8	14.3	64.5	24.6	17.4	14.4	43.6	16.2	16.2	13.6	54.0	20.2	17.8	14.1	47.9	17.9	23.5	13.6	45.0	13.0	15.6	9.7	61.7	34.2	13.8	5.9	46.1
地域住民との交流	16.9	14.5	11.2	57.4	21.9	13.7	14.4	50.0	11.2	12.4	13.1	63.3	15.5	17.4	10.6	56.5	14.9	16.2	13.0	55.9	20.2	15.3	6.7	57.8	22.2	20.4	8.0	49.4	9.1	5.8	10.4	74.7	21.1	14.5	10.5	53.9
サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	17.0	13.2	10.5	59.3	15.2	11.5	12.2	61.1	7.7	10.8	11.2	70.3	20.1	14.8	14.0	51.1	7.1	10.4	7.8	74.7	17.8	10.4	8.0	63.8	19.1	22.2	11.1	47.6	27.3	13.6	8.4	50.7	27.0	13.2	7.2	52.6

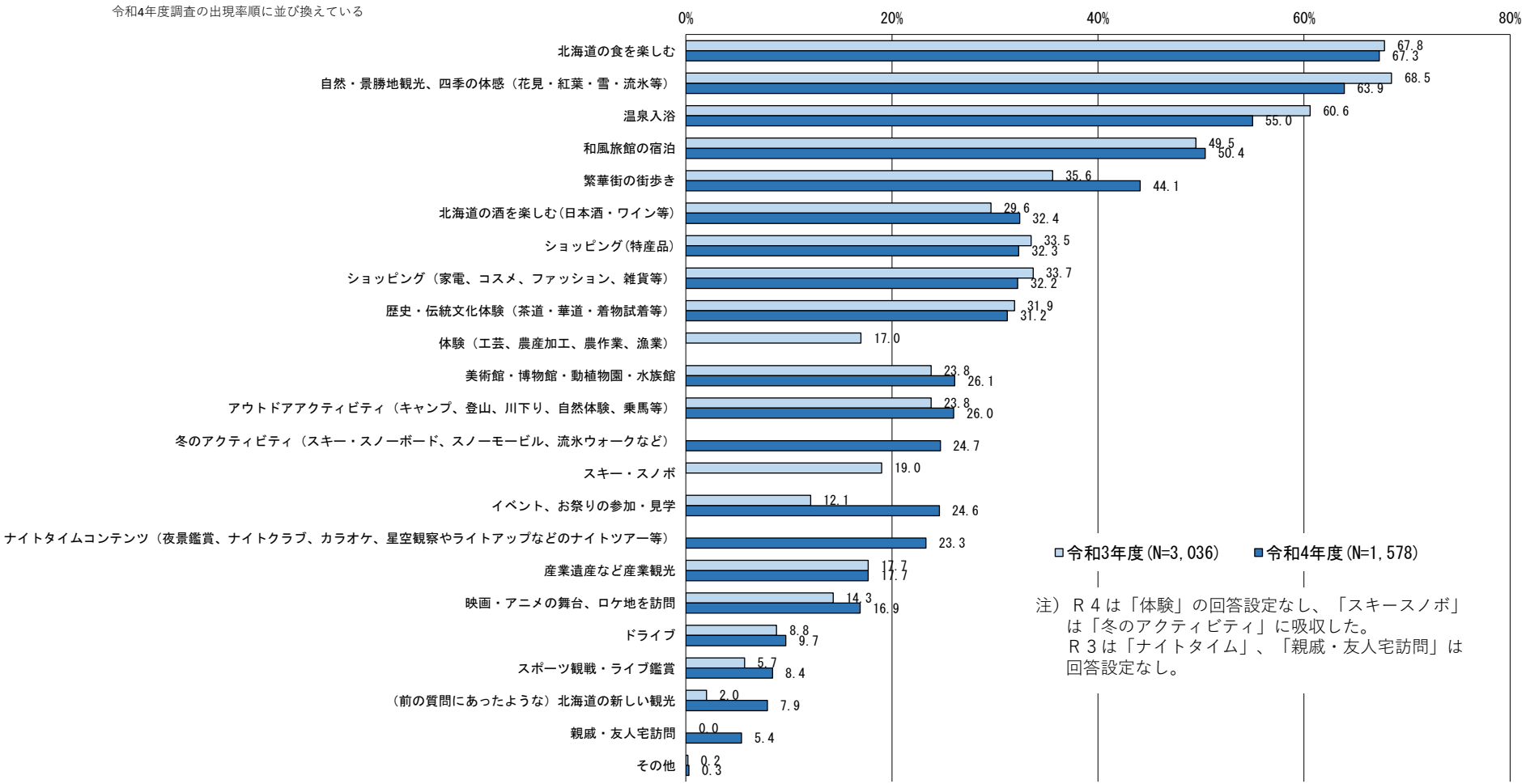
60 60%以上　50 50%以上　40 40%以上　30 30%以上

4　北海道旅行の楽しみ方

（２）来道時に主に楽しみたいこと　「北海道の食を楽しむ」が最多。「自然・景勝地観光、四季の体感」「温泉入浴」が続く。

- 「北海道の食を楽しむ」（67.3%）が最多で、「自然・景勝地観光、四季の体感（花見・紅葉・雪・流氷等）」（63.3%）、「温泉入浴」（55.0%）、「和風旅館の宿泊」（50.4%）が５割を超えて続く。
- 「北海道の食を楽しむ」は台湾（78.4%）で突出して高い。「自然・景勝地観光、四季の体感（花見・紅葉・雪・流氷等）」は、中国、台湾、タイ、インドネシアで７割を超える。温泉入浴は８か国全てで５割を超えており、特に韓国（61.3%）や台湾（59.5%）は６割に及ぶ。
- 「北海道の新しい観光」（7.9%）は１割に満たなかった。

■来道時に主に楽しみたいことの推移



4　北海道旅行の楽しみ方

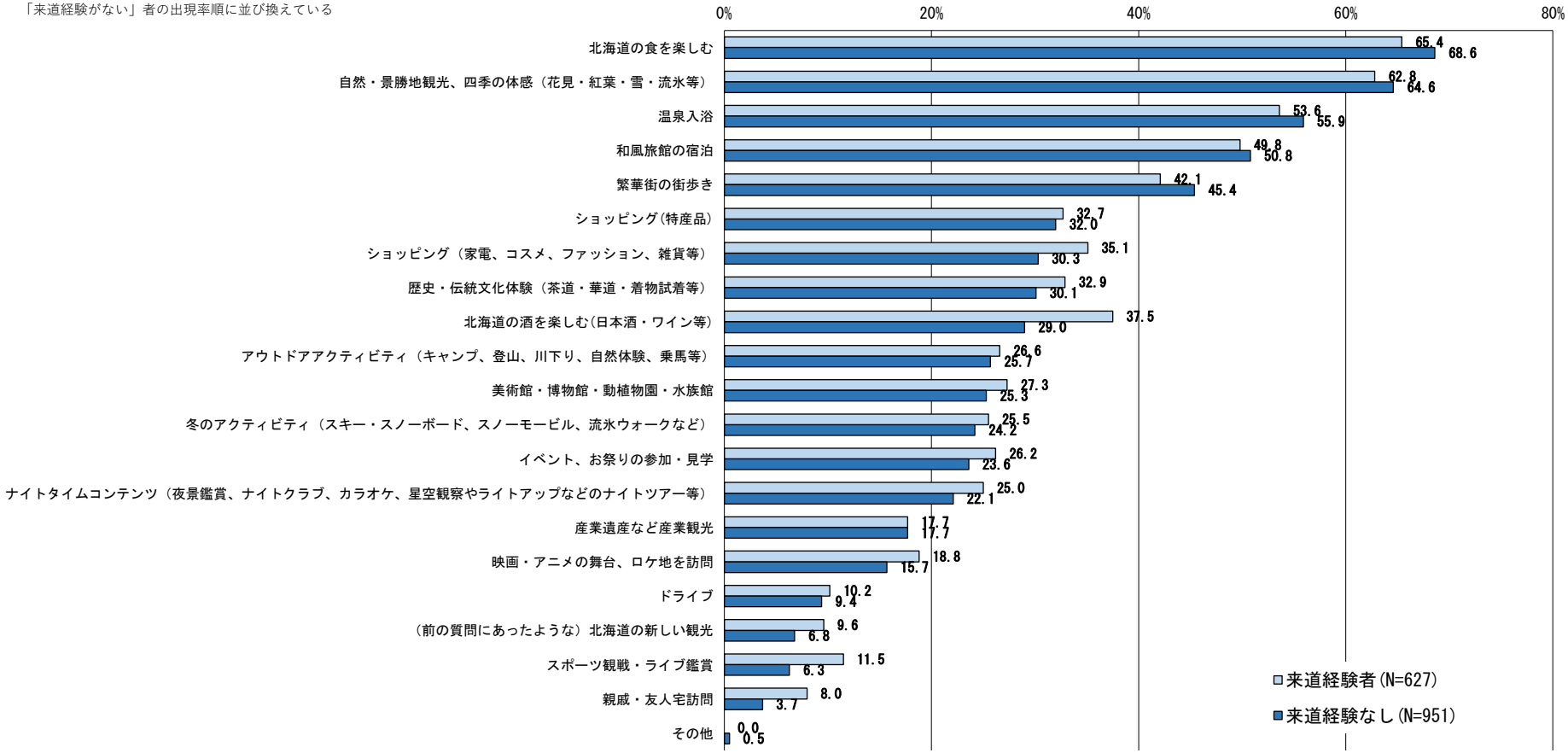
（2）来道時に主に楽しみたいこと／来道経験別

来道経験者では「北海道の酒」や「ショッピング（家電、コスメ、ファッション、雑貨等）」などが人気

- 来道経験の有無別で見ても上位の順位は変わらないが、来道経験なしの方が「北海道の食を楽しむ」（68.6%）や「自然・景勝地観光、四季の体感（花見・紅葉・雪・流氷等）」（64.6%）、「温泉入浴」（50.8%）、「和風旅館の宿泊」（50.8%）などは来道経験者を上回る。
- 一方、来道経験者は「ショッピング（家電、コスメ、ファッション、雑貨等）」（35.1%）、「北海道の酒を楽しむ（日本酒・ワイン等）」（37.5%）、「スポーツ観戦・ライブ鑑賞」（11.5%）などで来道経験なしを大きく上回る。

■来道経験有無別　来道時に主に楽しみたいこと

「来道経験がない」者の出現率順に並び換えている



4　北海道旅行の楽しみ方

（2）来道時に主に楽しみたいこと　国別1位は「北海道の食を楽しむ」と「自然・景勝地観光、四季の体感」がそれぞれ4か国

- 全体1位の「北海道の食を楽しむ」は、韓国（67.2%）、台湾（78.4%）、香港（69.5%）、シンガポール（66.9%）の4か国で1位となる。全体2位の「自然・景勝地観光、四季の体感」は、中国（72.6%）、タイ（70.4%）、マレーシア（65.6%）、インドネシア（71.1）の4か国で1位となる。
- 「北海道の食を楽しむ」は8か国全てで上位3位に入るのに対し、「自然・景勝地観光、四季の体感」は韓国、香港で4位に留まる。
- 「温泉入浴」もインドネシア（4位）を除く7か国で、上位となっている。

■来道時に主に楽しみたいこと　国・地域別順位表

（%）

	8か国・地域全体(N=1578)		中国(N=270)		韓国(N=259)		台湾(N=264)		香港(N=154)		シンガポール(N=163)		タイ(N=162)		マレーシア(N=154)		インドネシア(N=152)	
1位	北海道の食を楽しむ	67.3	自然・景勝地観光、四季の体感	72.6	北海道の食を楽しむ	67.2	北海道の食を楽しむ	78.4	北海道の食を楽しむ	69.5	北海道の食を楽しむ	66.9	自然・景勝地観光、四季の体感	70.4	自然・景勝地観光、四季の体感	65.6	自然・景勝地観光、四季の体感	71.1
2位	自然・景勝地観光、四季の体感	63.9	北海道の食を楽しむ	67.8	温泉入浴	61.8	自然・景勝地観光、四季の体感	73.9	温泉入浴	53.2	温泉入浴	58.3	北海道の食を楽しむ	66.0	北海道の食を楽しむ	59.7	和風旅館の宿泊	54.6
3位	温泉入浴	55.0	温泉入浴	50.0	和風旅館の宿泊	58.3	温泉入浴	59.5	和風旅館の宿泊	51.9	自然・景勝地観光、四季の体感	54.0	温泉入浴	50.6	温泉入浴	50.6	北海道の食を楽しむ	54.6
4位	和風旅館の宿泊	50.4	和風旅館の宿泊	43.7	自然・景勝地観光、四季の体感	49.0	和風旅館の宿泊	58.7	自然・景勝地観光、四季の体感	51.3	繁華街の街歩き	50.3	和風旅館の宿泊	43.8	繁華街の街歩き	48.7	温泉入浴	52.0
5位	繁華街の街歩き	44.1	北海道の酒を楽しむ	37.0	繁華街の街歩き	44.0	繁華街の街歩き	47.7	ショッピング	43.5	和風旅館の宿泊	43.6	繁華街の街歩き	41.4	和風旅館の宿泊	42.9	繁華街の街歩き	50.0
6位	北海道の酒を楽しむ	32.4	アウトドアアクティビティ	36.7	北海道の酒を楽しむ	32.8	ショッピング	40.9	繁華街の街歩き	42.9	ショッピング(特産品)	42.3	産業遺産など産業観光	38.3	歴史・伝統文化体験	35.1	歴史・伝統文化体験	36.8
7位	ショッピング(特産品)	32.3	歴史・伝統文化体験	36.3	ショッピング	29.0	歴史・伝統文化体験	36.7	ショッピング(特産品)	36.4	北海道の酒を楽しむ	35.6	ショッピング(特産品)	36.4	冬のアクティビティ	31.2	ショッピング	34.2
8位	ショッピング	32.2	繁華街の街歩き	33.3	ショッピング(特産品)	26.6	美術館・博物館・動植物園・水族館	36.7	北海道の酒を楽しむ	30.5	ショッピング	29.4	北海道の酒を楽しむ	34.6	イベント、お祭りの参加・見学	31.2	冬のアクティビティ	33.6
9位	歴史・伝統文化体験	31.2	ショッピング(特産品)	26.3	イベント、お祭りの参加・見学	20.1	ショッピング(特産品)	36.4	アウトドアアクティビティ	30.5	歴史・伝統文化体験	28.8	ショッピング	33.3	ショッピング(特産品)	30.5	美術館・博物館・動植物園・水族館	30.9
10位	美術館・博物館・動植物園・水族館	26.1	美術館・博物館・動植物園・水族館	25.6	歴史・伝統文化体験	19.7	北海道の酒を楽しむ	33.0	歴史・伝統文化体験	27.9	冬のアクティビティ	25.2	歴史・伝統文化体験	28.4	美術館・博物館・動植物園・水族館	29.9	アウトドアアクティビティ	29.6
11位	アウトドアアクティビティ	26.0	ナイトタイムコンテンツ	23.3	美術館・博物館・動植物園・水族館	15.4	冬のアクティビティ	33.0	美術館・博物館・動植物園・水族館	26.6	美術館・博物館・動植物園・水族館	23.3	冬のアクティビティ	26.5	ショッピング	27.9	ナイトタイムコンテンツ	28.9
12位	冬のアクティビティ	24.7	イベント、お祭りの参加・見学	23.0	冬のアクティビティ	14.7	イベント、お祭りの参加・見学	31.1	ナイトタイムコンテンツ	26.0	アウトドアアクティビティ	22.7	ナイトタイムコンテンツ	24.7	北海道の酒を楽しむ	26.6	ショッピング(特産品)	27.6
13位	イベント、お祭りの参加・見学	24.6	ショッピング	22.6	アウトドアアクティビティ	14.3	ナイトタイムコンテンツ	30.7	イベント、お祭りの参加・見学	25.3	イベント、お祭りの参加・見学	20.2	美術館・博物館・動植物園・水族館	21.0	アウトドアアクティビティ	24.7	イベント、お祭りの参加・見学	26.3
14位	ナイトタイムコンテンツ	23.3	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	21.1	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	13.1	アウトドアアクティビティ	28.8	冬のアクティビティ	23.4	ナイトタイムコンテンツ	18.4	アウトドアアクティビティ	19.8	ナイトタイムコンテンツ	23.4	北海道の酒を楽しむ	24.3
15位	産業遺産など産業観光	17.7	冬のアクティビティ	17.0	ナイトタイムコンテンツ	12.7	産業遺産など産業観光	25.0	産業遺産など産業観光	22.7	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	17.8	イベント、お祭りの参加・見学	19.8	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	17.5	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	22.4
16位	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	16.9	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	7.8	ドライブ	12.0	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	15.9	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	16.2	産業遺産など産業観光	15.3	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	11.7	産業遺産など産業観光	16.2	産業遺産など産業観光	18.4
17位	ドライブ	9.7	産業遺産など産業観光	7.4	北海道の新しい観光	8.1	ドライブ	11.0	ドライブ	14.3	北海道の新しい観光	13.5	ドライブ	9.3	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	10.4	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	13.2
18位	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	8.4	ドライブ	4.4	産業遺産など産業観光	6.9	北海道の新しい観光	8.0	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	10.4	ドライブ	9.2	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	8.6	北海道の新しい観光	10.4	北海道の新しい観光	11.2
19位	北海道の新しい観光	7.9	親戚・友人宅訪問	1.9	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	5.4	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	7.2	北海道の新しい観光	6.5	親戚・友人宅訪問	8.6	北海道の新しい観光	8.6	ドライブ	9.7	ドライブ	9.2
20位	親戚・友人宅訪問	5.4	北海道の新しい観光	1.5	親戚・友人宅訪問	4.6	親戚・友人宅訪問	3.8	親戚・友人宅訪問	5.8	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	7.4	親戚・友人宅訪問	6.2	親戚・友人宅訪問	7.1	親戚・友人宅訪問	9.2
－	その他	0.3	その他	0.0	その他	0.0	その他	0.0	その他	0.0	その他	1.2	その他	0.6	その他	0.6	その他	0.7

50%以上　30%以上

4　北海道旅行の楽しみ方

■属性別の来道時に主に楽しみたいこと

枠内「－」は、昨年又は今年は設定されていない選択肢。(%)			サンプル数	和風旅館の宿泊	自然・景勝地観光、四季の体感（花見・紅葉・雪・流氷等）	繁華街の街歩き	北海道の食を楽しむ	北海道の酒を楽しむ（日本酒・ワイン等）	温泉入浴	ショッピング（家電、コスメ、ファッション、雑貨等）	ショッピング（特産品）	アウトドアアクティビティ（キャンプ、登山、川下り、自然体験、乗馬等）	スキー・スノボ	冬のアクティビティ（スキー・スノーボード、スノーモービル、流氷ウォークなど）	スポーツ観戦・ライブ鑑賞	ドライブ	イベント、お祭りの参加・見学	映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問	歴史・伝統文化体験（茶道・華道・着物試着等）	体験（工芸、農産加工、農作業、漁業）	美術館・博物館・動植物園・水族館	産業遺産など産業観光	親戚・友人宅訪問	ナイトタイムコンテンツ（夜景鑑賞、ナイトクラブ、カラオケ、星空観察やライトアップなどのナイトツアー等）	北海道の新しい観光（前の質問にあったような）	その他
令和３年度			3,036	49.5	68.5	35.6	67.8	29.6	60.6	33.7	33.5	23.8	19.0	－	5.7	8.8	12.1	14.3	31.9	17.0	23.8	17.7	－	－	2.0	0.2
令和４年度			1,578	50.4	63.9	44.1	67.3	32.4	55.0	32.2	32.3	26.0	－	24.7	8.4	9.7	24.6	16.9	31.2	－	26.1	17.7	5.4	23.3	7.9	0.3
国・地域	中国		270	43.7	72.6	33.3	67.8	37.0	50.0	22.6	26.3	36.7	－	17.0	7.8	4.4	23.0	21.1	36.3	－	25.6	7.4	1.9	23.3	1.5	0.0
	韓国		259	58.3	49.0	44.0	67.2	32.8	61.8	29.0	26.6	14.3	－	14.7	5.4	12.0	20.1	13.1	19.7	－	15.4	6.9	4.6	12.7	8.1	0.0
	台湾		264	58.7	73.9	47.7	78.4	33.0	59.5	40.9	36.4	28.8	－	33.0	7.2	11.0	31.1	15.9	36.7	－	36.7	25.0	3.8	30.7	8.0	0.0
	香港		154	51.9	51.3	42.9	69.5	30.5	53.2	43.5	36.4	30.5	－	23.4	10.4	14.3	25.3	16.2	27.9	－	26.6	22.7	5.8	26.0	6.5	0.0
	シンガポール		163	43.6	54.0	50.3	66.9	35.6	58.3	29.4	42.3	22.7	－	25.2	7.4	9.2	20.2	17.8	28.8	－	23.3	15.3	8.6	18.4	13.5	1.2
	タイ		162	43.8	70.4	41.4	66.0	34.6	50.6	33.3	36.4	19.8	－	26.5	8.6	9.3	19.8	11.7	28.4	－	21.0	38.3	6.2	24.7	8.6	0.6
	マレーシア		154	42.9	65.6	48.7	59.7	26.6	50.6	27.9	30.5	24.7	－	31.2	10.4	9.7	31.2	17.5	35.1	－	29.9	16.2	7.1	23.4	10.4	0.6
	インドネシア		152	54.6	71.1	50.0	54.6	24.3	52.0	34.2	27.6	29.6	－	33.6	13.2	9.2	26.3	22.4	36.8	－	30.9	18.4	9.2	28.9	11.2	0.7
来道	来道経験あり		627	49.8	62.8	42.1	65.4	37.5	53.6	35.1	32.7	26.6	－	25.5	11.5	10.2	26.2	18.8	32.9	－	27.3	17.7	8.0	25.0	9.6	0.0
	来道経験なし		951	50.8	64.6	45.4	68.6	29.0	55.9	30.3	32.0	25.7	－	24.2	6.3	9.4	23.6	15.7	30.1	－	25.3	17.7	3.7	22.1	6.8	0.5
国別来道経験	中国	あり	120	34.2	69.2	30.8	56.7	35.8	37.5	24.2	22.5	40.0	－	15.0	9.2	6.7	22.5	28.3	40.8	－	26.7	7.5	2.5	22.5	1.7	0.0
		なし	150	51.3	75.3	35.3	76.7	38.0	60.0	21.3	29.3	34.0	－	18.7	6.7	2.7	23.3	15.3	32.7	－	24.7	7.3	1.3	24.0	1.3	0.0
	韓国	あり	98	53.1	53.1	43.9	62.2	37.8	55.1	33.7	23.5	13.3	－	15.3	9.2	8.2	25.5	13.3	22.4	－	17.3	11.2	8.2	19.4	5.1	0.0
		なし	161	61.5	46.6	44.1	70.2	29.8	65.8	26.1	28.6	14.9	－	14.3	3.1	14.3	16.8	13.0	18.0	－	14.3	4.3	2.5	8.7	9.9	0.0
	台湾	あり	132	62.1	72.7	43.9	78.0	36.4	63.6	40.2	37.9	25.8	－	30.3	10.6	13.6	31.1	18.2	37.1	－	39.4	22.7	6.1	31.1	9.8	0.0
		なし	132	55.3	75.0	51.5	78.8	29.5	55.3	41.7	34.8	31.8	－	35.6	3.8	8.3	31.1	13.6	36.4	－	34.1	27.3	1.5	30.3	6.1	0.0
	香港	あり	94	50.0	51.1	39.4	67.0	31.9	50.0	43.6	36.2	29.8	－	26.6	12.8	12.8	19.1	16.0	25.5	－	26.6	19.1	7.4	25.5	7.4	0.0
		なし	60	55.0	51.7	48.3	73.3	28.3	58.3	43.3	36.7	31.7	－	18.3	6.7	16.7	35.0	16.7	31.7	－	26.7	28.3	3.3	26.7	5.0	0.0
	シンガポール	あり	77	42.9	54.5	53.2	68.8	45.5	62.3	31.2	42.9	15.6	－	26.0	10.4	7.8	24.7	16.9	28.6	－	19.5	15.6	10.4	22.1	15.6	0.0
		なし	86	44.2	53.5	47.7	65.1	26.7	54.7	27.9	41.9	29.1	－	24.4	4.7	10.5	16.3	18.6	29.1	－	26.7	15.1	7.0	15.1	11.6	2.3
	タイ	あり	54	50.0	68.5	46.3	64.8	42.6	55.6	38.9	44.4	24.1	－	40.7	14.8	11.1	24.1	14.8	33.3	－	22.2	37.0	11.1	27.8	18.5	0.0
		なし	108	40.7	71.3	38.9	66.7	30.6	48.1	30.6	32.4	17.6	－	19.4	5.6	8.3	17.6	10.2	25.9	－	20.4	38.9	3.7	23.1	3.7	0.9
	マレーシア	あり	27	55.6	59.3	37.0	51.9	29.6	40.7	37.0	18.5	29.6	－	37.0	11.1	7.4	40.7	14.8	37.0	－	33.3	14.8	11.1	22.2	18.5	0.0
		なし	127	40.2	66.9	51.2	61.4	26.0	52.8	26.0	33.1	23.6	－	29.9	10.2	10.2	29.1	18.1	34.6	－	29.1	16.5	6.3	23.6	8.7	0.8
	インドネシア	あり	25	60.0	80.0	52.0	52.0	44.0	68.0	36.0	36.0	44.0	－	40.0	28.0	16.0	40.0	28.0	48.0	－	36.0	28.0	28.0	32.0	24.0	0.0
		なし	127	53.5	69.3	49.6	55.1	20.5	48.8	33.9	26.0	26.8	－	32.3	10.2	7.9	23.6	21.3	34.6	－	29.9	16.5	5.5	28.3	8.7	0.8

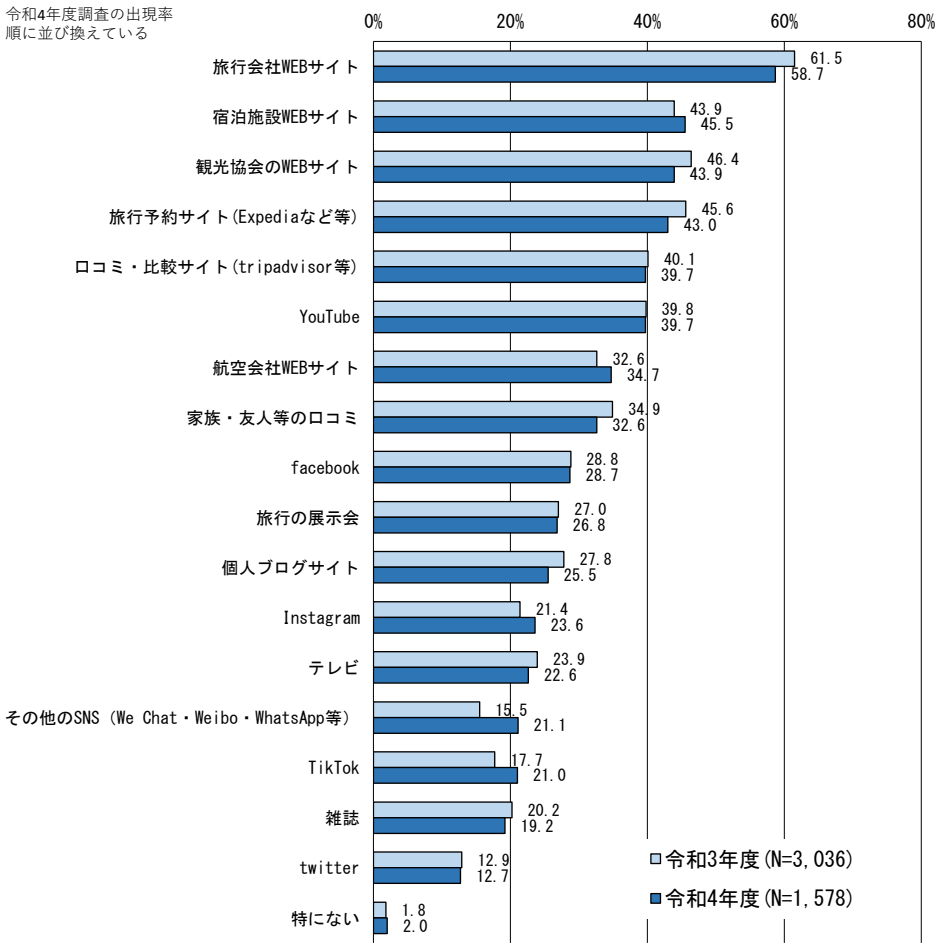
全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道旅行の新たな楽しみ方

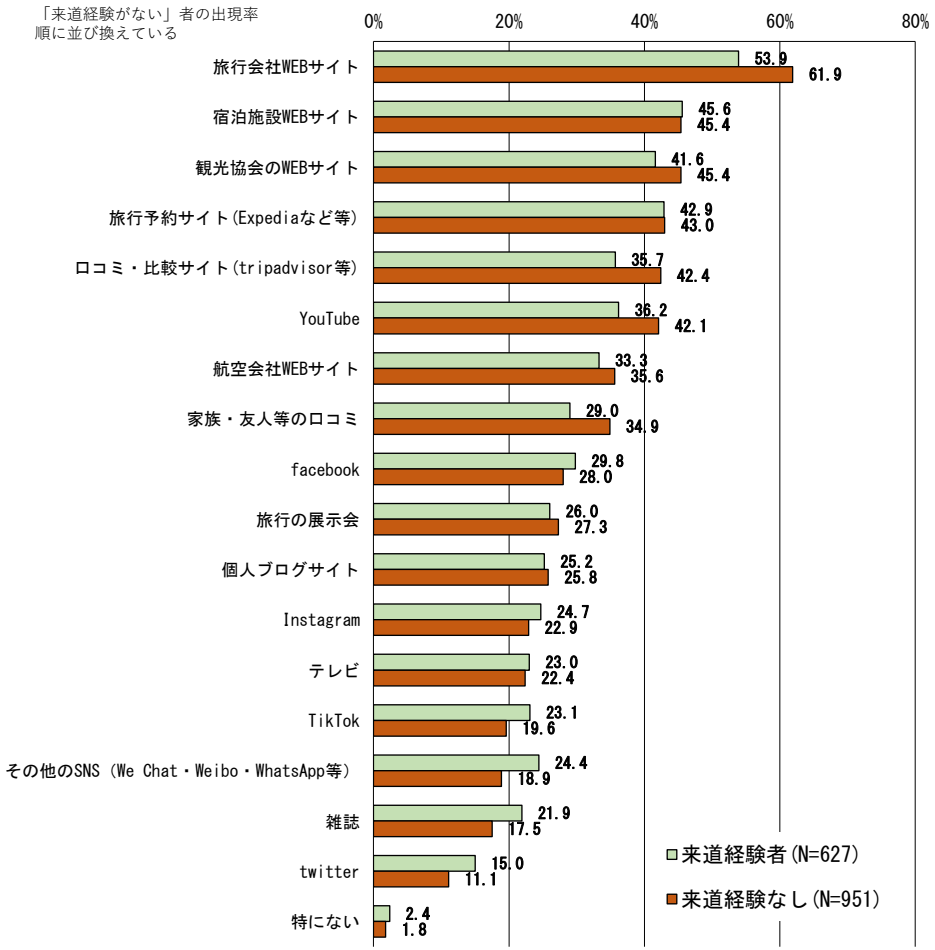
（３）来道時の情報活用　①活用する情報　「旅行WEBサイト」が最多。その他宿泊施設、観光協会などのWEBサイトが上位を占める

- 来道時に活用する情報は、「旅行会社ＷＥＢサイト」（58.7%）が最多で、「宿泊施設ＷＥＢサイト」（45.5%）、「観光協会のＷＥＢサイト」（43.9%）、「旅行予約サイト（Expediaなど）」（43.0%）などが主なものとなる。
- 令和3年調査と比較しても大きな差異はないが、「その他ＳＮＳ」（21.1%）は昨年調査より増加している。
- 来道経験有無別に見ても順位に変動はないが、「旅行会社ＷＥＢサイト」（61.9%）や「観光協会のＷＥＢサイト」（45.4%）、その他「口コミサイト」（42.1%）や「ＹｏｕＴｕｂｅ」（42.1%）などは来日経験がない者で大きくなっている。
- 来道経験者では、主にＳＮＳ系やテレビ、雑誌の情報利用が来日経験なし層を上回っている。

■来道時に利用する情報推移（複数回答）



■来道時に利用する情報　来道経験有無別（複数回答）



4　北海道旅行の新たな楽しみ方

■来道時に利用する情報推移（複数回答）

(%)			サンプル数	旅行会社WEBサイト	宿泊施設WEBサイト	航空会社WEBサイト	観光協会のWEBサイト	旅行予約サイト（Expediaなど等）	口コミ・比較サイト（tripadvisor等）	facebook	twitter	YouTube	TikTok	Instagram	その他のSNS（WeChat・Weibo・WhatsApp等）	個人ブログサイト	テレビ	雑誌	旅行の展示会	家族・友人等の口コミ	特にない
令和３年度			3,036	61.5	43.9	32.6	46.4	45.6	40.1	28.8	12.9	39.8	17.7	21.4	15.5	27.8	23.9	20.2	27.0	34.9	1.8
令和４年度			1,578	58.7	45.5	34.7	43.9	43.0	39.7	28.7	12.7	39.7	21.0	23.6	21.1	25.5	22.6	19.2	26.8	32.6	2.0
国・地域	中国		270	63.3	42.2	31.9	45.6	31.5	34.8	9.3	8.1	4.8	48.1	7.4	39.6	11.5	19.3	10.7	15.6	27.4	0.0
	韓国		259	55.6	41.3	28.6	8.9	42.1	17.4	5.4	3.9	37.1	1.9	21.6	4.2	32.0	7.3	4.2	4.2	22.4	1.9
	台湾		264	64.8	42.0	25.4	43.9	39.4	36.7	26.1	3.8	37.5	5.3	18.6	10.2	31.1	17.0	20.5	31.4	36.0	0.8
	香港		154	50.6	43.5	35.1	45.5	44.2	49.4	40.9	11.0	57.1	14.3	29.2	22.1	25.3	29.9	28.6	18.8	41.6	5.2
	シンガポール		163	46.6	41.7	38.7	58.3	39.3	49.7	32.5	16.0	42.3	17.8	20.2	20.9	25.2	28.8	25.2	38.0	33.1	3.1
	タイ		162	64.2	54.3	43.2	62.3	59.9	45.7	59.3	27.8	67.9	31.5	30.9	29.6	29.0	38.9	26.5	50.0	41.4	3.7
	マレーシア		154	51.9	43.5	30.5	43.5	43.5	41.6	40.9	8.4	39.0	14.3	21.4	9.1	13.6	14.9	16.2	27.9	21.4	1.3
	インドネシア		152	67.8	63.2	57.2	64.5	55.3	63.2	46.1	37.5	60.5	38.2	57.2	38.2	38.8	40.8	36.8	47.4	45.4	2.6
来道	来道経験あり		627	53.9	45.6	33.3	41.6	42.9	35.7	29.8	15.0	36.2	23.1	24.7	24.4	25.2	23.0	21.9	26.0	29.0	2.4
	来道経験なし		951	61.9	45.4	35.6	45.4	43.0	42.4	28.0	11.1	42.1	19.6	22.9	18.9	25.8	22.4	17.5	27.3	34.9	1.8
国別来道経験	中国	あり	120	51.7	50.0	30.8	45.8	37.5	31.7	12.5	11.7	5.0	50.8	12.5	43.3	16.7	20.0	15.0	13.3	19.2	0.0
		なし	150	72.7	36.0	32.7	45.3	26.7	37.3	6.7	5.3	4.7	46.0	3.3	36.7	7.3	18.7	7.3	17.3	34.0	0.0
	韓国	あり	98	51.0	43.9	33.7	8.2	45.9	14.3	9.2	7.1	30.6	4.1	27.6	7.1	27.6	10.2	5.1	8.2	18.4	1.0
		なし	161	58.4	39.8	25.5	9.3	39.8	19.3	3.1	1.9	41.0	0.6	18.0	2.5	34.8	5.6	3.7	1.9	24.8	2.5
	台湾	あり	132	65.9	39.4	27.3	43.9	35.6	29.5	25.8	5.3	37.1	7.6	16.7	12.1	25.8	15.9	22.0	31.1	34.1	1.5
		なし	132	63.6	44.7	23.5	43.9	43.2	43.9	26.5	2.3	37.9	3.0	20.5	8.3	36.4	18.2	18.9	31.8	37.9	0.0
	香港	あり	94	46.8	44.7	35.1	42.6	39.4	47.9	36.2	14.9	55.3	17.0	29.8	25.5	22.3	30.9	29.8	19.1	35.1	7.4
		なし	60	56.7	41.7	35.0	50.0	51.7	51.7	48.3	5.0	60.0	10.0	28.3	16.7	30.0	28.3	26.7	18.3	51.7	1.7
	シンガポール	あり	77	42.9	40.3	31.2	54.5	41.6	46.8	41.6	22.1	41.6	29.9	27.3	26.0	27.3	36.4	29.9	41.6	35.1	2.6
		なし	86	50.0	43.0	45.3	61.6	37.2	52.3	24.4	10.5	43.0	7.0	14.0	16.3	23.3	22.1	20.9	34.9	31.4	3.5
	タイ	あり	54	59.3	55.6	40.7	51.9	64.8	42.6	72.2	33.3	66.7	25.9	38.9	29.6	29.6	31.5	29.6	53.7	35.2	1.9
		なし	108	66.7	53.7	44.4	67.6	57.4	47.2	52.8	25.0	68.5	34.3	26.9	29.6	28.7	42.6	25.0	48.1	44.4	4.6
	マレーシア	あり	27	55.6	51.9	29.6	44.4	37.0	63.0	29.6	7.4	25.9	7.4	22.2	25.9	22.2	11.1	22.2	33.3	14.8	0.0
		なし	127	51.2	41.7	30.7	43.3	44.9	37.0	43.3	8.7	41.7	15.7	21.3	5.5	11.8	15.7	15.0	26.8	22.8	1.6
	インドネシア	あり	25	60.0	56.0	64.0	72.0	72.0	48.0	64.0	60.0	60.0	60.0	60.0	44.0	52.0	48.0	48.0	40.0	52.0	8.0
		なし	127	69.3	64.6	55.9	63.0	52.0	66.1	42.5	33.1	60.6	33.9	56.7	37.0	36.2	39.4	34.6	48.8	44.1	1.6

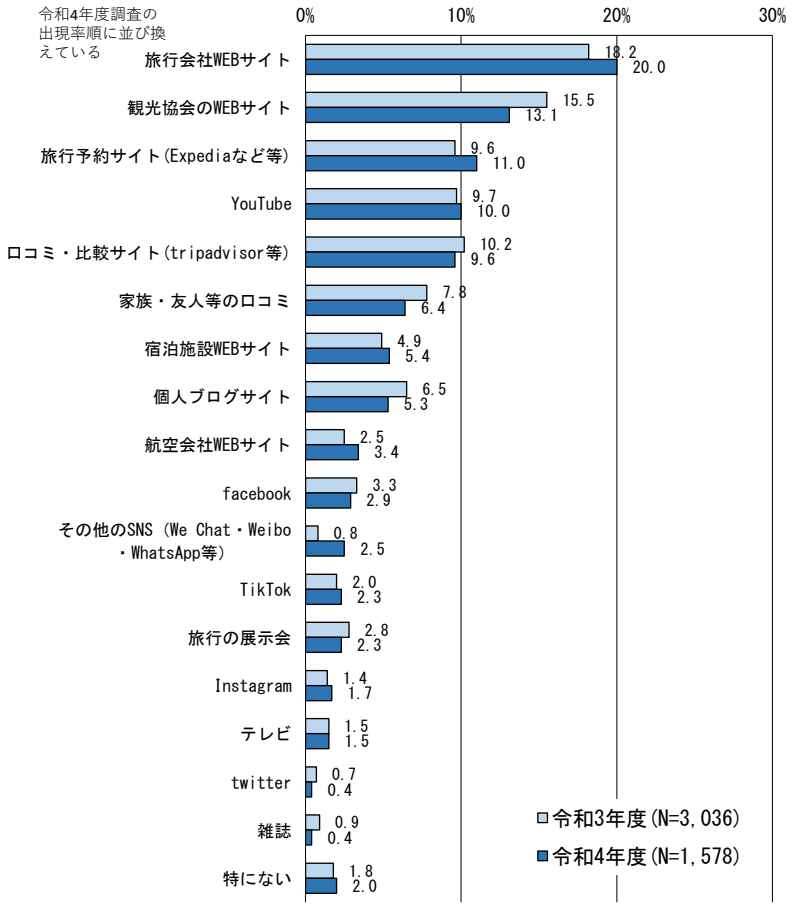
全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道旅行の新たな楽しみ方

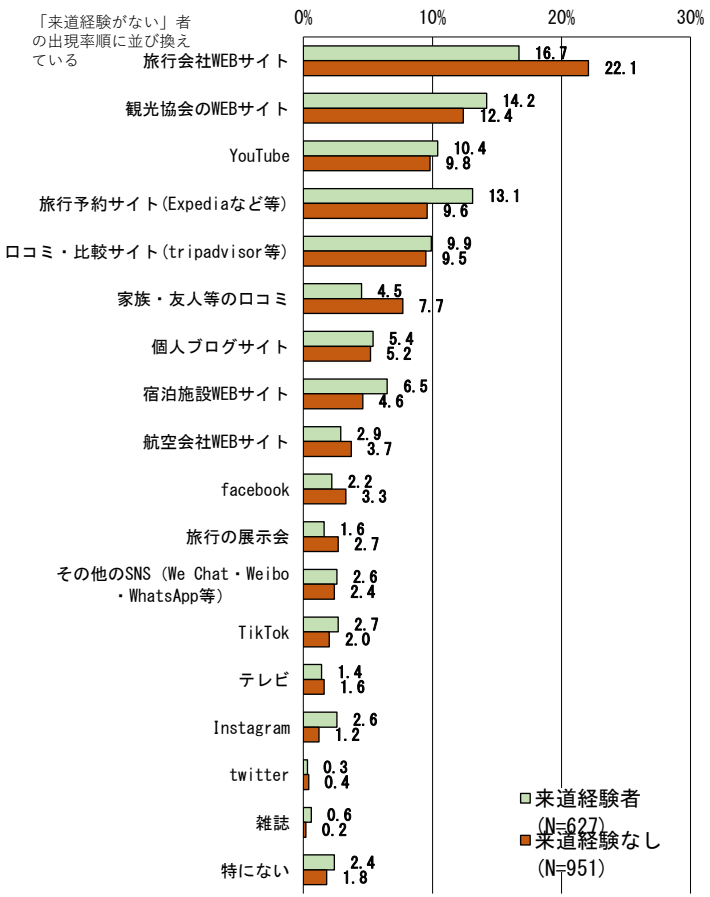
（３）来道時の情報活用　②最も役立つと思う情報　「旅行WEBサイト」が最多。来道経験なしでは5人に1人以上が最も利用

- 最も役立つと思う情報は「旅行会社ＷＥＢサイト」（20.0%）で、「観光協会のＷＥＢサイト」（13.1%）、「旅行予約サイト（Expediaなど）」（11.0%）、「YouTube」（10.0%）が次ぐ。役立つ情報では上位だった「宿泊施設ＷＥＢサイト」は５％程度に留まった。
- 来道経験の有無に関わらず「旅行会社ＷＥＢサイト」が最多となるが、特に来道経験なし層では「旅行会社ＷＥＢサイト」（22.1%）大きい。
- 来道経験者では「観光協会のＷＥＢサイト」（14.2%）や「旅行予約サイト」（13.1%）で来道経験なしを上回る。

■来道時に最も役立つ情報推移（単数回答）



■来道時に最も役立つ情報　来道経験有無別（単数回答）



4　北海道旅行の新たな楽しみ方

■来道時に最も役立つ情報推移（単数回答）

(%)			サンプル数	旅行会社WEBサイト	宿泊施設WEBサイト	航空会社WEBサイト	観光協会のWEBサイト	旅行予約サイト（Expediaなど等）	ロコミ・比較サイト（tripadvisor等）	facebook	twitter	YouTube	TikTok	Instagram	その他のSNS（WeChat・Weibo・WhatsApp等）	個人ブログサイト	テレビ	雑誌	旅行の展示会	家族・友人等の口コミ	特にない
令和３年度			3,036	18.2	4.9	2.5	15.5	9.6	10.2	3.3	0.7	9.7	2.0	1.4	0.8	6.5	1.5	0.9	2.8	7.8	1.8
令和４年度			1,578	20.0	5.4	3.4	13.1	11.0	9.6	2.9	0.4	10.0	2.3	1.7	2.5	5.3	1.5	0.4	2.3	6.4	2.0
国・地域	中国		270	27.0	5.2	5.2	14.1	10.7	13.3	1.1	0.4	0.7	8.9	0.7	7.8	0.7	0.7	0.0	0.7	2.6	0.0
	韓国		259	23.9	7.3	4.6	2.7	19.7	3.1	0.4	0.0	16.2	0.0	3.9	0.0	12.0	0.4	0.0	0.0	3.9	1.9
	台湾		264	19.3	3.4	0.8	12.9	11.4	7.6	2.3	0.0	11.0	0.0	1.5	1.1	9.8	1.1	0.8	3.8	12.5	0.8
	香港		154	9.7	3.2	2.6	13.6	7.1	12.3	5.2	0.0	15.6	1.3	1.9	1.9	5.2	3.9	1.3	0.0	9.7	5.2
	シンガポール		163	10.4	4.3	3.1	22.7	6.7	12.9	1.2	0.6	10.4	1.8	0.6	1.8	6.1	1.2	1.2	5.5	6.1	3.1
	タイ		162	21.6	3.7	3.1	18.5	11.7	5.6	6.2	1.2	10.5	1.9	1.2	2.5	0.6	1.9	0.0	1.2	4.9	3.7
	マレーシア		154	22.7	5.8	3.9	15.6	7.8	11.0	6.5	0.6	8.4	1.9	0.0	0.6	1.3	0.6	0.0	6.5	5.2	1.3
	インドネシア		152	17.8	10.5	3.3	10.5	6.6	14.5	3.3	0.7	9.2	0.7	3.3	2.6	2.0	3.9	0.0	2.0	6.6	2.6
来道	来道経験あり		627	16.7	6.5	2.9	14.2	13.1	9.9	2.2	0.3	10.4	2.7	2.6	2.6	5.4	1.4	0.6	1.6	4.5	2.4
	来道経験なし		951	22.1	4.6	3.7	12.4	9.6	9.5	3.3	0.4	9.8	2.0	1.2	2.4	5.2	1.6	0.2	2.7	7.7	1.8
国別来道経験	中国	あり	120	19.2	9.2	5.0	15.8	17.5	11.7	0.8	0.8	1.7	9.2	0.8	7.5	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		なし	150	33.3	2.0	5.3	12.7	5.3	14.7	1.3	0.0	0.0	8.7	0.7	8.0	0.7	1.3	0.0	1.3	4.7	0.0
	韓国	あり	98	21.4	7.1	5.1	2.0	22.4	3.1	1.0	0.0	16.3	0.0	7.1	0.0	9.2	0.0	0.0	0.0	4.1	1.0
		なし	161	25.5	7.5	4.3	3.1	18.0	3.1	0.0	0.0	16.1	0.0	1.9	0.0	13.7	0.6	0.0	0.0	3.7	2.5
	台湾	あり	132	21.2	3.0	0.0	12.9	11.4	9.1	2.3	0.0	11.4	0.0	0.8	0.8	8.3	1.5	1.5	3.8	10.6	1.5
		なし	132	17.4	3.8	1.5	12.9	11.4	6.1	2.3	0.0	10.6	0.0	2.3	1.5	11.4	0.8	0.0	3.8	14.4	0.0
	香港	あり	94	9.6	5.3	2.1	16.0	6.4	11.7	4.3	0.0	14.9	1.1	3.2	2.1	5.3	3.2	1.1	0.0	6.4	7.4
		なし	60	10.0	0.0	3.3	10.0	8.3	13.3	6.7	0.0	16.7	1.7	0.0	1.7	5.0	5.0	1.7	0.0	15.0	1.7
	シンガポール	あり	77	11.7	7.8	2.6	22.1	5.2	18.2	1.3	0.0	9.1	3.9	0.0	1.3	6.5	2.6	1.3	2.6	1.3	2.6
		なし	86	9.3	1.2	3.5	23.3	8.1	8.1	1.2	1.2	11.6	0.0	1.2	2.3	5.8	0.0	1.2	8.1	10.5	3.5
	タイ	あり	54	20.4	5.6	0.0	20.4	14.8	1.9	5.6	1.9	13.0	3.7	3.7	3.7	0.0	1.9	0.0	0.0	1.9	1.9
		なし	108	22.2	2.8	4.6	17.6	10.2	7.4	6.5	0.9	9.3	0.9	0.0	1.9	0.9	1.9	0.0	1.9	6.5	4.6
	マレーシア	あり	27	7.4	14.8	3.7	18.5	11.1	22.2	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0	11.1	3.7	0.0
		なし	127	26.0	3.9	3.9	15.0	7.1	8.7	7.1	0.8	10.2	2.4	0.0	0.0	1.6	0.8	0.0	5.5	5.5	1.6
	インドネシア	あり	25	8.0	4.0	8.0	12.0	12.0	4.0	0.0	0.0	16.0	0.0	8.0	0.0	12.0	4.0	0.0	0.0	4.0	8.0
		なし	127	19.7	11.8	2.4	10.2	5.5	16.5	3.9	0.8	7.9	0.8	2.4	3.1	0.0	3.9	0.0	2.4	7.1	1.6

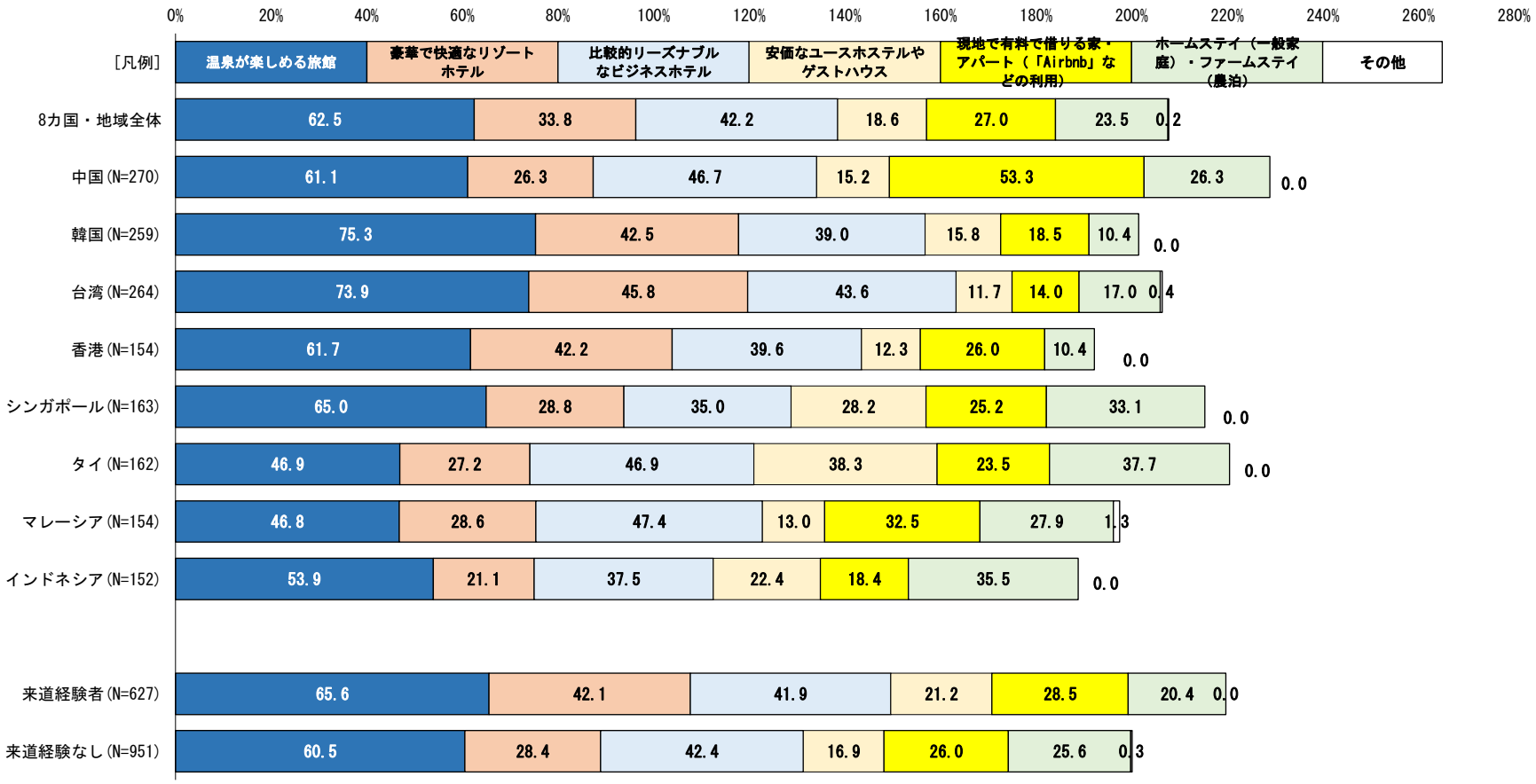
全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道旅行の新たな楽しみ方

（4）来道時に宿泊したい施設　全体では「温泉が楽しめる旅館」が最多。タイ、マレーシアでは「比較的リーズナブルなビジネスホテル」がトップに。

- 「温泉が楽しめる旅館」（62.5%）が最多で、「比較的リーズナブルなビジネスホテル」（42.2%）、「豪華で快適なリゾートホテル」（33.8%）、「現地で有料で借りる家・アパート（「Airbnb）などの利用）」（27.0%）が続く。
- 「温泉が楽しめる旅館」は、特に韓国（75.3%）と台湾（73.9%）で大きい。一方、タイ（46.9%）やマレーシア（46.8%）では５割を下回る。
- 「比較的リーズナブルなビジネスホテル」は、マレーシア（47.4%）で最多となり、タイ（46.9%）でも「温泉が楽しめる旅館」と並び、最多となる。
- 中国では「現地で有料で借りる家・アパート（「Airbnb）などの利用）」（53.3%）が半数を超える。

■来道時に宿泊したい施設　国・地域／来道経験別　（複数回答）



4　北海道旅行の新たな楽しみ方

■来道時に宿泊したい施設　（複数回答）

(%)			サンプル数	温泉が楽しめる旅館	豪華で快適なリゾートホテル	比較的リーズナブルなビジネスホテル	安価なユースホステルやゲストハウス	現地で有料で借りる家・アパート（「Airbnb」などの利用）	ホームステイ（一般家庭）・ファームステイ（農泊）	その他
全体			1,578	62.5	33.8	42.2	18.6	27.0	23.5	0.2
国・地域	中国		270	61.1	26.3	46.7	15.2	53.3	26.3	0.0
	韓国		259	75.3	42.5	39.0	15.8	18.5	10.4	0.0
	台湾		264	73.9	45.8	43.6	11.7	14.0	17.0	0.4
	香港		154	61.7	42.2	39.6	12.3	26.0	10.4	0.0
	シンガポール		163	65.0	28.8	35.0	28.2	25.2	33.1	0.0
	タイ		162	46.9	27.2	46.9	38.3	23.5	37.7	0.0
	マレーシア		154	46.8	28.6	47.4	13.0	32.5	27.9	1.3
	インドネシア		152	53.9	21.1	37.5	22.4	18.4	35.5	0.0
来道	来道経験あり		627	65.6	42.1	41.9	21.2	28.5	20.4	0.0
	来道経験なし		951	60.5	28.4	42.4	16.9	26.0	25.6	0.3
国別来道経験	中国	あり	120	55.0	35.8	42.5	18.3	51.7	20.8	0.0
		なし	150	66.0	18.7	50.0	12.7	54.7	30.7	0.0
	韓国	あり	98	71.4	49.0	37.8	18.4	25.5	14.3	0.0
		なし	161	77.6	38.5	39.8	14.3	14.3	8.1	0.0
	台湾	あり	132	81.8	49.2	40.9	12.9	15.2	16.7	0.0
		なし	132	65.9	42.4	46.2	10.6	12.9	17.4	0.8
	香港	あり	94	60.6	41.5	44.7	14.9	24.5	10.6	0.0
		なし	60	63.3	43.3	31.7	8.3	28.3	10.0	0.0
	シンガポール	あり	77	64.9	35.1	37.7	35.1	24.7	31.2	0.0
		なし	86	65.1	23.3	32.6	22.1	25.6	34.9	0.0
	タイ	あり	54	53.7	44.4	53.7	42.6	29.6	35.2	0.0
		なし	108	43.5	18.5	43.5	36.1	20.4	38.9	0.0
	マレーシア	あり	27	48.1	37.0	37.0	22.2	29.6	22.2	0.0
		なし	127	46.5	26.8	49.6	11.0	33.1	29.1	1.6
	インドネシア	あり	25	72.0	32.0	44.0	24.0	24.0	32.0	0.0
		なし	127	50.4	18.9	36.2	22.0	17.3	36.2	0.0

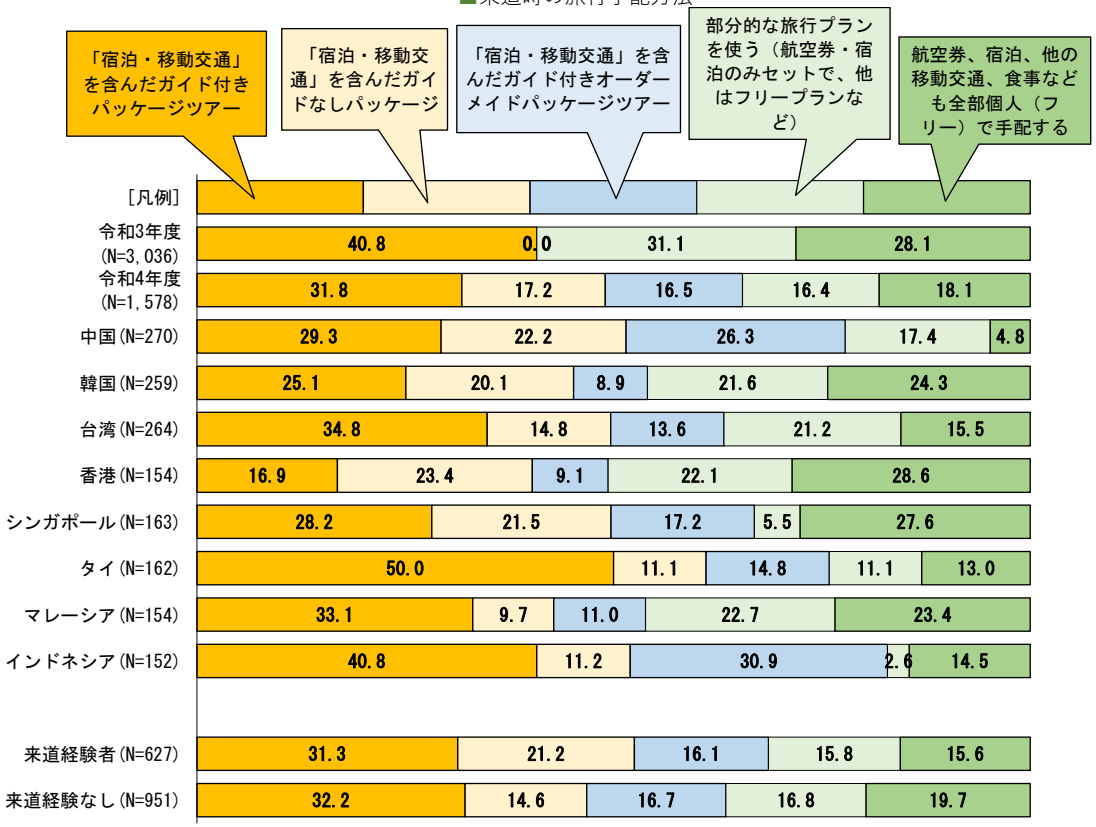
全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道旅行の新たな楽しみ方

（5）来道時の旅行手配方法　旅行手配方法は3割が『宿泊・移動交通』を含んだガイド付きパッケージツアー』…タイでは半数に上る

- 旅行手配方法は、「『宿泊・移動交通』を含んだガイド付きパッケージツアー」（31.8%）が最も多く、「航空券、宿泊、ほかの移動交通、食事なども全部個人（フリー）で手配する」（18.1%）、「『宿泊・移動交通』だけを含んだガイドなしパッケージ」（17.2%）が次ぐ。
- 国別では、「『宿泊・移動交通』を含んだガイド付きパッケージツアー」はタイ（50.0%）で半数に上り、インドネシア（40.8%）も４割に上る。
- 「航空券、宿泊、ほかの移動交通、食事なども全部個人（フリー）で手配する」は、香港（28.6%）で最多となり、シンガポール（27.6%）や韓国（24.3%）、マレーシア（23.4%）などで大きな割合を占めている。

■来道時の旅行手配方法



■属性別の来道時の旅行手配方法

(%)			サンプル数	「宿泊・移動交通」を含んだガイド付きパッケージツアー	「宿泊・移動交通」を含んだガイドなしパッケージツアー	「宿泊・移動交通」を含んだガイド付きオーダーメイドパッケージツアー	部分的な旅行プランを使う（航空券・宿泊のみセットで、他はフリープランなど）	航空券、宿泊、他の移動交通、食事なども全部個人（フリー）で手配する
令和３年度			3,036	40.8	－	－	31.1	28.1
令和４年度			1,578	31.8	17.2	16.5	16.4	18.1
国・地域	中国		270	29.3	22.2	26.3	17.4	4.8
	韓国		259	25.1	20.1	8.9	21.6	24.3
	台湾		264	34.8	14.8	13.6	21.2	15.5
	香港		154	16.9	23.4	9.1	22.1	28.6
	シンガポール		163	28.2	21.5	17.2	5.5	27.6
	タイ		162	50.0	11.1	14.8	11.1	13.0
	マレーシア		154	33.1	9.7	11.0	22.7	23.4
	インドネシア		152	40.8	11.2	30.9	2.6	14.5
来道	来道経験あり		627	31.3	21.2	16.1	15.8	15.6
	来道経験なし		951	32.2	14.6	16.7	16.8	19.7
国別来道経験	中国	あり	120	25.0	30.0	25.8	15.0	4.2
		なし	150	32.7	16.0	26.7	19.3	5.3
	韓国	あり	98	31.6	19.4	13.3	20.4	15.3
		なし	161	21.1	20.5	6.2	22.4	29.8
	台湾	あり	132	40.2	15.9	9.8	20.5	13.6
		なし	132	29.5	13.6	17.4	22.0	17.4
	香港	あり	94	19.1	25.5	9.6	20.2	25.5
		なし	60	13.3	20.0	8.3	25.0	33.3
	シンガポール	あり	77	26.0	24.7	18.2	6.5	24.7
		なし	86	30.2	18.6	16.3	4.7	30.2
	タイ	あり	54	44.4	11.1	20.4	11.1	13.0
		なし	108	52.8	11.1	12.0	11.1	13.0
	マレーシア	あり	27	25.9	18.5	18.5	14.8	22.2
		なし	127	34.6	7.9	9.4	24.4	23.6
	インドネシア	あり	25	52.0	12.0	20.0	0.0	16.0
		なし	127	38.6	11.0	33.1	3.1	14.2

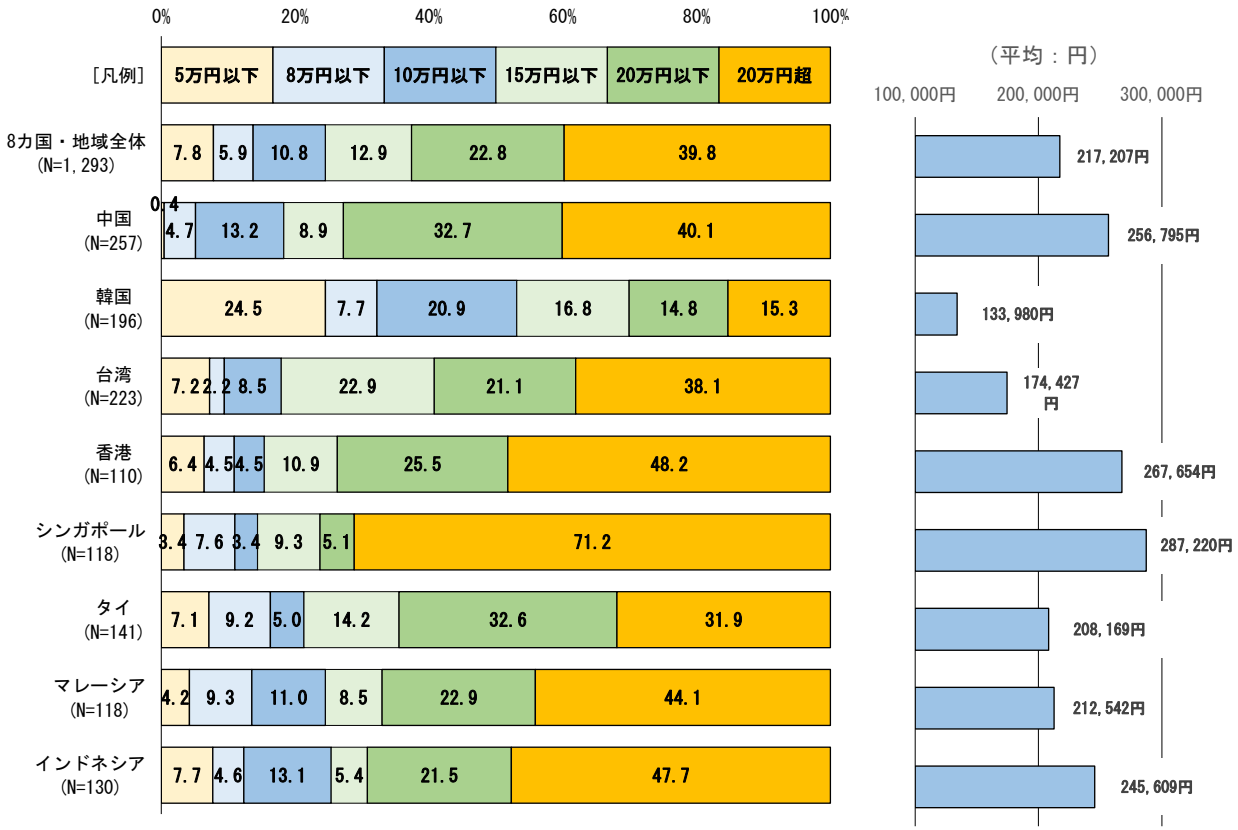
全体水準より５ポイント以上大きい

5　北海道旅行の予算

（1）パッケージ利用時の想定額　パッケージ利用の場合の想定額は8か国平均で21.7万円。シンガポールが最多で28.7万円

- 前問「来道時の旅行手配方法」で「パッケージツアー、部分的プラン」を利用すると選択した者の想定金額は、「20万円超」（39.8%）が最も多く、「20万円以下」（22.8%）、「15万円以下」（12.9%）が続く。平均217,207円。
- 国別にみると、「20万円超」はシンガポール（71.2%）で７割を超え、突出する。これに香港（48.2%）、中国（40.1%）が続く。
- 平均もシンガポールの287,220円が最も多く、香港の267,654円、中国の256,795円の順となる。
- 韓国は「5万円以下」（24.5%）が最も多く、平均も133,980円に留まる。

■パッケージ利用時の想定額



■属性別のパッケージ利用時の想定額

			サンプル数	5万円以下	8万円以下	10万円以下	15万円以下	20万円以下	20万円超	平均（円）
(%)										
全体			1,293	7.8	5.9	10.8	12.9	22.8	39.8	217206.54
国・地域	中国		257	0.4	4.7	13.2	8.9	32.7	40.1	256794.7
	韓国		196	24.5	7.7	20.9	16.8	14.8	15.3	133979.6
	台湾		223	7.2	2.2	8.5	22.9	21.1	38.1	174426.7
	香港		110	6.4	4.5	4.5	10.9	25.5	48.2	267653.7
	シンガポール		118	3.4	7.6	3.4	9.3	5.1	71.2	287219.5
	タイ		141	7.1	9.2	5.0	14.2	32.6	31.9	208168.7
	マレーシア		118	4.2	9.3	11.0	8.5	22.9	44.1	212541.5
	インドネシア		130	7.7	4.6	13.1	5.4	21.5	47.7	245609.1
国別来道経験	中国	あり	115	0.0	6.1	16.5	11.3	28.7	37.4	257261.6
		なし	142	0.7	3.5	10.6	7.0	35.9	42.3	256416.5
	韓国	あり	83	27.7	7.2	15.7	15.7	16.9	16.9	131988.0
		なし	113	22.1	8.0	24.8	17.7	13.3	14.2	135442.5
	台湾	あり	114	7.0	0.0	9.6	21.9	21.1	40.4	177643.8
		なし	109	7.3	4.6	7.3	23.9	21.1	35.8	171062.0
	香港	あり	70	8.6	4.3	2.9	7.1	24.3	52.9	275818.6
		なし	40	2.5	5.0	7.5	17.5	27.5	40.0	253365.0
	シンガポール	あり	58	5.2	10.3	5.2	8.6	6.9	63.8	263411.6
		なし	60	1.7	5.0	1.7	10.0	3.3	78.3	310233.9
	タイ	あり	47	6.4	0.0	4.3	17.0	27.7	44.7	249421.7
		なし	94	7.4	13.8	5.3	12.8	35.1	25.5	187542.2
	マレーシア	あり	21	4.8	23.8	4.8	9.5	14.3	42.9	199221.4
		なし	97	4.1	6.2	12.4	8.2	24.7	44.3	215425.2
	インドネシア	あり	21	0.0	0.0	14.3	0.0	19.0	66.7	253014.3
		なし	109	9.2	5.5	12.8	6.4	22.0	44.0	244182.4

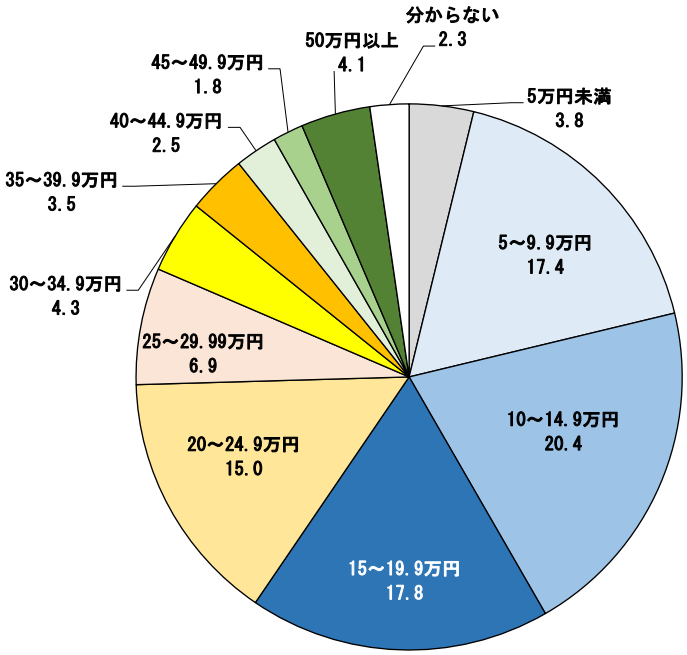
全体水準より５ポイント以上大きい

5　北海道旅行の予算

（2）１人あたり予算額　「10～14.9万円」が最多。「15～19.9万円」と「5～9.9万円」も拮抗

- 1人あたりの予算額は、「10～14.9万円」（20.4%）が最多で、これに「15～19.9万円」（17.8%）と「5～9.9万円」（17.4%）が拮抗して次ぐ。「20～24.9万円」（15.0%）も多い。
- 「10～14.9万円」はマレーシア（28.6%）で最多となる他、韓国（24.3%）、台湾（24.6%）でも多い。
- 「20～24.9万円」は中国（20.4%）や香港（20.3%）で最も多くなるが、香港では「30～34.9万円」（12.3%）も１割を超える。
- なお、「50万円以上」も香港（8.4%）とシンガポール（8.6%）で１割近くに及ぶ。

■１人あたり予算額



■属性別の１人あたり予算額

			サンプル数	5万円未満	5～9.9万円	10～14.9万円	15～19.9万円	20～24.9万円	25～29.99万円	30～34.9万円	35～39.9万円	40～44.9万円	45～49.9万円	50万円以上	分からない
(%)															
全体			1,578	3.8	17.4	20.4	17.8	15.0	6.9	4.3	3.5	2.5	1.8	4.1	2.3
国・地域	中国		270	1.1	18.5	17.0	13.3	20.4	5.2	5.2	5.6	4.8	3.3	5.2	0.4
	韓国		259	3.9	23.6	24.3	23.6	9.3	7.3	2.3	0.8	0.8	1.2	1.2	1.9
	台湾		264	2.3	14.4	24.6	22.0	17.8	8.7	1.5	1.9	1.5	0.8	1.9	2.7
	香港		154	1.3	5.2	14.9	19.5	20.8	5.8	12.3	5.8	4.5	1.3	8.4	0.0
	シンガポール		163	0.6	8.0	9.8	19.0	15.3	10.4	9.2	6.7	4.9	3.1	8.6	4.3
	タイ		162	3.7	15.4	24.1	16.7	13.6	8.0	3.1	4.9	2.5	2.5	4.3	1.2
	マレーシア		154	9.7	24.7	28.6	11.7	12.3	3.9	1.3	1.9	0.0	0.6	0.0	5.2
	インドネシア		152	11.2	27.6	17.1	13.2	8.6	5.3	2.0	2.0	0.7	2.0	5.9	4.6
来道	来道経験あり		627	2.1	15.5	17.4	19.3	15.3	8.9	5.4	4.6	2.4	3.0	5.4	0.6
	来道経験なし		951	4.9	18.7	22.4	16.8	14.8	5.6	3.6	2.8	2.5	1.1	3.3	3.5
国別来道経験	中国	あり	120	0.8	27.5	18.3	15.8	12.5	4.2	3.3	6.7	1.7	3.3	5.8	0.0
		なし	150	1.3	11.3	16.0	11.3	26.7	6.0	6.7	4.7	7.3	3.3	4.7	0.7
	韓国	あり	98	4.1	19.4	14.3	23.5	14.3	13.3	3.1	1.0	1.0	3.1	2.0	1.0
		なし	161	3.7	26.1	30.4	23.6	6.2	3.7	1.9	0.6	0.6	0.0	0.6	2.5
	台湾	あり	132	2.3	11.4	23.5	23.5	17.4	12.1	1.5	2.3	1.5	1.5	3.0	0.0
		なし	132	2.3	17.4	25.8	20.5	18.2	5.3	1.5	1.5	1.5	0.0	0.8	5.3
	香港	あり	94	1.1	5.3	12.8	20.2	21.3	4.3	11.7	7.4	3.2	2.1	10.6	0.0
		なし	60	1.7	5.0	18.3	18.3	20.0	8.3	13.3	3.3	6.7	0.0	5.0	0.0
	シンガポール	あり	77	0.0	9.1	9.1	15.6	11.7	7.8	11.7	9.1	7.8	5.2	9.1	3.9
		なし	86	1.2	7.0	10.5	22.1	18.6	12.8	7.0	4.7	2.3	1.2	8.1	4.7
	タイ	あり	54	1.9	14.8	24.1	18.5	9.3	13.0	7.4	1.9	1.9	5.6	1.9	0.0
		なし	108	4.6	15.7	24.1	15.7	15.7	5.6	0.9	6.5	2.8	0.9	5.6	1.9
	マレーシア	あり	27	3.7	22.2	25.9	22.2	18.5	3.7	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0
		なし	127	11.0	25.2	29.1	9.4	11.0	3.9	1.6	1.6	0.0	0.8	0.0	6.3
	インドネシア	あり	25	8.0	16.0	12.0	4.0	20.0	16.0	4.0	4.0	0.0	4.0	12.0	0.0
		なし	127	11.8	29.9	18.1	15.0	6.3	3.1	1.6	1.6	0.8	1.6	4.7	5.5

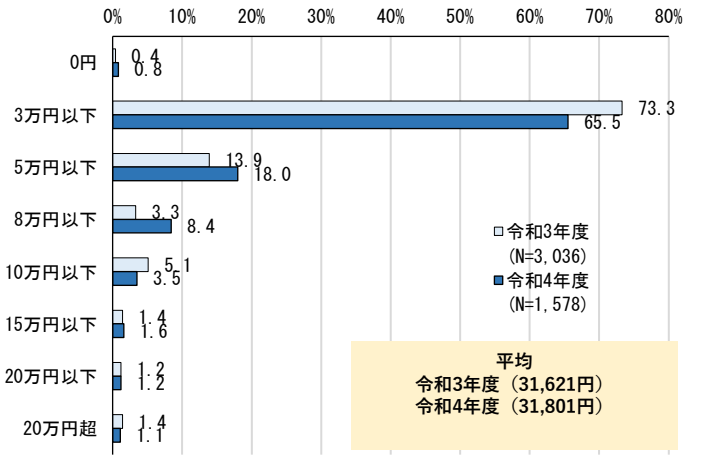
全体水準より５ポイント以上大きい

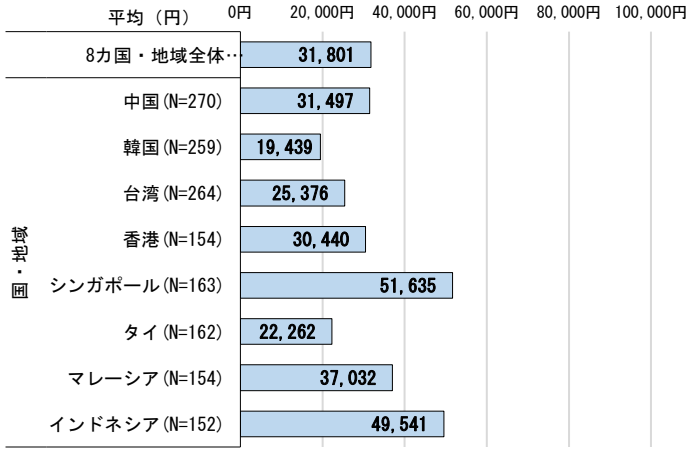
5　北海道旅行の予算

（3）分野別の予算額　①交通費　全体平均31,801円。シンガポールでは平均5万円台に上る

- 8か国全体の道内旅行での想定交通費は、「3万円以下」（65.5%）が最も多く、「5万円以下」（18.0%）が次ぐ。平均31,801円。
- 国別で平均額を見ると、シンガポールの51,635円が最も高く、インドネシアの49,541円、マレーシア37,032円の順で続く。
- 最も平均額が低くなったのは、韓国の19,439円で、唯一の1万円台となった。次いでタイの22,262円となる。
- 昨年度調査と比較しても、全体の平均額に差はない。

■分野別の予算額　①交通費





■属性別の分野別の予算額　①交通費

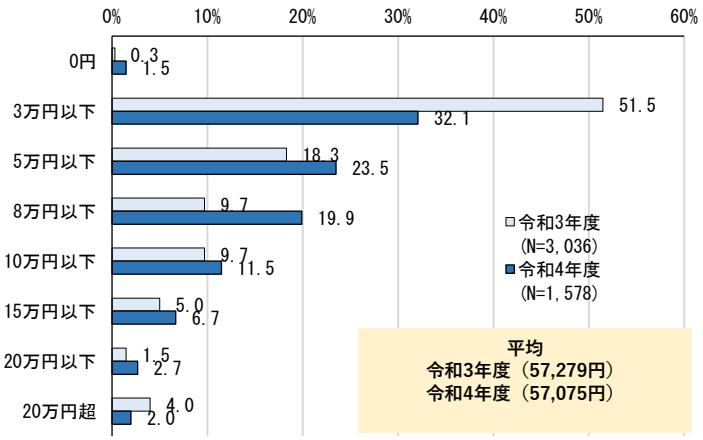
(%)			サンプル数	0円	3万円以下	5万円以下	8万円以下	10万円以下	15万円以下	20万円以下	20万円超	平均（円）
令和３年度			3,036	0.4	73.3	13.9	3.3	5.1	1.4	1.2	1.4	31621.16
令和４年度			1,578	0.8	65.5	18.0	8.4	3.5	1.6	1.2	1.1	31801.08
国・地域	中国		270	0.4	66.7	15.9	9.3	4.8	0.7	2.2	0.0	31496.80
	韓国		259	0.0	87.6	9.7	1.9	0.8	0.0	0.0	0.0	19438.83
	台湾		264	1.5	73.9	19.7	1.9	1.9	0.8	0.0	0.4	25376.48
	香港		154	0.0	66.2	15.6	9.7	5.8	0.0	1.3	1.3	30439.59
	シンガポール		163	0.0	38.0	17.2	24.5	4.9	8.0	3.1	4.3	51635.42
	タイ		162	0.0	72.8	19.1	6.8	0.6	0.0	0.6	0.0	22261.72
	マレーシア		154	0.6	52.6	32.5	8.4	2.6	0.0	1.9	1.3	37032.25
	インドネシア		152	4.6	44.7	20.4	11.8	8.6	5.3	1.3	3.3	49541.38
国別来道経験	中国	あり	120	0.0	71.7	13.3	8.3	4.2	0.8	1.7	0.0	29241.17
		なし	150	0.7	62.7	18.0	10.0	5.3	0.7	2.7	0.0	33301.30
	韓国	あり	98	0.0	86.7	9.2	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	20193.88
		なし	161	0.0	88.2	9.9	0.6	1.2	0.0	0.0	0.0	18979.24
	台湾	あり	132	1.5	67.4	26.5	2.3	1.5	0.0	0.0	0.8	27416.24
		なし	132	1.5	80.3	12.9	1.5	2.3	1.5	0.0	0.0	23336.73
	香港	あり	94	0.0	66.0	16.0	9.6	6.4	0.0	1.1	1.1	30339.49
		なし	60	0.0	66.7	15.0	10.0	5.0	0.0	1.7	1.7	30596.42
	シンガポール	あり	77	0.0	37.7	14.3	31.2	1.3	7.8	3.9	3.9	52782.49
		なし	86	0.0	38.4	19.8	18.6	8.1	8.1	2.3	4.7	50608.40
	タイ	あり	54	0.0	75.9	20.4	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	20129.19
		なし	108	0.0	71.3	18.5	8.3	0.9	0.0	0.9	0.0	23327.98
	マレーシア	あり	27	0.0	55.6	33.3	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	25365.89
		なし	127	0.8	52.0	32.3	7.9	3.1	0.0	2.4	1.6	39512.50
	インドネシア	あり	25	12.0	28.0	24.0	12.0	12.0	4.0	0.0	8.0	65005.60
		なし	127	3.1	48.0	19.7	11.8	7.9	5.5	1.6	2.4	46497.24

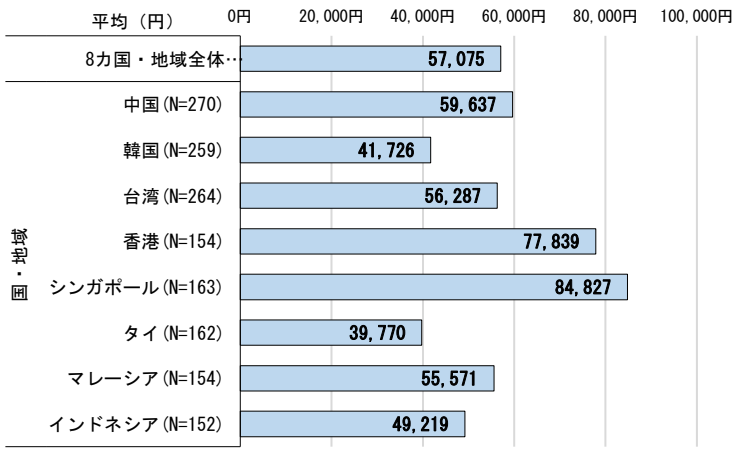
5　北海道旅行の予算

（3）分野別の予算額　②宿泊費　全体平均57,000円。シンガポールは85,000円、香港は78,000円と高額に

- 8か国全体の道内旅行での想定宿泊費は、「3万円以下」（32.1%）が最も多く、「5万円以下」（23.5%）が次ぐ。平均57,075円。
- 国別ではシンガポールの84,827円が最大で、これに次ぐ香港の77,839円が次ぐ。他の5か国は3～5万円台に留まる。シンガポールでは、「15万円以下」（23.3%）が２割を超える。
- 最も平均額が少なくなったのは、タイの39,770円で、唯一の3万円台となる。次いで韓国の41,726円となる。
- 昨年度調査と比較しても、全体の平均額に差はない。

■分野別の予算額　②宿泊費





■属性別の分野別の予算額　②宿泊費

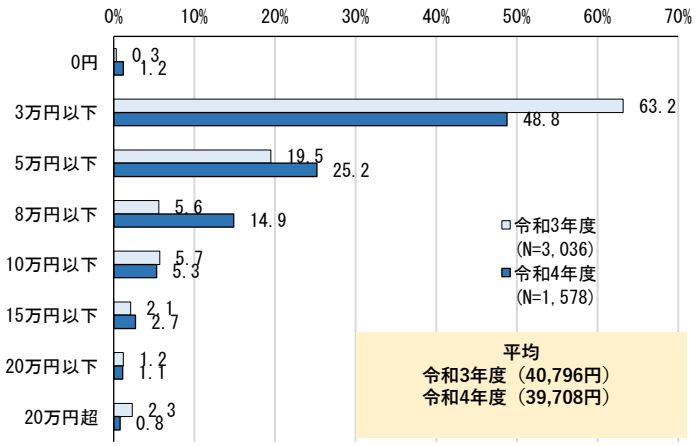
(%)			サンプル数	0円	3万円以下	5万円以下	8万円以下	10万円以下	15万円以下	20万円以下	20万円超	平均（円）
令和３年度			3,036	0.3	51.5	18.3	9.7	9.7	5.0	1.5	4.0	57278.80
令和４年度			1,578	1.5	32.1	23.5	19.9	11.5	6.7	2.7	2.0	57075.24
国・地域	中国		270	0.4	26.3	20.7	33.3	10.7	4.4	3.0	1.1	59636.85
	韓国		259	1.2	48.6	29.3	10.4	9.7	0.8	0.0	0.0	41726.47
	台湾		264	1.1	26.9	31.1	15.2	16.3	7.2	1.1	1.1	56286.79
	香港		154	0.0	13.6	18.2	29.9	17.5	10.4	7.1	3.2	77839.45
	シンガポール		163	0.0	13.5	12.3	27.0	11.7	23.3	4.3	8.0	84826.80
	タイ		162	0.0	54.3	21.6	13.6	3.7	3.7	2.5	0.6	39769.91
	マレーシア		154	5.2	20.1	28.6	23.4	13.0	4.5	3.9	1.3	55570.71
	インドネシア		152	5.3	50.7	19.7	5.9	8.6	3.9	2.6	3.3	49218.76
国別来道経験	中国	あり	120	0.0	30.0	20.8	30.8	5.8	7.5	4.2	0.8	58765.00
		なし	150	0.7	23.3	20.7	35.3	14.7	2.0	2.0	1.3	60334.33
	韓国	あり	98	2.0	46.9	27.6	12.2	9.2	2.0	0.0	0.0	42852.04
		なし	161	0.6	49.7	30.4	9.3	9.9	0.0	0.0	0.0	41041.35
	台湾	あり	132	0.8	27.3	28.8	14.4	19.7	7.6	0.0	1.5	57116.61
		なし	132	1.5	26.5	33.3	15.9	12.9	6.8	2.3	0.8	55456.97
	香港	あり	94	0.0	12.8	18.1	30.9	17.0	10.6	6.4	4.3	79121.00
		なし	60	0.0	15.0	18.3	28.3	18.3	10.0	8.3	1.7	75831.70
	シンガポール	あり	77	0.0	15.6	13.0	28.6	9.1	20.8	7.8	5.2	81800.26
		なし	86	0.0	11.6	11.6	25.6	14.0	25.6	1.2	10.5	87536.62
	タイ	あり	54	0.0	50.0	22.2	20.4	1.9	5.6	0.0	0.0	37277.59
		なし	108	0.0	56.5	21.3	10.2	4.6	2.8	3.7	0.9	41016.07
	マレーシア	あり	27	3.7	22.2	29.6	18.5	14.8	11.1	0.0	0.0	53945.56
		なし	127	5.5	19.7	28.3	24.4	12.6	3.1	4.7	1.6	55916.21
	インドネシア	あり	25	12.0	36.0	24.0	4.0	4.0	8.0	4.0	8.0	75852.92
		なし	127	3.9	53.5	18.9	6.3	9.4	3.1	2.4	2.4	43975.81

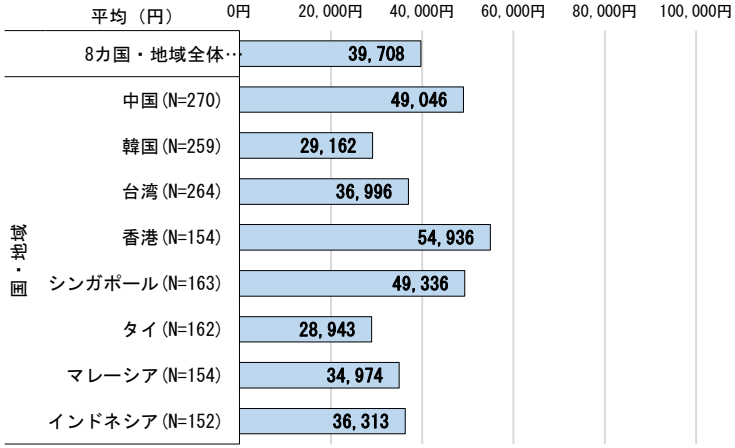
5　北海道旅行の予算

（3）分野別の予算額　③飲食費　全体平均40,000円。香港は55,000円、シンガポールと中国は49,000円

- 8か国全体の道内旅行での想定飲食費は、「3万円以下」（48.8%）が最も多く、「5万円以下」（25.2%）、「8万円以下」（14.9%）が次ぐ。
- 平均額は39,708円で、香港の54,936円が最大で、これにシンガポールの49,336円と中国の49,046円が拮抗して次ぐ。タイ（28,943円）や韓国（29,162円）は少ない。
- 昨年度調査と比較すると、令和4年調査では「3万円以下」の割合が減り、「5万円以下」と「8万円以下」の割合が増えているが、平均額には1,000円程度の差しか見られず、昨年度調査とほぼ同額となった。

■分野別の予算額　③飲食費





■属性別の分野別の予算額　③飲食費

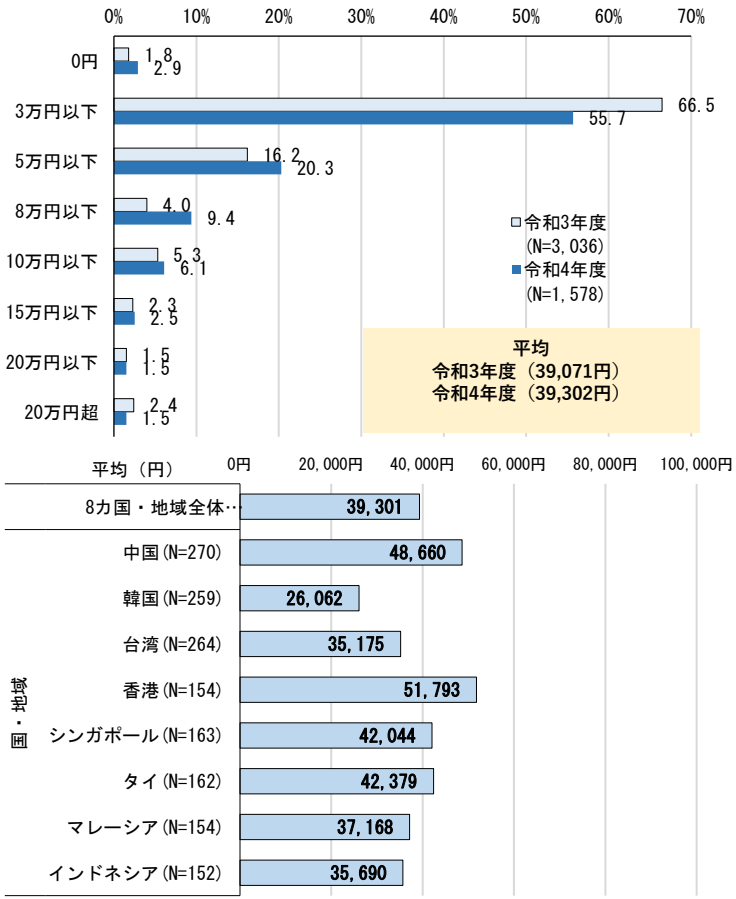
(%)			サンプル数	0円	3万円以下	5万円以下	8万円以下	10万円以下	15万円以下	20万円以下	20万円超	平均（円）
令和３年度			3,036	0.3	63.2	19.5	5.6	5.7	2.1	1.2	2.3	40795.76
令和４年度			1,578	1.2	48.8	25.2	14.9	5.3	2.7	1.1	0.8	39707.66
国・地域	中国		270	0.4	38.1	26.3	21.5	9.3	0.7	3.0	0.7	49046.40
	韓国		259	0.8	71.4	22.8	3.5	0.8	0.4	0.4	0.0	29162.42
	台湾		264	0.0	52.7	32.6	6.8	5.3	1.5	0.4	0.8	36995.64
	香港		154	0.0	23.4	26.6	33.8	7.8	4.5	1.9	1.9	54935.82
	シンガポール		163	0.0	26.4	25.2	29.4	6.1	11.0	0.6	1.2	49335.77
	タイ		162	0.6	65.4	18.5	9.9	1.9	3.1	0.6	0.0	28942.85
	マレーシア		154	4.5	37.0	33.1	18.8	4.5	1.9	0.0	0.0	34974.43
	インドネシア		152	5.3	66.4	12.5	3.3	6.6	2.0	1.3	2.6	36313.17
国別来道経験	中国	あり	120	0.0	44.2	29.2	15.8	5.8	0.8	3.3	0.8	46352.12
		なし	150	0.7	33.3	24.0	26.0	12.0	0.7	2.7	0.7	51201.83
	韓国	あり	98	0.0	68.4	26.5	4.1	1.0	0.0	0.0	0.0	29137.76
		なし	161	1.2	73.3	20.5	3.1	0.6	0.6	0.6	0.0	29177.43
	台湾	あり	132	0.0	47.7	34.8	8.3	6.8	1.5	0.8	0.0	38843.64
		なし	132	0.0	57.6	30.3	5.3	3.8	1.5	0.0	1.5	35147.64
	香港	あり	94	0.0	22.3	26.6	31.9	6.4	7.4	2.1	3.2	59548.26
		なし	60	0.0	25.0	26.7	36.7	10.0	0.0	1.7	0.0	47709.67
	シンガポール	あり	77	0.0	24.7	22.1	32.5	6.5	13.0	0.0	1.3	53319.75
		なし	86	0.0	27.9	27.9	26.7	5.8	9.3	1.2	1.2	45768.71
	タイ	あり	54	0.0	66.7	20.4	7.4	0.0	3.7	1.9	0.0	29557.59
		なし	108	0.9	64.8	17.6	11.1	2.8	2.8	0.0	0.0	28635.48
	マレーシア	あり	27	3.7	37.0	25.9	22.2	0.0	11.1	0.0	0.0	43730.33
		なし	127	4.7	37.0	34.6	18.1	5.5	0.0	0.0	0.0	33112.94
	インドネシア	あり	25	12.0	36.0	20.0	4.0	16.0	4.0	0.0	8.0	61239.12
		なし	127	3.9	72.4	11.0	3.1	4.7	1.6	1.6	1.6	31406.49

5　北海道旅行の予算

（3）分野別の予算額　④買物代　全体平均39,000円。香港52,000円、中国49,000円が目立つ

- 8か国全体の道内旅行での想定買物代は、「3万円以下」（55.7%）が最も多く、「5万円以下」（20.3%）、「8万円以下」（9.4%）が次ぐ。
- 平均額は39,302円で、香港（51,793円）が最多で、これに中国（48,660円）が次ぐ。韓国（26,062円）は最小であった。
  - ➢昨年度調査と比較すると、令和4年調査は「3万円以下」の割合が減り、「5万円以下」と「8万円以下」の割合が増えているが、平均額は昨年度調査とほぼ同額となった。

■分野別の予算額　④買物代



■属性別の分野別の予算額　④買物代

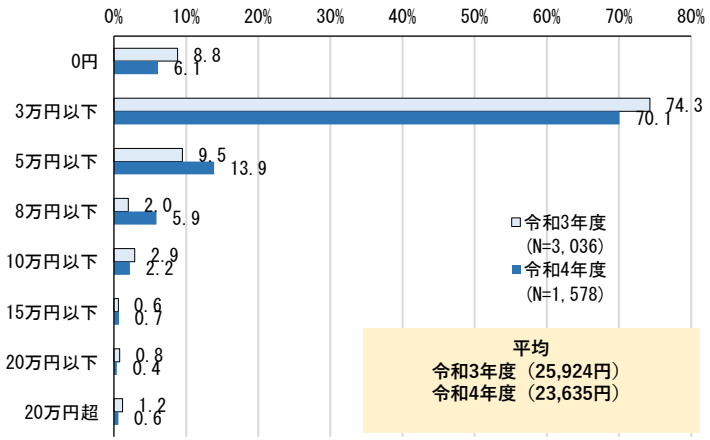
(%)			サンプル数	0円	3万円以下	5万円以下	8万円以下	10万円以下	15万円以下	20万円以下	20万円超	平均（円）
令和３年度			3,036	1.8	66.5	16.2	4.0	5.3	2.3	1.5	2.4	39071.07
令和４年度			1,578	2.9	55.7	20.3	9.4	6.1	2.5	1.5	1.5	39301.49
国・地域	中国		270	1.1	44.4	21.5	15.2	10.4	2.2	3.7	1.5	48659.59
	韓国		259	1.5	80.7	12.7	0.4	3.5	0.0	0.4	0.8	26062.03
	台湾		264	1.9	59.1	24.2	2.7	8.7	3.0	0.0	0.4	35174.79
	香港		154	1.9	40.3	24.0	17.5	7.8	2.6	2.6	3.2	51792.91
	シンガポール		163	4.9	45.4	17.8	20.2	1.8	6.7	0.0	3.1	42043.73
	タイ		162	0.6	54.3	21.0	13.6	0.6	4.9	3.7	1.2	42378.99
	マレーシア		154	8.4	46.1	29.2	9.1	4.5	0.6	1.3	0.6	37168.29
	インドネシア		152	5.9	65.1	13.8	2.6	8.6	1.3	0.0	2.6	35690.17
国別来道経験	中国	あり	120	0.0	52.5	17.5	12.5	10.0	2.5	4.2	0.8	46644.43
		なし	150	2.0	38.0	24.7	17.3	10.7	2.0	3.3	2.0	50271.72
	韓国	あり	98	2.0	78.6	12.2	0.0	5.1	0.0	1.0	1.0	29306.12
		なし	161	1.2	82.0	13.0	0.6	2.5	0.0	0.0	0.6	24087.37
	台湾	あり	132	2.3	53.8	26.5	3.0	8.3	5.3	0.0	0.8	39396.85
		なし	132	1.5	64.4	22.0	2.3	9.1	0.8	0.0	0.0	30952.73
	香港	あり	94	2.1	35.1	24.5	18.1	7.4	4.3	3.2	5.3	61549.06
		なし	60	1.7	48.3	23.3	16.7	8.3	0.0	1.7	0.0	36508.27
	シンガポール	あり	77	2.6	39.0	19.5	26.0	1.3	7.8	0.0	3.9	53123.19
		なし	86	7.0	51.2	16.3	15.1	2.3	5.8	0.0	2.3	32123.74
	タイ	あり	54	0.0	48.1	24.1	13.0	0.0	7.4	7.4	0.0	47821.11
		なし	108	0.9	57.4	19.4	13.9	0.9	3.7	1.9	1.9	39657.93
	マレーシア	あり	27	7.4	37.0	37.0	11.1	3.7	0.0	3.7	0.0	31104.78
		なし	127	8.7	48.0	27.6	8.7	4.7	0.8	0.8	0.8	38457.39
	インドネシア	あり	25	12.0	40.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	8.0	67202.12
		なし	127	4.7	70.1	12.6	3.1	6.3	1.6	0.0	1.6	29487.03

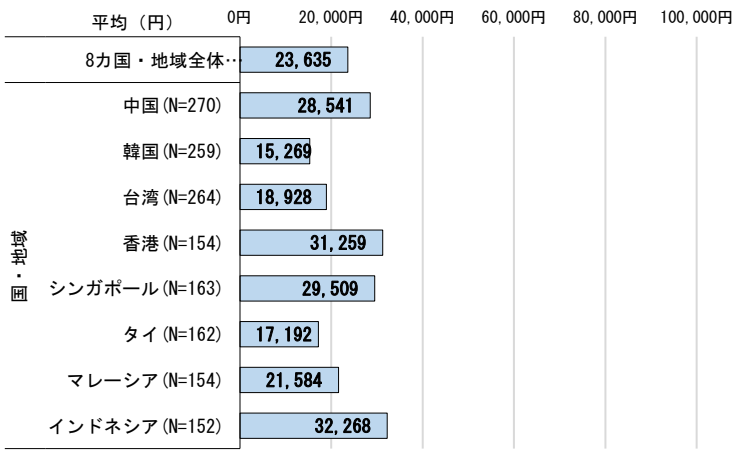
5　北海道旅行の予算

（3）分野別の予算額　⑤娯楽等サービス費　全体平均24,000円。インドネシア、香港は平均3万円台に

- 8か国全体の道内旅行での想定娯楽等サービス費は、「3万円以下」（70.1%）が最も多く、「5万円以下」（13.9%）が次ぐ。
- 平均額は23,635円で、インドネシア（32,268円）が最多で、香港（31,259円）が次ぐ。韓国（15,269円）が最小で、タイ（17,192円）、台湾（18,928円）も少ない。
  - ➢昨年度調査と比較すると、令和4年調査は「3万円以下」の割合が減り、「5万円以下」と「8万円以下」の割合が増えているが、平均額は昨年度調査2,000円ほど低くなった。

■分野別の予算額　⑤娯楽等サービス費





■属性別の分野別の予算額　⑤娯楽等サービス費

			サンプル数	0円	3万円以下	5万円以下	8万円以下	10万円以下	15万円以下	20万円以下	20万円超	平均（円）
(%)												
令和３年度			3,036	8.8	74.3	9.5	2.0	2.9	0.6	0.8	1.2	25923.50
令和４年度			1,578	6.1	70.1	13.9	5.9	2.2	0.7	0.4	0.6	23634.60
国・地域	中国		270	8.1	60.0	13.7	12.6	3.7	0.7	1.1	0.0	28541.00
	韓国		259	5.8	88.0	4.6	0.8	0.0	0.4	0.4	0.0	15269.14
	台湾		264	5.7	78.8	13.6	0.0	1.5	0.4	0.0	0.0	18928.14
	香港		154	4.5	57.1	18.8	12.3	4.5	0.6	1.3	0.6	31259.32
	シンガポール		163	5.5	57.1	16.6	14.1	1.8	3.1	0.0	1.8	29508.61
	タイ		162	2.5	81.5	12.3	2.5	0.6	0.0	0.0	0.6	17191.78
	マレーシア		154	9.7	57.8	23.4	5.8	2.6	0.0	0.6	0.0	21583.75
	インドネシア		152	6.6	69.7	15.1	1.3	3.9	0.7	0.0	2.6	32268.36
国別来道経験	中国	あり	120	10.8	60.8	6.7	15.0	4.2	0.8	1.7	0.0	29349.39
		なし	150	6.0	59.3	19.3	10.7	3.3	0.7	0.7	0.0	27894.28
	韓国	あり	98	9.2	86.7	3.1	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12398.47
		なし	161	3.7	88.8	5.6	0.6	0.0	0.6	0.6	0.0	17016.50
	台湾	あり	132	6.1	74.2	16.7	0.0	2.3	0.8	0.0	0.0	21079.76
		なし	132	5.3	83.3	10.6	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	16776.52
	香港	あり	94	3.2	60.6	17.0	12.8	4.3	0.0	1.1	1.1	31521.67
		なし	60	6.7	51.7	21.7	11.7	5.0	1.7	1.7	0.0	30848.30
	シンガポール	あり	77	5.2	50.6	22.1	14.3	2.6	2.6	0.0	2.6	32379.73
		なし	86	5.8	62.8	11.6	14.0	1.2	3.5	0.0	1.2	26937.95
	タイ	あり	54	0.0	85.2	13.0	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	15590.11
		なし	108	3.7	79.6	12.0	2.8	0.9	0.0	0.0	0.9	17992.61
	マレーシア	あり	27	11.1	59.3	18.5	3.7	3.7	0.0	3.7	0.0	25316.56
		なし	127	9.4	57.5	24.4	6.3	2.4	0.0	0.0	0.0	20790.16
	インドネシア	あり	25	16.0	36.0	36.0	0.0	0.0	4.0	0.0	8.0	70423.92
		なし	127	4.7	76.4	11.0	1.6	4.7	0.0	0.0	1.6	24757.42

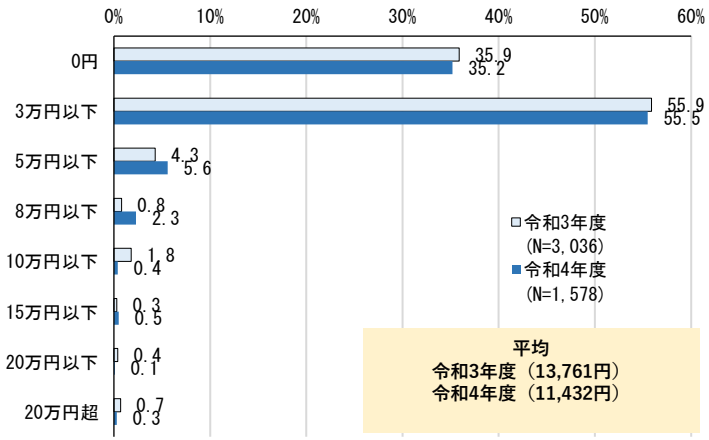
5　北海道旅行の予算

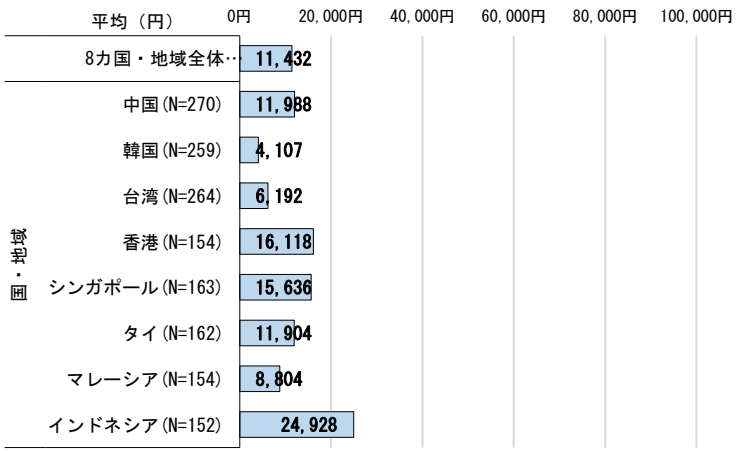
（2）１人あたり予算額　⑥その他　全体平均11,000円。インドネシアの25,000円が突出

- 8か国全体の道内旅行での想定その他の費用は、「3万円以下」（55.5%）が最も多く、「0円」（35.2%）が次ぐ。
- 平均額は11,432円で、インドネシア（24,928円）が最多で、これに香港（16,118円）、シンガポール（15,636円）が次ぐ。韓国（4,107円）は最小で、台湾（6,192円）、マレーシア（8,804円）も1万円を下回る。

➢昨年度調査と比較すると、令和4年調査の平均額11,432円は、昨年度調査の平均額13,761円より2,000円ほど低くなった。

■１人あたり予算額　⑥その他





■属性別の１人あたり予算額　⑥その他

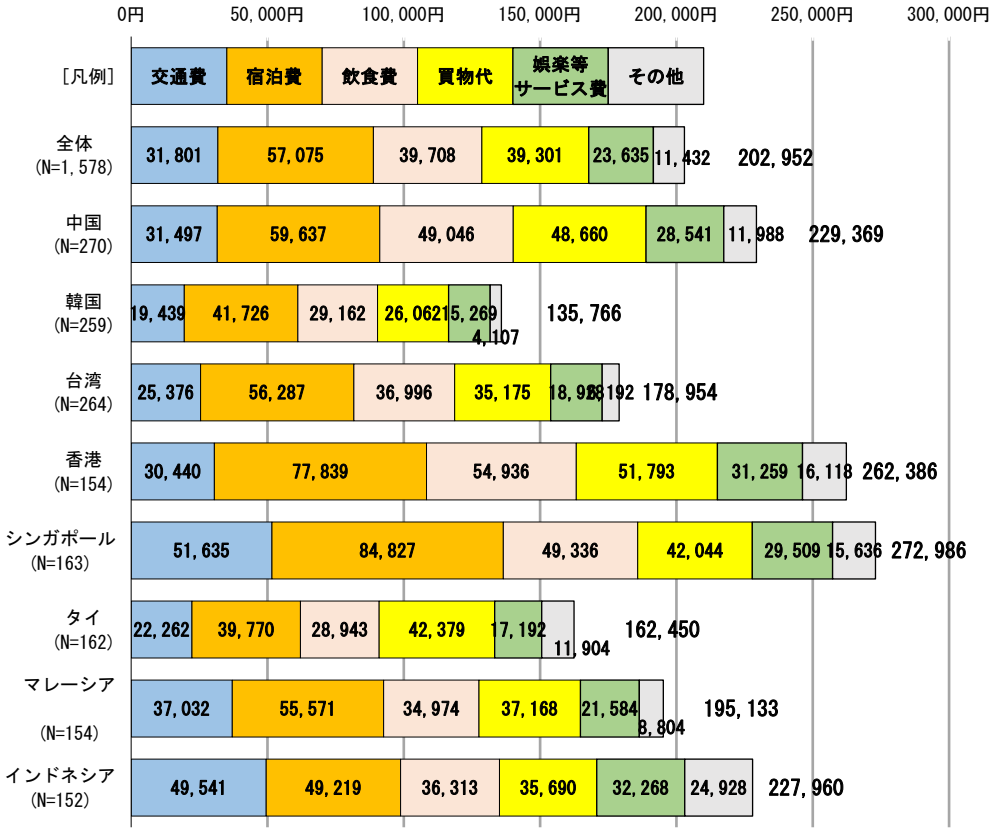
(%)			サンプル数	0円	3万円以下	5万円以下	8万円以下	10万円以下	15万円以下	20万円以下	20万円超	平均（円）
令和３年度			3,036	35.9	55.9	4.3	0.8	1.8	0.3	0.4	0.7	13760.50
令和４年度			1,578	35.2	55.5	5.6	2.3	0.4	0.5	0.1	0.3	11431.84
国・地域	中国		270	27.8	63.0	6.3	1.9	1.1	0.0	0.0	0.0	11988.33
	韓国		259	49.8	49.8	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	4106.82
	台湾		264	50.0	45.8	3.4	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	6192.24
	香港		154	39.6	48.1	7.8	1.3	1.3	1.3	0.0	0.6	16118.49
	シンガポール		163	28.2	51.5	8.0	9.8	0.0	2.5	0.0	0.0	15635.79
	タイ		162	9.3	81.5	4.3	4.9	0.0	0.0	0.0	0.0	11904.29
	マレーシア		154	50.0	39.0	9.1	1.3	0.0	0.0	0.6	0.0	8803.59
	インドネシア		152	13.8	69.7	10.5	2.6	0.7	0.0	0.7	2.0	24927.91
国別来道経験	中国	あり	120	29.2	58.3	9.2	2.5	0.8	0.0	0.0	0.0	12705.21
		なし	150	26.7	66.7	4.0	1.3	1.3	0.0	0.0	0.0	11414.82
	韓国	あり	98	49.0	50.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	4520.41
		なし	161	50.3	49.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3855.07
	台湾	あり	132	52.3	41.7	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6553.70
		なし	132	47.7	50.0	0.8	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	5830.79
	香港	あり	94	33.0	54.3	7.4	1.1	1.1	2.1	0.0	1.1	20202.81
		なし	60	50.0	38.3	8.3	1.7	1.7	0.0	0.0	0.0	9719.73
	シンガポール	あり	77	13.0	61.0	11.7	13.0	0.0	1.3	0.0	0.0	18594.43
		なし	86	41.9	43.0	4.7	7.0	0.0	3.5	0.0	0.0	12986.77
	タイ	あり	54	7.4	88.9	1.9	1.9	0.0	0.0	0.0	0.0	10808.00
		なし	108	10.2	77.8	5.6	6.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12452.44
	マレーシア	あり	27	37.0	51.9	7.4	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	10740.93
		なし	127	52.8	36.2	9.4	0.8	0.0	0.0	0.8	0.0	8391.72
	インドネシア	あり	25	16.0	44.0	20.0	12.0	0.0	0.0	0.0	8.0	64663.84
		なし	127	13.4	74.8	8.7	0.8	0.8	0.0	0.8	0.8	17105.88

5　北海道旅行の予算

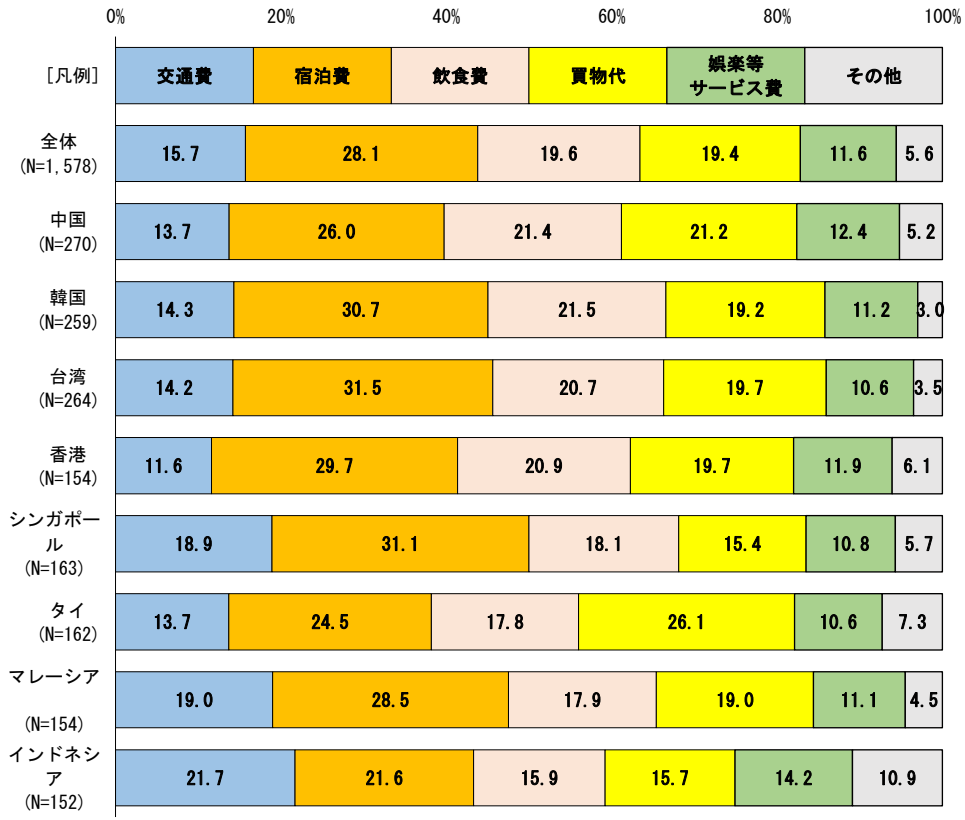
（2）道内消費額総計　全体平均約200,000円。シンガポールは270,000円、香港は260,000円に上る

- 各項目の平均額を合計すると、8か国全体の総額は202,952円となる。総額が最多はシンガポール（272,986円）で、香港（262,386円）、中国（229,369円）、インドネシア（227,960円）の順となる。なお、最小は韓国（135,766円）である。
- 支出分野別も金額構成比（下右図）は、8か国全体では「宿泊費」（28.1%）が最も大きく、これに「飲食費」（19.6%）、「買物代」（19.4%）が次ぐ。
- 国別でみると、「宿泊費」は台湾（31.5%）やシンガポール（31.1%）で、「買物代」はタイ（26.1%）で占める割合が高くなっている。同様に、インドネシアでは「交通費」（21.7%）が大きくなっている。

■道内消費額総計　平均額



■道内消費額総計　比率



5　北海道旅行の予算

■道内消費額総計　平均額

(%)			交通費	宿泊費	飲食費	買物代	娯楽等サービス費	その他	合計
全体			31,801	57,075	39,708	39,301	23,635	11,432	202,952
国・地域	中国		31,497	59,637	49,046	48,660	28,541	11,988	229,369
	韓国		19,439	41,726	29,162	26,062	15,269	4,107	135,766
	台湾		25,376	56,287	36,996	35,175	18,928	6,192	178,954
	香港		30,440	77,839	54,936	51,793	31,259	16,118	262,386
	シンガポール		51,635	84,827	49,336	42,044	29,509	15,636	272,986
	タイ		22,262	39,770	28,943	42,379	17,192	11,904	162,450
	マレーシア		37,032	55,571	34,974	37,168	21,584	8,804	195,133
	インドネシア		49,541	49,219	36,313	35,690	32,268	24,928	227,960
国別来道経験	中国	あり	29,241	58,765	46,352	46,644	29,349	12,705	223,057
		なし	33,301	60,334	51,202	50,272	27,894	11,415	234,418
	韓国	あり	20,194	42,852	29,138	29,306	12,398	4,520	138,409
		なし	18,979	41,041	29,177	24,087	17,017	3,855	134,157
	台湾	あり	27,416	57,117	38,844	39,397	21,080	6,554	190,407
		なし	23,337	55,457	35,148	30,953	16,777	5,831	167,501
	香港	あり	30,339	79,121	59,548	61,549	31,522	20,203	282,282
		なし	30,596	75,832	47,710	36,508	30,848	9,720	231,214
	シンガポール	あり	52,782	81,800	53,320	53,123	32,380	18,594	292,000
		なし	50,608	87,537	45,769	32,124	26,938	12,987	255,962
	タイ	あり	20,129	37,278	29,558	47,821	15,590	10,808	161,184
		なし	23,328	41,016	28,635	39,658	17,993	12,452	163,083
	マレーシア	あり	25,366	53,946	43,730	31,105	25,317	10,741	190,204
		なし	39,513	55,916	33,113	38,457	20,790	8,392	196,181
	インドネシア	あり	65,006	75,853	61,239	67,202	70,424	64,664	404,388
		なし	46,497	43,976	31,406	29,487	24,757	17,106	193,230

■道内消費額総計　比率

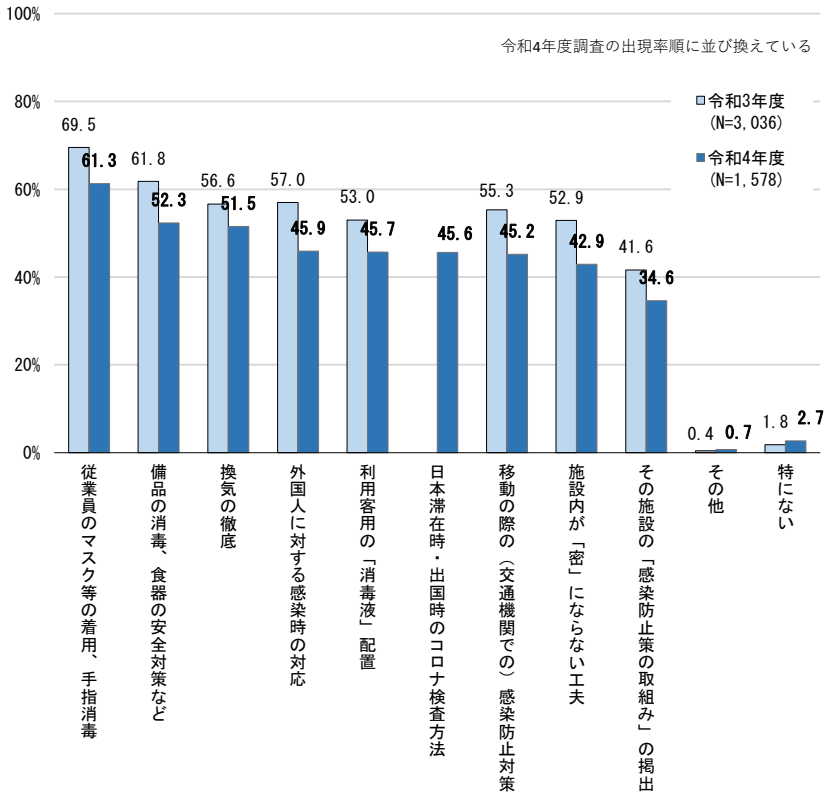
(%)			交通費	宿泊費	飲食費	買物代	娯楽等サービス費	その他	合計
全体			15.7	28.1	19.6	19.4	11.6	5.6	100.0
国・地域	中国		13.7	26.0	21.4	21.2	12.4	5.2	99.9
	韓国		14.3	30.7	21.5	19.2	11.2	3.0	99.9
	台湾		14.2	31.5	20.7	19.7	10.6	3.5	100.2
	香港		11.6	29.7	20.9	19.7	11.9	6.1	99.9
	シンガポール		18.9	31.1	18.1	15.4	10.8	5.7	100.0
	タイ		13.7	24.5	17.8	26.1	10.6	7.3	100.0
	マレーシア		19.0	28.5	17.9	19.0	11.1	4.5	100.0
	インドネシア		21.7	21.6	15.9	15.7	14.2	10.9	100.0
国別来道経験	中国	あり	13.1	26.3	20.8	20.9	13.2	5.7	100.0
		なし	14.2	25.7	21.8	21.4	11.9	4.9	99.9
	韓国	あり	14.6	31.0	21.1	21.2	9.0	3.3	100.2
		なし	14.1	30.6	21.7	18.0	12.7	2.9	100.0
	台湾	あり	14.4	30.0	20.4	20.7	11.1	3.4	100.0
		なし	13.9	33.1	21.0	18.5	10.0	3.5	100.0
	香港	あり	10.7	28.0	21.1	21.8	11.2	7.2	100.0
		なし	13.2	32.8	20.6	15.8	13.3	4.2	99.9
	シンガポール	あり	18.1	28.0	18.3	18.2	11.1	6.4	100.1
		なし	19.8	34.2	17.9	12.6	10.5	5.1	100.1
	タイ	あり	12.5	23.1	18.3	29.7	9.7	6.7	100.0
		なし	14.3	25.2	17.6	24.3	11.0	7.6	100.0
	マレーシア	あり	13.3	28.4	23.0	16.4	13.3	5.6	100.0
		なし	20.1	28.5	16.9	19.6	10.6	4.3	100.0
	インドネシア	あり	16.1	18.8	15.1	16.6	17.4	16.0	100.0
		なし	24.1	22.8	16.3	15.3	12.8	8.9	100.2

5　北海道旅行の予算

（3）コロナ禍での旅行重視点　「従業員のマスク等の着用、手指消毒」が6割を超える。コロナに対する警戒心はいまだ強い

- 「従業員のマスク等の着用、手指消毒」（61.3%）が最多で、これに続く「備品の消毒、食器の安全対策など」（52.3%）、「換気の徹底」（51.5%）が５割を超える。
- 「従業員のマスク等の着用、手指消毒」は中国（72.2%）、タイ（71.0%）、マレーシア（77.3%）、インドネシア（73.7%）で７割を超え、特に重視されている。
- 「備品の消毒、食器の安全対策など」も、タイ（74.7%）で高く、同じく「換気の徹底」もタイ（63.6%）で最大となっている。
- 昨年度調査からいずれの項目も重視割合が小さくなっているが、タイや中国、マレーシア、インドネシアではコロナに対する警戒心が強いことが分かる。

■コロナ禍での旅行重視点推移



■属性別のコロナ禍での旅行重視点

(%)			サンプル数	外国人に対する感染時の対応	従業員のマスク等の着用、手指消毒	利用客用の「消毒液」配置	換気の徹底	備品の消毒、食器の安全対策など	その施設の「感染防止策の取組み」の掲出	施設内が「密」にならない工夫	移動の際の（交通機関での）感染防止対策	日本滞在時・出国時のコロナ検査方法	その他	特にない
令和３年度			3,036	57.0	69.5	53.0	56.6	61.8	41.6	52.9	55.3	－	0.4	1.8
令和４年度			1,578	45.9	61.3	45.7	51.5	52.3	34.6	42.9	45.2	45.6	0.7	2.7
国・地域	中国		270	49.6	72.2	53.7	47.4	62.2	32.6	51.1	57.4	53.0	0.7	0.7
	韓国		259	37.5	53.7	25.1	43.6	35.5	22.8	16.2	37.5	38.6	0.4	4.6
	台湾		264	48.9	52.7	45.8	56.8	49.2	38.6	47.3	39.8	45.1	0.0	2.7
	香港		154	42.9	32.5	26.6	46.8	37.7	33.1	37.0	34.4	47.4	0.0	3.9
	シンガポール		163	39.9	60.1	39.9	48.5	60.1	30.7	46.0	43.6	31.9	0.6	3.1
	タイ		162	47.5	71.0	61.7	63.6	74.7	46.9	63.0	56.2	53.7	0.6	0.6
	マレーシア		154	47.4	77.3	60.4	57.8	51.9	39.0	46.1	47.4	43.5	0.6	1.9
	インドネシア		152	54.6	73.7	59.9	51.3	51.3	39.5	44.1	44.7	52.0	3.3	3.9
国別来道経験	中国	あり	120	44.2	63.3	45.8	45.8	59.2	28.3	36.7	45.8	38.3	0.0	0.8
		なし	150	54.0	79.3	60.0	48.7	64.7	36.0	62.7	66.7	64.7	1.3	0.7
	韓国	あり	98	33.7	52.0	31.6	43.9	30.6	22.4	19.4	39.8	36.7	0.0	4.1
		なし	161	39.8	54.7	21.1	43.5	38.5	23.0	14.3	36.0	39.8	0.6	5.0
	台湾	あり	132	49.2	49.2	44.7	52.3	47.0	37.1	44.7	37.1	42.4	0.0	3.0
		なし	132	48.5	56.1	47.0	61.4	51.5	40.2	50.0	42.4	47.7	0.0	2.3
	香港	あり	94	36.2	35.1	25.5	45.7	36.2	33.0	37.2	34.0	41.5	0.0	2.1
		なし	60	53.3	28.3	28.3	48.3	40.0	33.3	36.7	35.0	56.7	0.0	6.7
	シンガポール	あり	77	49.4	59.7	42.9	50.6	57.1	33.8	41.6	39.0	24.7	1.3	1.3
		なし	86	31.4	60.5	37.2	46.5	62.8	27.9	50.0	47.7	38.4	0.0	4.7
	タイ	あり	54	50.0	72.2	63.0	59.3	77.8	42.6	66.7	51.9	57.4	0.0	0.0
		なし	108	46.3	70.4	61.1	65.7	73.1	49.1	61.1	58.3	51.9	0.9	0.9
	マレーシア	あり	27	51.9	70.4	51.9	59.3	51.9	37.0	51.9	44.4	44.4	0.0	0.0
		なし	127	46.5	78.7	62.2	57.5	52.0	39.4	44.9	48.0	43.3	0.8	2.4
	インドネシア	あり	25	64.0	72.0	64.0	44.0	60.0	60.0	52.0	56.0	56.0	0.0	4.0
		なし	127	52.8	74.0	59.1	52.8	49.6	35.4	42.5	42.5	51.2	3.9	3.9

全体水準より５ポイント以上大きい

Ⅲ　欧米豪5か国におけるAT意識調査

1　欧米豪5か国におけるAT意識調査編　調査実施概要

①調査地域

米国、英国、ドイツ、フランス、オーストラリアの５か国。

②調査対象

AT（アドベンチャー・トラベル）の経験、関心を有する者。

（世界遺産の見分を主目的にした旅行経験がある、海外旅行で＜自然の中での体験＞や＜野生動植物ウォッチング＞を目的にしたことがある、海外旅行で＜美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をする＞を目的にしたことがある、海外旅行で＜アウトドア・アクティビティ／キャンプ含む＞を目的にしたことがある、海外旅行でガイド付きの＜アウトドア・アクティビティ＞を体験したことがあるの該当者）

③調査方法

インターネット調査（調査機関が保有する調査モニター対象）

④調査時期

令和4年12月20日～29日

⑤調査規模

５か国・地域合計 1,000件（集計対象数1,090件）

■国・地域別サンプル数

国	設定数	回収数
米国	230	239
英国	230	249
ドイツ	150	164
フランス	150	185
オーストラリア	240	253
全体	1,000	1,090

⑤調査内容

- 基本属性（性・年代・居住地域）
- 海外旅行の傾向（予算、旅程、活用情報、同伴ﾊﾟﾀｰﾝなど）
- これからの海外旅行の志向（旅行の主目的、体験したいことなど）
- 来日、来道経験
- 北海道への関心、着目点
- 北海道の観光で体験したいこと
- 来道観光意向
- 北海道旅行の想定（予算、旅程、同伴ﾊﾟﾀｰﾝなど）

欧米豪5か国におけるAT意識調査　個別結果内容

注）表にある「関心がない一計」は「あまり関心がない」と「全く関心がない」の合計値。
「行きたくない一計」は「あまり行きたくない」と「全く行きたくない」の合計値を示す欄です。

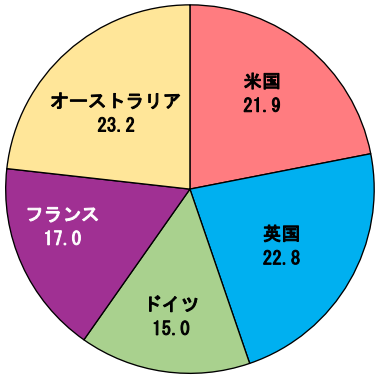
1　回答者プロフィール

①国別構成（※国別サンプル数は割当を行っている）　**②性別・年代別構成**（※性、年代は概ねの目安で割当を行っている）

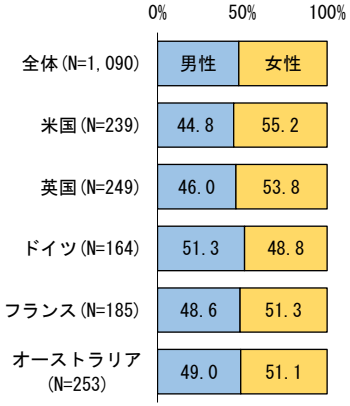
③職業構成：「会社員・団体職員・公務員」（44.7%）が最も多く、「自営・自由業」（10.6%）、「他の有職者」（10.4%）が次ぐ。

④自身年収：「800万円未満」（48.6%）が最も多いが、「1,000万円超の合計」も3割程度ある。（※1,000万円超の割合は米国で53%と多い）

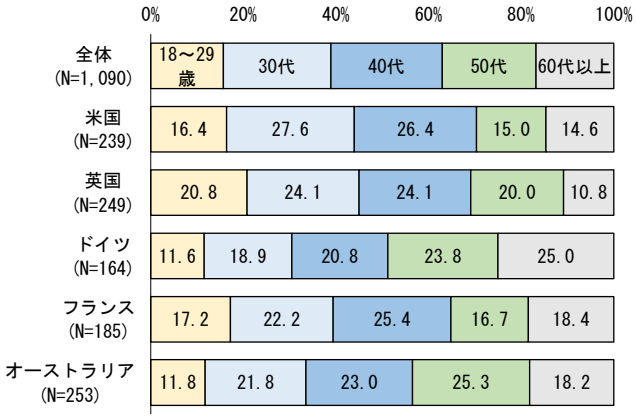
■国別構成（%）



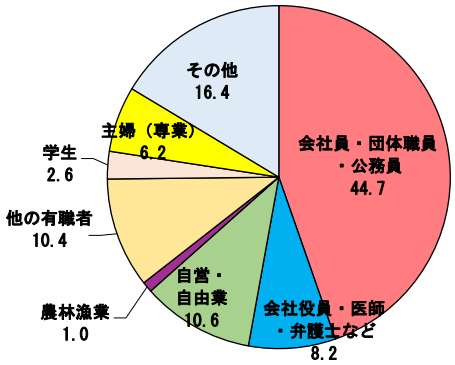
■性別構成



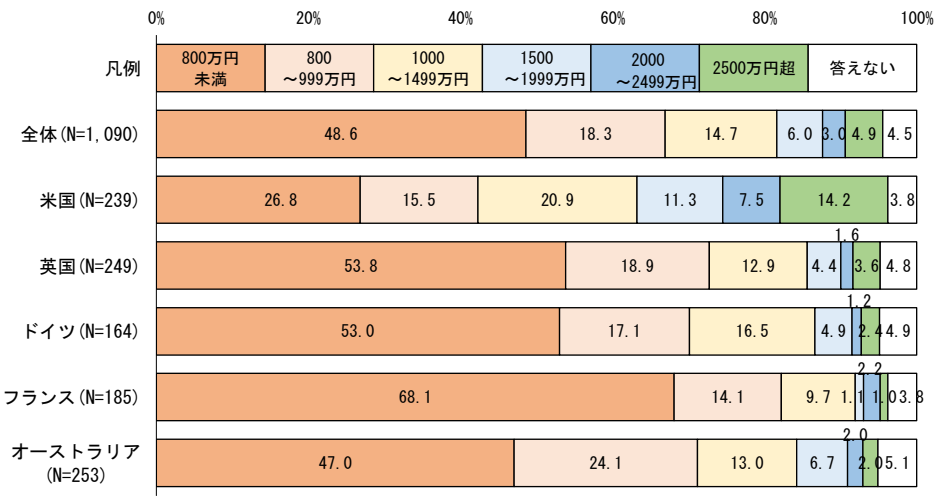
■年代別構成



■職業構成



■自身の年収



■職業構成 (%)		サンプル数	会社員・団体職員・公務員	会社役員・医師・弁護士など	自営・自由業	農林漁業	他の有職者	学生	主婦（専業）	その他
全体		1,090	44.7	8.2	10.6	1.0	10.4	2.6	6.2	16.4
居住国	米国	239	33.9	11.7	14.6	0.4	7.9	4.2	6.3	20.9
	英国	249	48.6	8.4	9.2	2.0	14.1	1.2	6.8	9.6
	ドイツ	164	53.0	2.4	10.4	0.6	3.7	3.7	9.8	16.5
	フランス	185	54.6	10.8	2.7	0.5	5.9	3.2	4.3	17.8
	オーストラリア	253	38.3	6.3	13.8	1.2	16.6	1.2	4.7	17.8

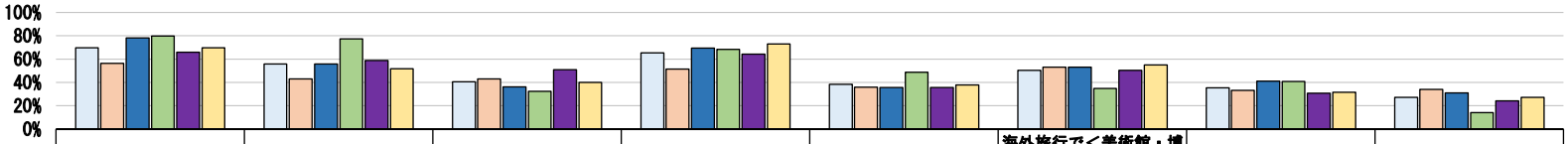
■自身の年収 (%)		サンプル数	800万円未満	800～999万円	1,000～1,499万円	1,500～1,999万円	2,000～2,499万円	2,500万円超	答えない
全体		1,090	48.6	18.3	14.7	6.0	3.0	4.9	4.5
居住国	米国	239	26.8	15.5	20.9	11.3	7.5	14.2	3.8
	英国	249	53.8	18.9	12.9	4.4	1.6	3.6	4.8
	ドイツ	164	53.0	17.1	16.5	4.9	1.2	2.4	4.9
	フランス	185	68.1	14.1	9.7	1.1	2.2	1.0	3.8
	オーストラリア	253	47.0	24.1	13.0	6.7	2.0	2.0	5.1

1　回答者プロフィール

⑤海外旅行の内容別経験率

- 2/3は「海外旅行は6泊以上する」（65.3%）。
- 半数は「海外旅行で[美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をする]を目的にしたことがある」（50.3%）。
- 「海外旅行で[自然の中での体験]や[野生動植物ウォッチング]を目的にしたことがある」（38.3%）、「海外旅行で[アウトドア・アクティビティ／キャンプ含む]を目的にしたことがある」（35.3%）はそれぞれ4割弱。

■海外旅行の内容別経験率



	過去5年間に１回以上海外旅行に行った	海外旅行は自分で計画する	世界遺産の見分を主目的にした旅行経験がある	海外旅行では平均的に6泊以上する	海外旅行で＜自然の中での体験＞や＜野生動植物ウォッチング＞を目的にしたことがある	海外旅行で＜美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をする＞を目的にしたことがある	海外旅行で＜アウトドア・アクティビティ／キャンプ含む＞を目的にしたことがある	海外旅行でガイド付きの＜アウトドア・アクティビティ＞を体験したことがある
全体(N=1,090)	69.6	55.9	40.5	65.3	38.3	50.3	35.3	27.1
米国(N=239)	56.5	43.1	43.1	51.5	36.0	53.1	33.1	33.9
英国(N=249)	78.3	55.8	36.1	69.5	35.7	53.0	41.0	30.9
ドイツ(N=164)	79.9	77.4	32.3	68.3	48.8	34.8	40.9	14.0
フランス(N=185)	65.9	58.9	50.8	64.3	35.7	50.3	30.8	24.3
オーストラリア(N=253)	69.6	51.8	39.9	73.1	37.9	54.9	31.6	27.3

(%)		サンプル数	過去5年間に1回以上海外旅行に行った	海外旅行は自分で計画する	世界遺産の見分を主目的にした旅行経験がある	海外旅行では平均的に6泊以上する	海外旅行で「自然の中での体験」や「野生動植物ウォッチング」を目的にしたことがある	海外旅行で「美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をする」を目的にしたことがある	海外旅行で「アウトドア・アクティビティ／キャンプ含む」を目的にしたことがある	海外旅行でガイド付きの「アウトドア・アクティビティ」を体験したことがある	どれもあてはまらない
全体		1,090	69.6	55.9	40.5	65.3	38.3	50.3	35.3	27.1	0.0
居住国	米国	239	56.5	43.1	43.1	51.5	36.0	53.1	33.1	33.9	0.0
	英国	249	78.3	55.8	36.1	69.5	35.7	53.0	41.0	30.9	0.0
	ドイツ	164	79.9	77.4	32.3	68.3	48.8	34.8	40.9	14.0	0.0
	フランス	185	65.9	58.9	50.8	64.3	35.7	50.3	30.8	24.3	0.0
	オーストラリア	253	69.6	51.8	39.9	73.1	37.9	54.9	31.6	27.3	0.0
北海道	とても関心がある	437	75.1	60.2	48.3	69.6	45.1	51.9	43.7	35.5	0.0
	多少関心がある	397	68.5	55.9	37.0	66.2	34.0	51.6	30.2	25.9	0.0
	どちらとも言えない	126	65.1	54.8	29.4	58.7	31.0	48.4	30.2	17.5	0.0
	関心がない－計	130	59.2	42.3	35.4	54.6	35.4	42.3	27.7	11.5	0.0
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	76.3	60.7	48.9	67.2	48.9	48.9	46.9	42.4	0.0
	多少、行きたくなった	496	70.8	55.8	39.1	68.1	36.7	53.2	32.9	27.4	0.0
	どちらとも言えない	205	67.8	56.1	37.6	62.4	30.7	47.3	33.2	13.2	0.0
	行きたくない－計	127	54.3	45.7	33.1	55.1	34.6	46.5	24.4	16.5	0.0

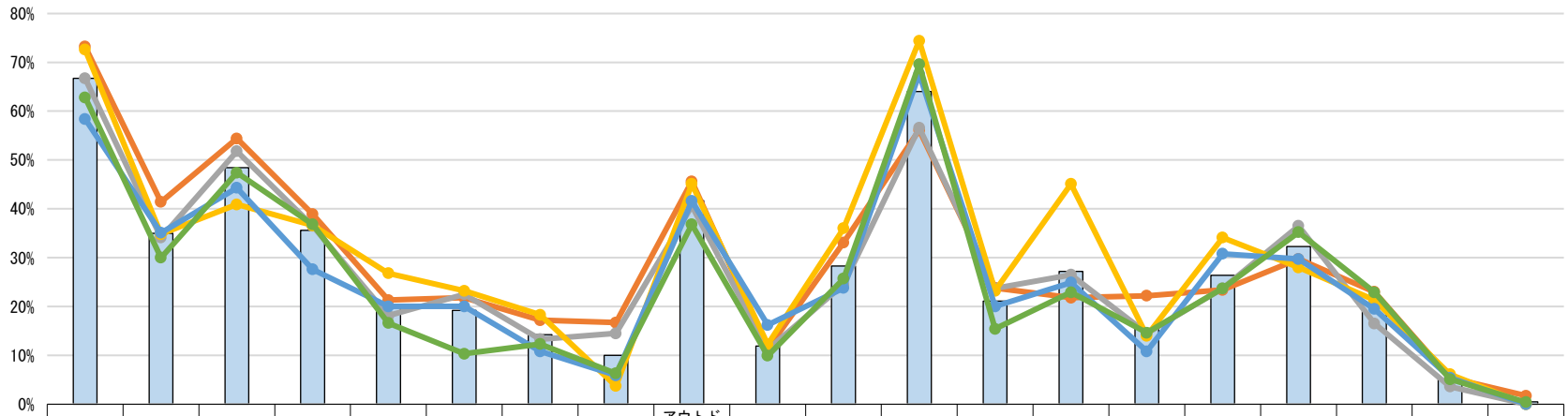
全体水準より５ポイント以上大きい

1　回答者プロフィール

⑥あなたの趣味・関心事

- 「料理・食・お酒」（66.7%）が最大で、これに「旅行」（64.0%）が次ぐ。
- その他では「音楽、演劇、舞踊」（48.4%）、「アウトドア・アクティビティ（キャンプ、登山、川下り、自然体験、乗馬等）」（41.7%）、「スポーツ（テニス、サッカー、野球、バスケットなど）」（35.6%）、「ファッション」（35.0%）、「歴史、考古学」（32.3%）が次ぐ。
- 「アウトドア・アクティビティ（キャンプ、登山、川下り、自然体験、乗馬等）」は米国、ドイツでやや多い。
- 「歴史、考古学」は大きな差異はないものの、英国とオーストラリアで他の国より多くなる。

■趣味・関心事



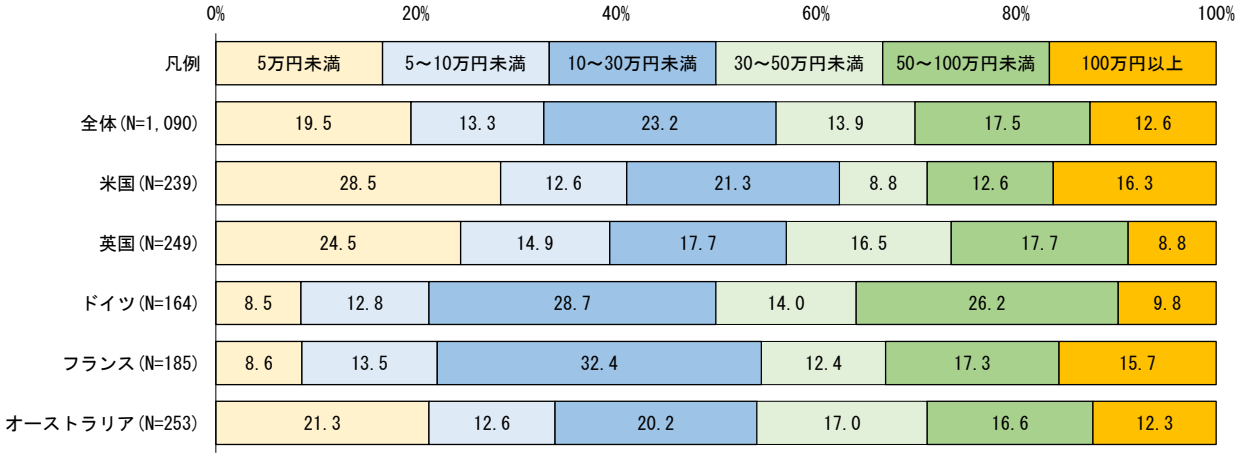
	料理、食、お酒	ファッション	音楽、演劇、舞踊	スポーツ（テニス、サッカー、野球、バスケットなど）	冬のスポーツ（スキー、スノーボード、スノーモービルなど）	サイクル・スポーツ（BMX、マウンテンバイク、ロードバイクなど）	マリンスポーツ（ヨット、ボート、サーフィン、スキューバなど）	スカイスポーツ（スカイダイビング、グライダー、飛行機など）	アウトドア・アクティビティ（キャンプ、登山、川下り、自然体験、乗馬等）	モーターバイク、自動車レース	写真	旅行	秘境探検	身体の鍛錬	精神世界の探求（ヨガ、座禅など）	環境保全、エネルギー問題	歴史、考古学	異文化体験	その他	特にない
全体(N=1,090)	66.7	35.0	48.4	35.6	20.1	19.2	14.2	10.0	41.7	11.9	28.3	64.0	21.1	27.2	15.5	26.4	32.3	20.6	5.0	0.5
米国(N=239)	73.2	41.4	54.4	38.9	21.3	21.8	17.2	16.7	45.6	11.3	33.1	56.1	23.8	21.8	22.2	23.4	29.7	23.0	5.4	1.7
英国(N=249)	66.7	34.1	51.8	36.5	18.1	22.5	13.3	14.5	40.6	11.2	24.5	56.6	23.7	26.5	14.5	23.7	36.5	16.5	3.6	0.0
ドイツ(N=164)	72.6	34.8	40.9	36.6	26.8	23.2	18.3	3.7	45.1	12.2	36.0	74.4	23.2	45.1	14.0	34.1	28.0	21.3	6.1	0.0
フランス(N=185)	58.4	35.1	44.3	27.6	20.0	20.0	10.8	5.9	41.6	16.2	23.8	67.6	20.0	24.9	10.8	30.8	29.7	19.5	5.4	0.0
オーストラリア(N=253)	62.8	30.0	47.4	36.8	16.6	10.3	12.3	6.3	36.8	9.9	25.7	69.6	15.4	22.9	14.6	23.7	35.2	22.9	5.1	0.4

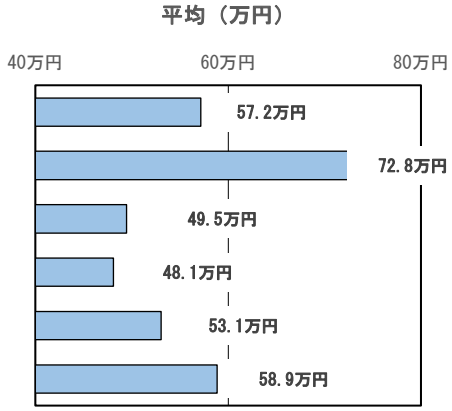
1　回答者プロフィール

⑦趣味や関心事、旅行などで使う金額／年額

- 「10～30万円未満」（23.2%）が最多であるが、「50万円超の合計」は約３割に上る。
- 平均額は57.1万円。
  （※最多は米国の72.8万円で、フランス、オーストラリアが50万円超、英国とドイツは50万円弱である）

■趣味や関心事、旅行などで使う金額／年額（右図は平均額）





	(%)	サンプル数	5万円未満	5～10万円未満	10～30万円未満	30～50万円未満	50～100万円未満	100万円以上	平均（円）
全体		1,090	19.5	13.3	23.2	13.9	17.5	12.6	**571,665**
居住国	米国	239	28.5	12.6	21.3	8.8	12.6	16.3	**728,072**
	英国	249	24.5	14.9	17.7	16.5	17.7	8.8	**494,689**
	ドイツ	164	8.5	12.8	28.7	14.0	26.2	9.8	**480,949**
	フランス	185	8.6	13.5	32.4	12.4	17.3	15.7	**530,520**
	オーストラリア	253	21.3	12.6	20.2	17.0	16.6	12.3	**588,564**
北海道	とても関心がある	437	18.1	10.8	22.0	12.1	22.2	14.9	**668,307**
	多少関心がある	397	18.9	14.6	23.9	14.6	15.4	12.6	**572,689**
	どちらとも言えない	126	26.2	15.1	23.8	13.5	15.9	5.6	**338,551**
	関心がない－計	130	20.0	16.2	24.6	17.7	10.0	11.5	**469,617**
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	19.1	12.2	17.9	10.7	22.9	17.2	**815,904**
	多少、行きたくなった	496	17.1	14.5	26.4	13.1	17.5	11.3	**514,557**
	どちらとも言えない	205	21.0	9.8	23.9	19.5	13.2	12.7	**506,046**
	行きたくない－計	127	27.6	16.5	20.5	14.2	13.4	7.9	**396,763**

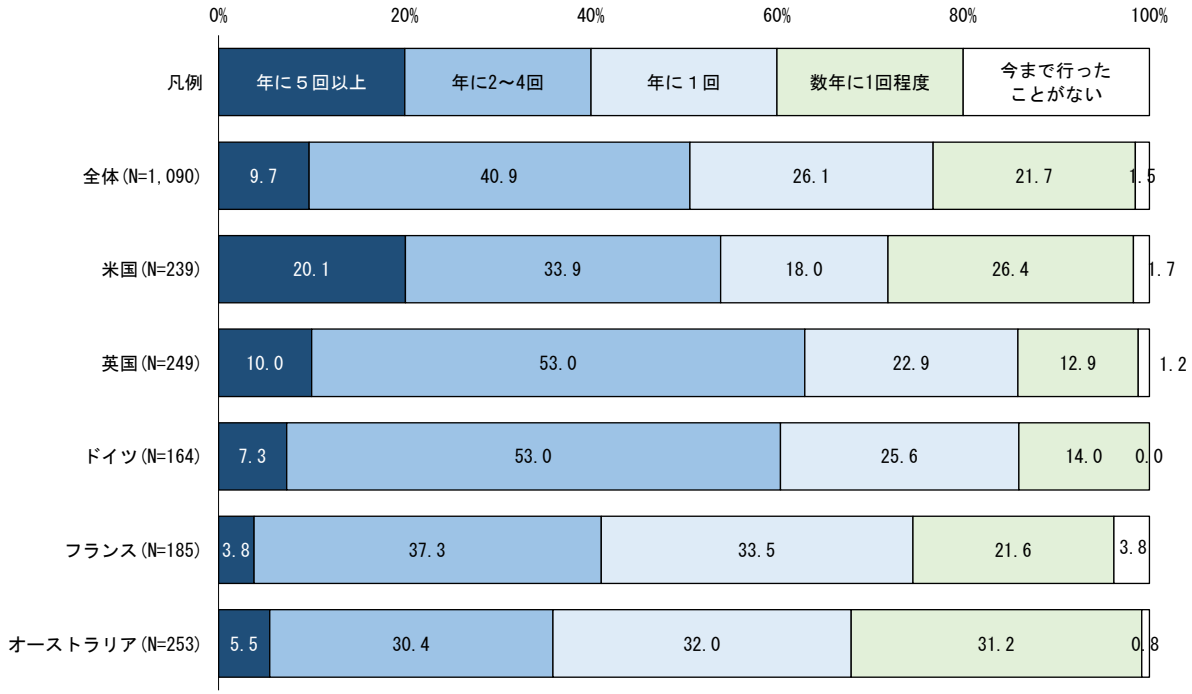
全体水準より５ポイント以上大きい、平均額より多い

2　海外旅行の動向

①海外旅行への頻度（コロナ禍の制限がない平時）

- 「年に5回以上」（9.7%）のヘビー層は1割程度で、「年2～4回」（40.9%）の頻度が中心である。
- 「年5回以上」の割合は米国で20.1%で、他の国よりかなり多い。
- オーストラリアは「数年に1度程度」（31.2%）の割合が多い

■海外旅行への頻度（コロナ禍の制限がない平時）



■海外旅行への頻度（コロナ禍の制限がない平時）

(%)		サンプル数	年に5回以上	年に2～4回	年に1回	数年に1回程度	今まで行ったことがない
全体		1,090	9.7	40.9	26.1	21.7	1.5
居住国	米国	239	20.1	33.9	18.0	26.4	1.7
	英国	249	10.0	53.0	22.9	12.9	1.2
	ドイツ	164	7.3	53.0	25.6	14.0	0.0
	フランス	185	3.8	37.3	33.5	21.6	3.8
	オーストラリア	253	5.5	30.4	32.0	31.2	0.8
北海道	とても関心がある	437	16.2	47.1	20.8	14.9	0.9
	多少関心がある	397	5.3	41.8	30.7	20.9	1.3
	どちらとも言えない	126	8.7	31.7	31.0	26.2	2.4
	関心がない－計	130	2.3	26.2	25.4	43.1	3.1
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	22.5	47.3	16.0	13.4	0.8
	多少、行きたくなった	496	6.0	43.5	29.8	19.8	0.8
	どちらとも言えない	205	5.4	38.5	28.8	24.9	2.4
	行きたくない－計	127	4.7	21.3	28.3	41.7	3.9

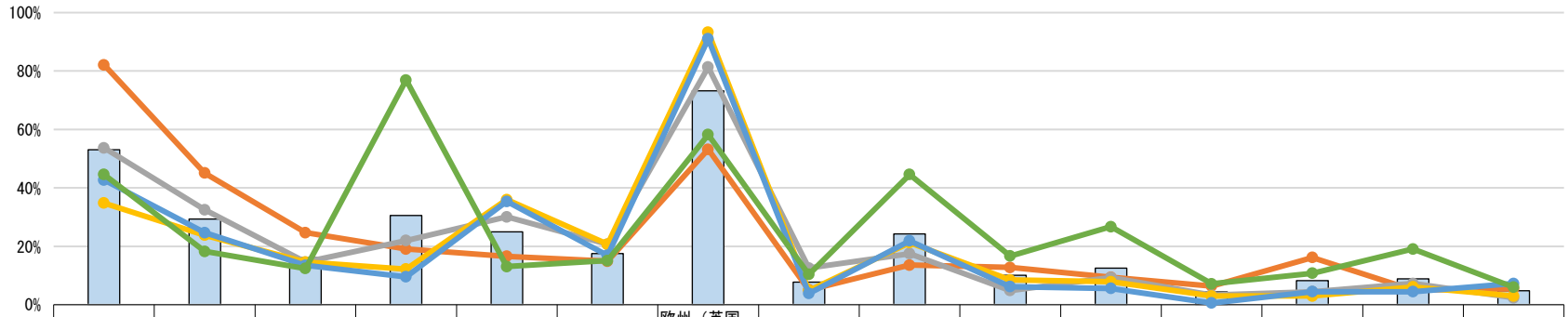
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の動向

②これまで出かけた日本以外の海外旅行先（海外旅行経験者のみ　N=1,074）

- 日本以外の旅行先では「欧州（英国、フランス、ドイツ、オランダ、スペイン、イタリアなど）」（73.2%）が最多で、「米国・カナダ」（53.1%）、「オセアニア（オーストラリア、ニュージーランドなど）」（30.6%）、「中米・カリブ（メキシコ、キューバなど）」（29.3%）が次ぐ。
- アジアではASEAN圏の「タイ、ベトナム、マレーシア、インドネシア」（24.3%）が最多で、「香港・マカオ」（12.6%）、「中国」（10.1%）と続く。
- 「タイ、ベトナム、マレーシア、インドネシア」は、距離的に近いオーストラリア（44.6%）が他の国よりかなり多い。

■これまで出かけた日本以外の海外旅行先（海外旅行経験者のみ）



	米国、カナダ	中米・カリブ（メキシコ、キューバなど）	南米（ブラジル、アルゼンチン、チリ、ペルーなど）	オセアニア（オーストラリア、ニュージーランドなど）	アフリカ（エジプト、ケニア、南アフリカなど）	中東（サウジアラビア、イラン、UAE、カタールなど）	欧州（英国、フランス、ドイツ、オランダ、スペイン、イタリアなど）	インド、パキスタン	タイ、ベトナム、マレーシア、インドネシア	中国	香港、マカオ	台湾	韓国	他のアジア	その他
全体(N=1,074)	53.1	29.3	16.1	30.6	25.0	17.5	73.2	7.8	24.3	10.1	12.6	4.4	8.3	8.9	4.8
米国(N=235)	82.1	45.1	24.7	19.1	16.6	14.9	53.2	5.1	13.6	12.8	9.4	6.4	16.2	5.1	5.5
英国(N=246)	53.7	32.5	14.6	22.0	30.1	20.7	81.3	12.6	17.5	4.9	9.3	3.3	4.5	7.3	2.4
ドイツ(N=164)	34.8	23.8	14.6	12.2	36.0	20.7	93.3	4.9	21.3	8.5	7.9	3.0	3.0	6.1	3.0
フランス(N=178)	42.7	24.7	13.5	9.6	35.4	16.9	91.0	3.9	21.9	6.2	5.6	0.6	4.5	4.5	7.3
オーストラリア(N=251)	44.6	18.3	12.4	76.9	13.1	15.1	58.2	10.4	44.6	16.7	26.7	7.2	10.8	19.1	6.0

2　海外旅行の動向

■これまで出かけた日本以外の海外旅行先（海外旅行経験者のみ）

海外旅行経験者のみ (%)		サンプル数	米国、カナダ	中米・カリブ（メキシコ、キューバなど）	南米（ブラジル、アルゼンチン、チリ、ペルーなど）	オセアニア（オーストラリア、ニュージーランドなど）	アフリカ（エジプト、ケニア、南アフリカなど）	中東（サウジアラビア、イラン、UAE、カタールなど）	欧州（英国、フランス、ドイツ、オランダ、スペイン、イタリアなど）	インド、パキスタン	タイ、ベトナム、マレーシア、インドネシア	中国	香港、マカオ	台湾	韓国	他のアジア	その他
全体		1,074	53.1	29.3	16.1	30.6	25.0	17.5	73.2	7.8	24.3	10.1	12.6	4.4	8.3	8.9	4.8
居住国	米国	235	82.1	45.1	24.7	19.1	16.6	14.9	53.2	5.1	13.6	12.8	9.4	6.4	16.2	5.1	5.5
	英国	246	53.7	32.5	14.6	22.0	30.1	20.7	81.3	12.6	17.5	4.9	9.3	3.3	4.5	7.3	2.4
	ドイツ	164	34.8	23.8	14.6	12.2	36.0	20.7	93.3	4.9	21.3	8.5	7.9	3.0	3.0	6.1	3.0
	フランス	178	42.7	24.7	13.5	9.6	35.4	16.9	91.0	3.9	21.9	6.2	5.6	0.6	4.5	4.5	7.3
	オーストラリア	251	44.6	18.3	12.4	76.9	13.1	15.1	58.2	10.4	44.6	16.7	26.7	7.2	10.8	19.1	6.0
北海道	とても関心がある	433	61.0	35.3	21.2	34.4	27.7	23.1	70.0	9.5	27.7	12.2	13.2	5.8	11.3	9.7	3.9
	多少関心がある	392	54.1	28.1	16.1	29.3	25.0	15.3	73.7	7.4	25.5	11.7	13.8	4.6	8.4	9.4	5.4
	どちらとも言えない	123	43.1	24.4	8.1	27.6	22.0	13.8	74.0	8.1	21.1	5.7	12.2	2.4	4.1	8.1	4.9
	関心がない－計	126	32.5	17.5	6.3	24.6	18.3	8.7	81.7	3.2	11.9	2.4	7.1	0.8	1.6	5.6	6.3
北海道旅行	ぜひ行きたい	260	63.5	33.8	25.0	32.7	26.9	28.5	61.5	10.8	26.9	13.1	10.8	7.3	12.3	8.5	3.1
	多少、行きたくなった	492	53.7	29.5	13.6	32.5	23.4	14.4	75.4	6.7	24.6	10.6	13.6	3.7	8.1	8.3	5.9
	どちらとも言えない	200	47.0	28.0	13.0	25.5	26.5	18.0	80.0	10.0	26.0	9.5	15.0	3.5	7.5	13.5	4.0
	行きたくない－計	122	38.5	21.3	12.3	27.0	24.6	5.7	77.9	2.5	14.8	3.3	8.2	2.5	1.6	4.9	5.7

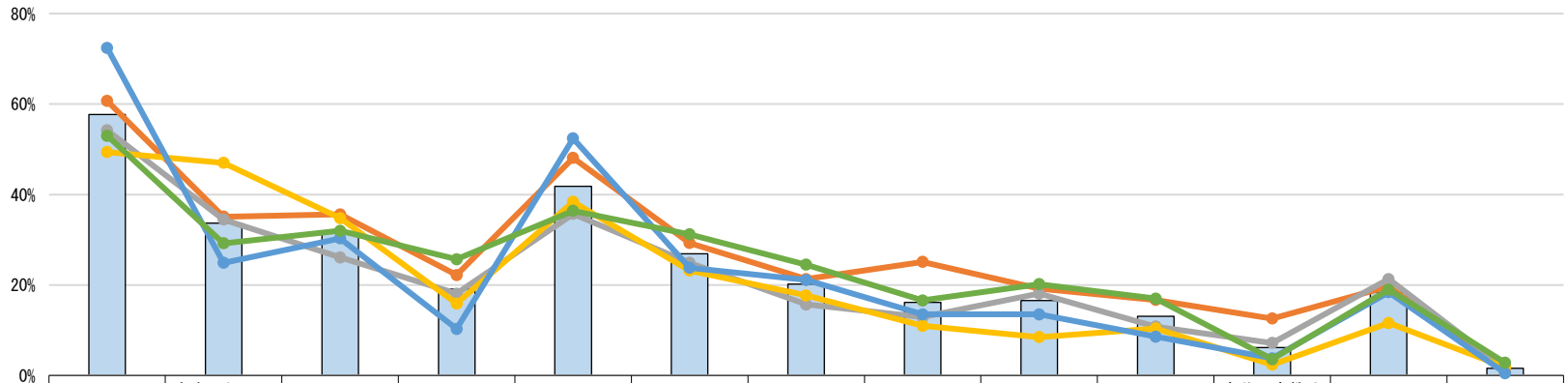
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の動向

③海外の旅行先を選ぶ時に中心に決めていること

- 「行ったことがない国などを優先する」（57.7%）が最多で、「自分の関心事、趣味などが満たされる国や地域を選ぶ」（41.8%）が次ぐ。
- リピート型を窺わせる「今まで行って楽しかった、気持ちよかった国などに再度行くことが多い」（33.7%）、「ひとつの国で、いろいろな地域を巡る形でリピートする」（31.6%）も、それぞれ３割ほどである。
- 米国は「自分の関心事、趣味などが満たされる国や地域を選ぶ」（48.1%）が他国より多く、フランスは「行ったことがない国などを優先する」（72.4%）のように新規訪問志向が強い。これに対し、ドイツは「今まで行って楽しかった、気持ちよかった国などに再度行くことが多い」（47.0%）が多く、リピート傾向が他国より強い。

■海外の旅行先を選ぶ時に中心に決めていること



	行ったことがない国などを優先する	今まで行って楽しかった、気持ちよかった国などに再度行くことが多い	ひとつの国で、いろいろな地域を巡る形でリピートする	話題になっていたり、ブームになっている国などを選ぶ	自分の関心事、趣味などが満たされる国や地域を選ぶ	制約なく行動できるように交通・通信などが整っている国を選ぶ	不自由なく言語が通じる国を選ぶ	現地ガイドの良し悪しで選ぶ（言語力、知識の豊富さなど）	個人旅行がしやすい国を選ぶ	「食の好み」を基準に選ぶ	自分の宗教や（食のこだわりなど）を受け入れてくれるところを選ぶ	できるだけ旅費が低価格な国を選ぶ	その他
全体(N=1,090)	57.7	33.7	31.6	19.1	41.8	26.9	20.2	16.2	16.6	13.1	6.2	18.4	1.6
米国(N=239)	60.7	35.1	35.6	22.2	48.1	29.3	21.3	25.1	19.2	16.7	12.6	19.7	0.8
英国(N=249)	54.2	34.5	26.1	18.1	35.7	24.9	15.7	12.9	18.1	10.8	7.2	21.3	1.6
ドイツ(N=164)	49.4	47.0	34.8	15.9	38.4	23.2	17.7	11.0	8.5	10.4	2.4	11.6	1.8
フランス(N=185)	72.4	24.9	30.3	10.3	52.4	23.8	21.1	13.5	13.5	8.6	3.8	18.4	0.5
オーストラリア(N=253)	53.0	29.2	32.0	25.7	36.4	31.2	24.5	16.6	20.2	17.0	3.6	19.0	2.8

2　海外旅行の動向

■海外の旅行先を選ぶ時に中心に決めていること

(%)		サンプル数	行ったことがない国などを優先する	今まで行って楽しかった、気持ちよかった国などに再度行くことが多い	ひとつの国で、いろいろな地域を巡る形でリピートする	話題になっていたり、ブームになっている国などを選ぶ	自分の関心事、趣味などが満たされる国や地域を選ぶ	制約なく行動できるように交通・通信などが整っている国を選ぶ	不自由なく言語が通じる国を選ぶ	現地ガイドの良し悪しで選ぶ（言語力、知識の豊富さなど）	個人旅行がしやすい国を選ぶ	「食の好み」を基準に選ぶ	自分の宗教や（食のこだわりなど）を受け入れてくれるところを選ぶ	できるだけ旅費が低価格な国を選ぶ	その他
全体		1,090	57.7	33.7	31.6	19.1	41.8	26.9	20.2	16.2	16.6	13.1	6.2	18.4	1.6
居住国	米国	239	60.7	35.1	35.6	22.2	48.1	29.3	21.3	25.1	19.2	16.7	12.6	19.7	0.8
	英国	249	54.2	34.5	26.1	18.1	35.7	24.9	15.7	12.9	18.1	10.8	7.2	21.3	1.6
	ドイツ	164	49.4	47.0	34.8	15.9	38.4	23.2	17.7	11.0	8.5	10.4	2.4	11.6	1.8
	フランス	185	72.4	24.9	30.3	10.3	52.4	23.8	21.1	13.5	13.5	8.6	3.8	18.4	0.5
	オーストラリア	253	53.0	29.2	32.0	25.7	36.4	31.2	24.5	16.6	20.2	17.0	3.6	19.0	2.8
北海道	とても関心がある	437	68.4	34.8	39.1	23.1	49.4	28.4	18.8	19.2	22.0	15.1	9.6	18.3	1.1
	多少関心がある	397	53.9	33.5	28.2	17.4	36.8	28.5	20.4	17.6	13.6	12.1	4.3	18.4	0.8
	どちらとも言えない	126	57.1	30.2	29.4	18.3	34.1	23.0	21.4	11.9	15.9	11.1	4.0	21.4	3.2
	関心がない－計	130	33.8	33.8	18.5	11.5	39.2	20.8	23.1	6.2	8.5	11.5	3.1	16.2	3.8
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	68.7	42.4	42.4	28.6	53.4	30.5	18.3	22.5	22.1	17.9	12.6	19.8	0.8
	多少、行きたくなった	496	59.5	29.2	30.6	17.5	38.9	26.8	20.0	17.1	16.3	11.3	3.2	17.5	0.8
	どちらとも言えない	205	53.7	34.6	24.4	13.2	39.0	23.9	20.0	10.7	11.2	11.2	5.4	16.1	2.0
	行きたくない－計	127	34.6	31.5	24.4	15.0	33.9	24.4	25.2	8.7	15.0	13.4	6.3	22.8	5.5

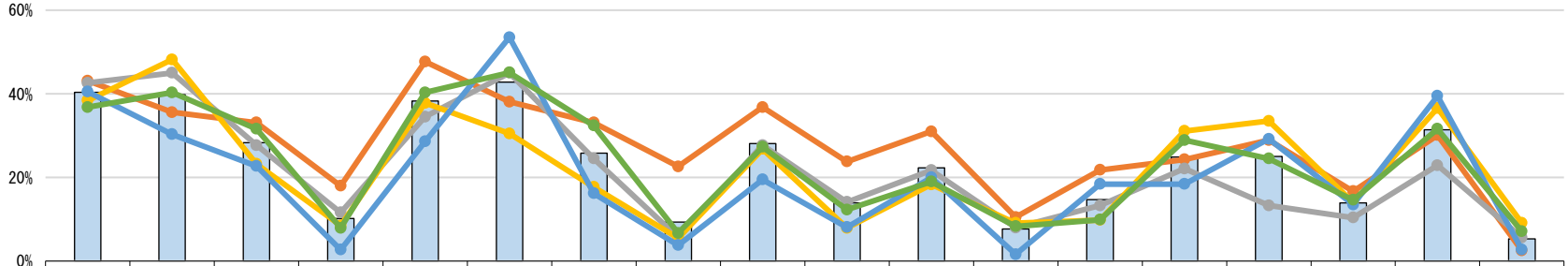
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の動向

④海外旅行時の活用情報

- 「口コミ・比較サイト(trip advisor等)」（42.8%）が最多で、「旅行会社WEBサイト」（40.4%）、「宿泊施設WEBサイト」（39.8%）、「旅行予約サイト(Viator、Get Your Guide、Expedia、KLOOK、Airbnb、JTB等)」（38.3%）が次ぐ。
- いずれもインターネット上の情報であり、「雑誌」（25.0%）や「テレビ」（24.9%）などを大きく上回る。
- これらの傾向はどの国も共通するが、英国とドイツは「宿泊施設WEBサイト」利用が多く、米国は「YouTube」（36.8%）、「face book」（33.1%）、「Instagram」（31.0%）などSNS系利用が多い。

■海外旅行に出かける際に旅行先やその国・地域についての情報の活用



	旅行会社WEBサイト	宿泊施設WEBサイト	航空会社WEBサイト	観光協会のWEBサイト	旅行予約サイト(Viator、Get Your Guide、Expedia、KLOOK、Airbnb、JTB等)	口コミ・比較サイト(tripadvisor等)	facebook	twitter	YouTube	TikTok	Instagram	その他のSNS(Snapchat、Pinterest、WhatsApp等)	個人ブログサイト	テレビ	雑誌	旅行の展示会	家族・友人等の口コミ	特にない
全体(N=1,090)	40.4	39.8	28.3	10.2	38.3	42.8	25.8	9.3	28.1	13.9	22.3	7.7	14.7	24.9	25.0	13.9	31.4	5.3
米国(N=239)	43.1	35.6	33.1	18.0	47.7	38.1	33.1	22.6	36.8	23.8	31.0	10.5	21.8	24.3	28.9	16.7	30.1	2.5
英国(N=249)	42.6	45.0	27.7	11.6	34.5	45.0	24.5	5.6	27.7	14.1	21.7	8.0	13.3	22.1	13.3	10.4	22.9	5.6
ドイツ(N=164)	38.4	48.2	23.2	8.5	37.8	30.5	17.7	5.5	26.8	7.9	18.3	9.1	9.8	31.1	33.5	14.0	36.6	9.1
フランス(N=185)	40.5	30.3	22.7	2.7	28.6	53.5	16.2	3.8	19.5	8.1	20.0	1.6	18.4	18.4	29.2	13.5	39.5	2.7
オーストラリア(N=253)	36.8	40.3	31.6	7.9	40.3	45.1	32.4	6.7	27.3	12.3	19.0	8.3	9.9	28.9	24.5	14.6	31.6	7.1

2　海外旅行の動向

■海外旅行に出かける際に旅行先やその国・地域についての情報の活用

(%)		サンプル数	旅行会社WEBサイト	宿泊施設WEBサイト	航空会社WEBサイト	観光協会のWEBサイト	旅行予約サイト（Viator、Get Your Guide、Expedia、KLOOK、Airbnb、JTB等）	口コミ・比較サイト（tripadvisor等）	facebook	twitter	YouTube	TikTok	Instagram	その他のSNS（Snapchat、Pinterest、WhatsApp等）	個人ブログサイト	テレビ	雑誌	旅行の展示会	家族・友人等の口コミ	特にない
全体		1,090	40.4	39.8	28.3	10.2	38.3	42.8	25.8	9.3	28.1	13.9	22.3	7.7	14.7	24.9	25.0	13.9	31.4	5.3
居住国	米国	239	43.1	35.6	33.1	18.0	47.7	38.1	33.1	22.6	36.8	23.8	31.0	10.5	21.8	24.3	28.9	16.7	30.1	2.5
	英国	249	42.6	45.0	27.7	11.6	34.5	45.0	24.5	5.6	27.7	14.1	21.7	8.0	13.3	22.1	13.3	10.4	22.9	5.6
	ドイツ	164	38.4	48.2	23.2	8.5	37.8	30.5	17.7	5.5	26.8	7.9	18.3	9.1	9.8	31.1	33.5	14.0	36.6	9.1
	フランス	185	40.5	30.3	22.7	2.7	28.6	53.5	16.2	3.8	19.5	8.1	20.0	1.6	18.4	18.4	29.2	13.5	39.5	2.7
	オーストラリア	253	36.8	40.3	31.6	7.9	40.3	45.1	32.4	6.7	27.3	12.3	19.0	8.3	9.9	28.9	24.5	14.6	31.6	7.1
北海道	とても関心がある	437	50.3	42.1	35.7	15.3	46.9	47.6	34.3	15.1	36.8	23.1	32.7	11.2	21.1	28.1	30.2	21.7	34.1	2.7
	多少関心がある	397	37.0	44.8	27.5	8.3	36.3	43.3	23.7	6.3	24.9	10.1	18.4	6.0	12.8	22.4	21.9	9.1	29.2	3.5
	どちらとも言えない	126	30.2	29.4	15.9	7.1	26.2	38.9	17.5	4.8	23.0	7.1	8.7	6.3	9.5	25.4	24.6	9.5	31.0	11.9
	関心がない－計	130	26.9	26.9	17.7	1.5	26.9	28.5	11.5	3.1	13.1	0.8	12.3	2.3	3.8	20.8	17.7	6.2	29.2	13.1
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	56.1	45.4	43.5	19.1	48.9	46.2	40.1	23.3	42.7	30.5	40.5	14.1	19.8	30.9	30.9	22.1	31.3	1.5
	多少、行きたくなった	496	39.5	41.1	26.6	8.3	38.9	44.6	25.0	5.2	28.0	11.3	19.0	5.8	15.5	22.6	23.0	13.1	32.3	3.6
	どちらとも言えない	205	31.2	36.6	19.0	7.3	29.8	38.5	15.6	4.4	19.0	4.9	15.1	8.3	9.8	22.4	23.9	7.3	30.7	8.8
	行きたくない－計	127	26.0	28.3	18.1	3.9	27.6	35.4	15.7	3.9	12.6	3.9	9.4	0.8	8.7	25.2	22.8	10.2	29.1	14.2

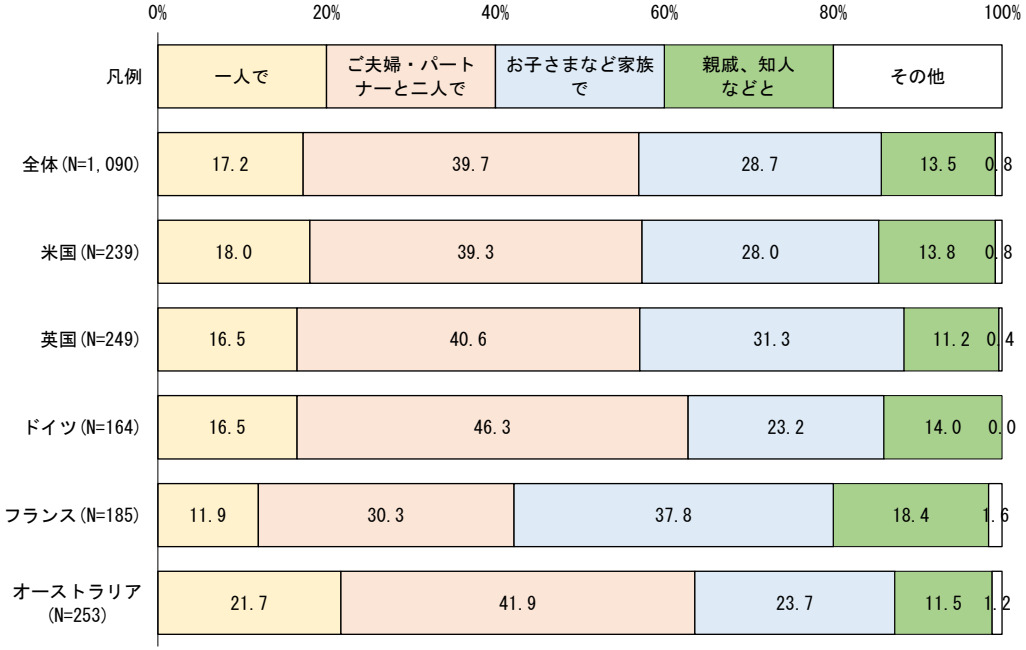
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の動向

⑤海外旅行の同伴パターン

- 「ご夫婦・パートナーと二人で」（39.7%）が最も多く、「お子さまなど家族で」（28.7%）、「一人で」（17.2%）が次ぐ。
- フランス以外の国では、いずれも「ご夫婦・パートナーと二人で」が４割前後であるが、フランスのみは「お子さまなど家族で」（37.8%）が最も多くなっている。
- なお、「一人で」の割合はオーストラリアで21.7%と他国より多い。

■海外旅行の同伴パターン



■海外旅行の同伴パターン

(%)		サンプル数	一人で	ご夫婦・パートナーと二人で	お子さまなど家族で	親戚、知人などと	その他
全体		1,090	17.2	39.7	28.7	13.5	0.8
居住国	米国	239	18.0	39.3	28.0	13.8	0.8
	英国	249	16.5	40.6	31.3	11.2	0.4
	ドイツ	164	16.5	46.3	23.2	14.0	0.0
	フランス	185	11.9	30.3	37.8	18.4	1.6
	オーストラリア	253	21.7	41.9	23.7	11.5	1.2
北海道	とても関心がある	437	18.8	38.0	32.0	10.5	0.7
	多少関心がある	397	15.9	43.1	26.7	13.9	0.5
	どちらとも言えない	126	15.9	32.5	32.5	17.5	1.6
	関心がない－計	130	17.7	42.3	20.0	18.5	1.5
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	20.6	35.1	35.1	8.4	0.8
	多少、行きたくなった	496	15.9	41.5	27.8	14.3	0.4
	どちらとも言えない	205	14.6	41.5	30.2	12.7	1.0
	行きたくない－計	127	19.7	39.4	16.5	22.0	2.4

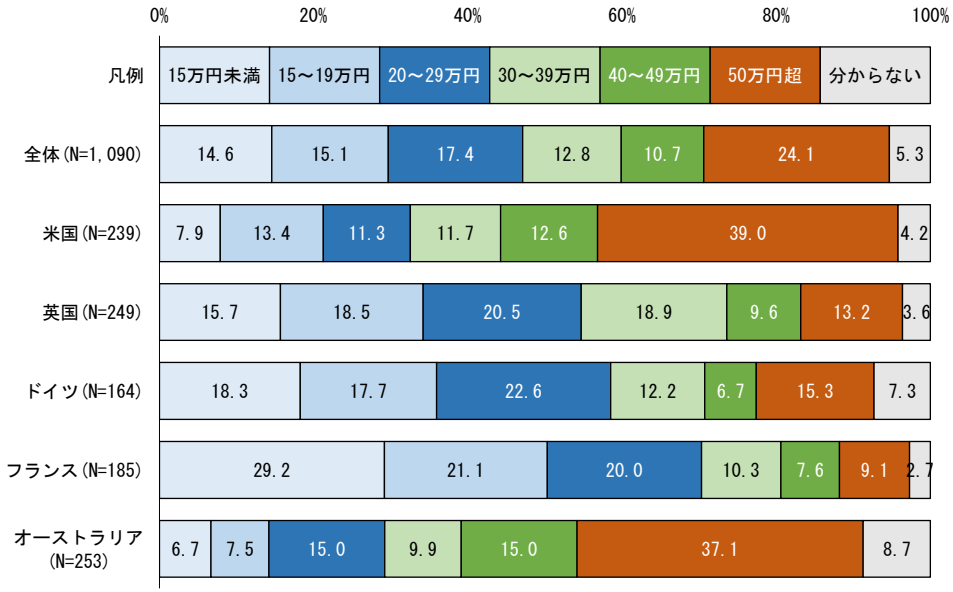
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の動向

⑥（コロナ禍がない平時）海外旅行の一人あたり予算

- 「50万円超」（計24.1%）が最多で、「20～29万円」（17.4%）、「15～19万円」（15.1%）が続く。
- なお、「100万円超」は５か国全体の3.4%を占めている。
- 米国では４割が「50万円超」（計39.0%／100万円超だけで5.9%）で、オーストラリアも「50万円超」（計37.1%／100万円超だけで5.5%）と多いが、英国やドイツでは14%前後、フランスは9.1%と少ない。

■通常時の海外旅行予算（※右表をまとめている）



■通常時の海外旅行予算

(%)		サンプル数	15万円未満	15～19万円	20～29万円	30～39万円	40～49万円	50～59万円	60～69万円	70～79万円	80～89万円	90～99万円	100万円以上	分からない
全体		1,090	14.6	15.1	17.4	12.8	10.7	7.2	4.9	4.0	2.1	2.5	3.4	5.3
居住国	米国	239	7.9	13.4	11.3	11.7	12.6	10.5	7.1	7.5	4.2	3.8	5.9	4.2
	英国	249	15.7	18.5	20.5	18.9	9.6	4.0	3.6	1.6	0.8	0.8	2.4	3.6
	ドイツ	164	18.3	17.7	22.6	12.2	6.7	4.9	4.3	3.7	1.2	0.0	1.2	7.3
	フランス	185	29.2	21.1	20.0	10.3	7.6	3.2	1.6	1.6	2.2	0.0	0.5	2.7
	オーストラリア	253	6.7	7.5	15.0	9.9	15.0	11.5	6.7	5.1	2.0	6.3	5.5	8.7
北海道	とても関心がある	437	9.6	14.2	15.8	13.7	11.9	8.2	6.4	5.3	3.4	4.3	4.8	2.3
	多少関心がある	397	14.6	15.6	20.4	12.8	12.1	7.3	4.0	2.8	1.0	1.0	2.5	5.8
	どちらとも言えない	126	23.8	12.7	18.3	12.7	7.9	5.6	3.2	6.3	0.0	1.6	0.8	7.1
	関心がない－計	130	22.3	19.2	13.1	9.2	5.4	4.6	3.8	1.5	3.1	1.5	3.8	12.3
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	6.9	10.7	16.0	14.5	11.8	8.4	6.1	6.5	4.6	5.7	6.9	1.9
	多少、行きたくなった	496	16.1	16.3	17.3	12.3	12.5	8.1	4.8	3.2	1.6	1.6	1.8	4.2
	どちらとも言えない	205	17.6	17.1	20.5	11.2	8.8	3.9	3.9	4.9	0.0	1.5	2.0	8.8
	行きたくない－計	127	19.7	16.5	15.7	13.4	4.7	6.3	3.9	0.8	2.4	0.8	4.7	11.0

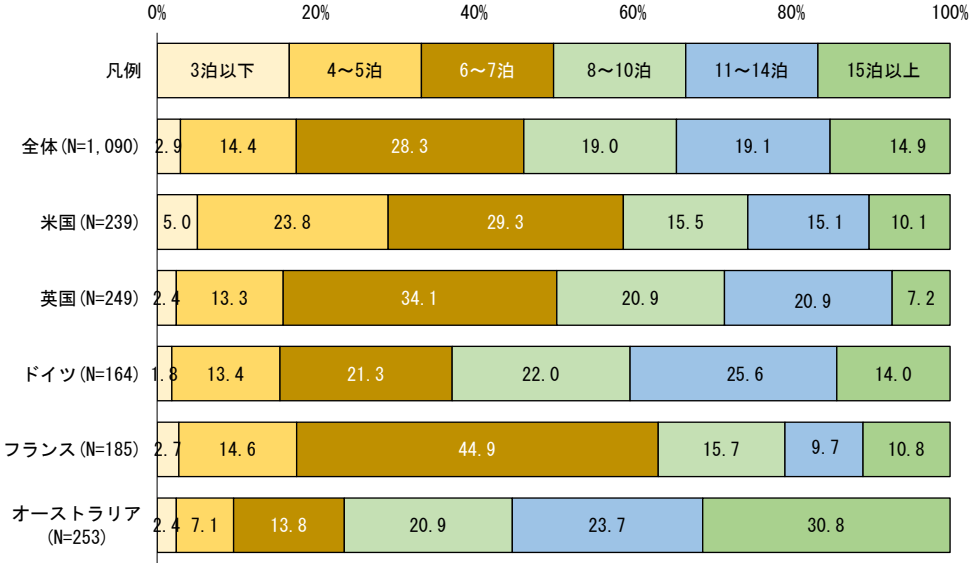
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の動向

⑦海外旅行の場合の平均宿泊数

- 「6～7泊」（28.3%）が最も多く、「11～14泊」（19.1%）、「8～10泊」（19.0%）が続く。
- フランスは半数近くが「6～7泊」（44.9%）で、米国、英国でも「6～7泊」が中心である。
- ドイツは「11～14泊」（25.6%）が最も多く、オーストラリアでは３割が「15泊以上」（30.8%）の長期滞在型が多い。オーストラリア以外の国では「15泊以上の合計」割合は7～14%に留まる。

■海外旅行の泊数



■海外旅行の泊数

(%)		サンプル数	3泊以下	4～5泊	6～7泊	8～10泊	11～14泊	15～19泊	20～24泊	25泊以上	分からない	**15泊以上の合計**
全体		1,090	2.9	14.4	28.3	19.0	19.1	6.1	3.1	5.7	1.4	**14.9**
居住国	米国	239	5.0	23.8	29.3	15.5	15.1	6.7	1.7	1.7	1.3	**10.1**
	英国	249	2.4	13.3	34.1	20.9	20.9	2.0	1.2	4.0	1.2	**7.2**
	ドイツ	164	1.8	13.4	21.3	22.0	25.6	7.9	2.4	3.7	1.8	**14.0**
	フランス	185	2.7	14.6	44.9	15.7	9.7	5.9	2.7	2.2	1.6	**10.8**
	オーストラリア	253	2.4	7.1	13.8	20.9	23.7	8.7	7.1	15.0	1.2	**30.8**
北海道	とても関心がある	437	3.4	15.1	25.9	19.5	19.2	7.6	2.3	5.3	1.8	**15.2**
	多少関心がある	397	2.5	14.4	30.7	18.6	19.1	6.0	3.3	4.8	0.5	**14.1**
	どちらとも言えない	126	0.8	9.5	32.5	22.2	18.3	3.2	4.0	7.9	1.6	**15.1**
	関心がない－計	130	4.6	16.9	24.6	15.4	19.2	4.6	4.6	7.7	2.3	**16.9**
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	3.4	16.4	24.8	17.9	17.2	9.5	2.7	5.7	2.3	**17.9**
	多少、行きたくなった	496	2.8	14.7	31.5	19.2	20.0	4.6	2.6	3.8	0.8	**11.0**
	どちらとも言えない	205	1.5	12.2	26.8	21.5	21.0	5.4	4.4	6.8	0.5	**16.6**
	行きたくない－計	127	4.7	12.6	25.2	16.5	16.5	6.3	3.9	11.0	3.1	**21.2**

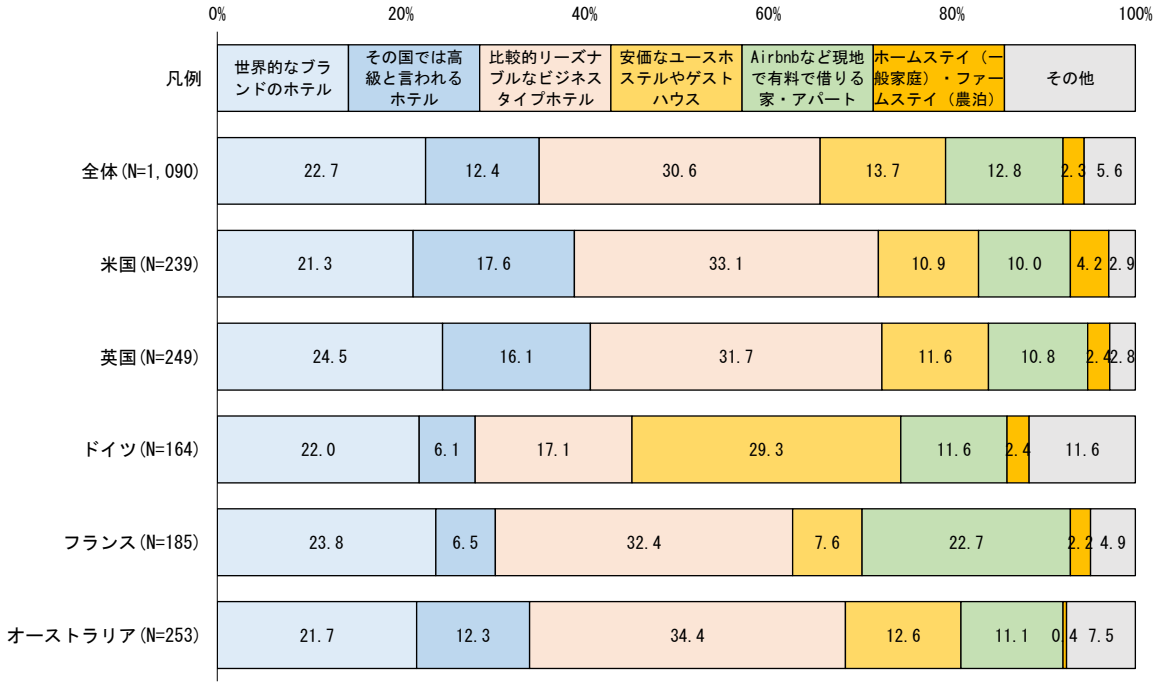
全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の動向

⑧海外旅行での宿泊施設グレード

- 最も多かったのは「比較的リーズナブルなビジネスタイプホテル」（30.6%）だったが、「世界的なブランドのホテル」（22.7%）や「その国では高級と言われるホテル」（12.4%）のようなハイグレード志向も合計35%と多い。
- ドイツでは「安価なユースホステルやゲストハウス」（29.3%）が最多であるが、他の国はいずれも「比較的リーズナブルなビジネスタイプホテル」が最多となる。
- 「世界的なブランドのホテル」と「その国では高級と言われるホテル」を合わせたハイグレード志向割合は英国で40.6%と多く、ドイツやフランスは3割前後で多くない。

■海外旅行での宿泊施設グレード



■海外旅行での宿泊施設グレード

(%)		サンプル数	世界的なブランドのホテル＊	その国では高級と言われるホテル＊	比較的リーズナブルなビジネスタイプホテル	安価なユースホステルやゲストハウス	Airbnbなど現地で有料で借りる家・アパート	ホームステイ（一般家庭）・ファームステイ（農泊）	その他	＊印ハイグレード志向の合計
全体		1,090	22.7	12.4	30.6	13.7	12.8	2.3	5.6	**35.1**
居住国	米国	239	21.3	17.6	33.1	10.9	10.0	4.2	2.9	**38.9**
	英国	249	24.5	16.1	31.7	11.6	10.8	2.4	2.8	**40.6**
	ドイツ	164	22.0	6.1	17.1	29.3	11.6	2.4	11.6	**28.1**
	フランス	185	23.8	6.5	32.4	7.6	22.7	2.2	4.9	**30.3**
	オーストラリア	253	21.7	12.3	34.4	12.6	11.1	0.4	7.5	**34.0**
北海道	とても関心がある	437	25.4	14.0	28.8	12.1	14.2	2.3	3.2	**39.4**
	多少関心がある	397	23.4	12.8	31.0	13.6	12.3	1.0	5.8	**36.2**
	どちらとも言えない	126	15.9	7.9	36.5	17.5	11.1	5.6	5.6	**23.8**
	関心がない－計	130	17.7	10.0	29.2	15.4	11.5	3.1	13.1	**27.7**
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	28.2	17.6	25.6	10.7	13.7	2.7	1.5	**45.8**
	多少、行きたくなった	496	23.4	11.7	33.5	12.5	12.7	0.8	5.4	**35.1**
	どちらとも言えない	205	19.5	9.8	28.8	18.0	13.7	4.4	5.9	**29.3**
	行きたくない－計	127	13.4	8.7	32.3	17.3	10.2	3.9	14.2	**22.1**

全体水準より５ポイント以上大きい

2　海外旅行の動向

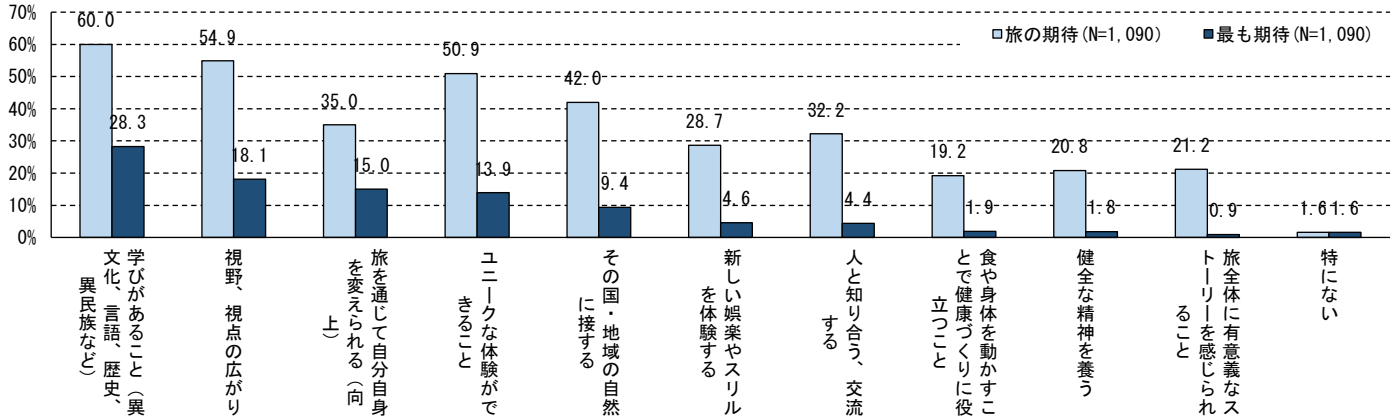
②海外旅行に出かける場合に期待すること

【複数回答】６割が「学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）」（60.0%）を挙げ、最多となった。以下「視野、視点の広がり」（54.9%）、「ユニークな体験ができること」（50.9%）が続く。

【最も大きな期待】でも「学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）」（28.3%）が最多で、「視野、視点の広がり」（18.1%）が次ぐ点は変わらないが、「旅を通じて自分自身を変えられる（向上）」（15.0%）が第3位になっている。

国別でも上位項目には差異はないが、ドイツは「その国・地域の自然に接する」（20.7%）と「ユニークな体験」（20.1%）が他国より多い。

■海外旅行に出かける場合に期待すること　（※最も大きな期待の出現率順に並び換えている）



		サンプル数	①海外旅行に出かける場合に期待する											②最も期待する										
(%)			旅を通じて自分自身を変えられる（向上）	視野、視点の広がり	学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）	その国・地域の自然に接する	健全な精神を養う	新しい娯楽やスリルを体験する	人と知り合う、交流する	食や身体を動かすことで健康づくりに役立つこと	ユニークな体験ができること	旅全体に有意義なストーリーを感じられること	特にない	旅を通じて自分自身を変えられる（向上）	視野、視点の広がり	学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）	その国・地域の自然に接する	健全な精神を養う	新しい娯楽やスリルを体験する	人と知り合う、交流する	食や身体を動かすことで健康づくりに役立つこと	ユニークな体験ができること	旅全体に有意義なストーリーを感じられること	特にない
全体		1,090	35.0	54.9	60.0	42.0	20.8	28.7	32.2	19.2	50.9	21.2	1.6	15.0	18.1	28.3	9.4	1.8	4.6	4.4	1.9	13.9	0.9	1.6
居住国	米国	239	54.8	51.0	67.4	38.5	22.6	32.6	35.6	20.9	50.6	24.3	0.8	28.9	9.6	31.0	6.3	1.3	5.4	3.3	1.7	10.5	1.3	0.8
	英国	249	32.1	51.0	51.8	30.1	17.7	30.5	23.7	20.9	45.4	16.5	1.2	17.7	23.7	25.7	4.8	0.8	6.4	2.4	3.2	12.9	1.2	1.2
	ドイツ	164	20.7	59.8	48.8	61.6	18.9	20.1	33.5	24.4	53.0	13.4	1.8	5.5	18.3	18.3	20.7	4.3	2.4	4.9	3.0	20.1	0.6	1.8
	フランス	185	22.7	64.3	67.0	46.5	25.9	23.2	32.4	8.6	51.4	22.7	1.1	5.4	21.6	34.1	8.6	2.7	2.2	7.6	0.5	14.6	1.6	1.1
	オーストラリア	253	37.2	52.2	63.2	41.1	19.8	32.8	36.4	20.2	54.9	26.9	2.8	12.6	17.8	30.8	9.9	1.2	5.1	4.7	1.2	13.8	0.0	2.8
北海道	とても関心がある	437	48.1	60.4	69.3	45.1	28.4	36.4	38.7	24.7	55.4	28.8	0.7	23.1	18.3	29.5	6.2	2.5	4.3	3.2	1.6	9.8	0.7	0.7
	多少関心がある	397	27.7	56.4	57.4	39.8	17.9	27.0	30.0	17.1	51.1	17.1	0.5	10.1	19.6	29.2	9.3	1.5	5.0	5.0	1.8	17.1	0.8	0.5
	どちらとも言えない	126	26.2	41.3	51.6	39.7	11.9	16.7	27.0	11.1	49.2	14.3	1.6	11.1	11.9	27.0	13.5	0.0	4.8	7.9	0.8	20.6	0.8	1.6
	関心がない一計	130	21.5	44.6	44.6	40.8	13.1	20.0	22.3	14.6	36.9	14.6	7.7	6.9	18.5	23.1	16.2	2.3	3.8	3.1	4.6	11.5	2.3	7.7
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	61.5	56.5	69.5	44.7	33.6	38.5	39.3	29.8	53.1	32.1	0.8	32.4	14.9	26.3	5.7	1.5	3.4	3.8	0.8	9.2	1.1	0.8
	多少、行きたくなった	496	29.2	58.1	63.1	40.9	17.7	28.8	33.1	16.9	53.6	20.0	0.6	10.3	19.0	31.7	8.7	2.0	5.4	4.0	2.0	15.5	0.8	0.6
	どちらとも言えない	205	21.5	47.8	51.7	40.5	14.6	21.0	25.4	13.7	50.2	13.7	1.0	9.3	19.5	26.8	8.8	2.4	3.9	5.4	2.4	20.5	0.0	1.0
	行きたくない一計	127	24.4	50.4	41.7	43.3	16.5	20.5	25.2	15.0	37.0	15.7	7.9	7.1	18.9	22.0	20.5	0.8	4.7	5.5	3.1	7.1	2.4	7.9

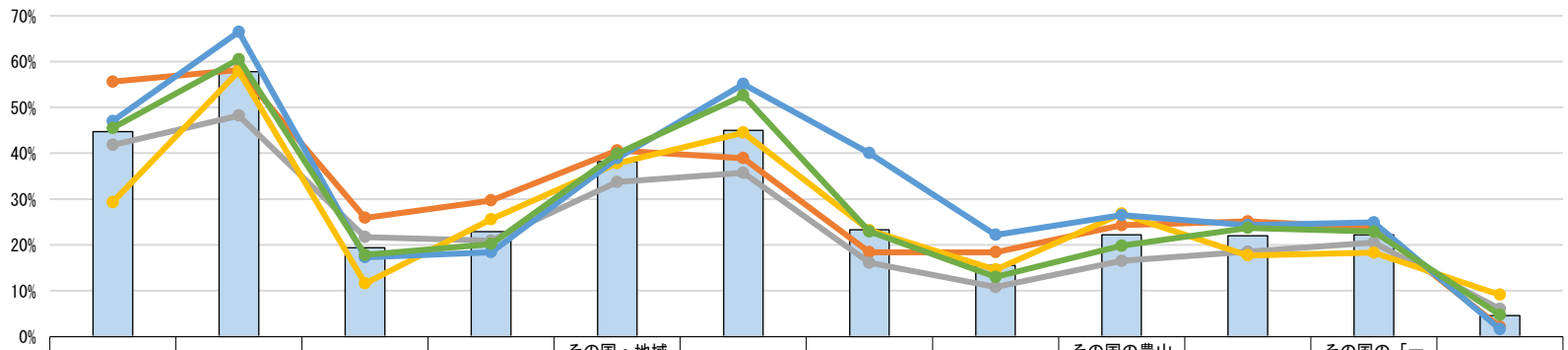
全体水準より５ポイント以上大きい

3　ATニーズ

①関心や興味を持っている旅のスタイル

- 「その国に固有の伝統文化に触れる旅」（57.8%）が最多で、「その国の有名な歴史的建造物を訪問する旅」（45.0%）、「その国の「食文化」にふれる旅」（44.7%）、「その国・地域に固有の民族、先住民族の歴史や文化に触れる旅」（38.2%）が次ぐ。
- なお、4人に1人は「サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）」（22.9%）を選択している。
- フランスでは「その国に固有の伝統文化に触れる旅」（66.5%）の志向が多い。このほか、米国は「その国の「食文化」にふれる旅」（55.6%）に関心があり、「ワインツーリズム・酒蔵ツーリズム」（25.9%）への関心も他国より多い。ドイツ、フランス、米国では「その国の農山漁村を体験（農産物収穫や漁業体験など）する旅」も４人に1人程度と、比較的多い。
- 【次頁上図参照】来道意向が強い層では「その国に固有の伝統文化に触れる旅」、「サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）」、「その国・地域に固有の民族、先住民族の歴史や文化に触れる旅」の割合が大きくなっている。

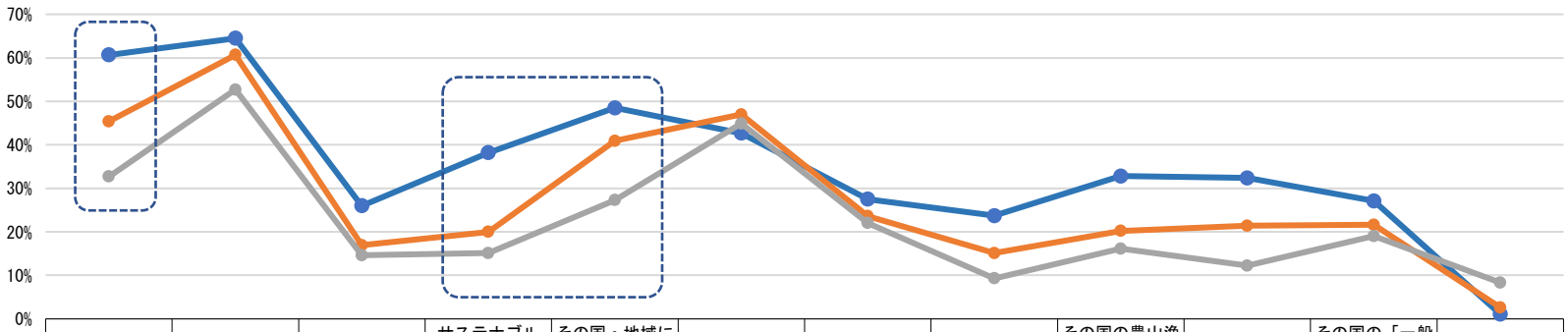
■関心や興味を持っている旅のスタイル



	その国の「食文化」にふれる旅	その国に固有の伝統文化に触れる旅	ワインツーリズム、酒蔵ツーリズム	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	その国・地域に固有の民族、先住民族の歴史や文化に触れる旅	その国の有名な歴史的建造物を訪問する旅	世界遺産を巡る旅	写真撮影の旅	その国の農山漁村を体験（農産物収穫や漁業体験など）する旅	地域住民との交流を目的にした旅	その国の「一般生活」を体験するホームスティなどの旅	この中には特にない
全体(N=1090)	44.7	57.8	19.4	22.9	38.2	45.0	23.3	15.5	22.2	22.0	22.2	4.6
米国(N=239)	55.6	58.2	25.9	29.7	40.6	38.9	18.4	18.4	24.3	25.1	23.8	2.1
英国(N=249)	41.8	48.2	21.7	20.9	33.7	35.7	16.1	10.8	16.5	18.5	20.5	6.0
ドイツ(N=164)	29.3	57.9	11.6	25.6	37.8	44.5	23.2	14.6	26.8	17.7	18.3	9.1
フランス(N=185)	47.0	66.5	17.3	18.4	38.9	55.1	40.0	22.2	26.5	24.3	24.9	1.6
オーストラリア(N=253)	45.5	60.5	17.8	20.2	39.9	52.6	22.9	13.0	19.8	23.7	22.9	4.7

3　ATニーズ

■関心や興味を持っている旅のスタイル



	その国の「食文化」にふれる旅	その国に固有の伝統文化に触れる旅	ワインツーリズム、酒蔵ツーリズム	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	その国・地域に固有の民族、先住民族の歴史や文化に触れる旅	その国の有名な歴史的建造物を訪問する旅	世界遺産を巡る旅	写真撮影の旅	その国の農山漁村を体験（農産物収穫や漁業体験など）する旅	地域住民との交流を目的にした旅	その国の「一般生活」を体験するホームスティなどの旅	この中には特にない
ぜひ行きたい	60.7	64.5	26.0	38.2	48.5	42.7	27.5	23.7	32.8	32.4	27.1	1.1
多少、行きたくなった	45.4	60.7	16.9	20.0	40.9	47.0	23.6	15.1	20.2	21.4	21.6	2.6
どちらとも言えない	32.7	52.7	14.6	15.1	27.3	44.9	22.0	9.3	16.1	12.2	19.0	8.3

■関心や興味を持っている旅のスタイル

(%)		サンプル数	その国の「食文化」にふれる旅	その国に固有の伝統文化に触れる旅	ワインツーリズム、酒蔵ツーリズム	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	その国・地域に固有の民族、先住民族の歴史や文化に触れる旅	その国の有名な歴史的建造物を訪問する旅	世界遺産を巡る旅	写真撮影の旅	その国の農山漁村を体験（農産物収穫や漁業体験など）する旅	地域住民との交流を目的にした旅	その国の「一般生活」を体験するホームスティなどの旅	この中には特にない
全体		1,090	44.7	57.8	19.4	22.9	38.2	45.0	23.3	15.5	22.2	22.0	22.2	4.6
居住国	米国	239	55.6	58.2	25.9	29.7	40.6	38.9	18.4	18.4	24.3	25.1	23.8	2.1
	英国	249	41.8	48.2	21.7	20.9	33.7	35.7	16.1	10.8	16.5	18.5	20.5	6.0
	ドイツ	164	29.3	57.9	11.6	25.6	37.8	44.5	23.2	14.6	26.8	17.7	18.3	9.1
	フランス	185	47.0	66.5	17.3	18.4	38.9	55.1	40.0	22.2	26.5	24.3	24.9	1.6
	オーストラリア	253	45.5	60.5	17.8	20.2	39.9	52.6	22.9	13.0	19.8	23.7	22.9	4.7
北海道	とても関心がある	437	54.9	63.6	22.4	31.8	46.7	47.4	28.1	20.6	29.7	30.4	26.1	1.6
	多少関心がある	397	43.3	58.7	17.6	17.4	38.8	44.3	21.7	13.9	17.1	18.6	19.4	3.5
	どちらとも言えない	126	29.4	48.4	18.3	20.6	25.4	42.9	16.7	9.5	17.5	15.1	20.6	8.7
	関心がない－計	130	29.2	44.6	16.2	12.3	20.0	40.8	18.5	9.2	16.9	10.8	19.2	13.8
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	60.7	64.5	26.0	38.2	48.5	42.7	27.5	23.7	32.8	32.4	27.1	1.1
	多少、行きたくなった	496	45.4	60.7	16.9	20.0	40.9	47.0	23.6	15.1	20.2	21.4	21.6	2.6
	どちらとも言えない	205	32.7	52.7	14.6	15.1	27.3	44.9	22.0	9.3	16.1	12.2	19.0	8.3
	行きたくない－計	127	28.3	40.9	23.6	15.7	23.6	41.7	15.7	10.2	18.1	18.9	19.7	13.4

全体水準より５ポイント以上大きい

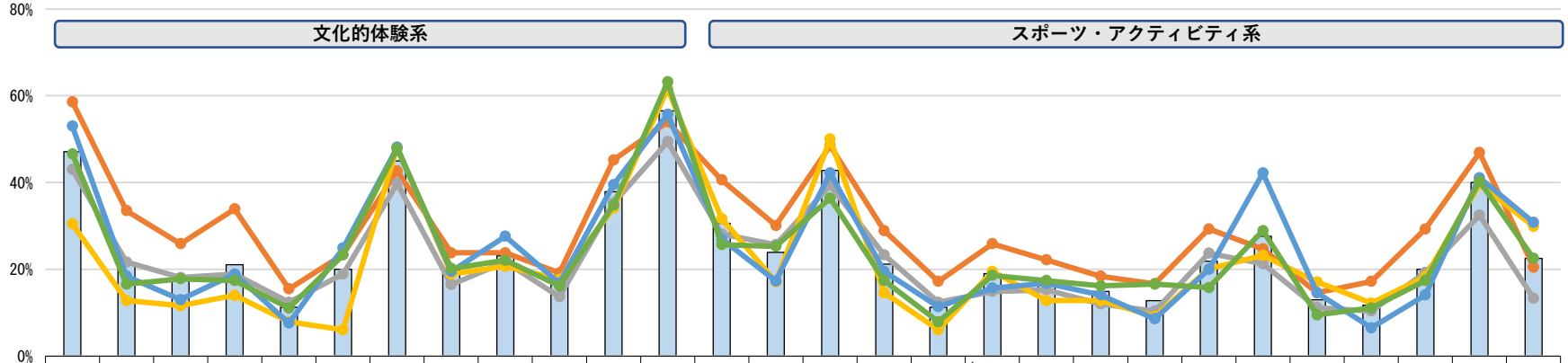
3　ATニーズ

②海外旅行で体験してみたいもの

- 「文化的体験系」と「スポーツ・アクティビティ体験系」を合わせた結果では、「訪問国・地域の「日常生活」の体験」（56.5%）が最多で、その他でも「料理作り」（47.1%）、「その地域独自の祭りへの参加」（45.0%）のように文化的体験系が上位となった。
- これらに次いで「ハイキング・トレッキング・山登り」（42.8%）、「野生動物観察（バードウォッチングなど）」（40.0%）のスポーツ・アクティビティ系が登場し、さらに「訪問国・地域の先住民との交流、文化体験」（37.9%）が選択された。
- 米国は全般にスポーツ・アクティビティ系が多く、ドイツ、フランス、オーストラリアでは「祭り参加」が他国より多い。
- その他の特徴的な傾向は、米国では「訪問国・地域の先住民との交流、文化体験」（45.2%）がかなり多く、ドイツやフランスでは「訪問国・地域の「日常生活」の体験」と「希少植物の観察」が多いことなどが挙げられる。

■海外旅行で体験してみたいもの

（注：質問は「文化的体験系」と「スポーツ・アクティビティ体験系」に分けて行っているが、併せて掲載している）



	料理作り	陶器・磁器・漆器づくり	木彫	その国の独特の楽器演奏	お酒づくり	伝統衣装を着る	その地域独自の祭りへの参加	お茶など飲食作法	現地での語学学習	農業、漁業などの産業体験	訪問国・地域の先住民との交流、文化体験	訪問国・地域の「日常生活」の体験	キャンプ、キャンピングカー	グランピング、アウトドア型サウナ	ハイキング、トレッキング、山登り	マウンテンバイク、ロードバイク（自転車）	グライダー、スカイダイビング	カヌー、SUP、カヤック（川・湖）、ラフティング、ダイビング	渓流での釣り	海での釣り	サーフィン、シーカヤック	ヨット、ボート（自分で操縦）	貸切でのクルージング（小型船）	スキー、スノーシュー	バックカントリー（スキー、スノーボード）	乗馬	野生動物観察（バードウォッチングなど）	希少植物観察
全体(N=1090)	47.1	21.2	17.9	21.1	11.3	20.0	45.0	19.8	23.1	16.6	37.9	56.5	30.6	23.9	42.8	21.2	11.3	19.0	17.2	14.9	12.8	21.9	27.6	13.0	11.7	20.0	40.0	22.5
米国(N=239)	58.6	33.5	25.9	33.9	15.5	23.4	42.7	23.8	23.8	19.2	45.2	54.0	40.6	30.1	48.5	28.9	17.2	25.9	22.2	18.4	16.7	29.3	24.7	14.6	17.2	29.3	46.9	20.5
英国(N=249)	43.0	21.7	18.1	18.9	12.4	18.9	39.8	16.5	21.7	13.7	35.3	49.4	28.1	25.7	39.4	23.3	12.4	14.9	15.3	12.0	10.4	23.7	21.3	11.2	10.4	19.3	32.5	13.3
ドイツ(N=164)	30.5	12.8	11.6	14.0	7.9	6.1	48.2	18.9	20.7	17.7	34.1	61.6	31.7	17.1	50.0	14.6	6.1	19.5	12.8	12.8	9.1	20.1	23.2	17.1	12.2	18.3	39.6	29.9
フランス(N=185)	53.0	18.4	13.0	18.9	7.6	24.9	48.1	19.5	27.6	16.8	39.5	55.7	27.0	17.3	42.2	19.5	11.4	15.7	16.8	14.1	8.6	20.0	42.2	14.6	6.5	14.1	41.1	30.8
オーストラリア(N=253)	46.6	16.6	17.8	17.4	11.1	23.3	47.8	20.2	22.1	16.2	34.8	63.2	25.7	25.3	36.4	17.4	7.9	18.6	17.4	16.2	16.6	15.8	28.9	9.5	11.1	17.4	40.3	22.5

3　ATニーズ

■海外旅行で体験してみたいもの

（注：質問は「文化的体験系」と「スポーツ・アクティビティ体験系」に分けて行っているが、併せて掲載している）

文化的体験系

(%)		サンプル数	料理作り	陶器・磁器・漆器づくり	木彫	その国の独特の楽器演奏	お酒づくり	伝統衣装を着る	その地域独自の祭りへの参加	お茶など飲食作法	現地での語学学習	農業、漁業などの産業体験	訪問国・地域の先住民との交流、文化体験	訪問国・地域の「日常生活」の体験	この中には特にない
全体		1,090	47.1	21.2	17.9	21.1	11.3	20.0	45.0	19.8	23.1	16.6	37.9	56.5	4.9
居住国	米国	239	58.6	33.5	25.9	33.9	15.5	23.4	42.7	23.8	23.8	19.2	45.2	54.0	2.1
	英国	249	43.0	21.7	18.1	18.9	12.4	18.9	39.8	16.5	21.7	13.7	35.3	49.4	3.2
	ドイツ	164	30.5	12.8	11.6	14.0	7.9	6.1	48.2	18.9	20.7	17.7	34.1	61.6	9.1
	フランス	185	53.0	18.4	13.0	18.9	7.6	24.9	48.1	19.5	27.6	16.8	39.5	55.7	5.4
	オーストラリア	253	46.6	16.6	17.8	17.4	11.1	23.3	47.8	20.2	22.1	16.2	34.8	63.2	5.9
北海道	とても関心がある	437	59.3	28.4	24.3	29.7	16.5	28.1	50.1	30.0	26.8	23.6	49.9	56.1	1.4
	多少関心がある	397	44.1	17.9	14.1	17.1	7.8	16.9	47.4	17.4	25.4	12.6	34.0	56.4	3.5
	どちらとも言えない	126	34.9	15.1	14.3	15.1	11.9	9.5	38.1	8.7	15.9	15.9	26.2	62.7	6.3
	関心がない－計	130	26.9	13.1	11.5	10.0	3.8	12.3	26.9	3.8	10.8	6.2	20.8	52.3	19.2
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	64.1	34.7	30.2	38.5	20.2	32.4	47.3	32.1	29.8	28.6	50.0	51.5	1.1
	多少、行きたくなった	496	49.4	18.1	16.3	16.7	8.7	19.4	52.0	19.8	24.4	15.1	38.7	60.1	2.4
	どちらとも言えない	205	32.7	15.6	10.7	14.6	9.3	10.7	33.7	13.2	15.6	10.2	26.3	57.6	8.3
	行きたくない－計	127	26.0	14.2	10.2	12.6	6.3	11.8	30.7	5.5	16.5	7.9	28.3	51.2	16.5

スポーツ・アクティビティ系

(%)		キャンプ、キャンピングカー	グランピング、アウトドア型サウナ	ハイキング、トレッキング、山登り	マウンテンバイク、ロードバイク（自転車）	グライダー、スカイダイビング	カヌー、SUP、カヤック（川・湖）、ラフティング、ダイビング	渓流での釣り	海での釣り	サーフィン、シーカヤック	ヨット、ボート（自分で操縦）	貸切でのクルージング（小型船）	スキー、スノーシュー	バックカントリー（スキー、スノーボード）	乗馬	野生動物観察（バードウオッチングなど）	希少植物観察	この中には特にない
全体		30.6	23.9	42.8	21.2	11.3	19.0	17.2	14.9	12.8	21.9	27.6	13.0	11.7	20.0	40.0	22.5	10.1
居住国	米国	40.6	30.1	48.5	28.9	17.2	25.9	22.2	18.4	16.7	29.3	24.7	14.6	17.2	29.3	46.9	20.5	7.5
	英国	28.1	25.7	39.4	23.3	12.4	14.9	15.3	12.0	10.4	23.7	21.3	11.2	10.4	19.3	32.5	13.3	9.2
	ドイツ	31.7	17.1	50.0	14.6	6.1	19.5	12.8	12.8	9.1	20.1	23.2	17.1	12.2	18.3	39.6	29.9	7.9
	フランス	27.0	17.3	42.2	19.5	11.4	15.7	16.8	14.1	8.6	20.0	42.2	14.6	6.5	14.1	41.1	30.8	10.3
	オーストラリア	25.7	25.3	36.4	17.4	7.9	18.6	17.4	16.2	16.6	15.8	28.9	9.5	11.1	17.4	40.3	22.5	14.6
北海道	とても関心がある	39.1	30.9	50.6	26.5	14.4	25.6	24.0	19.5	16.0	26.8	32.7	15.8	18.1	24.0	45.8	29.5	5.3
	多少関心がある	28.0	22.9	41.1	20.7	10.6	15.9	11.8	12.1	12.1	20.9	26.7	13.1	7.3	18.4	38.0	20.4	9.8
	どちらとも言えない	23.8	15.1	33.3	15.1	13.5	14.3	19.8	14.3	9.5	19.8	19.8	10.3	11.9	19.0	31.7	11.9	15.9
	関心がない－計	16.9	11.5	30.8	10.8	0.8	10.8	7.7	8.5	6.9	10.8	20.8	6.2	3.1	12.3	34.6	15.4	21.5
北海道旅行	ぜひ行きたい	49.6	32.8	56.1	34.4	18.3	31.7	28.2	22.9	20.6	27.5	31.7	18.3	23.3	27.1	46.9	29.0	3.1
	多少、行きたくなった	27.4	25.0	42.5	20.2	11.3	17.1	15.3	14.3	11.9	22.8	30.8	13.7	8.5	20.4	40.9	22.6	8.1
	どちらとも言えない	22.4	14.6	37.1	13.7	6.3	12.7	10.7	9.3	7.8	15.1	17.6	8.3	7.8	15.1	31.2	18.0	18.0
	行きたくない－計	17.3	15.7	25.2	10.2	4.7	10.2	11.8	9.4	7.9	18.1	22.8	7.1	6.3	11.8	36.2	15.7	19.7

全体水準より５ポイント以上大きい

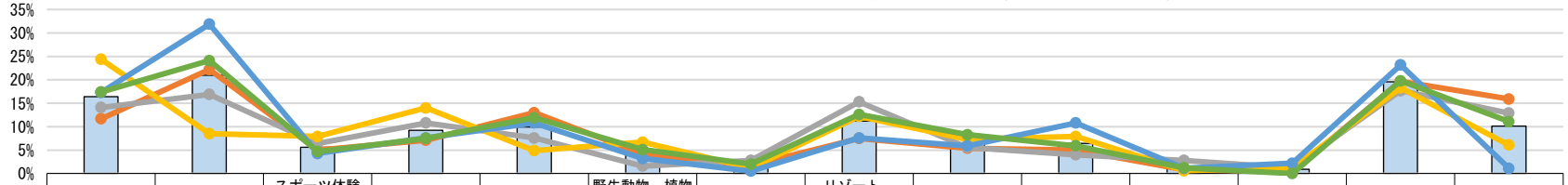
3　ATニーズ

③今後の「海外への旅・海外での体験」ニーズ（自由意見を整理したもの）

- 今後やってみたい「海外への旅・海外での体験」ことの自由意見を分類・整理した。その結果、「文化・歴史・芸術鑑賞」（21.0%）が最多で、「自然・景観鑑賞や気候」（16.4%）、「リゾートライフ（ビーチ、リラックス、温泉など）」（11.2%）が次いだ。
- その他、「食事（郷土料理、ワイン、お茶など）」（9.9%）と「ハイキング、キャンプ、アウトドア」（9.2%）も、それぞれ1割程度あった。
- ドイツでは「自然・景観鑑賞や気候」（24.4%）がかなり多く、フランスでは「文化・歴史・芸術鑑賞」（31.9%）が他国より多い。

注）「自然・景観鑑賞や気候」の「気候」とは四季、特に冬の体験、体感などを意味します。

■これからの海外旅行で「このような旅やこのような体験をしてみたい」と思うこと（自由記述から整理）



	自然・景観・気候	文化・歴史・芸術鑑賞	スポーツ体験（スキー、登山、ダイビング等）	ハイキング・キャンプ・アウトドア	食事（郷土料理、ワイン、茶）	野生動物、植物（クマ、バードウォッチング等）	クルーズ旅	リゾート、（ビーチ、リラックス、温泉）	都市見物・ショッピング	地元の人とのふれあい（生活、先住民）	祭り・イベント・テーマパーク	ドライブ・ロードトリップ	その他	無回答
全体(N=1090)	16.4	21.0	5.6	9.2	9.9	4.0	1.7	11.2	6.5	6.4	1.4	0.9	19.6	10.1
米国(N=239)	11.7	22.2	5.0	7.1	13.0	4.2	1.7	7.5	5.4	5.0	0.8	0.4	19.7	15.9
英国(N=249)	14.1	16.9	6.4	10.8	7.6	1.6	2.8	15.3	5.6	4.0	2.8	1.2	17.7	12.9
ドイツ(N=164)	24.4	8.5	7.9	14.0	4.9	6.7	1.2	12.2	7.3	7.9	0.6	1.2	18.3	6.1
フランス(N=185)	17.3	31.9	4.3	7.6	10.8	3.2	0.5	7.6	5.9	10.8	1.1	2.2	23.2	1.1
オーストラリア(N=253)	17.4	24.1	4.7	7.5	11.9	5.1	2.0	12.6	8.3	5.9	1.2	0.0	19.8	11.1

(%)		サンプル数	自然・景観・気候	文化・歴史・芸術鑑賞	スポーツ体験（スキー、登山、ダイビング等）	ハイキング・キャンプ・アウトドア	食事（郷土料理、ワイン、茶）	野生動物、植物（クマ、バードウォッチング等）	クルーズ旅	リゾート、（ビーチ、リラックス、温泉）	都市見物・ショッピング	地元の人とのふれあい（生活、先住民）	祭り・イベント・テーマパーク	ドライブ・ロードトリップ	その他	無回答
全体		1,090	16.4	21.0	5.6	9.2	9.9	4.0	1.7	11.2	6.5	6.4	1.4	0.9	19.6	10.1
居住国	米国	239	11.7	22.2	5.0	7.1	13.0	4.2	1.7	7.5	5.4	5.0	0.8	0.4	19.7	15.9
	英国	249	14.1	16.9	6.4	10.8	7.6	1.6	2.8	15.3	5.6	4.0	2.8	1.2	17.7	12.9
	ドイツ	164	24.4	8.5	7.9	14.0	4.9	6.7	1.2	12.2	7.3	7.9	0.6	1.2	18.3	6.1
	フランス	185	17.3	31.9	4.3	7.6	10.8	3.2	0.5	7.6	5.9	10.8	1.1	2.2	23.2	1.1
	オーストラリア	253	17.4	24.1	4.7	7.5	11.9	5.1	2.0	12.6	8.3	5.9	1.2	0.0	19.8	11.1
北海道	とても関心がある	437	19.7	21.7	5.3	11.9	11.0	4.8	0.9	8.0	5.3	6.9	0.5	1.6	19.9	10.5
	多少関心がある	397	13.9	23.4	5.3	6.8	8.8	4.5	2.0	11.6	8.8	7.8	1.8	0.5	18.6	8.6
	どちらとも言えない	126	11.1	14.3	8.7	6.3	11.1	0.8	3.2	11.1	5.6	4.0	3.2	0.8	23.0	15.9
	関心がない－計	130	18.5	17.7	4.6	10.0	8.5	3.1	2.3	20.8	4.6	3.1	1.5	0.0	18.5	7.7
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	17.6	16.0	5.7	11.5	11.5	3.4	1.5	6.1	5.7	6.5	0.8	1.9	19.8	14.5
	多少、行きたくなった	496	16.7	26.0	5.6	9.3	9.3	5.8	1.4	11.9	6.3	6.5	1.2	0.8	18.8	6.7
	どちらとも言えない	205	14.1	17.6	6.3	6.8	10.7	1.5	2.4	14.1	9.3	7.8	2.0	0.5	19.0	12.7
	行きたくない－計	127	16.5	17.3	3.9	7.9	7.9	2.4	2.4	14.2	4.7	3.9	2.4	0.0	23.6	10.2

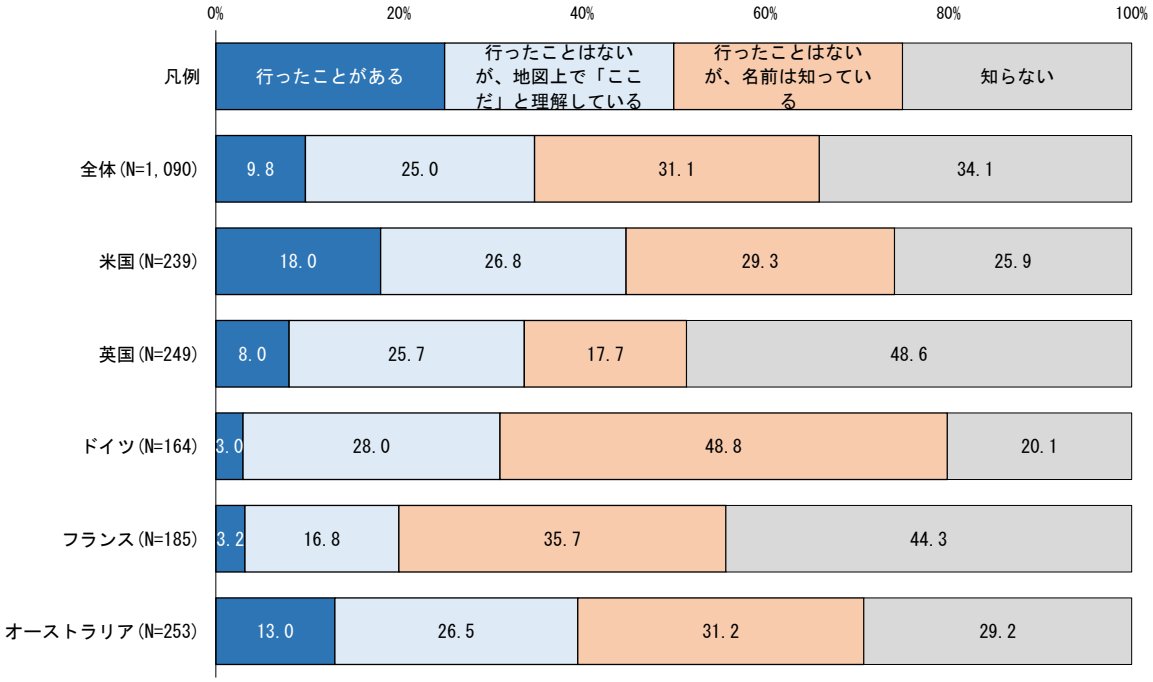
全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道のＡＴについて

①「北海道」の認知

- 「行ったことがある」（9.8%）は1割程度で、「行ったことは無いが地図上でここだと理解している」（25.0%）、「行ったことはないが名前は知っている」（31.1%）などを合わせると《**合計認知率**》は計65.9%となる。
- 「行ったことがある」割合は、来道外国人スキーヤーの中心と言われる米国（18.0%）とオーストラリア（13.0%）で大きい。
- また、《**合計認知率**》はドイツ（計79.9%）、米国（計74.1%）、オーストラリア（計70.8%）で7割を超えるが、英国（51.4%）とフランス（55.7%）は低い。

■「北海道」の認知



■「北海道」の認知

(%)		サンプル数	行ったことがある	行ったことはないが、地図上で「ここだ」と理解している	行ったことはないが、名前は知っている	知らない
全体		1,090	9.8	25.0	31.1	34.1
居住国	米国	239	18.0	26.8	29.3	25.9
	英国	249	8.0	25.7	17.7	48.6
	ドイツ	164	3.0	28.0	48.8	20.1
	フランス	185	3.2	16.8	35.7	44.3
	オーストラリア	253	13.0	26.5	31.2	29.2
北海道	とても関心がある	437	18.1	35.7	27.9	18.3
	多少関心がある	397	5.3	21.9	34.5	38.3
	どちらとも言えない	126	4.0	14.3	32.5	49.2
	関心がない－計	130	1.5	8.5	30.0	60.0
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	24.0	35.5	24.8	15.6
	多少、行きたくなった	496	6.9	27.8	31.9	33.5
	どちらとも言えない	205	3.9	13.7	36.6	45.9
	行きたくない－計	127	1.6	10.2	32.3	55.9

全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道のＡＴについて

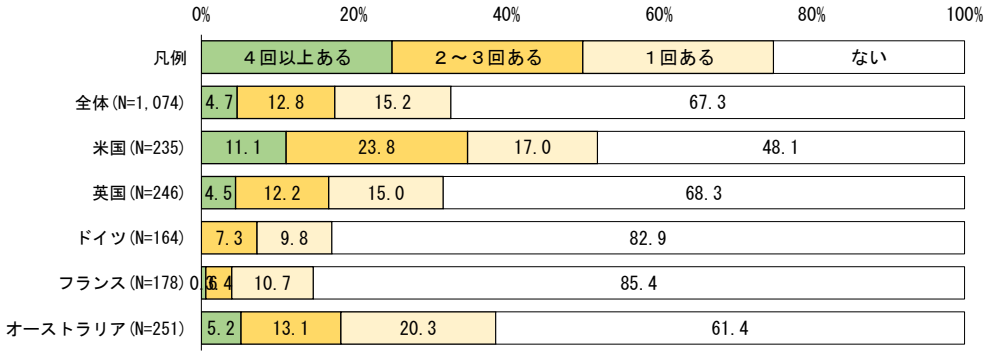
②来日経験　※「観光目的の来日」と問いかけている

- 「4回以上ある」（4.7%）、「2～3回ある」（12.8%）、「1回ある」（15.2%）で《**合計来日経験率**》は計32.7%となる。この経験率は米国（51.9%）、オーストラリア（38.6%）で高く、相対的に欧州は低い。
- 米国は来日頻度の点でも多く、オーストラリアは半数以上は「1回」である。

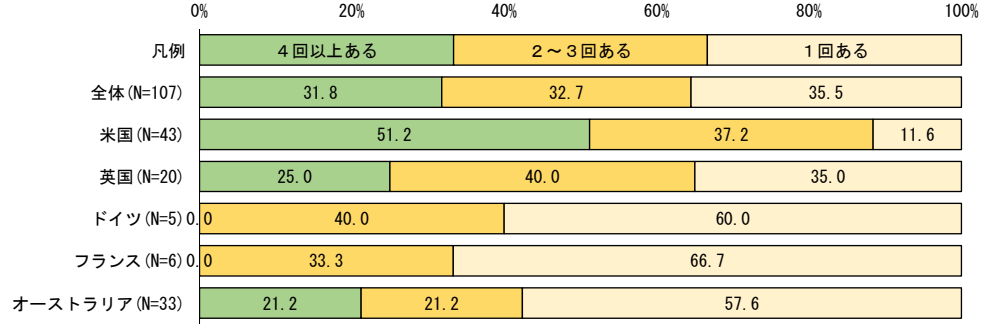
③来道頻度（※観光目的の来道経験者のみに質問）

- 来道経験率は9.8%（前項の「行ったことがあるので知っている」割合）であるが、これらの来道頻度構成は「4回以上ある」（31.8%）と「2～3回ある」（32.7%）、「1回ある」（35.6%）がほぼ均等になる。しかし、《複数回来道》が2/3を占めており、リピーター中心であることが分かる。
- 《複数回来道》割合は米国（88.4%）で最も多く、英国（65.0%）、オーストラリア（42.4%）が次ぐ。

■来日経験（N=1,090）



■来道回数（来道経験者のみ　N=107）



■来日経験（N=1,090）・来道回数（来道経験者のみ　N=107）

(%)		①来日経験 サンプル数	ある４回以上	ある２～３回	1回ある	来日経験割合	ない	②来道経験 サンプル数	ある４回以上	ある２～３回	1回ある
全体		1,074	4.7	12.8	15.2	**32.7**	67.3	107	31.8	32.7	35.5
居住国	米国	235	11.1	23.8	17.0	51.9	48.1	43	51.2	37.2	11.6
	英国	246	4.5	12.2	15.0	31.7	68.3	20	25.0	40.0	35.0
	ドイツ	164	0.0	7.3	9.8	17.1	82.9	5	0.0	40.0	60.0
	フランス	178	0.6	3.4	10.7	14.7	85.4	6	0.0	33.3	66.7
	オーストラリア	251	5.2	13.1	20.3	38.6	61.4	33	21.2	21.2	57.6
北海道	とても関心がある	433	9.0	19.6	17.3	45.9	54.0	79	38.0	30.4	31.6
	多少関心がある	392	2.3	8.7	16.8	27.8	72.2	21	14.3	33.3	52.4
	どちらとも言えない	123	2.4	11.4	11.4	25.2	74.8	5	20.0	60.0	20.0
	関心がない－計	126	0.0	3.2	6.3	9.5	90.5	2	0.0	50.0	50.0
北海道旅行	ぜひ行きたい	260	13.8	23.8	19.2	56.8	43.1	63	46.0	27.0	27.0
	多少、行きたくなった	492	2.0	10.6	14.6	27.2	72.8	34	11.8	44.1	44.1
	どちらとも言えない	200	2.0	9.0	14.0	25.0	75.0	8	12.5	37.5	50.0
	行きたくない－計	122	0.8	4.1	10.7	15.6	84.4	2	0.0	0.0	100.0

全体水準より５ポイント以上大きい

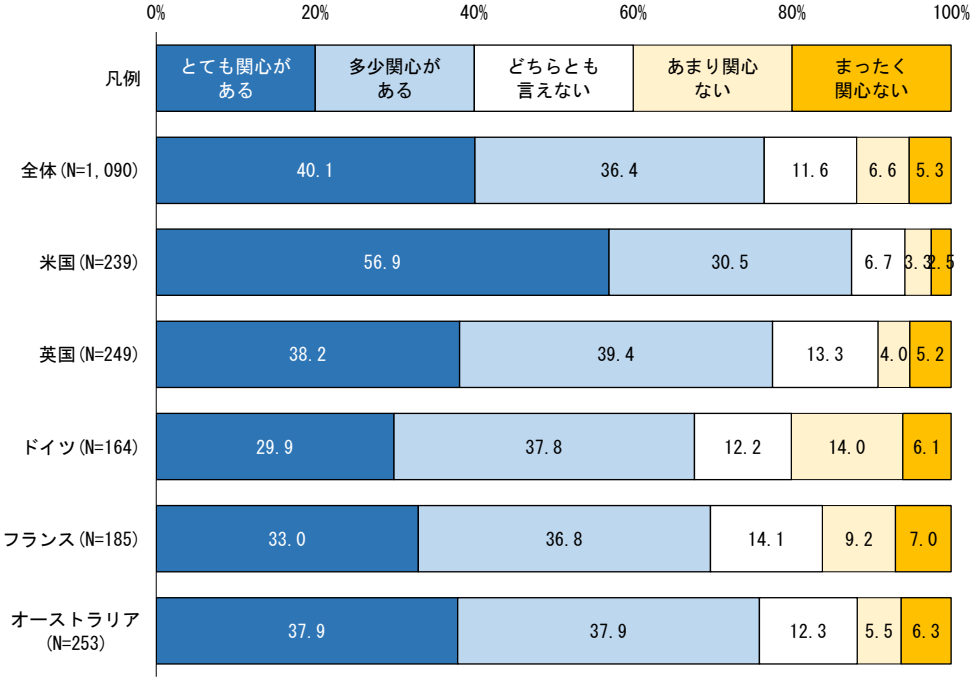
4　北海道のＡＴについて

調査時の説明　**北海道は日本の最北部に位置します。その面積は国の1/4を占め、近代的都市（道都・札幌市は人口約200万人）や近代的産業がある一方、６つの国立公園があり、四季を通じて変化する自然や様々なアクティビティが満喫できます。　また、北海道には自然と調和しながら生き、独自の文化・言語などを有する先住民族（アイヌ民族）が暮らしています。**

②「北海道」への関心度

- 「とても関心がある」（40.1%）と「多少関心がある」（12.8%）を合わせた関心率は計76.5%と高い。
- 関心率は米国（87.4%）で最も高く、英国（77.6%）、オーストラリア（75.8%）も7割台と高い。

■「北海道」への関心度



■「北海道」への関心度

(%)		サンプル数	とても関心がある	多少関心がある	関心派割合	どちらとも言えない	あまり関心ない	まったく関心ない	スコア
全体		1,090	40.1	36.4	**76.5**	11.6	6.6	5.3	0.99
居住国	米国	239	56.9	30.5	**87.4**	6.7	3.3	2.5	1.36
	英国	249	38.2	39.4	**77.6**	13.3	4.0	5.2	1.01
	ドイツ	164	29.9	37.8	**67.7**	12.2	14.0	6.1	0.71
	フランス	185	33.0	36.8	**69.8**	14.1	9.2	7.0	0.79
	オーストラリア	253	37.9	37.9	**75.8**	12.3	5.5	6.3	0.96
北海道	とても関心がある	437	100.0	0.0	**100.0**	0.0	0.0	0.0	2.00
	多少関心がある	397	0.0	100.0	**100.0**	0.0	0.0	0.0	1.00
	どちらとも言えない	126	0.0	0.0	**0.0**	100.0	0.0	0.0	0.00
	関心がない一計	130	0.0	0.0	**0.0**	0.0	55.4	44.6	−1.45
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	88.5	8.0	**96.5**	2.7	0.4	0.4	1.84
	多少、行きたくなった	496	37.1	56.3	**93.4**	5.2	0.8	0.6	1.28
	どちらとも言えない	205	8.3	38.5	**46.8**	33.7	15.6	3.9	0.32
	行きたくない一計	127	3.1	14.2	**17.3**	18.9	27.6	36.2	−0.80

全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道のＡＴについて

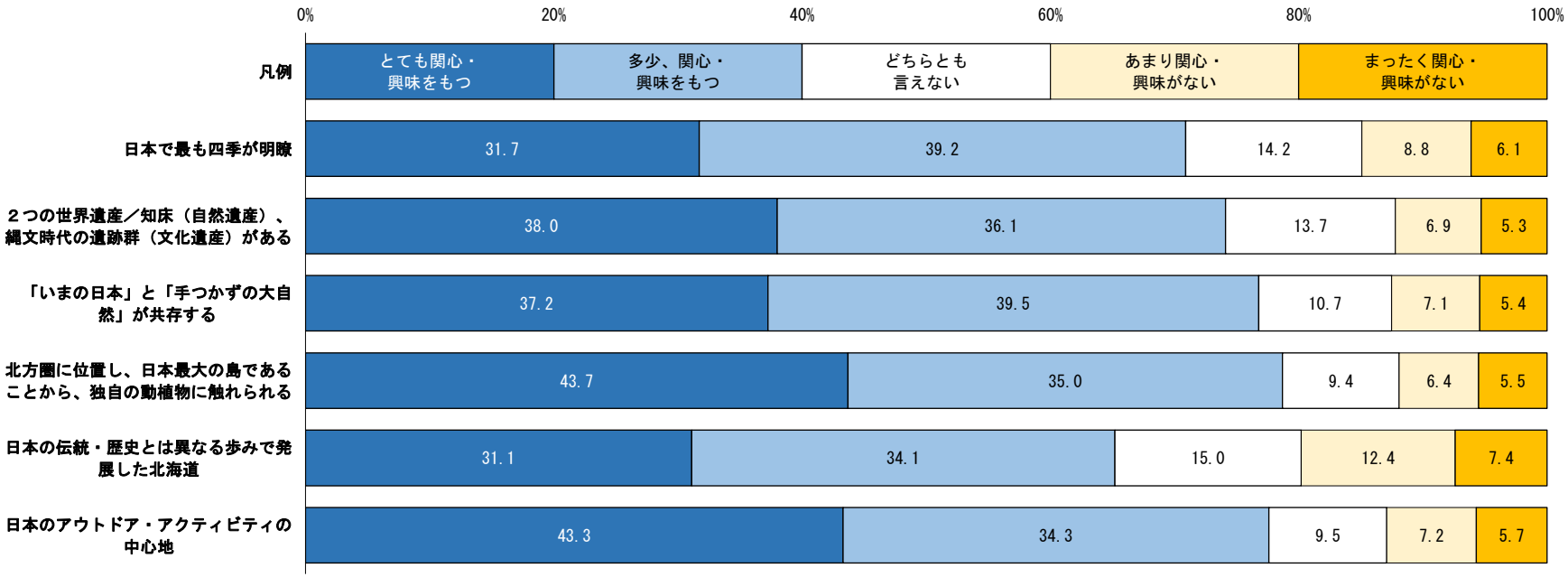
調査での各項目説明

1)日本で最も四季が明瞭　※夏30℃～冬-20℃、道都・札幌市でも年間600cmの降雪量）
2)２つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある
※縄文時代＝15,000年前頃から約1万年以上続いた時代（北海道では続縄文時代として7世紀まで続いた）
3)「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する　※道都・札幌市は日本第5位＝人口197万人の大都市、その周囲では「ヒグマ」も生息している
4)北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる　※ヒグマや北キツネ、エトピリカやシマエナガなどの希少な鳥、高山植物などがすぐそこにある
5)日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道※石炭採掘などの産業遺産、大規模農業、日本初のビール製造など
6)日本のアウトドア・アクティビティの中心地※多くの湖沼、河川、山岳・丘陵、大平原に恵まれ、それぞれに四季ごとのアクティビティ

②「北海道の特徴」への関心度

- 「とても関心・興味もつ」の割合に着目すれば、《北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる》（43.7%）と《日本のアウトドア・アクティビティの中心地》（43.3%）が拮抗している。その他《２つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある》（38.0%）、《「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する》（37.2%）も大きく、総じて“自然環境”に関心や興味が向いていることが分かる。
- なお、いずれの項目でも米国での「関心割合」が大きく、ドイツとフランスがやや小さめとなっている。

■「北海道の特徴」関心度

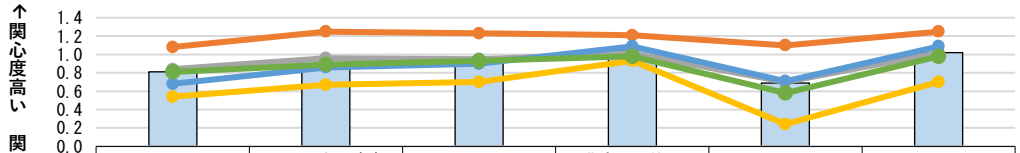


4　北海道のＡＴについて

- 下表・図は北海道の特徴に対する関心度をスコア*によって表したものである。最も関心度が高いのは《北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる》（1.05）で、これに《日本のアウトドア・アクティビティの中心地》（1.02）が次ぐ。その他はあまり大きな差異はなく、全体として前頁の傾向と同様である。
- 国別にみると、米国はどの項目でも5か国中最高の関心度となり、ドイツがどの項目でも最低となっている。

＊関心度スコア：とても関心がある＝＋２点、多少関心がある＝＋１点、どちらとも言えない＝±０点、あまり関心ない＝－１点、まったく関心ない＝－２点の得点を与えて算出した加重平均値。従って最高は＋２、最低は－２であるがグラフでは尺度の上下を省略している場合がある。

■「北海道の特徴」への関心度　スコア



	日本で最も四季が明瞭	２つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある	「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する	北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる	日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道	日本のアウトドア・アクティビティの中心地
全体	0.81	0.95	0.96	1.05	0.69	1.02
米国	1.08	1.25	1.23	1.21	1.10	1.25
英国	0.84	0.96	0.95	1.01	0.70	1.02
ドイツ	0.54	0.67	0.70	0.93	0.24	0.70
フランス	0.68	0.86	0.90	1.09	0.71	1.09
オーストラリア	0.81	0.89	0.93	0.98	0.58	0.98

■「北海道の特徴」への関心度　スコア

(スコア)		サンプル数	日本で最も四季が明瞭	２つの世界遺産（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある	「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する	北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる	日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道	日本のアウトドア・アクティビティの中心地
全体		1,090	0.81	0.95	0.96	1.05	0.69	1.02
居住国	米国	239	1.08	1.25	1.23	1.21	1.10	1.25
	英国	249	0.84	0.96	0.95	1.01	0.70	1.02
	ドイツ	164	0.54	0.67	0.70	0.93	0.24	0.70
	フランス	185	0.68	0.86	0.90	1.09	0.71	1.09
	オーストラリア	253	0.81	0.89	0.93	0.98	0.58	0.98
北海道	とても関心がある	437	1.60	1.71	1.69	1.70	1.50	1.70
	多少関心がある	397	0.85	0.93	1.00	1.11	0.54	1.06
	どちらとも言えない	126	0.03	0.29	0.30	0.36	0.14	0.34
	関心がない－計	130	-1.18	-0.94	-0.95	-0.66	-1.04	-0.68
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	1.71	1.75	1.74	1.77	1.67	1.75
	多少、行きたくなった	496	1.05	1.16	1.22	1.29	0.86	1.29
	どちらとも言えない	205	0.19	0.38	0.43	0.49	0.00	0.52
	行きたくない－計	127	-0.95	-0.63	-0.80	-0.47	-0.90	-0.71

（注）右表は表内の数値が相対的に「高いものは青」、「低いものは赤」としている。あくまでも表内にある数値での相対的高低である。

■「北海道の特徴」への関心度　（関心あり＝とても関心・興味あり＋多少関心興味ありの合計）

(%)		サンプル数	日本で最も四季が明瞭			２つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある			「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する			北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる			日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道			日本のアウトドア・アクティビティの中心地		
			関心あり	どちらでもない	関心ない	関心あり	どちらでもない	関心ない	関心あり	どちらでもない	関心ない	関心あり	どちらでもない	関心ない	関心あり	どちらでもない	関心ない	関心あり	どちらでもない	関心ない
全体		1,090	70.9	14.2	14.9	74.1	13.7	12.2	76.7	10.7	12.5	78.7	9.4	11.9	65.2	15.0	19.8	77.6	9.5	12.9
居住国	米国	239	78.3	11.3	10.5	83.3	7.5	9.2	83.7	8.4	7.9	83.3	5.4	11.3	76.2	13.4	10.4	84.1	6.7	9.2
	英国	249	72.7	14.1	13.2	72.6	18.5	8.8	77.1	10.8	12.0	77.5	10.4	12.0	65.4	14.1	20.5	75.9	10.8	13.2
	ドイツ	164	63.4	12.2	24.4	65.9	12.8	21.3	70.1	9.8	20.1	76.2	5.5	18.3	53.0	15.2	31.7	70.1	7.9	21.9
	フランス	185	63.7	20.0	16.2	71.3	15.7	12.9	72.9	13.5	13.5	77.8	13.5	8.6	65.9	17.8	16.2	78.4	10.8	10.8
	オーストラリア	253	71.9	14.2	13.8	74.3	13.8	11.8	77.1	11.5	11.5	77.5	11.9	10.6	62.1	15.0	22.9	77.4	11.1	11.4
北海道	とても関心がある	437	92.9	4.1	3.0	96.6	2.1	1.4	97.0	1.8	1.1	96.3	1.8	1.8	91.6	5.5	3.0	95.2	2.5	2.3
	多少関心がある	397	83.1	11.1	5.8	79.6	16.6	3.8	84.9	10.3	4.8	86.1	9.6	4.3	62.9	19.1	17.9	82.9	12.6	4.6
	どちらとも言えない	126	23.8	57.9	18.3	38.8	46.8	14.3	41.3	46.0	12.7	48.4	34.1	17.5	38.1	35.7	26.1	52.4	27.8	19.8
	関心がない－計	130	4.6	15.4	80.0	16.1	11.5	72.3	18.4	7.7	73.9	25.4	10.8	63.9	10.0	13.8	76.1	27.0	6.2	66.9
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	96.2	1.1	2.7	96.6	2.3	1.1	97.3	1.1	1.5	96.6	1.5	1.9	95.0	3.4	1.5	95.0	2.7	2.2
	多少、行きたくなった	496	84.5	11.3	4.2	84.5	12.1	3.4	88.9	8.1	3.0	89.9	6.0	4.0	74.6	14.5	10.9	89.2	7.7	3.2
	どちらとも言えない	205	41.9	35.6	22.4	49.8	31.2	19.0	56.6	26.8	16.6	59.0	22.4	18.5	36.6	28.8	34.7	61.5	20.5	18.1
	行きたくない－計	127	11.8	18.1	70.1	26.7	15.0	58.2	19.7	15.0	65.3	29.2	18.1	52.8	13.4	18.1	68.5	22.8	13.4	63.7

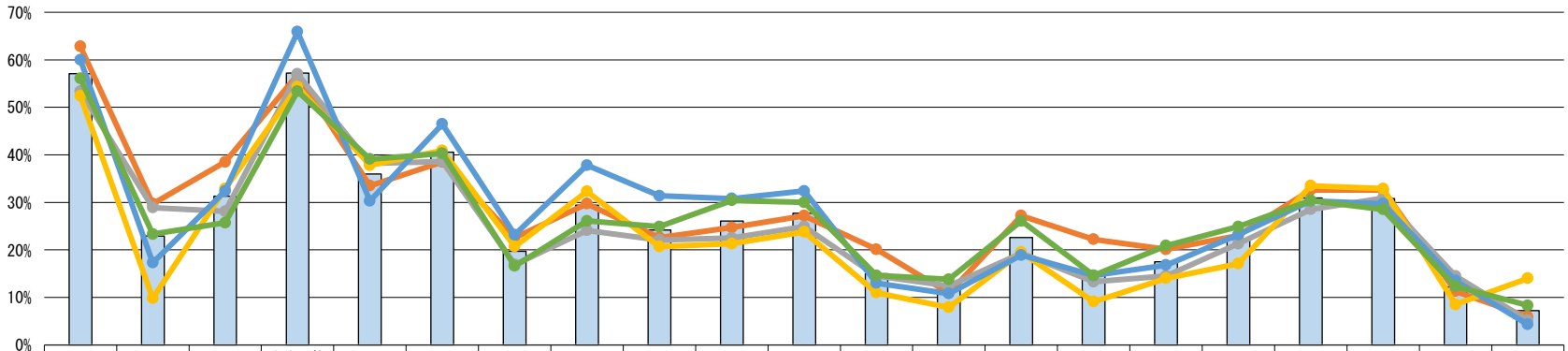
全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道のＡＴについて

③「北海道」で楽しみ方で関心や興味を持つもの

- 「先住民族＝アイヌ民族の歴史や文化に触れる／独自の食生活、楽器、舞踊体験」（57.2%）と「北海道の「食文化」にふれる」（57.1%）がほぼ同率で最大で、「世界文化遺産（縄文遺跡群）での歴史・文化体験」（40.6%）と「世界自然遺産（知床）でのトレイル（踏破）やクルージング」（36.0%）が次ぐ。
- その他では「サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）」（31.3%）、「北海道の祭りへの参加（雪まつり、舞踏イベントなど）」（30.9%）、「お茶、和食の作法体験など」（30.8%）、「農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）」（29.4%）が３割程度と比較的多い。
- いずれの国でも上位３つは共通する。他の項目で特徴的なのは米国と英国での「ワインツーリズム、日本酒の酒蔵ツーリズム」の多さや、フランスの「農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）」の多さなどが挙げられる。

■「北海道」で楽しみ方で関心や興味を持つもの



	北海道の「食文化」にふれる	ワインツーリズム、日本酒の酒蔵ツーリズム	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	先住民族＝アイヌ民族の歴史や文化に触れる／独自の食生活、楽器、舞踊体験	世界自然遺産（知床）でのトレイル（踏破）やクルージング	世界文化遺産（縄文遺跡群）での歴史・文化体験	写真撮影の旅	農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）	地域住民との交流	北海道の「一般生活」を体験するホームスティ	地域独自の料理作り	陶器・磁器・漆器づくり	木彫体験	日本伝統の楽器、舞踊体験	日本独自の文学（俳句、短歌）学習・体験	日本酒づくり体験	伝統衣装（和服など）を着る	北海道の祭りへの参加（雪まつり、舞踏イベントなど）	お茶、和食の作法体験など	短期の日本語学習	この中には特にない
全体(N=1,090)	57.1	22.9	31.3	57.2	36.0	40.6	19.7	29.4	24.2	26.1	27.7	15.0	11.5	22.6	15.1	17.5	22.2	30.9	30.8	12.2	7.2
米国(N=239)	62.8	29.7	38.5	56.9	33.5	38.5	22.6	29.7	22.6	24.7	27.2	20.1	10.9	27.2	22.2	20.1	23.0	32.6	32.6	11.3	5.9
英国(N=249)	53.4	28.9	28.1	57.0	38.2	38.6	16.9	24.1	22.1	22.5	24.9	14.5	12.4	19.3	13.3	14.5	21.3	28.5	30.9	14.5	5.2
ドイツ(N=164)	52.4	9.8	32.9	54.3	37.8	40.9	20.7	32.3	20.7	21.3	23.8	11.0	7.9	19.5	9.1	14.0	17.1	33.5	32.9	8.5	14.0
フランス(N=185)	60.0	17.3	32.4	65.9	30.3	46.5	23.2	37.8	31.4	30.8	32.4	13.0	10.8	18.9	14.6	16.8	23.2	30.3	29.7	13.5	4.3
オーストラリア(N=253)	56.1	23.3	25.7	53.4	39.1	40.3	16.6	26.1	24.9	30.4	30.0	14.6	13.8	26.1	14.6	20.9	24.9	30.4	28.5	12.3	8.3

4　北海道のＡＴについて

■「北海道」で楽しみ方で関心や興味を持つもの

(%)		サンプル数	北海道の「食文化」にふれる	ワインツーリズム、日本酒の酒蔵ツーリズム	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	先住民族＝アイヌ民族の歴史や文化に触れる／独自の食生活、楽器、舞踊体験	世界自然遺産（知床）でのトレイル（踏破）やクルージング	世界文化遺産（縄文遺跡群）での歴史・文化体験	写真撮影の旅	農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）	地域住民との交流	北海道の「一般生活」を体験するホームステイ	地域独自の料理作り	陶器・磁器・漆器づくり	木彫体験	日本伝統の楽器、舞踊体験	日本独自の文学（俳句、短歌）学習・体験	日本酒づくり体験	伝統衣装（和服など）を着る	北海道の祭りへの参加（雪まつり、舞踏イベントなど）	お茶、和食の作法体験など	短期の日本語学習	この中には特にない
全体		1,090	57.1	22.9	31.3	57.2	36.0	40.6	19.7	29.4	24.2	26.1	27.7	15.0	11.5	22.6	15.1	17.5	22.2	30.9	30.8	12.2	7.2
居住国	米国	239	62.8	29.7	38.5	56.9	33.5	38.5	22.6	29.7	22.6	24.7	27.2	20.1	10.9	27.2	22.2	20.1	23.0	32.6	32.6	11.3	5.9
	英国	249	53.4	28.9	28.1	57.0	38.2	38.6	16.9	24.1	22.1	22.5	24.9	14.5	12.4	19.3	13.3	14.5	21.3	28.5	30.9	14.5	5.2
	ドイツ	164	52.4	9.8	32.9	54.3	37.8	40.9	20.7	32.3	20.7	21.3	23.8	11.0	7.9	19.5	9.1	14.0	17.1	33.5	32.9	8.5	14.0
	フランス	185	60.0	17.3	32.4	65.9	30.3	46.5	23.2	37.8	31.4	30.8	32.4	13.0	10.8	18.9	14.6	16.8	23.2	30.3	29.7	13.5	4.3
	オーストラリア	253	56.1	23.3	25.7	53.4	39.1	40.3	16.6	26.1	24.9	30.4	30.0	14.6	13.8	26.1	14.6	20.9	24.9	30.4	28.5	12.3	8.3
北海道	とても関心がある	437	70.9	29.1	43.0	70.3	48.3	54.9	27.0	39.4	33.6	35.7	34.3	22.7	17.6	34.6	24.3	26.1	30.9	43.5	42.6	17.4	0.0
	多少関心がある	397	58.4	22.4	29.0	60.7	34.8	37.0	17.9	27.5	20.7	25.9	29.0	11.1	8.8	19.6	12.3	15.4	22.4	27.5	29.0	12.3	1.0
	どちらとも言えない	126	42.9	19.8	17.5	48.4	23.0	31.7	15.1	22.2	21.4	15.9	21.4	9.5	5.6	9.5	4.8	11.9	7.9	23.0	15.9	5.6	11.9
	関心がない－計	130	20.0	6.9	12.3	11.5	10.8	12.3	5.4	8.5	6.2	3.8	7.7	6.2	4.6	3.8	3.1	0.8	6.2	6.9	11.5	0.8	46.2
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	72.1	32.8	51.9	69.5	42.7	53.8	27.5	41.2	33.6	33.2	30.9	24.0	19.1	34.7	28.6	28.2	30.2	44.3	38.9	19.5	0.4
	多少、行きたくなった	496	63.5	23.6	29.2	63.7	42.7	43.3	20.6	31.5	25.2	32.1	34.5	14.5	11.7	24.0	13.7	19.0	24.8	33.7	34.5	12.3	0.6
	どちらとも言えない	205	45.4	16.1	17.1	48.3	25.9	36.1	17.6	20.5	19.5	15.6	16.6	9.8	5.9	12.7	7.3	7.8	14.6	21.0	24.4	7.3	8.3
	行きたくない－計	127	19.7	11.0	19.7	21.3	11.8	10.2	3.9	11.0	8.7	4.7	12.6	6.3	3.9	7.9	5.5	5.5	7.9	8.7	10.2	4.7	45.7

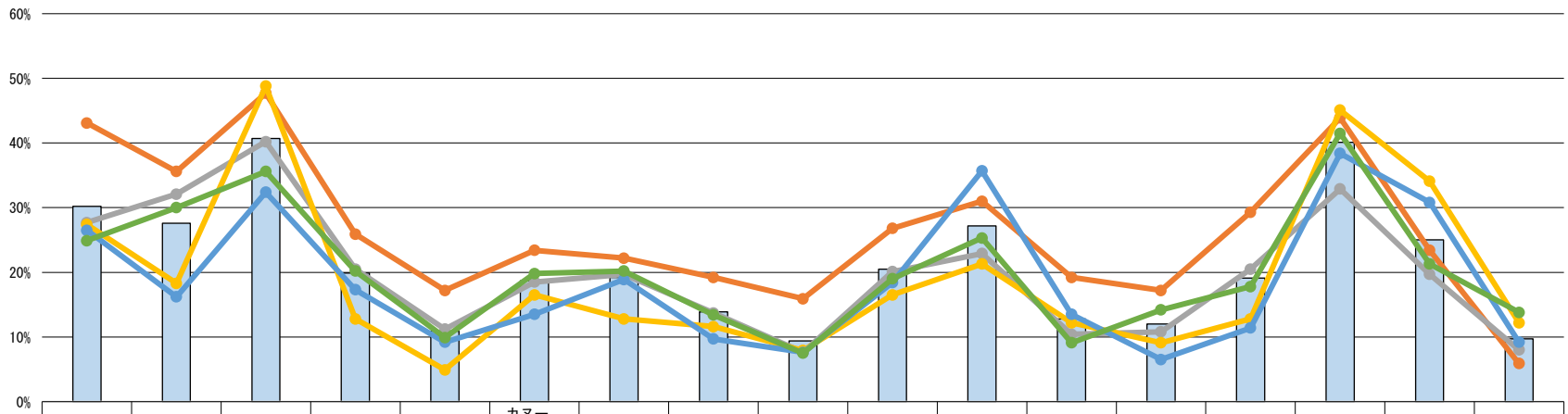
全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道のＡＴについて

④北海道のアクティビティで関心や興味を持つもの

- 「ハイキング、トレッキング、山登り」（40.7%）と「野生動物観察（バードウォッチングなど）」（40.1%）がほぼ同率で最大となり、「グランピング、アウトドア型サウナ」（27.6%）と「貸切でのクルージング（小型船）」（27.2%）が３割弱で次ぐ。
- その他はいずれも２割程度の出現率となっている。
- いずれの国でも上位２つは共通するが、米国、英国、ドイツでは「ハイキング、トレッキング、山登り」が最大で、フランスとオーストラリアは「野生動物観察（バードウォッチングなど）」が最大となった。他の項目ではドイツとフランスでの「希少動物観察」の3割を超える関心を示していることや、ドイツ、フランスでは「グランピング、アウトドア型サウナ」にあまり反応しないことなどが特徴である。

■「北海道」のアクティビティで関心や興味を持つもの



	キャンプ、キャンピングカー	グランピング、アウトドア型サウナ	ハイキング、トレッキング、山登り	マウンテンバイク、ロードバイク（自転車）	グライダー、スカイダイビング	カヌー、SUP、カヤック（川・湖）、ラフティング、ダイビング	渓流での釣り	海での釣り	サーフィン、シーカヤック	ヨット、ボート（自分で操縦）	貸切でのクルージング（小型船）	スキー、スノーシュー	バックカントリー（スキー、スノボ）	乗馬	野生動物観察（バードウォッチングなど）	希少植物観察	この中には特にない
全体(N=1,090)	30.2	27.6	40.7	19.9	10.9	18.7	19.2	13.9	9.4	20.5	27.2	12.8	12.0	19.1	40.1	25.0	9.7
米国(N=239)	43.1	35.6	47.7	25.9	17.2	23.4	22.2	19.2	15.9	26.8	31.0	19.2	17.2	29.3	43.9	23.4	5.9
英国(N=249)	27.7	32.1	40.2	20.5	11.2	18.5	19.7	13.7	7.6	20.1	22.9	10.4	10.8	20.5	32.9	19.7	8.0
ドイツ(N=164)	27.4	18.3	48.8	12.8	4.9	16.5	12.8	11.6	7.9	16.5	21.3	12.2	9.1	12.8	45.1	34.1	12.2
フランス(N=185)	26.5	16.2	32.4	17.3	9.2	13.5	18.9	9.7	7.6	18.4	35.7	13.5	6.5	11.4	38.4	30.8	9.2
オーストラリア(N=253)	24.9	30.0	35.6	20.2	9.9	19.8	20.2	13.4	7.5	19.0	25.3	9.1	14.2	17.8	41.5	21.3	13.8

4　北海道のＡＴについて

■「北海道」のアクティビティで関心や興味を持つもの

(%)		サンプル数	キャンプ、キャンピングカー	グランピング、アウトドア型サウナ	ハイキング、トレッキング、山登り	マウンテンバイク、ロードバイク（自転車）	グライダー、スカイダイビング	カヌー、SUP、カヤック（川・湖）、ラフティング、ダイビング	渓流での釣り	海での釣り	サーフィン、シーカヤック	ヨット、ボート（自分で操縦）	貸切でのクルージング（小型船）	スキー、シュー、スノーシュー	バックカントリー（スキー、スノボ）	乗馬	野生動物観察（バードウオッチングなど）	希少植物観察	この中には特にない
全体		1,090	30.2	27.6	40.7	19.9	10.9	18.7	19.2	13.9	9.4	20.5	27.2	12.8	12.0	19.1	40.1	25.0	9.7
居住国	米国	239	43.1	35.6	47.7	25.9	17.2	23.4	22.2	19.2	15.9	26.8	31.0	19.2	17.2	29.3	43.9	23.4	5.9
	英国	249	27.7	32.1	40.2	20.5	11.2	18.5	19.7	13.7	7.6	20.1	22.9	10.4	10.8	20.5	32.9	19.7	8.0
	ドイツ	164	27.4	18.3	48.8	12.8	4.9	16.5	12.8	11.6	7.9	16.5	21.3	12.2	9.1	12.8	45.1	34.1	12.2
	フランス	185	26.5	16.2	32.4	17.3	9.2	13.5	18.9	9.7	7.6	18.4	35.7	13.5	6.5	11.4	38.4	30.8	9.2
	オーストラリア	253	24.9	30.0	35.6	20.2	9.9	19.8	20.2	13.4	7.5	19.0	25.3	9.1	14.2	17.8	41.5	21.3	13.8
北海道	とても関心がある	437	41.2	36.6	51.3	27.7	15.1	25.6	26.3	17.8	12.4	25.2	31.1	17.6	17.8	24.0	50.8	33.6	3.2
	多少関心がある	397	25.4	25.4	38.5	17.6	9.6	16.9	17.1	11.3	9.1	18.6	28.7	11.8	10.6	17.6	37.3	21.4	8.3
	どちらとも言えない	126	22.2	18.3	31.7	10.3	10.3	15.1	16.7	16.7	6.3	20.6	22.2	7.9	7.9	15.1	26.2	15.1	14.3
	関心がない－計	130	15.4	13.1	20.8	10.0	1.5	4.6	3.8	5.4	3.8	10.0	13.8	4.6	0.8	10.8	26.2	16.2	31.5
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	50.4	39.7	55.7	32.4	18.3	28.6	30.9	21.8	17.6	24.8	31.7	23.3	22.1	28.6	48.9	30.9	1.5
	多少、行きたくなった	496	28.4	28.8	43.1	20.2	10.1	18.8	19.8	13.3	8.3	22.4	30.2	12.3	11.9	18.3	42.7	26.0	5.6
	どちらとも言えない	205	17.1	15.6	33.2	11.7	6.8	13.7	9.8	7.8	4.4	13.2	20.0	6.3	5.9	14.6	31.7	21.5	18.5
	行きたくない－計	127	16.5	17.3	12.6	6.3	5.5	6.3	7.9	9.4	5.5	15.7	17.3	3.9	1.6	9.4	25.2	14.2	28.3

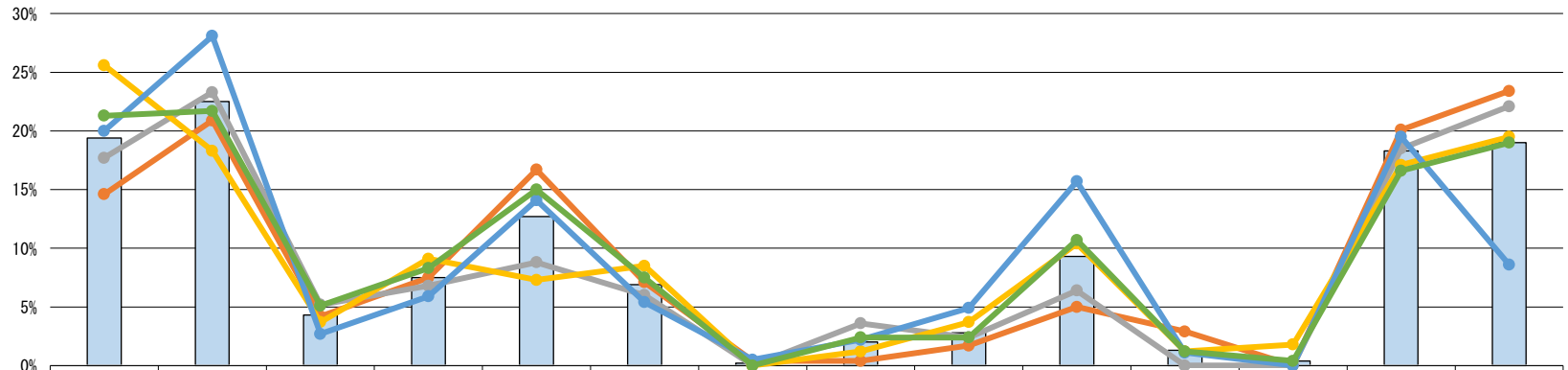
全体水準より５ポイント以上大きい

4　北海道のＡＴについて

⑤北海道旅行で「このような旅やこのような体験をしてみたい」こと／自由記述から整理

- 仮に北海道旅行をする際に「このような旅やこのような体験をしてみたい」と思うことを自由記述させ、それを整理したのか下図である。最大になったのは「文化・歴史・芸術鑑賞」（22.5%）をキーワードとするもので、「自然・景観・気候」（19.4%）、「食事（郷土料理、ワイン、茶など）」（12.7%）が次ぐ。
- 「文化・歴史・芸術鑑賞」、「自然・景観・気候」のキーワードはどの国でも上位となる点で共通しているが、ドイツだけは「自然・景観・気候」が最大となる。また、「食事（郷土料理、ワイン、茶など）」については英国とドイツは1割未満で、他の国より小さいことや、フランスでは「地元の人とのふれあい（生活、先住民）」が他の国より多いことなども特徴である。

■これからの北海道旅行で「このような旅やこのような体験をしてみたい」と思うこと（自由記述から整理）



	自然・景観・気候	文化・歴史・芸術鑑賞	スポーツ体験（スキー、登山、ダイビング等）	ハイキング・キャンプ・アウトドア	食事（郷土料理、ワイン、茶）	野生動物、植物（クマ、バードウォッチング等）	クルーズ旅	リゾート、（ビーチ、リラックス、温泉）	都市見物・ショッピング	地元の人とのふれあい（生活、先住民）	祭り・イベント・テーマパーク	ドライブ・ロードトリップ	その他	無回答
全体(N=1,090)	19.4	22.5	4.3	7.5	12.7	6.9	0.2	2.0	2.8	9.3	1.3	0.4	18.3	19.0
米国(N=239)	14.6	20.9	4.2	7.5	16.7	7.1	0.4	0.4	1.7	5.0	2.9	0.0	20.1	23.4
英国(N=249)	17.7	23.3	5.2	6.8	8.8	6.0	0.0	3.6	2.4	6.4	0.0	0.0	18.5	22.1
ドイツ(N=164)	25.6	18.3	3.7	9.1	7.3	8.5	0.0	1.2	3.7	10.4	1.2	1.8	17.1	19.5
フランス(N=185)	20.0	28.1	2.7	5.9	14.1	5.4	0.5	2.2	4.9	15.7	1.1	0.0	19.5	8.6
オーストラリア(N=253)	21.3	21.7	5.1	8.3	15.0	7.5	0.0	2.4	2.4	10.7	1.2	0.4	16.6	19.0

4　北海道のＡＴについて

■これからの北海道旅行で「このような旅やこのような体験をしてみたい」と思うこと（自由記述から整理）

(%)		サンプル数	自然・景観・気候	文化・歴史・芸術鑑賞	スポーツ体験（スキー、登山、ダイビング等）	ハイキング・キャンプ・アウトドア	食事（郷土料理、ワイン、茶）	野生動物、植物（クマ、バードウォッチング等）	クルーズ旅	リゾート、（ビーチ、リラックス、温泉）	都市見物・ショッピング	地元の人とのふれあい（生活、先住民）	祭り・イベント・テーマパーク	ドライブ・ロードトリップ	その他	無回答
全体		1,090	19.4	22.5	4.3	7.5	12.7	6.9	0.2	2.0	2.8	9.3	1.3	0.4	18.3	19.0
居住国	米国	239	14.6	20.9	4.2	7.5	16.7	7.1	0.4	0.4	1.7	5.0	2.9	0.0	20.1	23.4
	英国	249	17.7	23.3	5.2	6.8	8.8	6.0	0.0	3.6	2.4	6.4	0.0	0.0	18.5	22.1
	ドイツ	164	25.6	18.3	3.7	9.1	7.3	8.5	0.0	1.2	3.7	10.4	1.2	1.8	17.1	19.5
	フランス	185	20.0	28.1	2.7	5.9	14.1	5.4	0.5	2.2	4.9	15.7	1.1	0.0	19.5	8.6
	オーストラリア	253	21.3	21.7	5.1	8.3	15.0	7.5	0.0	2.4	2.4	10.7	1.2	0.4	16.6	19.0
北海道	とても関心がある	437	21.7	25.4	4.3	10.8	15.3	5.7	0.0	0.9	3.4	11.2	0.9	0.0	20.4	13.5
	多少関心がある	397	23.2	27.2	4.0	5.3	11.8	8.6	0.3	2.0	3.3	10.8	1.8	0.8	17.1	11.1
	どちらとも言えない	126	12.7	8.7	7.9	7.1	13.5	6.3	0.0	4.0	2.4	4.8	1.6	0.8	21.4	27.8
	関心がない－計	130	6.9	11.5	1.5	3.8	5.4	6.2	0.8	3.8	0.0	2.3	0.8	0.0	12.3	53.1
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	18.7	22.5	4.6	9.5	13.0	4.6	0.0	0.8	5.0	11.1	1.1	0.0	22.1	17.2
	多少、行きたくなった	496	25.0	30.4	5.0	8.5	14.3	9.5	0.2	1.8	2.2	11.1	1.0	0.4	15.7	8.1
	どちらとも言えない	205	15.1	15.6	3.4	5.4	13.7	6.3	0.5	2.4	2.4	6.3	2.4	1.0	20.0	24.4
	行きたくない－計	127	6.3	2.4	2.4	3.1	3.9	2.4	0.0	4.7	1.6	3.1	0.8	0.0	18.1	56.7

全体水準より５ポイント以上大きい

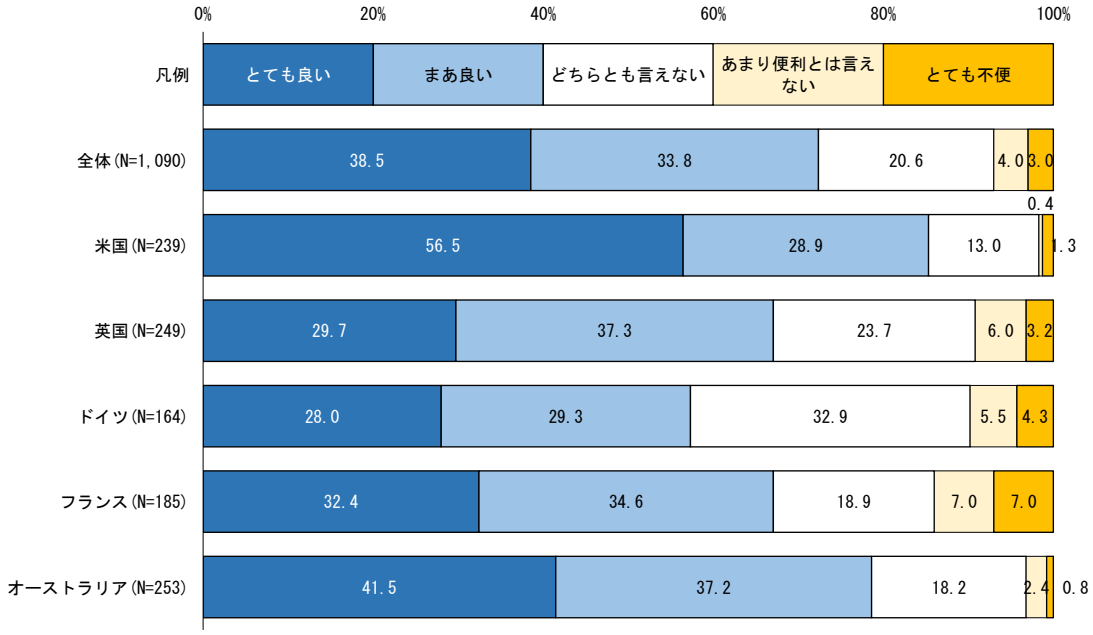
4　北海道のＡＴについて

調査時の説明　**（いずれもコロナ禍前ですが）北海道の最大空港・新千歳空港（年2,400万人利用）には、フィンランド・ヘルシンキ、米国・ハワイ、オーストラリア、アジア主要国との定期便が就航しています。（国際線を乗り継ぐ、東京羽田空港・成田空港、関西空港、名古屋空港からの日本国内路線も充実）**
あなたが日本の北海道への旅を考えると、このアクセス状況はどう評価されますか。

⑥新千歳空港の国際線就航状況評価

- 好意的な評価割合（とても良い＋まあ良い）は72.3％に上った。この割合は米国（好意割合計85.4％）とオーストラリア（同78.7％）で大きく、米国では56.5％が、オーストラリアでは41.5％が「とても良い」と評価している。
- これらに対し、欧州では好意的評価割合が50％を超えているものの、米国、オーストラリアに比べて相対的に少ない。特に、ドイツでの好意度が低い。

■新千歳空港の国際線就航状況評価



■新千歳空港の国際線就航状況評価

(%)		サンプル数	とても良い	まあ良い	好意的評価割合	どちらとも言えない	あまり便利とは言えない	とても不便
全体		1,090	38.5	33.8	**72.3**	20.6	4.0	3.0
居住国	米国	239	56.5	28.9	**85.4**	13.0	0.4	1.3
	英国	249	29.7	37.3	**67.0**	23.7	6.0	3.2
	ドイツ	164	28.0	29.3	**57.3**	32.9	5.5	4.3
	フランス	185	32.4	34.6	**67.0**	18.9	7.0	7.0
	オーストラリア	253	41.5	37.2	**78.7**	18.2	2.4	0.8
北海道	とても関心がある	437	65.2	27.0	**92.2**	6.9	0.5	0.5
	多少関心がある	397	25.7	48.4	**74.1**	21.9	3.3	0.8
	どちらとも言えない	126	12.7	28.6	**41.3**	45.2	10.3	3.2
	関心がない－計	130	13.1	16.9	**30.0**	39.2	12.3	18.5
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	72.9	20.6	**93.5**	5.0	1.1	0.4
	多少、行きたくなった	496	36.3	47.6	**83.9**	13.5	2.0	0.6
	どちらとも言えない	205	14.1	30.2	**44.3**	45.9	7.3	2.4
	行きたくない－計	127	15.7	12.6	**28.3**	40.2	12.6	18.9

全体水準より５ポイント以上大きい

5　来道意向と旅の想定

①来日・来道意向（旅行制限が無くなった場合）

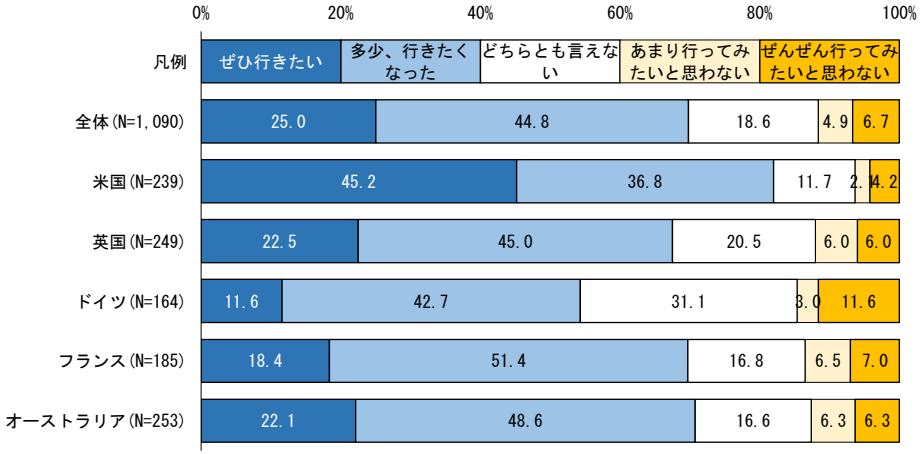
【来日意向】

- 「ぜひ行きたい」（25.0%）だけで1/4に達し、これに「多少行きたくなった」（44.8%）を合わせると来日観光旅行意向は約7割に上る。
- 「ぜひ行きたい」の割合だけでみると、米国（45.2%）が最高で、英国とオーストラリアが22%程度で次ぐ。ドイツ（11.6%）が最少となっている。

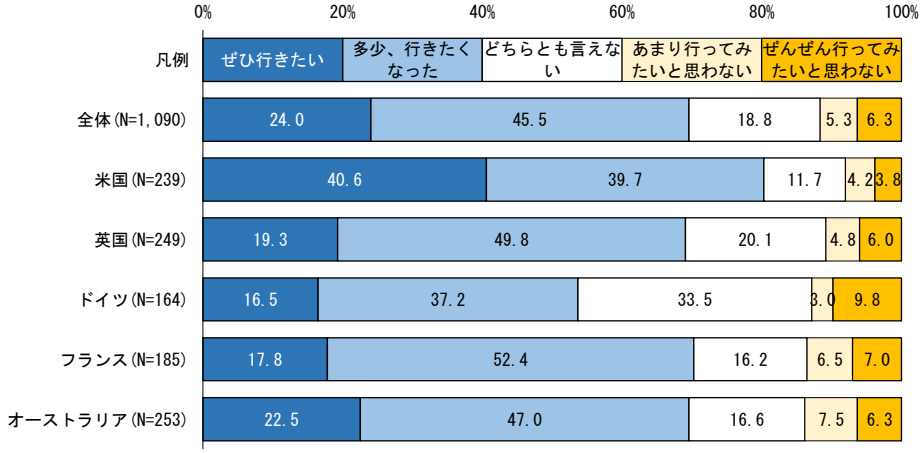
【来道意向】

- 北海道に限定すると、「ぜひ行きたい」（24.0%）と「多少行きたくなった」（45.5%）を合わせると、来日意向とほぼ同様の約7割に上る。
- 「ぜひ行きたい」の割合だけでみると、ここでも米国（40.6%）が最高で、オーストラリア（22.5%）、英国（19.3%）の順となった。
- ドイツ（16.5%）はここでも最少だが、来日意向での（11.6%）よりは、「ぜひ来道旅行を」の方が大きい。

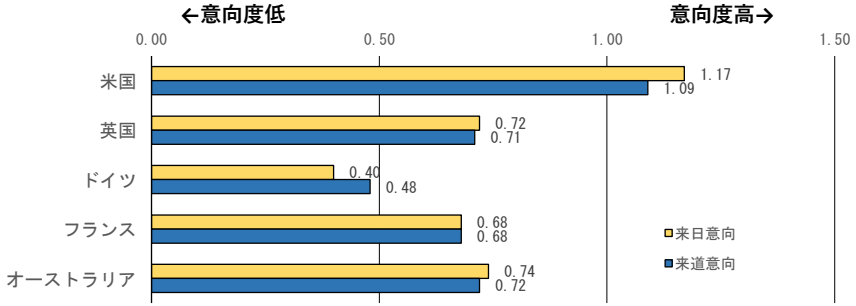
■来日観光旅行意向



■来道観光旅行意向



■来日観光旅行・来道観光旅行意向度スコア



5　来道意向と旅の想定

■来日観光旅行・来道観光旅行意向

(%)		サンプル数	①来日意向 ぜひ行きたい	多少、行きたくなった	どちらとも言えない	あまり行ってみたいと思わない	ぜんぜん行ってみたいと思わない	スコア	②来道意向 ぜひ行きたい	多少、行きたくなった	来道意向割合	どちらとも言えない	あまり行ってみたいと思わない	ぜんぜん行ってみたいと思わない	スコア
全体		1,090	25.0	44.8	18.6	4.9	6.7	0.77	24.0	45.5	**69.5**	18.8	5.3	6.3	0.76
居住国	米国	239	45.2	36.8	11.7	2.1	4.2	1.17	40.6	39.7	**80.3**	11.7	4.2	3.8	1.09
	英国	249	22.5	45.0	20.5	6.0	6.0	0.72	19.3	49.8	**69.1**	20.1	4.8	6.0	0.71
	ドイツ	164	11.6	42.7	31.1	3.0	11.6	0.40	16.5	37.2	**53.7**	33.5	3.0	9.8	0.48
	フランス	185	18.4	51.4	16.8	6.5	7.0	0.68	17.8	52.4	**70.2**	16.2	6.5	7.0	0.68
	オーストラリア	253	22.1	48.6	16.6	6.3	6.3	0.74	22.5	47.0	**69.5**	16.6	7.5	6.3	0.72
北海道	とても関心がある	437	53.8	41.2	4.1	0.7	0.2	1.48	53.1	42.1	**95.2**	3.9	0.5	0.5	1.47
	多少関心がある	397	7.8	66.8	20.7	3.5	1.3	0.76	5.3	70.3	**75.6**	19.9	3.5	1.0	0.75
	どちらとも言えない	126	4.8	23.0	54.8	11.1	6.3	0.09	5.6	20.6	**26.2**	54.8	15.1	4.0	0.09
	関心がない－計	130	0.8	10.8	26.2	16.9	45.4	-0.95	1.5	5.4	**6.9**	30.8	17.7	44.6	-0.98
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	83.6	14.5	1.5	0.0	0.4	1.81	100.0	0.0	**100.0**	0.0	0.0	0.0	2.00
	多少、行きたくなった	496	9.1	82.3	8.5	0.0	0.2	1.00	0.0	100.0	**100.0**	0.0	0.0	0.0	1.00
	どちらとも言えない	205	3.4	18.0	70.7	6.3	1.5	0.16	0.0	0.0	**0.0**	100.0	0.0	0.0	0.00
	行きたくない－計	127	1.6	3.9	9.4	31.5	53.5	-1.31	0.0	0.0	**0.0**	0.0	45.7	54.3	-1.54

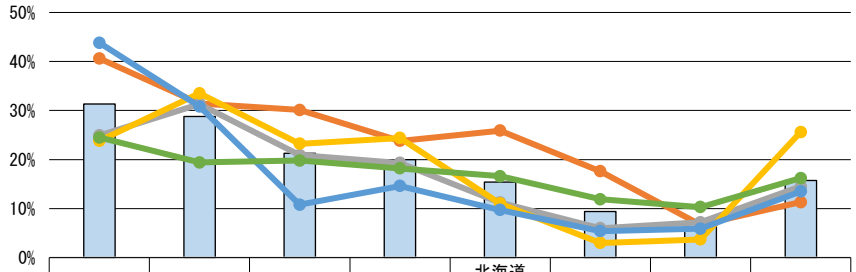
全体水準より５ポイント以上大きい

5　来道意向と旅の想定

②来道希望時期　（いずれも「北海道の」として質問）

- 「春（3～5月）」（31.3%）が最大だが、これに次ぐ「初夏（6～7月）」（28.8%）も拮抗している。
- 「冬（12～2月）」（9.4%）は1割未満で、他の季節より少ない。
- なお、こうした結果は季節志向もあるが、なるべく早くとの思いを反映したものと見られ、（調査時期が12月下旬だったため）再直近の「冬」は現実的ではないとの思いが作用した可能性がある。
- 全体的な傾向は国別でも大差ないが、米国では「夏」（30.1%）と「紅葉期（10～11月）」（25.9%）の大きさが目立つ。また、フランスは「春～初夏」が多くなる。「冬」が最も多くなったのは季節が逆転する南半球のオーストラリア（冬＝10.3%）であった。

■「北海道に旅行」を実現したい季節（複数回答）



	北海道の春（3～5月）	北海道の初夏（6～7月）	北海道の夏（8月）	北海道の初秋（9月）	北海道の紅葉期（10～11月）	北海道の冬（12～2月）	行けるならいつでも良い	特に考えていない
全体(N=1,090)	31.3	28.8	21.3	20.0	15.4	9.4	7.1	15.7
米国(N=239)	40.6	31.4	30.1	23.8	25.9	17.6	6.7	11.3
英国(N=249)	24.9	31.3	20.9	19.3	11.2	6.0	7.2	14.5
ドイツ(N=164)	23.8	33.5	23.2	24.4	11.0	3.0	3.7	25.6
フランス(N=185)	43.8	30.8	10.8	14.6	9.7	5.4	5.9	13.5
オーストラリア(N=253)	24.5	19.4	19.8	18.2	16.6	11.9	10.3	16.2

■「北海道に旅行」を実現したい季節

(%)		サンプル数	北海道の春（3～5月）	北海道の初夏（6～7月）	北海道の夏（8月）	北海道の初秋（9月）	北海道の紅葉期（10～11月）	北海道の冬（12～2月）	行けるならいつでも良い	特に考えていない
全体		1,090	31.3	28.8	21.3	20.0	15.4	9.4	7.1	15.7
居住国	米国	239	40.6	31.4	30.1	23.8	25.9	17.6	6.7	11.3
	英国	249	24.9	31.3	20.9	19.3	11.2	6.0	7.2	14.5
	ドイツ	164	23.8	33.5	23.2	24.4	11.0	3.0	3.7	25.6
	フランス	185	43.8	30.8	10.8	14.6	9.7	5.4	5.9	13.5
	オーストラリア	253	24.5	19.4	19.8	18.2	16.6	11.9	10.3	16.2
北海道	とても関心がある	437	42.1	33.2	25.9	21.1	20.8	14.2	10.5	3.2
	多少関心がある	397	29.0	32.7	22.7	22.4	14.6	6.5	5.0	9.6
	どちらとも言えない	126	20.6	22.2	14.3	21.4	7.9	8.7	5.6	27.8
	関心がない－計	130	12.3	8.5	8.5	7.7	6.9	2.3	3.1	64.6
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	45.8	32.4	28.6	22.9	25.2	18.3	9.9	1.5
	多少、行きたくなった	496	32.5	33.5	22.2	21.0	14.3	7.9	8.1	5.8
	どちらとも言えない	205	23.4	25.9	18.5	22.0	11.7	4.4	3.4	24.4
	行きたくない－計	127	9.4	7.9	7.1	7.1	5.5	4.7	3.1	69.3

全体水準より５ポイント以上大きい

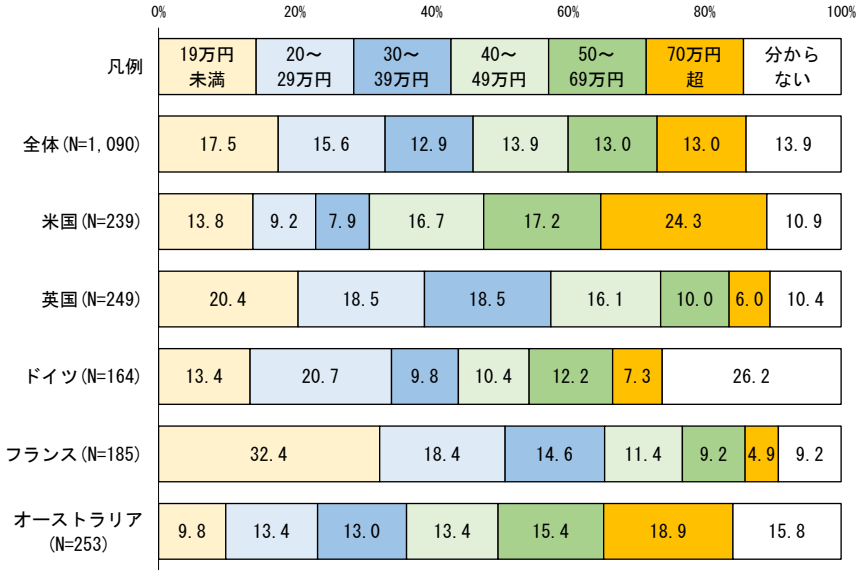
5　来道意向と旅の想定

③来道時の予算　（1人あたり：各国通貨を日本円に換算）

- 「19万円以下」（17.5%）から「70万円超」（計13.0%）まで、均等に分布している。
- 高額な「70万円超」は米国では24.3%とかなり多く、その内「100万円以上」（5.4%）だけで5%程度ある。オーストラリアでも「70万円超」（18.9%）が2割近くと多いが、その内の「100万円以上」（2.8%）だけでみると米国より若干、少ない。
- フランスは「19万円以下」（32.4%）が最多で、英国も「19万円以下」（20.4%）が多い。

- なお、「ぜひ北海道に行きたい」と回答した者（1,090人中262人）では平均28.7万円となり、他の意向度層よりかなり大きい。

■北海道旅行の一人あたり予算（※右表を整理してある）



■北海道旅行の一人あたり予算

(%)		サンプル数	15万円未満	15～19万円	20～29万円	30～39万円	40～49万円	50～59万円	60～69万円	70～79万円	80～89万円	90～99万円	100万円以上	分からない	70万円超合計
全体		1,090	7.9	9.6	15.6	12.9	13.9	7.7	5.3	3.9	3.0	3.5	2.6	13.9	**13.0**
居住国	米国	239	5.0	8.8	9.2	7.9	16.7	6.7	10.5	6.7	5.9	6.3	5.4	10.9	**24.3**
	英国	249	9.2	11.2	18.5	18.5	16.1	6.0	4.0	1.6	1.2	0.8	2.4	10.4	**6.0**
	ドイツ	164	6.1	7.3	20.7	9.8	10.4	9.8	2.4	4.9	1.2	1.2	0.0	26.2	**7.3**
	フランス	185	16.2	16.2	18.4	14.6	11.4	6.5	2.7	2.2	1.1	0.5	1.1	9.2	**4.9**
	オーストラリア	253	4.3	5.5	13.4	13.0	13.4	9.9	5.5	4.3	4.7	7.1	2.8	15.8	**18.9**
北海道	とても関心がある	437	4.6	8.2	15.8	10.8	16.5	9.2	7.1	6.6	5.9	5.9	3.9	5.5	**22.3**
	多少関心がある	397	8.3	11.6	19.1	17.4	12.8	8.3	5.0	2.3	1.0	2.0	2.5	9.6	**7.8**
	どちらとも言えない	126	11.9	9.5	15.1	14.3	12.7	4.8	4.8	3.2	0.0	1.6	0.8	21.4	**5.6**
	関心がない－計	130	13.8	8.5	4.6	5.4	10.0	3.8	0.8	0.8	2.3	1.5	0.0	48.5	**4.6**
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	2.7	7.3	14.9	11.5	13.7	9.2	9.2	8.8	7.3	7.3	5.3	3.1	**28.7**
	多少、行きたくなった	496	8.7	11.3	18.5	14.9	15.7	8.7	4.6	2.8	2.6	2.4	2.4	7.3	**10.2**
	どちらとも言えない	205	9.3	10.7	15.6	14.1	12.7	7.3	3.4	1.5	0.0	2.4	1.0	22.0	**4.9**
	行きたくない－計	127	13.4	6.3	5.5	6.3	9.4	1.6	3.1	2.4	0.8	1.6	0.0	49.6	**4.8**

全体水準より５ポイント以上大きい

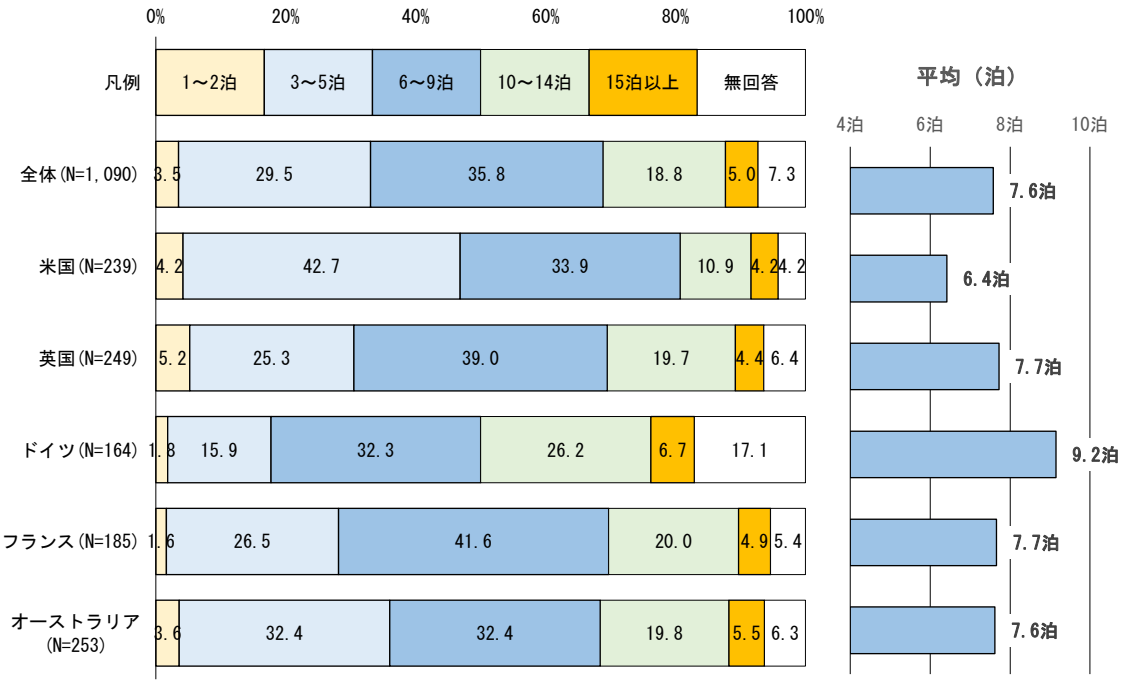
5　来道意向と旅の想定

④来道時の想定宿泊数　（質問：北海道だけの宿泊数）

- ４割近くは「6～9泊」（35.8%）で、「3～5泊」（29.5%）、「10～14泊」（18.8%）が次ぐ。「15泊以上」（5.0%）の長期滞在型は20人に1人程度である。
- 平均想定宿泊数は7.6泊である。
- 平均想定宿泊数を国別にみると、ドイツ（平均9.2泊）が最長で、英国、フランス、オーストラリアがそれぞれ7泊台となった。
- 来道意向率が最高だった米国（平均6.4泊）は宿泊数では他国より短い。（※米国は4割以上が「3～5泊」である）

- なお、「ぜひ北海道に行きたい」と回答した者（1,090人中262人）では平均7.7泊となり、他の意向度層と大差ない。つまり、来道意向とは無関係に、「北海道＝概ね7～8泊程度は必要」と見ていることになる。

■来道時の想定宿泊数　（右：平均宿泊数）



■来道時の想定宿泊数

(%)		サンプル数	1～2泊	3～5泊	6～9泊	10～14泊	15泊以上	無回答	平均（泊）
全体		1,090	3.5	29.5	35.8	18.8	5.0	7.3	**7.6**
居住国	米国	239	4.2	42.7	33.9	10.9	4.2	4.2	**6.4**
	英国	249	5.2	25.3	39.0	19.7	4.4	6.4	**7.7**
	ドイツ	164	1.8	15.9	32.3	26.2	6.7	17.1	**9.2**
	フランス	185	1.6	26.5	41.6	20.0	4.9	5.4	**7.7**
	オーストラリア	253	3.6	32.4	32.4	19.8	5.5	6.3	**7.6**
北海道	とても関心がある	437	3.2	25.2	40.3	24.5	6.2	0.7	**8.1**
	多少関心がある	397	2.5	38.0	37.3	16.4	4.5	1.3	**7.1**
	どちらとも言えない	126	3.2	32.5	34.1	15.9	6.3	7.9	**7.7**
	関心がない－計	130	7.7	15.4	17.7	10.0	1.5	47.7	**6.6**
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	3.1	30.5	39.7	19.8	6.9	0.0	**7.7**
	多少、行きたくなった	496	2.6	31.3	37.5	23.2	5.0	0.4	**7.8**
	どちらとも言えない	205	4.4	33.2	38.0	13.2	4.9	6.3	**7.2**
	行きたくない－計	127	6.3	15.0	17.3	8.7	1.6	51.2	**6.5**

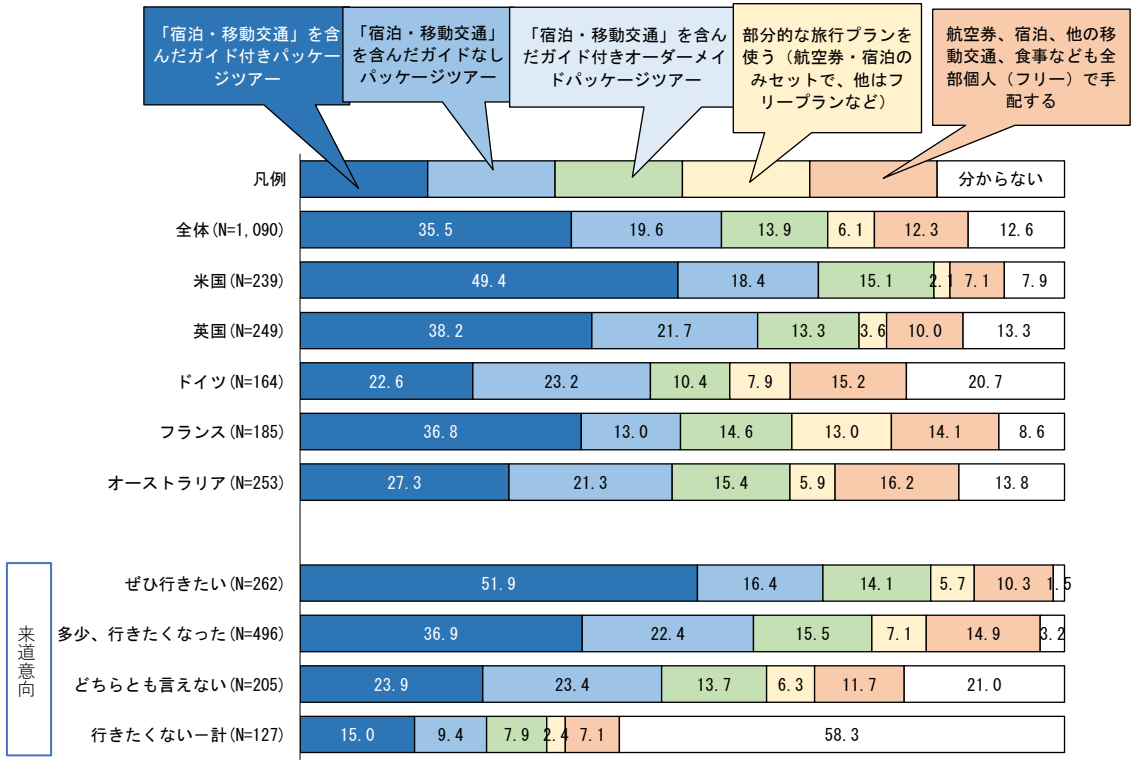
全体水準より５ポイント以上大きい

5　来道意向と旅の想定

④来道時の旅行スタイル

- 最多は「宿泊・移動交通を含んだガイド付きパッケージツアー」（35.5%）で、「宿泊・移動交通を含んだガイドなしパッケージツアー」（19.5%）と合わせると、半数近くがパッケージ旅行を選ぶ。
- 「宿泊・移動交通を含んだガイド付きオーダーメイドパッケージツアー」（19.6%）も2割と多いことは注目できる。
- その他、「航空券、宿泊、他の移動交通、食事なども全部個人（フリー）で手配する」（12.3%）のFITは1割強で、これに準ずる「部分的な旅行プランを使う（航空券・宿泊のみセットで、他はフリープランなど）」（6.1%）を合わせると２割近くが自由度の高い旅となる。
- なお、「宿泊・移動交通を含んだガイド付きオーダーメイドパッケージツアー」はどの国でも10～15%を占め、「航空券、宿泊、他の移動交通、食事なども全部個人（フリー）で手配する」はドイツ、フランス、オーストラリアなどで15%前後と多い。

■来道時の旅行スタイル



■来道時の旅行スタイル

(%)		サンプル数	「宿泊・移動交通」を含んだガイド付きパッケージツアー	「宿泊・移動交通」を含んだガイドなしパッケージツアー	「宿泊・移動交通」を含んだガイド付きオーダーメイドパッケージツアー	部分的な旅行プラン（航空券・宿泊のみセットで、他はフリープランなど）	航空券、宿泊、他の移動交通、食事なども全部個人（フリー）で手配する	分からない
全体		1,090	35.5	19.6	13.9	6.1	12.3	12.6
居住国	米国	239	49.4	18.4	15.1	2.1	7.1	7.9
	英国	249	38.2	21.7	13.3	3.6	10.0	13.3
	ドイツ	164	22.6	23.2	10.4	7.9	15.2	20.7
	フランス	185	36.8	13.0	14.6	13.0	14.1	8.6
	オーストラリア	253	27.3	21.3	15.4	5.9	16.2	13.8
北海道	とても関心がある	437	46.0	17.4	15.1	5.9	12.6	3.0
	多少関心がある	397	34.3	26.2	13.9	7.1	13.4	5.3
	どちらとも言えない	126	21.4	20.6	17.5	4.0	11.1	25.4
	関心がない－計	130	17.7	6.2	6.9	5.4	9.2	54.6
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	51.9	16.4	14.1	5.7	10.3	1.5
	多少、行きたくなった	496	36.9	22.4	15.5	7.1	14.9	3.2
	どちらとも言えない	205	23.9	23.4	13.7	6.3	11.7	21.0
	行きたくない－計	127	15.0	9.4	7.9	2.4	7.1	58.3

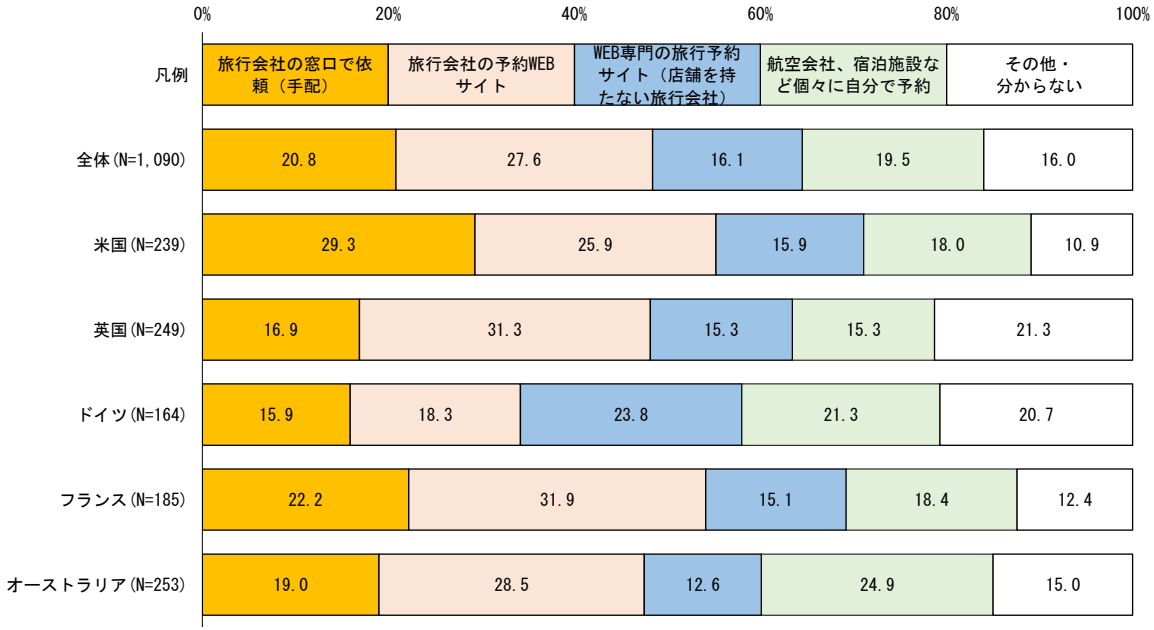
全体水準より５ポイント以上大きい

5　来道意向と旅の想定

⑤来道時の旅行手配方法

- 最多は「旅行会社の予約WEBサイト」（27.6%）で、「旅行会社の窓口で依頼（手配）」（20.8%）が次ぐが、OTA（「WEB専門の旅行予約サイト（店舗を持たない旅行会社）」（16.1%））も2割に迫っている。
- また、「航空会社、宿泊施設など個々に自分で予約」（19.5%）も２割近くに上っている。
- 「航空会社、宿泊施設など個々に自分で予約」はオーストラリアで多く、米国、ドイツ、フランスでも２割前後を占める。また、OTA（「WEB専門の旅行予約サイト（店舗を持たない旅行会社）」）利用はドイツで23.8%と他国よりかなり多い。

■来道時の旅行手配方法



■来道時の旅行手配方法

(%)		サンプル数	旅行会社の窓口で依頼（手配）	旅行会社の予約WEBサイト	WEB専門の旅行予約サイト（店舗を持たない旅行会社）	航空会社、宿泊施設など個々に自分で予約	その他・分からない
全体		1,090	20.8	27.6	16.1	19.5	16.0
居住国	米国	239	29.3	25.9	15.9	18.0	10.9
	英国	249	16.9	31.3	15.3	15.3	21.3
	ドイツ	164	15.9	18.3	23.8	21.3	20.7
	フランス	185	22.2	31.9	15.1	18.4	12.4
	オーストラリア	253	19.0	28.5	12.6	24.9	15.0
北海道	とても関心がある	437	30.7	27.2	15.6	21.1	5.5
	多少関心がある	397	15.6	33.5	18.6	21.2	11.1
	どちらとも言えない	126	14.3	23.8	19.0	15.9	27.0
	関心がない－計	130	10.0	14.6	6.9	13.1	55.4
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	38.2	26.7	14.9	16.4	3.8
	多少、行きたくなった	496	17.9	32.9	17.1	24.0	8.1
	どちらとも言えない	205	12.7	25.4	18.5	17.1	26.3
	行きたくない－計	127	9.4	12.6	10.2	12.6	55.1

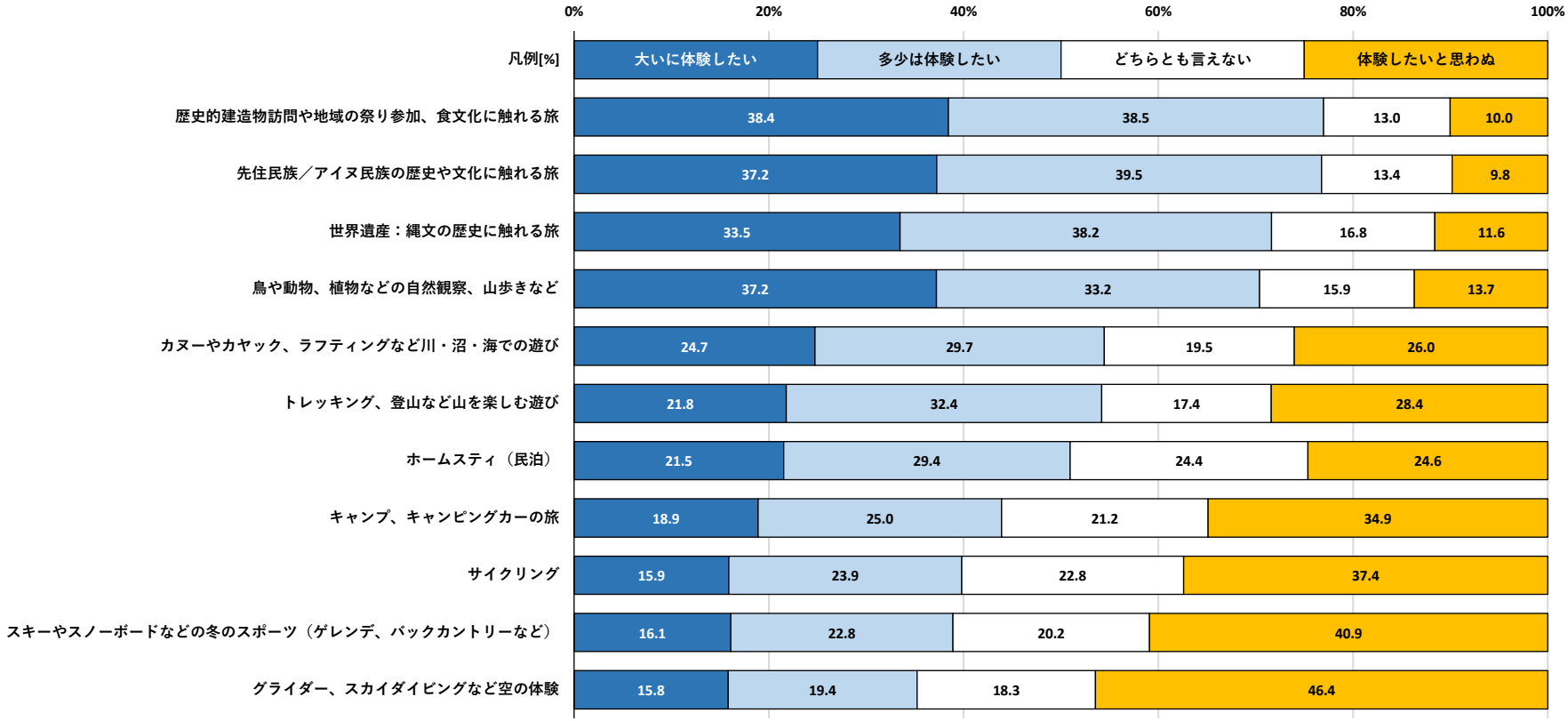
全体水準より５ポイント以上大きい

5　来道意向と旅の想定

⑥来道時の体験意向

- 北海道での旅の主テーマごとの体験意向を『大いに体験したい＋多少は体験したい』の合計割合でみると、最多は「歴史的建造物訪問、地域の祭り参加、食文化に触れる」（76.9％）で、これに「先住民族／アイヌ民族の歴史・文化に触れる旅」（76.7％）も拮抗し、「世界遺産：縄文の歴史に触れる旅」（71.7％）が次ぐ。
- また、「鳥や動物、植物などの自然観察、山歩き」（70.4》が最大で、「カヌーやカヤック、ラフティングなど川・湖沼・海での遊び」（54.4％）、「トレッキング、登山など山を楽しむ遊び」（54.2％）よりかなり大きい。

■来道時の体験意向　（※「大いに体験したい」の出現率順に並び換えてある）

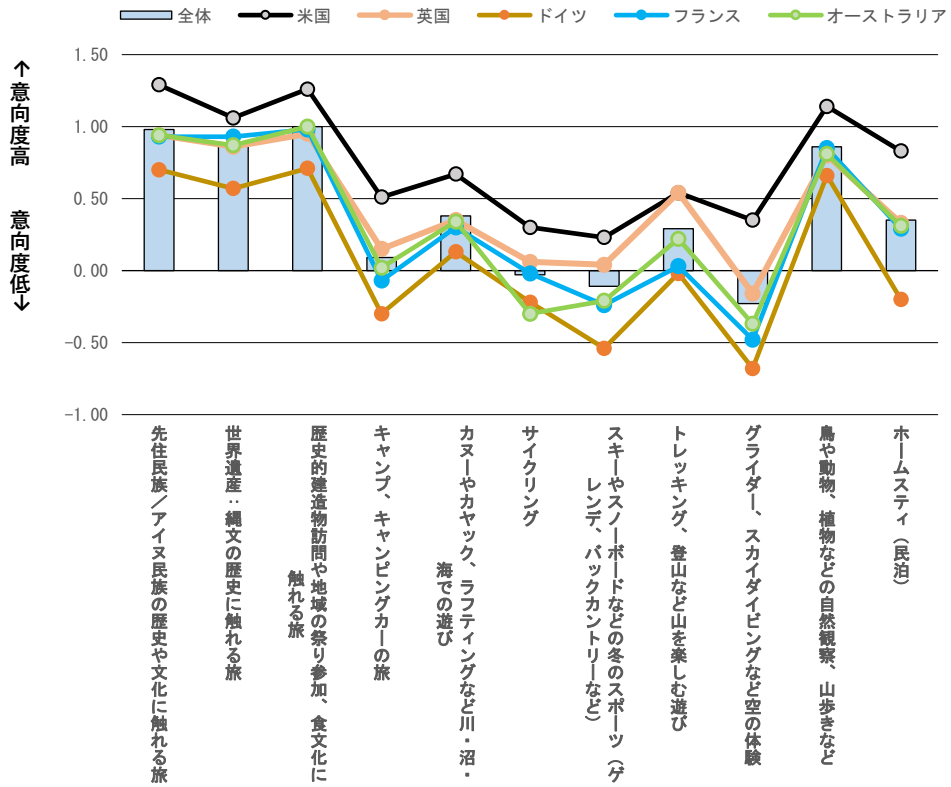


5　来道意向と旅の想定

- 下図・表は北海道での体験意向度をスコアで表したものであるが、米国では全般にアウトドア系の体験意向度が大きく、ドイツは全般に関心が低いことが分かる
- 個別にみると「鳥や動物、植物などの自然観察、山歩き」は米国、フランス、オーストラリアで体験意向が大きく、「トレッキング、登山など山を楽しむ遊び」は米国、英国で関心を持つ。

- 北海道に強い関心を持つ、来道意向が強い層では「先住民族：アイヌ民族の歴史・文化に触れる」への関心が特に大きい。

■来道時の体験意向



■来道時の体験意向度スコア

		サンプル数	先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅	世界遺産：縄文の歴史に触れる旅	歴史的建造物訪問や地域の祭り参加、食文化に触れる旅	キャンプ、キャンピングカーの旅	カヌーやカヤック、ラフティングなど川・沼・海での遊び	サイクリング	スキーやスノーボードなどの冬のスポーツ（ゲレンデ、バックカントリーなど）	トレッキング、登山など山を楽しむ遊び	グライダー、スカイダイビングなど空の体験	鳥や動物、植物などの自然観察、山歩きなど	ホームステイ（民泊）
		（スコア）											
全体		1,090	0.98	0.88	1.00	0.09	0.38	-0.03	-0.11	0.29	-0.23	0.86	0.35
居住国	米国	239	1.29	1.06	1.26	0.51	0.67	0.30	0.23	0.54	0.35	1.14	0.83
	英国	249	0.94	0.86	0.95	0.15	0.35	0.06	0.04	0.54	-0.16	0.80	0.33
	ドイツ	164	0.70	0.57	0.71	-0.30	0.13	-0.22	-0.54	-0.02	-0.68	0.66	-0.20
	フランス	185	0.93	0.93	0.98	-0.07	0.30	-0.02	-0.24	0.03	-0.48	0.85	0.29
	オーストラリア	253	0.94	0.87	1.00	0.02	0.34	-0.30	-0.21	0.22	-0.37	0.81	0.31
北海道	とても関心がある	437	1.56	1.43	1.51	0.71	0.99	0.49	0.40	0.86	0.33	1.39	0.93
	多少関心がある	397	1.02	0.92	1.05	-0.10	0.22	-0.20	-0.25	0.20	-0.41	0.82	0.21
	どちらとも言えない	126	0.52	0.40	0.60	-0.29	0.08	-0.32	-0.42	-0.12	-0.54	0.44	0.09
	関心がない－計	130	-0.66	-0.65	-0.48	-1.00	-0.90	-0.93	-1.12	-0.92	-1.25	-0.35	-0.93
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	1.70	1.52	1.63	1.05	1.25	0.82	0.80	1.13	0.69	1.52	1.15
	多少、行きたくなった	496	1.18	1.09	1.18	0.10	0.47	-0.03	-0.11	0.41	-0.21	1.04	0.45
	どちらとも言えない	205	0.56	0.43	0.65	-0.49	-0.11	-0.45	-0.60	-0.15	-0.83	0.38	-0.14
	行きたくない－計	127	-0.59	-0.57	-0.47	-0.97	-0.97	-1.08	-1.21	-1.17	-1.24	-0.40	-0.89

5　来道意向と旅の想定

■来道時の体験意向

(%)		サンプル数	先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅			世界遺産：縄文の歴史に触れる旅			歴史的建造物訪問や地域の祭り参加、食文化に触れる旅			キャンプ、キャンピングカーの旅			カヌーやカヤック、ラフティングなど川・沼・海での遊び			サイクリング		
			体験したい	どちらでも	体験したくない	体験したい	どちらでも	体験したくない	体験したい	どちらでも	体験したくない	体験したい	どちらでも	体験したくない	体験したい	どちらでも	体験したくない	体験したい	どちらでも	体験したくない
全体		1,090	76.7	13.4	9.8	71.7	16.8	11.6	76.9	13.0	10.0	43.9	21.2	34.9	54.4	19.5	26.0	39.8	22.8	37.4
居住国	米国	239	83.2	9.6	7.1	76.6	13.0	10.4	82.0	10.5	7.5	59.0	13.8	27.2	64.0	11.7	24.3	51.0	15.1	33.8
	英国	249	75.5	14.9	9.6	71.9	16.9	11.2	75.1	15.3	9.6	43.8	24.5	31.8	52.6	22.1	25.3	43.4	23.7	32.9
	ドイツ	164	69.5	14.6	15.9	59.1	23.2	17.7	68.9	15.2	15.9	31.8	23.8	44.5	48.8	23.2	28.1	32.3	26.8	40.8
	フランス	185	77.8	13.5	8.6	75.7	14.1	10.3	78.4	13.0	8.6	38.9	23.8	37.3	52.5	20.5	27.0	38.9	28.6	32.4
	オーストラリア	253	75.9	14.6	9.5	71.9	18.2	9.9	78.3	11.9	9.8	41.1	21.3	37.6	52.2	21.3	26.5	30.9	22.5	46.6
北海道	とても関心がある	437	94.9	3.7	1.3	90.4	5.9	3.7	93.2	4.1	2.7	63.9	16.2	19.9	72.7	13.7	13.5	56.1	19.7	24.2
	多少関心がある	397	81.3	14.4	4.3	75.0	18.6	6.3	80.9	13.6	5.6	35.7	25.4	38.8	50.7	21.7	27.7	34.2	23.4	42.3
	どちらとも言えない	126	54.8	31.7	13.5	46.0	40.5	13.5	59.6	30.2	10.4	31.7	24.6	43.6	38.9	35.7	25.4	27.7	28.6	43.6
	関心がない－計	130	23.1	25.4	51.5	23.1	24.6	52.3	27.7	24.6	47.7	13.1	21.5	65.4	19.2	16.9	63.8	13.1	26.2	60.8
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	95.8	2.3	1.9	93.1	2.3	4.6	94.3	3.1	2.7	74.5	12.2	13.4	80.9	11.1	8.0	66.4	15.3	18.4
	多少、行きたくなった	496	87.5	9.9	2.6	81.3	15.3	3.4	85.7	9.9	4.4	43.0	24.6	32.5	57.5	21.2	21.4	39.3	24.4	36.3
	どちらとも言えない	205	57.0	32.2	10.7	48.8	34.6	16.6	63.5	25.9	10.8	24.9	24.9	50.3	37.6	25.9	36.6	24.4	28.3	47.3
	行きたくない－計	127	27.6	19.7	52.7	26.8	23.6	49.6	29.1	25.2	45.7	14.9	20.5	64.6	14.9	20.5	64.6	11.1	23.6	65.3

(%)		サンプル数	スキーやスノーボードなどの冬のスポーツ（ゲレンデ、バックカントリーなど）			トレッキング、登山など山を楽しむ遊び			グライダー、スカイダイビングなど空の体験			鳥や動物、植物などの自然観察、山歩きなど			ホームスティ（民泊）		
			体験したい	どちらでも	体験したくない	体験したい	どちらでも	体験したくない	体験したい	どちらでも	体験したくない	体験したい	どちらでも	体験したくない	体験したい	どちらでも	体験したくない
全体		1,090	38.9	20.2	40.9	54.2	17.4	28.4	35.2	18.3	46.4	70.4	15.9	13.7	50.9	24.4	24.6
居住国	米国	239	49.4	15.5	35.2	61.1	14.2	24.7	54.8	11.3	33.9	79.1	12.6	8.4	66.9	18.8	14.2
	英国	249	42.6	21.7	35.8	63.1	15.3	21.6	35.8	20.9	43.4	69.8	14.9	15.2	50.6	24.5	24.9
	ドイツ	164	24.4	26.8	48.8	42.1	26.2	31.7	20.2	22.0	58.0	61.6	18.9	19.5	31.7	28.0	40.3
	フランス	185	36.7	17.8	45.4	49.2	14.1	36.8	27.6	20.0	52.4	70.3	17.8	11.9	51.3	24.3	24.4
	オーストラリア	253	36.4	20.6	43.1	50.6	19.4	30.1	31.7	19.0	49.4	68.4	16.6	15.0	48.3	27.3	24.5
北海道	とても関心がある	437	53.1	18.3	28.6	73.0	10.8	16.3	51.5	16.5	32.0	87.2	7.8	5.0	70.0	19.2	10.8
	多少関心がある	397	36.3	20.7	43.0	51.7	19.4	29.0	30.5	18.9	50.7	69.5	18.1	12.3	45.8	26.7	27.5
	どちらとも言えない	126	23.9	31.0	45.2	34.9	32.5	32.5	19.9	29.4	50.8	54.0	29.4	16.6	38.9	35.7	25.4
	関心がない－計	130	13.8	14.6	71.6	17.7	19.2	63.1	10.0	12.3	77.7	32.3	23.1	44.6	13.9	23.8	62.3
北海道旅行	ぜひ行きたい	262	68.3	12.2	19.4	80.2	8.8	11.1	62.6	14.5	22.9	90.8	5.3	3.8	78.7	12.6	8.8
	多少、行きたくなった	496	37.3	23.2	39.6	59.0	17.1	23.8	36.1	18.8	45.2	78.2	12.9	8.9	52.4	28.2	19.3
	どちらとも言えない	205	23.4	23.4	53.1	36.6	27.8	35.6	14.6	23.4	61.9	48.3	32.7	19.1	34.7	30.7	34.6
	行きたくない－計	127	9.5	19.7	70.8	10.3	19.7	70.1	8.7	16.5	74.8	33.1	22.0	44.9	14.2	23.6	62.2

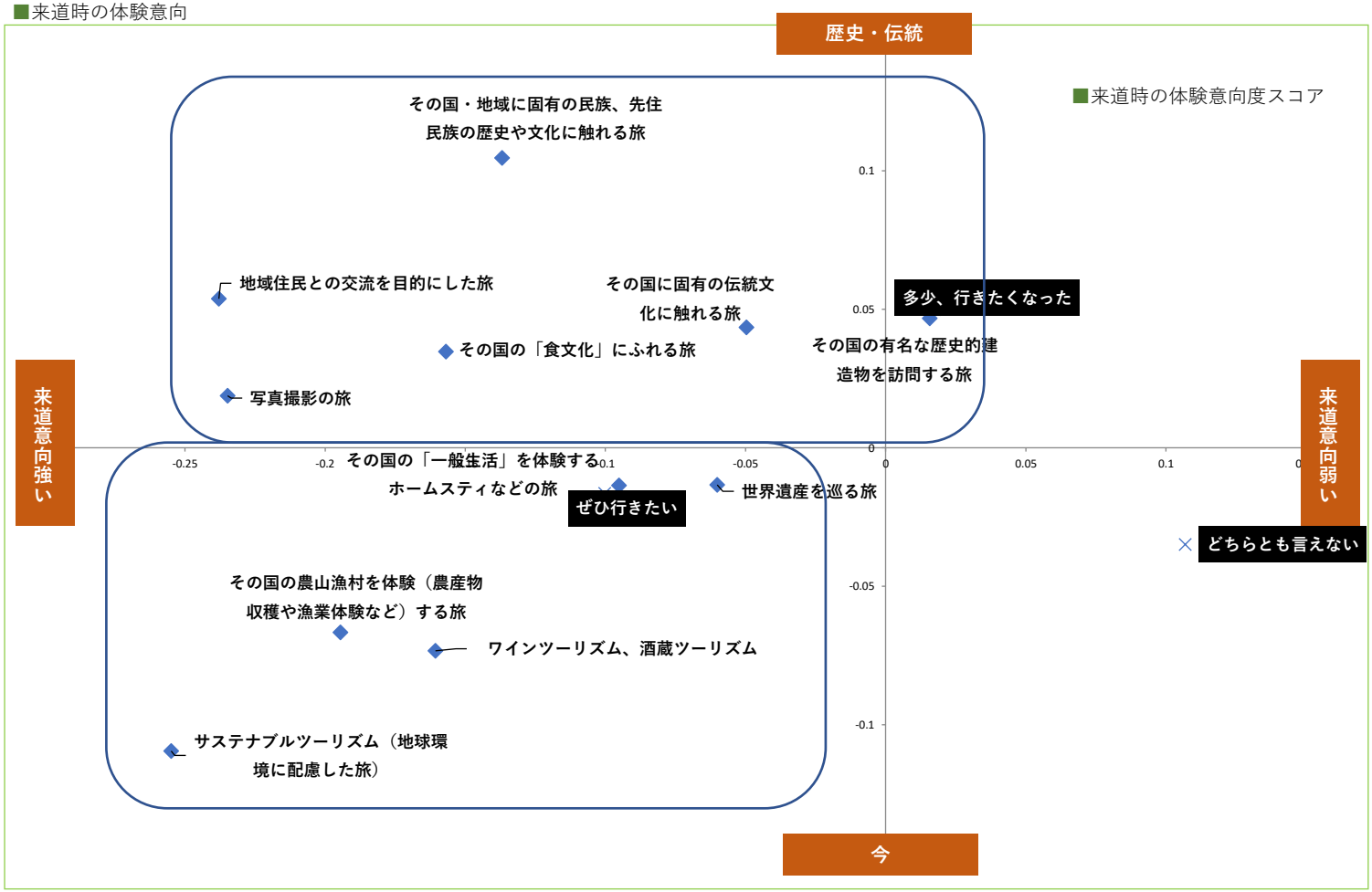
Ⅳ　ATモデルコースの造成

1　欧米豪におけるAT意識調査からのターゲット分析

（1）来道意向度と「関心がある旅のスタイル」の関係

- 下図は、来道意向の度合いと、関心をもつ旅のスタイル（目的）の関係をコレスポンデンス分析*で表したものである。
- 最も来道意向の強い層では《一般生活を体験するホームスティ》《世界遺産を巡る》《農山村漁村体験》《ワインツーリズム》《サステナブルツアー》など“今の体験”志向と結びつく。
- これより弱い来道意向層では《歴史的建造物》《食文化》《伝統文化》《地域住民との交流》《固有の民族、先住民族の歴史・文化体験》などと結びつくが、全般に歴史や伝統性などを重視する“従来型観光”の要素が強い。

■来道時の体験意向



1　欧米豪におけるAT意識調査からのターゲット分析

（2）クラスター分析によるターゲット分類

1）クラスター分析の手順

- 欧米豪5か国調査での回答全1,090サンプルから「北海道に関心がない・来道意向がない」のいずれかに該当するサンプル（176サンプル）を除外した914サンプルを用いて、《Q28 北海道での旅の体験意向度　11問》と《Q17 北海道の特性関心度　6問》の計17問の回答を基に、そのクラスター構造を解析した。

  Step-1　クラスター分析（非階層 k-means法）により４つのクラスターを抽出。

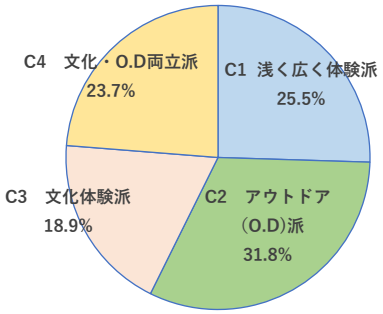
  Step-2　Step1のクラスター化（k-means法）によって全914サンプルに与えられた各クラスター各中心からの距離得点を基に、各クラスターの構造を樹形図（変数分類ウォード法）で表現。

  Step-3　全914サンプル個々の所属クラスターを表側とするクロス集計を行い、各クラスターの特性を分析した。

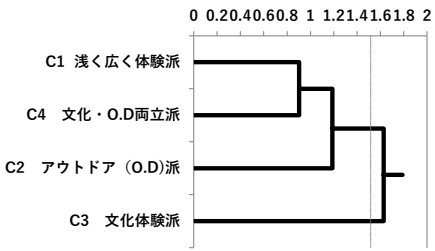
2）クラスター化の結果

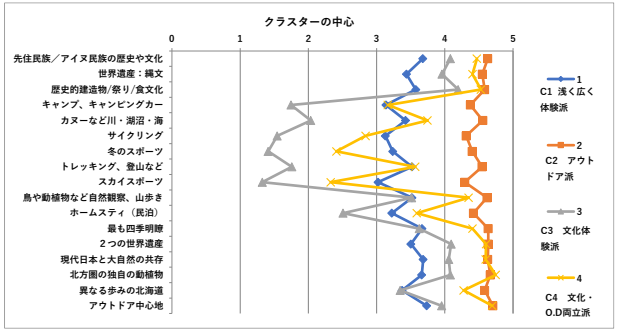
- クラスター分析により４つのクラスターを析出した。各クラスターの特性は次頁以下で示すが、最も多いのは「C2 アウトドア派」（構成比31.8%）で、これに「C1 浅く広く体験派」（25.5%）、「C4 文化・アウトドア両立派」（23.7%）が次ぐ。

クラスターの構成



樹形図





クラスター	構成比	特　徴
C-1 浅く広く体験派	26%	若者中心で文化もODも体験したいが、予算が限られ、広く浅くになる（来道意向弱い）　*英・独・豪に多い（米は少ない）*
C-2 アウトドア派	32%	収入の裏付けがあり、自然と触れ合う旅の志向が強く、サステナブルツアーにも関心（北海道への関心、来道意向とも最大） *米・英に多い（独はやや少ない）*
C-3 文化体験派	19%	異国の文化・芸術などへの関心が強く、アイヌ文化にも注目（来道意向は中程度）　*FITが多く*　*各国に安定して2割（やや独・仏で多い）*
C-4 文化・O.D両立派	24%	文化・芸術などへの関心が強いが、野生動植物ウォッチングなどＯＤにも関心。ユニーク体験志向。（来道意向は強弱が混在）　*独・仏・豪に多い*

1　欧米豪におけるAT意識調査からのターゲット分析

2）各クラスターの属性的特徴

- 【C1浅く広く体験派】は英国に多く、若い世代が多い。趣味等に充てる額も最少で海外旅行頻度も少ない。
- 【C2アウトドア派】は米国に多く、30代が中心。趣味等に充てる額は年間80万円ほどで最多。海外旅行でのアウトドアアクティビティ経験も多く、海外旅行頻度も多い。
- 【C3文化体験派】各国に2割前後居る。女性が多く、50代以上の中高齢層で、趣味等に充てる額は年間60万円ほどとアウトドア派に次いで多い。海外では美術館・博物館などを訪れるが、海外旅行頻度は少ない。
- 【C4 文化・アウトドア両立派】ドイツやフランスに多く、女性・高齢層に多い。海外では美術館・博物館などを訪れるが、アウトドア型体験も3割以上が行っている。趣味等に充てる額は年間50万円ほどで中間的で、海外旅行頻度は多いとは言えない。

■各国のクラスター構成比

%	C1 浅く広く体験派	C2 アウトドア派	C3 文化体験派	C4 文化・O.D両立派
全体	25.5	31.8	18.9	23.7
米国	16.4	50.5	17.3	15.9
英国	31.6	32.6	16.3	19.5
ドイツ	29.9	16.5	21.3	32.3
フランス	24.0	24.7	21.9	29.5
ｵｰｽﾄﾗﾘｱ	26.9	26.4	19.8	26.9

■各クラスターの属性

(%)		サンプル数	性別 男性	性別 女性	年代 18～29歳	年代 30代	年代 40代	年代 50代	年代 60代以上	職業 会社員・公務員・団体職員	職業 会社役員・医師・弁護士など	職業 自営・自由業	職業 農林漁業	職業 他の有職者	職業 学生	職業 主婦（専業）	職業 その他
全体		914	48.4	51.6	16.3	25.3	24.2	19.2	15.0	45.4	9.3	10.8	1.1	10.3	2.8	6.1	14.1
クラスター	C1 浅く広く体験派	233	51.6	48.4	23.2	26.6	26.2	16.7	7.3	44.6	9.4	14.6	1.7	12.9	4.3	5.6	6.9
	C2 アウトドア派	291	59.7	40.2	21.3	35.7	27.2	13.0	2.7	48.1	13.7	12.4	0.3	9.6	3.4	4.8	7.6
	C3 文化体験派	173	32.3	67.7	5.2	6.4	21.4	30.6	36.4	32.9	6.4	6.4	1.7	8.1	0.6	11.0	32.9
	C4 文化・O.D両立派	217	42.3	57.6	11.1	24.8	20.7	20.7	22.6	52.5	5.5	8.3	0.9	10.1	2.3	4.6	15.7

(%)		サンプル数	年収 未満800万円	年収 800～990万円	年収 990～1400万円	年収 1400～1950万円	年収 2000万円超	年収 答えない	趣味等に費消する金額（1人年間） 5万円未満	5～10万円未満	10～30万円未満	30～50万円未満	50～100万円未満	100万円以上	平均（万円）
全体		914	46.2	18.7	15.1	6.9	8.9	4.3	18.6	12.8	23.6	13.5	18.6	12.9	59.4
クラスター	C1 浅く広く体験派	233	48.5	21.0	12.4	5.6	8.1	4.3	22.7	13.3	25.8	12.0	16.3	9.9	44.0
	C2 アウトドア派	291	30.2	17.5	21.0	9.6	18.3	3.4	21.3	10.7	21.3	12.7	18.9	15.1	79.2
	C3 文化体験派	173	63.6	12.7	12.1	2.3	1.8	7.5	18.5	13.3	22.5	15.6	15.0	15.0	58.7
	C4 文化・O.D両立派	217	51.2	22.6	12.4	8.3	2.8	2.8	10.6	14.7	25.3	14.3	23.5	11.5	49.9

全体水準より5ポイント以上大きい

■各クラスター海外旅行傾向

(%)		サンプル数	過去5年間に1回以上海外旅行に行った	海外旅行は自分で計画する	世界遺産の見分を主目的にした旅行経験がある	海外旅行では平均的に6泊以上する	海外旅行で「自然の中での体験」や「野生動植物にしウオッチング」を目的にしたことがある	海外旅行で美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をすることを目的にしたことがある	海外旅行で「アウトドア・アクティビティ／キャンプ」を目的にしたことがある	海外旅行でガイド付きの「アウトドア・アクティビティ」を体験したことがある	どれもあてはまらない
全体		914	72.1	58.0	41.5	67.3	38.9	51.5	37.0	29.4	0.0
クラスター	C1 浅く広く体験派	233	69.5	59.2	29.2	63.9	33.0	45.9	36.9	27.9	0.0
	C2 アウトドア派	291	73.9	58.8	47.8	63.6	50.2	45.7	52.9	41.9	0.0
	C3 文化体験派	173	68.2	49.7	43.9	71.1	25.4	62.4	15.6	9.2	0.0
	C4 文化・O.D両立派	217	75.6	62.2	44.2	72.8	41.0	56.7	32.7	30.4	0.0

全体水準より5ポイント以上大きい

■各クラスターの海外旅行頻度

(%)		サンプル数	年に5回以上	年に2～4回	年に1回	数年に1回程度	今までに行ったことがない
全体		914	10.8	44.0	25.9	18.2	1.1
クラスター	C1 浅く広く体験派	233	7.3	45.9	29.2	16.3	1.3
	C2 アウトドア派	291	23.7	50.9	13.7	11.0	0.7
	C3 文化体験派	173	4.6	31.8	31.8	30.6	1.2
	C4 文化・O.D両立派	217	2.3	42.4	34.1	19.8	1.4

全体水準より5ポイント以上大きい

1　欧米豪におけるAT意識調査からのターゲット分析

3）各クラスターの海外旅行の特徴

- 《同伴パターン》には各クラスターとも差異はない。
- 《旅行予算》大きな差異はないが、【C2アウトドア派】は1割以上が「80万円超」（14.4%）という点で高額である。
- 《宿泊数・宿泊施設》【C3文化体験派】が比較的滞在型の傾向を持っており、「リーズナブルなビジネスホテルタイプ」利用が多い。また、【C2アウトドア派】は「その国では高級と言われるホテル」（21.6%）が多い等、意外に“高級志向”を持つ。
- 《海外旅行での期待》【C2アウトドア派】は「新しい娯楽やスリル」や「食、健康づくり」への関心が高い。【C3文化体験派】と【C4 文化・アウトドア両立派】では「ユニークや学び」がキーワードになる。
- 《関心のある旅のスタイル》「食」に最も関心を持つのは【C2アウトドア派】で、この層は「ワインツーリズム」や「写真撮影」など関心分野が幅広い。【C4 文化・アウトドア両立派】も幅広いが“歴史・伝統”というキーワードに反応しやすい。【C3文化体験派】も「歴史的」に関心をもつ。

■各クラスター旅行スタイル

(%)		サンプル数	海外旅行の同伴パターン					海外旅行予算（1人1回）										海外旅行時の宿泊数（通常）							
			一人で	ご夫婦・パートナーと二人で	お子さまなど家族で	親戚、知人などと	その他	15万円未満	円15～19万	円20～29万	円30～39万	円40～49万	円50～59万	円60～69万	円70～79万	80万円超	分からない	3泊以下	4～5泊	6～7泊	8～10泊	11～14泊	15～19泊	20泊超	分からない
全体		914	17.0	39.6	30.5	12.3	0.7	13.1	14.8	18.1	12.9	11.8	7.7	5.1	4.5	8.0	4.0	2.6	14.3	29.0	19.5	19.4	6.3	7.6	1.2
クラスター	C1　浅く広く体験派	233	15.9	39.9	32.2	11.6	0.4	16.3	14.6	22.3	12.0	11.6	9.0	4.3	2.6	3.0	4.3	3.0	12.9	33.0	20.6	20.2	4.3	5.6	0.4
	C2　アウトドア派	291	17.2	37.1	34.0	11.3	0.3	7.2	14.1	15.1	14.4	12.4	7.6	5.8	7.2	14.4	1.7	5.2	18.6	29.2	16.2	15.8	6.9	5.8	2.4
	C3　文化体験派	173	16.2	44.5	23.7	14.5	1.2	15.0	13.9	19.1	10.4	13.9	5.2	4.0	4.0	5.2	9.2	1.2	6.9	27.7	22.0	24.9	6.4	10.4	0.6
	C4　文化・O.D両立派	217	18.4	38.7	29.5	12.4	0.9	16.1	16.6	16.6	13.8	9.7	8.3	6.0	3.2	6.9	2.8	0.0	16.1	25.3	20.7	18.9	7.8	10.2	0.9

全体水準より５ポイント以上大きい

■各クラスターの関心ごとなど

(%)		サンプル数	海外旅行での宿泊施設							海外旅行で期待すること										関心や興味を持ってるたびのスタイル									
			世界的なブランドのホテル	その国では高級と言われるホテル	比較的リーズナブルなビジネスタイプホテル	安価なユースホステルやゲストハウス	Airbnbなど現地で有料で借りる家・アパート	ホームステイ（一般家庭）・ファームステイ（農泊）	その他	旅を通じて自分自身を変えられる（向上）	視野、視点の広がり	学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）	その国・地域の自然に接する	健全な精神を養う	新しい娯楽やスリルを体験する	人と知り合う、交流する	食や身体を動かすことで健康づくりに役立つこと	ユニークな体験ができること	旅全体に有意義なストーリーを感じられること	特にない	その国の「食文化」にふれる旅	その国に固有の伝統文化に触れる旅	ワインツーリズム、酒蔵ツーリズム	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	その国・地域に固有の民族、先住民族の歴史や文化に触れる旅	その国の有名な歴史的建造物を訪問する旅	世界遺産を巡る旅	写真撮影の旅	その国の農山漁村を体験（農産物収穫や漁業体験など）する旅	地域住民との交流を目的にした旅	その国の「一般生活」を体験するホームステイなどの旅	この中には特にない
全体		914	24.0	12.9	30.7	13.1	13.0	2.0	4.3	37.0	56.2	63.0	41.9	22.0	30.4	33.6	20.2	53.1	22.4	0.7	47.5	60.3	19.4	24.6	41.1	45.5	24.5	16.7	23.4	23.3	22.4	3.1
クラスター	C1　浅く広く体験派	233	19.3	15.0	30.5	15.0	13.7	3.4	3.0	26.6	43.8	48.9	33.9	16.3	25.3	23.2	15.0	45.9	13.7	1.3	39.9	46.4	17.6	19.7	32.6	31.8	17.6	13.3	17.6	12.4	18.9	5.6
	C2　アウトドア派	291	24.1	21.6	23.0	12.0	15.1	1.7	2.4	58.4	53.3	61.2	41.2	29.2	36.4	34.0	29.2	44.7	25.1	0.0	60.5	62.2	26.5	39.2	44.0	34.7	25.1	23.4	32.0	29.9	25.1	1.0
	C3　文化体験派	173	28.3	6.4	40.5	11.0	5.8	1.2	6.9	19.1	61.3	71.1	41.0	13.3	26.0	35.3	11.6	62.4	23.7	1.2	37.0	65.3	12.7	12.1	39.3	63.6	26.6	13.9	13.3	19.7	15.0	6.4
	C4　文化・O.D両立派	217	25.3	4.1	33.6	14.3	15.2	1.4	6.0	33.6	69.6	74.2	52.1	25.3	31.3	42.9	20.7	64.5	27.2	0.5	46.5	68.7	17.1	20.3	47.9	60.4	29.5	13.8	26.3	29.0	28.6	0.5

全体水準より５ポイント以上大きい

1　欧米豪におけるAT意識調査からのターゲット分析

4）各クラスターの北海道への関心

- 《来道意向度》は【C2アウトドア派】と【C4 文化・アウトドア両立派】で大きいが、「ぜひ行きたい」割合は【C2アウトドア派】が最大。
- 《来道想定時期》最も来道意向が強い【C2アウトドア派】で「夏、紅葉期、冬」が多く、特に2割が「冬」を挙げる。
- 《予算》予算は各クラスターで大差ないが、【C2アウトドア派】は「80万円超」が２割で、相対的に高額層。
- 《宿泊数》【C1浅く広く体験派】でやや少ない（平均6.7泊）が、他のクラスターは概ね8泊前後で共通。
- 《北海道の着目点》【C2アウトドア派】と【C4 文化・アウトドア両立派】は「日本のアウトドア・アクティビティの中心地」に強く反するが、留意したいのは【C3文化体験派】が「日本の伝統、歴史と異なる歩みの北海道」に関心が低いことで、伝統的な「日本」への期待する層は離反する可能性もあり得る。
- 《北海道で実現したい旅》各クラスターとも「アイヌ文化、世界遺産・縄文、歴史的建造物・祭・食」への関心度が高い。これに加えて【C2アウトドア派】はアウトドア・アクティビティに反応する。

■各クラスターの来道意向など

(%)		サンプル数	来道意向割合				来道したい季節								来道時の予算（1人）										来道時の宿泊数						
			ぜひ行きたい	多少、行きたくなった	来道意向割合	どちらとも言えない	北海道の春（3～5月）	北海道の初夏（6～7月）	北海道の夏（8月）	北海道の初秋（9月）	北海道の紅葉期（10～11月）	北海道の冬（12～2月）	行けるならいつでも良い	特に考えていない	15万円未満	15～19万円	20～29万円	30～39万円	40～49万円	50～59万円	60～69万円	70～79万円	80万円超	分からない	1～2泊	3～5泊	6～9泊	10～14泊	15泊以上	無回答	平均（泊）
全体		914	28.4	53.5	81.9	18.1	34.8	32.2	23.3	21.9	17.0	10.4	7.9	7.4	7.0	9.8	17.3	14.0	14.7	8.6	5.9	4.3	10.2	8.2	3.0	31.8	38.7	20.4	5.6	0.5	7.7
クラスター	C1　浅く広く体験派	233	6.4	57.5	63.9	36.1	24.9	31.8	24.5	19.7	11.2	9.9	6.0	10.7	10.3	12.4	18.0	15.9	14.6	8.2	3.0	3.0	3.8	10.7	5.2	41.6	34.8	15.0	2.6	0.9	6.7
	C2　アウトドア派	291	58.8	38.5	97.3	2.7	39.2	33.0	33.0	26.8	23.4	18.2	8.6	2.4	4.1	7.9	17.2	12.7	13.1	8.6	9.6	5.2	19.2	2.4	3.8	32.0	38.1	18.6	7.2	0.3	7.7
	C3　文化体験派	173	9.2	56.1	65.3	34.7	37.6	30.1	13.3	19.1	14.5	2.9	5.2	16.8	6.4	9.8	16.2	12.1	15.0	9.2	4.6	3.5	6.4	16.8	1.7	27.7	42.8	20.8	6.4	0.6	8.0
	C4　文化・O.D両立派	217	26.7	67.3	94.0	6.0	37.3	33.2	17.1	19.8	16.6	6.5	11.1	3.2	7.8	9.7	17.5	15.2	16.6	8.8	5.1	5.1	7.8	6.5	0.5	24.4	40.6	28.1	6.0	0.5	8.4

全体水準より５ポイント以上大きい

■各クラスターの関心ごとなど

(ｽｺｱ)		サンプル数	関心度スコア						体験意向度スコア											体験意向率（大いにやりたい割合）　（%）										
			日本で最も四季が明瞭	2つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある	「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する	北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる	日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道	日本のアウトドア・アクティビティの中心地	先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅	世界遺産：縄文の歴史に触れる旅	歴史的建造物訪問や地域の祭り参加、食文化に触れる旅	キャンプ、キャンピングカーの旅	カヌーやカヤック、ラフティングなど川・沼・海での遊び	サイクリング	スキーやスノーボードなどの冬のスポーツ（ゲレンデ、バックカントリーなど）	トレッキング、登山など山を楽しむ遊び	グライダー、スカイダイビングなど空の体験	鳥や動物、植物などの自然観察、山歩きなど	ホームステイ（民泊）	先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅	世界遺産：縄文の歴史に触れる旅	歴史的建造物訪問や地域の祭り参加、食文化に触れる旅	キャンプ、キャンピングカーの旅	カヌーやカヤック、ラフティングなど川・沼・海での遊び	サイクリング	スキーやスノーボードなどの冬のスポーツ（ゲレンデ、バックカントリーなど）	トレッキング、登山など山を楽しむ遊び	グライダー、スカイダイビングなど空の体験	鳥や動物、植物などの自然観察、山歩きなど	ホームステイ（民泊）
全体		914	1.14	1.24	1.27	1.32	0.97	1.31	1.25	1.12	1.24	0.27	0.60	0.14	0.07	0.52	−0.06	1.07	0.56	43.0	38.7	44.0	21.2	28.1	18.2	18.5	25.2	17.8	42.2	24.6
クラスター	C1　浅く広く体験派	233	0.67	0.50	0.68	0.66	0.37	0.73	0.68	0.44	0.58	0.14	0.42	0.13	0.24	0.52	0.02	0.52	0.22	11.6	6.9	11.2	5.6	10.3	6.0	6.9	12.4	6.0	15.0	6.4
	C2　アウトドア派	291	1.64	1.64	1.63	1.67	1.58	1.70	1.63	1.55	1.58	1.37	1.56	1.31	1.40	1.55	1.29	1.62	1.42	67.4	60.5	63.9	52.2	61.5	49.1	52.2	60.1	49.8	66.0	54.0
	C3　文化体験派	173	0.62	1.09	1.06	1.08	0.35	0.95	1.08	0.96	1.20	−1.25	−0.97	−1.46	−1.59	−1.24	−1.68	0.51	−0.49	32.9	31.2	38.2	1.2	2.3	0.0	0.0	0.6	0.0	26.6	5.8
	C4　文化・O.D両立派	217	1.41	1.60	1.60	1.75	1.28	1.70	1.47	1.41	1.53	0.17	0.75	−0.16	−0.59	0.57	−0.67	1.35	0.59	52.1	49.8	57.1	12.4	23.0	4.1	0.5	11.5	1.8	52.1	19.8

全体水準より５ポイント以上大きい

1　欧米豪におけるAT意識調査からのターゲット分析

5）各クラスターの「北海道で体験したい」こと

- 【C1浅く広く体験派】特に他クラスターより大きくなるものはない。
- 【C2アウトドア派】は当然ながら各種のアウトドア・アクティビティへの体験意向は大きいが、「食文化」、「ワインツーリズム、酒蔵体験」、「木彫、楽器、文学」などの文化体験にも幅広く関心を持つことに留意が必要。
- 【C3文化体験派】は「先住民族／アイヌ文化」や「縄文」への関心が強い。また、「貸切クルージング」体験意向も他クラスターより多い。
- 【C4 文化・アウトドア両立派】は「ハイキング、トレッキング」や「貸切クルージング」体験意向が大きく、同時に「先住民族／アイヌ文化」や「縄文」へも関心を向ける。また、「一般生活体験」など地域文化への関心が強いのがこのクラスターの特徴である。

■各クラスターが「北海道で行ってみたい体験」

	(%)	サンプル数	北海道の「食文化」にふれる	ワインツーリズム、日本酒の酒蔵ツーリズム	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	先住民族＝アイヌ民族の歴史や文化に触れる／独自の食生活、楽器、舞踊体験	世界自然遺産（知床）でのトレイル（踏破）やクルージング	世界文化遺産（縄文遺跡群）での歴史・文化体験	写真撮影の旅	農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）	地域住民との交流	北海道の「一般生活」を体験するホームステイ	地域独自の料理作り	陶器・磁器・漆器づくり	木彫体験	日本伝統の楽器、舞踊体験	日本独自の文学（俳句、短歌）学習・体験	日本酒づくり体験	伝統衣装（和服など）を着る	北海道の祭りへの参加（雪まつり、舞踊イベントなど）	お茶、和食の作法体験など	短期の日本語学習
全体		914	63.3	25.5	33.7	64.3	40.4	45.7	22.5	32.6	27.0	30.0	30.7	16.5	12.7	25.5	17.2	20.1	24.9	35.1	34.5	13.9
クラスター	C1　浅く広く体験派	233	47.6	24.0	21.5	49.4	25.3	27.0	18.5	24.5	15.0	18.5	24.0	8.2	5.6	15.5	9.4	12.0	14.6	24.5	25.8	7.7
	C2　アウトドア派	291	70.4	35.1	48.1	63.2	40.9	48.5	28.5	38.8	30.2	30.2	29.2	21.0	20.6	31.3	27.1	25.1	28.5	38.5	34.0	19.2
	C3　文化体験派	173	62.4	15.6	22.0	71.1	43.9	54.9	20.2	23.1	27.7	30.6	28.3	15.0	7.5	22.5	7.5	16.8	28.3	30.1	37.0	9.8
	C4　文化・O.D両立派	217	71.4	22.1	36.9	76.5	53.0	54.8	20.7	40.6	35.0	41.5	41.9	20.7	13.8	30.9	19.8	24.9	28.6	46.1	42.4	16.6

	(%)	サンプル数	キャンプ、キャンピングカー	グランピング、アウトドア型サウナ	ハイキング、トレッキング、山登り	マウンテンバイク、ロードバイク（自転車）	グライダー、スカイダイビング	カヌー、SUP、カヤック（川・湖）、ラフティング、ダイビング	渓流での釣り	海での釣り	サーフィン、シーカヤック	ヨット、ボート（自分で操縦）	貸切でのクルージング（小型船）	スキー、スノーシュー	バックカントリー（スキー、スノボ）	乗馬	野生動物観察（バードウォッチングなど）	希少植物観察
全体		914	32.8	29.8	44.6	22.0	12.3	20.9	21.6	15.0	10.2	21.8	29.3	14.3	14.0	20.8	42.7	26.5
クラスター	C1　浅く広く体験派	233	29.2	24.5	41.6	18.9	14.2	18.5	15.5	13.3	8.2	18.5	18.9	10.7	12.4	15.9	28.8	13.7
	C2　アウトドア派	291	50.5	43.0	59.5	40.9	21.6	32.6	30.6	23.4	19.2	26.8	26.5	25.8	27.5	32.0	41.9	26.5
	C3　文化体験派	173	9.8	13.9	16.8	2.3	2.3	6.9	10.4	6.9	1.2	11.6	37.6	3.5	1.7	13.3	39.3	27.2
	C4　文化・O.D両立派	217	31.3	30.4	50.2	15.7	5.5	18.9	24.9	12.0	7.4	26.7	37.8	11.5	7.4	17.1	61.3	39.6

全体水準より５ポイント以上大きい

1　欧米豪におけるAT意識調査からのターゲット分析

6）各クラスターの特徴／総括表

	C-1		C-2		C-3		C-4	
名称	浅く広く体験派		アウトドア派		文化体験派		文化・O.D両立派	
国	英・独・豪		米・英		欧米豪全域に２割（やや独・仏）		独・仏・豪	
年代	20代		30代		50、60代		60代	
傾向	文化もアウトもバランス		アウトドア		文化		文化＋アウトドア	
来道意向	多少行きたい		ぜひ行きたい		多少行きたい		ぜひ・多少混在	
FIT率	12%		9%		17%		16%	
趣味予算	440,000円/年間		792,000円/年間		587,000円/年間		499,000円/年間	
体験率	海外旅行で「自然の中での体験」や「野生動植物ウォッチング」を目的にしたことがある	33	海外旅行で「自然の中での体験」や「野生動植物ウォッチング」を目的にしたことがある	50		25	海外旅行で「自然の中での体験」や「野生動植物ウォッチング」を目的にしたことがある	41
	海外旅行で＜美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をする＞を目的にしたことがある	46	海外旅行で＜美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をする＞を目的にしたことがある	46	海外旅行で＜美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をする＞を目的にしたことがある	62	海外旅行で＜美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をする＞を目的にしたことがある	57
	海外旅行で「アウトドア・アクティビティ／キャンプ含む」を目的にしたことがある	37	海外旅行で「アウトドア・アクティビティ／キャンプ含む」を目的にしたことがある	53		16		33
	海外旅行でガイド付きの「アウトドア・アクティビティ」を体験したことがある	28	海外旅行でガイド付きの「アウトドア・アクティビティ」を体験したことがある	42		9		30
関心ある旅	旅を通じて自分自身を変えられる（向上）	27	旅を通じて自分自身を変えられる（向上）	58		19		34
	視野、視点の広がり	44	視野、視点の広がり	53	視野、視点の広がり	61	視野、視点の広がり	70
	学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）	49	学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）	61	学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）	71	学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）	74
	その国・地域の自然に接する	34	その国・地域の自然に接する	41	その国・地域の自然に接する	41	その国・地域の自然に接する	52
	健全な精神を養う	16		29		13		25
	新しい娯楽やスリルを体験する	25		36		26		31
	人と知り合う、交流する	23		34		35	人と知り合う、交流する	43
	食や身体を動かすことで健康づくりに役立つこと	15		29		12		21
	ユニークな体験ができること	46	ユニークな体験ができること	45	ユニークな体験ができること	62	ユニークな体験ができること	65
北海道の着目点（関心割合）	日本で最も四季が明瞭	64	日本で最も四季が明瞭	97	日本で最も四季が明瞭	66	日本で最も四季が明瞭	95
	２つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある	56	２つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある	97	２つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある	82	２つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある	96
	「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する	67	「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する	98	「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する	80	「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する	98
	北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる	67	北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる	98	北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる	82	北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる	100
	日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道	54	日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道	95	日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道	53	日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道	87
	日本のアウトドア・アクティビティの中心地	68	日本のアウトドア・アクティビティの中心地	99	日本のアウトドア・アクティビティの中心地	77	日本のアウトドア・アクティビティの中心地	98

次頁へ続く

1　欧米豪におけるAT意識調査からのターゲット分析

6）各クラスターの特徴／総括表　（続き）

	C-1		C-2		C-3		C-4	
名称	浅く広く体験派		アウトドア派		文化体験派		文化・O.D両立派	
北海道旅行で大いに体験したい旅	先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅	12	先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅	67	先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅	33	先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅	52
	世界遺産：縄文の歴史に触れる旅	7	世界遺産：縄文の歴史に触れる旅	61	世界遺産：縄文の歴史に触れる旅	31	世界遺産：縄文の歴史に触れる旅	50
	歴史的建造物訪問や地域の祭り参加、食文化に触れる旅	11	歴史的建造物訪問や地域の祭り参加、食文化に触れる旅	64	歴史的建造物訪問や地域の祭り参加、食文化に触れる旅	38	歴史的建造物訪問や地域の祭り参加、食文化に触れる旅	57
	キャンプ、キャンピングカーの旅	6	キャンプ、キャンピングカーの旅	52	キャンプ、キャンピングカーの旅	1	キャンプ、キャンピングカーの旅	12
	カヌーやカヤック、ラフティングなど川・沼・海での遊び	10	カヌーやカヤック、ラフティングなど川・沼・海での遊び	62	カヌーやカヤック、ラフティングなど川・沼・海での遊び	2	カヌーやカヤック、ラフティングなど川・沼・海での遊び	23
	サイクリング	6	サイクリング	49	サイクリング	0	サイクリング	4
	スキーやスノーボードなどの冬のスポーツ（ゲレンデ、バックカントリーなど）	7	スキーやスノーボードなどの冬のスポーツ（ゲレンデ、バックカントリーなど）	52	スキーやスノーボードなどの冬のスポーツ（ゲレンデ、バックカントリーなど）	0	スキーやスノーボードなどの冬のスポーツ（ゲレンデ、バックカントリーなど）	1
	トレッキング、登山など山を楽しむ遊び	12	トレッキング、登山など山を楽しむ遊び	60	トレッキング、登山など山を楽しむ遊び	1	トレッキング、登山など山を楽しむ遊び	12
	グライダー、スカイダイビングなど空の体験	6	グライダー、スカイダイビングなど空の体験	50	グライダー、スカイダイビングなど空の体験	0	グライダー、スカイダイビングなど空の体験	2
	鳥や動物、植物などの自然観察、山歩きなど	15	鳥や動物、植物などの自然観察、山歩きなど	66	鳥や動物、植物などの自然観察、山歩きなど	27	鳥や動物、植物などの自然観察、山歩きなど	52
	ホームスティ（民泊）	6	ホームスティ（民泊）	54	ホームスティ（民泊）	6	ホームスティ（民泊）	20
北海道でやってみたいこと	先住民族＝アイヌ民族の歴史や文化に触れる／独自の食生活、楽器、舞踊体験	49	北海道の「食文化」にふれる	70	先住民族＝アイヌ民族の歴史や文化に触れる／独自の食生活、楽器、舞踊体験	71	先住民族＝アイヌ民族の歴史や文化に触れる／独自の食生活、楽器、舞踊体験	77
	北海道の「食文化」にふれる	48	先住民族＝アイヌ民族の歴史や文化に触れる／独自の食生活、楽器、舞踊体験	63	北海道の「食文化」にふれる	62	北海道の「食文化」にふれる	71
	ハイキング、トレッキング、山登り	42	ハイキング、トレッキング、山登り	60	世界文化遺産（縄文遺跡群）での歴史・文化体験	55	野生動物観察（バードウォッチングなど）	61
	キャンプ、キャンピングカー	29	キャンプ、キャンピングカー	51	世界自然遺産（知床）でのトレイル（踏破）やクルージング	44	世界文化遺産（縄文遺跡群）での歴史・文化体験	55
	野生動物観察（バードウォッチングなど）	29	世界文化遺産（縄文遺跡群）での歴史・文化体験	49	野生動物観察（バードウォッチングなど）	39	世界自然遺産（知床）でのトレイル（踏破）やクルージング	53
	世界文化遺産（縄文遺跡群）での歴史・文化体験	27	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	48	貸切でのクルージング（小型船）	38	ハイキング、トレッキング、山登り	50
	お茶、和食の作法体験など	26	グランピング、アウトドア型サウナ	43	お茶、和食の作法体験など	37	北海道の祭りへの参加（雪まつり、舞踏イベントなど）	46
	世界自然遺産（知床）でのトレイル（踏破）やクルージング	25	野生動物観察（バードウォッチングなど）	42	北海道の「一般生活」を体験するホームスティ	31	お茶、和食の作法体験など	42
	農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）	25	世界自然遺産（知床）でのトレイル（踏破）やクルージング	41	北海道の祭りへの参加（雪まつり、舞踏イベントなど）	30	地域独自の料理作り	42
	北海道の祭りへの参加（雪まつり、舞踏イベントなど）	25	マウンテンバイク、ロードバイク（自転車）	41	地域独自の料理作り	28	北海道の「一般生活」を体験するホームスティ	42
	グランピング、アウトドア型サウナ	25	農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）	39	伝統衣装（和服など）を着る	28	農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）	41
	ワインツーリズム、日本酒の酒蔵ツーリズム	24	北海道の祭りへの参加（雪まつり、舞踏イベントなど）	39	地域住民との交流	28	希少植物観察	40
	地域独自の料理作り	24	ワインツーリズム、日本酒の酒蔵ツーリズム	35	希少植物観察	27	貸切でのクルージング（小型船）	38
	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	22	お茶、和食の作法体験など	34	農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）	23	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	37
	マウンテンバイク、ロードバイク（自転車）	19	カヌー、SUP、カヤック（川・湖）、ラフティング、ダイビング	33	日本伝統の楽器、舞踊体験	23	地域住民との交流	35
	貸切でのクルージング（小型船）	19	乗馬	32	サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）	22	キャンプ、キャンピングカー	31
	写真撮影の旅	19	日本伝統の楽器、舞踊体験	31	写真撮影の旅	20	日本伝統の楽器、舞踊体験	31
	北海道の「一般生活」を体験するホームスティ	19	渓流での釣り	31	日本酒づくり体験	17	グランピング、アウトドア型サウナ	30
	カヌー、SUP、カヤック（川・湖）、ラフティング、ダイビング	19	地域住民との交流	30	ハイキング、トレッキング、山登り	17	伝統衣装（和服など）を着る	29
	ヨット、ボート（自分で操縦）	19	北海道の「一般生活」を体験するホームスティ	30	ワインツーリズム、日本酒の酒蔵ツーリズム	16	ヨット、ボート（自分で操縦）	27
	乗馬	16	地域独自の料理作り	29	陶器・磁器・漆器づくり	15	日本酒づくり体験	25

2　ATモデルコース検討のための整理

（1）ATモデルプランの「軸となるテーマ」検討

- ATユーザーの学びや行動的遊びは自在性・自由性を考慮した時、旅程表のような「モデル・コース」ではなく、旅の方向性を示すことが重要と考え、ここでは「モデル・プラン」造成に取組んだ。
- まず、「モデル・プラン」の「軸とすべきテーマ」について整理した。全体的には「北海道への着眼点」の結果をふまえ、北海道の“固有性”への関心の高さを反映して、日本のどことも違う自然・歴史などを表す《もう１つの》を主テーマに、【ストーリー】【食文化】【ネイチャー】の３つのモデルプランの方向性（コンセプト）を設定した。
- それぞれの方向性は下図のように、先のクラスターに対して訴求力の強弱を念頭に置いている。

2　ATモデルコース検討のための整理

（2）各テーマに基づくATモデルプランの骨格

● ３つのモデルプランの方向性（コンセプト）に基づき、「驚きや感動＝“Wao！”ポイント」を込めながら個別の『モデルプラン』イメージを描いた。

統一concept　　アジアのどことも違うもう1つの日本

Wao!ポイント
中心季節
✈ 利用空港

①もう１つのストーリー
一万年の縄文＆
極東の先住者・アイヌ民族

もうひとつの日本史。
北海道のHistoryは先人たちが自然と共に歩むstory（生き方）を教えてくれる。
ここは異文化が交差する歴史の大地。

各クラスター共通
英・独・豪

❶-１　縄文１万年を旅する北海道
- 1万年間も自然と共生し続けた縄文時代に触れることで自然、生きることの意味を考える
- 学習・体験（食の確保・調理・文化・発掘）を重ねる１週間旅程の半分は野営

縄文の「美」！
春～秋
✈ 函館・新千歳

❶-２　先住民族・アイヌの歴史・文化に触れる北海道
- 今も独自の自然観・生活観に基づき生きる日本の先住民族・アイヌの歴史とに触れることで自然、異文化との交流を考える
- 道内各地のアイヌ（白老・日高・阿寒等）文化の共通性と差異を体験・発見
- 博物館、温泉などを組み込んだラグジュアリーな１週間

これぞ自然との共生！
通年
✈ 新千歳・釧路

❶-３　北海道で「太古の歴史・地球の息吹」に出会う旅
- 縄文をさらに遡る恐竜の跋扈していた時代。北海道は火山、恐竜（化石）など太古の地球を体感できる大地。
- 産炭地などの産業遺産を絡めながら「活火山、新種の恐竜化石発掘」などの体験に挑む。

ネイチャー誌掲載？！
夏～秋
✈ 帯広・新千歳

②もう１つのジャパングルメ
北の大地が育んだ独自の食文化

日本の食糧基地・北海道。
四方を海に囲まれ、広い大地から生まれる豊かな食の資源は、独自の「食」を育てた。
ここには、もうひとつのジャパングルメがある。

C3・C4クラスター重点
全域（やや独・仏・豪）

❷-１　“食べる”にこだわった北海道の「食」体験の旅
- 人間の基本的テーマである「食」を、北海道の自然の中で考え続ける
- 地域の人々と触れ合いながら、作る・採る・料理する・食べる
- 蕎麦打ちなどの和食体験、ジビエ料理など北海道らしい食材、ジンギスカン・ラーメンなど北海道独自のメニューを楽しむ。

とったどー！
通年
✈ 稚内・函館・紋別

❷-２　北の海で“日本の食材ハンター”となる旅
- 伝統的な和食文化をも支える北海道の海。季節・地域ごとに漁～調理体験を組み込んだ、“苦労するグルメな旅“。
- 旅程の半分は漁師宅に民泊し、鮨握り、鍋料理、蕎麦打ちなどを体験。

自分で食材調達！
夏～秋
✈ 帯広・旭川

❷-３　北海道一周クルーズ“北の食文化紀行“
- 道南・道央・道北・道東、それぞれ特色ある「食」を巡る、クルーズ船の旅。寄港地ごとに農漁業・調理体験や「食・健康講座」などを行いつつ、食の安全・健康への理解と意識を養う。船内では伝統和食のディナー、郷土の祭り体験ナイトを楽しめる。

北海道一周！
夏～秋
✈ 函館

2　ATモデルコース検討のための整理

Wa0!ポイント
中心季節
✈ 利用空港

統一concept　　アジアのどことも違うもう1つの日本

③もう１つのネイチャー
鮮やかな四季に遊ぶ
アドベンチャーステージ

四季とは北海道のためにある言葉。
圧倒的な海・山・川・湖沼・が四季を通じて、あらゆるアクティビティを実現する。
ここはアジア最高峰のアドベンチャーステージ。

Ｃ２クラスター重点
米・英（独は少ない）

❸-1　“北海道の大自然に身を委ねる”旅【川編】

- 雄大な天塩川を日本海に向かってカヌーで下るワイルド・ツアー
- 各地で野生の動植物観察、地元食材のキャンプ飯、地域住民とのなど交流
- 宿泊は「温泉付きホテル」「グランピング」「通常テント」などを組み合わせる

アジアのユーコン川！
通年
✈ 旭川・稚内

❸-2,3　“北海道の大自然に身を委ねる”旅【海編：日本海サイクリングルート】

- 日本海沿岸を自転車でツーリングする“汗と感動の旅＝流した汗の分だけ感動が”
- 沿線では民泊・キャンプ・公営宿泊施設などを利用しながら、地域住民交流や地域催事、体験を交えたリーズナブルな旅
  1)稚内～札幌（オロロンルート）
  2)せたな～函館（ソーランルート)

夕陽！
夏～秋
✈ 稚内・函館・新千歳

❸-4,5,6　“北海道の大自然に身を委ねる”旅【山と水編】

- 北海道の名山への「軽登山」体験
- 各地域の農作業・山菜採取・酪農体験、地域の催事参加などのメニューで楽しみを増幅
  1)大雪山コース　　3)蝦夷富士・羊蹄山コース
  2)アポイ岳コース

名峰で希少植物！
春～秋
✈ 旭川・新千歳

❸-7,8,9　“北海道の大自然に身を委ねる”旅【希少動物編】

- “あなたは出会えるか？”　北海道の希少動物との出会いを待ち続ける1週間
- 各地域の農作業・山菜採取・酪農体験、地域の催事参加などのメニューで楽しみを増幅
  1) 天売島＆サロベツ（エトピリカ＆高山植物）
  2)釧路湿原（丹頂鶴＆湿原トレイル）
  3)羅臼＆オホーツク（鯨＆シャチ＆オジロワシ観察）

私は観た！
通年（シャチ＝春）
✈稚内・釧路　等

3　テストマーケティングによる検証

（1）テストマーケティング実施概要

<table>
<tr><td>①実施方法</td><td colspan="2">次の２調査を併用した。
１）欧米豪５か国で実施したAT意識調査回答者のうち、北海道への関心が強く・来道意向も大きい者に追加調査（WEB調査）を実施
２）道内のランドオペレーターに対するヒアリング調査</td></tr>
<tr><td rowspan="2">②実施規模</td><td>１）欧米豪５か国での追加調査（WEB調査）</td><td>２）道内のランドオペレーターに対するヒアリング調査
注）以下「ランドオペレーター」（Land Operator）をL.Oと表記する</td></tr>
<tr><td>120件に対して調査依頼を行い、期日内に54件の回答を得た
（回収率45.0%）

【国別回答者数】
米国（30）、英国（3)、ドイツ（3）、フランス（４）、
豪州（10）</td><td>「北海道知事登録旅行サービス手配業者旅行リスト／公開用」（令和４年12月28日現在）から無作為に協力依頼を行い、13社の協力を得た。

<table>
<tr><th></th><th>企業名</th><th>所在地</th></tr>
<tr><td>A</td><td>株式会社グリーンガイド</td><td>札幌市白石区</td></tr>
<tr><td>B</td><td>一般社団法人　日本UD観光協会</td><td>札幌市北区</td></tr>
<tr><td>C</td><td>（株）プライムインターナショナルジャパン</td><td>札幌市中央区</td></tr>
<tr><td>D</td><td>シーダースコミュニケーションズ株式会社</td><td>札幌市白石区</td></tr>
<tr><td>E</td><td>japanranger 株式会社</td><td>札幌市白石区</td></tr>
<tr><td>F</td><td>株式会社ハッカズ</td><td>札幌市北区</td></tr>
<tr><td>G</td><td>合同会社　匠・TAKUMI工房</td><td>石狩郡新篠津村</td></tr>
<tr><td>H</td><td>株式会社TRAVEL ZERO</td><td>札幌市中央区</td></tr>
<tr><td>I</td><td>ニッポン旅行サービス（株）</td><td>札幌市豊平区</td></tr>
<tr><td>J</td><td>株式会社アジアプロ</td><td>札幌市北区</td></tr>
<tr><td>K</td><td>美自校ツアーズ　岩見沢店</td><td>岩見沢市</td></tr>
<tr><td>L</td><td>アウトドアガイドジスイズ</td><td>釧路市</td></tr>
<tr><td>M</td><td>阿寒観光協会</td><td>釧路市阿寒町</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>③実施内容</td><td>● モデルプラン14種への関心度、評価
● モデルプラン14種への利用意向度
● モデルプラン14種への価格感
● その他</td><td>● モデルプラン14種への評価
● モデルプラン14種への価格感
● その他</td></tr>
<tr><td>④実施時期</td><td colspan="2">令和5年2月中旬～下旬</td></tr>
</table>

3　テストマーケティングによる検証

（2）テストマーケティングに付したモデルプラン

- テストマーケティングにおいては３つのテーマに即して、14種の具体的なプランイメージを作成し、提示した。

  【もう１つのストーリー】……縄文、先住民族／アイヌ民族、太古の北海道の３種

  【もう１つの食文化】……･･食体験、食材ハンター、クルーズ船による食周遊の3種

  【もう１つのネイチャー】……テーマを「川（1種）」、「海岸線（3種）」、「山（3種）」、「希少動物ウォッチ（1種）」の計8種

- 欧米豪でのWEB調査では、冒頭に下記の説明文を提示した。

共通説明：北海道について

北海道は日本の最北部に位置します。
その面積は国の 1/4 を占め、近代的都市（道都札幌市は人口約 200 万人）や近代的産業がある一方、６つの国立公園があり、四季を通じて変化する自然や様々なアクティビティが満喫できます。
また、北海道には自然と調和しながら生きる、独自の文化・言語などを有する先住民族（アイヌ民族）が暮らしています。
北海道は国際的な観光地域づくりを目指しています。中でも、北海道がもつ特別な自然・歴史・産業・文化などを活かした「アドベンチャー・トラベル」の拠点づくりへの取組みが進められています。
ここには≪どことも違う、もう1つの日本≫があります。

- 次頁以降に、14種の「モデルプラン」イメージを示した。

3　テストマーケティングによる検証

提示したモデルプラン

旅の主テーマ❶

Ⅰ　もう１つのストーリー

一万年の縄文＆先住民族アイヌの文化

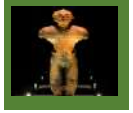
北海道にはもうひとつの歴史がある。北海道のHistoryは、先人たちの自然と共に歩むstory（生き方）を教えてくれる。
ここは異文化が交差する歴史の大地。

PLAN 1

5泊6日

北海道内の発着
新千歳空港
函館空港

約450,000円



縄文１万年を旅する

POINT 2019年北海道の縄文遺跡群は世界文化遺産登録されました

紀元前13,000年頃から約1万年以上も自然と共生し続けた縄文時代。
縄文時代の多くの遺跡がある北海道で、その営みに触れ、人と自然との関わりや生きることの意味を考える学習・体験型の旅です。

【楽しめること】①縄文遺跡の発掘や土器等の製作、山菜や魚介類の採取～調理などの体験　②資料館・博物館の観覧（国宝の観覧含む）　③ツアー参加者限定で縄文時代に関するセミナー受講や考古学者等との交流　④ワイルドなテント泊、温泉ホテルなどに宿泊

PLAN 2

北海道内５泊６日

北海道内の発着
釧路空港
新千歳空港

約450,000円

アイヌ民族の文化・精神性に触れる

先住民族アイヌの人々の独自の自然観、ライフスタイルが注目されています

アイヌ民族は北海道を中心に居住する先住民族です。
アイヌの人々は独自の言語、自然観や生活スタイル、文化・芸術を持っています。これら異文化に触れながら「日本の多様性」を理解・実感する旅です。

【楽しめること】①アイヌ民族の中心的居住地域（白老地域・日高地域・阿寒地域等）を尋ね、その生き方を学び、文化・芸術に触れます　②アイヌ料理や音楽・舞踊、木彫り等の体験メニューも豊富　③国立アイヌ民族博物館などの観覧やツアー参加者限定でアイヌの人々との交流や学習会　④テント泊を含め温泉ホテルなどで宿泊　⑤１日程度の自由行動日も設定（観光、お買い物など）

PLAN 3

北海道内５泊６日

北海道内の発着
帯広空港
新千歳空港

約450,000円

北海道で太古の歴史・地球の息吹に出会う

恐竜が生き、火山が噴煙を上げていた太古の時代に思いを馳せる

北海道では新種の恐竜の化石などが数多く発見されています。太古から噴煙を上げ続ける火山は、美しい景観や温泉の恵みも生み出しました。
日本最大の面積をもつ北海道で、「太古の歴史」を実感しながら“もうひとつの日本の自然”を学び、楽しむ旅です。

【楽しめること】① 活火山への軽登山・トレッキング　②恐竜博物館やジオパークなどを訪問し、恐竜化石発掘や分類などを体験　③ツアー参加者限定で考古学者等を交えた学習・懇談会　④テント泊を含め温泉ホテルなどで宿泊　⑤１日程度の自由行動日も設定（観光、お買い物など）

3　テストマーケティングによる検証

旅の主テーマ❷

Ⅱ もう１つのジャパングルメ

北の大地が育んだ独自の食文化

日本の食糧基地・北海道。四方を海に囲まれ、広い大地から生まれる豊かな食の資源は、独自の「食」を育てた。
ここには、もうひとつのジャパングルメがある。

共通事項　料金は北海道内で要するものです（貴国～日本、日本国内～北海道の移動交通費は除く）・○泊○日は北海道内のみです

PLAN 4

北海道内５泊６日

北海道内の発着
釧路空港
旭川空港

約450,000円

食こそ文化。北海道「食」体験の旅

北海道は日本最大にして最良の食料生産地

国土の1/4を占める北海道は大規模農業地帯であるとともに、四方を海に囲まれ海産物も豊富。この「食の大地」での体験を通して「人はなぜ食べるのか、何を食べるのか」など、生きる根源・食を見つめ直す旅です。

【楽しめること】①農家・漁家での作業体験、地域住民との交流会　②鮨握り、蕎麦打ちなどの体験　③ワイナリー、日本酒酒蔵などへの訪問　④ツアー参加者限定での北海道農業の歴史や食を考える学習会、地域住民との交流　⑤ １日程度の自由行動日にはレンタカーを用意　⑥宿泊は温泉ホテル

PLAN 5

北海道内４泊５日

北海道内の発着
函館空港
（他に旭川空港
・女満別空港）

約450,000円

北の海で[食材ハンター]になる旅

北海道の海は豊穣の海

伝統的な日本料理の源は「お出汁」。京都や東京の有名な日本料理店も「お出汁」に使う昆布をはじめ、食材の多くは北海道産。
その食材の宝庫・北海道で、ちょっとハードに自ら「食材ハンター」（漁業体験）となって楽しむ「食」の旅はいつまでも記憶に残る。

【楽しめること】①漁業体験（昆布干し、ウニ・貝類の殻剥き、地引網など季節で対応）②料理体験（伝統和食、地域の名物料理）　③宿泊は漁師の家での民泊・生活体験や温泉ホテル　④１日程度の自由行動日にはスキューバダイビングやシーカヤックも楽しめる

PLAN 6

北海道内４泊５日

北海道内の発着
函館空港（一周）
稚内空港（半周）

約450,000円

専用クルーズ船で北海道一周[食文化紀行]

２0,000tクラスの大型客船で北海道の食を丸ごと楽しむ

オーストリアやアイルランドに匹敵する面積を持つ北海道。南部・中央部・北部・東部などそれぞれに異なった風景や文化、そして「食」が楽しめる。専用クルーズ船でゆったりと、ひと口では語れない多様な北海道を旅する。

【楽しめること】①函館発着の１周、稚内～函館間のみの半周が選択できる　②５つの寄港地ごとに農漁業、地域料理、伝統芸能・祭など色々な体験②船内では郷土食・和食ディナーや「食・健康」講座　③郷土の祭り体験（よさこいなどの舞踊、屋台など）　④寄港地からの日帰り体験（陶芸・木彫等）、温泉ツアーなど

3　テストマーケティングによる検証

旅の主テーマ❸

Ⅲ もう１つのNature

彩やかな四季に遊ぶアドベンチャーステージ

四季とは北海道のためにある言葉。圧倒的な海・山・川・湖沼・が、四季を通じて、あらゆるアクティビティを実現する。
ここはアジア最高峰のアドベンチャーステージ。

共通事項　料金は北海道内で要するものです（貴国～日本、日本国内～北海道の移動交通費は除く）・〇泊〇日は北海道内のみです

PLAN 7

北海道内５泊６日

北海道内の発着
旭川空港
稚内空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる－川

人気急上昇・きた北海道のアクティビティ

北海道北部の大河・天塩川は、きた北海道の原野を抜け、ゆったりと日本海に向かう。
この天塩川をカヌーで下るワイルドな旅。各地で野生の動植物観察、地元食材のキャンプ飯、地域住民とのなど交流を行い、北海道の生活に触れる。

【楽しめること】①まずは温泉ホテルでウェルカムキャンプ＆レクチャー　②翌日から２日をかけてガイド付きでカヌーを操り川下り（２日間）　③川下り中は河畔でキャンプ泊　④北方型動植物の楽園・サロベツ原野でのウォッチングやネイチャーセンターでの北方動植物講座　⑤宿泊は温泉ホテル・テント泊（各流域の住民との交流会もある）

PLAN 8

北海道内４泊５日

北海道内の発着
新千歳空港
稚内空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる
－海岸A【日本海（北）ルート】

日本最北端の街から絶景の日本海を南へ…

広大な北海道はサイクリングに最適。ロシア領樺太島を望む日本最北端の稚内市から日本海沿岸を「自分の速度で旅する」自転車ツーリング。流した汗の分だけ感動が膨らむエコロジーな旅。

【楽しめること】①最北の稚内～札幌間の自転車ツーリング／サポートカー付（５日間）　②途中で1日は日本海に浮かぶ海鳥の楽園・天売島に渡り１泊（野鳥観察）　③宿泊はキャンプ、公営ホテル、民泊など住民との交流を深めるリーズナブルなスタイル

PLAN 9

北海道内４泊５日

北海道内の発着
女満別空港
稚内空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる
－海岸線B【オホーツク海ルート】

日本最北端の街から雄大なオホーツク海を見ながら東へ…

日本最北端の稚内市から果てしなく広がるオホーツク海沿岸を「自分の速度で旅する」自転車ツーリング。流した汗の分だけ感動が膨らむエコロジーな旅。

【楽しめること】①最北の稚内～網走間の自転車ツーリング／サポートカー付（５日間）　②途中には日本最大の汽水湖サロマ湖での漁業体験、野鳥観察が楽しめる　③宿泊はキャンプ、公営ホテル、民泊など住民との交流を深めるリーズナブルなスタイル

3　テストマーケティングによる検証

共通事項　料金は北海道内で要するものです（貴国～日本、日本国内～北海道の移動交通費は除く）・○泊○日は北海道内のみです

PLAN 10

北海道内４泊５日

北海道内の発着
新千歳空港
函館空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる
－海岸線C【日本海（南）ルート】

小樽市から奇岩奇石が並ぶ日本海沿岸を見ながら南へ…

かつて北海道の商都と呼ばれた運河のある街・小樽市から、北海道の南の中心地・函館市に向かって「自分の速度で旅する」自転車ツーリング。流した汗の分だけ感動が膨らむエコロジーな旅。

【楽しめること】 】 ①小樽市～函館市間の自転車ツーリング／サポートカー付（５日間）　②途中1日は日本海に浮かぶ奥尻島に渡り１泊（北海道の海の味覚を堪能）　③宿泊はキャンプ、公営温泉ホテル、民泊など住民との交流を深めるリーズナブルなスタイル

PLAN 11

北海道内４泊５日

北海道内の発着
旭川空港
新千歳空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－ 山【大雪山ルート】

神々の遊ぶ庭と呼ばれる「大雪山系」を体感する

北方圏に位置する北海道では、標高の低い山でも高山植物と出会える。
標高2,291mの旭岳をはじめ、2,000m級の山が連なる大雪山系は北海道屋根。
初心者でも楽しめるガイド付き「軽登山・トレッキング」の旅。

【楽しめること】 ①大雪山講座（大雪山と動植物を学ぶ）　②ガイド付きで軽登山・トレッキング（日帰り）　③湧水（北海道の名水）を採取して大自然の中でのティータイム　④農作業・酪農体験、山菜採取、地域の催事に参加　⑤札幌市に１泊（観光）、札幌以外の宿泊はゆったり温泉ホテル
⑥ オプションでOP：ラフティング、渓流釣り、蕎麦打ちなど

PLAN 12

北海道内４泊５日

北海道内の発着
IN, OUT
新千歳空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－ 山【羊蹄山ルート】

標高1,898m、円錐形の成層火山で、その姿から蝦夷富士と呼ばれる名山

北海道の「富士山」と呼ばれる美しい山は、世界のリゾート地・NISEKO地区にある。ここではたくさんの高山植物と出会える。
初心者でも楽しめるガイド付き「軽登山・トレッキング」の旅。

【楽しめること】 ①羊蹄山講座（羊蹄山と動植物を学ぶ）　②ガイド付きで軽登山・トレッキング（日帰り）　③湧水（北海道の名水）を採取して大自然の中でのティータイム　④農作業、山菜採取、地域の催事に参加
⑤NISEKOでは温泉ホテル２泊、SAPPOROは観光も楽しめるゆとりの３泊　⑥ オプションでOP：ラフティング、渓流釣り、蕎麦打ちなど

3　テストマーケティングによる検証

共通事項　料金は北海道内で要するものです（貴国～日本、日本国内～北海道の移動交通費は除く）・○泊○日は北海道内のみです

PLAN 13

北海道内４泊５日

北海道内の発着
帯広空港
新千歳空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－ 山【アポイ岳ルート】

太平洋を一望にするアポイ岳は世界ジオパーク登録の「花の山」

標高810mだが、特殊な岩体から固有の高山植物群で覆われており「アポイ岳高山植物群落」として国の特別天然記念物となっている。2015年には「ユネスコ世界ジオパーク」に加盟した。山麓は日本最大の競走馬生産地であるHIDAKA。世界的な自然環境をガイド付き「軽登山・トレッキング」で楽しむ旅。

【楽しめること】①アポイ岳講座（アポイ岳と高山植物を学ぶ）　②ガイド付きで軽登山・トレッキング（日帰り）　③湧水（北海道の名水）を採取して大自然の中でのティータイム　④農作業、山菜採取、地域の催事に参加
⑤HIDAKAでは温泉ホテル２泊、SAPPOROは観光も楽しめるゆとりの３泊　⑥ オプションでOP：乗馬、蕎麦打ちなど

PLAN 14

北海道内４泊５日

北海道内の発着
季節・対象により
新千歳、旭川、釧路、
中標津、紋別の
各空港の内、２空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－ 希少動物ウォッチング

あなたは出会えるか？ 北海道は希少な動物に溢れている

旅は「運」も味方につけなければならない。数日間 かけて粘り強く希少 動物との出会いを 待ち続ける。「出会えた」とにの喜び は一万倍にもなる 。

【楽しめること】①観察できるのは【エトピリカ】【しまえなが】【鯨・シャチ】【シマフクロウ】【タンチョウ（鶴）】【オジロワシ・オオワシ】【エゾモモンガ】などで（季節・エリア）を組合せてコース設定

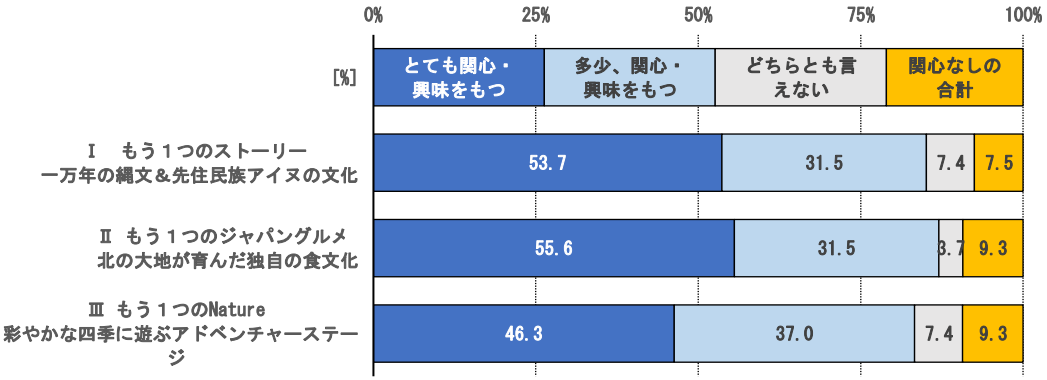
②初日には観察 ・写真撮影 講座 ②各ウォッチ期間は３日間 ③ウォッチ以外の時間に地域 の農・漁業体験、地域の催事参加 、④宿泊 は民宿、温泉 ホテル ⑤ウォッチ時間外は ラフティング、渓流釣り、蕎麦打ちなど

3　テストマーケティングによる検証

（3）「旅のテーマ」に関する反応

[欧米豪調査より]

- 旅のテーマとして提示した３テーマに対しては、いずれも8割以上が肯定的反応を示した。
- 「とても関心・興味がある」の割合は次の順で大きい。
  【もう１つのジャパングルメ】　56%
  【もう１つのストーリー】　54%
  【もう１つのネイチャー】　46%
- 「もう１つのネイチャー」は、やや低いが、アクティブなコンテンツで構成されることを想起されることが、影響を与えたものと考えられる。



[L.Oヒアリングより]

- テーマを設定してのコース、プランづくりは考え方として適切との前提であり、特に「もう１つのストーリー」は新しい切り口となるとの評価を得ている。

旅の主テーマ❶

Ⅰ　もう１つのストーリー
一万年の縄文＆先住民族アイヌの文化
北海道にはもうひとつの歴史がある。北海道のHistoryは、先人たちの自然と共に歩むstory（生き方）を教えてくれる。
ここは異文化が交差する歴史の大地。

旅の主テーマ❷

Ⅱ もう１つのジャパングルメ
北の大地が育んだ独自の食文化
日本の食糧基地・北海道。四方を海に囲まれ、広い大地から生まれる豊かな食の資源は、独自の「食」を育てた。
ここには、もうひとつのジャパングルメがある。

旅の主テーマ❸

Ⅲ もう１つのNature
彩やかな四季に遊ぶアドベンチャーステージ
四季とは北海道のためにある言葉。圧倒的な海・山・川・湖沼・が、四季を通じて、あらゆるアクティビティを実現する。
ここはアジア最高峰のアドベンチャーステージ。

3　テストマーケティングによる検証

（4）「Ⅰ　もう１つのストーリー」各プランへの反応

①　PLAN１～３　欧米豪調査結果

PLAN 1

5泊6日

北海道内の発着
新千歳空港
函館空港

約450,000円

縄文１万年を旅する

POINT 2019年北海道の縄文遺跡群は世界文化遺産登録されました

紀元前13,000年頃から約1万年以上も自然と共生し続けた縄文時代。
縄文時代の多くの遺跡がある北海道で、その営みに触れ、人と自然との関わりや生きることの意味を考える学習・体験型の旅です。

【楽しめること】①縄文遺跡の発掘や土器等の製作、山菜や魚介類の採取～調理などの体験　②資料館・博物館の観覧（国宝の観覧含む）　③ツアー参加者限定で縄文時代に関するセミナー受講や考古学者等との交流　④ワイルドなテント泊、温泉ホテルなどに宿泊

PLAN 2

北海道内５泊６日

北海道内の発着
釧路空港
新千歳空港

約450,000円

アイヌ民族の文化・精神性に触れる

先住民族アイヌの人々の独自の自然観、ライフスタイルが注目されています

アイヌ民族は北海道を中心に居住する先住民族です。
アイヌの人々は独自の言語、自然観や生活スタイル、文化・芸術を持っています。これら異文化に触れながら「日本の多様性」を理解・実感する旅です。

【楽しめること】①アイヌ民族の中心的居住地域（白老地域・日高地域・阿寒地域等）を尋ね、その生き方を学び、文化・芸術に触れます　②アイヌ料理や音楽・舞踊、木彫り等の体験メニューも豊富　③国立アイヌ民族博物館などの観覧やツアー参加者限定でアイヌの人々との交流や学習会　④テント泊を含め温泉ホテルなどで宿泊　⑤１日程度の自由行動日も設定（観光、お買い物など）

PLAN 3

北海道内５泊６日

北海道内の発着
帯広空港
新千歳空港

約450,000円

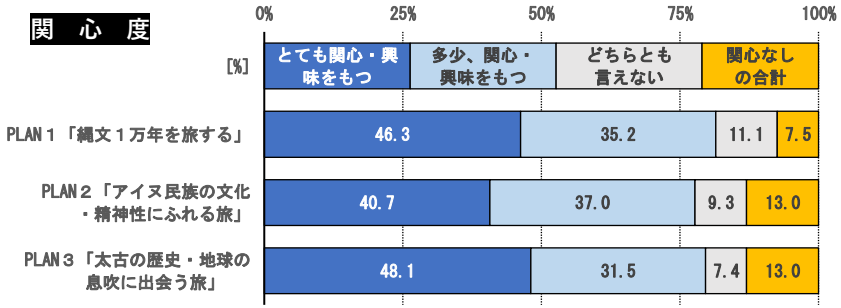
北海道で太古の歴史・地球の息吹に出会う

恐竜が生き、火山が噴煙を上げていた太古の時代に思いを馳せる

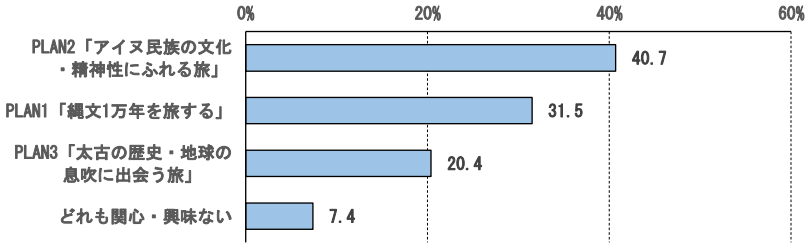
北海道では新種の恐竜の化石などが数多く発見されています。太古から噴煙を上げ続ける火山は、美しい景観や温泉の恵みも生み出しました。
日本最大の面積をもつ北海道で、「太古の歴史」を実感しながら“もうひとつの日本の自然”を学び、楽しむ旅です。

【楽しめること】①活火山への軽登山・トレッキング　②恐竜博物館やジオパークなどを訪問し、恐竜化石発掘や分類などを体験　③ツアー参加者限定で考古学者等を交えた学習・懇談会　④テント泊を含め温泉ホテルなどで宿泊　⑤１日程度の自由行動日も設定（観光、お買い物など）

関　心　度



最も関心があるもの



各プランへの主な自由意見

【PLAN1 縄文】
- 非常にユニークな冒険
- 北海道を知る素敵な旅
- とても冒険的で面白いと思います

【PLAN２ アイヌ】
- アイヌ文化には非常に興味がある
- アイヌの人々について学ぶことは、私たちが本当に大切にしたいユニークな体験になります.
- 地域の歴史を学びながら、そこで人気のあるアクティビティに参加できるのが好きです。1日自由散策も魅力なのでお土産を買いに行ける。
- あらゆる文化や習慣について学ぶことは常に興味深い。
- すぐにでも実現したいと思う。

【PLAN３ 太古の歴史・恐竜】
- 生命の進化の歴史と真実に深く入り込むことができる。
- 歴史を知ることにとても興味があります。
- 興味深いテーマだ。
- 正直なところ、このプログラムのポイントが何であるかはよくわかりません。

最も関心を持った理由

(%)		サンプル数	旅のテーマがユニーク	自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされている	そのテーマに関心があった	その旅行エリアに関心があった	従来の日本旅行とは違う	日数はちょうどいい	日数は長すぎる	日数は短かすぎる	料金は高い	料金はちょうどいい	家族旅行に向いている	夫婦・カップルの旅に向いている	1人旅なら選んでもいい	そのテーマに関心のある仲間と行くならいい
全体		50	40.0	36.0	38.0	38.0	26.0	28.0	12.0	10.0	18.0	14.0	22.0	14.0	24.0	24.0
最も関心・興味	PLAN１「縄文1万年を旅する」	17	35.3	47.1	29.4	52.9	23.5	35.3	23.5	17.6	5.9	17.6	29.4	11.8	29.4	41.2
	PLAN２「アイヌ民族の文化・精神性にふれる旅」	22	40.9	22.7	45.5	18.2	36.4	22.7	9.1	9.1	31.8	9.1	18.2	13.6	22.7	13.6
	PLAN３「太古の歴史・地球の息吹に出会う旅」	11	45.5	45.5	36.4	54.5	9.1	27.3	0.0	0.0	9.1	18.2	18.2	18.2	18.2	18.2

全体より５ポイント以上大きい

3　テストマーケティングによる検証

②　L.Oヒアリング結果（PLAN１～３）　注：（　）内は回答者＝P108の一覧表に対応している

	評　　価	工夫・改善が必要なこと
PLAN 1	●新しい体験型の旅は面白いと思う（A） ●テーマは良いと思う（B） ●テント泊は難しい。5泊もずっと縄文のことだけだと受け入れられません。ツアーの日数中の半日くらいがちょうど良いと思います（C） ●縄文はとても難しいと思います。遺跡といっても、見る限り野原、という状態をどんな説明をつけられるか、ガイド次第。そんな人材がいるか。また遺跡の発掘体験、といっても砂場に土器のかけらを埋めたようなもので満足させることができるのか（D） ●インバウンド客は縄文文化に興味がない。日本人はさらにない（E） ●学生或いは専門家向けプランと感じる（F）、修学旅行や学校行事の一環なら良い（H）、修学旅行の一部として取り入れてもよい（I） ●コンテンツは魅力的。青森も併せて商品造成できれば外国人にとってより魅力的だと思う（J） ●とてもいい内容だと思う。私もツアーガイドをすることがあるが、あまりにも時間がないことが多い。すべてのコンテンツに時間をかけるのではなく、このツアーで一番大切なコンテンツには時間をかける。時間配分のメリハリが必要では（L）	●テント泊なら料金を安めに設定（A） ●縄文文化に興味がある客層が少ないとおもわれる。資料館、博物館観覧は人気がない、歴史が知りたい人は一人旅をする傾向があり、ツアーでは集客が難しい。 ●テント宿泊は悪天候を考えるとリスクあり（G） ●外国人を相手にする場合、高いレベルの通訳が求められる（J） ●一度体験すると問題点等がみえてくる。これだけでは何とも言えないが、自由時間が必要では（L） ●割高。日程も長すぎる（K）
PLAN 2	●エリアが広すぎる。もう少し絞ったほうがいいのでは（A） ●テーマは良いと思う（B）、外国人には人気のあるコンテンツ（J） ●阿寒でシアターにお連れすることもあるのですが、あまり評判がよくない。テント泊不可（C） ●京都や奈良のように日本の「和」の歴史と違って、民族的なツアーはターゲットがかなり狭められると思うので、他のコンテンツと組み合わせるなど工夫が必要だと思う。北海道のアイヌ、と一言で言ってもそのルーツから別のものであることもきちんと伝えられるのか（D） ●インバウンド客も日本人もアイヌ文化に興味がない（E） ●学生或いは専門家向けプランと感じる（F）、修学旅行の一部として取り入れてもよい（I） ●世界的に興味があるアイヌ文化（G） ●今はアイヌ文化など知ってほしい北海道の風潮がある。子供たちなら興味を持つ（H）	●　アイヌばかりではダメ。もう少し観光を取り入れた方がいい（A） ●　アイヌ織物が人気があるので体験に入れるとよいと思う（G） ●　外国人を相手にする場合、高いレベルの通訳が求められる。また、地域毎のテーマを設定し、テーマに沿って回る順番を決める（J） ●　自由時間が必要では（L） ●　割高。日程も長すぎる（K）
PLAN 3	●テーマが少しアバウトな気がする。歴史であれば旧石器の方がタイムリーでは？（B） ●恐竜博物館は福井と比べられる。それよりも良いものであればOK。火山をどのように見せるかによる。桜島ミュージアムの博士の説明のような感じであればOK。トレッキングは好まれない。ハイキングならOK（C） ●学生或いは専門家向けプランと感じる（F） ●あまり魅力的ではない（G） ●日本人もインバウンドもあまり興味を持たない（H） ●学校行事として、料金を下げて取り入れるとよい（I） ●ファミリー向けのメニューも用意されるといいと思う（J）	●　テント泊は天気に左右されるため注意（A） ●　インバウンド客も日本人も、このテーマには興味が少なく、興味のある人が限られる。（E） ●　テント宿泊はリスクあり（G） ●　外国人を相手にする場合、高いレベルの通訳が求められる（J） ●　自由時間が必要では（L）

3　テストマーケティングによる検証

（5）「Ⅱ　もう１つのジャパングルメ」各プランへの反応

①　PLAN４～６　欧米豪調査結果

PLAN 4

北海道内５泊６日

北海道内の発着
釧路空港
旭川空港

約450,000円

食こそ文化。北海道「食」体験の旅

北海道は日本屈大にして屈良の食料生産地

国土の1/4を占める北海道は大規模農業地帯であるとともに、四方を海に囲まれ海産物も豊富。この「食の大地」での体験を通して「人はなぜ食べるのか、何を食べるのか」など、生きる根源・食を見つめ直す旅です。

【楽しめること】①農家・漁家での作業体験、地域住民との交流会　②畝掘り、蕎麦打ちなどの体験　③ワイナリー、日本酒酒蔵などへの訪問　④ツアー参加者限定での北海道農業の歴史や食を考える学習会、地域住民との交流　⑤１日程度の自由行動日にはレンタカーを用意　⑥宿泊は温泉ホテル

PLAN 5

北海道内４泊５日

北海道内の発着
函館空港
（他に旭川空港
・女満別空港）

約450,000円

北の海で[食材ハンター]になる旅

北海道の海は豊穣の海

伝統的な日本料理の源は「お出汁」。京都や東京の有名な日本料理店も「お出汁」に使う昆布をはじめ、食材の多くは北海道産。
その食材の宝庫・北海道で、ちょっとハードに自ら「食材ハンター」（漁業体験）となって楽しむ「食」の旅はいつまでも記憶に残る。

【楽しめること】①漁業体験（昆布干し、ウニ・貝類の殻剥き、地引網など季節で対応）②料理体験（伝統和食、地域の名物料理）　③宿泊は漁師の家での民泊・生活体験や温泉ホテル　④１日程度の自由行動日にはスキューバダイビングやシーカヤックも楽しめる

PLAN 6

北海道内４泊５日

北海道内の発着
函館空港（一周）
稚内空港（半周）

約450,000円

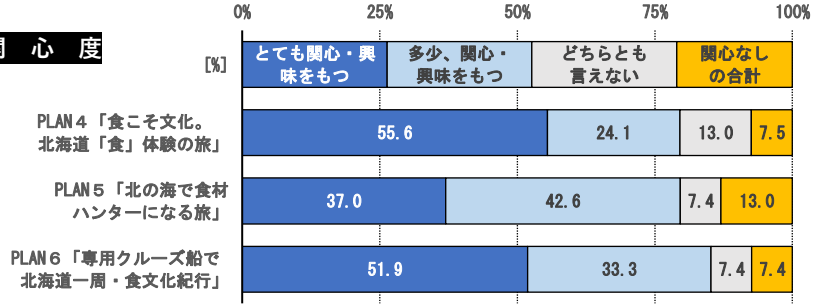
専用クルーズ船で北海道一周[食文化紀行]

２０,０００tクラスの大型客船で北海道の食を丸ごと楽しむ

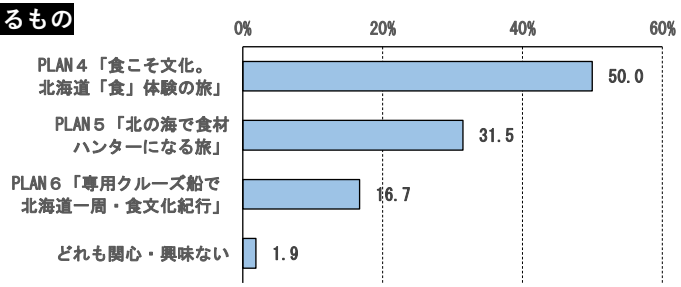
オーストリアやアイルランドに匹敵する面積を持つ北海道。南部・中央部・北部・東部などそれぞれに異なった風景や文化、そして「食」が楽しめる。専用クルーズ船でゆったりと、ひと口では語れない多様な北海道を旅する。

【楽しめること】①函館発着の１周、稚内～函館間のみの半周が選択できる　②５つの寄港地ごとに農漁業、地域料理、伝統芸能・祭など色々な体験②船内では郷土食・和食ディナーや「食・健康」講座　③郷土の祭り体験（よさこいなどの舞踊、屋台など）　④寄港地からの日帰り体験（陶芸・木彫等）、温泉ツアーなど

関　心　度



最も関心があるもの



各プランへの主な自由意見

【PLAN４ 食体験】
- 日本料理が大好きです
- 北海道ならではの料理が学べるのはよい。温泉地宿泊も魅力です。
- これは私にぴったりです。食べ物は私の文化です。
- 食べ物とワインが好きで、両方のニーズをカバーしている。
- 素晴らしい日本食を体験するため、地元の家庭から食べ物について学ぶことは興味深い。

【PLAN５ 食材ハンター】
- フードハンティングは素晴らしい
- 楽しそう
- ナイスプラン！

【PLAN６ クルーズ船で北海道一周】
- 新しいこと、特に食べ物に挑戦するのが大好き。クルーズが大好き。
- クルーズ船のオプションが気に入った。
- リラックスできる旅は快適です
- 家族や友人とのクルーズ旅行はとても楽しい
- クルーズで、郷土料理を食べてみたい

最も関心を持った理由

(%)		サンプル数	旅のテーマがユニーク	自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされている	そのテーマに関心があった	その旅行エリアに関心があった	従来の日本旅行とは違う	日数はちょうどいい	日数は長すぎる	日数は短かすぎる	料金は高い	料金はちょうどいい	家族旅行に向いている	夫婦・カップルの旅に向いている	１人旅なら選んでもいい	そのテーマに関心のある仲間と行くならいい
全体		53	35.8	39.6	35.8	20.8	24.5	13.2	9.4	11.3	22.6	22.6	34.0	22.6	18.9	24.5
最も関心・興味	PLAN４「食こそ文化。北海道「食」体験の旅」	27	40.7	37.0	44.4	22.2	33.3	11.1	14.8	11.1	25.9	22.2	29.6	29.6	25.9	33.3
	PLAN５「北の海で食材ハンターになる旅」	17	29.4	41.2	17.6	11.8	5.9	17.6	5.9	17.6	23.5	35.3	29.4	11.8	17.6	11.8
	PLAN６「専用クルーズ船で北海道一周・食文化紀行」	9	33.3	44.4	44.4	33.3	33.3	11.1	0.0	0.0	11.1	0.0	55.6	22.2	0.0	22.2

全体より５ポイント以上大きい

3　テストマーケティングによる検証

②　L.Oヒアリング結果（PLAN４～６）　注：（　）内は回答者＝P108の一覧表に対応している

	評　　価	工夫・改善が必要なこと
PLAN 4	●ワイナリーは人気があるコース（A） ●テーマが広すぎるので絞った方が訴求力があるのでは？（B） ●どこまで体験させるか。あまりやらせすぎると、労働させられている感があるので不可。少し収穫をするくらいならＯＫ。鮨握り、そば打ちは場所、内容による。日本全国でやっているので最も比べられる。ワイナリー、酒蔵はOK（C） ●農家、漁師の方の協力は、積極的ですか？地域住民との交流会、という項目があるが、具体的には？（D） ●作業体験は面白いと思う（F）、良いと思う（G） ●日本人向け。北海道を分かってもらう、北海道の食を知ってもらうのであれば良い（H） ●インバウンド向けや、学校教育に取り入れてもよいプラン（I） ●割高。日程も長すぎる（K） ●とてもいい内容だと思う。すべてのコンテンツに時間をかけるのではなく、このツアーで一番大切なコンテンツには時間をかける。時間配分のメリハリが必要では（L） ●インバウンド客も日本人も農業体験型に興味がない（E） ●「人はなぜ食べるのか、何を食べるのか」は表現的に魅力を感じない。北海道のチーズも世界的に人気なので行程に入れてみては（G） ●既存商品との差別化。牛の体験牧場（乳しぼりやアイス作りなど）があるとよりいい（J） ●一度体験すると問題点等がみえてくる。これだけでは何とも言えないが、自由時間が必要では（L） ●割高。日程も長すぎる（K） ●一日くらいは有名な魚料理店にいくなど（A） ●地引網・ダイビング、シーカヤックなど天候に左右される体験を組込むときはサブメニューも考えた方がよい、PLAN4のツアーと似たようなツアーになっている、民泊もハードルが高い（G） ●天候が悪い場合にどうするかを考えなければならない（H）	●一日レンタカーはいらない（A） ●インバウンド客も日本人も農業体験に興味がない（E） ●「人はなぜ食べるのか、何を食べるのか」は表現的に魅力を感じない。北海道のチーズも世界的に人気なので行程に入れてみては（G） ●既存商品との差別化。牛の体験牧場（乳しぼりやアイス作りなど）があるとよりいい（J） ●自由時間が必要では（L）
PLAN 5	●魚好きには面白いかもしれない（A） ●テーマはいいと思うが、訴求力は低いと思う（B） ●礼文でウニを採って殻剥きして食べたりはします。漁業体験はどんなことができるでしょうか？料理体験もどのくらいのものをさせてくれるのか内容を知りたい。民泊は不可。スキューバダイビングは好まれません。カヤックも難しいと思います（C） ●食材をキーにするのはとても良い。特に和食の基本である昆布からの料理展開のレベルが気になる（D） ●インバウンド客も日本人も漁業体験型に興味がない（E）・どちらとも言えない（G） ●日本人向け、特に修学旅行など。地引網は人気があり、以前企画した際もまたやりたいと言われた（H） ●インバウンド向け（I）	●　一日くらいは有名な魚料理店にいくなど（A） ●　地引網・ダイビング、シーカヤックなど天候に左右される体験を組込むときはサブメニューも考えた方がよい、PLAN4のツアーと似たようなツアーになっている、民泊もハードルが高い（G） ●　天候が悪い場合にどうするかを考えなければならない（H）
PLAN 6	●ゆっくりできるので、面白いコース（A） ●クルーズ船利用は良い（B） ●車で行けないところなどに行けたら良い。5つの寄港地で何をするか具体的にほしい。もちろん全部違う事だとは思いますが（C） ●食を楽しむという点では興味をそそるが、船の上で食べたいと思う人はいない（E） ●良い（G） ●日本人向け。北海道の島を一周する内容は良い（H） ●インバウンド向けに感じる。北海道の食を知ってもらうのは良い（I） ●内容豊富でとても魅力的。クルーズ船も人気（J） ●各港の拠点で観光タクシーで動ける（A） ●概ね良い（G）	●　各港の拠点で観光タクシーで動ける（A） ●　よさこいはいらない。各地の食と町の温泉を楽しむ（H） ●　一度体験すると問題点等がみえてくる。これだけでは何とも言えないが、自由時間が必要では（L）

3　テストマーケティングによる検証

（6）「Ⅲ　もう１つのNature」各プランへの反応

PLAN 7

北海道内５泊６日

北海道内の発着
旭川空港
稚内空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる－川

人気急上昇・きた北海道のアクティビティ

北海道北部の大河・天塩川は、きた北海道の原野を抜け、ゆったりと日本海に向かう。
この天塩川をカヌーで下るワイルドな旅。各地で野生の動植物観察、地元食材のキャンプ飯、地域住民とのなど交流を行い、北海道の生活に触れる。

【楽しめること】①まずは温泉ホテルでウェルカムキャンプ＆レクチャー　②翌日から２日をかけてガイド付きでカヌーを漕ぎ川下り（２日間）　③川下り中は河畔でキャンプ泊　④北方型動植物の楽園・サロベツ原野でのウォッチングやネイチャーセンターでの北方動植物講座　⑤宿泊は温泉ホテル・テント泊（各流域の住民との交流会もある）

PLAN 8

北海道内４泊５日

北海道内の発着
新千歳空港
稚内空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる
－海岸A【日本海（北）ルート】

日本最北端の街から絶景の日本海を南へ…

広大な北海道はサイクリングに最適。ロシア領樺太島を望む日本最北端の稚内市から日本海沿岸を「自分の速度で旅する」自転車ツーリング。流した汗の分だけ感動が膨らむエコロジーな旅。

【楽しめること】①最北の稚内～札幌間の自転車ツーリング／サポートカー付（５日間）　②途中で1日は日本海に浮かぶ海島の楽園・天売島に渡り１泊（野鳥観察）　③宿泊はキャンプ、公営ホテル、民泊など住民との交流を深めるリーズナブルなスタイル

PLAN 9

北海道内４泊５日

北海道内の発着
女満別空港
稚内空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる
－海岸線B【オホーツク海ルート】

日本最北端の街から雄大なオホーツク海を見ながら東へ…

日本最北端の稚内市から果てしなく広がるオホーツク海沿岸を「自分の速度で旅する」自転車ツーリング。流した汗の分だけ感動が膨らむエコロジーな旅。

【楽しめること】①最北の稚内～網走間の自転車ツーリング／サポートカー付（５日間）　②途中には日本最大の汽水湖サロマ湖での漁業体験、野鳥観察が楽しめる　③宿泊はキャンプ、公営ホテル、民泊など住民との交流を深めるリーズナブルなスタイル

PLAN 10

北海道内４泊５日

北海道内の発着
新千歳空港
函館空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる
－海岸線C【日本海（南）ルート】

小樽市から奇岩奇石が並ぶ日本海沿岸を見ながら南へ…

かつて北海道の商都と呼ばれた運河のある街・小樽市から、北海道の南の中心地・函館市に向かって「自分の速度で旅する」自転車ツーリング。流した汗の分だけ感動が膨らむエコロジーな旅。

【楽しめること】 ①小樽市～函館市間の自転車ツーリング／サポートカー付（５日間）　②途中1日は日本海に浮かぶ奥尻島に渡り１泊（北海道の海の味覚を堪能）　③宿泊はキャンプ、公営温泉ホテル、民泊など住民との交流を深めるリーズナブルなスタイル

PLAN 11

北海道内４泊５日

北海道内の発着
旭川空港
新千歳空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－　山【大雪山ルート】

神々の遊ぶ庭と呼ばれる「大雪山系」を体感する

北方圏に位置する北海道では、標高の低い山でも高山植物と出会える。
標高2,291mの旭岳をはじめ、2,000m級の山が連なる大雪山系は北海道屋根。
初心者でも楽しめるガイド付き「軽登山・トレッキング」の旅。

【楽しめること】①大雪山講座（大雪山と動植物を学ぶ）　②ガイド付きで軽登山・トレッキング（日帰り）　③湧水（北海道の名水）を採取して大自然の中でのティータイム　④農作業・酪農体験、山菜採取、地域の催事に参加　⑤札幌市に１泊（観光）、札幌以外の宿泊はゆったり温泉ホテル
⑥ オプションでOP：ラフティング、渓流釣り、蕎麦打ちなど

PLAN 12

北海道内４泊５日

北海道内の発着
IN, OUT
新千歳空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－　山【羊蹄山ルート】

標高1,898m、円錐形の成層火山で、その姿から蝦夷富士と呼ばれる名山

北海道の「富士山」と呼ばれる美しい山は、世界のリゾート地・NISEKO地区にある。ここではたくさんの高山植物と出会える。
初心者でも楽しめるガイド付き「軽登山・トレッキング」の旅。

【楽しめること】①羊蹄山講座（羊蹄山と動植物を学ぶ）　②ガイド付きで軽登山・トレッキング（日帰り）　③湧水（北海道の名水）を採取して大自然の中でのティータイム　④農作業、山菜採取、地域の催事に参加
⑤NISEKOでは温泉ホテル２泊、SAPPOROは観光も楽しめるゆとりの３泊　⑥ オプションでOP：ラフティング、渓流釣り、蕎麦打ちなど

PLAN 13

北海道内４泊５日

北海道内の発着
帯広空港
新千歳空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－　山【アポイ岳ルート】

太平洋を一望にするアポイ岳は世界ジオパーク登録の「花の山」

標高810mだが、特殊な岩体から固有の高山植物群で覆われており「アポイ岳高山植物群落」として国の特別天然記念物となっている。2015年には「ユネスコ世界ジオパーク」に加盟した。山麓は日本最大の競走馬生産地であるHIDAKA。世界的な自然環境をガイド付き「軽登山・トレッキング」で楽しむ旅。

【楽しめること】①アポイ岳講座（アポイ岳と高山植物を学ぶ）　②ガイド付きで軽登山・トレッキング（日帰り）　③湧水（北海道の名水）を採取して大自然の中でのティータイム　④農作業、山菜採取、地域の催事に参加
⑤HIDAKAでは温泉ホテル２泊、SAPPOROは観光も楽しめるゆとりの３泊　⑥ オプションでOP：乗馬、蕎麦打ちなど

PLAN 14

北海道内４泊５日

北海道内の発着
季節・対象により
新千歳、旭川、釧路、
中標津、紋別の
各空港の内、２空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－ 希少動物ウォッチング

あなたは出会えるか？ 北海道は希少な動物に溢れている

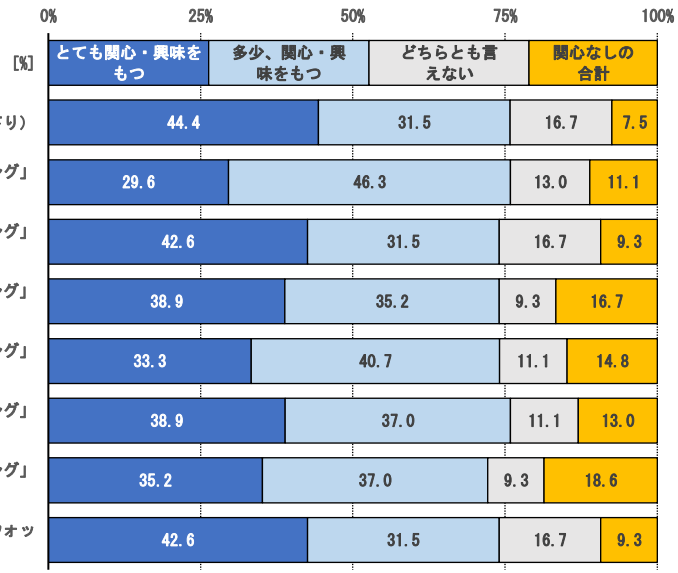
旅は「運」も味方につけなければならない。数日間かけて粘り強く希少 動物との出会いを 待ち続ける。「出会えた」とにの喜びは一万倍にもなる。

【楽しめること】①観察できるのは【エトピリカ】【しまえなが】【鯨・シャチ】【シマフクロウ】【タンチョウ（鶴）】【オジロワシ・オオワシ】【エゾモモンガ】などで（季節・エリア）を組合せてコース設定

②初日には観察・写真撮影講座②各ウォッチ期間は３日間③ウォッチ以外の時間に地域の農・漁業体験、地域の催事参加、④宿泊は民宿、温泉 ホテル⑤ウォッチ時間外は ラフティング、渓流釣り、蕎麦打ちなど

①　PLAN７～14　欧米豪調査結果

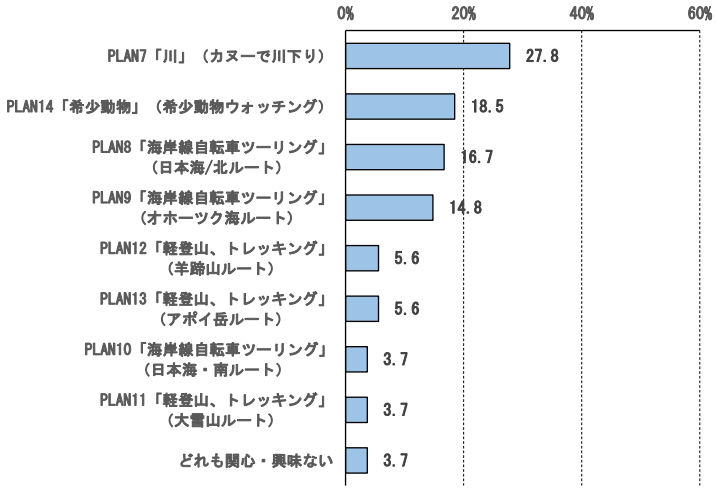
最も関心があるもの



3　テストマーケティングによる検証

①　PLAN７～14　欧米豪調査結果

最も関心があるもの



最も関心を持った理由

(%)		サンプル数	旅のテーマがユニーク	自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされている	そのテーマに関心があった	その旅行エリアに関心があった	従来の日本旅行とは違う	日数はちょうどいい	日数は長すぎる	日数は短かすぎる	料金は高い	料金はちょうどいい	家族旅行に向いている	夫婦・カップルの旅に向いている	1人旅なら選んでもいい	そのテーマに関心のある仲間と行くならいい
全体		52	30.8	34.6	28.8	28.8	28.8	17.3	11.5	13.5	5.8	23.1	28.8	26.9	30.8	19.2
最も関心・興味	PLAN7「川」（カヌーで川下り）	15	26.7	26.7	33.3	20.0	6.7	26.7	13.3	26.7	13.3	20.0	33.3	40.0	40.0	20.0
	PLAN8「海岸線自転車ツーリング」（日本海/北ルート）	9	22.2	44.4	11.1	33.3	11.1	11.1	11.1	11.1	0.0	22.2	0.0	22.2	11.1	11.1
	PLAN9「海岸線自転車ツーリング」（オホーツク海ルート）	8	0.0	25.0	25.0	25.0	62.5	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	37.5	12.5	37.5	12.5
	PLAN10「海岸線自転車ツーリング」（日本海・南ルート）	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	PLAN11「軽登山、トレッキング」（大雪山ルート）	2	50.0	50.0	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	50.0	50.0
	PLAN12「軽登山、トレッキング」（羊蹄山ルート）	3	66.7	100.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	33.3	66.7	0.0
	PLAN13「軽登山、トレッキング」（アポイ岳ルート）	3	33.3	33.3	66.7	66.7	66.7	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3
	PLAN14「希少動物」（希少動物ウォッチング）	10	50.0	30.0	40.0	30.0	30.0	20.0	10.0	10.0	0.0	40.0	20.0	20.0	20.0	20.0

全体より５ポイント以上大きい

各プランへの主な自由意見

【PLAN７　カヌーで川下り】
- ラフティングが大好き とても楽しそうです。
- 時間を投資する価値がある。
- カヌー旅行のアイデアが好き。
- カヌーが大好きで、日本でもやりたいと思っている。

【PLAN８　自転車ツーリング（日本海・北）】
- ユニークな冒険で、楽しい。
- 特定のルートをグループで走るというより、個人でサイクリングを楽しむ方がいい。
- 自転車でのツーリングはとても楽しそう。北海道の自然が楽しめる。

【PLAN９　自転車ツーリング（オホーツク）】
- 探検するのが大好きで、お得なプランだ。
- 素敵なアイデア。
- 海で獲れた美味しい海の幸を食べながら、景色を楽しみながら、海岸沿いをサイクリングするのは楽しいでしょう。
- 素晴らしい選択肢になる。

【PLAN10　自転車ツーリング（日本海・南）】
- リラックスできそう。
- 自転車に乗るのが大好き。
- このプランは好き！本当に良い。
- 素晴らしい旅行になりそう。

【PLAN11　軽登山・ﾄﾚｯｷﾝｸﾞ（大雪山）】
- とても楽しそう。
- もの凄くいい。

【PLAN12　軽登山・ﾄﾚｯｷﾝｸﾞ（羊蹄山】
※特に記載なし

【PLAN13　軽登山・ﾄﾚｯｷﾝｸﾞ（アポイ岳）】
- その山のことは、よく知らないが、ハイキングの組み合わせが好き。

【PLAN14　希少動物ウォッチング】
- 私たちがよく知らないさまざまな動物や種が含まれている可能性があるので、とても期待する。
- 珍しい動物を見るのが好き。
- テーマ自体が大好き
- 動物が大好き。得られる経験に対して価格が妥当だと思う。このプランが本当に好きです。
- 自然の中で動物を愛する
- 野生生物を学び、観察するのがいい。
- 地域の在来の動物と触れ合うことができそう。
- 地域の動物について学ぶのはとてもクールですね。
- 北海道でのハイキングでは、珍しい動物を見たい。

3　テストマーケティングによる検証

②　L.Oヒアリング結果（PLAN７～14）　注：（　）内は回答者＝P108の一覧表に対応している

<table>
<tr><th></th><th colspan="2">評　　価</th><th>工夫・改善が必要なこと</th></tr>
<tr><td>PLAN７</td><td colspan="2">●海外のお客に人気がありそうな体験型（A）
●なかなかできない体験で良いと思います。ガイドの力量によるところが大きいので、平準化したツアーになるのかが気になります（D）
●体験や欧米を思わせるアクティビティは良い（H）
●キャンプは学校行事として取り入れることができる（I）とてもいい内容だと思う。このツアーで一番大切なのは各コンテンツには時間をかける。時間配分のメリハリが必要なこと（L）
●それほど魅力を感じるものではない（B）
●キャンプは難しい。道北は泊まれるホテルがない、レストランがないので難しい（C）
●45万円かけて大自然の体験は無理がある（E）
●割高だし、日程も長すぎる（K）</td><td>●ネイチャーガイドが帯同することが必要（A）
●道北は、施設（ホテルやレストラン）がなく、景色も単調なので、まずそこをどうにかしてほしい（C）
●川下りキャンプで5泊6日は厳しい。悪天候の場合はどのようなプランになるのか。地域住民との交流会とはうまく組み立てることが重要（G）
●天気が悪い場合にどうするかを考える必要がある（H）</td></tr>
<tr><td>PLAN８</td><td rowspan="3">●ツーリングは外国人のお客が増えている（A）
●同じような景色が続くのですべて海岸線であるメリットがあるかは疑問（B）
●欧米型のアクティビティは良い（H）
●とてもいい内容だと思う。時間配分のメリハリが必要では（L）

●割高。日程も長すぎる（K）
●ツーリングは良いが、民泊は不可。住民との交流はどんな感じで組み立てるかは課題（C）
●インバウンド、日本人とも、旅行中にキャンプを取り入れてのツアーは難しい。キャンプを目的とする人は自らするのでツアーでは来ない（E）
●自転車は安全面の不安もあるため、取り入れるのが難しい（E）
●自転車は持ち込みにするのか？自転車のレンタルまで含まれるのか？明確にする必要がある。これだけの距離を走るのであれば、自転車のフィッティングも大変（D）</td><td>●悪くはないが、同じような景色が続いたら飽きてしまうかも？（B）
●サイクリングは人気。野鳥観察も好きな方はいます。でも民泊は不可。（C）
●このルートは風が強く、トンネルも多いルート。道幅も狭く大型トラックの交通量も多いので玄人向きなコースかと思う。田園風景、どこまでも続く一本道なコースの方が良いかと思います（G）</td><td>● サポートカーは、リタイヤなどに備え、ジャンボハイヤーなどで対応する方がいい。（A）
● サイクリングをしたい方はサイクリングだけ。野鳥観察したい方は野鳥観察だけ。この2つの組み合わせはなかなか難しいのでは（C）
● インバウンド向けに、日数を減らし価格も下げる（I）
● 天気が悪い場合にどうするかを考える必要がある（H）</td></tr>
<tr><td>PLAN９</td><td>●このルートは途中から景色の変化も少なく、5日間走り続けるのはどうでしょう。少し心配。（D）</td><td>● PLAN8と似ている（G）
● 天気が悪い場合にどうするかを考える必要がある（H）</td></tr>
<tr><td>PLAN10</td><td>●奇岩や、せたなライドのコースなどあるので、工夫をすれば面白くなる（B）</td><td>● PLAN8と似ている（G）
● 天気が悪い場合にどうするかを考える必要がある（H）
● 一度体験すると問題点等がみえてくる。これだけでは何とも言えないが、自由時間が必要では（L）</td></tr>
</table>

3　テストマーケティングによる検証

（6）L.Oヒアリング結果（総括評価）　注：（　）内は回答者＝P108の一覧表に対応している

<table>
<tr><th></th><th colspan="2">評　　価</th><th>工夫・改善が必要なこと</th></tr>
<tr><td>PLAN11</td><td rowspan="3">●山好きには人気がありそう（A）
●登山人気があるのか疑問（F）
●登山は学校行事として取り入れやすい。価格と宿泊日数を減らせば取り入れやすい（I）
●とてもいい。どのコンテンツに、どのくらい時間をかけるか、時間配分のメリハリが必要（L）
●本当に好きな人は個人で好きな山に登る。学校行事などで大がかりにならない計画なら良い（H）
●【PLAN10&11】札幌ステイのある無難なコースだと思う（B）
●ガイドの確保が大変（E）

●割高。日程も長すぎる（K）</td><td>●興味のある方には良い内容だと思う。具体的に内容を見たい。（何時からどこでどんな感じで…という。それぞれの写真があると良い）（C）
●大雪山講座、具体的な内容がどこまでを網羅するのかわかりませんが黒岳側であれば柱状節理等、他では見れない景色の解説などもあればよい。「農作業・酪農体験、山菜採取、地域の催事に参加」の具体的イメージがわからない（D）

●日本人、インバウンドともに企画は難しい。服装などの準備が大変そう。旅行には向いていない（H）</td><td rowspan="3">●登山者の技量によってコースを設定する必要がある。（A）
●天候次第というのが課題（G）
●自由時間が必要では（L）</td></tr>
<tr><td>PLAN12</td><td>●皆さん羊蹄山は見たがります。1時間くらいの軽登山ができるならOK。農作業、山菜採取、地域の催事に参加は良いと思う。具体的にお願いしたい（C）
●羊蹄山講座はとても良いと思う。農作業、山菜採取がこじつけっぽいが（D）
●良い。羊蹄山、ニセコエリアは人気がある（G）</td></tr>
<tr><td>PLAN13</td><td>●　様似の方にはなかなか行かないので、良いと思う。あまり山坂のないコースであれば可（C）
●　農作業、山菜より、HIDAKAで軽種馬関連の見学やアクティビティを入れた方が、よいのでは（D）
●　割高。日程も長すぎる（K）</td></tr>
<tr><td>PLAN14</td><td colspan="2">●天候にも左右されるコース（A）
●テーマは良いと思う（B）
●動物好きな方は多い。ワシを見に1週間滞在される方もいらっしゃる。色々な動物を見れるのは良いです。写真の講座も良いと思います（C）
●本当に希少動物を見たい人は、ツアーではなく、何日も自分でウォッチする。ツアーに参加する人が、3日間のウォッチに耐えられるか、またそれでも見れなかった場合、満足度は極端に下がるのではとの不安もある。（D）
●日本人、インバウンドともに興味を持つと思う（H）
●趣味がある人にとっては楽しめるが、価格を下げなければ参加は難しい（I）
●割高。日程も長すぎる（K）</td><td>●　希少動物に出会える可能性が低ければ、リピーターができない（A）
●　どれくらいの確率で見れるのか、山の中でどれくらい待つのか、過酷にならないのかなどを明示する必要がある。（G）
●　時間配分、天候が悪いとどうなるのかを考えなくてはならない（H）
●　指導できるカメラマンの確保は結構、難しい（J）
●　自由時間が必要では（L）</td></tr>
</table>

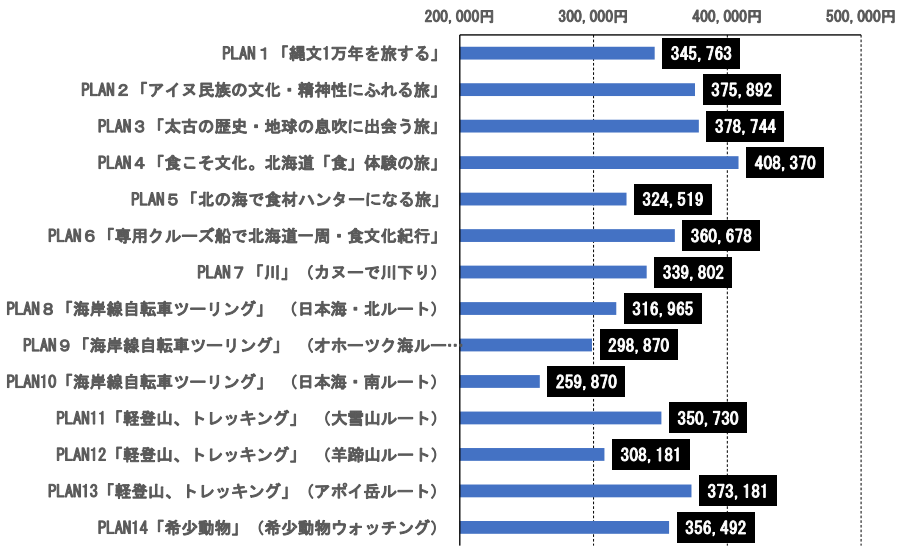
3　テストマーケティングによる検証

（6）価格設定・旅行日数に関する結果

欧米豪調査：各プランへの支払い可能額

(US$)	999.0	1000～1499	1500～1999	2000～2499	2500～2999	3000～3499	3500以上合計	3500～3999	4000～4499	4500～4999	5000～5499	5500～5999	6000～6499	6500～6999	7000～7499	7500～8000	8001 ～
（日本円換算／US$1：JP¥130）	～129,870	130,000～194,870	195,000～259,870	260,000～324,870	325,000～389,870	390,000～454,870	450,000～合計	455,000～519,870	520,000～584,870	585,000～649,870	650,000～714,870	715,000～779,870	780,000～84,4870	845,000～909,870	910,000～974,870	975,000～1,040,000	1,040,130～
PLAN１「縄文1万年を旅する」	14.8	16.7	7.4	9.3	5.6	13.0	33.6	13.0	3.7	5.6	3.7	1.9	0.0	1.9	1.9	1.9	0.0
PLAN２「アイヌ民族の文化・精神性にふれる旅」	16.7	16.7	5.6	3.7	9.3	16.7	31.6	9.3	7.4	1.9	0.0	7.4	1.9	3.7	0.0	0.0	0.0
PLAN３「太古の歴史・地球の息吹に出会う旅」	9.3	16.7	7.4	7.4	11.1	11.1	37.2	7.4	7.4	11.1	3.7	0.0	1.9	1.9	1.9	1.9	0.0
PLAN４「食こそ文化。北海道「食」体験の旅」	7.4	7.4	20.4	7.4	3.7	13.0	40.9	3.7	11.1	13.0	1.9	7.4	1.9	1.9	0.0	0.0	0.0
PLAN５「北の海で食材ハンターになる旅」	13.0	13.0	5.6	18.5	11.1	7.4	31.8	9.3	9.3	5.6	1.9	0.0	0.0	1.9	1.9	0.0	1.9
PLAN６「専用クルーズ船で北海道一周・食文化紀行」	13.0	9.3	11.1	7.4	16.7	0.0	42.9	9.3	9.3	0.0	5.6	1.9	5.6	1.9	7.4	0.0	1.9
PLAN７「川」（カヌーで川下り）	13.0	9.3	13.0	13.0	7.4	14.8	29.9	5.6	9.3	1.9	9.3	1.9	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0
PLAN８「海岸線自転車ツーリング」（日本海・北ルート）	18.5	7.4	11.1	14.8	3.7	1.9	42.9	9.3	9.3	5.6	1.9	1.9	5.6	3.7	1.9	0.0	3.7
PLAN９「海岸線自転車ツーリング」（オホーツク海ルート）	18.5	13.0	7.4	18.5	9.3	9.3	24.3	7.4	1.9	3.7	1.9	1.9	0.0	1.9	5.6	0.0	0.0
PLAN10「海岸線自転車ツーリング」（日本海・南ルート）	18.5	20.4	11.1	7.4	3.7	11.1	27.9	9.3	3.7	3.7	3.7	3.7	1.9	0.0	0.0	0.0	1.9
PLAN11「軽登山、トレッキング」（大雪山ルート）	18.5	14.8	5.6	7.4	9.3	14.8	29.8	11.1	3.7	1.9	1.9	1.9	3.7	1.9	3.7	0.0	0.0
PLAN12「軽登山、トレッキング」（羊蹄山ルート）	16.7	14.8	13.0	7.4	5.6	9.3	33.4	7.4	7.4	9.3	1.9	0.0	3.7	3.7	0.0	0.0	0.0
PLAN13「軽登山、トレッキング」（アポイ岳ルート）	14.8	16.7	1.9	5.6	14.8	14.8	31.7	3.7	11.1	9.3	1.9	0.0	1.9	1.9	1.9	0.0	0.0
PLAN14「希少動物」（希少動物ウォッチング）	13.0	13.0	9.3	9.3	11.1	3.7	41.1	9.3	9.3	5.6	0.0	9.3	1.9	1.9	1.9	1.9	0.0

欧米豪調査：各プランへの支払い可能額／中央値



中央値：この金額を境に上下50％：50％に分岐する目安。平均値とは異なる。

L.Oヒアリング調査：各プランの価格・日程の設定

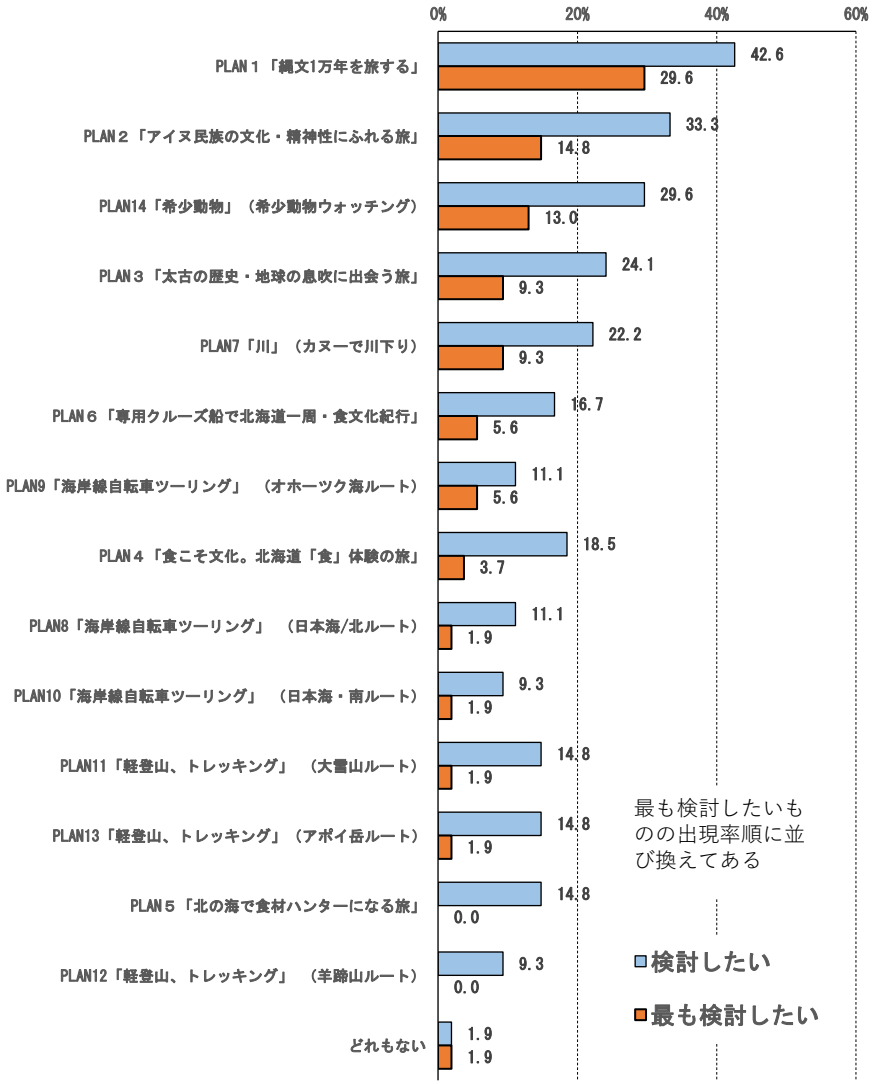
注：（　）内は回答者＝P108の一覧表に対応している

	価格評価（※全て450,000円と仮設定している）	妥当な日程
PLAN 1	● 宿泊施設などに見合う料金であれば高くはない（C） ● テント泊なら、料金は安めに設定する必要がある（A） ● 45万は高い。（E、H、I） ● これを一つの行程に入れるとよい（E） ● 資料館、博物館、セミナーなど料金がかからないので下げられる（G） ● 宿泊や食事の内容による（J） ● 宿泊、人員、コーディネーター料がどこまで入るかによるので一概には言えないが、高い気がする（K）	・3泊4日 （A、G、J、K）
PLAN 2		・3泊4日（A、K） ・5泊6日（G、J）
PLAN 3		・3泊4日（A、G、J）
PLAN 4	● 45万は高い。これを一つの行程に入れるとよい（E） ● 適正（G） ● PLAN5は8万円、PLAN 6 は15万円以上（H） ● インバウンドであれば、ホテルも一流のところを選ぶなら良い。学校教育向けなら値段を下げて（I） ● 宿泊、人員、コーディネーター料がどこまで入るかによるので一概には言えないが、高い（K）	・3泊4日（A） ・5泊6日（G、J） ・4泊5日（H）
PLAN 5		
PLAN 6		
PLAN 7	● ツアーの一部としてなら可（E） ● カヌー、川下りなどは日帰りプランなどがあるので提示の金額は高い（G）、もっと下げるべき（I） ● 10万円（H）	・3泊4日（A、H、K） ・5泊6日（J）
PLAN 8	● インバウンド、日本人ともに、自転車ツーリングでは高すぎ（E）、高い印象（G） ● 10万円（H） ● 外国人向けの場合料金がネック。経験上20万円超えると厳しい（J）	・3泊4日（A、H、K） ・4泊5日（G）
PLAN 9		
PLAN10		
PLAN11	● 45万円は高すぎる。ツアーの一部とするのも難しいが、そうしないと割が合わない（E） ● 宿泊や食事の内容による（J）	・1泊（H） ・3泊4日（A、K） ・4泊5日（G）
PLAN12		
PLAN13		
PLAN14	● インバウンド客なら、これで適切だと思う（J） ● 45万円は高すぎる（E）、高い印象（G） ● 10万円程度ではないか（H）	・3泊4日（A、K、G） ・4泊5日（H、J）

3　テストマーケティングによる検証

（7）全モデルプラン評価（欧米豪調査＆L.Oヒアリング総評）

欧米豪調査：利用意向、最利用意向プラン



L.Oヒアリング調査：モデルプランに対する総評

提示したモデルプランに対する総評
●料金の算出方法はわからない。全周の長いコースもあれば、ゆっくり回れるコースもあり、全体的には良い（Ａ） ●どのプランもインバウンドの方には喜ばれる内容と思えました。学習体験、修学旅行などにも利用できるよう料金を安くしたほうが良いのでは。個別に金額設定することは難しいが、一つ一つの内容は特色があり、良いと思う（Ｉ） ●ATは担い手（ガイドなど）によるところも大きいと思う。北海道の大自然と言っても海外に比べてしまうと規模は小さく、訴求力も弱いので、北海道ならではの体験をもっと掘り下げた方が魅力的な商品になるのではないでしょうか（Ｂ） ●全体として感じたのは、ATWSのために作られたコース、という印象。このあとこのコースが本当に商品として　一般向けに継続できるのかが気になりました（Ｄ） ●PLAN1~PLAN3は学生、或いは専門家向けプランと思います。料金が安くなれば（3万円/1日）、一般の方も参加しやすいです。他のPLANはそう珍しくない印象。既に類似したものがあるのではないか。（Ｆ） ●どのプランも45万円は高すぎる。北海道旅行の醍醐味は食べることだと思う。おいしいものを食べてもらう旅行は人気が高い。自然に興味がある人もいるが、天候のこともあり、中止になった場合を考える必要がある（Ｈ） ●全体的に高すぎる。催行人数、宿泊施設をどのようにするかなどはこれからと思うが、ターゲットがどこになるのか、外国人向け、裕福層向けなど絞り込んだほうが良いと思う。5泊6日も長い日程（Ｋ） ●ここに挙げられたプランでは、インバウンドも日本人も来る人がいない。料金が高すぎる。それぞれのモデルプランを取り入れたツアーであれば少しは興味を持つ。今の旅行者が北海道に臨むことは、食でありおいしいものを堪能することと感じる。歴史や文化への興味はあるが、アイヌへの興味は薄い。観光客はある程度自分でプランを立ててくる人が多く、単発のツアーを入れて楽しんでもらっている。団体旅行が減り、いかにコストをかけずに楽しんでもらうかを考える時代。北海道のホテルは古く、接客レベルも低い。星4つと言っても観光客のニーズには合っていない。ツアーにはホテルの質も重要（Ｅ） ●北海道として添付のようなコース案を何処の国の何処へ商品として売る事にする方針（道および観光振興機構の）は示されていますか？。コロナ前までインバウンドを手配する業者は旅行会社登録以外でも届け出で出来るようになったが、コロナで稼働は出来なかった。なので、これらの届け出業者等々にモデルプランを示しても、実際に受入れの条件整備をし終えているところはありましょうか。(受入れ整備をするには相当なエネルギーを要します)ここのところを把握している事が大事です。

4　テストマーケティングをふまえた最終モデルプラン造成

（1）テストマーケティング結果の要約と改善方針

	テストマーケティングの結果概要				モデルプランの改善などの方針
	概要	欧米豪調査から	L.Oヒアリングから		
PLAN 1	縄文１万年を旅する 利用意向は 14プラン中　第１位	□ 関心度は高い（強い関心は46%。テーマ１の３プラン比較関心度ではアイヌ文化より若干関心が低い） □ 自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされているとの評価が高い。 □ 日数（5泊）適正は35%、家族旅行に向く印象もある。 □ 料金（中央値）は35.6万円だが、33%は設定値の45万円以上を可とする。	□ 全体的に評価は良好であるが、次の点に留意する。 ・テント泊なら料金を安めに設定 ・割高。日程も長すぎる	３泊４日を中心にするべき	➢ 料金設定を40万円程度にする ➢ 旅程を４泊５日とする
PLAN 2	アイヌ民族の文化・精神性に触れる 利用意向は 14プラン中　第２位	□ 関心度は高い（強い関心は41%。テーマ1での比較関心度では最も関心が高い） □ 元々、関心をもっていたことと、従来の日本旅行と違うなどの印象がある。 □ 日数（5泊）適正は23%で、長すぎ・短か過ぎが１割程度ある。 □ 料金（中央値）は37.6万円だが、32%は設定値の45万円以上を可とする。（※高過ぎの指摘も多い）	□ 全体的に評価は良好であるが、次の点に留意する。 ・周遊エリアが広すぎる。 ・アイヌだけではなく、もう少し観光を取り入れた方がいい ・アイヌ織物体験メニューに入れる ・自由時間が必要		➢ 料金設定を40万円程度にする ➢ 旅程を３泊４日とし、一般ツアー客のオプショナルツアーに対応させる
PLAN 3	太古の歴史・地球の息吹に出会う 利用意向は 14プラン中　第４位	□ 関心度は高く、強い関心は48%だが、テーマ１の３プラン比較での関心度では最小。 □ ユニークさ、自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされているとの印象が強い。 □ 日数（5泊）適正は27%。 □ 料金（中央値）は37.9万円だが、37%は設定値の45万円以上を可とする。（※高過ぎの指摘は少ない）	□ 全体的に評価は良好であるが、次の点に留意する。 ・歴史であれば旧石器の方がタイムリー ・周遊エリアが広すぎる。 ・テント泊は天気に左右される		➢ 料金設定を40万円程度にする ➢ 旅程を４泊５日とする
PLAN 4	食こそ文化。北海道「食」体験の旅 利用意向は 14プラン中　第８位	□ 関心度は高く、強い関心は56%で、テーマ２の３プラン比較での関心度は最大。 □ 元々、関心をもっていたことと、従来の日本旅行と違うなどの印象がある。 □ 日数（5泊）適正は11%と低く、長すぎる印象。 □ 料金（中央値）は40.8万円で全14プラン中最大。設定値の45万円以上を可とするのは41%で支払余力が大きい。	□全体的に評価は良好であるが、次の指摘に留意する。 ・一日レンタカーはいらない ・ワイナリー、チーズ工房は人気メニュー ・一日くらいは有名な魚料理店にいくなどの、満足度向上策を入れる ・既存商品との差別化。例えば牛の体験牧場（乳しぼりやアイス作りなど）を組み込む	３泊４日を中心にする	➢ 支払余力が大きいことから、料金設定は45万円程度を維持する ➢ 旅程を５泊６日とする ➢ ワイナリー、チーズ工房体験、搾乳体験などを充実させる想定にする
PLAN 5	北の海で[食材ハンター]になる旅 利用意向は 14プラン中 第13位	□ 関心度はやや低く、強い関心は37%で、テーマ２の３プラン比較での関心度は第２位。 □ 4割は自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされているとの印象を持つ。 □ 日数（4泊）は適正が11%しかないが、長・短か過ぎとの指摘も少ない。 □ 料金（中央値）は32.5万円で。設定値の45万円以上を可とするのは32%。	□全体的に評価は良好であるが、次の指摘に留意する。 ・天候に左右される体験を組込むときは代替メニューの用意が必要 ・既存商品との差別化。例えば牛の体験牧場（乳しぼりやアイス作りなど）を組み込む		➢ 料金設定を30万円程度にする ➢ 旅程を３泊４日とする ➢ 商品化に際しては悪天候対応として屋内体験（チーズ工房体験、食品製造など）を備える
PLAN 6	専用クルーズ船で道内一周[食文化紀行」 利用意向は 14プラン中　第６位	□ 関心度は高く、強い関心は52%もある。しかし、テーマ２の３プラン比較での関心度は最小。 □ 元々、関心をもっていたエリアであること、従来の日本旅行と違う、家族向けなどの印象がある。 □ 日数（4泊）は適正・短か過ぎが共に17%。 □ 料金（中央値）は36.1万円で。設定値の45万円以上を可とするのは43%と価格設定は有効である。	□かなり評価は高いが、次の指摘に留意する。 ・各港の拠点で観光タクシーで動ける仕組み ・各地の食と町の温泉を楽しむことを強化 ・自由時間が必要では	4泊～5泊も可	➢ 支払余力が大きいことから、料金設定を50万円程度にする ➢ 旅程は４泊５日を維持する ➢ 商品化に際しては、寄港地での滞在時間を長くすることで、自由時間確保を行う

4　テストマーケティングをふまえた最終モデルプラン造成

	テストマーケティングの結果概要			モデルプランの改善などの方針
	概要	欧米豪調査から	L.Oヒアリングから	
PLAN７	北海道の大自然に身を委ねる－川 利用意向は 14プラン中　第５位	□ 関心度は高く、強い関心は44%で、テーマ３の８プラン比較での関心度でも最大。 □ 夫婦・カップル、1人旅に向くとの印象が強い。 □ 日数（5泊）は適正が27%だが、短いとの指摘も27%と多い。 □ 料金（中央値）は34.0万円だが、設定値の45万円以上を可とするものは30%と多くない。	□ 全体的に評価は良好であるが、次の点に留意する。 ・ ネイチャーガイドが帯同することが必要 ・ 道北は、施設（ホテルやレストラン）がなく、景色も単調 ・ 川下りキャンプで5泊6日は厳しい。 ・ 悪天時の対応（代替案）の用意	➢ 料金設定を45万円程度を維持する ➢ 旅程は５泊６日を維持する ➢ 商品化に際しては、寄港地での滞在時間を長くすることで、自由時間確保を行う
PLAN８	北海道の大自然に身を委ねる－海岸線A 【日本海・北ルート】 利用意向は 14プラン中　第９位	□ 関心度は高いものの、強い関心は30%と相対的に少なく、テーマ３の３プラン比較での関心度では第３位。 □ 自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされているとの印象が強く、きた北海道への関心層も多い。 □ 日数（４泊）適正が11%で、所要期間について判断しかねている。 □ 料金（中央値）は31.7万円だが、設定値の45万円以上を可とするものは43%と多く、支払い余力は大きい。	□ 全体的に評価は良好であるが、次の点に留意する。 ・ 料金が高すぎるのでは ・ 自転車は持ち込みか貸与か明確にする ・ サポートカーは、リタイヤなどに備え、ジャンボハイヤーなどで対応する方がいい。 ・ インバウンド向けに日数を減らし、価格も下げる ・ 天気が悪い場合にどうするかを考える必要がある ・ オホーツクルートは途中から景色の変化も少ないことへの対応 □ 3泊～4泊が妥当	➢ 自転車は「持ち込み」を基本とし、全体として料金を引き下げ、幅広い誘客を目指す。 （料金設定を30万円） （自転車貸与：40万円程度） ➢ 旅程は４泊５日を維持する ➢ 日本海北ルートの「天売島来訪」はオプションとする。 ➢ 商品化に際しては、悪天候確立の低い日程設計や、ツーリング不可の場合の日程延長対策を考慮する。
PLAN９	北海道の大自然に身を委ねる－海岸線B 【オホーツク海ルート】 利用意向は 14プラン中　第７位	□ 関心度は高く、強い関心は43%。自転車ツーリング３プランの中では最大。 □ 支持層は、今までの日本旅行とは違う印象を与え、家族旅行にも適合と考えている。 □ 日数（４泊）について適正、長すぎるともにが13%。やや、所要期間について判断しかねている。 □ 料金（中央値）は30.0万円、設定値の45万円以上を可とするものは24%と少なく、設定価格の引き下げも必要。		
PLAN10	北海道の大自然に身を委ねる－海岸線C 【日本海・南ルート】 利用意向は 14プラン中　第10位	□ 関心度は高いが、強い関心は39%で、自転車ツーリング３プランの中ではオホーツクルートに次ぐ。 □ 支持層は、今までの日本旅行とは違う、ユニークとの印象を持つ。 □ 日数（４泊）についての反応はなく、所要期間について判断しかねている。 □ 料金（中央値）は26.0万円で自転車ツーリング３プランの中では最少。設定値の45万円以上を可とするのは28%ある。		

4　テストマーケティングをふまえた最終モデルプラン造成

<table>
<tr><th></th><th colspan="3">テストマーケティングの結果概要</th><th rowspan="2">モデルプランの改善などの方針</th></tr>
<tr><th></th><th>概要</th><th>欧米豪調査から</th><th>L.Oヒアリングから</th></tr>
<tr><td>PLAN11</td><td>北海道の大自然に身を委ねる旅－ 山【大雪山ルート】

利用意向は
14プラン中　第11位</td><td>□ 関心度は高い。強い関心は33%で、軽登山・ﾄﾚｯｷﾝｸﾞ３プランの比較関心度では最小だった。
□ 元々、関心をもっていたことと、自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされている、従来の日本旅行と違うなどの印象がある。
□ 日数（４泊）への反応は得られていない。
□ 料金（中央値）は35.1万円だが、30%は設定値の45万円以上を可とする。</td><td rowspan="3">□ 全体的に評価は良好であるが、次の点に留意する。
・料金が高すぎるのでは
・登山者の技量によってコースを設定する必要がある
・天候次第というのが課題
・自由時間が必要では</td><td rowspan="3">➢ 料金設定を35万円程度にする
➢ 旅程は３泊４日とし、一般ツアー客のオプショナルツアーに対応させる
➢ 商品化に際しては、参加資格を設定し、レベルに合わせたオプショナルコースで対応する（安全対策）</td></tr>
<tr><td>PLAN12</td><td>北海道の大自然に身を委ねる旅－ 山【羊蹄山ルート】

利用意向は
14プラン中　第14位</td><td>□ 関心度は高く、強い関心は39%だが、軽登山・ﾄﾚｯｷﾝｸﾞ３プランの比較関心度ではアポイ岳と同等。
□ ユニークさ、自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされているとの印象が強い。
□ 日数（４泊）への反応は得られていない。
□ 料金（中央値）は30.8万円だが、33%は設定値の45万円以上を可とする。（※高過ぎの指摘は少ない）</td></tr>
<tr><td>PLAN13</td><td>北海道の大自然に身を委ねる旅－ 山【アポイ岳ルート】

利用意向は
14プラン中　第12位</td><td>□ 関心度は高く、強い関心は35%で、軽登山・ﾄﾚｯｷﾝｸﾞ３プランの比較関心度では羊蹄山と同等。
□ 元々、テーマに関心をもっていたことと、従来の日本旅行と違うなどの印象がある。
□ 日数（４泊）への適正との評価は33%。（長すぎ、短いも同率）
□ 料金（中央値）は37.3万円で軽登山・ﾄﾚｯｷﾝｸﾞ３プランの中では最大。設定値の45万円以上を可とするのは32%である。</td></tr>
<tr><td>PLAN14</td><td>北海道の大自然に身を委ねる旅－ 希少動物ウォッチング

利用意向は
14プラン中　第３位</td><td>□ 関心度はかなり高く、強い関心だけで43%。テーマ３での比較関心度では最も関心が高い。
□ 元々、関心をもっていたことと、ユニークさなどの印象がある。
□ 日数（４泊）適正は20%で、長すぎ・短か過ぎが共に１割ある。
□ 料金（中央値）は35.7万円だが、41%は設定値の45万円以上を可とする。支払い余力はある。</td><td>□ 全体的に評価は良好であるが、次の点に留意する。
・希少動物に出会える可能性が低ければ、リピーターができない
・どれくらいの確率で見れるのか、山の中でどれくらい待つのか、過酷にならないのかなどを明示する必要がある
・悪天候時の対応
・自由時間が必要

□ 3泊～4泊が妥当</td><td>➢ 支払余力が大きいことから、料金設定は45万円を維持する
➢ 旅程は４泊５日を維持する
➢ 商品化に際しては、「確実に出会える」動物を組込む。</td></tr>
</table>

4　テストマーケティングをふまえた最終モデルプラン造成

（2）最終モデルプラン造成の考え方

❶モデルプランについて

ここでいう「モデルプラン」は、北海道の魅力を活かしたAT客への商品提供（造成）の考え方を示すものである。実際の商品造成に際しては、発地、旅行事業者の受入態勢・運営条件などから、詳細な旅程（旅行スケジュール）設計が必要である。

また、各プランに示す【楽しめること】、すなわち個別体験メニューなど具体的なコンテンツは、各プランの「旅の姿」を表すものであり、商品化に際しては精査が必要となっている。

❷モデルプラン活用方法

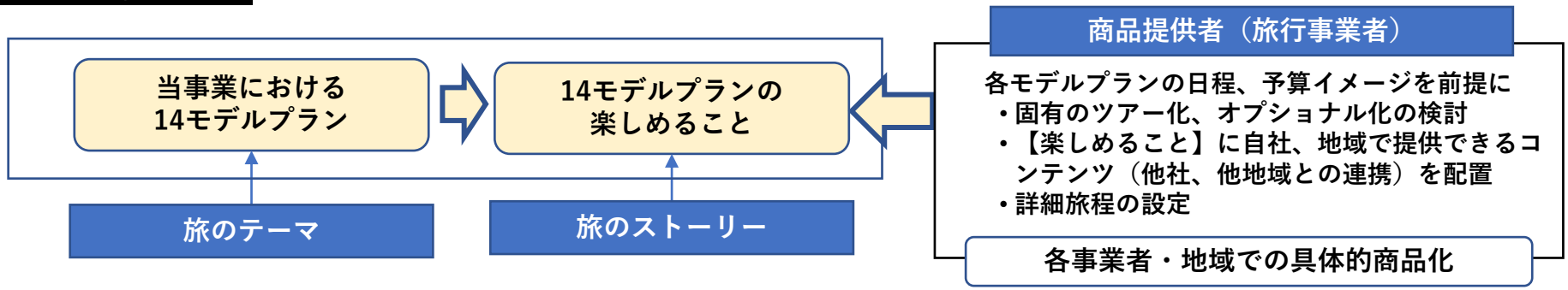
ＡＴ関連商品の造成においては「旅のストーリー」が明確にされなければならず、１つの旅程の中で「コンテンツの強弱＝メリハリ」も必要となる。AT客はFIT型旅行者が多くなることから、固定型プランだけではなく、「顧客の要望に合わせたセミオーダー対応」も想定する必要がある。これらをふまえ、下記に掲げる「モデルプラン」は、「旅のストーリー」を構築し、個々のコンテンツを組み合わせる際のコンセプトシートとして活用いただきたい。

❸モデルプランで設定した発着空港

今回の14モデルプランにおいては下記の空港を発着地として設定している。（※一般ツアー客へのオプショナル展開の場合は空港所在地を発着地とお考え下さい。）

空港名	新千歳	函館	旭川	稚内	帯広	釧路	中標津	女満別	紋別
発着地として設定したプラン	1，2、3 8、10、11 12、13、14	1、5、6 10、	4、5、7 11、14	6、7、8 9，	3、13	2、4，14	14	5、9	14

モデルプラン活用イメージ

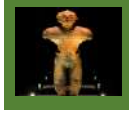


4　テストマーケティングをふまえた最終モデルプラン造成

（3）個別モデルプラン

基礎案（P111～P115参照）から変更したものは「赤文字」となっている。

PLAN 1



4泊5日

北海道内の発着
新千歳空港
函館空港

約400,000円

縄文１万年を旅する

POINT 2019年北海道の縄文遺跡群は世界文化遺産登録されました

紀元前13,000年頃から約1万年以上も自然と共生し続けた縄文時代。
縄文時代の多くの遺跡がある北海道で、その営みに触れ、人と自然との関わりや生きることの意味を考える学習・体験型の旅です。
【楽しめること】①**縄文遺跡見学、土器等の製作**、山菜や魚介類の採取～調理などの体験　②資料館・博物館の観覧（国宝の観覧含む）　③ツアー参加者限定で縄文時代に関するセミナー受講や考古学者等との交流　④**グランピング（１回）**、温泉ホテルなどに宿泊⑤**１日自由行動**

PLAN 2

北海道内３泊４日

北海道内の発着
釧路空港
新千歳空港

約400,000円

アイヌ民族の文化・精神性に触れる

先住民族アイヌの人々の独自の自然観、ライフスタイルが注目されています

アイヌ民族は北海道を中心に居住する先住民族です。
アイヌの人々は独自の言語、自然観や生活スタイル、文化・芸術を持っています。これら異文化に触れながら「日本の多様性」を理解・実感する旅です。
【楽しめること】①アイヌ民族の中心的居住地域（白老地域・日高地域・阿寒地域等）を尋ね、その生き方を学び、文化・芸術に触れます　②アイヌ料理や音楽・舞踊、木彫り等の体験メニューも豊富　③国立アイヌ民族博物館などの観覧やツアー参加者限定でアイヌの人々との交流や学習会　④~~テント泊を含め~~温泉ホテルなどで宿泊　⑤１日程度の自由行動日も設定（観光、お買い物など）

PLAN 3

北海道内４泊５日

北海道内の発着
帯広空港
新千歳空港

約400,000円

北海道で太古の歴史・地球の息吹に出会う

恐竜が生き、火山が噴煙を上げていた太古の時代に思いを馳せる

北海道では新種の恐竜の化石などが数多く発見されています。太古から噴煙を上げ続ける火山は、美しい景観や温泉の恵みも生み出しました。
日本最大の面積をもつ北海道で、「太古の歴史」を実感しながら“もうひとつの日本の自然”を学び、楽しむ旅です。
【楽しめること】① 活火山への軽登山・トレッキング　②恐竜博物館やジオパークなどを訪問し、恐竜化石発掘や分類などを体験　③ツアー参加者限定で考古学者等を交えた学習・懇談会　④~~テント泊を含め~~温泉ホテルなどで宿泊　⑤**１日自由行動日**も設定（観光、お買い物など）

3　テストマーケティングによる検証

旅の主テーマ❷

Ⅱ もう１つのジャパングルメ

北の大地が育んだ独自の食文化

日本の食糧基地・北海道。四方を海に囲まれ、広い大地から生まれる豊かな食の資源は、独自の「食」を育てた。
ここには、もうひとつのジャパングルメがある。

共通事項　料金は北海道内で要するものです（貴国～日本、日本国内～北海道の移動交通費は除く）・○泊○日は北海道内のみです

PLAN 4

北海道内５泊６日

北海道内の発着
釧路空港
旭川空港

約450,000円

食こそ文化。北海道「食」体験の旅

北海道は日本最大にして最良の食料生産地

国土の1/4を占める北海道は大規模農業地帯であるとともに、四方を海に囲まれ海産物も豊富。この「食の大地」での体験を通して「人はなぜ食べるのか、何を食べるのか」など、生きる根源・食を見つめ直す旅です。

【楽しめること】①農家・漁家での作業体験、地域住民との交流会　②鮨握り、蕎麦打ちなどの体験　③ワイナリー、日本酒酒蔵、チーズ工房見学、体験　④ツアー参加者限定での北海道農業の歴史や食を考える学習会、地域住民との交流　⑤ １日程度の自由行動日~~にはレンタカーを用意~~　⑥宿泊は温泉ホテル

PLAN 5

北海道内３泊４日

北海道内の発着
函館空港
（他に旭川空港
・女満別空港）

約300,000円

北の海で[食材ハンター]になる旅

北海道の海は豊穣の海

伝統的な日本料理の源は「お出汁」。京都や東京の有名な日本料理店も「お出汁」に使う昆布をはじめ、食材の多くは北海道産。
その食材の宝庫・北海道で、ちょっとハードに自ら「食材ハンター」（漁業体験）となって楽しむ「食」の旅はいつまでも記憶に残る。

【楽しめること】①漁業体験（昆布干し、ウニ・貝類の殻剥き、地引網など季節で対応）②料理体験（伝統和食、地域の名物料理）　③ワイナリー、日本酒酒蔵、チーズ工房見学、体験　④オプションで漁師の家での民泊・生活体験⑤宿泊は温泉ホテル　⑥１日程度の自由行動日にはスキューバダイビングやシーカヤックも楽しめる

PLAN 6

北海道内４泊５日

北海道内の発着
函館空港（一周）
稚内空港（半周）

約500,000円
稚内～函館間のみ
約150,000円

専用クルーズ船で北海道一周[食文化紀行]

２0,000tクラスの大型客船で北海道の食を丸ごと楽しむ

オーストリアやアイルランドに匹敵する面積を持つ北海道。南部・中央部・北部・東部など、それぞれに異なった風景や文化、そして「食」が楽しめる。専用クルーズ船でゆったりと、ひと口では語れない多様な北海道を旅する。

【楽しめること】①函館発着の１周、稚内～函館間のみの半周が選択できる　②５つの寄港地ごとに農漁業、地域料理、伝統芸能・祭など色々な体験②船内では郷土食・和食ディナーや「食・健康」講座　③郷土の祭り体験（よさこいなどの舞踊、屋台など）　④寄港地からの日帰り体験（陶芸・木彫等）、温泉ツアーなど　⑤網走港では長時間停泊（オプショナルで知床日帰りツアーが可能）

3　テストマーケティングによる検証

旅の主テーマ❸

Ⅲ もう１つのNature

彩やかな四季に遊ぶアドベンチャーステージ

四季とは北海道のためにある言葉。圧倒的な海・山・川・湖沼・が、四季を通じて、あらゆるアクティビティを実現する。
ここはアジア最高峰のアドベンチャーステージ。

共通事項　料金は北海道内で要するものです（貴国～日本、日本国内～北海道の移動交通費は除く）・〇泊〇日は北海道内のみです

PLAN 7

北海道内５泊６日

北海道内の発着
旭川空港
稚内空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる－川

人気急上昇・きた北海道のアクティビティ

北海道北部の大河・天塩川は、きた北海道の原野を抜け、ゆったりと日本海に向かう。
この天塩川をカヌーで下るワイルドな旅。各地で野生の動植物観察、地元食材のキャンプ飯、地域住民とのなど交流を行い、北海道の生活に触れる。

【楽しめること】①まずは温泉ホテルでウェルカムキャンプ＆レクチャー　②翌日から２日をかけてガイド付きでカヌーを操り川下り（２日間）　③川下り中は河畔でキャンプ泊　④北方型動植物の楽園・サロベツ原野でのウォッチングやネイチャーセンターでの北方動植物講座　⑤宿泊は温泉ホテル・テント泊（各流域の住民との交流会もある）

PLAN 8

北海道内４泊５日

北海道内の発着
新千歳空港
稚内空港

自転車持込
約300,000円
自転車貸与
約400,000円

北海道の大自然に身を委ねる
－海岸A【日本海（北）ルート】

日本最北端の街から絶景の日本海を南へ…

広大な北海道はサイクリングに最適。ロシア領樺太島を望む日本最北端の稚内市から日本海沿岸を「自分の速度で旅する」自転車ツーリング。流した汗の分だけ感動が膨らむエコロジーな旅。

【楽しめること】①最北の稚内～札幌間の自転車ツーリング／サポートカー付（５日間）　②オプショナル：日本海に浮かぶ海鳥の楽園・天売島に渡り１泊（野鳥観察）　③宿泊はキャンプ、公営ホテル~~、民泊~~など住民との交流を深めるリーズナブルなスタイル

PLAN 9

北海道内４泊５日

北海道内の発着
女満別空港
稚内空港

自転車持込
約300,000円
自転車貸与
約400,000円

北海道の大自然に身を委ねる
－海岸線B【オホーツク海ルート】

日本最北端の街から雄大なオホーツク海を見ながら東へ…

日本最北端の稚内市から果てしなく広がるオホーツク海沿岸を「自分の速度で旅する」自転車ツーリング。流した汗の分だけ感動が膨らむエコロジーな旅。

【楽しめること】①最北の稚内～網走間の自転車ツーリング／サポートカー付（５日間）　②途中には日本最大の汽水湖サロマ湖での漁業体験、野鳥観察が楽しめる　③宿泊はキャンプ、公営ホテル~~、民泊~~など住民との交流を深めるリーズナブルなスタイル

3　テストマーケティングによる検証

共通事項　料金は北海道内で要するものです（貴国～日本、日本国内～北海道の移動交通費は除く）・○泊○日は北海道内のみです

PLAN 10

北海道内４泊５日

北海道内の発着
新千歳空港
函館空港

自転車持込
約300,000円
自転車貸与
約400,000円

北海道の大自然に身を委ねる
－海岸線C【日本海（南）ルート】

小樽市から奇岩奇石が並ぶ日本海沿岸を見ながら南へ…

かつて北海道の商都と呼ばれた運河のある街・小樽市から、北海道の南の中心地・函館市に向かって「自分の速度で旅する」自転車ツーリング。流した汗の分だけ感動が膨らむエコロジーな旅。

【楽しめること】 】 ①小樽市～函館市間の自転車ツーリング／サポートカー付（５日間）　②途中1日は日本海に浮かぶ奥尻島に渡り１泊（北海道の海の味覚を堪能）　③宿泊はキャンプ、公営温泉ホテル、民泊など住民との交流を深めるリーズナブルなスタイル

PLAN 11

北海道内3泊4日

北海道内の発着
旭川空港
新千歳空港

約350,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－ 山【大雪山ルート】

神々の遊ぶ庭と呼ばれる「大雪山系」を体感する

北方圏に位置する北海道では、標高の低い山でも高山植物と出会える。
標高2,291mの旭岳をはじめ、2,000m級の山が連なる大雪山系は北海道屋根。
初心者でも楽しめるガイド付き「軽登山・トレッキング」の旅。

【楽しめること】 ①大雪山講座（大雪山と動植物を学ぶ）　②ガイド付きで軽登山・トレッキング（日帰り）　③湧水（北海道の名水）を採取して大自然の中でのティータイム　④農作業・酪農体験、山菜採取、地域の催事に参加　⑤札幌市に１泊（観光）、札幌以外の宿泊はゆったり温泉ホテル
⑥ オプションでOP：ラフティング、渓流釣り、蕎麦打ちなど

PLAN 12

北海道内3泊4日

北海道内の発着
IN, OUT
新千歳空港

約350,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－ 山【羊蹄山ルート】

標高1,898m、円錐形の成層火山で、その姿から蝦夷富士と呼ばれる名山

北海道の「富士山」と呼ばれる美しい山は、世界のリゾート地・NISEKO地区にある。ここではたくさんの高山植物と出会える。
初心者でも楽しめるガイド付き「軽登山・トレッキング」の旅。

【楽しめること】 ①羊蹄山講座（羊蹄山と動植物を学ぶ）　②ガイド付きで軽登山・トレッキング（日帰り）　③湧水（北海道の名水）を採取して大自然の中でのティータイム　④農作業、山菜採取、地域の催事に参加
⑤NISEKOでは温泉ホテル２泊、SAPPOROは観光も楽しめるゆとりの３泊　⑥ オプションでOP：ラフティング、渓流釣り、蕎麦打ちなど

3　テストマーケティングによる検証

共通事項　料金は北海道内で要するものです（貴国～日本、日本国内～北海道の移動交通費は除く）・○泊○日は北海道内のみです

PLAN 13

北海道内3泊4日

北海道内の発着
帯広空港
新千歳空港

約350,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－ 山【アポイ岳ルート】

太平洋を一望にするアポイ岳は世界ジオパーク登録の「花の山」

標高810mだが、特殊な岩体から固有の高山植物群で覆われており「アポイ岳高山植物群落」として国の特別天然記念物となっている。2015年には「ユネスコ世界ジオパーク」に加盟した。山麓は日本最大の競走馬生産地であるHIDAKA。世界的な自然環境をガイド付き「軽登山・トレッキング」で楽しむ旅。

【楽しめること】①アポイ岳講座（アポイ岳と高山植物を学ぶ）　②ガイド付きで軽登山・トレッキング（日帰り）　③湧水（北海道の名水）を採取して大自然の中でのティータイム　④農作業、山菜採取、地域の催事に参加
⑤HIDAKAでは温泉ホテル２泊、SAPPOROは観光も楽しめるゆとりの３泊　⑥ オプションでOP：乗馬、蕎麦打ちなど

PLAN 14

北海道内４泊５日

北海道内の発着
季節・対象により
新千歳、旭川、釧路、
中標津、紋別の
各空港の内、２空港

約450,000円

北海道の大自然に身を委ねる旅－ 希少動物ウォッチング

あなたは出会えるか？ 北海道は希少な動物に溢れている

旅は「運」も味方につけなければならない。数日間 かけて粘り強く希少 動物との出会いを 待ち続ける。「出会えた」とにの喜び は一万倍にもなる 。

【楽しめること 】①観察できるのは 【 エトピリカ 】【 しまえなが 】【 鯨・シャチ 】【 シマフクロウ 】【 タンチョウ（鶴） 】【 オジロワシ・オオワシ 】【エゾモモンガ 】 などで（季節・エリア）を組合せてコース設定

②初日には観察 ・写真撮影 講座 ②各ウォッチ期間は３日間 ③ウォッチ以外の時間に地域 の農・漁業体験、地域の催事参加 、④宿泊 は民宿、温泉 ホテル ⑤ウォッチ時間外は ラフティング、渓流釣り、蕎麦打ちなど

Ⅴ　アウトプット・アウトカム

1　アウトプット・アウトカムについて

（1）アウトプット

- 調査サンプル件数

  WEB調査2,500件（AT市場調査1,000件、来道意向調査1,500件）

  ⇒実績：WEB調査2,668件（AT市場調査1,090件、来道意向調査1,578件）

- モデルルート造成

  道内7空港（北海道エアポート㈱（HAP）運営）を発着地とするモデルルート造成を軸にWEBテストマーケティング14ルート（7空港×2ルートを想定）

  ⇒実績：14ルート（空港別は下記のとおり。HAP運営は新千歳、函館、旭川、稚内、帯広、釧路、女満別）

空港名	新千歳	函館	旭川	稚内	帯広	釧路	中標津	女満別	紋別
発着地として設定したプラン	1，2、3 8、10、11 12、13、14	1、5、6 10、	4、5、7 11、14	6、7、8 9，	3、13	2、4，14	14	5、9	14

（2）アウトカム

- 調査結果（戦略）を踏まえて実施する事業

  6事業、2024年3月まで（うち2事業は2023年3月まで。WEBテストマーケティングを踏まえて実施する事業）

  ⇒当機構が2023年度に想定する事業、2事業

  ①北海道来訪者満足度・観光産業経済効果調査事業（道庁）

  ②データ連携を活用した観光情報の発信・旅ナカ観光情報調査事業（道庁）

- WEBテストマーケティング結果に基づく旅行商品造成（2023年度以降）

  7件

  ⇒実績：現時点でゼロ。

附　使用調査票（AT市場調査・海外意向調査）

A　アジア圏来道意向調査

アジア8か国・地域での北海道旅行に関する調査

予備調査

＊SA　S1　あなたに該当するものを選んでください。

1　2022年4月以後に（日本の）北海道への観光旅行を予定があった
2　コロナ収束後2年以内に（日本の）北海道への観光旅行をしたいと考えている
3　どれもあてはまらない　→調査非対象（終了）

基本属性

＊　S2　居住国・地域

1　中国
2　韓国
3　台湾
4　香港
5　シンガポール
6　タイ
7　マレーシア
8　インドネシア

S3　居住都市・地域名

（別紙　各地域区分ポップアップ）

＊　FS1　性別

1　男性20代
2　男性30代
3　男性40代
4　男性50代
5　男性60代以上
6　女性20代
7　女性30代
8　女性40代
9　女性50代
10　女性60代以上

ＳＡ　FS2　職業

1　会社員・団体職員・公務員
2　会社役員・医師・弁護士など
3　自営・自由業
4　農林漁業
5　他の有職者
6　学生
7　主婦（専業）
8　その他（具体的に；　　）

ＭＴＸ　FS3　日本、（日本の）北海道への旅行経験

SA　① 日本への旅行
SA　② 日本の中で「北海道」への旅行

1　ない
2　１回ある
3　２～３回ある
4　４回以上ある

（１）旅行傾向

SA　Q1　（コロナ禍がない平常時なら）海外旅行にはどのくらい出かけていますか。

1　年に５回以上
2　年に2～4回
3　年に１回
4　数年に1回程度
5　今まで行ったことがない

ＦＡ　Q2　（コロナ禍がない平常時なら）海外旅行では何泊くらいすることが多いですか。

（　　）泊

SA　Q3　（コロナ禍がない平常時なら）海外旅行の予算は、お一人どのくらいにすることが多いですか。

1　5万円未満
2　5～9万円
3　10～14万円
4　15～19万円
5　20～24万円
6　25～29万円
7　30～34万円
8　35～40万円
9　40万円以上
10　分からない

調査時は各国の通貨に換算した表記

SA　Q4　（コロナ禍がない平常時なら）海外旅行には、どなたとお出かけすることが多いですか。

1　一人で
2　ご夫婦・パートナーと二人で
3　お子さまなど家族で
4　親戚、知人などと
5　その他（具体的に；　　）

MA　Q5　（コロナ禍がない平常時なら）海外への旅行先を選ぶ時、どのようなことを中心に決めていますか。

1　行ったことがない国などを優先する
2　今まで行って楽しかった、気持ちよかった国などに再度行くことが多い
3　ひとつの国で、いろいろな地域を巡る形でリピートする
4　話題になっていたり、ブームになっている国などを選ぶ
5　「食の好み」を基準に選ぶ
6　自分の宗教や（食のこだわりなど）を受け入れてくれるところを選ぶ
7　できるだけ旅費が低価格な国を選ぶ
8　その他（具体的に；　　）

MA　Q6　北海道以外で訪問を検討している地域は（複数回答）

1 東京圏（千葉・神奈川・埼玉含む）
2 東北
3 長野・新潟
4 富士山（静岡・山梨）
5 大阪・神戸
6 京都・奈良
7 広島、岡山、四国
8 九州
9 沖縄
10 北海道と合わせて他のエリアも訪問する
11 北海道のみ
12 その他

A　アジア圏来道意向調査

(2)仮に北海道へ観光旅行するとした場合についてお答えください

MA　Q7　「北海道旅行」は、どの季節に実現したいですか。

1　北海道の春（3～5月）
2　北海道の初夏（6～7月）
3　北海道の夏（8月）
4　北海道の初秋（9月）
5　北海道の紅葉期（10～11月）
6　北海道の冬（12～2月）
7　行けるならいつでも良い
8　特に考えていない

FA　Q8　「北海道旅行」は、北海道だけで何泊くらいしたいですか。

（　　）泊

SA　Q9　北海道への観光旅行はどなたと出かけますか。

1　自分だけで
2　夫婦、恋人と２人で
3　家族（自分も含め３人以上）で
4　家族・親戚などと
5　友人、仲間同士で
6　その他（具体的に；　　）

MA　Q10　北海道ではどの地域を観光したいと思いますか。【複数可】

1　札幌、小樽
2　函館、大沼公園
3　ニセコ
4　洞爺湖、登別温泉
5　白老（ウポポイ：国立アイヌ民族博物館など）
6　支笏湖
7　旭川、層雲峡、天人峡
8　富良野、美瑛
9　帯広、十勝地域
10　釧路・根室（釧路湿原、阿寒湖、摩周湖、屈斜路湖など）
11　知床、オホーツク海（流氷など）
12　稚内（宗谷岬など）、利尻島・礼文島
13　その他（具体的に：　　）

MTX　Q11　次の「北海道の新しい観光・楽しみ方」について、①～③にあてはまるものを選んでください。（それぞれ複数可）

MA　① 大いに関心があり、北海道旅行の際はぜひ体験したい
MA　② 大いに関心があり、北海道旅行の際はできれば体験したい
MA　③ 多少は関心がある

1　先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅
2　世界遺産：縄文の歴史に触れる旅
3　北海道の食文化体験に触れる旅
4　ワインツーリズム・酒蔵ツーリズム
5　キャンプ、キャンピングカーの旅
6　グランピング・サウナ
7　ハイキング・トレッキング・山登り
8　マウンテンバイク・ロードバイク（自転車）
9　グライダー・スカイダイビング
10　カヌー・SUP・カヤック・ラフティング・ダイビング
11　渓流での釣り
12　スキーシュー、スノーシュー
13　バックカントリー（スキー、スノボ）
14　乗馬
15　野生動物観察（バードウォッチングなど）
16　写真撮影の旅・SNS投稿
17　農山漁村体験（農産物収穫や漁業体験など）
18　地域住民との交流
19　サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）
20　どれもあてはまらない

MA　Q12　北海道への旅行では、主に何を楽しみたいですか。いくつでも選んで下さい。【複数可】

1　和風旅館の宿泊
2　自然・景勝地観光,四季の体感（花見・紅葉・雪・流氷等）
3　繁華街の街歩き
4　北海道の食を楽しむ
5　北海道の酒を楽しむ(日本酒・ワイン等)
6　温泉入浴
7　ショッピング（家電、コスメ、ファッション、雑貨等）
8　ショッピング(特産品)
9　アウトドアアクティビティ
10　冬のアクティビティ（スキー・スノーボード、スノーモービル、流氷ウォークなど）
11　スポーツ観戦・ライブ鑑賞
12　ドライブ
13　イベント、お祭りの参加・見学
14　映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問
15　歴史・伝統文化体験（茶道・華道・着物試着等）
16　美術館・博物館・動植物園・水族館
17　産業遺産など産業観光
18　親戚・友人宅訪問
19　ナイトタイムコンテンツ（夜景鑑賞、ナイトクラブ、カラオケ、星空観察やライトアップなどのナイトツアー等）
20　（前の質問にあったような）北海道の新しい観光
21　その他（具体的に；　　）

A　アジア圏来道意向調査

（3）北海道旅行の新たな観光について

MTX Q11 次の「北海道の新しい観光・楽しみ方」について、①～③にあてはまるものを選んでください。（それぞれ複数可）

MA ① 大いに関心があり、北海道旅行の際はぜひ体験したい

MA ② 大いに関心があり、北海道旅行の際はできれば体験したい

MA ③ 多少は関心がある

1 先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅
2 世界遺産：縄文の歴史に触れる旅
3 北海道の食文化体験に触れる旅
4 ワインツーリズム・酒蔵ツーリズム
5 キャンプ、キャンピングカーの旅
6 グランピング・サウナ
7 ハイキング・トレッキング・山登り
8 マウンテンバイク・ロードバイク（自転車）
9 グライダー・スカイダイビング
10 カヌー・SUP・カヤック・ラフティング・ダイビング
11 渓流での釣り
12 スキーシュー、スノーシュー
13 バックカントリー（スキー、スノボ）
14 乗馬
15 野生動物観察（バードウォッチングなど）
16 写真撮影の旅・SNS投稿
17 農山漁村体験（農産物収穫や漁業体験など）
18 地域住民との交流
19 サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）
20 どれもあてはまらない

MA Q12 北海道への旅行では、主に何を楽しみたいですか。いくつでも選んで下さい。【複数可】

1 和風旅館の宿泊
2 自然・景勝地観光,四季の体感（花見・紅葉・雪・流氷等）
3 繁華街の街歩き
4 北海道の食を楽しむ
5 北海道の酒を楽しむ(日本酒・ワイン等)
6 温泉入浴
7 ショッピング（家電、コスメ、ファッション、雑貨等）
8 ショッピング(特産品)
9 アウトドアアクティビティ
10 冬のアクティビティ（スキー・スノーボード、スノーモービル、流氷ウォークなど）
11 スポーツ観戦・ライブ鑑賞
12 ドライブ
13 イベント、お祭りの参加・見学
14 映画・アニメの舞台、ロケ地を訪問
15 歴史・伝統文化体験（茶道・華道・着物試着等）
16 美術館・博物館・動植物園・水族館
17 産業遺産など産業観光
18 親戚・友人宅訪問
19 ナイトタイムコンテンツ（夜景鑑賞、ナイトクラブ、カラオケ、星空観察やライトアップなどのナイトツアー等）
20 （前の質問にあったような）北海道の新しい観光
21 その他（具体的に；　　）

MTX Q13 北海道への観光旅行での情報利用についておうかがいします。

MA ① 観光・旅行の計画を立てるときに参考にするもの【複数可】

SA ② その中で最も役立つと思う情報【１つだけ】

1 旅行会社WEBサイト
2 宿泊施設WEBサイト
3 航空会社WEBサイト
4 観光協会のWEBサイト
5 旅行予約サイト(Expedia,楽天ﾄﾗﾍﾞﾙ,じゃらんなど等)
6 口コミ・比較サイト(tripadvisor等)
7 facebook
8 twitter
9 YouTube
10 TikTok
11 Instagram
12 その他のSNS（We Chat・Weibo・WhatsApp等）
13 個人ブログサイト
14 テレビ
15 雑誌
16 旅行の展示会
17 家族・友人等の口コミ
18 特にない

MA Q14 北海道旅行の際に宿泊したい施設は【複数可】

1 温泉が楽しめる旅館
2 豪華で快適なリゾートホテル
3 比較的リーズナブルなビジネスホテル
4 安価なユースホステルやゲストハウス
5 現地で有料で借りる家・アパート（「Airbnb」などの利用）
6 ホームステイ（一般家庭）・ファームステイ（農泊）
7 その他

SA Q15 北海道へ観光旅行で行く場合、旅の手配はどうすると思いますか。

1 「宿泊・移動交通」を含んだガイド付きパッケージツアー
2 「宿泊・移動交通」を含んだガイドなしパッケージツアー
3 「宿泊・移動交通」を含んだガイド付きオーダーメイドパッケージツアー
4 部分的な旅行プランを使う（航空券・宿泊のみセットで、他はフリープランなど）
5 航空券、宿泊、他の移動交通、食事なども全部個人（フリー）で手配する

SA Q16 （Q15で１～4を選択の方のみ）「パッケージツアー、部分的プラン」を利用すると思う場合は、予定金額を回答ください。

（　　）円くらい

A　アジア圏来道意向調査

SA **Q17 北海道への観光旅行は、１人あたりどのくらいの予算を考えますか。　※パッケージ料金は含まない**

1　5万円未満
2　5～9万円
3　10～14万円
4　15～19万円
5　20～24万円
6　25～29万円
7　30～34万円
8　35～39万円
9　40～44万円
10　45～49万円
11　50万円以上
12　分からない

F A **Q18　北海道への観光旅行では、次の各項目では（北海道内だけで）１人どのくらいお遣いになると思いますか。**

①交通費（鉄道・ﾊﾞｽ・ﾀｸｼｰ・ﾚﾝﾀｶｰ・燃料代等）　（　　円/1人あたり）
②宿泊費（ホテル内での飲食含む）　（　　円/1人あたり）
③飲食費（宿泊施設以外で）　（　　円/1人あたり）
④買物代（お土産・日用品・薬など）　（　　円/1人あたり）
⑤娯楽等サービス費（入場・ｱｸﾃｨﾋﾞﾃｨの利用料など）　（　　円/1人あたり）
⑥その他（宅配便・郵便通信費など）　（　　円/1人あたり）

MA **Q19 新型コロナウィルス感染症に関連して、旅行先（乗り物、宿泊施設、飲食施設など）で、特に重視しているものは何ですか。（複数可）**

1　外国人に対する感染時の対応
2　従業員のマスク等の着用、手指消毒
3　利用客用の「消毒液」配置
4　換気の徹底
5　備品の消毒、食器の安全対策など
6　その施設の「感染防止策の取組み」の掲出
7　施設内が「密」にならない工夫
8　移動の際の（交通機関での）感染防止対策
9　日本滞在時・出国時のコロナ検査方法
10　その他（具体的に：　　）
11　特にない

B　欧米豪AT調査

予備調査

＊ **S1** 居住国・地域
- 1 米国
- 2 英国
- 3 ドイツ
- 4 フランス
- 5 オーストラリア

＊MA **S2** あなたに該当するものを選んでください。(3,5,6,7,8のいずれかに該当した方が調査対象者)
- 1 過去5年間に１回以上海外旅行に行った
- 2 海外旅行は自分で計画する
- 3 世界遺産の見分を主目的にした旅行経験がある
- 4 海外旅行では平均的に6泊以上する
- 5 海外旅行で＜自然の中での体験＞や＜野生動植物ウォッチング＞を目的にしたことがある
- 6 海外旅行で＜美術館・博物館、その国の歴史に触れる・文化の体験をする＞を目的にしたことがある
- 7 海外旅行で＜アウトドア・アクティビティ／キャンプ含む＞を目的にしたことがある
- 8 海外旅行でガイド付きの＜アウトドア・アクティビティ＞を体験したことがある
- 9 どれもあてはまらない　→調査非対象（終了）

基本属性

＊ **FS1** 性別
- 1 男性18～29歳
- 2 男性30代
- 3 男性40代
- 4 男性50代
- 5 男性60代以上
- 6 女性18～29歳
- 7 女性30代
- 8 女性40代
- 9 女性50代
- 10 女性60代以上

S A **FS2** 職業
- 1 会社員・団体職員・公務員
- 2 会社役員・医師・弁護士など
- 3 自営・自由業
- 4 農林漁業
- 5 他の有職者
- 6 学生
- 7 主婦（専業）
- 8 その他（具体的に；　　）

S A **FS3** あなたご自身の年収
- 1 800万円未満
- 2 800～999万円
- 3 1,000～1,499万円
- 4 1,500～1,999万円
- 5 2,000～2,499万円
- 6 2,500～2,999万円
- 7 3,000～3,999万円
- 8 4,000万円以上
- 9 答えない

MA **FS4** あなたの趣味・関心事
- 1 料理、食、お酒
- 2 ファッション
- 3 音楽、演劇、舞踊
- 4 スポーツ（テニス、サッカー、野球、バスケットなど）
- 5 冬のスポーツ（スキー、スノーボード、スノーモービルなど）
- 6 サイクル・スポーツ（BMX、マウンテンバイク、ロードバイクなど）
- 7 マリンスポーツ（ヨット、ボート、サーフィン、スキューバなど）
- 8 スカイスポーツ（スカイダイビング、グライダー、飛行機など）
- 9 アウトドア・アクティビティ（キャンプ、登山、川下り、自然体験、乗馬等）
- 10 モーターバイク、自動車レース
- 11 写真
- 12 旅行
- 13 秘境探検
- 14 身体の鍛錬
- 15 精神世界の探求（ヨガ、座禅など）
- 16 環境保全、エネルギー問題
- 17 歴史、考古学
- 18 異文化体験
- 19 その他（具体的に：　　）
- 20 特にない

FA **FS5** 1年間にあなたが趣味・関心事・旅行などで遣う金額

（　　／現地通貨）

（1）旅行傾向

SA **Q1** 海外旅行にはどのくらい出かけていますか。（コロナ禍の旅行制限がない平常時）
- 1 年に５回以上
- 2 年に2～4回
- 3 年に１回
- 4 数年に1回程度
- 5 今まで行ったことがない

MA **Q2** これまで出かけた（日本以外の）海外旅行先はどこですか。
- 1 米国、カナダ
- 2 中米・カリブ（メキシコ、キューバなど）
- 3 南米（ブラジル、アルゼンチン、チリ、ペルーなど）
- 4 オセアニア（オーストラリア、ニュージーランドなど）
- 5 アフリカ（エジプト、ケニア、南アフリカなど）
- 6 中東（サウジアラビア、イラン、UAE、カタールなど）
- 7 欧州（英国、フランス、ドイツ、オランダ、スペイン、イタリアなど）
- 8 インド、パキスタン
- 9 タイ、ベトナム、マレーシア、インドネシア
- 10 中国
- 11 香港、マカオ
- 12 台湾
- 13 韓国
- 14 他のアジア
- 15 その他（具体的に：　　）
- 16 どこもない

MA **Q3** 海外への旅行先を選ぶ時、どのようなことを中心に決めていますか。
- 1 行ったことがない国などを優先する
- 2 今まで行って楽しかった、気持ちよかった国などに再度行くことが多い
- 3 ひとつの国で、いろいろな地域を巡る形でリピートする
- 4 話題になっていたり、ブームになっている国などを選ぶ
- 5 自分の関心事、趣味などが満たされる国や地域を選ぶ
- 6 制約なく行動できるように交通・通信などが整っている国を選ぶ
- 7 不自由なく言語が通じる国を選ぶ
- 8 現地ガイドの良し悪しで選ぶ（言語力、知識の豊富さなど）
- 9 個人旅行がしやすい国を選ぶ
- 10 「食の好み」を基準に選ぶ
- 11 自分の宗教や（食のこだわりなど）を受け入れてくれるところを選ぶ
- 12 できるだけ旅費が低価格な国を選ぶ
- 12 その他（具体的に；　　）

MA **Q4** 海外旅行に出かける際に旅行先やその国・地域についての情報は何を活用しますか。
- 1 旅行会社WEBサイト
- 2 宿泊施設WEBサイト
- 3 航空会社WEBサイト
- 4 観光協会のWEBサイト
- 5 旅行予約サイト(Viator、Get Your Guide、Expedia、KLOOK、Airbnb、JTB等)
- 6 口コミ・比較サイト(tripadvisor等)
- 7 facebook
- 8 twitter
- 9 YouTube
- 10 TikTok
- 11 Instagram
- 12 その他のSNS（Snapchat、Pinterest、WhatsApp等）
- 13 個人ブログサイト
- 14 テレビ
- 15 雑誌
- 16 旅行の展示会
- 17 家族・友人等の口コミ
- 18 特にない

SA **Q5** 海外旅行には、どなたとお出かけすることが多いですか。
- 1 一人で
- 2 ご夫婦・パートナーと二人で
- 3 お子さまなど家族で
- 4 親戚、知人などと
- 5 その他（具体的に；　　）

SA **Q6** （コロナ禍がない平常時なら）海外旅行の予算は、お一人どのくらいにすることが多いですか。

各通貨換算
- 1 15万円未満
- 2 15～19万円
- 3 20～29万円
- 4 30～39万円
- 5 40～49万円
- 6 50～59万円
- 7 60～69万円
- 8 70～79万円
- 9 80～89万円
- 10 90～99万円
- 11 100万円以上
- 12 分からない

SA **Q7** 海外旅行の場合、平均的には何泊くらいしますか。
- 1 3泊以下
- 2 4～5泊
- 3 6～7泊
- 4 8～10泊
- 5 11～14泊
- 6 15～19泊
- 7 20～24泊
- 8 25泊以上
- 9 分からない

SA **Q8** 海外旅行の場合、宿泊はどのようなグレード（その国での）を選びますか。
- 1 世界的なブランドのホテル
- 2 その国では高級と言われるホテル
- 3 比較的リーズナブルなビジネスタイプホテル
- 4 安価なユースホステルやゲストハウス
- 5 Airbnbなど現地で有料で借りる家・アパート
- 6 ホームステイ（一般家庭）・ファームステイ（農泊）
- 7 その他（具体的に；　　）

（2）AT（Adventure Tourism）について

MTX **Q9** 海外旅行に出かける場合、特に「期待すること、重視していること」は何ですか。

MA ① 期待、重視すること（複数回答可）

SA ② 最も期待、重視すること（回答は１つ）
- 1 旅を通じて自分自身を変えられる（向上）
- 2 視野、視点の広がり
- 3 学びがあること（異文化、言語、歴史、異民族など）
- 4 その国・地域の自然に接する
- 5 健全な精神を養う
- 6 新しい娯楽やスリルを体験する
- 7 人と知り合う、交流する
- 8 食や身体を動かすことで健康づくりに役立つこと
- 9 ユニークな体験ができること
- 10 旅全体に有意義なストーリーを感じられること
- 11 特にない

MA **Q10** 次の中で、関心や興味を持っている旅のスタイルはどれですか。
- 1 その国の「食文化」にふれる旅
- 2 その国に固有の伝統文化に触れる旅
- 3 ワインツーリズム、酒蔵ツーリズム
- 4 サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）
- 5 その国・地域に固有の民族、先住民族の歴史や文化に触れる旅
- 6 その国の有名な歴史的建造物を訪問する旅
- 7 世界遺産を巡る旅
- 8 写真撮影の旅
- 9 その国の農山漁村を体験（農産物収穫や漁業体験など）する旅
- 10 地域住民との交流を目的にした旅
- 11 その国の「一般生活」を体験するホームスティなどの旅
- 12 この中には特にない

MA **Q11** 次の中で、海外旅行で体験してみたいものはどれですか。
- 1 料理作り
- 2 陶器・磁器・漆器づくり
- 3 木彫
- 4 その国の独特の楽器演奏
- 5 お酒づくり
- 6 伝統衣装を着る
- 7 その地域独自の祭りへの参加
- 8 お茶など飲食作法
- 9 現地での語学学習
- 10 農業、漁業などの産業体験
- 11 訪問国・地域の先住民との交流、文化体験
- 12 訪問国・地域の「日常生活」の体験
- 13 この中には特にない

MA **Q12** 次のアクティビィの中で、海外旅行で体験してみたいものはどれですか。
- 3 キャンプ、キャンピングカー
- 4 グランピング、アウトドア型サウナ
- 5 ハイキング、トレッキング、山登り
- 6 マウンテンバイク、ロードバイク（自転車）
- 7 グライダー、スカイダイビング
- 8 カヌー、SUP、カヤック（川・湖）、ラフティング、ダイビング
- 9 渓流での釣り
- 10 海での釣り
- 11 サーフィン、シーカヤック
- 12 ヨット、ボート（自分で操縦）
- 13 貸切でのクルージング（小型船）
- 14 スキーシュー、スノーシュー
- 15 バックカントリー（スキー、スノーボード）
- 16 乗馬
- 17 野生動物観察（バードウォッチングなど）
- 18 希少植物観察
- 19 この中には特にない

B　欧米豪AT調査

FA Q13 あなたが、これからの海外旅行で「このような旅をしてみたい、このような体験をしてみたい」と思われることを簡潔にお書きください。
例：キャンプを続けながら自然とふれあう旅
（　　）

（3）北海道について

SA Q14 あなたは日本の北部にある「北海道」という地域をご知っていましたか？
1 行ったことがある
2 行ったことはないが、地図上で「ここだ」と理解している
3 行ったことはないが、名前は知っている
4 知らない

MTX Q15 日本、（日本の）北海道への旅行経験
SA ① 日本への旅行
SA ② 日本の中で「北海道」への旅行
1 ４回以上ある
2 ２～３回ある
3 １回ある
4 ない

SA Q16 北海道は日本の最北部に位置します。その面積は国の1/4を占め、近代的都市（道都・札幌市は人口約200万人）や近代的産業がある一方、６つの国立公園があり、四季を通じて変化する自然や様々なアクティビティが満喫できます。　また、北海道には自然と調和しながら生き、独自の文化・言語などを有する先住民族（アイヌ民族）が暮らしています。
北海道は国際的な観光地域づくりを目指しています。中でも、北海道がもつ特別な自然・歴史・産業・文化などを活かした「アドベンチャー・トラベル」の拠点づくりへの取組みが進められています。
・このような「北海道」に関心を持ちますか？
1 とても関心がある
2 多少関心がある
3 どちらとも言えない
4 あまり関心ない
5 まったく関心ない

MTX Q17 次の①～⑥の「北海道の特徴」への関心度をお答えください。
SA ① 日本で最も四季が明瞭
※夏30℃～冬-20℃、道都・札幌市でも年間600cmの降雪量）
SA ② ２つの世界遺産／知床（自然遺産）、縄文時代の遺跡群（文化遺産）がある
※縄文時代＝15,000年前頃から約1万年以上続いた時代（北海道では続縄文時代として7世紀まで続いた）
SA ③ 「いまの日本」と「手つかずの大自然」が共存する
※道都・札幌市は日本第5位＝人口197万人の大都市、その周囲では「ヒグマ」も生息している
SA ④ 北方圏に位置し、日本最大の島であることから、独自の動植物に触れられる
※ヒグマや北キツネ、エトピリカやシマエナガなどの希少な鳥、高山植物などがすぐそこにある
SA ⑤ 日本の伝統・歴史とは異なる歩みで発展した北海道
※石炭採掘などの産業遺産、大規模農業、日本初のビール製造など
SA ⑥ 日本のアウトドア・アクティビティの中心地
※多くの湖沼、河川、山岳・丘陵、大平原に恵まれ、それぞれに四季ごとのアクティビティ
1 とても関心・興味をもつ
2 多少、関心・興味をもつ
3 どちらとも言えない
4 あまり関心・興味がない
5 まったく関心・興味がない

MA Q18 「北海道」では次のような楽しみ方ができます。この中で、関心や興味を持つものはどれですか。
1 北海道の「食文化」にふれる
2 ワインツーリズム、日本酒の酒蔵ツーリズム
3 サステナブルツーリズム（地球環境に配慮した旅）
4 先住民族＝アイヌ民族の歴史や文化に触れる／独自の食生活、楽器、舞踊体験
5 世界自然遺産（知床）でのトレイル（踏破）やクルージング
6 世界文化遺産（縄文遺跡群）での歴史・文化体験
7 写真撮影の旅
8 農山漁村での体験（農産物収穫や漁業体験など）
9 地域住民との交流
10 北海道の「一般生活」を体験するホームスティ
11 地域独自の料理作り
12 陶器・磁器・漆器づくり
13 木彫体験
14 日本伝統の楽器、舞踊体験
15 日本独自の文学（俳句、短歌）学習・体験
16 日本酒づくり体験
17 伝統衣装（和服など）を着る
18 北海道の祭りへの参加（雪まつり、舞踏イベントなど）
19 お茶、和食の作法体験など
20 短期の日本語学習
21 この中には特にない

MA Q19 次のアクティビィの中ではどれですか。
1 キャンプ、キャンピングカー
2 グランピング、アウトドア型サウナ
3 ハイキング、トレッキング、山登り
4 マウンテンバイク、ロードバイク（自転車）
5 グライダー、スカイダイビング
6 カヌー、SUP、カヤック（川・湖）、ラフティング、ダイビング
7 渓流での釣り
8 海での釣り
9 サーフィン、シーカヤック
10 ヨット、ボート（自分で操縦）
11 貸切でのクルージング（小型船）
12 スキーシュー、スノーシュー
13 バックカントリー（スキー、スノボ）
14 乗馬
15 野生動物観察（バードウォッチングなど）
16 希少植物観察
17 この中には特にない

FA Q20 あなたが、これからの北海道旅行で「このような旅をしてみたい、このような体験をしてみたい」と思われることを簡潔にお書きください。
例：キャンプを続けながら自然とふれあう旅
（　　）

SA Q21 （いずれもコロナ禍前ですが）北海道の最大空港・新千歳空港（年2,400万人）には、フィンランド・ヘルシンキ、米国・ハワイ、オーストラリア、アジア主要国との定期便が就航しています。（国際線を乗り継ぐ、東京羽田空港・成田空港、関西空港、名古屋空港からの日本国内路線も充実）
あなたが日本の北海道への旅を考えると、このアクセス状況はどう評価されますか。
1 とても良い
2 まあ良い
3 どちらとも言えない
4 あまり便利とは言えない
5 とても不便

SA Q22 （※旅行制限等が亡くなったと仮定した時）①日本及びこれまでの「北海道に関する情報」を考えた上で②北海道への旅行はどう考えますか。
SA ① 日本への旅行
SA ② 「北海道」への旅行
1 ぜひ行きたい
2 多少、行きたくなった
3 どちらとも言えない
4 あまり行ってみたいと思わない
5 ぜんぜん行ってみたいと思わない

MA Q23 仮に、「北海道に旅行」する場合、どの季節に実現したいですか。
1 北海道の春（3～5月）
2 北海道の初夏（6～7月）
3 北海道の夏（8月）
4 北海道の初秋（9月）
5 北海道の紅葉期（10～11月）
6 北海道の冬（12～2月）
7 行けるならいつでも良い
8 特に考えていない

SA Q24 仮に、「北海道に旅行」する場合、予算は、お一人どのくらいを想定しますか。
各通貨換算
1 15万円未満
2 15～19万円
3 20～29万円
4 30～39万円
5 40～49万円
6 50～59万円
7 60～69万円
8 70～79万円
9 80～89万円
10 90～99万円
11 100万円以上
12 分からない

FA Q25 仮に、「北海道に旅行」する場合、北海道だけで何泊ぐらいと想定しますか。
（　　）泊

FA Q26 仮に、「北海道に旅行」する場合、旅行のスタイルはどのように考えますか。
1 「宿泊・移動交通」を含んだガイド付きパッケージツアー
2 「宿泊・移動交通」を含んだガイドなしパッケージツアー
3 「宿泊・移動交通」を含んだガイド付きオーダーメイドパッケージツアー
4 部分的な旅行プランを使う（航空券・宿泊のみセットで、他はフリープランなど）
5 航空券、宿泊、他の移動交通、食事なども全部個人（フリー）で手配する
6 分からない

FA Q27 仮に、「北海道に旅行」する場合、実際の「旅の手配」はどのようにすると思いますか。
1 旅行会社の窓口で依頼（手配）
2 旅行会社の予約WEBサイト
3 WEB専門の旅行予約サイト（店舗を持たない旅行会社）
4 航空会社、宿泊施設など個々に自分で予約
5 その他・分からない

MTX Q28 次の「北海道での楽しみ方（の例）」について、それぞれ体験してみたい度合いをお答えください。
① 先住民族／アイヌ民族の歴史や文化に触れる旅
② 世界遺産：縄文の歴史に触れる旅
③ 歴史的建造物訪問や地域の祭り参加、食文化に触れる旅
④ キャンプ、キャンピングカーの旅
⑤ カヌーやカヤック、ラフティングなど川・沼・海での遊び
⑥ サイクリング
⑦ スキーやスノーボードなどの冬のスポーツ（ゲレンデ、バックカントリーなど）
⑧ トレッキング、登山など山を楽しむ遊び
⑨ グライダー、スカイダイビングなど空の体験
⑩ 鳥や動物、植物などの自然観察、山歩きなど
⑪ ホームステイ（民泊）
SA 1 大いに体験してみたい
SA 2 多少は体験してみたい
SA 4 どちらとも言えない
SA 5 あまり体験したいと思わない
SA 6 全く体験したいと思わない

SA ※ いま、「北海道への旅」のモデルプランを作成中です。１か月後くらいに、このプランに対する意見を尋ねるアンケートを実施しますが、またお答えいただけますでしょうか？
1 協力する
2 協力しない

C　欧米豪AT／テストマーケティング調査

ATに関するテストマーケティング調査

予備調査

＊ S1 居住国・地域

1 米国
2 英国
3 ドイツ
4 フランス
5 オーストラリア

基本属性

＊ FS1 性別

1 男性18～29歳
2 男性30代
3 男性40代
4 男性50代
5 男性60代以上
6 女性18～29歳
7 女性30代
8 女性40代
9 女性50代
10 女性60代以上
11 NA

SA FS3 あなたご自身の年収

1 800万円未満
2 800～999万円
3 1,000～1,499万円
4 1,500～1,999万円
5 2,000～2,499万円
6 2,500～2,999万円
7 3,000～3,999万円
8 4,000万円以上
9 答えない

SA FS4 「北海道への旅行」に行ってみたいと思われますか？

1 ぜひ行きたい
2 多少、行きたくなった
3 どちらとも言えない

資料　P1　をご覧の上でお答えください。

SA Q1 『旅の主テーマ』（Ⅰもう１つのストーリー／1万年の縄文＆先住民族アイヌの文化）には関心を持ちましたか？

1 とても関心・興味をもつ
2 多少、関心・興味をもつ
3 どちらとも言えない
4 あまり関心・興味がない
5 まったく関心・興味がない

MTX Q2 『旅の主テーマ』（Ⅰもう１つのストーリー）にあるPLAN❶～❸について、それぞれ関心の度合いを答えてください。

SA ① PLAN❶ 「縄文1万年を旅する」
SA ② PLAN❷ 「アイヌ民族の文化・精神性にふれる旅」
SA ③ PLAN❸ 「太古の歴史・地球の息吹に出会う旅」

1 とても関心を持った
2 多少、関心を持った
3 どちらとも言えない
4 あまり関心は持てない
5 まったく関心を持てない

SA Q3 『旅の主テーマ』（Ⅰもう１つのストーリー）にあるPLAN❶～❸の中で、最も関心や興味を持ったのはどれですか？（１つだけ選択）

1 PLAN❶ 「縄文1万年を旅する」
2 PLAN❷ 「アイヌ民族の文化・精神性にふれる旅」
3 PLAN❸ 「太古の歴史・地球の息吹に出会う旅」
4 どれも関心・興味ない　→Q５へ進む

SA Q4 （Q３で選択した）そのPLANについて「あてはまる感想」を選んでください。（複数選択可）

1 旅のテーマがユニーク
2 自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされている
3 そのテーマに関心があった
4 その旅行エリアに関心があった
5 従来の日本旅行とは違う
6 日数はちょうどいい
7 日数は長すぎる
8 日数は短かすぎる
9 料金は高い
10 料金はちょうどいい
11 家族旅行に向いている
12 夫婦・カップルの旅に向いている
13 1人旅なら選んでもいい
14 そのテーマに関心のある仲間と行くならいい
15 どれもあてはまらない

FA Q5 『旅の主テーマ』（Ⅰもう１つのストーリー）にあるPLAN❶～❸について、どれか１つを選んでご意見をお書きください。
（※必ず「PLAN〇について」と表記して、ご意見をお書きください）

（PLAN○について）

資料　P2　をご覧の上でお答えください。

SA Q6 『旅の主テーマ』（Ⅱもう１つのジャパングルメ／北の大地が育んだ独自の食文化）には関心を持ちましたか？

1 とても関心・興味をもつ
2 多少、関心・興味をもつ
3 どちらとも言えない
4 あまり関心・興味がない
5 まったく関心・興味がない

MTX Q7 『旅の主テーマ』（Ⅱもう１つのジャパングルメ）にあるPLAN❹～❻について、それぞれ関心の度合いを答えてください。

SA ① PLAN❹ 「食こそ文化。北海道「食」体験の旅」
SA ② PLAN❺ 「北の海で[食材ハンター]になる旅」
SA ③ PLAN❻ 「専用クルーズ船で北海道一周[食文化紀行]」

1 とても関心を持った
2 多少、関心を持った
3 どちらとも言えない
4 あまり関心は持てない
5 まったく関心を持てない

C　欧米豪ATテストマーケティング調査

SA Q8 『旅の主テーマ』（Ⅱもう１つのジャパングルメ）にあるPLAN❹～❻の中で、最も関心や興味を持ったのはどれですか？（１つだけ選択）

1 PLAN❹ 「食こそ文化。北海道「食」体験の旅」
2 PLAN❺ 「北の海で[食材ハンター]になる旅」
3 PLAN❻ 「専用クルーズ船で北海道一周[食文化紀行]
4 どれも関心・興味ない →Ｑ１０へ進む

SA Q9 （Ｑ８で選択した）そのPLANについて「あてはまる感想」を選んでください。（複数選択可）

1 旅のテーマがユニーク
2 自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされている
3 そのテーマに関心があった
4 その旅行エリアに関心があった
5 従来の日本旅行とは違う
6 日数はちょうどいい
7 日数は長すぎる
8 日数は短かすぎる
9 料金は高い
10 料金はちょうどいい
11 家族旅行に向いている
12 夫婦・カップルの旅に向いている
13 1人旅なら選んでもいい
14 そのテーマに関心のある仲間と行くならいい
15 どれもあてはまらない

FA Q10 『旅の主テーマ』（Ⅱもう１つのジャパングルメ）にあるPLAN❹～❻について、どれか１つを選んでご意見をお書きください。（※必ず「PLANOについて」と表記して、ご意見をお書きください）

（※必ず「PLANOに

資料　P3～P4　をご覧の上でお答えください。

SA Q11 『旅の主テーマ』（Ⅲ　もう１つのネイチャー／彩やかな四季に遊ぶアドベンチャー・ステージ）には関心を持ちましたか？

1 とても関心・興味をもつ
2 多少、関心・興味をもつ
3 どちらとも言えない
4 あまり関心・興味がない
5 まったく関心・興味がない

MTX Q12 『旅の主テーマ』（Ⅲ　もう１つのネイチャー）にあるPLAN❼～⓮について、それぞれ関心の度合いを答えてください。

MA ① PLAN❼ 「北海道の大自然に身を委ねるー川」（カヌーでの川下り）
MA ② PLAN❽ 「北海道の大自然に身を委ねるー海岸線／自転車ツーリング」（日本海（北）ルート）
MA ③ PLAN❾ 「北海道の大自然に身を委ねるー海岸線／自転車ツーリング」（オホーツク海ルート）
MA ④ PLAN❿ 「北海道の大自然に身を委ねるー海岸線／自転車ツーリング」（日本海（南）ルート）
MA ⑤ PLAN⓫ 「北海道の大自然に身を委ねるー山/軽登山、トレッキング」（大雪山ルート）
MA ⑥ PLAN⓬ 「北海道の大自然に身を委ねるー山/軽登山、トレッキング」（羊蹄山ルート）
MA ⑦ PLAN⓭ 「北海道の大自然に身を委ねるー山/軽登山、トレッキング」（アポイ岳ルート）
MA ⑧ PLAN⓮ 「北海道の大自然に身を委ねるー希少動物」（希少動物ウォッチング）

1 とても関心を持った
2 多少、関心を持った
3 どちらとも言えない
4 あまり関心は持てない
5 まったく関心を持てない

SA Q13 『旅の主テーマ』（Ⅲ　もう１つのネイチャー）にあるPLAN❼～⓮の中で、最も関心や興味を持ったのはどれですか？（１つだけ選択）

1 PLAN❼ 「北海道の大自然に身を委ねるー川」（カヌーでの川下り）
2 PLAN❽ 「北海道の大自然に身を委ねるー海岸線／自転車ツーリング」（日本海（北）ルート）
3 PLAN❾ 「北海道の大自然に身を委ねるー海岸線／自転車ツーリング」（オホーツク海ルート）
4 PLAN❿ 「北海道の大自然に身を委ねるー海岸線／自転車ツーリング」（日本海（南）ルート）
5 PLAN⓫ 「北海道の大自然に身を委ねるー山/軽登山、トレッキング」（大雪山ルート）
6 PLAN⓬ 「北海道の大自然に身を委ねるー山/軽登山、トレッキング」（羊蹄山ルート）
7 PLAN⓭ 「北海道の大自然に身を委ねるー山/軽登山、トレッキング」（アポイ岳ルート）
8 PLAN⓮ 「北海道の大自然に身を委ねるー希少動物」（希少動物ウォッチング）
9 どれも関心・興味ない →Ｑ１５へ進む

SA Q14 （Ｑ１３で選択した）そのPLANについて「あてはまる感想」を選んでください。（複数選択可）

1 旅のテーマがユニーク
2 自然と文化と体験（又はアクティビティ）が組み合わされている
3 そのテーマに関心があった
4 その旅行エリアに関心があった
5 従来の日本旅行とは違う
6 日数はちょうどいい
7 日数は長すぎる
8 日数は短かすぎる
9 料金は高い
10 料金はちょうどいい
11 家族旅行に向いている
12 夫婦・カップルの旅に向いている
13 1人旅なら選んでもいい
14 そのテーマに関心のある仲間と行くならいい
15 どれもあてはまらない

FA Q15 『旅の主テーマ』（Ⅲ　もう１つのネイチャー）にあるPLAN❼～⓮について、どれか１つを選んでご意見をお書きください。（※必ず「PLANOについて」と表記して、ご意見をお書きください）

（PLAN○について）

MTX Q16 総合的にみてお答えください。

MA ① 利用を検討したくなったもの
SA ② 最も「利用してみたい」と感じたもの

1 PLAN❶ 「縄文1万年を旅する」
2 PLAN❷ 「アイヌ民族の文化・精神性にふれる旅」
3 PLAN❸ 「太古の歴史・地球の息吹に出会う旅」
4 PLAN❹ 「食こそ文化。北海道「食」体験の旅
5 PLAN❺ 「北の海で[食材ハンター]になる旅」
6 PLAN❻ 「専用クルーズ船で北海道一周[食文化紀行]
7 PLAN❼ 「北海道の大自然に身を委ねるー川」（カヌーでの川下り）
8 PLAN❽ 「北海道の大自然に身を委ねるー海岸線／自転車ツーリング」（日本海（北）ルート）
9 PLAN❾ 「北海道の大自然に身を委ねるー海岸線／自転車ツーリング」（オホーツク海ルート）
10 PLAN❿ 「北海道の大自然に身を委ねるー海岸線／自転車ツーリング」（日本海（南）ルート）
11 PLAN⓫ 「北海道の大自然に身を委ねるー山/軽登山、トレッキング」（大雪山ルート）
12 PLAN⓬ 「北海道の大自然に身を委ねるー山/軽登山、トレッキング」（羊蹄山ルート）
13 PLAN⓭ 「北海道の大自然に身を委ねるー山/軽登山、トレッキング」（アポイ岳ルート）
14 PLAN⓮ 「北海道の大自然に身を委ねるー希少動物」（希少動物ウォッチング）
15 どれもない

C　欧米豪ATテストマーケティング調査

MTX	Q17	PLAN❶～⓮のそれぞれに、「そのようなプランなら、この程度の費用は出してもいい」という金額を選んでください。	
SA	①	PLAN❶　「縄文1万年を旅する」	
SA	②	PLAN❷　「アイヌ民族の文化・精神性にふれる」	
SA	③	PLAN❸　「太古の歴史・地球の息吹に出会う旅」	
SA	④	PLAN❹　「食こそ文化。北海道「食」体験の旅	
SA	⑤	PLAN❺　「北の海で[食材ハンター]になる旅」	
SA	⑥	PLAN❻　「専用クルーズ船で北海道一周[食文化紀行]	
SA	⑦	PLAN❼　「北海道の大自然に身を委ねる－川」（カヌーでの川下り）	
SA	⑧	PLAN❽　「北海道の大自然に身を委ねる－海岸線／自転車ツーリング」（日本海（北）ルート）	
SA	⑨	PLAN❾　「北海道の大自然に身を委ねる－海岸線／自転車ツーリング」（オホーツク海ルート）	
SA	⑩	PLAN❿　「北海道の大自然に身を委ねる－海岸線／自転車ツーリング」（日本海（南）ルート）	
SA	⑪	PLAN⓫　「北海道の大自然に身を委ねる－山/軽登山、トレッキング」（大雪山ルート）	
SA	⑫	PLAN⓬　「北海道の大自然に身を委ねる－山/軽登山、トレッキング」（羊蹄山ルート）	
SA	⑬	PLAN⓭　「北海道の大自然に身を委ねる－山/軽登山、トレッキング」（アポイ岳ルート）	
SA	⑭	PLAN⓮　「北海道の大自然に身を委ねる－希少動物」（希少動物ウォッチング）	
	1	999 US$	1
	2	1,000～1,499 US$	
	3	1,500～1,999 US$	
	4	2,000～2,499 US$	
	5	2,500～2,999 US$	
	6	3,000～3,499 US$	
	7	3,500～3,999 US$	
	8	4,000～4,499 US$	
	9	4,500～4,999 US$	
	10	5,000～5,499 US$	
	11	5,500～5,999 US$	
	12	6,000～6,499 US$	
	13	6,500～6,999 US$	
	14	7,000～7,499 US$	
	15	7,500～8,000 US$	
	16	8,001 US$～	