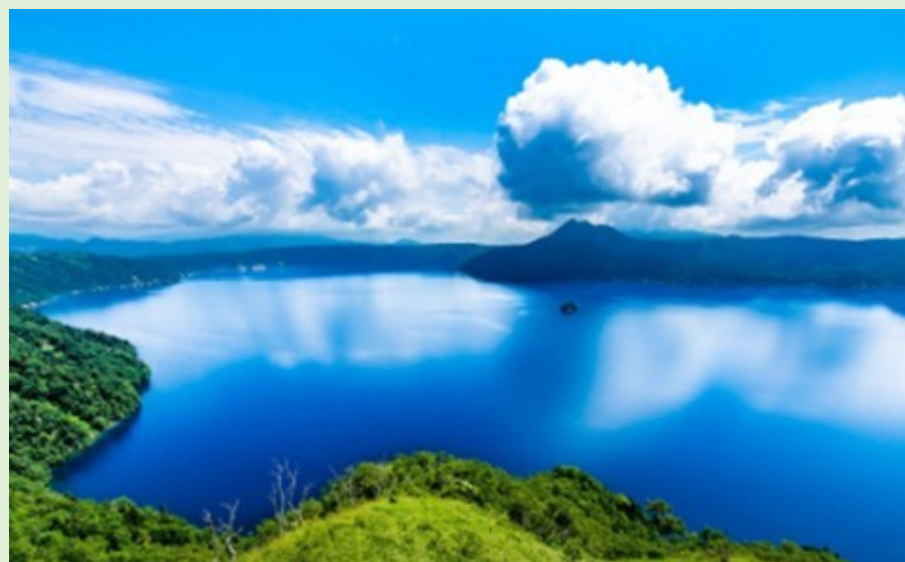


令和6年度北海道来訪者満足度・観光産業経済効果調査事業 報告書【概要版】

25年9月 観光入込数発表後【確定版】



2025（令和7）年9月 公益社団法人 北海道観光機構

①国内観光客（道内・道外客）及び外国人観光客の観光の概要や本道観光への期待・満足度を把握

②旅行予算を把握し、観光がもたらす地域経済への波及効果を推計

①調査地点 全道79市町村で、104か所（延べ106か所：冬季のみ地点変更2か所）の観光スポット、空港など

②調査方法 調査員を配置し、来訪者に自記入法で回答を依頼 ※WEB上でも回答可能

③調査時期 4期に分けて実施（下表参照）

④調査規模 合計4,680件（①道内客 1,104件、②道外客 1,383件、③外国人客 2,193件）

■ 期別調査実施状況

期	実施時期	季節	区分	目標数	回収数	達成率	備考
第 1 期	7/7～7/31	初夏	道内客	275	298	108.4%	本年度は第一期業務の期間が7月中と設定されていた
			道外客	275	379	137.8%	
			外国人	525	648	123.4%	
			合 計	1,075	1325	123.3%	
第 2 期	8/24～9/23	初秋	道内客	342	311	90.9%	
			道外客	341	444	130.2%	
			外国人	630	579	91.9%	
			合 計	1,313	1334	101.6%	
第 3 期	10/21～11/30	初冬	道内客	260	283	108.8%	
			道外客	259	281	108.5%	
			外国人	525	554	105.5%	
			合 計	1,044	1118	107.1%	
第 4 期	12/21～2/10	冬季	道内客	224	212	94.6%	一部、さっぽろ雪まつり期間を含めることとした
			道外客	224	279	124.6%	
			外国人	420	412	98.1%	
			合 計	868	903	104.0%	
年間総計			道内客	1,101	1,104	100.3%	
			道外客	1,099	1,383	125.8%	
			外国人	2,100	2,193	104.4%	
			合 計	4,300	4,680	108.8%	

⑤調査内容 □ 旅行者プロフィール／旅行内容（目的、同伴者など）／観光行動／旅行費用／旅行ニーズ・その他、今後の旅行ニーズ（関心ある旅のスタイル、北海道で行いたい活動など）、「物価高騰・円安」の影響など

(1)回答者プロフィール

	道内客	道外客	外国人
①性別	・ 男性が60%。	・ 6割は男性（59%）。	・ 男性（53%）がやや多い。
②年代	・ 最多は50代（24%）で、40代（21%）、10・20代（18%）が次ぐ。	・ 最多は50代（21%）で、10・20代（20%）、60代（20%）が多い。	・ 最多は10・20代（30%）で、30代（29%）も拮抗する。
③居住地域	・ 6割以上は道央圏（66%）	・ 半数は関東（51%）で、関西（14%）、東北（11%）、中部（9%）が次ぐ。	・ 台湾（14%）と韓国（13%）が拮抗する。※今度は欧米豪を増やすなど割付している。
④職業	・ 半数が会社員等（46%）で、パート等（11%）が次ぐ。	・ 会社員等（44%）が最多で、無職（12%）、家事専業（9%）も多い。	・ 会社員等（41%）が最多で、学生（14%）も多い。
⑤世帯年収	・ 401～600万円（26%）が最多で、200～400万円（22%）が次ぐ。 ・ 1001万円超は4%	・ 401～600万円（22%）が最多で、200～400万円（16%）が次ぐ。 ・ 1001万円超は11%で道内客の2倍以上。	・ US\$10万超（18%）で最多で昨年より増加。US\$3～4万（10%）が次ぐ。 ・ US\$10万超は米国・カナダで45%。

(2)今回の旅行について

	道内客	道外客	外国人
①旅行の契機	・ 休みが取れた（39%）が最多。	・ 休みが取れた（32%）が最多。	・ 円安（27%）が最多で、インターネット・SNSで話題（20%）、テレビ・雑誌などで見聞きして（20%）などが主。
②同行者・人数	・ 夫婦・パートナー（39%）が最多で、1人旅（20%）も2割ある。 ・ 半数は2人連れ（54%）。 <u>平均2.3人で昨年より微減。</u>	・ 夫婦・パートナー（30%）が最多、1人旅（28%）は道内客より多い。 ・ 半数は2人連れ（47%）。 <u>平均2.4人で昨年より微減。</u>	・ 夫婦・パートナー（27%）が最多で、友人・知人（24%）、家族連れ（計39%）も4割。1人旅（11%） ・ 4割は2人連れ（38%）で <u>平均3.5人で昨年（3.5人）とほぼ同じ</u>
③日程（全旅行・道内分）	【全旅行日程】 ・ 日帰（52%）が最多。 【道内分】 ・ 半数は日帰（52%）で、宿泊は計48%。 ・ <u>平均宿泊数は1.9泊（昨年より微減）</u>	【全旅行日程】 ・ 2泊（29%）が最多で、5泊以上（28%）。 ・ 平均宿泊数は5.5泊。 【道内分】 ・ 日帰（1%）は僅少で、2泊（31%）、5泊以上（25%）。 ・ <u>平均宿泊数は5.1泊で前年（5.4泊）より微減</u>	【全旅行日程】 ・ 8割近くは5泊以上（77%） ・ 平均宿泊数は10.8泊で昨年（9.1泊）より増加。 【道内宿泊数】 ・ 6割超は5泊以上（64%）、4泊（17%）が次ぐ。 ・ <u>平均宿泊数は7.0泊で昨年（6.5泊）より増加。</u>

(2) 今回の旅行について

	道内客	道外客	外国人
④ 旅行の参考情報	<ul style="list-style-type: none"> 半数は“特にない”（47%）。 具体的情報では旅行予約サイト（13%）、家族・友人等の口コミ（13%）が主。 【最大情報】 上記同様に半数は“特にない”（47%）。 具体的情報では家族・友人等の口コミ（10%）が最多。 【SNS等の活用】 Google map（29%）、Instagram（27%）、YouTube（22%）、X=旧twitter（19%）の順 利用者（全体から“特にない・無回答”の回答割合を除いた）割合は64%。 	<ul style="list-style-type: none"> 半数は“特にない”（18%）。 旅行予約サイト/Expedia等（26%）、動画サイト（17%）、旅行会社WEBサイト（16%）の順。 【最大情報】 旅行予約サイト/Expedia等（17%）、旅行会社WEBサイト（11%）、動画サイト（10%）の順。 【SNS等の活用】 Google map（33%）が最大で、YouTube（29%）、Instagram（26%）、X=旧twitter（12%）が次ぐ。 利用者割合は72%で、道内客より多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 動画サイト（31%）、旅行予約サイト（30%）が拮抗。宿泊施設WEBサイト（27%）、旅行会社WEBサイト（25%）が次ぐ。 【最大情報】 旅行会社WEBサイト（15%）、動画サイト（12%）、旅行予約サイト/Expedia等（10%）の順。 【SNS等活用】 Google map（45%）が最大で、YouTube（39%）、Instagram（30%）、Facebook（25%）が次ぐ。 利用者割合は92%で、ほとんどが利用。
⑤ 旅行申込・手配の方法	<p>【来道交通の手配】※道内者除く</p> <p>【道内交通の手配】</p> <ul style="list-style-type: none"> 9割以上は事前手配はしていない（91%）。 <p>【道内宿泊の手配】※宿泊者のみの割合</p> <ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設のネット予約（34%）が最多で、OTA（18%）が次ぐ。 事前手配はしていない（24%）者も多い。 	<p>【来道交通の手配】</p> <ul style="list-style-type: none"> 6割は航空・鉄道会社などのネット予約（60%）で、航空・鉄道会社などに直接電話や出向く（13%）者は少ない。 <p>【道内交通の手配】</p> <ul style="list-style-type: none"> 航空・鉄道会社などのネット予約（24%）が多いが、半数は事前手配はしていない（47%）。 <p>【道内宿泊の手配】※宿泊者のみの割合</p> <ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設のネット予約（46%）が最多で、OTA（15%）も多い。 事前手配なし（10%）も1割ある。 	<p>【来道交通の手配】</p> <ul style="list-style-type: none"> 航空・鉄道会社などのネット予約（47%）が最多、航空・鉄道会社などに直接電話や出向く（15%）が次ぐ。 <p>【道内交通の手配】</p> <ul style="list-style-type: none"> 航空・鉄道会社などのネット予約（28%）が多いが、2割は事前手配はしていない（20%）。 <p>【道内宿泊の手配】※宿泊者のみの割合</p> <ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設のネット予約（37%）が最多で、OTA（12%）が次ぐ。 事前手配なし（4%）は少ない。
【道外客のみ】 ⑥ 来道交通 ・ 来道起点	—	<ul style="list-style-type: none"> 往路・復路とも航空機（ANA,JAL等）が64～65%、LCC（往復とも11%）。 フェリー（往復とも20%）が多い。 【来道起点】 新千歳空港（往復とも45%前後）が最多。地方空港は函館（往復とも8%）、旭川空港（往復6%程度） 新函館北斗駅（往復とも4%）も一定程度ある “その他”（往復とも22～23%）は苫小牧港、函館港などのフェリー利用者。 	<ul style="list-style-type: none"> 航空機（ANA,JAL等）が往路（58%）、復路が59%。 LCCは往・復とも30%前後。 【来道起点】 新千歳空港（往復とも90～92%）。 地方空港は往復とも函館空港（往復とも3%前後）が最多。 新函館北斗駅（往路4%、復路3%）も一定程度ある

(2) 今回の旅行について

	道内容	道外客	外国人
⑦来道経験	—	<ul style="list-style-type: none"> 初めて（17％）、リピーターが8割程度。 平均来道経験数 7.1回。 リピーターの前回来道は平均5.3年前。 	<ul style="list-style-type: none"> 初めて（68％）、リピーターが31％。 平均来道経験数 1.7回。 リピーターの前回来道は平均5.8年前。

(3) 観光・旅行費用について

	道内容	道外客	外国人
① 1人あたり 予算	<ul style="list-style-type: none"> 1万円以下（45％）が最多で、これに1.1～3万円以下（23％）が次ぐ。 平均20,638円（昨年20,859円）。 	<ul style="list-style-type: none"> 8.1万円～10万円以下（26％）が最多で、3.1～5万円以下（15％）。 20万円超（7％）も1割弱。 平均124,323円（昨年119,476円）。 	<ul style="list-style-type: none"> 20万円超（30％）が最多で、15.1万円～20万円以下（21％）が次ぐ。 平均222,176円。 最多入込の韓国は130,804円
②パッケージ ツアー利用	<ul style="list-style-type: none"> パッケージ利用率は低く1％未満。 パッケージ利用者の平均額18,773円（昨年25,894円）。 	<ul style="list-style-type: none"> パッケージ利用率は13％である。 パッケージ利用者の平均額87,535円（昨年82,601円） 	<ul style="list-style-type: none"> パッケージ利用率は8％である。 パッケージ利用者の平均額244,431円（昨年205,407円）
③道内消費額 （平均額は支出ゼロも含む） ※経済波及効果投入用 数値とは異なる	<ul style="list-style-type: none"> 消費額総計は19,601円で、昨年（18,686円）より1千円増。 交通費 5,295円（昨年5,026円） 宿泊費 6,289円（同5,946円） 飲食費 4,245円（同3,944円） 買物代 2,973円（同2,958円） 娯楽費等 792円（同779円） 前年より飲食が増加。 	<ul style="list-style-type: none"> 消費額総計は86,444円で、昨年（80,980円）より5千円増。 交通費 20,107円（昨年22,171円） 宿泊費 25,103円（同22,790円） 飲食費 20,828円（同18,888円） 買物代 14,825円（同12,919円） 娯楽費等 5,159円（同3,855円） 前年より交通費が減少したが、他分野はずれも増加。 娯楽サービス等は道内容の7倍近く。 	<ul style="list-style-type: none"> 消費額総計は166,556円で昨年（128,678円）より4万円近くの大増。 交通費 28,070円（昨年22,598円） 宿泊費 63,577円（同39,615円） 飲食費 38,220円（同32,481円） 買物代 27,924円（同29,116円） 娯楽費等費 8,089円（同4,590円）。 昨年より買物代が微減だった以外は、全て増加。（特に宿泊費）

(4)観光行動

	道内客	道外客	外国人
①旅行先選択理由	<ul style="list-style-type: none"> 自然・風景（45％）が最大で、食べ物（32％）、温泉（18％）、のんびり過ごせる（17％）が次ぐ。 【最大理由】 自然・風景（24％）が最大で、食べ物（14％）、行きたい観光地・イベントがあった（9％）、温泉（8％）が次ぐ。 	<ul style="list-style-type: none"> 自然・風景（59％）が最大で、食べ物（49％）、行きたい観光地・イベント（22％）、温泉（21％）が次ぐ。 【最大理由】 自然・風景（30％）が最大で、食べ物（17％）、行きたい観光地・イベント（13％）、家族・友人に会うため（11％）が次ぐ。 	<ul style="list-style-type: none"> 自然・風景（76％）が最大で、食べ物（40％）、のんびり過ごせる（35％）、見どころが多い（30％）、温泉（23％）が次ぐ。 アウトドア（19％）も比較的多く、昨年より増加。 【最大理由】 自然・風景（36％）が最大で、食べ物（10％）、のんびり過ごせる（5％）が次ぐ。
②道内での利用交通	<ul style="list-style-type: none"> 8割が自家用車（79％）利用。 	<ul style="list-style-type: none"> 鉄道（36％）、（キャンピングカー除く）レンタカー（34％）が主。 自家用車（11％）も1割程度ある。 	<ul style="list-style-type: none"> 鉄道（64％）、路線バス（36％）、観光バス（25％） （キャンピングカー除く）レンタカー（22％）も2割に上る。
③宿泊施設	<p>【宿泊者のみの数値】</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光ホテル旅館（44％）が最多で、都市型ホテル・ビジネスホテル（27％）が次ぐ。 	<p>【宿泊者のみの数値】</p> <ul style="list-style-type: none"> 都市型ホテル・ビジネスホテル（49％）が最多で、観光ホテル旅館（43％）が次ぐ。 	<p>【宿泊者のみの数値】</p> <ul style="list-style-type: none"> 都市型ホテル・ビジネスホテル（63％）が最多で、観光ホテル旅館（42％）が次ぐ。 民泊（11％）が昨年より4ポイント増。
④旅行中の行動	<ul style="list-style-type: none"> ドライブ（45％）が最多で、食を楽しむ（34％）、道の駅めぐり（31％）、温泉（30％）、自然・景勝地観光・四季の体感（29％）が次ぐ。 	<ul style="list-style-type: none"> 食を楽しむ（57％）が最多で、自然・景勝地観光・四季の体感（52％）、温泉（39％）、ショッピング／特産品（30％）の順となる。 アウトドアアクティビティ（10％）で昨年（7％）より増加。 	<ul style="list-style-type: none"> 食を楽しむ（60％）が最多で、自然・景勝地観光・四季の体感（57％）、街歩き（55％）、ショッピング／一般（46％）、温泉（49％）の順。 アウトドアアクティビティ（27％）は昨年より7ポイントも増加。
⑤立寄り地・宿泊地	<ul style="list-style-type: none"> 札幌／丘珠空港含む（49％）が最多で、旭川／旭川空港含む（21％）、帯広・十勝川（14％）、ニセコ・倶知安（11％）が次ぐ。 【宿泊地】※札幌、函館、釧路、旭川などは空港を含むが宿泊地であるため表記を略 函館（11％）、札幌（11％）、稚内（10％）、帯広（8％）などの順。 	<ul style="list-style-type: none"> 札幌／丘珠空港含む（61％）が最多で、千歳／新千歳空港含む（61％）、小樽（30％）、函館／函館空港含む（28％）、旭川（27％）などが次ぐ。 【宿泊地】※左記と同 札幌（52％）が最多で、函館（24％）旭川（17％）、帯広（15％）が次ぐ 	<ul style="list-style-type: none"> 札幌／丘珠空港含む（107％）が最多で、千歳／新千歳空港含む（56％）、小樽（54％）、富良野・美瑛（32％）、函館／函館空港含む（23％）などが次ぐ。 【宿泊地】※左記と同 札幌（100％）が最多で、函館（22％）小樽（21％）、洞爺湖（18％）、富良野・美瑛（17％）、旭川（17％）が次ぐ

(5)観光・旅行の評価などについて

①事前期待度

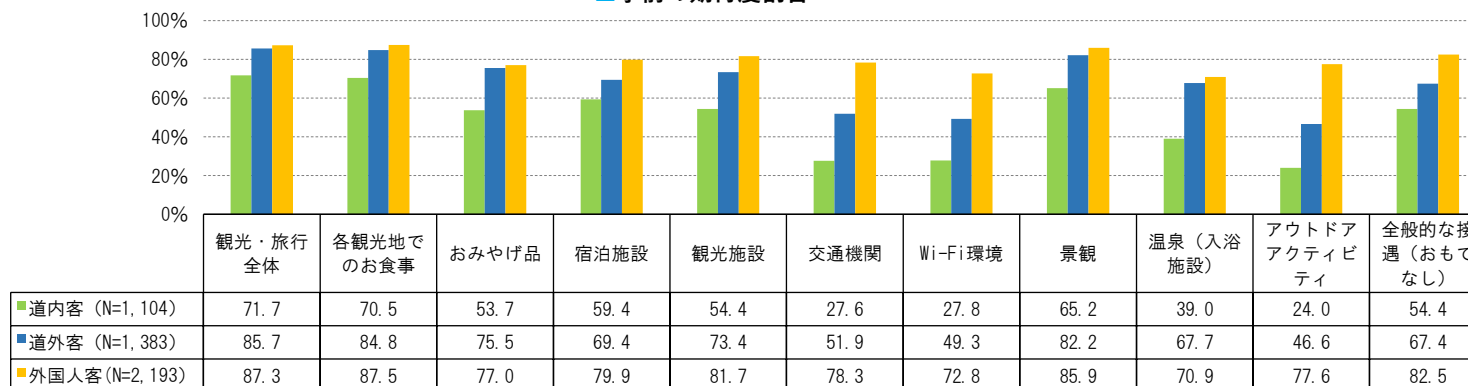
(ここでは、とても期待=+3点~どちらでもない=±0点~全く期待しない=-3点を与えて算出したスコア(加重平均)を用いている)

- 観光・旅行全体(総合期待)は72%が期待した。
- 個別分野での期待割合は①食事(71%)②景観(65%)、③宿泊施設(59%)の順で大きい。
- 総合的な旅の期待度は1.63(=期待と少し期待の中間レベル)。

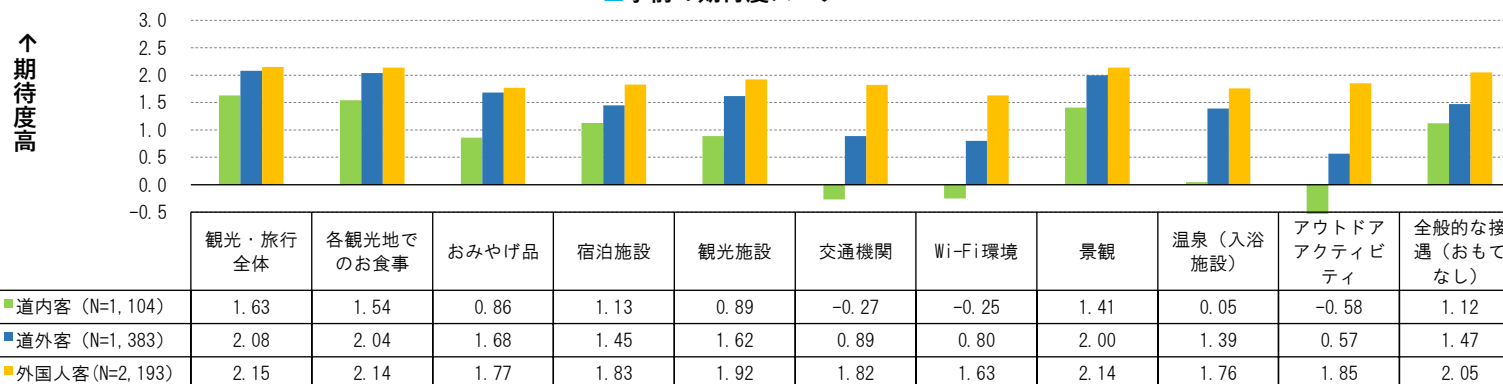
- 観光・旅行全体(総合期待)は86%が期待した。(道内客より大きい)
- 個別分野での期待割合は①食事(85%)②景観(82%)③お土産(76%)の順で大きい。
- 総合的な旅の期待度は2.08(期待のレベル)。

- 観光・旅行全体(総合期待)は87%が期待した。
- 個別分野での期待割合は①食事(88%)②景観(86%)③接客・おもてなし(83%)の順。
- 総合的な旅の期待度は2.15(期待のレベル)。

■事前の期待度割合



■事前の期待度スコア



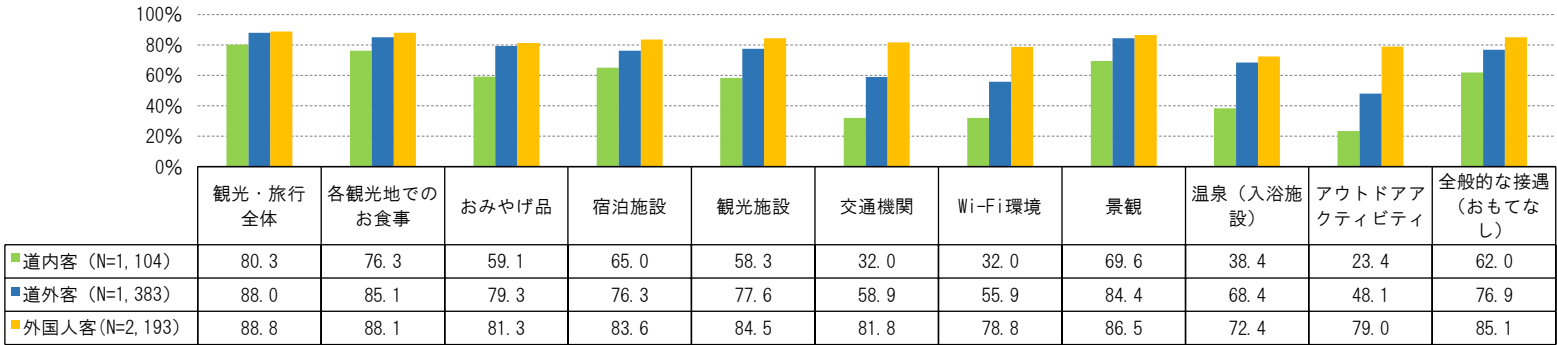
(5)観光・旅行の評価などについて

②実際の満足度

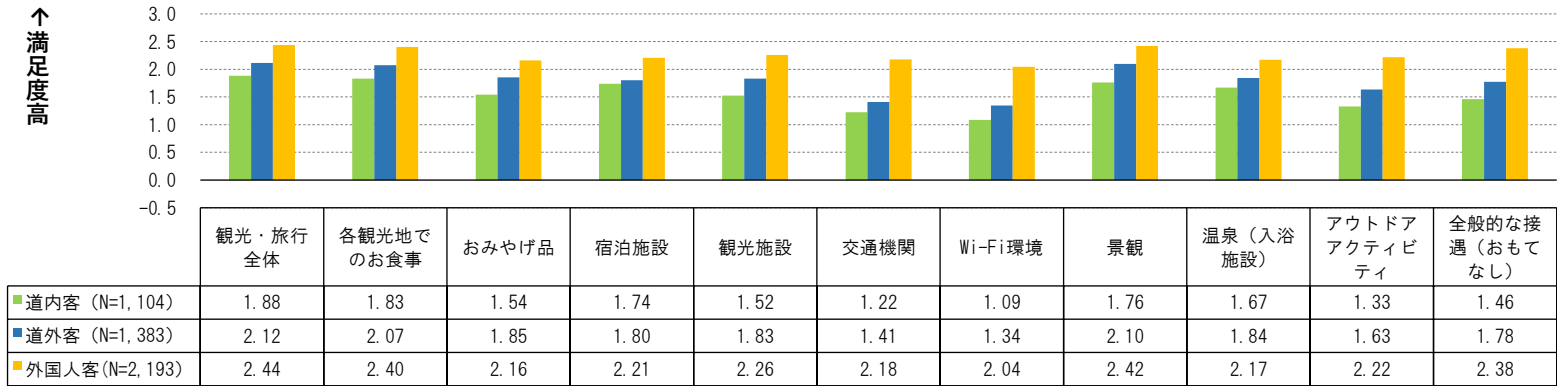
(ここでは、とても満足=+3点~とても不満足=-3点を与えて算出したスコア(加重平均)を用いている)

道内客	道外客	外国人
<div>観光・旅行全体（総合満足）は80％が満足で、期待割合を上回る。</div> <div>個別分野での期待割合は①食事（76％）②景観（70％）③宿泊施設（65％）の順で大きい。</div> <div>総合的な旅の満足度は1.88（＝満足のレベル）。</div>	<div>観光・旅行全体（総合満足）は88％が満足した。（道内客より大きい）</div> <div>個別分野での満足割合は①食事（85％）②景観（84％）③おみやげ（79％）④観光施設（78％）の順。</div> <div>総合的な旅の満足度は2.12（かなり満足と満足の中間レベル）。</div>	<div>観光・旅行全体（総合満足）は89％が満足した。（道外客と同程度）</div> <div>個別分野での満足割合は①食事（88％）、②景観（87％）③おもてなし（85％）、観光施設（85％）の順。</div> <div>総合的な旅の満足度は2.44（かなり満足に近いレベル）。</div>

■満足割合



■満足度スコア



(5)観光・旅行の評価などについて

③期待度のスコア推移

期待度は2020年以後は設問設定がなかったため、2019年調査との比較である

道内容

- 観光・旅行全体（総合期待）は+0.14でやや上昇。
- 個別分野での低下が目立つのは交通機関（▲0.16）、Wi-Fi（▲0.12）、アウトドア（▲0.12）だが懸念するほどの下降ではない。
- 期待度が上昇したものは全体的接遇（+0.19）、食事（+0.18）が主なものである。

道外客

- 観光・旅行全体（総合期待）は▲0.01で僅かに下降。
- 個別分野で目立って上昇したものはない。
- 低下は交通機関（▲0.10）程度で、他はほとんど昨年並みと考えてよい。

外国人

- 観光・旅行全体（総合期待）は▲0.14で、僅かに下降。
- 個別分野で上昇したものはない。
- 低下したのは温泉（▲0.27）、宿泊施設、観光施設（共に▲0.22）などだが、低下幅は極めて小さい。

道内客

(スコア)	観光・旅行全体	各観光地でのお食事	おみやげ品	宿泊施設	観光施設	交通機関	Wi-Fi環境	景観	温泉（入浴施設）	アウトドアアクティビティ	全般的な接遇（おもてなし）
2023年度	1.49	1.36	0.79	1.16	0.83	-0.11	-0.13	1.34	0.14	-0.46	0.93
2024年度	1.63	1.54	0.86	1.13	0.89	-0.27	-0.25	1.41	0.05	-0.58	1.12
増減	0.14	0.18	0.07	▲ 0.03	0.06	▲ 0.16	▲ 0.12	0.07	▲ 0.09	▲ 0.12	0.19

道外客

(スコア)	観光・旅行全体	各観光地でのお食事	おみやげ品	宿泊施設	観光施設	交通機関	Wi-Fi環境	景観	温泉（入浴施設）	アウトドアアクティビティ	全般的な接遇（おもてなし）
2023年度	2.09	2.05	1.59	1.48	1.66	0.99	0.83	2.01	1.46	0.57	1.44
2024年度	2.08	2.04	1.68	1.45	1.62	0.89	0.80	2.00	1.39	0.57	1.47
増減	▲ 0.01	▲ 0.01	0.09	▲ 0.03	▲ 0.04	▲ 0.10	▲ 0.03	▲ 0.01	▲ 0.07	0.00	0.03

外国人客

(スコア)	観光・旅行全体	各観光地でのお食事	おみやげ品	宿泊施設	観光施設	交通機関	Wi-Fi環境	景観	温泉（入浴施設）	アウトドアアクティビティ	全般的な接遇（おもてなし）
2023年度	2.29	2.27	1.91	2.05	2.14	1.94	1.72	2.29	2.03	2.06	2.18
2024年度	2.15	2.14	1.77	1.83	1.92	1.82	1.63	2.14	1.76	1.85	2.05
増減	▲ 0.14	▲ 0.13	▲ 0.14	▲ 0.22	▲ 0.22	▲ 0.12	▲ 0.09	▲ 0.15	▲ 0.27	▲ 0.21	▲ 0.13

(5)観光・旅行の評価などについて

④満足度の
スコア推移

道内容・道外客は22年調査との比較。
外国人は2020年以後は調査していないので、2019年調査との比較である

- 観光・旅行全体（総合満足）は+0.09で若干上昇。
- 個別分野ではいずれも上昇した。（上昇幅は小さい）

- 観光・旅行全体（総合満足）は▲0.10で、若干下降した。
- 個別分野ではアウトドアアクティビティ（+0.08）が上昇。
- その他では概ね昨年並みで推移した。

- 観光・旅行全体（総合満足）は▲0.03で、若干下降したものの、ほぼ昨年並みを保った。
- 個別分野では多くの項目で概ね下降しているものの、大きな懸念になるほどのものではない。
- Wi-Fi（昨年比+0.08）の満足度は上昇。

道内容

(スコア)	観光・旅行全体	各観光地での食事	おみやげ品	宿泊施設	観光施設	交通機関	Wi-Fi環境	景観	温泉（入浴施設）	アウトドアアクティビティ	全般的な接遇（おもてなし）
2023年度	1.79	1.72	1.44	1.69	1.49	1.17	1.05	1.68	1.60	1.22	1.34
2024年度	1.88	1.83	1.54	1.74	1.52	1.22	1.09	1.76	1.67	1.33	1.46
増減	0.09	0.11	0.11	0.04	0.04	0.05	0.04	0.09	0.07	0.11	0.12

道外客

(スコア)	観光・旅行全体	各観光地での食事	おみやげ品	宿泊施設	観光施設	交通機関	Wi-Fi環境	景観	温泉（入浴施設）	アウトドアアクティビティ	全般的な接遇（おもてなし）
2023年度	2.21	2.11	1.85	1.86	1.86	1.50	1.34	2.11	1.84	1.55	1.75
2024年度	2.12	2.07	1.85	1.80	1.83	1.41	1.34	2.10	1.84	1.63	1.78
増減	▲ 0.10	▲ 0.04	0.01	▲ 0.05	▲ 0.03	▲ 0.09	0.01	▲ 0.02	0.01	0.08	0.02

外国人客

(スコア)	観光・旅行全体	各観光地での食事	おみやげ品	宿泊施設	観光施設	交通機関	Wi-Fi環境	景観	温泉（入浴施設）	アウトドアアクティビティ	全般的な接遇（おもてなし）
2023年度	2.47	2.40	2.21	2.28	2.35	2.18	1.96	2.50	2.30	2.32	2.44
2024年度	2.44	2.40	2.16	2.21	2.26	2.18	2.04	2.42	2.17	2.22	2.38
増減	▲ 0.03	▲ 0.00	▲ 0.05	▲ 0.07	▲ 0.09	▲ 0.01	0.08	▲ 0.08	▲ 0.13	▲ 0.10	▲ 0.06

(6) その他

	道内容	道外客	外国人
① 関心ある キーワード AT=アドベンチャー・トラベル	<ul style="list-style-type: none"> 車で寝泊まりしながらの気ままな旅（27%）が最多で、AT（19%）、ワイン・酒蔵ツーリズム（16%）、ケアツーリズム（12%）が次ぐ。 	<ul style="list-style-type: none"> AT（22%）が最多で、車で寝泊まりしながらの気ままな旅（19%）、ワイン・酒蔵ツーリズム（19%）、ケアツーリズム（12%）が次ぐ。 	<ul style="list-style-type: none"> AT（41%）が最多で、サステナブルツーリズム（34%）が次ぐ。 その他では、フォトツーリズム（21%）、ワイン・酒蔵ツーリズム（17%）の順で続く。
② 今後、北海道で楽しみたい・関心興味ある	<ul style="list-style-type: none"> 温泉（47%）が最大で、これに旬の食材を堪能する（27%）、夕日・星空観賞（19%）、北海道の郷土料理（18%）が次ぐ。 	<ul style="list-style-type: none"> 温泉（44%）が最大で、旬の食材を堪能（33%）、北海道の郷土料理（29%）、夕日・星空観賞（24%）が次ぐ。 トレッキング・山登り（22%）も2割。 	<ul style="list-style-type: none"> 北海道の郷土料理（47%）が最大で、トレッキング・山登り（42%）、温泉（39%）、ウインタースポーツ（37%）、夜景観賞（33%）、旬の食材を堪能（32%）が次ぐ。
③ 物価上昇などの影響	<ul style="list-style-type: none"> 物価上昇は64%が旅行・観光に影響。 影響分野はガソリン代（77%）、飲食代（56%）、宿泊料金（42%）などが主要分野である。 対策分野としては行き先を近くに替えた（15%）、車を利用して交通費を削減（13%）、宿泊先のグレードを下げた（12%）などが主である。 	<ul style="list-style-type: none"> 物価上昇は65%が旅行・観光に影響。 影響分野は飲食代（58%）、宿泊料金（51%）、ガソリン代（43%）、航空運賃（35%）などが主要分野。 対策分野としては、1/4が宿泊先のグレードを下げた（24%）とし、おみやげ品を減らした（14%）、飲食のグレードを下げた（13%）が主。 	<ul style="list-style-type: none"> 円安は63%が旅行・観光に影響。 円安の実感分野は飲食代（68%）、宿泊料金（40%）、お土産（32%）、航空運賃（30%）などが主要分野。 支出増加分野としては、飲食のグレードUP（36%）、お土産の購入増（33%）、周遊範囲拡大（25%）、宿泊数増（21%）が主。
④ オーバーツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> 半数強が、地元生活者に配慮した行動が必要（55%）とし、観光地は観光客で潤っているからやむを得ない（13%）を大きく上回る。 マナーでの心がけは、ゴミを出さない・持ち帰る（66%）が最多。 	<ul style="list-style-type: none"> 半数強が、地元生活者に配慮した行動が必要（59%）とし、観光地は観光客で潤っているからやむを得ない（14%）を大きく上回る。 マナーの心がけは、大声を出さない（58%）、ゴミを出さない・持ち帰る（57%）が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 半数強が、地元生活者に配慮した行動が必要（48%）とし、観光地は観光客で潤っているからやむを得ない（18%＝中国客は32%）を大きく上回る。 マナーの心がけは、大声を出さない（74%）、ゴミを出さない・持ち帰る（64%）、私有地に入らない（58%）が多い。
⑤ 北海道の交通	<ul style="list-style-type: none"> 北海道新幹線の期待派割合は52% 	<ul style="list-style-type: none"> 最大の交通不満は観光地間の公共交通が少ない（26%）。 海道新幹線の期待派割合は57% 	<ul style="list-style-type: none"> 最大の交通不満は観光地間の公共交通が少ない（21%）、公共交通が分かりにくい（15%）。 海道新幹線の期待派割合は69%

(7)消費動向

①道内消費額

【日帰客】 買い物代の減少が大きく、消費総額が2%減。
【宿泊客】 買い物代が10%増など、総額では6%増。

道外客

【宿泊客】 交通費抑制が目立ったが、それ以外は増加したため、総額では約7%増となった。

外国人

買い物代が若干減少したが、宿泊費、交通費、娯楽サービス等が大きく増加したため、総額では30%程度増加した。

■平均支出額（分野別と合計欄が一致したサンプルのみによる集計）

	道内客		道外客			外国人客
	日帰り	宿泊	日帰り	宿泊	(道外客全体)	
24年度						
集計サンプル数(件)	544	496	6	1,227	1,233	1,379
消費額合計(円)	6,308	34,181	13,500	86,801	86,444	166,556
①交通費	2,254	8,631	4,500	20,183	20,107	28,070
②宿泊費	0	13,187	0	25,226	25,103	63,577
③飲食費	1,963	6,747	6,833	20,896	20,828	38,220
④買物代	1,719	4,348	1,667	14,890	14,825	27,924
⑤娯楽等サービス費	362	1,263	500	5,182	5,159	8,089
⑥その他	10	5	0	424	422	676
23年度						
集計サンプル数(件)	810	733	13	1,541	1,554	826
消費額合計(円)	6,466	32,189	18,385	81,508	80,980	128,678
①交通費	2,295	8,044	8,269	22,288	22,171	22,598
②宿泊費	0	12,516	0	22,983	22,790	39,615
③飲食費	1,714	6,409	4,000	19,014	18,888	32,481
④買物代	2,059	3,951	4,846	12,987	12,919	29,116
⑤娯楽等サービス費	386	1,214	1,269	3,877	3,855	4,590
⑥その他	12	54	0	360	357	277
増減率						
消費額合計(円)	▲2.4	6.2	▲26.6	6.5	6.7	29.4
①交通費	▲1.8	7.3	▲45.6	▲9.4	▲9.3	24.2
②宿泊費	-	5.4	-	9.8	10.1	60.5
③飲食費	14.6	5.3	70.8	9.9	10.3	17.7
④買物代	▲16.5	10.0	▲65.6	14.6	14.8	▲4.1
⑤娯楽等サービス費	▲6.0	4.0	▲60.6	33.7	33.8	76.2
⑥その他	▲15.3	▲91.1	-	17.8	18.2	143.9

注)各単価は小数点以下を四捨五入しているため、合計額と一致しない場合がある。

②経済波及効果

(令和7年9月観光入込客数確定後推計)

- 令和6年度の観光総消費額は1兆5,033億円(道内観光客のみで4,852億円・この他に道民の道外旅行分340億円がある)、道外客4,974億円、外国人4,866億円)となり、それがもたらす経済波及効果(生産誘発額)は1兆9,588億円と推計される。これは、令和5年度(1兆6,961億円)を2,627億円上回る。
 - 観光消費により生じる生産活動において発生する「直接効果」は1兆960億円、さらに道内の生産やサービス活動に波及する「第一次波及(間接)効果」は5,499億円となる。また、新たな雇用者所得等の増加によって生み出される「第二次波及(間接)効果」が3,129億円と推計される。
- ※詳細については、本報告書「Ⅴ. 観光経済波及効果」(P252～)を参照ください。