

稚内・利尻・礼文 来訪者アンケート 分析結果

分析対象期間：≪上期≫2023年6月1日～2023年9月30日



きた・北海道DMO



1. 調査主体

一般社団法人稚内観光協会/きた・北海道DMO

2. 調査方法

主要ターミナル・観光地・お土産店に掲載・設置したアンケートポスターやちらしに記載のQRコードより、アンケートフォームをダウンロードし回答。アンケート回答者には抽選で稚内・利尻・礼文の地域特産品をプレゼント（半期20名/年間40名）

【アンケートポスター・ちらし】

【QRコード】



3. 調査期間

2023年6月1日(水)～9月30日(金)

4. 回答数

2,888件

《今夏の概況》

新型コロナウイルス5類に移行して初めての夏。いよいよ観光需要の本格的な回復が見える結果になってきました。トリップアドバイザーの意識調査の結果、78%の旅行者が今年の夏(2023年6月1日～8月31日)の旅行を計画していると回答しました。日本人旅行者においては、65%がこの夏旅行を計画していると答え、昨年同時期(24%)や2023年春(49%)と比べて大幅に上昇しています。また、トリップアドバイザーのサイト利用状況データによると、2023年ゴールデンウィークの国内旅行検索ボリュームはコロナ前の2019年の比較し-66%でしたが、今夏の旅行については2019年と比較すると-37%となり、順調な回復傾向が伺えます。

《地域の受け入れ》

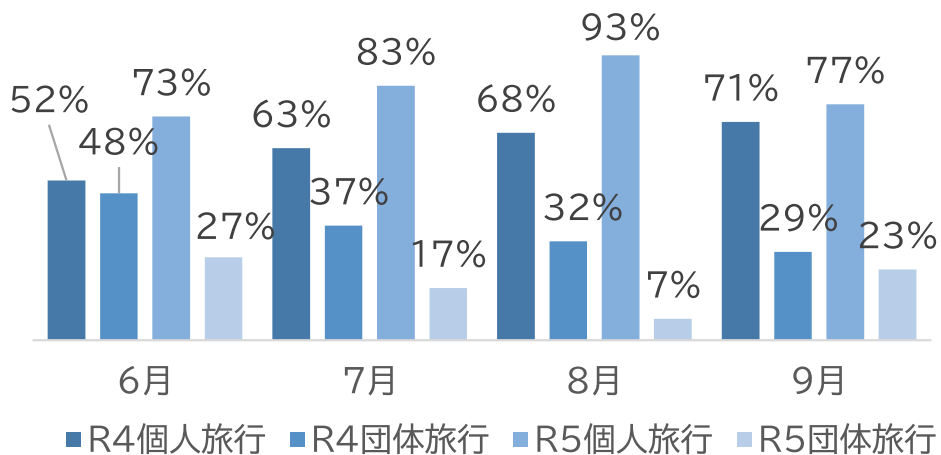
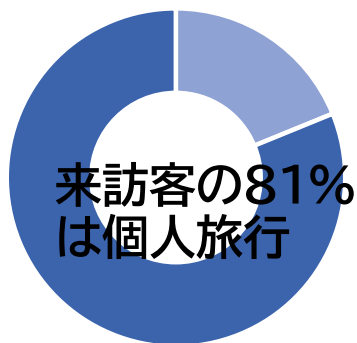
旅行に行きたいと意欲を示す方々がどれだけ「きた・北海道DMOエリア」に興味を持ち、どのようなアプローチでこの地に訪れる準備をしたか?・・・非常に重要です。興味を持つが、何らかの理由で「諦めた」「WEBの情報では個人でのアプローチは難しい・・・」。様々な細かな課題が見えて来ました。正確な旅前の情報発信が必要です。

《下期への期待と懸念》

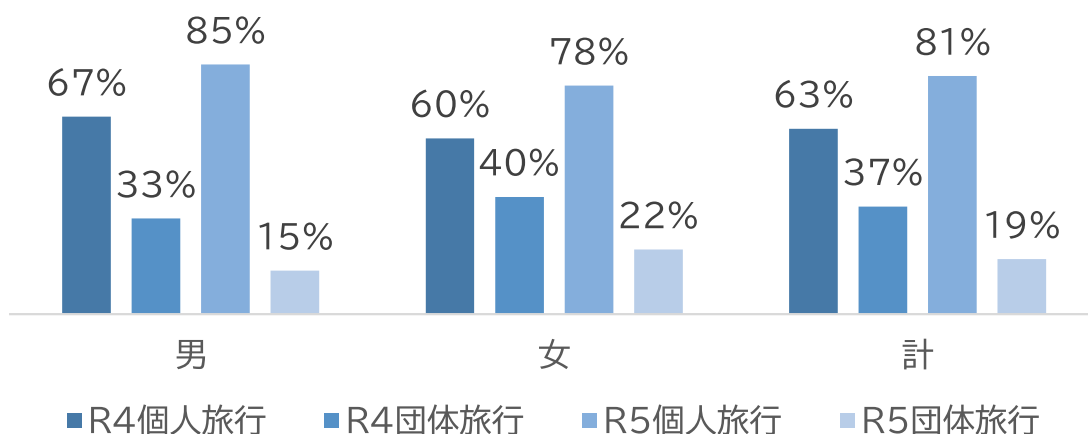
利尻島、礼文島においては9月後半から10月後半まで暖冬の恩恵でツアー客の催行率が上がったのではないかと。詳しく数値的な調査を今後行い、その部分を成長先に磨き上げる。訪日においては団体の昼食やピーク時の宿泊先確保と非常に難しい問題がありますが、個人向けの情報発信を見直し、ローカルカフェ、喫茶店など細かな工夫により個人向け情報として新たに、発信することが必要である。OTA予約サイトでのプロモーション展開も有効と考えます。



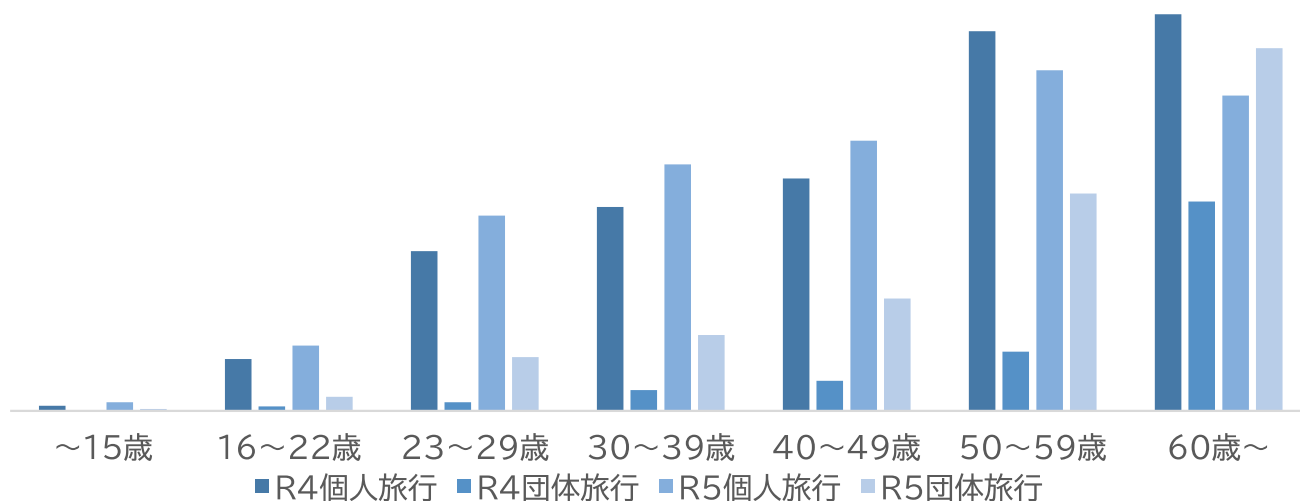
① 来訪客体



② 男女別

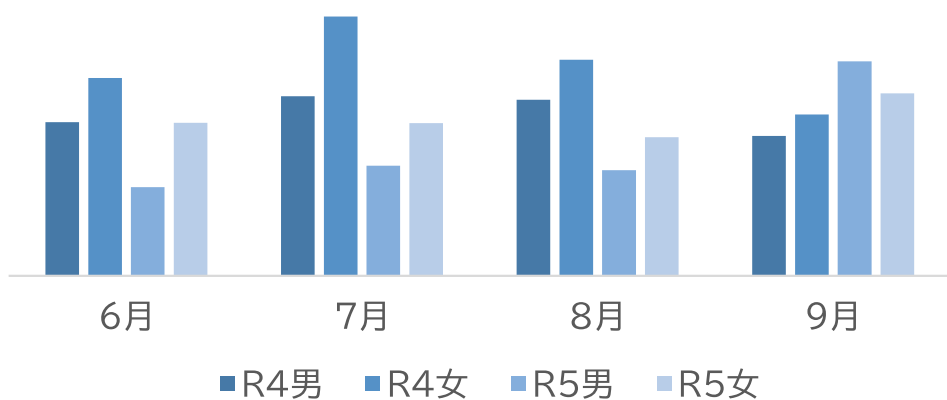
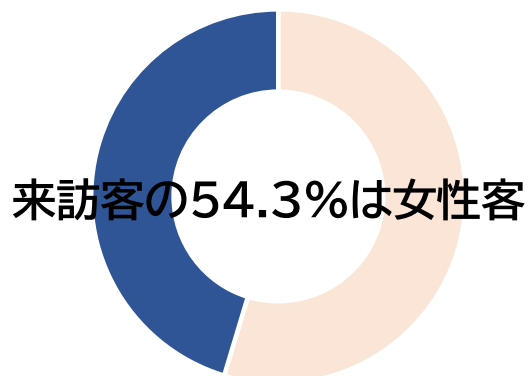


③ 旅行参加年代層

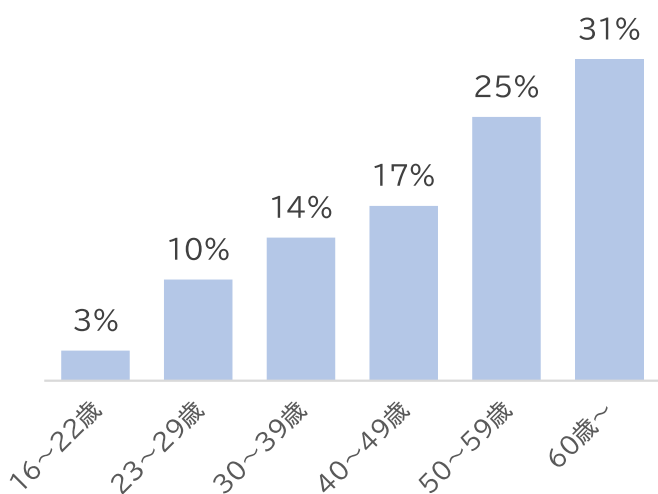




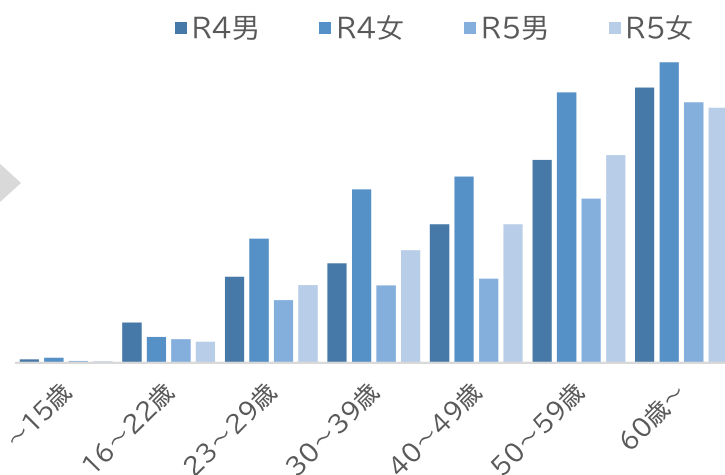
④ 性別



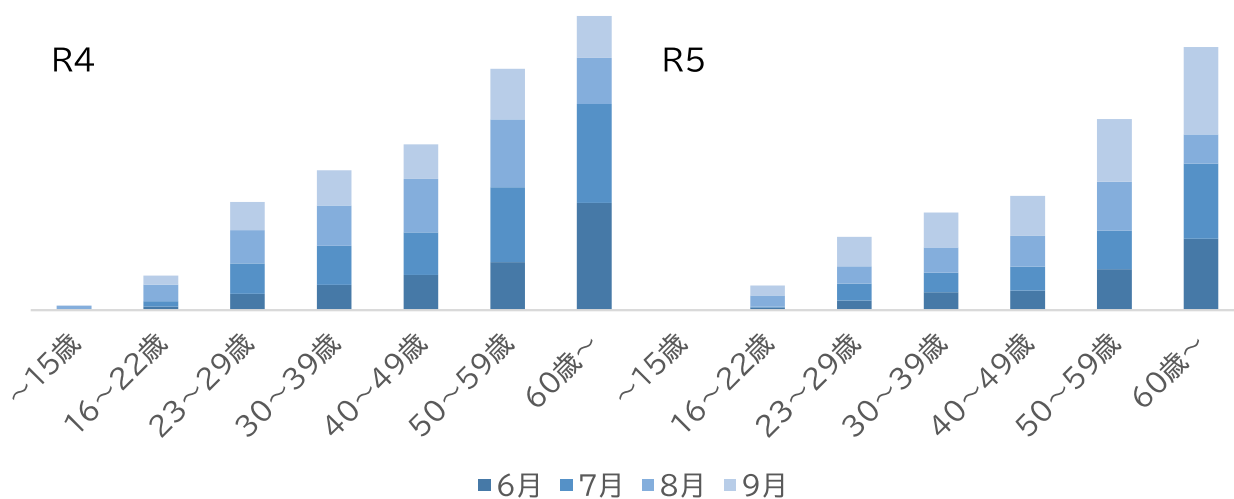
⑤ 年代別



男女別では



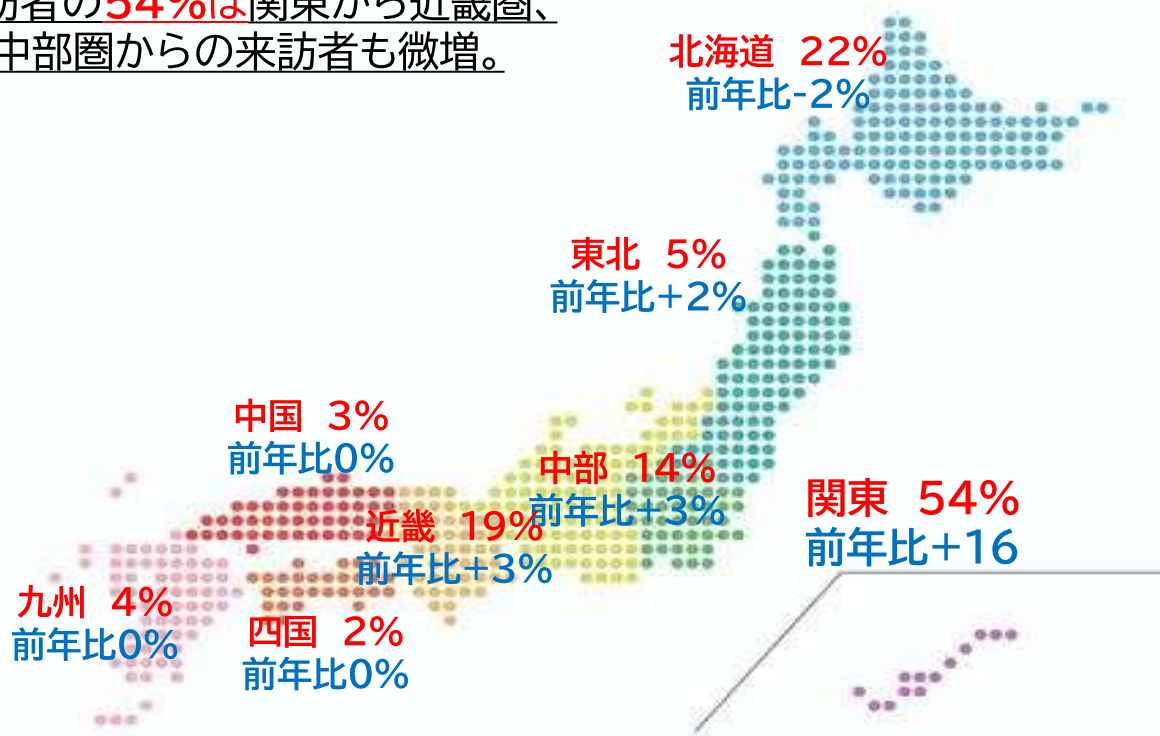
⑥ 年代別 (来訪月別)





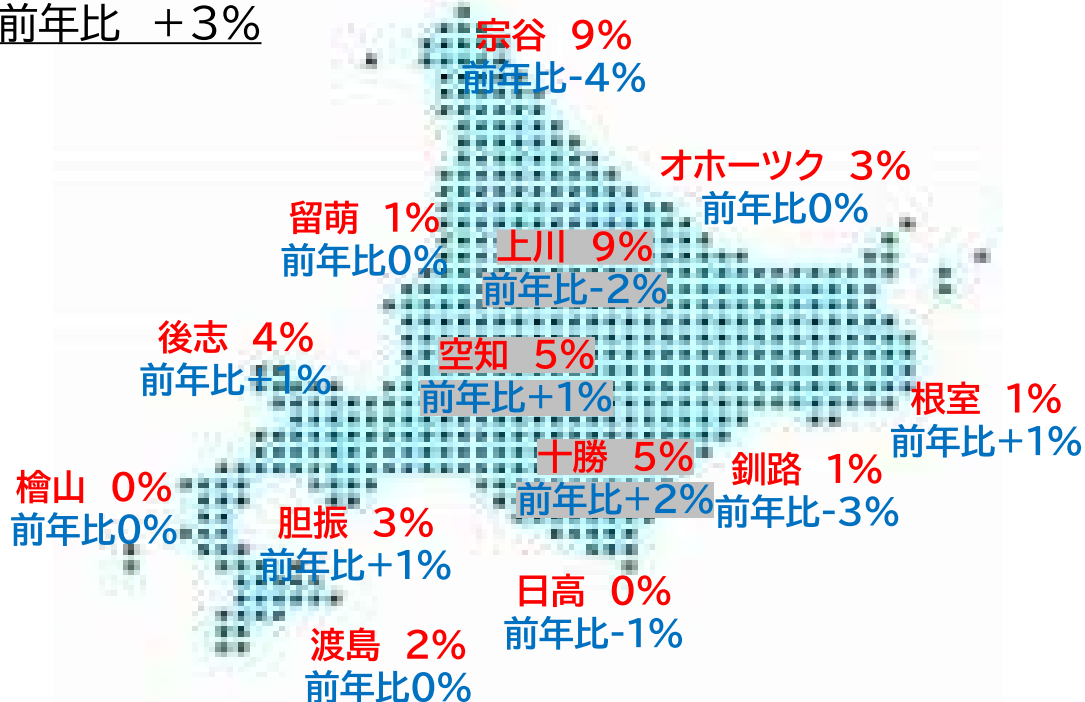
⑦ 全国

来訪者の**54%**は関東から近畿圏、
中部圏からの来訪者も微増。



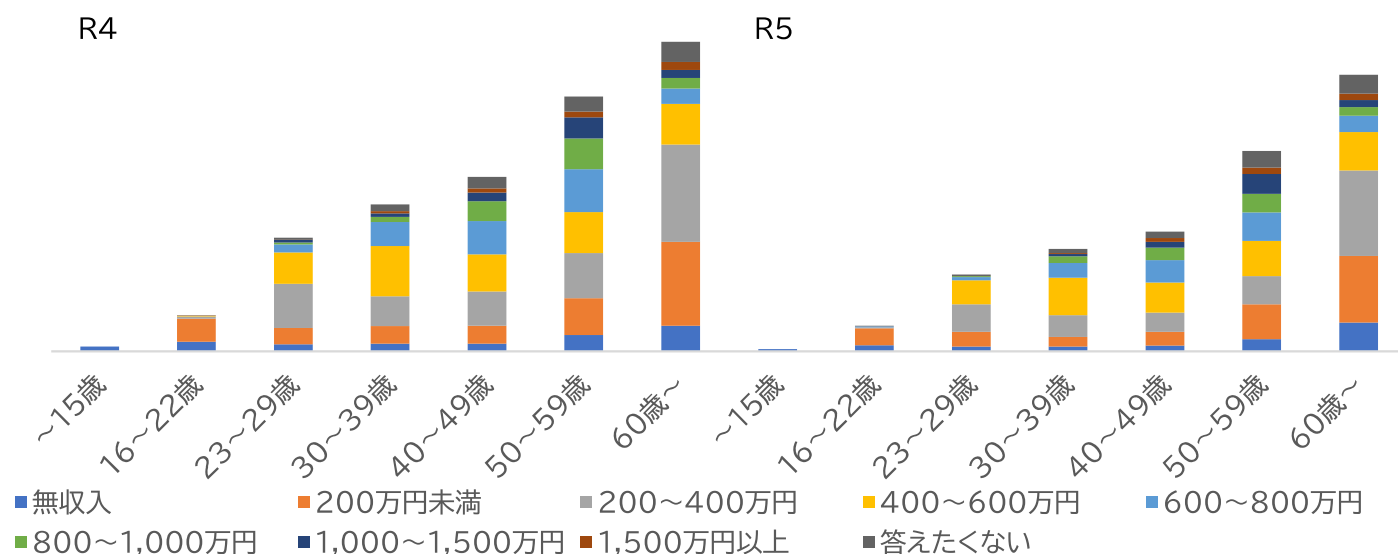
⑧ 道内

道内の**58%**は石狩から
前年比 +3%

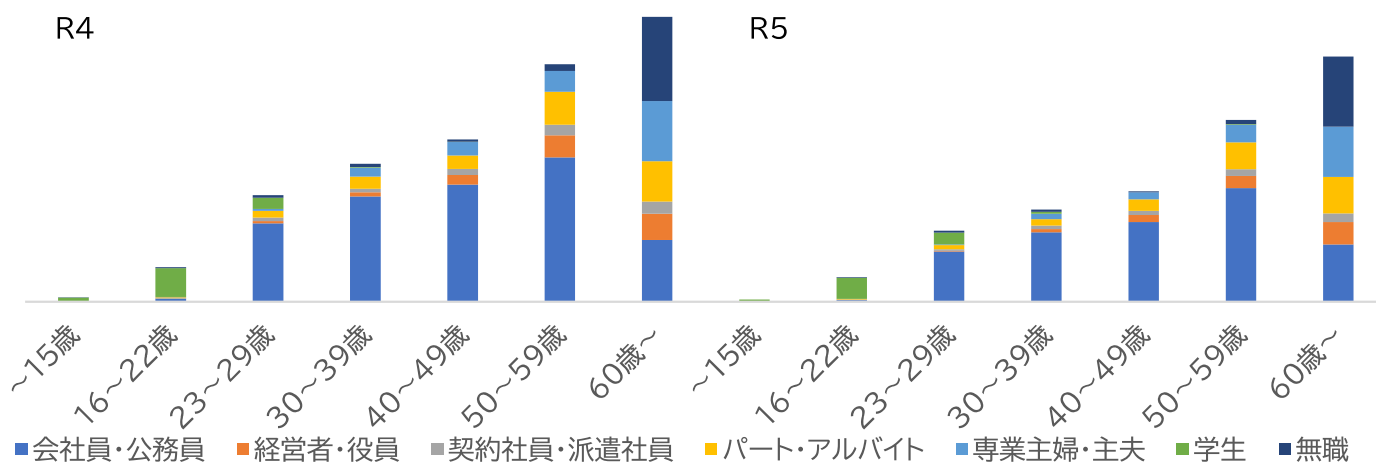




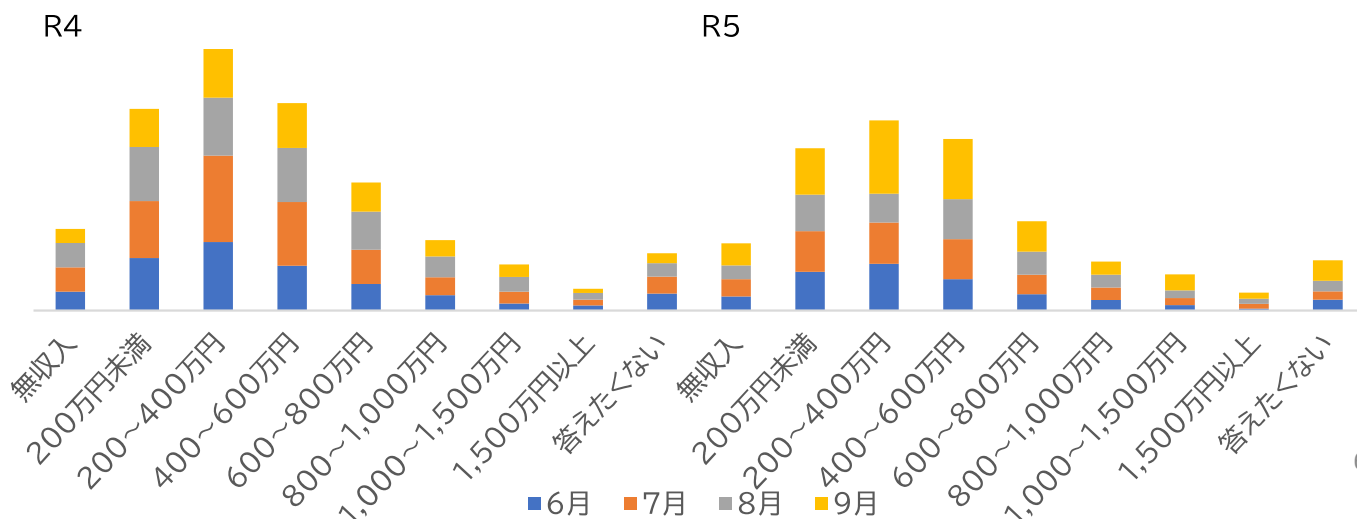
⑨ 来訪者の年収



⑩ 来訪者の職業

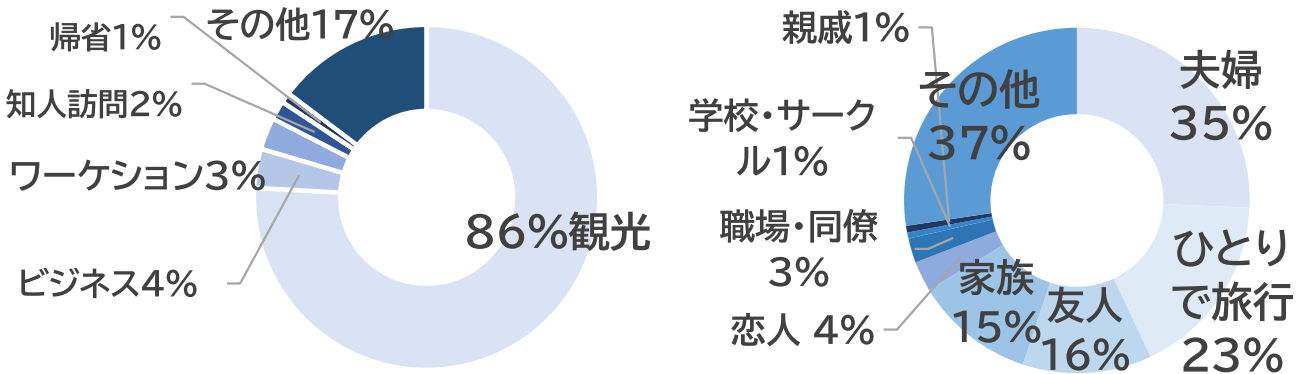


⑪ 来訪者の年収 (来訪月別)

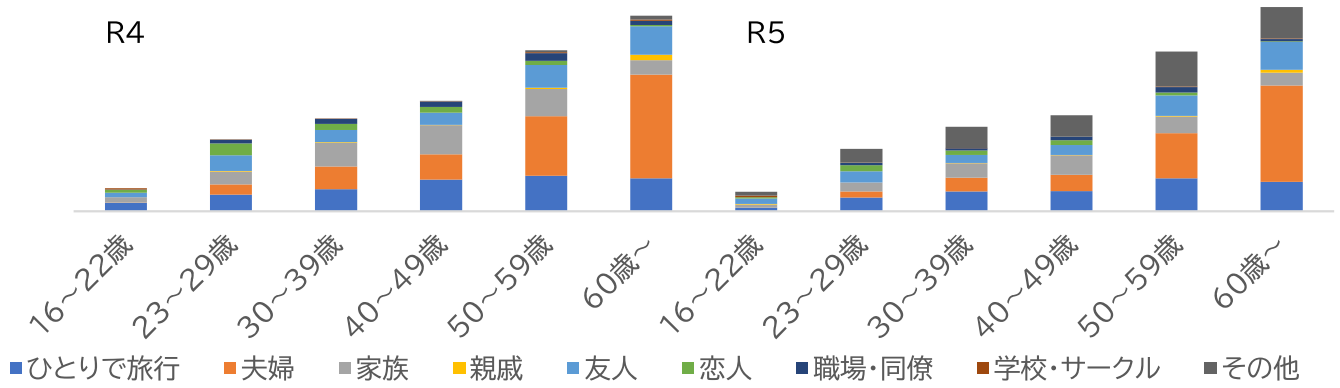




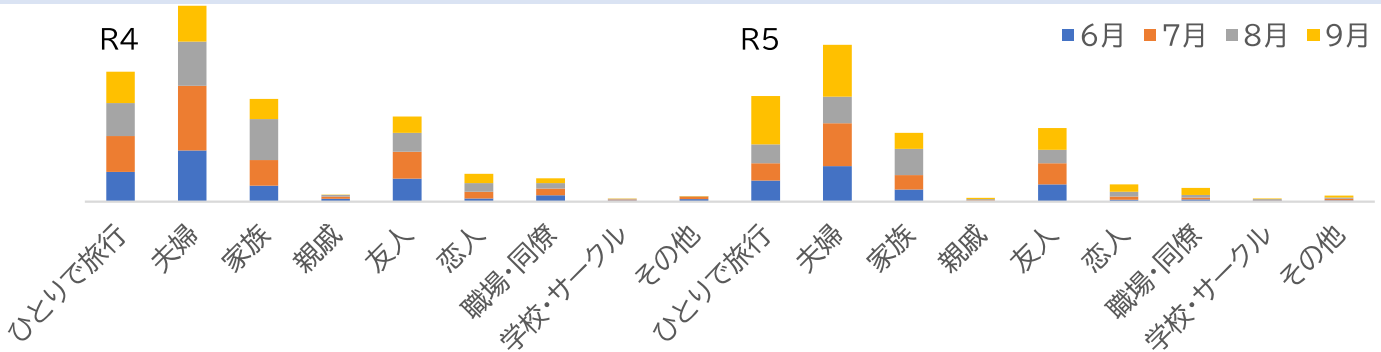
⑫ 来訪目的



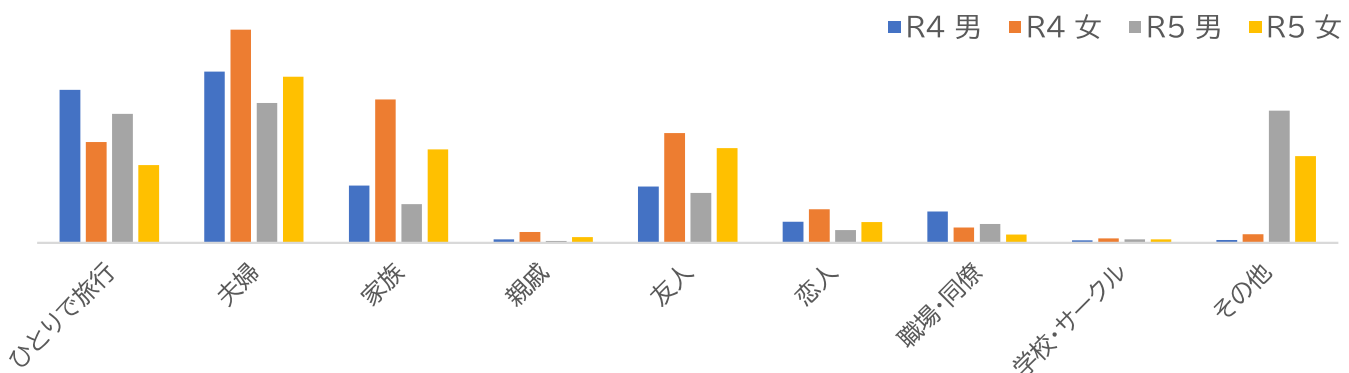
⑬ 同行者



⑭ 同行者



⑮ 同行者



旅行先としての選定理由（何を楽しみにしているのか？）



きた・北海道DMO



⑯ 年代別 旅行先としての選定理由（複数回答）

項目	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～	全年齢
自然・景観	71	233	306	351	573	842	2,376
グルメ	18	25	45	49	70	59	266
登山・トレッキング	32	131	195	217	328	414	1,317
日本の最北に行ってみたかったから	12	43	69	88	115	117	444
植物鑑賞	4	5	12	7	11	1	40
温泉	1	1	4	3	4	1	14
ドライブ観光	0	1	1	0	0	0	2
歴史・文化	15	83	117	132	218	296	861
家族・知人訪問	0	0	2	0	1	3	6
仕事	3	19	14	20	27	12	95
サイクリング	0	14	15	13	19	18	79
キャンプ	9	46	84	107	142	303	691
野鳥観察	6	9	15	12	18	26	86
釣り	2	3	5	6	10	12	38
イベント	17	27	52	66	78	83	323
映画・アニメ等の舞台	2	4	15	10	21	12	64
ツーリング	34	95	111	120	175	258	793
シーカヤック	9	25	24	26	32	28	144
バックカントリー	11	13	14	27	38	13	116
カーリング	0	8	21	8	23	17	77
合計							7,832

⑰ 月別 旅行先としての選定理由（複数回答）

	6月	7月	8月	9月	合計
自然・景観	510	548	506	819	2,383
歴史・文化	43	47	70	107	267
グルメ	262	327	308	421	1,318
温泉	81	100	112	154	447
釣り	5	7	10	19	41
シーカヤック	1	3	5	5	14
カーリング	0	1	0	1	2
登山・トレッキング	222	255	171	213	861
バックカントリー	1	3	1	1	6
サイクリング	13	19	28	37	97
キャンプ	16	23	20	20	79
植物鑑賞	265	210	119	98	692
野鳥観察	33	15	21	17	86
映画・アニメ等の舞台	7	9	8	14	38
ドライブ観光	49	85	94	96	324
イベント	10	9	21	27	67
日本の最北に行ってみたかったから	121	153	168	354	796
家族・知人訪問	19	30	57	39	145
仕事	19	12	18	67	116
ツーリング	4	25	26	22	77
その他					0
合計	1,681	1,881	1,763	2,531	7,856



⑱ 年代別 旅マエ情報収集ツール（複数回答）

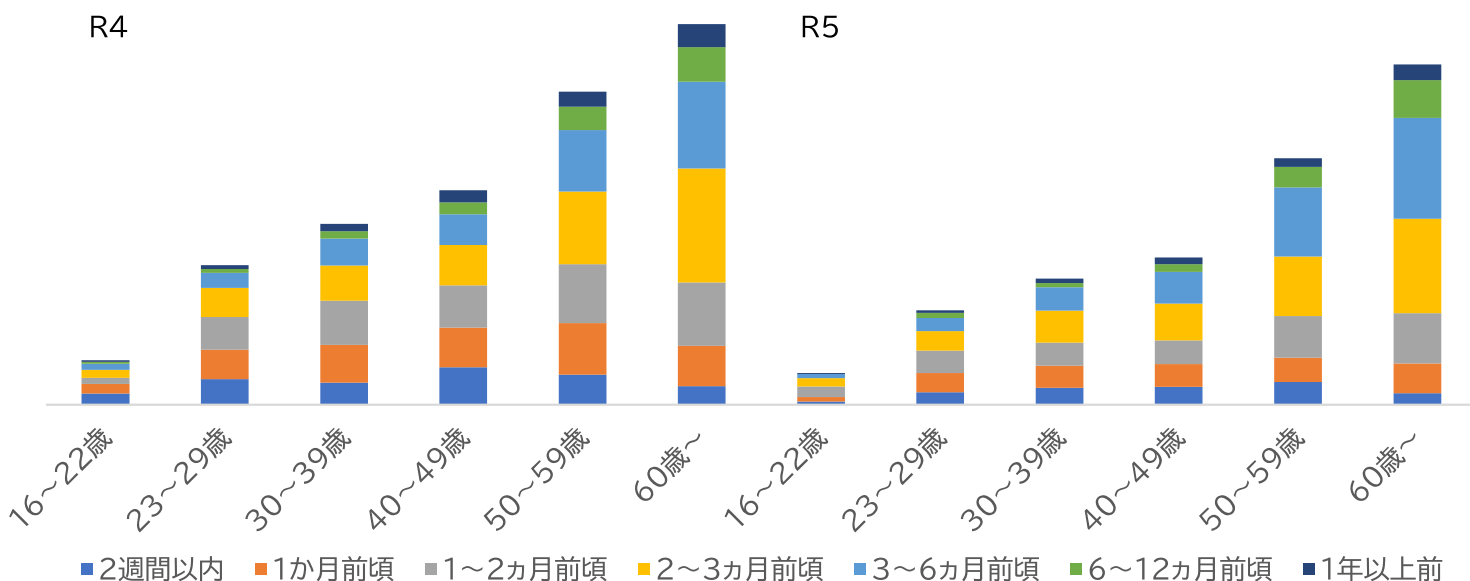
	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～	全年齢
観光協会や自治体のHP	1	4	15	34	72	57	183
ポスター・パンフレット・ガイドブック	31	95	92	65	91	65	439
きた・北海道DMOの公式HP	14	46	44	33	28	11	176
家族・友人・知人	25	60	55	74	108	138	460
instagram	5	7	6	5	3	4	30
youtube	18	58	83	106	158	249	672
各種旅行会社のHP	13	32	45	65	81	116	352
北海道観光振興機構のHP	2	2	2	1	0	6	13
特になし	24	82	109	144	214	286	859
新聞・雑誌	3	21	22	32	69	205	352
twitter	1	3	5	8	10	41	68
face book	18	53	111	131	168	280	761
旅行代理店の窓口	4	13	15	38	62	109	241
TV・CM	24	72	83	85	125	138	527
インフルエンサー等の発信	7	12	15	9	17	6	66
JNTO(日本政府観光局)のHP	3	3	5	9	16	31	67
tiktok	9	34	27	37	68	71	246
グーグルマップ	0	0	0	0	0	0	0
合計	202	597	734	876	1,290	1,813	5,512

⑲ 年代別 旅ナカ情報収集ツール（複数回答）

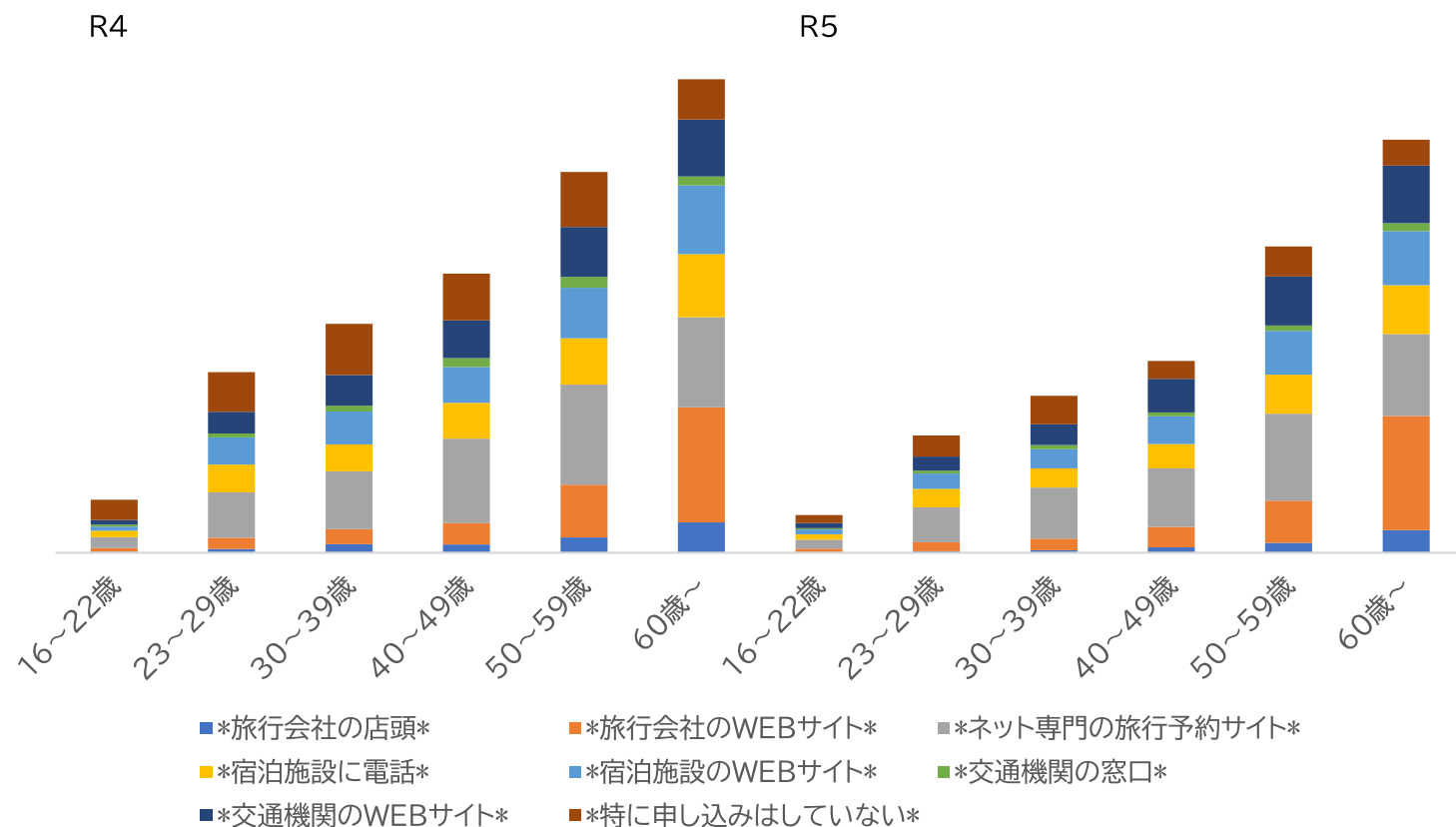
	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～	全年齢
ガイド	0	13	29	36	87	162	327
ポスター・パンフレット・ガイドブック	21	69	150	178	232	382	1,032
観光協会や自治体のHP	24	53	78	123	180	222	680
グーグルマップ	29	113	117	125	162	164	710
きた・北海道DMOの公式HP	17	53	61	85	124	189	529
観光案内所	11	40	67	78	139	179	514
instagram	30	88	84	60	81	55	398
グルメサイト	7	24	37	62	68	53	251
訪問先の地元住民	9	30	52	40	56	61	248
北海道観光振興機構のHP	13	25	41	46	68	93	286
youtube	13	34	29	41	66	84	267
twitter	17	52	55	38	38	13	213
各種旅行会社のHP	6	14	17	20	39	116	212
特になし	0	0	0	0	0	0	0
face book	1	7	14	34	62	55	173
新聞・雑誌	4	15	8	21	34	54	136
インフルエンサー等の発信	5	8	12	10	17	7	59
JNTO(日本政府観光局)のHP	4	2	1	5	5	3	20
tiktok	5	3	2	3	2	2	17
旅行代理店の窓口	0	0	0	0	0	0	0
家族・友人・知人	0	0	0	0	0	0	0
TV・CM	0	0	0	0	0	0	0
合計	216	643	854	1,005	1,460	1,894	6,072



⑩ 年代別 旅行申し込み時期

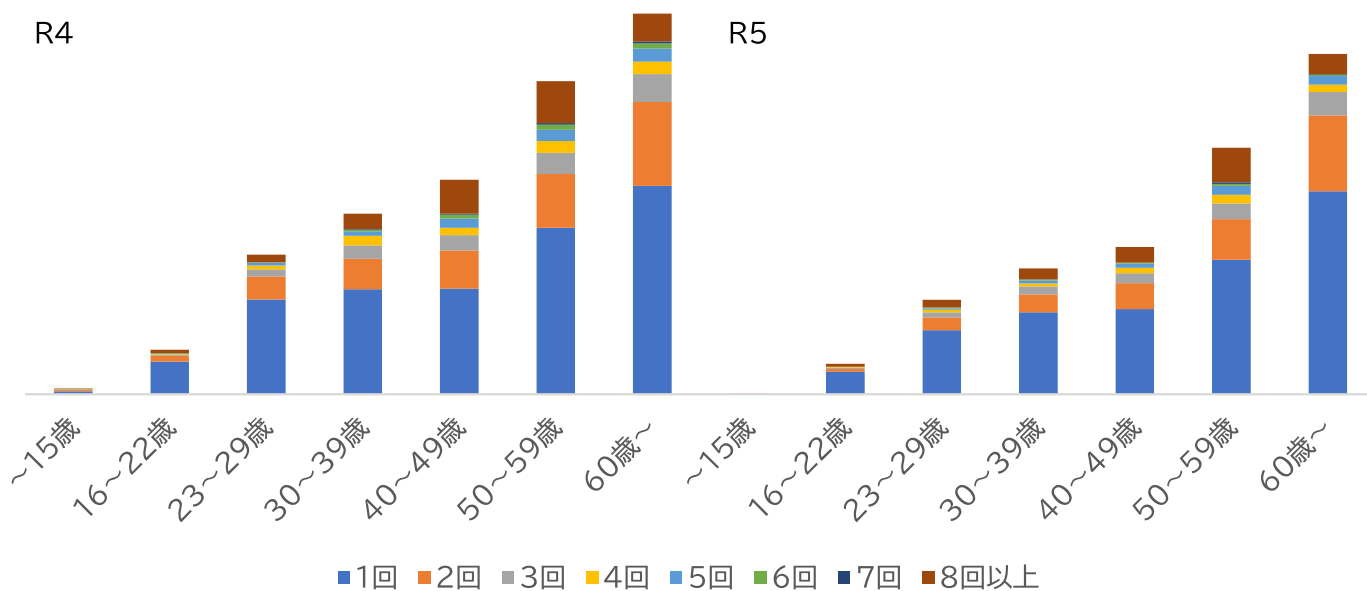


⑪ 年代別 旅行申し込み先

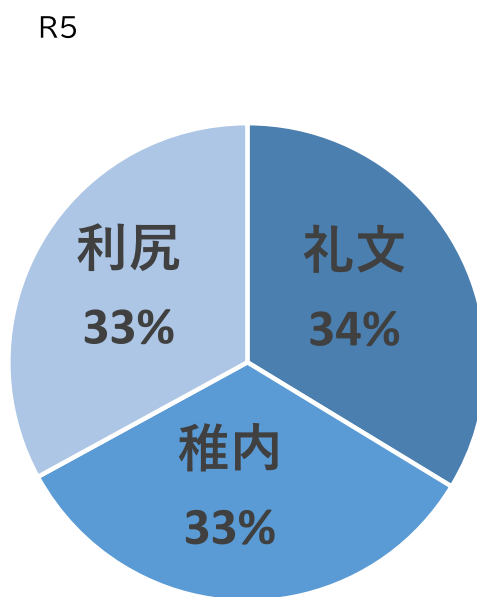
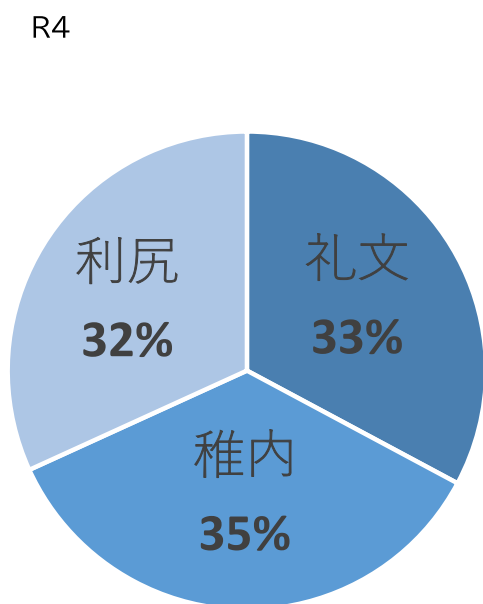




② 年代別 来訪回数

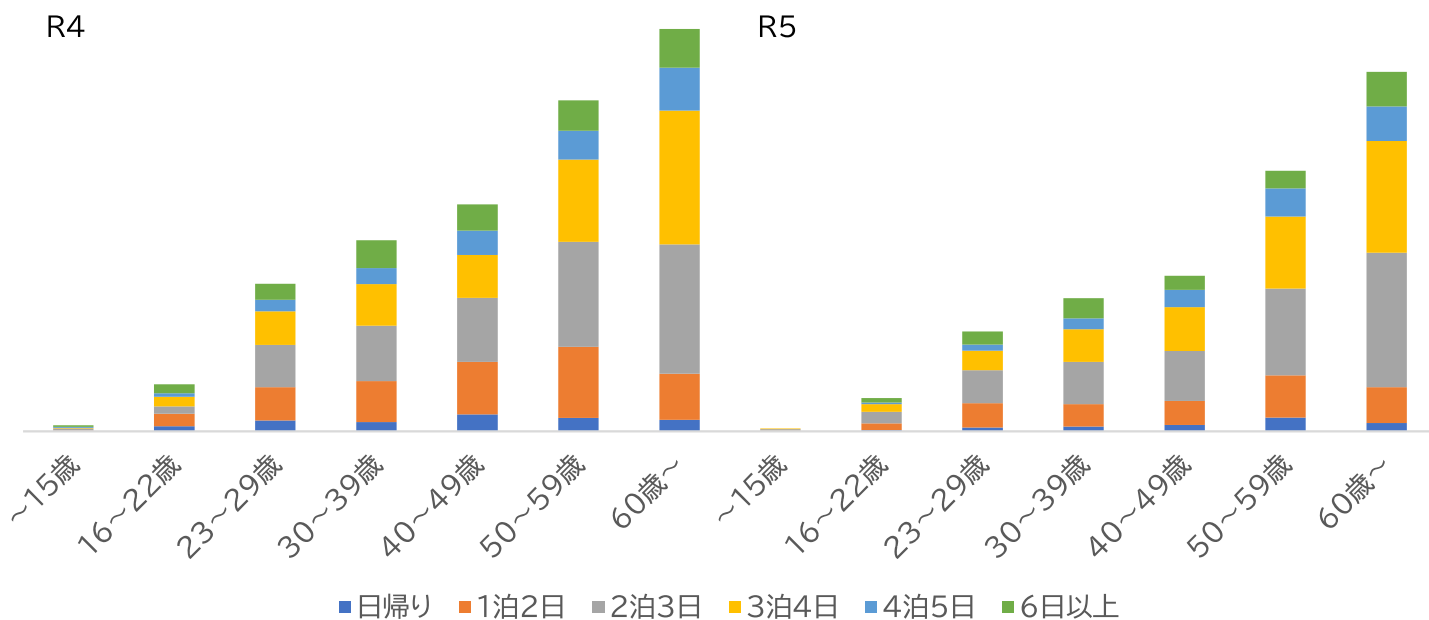


③ 年代別 来訪エリア

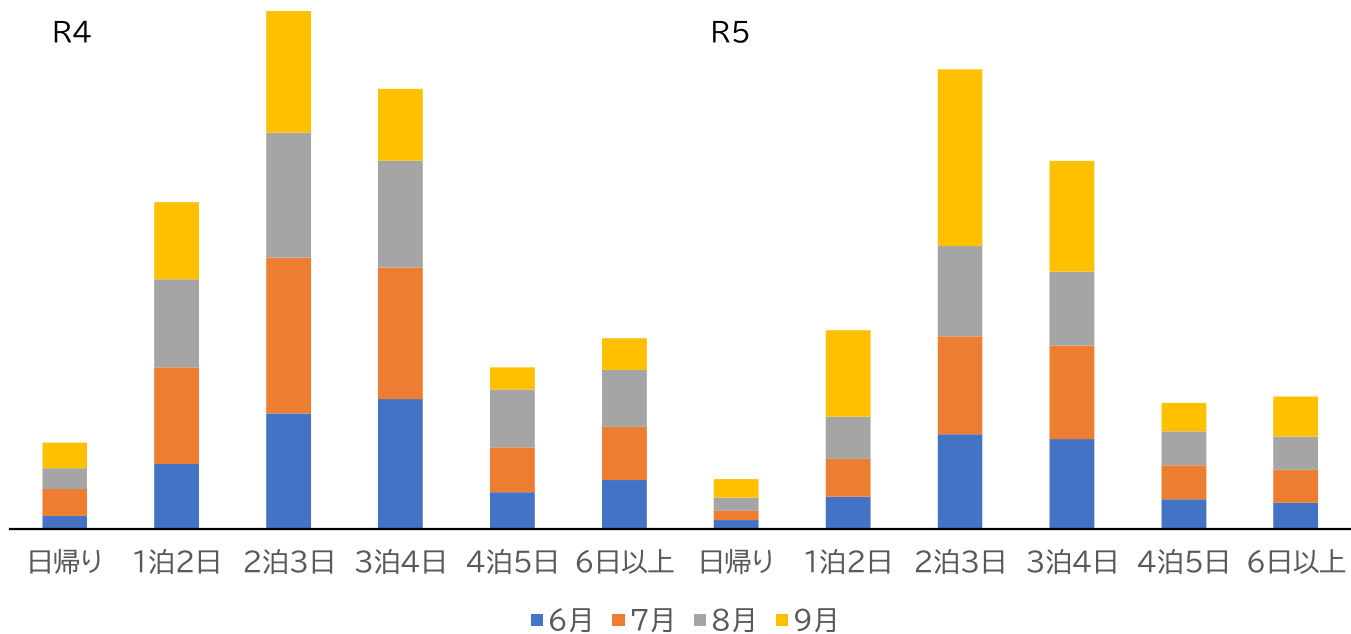




㊦ 年代別

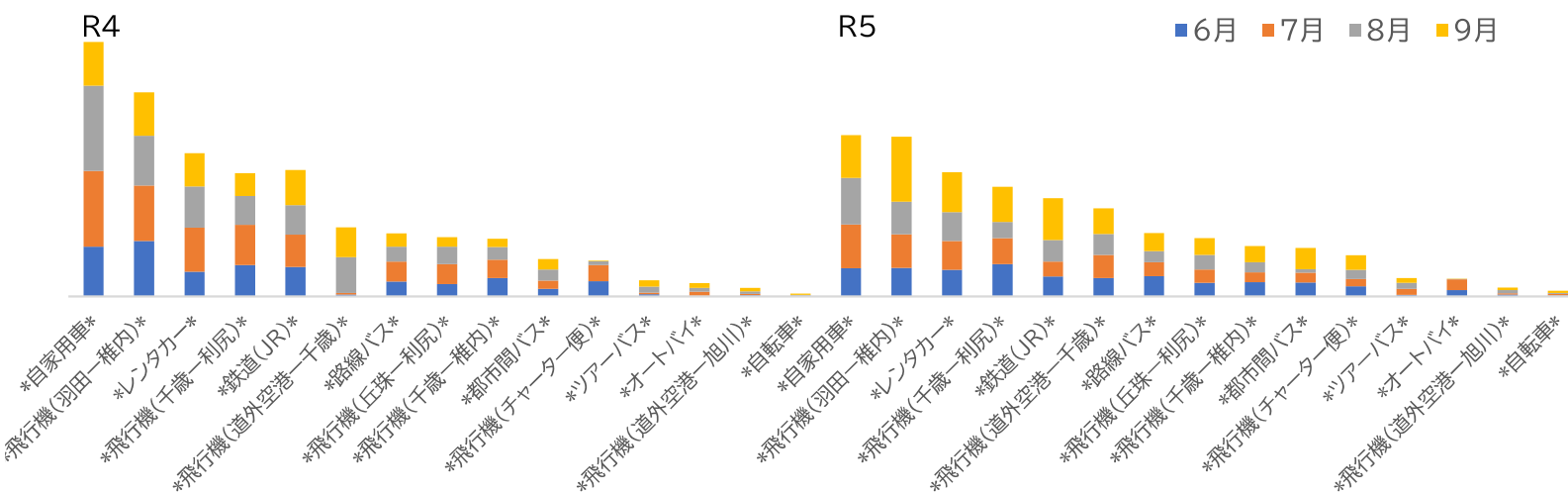


㊦ 月別

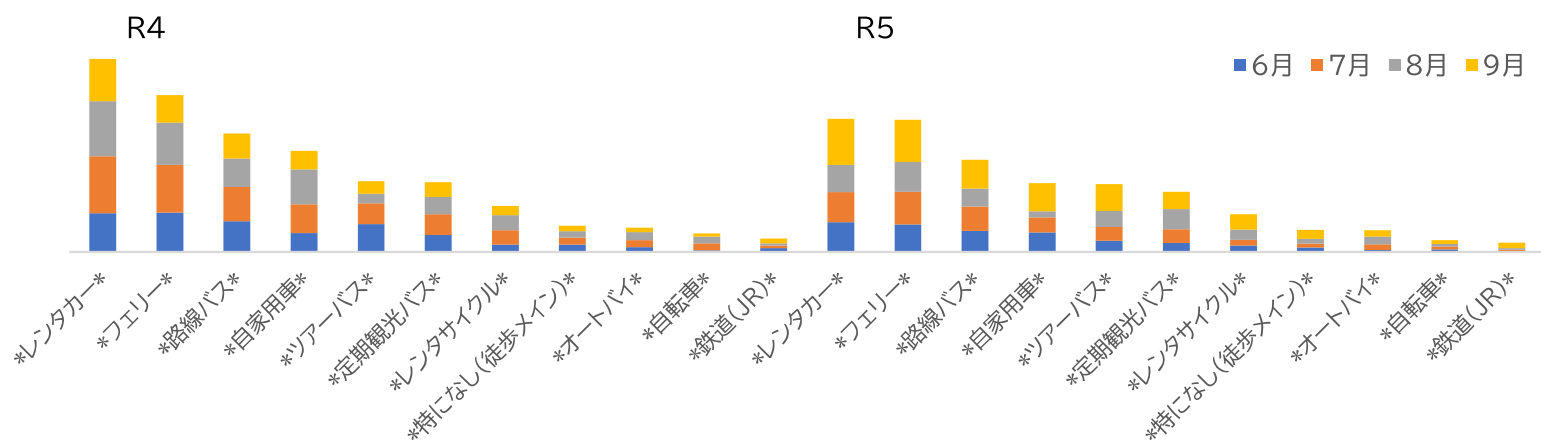




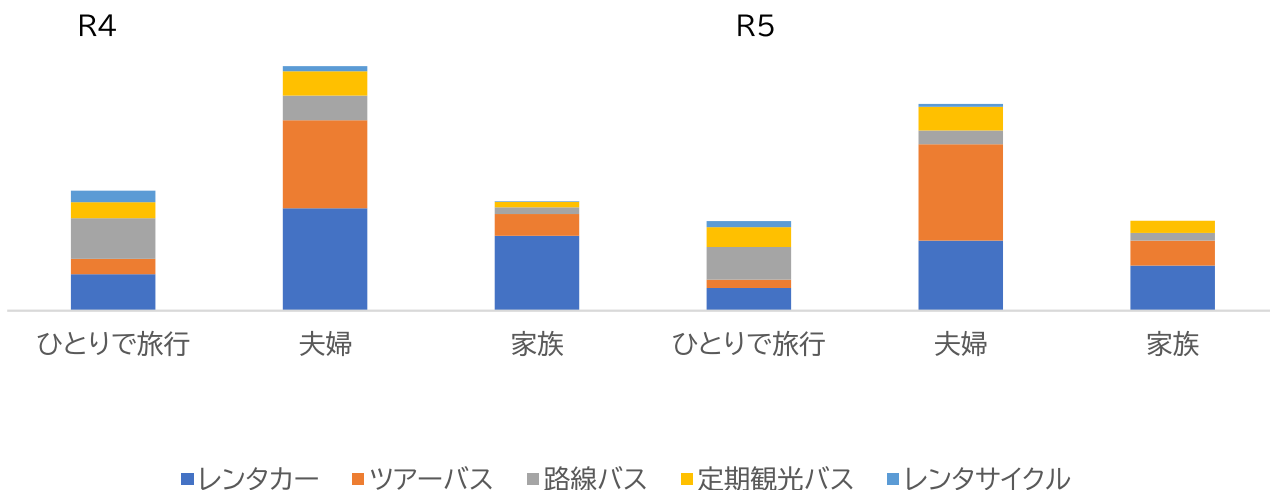
②⑥ 管内までの移動手段



②⑦ 管内での移動手段



②⑧ 管内での移動手段 (来訪者上位比較)

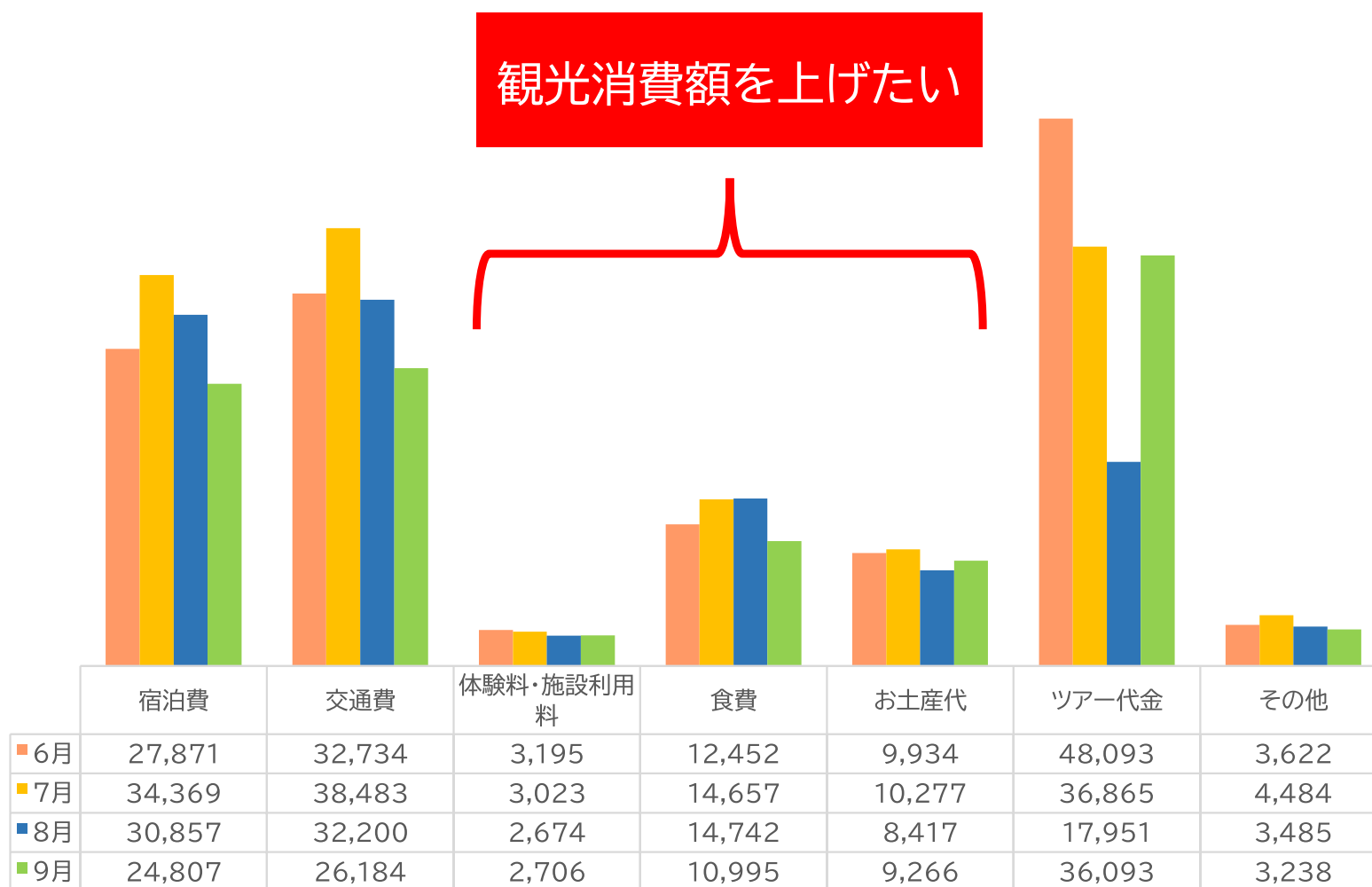




② 観光消費額

観光消費額

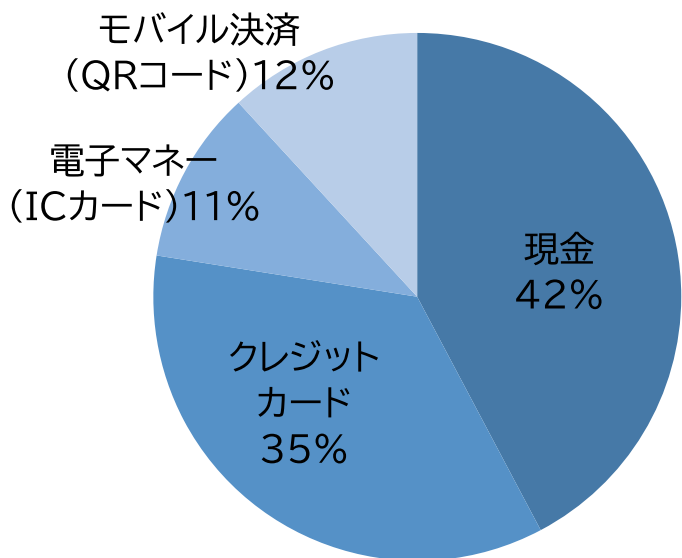
観光消費額を上げたい



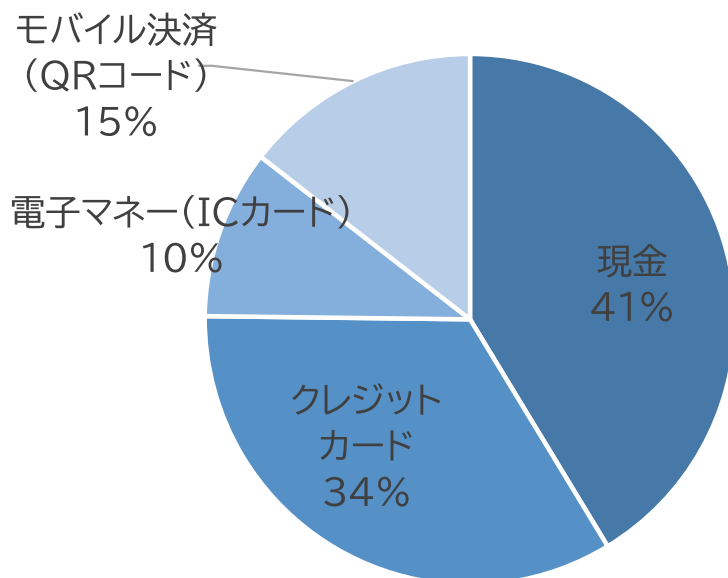


③⑩ 決済方法

R4



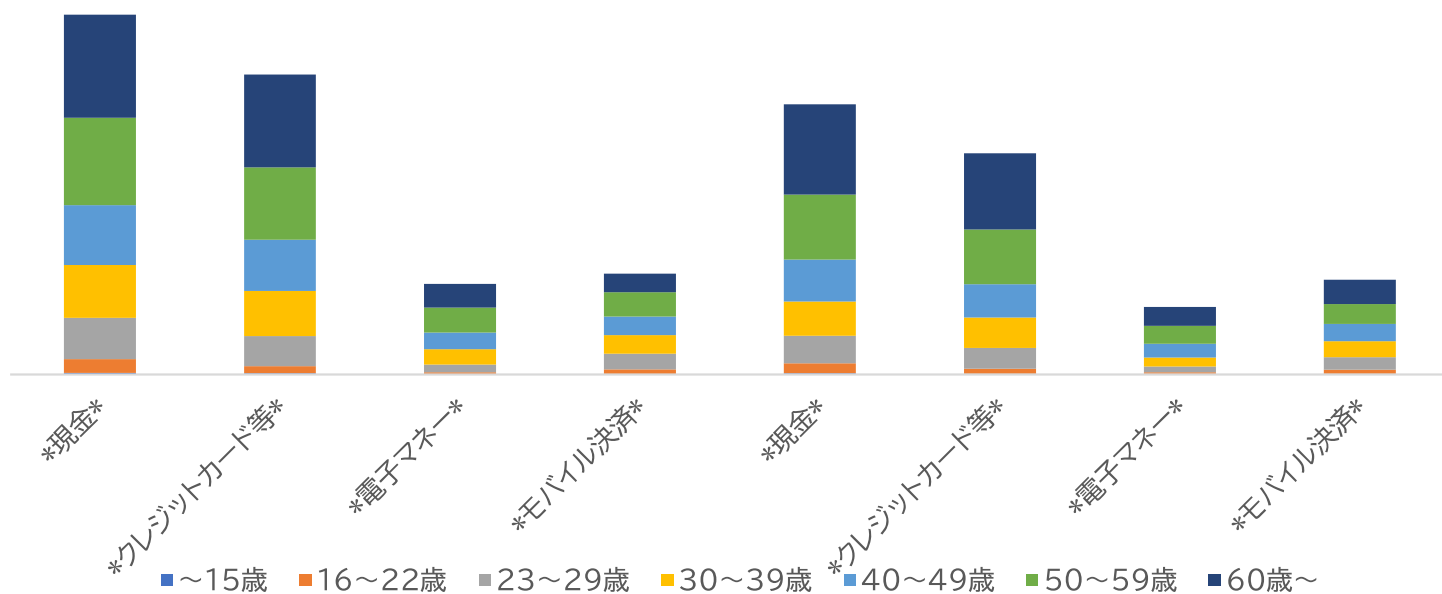
R5



③⑪ 決済方法 (年齢別)

R4

R5





③ 来訪者満足度（7段階評価）

	自然景観	体験・ アクティビティ	宿泊施設	飲食店	お土産	地域内の 交通機関	地域内での 情報提供	キャッシュ レス対応	Wi-Fi環境	多言語対応
～15歳	6.25	4.38	2.88	5.50	5.13	5.50	4.75	5.88	4.50	6.63
16～22歳	6.11	5.31	5.54	5.43	5.24	4.19	4.96	4.58	4.56	4.53
23～29歳	6.06	5.21	5.62	5.48	5.23	4.46	4.96	4.50	4.76	4.70
30～39歳	5.95	5.19	5.40	5.17	4.93	4.19	4.71	4.39	4.53	4.39
40～49歳	5.69	5.10	5.21	4.92	4.92	4.11	4.62	4.34	4.43	4.27
50～59歳	5.48	4.72	4.97	4.66	4.53	3.88	4.35	4.08	4.11	4.09
60歳～	5.32	4.76	4.82	4.57	4.58	4.13	4.38	4.10	4.15	4.15
全年齢	5.60	4.93	5.09	4.84	4.75	4.11	4.53	4.23	4.30	4.26



③ 年代別の来訪者像

項目	60歳以上	50～59歳	40～49歳	30～39歳	23～29歳	16～22歳
構成比	34%	25%	15%	13%	10%	3%
来訪時期	6月・7月・9月に集中	7月～9月	8月～9月	8月～9月	8月～9月	8月～9月
居住地	道外	道外	道外	道外	道外	道外・道内
同行者	夫婦	夫婦・ひとり旅 (男性ひとり旅多い)	ひとり旅・夫婦・家族 (男性ひとり旅多い)	家族・夫婦・ひとり旅 (男性ひとり旅多い)	ひとり旅・友人・家族	ひとり旅・家族・友人
参加形態	個人旅行	個人旅行	個人旅行	個人旅行	個人旅行	個人旅行
職業	無職・専業主婦	会社員・公務員	会社員・公務員	会社員・公務員	会社員・公務員	学生
年収	200万～400万	200万～600万	400万～600万	400万～600万	200万～600万	200万未満
旅への期待	①自然・景観 ②グルメ ③植物鑑賞	①自然・景観 ②グルメ ③登山・トレッキング	①自然・景観 ②グルメ ③登山・トレッキング	①自然・景観 ②グルメ ③登山・トレッキング	①自然・景観 ②グルメ ③最北到達	①自然・景観 ②最北到達 ③グルメ
旅マエ情報収集	①観光協会HP ②ガイドブック ③DMO・HP	①観光協会HP ②ガイドブック ③DMO・HP	①観光協会HP ②ガイドブック ③DMO・HP	①ガイドブック ②観光協会HP ③Instagram	①Instagram ②観光協会HP ③DMO・HP	①Instagram ②YouTube ③観光協会HP・インフルエンサー
旅ナカ情報収集	①ガイドブック ②観光協会HP ③DMOHP	①ガイドブック ②観光協会HP ③Googlemap	①ガイドブック ②Googlemap ③観光協会HP	①ガイドブック ②Googlemap ③Instagram	①Googlemap ②Instagram ③ガイドブック	①Instagram ②Googlemap ③観光協会HP
旅行申込み時期	2～6か月以上前	3～6か月以上前	2～6か月前	2～3か月前	1～3か月前	1～2か月前
旅行申込み方法	旅行会社のWEBサイト	ネット専門の旅行予約サイト	ネット専門の旅行予約サイト	ネット専門の旅行予約サイト	ネット専門の旅行予約サイト	ネット専門の旅行サイト 特に申し込みはしていない
滞在日数	①2泊3日 ②3泊4日	①2泊3日 ②3泊4日	①2泊3日 ②3泊4日	①2泊3日 ②3泊4日	①2泊3日 ②1泊2日	①2泊3日 ②3泊4日
現金以外の決済方法	①クレジットカード ②モバイル決済	①クレジットカード ②モバイル決済	①クレジットカード ②モバイル決済	①クレジットカード ②モバイル決済	①クレジットカード ②モバイル決済	①クレジットカード ②モバイル決済
満足度(7段階評価)	5.04	5.10	4.88	4.76	4.49	4.50



《取り組みの前提》

- ・(拡大路線) 全体の81%を占める個人旅行の受け入れ環境整備を推進
- ・(撤退路線) 旅行会社が企画する団体旅行へのヒト・カネ・モノでのサポート (2~3年を目途にやめたほうが良い・やめても団体旅行は残ります)

《北宗谷に来訪する人のスペック》

旅の情報収集は自治体・観光協会/DMOwebサイト及びGoogleMapなどネットを活用し、旅の予約・決済もネットを使う。

積極的にキャッシュレス決済をおこなう。

経験から他の観光地と比較ができる程度に、目が肥えている。

《来訪者の傾向》

- 居住地 : 関東・札幌
- 年代層 : 50歳以上
- 参加形態 : 個人旅行
- 同行者 : 夫婦旅・ひとり旅
- 年収 : 400万~600万(平均的な年収)

旅の目的 : グルメ・日本最北の地を訪れたい・雄大な自然や景色を楽しみたい+ α
(登山・トレッキング・高山植物鑑賞などコト消費・トキ消費)

申込時期 : 旅の2~3か月前

滞在日数 : 2泊3日前後

《現在の取組》

- ・2023年6月1日~ アンケート調査開始2年目
- ・2023年7月26日~ 稚内・利尻・礼文観光公式WEBサイト開設

《今後必要な受入環境整備・取組み》

- ・公式HPを活用した情報の集約と発信の強化(DMO)
- ・宿泊事業者のOTA契約と宿泊プラン掲載(宿泊事業者)
- ・Google mapとGoogleビジネスプロフィールを活用した店舗紹介(飲食・観光物産)
- ・クレジット・スマホ決済の導入とPR(飲食・観光物産)