

稚内・利尻・礼文 来訪者アンケート 分析結果

分析対象期間：≪上半期≫ 2024年6月1日～2024年9月30日



きた・北海道DMO



1. 調査主体

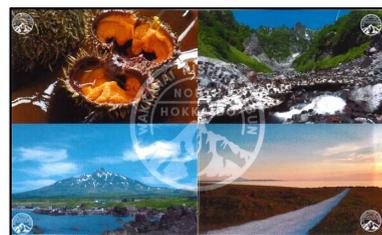
一般社団法人稚内観光協会/きた・北海道DMO

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、名刺型カードに記載の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40名/年間80名）

【アンケートポスター・ちらし】



【名刺型カード】



【QRコード】



2. 調査方法

3. 調査期間

2024年6月1日(土)～9月30日(月)

4. 回答数

3,912件

《概況》

様々な感染症の影響を受けなくなって、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、88%の旅行者が今年の夏(2024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、75%がこの夏旅行を計画していると答え、昨年同時期(65%)や2023年春(49%)と比べて大幅に上昇しています。2024年度旅行・観光消費動向(速報値)4月～6月期日本人国内旅行消費額は6兆4,518億円(2019年同期比7.6%増加、前年同期比15.6%増)と増額傾向。また、1回あたりの旅行支出(速報)44,374円/人(2019年同期比21.5%増加、前年同期比5%増加)と増加傾向。

《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、どの様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。きた・北海道DMO WEBページの2024年6月～9月のページビューは48万(前年比41%増)総ユーザー数171,888人(46%増)と大きく利用者が増加している。SNSを更に利用したPRが今後非常に重要なプロモーションとなる。

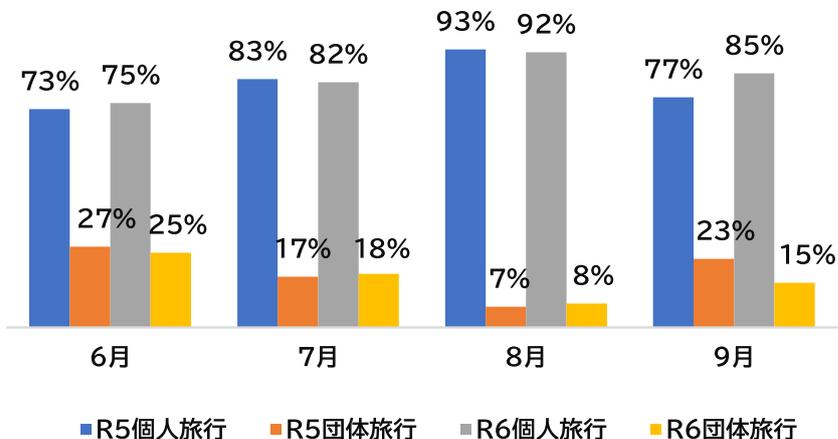
《下期への期待》

利尻島、礼文島においては9月後半から10月後半までツアー客(訪日外国人含む)の催行率が昨年を維持し、少しでも長いシーズンをキープしたい。また、その時期に当該地を訪れた方々からの情報発信を促進させたい。気ままなFIT旅行者やAT愛好者は季節感がさほどないのでいかにOTA予約サイトでのプロモーション展開するかも有効と考えます。



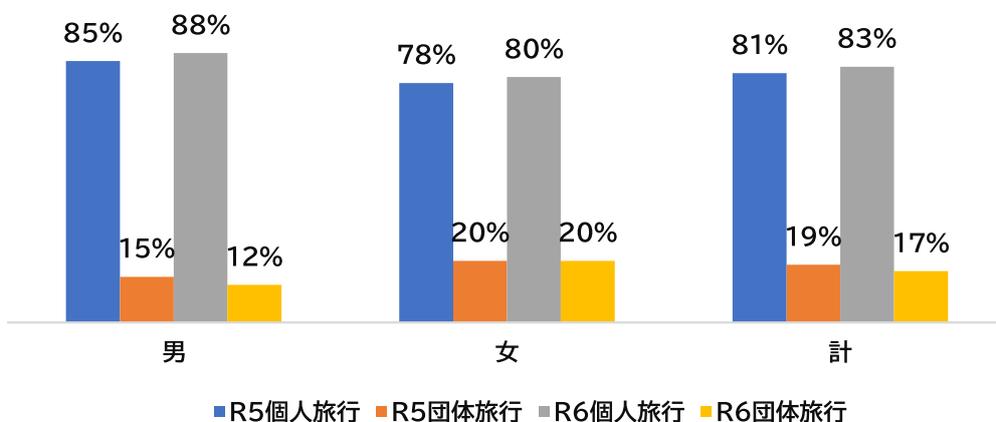
① 来訪客体

各月で**個人旅行**の需要が高い



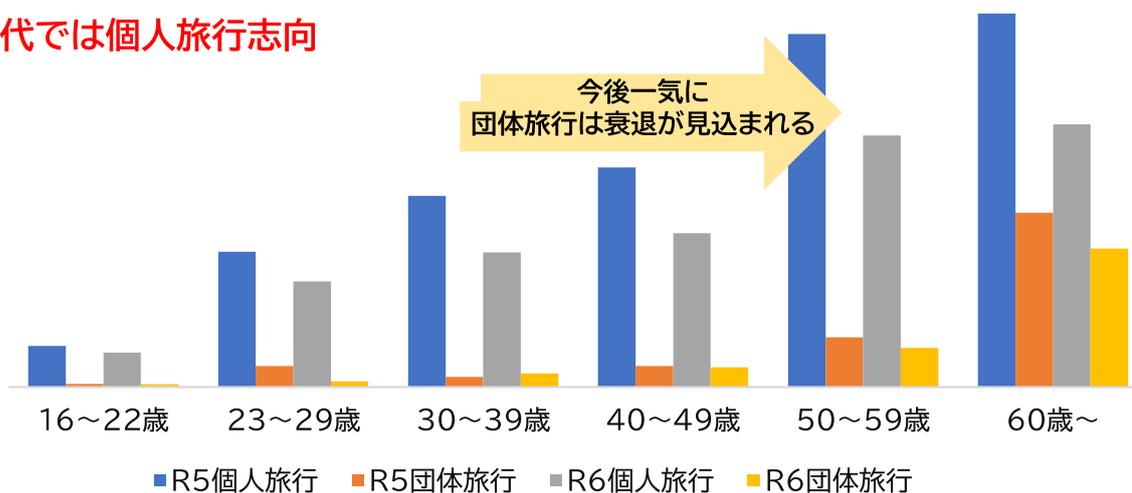
② 男女別

83%は個人旅行で来訪



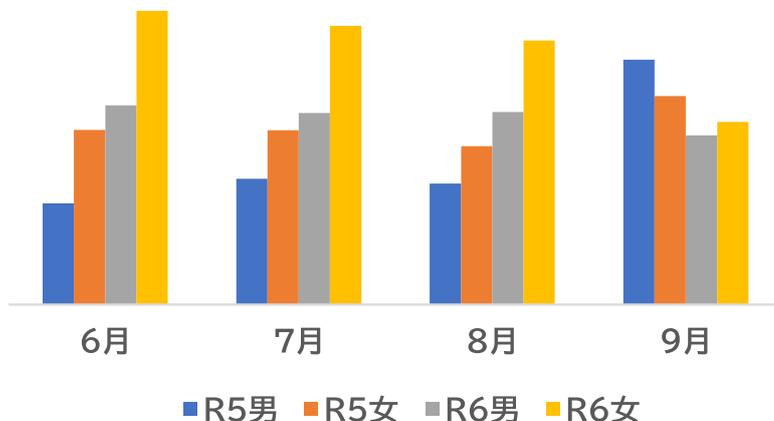
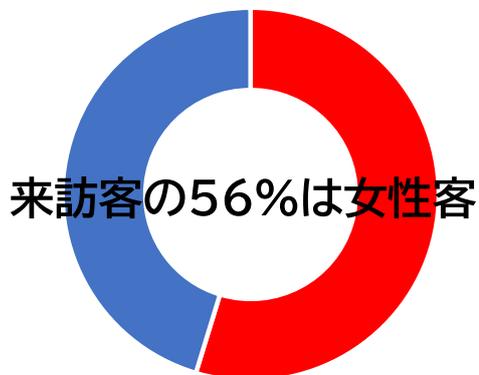
③ 旅行参加年代層

すべての年代では**個人旅行志向**



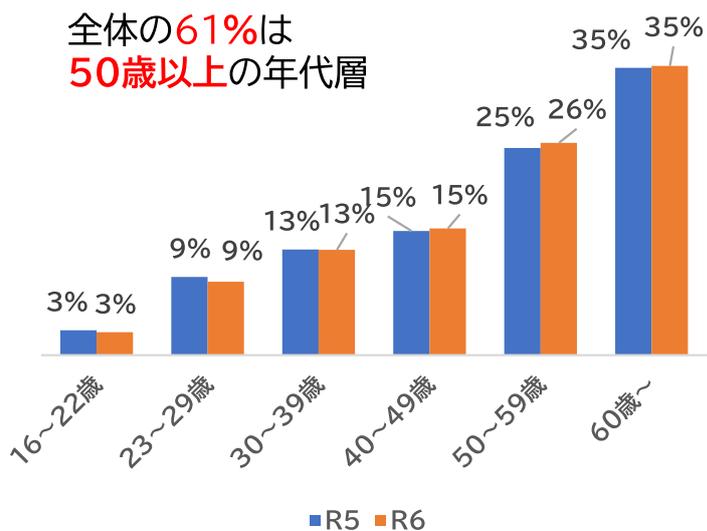


④ 性別

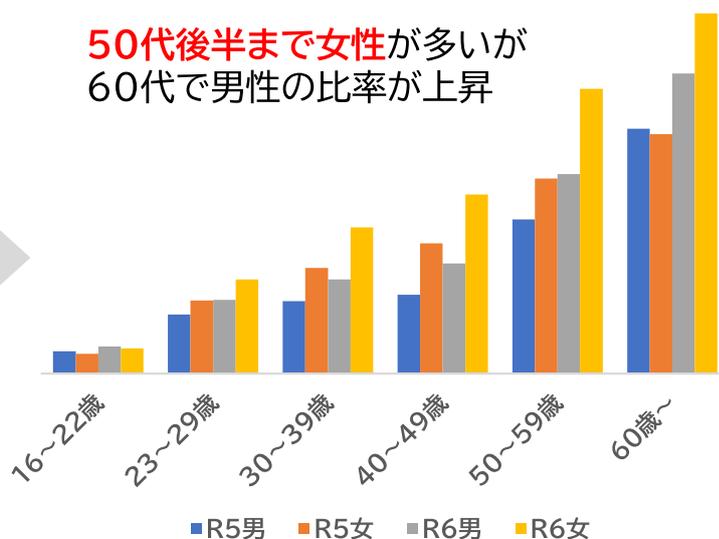


⑤ 年代別

全体の61%は50歳以上の年代層

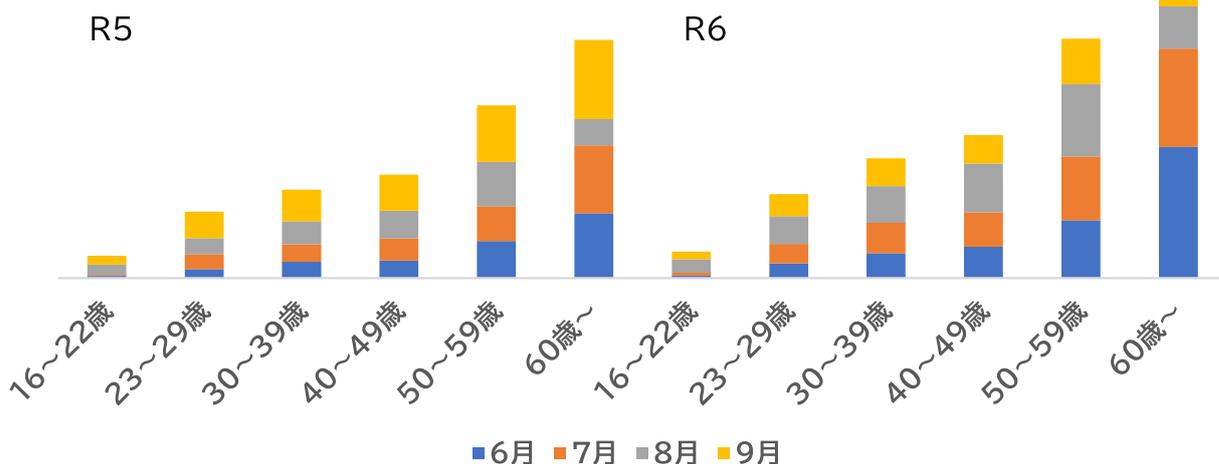


50代後半まで女性が多いが60代で男性の比率が上昇



⑥ 年代別 (来訪月別)

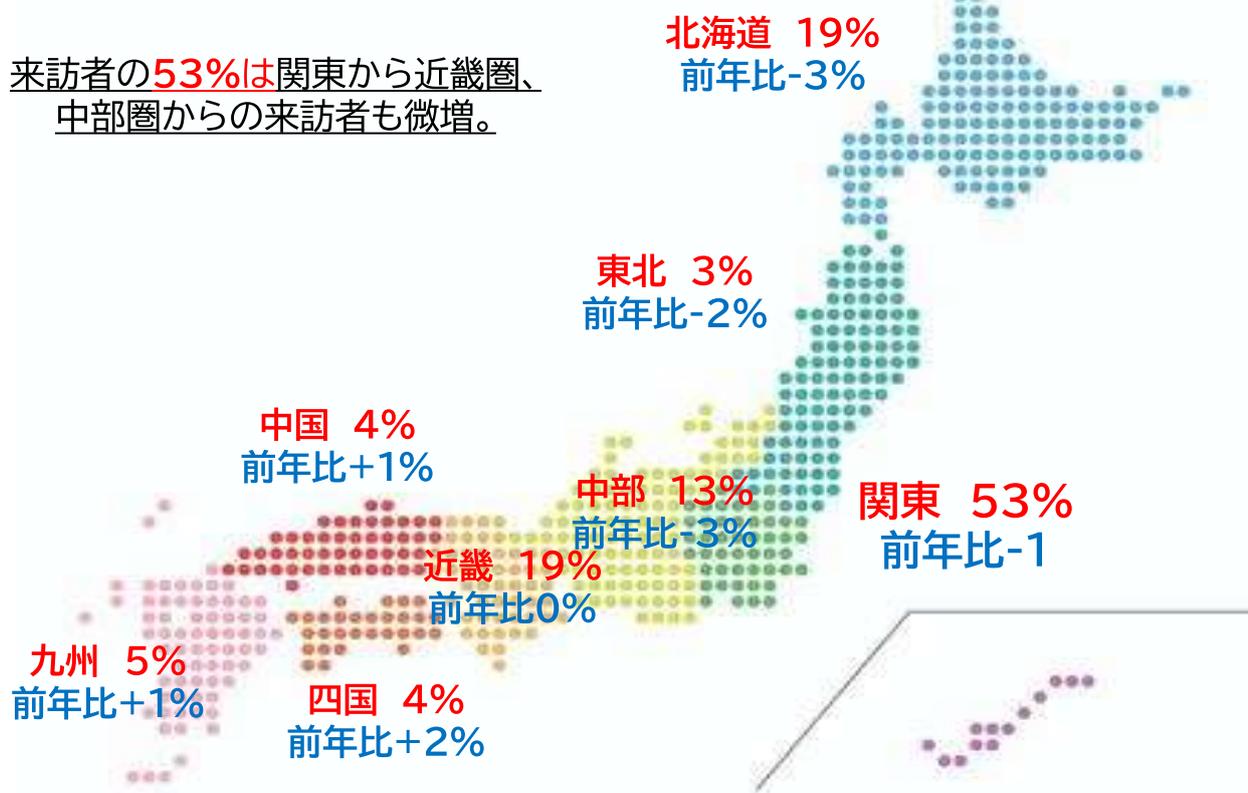
6月~7月・9月に60歳以上の来訪が多い





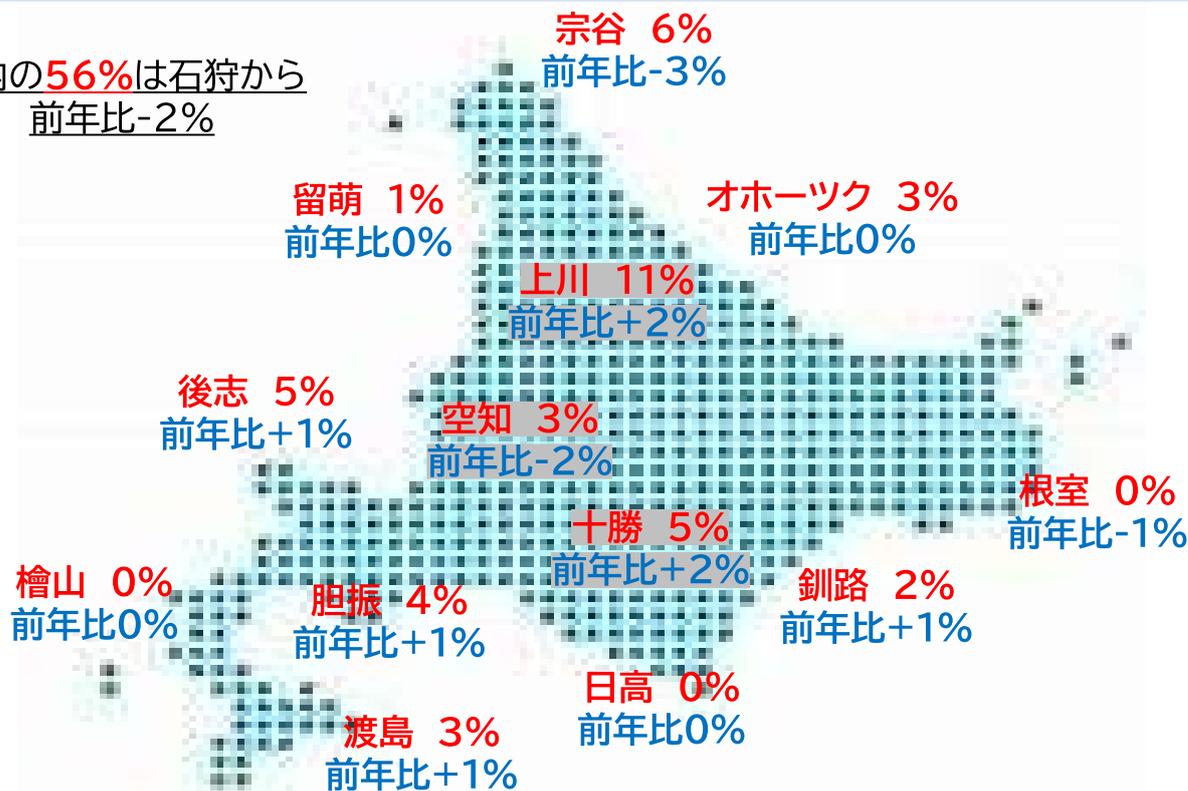
⑦ 全国

来訪者の**53%**は関東から近畿圏、中部圏からの来訪者も微増。



⑧ 道内

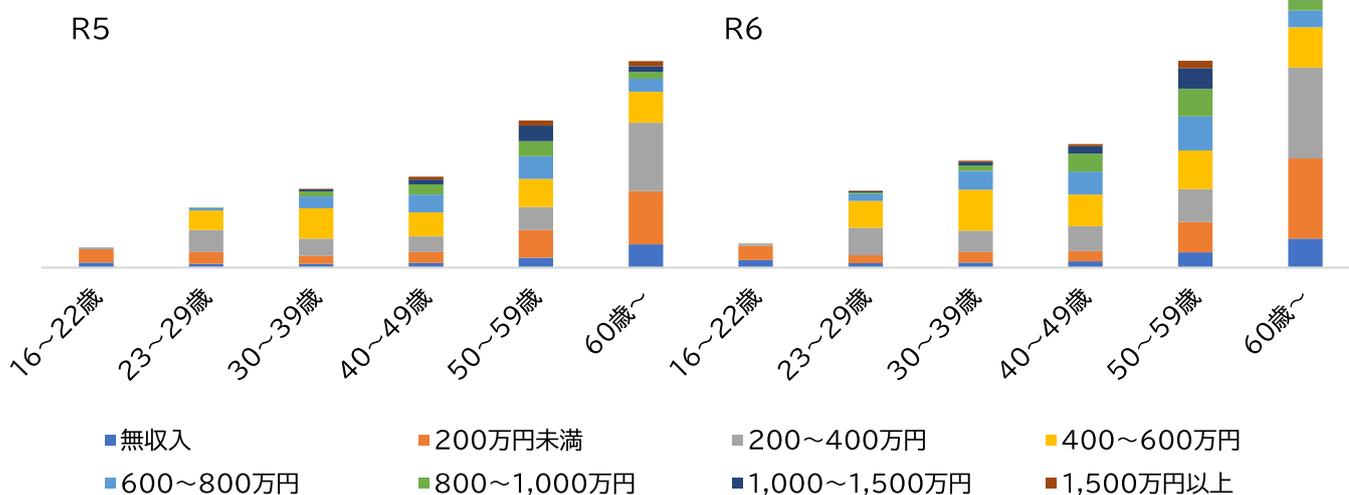
道内の**56%**は石狩から
前年比-2%





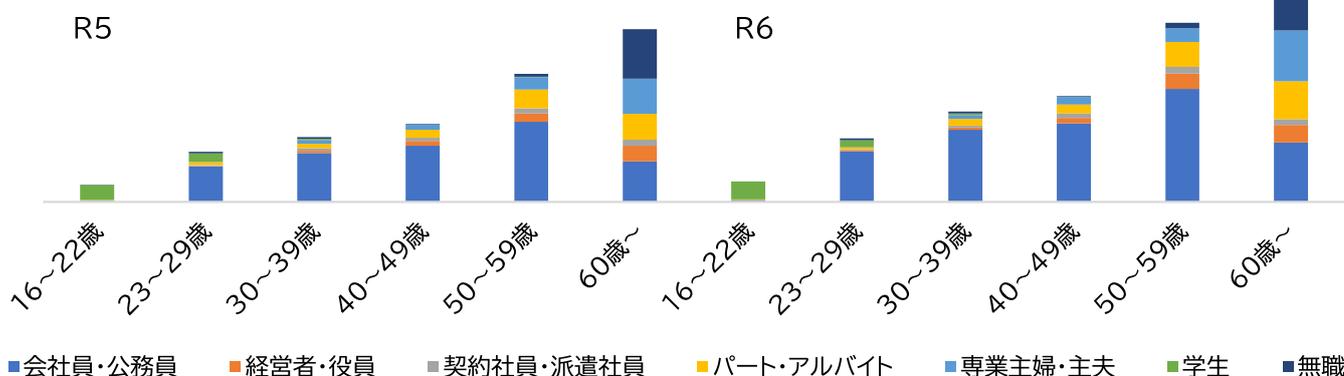
⑨ 来訪者の年収

平均的な年収層 国民平均:461万(男性:567万・女性:280万)国税庁調査委より



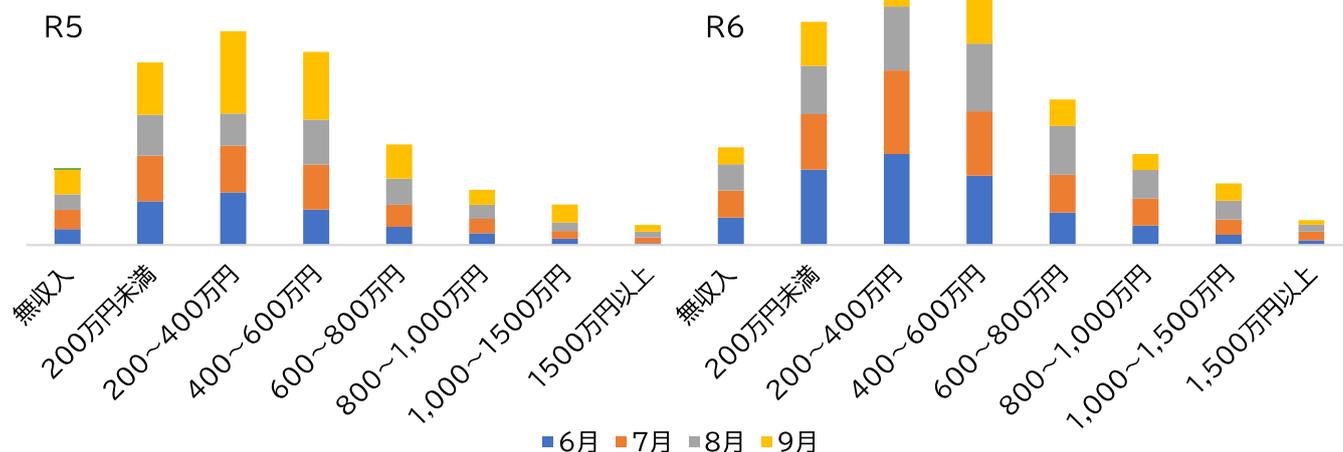
⑩ 来訪者の職業

59歳までは会社員・公務員60歳以上は無職が多い



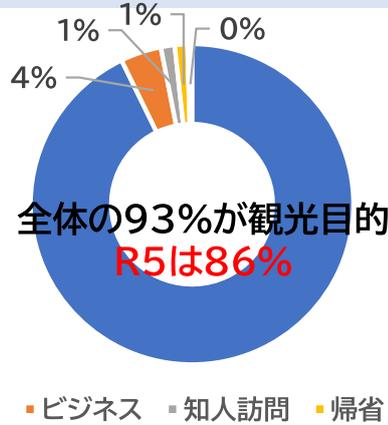
⑪ 来訪者の年収 (来訪月別)

6月~7月は年収200~400万の構成比が高い



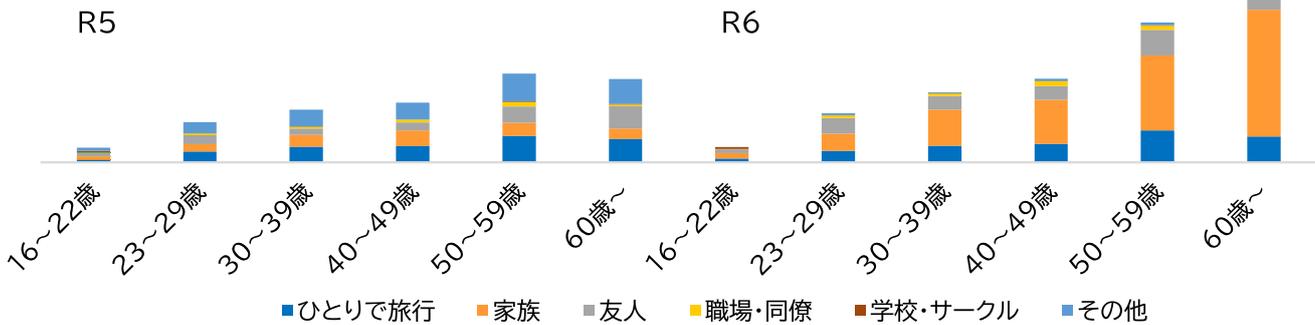


⑫ 来訪目的



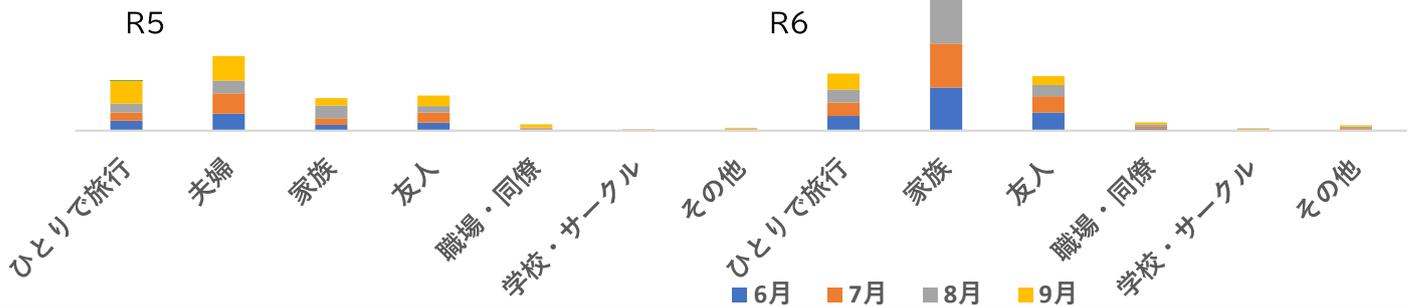
⑬ 同行者

59歳までは会社員・公務員 60歳以上は無職が多い



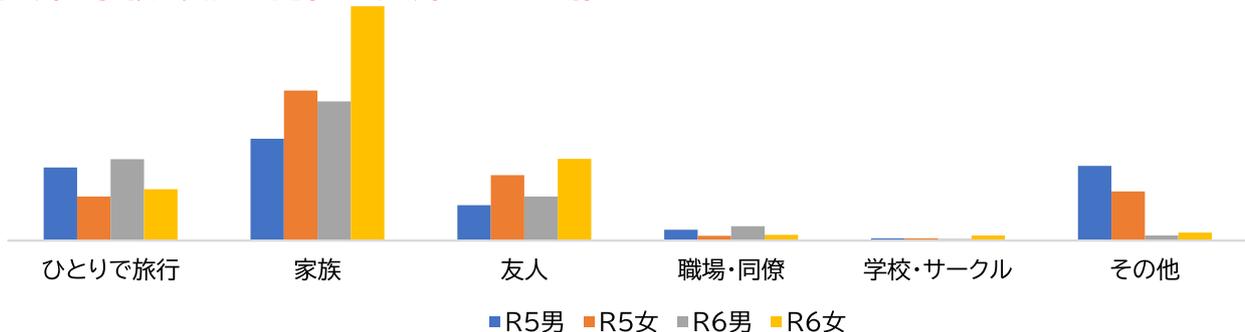
⑭ 同行者

6月～7月の夫婦旅 月を問わずひとりで旅が多い



⑮ 同行者

女性は夫婦・家族・友人 男性は夫婦・ひとりで旅



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）

	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～
自然・景観	92	298	428	481	797	1,137
歴史・文化	13	39	64	55	76	90
グルメ	49	174	268	292	464	538
温泉	12	64	103	121	171	167
海洋アクティビティ等	3	3	3	5	8	3
カーリング	0	0	0	3	5	0
登山・トレッキング	36	106	158	193	336	480
キャンプ	0	11	25	25	23	21
植物鑑賞	16	69	92	132	222	501
野鳥観察	4	17	12	23	30	33
映画・アニメ等の舞台	2	5	6	7	14	10
ドライブ・ツーリング・サイクリング	22	56	79	99	144	115
イベント	2	7	5	15	25	11
日本の最北に行ってみたかったから	52	139	185	161	238	289
家族・知人訪問	5	31	35	27	42	25
仕事	2	15	25	29	46	20
その他	6	2	4	11	10	9
合計	316	1,036	1,492	1,679	2,651	3,449

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
自然・景観	914	838	834	647
歴史・文化	80	78	86	93
グルメ	459	480	508	338
温泉	155	139	184	160
海洋アクティビティ等	0	0	18	7
カーリング	0	0	5	3
登山・トレッキング	403	380	332	194
キャンプ	21	22	37	25
植物鑑賞	459	305	186	82
野鳥観察	39	31	31	18
映画・アニメ等の舞台	14	8	14	8
ドライブ・ツーリング・サイクリング	116	150	141	108
イベント	16	13	22	14
日本の最北に行ってみたかったから	214	269	320	261
家族・知人訪問	26	48	61	30
仕事	41	23	34	39
その他	6	11	20	5
合計	2,963	2,795	2,833	2,032



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～
face book	2	6	10	47	75	76
instagram	37	122	153	120	128	99
twitter	16	54	61	41	46	18
youtube	24	61	85	117	172	240
tiktok	5	8	7	6	9	3
きた・北海道DMOの公式HP	28	93	139	152	247	349
北海道観光振興機構のHP	13	45	74	77	141	167
JNTO(日本政府観光局)のHP	1	5	5	6	2	3
観光協会や自治体のHP	29	111	161	206	315	379
各種旅行会社のHP	5	20	36	34	76	245
旅行代理店の窓口	0	1	3	8	20	37
ポスター・パンフレット・ガイドブック	27	86	115	176	222	400
新聞・雑誌	13	16	26	35	84	159
家族・友人・知人	35	89	108	117	176	235
TV・CM	2	10	2	15	29	38
特になし	16	35	41	55	115	80
合計	253	762	1,026	1,212	1,857	2,528

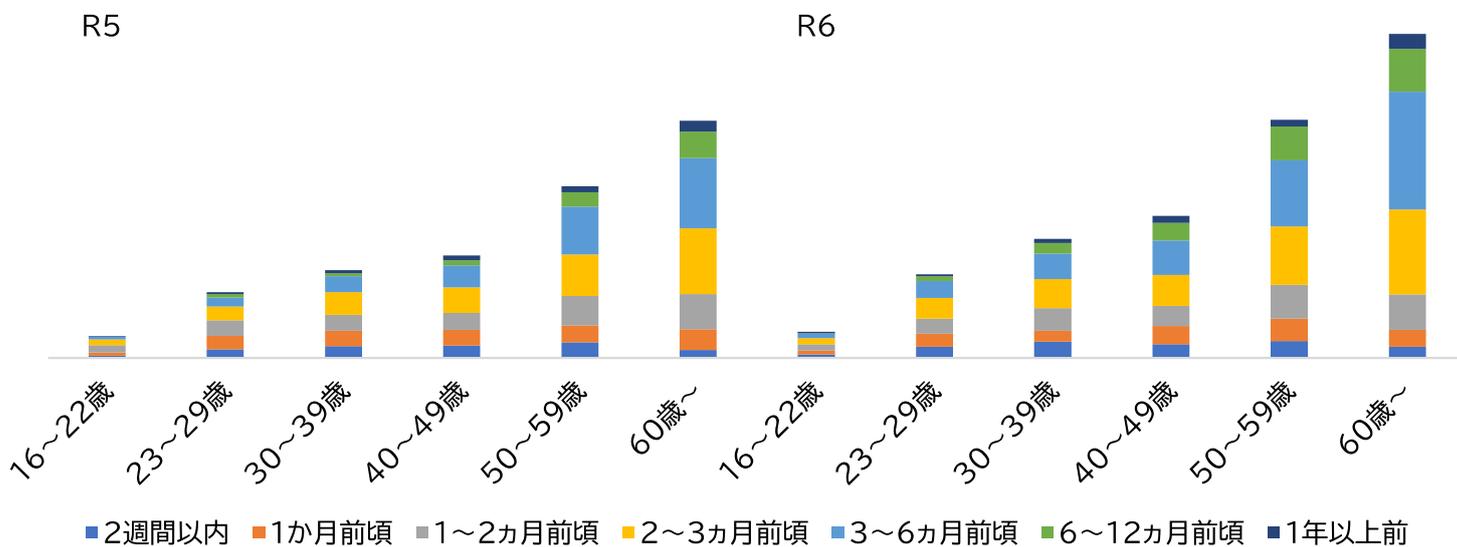
⑲ 年代別 旅ナカ情報収集ツール（複数回答）

	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～
face book	1	5	11	35	60	59
instagram	38	112	124	97	112	72
twitter	18	51	62	52	45	18
youtube	14	42	53	64	114	139
tiktok	5	8	5	9	6	2
きた・北海道DMOの公式HP	24	68	121	116	209	284
北海道観光振興機構のHP	13	38	61	58	111	130
JNTO(日本政府観光局)のHP	1	4	6	3	5	4
観光協会や自治体のHP	28	91	121	164	278	346
各種旅行会社のHP	4	21	26	29	73	150
旅行代理店の窓口	0	0	0	0	0	0
ポスター・パンフレット・ガイドブック	31	123	165	224	312	514
新聞・雑誌	4	10	15	23	47	68
家族・友人・知人	0	0	0	0	0	0
TV・CM	0	0	0	0	0	0
特になし	0	0	0	0	0	0
グルメサイト	10	27	57	72	94	75
観光案内所	17	56	83	117	158	266
ガイド	39	133	184	246	365	647
訪問先の地元住民	16	42	63	69	88	106
グーグルマップ	48	136	201	202	267	194
合計	311	967	1,358	1,580	2,344	3,074



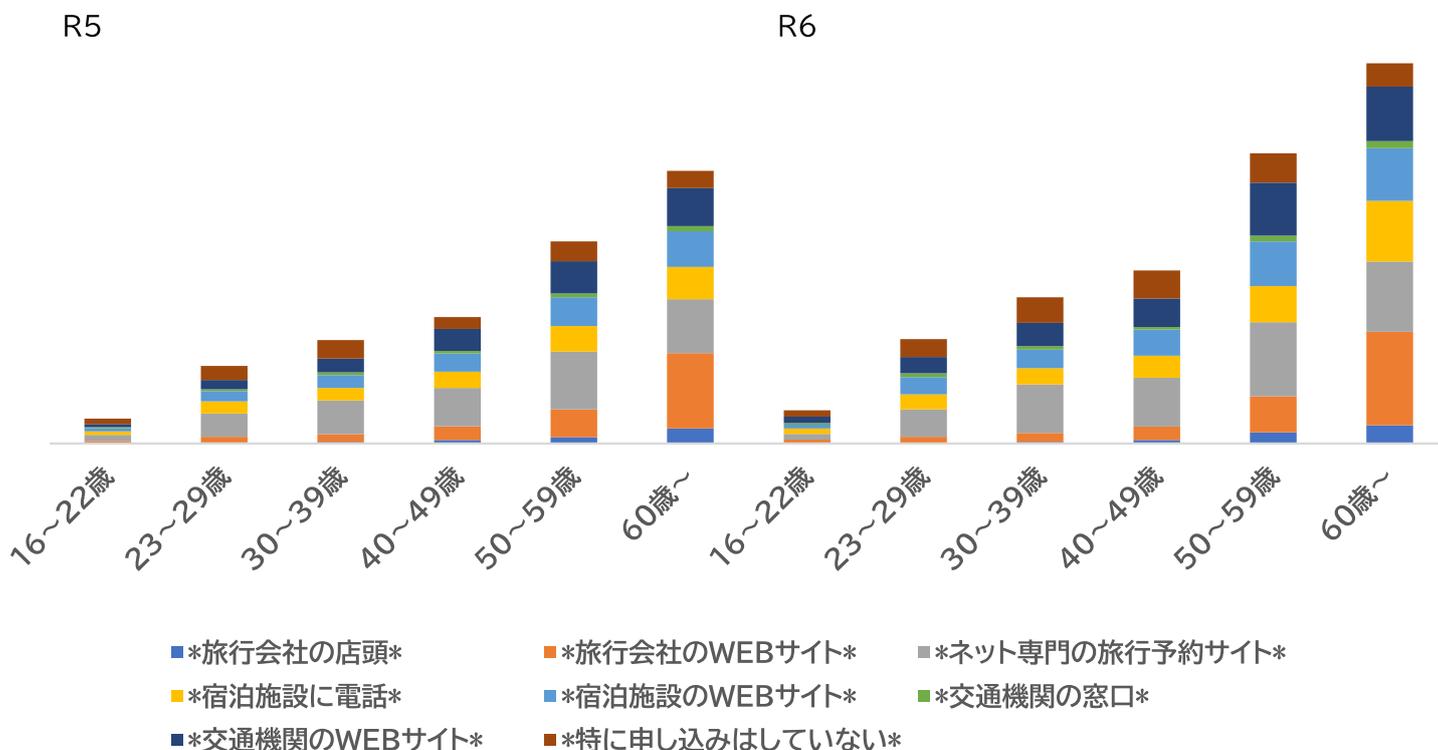
⑩ 年代別 旅行申し込み時期

年代層が高いほど早期申し込み傾向



⑪ 年代別 旅行申し込み先

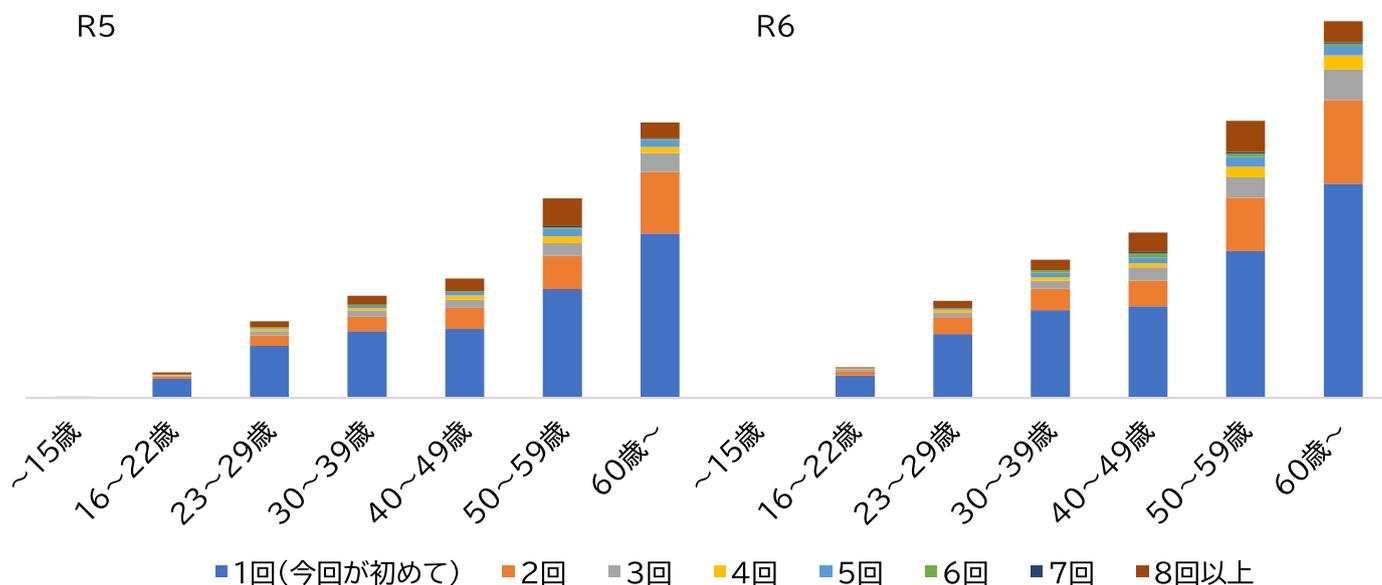
OTA(オンライントラベル)が主流



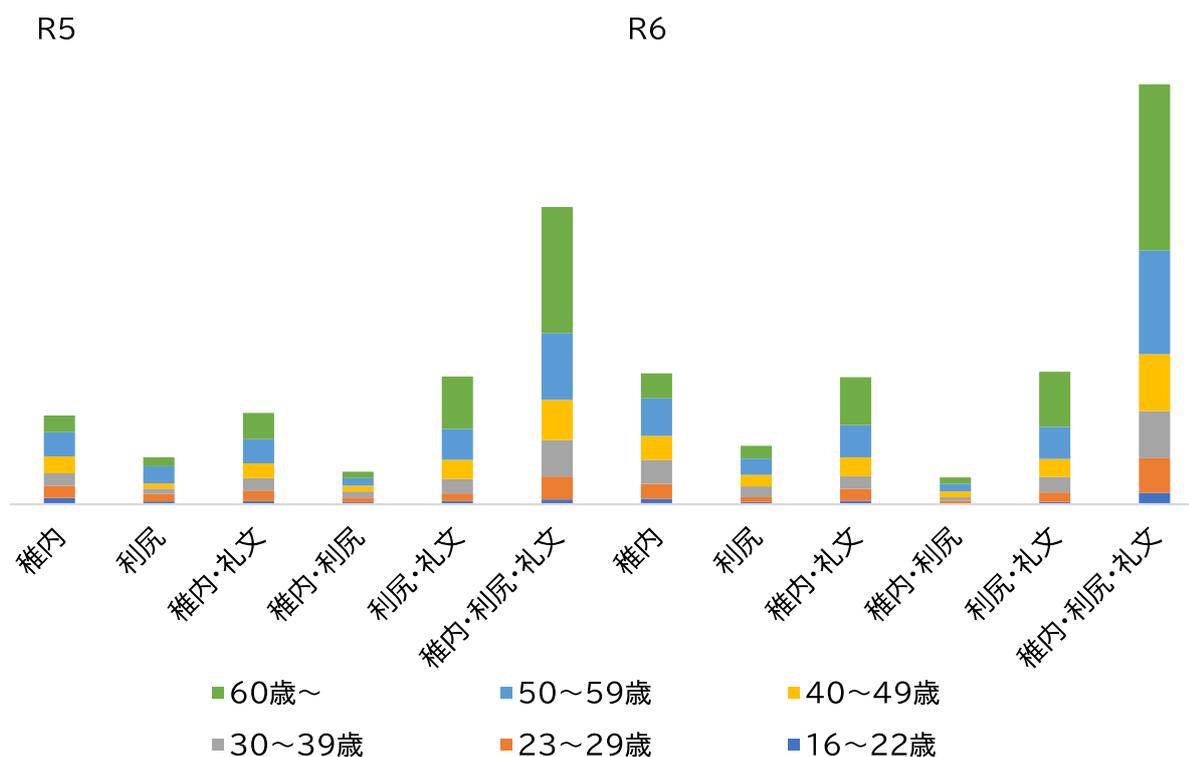


② 年代別 来訪回数

来訪者の過半数が初めての来訪



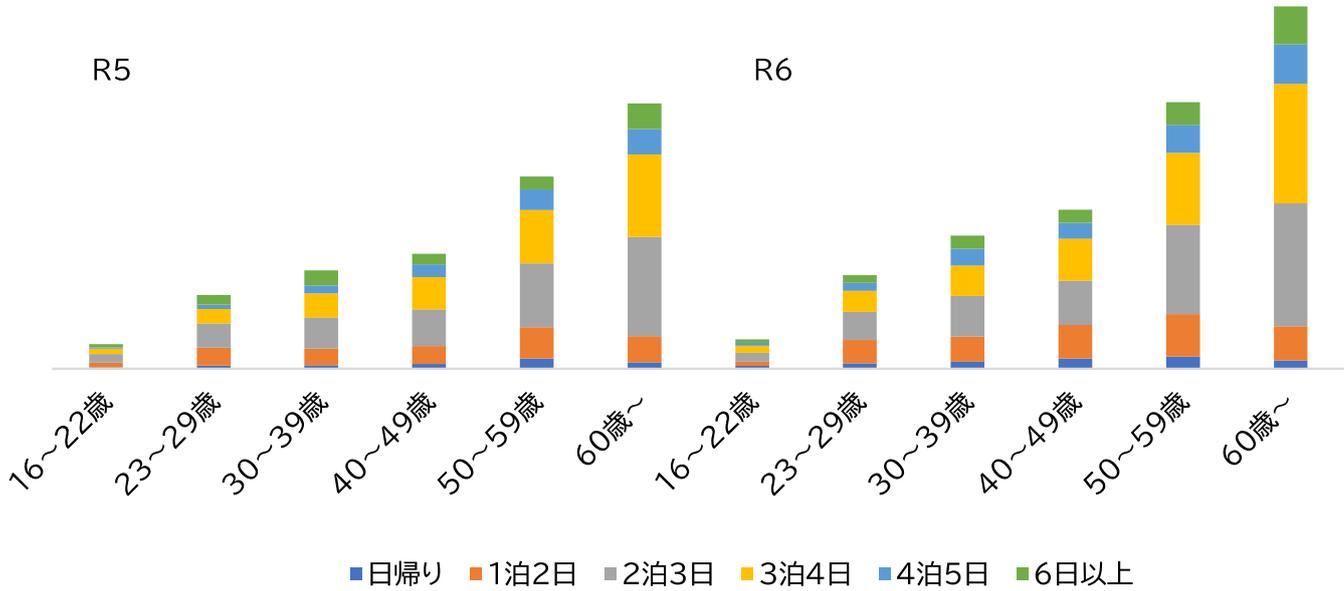
③ 年代別 来訪エリア





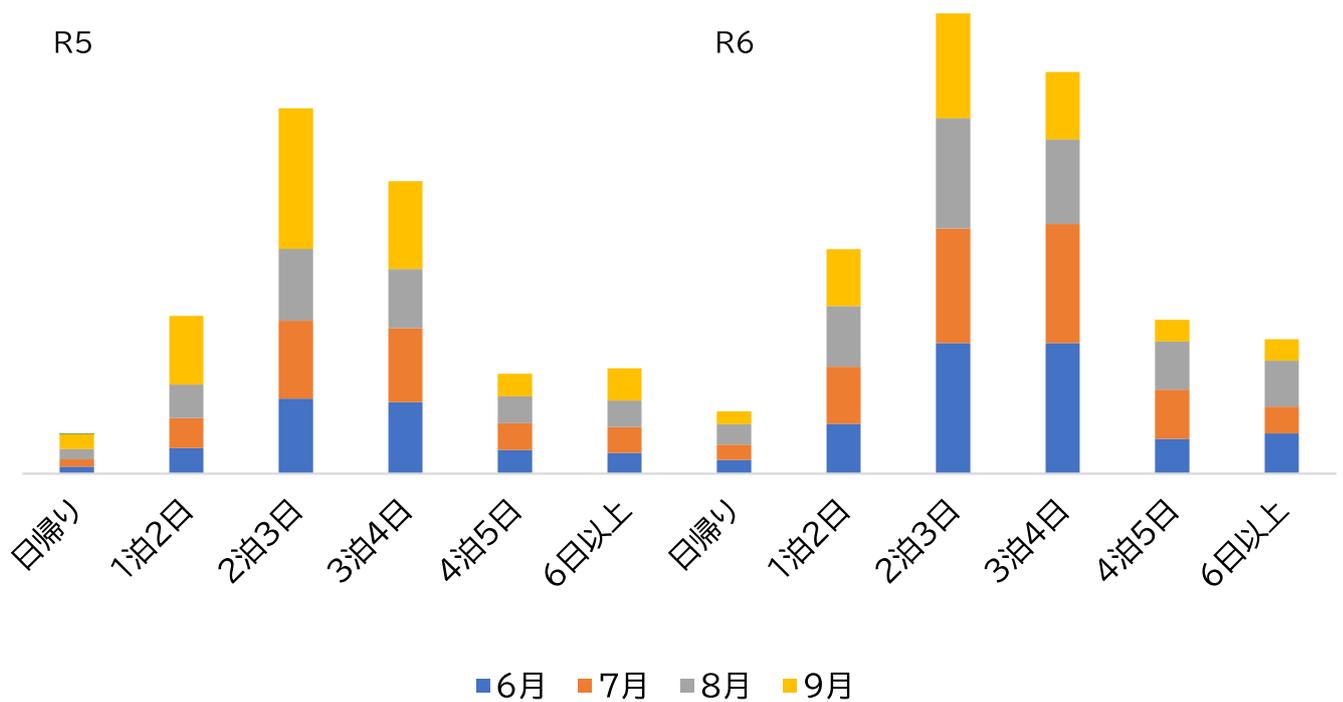
㊤ 年代別

60歳以上は2泊～3泊以上 それ以外の年代層1泊～2泊が多い



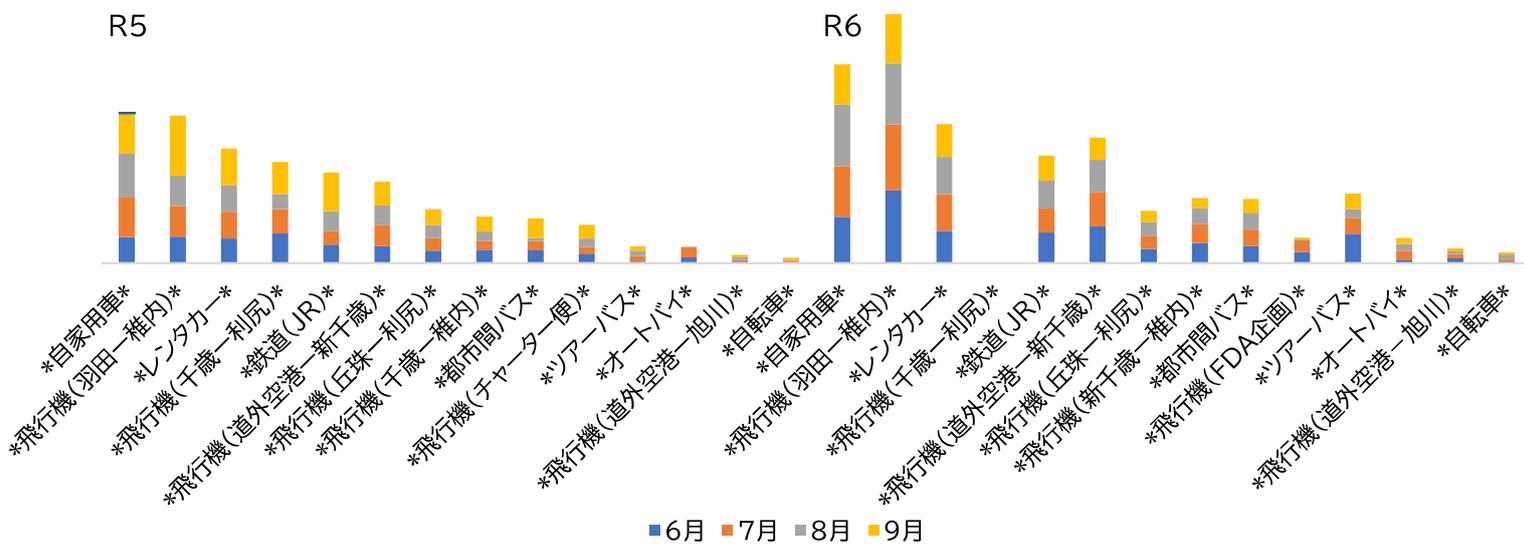
㊥ 月別

6～7月は3泊4日、それ以外の月は2泊3日1泊2日も多い

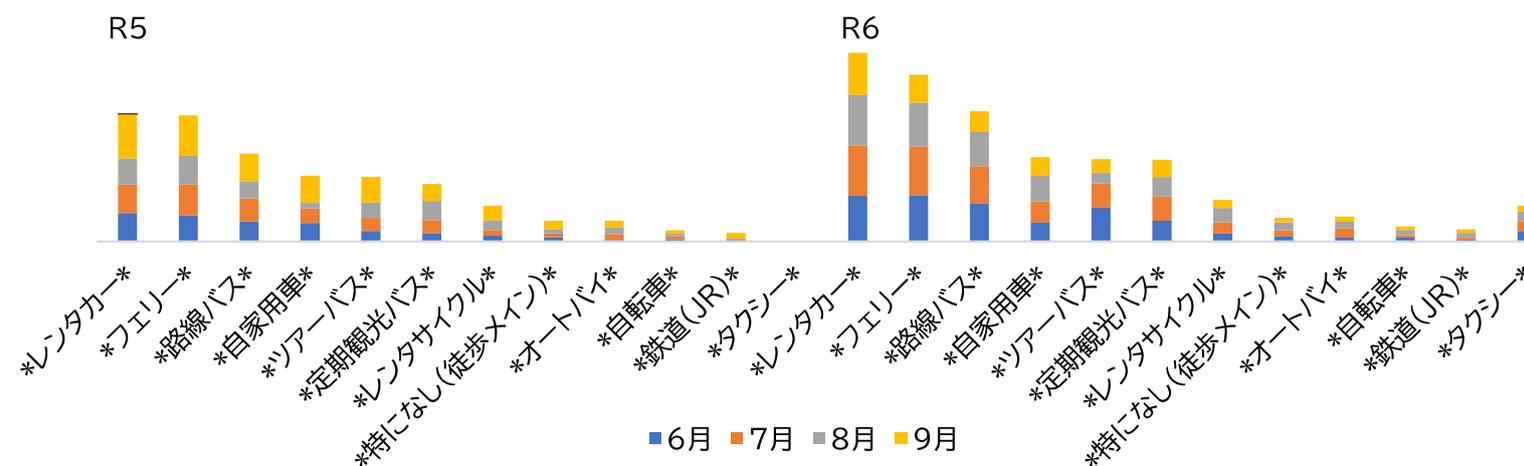




②⑥ 管内までの移動手段

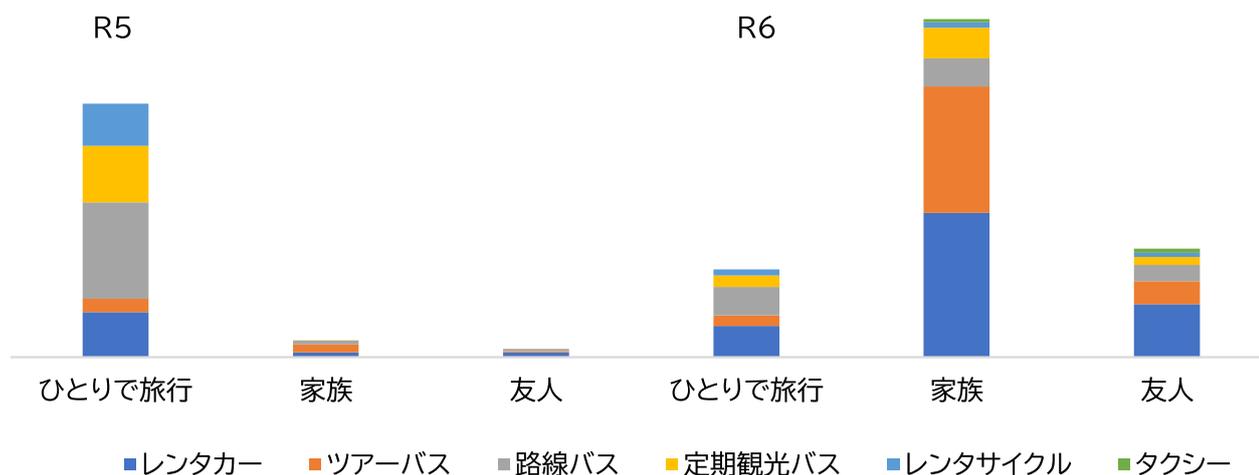


②⑦ 管内での移動手段



②⑧ 管内での移動手段（来訪者上位比較）

ひとり旅はレンタカーより路線バス・レンタサイクル(割高を嫌う)



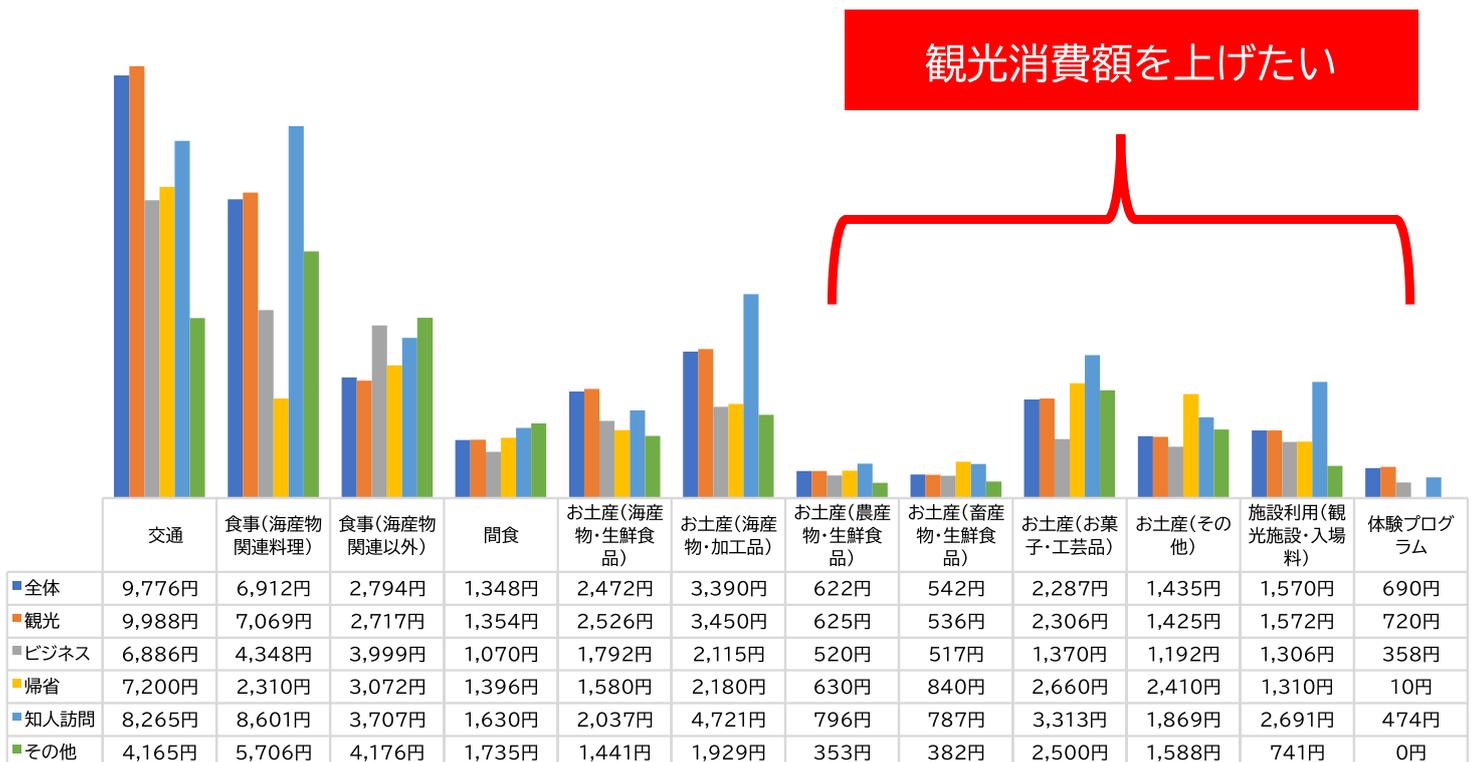


㊸ 観光消費額

① 稚内・利尻・礼文エリア内での旅行消費額(平均)



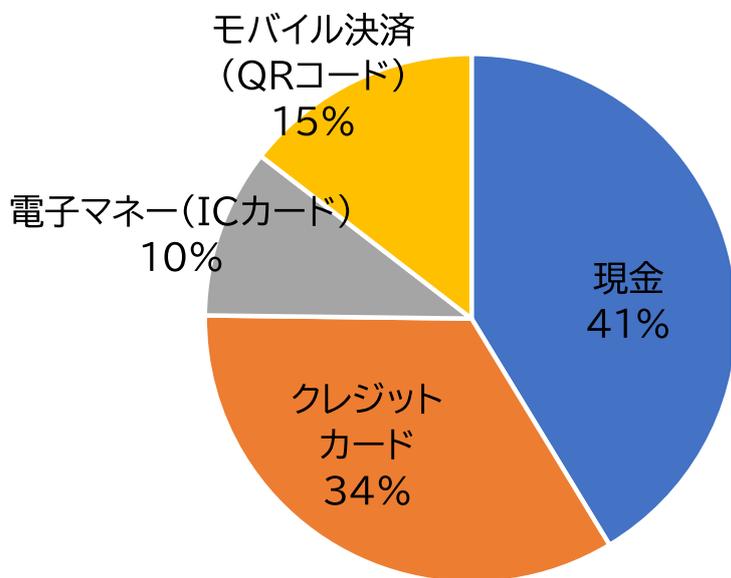
② 稚内・利尻・礼文エリア内での実際の旅行消費額(平均)



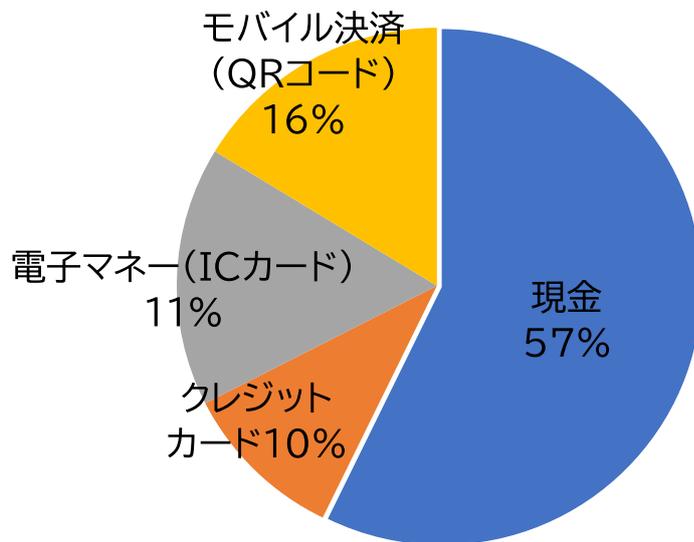


③⑩ 決済方法

R5

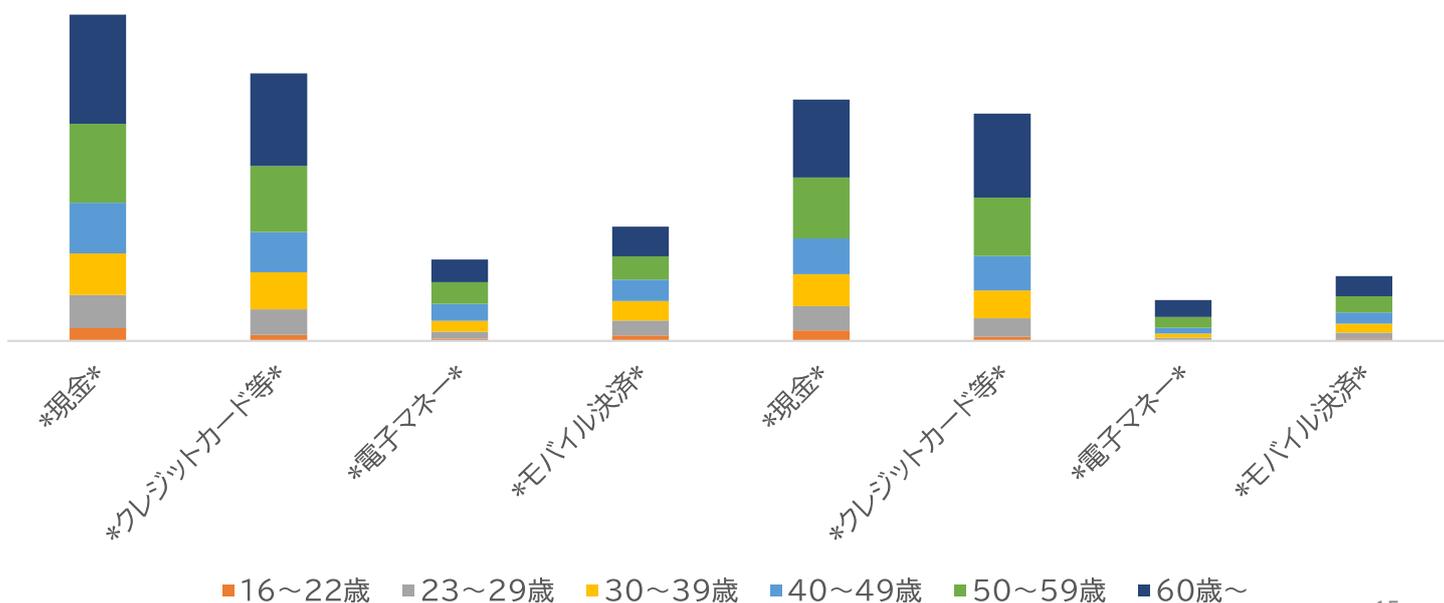


R6

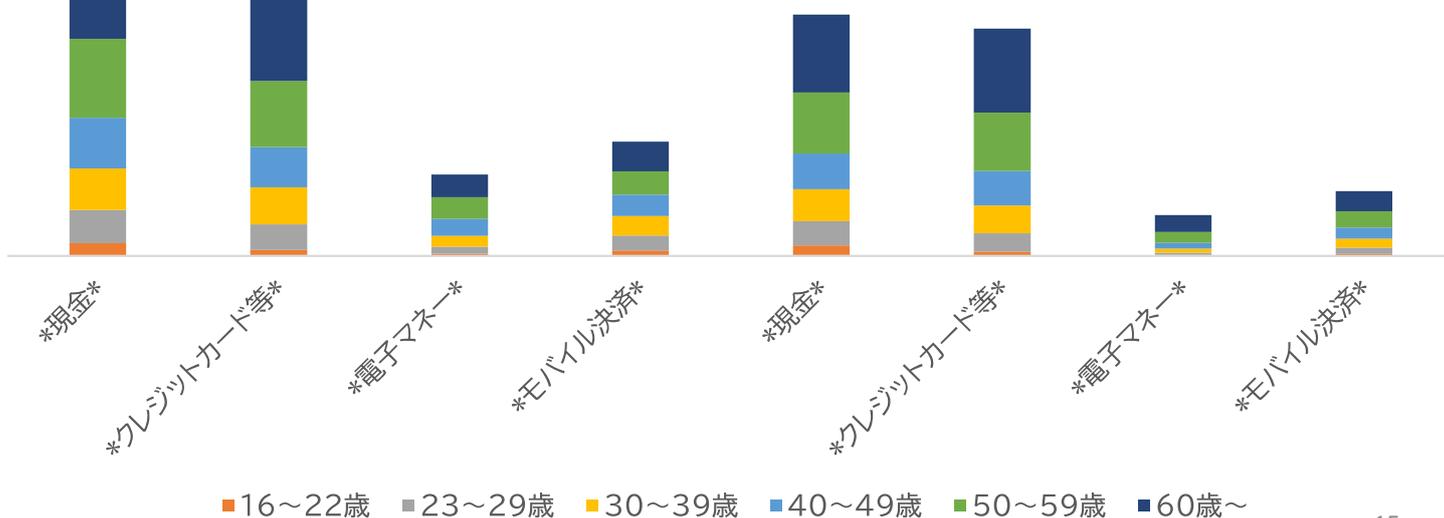


③⑪ 決済方法 (年齢別)

R5



R6





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
16～22歳	6.25	5.57	5.57	5.71	5.56	4.83	5.24	4.61	4.80	4.70
23～29歳	6.08	5.46	5.62	5.54	5.31	4.60	4.98	4.57	4.67	4.54
30～39歳	5.90	5.16	5.44	5.30	5.10	4.43	4.77	4.41	4.51	4.45
40～49歳	5.72	4.73	5.17	4.95	4.77	4.10	4.47	4.24	4.26	4.29
50～59歳	5.56	4.81	5.06	4.75	4.67	4.23	4.48	4.25	4.28	4.26
60歳～	5.34	4.72	4.84	4.59	4.58	4.10	4.34	4.14	4.11	4.23
全年齢	5.62	4.90	5.11	4.90	4.79	4.24	4.54	4.27	4.30	4.32

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	35%	26%	15%	13%	9%	3%
来訪時期	6月・7月に集中	6月・7月・8月に集中	8月に集中	8月に集中	8月に集中	8月に集中
居住地	道外	道外	道外	道外	道外	道外
同行者	家族・友人	家族・ひとり旅 (男性ひとり旅多い)	家族・ひとり旅 (男性ひとり旅多い)	家族・ひとり旅 (男性ひとり旅多い)	家族・友人	家族
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・会社員・公務員	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	400万～600万	400万～600万	400万～600万	200万～400万	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最北到達	①自然・景観 ②グルメ ③最北到達	①自然・景観 ②グルメ ③最北到達
旅マエ情報収集	①ガイドブック ②観光協会HP ③DMO・HP	①観光協会HP ②DMO・HP ③ガイドブック	①観光協会HP ②ガイドブック ③DMO・HP	①観光協会HP ②Instagram ③Googlemap	①Googlemap ②ガイド ③ガイドブック	①Instagram ②家族・知人・友人 ③観光協会HP
旅ナカ情報収集	①ガイド ②観光協会HP ③DMO・HP	①ガイド ②ガイドブック ③観光協会HP	①ガイド ②ガイドブック ③Googlemap	①Googlemap ②ガイド ③ガイドブック	①Googlemap ②ガイド ③ガイドブック	①Googlemap ②ガイド ③Instagram
旅行申込み時期	3～6か月以上前	3～6か月以上前	3～6か月以上前	2～3か月前	2～3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	旅行会社のWEBサイト
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 ②3泊4日	①2泊3日 ②3泊4日
現金以外の決済方法	①現金 ②クレジットカード	①現金 ②クレジットカード	①現金 ②クレジットカード	①現金 ②クレジットカード	①現金 ②クレジットカード	①現金 ②クレジットカード
満足度(7段階評価)	6.39	6.19	6.13	6.06	6.06	5.94



《取り組みの前提》

- ・(拡大路線) 全体の83%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

《現在の取り組み》

- ・稚内・利尻・礼文観光公式WEBサイト開設
- ・外国人対象にアンケート調査開始
- ・AT受入環境整備事業展開
- ・マーケティング手法の改善と次年度の取り組み改善
- ・海外プロモーション(台湾キャンペーン)

◎ 今後必要な受入環境整備・取り組み

- ・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)
- ・SNSによる情報発信の強化