

稚内・利尻・礼文 来訪者アンケート 分析結果

分析対象期間: ≪下期≫ 2023年10月1日～2024年3月31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】

2. 調査方法



3. 調査期間

2023年10月1日(日)～3月31日(日)

4. 回答数

475件

《下期の状況》

オンシーズンを過ぎ、ショルダー期からオフ期に移行する下期は、天候に左右されるが2019年以前と比較しても今年度は旅行時期が1ヶ月ほど団体を中心にスライドした。

11月中旬まで団体ツアーの入込が有った。下期スタート時期の9月ころの団体ツアーの減少を11月がカバーする様子で前年同期と同比まで持ち直す。

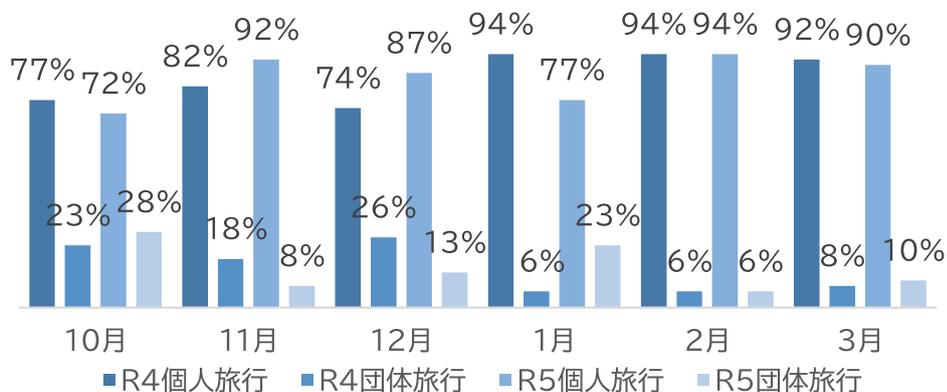
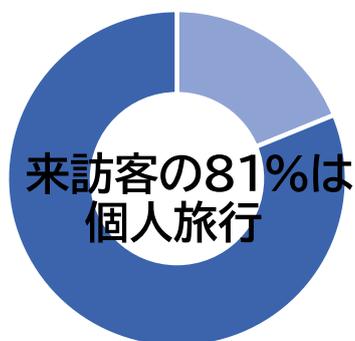
個人の来訪者は前年下期と比較して20%アップの全体の81%まで上昇。全体的な来訪者を押し上げた。

宿泊施設に対する聞き取り調査で訪日外国人の来訪で特徴的な結果は、シンガポールからの来訪者の増加とATWSの影響で欧米豪から特にアメリカ人のオフ期の来訪が目立つほど増加傾向にある。

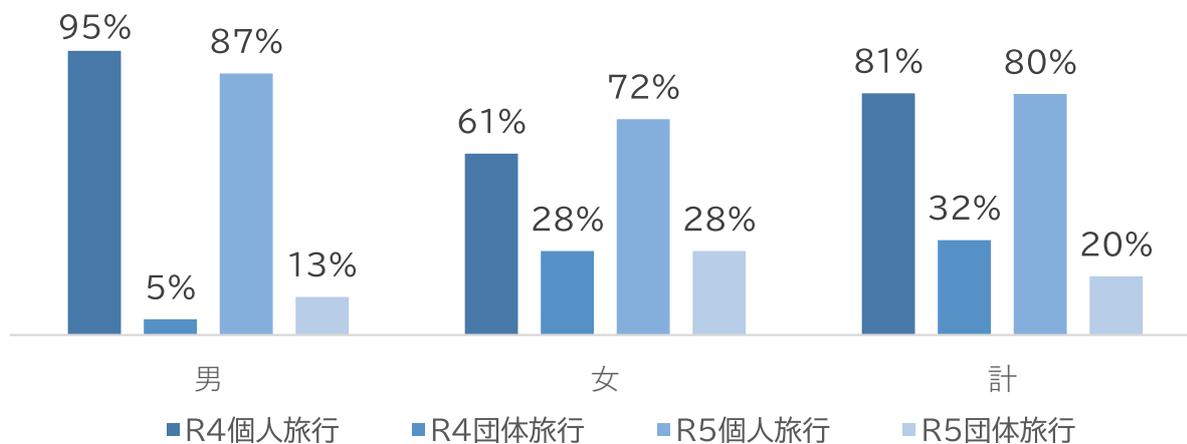
2024年度のアンケート調査においては、訪日外国人に対するアンケート調査を実施する。



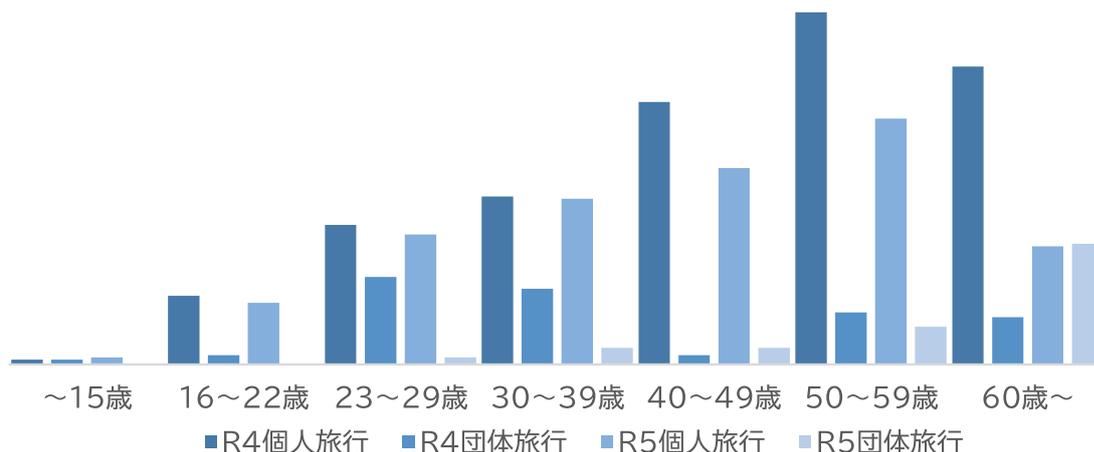
① 来訪客体



② 男女別

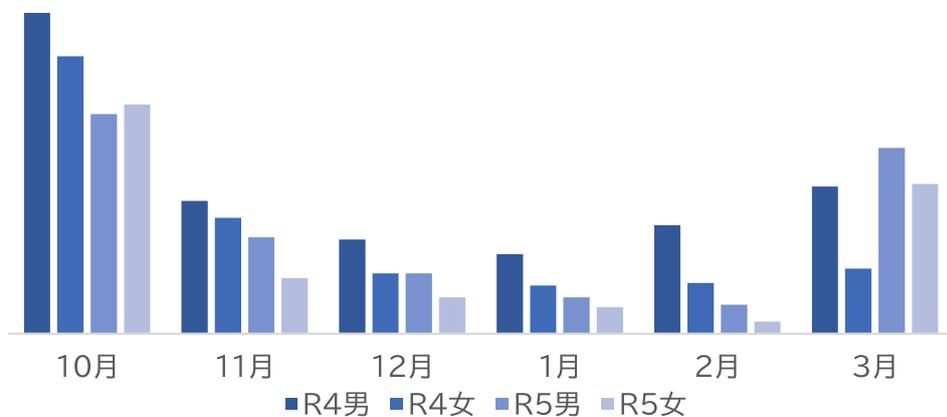
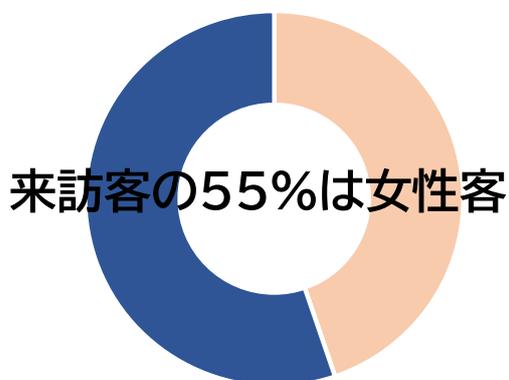


③ 旅行参加年代層

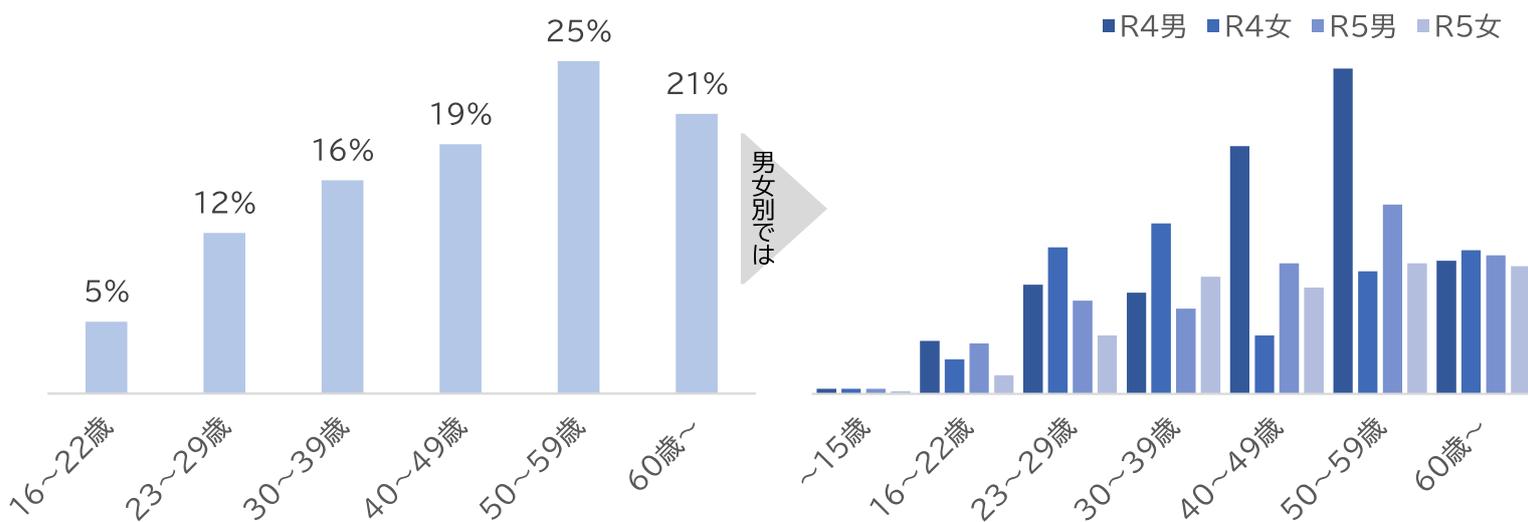




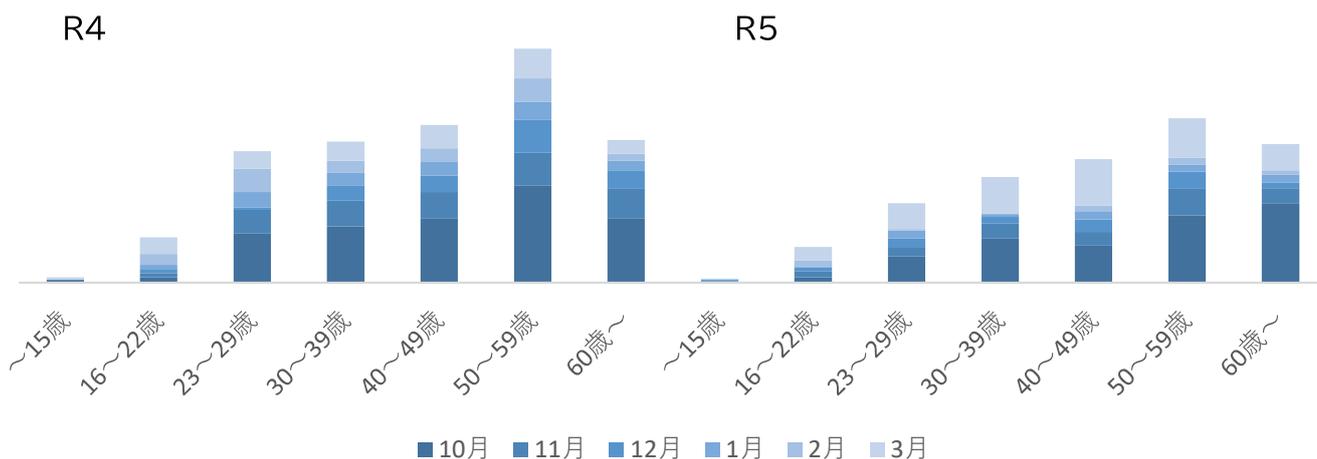
④ 性別



⑤ 年代別



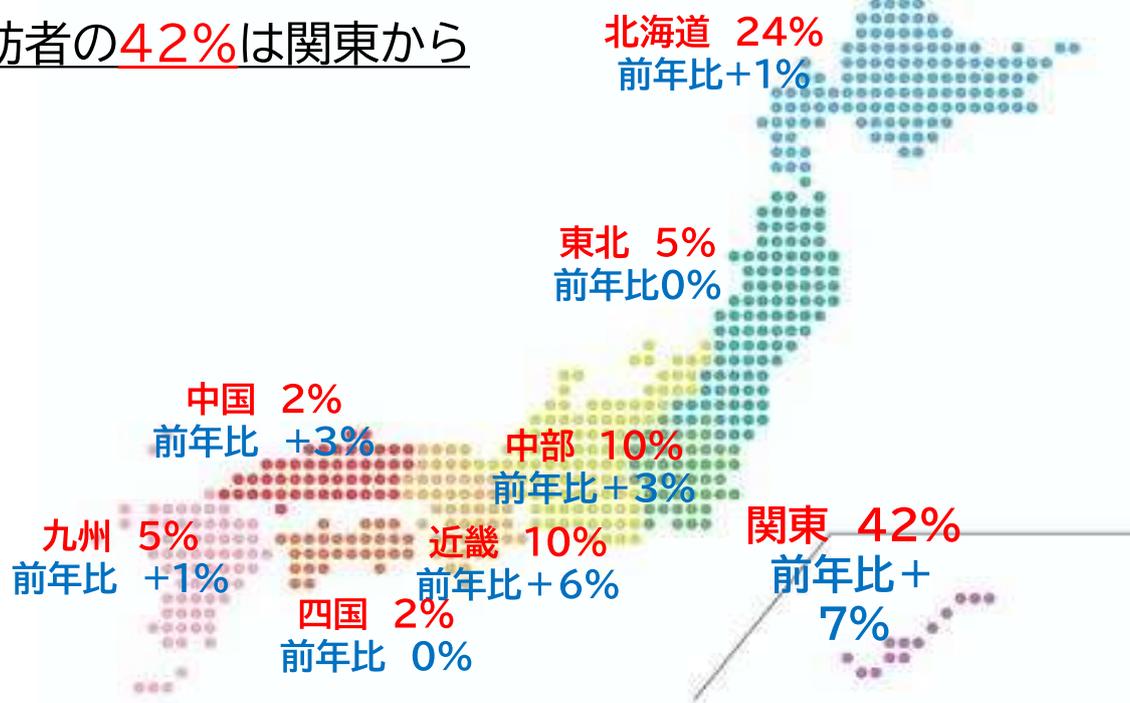
⑥ 年代別 (来訪月別)





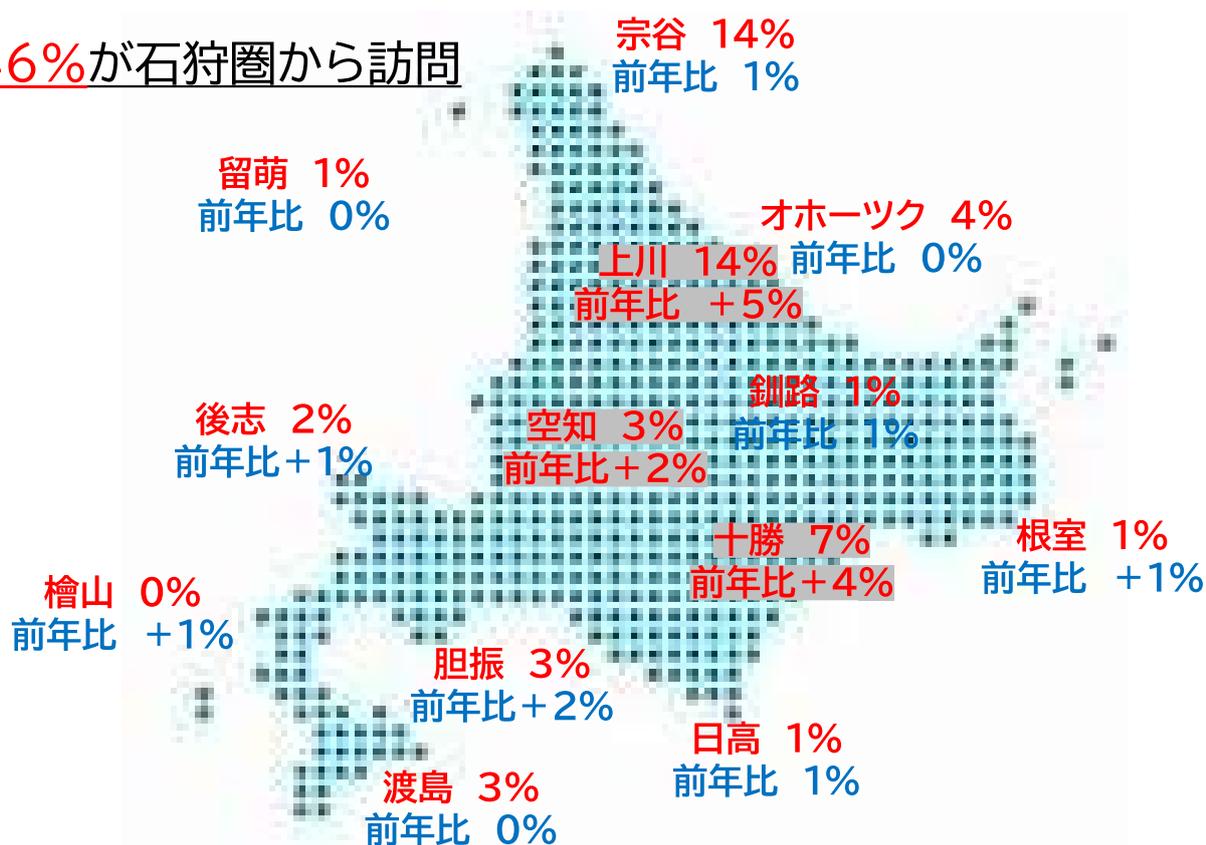
⑦ 全国

来訪者の42%は関東から



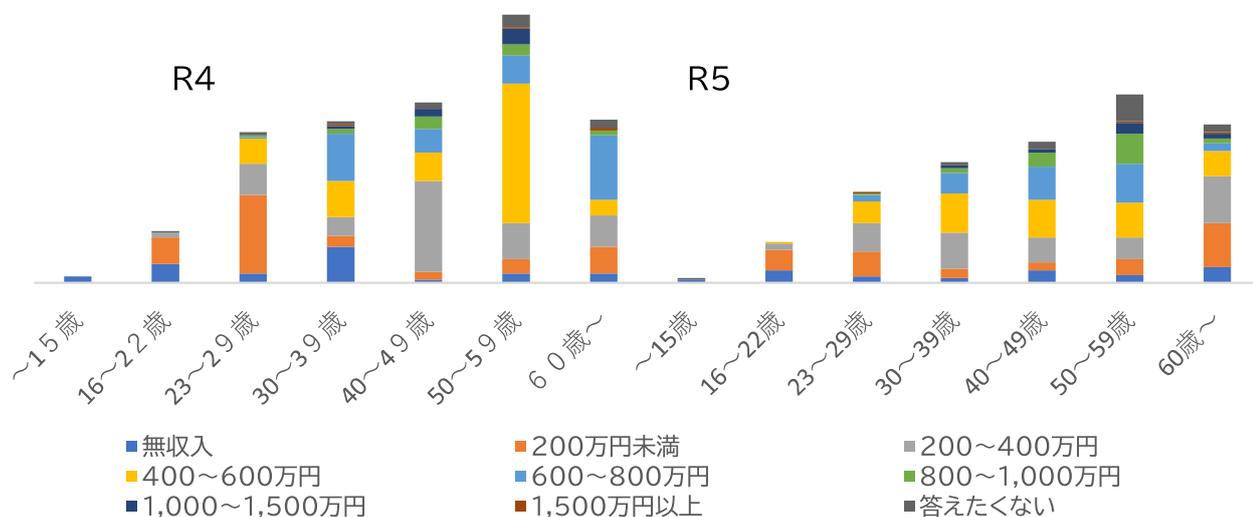
⑧ 道内

46%が石狩圏から訪問

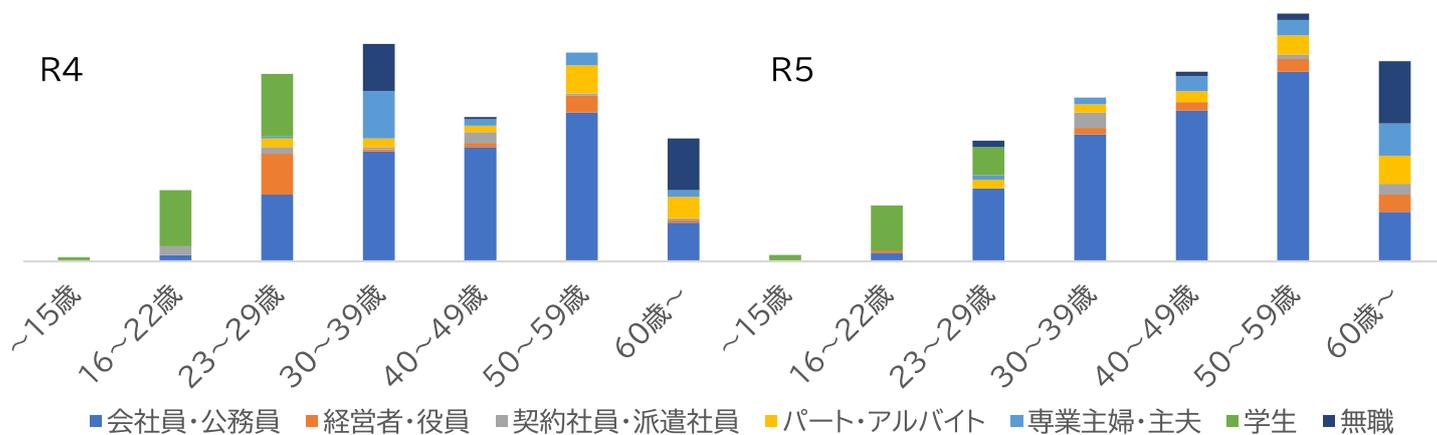




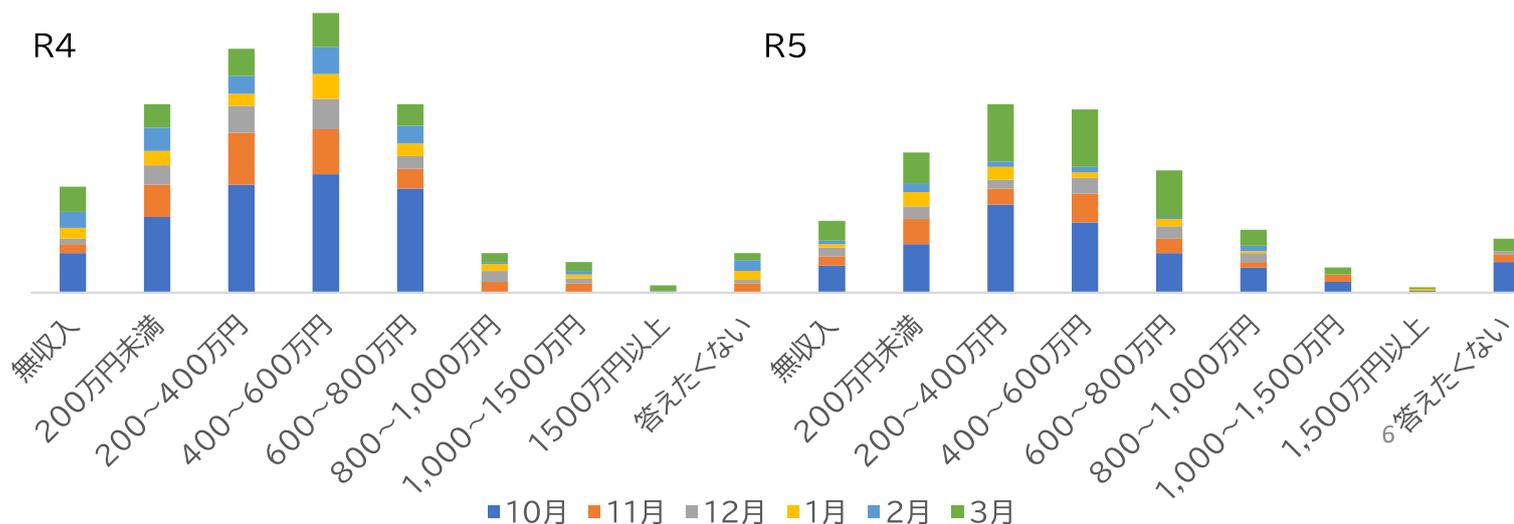
⑨ 来訪者の年収



⑩ 来訪者の職業

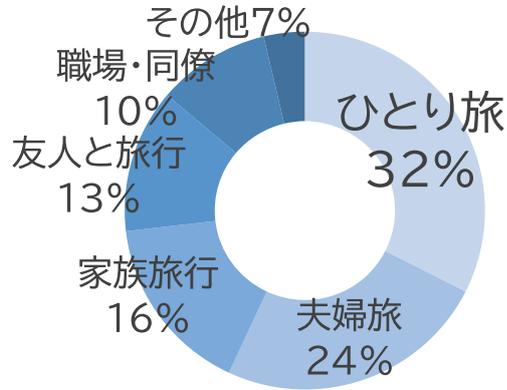
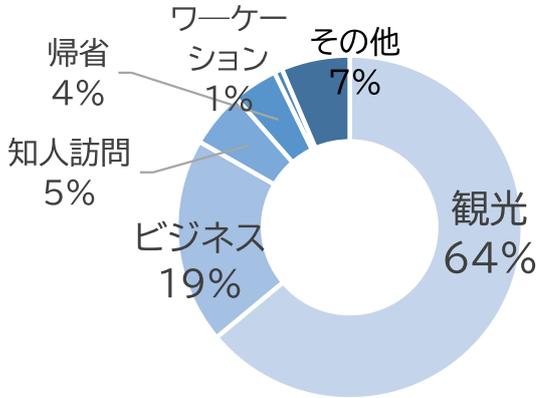


⑪ 来訪者の年収 (来訪月別)

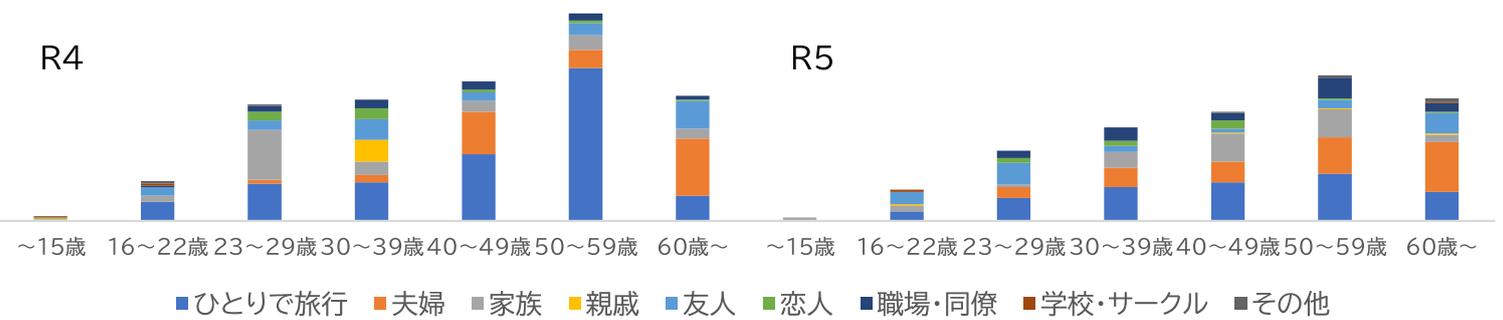




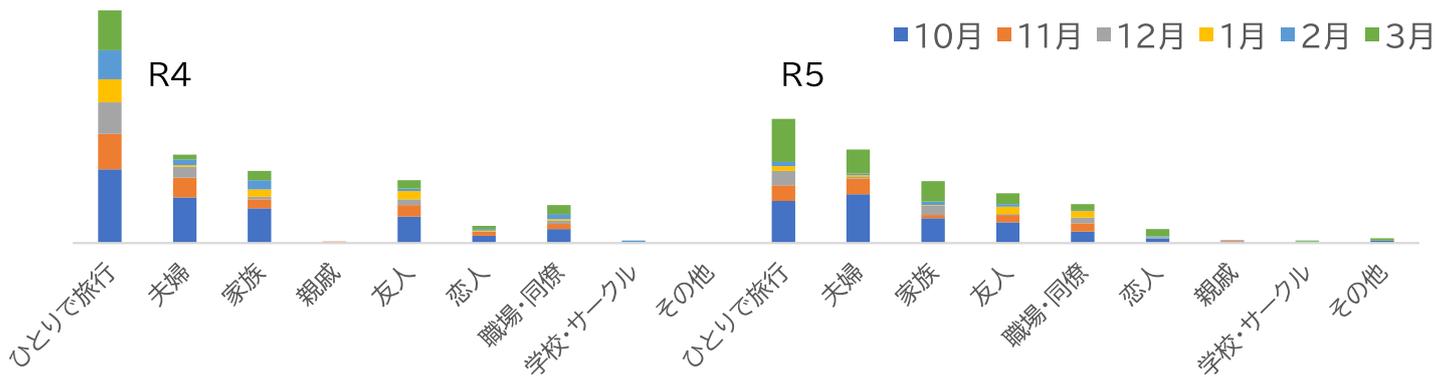
⑫ 来訪目的



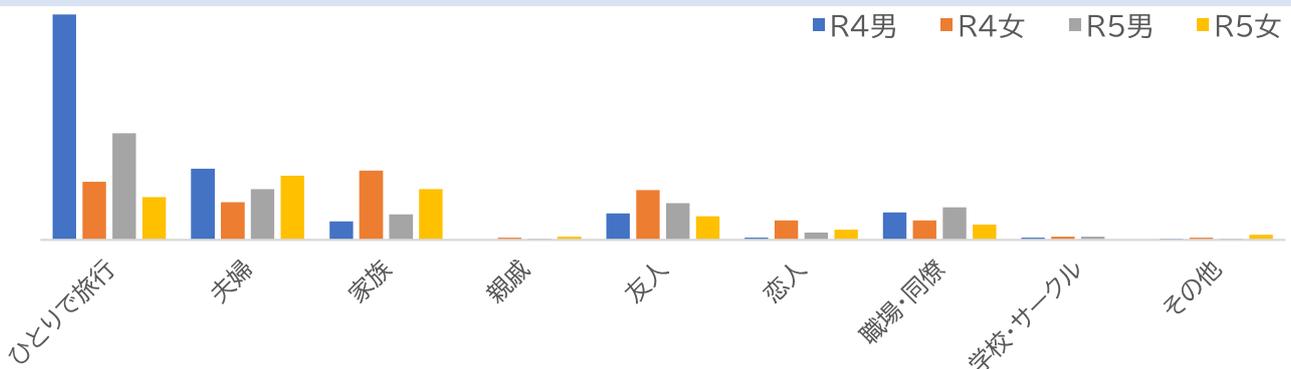
⑬ 同行者



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	～15歳	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～	全年齢
自然・景観	0	19	41	54	51	75	79	319
グルメ	1	10	17	37	32	43	36	176
登山・トレッキング	0	1	5	11	6	8	9	40
日本の最北に行ってみたかったから	2	12	27	27	19	29	36	152
植物鑑賞	1	1	1	9	2	3	7	24
温泉	1	4	9	22	23	21	18	98
ドライブ観光	0	3	10	10	21	20	10	74
歴史・文化	0	2	10	12	7	9	7	47
家族・知人訪問	0	3	1	8	9	6	3	30
仕事	0	1	1	6	4	2	0	14
サイクリング	0	1	1	6	4	2	0	14
キャンプ	0	1	2	0	2	1	0	6
野鳥観察	0	0	2	5	6	7	2	22
釣り	0	0	1	1	3	6	1	12
イベント	0	0	1	0	1	1	0	3
映画・アニメ等の舞台	0	2	0	0	0	2	2	6
ツーリング	0	1	2	1	2	4	1	11
シーカヤック	0	0	0	0	0	0	0	0
バックカントリー	0	0	1	0	0	1	0	2
カーリング	0	0	0	0	0	1	1	2
合計	5	60	138	214	203	264	223	1,107

⑰ 月別 旅行先としての選定理由（複数回答）

	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
自然・景観	143	36	19	12	11	98	319
歴史・文化	14	8	7	1	3	14	47
グルメ	71	25	8	6	7	59	176
温泉	36	14	6	6	6	30	98
釣り	9	0	0	0	0	3	12
シーカヤック	0	0	0	0	0	0	0
カーリング	0	1	0	0	0	1	2
登山・トレッキング	23	3	1	2	1	10	40
バックカントリー	0	0	0	0	0	2	2
サイクリング	5	2	0	0	1	6	14
キャンプ	2	0	1	0	0	3	6
植物鑑賞	10	0	1	1	2	10	24
野鳥観察	5	2	1	0	2	12	22
映画・アニメ等の舞台	4	0	1	0	0	1	6
ドライブ観光	34	13	4	2	2	19	74
イベント	1	1	1	0	0	0	3
日本の最北に行ってみたかったから	75	19	15	5	4	34	152
家族・知人訪問	4	3	4	1	1	17	30
仕事	21	15	11	8	2	12	69
ツーリング	4	1	0	1	0	5	11
合計	461	143	80	45	42	336	1,107



⑱ 年代別 旅マエ情報収集ツール（複数回答）

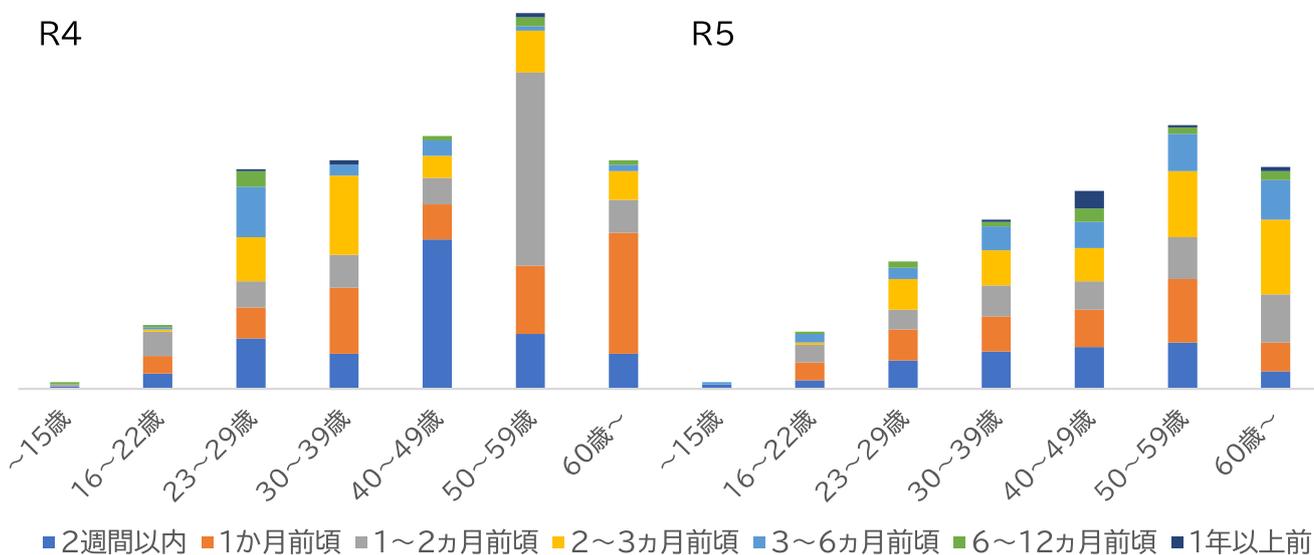
	～15歳	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～	全年齢
観光協会や自治体のHP	0	4	12	25	22	30	19	112
ポスター・パンフレット・ガイドブック	0	5	12	15	18	16	20	86
きた・北海道DMOの公式HP	0	2	12	13	12	19	23	81
家族・友人・知人	0	7	13	18	12	17	16	83
instagram	0	7	11	22	19	13	3	75
youtube	0	7	9	10	16	15	12	69
各種旅行会社のHP	0	2	2	5	4	9	32	54
北海道観光振興機構のHP	0	1	8	8	13	7	9	46
特になし	2	4	11	9	16	27	12	81
新聞・雑誌	0	3	2	8	7	5	14	39
twitter	0	5	7	8	12	4	1	37
face book	0	0	1	2	8	6	4	21
旅行代理店の窓口	0	0	0	0	1	2	4	7
TV・CM	1	1	1	0	4	1	4	12
インフルエンサー等の発信	0	1	2	5	2	3	3	16
JNTO(日本政府観光局)のHP	0	0	0	0	0	0	0	0
tiktok	0	1	1	0	0	0	1	3
グーグルマップ	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	3	50	104	148	166	174	177	822

⑲ 年代別 旅ナカ情報収集ツール（複数回答）

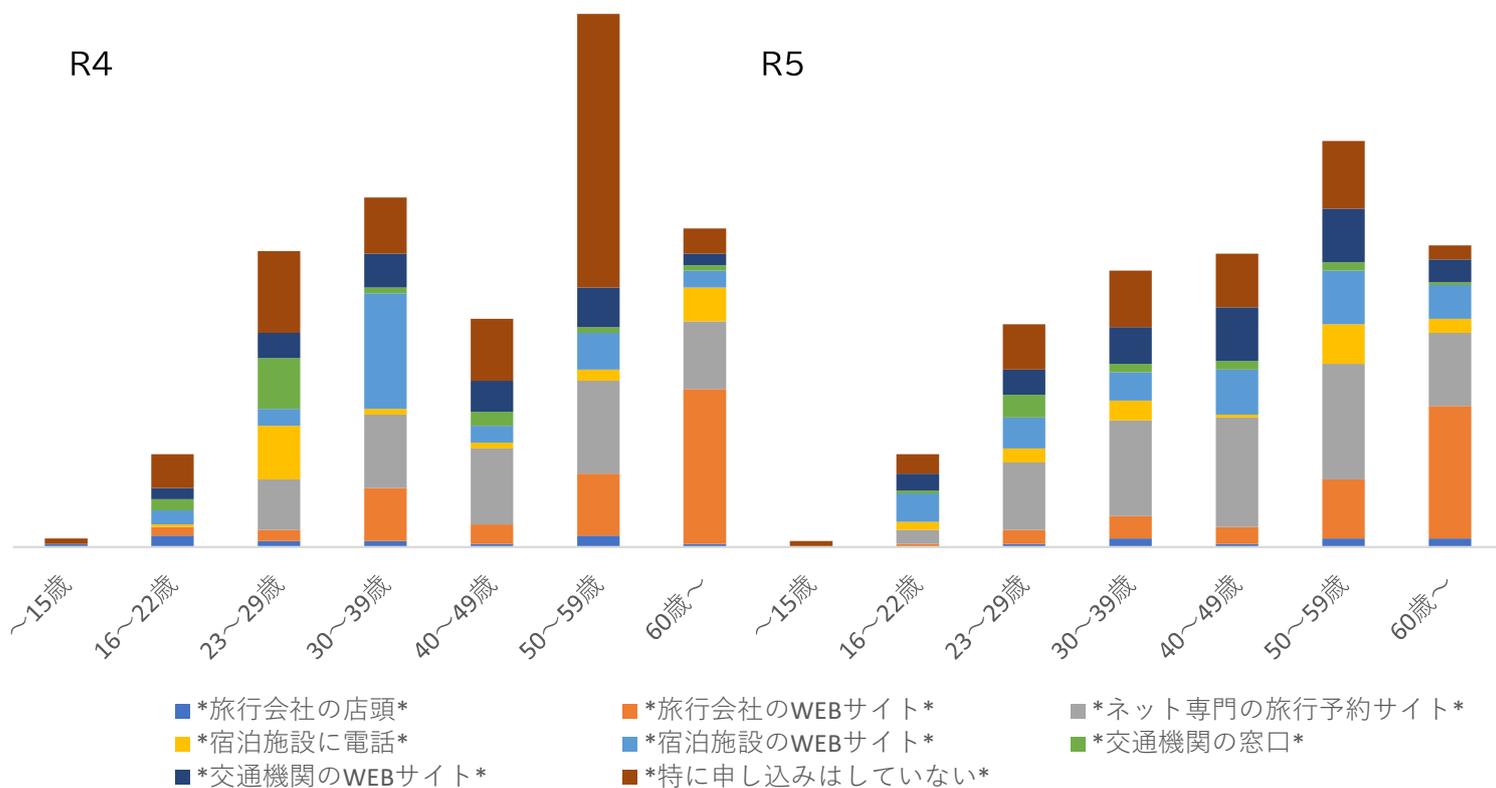
	～15歳	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～	全年齢
ガイド	0	5	16	25	27	35	37	145
ポスター・パンフレット・ガイドブック	0	4	13	24	25	31	27	124
観光協会や自治体のHP	0	3	10	15	13	23	23	87
グーグルマップ	2	11	28	24	29	31	12	137
きた・北海道DMOの公式HP	0	6	11	12	11	16	17	73
観光案内所	0	3	7	10	20	16	15	71
instagram	0	9	10	21	18	14	3	75
グルメサイト	1	4	5	5	9	16	2	42
訪問先の地元住民	1	0	8	15	7	9	5	45
北海道観光振興機構のHP	0	2	4	7	8	7	9	37
youtube	0	2	5	6	9	11	8	41
twitter	1	7	9	12	12	9	0	50
各種旅行会社のHP	0	2	2	4	2	5	19	34
特になし	0	0	0	0	0	0	0	0
face book	0	0	1	2	11	13	9	36
新聞・雑誌	0	3	2	4	6	4	5	24
インフルエンサー等の発信	0	2	1	4	2	1	2	12
JNTO(日本政府観光局)のHP	0	0	1	2	0	0	1	4
tiktok	0	0	3	1	1	0	1	6
旅行代理店の窓口	0	0	0	0	0	0	0	0
家族・友人・知人	0	0	0	0	0	0	0	0
TV・CM	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	5	63	136	193	210	241	195	1,043



⑩ 年代別 旅行申し込み時期

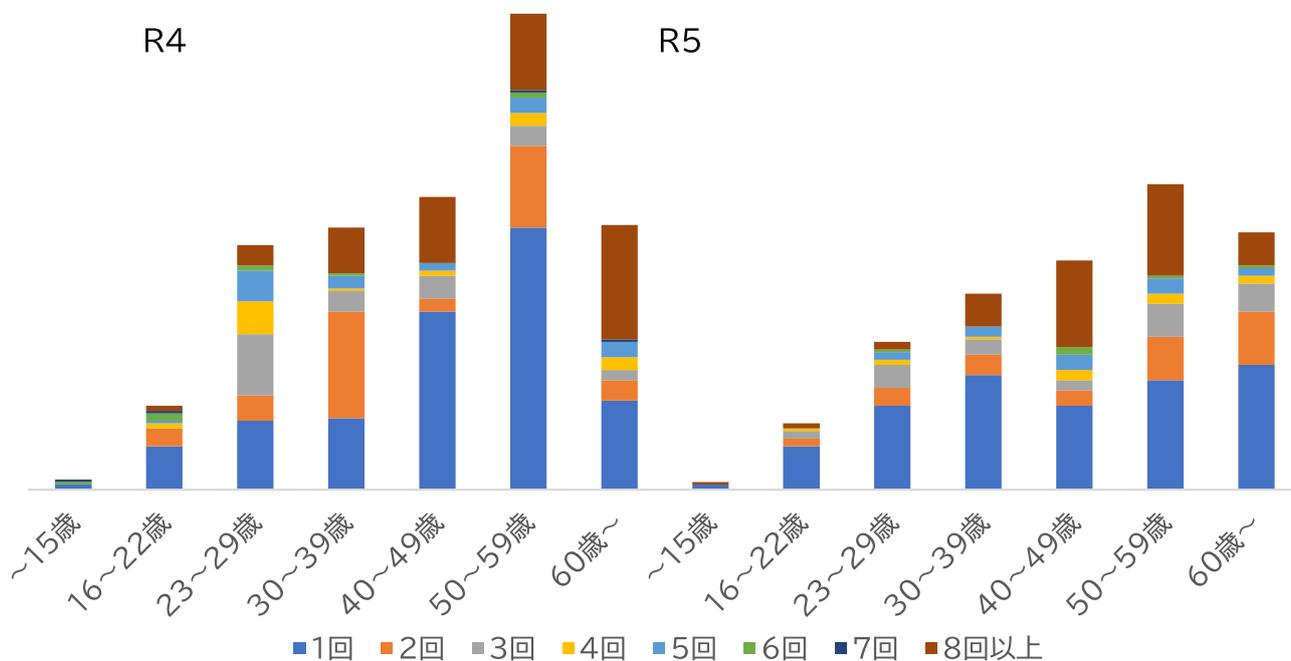


⑪ 年代別 旅行申し込み先

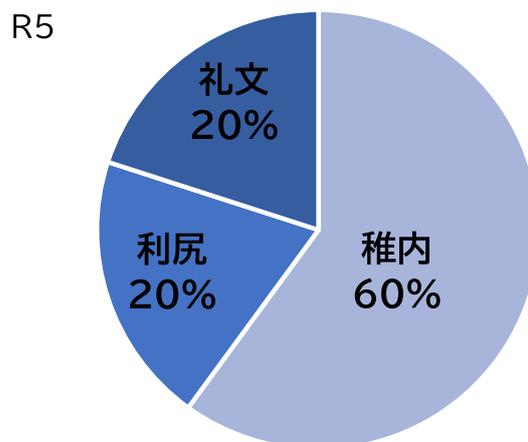
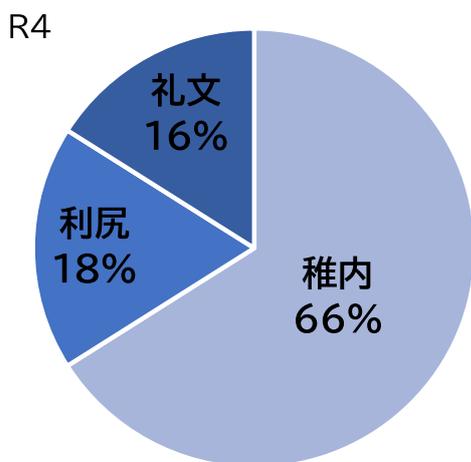




② 年代別 来訪回数

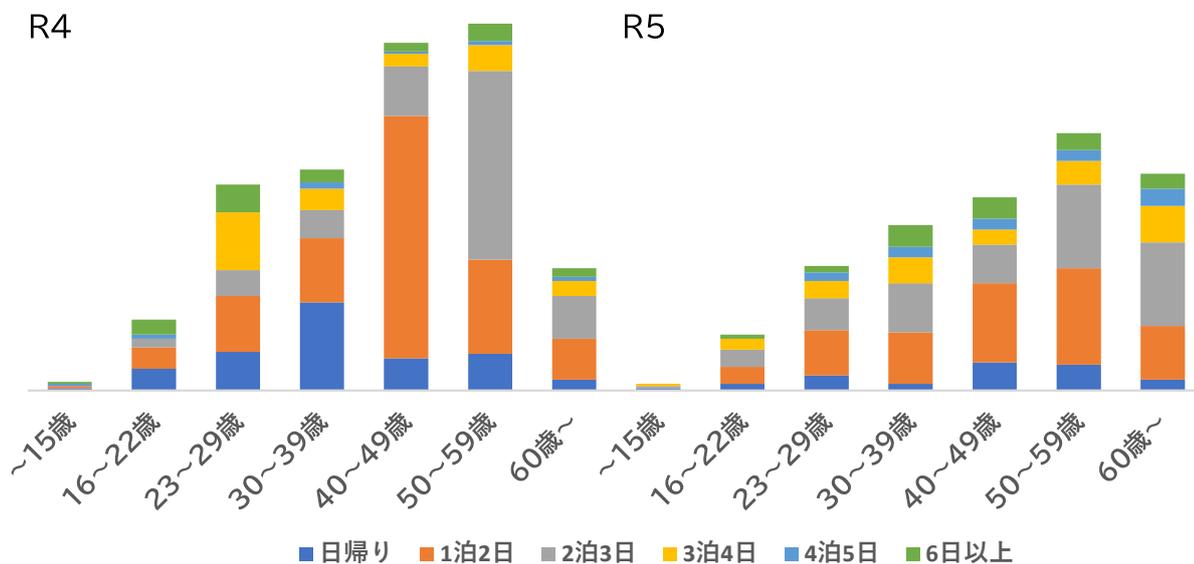


③ 年代別 来訪エリア

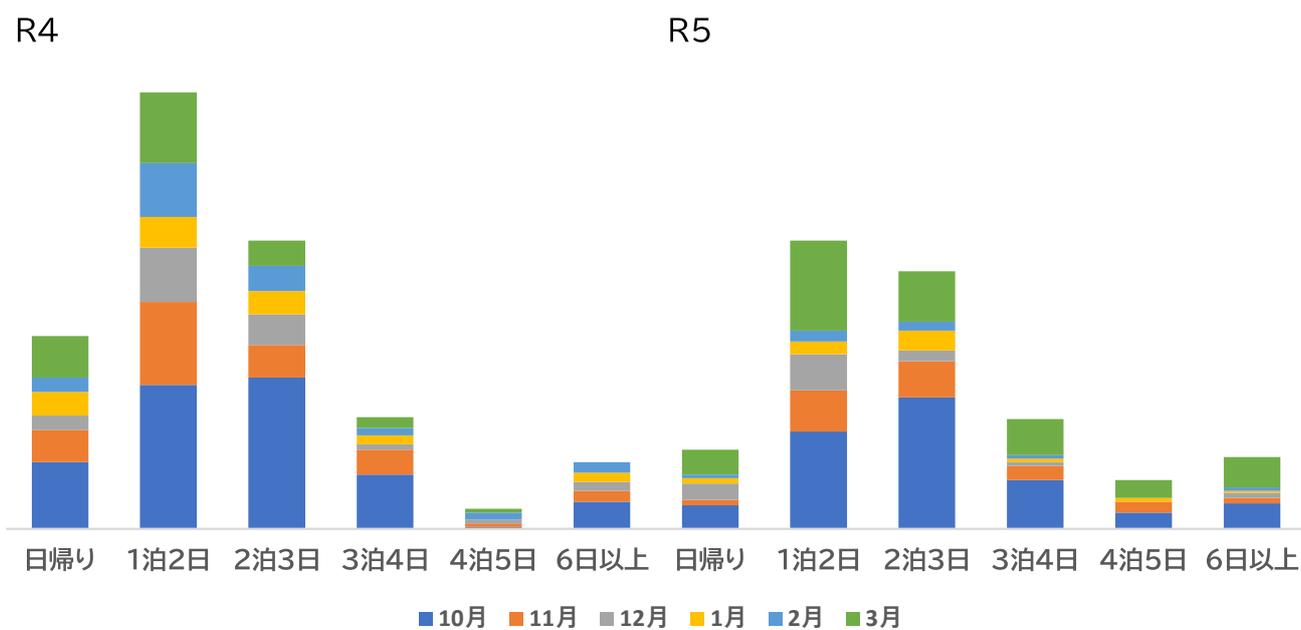




㊦ 年代別

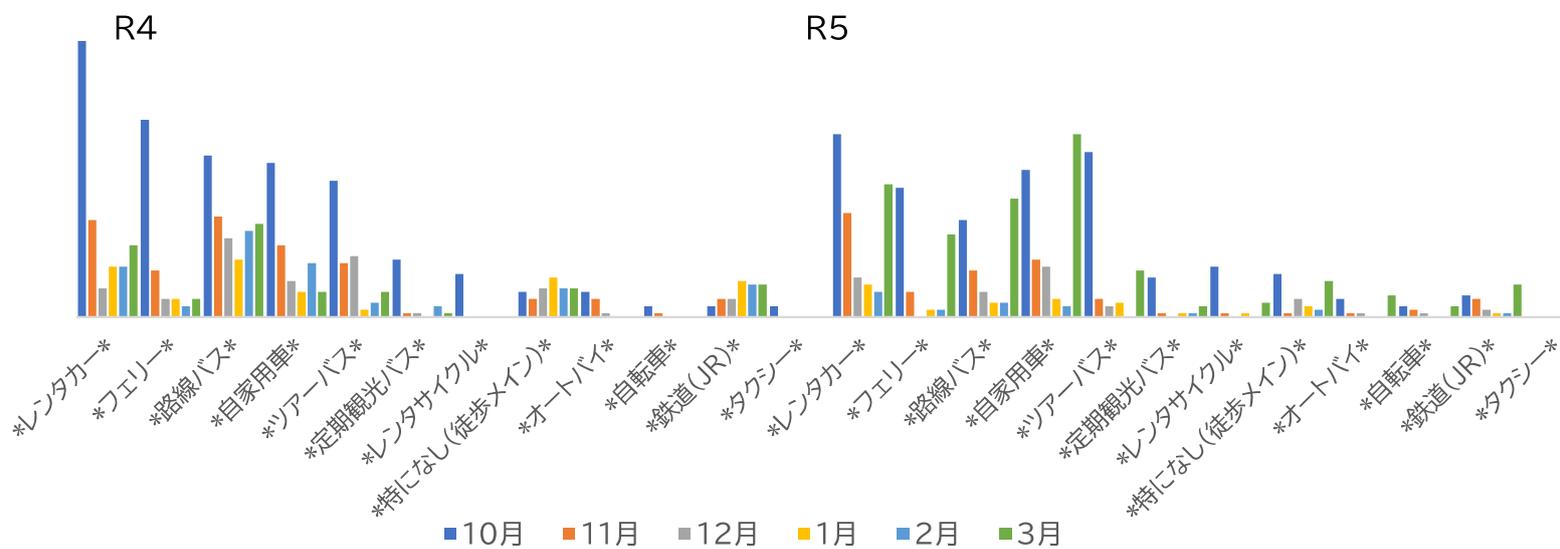


㊦ 月別

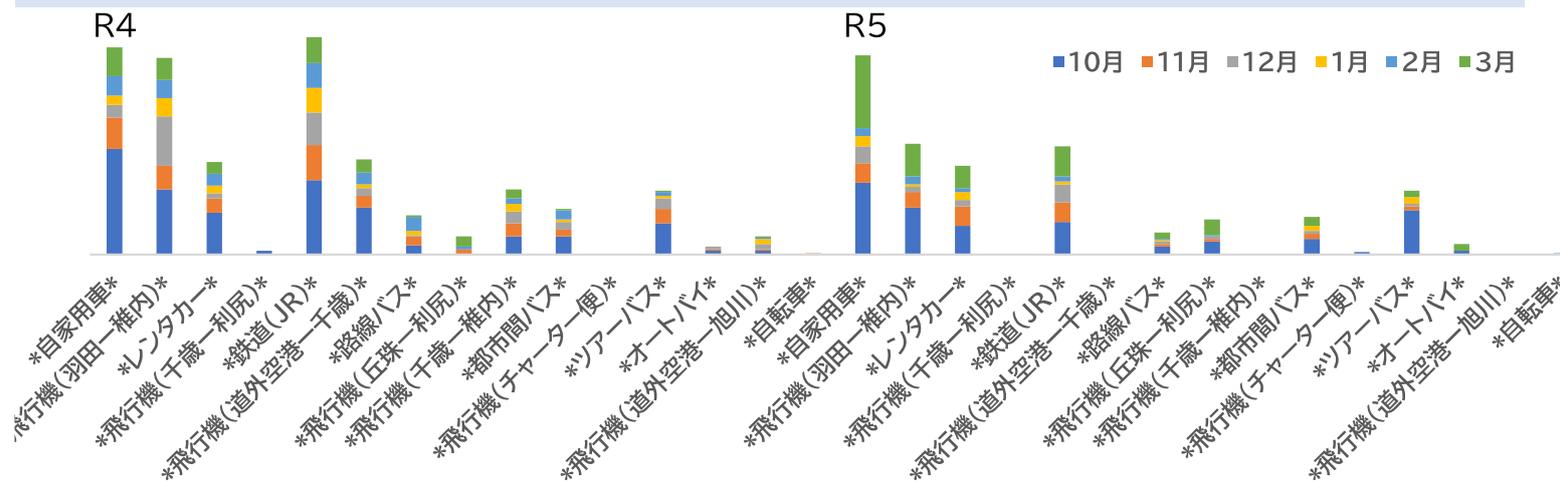




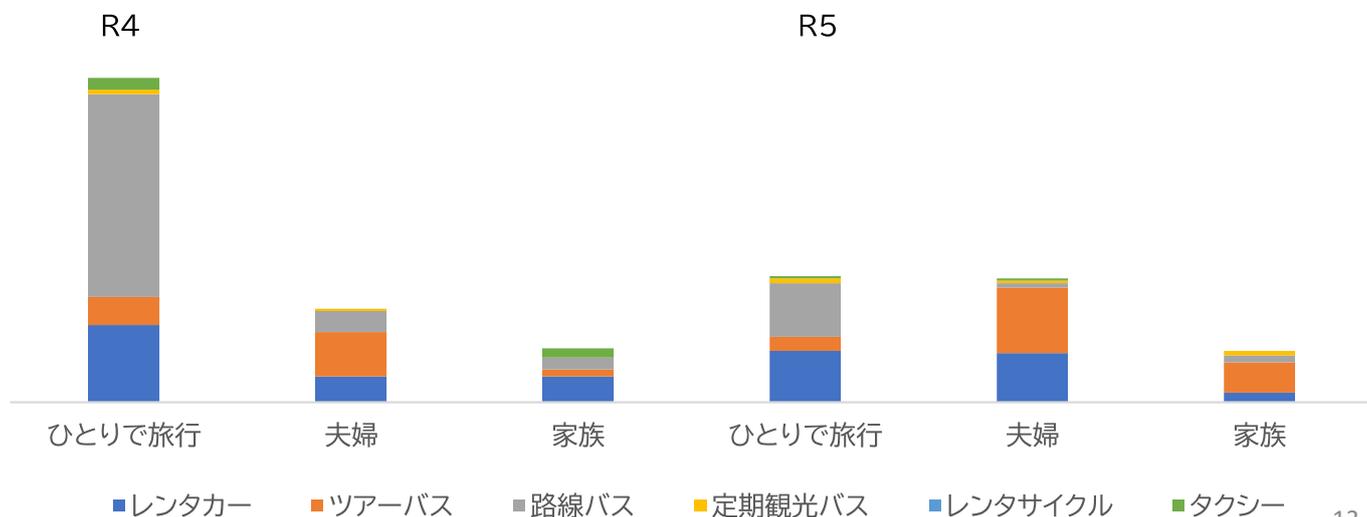
②⑥ 管内までの移動手段



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)

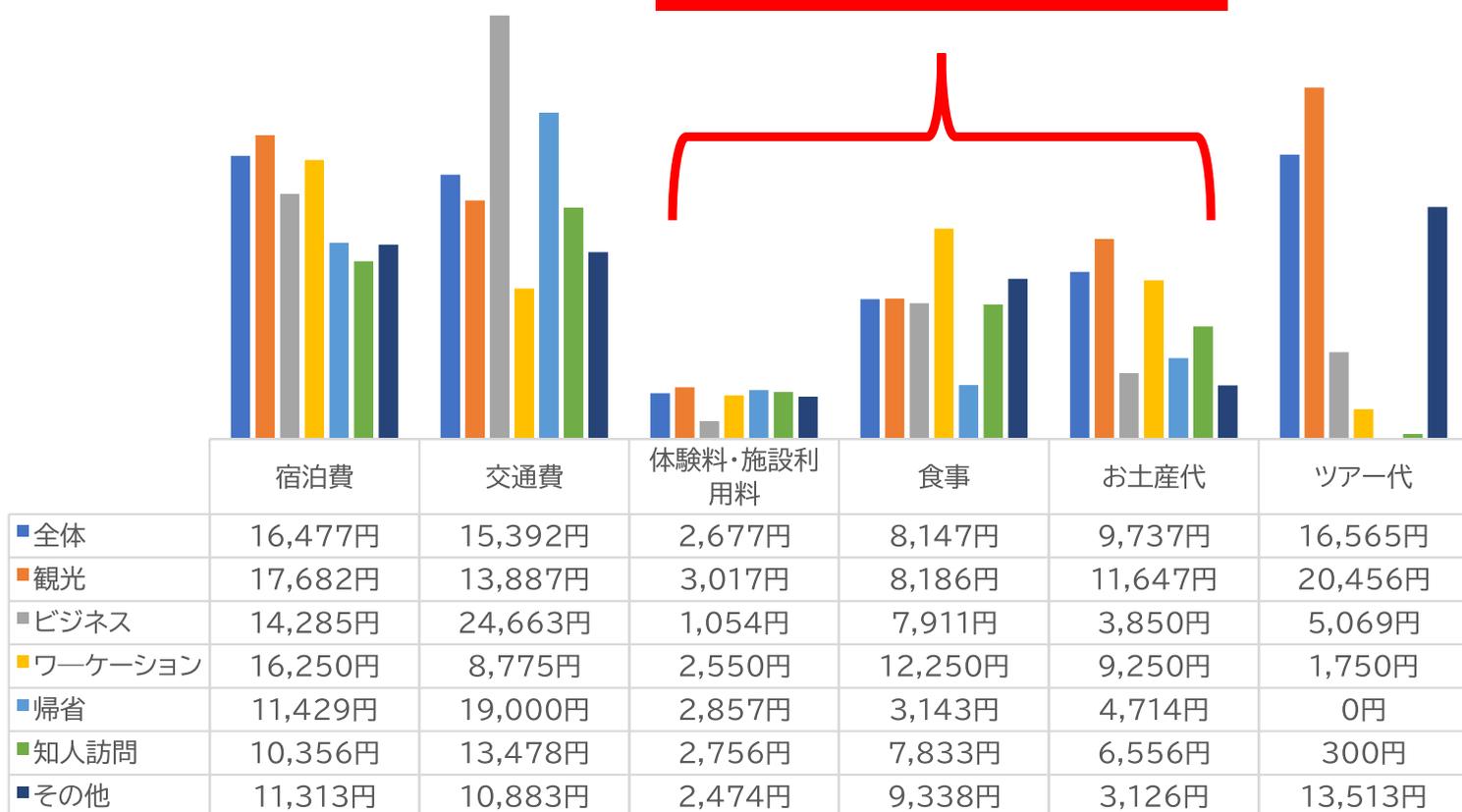




②⑨ 観光消費額

観光消費額

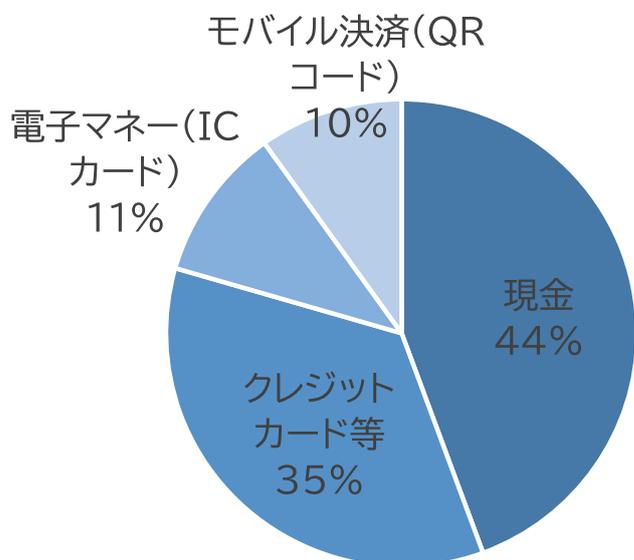
観光消費額を上げたい



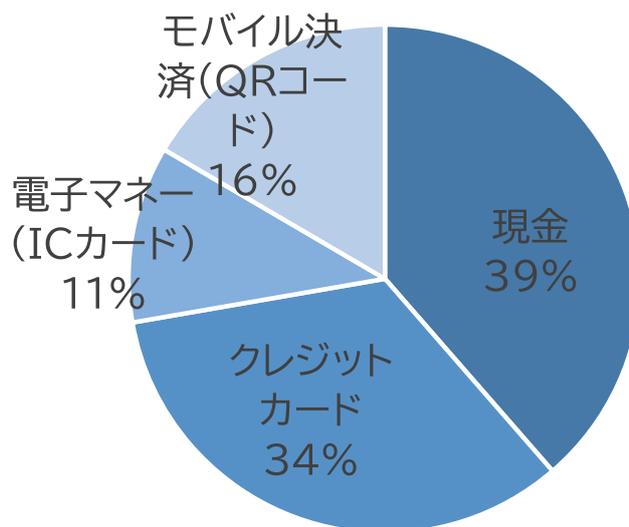


③⑩ 決済方法

R4

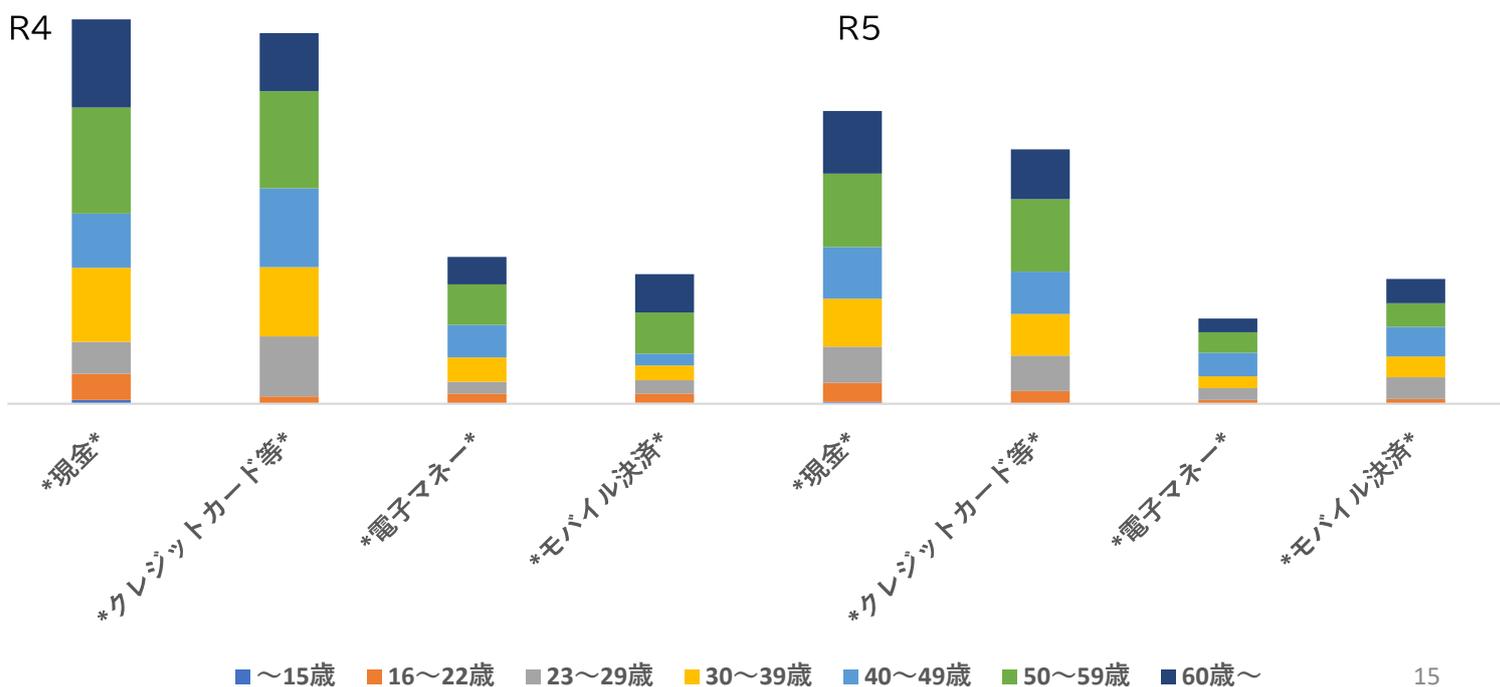


R5



③⑪ 決済方法 (年齢別)

R4



R5



㊸ 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	6.35	5.52	5.83	6.00	5.65	4.52	5.30	5.22	5.52	5.00
23～29歳	5.82	5.13	5.55	4.79	5.04	4.36	4.96	4.77	5.16	4.27
30～39歳	6.09	5.13	5.45	5.01	5.09	4.06	4.70	4.66	4.89	4.12
40～49歳	5.74	4.73	5.50	4.86	4.84	4.22	4.75	4.56	4.86	4.07
50～59歳	5.48	4.36	4.96	4.84	4.48	3.90	4.28	4.46	4.51	4.00
60歳～	5.57	4.59	5.01	4.58	4.68	3.88	4.39	4.18	4.44	3.72
全年齢	5.74	4.78	5.26	4.88	4.82	4.07	4.60	4.53	4.75	4.08



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	～15歳
構成比	21%	25%	19%	16%	12%	5%	1%
来訪時期	10月・3月に集中	10月・3月に集中	10月・3月に集中	10月・3月に集中	10月・3月に集中	10月・3月に集中	10月・3月に集中
居住地	道外	道外・道内	道外・道内	道外	道外	道外・道内	道内
同行者	夫婦	ひとり旅 (男性ひとり旅多い)	ひとり旅・夫婦 (男性ひとり旅多い)	ひとり旅 (男性ひとり旅多い)	ひとり旅・友人	ひとり旅・友人	家族
参加形態	個人・団体旅行	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	無職
年収	400万未満・ 600万～800万	400万～600万	400万～600万	400万～600万	200万～400万	200万未満	200万未満
旅への期待	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歴史	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	①自然・景観 ②最北到達 ③温泉	
旅マエ情報収集	①旅行会社HP ②DMO・HP ③観光協会HP	①観光協会HP ②DMO・HP ③ガイド	①観光協会HP ②ガイドブック ③DMO・HP	①Instagram ②家族・知人・友人 ③ガイド	①観光協会HP ②DMO・HP ③ガイドブック	①Instagram ②YouTube ③家族・知人・友人	
旅ナカ情報収集	①ガイドブック ②観光協会HP ③DMO・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	①ガイドブック ②Googlemap ③Instagram	①Instagram ②Twitter ③DMO・HP	①Googlemap ②Twitter ③グルメサイト	
旅行申込み時期	2～3か月以上前	2～3か月以上前	1～3か月前	1～2か月前	1～2か月前	1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	宿泊施設のWEB サイト	
滞在日数	①2泊3日 ②1泊2日	①1泊2日 ②2泊3日	①1泊2日 ②2泊3日	①1泊2日 ②2泊3日	①1泊2日 ②2泊3日	①2泊3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)	5.81	6.05	5.69	5.69	5.75	5.58	



《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
- ・地域診断 住民アンケート
- ・広報を利用したDMO周知活動。等

《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）