

稚内・利尻・礼文 来訪者アンケート 分析結果

分析対象期間：《下半期》2024年10月1日～2025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

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。**一部名刺サイズ参加促進カード配布**。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】



3. 調査期間

2024年10月1日(火)～3月31日(月)

4. 回答数

524件

《概況》

上期同様に観光需要の本格的な回復が見える結果になってきた。団体から個人型にシフトしつつ、地球温暖化の影響か、10月の旅行需要は昨年より増加傾向に。1ヶ月旅行シーズンが延長された様相だった。確定入込数の発表を期待。

令和6年度上期の宗谷管内観光入込数(延べ人数)は151万300人であり、前年度と比較して12万6200人、9.1%の増加となった。(確定) 円安の影響で国内旅行の需要が高まり、訪日外国人の入込者数も増加し、利尻・礼文・サロベツ国立公園指定50周年のプロモーションを始めとして知名度の訴求にも貢献。

きた・北海道DMOエリアにおいても各エリアの状況は、稚内市入込数397千人(前年比106.5%)、宿泊延数235千人(前年比100.2%)、礼文町入込数83千人(前年比110.8%)、宿泊延数62千人(前年比128.1%)、利尻町入込数103千人(前年比106.3%)、宿泊延数27万人(前年比110.5%)、利尻富士町入込数103千人(前年比106.3%)、宿泊延数63.4千人(前年比114.6%)と各エリアで大きく入込・宿泊等を伸ばしている。

《地域の受け入れ・WEBプロモーション》

きた・北海道DMO WEBサイトの2025年の状況は アクティブユーザー384,904件(前年比157.8%)、表示回数1,098,489件(前年比153.8%)と急激に利用者が上昇。

2025年度はSNSとWEBを充実させ、広く情報提供が必須事項。

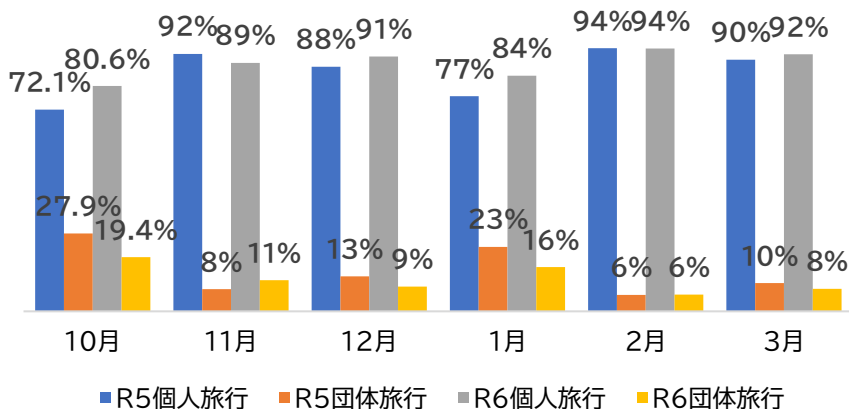
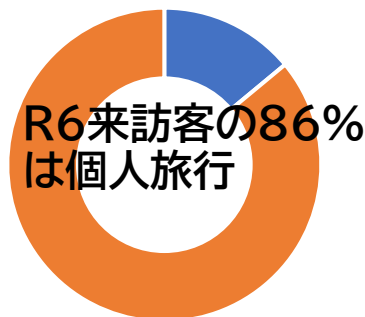
《トピック》

台湾マーケット向けキャンペーンを実施。新規ツアー19団体・約700名の結果が出た。団体誘致に適している9月・10月のショルダー期へのプロモーションは必須。また、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。



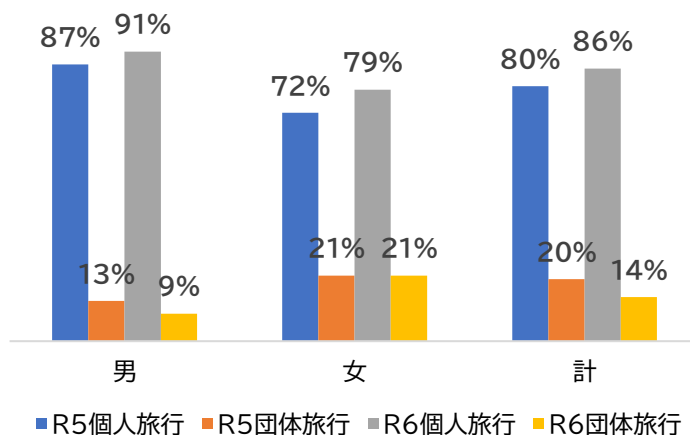
① 来訪客体

各月で**個人旅行**の需要が高い

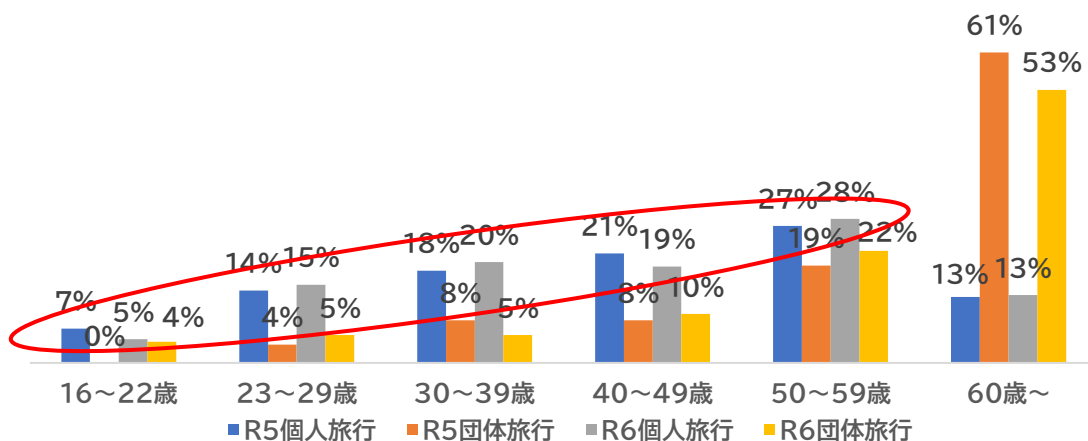


② 男女別

86%は個人旅行で来訪



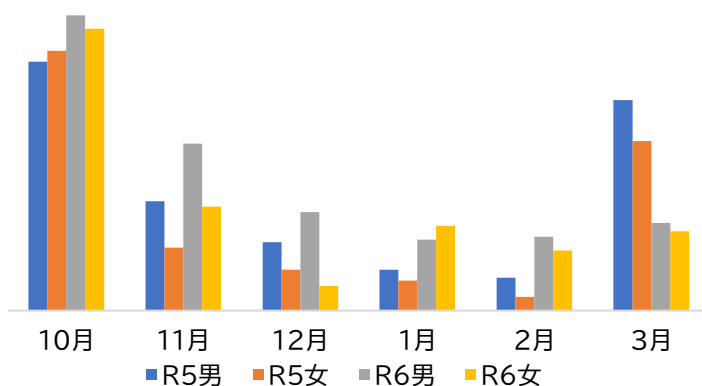
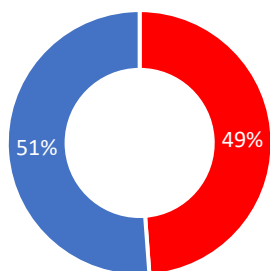
③ 旅行参加年代層





④ 性別

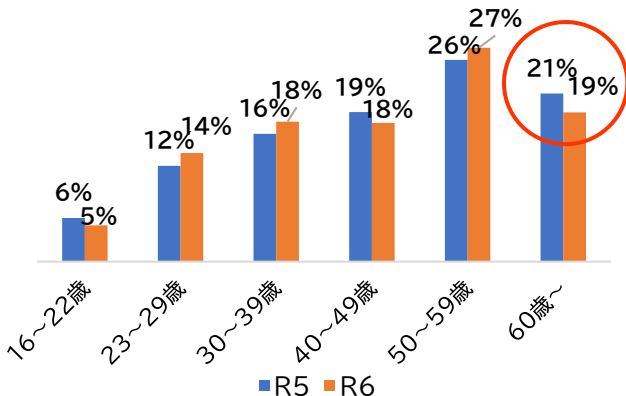
男女比は半々



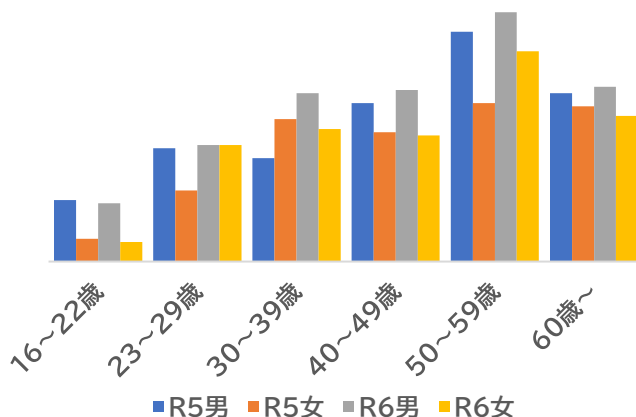
⑤ 年代別

下期は60歳以上の年代層が減少 ビジネスへの転換・・・。

上期と比較して男女比が逆転する。

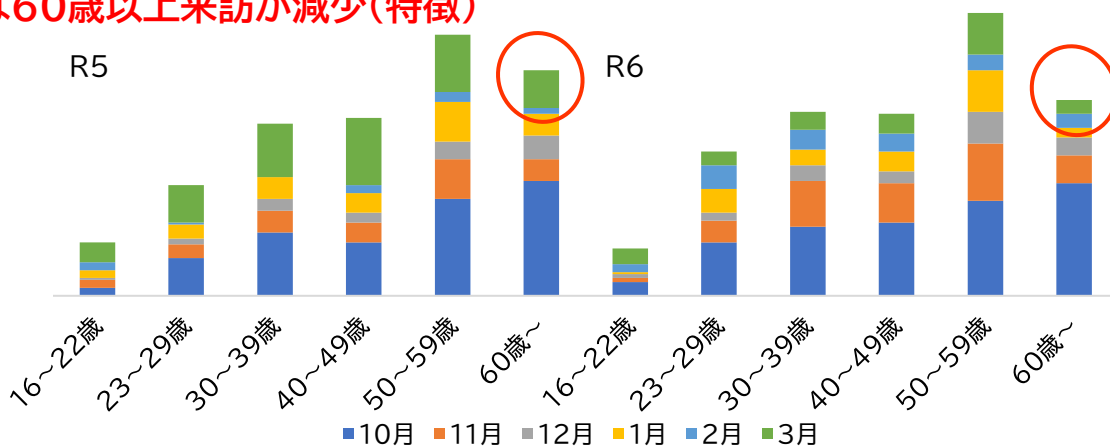


男女別では



⑥ 年代別 (来訪月別)

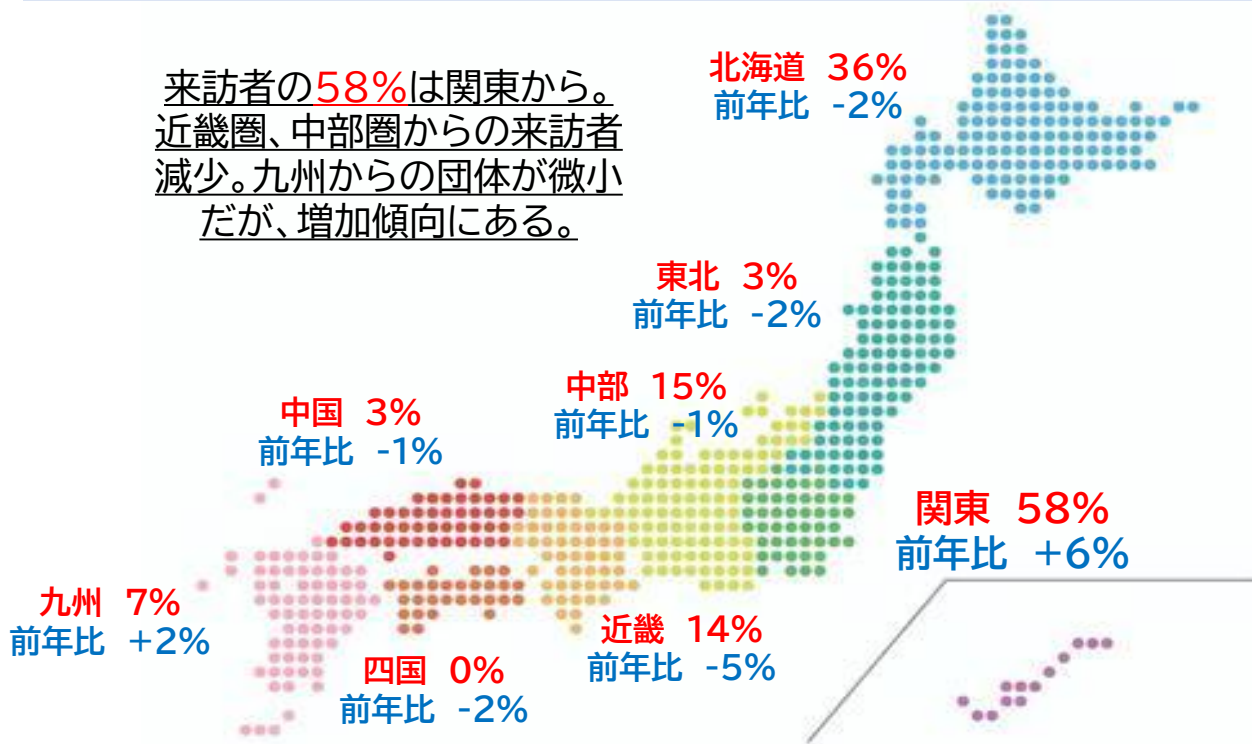
下期は60歳以上来訪が減少(特徴)





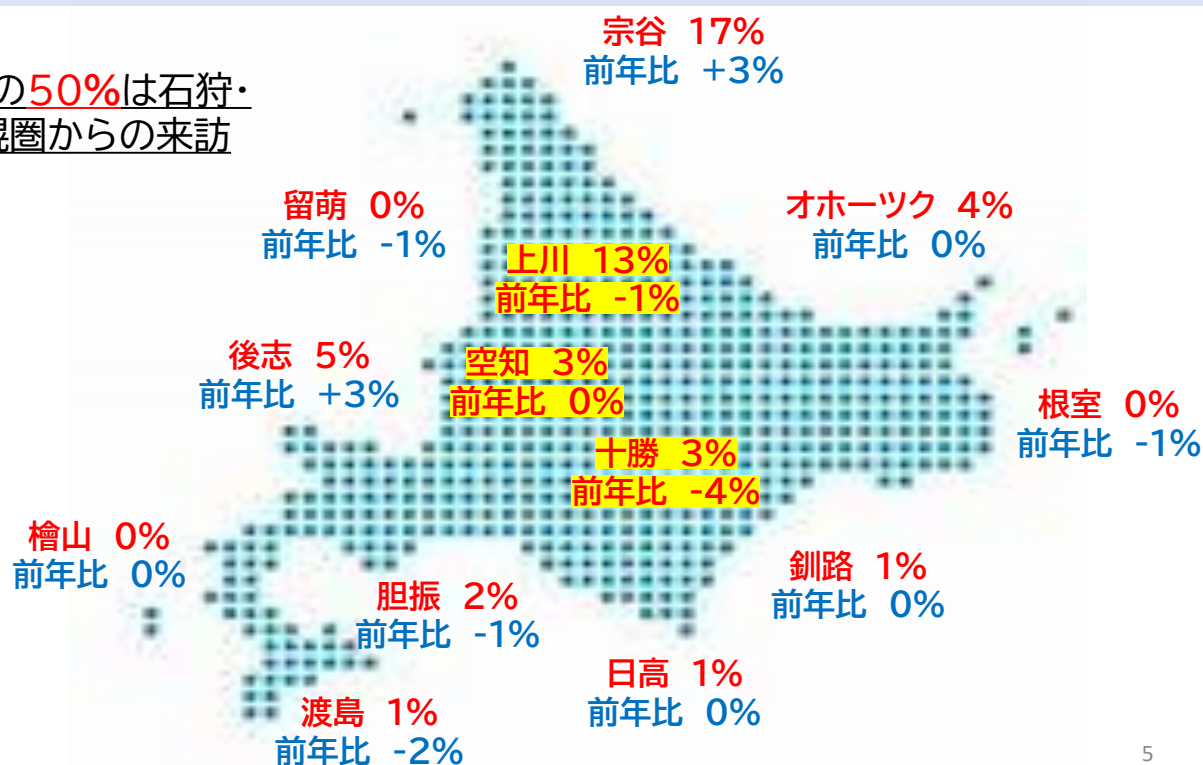
⑦ 全国

来訪者の**58%**は関東から。
近畿圏、中部圏からの来訪者
減少。九州からの団体が微小
だが、増加傾向にある。



⑧ 道内

道内の**50%**は石狩・
札幌圏からの来訪

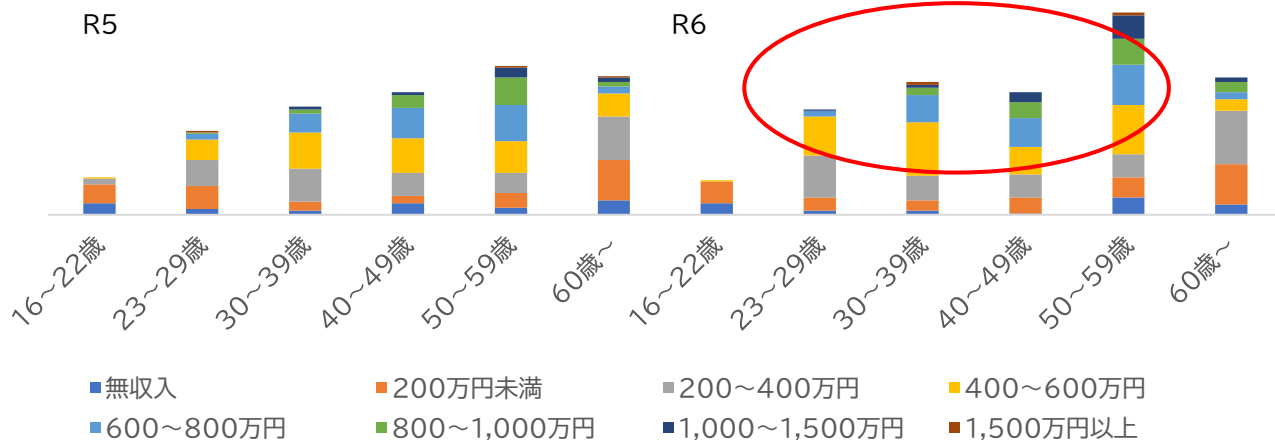




⑨ 来訪者の年収

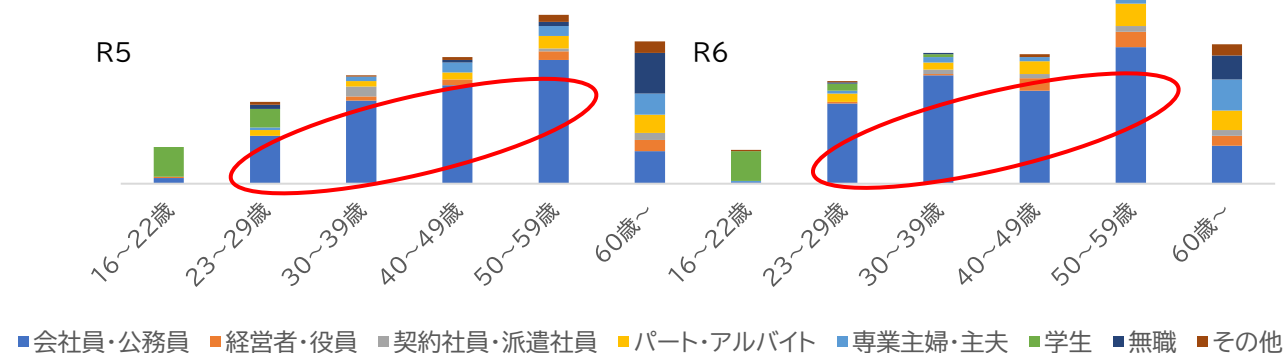
平均的な年収層 国民平均:461万(男性:567万・女性:280万)国税庁調査委より

比較的に中・高所得者が来訪
500万～1,000万以上が半数



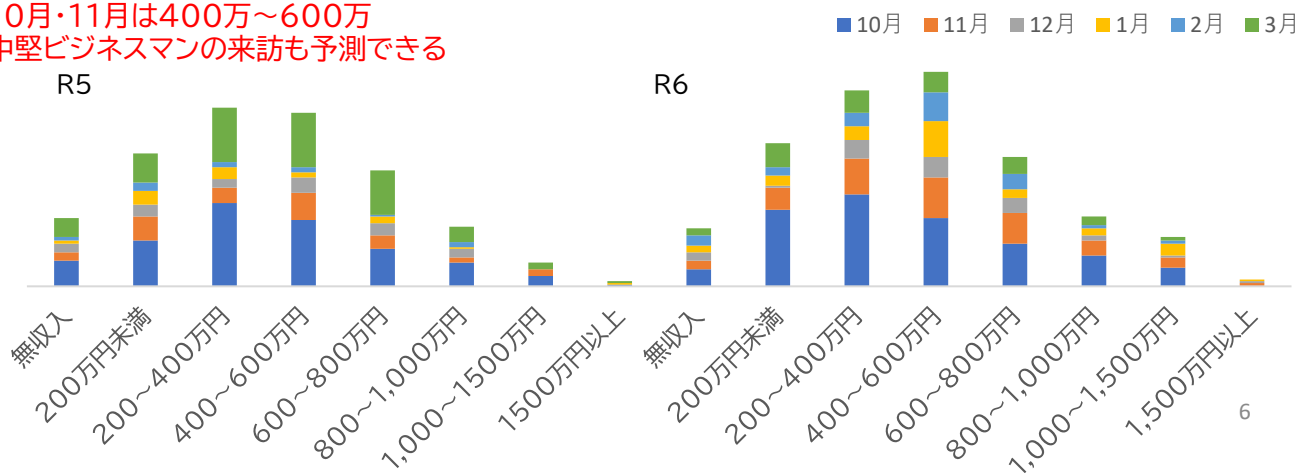
⑩ 来訪者の職業

上期同様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)

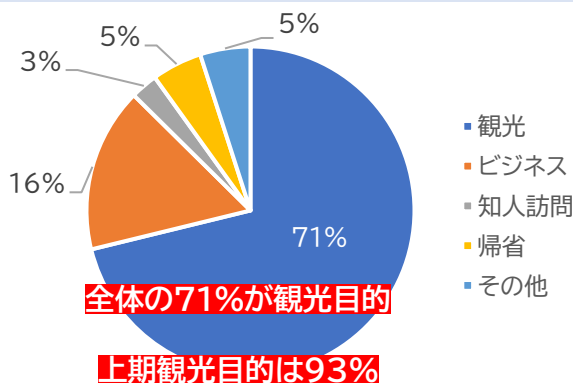
10月・11月は400万～600万
中堅ビジネスマンの来訪も予測できる





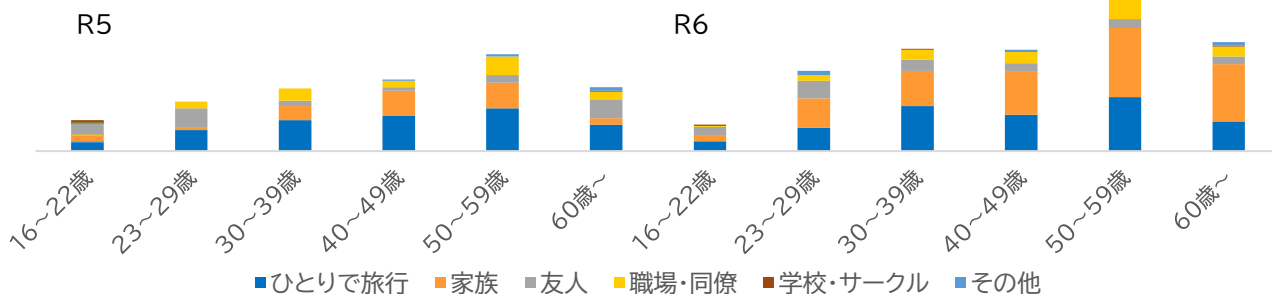
⑫ 来訪目的

下期は観光需要が減り帰省・ビジネスの来訪が増加する



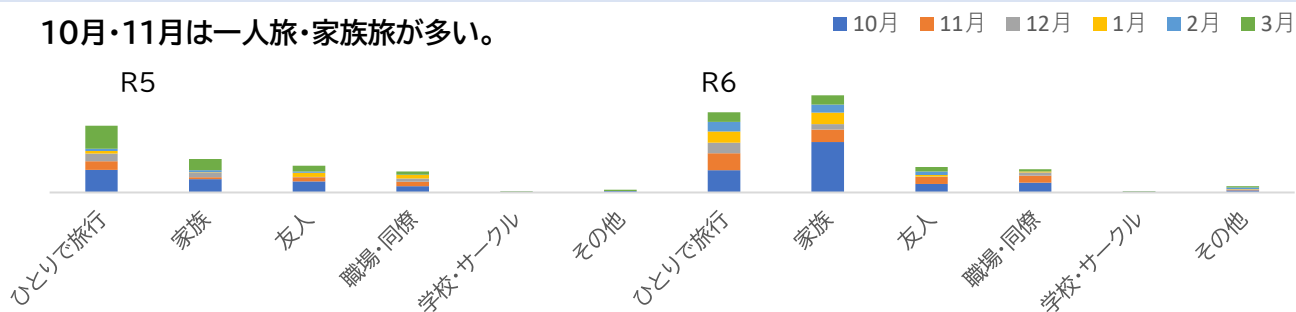
⑬ 同行者

家族・友人・職場・同僚も多いが、一人旅の比率も多い。



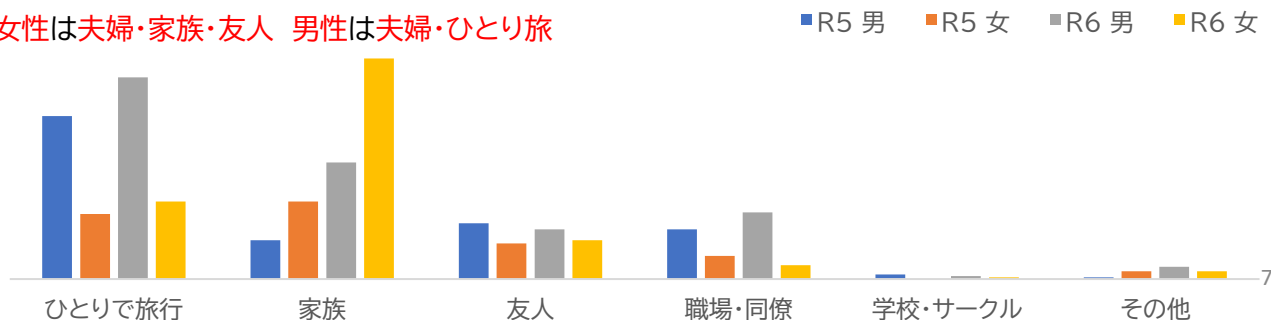
⑭ 同行者

10月・11月は一人旅・家族旅が多い。



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	20	57	65	55	81	65
歴史・文化	6	12	17	14	13	7
グルメ	9	31	41	36	51	41
温泉	6	23	22	22	28	15
海洋アクティビティ等	1	3	2	2	0	0
カーリング	0	1	1	0	0	0
登山・トレッキング	1	5	6	7	4	6
キャンプ	0	2	2	2	1	1
植物鑑賞	2	0	8	3	5	5
野鳥観察	1	1	1	2	3	3
映画・アニメ等の舞台	0	1	1	2	0	0
ドライブ・ツーリング・サイクリング	5	11	8	11	12	9
イベント	0	5	4	4	3	2
日本の最北に行ってみたかったから	12	32	36	36	36	31
家族・知人訪問	0	9	16	13	9	3
仕事	1	7	11	16	35	15
その他	0	1	0	3	8	3
合計	64	201	241	228	289	206

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
自然・景観	146	56	30	42	35	34
歴史・文化	28	13	3	11	4	10
グルメ	80	36	16	27	22	28
温泉	36	24	7	20	12	17
海洋アクティビティ等	5	1	0	0	0	2
カーリング	1	0	0	1	0	0
登山・トレッキング	19	1	1	3	5	0
キャンプ	2	0	2	1	1	2
植物鑑賞	13	4	2	0	2	2
野鳥観察	2	4	1	1	2	1
映画・アニメ等の舞台	1	0	0	0	2	1
ドライブ・ツーリング・サイクリング	31	10	6	0	4	5
イベント	4	1	2	3	5	3
日本の最北に行ってみたかったから	70	35	16	19	22	21
家族・知人訪問	18	10	2	11	4	5
仕事	25	23	15	3	7	12
その他	6	4	0	2	1	2
合計	487	222	103	144	128	145



⑱ 年代別 旅マエ情報収集ツール（複数回答）

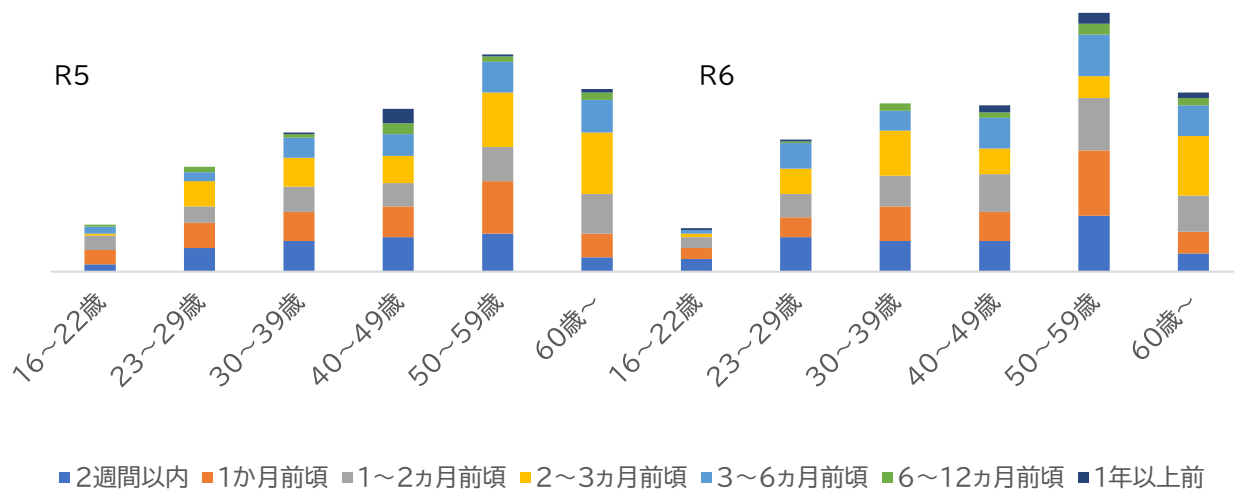
	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳～
face book	1	0	1	7	9	3
instagram	11	31	22	15	21	5
twitter	9	12	23	13	9	3
youtube	10	17	20	22	22	17
tiktok	1	2	1	0	1	0
きた・北海道DMOの公式HP	6	17	17	18	19	17
北海道観光振興機構のHP	0	0	0	0	0	0
JNTO(日本政府観光局)のHP	1	1	0	0	0	1
観光協会や自治体のHP	4	7	32	22	31	20
各種旅行会社のHP	3	8	2	5	11	19
旅行代理店の窓口	0	1	0	1	4	6
ポスター・パンフレット・ガイドブック	5	7	21	17	25	21
新聞・雑誌	0	3	1	5	15	10
家族・友人・知人	3	24	20	20	25	15
TV・CM	0	0	0	2	5	1
特になし	2	10	13	15	26	14
合計	56	140	173	162	223	152

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	0	1	1	4	11	4
instagram	7	25	21	17	23	6
twitter	7	11	22	14	19	1
youtube	7	13	8	17	19	10
tiktok	0	4	1	0	2	0
きた・北海道DMOの公式HP	7	13	15	14	17	17
北海道観光振興機構のHP	5	3	9	7	15	6
JNTO(日本政府観光局)のHP	2	0	0	0	2	0
観光協会や自治体のHP	6	11	27	22	28	20
各種旅行会社のHP	0	4	5	5	10	12
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	3	16	23	21	30	27
新聞・雑誌	2	1	2	5	9	9
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	3	10	8	13	24	5
観光案内所	1	8	12	12	13	14
ガイド	5	19	27	23	39	38
訪問先の地元住民	1	2	11	9	9	2
グーグルマップ	11	24	44	30	34	17
合計	67	165	236	213	304	188

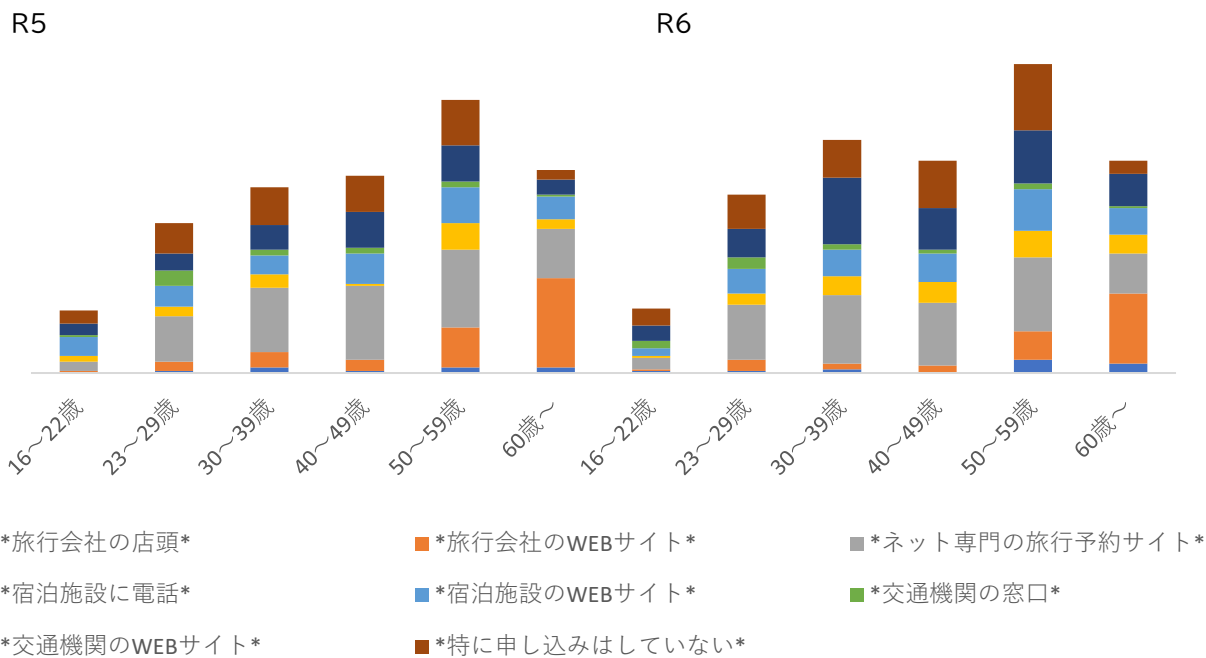


⑩ 年代別 旅行申し込み時期



⑪ 年代別 旅行申し込み先

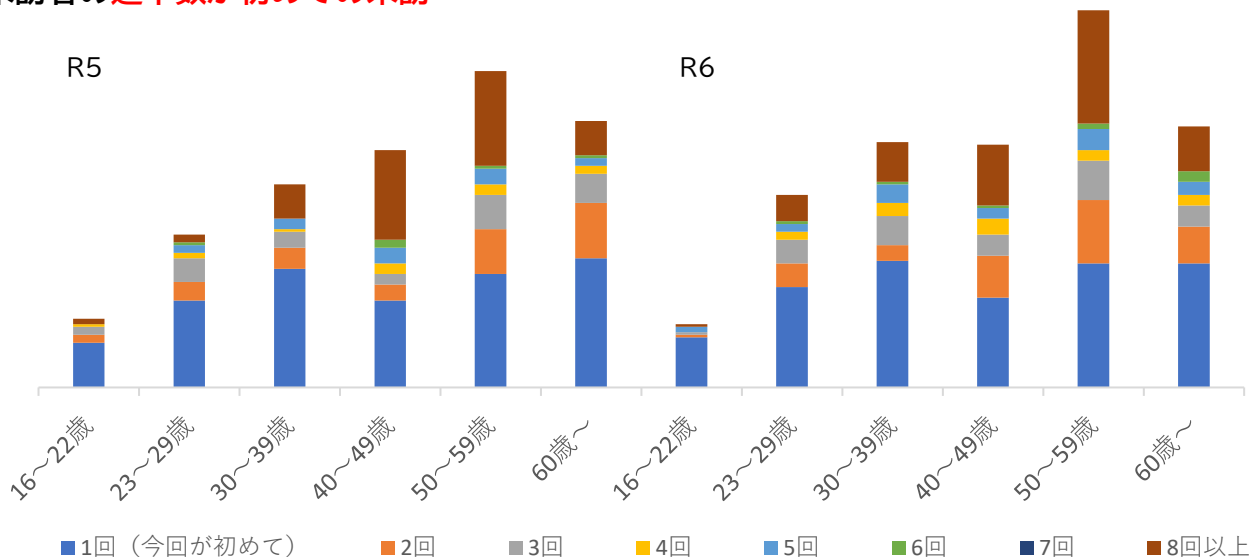
OTA(オンライントラベル)が主流



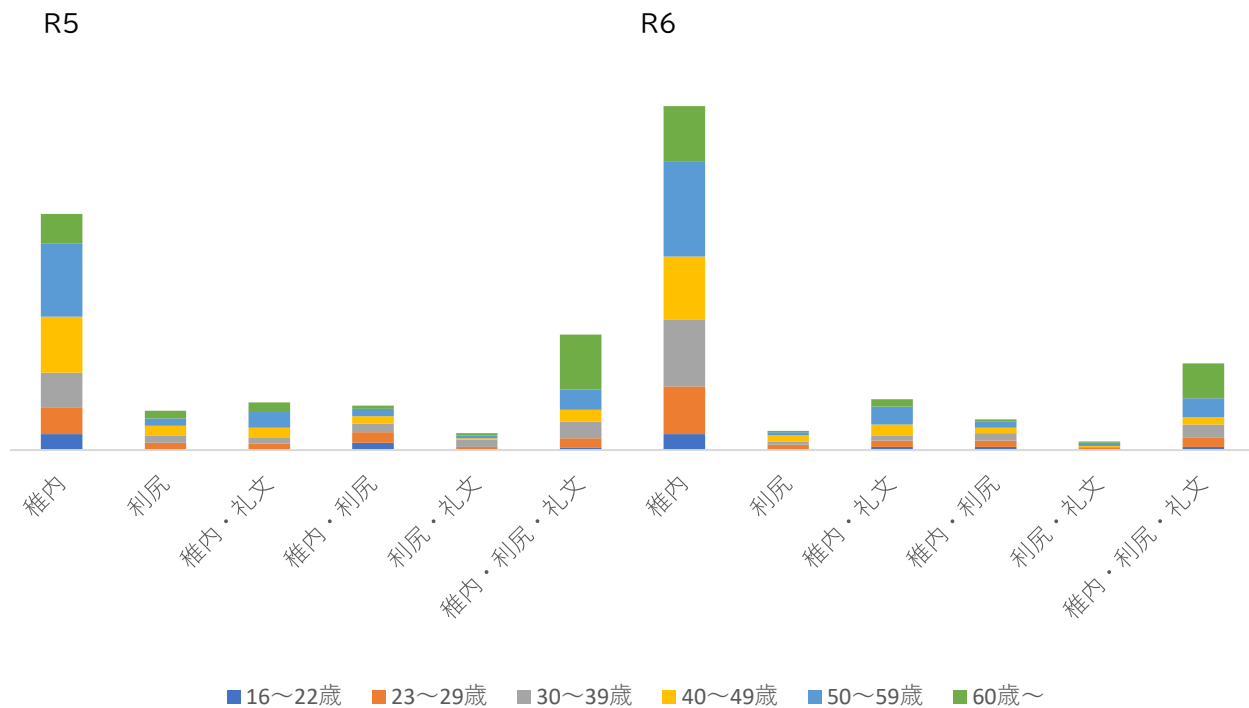


⑫ 年代別 来訪回数

来訪者の過半数が初めての来訪

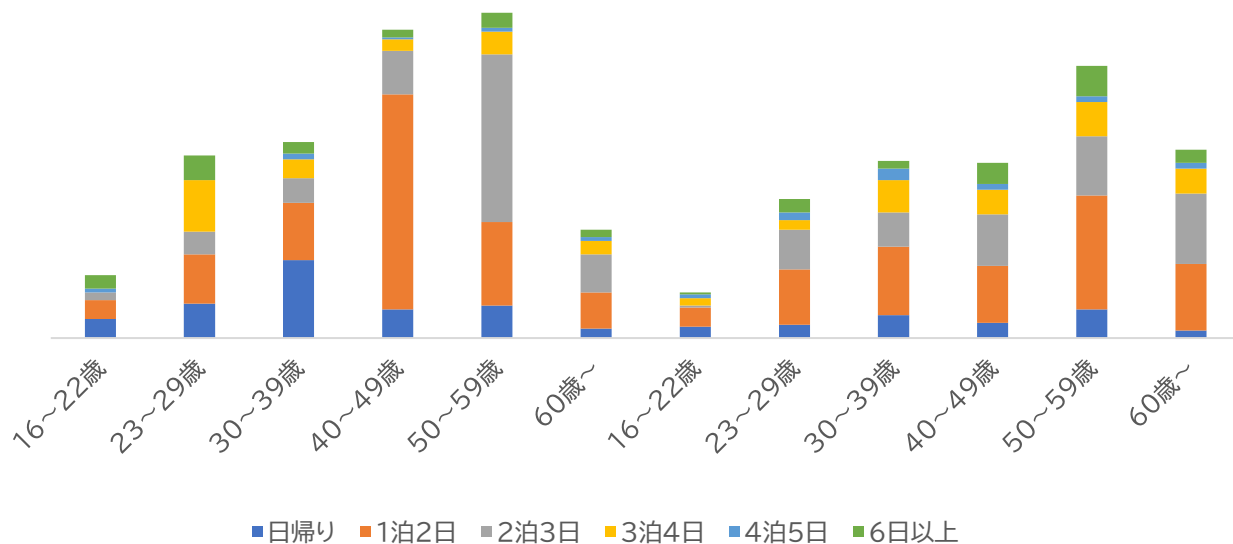


⑬ 年代別 来訪エリア





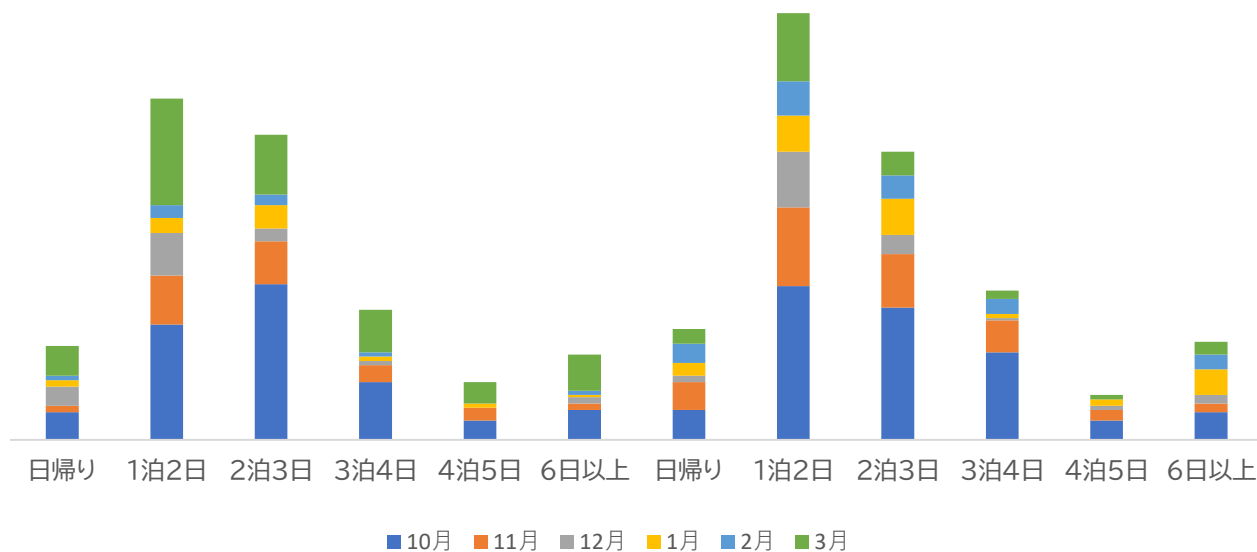
㊴ 年代別



㊵ 月別

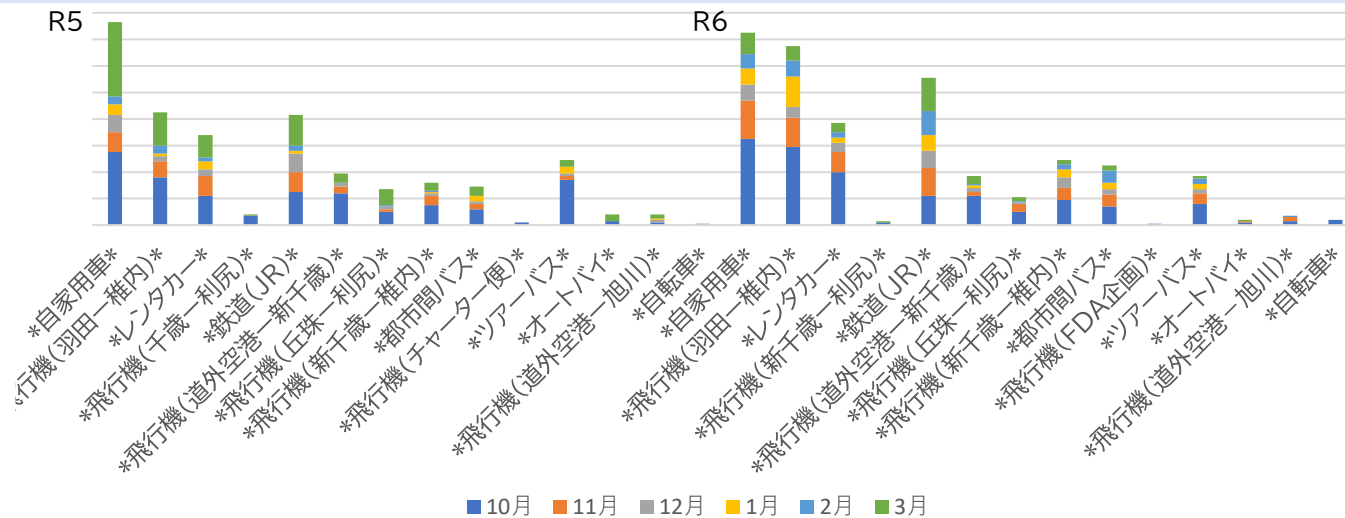
R5

R6

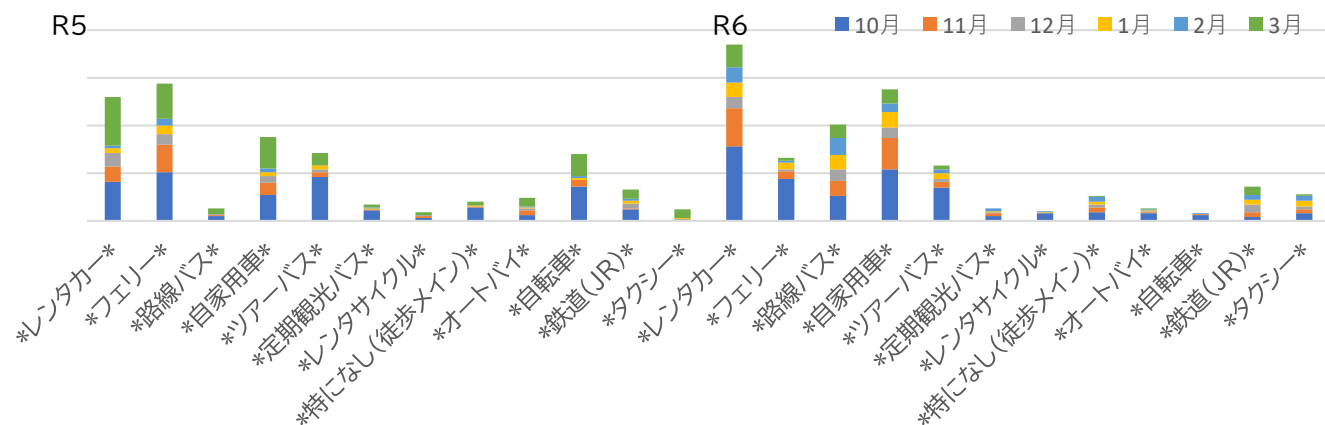




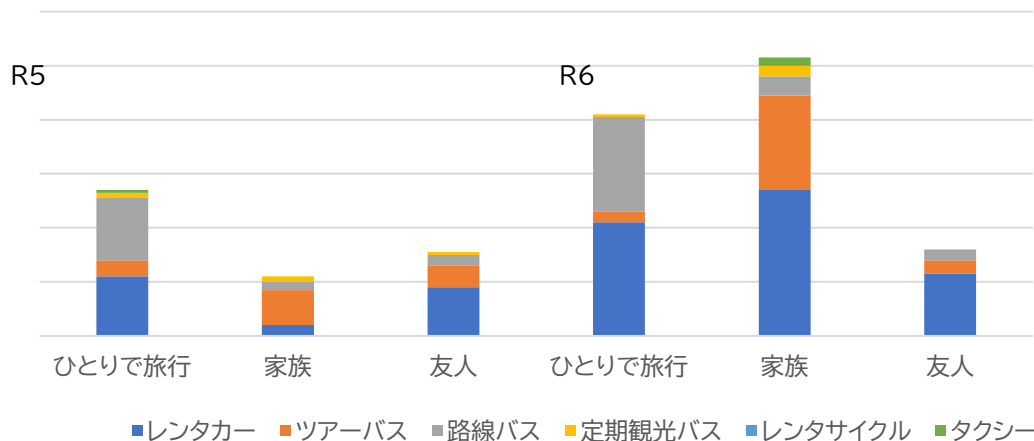
②⑥ 管内までの移動手段



②⑦ 管内での移動手段

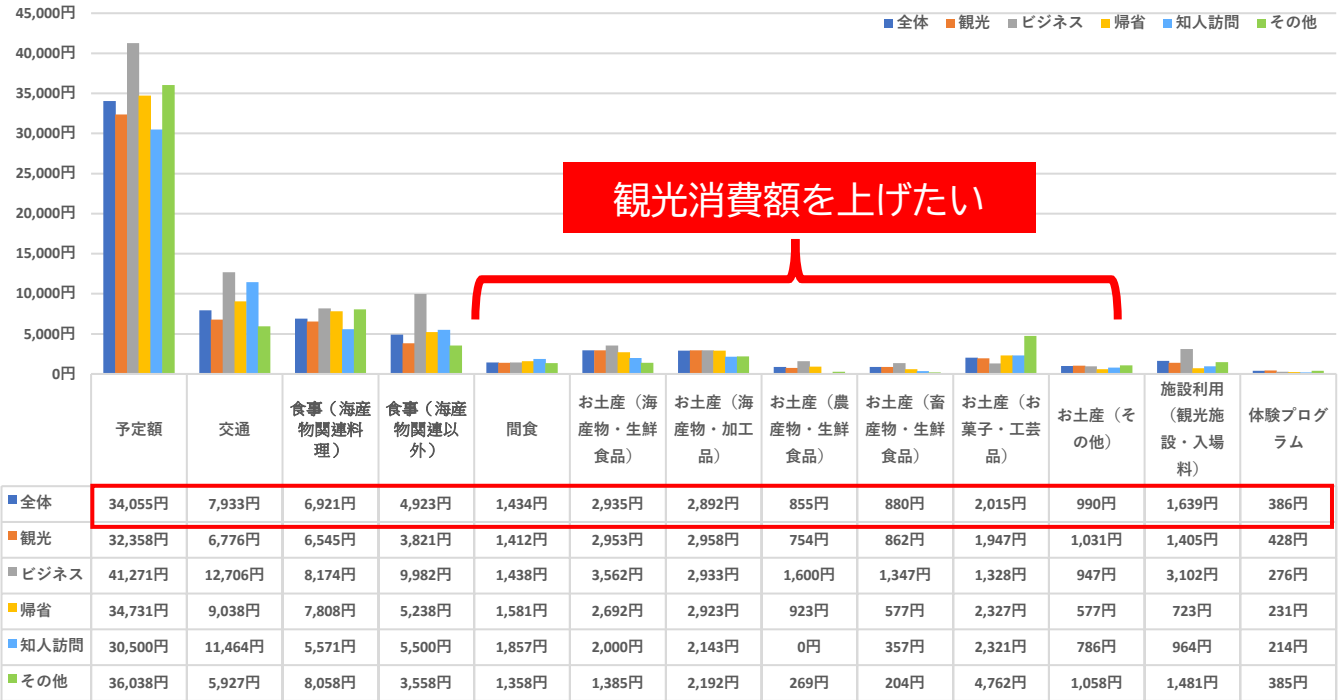


②⑧ 管内での移動手段(来訪者上位比較)

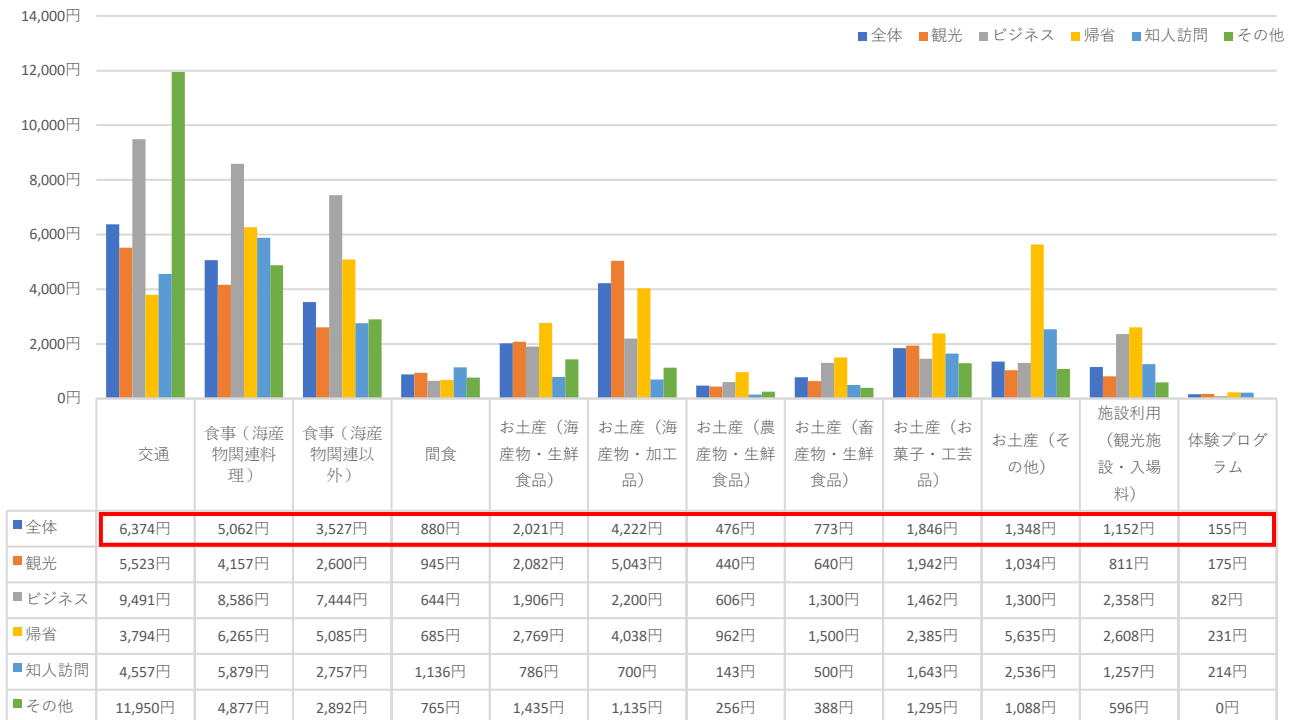


② 観光消費額

① 稚内・利尻・礼文エリア内での旅行消費予定額(平均)



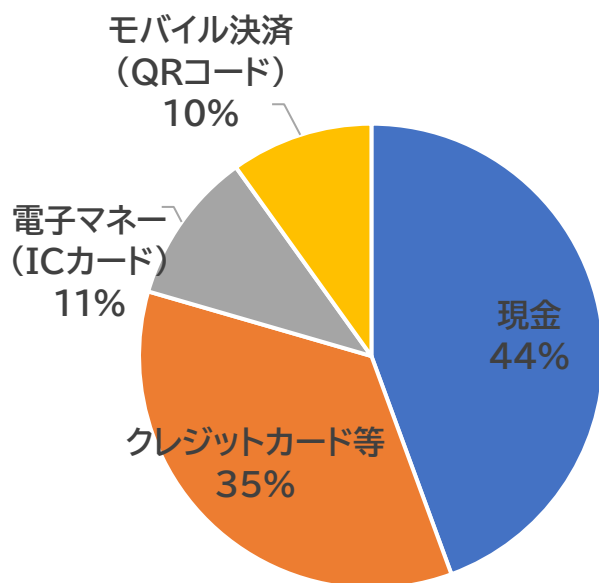
② 稚内・利尻・礼文エリア内での実際の旅行消費額(平均)



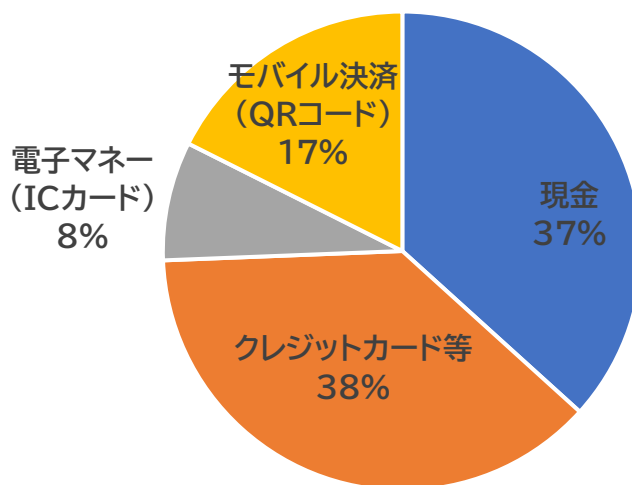


③ 決済方法

R5

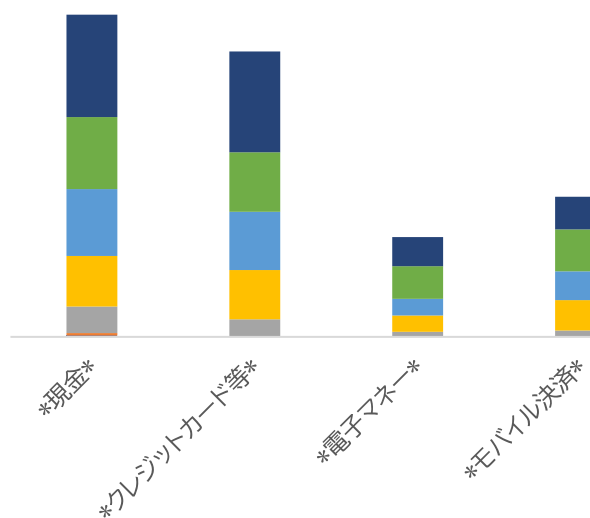


R6

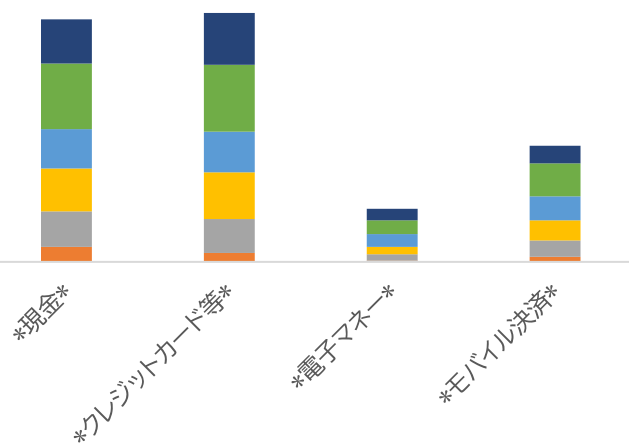


③ 決済方法 (年齢別)

R5



R6



16~22歳 23~29歳 30~39歳 40~49歳 50~59歳 60歳~



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	6.13	5.47	5.38	5.61	5.87	5.00	4.78	5.55	5.52	5.30
23～29歳	5.92	5.57	5.63	5.40	5.38	4.31	5.17	4.81	4.62	4.40
30～39歳	6.19	5.07	5.55	5.45	5.31	4.40	4.86	4.87	4.96	4.90
40～49歳	5.46	4.45	5.13	4.92	4.85	4.20	4.43	4.48	4.46	4.02
50～59歳	5.39	4.41	4.89	4.73	4.70	4.02	4.32	4.36	4.29	4.07
60歳～	5.56	4.46	5.27	5.01	4.89	4.15	4.42	4.94	4.73	4.28
全年齢	5.67	4.77	5.23	5.06	5.02	4.23	4.59	4.69	4.61	4.36

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	19%	27%	18%	18%	14%	5%
来訪時期	10月に集中	10月・11月に集中	10月・11月に集中	10月・11月に集中	10月に集中	10月・3月に集中
居住地	道外	道外	道外	道外	道外	道外
同行者	家族・ひとり旅	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	ひとり旅・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・主夫 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	600万～800万	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	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グルメ
旅マエ情報収集	①ガイドブック ②観光協会HP ③旅行会社HP	①観光協会HP ②特になし ③家族・知人・友人／ガイドブック	①YouTube ②観光協会HP ③家族・友人・知人	①観光協会HP ②Twitter ③Instagram	①Instagram ②家族・知人・友人 ③DMO HP／YouTube	①Instagram ②YouTube ③Twitter
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	2～3か月前	1か月前後	1～2か月前	2～3か月前	2週間以内	2週間以内
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	特に申込はしていない
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	①1泊2日 ②日帰り
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)	5.77	5.71	5.92	5.87	6.22	6.29



《取り組みの前提》

- ・（拡大路線）全体の86%を占める個人旅行の受入環境整備を推進
増加傾向の訪日外国人のアンケート調査拡大。
FITに対する受入環境整備の推進
- ・（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（早急に検討しやめたほうが良い・今後の団体旅行は減少はするが残ります）

《北宗谷に來訪する人のスペック》

- ・旅の情報収集は自治体・観光協会/DMO webサイト及びGoogle Map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。
- ・再来訪の意識が高い。

《來訪者の傾向》

- 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 $+\alpha$
（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》

- ・2023年6月1日～ アンケート調査開始3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 2年連続開催
- ・広報を利用したDMO周知活動等
- ・地域パワーインデックス(JTB総研調査)地域診断
- ・二次交通受入環境整備事業(バス停・交通拠点案内強化)
- ・海外マーケットプロモーション等

◎ 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)
- ・二次交通情報に特化した発信強化
- ・観光消費額増加に向けた調査の深堀
- ・宿泊事業者のOTA契約と宿泊プラン掲載(宿泊事業者)
- ・着地型観光コンテンツを活用したツアー造成
- ・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)