

稚内・利尻・礼文 外国人来訪者アンケート 分析結果

分析対象期間: ≪上半期≫ 2025年4月1日～2026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・交通機関・宿泊施設に掲載・設置したアンケートポスターや、名刺型カードに記載のQRコードより、アンケートにアクセスし回答。

【アンケートポスター】



【名刺型カード】



【QRコード】



3. 調査期間

2025年4月1日(火)～2026年3月31日(火)

4. 回答数

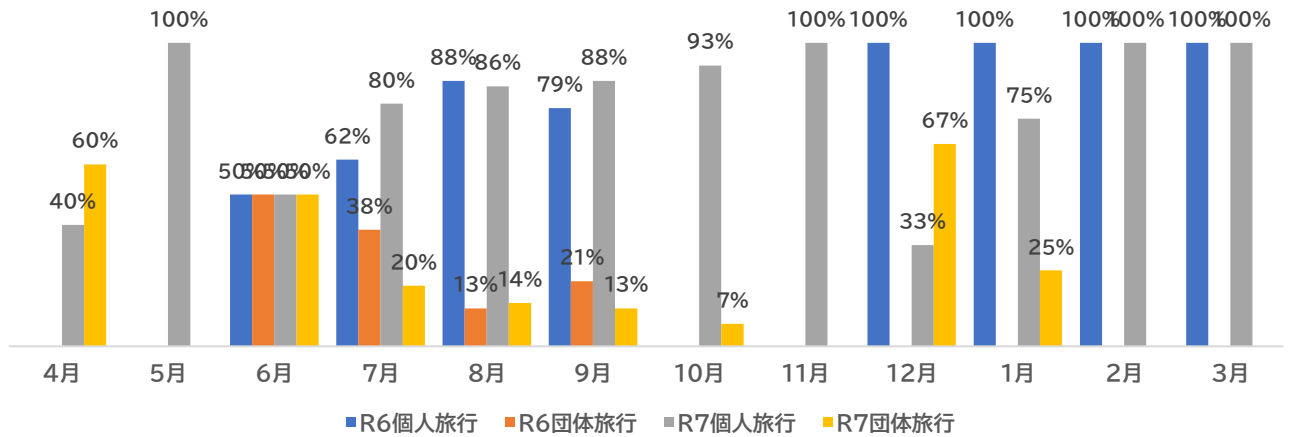
1年間で167件の回答が寄せられた。

《今期の概況》

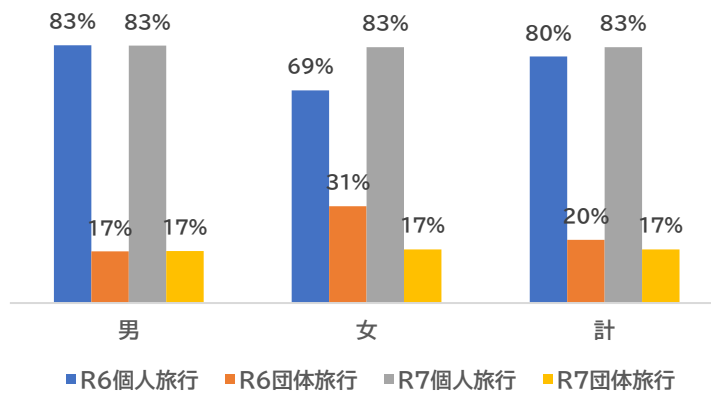
- 1年間(2025年4月～2026年3月)の回答数は **167人**。令和6年度(54人)の **約3.1倍** となり、ポスター・名刺型カードによるQR回収が定着した。
- 回答者の **86%が国外在住**。上位は台湾12.6%・中国12.6%・アメリカ合衆国9.8%・香港9.1%で、18の国・地域が挙げた(n=143)。
- **個人旅行が83%**(前年80%)。同行者はひとり旅39%(同37%)・家族32%(同56%)・友人24%(同6%)で、家族偏重から単独・友人へ分散した。
- **周遊が進んだ**。稚内のみの来訪は39%→**21%**に減り、稚内・利尻・礼文の3島周遊が20%→**43%**へ倍増。利尻・礼文のいずれかを訪れた回答者は79%にのぼる。
- 滞在も長期化。1泊2日は22%→12%に減り、**2泊3日37%を中心に3泊以上が44%**(平均2.6泊)。
- 一人あたり消費額は **87,191円**。宿泊費37,361円・交通22,599円で全体の69%を占め、お土産・買い物は6,848円にとどまる。
- 満足度(7段階)は自然景観6.17が最高、**多言語対応5.05・キャッシュレス対応5.07・地域内の交通機関5.15が下位**。再訪意向は91%(152人)。
- 来訪は8～10月に集中(103人・全体の62%)。11月～3月は月2～7人にとどまり、冬期の回収は今後の課題。



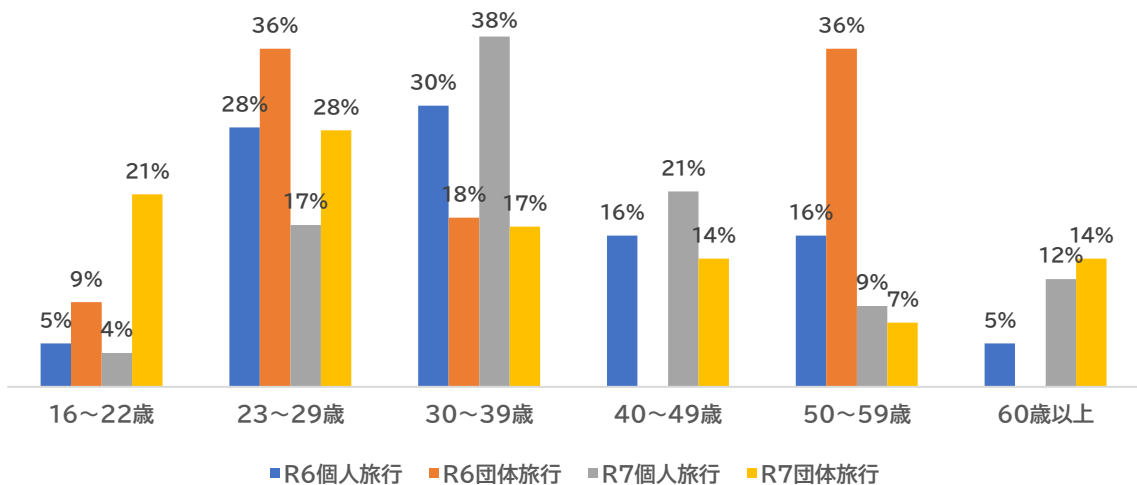
① 来訪月別



② 男女別

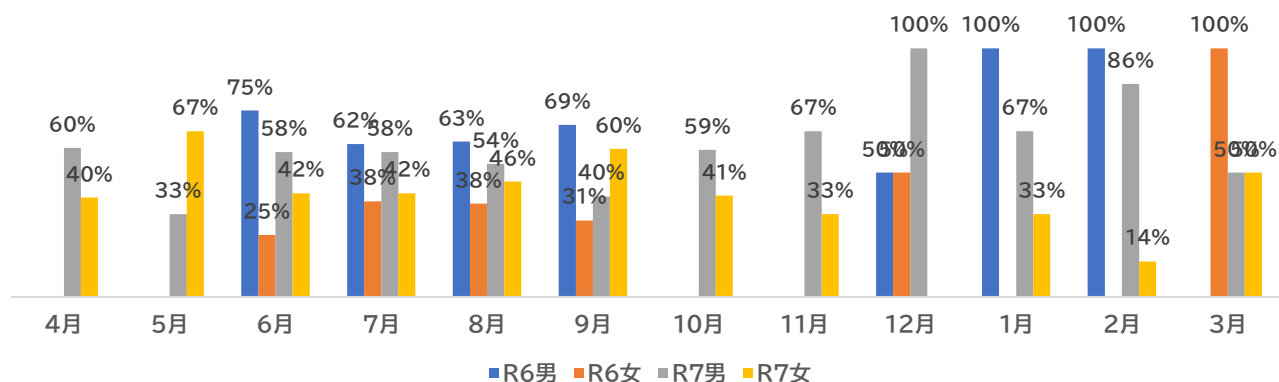


③ 年代別

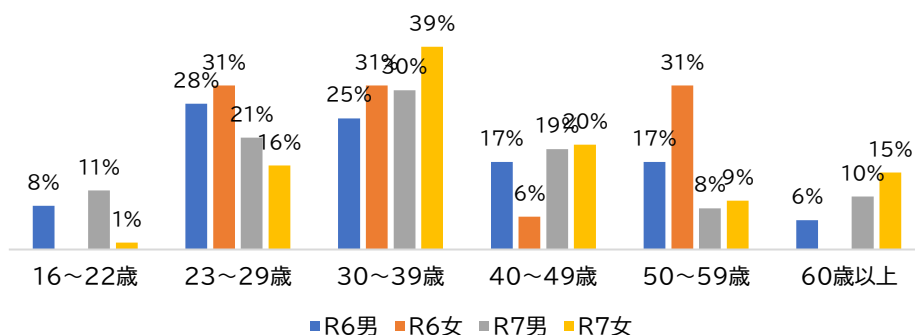




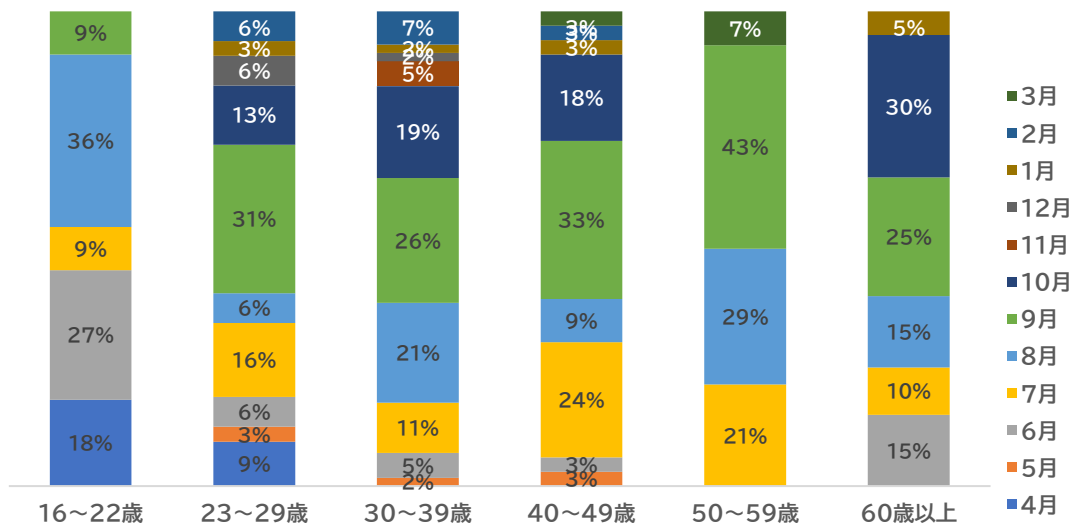
④ 月別 性別



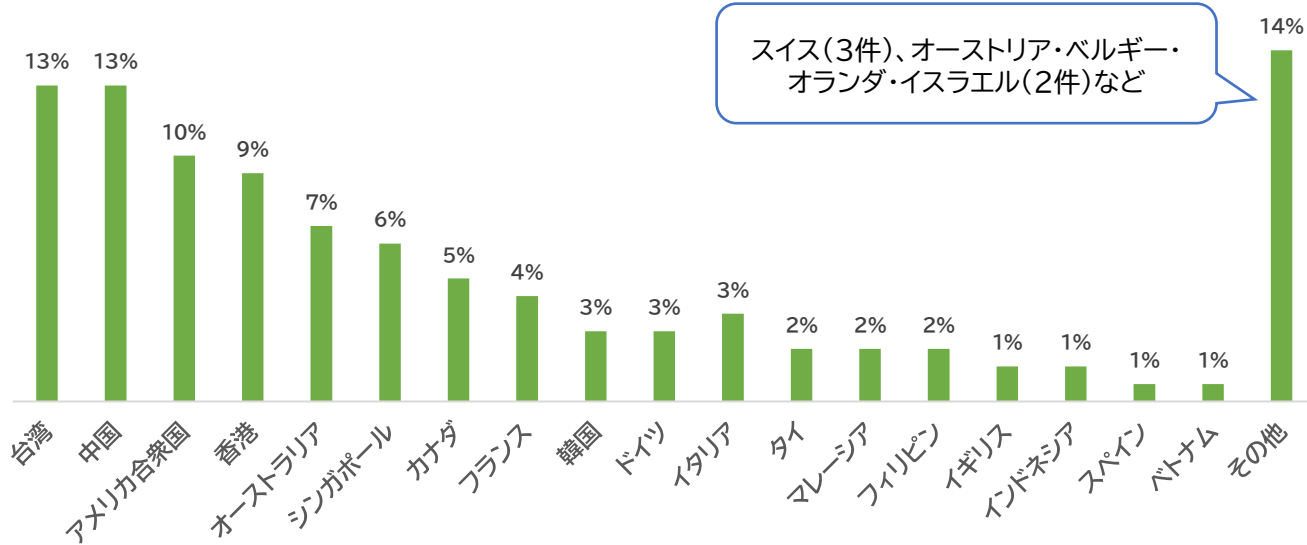
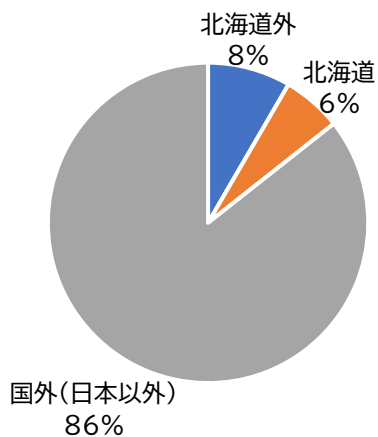
⑤ 年代層



⑥ 年代別 来訪月

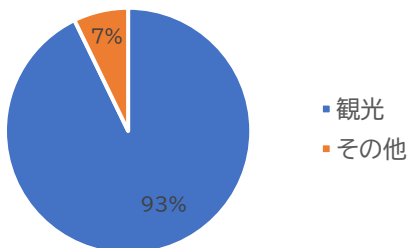


⑦ 居住地

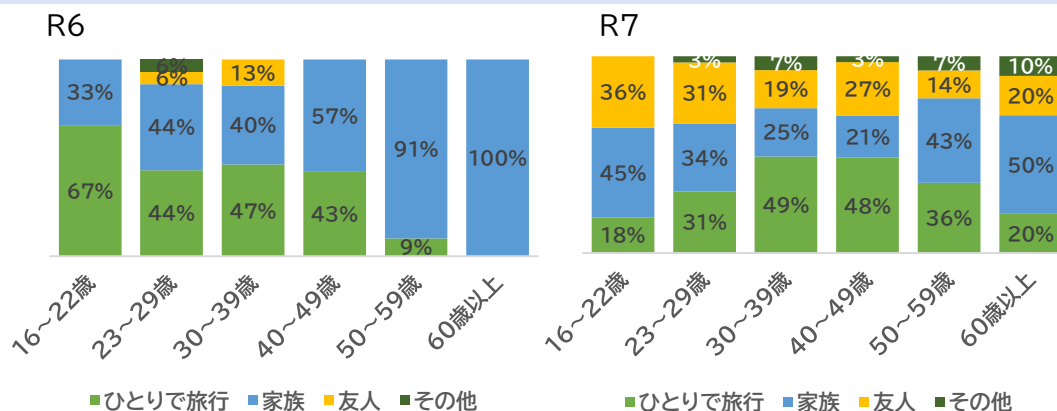




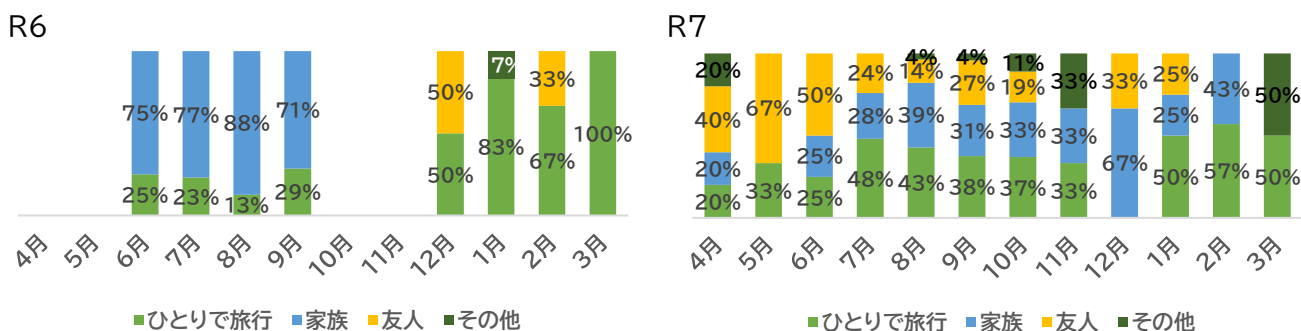
⑧ 来訪目的



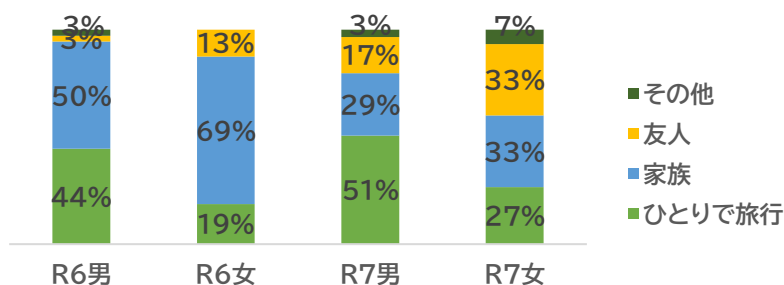
⑨ 年代別 同行者



⑩ 月別 同行者



⑪ 同行者 男女別



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



⑫ 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歳以上
自然・景観	9	27	47	29	13	16
歴史・文化	3	5	11	6	4	4
グルメ	4	8	12	10	6	8
温泉	2	2	10	6	2	6
シーカヤック	1	1	1	2	0	0
カーリング	1	0	0	1	0	0
登山・トレッキング	5	9	21	10	4	5
バックカントリー	3	3	8	8	2	0
キャンプ	2	2	2	0	1	0
植物鑑賞	2	7	8	8	0	3
野鳥観察	3	2	2	1	1	2
映画・アニメ等の舞台	1	2	0	0	1	0
ドライブ観光	1	1	2	5	1	5
イベント	1	0	1	0	0	0
日本の最北に行ってみたかったから	3	14	35	15	8	14
家族・知人訪問	1	0	1	1	0	0
仕事	1	0	0	2	0	0
サイクリング	1	0	0	0	0	0
合計	43	83	161	104	43	63

⑬ 月別 旅行先としての選定理由（複数回答）

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
自然・景観	4	3	10	22	22	42	23	1	2	4	6	2
歴史・文化	1	0	2	5	10	7	4	0	1	1	1	1
グルメ	2	1	4	10	9	13	6	0	1	2	0	0
温泉	0	0	4	3	6	5	5	0	1	2	1	1
シーカヤック	0	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0
カーリング	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
登山・トレッキング	1	2	5	8	11	16	9	0	0	1	1	0
バックカントリー	2	0	1	3	4	4	4	0	0	1	3	2
キャンプ	0	0	0	1	4	2	0	0	0	0	0	0
植物鑑賞	0	0	2	8	5	9	4	0	0	0	0	0
野鳥観察	1	0	0	4	2	1	3	0	0	0	0	0
映画・アニメ等の舞台	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0
ドライブ観光	0	0	1	3	4	3	3	0	0	0	0	1
イベント	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
日本の最北に行ってみたかったから	3	1	6	12	16	23	13	3	3	3	5	1
家族・知人訪問	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
仕事	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
サイクリング	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計	14	7	35	81	101	132	75	4	8	14	18	8



⑭ 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歳以上
Facebook	2	1	4	3	3	4
Instagram	3	4	4	3	0	0
X(旧Twitter)	4	0	3	0	0	0
YouTube	2	4	9	6	6	9
TikTok	2	1	2	0	0	0
きた・北海道DMOの公式HP	2	4	11	5	4	5
北海道観光振興機構のHP	4	3	13	8	6	9
JNTO(日本政府観光局)のHP	2	3	8	3	3	6
観光協会や自治体のHP	2	2	8	3	1	3
各種旅行会社のHP	1	3	0	1	2	2
旅行代理店の窓口	1	3	0	1	2	3
ポスター・パンフレット・ガイドブック	1	2	4	2	3	3
新聞・雑誌	2	0	1	0	0	1
家族・友人・知人	2	6	4	6	1	0
TV・CM	1	1	2	0	0	0
その他	1	3	9	5	2	3
特になし	2	6	14	6	1	0

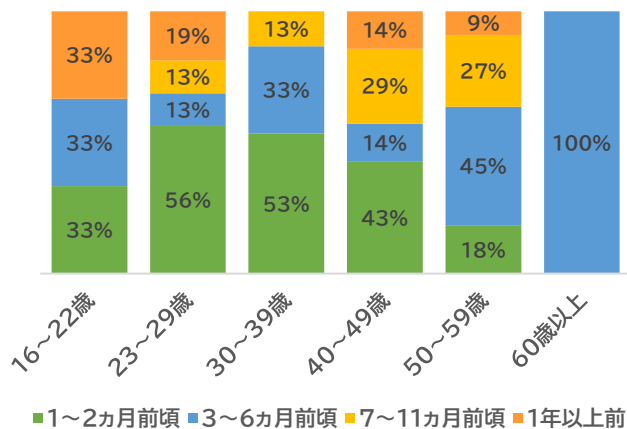
⑮ 年代別 旅ナカ情報収集ツール（複数回答）

	16～22歳	23～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上
Facebook	1	1	4	4	3	4
Instagram	3	1	7	1	0	0
X(旧Twitter)	2	1	1	2	0	0
YouTube	1	5	8	8	6	9
TikTok	1	0	2	0	0	0
きた・北海道DMOの公式HP	0	8	13	6	4	6
北海道観光振興機構のHP	1	6	15	9	7	9
JNTO(日本政府観光局)のHP	0	3	8	4	4	7
観光協会や自治体のHP	1	3	12	3	1	5
各種旅行会社のHP	1	0	0	0	0	2
旅行代理店の窓口	1	0	0	0	0	2
ポスター・パンフレット・ガイドブック	1	3	9	5	3	5
新聞・雑誌	0	0	1	0	0	1
家族・友人・知人	0	6	1	4	1	1
TV・CM	0	0	0	0	0	0
グルメサイト	0	1	2	1	1	0
観光案内所	0	4	10	5	1	2
ガイド	1	1	2	2	2	2
訪問先の地元住民	0	2	4	1	0	0
Googleマップ	4	17	35	13	4	9
その他	0	3	8	5	1	2
特になし	3	2	5	1	1	1

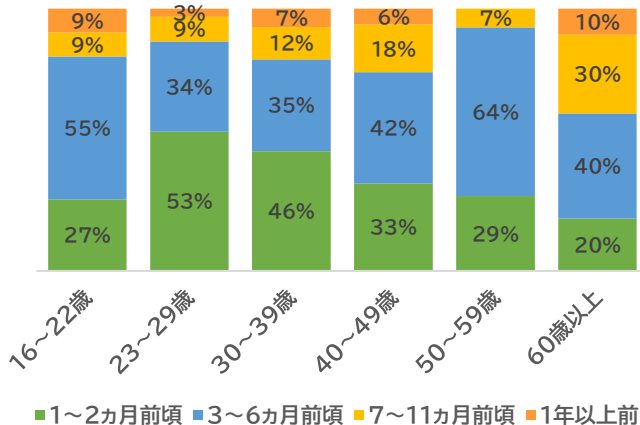


⑩ 年代別 旅行申し込み時期

R6

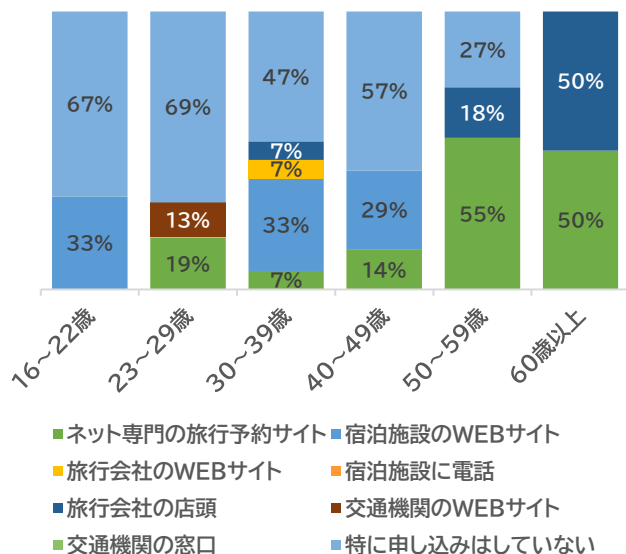


R7

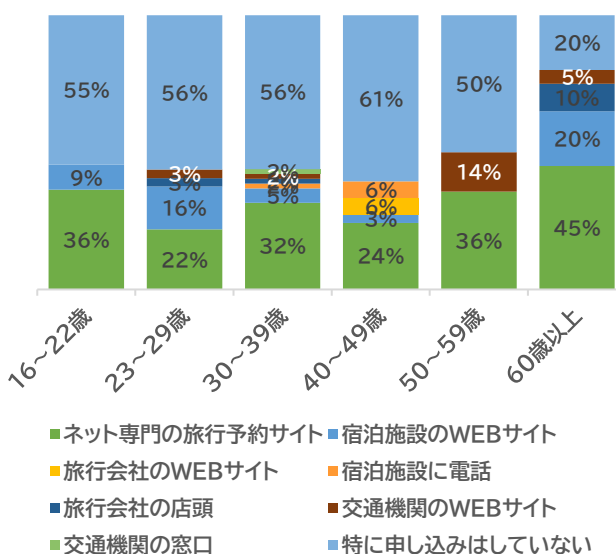


⑪ 年代別 旅行申し込み先

R6



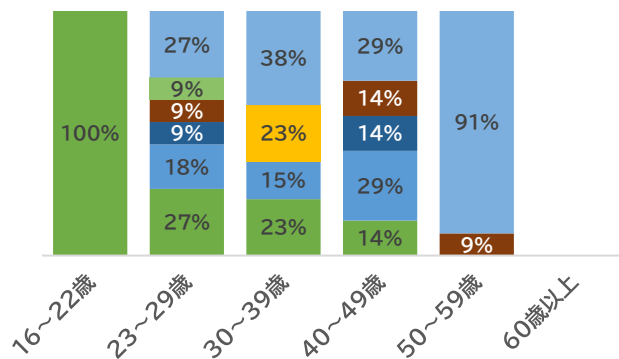
R7



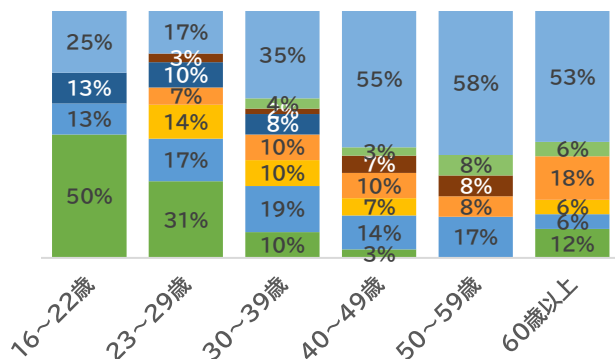


⑱ 年代別 日本への来訪回数

R6



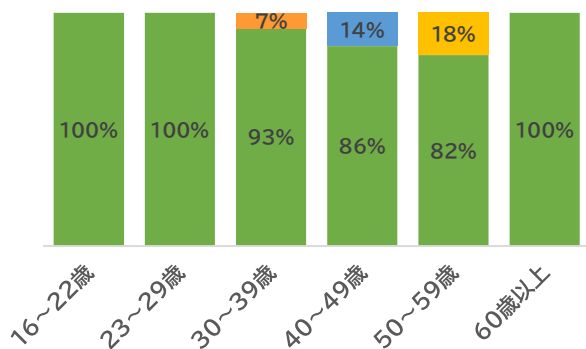
R7



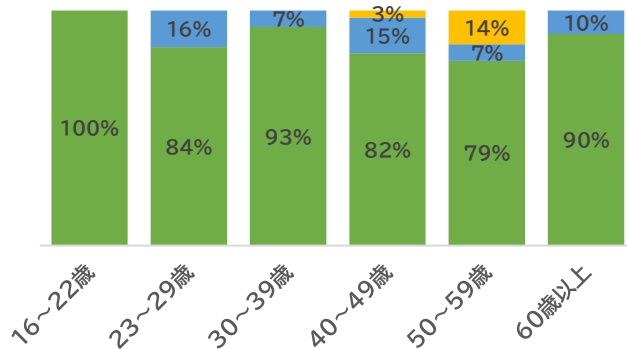
■ 1回(今回が初めて) ■ 2回 ■ 3回 ■ 4回 ■ 5回 ■ 6回 ■ 7回 ■ 8回

⑲ 年代別 当エリアへの来訪回数

R6



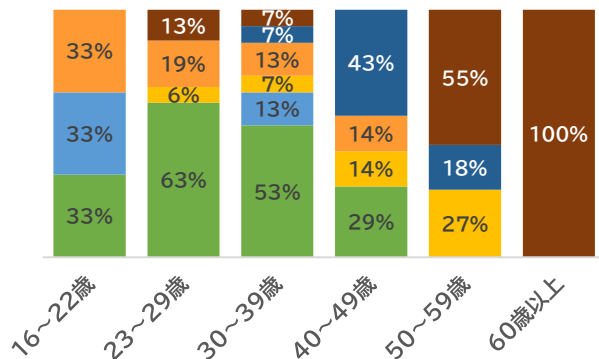
R7



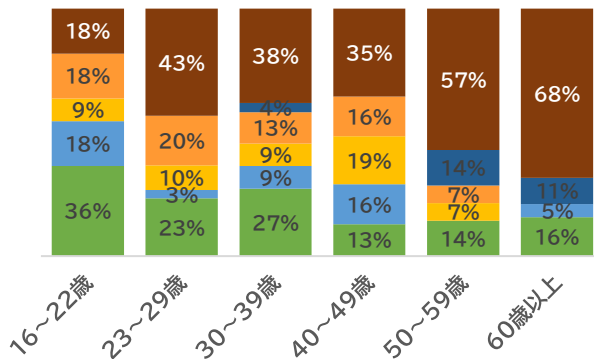
■ 1回(今回が初めて) ■ 2回 ■ 3回 ■ 4回

⑳ 年代別 来訪エリア

R6



R7

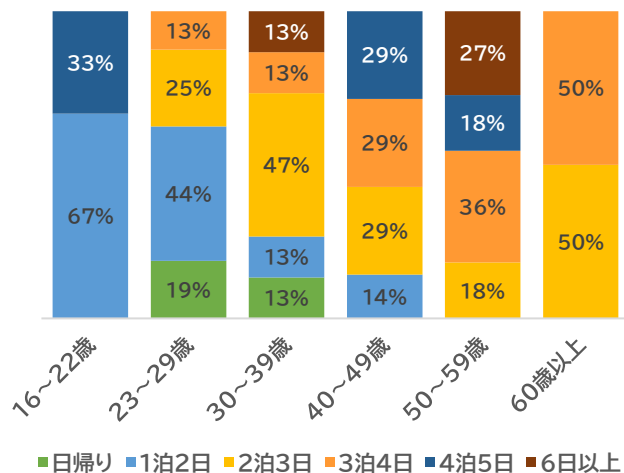


■ 稚内 ■ 利尻 ■ 稚内・礼文 ■ 稚内・利尻 ■ 利尻・礼文 ■ 稚内・利尻・礼文

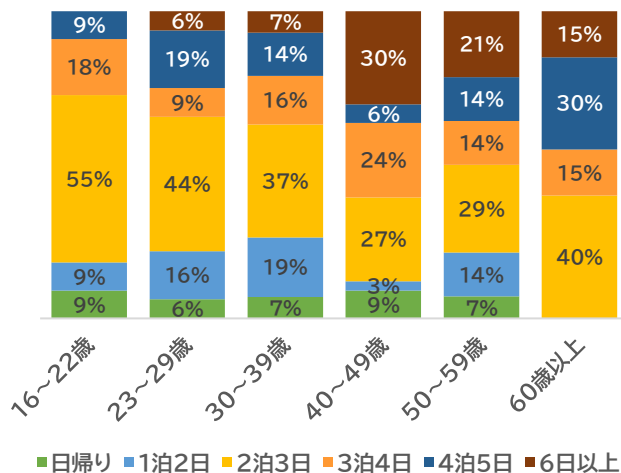


⑪ 年代別

R6

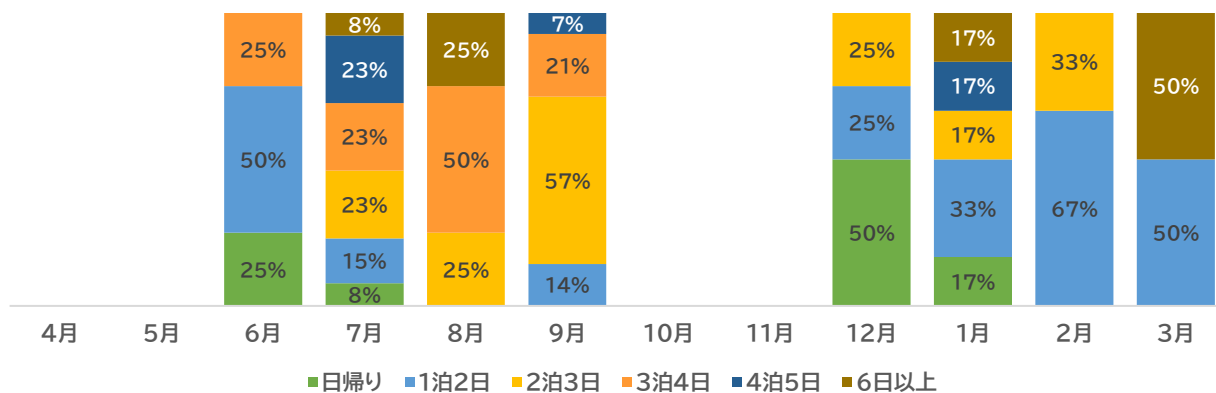


R7

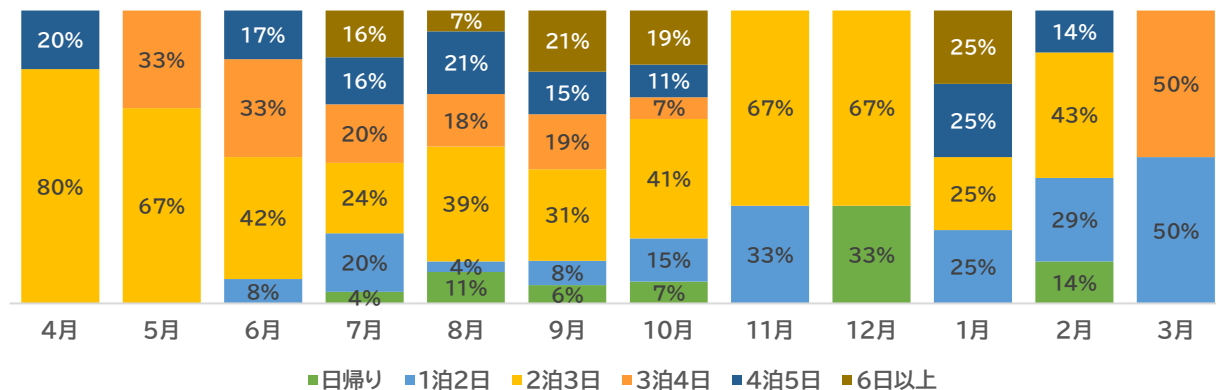


⑫ 月別

R6



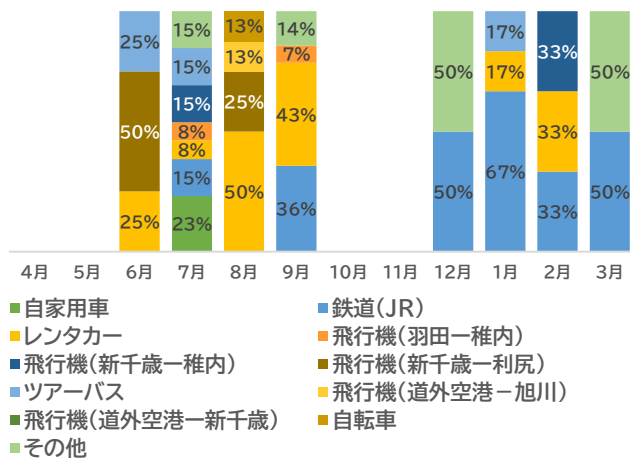
R7



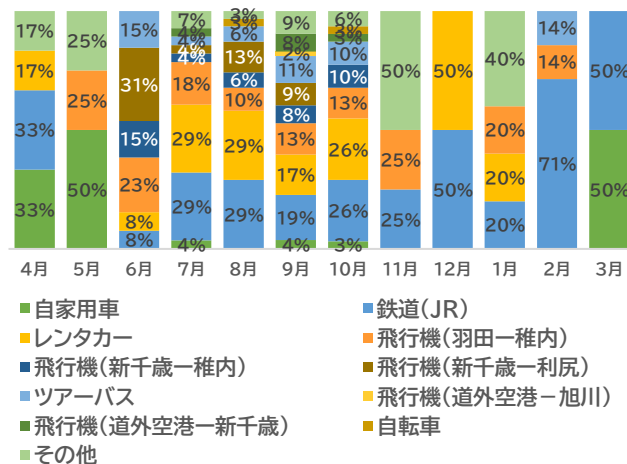


③ 管内までの移動手段

R6

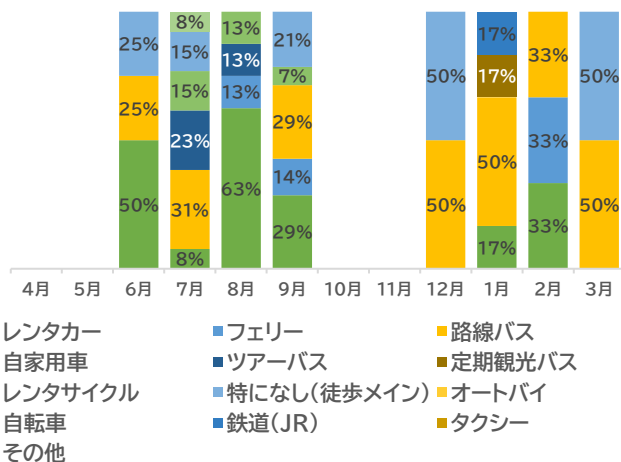


R7

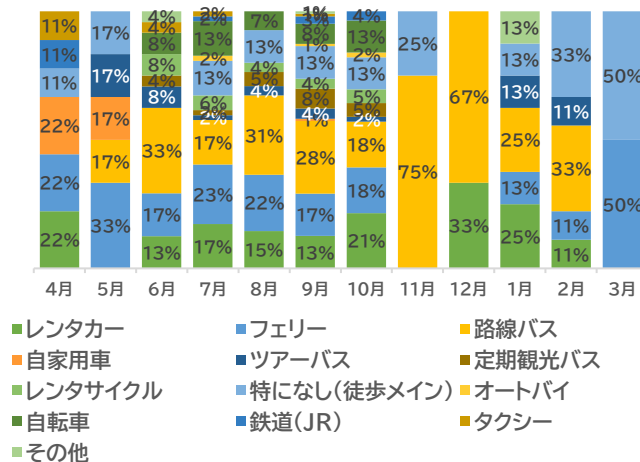


④ 管内での移動手段

R6

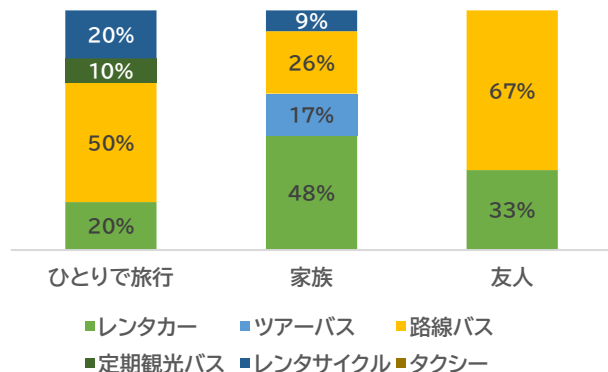


R7

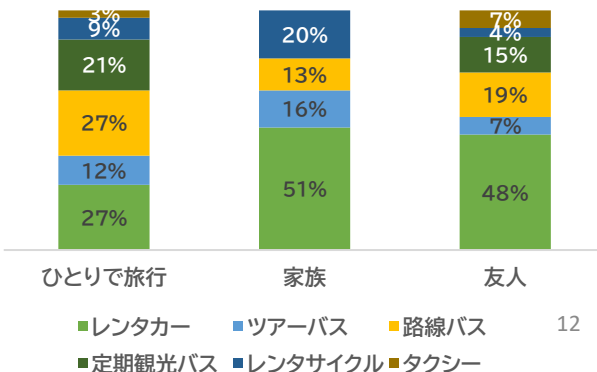


⑤ 管内での移動手段 (来訪者上位比較)

R6



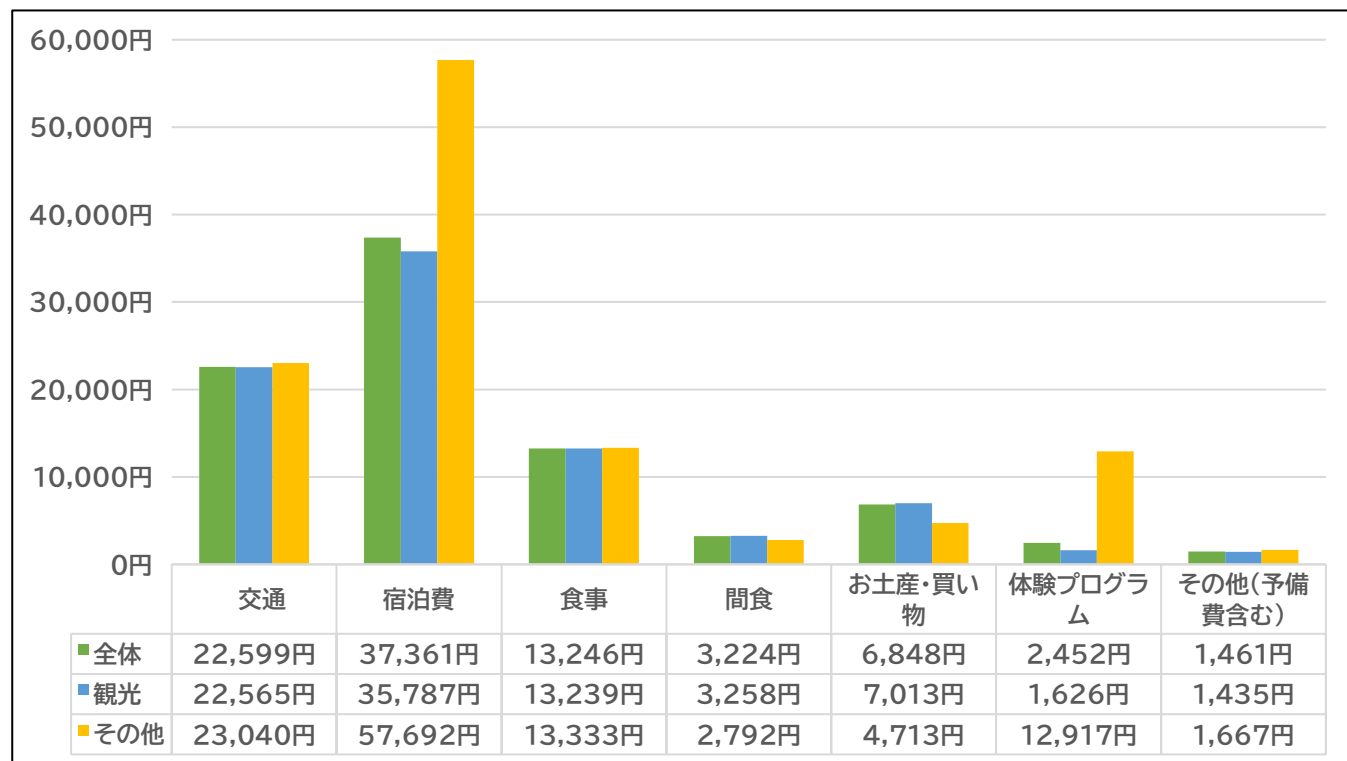
R7





② 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)





②⑦ 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	5.50	4.80	5.44	4.60	4.11	4.20	4.20	4.20	5.00	4.70
23～29歳	6.42	5.88	6.03	5.67	5.68	5.35	5.40	4.94	5.31	5.14
30～39歳	6.06	5.60	5.29	5.15	4.93	4.73	5.04	4.83	5.27	5.04
40～49歳	6.36	5.94	6.00	5.10	5.34	5.19	5.31	5.17	5.53	4.77
50～59歳	6.77	6.54	6.46	5.79	5.77	6.00	5.43	5.57	5.93	4.79
60歳以上	6.00	5.20	5.80	5.56	5.16	5.20	5.30	5.22	5.65	5.21
全年齢	6.17	5.67	5.79	5.37	5.27	5.15	5.24	5.07	5.47	5.05

②⑧ 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	12%	8%	20%	34%	19%	7%
来訪時期	10月に集中	9月に集中	9月に集中	9月に集中	9月に集中	8月に集中
居住地	香港	台湾・その他	アメリカ	中国	香港	道内
同行者	家族	家族	ひとり旅	ひとり旅	家族	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	団体旅行
旅への期待	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	①自然・景観 ②最北到達 ③グルメ/登山・トレッキング	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	①自然・景観 ②登山・トレッキング ③グルメ
旅マエ情報収集	①観光機構HP/ YouTube ②JNTO HP ③DMO HP	①観光機構HP/ YouTube ②DMO HP ③Facebook/ DMO/ガイドブック	①観光機構HP ②YouTube/ 家族/特になし ③DMO HP/ その他	①特になし ②観光機構HP ③DMO HP	①家族/特になし ②Instagram/ YouTube/DMO ③観光機構HP/ JNTO HP/その他	①X/観光機構HP ②Instagram
旅ナカ情報収集	①Googleマップ/ YouTube/ 観光機構HP ②DMO HP ③観光協会HP/ ガイドブック	①観光機構HP ②YouTube ③DMO HP/ Googleマップ	①Googleマップ ②観光機構HP ③YouTube	①Googleマップ ②観光機構HP ③DMO HP	①Googleマップ ②DMO HP ③観光機構HP/ 新聞・雑誌	①Googleマップ ②Instagram/ 特になし ③X
旅行申込時期	3～6ヵ月以上	3～6ヵ月以上前	3～6ヵ月以上前	1～2ヵ月前	1～2ヵ月前	3～6ヵ月前
旅行申込方法	ネット専門の旅行 予約サイト	特にない	特にない	特にない	特にない	特にない
滞在日数	①2泊3日 ②4泊5日	①2泊3日 ②6日以上	①6日以上 ②2泊3日	①2泊3日 ②1泊2日	①2泊3日 ②4泊5日	①2泊3日 ②3泊4日
満足度 (7段階評価)	5.80	6.36	6.30	6.12	6.06	5.73



《取り組みの前提》

【拡大路線】個人旅行(83%)・30～40代(20～40代で73%)・離島周遊(3島43%)・長期滞在(3泊以上44%) — 現にきている層。受入環境と滞在中の消費で伸ばす。

【手当てが要る領域】多言語対応・キャッシュレス・二次交通・情報提供の4項目(満足度の下位グループ)。事前予約を前提とした受入。冬期(11～3月)の回収と受入。

《北宗谷に訪れる人のスペック》

- 国外在住(86%)。台湾・中国・アメリカ合衆国・香港が上位で、東アジアと欧米豪がほぼ拮抗する
- 30～39歳が中心(34%)、男女ほぼ半々(男53%/女45%)
- ひとり旅(39%)または家族(32%)で、個人旅行(83%)
- 日本には8回以上来ているが(39%)、北宗谷は初めて(88%)
- 8～10月に集中して来訪し、2泊3日を中心に平均2.6泊。路線バス・フェリー・徒歩で3島を回る
- 一人あたり87,191円を使い、91%が「また訪れたい」と答える

《来訪者の傾向》

居住地 : 国外86%(台湾12.6%・中国12.6%・アメリカ合衆国9.8%・香港9.1%)
 年代層 : 30～39歳34%/20～40代で73%/60歳以上12%
 参加形態 : 個人旅行83%(前年80%)
 同行者 : ひとり旅39%・家族32%・友人24%
 旅の目的 : 観光93%/期待は自然・景観84%・日本の最北53%・登山32%
 申込時期 : 3～6カ月前41%・1～2カ月前39%/申込先は「特になし」52%・OTA31%
 滞在日数 : 2泊3日37%・平均2.6泊/3島周遊43%

◎ 現在の取り組み

- (2025年4月～)主要ターミナル・交通機関・宿泊施設へのアンケートポスター掲出と名刺型カードの配布によるQR回収を実施。
- (2025年4月～2026年3月)1年間で167人の回答を回収。令和6年度(54人)の約3.1倍。
- きた・北海道DMO公式WEBサイトの英語ページによる情報発信を継続。
- 集計後、分析し調査報告書として理事会に報告。

◎ 今後必要な受入環境整備・取り組み

- 多言語対応の底上げ(満足度5.05で最下位)(DMO・宿泊事業者・飲食・観光物産)
- キャッシュレス決済の導入拡大(同5.07)(飲食・観光物産・宿泊事業者)
- 二次交通の英語案内(バス停名・時刻・運賃、フェリー欠航時の代替)(DMO・交通事業者)
- Googleマップ上の英語情報整備(営業時間・バス停・トイレ)(DMO・各施設)
- ひとり旅(39%)を前提とした少人数向け二次交通・体験の造成(DMO・体験事業者)
- 当日申込に対応できる宿・体験の枠の確保(申込なし52%)(宿泊事業者・DMO)
- 登山・バックカントリー向けの英語情報(ルート状況・装備・ルール)(DMO・体験事業者)