

観光は、北海道を支える総合産業であり、宿泊、運輸、飲食、小売からはじまりエネルギーなどを含む多様な業種の集合体である。よって、波及効果の大きい総合的経済活動で、地域経済の「核」となり、地域を盛り上げる力がある。観光の力で、さらに成長・発展していくため、北海道全体を視野に、北海道観光のめざすべき将来像や地域づくりの方向性、その推進の取組等を示す。

1 基本理念

観光に関わる業種を基幹産業と位置づけ、道民と一体となって、観光で地域を活性化します。

2 MISSION

設立の目的、使命、
存在意義

観光は幅広い業種を含む総合産業であり、**各界の力を結集**します。

新たな価値を創り出し、**観光消費額を最大化**します。

地域に寄り添い課題を解決し、**持続可能な地域づくりに貢献**します。

3 VISION

将来のあるべき姿



ハワイを超える！（域外来訪者 1 千万人の実現とシビックプライドの両立）
北海道を世界をリードする観光地に導く司令塔になります。

4 CONCEPT

具体的な行動指針、
価値基準

北海道の地域と産業を牽引する観光の司令塔としての役割を果たします。

マーケティングを重視しデータに基づく観光施策を立案します。

地域の課題を把握し観光の力でその解決を目指します。

今ある魅力を磨き上げ、たくさんの人たちと繋がっていきます。

機動性と専門性を発揮します。

世界をリードする観光地としていくための戦略

社会・経済情勢が目まぐるしく変わる中、どんな状況にあっても観光の総消費額の最大化を目指し、「新しい需要の創出」×「くりかえし」×「単価向上」の戦略を柔軟かつ迅速に実行していくことで、持続可能な地域づくりに貢献する。また、観光業界を支える人材の育成に取り組む。

戦略1

新しい需要の創出

- 北海道の豊富な資源を活かした新たな観光資源の創出
歴史・文化やワイン・ツーリズム、ケア・ツーリズムなどテーマ型ツーリズムの推進
- 環境の変化に応じた持続可能な観光地づくり
地域の観光資源の価値を深掘した学びのある旅の提案
アドベンチャーツーリズム、サステナブルツーリズムなど
- 地域をつなぐ広域周遊の促進
道内各地の空港、鉄道駅等を活用し、誰もが快適に道内各地を巡ることができる観光ルートづくり

戦略2

リピーターの獲得

- 季節毎に地域ならではの特色のある体験の創出
年間を通じて何度も訪れたい観光コンテンツの創出
(食文化や体験、サイクリング、スキーなど)
- 地域交流による第二のふるさと化
地域の人々との交流促進 (ワーケーション、おてつ旅など)
地域住民も巻き込んだおもてなしあふれる地域づくり
- 観光ルートの多様化
テーマ性、ストーリー性のある多様な観光資源を結び付けた魅力あるルートの提案

戦略3

単価向上

- 観光ガイドの育成・レベルアップ
サービス・能力向上により職業ガイドへ
- 地域での滞在日数増のための取組強化
ナイトタイム・エコノミーの充実
広域周遊の促進、観光ルートの多様化 (再掲)
- 関連産業と連携した高付加価値化
一次産業や交通事業者との連携など地域の産業に根付いた観光コンテンツづくり
- 新しい観光の価値の創造
アイデアと投資をつなげ、地域に新しい仕事を作る

戦略4

観光インフラの強化

- 観光DXの推進
デジタル技術を活用した新しい観光サービスの導入支援
- 安全・安心な受入環境整備
地域公共交通の利便性を高める仕組み(観光MaaS)、外国人観光客受入環境整備
ユニバーサルツーリズムの推進、サステナブルな観光の推進、オーバーツーリズム対策
- 人材育成と人材確保の推進
次世代を担う世代への観光教育、国内外から多様な人材の確保、観光人材の強化
- 北海道民理解の促進
道民への観光に対する理解促進・意識改革に向けた啓発

戦略5

ブランディングの強化

- 世界中から選ばれる「HOKKAIDO」のブランド構築
北海道の魅力を分かりやすく発信するため、テーマ性、ストーリー性のあるブランドの確立
- 国内外の地域、市場、ターゲットを絞ったマーケティング
デジタル技術の活用による効率的かつ効果的な観光プロモーション
インバウンド向けの情報発信の強化
- 道内各地域と連携した一体的なプロモーション
各地域の観光資源の特性に応じ、きめ細やかなプロモーションの実施
- シビックプライドの醸成
道民が自分の住む地域に誇りを持てるような、各地域のブランディングと魅力の発信

観光の司令塔となるための重点取組

戦略を柔軟に組み合わせ、地域を巻き込みながら迅速に実行に移し、**観光の総消費額を最大化する司令塔**となる。また、地域のDMOの支援、企業や地域、異なる業種をつなぐことで新しい取組を生み出すなど、**地域に寄り添い、つなぎ、観光の力で地域課題の解決を支援できる組織**となる。

取組 1

立案能力の強化・実行

- **マーケティング思考に基づく、戦略的なプロモーション、観光地づくり事業の企画立案、実行、検証、プロジェクト推進**
データ分析・予測を踏まえ必要な施策を検討し、事業内容へ反映
- **広域連携DMOとしての道内観光マネジメントの推進・連携強化**
道内ステークホルダーと一体となった観光地経営の推進
道内DMO同士の横連携の強化

取組 2

地域に寄り添い、つなぐ

- **分析・予測の地域への還元と実行**
マーケティングデータの地域への共有による地域への集客、収益力の強化
- **地域のDMOの能力向上支援**
地域が稼ぐ力を向上させるための体制支援
- **地域や業種、企業をつなぐ**
地域や様々な業種、企業とつながり、新たなつながりを生み出し、地域課題の解決を支援するとともに、シビックプライドを醸成

取組 3

多様な人材の活躍

- **専門人材の確保、育成**
機構を取り巻く環境の変化に対応するための専門的なスキルの蓄積
- **新しい働き方**
様々な業種・企業出向者が持つ多様な視点を活用できる職場づくり
- **DXの推進による見える化、効率化**
生産性向上に向けたシステム・マニュアル整備や業務フローの構築

取組 4

稼ぐ力の増強

- **既存事業の収益アップ**
キュンちゃん（商品・商標使用料・出演料）、旅先納税など、既存コンテンツの磨き上げ・PRによる収益アップ
- **新たな収入源の確保**
ゼロカーボンや公共施設の指定管理業務、観光コンサル業務など、新たな取組の事業化・収益確保を目指す

推進体制

- **地域との連携** 地域のDMOや観光協会、市町村と地域分科会や事業の実施を通じて課題の把握と解決に向け支援
- **北海道との連携** 北海道の観光部局はもとより、食や交通、ゼロカーボンなど様々な部局とつながり、施策立案や事業の実施など様々な場面で連携し、経済効果を幅広い産業へ波及させていく
- **経済団体等との連携** 各団体の会合やセミナー等の機会を相互に活用し、観光の価値の啓発や異業種・企業・地域とのつながりづくりに寄与する

HTO

HTOは、KGIの実現に向け、必要となるKPIを設定し、達成を目指します

KGI

総観光消費額

【2019】 1.5兆円
【2025】 1.8兆円
【2030】 3.0兆円

期間

2024年度～2030年度

KPI

観光消費額 (外国人)

【2019】 4323億円
【2025】 5250億円
【2030】 1兆2500億円

単価 (外国人)
【2019】 138,778円
【2025】 210,000円
【2030】 250,000円
✕

人数 (外国人)
【2019】 244万人
【2025】 244万人
【2030】 500万人

観光消費額 (道外客)

【2019】 4296億円
【2025】 5530億円
【2030】 8000億円

単価 (道外客)
【2019】 70,773円
【2025】 79,000円
【2030】 100,000円
✕

人数 (道外客)
【2019】 592万人
【2025】 700万人
【2030】 800万人

観光消費額 (道内客)

【2019】 6540億円
【2025】 7320億円
【2030】 9360億円

単価 (道内客)
【2019】 13,432円
【2025】 15,000円
【2030】 18,000円
✕

人数 (道内客)
【2019】 4441万人
【2025】 4880万人
【2030】 5200万人

従業員満足度(ES) ※新規取得

経営者満足度(MS) ※新規取得

地域(住民)満足度

【2023】 満足 53.1%
【2025】 満足 60.0%
【2030】 満足 70.0%

欧米豪割合	【2019】 9.2% 【2025】 10.0% 【2030】 11.0%
ATガイド道認定者数	【2023】 16人 【2025】 100人 【2030】 100人
新規訪問数	【2019】 166万人 【2025】 166万人 【2030】 350万人
リピーター数	【2019】 79万人 【2025】 79万人 【2030】 150万人
地方空港利用来道率	【2019】 19.8% 【2025】 22.0% 【2030】 25.0%
長期滞在者数 (5泊以上)	【2019】 80万人 【2025】 112万人 【2030】 130万人
新規訪問数	【2019】 121万人(20.5%) 【2025】 130万人(18.5%) 【2030】 140万人(17.5%)
リピーター数	【2019】 471万人(79.5%) 【2025】 570万人(81.5%) 【2030】 660万人(82.5%)
日帰り単価	【2019】 8120円 【2025】 9000円 【2030】 11000円
宿泊単価	【2019】 32594円 【2025】 36100円 【2030】 41000円
入込数の宿泊者割合	【2019】 21.0% 【2025】 22.0% 【2030】 23.0%
日帰り客	【2019】 3507万人(79.0%) 【2025】 3806万人(78.0%) 【2030】 4004万人(77.0%)
道内宿泊者数	【2019】 934万人(21.0%) 【2025】 1074万人(22.0%) 【2030】 1196万人(23.0%)

顧客満足度(CS) (外国人)

【2019】 とても満足51.2%
【2025】 とても満足55.0%
【2030】 とても満足60.0%

顧客満足度(CS) (道外客)

【2019】 とても満足44.3%
【2025】 とても満足50%
【2030】 とても満足55%

顧客満足度(CS) (道内客)

【2019】 とても満足31.6%
【2025】 とても満足40%
【2030】 とても満足45%

※地域(住民)満足度の「満足」は住民満足度調査の総合満足度の偏差値が50以上の人の割合