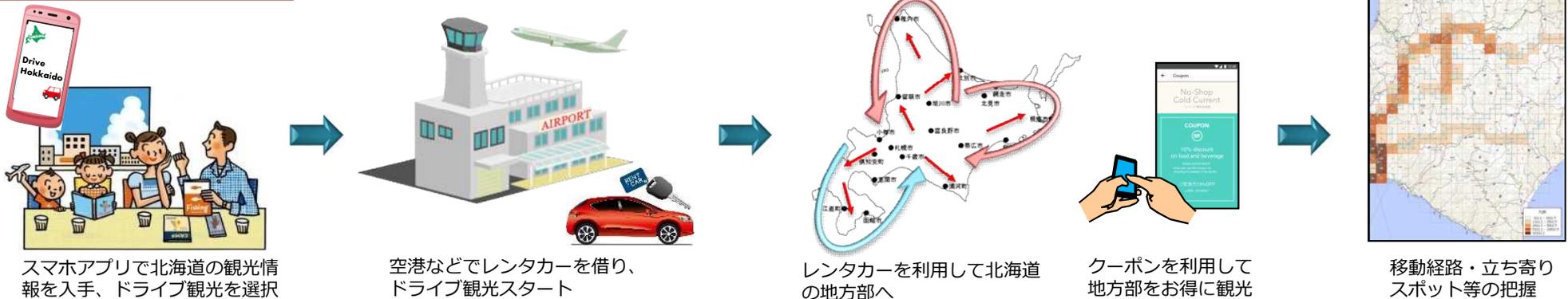


- 北海道ドライブ観光促進社会実験協議会（事務局：北海道開発局）では、地域間・季節間の旅行需要の偏在緩和に向け、主に外国人ドライブ観光客を北海道の地方部へ誘導する社会実験を実施。
- 平成29年度社会実験では、スマートフォン用アプリケーション（(株)ナビタイムジャパン提供）を活用して、北海道、特に地方部の魅力的な観光資源や割引等の特典を提供する施設の情報等を発信するとともに、外国人ドライブ観光客の移動経路や立ち寄りスポット等を分析。検証結果の活用により、今後の観光施策やプロモーション活動等を推進。

社会実験のイメージ



社会実験の概要

実験期間：平成29年9月1日～11月30日（91日間）

対象地域：札幌市を除く北海道全域

対象者：主にレンタカーを利用する外国人観光客及び外国永住権を保有する日本人

観光情報：339資源

特典提供施設：249施設（札幌市を除く北海道全域から募集）

特典媒体：スマートフォン用アプリケーション「Drive Hokkaido!」

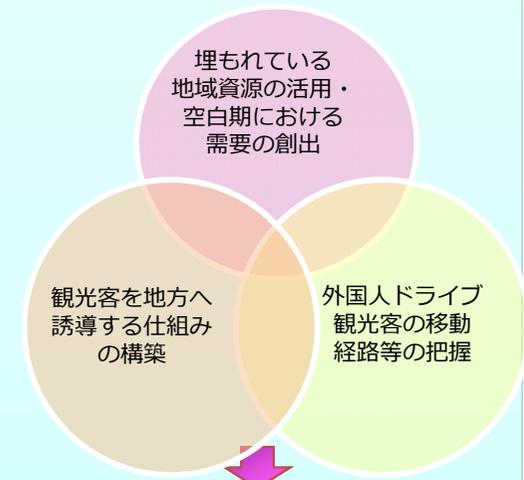
※社会実験協働実施者（パートナー）(株)ナビタイムジャパンの開発・提供

対象言語：英語/中国語（繁体字）

ホームページ：<https://hokkaido.japandrive.com>（日本語/英語/中国語（繁体字））

フェイスブック：<https://www.facebook.com/japandrivecom/>（英語）

インスタグラム：<https://www.instagram.com/japandrivecom/>（英語）



旅行需要の偏在緩和と新たな観光施策の推進

アプリ利用者の属性

- 実験期間中、1,211人の外国人観光客が北海道内でアプリ「Drive Hokkaido!」を利用。(実験期間中の全道の外国人レンタカー貸渡台数19,543台の約6%に相当)
- 国・地域別では香港、シンガポール、台湾、マレーシアの方が多く利用。(図1)

周遊・滞在の概況

- レンタカー以外の交通手段では訪問が難しい地域も含めて、北海道内各地を広く周遊している状況を確認。(図2)
- 滞在については、札幌・小樽・登別など道央の主要観光地や函館・旭川・美瑛・富良野で多いほか、道東では網走・知床・阿寒摩周・釧路・帯広などで比較的多い。旭川・網走より北では、紋別・稚内・利尻島で滞在を確認。(図3)

図1. アプリ利用者の国・地域別構成割合

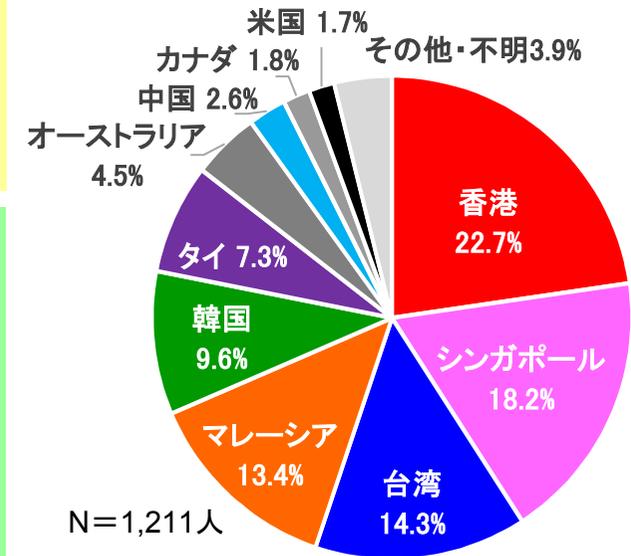


図2. GPSデータ測位者数 (10kmメッシュ表示)

GPSデータ取得状況

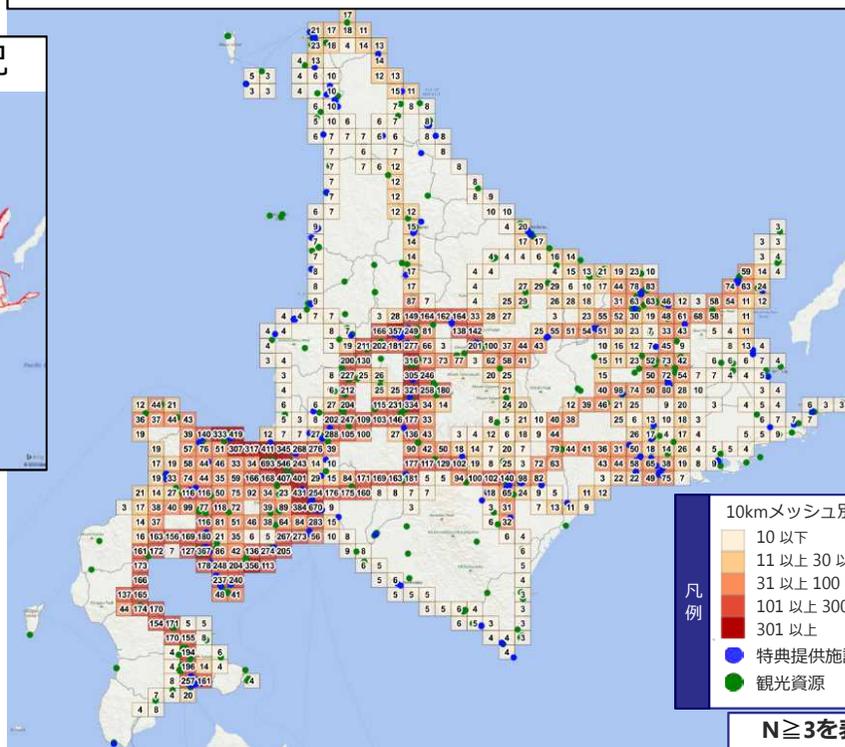
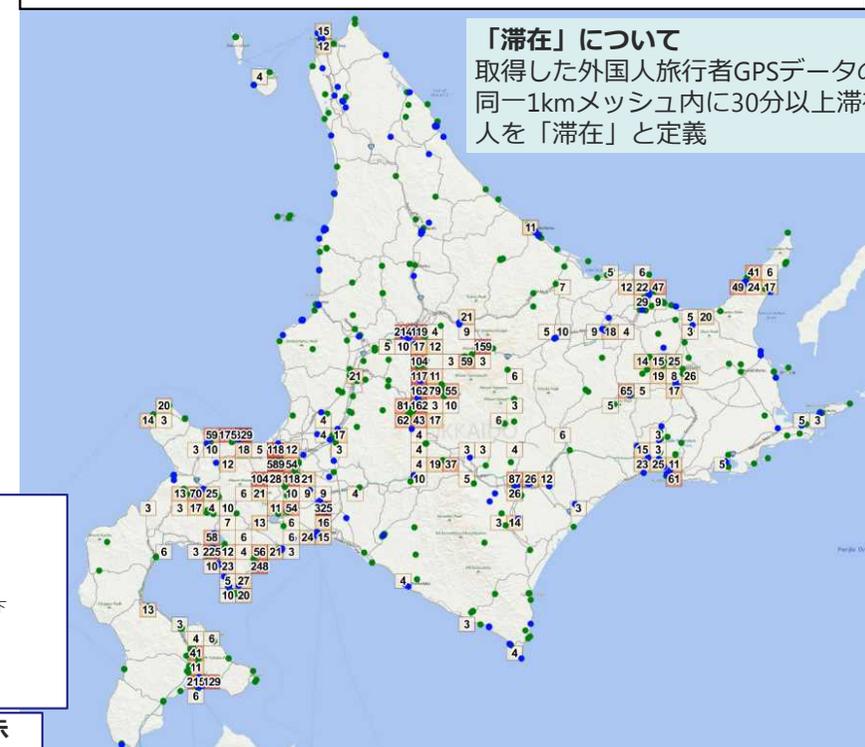


図3. 滞在中者数 (10kmメッシュ表示)



周遊・滞在の実態

【地方部への誘導（道央圏集中の偏在緩和）】

■ **外国人ドライブ観光客**（本実験におけるアプリ利用者、以下同じ）の宿泊地について、地方部（道央圏以外）への宿泊割合は42.5%であり、他の移動手段も含む全旅行者データ（平成28年度北海道庁調査：29.5%）よりも高い結果となった。（図4、図5）

またリピーターと初来道者の宿泊地について、リピーターは道東エリア（オホーツク圏、十勝圏、釧路・根室圏）で割合が高くなった。（リピーター：17%、初来道者：10%）

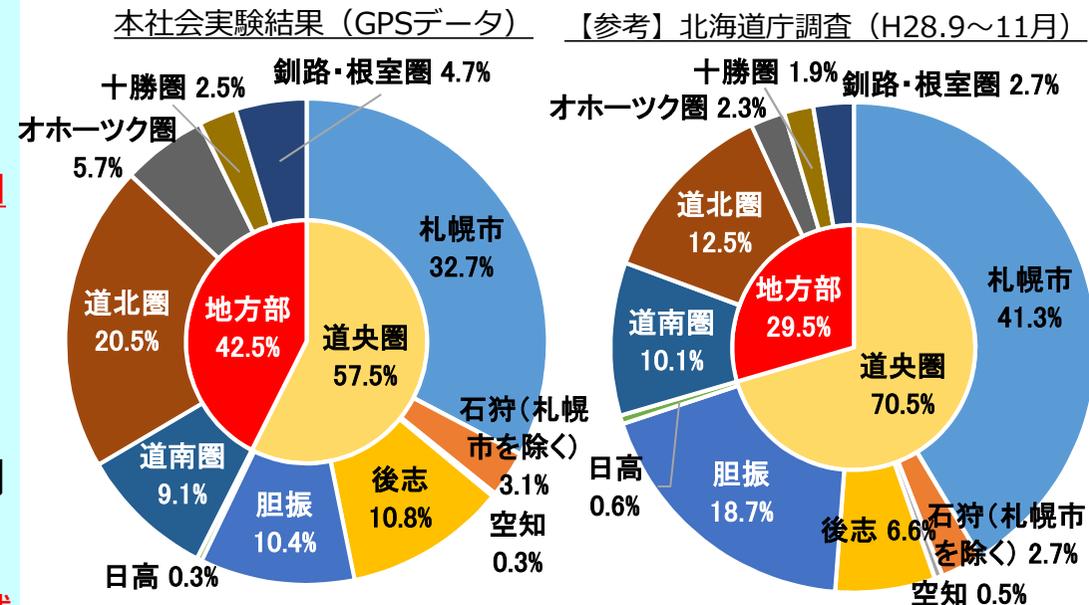
■ 平成28年度社会実験対象地域である「ひがし北海道」※地域において、当該市町村を訪れた旅行者が30分以上滞在する割合を比較すると、今回は34%であり、平成28年度(27%)よりも高い結果となった。（平成28年度社会実験：クーポンブックによる特典提供）

■ 全道的な周遊が見られ、特に主要観光地や幹線道路沿線でGPSデータの測位を多く確認。一方、移動途中の立ち寄りが少なく、一気に広域移動している状況も見られた。（図2、図3）

■ 地方部の一部において、宿泊地と同一振興局内の市町村での滞在が少なく、近隣市町村への周遊が少ない状況が見られた。（図6）

（渡島、宗谷、十勝、釧路管内。例えば、稚内市宿泊者は直前の宗谷管内市町村への滞在が5.3%。）

図4. 外国人ドライブ観光客の圏域別宿泊割合



「宿泊」について
本社会実験では、21時～翌3時の間にGPSデータが測位された最後の市町村を「宿泊」とみなしている

出典：「北海道観光入込客数調査報告書」（平成28年度）

図5. 地方部（道央圏以外）への宿泊割合

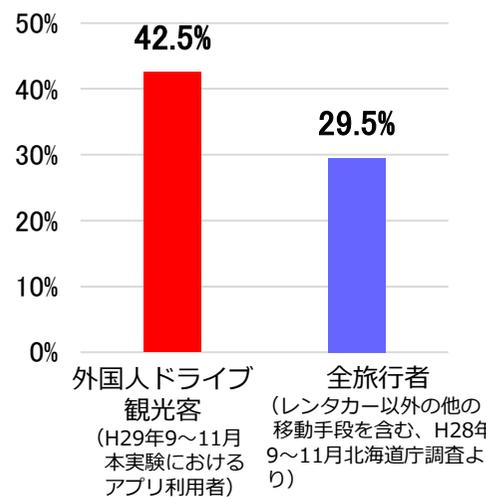
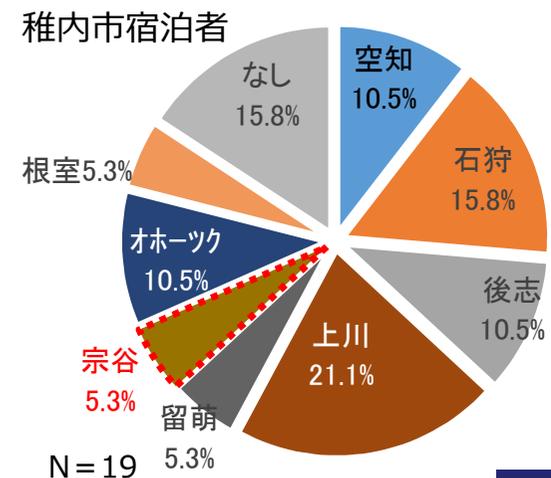


図6. 宿泊する直前に滞在した市町村（振興局別割合）



※ ひがし北海道：上川・オホーツク・十勝・釧路・根室管内

周遊・滞在の実態

【旅行日数】

- 外国人ドライブ観光客の平均旅行日数は5.8日であった。
他の移動手段も含む全旅行者データ（平成28年度北海道庁調査：3.8日）よりも長い結果となった。（図7）

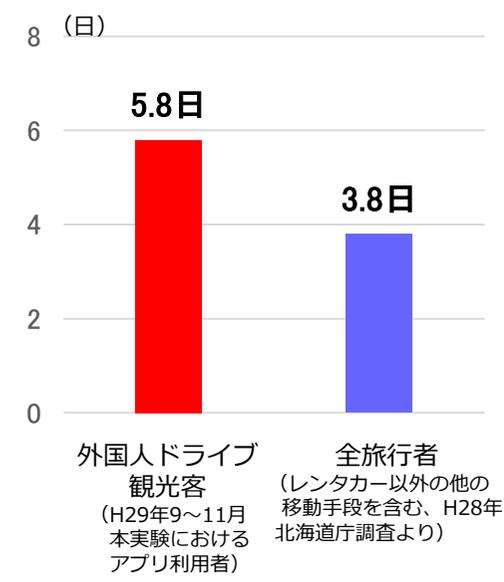
【利用空港】

- 北海道へ到着する空港（入道空港）、北海道から出発する空港（出道空港）が特定できたアプリ利用者について、大部分が新千歳空港を利用していた。
 （入道時：408人中402人(99%)、出道時：331人中317人(96%)）

【「道の駅」への滞在状況】

- 「道の駅」全119駅のうち、91駅で30分以上の滞在がなく、69駅では10分以上の滞在がなく、立ち寄りが少ない結果となった。一方、外国人モニターへのヒアリングにて、「道の駅」が提供する地域特産品、地域の旬の観光情報は魅力的、という意見があった。

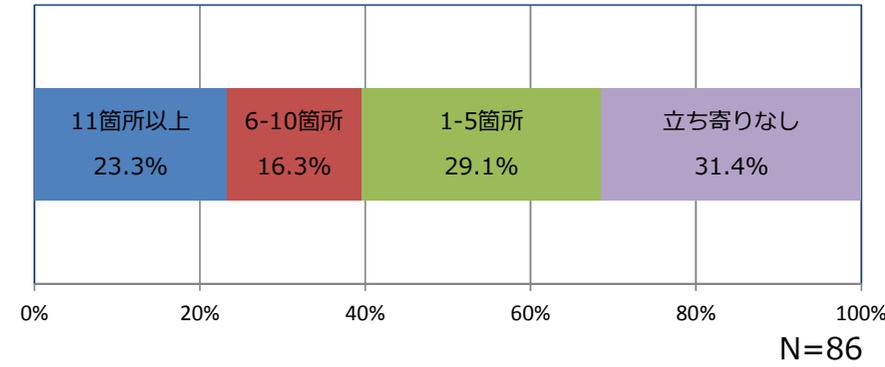
図7. 平均旅行日数



アプリ等による情報発信・特典利用

- 利用者アンケートにて、アプリを閲覧して立寄った施設がある、と回答した方が7割。（図8）
- アプリで紹介した特典提供施設（計249施設）へのアンケートによると、48施設で特典が利用され、延べ600人以上の利用があった。入場料・利用料が割引となる特典の利用が多かった。
- 本実験ではWebサイト、チラシ、SNSを活用して北海道の観光資源や特典提供施設等の情報を発信。フェイスブックでは3万以上のフォロワーを獲得した。

図8. アプリを利用して立寄った施設数 (アプリ利用者へのアンケート)



<社会実験の効果>

■ 地方部への誘導効果

- ・他の移動手段も含む全旅行者データと比較して、外国人ドライブ観光客の地方部への宿泊割合は高く、また旅行日数も長い。
⇒ **ドライブ観光の促進は、地域偏在の緩和に有効**

- ・「ひがし北海道」地域の市町村に訪れた旅行者のうち、当該市町村に滞在した旅行者の割合は昨年度よりも高くなった。広域観光周遊ルート等の関係機関の取組とともに、本社会実験におけるアプリ等による情報提供が同エリアへの誘客に寄与。
⇒ **継続的な取組により、更に地方へ誘導できる可能性**

■ 地域への一定の経済波及効果

- ・アプリを閲覧して立寄った施設がある方が約7割。アプリで紹介した特典提供施設では、48施設にて延べ600人以上が特典を利用。
⇒ **来日後でも適切な情報提供により、観光地や施設への立ち寄りを促す可能性**

■ 潜在的な旅行需要の形成

- ・フェイスブックにおいて短期間で3万以上のフォロワーを獲得。今後も継続して運用。
⇒ **来道観光客となる可能性がある対象者に効果的な情報発信が可能**

<今後に向けて>

- ・継続したデータ取得と分析が必要。
⇒ **季節変動や経年変化を継続的に把握し、具体的な施策検討や効果検証へ結びつけることが重要**
- ・外国人ドライブ観光客は新千歳空港の利用が多く、地方部への周遊のため広域に移動しているものの、移動途中の滞在は少ない。
⇒ **移動ルートに沿った観光資源を磨き上げ、情報発信を強化することが必要**
- ・地方部では有名な主要観光地を訪れているものの、近隣市町村への周遊は少ない。
⇒ **地方部における外国人旅行者の滞在を地域全体で更に増加させる仕組みづくりが必要**
- ・現状では「道の駅」への滞在は少ない一方、「道の駅」が提供する地域特産品、地域の旬の観光情報などを外国人は高く評価。
⇒ **「道の駅」には、立ち寄りや地域の情報発信の拠点となる可能性がある**