

令和7年度 事業実施報告書

HTO 2026.06.22

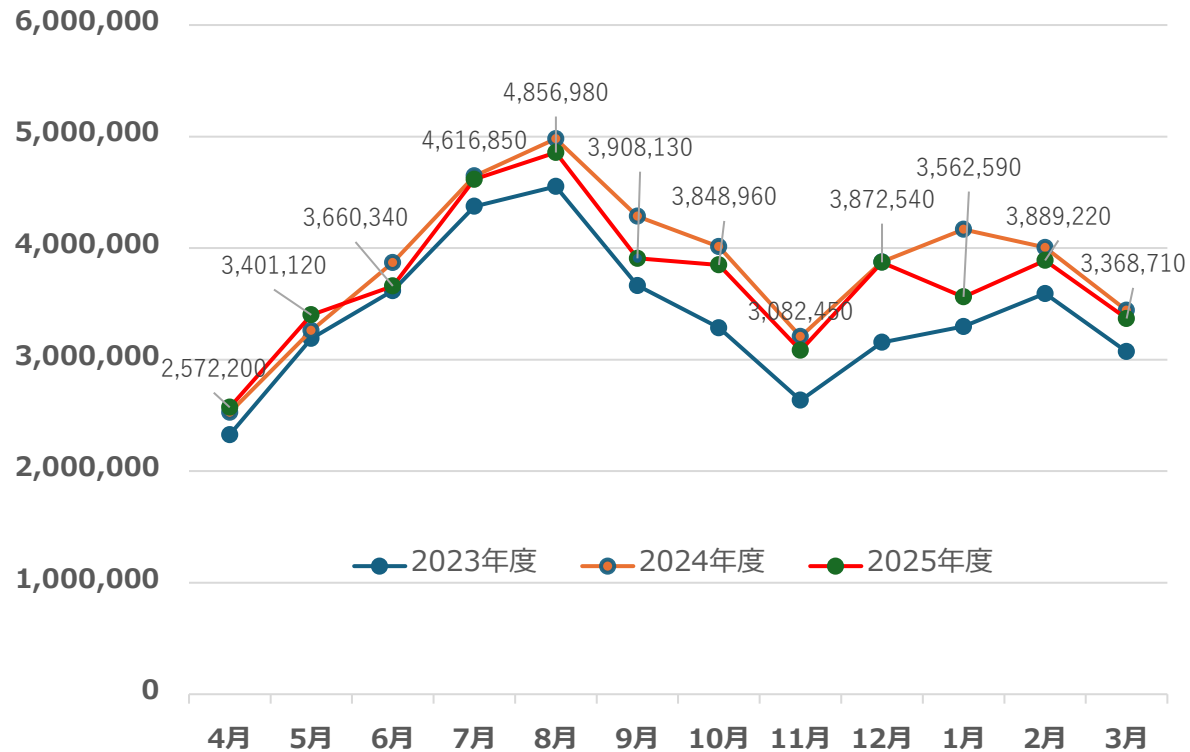
もくじ

1. 令和7年度の道内の動向
2. HTOグランドデザイン（目標）に対する現状（達成状況）
3. 令和7年度HTOの主な事業活動

令和7年度事業実施概況

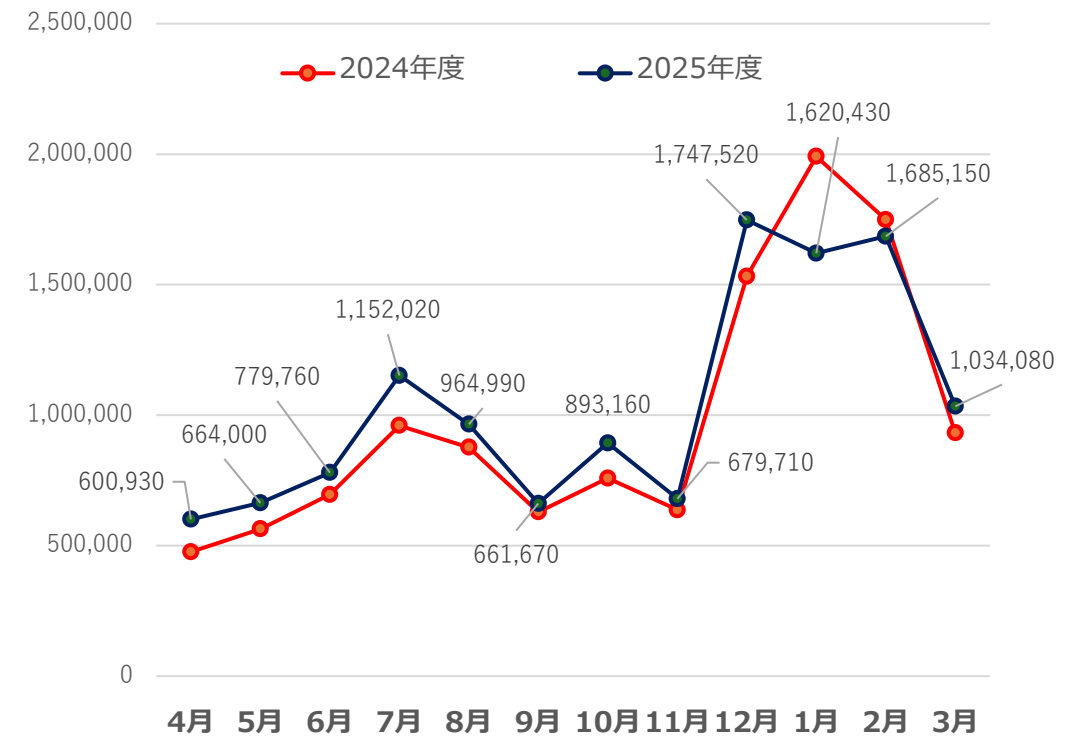
1. 令和7年度の道内の動向

■北海道（全体）延べ宿泊者数の推移



日本人、訪日外国人を含めた全体の実績（単位：人泊）

■北海道（インバウンド）延べ宿泊者数の推移

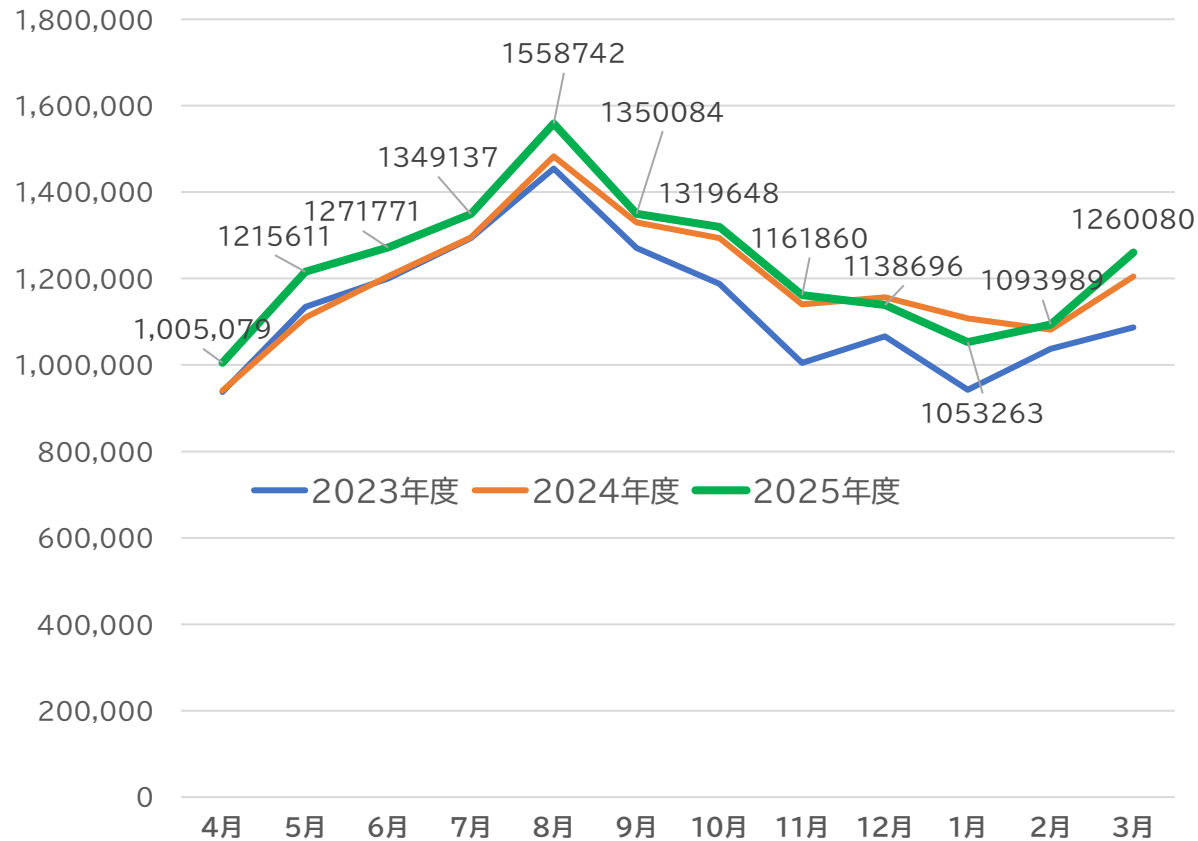


（単位：人泊）

令和7年度事業実施概況

1. 令和7年度の道内の動向

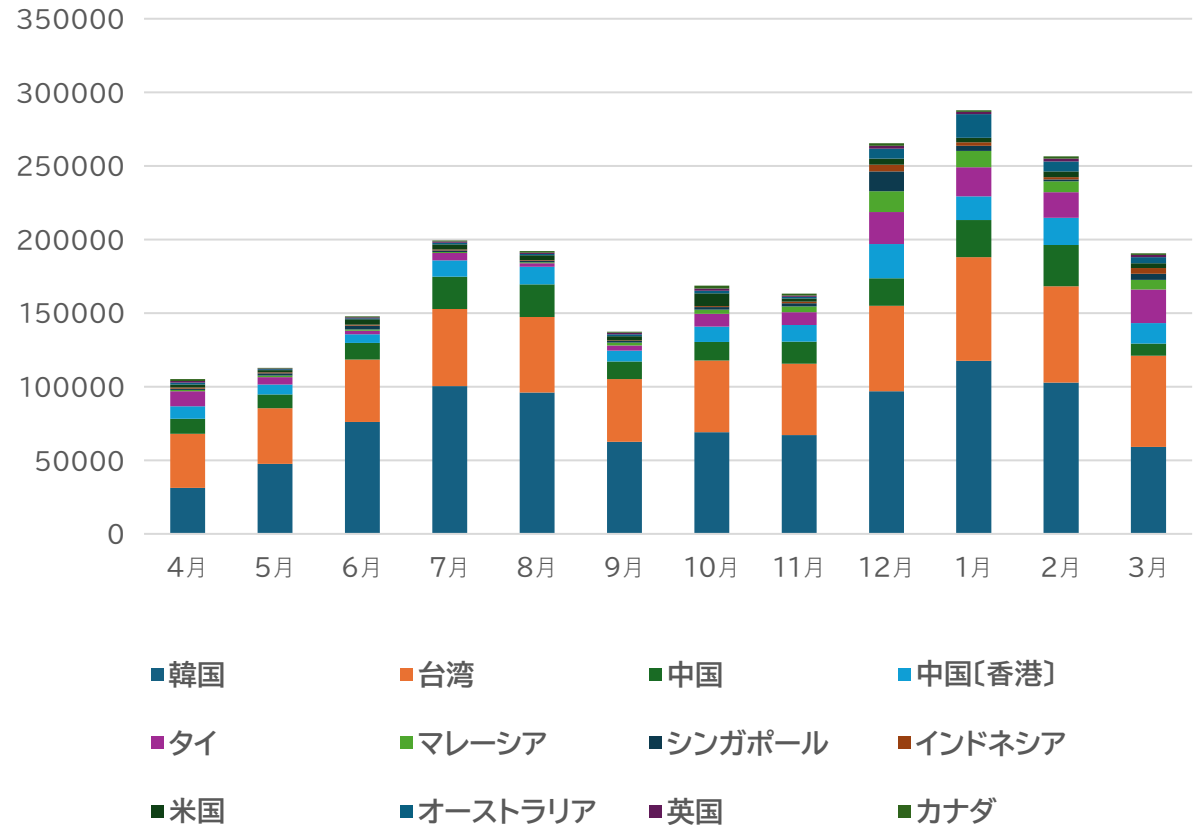
■ 来道者数の推移 (航空機・鉄道（新幹線）・フェリーの下り便合計)



出展:北海道観光機構

(単位:人)

■ 直接入国者数の推移 (4月～2026年3月) (国・地域別、航空機・クルーズ船利用入国者合計)



出展:出入国在留管理庁

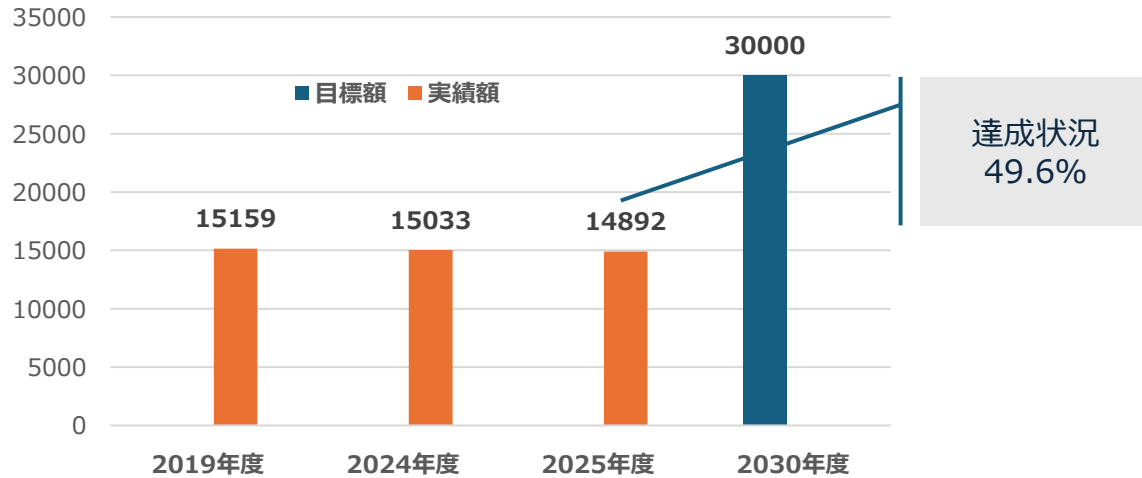
(単位:人)

令和7年度事業実施概況

2. HTOグランドデザイン（目標）に対する現状（達成状況）

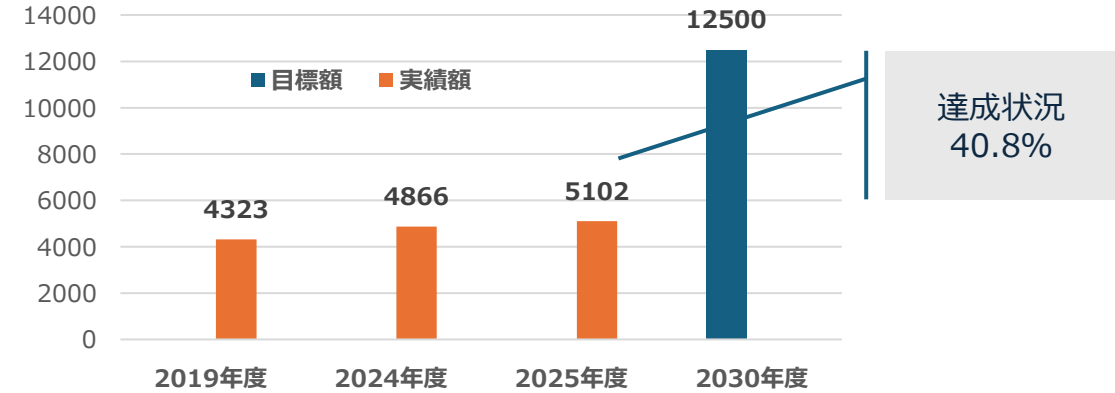
KGI（総観光消費額）

（単位：億円）



KPI（観光消費額・インバウンド）

（単位：億円）



※2025年度観光入込客数の仮設定（2025年度は暫定値）

（北海道の正式発表を持って、確定値を別途公表。令和8年10月頃を予定）

【道内客】

前年度（令和6年度）に比べて日帰り客、宿泊客ともに減少

日帰り客2,985万人（前年度比約380万人減）

宿泊客652万人（同137万人減）、その他159万人

【道外客】

前年度に比べ減少の見込み

日帰り客2.4万人（昨年度比8.5万人減）、宿泊客483万人（同約33万人減）

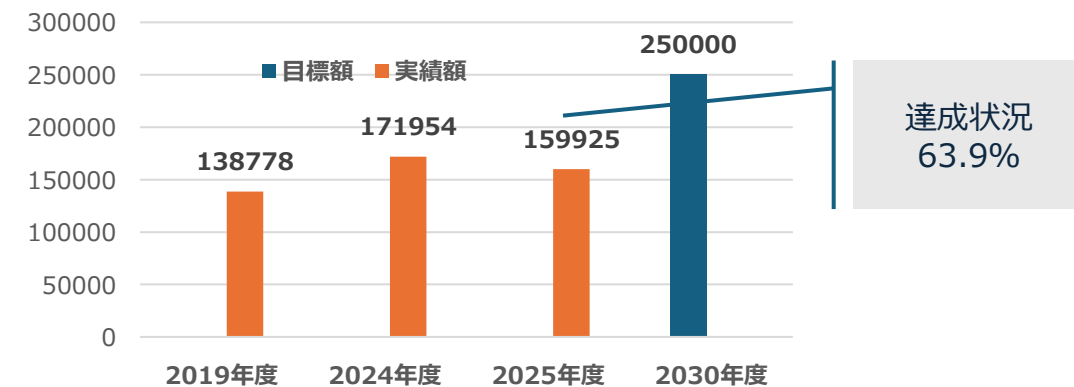
【外国人客】

前年度から増加する見込み

宿泊客319万人（昨年度比36万人増）

KPI（消費単価（平均額）・インバウンド）

（単位：円）

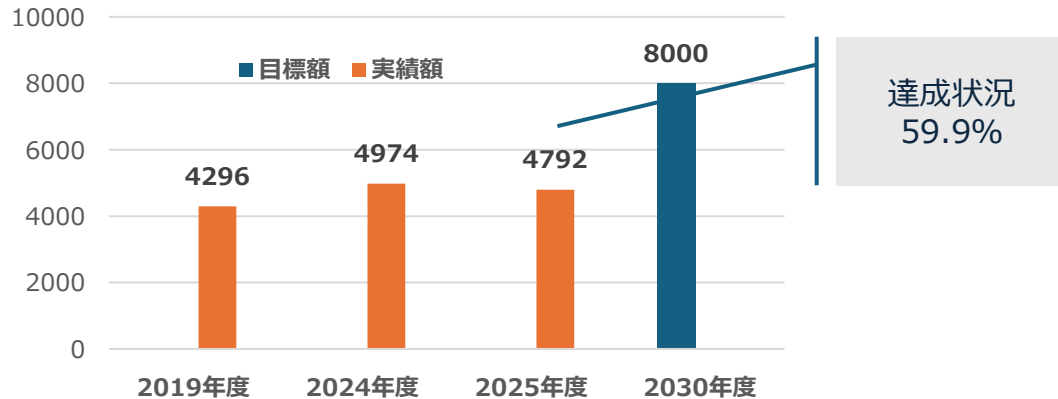


令和7年度事業実施概況

2. HTOグランドデザイン（目標）に対する現状（達成状況）

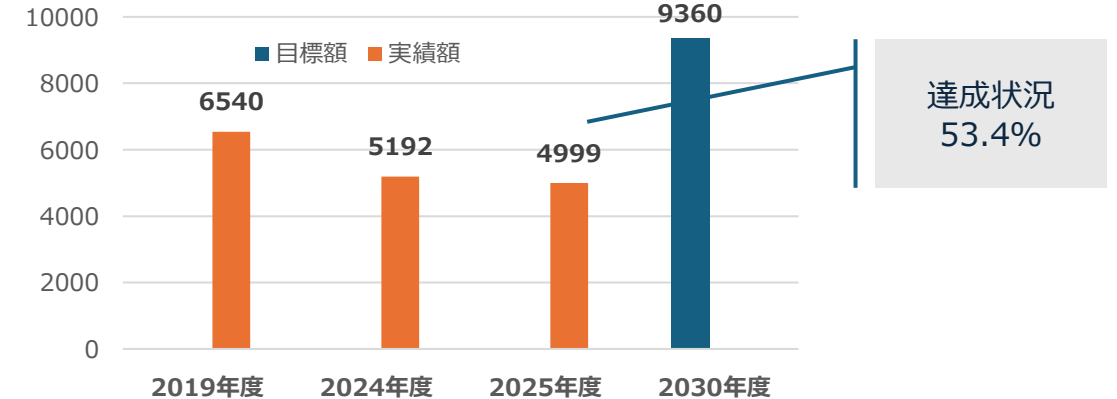
KPI（観光消費額・道外客）

（単位：億円）



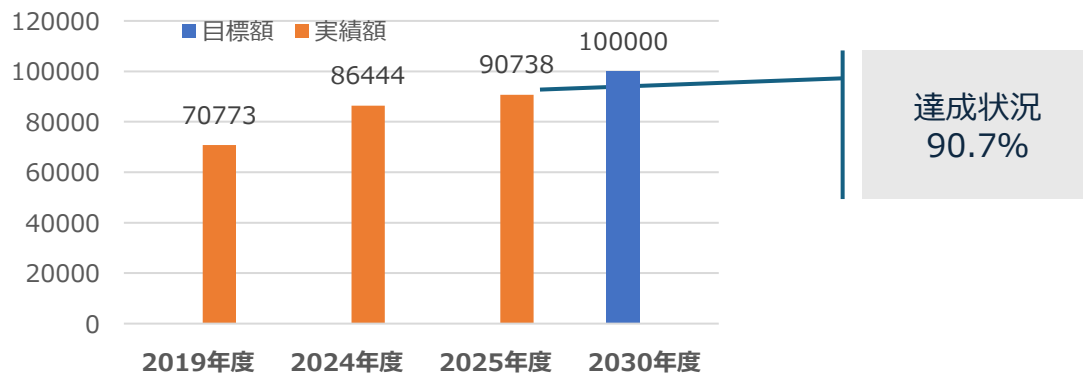
KPI（観光消費額・道内客）

（単位：億円）



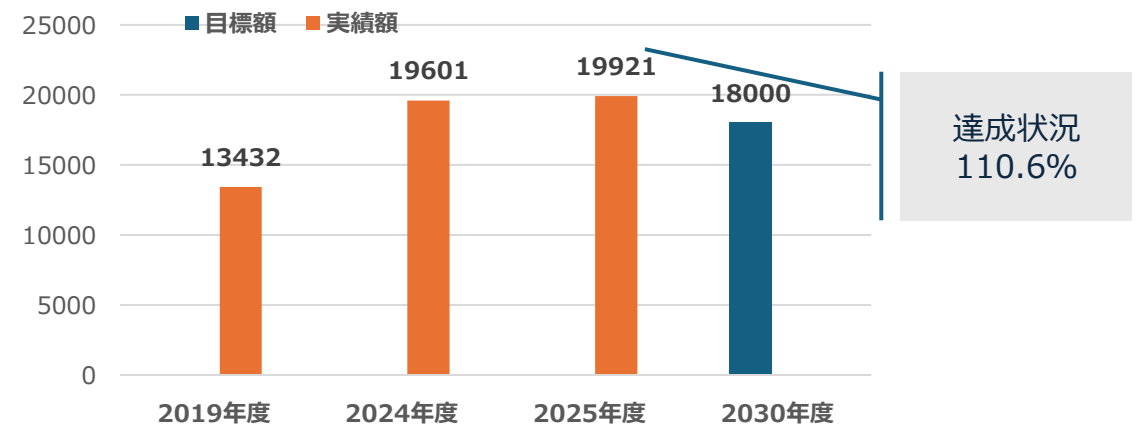
KPI（消費単価（平均額）・道外客）

（単位：円）



KPI（消費単価（平均額）・道内客）

（単位：円）

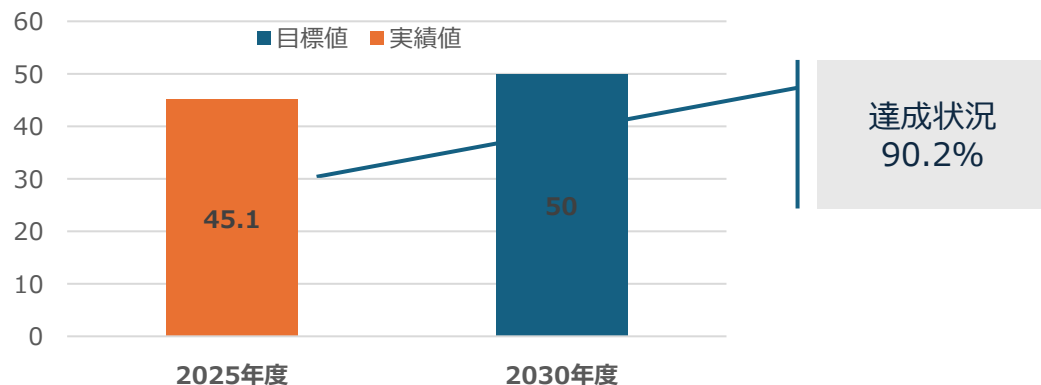


令和7年度事業実施概況

2. HTOグランドデザイン（目標）に対する現状（達成状況）

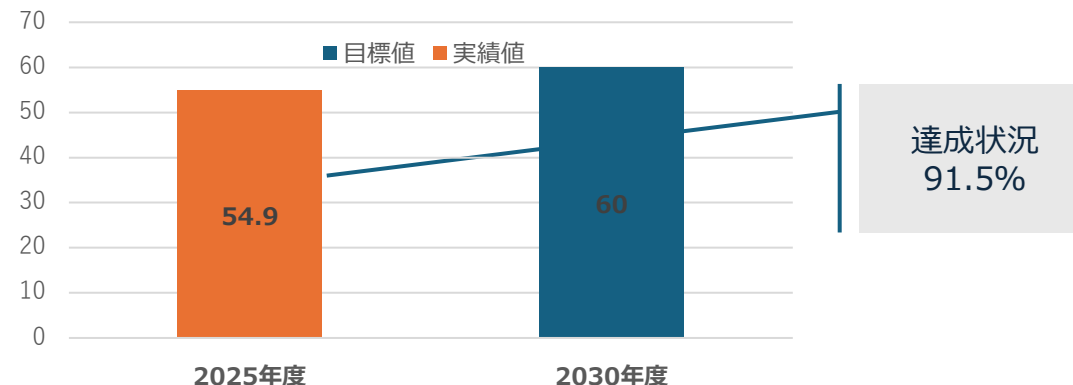
KPI（経営者満足度・MS）

（単位：％）



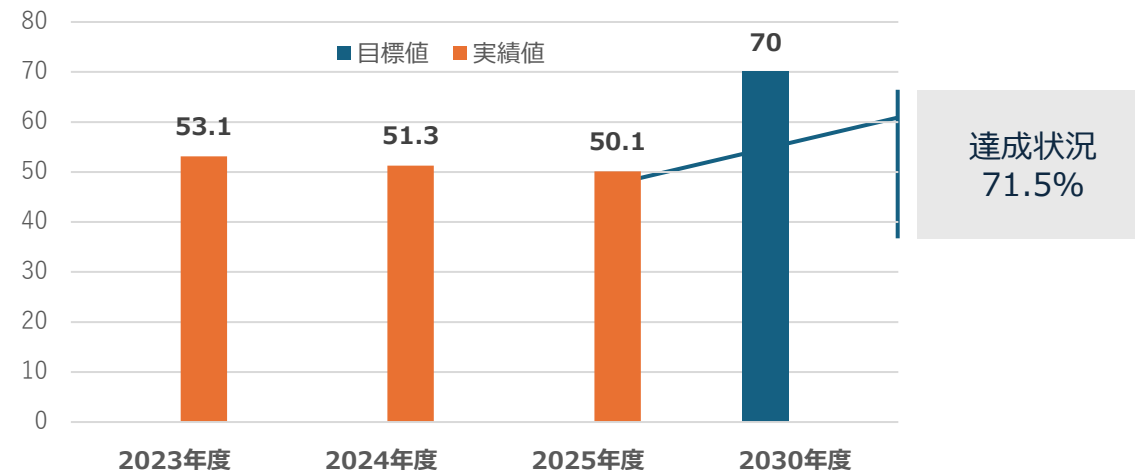
KPI（従業員満足度・ES）

（単位：％）



KPI（住民満足度）

（単位：％）



【調査手法について】

経営者満足度調査および従業員満足度調査

道内在住の観光関連事業に携わっている経営層および従業員を対象に、調査協力依頼書を郵送(1,500通)等し、Webアンケート調査で得られた、経営者n=175、従業員n=257の回答データを分析対象とした。

住民満足度調査

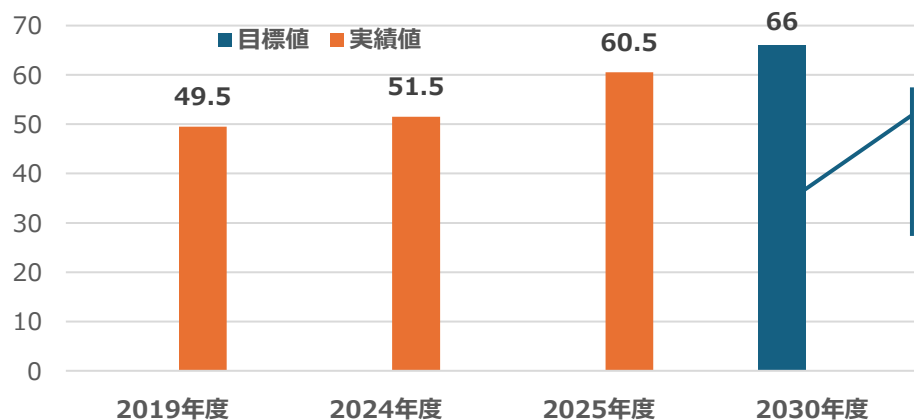
道新メールマガジン会員・楽天インサイト合計の7,003人の回答データをウェイトバック集計を用い、振興局単位で年齢・性別が住民基本台帳の人口比に準拠した母集団に調整し分析対象とした。

令和7年度事業実施概況

2. HTOグランドデザイン（目標）に対する現状（達成状況）

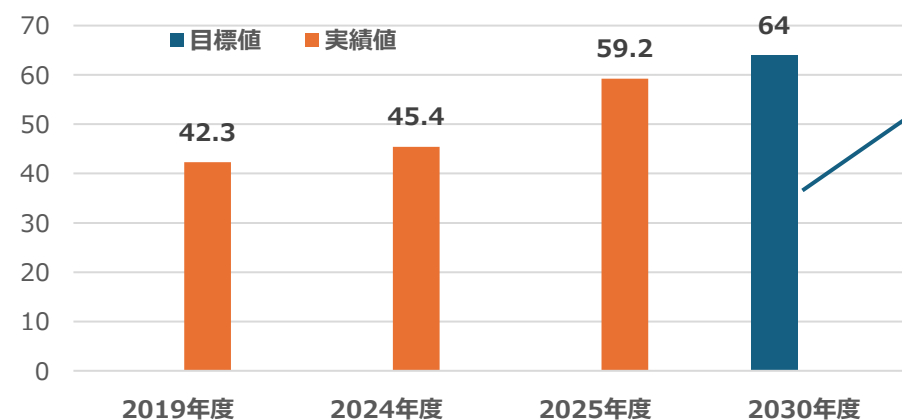
KPI（顧客満足度（CS））インバウンド

（単位：％）



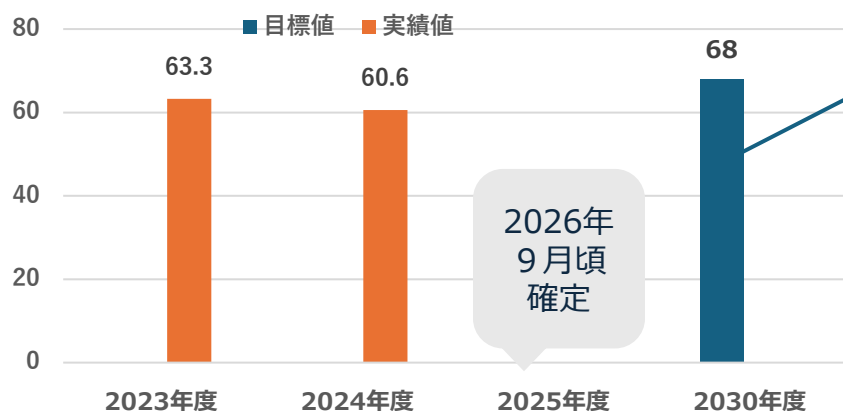
KPI（顧客満足度（CS））道外客

（単位：％）



KPI（月別来訪者数の平準化率）

（単位：％）



【顧客満足度について】

（総合満足度）今回の旅行にどれくらい満足したか？の問いに対し、「とても満足」、「満足」、「まあ満足」、「どちらでもない」、「不満」の5段階評価のうち「とても満足」の数値を比較。

【月別来訪者数の平準化率について】

北海道経済部観光局が公表する、「北海道観光客入込調査報告書」の月別入込客数（道内、道外、インバウンド含む）をもとに試算。

（年間平均入込客数を基準に、閑散期（または繁忙期）の月間平均入込客数が、その基準に何パーセントかを示す指標。）

閑散期の来訪者を増やす（100%に近づける）ことで、混雑緩和、売上向上に繋がる。

令和7年度事業実施概況



3. 令和7年度HTOの主な事業活動

■ 各種会議等の開催状況

総 会		正副会長会		理事会		合同部会		担当部会（観光地づくり、プロモーション、マーケティング、観光インフラ）		ガバナンス推進会議	
開催日	審議内容	開催日	審議内容	開催日	審議内容	開催日	議論内容	開催日	議論内容	開催日	議論内容
6月23日	・令和6年度決算 ・令和6年～7年度理事の選任 ・定款変更	4月3日	理事会 審議事項	4月3日	会員拡大・会費増額 に向けた取り組み	7月16日	R8事業・予算策定進め方	8月4日	R8事業・予算策定	8月21日	検討事項確認
		5月19日	新体制役員 人事等	5月23日	R6事業実績・決算 代表理事、副会長の選 定	9月12日	R8事業・予算要望案	8月8日	〃（マーケティング部会）	9月3日	HTO職務権限一覧」、 「稟議ルート」
		7月16日	理事会 審議事項	6月23日	役付役員の選定	2月20日	R8予算要望結果報告	8月20日	R8事業・予算策定	10月1日	各種規程（案） 出向協定関係
9月12日	令和6年～7年 度理事の選任 （臨時総会）	9月12日	〃	7月16日	R8事業・予算策定 進め方			8月26日	〃（プロモーション部会）	10月21日	各種規程（案） 企画提案審査要領
		11月14日	〃	9月12日	R8事業・予算要望案			10月17日	R7事業進捗確認	11月26日	ガバナンス推進体制 各種規程類
		2月13日	〃	11月14日	R7上期進捗報告			11月14日	〃	12月11日	内部通報・ハラスメント コンプライアンス関係研修
		3月19日	〃	2月13日	令和8年予算			12月12日	〃	1月15日	検討事項確認
				3月19日	R8事業・予算案審議			1月21日	〃	2月16日	内部通報制度 職員向け各種研修
								3月19日	R7事業進捗報告 〃 R8年事業予定	3月17日	職員の公正・公平な 職務執行

令和7年度事業実施概況

3. 令和7年度HTOの主な事業活動

主な事業項目	主な活動内容
人材育成・サービス向上事業	・道内小学生向けの観光教育強化（模擬授業の実施） ・宿泊施設向けインターンシップ、職場見学会、出前授業の拡大
商品開発事業	・持続可能な観光地域づくりに向けた伴走支援（ガストロノミーツーリズム、ケア・ツーリズム、ナイトタイムエコノミーの推進、道内登録DMO、候補DMOへの支援）
基盤整備事業	・来道外国人観光客、国内人流データの把握と情報共有 ・住民満足度調査の実施（道民、観光産業経営者、従業員対象）
国内プロモーション事業	・北海道の酒（ワイン、日本酒）、ウエルネス等をテーマした媒体情報発信 ・道外他都市連携（直行便就航）相互送客施策
海外プロモーション事業	・欧・米・豪へのレップの設置。グリーンシーズンの情報発信強化 ・東南アジア（成長市場）へのグリーンシーズンプロモーション強化
アドベンチャートラベル事業	・新たにATの受入を目指す地域にハンズオン支援 ・ATガイド人材育成強化（海外研修派遣制度の実施）
マーケティング事業	・海外・国内人流データを取得し、地域に情報共有（勉強会開催） ・住民満足度調査（道民、観光産業経営者、従業員）を実施



地域の魅力を活かした観光地づくり推進事業（25001）

1. 事業目的

多様化する観光客ニーズに対応するため、地域の観光協会等が実施する新たな商品づくり等の取り組みを支援し、地域経済の活性化を図る。

2. 事業概要（予算：180,980千円）

①支援概要 採択事業 計47事業

- ・DMO枠（補助上限1,000万円）8事業
- ・地域単独（補助上限200万円）25事業
- ・広域連携（補助上限400万円）11事業
- ・チャレンジ枠（補助上限100万円）3事業
（取組テーマ（内訳））

ガストロノミー・ツーリズムの推進 12事業 ケア・ツーリズムの推進 6事業
ナイトタイム・エコノミーの推進 4事業 アドベンチャートラベルの推進 8事業
その他 17事業

②事業進捗確認及び職員派遣による側面支援実施

③外部アドバイザー（メディア関係者、旅行会社社員、学識経験者、コンサルタント等）の派遣（8事業）

④採択団体向け「情報発信支援事業」

SNS情報発信力強化（専門家によるリール動画作成セミナー、ワークショップ開催）

⑤DMOガイドライン改正に伴う勉強会の開催、アドバイスの実施

⑥成果報告会の実施

3. ポイント

採択団体が抱える現状の課題などを把握するため、アンケート調査を実施し、令和8年度の支援の在り方、制度の変更を実施。



DMO部門最優秀賞



広域連携部門最優秀賞



地域単独部門最優秀賞

4. 事業成果・課題等

採択事業の成果報告を受け、審査委員の評価を得て、優良事例を選定。

(ア)DMO枠部門

【最優秀賞】大雪山ツアーズ株式会社

【優秀賞】一般社団法人ニセコプロモーションボード

(イ)広域連携事業部門

【最優秀賞】一般社団法人帯広観光コンベンション協会

【優秀賞】十勝・日高山脈観光連携協議会

【特別賞】一般社団法人岩見沢市観光協会

(ウ)地域単独事業部門

【最優秀賞】Discover Southern Hokkaido

【優秀賞】一般社団法人仁木町観光協会

【特別賞】くしろ広域観光誘致推進協議会

1. 事業目的

オーバーツーリズム対策やCO₂削減のための公共交通機関の利用促進などの取り組みを支援し、観光客と地域の受入環境の良好な関係を構築、地域経済の活性化を図る。

2. 事業概要（予算：45,000千円（交付金）+ 5,000千円）

①支援概要 採択事業 計15事業

取り組むテーマ

- ・オーバーツーリズム対策
（オーバーツーリズム未然防止対策含む）
美瑛町、洞爺湖町、新冠町
- ・公共交通機関等の利用促進（CO₂削減対策を含む）
鹿追町、とかち観光誘致空港利用推進協議会（帯広～新得）
網走市（網走バス）、函館市（函館バス）
- ・観光客の利便性確保
美瑛市、旭川空港周辺、旭川市、上川町、新函館北斗駅
広域観光推進協議会（みなみ北海道）
- ・持続可能な観光（サステナブル）の普及促進
弟子屈町、釧路市阿寒湖温泉、美瑛町

②事業進捗確認及び職員派遣による側面支援実施

3. ポイント

路線バスが乗車実績のみで評価するのではなく、利用客（住民・旅行者）がどれだけ消費しているかを把握、地域全体での経済効果に基づき持続可能な交通ネットワークを評価するしくみを検証。



美瑛町・ツーリストシップ宣言



美瑛町・
冬季バス
実証運行

STEP 1：観光客によるバス利用者数の把握（算出方法）

unerry



路線バスがもたらす地域への経済効果測定（網走市）

4. 事業成果・課題等

持続可能な観光地経営が地域に求められるなか、抱える課題対応の施策として、一定の成果があった。
他方、既存の伴走支援型観光地域力強化推進事業との取り組みの差別化などをしっかり明示し、より課題対応の優先度が高く、効果が見込める事業を積極的に支援していきたい。

広域観光周遊促進事業（観光庁・北海道）（25002）



1. 事業目的

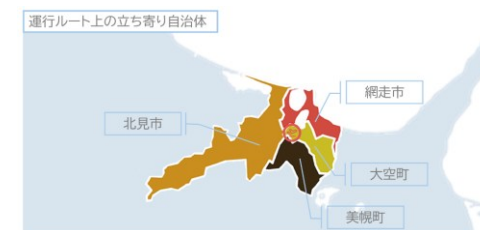
地方部での訪日外国人観光客の滞在促進のため、地域が一体となっていく、滞在コンテンツの充実、受入環境整備、旅行商品流通環境整備の取り組みを支援

2. 事業概要（予算：97,973千円）

- ①南富良野エリア・トムムエリアにおけるスノーリゾート一体化事業（道費救済）
（二次交通静的データの整備。占冠村営バス、南富良野町町営バス路線・時刻表・バス停データの整備）
- ②北海道3大スキーリゾート「キロロ、ニセコ、ルスツ」周遊旅行促進事業
（滞在コンテンツ・流通環境整備（小樽発着・キロロ、小樽発着ニセコ、キロロ発着・ニセコ、ニセコ発着キロロ日帰りスキーバスツアー）
- ③定期観光バス定着化に向けた整備事業（道費救済）
（流氷観光シーズンに運航するツアーバスの定期観光バス定着化実証（北見～網走間））
- ④十勝ゴールデンレッキングルートと自由度の高いキャンピングカー宿泊プラン構築事業
（台湾、欧州圏で拡大傾向にある「レンタルキャンピングカー」での周遊パッケージ）
- ⑤The Heart of Hokkaido『Taisetsu』を世界に届ける商品造成・流通事業
- ⑥日本一のスノーフィールド×Traditional Japan コンテンツ造成事業
- ⑦グリーン期における滞在連泊促進に向けたユニークベニューとサイクリングのMICEプラン開発と商談会実施事業
- ⑧北海道3大スキーリゾート「キロロ、ニセコ、ルスツ」周遊促進流通環境整備事業

3. ポイント

地方部での滞在促進のための地域周遊観光促進事業（観光庁）の制度改正により、訪日外国人旅行者一人当たりの地方部における宿泊数2泊（令和元年1.4泊）の目標が設定。



GPS車載器の整備（占冠村）オホーツク定期観光バス化に向けた定着事業（網走市）

4. 事業成果・課題等

- ①南富良野エリア・トムムエリア スノーリゾート一体化事業
Google Mapとの情報連携により、データの交通空白地帯解消を図れた。
（決済手段までの仕組み構築（チケットレス化）が進めることで、さらに利便性が向上すると思われる。）
- ②北海道3大スキーリゾート「キロロ・ニセコ・ルスツ」周遊旅行促進事業
送客数6,829名（目標1,500名）売上5,887万円（目標1,050万円）
（冬季商品の販売ピークは半年前からとなっており、OTAなど早めに販売準備を進める必要がある。）

観光客地域偏在解消に向けた検証事業（25003）

1. 事業目的

インバウンド及び国内の人流データを活用し、移動ルートや移動量の分析等を通じ、高付加価値な商品造成や販売促進に繋げる。

2. 事業概要（予算：17,850千円）

- ① インバウンド人流データの収集・分析
 - ・ナビタイムジャパン「Japan Travel」アプリのGPSデータを活用
 - ・対象：欧米豪、アジア各国・地域の旅行者
 - ・分析項目：来訪者国籍・地域、月別来訪者数、平均滞在日数、市町村別滞在状況、周遊ルート
 - ・分析結果をTableau Publicで可視化
 - ・「北海道の観光統計データサイト」にて公開（会員限定）
- ② 国内人流データの収集・分析
 - ・ブログウォッチャー「おでかけウォッチャー」を活用
 - ・分析項目：
 - 来訪地、発地、属性、周遊ルート、旅程、時間帯
 - ・分析結果を専用サイトで可視化
 - ・自治体・DMO・観光協会等が活用可能な形で提供

3. ポイント

地域の観光関係者が自らの地域の来訪傾向を把握し、根拠に基づく観光施策の検討を行うなどの事例が各地で展開され始めた。



人流データの可視化イメージ



4. 事業成果・課題等

- 勉強会・報告会の実施
 - 勉強会（計4回・計71名） 報告会（計3回・計53名）
 - 7月、9月（2回）、10月 1月（3回）
- インバウンド人流データの収集分析の評価
 - 地域ごとのインバウンド動向を可視化し、「北海道の観光統計データサイト」に公開し。前年度に続き、データを確保できた点は、観光地経営の観点から効果的な取り組みである。
- 日本人来道者（国内）の人流データを取得・分析
 - インバウンドとの比較を行い、来訪エリア、滞在時間、周遊ルート、時間帯といった行動特性の違いが可視化された。道南圏、オホーツク圏などエリアごとの分析により、地域ごとの来訪傾向や周遊実態に関する新たな示唆を地域に提供することができ、実際に活用している事例もあった。

北海道教育旅行活性化事業（25004）

1. 事業目的

道内の教育旅行受入体制整備や商品づくり、セールスプロモーションなど地域と連携した取り組みで、教育旅行活性化を図る。

2. 事業概要（予算：21,440千円）

- ①招へい事業（教員、教育旅行関係者）
- ②アドバイザー派遣
- ③教育旅行受入セミナー（道内自治体、事業者、関係者向け）
- ④セールス活動
- ⑤教育旅行説明会・相談会
- ⑥教育旅行説明会（他団体主催）
- ⑦広告出稿
- ⑧連携事業 北海道訪日教育旅行促進協議会
北方領土隣接地域への修学旅行誘致受入の
ための下見ツアー同行

3. ポイント

来道する学校が、道南・道央圏に集中しており分散化が必要。
新学習指導要領の改訂による探求型修学旅行の内容変化に対応したコンテンツづくりの開発、現在あるコンテンツの磨き上げが必要。
貸切バス等の運賃高騰により西日本方面からの来道校の減少が懸念される。



教育旅行説明会



下見ツアー



アドバイザー派遣

4. 事業成果・課題等

- ①実績：関東公立中学校修学旅行委員会 19名（道南、青森県）
修学旅行研究会 14名（道央圏）
下見受入 全国26校45名（中学校、高校対象）
（東京、埼玉、大分、栃木、京都、神奈川、大阪）
- ②実績：全国12校へ訪問（宮城、栃木、埼玉、東京、静岡、大阪、兵庫）
- ③実績：倶知安町、室蘭市、札幌市、函館市
- ④実績：会議（修学旅行研究会、全日本修学旅行研究会、日本修学旅行協会ほか） 学校、旅行会社等ダイレクトセールス
- ⑤実績：仙台、宇都宮、大阪、東京で旅行会社、教員向け開催
- ⑥実績：富士山静岡空港で開催（教員12名参加）
- ⑦実績：月刊教育旅行、教育家庭新聞、観光経済新聞、産経新聞
- ⑧実績：受入セミナー（3会場）、北方領土隣接地域視察（教員20名）¹⁵

観光人材発掘事業（25005、25020）

1. 目的

人手不足が深刻な宿泊業への就労促進とに向けた人材の確保、育成を行い、持続可能な観光地域づくりを推進。

2. 事業概要（予算：23,640千円＋16,804千円（交付金））

①就業体験・職場見学・出前講座実施に係る準備（道費）

②就業体験（短期インターンシップ）（交付金）

(1)対象:道内外の大学生（留学生を含む）、専門学校学生、日本語学校の学生、道内の高校生（求職者等）

(2)時期:夏休み・冬休み中心（随時実施）

(3)内容:3日以上1ヶ月未満の就業体験（受入先の希望調整実施）

(4)就業体験後のフォローアップとアンケート:就業体験後の参加者支援

③職場見学会（交付金）

(1)対象:道内の高校生、中学生、専門学校生、日本語学校生、大学生（留学生を含む）、一般等。

(2)時期:令和7年6月～令和8年3月

(3)内容:日帰りで道内の宿泊施設を訪問、施設見学、体験、講話。

④出前講座（交付金）

(1)対象:道内外の大学（留学生を含む）、専門学校、日本語学校、道内の高校等

(2)時期:令和7年6月～令和8年3月

(3)内容:キャリア教育授業や観光に関連した授業、就職説明会・セミナー等宿泊業に係る人（経営者や従業員等）を講師として派遣。

3. ポイント

インターンシップ受入

道外の学生は、交通費の自己負担を理由に辞退するケースが散見。受入の条件面での改善や受入宿泊施設の更なる拡大が必要。



インターンシップのチラシ（学生、企業、学校向け）

4. 事業成果・課題等

・成果

インターンシップ：受入人数96名(目標100名)

職場見学会：19回（359名参加）実施（目標20回以上）

出前講座：道内・道外32回（716名参加）実施（目標40回以上）

人材確保支援業務（宿泊施設）21施設（目標20施設以上）

・課題

職場見学会：学校側の授業カリキュラムは前年度に決定しており、年度内開催のためには、前年度から打診が必要（年度末に集中）

（地域別では、道央圏が7割以上と地域偏在が顕著）

出前授業：学校側の授業カリキュラムは前年度に決定しており、ゼミ単位や休日、閑散期、年度末での開催ケースが散見。

アドベンチャートラベル推進事業（25006）

1. 事業目的

ATWS 2023の開催を契機としてAT商品の開発や情報発信を行ない、北海道のアドベンチャートラベルのブランド化を推進、商品造成に係る支援の実施。ATの更なる品質向上を図る。

2. 事業概要（予算：112,176千円）

- ①旅行会社等招聘・商談会開催（9月、10月）
- ②映像制作、情報発信（縦型30秒動画3本製作、WEB、SNS広告）
- ③AFP通信社との連携（欧米豪32か国メディアへのリリース）
- ④時事通信社の海外メディアネットワークを通じた記事配信
- ⑤ネットニュースポータルサイト、時事通信社の配信先メディアへの記事掲載
- ⑥旅行博出展
（Adventure ELEVATE（NorthAmerica）、ATWS2025（チリ）
SITV（カナダ）、ITB Berlin（ドイツ））
- ⑦ATポータルサイトを活用した情報発信（ATガイドのインタビュー記事掲載）
- ⑧国内連携商品造成
- ⑨ATガイドPR（広告宣伝）
- ⑩ATハンズオン支援（AT相談受付体制確立、AT専門家派遣）
- ⑪AT受入体制整備（AT商談会（11月開催・札幌））
- ⑫ATプロモーション
（情報発信（羽田空港、SNS広告、連動キャンペーン））

3. ポイント

現状課題：AT商品の不足、海外に向けた情報発信不足、AT人材の育成
AT関係者間の連携（人的体制整備）



ATWS2025チリ



SITV（カナダ）出展



WEBサイト更新

4. 事業成果・課題等

- ①グリーン期商品 4 社が各 1 商品を販売
- ③約3万人に配信（約1.3万にリーチ）
- ⑦YouTube、Facebook配信
（クリック単価、クリック率は標準を上回る実績）
- ⑧グリーン期：十勝・日高AT 2 コース商品造成
本州連携商品：8 本（納品）
- ⑩6か所で合計154名の参加者がセミナー受講
AT専門家派遣21件（うち2件オンライン）
- ⑪セラー51団体77名、バイヤー22社39名参加
（全308コマ、22ブース×14セッション）

アジア圏におけるAT商品販売促進事業（25007）

1. 事業目的

ATは欧米豪だけでなく、アジアも今後有望な市場となるため、北海道の魅力をアジア圏に向けて効果的にプロモーション（情報提供、商談会等）を実施。

2. 事業概要（予算：27,731千円）

アジア圏におけるATツアー商品の販売促進等の実施

FAMツアーを実施するとともに、招聘者と道内のツアーオペレーター等AT関連事業者の間で商談会を開催

①旅行会社招聘、商談会、セミナー開催

・Aコース：支笏湖、トマム、平取、札幌（7月）
（招聘者：インドネシア、マレーシア、シンガポール、香港、台湾、フィリピン）

・Bコース：洞爺湖、札幌（一部、富良野岳）（9月）
（招聘者：インドネシア、シンガポール、中国、香港、タイ）

・Cコース：阿寒、屈斜路、札幌、白老（1月）
（招聘者：マレーシア、シンガポール、台湾、香港、フィリピン、タイ）

②ITBへの出展

・ITB-CHINA（5月）

・ITB-ASIA（10月）

3. ポイント

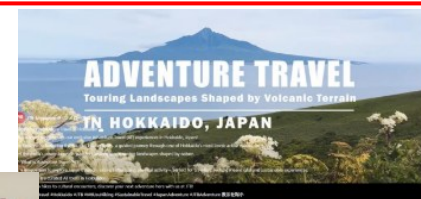
アジア市場では、ATの知名度が発展途上（一般的な観光とソフトなアドベンチャータラベル体験（トレッキング、スノーシュー等）、文化体験（食）を組み合わせたプロモーションが効果的



ITB-ASIA出展



セミナー商談会



4. 事業成果・課題等

①商談会実績

Aコース：バイヤー6名、セラー（北海道側）6社9名（商談件数36）
Bコース：バイヤー7名、セラー（北海道側）7社11名（商談件数49）
Cコース：バイヤー8名、セラー（北海道側）8社16名（商談件数64）

② ITB-CHINA(51セッション、セールスコール4社)

ITB-ASIA（51セッション）

ATガイド人材育成事業（25008）

1. 事業目的

北海道観光の高付加価値化を推進するため、アドベンチャートラベラーに代表される海外富裕層に対応できる人材を育成する。

2. 事業概要（予算：33,318千円）

①野外救急法研修事業

北海道認定ATガイド、アウトドアガイド等が救急救命に必要な知識技能を習得WFAアドバンスクラス以上の資格を取得できるよう必要な能力を養成
（WFA新規・更新講習 6 会場、WFRアップグレード講習 1 会場）

②アクティビティガイド研修事業

ツアー参加者と双方向の英語によるコミュニケーションが取れるガイドを育成

③スルーガイド人材育成事業

ATの国際ガイド基準であるアドベンチャートラベル・ガイドスタンダード（以下、「ATGS」という）のコア・コンピタンスのうちスルーガイドとして必要となる「安全管理」、「自然・歴史・文化の解説」、「顧客サービスとグループ管理」の3分野に関する研修を実施

④北海道ATサステナブル研修事業

アドベンチャートラベル・トレード・アソシエーション（以下、「ATTA」という。）が制定するアドベンチャートラベル・ガイドスタンダード（ATGS）において定められている 5 つの中核能力の一つであるサステナビリティ基準を満たす研修を実施

3. ポイント

ATガイドのレベル向上には、WFA有資格者の拡大が重要。
サステナビリティに関する研修も今後重要。



WFA新規講習



野外講習



4. 事業成果・課題等

①実績

- ・WFA新規更新講習 97名参加
- ・WFRアップグレード講習 23名参加（計120名が資格取得）

②実績

- ・基礎英語研修（オンライン）延べ数85名（全39回実施）
- ・実践英語研修（大雪山、積丹エリア開催） 計15名参加

③実績

- スルーガイド座学研修会 20名受講
- 実地研修の実施 23名受講

④実績

- 持続可能な観光ガイドラインを教材とした座学 16名
- LeaveNOTraceトレーナー相当フィールドワーク研修 23名

ATガイド能力向上事業（25009）

1. 事業目的

ATの国際ガイド基準であるATGS（Adventure Travel Guide Standard）に精通したガイドを講師として研修を実施し、国際的に評価されるガイドの育成を目指す。

2. 事業概要（予算：44,776千円）

①海外ガイドによる国内フィールド研修事業

アドベンチャータラベルの定義、A Tにおけるガイドの役割、Adventure Travel Guide Standard（ATGS）と活用方法について

・フィールド研修

講義（安全管理、ストーリーテリング、サステナビリティ）

屋外トレーニング（セーフティトークの実践）

グループワーク（ディスカッション、プレゼン作成と発表、フィードバック）

・Adventure Connect

ATTAによるプレゼン（AT市場のトレンド解説）、ネットワーキング

②ATガイド等海外派遣事業

北海道内のアウトドアガイド等のガイド業を営む事業所を対象に、北海道のATの発展に貢献する意思のあるガイド（契約ガイドを含む）への支援として、ガイド技能を実践的に学ぶための海外研修に必要な経費の一部を支援

③プラットフォーム構築に向けたAT受入体制整備

セミナー（フィールド研修の振り返り）、講演会、座談会開催

3. ポイント

ATガイドのスキル向上のため、海外研修を後押しするための旅費支援やATGSに沿ったフィールド研修など充実したプログラムを提供



ATガイド等海外派遣研修事業
募集 8名程度
最大支援額 100万円
申込期限 10月1日（水）
【応募書類提出締切 10月8日（水）12時】

本事業では、北海道内のアウトドアガイド等のガイド業を営む事業所を対象に、北海道のATの発展に貢献する意思のあるガイド（契約ガイドを含む）への支援として、ガイド技能を実践的に学ぶための海外研修に必要な経費の一部を支援します。

このようにおすすすめ

応募・選考スケジュール			
応募期間 9月22日～10月1日 ※ATトラベラー・コネクトを開設していない方 10月8日12時まで	選考・面接審査 10月中旬	内定通知 10月下旬	研修開始 11月～

海外派遣事業募集

令和7年度 ATガイド等海外派遣研修事業
オンライン報告会
主催：HTO、北海道観光振興局
オンライン開催
参加費無料

【25日】北海道観光振興局では、国内で活動するガイドを対象に、ATの先進地であるNZの研修先を巡る海外研修等に派遣することで、知識や技能の向上を図るとともに、北海道のAT普及拡大に貢献するガイド人材の育成を図ることを目的として、「令和7年度ATガイド等海外派遣研修事業」を実施しています。今回は、本事業で研修に参加したガイドが、研修で学んだことや研修先での研修で得た気づきなどを発表し、海外のガイド事情や、インバウンド対応に関する最新動向について報告します。

●日時／2026年3月13日（金）14:00～17:00
●会場／オンライン開催 ※後日お申込み欄にURLをお送りいたします。
●スケジュール

14:00 開会の挨拶
14:05 海外派遣研修生8名からの報告（各15分）
・オーストラリア代表 林本太郎氏
・Guine Office Trail Wind 代表 滝澤友貴氏
・Tofuconcha 代表 立川寛典氏
・ビー・ビー・エス 代表 滝川正典氏
・Adventure Hokkaido 代表 寺山元氏
・（株）AKS 代表 森和孝氏
・ポフ・ワグ・イム 代表 高橋典史氏
・クラフター・カムフラット 代表 高橋拓志氏
16:50 報告会のまとめ
・北海道アトレンジャー・アドベンチャー・事業推進課 高田啓氏
・北海道アトレンジャー・プラットフォーム協議会事務局 菊地聡幸氏
17:00 終了

4. 事業成果・課題等

①実績

- ・オンライン座学研修 9名
- ・フィールド実践型研修 札幌11名、釧路・標茶12名
- ・Adventure Connect 35名

②実績

8名の派遣対象者（ガイド）を選定し、研修に必要な経費の一部を支援。
研修先：オーストラリア、ニュージーランド、アメリカ、コスタリカ、台湾、イタリア

③実績

参加者58名

ケアツーリズム推進事業（25010）

1. 事業目的

旅を通じた心身の健康増進および疾病予防を図るヘルスツーリズムの推進を目的に観光と福祉の融合により道内観光産業に新たな価値を創出する。

2. 事業概要（予算：23,115千円）

①研修会の開催（釧路市阿寒湖・帯広市・登別市・富良野市）

地域でケアや支援を伴う旅行客を受け入れるにあたり、関係者それぞれの専門分野や立場による理解の違いを整理。実際の旅行場面を想定した対応や配慮事項を共有。

②モニターツアーの実施

帯広市、音更町（10月）、登別市（10月）

①の研修会で共有した内容を踏まえ、実際の旅行環境下で、支援を必要とする人を含めた旅行の実施状況を確認することを目的に実施

③研修報告会、交流会の開催

（釧路市阿寒湖・帯広市・登別市・富良野市、札幌市）

①研修会及び②モニターツアーの内容、健康効果の検証効果について整理、関係者間で共有することを目的として実施

3. ポイント

「北海道モデル」の構築と検証、科学的エビデンスの可視化、段階的ロードマップの策定などを本事業でとりまとめ（3年継続事業の最終年度）



モニターツアー



研修報告会

4. 事業成果・課題等

本事業で得られた成果を社会実装へ繋げるため、下記の点を次期フェーズの重点課題としてとりまとめ

- ・ヘルスツーリズム認証取得の具体化：地域における認証制度の導入
- ・「商品」としての実効性向上：自走型ビジネスモデルの確立検討
- ・医療連携の深化と役割の固定化：カレスサポロなど医療機関との連携
- ・継続的な情報提供と相談体制の維持：フォローアップ体制の維持

1. 事業目的

多彩な媒体・宣伝手法を活用し、北海道への興味関心を高めるべく最新情報を発信し需要喚起を図る。

2. 事業概要（予算：33,340千円）

①バーチャル北海道事業

V Rゴーグルを活用したバーチャル体験。道内の8か所の自然、体験、イベント等の素材を製作。旅行博等で、来場者に体験。

②北海道観光情報発信

アジア7市場の海外旅行会社及びランドオペレーター、メディア、航空会社JNTO等に北海道の最新観光情報を定期的（月2回）に配信

③北海道観光セミナー（オンライン）の実施

5市場（台湾、香港、韓国、シンガポール、マレーシア）で実施

④世界自然遺産を活用した観光振興事業推進協議会への道負担金拠出

⑤ノベルティーの製作

旅行博出展等でプロモーションを実施する際に配布する販促品を製作

キュンちゃんシール、テーブルクロス、うちわ、手ぬぐい、サンバイザー、タンブラー、スティックバルーン、チケットケース、ボールペンなど

3. ポイント

北海道観光の最新情報をオンラインセミナーを通じて、アジア市場の観光関係者に配信、タイムリーな情報として、多くの開封率を獲得



V Rゴーグルを活用したバーチャル体験（旅行博会場）

4. 事業成果・課題等

①実績

MattaFairSeptember、ツーリズムEXPOジャパン等で951名が体験

②実績

中国（365社）平均開封率37.7% 台湾（228社）平均開封率76.7%
香港（102社）平均開封率65.4% 韓国（56社）平均開封率112.6%
タイ（147社）平均開封率72.7% シンガポール（91社）平均開封率84%
マレーシア（295社）平均開封率42.1%

③実績

台湾：52社74名参加、アンケート回収数58件（回収率78.3%）
香港：30社30名参加、アンケート回収数30件（回収率100%）
韓国：32社37名参加、アンケート回収数28件（回収率75.6%）
シンガポール：31社35名参加、アンケート回収数27件（回収率77.1%）
マレーシア：53社63名参加、アンケート回収数48件（回収率76.1%）

1. 事業目的

道内各地域の特性を生かしたプロモーション事業を4地域分科会において実施。

2. 事業概要（予算：60,000千円）

内容：国内外プロモーション、パブリケーション、地域提案事業等
（以下、各地域分科会での主な事業内容）

①道央地域分科会

- ・冬期バス周遊促進事業
（登別・洞爺湖温泉とニセコ・ルスツと結ぶツアーバスの実証運行）
- ・ランドオペレーター向けセミナー開催（東京）

②道南地域分科会

- ・インドネシア旅行会社招聘・情報発信事業
（インドネシアの旅行会社、メディア招聘による道南の魅力発信）
- ・道南ATモデルルート造成、磨き上げ（ATセミナー、現地フィールドワーク）

③道北地域分科会

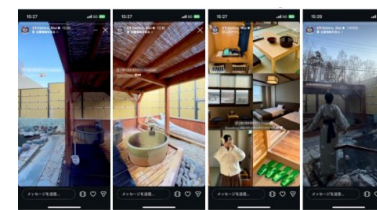
- ・国際プロモーション（旭川空港対策）事業
韓国（大韓航空）、台湾（タイガーエア台湾）、オーストラリア（スノーリゾート）
タイ（デジタル広告、旅行商品造成支援、旅行博出展、セールスコール等）

④道東地域分科会

- ・国際プロモーション（2 振興局以上連携による施策）
台湾旅行博出展・FAMトリップ、韓国旅行会社招聘、豪州ATファムツアー、
広報活動（欧米豪向け映像作成、広域パンフレット作製）

3. ポイント

地域の観光関係者と連携を図ることで機動的かつ効果的な事業が展開出来る。



道央：ランドオペレーター向け
セミナー（東京）
道南：インドネシア（招聘）
道北：タイ（プロモーション）
道東：韓国（招聘）

4. 事業成果・課題等

①道央地域分科会

冬季周遊バスの（完全）自走化とその横展開に向け、事業検証が必要

②道南地域分科会

函館市の地域観光戦略などと連携した道南一体となった戦略に基づく施策が必要

③道北地域分科会

市場ごとのニーズに応じた科学的根拠に基づく戦略的なプロモーションが必要

④道東地域分科会

帯広～韓国（青州）路線を活かした、道東全体での一体的なプロモーション活動による魅力発信が必要。

誘客促進強化事業（国内）（25012）

1. 事業目的

道内地域と連携し、国内（東・名・阪）をはじめ、地方中核都市で観光情報交換会やリアルプロモーションを実施し、北海道への誘客促進強化を図る。

2. 事業概要（予算：394,955千円）

- ①北海道観光情報交換会
マスコミや旅行会社へ北海道の最新情報を発信（現地開催、オンライン）
- ②メディアタイアップ事業
テーマ性を持った旅のイメージ訴求（テレビ、ラジオ、雑誌による情報発信）
- ③大規模イベント出展
ツーリズムEXPOジャパン2025をはじめ、各種イベントへの出展
- ④他県連携相互送客事業
直行便就航エリア（宮城、茨城、静岡、新潟、兵庫、広島、福岡、熊本、鹿児島、沖縄、大阪、富山、石川、長野）を対象とした相互送客促進
- ⑤旅行商品造成支援
羽田、関西、中部空港出発の冬期の北海道旅行商品広告掲載費の50%上限に助成
- ⑥交通連携プロモーション（閑散期搭乗キャンペーンを交通各社と連携し展開）
- ⑦WEB・SNSプロモーション
北海道公式観光LINEアカウントを活用した観光情報発信・利用促進
- ⑧大規模メディアプロモーション 動画CM、WEB広告配信（タレント起用）
- ⑨PRツール作成 北海道マップ、観光ポスター、各種プロモーションPRツール

3. ポイント

北海道観光情報交換会、メディアタイアップ、他県連携相互送客、SNSなどを活用し、きめ細やかな旬な情報発信を展開。



ツーリズムEXPO2025
（旅の愛好家が選ぶ・ブースグランプリ、グランプリ受賞）



4. 事業成果・課題等

- ①実績 東京、大阪、名古屋で開催（現地参加者数166社242名・対前年169%）
- ②実績 前期 24社応募／11社採択（広告換算額140,417千円）
後期 19社応募／12社採択（広告換算額251,080千円）
- ③実績 約12.7万人来場（旅の愛好家が選ぶ・ブースグランプリ、グランプリ受賞）
- ④実績 各地での情報発信による広告換算額 約8,587万円
- ⑤実績 16商品、送客実績合計6,031名送客実績（前年比72.1%）
- ⑥実績 キャンペーンへの応募総数 第一弾：1万人、第二弾1.2万人
- ⑦実績 LINE（アンケート回答）8,382件、Instagram3,250件
- ⑧実績 YouTube動画770万回、SNS2,284万回、WEB広告表示2,657万回
- ⑨実績 ガイドマップ、ポスター、ノベルティPRツール

欧米豪市場誘客促進事業（25013）

1. 事業目的

来道インバウンド観光客の回復が期待される中、メインターゲットである欧米豪を中心に、北海道の認知度向上を目指す。

2. 事業概要（予算：203,552千円）

- ① 欧州市場 欧州での北海道観光レップの設置
ニュースリリースの配信・現地セールス・現地旅行博代理出展・セミナー開催等
インフルエンサーを起用した情報配信（イギリス・フランス・ドイツ）
現地旅行会社・メディア招聘（ドイツ・フランス・イギリス）
- ② 米国市場 米国西海岸、東海岸、カナダに北海道観光レップ設置
ニュースリリース&プレスリリースの配信＜全米、カナダ＞
米国内旅行博出展、北海道観光BtoBセミナー（米国、カナダ）
ファムトリップ、訪日メディア記事配信、Global QiQUMOによる認知度調査
- ③ 豪州市場 シドニーに北海道観光レップを設置
ニュースリリース&プレスリリースの配信
北海道観光BtoBセミナー（現地）、セミナー商談会（北海道）の開催
BtoCイベント（SakeFestival、北海道BBQ）
- ④ 北海道スキープロモーション協議会
Snow Bound Expo 2025（ボストン）出展、BtoBセミナー（ニューヨーク）
- ⑤ その他インド（東京観光財団との連携による招聘事業）
SNS情報発信事業

3. ポイント

観光消費額の高い欧米豪市場へのアプローチは、今後も継続的に必要。



第50回JAPAN WEEK出展（イギリス）



NYTAS出展（アメリカ）



Japan Roadshow（オーストラリア）

4. 事業成果・課題等

① 実績

英／インフルエンサー配信結果：リール動画/29,800回再生、いいね数/24,846
仏／(a)34,100回再生 いいね数4,571 (b)2,900再生 いいね数192
独／配信結果：124,000再生 いいね数4,799

② 実績 北海道認知度調査：アメリカ・カナダ全土の20～40代 米国2,000件、カナダ2,000件（認知度は米国44%、カナダ52%（「名前だけ認知」を含む））

③ 実績 旅行会社による商品造成数：6コース、メディアによる情報発信数：旅行メディア12記事 WEBメディア：1記事、radio：1件

④ 実績 Snow Bound Expo 来場者数：23,420名
パンフレット「BEST JAPOW」（英語版）最新版作成（英語版4,500部作成）

⑤ 実績 インド発旅行商品造成目標120名に対して、送客69名（58%）
（3月上旬時点）

アジア市場誘客促進事業（25014）

1. 事業目的

今後更なる需要拡大が見込まれるアジア市場に対し、北海道の最新観光情報の発信や現地旅行博への出展、現地旅行会社へのセミナー等のプロモーションを実施、インバウンド需要を成長軌道への回復につなげる。

2. 事業概要（予算：106,104千円）

①シンガポール、マレーシア市場

旅行博出展、観光商談会、北海道セミナー、FAMツアー（インフルエンサー）
ATAS Holidays2025、MATTA Fair September、2025JNTO主催商談会

②東アジア市場

台湾（ITF2025）、韓国（道ソウル事務所主催観光商談会、旅行会社招請）
中国（旅行会社招請）

③ベトナム・インドネシア・フィリピン市場

BtoBプロモーション（現地担当者旅行会社訪問、セミナー、ファムツアー）
BtoCプロモーション（Facebook、WEBサイト情報発信）
Dwidaytour Carnival（インドネシア／ジャカルタ）
Japan Vietnam Festival2026（ベトナム／ホーチミン）

④タイ市場

泰日交流イベントへの出展、BTOB観光セミナー、インフルエンサー招聘
WEB、SNS情報発信（メディアプロモーション）

⑤ゴルフ事業

北海道ゴルフツーリズムコンベンション実行委員会主催（シンガポール富裕層の誘客）
招聘事業（ゴルフ場、観光施設（アウトレット等）視察）

⑥PRツール制作

多言語パンフレット、ノベルティー制作

3. ポイント

旅行博、セミナー（商談会）、旅行会社招聘等の一連の施策を実施し、各市場のニーズに沿った観光コンテンツの楽しみ方を提案



インドネシア旅行会社招聘



フィリピン旅行会社セールスコール



ベトナムイベント出展

4. 事業成果・課題等

①実績 情報発信：4媒体216回、合計705.9万リーチ、772.2万Views

②実績 中国（旅行会社による商品造成数：13コース（うちグリーンシーズン6コース販売）集客人数：481名

③実績 ベトナム・インドネシア、フィリピン各市場とも招聘会社による商品造成：各社2コース以上販売、集客目標：100名以上（いずれも達成）

④実績 Paigunna：リーチKPI/55万に対し、38.4万
Kirarista：リーチKPI/12万に対し、228万、sugoisho：29万

⑤実績 シンガポールの関係者との意見交換会に、道内自治体・運輸局・民間企業・ゴルフ連盟等30名が参加

北海道どさんこ旅サロンの運営・利用促進事業（25015）

1. 事業目的

首都圏における北海道観光の情報発信拠点である「どさんこ旅サロン」を運営し、北海道の観光情報をタイムリーに提供することにより、首都圏からの誘客を促進する。

2. 事業概要（予算：12,720千円）

施設名称 北海道・さっぽろ観光情報プラザ（愛称：どさんこ旅サロン）
設置場所 東京都千代田区有楽町2丁目10-1 東京交通会館3階
営業日 月曜～金曜 11:00～19:00（勤務時間は10:45～19:00）
運営体制 2名常駐（マネージャー1名、スタッフ2名 シフト制）
業務内容 観光情報の提供・相談対応、観光パンフレット等の配布、営業活動
受託事業者 株式会社近鉄HRパートナーズ
受託期間 令和7年4月1日～令和8年3月31日

その他：接客対応のほか、首都圏内にある「どさんこプラザ」、北海道物産展等のイベントを訪問し、北海道ガイドマップの配架やポスター掲出、観光PR、どさんこ旅サロンのPRに取り組んだ。

3. ポイント

令和7年度より首都圏におけるイベント、北海道情報交換会への運営スタッフとしても活動する予定



どさんこ旅サロンの様子

4. 事業成果・課題等

月	来店者数 ()内 前年比	相談件数 ()内 前年比	電話件数 ()内 前年比
4月	372(97.6%)	79(87.8%)	72(86.7%)
5月	476(84.0%)	109(86.5%)	39(68.4%)
6月	444(93.9%)	104(114.3%)	66(110.0%)
7月	436(95.4%)	82(136.7%)	68(89.5%)
8月	398(101.3%)	76(105.6%)	50(79.4%)
9月	351(88.6%)	60(76.9%)	38(55.1%)
10月	325(110.9%)	54(112.5%)	50(119.0%)
11月	226(103.7%)	33(106.5%)	39(102.6%)
12月	298(143.3%)	40(181.8%)	32(100.0%)
1月	366(109.6%)	67(117.5%)	56(164.7%)
2月	376(114.6%)	83(133.9%)	67(279.2%)
3月	467(160.5%)	94(151.6%)	75(241.9%)
計	4,535(104.5%)	881(110.2%)	652(107%)

MICE誘致支援事業（25016）

1. 事業目的

本道で開催される国際的又は全国的な規模で開催されるコンベンションの誘致や円滑な開催を促す。

2. 事業概要（予算：9,644 千円）

①「北海道MICEセミナー・商談会in台北」の企画開催

内容：MICE全体プレゼン・共同出展者プレゼン
北海道MICE商談会(道内10団体と台湾側バイヤーによるマッチング商談)
セールスコール（現地旅行会社（PCO）訪問）
共同出展者：星野リゾート、コートヤードバイマリオット札幌、
札幌グランドホテル、倶知安観光協会、北海道日本ハムファイターズ、雪NISEKO、ポルトムインターナショナル北海道
NOZOHOTEL、第一滝本館、鶴雅リゾート（計10団体）

②海外バイヤーの招聘

訪問地域：千歳市、北広島市、釧路市、池田町、帯広市、音更町

招聘者：東南、名生、上順、雄獅各旅行者の有力バイヤー 計4名

内容：道東（釧路・帯広）の冬季コンテンツ視察、MICE受入環境インパクション

3. ポイント

「付加価値（特別感・高級感）」の提供や、行政・民間一体となった歓迎演出の具体化が急務



（上部写真）MICEセミナー・商談会セールスコール
（下部写真）
海外バイヤー招聘
（道東方面）



4. 事業成果・課題等

競合地域である、九州（福岡県等）や他県は「手厚い補助金」と「低コストなアクセス」が優位となっている反面、北海道は航空券・宿泊費とも高止まりしており、差別化が必要。

札幌、小樽、富良野以外の地域（道東等）のMICE適地としての認知度が低く、繁忙期におけるアクセスリスクを回避する行程提案力の向上が求められる。

持続可能な観光地づくり推進事業（25017）

1. 事業目的

世界的に関心が高まっている「持続可能な観光」を実現する観光地マネジメントの体制構築を図るため、住民、観光関係経営者、従業員への満足度調査を実施、課題等を抽出。

2. 事業概要（予算：9,101千円）

①住民満足度調査の実施

道内の住民が観光客の増加を起因とする様々な分野の環境変化をどのように受けとめているかを把握。本年度から、観光産業に携わる「従業員の満足度調査」と「経営者の満足度調査」を加えて実施。

・調査手法：WEBアンケート調査を実施（参考情報として自治体に対するWEBアンケート調査も実施）期間 11月14日～1月12日

② オーバーツーリズム調査（啓発）

道内におけるオーバーツーリズムの現状を調査・整理し、マナー啓発ツールの制作および情報発信を通じて、持続可能な観光地づくりを推進。

・オーバーツーリズムが顕在化しているとされる自治体（道内・道外）に対して、現地調査、ヒアリング実施。

・調査結果を踏まえ、ウェブページ（5言語）、チラシ、デジタルサイネージ用データを作成。

・情報発信として、チラシの配布、デジタルサイネージでの掲示、インフルエンサーによる拡散を実施。

3. ポイント

昨年10月からのDMOガイドライン改正（登録DMOに求める機能・役割）により、新たに住民・（観光産業）経営者・その従業員の満足度調査が義務化



旅行におけるマナー啓発ツール制作、情報発信（デジタルサイネージ）

4. 事業成果・課題等

①住民満足度

<住民>

社会的満足度（地域の観光をお薦めしたい気持ち、観光客への関わり意向）で、偏差値50以上を示す「ランクB」以上の層が61.9%と、昨年度の33.0%と比べ改善傾向。（調査方法を変更した事由も一部影響）

<経営者・従業員>

経営者側は人材確保に課題を感じているが、従業員側は待遇面（能力開発を含む）において十分に満足していないというギャップがあり、そのギャップを埋めるための支援をすることが、今後の施策を考えるうえで必要。

②オーバーツーリズム調査（啓発）

「オーバーツーリズム」という現象を考えるにあたっては、「マナー違反」と「人流の総量（混雑）」を区別して考える必要がある。

1. 事業目的

誰もが安全・安心に道内旅行を楽しむことができる環境を整備するため、あらゆる旅行主体にとっての障壁の認識や、道民が主体となった「おもてなし」の機運醸成により、誰にでも優しい「観光立国・北海道」としての受入体制整備の推進を図る。

2. 事業概要（予算：19,873千円）

- ①ホームページ「ユニバーサルツーリズム北海道」リブランディング
- ②新千歳空港関係者ワーキンググループとの災害時における取組の情報共有（2回・41名参加）
- ③バリアフリー対応ノウハウ習得研修、パブリシティの実施
バリアフリー対応セミナー、実技研修開催（7回・173名の観光介助士が誕生）
- ④ホスピタリティ向上
子ども向け啓発活動「旅育バスツアー」開催（函館市で2回開催）
（参加対象：道内小学校低学年と保護者（24組・48名参加））
- ⑤子供向け観光学習の実施
観光学習教材を活用した模擬授業実施
（釧路市、東川町、江差町開催）
- ⑥食のユニバーサル対応（アレルギー、食制限の対応）
多様な食文化に対応するための対応セミナー（1回開催）
- ⑦WEBサイト「WELCOM HOKKAIDO ムスリム＆ベジタリアンガイド」の更新

3. ポイント

「観光立国北海道」を目指すため、道民（特に子供）への観光学習により将来の観光関係人材確保は重要。



ユニバーサルツーリズム推進事業
「バリアフリー対応ノウハウ習得セミナー」のご案内
観光介助士「初級」「中級」「上級」の研修が修得できます
日時：10月30日（日）13:30～16:30
会場：うらわの観光センター（旭川市）（申込締切10月25日）
受講料：無料
（1）第一回 啓蒙
（2）第二回 実技
（3）第三回 実技
（4）第四回 実技
（5）第五回 実技
（6）第六回 実技
（7）第七回 実技
（8）第八回 実技
（9）第九回 実技
（10）第十回 実技
（11）第十一回 実技
（12）第十二回 実技
（13）第十三回 実技
（14）第十四回 実技
（15）第十五回 実技
（16）第十六回 実技
（17）第十七回 実技
（18）第十八回 実技
（19）第十九回 実技
（20）第二十回 実技
（21）第二十一回 実技
（22）第二十二回 実技
（23）第二十三回 実技
（24）第二十四回 実技
（25）第二十五回 実技
（26）第二十六回 実技
（27）第二十七回 実技
（28）第二十八回 実技
（29）第二十九回 実技
（30）第三十回 実技
（31）第三十一回 実技
（32）第三十二回 実技
（33）第三十三回 実技
（34）第三十四回 実技
（35）第三十五回 実技
（36）第三十六回 実技
（37）第三十七回 実技
（38）第三十八回 実技
（39）第三十九回 実技
（40）第四十回 実技
（41）第四十一回 実技
（42）第四十二回 実技
（43）第四十三回 実技
（44）第四十四回 実技
（45）第四十五回 実技
（46）第四十六回 実技
（47）第四十七回 実技
（48）第四十八回 実技
（49）第四十九回 実技
（50）第五十回 実技
（51）第五十一回 実技
（52）第五十二回 実技
（53）第五十三回 実技
（54）第五十四回 実技
（55）第五十五回 実技
（56）第五十六回 実技
（57）第五十七回 実技
（58）第五十八回 実技
（59）第五十九回 実技
（60）第六十回 実技
（61）第六十一回 実技
（62）第六十二回 実技
（63）第六十三回 実技
（64）第六十四回 実技
（65）第六十五回 実技
（66）第六十六回 実技
（67）第六十七回 実技
（68）第六十八回 実技
（69）第六十九回 実技
（70）第七十回 実技
（71）第七十一回 実技
（72）第七十二回 実技
（73）第七十三回 実技
（74）第七十四回 実技
（75）第七十五回 実技
（76）第七十六回 実技
（77）第七十七回 実技
（78）第七十八回 実技
（79）第七十九回 実技
（80）第八十回 実技
（81）第八十一回 実技
（82）第八十二回 実技
（83）第八十三回 実技
（84）第八十四回 実技
（85）第八十五回 実技
（86）第八十六回 実技
（87）第八十七回 実技
（88）第八十八回 実技
（89）第八十九回 実技
（90）第九十回 実技
（91）第九十一回 実技
（92）第九十二回 実技
（93）第九十三回 実技
（94）第九十四回 実技
（95）第九十五回 実技
（96）第九十六回 実技
（97）第九十七回 実技
（98）第九十八回 実技
（99）第九十九回 実技
（100）第一百回 実技



バリアフリー対応ノウハウ習得研修 観光学習教材活用模擬授業



多様な食文化への対応セミナー
食のユニバーサル対応

4. 事業成果・課題等

- ①バリアフリー観光調査（更新・掲載数162施設）
- ②障がい者当事者を交えた意見交換の実施、他地域での先進的な取組み事例の情報提供（座長）
- ③観光介助士173名（初級：120名、中級：47名、上級：6名）取得
- ④旅育バスツアー参加者（親）のアンケート調査満足度（次回あれば、ぜひ参加したい80%、期待以上＜77.8%＞、期待通り＜22.2%＞）
- ⑤招聘した寺本先生（名桜大学特任教授）の模擬授業は地域で現在学んでいる事と関連付けた指導案の作成や実際の授業でのバリエーションを多さなどが秀逸であった。
- ⑥トークセッションでホテルシェフが現場で起きた事例や、現在の多様な食文化への対応策など現場目線でお話いただき、関心が最も高かった。
- ⑦飲食店、観光施設、宿泊施設など145件のクリーニング作業を実施

観光人材育成事業（25019）

1. 事業目的

インバウンドを含めた観光需要の回復に対応できる人材の確保と能力向上を目的とし、北海道観光の受入体制整備を推進する。

2. 事業概要（予算：25,779千円）

①外国人ガイド育成研修

- ・外国語ガイド技能研修（eラーニング研修（試験対策、初級、上級））
- ・模擬バスツアー（小樽・余市コース、支笏湖・白老コース、美瑛富良野コース）
- ・ツアー帯同研修（函館港、室蘭港クルーズ船コース）
- ・マッチングイベント（通訳案内士と観光事業者、旅行会社による商談）

②集約型研修、派遣型研修の実施

小人数による課題解決に向けたオーダーメイド型研修の実施

- ・集合研修（4箇所）
 - オーバーツーリズム対策 ナッジ研修
 - 観光基礎ガイディング研修
 - 外国人眼光客消費額アップ研修
 - デスティネーションマーケティング基礎研修
- ・派遣型研修
 - 道内バス会社、札幌ハイヤー協会、日本ホテル協会道支部、DMO、観光協会
 - 自治体、千歳市埋蔵文化財センター、北海道開拓の村、洞爺湖町縄文遺跡
 - 道の駅とようら、スターマリン(株)、(株)札幌振興公社、小樽水族館、
 - 道の駅るもいなど（計35か所）

3. ポイント

全国通訳案内士試験の受験者が減少傾向。（試験の形骸化、ガイドの質の格差）ガイドの高齢化と不足など新たなガイドが育たない環境



模擬バスツアー



派遣型研修、集約型研修



4. 事業成果・課題等

①実績

- ・試験対策コース 89名受講
- ・初級コース（エリア別、特別講座、外国語別）308名受講
- ・上級コース（応用知識、観光資源）55名受講
- ・模擬バスツアー（小樽余市43名、支笏湖白老41名、美瑛・富良野38名）
- ・ツアー帯同 10名受講（ガイド10名）

②集約型研修：

研修に参加することで得られる示唆を明確に打ち出すことが重要。
派遣型研修：人手不足により、業種別、企業単位別の研修開催が困難になりつつある。

1. 事業目的

マーケティングデータの収集・分析等を実施するとともに、持続可能な観光地域づくりに取り組む。

2. 事業概要（予算：34,567千円）

①北海道来訪者満足度調査

道内観光客、道外観光客、外国人観光客の属性や旅行実態、旅行の期待度や満足度及び観光産業経済効果を調査・分析。

（道内観光地や交通結節点等で、「自記入」「面接聴取」「WEB回答」を要請）

全道の観光地や交通結節点計104箇所においてアンケート調査

（第Ⅰ期：7月／第Ⅱ期：9月～10月／第Ⅲ期：11月～12月

／第Ⅳ期：1～2月の4期間に分けて実施）

2026年2月25日（札幌）、27日（旭川）において成果報告会を開催

②データ連携を活用した観光情報の発信

当機構サイトHOKKAIDO LOVE!を根幹とした Web 広告、SNS等を活用したサイト強化、コンテンツの拡充・更新の他、情報発信と価値を高める施策を実施

サイト集客施策（WEB及びSNS広告）の実施

SNS による情報発信と「北海道フォトストックキャンペーン」の実施

HOKKAIDO LOVE!のデータメンテナンス・コンテンツの整理及び拡充

多言語サイト（英語・繁体字・簡体字・韓国語）へのデータ反映

WEB解析、効果測定

3. ポイント

様々なマーケティングデータの収集・分析を実施し、データマネジメントプラットフォーム（DMP）に格納。観光関係者への利活用を促す。

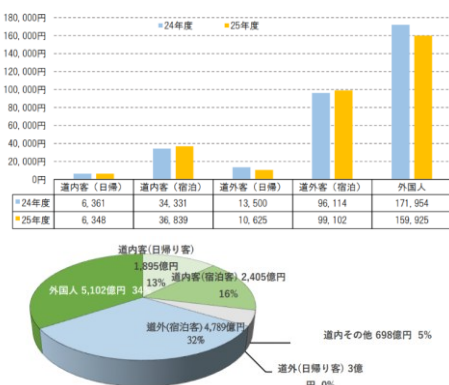
■ 観光入込客数の設定

		2019年度 実績値 ※コロナ禍前	前回調査 令和5年度 (実績値)	今回調査 令和6年度 (実績値)	今回調査 令和7年度 (見込み値)	前年度比 増減
道内客	日帰り客	35,070,000	32,150,000	33,640,000	29,850,879	△ 3,789,121
	宿泊客	9,340,000	8,230,000	7,900,000	6,529,764	△ 1,370,236
	その他	2,144,000	2,144,000	2,144,000	1,590,000	△ 554,000
	全体	46,554,000	42,524,000	43,684,000	37,970,644	△ 5,713,356
道外客	日帰り客	190,000	110,000	110,000	24,444	△ 85,556
	宿泊客	5,730,000	4,940,000	5,160,000	4,832,628	△ 327,372
	全体	5,920,000	5,050,000	5,270,000	4,857,073	△ 412,927
	外国人	2,440,000	2,340,000	2,830,000	3,190,182	360,182

上) 入込客数（暫定値）、右上) 観光消費額

■ 投入単価の推移

（パッケージ料金に含まれる道内消費分等を含む消費額）



4. 事業成果・課題等

①北海道来訪者満足度調査数

道内客1,144件、道外客1,173件、外国人客2,191件(合計4,508件)

・道内客：消費単価は微増

・道外客：消費単価は増加傾向

・外国人客：WIFI環境、交通機関への満足度が依然として低い

②データ連携を活用した観光情報の発信

日本語サイトのユニークユーザー数 約350万（2月末現在）

対前年比78%

多言語サイトのユニークユーザー数 約121万（2月末現在）

（英語39万、繁体字57万、簡体12万、韓国12万）

※日本語サイト減少理由

検索結果をAIの回答で済ませ、HLサイトを訪れない0次検索が増加傾向

令和7年度北海道観光実況調査・観光産業経済効果調査
観光客の皆さまへアンケート実施中
ご協力をお願いします

HTO観光情報
公益社団法人 北海道観光機構

北海道の観光振興策を検討するため、
観光客の皆さまへアンケートを実施
しています。ご協力をお願いします。
アンケートは無記名です。
ご記入が終了したら、配布した調査票にお返しいただき

お急ぎの方は、後ほど
スマホ・タブレット・PCなどで
【QRコードまたはURL】からアンケート回答サイトに遷移
してください



<https://www.knr-nr.co.jp/AG3open.htm>

1. 事業目的

全国各都市で開催される、「北海道の物産と観光展」において観光PRを行い、道産品に関心、又は購買意欲がある多くの来場者に本道の観光の魅力を直接的に宣伝することにより、観光誘致促進を図る。

2. 事業概要（予算：998千円）

北海道の物産と観光展の開催（全国26都市31会場）

・PRツールの提供（全会場）

観光展タイトルパネル、自治体観光PR用DVD（1枚×31会場）、北海道観光ポスター（4種）、北海道観光ガイドマップ、自治体観光パンフレットを会場設置（配布期間令和7年9月～11月）

・ノベルティグッズの提供（重点6会場のみ）

北海道観光展への誘客に繋げるため、物産展来場者に配布するノベルティ「キュンちゃん卓上カレンダー」1,800部を製作し、重点6会場に提供。

・観光ポスターパネル展示（重点6会場のみ）

※令和7年度重点6会場

- ① あべのハルカス近鉄本店（大阪府大阪市）
- ② 名鉄百貨店（愛知県名古屋市）
- ③ そごう広島店（広島県広島市）
- ④ 天満屋岡山店（岡山県岡山市）
- ⑤ 浜屋百貨店（長崎県長崎市）
- ⑥ トキハ本店（大分県大分市）

3. ポイント

会場で配布されている各地域のパンフレットについては、今後SDGsの観点から電子パンフレットへの誘導など検討が必要。

一方でデジタルツールに馴染みのないシニア世代に対するPR方法についても検討、改善の必要がある。



観光展（コーナー）の様子
（浜屋百貨店）



会場で放映された動画



4. 事業成果・課題等

観光コーナーに来る来場者の大半は、過去に北海道旅行を経験しており、再訪したい意欲を助長させる効果は絶大で訴求効果が高い。

他方、会場で観光展（コーナー）に割くスペースを敬遠する百貨店もあるため、スペース確保に百貨店側の協力を得る必要がある。

