

新どさんご研究所、コロナ禍での道民の観光意識を発表

**北海道民は旅行・レジャー慎重派、受け入れの抵抗感も高め。
国内旅行再開のキーワードは「9月」「若者」「近場」。
ポストコロナに向けてニューノーマルツーリズムの胎動も。**

この度、株式会社北海道博報堂（本社：札幌市中央区、代表取締役社長：池田剛）の研究組織「新どさんご研究所（所長：山岸浩之；以下、新ど研）」は、長期化する新型コロナウイルス感染の影響下において、道民が旅行や観光についてどのような意識を抱いているかを分析しました。（調査は本年5月下旬に実施、今回は観光・旅行の結果を分析したものです）

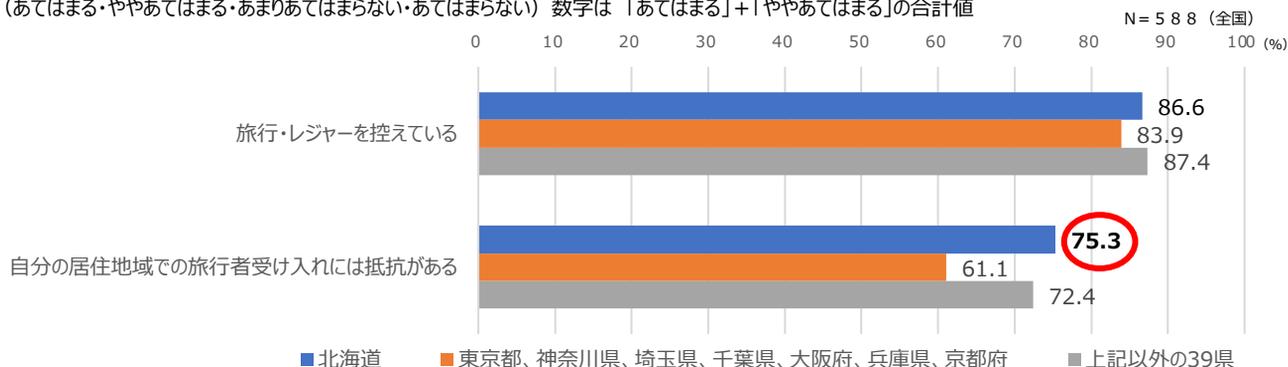
その結果、旅行やレジャーにはまだ慎重な姿勢を崩さず、観光客の受入にも抵抗感があることが見えてきました。一方で、旅行再開も緊急事態宣言解除後3ヶ月を目処として、若年層や周辺地域への旅行から始めたいという意欲もみられました。

コロナ禍の旅行・レジャー意識

●旅行・レジャー控えと地元への受け入れへの戸惑い

北海道で、「旅行・レジャーを控えている」は86.6%で、東京や大阪などの都市圏の83.9%より高めとなっています。また、「自分の居住地域への旅行者受け入れには抵抗がある」というスコアも北海道で75.3%で他府県より高く、旅行や観光への積極的な行動にまだ転じきれない様子が伺えます。

Q 新型コロナウイルス感染拡大を受け、次のような意見があります。それぞれについて、あなた自身のお気持ちや行動に最も近いものをお答えください。（あてはまる・ややあてはまる・あまりあてはまらない・あてはまらない）数字は「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値

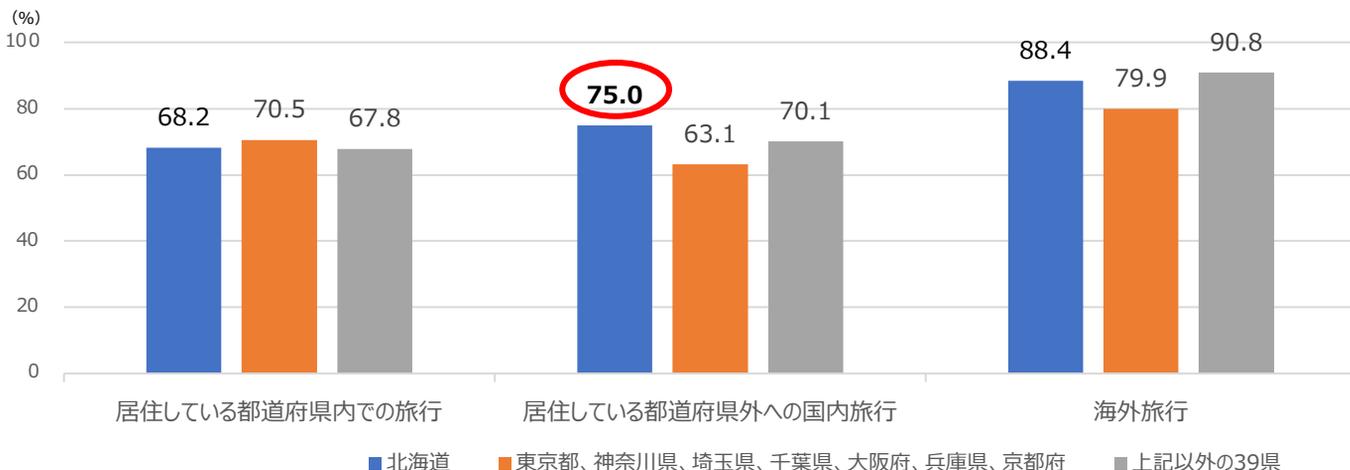


旅行形態別の行動抑制制度

●道外旅行にも心理的ハードル

北海道民の旅行形態別の行動抑制制度（「今後はあまり力を入れない」+「しばらく控えたい」）のスコアでは、居住している都道府県外への国内旅行（道外旅行）は75.0%で、他地域に比べて高くなっています。海を渡る道外旅行にはやや心理的なハードルが高いようです。

Q 新型コロナウイルス感染拡大を受け、以下の項目それぞれについて、あなた自身の考えにあてはまるものをすべてお答えください。（「今後はあまり力を入れない」+「しばらく控えたい」のスコア）



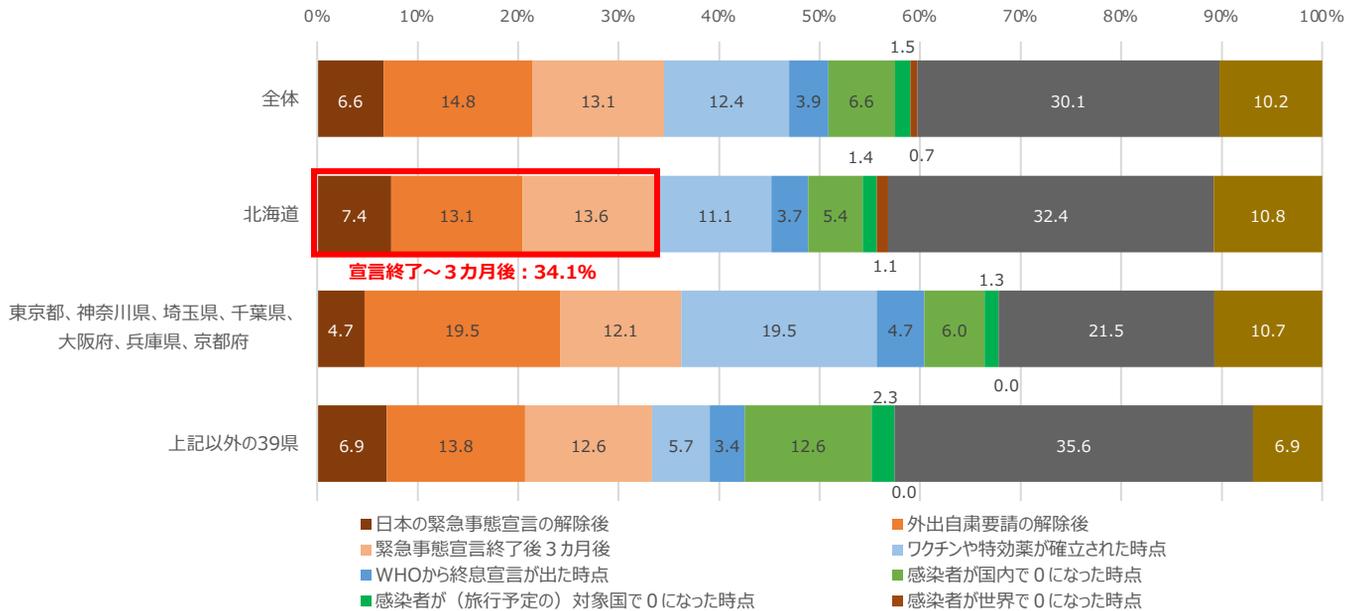
近隣エリアへの旅行再開のタイミング

●今年9月が再開目処か

北海道民の近隣エリアへの旅行再開時期としては、「緊急事態宣言解除後」・「外出自粛要請解除後」を合わせて2割程度。宣言解除3カ月後に13%程度増えて、計3.5割程度となっています。まずは近隣から、といったマイクロツーリズムの旅行インサイトがうかがえます。

Q あなたは、次の行動（近隣エリアへの旅行）について、どの段階になったら再開しますか。あなたの考えにあてはまるものをお知らせください。

N=588 (全国)



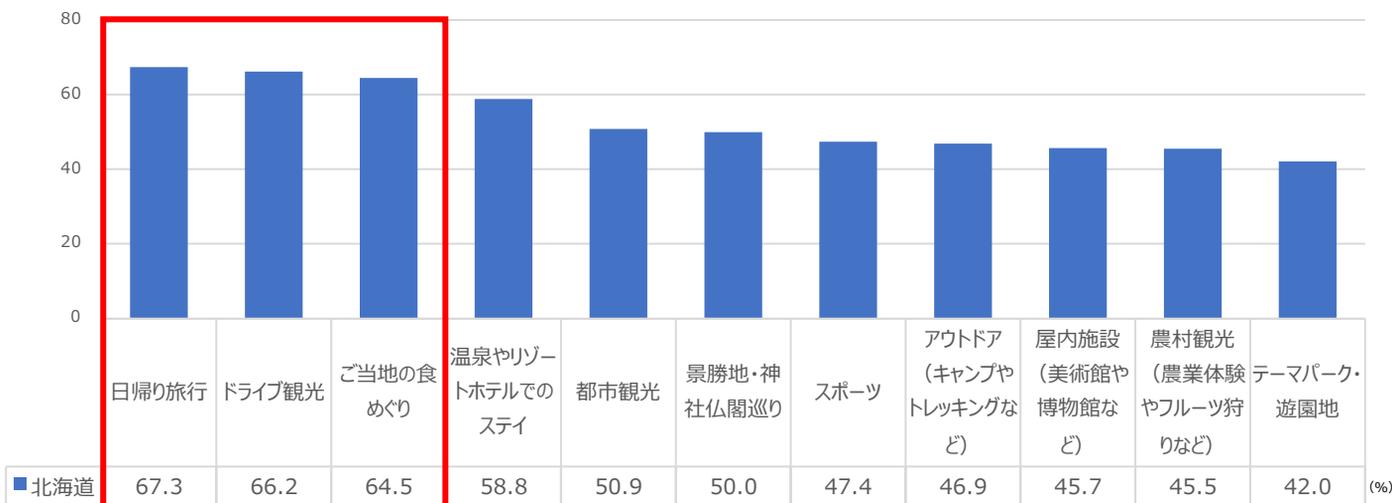
終息後、旅行で「やりたいこと」

●日常的な、身の丈にあった観光へ

新型コロナ終息後、旅行で「やりたいこと」を聴取すると、「日帰り旅行」が67.3%、「ドライブ観光」が66.2%、「ご当地の食めぐり」が64.5%でトップ3に。ポストコロナ時代の観光は、まずは気軽に日常的な観光へのニーズから高まりそうです。

Qあなたが、いま現在考える、新型コロナウイルス感染症の終息後の旅行で「やりたいこと」「避けたいこと」は何ですか。（「やりたいこと」のスコア）

N=352 (北海道)



<調査概要>

- 調査目的：北海道民が新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、どのような意識や行動をとっているかを把握し、今後の研究やマーケティング活動へ活かす。
- 調査対象：全国 男女10～60代 588サンプル（北海道352サンプル・道外236サンプル）
- 調査方法：インターネットモニターによるWEBアンケート調査
- 調査日程：2020年5月22日～23日
- 調査企画：(株)北海道博報堂 新どさんご研究所（調査会社：株式会社マクロミル）

新どさんご研究所では、オズマPRと共同で観光に資するデータ・ネットワークを活用した新たなマーケティング&ソリューションチームを結成しました。

観光マーケティング&ソリューション Destination Marketing Team



DESTINATION MARKETING TEAM

新ど研 OZMA
PR

ストラテジーからプロモーションまでワンストップで提案

インバウンドを中心に、国内外の旅のマーケティングを推進するチームです。北海道を世界のデスティネーションにするため、データと世界のネットワークを活用してストラテジーからプロモーションまでワンストップでご提案します。

北海道において
訪日インバウンドや産品アウトバウンドの醸成のためには
DMOを軸とする持続的な域内事業者のコミュニティ形成と
インバウンド・アウトバウンドの推進が大切だと考えます。

北海道博報堂 新どさんご研究所のDestination Marketing Teamでは、観光地域醸成のための戦略作り、ひいては実際の事業立案、実行のお手伝いを通じて北海道・地域の発展に貢献したいと考えています。

ポストコロナ時代のマーケティングから発想し、ニューノーマルが浸透した新たな環境へ向き合います。個別課題へコンサルティングをご提供の上で、具体施策のプランニングへと進めていきます。

ポストコロナ マーケティング

市場分析・予測、
生活者インサイト、
デジタルトランスフォーメーション など

コンサルティング

中長期戦略策定、
K G I・K P I 設定、
P D C Aの全体設計 など

プランニング・ ソリューション

ターゲットプロファイリング、
コンテンツ・コンテキスト設計、
コミュニケーション・P R など

お問い合わせなどは、以下でお願いいたします。

株式会社北海道博報堂
コミュニケーション戦略局マーケティング部
新どさんご研究所
☎011-251-0178 / ✉ shindoken@hakuhodo.co.jp

公式 HP

<http://shindoken.com/>

過去のレポートはこちら！

