2025年8月

株式会社 北海道博報堂
新どさんこ研究所

インバウンドをはじめとする観光マーケティング専門のプロジェクトチーム

【新ど研 InSightSeeing（インサイトシーイング）】発足しました

活動の第1弾は、来道アジア生活者の観光意識を分析

株式会社北海道博報堂（本社：北海道札幌市中央区、代表取締役社長：左近成弘）の新どさんこ研究所は北海道観光の活性化や持続的な発展に資することを目的に、観光マーケティングを専門とするプロジェクトチーム【新ど研 InSightSeeing】を発足しました。独自のデータベースを活用しながら分析を進め、課題解決を目指す具体的なアクションを始めます。

活動第1弾は、株式会社博報堂ＤＹホールディングス（本社：東京都港区、代表取締役社長：西山泰央）の研究開発部門であるマーケティング・テクノロジー・センター（以下 MTC）、およびアジア各国でグローバルトラベルSIMカードを提供するビリオン・コネクト・ジャパン社（Billion Connect Japan）と共同で、北海道に訪れた中国・台湾・韓国の来道アジア生活者を対象に1月～4月にかけて来道意識の調査を実施しました。

今回はその中でも意識調査の結果から見えてきた傾向や独自の来道アジア生活者５クラスターを発見しましたので概要をお知らせします。

今回の調査結果のポイント

① 北海道の温泉が何より楽しみ！台湾エリア来道者ではポップカルチャーにも期待。
② 北海道の旅は夫婦・友人と。韓国エリア来道者ではひとりや親と満喫したい。
③ ビジネスホテル派多数。中国エリア来道者はリゾートホテルから民泊まで幅広い。
④ 宿泊の重視点は立地（交通・アクセスの良さ）と設備（温泉・部屋の清潔さ）
⑤ 来道アジア生活者を５つのクラスターに分類

来道目的TOP5		宿泊重視点TOP5	
1 温泉入浴	43.4%	1 交通の便の良さ	37.2%
2 地元料理を楽しむ	34.8%	2 部屋の清潔さ	36.1%
3 自然・景勝地の観光	31.2%	3 温泉がある	30.0%
4 買い物/ショッピング	27.6%	4 観光地へのアクセスの良さ	26.9%
5 日本食/日本酒を楽しむ	22.3%	5 料金の安さ	24.6%

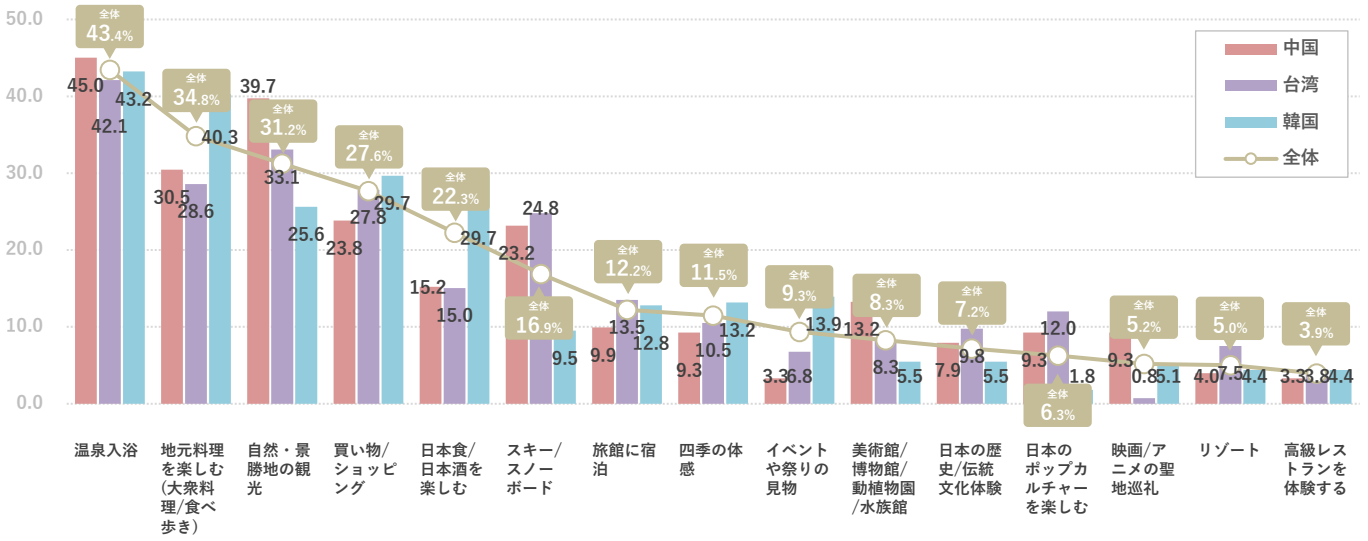
調査結果の詳細は次のページへ

1. 来道目的 … 温泉、日本食は根強いが、出発エリアによって特色がみられる結果に

全体では「温泉入浴」「地元料理を楽しむ」「自然・景勝地の観光」「買物/ショッピング」「日本食/日本酒を楽しむ」が高い。中国エリアからの来道者は「自然・景観地の観光」が全体と比較して+8.5Pt 、韓国エリア来道者では「地元料理」が全体から+5.5Pt 、「日本食/日本酒」が+7.4Pt と、食の魅力が高い。一方、台湾エリア来道者では「日本のポップカルチャー」が全体から＋5.7Pt 高い12.0%存在しており、**楽しむ対象が出発エリアによって異なる傾向が見られる**。

Q. 今回訪れた地域での旅行目的としてあてはまるものをお選びください（最大３つまで）

※全体で降順ソート（上位15項目のみ表示）

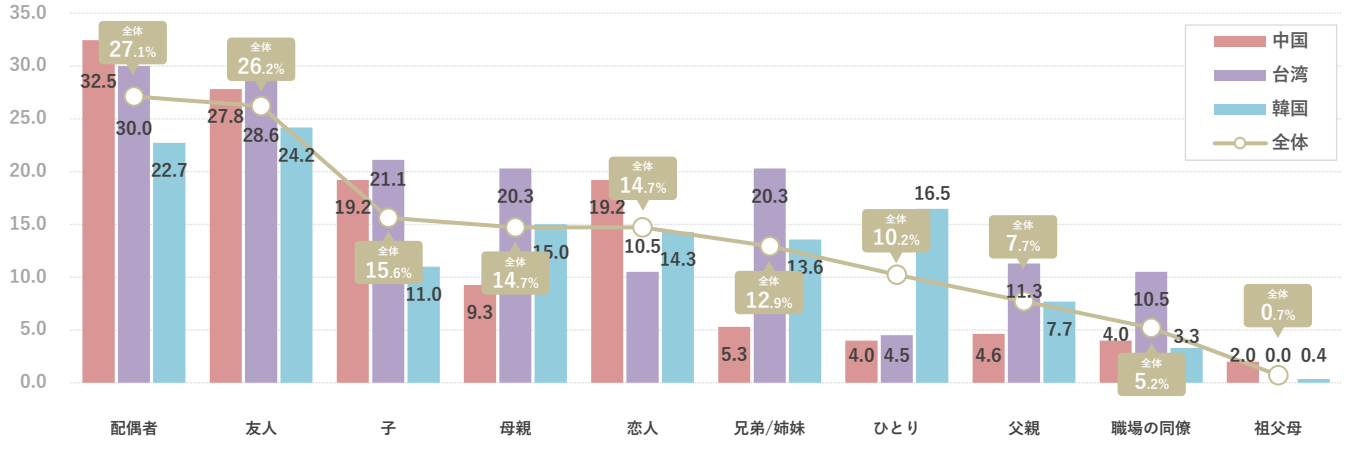


BASE｜3か国（中国/韓国/台湾）からの来道者　N=557

2. 同行者 … 韓国エリアからの来道者は仲の良い親族とのコンパクトな旅行が増加中か

全体では「配偶者（27.1%）」「友人（26.2%）」が高い。中国・台湾エリア来道者では大きな傾向差はないが、韓国エリア来道者では「ひとり」が際立って高く、他エリアと比較して10Pt以上の差がついている。台湾エリア来道者は、「母親」「兄弟/姉妹」も他エリアより高くなっていることから、家族全員での旅行ではなく、**特に仲の良い親族と少人数で北海道を楽しむタイプの旅行が増えてきていると推察**される。

Q. 今回この地域に訪れた際の同行者としてあてはまるものをお選びください（複数回答）　※全体で降順ソート



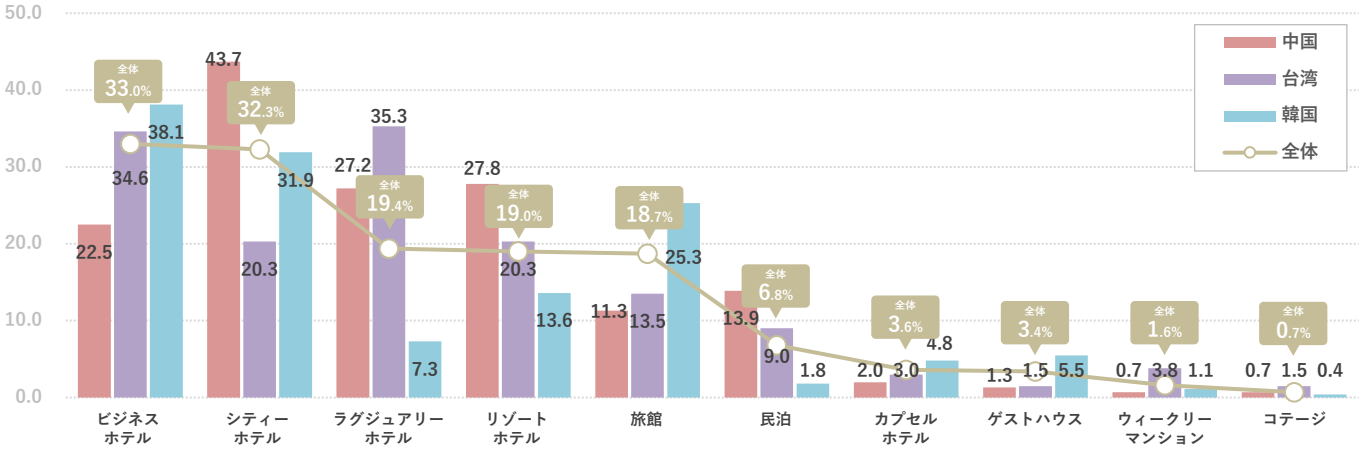
BASE｜3か国（中国/韓国/台湾）からの来道者　N=557

3. 宿泊施設 … 中国エリアからの来道者はラグジュアリー/リゾート系と街中の二極化

全体では「ビジネスホテル」と「シティーホテル」が3割以上と同程度で高く、続いて「ラグジュアリーホテル」「リゾートホテル」が2割弱でほぼ同数。中国エリア来道者は「シティーホテル」と「ラグジュアリーホテル」「リゾートホテル」が高いことから、**宿泊先にお金をかける層とかけない層の二極化が進んでいると推察**。他エリアで特徴的な点としては、台湾エリア来道者はラグジュアリーホテル派が多く、韓国エリア来道者は「旅館」が顕著に高くなっている。

Q.今回、北海道に旅行をした際に宿泊した施設として、あてはまるものをお選びください。（複数回答）

※全体で降順ソート



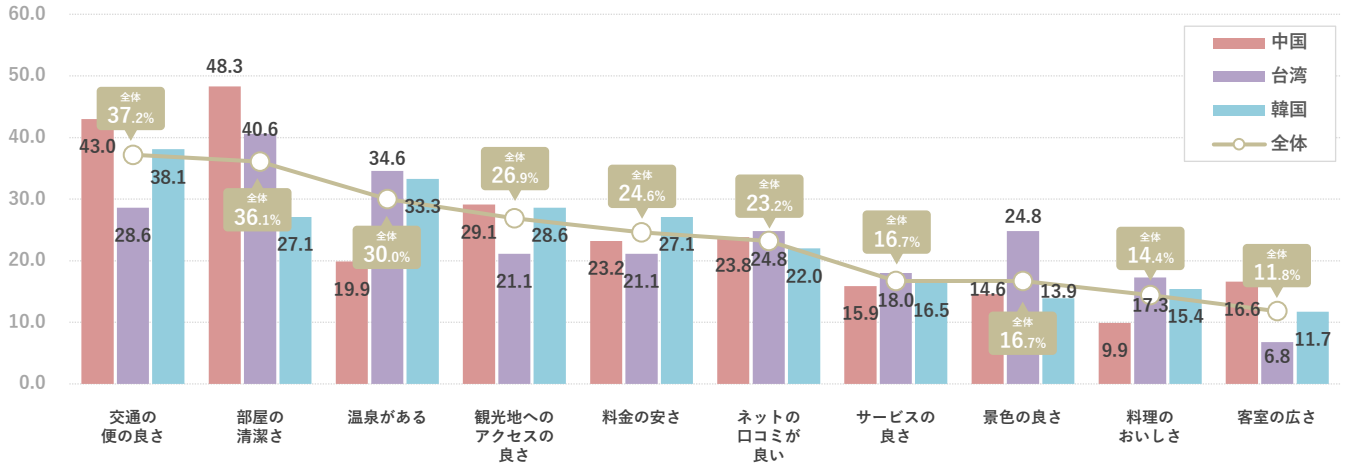
BASE｜3か国（中国/韓国/台湾）からの来道者　N=557

4. 宿泊重視点 … 中国・台湾エリアは体験重視層、韓国エリアはコスパ重視層が多い

全体では「交通の便の良さ」「部屋の清潔さ」が4割弱と高く、「温泉」や「観光地へのアクセスの良さ」も3割前後の人が重視。中国エリア来道者は温泉は2割以下と他エリアと比較して顕著に低いものの、「部屋の清潔さ」を最重視しており、**温泉で疲れを癒す、ではなく、部屋でゆったりと過ごすことを重視**している。台湾エリア来道者では「景色の良さ」や「料理の美味しさ」もポイントであり、ラグジュアリーホテル重視の傾向からも**宿泊施設での体験を重要視**している。韓国エリア来道者でも交通・アクセス重視は変わらずだが、「料金の安さ」が他エリアより高くなっている。

Q.今回宿泊するホテルや旅館などを選ぶ際に重視したことをお答えください。（最大3つまで）

※全体で降順ソート（上位10項目のみ表示）

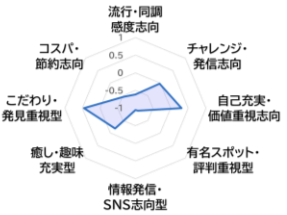


BASE｜3か国（中国/韓国/台湾）からの来道者　N=557

5. 来道アジア生活者５クラスター

本調査における調査・分析から来道アジア生活者の旅行意識や行動特性を５つのクラスターに分類。
今後のインバウンドマーケティングへ活用するオリジナルデータベースとして整備中。

Cluster 0
探求型ミニマリスト



n=52

韓国・若年～若手社会人が中心のシンプル志向集団

Cluster 1
バランス型 オールラウンダー

n=158

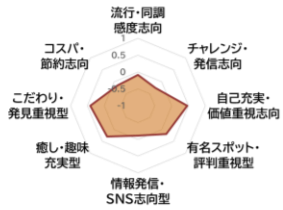
日中台の幅広い年齢層が平均的に混在。バランス感覚が特徴

Cluster 2
流行・SNS主導 チャレンジャー

n=130

韓国・若い男性が中心。SNSや流行への強い敏感さが特徴

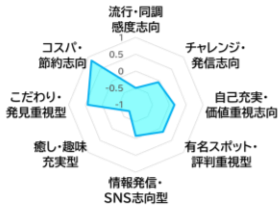
Cluster 3
こだわり自己充実型



n=191

中国・台湾の30代前後、女性のこだわり志向層が多い

Cluster 4
コスパ重視の実用派



n=26

若い韓国人男性中心。コストパフォーマンス意識強く、実用的・効率志向

＜来道アジア生活者調査　調査概要＞
- 調査方法：Webアンケート調査
- 調査期間：2025年1月23日～2025年4月14日
- 調査対象者：期間中、北海道に中国、台湾、韓国エリアから訪れた訪道アジア生活者
- 聴取サンプル：n=557（中国エリア：151/台湾エリア：133/韓国エリア：273）

新ど研 InSightSeeingとは？

生活者の深層心理を洞察する意味のインサイトとSightseeingを合わせた造語

北海道観光の活性化や持続的な発展を目的とした観光マーケティングを専門とするプロジェクトチームです。活動内容としては、道内外観光に資する調査研究、インバウンドソリューション開発、観光資源や商品開発コンサルティングなどに取り組んでいく予定です。

新ど研 インサイトシーイング
InSightSeeing

■ MEMBER

Yu Yoshida
吉田裕
上席研究員
グループリーダー

Haoyu Yu
游 皓宇
研究員

Shuri Nakakubo
中久保 朱律
研究員

Shiori Takeyama
武山 栞
研究員

·HAKUHODO· 北海道博報堂　新ど研 新どさんこ研究所

北海道博報堂「新どさんこ研究所」（新ど研）とは？
北海道民の今の姿をデータで明らかにしながら、「一歩先の北海道民＝新どさんこ」と定義して、その変化を予測・提言する（株）北海道博報堂が設立した研究組織。

お問い合わせ先
株式会社 北海道博報堂
新どさんこ研究所
☎011-251-0175 ✉shindoken@hakuhodo.co.jp

公式 HP
http://shindoken.com/
過去のレポートはこちら！