新どさんこレポート vol.15

テーマ：道外から見た「北海道」その②

今回は北海道ファン（好意）層の観光・旅行意識を深堀していきます。
北海道ファン、特に若い層が考える北海道観光の在り方とは？

北海道博報堂「新どさんこ研究所（新ど研）」では、生活者を取り巻く環境の変化に伴い、道民意識や行動も変わっていくという仮説のもと、「一歩先の道民＝新どさんこ」の姿を生活者データの分析や未来予測から提言していきます。前回から視点を新たに「外」から見た北海道について研究を始めました。

今回のテーマについて

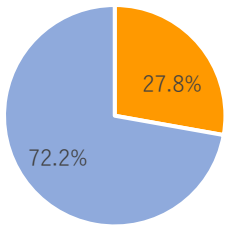
今回のテーマは、道外から見た「北海道の観光」です。コロナ禍以降落ち込んでいた観光産業も回復の兆しが見えてきた一方、オーバーツーリズム等の問題も顕在化してきた北海道の「観光」。そんな北海道観光の「今」を調査していきたいと思います。
オープンデータに加え、道内外1500サンプルを対象としたオリジナル定量調査で見えてきた意識や道外生活者の北海道意識傾向についてのインタビューも実施。その魅力、価値を明らかにしていきます。

1．「北海道ファン（好意）層」とは？

前回レポートのおさらい

前回のレポートで定義した「北海道ファン層」とは、「北海道の食や食生活をもっと大切にすべきだと思う」「北海道の魅力をもっと発信すべきだと思う」「旅行は、北海道外よりも、もっと道内に行ってみたい」の三つの調査項目すべてに肯定的な意見を持っている方達です。
この定量調査の結果、道外の約3割が「北海道ファン層」であり、若年層が多いことがわかりました。つまり、北海道の外で生活していても、北海道へ思いをはせながら行ってみたいと考えている方が数多く存在していると考えられます。

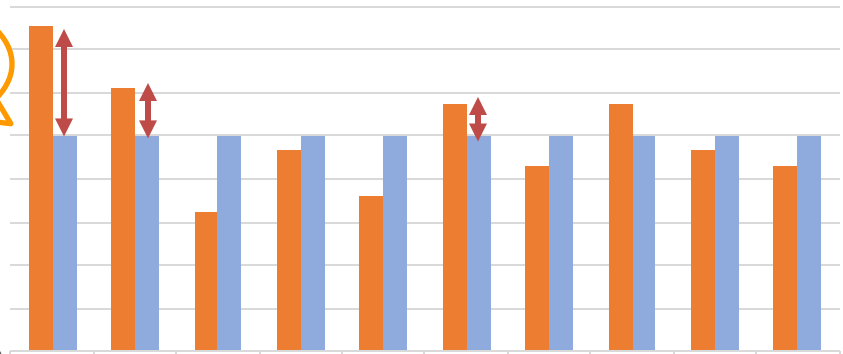
道外の北海道ファン層
27.8%



道外（n=500）

実は若年層がファン！

道外の北海道好意層　属性比較



(%)

	男性20代以下	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代	女性20代以下	女性30代	女性40代	女性50代	女性60代
道外北海道ファン層	15.1	12.2	6.5	9.4	7.2	11.5	8.6	11.5	9.4	8.6
全体	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0

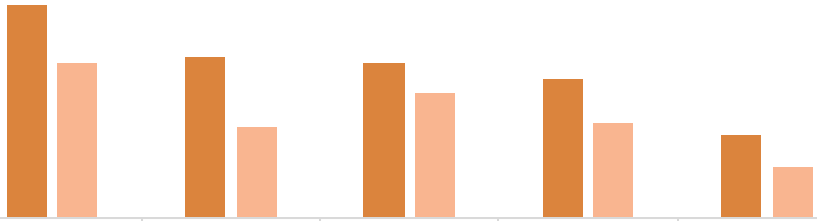
新どさんこリサーチ2023　道外（n=500）

2．北海道ファン層の生活や意識は？

アクティブに行動する道外ファン層

まずは観光を含めた北海道ファン層の趣味・休日の過ごし方についてみてみましょう。
北海道ファン層と趣味・スポーツについて調べたグラフを見ると北海道ファン層は国内旅行や食べ歩きが好きなことがわかりますが、ジョギング・ランニングなども高く、北海道ファン層の活発さがうかがえます。

よくする趣味・スポーツ



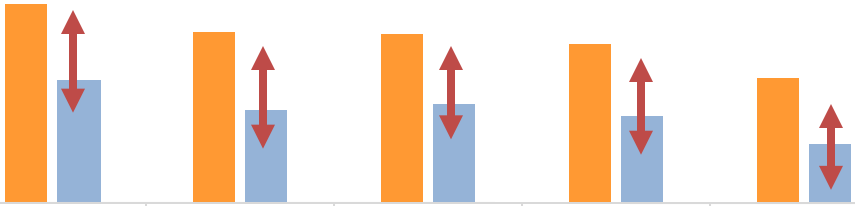
	国内旅行	食べ歩き	散歩・ウォーキング	ショッピング	ジョギング・ランニング
北海道好意層	35.3	26.6	25.9	23.0	13.7
全体	25.6	15.2	20.6	15.6	8.6

新どさんこリサーチ2023　道外（n=500）

北海道の未来に期待度が高い道外ファン層

次に、道外の北海道ファン層がどのような北海道の未来に期待しているかという意識をみてみます。
「世界レベルの食料基地」や「移住者増加」への期待が高く、また「農家が憧れの職業ランキングの上位に」、そして「北海道に住む事がステイタスになる」など北海道に対するポジティブな感情が北海道ファン層の中で高いことがわかります。

未来の北海道に期待したいこと



	北海道が質・量ともに世界レベルの食糧基地になる	気候変動とともに平均気温が上がり、北海道への移住者・移住希望者が増える	北海道の農家さんが憧れの職業ランキング上位となる	世界から見て、東京に次ぐ認知度の高い都市となる	北海道に住む事がステイタスになる
北海道好意層	61.9	53.2	52.5	49.6	38.8
全体	38.2	29.0	31.0	27.4	18.8

（%）

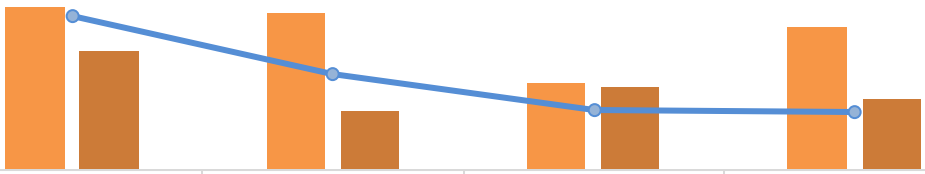
ここまで北海道ファン層の趣味や観光意識、北海道という土地に対するイメージを見てきました。次に従来の観光に加え、若い世代の北海道ファン層が北海道をどう楽しもうとしているのか見ていきましょう。**（次ページへ）**

3．北海道ファンの観光意識や実際の声は？

旅行先では地域の日常生活や地域産業へ高い関心

若年層が旅行先でどのように過ごしたのでしょうか。こちらのデータでは、「地域の日常生活に触れたい」「地域の産業について深く知りたい」などその土地ならではの暮らしぶりに興味があることがわかります。「農家の民泊で地域の人とふれあいたい]という具体的な気持ちもあるようです。

旅行先での交流についての考え方（全国調査）



	地域の日常生活に触れたい	地域の産業について深く知りたい	農家民泊など、地域の人とふれあえるところに泊りたい	地域の活動に参加するなど、積極的に交流を持ちたい
男性20代	23.6	22.5	12.4	20.5
女性20代	17.1	8.5	12.0	10.1
全体	22.1	13.9	8.7	8.3

（%）

出典：株式会社JTB総合研究所「進化し領域を拡大する日本人の国内旅行」
(https://www.tourism.jp/tourism-database/survey/2019/09/japanese-tourism-changing/)より

北海道ファンの生の声をインタビュー

北海道外に住む北海道ファン層は北海道に対して「のんびりできる場所」「ゆっくりした時間を過ごせる」などのイメージを持っているようです。
従来の観光スポットを巡るだけでなく、何の変哲もない場所で地元民のように過ごすことで都会の喧騒を忘れ、リフレッシュしようとしているのかもしれません。

Q　北海道で想起することは？

のんびりしているイメージ。
北海道は東京に比べて全体的に田舎だと思っている。だからこそ行きたい。

Kさん（東京都出身・東京都在住）、27歳、脚本家

Q　北海道での観光プランは？

温泉に入ってひたすらだらだらしたい。通勤ラッシュなど日々の生活の嫌なことを忘れたい。

Yさん（東京都出身・東京都在住）、24歳、アルバイト

Q　北海道でどう過ごしたい？

友人が北海道に住んでいるので友人に会いに行きたい。観光というよりは、友人のおすすめのカフェや飲食店など地元に密着した時間を過ごしたい。

Sさん（青森県出身・埼玉県在住）、19歳、大学生

今回の
発見ポイント

何もしないことで心が豊かに
ぼんやりできる「田舎」が観光資源に？

今回の調査・インタビューでは、北海道ファンの趣味や観光意識から始まり、北海道ファン層の中でも割合の高い20代男女の北海道観光についての考え方を深堀していきました。
その結果として見えてきたのは、有名な観光地だけでなく、我々が見過ごしがちな何気ない風景や場所も観光資源となる可能性でした。

関東圏在住者へのインタビューの中で良く出てくるなと印象的だったのは、「都会は疲れる」という趣旨の発言です。
例えば「通勤ラッシュ」であったり、「人混み」であったり人口密集地ゆえに発生するストレスが「広い」「田舎」というイメージのある北海道に対する憧憬への遠因なのかもしれません。
実際、新どさんこ研究所の調査でも「北海道に住むことがステイタスになる」という質問に肯定的な回答をした北海道ファンは「38.8%」（全体では18.8%）と北海道の土地全体に対する一種ユートピア的なイメージがあるのかもしれません。
また、インタビューの中で「田舎」という言葉も出てきましたが、この言葉はネガティブな印象で使われてはいないようです。
むしろ、何にもないところをめぐってふと立ち寄った人とのふれあい、観光ではない北海道の顔が見られる場所など「何もないという価値」をそこに見出している。
過密な人・スケジュールのなかで生きている北海道ファン層にとって、北海道はある種のカウンターとしての機能もあるのかもしれません。
これらの踏まえると従来の観光地や近年増えてきた聖地巡礼、アグリツーリズムなどができる生産地に加え、「何も突出したものがない」地方都市も新しい観光資源となるのではないでしょうか。

今回担当：

Laboratory Member No.09
Keigo Kawarai
研究員
瓦井 敬吾

●調査概要　新どさんこリサーチ2023
2023年12月実施　インターネット調査 1,500サンプル（道内1,000サンプル）
（2017年から同設計にて毎年11月～12月に実施）

・HAKUHODO・ 北海道博報堂　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！