

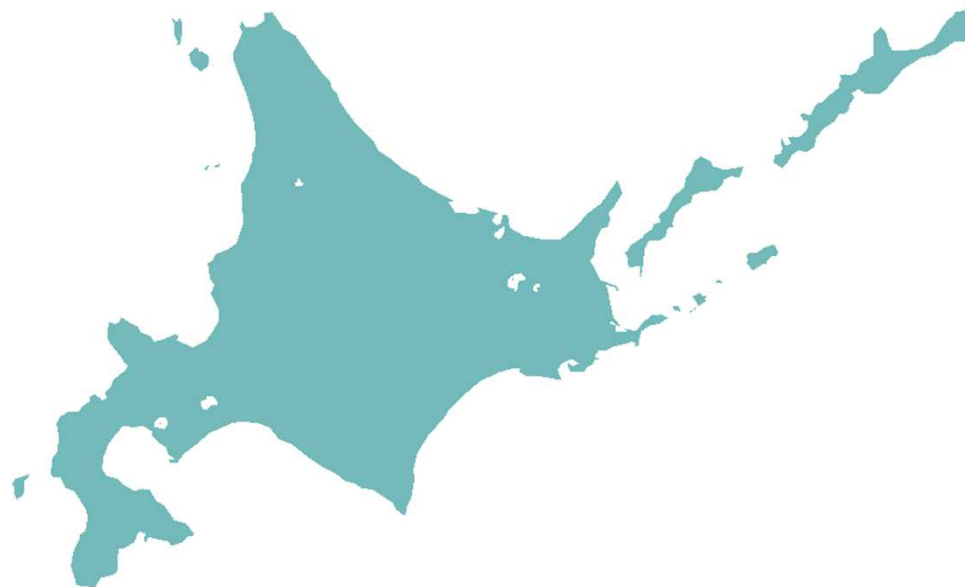
最近の北海道の経済動向等について

- 最近の北海道管内の経済情勢(P1～6)
- 最近の為替水準が企業に与える影響(P7～8)
- 今後の北海道観光について(P9～11)

平成25年4月
北海道財務局

【問い合わせ先】

財務省北海道財務局 総務部 経済調査課
電話011(709)2311(内線4381～4387)



最近の北海道管内の経済情勢

	前回(24年10－12月期)	今回(25年1－3月期)	前回比較	足下の動き
総括判断	緩やかに持ち直しているものの、一部に弱さがみられる。	緩やかに持ち直しているものの、一部に弱さがみられる。		足下では観光関連企業や小売業から、消費マインドの改善がみられる、という声も聞かれる。

〔先行き〕

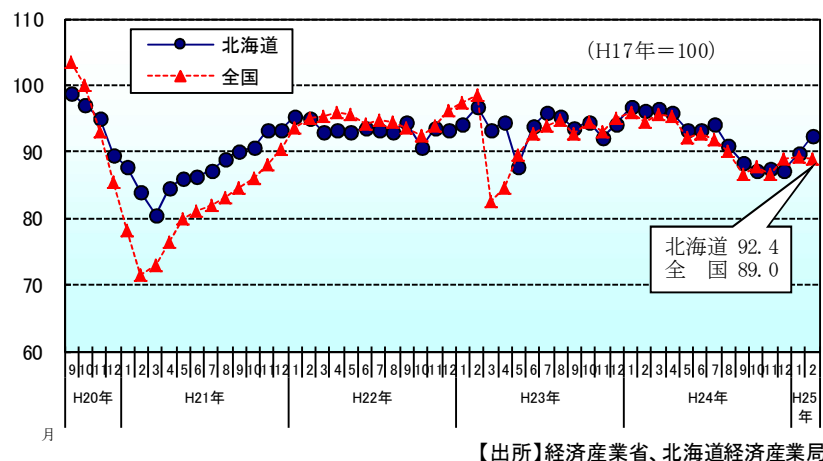
先行きについては、平成24年度補正予算の効果や航空路線の増便等に伴う観光客の増加などにより景気が回復していくことが期待される。なお、引き続き、原油価格や海外景気の動向などに留意する必要がある。

	前回(24年10－12月期)	今回(25年1－3月期)	前回比較
個人消費	緩やかに持ち直している。	緩やかに持ち直している。	
生産活動	減少している。	持ち直しつつある。	
企業収益	24年度は減益見込み。	24年度は減益見込み。	
雇用情勢	緩やかな改善の動きが続いている。	緩やかな改善の動きが続いている。	
住宅建設	前年を上回る。	前年を上回る。	
設備投資	24年度は前年度を上回る計画。	24年度は前年度を上回る見込み。	
観 光	持ち直している。	前年を上回る。	

生産活動 持ち直しつつある



〔鉱工業生産指数(季節調整値)〕



生産活動に関する生の声

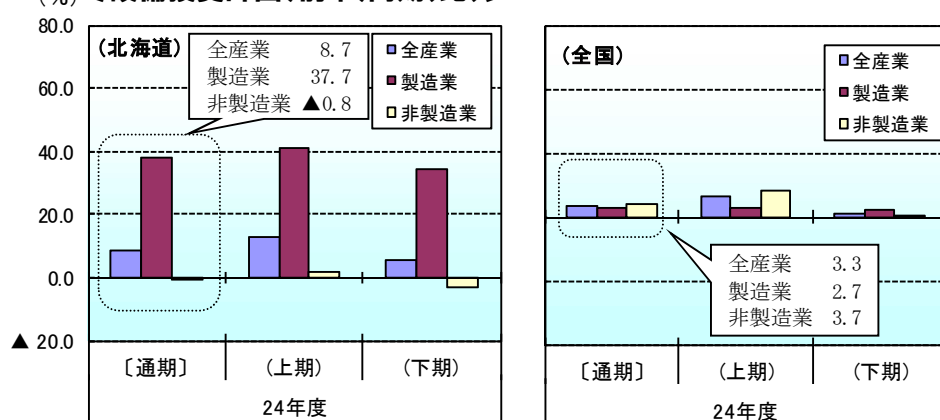
- 昨年に引き続き震災復興需要が旺盛で、例年以上の生産が続いている。
(窯業・土石製品、中堅企業)
- これまで減少していた中国向けの需要は徐々に回復してきているほか、新製品の生産も好調で、今後はさらなる増産が見込まれる。
(輸送機械、大企業)
- 道内でタコが不漁であることから、この時期の主力であるタコ製品が例年を大幅に下回る生産となっている。
(食料品、中小企業)
- 震災復興事業に伴う全国的な人手不足から道内の工事が遅れており、受注している製品を出荷できない状況が続いている。
(金属製品、中小企業)

設備投資

24年度は前年度を上回る見込み



〔設備投資計画(前年(同期)比)〕



設備投資に関する生の声

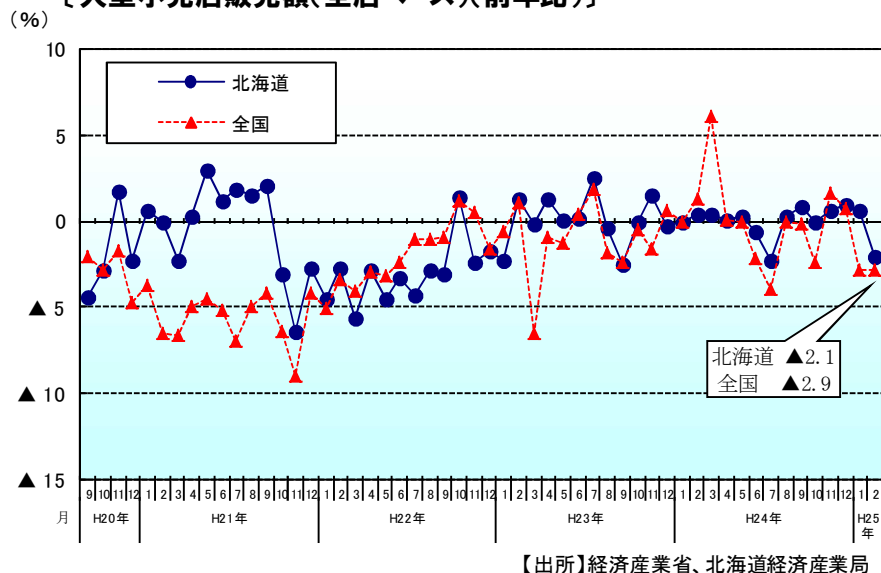
- 取引先の新製品向け部品の製造ラインを順次増設しており、投資額は前年比で大幅な増加となっている。
(輸送機械、中堅企業)
- 製品の小型化など新製品の生産に対応するため設備の改良を積極的に実施している。
(情報通信機械器具、中小企業)
- 中国向け生産が回復せず、業況が悪化している。業況が回復するまで能力増強投資は先延ばしの方針。
(自動車・同附属品、中堅企業)
- 高付加価値化を図るため、客室など施設の改装を積極的に行っている。
(観光ホテル、大企業)

個人消費

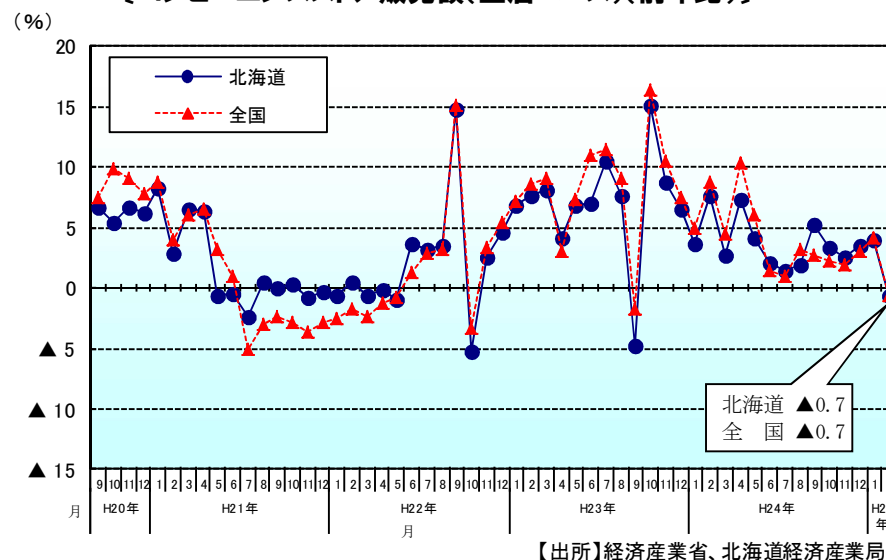
緩やかに持ち直している



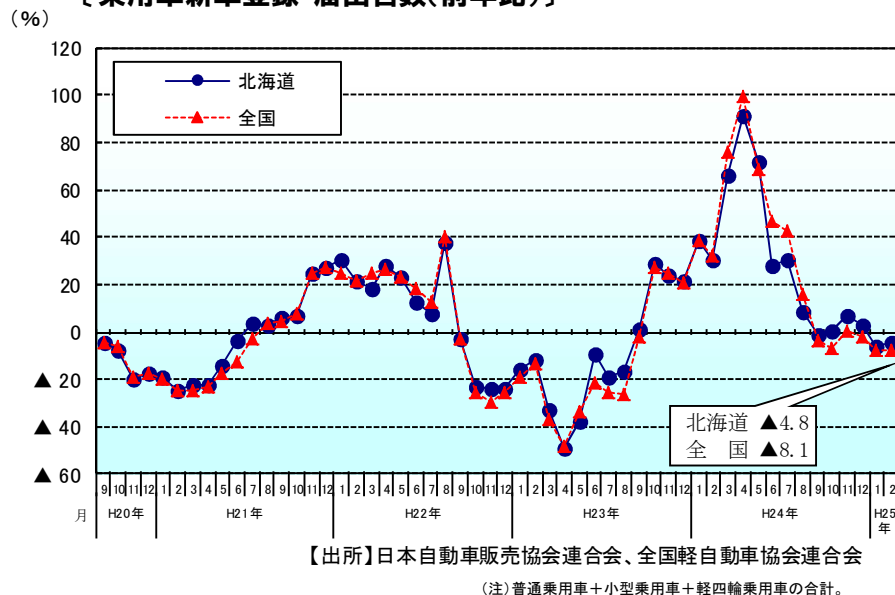
〔大型小売店販売額(全店ベース)(前年比)〕



〔コンビニエンスストア販売額(全店ベース)(前年比)〕



〔乗用車新車登録・届出台数(前年比)〕

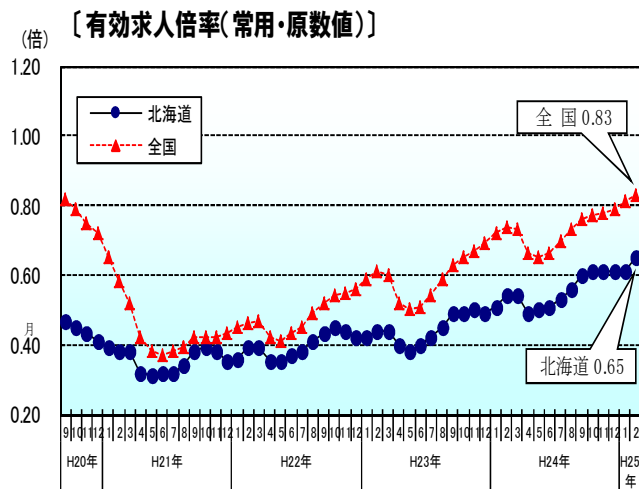


個人消費に関する生の声

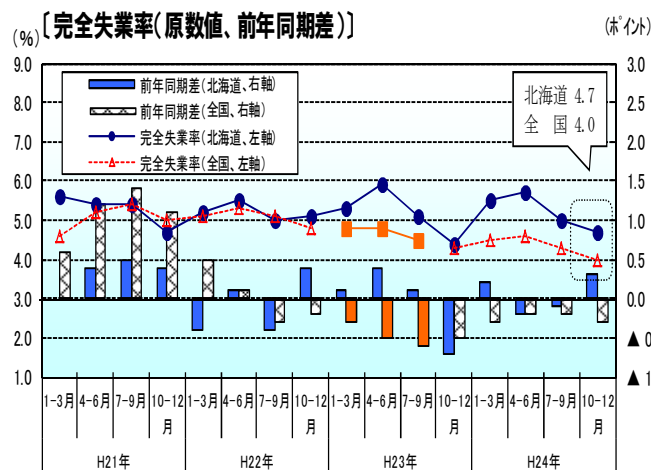
- 高額商品の販売は堅調となっている。若年層の顧客もみられ、自分の趣味・嗜好に合ったものは高額であっても購入するスタンスが見受けられる。
(百貨店、中堅企業)
- 前年が閏年で2月の営業日が1日多かった反動があるものの、大雪の影響で外出が困難となった地域ではコンビニエンスストアがスーパー代わりに利用されたほか、除雪作業員による利用も多くみられ、弁当、惣菜は引き続き好調となっている。
(コンビニエンスストア、大企業)
- エコカー補助金復活の反動から販売台数の前年割れは避けられないが、依然として低燃費車の人気が高いほか、新型高級車の販売も好調であり、数字ほど自動車販売市場が悪化しているとは感じられない。
(乗用車販売店、中堅企業)
- 春の新生活用品として小型の冷蔵庫や洗濯機、電子レンジなどの売れ行きが良いほか、高額なドラム式洗濯機や自動掃除機も人気があり、売上高は前年を上回って推移している。
(家電販売店、大企業)

雇用情勢

緩やかな改善の動きが続いている

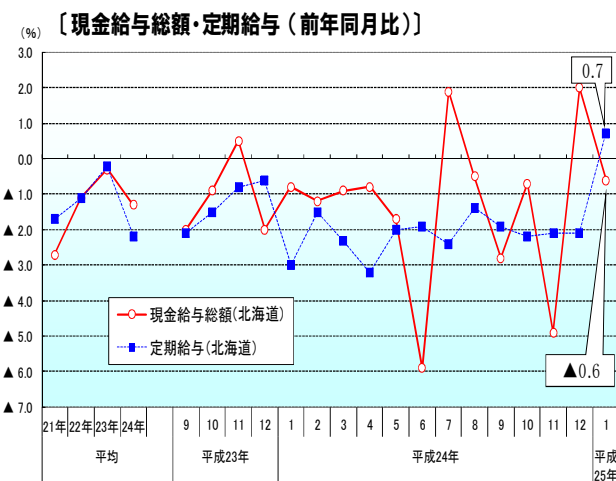


【出所】厚生労働省、北海道労働局



(注) 23年1～3月期から7～9月期の全国は、補完推計値を用いた参考値。

【出所】総務省



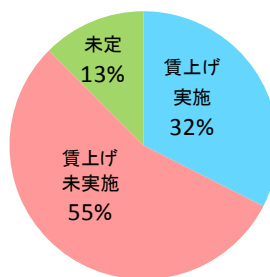
【出所】北海道
(注)「毎月勤労統計(地方調査)」の名目賃金数から算出。

◇平成25年の賃金動向

○管内企業40社へのヒアリング結果
(大企業8社、中堅企業19社、中小企業13社)
平成25年3月中旬～下旬に実施

- ・3割の企業が「賃上げを実施」をしている。
なお、中小企業では5割弱の企業が賃上げを予定。
- ・賃金の決定方法は、約3割が「春闘」により決定。
- ・賃上げしている業種別の偏りはないが、いずれの企業も好調な業績を背景として賃上げを実施している。
- ・賃上げの内容は、定期昇給のみを行う企業、一時金の増加を行う企業が約半々である。

定期昇給を含む賃上げ
実施状況



(参考)

北海道中小企業家同友会～初任給・賃上げの腹づもりアンケート調査結果から

- ・「賃上げあり」33%、「賃上げ額ゼロ」9%、「未定」58%

(回答:260社)

- ・賃上げ率、男性2.15%、女性2.13% 男性は15年ぶり、女性は16年ぶりに2%を超える。

雇用情勢に関する生の声

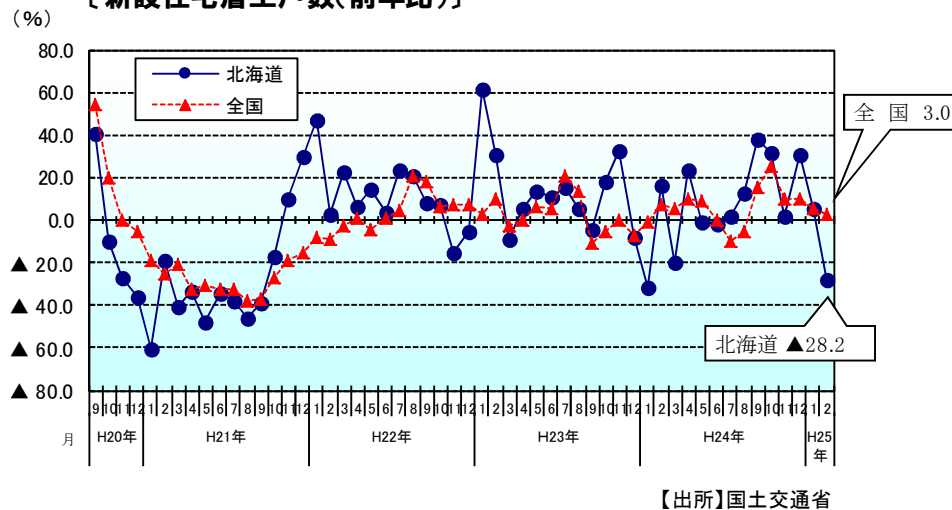
- 建設業で公共工事増加を見込んだ求人の動きがみられるほか、理美容、クリーニング、娯楽等の生活関連サービス業でも求人の増加がみられ、景況感の改善により裾野が広がっていると考えられる。
(公的機関)
- 公共工事の発注増加に対応するため、20～30代の経験者を中心に募集したが、もともとの絶対数が少ないうえ各社とも手放さないことから、中途採用を断念し、新卒者を6年ぶりに採用した。
(建設業、中小企業)
- 24年度は黒字を確保できそうであり、従業員に対して賞与額の上昇により還元する予定である。
(金属製品、中小企業)
- 収益は幾分改善したが、現時点では賃上げよりも、内部留保や有利子負債削減等を優先的に考えている。
(卸売業、中堅企業)

住宅建設

前年を上回る



〔新設住宅着工戸数(前年比)〕

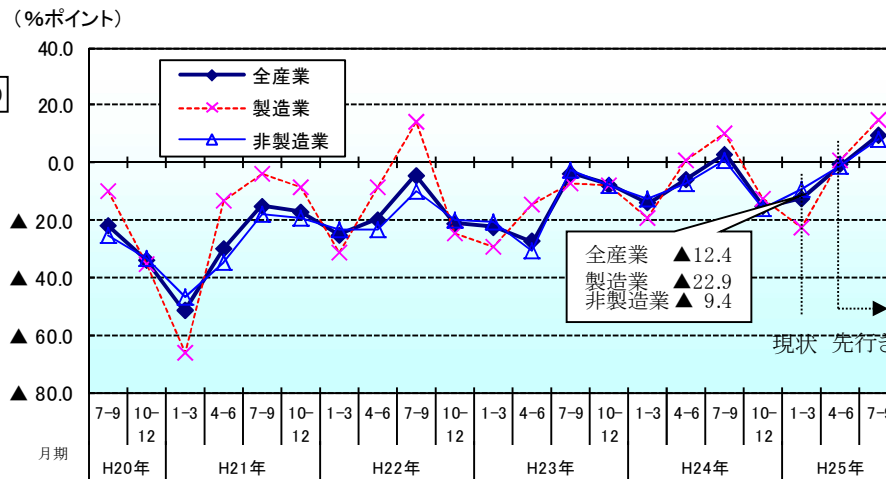


企業の景況感

「下降」超幅が縮小



〔景況判断BSI〕

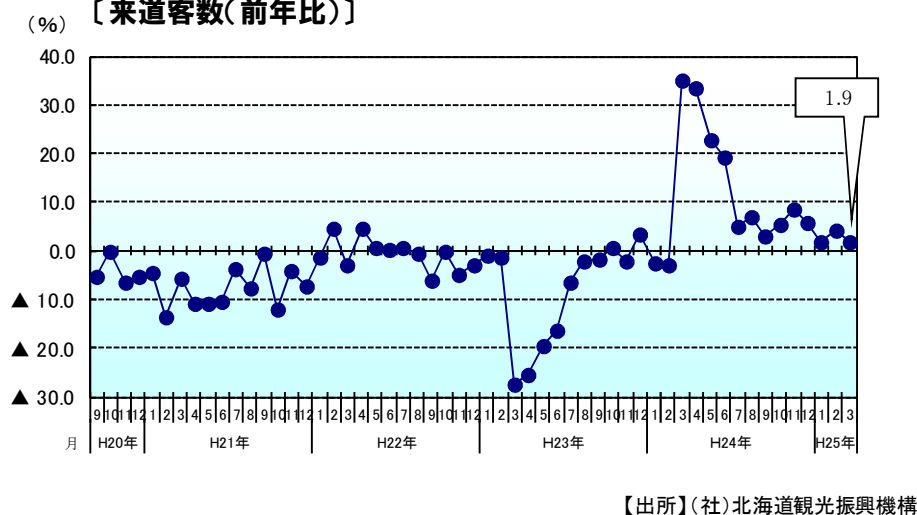


観光

前年を上回る



〔来道客数(前年比)〕



観光に関する生の声

- 宿泊客は前年比で2桁増となっており、好調に推移している。雪まつりへの入り込み客数が増加した影響もあるのか、2月は特に稼働率が高くなった。(シティホテル、中堅企業)
- 北海道へのインバウンドは好調。「雪を見るツアー」など、根強い北海道人気に加えて、為替水準が円に対して2割程度切り上がっていることも後押ししているのではないかと。(航空会社、大企業)
- 宿泊客は前年を1割程度上回り、好調に推移。外国人は、台湾のほかタイ、シンガポールなど東南アジア諸国からの客が増加している。なお、宿泊単価は震災前の水準より引き上げている。(シティホテル、中堅企業)
- 道外客は前年並みであるが、海外客はオーストラリアを中心に増加している。フェイスブックページを新たに立ち上げ情報提供を開始したことも奏功しているのではないかと。(観光協会)

ヒアリングで得られた企業の声

為替動向

▶足下(前回会議～今回会議の期間)における為替動向の経営に対する影響

- 原料の輸入割合が約7割と高いため、仕入れコストが上昇しているが、現時点では収支にそれほど大きな影響は出ていない。しかし、さらに円安が進み、吸収しきれないほど仕入れコストが上昇した場合は、マグロの輸入プロジェクトからの撤退も視野に入れている。(食料品、中小企業)
- 道産材を使用する当社にとって、現在のところ円安傾向による輸入木材の輸入価格には影響はみられないが、6月以降、外材との価格競争は優位に転じると思われる。(木材・木製品、中小企業)
- 原材料価格の上昇が始まっているが、海外受注分の販売価格も上昇し、その影響は一部緩和される見込み。なお、海外での展示会は活況となり、受注への対応に追われた。(その他製造業、中堅企業)
- 円高の影響は薄まりつつあるものの、長引く円高の影響で、機械部品メーカーの海外移転が進んでしまい、部品の調達先も海外からということが多くなり、円安の効果は思いのほかかない。(機械製造・販売、中堅企業)
- 主要取引先が海外企業であること、想定為替レートが90円/ドルであることから円安傾向が続くことは好ましい状況であるが、為替相場の変動による影響より国内メーカーとの競争による影響の方が大きく、円安傾向により業績が直ちに回復するという見方はしていない。
(情報通信機械器具、中小企業)

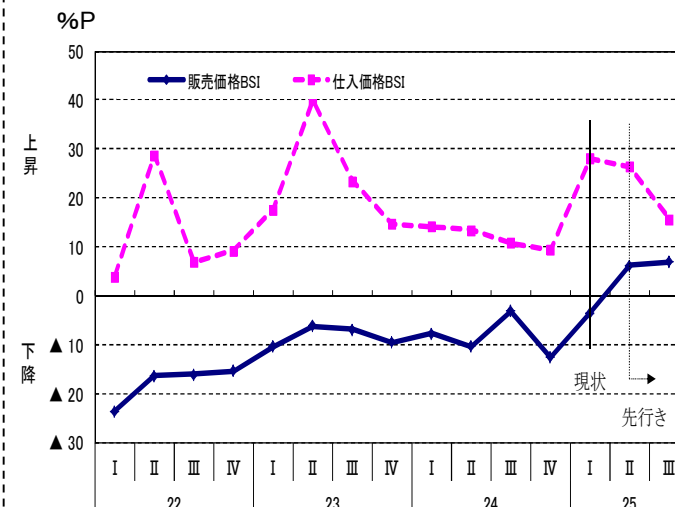
販売価格環境

▶自社の販売価格環境の現状認識と背景

- 穀物価格の高止まり、円安、原油価格上昇による船賃の上昇から仕入原価は上昇、応じて販売価格も上昇している。ただし、上昇基調が続いている中で家畜生産者の業況も厳しさを増しており、一方的な販売価格の値上げは困難であり、仕入値上昇分の全ては価格転嫁できない。
(食料品、大企業)
- 仕入値の上昇があるが、価格転嫁は難しい。しかし、夏場から補正予算等による公共工事の発注増加によりこれまでの仕事の激しい取り合いが少し緩和され、いくらか転嫁できるものと見込んでいる。(金属製品、中小企業)
- 同業他社のディスカウント形態への転換やPB商品の値下げ等に伴い、価格競争は厳しさを増しており、販売価格の低下が続いていることに加え、消費者が現在の価格に慣れてしまった現状では、値上げするタイミングは見当たらない。(小売業、中堅企業)
- これまでは値引きである程度の顧客を確保してきたが、各種の仕入価格が上昇しており体力的にも苦しくなってくるため、新年度からは極力値引きしない方針としている。

(リゾートホテル、中堅企業)

「販売価格」、「仕入価格」現状判断BSIの推移



【出所】当局(法人企業景気予測調査)

最近の為替水準が企業に与える影響

○北海道の貿易は、輸入額と輸出額の比が約4:1と、大幅な輸入超過(約1兆2,700億円:平成24年)になっている。このため、短期的には、輸出販売代金の円換算額増加のメリットに比べ、原材料等の輸入仕入価格上昇によるデメリットの方が大きいとみられる。

○観光産業では、現在のところ、国内観光客に顕著な変化は見られないが、外国人観光客は円安効果などから増加している。

北海道経済の特徴

製造品出荷額等

○製造品出荷額等における機械工業の占める割合は12.0%であり、全国と比べ低い。

＜機械工業の占める割合＞

北海道	12.0%
全 国	44.0%

貿易構造

【出所】平成24年経済センサス

○貿易総額は2兆391億円。輸入額と輸出額の比率は約4:1となっており、大幅な輸入超過(約1兆2,700億円:平成24年)

輸入品目 主要品目は、鉱物性燃料(石油、石炭など 構成比71%)、食料品(魚介類、飼料など 同12%)。全国(42.4%)の約2倍。

輸出品目 主要品目は、輸送用機器(自動車の部分品など)、原料別製品(鉄鋼、紙類及び同製品など)など。食料品の割合(9.5%)が全国(0.6%)に比べ高い。

○貿易依存度は全国の4分の1、輸出依存度は2.1%とごくわずか。

単位:億円

	総生産(H22年度) (a)	輸入(H24年) (b)	輸出(H24年) (c)	輸入依存度 (b/a)	輸出依存度 (c/a)
北海道	184,284	16,543	3,848	9.0%	2.1%
全 国	4,800,980	706,886	637,476	14.7%	13.3%

輸入額/輸出額

【出所】平成22年度県民経済計算(内閣府)、貿易統計(平成24年)(財務省)

北海道	4.3倍
全 国	1.1倍

北海道は・・・

- ・製造業のウェイトが小さい
- ・大幅な輸入超過

北海道経済が円安により受ける影響は、輸出環境好転のメリットに比べ、原材料等の輸入価格上昇のデメリットの方が大きいとみられる。

北海道経済に与える影響

メリット(好影響)

- ◆海外観光客の増加及び国内観光客の国内(北海道)へのシフト(ホテル等観光関連業)
- ◆農産物や自動車関連製品等、輸出品の海外における価格競争力上昇による販売額の増加、収益の改善(農業、輸送機械など)
- ◆水産物や木材等、輸入品の価格上昇に伴う国内販売価格及びシェア上昇(水産業、木材・木製品、パルプ・紙など)

デメリット(悪影響)

- ◆原材料の輸入価格上昇に伴うガソリンや電力、飼料や食料品等の値上げによるコストの増加(運輸業、農業など)、及び家計出費増加から、消費マインドの低下(小売業など)

今後の見通し

現在の為替水準で推移した場合、輸入品価格上昇によるデメリットは引き続き懸念されるものの、観光の拡大のほか国内他地域の輸出関連産業の業績回復による北海道経済への間接的影響などのメリットが徐々に大きくなっていくことが期待される。

最近の為替水準が企業に与える影響(企業の声)

輸出企業	これまでの対応	現 状	今後の状況等
	円高による価格競争力低下により輸出を手控えていた。 (鉄鋼)	原材料(鉄スクラップ)が円安の影響で8,000円/ト程度上昇しているがコストアップ分は販売価格に転嫁できている。	最近の為替水準で価格競争力が戻り、平成23年9月以降控えていた本格的な輸出を再開する予定となっている。
	原材料の輸入比率の増加などの円高対策を講じてきた。 (情報通信機械器具)	今般の円安により製品輸出の増益分が原材料仕入れの損失分を上回り収益改善している。	収益は主に設備投資に充てるが、従業員のボーナスにもある程度反映したい。
	長期的な円高のなか、コストカットの徹底などにより80円/ドルでも対応できる体制を整えた。 (電気機械)	現状、海外需要の増加は見られないものの、今般の円高是正により収益が改善している。	円高が長期化していたことから、企業体力は低下しており、直ちに従業員への還元や計画を上回る設備投資を行える状況ではない。
輸入企業	現 状	今後の状況等	
	想定レートは85円/ドルであるが、原料であるチップはほぼ100%輸入であり、1円の円安でも大幅なコストアップとなっている。 (パルプ・紙)	輸入印刷用紙に押されているが、円安により海外からの輸入が減少し、国内需要の増加、販売価格の上昇を期待しているが、効果が出るのは半年以上先になると見ている。	
	輸入に頼っている原材料の抱卵ニシンの仕入時期が6~7月であるため、現在の円安は基本的に不利に働くが、漁獲量に応じた魚価の相場等もあり先行きは見通しにくい。 (食料品)	仕入価格が上昇した場合、ギフト商品販売価格への価格転嫁は簡単ではないが給与改善による需要の高まりに期待している。	
	円安進行による原油価格高騰から、原油由来の輸入原料全般の仕入れ価格が上昇しているが、販売価格への転嫁には3か月程度要する。 (化学)	販売価格への転嫁に時間を要することから収益圧迫の要因となる。住宅建築需要の上昇による売上増、収益改善に期待している。	
	円安により、原材料として使用している輸入材の仕入価格が上昇してきている。 (木材・木製品)	原材料に占める北海道産原木使用の割合を徐々に増やしてきており大きな影響とはなっていない。	

観光産業の動向

外国人観光客の増加

- ・震災の不安が薄らいだことや円安傾向により外国人を中心に宿泊客数は前年比2割増加している。(リゾートホテル)
- ・最近の為替動向を反映してか、これまで減少していた韓国人観光客が戻ってきている。(観光協会)
- ・根強い北海道人気に加え、為替水準が円に対して2割程度切り上がっていることもあり、搭乗者数は増加している。(航空会社)
- ・宿泊客が震災前の水準に回復していること、海外客の宿泊者数が増加していることなどから、宿泊単価の引き上げなど、レベニューマネジメントを実施している。(シティホテル)
- ・円安傾向から、円建てでみた外国人の宿泊単価は上昇しており、収益にプラスとなっている。(シティホテル)

国内客の国内旅行シフト

- ・まだ顕著ではないが当初予定していた海外旅行から国内旅行へ切り替える顧客もみられる。(旅行代理店)
- ・円安による海外旅行から国内旅行へのシフトもあるのか、学生の卒業旅行の入込が目立つ。(観光協会)

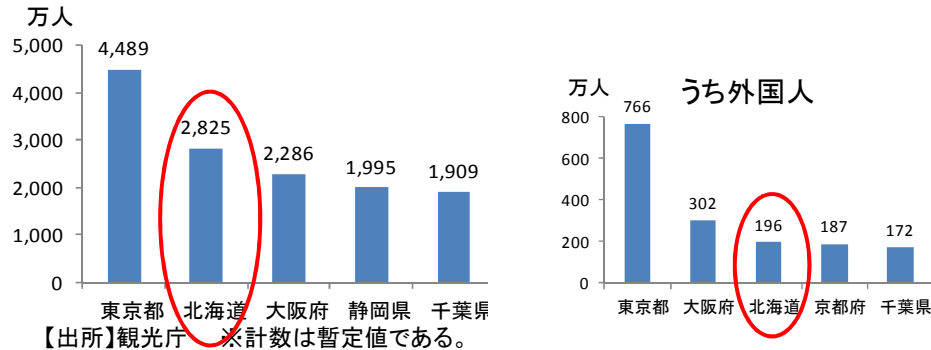
今後の北海道観光について（北海道観光の現状） 1/3

- 観光GDPの推計によると、観光産業は5,356億円と食料品製造業や農業の規模より大きく、北海道経済発展には、観光産業の成長が求められる。
- 北海道は恵まれた観光資源のなか、多くの観光客が訪れているものの、外国人観光客を除きこのところ伸び悩んでいるほか、季節による繁閑の差が観光産業経営上の問題となっている。
- こうした中、旅行形態は団体旅行から個人旅行へ大きくシフトしており、それに応じた設備投資のほか、旬でかつその場でしか体験できない情報を提供するかが、オフシーズンも含めた観光客増加の決め手となる。

宿泊者数は全国第2位の規模

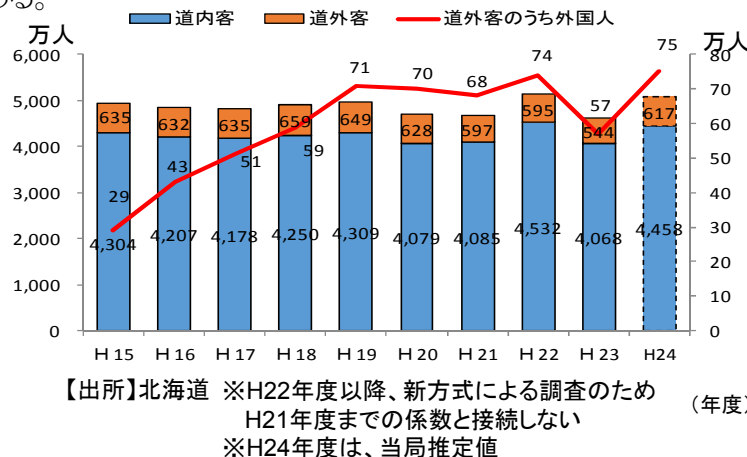
- ・北海道の延べ宿泊者数は2,825万人泊で東京都に次ぐ全国第2位である。そのうち外国人は、196万人泊で全国3位といずれも高位置にある。

<延べ宿泊者数(H24年)>



外国人観光客は増加傾向

- ・北海道の観光入込客数(実人数)は伸び悩んでいるものの、外国人観光客は増加傾向にある。

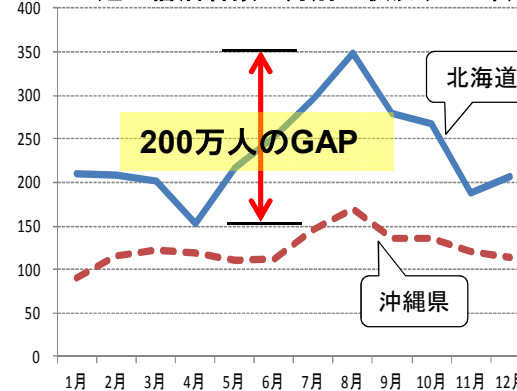


人口の増加が見込めない中、観光客の長期滞在に向けた取り組み、外国人観光客の誘致が重要

季節変動が大きい～宿泊業の給与は低水準

- ・宿泊者数は、繁閑の差が大きくその縮小が課題。
- ・北海道における宿泊業、飲食サービス業の給与はパートタイム労働者が多いこともあり全産業に比べ低い。(一般労働者でも2/3程度の水準)
- ・「繁閑の差を縮小し、正社員が増加することにより、さらなるサービスの提供につながる」との声が多い。

延べ宿泊者数の月別の状況(H24年)



【出所】観光庁 ※計数は暫定値である。

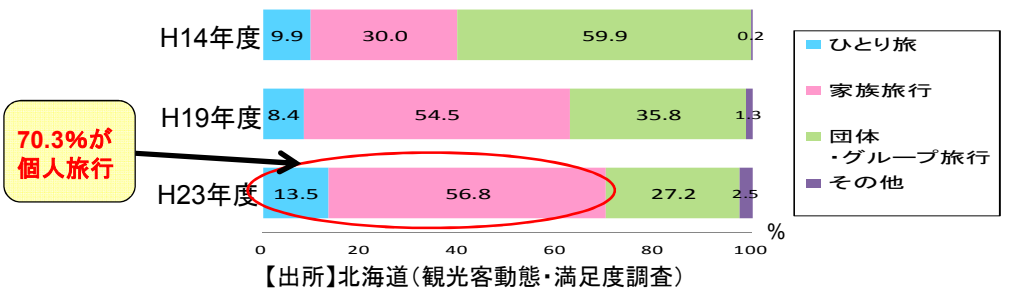
常用労働者月間現金給与総額(H24年平均)

	常用労働者計	うち一般労働者	うちパートタイム労働者
全産業	270,064円	352,941円	89,509円
宿泊業、飲食サービス業	113,433円	220,401円	71,703円
全産業比	42.0%	62.4%	80.1%

【出所】北海道 ※計数は暫定値である。

変化する旅行形態～個人旅行が7割で増加傾向

- ・団体・グループ旅行が減少し、個人旅行が増加傾向にある。

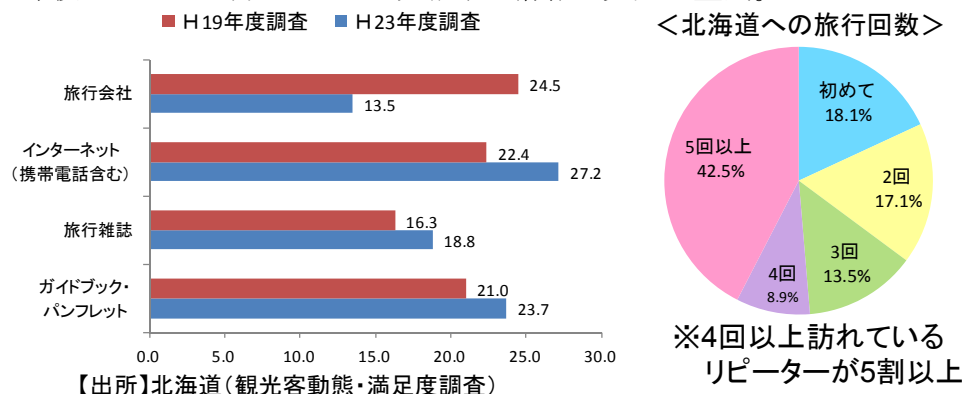


今後の北海道観光について（情報発信が重要） 2/3

観光情報の入手先～インターネット情報がトップ

- 個人旅行の増加、リピーター率が高い中、観光情報の入手方法はインターネットがトップになり、その割合は増加。

今後はインターネットを通じて発信する情報の充実が重要。



道内観光協会のホームページから～情報発信の強化がカギ

<http://>

観光情報の発信状況把握のため、検索可能な道内観光協会136先のHPを確認

＜HPの更新状況＞



＜フェイスブックの導入状況＞



＜外国語への対応状況＞



・ほぼ1カ月以内にHPの観光情報の更新が行われている協会は63先の46.3%と半数弱にとどまっている。

・より積極的な情報発信手段としてフェイスブックを活用している協会が43先、31.6%ある。情報発信効果が高いことから、今後増加が見込まれている。

・外国語への対応が「ない」協会が89先（65%）である一方、「ある」協会は47先（35%）。うち2カ国語以上対応は34先、3カ国語以上対応は27先。

- ◆北海道観光振興機構では点在する北海道の観光情報を1か所にまとめた「キュンちゃんねる」を展開。[\(http://www.visit-hokkaido.jp/\)](http://www.visit-hokkaido.jp/)

今後、「北海道観光クラウド」への発展が期待される。



道の駅を観光拠点～Wi-Fi環境の整備が必要



- ・LCCによる観光客の増加→レンタカーの利用
- ・外国人観光客のレンタカー利用の増加
- ・道内観光客の移動交通手段の7割が自家用車

道の駅の利用

「道の駅」に期待されることは、

- ・休憩とトイレ利用
- ・道路情報、**観光情報**
- ・食事や特産品の買い物

地域に訪れた観光客に対し、地域内における旬でかつその場でしか知れない観光情報を伝達

観光情報発信拠点へ



道内の「道の駅」における無線LAN設備設置状況
114施設中36施設（31.6%）

今後は「道の駅」のみならず道内各観光スポット等に「公衆無線LAN（Wi-Fi）」を設置し、必要な観光行動支援情報の提供が必要である。

観光情報発信について（観光協会の声）

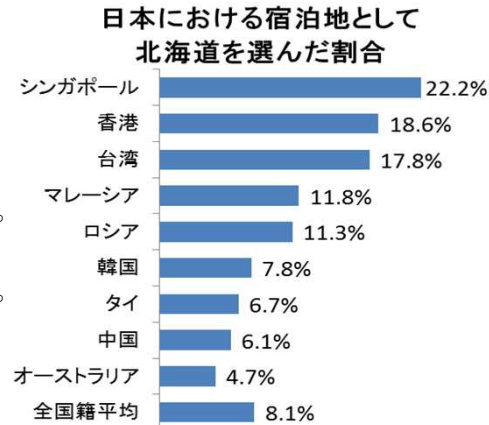
- ◆観光は、「少量（少人数）多品種」時代になった。しかし旅行商品を多数揃えても外部に発信できなければ観光客には利用してもらえないため、多様な商品の企画と併せ、積極的な情報発信も重要。BlogやFacebookなどのツールを積極的に活用し情報発信に努めている。
- ◆中国本土からの観光客招致に力を入れているが、中国国内に流布する日本の情報は間違っていることが多く、また日本から中国本土に対し直接情報発信を行うことが容易でないことから、中国国内から閲覧可能なHPへの情報掲載を行っている。
- ◆今春、光回線が入る予定であり、市内主要観光施設に無料のWi-Fiポイントを設置し、観光客などの利便性向上を図りたい。
- ◆情報発信の重要性が高まっており、個人旅行、長期滞在に対応するため、体験型商品の案内に予約システムを兼ね備えたポータルサイトを開設した。
- ◆予算、スタッフ面から、HPの更新は新着情報程度。外国語は4か国語に対応しているが、費用や翻訳者の手配など課題が多い。

今後の北海道観光について（外国人観光客増加の取組み） 3/3

- 北海道は、総じてみると外国人客に一定の人気のある旅行目的地であるが、国や地域ごとの志向を反映して差があるのが現状である。
- 外国人観光客に旅行目的地として選ばれるために、北海道に関する情報発信の増加促進などが求められている。
- 北海道観光の課題として、「月ごとの繁閑差が大きいこと」があげられるが、平準化のために東南アジア観光客の誘致が効果的と考えられる。

1. 訪日外国人観光客が「北海道」で宿泊した割合は・・・？

- ・日本を訪れた外国人のうち北海道に宿泊した客の割合は平均で8.1%となっている。
- ・その中でシンガポール、香港、台湾は特に北海道を訪れる率が高く、これらの国における北海道人気の高さを裏付けている。成熟したマーケットとして、リピータ向けの多様なニーズへの対応が求められている。
- ・また、マレーシア、タイ、中国などは、今後の経済成長に伴って出国者の増加が見込まれることから、北海道を目的地として選んでもらうために、東京や京都とは異なる北海道固有の良さを情報として発信することが求められている。



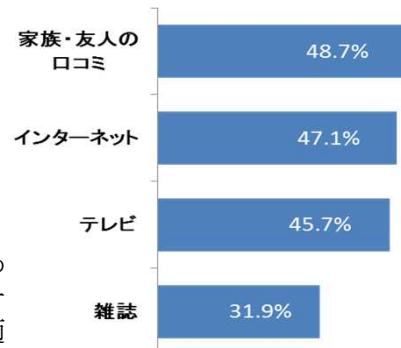
出所：観光庁2012年宿泊旅行統計調査より当局作成
 ※オーストラリアは4.7%と低いですが、統計調査集計対象外の施設（コンドミニアムなど）の利用が過半を占めるとみられる。

2. 情報発信の重要性

- ・北海道へ行きたいと思ったきっかけは、口コミやインターネットが多い。

(外国人客が)北海道に行きたいと思ったきっかけは？(複数回答可)

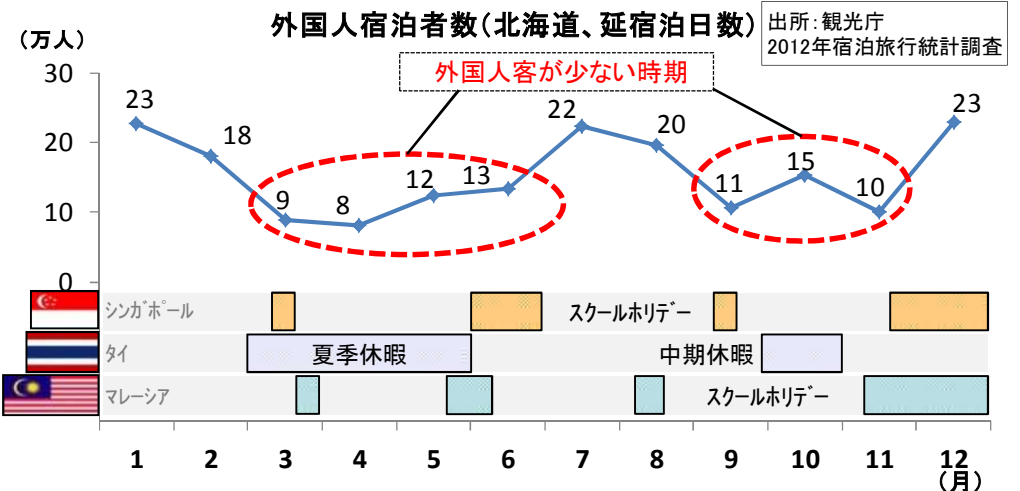
- ① 家族・友人などからの口コミは北海道に関する生の情報として影響が大きい。「口コミ情報」を発信してもらうために、ネットで情報発信をしている留学生を対象とした招請旅行事業などが実施されている。
- ② 観光協会等のホームページが、「外国語による情報の量は日本語と比較して少なく、タイムリーでない」との声も聞かれることから、多言語に適時対応ができる環境づくりが求められている。



出所：北海道観光振興機構データより当局作成

3. 観光需要の平準化対策としての東南アジア観光客誘致

- ・3～6月や9月～11月は外国人客が少なく、需要の平準化が求められている。
- ・外国人客が少ない時期において、東南アジアでは休暇期間となっている国もみられることから、国ごとの特性を踏まえたプロモーションが必要となっている。



(閑散期における)観光ニーズの掘り起こし、プロモーション例

- ① **ドライブ観光**
 - ・広く走りやすい北海道の道路でのドライブは香港、シンガポールなど渋滞が慢性化している地域の住民にとっては魅力的。ETC付レンタカー利用者には高速道路乗り放題定額プランも提供されている。
- ② **自転車観光**
 - ・台湾自転車協会、台湾メディアなどの招請旅行を実施。(国道並みに)整備された農道などを走行してもらったところ好評で、台湾最大の自転車メーカーの旅行代理店によって北海道での自転車ツアーが造成された。※2013年は8月に実施予定。ツアー名「自転車饗宴之旅」。4泊5日で約200kmを走行。費用は日本円換算で約16万円～
- ③ **フォト・ウェディング**
 - ・中華圏の一部では、結婚式前に豪華な写真を撮影し、結婚式でその写真を披露する慣習がある。札幌ロケーション・フォトウェディング協議会(札幌婚紗撮影協議会)では誘致のための情報発信を行っている。

