

## 日本版DMO形成・確立計画

## 1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO <b>地域DMO</b>	
日本版DMO候補法人の名称	NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	北海道釧路市	
所在地	北海道釧路市	
設立時期	平成 17 年 7 月 6 日	
職員数	10 人	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 大西 雅之 （出身組織名） 鶴雅ホールディングス（株）	NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構理事長として、観光振興とまちづくりを一体として推進してきた実績を持つ観光カリスマである。また、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」有識者委員として、観光立国政策における次の時代の新たな目標設定や必要な対応について提言などを行っている。
各種データの分析・収集等（マーケティング）の責任者（専門人材） ※必ず記入すること	（氏名） 山下 晋一「専従」 （出身組織名） 日本航空（株）	NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構専務理事として、JAL 台湾支店長等の経験で培ったマーケティングについての高い知見と能力を持つ。
旅行商品開発・販売、事業計画策定	（氏名） 大澤 幸博「専従」 （出身組織名） （株）JTB	JTB で長年培ってきたマーケティングから着地型商品化、観光戦略までの幅広い知識・経験を有し、DMO 推進部長兼旅行事業部長として当機構の商品開発・販売、および DMO 事業計画づくりを担う。
プロモーション事業	（氏名） 早川 尊朗「専従」 （出身組織名） （株）電通	電通で培ってきたプロモーションの知識・経験を有し、当機構のプロモーションの役割を担う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	釧路市産業振興部阿寒観光振興課（観光振興）、釧路市道路河川課（社会資本整備）、環境保全課（環境保全・国立公園）、都市計画課（都市整備・まちづくり）、観光振興室（観光振興・湿原展望台・フィッシャーマンズワーフMOO）、商業労政課（商業振興）、産業推進室（地域ブランド化）、農林課（農業振興）、市民協働推進課（長期滞在・国際交流）、港湾空港振興課（空港利用促進・クルーズ客船誘致）、阿寒地域振興課（観光振興）、阿寒市民課（国立公園）、釧路市教委（動物園・丹頂鶴自然公園・阿寒国際ツルセンター・博物館）	

(別添) 様式 1

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>(一社) 釧路観光コンベンション協会 (地域連携 DMO)          (一社) 摩周湖観光協会 (広域観光連携、滞在プログラム企画)          (一財) 前田一步園財団 (自然保護、阿寒湖温泉地区の温泉土地所有)          阿寒湖温泉旅館組合 (宿泊サービス改善)          阿寒アイヌ工芸協同組合 (滞在プログラム企画、アイヌ文化の発信)          阿寒観光汽船(株) (滞在プログラム企画、スキー場事業)          阿寒バス(株) (アクセス改善)          (一財) 自然公園財団阿寒湖支部 (滞在プログラム企画)          (株) 阿寒町観光振興公社 (特産品開発、滞在プログラム企画)          阿寒町商工会 (特産品開発)          釧路空港ビル(株) (空港受け入れ体制、滞在プログラム企画)          (株) ツーリズムてしかが (滞在プログラム企画)          (公財) 日本交通公社 (コンサルティング)</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件)          ① 地域の多様な関係者によって組織し、理事など日本版 DMO の意思決定に関与できる立場で参画し、合意形成を行っている。          ④ 外部有識者による第三者評価組織である「グランドデザイン懇談会」や、地域のウェルカムゾーンを整備する阿寒フォレストガーデン整備計画の推進のための行政や有識者などによる「阿寒・フォレストガーデン」整備推進協議会、「阿寒・フォレストガーデン」運営委員会などにより、関係者の合意形成を有効に行なっている。また、各部会を運営し、その中で各種事業の合意形成を図っている。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>アドベンチャーツーリズムコンテンツの発掘や商品化、アイヌ文化を基軸としたまちづくり等、住民参加型のワークショップを定期的で開催している。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)          平成 14 年より地域住民が主体となって「阿寒湖温泉再生プラン 2010」を策定するとともに、同 16 年には「阿寒観光協会」と「阿寒湖温泉まちづくり協議会」を統合し、NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 (以下、機構) を発足させ、観光振興と観光まちづくりを一元化し、インバウンド需要の取り込みを含めた地域一体となった観光まちづくりを推進してきた。          現在、更なる 10 年計画「阿寒湖温泉創生計画 (ビジョン) 2020」を策定し、この計画の中で「観光」と「地域づくり」の 7 つの基本戦略と基本戦略に対する 22 施策を明確化し取り組んでいる。5 年目を迎えた平成 27 年 11 月には、前半 5 年間の KPI に対する PDCA を行い、その結果に基づき 27 年度からの後半 5 年間の計画修正を実施している。</p> <p>・ 7 つの基本戦略と 22 の施策          基本戦略 1. 阿寒湖温泉の「顔」となる玄関づくりによって観光構造を変革する              施策 1. 阿寒湖温泉の玄関口を明確にする              施策 2. 歩きたいまち、巡ってみたいくなるまちを目指す          基本戦略 2. 国際水準の快適な空間とおもてなしの「質」を高める              施策 3. 快適な湖畔空間をつくる              施策 4. 外国人対応と、ホスピタリティの向上を図る              施策 5. まちなか・温泉街の魅力を高める              施策 6. 気持ちの良いトイレ空間を提供する</p>

	<p>基本戦略 3. アイヌ文化を活かし、まちづくりに生かす 施策 7. アイヌ文化を再構築する 施策 8. アイヌコタンとアイヌシアターの一体的な魅力向上を図る 施策 9. 付加価値の高い“モノづくり”を推進する 施策 10. アイヌ文化を生かした環境にやさしい温泉地をめざす</p> <p>基本戦略 4. コンテンツを強化して、滞在化を図る 施策 11. 阿寒の自然を活用した豊富な活動メニューを提供する 施策 12. 多様な宿泊・滞在施設への転換を図る 施策 13. 「のんびり阿寒」をテーマにプログラムやキャンペーンでの滞在時間の延長を図る</p> <p>基本戦略 5. 観光統計を充実させ、適切な情報発信と戦略的なプロモーションを展開する 施策 14. 観光客の実態をきちんと把握し、地域戦略を立てる 施策 15. 地域戦略に基づく情報発信とプロモーションを行なう 施策 16. 広域観光を推進し、阿寒湖温泉のポテンシャル、拠点性を高める多様な宿泊・滞在施設への転換を図る</p> <p>基本戦略 6. 安心して住み続けられるまちにする 施策 17. 安定的な雇用環境をつくる 施策 18. 生活居住環境を改善する</p> <p>基本戦略 7. 阿寒湖温泉の未来を築く観光人材と組織を強化する 施策 19. 阿寒湖温泉の未来を築く人材を育成する 施策 20. 阿寒湖温泉が一丸となって観光まちづくりに取り組めるようにする 施策 21. 安定的な観光まちづくりの組織づくりを行なう 施策 22. 長期的な視野に立ち、常にフィードバックしながら計画的に観光まちづくりを進める</p> <p>また、平成 27 年には釧路市と弟子屈町の 35 団体で構成する「水のカムイ観光圏」が国の認定を受け、当機構は阿寒地域の観光地域づくりプラットフォームとして、釧路地域や川湯・摩周地域と連携して観光圏整備事業を積極的に推進するとともに、同年、同じく国に認定された「広域観光周遊ルート」においても、拠点宿泊地域の一つとして積極的に連携し、事業を推進している。</p> <p>さらに平成 28 年 1 月、釧路市は「観光立国ショーケース」に選定されたことから、2020 年に向けて、国の施策の集中投下を得、観光立国のモデル都市をめざした観光資源の磨き上げやストレスフリー環境整備などの取組を進める中核組織として、当機構が地域 DMO となって、地域連携 DMO (釧路観光コンベンション協会) 等と連携して推進していく。</p> <p>また平成 28 年 7 月には「阿寒国立公園」が国立公園満喫プロジェクトの対象国立公園の認定を受け、2020 年に向けて、ステップアッププログラム 2020 を策定し、遊歩道の整備、多言語対応など質の高い利用環境を提供する施設整備等を進めつつ、世界に通用するナショナルパークとすべく取り組んでおり、当機構も環境省との緊密に連携して推進していく。</p> <p>その上、阿寒地区における本格的な訪日外国人旅行者施策として、2005 年の国の観光ルネサンス事業を機として、外国語堪能な地域住民による「阿寒湖温泉 VJCS」創設などによる外国人旅行者の受入環境整備やおもてなし向上に取り組み、「第 1 回日中韓観光大臣会合」の開催などの実績や認知度等を着実に積み上げ、2012 年には「訪日外国人旅行者の受入環境整備に係る地方拠点」にも選定され、一層の外国人旅行者受入環境整備等を推進してきた。</p>
--	---

(別添) 様式 1

	<p>当機構の収益基盤となる自主事業としては、釧路市からの指定管理を受けたスキー場運営(売上規模 5000 万円/平成 29 年度)、着地型商品の企画・販売をする旅行事業(売上規模 1100 万円/平成 29 年度)を行なっている。</p> <p>併せて、観光まちづくりのための財務基盤整備として 2015 年度より釧路市が開始した入湯税超過税分を原資とする「観光振興臨時基金」を財源として、フォレストガーデン整備をはじめ、阿寒湖温泉無料循環バス「まりむ号」の運行や、商店街活性化のための「まりも家族コイン」の運用など、長期計画に基づく各種の観光まちづくりを実施している。</p> <p>この阿寒フォレストガーデン整備は、基本戦略 1『阿寒湖温泉の「顔」となる玄関づくりによって観光構造を変革する』に位置づけられた施策であり、ウエルカムゾーンとしての機能を有した国際観光地阿寒湖温泉のエントランスゲートとして計画的に整備を進めていく。</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>当機構がマーケティング等を行う区域の宿泊拠点となる阿寒湖温泉の平成 29 年度における延べ宿泊者数は 609 千人であり、そのうち外国人旅行者は 123 千人であり、前年比約 13%の増加となっている。</p>
実施体制	<p>(実施体制の概要)</p> <p>宿泊業などの観光関連産業をはじめ、森林管理業や漁業、交通、金融など地域の多様な関係者による、総会、理事会、事務局、アイヌ文化部、まちづくり部、誘致宣伝部、イベント部、スキー事業部、旅行事業部からなる当機構は、地域 DMO として、地域住民が主体となって策定した阿寒湖温泉の観光地域づくりビジョンに基づく、観光地経営の視点を持った観光地域づくりを推進している。</p> <p>2017 年度より、2 名の高度専門人材を配置、旅行事業部内にアドベンチャーツーリズム推進グループを設置する等、体制の強化を図っている。</p> <p>また、外部有識者による第三者評価組織である「ランドデザイン懇談会」や、地域のウエルカムゾーンを整備する阿寒フォレストガーデン整備計画の推進のための行政や有識者などによる「阿寒・フォレストガーデン」整備推進協議会、「阿寒・フォレストガーデン」運営委員会などにより、多様な関係者との合意形成を推進していく。</p> <p>さらに、旅行業第 3 種の登録している当機構旅行事業部が、地域 DMO として、滞在型等の着地型旅行商品の企画・販売を行ない、国内外への観光プロモーションを実施していくとともに、JNTO 認定カテゴリー I の外国人観光案内所も運営していく。尚、2018 年 4 月に DMC を設立し、今後、高単価高付加価値のアドベンチャーツーリズム商品の企画・販売を行っていく。</p> <p>(実施体制図)</p> <p>別添①②</p>

2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域



(別添) 様式 1

【区域設定の考え方】

観光圏の対象エリアが大変広範囲であるため、住民主体のきめ細やかな観光地域づくり、観光地経営の効率的な推進とともに、地域密着型旅行業の取組による地域ならではの滞在プログラムの企画開発などが効率的かつ有効に推進することが可能となることから、エリアを3つに区分し、このうち当機構は「水のカムイ観光圏」同様に、阿寒地区を区域としている。

なお、エリアは区分しつつも、当機構は、観光圏エリアを区域とする地域連携 DMO 候補法人として登録申請を行う（一社）釧路観光コンベンション協会等との緊密な連携によって、一元的な窓口機能の発揮や、わが国の顔となるブランド観光地域をめざした観光地域づくりなどを推進していく。

【観光客の実態等】

平成 23 年から平成 29 年までの入込状況

	宿泊者数（千人）	内訪日外国人旅行者（千人）
平成 23 年	475	32
平成 24 年	570	54
平成 25 年	570	75
平成 26 年	582	88
平成 27 年	600	123
平成 28 年	586	109
平成 29 年	609	123

訪日外国人旅行者（人泊）の国別を分析すると

台湾 61,421（49.6%）

中国 24,797（20.1%）

香港 11,143（9.0%）

欧米豪 3,248（2.6%）※ロシア除く

となっており、全体として訪日外国人の時期は春節を迎える 2 月が圧倒的に多い。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

大自然が特徴的な阿寒湖温泉では、自然、文化、スポーツ、イベントを実施している

（自然体験）

・着地型旅行（個人旅行者のみ）

平成 26 年度実績 1,312 人

平成 27 年度実績 1,464 人

平成 28 年度実績 1,194 人

平成 29 年度実績 697 人

（文化体験）

・アイヌシアターイコロ入館者数

平成 26 年度実績 54,323 人

平成 27 年度実績 51,300 人

平成 28 年度実績 55,622 人

平成 29 年度実績 59,591 人

・まりも祭り

平成 26 年度実績 11,000 人

平成 27 年度実績 9,000 人

平成 28 年度実績 9,000 人

平成 29 年度実績 9,500 人

(別添) 様式 1

(スポーツ)

- ・ スキー場利用者数  
平成 26 年度実績 236,340 人  
平成 27 年度実績 260,693 人  
平成 28 年度実績 260,693 人  
平成 29 年度実績 217,822 人
- ・ スキー大会数  
平成 27 年度実績 3 回 (FIS ゴールドウィンカップ阿寒スラローム大会等) 576 人  
平成 28 年度実績 5 回 (全日本ジュニアスキーアルペン技術系回転等) 880 人  
平成 29 年度実績 6 回 (全日本スキー選手権大会アルペン競技等) 1,231 人

(イベント)

- ・ 阿寒湖まりも夏希灯 7/1～8/31  
平成 27 年度実績 7,471 人  
平成 28 年度実績 7,174 人  
平成 29 年度実績 8,070 人
- ・ 千本タイマツ～マリモの護り火～ 9/1～10/28  
平成 27 年度実績 3,500 人  
平成 28 年度実績 3,000 人  
平成 29 年度実績 2,900 人
- ・ 阿寒湖氷上フェスティバル ICE・愛す・阿寒「冬華美」 2/1～3/13  
平成 27 年度実績 25,000 人  
平成 28 年度実績 23,800 人  
平成 29 年度実績 16,950 人

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- ・ 旅館、ホテル、民宿等の合計 20 施設、宿泊収容力：約 5,100 人/日

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・ 釧路空港：車で約 50 分
- ・ JR 釧路駅：車で約 90 分
- ※北海道横断自動車道根室線・阿寒 IC が平成 28 年 3 月に開通
- ・ 開通後 阿寒 IC：車で約 40 分

区域までの交通

- ・ 釧路市内：路線バス 4 月～5 月：3 本 6 月～10 月：4 往復 11 月～3 月：3 往復
- ※当機構が運営主体となる阿寒エアポートライナーの運行を本年度 7 月から開始。
- ・ 域内交通：阿寒湖温泉無料循環バス「まりむ号」 1 時間 1～2 本

【外国人観光客への対応】

- ・ 平成 29 年度の外国人宿泊延べ数は阿寒地区 123,423 人であり、台湾からの宿泊が多い。
- ・ Wi-Fi 整備については、観光圏整備事業、広域観光周遊ルート整備事業により、商店街、アイヌコタン、アイヌシアターイコロなど屋外でのサービス提供を行なうとともに、交通拠点となるバスセンターや、バス車中でのサービス提供も実施してきているが、遊歩道など十分とは言えないエリアもあり、継続的に拡充していく必要がある。
- ・ 阿寒地域では、案内標識、パンフレット等の多言語化を進めてきており、ホテルでの英語、中国語等の外国人スタッフの配置も積極的に実施しており、飲食店でのメニューの多言語化も現在進めている。しかしながら、まだ十分とは言えない状況であり、今後更に多言語対応を進めていく必要がある。
- ・ 免税取り扱いについてはホテルを中心に主要商店において実施しているが、専用機器の導入等による所要時間の短縮などが課題となっている。

### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
Web サイトのアクセス状況	地域に対するお客様の関心度や各種施策の効果等を把握するため。	エリアゲート(地域コンテンツ管理・販売システム)等を活用して入手。
旅行消費額	経済効果の検証	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。
延べ宿泊者数	宿泊実績の検証	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集するほか、宿泊施設からの月別・国別等の宿泊実績を収集する。
顧客来訪満足度	お客様の満足度検証	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。 なお、今後自主事業として実施するガイドツアーのアンケート調査による参加者属性や改善提案を収集する。
リピーター率	満足度の高いリピーターの実態検証	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。 なお、今後自主事業として実施するガイドツアーのアンケート調査による参加者属性や改善提案を収集する。

### 4. 戦略

#### (1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ここだけにしかない“自然”(阿寒湖、オンネト一、雌阿寒岳、雄阿寒岳、阿寒湖温泉)と、ここだけにしかない“自然共生思想”の一体的体感</li> <li>○数多くの欧米豪の富裕層を顧客とするアドベンチャーツーリズムを誘致することができる阿寒湖のもつポテンシャル</li> <li>○外国人の興味関心が高い阿寒摩周国立公園やアイヌ文化(阿寒湖アイヌコタン、アイヌ古式舞踊、アイヌクラフト、アイヌシアターイコロ)、国の特別天然記念物「タンチョウ」「阿寒湖のマリモ」、結氷する湖、フロストフラワーなど水の変化、国設スキー場</li> <li>○「観光立国ショーケース」や「国立公園満喫PJT」等を担う観光地域づくり組織</li> <li>○積極的な広域連携</li> <li>○観光地域づくりのための新たな財源確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○多国籍化への対応が十分とは言えない</li> <li>○マーケティングに基づく戦略策定・事業実施等の充実強化が必要</li> <li>○二次交通が十分とは言えない</li> <li>○WEBでの ONESTOP 化が十分とは言えない</li> <li>○医療体制の強化が十分とは言えない</li> </ul>



(別添) 様式 1

外部環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>○インバウンドの増加予測</li> <li>・円安等による日本インバウンドブームの継続</li> <li>・2020年オリンピック・パラリンピックの開催</li> <li>・2019年ラグビーワールドカップの開催</li> <li>・ラグジュアリー層に広まりつつある自然・健康志向に伴う健康づくりに対するニーズ</li> <li>○阿寒ICの開通</li> <li>○道内主要空港(千歳、函館、旭川)の飽和状態</li> <li>○釧路空港へのLCCの就航</li> <li>○釧路空港の民営化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○道央圏への集中に加え、北海道新幹線の開業による道南への観光客シフト</li> <li>○釧路空港の国際線対応の強化が十分とは言えない</li> </ul>
------	---	---

(2) ターゲット

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ターゲット層</li> <li>欧米豪、香港・シンガポール等のアジア富裕層、国内富裕層（FIT）</li> <li>※特にアドベンチャーツーリズム嗜好者</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○選定の理由</li> <li>・2020年度「観光立国ショーケース」の目標達成に向け、現在の中心市場である台湾・中国を維持しつつ宿泊数や消費の向上を図るために、約49兆円と見込まれる欧米を中心としたアドベンチャーツーリズム市場からの需要獲得を狙う。</li> <li>当エリアが持つここだけにしかない自然や文化、特に先住民文化であるアイヌ文化にひととき高い関心を示すのは欧米圏であり、その中でも特に富裕層を潜在的有望顧客として、阿寒だけにしか存在しない“自然”と“自然共生思想”との一体的体感空間でのプレミアムプログラムによる特別なおもてなしによって顧客獲得と旅行消費の増大が見込める市場である。</li> <li>そこで、アドベンチャーツーリスト・滞在顧客が見込める欧州・北米に加え、所得が高く自然・文化体験を好む豪州・香港・シンガポールの市場をターゲットとした。</li> <li>○取組方針</li> <li>・「関係者の合意形成」「マーケティングに基づく戦略策定」「関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関するマネジメント」を実施し、官民連携など多様な連携によって以下の観光地域づくりに取り組み、「観光立国のショーケース」化を推進していきます。</li> <li>※観光資源の発掘・磨き上げ、ストレスフリーの環境整備、海外への情報発信</li> <li>・日本版DMOによる訪日外国人旅行者マーケティング調査分析の実施</li> <li>・専門人材2名を配置し、よりの確なマーケティング戦略、ブランディング戦略の策定とこれらの戦略に基づいた取り組みの実施</li> <li>・地域の宝“自然”“文化”を活かしたアドベンチャーツーリズムなどの滞在プログラムの企画開発・提供および継続的なブラッシュアップ</li> <li>・アドベンチャーツーリズムなどを支えるガイドの育成と多言語対応力の向上</li> <li>・自然の恵みに感謝する「伝統の食文化」等を活かした地域性あふれるおもてなしの実施</li> <li>・広域連携による新たなルート提案等をはじめ、Wi-Fi環境整備や二次交通ネットワークの構築等の外国人旅行者受け入れ環境整備、広域周遊ニーズに対応した情報発信による顧客創造・獲得の推進</li> <li>・国際的に通用する観光リゾート地域を目指した観光まちづくりの推進と欧米豪の富裕層をはじめとするインバウンドの長期滞在に対応した地域資源の発掘・磨き上げ、飲食の多様化・拡充による泊食分離等の推進</li> <li>・「住んでよし、訪れてよし」の実現のためのユニバーサルデザインの推進とインフラ整備</li> </ul>

### (3) コンセプト

①コンセプト	アドベンチャーツーリズムの聖地を目指す。 ※「Super Fantastic Kushiro 世界トップクラスの自然に抱かれ、自然と共生文化を体感するカムイの休日」
② コンセプトの考え方	“手つかずの原始の大地”の象徴である阿寒摩周国立公園において、原始の森林やわが国の宝である特別天然記念物“タンチョウ”、“阿寒湖のマリモ”を保護してきた住民の歴史と文化に裏打ちされた世界トップクラスの自然に抱かれながら、アイヌ民族の自然と共生する文化を体感できる、世界でも唯一無二の休日（バカンス）をお過ごしいただくことができる「観光立国ショーケース」に相応しいポテンシャルをしっかりと磨き上げ、それぞれの国民性、多種多様なニーズや旅行目的などに的確に対応したおもてなしを可能とし、お客様に満足していただけるよう取り組んでいく。

## 5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	マーケティング戦略、プロモーション戦略策定のための方向性ととりまとめについては、NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構の理事会や総会等で、関係者への浸透を図った。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	観光客の満足度調査（訪日外客含む）やガイドツアー参加者アンケート等を通じて、観光客の反応をモニタリングし、その分析結果を旅行事業部（アドベンチャーツーリズム推進グループやガイド事業担当者等）をはじめ、誘客宣伝部会等の関係機関と共有し、サービスの維持・向上を検討する体制を構築している。 また、阿寒 DMO の理事には商工会、商店街組合、旅館組合の長も含まれており、産業界側へのフィードバックや改善提案を図る体制も構築している。
一元的な情報発信・プロモーション	「誘致宣伝部会」においては宿泊施設、商店街組合等が共同で行う情報発信・プロモーションを議論・決定している。特に、2017 年度からはキャラバンなどの実施から、デジタルマーケティングへの移行を計画しており、実施効果の検証まで含めた PDCA サイクルの実施を含めた実施を図っている。 また、「世界が認めるアドベンチャーツーリズムの聖地」に向けたマーケティング（アドベンチャーツーリズムコンテンツ開発、ブランディング、プロモーション等）として、旅行事業部を中心に、特に訪日外国人富裕層、国内アドベンチャーツーリストに絞り、アドベンチャーツーリズム推進グループを設置し、付加価値の高いガイドツアーの創出、Web サイトでの予約機能を設けた情報発信、アドベンチャーツーリズムの国際展示会への出展（アドベンチャートラベルサミット（2017 アルゼンチン））等を図っている。

**6. KPI (実績・目標)****(1) 必須KPI**

指標項目	単位	平成 27 年 (度)	平成 28 年 (度)	平成 29 年 (度)	平成 30 年 (度)	平成 31 年 (度)	平成 32 年 (度)
●旅行消費額	千円 /人	61.4 (77.2)	37.9 (40.7)	31.9 (65.0)	43.0 (64.5)	43.5 (67.5)	44.0 (70.0)
●延べ宿泊者数	千人	599.9 (122.5)	586.1 (109.0)	615.8 (123.4)	680.4 (175.0)	707.6 (212.0)	720.0 (250.0)
●来訪者満足度	%	23.7 (36.1)	12.9 (17.6)	18.0 (21.6)	23.7 (25.7)	24.0 (26.5)	24.3 (27.0)
●リピーター率	%	55.7 (9.4)	52.2 (23.0)	48.9 (12.2)	64.5 (10.5)	65.0 (12.5)	65.5 (13.0)

## ※年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

**【検討の経緯】**

平成 28 年 3 月の国による訪日外国人数等の目標の引き上げに伴い、水のカムイ観光圏の目標を見直し新たに設定したことに合わせて、目標数値を修正した。また、観光立国ショーケースや国立公園満喫 PJT 等の国策と連動した取組みを推進し、各 KPI を改善し続けることを目標とした。また、毎年実績が出そろった時点で分析結果を踏まえて、KPI 見直しの検討を行っているが、見直しのタイミングは、原則、目標を実績が 2 年連続で上回った時点とするが、分析結果から即時の見直しが妥当と判断された際はこの限りではない。

**【設定にあたっての考え方】**

## ●旅行消費額

見直した観光圏の目標を適用した。平成 28 年度実績の 110%強を平成 29 年度の目標とし、その後平成 31 年度までを各年度約 1.01 倍上昇とする目標とした。高付加価値商品を造り続けることにより、消費額増につなげる。尚、年度の振れ幅の大きい数字であり、過去のトレンドから目標値を決めているので、単年度の数値の見直しは行っていません。

## ●延べ宿泊者数

観光立国ショーケースの目標を適用した。訪日外国人の延べ宿泊者数は国の指針に基づき、平成 27 年度実績の約 2 倍を平成 32 年度の目標値として設定。夜のコンテンツ開発を行い、宿泊者増につなげる。

## ●来訪者満足度

見直した観光圏の目標を適用した。過去のアンケート調査の平均値及び、平成 27 年度夏期に行ったアンケート調査の結果を踏まえ上方修正した。

尚、訪日旅行者満足度については、平成 27 年度実績が既に目標値を上回っているため、平成 27 年度実績を元に数値を見直している。

## ●リピーター率

見直した観光圏の目標を適用した。まだ来訪したことのない観光客を誘致することに主眼を置き、より観光地の魅力を高めるとともに、滞在プログラム等の魅力が来訪者等から伝わることにより、その後リピーター率が向上していくと考えており、リピーター率の向上は長期的な視野で取組むこととしている。

訪日外国人リピーター率は平成 27 年度の目標値に達していない状況であるが、「明日の日本を支える観光ビジョン」にならぬ、平成 32 年度の目標値を 13%とし、その過程として平成 31 年度の数値をこれまでの 10%から 12.5%とする。

また、初来訪に主眼を置く観点から平成 30 年度から数値を上積みする。

尚、年度の振れ幅の大きい数字であり、過去のトレンドから目標値を決めているので、単年度の数値の見直しは行っていません。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標 (今年度中に目標を設定)

指標項目	単位	平成 27 年 (度)	平成 28 年 (度)	平成 29 年 (度)	平成 30 年 (度)	平成 31 年 (度)	平成 32 年 (度)
●滞在プログラムの参加者数		( )	( )	( )	( )	( )	( )
●滞在プログラム参加者の満足度		( )	( )	( )	( )	( )	( )
●平均滞在日数		( )	( )	( )	( )	( )	( )

※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

【検討の経緯】

阿寒湖温泉の課題は平均宿泊日数が 1.05 泊ということである。要は、夕方到着し、翌日別の場所に移動されてしまう方が多いのが現状である。この課題解決には、昼間の過ごし方の提案が不可欠である。

【設定にあたっての考え方】

- 滞在プログラムの参加者数  
商品数の拡充により、参加者数増につなげるための目標を設定 (検討中)。
- 滞在プログラム参加者の満足度  
高付加価値商品の拡充とガイディング内容の充実により、参加者の満足度向上を目指すための目標を設定 (検討中)。
- 平均滞在日数  
上記の取組みにより、3 人に 1 人が 2 泊以上して頂くことを目指す (設定目標検討中)。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
28年度(実績)	210,388,795	収益事業収入 72,092,947円 会費収入 29,719,354円 寄付金収入 2,026,586円 その他収益 4,579,538円 国・市からの補助金 10,197,0375円
29年度(実績)	252,845,411	収益事業収入 62,353,307円 会費収入 31,046,219円 寄付金収入 763,518円 その他収益 4,934,897円 国・市からの補助金 153,747,470円
30年度(見込み)	「29年度収入と同等額を見込む」	
31年度(見込み)	「29年度収入と同等額を見込む」	
32年度(見込み)	「29年度収入と同等額を見込む」	

(別添) 様式 1

(2) 支出

年度	総支出(円)	内訳
28年度(実績)	212,732,695	事業費人件費 30,333,455円 事業費その他経費 144,612,312円 管理費人件費 29,229,873円 管理費その他経費 8,557,055円
29年度(実績)	250,175,228	管理費人件費 30,206,291円 管理費その他経費 11,957,747円 事業費人件費 46,266,607円 事業費その他経費 161,744,583円
30年度(見込み)	「29年度支出と同等額を見込む」	
31年度(見込み)	「29年度支出と同等額を見込む」	
32年度(見込み)	「29年度支出と同等額を見込む」	

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

安定的な運営資金としては、釧路市が造成した入湯税の超過税分を原資とする「観光振興臨時基金」を財源とする仕組みを構築している。  
しかし、上記財源のみでは、既存 DMO の取り組みを維持するのが精いっぱいであり、新たな魅力開発、商品化等への投資ができないのが現状である。  
そこで、今後のあらたな投資財源を確保するためにも、既存事業の見直しを進めるとともに、宿泊につながる夜の森を舞台としたナイトフィールドミュージアム事業やマリモ自然観察ツアー、白湯山ガイドツアー、その他アドベンチャーツーリズムコンテンツの開発・商品化等を、「収益事業となりえるビジネスモデル」としての確立を目指す DMC を設立した。

8. 日本版 DMO 形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

釧路市は、NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構を地域 DMO として登録したいので NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	山下 晋一
担当部署名(役職)	専務理事
所在地	釧路市阿寒町阿寒湖温泉 2 丁目 6 番 20 号
電話番号(直通)	(0154) 67-3200
FAX 番号	(0154) 67-3024
E-mail	yamashita@lake-akan.com

(別添) 様式 1

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	釧路市
担当者氏名	石田 貴志
担当部署名 (役職)	釧路市産業振興部観光振興室 (室長補佐)
所在地	釧路市黒金 7 丁目 5 番地
電話番号 (直通)	0154-31-4549
FAX 番号	0154-31-4203
E-mail	takashi.ishida@city.kushiro.lg.jp

都道府県・市町村名	釧路市
担当者氏名	秋葉 薫
担当部署名 (役職)	釧路市産業振興部阿寒観光振興課 (課長)
所在地	釧路市阿寒町阿寒湖温泉 2 丁目 6 番 20 号
電話番号 (直通)	0154-67-2505
FAX 番号	0154-67-2839
E-mail	kaoru.akiba@city.kushiro.lg.jp

法人名: NPO法人 阿寒観光協会まちづくり推進機構 「Super Fantastic Kushiro 世界トップクラスの自然に抱かれ、自然と共生文化を体感するカムイの休日」

【区域】北海道釧路市阿寒町

【設立時期】2004年7月6日

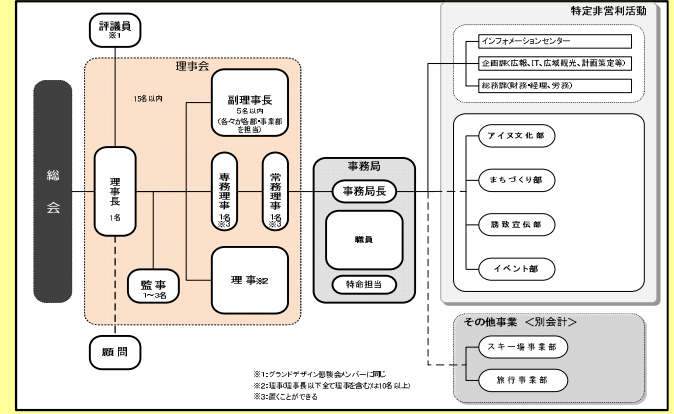
【代表者】大西雅之

【マーケティング責任者】山下晋一

【職員数】10名

【連携する主な事業者】釧路観光コンベンション協会

(表: 実施体制)



(表: KPI(実績・目標))※( )内は外国人に関するもの

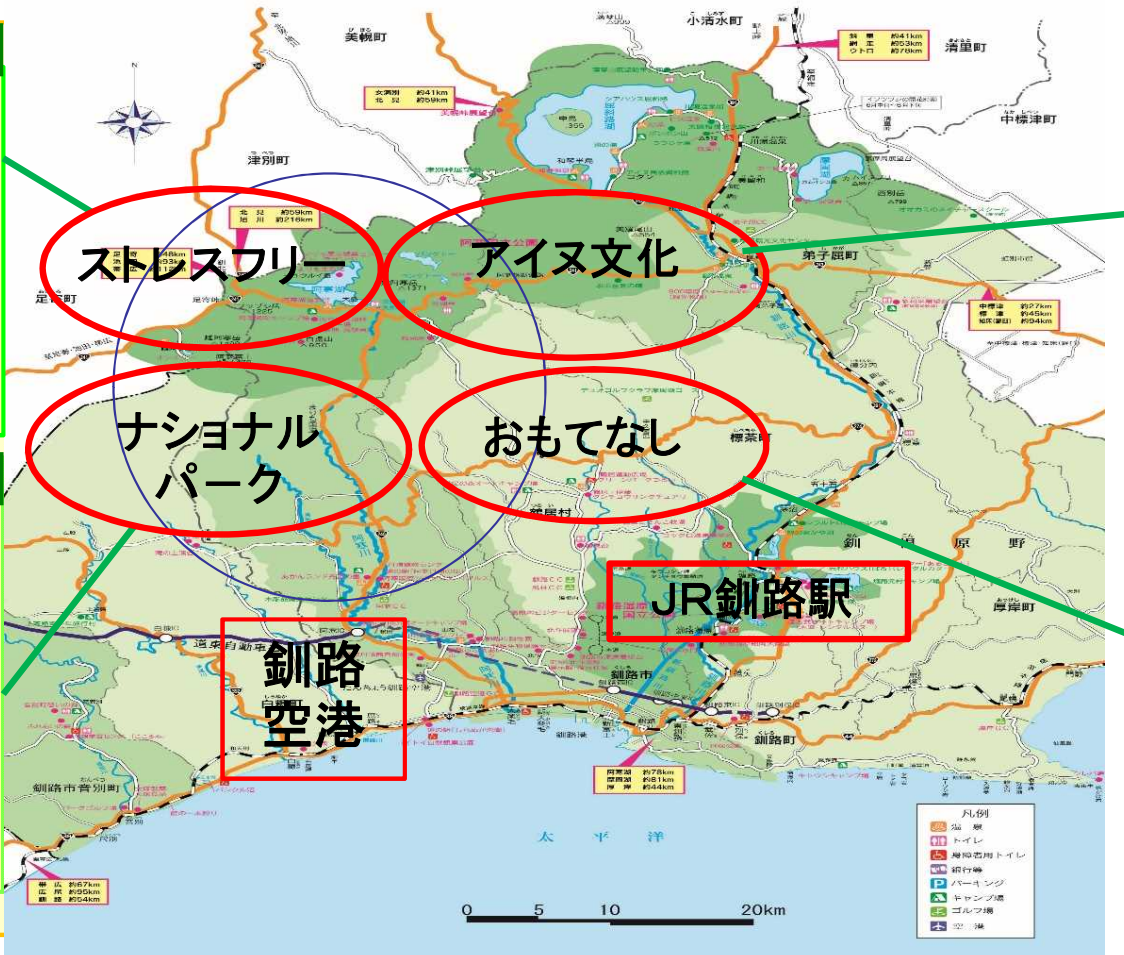
	28年(度)	29年(度)	30年(度)	31年(度)	32年(度)
旅行消費額	37.9 (40.7)	31.9 (65.0)	43.0 (64.5)	43.5 (67.5)	44.0 (70.0)
延べ宿泊者数	586.1 (109.0)	615.8 (123.4)	680.4 (175.0)	707.6 (212.0)	720.0 (250.0)
来訪者満足度	12.9 (17.6)	18.0 (21.6)	23.7 (25.7)	24.0 (26.5)	24.3 (27.0)
リピーター率	52.2 (23.0)	48.9 (12.2)	64.5 (10.5)	65.0 (12.5)	65.5 (13.0)

ストレスフリーに関する取組

- ・ストレスフリーの環境整備として、二次交通ネットワークの構築
- ・多言語化等の外国人旅行者受け入れ環境整備
- ・広域連携によるWi-Fi環境整備
- ・国立公園横断ロングトレイル整備
- ・外国人にも障害者にもやさしい生活空間整備のための長期滞在機能整備・強化

ナショナルパークに関する取組

- ・保護と利用促進が両立するモデル公園をめざした完全ユニバーサルデザイン化(バリアフリー化、多言語化対応、最新式トイレの導入等)
- ・「世界最高峰の遊歩道」整備
- ・再生エネルギー活用や野生鳥獣保護のための無電柱化
- ・マリモ展示観察センターの整備



アイヌ文化発信に関する取組

- ・世界唯一の「アイヌアートミュージアム」の整備
- ・「アイヌユーカラ劇」など舞台芸術作品のブラッシュアップ
- ・「阿寒アイヌコタン」における自然と共生する歴史文化交流のテーマパーク整備
- ・オリンピック・パラリンピック文化プログラム認定を受け、国内外へアイヌ文化を強力に発信

おもてなし品質向上に関する取組

- ・観光立国のショーケースであり、東北道の観光拠点の玄関口となるフォレストガーデンの整備
- ・空き店舗対策の推進
- ・商店街の景観整備
- ・長期滞在、泊食分離に向けた多様な飲食店の積極的な誘致
- ・自然の恵みに感謝する「伝統の食文化」等を活かした地域性あふれるおもてなしの実施