

観光立国ショーケース実施計画(様式1)

タイトル	Super Fantastic KUSHIRO 世界トップクラスの自然に抱かれ、自然との共生文化を体感するカムイの休日			
作成者				
地方公共団体	地方公共団体名	釧路市	所在地	北海道釧路市黒金町7丁目5番地
	代表者	釧路市長 蝦名 大也	担当者 連絡先	産業振興部 観光振興室 室長 三富 尚孝 TEL.0154-31-4549/FAX.0154-31-4203/ E-mail:ka-kakankou@city.kushiro.lg.jp
日本版DMO 候補法人	日本版DMO候補法人名	一般社団法人釧路観光コンベンション協会	所在地	北海道釧路市幸町3丁目3番地
	代表者	会長 中山 勝範	担当者 連絡先	担当者所属・役職 専務理事 担当者氏名 田中 正 TEL.0154-31-1993/FAX.0154-31-1994/ E-mail:mail@kushiro-kankou.or.jp
	日本版DMO候補法人名	NPO法人阿寒観光協会 まちづくり推進機構	所在地	北海道釧路市阿寒町阿寒湖温泉2丁目6番20号
	代表者	理事長 大西 雅之	担当者 連絡先	担当者所属・役職 専務理事 担当者氏名 山下 晋一 TEL.0154-67-3200/FAX.0154-67-3024/ E-mail:staff@lake-akan.com
1. 全体構想				
1- . 観光立国ショーケースにおいて目指す姿				
<p>釧路市は「Super Fantastic KUSHIRO 世界トップクラスの自然に抱かれ、自然との共生文化を体感するカムイの休日」を目指すべき目標像とする。</p> <p>これは地域への愛着や誇りの象徴たる地域のブランドでもある。</p> <p>観光立国を進めるわが国において、素晴らしい自然環境で外国人旅行者を魅了し続ける「HOKKAIDO」。なかでも北海道東部エリアは世界自然遺産“知床”や“釧路湿原国立公園”“阿寒国立公園”に代表される“手つかずの原始の大地”として広く認知されており、その中で、“釧路湿原”“阿寒”の2つの国立公園を有する当市は、ひがし北海道の経済の中心でもあり、観光地としての中核でもある。</p> <p>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、「カムイ(神)の休日」をゆったりと過ごすことができる観光地を目指す。この「カムイの休日」を外国人旅行者に大満足いただけるよう、それぞれの国民性や言語、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するため、日本版DMOのマーケティングリサーチに基づく戦略により、ここ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を提供する。</p>				

このプログラムを提供するターゲット層は、外国人旅行者の中でも、特に当市のクオリティの高いプレミアムな商品やサービスの価値を理解し、それに見合う対価を支払う「富裕層」とする。富裕層は、世界市民であり国際リゾートのスタンダードを理解できる性質、滞在型観光を好み、リピーター客になりやすい観光特徴、贅沢消費の可能性が高い消費能力を有しているという傾向があることから、この層をターゲットとする。

当市には、本物の大自然、それを体感できるアクティビティ、そしてアイヌ文化に代表される独特な文化等があり、自然、アクティビティ、異文化体験の3つの要件のうち最低2つを含む旅行の形態である「アドベンチャーツーリズム」のフィールドとして成立していることから、富裕層の中でも「アドベンチャーツーリズム」に関心をもつ旅行者をターゲットとする。

「アドベンチャーツーリズム」の主な市場は欧米豪と言われており、欧米豪の旅行者は、異文化体験への知的好奇心が強い、自然に対してアグレッシブに行動する、SIT(Special Interest Tour)の旅行形態を好む傾向がある。

このことから、富裕層の中でも「アドベンチャーツーリズム」に関心の高い欧米豪圏の旅行者を第一のターゲットとする。

また、欧米豪の富裕層は、アジア圏富裕層のライフスタイル形成のオピニオンリーダーと言われており、この影響を強く受けたアジア圏富裕層の中で「アドベンチャーツーリズム」に高い関心を持った層が生まれ、新たな市場が形成されることから、アジア圏富裕層もターゲットに位置付ける。

当市の強み

「アドベンチャーツーリズム」の要件となるアイヌ文化や自然など、特別な目的をもつ旅行者のニーズを満たすことのできる地域資源を有している

具体的な地域資源

- ・ 自然：世界で唯一球状マリモが生育する阿寒湖、活火山である雌阿寒岳、活火山がもたらす温泉やポッケ、多様な生物が生息する釧路湿原など
- ・ アクティビティ：ホエールウォッチング、バードウォッチング、カヌー、フィッシング、スキー、スノーボード、スノーシュー、トレッキング、サイクリング、マラソン、ドライブなど
- ・ 異文化体験：アイヌ文化、「ROBATA」₁、「勝手井」₂、エゾシカ肉、旬の魚、地酒など

欧米豪、それに追随するアジア圏の富裕層に対し、ここだけにしか存在しないプレミアムプログラムを提供することで、当市での滞在時間や期間の延長、消費単価の向上、高い満足度ゆえのリピーター化が見込まれる。

2020年、当市は「観光立国のショーケース」として、欧米圏セレブ市場を獲得し、その上で、このセレブ達の口コミ効果などによるアジア圏富裕層の獲得にも成功し、次なるステージに立つ。

1- 数値目標

目 標	2015 年 (H27)	2020 年 (H32)
訪日外国人延べ宿泊客数	142,547人	272,754人
外国人旅行者旅行消費額	25,000円	27,000円
外国人旅行者来訪者満足度(大変満足)	20%	22%
外国人旅行者リピーター率	20%	22%

DMO候補法人である釧路観光コンベンション協会及び阿寒観光協会まちづくり推進機構が現在行っているマーケティング調査等に基づき策定する戦略との整合性を考慮し、今後見直しを行っていく。

目標数値の設定根拠

- ・訪日外国人延べ宿泊客数は、過去5カ年間のデータをベースとして、観光資源の磨き上げなどの観光立国ショーケース化に向けた取組の成果による、欧米豪富裕層の増大とこれに刺激されたアジア圏富裕層の追随、さらにアジアを中心とする周遊旅行者の増大等を考慮し設定。(平成26年度を基準年とし、年17.6%増として計算)
- ・外国人旅行者旅行消費額は、過去5カ年間のデータをベースとして、決済環境などストレスフリー環境整備などの観光立国ショーケース化に向けた取組の成果等を考慮し設定。(年500円増として計算)
- ・外国人旅行者来訪者満足度(大変満足の割合)は、過去5カ年間のデータをベースとして、観光資源の磨き上げなどの観光立国ショーケース化に向けた取組の成果等を考慮し設定。(年0.5%増として計算)
- ・外国人旅行者リピーター率は、過去5カ年間のデータをベースとして、観光資源の磨き上げなどの観光立国ショーケース化に向けた取組の成果によってリピーターが増大する一方で、欧米豪とアジアの富裕層やアジア圏新興市場の開拓などにより初回来訪者がさらに増大すること等を考慮し設定。(年0.5%増として計算)

2. 取組内容

2- . 日本版 DMO の確立

当市は、日本版DMO候補法人であり、地域密着型旅行業（DMC）も営む「（一社）釧路観光コンベンション協会」と「（特非）阿寒観光協会まちづくり推進機構」の2つの観光協会を有し、釧路・阿寒それぞれの地区の個性を活かしながら官民連携など多様な連携によって効率的・効果的に観光地域づくりを推進している。

また、当市は隣接する弟子屈町と2市町35団体の連携による「水のカムイ観光圏」として国の認定を受けており、同観光圏の観光地域づくりプラットフォームである釧路観光コンベンション協会は釧路地区では地域DMOの役割を担いつつ、観光圏として「地域連携DMO」認定を目指しており、阿寒観光協会まちづくり推進機構は阿寒地区における「地域DMO」認定を目指している。

「住んでよし 訪れてよし」の観光地域づくりの中核である2つのDMO候補法人が有機的に連携し、「観光立国のショーケース化」を推進する。

【専門人材の確保による体制強化】

専門人材に求めるスキル

様々な情報処理・分析、高度なマーケティングリサーチ、これに基づく戦略策定や観光地域づくりマネジメント等に関するスキル

専門人材の配置

釧路観光コンベンション協会と阿寒観光協会まちづくり推進機構にそれぞれ2名配置(内閣府・地方創生推進交付金)

【データに基づく戦略の策定】

マーケティングリサーチの実施

- SNSを活用した、外国人ニーズ調査と分析(内閣府・地方創生加速化交付金)
- ブランディング戦略、プロモーション戦略策定に向けた調査・分析(内閣府・地方創生推進交付金)
- PDCAサイクルの「CHECK」時の、戦略改善・目標再検討のベースを構築するための市場等調査・分析マーケティングリサーチに基づくブランディング戦略、プロモーション戦略の策定(内閣府・地方創生推進交付金)

【戦略に基づく施策・事業の展開】

地域資源の磨き上げと着地型旅行商品の開発・販売

キャリアやエージェント、メディアの招聘とフォローアップ

WEBなどを活用したプロモーション、セールスコールの展開、商談会参加等による市場開拓

観光従事者、次世代リーダー等の育成

【PDCAサイクルによる事業の推進】

戦略の策定、その戦略に基づく施策・事業の実施、実施した事業の検証分析・評価、マーケティングリサーチ、戦略の改善や目標の再検討を行うといったPDCAサイクルを構築し、DMO体制の基盤を確立するとともに、着実な観光地域づくりを推進する。

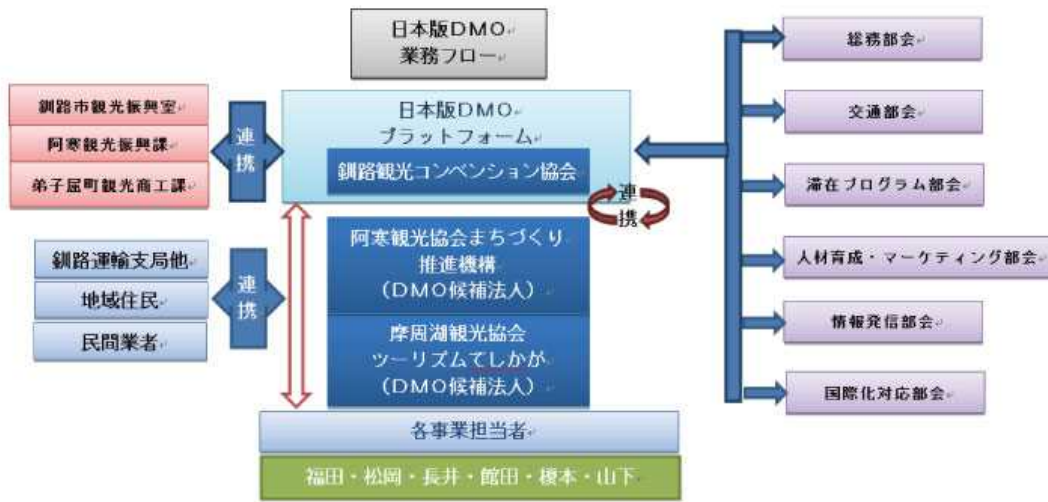
【自律性・継続性の確保】

自律性等を高めるための財源の確保として、

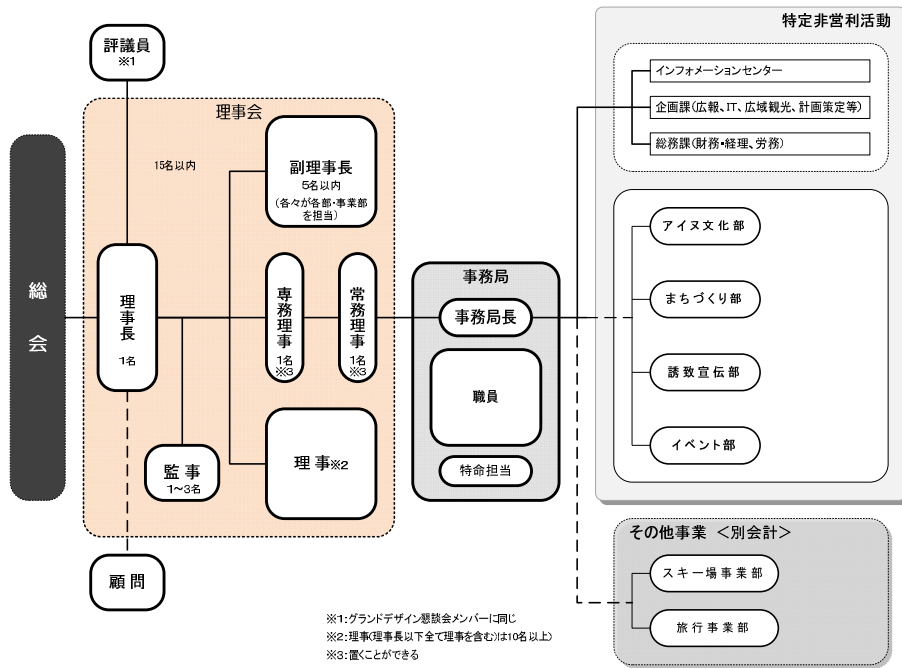
アドベンチャーツーリズムに高い関心を持つ富裕層向け着地型旅行商品の開発と販売

特産品の企画開発と販売

【地域連携DMO候補法人実施体制（釧路観光コンベンション協会）】



【地域DMO候補法人実施体制（阿寒観光協会まちづくり推進機構）】



(1)取組概要（総論）

地域連携DMO候補法人である釧路観光コンベンション協会、及び地域DMO候補法人である阿寒観光協会まちづくり推進機構がそれぞれ策定する戦略に基づき、アドベンチャーツーリズムに高い関心を持つ欧米豪の富裕層及びアジア圏の富裕層を当市に呼び込むため、下記取組を行う。

【観光資源の磨き上げ】

アドベンチャーツーリズムに関心の高い、欧米豪の富裕層のニーズを的確にとらえ誘客につなげるとともに、旅行者の満足度を高めるため、自然と共生するアイヌ文化や釧路湿原、阿寒湖といった自然を核に、ここ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となるよう、地域資源の磨き上げを行う。

特に、阿寒湖温泉地区は、アイヌ文化が根付くエリアであり、かつ国立公園内に位置することから、アイヌ古式舞踊や伝統文化に裏打ちされたアートなどを一体としたブランド化を進めるとともに、国立公園内に相応しく、アイヌ・アートを取り入れるなど阿寒湖らしい、世界一級の観光地を目指した景観整備にも取り組んでいく。

また、食も異文化体験に位置付け、ここでしか味わえない旬の食と釧路ならではの食べ方を提供し、知的好奇心を満たし、さらに満足度を高める。

このほか、阿寒湖と周辺湖沼群の世界自然遺産登録に向けた取組、ユニークベニューを活用したMICE誘致等を行う。

【ストレスフリーの環境整備】

当市は、観光立国ショーケースのモデルとして、特に外国人旅行者が多く集まるエリアを「ストレスフリーエリア」として設定し、「サイン類の多言語化」「トイレの洋式化や多機能トイレの整備」「フリーWi-Fi環境の整備」について、公共施設等での完全なるストレスフリー化を目指す。

また、ストレスフリーエリア内の民間事業者における「レストランメニュー等の多言語化」や「クレジットカードや免税の対応等」、商環境のストレスフリー化も促す。

さらには、レンタカーでの安全安心で快適な移動をサポートすることを目的とするICTを活用した道路情報の提供や、当市へのアクセス向上や交通ネットワークの整備充実に積極的に取り組む。

【海外への情報発信】

DMO候補法人によるマーケティングリサーチ等によって策定するブランディング戦略に基づき、観光資源の磨き上げの取組による「プレミアムプログラム」や「ブランド力」を、ターゲットとする旅行市場にそれぞれ対応させたツールや手法等によって、効率的かつ効果的な海外向け情報発信を展開する。

さらに、WEBやSNSについても、プロモーション戦略等を活用し、戦略的な発信を行う。

(2)取組の具体的な内容

1 観光資源の磨き上げ

<地域資源を活用した新商品・サービスの開発・提供等>

(1-1)富裕層を魅了する滞在プログラムの開発

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

当市における外国人旅行者の傾向は、釧路市街地においては通過型が多く、また阿寒湖温泉地区では団体旅行が主流であり、いずれも夕方到着・翌朝出発といったように滞在時間が非常に短いことが課題である。

滞在を促すために、釧路観光コンベンション協会と阿寒観光協会まちづくり推進機構が策定するブランディング戦略に基づき、地域資源の磨き上げを行う中で、アドベンチャーツーリズムの視点に立った、釧路でしか体験することができない、釧路らしい、プレミアムで良質な滞在プログラムの開発と販売を行う。

- 地域資源の磨き上げ（内閣府・地方創生推進交付金）
- 自然・文化・食等の観光コースをパッケージ化した滞在プログラムの開発・販売（内閣府・地方創生推進交付金）

【目標及び期待される効果】

滞在プログラムの企画・開発数 平成32年度までに3件以上

アドベンチャーツーリズムの視点に立った、地域の資源を活かした滞在プログラムを開発することで、釧路ならではの商品やサービスを求めて訪れる旅行者の増加、消費額の上昇、さらには満足度、リピーター率の向上が期待される。

<日本食・食文化、農山漁村等の魅力活用等>

(1-2) 世界に誇る豊かな自然が育む食によるコンテンツづくりと発信

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

当市及び周辺自治体には、水産物、農畜産物などの豊富な食資源に加え、「勝手井」や「ROBATA」、アイヌ文化の伝統食など多彩な食文化が存在している。

特に、当市は、ひがし北海道の拠点都市であることから、この地域の食を楽しめるレストランや食材を扱った小売店等の集積化が進んでおり、多くの旅行者を魅了している。

外国人旅行者の滞在・周遊促進を図るため、ここでしか味わえない旬の食と釧路ならではの食べ方の提供、また地域の食と食をつなぐツアー商品の造成と販売、マーケットインの発想に立った釧路らしい商品づくりを行うとともに、海外に向けプロモーションや情報発信を行う。

- 周辺自治体と連携した食のコンテンツづくりと情報発信
- 地魚の旬や食べ方等に関する情報の発信

- 地場産品の海外販路拡大

【目標及び期待される効果】

食のコンテンツを活用した旅行商品の企画・開発数 平成32年度までに3件以上

地域の食の情報を発信することで、釧路ならではの食を求める外国人旅行者の増加と、付加価値のついた食の提供により消費額の上昇、リピーター率の向上が期待される。

<文化財や地域の歴史的まちなみの保存・整備・活用、良好な景観の形成等>

(1-3) 世界一級の観光地を目指した滞在観光地づくり

【実施主体】

阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

阿寒国立公園が選定された「国立公園満喫プロジェクト」で策定した「ステップアッププログラム2020」において、阿寒国立公園における重点項目として、「アイヌコタンの魅力向上を含めた阿寒湖温泉街の景観改善」が掲げられている。

国際的にも通用する「質」の向上、他の観光地にはない「個性」を明確にした「付加価値」の向上等を目的として、阿寒湖らしいしつらえを整え、滞在したくなる、そして買い物したくなるような景観整備を進める。

- 「自然との共生文化を体感する『観光立国ショーケース』の実現に向けた、欧米豪州の富裕層とアジア富裕層向けの阿寒湖温泉磨き上げ基本戦略」の策定（経済産業省・国際化に対応した地域における消費単価向上支援事業）
- 阿寒湖温泉の玄関口として「阿寒・フォレスト・ガーデン」（情報発信機能、駐車場機能等）の整備
- 阿寒湖アイヌコタン及び阿寒湖温泉商店街の店舗外観等改修への支援

【目標及び期待される効果】

商店街の店舗外観等改修数 平成32年度までに10件以上

「阿寒フォレスト・ガーデン」の整備にあわせ、商店街の改修を行い地域全体で景観整備を図ることで、世界一級の観光地化が進み、滞在を希望する旅行者の増加、滞在時の快適性向上と旅の更なる高揚感により購買意欲が高まり、消費額の上昇や満足度、リピーター率の向上が期待される。

<地域の自然を活かしたエコツーリズムの推進等>

(1-4) S I Tに対応したエコツーリズムの推進に向けたガイドの充実

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

外国人旅行者の誘致と滞在化を促進していくために、特別な目的を持って訪れた外国人旅行者に対し、釧路湿原国立公園、阿寒国立公園をはじめとする手つかずの原自然を的確に紹介していくエコツーリズムプログラムの造成を地域横断的な体制の中で実施し、付加価値の高い滞在プログラムを策定し、その品揃えを整えていく。国内外の他先進地域との連携を強化し、プログラムの内容のレベルアップを図るとともに、多言語での付加価値の高いガイド養成の促進、広域ガイド

応援体制の構築などを行っていく。

また、ガイドの活動拠点のひとつである観光・文化施設の整備に向けた検討・事業推進等を行う。

- エコツーリズムプログラムの造成と情報発信
- エコツーリズムガイドの体制構築と人材育成
- エコツーリズムガイドの核となる観光・文化施設（阿寒湖のマリモ展示観察センター、湿原展望台、丹頂鶴自然公園、阿寒国際ツルセンター、動物園）の整備に向けた検討・事業推進等

【目標及び期待される効果】

エコツーリズムプログラムの企画・開発数 平成32年度までに3件以上

外国語対応ガイド育成人数 平成32年度までに3名以上

本物の自然に触れられる、質の高いエコツーリズムプログラムの企画・開発と、外国語対応ガイドの育成により、本物の自然を求めて訪れる旅行者の増加と、消費単価の上昇と満足度、リピーター率の向上が期待される。

<その他>

(1-5) 地域資源を活用したMICE等の誘致

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

観光産業の一角を担うMICEは、一般旅行者よりも消費額が高いことから、誘致から受け入れまでの体制を官民一体となって構築することにより、MICE産業を促進し、観光消費額及び入込数の増加を図る。平成28年度から、誘致促進に向けた開催支援制度として、コンベンション開催補助金制度の新設し、今後もこれを継続する。また、本市においては、ユニークベニューやアフターMICEとして、釧路湿原や阿寒湖などの活用が可能であることから、開催地としてより魅力を感じてもらえるようなコンテンツづくりやPR方法を検討する。

また、スポーツ分野においては、オリンピック、パラリンピック、名誉総領事等からなる、釧路市オリンピック・パラリンピック合宿誘致スーパーバイザー協議会を設立し、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会及び2018年平昌オリンピック・パラリンピック冬季競技大会の事前合宿等を誘致するため、相互の連携を深め、戦略的な誘致活動の強化及び態勢の充実を図るとともに、国際大会の誘致につなげるためスーパーバイザーを通じた情報の発信と収集を行う。

- ユニークベニューやアフターMICE等を活かした国際会議等の誘致
- オリンピック・パラリンピックの事前合宿等の誘致

【目標及び期待される効果】

平成32年度国際・全国大会開催件数 15件以上

国際会議、国際大会等の開催により、出席者やその家族、またスポーツ分野では選手に加え、関係者、ファンなどの宿泊者の増加が期待される。

一般旅行者より消費額が高いことから、MICEを多く誘致することで、消費額の上昇が期待される。

(1-6)阿寒湖と周辺湖沼群の世界自然遺産登録に向けた取組の推進

【実施主体】

釧路市

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

阿寒湖とその周辺湖沼群の世界自然遺産登録に向けた事業を推進するため、「阿寒湖世界自然遺産登録地域連絡会議」等を設置し、関係機関、地元関係団体との連携協力のもとに活動を展開する。

- 学識者による調査研究活動の推進（地域連絡会議の開催等）等

【目標及び期待される効果】

地域連絡会議等の開催数 1回以上/年

世界自然遺産として登録に向けた取組が促進され、阿寒湖を含めた周辺地域の認知度が高まり、旅行者の増加が期待される。

2 ストレスフリーの環境整備

<訪日外国人旅行者が滞在・周遊を楽しむための環境整備等>

(2-1)「ストレスフリーエリア」等の完全ストレスフリー化

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

当市における外国人旅行者の主たる滞在地区である「釧路市街地」や「阿寒湖温泉地区」におけるストレスフリーエリアならびに、釧路市湿原展望台などの観光施設や、旅行者の玄関口である釧路空港などにおいて、「サイン類の多言語化」「トイレの洋式化や多機能トイレの整備」「フリーWi-Fi環境の整備」について、完全なるストレスフリー化を目指し、旅行者に対し安全・快適な滞在空間を提供する。

- ストレスフリー化に向けた現況調査の実施と、釧路市街地、阿寒湖温泉地区における「ストレスフリーエリア」の設定
- 釧路市街地、阿寒湖温泉地区における「ストレスフリーエリア」内の各種環境整備
- 観光施設における各種環境整備

【目標及び期待される効果】

ストレスフリーエリア内における公共施設の完全ストレスフリー化 平成32年度までに100%

主たる滞在地区において、外国人旅行者に対応した各種環境を整備し安心・快適な滞在時間を提供することにより、周遊促進や滞在延長が図られ、リピーター率の向上が期待される。

(2-2) 快適な観光地周遊を促す交通ネットワーク等の整備

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

当市を訪れる外国人旅行者は、FIT化が進んでおり、快適に観光地を周遊するための移動手段の確保と移動の際のストレスフリー化が求められている。外国人旅行者にとって慣れない土地、特に冬道での自動車運転は極力避けたいとの声がある一方で、北海道の大自然の中を自分で自動車を運転したいというニーズもある。これらのニーズに対応するため、2次交通の確保、レンタカー利用の促進、レンタカーでストレスなく移動するための道路標識の多言語化や安全に走行できる道路整備と道路情報提供を進める。

また、徒歩で市街地観光する旅行者に対して、歩行者用案内標識の多言語化等を行い、快適な滞在空間を提供する。

あわせて、当市へのアクセスを向上させるため、羽田空港・新千歳空港などからの既存国内路線の乗継便を活用した釧路空港への乗り入れに係る支援や、国際空港に乗り入れるLCCの誘致に取り組み、世界の架け橋となる交通ネットワークの整備を図る。

- 釧路空港 - 阿寒湖温泉間のバスの運行への支援
- レンタカー利用促進への支援
- 釧路市管理道路等整備の実施（道東自動車道に接続する道路の拡幅（国土交通省・社会資本整備交付金）自転車歩行者専用道路の整備）
- 釧路市管理道路案内標識の多言語化
- 釧路市管理歩行者用案内標識の多言語化
- 外国人旅行者の輸送強化に向けた、定期航空路線の拡充・LCCの誘致に向けた航空会社への要請活動

【目標及び期待される効果】

平成32年度外国人旅行者来訪者満足度（大変満足） 22%

移動時のストレスフリー化を図ることで、外国人旅行者の満足度向上、リピーター化が図られるとともに、スムーズな移動により観光地での滞在時間が長くなり観光消費額の拡大にもつながる。さらには、口コミによる外国人旅行者の増加も期待できる。

国外からの誘客ルートが充実することで、さらなる外国人旅行者の誘致へとつながり、当地における訪日外国人延べ宿泊客数の増加へとつなげる。

(2-3) 滞在、周遊をサポートする観光案内所の整備

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

当市における外国人旅行者の玄関口である釧路駅や、多数の外国人が滞在する阿寒湖温泉地区の観光案内所において、翻訳アプリケーションを搭載したタブレット等を活用して、外国人旅行者に対する案内機能を充実させるとともに、JNTO認定観光案内所のカテゴリーへのグレードアップへ向けた取組を進め、人材の配置、人材育成を含む更なる機能の強化を図る。

- 釧路駅観光案内所の機能向上

- 阿寒湖まりむ館観光案内所の機能向上
- 翻訳アプリケーションを活用した観光案内の実施

【目標及び期待される効果】

J N T O認定外国人観光案内所カテゴリー 認定の案内所 平成32年度までに2箇所以上

観光案内所における外国人旅行者向けの観光案内の強化を図り、当地を訪れた外国人旅行者に対し、的確な観光地や地域の情報を提供することで、快適な移動や滞在時間を提供し、周遊促進が図られ更なる滞在時間の増加へつながる。

< I C Tを活用した訪日外国人旅行者拡大に向けた環境整備等 >

(2-4) 安全な自動車移動をサポートとするGPSを活用した道路情報等提供サービスの導入

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

スマートフォンなど情報通信機器の利用範囲外エリアの多い当地において、外国人旅行者がストレスなくレンタカーなどで移動が出来るよう、観光施設のほか、凍結路面やエゾシカ衝突事故多発地帯に関する、GPSを活用した情報発信アプリケーションを開発・運用し、安全安心・快適なドライブ環境を提供する。

- GPSを活用した道路情報等提供アプリケーションの開発と運用

【目標及び期待される効果】

アプリケーション利用者（ダウンロード）数 平成32年度までに800ダウンロード

アプリケーション利用者の増加に向けた取組を実施し、昨今増加傾向にあるレンタカーを利用する外国人旅行者を含めた旅行者に対し、安全・安心な移動時間を提供することで、周遊促進による域内での観光消費の増加と満足度向上が図られる。

< カード・アプリによる「ストレスフリー」な環境整備等 >

(2-5) ストレスなく知的好奇心を満たす多言語解説サービスの導入

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

多くの外国人旅行者が立ち寄る市内の観光施設において、多言語対応の施設案内アプリケーションを導入し、展示物の案内に加えて、当地の自然環境の成り立ちや、施設内における推奨ルートなどの案内もあわせて実施する。また、翻訳アプリケーションを搭載したタブレット等を活用して、施設へ入館した外国人とのコミュニケーション不足を解消する。

- 施設内展示物の多言語解説アプリケーションの導入・開発と運用
- 翻訳アプリケーションを活用した来館者への施設案内の実施

【目標及び期待される効果】

平成32年度外国人旅行者来訪者満足度（大変満足） 22%

施設内の展示物の多言語案内アプリケーションを導入することで、外国人旅行者の施設入館者数の増加へとつなげるとともに、アプリケーションの活用によって、より多くの展示物に関する情報を提供し外国人旅行者の更なる満足度向上を図る。

<ストレスフリーその他>

(2-6) 免税・クレジットカード等商環境でのストレスフリー化

【実施主体】

釧路市

【時期】

平成28年4月～平成32年3月

【内容】

当地を訪れる外国人旅行者の更なる消費を喚起するため、小売店等を対象にクレジットカード端末の導入促進や、消費税免税制度等に関する説明会を開催するとともに、Wi-Fi等の整備に関する支援を実施し、商環境におけるストレスフリー化促進を図る。

- クレジットカード対応や免税対応等の説明会開催
- ストレスフリーエリア内における民間事業者施設での各種環境整備への支援
- レストランメニュー等の多言語化への支援

【目標及び期待される効果】

カード導入、消費税免税制度等に関する説明会開催数 1回以上/年

商環境におけるストレスフリー化を図ることで、買い物時における満足度の向上と、更なる消費喚起へつなぐるとともに、リピーター率の向上につながる。

3 海外への情報発信

<ビジットジャパン事業により海外への地域の魅力を発信等>

(3-1) 欧米豪富裕層が好むアドベンチャーツーリズムへのアプローチ

【実施主体】

釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構（水のカムイ観光圏協議会）

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

欧米豪からの旅行者の特性は、異文化体験への知的好奇心が強く、自然に対してアグレッシブに行動し、さらにSITの旅行形態を好む傾向がある。この傾向は、当市の強みである、釧路湿原や阿寒湖でのエコツーリズム、アドベンチャーツーリズムにまさに合致する。手付かずの自然の中でのトレッキング、フィッシング、スノーシュー等の体験と良質なガイドが相まって旅行者を魅了するとともに、これらメニューは市街地や宿泊先から数分のところでは体験できるといったコンパクトさも魅力のひとつである。

これら当市の魅力を、アドベンチャーツーリズムに関心の高い、欧米豪の富裕層向けの旅行商品を造成している海外の旅行会社等へ積極的な情報発信を行っていく。

- アドベンチャー・トラベル・ワールド・サミットへの参加（観光庁・ビジット・ジャパン地方連携事業）

アドベンチャー・トラベル・ワールド・サミットとは、世界中の「アドベンチャートラベル～冒険・探検・探求の旅」を扱う旅行会社や自治体、ジャーナリストなどが毎年集まり、新しいアドベンチャートラベルの目的を発掘・発信し、ネットワークを構築してビジネスにつなげるイベントである。

- 海外旅行会社等の招聘と情報発信

【目標及び期待される効果】

A T W S 参加等によるビジネスコンタクト 10件以上/年

海外旅行会社等への情報発信などを実施し、新たな地でアグレッシブな旅を求める海外のアドベンチャーツーリストと、本物の大自然とそれを体験できるフィールドとメニューがある阿寒湖をマッチングすることで、貴重かつ稀少な体験を求める欧米豪の富裕層の旅行者の増加やリピート化が期待される。また、体験した旅行者からの口コミにより更なる誘客が促される。

(3-2) 戦略に基づくアジア圏向けプロモーションの実施

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

釧路観光コンベンション協会が策定するプロモーション戦略に基づき、民間事業者等と連携し、アジア圏を対象に、当市を含めたひがし北海道の魅力発信を行う。あわせて、市内観光施設を周遊するインセンティブを設けることで、外国人旅行者の誘客を促す。

- アジア圏でのプロモーション活動・招聘（観光庁・ビジット・ジャパン地方連携事業）
- インセンティブによる観光施設周遊促進

【目標及び期待される効果】

プロモーション実施等によるビジネスコンタクト 10件以上/年

広域連携で情報発信等を実施することで、釧路市を含めた地域のさまざまな観光コンテンツの情報が発信されることから、海外旅行会社における当地向けの旅行商品造成を促し、外国人旅行者の更なる誘致や周遊促進が期待できるところであり、訪日外国人延べ宿泊客数の増加を図る。

<地域の魅力を伝える放送コンテンツ等の発信等>

(3-3) 知的好奇心を刺激する映像を活用した地域の魅力発信

【実施主体】

釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月～平成33年3月

【内容】

2つのDMO候補法人において、日々刻々と変わる自然の移ろいや美しさを映像で撮影し、SNSで発信をしている。しかし、当市では、地域の魅力を集めた映像をこれまで製作してきたが、この映像を外国人旅行者へ十分に届けることができているといった課題があり、平成28年度完成予定の当市公式の観光ホームページにおいてこれら映像をアップロードし、地域の魅力を閲覧者に伝えていく。また、2つのDMO候補法人が策定する、プロモーション戦略やブランディ

ング戦略に基づき、外国人旅行者の知的好奇心を刺激する撮影や配信方法等を選択し、映像による地域資源の効果的な発信を行っていく。

- プロモーション戦略・ブランディング戦略に基づく映像による効果的な情報発信

【目標及び期待される効果】

平成32年度釧路市公式ホームページ年間ページビュー数 109万PV以上

HP等において、映像を活用した効果的な情報発信により、当地の認知度が高まるとともに、知的好奇心を刺激する内容とすることで、それを満たすために当地を目的地として選択されることが期待できる。

<文化プログラムを活用した日本文化の発信等>

(3-4) 自然と共生するアイヌ文化のトータルブランド化

【実施主体】

釧路市、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成29年4月～平成33年3月

【内容】

欧米豪の外国人旅行者はアイヌ文化への関心が非常に高い。しかし、阿寒湖温泉地区においては、その知的好奇心に対し十分に答えられていないという課題がある。たとえば、木彫りや刺繍などのアイヌ・アートであれば、土産物の工芸品と芸術性の高いアート作品が混在しており、アイヌ文化の価値が見えにくいという指摘もある。また、アイヌ文化を紹介する場は複数あるが、ストーリー性を感じられるような情報の提供にはなっていない。

阿寒湖のアイヌ文化の価値を高め、外国人旅行者の知的好奇心を満たすために、ユネスコ世界無形文化遺産に登録されたアイヌ古式舞踊やアイヌ・アートなど、阿寒湖温泉地区内において、首尾一貫したとりまとめが必要であることから、マーケティングリサーチ等を行い、戦略を策定し、アイヌ文化のトータルブランド化を行う。

この中で、特に富裕層を対象とした、アイヌ・アートを生かした新たな商品づくりや、アイヌ文化を体系的に学べる場の整備を行うとともに、アイヌ文化の魅力を母国語でしっかり理解できるよう、ネイティブの監修のもと発信する内容の整理と多言語での情報発信を行う。

また、次世代を担うアイヌアーティストの育成を進め、阿寒湖のアイヌブランドの持続可能性を確保する。

- アイヌ文化のトータルブランド化（調査、戦略策定、事業推進等）
- アイヌの伝統文化の情報発信（文化庁・文化遺産総合活用推進事業（日本の歴史・伝統文化情報発信推進））
- アイヌ・アートによる商品開発と販売
- 次世代アイヌアーティストの育成

【目標及び期待される効果】

平成32年度釧路市公式ホームページ年間ページビュー数 109万PV以上

アイヌ文化という独特の文化のトータルブランド化を進めることで、当地を訪れる外国人旅行者の増加へ繋げるとともに、本物のアイヌ文化を提供することにより、アイヌ文化・アイヌ・アートへの関心が高まり、阿寒湖温泉地区での消費額の上昇、リピーター率の向上が期待される。

< 海外への情報発信その他 >

(3-5) WEBやSNSを活用した効果的なプロモーション

【実施主体】

釧路市、釧路観光コンベンション協会、阿寒観光協会まちづくり推進機構

【時期】

平成28年4月 ~ 平成33年3月

【内容】

潜在的な旅行者への訴求と旅行者の誘客を目的に、DMO候補法人が策定するブランディング戦略とプロモーション戦略に基づき、外国人旅行者を魅了する「ブランド力」や「プレミアムプログラム」等を、WEBやSNSを活用し、外国人旅行者へ効果的に情報発信を行う。

- ネイティブの監修による当市公式観光ホームページのリニューアルの実施と運用（観光庁・地域資源を活用した観光地魅力創造事業）
- SNSなどの活用によるタイムリーな観光情報の発信

【目標及び期待される効果】

平成32年度釧路市公式ホームページ年間ページビュー数 109万PV以上

HPにおける情報発信を進めるとともに、普及率の高いスマートフォンなどで閲覧可能なSNSを活用した情報発信を行うことで、外国人に対する地域の観光情報の閲覧率向上へとつなげ、地域への誘客促進とそれに伴う宿泊客数の増加を図っていく。

(釧路市)観光立国ショーケース実施計画 工程表(様式2)

地方公共団体名	釧路市	日本版DMO候補法人名	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構
---------	-----	-------------	---

1. 観光資源の磨上げ

小項目	具体的取組	2016年度 (平成28年度)	2017年度 (平成29年度)	2018年度 (平成30年度)	2019年度 (平成31年度)	2020年度 (平成32年度)
地域資源を活用した新商品・サービスの開発・提供等	(1-1)富裕層を魅了する滞在プログラムの開発	<p>地域資源の磨き上げ</p> <p>自然・文化・食等の観光コースをパッケージ化した滞在プログラムの開発・販売 モニターツアー・着地型旅行商品・特産品の企画開発</p>				
日本食・食文化、農山漁村等の魅力活用等	(1-2)世界に誇る豊かな自然が育む食によるコンテンツづくりと発信	<p>DMOのブランド戦略</p> <p>周辺自治体と連携した食のコンテンツづくりと情報発信</p> <p>食のコンテンツづくり → 旅行商品の企画</p> <p>地魚の旬や食べ方等に関する情報の発信</p> <p>パンフレット・マップの作成 → パンフレット・マップ・HP等の多言語化</p> <p>地場産品の海外販路拡大</p> <p>地元企業の海外出店・出品サポート</p>				
文化財や地域の歴史的まちなみの保存・整備・活用、良好な景観の形成等	(1-3)世界一級の観光地を目指した滞在観光地づくり	<p>阿寒湖温泉磨き上げ基本戦略の策定</p> <p>基本戦略の策定、アート食の新規開業支援 → 消費単価向上施策の推進</p> <p>阿寒湖温泉の玄関口として「阿寒・フォレスト・ガーデン」の整備</p> <p>基本・実施設計 → 駐車場整備(第1工区・第1期) → 駐車場整備(第1工区・第2期) → 駐車場整備(第2工区) → 並木道整備</p> <p>阿寒湖アイヌコタン及び阿寒湖温泉商店街の店舗外観等改修への支援</p> <p>店舗改修支援(アイヌコタン) → 店舗改修支援(アイヌコタン・商店街)</p>				

(釧路市)観光立国ショーケース実施計画 工程表(様式2)

小項目	具体的取組	2016年度 (平成28年度)	2017年度 (平成29年度)	2018年度 (平成30年度)	2019年度 (平成31年度)	2020年度 (平成32年度)
地域の自然を活かしたエコツアーの推進等	(1-4)SITに対応したエコツアーの推進に向けたガイドの充実	DMOのブランディング戦略 エコツーリズムプログラムの造成と情報発信 ガイドツアー調査の実施 ガイドメニューの造成 エコツーリズムガイドの体制構築と人材育成 ガイドの体制構築 ガイド人材の育成 エコツーリズムガイドの核となる観光・文化施設の整備に向けた検討・事業推進等 マリモ展示観察センターのWi-Fi整備 整備に向けた検討・事業推進等				
観光資源の磨き上げその他	(1-5)地域資源を活用したMICE等の誘致	ユニークベニューやアフターMICE等を活かした国際会議等の誘致 誘致活動の実施 オリンピック・パラリンピックの事前合宿等の誘致 パラリンピック合宿施設適合検査 合宿誘致プロモーション				
	(1-6)阿寒湖と周辺湖沼群の世界自然遺産登録に向けた取組の推進	阿寒湖と周辺湖沼群の世界自然遺産登録に向けた取組の推進 学識者による調査研究活動の推進(地域連絡会議の開催等)等				

(釧路市)観光立国ショーケース実施計画 工程表(様式2)

地方公共団体名	釧路市	日本版DMO候補法人名	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構
---------	-----	-------------	---

2. ストレスフリーの環境整備

小項目	具体的取組	2016年度 (平成28年度)	2017年度 (平成29年度)	2018年度 (平成30年度)	2019年度 (平成31年度)	2020年度 (平成32年度)
訪日外国人旅行者 が滞在・周遊 を楽しむための 環境整備等	(2-1) ストレス フリーエリア等 の完全ストレス フリー化	ストレスフ リー化に向け た現況調査の 実施と、釧路 市街地、阿寒 湖温泉地区に おける「スト レスフリーエ リア」の設定	釧路市街地、阿寒湖温泉地区における「ストレスフリーエリア」内の各種環境整備 共通認証 システム構築 Wi-Fi整備 トイレ整備			
	(2-2) 快適な 観光地周遊を促 す交通ネット ワーク等の整備	釧路市管理道路等整備の実施(道東 自動車道に接続する道路の拡幅)	釧路空港 - 阿寒湖温泉間 のバスの運行への支援 レンタカー利用促進への支援	釧路市管理歩行 者案内標識の多 言語化	釧路市管理道路等整備の実施(自転 車歩行者専用道路の整備)	釧路市管理道路 案内標識の多言 語化
		外国人旅行者の輸送強化に向けた、定期航空路線の拡充・LCC誘致に向けた航空会社への要請活動				

(釧路市)観光立国ショーケース実施計画 工程表(様式2)

小項目	具体的取組	2016年度 (平成28年度)	2017年度 (平成29年度)	2018年度 (平成30年度)	2019年度 (平成31年度)	2020年度 (平成32年度)
訪日外国人旅行者が滞在・周遊を楽しむための環境整備等	(2-3)滞在、周遊をサポートする観光案内所の整備	釧路駅観光案内所の機能向上				
		関係機関との調整	案内所の移転・改修	観光案内機能強化 カテゴリー 認定		
		阿寒湖まりむ館観光案内所の機能向上				
		カテゴリー 認定		観光案内機能強化		
		翻訳アプリケーションを活用した観光案内の実施				
		翻訳アプリ搭載タブレットの配置				
ICTを活用した訪日外国人旅行者拡大に向けた環境整備等	(2-4)安全な自動車移動をサポートするGPSを活用した道路情報等提供サービスの導入	GPSを活用した道路情報等提供アプリケーションの開発と運用				
		アプリケーションの開発	アプリケーションの普及・啓発・更新・新規ページ作成			
カード・アプリによる「ストレスフリー」な環境整備等	(2-5)ストレスなく知的好奇心を満たす多言語解説サービスの導入	施設内展示物の多言語解説アプリケーションの導入・開発と運用				
		湿原展望台導入	アプリ運用			
		鶴公園導入	アプリ運用	文学館導入	アプリ運用	
		翻訳アプリケーションを活用した施設案内の実施				
		翻訳アプリ搭載タブレットの配置				
ストレスフリーの環境整備その他	(2-6)免税・クレジットカード等商環境でのストレスフリー化	クレジットカード対応や免税対応等の説明会開催				
		ストレスフリーエリア内における民間事業者施設での各種環境整備への支援				
		制度設計	制度運用			
		レストランメニュー等の多言語化への支援				

(釧路市)観光立国ショーケース実施計画 工程表(様式2)

地方公共団体名	釧路市	日本版DMO候補法人名	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構
---------	-----	-------------	---

3. 海外への情報発信

小項目	具体的取組	2016年度 (平成28年度)	2017年度 (平成29年度)	2018年度 (平成30年度)	2019年度 (平成31年度)	2020年度 (平成32年度)
ビジットジャパン 事業により海外 へ地域の魅力を 発信等	(3-1)欧米豪 富裕層が好むア ドベンチャーツー リズムへのアプ ローチ	<p>アドベンチャー・トラベル・ワールドサミット(ATWS)への参加</p> <p>ATWSへの参加 アラスカ アルゼンチン 開催地未定 開催地未定 開催地未定</p>				
	(3-2)戦略に 基づくアジア圏 向けプロモー ションの実施	<p>海外旅行会社等の招聘と情報発信</p>				
地域の魅力を伝 える放送コンテ ンツ等の発信等	(3-3)知的好 奇心を刺激する 映像を活用した 地域の魅力発信	<p>アジア圏でのプロモーション活動・招聘</p>				
		<p>インセンティブによる観光施設周遊促進</p>				
		<p>プロモーション戦略・ブランディング戦略に基づく映像による効果的な情報発信</p>				

(釧路市)観光立国ショーケース実施計画 工程表(様式2)

地方公共団体名	釧路市	日本版DMO候補法人名	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構			
---------	-----	-------------	---	--	--	--

小項目	具体的取組	2016年度 (平成28年度)	2017年度 (平成29年度)	2018年度 (平成30年度)	2019年度 (平成31年度)	2020年度 (平成32年度)
文化プログラム を活用した日本 文化の発信等	(3-4)自然と共 生するアイヌ文 化のトータルブ ランド化	DMOのプ ロモ ーシ ョ ン 戦 略	アイヌ文化のトータルブランド化 調査事業	戦略策定	事業推進等	
			アイヌの伝統文化の情報発信 ニーズ調査 (英語)	(中国語) WEBサイト 多言語化	ガイドブック の作成	
海外への情報発 信その他	(3-5)WEBや SNSを活用した 効果的なプロ モーション		アイヌ・アートによる商品開発と販売 原材料加工試験 デザイン等検討・試作	量産試験		
			次世代アイヌアーティストの育成 計画・プログラム の策定	計画・プログラムに基 づく 事業の実施		
			ネイティブの監修による当市公式観光ホームページのリニューアルの実施と運用			
			リニューアル	運用・ページ更新		
			SNSなどの活用によるタイムリーな観光情報の発信			
			JNTOを活用した情 報発信の検討	JNTOを活用した情報発信の実施		

(釧路市)観光立国ショーケース実施計画 概要(様式3)

地方公共団体名

釧路市

日本版DMO候補法人名

一般社団法人釧路観光コンベンション協会
NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構

観光立国ショーケースにおいて目指す姿

- 目標像:「Super Fantastic KUSHIRO 世界トップクラスの自然に抱かれ、自然との共生文化を体感するカムイの休日」
- ターゲット:アドベンチャーツーリズムに高い関心を持つ欧米豪、アジア圏の富裕層

2020年の
数値目標

・訪日外国人延べ宿泊客数	272,754人	・外国人旅行者旅行消費額	27,000円
・外国人旅行者来訪者満足度(大変満足)	22%	・外国人旅行者リピーター率	22%

取組概要(総論)

専門人材配置により強化を図るDMO候補法人がデータに基づき策定するプロモーション戦略及びブランディング戦略に基づき下記取組を行う

- 自然と共生するアイヌ文化、釧路湿原や阿寒湖といった自然を核とした、ここ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」を提供する
- 「プレミアムプログラム」や当市の「ブランド力」を、ターゲットとする旅行市場に効率的かつ効果的に情報発信を行う
- 外国人旅行者が多く集まるエリアを「ストレスフリーエリア」として設定。このエリア内の公共施設等での「サイン類の多言語化」「トイレの洋式化や多機能トイレの整備」「フリーWiFi環境の整備」を行い、完全なるストレスフリー化を目指すとともに、クレジットカード等の商環境整備、2次交通、道路の整備など周遊・滞在のストレスフリー化を行う

主な取組

日本版DMO

- 専門人材の確保による体制強化
- データに基づくプロモーション戦略及びブランディング戦略の策定
- プロモーション戦略及びブランディング戦略に基づく施策・事業の展開
- PDCAサイクルによる事業の推進
- 自律性・継続性の確保

ストレスフリーの環境整備

- 「ストレスフリーエリア」等の完全ストレスフリー化
- 快適な観光地周遊を促す交通ネットワーク等の整備
- 滞在、周遊をサポートする観光案内所の整備
- 安全な自動車移動をサポートとするGPSを活用した道路情報等提供サービスの導入
- ストレスなく知的好奇心を満たす多言語解説サービスの導入
- 免税・クレジットカード等商環境でのストレスフリー化

観光資源の磨上げ

- 富裕層を魅了する滞在プログラムの開発
- 世界に誇る豊かな自然が育む食によるコンテンツづくりと発信
- 世界一級の観光地を目指した滞在観光地づくり
- SITに対応したエコツーリズムの推進に向けたガイドの充実
- 地域資源を活用したMICE等の誘致
- 阿寒湖と周辺湖沼群の世界自然遺産登録に向けた取組の推進

海外への情報発信

- 欧米豪富裕層が好むアドベンチャーツーリズムへのアプローチ
- 戦略に基づくアジア圏向けプロモーションの実施
- 知的好奇心を刺激する映像を活用した地域の魅力発信
- 自然と共生するアイヌ文化のトータルブランド化
- WEBやSNSを活用した効果的なプロモーション