

観光地域づくり法人形成・確立計画

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと	地域DMO	
観光地域づくり法人 の名称	一般社団法人	
マーケティング・マネ ジメント対象とする 区域	区域を構成する地方公共団体名 弟子屈町	
所在地	北海道川上郡弟子屈町	
設立時期	平成11年3月31日	
職員数	10人【常勤3人（正職員3人）地域おこし協力隊1人、施設臨時職員6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）渡辺 隆幸 （出身組織名） （有）渡辺体験牧場	（一社）摩周湖観光協会会長や（有）渡辺体験牧場、全国体験 牧場協議会長、摩周湖農業協同組合役員を歴任し、地域 の観光産業の連携や異業種組織にも幅広い人脈を有し、 地域産業界さらには行政からの信頼も厚い。
データ収集・分析等 の専門人材（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー ※必ず記入すること	（氏名） 館田 康「専従」	弟子屈町役場の職員として、約35年勤務した後、（一社）摩周 湖観光協会参事として地域の観光振興及び活性化に取り組ん でいる。役場在職中は「観光振興」「環境保全」「地域公共交通」 など、弟子屈町の観光地域づくりには欠かせない分野で活躍し たほか、在職中の1年間、（一社）摩周湖観光協会に派遣され、 組織の強化の傍ら、広域観光の取り組みにも積極的に参画して おり、キャリアを活かした観光地域づくりに高い能力を有する。 水のカムイ観光圏観光地域づくりマネージャーも勤める。
財務責任者 （CFO：チーフ・ フィナンシャル・オ フィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 館田 康「専従」	弟子屈町役場の職員として、約35年勤務した後、（一社）摩周 湖観光協会参事として地域の観光振興及び活性化に取り組ん でいる。役場在職中は「観光振興」「環境保全」「地域公共交通」 など、弟子屈町の観光地域づくりには欠かせない分野で活躍し たほか、在職中の1年間、（一社）摩周湖観光協会に派遣され、 組織の強化の傍ら、広域観光の取り組みにも積極的に参画して おり、キャリアを活かした観光地域づくりに高い能力を有する。 水のカムイ観光圏観光地域づくりマネージャーも勤める。
各部門（例：プロモ ーション）の責任者 （専門人材） ※各部門責任者のう ち専従の者について	（氏名）榎本 竜太郎 （出身組織名） （株）川湯ホテルプラザ （お宿欣喜湯）	町内川湯温泉に生まれ、首都圏の大学を卒業後、東京の旅行 会社に入社し、国内外の旅行添乗や手配などの業務を経験後、 地元に戻り稼業のホテルを継承し、社長として、業務全般の管 理に携わるほか、各種イベント等の実施に参画し、観光地域づく りに取り組んでいる他、てしかがえこまち推進協議会部会長、摩 周湖観光協会副会長として次世代リーダーとして期待されてい

(別添) 様式 1

<p>は、氏名の右横に「専従」と記入すること</p>		<p>る。また、地域資源の再発掘による旅行商品化など、広域連によるキラコンコンテンツづくりへの意欲も強く有しており、水のカムイ観光圏観光地域づくりマネージャーも勤める。</p>								
<p>各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）</p>	<p>（氏名）今村 友幸 （出身組織名） （株）ツーリズムてしかが</p>	<p>（株）ツーリズムてしかがの旅行業務取扱管理者として、旅行商品の造成販売に、高い能力をもつ。 北海道知事登録旅行業第地域－566号</p>								
<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>北海道川上郡弟子屈町（観光行政全般及びマーケティング） 建設課（社会資本整備） 環境生活課（環境行政全般、地域公共交通）</p>									
<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） NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構（広域連携・滞在プログラム企画） 株式会社ツーリズムてしかが（滞在プログラム企画・販売） 阿寒摩周国立公園川湯地域運営協会（滞在プログラム企画・自然保護） 株式会社弟子屈町振興公社（特産品開発・販売） 弟子屈町商工会（特産品開発・中小企業経営指導） 摩周湖農協協同組合（農業振興・特産品開発） 阿寒バス（公共アクセス改善） JR北海道（公共アクセス改善） てしかがえこまち推進協議会 （人材育成、受入体制向上、情報発信、食文化、エコツーリズム全体構想）</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） （概要）多様な関係者が参加する委員会を設置するほか、日常的な調整を実務者レベルで行うワーキング会議を開催</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>	<ul style="list-style-type: none"> ・各種セミナー、研修会の開催 ・国、北海道、町外観光団体に関する情報提供 ・行政からの委託による公共事業の執行 									
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>（活動の概要）</p> <table border="1" data-bbox="459 1496 1422 2000"> <thead> <tr> <th data-bbox="459 1496 643 1541">事業</th> <th data-bbox="643 1496 1422 1541">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="459 1541 643 1688">情報発信・プロモーション</td> <td data-bbox="643 1541 1422 1688"> <ul style="list-style-type: none"> ・弟子屈町観光ポータルサイト管理運営事業 ・弟子屈町観光パンフレット企画運用事業 ・ひがし北海道DMO・観光素材説明会 ・ANAドルフィン会プロモーション </td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 1688 643 1832">受入環境の整備</td> <td data-bbox="643 1688 1422 1832"> <ul style="list-style-type: none"> ・水のカムイ観光圏協議会インバウンドセミナー共催 ・訪日外国人受け入れ整備事業 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 1832 643 2000">観光資源の磨き上げ</td> <td data-bbox="643 1832 1422 2000"> <ul style="list-style-type: none"> ・北海道観光振興機構支援事業 秋季コンテンツ形成事業 ・北海道観光振興機構 広域連携事業 ・JTB旅ホ連事業 エコモビリティ活用事業 ・サイクルツーリズム台湾連携事業 </td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・弟子屈町観光ポータルサイト管理運営事業 ・弟子屈町観光パンフレット企画運用事業 ・ひがし北海道DMO・観光素材説明会 ・ANAドルフィン会プロモーション 	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・水のカムイ観光圏協議会インバウンドセミナー共催 ・訪日外国人受け入れ整備事業 	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道観光振興機構支援事業 秋季コンテンツ形成事業 ・北海道観光振興機構 広域連携事業 ・JTB旅ホ連事業 エコモビリティ活用事業 ・サイクルツーリズム台湾連携事業
事業	実施概要									
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・弟子屈町観光ポータルサイト管理運営事業 ・弟子屈町観光パンフレット企画運用事業 ・ひがし北海道DMO・観光素材説明会 ・ANAドルフィン会プロモーション 									
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・水のカムイ観光圏協議会インバウンドセミナー共催 ・訪日外国人受け入れ整備事業 									
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道観光振興機構支援事業 秋季コンテンツ形成事業 ・北海道観光振興機構 広域連携事業 ・JTB旅ホ連事業 エコモビリティ活用事業 ・サイクルツーリズム台湾連携事業 									

(別添) 様式 1

	<p>(定量的な評価)</p> <p>当協会所管区域の令和元年度の観光入込客数は約 888,000 人、延べ宿泊者数は約 186,000 人となっている。また、述べ宿泊者数の内、インバウンドは台湾、中国を中心に約 26,000 人となっており、前年度比 2.4%の増となっている。</p>
<p>実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること(別添可)。</p>	<p>実施体制の概要)</p> <p>(一社) 摩周湖観光協会が母体となり、行政、宿泊業者、飲食業者、交通事業者、農業関係者など多様な関係者が参画するなど官民が密接に連携した運営を行っている。</p> <p>※1: 理事は、会長・副会長・専務理事を含め、14名以上18名以内 ※2: 置くことができる。</p>

2. 観光地域づくり法人がマーケティング・マネジメントする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

平成 22 年に釧路市及び弟子屈町の 1 市 1 町で「釧路湿原・阿寒・摩周観光圏」を形成し、平成 27 年度に「水のカムイ観光圏～釧路湿原・阿寒・摩周～」としてあらたに認定された区域内、観光圏同様に摩周・川湯地区を区域とします。

観光圏の区域は、自然、歴史文化、生活、観光面において一体性を有しており、各地区の官民が連携した一体的な取り組みが可能であることから、観光圏エリアを区域とする地域連携 DMO 法人に登録された（一社）釧路観光コンベンション協会や地域 DMO 法人の NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構等との連携により、一元的な窓口機能を発揮するとともに国内外に注目される観光地をめざす観光地域づくりを推進していきます。

(別添) 様式 1

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・ 釧路空港：車で約 90 分
- ・ 女満別空港：車で約 90 分
- ・ 中標津空港：車で約 80 分
- ・ 北海道横断自動車道根室線（道東道）阿寒 IC：車で約 90 分
足寄 IC：車で約 100 分

域内までの公共交通機関

JR 北海道釧網本線 下り（網走から）：5 本
上り（釧路から）：7 本

域内公共交通機関

阿寒バス

定期路線 摩周線（摩周駅－摩周第一展望台）：1 日 2 往復
美留和線（摩周営業所－大鵬相撲記念館）：1 日 3 往復
屈斜路線（摩周営業所－和琴半島）：1 日 2 往復
川湯温泉街－川湯温泉駅 川湯市街発：1 日 7 便
川湯温泉駅発：1 日 6 便
弟子屈市内線：1 日 6 便（全区間一律 200 円）

【外国人観光客への対応】

- ・ 令和元年度の外国人観光客の述べ宿泊者数は、25,775 人で、最も多いのは中国、次いで台湾、そして香港からの宿泊客が多い状況です。（前年度と比較して、中国、台湾が逆転）
- ・ 外国語を話せる人材の確保に苦慮していることから、特に入り込みが多い中国語及び英語の電話通訳、メニューや案内表示等の多言語化のサポートを、行政において札幌の旅行会社と契約し、各観光案内所や宿泊施設、飲食店等で活用しております。
- ・ Wi-Fi 整備につきましては、観光圏事業などにより、外国人観光客の利用が多いところを中心に整備を進めているところであり、町内の集客スポットはほぼ整備されつつあります。
整備済み箇所：道の駅「摩周温泉」屋内、JR 摩周駅構内、川湯ふるさと館屋内（以上 3 ヶ所は、観光案内所併設）、川湯温泉街（大鵬相撲記念館－温泉浪漫の宿湯の閣間）、摩周第一展望台（屋外及びレストハウス内）、JR 摩周駅（屋内）、JR 川湯温泉駅（屋内）、屈斜路湖砂湯園地（屋外）
- ・ 一方、民間事業者・施設においては大規模ホテルは整備が進められていますが、ロビー階はほぼ整備されているものの客室までの整備が追い付いていない状況にあります。
- ・ 免税店については、大型ドラッグストア及び摩周湖・硫黄山の両レストハウスに止まっており、手続き時間の短縮や人員増の軽減等を図るための対応機器等の導入のコストが課題となっています。
- ・ パンフレットについては英語、簡体字、繁体字、ハングル、タイ語とほぼ揃っているが、WEB サイトの多言語や施設の多言語案内表示等については、不十分な状況であり、今後も優先度を定めて整備する必要があります。

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
滞在満足度 & 来訪意向調査分析	来訪者の域内での観光実態、満足度とニーズ把握、長期滞在に向けた課題抽出	観光圏での同調査のデータを活用
述べ宿泊者数	宿泊実績の検証	行政が実施する同調査データを活用
住民満足度調査	観光振興に対する地域住民の理解度を計測	アンケート調査等を自主事業として実施。
ビックデータ	首都圏、札幌周辺のマーケティング分析	ショッピング、決済アプリによるビックデータ収集を検討

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

本町では、急激な人口減少が進んでおり、昭和30～60年代は12,000人あった人口が、現在は7,000人を切る状況にある。

就業者数の最も多い商業、サービス業においても事業所の縮小、就業人口の減少の影響で衰退し続けており、かろうじてスーパーや大手ドラッグストアの進出によって雇用が確保されている状況である。特に観光産業においては仕事としての選択度が低く、通年の安定雇用への不安から人手不足が顕著となり外国人労働者も様々な規制により人手不足の充足とはなり得ていない。

こうした地域の課題に対し、摩周DMOを中心として既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、定住人口のみならず滞在人口、交流人口の増加に資する方策の確立が急務である。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ここにしかない自然 世界有数の透明度を誇る摩周湖 日本最大のカルデラ湖 (屈斜路湖) 噴気孔の間近まで行ける活火山 (硫黄山) 冬でも鳴くコオロギの仲間 (ポンポン山・マダラスズ) ・多種多様な温泉 域内に7種類の泉種、特に川湯温泉は、日本有数の強酸線 (PH1.4) ・外国人の興味関心が高い阿寒国立公園 (国立公園の56%を有し、域内の65%が公園区)	弱み (Weaknesses) ・2次交通が不十分 ・国際化対応人材の不足 ・多言語標記 ・受入環境整備が不十分 ・マーケティングに基づく戦略策定の遅れ ・観光のワンストップ化が構築されていない ・個人旅行化への対応の遅れ ・独自データ収集分析の対応遅れ ・事務局体制の強化の遅れ

(別添) 様式 1

	<p>域) アイヌ文化(屈斜路コタンアイヌ民俗資料館)</p>	
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドの増加 ・ラグジュアリー層の自然・健康志向のニーズ ・フィッシングの聖地 ・道内主要都市の飽和状態 ・高速道路延伸 ・LCC就航～Peach 就航 関西空港～釧路空港、成田空港～釧路空港 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道央圏への一極集中 ・北海道新幹線開業による道南観光へのシフト ・釧路空港の国際線対応が不十分 ・貸切バス料金への負担増 ・航空運賃の高額感 ・冬期間の交通機関の不安

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入(様式自由)。

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 中国・香港、台湾の団体・個人観光客(特にFIT)</p>
<p>○選定の理由</p> <p>中国はここ数年大きく伸びており、平成29年度の実績は、前年より48%増となり、今後も巨大マーケットに対する期待は大きく、行政及び旅行会社と協力し、中国の旅行会社並びに手配会社に対し積極的な誘致プロモーションに務めていきます。</p> <p>また、香港の伸びはやや鈍化傾向にあります。今後の最重点エリアの一つと捉えています。最重点エリアの台湾は伸びが鈍化傾向にありましたが、前年度より大きく増加しており、改めて最重点エリアとの認識が深まりました。</p> <p>○取組方針</p> <p>官民連携したプロモーション活動を実施するとともに、マーケティングに基づいた地域の特色を活かした受入体制の整備を推進します。</p>
<p>○第2ターゲット層 欧米、東アジア、国内都市圏</p>
<p>○選定の理由</p> <p>自然に高い関心がある欧米層に対し、ここにしかない自然を体感できるプログラムを構築し、特別なおもてなしの実施により旅行消費拡大が図られる。</p> <p>○取組方針</p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存プログラムの磨き上げ及び新規プログラムの開発 ・アドベンチャーツアーの早急な開発 ・特別なおもてなし企画の開発・実施 ・広域連携による新たなルート提案等をはじめ、Wi-Fi 整備や二次交通ネットワーク構築等の外国人観光客受入環境の整備及び情報発信による誘客 ・海外富裕層向けのサイクルツアー、ONSEN ガストロノミーツアーの商品化

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「道東が生んだ自然の神秘」
②コンセプトの考え方	本町は、世界有数の透明度を誇る摩周湖、日本最大のカルデラ湖である屈斜路湖、そして噴気孔の間近まで近づき大地の鼓動を感じられる硫黄山など、原始の自然を残す”阿寒国立公園”の56%を有し、その自然と共生するアイヌ文化と保護してきた住民の歴史が作り出した世界トップクラス自然が、人間の生活のすぐ傍に存在している。 そのポテンシャルを大いに発揮する観光地とするため、観光資産の磨き上げはもとより、多種多様なニーズに的確に対応した受入環境を整備し、大満足の観光が提供できるように取り組んでまいります。

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 ※頻度が分かるよう記入すること。	摩周 DMO を中心に、行政、有識者、地域の関連事業者等で構成される懇談会、協議会、運営委員会を通じ、戦略等の各種情報の共有化を図ります。
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	満足度調査やリピーターの割合などのマーケティング調査を積極的に活用し、評価、検証を的確に行い、滞在プログラムをはじめとする各種観光資産の磨き上げなどの改善を実施します。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	WEBによるワンストップ対応を構築するとともに、SNS等を活用した積極的な観光情報の発信を行います。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度
●旅行消費額 (千円)	目標	29.5 (25.5)	33.4 (40.2)	31.5 (39.7)	35.0 ()	30.0 ()	30.0 ()
	実績	46.9 (74.6)	42.0 (72.6)	35.0 (43.0)	()	()	()
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	285.0 (17.0)	290.0 (27.4)	300.0 (28.9)	200.0 ()	210.0 ()	220.0 ()
	実績	215.5 (25.1)	213.6 (25.2)	211.3 (25.8)	()	()	()
●来訪者満足度 (%)	目標	21.0 (16.5)	21.5 (18.0)	22.0 (20.0)	22.5 ()	23.0 ()	23.5 ()
	実績	24.6 (26.3)	24.1 (33.8)	32.7 (47.5)	()	()	()
●リピーター率 (%)	目標	65.0 (9.5)	65.2 (9.7)	65.5 (10.0)	66.0 ()	66.5 ()	67.0 ()
	実績	43.3 (27.3)	41.1 (19.7)	48.1 (26.6)	()	()	()

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

.....

※今後3年間の訪日外国人については予想が困難

【設定にあたっての考え方】

- 旅行消費額 令和2年度はGOTOキャンペーン等の効果により対前年度を上回る可能性は高いが、次年度以降はそのリバウンドにより一時的に下降すると考えている。
- 延べ宿泊者数 令和2年度は大幅減が予想され、以後数年は予想が困難であるが、微増予想。
- 来訪者満足度 消費額及び延宿泊数が減少しても満足度については向上を目標とした。
- リピーター率 インバウンドが当面見込めないが、近隣地域からの誘客を強化す方針につき、向上すると考えている。

(2) その他の目標

指標項目		2017 (H29) 年度	2018 (H30) 年度	2019 (R1) 年度	2020 (R2) 年度	2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度
● (例) 住民満足度 (%)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()
● (例) 宿泊施設の稼働率 (%)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()
● (例) ワンストップ窓口での宿泊予約数 (件)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()
● (例) メディア掲載回数 (回)	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()
●	目標	()	()	()	()	()	()
	実績	()	()	()	()	()	()

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目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】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

.....

【設定にあたっての考え方】

● (例) 宿泊施設の稼働率

.....

● (例) ワンストップ窓口での宿泊予約数

.....

● (例) メディア掲載回数

.....

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に(1)収入、(2)支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

(1) 収入

年(年度)	総収入(円)	内訳
2017(H29) 年度	47,535,193(円)	【町からの補助金】 22,915,556(円) 【町から受託事業収入】 17,362,606(円) 【会費収入】 4,849,500(円) 【収益事業収入】 2,292,492(円) 【その他】 115,039(円)
2018(H30) 年度	55,177,590(円)	【町からの補助金】 26,152,137(円) 【町から受託事業収入】 21,969,300(円) 【会費収入】 4,985,500(円) 【収益事業収入】 2,070,408(円) 【その他】 245(円)
2019(R1) 年度	53,035,052(円)	【町からの補助金】 23,900,000(円) 【町から受託事業収入】 22,650,000(円) 【会費収入】 4,785,000(円) 【収益事業収入】 1,424,000(円) 【その他】 270,052(円)
2020(R2) 年度	112,000,000(円)	【町からの補助金】 82,500,000(円) 【町から受託事業収入】 20,350,000(円) 【会費収入】 4,700,000(円) 【収益事業収入】 1,200,000(円) 【その他】 3,250,000(円)
2021(R3) 年度	40,000,000(円)	【町からの補助金】 16,500,000(円) 【町から受託事業収入】 16,500,000(円) 【会費収入】 4,700,000(円) 【収益事業収入】 1,300,000(円) 【その他】 1,000,000(円)
2022(R4) 年度	40,200,000(円)	【町からの補助金】 16,500,000(円) 【町から受託事業収入】 16,500,000(円) 【会費収入】 4,700,000(円) 【収益事業収入】 1,500,000(円) 【その他】 1,000,000(円)

(2) 支出

年(年度)	総支出	内訳
2017 (H29) 年度	46,398,265 (円)	【一般管理費】 13,878,500 (円) 【観光宣伝事業費】 4,075,212 (円) 【受入対策事業費】 2,481,356 (円) 【観光イベント事業費】 2,723,795 (円) 【収益事業費】 1,672,396 (円) 【受託事業費】 15,077,867 (円) 【その他事業費】 5,352,220 (円) 【残額】 1,136,919 (円)
2018 (H30) 年度	55,177,590 (円)	【一般管理費】 11,866,672 (円) 【観光宣伝事業費】 8,357,111 (円) 【受入対策事業費】 3,091,718 (円) 【観光イベント事業費】 3,048,467 (円) 【収益事業費】 1,212,125 (円) 【受託事業費】 15,249,650 (円) 【その他事業費】 8,722,617 (円) 【残額】 3,629,230 (円)
2019 (R1) 年度	53,035,052 (円)	【一般管理費】 14,200,000 (円) 【観光宣伝事業費】 6,780,000 (円) 【受入対策事業費】 990,000 (円) 【観光イベント事業費】 410,000 (円) 【収益事業費】 1,600,000 (円) 【受託事業費】 15,300,000 (円) 【その他事業費】 11,592,574 (円) 【残額】 746,605 (円)
2020 (R2) 年度	112,000,000 (円)	【一般管理費】 13,900,000 (円) 【観光宣伝事業費】 5,300,000 (円) 【受入対策事業費】 1,000,000 (円) 【観光イベント事業費】 670,000 (円) 【収益事業費】 1,200,000 (円) 【受託事業費】 15,500,000 (円) 【その他事業費】 1,800,000 (円)
2021 (R3) 年度	40,000,000 (円)	【一般管理費】 14,000,000 (円) 【観光宣伝事業費】 3,500,000 (円) 【受入対策事業費】 2,000,000 (円) 【観光イベント事業費】 2,000,000 (円) 【収益事業費】 1,200,000 (円)

(別添) 様式 1

		【受託事業費】	15,500,000 (円)
		【その他事業費】	1,800,000 (円)
2022 (R4) 年度	40,200,000 (円)	【一般管理費】	14,200,000 (円)
		【観光宣伝事業費】	3,500,000 (円)
		【受入対策事業費】	2,000,000 (円)
		【観光イベント事業費】	2,000,000 (円)
		【収益事業費】	1,200,000 (円)
		【受託事業費】	15,500,000 (円)
		【その他事業費】	1,800,000 (円)

(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

受託事業等の収益事業の拡大による既存の財務基盤の拡大を図るとともに、新たな収益事業の構築を図る。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

弟子屈町は、一般社団法人摩周湖観光協会を弟子屈町における地域DMOとして登録する方針で来たが、現在、弟子屈町観光振興計画を策定中であり、そのなかで「てしかがえこまち推進協議会」が地域DMOの役割を担い、一般社団法人摩周湖観光協会を地域DMCとして位置付けることも選択肢の一つとして本年9月頃までに是非を含めて判断される予定であったが、コロナ禍対策事業に追われ、未だ決定に至っていない状況であるが、本年度末までには決定の見込みである。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	館田 康
担当部署名 (役職)	参事
郵便番号	088-3211
所在地	北海道川上郡弟子屈町中央1丁目5番1号
電話番号 (直通)	015-482-2200
FAX番号	015-482-1877
E-mail	masyu_as@peace.ocn.ne.jp

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	弟子屈町
担当者氏名	秋山 一夫
担当部署名 (役職)	観光商工課 (課長)
郵便番号	088-3292
所在地	北海道川上郡弟子屈町中央 2 丁目 3 番 1 号
電話番号 (直通)	015-482-2940
F A X 番号	015-482-5669
E - m a i l	akiyama.kazuo@town.teshikaga.lg.jp (LG-WAN 専用)

都道府県・市町村名	弟子屈町
担当者氏名	下谷 敏正
担当部署名 (役職)	観光商工課 (観光振興係長)
郵便番号	088-3292
所在地	北海道川上郡弟子屈町中央 2 丁目 3 番 1 号
電話番号 (直通)	015-482-2940
F A X 番号	015-482-5669
E - m a i l	shimoya.toshimasa@town.teshikaga.lg.jp (LG-WAN 専用)

【区域】弟子屈町

【設立時期】平成11年3月31日

【代表者】会長 渡辺 隆幸

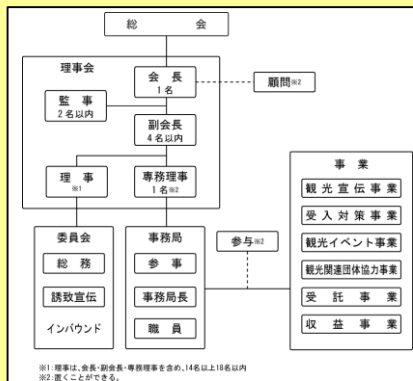
【マーケティング責任者】館田 康

【職員数】10人(内、事務局正職員3人)

【連携する主な事業者】

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
(株)ツーリズムてしかが、弟子屈町商工会
てしかがえこまち推進協議会、JA摩周湖

(表：実施体制)



(表：KPI(実績・目標))※()内は外国人に関するもの

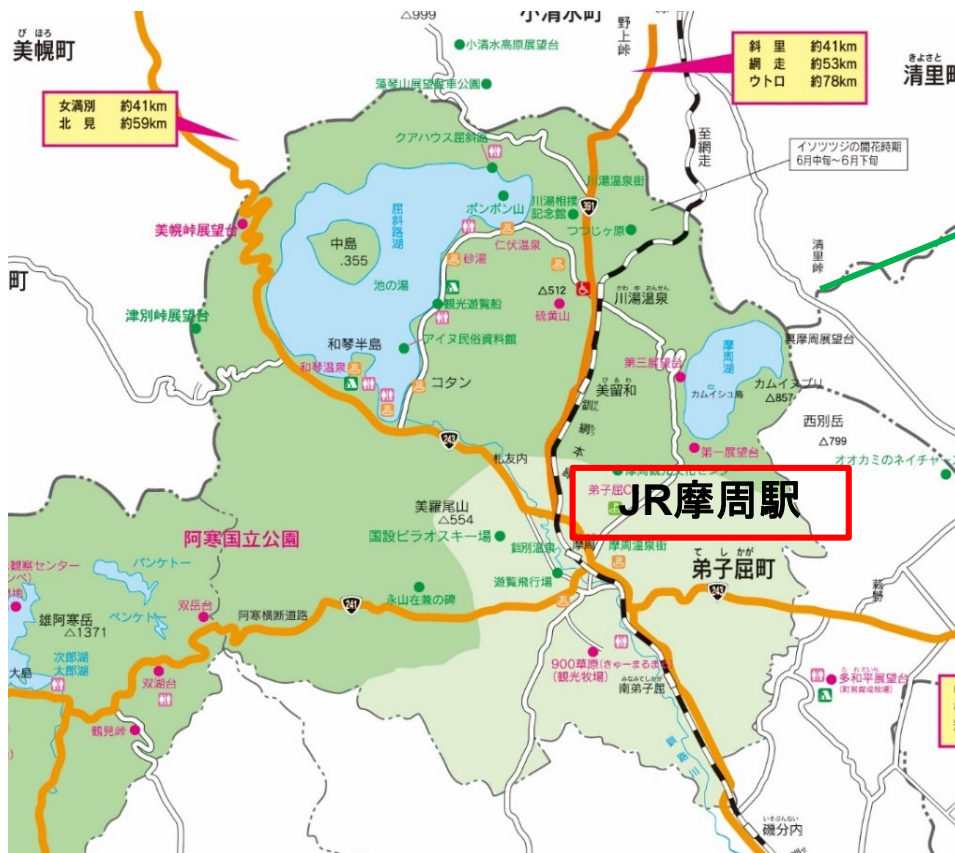
	2018年(度)		2019年(度)		2020年(度)	2021年(度)	2022年(度)
	赤字:実績						
旅行消費額 (千円/人)	33.4 (40.2)	42.0 (72.6)	31.5 (35.0)	35.0 (43.0)	35.0 (25.7)	30.0 ()	30.0 ()
延べ宿泊者数 (千人/人)	290.0 (27.4)	213.6 (25.2)	300.0 (28.9)	211.3 (25.8)	200.0 (27.4)	210.0 ()	220.0 ()
来訪者満足度 (%)	21.5 (18.0)	24.1 (33.8)	22.0 (20.0)	32.7 (47.5)	22.5 (18.0)	23.0 ()	23.5 ()
リピーター率 (%)	65.2 (9.7)	43.3 (19.7)	65.5 (10.9)	48.1 (26.6)	66.0 (9.7)	65.5 ()	67.0 ()

A プログラム開発に関する取組

- ・人の生活圏に隣接した、すぐ傍にある手つかずの自然を活用し、「ここだけ、あなただけ」のプレミアムな企画商品を検討開発するとともに、既存プログラムのプレミアム化を図る。
- ・広域連携による新たな周遊ルートの提案

B 受入環境整備に関する取組

- ・旅行会社との連携による多言語の標記の整備及び電話通訳
- ・広域連携によるWi-Fi環境整備
- ・広域連携や民間団体との連携による食物アレルギー等の対応の普及
- ・各種施設に対するセミナー実施によるおもてなし向上



C 交通に関する取組

- ・広域連携等による、個人で訪れる観光客の重要な足となる公共交通網の整備に向けた取り組みの推進

D プロモーションに関する取組

- ・官民連携によるプロモーション実施
- ・広域連携によるプロモーション実施
- ・旅行会社と連携した効果的なプロモーションの実施