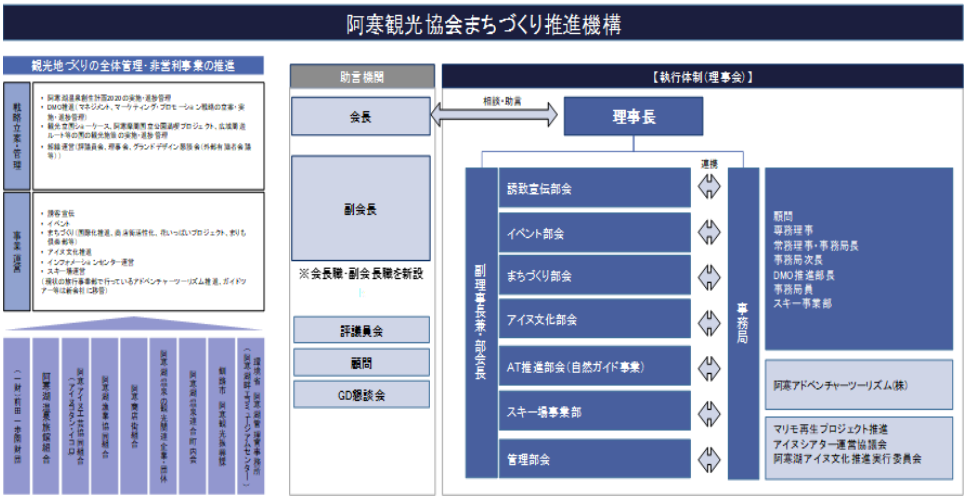
観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月２７日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･(地域ＤＭＯ)	
観光地域づくり法人の名称	NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	北海道釧路市阿寒町　阿寒湖温泉	
所在地	北海道釧路市阿寒町	
設立時期	２００５年７月６日	
事業年度	令和６年４月１日から令和７年３月３１日までの１年間	
職員数	１０人【常勤１０人（正職員７人・出向等２人・派遣社員１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）	（氏名） 松岡　尚幸 （出身組織名） （有）東邦館	令和３年６月理事長就任。１８年間当機構の理事長を務めた前任者（大西雅之）を副理事長として長年支え、機構内の理事者のみならず、地域住民からの信頼が厚い。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チーフ・マーケティング・	（氏名） 古川　幸男「専従」 （出身組織名） 釧路市 ホテル阿寒湖荘	釧路市役所では総合政策部次長や阿寒町行政センター長等を歴任し、行政側からの幅広い地域振興の視点を持つ。また、その後のホテル社長業経験を通して、官・民双方の観光業界にも幅広い人脈を持ち、観光地域マーケティングについても対応可能な知見と能力を持つ。
財務責任者（ＣＦＯ：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 山田　英智「専従」 （出身組織名） （株）北洋銀行	北洋銀行で培ってきた幅広い知識・経験を有し、DMO 推進部長として当機構の事業計画・管理、資金調達等の役割を担う。
事務運営責任者	（氏名） 樽見　琢磨「専従」 （出身組織名） 東武トップツアーズ(株)	東武トップツアーズでは長く旅行営業に従事し、茨城教育旅行支店（後に茨城南支店）や水戸支店長等を歴任し、観光業界に精通する。 従来の旅行業から MICE や受託業務へと変遷する中で、事業計画・管理・実践へと展開してきた経験をもつ。
旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 柳　和宏「専従」 （出身組織名） （株）JTB	JTB で培ってきた着地型商品化や観光戦略等の幅広い知識・経験を有し、DMO 推進部長として当機構の AT 事業、コンテンツ・商品開発を担う。

様式１

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（観光振興、湿原展望台、フィッシャーマンズワーフMOO）、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）、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）
連携する事業者名及び役割	阿寒アドベンチャーツーリズム（株）＜阿寒 DMC＞ （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（地域 DMO、滞在プログラム企画） （一社）ひがし北海道自然美への道 DMO（地域連携 DMO） （一財）前田一歩園財団（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㈱（滞在プログラム企画、スキー場事業） 阿寒バス㈱（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） ㈱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） 北海道エアポート(株)（空港受け入れ体制） （公財）日本交通公社（コンサルティング）
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	取締役、理事など観光地域づくり法人の意思決定に関与できる立場で行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野の関係団体の代表者が参画すること （NPO 法人の理事として阿寒湖温泉の宿泊施設、観光施設、商店街等幅広い分野の代表者が参画している。）  観光地域づくり法人が主導して行政や関係団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。 （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、「フォレストガーデンあり方検討委員会」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。）

様式１

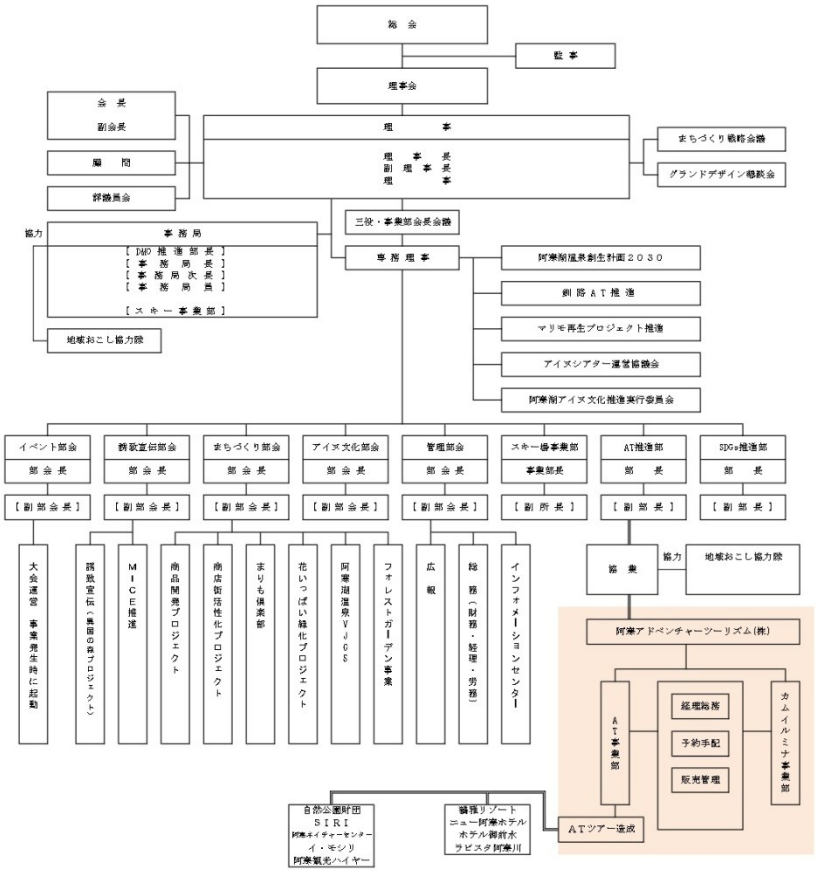
<table>
<tr><td>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</td><td>三役事業部長会議、理事会、総会、誘致宣伝部会、イベント部会、まちづくり部会、アイヌ文化部会等を開催する中で、アドベンチャーツーリズムコンテンツの発掘や商品化、アイヌ文化を基軸としたまちづくり等について観光地域づくりに関する意識啓発・参加促進を行っている。
■令和６年度　開催イベント
（※年次総会議案書１４頁参照）
1.阿寒・湖水開き 2024（4 月 29 日）
2.阿寒湖温泉　夏と秋の間の物語フェスタ（9 月 8 日）
3 第７５回　まりも祭り（10 月 8 日～10 日）
4.阿寒湖ウィンターイルミネーション（12 月 1 日～2 月 28 日）
5.第４６回　阿寒湖氷上フェスティバル（2 月 1 日～3 月 2 日）</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
（活動の概要）
令和３年１２月より「阿寒湖温泉 2030 ビジョン」がスタート。観光立国ショーケースの継承、国立公園満喫プロジェクトの継続を踏まえ、「世界・日本を代表する国立公園の温泉観光地（阿寒湖温泉）」を目指し、住民や事業者が参画する各部会活動とともに、アドベンチャーツーリズムや観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」活用、アイヌ文化や阿寒湖温泉の歴史・文化を継承する施設整備と持続的な運営、人材育成、安定的な財源の継続・強化（入湯税超過税分を原資とする「観光振興臨時基金」）等に取り組んできた。その経緯を踏まえ、令和 5 年 9 月、入湯税の超過課税の期間延長の検討について、「入湯税の超過課税に関する要望書」を阿寒湖温泉旅館組合と連名で釧路市へ提出した。
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>（活動の概要）
令和３年１２月より「阿寒湖温泉 2030 ビジョン」がスタート。観光立国ショーケースの継承、国立公園満喫プロジェクトの継続を踏まえ、「世界・日本を代表する国立公園の温泉観光地（阿寒湖温泉）」を目指し、住民や事業者が参画する各部会活動とともに、アドベンチャーツーリズムや観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」活用、アイヌ文化や阿寒湖温泉の歴史・文化を継承する施設整備と持続的な運営、人材育成、安定的な財源の継続・強化（入湯税超過税分を原資とする
「観光振興臨時基金」等）等に取り組む。</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>・ WiFi 環境の整備の拡充やクレジットカード決済店舗の拡大の取組は観光庁「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」申請書に記載」。観光 DX 基盤を整備することで、観光客のニーズや観光動向データを収集し、新たな観光施策を検討できる点を地元企業と検討中。
・ 前田一歩園財団と連携し、自然保護活動の推進（自然観察・学習活動等）や木彫りアーティストの育成、ブランド化）
・ 環境案内所、商店街、自然ガイドの多言語対応強化
・ 景観改善支援事業の実施（店舗景観整備）
・ 花いっぱい運動の実施
・ 釧路空港とのシャトルバス運行</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

様式１

		・ 無料温泉街循環バス（まりむ号）運行 ・ 商店街活性化（阿寒の素材を活用したオリジナル商品開発等） ・ 国立公園の遊歩道、園地、案内板等整備（環境省）
	観光資源の磨き上げ	○アイヌシアター　イコロ　令和６年度実績 「ロストカムイ」公演回数３５５回　入場者数　９，４２５人 「満月のリムセ」公演回数２２９回　入場者数　５，００１人 「アイヌ古式舞踊」　入場者数１８，５１８人 総入場者数３２，９４４人 ○カムイルミナ(※夜の国立公園の森のデジタルアート体験) 令和６年度実績　5/11～11/9　入場者総数２６，８０４人 ○アイヌ文化ガイドツアー「Anytime Ainutime の造成・販売 令和６年度実績、申込９９件、参加４０２人
	【定量的な評価】 阿寒湖温泉においては、近年では観光まちづくりの取り組みにより、人口、宿泊客数は下げ止まり、道内観光客数は増加の傾向にあったが、2019 年度における延べ宿泊者数は 502 千人であり、そのうち外国人旅行者は 97 千人だったが、2020 年 1 月以降は新型コロナウイルス（COVID-19）の影響を受けた。2023 年度は回復傾向にあり、2024 年度は国内はもとより、台湾をはじめとした東アジア圏に加え、欧米豪からの客層も倍増し、コロナ前の状況に戻りつつある。 2024 年度の延べ宿泊者数は 412 千人。	
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）。	**【実施体制の概要】** 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、アイヌ文化部会、まちづくり部、誘致宣伝部会、イベント部会、スキー場事業部、管理部会、AT 推進部、SDGs 推進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。 2017 年度より 2 名、2018 年度期中から 1 名、その後は 3 名の高度専門人材を配置し（2023 年度より 2 名）、体制の強化を図っている。 又、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推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、「フォレストガーデンあり方検討委員会」などにより、多様な関係者との合意形成を推進していく。 更に、JNTO 認定カテゴリーⅢの外国人観光案内所も運営していく。 阿寒 DMO は、2018 年に設立した阿寒 DMC「阿寒アドベンチャーツーリズム（株)」が推進する、自然との共生の大切さを体験いただく「阿寒湖の森ナイトウォーク『カムイルミナ』」の事業を支援するとともに、阿寒アイヌ工芸協同組合と連携し、アイヌシアター「イコロ」で上演中の『ロストカムイ』の継続、2024 年 4 月 27 日から上演を開始した新演目『満月のリムセ』の制作、事業支援連携と地域内外での告知に協力している。 上記に加え、高付加価値なアドベンチャーツーリズムの商品企画を行っていく。	

様式１

令和６年度組織図



様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

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求められる。それらを効率的かつ有効に推進するため、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、阿寒地区を対象区域としている。

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 として登録している（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】

2017 年度から 2024 年度までの入込状況

	宿泊者数（千人）	内訪日外国人旅行者（千人）
2017 年度	609	123
2018 年度	580	116
2019 年度	525	98
2020 年度	256	0.15
2021 年度	245	0
2022 年度	380	34
2023 年度	423	92
2024 年度	412	105

2024 年度の訪日外国人旅行者の国別泊数（千人泊）

台湾　52 千人泊（49%）
中国　13 千人泊（13%）
香港　 9 千人泊（ 9%）
欧米豪 7 千人泊（ 6%）※欧米豪層については、2014 年度１%以下であったが徐々に拡大

【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）

2017 年度実績　697 人
2018 年度実績　428 人
2019 年度中断
2021 年度実績　 96 人（冬季のみ）
2022 年度実績　206 人
2023 年度中断
2024 年度実績　 41 人

（文化体験）

・アイヌシアターイコロ入館者数

2017 年度実績　59,591 人
2018 年度実績　54,801 人
2019 年度実績　51,779 人　(COVID-19 の影響)
2020 年度実績　17,969 人　　(同上)
2021 年度実績　13,829 人　　(同上)
2022 年度実績　40,201 人
2023 年度実績　30,998 人
2024 年度実績　33,649 人

・まりも祭り
2017 年度実績　　9,500 人
2018 年度実績　　9,000 人
2019 年度実績　　8,500 人
2020 年度実績　COVID-19 の影響により中止
2021 年度実績　　（同上）
2022 年度実績　　（同上）
2023 年度実績　　4,000 人
2024 年度実績　　4,000 人

（スポーツ）
・スキー場利用者数
2017 年度実績　217,822 人
2018 年度実績　225,054 人
2019 年度実績　199,832 人
2020 年度実績　231,373 人
2021 年度事績　188,361 人
2022 年度実績　201,952 人
2023 年度実績　202,143 人
2024 年度実績　201,877 人

・スキー大会数
2017 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
2018 年度実績　6 回（全日本スキー選手権大会アルペン競技等）　1,342 人
2019 年度実績　4 回（全日本スキー選手権大会アルペン競技等）　1,199 人
（COVID-19 のため 3 大会中止）
2020 年度実績　7 回（全日本スキー選手権大会アルペン競技等）　1,434 人
2021 年度実績　9 回（全日本スキー選手権大会アルペン競技等）　1,595 人
2022 年度実績 11 回（全日本スキー選手権大会アルペン競技等）　2,199 人
2023 年度実績 10 回（全日本スキー選手権大会アルペン競技等）　1,801 人
2024 年度実績 10 回（全国高等学校総合体育大会(インターハイ)等　2,073 人

（イベント）
・阿寒湖カムイへの祈り　8/1～11/8
2020 年度実績　7,718 人

・阿寒湖まりも夏希灯　7/1～8/31
2017 年度実績　8,070 人
2018 年度実績　5,200 人
2019 年度　　カムイルミナの開催に変更
2020 年度　　カムイへの祈りの開催に変更
2021 年度　　以後開催なし

・千本タイマツ～マリモの護り火～　9/1～10/28
2017 年度実績　2,900 人
2018 年度実績　2,950 人
2019 年度　　カムイルミナの開催に変更
2020 年度　　カムイへの祈りの開催に変更
2021 年度　　以後開催なし

・カムイルミナ
2019 年度実績　34,160 人
2020 年度実績　COVID-19 の影響により中止・2021 年度 6 月から再開
2021 年度実績　17,421 人
2022 年度実績　24,340 人
2023 年度実績　23,426 人
2024 年度実績　26,804 人

・阿寒湖氷上フェスティバル
ＩＣＥ・愛す・阿寒「冬華美」　2/1～3/中旬
2017 年度実績　16,950 人
2018 年度実績　18,800 人
2019 年度実績　14,000 人
2020 年度実績　COVID-19 の影響により中止
2020 年度実績　1,500 人
2021 年度実績　9,089 人
2022 年度実績　7,923 人
2023 年度実績　7,659 人
2024 年度実績　8,828 人

【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】
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 18 施設、宿泊収容力：約 4,300 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：車で約 40 分

区域までの交通
・釧路市内：路線バス　4 月～6 月：3 往復　7 月～10 月：4 往復　11 月～3 月：3 往復
※当機構が運営の助成を行う阿寒エアポートライナーの運行を 2017 年 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」の運行

【外国人観光客への対応】
・2024 年度の外国人宿泊延べ数は阿寒地区 104.7 千人であり、台湾からの宿泊が多い。
（※添付データ：「令和 6 年度釧路市観光入込客数」から引用）
・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。

様式１

３．各種データ等の継続的な収集・分析

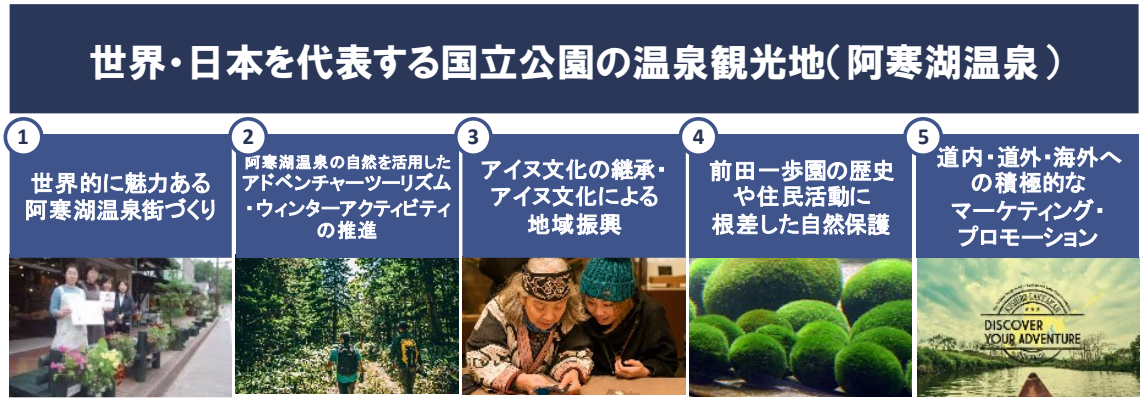
収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	水のカムイ観光圏は DMO ネットやグーグルアナリティクスを活用してアクセス状況等を把握 釧路市（阿寒含む）については、DMO ネットやアソビュー㈱のシステム、エリアゲート（地域コンテンツ管理、販売システム）を活用して入手
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	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。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

２０３０年に向けて、阿寒湖温泉の原点に立ち戻り「世界・日本を代表する国立公園の温泉観光地（阿寒湖温泉）」を目指します。
これまでの前田一歩園財団をはじめとする阿寒湖住民の自然保護活動、まちづくり、アイヌ文化の伝承といった取り組みを継承しつつ、コロナ禍の危機的な状況からの復興、阿寒湖温泉の世代交代を図ります。また、アドベンチャーツーリズム、ウィンターアクティビティといった自然を楽しむ、アイヌ文化に彩られる「阿寒摩周国立公園の宿泊拠点」として、国立公園にふさわしい世界水準の観光地づくりに取り組みます。

2030年に向けて、阿寒湖温泉が目指す姿と5つの取り組み



（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） 〇希少で豊かな特徴ある自然 〇気象・風土に特徴がある 〇自然との共生の文化 〇豊かな食 〇冬季の環境の強み 〇環境への配慮	弱み（Weaknesses） 〇二次交通の脆弱性 〇案内・サイン類の不備 〇国際化対応 〇差別化・ブランド化不足 〇国立公園の制約 〇担い手・人材・投資の不足
外部環境	機会（Opportunity） 〇インバウンドの伸び 〇アドベンチャーツーリズムの広がり 〇アイヌ文化の存在感増 〇旅行客ニーズの多様化 〇宿泊税導入議論の進展 〇北海道東トレイル開通	脅威（Threat） 〇貸切バス運賃の距離的ハンディ 〇航空運賃の高さ 〇新千歳空港への一極集中 〇季節特有の交通障害

（３）ターゲット

〇第１ターゲット層
※台湾・香港・シンガポール等アジア圏の富裕層、欧米豪の富裕層、国内（関東・関西圏）
※特にアドベンチャーツーリズム嗜好者 30 代～60 代

〇選定の理由
※第３期　水のカムイ観光圏整備計画（※添付データ）のターゲット設定を元に、現在のメインターゲットである台湾・香港等のアジア圏を維持しつつ、サブターゲットとして阿寒地域で近年大幅な伸び率であるイギリス・ドイツ・フランス等の欧米豪をあげておきたい。イギリス・ドイツ・フランスにおいては、現在水のカムイ観光圏域で進めているアドベンチャーツーリズムの主要市場である欧米豪の富裕層とも重なり、更に欧米豪は先住民族やアイヌ文化に高い関心を持つ旅行者が多く、阿寒湖温泉にある北海道最大のアイヌコタン等、興味を持っていただける素材もあるため、圏域内の観光消費向上のためにも販路開拓を進めて行きたい。
国内旅行客については、道外からの来訪者のうち、関東方面、関西方面から更なる誘客を進めたい。

〇取組方針
●世界の旅行客から選ばれる観光地域づくり
満足度調査では、認知されたサービス品質・価値について、「景観や雰囲気」の評価が高く、これらの要素に加え、自然との共生の思想を重んじるアイヌの方々が居住し地区ごとに個性と多様性に富むアイヌ文化を意識したこの地域らしい滞在コンテンツを地域一体となって充実させていくことで、評価が低い「体験プログラム・ツアー」の充実を図りながら、デジタルプロモーションの実施や受入環境の整備を行い、旅行客の期待に応えられる高付加価値で持続可能な観光地域づくりを進める。

〇ターゲット層
サブターゲット：欧米豪の富裕層、国内（関東・関西圏）

〇選定の理由
アドベンチャートラベルの主要市場である欧米豪をサブターゲットとし、水のカムイ観光圏域内の観光消費の向上とアドベンチャートラベル市場の販路拡大を図る。また、観光系のサイト（JNTO 等）・ブログからの情報の割合も高いことから、デジタルプロモーション強化を図る。

〇取組方針
自然・文化等の保全に配慮した観光コンテンツを開発するに当たり、水のカムイ観光圏域のコンセプト「水のカムイと出会える旅へ」の特別感を体感できる滞在プログラムを造成し、自然と共生す

る取り組みを、観光団体・事業者・行政・地域住民が一体となって進めることにより、持続可能な観光地域づくりを目指す。
また、満足度調査の結果を参考に進めている各種受入環境整備については、水のカムイ観光圏域内の「移動」や「情報収集」など、引き続き快適に旅行できる環境整備を行う。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	世界・日本を代表する国立公園内の観光・温泉地（阿寒湖温泉）
②コンセプトの考え方	阿寒湖温泉は 20 年にわたり「まりも家族憲章」「観光協会とまちづくり協議会を合併した新しい組織づくり」「観光まちづくりの財源確保へのチャレンジ」「阿寒湖フォレストガーデン」「アドベンチャートラベル」等に取り組んで来た。 あらためて阿寒湖温泉のまちづくりの原点を考えたとき、阿寒湖温泉は「国立公園内にある温泉観光地」であることを再認識することになる。 そして、阿寒湖には国の特別天然記念物に指定されている「マリモ」が生息しており、他国で球状マリモの生息地が消滅していく中、住民によるマリモ返還運動や保護活動、周辺森林などの環境保全活動、マリモの研究などを積み重ね、世界で唯一の大型球状マリモの生息地となっている。 また、阿寒湖には北海道で最大のアイヌコタンもあり、アイヌ文化とマリモもつながりがある。 これまでアイヌ文化の継承、(一財)前田一歩園財団の森林保全活動等と共に阿寒湖温泉の住民が取組んできた自然保護・自然との共存、雄大で多様な自然、そして、その自然と共生してきた歴史文化を来訪者の方々にも体感していただくことをコンセプトとして設定し、取組を進めて行きたい。

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。	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三役事業部長会議、理事会、総会、各部会等で、関係者への浸透を図っている。
	水のカムイ観光圏来訪者満足度調査（訪日外客含む）を通じて、観光客の反応をモニタリングし、その分析結果を事業推進部はじめ、誘客宣伝部会、イベント部会、まちづくり部会、アイヌ文化部会等の関係と共有し、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。
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	来訪者満足度調査（訪日外客含む）を通じて、観光客の反応をモニタリングし、その分析結果を事業推進部はじめ、誘客宣伝部会等の関係者と共有し、サービスの維持・向上を検討する体制を構築している。 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を構築している。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一	「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

様式１

元的な情報発信･プロモーション	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進めており、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、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、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（ATWS（アドベンチャートラベル ワールドサミット）への出展等を図っている。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（千円）	目標	37.8	38.0	38.0	57.0	57.3	57.6
		(50.5)	(50.8)	(51.0)	(72.0)	(72.4)	(72.7)
	実績	47.2	54.0	49.8			
		(60.1)	(72.1)	(66.7)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	1,720.5	1,729.1	1,729.1	1,519.6	1,571.2	1,624.4
		(294.1)	(294.1)	(294.0)	(155.3)	(164.6)	(174.5)
	実績	1,395.4	1,405.6	1,493.1			
		(45.8)	(138.2)	(168.5)			
●来訪者満足度（%）	目標	20.7	20.8	20.9	26.0	26.1	26.3
		(22.2)	(22.3)	(22.4)	(36.0)	(36.2)	(36.4)
	実績	20.2	23.7	23.5			
		(34.6)	(35.3)	(35.0)			
●リピーター率（%）	目標	51.1	51.4	51.6	55.0	55.3	55.6
		(22.2)	(22.3)	(22.4)	(20.0)	(20.1)	(20.2)
	実績	61.0	56.4	59.4			
		(18.2)	(19.8)	(25.7)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値
※2022(R4)～2024(R6)年度必須 KPI は水のカムイ観光圏にて R2 年度から 5 ヶ年計画で策定した KPI、2025(R7)～2027(R9)年度必須 KPI は R7 年度から 5 ヶ年計画で策定した KPI を参照。

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】
水のカムイ観光圏が令和 2 年 4 月からの第 2 期に続き、令和 7 年 4 月から第 3 期 5 年間の整備計画認定を受け、新たに 5 ヶ年の KPI を設定。地域 DMO の KPI はこの数値に準ずる。

【設定にあたっての考え方】
●旅行消費額
新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが５類に移行され、行動制限が解除された 2023 年度(令和 5 年度)の実績をベースに基礎数値を設定。

●延べ宿泊者数
2024 年度(令和 6 年度)上期(4 月～9 月)までの実績をベースに、釧路市及び弟子屈町の計画目標値を勘案して設定。

●来訪者満足度
●リピーター率
新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが５類に移行され、行動制限が解除された 2023 年度(令和 5 年度)の実績をベースに基礎数値を設定。

様式１

（２）その他の目標

指標項目		2022 （Ｒ４） 年度	2023 （Ｒ５） 年度	2024 （Ｒ６） 年度	2025 （Ｒ７） 年度	2026 （Ｒ８） 年度	2027 （Ｒ９） 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。
・・・

様式１

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（千円）	内訳（千円）
2022 年 （Ｒ４年度）	252,663	【国からの補助金】41,022 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】61,931 【公物管理受託】26,004 【収益事業】50,235 【会費】18,987 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】等 54,484
2023 年 （Ｒ５年度）	181,136	【国からの補助金】70,794 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】38,738 【公物管理受託】7,526 【収益事業】42,004 【会費】18,862 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）3,212
2024 年 （Ｒ６年度）	190,852	【国からの補助金】0 【都道府県からの補助金】0 【市町村からの補助金】98,403 【公物管理受託】3,660 【収益事業】57,466 【会費】21,050 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】10,272
2025 年 （Ｒ７年度）	250,000 （見込み）	収益事業 53,000 委託事業 22,000 補助金・情勢金 150,000 会費・寄付金 19,000　その他 6,000
2026 年 （Ｒ８年度）	250,000 （見込み）	収益事業 53,000 委託事業 22,000 補助金・情勢金 150,000 会費・寄付金 19,000　その他 6,000
2027 年 （Ｒ９年度）	250,000 （見込み）	収益事業 53,000 委託事業 22,000 補助金・情勢金 150,000 会費・寄付金 19,000　その他 6,000

（２）支出

年（年度）	総支出（千円）	内訳（千円）
2022 年 （Ｒ４年度）	272,222	【一般管理費】70,094 【情報発信・プロモーション】15,440 【受入環境整備等の着地整備】10,507 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】96,116 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】61,689 【観光イベントの開催費】等 18,376
2023 年 （Ｒ５年度）	220,563,	【一般管理費】84,658 【情報発信・プロモーション】8,651 【受入環境整備等の着地整備】3,499 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】13,385 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】85,343 【観光イベントの開催費】等 25,027
2024 年 （Ｒ６年度）	190,610	【一般管理費】77,700 【情報発信・プロモーション】9,059 【受入環境整備等の着地整備】4,192 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】5,083 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】82,510 【観光イベントの開催費】等 12,066
2025 年 （Ｒ７年度）	250,000	【一般管理費】60,000 【情報発信・プロモーション】15,000 【受入環境整備等の着地整備】10,000 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】90,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）60,000 【観光イベントの開催費】等 15,000
2026 年 （Ｒ８年度）	250,000	【一般管理費】60,000 【情報発信・プロモーション】15,000 【受入環境整備等の着地整備】10,000 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】90,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）60,000 【観光イベントの開催費】等 15,000
2027 年 （Ｒ９年度）	250,000	【一般管理費】60,000 【情報発信・プロモーション】15,000 【受入環境整備等の着地整備】10,000 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】90,000 【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）60,000 【観光イベントの開催費】等 15,000

（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、釧路市が条例化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、上記財源にも限りがあり、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「阿寒湖の森ナイトウォーク『カムイルミナ』」事業や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阿寒 DMC「阿寒アドベンチャーツーリズム（株)」を設立した。

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

北海道釧路市は、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同法人とともに申請します。

９．マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携ＤＭＯ（県単位以外）や地域ＤＭＯと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【区域が重複する背景】
阿寒町と釧路市の合併を契機に、また阿寒摩周国立公園、釧路湿原国立公園といった自然資源の連携、釧路空港や釧路市街との連携による相乗効果をねらい、従来から「観光圏」として連携して活動していた 3 つの観光協会が、より連携を強化する目的で、地域連携 DMO とした。
【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】
本 DMO が対象区域とする阿寒湖温泉は、地域連携 DMO（(一社）釧路観光コンベンション協会、(一社）摩周湖観光協会、(一社）ひがし北海道自然美への道 DMO）さらに広域連携 DMO である北海道観光振興機構と連携している。役割分担としては、阿寒 DMO は阿寒湖温泉エリアにおける観光まちづくり（受入環境整備、着地整備）を主としながら、(一社）釧路観光コンベンション協会、(一社）摩周湖観光協会との広域的な着地商品開発や二次交通における連携を行っている。特にアドベンチャーツーリズム等、特定層のプロモーションに関しては各 DMO の資源・実施者と連携しながら取り組んでいる。
北海道観光振興機構とは、北海道としてのプロモーションを中心に、連携している。
又、ひがし北海道自然美への道 DMO は当機構内に事務局があるため、日常的に各取組についての意見交換を行っている。

様式１

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	樽見　琢磨
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	085-0467
所在地	北海道釧路市阿寒町阿寒湖温泉 2 丁目 6-20
電話番号（直通）	0154-67-3200
ＦＡＸ番号	0154-67-3024
Ｅ－ｍａｉｌ	tarumi@lake-akan.com

１１．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	北海道
担当者氏名	山崎　貴志
担当部署名（役職）	北海道運輸局観光部（次長）
郵便番号	060-0042
所在地	札幌市中央区大通西 10 丁目　札幌第二合同庁舎
電話番号	011-290-2700
ＦＡＸ番号	011-290-2702
Ｅ－ｍａｉｌ	Yamazaki-152ak@mlit.go.jp

都道府県･市町村名	釧路市
担当者氏名	鈴木　紀子
担当部署名（役職）	釧路市産業振興部観光振興室（室長）
郵便番号	085-8505
所在地	釧路市黒金町 7 丁目 5 番地
電話番号（直通）	0154-31-4549
ＦＡＸ番号	0154-31-4203
Ｅ－ｍａｉｌ	Noriko.suzuki@city.kushiro.lg.jp

都道府県･市町村名	釧路市
担当者氏名	杉崎　太
担当部署名（役職）	釧路市産業振興部阿寒観光振興課（課長）
郵便番号	085-8505
所在地	釧路市阿寒町阿寒湖温泉 2 丁目 6-20
電話番号（直通）	0154-67-2505
ＦＡＸ番号	0154-67-2839
Ｅ－ｍａｉｌ	futoshi.sugisaki@city.kushiro.lg.jp

様式１

（登録）【地域DMO】 NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構

様式2

記入日：令和 7年 7月27日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
北海道釧路市阿寒町阿寒湖温泉
【設立時期】 2005年7月6日
【設立経緯】
区域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 松岡 尚幸
【マーケティング責任者（CMO）】 古川 幸男
【財務責任者（CFO）】 山田 英智
【職員数】 10人（常勤10人（正職員7人・出向等2人・派遣社員1人）
【主な収入】
補助金98,403千円、収益事業57,466千円、会費21,050千円等（R6年度決算）
【総支出】
一般管理費77,700千円、コンテンツ開発5,083千円、マーケテイング82,510千円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
阿寒アドベンチャーツーリズム㈱、阿寒湖温泉旅館組合、阿寒観光汽船㈱、阿寒アイヌ工芸協同組合、（一社）阿寒アイヌコンサルン 他

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（千円）	目標	37.8（50.5）	38.0（50.8）	38.0（51.0）	57.0（72.0）	57.3（72.4）	57.6（72.7）
	実績	47.2（60.1）	54.0（72.1）	49.8（66.7）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	1,720.5（294.1）	1,729.1（294.1）	1,729.1（294.0）	1,519.6（155.3）	1,571.2（164.6）	1,624.4（174.5）
	実績	1,395.4（45.8）	1,405.6（138.2）	1,493.1（168.5）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	20.7（22.2）	20.8（22.3）	20.9（22.4）	26.0（36.0）	26.1（36.2）	26.3（36.4）
	実績	20.2（34.6）	23.7（35.3）	23.5（35.0）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	51.1（22.2）	51.4（22.3）	51.6（22.4）	55.0（20.0）	55.3（20.1）	55.6（20.2）
	実績	61.0（18.2）	56.4（19.8）	59.4（25.7）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
台湾、香港・シンガポール等のアジア圏、
欧米豪の富裕層、国内富裕層（FIT）
※特にアドベンチャートラベル嗜好者30代～60代
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
地域の宝“手付かずの自然”“アイヌ文化”を活かしたアドベンチャートラベルなど、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
アドベンチャートラベル等を支えるガイドの育成と多言語対応力の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、域周遊ニーズに対応した情報発信による顧客創造・獲得の推進等
【観光地域づくりのコンセプト】
世界・日本を代表する国立公園内の観光・温泉地（阿寒湖温泉）

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
- アイヌ文化・技術伝承拠点（アイヌクラフトセンター）及び阿寒湖フォレストガーデンの二次整備
- アイヌシアターイコロ新演目「満月のリムセ」の上演への事業推進
- 夜の国立公園の森を歩いて体験するデジタルアート「カムイルミナ」の継続
- アイヌ文化ガイドツアー”Anytime Ainutime”の造成・販売
- アドベンチャートラベルの推進、質の高い自然ガイドツアー、JSTS-Dの活用、

【受入環境整備】
・WIFI環境整備、クレジットカード決済店舗の拡大
・観光案内所、商店街、自然ガイドの多言語対応強化
・景観改善支援事業、花いっぱい運動の推進
・釧路空港とのシャトルバス、温泉街循環バスの運行

【情報発信・プロモーション】
- 地元女性グループ（まりも倶楽部）による温泉街マップの制作・配布や“阿寒湖1年生”事業の多言語化とプログラムの充実
- ATWS2023北海道への参画とプレ及びポストサミットアドベンチャーにおけるプロモーション
- ATWS北海道後のアドベンチャーツーリズムを核とした国内・海外へのプロモーション活動