

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年7月31日

1. 観光地域づくり法人の組織

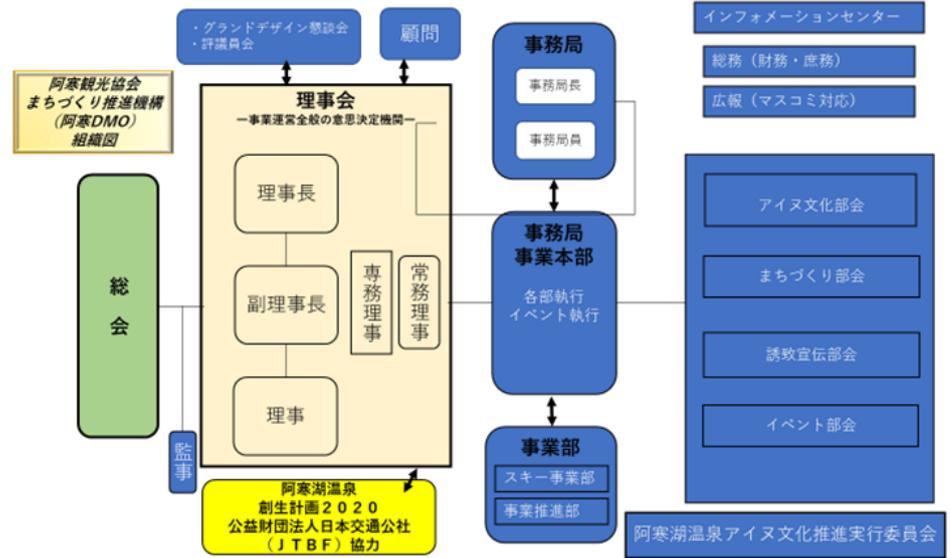
申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO 地域DMO	
観光地域づくり法人 の名称	NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構	
マネジメント・マー ケティング対象とす る区域	北海道釧路市阿寒町 阿寒湖温泉	
所在地	北海道釧路市阿寒町	
設立時期	2005年7月6日	
事業年度	令和5年4月1日から令和6年3月31日までの1年間	
職員数	15人【常勤15人（正職員13人・出向等2人）】	
代表者（トップ人 材：法人の取組につ いて対外的に最終的 に責任を負う者）	（氏名） 松岡 尚幸 （出身組織名） （有）東邦館	令和3年6月理事長就任。18年間当機構の理事 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（CM O：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。
各部門（例：プロモ ーション）の責任者	（氏名） 平山 公明「専従」 （出身組織名） 新潟交通（株）等	新潟交通(株)在職中に新潟県ソウル事務所出向時 （韓国駐在）のインバウンド誘致を皮切りに全国公 募就任で静岡県観光協会や長門市観光CV協会 （山口県）及び妙高DMO（新潟県）等で地域活 性化商品の開発や対外プロモーション活動等、幅 広い観光施策展開の経験を持つ。
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。

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<p>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）</p>
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>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） 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）</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>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。）</p> <div data-bbox="459 1137 1426 1626" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">阿寒観光協会まちづくり推進機構</p> <p>The organizational chart is divided into several sections:</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光地づくりの全体管理・非営利事業の推進 (Overall management of tourism development and promotion of non-profit activities): <ul style="list-style-type: none"> 観光地づくり推進部 (Tourism Development Promotion Dept): Includes tasks like regional branding, DMO development, and marketing. 観光振興部 (Tourism Revitalization Dept): Focuses on local branding, cultural promotion, and infrastructure. 観光振興部 (Tourism Revitalization Dept): Focuses on local branding, cultural promotion, and infrastructure. 観光振興部 (Tourism Revitalization Dept): Focuses on local branding, cultural promotion, and infrastructure. 【執行体制(理事会)】 (Executive System (Board of Directors)): <ul style="list-style-type: none"> 会長 (Chairman) and 理事長 (President) are at the top, with a '相談・助言' (Consultation/Advice) link between them. 副会長 (Vice Chairman) and 副理事長 (Vice President) are below them. ※会長職・副会長職を新設 (Newly created Chairman and Vice Chairman positions). 評議員会 (Board of Advisors) and 顧問 (Advisor) are also shown. GD懇談会 (GD Roundtable) is at the bottom. 各委員会・部会 (Various Committees and Departments): <ul style="list-style-type: none"> 語学宣伝部会 (Language Information Committee) イベント部会 (Event Committee) まちづくり部会 (Machizukuri Committee) アイヌ文化部会 (Ainu Cultural Committee) AT推進部会(自然ガイド事業) (AT Promotion Committee (Natural Guide Business)) スキー場事業部 (Ski Field Business Dept) 管理部会 (Management Committee) 事務局 (Secretariat): <ul style="list-style-type: none"> 顧問 (Advisor): 専務理事 (Executive Director), 常務理事・事務局長 (Senior Director/General Manager), 事務局次長 (Deputy General Manager), 事務部長 (Department Head), 事務担当 (Staff). 阿寒アドベンチャーツーリズム(株) (Kamikawa Adventure Tourism Co., Ltd.) マリモ再生プロジェクト推進 (Marimo Regeneration Project Promotion), アイヌシアター運営協議会 (Ainu Theater Operating Agreement), 阿寒湖アイヌ文化推進実行委員会 (Kamikawa Lake Ainu Culture Promotion Action Committee). </div> <p>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。）</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>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。</p> <p>■R5年度 コロナ禍を経て4年ぶりにフルバージョンで開催されたイベント（※年次総会議案書6頁参照）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 阿寒・湖水開き 2023（4月29日） 2. 阿寒湖温泉 夏と秋の間の物語フェスタ（9月9日） 3 第74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9日～2月29日） ※観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」採択事業 5. 第45回 阿寒湖氷上フェスティバル（2月1日～3月2日） 						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】 （活動の概要）</p> <p>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、安定的な財源の継承・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。</p> <table border="1" data-bbox="459 1137 1436 2027"> <thead> <tr> <th data-bbox="459 1137 646 1182">事業</th> <th data-bbox="646 1137 1436 1182">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="459 1182 646 1630"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="646 1182 1436 1630"> <p>（活動の概要）</p> <p>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、安定的な財源の継承・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。</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="459 1630 646 2027"> <p>受入環境の整備</p> </td> <td data-bbox="646 1630 1436 2027"> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・前田一步園財団と連携し、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） ・観光協会によるクレジットカード決済店舗の拡大の検討 ・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 </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>（活動の概要）</p> <p>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、安定的な財源の継承・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。</p>	<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・前田一步園財団と連携し、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） ・観光協会によるクレジットカード決済店舗の拡大の検討 ・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
事業	実施概要						
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>（活動の概要）</p> <p>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、安定的な財源の継承・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。</p>						
<p>受入環境の整備</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・前田一步園財団と連携し、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） ・観光協会によるクレジットカード決済店舗の拡大の検討 ・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 						

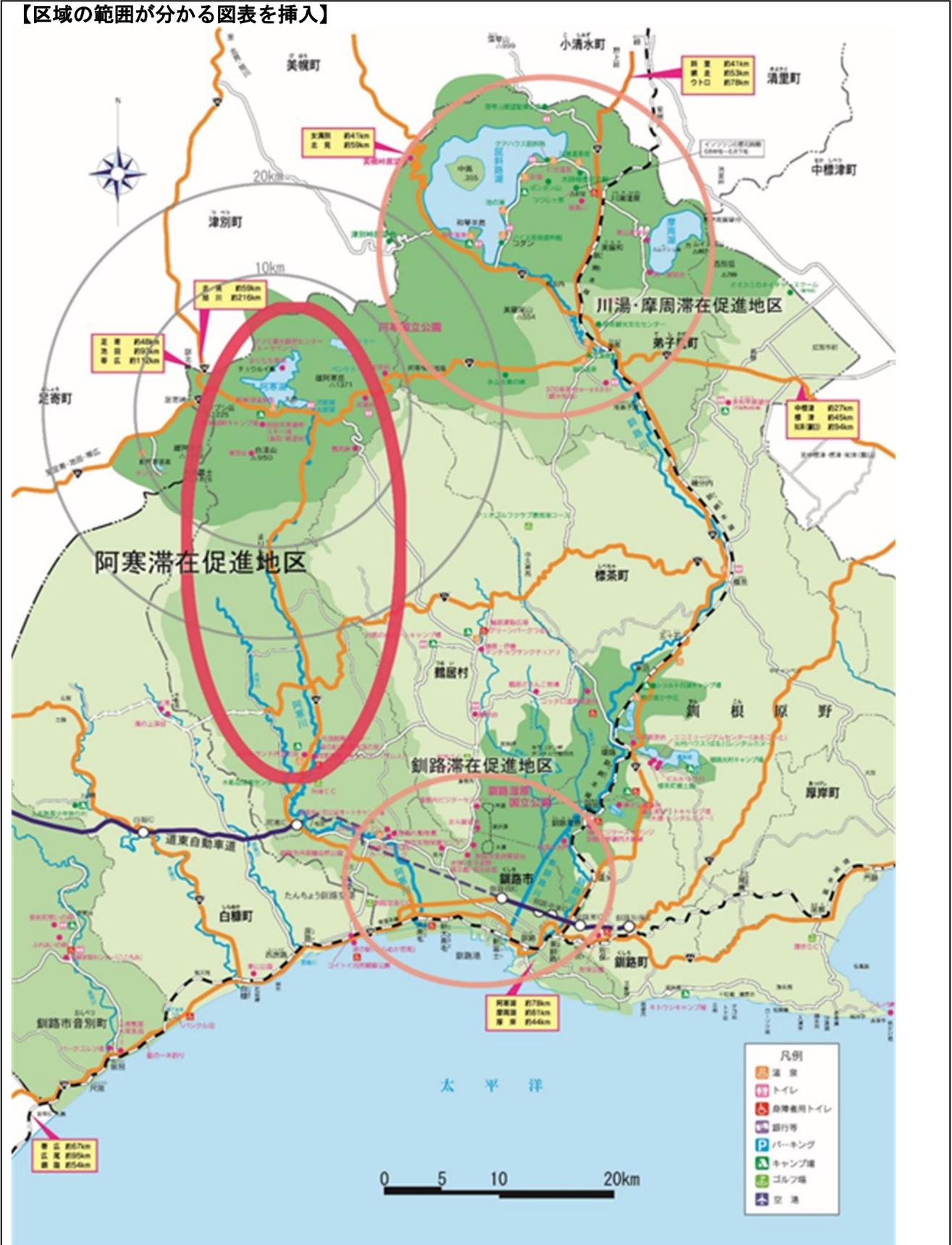
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 釧路空港とのシャトルバス運行 ・ 無料温泉街循環バス（まりむ号）運行 ・ 商店街活性化（漫画「刃牙」連携によるアニメツーリズム、阿寒の素材を活用したオリジナル商品開発等） ・ 国立公園の遊歩道、園地、案内板等整備（環境省）
観光資源の磨き上げ	<p>○アイヌシアター イコロ「ロストカムイ」令和5年度実績 公演回数 591回 期日 4/1 から 4/28 平日（1公演）・土日祝日（2公演） 4/29～10/31 毎日2公演 11/1～3/31 平日（1公演）・土日祝日（2公演） 休館日：12月4日～8日、年末年始、2月10～11日 入場者総数 14,561人</p> <p>○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5年度実績 5/13～11/11 入場者総数 23,426人</p> <p>○アイヌ文化ガイドツアー「Anytime Ainutime の造成・販売」 令和5年度集客数、126件、449人</p>
	<p>【定量的な評価】</p> <p>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501千人であり、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、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散見され、コロナ前に状況に戻りつつある。また、観光庁補助金事業を2事業採択を受け、受入施設のハード改修の為に資金活用及び厳冬期の集客に貢献した「阿寒湖ウィンターイルミネーション」への活用等で集客増に結びつき、延べ宿泊者数は423千人まで回復した。</p>
<p>実施体制</p> <p>※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>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、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。</p> <p>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、多様な関係者との合意形成を推進していく。</p> <p>さらに、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。更に阿寒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』」事業を支援するとともに、アイヌ工芸協同組合と連携しつつ、アイヌシアター「イコロ」の『ロストカムイ』上演継続とともに新演目「満月のリムセ」の制作、事業支援連携と地域内告知（※2024年4月27日～上演）に協力している。</p>

上記に加え、高付加価値のアドベンチャーツーリズム商品の企画を行っていく。



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 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】

2016 年度から 2023 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）
2016 年度	586	109
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

2023 年度の訪日外国人旅行者の国別泊数（千人泊）

台湾 44 千人泊（44%）

中国 20 千人泊（19%）

香港 8 千人泊（8%）

欧米豪 4 千人泊（4%）※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）

2016 年度実績 1,194 人

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

（文化体験）

・アイヌシアターイコロ入館者数

2016 年度実績 55,622 人

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

- ・ まりも祭り

2016年度実績	9,000人
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

(スポーツ)

- ・ スキー場利用者数

2016年度実績	260,693人
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年度実績	188,361人
2022年度実績	201,952人
2023年度実績	202,143人

- ・ スキー大会数

2016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
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

(イベント)

- ・ 阿寒湖カムイへの祈り 8/1～11/8

2020年度実績	7718人
----------	-------

- ・ 阿寒湖まりも夏希灯 7/1～8/31

2016年度実績	7,174人
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	今年度より開催の予定なし

- ・ 千本タイマツ～マリモの護り火～ 9/1～10/28

2016年度実績	3,000人
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 今年度より開催の予定なし

・カムイルミナ

2019年度実績 34,160人
2020年度はコロナのため開催中止。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

・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

2016年度実績 23,800人
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 1500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

【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2016年3月に開通

・開通後 阿寒IC：車で約40分

・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往復 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】

・2023年度の外国人宿泊延べ数は阿寒地区91.5千人であり、台湾からの宿泊が多い。

(※添付データ：「令和5年度釧路市観光入込客数」参照)

・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

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(株)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

世界・日本を代表する国立公園の温泉観光地(阿寒湖温泉)

① 世界的に魅力ある 阿寒湖温泉街づくり 	② 阿寒湖温泉の自然を活用した アドベンチャーツーリズム ・ウィンターアクティビティ の推進 	③ アイヌ文化の継承・ アイヌ文化による 地域振興 	④ 前田一歩園の歴史 や住民活動に 根差した自然保護 	⑤ 道内・道外・海外へ の積極的な マーケティング・ プロモーション 
--	--	--	--	--

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○前田一步園財団を中心とした自然との共生を重視した自然保護の歴史とフィロソフィー ○マリモ保護活動に代表される住民が主体となった自然保護活動の歴史とフィロソフィー ○自然との共生を大切にするアドベンチャーツーリズムの国際組織 ATTA との緊密な連携 ○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 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○多国籍化への対応が十分とは言えない ○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 ○二次交通が十分とは言えない ○WEB での ONESTOP 化が十分とは言えない ○医療体制の強化が十分とは言えない ○宿泊施設以外の飲食場所が少ない。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○2023 年アドベンチャートラベルワールドサミット (ATWS) (札幌市) / プレサミット、ポストサミット (釧路市) ○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 ○道内主要空港の民営化 (釧路空港含む) ○国立公園満喫プロジェクトの継続・新たな展開 (環境省) ○アイヌ文化への注目 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ATWS2023 をきっかけに国立公園を中心とした全国各地での、AT に関する受け入れ環境整備の強化。 ○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。 ○最寄り空港までの交通費が割高である。

(3) ターゲット

<p>○第1ターゲット層</p> <p>※欧米豪、台湾、香港・シンガポール等のアジア富裕層、国内富裕層 (FIT)</p> <p>※特にアドベンチャーツーリズム嗜好者 30代~60代</p>
<p>○選定の理由</p> <p>※第2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 (P12) を元に、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 75 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 (AT) 市場からの需要獲得を狙う。AT は地域の文化を知りたい、という意向が強い。</p> <p>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わ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。</p> <p>○取組方針</p> <p>“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、2018 年 4 月に設立した阿寒 DMC 「阿寒アドベンチャーツーリズム (株)」との緊密な連携の下、「観光立国のショーケース」化を推進していきます。</p> <p>※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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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

- ・アドベンチャ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
- ・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
- ・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
- ・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観光資源の発掘・磨き上げ、飲食の多様化・拡充による泊食分離等の推進
- ・「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
JNTO や北海道観光振興機構、釧路観光コンベンション協会等の連携するDMOの動向を踏まえつつ、優先順位として①道内客（札幌、帯広・北見・網走・釧路等近隣都市）、②首都圏・大阪圏・中部圏、③その他道外客、④インバウンド（台湾）、⑤インバウンド（欧米層）とし

○ターゲット層

アジア（台湾ほかシンガポール・マレーシア・タイ等）、

○選定の理由

釧路市観光入込客数令和5年度実績でも台湾は安定した入込がありリピーターも多い。また今後マーケットとして期待される東南アジアも道内で増加しており、特にシンガポール・マレーシアは、当エリアでもFITはじめ伸び率が高く今後も増加が期待できる。

○取組方針

来訪者数の伸び率は高いがFIT化が進んでいるため、ニーズ調査等を実施しながら、ターゲット層に訴求するコンテンツ磨き上げを進める。

また、旅行形態が、団体から小グループ・FITにシフトしているため、FITの傾向を鑑み当エリアならではの自然体験・グルメ等WEB・SNSによる情報発信強化を行う。

更に、観光客のベースとなっている国内観光客の底上げを図り、圏域内の各地域の観光コンテンツの磨き上げを図り、周遊・滞在促進できる観光地域づくりを目指す。

（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の温泉観光地（阿寒湖温泉）
②コンセプトの考え方	<p>これまで、阿寒湖温泉は20年にわたって観光まちづくりの成果である「まりも家族憲章」「観光協会とまちづくり協議会の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」「カムイルミナ」「阿寒ユーカーlostカムイ」「阿寒湖フォレストガーデン」「アドベンチャーリズム」等、これまでにない取り組みを、一つ一つ形にしてきました。</p> <p>今、世代交代の時期を迎え、またコロナ禍の危機的な状況の中で、阿寒湖温泉のまちづくりの原点を考えると、あらためて「国立公園」であること、「国立公園の温泉観光地」であることが挙げられます。</p> <p>これまでアイヌ文化の継承、前田一歩園財団の自然保護といった活動とともに、阿寒湖畔住民が取り組んできた自然を守ること、自然を楽しむこと、自然とともに生きること、それらを観光客にも体験してもらうことが阿寒湖温泉、ひいては「阿寒摩周国立公園」の魅力そのものです。</p> <p>こうした阿寒湖温泉の資源を活かせる潮流を見据え、アフターコロナの阿寒湖温泉を描いていきます。</p>

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。	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
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	<p>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。</p> <p>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。</p>
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	<p>「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。</p> <p>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。</p>

※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		2021	2022	2023	2024	2025	2026
		(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	37.6 (50.3)	37.8 (50.5)	38.0 (50.8)	38.1 (51.0)	38.2 (53.0)	38.3 (55.0)
	実績	36.1 ()	50.6 ()	54.0 ()		()	
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	647.1 (227.7)	650.3 (227.7)	653.6 (227.7)	656.9 (227.7)	660.0 (227.7)	661.2 (228.2)
	実績	245.2 ()	380.3 ()	422.9 ()			
●来訪者満足度 (%)	目標	20.6 (22.1)	20.7 (22.2)	20.8 (20.3)	20.9 (22.4)	21.0 (22.5)	21.5 (22.8)
	実績	19.9 ()	20.1 ()	20.4 ()			
●リピーター率 (%)	目標	50.9 (22.1)	51.1 (22.2)	51.4 (22.3)	51.6 (22.4)	51.8 (22.5)	52.0 (22.6)
	実績	66.6 ()	62.5 ()	56.9 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

阿寒DMOの必須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を参照。
2025(R7)年度、2026(R8)年度の数値については上記数値を活用し、設定している。

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】

【設定にあたっての考え方】

- 旅行消費額
富裕層への高付加価値アップに伴う取組を受け、令和6年度から令和7年度の上昇率を令和8年度にも見込んで積算した。
- 延べ宿泊者数
令和6年度から令和7年度の上昇率を令和8年度にも見込んだ。
- 来訪者満足度
毎年の地道な取り組みの中で、微増ではあるが、0.1%の増を見込む。
- リピーター率
来訪者満足度のアップに伴い、リピーター率の上昇を合わせてみた。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 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（千円）	内訳（千円）
2021（R3） 年度	231,080	【国からの補助金】41,115 【都道府県からの補助金】2,624 【市町村からの補助金】75,637 【公物管理受託】21,071 【収益事業】47,595 【会費】16,476 【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】等 26,562
2022（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）】54,484
2023（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
2025（R6） 年度	250,000（円） （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（R7） 年度	250,000（円） （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（R8） 年度	250,000（円） （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	内訳(千円)
2021(R3) 年度	258,481(円)	【一般管理費】59,051 【情報発信・プロモーション】15,358 【受入環境整備等の着地整備】12,743 【コンテンツ開発(観光資源の磨き上げ)】95,694 【マーケティング(市場調査、ブランド戦略等)】29,662 【観光イベントの開催費】等 45,973
2022(R4) 年度	272,222(円)	【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(円)
2023(R5) 年度	220,563(円)	【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(R6) 年度	250,000(円)	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
2025(R7) 年度	250,000(円)	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(R8) 年度	250,000(円)	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とは当機構内に事務局があるため、常日頃より各取組の意見交換を行っている。

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
F A X 番号	0154-67-3024
E - m a i l	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
F A X 番号	011-290-2702
E - m a i l	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
F A X 番号	0154-31-4203
E - m a i l	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
F A X 番号	0154-67-2839
E - m a i l	futoshi.sugisaki@city.kushiro.lg.jp

記入日: 令和6年 8月 20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】
 地域の観光協会が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】 15人(常勤15人(正職員13人・出向等2人))

【主な収入】
 補助金109,532千円、収益事業42,004千円、会費18,862千円等(R5年度決算)

【総支出】
 一般管理費84,658千円、コンテンツ開発13,385千円、マーケティング85,343千円(R5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(株)、阿寒湖温泉旅館組合、阿寒観光汽船(株)、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		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行消費額 (千円)	目標	37.6 (50.3)	37.8 (50.5)	38.0 (50.8)	38.2 (51.0)	38.2 (53.0)	38.3 (55.0)
	実績	36.1 ()	50.6 ()	44.5 ()	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	647.1 (227.7)	650.3 (227.7)	653.6 (227.7)	656.9 (227.7)	660.0 (227.7)	661.2 (228.2)
	実績	245.2 (-)	380.3 ()	422.9 ()	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	20.6 (22.1)	20.7 (22.2)	20.8 (22.3)	20.9 (22.4)	21.0 (22.5)	21.5 (22.8)
	実績	19.9 ()	20.1 ()	20.4 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	50.9 (22.1)	51.1 (22.2)	51.4 (22.3)	51.6 (22.4)	51.8 (22.5)	52.0 (22.6)
	実績	66.6 (-)	62.5 ()	56.9 ()	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
 欧米豪、台湾、香港・シンガポール等のアジア富裕層、国内富裕層(FIT)
 ※特にアドベンチャーツーリズム嗜好者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
 アドベンチャーツーリズム等を支えるガイドの育成と多言語対応力の向上、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の温泉観光地(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 Ainu time”の造成・販売
 - アドベンチャーツーリズムの推進(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

